

地域へのナイトタイムエコノミー定着に向けて

産業調査部 廣井 翼

要旨

- ナイトタイムエコノミー(以下、「NTE」という。)は夜間の経済活動を指す。NTEの推進は、地域経済の活性化、社会的交流の促進、文化創造など多岐にわたる効果が期待され、観光振興や地方創生、都市間競争力の向上などの観点で議論がなされている。
- 欧米諸国においては、日常生活の一部として夜を楽しむ文化が根付いており、NTEに関するさまざまな課題にも直面しているが、官民ともにNTE推進や課題への対応を図っている。我が国においても、近年、インバウンド施策として経済的価値に着目した議論が盛り上がっているが、コロナ禍を経て、地域住民の交流拠点や地域文化創出といった社会的価値・文化的価値の観点も含めて重要性が認識されるようになってきた。
- 当行が独自に行った日本のNTE市場規模の試算では、NTEがもたらす経済的価値が相当程度であり、特に地域住民による消費の影響が大きいことが確認できた。NTEの議論においては、国内の各種データ整備と効果的な利活用が求められる。
- 今後、インバウンドのさらなる増加も含めてNTEの拡大が見込まれる中で、健全なNTEの発展に向け、夜特有の課題にも目を向けて対応を図っていくことが重要である。そのためには、地域の旗振り役が事業者や地域住民などの各ステークホルダーと連携し、行政が主体となって地域住民との対話の場を設けることが望まれる。事業者、行政、地域住民が三位一体で取り組むことで、それぞれの地域で独自の価値が創出され、魅力的な夜のエリアが増えていくことを期待したい。

NTEは、観光振興を含む地域経済活性化、地域社会の活力創出や文化の創造など多岐にわたる効果が期待されることから、近年、我が国において注目が高まっている。

本稿では、NTEが地域社会にもたらす多様な価値とその実現方法について国内の事例を基に考察するとともに、当行独自の方法により日本のNTE市場規模について試算を行い、NTEがもたらす経済的価値の規模感について確認する。また、2025年2月に英国バーミンガムで開催された「Night Time Economy Summit 2025」の概要にも触れながら、海外の状況についても取り上げる。

1.NTEとは

NTEについて画一の定義はないが、観光庁の定義によると「18時から翌日朝6時までの活動」を指し、広い夜間の経済活動を包含している。また、NTE推進というと、観光関連の活動のみならず住民の交流、教育、文化的活動も含め夜間の多様な活動を通して、地域の消費拡大や魅力向上などを図っていこうとする取り組みを示す。

ここでNTEの活性化によるメリット(効果)をいくつか紹介したい。まず、観光の観点では、夜間の魅力向上が観光客の宿泊誘因となること、観光客の消費金額の底上げとなることなどの経済的なメリットだけでなく、来訪者満足度の向上や滞在時間の分散によるオーバートーリズム対策としての効果も期待される。次に、地方創生の観点では、NTEが盛り上がることで雇用創出、コミュニティ形成、地域文化の創出・維持にもつながることが期待される。さらに、都市間競争の観点では、NTEの活性化が魅力的な都市づくりに寄与し、国際競争力の向上にもつながる。

他方で、NTE推進を進める上でのデメリット(課題)としては、NTEの取り組みが先行している欧州でみられるように、治安維持、労働力確保、都市衛生・騒音、交通などさまざまな課題もあることから、NTEは総合的な観点で議論されるべきである。

一般社団法人ナイトタイムエコノミー推進協議会は、夜の価値を「文化的価値」・「社会的価値」・「経済的価値」の三つに大別している(図表1)。

図表1 夜が持つ価値

文化的価値	・さまざまな文化に触れ、感動や刺激、学びを得る場 ・新しい地域文化を生み出し、育てていく場 ・夜ならではの実験性・創造性に富む多様な表現創出の場
社会的価値	・昼間の属性に捉われないフラットで意外性のある交流 ・多様な才能の創発によるイノベーション ・会社とも家庭とも異なる第三の居場所(サードプレイス) ・地域コミュニティ・レジリエンスの強化/シビックプライドの醸成
経済的価値	・都市力の向上による地域経済活性化、高付加価値化 ・消費時間の拡張による新市場の創出/雇用の創出、賃金の向上 ・インバウンドニーズの受け皿・観光消費拡大 ・エンターテインメント/クリエイティブ産業の育成

地域の夜における
総合的な魅力・価値向上

(備考)一般社団法人ナイトタイムエコノミー推進協議会資料により日本政策投資銀行作成

2. 欧米諸国と日本のNTEを取り巻く状況の違い

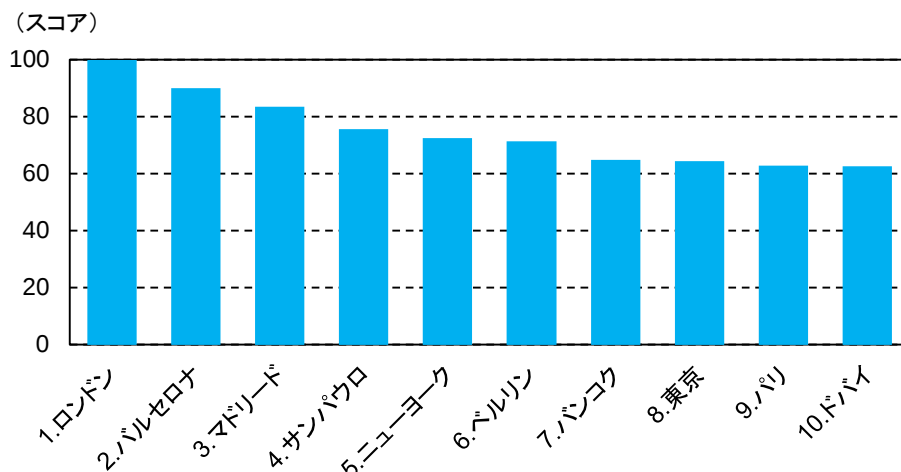
(1) 欧米諸国のNTEについて

ロンドンやバルセロナ、ニューヨークなどの欧米の主要都市はナイトライフが充実している都市として知られている。森記念財団都市戦略研究所の「世界の都市総合力ランキング」の指標のひとつである「ナイトライフ充実度」(注1)では欧米諸国を中心とした世界の主要都市が高い順位に並んでいる(図表2-1)。

(注1) 以下のデータを指数化したものの平均値

1. TripAdvisorに掲載されている対象都市のナイトライフスポットにおいてバブル評価5(とても良い)を取得しているスポット数
2. 居住者アンケートより、観光客がナイトライフスポットを対象都市の訪問の目的として感じている割合

図表2-1 ナイトライフが充実している都市



(備考)森記念財団都市戦略研究所「世界の都市総合力ランキング(2024年)」により日本政策投資銀行作成

その特徴の一つとして文化的な要因がある。欧米諸国では、夏季の日照時間が長いこともあり、夜遅くまで家族や友人と観劇や音楽鑑賞を楽しむことや、仕事終わりにパブやダンスクラブなどで交流を楽しむような慣習がみられる(図表2-2)。

図表2-2 ロンドンの夜の様子



ロンドンの劇場では平日の22時過ぎまで家族や知人と楽しむ人々にぎわっている

(備考)日本政策投資銀行撮影



劇場に併設されたバーでミュージカルの合間に飲食を楽しむことができる

また、他の特徴としてNTE推進政策の存在も挙げられる。前述のとおり、欧米における活発な夜間活動の裏側では、治安維持、労働力確保、都市衛生・騒音、交通などさまざまな課題が顕在化している。これに対し、各都市は安心して夜を楽しむ地域の認証制度やナイトメイヤーの設置などの取り組みを行ってきた。ナイトメイヤーは都市によって行政主導型と民間主導型に分かれており、夜間の政策を推進する上で多様なステークホルダーの利害調整などを担っている(図表2-3)。

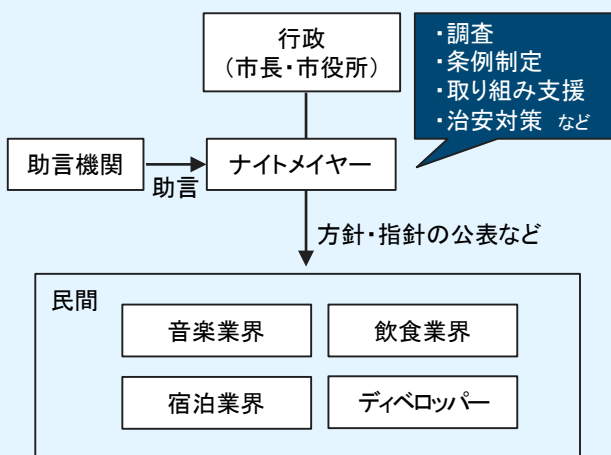
図表2-3 ナイトメイヤー

行政主導 (例)ロンドン / Night Czar

【特徴】

長所: 行政の対応が必要な手続き緩和などがスムーズに行われる

短所: 民間の意向が政策に反映されにくい

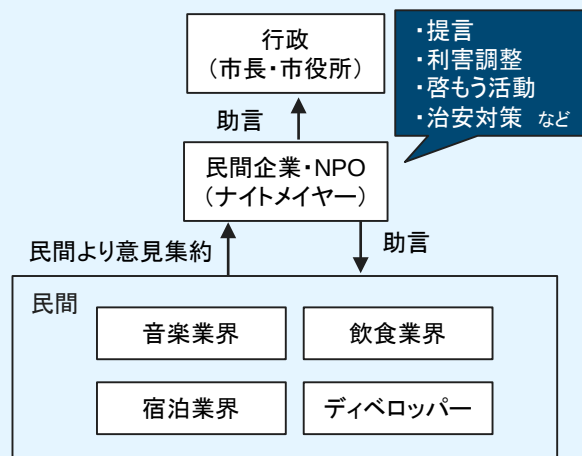


民間主導 (例)アムステルダム / Night Mayor

【特徴】

長所: 民間の意見を集約し、提言としてまとめやすい

短所: ナイトメイヤーに権限がなく、官側の行動につながりにくい



(備考)観光庁「ナイトタイムエコノミー推進ナレッジ集」により日本政策投資銀行作成

「Night Time Economy Summit 2025」視察報告

英国の「Night Time Industries Association (NTIA)」(注2)が主催する「Night Time Economy Summit 2025」が、2025年2月5日・6日に英国バーミンガムで開催された。ここでは、本サミットの概要や議論内容を紹介する。

(注2) 英国全体を基盤とする非営利の会員組織。NTEに関する事業を実施・サポートするとともに、政策決定機関や地方公共団体に対して、NTE推進に向けた働きかけを行っている。

1. サミットの概要

本サミットはNTE振興を目的とする業界団体、行政、メディア関係者、NTE関連事業者などが集う、欧州最大規模のNTEイベントであり、今回で4回目の開催となる。欧州を中心に20以上の国から、講演者も含めて2,000人以上が参加し、各国におけるNTE推進の取り組み、業界動向や課題、多様性・持続可能性に焦点を当てた議論などがパネルディスカッション形式で行われた。

議論の様子



(備考) 日本政策投資銀行撮影

会場内の様子



2. サミットでのいくつかの議論の紹介

(1) 英国のNTE産業が直面している課題

英国のNTE産業が直面する課題として、インフレに起因する産業の低迷が強調されていた。英国では個人消費は伸長しているが、インフレに伴う賃料や賃金、水道光熱費の上昇によって事業収支が悪化し、経営難に陥るバーやパブ、ナイトクラブが増加している。2020年3月から2024年11月までに英国内のナイトクラブの32.7%が消滅し、NTIA会員の18%が2024年第3四半期に赤字となっているというデータもあった。

サミットに参加した業界関係者からは、NTE産業の生み出す経済的価値と社会・文化的価値、雇用の維持のために行政が積極的に介入すべきだとの意見も聞かれた。また、若い人の指向の変化に対応し、インタラクティブな体験型コンテンツを充実させるなどの事業上の対応についても言及されていた。

(2) 安心安全に関する議論

欧州のNTE業界ではハラスメントや暴力などの問題が顕在化しており、ロンドンでは2017年に33万件の犯罪が夜間に起きているなど、NTEの議論を行う上で安心安全は重要なテーマである。英国では、NTE関連事業が集中する地域のうち、一定の安全性が確保されている地域を「パープルフラッグ」として認証するプログラムが、NPO組織である Association of Town and City Management (ATCM) によって進められてきた。

パネルディスカッションでは、安心安全に関するテーマの議論が複数あった。夜間における犯罪、飲酒による暴力事件、女性への差別などについて具体的な数字を用いて、夜における現状の課題共有が図られていた。例えば、イベント業界で働く女性の89%が性別に基づく差別を目撃し、被害に遭ったことがあるというデータもあった。こうした課題に対して、防犯・監視カメラなどのテクノロジーを活用した対応や従業員への教育プログラムの実施などの対応策についても議論されていた。英国の政府機関であるSecurity Industry Authorityは、NTEの従事者に対して、ドリンク・スパイキング(酒類を飲んでいてる客の飲み物に薬物を混入して意識を失わせる犯罪)に対するトレーニングを実施しているといった事例の紹介もあった。

日本においても健全なNTEの発展に向けては、安心安全の担保が重要である。課題が顕在化する前に、業界課題の抽出と解決方法の検討の仕組みが必要となるものと考えられる。

(3) NTE関連データの重要性

世界の都市ではNTEの業界動向に関するデータを取得・公表することで、事業者や政策立案者がNTEの動向を理解できるようにするとともに、持続的な成長に向けた議論を行える環境を整えている。例えば、オーストラリアのニューサウスウェールズ州は「24時間経済戦略」を掲げている都市であり、NTEに関する業界動向の共有と成長促進を目的に、四半期ごとの夜間における消費、事業者数、労働者数、人の移動などのデータを公表している。また、NTIAにおいても、英国におけるNTE業界の経済的影響・課題・動向に関する四半期ごとのデータ公表を開始した。

パネルディスカッションでは、継続的なデータ取得やデータの正確性向上に向けた検討の重要性に加え、取得したデータをどのように加工し、行政や業界団体の間での合理的な対話に活用していくかについて議論が行われていた。

日本においては、NTEのデータ分析はまだ十分に進んでいない。データを活用して行政や事業者の間での合理的な議論が進むことで、健全な業界の発展につながるものと考えられる。

(4) 行政関係者の積極的な関与

サミットには、市長や議員、行政職員など政策立案に関与している登壇者が多数参加しており、各地域におけるNTEの取り組みや課題などについて共有していた。例えば、行政が主導し地域住民を巻き込んでNTE推進に取り組んだ事例として、イタリアのトリノ市で行われた「To-Niteプロジェクト」の紹介があった。このプロジェクトは夜を安心して生活できる都市にすることを目的に、公園や広場のほか、都市再生によって創出された公共スペースでの夜間活用を、提案型アプローチにより取り組んだ事例である。プロジェクトでは、第三セクター、地元企業、公立学校などから80を超える事業提案があり、19件が採用された。プロジェクトは総額100万ユーロの助成金を支給し、採用された提案の中には、他国からの移住者コミュニティによる書道体験やエスニック料理の試食など、多様なコミュニティが関与できる企画も行われた。

パネルディスカッションでは、行政・事業者・住民での対話の重要性について複数の登壇者が発言していた。政策立案者が積極的に国際的な成功事例の共有を図ることで、各都市が抱えているNTEの課題を解決する糸口になることが期待されている。

(5) 不動産の付加価値づけへの貢献

都市のオフィスエリアでは、コロナ禍を経てオフィスワーカーのハイブリッド勤務が定着し、以前のようなにぎわいが喪失されている。NTEを活用した都市のにぎわいの回復は個別テナントの収益改善といった経済的な意味だけではなく、都市全体の魅力向上という点でも重要である。特に東京や大阪といった

グローバル都市においては、NTEの活性化はインバウンド観光客の誘客だけでなく、多国籍の有能なワーカーの呼び込み・定着という点でもますます重要になってきている。

日本の都市は夜の楽しみが少ないといわれるが、東京や大阪がニューヨークやロンドンと同等に、夜のにぎわいがある都市となるためには、夜の「遊」「観光」「文化」をいかに形作っていくかという点は重要なテーマとなりつつある。

また、足元の建築単価の高騰に金利上昇も相まって、新築のオフィスや物流施設ではこれまでの賃料水準での事業収支が成り立たず、着工を見送るようなプロジェクトも増えており、既存建物のリノベーションによるNTEの取り組みもテーマとなる。

パネルディスカッションでは、こうした状況を踏まえ、開発事業者、土地建物オーナー、オペレーターが連携して魅力的なエリアを創り出す必要性が強調され、一例として、開発業者や土地建物オーナーがナイトツアーに参加し、実際のナイトライフを体験することで夜の文化的価値についての理解を深めていく取り組みについても言及された。

日本では、東京や大阪においてNTEを意識した不動産プロジェクトが複数計画されている。2025年3月に一部竣工するTAKANAWA GATEWAY CITY(区域面積9.5ha)は、オフィス・商業・コンベンション・ホテルなどの複合施設となるが、NTEの取り組みとして水景照明演出やビル壁面ライトアップ、1,000人規模のイベント会場ではナイトタイム歌舞伎などを検討、駅構内でのナイトDJイベントや、一定期間のナイトミュージアム企画などが盛り込まれる。2024年11月に一部竣工したグラングリーン大阪(区域面積9.1ha)でも、ライトアップされた公園、深夜営業の温泉など夜間のにぎわい創出が期待される。

リノベーション施設のNTE活用という点では、英国のスタッフォードシャーの歴史的なオペラハウス(The Ritz and Burton Opera House)が2024年12月に10万ポンド(約2千万円)の改修工事費用をかけて2,000名収容可能なライブ会場兼クラブへと再生された。また、世界的にビルの屋上をルーフトップバーに活用するようなリノベーションも増加している。日本では京都で閉校となった小学校校舎を改修し、ルーフトップバー付きのホテルにリノベーションを行った事例もみられる。

3.総括

サミットでは、パネルディスカッションの最後に聴講者からの質疑応答の時間や、終了後に登壇者に対して直接質問を行う聴講者の姿など、登壇者の一方的な説明だけでなく、サミット参加者も含めた意見交換の場として機能していた。NTEに関連するさまざまな業界関係者が一堂に集い、議論できる場があることが、各業界の底上げにつながるだろう。

また、欧州のNTE業界では安心安全に関する課題が顕在化しており、治安に対する不安から夜の来訪を避ける地域も少なからず存在する。一方、日本は海外と比較して、多くの地域で夜でも安心して楽しむことができ、例えば表通りに面していない路地も観光客にとっては魅力的な空間になるなど、NTE発展のポテンシャルが高いと考える。

今回のサミットを通じて、NTEは、地域経済の活性化、社会的交流の促進、そして文化創造において、重要な役割を果たすということを改めて確認することができた。

(2) 日本のNTEについて

日本は、戦後に夜間営業を行うダンスホールなどが犯罪の温床になったこともあり、NTEについて風営法などによる抑制的な対応が取られてきた。2020東京オリンピックに向けた都市づくりの議論が盛り上がる中で、2016年の風営法改正による規制緩和や、2017年には自由民主党で時間市場創出推進議員連盟(通称、ナイトタイムエコノミー議員連盟)が発足するなど、NTE推進の機運も高まった。

当初は経済活性化の観点、特にインバウンド観光客の集客や消費拡大の点でNTEの議論が先行したが、近年では、地域住民のNTE推進に対する理解醸成、地域住民の交流拠点や地域文化創出の観点でも議論が進められるようになってきた。

例えば、東京都は2024年、「東京の観光振興を考える有識者会議」に「ナイトタイム観光部会」を設置し、有識者との議論などを踏まえ、「ナイトタイムも活気にあふれ、旅行者と都民が共に夜を満喫できる東京」を目指すとした上で、取り組みの方向性を取りまとめている。総合計画の中では、多様な夜間コンテンツの開発や、地域や事業者と連携・協働して進めていくことについて、具体的な施策が掲げられている(図表2-4)。

図表2-4 「2050東京戦略 ～東京 もっとよくなる～(案)」(総合計画)



(備考)東京都「2050東京戦略(案)」(2025年1月)

3.NTE市場規模

ここでは、世界の国や都市が公表する市場規模や雇用の規模を紹介するとともに、当行独自の簡易的な方法を用いて日本全体と東京・大阪のNTEの市場規模を試算した。

(1) 世界のNTE市場規模

世界にはNTEの市場規模や雇用の規模を公表している国や都市が存在している。例えば、NTIAが2025年2月のレポートで公表した英国の2024年のNTE市場規模(飲食・娯楽・宿泊関連セクターのみの試算)は1,539億ポンド(30.8兆円)であり、英国の名目GDP約5%に相当する規模感となっている。同レポートでは、夜間産業において211万人の雇用があるとの試算結果も公表されている。また、ロンドン・ニューヨーク・シドニーにおいても試算結果の公表がされている(図表3)。

(2) 日本のNTE市場規模

当行独自の簡易的な方法を用いて日本のNTE市場規模の試算を行った。具体的には、経済センサス(活動調査)における産業分類の飲食・娯楽・宿泊に関するそれぞれの売上金額に対し、夜間の売上割合を仮定(脚注を参照)して試算を行った。その結果、日本全体のNTE市場規模は2016年には22.0兆円(同年の名目GDP約4%相当)、2021年には15.3兆円(同年の名目GDP約3%相当)と試算された。2021年が小さいのはコロナ禍の影響による。

次に、その内数として観光客(訪日外国人と国内旅行者)によるNTE市場規模の試算を行った。具体的には、観光庁の消費実態などにおける飲食・娯楽・宿泊に関する消費額に対し、夜間の消費割合を仮定(脚注を参照)して試算を行った。その結果、観光客(訪日外国人と国内旅行者)によるNTE市場規模は2023年には8.7兆円(同年の名目GDP約1%相当。内数として、訪日外国人2.7兆円、国内旅行者6.0兆円)と試算された。

このNTE市場規模は都道府県単位の試算も可能であり、例として東京都と大阪府の試算結果も示している(図表3)。

(3) 小括

日本、東京および大阪のNTE市場規模は相応の規模感となることが示唆された。また、NTE市場規模と観光客によるNTE市場規模は試算方法と時点が異なるため単純な数値計算による評価は難しいが、あえて規模感をつかむため数値計算を行うと、日本のNTE市場規模(22.0兆円。前述の2016年の数値)から観光客によるNTE市場規模(8.7兆円)を除いた「地域住民によるNTE市場規模」は13.3兆円となり、NTEにおいては地域住民による消費の影響は相当大きくなることが示唆された。他方で、地域住民の人口増加が期待できない中でNTE市場規模を拡大していくためには、一定程度、国内旅行者や訪日外国人などの需要取り込みも鍵となるだろう。

今回はあくまで簡易的な方法で試算を行っただけではあるが、取り組みの方向性を議論する上で、データの活用は重要である。今後、日本のNTE発展に向けて海外の先進都市同様にNTEに関するデータ整備が進むことを期待したい。定量的に分析、議論できる環境が整うことで、NTE推進に向けた建設的な会話が進むものと期待される。

図表3 日本のNTE市場規模試算結果

国・都市	調査 年度	NTE市場規模	対名目 GDP比	雇用者数	備考
日本のNTE市場規模(事業者による売上(収入)データを基にDBJ試算)					
日本	2016	22.0兆円*1	4%*2	-	飲食・娯楽・宿泊に関する セクターを試算
	2021	15.3兆円*1	3%*2	-	
東京	2016	4.5兆円*1	-	-	
	2021	3.1兆円*1	-	-	
大阪	2016	1.6兆円*1	-	-	
	2021	1.2兆円*1	-	-	
観光客によるNTE市場規模(観光庁の消費実態などのデータを基にDBJ試算)					
日本	2023	8.7兆円 (内訳) 訪日外国人2.7兆円*3 国内旅行者6.0兆円*4	1%*2	-	飲食・娯楽・宿泊に関する セクターを試算
東京		1.5兆円 (内訳) 訪日外国人1.1兆円*3 国内旅行者0.4兆円*4	-	-	
大阪		0.8兆円 (内訳) 訪日外国人0.5兆円*3 国内旅行者0.3兆円*4	-	-	
(参考)海外の国や都市による試算					
英国	2024	1,539億ポンド(30.8兆円)*5 ※1ポンド200円で計算	5%*6	211万人*5	飲食・娯楽・宿泊に関する セクターを試算
ロンドン	2014	263億ポンド(3.7兆円)*7 ※1ポンド140円で計算	-	72万人*7	
ニューヨーク	2016	191億米ドル(約2.1兆円)*8 ※1米ドル110円で計算	-	20万人*8	フードサービス、バー、アート、コン サートなど、スポーツ・レクリエー ションの5セクターを試算
シドニー	2023	57億豪ドル(約0.5兆円)*9 ※1豪ドル95円で計算	-	4万人*9	飲食・娯楽に関する セクターを試算

*1 経済センサス「活動調査 事業所に関する集計 産業横断的集計」のうち、飲食・娯楽・宿泊に関する産業分類における売上(収入)金額を抽出し、夜間における売上として飲食・娯楽については25%、宿泊については100%の割合を設定して試算を行った

*2 内閣府「国民経済計算(GDP統計)」の名目GDPを使用して計算を行った

*3 観光庁「インバウンド消費動向調査(旧 訪日外国人消費動向調査)」の2023年4月期から2024年3月期までの「【参考】都道府県別集計表」のうち、各都道府県ごとの「費目別消費単価(飲食費・宿泊費・娯楽等サービス費を抽出)」、「訪問者数」を抽出し、一定の割合を用いて試算を行った

*4 観光庁「旅行・観光消費動向調査」の「【参考】2023年年間 都道府県別集計表」のうち、各都道府県ごとの「費目別消費単価(飲食費・宿泊費・娯楽等サービス費を抽出)」、「訪問者数」と、観光庁「宿泊旅行統計調査」のうち、各都道府県ごとの「実宿泊者数」を抽出し、宿泊客と日帰り客に分けて一定の割合を用いて試算を行った

*5 出所「Night Time Economy Market Monitor 2025年2月」(NTIA)

*6 IMFによる2024年10月時点の名目GDPを使用して当期に計算を行った

*7 出所「THE ECONOMIC VALUE OF LONDON'S 24 HOUR ECONOMY」(London First)

*8 出所「NYC's Nightlife Economy」(The Mayor's Office of Media and Entertainment)

*9 出所「Measuring the Australian Night Time Economy 2024」(Council of Capital City Lord Mayors 2024)

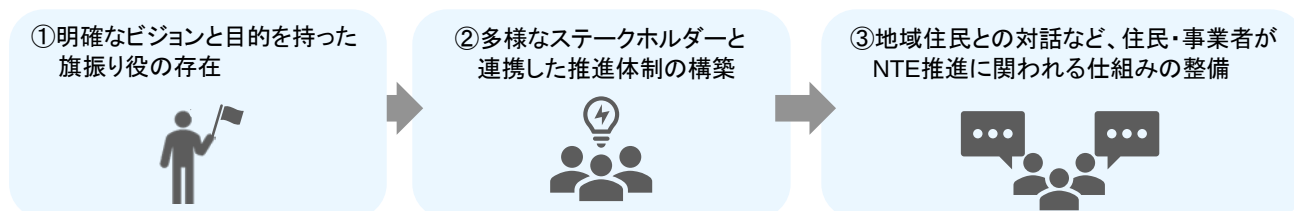
4.地域へのNTE定着に向けて

(1)NTE定着に向けた取り組みの切り口

NTEは、地域住民自体が積極的に夜を楽しむ風土が維持されてこそ、地域の夜に特徴や厚みが出て、インバウンドも含む観光客の来訪満足度が向上するといわれる。また、NTEに伴う活動は騒音や飲酒トラブルなど負の側面も存在することから、地域住民への配慮は必要不可欠である。NTEを推進する上で近隣住人に適切に理解をしてもらう進め方もあるが、そもそも地域住民の居住エリアとNTE推進エリアをゾーニングで区切って地域住民への影響を極小化するという進め方もある。

こうした地域住民の巻き込みには、明確なビジョンと目的を持ってNTEを推進する旗振り役の存在、住民も含む多様なステークホルダーと連携した推進体制の構築が求められる。さらに、NTEを持続可能なものとするためには地域住民との対話が継続されるなど、適切なフィードバック機能が設けられていることも重要と考えられる(図表4-1)。対話の場の設置については、行政の積極的な関与が期待される。

図表4-1 地域にNTEを定着させるためのアプローチ



(備考)日本政策投資銀行作成

NTE推進の検討において参考になるのが、2019年3月に観光庁が発表した「ナイトタイムエコノミー推進に向けたナレッジ集」である。この中で、「コンテンツの拡充」、「場の整備」、「交通アクセス」、「安心安全の確保」、「プロモーション」、「推進体制」、「労働」の七つの項目について検討することが挙げられている。さらにNTEの定着においては、独立採算で持続可能な事業とするため、マネタイズの視点も不可欠である。そのため、本稿では上記の七つの項目に「マネタイズ」を加えて、地域へのNTE定着に向けた検討すべき8項目と設定した(図表4-2)。次節では、この8項目に言及して事例の分析を行った。

図表4-2 地域へのNTE定着に向けて検討すべき8項目

①推進体制	効果的なNTE推進体制の整備
②コンテンツの拡充	地域住民、旅行者のニーズを捉えたコンテンツの開発・開拓・活用
③場の整備	夜間コンテンツを開催する施設などを適切に活用
④交通アクセス	地域住民、旅行者が快適に夜を楽しめる交通・インフラの整備
⑤安心安全の確保	地域住民、旅行者など全てのステークホルダーが夜間を安心安全に楽しめる環境の整備
⑥プロモーション	地域住民、旅行者に向けたプロモーション(チケットの仕組み)
⑦労働	NTEを推進するための労働力の確保・維持、適切な処遇
⑧マネタイズ	NTEを持続的に推進するための適切な価格設定・コスト管理・マーケティングによる収益確保

(備考)観光庁「ナイトタイムエコノミー推進に向けたナレッジ集」、ヒアリングにより日本政策投資銀行作成

(2) 地域へのNTE定着に向けた取り組み事例

各地でNTE推進の取り組みが展開されているが、ここでは地域の旗振り役が中心となって地域住民・事業者からの理解や協力を得ながら、地域へのNTE定着に向けて取り組みを進めている事例を取り上げる。

①公有地の活用による飲食事業「屋台施策」(福岡県福岡市)

福岡県福岡市では、屋台をまちと共生する持続可能な存在となるように、福岡市(行政)が旗振り役となり、福岡の屋台文化を維持・発展させるとともに、屋台が集積するエリアも含めた地域全体の夜の魅力向上に向けた取り組みを行っている(図表4-3)。

②まちづくり会社による飲食事業「大門横丁事業」(北海道函館市)

北海道函館市では、函館駅前のにぎわい創出に向けて、株式会社はこだてティーエムオー(TMO (Town Management Organization))が旗振り役となり、食のコミュニティ拠点をコンセプトとした「函館ひかりの屋台 大門横丁」を開業し、多くの地元客・観光客を集客している(図表4-4)。

③地域ブランドの構築「星空ナイトツアー」(長野県阿智村)

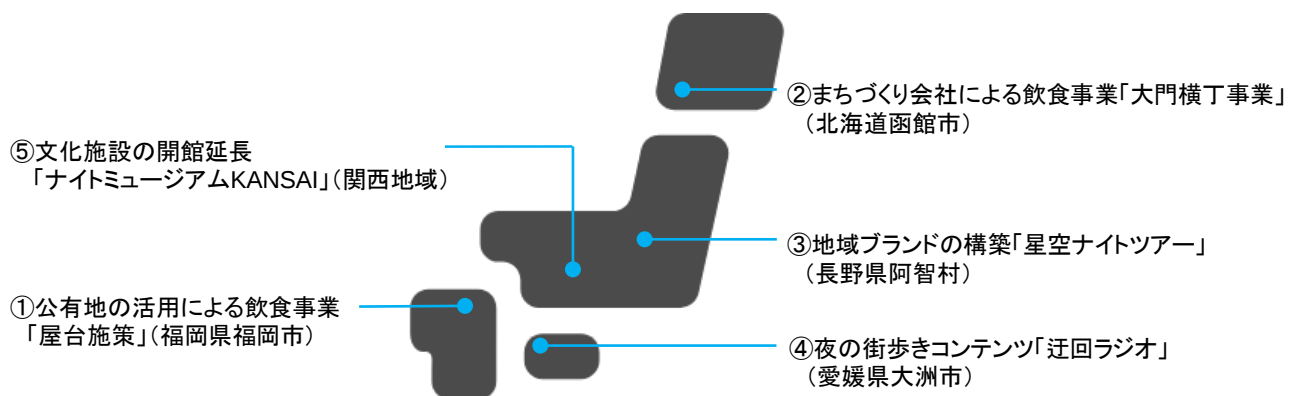
長野県阿智村では、温泉地として生き残り発展していくため、阿智☆昼神観光局(DMO)、スタービレッジ阿智誘客促進協議会、ジェイ・マウンテンズ・セントラル株式会社(スキー場運営事業者)が旗振り役となり、地域の強みである星空を生かしたナイトツアーなどを実施し、「日本一の星空の村」とした地域ブランドを構築した(図表4-5)。

④夜の街歩きコンテンツ「迂回ラジオ」(愛媛県大洲市)

愛媛県大洲市では、愛媛県が取り組むデジタル実装加速化プロジェクト「トライアングルエヒメ」の一環として、夜の街のにぎわいの創出に向け、一般社団法人キタ・マネジメント(DMO (Destination Management Organization))とソニーデザインコンサルティング株式会社(コンサルティング事業者)が旗振り役となり、デジタル技術を活用した夜の街歩きコンテンツの制作をきっかけに、継続的な夜間飲食イベントを創出した(図表4-6)。

⑤文化施設の開館延長「ナイトミュージアムKANSAI」(関西地域)

関西地域では、文化と経済の好循環の実現に向けて、関西経済連合会(経済団体)が旗振り役となり、連携の強みを生かしながら文化施設の夜間活用を行うことで、文化体験機会の拡大に取り組んでいる(図表4-7)。



(備考)日本政策投資銀行作成

図表4-3 公有地の活用による飲食事業「屋台施策」

場所	福岡県福岡市	 (備考) 日本政策投資銀行撮影
事業背景	戦後の闇市などで日本各地に屋台が拡大したが、食品衛生法・消防法・道路交通法などの法規制により屋台は大きく減少した。福岡市では、屋台組合の行政交渉などにより一定数が維持されてきたが、1995年に福岡県警が「現営業者一代限り」の方針を決定し、新規参入ができなくなり減少が進んでいた。かかる状況で屋台組合・行政・地域住民の間で屋台文化を守ろうという機運が高まり、2013年に市長のリーダーシップのもと全国初となる「福岡市屋台基本条例」が制定され、各種施策により、公共空間の屋台数では日本一の集積地域となる。	
事業概要	福岡市は、屋台が地域住民や観光客に親しまれ、まちと共生する持続可能な存在となるように、屋台公募制度の導入によって新規参入を認めるとともに、上下水道などのインフラ整備やプロモーション支援を実施し、ルールを厳守させながらも魅力的な屋台文化の維持を図っている。また、屋台が集積する中洲地域付近では、水辺空間を活用したまちづくりプロジェクト ^{*1} なども実施されており、屋台文化も活用した地域全体の夜の魅力向上に向けた取り組みが行われている。	

推進体制	
旗振り役 (福岡市)	・条例制定・屋台公募制度の創設などのルール整備 ・巡回指導、講習会、衛生指導などのルール順守に向けた取り組み ・上下水道やトイレなどのインフラ整備 ・プロモーション(メディア通じた情報発信など) ・屋台施策に関する各種調査(市民アンケート・観光客アンケート・経済波及効果) など
飲食・サービス事業者 (屋台事業者・組合)	・ルールを厳守した屋台の運営 ・清掃などの地域貢献活動 ・組合による新規屋台事業者へのサポート、プロモーション支援

NTE定着に向けて検討べき項目における取り組み (太字は地域住民・事業者への理解や協力を得ることに関連した取り組み)	
コンテンツの拡充	・屋台公募制度の導入により屋台の多様性が向上し、屋台文化が活性化
場の整備	・上下水道やトイレなどのインフラ整備による屋台営業に伴う衛生環境の改善 ・水辺空間を活用したまちづくりプロジェクト^{*2}による夜間景観の魅力向上に向けた整備
交通アクセス	・深夜帯における利用者の利便性向上を図るため、金曜日の終電を延長 ^{*3}
安心安全の確保	・条例制定による屋台事業者、行政、利用者が守るべきルールの明確化 ・巡回指導、講習会、衛生指導などのルール順守に向けた取り組み ・屋台公募の選考基準において、地域貢献に向けた具体的な取り組みを評価
プロモーション	・ 観光客だけでなく住民にも知ってもらい、屋台の魅力を発信してもらうことを目的とした取り組みも実施
労働	・屋台公募を目指す人に向けた情報発信(屋台営業のやりがいや魅力発信など) ・屋台組合による新規事業者への手続きサポートなど、事業を始めるにあたっての負担軽減の取り組み
マネタイズ	・設備費用が抑制されることで、小規模店舗が一定の採算を確保(市場原理による淘汰はあり)

まとめ
50年を超える業績の屋台から公募で参入した特徴のある屋台まで多様性に富んでおり(文化的価値)、さらに、まちのにぎわい創出、店主・地域住民・観光客のコミュニティ創出といった役割(社会的価値)も有している。こうした価値がインバウンドも含む観光客誘客にもつながっている(経済的価値)。今後は屋台を活用したまちづくりなどにより、地域全体のさらなる魅力向上に期待したい。

^{*1~3} 屋台振興を目的として取り組んでいるものではないが、間接的に屋台振興に寄与していると考え
(備考) 各種資料、ヒアリングにより日本政策投資銀行作成

図表4-4 まちづくり会社による飲食事業「大門横丁事業」

場所	北海道函館市	 (備考) 日本政策投資銀行撮影
事業背景	函館駅前の大門地区は、北海道最大の繁華街として函館市の繁栄の中心だったが、人口減少・商業者の高齢化・新市街地への人口移動などにより、函館駅前の飲食店が閉業するなどから活気が停滞していた。2000年代に、JR函館駅新駅舎やホテルの新設、公園の再整備など街の再生の動きが出始めたことをきっかけに、 夜間も含めたまちのにぎわい創出のため 、行政や地元事業者の資本でTMO（タウン・マネージメント・オーガナイゼーション）を設立し、函館駅から徒歩5分の立地（800㎡）に集客拠点として屋台村が設置された。	
事業概要	店主・地域住民・来訪者・観光客を結ぶ食のコミュニティ拠点となることを目指し、 大門横丁が開業した 。施設内には、約8人席の小型店18店舗と約17席の大型店8店舗の合計26店舗が設置され、ラーメン、居酒屋、天ぷら、寿司、ジンギスカン、Barなど多彩な飲食が楽しめる。近隣飲食店と連携して年4回のバルイベント（大門バル）を開催し、周辺エリアのにぎわい創出に貢献している。旅行情報誌「じゃらん」が選ぶ横丁ランキングでは全国2位と高い評価を受けており、函館山ロープウェイ体験後の立ち寄り場として確立されたことや、インパウンドの入込客増加もあり、集客数は増加傾向。	

推進体制	
旗振り役（TMO）	・「函館ひかりの屋台 大門横丁」の運営、不動産賃貸 ・イベント「大門バル」の企画、運営
飲食・サービス事業者	・飲食提供（市場原理による淘汰あり）、バルイベントへの協力、SNSを通じたプロモーション
宿泊事業者	・大門横丁で利用できる夕食券付宿泊プランの造成による誘客支援

NTE定着に向けて検討すべき項目における取り組み （太字は地域住民・事業者への理解や協力を得ることに関連した取り組み）	
コンテンツの拡充	・地場の多様な飲食の提供 ・周辺の飲食店事業者と連携したバルイベントの企画
場の整備	・アクセスが良い駅周辺の遊休地を活用して施設を整備
交通アクセス	・アクセスが良く、ホテルも集積する駅周辺に立地
安心安全の確保	・衛生指導などのルール順守に向けた取り組み（屋台村として区切られており、近隣への影響は限定的）
プロモーション	・バルイベントなどによる知名度向上 ・施設内を活用した番組収録などの積極的な受け入れ
労働	・主に地元出身者による開業や、少人数によるオペレーションも可能な設計により人手不足はない
マネタイズ	・地元住民が利用しやすい価格設定により地元客の需要の取り込みに注力

まとめ
大門横丁の開業により、函館の夜景を楽しんだ後の立ち寄り場・駅前活性化の拠点として、飲食を通じた交流の場を提供する地域貢献（社会的価値）だけでなく、駅前の食文化の承継にも貢献している（文化的価値）。飲食事業者の事業機会創出となっているだけでなく、周辺施設では再開発が続くなど民間投資も進む（経済的価値）。今後は、増加するインパウンドと地元客とのバランス確保が課題である。

(備考) 各種資料、ヒアリングにより日本政策投資銀行作成

図表4-5 地域ブランドの構築「星空ナイトツアー」

場所	長野県阿智村	 (備考) 阿智☆星神観光局提供
事業背景	長野県阿智村は温泉を主な観光資源として栄えた歴史を持っていたが、観光需要を支えた団体客が大幅に減少していた。そのような環境下、温泉以外に旅の目的になるようなコンテンツがないかと地元有志で検討を重ね、環境省の夜空の明るさ計測ランキングで2006年に第1位に選ばれたこと、都会の一部の層において星空が旅の目的になるという市場調査の結果、スキー場のゴンドラが星空ツアーに活用できたことから、星空をテーマにした体験型コンテンツの造成に至った。	
事業概要	スキー場のゴンドラを活用し、山の上で「星座ガイド」「音楽や映像のエンターテインメント」など、特に若者世代をターゲットとし、星空を生かして通年でナイトツアーを開催している。また、阿智村全体で星空を意識したまちづくりを行っており、村民上げて天体観測を行った最多人数、折り紙で作った星の最多展示数という二つのギネス世界記録の達成や、スターコインという地域通貨の導入など取り組んでいる。さらに、ナイトツアーの参加者の多くが星神温泉に宿泊するため、ツアーの時間に合わせた食事の提供や会場までの送迎など、多くの事業者と連携して事業を展開している。	

推進体制	
旗振り役 (DMO・スタービレッジ 阿智誘客促進協議会・ スキー場運営事業者)	・ナイトツアープログラム企画、運営 ・プロモーション(大手企業とのタイアップ、ギネス通じた広報など) ・村のブランディング戦略検討、推進 ・周遊バスや観光タクシーの運行 ・レストランや売店の運営
宿泊事業者	・ナイトツアー付き宿泊プランの提供やツアーにあわせたオペレーション
交通事業者	・セントレア空港からの直行バスの運行やナイトツアー付きパッケージプランの造成
地域住民など	・プロモーション協力
行政	・さまざまな企業との地域振興に関する連携協定の締結

NTE定着に向けて検討すべき項目における取り組み (太字は地域住民・事業者への理解や協力を得ることに関連した取り組み)	
コンテンツの拡充	・日本一の星空をブランドイメージにプログラム造成
場の整備	・スキー場の設備(ゴンドラ・リフト・ロッジなど)を有効活用
交通アクセス	・宿泊事業者や交通事業者と連携したツアーバスの運行
安心安全の確保	・ゴンドラの乗降者数の確認により、ツアー参加者を管理
プロモーション	・住民と協力し「ギネス世界記録」を達成するなど、受賞制度への積極的なエントリー ・大手企業とのタイアップ企画を通じたプロモーションの実施 ・体験者によるSNS発信(インバウンド観光客獲得にも波及) ・宿泊事業者や交通事業者と提携したパッケージプランの提供
労働	・U・Iターンによる労働力を確保(地元活性化に思いのある若者に訴求)
マネタイズ	・ゴンドラの活用によりツアー収入を得て、施設設備などに再投資

まとめ
村人口の約25倍に相当する年間16万人の観光客(2018年時点)や雇用の創出(経済的価値)に加え、星空を楽しむ文化の創出(文化的価値)や「日本一の星空の村」のブランドを内外に発信・定着させることで住民のシビックプライドを醸成(社会的価値)させ、観光活性化のみならず地域活性化につながっている。

(備考) 各種資料、ヒアリングにより日本政策投資銀行作成

図表4-6 夜の街歩きコンテンツ「迂回ラジオ」

場所	愛媛県大洲市	
事業背景	大洲市は、空き家を観光に活用する取り組みなどから国際的な認証団体「グリーン・デスティネーションズ」が選ぶ持続可能な観光地として2023年に「文化・伝統保全の部」で世界1位に選ばれた観光地である。「夜間は人が来ない」という意識から、多くの店舗が17時には閉店、夜間イベントも少なく、夜の街のにぎわいが乏しいという課題があった。そのような課題を解決すべく、愛媛県で実施しているデジタル実装加速化プロジェクト「TRY ANGLE EHIME」の採択事業として、2023年度にNTEに関する実証事業「迂回ラジオ」が行われた。	 (備考)ソニーデザインコンサルティング株式会社提供
事業概要	「迂回ラジオ」は大洲旧市街に11カ所のプロジェクションマッピングと13カ所への音声拡張現実(AR)ポイントを配置し、音と光の演出で夜間の周遊を促す街歩きイベントである。本事業により、音声ARアプリ*を通じた人流データをマーケティングに活用し地元飲食事業者が夜間営業のポテンシャルを実感したことで、営業時間の延長や地元飲食事業者が主体的に定期夜間飲食イベント「迂回バル」を開始するなど、地域に新たな夜の価値の創出につながった。	

推進体制	
旗振り役 (DMOと外部コンサルティング事業者が連携)	- 企画運営(プロジェクションマッピング・音声AR制作・宿泊客向けに音声ARアプリ利用端末提供) - 地域企業・自治体職員・住民を含めた勉強会の開催(マーケティングや機運醸成) - プロモーション(SNS・地元メディア活用)
飲食・サービス事業者	・営業時間延長、「迂回バル」の検討・開催
宿泊事業者	・プロジェクションマッピング投影場所の提供
地域住民など	・イベント用提灯制作や音声ARアプリで活用する音声データなどのコンテンツ制作に協力
行政	・事業費補助、プロモーション支援

NTE定着に向けて検討すべき項目における取り組み (太字は地域住民・事業者への理解や協力を得ることに関連した取り組み)	
コンテンツの拡充	・ イベント用提灯制作や音声ARアプリで活用する音声データに地域事業者・住民を活用
場の整備	・プロジェクションマッピングの投影施設など、DMOが行政・地域の架け橋となって機能・調整
交通アクセス	・市街地やホテルなどとも近接した場所での事業であり、特段の取り組みなし
安心安全の確保	・DMO主催の勉強会により、地域事業者からの理解・協力体制を得る仕組みを構築 ・周辺住民への騒音に対する配慮として音声ARアプリ*1を活用
プロモーション	・SNS・地元メディアによるプロモーション
労働	・テクノロジー(音声AR)の活用により省力化
マネタイズ	・公的資金を活用して実証事業を行い、継続的な夜間飲食イベントを創出

まとめ
本件では、飲食を通じた夜間の交流の場の創出(社会的価値)、地元の裏話を音声コンテンツにして地域の文化に触れる機会を提供(文化的価値)した。併せて人流データ分析をマーケティング活用し、飲食業者が夜間営業のポテンシャルを実感したことで、営業時間拡大やバルイベントによる売上増加(経済的価値)となった。今後も、全国地域への横展開を期待したい。

* ソニー株式会社が開発した「Locatone(ロケトーン)」アプリを活用。アプリ上でツアー形式のコンテンツにアクセスすると、マップ上にスポットが表示され、その場所を訪れると自動的に音が再生されるサービス。ユーザーアナリティクス機能を搭載、人流データを活用しデータドリブン型の観光地における消費機会の拡大につながる取り組みも企図。

(備考)各種資料、ヒアリングにより日本政策投資銀行作成

図表4-7 文化施設の開館延長「ナイトミュージアムKANSAI」

場所	関西地域(京都府・京都市・滋賀県)*	 (備考)京都市京セラ美術館提供
事業背景	文化庁の京都移転を契機に、文化庁と関西広域連合会、関西経済連合会が文化と経済の融合に向けた共同宣言を発出し、具体的な協業提案の一つとして ナイトタイムエコノミーの実現に向けた実験的取り組みの推進 が掲げられた。こうしたきっかけにより、2024年6月に関西の文化施設、企業、経済団体、自治体からなる「ナイトミュージアムKANSAI実行委員会」が発足され、文化庁の支援事業を活用して、夜の文化体験の創出に向けた取り組みが始まった。	
事業概要	文化施設の開館時間を延長し、会社帰りのビジネスパーソンが普段とは異なる夜を楽しむためのアート講座や、夜の落ち着いた空間で子供たちががのびのびと楽しめるアートワークショップなど、 夜間来館の目的となるイベントを提供 することで、文化に触れる機会拡大に取り組んでいる。また、ロゴやキービジュアルなど共通で利用できるプロモーションコンテンツの制作など、連携の強みを生かした効率的なプロモーションを実施している。さらに、デジタルマップを作成・活用し、来館後の周辺施設への回遊を促すなど、地域経済活性化に向けた取り組みも検討している。	

推進体制	
旗振り役 (経済団体)	・夜間来館の目的となるイベントなどの企画・運営 ・プロモーション(デジタルマップ・キービジュアル・ロゴ作成)
文化施設	・開館延長、夜間来館の目的となるイベントなどの企画・運営
交通事業者など	・プロモーション協力(電車内の広告など)
行政	・事業費補助

NTE定着に向けて検討すべき項目における取り組み (太字は地域住民・事業者への理解や協力を得ることに関連した取り組み)	
コンテンツの拡充	・ ビジネスパーソン向けの企画など、夜間来館の目的となるイベントなどを企画 ・ デジタルマップを活用した周辺施設とのタイアップや周遊企画を検討
場の整備	・文化施設を有効活用
交通アクセス	・一部施設では臨時バスを運行
安心安全の確保	・施設内イベントであり、閉館時間が夜間の比較的早い時間でもあるため特段の取り組みなし(施設内警備など、日中の運営と同様に館内を安心安全に楽しめる環境整備を実施)
プロモーション	・経済団体や交通事業者により、組織内や電車などで広くプロモーションを実施 ・ロゴ、キービジュアル、デジタルマップなど共通で利用できるコンテンツを制作
労働	・開館延長に伴うスタッフの一部拡充
マネタイズ	・施設スペースへの外部からの持ち込み企画によって採算確保を検討

まとめ
ナイトミュージアムKANSAIでは、美術館・博物館の夜間活用によって、夜の時間帯における新たな価値創出や文化と経済の好循環の実現(文化的価値・経済的価値)に向けて取り組んでいる。2024年度は事業開始初年度であり、各館が主催するイベントが中心だったが、今後は参画機関を拡大し連携の強みを生かした企画を検討することに加え、近隣の飲食店への波及効果も狙い、地域へのNTE定着を目指している。

* 2024年度時点で参画している文化施設:京都市京セラ美術館、京都府京都文化博物館、滋賀県立美術館
(備考)各種資料、ヒアリングにより日本政策投資銀行作成

(3) 事例から見た地域へのNTE定着に向けた示唆

各事例において、行政、DMO、企業など、属性の違いはあるが、中心でNTEの取り組みを進める旗振り役が存在した。また、コンテンツの拡充に関しては、その地域の魅力の再発見、多様化などのさまざまなアプローチで付加価値向上がなされていた。場の整備については、既存施設の活用などでコスト負担を抑制しながら場づくりがなされていたり、そもそも地域住民の居住エリアと隔離されたエリアで事業を進めることで地域住民への影響を極小化するなどの方策が取られていた。交通アクセスについては、住民居住地や観光客宿泊地に隣接するなどアクセスしやすい場所にあるとNTEに取り組みやすいものと考えられる。他にも安心安全の確保、プロモーション、労働含め、それぞれの状況に応じて特徴のある対応が図られていた。マネタイズの点は、地域の魅力を向上する中で、認知向上による顧客獲得と、適切なプライシングの実現を伴ってなされるものであるため、長期的な視点でのアプローチが必要であるが、収益化が進む前には一定の補助金などの利用も重要となる。

また、NTEの定着に向けては地域住民・事業者の理解や協力が必要であるが、例えば、③長野県阿智村の事例(図表4-5)では地域住民と協力し「ギネス世界記録」を達成するなど、地域住民を巻き込んだプロモーションを実施し、「日本一の星空の村」のブランドを地域内外に発信・定着させていた。

NTEの事業推進にあたっては、上述の8項目で取り組みを検討していくことも大切であるが、それ以上に、地域の住民や事業者との連携体制、受け入れられるための継続した取り組みなどは必要不可欠な観点である。

5. 日本のNTEへのまとめと今後の展望

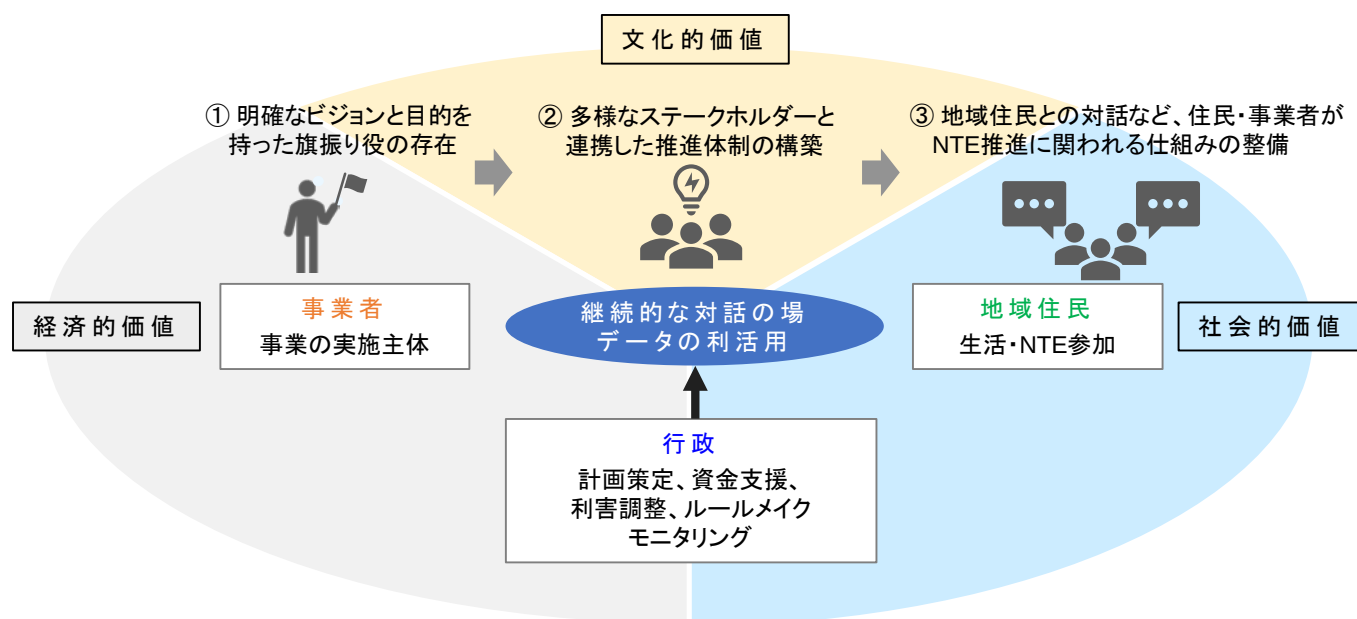
一昔前のNTEといえば、職場の仲間と仕事終わりの飲食やナイトクラブ(注3)など、都市部の繁華街が中心であった。近年は、在宅勤務などの働き方改革の推進により、夜はプライベートを楽しむことができる時間が増えており、地方部も含め、住んでいる地域において夜を楽しむ環境づくりを行うことの意義が高まっていると考える。加えて、増加するインバウンドに対して、地方誘客を促し、来訪満足度を高めるためにもNTE推進の取り組みは不可欠といえる。

これまで述べたとおり、NTEは市場規模として地域住民による消費の影響も大きく、持続的なNTEの発展のためには、地域にNTEを定着させ、地域住民の需要を取り込むことが重要である。そのためには、地域住民の巻き込みが課題であり、明確なビジョンと目的を持ってNTEを推進する旗振り役の存在、住民も含む多様なステークホルダーと連携した推進体制の構築、さらにはNTEに関するデータの効果的な利活用が求められる。また、行政に対する期待としては、事業者の取り組みを踏まえて、NTE定着に向けた地域全体の方向性を打ち出すとともに、事業の持続性を意識した資金支援や地域住民や事業者の対話の場づくりなど、NTE事業に取り組む事業者のサポートを行うことが望まれる(図表5)。

NTEは、これまで活用が少なかった夜間帯において、文化・社会・経済の複層的な付加価値向上を地域にもたらす重要なコンセプトである。必ずしも欧米の取り組みや今回紹介した事例に倣うのではなく、その地域の文化やステークホルダーの背景を踏まえながら、それぞれの地域の特性やニーズに合わせたNTEが構築されることを期待し、今回の事例紹介で扱ったフレームワークが参考になれば幸いである。各地域で住民が積極的に参加し、夜の楽しみ方が地域に定着していくことで、日本の夜はさらに魅力を増すだろう。

(注3) 夜にクラブやディスコで音楽や踊りを楽しむこと

図表5 地域へのNTE定着に向けた推進イメージ



地域へのNTE定着に向けて検討すべき8項目	
1. 推進体制 参加者、役割分担、大手企業とのタイアップなど	5. 安心安全の確保 利用者と提供者の安心安全確保策など
2. コンテンツの拡充 地域の特色、ブランド付けなど	6. プロモーション PR方法、デジタル活用、チケット팅など
3. 場の整備 実施場所の確保、住民を意識したゾーニングなど	7. 労働 従業員確保、適切な処遇など
4. 交通アクセス 利用者、提供者の足の確保など	8. マネタイズ 適切なプライシング、公的資金活用など

（備考）日本政策投資銀行作成

参考文献

- London First(2017)「THE ECONOMIC VALUE OF LONDON'S 24 HOUR ECONOMY」
- 木曾 崇(2017)『『夜遊び』の経済学 世界が注目する『ナイトタイムエコノミー』』光文社
- The Mayor's Office of Media and Entertainment(2019)「NYC's Nightlife Economy」
- 観光庁(2019)「ナイトタイムエコノミー推進に向けたナレッジ集」
- 齋藤 貴弘(2019)「ルールメイキング: ナイトタイムエコノミーで実践した社会を変える方法論」学芸出版社
- (一財)自治体国際化協会(2019)「英国のナイトタイムエコノミーについて」Clair Report No.485
- 高坂晶子(2022)「With/Afterコロナにおけるナイトタイムエコノミーとは」JRIレビュー Vol.4,No.99
- (公財)九州経済調査協会(2024)「特集 ナイトタイムエコノミー」九州経済調査月報9月号
- A.T. カーニー(2024)「業界別 経営アジェンダ 2025(第10章、第11章)」日本経済新聞
- 東京都(2024)「東京の観光振興を考える有識者会議 ナイトタイム観光部会」資料
- Council of Capital City Lord Mayors 2024(2024)「Measuring the Australian Night Time Economy 2024」
- NSW Government(2024)「NSW Night-time Economy Insights(September Quarter)」
- Night Time Industries Association(2024)「NIGHT TIME ECONOMY REPORT 2024」
- Night Time Industries Association(2025)「Night Time Economy Market Monitor February 2025」
- 総務省統計局「平成28年経済センサス-活動調査」
<https://www.stat.go.jp/data/e-census/2016/index.html> (2024年12月28日閲覧)
- 総務省統計局「令和3年経済センサス-活動調査」
<https://www.stat.go.jp/data/e-census/2021/index.html> (2024年12月28日閲覧)
- 内閣府「国民経済計算(GDP統計)」
<https://www.esri.cao.go.jp/jp/sna/menu.html> (2024年12月28日閲覧)
- 観光庁「インバウンド消費動向調査(旧 訪日外国人消費動向調査)」
https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/gaikokujinshohidoko.html (2024年12月28日閲覧)
- 観光庁「旅行・観光消費動向調査」
https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shohidoko.html (2024年12月28日閲覧)
- 観光庁「宿泊旅行統計調査」
https://www.mlit.go.jp/kankocho/tokei_hakusyo/shukuhakutokei.html (2024年12月28日閲覧)
- 福岡県福岡市「屋台施策」
<https://www.city.fukuoka.lg.jp/shisei/jigyuu-torikumi/yatai/sesaku.html> (2024年12月28日閲覧)
- 「函館ひかりの屋台 大門横丁」
<https://www.hakodate-yatai.com/> (2024年12月28日閲覧)
- 日本サービス大賞「日本一の星空 長野県阿智村 『天空の楽園』ナイトツアー」
https://service-award.jp/result_case03/dl/creation04.pdf (2024年12月28日閲覧)
- 愛媛県(2023)「トライアングルエヒメ推進事業『デジタル実装加速化プロジェクト』実装事業者リスト 2023 ソニーデザインコンサルティング株式会社」資料
- Night Time Industries Association「Major New Venue And Club To Open On Historic Site In UK's 'Brewing Capital」
<https://ntia.co.uk/major-new-venue-and-club-to-open-on-historic-site-in-uks-brewing-capital/>
(2025年2月20日閲覧)

©Development Bank of Japan Inc.2025

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引などを勧誘するものではありません。
本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：日本政策投資銀行』と明記して下さい。

お問い合わせ先 株式会社日本政策投資銀行 産業調査部

Tel: 03-3244-1840

e-mail(産業調査部): report@dbj.jp