

世界に冠たる観光都市・東京を実現するための 観光政策に関する意見 35

～成長戦略の一つである観光振興を推進し、新たな人の移動と交流を創出する～

平成26年7月10日
東京商工会議所

2013年9月8日早朝、2020年オリンピック・パラリンピックの開催地が東京に決定し、都民のみならず多くの国民にとっての共通の目標ができた。2020年、及びそこに至るまでの今後の6年間は、復興と経済再生を果たし、輝きを取り戻してゆく被災地と自信を取り戻しつつある日本を、全世界に対し強力にアピールできる絶好の機会となるであろう。

一方、わが国では、アベノミクス効果により経済は回復基調にあるものの、急速な少子高齢化の進展による国内マーケットの縮小や労働力人口の減少、これらに伴う地域経済の活力低下といった構造的な課題に直面している。今後、東京においても人口減少が見込まれる中、他の観光先進国と比較してまだまだ低い水準のインバウンド観光は、日本・東京の力強い経済を取り戻すための極めて重要な成長分野である。

平成25年に東京を訪れた外国人旅行者数は約681万人・国内旅行者数は約5億人である。また、観光消費額および生産波及効果を見ると、東京都で旅行者が消費した金額は5.2兆円・うち外国人旅行者によるものは5,813億円となっている。東商としては、この観光消費が都内経済に及ぼす生産波及効果は11兆円を超え、雇用効果は60万人を超えるという大きな数字になると予測している。

さらに昨年は、史上初めて訪日外国人旅行者数1000万人を達成し、現在は2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を追い風に、2000万人の高みを目指し、東京都をはじめ関係各所で様々な取り組みが緒に就いたところである。加えて本年3月には、東京都が国家戦略特区に指定され、観光立国の実現や、おもてなしの国際都市づくりに向けて追い風となっており、今後も引き続き観光政策を強化すべきなのは明らかである。

しかしながら、2020年を迎えるにあたっては、訪都意欲を醸成させるための「東京ブランド」の戦略的構築と発信をはじめ、首都圏空港の容量の拡大、各種輸送手段の強化、また既に高稼働率で推移している宿泊施設や、旅行者を惹きつける地域資源の開発、観光分野における人材の育成と確保、旅行者に対する危機管理体制の確立等、ハード・ソフト両面の課題が山積しており、限られた時間の中で、東京都が主体となって包括的に解決を図らなければならない。

東京商工会議所は、地域総合経済団体として、観光諸政策の実現やそのためのまちづくりに、主体的に取り組んでいく所存であり、この度のオリンピック・パラリンピック開催についても、その支援を惜しまない。東京都におかれては、世界の都市間競争を勝ち抜き、世界に冠たる観光都市・東京としての確固たる地位を確立するため、とりわけ以下の35項目に関して、戦略的・計画的に取り組まれるとともに、本意見の内容を「東京都長期ビジョン（仮称）」にも盛り込まれたい。

1. 東京の魅力向上

(1) 東京ブランドのさらなる構築と強力な訪都プロモーションの展開

①日本の顔である東京のグランドデザインと東京ブランドの構築

日本の顔としての東京の魅力を正しく伝え、訪都意欲を醸成させるため、諸外国に伝えるべき東京の各地域の魅力をブランド化し、それを戦略的に展開させることが急務である。

例えば、フランスは、パリ大都市圏に戦略的な投資をすることが国全体の利益に寄与するとの考えのもと、首都圏の公共交通網をはじめ住宅、科学技術拠点等を整備する「パリ大都市圏構想『グラン・パリ計画』」を具体化させている。グラン・パリ計画では、パリ周辺において、各地域の特色を活かした拠点を10カ所整備し、これらを新たに建設する地下鉄網でネットワーク化することが計画されている。

東京においても、中長期的な視点を持ち、まず日本の顔としての“東京”の理念を高く掲げるとともに、少子高齢化対策、総合的な交通政策、各地域の都市再開発、芸術文化振興の個別の課題を統括するストーリー性のある新たなグランドデザインを策定されたい。

また東京は、江戸300年・東京100年の伝統・文化といった歴史的素材、商店街・町工場や街並み、地域の人々との交流をテーマにした着地型商品も多く開発されており、これらは東京の新たな地域資源として大きな魅力を持つことから、東京独自のターゲット、ブランドコンセプトの構築、展開を急がれたい。

②都市観光の推進

都市観光は、世界的な大交流時代を迎えた今日、都市の賑わい創出・活性化のために、重要な役割を担っている。とりわけ繰り返し訪問するリピーター層の厚みを増していく上では、都市が常に新たな魅力を創り出し、発信していくことが欠かせない。都市観光の魅力は、その都市固有の歴史、生活・文化の体験はもとより、今日では、個々人の高度な知的要求をも満たす交流型へと変化している。こうした変化は必然的に個人の自由な旅行に沿ったもので、期待も高い。また、東京を“一つのテーマパーク”と捉えたときに、各地域の地域資源・観光資源は、アトラクションやパビリオンとなる。

このような観点からも、東京の治安の良さや二次交通網の充実度は強みであり、東京ほどFIT旅行や滞在型フリープラン、あるいは「まちあるき」といった着地型観光に向いている都市は海外にもあまり例がない。特に滞在型の都市観光においては、旅行者がその土地の生活を体験し、地域コミュニティに入り込むことが重要な要素であるため、その移動手段として外国人旅行者が快適に二次交通網を利用できるよう交通系ICカード（非接触型ICカードシステムによる共通乗車カード）の利用促進を推進されたい。また、滞在時間を長くするためにも、例えば駅周辺や公共施設に無料休憩場の機能を付加することや、まちなかにあるトイレ貸与可能な店舗に、外国語表記を設置する対策を支援されたい。

これらを踏まえ、観光プロモーションにあたっては、都市観光・まちあるきを東京の大きな魅力として伝えるとともに、滞在期間が長く、消費金額も多い欧米系を中心としたFIT層を増やす取り組みもさらに強化されたい。

※FITとは、Foreign Independent Tourの頭文字。海外個人旅行。

※東商では、23支部から組織される「地域の魅力向上検討会」があり、都市観光の機運醸成に取り組むとともに、都市型観光プログラム「TOKYO DISCOVERY」を着地型観光として実施している。あわせて、都市観光に関するセミナーを開催。

③外国人の視点を活かしたインバウンド旅行者の誘致

各国ごとのモニターを編成し、2020年までの6年間にわたり東京の魅力を継続して、ウェブサイトやSNSにより、母国語にて情報発信する仕組みを構築するとともに、外国人が感じる不便・不満点を吸い上げ、接客マニュアルの作成や案内・表示の改善、受入環境の整備を進めることが重要である。

観光振興を推進する機関が海外への観光プロモーションを展開する際に、旅行者のニーズを把握している外国人をスタッフ又はアドバイザーとして起用するための支援の充実が必要である。例えば、田辺市熊野ツーリズムビューローにおいては、欧米系の個人旅行者を誘致するため、カナダ人スタッフを起用して、情報発信及び受入環境の整備に関して成果を上げている。また、ニセコ町役場でも外国人職員を起用し、積極的なプロモーションに取り組んでいる。

東京都としても、これらの事例を参考に、外国人の視点を活かしたインバウンド旅行者の誘致に取り組むとともに、合わせて外国人旅行者の誘致に影響力を持っている日本在住の外国人、とりわけジャーナリストや留学生の効果的な活用も検討されたい。

(2) 訪れて良し住んで良しのまちづくりと一体となった観光振興の推進

①都市の賑わい創出

旅行者が訪問地でまちを歩き、人と触れ合い、地域の生活文化を感じることによって「住んでみたい」と思うような、まちづくりと一体となった持続的な観光振興を図ることが重要である。このような観点から、都市の魅力に直結するまちなかの賑わいと交流を創出するためには、官民が協働し、まちあるきに適した都市空間を整備する必要がある。

このためには、広幅員道路上に回遊歩行が可能なエリアを設定したり、歩行者天国の実施を拡大した上で、道路占用の規制緩和により、飲食店等を設置するとともに、沿道低層部に交流施設を設置するほか、歩道には景観に配慮した舗装や水や緑、日射の遮蔽、案内表示を配置し、地区内外を連続させた歩行者ネットワークを形成することが有効である。

また、上記を踏まえ、日本文化の発信・国際交流の促進を目的としている公道上でのイベントやフェスティバルについても、条件や趣旨を勘案の上、道路占用の基準緩和を進められたい。

※東京都では、国家戦略特区において「道路占有基準の緩和を通じたオープンカフェ等の設置容認」を提案している。

②都市景観の整備

都市における観光を構成する要素として、景観の持つ意味合いは非常に大きい。わが国の首都として相応しい魅力的な景観を形成していくために、歴史的建造物や文化財等を活用したまちづくりや観光エリアの構築に取り組むとともに、「東京歴史まちづくりファンド」のさらなる活用と、防災上でも有効な電線類の地中化・無電柱化を区市町村に対する継続的な財政支援・技術支援の実施も含めてさらに推進されたい。

※東京都では、「東京歴史まちづくりファンド」を通じて、都選定歴史的建造物の所有者に対して、建造物の保存に要する経費の一部を助成している。

③舟運ネットワークの構築と環境整備

東京には、様々な河川や運河が豊富に存在しており、江戸・東京はこうした水辺を中心に発展してきた。水辺の周辺には、歴史的な観光資源が広がっていると同時に、これらを繋ぐ舟運ネットワーク自体にも、観光や移動手段として価値がある。こうしたことから、新たな舟運ルートの開発、取り組みに対する支援を行うとともに、船舶が運行するための川幅や川底等の環境整備や、防災船着き場の平常利用に関する仕組みづくりを推進されたい。

また、東京都を中心に「隅田川ルネサンス」として、河川空間へのテラスの整備、オープンカフェの誘致等や、日本橋では川床の社会実験等、いずれも水辺空間の賑わい創出に努めているが、今後もこれらの取り組みを積極的に推進するとともに、他の水辺地区にも展開されたい。

※東商では、23支部から組織される「地域の魅力向上検討会」があり、この検討会での聞き取り結果。

④都市観光としての自転車活用

諸外国において普及が進んでいるコミュニティサイクル（共用自転車システム）について、東京においても実証実験を含め徐々に普及してきている。

従来、通勤・通学等、市民の移動手段として用いられてきたが、都市観光の手段として自転車利用を選択肢の一つとして捉えるとともに、歩行者等の安全に十分配慮するためにも自転車走行空間をさらに整備されたい。

(3) 地域の魅力を高める観光資源の開発

①芸術文化政策との連携

オリンピック・パラリンピック開催に伴う文化プログラムの実施について、芸術文化を交流人口の拡大と都市の活性化に、どのように連携させるか議論を深めていく必要がある。例えば、東北被災地での郷土芸能、過疎高齢化が進む地域で開催された国際芸術祭は、芸術文化振興のみならず、観光や地域活性化の面で大きな成果を産んでいる。

東京は、上野にユネスコの世界遺産暫定リストに記載された国立西洋美術館等の文化施設や歴史的財産が集積しているほか、デザイン・アニメ等都市型創造産業の一大拠点である。また、欧米系の旅行者に人気の高い現代美術を中心とする美術館・ギャラリーや、江戸・東京の文化を発信する博物館等、多種多様な芸術文化施設が点在している一方で、イギリスの大英博物館やフランスのルーヴル美術館に匹敵する芸術文化の大規模展示施設がない。

東京都においては、2020年に向けて、観光政策と芸術文化政策を連携させることで相乗効果を生み出されたい。

②ニューツーリズムの推進

ニューツーリズムは、観光産業以外の連携による新たな観光の形であり、経済成長を牽引する産業として注目されている。平成24年に国内におけるツーリズム消費額は、総額22.5兆円と推計されている。

近年のマラソンブームによる、東京マラソンをはじめとしたスポーツツーリズムや、農業体験、植林体験をテーマとしたエコツーリズムなど、部分的に成長し始めているものの、

全体として具体的な事業化が進んでいないのが現状である。まずは、東京都がリーダーシップを取り、東京の観光資源を有効活用したニューツーリズムの創出や、外国人の高度な医療ニーズに対応するメディカルツーリズムを推進されたい。

※東京都では、国家戦略特区において「株式会社による医療ツーリズム受入れ病院開設の容認(外国人専用、自由診療、外国人医師・看護師等雇用限定)」を提案している。

③多彩な産業の連携による地域資源のブランド化

各地域がさらに集客力ある個性豊かな地域となるためには、地域の宝である地域産品をはじめ製品、サービス、コンテンツ等の地域資源の発掘・磨き上げ、ストーリー性をもった商品化、最適なチャンネルで販売といった多彩な産業の連携によるサイクルを構築することが必要である。

こうしたサイクルを経て、より多くの旅行者を呼び込み、地域素材そのものの売上増加・消費拡大はもとより、周辺産業を含む地域全体の活性化をもたらす、地域資源のブランド化をさらに促進されたい。

(4) 観光振興における横断的な推進体制の構築と戦略的・計画的な取り組みの推進

①オール東京体制での観光振興の推進

2020年オリンピック・パラリンピック東京大会は、東京の魅力を世界に発信する絶好の機会である。ロンドンでは2012年のオリンピック・パラリンピック開催により、インバウンド旅行者の増加基調といった直接効果に加え、都市としてのイメージアップ、インフラ整備の加速、民間投資の活性化を通じた都市力の強化につながっている。東京都においても、オリンピック・パラリンピック開催を契機として、関係部局の機能を強化する一方、各市区町村や観光協会、民間事業者、経済団体も含めたオール東京の体制で継続的に観光振興を推し進めることで、東京の国際競争力向上に寄与されたい。

②広域的な観光振興のさらなる促進と効果的な支援策の実施

単独の地域による観光振興の取り組みでは、人的・資金的な制約や誘客力不足等の問題が生じたり、旅行者が関心を持つ対象地域が必ずしも行政区域と一致していない場合がほとんどである。近隣区はもちろん、共通の伝統・文化、産業、観光資源を有する地域との連携や、旅行者の効率的な周回ルートの構築の促進を図り、行政区を意識しない広域的な連携の支援を行うとともに、関係する行政区、事業者、NPO法人等が連携する推進体制の支援を進められたい。

また、各地域における観光振興にあたっては、立ち上げ時、事業展開期、自立・持続期といった段階別に、きめ細かい地域資源の発掘や商品造成の支援を行うとともに、観光素材提供側と旅行エージェントとの商談会を開催するなど、販路開拓・マッチングをさらに推進されたい。

※東商では、(公財)東京観光財団と共催で、「東京トラベルマート(商談会)」を開催しているほか、観光をテーマとしたビジネス交流会を開催し、販路開拓・マッチングを支援している。また、23支部と連携し「地域の魅力向上検討会」を立ち上げ、広域的な観光振興の機運醸成を図っている。

2. 受入環境のさらなる整備

(1) 快適な移動・宿泊のための環境整備

①乗継客向けの無査証入国制度の導入

首都圏の空港を経由して外国へ向かう外国人の乗継客を、東京への観光客として取り込むため、韓国で認められているような乗継客向けの無査証入国制度の導入を、東京都としても国に働きかけられたい。

※韓国では、外国人の乗継客が、韓国へのビザが免除されていない場合であっても、アメリカ、日本、カナダ、オーストラリア、ニュージーランドいずれかの国のビザを取得し、最終目的地までの航空券を所持している場合には、30日間の無査証入国を認めている。

※日本に寄港するクルーズ船については、改正入管法により、簡易な手続きで従来よりも長期の上陸を認める船舶観光上陸許可制度(従来72時間→最大30日間)が創設された。

②首都圏空港の機能強化とアクセス向上

首都圏空港における国際線需要は2012～2022年度の10年間で約6～8割増加し、2022年には、約75万回の空港容量の限界に達する見込みである。空港容量のさらなる拡大に向け、新滑走路建設の検討を急ぐとともに、当面は、2020年オリンピック・パラリンピック開催に間に合うよう羽田空港の容量拡大に資する都心上空飛行の解禁や管制方式見直しを行うべきである。また、深夜バス等を運行する事業者向けの支援策や、空港直行バスへの公共車両優先システムの整備、鉄道の新路線の整備及び既存路線の有効利活用等、都心と首都圏空港の交通アクセス向上策に加え、空港の深夜における魅力や利便性向上策等、あらゆる方策を検討されたい。

また、都心に近接し、24時間利用可能な羽田空港の強みを活かし、ビジネスジャンルの受入強化のために専用導線の整備等を促進されたい。

③クルーズ客船の受入体制強化

クルーズ客船の寄港には、東京港のイメージアップ、臨海副都心におけるMICE・国際観光拠点化の推進、経済効果等が期待できる。また、オリンピック・パラリンピック開催に際しては、クルーズ客船が、セキュリティの確保のしやすさや、宿泊施設の不足を補えること等により、オリンピック・パラリンピック関係者やスポンサー等の宿泊施設としてチャーターされる事例が多数ある。

しかし、現在の東京港では、晴海客船ふ頭利用におけるレインボーブリッジ桁下高52mの制限、大井水産物ふ頭の土日祝日のみの供用や、周辺交通機関が不十分なためシャトルバスの手配が必要といった、大型客船受入施設の機能が諸外国と比較しても不足している。

本年1月に公表された「東京クルーズビジョン」にもとづき、ビジョンを着実に実行させ、首都の玄関口として、利用者の利便性向上に寄与する機能を備えた東京港を整備されたい。

④二次交通網の整備・利便性向上

臨海部は、都心に近接した業務集積地として経済活動の一翼を担っているほか、築地市場の移転やオリンピック・パラリンピックの開催、マンション建設に伴う住民の増加等に

より交通需要が今後大きく増えることが見込まれる。

こうした開発が進む地域へのアクセスの拡充と臨海副都心の更なる魅力向上に向けて、都心部と臨海副都心を直結する広域的な新たな公共交通の整備を検討されたい。

また、外国人旅行者の鉄道・バス等における自由で快適な移動をサポートするため、多言語によるわかりやすい情報提供を行うとともに、交通系ＩＣカードの利用促進に対する支援や公共交通機関共通の複数日乗車券の導入等、さらなる利便性の向上を図られたい。

⑤宿泊施設の受入環境整備

オリンピック・パラリンピック開催に向けて、今後都内宿泊施設の容量が不足することが懸念されている。外国人旅行者に対して多様な滞在プランに対応した施設を提供するために、マンションやアパートを宿泊施設として活用できるよう旅館業法の適用除外を進められたい。

合わせて、宿泊施設の容量が訪都の制約とならないよう、宿泊施設の需給状況を注視するとともに、旅館については、ホテルと比較して稼働率が低いことから、増加するインバウンドの需要に対応することが、経営の強化にもつながるため、外国人旅行者の受入環境の整備を支援することを求めたい。

※東京都では、国家戦略特区において「滞在施設の旅館業法の適用除外」を提案している。

(2) 快適な滞在のための環境整備

①多言語対応の改善・強化

国が本年３月に「観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のためのガイドライン」を公表した。東京都では、既にまちの中にある案内標識を対象としたガイドラインが整備されているところではあるが、今後は美術館・博物館、自然公園、観光地、道路、公共交通機関等幅広い分野で多言語対応の改善・強化を図るべく、東京都を中心とした多言語対応協議会での取り組みを推進されたい。

また、単独では対応することが難しい観光地・商店街に対しては、観光協会や商店街等と連携した上で、景観に配慮した案内標識の設置やその取り組みを支援されたい。同時に、小売・飲食業等の小規模事業者に対しても、多言語メニュー対応をはじめとした「おもてなし」に関する取り組みへの支援をさらに加速されたい。

※東商では、民間事業者と東京都と連携して、飲食業を中心とした「おもてなし」セミナーを開催。

※多言語対応協議会には東商もメンバーとして参画。

②観光案内機能の充実・強化

外国人旅行者が慣れない土地で快適な観光をするためには、駅前広場や商店街等の要所に観光案内が必要である。加えて、道路法の占用許可対象としてデジタルサイネージを明確化し、観光情報の多言語化と災害時情報の充実を図られたい。

※東京都では、国家戦略特区において「観光案内サインの電子化(情報多言語化と災害時対応)」を提案している。

(3) 消費行動を促進する環境整備

①旅行者向け免税制度の活用促進

平成 26 年 10 月より、全ての消耗品が消費税の免税対象となり、手続きの簡素化が決定されたことに加えて、各地域において国による免税店相談窓口が開設された。

今後は、各地域における外国人旅行者の消費拡大を図る観点から、東京都においても国と連携し、本制度の周知・啓蒙を図るとともに、中小事業者の市場への参入を促し、免税店（輸出物品販売場）を増やすための取り組みを推進されたい。

※東商では、物販・小売業を中心とした免税制度改正に関するセミナーを開催予定。

②決済環境の改善

海外発行のクレジットカード対応 A T M の設置について、メガバンクが平成 27 年度より順次設置を決定したところである。これにより現金の引き出しに関する環境が整いつつある。

一方、欧米系の旅行者は、クレジットカードでの決済が主流であるため、とりわけ現金決済が中心である、中小規模の飲食店、小売店に対して、支払手段としてクレジットカードの利用が一層進むよう普及啓発されたい。

③異文化対応の強化

東南アジアからの外国人旅行者が増加する中で、ムスリム旅行者に配慮した食事、礼拝スペースの確保や、現在欧米系の旅行者に多いとされるベジタリアン向けのメニュー開発が課題となっている。

食事や生活上の習慣に一定の要件がある外国人旅行者に対応するために、旅行者が多く集まる空港や鉄道ターミナル、宿泊施設、飲食店等の運営者に対し、異なる文化・習慣に関する普及啓発を図るとともに、外国人の多様な文化・習慣に配慮した環境整備に向けた支援を講じられたい。

(4) 旅行者に対する危機管理体制の確立

東京での事業活動は、地震等の自然災害を前提に展開を考慮しておく必要がある。特に、観光分野においては、ハード面における災害対策の推進はもちろん、災害時の情報提供や事業者との連携、観光・宿泊施設等の人材育成、適切な対策の実施により、危機管理体制の強化を図る必要がある。具体的には、以下の対応が求められる。

- ①改正耐震改修促進法への対応に係る旅館・ホテルの耐震改修に関する補助制度の創設。
- ②災害時においても通信手段を確保できるよう、公園・公民館・学校・体育館等の公共施設における公衆無線 L A N 環境の整備を促進するとともに、災害時情報提供ポータルサイトを国内外の旅行者に活用してもらうための、地域や事業者との連携による利用促進。

※旅館・ホテルの耐震診断・改修については、昨年 11 月より施行された改正耐震改修促進法で旧耐震基準に基づき建築された昭和 56 年 5 月末以前で、延べ面積 5 千平方メートル以上の建物について、平成 27 年末までの耐震診断が義務づけられた。東京都では、耐震診断への補助制度があるが、耐震改修に関する補助制度がない。

※日本政府観光局では、訪日外国人旅行者向けの災害時情報提供ポータルサイト「Safety tips for travelers」を運用している。

(5) 外国人旅行者に対する危機管理体制の確立

外国人旅行者は、災害時において災害弱者となる可能性が極めて高い。上記の危機管理対策に加え、外国人旅行者には特段以下の配慮を講じられたい。

- ①外国人旅行者に対して宿泊施設や観光施設が、災害時の初期対応ができるマニュアルが整備されているが、その周知のためのセミナーや研修の実施、ICTを活用した緊急時外国語災害情報の発信の整備。
- ②災害・危機後に外国人旅行者が安全かつ確実に帰国するための支援策を、在日公館や運輸機関と連携して計画するとともに、危機発生後ただちに復旧に向けた計画策定・活動が取れる体制の整備。

※東商では、旅行業、宿泊業、飲食業を中心とした外国人旅行者に対応した観光危機管理セミナーを開催。

3. MICE振興のさらなる加速

(1) MICEにおけるマーケティング力の向上

MICE誘致に向けて、世界有力都市のコンベンションビューロー（以下、CB）は、自らの都市がどの分野で強みを発揮するのか、もしくは伸ばしたい分野の対象を絞り込んだ上で、マーケティング戦略の策定や実施に取り組み、様々なプロモーション展開を行っている。こうしたなか、東京都が国よりグローバルMICE戦略都市に選定されたこと、また東京のCBが国際アライアンスに東京都からの財政的支援を受けて加盟したことを歓迎したい。

今後は、国際的な主催団体、主催機関のオーガナイザーとのネットワーク構築等の加盟メリットを最大限活かすとともに、マーケットリサーチを強化し、東京がMICEを通じて何を達成していくのかについての目標を設定し、その上で、ターゲット（取組分野の重点化）・ポジショニング（競合先との差別化）を行っていくことが何よりも重要である。

※コンベンションビューローとは、自治体や民間企業が中心となり、国内外からの会議を誘致する組織のこと。

※シンガポールでは、金融・ヘルスケア・環境の分野に注力し、積極的で戦略的なMICE誘致を展開している。同国は、豊富なMICE誘致予算を背景に、高額な開催支援金を支給しており、平成24年におけるシンガポールの国際会議開催件数は952件の1位と、東京(225件6位)を大きく引き離している。

※MICEにおける国際アライアンスとは、都市・CBが連携して、クローズドなサークルの中で情報交換や共同マーケティングを行う動き。

(2) MICE誘致における財源確保

CBの財源を見ると海外における主要都市では、公的財源以外にも、CB自身による交通パスや観光パス、ホテル予約サービス等による自主収益を財源として確保し、活動費用に充当、自主的な誘致・プロモーション活動を行っている。

については、MICEの意義・効果について都民の認知度を向上し、理解を醸成するとともに、CBが安定的な財源を確保できる体制支援を望みたい。

(3) MICEにおける受入環境の整備

MICEは、単なる観光の延長線上ではなくビジネスイベントであり、グローバル社会の中で、非常に重要なコミュニケーションのためのビジネスツールである。そのため誘致・競争が激化しており、その受入環境の整備は喫緊の課題である。

例えば、シンガポールや韓国では、MICE開催に必要な会議施設・ホテル・商業・エンターテイメント等の施設が一体となった統合型施設・エリアを整備し、コンパクトで利便性の高さについて高い評価を得ている。しかしながら、わが国にはまだそのような整備がされているエリアが少ないのが現状である。

東京では、臨海副都心においてMICE・国際観光の拠点整備を着実に進める必要がある。一方で、都心部は、二次交通網が発達し、またホテルや商業施設、飲食店等が集積しており、既存のエリアにある施設を中心にMICEエリアとしてゾーニングし、そこに「街をあげてのおもてなし」といったホスピタリティや文化をプラスすることで、東京独自の都市型MICEを展開できると考える。

東京都におかれては、2012年のIMF・世銀総会のように、国際フォーラムを中心として大丸有エリア内の施設や多様な事業者の他、銀座、日本橋エリアの各事業者が緩やかではあったが、自発的にネットワーク化していたことを参考に、ゾーニングされた各エリア内の事業者同士による協議会やネットワーク等の組織づくりの支援に向けた取り組みを望む。

(4) MICEの魅力向上に向けたユニークベニユーの促進

レセプション等の会場として、歴史的建造物や文化施設をユニークベニユーとして活用できることは、MICE開催地における魅力向上につながる。東京には多数の魅力ある施設が立地しており、それらの施設を有効活用することがMICE誘致の競争力強化に効果的であるけれども、その実態は個別案件ごとの利用手続きとなるため、時間と調整が必要となる。例えば、ロンドンでは、ユニークベニユー協議会があり専用のホームページとワンストップの窓口業務を行っており、MICE誘致のために対応している。

東京都においては、MICE誘致の差別化を図る上でも、ユニークベニユーとして提供可能な施設や関係者を集めた協議会・ネットワークの構築やユニークベニユー施設のデータベース化、また利用可能な施設の開発促進を進められたい。

また、施設側がユニークベニユーとして、提供しやすい環境づくりが重要である。例えば、公共施設においては、施設の貸し出しによる収益をインセンティブとして認定するほか、観光振興・地域活性化等のMICE関連催事・イベントを公益事業として認定することや、指定管理者制度の場合には、管理業務にユニークベニユーとしての施設貸し出しを含む等の方策がある。

※ユニークベニユーとは、懇親会や夕食会等に使用する“個性的・独創的”な会場を指し、様々な企画・発想をもとに、既存の施設等を創り上げたもの。

4. 人材の育成と活用

(1) 観光分野における優秀な人材の育成と確保

今後さらに増加が見込まれる外国人旅行者に対応するため、通訳案内士・観光ガイドの活用や観光ボランティアの育成に関する議論を深めていく必要がある。また、観光をより強い産業にしていくためには、高度な人材の育成とその確保が欠かせない。このため、産学官の連携による横断的な意見・情報交換を行い、カリキュラムや教育プログラムを構築する必要がある。また、具体的には、以下の対応が求められる。

①通訳案内士・観光ガイド

地域の観光協会や商店街等と連携した上で、通訳案内士や外国語がわかるガイド等の育成・活用を推進するとともに、検定や研修を受け一定レベル以上の質の確保が確認できる場合には、通訳案内士法の資格がなくても、有料で観光案内ができるよう、外国人旅行者の利便性を向上されたい。

※東京都では、国家戦略特区において「外国語による有料観光案内サービス要件緩和(一定レベル以上の語学力の質は確保)」を提案している。

②ボランティア人材

外国人旅行者に東京の観光スポットを案内する「東京都観光ボランティア」(現在、約850名)は、その活動や利用方法が広く知られていないことから、十分な活用が図られていない。また、言語別の登録者は英語が圧倒的に多く、近年増加傾向にあるアジア系の言語等に対応していくことも必要である。

一方で、各区単位でも行政・観光協会等が観光ボランティアの育成に取り組んでいる。東京都としても今後旅行者の増加を見据え、ボランティア育成に関する指針を出すとともに、既に取り組みを進めている行政・観光協会等との連携を強化した上で、観光ボランティアの育成を推進されたい。

③コーディネーター人材

地域の取り組みをリード、総括するために、地元根差した教育機関との連携による公開講座の開催や、地域資源の発掘支援、また地域人材を育成・活用している観光協会等に対する支援を強化されたい。

④観光産業人材

観光産業の国際展開や経営数値の管理、人的管理を論理的に実践するために、観光学部等を有する教育機関と連携し、カリキュラムや研修の開催や、既に観光産業に従事している中堅層に対しても、マネジメント力を向上させるよう施策を進められたい。

また、インバウンド市場の拡大に対応するため、現場における円滑なコミュニケーション力、語学力を向上させるために、留学支援や海外の教育機関との交流支援を進められたい。

加えて、ホテルにおいて海外留学生をインターンシップで受け入れた事例では、日本人では常につきまとう言語やコミュニケーションの障壁が低く、円滑な外国人対応が可能なことから、非常に好評であったと聞く。海外からの留学生や東京在住の外国人による人材

活用を支援されたい。

※近年、観光関係の学部・学科を設置する大学が増えており、平成 22 年度においては、125 大学 134 学科あり、定員は約 17,540 名にも達している。しかし、卒業後の学生の進路では、観光関連分野への就職者は 12.2%であり、その他は他業界へ就職している現状がある。その背景には、大学におけるカリキュラムと実業界の求めるニーズに乖離があると考えられる。

※東商では、大学との産学連携による人材育成の観点を取り入れた都市型観光プログラム「TOKYO DISCOVERY」を実施している。

⑤MICE専門人材

MICE誘致先進都市では、誘致のために専門的な知識・経験を有する人材の育成や人事制度を導入している。

しかしながら、東京を含めわが国の人材育成や人事制度は先進都市と比べ遅れているのが現状であり、また、CBの典型的な体制は自治体・民間等からの出向が多く、人事ローテーションにより数年で人材が入れ替わり、専門的な人材が育ちにくい体制となっている。

海外では普通であるMICE誘致における重要なキーパーソンを担うことが多いミーティングプランナーやPCOと呼ばれるMICE関連の専門家育成や、そのような人材を確保し長期にわたってMICE振興を担当できる体制を、官民が連携して構築されたい。

※コペンハーゲン市(デンマーク)では、CBのMICE担当者がそれぞれの専門的な分野を持ち、国際的なネットワークを持つことを重要視し、長期に渡って人材育成を実施している。

以上

平成 26 年度 第 5 号
平成 26 年 7 月 10 日
第 663 回 常議員会 決議