

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（第2回）
議事録

令和6年7月23日（火）13：57～15：01
都庁第一本庁舎33階特別会議室S2

【江村観光部長】

定刻より若干時間は早いですが、皆様おそろいでございますので、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の第2回を開会いたします。

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。

議事に入るまでの間、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、本日の資料を確認いたします。

お手元には、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をお配りしております。資料3の事務局資料及び齋藤委員提出資料につきましては、卓上のタブレット端末で御覧いただけます。また、前回会議の資料につきましても同様にタブレット端末で御覧いただけます。

端末は御自由に操作いただけますが、事務局がページ送りを行った場合は皆様の端末にも同じページが表示されますので、あらかじめ御承知おきください。

本日は、5名全ての委員の皆様に御出席いただいております。

開会に当たりまして、安部産業労働局次長から御挨拶を申し上げます。

【安部産業労働局次長】

産業労働局次長の安部でございます。

皆様におかれましては、大変お忙しい中、また本当に暑い中御出席いただきまして、大変ありがとうございます。

前回の会議におきましては、委員の皆様より、ナイトタイム観光における東京の特徴や優位性、海外での取組事例、観光需要を取り込むための戦略やライブエンタメ市場の状況など、様々な観点から示唆に富んだプレゼンテーションをいただきました。改めて御礼申し上げます。

観光需要のほうは順調に回復しておりますして、2023年に東京を訪れた外国人旅行者は約1,954万人と、コロナ前の水準を上回って過去最高となっております。また、外国人旅行者による観光消費額は約2.8兆円と、コロナ前と比較して倍以上となったところでございます。

今後、観光都市として国際競争力を一層高めていくために、ナイトタイム観光の充実が不可欠と考えております。本日も皆様から忌憚のない御意見をいただければと存じます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

【江村観光部長】

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存じます。よろしくお願いいたします。

【牧野座長】

皆さん、こんにちは。本日もよろしくお願いいたします。

早速ですが、始めていきたいと思いますが、まずは事務局から資料の説明を

してもらって、その後に委員の皆さんと議論を深めていきたいと思っております。

では、まず、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】

観光振興担当部長の前田でございます。

それでは、資料3「主な議論のポイント等」を御説明いたします。

まず、前回の会議での主な議論の振り返りといたしまして、委員の皆様からいただいた御意見から主なものを御紹介いたします。

東京ならではのコンテンツの打ち出しという観点では、ウォークブルであり、リピータブルであるということは、東京らしさの1つ。花火や夜桜など、日本人が日常的に楽しんでいるものを紹介したり、伝統的な建築物をユニークベニューとして活用する選択肢もある。外国人からは、神社仏閣や公園など緑が多い、お祭りなどで日常生活が垣間見られるのは興味深いとの声を聞く。商店街や飲み屋街など、生活の場が観光コンテンツになり得る。また、いろいろな事業者の人たちが活発に活動しているのが東京の夜の醍醐味。インパクトのあるプロジェクションマッピングを東京ならではのコンテンツとして打ち出していく戦略が必要である。東京の夜は面白いから行こうという能動的需要を狙うには、インパクトのあるイベントやプログラムが必要になる。東京の夜の楽しさはEAT、BEAT、ART（食・音楽・芸術）が日常の中に混在していることなどの御意見をいただきました。

続きまして、民間や地域の取組の活性化、旅行者の安全・安心の確保、地域住民の理解を得ながら進めるナイトタイム観光の振興という観点では、観光客のみならず、ナイトタイムをつくる人たちにどう活躍してもらうかなど、総合的な視点が必要。個々の民間のプレーヤーだけでは解決が難しい課題も多い。安全・安心の確保や事業環境の整備、事業者の連携促進等に行政が取り組んでいくことが必要。官民が連携した仕組みづくりが重要。地域住民の生活の場にインバウンドが入り込んでくるが増えているため、ナイトタイムエコノミーに関わる事業者と地域住民が話し合う仕組みをつくっていくことが大切などの御意見をいただきました。

続きまして、旅行者へ情報を的確に届ける取組という観点では、豊富な観光資源があるにもかかわらず、インバウンドに情報が届いていないのではないかな。多言語のプラットフォームの構築が望ましい。コンテンツがないのか、知られていないのかなど、旅行者の行動分析をする必要があるなどの御意見をいただきました。

旅行者のチケット手配等における課題という観点では、日本で開催されるライブエンターテインメントのチケットを外国人は買いづらい状況があり、不正転売防止のための本人確認を厳格に行っていることも一因である。それから、

外国人の興味が強いコンテンツを提供する事業者やインバウンド向け販売に力を入れる団体等では、主催者、劇場単位で英語のチケットサイトを設けて販売するなどインバウンド対応を行っており、外国人の関心が高いコンテンツ等についてのポータルサイトの開設等が必要ではないかなどの御意見をいただきました。

最後に、その他の御意見といたしまして、ビジョンやブランディングが必要であり、ナイトタイム観光についての指標を得るための調査を継続的に行うことが必要。外国人旅行者が居住国でナイトライフを楽しむのは18時から1時までの時間帯が多く、この時間帯の充実が大切で、エリアごとに戦略を変えていくことも考えられる。成功事例をモデル地区でつくり、他のエリアにつなげていくことが大切という御意見をいただきました。

前回の御議論も踏まえまして、さらに議論を深めるテーマ（例）を挙げてございます。

まず、ナイトタイム観光における東京の国際競争力の強化について。東京ならではの夜の魅力を旅行者にもっと楽しんでもらうために必要な取組は何か。これには、既にある豊富な観光資源を生かす視点や、新たな投資によって一層の誘客につながる観光資源をつくり出していく視点、コンテンツを楽しむことを含めてより幅広く「夜の過ごし方」を提案していく視点があるかと存じます。また、海外の観光都市との比較において、東京がより訴求していくべき強みも論点の1つかと思われます。

地域や事業者と連携・協働したナイトタイム観光の実現につきましては、集客を経済的な効果に結びつけていくにはどのような手立てが効果的か。また、住民の良好な生活と両立するナイトタイム観光振興をどのように進めるべきか。これには、地域住民の日常の生活に不利益や不便が生じないように配慮する視点や、地域住民の暮らしにも積極的なメリットをもたらす取組を進めていく視点があるかと存じます。また、民間事業者のビジネス展開においてどのような点がボトルネックになるのかも論点の1つかと思われます。

次ページ以降では、御議論の参考といたしまして、訪都外国人旅行者の主な属性などに関するデータ類を掲載しております。東京は、日本全体と比べますと、欧米豪地域からの旅行者が多く、初めて東京を訪れる方も多い。また、東京の魅力として多くの魅力が挙げられる中で、ナイトライフ観光を挙げる人は少ないという内容になっております。

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した。前回の盛りだくさんの内容がまとまっていたと思いました。あと、付属の都の観光調査のデータを見ると、欧米豪がやっぱり東京は多めであるという点や、初めて来られる方が多いということを考えると、

論点のところにもありました、海外の観光都市と比較して魅力的なものをつくっていったって誘客につなげていくかというのが大事かと思います。

では、今日は、前回発表していただいて、議論の時間が少なかったということで、議論を深めていきたいと思っていますが、時間も多分4、50分ぐらいしかないので、一旦テーマを分けさせていただければと思います。

今日の時間、せつかなので、全体的に議論をこのテーマに沿ってやりたいと思います。まず、「ナイトタイム観光における東京の国際競争力の強化」というところで書かれているような内容について15分ぐらい話して、その後、「地域や事業者と連携・協働したナイトタイム観光の実現」というパートの話を15分ぐらい話して、そこに含まれていないけど話すべきその他の点で10分ぐらい話せればなと思っています。

では、早速、議論というか、まず意見とかコメントとかをいただきたいなと思っています。このナイトタイム観光における東京の国際競争力の強化という点に関して御意見、コメント等をいただければと思いますが、いかがでしょうか。

今日は皆さんマイクを持っていますね。

ありがとうございます。では、齋藤委員、お願いします。

【齋藤委員】

ありがとうございます。

資料を作ってきました、今の論点に関係するところだと資料の②という3枚目のところになります。

資料を作ってきた趣旨というのは、ナイトタイムの事業者やまちづくりの人、クリエイターの方などいろんな人が、前回の議論をオンライン配信や公開されている議事録とかを見て連絡をくれて、その感想などを言ってくれたので、関連するところをまとめてきたということになります。

なので、資料をもとに簡単に御説明すると、今のところの論点に関連するところでは、東京の国際競争力の強化という点になります。

都庁のプロジェクションマッピングなど国際的に見ても大きなインパクトを持つイベントを行政、都庁主導で実現をしてきている。大きなインパクト自体は出ているんですけども、その効果をどう広げていくのか。民間との連携体制を構築して、あとは特定の場所というよりも街を舞台として展開をしていったって、いろんな価値を広げていくという視点での議論が必要なんじゃないかということをお願いして、その事例としてVivid Sydneyを御紹介差し上げました。

それに対して、東京を代表するようなイベンター、クリエイター、まちづくり、エリマネ、ディベロッパーから連絡をもらって、個別にお話をしました。

今、東京だと、日の出や竹芝といったウォーターフロントの夜間活用をどうするかが議論として盛り上がっているのですが、そこに引っかけて議論してくる方が多かったんですが、全ての方が言っておられたのは、民間が連携することで、全然Vivid Sydneyに負けないような世界に誇る光の祭典をつくって、東京の価値を高めていくということができるという点です。

例えばウォーターフロントや港区の周辺エリアで言うと、ほぼ全ての民放テレビ局が存在をしています。テレビ局が連携することで情報発信はもちろんですが、民間のスポンサーを集めることができ、民間の資金調達ができるようになる。また、ホテル、レストラン、エンタメ施設、美術館などの文化施設が多くあって、幅広い産業や文化の活性化にもつなげていくことができる。あとは、ライトアート、イルミネーション、既にコンテンツが集積をしているので、イベントが集中して行われているクリスマスシーズンを外せばいろんな企業のリソースをうまく活用していくことができる。

このように東京都の今のプロジェクトとうまく連携させることで、規模的にもシドニーに負けていないものができるんじゃないかということはおっしゃっていました。

一定の成果をあげたプロジェクションマッピングは、今第2フェーズに入る時期だと思って、いかに民間とのシナジーをつくっていけるか、このような議論をしていただきたいというところですね。

一旦以上になります。

【牧野座長】

ありがとうございます。

今のお話は、この論点の中で言うと、新たな投資で一層の誘客につなげていくということや海外都市と比較して訴求すべき点というところでの活用ということだったと思います。

齋藤委員のこの発言について、もし質問とかコメントがあればお願いします。大丈夫ですか。どうぞ、笹井委員、お願いします。

【笹井委員】

私もちょっと今日お話ししたいなと思っていたのは、東京の、まさしくここに書かれているんですけど、夜を代表するような、いっぱいコンテンツはあって、いろいろなことをやられているんですけど、何かぎゅっと集積して、東京のナイトタイムエコノミー、ナイトタイムエンターテインメントとかということこれだというふうにはぱっと思いつくものが、正直、今、いろいろ思いついて、人によって多分いろいろ違ってという状況なんですけど、先ほどおっしゃったような、前回もおっしゃったVivid Sydneyみたいな、みんながぱっとそれを聞いて、わ、こんなイメージで、こんな盛り上がりでみたいな、何かそういう旗印というか、何かイベントがあると、やはりこの東京の国際競争力の強化に一

番寄与するんじゃないかなと今日何とか考えてまいりましたので、今お話を伺いながらまさしくそうだなと思っています。

自分の担当の領域でいくと、今のこういったイベントの中に、ふだんやっているエンターテインメント、ちょっと時間をずらして合わせてみるだとか、何かいろいろ、今、ナイトタイムエコノミーといったときに問題になっているような、じゃあ、夜の交通機関というか、あまり遅くまでやっていると家に帰れないじゃないかとか、いろんな問題があるんですけど、何かちょっと実験的に一時的にでも1回やってみて、そこから、問題もあるでしょうけれども、そういうのを洗い出しながら、何かこういう大きなイベントを、民間、あと行政の力も借りながら、みんなでつくり上げていくというのが1つ大きな動きになるんじゃないかなと思いました。

【牧野座長】

ありがとうございます。

ほかに、これに関連しては御意見はどうですか。大丈夫でしょうかね。植野委員、お願いします。

【植野委員】

これ自体の話とはまた違う、話が広がってしまうかもしれないんですけど。

齋藤さんおっしゃるように、すごいインパクトがあるというか、世界から人を呼べる、世界でも誇れるようなイベント的なものというのは必要だと思うんですけど、イベントという捉え方をすると、東京でももちろん日々あちこちでいろんなイベントがありまして、実は皆さんおっしゃるとおりコンテンツ的にはもう事欠かないぐらいあるのですが、考え方としてそれを、全てを凌駕するというか、すごくインパクトのある大きなイベントでそこに人を集めるのか、あるいは、日々日常からある、あるいは歴史的にいろんなものがあるイベント等を集めて、それらの集大成というか、テーマ性を示すことによって、実は東京というのはこんなにいろんなイベントがあるというふうな街として世界に打ち出すのかという、考え方の整理として両方あるかなというふうに思っています。

僕は、いろんなイベント、こういう集約するイベントがあるにしても、やっぱりイベントというのは1つの単発的なものになりかねないので、大きなテーマ性、東京というのはこういうテーマでイベントがあるとかひもづいていくと、よりいろんなところに広がりというか定着していくのかなという気はしています。

【牧野座長】

ありがとうございます。

高坂委員、どうぞ。

【高坂委員】

すごくイベントというのはわくわくして、ぜひ見に行きたいと思うようなすばらしいものだと思うんですけども、東京はいろんなところに繁華街が点在というか、いろんなところに中心がありますし、例えばお台場とかでこういうイベントをやっているのに、池袋とか新宿とか、そういうところのナイトタイム観光の事業者の方たちが、それを果たして自分事として捉えることができるのかというと、なかなかそれは難しいんじゃないのかなという気がするんですね。

これが東京を代表するイベントになっていくのであれば、やはり植野さんがおっしゃったように、1つのテーマ性というか、ストーリーというか、そういうものを打ち出して、それにほかの地域、例えばお台場のような海はないけれどもにぎやかな迷路みたいな街があるような盛り場でも、それにコミットできるような何かストーリーが打ち出されていないと、本当の東京の多種多様な魅力というのをうまく表現することはなかなか難しいんじゃないのかなという気がします。

お台場のイベントはこれですばらしくて、これをきっかけに例えば外国の方がたくさん日本にいらして、彼らに、自由にと言うのであれば、各自東京の中のいろんなところの魅力を見いだしてもらうというのも1つの手だとは思いますが、せっかくであれば、やっぱりいろいろな繁華街の小さな事業者の方たちも何らかの形で関われるような仕組みというのを提示すれば、より重層的な魅力の深いものになるんじゃないのかなという気が、お話を伺っていてそんなふうな感想を持ちました。

【牧野座長】

ありがとうございます。

今、皆さんの意見をお聞きしていて、1つ東京を代表するような大きなイベントがあったほうがいいという話と、テーマ性を持って全体の各地域も参加できるようなものがあるというお話があって、当然ながら、これ、どちらかの問題ではなくて、どちらもやればいいというような話かもしれないんですけど、テーマ性といったときに、植野委員、高坂委員、どんなテーマで例えば東京だったらまとめていくといいんじゃないかなみたいな御意見はありますか。割とイベントというのは分かりやすいんですけど、テーマ性でエリア全体で東京でやってくというと、どういうものか何か具体的に例がないと分かりづらいかなとちょっと思っています。

【高坂委員】

前回も私、申し上げたんですけども、東京の場合、まだ例えばニューヨークのブロードウェイみたいなショービジネスのような1つのイメージ、笹井様がおっしゃったようなイメージというのはなかなか持ちづらい。宝箱とかおもちや箱みたいなのを引っくり返したみたいなイメージ。そういういろんなとこ

ろにいろんな楽しみが見いだせるというのが、むしろ今の東京の現状を逆手に取るといいますか、イメージが集約されていない現状をむしろ生かすような形でこんなこともあんなこともあんなこともできる、ただ、それを例えば安全・安心に楽しめるとか、ちゃんと案内できる結構ディープなガイドがどこにもいるよとか、そういうような形でアピールをしていくというのは、1つの、ストーリーと言ってしまうとちょっと違うかもしれませんが、東京の個性としては成り立ち得るのかなと思います。

【牧野座長】

なるほど。新しくイベントを何かつくっていくというよりは、どちらかというところと今あるものをどう伝えていくかみたいなのところですかね、今の話だと。ありがとうございます。

植野委員、どうですか。

【植野委員】

高坂さんおっしゃるとおり、いろんなテーマのつくり方はあると思ひまして。ちょっと具体的になるかどうか分からないですけど、齋藤さんが挙げられた光の祭典というのはすごく分かりやすいし、いいと思ったんですけど、僕がちょっとイメージをしていたのは、ふと思い出したのは、ベトナムのホイアンという街がありまして、夜になるといろんなところでランタンがついて、すごいランタンの街として有名で、正直、ホイアンには申し訳ないんですけど、お店とか、いろんなものはそんなすごいわけではないんですけど、すごいわけではないんですけど、すごいいろんなところにランタンがあって、御飯が食べられるところにもランタンがある、カフェの奥にも小さなランタンがある、あるいはランタンのついた舟に乗って川を行き来できるとか、ランタンの街ということだけで世界中から人がものすごく、特に西洋人の方が多いですけど、集まってきます。

東京に置き換えてみると、じゃあ、仮に東京が光の街であるというふうに打ち出すのであれば、イベントだけではなくて、例えば日本にはちょうちんというすばらしい光文化がありますので、東京の街でそれに参加するとちょうちんをとす。それが居酒屋さんだったり、ライブだったり、劇場、美術館かもしれませんが。そうすると東京はちょうちんの光の街である。ちょうちんが目印になって、そこを回ると東京のナイトタイムが楽しめるみたいなつくり方、これがいいということではないんですけど、例えばですけど、そういうつくり方もあると思いますし、高坂さんがおっしゃったような、具体的なイベントとかでなくても、本当に、じゃあ、アフターディナーの街であるという概念的なものでもテーマにはなり得ると思うんですね。

その決め方、テーマ性、ストーリーのつくり方は実は幾らでもできると思っていて、その中で、東京が本当に1つでいいのか、幾つかの要素があるのかと

いうのもちょっと議論したほうがいいと思うんですけど、そのつくり方はいろいろあると思います。

【牧野座長】

ありがとうございます。

ちなみに、すみません、ホイアンのランタンというのはずっとやっているんですか。期間が決まっているんでしょうか。

【植野委員】

基本的にはもう1年中……

【牧野座長】

ずっとやっているんですか。

【植野委員】

僕も1回しか行ったことないんですけど、僕が行ったときは雨季で実はそんなに観光シーズンとしてはよくなかったんですけど、それでも夜になると本当に外国人たちが街の中をずっと歩いて、竹下通りかというくらい混雑しているぐらい人は集まっていましたし、そこでみんな、本当に夜、ランタンのあるところにランタンに導かれて歩いたり舟に乗ったりすることですごく街を楽しんでいる。

【牧野座長】

なるほど。ありがとうございます。

今、植野委員のお話で新しい考え方があったかなと思うのは、例えば光の祭典というイベントもやるけど、東京の街全体を、ちょうちんか分からないですけど、夜も楽しめるみたいな形で、1個のイベントに集まるだけじゃなく、東京全体をそういうふう楽しんでもらうというような考え方は、齋藤委員、どうですか。

【齋藤委員】

ありがとうございます。

イベントありきというのがよくないなと思っていて、イベントを何のためにやるのかというところのその位置づけとか戦略みたいなところが重要なんだと思うんですよね。

世界に負けないでっかいイベントをやしましょうよ、というだけではなく、それを何のためにやるのか。例えば、まだ見ぬ東京の魅力に光を当ててきっかけとなる今の笹井さんの言う旗印みたいにエントリーポイントとして大きな注目を引きつけるものだったり、何かそういう象徴的なイベントがあることによって注目度が上がるきっかけを作っていく。でも大切なのは、その先で、高坂さんは重層的とおっしゃいましたが、奥行きのある東京が体験ができるようになっていく。イベントプラス、テーマにひもづいた東京のいろんな魅力というところを2段構成で作っていくと、イベントだけが上滑りせずに、東京の魅

力を伝えていくためのフックになっていく、入り口になっていくみたいなところができるんじゃないかなと思いました。

Vivid Sydneyもまさにそういう立てつけかなと思ってまして、Vivid Food、Vivid Music、Vivid……など、Vivid〇〇がたくさんあるんですよね。ライトアートに誘導されながら、それら町中のコンテンツやお店に人の足が向いていくという仕掛けになっていて、シドニーの町全体の魅力をプレゼンテーションするための位置づけになっている。

そのようなフェスティバルやイベントの位置づけとか戦略性というところが重要で、ただでっかいイベントをやりましょうみたいなことを言いたいわけではなくて、そこの設計を、デザインをちゃんとしたほうがいいかなというところですね。

【牧野座長】

ありがとうございます。今の話、既存の観光資源を生かすという話は前回も出たところですし、あとは、地域の事業者との連携みたいなものも次の議論をしていくところでのテーマとなっていくかなと思っています。あと、今、齋藤委員がお話しされたなぜそのイベントをやるのかという、そもそもの位置づけが大事だということも、今の話では指摘いただいた点だと思っています。

というところで、これ以外の論点もあるので、この点で特に追加でもしあれば御意見いただけますか。今のところでもかなりカバーされてきたかなと思いますが、大丈夫ですか。

では、特になければ、まさに今、事業というところの話になりましたが、次は、2点目の論点についてお話しできればと思っています。「地域や事業者と連携・協働したナイトタイム観光の実現」という話で御意見をいただければと思います。

そこに書いてあるとおり、集客を経済的な効果に結びつけていく、住民の良質な生活と両立したようなナイトタイム観光振興をどうやっていくかというようなところだったりとか、民間事業者のビジネス展開の何がそういった展開するのにボトルネックになっているのかということに関して、こちらについてもまた御意見、コメント等をいただければと思います。いかがでしょうか。では、齋藤委員。

【齋藤委員】

この点に関してもいろんな方からのフィードバックが前回の議論を踏まえてあるので、それを御紹介しつつ、皆さんと議論していければなと思います。スライドで①のところです。

前回申し上げたのが、個々の事業者だったり、行政だけだったり、民間だけだったり、それぞれでできないところがたくさんあるというのが夜の世界だと思っていて、ナイトタイム推進に向けた地域の連携体制をいかにつくって

くのかという例としてロンドンのナイトタイム促進区というものの御紹介をしました。

「夜の過ごし方の提案」がインバウンド観光の課題として一番多い。個々のお店だったり、コンテンツよりも、このエリアでこういう時間を使ってどういう過ごし方をしたほうがいいのかという、面的なPRの仕方です。あと、ウォーカブルとかコンテンツの多様性が東京の強みとして掲げられているのですが、いろいろあり過ぎて迷子にならないよう、地域単位での面的な過ごし方の提案が大切になってくると思います。植野さんからは、エリアトータルでの18時から24時のプログラムを実施していくというお話もありました。これも、個々の事業者というよりも、エリア全体がまとまって過ごし方の提案をしていく、何かイベント、プログラムをやっていくみたいな話かなと思います。

では、これをどのようにやっていけばいいのかなというところで、コロナ後、六本木、歌舞伎町、池袋西口、渋谷区のいろんな繁華街の事業者の人や商店街の会長さん、行政の区役所の職員だったりが集まって、繁華街連絡会というネットワークを作り、課題の共有も含めてコロナ後の夜をどうしていこうかという議論をしています。課題解決のために皆で協力をしなければいけないという意識はあるんですが、どうやってこれをまとめていけばいいのかというところが難しく、そこがまさに東京都の協力が必要とおっしゃっていました。東京都が地域でまとまって夜を盛り上げていきたいと思いますといった旗振りがあれば、その旗にいろんな人たちを集わせることができる、まとめることができる。商店街の会長さんだけが幾ら言ったとしてもなかなか難しいので、東京都の政策としてこういう旗振りをしてほしい。また、集まって何をするのかというところの事業の枠組みとかフレームワークも必要で、ロンドンのナイトタイム促進区の事例、これを東京都で実装していけないのかなというところが提案としてありました。

このような推進体制、構築の支援として要望があったのが、例えば地域としてどういう地域を目指していくかビジョンや計画策定ですとか、体制の整備みたいなところのファシリテーションですね。あとは、東京都もいろんな事業支援、補助金などでやってくださっているんですけども、課題が地域ごとに全然異なっていて、地域ごとの課題にフィットしたサポートがあるといいなというところです。コンテンツづくりとかイベントづくりのための予算があったとしても、そこが地域の課題じゃなかったりすると使いにくい。特に、地域全体の利益に資するような、そういう政策プログラムがあると、個々の事業者だとなかなか手が届かないところができるようになるので、ナイトタイム促進区でやってほしいこととしては、ここに書いてあるようなことというような意見がありました。

一旦以上になります。

【牧野座長】

ありがとうございます。東京都がこういった支援体制をつくることを事業者の方々が求められているようなというお話ですかね。

ちなみに、ナイトタイムに対する期待や要望というのは皆さん多い感じですか、事業者さんは。

【齋藤委員】

そうですね。すごく多くて、こういう東京都の会議があると、私が告知とかしているわけではなくて、皆さん、あ、齋藤さん、こんなところに出ているんですね、どんな議論をしているんですか、といった感じで連絡をくれます。ナイトタイムはすごく注目度が高くて、繁華街連絡会も月一くらいで集まって議論しているようなのですが、そこでの議論もなかなか具体化せずに着地しない。何をやっていいのか分からず、うろうろしてしまっている感じですね。

【牧野座長】

分かりました。ありがとうございます。

ほかにも皆さんから御意見をお聞きしたいんですけど、事業者視点で言うと、笹井委員が事業者側がなかなかまだ外国人観光客への対応が出来てないというお話を前回されていましたが、この関連ではいかがですか。

【笹井委員】

ちょっと限定した業界になるんですけれども、やっぱりインバウンドとか、そういうところを見ていないで、国内のマーケットをまずメインに見ていると、こういうエンタメの世界では、今、だんだん皆さん割と早く帰宅したがるというか、逆に東京の夜が早くなっているような気がするんですけど。あと、さらに、イベントに参加しても、多分これはコロナの影響もあると思うんですけど、もうすぐに帰る、家にみたいな感じで、なかなか波及しない感じはあるんですけど、自分たちの側でいくと、やっぱりお客様がそういうふうに望んでいると、イベントの開演時間を早くしたほうがいいんじゃないかという議論にどうしてもなってしまいますし、もろもろいろんなことがあるんですけれども、こういうのをちょっとマインドを変えて、ナイトタイムエコノミーを推進していきましょう、観光を推進していきましょうとなると、やっぱり何かみんなでそうやろうよという、誰かに旗を振っていただかないとというか。

先ほどの議論とも同じになるかもしれないんですが、何か目的が共通にあって、じゃ、それに向かってみんなで動くためにそれぞれの今の問題をどう解決しようかという、そういう問題提起とそれを受け止める側の何かがないと、なかなか現状でそれぞれ頑張ってくださいというのは、事業側からすると目先のビジネスをどう回していくかというふうにならざるを得ないと思うので、そこを何かみんなで動けるやっぱり動きをつくらないとなかなか変わらない、分かっているけど変わらないというところが正直なところかなと思います。

【牧野座長】

ありがとうございます。そういう意味では、今、齋藤委員からお話があった、地域の事業者の人たちは関心はあるという話でしたけど、笹井委員のエンタメの主なところは、現状では、関心自体をつくっていくために旗振りが必要ということですね。関心があるかないかに関わらず、旗振りが必要というのはどちらでも必要ということですね。

これらの点に関していかがでしょうか。植野委員、高坂委員、もしコメントがあればお願いします。

【植野委員】

非常にざっくりとした話をしてしまうと、すごく地元の方も含めて盛り上がるのは祭りや商店街だと思っていました。祭りや商店街というのは、海外の観光客とか国内の人にもすごいコンテンツになると僕は個人的に思っていました。

現実的に、商店街、シャッター商店街も多いですし、でも、全国同じと思いがちなんですけど、東京という大都会の中で商店街が残っていたりお祭りをやっているということは、本当に客観的に言うとすごいことで、なおかつ、今、個店、個人経営のお店と、大規模なお店、チェーン店とかの、対立じゃないですけど、ちょっと競争みたいなのが激しくなっている中で、まちのお祭りの神社に寄附の紙が貼られるじゃないですか。大型店と個店が並んで紙が貼っている、みんなが仲よく相談して何かやっているというのは、多分お祭りぐらいだと思うんですよ。

これは本当に外国人にやると面白いことになると思うので、ざっくりであれですけど、商店街、しかも、夕方閉まっちゃうので、じゃあ、その後、夜、何かやろう。それ、お祭りをやろうよ。いつもやっているお祭りもそうだし、昔やっていたお祭りを復活させましょうよと言ったら、多分地元の人みんな頑張っちゃうと思うんですよ、ふだんまとまらない人たちも。

すごいざっくりしたことを言って申し訳ないんですけど、本当に今、商店街、僕も日常の仕事というか、いろいろ街のお店とか個店とか、いろんな人と話をすることが多いんですけど、皆さん、商売がもうかるもうからない以上に、人が集まるか集まらないかということをもものすごく意識していて、とにかく人が集まることだったらみんなでやろうという意識がものすごく高いです。

だから、観光客を呼ぶ、そして地元が盛り上がるためにも、お祭り、商店街みたいなことを活性化する目標というか、指針、施策を例えば東京で何らかのものを示すとか、あるいは予算的に補助するということがあつてやると、いろいろ盛り上がる上に、インバウンドを含めてコンテンツとしてすごく東京の売りになるんじゃないかなという気はしています。

ざっくりで、違う方向で申し訳ないです。

【牧野座長】

いえいえ、すごく大事な議論だったと思います。ありがとうございます。

今のお話というのは、今回のテーマの中で、事業者さんというよりは住民も含めてというところだと思うんですけど、巻き込んでいく中で、新しいものをつくって巻き込んでいくということではなくて、既にある住民も地域の事業者さんも参加されているお祭りとか商店街みたいなものを強化していくという感じですよ。既にあるものをさらにパワーアップしてあげるというか、ナイトタイムの方向へとか。

【植野委員】

多分デパートの人と八百屋さんが一緒に何かやるのはお祭りぐらいです。

【牧野座長】

というぐらいもう既にあれですものね、住民も……

【植野委員】

これは強いものだと思います。

【牧野座長】

そうですね。そこを強化していくというのはすごい面白い意見だなと思って聞かせていただいていたいました。ありがとうございます。

すみません、では、高坂委員もよければお願いします。

【高坂委員】

齋藤委員の配布資料を拝見していますと、割と事業者の側でどう取り組むかという話が多い。実際それはすごく大事な観点で、そちらがないとナイトタイム観光というのが充実したものにならないというのはそのとおりだと思うんですけども、今お話も出ましたように、やはり地域住民というのもそこに関わっていくことによってよりにぎわいが出てくる、にぎやかになってきて、そういうところがまた人を引きつけるということもあると思うんですね。

ただ、今のところ、そういうナイトタイム観光の事業者の方と住民の方の間になかなか接点というのをつくるのが難しい状況ではないかと思います。海外などの例を見てもナイトタイムの事業者の方たちのアソシエーションみたいなのは、あまり住民よりは、むしろ行政に向いていたりするように、私が調べた限りはそうだったように思います。

住民と事業者がすぐ何か話し合いをすとか、一緒に何かをやるというのは難しいと思うんですけども、ベルリンがやっている取組なんですけれども、これ、ナイトタイム観光だけじゃないんですが、ベルリンも、結構観光客がわさわさやってきて、住民がもううんざりみたいな状況になったときに、住民にベルリン観光をしてもらって。閑散期にホテルとかが企画をして、例えば劇場だとか、スポーツイベントだとか、あとジャズバーだとか、そういったものと宿泊とを組み合わせたツアーをすごく安くつくって、ベルリン市民にそれを楽しんでもらう。観光客はこんな楽しみ方をしているんだねというのを味わっても

らって、シンパシーを持ってもらおうというような、難しいことをおっしゃる先生だと観光受容力を高めるといふふうにおっしゃいますけれども、そういうことをナイトタイム観光についてもやってみると、ひょっとすると効果があるかもしれない、地元のお祭りみたいなので盛り上げるときのヒントになるかもしれないような気がいたします。

【牧野座長】

ありがとうございます。まさにこのテーマの中では住民の良好な生活との両立という話が出ていますので、事業者視点だけではなく住民視点も大事だと思っていますし、あと、東京都でも観光受容度という数値目標を設定しているので、そういう意味では、ナイトタイム観光も含めて、観光受容度にどう貢献できるかという議論は大事だと思います。

住民と事業者の接点というところに関してそれこそ齋藤委員が詳しいかと思いますが、各事業者の皆さんがどうやって住民と接点を持っていけるかということに関して、何か意見とかがあれば教えていただけますか。

【齋藤委員】

ナイトタイム促進区に関する私の資料がミスリーディングだったかもしれませんが、ロンドンでも住民がその地域でいかに楽しんでもらえるのかとか、いかに豊かな生活を送れるのかというのが基本的な目的で、そのために夜という場所をどうやって使っていくのかというところが意識されている印象です。市民のためのマーケットを夜まで遅くやったり、遊園地を夜までやったりですとか、健康的な生活を送るために夜のフィットネスを開いてみたりだとか、そういう感じですね。

そのような取組みはすごくいいなと思ったんですけども、植野さんのお話を聞いていて、ロンドンの事例を引き合いに出すまでもなく、日本には商店街とお祭りがそういえばあるなど。ただ、ロンドンみたいに、どうやっていったらサステナブルに続いていくのかという点について、行政がサポートしていく枠組みは多分ないので、お祭り、商店街が衰退していく地域もあれば、熱量が高い地域は依然元気というところもある。その応援体制みたいなところがもしかしたらロンドンとは違うのかなという気がしました。

なので、ロンドンのまねをしようみたいなことを言わなくても、実は日本はもうそういう社会インフラみたいなものがあって、それをもう少し支えてあげると、一気に地域主体のナイトタイムエコノミーというのが生まれてくるんじゃないかなということを話を伺っていて思いました。

【牧野座長】

ありがとうございます。

そういう意味では、今のロンドンの例でいくと、地域の住民の人たちを、住民としての利便性を上げるという観点で自分たち事にしてもらいたいなこと

ですよね、さっきの夜のフィットネスの話とかは。

【齋藤委員】

そうですね。それはすなわち観光客にとっても魅力的な場所になるんですよね。

【牧野座長】

そうですね。

【齋藤委員】

観光客のためにつくった夜コンテンツというのが一番こけることが多いと思っています。

【牧野座長】

住民も観光客も来たくなるようなということですね。

【齋藤委員】

そうですね。住民が盛り上がっているところに観光客が来て、あ、何かすごくすてきな街だなと思って観光体験が豊かになるという、そこはイコールだなと思っています。

【牧野座長】

ありがとうございます。あと、まさに齋藤委員も今指摘してくれたように、お祭りとか商店街というところをどう盛り上げていくかというのは面白い視点だなと思って改めて聞いていました。

ここのテーマに関しては、事業者と地域の住民とどうやっていくかというところのテーマで話してきたところですが、関心のある地域の人たち、関心がまだそれほどではないという人たちにも協力してもらうために旗振りが必要であるということだったりとか、あとは、どうやって既にある地域の祭り、商店街を盛り上げるような形で地域住民と事業者の人たちが協働できるような場をつくっていけるかというところが大事だなというような話をできたかと思います。

前回話した話の議論の中身というのはかなり広いものがありまして、この2点に集約し切れていないようなところもあると思うんですね。なので、この間、言い残していたというようなところとか、この部分をもう少し議論したいというようなところがあればぜひ、あと5分10分ぐらいしかないんですけど、御意見いただければと思いますが、いかがでしょうか。どうぞ、高坂委員、お願いします。

【高坂委員】

先ほどから、非常に多様な目立つ立派なイベントから小さな些細なコンテンツまで東京はそろっているのが魅力だと思うんですけども、何度も申し上げるようですけど、なかなかそれが届かない、楽しむすべもちょっと分からないということが残念な現状の1つの理由じゃないかなと思っておりまして、インバウンドの方たちにとって敷居の高さをどうやって下げていくかということで、

やはりナビゲーションとかガイドとかというのがとても重要になってくると思うんですね。

地域のガイドについても、もちろん制度もございますけれども、そこまでちゃんとした資格でなくても、例えばツアー単位である程度品質保証をするような仕組みができれば本当に有効ではと。例えば新橋でスナック巡りをするのが大人気というのも聞いておりますけれども、ああいうのもやはり初めての方にとっては、夜のお酒を飲む場所ですからちょっと怖いというようなこともあるかもしれませんが、ある程度それが市民権を得ているといいますか、市民権を得たものになっていくための仕組みを何かつくっていけないのかなというようなことをちょっと考えたりしております。

【牧野座長】

なるほど。ありがとうございます。おっしゃるとおり、多分ガイドさんは、地域でいらっしゃるの、ボランティアガイドさんだと思うんですけど、基本的に昼間ですよ。夜のガイドさんは聞いたことがないので、恐らくそういった人たちも増えてくるとまた楽しみ方ができるというようなことなのかなと思って聞いておりました。

どうぞ。

【植野委員】

本当におっしゃるとおり、分かりやすさは絶対必要だと。そのガイド役が、東京オリンピックのとき、本当に街中にいろんな人が、ボランティアのガイドがいたように案内人が必要ですし、あと、行くスポット、それがお店なのか商店街なのかエリアにもよるんですけど、そちらにもちょっと、認証制度までいくのかどうか分からないんですけど、ここはきちんと東京のナイトタイム観光を楽しめるお店ですよとか、ちゃんと対応してくれる商店街ですよ、ここに行くと楽しめるエリアですよみたいな、何らかの認定・認証制度的なものも必要かなと思っています。そのほうがやっぱり分かりやすいとは思うんですよ。

【牧野座長】

それはお店に行ったら分かるみたいな、ステッカーが貼ってあるとか、そんなイメージですか。

【植野委員】

ステッカーでもいいんですけど、結局それを発信するのに、サイトまでじゃなくて本当にもうSNS的なものでいいと思うんですけど、自分のいるところの近くに認証マークのお店があるとかエリアがあるというのが分かるだけでも大分違うとは思うんです。

【牧野座長】

ありがとうございます。どうぞ。

【齋藤委員】

海外からいろんなゲストが来たときに、どこへ行ったらいいか分からないという相談が個人的にもたくさん来ます。聞いていると大体3つに課題が分かれていて、それぞれ解決策も違うのかなと思っています。一つは、お店の情報が少な過ぎて分からない。日本の東京のお店は小規模で、個人でやっているようなところもすごく多いので、情報発信が限定的というところがまずある。二つ目は、お店が選べない。個性的なお店が多様にあるため、行ってみただけで自分の求めているものと違っていたということが多い。要はマッチングの話ですね。三つ目は、お店に行っても楽しめないという点。客層が常連中心で内輪感があったりして。どう楽しんでいいのか分からない。最近スナックガイドが人気ですが、ガイドが入ってコミュニティに混ぜていくみたいなのが秀逸だなと思います。それぞれの課題に即した打ち手があると思うのですが、行政だけで解決するのはかなり難しいと思います。民間と組んでうまくサービス化していくということになると、この3つの迷ってしまうポイントというのをうまく抜いていけるのかなという気がしていたりしますね。

【植野委員】

そこにぜひ「モデルはしごプラン」と入れたいですね。それぞれの見せ方があるんですけど、そこへ行ってもしょうまく合わなかったりするとイメージが悪くなるじゃないですか。でも、例えばこのエリアのこの3軒をはしごしてくださいみたいな、モデルケースみたいな。こういう人はこの3軒、こういう人はこのスナック3軒みたいにすると、かなり、案内人がいないとしても結構みんな行きやすくなるかなと思います。

【牧野座長】

マッチングの精度を上げる的なことですかね、モデルをつくって。

【植野委員】

「はしご」という言葉を世界共通語にしたいんですね。

【牧野座長】

なるほど、なるほど。

【植野委員】

東京発の「はしご」というのを世界に表したいんです。

【牧野座長】

なるほど。確かに。ありがとうございます。

そういう意味では、結構前回からも議論になっていた、ちょっとどういうふうに楽しんでいいか分からないとか、見つけづらいというようなところがやっぱり引き続き課題だということでのこの議論だったと思います。

笹井委員、何かこれに関してありますか。

【笹井委員】

すみません、それに関してかどうかあれなんですけれども、やっぱりエンタ

メの世界でも、最近私が見たもので面白かったのは、文楽とかを、日本人でもちょっと分かりづらいところがあると思うんですけども、海外に向けて展開していくに当たって、本当に全体で1時間ぐらいで、最初に文楽の基本的なというポイントで見れば面白いのかみたいな説明があり、それからちょっと一部分切り取った映像がありみたいな。しかも、それは英語でちゃんと説明するみたいなものがあったりする。

何か分かりやすさというか、本当に魅力、ここを見てもらいたいんだよというか、こういうふうな見方をしたら面白いよと。そこから導入で入ってもらって、その後はそれぞれ自分でいろいろ発見していくみたいな、そんな仕掛けをやったりいろいろな、今はもう自分の分野で狭いところで申しあげましたけれども、いろんなところでそういう試みを事業者それぞれでやる必要はあるし、何かそういうみんなで一緒にやっていく仕組みというのができる少し変わっていくのかななんて思いながら今お話を伺っていました。

【牧野座長】

それは、やっているがもっと多くの人に知ってもらう機会をつくっていくような感じですかね。それとも、そういったコンテンツをたくさん増やすようなことですか。

【笹井委員】

コンテンツというよりは機会なんだと思うんですけども、取りあえず自分が、今いっぱいいろいろな魅力があるものはあるんですけど、それそのままフルパッケージでこんなにいいものがあるから見てくださいというのも1個あると思うんですけど、もう少し分かりやすく解釈して、こんなふうに見てもらえたら楽しめるかも、こういうふうにするともう少し分かりやすいかもと、ちょっと敷居を下げるみたいな、そんなイメージ。

【牧野座長】

なるほど。マッチングの話もそうですけど、やはり過ごし方の提案みたいなものということが結局、課題なんじゃないかなと思います。

あと、すみません、僕も座長ながらこの点に関して思ったところがあったんですけど、前回、様々な観光資源、既存の観光資源を生かしてというような観点から、外国人が来たときに楽しめるのかなと思って見ていたんですけど、やっぱり笹井委員もお話になっていた多言語対応が出来ていないと思います。必ずしも映画館全部が簡単に映画のチケットを買えるような仕組みじゃないなというのとか、あとは、ナイトプールとか、屋上バーベキューとか、いろいろありますけど、サイトを見ると英語がなくてかなり難しいと思いました。オリンピックに向けて随分多言語対応はやってきたのかなと思いきや、実は観光客を主なお客さんとして考えられていなかった施設では、まだまだ実はできていないんじゃないかなというところに気づいたので、これも今の発見のところに近

いので、ちょっとコメントさせていただきました。

ほかにこれに関して。では、齋藤委員。

【齋藤委員】

先ほどのフィードバックにもあったのですが、海外の事例を知るとやっぱりヒントにはなるということはずごくあって、シドニーもロンドンもニューヨークといった海外先進都市の情報がもう少し知られるようになりサーチを東京都がしてくれるとすごくいいという声がありました。今は個々の事業者がいろんなネットワークを使って調べていて、中には誤った情報も結構あったりとかする。必要な情報としては、何が今トレンドなコンテンツなのかというよりも、どういう仕組みでナイトタイムエコノミーを推進しているのか、海外の政策動向や取組みといった仕組みのところにニーズが多かったなというところですね。もう一つ海外の情報だけではなく、それを活用して日本に実装していくためにはどういうやり方がいいのかみたいなところのサポート体制も欲しいという要望もありました。

昨年、ある中東の都市のナイトタイムエコノミーに関する政策形成に少し関わったことがあるんですけども、その都市は欧米もアジアもいろんな都市のナイトタイムをかなり網羅的にリサーチをしていたんですね。その上で情報を集めるだけじゃなくて、それをどう地域にローカライズして当てはめていくのかというところのそこを丁寧にやっていた印象でした。情報だけ集めてレポートを公開するというのはあまりワークしなくて、こういう知恵がいろんな世界の都市にはある、それをどう日本に当てはめていけばいいのかみたいなところの、その2段階構えで取り組むとすごくいいのかなというところですね。

あと、もう1個。植野さんのお話を聞いていて、海外リサーチはすごく重要な反面自分たちでは当たり前過ぎて気づいていない、ユニークな日本ならではの仕組みがあるなと思い、さっきの「はしご」みたいなものもそうですし、「商店街」や「お祭り」というコミュニティのつくり方とか、日本ならではのだなと思いました。例えば、「はしご」もですが、「締め」の文化のような日本ならではの楽しみ方も面白い。締めのラーメンとか、締めのパフェとか、締めのステーキとか、何かで皆締めたがる。一本締めとかも関連しているのかもしれないですけど、なぜか最後締めて帰っていくという。あれも1つのコンテンツ、体験ですよ。締めというのが遊び方として外国に広まっていくと、みんな日本に来たら締めの何かを食べたいみたいな、そういうのがライフスタイルとかコンテンツとして伝わっていくといいですよ。海外リサーチするとともに、日本人が編み出してきた遊び方みたいなところをもう1回掘り起こしてみるみたいなのがすごく面白いなと思います。

【牧野座長】

ありがとうございます。はしご、締めというと、さっき高坂さんのお話があ

った、新橋のスナックツアーでネクタイハチマキを日本の文化として紹介するみたいなことをやっているそうです。海外の人から見たらすごく面白いものというのは、まだまだ知られていないけどたくさんあるだろうなというふうに思っ
て、今の事例の話聞いていました。

あと、今の話は事業者向けにというところだったと思うんですけど、海外事例の話に関して、今日も高坂さんにベルリンの話、齋藤委員にもロンドンの話をしてもらいましたが、今日はどう実際に活用するか的前提での話だったので、すごく分かりやすい話だったと思うので、こうした活用を前提とした事例をまとめて事業者の方が自分で調べなくても分かるような形に提供するというようなことが必要だというようなお話だったかと思います。

すみません、かなり議論していただいたところで、まだ話が足りないところもあるかもしれませんが、一応時間がそろそろ終わりに近づいてまいりましたので、これで一度まとめというようなお話をさせていただきます。

今日も盛りだくさんな内容だったので、一言でまとめるというのはなかなか厳しいところなんですけど、3つのテーマでお話をさせていただきました。まず、「ナイトタイム観光における東京の国際力の強化」ということで、既存のコンテンツを生かすとか、新たなイベントのようなコンテンツをつくっていくというような話がありましたが、この点に関しては、東京を代表するようなイベントがあったほうが良いというようなこともありながらも、もっと地域全体で参加できるようなテーマ性があったようなものもあったほうが良いという議論をしました。それもやはりなぜそれをやるかというところの議論をもってやったほうが良いということだったので、戦略的にどういうものやっていくかというのは決めていかなければいけないというようなお話だったと思います。

2点目は、「地域・事業者との連携・協働したナイトタイム観光の実現」という話でした。事業者さんによってはナイトタイム観光に興味があるという人たちもいらっしゃるし、一方でナイトタイム観光にまだ関心自体を持たれていないというところがあるというお話だったと思いますが、いずれにしても、東京都がナイトタイム観光をやっていくという方向性だったとか旗振りがあれば、もっと皆さん積極的に参加するようになるというようなお話だったと思います。また、新しいものをつくるということではなく、植野委員がお話しいただいたように、地域の祭りとか商店街とか、事業者や住民をどう巻き込むかというのを考えることなく、既に大企業も個店もまとめて皆さんがやられているところをどうやって活用していくか、というお話でした。これから人口が減っていくとそういったものがなくなっていくということもあるので、それを守るということだったりとか、あるいは、今あるものをもっと活用していくことで、もっと多くの集客につながっていくようなことができればというような観点から考えていったほうが良いというようなお話だったと思

ます。また、地域住民の視点から見たときに、観光客が楽しめるだけではなく、住民にとっても利便性の高いようなものがあれば、それが観光客にとっても利便性が高いものにつながるようなものがあるといい、ということが地域住民の視点として挙げられました。

その他に関しては、大きくは2点だったかなと思ひまして。

観光客向けに、いろんなものがあっても楽しみ方や見つけ方が難しいことや、どの店に行けばいいとか、その店が自分に合っているかを見つけるのも難しいという課題があったと思います。どちらかというところとあり過ぎるものをどうやって楽しめばいいかというところだったので、それをうまく伝えられるような仕組みとしての情報発信だったりとか、ガイドの必要性だったりとか、あと認証制度みたいなもので紹介していくというような話があったと思います。

事業者向けには、海外事例を具体的にどうやって活用すればいいかというようなところを視野に入れて紹介していくことで、もっと事業者の方々が簡単に、積極的に参加しやすい体制をつくるというようなご意見がありました。あとは、今日、本当に目からうろこな話をしていただいたと思いますが、お祭りとか商店街という住民、事業者がすでにまともしている例みたいなものとして、日本の事例もちゃんと調べて紹介していくことが東京の独自の文化みたいなものを世界に伝えていくことになるという話だったかと思ひます。

ということで、今日もたくさんの議論をしていただきまして、ありがとうございました。大変盛りだくさんで、個人的にも本当に勉強になるような内容だったと思ひています。

以上で今日の議論については終わらせていただくことになりますので、事務局のほうから連絡事項があればお願いします。

【江村観光部長】

本日は、貴重な御意見を賜り、ありがとうございました。

次回の開催は10月頃を予定しておりますので、引き続きよろしくお願ひいたします。

事務局からは以上でございます。

【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。

皆さん、今日もどうもありがとうございました。