

訪日外国人観光客の増加
 836万人(2012)⇒2,869万人(2017) 約3倍増加⇒2020年に4,000万人（目標）

働き方改革、ライフスタイルの多様化
 働き方改革による新しい余暇時間の創出

ナイトタイムエコノミー活性化のための総合的戦略

1. 魅力あるコンテンツ

- **グローバルスタンダードであるが日本にない/できていないコンテンツ**
 夜の魅力を発揮する楽しい「夜の街」「夜の景観」
 [例] 高層ビル群のライトアップ(香港)
 ナイトライフ施設の集積(シンガポール)
 BIDやナイトメイヤー制度などの仕組みの導入
- **日本ならではのユニークなナイトライフコンテンツ**
 伝統文化や最先端テクノロジーを活用したダイナミックなコンテンツ

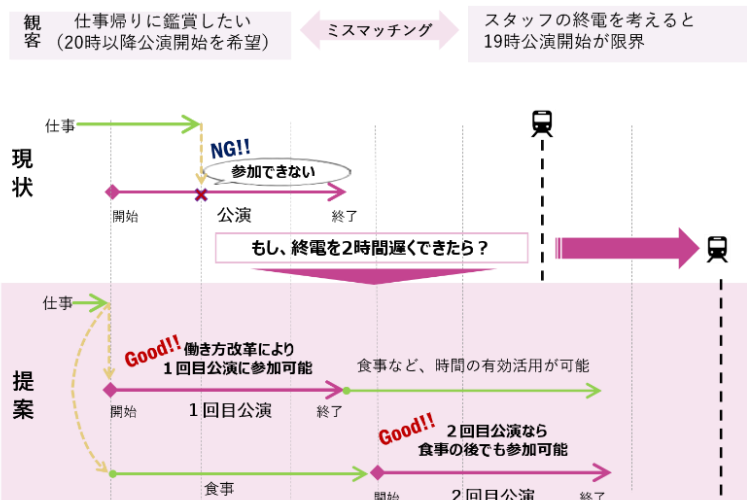


2. ハード整備

- **道路・公園など公共空間の活用**
 特定のエリアにおける道路法、道路交通法、屋外広告物規制などの緩和
 [例] 公園や道路など公共空間を占用したイベント（ニューヨーク）
- **都心遊休地・再開発予定地・臨海部等の有効活用**
 仮設建築物の有効期限の延長（1年→3年）/手続きの簡素化
 [例] 仮設テントによる劇場(フロリダ)
- **既存建築物の有効活用**
 安全を担保した上で、多様な用途変更を可能とする仕組みづくり
 [例] ルーフトップバー(バンコク)/リノベーションによるナイトライフ施設(アムステルダム)
- **風営法の更なる緩和**
 特定遊興飲食店営業許可基準の見直し
 1.許可エリア 2.面積要件 3.照度基準 4.設備基準 5.申請時期

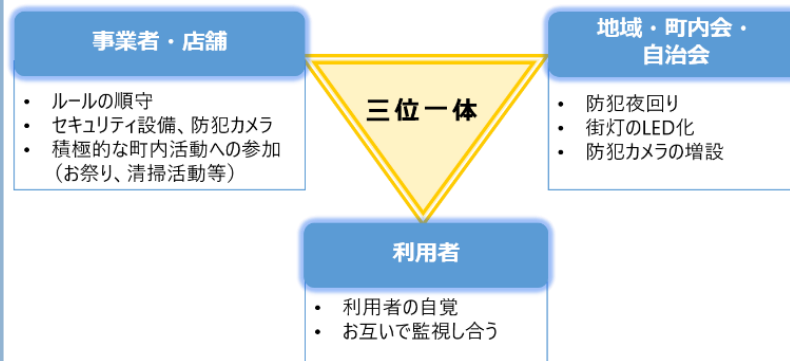
3. 交通アクセス

- **深夜における公共交通の充実**
 1.終電延長 2.バスの活用 3.相乗りタクシーの導入



4. 安心安全

- **事業者・店舗、地域・町内会・自治会、利用者が三位一体となって「エリアの安心」を作り上げる**



[例] 港区生活安全パトロール隊
 観光ポリス（タイ・韓国）

5. プロモーション

- **積極的な海外へのプロモーション**
 海外において、日本に行ってみたいと思わせるプロモーション活動
- **訪日観光客向けのイベント告知**
 日本に来ている観光客に対するイベント等の告知
- **ソーシャルメディアの有効活用**
 発信力をもつインパクトのあるコンテンツ
 魅力的な日本の「夜」を世界に発信