

# 超観光立国

## ～1億人・30兆円の目標実現に向けて～ (抜粋)

2016年3月25日  
Hello, Future!



観光立国PT

# エグゼクティブサマリー

## 1 インバウンド促進(1億人・30兆円の目標実現に向けて)

### (1)日本を訪れてもらう

- ✓ デジタルマーケティング戦略(情報提供プラットフォーム、政府CMO設置等)
- ✓ 航空政策の見直し(LCC拡大、4D管制、横田基地民間共用等による発着枠拡大)

### (2)滞在中に快適に過ごし、消費してもらう

- ✓ 宿泊場所の提供(ホームシェア)
- ✓ モビリティの向上(ライドシェア、情報のバリアフリー)
- ✓ 通信環境(Wi-Fi環境の整備)
- ✓ 消費拡大(キャッシュレス決済、ラグジュアリーツーリズム)
- ✓ 都市空間の魅力向上(歩行者天国活用、ナイトタイムエコノミー、集客施設)
- ✓ オリンピック・パラリンピックに向けたセキュリティ対策

訪日外国人旅行者が快適な通信環境を利用し、SNS等により日本の魅力を発信

### (3)リピーターになってもらう

- ✓ 帰国後も日本を近くに感じられる環境の提供

リピーター化

## 2 国内観光の振興

- ✓ 旅行需要の平準化(地域ごとの休暇の分散化)

## 3 観光行政の体制強化

- ✓ 観光行政の司令塔機能の強化・予算の拡充

# 都市空間の魅力向上①(歩行者天国等での道路の活用)

## 【現状】

- ✓ 歩行者天国を活用したイベントの実施により、都心での公共空間の魅力向上、世界に発信できるソフトパワーの育成が期待できる。
- ✓ しかし、銀座・秋葉原等の都心の歩行者天国では、**新規催事の開催が警視庁通達により事実上禁止**されている。

(参考)道路使用許可取扱要綱(警視庁通達)(抄)

第11 歩行者天国における許可

警察署長は、歩行者天国...については、歩行者の安全確保のために設けられているものであることから、原則として、慣習的な行事を除き、許可をしないものとする。

## 【施策】

### 《ステップ1》

- ✓ 警視庁通達を改正し、一定の安全性の担保された**新規催事を歩行者天国で開催**できる途をひらく。
- ✓ 自治体等との共催による催事等について、**歩行者天国における実証実験の実施**  
(例えば、週ごとの土日に日本各地のお祭りを公募してお祭りごとに催事を開催し、都心部の住民や訪日外国人旅行者に地方の魅力をPRする機会とすることが考えられる。また、その際、当該地方出身者の方などを公募してボランティアスタッフとして案内・誘導等で活動してもらい、オリンピック・パラリンピック開催時のボランティアスタッフとしてもそのまま活躍できるようにするといったことも考えられる。)

### 《ステップ2》

- ✓ 歩行者天国のみならず渋谷など主要都心の道路も含めて催事による使用を容易化する。
- ✓ さらに、**使用手続をオンライン化・簡素化**する。

# 参考：ニューヨーク市における歩行者天国での道路使用

## ニューヨーク市では、 催事専用の申込サイトとリアル窓口で タイムズスクエアなどの 歩行者天国や主要道路使用の申請が可能

催事主催者は、下記の催事の種類・特性に応じて申請手続きをニューヨーク市道路管理当局に申請する。

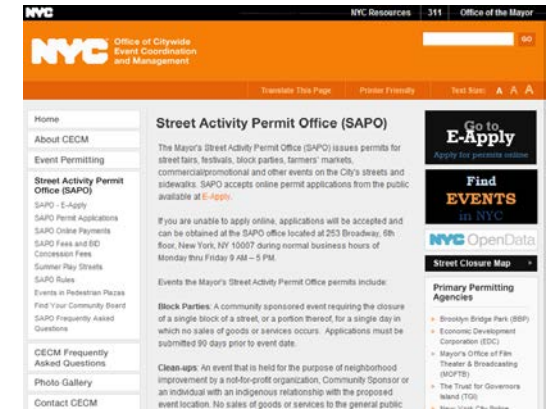
- ①Block Parties、②Clean-ups、③Farmers' Markets、④Mobile Units、⑤Religious Events、⑥Single Block ⑦Festivals、⑧Special Events、⑨Street Festival/Fairs

例：タイムズスクエアの歩行者天国エリアでの道路使用申請  
ニューヨーク市の道路使用申請許可の機関

Street Activity Permit Office (SAPO)

を通じて専用サイトまたはリアル窓口にて申請

- ※音を出す催事の場合はNYPD(ニューヨーク市警)に届出
- ※食べ物を扱う催事は保健所に届出
- ※火器または可燃性燃料使用の場合は別途消防署に届出



ニューヨーク市  
Street Activity Permit Office (SAPO)  
の催事専用の道路使用手続きサイト



【催事事例】  
ニューヨーク市タイムズスクエアで  
日本の主催者が単独初開催した  
「ドリーム夜さ来い祭りinニューヨーク」  
(2013年4月)

出典：(一財)ドリーム夜さ来い祭りグローバル振興財団

# 都市空間の魅力向上②(公園コンセッション)

## 【現状】

- ✓ 人々が集い、都市空間ににぎわいをもたらす優良コンテンツであるはずの**公園などの公共空間の活用が不十分**
- ✓ 海外(ニューヨーク市)には、公園に民間事業者の創意工夫を活用することにより、公園内ににぎわいをもたらしているだけでなく、エリア全体の価値向上、自治体の歳入増加にも貢献している事例が存在

## 【施策】

- ✓ **公園コンセッション(公園内営業権の入札)の実施**により公園を民間事業者に開放し、「稼ぐ公園」へと進化させる。
- ✓ 公園以外の公共空間においても同様にコンセッションを実施することも考えられる。



# 参考：ニューヨーク市における公園の活用事例

## ニューヨーク市では、 公園においてコンセッション(公園内営業権)の入札 を実施し、公園を民間事業者に開放

ニューヨーク市内の5つの行政区内の公園で、およそ500のコンセッション(営業権)が運営されている。

コンセッションは、主にフードサービスとレクリエーションの2つのカテゴリーに分かれており、フードサービスはホットドッグカートからレストランまで様々なものが、レクリエーションはアイススケートリンク、ゴルフコースなどがある。

こうした公園コンセッション等を通じて、**ニューヨーク市は122億円以上の収入を得ている**とされる。(出典:Official Website of the New York City Department of Parks & Recreation)

- ✓ マンハッタンのマディソン・スクエア・パークにホットドッグカートの店舗を出店したことをはじまりとするハンバーガー店「シェイクシャック」が大人気となり、ついにはNY証券取引所の上場を果たし、日本を含む世界中に店舗を展開している事例
- ✓ ブライアント・パークでバンク・オブ・アメリカが公園の営業権の一部を買い取りスケートリンクを営業した事例



公園の中にあるシェイクシャックの店舗  
(出典:シェイクシャックウェブサイト)



ブライアント・パークのスケートリンク  
(出典:bank of America winter Village at Bryant Park ウェブサイト)

# 都市空間の魅力向上③(ナイトタイムエコノミー)

## 【現状】

- ✓ 日本の観光活性化策は昼間にどこを観光してもらうかという視点が中心であり、**夕方から夜(ナイトタイム)にかけて訪日外国人が地域でどう楽しむのかという視点が欠落**(例:名所旧跡等は夕方にはクローズするため、ナイトタイムに観光客が楽しむ場所が少ない。)
- ✓ 例えば、イギリスのリバプールでは、かつて荒廃していた区域が、ナイトタイムインダストリー(ナイトクラブ、ライブハウス、レストラン 等)の活用等により、毎週末に人々が集う場所へと再生したという事例がある。イギリスのナイトタイムインダストリーは国全体の約6%の収入を生み出しているとされ<sup>(※1)</sup>、これを**日本に当てはめると約80兆円の収入を生み出すことになる**<sup>(※2)</sup>。

※1 出典: NIGHT TIME INDUSTRY ASSOCIATIONウェブサイト

※2 平成24年経済センサスの日本の全産業の総売上高(約1,336兆円)に6%をかけあわせたもの。

## 【施策】

観光地が昼間だけでなくナイトタイムにおける魅力を磨き上げ、**ナイトタイムエコノミーを推進**させることにより、**観光客の滞在中の満足度を向上**させるとともに、**消費拡大に伴う大きな経済効果**を生み出すことが期待できる。

- ✓ ナイトクラブの営業時間延長(風営法の改正)
- ✓ ナイトミュージアム、ナイトツアー、ナイトコンサートの実施
- ✓ 統合型リゾートの推進
- ✓ 例えば、イギリスの「パープルフラッグ」のように、**一定の水準に適合した地域を認証**する制度を作ることも考えられる。