

(小林委員)

- **宿泊者数や宿泊稼働率を指標とすることが今後ますます重要**になる。ロンドン、パリなど観光政策を推進する欧州主要都市では、それらを観光政策の指標の一つとしてかねてから重視している。宿泊を増やすことは、宿泊費の増加だけでなく飲食・ナイトタイム消費、体験交流プログラムに参加する機会の増加につながり、関連する産業にも貢献するからである
- 今後のさらなる**生成AIの進化を鑑みると、観光政策推進に関連する多様なデータセットを横断的に使えるよう整備**していく必要がある。それによって生成AIを効果的に活用することが可能となるからである
- **各種観光データをオープン化**することで、**観光政策推進のためだけでなく、民間における事業展開や観光テックのインキュベーションや育成、投資判断等に活用**され、**観光エコシステムを形成**することに貢献する。また、**防災計画策定**などの際にも有効活用が可能となる
- 特定のターゲットだけではなく、富裕層やバックパッカー、健常者、障がい者など、**多様な人が楽しめるのが本当の意味での豊かな観光地である**。たとえば、欧州では、スマートツーリズムの推進要件にアクセシビリティも含まれている。今後経験価値の高い観光地には、**サステナビリティやアクセシビリティの確保が一層重要**となる

(武内委員)

- **MICEは、様々な学術分野はもとより、スタートアップを含む多くの産業の発展を促す「場」となることから、観光としての観点とともに、産業横断的な政策ツールとして戦略的に活用すべきである**
- MICE施策の展開に当たっては、**誘致と開催、両面での支援が必要**である
- **国際的なMICEの開催は、日本の若い世代が国内にしながら国際的な知見を得る貴重な機会**となり、人材育成の観点からも重要である
- **MICEという言葉や業界が十分に認知されているとは言えず、引き続き発信の強化が必要**である

(田中委員)

- 東京は、インフラの安定性や日常的な安心感に強みがあり、その発信が観光都市としての価値になる
- 国内旅行者数回復に向け、次世代育成や最先端情報取得のため等、東京に行くことの意義を改めて発信すべき
- MICE誘致では、食や文化・芸術、周辺観光など多面的な魅力を含めたジャーニー全体としての設計が重要
- 観光産業の働き方や仕事の実態はDXの進展などにより変化しており、新しい働き方の実態を発信し、人材確保を進めるべき
- 江戸東京博物館などの「アイコン」に注目を集めるとともに、AIが作成する観光周遊マップやルートなどが有効な形になるよう工夫されたい

(根木委員)

- 観光客の増加により、街の美化や資源循環につながるなど、地域がより良くなるという発想や仕組みが必要
- 東京は2020大会等を通じて、受入環境、安心安全、ホスピタリティ等の面で高い評価を得ており、今後の国際大会誘致にも強みがある
- 東京のバリアフリーは既に高く評価されている一方、駅等の動線など改善余地もあり継続的な整備が必要で、多様な人々にとって使いやすい都市へ進化させるべき
- 観光やバリアフリー情報は、AIにも認識されやすいよう発信することが重要

(星野委員)

- 観光消費は、インバウンドよりも国内旅行者の方がはるかに大きく、国内観光需要の維持・向上が重要
- 大型連休に旅行需要が偏在しており、休暇を分散させる方策も検討すべき
- 宿泊税はできるだけシンプルな制度設計としてもらいたい
- 観光から得られる利益で社会的なサービスのレベルが上がるという点を分かりやすく説明することは、都民の理解につながるので重要
- 中長期的に観光客数を維持していくためには、観光客の満足度やリピート率などの観光データを定点観測する仕組みが大事
- 観光産業の人材不足は、他産業に比べた給与水準の低さが要因であり、待遇改善が必要

(山田委員)

- 東京は既に世界有数の観光都市として高い評価を得ており、**今後は、観光客数の拡大だけでなく、東京ならではの体験価値の創出が重要**
- 東京は文化・エンタメ・スポーツ・テクノロジーなどの多様性が強みであり、これらを個別ではなく**横断的に組み合わせることで新たな価値を創出すべき**
- 観光を入口として、ビジネス・文化・教育など多分野での継続的な関係を生む「プラットフォーム都市」として東京を位置づけるべき
- MICEやイベントについては、一度来てもらって終わりではなく、**再訪・発信・投資・交流など次の行動につながる設計が必要であり、滞在時間や滞在価値を高める工夫が重要**