

指定都市市長会
観光・MICE・クールジャパン
戦略プロジェクト

報告書



平成 28 年 5 月 31 日

目 次

1. 本報告書のねらい	1
2. クールジャパンについて	4
(1) 現状と課題	
(2) 各市の主な取組み	
(3) 国に期待する役割	
(4) 提言内容の検討	
(5) 国提言の実施	
3. インバウンドについて	15
(1) 意見交換テーマ	
(2) 意見交換 ①	
(3) 意見交換 ②	

1. 本報告書のねらい

インバウンドやクールジャパンは、力強い日本経済を立て直すための成長戦略の柱に位置付けられているところであり、日本がさらなる成長を遂げていくための新たな「稼ぐ力」として、大いに期待されている分野である。

2020年に、全世界の注目を集める東京オリンピック・パラリンピックを控える中、この絶好の機会を逃すことなく、それぞれの地域が持つ魅力を発掘し、磨きあげ、そして効果的に発信していくことが重要であり、指定都市ならではの強みやアイデアを活かし、インバウンドやクールジャパンを地方から戦略的に推進していくための政策提言を検討することを目的に、『観光・MICE・クールジャパン戦略プロジェクト』（以下、プロジェクトという。）が設置された。

プロジェクトにおいては、「クールジャパン」と「インバウンド」の2つのテーマについて検討を行った。

クールジャパンについては、各市の取組みや課題、国に期待する役割等を踏まえ、指定都市が周辺地域を牽引し、地方からクールジャパンを推進することのできる仕組みづくり等について検討を行い、平成27年12月に国提言を実施した。

また、インバウンドについては、訪日外国人客が過去最高を記録し、2020年に向けてさらなる増加が見込まれる中、意見交換等を通じて、拠点都市としての広域的な取組みや、訪日外国人旅行者の急増に伴う課題及び対策等について検討を行った。

本報告書は、プロジェクトの活動を通じて整理を行ったクールジャパンに関する政策提言や、インバウンドを推進していく上での各市の取組み、課題等に関する意見交換内容を取りまとめたものであり、本報告書が今後の各市における施策推進の一助となることを期待するものである。

観光・MICE・クールジャパン戦略プロジェクト 参加市長一覧

福岡市長	たかしま そういちろう 高島 宗一郎（担当市長）
札幌市長	あきもと かつひろ 秋元 克広
仙台市長	おくやま えみこ 奥山 恵美子
さいたま市長	しみず はやと 清水 勇人
千葉市長	くまがい としひと 熊谷 俊人
川崎市長	ふくだ のりひこ 福田 紀彦
静岡市長	たなべ のぶひろ 田辺 信宏
堺市長	たけやま おさみ 竹山 修身
熊本市長	おおにし かずふみ 大西 一史

【スケジュール】

平成27年 7月13日	第1回 プロジェクト会議
	第39回 指定都市市長会議



8月～11月	課題整理，提言検討 (プロジェクト構成市との調整，20市への意見照会)
--------	--



12月3日	国提言
-------	-----



12月25日	第2回 プロジェクト会議
	第40回 指定都市市長会議



平成28年 5月31日	指定都市市長会議 in 名古屋 ※活動結果報告
----------------	-------------------------

2. クールジャパンについて

(1) 現状と課題

クールジャパン戦略は、日本の魅力を世界へ発信し世界の成長を取り込むことで、我が国の経済成長につなげることを目的とした取組みであり、地方においても、クールジャパンに関する情報発信と海外への商品・サービスの展開を通じて、地域経済の活性化や訪日外国人旅行者数の増加等による消費拡大という波及効果が期待される場所である。

しかしながら、海外展開する企業や資金、人材などは東京に集中している状況にあり、地方から展開していくためには、情報発信力の強化や海外ビジネスの拡大、人材の育成・確保等の観点で様々な課題がある。

地方からクールジャパンを推進していく上での課題を、東京との比較の視点で整理すると、次ページのようになる。

【東京との比較による地方の課題】

東京の強み

①海外展開企業・機能の集積

- ・海外展開している企業やプロデューサーが多数在籍
- ・マーケティング機能等が充実

②資金調達

- ・海外展開の専門部署を持ち、予算も確保している企業が多数

③オリジナルコンテンツの保有

- ・政策委員会への出資企業や放送キー局などコンテンツの権利を保有する企業が集積

④クリエイティブ人材の集積

- ・最先端の技術者やクリエイターが全国から集積

⑤文化的環境の良さ

- ・クリエイターの感性を刺激するような場やイベント等が多数存在

地方の課題

①海外展開する力・ノウハウが弱い

- ・海外と繋がる情報や機会の不足
- ・海外市場を開拓するプロデューサーの不足
- ・マーケティング方法が分からない企業多数
- ・コンテンツを海外向けにローカライズするノウハウの不足

②海外展開する体力がない

- ・中小企業の多くは、外国語対応ができる人的・資金的な余裕がない
- ・海外展開への継続的な投資が困難
- ・企業、自治体単体で海外バイヤーが求めるコンテンツの質、量を揃えることが困難

③受託開発が中心

- ・技術力は高いが、受託開発中心

④人材の流出

- ・大学や専門学校をはじめ多くの優秀な人材を教育・輩出しているが、首都圏に流出

⑤コンテンツに触れる機会が少ない

- ・豊かな自然などストレスフリーな環境の一方、最先端のコンテンツに触れる機会が少ない



(2) 各市の主な取組み

(1) のような地方が抱える課題を克服するため、各市においては、各地の特色を国内外へ発信する取組みや、海外都市との連携、現地でのプロモーション、海外イベントへの出展、人材育成など、様々な取組みが行われている。

プロジェクト構成市における主な取組みは、以下のとおりである。

①情報発信：各地の特色を国内外へ発信	
札幌	札幌国際短編映画祭、海外ネットワーク強化事業(タイ国政府観光庁とのテレビ番組共同制作)、札幌スタイル推進事業
さいたま	さいたまるしえ(食がテーマのイベント・情報発信)、大宮盆栽美術館、ロケ地情報発信
千葉	千葉市美術館の活用、アニメと千葉都市モノレールのコラボによるラッピング列車の運行
川崎	コンテンツ活用事例の発信、デザインコンペ・フォーラム開催、かわさき名産品(お菓子等)の認定
静岡	ホビーのまち静岡(模型メーカーの集積)、コンテンツ・浮世絵・アニメを活用した情報発信
福岡	アジアンパーティ(9～10月開催の「アジアと創る」イベントの総称)、食の海外展開
熊本	熊本城武将隊、路面電車(著名デザイナーによるデザイン)

②海外展開：海外都市との連携、現地でのプロモーション、海外イベントへの出展	
札幌	映像コンテンツ販路拡大支援、食の海外展示会・バイヤー招聘等支援、外食産業海外展開支援、道産有望食品ブランド化支援
仙台	フィンランド・オウル市との協定締結によるゲーム・アプリ等の海外展開支援
さいたま	大宮盆栽JAPANブランド化事業による海外プロモーションの支援、撮影誘致
堺	ニューヨーク、パリ、シンガポール等での「堺打刃物」等の海外プロモーション
福岡	英国政府とのビジネス交流事業、FACoの開催(シンガポール、バンコク、釜山)、Japan Expo 等への出展、映像コンテンツの海外展開支援
熊本	Japan Expoへの出展、伝統工芸品の販路拡大、映画プロモーション、【検討中】映像コンテンツの海外販売支援

③人材育成：セミナーの開催、支援事業の実施など	
札幌	世界に通用するクリエイター等の人材育成
仙台	スマホ・Webアプリ開発等向けの人材育成セミナー、Global Lab Sendaiコンソーシアム
静岡	クリエイター育成・支援事業
福岡	クリエイティブ関連企業の交流促進、セミナーの開催
熊本	プロデューサー・アーティスト・パフォーマーの発掘・育成支援

※平成27年6月時点のアンケート結果

(3) 国に期待する役割

しかしながら、地方で(2)のような取組みを独自に展開したとしても、なお残る課題があり、その課題解決のために国に期待する役割は大きい。

【地方の課題】

① 情報発信力の強化

- ・ 魅力ある、時代にあったコンテンツ・製品が不足
- ・ 海外等での認知度が弱い、都市ブランディングが不足
- ・ クールジャパンの定義・方針が曖昧で共通理解に欠ける、継続的な事業展開が困難



【国に期待する役割】

●クールジャパン施策の継続・改善

- ・ J-L0P+のような地方発コンテンツの発信強化の視点を持った施策の継続
- ・ 制度の改善（手続きの簡素化、支援情報のワンストップ化）
- ・ クールジャパンの方針策定と継続的な事業展開支援のための法律制定

② 海外ビジネスの拡大

- ・ 海外販路が確立されていない。
- ・ 海外展開企業が少ない、マーケティング機能が不足
- ・ 海外展開支援機関が複数存在し、事業調整が困難



●海外市場開拓のための情報提供・支援

- ・ 各国のマーケティング情報等の集約・提供
- ・ 地方映像コンテンツの海外展開や、地方発の国際的なイベント開催等に関する支援
- ・ 海外政府との交流・連携
- ・ 海外向け PR ツール構築への財政支援
- ・ 国のブランドを活用したプロモーション

③ 人材の育成・確保

- ・ 人材不足
(事業をコーディネートする人材、グローバル人材、開発系人材)
- ・ 優秀な人材を継続的に確保する仕組みが無い



●クールジャパン関連の人材育成

- ・ 海外展開をコーディネートする人材、プロデューサー等の育成に対する支援
- ・ 人材育成のための財政等の支援

※平成 27 年 6 月時点のアンケート結果

(4) 提言内容の検討

地方からクールジャパンを積極的に推進していくためには、現状や課題等を踏まえ、制度の改善や海外展開、人材育成のサポートなど、**地方からチャレンジしやすい環境整備を行う必要がある。**

このことから、本プロジェクトでは、以下の2項目について提言内容の検討を行った。

① 地方拠点都市が周辺地域を牽引し、広域的にクールジャパンをコーディネートする仕組みづくり

- ・地方からクールジャパン戦略を推進していくためには、地域企業の顔が見える**基礎自治体において、きめ細かくサポートすることで、チャレンジしやすい環境を整理することが必要。**
- ・しかしながら、**基礎自治体が個々にサポート体制を整えることは負担が大きい。**
- ・このため、一定の人材やノウハウ等の集積がある指定都市が、**周辺自治体を牽引し、広域的にコーディネートする仕組みが必要。**

【国への提言内容】

- 指定都市における地域コンソーシアム等が窓口となり、
周辺地域の企業も含め、各種支援情報や手続きのワンストップサービス、
人材の育成など、きめ細かなコーディネートが可能となる体制整備に
対し、支援を行うこと
- 具体的には、国において、クールジャパン戦略推進の母体となる
地域コンソーシアム等に対する財政措置を講じるとともに、
きめ細かな情報提供や人材面での支援など、
地方からのクールジャパン展開を支援するための措置を講じること

② 地方映像コンテンツの海外展開に係る支援強化

- ・ 指定都市所在のテレビ局を中心とする地方の映像コンテンツ事業者は、国際映像商談会への出展等を通じて、映像コンテンツを直接海外に輸出する事業に取り組んでいるが、在京の事業者に比べ、資金力や販売ノウハウ、保有する映像コンテンツの質・量が十分でないなどの課題がある。
- ・ これらの課題に対応するためには、多くの地域が連携し、国際映像商談会に共同して出展することが効果的であり、これにより、コストの低減やノウハウの共有、映像コンテンツの充実を図ることが可能となる。
- ・ また、J-LOP+（ジェイロッププラス）は、補助対象事業の完了期限が2月末とされており、3月に実施される映像商談会に対応できていない。

【国への提言内容】

- 地方映像コンテンツの一層の輸出拡大につながる国際映像商談会への共同出展支援のスキームを確立し、地方から自立的に海外展開を行うことが可能となる仕組みづくりを行うこと
- 具体的には、地方映像コンテンツの海外展開を支援する事務局に対して財政支援を行うとともに、J-LOP+（ジェイロッププラス）の補助対象事業の完了期限延長を行うこと

（５）国提言の実施

本プロジェクトにおいて検討した内容を取りまとめ、内閣府及び経済産業省に対し、以下のとおり提言を行った。

- 【提言項目】 ① 地方拠点都市が周辺地域を牽引し、広域的にクールジャパンをコーディネートする仕組みづくり
② 地方映像コンテンツの海外展開に係る支援強化

【日 時】 平成 27 年 12 月 3 日（木）

【提 言 先】 内閣府，経済産業省

【提 言 者】 福岡市長 高島 宗一郎

【面 談】 内閣府 松本 文明 副大臣
経済産業省 北村 経夫 大臣政務官

（提言の様子）



左から 高島福岡市長，松本副大臣



左から 北村大臣政務官，高島福岡市長

○松本副大臣発言要旨

クールジャパンは複数の省庁に関連するが，とりまとめて地方の要望に応えていくのが内閣府の役割である。実際の対応は経済産業省になると思うが，内閣府として，経済産業省に対し，強く働きかけを行っていく。

○北村政務官発言要旨

地方からクールジャパンを推進していくことは重要と認識しており，地方の力を引き出せるよう，後押しを徹底していきたい。

【参考】提言書

地方からの戦略的なクールジャパン推進 に向けた提言



平成27年12月

指定都市市長会

地方からの戦略的なクールジャパン推進に向けた提言

クールジャパンは、力強い日本経済を立て直すための成長戦略の柱に位置付けられているところであり、日本がさらなる成長を遂げていくための新たな「稼ぐチカラ」として、大いに期待されている分野である。

2020年に、全世界の注目を集める東京オリンピック・パラリンピックを控える中、この絶好の機会を逃すことなく、それぞれの地域が持つ魅力を発掘し、磨きあげ、そして効果的に発信していくことが重要である。

指定都市市長会では、指定都市ならではの強みやアイデアを活かし、インバウンドやクールジャパンを地方から戦略的に推進していくために、「観光・MICE・クールジャパン戦略プロジェクト」を設置し、検討を行ってきた。

クールジャパンについては、海外展開する企業や資金、人材などが東京に集中している状況にあり、地方から展開していくためには、情報発信力の強化や海外ビジネスの拡大、人材の育成・確保等の観点で様々な課題がある。

これらの課題を克服し、地方からクールジャパンを積極的に推進していくためには、指定都市が周辺地域を牽引し、自立的にクールジャパン戦略を展開することのできる仕組みづくり等が必要であり、このことを踏まえ、国において取り組むべき事項について、以下のとおり提言する。

1 地方拠点都市が周辺地域を牽引し、広域的にクールジャパンを コーディネートする仕組みづくりについて

地方からクールジャパン戦略を推進していくためには、地域企業の顔が見える基礎自治体において、きめ細かくサポートすることで、地方からチャレンジしやすい環境を整備することが必要であるが、基礎自治体が個々にサポート体制を整えることは負担が大きい。

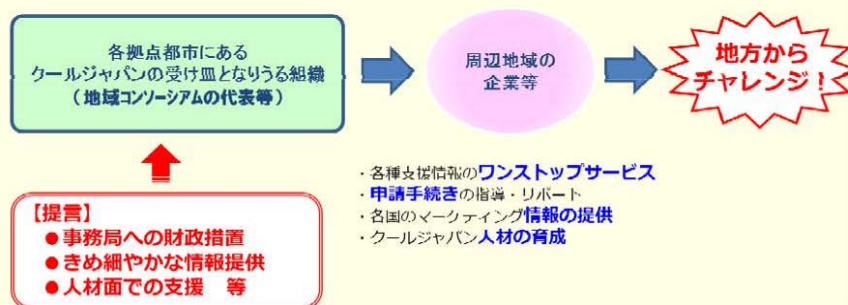
このため、一定の人材やノウハウ等の集積がある指定都市が、それぞれの周辺自治体の受け皿となるような形で地域を牽引し、広域的にコーディネートすることで、地方が自立的にクールジャパン戦略を展開できる仕組みづくりが必要である。

については、地域の拠点である指定都市において、クールジャパン戦略推進の受け皿となりうる地域コンソーシアム等が窓口となり、周辺地域の企業も含め、クールジャパンの各種支援情報や手続きのワンストップサービス、クールジャパン人材の育成など、きめ細かなコーディネートが可能となる体制整備への支援を提言する。

具体的には、国において、クールジャパン戦略推進の母体となる地域コンソーシアム等に対する財政措置を講じるとともに、きめ細やかな情報提供や人材面での支援など、地方からのクールジャパン展開を支援するための措置を講ずること。

【地域拠点型クールジャパンの強化】

国にダイレクトではなく、エリアごとの核となる地域（指定都市等）において、クールジャパン推進の受け皿となりうる団体等（産学官連携組織など）が、まずは地域できめ細かく、周辺都市も含めて広域的にクールジャパンをコーディネートすることで、地方で自立したクールジャパンの展開を目指す。



2 地方映像コンテンツの海外展開に係る支援強化について

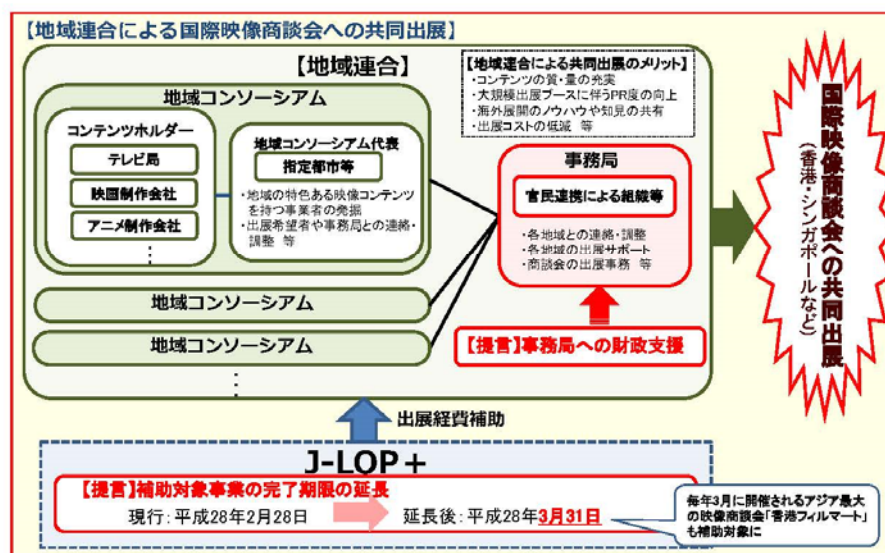
地方からクールジャパン戦略を推進していくためには、地方が持つ魅力を海外に向けて効果的に発信することが重要であり、映像コンテンツを活用することは、有効な手法の一つである。

指定都市所在のテレビ局を中心とする地方の映像コンテンツ事業者は、国際映像商談会への出展等を通じて、映像コンテンツを直接海外に輸出する事業に取り組んでおり、地方におけるインバウンド増加を大きく後押ししているが、在京の事業者に比べ、資金力や販売ノウハウ、保有する映像コンテンツの質・量が十分ではないなどの課題がある。

これらの課題に対応するためには、多くの地域が連携し、国際映像商談会に共同して出展することが効果的であり、これにより、コストの低減やノウハウの共有、映像コンテンツの充実を図ることが可能となる。

ついでには、地方映像コンテンツの一層の輸出拡大につながる国際映像商談会への共同出展支援のスキームを確立し、地方から自立的に海外展開を行うことが可能となる仕組みづくりを行うことを提言する。

具体的には、地方映像コンテンツの海外展開を支援する事務局に対して財政支援を行うとともに、J-LOP+（ジェイロッププラス）の補助対象事業の完了期限延長を行うこと。



3. インバウンドについて

(1) 意見交換テーマ

観光は、力強い日本経済を立て直すための成長戦略の柱に位置付けられており、国はもとより、各地域においても、世界に誇る魅力あふれる観光立国の実現に向けて、積極的に施策推進が図られているところである。

平成 27 年 6 月には、観光立国推進閣僚会議において、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」が決定され、以下の 6 つを柱に、政府一丸、官民一体となった取組みを強力に進めていくこととされている。

- ①インバウンド新時代に向けた戦略的取組
- ②観光旅行消費の一層の拡大, 幅広い産業の観光関連産業としての取り込み, 観光産業の強化
- ③地方創生に資する観光地域づくり, 国内観光の振興
- ④先手を打っての「攻め」の受入環境整備
- ⑤外国人ビジネス客等の積極的な取り込み, 質の高い観光交流
- ⑥「リオデジャネイロ大会後」, 「2020 年オリンピック・パラリンピック」及び「その後」を見据えた観光振興の加速

この中において、「地方創生に資する観光地域づくり, 国内観光の振興」が柱の 1 つとされるなど、地方に資する施策を積極的に推進することとされているところであり、指定都市としても、この絶好の機会を逃すことなく、積極的に取組みを推進していくことが重要となっている。

こうした中、本プロジェクトにおいては、以下の 2 つのテーマについて、各市の現況や課題等を情報共有し、意見交換を実施することとした。

【テーマ 1】

2020 年のオリンピック・パラリンピックに向けた
各市の広域的な取組みと国に期待すること

【テーマ 2】

訪日外国人旅行者の急増に伴う課題及び対策について

(2) 意見交換 ①

平成 27 年 7 月 13 日に開催した「第 1 回 観光・MICE・クールジャパン戦略プロジェクト会議」においては、『2020 年のオリンピック・パラリンピックに向けた各市の広域的な取組みと国に期待すること』をテーマに意見交換を実施した。

意見交換においては、2020 年の東京オリンピック・パラリンピックなどに向けた、周辺自治体との広域連携による観光資源の活用、情報発信に関する取組みの紹介や、セキュリティ上の課題に対処しつつ、新幹線など移動中における Wi-Fi の整備、利便性向上が必要であるといった意見、また、観光客が増加している中、空港の処理容量の限界や観光バス駐車スペースの不足、ホテルの不足など、受入環境整備に関する課題があるといった意見などが出された。

【主なご意見】

○各市における取組みの紹介（抜粋）

- ・ 周辺自治体との観光ルートづくり等
- ・ 温泉アイランド九州構想
- ・ SIM カードの配布
- ・ 海外の都市と連携した観光プロモーション
- ・ スポーツ合宿の誘致
- ・ 羽田空港へ周辺自治体と共同で観光情報発信の窓口を設置 など

○今後の課題等（抜粋）

- ・ セキュリティ上の課題に対処しつつ、広域的な Wi-Fi が使えるシステムの構築
- ・ 新幹線など移動中の Wi-Fi 環境の整備、オープン空間とクローズ空間を分けてセキュリティレベルを議論すべき
- ・ 観光バスなど受入体制の整備
- ・ 物づくりなど体験型の観光資源の発掘
- ・ ホテルの誘致 など

【参考】各市アンケート結果（抜粋）

意見交換にあたっては、事前に各構成市へアンケートを実施した。アンケート結果の概要は以下のとおり。

①2020 年に向けて、地域の拠点都市として広域的に推進したい又は検討したいと考えている取組み

- 観光資源の一体的な活用、情報発信
- 地域全体の取組体制づくり
- 広域観光周遊ルートの形成
- 航空便誘致
- 受入環境整備
 - ・ Wi-Fi の整備又は Wi-Fi と同様の効果を得られる SIM カード配布
 - ・ 観光バス乗降場・駐車場の確保
 - ・ ムスリム対応
 - ・ 多言語表記の拡充 等

②今後の取組みに関し、課題と考えていること

- 予算の確保
- 周辺自治体と一体となった事業推進の仕組みづくり
- 周辺自治体、旅行代理店等民間事業者との連携・協力
- 地方に目を向けさせる情報発信の強化
- 空港の発着枠の拡大、乗入制限の緩和
- 受入環境整備
 - ・ 観光バス・運転手・乗降場・駐車場の確保
 - ・ 周遊のための多言語対応、増加が予想されるムスリム観光客対応
 - ・ 新幹線等への Wi-Fi 整備 等

③地方から戦略的に観光施策を推進していくために国に期待すること

- 地方の拠点となる指定都市のゲートウェイ機能の強化，受入環境整備の推進
- 周遊ルート形成に向けた取組支援
- 地方の魅力，取組等に関する総合的・効果的な情報発信ポータルの整備及び支援
- 人材（キーパーソン）の派遣や人材育成に係る支援
- より一層事業者が活用しやすい消費税免税制度
- 地方が文化プログラムを効果的に実施するための取組等の推進，支援
- Wi-Fiを整備する際の目安となる整備指針の提示 等

(3) 意見交換 ②

平成 27 年 12 月 25 日に開催した「第 2 回 観光・MICE・クルージャン戦略プロジェクト会議」においては、『訪日外国人旅行者の急増に伴う課題及び対策について』をテーマに意見交換を実施した。

意見交換においては、クルーズ客船の観光客は一時的かつ集中的に増加するため、観光バスや宿泊施設の対応などにおいて、平常時とのギャップに大変苦慮しているとの意見があり、具体的には、駐車場等の確保や交通渋滞をはじめ、学校行事でもバス不足が影響していることやホテルの客室不足など、地域ごとの現状や課題等を確認した。

また、これらの対応策として、交通渋滞に関しては、まずは観光バスの分散化に取り組む必要があること、宿泊施設の不足に関しては、既存旅館の活用のほか、民泊について国の動向を注視するとともに、安全安心の確保も重視すべきといった意見があったほか、中長期的なインバウンド対策として、DMO の検討、観光地域づくりに関するプロデューサーの育成、新幹線の開業等を契機とした新たなゴールデンルートの形成、政令都市間のさらなる連携が必要など、様々な意見が出された。

【主なご意見】

○各市における課題、取組みの紹介（抜粋）

- ・観光バスの駐車場・待機場所不足、運転手の確保が困難等
- ・小中学校などの学校事業におけるバスの確保が難しい
- ・クルーズ船に関しては、一時的かつ集中的に観光客が増加するため、平常時とのギャップが大きい
- ・観光バスについて、一旦中心部で降ろし、少し離れたところで待機させる取組みを実施
- ・運転手の確保について、採用後に運転免許を取得させる取組みを実施
- ・イベントに合わせた民泊の試行を実施 など

○今後の課題等（抜粋）

- ・観光バスの分散化に向けて、インセンティブの付与など、コントロールできる仕組みづくりを検討
- ・中心地における土地の確保が課題（観光バスの駐車場、待機場等）
- ・受益者負担の問題
- ・道路の有効活用を検討
- ・混雑に関する情報提供など、調整の仕組みづくりが必要
- ・民泊に関しては、住民の安全・安心確保、的確な現況把握が重要
衛生面や治安面など一定の法的なレギュレーションをかけることが必要
- ・既存旅館への誘導が必要
- ・ホテルの誘致を検討
- ・インバウンドに関しては中長期的な課題を考えていくことが必要
- ・広域 DMO の構築，プロデューサーの育成
- ・新しいゴールデンルートの検討
- ・スポーツというコンテンツのさらなる活用
- ・都市交流機能の充実
- ・タクシーの外国語対応
- ・通訳アプリなど，モバイルを活用したコミュニケーション環境の整備
- ・外国語対応のカーナビの活用
- ・政令都市間で，相互に魅力，多様性を紹介 など

【参考】各市アンケート結果（抜粋）

意見交換にあたっては、事前に 20 市へアンケートを実施した。アンケート結果の概要は以下のとおり。

①外国人観光客が増加していると感じている 20市／20市

②観光バスに関し課題と考えていることがある 15市／20市

- | | |
|--------------------------------------|---------|
| ○ 駐車場不足 | 14市／20市 |
| ○ 交通渋滞 | 8市／20市 |
| ○ バス台数不足，運転手不足 | 2市／20市 |
| ○ その他 | |
| ・ 貸切バス利用料金の制度改正に伴う、バス借上コストの上昇（長距離移動） | |
| ・ 乗降場の不足，一時停止場所での長時間停車 | |
| ・ 駐車料金や満空情報の発信など駐車場への誘導策が重要 | |

③観光バスに関するこれまでの取組み

- | |
|-------------------------------------|
| ○ 市有地において駐車場・待機場を整備 |
| ○ 市有地等を暫定的に民間に貸し出し，臨時駐車場や乗降場として活用 |
| ○ 交通管理者との協議（道路の活用等） |
| ・ 駐車スペースとしての道路の活用 |
| ・ バス以外の駐停車禁止区域設定，バスベイ化 |
| ・ 警察等との対策会議，連絡会を設置 |
| ○ 民間事業者への働きかけ |
| ・ ランドオペレーターに対し，外国人旅行客のマナー啓発・向上の協力依頼 |
| ・ 旅行会社，商業施設に対し，ツアー行程の分散化（時間・場所）を要請 |
| ・ 駐車場事業者や商業施設に対し，乗降場・駐車場整備を働きかけ |
| ・ バス運転手向け，駐車場誘導のための啓発活動 |
| ・ 都心部民間商業施設の駐車スペースの活用 等 |

④観光バスに関し、今後、必要と考えている取組み

- さらなる民有地や都心部にある市有地の活用
(駐車場, 乗降場, バスターミナル等)
- 道路や公園を活用した臨時駐車場, 乗降場
- 路上駐車の減少に向けた巡回指導員, 誘導員の設置
- 民間事業者への情報発信及び調整
- 利用実態の把握, ハード整備に頼らない様々な対応策を検討

【上記に関する課題等】

- ・ 持続可能なスキームの構築 (受益者負担が原則)
- ・ バス台数の需要見通しが不透明な中, 整備規模の判断が難しい
- ・ 都心部における土地の確保 等

⑤今年度の状況として、ホテル等がとりにくくなっていると思う

15市／20市

⑥宿泊施設の不足に関するこれまでの取組み

- 閑散期対策として, 観光イベントの魅力アップ等
(閑散期と繁忙期の差が大きく, 設備投資意欲が湧きづらい)
- ホテルの稼働率やインバウンド対応等の実態調査
- MICE 施設整備事業としてホテルを整備
- 市未利用地を活用した宿泊施設の誘致を検討
- 外国人受入の推進のため, 宿泊施設事業者への情報発信やセミナー等を実施

⑦宿泊施設の不足に関し、今後、必要と考えている取組み

- 現状やニーズの適切な把握
- 宿泊施設が行う客室グレードアップにつながる増改築を支援する制度の創設を検討
- 旅館等既存施設の有効利用に加え、民泊や空き家等の活用を検討

【上記に関する課題等】

- ・ 行政として可能な取組み、働きかけを検討
(施設整備は、需給状況を踏まえ、民間事業者の判断による)
- ・ 安全安心や住民の生活環境の確保を最優先 等

⑧その他の課題、今後さらに増加した場合に懸念されること

- 受入環境整備
 - ・ 案内サインの多言語化、外国人対応人材の育成
 - ・ 免税店の状況把握、さらなる増加が必要
 - ・ 公衆無線 LAN の整備、認知度向上
 - ・ 入国審査時間の短縮
 - ・ 地震など災害時の外国人旅行者への対応
 - ・ クレジットカード対応店、両替所、ATM 等の充実
 - ・ ムスリム対応
- 市民生活への影響等
 - ・ 交通機関、宿泊施設、飲食店、商業施設、公衆トイレ等の混雑
 - ・ 文化や習慣の違いによる外国人観光客のマナー
(トイレの使用の仕方、寺社等の禁止場所での写真撮影 等)

⑨今後、国に期待すること

○ 国が実施する施策，事業等の前倒し

- ・ 各空港，港の CIQ の強化
- ・ 受入環境整備に対する財政措置の充実

○ 仕組みづくり等

- ・ Wi-Fi の整備指針，認証方式・セキュリティに関する統一基準，利用ログの活用
- ・ 民泊や空き家利用等
- ・ より活用しやすい消費税免税制度，通訳案内士制度

○ 国による統一的な取組みを期待

- ・ 外国人観光客の地方への分散化
- ・ 多言語案内シート作成（宿泊施設，飲食店等），メニュー多言語化
- ・ マナーや交通ルール等のツール作成，効果的な情報発信