

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

2015年7月9日
東京商工会議所

I. 基本的な考え方（現状と課題）

- 東京は2020年オリンピック・パラリンピック大会の開催が決定し、“観光”への期待が高まっている。事実、2014年には国内旅行者数が約5億人、また訪日外国人旅行者の約66%・887万人が東京を訪れており、観光消費額は約5.6兆円、生産波及効果は推計で12.2兆円に達する。観光は、関連する産業の裾野が広く、需要の拡大、雇用機会の創出など、地域に大きな経済効果をもたらすばかりでなく、伝統の継承や文化の創造など地域社会の価値向上に重要な役割を果たす。2020年、それ以降を見据え、少子高齢・人口減少社会でも活力溢れる東京を実現するためには、国内外の持続的な相互交流を促進する観光振興の役割がますます大きくなる。
- 東京都は、昨年12月発表の長期ビジョンにおいて、『『おもてなしの心』で世界中から訪れる人々を歓迎する都市の実現』を政策指針として打ち出した。そして、2020年の訪日外国人旅行者数1,500万人、2024年の1,800万人という目標達成に向けて、戦略的なプロモーションや観光資源の開発・発信に取り組むとともに、外国人旅行者の受入環境整備方針を策定し、重点整備エリアを定め、旅行者がまちあるきを楽しめる環境の整備を進めている。
- 東京が世界中の旅行者から選ばれ、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、さらなる都市の魅力向上が不可欠である。そのためには、観光振興をまちづくりや文化政策と一体的に推し進め相乗効果を生み出すべきと考える。また、労働力人口が減少するなか観光産業における雇用の質と量の確保、生産性向上や人材の育成はもとより、様々な業種の参画による新たな取組、民間の創意工夫に基づくイノベーションの創出が極めて重要となる。
- 観光都市としての持続的な発展に向けて、「旅行客数」のみならず、地域経済に直接的な波及効果をもたらす「観光消費額」の拡大や産業育成に資する取り組みを強化していく必要がある。また、各地域における観光推進組織の確立と併せて、広域観光団体による東京全体を見渡す地域プロデュース機能の発揮が重要である。
- 今後、飛躍的な増加が見込まれるインバウンドを含む旅行者が、東京において快適に移動・滞在・消費・交流するためには、消費免税制度を含むショッピング・ツーリズムの振興、施設の整備・魅力向上によるMICE誘致競争力の強化が不可欠である。さらに首都圏空港や宿泊施設などの需給逼迫の解消、個人旅行に 대응するインフラ、情報通信環境のさらなる整備等によるグローバル観光都市としての機能強化が重要である。

Ⅱ. 重点的に取り組むべき事項

これら基本的な考え方に基づき、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会（以下、「2020年大会」という）を跳躍台として世界に冠たる観光都市・東京を実現するため、下記5つの政策の強化が重要である。

【世界に冠たる観光都市・東京を実現するための5つの柱】

1. 東京の魅力向上につながる観光まちづくりの推進

- 旅行者が「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べき。
- ・ 無電柱化による歩行者空間の整備、バリアフリー化の促進、公共空間を活用した賑わいの創出が必要
- ・ 芸術文化を都市の装置として重要な構成要素に位置付けた上で、「上野文化の杜構想」や文化プログラムの推進
- ・ 都心とベイエリアを結ぶ水辺動線の強化、歴史的建造物・空き建築物を地域の観光資源としてより一層の活用

2. 観光を通じた地域産業の育成とイノベーションの促進

- 様々な業種の参画・連携による新商品・サービスの開発、ガイド・ボランティアなど観光人材の育成、地域特性や規制緩和を活用した新たな旅行の開発など、観光を通じた地域産業の育成とイノベーションの促進を図ることが重要。
- 旅行・観光産業における競争条件の整備、グリーゾーンの解消が急務。

3. 観光都市の持続的な発展に資する観光地経営の推進

- 観光財源の確保、推進体制の確立、旅行地としてのブランド形成など観光都市経営の推進。
- 教育旅行や被災地応援ツアーなど交流人口の回復・拡大を通じた東日本大震災被災地復興の促進。
- 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などによる危機管理体制の強化。

4. 訪日外国人旅行者受け入れ促進のための環境整備

- 消費免税制度を小売店における訪日外客受入の基礎インフラとして位置付け、制度利用の促進・支援。
- 無料Wi-Fi等通信環境を整備の上、多言語対応アプリ等の先進的なICT（情報通信技術）を徹底的に活用。

5. 人の移動と交流を活発化させるインフラの整備

- 空港・港湾の機能強化、ターミナル駅における乗継のシームレス化や多言語による情報提供、交通系ICカード利用促進。
- 大規模なMICE施設の需要があることから、フラッグシップ型MICE施設の整備、また施設整備を促す税制措置の検討。
- 五輪レガシーとして、燃料電池自動車・バス普及の促進、自転車走行空間の整備、シェアサイクルの利用促進。

さらに、世界に冠たる観光都市・東京を実現するための5つの柱の推進にあたって、全体が相互に関連する次の4つの視点を考慮すべきである。

【5つの柱の推進にあたり考慮すべき4つの視点】

○国内外の相互交流促進

インバウンドとアウトバウンドの相互交流 3,000 万人時代において、観光は世界の中で生きるわが国の基本姿勢を示すものである。2015 年は、第二次世界大戦終戦 70 年、日韓国交正常化 50 周年にあたり、諸外国との国際相互理解をさらに深める絶好の機会として捉え、日本・東京のプレゼンス向上のために、双方向交流であるツーウェイツーリズムのより一層の拡大が重要である。

また、インバウンドの効果が顕著になっているものの、国内における観光消費の約 90% を占めているのが、国内居住者による「国内観光」であることから、地域間の連携による「国内観光」の振興、交流人口の拡大を図ることも不可欠である。

○オリンピック・パラリンピックレガシーの創造

1964 年に開催された東京オリンピック・パラリンピックは、日本が戦後の荒廃から抜け出し、高度経済成長を迎え、経済大国としてまさに飛躍を遂げようとした時代の象徴的なイベントとして歴史に刻まれている。

2020 年は、課題先進国の日本・東京から、スポーツを起点に、文化・教育、環境、まちづくり、経済の分野で世界中の人を惹き付けるレガシーの創造を官民一体となって取り組むべきである。

東京の将来像を形づくる有形・無形のレガシーについては、様々なものが想定されるが、まずは震災からの復興と経済再生を果たし輝きを取り戻した日本を世界に対し強力にアピールすると同時に、少子高齢・人口減少社会や環境問題等の諸課題に対する技術力や取り組みをショーケースとして紹介し、東京の魅力を世界に向けて発信すべきである。

また、パラリンピック大会開催を契機として、ユニバーサルデザインの考え方に基づくまちづくりを促進するとともに、障害者や高齢者、外国人を含めた人々の多様性の理解を図り、思いやる心を育むソフト面の取り組みを推進すべきである。

○都、国、他自治体、民間事業者間のさらなる連携強化

東京都は、長期ビジョン等に基づき、観光施策を強力に推進するため、産業労働局観光部を中心に、観光に関わる施策を総合的に調整・実施する体制を構築しており、庁内の部局間連携はもとより、国及び他自治体間、民間事業者との連携を強化しつつ、地域の魅力創出や受入環境整備の推進、観光に関係する幅広い業種の連携促進に取り組み、観光振興の担い手を拡げるべきである。さらに、これら連携の過程において、現場から出てきた意見・要望については、施策に適宜反映していくべきである。

○規制・制度改革の推進

観光分野に関する規制改革は、意欲ある地域や現場の挑戦を促すことから、国家戦略特区の区域方針で示された東京圏の目標にとどまらず、東京の観光競争力の強化に資する制度面の整備を推進すべきである。また、インターネットを通じ宿泊者を募集するシェアリングなど新たなサービス形態については実態が先行しているため、競争条件の整備、グレーゾーンの解消が必要である。なお、規制・制度改革は、継続して取り組む体制を整えることが不可欠であることから、民間からの提案を受け付け、規制の見直しを行う「地方版規制改革会議」を設置することも検討すべきである。

Ⅲ. 具体的な意見事項

上記5つの重点事項及び考慮すべき4つの視点を踏まえ、世界に冠たる観光都市・東京を実現するために必要な政策について、下記を意見する。

1. 東京の魅力向上につながる観光まちづくりの推進

(1) まちあるきによる都市観光の推進

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。都市観光の魅力は、その都市固有の歴史、生活・文化はもとより、個々人の高度な知的要求をも満たす交流型・体験型へと変化している。

東京の治安の良さや二次交通網の充実度は強みであり、国内外旅行者による個人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、旅行者が訪問地でまちを歩き、人と触れ合い、地域の日常に根差した人・モノ・コト・街の魅力を体感することによって「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。

これらを踏まえ、まちあるきによる都市観光の推進のため、次の取り組みを推し進められたい。

①歩行者空間の整備促進

- ・ 官民が協働し道路など公共空間、公開空地の活用
- ・ 賑わいのある地下道や地上部デッキ等の整備を含む安全性・回遊性の確保などによって地区内外を連続させた歩行者ネットワークの形成
- ・ 安全で快適な通行空間の確保をはじめ、災害の防止、良好な景観の形成、歴史的街並みの保全の観点から、電線類の地中化・無電柱化

②バリアフリー化の促進

- ・ ユニバーサルデザインの考え方に基づいた円滑な移動・施設利用のためのバリアフリー化

③景観の向上

- ・ 文化・歴史的資源の集積する古い街並みの保存と活用による景観向上
- ・ 街並みと調和した屋外広告・看板の設置

④賑わい創出促進

- ・ 公道上でのイベントやフェスティバルにおける道路占用の要件緩和と道路使用の柔軟化
- ・ 都市公園や海上公園等におけるイベントの実施やオープンカフェの設置等に係る占有・行為許可手続きの容易化
- ・ 地域の素材を新たな観光資源として転用する観点から、歴史的建築物や文化施設をレストラン、カフェ等として有効活用

⑤滞在時間の拡大促進

- ・ 駅や公共施設に無料休憩場の機能を付加
- ・ 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

⑥交通系ICカードの利用促進

- ・ 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

【参考】

・世界の19都市の海外市民に対するアンケート調査によると、東京は、世界の主要な旅行地であるパリ・ニューヨーク・ロンドン等の他都市に比べて、評価が圧倒的に高い。特に、「人が親切」「おもてなしの心がある」「治安がよい」「衛生的」「先進的都市」「伝統・文化」「ハイテク産業が多い」「交通網が発達している」「商品が信頼できる、豊富で品質がよい」等の項目について、世界での評価が高い。一方、「ファッション」「芸術」「建造物」はパリに対する評価が高い。

(出所：東京都「東京のブランディング戦略」)

【東京圏の国家戦略特区で活用すべき規制・制度の特例措置】

○道路占用基準の緩和を通じたオープンカフェ等の設置

都市における国際的なイベントの実施や多言語看板、オープンカフェの設置等に係る道路空間の利用（道路法の特例措置）が初期メニューに盛り込まれた。東京圏の区域計画には、丸の内仲通り、行幸通り、川端緑道等において、イベント開催時におけるカフェ、ベンチ等の設置等により、都心型MICE及び都市観光の推進を図ることが盛り込まれたが、こうした取り組みは都市の魅力向上に有効なことから、鋭意推進していくべきである。

なお、国際的なイベントの実施や多言語看板、オープンカフェの設置等に係る道路空間の利用には、道路交通法に基づき所轄警察署長による道路使用許可が必要であるが、許可の柔軟化や手続き等の簡素化を図るべきである。

【特区以外で制度における要件・運用の見直しによって対応すべき事項】

○小規模・臨時飲食店営業における許可要件の明確化

飲食店営業については、食品衛生法51条の規定に基づき、都道府県等が公衆衛生の見地から条例で必要な基準を定めることとされており、営業を営もうとする場合は、同法第52条第1項の規定により、都道府県の許可が必要とされている。

テラス席のカフェ・レストラン営業、マルシェ等の移動販売や屋台などは、都市の賑わい創出に有効であることから、こうした取り組みを推進するためにも、所管保健所における営業許可要件の明確化とともに、事業者にわかりやすい形での公表を行うべきである。

(2) エリアマネジメントによる地域活性化の推進

地域の魅力向上、交流人口の拡大が促進されるまちづくりの手法の一つとして、地域の民間団体によるエリアマネジメントが有効である。大阪市では、エリアマネジメント条例を施行し、取り組みを推進しているが、地方自治法に基づく分担金制度は、受益者と負担者の関係が明確であることを求めているため、資金使途が施設管理などに限られ、イベントなど賑わいにつながる事業に利用できないなどの制限がある。

東京都におかれては、公共的なサービス強化に加え、エリアマネジメント条例、日本版BID手法など制度面の整備を検討されたい。

※BIDとは、アメリカの州法に基づく「Business Improvement District」の略称。

【参考】

▼BIDを活用した受入体制整備（米国・ニューヨーク市）

・ニューヨーク市は、2006年から2012年の間に、インバウンド旅行者数を726万人

から 1100 万人へ大幅に増加させている。この要因の一つに、複数の区が官民一体となって取り組んだマーケティングモデルがあると考えられている。受入体制整備の面では、アメリカの州法に基づく B I D (Business Improvement District) が活用されている。B I D は、主にビジネスエリアにおいて、資産所有者・事業者が地域の発展を目指して必要な事業を行うための組織化と、地区内の資産所有者に強制的な負担金を課すことができる財源調達仕組みである。事業内容は、地域美化や治安維持活動を担うほかに、地域によってはイベント実施、コミュニティバスの運行等の地域振興事業をはじめ、公園・歩道などの公共空間の管理運営、ストリートファニチャーの統一などのインフラ整備や土地利用の調整、デザインコントロール、テナント誘致などのマーケティング政策提言活動など、極めて多彩な活動を展開している。

▼エリアマネジメント条例の施行事例（大阪府大阪市）

- ・大阪市は、2014 年 4 月にエリアマネジメント条例を施行し、民間まちづくり団体が都市再生推進法人に指定され、敷地内の歩道など公共空間の管理を担っている。

【東京圏の国家戦略特区で活用すべき規制・制度の特例措置】

○民間事業者による無料循環バスの停留所の道路占用許可

民間事業者による無料循環バスは都内数地区で運行され、観光やビジネスの足として活用されている。本件は道路法の特例措置として、台東区が快適な観光の基盤づくりの一環で提案をしているが、都内の着地型観光の推進や、ビジネス上の円滑な移動に資することから、着実に推進されたい。

（3）都市の魅力を高める芸術文化政策の促進

芸術文化を都市の装置として重要な構成要素に位置付け、まちづくり・観光振興と一体的に推進していくことが重要である。

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をはじめとした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、欧米系の旅行者を中心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大規模展示施設がない。

東京都におかれては、リオ 2016 大会後の開始が予定されている「文化プログラム」に向けた予算の拡充や地域における推進体制の構築、さらに上野文化の杜構想の着実な推進、大規模なフェスティバルや国際芸術祭の開催など、芸術文化政策を強化することで、交流人口の拡大と都市の活性化を図られたい。

【東京圏の国家戦略特区で活用すべき規制・制度の特例措置】

○外国人芸術家が訪日公演の際に、在留資格「短期滞在」での入国許可

豊島区は、目指す都市像として「国際アート・カルチャー都市」を掲げ、最先端のアート・カルチャーで世界から人や産業を集めるための取り組みを推進している。中でも、特区で取り組む最優先プロジェクトとして、グリーン大通りににおけるオープンカフェやコスプレ、音楽等のパフォーマンスの実施を掲げている。このプロジェクトを実現するために、海外の芸術家が滞在制作や公演を行う際の滞在資格を「興行」ではなく「短期滞在」扱いとすることを提案しているが、他の地区も含めてまちなかの賑わい創出、更

には、「文化プログラム」の実施にも有効なことから、実現されたい。

（４）水辺空間の整備と舟運ネットワークの構築による賑わい創出

水辺の周辺には、歴史的な観光資源が広がるとともに、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に対する支援、運行に係る届出手続きの簡易化を行うとともに、船舶が運行するための川幅や川底等の環境整備や、防災船着場の平常利用に関する仕組みづくりを推進することで、都心とベイエリアを結ぶ水辺動線を強化されたい。

東京都では「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、いずれも船着場と周辺地域が一体となった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河川敷地の占用に関する規制緩和を進められたい。

また、2020年大会会場予定地の東京港周辺は、浜離宮恩賜庭園やレインボーブリッジ、東京ゲートブリッジに加え、集積するコンテナターミナルなど水上からの様々な眺めが楽しめることから、「水上から見た陸地」、「陸地から見た水上」など、景観を意識した水辺エリアの開発を行うことも重要である。

【東京圏の国家戦略特区に取り入れていくべき規制・制度の特例措置】

○旅客不定期航路事業における二点間運航の許可

総合特区（国際戦略総合特区）に基づく特例措置として、国際会議等の新規誘致に資する場合等において、起終点が異なる旅客不定期船の運航が認められているが、国家戦略特区に関連し、台東区や墨田区は、観光振興にも範囲を拡大すべき旨の提案をしている。本特例は水辺空間を活かした観光振興に資することから、国家戦略特区に基づく特例措置に取り入れるべきである。

○河川観光船の弾力的な運航を促進する海上運送法の規制緩和

河川、運河、川辺を活かした観光を推進するため、予め許可された水域で継続して一般旅客定期航路事業を営んでいる河川観光事業者に対しては、同水域内であれば、柔軟な航行プランを企画・航行できるよう、手続きの簡素化を図られたい。

○河川区域内における土地の占用許可期間の延長

河川区域内に、オープンカフェやバーベキュー場等を設置する場合、河川法に基づき河川管理者から占用許可を受けなければならないが、占用許可期間が3年以内と定められているため、その都度許可を取らなければならない、長期の利用を想定した設置ができない。民間事業者の創意工夫による河川空間の魅力向上を図るため、河川法の河川占用許可期間を、公益物件（公園、緑地、遊歩道、自然観察施設、船着場等）並みの10年以内に延長されたい。

（５）歴史的建築物や「空き建築物」など既存ストックの有効活用

①歴史的建築物の利活用促進

東京には、観光資源となる古民家や武家屋敷をはじめとする歴史的建築物が数多く残されている。これらを有効活用し、地域の魅力向上につなげていくことは、DESTINEーション

ョンとしての国際競争力を高めていく上でも重要である。これまで、わが国における歴史的建築物や文化財の利活用は、許可手続きが高いハードルとなっており、他の観光先進国の取り組みに比して遅れていたと言える。

しかし昨年、国家戦略特区の対象分野として、歴史的建築物の活用が取り上げられ、全国での建築基準法、消防法の規制緩和や特区内での旅館業法の特例が認められたところである。今後、地域が主体となり、歴史的建築物等を宿泊施設やレストラン・カフェ等として、観光まちづくりのなかで有効活用できるよう鋭意推進すべきである。

【参考】

- ・東京には約 50,000 軒の古民家（1950 年以前に建てられた木造の住宅等）が現存する。古民家や日本的なまちなみは外国人からの人気・関心が高い。訪日外国人観光客の古民家への宿泊ニーズを満たすためには、推計 7,390 棟の古民家が必要であり、地域へもたらす経済効果は、約 380 億円と試算される。

（出所：日本政策投資銀行「古民家の活用に伴う経済的な価値創出がもたらす地域活性化」）

- ・海外の事例として、スペインでは、古城や地方特有の建築など文化財としての建築物を国営のホテルとして提供するパラドールという仕組みがある。この制度は、文化財の保存や修復の費用を生み出すとともに、旅行者には高い満足を与え、国の歴史と文化に興味を促すものとして評価されている。また、イタリア・アルベロベッロでは世界遺産であるトゥルツリと呼ばれる地方特有の伝統的家屋に宿泊することができる。

②商店街の空き店舗や廃校などの「空き建築物」の再利用促進

地域に点在する商店街の空き店舗や廃校などの「空き建築物」は、地域の観光資源やコミュニティスペースとして活用することで、交流人口の拡大に寄与できる。しかしながら、建築基準法の規制上、既存不適格建築物となる場合が多く、用途変更を行う場合は、現行基準に合わせるための改修を行った上で建築確認申請を行う必要があるだけでなく、相当の費用が必要となることや、建築物本来の味わいが失われてしまうといった問題がある。地域に眠るこうした空き建築物の再利用が促進されるよう、建築基準法上の規制に関する課題検討とともに、その支援策を推進されたい。

【参考】

- ・鳩の街通り商店街振興組合（墨田区）は、昭和初期の木造建築物が点在し、レトロな雰囲気が芸術や建築関係者をはじめ、まちあるきの観光客から人気を集めている。こうしたなか、商店街が、一軒長屋を起業や商売を志す人の活動拠点として提供し、地域の活性化を図っている。
- ・2002 年度から 2013 年度までに、全国で 5801 校の公立学校が廃校になった。このうち、施設が現存する廃校の 3 割・約 1500 校が活用されていない。千代田区では 2010 年 6 月、閉校した旧練成中学校を文化芸術活動の拠点にしようと再生。アートギャラリー、オフィス、カフェなどが入居し、展覧会だけでなくワークショップや講演会といった文化的活動の拠点として、来街者と地域住民の交流の場となっている。



昭和の面影を残す「鳩の街通り商店街」

（6）安全・安心のまちづくりの推進

東京に住み訪れる人が治安の良さや安心を実感できるまちづくりを推進することが重要である。

地域においては、自治体をはじめ商店街や自治会・町内会等と連携し、プライバシー保護に配慮した適切な運用を前提に、駅前・商店街等への防犯カメラ設置や、地域住民が担い手となっている防犯パトロールなど自主防犯活動の展開が有効である。とりわけ、防犯カメラの設置・維持管理にあたっては、多額の費用がかかることから、さらなる支援を期待する。

また、2020年大会を見据えたテロ対策・感染症対策についても、関係機関が連携し、未然防止策や対処体制の整備など鋭意推進されたい。

2. 観光を通じた地域産業の育成とイノベーションの促進

(1) 旅行・観光産業の生産性向上

少子・高齢社会にあつて労働力人口が減少するなか、旅行・観光産業において、雇用の質と量を確保しつつ、生産性向上に向けた取り組みを推進することが重要である。諸外国や他業種と比較すると、サービス業の中でも、とりわけ飲食・宿泊業の労働生産性の低さが指摘されている。創意工夫による新たな価値の創造を後押しするため、サービス業と製造業等との異業種連携による生産性向上に向けた取り組みやベストプラクティスの普及、ICT利活用、業務改善等の支援策を一体的に推進されたい。

また、従来わが国が得意としてきた「モノづくり」から、より高い付加価値を生み出す「モノ・コトづくり」へと発想を広げていくことが必要である。素材の発掘・生産、ストーリー性の構築、商品化、最適なチャネルでの販売といったサプライチェーンを、地域の多様な連携によって構築することで成り立つ地域資源のブランド化は、モノ・コトづくりの有効な手法であることから強力的に支援されたい。

【参考】

- ・東京商工会議所は、中小企業のICT（情報通信技術）化支援を目的とした総合支援サイト「東商ICTスクエア」を開設。同サイトは、ウェブサイトの改善や新たなICTツールを導入するなど自社のICT化推進を通じて生産性向上を目指すもの。専門家によるICTの総合相談窓口、ICTを実践的に活用している企業事例の紹介、トレンド情報等まで含めた支援を展開している。

▽<http://www.tokyo-cci-ict.com/>

- ・東京は地域ごとに、産業や文化、観光、歴史など特色ある資源を保有している。東京商工会議所足立支部では、区内特産品である小松菜を使って新しいご当地グルメ「あだち菜うどん」を開発。現在、足立区内18カ所の飲食店が提供している。同文京支部では、関係団体と協力して、“食”を中心とした区内観光振興、消費活性化を目的に、「食の文京ブランド100選」推奨事業を実施。文京区内の数ある店の中から「食の文京ブランド100選」を推奨し、区内外にアピールしている。



中小のICT化支援サイト
「東商ICTスクエア」



足立支部が開発した「あだち菜うどん」

(2) 観光人材の育成

① 地域限定通訳案内士の活用

訪日外国人旅行者の増加を背景に、大型クルーズ船の寄港時、国際イベント開催時期や桜・紅葉の季節など、時期や地域によってガイドが不足する事態が発生している。通訳案内士の登録者数は全国で約18,000名、就業者はその4分の1と圧倒的に少なく、大都市部への偏在や言語的偏在といった課題とともに、近年のガイドニーズの多様化に答えきれていない等、市場とのミスマッチが見受けられる。

地域のおもてなしの向上、地域における観光産業・人材の育成を図るため、ガイドの数と質を確保することが重要であることから、構造改革特区法の改正案における地方公共団

体が行う研修を修了した者が地域限定通訳案内士として報酬を得て通訳案内を行うことを可能とする特例を活用するとともに、東京観光財団・東京商工会議所が主催する「東京シティガイド検定」をガイド研修で活用されたい。

②観光ボランティアの育成

2020年大会や訪都外国人旅行者1,500万人時代に備えるために、通訳案内士や地域ガイドの増加に加え、その機能を補完するボランティアガイドが活躍できるよう、環境づくりを進めるべきである。

東京都は地域で観光振興にチャレンジしたいと願う若者や女性、高齢者、外国人等を対象に外国語も使いながらその土地の名所旧跡、歴史・文化・生活等を案内できる人材や、地域の観光振興に取り組む人材への支援を拡充するとともに、既に独自の取り組みを進めている行政・観光協会等の状況を把握した上で、観光ボランティアの育成や、組織づくりなどについて組織運営や人材育成などの支援を行う必要がある。

③外国人留学生の活用

訪日外国人旅行者対応を担う人材として、高度な知識を持つ外国人留学生の採用意欲が高まっている。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。一方で、留学生の日本での就職希望者は約6割であるが、実際に就職できるのは約3割である。観光産業において、外国人留学生の採用・定着を促進するため、関係機関が連携して、日本語やビジネスマナーなどの各種研修や中小企業とのマッチング事業など総合的な支援策を推進されたい。

【東京圏の国家戦略特区に取り入れていくべき規制・制度の特例措置】

○ホテルスタッフ業務を外国人技能実習制度の対象業種に追加

日本の優れたホスピタリティ技能を身につけた観光人材を育成するため、外国人技能実習制度において、フロント業務やレストランサービス業務などのホテルスタッフ業務を技能実習対象職種に追加されたい。

○外国人学生に対する1週28時間の就労制限の緩和

留学・就学の資格をもって在留する外国人が地域の観光業や有償ガイドなどで十分に活躍できるよう、1週28時間までとされている就労活動の制限を緩和すべきである。

（3）ニューツーリズム産業の育成

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。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、農林漁業体験民宿によるグリーンツーリズムなど、部分的に成長し始めているものの、依然大きな盛り上がりには欠けている。まずは、東京都がリーダーシップを取り、例えば高度な医療ニーズに対応する医療ツーリズムの推進や、スポーツツーリズムの新たな担い手としてスポーツコミッションの育成、旅館業法の規制緩和を通じた民泊などをさらに推進されたい。

また、着地型観光の需要拡大ならびに旅行者の利便性向上を図るため、ホテル・旅館や観光案内所などが旅行商品を造成・販売し、地域におけるコンシェルジュ機能としての役割を果たせるよう、旅行業法における地域限定旅行業への参入促進に向けた方策を検討されたい。

【東京圏の国家戦略特区に取り入れていくべき規制・制度の特例措置】

○第3種旅行業の旅行催行範囲の拡大等

登録事業者数が最も多い第3種旅行業の振興という観点から、これまで隣接区市町村等とされていた募集企画旅行の催行範囲を、営業所が所在する都道府県内に広げられたい。また、旅行業者代理業における旅行業務取扱管理者の選任について研修修了者で代替可能にされたい。

【特区以外で制度における要件・運用の見直しによって対応すべき事項】

○民泊施設に求められる構造設備基準等に関する規制の見直し

民泊は、地域の一般家庭を宿泊施設として提供し、一般家庭はその対価を得るという仕組みであり、国体の開催時など宿泊施設の不足が見込まれる場合に行われている。旅行者は、地域での暮らしの体験や住民との交流を通じて、地域の魅力を体感することができる。これらを踏まえ、2020年大会をはじめ宿泊施設が不足するようなイベント開催時などにおいて、民泊を活用するために、施設に求められる旅館業法や食品衛生法に基づく構造設備基準等に関する規制を見直すべきである。

（4）多様な宿泊ニーズに応える施設整備と旅館の活性化

2020年大会に向けて、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。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、旅行者の多様な宿泊ニーズに応えるための受入環境整備を進めることが重要である。身元確認等による安全の確保を前提に、リゾート客向けの別荘やコンドミニウムなどの遊休施設をタイムシェアできるような仕組み、また安く旅をしたいというニーズに応えるため、既存の宿泊施設をゲストハウスなどに改修を行う際の支援策など、様々な方策を検討されたい。

旅館は、観光振興の重要な担い手であるとともに、施設そのものが観光資源である。増加するインバウンドの宿泊需要の受け皿として、FIT（海外個人旅行）層に向けた情報発信強化や予約・決済などの商習慣の改善、人材育成等の受入環境整備などへの支援が必要である。

また、安全性の確保から宿泊施設に対し、改正耐震改修促進法への対応が義務化されているが、自治体の支援に温度差があることや、高い検査、建設コストのために、取り組みが進んでいない。宿泊施設の安全性の確保は、災害時の避難施設としての有効活用にもつながることから、東京都は、耐震診断・改修の実施状況を把握するとともに、補助制度を拡充し、地域の旅館等宿泊施設の活性化の促進を図られたい。

【参考】

- ・東京における客室稼働率（平成26年）は、旅館41.8%、リゾートホテル72.9%、ビジネスホテル86.0%、シティホテル84.2%、会社・団体の宿泊所63.8%。

（5）旅行・観光産業における競争条件の整備

① 自宅等を宿泊施設として活用する際の法令の周知強化とルールの整備

FIT（海外個人旅行）の増加に伴う旅行者の多様化により、日本人の生活体験を楽しもうと日本の住宅・別荘といった宿泊ニーズが高まっており、外資系の宿泊サイト等の参入が加速している。これらシェアリングサービスの盛り上がりは、世界的な潮流であることや、観光産業のイノベーションを促すものとして、否定するものではないが、国内で提供されている部屋の大部分は、旅館業法に適していない可能性が高いとの指摘がある。まずは、実態の把握、法令の周知強化に努めるとともに、グリーゾーンの解消に向けて、ルールの整備を急ぐ必要がある。

【参考】

- ・国家戦略特区で、短期滞在の外国人向け滞在施設の旅館業法の適用除外（外国人滞在施設経営事業）が特例措置として設けられた。また、国家戦略特区法施行令において、「施設を使用させる期間が七日から十日までの範囲内において施設の所在地を所管する都道府県（その所在地が保健所を設置する市又は特別区の区域にある場合にあっては、当該保健所を設置する市又は特別区）の条例で定める期間以上であること」と規定されている。しかし、現状としては、同じ場所に7日以上宿泊する外国人は少なく、加えて本特例措置に係る営業規則を条例で制定した自治体はない。

② ツアーオペレーター（ランドオペレーター）の品質向上

インバウンドの旅行手配を行うツアーオペレーター（ランドオペレーター）については、旅行業登録が義務付けられていないことから、近年、外資系のツアーオペレーターによる価格重視の低品質ツアーが増えている。東京都は、訪日旅行の一層の品質向上を図る観点から、日本旅行業協会が実施しているツアーオペレーター認証制度の普及促進を図るとともに、旅行業登録のないツアーオペレーターに対しては、品質を担保する制度面の整備を検討されたい。

③ オンライン旅行取引における消費者の安全・安心の確保

海外に拠点を置くOTA（オンライン旅行取引事業者）による日本語サイトの立ち上げ、サービスの展開が加速するなか、旅行の行き先が国内外であるかに関わらず、旅行の予約に海外OTAを利用する旅行者が増加している。一方で、海外OTAについては、日本の旅行業登録を有していないケースが多い。

このようにオンライン旅行取引に関するサイトでも、国内OTAによるサイト、海外OTAによるサイト、またいわゆる「場貸しサイト」では、旅行業の登録の要否や契約当事者となるか否かが異なる。そのため、旅行者が、各種サイトを利用する際に、取引の相手方が誰になるのか、当該相手方が旅行業登録を受けているのかどうかを判別できないまま、予約をすることがあり、消費者保護の観点からは問題があるとされている。

このため、オンライン旅行取引における消費者の安全・安心を確保し、トラブルを未然に防止するため、国がOTA等のサイトの表示に関するガイドラインの策定を行った。東京都におかれては、各事業者におけるサイト表示の適正化を促すとともに、都民に対しては旅行予約サイトの利用時における注意点について普及啓発を行うことが望ましい。

【参考】

- ・日本において旅行業を営む場合、旅行業法に基づく登録を受け、同法に基づく各義務を遵守する必要がある。オンライン旅行取引を行う場合は、これらの他、通達や旅行業協会が定めたガイドラインに則り、旅行業の登録に関する事項や取引条件説明に

関する事項等を運営サイトにおいて適切に表示することになっている。

- ・O T Aの総販売額は、平成 23 年度の 9,895 億円に対し、平成 25 年度には 1 兆 5,699 億円に増加。また、宿泊施設や運送機関の総販売額に対する O T A を通じた販売額のシェアは約 13%。

(6) 観光統計の整備と利用促進

東京都では、訪都外国人旅行者 1,500 万人の受入環境の整備についての検討が進められているが、外国人旅行者を快適に受け入れ、繰り返し日本を訪れてもらうためにも、宿泊施設の客室数・稼働率や首都圏空港の容量、貸切バスの需給状況等の正確な基礎データの収集は不可欠であり、これらを調査・把握した上で施策に反映されたい。さらに、詳細な統計データを公開し、訪都旅行に関する基礎データとして活用できるようデータベースの充実に努められたい。

また、M I C Eについては「M（企業系会議）」「I（報奨旅行）」の実態が把握できていないため、政府・観光庁との連携のもと、基準の明確化とともに統計整備を進められたい。

3. 観光都市の持続的な発展に資する観光地経営の推進

(1) 観光振興に関する予算の拡充

東京都における2015年度観光産業振興の予算額は約286億である。前年度と比較して、約255億円増となっているが、その大きな要因の一つとして、「おもてなし・観光基金」（200億円）の創設がある。これは、東京を訪れる国内外の旅行者に対する受入環境の充実及びその他観光都市としての東京の発展に資する事業に要する資金に充てるものとされており、中長期的な観光振興に寄与することから大いに歓迎したい。加えて、受入環境整備や旅行者誘致に関する予算についても拡充されているところである。

2014年の訪都旅行者による観光消費額は約5.6兆円、生産波及効果で推計12.2兆円、2013年における税収効果で3,655億円という規模になる。これら都内経済への貢献度を踏まえた上で、観光を地域経済の好循環を生み出す成長産業と捉え、東京都における観光振興予算の継続的な拡充を求める。

また、東京都長期ビジョンにおいて、世界有数の観光都市・東京の実現に向けての政策目標として、2020年までに年間1,500万人、2024年までに年間1,800万人の訪都外国人旅行者数が設定されている。一方で、海外需要の取込みによって経済効果を生み出すという観点においては、観光消費額が重要となる。加えて、観光を通じた地域産業の育成とイノベーションを促進するために、旅行・観光産業の労働生産性も注視すべきと考える。このため、新たな政策目標を設定し、経済効果の拡大や産業育成に力点を置いた取り組みに対して、予算の重点分配を行うべきである。

(2) 観光推進体制の確立

これからの観光推進組織は、観光地経営を担う中核組織として役割を果たしていく必要がある。その機能は、地域の多様な組織・人とのネットワークを作り、定量的・客観的なデータ分析に基づく戦略的なマーケティング、ブランディングを担い、観光集客をはじめ着地型商品の開発・販売、地域ガイド等の人材育成、サービスの品質管理、独自財源の確保等である。

また、観光地経営の推進にあたっては、従来の行政、観光産業、観光推進組織に加えて、地域における既存の各種団体、地場産業、教育機関、市民等の多様な主体が参画する体制を構築することが望ましい。

とりわけ、都内唯一の広域観光団体であり公・民の性格を併せ持つ東京観光財団が、東京全体を見渡す地域プロデュース機能を発揮することを期待する。

【参考】

- ・ 欧米では、地域全体の観光マネジメントを一本化する観光推進組織として、DMO（Destination Marketing／Management Organization）が確立している。
- ・ 一般社団法人信州いいやま観光局は、農商工業や市民団体との連携を強化し、地域の魅力づくりに取り組んでいる。グリーン・ツーリズムや旅行業を活かした着地型商品の開発・販売、既存のガイド組織の再編・スキルアップを促し、地域を挙げたガイド体制を構築。

(3) 東京ブランドの戦略的なプロモーション

東京都は本年3月、世界の旅行者に選ばれる旅行地としての「東京ブランド」の確立に向けて、「東京のブランディング戦略」を取りまとめた。東京の体験価値を「東京の日常

に根ざした人・モノ・コト・街の魅力」と整理した上で、ブランドコンセプトを設定するなど、東京の多彩な魅力を表した内容となっている。

今後の取り組みとしては、ブランドの浸透のため、海外に向けた一貫性のある情報発信、民間事業者と連携した統一的なキャンペーンの実施や、都民や事業者が東京ブランドへの共感を深めるためのインナーブランディングを強力に推進されたい。

また、国や周辺自治体との東京ブランドの共有、連携した観光プロモーションの展開も重要である。政府を中心として、和食に代表される豊かな食文化、ものづくりの技術をはじめ、アニメ、ファッション、デザイン、伝統文化、芸術など、わが国の魅力を「クールジャパン」として世界に発信しているところであるが、これらと「東京ブランド」の連携を深めることで、海外への訪都観光プロモーションを強化されたい。

特に、地域発の観光情報を、海外のTV等メディアを使って他のコンテンツと一体的、継続的に発信し、東京への送客プロモーションや映画等の撮影場所誘致につなげることが必要である。東京都は、放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）、JNTO等との連携の強化やJ-LOP（ジャパン・コンテンツ ローカライズ&プロモーション支援助成）の活用を通じて、海外メディアの放送枠等の確保と地域発の観光情報・コンテンツ供給を推進し、東京・日本へのインバウンドを促進する取り組みを増強されたい。また、地域発の観光情報・コンテンツの制作・海外展開を担う人材の育成も強化されたい。

【参考】

- ・東京商工会議所は、東京の魅力を発信するWEBサイト「東商 地域の宝ネット」を開設。同サイトは、東京23区の観光資源や文化・歴史資源を活用した地域の独創性あふれる取り組みなど、東京の日常に根差した魅力を「地域の宝」として国内外へ発信するとともに、都内の事業者や在住者が東京の魅力を再発見し、来訪者を迎入れる機運の醸成を図ることを目的としている。

▽<http://www.tokyo-cci.or.jp/takaranet/>



（４）地域間の連携による相互交流の拡大と東日本大震災被災地復興の促進

①地域間の連携による相互交流の拡大

東京の情報発信力や注目度を活かし、地方の魅力を伝えるショーケースとして東京を戦略的に活用することが重要である。公共空間や民間施設等において地方の伝統芸能・祭り・食のイベント開催等を促進するとともに、これら相互交流の拡大に貢献する取り組みに対する支援を期待する。

さらに、東京と周辺都市をつなぐ関東広域連携をはじめとして、個性豊かな地方への送客拡大に向け、複数の都道府県にまたがって、テーマ性・ストーリー性を持った一連の魅力ある観光地を、交通アクセスも含めてネットワーク化し、国内外旅行者の滞在日数拡大に資する「広域観光周遊ルート」の形成を推進されたい。

【参考】

- ・東京商工会議所は、被災地支援の一環として推進する福島県復興「企業マルシェ」を会員企業等の協力のもと公共空間や民間施設等にて開催。福島県の農産物や名産品の販売を行ったほか、観光地としての魅力をPRした。



多くの人で賑わう企業マルシェの会場

②交流人口の回復・拡大を通じた東日本大震災被災地復興の促進

東北6県や関東地方沿岸部では、訪問旅行者数が未だに震災前の水準を下回る被災地が多く、継続的な支援が求められている。このため、風評被害の払拭に向けた都内外への正確な情報発信の強化に加え、修学旅行をはじめとする教育旅行を対象とした復興ツーリズム、さらには里山文化や三陸地方の食・海・歴史文化等を活かしたグリーンツーリズムの推進の実施、さらに被災地応援ツアーに対する補助の継続など、交流人口の回復・拡大に資する様々な支援策を実行されたい。

(5) 旅行者に対する危機管理体制の構築

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、来訪者の安心・安全を確保するため、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など、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り、具体的に以下の対応が求められる。

- ① 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
- ② 宿泊施設や観光施設が訪日外国人旅行者に対して、災害時の初期対応ができるような危機管理マニュアルの整備、その周知のためのセミナーや研修、防災訓練等の実施、ICTを活用した緊急時外国語災害情報の発信の推進
- ③ 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Wi-Fi環境の整備
- ④ 災害・危機後に訪日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

【参考】

- ・東京商工会議所では、旅行・観光事業者を対象に、「観光危機管理対策セミナー」を開催。東京における地震の危険性と被害想定を解説するとともに、東京都が発行した「外国人旅行者の安全確保のための災害時初動対応マニュアル」の活用を促した。



4. 訪日外国人旅行者受け入れ促進のための環境整備

(1) ショッピング・ツーリズム振興の加速

①免税店（輸出物品販売場）の拡大

平成26年10月に実施された免税店（輸出物品販売場）の全品目免税対象化は、訪日外国人旅行者の消費を促す契機となったほか、2020年に向けて全国の免税店数を1万店に倍増させるという目標を前倒しで達成する結果となった。さらに、本年4月からは、商店街やショッピングセンターが第三者への代理委託により、免税販売手続きを一括カウンターで実施できるよう制度改正が行われた。東京都におかれては、消費免税制度を小売店における訪日外客受入の基礎インフラとして位置付けた上で、免税店の拡大に向けて制度周知や導入支援等を図られたい。

また、シンガポールや韓国、台湾は国を挙げてショッピング・ツーリズムを振興し、グローバルショッパーと呼ばれる買い物に旅行の重点を置く海外富裕層の取込みを図っている。ショッピングを食・まちあるきに並ぶ都内観光の重要なコンテンツと位置付けた上で、予算を確保し、海外でのプロモーションを強化されたい。

【参考】

- ・平成27年4月1日時点の全国の免税店数は18,779、うち東京は5,469。
- ・店舗の負担軽減、外国人旅行者等の免税手続きの煩雑さ解消を進め、免税制度の利用促進を図る観点から、平成27年4月1日より免税制度が改正。
- ・これにより、①商店街振興組合の組合員が経営する店舗、②一棟の建物内にある店舗、③中小企業等協同組合の組合員が経営する店舗、④大規模小売店舗の施設内にある店舗、での免税手続きの第三者委託（一括カウンターでの処理）が可能。また、クルーズ船の寄港時に埠頭へ免税店を臨時出店する際の手続きが簡素化された。

②決済環境の整備

海外発行のクレジットカード対応ATMの設置については、メガバンクが平成27年度より順次設置することが決定している。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、現金決済が中心である中小規模の飲食店・小売店や、外国人旅行者の利用が増加している旅館に対しても、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や導入支援など決済環境の整備を促進されたい。

(2) ビジネス需要の拡大と地域活性化に向けたMICEの促進

①MICE誘致競争力の強化

アジア・太平洋地域においてMICE誘致競争が激化する中で、東京のMICEデステイネーションとしての地位が相対的に低下している現状がある。世界のMICE誘致競争に打ち勝つために、海外MICE専門見本市への出展やメディアの招請等のプロモーションを強化・拡大するとともに、コンベンションビューローの取り組みに対する支援を強化されたい。また、東京ビッグサイト（東京国際展示場）の増床等が予定されているが、大規模なMICE施設の需要があることを踏まえ、フラッグシップ型の施設設置やMICE施設整備を促進するための施設設置者・建物所有者への税制優遇措置等を検討されたい。

【参考】

- ・横浜市では、「企業立地促進条例」を制定し、みなとみらい21地域において、観

光・MICEを建設する事業者に対して、対象施設の市税（固定資産税・都市計画税）の軽減措置と助成金の交付を行っている。また、賃貸ビルの中で、観光・MICE施設に対して賃貸するときも、支援措置の対象となる場合がある。

②MICEに関する一元的な情報収集・提供体制の構築

MICE誘致を実施していくためには、行政やコンベンションビューローだけでなくミーティングプランナー、PCO（Professional Congress Organizer）、施設、ホテルなどの多くの事業者の連携が必要である。また、JNTOや地方自治体・コンベンションビューロー等が連携して、MICE案件のデータベースを一元的に管理し、情報提供、相談対応できる体制の整備が望まれる。

③MICEの魅力向上に向けたユニークベニュー・公共空間の活用促進

レセプション等の会場として、歴史的建築物、文化施設をユニークベニューとして活用できることは、MICE誘致の競争力強化に効果的であることから、次の取り組みを推進されたい。

1) 施設利用の容易化

- ・ユニークベニューとして提供可能な施設や関係者を集めた協議会・ネットワークを構築した上で、ユニークベニュー施設のデータベース化を行うとともに、利用手続きに係るワンストップの窓口を開設

2) 公共施設における施設側が提供しやすい環境づくり

- ・施設の貸し出しによる収益をインセンティブとして設定
- ・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

3) 指定管理者制度における施設側が提供しやすい環境づくり

- ・管理業務にユニークベニューとしての施設貸し出しを含める

4) 施設周辺道路の活用

- ・国家戦略特区制度などを活用し、道路占用要件緩和や道路使用の柔軟化を図ることによって、パーティーやシティプロモーションのイベントへの利用を促進

【参考】

- ・平成24年9月30日から10月4日までの約5日間、福岡県福岡市内で「第32回国際泌尿器科学会総会（SIU）」が開催され、世界93カ国から約2,800人が参加。会期中、地元の川端商店街、櫛田神社、博多町家ふるさと館をユニークベニューに、「会員懇親会（SIU ナイト）」を実施。地元博多料理の提供や着物の着付け体験など、日本の文化体験や理解促進に向けて、地域が一体となって参加者をもてなした。



福岡では商店街をユニークベニューに

（3）観光案内所の拡充及び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不自由なく快適な観光をするためには、観光案内所の拡充及び観光案内機能の充実・強化が必要である。地域のビジターセンターとして旅行者のさらなる利便性向上を図り、おもてなしを体現する場として整備するため、次の取り組みを推進されたい。

①観光案内所の拡充・機能強化

- ・ 交通機関の要所やまちなか、商店街などへの観光案内所の設置
- ・ 民間事業者等との連携・協力を元に、通訳案内士の常駐や訪日外国人旅行者対応コールセンターの活用による多言語対応の充実
- ・ 各種観光ツアーや交通機関の手配、美術館・博物館・コンサートのチケット等の販売など、旅行者向けのサービスをワンストップで提供

②コンビニエンスストアの活用

- ・ 24時間営業やA T M・トイレ等の環境を活かし、コンビニエンスストアを旅行者への観光情報提供の拠点として活用

(4) ICT (情報通信技術) の利活用

外国人旅行者向けの通信環境を整えた上で、ICT (情報通信技術) を旅行者の受入環境整備に活用すべきであることから、次の取り組みを推進されたい。

①通信環境の整備

- ・ 無料W i - F i の整備やS I M カードの利用促進など外国人旅行者が持参した海外端末で利用しやすい通信環境の整備促進

②多言語対応推進

- ・ スマートフォン、タブレットやデジタルサイネージ等を活用した観光案内の推進
- ・ 総務省「グローバルコミュニケーション」計画等に基づく多言語通訳・翻訳アプリ技術の研究開発の強化及び様々な地域・場面での多言語対応への活用促進

③調査への活用

- ・ 訪日外国人旅行者の旅行動態や潜在的なニーズを把握するため、ICTを活用した動態調査を実施し、広域的な観光振興の促進に活用できる仕組みの構築

(5) 外国人旅行者の満足度をさらに高める取り組みの着実な推進

2020年以降を見据え、訪日外国人旅行者に「また来たい」と思わせるには、不便や不満、不安等を徹底的に解消し、満足度をさらに高めることが重要であり、特に次の取り組みを強化されたい。

- ① ムスリム、ベジタリアンなどの習慣・文化の異なる旅行者への対応
- ② 長期的な視点で訪日客層を形成するため、教育旅行や学生の海外個人旅行 (F I T) など若年層への対応
- ③ 単独では取り組むことが難しい小規模事業者における多言語対応への支援
- ④ 外国人が安心して医療を受けられるよう、医療機関の外国語対応力の強化
- ⑤ 夜間緊急時に外国語対応が可能な医療施設、往診診療が可能な医師のリスト化と情報共有

【参考】

- ・ 東京商工会議所では、ムスリム旅行者の訪日が増加していることを踏まえ、イスラム教の正しい理解をはじめ文化や生活習慣などムスリムやハラールの基礎を学ぶ視察会・セミナーをパッケージで開催。
- ・ また、飲食業を対象に、外国人観光客の接客方法について事例を交えて紹介する「おもてなしセミナー」を開催。そのなかで、東京都が開設した多言語メニュー作成W E Bサイト「EAT 東京」を紹介した。



東京ジャーミイ・トルコ文化センターを視察

5. 人の移動と交流を活発化させるインフラの整備

(1) 首都圏空港・東京港の機能強化

首都圏空港における国際線需要は、概ね 2020 年代前半には約 75 万回の空港容量の限界に達する見込みである。当面は、2020 年大会開催に間に合うよう滑走路処理能力の再検証、特定時間帯の活用、飛行経路の見直し等、様々な方策が検討されているが、騒音に係る環境配慮や地上建築物に対する安全確保を図りながら、引き続き羽田空港の機能強化を進められたい。

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、LCC を含む内外航空会社の多様な航空需要を取り込むために、空港の深夜における魅力や利便性向上をさらに推進されたい。

加えて、鉄道の新路線の整備及び既存路線の有効利活用、空港直行バスへの公共車両優先システムの整備等、都心と首都圏空港の交通アクセス向上策の推進とともに、外国語対応が可能なタクシーの優先乗り場の整備を急がれたい。

さらに、東京港におけるクルーズ船の受入体制については、東京都が策定した「東京クルーズビジョン」に基づいて、2020 年までに利用者の利便性向上に寄与する機能を備えた大型クルーズ船受入施設を着実に整備されたい。

【参考】

- ・オリンピック・パラリンピック開催に際しては、クルーズ船が、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、大会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ことから、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。

(2) 二次交通網の改善・強化

東京は、高密度で安全な公共交通ネットワークが形成されている一方で、ターミナル駅には複数の鉄道やバス事業者が乗り入れているが、交通事業者・施設管理者間の案内サイン、ユニバーサル対応の違いや、事故発生時の利用者向け情報がボードレス化されていないなどの課題があり、さらなる事業者間の連携とシステム上の改善が必要である。

鉄道からバスへの乗り継ぎにあたっては、雨天時でも濡れずに移動するための上屋の整備や、バス乗り場の集約・再編などによる利便性向上が求められる。とりわけ、広告収入によって事業者の負担なく設置ができる広告付きバス停上屋については、本年 4 月より比較的狭い歩道に対応する車道平行型広告が認められたことから、整備の拡大を期待したい。

さらに、2020 年大会に向けて、鉄道駅におけるバリアフリー化を加速させるとともに、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ことに加え、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。

また、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 2020 年大会の開催、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 BRT（バス高速輸送システム）等高齢者にも優しい中規模な公共交通の整備を着実に推進されたい。

【東京圏の国家戦略特区に取り入れていくべき規制・制度の特例措置】

○貸切バスの営業区域制度の緩和

訪日外国人旅行者向け貸切バスは今後も旺盛な需要が見込まれることから、安全を適切に確保しつつ、需要に対応するために、営業所が所在する区域を管轄する運輸局の管轄区域（地方ブロック）を臨時営業区域とする措置が延長された。加えて、営業所が所在する県に隣接する県を、運輸局の所管区域に関わらず臨時営業区域とする措置が拡充された。いずれも本年9月末までを期間とする措置であるが、2020年大会を一つの契機に、訪日外国人旅行者が一層増加していくことが期待されていることから、臨時営業区域の更なる緩和や恒久化等、貸切バスの営業区域制度の緩和を検討することが望ましい。

（３）首都圏三環状道路の着実な整備

首都圏三環状道路、中でも外環道（関越道～東名高速）が完成すれば、都心に流入している通過交通が迂回できるようになるため、渋滞解消による高い経済効果に加え、CO2排出量削減効果、交通事故の減少など様々な整備効果が期待されている。とりわけ、首都直下地震等の発災時には一部区間の不通が生じた際にも速やかに移動することが可能となる迂回機能（リダンダンシー）を発揮し、日本の東西交通の分断を防ぐことから、外環道（関越道～東名高速）をはじめ、東京の国際競争力強化に重要な役割を担う道路について早期整備を推進するとともに、外環道の東名高速以南についても早期事業化を図るべきである。

（４）水素エネルギーの利活用

2020年大会に向けて水素エネルギーを利活用することは、環境と調和した未来型都市の姿を世界に示すとともに、日本の高い技術力を改めて世界にアピールすることにつながる。また、水素貯蔵タンクや燃料電池などの水素関連製品には、日本の高い技術力が集約されており、関連する産業分野の裾野も広く、2050年の国内市場は8兆円まで拡大するとの予想もあり、災害時の非常用電源としても期待されている。従って、水素社会の実現は、わが国の国際競争力強化にも寄与することから、国、東京都、民間が一体となって、燃料電池自動車・バスの普及促進のためにも、水素ステーション設置に係る高圧ガス保安法、建築基準法等の厳しい保安・設置規制に関する課題検討とともに、その支援策を推進していくべきである。

（５）自転車走行空間の整備とシェアサイクルの利用促進

自転車を生活に密着した交通手段だけでなく、観光における移動手段や公共交通の補完的な役割としても位置付けた上で、自転車専用レーンの整備や駐輪場の確保など安全で快適な自転車走行空間のネットワーク形成を推進されたい。同時に、シェアサイクルの認知度向上に向けた情報発信やステーション充実の支援等を通じて、各自治体が取り組むシェアサイクル事業を支援するとともに、行政区を越える広域的な相互利用を推進されたい。

以上

2 0 1 5 年 度 第 5 号
2 0 1 5 年 7 月 9 日
第 6 7 4 回 常 議 員 会 決 議