

東京の観光振興を考える有識者会議 議事録

令和8年6月4日（木）10：45～12：12
都庁第一本庁舎7階大会議室

【江村観光部長】

これより東京の観光振興を考える有識者会議を開会いたします。

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、産業労働局観光部長の江村が進行役を務めさせていただきます。どうぞ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の本会議の設置要綱をお配りしております。その他の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。

続きまして、委員の皆様の出席状況を御報告いたします。

本日は、委員15名中9名の皆様に御出席いただいております。小巻委員はオンラインで御参加いただいております。出席者につきましては、座席表の配付をもって代えさせていただきます。

続きまして、今年度から新たに御参加いただく委員を御紹介させていただきます。

まず、観光レジリエンス研究所代表、高松正人委員です。

株式会社コングレ代表取締役社長、武内紀子委員でございますが、本日は御欠席でございます。

それでは、次第に沿って進めさせていただきます。

初めに、本会議の座長の選任を行います。

本会議の設置要綱では、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。どなたか御発言ございますでしょうか。牧野委員、お願いします。

【牧野委員】

座長には篠原委員を推薦したいと思います。

【江村観光部長】

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

(「異議なし」と声あり)

【江村観光部長】

それでは、篠原委員に座長をお願いしたいと思います。この後の議事進行につきましては、篠原座長をお願いしたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

【篠原座長】

東京大学大学院で客員教授をしております篠原と申します。

今年の有識者会議は、2030年までの東京都の観光政策の大方針を定める大事な年と伺っておりますので、皆様のお力を頂いて、日本の観光政策をリードする東京都にふさわしい観光産業振興プランをつくり上げたいと存じますので、

どうぞよろしくお願い申し上げます。

それでは、早速会議に入ります。

まず初めに、小池知事から一言御挨拶を頂ければと存じます。お願いいたします。

【小池知事】

皆様、おはようございます。東京の観光振興を考える有識者会議、御参加いただきまして誠にありがとうございます。

昨年訪日外国人旅行者数でございますが、4,268万人となりまして、過去最多を記録いたしております。そして、様々なランキングの調査がございますけれども、その1つに、世界の都市総合ランキングで東京が初めて2位になり、また、サウジアラビアで開かれました会においては、1,000近いデスティネーションの中で東京が1番ということで、リヤドで授賞式がございました。

また、江戸の史跡、世界に誇る食文化、最先端の技術やアニメ、東京は多彩な魅力で十分あふれているところではございますが、加えまして、今年の3月に、東京アクアシンフォニー、お台場に噴水ができました。また、両国にございます江戸東京博物館が、4年間の改修を経ましてリオープンをし、既に30万人の方々に御来館いただいております。

一方で、世界を見回しますと、中東など国際情勢がまだ毎日のように変化をし、先行きが見えない。また、それに伴って原油価格も上昇していることから、様々な値段、サーチャージであるとか、そういったところにも影響し、それは旅行者心理、また渡航費など、円安も加わって、観光産業にネガティブな影響かと思えます。来る方は、こんなに安くておいしいところは世界中ないんじゃないかと思えますけれども。また、旅行者が増えることによって、様々な課題も表になってきているということでございます。

旅行そのものではございませんが、来月には、全国で初めてとなります東京都の新しい条例が施行されます。女性活躍推進条例ということで、東京の強みやポテンシャルを最大限に生かして、女性も男性も共に活躍できる環境、また、人が輝く社会を目指す視点も重要だと思いますので、しっかりアピールをしていきたいと思っております。

東京の観光産業の発展に関わっておられる皆様方から、共通の羅針盤をぜひとも御提示いただき、新たな観光産業の振興プランへとつなげていきたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願い申し上げます。

そして、今回就任された高松委員、今日はプレゼンテーションをどうぞよろしくお願い申し上げます。

冒頭の御挨拶とさせていただきます。ありがとうございます

【篠原座長】

知事、ありがとうございます。

それでは、まず事務局より資料説明をお願い申し上げます。

【前田観光振興担当部長】

観光振興担当部長の前田です。

それでは、資料3、観光産業振興に向けた新たなプランの策定について御説明をいたします。

今年度の有識者会議では、東京の観光の持続的な成長、発展に向けた新たな方針づくりをテーマに御議論をいただき、御意見などを踏まえて、観光産業振興に向けた新たなプランを策定します。次期プランの計画期間は2027年度から2030年度までの4か年を予定しております。今回を含めて3回の有識者会議における議論を踏まえ、来年2月に新たなプランを公表する予定です。現在の主な政策目標として、都を訪れる日本人及び外国人旅行者数、その消費額など、2030年に向けた目標値と、2024年時点の状況について記載をしております。

以降は、観光に関する主要動向としてデータをまとめておりますので、御紹介いたします。

まず、世界の観光動向についてです。上段は、国際観光客数の推移、下段は世界における観光都市としての東京の評価でございます。

世界の観光客数は、コロナ禍前を上回る水準に達しておりまして、その中で東京は、ロンドンに次ぎまして観光客から魅力的な都市として高く評価をされています。

次のページ、外国人旅行者受入数ランキングでございます。

2024年の日本の外国人旅行者受入数は3,687万人で、これは世界9位となっております。

次のページ、世界各都市における国際会議の開催状況です。

2025年の開催実績で、東京は10位、アジア太平洋地域では3位となっております。

続きまして、日本の観光動向についてでございます。

2025年の訪日外国人数は4,268万人、観光消費額は9.5兆円と、いずれも過去最高を更新しております。

次のページ、観光産業における人材不足についてでございます。

旅行需要の回復に伴いまして、人材の需給が逼迫をしております。特に宿泊業、飲食サービス業の離職率は他の産業と比べて高く、人材の定着が課題となっております。

続きまして、東京の観光動向についてです。

外国人旅行者数は過去最高となりましたが、国内旅行者数は2019年の水準にまだ戻っておりません。一方で、旅行者の消費額については、国内、外国人ともに2024年は過去最高となりました。

次のページ、外国人旅行者の訪都目的についてです。

東京を訪れる目的としては、食事、町並みや景観、ショッピング、伝統文化の体験などが挙げられます。

下段の都内宿泊施設の状況につきましては、都内の延べ宿泊者数は前年比減少するも、外国人延べ宿泊者数は過去最高を更新しておりまして、稼働率はコロナ禍前の水準に近づいております。

次に、観光と住民の生活環境との調和についてです。

都民は、観光客の増加がもたらす効果として、地域経済の活性化や税収の増加等を認識している一方で、日常生活に与える影響として、治安の悪化やごみのばい捨て増加、混雑などを挙げておられます。

下段は民泊の状況です。住宅宿泊事業法に基づく届出住宅数は増加が続いております。住宅宿泊事業の適正な運営の確保が課題となっております。

宿泊税の見直しについてです。

都は、観光の状況をはじめとした宿泊税を取り巻く環境の変化を踏まえまして、持続可能な観光振興を財政面から支えるため、宿泊税の使途や賦課徴収についての見直しを行いました。

2030年を見据えたプランの策定に向けた論点ということで、旅行者も住民も満足できる持続可能な観光に向けて何をしていくべきかということで、これまでの有識者会議での議論も踏まえまして、大きく3つの観点で、キーワードと思われるものをお示ししております。

まず観光産業力の強化といたしましては、観光業の人手不足対策やレジリエンス強化、ナイトタイム観光、ベイエリア・水辺・舟運、江戸の歴史・文化の活用、アニメなどのエンタメ産業の振興、戦略的なMICE誘致、快適性の確保・向上といたしましては、生活環境との調和、アクセシビリティの向上、安全・安心の確保、観光への理解促進、オールジャパンとしての取組として、多摩・島しょへの誘客、日本各地への周遊促進、効果的なプロモーションということでございます。

そして、共通の視点といたしまして、区市町村や都民、事業者など東京が一体となって観光振興に取り組むこと、宿泊税の財源も効果的に活用し、観光産業のさらなる強化につなげていくことを掲げております。

これらを踏まえまして、委員の皆様から様々な御意見を頂戴いたしたく思います。

参考といたしまして、観光産業振興実行プランの概要及び国の第5次観光立国推進計画の概要をお示ししております。

事務局からの説明は以上でございます。

【篠原座長】

前田部長、ありがとうございました。

引き続きまして、今度は高松委員のほうからプレゼンテーションを頂きます。

【高松委員】

御指名いただきました今回新しく委員に就任いたしました高松正人でございます。

今日は、「安全で安心な東京の持続可能な観光実現のために」というテーマで簡単にお話をさせていただきます。

自己紹介させていただきます。私はJTBで18年間旅行関係の事業に携わった後、約20年間JTBのシンクタンク機能でありますJTB総合研究所でいろいろな仕事をしてまいりました。観光分野の調査研究、観光のプロモーション、マーケティングなどを担当しました。この間、隣にいらっしゃる田川委員には随分長くお世話になりました。

そうした中で2011年に東日本大震災が起きました。当時、それなりに私は観光のプロと自認していたつもりでしたが、震災で被災した観光地を見て、一体ここの観光の復興のために何ができるだろうかと自分に問うたときに、答えられないことに気づきました。周りに聞いても、観光と防災を両方できる人はいないという話でした。では、私がこれをやっていこう、まさにこれが私の天職、使命だと思いまして、それからずっと15年間、観光分野の防災・危機管理の仕事を続けてまいりました。

2020年にサラリーマンを卒業し、独立して、観光レジリエンス研究所を立ち上げ、今に至るまで観光の分野の安全・安心に関わる仕事に特化しております。いろいろな行政機関、国、自治体、民間企業のお手伝いをしております。昨日も東京観光財団での研修を丸1日務めておりました。そのような観光危機管理に関するセミナー、研修の講師をしたり、大学で教えたり、さらにはJICAの専門家として、途上国の観光危機管理推進をお手伝いしたりしております。

この地図には、私が観光危機管理で関わってきた地域が自治体などのロゴで示してあります。一つ一つ説明することはできませんが、北海道から沖縄まで、海外も含めて仕事をしてきましたので、ざっとご覧ください。東京都のロゴも地図についておりますが、東京都や東京観光財団のお仕事もしております。

さて、どんな危機・災害が観光分野に影響を与えるだろうと考えていくと、ざっとこのように分けられます。昨日も台風で心配されたと思います。また、今後30年以内に70%の確率で発生すると見込まれています首都直下型地震、あるいは先般もNHKが富士山噴火の特集の番組をやっておりました。こういった自然災害も観光に大きな影響を及ぼします。それから、人的な災害、火災であるとか、長時間の停電、広範囲な通信障害も観光産業に大変な影響を及ぼします。

世界的に見ると、観光に影響を与える危機としてテロ、凶悪犯罪なども挙げられています。

また、健康に関わる危機もあります。近年、私たちが経験した最大の健康危

機は新型コロナウイルスの感染拡大でした。最近では、地球温暖化に伴う気温上昇で、観光客がいろいろな影響を受けています。これは観光客だけではありません。都民も相当な影響を受けておりますので、東京都としても今様々な対策を進めていらっしゃるというふうにお聞きしております。観光客にも対策が必要です。

その他、東京では何も起きていなくても、ほかの地域で何か起きたとき、あるいは外交的、地政学的な問題が生じたときも観光に大きな影響が出てきます。

では、そういった危機から私たちが守るべきものは何か？1つは、観光客の安全・安心です。先ほどご説明のあった「2030年プランの論点」の中にも、「安全・安心の確保」が挙げられていました。危機発生時に観光客の安全を守り、安心を提供することは、観光地域・事業者としてどうしても必要なことです。

東京都では防災がすごく進んでいます。「東京防災」という黄色の冊子が広く配布されておりますし、皆さんもその内容はよく御存じです。一方で、地域防災の観点では、「被害」が注目されますが、観光客の立場からすると、安全が確保された状況でも安心できないことがあります。

私はよく「3つの不」と言っております。「不快」、「不便」、「不安」な状態。特に外国人観光客が日本で災害・危機に遭遇すると、大きな不安を感じるようになります。例えば停電だけでも、電気が消える、空調を使えないだけでなく、いろいろなことができなくなり不快や不便を覚えます。スマホも充電できなくなります。そうすると、いろいろな「不安」が出てきます。これらを解消、軽減できるようにしてあげられるようにしておくことを、観光分野でしっかり備えておく必要があると考えています。昨日の東京観光財団の研修などでも、この点を強調しておきました。

災害が起こったとき、観光客の安全・安心を確保するということですが、東京都は何ができるのか、何をすべきなのでしょう？今日ここに産業労働局の皆さんがいらっしゃいますけれども、実際に災害が起こったときに、この方々が現場に走って行って、そこで避難誘導できるかという点、できません。そのときに動くのは現場の事業者の方々です。

いざというときに、目の前の観光客、旅行者の安全を守り安心させるのは事業者の仕事です。では、東京都は、市町村は、東京観光財団は、観光協会は何をするか。現場をバックアップしてあげてほしいんです。現場では、目の前にたくさんの観光客が不安な状態でいます。その人たちのケアをしなければなりません。事業者の方々は目の前の観光客の対応に手一杯で、例えば災害状況に関する最新情報を集めることさえなかなかできません。

そういったことを行政や東京観光財団がバックアップしていただきたい。情報提供、移動や帰宅が困難になった観光客が待機できる場所の提供、帰宅・帰国のお手伝いなどです。そうすることで、現場で事業者が動く、それを行政や

D M O が支えていく、という役割分担と連携の構図ができると思っております。

では、観光客の安全を守り安心を提供できればそれでいいかというと、それだけではありません。図の右側に「観光地域・事業者の事業継続」でやるべきことが時系列で書かれています。「観光産業」と呼ばれるほど、観光は日本の東京の経済の1つの柱になっております。これが災害・危機などで止まってしまったときのマイナス影響はものすごく大きいです。ですから、何か起きたときには、可能な限り観光事業を継続し、一旦事業が止まってしまったとき、どうやって戻していくかもプランの中に入れておくことが非常に重要です。

この絵で見て分かるように、実は観光客の安全・安心を守る行為というのは多分数日、長くても1週間の仕事です。ところが、大きな災害で影響を受けた事業者、地域全体を元に戻していくのは何か月、場合によっては何年の時間がかかります。それをあらかじめある程度枠組みを考えておいて、できるだけ早く動けるようにしておくことが重要です。

災害によって観光事業者が影響を受けると、影響はその会社に留まりません。観光は経済波及の大きい産業と言われております。ということは、ネガティブな影響が出たときは、そのネガティブの影響が例えば観光に関わるいろいろな取引業者さんに波及していきます。例えばホテルのシーツや浴衣は、ホテルの社員や女将が夜中に洗濯してアイロンをかけているわけではありません。専門のクリーニング屋さんがあります。また、客室の掃除も専門業者に外注しています。観光事業が止まってしまうと、こうした業者で働く人たちが仕事も止まってしまう。これは、コロナのときに明らかになりました。つまり、災害後に観光事業を復旧させる、観光の復興を早めることは、実は地域全体の雇用と経済を守っていく、復興させることにつながってくるのです。

とはいえ、この観光事業者、備えができていくかということ、事業継続計画の策定率は、他産業に比べて非常に低いという現状があります。

どうしてできないのか。策定する、計画をつくる人がいない。作り方が分からない。スキル、ノウハウがない。こういった理由が挙がっていますし、中には、親会社・グループ会社の要請がないとか、法令による規制がない、こんなようなことを理由に挙げているところもございます。

今のような課題、まだまだたくさんありますけれども、東京都あるいは東京観光財団は、もう既にいろいろな取組を始めておられます。皆さんも御存じだとは思いますが、簡単に御紹介しますと、例えば観光客の安全・安心のためには、既にマニュアルをつくったり、ホームページや防災Xでの情報発信、観光事業者のためのセミナーを開催したりしております。

また、観光地域・事業者の事業継続のために、都の「観光経営力強化セミナー」で、観光BCPの推進をテーマにしたり、あるいは昨日も私は講師を務めましたけれども、宿泊事業者のBCPを策定するためのアドバイザー、お手伝

いしてくれる人たちを育てるような研修も実施しています。

こうしたことで、徐々にではありますけれども、今言ったような課題に対して、東京都、東京観光財団が進んでいくということを最後に御報告させていただきます。御清聴ありがとうございました。

【篠原座長】

高松委員、ありがとうございました。

小池知事はここで御退席となりますけれども、御感想などございましたら頂けますでしょうか。

【小池知事】

高松様、ありがとうございました。

特にインバウンド、様々な国のお客様が来られて、そういう中で観光という観点からの危機管理という概念をまずしっかり持つということ、それを練習もし、また、いざといったときにちゃんと動けるような体制もとっておくということはとても大事なことだと思います。

東京都は、T O K Y O 強靱化プロジェクトを展開いたしております。これからも都民、事業者の皆様方と、必要な備えに取り組んでいきたいと思っております。

また最近、暑さが、C N N のいつもの時間になると、必ず各都市、マドリード何度とか、ロンドン何度というのが出ます。東京は大体いつも最後に出てくるんですけれども、すごく暑い。東京に行くのはやめておこうかということになりかねない。一方で、パリとかマドリードなどは40度が平気で出たりとか、これは地球全体でしょうけれども、あまりにも東京は暑いと、そもそも来なくなっちゃうということを心配もしております。

また、熱中症は誰でもかかりますので、そういったときのインバウンドの方々にどういうケアをするかなどについても、これは日本人であれ海外の方であれ同じですけれども、特にお世話の仕方など、そういったことも考える必要があるかなと思っております。

様々災害対策、備えると同時に、それをいかに伝えて、不快とか不安をなくしていくかという点、御指摘いただきました。誠にありがとうございました。

【高松委員】

ありがとうございます。どうぞよろしくお願いいたします。

【篠原座長】

ありがとうございました。では、知事はここで御退席になります。

(小池知事退室)

【篠原座長】

それでは、事務局からの御説明、さらに高松委員からのプレゼンテーションも踏まえまして、委員の皆様全員から御意見を頂きたいと存じます。

時間の制約もございますので、お一人当たり5分を目安にお話しいただければと思いますが、まず、オンラインで御参加の小巻委員からお願いし、続いて会場の委員の皆様、名簿順に上から順番でということで御用意いただければと思います。

それでは、まず小巻委員からお願い申し上げます。

【小巻委員】

どうぞよろしくお願いいたします。音声は大丈夫でしょうか。

高松様、貴重なレクチャーを本当にありがとうございます。まず、本当に貴重な視点だと思っております。

私の会社、サンリオエンターテイメントはテーマパークを地域で開業しておりますけれども、まさにBCPを昨年1年かけてリスクマネジメント体制、リスクストーリーを洗い出し、体制を今整えたところでございます。こういったことは観光事業各社がしっかりとやるべきことだなということを改めて思いましたが、それぞれの事業者の情報共有であったり、高松様のような専門の方に御指導いただくというポイントを改めて私も考えたいと思ひましたし、東京都の観光事業全体に本当に必須なことだなというふうに思ひました。

今回、今後の計画における課題、テーマの策定というところですが、資料も拝見いたしまして、私自身も安心・安全というところ、さらにここに注力していくことが国際都市東京の重要な課題ではないかと思ひた次第です。別の観点といいますか、現在日本であるとか、東京の大きな強みの1つが、治安のよさであったり清潔さ、ホスピタリティといったようなものが根差している、ある意味、安心・安全がある程度の水準は本当に満たしたすばらしい状況かとは思ひます。さらに、安心・安全の体験というもの、ここの部分のブランド価値を上げていくために、さらにここを強くして、東京観光のユニークネスを磨き上げるといふことのフェーズに来たのかなと思ひております。

高齢者であったりとか、海外からのお客様も本当にいろいろな世代の方がお見えになっていますので、また国内においては、いろいろな経済状況なども鑑みますと、高齢者の方のツーリズムというのは非常に活発になっておりますので、そういった意味で高齢者、そして、いろいろな障害のある方、そして、少子化ではありますけれども、だからこそベビーファーストの乳幼児に優しいという観点、そして、当然多様な文化や背景を持った方々に対応するという意味でも、誰にも閉じない観光環境の整備というものが重要ではないかと思ひております。

東京都は、ここまでの数年間、私も参加させていただきましたけれども、ナイト観光のいろいろな施策であったりとか、先ほど冒頭に小池知事からも御紹介がありましたように、様々なすばらしい観光のポイントというものは注力されて整ってきて、ますます豊かになってきていると感じております。

その中でそういった施策の実りを非常に感じる今日この頃ですけれども、だからこそその多様な来訪者を受け入れる世界有数の観光都市という、ここをさらに磨いていくことが大切かと思っております。

アクセシビリティの中でも、移動のしやすさであったりとか、特に今高松様からお話があったように、災害時、情報取得のしやすさであったりとか、施設やもろもろ観光ポイントのストレスのない利用の仕方など、先ほど3つの「不」とおっしゃって整理していただきましたけれども、不安、不便、不快、これらを感じないというところとともに、歓迎されているという、それを実感できるような体験価値の向上が東京都の観光の魅力を底上げすると思いますので、インクルーシブというのが特定の人々のための偏った施策ではなくて、誰もが、全ての来訪者が利便性が上がり、満足度が向上するといった意味でも、今後の課題としましては、安心・安全というものをさらに皆さんで共に考えていくことが重要なかと思っております。

私からは以上でございます。ありがとうございました。

【篠原座長】

小巻委員、ありがとうございました。体験価値のベースは安全・安心だということで、広い意味でのインクルーシブ、多様な方への対応ということの必要性を御指摘いただきました。ありがとうございました。

それでは、続きまして会場に移りたいと思いますが、それでは、石川委員からお願いしてよろしいでしょうか。

【石川委員】

皆様、おはようございます。日本動画協会から参りました石川と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

先ほど御説明がございました通り、今インバウンド、訪都ですか、これはコロナ禍前に戻ったというようなお話がございました。私どもコンテンツにおきましては、まだまだ伸びていく可能性がたくさんあるのではないかと思います。今、国内外で注目されておりますコンテンツの分野からお話をさせていただければと思います。

東京は、アニメや漫画、ゲームといった本当に日本が誇りますコンテンツの魅力を観光振興につなげられる大きな可能性を持っていると思っております。今現在、都内には作品やキャラクターをテーマとした施設、それから、ショップが数多くございます。そして、国内外から多くの来訪者を集めてございます。特に池袋、秋葉原、渋谷、東京駅の周辺には関連施設も集中しております、国内外のアニメのファンにとりましても、欠かせない聖地となっています。

また、いわゆる聖地巡礼ですか、人気作品の舞台となった場所を巡る聖地巡礼も、1つは東京観光の大きな魅力でございます。私ども日本動画協会では、東京都様とも連携させていただきながら、東京を訪れるアニメファン向けの情

報発信に取り組んでございます。例えば池袋のアニメ東京ステーション、それから渋谷の東京アニメセンターを拠点といたしまして、作品の展示だけではなく、都内のアニメ関連施設や、舞台となった場所を広く紹介してございます。

また、様々なアニメ関連スポットなどを掲載いたしました「アニメ東京周遊MAP」を制作しておりまして、これはデジタル化もしておりますので、紙とデジタルの両方で発信をさせていただいております。これは多言語化にも対応しており、都内を巡りやすい環境づくりも今進めているところでございます。

また、池袋のアニメ東京ステーション、これは企画展の実施に加えまして、アニメ制作の過程で生まれました貴重な資料の整理、保管等のアーカイブ化も進んでおります。これは見るだけではなくて、実際のところ、関わっていただくことで皆様に非常に好評でございます。

それから、先ほども出ておりましたけれども、2030年を見据えたプラン政策に向けた論点の中で、多摩・島しょへの誘客とございました。私も東京の西部には注目をしたいと思っております。これは島しょ部も含めたことです。新宿や池袋、それから西部に広がるエリア、さらにもっと西のほうに行きますと、数多くのアニメ制作会社が集まっており、豊かな自然の中でアニメを制作しております。

杉並区には、日本動画協会が運営する杉並アニメーションミュージアムもございますし、日本を代表するアニメ制作の展示も行っております。この西部エリアで、名作アニメの資料等を展示する観光拠点を生み出すことができればと考えてございます。

アニメの文化は多くの人を引きつける力を持っていると思っておりますが、今後、その魅力を点でなく面に広げて展示、それから、皆さんに関わっていただきながら情報発信、それからアーカイブ、周遊促進を一体的に進めることで、東京ならではの新しい観光の形をつくっていくことができるのではないかと考えております。また、その情報をさらに広げていき、ここで何ができる、こんなことができるのだということをもっと広く広報していきたいと思っております。

以上でございます。ありがとうございました。

【篠原座長】

石川委員、ありがとうございました。アニメという強力なコンテンツを使って東京の観光魅力を高めていく。特に中心部だけではなく地方部へ、あるいは点でなく面へという非常に大事なキーワードも頂きました。ありがとうございました。

続きまして、名簿順で、また高松委員になっちゃいますけれども、お願いできますでしょうか。

【高松委員】

では、引き続き発言をさせていただきます。

今ちょうどスライドで出ておりますプラン策定に向けた論点、頭のところに、「持続可能な観光産業振興」というタイトルがついておりますが、この中に今お話をさせていただいたような安全・安心の話が入っていると非常にうれしいなと思います。というのは、防災や危機管理の話というのは、持続可能な観光とは別次元の話と捉えられる方もいらっしゃると思いますが、実は「持続可能な観光」の非常に大事な要素です。

災害・危機などで観光が中断したときに、それを持続させるための仕組みが「危機管理」であり「レジリエンス」であると位置づけていただけているんだろうなと、この表を見ながら私も嬉しく思いました。国連の機関でありますU N T o u r i s m、世界観光機関では、この持続可能な観光を推進するセクションと、レジリエンスを担当するセクションが1つなんです。まさにそこがセットで考えられている。これが世界の流れでございます。

「レジリエンス」という言葉、先ほど知事はよく御存じでお使いになられていましたが、日本ではまだしっくり来てきていない言葉かもしれません。意味合いとしては「強靱性」ですから、強靱化計画の強靱というのはレジリエンスです。

「レジリエンス」には「回復力」という意味もあります。私は大学などで学生に講義するときには、「竹のようにしなやかに折れない」という意味だと説明しています。もともとは心理学の用語のようです。「折れない心」だと。「心が折れちゃった」じゃなくて、「何があっても折れない」、「元に戻せる力」、そういったものが観光に備わっていることは、持続可能な観光の大事な要素になってくると思います。

それからもう一つ、「快適性の確保・向上」の箱の中に入っております。ここでは、地域、住民、都民の方々との調和が主に書かれていますが、観光客に対する災害対策をしっかりやることは、最終的には都民の方々の非常時、災害時の安全・安心を守ることにもつながっていきます。

考えてみますと、東京都にこれだけの観光客、しかも、多くの外国人観光客が来られている中で、もし災害時にその方々に対する対応でものすごく手間暇を取ってしまうとなると、都民、住民への災害対応が後手に回ってしまいます。ですから、観光客、外国人旅行者に対する対応がしっかり迅速に確実にできるようにしておくことは、結局都民の方々の災害対応もスムーズにいくことにつながるのです。

神奈川県箱根町は人口1万2,000人に対して、ピーク時は10万人の観光客が訪れています。そこで災害が起こったらどうなるか。もうこれは観光客に対応しておかないと、避難所も何もないです。同じように、東京都でもこのようなことができていくといいかなと思います。

先ほど小巻委員から、安心・安全ということが非常に大切だのご発言がありました。多分事業の中でも安心・安全を大切にされていると思います。サンリオピューロランドがある多摩市は、観光客対応、来訪者対応で進んでいまして、指定避難所と言われる住民向けの避難所と、来訪客、これは国外から来られた方々もたくさんいらっしゃるんですけども、その方々の一時滞在施設をきれいに分けています。住民と帰宅困難者を避難施設で混在させない方針です。そうすることによって、異なるニーズ、住民の避難者と帰宅困難者を頭から整理をして、スムーズに対応していくことが多摩市はよくできているんです。

都内にはすでに先進的なプラクティスもありますので、ぜひそういった流れが東京都全体で進めていける、実現できるともっと安心・安全で観光できる東京になっていくのではないかと思います。

以上でございます。

【篠原座長】

高松委員、ありがとうございます。安全・安心の対応が観光活動を持続させたり回復させる力になる。あるいは結局観光客対応をしっかりやれば、住民の安全・安心にもつながるという大変重要な御指摘をいただきました。ありがとうございます。

続きまして、田川委員、お願いいたします。

【田川委員】

お疲れさまでございます。田川でございます。

まず、この会に参加してもう十数年たちました。正直申し上げて、この間相当進んできたという意識があります。テーマ別に言えば、プランの策定に向けた論点ですが、ほとんどでき切っていると感じます。ただ問題は、これからは磨くという作業に入るんですけども、先ほどレジリエンスの話がありました、東商でもそうですが、だんだん観光産業の話が経済課題から社会課題になっているので、東京都の推進体制においても、東京観光財団だけでは済まない話、特に産業労働局だけでも済まない話、教育の問題、あるいは住民と旅行者と事業者が三位一体で進むとなると、東京都全体で推進しないと、ダメだと思います。今回、2030年に向けて、まず、そういう課題別の整理と同時に、推進体制の整備をしっかりやっていただきたいと思います。その意味で、キーワードは磨く、深めるだと思います。

私は2つだけ申し上げたいと思います。東京はゲートウェイですから、たくさん人が来るのは当たり前だと思っている方は多いと思いますが、そんなことはないんじゃないか。2030年に1つだけ気にしていますのは、大阪で万博が開かれて、2030年にI Rができます。一番キーワードは、戦略的M I C E、これは本当にやらないと、大阪に取られてしまう。大阪は後背地に京都、奈良、そして広島というテーマ別の課題の1000年以上のところがたくさんありまして、

東京はせいぜい日光東照宮と富士山ぐらいしかないわけで、そういう意味で言うと、ゲートウェイ東京にいかに集めるかです。

まず基本的には、個人のお客様も大事ですが、M I C E にしっかり対応する体制を戦略的に考えていく必要があるのではないかと。ツーリズムの基幹産業化ということを東商でずっと言い続けて、財源についても、一般財源を増やせと観光庁長官や国土交通大臣に申し上げてきましたけれども、なかなかうまくいきません。

ただ、旅客税が取れて、かなりの財源があるのですが、その使い道も含めると、そうした政策的課題にしっかり使っていく。私は関東広域の代表をやっていますが、東京はゲートウェイで、東京に集まったお客様をいかに関東周辺のお客様を運ぶか、その集中と分散というのをしっかりやっていきたい。

これは施策ではなかなか難しいと思います。政策でまずきちっとつくって、それを施策化していくというプロセスを取らなくてはいけない。実は、明日関東広域観光機構の総会があるんですけれども、そういうところでもそういう話をしようと思っています。そういう意味では、戦略的M I C E をしっかりやっていくことが重要です。

もう一つが、何といっても人材育成です。今地方都市は観光で生きるという地域がたくさんあります。そのために、例えば私が担当しています福井県立大学も、今年度、地域経済学部を設立して、地方のために人材育成しようと思っています。県立大学に今年入学する生徒約70名ぐらいだと聞いていますが、ほとんど8割ぐらいが女性の方で、県内の女性の方が地域経済学部に入りました。東京で地域経済学部を勉強している人はいると思いますが、あまり聞いていません。

私はシビックプライドをずっと言い続けていますが、23区で担当していろいろやっています。しかし、シビックプライドをリードする人材がなかなか育たない。東京はDMOというのはあまり関心がないんですね。地方の場合にはDMOは一生懸命やっています。その人材の育成は、東京観光財団が役割を担っていると思っています。その意味で、人材育成で、中高大学生に対して、しっかり東京のことを学んで欲しいと思います。

先般、江戸東京博物館を見にいきました。ぜひ東京にいる学生さんに江戸東京博物館を見せて、東京の400年の歴史をしっかり勉強してもらいたい。その上でどういう人を呼んだらいいか。一方、私は、インバウンドだけではなくて、国内旅行の衰退が心配事であります。国内外のお客様を東京に集めて、周遊化していくという流れをこれからの流れの中でやっていくべきと考えます。

細かいことはお話ししませんが、今日は大きな論点をお話しするだけなのでお話ししますが、そういう意味で、先ほどレジリエンスの話をしました。これは、まさに今までだと、マイナス要素は観光ではあまり話をすると言われて

いたんです。プラスの話をしろと。災害とかテロはマイナスの話なので、みんな聞きたがらないけれども、正直申し上げて、結局最後に処理するのは我々旅行会社なんです。

そこで今後は、政治、行政と、事業者が一体になってこの問題をやらないといけないので、その意味で宿泊税の財源の使い方を含めて、その中にもそのテーマを入れていただきたいと思います。

以上です。

【篠原座長】

田川さん、ありがとうございました。まさにキーワードで、磨く、深めるといっていて、推進体制を社会課題が対応できるようにとか、M I C E への戦略的取組、東京ゲートウェイ、それから人材育成、マイナスのお話もしっかり取り組むということで、貴重な御指摘をたくさんいただきました。ありがとうございました。

続きまして、アトキンソンさん、お願いいたします。

【アトキンソン委員】

まず、今現状はどうなっているかをもう一回考えて振り返っていきたいと思います。前年対比で第1四半期の実績を見ると、去年に比べて99.5%、よって、今年は大体横ばいぐらいの年になるようなもので、4,200万人いくかないのかという勢いで推移しています。ただ、その中で見てみますと、欧米が去年に比べて112.4%だから、12.4%の増加になっていまして、それで全体が多少だけ減っている理由は、アジアから96.3%、前年に対する実績ですので、多少下がっている。

皆さん御存じのように、中国以外は前年対比で115.4%になっているのに対して、中国は前年の44.9%まで減っています。結果としては、今中国からの誘致が全体の9.8%まで下がっていますけれども、今までは大体2割ぐらいをずっと占めてきた勢いでやってきまして、第2次安倍政権以前の訪日の中で、大体15%ぐらいだったところで一番低い比率に下がっています。

2030年の6,000万人の目標が堅持されている中で、中国が戻る戦略でいくのか、中国が戻らない戦略でやるのかということをここで1回決めなきゃいけないものにはなっているかと思います。個人的には、恐らく中国の全体に占める比率は戻らないという前提で決められる可能性があると思います。

要するに、総理の御発言があった後に中国の反応があって、全体の9.8%まで下がっていることを、ここで戦略に切り替えていくことになる可能性は、私としては高いと思います。要するに、どの地域に対してどういう情報発信をするかということの影響してきますので、政府に1回戦略を決めてもらった上で、また、どの地域に対して予算を配分する、または人の配分だとかいろいろなことを決めることになるのではないかと思います。

それで東京都としても、全く同じように、国が決める戦略の中で、どの地域に対してどうするのかということを考えて予算の配分等を考える。言ってみればチャンスでもありますし、考えなければならぬことでもあるかと思います。

もう一つありますのは、もう既に報道されていますけれども、日本政府観光局として、新しいグローバルキャンペーンを今始めているところです。それは、インバウンド4,000万人を実現するための国の戦略はありましたけれども、6,000万人の戦略はなかった。そのキャンペーンもない。誤解されやすいんですけども、ただ単に円安だからインバウンドが増えたと言う人はいるが、言葉は悪いですけども、無知な飛躍をする人は多い中で、それはインバウンドが800万人しかなかったところで、いきなり4,200万人になるわけないので、円安の影響だけでは決してありません。6,000万人を確実に実現していくためには、新しいグローバルキャンペーンを今からやっていきます。

多少そういった報道をされていると思いますけれども、私としては、よく考えれば、日本全体にいろいろな魅力を情報発信してきたJNTOとしては、「日本は観光地ですよ、観光に来てもらいたい」と、前回のグローバルキャンペーンを実行して、4,200万人まで増えています。固定概念を変えて、増やしてきました。新しいキャンペーンでは、よく考えれば、人が1年間日本に来る事実もないので、特定の季節に来るだけですので、ほかの国のNTOでは実現されている例はないんですが、四季を分けて、春版、夏版、それに秋版、冬版の別々の情報発信の動画を作っています。発信の時期に関しては、訪日を何ヶ月前に決めるかを踏まえて、地域によって発信する時期を変えます。今年から始まります。

2030年までこのキャンペーンを継続的に実施することをお願いしています。そうしますと、今は大体戦略どおりに、ずっと一定の需要で続いているんです。中国からの誘致が減ることによって、一番夏に来るのは中国人なので、中国人全体として減ることによって、夏はどうするのかという問題が今発生しています。よって、全力的に日本の夏の魅力を発信して、特にその中で、知事の御発言がありましたけれども、涼しいところもいっぱいありますので、涼しいところも含めて、夏の楽しみ方を深掘りしていく必要があります。全体としてそういう流れの中で皆さんに共有した上で、その中で東京都をどう考えるか、どうするのかということをお勧めをしたいと思います。

それで、今プランの策定に向けた論点なんですけれども、これも人手不足の問題というのも、慢性的な人手不足で、この問題は観光産業のみならず、どの産業でも同じような問題を抱えています。あと二、三年ぐらいのところで、生産年齢人口がずっと減っている中で、今労働参加率を上げていくことで何とか就業者数が絶対水準として減らないようになってきたんですけれども、今の労働参加率が男性女性はんぱんまで上がってきていますので、これ以上に対応

の仕方はないということなので、人手不足の問題というのはさらに深刻になっていきます。特に観光産業の問題だけではないということが1つとして考える必要はあると思います。

もう一つ、賃金の問題です。私が委員を務めているDMO委員会もありますけれども、その中で、かなりの激論の結果として、観光戦略の結果として、観光産業に関わっている事業者は継続的な、要するに平準化されているような収入、売上げになっている中で、かなりもうかっているはずなんですけれども、そこまでの賃金が上がっているかということ、十分に上がっていないんです。利益率が猛烈なものになっているところも結構確認はできます。

そういう意味で、賃金の水準をどうするのかということで、DMOのKPIの1つとして、私としては、観光に関わっている人たちの賃金はどうなっているのかということ、KPIの1つにすべきだと思います。

ここにもう一つあるのは、日本各地への周遊促進とあります。言い方はそのままストレートで申し上げますけれども、これは東京都としてはあまり意味がないと思います。申し訳ないんですけれども、結局、東京、大阪のインバウンドの動向は、大半の観光客は、羽田か成田に着いていて、または大阪から、要するに関空から入ることなので、言ってみれば、JNTOが頑張れば頑張るほど、東京の実績は上がります。大阪の実績も上がります。

そうすると、東京都はどうするのかということです。東京都内はどうするのかというのは、効果的情報発信、プロモーションとして一番重要であって、東京に来てくださいということを情報発信する価値は私はないと思います。あくまでも国の役割であって、東京都の役割でもないですし、ただ来てもらえる以上は、東京都内はどうするのかということで、これは大いに価値がある話であって、結果としては国の戦略にも貢献することは、それは否定はできません。

それで同じように、日本各地への周遊促進は、JNTO、または地元の人たちがやるべき話です。要するに行きたいところに観光客が行きますので、東京都が周遊誘致を促進しても、行ってもらえるとはとても思えないし、そういうような周遊促進をしたからといって、行く価値もないとされている地域に、行きたくないところを発信されても、行きたくないところに行きません。都は、ここにありますように、多摩はどうするか、島はどうするか。これは大いに意味があるのですけれども、都が、九州に行ってくださいとは、考え方次第、よけいな世話です。東京都はそういう予算を配分することはもったいないと思いますので、皆さんはJNTOとの関係の中で、周遊誘致はJNTOが担当してくれということで、逆に強調していただければいいじゃないかと思います。東京都は、都内の観光に専念していただいたほうが効果的だし、JNTOとの連携プレーの中で、それが一番効果的なものじゃないかと思います。

最後なんですけれども、インフラの問題です。問題が言われている渋谷のご

みの問題など、いろいろな問題があります。各区との関係で、こういう問題を戦略的にどう解決していくのかということとはもっと力を入れていただきたいと思います。京都もそうなんですけれども、どっちかといえば、そういうオーバーツーリズムと言われていた問題を放置して、他人が何とかしてくれるんじゃないかということで、いろいろな摩擦があるわけなんです。

歩行者天国にするのかしないのか、補助金の出し方はどうするのかということで、ごみ箱の設置はどうするのか。外国人はマナーが悪い、ああでもないこうでもないということを言わずに、十分な対応をしてもらっているとはとても思えない中で、インフラ投資をどうするのかということは問題の1つとしてあります。

もう一つは、オーバーツーリズムという言葉はここに出ていないというのはすばらしいことだと思います。私としては、オーバーツーリズムは一切認めない考え方なんですけど、ただ、インフラ投資をちゃんとやっていないことでオーバーツーリズムと言われちゃうんですが、それはオーバーツーリズムじゃなくて、ただ単に行政の対応が悪いだけの話なので、それを徹底していただきたい。

最近、京都でも、観光客を市内に分散させていくという考え方が強いんですけども、果たしてそれが正しいかと私は最近考えるようになりました。要は、観光客は京都市内であれば、ほとんどの市民が行かない、清水寺などの決まったところに集中しています。東京であれば、東京タワーは普通の住民は行かない。そういうところに観光客が集中していることを考えれば、住民はあまり会わないところに観光客が集中していることによって、一般住民との摩擦が起きない。逆に分散させることによって摩擦を増やしてしまうということなので、逆手に取って、集中してもらうことは実は都合がいいことだということです。ロンドンに行けば、ウェストミンスター寺院だとか大英博物館だとか、そういうところに集中していることで、普通の住民は観光の嫌な思いをしない。

ただ、先ほど申し上げたように、集中してもらっている中で、徹底的に対策をやらなければ、オーバーツーリズムなどと言われるだけなので、行政はより積極的に関わっていかなければ、こういう問題は永遠に終わらない議論にもなりますし、SNS対策でいろいろなことをずっと悪口と言われるだけなんです。今の日本の現状はオーバーツーリズムではないし、それで外国人のマナーではないんです。それは東京都に対する悪口であって、対応しないことに対するほかのところの八つ当たり。実はその根源は東京都の対応の悪さに根源がある。それを直していただきたい。

オーバーツーリズムを聞くたびに、それは他人が悪いと思わずに、東京都が悪いということを考えていただいて、きちんとした形で改善策をここに盛り込んでいって、悪口が出ているところは、進んでそこで解決していくような感じを盛り込んでいただきたいと思います。

大英博物館の周りなどはほとんど全部歩行者天国になっています。もう車は入れない。そうすると、観光客は交通の邪魔をしていると批判されることはなくなりました。清水寺の坂のところも、全部歩行者天国にすると、人が多くて車は通れないものをずっと通れないものにすれば、別に問題ないじゃないか。その問題の解決はできますので、皆さんに解決策にいろいろ力を注いでいただいて、そういうような解決をしていただきたいと思います。

以上です。

【篠原座長】

ありがとうございました。愛のこもった叱咤激励と東京のほうも受け止めていただきたいと思います。ありがとうございました。

続きまして、堀口委員、お願いできますか。

【堀口委員】

堀口でございます。

まずは、高松委員から、今日はすごく示唆に富んだお話を頂いたなと思っておりまして、観光と防災ということで、私自身も東京のお店であったりとか宿泊施設に行くと、最近ワンオペの場所がとても増えてきていて、これ自体は合理的だし、ユーザーとしてもコストが抑えられるというメリットもたくさんある業態だと思うんですが、何か起こったときに、ケアをこれはできるのだろうかとか少し不安に感じる場所がありまして、恐らく事業者様ではいろいろな取組をなさっていると思うんですけれども、最近スポットのアルバイトの方とかもいらっしゃったりして、そういう方たちが何かあったときに、御自身の身を守りつつ、そういった特に観光客に対してどういったケアができるんだろうというようなところは、今後また課題になっていくところなのかなと感じました。

私の専門であります江戸に関しましては、江戸東京博物館がリニューアルオープンいたしまして、私も3回ほど足を運んだんですけれども、あちらでは新しい展示として、江戸の屋台の展示が増えました。その後ろに浮世絵が飾られているのですが、その浮世絵から屋台の展示というのをリアルにしていってほしいというのが江戸博の展示なんです。

それを見ていて思うのは、江戸というまちにとっても、安心と安全というのは一つのブランドになっていたんだなというところなんです。それは夜の風景で、お月見に集まった人々を描いている。その人たちが屋台で食事をしているという風景なんです。夜のまちで、男性だけじゃなくて、女性や子どもたちもとても楽しそうにオールナイトイベントを楽しんでいるというのは、それはまちが安心・安全だったからであって、それを広重が書いているということは、それを江戸の誇りとして発信していたんだろうというようなことを感じました。

同時代の世界で見ますと、夜中というのはとても危険なものだから、歩き回

るものじゃないというような考え方がある中で、江戸では、女性や子どももみんなが楽しめる時間帯だったんだということが表現されていて、とても好きな浮世絵なんです。安全・安心というのは、東京だけではなくて、恐らく日本のブランドでもあると思いますので、いざというときもその安心・安全を守っていくということが、日本、東京のブランドを守ることにもつながるのではないかなと、その浮世絵を見ても感じていたところです。

しかも、最近、都知事やアトキンソン先生のお話にもあったように、夏場、とても暑くなってきたので、ナイトタイムの観光というのを夏に、これは江戸時代から実はすごく充実しているというようなことを発信していくというのも一つ重要なのではないかななんて考えました。

その江戸東京博物館は、本当にたくさんの方がいらっしゃっていて、老若男女はもちろんなんですけれども、外国の方もいらっしゃっていて、多くの方が御注目くださっているというのは、東京都の皆様の観光政策というのが着実にくさびとなって皆さんに広がっていたからこそでありますので、ファンとしてとてもうれしく思っております。

特に展示内容のバージョンアップというのもすばらしかったんですけれども、印象的だったのは、プロジェクションマッピングで大屋根のところに映像が展示されたりとか、新たな技術を使って江戸を表現するということがすばらしいなと思ひまして、東京は、京都や奈良に比べますと、歴史観光といったときに、実際に残っているものが少ないというようなところはあるかと思うんです。ただ、だからこそ、新しい技術、デジタル、VR、ARとか、そういったものを使って表現する新しい時代の歴史観光というものが必要だし、それをトップランナーとして走っていくのが、もしかすると、東京の観光の次の2030年に向けてというようなお話もありましたけれども、そういったプラン策定の中で実現していくと、とてもうれしい部分なのかなと感じました。

持続可能という意味でも、デジタルなんかを活用しますと、新しく更新していくということも割と短い時間でできたりもいたしますし、そういう意味では、それは江戸東京博物館がまさに新しい時代の観光というものを表現してくださっているなと感じました。

もう一つは、今後に向けた策定プランのお話の中には、いろいろな魅力的なコンテンツがある中で、コンテンツごとの掛け合わせによる科学反応というようなところも期待できるのではないかなと思ひまして、例えば私でしたら江戸ですけれども、先ほど言ったとおり、江戸というのは実はナイトタイムが充実していたんだというようなところであったりとか、あとは浮世絵です。浮世絵がプロジェクションマッピングで動くみたいなどころを見ると、アニメ、漫画の原点は浮世絵にあったんだなというようなところで、アニメなんかとの親和性も非常に高いのかななんて感じましたので、今後そういったコンテンツをま

たいだ観光産業力の強化というような視点もあり得るのではないかというようなことを考えました。

私からは以上です。

【篠原座長】

堀口委員、ありがとうございます。デジタル技術を活用した新しい江戸魅力の発信ですとか、江戸掛けるナイトタイムですか、そういったようなコンテンツの掛け合わせも大事という貴重な御指摘でした。ありがとうございます。

続きまして、牧野委員、お願いできますでしょうか。

【牧野委員】

牧野です。

まず、高松様のプレゼンテーションありがとうございます。ちょうど自分も震災関連でいうと、ツイッターにその頃いまして、ツイッターでの災害時の情報発信、情報収集、分析に取り組んできたので、今新しい状況というのをお話を聞いた中で、当時とは2点変わっているなと思っていまして、まずAIが普及しているので、恐らく今は、皆さん、何かあったときにAIに聞くということが日本人、訪日観光客問わず行動として起こるだろうと思います。

あと衛星通信が主要なキャリアで対応されたので、災害時に、前回あったような基地局が壊れて通信が止まるということとはなくなるので、改めてこういった新しい環境の中で、どうやって情報発信をして伝えていくかというところを考えるきっかけになりました。ありがとうございます。

論点に関して、4つお話ししたいと思っています。まず1つ目が、東京は、先ほどお話があった大阪との差別化だったりということと、あと引き続き国際的な差別化ということを考えていく中で、最近ソーシャルの中の海外のトレンドの中で、日本の特徴として言われているのが、東京の体験もそうなんですけれども、ほかの都市では体験できないような、まちもきれいで、安全で、かつ快適に過ごせるというところの日常部分がすごく注目されています。なので、こういったほかの都市との大きな差別化である「日常」というものを差別化として、これは観光に関してもそうですし、恐らくMICEとかでもそうだと思うんですけれども、そういったことを生かしていくといいんではないかと思ったところです。

ただ難しいなと思っていたのは、同時に日常って何かというところを考えると、先ほど田川委員がおっしゃられたとおり、これは、もはや観光だけではなくて、あらゆる体験全てというか、例えば子どもたちが東京の中心にもかかわらずランドセルをしょって1人で歩いているようなことができるような日常だったりとか、あるいはホテルをちょっと出ても、下へ行ったら気軽にコンビニにすぐに買いにいけるみたいなところだったりするので、もはやこれを観光というのかというところではあるのですが、日常が世界的にも注目されている中

で、東京のすごく独特なポジションというのが注目されているので、ここはぜひ引き続き生かした形で紹介できていければなと思っています。

2点目が、人材不足のところに關してなんです。人材不足に關しては、引き続きいろいろな対応をされると思いますが、例えばQRコードとかタブレットみたいなものとか、あるいはそろそろさらに普及されると思いますが、ロボットの対応であったりとか、そういった機械でできるものには機械で対応するということがまだ改善できる余地があるのではないかと思いますので、そこは積極的に新しい技術を採用できるような環境だったりとかいうことを支援できるというのではないかなというのが2点目になります。

3点目が、観光客が増えることで日常生活に問題があるというこの生活環境との調和というところですが、問題自体は割とちゃんと実態を把握して対処できることはあるのではないかなと思っていまして、先ほどアトキンソンさんがおっしゃられたようなインフラ整備みたいなところでできると思いますので、ここはちゃんとインフラ整備をしていくということが大事だと思います。あと同時に、問題はイメージが先行しているようなところもあると思いますので、ここは東京都として積極的に、実態はこうだということ、あるいはこういった対策をしたことでこう変わったということの情報発信をしていくことが大事だと思いますので、実際の対処と同時に、ちゃんと情報発信をするということを併せてやっていただければと思います。

最後に、2030年までの4か年計画というところで、まだ答えがあるわけではないんですが、この一、二年、旅行者の意思決定プロセスがかなり大きく変わってきています。ソーシャルメディアで旅先を直感的にインスピレーションを得て、あとは旅行のプランに關してはAIに投げるみたいなことが比較的一般化していますし、これから2027年から30年で考えると、さらに一般化すると思うんです。

その行動様式が大きくシフトする中では、これまでやっていたプロモーションというのが全然効果ないみたいなこともあり得ますし、実際に現状でも、ホームページを持っていたところで、どんどん人が見なくなっているというようなことが起こっているので、どうやって東京のプロモーションをやっていくかということは、こういった新しい旅行者の行動様式に合わせた形で考えていくと、見ていく指標というのも変わっていくと思うので、ここはトライアル・アンド・エラーがあると思うので、ここで明確に決めるということは難しいと思うんですが、その方向性だけは議論できていくといいかなと思っています。

以上となります。ありがとうございます。

【篠原座長】

ありがとうございます。東京の日常の価値ですとか、旅行の意思決定が随分変わってきた中でどうやるかとか、貴重な提言をたくさん頂きました。あり

がとうございます。

最後にマリ・クリスティーヌ委員、お願いします。

【マリ委員】

皆さん、本当にたくさんのお話を今日されたので、私は重複する必要はないと思うんですけれども、先ほどアトキンソンさんもお話しされましたように、インフラというのがすごく大事だと思いますし、田川さんのお話もそうですし、高松さんのさっきの防災の話も、全部、とにかくワンセットで考えていかなければいけないことの中で、ぜひこれからの委員会の中で、もう少し情報というものも与えていただけますといろいろと発言しやすくなるかなと思います。観光で多くの方々が来られていると、いろいろな犯罪も含めて起きているわけですので、その中でどういう犯罪が一番目立っているのかということも知りたいと思います。

私はずっと子どもの支援をしているわけなんですけれども、東京都、また大阪もそうですけれども、大都市の中で Trafficking も含めてあるわけなんです。実際に観光に来られている方々の中には、そういうものを求めて来られている人たちもいますし、そういうことは決してあってはいけないし、それが地域コミュニティにとっても非常によくないことですので、そのところは生活者というところの中のインフラの中でやっていかなければいけないことだと思うんです。

最近観光で来られている方々の中に、私は観光会社をやろうかと思うぐらいに世界中から友達が、今度日本に行くから、この前来た方がエヴァンゲリオンを見たいと、私はエヴァンゲリオンって何だかよく分からないからと言ったら説明していただいて、グッズを探しにいったり、あとメイドカフェにどうしても息子が行ってみたいというフランス人が来られて、そのお父様とお母様とそのお子さんまで連れてメイドカフェまで私は行ってきました。

普通のサラリーマンの方が座っていて、男の子がびっくりされたのが、何でこんな仕事する時間なのにビジネスマンがメイドカフェに来ているんですかと言われたり、あとは、この間アイルランドから来られたおじいちゃんがロータリークラブの方で、ロータリークラブの参加をしたいんだけど、どこへ行けばいいかと言われて、たまたま行ったロイヤルパークホテルに、ロータリークラブ、今日やっていますという看板が出ていたので、私は駆け込みまして、ロータリアンが1人来ているのですけれども、おたくに参加していいですかと聞きましたら、どうぞと言ってくださって入れたんです。ロータリークラブとかライオンズクラブとか、そういうところももうちょっと発信していただけると、海外から来られた方々も、非常に細かい話ではあるんですけれども、みんな自分たちでちゃんとリサーチして日本に来られるわけなんです。

そのおじいちゃんも81歳なんですけれども、僕はアイウォッチを日本で買い

たい。アップルウォッチを買うには、では、アップルストアへ行きましょうと言えば、駄目だと。どうしてと聞いたらば、ビッグカメラに行けば割引してくれるからと、それまで調べてこられて、その方は世界クルーズで来られていたわけで、次は、オーストラリアに行くからと。

観光だけではなく、ふだんの私たちの整備がすごく大事で、もし東京都がやっていただけるのならば、ごみに対する罰金を払わせるのではなくて、どこかの会社にごみ捨て自動販売機を作っていただいて、そこにちゃんとごみを入れて、100円も払ってもいいからそれを収集してくれるほうが、よほど東京都にとっては収入になるのではないかと私は思うんです。

どこの都市へ行ってもやはりごみ箱があるので、東京はなかなかないんです。観光としてでも非常に困りますし、お母様方が子どもを連れて歩いたときに、おむつを捨てる場所もトイレがないと困るし、それもあふれたりすることもあるわけですから、そういうちょっと細かいところにも少し目を向けていただければ、観光は、これだけ情報が出ていれば、なぜ日本に行きたいかと、玄関口が東京と大阪とさっきアトキンソンさんもおっしゃったんですけれども、でも、入ったときに、ふだんの生活者の方々も困らないような整備というものをきちっとつくるべきなので、災害のときも含めてそうなんです。どういう犯罪にも気をつけなければいけないのかということの情報もきちっと出していただけると助かるのではないかと思いますので、あまり時間がないので、ここで終わらせていただきます。

【篠原座長】

御配慮ありがとうございます。まさに多彩な情報を持ってこられた旅行者への対応と、それから、生活者も困らないよう対応をしっかりとやりましょうというふうな貴重な御指摘でございました。

一通り委員の皆様から御意見を賜りました。あと、本日御欠席の委員からも事前にコメントを頂いているようですが、これも画面をさっと御紹介すれば…。

【前田観光振興担当部長】

そうですね。画面を確認いただきまして、欠席の委員の方からもたくさんの御意見を頂戴しております。

小林委員からは、宿泊者数とか稼働率というものの指標が大事で、観光データをオープン化するということが投資判断などにも使われていくので、これは重要だということでございます。

それから、武内委員からは、M I C Eというのは、スタートアップなども含む産業の発展を促す場ということになることですから、戦略的に活用すべきだということ、それから、国際的な知見を得る機会となるということなので、若い世代にとっても、人材育成の観点からも重要だという御意見をいただいております。

ります。

田中委員からは、インフラの安定性や日常的な安心感に強みがあるというのは東京の強みであるのですけれども、国内の旅行者数の回復に向けては、東京に行くことの意義というものを改めて発信すべきだというお話でございました。

次は根木委員からでございますけれども、東京2020大会なども通じまして、東京の評価は非常に高まっていて、今後の国際大会の誘致なども強みがあるという一方で、まだまだ多様な人々にとって使いやすい都市としてバリアフリーも進化させるべきだというような御意見を頂いております。

星野委員からは、国内旅行のほうは観光需要、消費というのは非常に大きいので、国内観光の需要の維持・向上というのはこれからも重要だということと、それから、観光によって社会的なサービスのレベルが上がるということを分かりやすく説明することで都民の理解につながるのではないかとということ、それから、満足度とかリピーター率などの観光データを定点観測するということは、中長期的に観光客を維持していくために重要だというお話を頂いております。

そして最後に、山田委員からは、東京というのはスポーツやテクノロジーの多様性が強みになるので、これを横断的に組み合わせるということで新たな価値を創出できるんじゃないか。観光を入り口として、いろいろな多様な分野での継続関係を生むプラットフォーム都市としての東京を位置づけるべきだと。それから、MICEやイベントというのは開催して終わりではなくて、その再訪ですとか投資、交流など、次の行動につながる設計が大事なのではないかとという御意見を頂いております。

以上でございます。

【篠原座長】

欠席委員の御意見でございました。皆様から非常に多彩な御意見を頂いて、これは事務局がしっかりみんなメモを取って考えてくれていると思いますので、これを今後の検討に生かしていただきたいと思います。

私自身としては、皆様から出た以外のところで1点だけなんですけど、都の全体の魅力を高めるには、都と都内の区市町村の連携がすごく大事だと思っております。宿泊税が増収になる中で、区市町村のほうは、ひょっとしたら都が全部持っていったみたいにいるかもしれないので、多少市区町村の地域づくりも応援し、発信も一緒にやりながら、都が全体として魅力を高めていくという視点も大事じゃないかなと思ったりしておりますので、付け加えておきます。

それでは、本日は非常に貴重な御意見を頂きましたが、これで事務局にお返しをしたいと思います。

【江村観光部長】

皆様、本日はありがとうございます。貴重な御意見につきましては、今後

の施策の推進に生かしてまいりたいと考えております。

次回の開催につきましては、8月頃を予定しておりますので、よろしくお願いいたします。

以上でございます。

【篠原座長】

ありがとうございました。ちょっと超過しましたが、これで本日の会議を終了いたします。皆様、御協力ありがとうございました。