

**東京都第1回 ナイトタイム観光フォーラム**

## **東京におけるナイトタイム観光のポテンシャルと課題**

2022年8月25日

一般社団法人メタ観光推進機構 代表理事

Tools for Humanity 日本代表

牧野友衛



# 自己紹介



新しい観光の概念「メタ観光」を提唱し、2020 年 11月に一般社団法人メタ観光推進機構を設立し、代表理事に就任。

Googleマップや YouTube の日本版の開発、Twitter の国内の利用者拡大の責任者を務め、2016年から2020年までトリップアドバイザーの代表取締役。Activision Blizzard Japan の代表を経て、現在はサム・アルトマンが共同創業した「World」を推進する Tools for Humanity の日本代表。

その他に政府観光局(JNTO)デジタル戦略アドバイザー、「東京の観光振興を考える有識者会議」委員、群馬県世界遺産専門委員会委員や文化審議会委員、「京都市観光振興審議会」委員等も務める。



# 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

## ● 委員構成

(敬称略)

氏名	現職等
牧野 友衛 (座長)	一般社団法人メタ観光推進機構 代表理事 日本政府観光局 (JNTO) デジタル戦略アドバイザー 東京の観光振興を考える有識者会議 委員
植野 広生	プレジデント社取締役 元「dancyu」編集長
高坂 晶子	(株)日本総合研究所 主任研究員
齋藤 貴弘	一般社団法人ナイトタイムエコノミー推進協議会 代表理事 弁護士
笹井 裕子	ぴあ総合研究所株式会社 取締役 所長

## ● 会議の開催

日付	主な議事
令和6年5月29日 (水)	委員からのプレゼンテーション、意見交換
令和6年7月23日 (火)	意見交換
令和6年10月30日 (水)	意見交換





# 議論の前提として:「東京の夜はつまらない」は本当か？

## 世界の都市ランキング

(森記念財団「世界の都市総合力ランキング（概要版 2023年11月）」)

### 総合

順位	都市名
1	ロンドン
2	ニューヨーク
3	東京
4	パリ
5	シンガポール
6	アムステルダム
7	ソウル
8	ドバイ
9	メルボルン
10	ベルリン

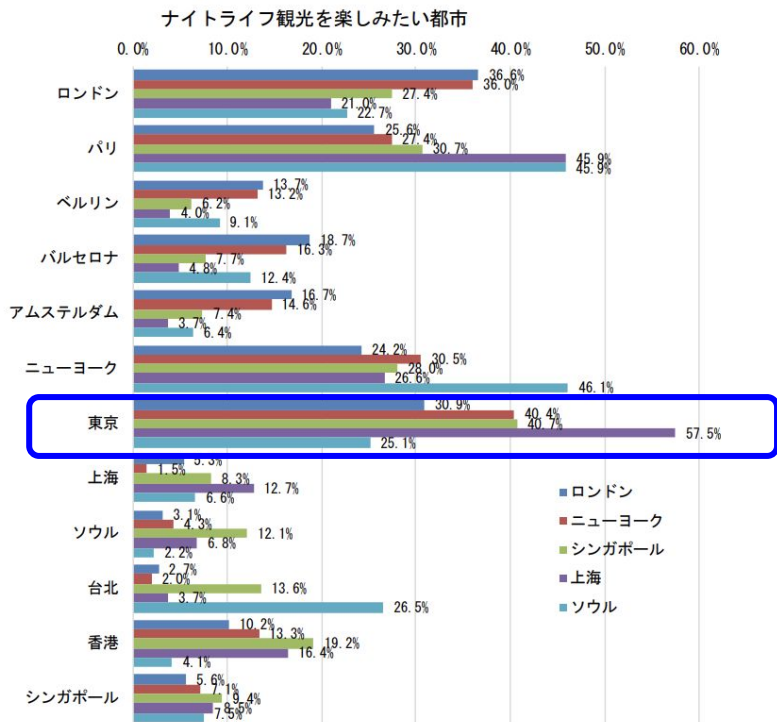
### ナイトライフ充実度

順位	都市名
1	ロンドン
2	マドリード
3	サンパウロ
4	バルセロナ
5	ニューヨーク
6	ブエノスアイレス
⋮	⋮
12	パリ
⋮	⋮
30	東京



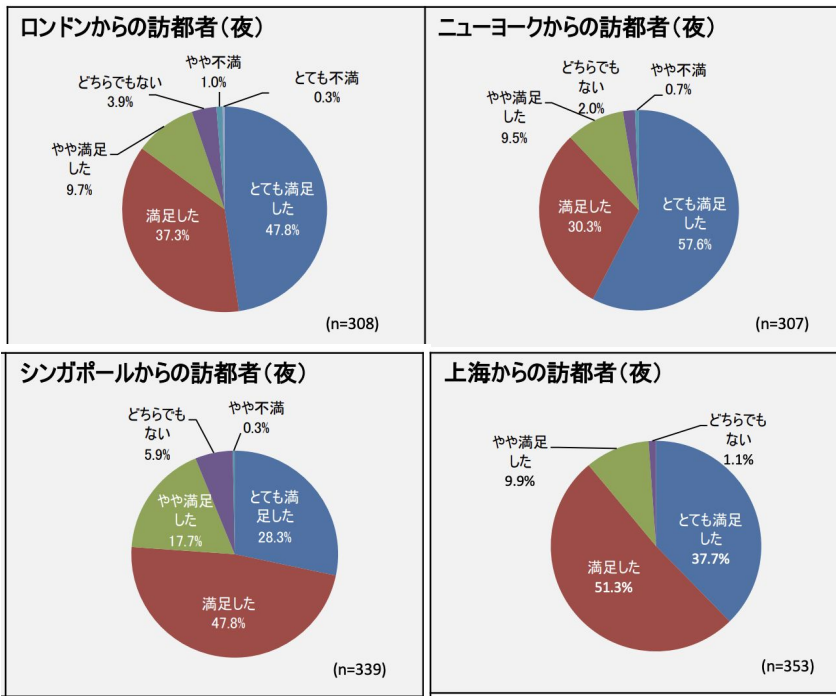
# ナイトタイム観光のイメージ、満足度ともに高い

## ナイトライフ観光を楽しみたい都市



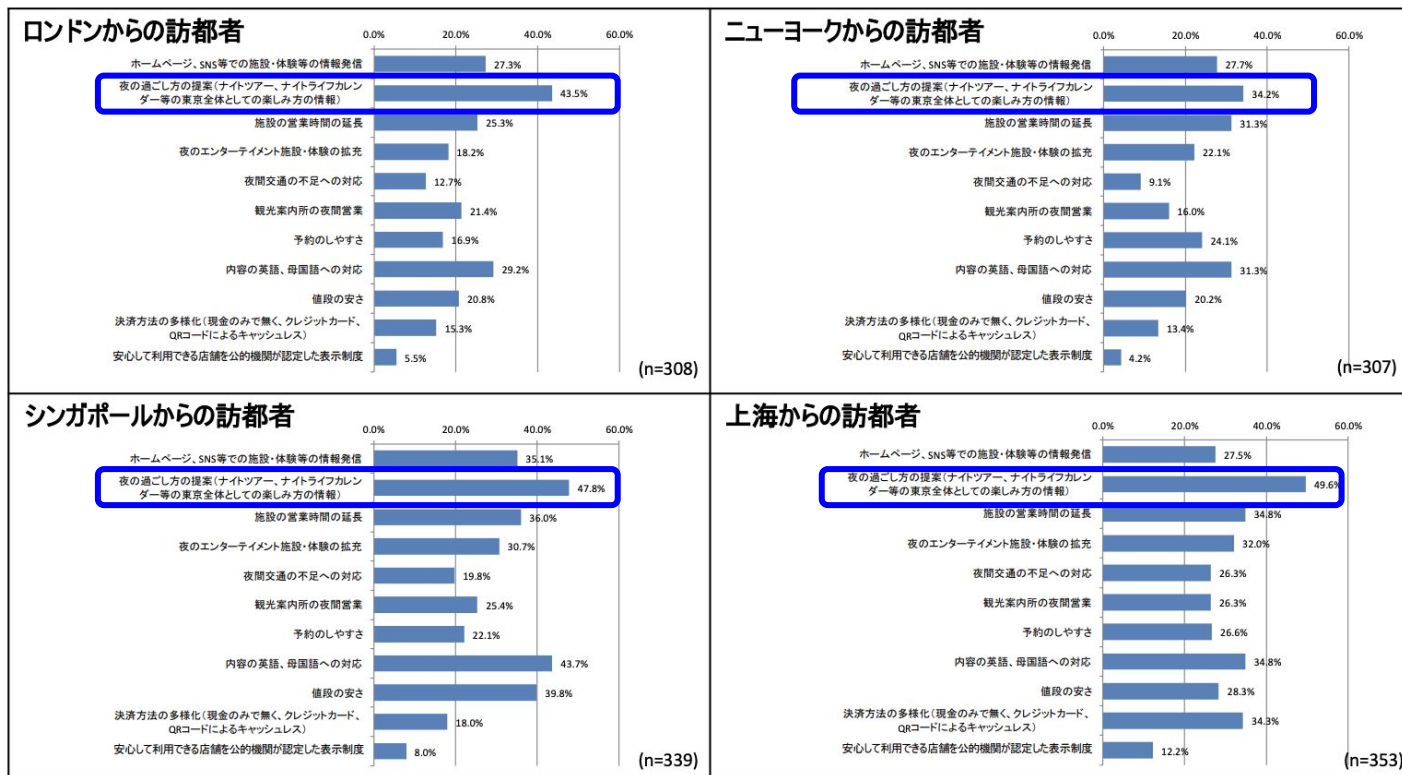
## 訪都者の満足度

### 海外からの訪都者の90%以上が「満足」





# 課題は「夜の過ごし方の提案(ナイトツアー、ナイトライフカレンダー等の東京全体としての楽しみ方の情報)」





# 夜の観光コンテンツの定義の拡張と紹介の必要性

夜型観光の定義: 日常的に楽しんでいる夜間のコンテンツ

屋にできることを夜にも: 参考

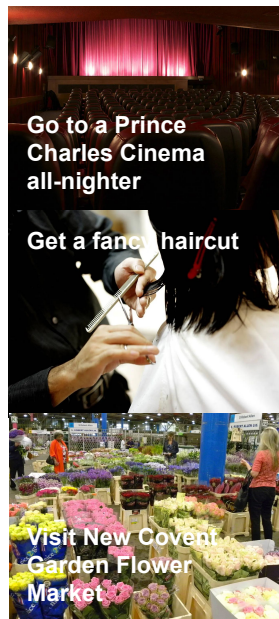
「Timeout 24 hours」

## 2 夜型観光のパワーコンテンツ「夜景観光」とは

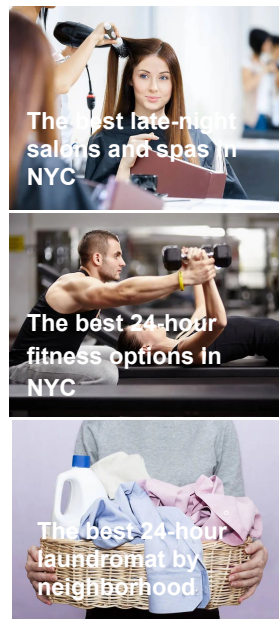


ほかにも盆踊り・縁日・夜市、ナイトクルーズ・屋形船

### LONDON



### NYC



### TOKYO





# 部会における議論の概要

- **ナイトタイム観光における「東京らしさ」とは何か**
  - **観光都市として東京の特徴や優位性の理解と、海外諸都市との競争の中にあって「東京ならではの」コンテンツをどう打ち出していくか**
    - 徒歩圏(ウォーカブル)で楽しめる食・音楽・芸術が日常の中に混在。商店街や飲み屋街など魅力的な生活の場も観光コンテンツになり「締め」「ハシゴ」文化は独自の魅力。旅行者を惹きつける工夫が必要。
- **旅行者を惹きつけるために何をすべきか**
  - **ナイトタイムの一層の誘客の「仕組み・仕掛け」は？行政（都）の取組の注力点**
    - 《地域での取組の推進》モデル地区作りや 地域ごとの課題にフィットしたサポート
    - 《魅力的なコンテンツの活用》お祭りや商店街、花火や夜桜などを紹介。
    - 《データや事例の収集》継続的な指標の調査や海外事例把握と事業者への共有。
    - 《印象的なイベント等の実施》プロジェクションマッピングを東京ならではのとして打ち出す戦略の必要性。国際競争力の寄与する旗印になるようなインパクトのあるイベントやプログラムの実施。
    - 《ブランディング、テーマ作り》ナイトタイム観光都市としてのビジョンやブランディング、ナイトタイム観光全体をプロデュース・デザインするような体制づくり。



# 部会における議論の概要

- **旅行者がスムーズ・快適に夜を楽しむために必要なサポートとは**
  - **旅行者目線で情報発信や受入環境の課題を把握して解決するのに必要な手立ては何か**
    - 《旅行者への情報発信等について》豊富な観光資源があっても情報が外国人に届いてない。わかりやすい発信やナビゲーション、ガイドが重要。ナイトプール等のコンテンツや、ナイトタイム観光対応のお店や商店街で英語対応や認証制度もあるといい。
    - 《旅行者のチケット手配等における課題について》転売防止の本人確認等外国人が購入が困難。英語対応のチケット販売は一部主催者や団体で実施されているが、多言語対応はコスト面で課題。関心の高いコンテンツを集約したポータルサイトの整備も必要か。
- **住民や事業者との関係性はどうあるべきか**
  - **地域の住民もナイトタイム観光のステークホルダーとしてどう理解を得て、また地域の事業者との連携はどうあるべきか**
    - ナイトタイム観光の推進には、地域住民と事業者の対話や連携の仕組みづくりが不可欠。民間だけでは解決が難しい課題を官民で安全・安心な環境整備を進めるなど、地域事業者が関われる体制も重要。観光客だけでなく住民にとっても魅力的な夜を目指す視点が必要。



# 部会における議論のまとめ

◎ 東京のナイトタイム観光のバリエーションは豊富で、日常シーンも観光資源となりうる他、独特で魅力的な文化・風習も有し、ポテンシャルは極めて高い。旅行者へ丁寧に情報を届けていくことが重要である。

◎ 東京の夜の楽しさに気付いてもらうために、東京の旗印となるようなインパクトのあるイベントを催していくことには価値があり、観光都市としての国際競争力の強化にも寄与する。

◎ 地域ごとに夜を盛り上げていこうという行政による旗振りが重要で、地域の取組を行うに際しては、住民や事業者が何らかの形で関わり、“東京の夜”を共に作っていくことが求められる。



# ナイトタイム観光のさらなる充実に向けた取組の方向性

## ナイトタイム観光において目指す姿：

### 「ナイトタイムも活気に溢れ、旅行者と都民が共に夜を満喫できる東京」

- ・ 地域の特色が活かされると共に、旅行者のみならず地域住民も「東京の夜」を楽しんでいる。
- ・ 幅広い事業者がナイトタイム観光に参画し、都内各地で多彩な楽しみ方が提供されている。
- ・ 東京の夜の魅力が十分に旅行者に伝わり、安全・快適に東京の夜を堪能している。

#### 地域に根差したナイトタイム観光の充実

- 地域の有する強みや課題に即した取組へのサポートにより、効果的な誘客等を推進
- 地元の住民や事業者との課題共有などを通じて持続可能なナイトタイム観光の振興を実現

#### 民間の力などを活かした多彩な夜間コンテンツの提供

- 津々浦々での夜の賑わいの広がりに向けて、民間によるイベント実施などを後押し
- プロジェクションマッピングをはじめ多様な楽しみで、旅行者の多彩なニーズに対応

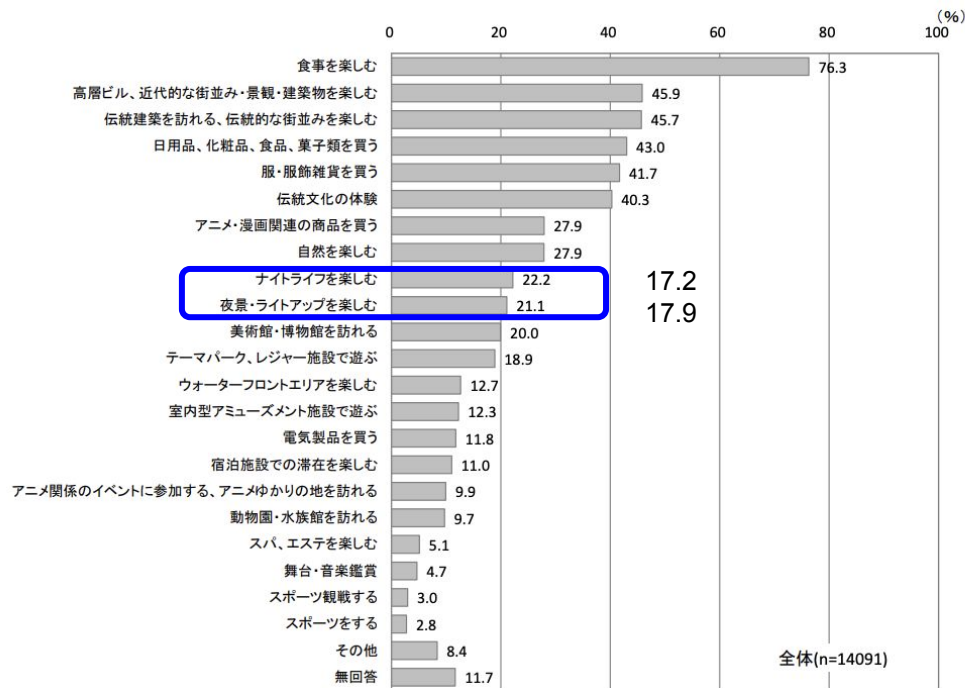
#### より快適なナイトタイム観光に向けた旅行者サポートの強化

- 東京でのナイトタイムの楽しみ方について、旅行者への情報発信などを強化
- 観光施設等での多言語対応や地域の実情に応じた安全・安心の確保を推進



# ナイトタイム観光の現在と伸びしろ

## 訪都目的(複数回答)



## 訪都目的に対する大変満足した活動

