

## 東京の観光振興を考える有識者会議

平成 29 年 11 月 28 日

### 【小沼観光部長】

お待たせいたしました。

定刻となりましたので、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。

本日はご多忙にもかかわらず、ご出席いただきまして、まことにありがとうございます。

私は事務局を務めさせていただきます、産業労働局観光部長の小沼でございます。議事に入りますまで、しばらくの間進行役を務めさせていただきます。よろしく願いいたします。

初めに、本日の委員の皆様の出欠状況についてご報告させていただきます。

本日は委員 17 名中 6 名の皆様にご出席いただいております。出席者につきましては、座席表の配布をもって代えさせていただきます。

なお、ご欠席の石井委員からは、本日の議題に関しましてコメントをいただいておりますので、後ほど座長からそのポイントについてご紹介いただきます。

また、本日は委員の皆様のほかにも、プレゼンターにもご参加いただいておりますので、ご紹介させていただきます。

流行仕掛け研究所代表で、ジャーナリストでいらっしゃいます島田始様でございます。

次に、資料の確認をさせていただきます。

お手元には議事次第と座席表、資料 1 の委員等名簿、資料 2 の「PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン 2018～中間のまとめ（案）」の概要、資料 3 としましてその本文。そのほか、多摩・島しょ地域の観光 PR パンフレットでございます、「Tokyo Natural TAMASHIMA」、それから『縁結び』をテーマとした島しょ地域の観光ガイドブック「心ときめく出会いが待つ東京の島へ」をお配りしております。

また、本日堀川委員と島田様からご提出いただいたプレゼン資料、それから、後ほどご説明いただきます東京宝島推進委員会の提出資料等につきましては、卓上のタブレット端末でご覧いただくこととなります。よろしく願いいたします。

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

### 【本保座長】

では、本日もよろしくお願ひいたします。

それでは、初めに小池知事から一言ご挨拶をいただければと思いますので、よろしくお願ひいたします。

### 【小池知事】

皆様、こんにちは。本日もお忙しいところ、東京の観光振興を考える有識者会議にご参加いただきまして、まことにありがとうございます。

今日は幾つかテーマがございます。

まず、2つのテーマで委員の方、そしてゲストスピーカーからお話をいただくのが1点、それから、もう一つが12月に公表を予定しております「PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン 2018～」、この中間のまとめの案を議題にさせていただいて、皆様方からのご意見をうかがうと、今日はこういう仕立てをしていただきました。

テーマの1つが島しょ地域への観光客の誘致でございます。

私も11ある島のうち9つまで行きまして、10番目の神津島に行こうと思ったその日、あいにくの天候でうかがえず、まだ全て達成はしておりませんが、行けばいくほど島の魅力、そしてまた島を生かす様々な方法があるのではないかと。そういうふうにいるところでございます。

大型豪華客船の観光事業、世界的な規模で展開されておられます堀川様から、今日は貴重なご提言をいただくこととなっております。

それから、もう一つのテーマが多摩地域であります。

ゲストスピーカーとして島田始様、どうぞよろしくお願ひいたします。

アウトレットであるとか海外ウェディングなど、数々のブームをつくり出されましたそのご経験を生かして、多摩を生かすためにはどのようにすればいいのか、ご意見などをうかがえればと思っております。

また今回の会議では、島しょ地域の隠れた魅力を再発見して、そして付加価値をつけて、活性化を図るという東京宝島推進委員会の取組も皆様方にご紹介をさせていただきます。

ということで、今日はよろしくお願ひ申し上げます。ありがとうございます。

### 【本保座長】

小池知事、どうもありがとうございました。

それでは、本日の進め方について、ご説明をいたします。今、知事からお話がありましたが、初めに今日のテーマについて、堀川委員、それから島田様からお1人13分ずつということでプレゼンテーションをお願いしたいと思います。

2つのテーマについてプレゼンが終わった後で、東京宝島推進委員会の事務局、それから、この有識者会議の事務局から資料説明をお願いしたいと思います。

す。

これらの資料説明後、各テーマと、それから実行プランの中間のまとめ案についてご議論をお願いいたします。

さらに、これに関する議論が終わった後に、テーマ以外についても時間があれば各種の議論をいただければと思います。

それでは、プレゼンテーションに入ります。

プレゼンテーションにつきましては、テレビの画面表示やお手元のタブレットをご覧くださいながらお聞きいただきたいと思います。

まず、島しょ地域への観光客誘致について、堀川委員、よろしく願いいたします。

### 【堀川委員】

ただいまご紹介にあずかりましたカーニバル・ジャパンの堀川です。よろしく申し上げます。

まずはクルーズ船がいかに寄港地に経済効果をもたらすかについて、お話しさせていただきたいと思います。

例として、カリブ海の島々において、カーニバル・コーポレーション、私どもの親会社がどのような経済効果をもたらしたか。またこの経済効果以外に、私どもが進出するということを地元の人がいかに受け入れてくれたか、重点的にお話ししたいと思います。

まずはカーニバル・コーポレーションは、現在世界にクルーズの会社、ブランド、これが20近くあるうちの10のブランド、船隻、船の数で言うと、今、世界中に豪華客船と呼ばれる船が200隻以上ありますが、そのうちの102隻を所有しています。世界139か国、700の寄港地を訪れています。

シェアは世界のクルーズ会社の約50%を占めています。買収を含めて大きくなってきた会社ですが、今これ以上の買収は、アンチ・トラスト法、これで認められていないので、もう会社を買えません。あとは船をつくっていく、あるいは買っていき、こういうことで船隻数を伸ばしてシェアを上げていくという戦略に移っています。

クルーズ船を受け入れていただくため、カーニバル・コーポレーションは、世界中の色々な港、あるいは周辺地域に投資を行ってきました。投資は色々な形で行っています。うちが完璧に100%投資する形、あるいは地元の政府と半分ずつ、ジョイントベンチャーでやる形、あるいは相手が全て投資をして、うちが運営する形、地域によって違います。

どのプロジェクトに関しても、共通する項目があります。

これは全ての関係者、この関係者というのは、私ども船会社、地元のコミュニティ、クルーズの乗船客、この3者が全て利益を共有しないとこのプロジェクトはうまくいきません。

地域が求めているもの、投資でクルーズターミナルができたり、港ができたりしますが、最終的に地元が求めているものは箱物ではなく、クルーズのお客様が地元にもたらす経済効果を求めています。

1 つ例で言うと、今、ダイヤモンド・プリンセスは日本、横浜を発着港として全国寄港していますが、大体約 3,000 名のお客様が乗っています。半分が日本人、半分が欧米人ですが、平均 1 つの港の滞在時間は約 12 時間ですが、その間に 1 万 5,000 円使うといわれています。人数で掛けてもらうとわかりますが、4,000~5,000 万円の経済効果があります。また、カリブには色々な島がありますが、カリブ島はクルーズに最適な場所で、クルーズのメッカと呼ばれています。

今、円が描いてある、この中に星がたくさんあります。これが全てマイアミから出航する船の寄港地になります。何を意味しているかというと、1 週間以内で寄港できる港がたくさんある、イコール、航路を引くのに最適な場所にあるということです。色々なところにお客様をお連れすることができる。

ただ、1 つだけ難点があり、バハマとドミニカ共和国、この間はかなり距離があります。今、四角の点線で囲ったところが、グランドタークという港になります。港自体がなかったのを、私どもが投資をして、この港をつくりました。クルーズの日程をつくる時は、なるべく終日航海日を少なくする。なるべく船は夜動いて、昼間は港について、そこで観光する。こういったコースを日本人だけではなくてアメリカ人、あるいはクルーズに乗る方が求めています。なるべく終日航海日を減らすという意味で、グランドタークに投資をして、終日航海日を削ったということです。

このグランドタークという島、私どもが投資する前は、塩と漁業、あと国外の金融サービスしかなかったです。タクシーも 1 台もありませんでした。私どもは、投資をしようということで、政府と話を始めたのですが、私どもがここに投資をすることによってクルーズ客がたくさん来る。そしてそれによって、この国の経済は発展する。これを政府の人たちはすぐ理解してくれました。

地元の受け入れがないと、投資をしたいと言っても決して成功しません。色々な例がありますが、こちらからやりたいが、向こうが受け入れないという場合は必ず失敗をします。

このグランドタークは、先ほど言いましたが、地理的に非常にいい場所にあります。それは燃料コストを低減できる、終日航海日を削れるという位置にあったので、白羽の矢が立ちました。投資前と投資後の写真です。

この投資ですが、地元、クルーズ会社、この島を訪れる観光客がこの島を素晴らしいと思えるような場所にしないと、投資は成功しません。

繰り返しますが、三者一体で利益を共有する、これがないと投資は決して成功しません。最終的に寄港を決めるのは乗船客です。乗船客がこの島に行つて

みて非常にいい経験をした。クルーズ会社は全ての港に対してアンケートをとっていますが、港の経験値がいい、アンケートスコアが高いところは再度お客様を送り込みます。

というのは、クルーズ会社は 3,000 人のお客様を集客しないとイケないです。人気のない港を入れていると、集客に苦戦をしますので、効率的によくありません。投資をするところはお客様に喜んでもらえるところにしないとイケないという前提があります。

これも投資前と投資後の写真です。

先ほど触れていませんが、このグランドタークに関しては、港の整備、あと海底の整備は政府が行っています。

私どもは、クルーズ船が泊まれるクルーズターミナルビル、それから、この写真に写っているお店、レストラン、そしてビーチアトラクションに投資しております。

今からこれに関連するビデオをお見せしますが、音をわざと消してあるので、決してビデオが壊れているわけではないので、ご覧になってください。

本当は船が入るときもっと音がするんですが。

まさにこのビーチも私どもで開発したんですが、建物も含めて、ビーチアトラクションと呼んでいます。流れるプールもクルーズセンターの近くにつくっています。

船から一旦お客様が降りて、そこで食事をしたり、買い物をしたりして楽しんでいただける。

今見えている船のクラスになると、大体 5,000 人くらいが乗れる船で 17 万トンくらいあります。これが 2 隻着いていますから 1 万人の観光客がこのグランドタークスに今現在降りているということですね。

投資をすることによって、タークス・カイコス諸島の GDP は 3 倍になっています。GDP ですが、お客様の満足度は、投資に対する収益率の高さに比例しています。

観光客数は急増しました。11 年間に 560% 近くになっています。

先ほど言いましたが、クルーズ船の寄港による経済効果、大体この島において、一人が消費する額は 120 ドルです。

これは直接の経済効果なんですけど、通常の GDP 上では色々な雇用などが含まれてきますので、大体 2 倍くらいあると言われていています。地域によっても違いはありますが。

今、日本で私どもは、国交省を介して宮古島市とあと佐世保市にクルーズターミナルに投資するというところで話を進めています。

クルーズバス、埠頭は国の持ち物なので、民間の資本を入れることは日本においてはできないので、そちらには投資しません。

ただし、そこに附帯するクルーズ客が使うクルーズターミナル、これに対して投資をします。

今、宮古島で約 7 億円、佐世保で 10 億円かけて、クルーズターミナルをつくるということで、契約締結に向けて動いています。

このクルーズターミナルをつくるために、約 2 年ぐらい国交省を通して地元とも話をしていますが、地元の協力はマストです。

このために国土交通省、宮古島の市長、宮古島商工会議所会頭、私が直接 3 回ほど行いましたが、宮古島市民に対する説明会、クルーズ船はこういった経済効果がありますよというような説明を行っています。

根回し、これは絶対に必要です。

悪い例、失敗例もあるのですが、うちのクルーズ会社ではないですが、奄美にクルーズターミナルをつくらうとした会社もありました。

ただ、これは地元の協力を得られなかった。

彼らの船は中国人を 3,000 人ほど連れてくるという前提でしたが、中国の方が人口が少ないこの島に来れば、自分たちの生活が営めないということで、このプロジェクトはだめになっています。

私どもの船は、欧米の船で日本人が半分、欧米人が半分、中身はアメリカ人、イギリス人、オーストラリア人、この辺を強調しました。ほかのグループなんですけど、宮古島に船を 2 年間定期航路で持っていった会社があったのですが、採算が合わなくて撤退しています。

そういった事例もあるので、来たはいいが撤退するんじゃないかと。その辺も、私どもはもう日本に 5 年定期・定点航路をやっているんで、全く心配ないと。かなり時間、労力をかけて説明をしています。

これが多分一番興味があるところだと思うのですが、東京都の伊豆諸島の島々、例えば新島ですね、これは新島の写真なんですけど、非常に美しいビーチ、多分宮古島に匹敵するような美しいビーチだと思いますが、新島のガラスミュージアム、ダイビング等々も宝庫になっています。色んなことができます。

ただし、ここもグランドタークと同じで、インフラがしっかりしていません。

3,000 人のお客様が確実におりますので、観光で移動するためにまずバス、あるいはタクシー、これはマストです。

通常、私どもの船が 1 回寄港すると、バスが 50 台から 70 台観光で出ていきます。それ以外にも個人的に動く方がいるので、タクシーを最低でも 100 台ぐらいは用意しないと、ここで人を動かすことができない。

それができないのであれば、グランドタークのように、港の近くにクルーズターミナル、あとレジャーセンター、買い物ができるところ、レストランをつかって、そちらで徒歩で動いてもらうということも可能です。

こちら多分、同じ問題になると思うのですが、島に住んでいる方たちがい

ると思います。外国人も含めて 3,000 人のお客様が一時に来て、12 時間の間ずっと島に居続けるわけです。この方たちにそれをいかに説得するか、これがハードルになってくると思います。

ただし、この新島に関しては、宮古島にも勝るとも劣らない魅力があると思いますので、これから私どもも、まだ実際見に行ったことはないので、これを機会に見に行こうと思っています。

どうもありがとうございました。

#### 【本保座長】

どうも堀川委員、ありがとうございました。

それでは、続きまして島田様、お願いいたします。

できるだけ時間厳守でお願いいたします。

#### 【島田プレゼンター】

島田でございます。よろしくお願いいたします。

最初に自分の略歴なんですけど、1970 年代にアンノン族を生んだ、『an・an』と『non-no』という女性誌がありまして、その『an・an』という雑誌で旅とファッションを担当しました。その後、『Hanako』という雑誌を創刊して、同じく一流ホテルとか世界のリゾートを含め、特集全般を担当していました。

最近では、立教大学観光学部で、「観光の広がり学」という、従来の観光だけが観光ではない、あらゆるものが観光なんだという講座を持たせていただいております。現在は、跡見学園女子大学で「表現学」の教鞭を執らせていただいております。

ということで、本題に入らせていただきます。

多摩地域の観光をどのように活性化させるべきかということですが、まず第一番目は街の個性づくりだと思います。東京に限らないのですが、訪日外国人旅行者を含めた旅行者にとっての人気のエリアとは、かなり特徴や個性のあるエリアだと思います。

例えば、パワーポイントに書きました秋葉原、池袋、巣鴨、日暮里、新大久保、徒蔵エリアつまり御徒町から蔵前にかけてのエリアをはじめ、上野、浅草、神保町、渋谷、原宿、赤羽、北千住、立石、押上、みんな特徴がある街です。

また、「住みたい街ランキング」を駅周辺と行政地域別とに分けて見てみたのですが、住みたい街ランキングの駅周辺で吉祥寺が 1 位になっています。

1988 年に創刊した『Hanako』は、週刊誌だった時代に年間 50 冊出ました。1 位から 50 位まで売上順に特集記事をピックアップすると、創刊以来毎年必ず 1 位と 2 位が吉祥寺特集か銀座特集でした。

このように吉祥寺は昔から駅周辺は人気が高く、1 位が吉祥寺、20 位が立川、28 位が三鷹と多摩地域が並んでいます。実はこれを行政地区に変えると、吉祥寺のある武蔵野市というのは 14 位に落ちてしまいます。

吉祥寺周辺だけが魅力的であって、武蔵野市が必ずしも住みたい街ではない、ということでしょう。市として特徴がないということだろうと思います。ベスト 10 に多摩地域が入っていないということも同様の理由でしょう。

「穴場だと思ふ街トップ 10 関東編」にも多摩地域は 1 つも入っていません。わずかに特徴のあるエリアもありながら、それらの特徴が観光に活かされていないか、認知されていないか、ほとんどの街が特徴を持たないというのが多摩地域の現状ではないかと思っています。

ここで考えられるのは、2 番目以降にパワーポイントでお示しする特徴づくりの提言とも連動するのですが、やはり、第一番目に特徴・個性のあるまちづくり促進をきちんとやるべきだろうと思っています。

そのためにはまず、企画者、プロデューサー、情報発信者という 3 つのパターンの観光関係者を育てる必要があります。

「まずコンテンツありき」で、企画立案者を育てる必要があります。ただし、観光ではどうしても企画、企画ということで企画者だけを育てがちなのですが、企画を立てる人は、今の価値観とは違う価値観を提案する機会が多いので、世間では変人と見られがちです。その人のコンテンツをいかに素晴らしいものなのかを根回しできるプロデューサーと、それをマスコミや SNS などを通して世間に知らせる情報発信者の両者を同時に育てないといけない。これらをもとに、早急に 1 市町村 1 テーマづくり促進運動を開始することを提案します。

よく「旅行は温故知新」という言い方をする人が多いのですが、最近の観光は変化していて、「温新知故」です。「新しいものを訪ねて古き良きものに接すると、その良さに気づく」というのが 21 世紀型観光の基本なので、これからは新しい特徴をつくっていくべきと思っています。

さて 2 番目です。23 区と比較して多摩地域の特徴は何か。多摩地域は、東京都の中で農業の比率の高いエリアです。東京都全体の 77% から 80% の農業を多摩地域が担っています。23 区との差別化はここにある。そこで、この農業を観光に生かす方法はないだろうかということを、農業の抱える問題点を加味して考えてみましょう。

東京都の食料自給率は 1% です。ただ、これはエネルギーベースで 1%、金銭ベースだと 3% ぐらいになるだろうと思います。ちなみに日本全体ではエネルギーベース 39%、金銭ベースだと 66% です。国内で東京都の食料自給率の低さが目立っています。問題は、この数字をアップさせながら、観光における農業、アグリカルチャーズリズム、グリーンツーリズムを生かす方法はないだろうかということです。皆様ご存知のように地球規模で今人口が爆発していて、あと 10 年もすると食料の奪い合いになると言われています。日本は人口が減っていくのですが、世界的には人口が 10 億人、20 億人増えるというのが事実のようで、必ず日本を巻き込む食料争奪戦が起きると言われています。



しかも、天候不順で、毎年収穫時期に世界中を台風や集中豪雨が襲っていて、収穫できないケースが増えている。農業は収穫できてはじめて収入になります。しかも、東京都も直面している問題ですが、後継者不足、就労者の高齢化、高齢化による離農などの問題を抱え、農業が衰退している。では、どのように農業を守り、自給率をアップし、観光商品化するか。この会議でも何度も議論されたらと思うのですが、日本に来る外国人旅行者の訪日目的の1位は食べ物です。それから日本から帰った外国人が日本で満足した1位も日本食です。食べ物です。

ということは、観光を考える上で食べ物がカギになるということです。多摩地域の農業は、食という視点からも、ポテンシャルが高いと思います。また、この地域の持つ名物がないという欠点を解消できます。

ここでの提案はパワーポイントに書いた5つです。1つは工場農業の推進。これからの農業は工場農業と言われています。東京理科大学など各大学で現在、研究が進められています。すでに、遺伝子組み換えではない農産物が工場で作られて、スーパーなどで売られています。しかも、おいしい、栄養価の高い、安全な野菜、果物ができていて、価格も安定している。あと5年ぐらいすると魚沼産のコシヒカリと同じぐらいの味の米すら工場で作れるということです。台風の被害にもあいません。

2番目が好適環境水という、海の魚介類と淡水の魚の両方を同じ水で育てることができるという水の研究開発が、岡山理科大学などで進んでいる。これがなぜ意味があるかという、東京都は典型的に当てはまるのですが、もう海の魚を海で養殖するための場所が日本国内なくなってしまった。だったら、内陸で海の魚を育てようじゃないかという発想です。工場の中で米、野菜、果物ができ、海の魚も育てられる。これを多摩地域でやろうという提案です。

多摩地域はこれから5年、10年、20年先にニュータウンを含めた団地群に空きが出てきます。これをどうするかという問題に必ず直面する。それから、移転した工場の跡地の問題もある。都心に戻ろうとしている大学のキャンパスもある。これらを再利用することによって、都市型の新しい農業と漁業をつくる。昨今コンビニエンスストアは外食産業化しています。そこにコンビニやレストランを誘致する。コンビニエンスストアとファミレスのセントラルキッチンを隣接してつくるのもいい。またはレストランを誘致して、郊外型の工場レストランいわゆる地産地消レストラン群を育てる、という提案です。人気の江戸野菜を育てる工場も可能です。

世界で東京ぐらいだと思います。大都市圏に地産地消レストランが集まる街ができていないのが。地産地消がしやすい東京から20キロ、30キロ圏に位置する多摩地域の農業と食。その活性化、商品づくりをこういう形でやったらどうだろうというのが2番目です。

3番目は、「EV車+デザイナー」の乗り合いバス、つまりコミュニティバスをつくらうという提案です。

私が南九州の観光の企画にかかわっていた時に、同じ委員会にインダストリアル・デザイナーの水戸岡鋭治さんがいました。豊島区が2018年を目標に池袋の繁華街に、EV車のコミュニティバスを走らせる予定だそうです。そのバスのデザインを水戸岡さんが担当しています。JR九州の新幹線や観光列車をはじめ、全国の観光列車やバスをデザインしている水戸岡さんの作品は、必ずや観光に一役買うでしょう。多摩地域が抱える観光の二次交通の問題を含めて、このコミュニティバスを観光の目玉商品にしてはどうか、ということです。

じつは、2、3年先には観光列車の時代から観光コミュニティバスの時代に移るだろうと思っています。それと同時にEV車、ハイブリッド車、自動運転車などの自動車革命が起き、実用化されていくでしょう。メーカーがガソリン車をつくらない方針を打ち出す時代です。後でも触れるのですが、多摩地域をエコ・ツーリズムの拠点にしていくべきではないかと考えています。住民と観光客が利便性を共有し、エコロジーとデザインという多面的な魅力を持つコミュニティカーをご提案したいと思います。三鷹や吉祥寺ではスタジオジブリと組んでネコバスを、多摩センターではサンリオと組んでハローキティバスを走らせたりしてはどうでしょうか。

それから、4番目。スポーツツーリズムですけれども、21世紀の世界の3大産業は何かとよく聞かれます。中学校のころは鉄鋼、自動車、石油といわれたのですが、21世紀はスポーツとAIと医療と答えています。スポーツの中でも、現在2020年のオリンピックに向けて、皆様のご尽力、ご努力を承っていますが、あと5年、10年すると、eスポーツというエレクトロニック・スポーツをはじめ5つの新しいスポーツジャンルが台頭してくると思っています。

この理由は、あとの議論の中で、もしご質問があればお答えしたいと思います。eスポーツとともにロボスポというロボット同士のスポーツ、人間とAIが戦うスポーツ、65歳以上が増えてくると健康寿命促進のための健康スポーツ。そしてもう一つが新スポーツ。今回の東京オリンピックでもご存知のように、スポーツがスモール化しています。それから新しいスポーツもどんどん生まれています。この5つの新スポーツジャンルの拠点を多摩地域につくことを提案したいと思います。

先日、武蔵野の森総合スポーツプラザがオープンしました。立派なものができました。素晴らしい施設だと思っています。ただし、ハードというか箱というのは、新しい施設ができたならそこに負けてしまいます。常に設備の改良を義務付けられており、一つ間違えると後世の負担になっていかざるを得ません。ところが、これら1から5までの新スポーツジャンルは、今ある施設が十分利用でき、現在ある施設以外でも、多摩地域に多い大学や駅、文化施設、公園な

ど、スポーツ施設以外の場所を活用できるメリットがあります。

もう一つ。今ある施設については、スマートスタジアム化を急ぎ図るべきだと思います。アメリカではアメリカンフットボールとか大リーグのスタジアムは、スマートスタジアム化が進んでいます。スマートフォンの通信会社などと連動し、最先端の IT 技術を取り入れて進化し続けています。そうしたテクノロジーを導入しないと遅れをとると思っています。まず多摩地域をモデルケースにしたらどうでしょうか。

先に 6 番目に行きます。多摩地域には大規模な祭りがありません。

100 万人を超える祭りをつくりましょう。どの祭りにも必ず 1 年目があります。戦後生まれた祭りが今日当たり前のように定着しているのは浅草のサンバカーニバル、高円寺の阿波踊り、阿佐ヶ谷の七夕など、23 区にはかなりあります。中には 100 万、200 万人呼び集められるイベントもあります。

ということで、新しい祭りをつくったらどうだろうということと、多摩地域に他に何がなにかを考えました。巣鴨がないのです。これから観光の 2025 年問題がクローズアップされます。2025 年に団塊世代が 75 歳から上になります。彼ら、彼女たちは、体力的にも、パートナーの看護介護のためにも、好きだった海外旅行から、国内旅行にシフトしていくと推測されます。この人たちをどこが集客するか。体力的に安近短が進むと考えています。巣鴨のような高齢者が集う街が必要になるということです。多摩地域の人たちも巣鴨まで行けない人が大勢生まれる。しかも、多摩地域には高齢化問題という避けて通れない課題があります。そこで、高齢者向けの観光地、つまり第 2、第 3 の巣鴨をつくったらどうかという提案です。西八王子など候補はあります。

あとは IT の祭りをつくったらどうだろう。青森のハイパーねぶたなど参考例はあります。

多摩地域には他県にまたがる広域観光ルートづくりも必要です。神奈川と埼玉をつなぐ街道が 2 つ、それも歴史街道があります。これを活用したらどうだろうということで、北条街道と鎌倉街道。比較的弱いとされる南北観光ルートの企画です。

そして、これはこの会議でも既に議論されていると思いますが、Uber と Uber Eats の特例地域を多摩地域に設けたらどうだろうと考えます。まずは障害の少ない Uber Eats から実施してはいかがでしょうか。

それから、多摩地域がなぜ将来、人口が減る可能性があるのかということです。多摩地域に住む共稼ぎの夫婦に子供が生まれて、子供を保育園に預ける。すると東京都心のオフィスから 1 時間かけて戻らなくてはならない。退社が慌ただしくなり、それが面倒くさいから、23 区へ若い夫婦は移住していく。そういうことを防ぐためには、拡大しつつある在宅勤務を、しやすくしてあげる環境を多摩地域につくる必要がある。主要駅周辺に、ノマドオフィスのスペー

スを数多くつくるべきだと思っています。

ノマドオフィスは充電設備やインターネットのフリーWi-Fi とかいろいろなものが全部完備していなければいけないので、外国人旅行者にとってのインフォメーションのベースセンターにもなり、まさに一石二鳥の施策です。

最後に、1つ飛ばしましたがパワーポイントの5番目です。主に西多摩地域ですが、ラテタウン化してはどうだろうという提案です。ラテタウンとは、美しい自然を愛しながら、おしゃれなカフェでカフェラテを飲み、今流行りのアスレジャーという運動（アスレティック）と余暇（レジャー）を楽しむ、アウトドアのゲートタウンのことであり、それをつくる構想です。

このエリアはエコ・タウンとしてもふさわしい環境です。そこでこの地域にあらゆるエコ環境を集中させます。観光商品もバード、星などの自然ウォッチング、アウトドア・スポーツ、健康アクティビティ、オーガニック食、温泉、サイクリングなどエコ・ツーリズムを実践。コミュニティバスはEV車、マイカーもできればもうエコ・カーしか乗り入れできないようにする。リゾートがホテルを核とした観光開発ならば、エコ・ラテタウンは、カフェラテを飲むタウンということで、カフェを核とした地域開発をしたらどうでしょうか。日本初の本格的ラテタウンとアウトドアゲートタウン構想、いわゆる里山観光の新しいモデルをこの西多摩エリアでつくったらどうかという提案です。

以上でございます。観光は一日にしてならず、と申します。中長期的に観光を捉える東京都および本会議に敬意を表し、終わらせていただきます。

#### **【本保座長】**

どうもありがとうございました。

それでは次に、東京宝島推進委員会事務局から資料説明をお願いしたいと思います。

#### **【山口多摩島しよ振興担当部長】**

東京宝島推進委員会の事務局しております、総務局多摩島しよ振興担当部長の山口でございます。よろしく申し上げます。

私からはこの場をお借りしまして、東京の島しよ地域のブランド化などの取組として設置をしております、東京宝島推進委員会のこれまでの議論や検討状況を簡単にご報告をさせていただきます。

都におきましては今年3月に東京の島しよ地域が持つ素晴らしい景観や特産品、文化などのいわば宝物に該当するようなものに、さらなる磨きをかけて広く発信をしていくために、ブランディングやマーケティングの専門家からなる東京宝島推進委員会を立ち上げました。

委員には、本観光有識者会議の委員も務められておりますアレックス・カー委員のほか、全部でこちらの6名の専門家の方々にご就任をいただいております。

これまで3回にわたりまして会議を開催し、知事も交えましてご議論をいただきました。

委員会におきましては、委員自ら実際に各島をご視察いただきまして、島が持っている雄大な自然とか、色んなそれぞれの各島が持っている特産品に直接触れて感じていただいたところでもあります。

一方で、現地の視察で分かってきたんですが、ブランド化や付加価値の向上に当たりましては、阻害要因となる課題についても色々確認をしていただきました。今年8月に開催された第2回の委員会におきましては、生産体制やアクセスなどの課題のほか、ユーザーへの訴求体制や多様な顧客層への受け皿の不足など、島特有の課題についてもご議論をいただきました。

これらの課題解決の第一歩といたしまして、まずは島の現地の関係者が自ら主体となって各それぞれの島のブランドをつくり上げて、東京宝島全体の魅力の向上につなげていくということが重要であることをご示唆いただいたところです。

それから、先日開催されました第3回の委員会におきましては、東京宝島ブランドの在り方として、東京宝島という11の島全体を包括するブランドを構築していくことと、それぞれの島の豊かな特性を生かしながら現地主体のそれぞれの島のブランドを確立していくことをご確認いただきました。

また、現地を中心とした議論の場の設定とか、きめ細やかな事業者への支援、それから積極的な情報発信といった今後の具体的な取組についてもご議論をいただきました。

委員会では、各委員の専門的な見地から、島しょの魅力拡大、発信の具体策や他の地域での事例などをさまざまご紹介いただいております。eコマース、電子商取引を専門としておられます楽天株式会社の河野奈保委員からは、ドローンとか小型自動車などテクノロジーの導入やネットサービスを活用した体験コンテンツの造成の例などをご紹介いただきました。

また、アレックス・カー委員からは、長崎の離島の小値賀島という島において、古民家を宿泊施設やレストランに再生した事例をご紹介いただきました。

こうした事例などを参考にしながら、それぞれの島が自ら主体的に地域の魅力をブランド化して発信していくための方策について、現在委員会で提言を取りまとめているところがございます。

これまで東京宝島推進委員会の議論の場におきましても、各委員からはやはり宿泊施設、それからレストランをはじめ観光客にとっての選択肢が少ないこと、また、観光客に訴求するアクティビティやコンテンツが不足しているなどといったご意見をさまざまいただいております。

島の地域の活性化にかかります今後の具体的な取組に当たりましては、本観光有識者会議でのご議論も参考にさせていただきながら、引き続き進めてまい

りたいと考えております。

簡単ですが、以上でございます。

### 【本保座長】

どうもありがとうございました。

それでは続いて、来年のプランについて資料説明をお願いすることになります。このプランの大事な要素である島しょ部、それから三多摩観光振興について今プレゼンをいただいたところでございます。これらを踏まえてお聞きいただければと思いますが、資料はもう事前に配っていますので、ポイントだけで説明いただければありがたいと思います。

### 【浦崎観光振興担当部長】

では、事務局からご説明いたします。

「PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン 2018～」の中間のまとめ案についてご説明いたします。

ご説明は資料 2、中間のまとめ案の概要に沿いまして申し上げますが、あわせて資料 3、本文の冊子もご参照いただきたいと思います。

まず、策定の意義ですが、資料 2、案の概要の一番上の 1 をご覧ください。冊子の本文は 1 ページより記載をしております。

都は、「PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン 2017～」を本年 1 月に策定いたしました。今年度策定する「PRIME 観光都市・東京 2018」では、このプランを土台といたしまして、観光を取り巻く環境の変化を分析し、施策の検証を加え、来年度以降に展開していく観光振興施策の取組の方向性を示す新たなプランとして取りまとめまいります。

次に概要の 2、観光を巡る現状でございます。

本文では、3 ページ以降の部分をご参照ください。

外国人旅行者数が急増し、東京ではこの 10 年間で 2.7 倍に増加をしています。

一方、消費の動向に変化が見られます。本文の 5 ページ以降にございますように、近年増加してきた訪都外国人の消費額は、2016 年には前年より減少しております。国別で見ると、中国の旅行者の減少が顕著となっております。

9 ページをご覧くださいますと、宿泊需要は引き続き拡大しており、稼働率は約 8 割と高水準で推移しています。

11 ページをご参照いただきたいと思います。外国人旅行者の受入環境の調査で、直近では公衆無線 LAN に代わって、コミュニケーション、外国語への対応が大きな課題となっております。

また、12 ページにございますように、東京への旅行者が急増する中であっても、多摩・島しょ地域への旅行者数は伸び悩んでおります。

次に、概要の 3 番の項目、これまでの取組の検証でございます。

PDCA サイクルにより、これまでの施策展開や実績を確認し、観光を巡る現状の変化を踏まえ、今後の方向性を導き出しております。本文では、15 ページから6つの戦略ごとに具体的に記載をしております。

概要の4番目の項目、今後の取組の視点でございます。

本文では29ページから記載しております。

プラン 2017 で示しました、今後の取組の視点について内容を更新しております。

例えば、視点の1、観光の有力産業化では、新たに外国人旅行者の消費行動の変化や、多様なニーズに的確に応えるマネジメントの重要性について盛り込んでおります。

続いて、資料2の裏面をご覧ください。

概要の5番目の項目、本プランにおける数値目標でございます。

本文の32ページ以降では、本プランにおける数値目標を定めております。訪都外国人旅行者数を2020年に2,500万人、訪都外国人による消費額を2兆7,000億円という目標を掲げております。国・地域別の訪都外国人旅行者数の目標についても、検討を進めてまいります。

また、総合目標と政策目標について、2016年時点の実績を示しております。

概要の6番目の項目、観光産業振興に向けた今後の施策展開でございます。

本文では34ページ以降をご参照ください。

6つの戦略に基づく今後の施策展開についてお示しをしておりますが、本日は主要な取組に絞ってご説明いたします。

まず、戦略の1、消費拡大に向けた観光経営でございます。

本文では35ページに基本的な考え方を、36ページから現状と課題をお示ししております。本日は、38ページ以降にお示ししている取組の方向性の中から、主な事項についてご説明させていただきます。

資料2の概要版6の施策展開をご覧くださいと思いますが、この観光経営においては、主な取組の方向性として、3つの施策をお示ししております。

消費の拡大に向けて、例えば買い物の合間にお茶席の体験を楽しむなど、モノ消費とコト消費を組み合わせたショッピング・ツーリズムの開発に取り組み、伝統文化体験の情報を発信してまいります。

また、外国人旅行者に向け、芸能や文化等に関する情報の一元的な発信の仕組みを構築してまいります。

加えて、外国人の目線で商品開発やサービスの提供ができる留学生等の外国人材の活用を検討してまいります。

次に、戦略2、観光資源の開発でございます。

具体的な取組については、本文では43ページ以降でございます。

各島の観光資源を宝物としてブランディング化する取組への支援を検討して

まいります。

また、ライトアップやプロジェクションマッピングなどによる演出を活用する取組を推進します。さらに、自治体等が実施するライトアップを都が支援することで、取組をさらに広げてまいります。

次に、戦略3、観光プロモーションでございます。

取組の方向性については、本文49ページ以降でございます。

本年4月に発表いたしました新たなアイコンとキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」、これを最大限に活用して、東京の魅力を海外にPRします。同時に、民間事業者の皆様方と連携をして、土産物の開発や販売を行うなど、外国人旅行者をお迎えする機運を盛り上げてまいります。

また、多くの消費が期待でき、東京のイメージ向上にも寄与する欧米豪の富裕層に対して、戦略的なプロモーションを進めてまいります。

さらに、これまでプロモーションを行ってきた国々に加えまして、新しい国や地域における旅行者誘致のプロモーション活動を検討してまいります。

次に、戦略の4、MICE誘致でございます。

具体的な取組は本文55ページ以降をご参照ください。

都は本年度から、ユニークベニューの利用を進める都立の8施設を開放し、民間の施設とともにPRをし、利用実績を上げております。

今後は、有識者会議でもご提言のありました、ユニークベニューの利用を一元的にサポートする仕組みづくりに取り組みます。また、会場で使用するプロジェクターやWi-Fiなどの設備導入への支援の充実と、ホームページを通じて各施設の特徴を紹介するなど、魅力の発信についても強化してまいります。

次に戦略の5、外国人旅行者の受入環境の向上についてでございます。

取組の方向性については、61ページ以降でございます。

現在、外国人の目線を踏まえた全面的な見直しを行っている東京の観光公式サイト「GO TOKYO」は、英語版を完成させた後、フランス語など多言語での展開を進め、コンテンツをさらに充実してまいります。

また、本年、新しいユニフォームを発表いたしました観光ボランティアについて、新宿や銀座などに加えまして、新たな活動エリアの拡大を図ってまいります。

外国人、障害者などあらゆる人が快適な旅行を楽しめるような環境の整備に向け、ハード整備に加え、心のバリアフリーにも取り組んでまいります。

最後に戦略6、日本各地と連携した観光振興でございます。

本文は66ページ以降でございます。

この中では、ラグビーワールドカップ2019など、大規模国際イベントを契機としたプロモーションを進めてまいります。

例えば、試合に合わせて数週間全国を巡る観戦ツアーを想定し、国内12の



開催都市が連携して、モデルコースの設定や各都市の観光 PR を行ってまいります。

最後に、本文の 68 ページをご覧ください。

本日は堀川委員、島田様からプレゼンテーションをいただき、宝島委員会の取組をご紹介いたしました。東京の観光振興の大きなテーマでございます多摩・島しょ地域の観光振興施策について、再掲として取りまとめてございます。都庁内の各局が連携して取り組んでいる、多摩・島しょ地域の観光振興施策の全体像を改めてお示しをしております。

最後になりますが、お手元のタブレット端末で資料 4 をご覧ください。

プラン策定に向けた今後のスケジュールでございますけれども、本日の有識者会議のご議論を経て、ご提言を反映させた内容で、12 月に中間のまとめを公表する予定でございます。

その後、東京都観光事業審議会からご意見をいただき、パブリックコメントで寄せられたご意見を反映して、本年度内に最終版として、プラン 2018 を策定したいと考えております。

以上、駆け足でございましたけれども、「PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン 2018～中間のまとめ（案）」についてご説明を申し上げます。どうぞよろしく願いいたします。

#### 【本保座長】

どうもありがとうございました。

議論に入る前に、今日欠席されている石井委員からコメントをいただいておりますので、簡単にポイントを私のほうから紹介したいと思います。

お手元に資料がありますので、ご覧いただきながら、お聞きいただければと思います。

まず、多摩・島しょ地域の観光についてですが、我が国の海岸線の長さに対して、マリン型リゾートが極めて少ないというご指摘がありまして、あわせて、海外では多様な宿泊施設など、ニーズに合わせた多様な施設があることに対して、多様性が少ないという欠点、それから、インターネットでの予約が難しいという不便さという 2 つの欠点が、我が国のマリン型リゾートについて指摘されています。

それから、ナイトライフについては、この委員会でも随分議論されたと思うんですが、日本のリゾート地は、海外のリゾート地に比べて、ナイトライフが充実できていないと。これに事業として、あるいはビジネスとしての可能性があるということをご指摘されております。

それから、「東京都観光産業振興実行プラン 2018」に関してですが、まず、いつも石井委員が指摘されていますライトアップ、プロジェクトマップ等による演出を活用する取組の推進ということが入っております、これを

大変評価されております。

ただし、一方で、表現として、プロジェクションマッピングという一手法のみと言及するような、やや嫌いがある、結果として特定の手法に限られてしまうということで、さまざまな表現手段が活用されないおそれがあるので、映像等による演出という表現にしたかどうかという提案がございます。私も同意するところであります。

それから、ライトアップだけではなくて、芸能やユニークベニュー、プロモーションなどと総合的に開発していくことによる相乗効果にも言及すべきではないかというご提案がございました。

以上でございます。

それでは、今までご紹介いただいた2つのテーマ、それから実行プランの中間まとめ案について、議論に入りたいと思います。

いつもどおり、発言を希望される方は挙手をお願いしたいと思います。

発言の際には、卓上マイクのボタンをオンにいただきまして、終わりましたらオフにさせていただきたいと思います。よろしく願いいたします。

#### 【大下委員】

それでは最初に、大学が多摩にあるものですから、その関係も含めて、少しお話しさせていただければと思います。

資料の中にもございましたけれども、こちらのほうの資料3の12ページ、13ページにあります。西多摩地域はほぼ横ばいで、島しょ部は減少傾向にあるということがございました。

訪都観光客は、当然外国人観光客の影響もあって増加傾向にあるということと、一方で日本人の国内観光というのはすごく低迷しているわけでございます。

それから考えると、西多摩地域は善処しているんじゃないかというふうな見方もできるのではないかというふうに思うところであります。

実は、西多摩地域、先ほど島田先生のお話にもありましたけれども、今、ものすごくメッカになっているのがサイクルツーリズムであります。車が走っていても自転車が悪魔なくらい、自転車が結構走っているわけでございます。

また、圏央道が開通したことによって、隣接県、隣接地域からの誘客もかなり図っているのが現状で、先般もちょうど紅葉時期に当たっていたということで、かなりの来客があったのが現状であります。

さらに、施設はあるけれども、資源はないというご説明がありましたけれども、この中にもあります、20ページにありましたけれども、宇宙の関連施設であったり、あるいは都市内農業との連携、さらには鉄道沿線地域の連携を図っています。あるいはインフラツーリズムも。今度、多摩市では、ニュータウンにある橋梁だとか、あるいは奥多摩のダムなども観光資源としています。

そういったもの、新しい幾つかのテーマは、地域資源発掘型実証プログラム

という、東京都で実施されていらっしゃる5年間にわたって積み上げられてきた結果、小さくではあるんですけども、素地は生まれつつあると思います。

あとは、先ほどおっしゃられたように、どう展開していくかということと、もう一つは、組織的にどう展開していくかということではないのかなというふうに思っております。

また、多摩地域のほうでも、地域が一体で取り組むような観光地域づくりということを進められていらっしゃると思います。

したがって、素地は整いつつあるなというのが現状ではないかなと思っています。

本来、西多摩地域と区部は都市観光というのはどんどん進んできているわけでございますけれども、多摩地域はその間に挟まれて、住宅地として発展してきた経緯から、当然、観光イメージというもの、あるいは既存の観光産業ということは充実しているとは言いがたいものであるわけですが、ユニークベニューとして記載されておりますよみうりランドがあったり、あるいは親善大使であるキティちゃんですか、明日、何か下のほうに来るようございませうけれども、そのキティちゃんも、できれば多摩、あるいは東京都をアピールするキャラクターとしてぜひ活躍をしていただきたいなというふうに思うところがあります。

それと、もう一つ、本保先生のところもそうございませうし、本学・帝京大学もそうなんですが、多摩地域にはほかにも多岐にわたる専門分野を有する大学が多く立地しております。

大学教育が現在アクティブラーニングという、いわゆる能動的学習機会ということで、現場に行って、さまざまな学生たちが体験をするということもございませうし、また、留学生も多くございませう。

そういったふうな学生たちが観光資源発掘、あるいはそのプログラム化、さらには事業企画、運営、あるいは組織論、人材育成といった多岐にわたる分野、領域で連携をしていただくということも、かなり可能な環境にだんだん出てきていると思います。

観光まちづくり推進のためのプラットフォームが多分つくられていく。今現状は、その素地の部分が展開されつつあるのではないかなと思っています。

そのためにすごく大事なものは、資料の戦略の中にもございましたが、積極的に観光まちづくりの中心となる組織、例えば、観光協会であったり、商工会議所さんであったり、商工会などが、当然ながら必要になってまいります。

その部分については、やはり都市部の、あるいは東京という全体の観光協会と比べると、多摩地域の組織は少し推進力という形で弱いので、そういったふうなところをご支援していくことによって、地域の中のさまざまな活動体、いわゆる観光業者、あるいは既存の観光産業ではない方々が加わることによって

地域が盛り上がっていくということにつながるのではないかというふうに思っております。

以上でございます。

#### 【本保座長】

どうもありがとうございました。

島田先生からいろいろ新しい提案もございましたが、既に西多摩地区には相当の観光資源があり、開発中のものもあるので、これを生かすことが重要であるということと、そのためには推進していく仕組みづくり強化が大変大事だということ、私もそうじゃないかと思うところがあります。

次に、尾崎さん。

#### 【尾崎委員】

では、私も少し。

多摩のプレゼンでちょっと思ったことがあるんですけども、ちなみにすごくすてきなネクタイだなと思ったので、すごいポップでキュートだなと思ったんですが。

多摩は自然が豊かで、しかも農業が既にされていて、渋谷とか新宿と比べて、そういった資源で差別化していくというのはすごく賛成で、さっきちょっと調べていたのですけれども、何かキャンプとか、キャンプ場は何個かあるみたいで、今、星野リゾートが富士にグランピングというグラマラスなキャンプのサイトをつくっていて、今までそういうキャンプ場ってカジュアルなイメージがあった。けれども、ちょっとラグジュアリーな感覚でキャンプをするというのが、ちょっと今トレンドになってきている。

恐らくそういうシリコンバレーの経営者たちが、あのビッグなフェスティバル、バーニングマン・フェスティバルでみんなキャンプするとか、そういう文化とつながっていると思うんですけども、

グランピングと多摩ってすごく相性がいいんじゃないかなというのと。

あと、1人、農業と都市、アーバンデザインでおもしろい方がいて、OMAという建築家のレム・コールハースさんが立ち上げた事務所のニューヨーク代表が重松象平さんという日本人の方なんですよ。

彼はハーバードで「Alimentary Design Studio」というゼミをやっていて、それはハーバードの建築の学生たちと「食と農業の未来と建築」というので今さまざまなプランをつくっているんですよ。

重松さんとOMA、今、東京の虎ノ門ヒルズのビル設計をやったりとか、東京には毎月来られているので、もしかするとおもしろいインサイトを重松さんからくれるのかもしれないなというのと。

あともう一つ思ったのがクルーズのプレゼンテーションで出てきたお話の一つで、船が色々な街に寄っていくときに、インフラの整備が必要だと、バスやタクシー。

ただ、問題点があるとすれば、そのインフラって非常に限定的なタイミングだったりする。

そのときに必要だけれども、いないときには島にそんなに人口もないわけで、そういったときにシェアビジネス、シェアエコノミー、「Uber」とか、「AirBnB」とか、その場でばっとインフラができるシステムが結構有効になるのかなと思って、島民の副業か何かで船が立ち寄ったときに、「Uber、俺ちょっと運転してくる」みたいな感じの文化が島で育まれれば効率がいいのかもと思いました。

今ざっと、ほかにもいろいろ思ったんですけども、小出しで、ざっとこんな感じです。

ありがとうございます。

#### 【本保座長】

どうもありがとうございます。

余り時間がないから、小出しでは間に合わないかもしれませんが。

続きまして、では根木さん、どうぞ。

#### 【根木委員】

では、根木です。

僕も本当、尾崎さんと同じところなんですけれども、たまたま日曜日に僕、高尾山に行ったところなんですよね。

日の出町とか、最近ちょっと行くことが多かったんですけども、高尾の森わくわくビレッジというところに行かせていただきました。

体育館があり、何と宿泊施設があって200名ぐらい泊まれるんですよ。

何が素晴らしいって、色々な体験ができるようにできて、本当に僕行った日も色々なプログラムが動いていました。

結構合宿で、結構ガチの体操の合宿をあそこでやっていたりとか、あとは去年は僕、宿泊もさせていただいて、障害者の方たちとキャンプ、キャンプファイヤーをやり、バーベキューみたいなものもやったりとかしたんですよ。

最初僕も距離関係が全然わからなくて、かなり山手のほうと聞いていて、これはどうやっていくのかなと思うと、実は新宿から電車で40分とか45分ぐらいで行けて、それも何かそんな全然混んでいなくて、えっ、ここも東京かというのを正直思うぐらいだったので、本当に体験ができるということが何よりも素晴らしいなと思ったので、スペースも広いし、森に囲まれて、自然に囲まれてというところの部分で言うと、これは本当に魅力的なものなんだなというのを思ったところだったので、まさしく僕も定期的にはちょっと行きたいなとい

うところなので、もっと知らされることが必要なのかなというふうに思いました。

あとは、これも島のところのクルーズ船、あんな大きいクルーズ船がつくんだなというふうに思って、ちょっとびっくりしたところもあるんですけども、島に関しては、実は僕、来月大島に行くのと、2月に神津島に行かせていただきます。

なので、まだ行ってないので、その辺の話ができなくて、でも何か行き方として、まあ、宿泊施設が余り完備されていないということは聞いているので、僕はとりあえずチャレンジャーなので行ってみたいというのを思っているんですけども、やはり大きいプロジェクトが動くことによってインフラが整備されるということになると、よりこれは楽しめるのかなと思うので、結果としてちょっと僕わからないんですけども、クルーズが行くことによって色んなものが整備されると、その頻繁に行き来というのは、今でもそこに住まれている方もいるし、今度僕も行くように、色々な手段で行く方法も増えてくるのかな。

そうすると、クルーズのときだけじゃなくて、それを一つとして、そこでしかできないまた体験、さっきと同じですけども、体験ができるものというのができていくと、そこがその体験のメッカになっていくというところも期待できるのかなと。

それから、新しくできるというところに関しては、アクセシビリティとか、そういうものがすぐ整備できると思うので、障害者の人たちにとったりとか、高齢の方にとっても、魅力的な場所になるのかなというふうに思います。

以上です。

#### **【本保座長】**

どうもありがとうございます。

どうぞ。

#### **【伊達委員】**

今日は大変興味深い、おもしろい話を聞かせていただいたなと思いました。

離島というのは、観光の立場で言うと気候、自然、文化、食という意味で、非常に魅力的な場所だと思うんです。ただ、どうしてもアクセスの問題があり、なかなかホテルを立地させるという立場では難しいという結論になりがちなんですけれども、その中でもクルーズ船というのは大変合理的な方法で一つの解決策ではないかと思いました。

もう一方で、よく言われているのは、中国船が入って、クルーズ客のインバンドは、その国籍の関係者の消費だけで終わってしまうということが問題で、地域への経済効果がないんじゃないかという話があります。欧米系の観光船であれば、1人1万5,000円という高単価なものが落ちていくという、これもすごい大きなことだと思いました。

さらに、実は私は感動したのは、グランドタークスに年間 100 万人の人が訪れる。今このグランドタークスが 1 万人が入港できるということは、恐らくかつ 100%が船だけではないということだと思っただけですけども、島から見た稼働率で言うと 30%以下ということですよ。でも、経済が成り立つということです。

ホテルの立場では、80%以上の稼働率が見込めるエリアに投資したいと思うので、20、30%のところの投資というのは非常に厳しいんですね。それに対し、クルーズ船の場合、経済効果が島としては、稼働率 30%ぐらいでも成り立つということであれば、よいビジネススキームになるのではないかと思います。

ですから、東京の諸島に適応していくことも可能だと思うんですが、11 の島があって、これを例えばホッピングしようとする、そもそも何日かかるのかなと思いました。ダイレクトに一個一個の商品を売りたいのか、周遊型にしたいということなのか？どう捉えるべきかと。

また、多摩も含めて、諸島もそうなんですけれども、どのぐらいの経済効果を狙いたいから、どのぐらいの投資をしたいのかということも考えるべきです。極力多ければ多いほうがいいという話でやっていると、どこまでやっついのかリミットが見えなくなるので、費用対効果を考えつつ、プランを練っていかれたらよいかと思いました。

多摩の話も、大変おもしろくて、それこそ『Hanako』とか、そういうものをつくられた方は、色々なアイデアが詰まっています。感動しました。

そして、お話を聞きながら感じたのは、多摩は色々な資源があるのだけれども、東京の多摩といえども、日本全国の中の戦いをしていき、かつインバウンドをとっていき、ということであれば、世界の戦いをしていく必要があります。このエリアの特徴がなければいけないわけです。世界からわざわざスポットたる多摩まで訪れるというストーリーを考えると、相当のインパクトが必要なのではないかと、今日のお話しを聞きながら、つくづく感じたところです。

#### 【本保座長】

どうもありがとうございました。

クルーズの話が出たので、ちょっと私からも一つ質問をしたいのですが、去年約 200 万人、クルーズで日本に観光客が来られて、喜んではいるんですが、ほとんどが中国とか韓国、台湾系の船で、航路的に遠いので、なかなか関東まで来てない現実がありますよね。ごく一部欧米からこちらに寄港しているだけなんです。新島、あるいはその他の伊豆諸島を念頭に置いた場合、欧米系の船はどのぐらい誘客可能だとお考えになっていますか。

#### 【堀川委員】

今 200 万人という数字が出ましたが、今中国のクルーズ人口というのは 210 万人なんです。クルーズをしている人の年代が 30 から 40 代、仕事をしてい

る方なんですね。何が起きているかというのと、仕事をしているので、休みが日本のように取れないということは、1週間以内でクルーズをやり遂げたいということ。

大体クルーズは、中国では、上海、北京、天津、杭州、色々なところから出ていますが、主流は3泊と4泊のクルーズになるので、彼らが中国から出て帰ってくるには九州あるいは沖縄に寄港し、今200万人という数字に行っているのです。中国クルーズ需要をほぼ沖縄と九州で吸収している。

宮古島に今投資をする話をしましたが、カーニバルグループとして年間200回ほど宮古島に寄港しています。200回イコールほぼ一年のうちの3分の2は島に船が行っているということなんですね。

バスの話も尾崎さんから出ましたが、バスは20台しかありません。島は当然50台のバスを提供することはできないので、うちから提案しているのは、要するにホップオン、ホップオフ、シャトルバスですべて島の箇所を回すんです。

1回乗って次の箇所に行き、降りて1時間たつとまたバスが来るということで、効率化を図って、宮古島は動いています。これだけ観光客が増えれば、クルーズのビジネスで十分商売が成り立つので、バスを既に買おうとしている会社は複数あります。

あと伊達さんから話が出ましたが、クルーズは、乗り物、トランスポーションだけじゃないんですね。非常に複雑な構造をしていて、まず足、これは船で実際に目的地に行ける。それから、ホテル、これはお客さんが寝られる。それから、レストラン、食事ができます。

全てがそろったのがクルーズ船で、これはまさに投資ができないようなところ、離島に直接ホテルを持って行って、そこに置いて寄港することによって、島にホテル投資する必要がないので、ホテルの投資の回収ができないような地域にも、うちは行くことができます。

あともう一つメリットなのは、今一番売れているのが祭り、例えばねぶたであるとか、祭りというのは本当は日本人、外国人も行きたいんですが、飛行機がとれない、ホテルがいっぱい。

そこで解決策として、クルーズ船が行けば、ホテルごと船を持っていくので、お客さんが3,000名プラスになる。

ステップとして、ホテルができるまでの対策として考えていただければ、その地域にとって有効な経済効果が生まれるだけではなく、経済投資も将来的に生まれてくるんじゃないかなと思います。

あと、中国の話に戻りますけれども、日本のマーケットは25万人しかいないんですよ。というのは、色んなバリアがあって、休みがとれないとか、あとそれから船が揺れるんじゃないとか。10万トンを超してくると、グラスシャンペンタワーといって、グラスタワーを2メートル以上立てるんですけど



も、シャンペンをついでいくパーティーがあるんです。それは何を意味しているかという、船は揺れませんよというのを証明しているわけです。揺れるとがしゃがしゃになっちゃいますから。

色んなバリアがあって、日本のマーケットは伸びない。が、欧米は、アメリカであれば1,200万人、もう既にいっています。プリンセス・クルーズは、どちらかという、欧米系が強いので、欧米系のお客様を今、日本に運んできているという状況です。

ただ、クルーズの主流は中国です。日本に来ているメインは中国なので、そこでどう仕分けをしていくか。

中国に関しても、買い物消費額はちょっと減っていますが、経済効果が全くないことはなく、必ず観光地に寄ってお金を使っています。

#### 【本保座長】

ありがとうございました。

あと数分でございますので、もう一方、もし意見があれば。

じゃ、島田様。

#### 【島田プレゼンター】

皆様にご指摘いただいた中で、やはり一番大事なのはバス問題だと思っています。観光イコールバス問題。なぜかという、全国で今、一番不足しているのが大型バスと大型バスの運転手さんです。大型バスがない。急ごしらえの未熟な運転手さんが大勢いる。

だから、そういう意味では、これからの観光は、大型バスをどうするか、どう確保するかという問題が必要だろうと思う。東京都は都営交通を持ちバスと、バス運転手を確保している利点がある。これを生かすべきです。

島の部分については、当然、バスだけに頼らない、ほかの2次交通をやはり考えなくてはいけないだろうと思います。

それから、伊豆七島と小笠原は、東京都の中でもドル箱の観光資源だと思います。画一的な観光商品と考えるのではなく、7つの島、11の島があったら、それぞれの島をセグメンテーションすべきだと思います。過去に新島が若い人たちの出会いの場所だった時代があり、それが一世を風靡しました。やはり若い人が行く島と高齢者が行く島、それから富裕層が行く島というのに分けないといけない。全ての島に全ての人たちに来てほしいという考え方は間違いではないか。

3つ目が、島の下水を完備すべきだろうと思います。なぜかという、9月に中米のドミニカ共和国から講演を頼まれ、行ってきました。すると、下水が完備していないので、全て、地下から海に流れて、カリブ海や大西洋に囲まれたあの美しいドミニカ共和国の海が泳げない。水泳禁止のエリアが山ほどある。やはり島の開発イコール下水の完備です。きちっとやらなくてはいけないと思

いました。

あと、お金がいわゆるキャッシュレスで使えるようなシステム。日本の島部が最も遅れていると言われていています。外国人旅行者のためにもきちっと整備していくことが大切だと思います。やはり島の良さは、プライバシーが守れ、セキュリティが守れるので、富裕層向けにいいと考えています。東京観光を考えたときに、都心に素晴らしいホテルはあるけれども、富裕層のマーケットとすれば弱いのです。まして島部は全くない。だから、富裕層をターゲットとした島をつくるべきだと思います。

### 【本保座長】

どうもありがとうございました。

時間の関係で十分ご議論いただけなくて申し訳ありませんが、本日のテーマである三多摩、あるいは島しょについては、かなり充実した議論がなされたと思います。

これらを含めて、今日の議論、これまでの議論を踏まえて、来年のプランの取りまとめをお願いしたいと思いますが、最後に一言、私から注文をつけさせていただきたいと思います。

全体が 2020 年のオリンピックを念頭に置いて観光振興策に取り組んでいるはずであり、各国もオリンピックをブランド形成の機会として、大なる観光振興の結果を残しているんですが、今回のレポートあるいはプランを見ている限り、その辺の色彩がやや弱くて、端的に言えば、観光でオリンピックを使ってどうレガシーを残すのかというのがちょっと見えにくい。これまで知事が強力な発信力を活用されて、パリやニューヨークと連携し、さまざまな取り組みをされてきているわけですが、ややそこが薄いなという、こんな印象を持っておりますので、もうちょっとご検討いただければありがたいと思います。

以上、申し上げます、最後に知事からまた一言お願いできればと思います。

### 【小池知事】

今日は堀川さん、島田さん、プレゼンテーションありがとうございました。島と多摩のこの2つのポイント、それぞれの切り口で、非常にいいアドバイスを頂戴いたしました。

海外からの方に、東京には島があるのよと言うと、みんな、えっ、とびっくりし、そして普通の日本の方に、東京の 39%は森なのよと言うと、みんな、えっ、とびっくりされるということで、やはり東京のイメージというのは、スカイツリーだ、東京タワーだと、あそこに限定されるようなステレオタイプのイメージがあるんだろうと思いますが、これだけバリエーションがあるということをもう少ししっかりと PR していきたいと思います。

今日、5,000 人の船が 2 隻つけば 1 万人ということでありませけれども、港の浚渫というのは、かなり船の深さというのは掘らなくちゃ、船というか、港

の深さですね。

**【堀川委員】**

最近の船は非常に性能が上がっていて、高さは 70 メートル近くある船ですが、船で沈んでいる部分は 10 メートル位しかないんですよ。ですから、そんなに深く掘る必要はないです。

**【小池知事】**

結局、島の場合は、海が荒れたとかとあって、私も島の目の前まで行って、そのままUターンして帰ってくるとか、飛行機が島の天候によって飛ばないとか、確実なアクセシビリティに欠けているという点が不安定な要素になっているので、今日、船がどんとついているのを見て、ちょっと港のあり方をもう一度考えたほうがいい……

**【本保座長】**

あそこには大きな防波堤がない。波の問題があって、そこは大丈夫でも、つけないところがございます。

**【小池知事】**

幾つか重要なご視点、ご指摘いただきました。

ぜひ、持っている観光資源を生かして何ぼの話だと思っておりますので、本当にご提言ありがとうございました。

また、中間取りまとめの件につきましても、もう少しエッジをきかせるなど、考えていきたいと思っております。

本日は皆様、ありがとうございました。

**【本保座長】**

どうもありがとうございました。

これで議論を終わって、あとは事務局のほうにマイクをお返ししたいと思います。

**【小沼観光部長】**

ありがとうございました。

本日お示しをしました実行プランの中間のまとめにつきましては、本日のご議論を踏まえまして、必要に応じた修正をさせていただき、またブラッシュアップを重ねた上で公表させていただく予定でございます。

次回の会議につきましては、別途、皆様方に日程等の調整をさせていただければと存じます。

事務局からの連絡事項は以上でございます。

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。皆様どうもありがとうございました。