

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  
議事録

令和6年5月29日（水）14：27～15：28  
新宿NSビルNS会議室3-M

### 【江村観光部長】

定刻より若干早くなりますけれども、皆様お集まりですので、これより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を開会いたします。

本日は、御多忙の中御出席いただきまして誠にありがとうございます。

座長が選任されるまでの間、私、東京都産業労働局観光部長の江村が進行役を務めます。よろしくお願いいたします。

まず、本日の資料の確認をいたします。

資料は、議事次第、座席表、資料1の委員名簿、資料2の本部会の設置要領、資料3「東京のナイトタイム観光のさらなる充実に向けて」及び各委員のプレゼンテーション資料でございます。お手元にそろっていらっしゃいますでしょうか。

それでは、開会に当たりまして、田中産業労働局長より御挨拶を申し上げます。

### 【田中産業労働局長】

皆さん、こんにちは。産業労働局長の田中でございます。

委員の皆様方におかれましては、大変お忙しい中、本日の会議に御出席を賜りまして誠にありがとうございます。

夜間の時間帯における観光を促進していくことは、東京のさらなる魅力を引き出し、消費の拡大や観光需要の分散などの観点で、東京の観光振興における重要な課題の1つでございます。都といたしましても、都庁舎を活用したプロジェクションマッピングを開始するなど取組を進めているところでございます。

この部会では、ナイトタイムの観光について様々な御知見を有する皆様方から忌憚のない御意見、御指摘を頂きまして、今後の観光施策に生かしてまいりたいと存じます。どうぞよろしくお願いいたします。

### 【江村観光部長】

続きまして、委員の皆様を名簿の順に御紹介いたします。

まず、プレジデント社「dancyu」編集部長、dancyu総合研究所所長、植野広生委員でございます。

次に、株式会社日本総合研究所主任研究員、高坂晶子委員でございます。

続きまして、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、齋藤貴弘委員でございます。

続きまして、ぴあ総合研究所株式会社取締役所長、笹井裕子委員でございます。

続きまして、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、牧野友衛委員でございます。

皆様、どうぞよろしくお願いいたします。

なお、御発言の際は、事務局からマイクをお渡ししますので、挙手いただけ

ればと存じます。

次に、本部会の座長の選任を行います。

本部会の設置要領では、座長は委員の互選により選任することとなっております。どなたか、御推薦などありますでしょうか。

高坂委員、お願いします。

**【高坂委員】**

座長には牧野委員を御推薦したいと思います。

**【江村観光部長】**

ただいま高坂委員より、牧野委員を座長にとの御推薦がございました。委員の皆様、いかがでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

**【江村観光部長】**

よろしいでしょうか。

それでは、この後の議事進行につきましては、牧野座長にお願いしたいと思います。どうぞよろしく願いいたします。

**【牧野座長】**

改めまして、牧野です。本日はよろしく申し上げます。ぜひ皆さんと活発な議論をさせていただければと思っています。

それでは、早速ですが、会議を始めさせていただきますが、まず事務局から資料の説明をしてもらって、その後、各委員からのプレゼンテーションをしていきます。その後に意見交換ができればと思っていますので、まずは事務局から資料の説明をお願いします。

**【前田観光振興担当部長】**

それでは、説明させていただきます。観光振興担当部長の前田と申します。

資料3「東京のナイトタイム観光のさらなる充実に向けて」を御説明いたします。

まず、ナイトタイム観光を活性化する意義でございます。

旅行者に夜の時間帯においても東京を楽しんでもらうことは、満足度の向上やリピーターの増加、消費の拡大、雇用の創出など、様々なメリットや意義がございます。また、治安のよさという東京の強みを生かすことができるとともに、観光都市としてのブランド力の向上や投資の呼び込みにもつながります。さらに、観光需要の時間的な分散が図られることで、日中の混雑緩和や需要の取りこぼしを防ぐことにもつながります。

続いて、これまでの都の主な取組を御紹介いたします。プロジェクションマッピング国際大会の開催のほか、都庁舎のプロジェクションマッピングを通年で実施しておりまして、約3か月で20万人を超える方々に御来場いただいております。

また、地域の観光資源を生かした夜間・早朝のイベントや、桜や建物などを活用したライトアップのほか、プロジェクションマッピングを活用した地域の魅力を高める取組を支援しております。

そして、ユニークベニューを活用した会議後のレセプションの開催支援ですとか、都立の美術館・博物館で、サマーナイトミュージアムとして開館時間の延長などの実施、それから、都立公園では音楽に合わせてライトアップを行うなど、花と光のムーブメント、海上公園でもイルミネーションを実施しております。

また、ウェブサイトを活用しまして夜景等の紹介ですとか、観光ボランティアによるナイトツアーも実施しております。

次に、東京の観光振興を考える有識者会議の御意見を御紹介いたします。

今年の2月には、ナイトタイム観光の促進をテーマに議論をいただきまして、夜遅くまで鑑賞できる芸術やエンターテインメントなどコンテンツや、観劇後のレストランなどが必要、チケットの購入等のアクセシビリティなど、様々な観点で御意見を頂いております。

次に、東京と海外諸都市との比較でございます。

東京は都市としては3位と高い評価を得ている一方で、ナイトライフ充実度という指標では30位と、総合ランクに比べて低い順位となっております。

続いて、東京のナイトタイムにおける旅行者の動向等です。

まず、東京を訪れる旅行者の状況ですけれども、外国人旅行者は増えていますが、旅行者の多くは実は日本人です。この中には都民も含まれております。宿泊客だけで見ますと、日本人と外国人の差は小さくなってきます。

次に、外国人が訪れた場所は、渋谷が首位で、新宿、銀座と続いています。そこで、こうした新宿や銀座など地域別、そして、時間帯別に外国人旅行者がどのように増減しているのか延べ数を推計しました。次のグラフを御覧ください。

銀座は、時間帯にかかわらず一定の外国人旅行者が滞在しておりまして、渋谷や新宿、六本木は夜間の時間帯にピークを迎えております。一方、浅草は日中の時間帯がピークとなっております。

その理由ですけれども、次の外国人旅行者が東京で最も満足した場所で行った活動というデータを御覧いただきますと、夕方から夜間にかけて旅行者数が増加していた六本木とお台場はナイトタイム観光関連が上位になっておりまして、このため夜間に旅行者数が増加していたという推測がされます。また、銀座は食事やショッピングを楽しんでいる人たちが多く、この地域は宿泊施設も充実しているので、時間帯にかかわらず一定の外国人旅行者が滞在していると考えられます。

一方、浅草は、伝統建築の見学が上位になっておりまして、このエリアは夜

は旅行者数が減っていくということになりますと、日中ににぎわいを見せていても、それがどれだけ消費につながっているのかという観点からは気になる状況でございます。

以上を踏まえまして、論点や議論の進め方をお示ししております。

まず、議論の前提ですけれども、ナイトタイムとは、原則午後6時から翌朝6時までを指すものとします。また、東京には繁華街から豊かな自然まで多様な地域がありまして、ただいまエリアごとの状況を御説明しましたけれども、その特色を踏まえた取組が重要と考えられます。さらに日本人観光客がかなり多いという状況では、インバウンドのみならず日本人も楽しめることや、一方で、飲食業界をはじめ様々な産業で働き手の確保が困難であるということ念頭に置く必要がございます。

そこで、主な論点といたしましては、東京ならではのコンテンツをどう打ち出していくのか、民間や地域の取組をどのように活性化していくのが有効なのか、情報を旅行者へ届けるためにはどのような取組が効果的か、チケット手配等における課題を解消するための手だては何か、旅行者の安全・安心の確保に向けてどのように取り組むべきか、地域住民の理解を得ながらナイトタイム観光の振興を進めるためには何を留意すべきか、主にこうした論点につきまして御議論を頂きまして、今後のナイトタイム観光振興の方向性について取りまとめを行わせていただきたいと思いますと考えております。

資料の説明は以上でございます。

#### 【牧野座長】

ありがとうございます。現状とナイトタイム観光の方向性を取りまとめるに当たっての論点をまとめていただいてありがとうございます。

それでは、各委員からのプレゼンテーションに移りたいと思いますが、まず、僭越ながら、私から少しお話しさせていただければと思っています。プレゼンテーションは、今日の議論につながるような考え方や参考になるデータをまとめた内容をつくってまいりましたので、お話ししたいと思っています。

まず、ナイトタイム観光を考える上で、東京としてどんなナイトタイム観光都市になりたいかということが重要だと思っていますので、こういったビジョンをまさに方向性として、今日から議論できればと思っています。東京には東京のブランドというコンセプトがありますので、こういったものと同じものがナイトタイム観光にも必要ではないかと考えています。

続きまして、先ほども少しお話がありましたが、ナイトタイム観光が資する目標というのが、観光で東京都として2030年まで数値目標を持っています。この中で外国人旅行者の増加や消費額の増加というのが、現状より倍増していかなければいけないという中で、ナイトタイム観光ができることがあると思います。何がゴールかといったときに、こうした経済的なインパクトを頭に入れた

上での議論もできればと思っています。

ナイトタイム観光自体の指標というのでも継続的にやっていく中で必要だと思います。東京都の調査の中で、例えば訪都者の満足度だったり、再訪意向、ブランドイメージ、都民の満足度というのが出ています。こういったものを継続的に図って向上していくことを指標として見ていくことが大事だと思ったので、こちらも入れております。

観光客を増やすに当たって、新規とリピート、どちらを増やしていくかというような議論もあります。実際にやることとしては、新規の旅行者も、これまでに来ている観光客の意見・口コミというのが旅行者の行動に影響を与えるというのを考えると、個人的には、今東京に来られている外国人観光客の満足度を上げることが大事なのではないかと思っています。

では、誰が東京都に現状来ているのか。残念ながら、東京都のデータは見つからなかったんですが、JNTOと観光庁のデータで見ると、今日本に来ている外国人観光客の80%以上が東・東南アジアの地域から来ているということだったりとか、また、世代で見ると、ミレニアル、Z世代と言われるような20代から40代の世代が中心となって訪れているというので、こういったこともコンテンツを考える中で必要だと思っています。

参考までに入れていますが、JNTOが取っているデータで、各地域別に海外旅行にそれぞれの国・地域の人たちが求めるコンテンツが違ってくるのが分かりますので、これも誰を主に対象とするかということ意識していると、おのずと紹介するコンテンツは変わってくるので、これも参考までに入れておきました。

時間ですが、先ほどナイトタイムと言ったときに、夜6時から朝6時ということだったんですが、プライオリティとして考えたときに、過去の調査だと夕方6時から1時が80%から90%の方が滞在されているというところなので、まず、この部分の充実化というのが必要なのではないかと思っています。

先ほども少し日中の滞在エリアというのが出ていましたが、宿泊エリアと訪問エリアが重複するエリアが幾つかありまして、例えば訪問エリアとほとんど同じなんですけど、新宿、渋谷、銀座、東京駅のエリアというところで、泊まる場所と訪問する場所が同じような場所だと、深夜、早朝の何かコンテンツがあったとしても、交通の問題が回避できるのではないかと思いますので、エリアごとに戦略を変えていくということも考えられるのではないかと考えています。

あとは旅行者のカスタマージャーニーという言い方をしますが、旅行者が情報を見つけて、実際に予約して、訪問してという一連の行動の流れでカスタマージャーニーとして考えていくと、現状の東京のナイトタイムの問題が、コンテンツがないのか、あるいはコンテンツがあるけれども、知られていないのか、

見つけづらいのか、または、あつて見つけたけれども、購入できないのかといったような、そういった細かく旅行者の行動分析をする必要があるんじゃないかなということ、カスタマージャーニーについて触れています。

実際に、コンテンツがないのかということで見ますと、先ほどのJNTOの海外旅行に求める主な目的と、観光庁が出している訪日外国人が日本に求めるものという中で幾つかギャップがあるものがありまして、例えば庭園、建築、エステ、スパ、マッサージ、コンサート、音楽ライブみたいなものがあるので、これらのものが実際にないのか、あるけれども、知られていないのかを細かく見ていったほうがいいんじゃないかなと思って、このギャップを提示しています。

コンテンツだけではなくて、そもそもどういう夜の過ごし方を東京でしているのか分からないというか、そういった情報がないんじゃないかというのが、実は、前に東京都が取ったナイトライフ観光の調査の中で出ています。そのため見つかっていない、あるいはどうしていいか分からないというところの提案をしなければいけないんじゃないかということここから分かると思います。

東京らしさというところが、先ほども事務局の資料にも出ていましたが、東京らしさの中で参考になる調査結果があったので入れています。これは東京観光財団とタイムアウト東京の共同調査の中で、東京は歩きやすい、ウォーカブルであるということだったりとか、多様な楽しみ方ができる、食、建築、アート、古着といった幅広いテーマがあるということだったりとか、食の質が高く満足度が高いとか、あと治安のよさ、多言語サービスの充実でソロトラベラーが行動しやすいということで、海外旅行の国によっては一人旅がなかなかしづらいところもあつたりすると思うので、ここも東京らしさとして紹介できることかなと思っています。また、リピータブル、様々な楽しみ方ができるので何度も来られますということです。

その中で、コンテンツの幾つか選び方、考え方として、詳細はお話しませんが、既存の多様なコンテンツというのを活用できるのではないかということで、花火とか夜桜とか、日本人が日常的に楽しんでいるようなものも最近紹介されています。そういったものを活用して紹介していくということもできると考えていますし、あとは営業時間を延ばすという点を3割ぐらいの方々が調査では希望しているというところがありました。飲食店や、施設も例えば美容院とかフィットネスとか、様々なものがあると思いますので、そういったもう少し幅広く対象となるコンテンツを考えて営業時間を延ばすということで、夜の滞在時間を増やすことができると思います。

最後に、継続的、恒常的にライトアップしているようなエリアというのは、海外の都市の中では上海だったりとかロンドンとかあるわけで、こういったイベント的に現状やっているものも、時間を延長したりとか、開催期間を延長し

たり、恒常化することで、そこを観光エリアとしていくことができると思いますので、こんな考え方もあるんじゃないかと思っています。

長くなりましたが、以上がプレゼンテーションとなります。ありがとうございます。

続きまして、高坂委員からプレゼンテーションをお願いしたいと思います。

### 【高坂委員】

ありがとうございます。「ナイトタイムエコノミーの振興について」ということで、私の考えておりますことを御説明したいと思います。

まず、夜間帯の観光を振興する必要性は何かということですが、コロナの後に旅行スタイルの変化というのが非常に加速してまいりまして、個人旅行が増えたということで、団体旅行に比べますと、ツアーの採算性ですとか施設の稼働率というような点で問題が生じている。これを穴埋めするためにはどうすればいいか。その1つの解として、未活用資源を利用すればいいんじゃないか。平たく言いますと、今あまり観光に使われていない夜間、早朝に観光していただくということがいいのではないかと考えています。

ですが、今我が国のナイトタイムエコノミーの現状を見ますと、選択肢が不足しているとか、インバウンドの方にアンケートで聞きますと、日本の夜はつまらないというような御意見が聞かれるとか、観光庁による振興策というのも、特にコロナの前はかなり力を入れてやっておられたんですが、コロナで頓挫をしてしまったということがございます。コロナ後も若干ございましたけれども、ナイトタイムエコノミーと銘打ってやるというのはコロナ禍では難しかったのか、政策的にも前面に出ていないところがございます。

一方で、ナイトタイムエコノミーを振興するメリットといたしましては、都の御説明にもありましたとおり、このような3点が大きなものではないかと思っています。

ナイトタイムエコノミーというのは改めてどういうものかということですが、以前、ナイトタイムエコノミーといいますと、繁華街で飲食店とかで御飯を食べるとか、それから、クラブとかシアターなどでエンタメを見るとか、そういったようなことがまずイメージされると思うんです。近年のナイトタイムエコノミーというのは大変多様になっておりまして、自然体験のようなこともございますし、それから、リラクゼーションとか夜景ですとか、もちろん、ここにおいでの皆様には既に御案内のことだと思っておりますけれども、これだけいろいろなバリエーションがあるということで、ナイトタイムエコノミーの振興の在り方というのも変わってくるだろうと思われまます。

特徴といたしましては、観光客自身が楽しむ能動型のコンテンツというのが以前に比べて増えてきているということ、それから、既存の資源を転用するようなやり方というのが可能性としてあるということ、それから、日常シーンが

観光化している。例えば商店街に行ってお総菜を買って食べ歩きをすとか、商店街の居酒屋へ行って地元の人と交流すとか、そういったようなことも観光商品というふうになり立ってきているというような事情がございます。

ナイトタイムエコノミーに関する政策動向ということでございます。政治・立法の動きと政府による振興策ということで、先ほどもちょっと申し上げましたけれども、ナイトタイムエコノミーということを中心に前面に出すようなのは、2020年の事業というので一旦中断というような形になっております。

では、東京についてナイトタイムエコノミーということを考える場合にどういふふうを考えればいいのかということでございます。これは、あくまで国内との比較ということでお考えいただければと思いますけれども、まず非常に豊富な観光資源としては、いろいろな多種多様なものがある。地方の場合ですと、エンタメ施設ですとかアミューズメント施設ですとか、そういったものというのは必ずしもそろっているわけではございませんけれども、東京の場合にはありとあらゆると言っていると思います。様々な施設がそろっていて、様々なニーズに対応できるということがございます。

それから、伝統的な建築物なども豊富なので、ユニークベニューとして活用する。ですから、恒常的にサービスをするというのではないけれども、何かイベントなどのときに活用するというような選択肢も豊富であるということ。

それから、外国の方に伺いますと、日本というのは、ちょっと歩くと神社仏閣とか、公園のような小さな緑がいっぱいある。お祭りなんかもやっているので、日常生活が垣間見られるところもあり非常に興味深いというような御意見もございます。これも東京の一つの特徴ではないかと思っております。

それから、商店街やその飲み屋街、先ほど申し上げましたけれども、魅力的な生活の場というのもございます。近年のインバウンドの方の御関心というのは、地元の方がどんなふうに住んでいるのかということに非常に関心があって、そこのところに積極的に踏み込んでくるということがございますので、これも観光商品として考えられる。

さらに郊外を中心に豊富な自然もあるというようなことが言えると思っております。

環境的に考えましても、日本の地方都市との比較においては、多言語対応が充実している、営業時間も比較的長い、それから、移動の利便性についても、タクシーが不足しているというようなことがこの頃特に言われておりますけれども、幾ら呼んでも来ないというような地方に比べれば、繁華街は少なくともタクシーが拾えるというようなこともありますので、こういったところはメリットだと思います。東京のナイトタイムエコノミーということを考える場合には、当然日本の地方都市だけではなくて、国際的な比較というのがむしろ大事になってくると思うので、こういうところというのは、むしろこういう東京のメリットを生かしたナイトタイムエコノミーの振興というのを地方都市にどう

いうふうに伝えるかというような観点から考えていく必要があるのではないかと思います。

今後の留意点といたしましては3点挙げてございます。

まず、豊富な観光資源があるにもかかわらず、それがインバウンドの方になかなか届いていないのではないかというようなことで、そういった情報提供から、案内から、予約から、決済から、行き方のナビゲーションから、その前後のお店のアドバイスまで、いろいろな部分をカバーする多言語のプラットフォームの構築が望ましいのではないかと考えております。

それから、暮らすように旅をする状況への対応ということで、生活の場にインバウンドの方が踏み込んでくることが増えたということを申し上げました。そのこと自体は問題ではないかもしれませんが、日常生活の場というのは、住民の方にとってはお休みになっている時間なので、住民の方とインバウンドの方との接点が増えることによってトラブルが発生するおそれというのがどうしても増してしまうということはあると思います。

ですから、ナイトタイムエコノミーに関わる方と地域社会が話し合う仕組みというのをつくっておかないと、トラブルが起きたときになかなか問題が收拾できにくい、悪化する可能性がある。むしろ先手を打って、事業者とコミュニティとが対話をする場所というのをつくっていくことが必要なのではないかとということでございます。

以降は御参考までにつけて、そのことを明記しておかなくて大変申し訳ないんですけども、都市圏ですとか地方圏におけるナイトタイムエコノミーの官公庁などが関与して行われました振興策について御紹介したものでございますので、そして、その取りまとめでございますので、御覧になっていただければと思います。ありがとうございました。

#### 【牧野座長】

高坂委員、ありがとうございました。ナイトタイムエコノミーの現状や課題、全体的な理解につながるような内容をまとめていただいたと思っています。コロナ禍の前後で観光のトレンドが変わってきて、日常シーンの観光化みたいなものも1つキーワードだったと思いますし、あとは受入れ地域とのコミュニティみたいなものを考えなければいけないということの示唆もいただいたプレゼンだったと思います。ありがとうございました。

次に、齋藤委員からプレゼンテーションをお願いしたいと思いますので、齋藤委員、お願いします。

#### 【齋藤委員】

よろしく申し上げます。

まずスライドの2ページに、ナイトタイムエコノミーの経緯を簡単にまとめさせてもらっています。

2011年から始まった風営法改正運動から始まって、改正後に夜をどう盛り上げていくのかというのがナイトタイムエコノミーの議論でした。観光庁がかなり力を入れて推進していたのですが、コロナでそれがストップした後、今まさにナイトタイムエコノミーの立て直しに向けて新しい議論をしています。

私は、これまでの風営法改正からの一連の流れに関わり、ナイトタイムエコノミーの協議会をつくったりしてきたのですが、その中でいろいろな人たちと活動を共にして、スライドの3ページにあるワークショップなども開催し、現場の課題や要望といった皆の声を聞く立場におりました。なので、この会議の場でも、有識者としての自分の考えというよりも、いろいろな方の話を聞いてきて、その声を媒介するような立場としてお話しできればと思っております。

ナイトタイムエコノミーとナイトタイム観光という言葉が両方使われていますが、前提として、それらの違いと関係者の整理をしたいと思います。

今回はナイトタイムエコノミーの中で、ナイトタイム観光がテーマとなっています。夜は、観光産業以外でも、文化芸術ですとか、まちづくりですとか、そこで暮らす人たちのライフスタイルですとか、いろいろな活動の場所になっているわけです。

スライドの4ページでは「夜を楽しむ人」、「夜をつくる人」、「夜に働く人」、「夜を支える人」と整理しています。夜を楽しむ人、とりわけその中でも観光客だけを切り取って夜の観光振興を考えていくのは現実的ではなくて、例えば夜をつくる人たちにどう活躍してもらうか、夜に働く人たちをどう支援していくのか、夜を支える仕組みをどうつくっていくのか、そういった総合的な視点で政策、振興策を議論していく必要があると思っております。

その上で、「夜をつくる人たち」「夜に働く人」として、すばらしい文化コンテンツやベニュー（場所）があり、アーティスト、クリエイター、いろいろな事業者の人たちが活発に活躍しているというのが東京の夜の醍醐味だと思っております。その集積が東京の夜にしかない魅力をつくっており、そこが東京の圧倒的な強みかなと思っております。

他方で、個々のプレーヤーだけでは解決できない問題も多くありまして、東京都の資料に「主な論点」として記載されている事項がまさにそれかなと思われました。

スライドの5ページに、幾つか「主な論点」を抜粋しています。まず「民間や地域の取組をどのように活性化していくのか」という論点について。民間の取組を活性化していくためには、法規制ですとか、夜間交通ですとか、安心・安全ですとか、いろいろな事業環境の整備が必要になってきますが、それは個々の民間プレーヤーだけだとできないことなので、政策的な手当てが必要になってくるかなと思っております。

「地域の活性化」でも同じでして、地域の活性化をするためには、その地域で商いをする事業者同士の連携ですとか、住民との協力関係の構築が必要になるので、そこも個々の事業者単位ではなかなか難しいところかなと思っています。

「地域住民の理解」という点でも同じだと思っています、観光振興を地域の人に理解してもらおうという点もですが、地域の人も楽しめる夜をどうつくっていくのかという点が重要だと思います。それは観光というよりもまちづくりの議論を並行していかないと、なかなか地域住民の人の満足を上げていくということは難しいのかなと思っています。

「安心・安全」とか「プロモーション」も全く同じで、個々の事業者だけでは解決が困難なテーマです。

なので、ナイトタイム観光の推進に当たっては、民間事業者間や、住民、官民が連携した仕組みづくりがとても重要と思っています。

本部会でも「主な論点」を解決していくためにどういう仕組みが必要なのか、そういった視点も皆さんで議論してイメージをつくっていければと思っています。この辺りは、ナイトタイムエコノミーに取り組む海外の先進都市は大体共通したフォーマットで仕組みづくりをしており、参考までに少し御紹介できればと思っています。

スライドの6ページになります。まず最初にするのが、夜にどのような価値があるかを明確にし、皆が、夜を活用してどういう価値を地域にもたらしていくのか、どのような社会を目指していくのか、といったビジョンづくりです。牧野さんが先ほどおっしゃっていたようなものです。次にするのが、そのビジョンを実現していくための戦略の策定です。ここで特徴的なのが、戦略策定にあたって、リサーチやデータなどを使いファクトベースで政策論を組み立てていくのと、いろいろなステークホルダーの合意形成を得るためのプロセスを丁寧に踏んでいくということかなと思います。もう一つは戦略を実施していくための、民間ステークホルダーや官民が連携した推進体制です。以上について時間の関係で詳しく説明できませんので、スライドの7ページから11ページを読んでいただければと思います。ロンドンの事例などを紹介しています。

もう一つ東京都の資料にあった「主な論点」についてスライドの12ページ以降で検討しました。「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のか」についてです。東京都は、都庁や絵画館といったすばらしい場所で、インパクトのあるプロジェクションマッピングを実施はもう既に何度もしていますが、これを東京ならではのコンテンツとして打ち出していくための戦略が必要かなと思っています。

東京都が主導することで、民間事業者では到底できないようなインパクトのあるコンテンツをつくることのできる。先ほどの事例などはまさにそうかなと

思うんですけれども、さらに東京ならではの体験価値をどうつくっていくのかという点が重要だと思います。まちと連携して回遊性を高めていくのですとか、民間のアイデアとか創造性を持ち込むなど、官民が連携して戦略的に実施していくことで、スライドの12ページで整理している夜が持つ様々な価値、経済波及効果や文化の活性化、人々の交流やシビックプライドにつなげていくといったところに大きく可能性があると思っております。そういった意味で、本部会では、都市を舞台とした東京の夜を代表するような文化の祭典、この方向性みたいなことも議論できればと思っております。

参考になるような海外事例として、スライドの14ページでVIVID Sydneyを挙げさせてもらっています。プロジェクトンマッピング、ライトアートといった個々のコンテンツをVIVID Sydneyというブランドで束ねて大きく打ち出して、街全体を舞台とすることでシドニー全体での集客や、地域活性化、シティプロモーションにつなげています。音楽とか食のイベントも合わせて展開し、いろいろな産業への波及効果を作るべく、行政主導でインパクトを出しています。

次のスライド(15ページ)は、これはシティプロモーション、これも「主な論点」にあったので参考になるような事例をスライドだけ入れてあります。次のスライド(16ページ)も、安心・安全、これも「主な論点」としてあり、重要なテーマですのでスライドとして詳しく説明を入れておりますので、後ほど参考にさせていただければと思います。

以上、駆け足でしたけれども、本部会で、個々のプレーヤーでは実現が難しいがナイトタイム観光活性化のために欠かせないテーマを中心に議論していければと思っております。ありがとうございます。

#### 【牧野座長】

齋藤委員、ありがとうございました。世界の事例を紹介いただくことで、東京ならではのという考え方の中に、国際競争力ということを考えなければいけないということを教えていただけるプレゼンテーションだったと思います。ありがとうございます。

では、続きまして、植野委員からプレゼンテーションをお願いいたします。

#### 【植野委員】

ナイトタイム観光、ナイトタイムエコノミーをどういうふうに議論していくか。皆さんいろいろ資料とか前提というのはまとめられているんですけれども、先ほどからお話がありました東京に来る例えばインバウンド、日本国内からでもそうですけれども、東京の夜は物足りないという意見が多い。

では、その物足りなさとは何なんだろうというのを僕なりに考えてみたんですけれども、恐らくそれは個々の体験によるからだと思うんです。例えば東京、六本木は面白いらしい。六本木へ行ってみよう。夜、六本木へ繰り出しました。

でも、たまたまその人が行ったお店があまり楽しくなかったら、東京の夜は楽しくないで終わってしまうわけです。逆に、全然違うところへ行っても、すごくいいお店へ行って、すごく飲み食いして楽しかった、ライブも楽しかったんだったら、すごくいい。

その個々の体験によるところが多いというのが現状でして、これに対応するには、これは結局消極的とは言いませんけれども、受動的な需要といいますか、要するに東京の夜、何か時間が余っている、何かしたい、何かないのか、面白いことはないのかというのは、実はちょっと消極的な理由なので、これに対応するためには、もうちょっと全体的なベースの問題もあるんですけども、日常的な、通年を通して東京の夜は面白いという施策をやっていかなければならない。

一方、東京の夜にこういう面白いことがあるから行こうという需要を狙う。能動的な需要というか、積極的な需要というか、それを狙うには、今いろいろな委員からも出ましたけれども、本当に東京はすごいと思わせるようなインパクトのあるイベントであったりとかプログラムであったりというのが必要になると思います。

ただ、それは、ここの議論でどこまでやるかというところもあると思うんですけども、本当に能動的な需要を満たすためにやると、正直、いろいろ予算もかかりますし、交通、情報発信を含めていろいろなインフラ整備が必要になってくるということで、それはもしかしたら、僕的にはフェーズ1、フェーズ2に分けると、フェーズ1で受動的な需要に対しての対応を考える。フェーズ2で大きなイベントとかも含めて能動的な需要に対する施策を考えるというのが道筋なのかなと個人的には思っております。

ここに書いたんですけども、それは両方に共通することです。皆さんも共通認識としてあると思うんですけども、東京の夜をどう過ごすか。東京の夜に楽しめる、東京の夜だから楽しめる。東京ではなくても、どこのまちでもどこの国でも楽しめるというよりも、東京の夜でないと楽しめないというのは何なのかというのを突き詰めていくということがこの部会でも一つのテーマになるかと思うんです。

今いろいろな委員からもお話が出ましたけれども、東京の日常は夜も面白いと思うんです。コンテンツ不足とか、あといろいろ言われますけれども、僕は個人的に東京の夜はものすごく面白いと思っております。秩序ある混沌というか、それが東京のよさであり、東京の夜をコンセプト的にいろいろな説明はできると思うんですけども、それは実は意外に伝わらない。伝えているつもりでも伝わらないことが多いかなと思っております。僕が勝手な個人的な思いで言うと、例えば東京の夜は何が楽しいのかを言葉にすると、EAT、BEAT、ARTなんです。

これは、別にイベントとかライブがあるとかということだけではなく、日常あちこち行くと、実は食べることと、語呂合わせにしたのでBEATにしましたが、これも、音楽です。食と音楽と芸術はまちの中に日常に混在しているんです。その混在ぶりが僕は実は面白いと思っけていまして、それを個々の施設とかイベントではなくて、エリアとして、ここに行くと、東京のEAT、BEAT、ARTが楽しめますというエリア、さっきエリアと言いましたけれども、まちではなくて、もっとエリアとして発信することによって、インバウンドの方、あるいは国内から来た方が、最初に言ったような個別の個店とか個別のスポットを楽しむのではなくて、エリアで体験するというようなことを打ち出すことが一番フェーズ1としては現実的かなとは思っています。

実際食のメディアをやっているんですけども、いろいろ会員組織がありまして、いろいろなイベントもやっています。昨年だったかな、浅草、花やしきを夜貸し切って、そこで乗り物乗り放題、そして、イタリアのスパークリングワインのプロセッコ、16種全部飲み放題、そして、根津松本さんというすばらしい魚屋さんが作る高級のり弁を食べていただく。そして、サクソとアコーディオンのライブも入れるという、まさにEAT、BEAT、ARTみたいなイベントをやりました、大勢の方がいらっしゃって、実はそれは東京の人ばかりかなと思ったら、このイベントのために、全国あちこちからいらっしゃる方もいました。

それは、たまたま花やしきというポイントでやったんですけども、そのときも思ったんですけども、実は浅草というまち自体がもう花やしき状態だなと。あるいは六本木にしろ渋谷にしろ、エリアですごくEAT、BEAT、ARTが混在しているというのは何か売りになるのではないかと、伝わりやすいのではないかと漠然と思いました。

特に、僕は渋谷を大体毎日通るんですけども、渋谷はすごく外国人の方が今多いです。お分かりのとおり、スクランブル交差点。見ていると、写真を撮って帰ります。渋谷に何も貢献していません。ただ混んでいるだけです。お金を落としません。これは僕は勝手にスクランブル交差点症候群と言っているんですけども、これは東京のあちこちで今後こうなる可能性があります。

結局、それは突き詰めると、オーバーツーリズムみたいに言われている問題はこういうことなのかと思います。人は集まります。でも、地元には経済効果はありません。観光客の方はスクランブル交差点だけに来て帰ってしまいます。これは非常にもったいないです。でも、渋谷というまちより、もうちょっと広げて、渋谷とか恵比寿、青山ぐらいのエリアで見ると、僕はブルーノートというところとよく一緒に食と音楽のイベントをやったりするんですけども、そういうスポットも含めて、あるいはエリアも含めて、非常にEAT、BEAT、ART的なところがあります。いきなり具体的な話になって申し訳ないんですが、例えばそういう渋谷を中心としたエリアをEAT、BEAT、ARTのモデル地区として、そ

ここで成功事例をつくることによって、ほかのエリアにもつなげていけるような可能性はあると思っています。

イメージとしては、話があればこれ行って申し訳ないんですが、スペインは今世界の観光地です。スペインの中でも、例えばバルセロナの中心地にあるランブラス通りは夜中まで人がたくさんいます。朝から人がいます。それは何も無い通りなんですけれども、市場があったり、絵描きが絵を描いていたり、音楽を奏でる人がいたり、そんなイメージのものがああります。それは歴史的に出来上がっているもので、今さら語る必要はないんですけれども、東京にもそういうテーマ性を持ったものを打ち出して、そんなエリアができると、今後のナイトタイム観光に広がるのではないかと思っています。

### 【牧野座長】

植野委員、ありがとうございました。個々の施設への展開ではなくて、総合的にエリアで展開されるというところが重要だというようなお話を頂いたと思っています。

次に、笹井委員からプレゼンテーションをお願いしたいと思いますので、笹井委員、お願いします。

### 【笹井委員】

びあの笹井でございます。

私のほうは、ナイトタイム観光の専門家でも何でもなく、ただナイトタイム観光を考えると、多分重要かつ魅力的なコンテンツの1つになるとこれは勝手に確信しているんですが、エンタメコンテンツはどういう状況なのかという視点から、ちょっと部分的な話になりますが、御紹介させていただければと思います。

そもそも日本の国内のライブエンターテインメント市場というのは、コロナ前まですごい勢いで、特に東日本大震災以降伸びてきていて、コロナで開催ができなくなってひどく痛んだ市場なんですけど、今、2023年時点では、コロナ禍の前を上回る、そんな勢いで回復している市場でございます。

この中のほとんどが国内の消費といいますか、国内のファンの方々がチケットを買って——これはチケットの入場料収入という意味の市場規模です——来ていただいている、先ほどの御説明の中でも、有識者会議でチケットの手配等に問題があるとか、いろいろおっしゃっていたんですが、外国人の方からは、日本国内で開催されるライブエンターテインメントのチケットというのはなかなか買いづらい状況になっているというのは、確かにそんな事実があります。

一方で、これは国内の市場がこれだけの勢いで伸びてきていて、国内だけでこの産業においてはある程度満たされてきたというので、外国人のインバウンドを取り込むという努力がちょっと足りなかったというところも反省としてあるんですが、今後を考えていったときに、国内の人口が減っていく中で、イン

バウンドというのはすごく重要な視点になるという認識は業界の中でもあるところでは。

この辺はちょっと飛ばしまして、東京都のナイトタイムのライブエンタメの数字を集計してみたんです。2022年時点で、東京都内で開催されているライブエンターテインメント、これは音楽と演劇だとかミュージカルだとかそうしたステージものなので、映画だとかスポーツだとかレジャーだとか、そういったものは含まれていないんですけれども、年間で3万9,884回の公演が開催されているんですが、そのうちのナイトタイムが約4割、デイトimeが6割です。

これは私自身が勉強不足で恥ずかしかったんですけれども、ライブエンタメ業界において、ナイトタイムの観光を考えると、特にインバウンドのナイトタイム、東京の夜はつまらないからライブエンタメを充実させようといった課題に対して、ついつい夜の22時以降とか深夜に何かライブをやろう、夜公演の後に同じ劇場でインバウンド向けコンテンツを別に何かやろうとか、そういった発想がこれまで多かったのかなと思うんです。改めて今回ナイトタイムというのが18時から翌6時までという定義に照らし合わせると、いわゆる夜公演と言われているものはほとんどその定義にあてはまるので、かなりの割合で存在します。そもそもナイトタイムのコンテンツが足りないのかという問いに対しては、量的には十分にある状況というのは確実に言えるのかなと思って、改めて、恥ずかしながら認識を改めたところでございます。

ただ、ナイトタイムに、今何が起きているのかということ、コロナ禍だけではなくて、それ以前の東日本大震災以降、こういう傾向が出てきたかなと思うんですが、夜間の出足は結構鈍ってきています。これは国内のファンの方々もそうで、特に平日の夜なんかは、夜公演よりも昼公演のほうがチケットの売行きがいいものもあったり、日曜日の夜公演は以前ほど売行きがよくないものもあったり、あと、これはコロナ禍の中でだんだん顕在化してきているのは、夜公演というと19時から開始も多かったのが、18時からに早まるものも増えてきたりして、その背景にはいろいろな理由はあるんですけれども、開演時間が早くなる傾向があります。

あと一方で、働き手不足というのがこの業界にもあって、そういったことも夜公演の減少だったり、夜間、新しいことをやりづらくなってきている。そんな問題もあって、このまま放っておくと、ナイトタイムのライブエンタメ市場というのが、もしかして縮小に向かう懸念すらあると、これは大げさな言い方ですけれども、考えているところです。

次に訪日外国人観光客の集客についての問題点、課題を幾つか書いているんですが、コンテンツそのものは、インバウンドに向けた内容か否かはひとまず置いておいて、先ほどご紹介したとおり実は豊富にあります。ただ、それが外国人対応できていない。多言語対応ができていなかったり、受け入れる会場側

に対応ノウハウがなかったり、リソースがなかったり、あとチケットの予約購入が難しいというのも事実だと思います。これは多分外国人だけではなくて、日本人にとっても、今のチケットの予約購入方法は結構難易度が高い状況になっているかもしれません。

というのは、話は少し横にずれるんですけども、不正転売を防ぐために本人確認を厳格にする方向に向かっています。私はぴあに勤めていながら、自社以外でチケットを購入する際に難しいと思うことがあるので、多分これは外国人の方にとってはもっと難しい。あるいはそもそも外国人対応ができていないというような状況です。

話を戻すと、ライブエンタメのコンテンツはたくさんありますと先ほど申し上げたんですけども、それが訪日外国人にとってどうなのかというと、多分興味があって本当に好きな人はもう既に観に来られていて、日本のライブコンテンツを楽しんでいらっしゃる方は実はある程度たくさんいらっしゃるんです。というのは、外国人の興味人気は割と高いと思われるコンテンツの、インバウンド向けの販売に力を入れたいと考えている事業者は、主催者、劇場単位で自ら特別にポータルサイトを設けるなど、チケット販売を自ら行っています。

例えば相撲協会さんもそうですし、Jリーグさんもそうですし、新国立劇場さんだったり歌舞伎座さんだったりというのもそうです。実際に新国立劇場のオペラの公演へ行ってみると、演目にもよるし、日にもよるんですけども、割と外国人の観客がいらっしゃる。これは肌感覚的な見た目の印象なんですけれども。外国人客が観たいライブコンテンツには既にある程度観に来られている状況だし、販売の対応もある程度できていたりもします。あるいは単発の興行で、チケットを外国人向けに売りたいという意向があれば、そういった販売ができるシステムというのは弊社も提供できている状況でございます。

ただ、大半の公演は、外国人の認知や関心が低いと思われ、チケット販売もインバウンド対応できていない、そんな現状なのかなと思っています。認知や関心が高いのに、ちゃんとチケット販売ができていないものに関しては我々も重要な課題だと認識しているところです。

エンタメのチケットすべてをインバウンド向けにもう少し全般に買いやすくする——つまり、例えばチケットぴあの公式チケットポータルサイト、いまは国内向けのものを全部多言語化して外国人も買えるようにする——というのは、技術面ではできるんですけども、費用対効果は全く見合わず、さらに先ほどお話ししたように、そもそもそのようなニーズが果たしてあるのか、というのが我々のこれまでの見解です。それ以上に、実際にチケットぴあサイトの全面多言語化を実施したとしても、運用上の課題がいろいろと残っていて、ただチケットサイトだけを解決すれば済むという話でもないというのも現実だと思います。

ということで、では、何ができるのか、ということで、幾つかのアイデアをここに書かせていただいているんですけども、例えば外国人に興味があって関心があってというコンテンツに集約して、情報提供を含めてチケット販売サイトの開設をするだとか、あるいはそもそも興味、関心があまり高くないものの、日本に来て東京の夜の時間に何か楽しめるものはないかなと探している人たち向けに、もう少し短時間で気軽に体験できるようなショーケースみたいなもの、あるいはエンタメだけではなくて、エンタメと食だったり、夜景だったり、学びだったり、いろいろあると思うんですけども、そうした仕掛けで日本の豊富なライブエンタメに関心を持ってもらって、次に東京に来たときには劇場に足を運んでもらうみたいな、そんな仕掛けができないかなと考えていたりします。

ちょっと時間も過ぎていきますので、補足の資料をつけておりますが、一旦ここで終わらせていただきます。

#### 【牧野座長】

笹井委員、ありがとうございます。コンテンツはあるというようなお話で、事業者さんのほうでまだインバウンドの対応ができる余地があるみたいなお話だったので、まだやれることがあるのではないかと考えてプレゼンテーションを聞いておりました。

改めて皆さん、プレゼンテーションをありがとうございます。話したいことがたくさんあって、議論の時間がなくなるぐらいになってきてまして、本当は議論したかったんですが、1人1分2分程度お話しいただくぐらいしかできないので、勝手ながら、齋藤委員から時計回りで一言二言コメントを頂くという形で、今日は次回の議論につなげていければと思います。よろしくお願ひします。

#### 【齋藤委員】

今日皆さんがおっしゃただけでも、すごくいろいろな論点があって、他方、目の前の課題もあり、優先順位をつけて進めていく必要があると思ひました。

海外事例のことももう少し紹介できればと思ひたんですけども、基本的なリサーチが全然足りていないと思ひていまして、海外の政策動向ですとか、各都市がどういう狙いで観光なりナイトタイムの振興に取り組んでいるか、どのようなデータをとっているかなど、東京にとっても参考になる点は多々あると思ひます。この資料は、ナイトタイムエコノミー推進協議会の伊藤さんが独自に調べて作ったものですが、やはり東京都としての調査が必要だと思ひております。

さっきの優先順位をつけていくという点でも、基本的なデータですとかが正しく意思決定をしていくための情報として重要だと思ひたところです。

#### 【牧野座長】

ありがとうございます。では、高坂委員、お願いします。

**【高坂委員】**

ありがとうございます。大変興味深いお話をいっぱい伺ったので、頭の処理能力が追いついていないので、頂戴した資料とかをじっくり見ながら、頭の整理をしたいと思っているんですけども、皆様のお話で共通しているのは、東京のナイトタイムエコノミーはコンテンツが不足しているわけではない。十分売れるものはたくさんあるということで、それをどういうふうに届けるかとか、どういうふうに見せていくかとかということが多分大事なんだろうというふうなことでは、多分皆様のお考え、方向は一致しているのではないかと思います。

その中で、東京ならでは、特に海外の大都市と競争力の持てるようなナイトタイムエコノミーというものをどういうふうに考えていくかということが差し当たって課題として私としては認識される場所ですけれども、その場合に、私の関心としては、ナイトタイムエコノミーを楽しむ人だけではなくて、その周りにいる人、ナイトタイムエコノミーが提供される場所の近くに住んでいる人とか、あそこで働いている人とか、そういうところにまで目を配る必要があるという御指摘を伺って、本当にそうだなと思ったようなところでもございますので、そういう部分にも目配りをしていければと思っております。ありがとうございます。

**【牧野座長】**

ありがとうございます。では、植野委員、お願いします。

**【植野委員】**

皆さんがおっしゃるとおり、いろいろなコンテンツをどう伝えるようにするかということなんですけれども、いずれにしても、民間事業者が盛り上がらないと施策として成り立たないことだと思いますので、今高坂委員がおっしゃったように、観光客、来られる方の満足度と共に関わる民間の事業者、あるいは地域の方のメリットとモチベーションをいかに上げるか、そのために東京都の振興策としてはどこを目指すのか、どこにみんなを引っ張っていくのかということはこの場で議論すべきかなというふうには思いました。

**【牧野座長】**

ありがとうございます。では、笹井委員、お願いします。

**【笹井委員】**

皆さんとほぼ共通なんですけれども、今魅力的なコンテンツがたくさんあって、それをどうナイトタイム観光につなげていくのかという視点も大切だと思います。さらに、ナイトタイム観光振興に向けてこれまでも個々に努力されてきた方はいっぱいいらっしゃって、ただ、個々の民間事業者だとか意欲のある1個人だけで、できることというのは少ないしなにより持続するのが難しい。そうした活動を応援しつつ、では、みんなで何をなぜ目指すのかという何か共

通認識みたいなものがまとまると持続的な動きになると考えており、さらにそこから生まれる社会的、経済的効果はどれくらいだとか、そんな議論に発展していくといいのかなと思っております。ありがとうございます。

**【牧野座長】**

ありがとうございました。皆さんの意見はかなり共通の部分はあったなと思っていて、コンテンツはある。その中で情報発信とか購入とか、そういった部分のことをちゃんとやっていくことによって知ってもらって来てもらうことができるのではないかという話だったと思いますし、それは、選ぶのは東京ならでは、さらに国際競争力ということで、ほかの国・地域と違うようなものを東京は出せるポテンシャルがある。あるけれども、改善できることがあるという話をできたと思います。

何人かの委員が御指摘のように、今回の件、都民として皆さんが参加されて満足されると考えたときに、地域住民もちろんなんですが、地域で事業者として活動されている方も参加されて満足していただくことが必要だと思いますので、この部分が今日の話の中であまりし切れなかったかなと思いますので、この点についても次回できればいいのではないかと僕も思ったところです。

それでは、ちょうど時間になりましたので、本日の議論はここまでになります。事務局のほうにお返ししますので、よろしく申し上げます。

**【江村観光部長】**

本日は、貴重な御意見を賜りまして、誠にありがとうございました。次回の開催は7月頃を予定しておりますので、引き続き委員の皆様にはよろしく願いいたします。

以上でございます。

**【牧野座長】**

それでは、以上をもちまして本日の会議を終了いたします。

委員の皆様、どうもありがとうございました。