

結婚支援を糸口とした少子化対策及び地域活性化に関する調査研究

1. 背景・目的

日本全体として少子化は喫緊の課題となっており、婚活イベントの開催や新婚世帯への各種費用助成等、結婚支援に取り組む自治体は増加傾向にあります。実際に事業として実施している自治体は、全国でも半数程度にとどまっています。結婚支援の実施は、地域資源を活用することで地域の魅力の認知度を高め、持続的発展が可能な都市にするためのさまざまな方策のうちの1つと考えられます。

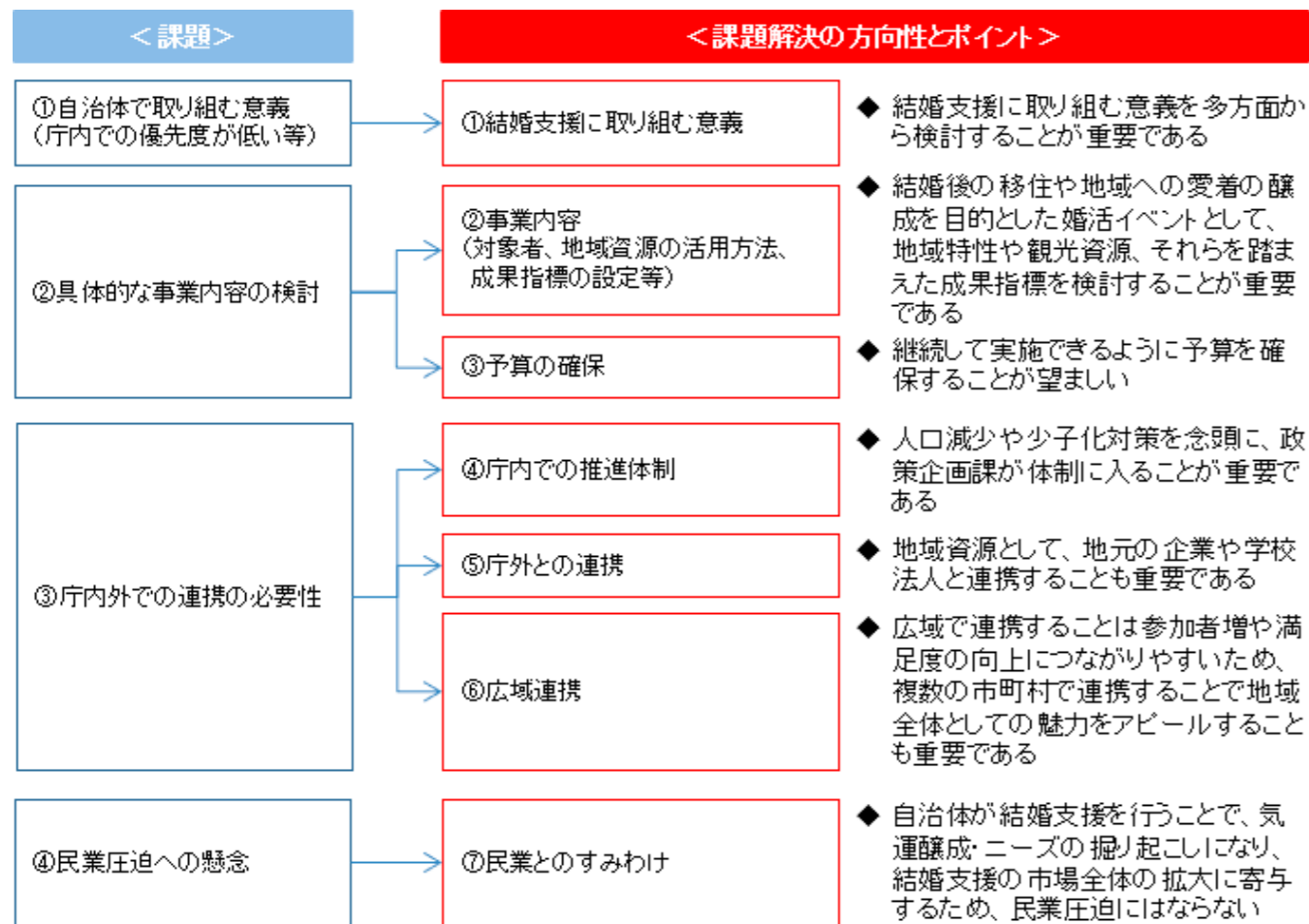
本調査研究では、多摩・島しょ地域の各自治体が地域活性化や少子化対策等のための1つの方策として結婚支援を検討する際の参考となることを目的に実施しました。



2. 多摩・島しょ地域における結婚支援を取り巻く現状

- ・24団体が結婚支援を「実施していない」と回答し、15団体が「実施している」と回答。
- ・今後の結婚支援の実施について、「現在実施しておらず、今後も実施するかどうか分からない」団体が多く、現在実施している団体の多くは「当面は現状を維持する」意向。

3. 多摩・島しょ地域における結婚支援に対する提言



東京島しょ地域におけるインバウンド拡大策に関する調査研究

1. 背景・目的

2016年に東京都を訪れた外国人旅行者数は約1,310万人（対前年比10.2%増）となっており、全国で最も外国人旅行者が訪れる地域となっています。

本調査研究では、東京島しょ地域特有の状況を踏まえてインバウンド拡大の課題を整理するとともに、ターゲット層を明確にし、これらの層が関心を寄せる事業・取組やアプローチ方法等を検討しました。東京2020大会を好機ととらえ、東京島しょ地域のインバウンド拡大策の方向性や具体的な内容を提示し、地域が一体となって取り組めるように促すことを目的として実施しました。



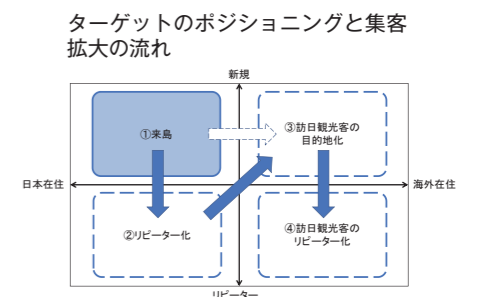
2. 東京島しょ地域の現状

| | |
|----------|---|
| 外国人旅行者 | 羽田空港で出発を待つ外国人旅行者のうち、東京島しょ地域認知度は29.7%。 |
| 自治体・観光協会 | インバウンド施策について計画策定済みの自治体はなく、策定中・検討中が4自治体、策定予定なしが5自治体。観光協会は観光関連HPを作成し、それぞれ多言語対応中。 |
| 観光関連事業者 | 利用客に占める外国人旅行者の割合は「少しいる（利用者の10%未満）」が約7割で、広く浅く接点を有している。外国人旅行者数を3年前と比較すると「横ばい」が39.4%、「やや増加した」と「増加した」を合わせた「増加した・計」が36.6%。 |
| 島民 | 多くは外国人旅行者が増えることに対して肯定的な一方、言語や習慣、文化の違いによるトラブルが発生することを心配する声も少なくない。 |

3. 東京島しょ地域のインバウンド拡大のためのターゲットと提言

(1) ターゲット

- ・まずは日本で暮らす外国人が東京島しょ地域を訪れ好きになり、やがてリピーター化し、口コミ・SNSによって海外在住の外国人の集客へとつながっていくなどが基本的な流れ。
- ・右図の①→③へ直接移行するケースも考えられ、インバウンドを加速させる意味ではむしろ望ましい。



(2) 提言（下線は優先度が高いアクションプラン）

| | |
|------------------------------|-------------------------|
| (1) 日本在住外国人旅行者の集客 | |
| ①「東京にある島」の認知度向上 | ④外国人旅行者に伝達したい情報の様式化 |
| ②口コミ効果を期待したFAMトリップ(*)の開催 | ⑤ベジタリアン等対応のための研修 |
| ③外国人人材の任用 | ⑥インバウンド研究会の組織化 |
| (2) 日本在住外国人旅行者のリピーター化 | |
| ①インフォメーションセンター機能の明示 | ③閑散期における特に飲食店の開店状況のお知らせ |
| ②集客コンテンツの選択肢の拡充 | ④インバウンドの受入れを担う広域組織の整備 |
| (3) 訪日外国人旅行者の集客 | |
| ①海外の旅行代理店への営業 | ④好機を捉えたキャッシュレス化 |
| ②島内観光案内表示等の多言語化対応 | ⑤長期滞在客向けの宿の充実 |
| ③既存顧客の満足度を起点とした量より質の観光ヘシフト | |
| (4) 訪日外国人旅行者のリピーター化 | |
| ①顧客管理の徹底と緩やかな関係性の構築 | |
| ②観光容量と環境容量に配慮した持続可能な観光地づくり | |

* Familiarization Trip の略で、訪日外国人を呼び込むことを目的とした視察旅行を指す。