

第3章

観光立国の実現と美しい国づくり

第1節

観光をめぐる動向

II

第3章

観光立国の実現と美しい国づくり

1 観光立国の意義

観光は、急速な成長を遂げるアジアをはじめとする世界の需要を取り込むことによって、人口減少・少子高齢化が進展する中、国内外からの交流人口の拡大によって地域の活力を維持し、社会を発展させるとともに、諸外国との双方向の交流により、国際相互理解を深め、国際社会での日本の地位を確固たるものとするためにも、極めて重要な分野である。

2 観光の現状

(1) 国民の観光の動向

平成26年の国内宿泊観光旅行の平均宿泊数は2.12泊（前年2.25泊）、平均回数は1.29回（前年1.39回）、帰省・ビジネスも含めた国内宿泊旅行の消費額は約14.3兆円（前年15.8兆円）であり、前年に比べ宿泊数、回数、消費額共に減少した。

また、26年の海外旅行者数は、対前年比3.3%（約57万人）減の約1,690万人となり、26年の海外旅行消費額は約4.5兆円と、前年（約4.5兆円）に比べて減少した。

(2) 外国人の訪日旅行の動向

平成26年の訪日外国人旅行者数は、約1,341万人（対前年比29%増）となり、史上初の1,000万人を達成した25年を300万人上回るものであり、2020年2,000万人という目標に向けて、大きく前進。

国籍・地域別では、台湾が約283万人（対前年比28%増）、次いで韓国が約276万人（対前年比12%増）、中国が約241万人（対前年比83%増）の順となっている。また、ビジット・ジャパンの市場別では、韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシ

ア、フィリピン、ベトナム、インド、オーストラリア、米国、カナダ、フランス、ドイツが過去最高

図表 II-3-1-1 訪日外国人旅行者数の推移



(注) 2013年以前の値は確定値、2014年1～10月の値は暫定値、2014年11～12月の値は推計値、%は対前年（2013年）同月比

資料) 日本政府観光局 (JNTO)

を記録した。

旅行者数の増加に伴い、26年の訪日外国人旅行消費額は前年比43.1%増（6,111億円増）の2兆278億円と過去最高を記録した。

コラム 注目が高まるインバウンド消費

Column

外国人旅行者数の増加とともに、訪日外国人の国内での消費拡大による我が国経済への貢献や地域経済の活性化が期待されています。アジアからの外国人旅行者を中心に日本でのショッピングに対する期待は高く、全消費額の約33%をショッピングが占めるなど、ショッピングの位置づけは極めて大きいものとなっています。これは、円安方向への推移により訪日旅行が割安になったことに加え、平成26年10月1日より消費税の免税対象品目が拡大したことにより、購買意欲が促進されたことが一因と考えられます。

平成元年の消費税創設以来、食料品・飲料品・医薬品・化粧品等の消耗品は免税対象外とされてきましたが、26年度税制改正において、一定の不正防止措置を講ずることを前提に免税対象化され、併せて、免税書類の書式の弾力化及び手続の簡素化が行われ、利便性向上を実現しました。

その結果、地域ならではの銘菓や地酒などの名産品が新たに免税対象となり、全国各地のホテルや旅館のお土産コーナー、物産センター、地方空港の売店などでも免税店が広がり、26年10月1日現在の全国の免税店舗数は合計で9,361店となり、この半年間で3,584店増加しました。また、免税店のさらなる拡大及び利便性の向上を図る観点から、27年4月より商店街等で各店舗の免税販売手続を「免税手続カウンター」でまとめて行うことができる制度等が創設されました。

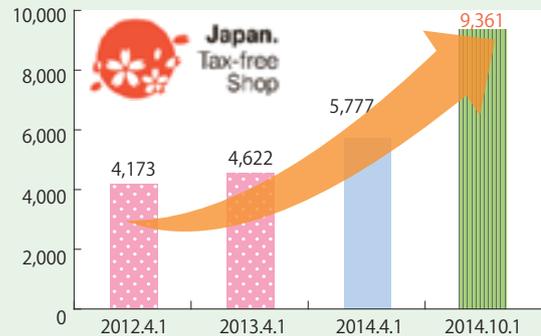
また、免税店のブランド化・認知度向上のため、新たに「免税店シンボルマーク」を創設。この免税店シンボルマークの使用申請にあわせて、免税店の店舗情報を提供してもらい、これをJNTOのウェブサイトで発信する新たな制度を構築。現在、全国の約8,600の免税店の「活きた情報」を取得し、情報発信に取り組んでいます。

●地方の免税店拡大（事例）
かがわ物産館「栗林庵」（香川県）

対象品目の拡大（26年10月1日より）



資料) 国土交通省
全国の免税店数の推移
(単位: 店)



資料) 国土交通省

- ・特別名勝「栗林公園」敷地内にある物販店を免税対応化。
- ・新たに外国人観光客用のカウンターを備え付けるとともに、免税カウンターの設置やレジシステム導入等、対応をスムーズに行う工夫をしている。
- ・香川県の食を代表する「うどん」や「オリーブ」、名菓、漆器、昔ながらの「張り子の虎」、稀少糖等を販売。



資料) 国土交通省

黒潮市（和歌山県）

- ・和歌山マリーナシティの黒潮市場とホテル内のショップを免税対応化。
- ・案内看板・ポスター等制作し掲示するとともに、研修の実施。また中国語を話せるスタッフを配置している。
- ・和歌山県産品の干物、醤油、梅酒、和歌山ラーメン等を販売。



資料) 国土交通省

(3) 観光産業の動向

①旅行業

平成26年度の主要旅行業者50社の取扱額は、6兆4,196億円（対前年度比101.2%）となった。取扱額の内訳については、海外旅行が約2兆2,033億円（対前年度比98.4%）、国内旅行が約4兆1,036億円（同102.1%）、訪日外国人旅行が約1,125億円（同135.2%）となった。

②宿泊施設（ホテル・旅館）の客室稼働数

平成26年度のホテル・旅館の客室稼働率（速報値）は、シティホテルで78.0%（前年75.7%）、リゾートホテルで54.5%（前年52.5%）、ビジネスホテルで73.8%（前年69.5%）、旅館で35.9%（前年35.9%）となった。

第2節

観光立国の実現に向けた取組み

内閣総理大臣主宰による観光立国推進閣僚会議にて、平成25年6月11日に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を決定し、観光立国に向けた取組みを強化した結果、25年は史上初の訪日外国人旅行者数1,036万人となった。さらに、2020年、訪日外国人旅行者数2,000万人を目指すべく、26年1月17日、総理よりアクション・プログラムの改定について指示を受け、同年6月17日に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」を決定した。このアクション・プログラム2014の実施に政府一丸、官民一体となって取り組んだ結果、26年の訪日外国人旅行者数は過去最高の1,341万人となった。

1 「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興

平成26年度においては、ブラジルで開催されたFIFAワールドカップブラジル大会を好機と捉え、26年6月12日～7月13日の期間に、官民一体となって運営されている「JAPAN OMOTENASHI PAVILION」に参加し、世界中から集まるサッカーファンに向けて、日本の魅力を発信するとともに、訪日促進映像の発信や、ファッション、伝統文化、ポップカルチャー等のスペシャルイベント等を実施し、日本への理解を深めてもらい、より効果的な訪日意欲を喚起した。訪日外国人旅行者の受入環境の整備については、無料公衆無線LAN環境の整備促進、多言語対応の改善・強化、ムスリム旅行者対応の強化、CIQ体制の拡充を含む空港や港における出入国手続の迅速化・円滑化、二次交通の充実、決済環境の改善等に取り組んだ。

2 インバウンドの飛躍的拡大に向けた取組み

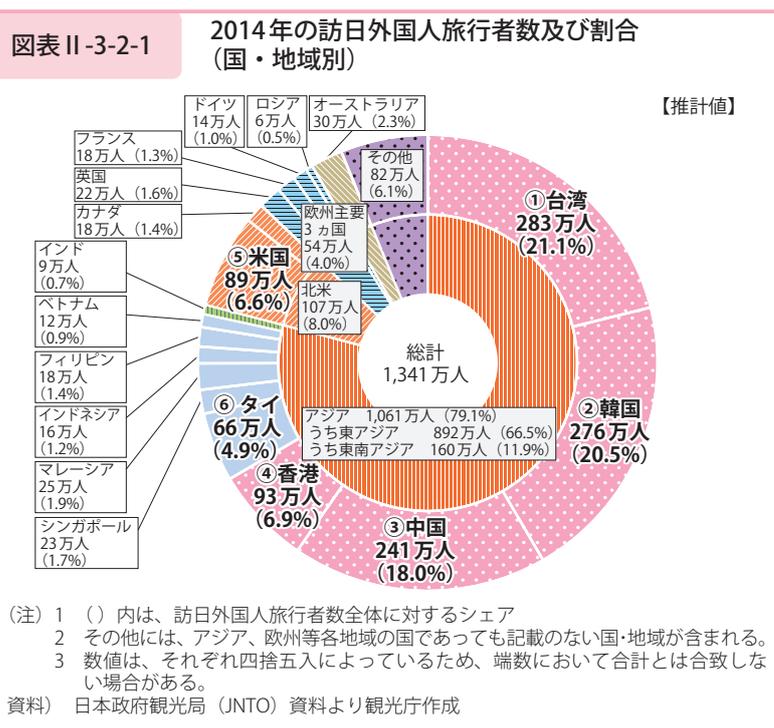
官民一体となったオールジャパンの体制により、我が国の観光魅力を海外に発信することによって、訪日を促進するビジット・ジャパン事業を展開している。

具体的には、①海外旅行会社の招請やツアー共同広告の実施等の現地旅行会社向け事業、②海外広告宣伝や海外メディアの招請等の現地消費者向け事業、③広域で連携した外国人誘客の取組みを地域と運輸局等が共同で実施する地方連携事業、④在外公館をはじめとする関係省庁や民間企業と連携したオールジャパンによる訪日旅行促進における取組みをビジット・ジャパンの訪日市場（韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、オーストラリア、米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ）を中心に実施した。

3 ビザ要件の緩和等による訪日旅行の容易化

平成26年は、インドネシア、フィリピン及びベトナムについて、同年9月30日に数次ビザの発給要件緩和、同年11月20日に一次ビザの申請手続き簡素化を行うとともに、同年12月1日にIC旅券事前登録制によるインドネシア向けビザ免除を開始した。また、同年7月3日にインド向け数次ビザを導入し、同年8月にはブラジル向け数次ビザ導入を決定したほか、27年1月19日から、中国人向け数次ビザの発給要件を緩和した。

また、海外富裕層の長期滞在需要の取り込みにつなげるべく、長期滞在制度の検討を進めた。



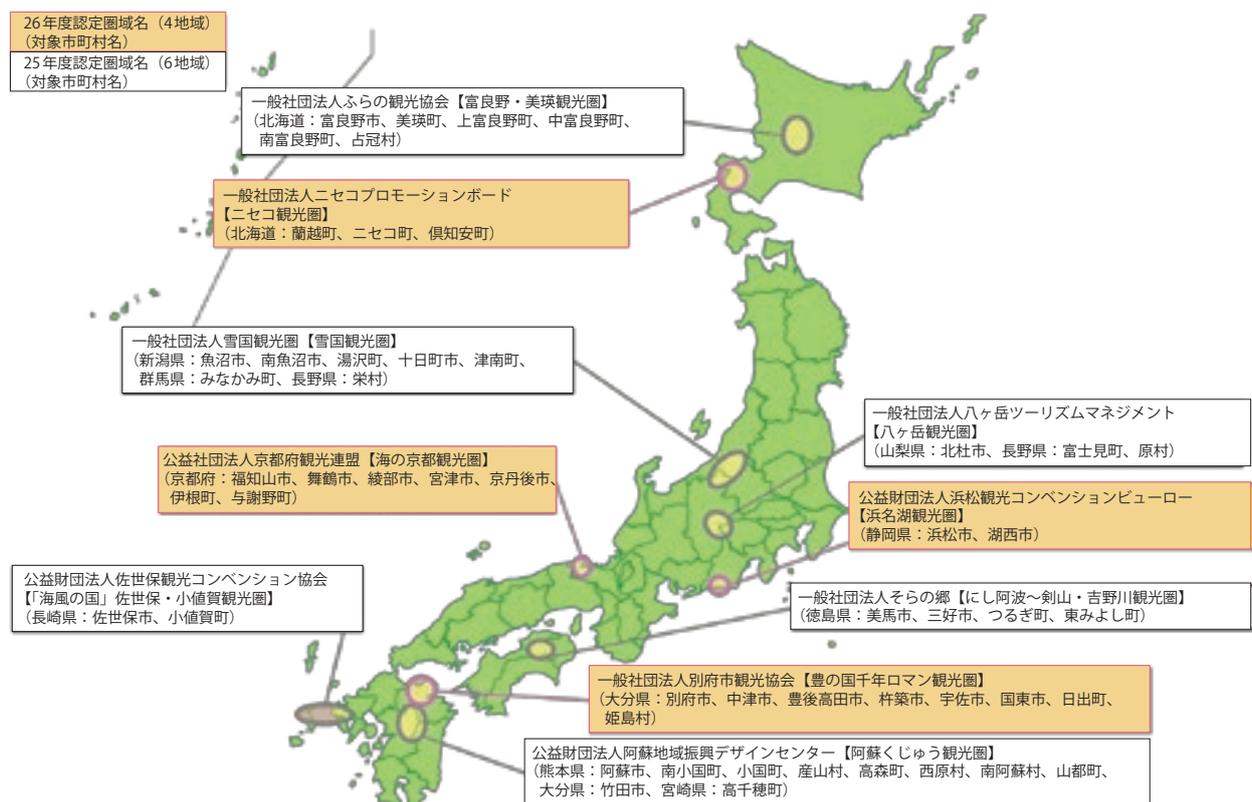
4 世界に通用する魅力ある観光地域づくり

(1) 国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成

特定のテーマをもって国内外に訴求する際立った魅力をもつ観光地域を創出するため、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律（観光圏整備法）」に基づき、滞在交流型観光に対応できる区域として「観光圏」の整備を促進しており、平成26年度は海の京都観光圏等4観光圏を認定した。併せて、当該10観光圏に対し、「観光地域ブランド確立支援事業」により、地域のブランド戦略策定及びブランド戦略に基づく事業実施を支援した。

また、地域間の広域連携を強化して情報発信力を高めるとともに、対象市場に追求するストーリー性やテーマ性に富んだ多様な広域観光周遊ルートの形成を促進するため、「広域観光周遊ルート形成促進に向けた海外需要基礎調査事業」として、訪日外国人旅行者の動向把握により受入環境整備等の必要性の高い地域を明らかにするとともに、訪日旅行市場に関する調査・分析により今後の誘客施策のターゲットの明確化を行っている。

図表 II-3-2-2 新基本方針に基づく観光圏整備実施計画認定地域



(注) 平成26年7月4日現在

資料) 国土交通省

(2) 観光資源を活かした観光地域づくりの支援

地域の魅力ある観光資源を活かし、地域経済の活性化を図るためには、地域自らが自立的・継続的に着地型旅行商品（体験・交流型プログラム）を開発・販売できる仕組みが必要である。

このため、平成26年度は「観光地ビジネス創出の総合支援事業」を実施し、全国から45地域を選定し支援を行った。具体的には、専門家（目利き）を派遣し、ワークショップ等を通じて造成した旅

行商品について、モニターツアーを実施し、ウェブサイト等により情報発信するなどの取組みを支援した。また、45地域を対象にした実践的な研修や旅行会社との商談会を実施することにより、観光資源の着実な商品化を目指すとともに、収益をさらなる着地型旅行商品開発に充てることが可能となるビジネスモデルの構築に取り組んだ。

また、全国に広がった「道の駅」は、約7割が観光案内所を有し、地域を訪れた人が最初に訪れるゲートウェイとなり、着地型観光の受入基地としても機能する。26年度は、地域の観光総合窓口機能、インバウンド観光の促進等、優れた「道の駅」を関係機関と連携して重点支援する、重点「道の駅」制度を創設した。

5 外国人旅行者の受入環境整備

2020年に向けて、訪日外国人旅行者数2,000万人の高みを目指していくためには、訪日外国人旅行者の快適・円滑な移動・滞在のための環境整備を図ることによって、訪日外国人旅行者が日本に来てよかったと満足して帰国し、リピーターとして再度訪日することが極めて重要である。

このため、平成26年度は、以下の取組みを実施した。

外国人旅行者ができるだけ「言葉の壁」を感じることなく訪日旅行を楽しむことができるよう、多言語対応については26年3月に策定・公表した美術館・博物館、自然公園、観光地、道路、公共交通機関など幅広い分野で共通するガイドラインに従って、関係省庁と連携し、表記の統一性・連続性の確保を図るための取組みを推進した。また、「道路標識、区画線及び道路標示に関する命令」の一部を改正し、道路案内標識が外国人旅行者にも分かりやすいものとなるよう、主要な観光地等において、「ローマ字」から「英語」への改善に取り組んでいる。通訳案内士制度については、創設60年以上が経過しているが、訪日外国人旅行者数が1,300万人を超え、2,000万人を目指す中、案内士の質と量について課題が指摘されている。このため、26年12月、幅広い関係者による「通訳案内士制度のあり方に関する検討会」を開催し、改善方策の検討に着手している。

外国人旅行者が一人歩きできる環境整備を図るため、総務省と連携して「無料公衆無線LAN整備促進協議会」を26年8月に設置した。本協議会を通じて、無料公衆無線LAN環境の更なる整備促進、周知・広報、認証手続の簡素化について取組みを推進した。

「クルーズ100万人時代」の実現に向けて、港湾局に設置したワンストップ窓口においてクルーズ船社等からの問い合わせに一元的に対応するとともに、「全国クルーズ活性化会議」と連携して、クルーズ船社、港湾管理者等が参加する商談会・シンポジウムの開催や、港湾施設の諸元や寄港地周辺の観光情報を一元的に発信するウェブサイトの充実を図った。また、既存施設を有効活用しつつ、旅客船ターミナルの機能強化を図った。

更なる成長が期待される東南アジアをはじめとするイスラム圏からの訪日を促進するため、ムスリム旅行者が飲食店でスムーズな選択ができるよう、飲食店等の受入施設向けの手引き（ガイドンス）を策定するとともに、セミナーを開催し、メニュー・食材、食器・調理環境等の情報発信を促進した。また、地域等における飲食店や礼拝場所などムスリム旅行者が必要とする情報発信を強化した。

併せて、CIQ体制の拡充を含む空港や港における出入国手続の迅速化・円滑化、二次交通の充実、海外発行クレジットカードに対応したATMの設置の促進など決済環境の改善、宅配サービス等を活用した訪日外国人旅行者による「手ぶら観光」の促進等に取り組んだ。

6 MICEの誘致・開催の促進と外国人ビジネス客の取り込み

国際会議等（MICE）^注の誘致・開催の促進は、海外の人と知恵を我が国に呼び込み、開催地域を中心とした大きな経済効果、ビジネス・イノベーションの機会の創出、国・都市の競争力・ブランド力の向上等の幅広い意義を有している。国際会議協会（ICCA）統計によると、国際会議の開催件数は、世界的に増加傾向にあり、中でもアジアは急速な経済成長を背景として、世界でも開催件数の成長が著しい地域となっている。我が国の平成25年における開催件数は、342件で世界第7位、直近では2年連続でアジアNo.1であるが、アジアの競合国では、MICEの積極的な誘致活動を展開しており、我が国はより一層厳しい誘致競争にさらされ国際競争力が相対的に低下しつつあり、これを強化することが必要である。

「日本再興戦略」において掲げられた「2030年にはアジアNo.1の国際会議開催国としての不動の地位を築く」という目標に向け、①海外競合都市との厳しい誘致競争に打ち勝つことのできる「グローバルMICE都市」の育成、②国際会議誘致の啓発・広報や誘致活動等を行う「MICEアンバサダー」に、学会等で国内外に影響力のある方々を任命、③歴史的建造物や公的空間等で会議・レセプションを開催することにより特別感や地域特性を演出するユニークベニューの利用促進を量的・質的に拡大を図る等の取組みを実施した。

MICE誘致の取組みの結果、27年の「シーグラフ・アジア2015」の神戸開催（参加予定人数6,000人）、30年の「世界牛病学会2018」の札幌開催（同2,000人）等の大型国際会議の日本開催が続々と決定した他、台湾から約2,000名規模でインセンティブ旅行が実施される等大型インセンティブ旅行の催行が増加した。

7 観光産業の強化

（1）旅行業者への安全マネジメントの普及

平成25年度の旅行産業研究会において、旅行業界全体への安全マネジメントの導入徹底の重要性が示されたことを踏まえ、安全マネジメントに馴染みのない中小の旅行業者を含む旅行業者を対象に、安全マネジメントの普及啓発を行った。

（2）オンライン旅行取引に関するガイドラインの策定

インターネット取引が増加するなか、「旅行業法」の適用を受けていない海外オンライン旅行取引事業者（OTA）や自ら契約主体とはならない場貸しサイト等が数多く存在している。多くの消費者が契約の相手や条件がわからないまま契約を結んでいること等を踏まえ、旅行契約の安全・安心の確保によるトラブルの未然防止のため、オンライン取引の際の表示に関するガイドラインを策定した。

（3）宿泊施設における情報発信について

外国人旅行者向けに、日本の多様な宿泊施設に関する情報をわかりやすく提供する総合案内サイトをJNTOのウェブサイトにて設けた。これにより、特に、日本特有の宿泊施設である旅館のブランド化

注 「MICE」とは、企業等の会議（Meeting）、企業の行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive（Travel））、国際会議（Convention）、展示会・見本市（Exhibition）の頭文字

を進め、海外における認知度・関心を高めるとともに、海外への情報発信力が課題となっている個々の施設のウェブサイトへ誘導を可能にした。

(4) ユニバーサルツーリズムの促進

高齢者・障害者等を含む誰もが旅行を楽しむことができる環境を整備するため、地域における一元的な相談窓口の立ち上げ、ウェブサイトによる発信・多言語化等、活動強化に向けた取組みを行った。また、ユニバーサルツーリズムに取り組む旅行業者を拡大するための検討を行った。

(5) 観光産業の人材の育成

地域経済において重要な役割を果たす旅館・ホテルの経営者層を対象に、経営改善に向けた意識啓発を目的としたセミナーおよびeラーニングによる講義配信を実施した。また、観光産業に対する理解の促進と就業意識の醸成のため、関係団体や企業の協力を得て、大学生を対象としたインターンシップ事業を実施した。

(6) 海外の観光関連企業の誘致

JETROにおいて、海外の有望な観光関連企業（LCC、ホテル、ツアーオペレーター等）を発掘して、我が国に誘致し、日本の観光産業の活性化を図った。

8 休暇取得の促進

政府は、ワークライフバランスの改善とともに地域活性化を図るため、地域の伝統行事やイベントに合わせた地域独自の休日として「ふるさと休日」の設定を推奨しているところである。これを受け観光庁では、学校休業日の柔軟な設定と企業の有給休暇促進により子供と大人の休みのマッチングを図ってきた「家族の時間づくりプロジェクト」を拡充し、連休の創出のみならず「ふるさと休日」の実施に向けた支援を行うなど、全国的な休み方改革の動きを先導している。

また、企業・団体向けには、内閣府、厚生労働省、経済産業省と共同で休暇を前向きにとらえて楽しむ「ポジティブ・オフ」運動を推進しており、平成26年度末現在で450の企業・団体が賛同している。

9 観光に関する統計の整備

観光政策の戦略的立案及び成果の検証に活用するため、「旅行・観光消費動向調査」、「宿泊旅行統計調査」、「訪日外国人消費動向調査」を実施してきた。

特に、宿泊旅行統計調査は速報性を強化するため、関係部署との調整を進め、平成27年4月分調査より、調査期間を現行の四半期毎から毎月に変更した。さらに、訪日外国人消費動向調査は、地方を訪れる訪日外国人の実態をより詳細に把握するため、27年1-3月期調査より調査対象空海港の増加（11カ所から18カ所に）、調査対象国籍・地域の増加（18市場からイタリア、スペインを追加した20市場に）に伴い、1四半期の標本数を6,600から9,700票に拡充した。

また、各運輸局において、都道府県・市町村、シンクタンク、報道関係者等への説明会を開催する等、広報活動に努めた。

第3節

良好な景観形成等美しい国づくり

1 良好な景観の形成

(1) 景観法等を活用したまちづくりの推進

「景観法」に基づく景観行政団体^注は平成26年9月30日時点で638団体に増加し、景観計画は449団体で策定されるなど、良好な景観形成の取組みが推進されている。また、景観行政団体となることで都道府県事務であった「屋外広告物法」に基づく条例制定を行った市町村は、27年4月1日時点で68団体に増加しており、総合的な景観まちづくりが進められている。

(2) 社会資本整備における景観検討の取組み

景観に配慮した社会資本整備を進めるため、地域住民や学識経験者等の多様な意見を聴取しつつ、事業後の景観の予測・評価を行い、事業案に反映させる取組みを推進している。

(3) 無電柱化の推進

良好な景観の形成や観光振興、安全で快適な通行空間の確保、道路の防災性の向上等の観点から、道路の新設又は拡幅との同時整備などの多様な整備手法の周知等により無電柱化を推進している。

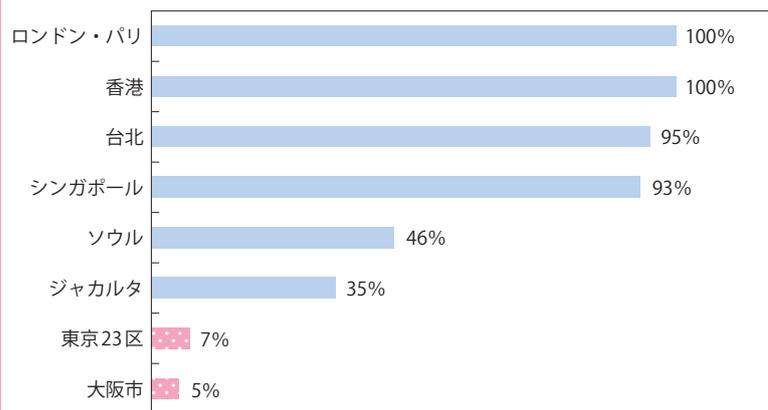
(4) 「日本風景街道」の推進

多様な主体による協働の下、道を舞台に、地域資源を活かした修景・緑化を進め、観光立国の実現や地域の活性化に寄与することを目的に「日本風景街道」を推進している。平成27年3月末現在135ルートが日本風景街道として登録されており、「道の駅」との連携を図りつつ、道路を活用した美しい景観形成や地域の魅力向上に資する活動を支援している。

(5) 水辺空間等の整備の推進

河川全体の自然の営みを視野に入れ、地域の暮らしや歴史・文化との調和にも配慮し、河川が本来有している生物の生息・生育・繁殖環境及び多様な河川景観を保全・創出するための「多自然川づくり」を全ての川づくりにおいて推進している。また、河川環境教育の場として利用される「水辺の楽

図表II-3-3-1 欧米主要都市等と日本の電線地中化の現状



※1 ロンドン、パリは海外電力調査会調べによる2004年の状況（ケーブル延長ベース）
 ※2 香港は国際建設技術協会調べによる2004年の状況（ケーブル延長ベース）
 ※3 台北は国土交通省調べによる2013年の状況（道路延長ベース）
 ※4 シンガポールは海外電気事業統計による1988年の状況（ケーブル延長ベース）
 ※5 ソウルは国土交通省調べによる2011年の状況（ケーブル延長ベース）
 ※6 ジャカルタは国土交通省調べによる2014年の状況（道路延長ベース）
 ※7 日本は国土交通省調べによる2013年度末の状況（道路延長ベース）

資料) 国土交通省

注 都道府県、政令指定都市、中核市又は都道府県知事とあらかじめ協議した上で、景観行政事務（「景観法」第2章第1節から第4節まで、第4章及び第5章の規定に基づく事務）を処理する市町村をいう。

校プロジェクト」や、地域の取組みと一体となった「かわまちづくり」支援制度、「水源地域ビジョン」に位置づけられた治水上及び河川利用上の安心・安全に係る河川管理施設の整備を推進している。

また、公共下水道雨水渠等の空間を活用した、せせらぎ水路の整備や下水処理水をせせらぎ用水として活用するための施設整備等を推進し、下水道の持つ施設空間や下水処理水を活用した水辺の再生・創出に取り組んでいる。さらに、汚水処理の適切な実施により、良好な水環境を保全・創出している。

2 自然・歴史や文化を活かした地域づくり

(1) 我が国固有の文化的資産の保存・活用等に資する国営公園の整備

我が国固有の優れた文化的資産の保存及び活用等を図るため、国営公園の整備を推進しており、国営飛鳥・平城宮跡歴史公園をはじめ、17公園が開園している。平成26年度には、国営飛鳥・平城宮跡歴史公園（飛鳥区域）において、キトラ古墳周辺地区等の整備を行った。

(2) 古都における歴史的風土の保存

京都市、奈良市、鎌倉市等の古都においては、「古都における歴史的風土の保存に関する特別措置法（古都保存法）」に基づき、建築物等の新・増・改築、宅地の造成等行為の制限を行うとともに、土地の買入れなどの古都保存事業や普及啓発活動等を実施することにより、歴史的風土の保存を図っている。

(3) 歴史的な公共建造物等の保存・活用

地域のまちづくりに寄与するために、長く地域に親しまれてきた歴史的な官庁施設の保存・活用を推進するとともに、歴史的砂防施設（平成27年3月31日現在、重要文化財2件、登録有形文化財183件）及びその周辺環境一帯を地域の観光資源の核として位置付け、環境整備を行うなど、新たな交流の場の形成に資する取組みを促進している。

(4) 歴史文化を活かしたまちづくりの推進

地域の歴史や伝統文化を活かしたまちづくりを推進するため、「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律（歴史まちづくり法）」に基づき、49市町（平成27年3月31日現在）の歴史的風致維持向上計画を認定し、計画に基づく取組みを支援している。また、歴史的まちなみの形成における共通課題の解決に向け、全国の10地域で実証的な検討調査を実施するとともに、景観・歴史資源となる建造物の改修等の支援を行った。

ドボクアート 砂防ダム巡りツアー（長野県小谷村）
地域を守る歴史的砂防施設を活用した観光・交流活動を推進



資料) 国土交通省

(5) 水辺とまちの未来創造プロジェクトの推進

美しさと風格を備えた魅力ある水辺空間をまちづくりと一体となって生み出し、にぎわい・活力や自然豊かな景観等を保全・創出するための取組みを、住民、企業、行政が一体となって推進する。特に、東京では、2020年オリンピック・パラリンピック開催も見据え、隅田川等において関連する取組みを推進する。

ロゴを用いた機運を高める取組み



資料) 国土交通省

コラム

水のまち東京の舟運活性化

Column

2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の期間中には観客及び大会スタッフ等の補完的な輸送手段として、水上交通における円滑な移動の確保が必要になってくるとともに、増加する訪日外国人観光客等に対し多言語化等の取組みを通じて利便性の向上を図っていくことが重要です。

また、大会の施設の多くが東京湾岸を中心とする水辺エリアに立地していることもあり、大会の開催は東京の河川、港湾の水辺空間と一体となって、東京の舟運を積極的にPRし、盛り上げていく良い契機でもあります。

このため、大会に向けて増加が見込まれる訪日外国人や日本人観光客への対応、東京の水辺空間及び舟運のPRや集客等の諸課題に関する関係者の意見交換、相互連携の場として、平成26年2月に「水のまち東京における舟運活性化に関する関係者連絡会」を設置し、27年3月末までに4回開催しました。26年9月には、この取組みの一つとして、ツーリズムEXPOジャパンにご来場された外国の旅行事業者を対象とした屋形船のPRを実施しました。乗船者からは、船内での料理、屋形船から見る東京の夜景等に感動したとの声が多く寄せられ、非常に好評を博しました。乗船いただいた外国の旅行事業者には、日本の屋形船の魅力を広めていただけることを期待しています。

今後も、連絡会の場を活用して、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会開催に向けて増加が見込まれる観光需要への対応、東京の水辺空間及び舟運のPR、環境整備等の諸課題について検討していくこととしています。

隅田川を航行する水上バス



資料) 国土交通省

連絡会（東京・浅草）の様子



屋形船を楽しむ外国人の様子

