

出資することで民間からの出資を喚起する呼び水になることを期待しているにもかかわらず、フレンドの出資総額は公表されているものの、民間からの出資額や出資者数といった具体的なデータが公表されていないければ、情報提供としては不十分である。

例えば、神奈川県が設立した「かながわ中小企業支援フレンド」のホームページを見ると、民間企業も含めたすべての出資者の名称が掲載されている。もちろん、局の回答にあるとおり、守秘義務の観点からの配慮も必要であるのは理解しているものの、その場合でも、守秘義務契約の存在及び当該守秘義務契約により情報提供に制限が生じる旨を適切に公表することも、情報提供の観点から一つの案と考える。

また、投資の成功事例については、「GPや投資先の了解が得られる場合には、発信に努めていきたい」とのことであるが、中小企業の事業運営上の支障とならないよう配慮しつつ、情報公開の透明性の観点からも、投資の成果について積極的に情報提供をすることが望まれる。

(意見1-20) フレンドに係る情報提供について

都は、都内の中小企業振興に向けた多様な金融手法の一つとして、民間の事業者が運営するフレンドを活用し、中小企業に対する投資と経営支援を実施している。また、都の出資が民間からの出資の呼び水となり、都内の産業活動の活性化につながることも目指している。

現在、産業労働局のホームページでは、フレンドの総額や運営事業者、フレンドの存続期間といった情報は公開されているものの、都以外の出資者やその数といった情報は公開されていない。フレンドへの出資額の源泉は税金である以上、都民に対して一定の説明責任が生じるのは当然である。投資事業有限責任組合契約に基づく守秘義務条項等により、すべての事項について情報提供ができるわけではないことは理解できるものの、守秘義務を遵守する範囲内で、都民に対して積極的な情報開示を検討されたい。

また、投資の成功事例については、「フレンドゼネラルパートナーや投資先の了解が得られる場合には、発信に努めていきたい」とのことであるが、中小企業の事業運営上の支障とならないよう配慮しつつ、情報公開の透明性の観点からも、投資の成果について積極的に情報提供を検討されたい。

(3) クラウドファンディングを活用した資金調達支援

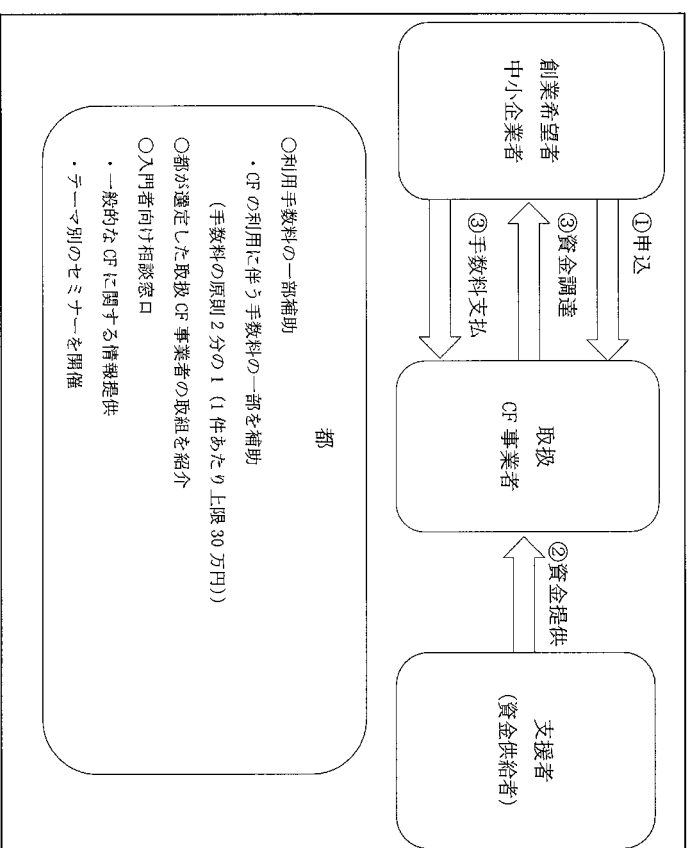
クラウドファンディング（以下「CF」という。）とは、創業希望者等が、取り組もうとする事業内容をインターネット上に掲載し、その内容に共感した不特

定多数の人々から資金を調達することができる仕組みであり、近年、創業や新製品の開発、ソーシャルビジネス等に係る資金調達手法として、その活用が目ざれている。

都は、主婦・学生・高齢者等の様々な層による創業や新製品の開発、ソーシャルビジネス等への挑戦を促進するため、新たにCFを活用した資金調達支援を、平成29年度から実施している。

都が実施しているCFを活用した資金調達のスキーム及び支援内容は、図B1-8-3のとおりである。

図 B1-8-3 CFを活用した資金調達のスキームと都が実施している支援内容



ここで、CFを活用した資金調達支援の当初予算、決算額と実績の推移を、表B1-8-9にまとめてみる。

表 B1-8-9 CFを活用した資金調達支援の当初予算、決算額と実績の推移

	当初 予算額 (千円)	決算額 (千円)	執行率 (%) (※)	実績	
				セミナー 開催(回)	相談窓口 での相談 (件)
平成29年度	100,000	29,328	29.3	6	67
平成30年度	100,000	35,013	35.0	12	150
					手数料補助 (件)
					9
					45

(産業労働局作成資料より監査人が作成)

※ 決算額/当初予算額で算定している。

表 B1-8-9を見ると、平成29年度から始まった制度とはいえ、平成29年度及び平成30年度においては、執行率が非常に低い状況となっている。平成30年度を見ると、セミナー開催や相談窓口での相談では一定の執行を見たものの、CFの利用手数料の補助は低調であり、実際にCFの利用手数料の補助に使われたのは、5,761千円にとどまっている。

そこで、執行率が低かった理由を産業労働局に質問したところ、以下の回答を得た。

【産業労働局からの回答】

本事業では、CFによる資金調達が希望する創業希望者等が、CF取扱事業者に支払う手数料に対する補助などを実施している。平成30年度は制度開始から2年目で、実績は前年度より増えたものの、当初想定していた目標には達しなかったことから、一定の不用額が発生した。

事業2年目となる平成30年度には、実績や利用件数についても前年度比では伸びているものの、執行率は依然として低い状況が続いている。また、平成31年3月に、都が中小企業に対して行ったアンケート調査によると、CFを活用した資金調達支援を利用する意向がない理由について、「利用方法についての情報不足」といった意見が多く挙げられている。

そこで、当該CF事業の周知方法について産業労働局に確認したところ、以下の回答を得た。

【産業労働局からの回答】

本事業のターゲットに対し、関心の深さに応じ、複数の手法によりCFを活用した資金調達支援の普及・周知に努めています。

○動画配信

事業のPR動画を配信

<配信場所>

・東京動画 ・新宿駅西口のデジタルサインネージ ・SNS広告

○パンフレットや事例集の配布

セミナー等での配布、関係機関等にて配架

<配架場所>

・東京都中小企業振興公社 ・TOKYO創業ステーション ・日本政策金融公庫

・東京商工会議所 ・金融機関 等

○セミナーの開催

・CFに関する一般的知識の講義

・CF事業者による活用方法や具体的事例の紹介 等

上記回答にもあるとおり、都としてもCFを活用した資金調達支援事業を周知するために、様々な施策を実施している。

しかし、まず、CFの利用を検討している人にとって、CFの仕組みやメリット、リスクという情報は非常に重要であると考えられる。都では、動画配信やパンフレットの配布など、様々な媒体で情報発信を行っているが、都が作成しているホームページをみると、CFのメリットについては掲載しているものの、リスクについては、「取扱CF事業者が運営するウェブサイトをご覧ください」という紹介のみであり、利用者が、自ら取扱CF事業者のウェブサイトアクセスしない限り、当該情報は入手できない状況となっている。

事業を行う場合、どのような情報が必要なのか、それに対し、提供している情報は過少・過剰になっていないかを確認することは重要である。

例えば、神奈川県が支援している「神奈川県ものづくり『わくわく』夢プラン」のように、ホームページ上でメリットと注意点を詳細に記載するのも一つの案であると考えられる。

CFを活用した資金調達自体が、そもそも最近になって活発になり始めたこともあり、仕組みを含めたCFに関する基礎知識については、まだまだ世間に十分に浸透しているとは言えない状況である。セミナーにおいてアンケートを実施し、ニーズを把握するなどを行っているが、利用者はもとより、将来的に利用者になり得る人たちが欲している情報は、どのようなものであるかを今一度検討

したうえで、当該情報がきちんと周知されているかを確認する必要があると
える。

(意見1-21) クラウドファンディングを活用した資金調達支援に係る情報
提供について

平成29年度に開始したクラウドファンディング(以下「CF」という。)を活
用した資金調達支援の執行率が低い状況が続いている。平成31年3月に、都が
中小企業に対して行ったアンケート調査によると、CFを活用した資金調達支援
を利用する意向がない理由について、「利用方法についての情報不足」といった
意見が多く挙げられている状況である。

都としても、当該事業を周知すべく様々な施策を実施しているところである
が、利用者はもとより、将来的に利用者になり得る人たちがどのような情報を欲
しているのか、それに対し、今現在提供している情報はニーズを満たしたもの
であるかについて検討されたい。

9. その他の施策について

(1) テレワークの導入促進について

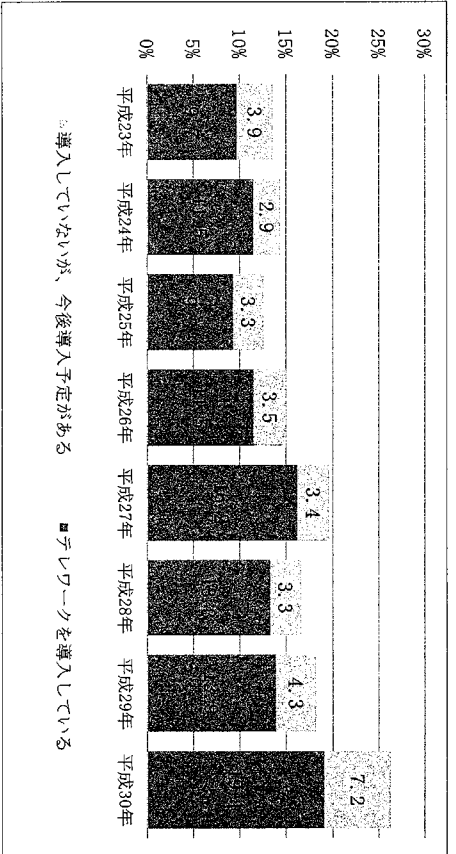
都の「中小企業振興ビジョン」は、中小企業のサポートに向け、中長期的な視
点に立ち、その方向性を示すため、有識者会議を設けて議論を積み重ね、それら
を踏まえて取りまとめられたものである。ビジョンでは、中小企業の10年後の
目指すべき姿を示し、その実現に向けた施策を5つの戦略のもと進めていくこ
ととしている。

中小企業振興ビジョンの達成目標については、本報告書「第2II2.(1)」の
とおりであり、その中の1つ、「(5)多様な人材が中小企業で活躍」することを目
標に、都内企業(従業員30人以上)のテレワーク導入率が70%以上という目標
を掲げている。おおむね10年程度の期間に達成すべき目標であることから、令
和11年頃までに、テレワーク導入率を70%以上とすることになる。また、
短期的には、令和2年度の目標を導入率35%としている。テレワークとは、ICT
(情報通信技術)を利用し、時間や場所を有効に活用できる柔軟な働き方であり、
ライフレワークバランスの実現、人口減少時代における労働力人口の確保、地域
の活性化などへも寄与するものとされる。

なお、テレワークの導入率の考え方としては、中小企業に限った目標ではなく、
従業員30人以上の都内企業の導入目標である。

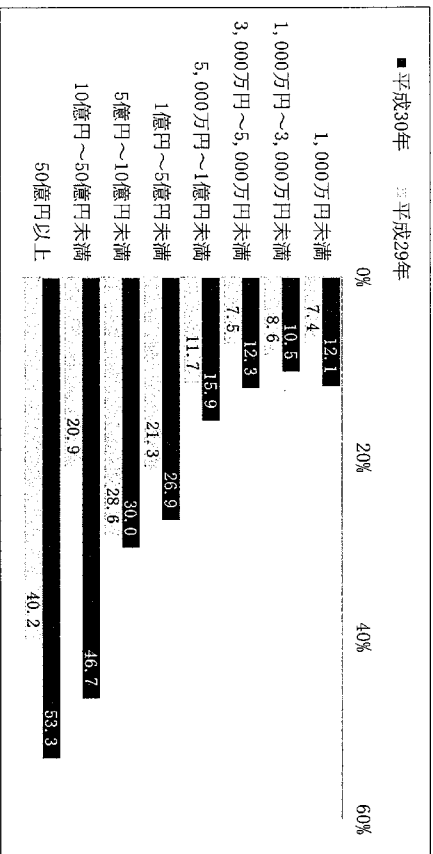
総務省の通信利用動向調査においては、資本金別に調査を実施しており、テレ
ワーク導入率の推移は、グラフBI-9-1のとおりである。

グラフBI-9-1 テレワーク導入率の推移



(総務省「平成30年通信利用動向調査」より監査人が作成)

グラフBI-9-2 資本金規模別のテレワーク導入率



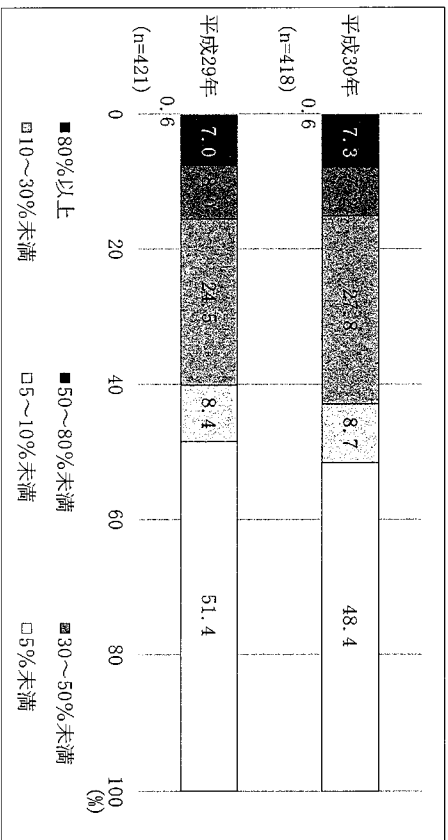
(総務省「平成30年通信利用動向調査」より監査人が作成)

グラフBI-9-2を見ると、資本金規模の大きい企業ほど、テレワークの導入率が高いことが明らかである。

また、テレワークを導入している企業のうち、テレワークを利用する従業員の割合を見ると、グラフBI-9-3のとおりであり、テレワークを導入して

も、実際に利用している従業員の割合は、5%未満の企業が半数近くであり、テレワークの導入が一部の従業員に限られている状況であることが分かる。

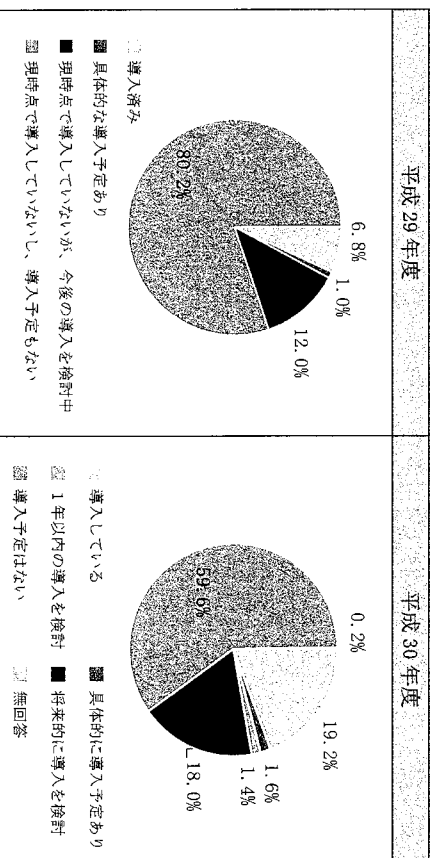
グラフBI-9-3 テレワークを利用する従業員の割合

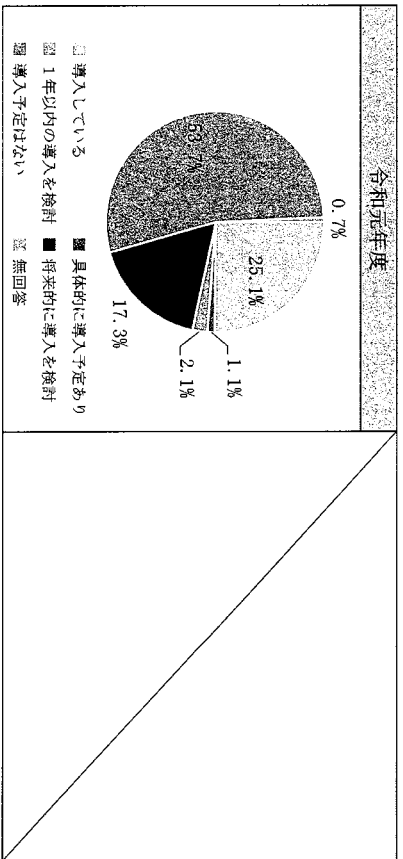


(総務省「平成30年通信利用動向調査」より監査人が作成)

ここで、都内企業におけるテレワークの導入状況の推移を見ると、グラフBI-9-4のとおりである。

グラフBI-9-4 都内企業におけるテレワークの導入状況の推移





(東京都「TOKYOはたらくネット」より監査人が作成)

テレワークを既に導入している都内企業の割合は、平成29年度6.8%、平成30年度19.2%、令和元年度25.1%と、ここ3年間で大幅に上昇しており、また、将来的に導入を検討している都内企業も増加していることが明確である。ただし、導入予定はないと回答している都内企業が半数以上いることも事実である。

テレワークの導入については、単に、各企業の労働生産性を向上させるにとどまらず、在宅勤務やモバイルワークなど、多様な働き方が可能になると考えられる。テレワークの導入は、特に人手不足であり、従業員の確保に苦慮している中小企業にとって有用な施策であり、また、効率的な経営につながると考えられる。

そこで都では、以下の事業を行い、テレワークの導入促進を図っている。

表BI-9-1 テレワークの促進のための施策

事業名	平成30年度 決算	令和元年度 予算
テレワーク導入実態調査	7,398	9,851
テレワーク推進センター及びライフ・ワーク・バランス推進窓口の運営	71,101	138,514
ハンドブックの作成・体験型セミナー (平成30年度：テレワークモデル実証・体験型セミナー)	152,680	11,903
ワークスタイル変革コンサルディング	62,832	289,559

(単位：千円)

テレワーク気運醸成イベント	9,253	10,000
サテライトオフィス設置等補助事業	51,888	296,357
テレワーク導入促進整備補助事業(はじめてテレワーク)	—	2077,135
業界団体連携によるテレワーク導入促進事業	—	600,000
区市町村テレワーク推進モデル	—	45,000
テレワーク導入促進セミナー	—	88,220
テレワーク活用・働く女性応援事業	201,550	570,447
合計	556,702	4,136,986

(産業労働局作成資料より監査人が作成)

(意見1-22) テレワークの導入促進について

都では、平成31年1月に「東京都中小企業振興ビジョン～未来の東京を創るV戦略～」を策定し、その中で、おおむね10年程度の期間に達成すべき目標として、テレワークの導入率70%を掲げている。短期的には、令和2年度までに導入率35%を目標としている。

テレワークの導入に際し、コンサルティングの実施や、導入経費と制度整備にかかる費用の助成を行うなど、企業のテレワーク導入支援を行っている結果、平成30年度の導入率は19.2%、令和元年度の導入率は25.1%と上昇傾向にある。テレワークの導入は、中小企業にとって、大きな課題となっている人材確保のほか、生産性の向上や災害時の事業継続等にも資することから、テレワークの普及啓発等をより一層推進されたい。

II 観光産業対策事業に関する事務の執行について

1. 観光産業対策事業の目標及び効果測定について

(1) 観光産業振興に関する計画について

① 観光産業振興に関する計画の概要

都では、平成25年9月の東京2020大会開催決定以降、大会開催を契機として世界有数の観光都市・東京へと飛躍するために、観光産業振興に関する計画に基づき各種施策を展開している。

表B2-1-1は、東京2020大会開催決定以降に策定された、観光産業振興に関する計画をまとめたものである。

表B2-1-1 観光産業振興に関する計画

策定年月	計画名
平成26年12月	外国人旅行者の受入環境整備方針
平成27年3月	東京のブランドデザイン戦略
平成27年7月	東京都MICE誘致戦略
平成29年1月	PRIME 観光都市・東京 ～東京都観光産業振興実行プラン2017～
平成30年2月	PRIME 観光都市・東京 ～東京都観光産業振興実行プラン2018～
平成31年2月	PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン～東京2020大会に向けた重点的な取組～

(産業労働局作成資料より監査人が作成)

平成28年度に、観光を巡る急速な環境の変化に迅速かつ的確な対応を図るため、中長期的な視点に立ち、総合的かつ体系的な施策の展開を目指し、観光実行プランを新たに策定し、状況の変化に対応するため、毎年度内容を更新しながら施策を展開している。

本報告書では、平成29年1月策定の計画を「観光実行プラン2017」、平成30年2月策定の計画を「観光実行プラン2018」、平成31年2月の計画を「観光実行プラン2019」と記載している。

② 観光実行プランの総合目標について

観光実行プラン2018では、表B2-1-2のとおり総合目標として数値目標を掲

げている。この数値目標については、観光実行プラン2017から変更はない。

表B2-1-2 観光実行プラン2018で掲げている数値目標

項目	令和2(2020)年	令和6(2024)年
訪都外国人旅行者数	2,500万人	3,000万人
外国人リピーター数	1,500万人	1,800万人
訪都外国人消費額	2兆7,000億円	—(※)
訪都国内旅行者数	6億人	—(※)
訪都国内旅行者消費額	6兆円	—(※)

(観光実行プランより監査人が作成)

※ 訪都外国人旅行者数については、「東京都長期ビジョン」(2014年)において、おおむね10年後の2024年頃の目標値を設定しているが、訪都外国人消費額、訪都国内旅行者数及び訪都国内旅行者消費額については、2020年以降の目標値を設定していないため、観光実行プランにおいても目標値を設定していない。

表B2-1-2のとおり、観光実行プランで掲げている主な数値目標は、旅行者数や旅行者消費額となっている。この数値目標は、都内の観光産業の成長を踏まえながら、国が設定した訪日外国人旅行者数や訪日外国人旅行者消費額の目標も念頭に置いて設定したものである。

この点、観光実行プランで掲げている目標値を、都が、区市町村、地域の観光関連団体、民間事業者等への支援などの観光振興施策を着実に展開していくことで、官民一体となって達成を目指しているものと考えられるのであれば、数値目標として旅行者数や旅行者消費額を掲げることは、目標とすべき指標として妥当と考えられる。

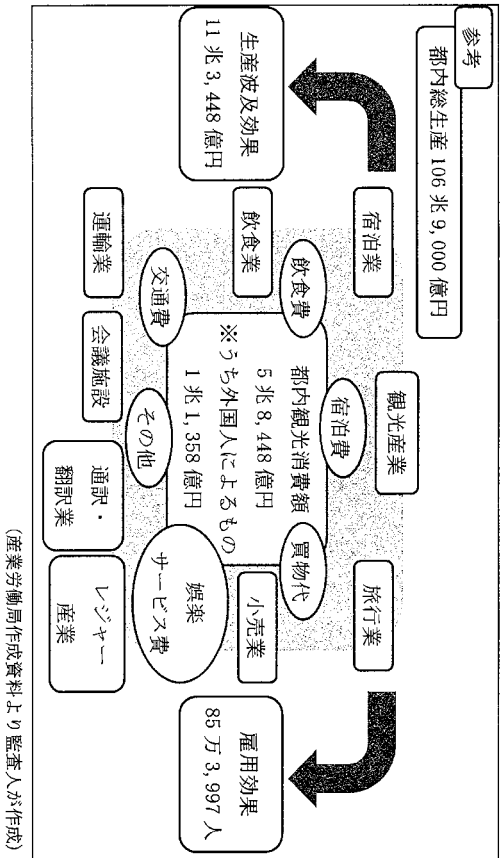
そもそも産業労働局の役割を考えると、概要にも記載したとおり、東京の産業を活性化し、雇用の確保を図るための施策を推進し、観光産業の振興に取り組むことにある。観光に限れば、「観光産業の振興」を担っているのであり、東京の観光産業自体が活性化し、雇用の確保、税收のアップといった観光産業のあるべき姿を想定し、そこに向かって目標設定、目標を達成するための各種施策を展開する必要があると考えられる。

③ 観光産業対策に関する目標設定について

観光産業は、旅行者の宿泊費、飲食費、交通費、買物代などの観光消費を通じて、旅行業をはじめ、交通機関や宿泊業のほか、飲食業を含めた幅広い産業に密

済面の波及効果と雇用の創出等を生み出す。

図 B2-1-1 観光産業の経済波及効果 (平成 29 年)



産業労働局では、観光産業振興に向けた施策を推進するための基礎資料として、訪都旅行者数等に関する調査を実施し、訪都旅行者による経済波及効果をまとめ、公表している。

平成 16 年から平成 29 年までの都内観光消費の経済波及効果の推移は、表 B2-1-3 のとおりである。

表 B2-1-3 都内観光消費の経済波及効果の推移

	生産波及効果 (億円)	所得効果 (億円)	税収効果 (億円)	雇用効果 (人)
平成 16 年	75,751	30,237	2,218	473,353
平成 17 年	87,457	35,349	2,472	499,352
平成 18 年	93,905	36,297	2,766	527,274
平成 19 年	97,583	37,814	3,146	549,019
平成 20 年	98,030	39,148	3,127	560,659
平成 21 年	86,745	34,117	3,752	429,765
平成 22 年	98,360	36,758	4,110	518,852
平成 23 年	77,915	33,443	2,843	697,664
平成 24 年	91,449	36,843	3,333	742,457

平成 25 年	102,235	41,645	3,728	841,711
平成 26 年	108,467	44,338	3,959	946,627
平成 27 年	116,354	45,998	4,245	948,250
平成 28 年	110,852	43,753	4,043	891,842
平成 29 年	113,448	45,094	4,212	853,997

(産業労働局作成資料より監査人が作成)

(注) 平成 16 年から平成 22 年までは平成 17 年産業連関表による推計、平成 23 年から平成 29 年までは平成 29 年産業連関表による推計である。

表 B2-1-3 を見ると、生産波及効果、所得効果、税収効果及び雇用効果ともに、おおむね増加傾向で推移していることが分かる。

このように、都内観光消費の経済波及効果を算出しているが、産業労働局は、生産波及効果、所得効果、税収効果、雇用効果といった経済波及効果は、推計した観光消費額を基に景況などに左右される様々な外部的要因を加味して推計する数値であることから、目標値として設定することには不確実性があるとしている。経済波及効果が、数値目標として適切でないのであれば、少なくとも観光産業の規模等を想定し、外国人旅行者数などの目標を設定すべきと考えられる。

また、産業労働局に、外国人観光客向けの各種施策を計画するに当たり、経済効果を見積もっているか質問したが、都では、消費額の増加に向けて、平均宿泊日数が長く、消費単価の高い欧米豪の旅行者誘致や、経済波及効果の高い MICE の誘致、都内回遊性の向上と滞在時間の長期化を狙いとした観光資源の開発など、経済波及効果を意識した施策を展開し、取組の効果を検証しているとの回答であった。

観光産業を活性化させるためには、外国人旅行者数の増大だけを目標にするのではなく、それを受け入れるために必要な観光産業自体の規模も検討し、旅行者の増大とともに成長させる必要がある。

そのため、産業労働局は、観光産業を担う旅行業、宿泊業、飲食業、運輸業、レジャー産業、会議施設、通訳・翻訳業等の振興に向けた取組を進めるに当たって、まず、都が目指すべき観光産業の規模等を想定し、そのために必要な訪都外国人旅行者数、訪都外国人消費額を設定すべきと考えられる。

(意見 2-1) 観光実行プランにおける目標設定について

東京都観光産業振興実行プラン (以下「観光実行プラン」という。) では、2020 年の訪都外国人旅行者数 2,500 万人、訪都外国人消費額 2 兆 7,000 億円などの

目標を掲げている。この目標は、都内の観光産業の成長を踏まえながら、国が設定した訪日外国人旅行者数や訪日外国人旅行者消費額の目標も念頭に置いて設定したものである。

そもそも産業労働局の観光産業対策事業の役割を考えると、観光産業の振興である。産業労働局は、事後的に生産波及効果、所得効果、税収効果、及び雇用効果を算出しているものの、経済波及効果は、推計した観光消費額を基に景況などに左右される様々な外部的要因を加味して推計する数値であることから、数値目標として適切でないと考えている。

観光産業を活性化させるためには、外国人旅行者数の増大だけを目標にするのではなく、それを受け入れるために必要な観光産業自体の規模も検討し、旅行者の増大とともに成長させる必要がある。

したがって、産業労働局は、目標設定に当たり、まず、都が目指すべき観光産業の規模等を想定し、そのために必要な訪日外国人旅行者数、訪日外国人旅行者を見積り、一方で、その受け皿として、観光産業を担う旅行業、宿泊業、飲食業、運輸業、レジャー産業、会議施設、通訳・翻訳業等の振興に向けた取組を進められたい。

(2) 都民への情報公開について

① 観光実行プランの政策目標について

都は、総合目標達成に向けて、観光実行プランにおいて政策目標を策定している。政策目標及び平成30年度の実績値は、表B2-1-4のとおりである。

表B2-1-4 観光実行プラン2018の政策目標

観光案内の充実	政策目標		目標年度		目標値		実績値	
	広域的な観光案内機能を担う拠点の整備	「街なか観光案内」の展開	令和元年度	令和2年度	外国人旅行者が多 く訪れる10地域 (※1)及び東京 2020大会会場周辺 に200か所程度	外国人旅行者が多 く訪れる10地域内 に200か所程度	9地域	8地域
	観光案内窓口の拡充・機能強化		令和元年度	令和2年度	外国人旅行者が多 く訪れる10地域内 に200か所程度	外国人旅行者が多 く訪れる10地域内 に200か所程度	137か所	137か所
	新たな観光情報センター(多摩)の整備		平成29年度		1か所	1か所	1か所	1か所
	デジタルガイドボードの設置		令和元年度	令和2年度	150基程度	150基程度	79基	79基
	観光案内サインの設置		令和元年度	令和2年度	600基程度	600基程度	315基	315基
	外国人旅行者の無料Wi-Fi利用環境に対する満足度		令和2年度		90%以上に向上	90%以上に向上	78.7%	78.7%
	無料Wi-Fi利用環境の向上(※3)		令和元年度		700か所	700か所	512か所	512か所
	ボランテアの育成・活用	観光ボランティアの活用	令和2年度		3,000人	3,000人	2,779人	2,779人
		おもてなし親善大使の育成	令和2年度		1,000人	1,000人	1,005人	1,005人
	アクセシブル・ツールの充実	宿泊施設のバリアフリー化支援	令和元年度	令和2年度	150件 (平成29年度から 令和元年度まで)	150件 (平成29年度から 令和元年度まで)	15件(交付決定件数)(※5)	15件(交付決定件数)
		都の支援による観光バス等のバリアフリー化(※6)	令和元年度		50台	50台	58台(交付決定件数)	58台(交付決定件数)
		国際会議の開催件数	令和6年度		世界トップ3に入る380件	世界トップ3に入る380件	325件	325件

(産業労働局作成資料より監査人が作成)

(注) グレーの網掛けがかかっている項目は、事業の進捗状況について当報告書でコメントしているものである。

※1 「外国人旅行者の受入環境整備方針」に基づく外国人旅行者が多く訪れる10地域(新宿・大久保、銀座、浅草、渋谷、東京駅周辺・丸の内・日本橋、秋葉原、上野、原宿・表参道・青山、お台場、六本木・赤坂)

※2 平成30年実績

※3 旅行者に無料Wi-Fiが利用できる場所をよりわかりやすく示すために、目標値の表記を観光実行プラン

※2017のアンケートの設置基数からWi-Fiが利用可能なエリア(※所数)に見直している。

※4 平成31年4月1日時点

※5 この他、令和元年度に交付決定したものが4件

※6 リフト付観光バス車両の台数

表B2-1-4をみると、施策ごとに数値目標を掲げ、その目標達成に向けて取り組んでいることが分かる。

② 都の観光産業対策の都民への情報公開について

観光産業振興は、限られた事業者で達成するのではなく、自治体、観光関連団体、様々な業種の民間事業者、街、そしてその住民、ひいては都民など、多様な主体が連携して取り組むことにより実現するものである。

そこで、産業労働局に、より都の観光を進展させ、かつ、都民が直接的にメリットを受けることができる施策を検討しているか質問したところ、下記の回答が得られた。

【産業労働局の回答】

観光産業は、旅行者の宿泊費、飲食費、交通費、買物代などの観光消費を通じて、旅行業のみならず、交通機関や宿泊業のほか飲食業を含めた幅広い産業に経済面の波及効果と雇用の創出等を生み出し、地域の活性化にも寄与している。このことから、東京における観光産業振興は、広く都民に対して大きな経済波及効果を生み出している。

また、都は、観光案内機能の充実、アクセシブル・ツーリズムの推進や地域の観光資源の開発支援など、国内外の旅行者の多様なニーズに応える取組を行っている。多摩・島しょ地域への誘客については、豊かな自然や文化等、地域の観光資源を生かした観光コンテンツの造成・販売を行っており、特に、島しょ地域においては、しまぼ通貨(プレミアム付き宿泊旅行商品券)によるキャッシュレス決済も進めている。これらの取組は、都民の都内観光の振興にも資するものである。

さらに、都内各地の歴史や文化等を観光資源として活用した街歩きツアーの開発など、地域の取組に対する支援を行うことで、地域住民の東京の魅力の再認識につなげている。こうした様々な取組により、都民にも都内での観光を楽しんでもらう施策を進めている。

確かに、しまぼ通貨や街歩きツアーなどは、都民でも利用可能である。また、Wi-Fiや、デジタルサインネーミングなどの観光案内機能が充実することで、都内での生活がより快適になるとも言える。

しかし、観光産業対策は、広く都民に対して大きな経済波及効果を生み出し

たとしても、それを都民が実感することは難しいと考えられる。そこで、産業労働局が実施している観光産業対策について、どれくらいのコストをかけて、どんな事業を行っているか、またその成果を都民に伝えているか検討することとする。

都が実施している観光産業対策について、施策内容とそれに要する費用、施策の効果を合わせて都民に情報公開しているか、産業労働局に質問したところ、費用については予算決算で、施策や効果についてはホームページや実行プラン等でそれぞれ公表している。また、財務局の「事業評価」は、都の全ての事業についてきめ細かい事後検証を行い、評価結果を次年度予算に的確に反映させるものであり、毎年、当該年度に終期を迎える事業等を対象として、各局及び財務局で評価を行い、結果については財務局ホームページでも公開しているとのことであった。

そこで、都財務局が公表している平成30年度事業評価をみると、産業労働局観光部関連(見直し・再構築)は11事業であった。

表B2-1-5 財務局公表の事業評価(抜粋)

(単位：千円)

事業名	現状と課題	取組内容	平成30年度 予算
民間事業者と連携した旅行者誘致事業	原則として1か国1件の旅行博に出展しているが、市場の状況に合わせ、旅行博以外の手法を検討するなど、国ごとに戦略的な展開が必要	各国における旅行博出展を見直すとともに、新たにBlocプロモーションや訪都促進キャンペーンを実施するなど、国ごとにプロモーションの内容を再構築	374,664
ショートフィルムフェスティバル	国際短編映画祭である本フェスティバルにおけるコンペティション部門の実施などを通じて、東京の多様な魅力を国内外に発信	一部の取組を見直しつつ、東京の多様な魅力を国内外に発信するインキュベーターとして、本フェスティバルの開催を引き続き支援	91,240
多摩・島しょ魅力発信事業	国内外旅行者を多摩・島しょ地域に誘客していくために、継続した情報発信が必要	WebやSNS等を活用しながら、引き続き多摩・島しょ地域の魅力を効果的に発信	304,046