

第 21 次東京都観光事業審議会（第 4 回）

日時：平成 29 年 12 月 21 日（木曜日）午前 10 時 00 分から

場所：東京都庁第二本庁舎 31 階特別会議室 27

午前 10 時 00 分開会

【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、これより第 21 次東京都観光事業審議会を開会いたします。

本日は年末のご多忙の中、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、事務局を務めさせていただきます、東京都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。よろしくお願いいたします。

初めに配付資料の確認をさせていただきます。

お手元には議事次第、座席表、資料 1 としまして、設置条例、資料 2、委員名簿、資料 3 としまして、今回の「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」の概要、資料 4 として、その本文、最後に参考資料として諮問文をお配りしております。ご確認をお願いいたします。

続きまして、お手元にお配りをしております資料 2 の委員名簿に従いまして、前回の審議会以降、新たに委員としてご就任いただき、本日ご出席いただいている方々をご紹介します。

まず、東日本旅客鉄道株式会社 総合企画本部観光戦略室 室長 黒田英朗委員です。

東京都議会議員 都民ファーストの会東京都議団 中山ひろゆき委員です。

東京都議会議員 都民ファーストの会東京都議団 森村隆行委員です。

東京都議会議員 都議会公明党 のがみ純子委員です。

東京都議会議員 日本共産党東京都議会議員団 原田あきら委員です。

武蔵村山市長 藤野勝委員です。

最後に本日の出席者でございますが、座席表の配付をもって代えさせていただきます。よろしくお願いいたします。

続きまして、東京都側の出席者につきましても、前回の審議会以降、人事異動がございましたので、この場をお借りいたしまして、改めてご紹介させていただきます。

川澄俊文 東京都副知事でございます。

藤田裕司 産業労働局長でございます。

浦崎秀行 観光振興担当部長でございます。

福田哲平 企画課長でございます。

前田千歳 振興課長でございます。

福田巖 受入環境課長でございます。

松本朋之 企画調整担当課長でございます。

齋藤順 観光施策担当課長でございます。

佐藤拓也 住宅宿泊事業調整担当課長でございます。

三角知恵人 受入環境担当課長でございます。

二瓶伸 事業調整担当課長でございます。

改めまして、観光部長をしております小沼博靖でございます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

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

【安島会長】

それでは、これより私が進行を務めさせていただきます。

まず初めに、川澄副知事から一言ご挨拶をお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。

【川澄副知事】

川澄でございます。

委員の皆様方におかれましては、年末の大変お忙しい中、ご出席をいただきまして、まことにありがとうございます。

平素より、東京都の観光行政にお力添えをいただいておりますことをこの場をお借りしまして厚く御礼を申し上げます。

皆様ご承知のとおり、観光を取り巻く環境は、ここ数年急速に変化をしております。先月、国が発表した調査によれば、今年日本を訪れた外国人旅行者は、10月までの累計で約2,400万人に達しています。年間では2,800万人を超える見通しが示されました。東京都を訪れる外国人旅行者数も引き続き増加をしております。

一方、外国人旅行者による消費額は、一頃の勢いに落ちつきが見られ、都内での消費金額は、2015年の1兆1,550億円をピークに減少に転じております。

東京都は、こうした変化に的確に対応しながら、観光施策を総合的かつ戦略的に展開していくため、「東京都観光産業振興実行プラン2018」の策定に取り組んでおります。本日の会議ではその中間のまとめをお示ししておりますので、地域や観光関連の団体、企業等を代表する委員の皆様方から忌憚のないご意見をお聞かせいただければと考えております。

今回の中間のまとめでは、プラン2017で掲げた施策の進捗状況や課題を検証し、今後の方向性を明示するとともに、東京2020大会とその先を見据えて、来年度から推進していく施策を提示しております。また、今後の観光振興に向けた具体的な施策として、観光産業を強化する取組や、新たな視点に立った観光資源の開発、外国人旅行者やMICEの受入に必要な環境整備など、分野別に整理をして盛り込んでございます。本日皆様からいただいたご意見を踏まえま

して、年度内に最終的なプランの取りまとめを行いたいと考えております。

今後とも東京の観光振興に向けてお力添えを賜りますようお願い申し上げます。本日はどうぞよろしくお願ひいたします。

【小沼観光部長】

大変恐縮でございますが、副知事は所用のため、これをもちまして退席させていただきます。よろしくお願ひいたします。

【安島会長】

それでは、議事に入る前に、本審議会の公開について確認をさせていただきます。

これまで同様、本審議会を公開とさせていただくことでよろしいでしょうか。（「異議なし」）

異議がないようですので、本審議会は公開といたします。

次に、議事録署名人の指名をいたしたいと思ひます。

私のほかに上田委員にお願いをしたいと思ひますが、いかがでしょうか。

（「異議なし」）

それでは、上田委員、よろしくお願ひいたします。

では、これより議事に入りたいと思ひます。

本日の議事について、事務局からご説明をお願ひいたします。

【小沼観光部長】

本日の議事は、昨日12月20日に公表させていただきました「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」に対する意見具申でございます。

意見具申の方法につきましては、5月の諮問の際にご説明させていただいたとおり、答申書をまとめるのではなく、それぞれの委員の皆様からご意見を頂戴するという形にさせていただきます。

本日頂戴したご意見は、必要に応じ、年度内に公表いたします最終版のほうに反映させていただきたいと思ひます。どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

【安島会長】

それでは、事務局より改めて「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」について説明をお願ひしたいと思ひます。

資料は事前にお配りして、委員の皆様にお目通しいただいていると思ひますので、ポイントを絞ってご説明をいただければと思ひます。よろしくお願ひします。

【浦崎観光振興担当部長】

「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」についてご説明いたします。

ご説明は資料3の中間まとめの概要に沿って申し上げますが、あわせて資料4の本文の冊子もご参照いただきたく存じます。

まず、策定の意義ですが、資料3、中間のまとめの概要の一番上の1をご覧ください。冊子の本文では1ページより記載している部分でございます。

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。今年度策定する実行プラン 2018 では、このプラン 2017 を土台として、直近の観光を取り巻く環境の変化を分析し、施策の検証を加えまして、来年度以降に展開していく観光振興施策の取組の方向を示す新たなプランとして取りまとめてまいります。

次に、概要の2の観光をめぐる現状でございます。本文では3ページ以降の部分を参照ください。

東京を訪れる外国人旅行者は急増し、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年には前年よりも減少しております。国別に見ますと、特に中国の旅行者の買物代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をしており、都内の宿泊施設の稼働率は約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けれども、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横ばいとなっております。

次に、概要の3番目の項目、これまでの取組の検証でございます。PDCAサイクルにより、これまでの施策の展開や実績を確認し、観光をめぐる現状の変化を踏まえて、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が、本文では29ページから記載をしております。

今回のプランでは、プラン2017に掲げた5つの視点に加えて、東京2020大会とその先を見据えて、東京都の観光施策をさらに充実し加速していく、そのことを明確に示すため、この新たな視点を6番目の柱として掲げております。本文では31ページ以降をご覧ください。

続きまして、資料の2、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33ページ以降では、具体的な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 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きまして、直近の時点における実績値を示しております。

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 35 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、本日は主要な項目に絞ってご説明させていただきます。

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 36 ページに基本的な考え方を、37 ページから現状と課題をお示ししております。本日は 39 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いたします。

資料 2 の概要に戻りまして、6 の施策展開をご覧いただきたいと思います。この観光経営においては、主な取組の方向性として、2 つの施策をお示しております。

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の構築を検討してまいります。また、インバウンド消費を取り込むため、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などの外国人材の活用を検討してまいります。

次に、戦略の 2、観光資源の開発でございます。

具体的な取組につきましては、本文では 44 ページ以降をご参照ください。

各島の観光資源を宝物としてブランディングする取組への支援を検討してまいります。新鮮な海産物、希少な焼酎、工芸品など、素材は豊富でございます。また、ライトアップやプロジェクションマッピング等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、戦略の 3、観光プロモーションでございます。

取組の方向性につきましては、本文の 50 ページ以降をご参照ください。

本年 4 月に発表した新たなアイコンとキャッチフレーズ、「Tokyo Tokyo Old meets New」、これを活用して、東京の魅力を海外に PR してまいります。同時に、民間と連携をして土産物の開発、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な旅行者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 56 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ユ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 し、利用実績を上げております。

今後はユニークベニユ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めます。

また、会場となります施設のプロジェクターや Wi-Fi などの設備導入の支援の充実と、加えまして、ホームページを通じて各施設の特徴を紹介するなど、魅力を発信してまいります。

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。

取組の方向性につきましては、本文の 62 ページから記載をしております。

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にフランス語など多言語への展開を進め、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、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整備に向けまして、ハード整備に加え、心のバリアフリーに向けた取組を進めてまいります。

戦略の 6、日本各地と連携した観光振興でございます。

本文は 67 ページ以降をご参照ください。

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、試合にあわせて数週間、全国をめぐるような観戦ツアーを想定し、全国 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、本文の最後、69 ページをご覧ください。

東京の観光振興の大きなテーマであります多摩・島しょ地域の観光振興施策につきまして、再掲として取りまとめて施策の全体像をお示ししております。

最後に、資料はございませんけれども、プランの策定に向けました今後のスケジュールでございますが、本日の審議会でいただきましたご意見に加えて、パブリックコメントで寄せられたご意見などを踏まえまして年度内に最終版としてプランを策定したいと考えております。

以上、大変駆け足で恐縮ではございますが、「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」につきましてご説明を申し上げます。よろしくお願い申し上げます。

【安島会長】

どうもありがとうございました。

それでは、これより議事に入りたいと思います。

ただいまご説明いただきました中間のまとめに対して、何かご意見があればお願いをしたいと思います。

ご発言をされる際には、卓上のマイクのボタンを押してご発言をお願いしたいと思います。

では、早速、副会長からコメントをお願いします。

【五十嵐副会長】

JTB グループの「JTB コミュニケーションデザイン」という会社で、コミュニケーション事業という新しい分野の事業を担っている五十嵐と申します。

まとめをありがとうございました。

この1月まで13年以上インバウンドにかかわってきた人間としては、非常にリアリティーがある取組となっており、効果が期待できるものになったと思います。

その立場から、訪日インバウンド関係で3つ、また現在、プロモーション事業ですとか MICE 事業を手がける弊社の間人として2つほど申し述べさせていただきます。

一つ目。2019年のラグビーワールドカップ2019や東京2020大会といった大型イベントの機会というのが先に控える中で、そちらに注目が集まりがちですが、大事なはその先だと思ひます。今日の新聞でも発表されていたとおり、2020年4,000万人という訪日客の目標は現実味を帯びてきてはいますが、一方、2030年、6,000万人が本当に実現できていくのか、東京2020大会を機会にジャパン・ブームが去りはしないのかという懸念について、まさにこれからの取組が重要になっていきます。単なるブームではなくデスティネーションの価値として確固たるブランドを築いていくための取組が重要です。

お伝えしたいことの2つ目ですが、その為重要なことは、東京がいかにハブとなってジャパンというブランドを世界に発信していけるかということ。地域の魅力を開発・発信し、いかに東京への訪日客の足を地方に延ばさせるかは、官民挙げてやっていかなければいけないことです。やはり東京は一都市として世界に君臨するメジャーな観光地であると同時に、一方ではジャパンの代表なわけです。

ジャパン自体は非常にその多様な魅力に富んでいます。

田舎から都会まで、伝統から最先端まで、ごった煮的な繁華街から寺院のような静寂な空間まで、富士山のみならず屋久島とか知床といった大自然、瀬戸内海や松島といった風光明媚な景観、高級なおもてなしを骨の髄まで味わえる旅館からひなびた風情が特別感を醸し出す秘湯まで、スキーやスノーボードと

いった冬のスポーツ、沖縄の海、最近では自転車なども海外の方を中心にブームとなってきている他、トレッキングといった夏のアウトドアの魅力、地域の祭り、何よりも地域の様々な特産品などを多様な調理方法で味わえる食文化など。

日本がそのような本当に多様な魅力にあふれていることを東京自らが中心になって発信してくることも含めて、今回のまとめの中に、都市間連携や地域との連携ということを謳っていただいていることは素晴らしいことだと思います。ぜひ、2030年、6,000万人に向けてリーダーシップをとって推進していただきたいと思います。

インバウンド目線の3つ目としては、やはり重要課題となっている多摩・島しょ部の誘客ということかと思いますが、こちらにも訪日外客の目線は非常に有効な手だてとなっていくと思います。

例えば、我々がかつて多くの教育旅行マーケットを送り込んだ長崎県の五島列島に小値賀島というところがあります。こちらは島民を挙げて民泊や様々なおもてなしプログラムの活用により、毎年アメリカからの多くの学生を受け入れた実績があります。学生の受け入れは、将来の親日ファンを育成する可能性を秘めています。当然皆様もよくご存知の瀬戸内海の直島は、現代アートにフォーカスすることによって、日本人は観光地としてはほとんど認知していなかった頃から欧米人には話題となり、多くの個人客が押し寄せるという島になっています。一つ一つデスティネーションの魅力というのは開発の仕様が違うはずですし、誰にどのような目的で来ていただきたいかということに、地域ごとにその魅力やターゲットとの親和性などを丁寧に分析しながら実行計画を作っていくということが大切だと思います。そのあたりは我々JTBグループも様々な複合的なインバウンドソリューションをご提供できる仕組みがありますので、お手伝いできると思います。

プロモーション事業目線として4つ目。東京の魅力としては、やはり食とショッピングというのは非常に重要だと思います。「GO TOKYO」をリニューアルされると聞いていますので、食などは特にさらに拡充されていくと思いますが、例えばショッピングツーリズム協会などが行っているバーゲンプロモーションですね。7月や12月、東京にその時期に行くと、東京の最先端ファッションが50%オフで買える、といった情報が必ずしも知られていません。時期によっては、様々なショッピングの現場で良いものが非常にリーズナブルな価格で買える情報の発信なども、一つのムーブメントづくりとしてプル型ではなくプッシュ型でやっていくのも、ある意味新たなマーケットを取り込んでいくことになっていくのではないのでしょうか。

最後はMICEについてです。特にユニークベニユーのワンストップサービスについては、ここにも記載はされているものの、ぜひお願いしたいところです。

弊社としては、今年 10 月に初めて東京都のユニークベニュー事業に参画させていただいて、浜離宮で「Tokyo Prime Night」ということで、ガーデンパーティーを実施させていただきました。その際、様々な行政から様々な使用許諾等を得る必要があり、かなり手続きが煩雑で、パーティーひとつをやるにも大いなる障壁になっていく可能性を肌で感じる機会になりました。

そのためにも、やはり専門家が間に入る、色々なところをうまくつなげてくれる、色々なことを簡略化してくれる機能がすごく大事になっていくはずです。その構築ができるかどうかで、より大型のインセンティブが東京に来てくれる動機づけに直接的につながっていくと思っています。ぜひ推進をお願いしたいと思います。

長くなりました。

【安島会長】

どうもありがとうございました。

今、2020 年に向けて、魅力的な東京を作っていく色々な努力が行われておりますけれども、最終的には、その先のオリンピック・パラリンピックが終わった後に、まだ先の大きな目標があって、それへのプロセスだということもちょっと確認をしておきたいと思います。

ほかにいかがでしょうか。

齊藤委員お願いします。

【齊藤委員】

東京都旅館組合の齊藤でございます。

我々はもともとは保健所の傘下ということでございまして、どちらかというと厚労省、あるいは、こちらのほうでも福祉保健局だったんですけれども、このたび、全国の我々の組織も観光ということを大きな目標に据えて、それぞれ規約を変えて積極的に臨んでいこうというふうに思っています。

ただ、その中で、やはり今年色々にとぎわせておりますのが、住宅宿泊事業法案の問題だと思います。

今月でも、例えば 11 日に新宿区が初めてその条例をお作りになって、実地に移していく。来年の 3 月 15 日に民泊の登録受付が始まりますので、第 4 回の定例、地方の議会でおやりになったのは新宿区さんだけなんですけれども、その後、一昨日 19 日に観光庁のほうからガイドラインが発表になりました。これによりまして、各自治体や我々も対処ができるという形になりますが、何しろ来年の 3 月 15 日が一つの締め切りでございますので、急がなければいけないと思っております。

それで、来年の 6 月 15 日からこの民泊のシステムが稼働すると、こういう形になるんですけれども、今、我々のほうでは、いわゆる違法民泊というのを撲滅しようということで頑張っております。

この辺も引き続き、特に法案ができましたので、よろしくお願ひしたいと思っておりますけれども、ただし、それ以上に新しく入ってくるデベロッパーさんや、どちらかという宅建業界を中心とする部分が、今まで違法だと言われていたものに対して4倍から5倍これから供給が増えていくと、こういう形でございます。

それに対して、なおかつホテルもものすごくできております。例えば、歌舞伎町ではアパホテルが11個できるんですよ、これから。それだけすごい量が、これから東京中にホテルができてくると。そういう意味では、どちらかという、供給のほうは十二分にできてしまったという形でございます。

五十嵐委員には申しわけないんですが、総研のほうからも、ほとんど宿泊のほうの稼働率は上がらないで、1.1倍ぐらいしか上がらないという試算が出ておりますので、そのくらい大変ということがございます。ということで、その供給過多を補うということではいきますと、逆に言いますと、今度、需要はインバウンドを中心にもものすごくあるわけでございますが、やはり私は一番心配しておりますのは、空港の整備及び滑走路の問題で、そんなに外国人は6,000万なんて来られないんじゃないか、来たとしても、東京じゃない空港に降りてしまうという可能性を考えておりますので、この辺は長期的なことではございませぬけれども、首都圏の、もう一度空路の整備等をお願いしていきたいと思っております。

そうなりますと、我々としては、我々の旅館ブランドというものを作りながら、やっていかなきゃならないということでございますし、またお客様が数が限られてくるということであれば、滞在日数を増やしていくということが必要だと思いますので、そういう意味では、地域との、宿泊業とそれから地域の商店街などとの連携、そんなものやっていきたいというふうに思っております。

我々としては、何しろ東京にお客様が来ていただいて、地方にも行っていただき、何しろリピーターが増えるということが、各国からもございませぬし、それからなおかつ、今、中国及び東アジアの経済の伸び、そして個人所得の伸びを考えれば、何しろお客さんに来ていただける輸送機関さえできれば、これだけの供給量も補えるぐらいだと思いますので、その辺もこれから整備をよろしくお願ひしたいと思っております。

これからもよろしくお願ひしますということで、意見の発表を終わらせていただきます。ありがとうございました。

【安島会長】

どうもありがとうございました。

インバウンドが伸びる中で、東京の宿泊施設の不足というのが指摘されてまいりましたが、住宅宿泊事業法ができます。もう6月から施行されます。

そういうことで、状況が非常に大きく変わってきておまして、このあたり

は慎重に、少し色々な形の問題点等を把握しながら、慎重に進めていく必要があると思っております。

ほかにいかがでしょうか。

上田委員お願いいたします。

【上田委員】

東京商工会議所の上田です。

今回の中間取りまとめでは、観光を取り巻く環境の変化やこれまでの施策の進捗状況、そして様々な課題を検証した上で、今後の観光振興に必要な施策を取りまとめていただいたと感じております。

私ども東京商工会議所が7月に提案させていただきました4つの基本的な考え方、すなわち、消費拡大に向けた観光経営、東京のさらなる魅力向上、魅力の発信と効果的な誘致活動の展開、最後に、全ての旅行者に快適な受入環境の整備、こうした施策をしっかりと盛り込んでいただいたことに感謝申し上げます。

前回の会議でも申し上げましたけれども、観光は産業の裾野が非常に広く、地域の持続的な経済成長を支える最も重要な役割を持っていると認識しております。

このため、当所といたしましても、特に力を入れている分野ですので、最終の取りまとめに当たりまして、3点申し上げたいと存じます。

まず、第1点目は、先ほど事務局からのご説明にもございましたけれども、外国人旅行者が増加する一方で、観光消費が減少しているというお話がありました。

こうした変化に的確に対応できるように、地域・中小企業のインバウンド対応力の向上や観光産業に携わる人材の育成などの取組を、東京都としてもしっかりとご支援いただくことが非常に重要だと認識しております。

東商が今月取りまとめを行いました調査において、都内の中小企業の約9割がインバウンド需要を取り込めていない、または自社の売上に関係がないとの結果が出ております。

今後、観光を東京の有力な産業にしていくために、都内企業の99%を占める中小企業が、インバウンド需要を取り込むための積極的な支援を今後とも継続してお願いしたいと存じます。

2点目でございますけれども、国内観光の活性化に向けた戦略的な取組の推進ということです。

インバウンドが急増する一方で、日本人国内旅行者の長期低迷が続いております。国内の旅行消費額は、国内旅行の低迷によって、10年間で約5兆円近くのマイナスとなっております。インバウンドだけではなく、需要の約9割を占めます日本人旅行者の増加を促さなくてははいけません。観光需要を総合的に考

える視点が必要だと認識しております。

国内旅行の活性化に向けては、体験型レジャーや若者の旅行体験などに加えて、旅行需要の平準化などの対応も必要だと認識しております。将来の観光需要を見据え、戦略的な取組を東京都としてもお願いしたいと存じます。

3点目は、旅行者・生活者双方の安心・安全の確保です。具体的には、危機管理、マナー啓発などです。

東京 2020 大会を控えて、今後も訪都外国人旅行者数の増加が予想されることから、平常時はもちろん、災害が発生した際の外国人旅行者への対応、生活習慣や文化の違いなどから生じるトラブルへの対応、こうしたものが不可欠だと考えております。

東京防災、あるいは東京都防災ガイドブック外国語版の周知に加えまして、今年度内に改訂が予定されております災害時初動対応マニュアルについて、観光関連事業者に広く周知をお願いしたいと存じます。

さらには、日本の習慣や文化への正しい理解を促すために、マナー啓発活動に官民を挙げて取り組む必要があると認識しております。

東商もインバウンド拡大、地域の観光振興の旗振り役、あるいは観光ビジョンの推進役として、今後も積極的に貢献していく所存です。そのために、本日こちらにお集まりの皆様方としっかりと連携しながら取り組むことが重要だと考えておりますので、よろしく願いいたします。

以上です。

【安島会長】

どうもありがとうございました。

今のご発言の中で、私、ちょっと思いましたのは、色々な危機管理で、災害の発生のときにどうするのかということで、実はこの観光事業審議会も、前の東日本大震災のときは、一時普通の審議を中断して、どのようにそれを支援するかとか、相当大きな力を注いだ経験がございまして、今日ご説明いただいた中には、少しそういう災害が発生したときの対応というのが入っていなかったもので、もう一度ご確認いただきたいと改めて思いました。

それでは、どうぞ、中山委員お願いします。

【中山委員】

今、お三方から、東京の観光に対する俯瞰的な立場から、大きい目を持って、お話をいただいたわけですが、私たちは、現場で地域の観光に携わる方々に色々とお話を聞いているわけでございます。

私の選出は台東区でございまして、千代田区だとか、あるいは中央区だとか、台東区というのは、まさに観光を引っ張っていかなくちゃいけない地域だというふうに思っております。

ただ、一つ言えるのは、仕組み的に商店街事業、これはある程度補助金が落

ちるんです。地域の観光連盟や、あるいは観光協会、これが存在をしているわけなんですけれども、なかなか区の財政事情もあって、イベントをばーんとやりたいくても、なかなかできない状況にいるわけでございます。

よく、商店街事業であれば、東京都が補助を出して、区も補助を出して、大きなイベントをやったり、あるいは小規模なイベントをやるわけなんですけれども、なかなかそういう仕組みがないばかりに、これまで続けてきた観光事業ができないということもあるわけでございます。

このプランにおいても、常々言われているのが、江戸から続く伝統と最先端の文化が共存している東京の魅力ということで、文化という1つのキーワード、これは大変重要だというふうに思っております。この文化というものを、来たお客さんにしっかり PR していく、そうしたイベントをやはりもっともっと地域から発信させていくというような、そういう施策が必要だというふうに思っております。

ただ、これもただただ続くと、東京都としては困ってしまうということもあると思いますので、この2020年の1つの契機というものがありますので、この2020年という1つの契機までの間、オリンピック・パラリンピックの機運醸成とも相まって、ぜひこの施策というものを進めていただきたいと思うのですが、答えはないとまだ今の時点では思いますが、ぜひそうした地域の観光資源を生かすという視点から、ぜひそういった仕組みを作っていただきたいと、一つ要望させていただきたいと思っております。よろしくお願いたします。

【安島会長】

ありがとうございます。文化の発信、大変大事なことだと思っております。ほかにいかがでしょうか。

では、どうぞ。お願いします。

【武内委員】

ありがとうございます。日本コンベンション協会の武内です。

53 ページから「MICE 誘致の新たな展開」ということで、大きな項目としてとっていただきありがとうございます。先ほど五十嵐委員からもお話がありましたが、東京都における MICE 戦略については、我々としてもぜひ拡大していきたいと考えております。

その中で、53 ページの一番下の箇所、「東京での国際会議等の創出」の項目のなかに、東京における国内会議、学会の国際化ということで、海外から、より国際会議参加者を集めることについてのサポートと、創出の項目を入れていただいています。

これは実は、海外から医学会等へ来られると、その方々は非常に発信力が高く、消費額が大きいことから、観光、行政の狙っている効果に資する案であると感じます。また、もう一つ、実は各学会においては、国際化することにより、

特にアジア地域における学会の地位確立、影響力の強化、人材の流入など、様々な要素を含んでいるという効果も大きくあります。

そうしたニーズの中で、このようなサポートがなされるというのは非常にありがたいことと感じます。東京都も参加されている国の MICE 国際競争力強化委員会で、中間取りまとめがなされて、答申が色々出ていますが、その中で、MICE の一つの定義として、戦略実現ツールという言葉も使われています。東京都の中で、もちろん観光推進、それから、消費額の大きい方々を多数取り込んで、こういった施策を実施するという面も一つ大きくありますが、東京都の各種産業の振興、そうした産業戦略の位置づけのツールとして、MICE を大きく捉えていただきたいという希望もあります。国のほうでもちょうど各省庁様の連携ということで、合同会議を開かれています、観光も今、ここ産業労働局の管轄でいらっしゃるということもありますので、観光部門のみならず、各部門ぜひ連携、協働して、MICE を活用して東京をどう発展拡大させていくかということ、あわせて MICE 振興を、観光の側面を含めて、さらに取り組んでいただきたいと期待しております。

今回につきましては、本当に色々挙げていただいて、まずは感謝申し上げます。

【安島会長】

どうもありがとうございました。

観光と同じ、MICE もやはり色んな分野にまたがっていますので、それぞれの連携がとても大事ななと思っております。

では山本委員、お願いします。

【山本委員】

MPI ジャパンチャプターの山本と申します。

今の武内委員のほうから MICE の話が出ました。私も観光の中でも MICE が専門になりますので、意見を少し述べさせていただきます。

MICE をデスティネーションへ誘致するために一番重要な条件は、直行便があることです。そういう意味では東京というのは日本の中でももちろん一番ポテンシャルのある、これからももっと伸びていく都市だと考えております。

企業会議、MICE の中でも M、あるいは報奨旅行の I を開催する場合は、もちろん予算であるとか文化があるとか、そういったことも必要ですけども、先ほど五十嵐委員から申されたように、ユニークベニューがあるというのは誘致の決め手となる重要なポイントだと思っています。

最近東京都でもやっと 8 つの都の施設が開放されて、他に民間の施設も開放が進み、すばらしいパンフレットもできました。身近な外国人と話してみると、あのユニークベニューのパンフレットは良かったというような意見も聞いております。

またMとIを誘致していく場合、必要なのは、スピードと柔軟性になってきます。今週もたまたま引き合いがありましたけれども、ヨーロッパからの報奨旅行を、来年の3月末に実施という話でした。こうなると、国際会議のように、かなり長いスパンの期間で誘致していくのと違い、企業の場合は1年や半年という期間での誘致となりますので、やはりスピードを持った対応が必要になってきます。スピード重視で、グローバル企業に対応するためにはワンストップ窓口が効果を生むと存じます。前回の会議で、主催者と施設側との間になってコーディネートをしていく、そういった窓口ができると、もっと各施設の活用が進んでいくのではないかと申し上げましたけれども、中間まとめにしっかりと盛り込んでいただいたことには本当に感謝申し上げたいと思います。

先日、スペインのバルセロナで開催された MICE の国際見本市、IBTM WORLD に参加しました。その際、バルセロナのユニークベニューも少し視察してみたのですが、例えば、ガウディの建築で有名なカサ・バトリョは、ユネスコの世界遺産にもなっているような場所ですが、対応してくれた担当者が MICE のプロでした。ミーティングプランナーや主催者のやりたいこと、実施したいことが本当によくわかっている方でしたので、対等な立場での会話ができました。話を聞いてみると、やはり業務委託をして対応はプロに任せているとのことでした。

これから全く違ったクライアントが同じ施設、例えば浜離宮や清澄庭園に問い合わせに来るわけですので、そのときに対応していく方々が、色々なパターンを把握して、アドバイスしていかなければならない時に、このワンストップ窓口になった方の対応が決め手になってくると考えます。ここはこれから重要だと思いますので、プロの起用をしていかれたらどうかと考えます。

あと受入施設の環境整備ということで、ホテルや会議施設に Wi-Fi やプロジェクターやスクリーンのアップグレードは、もちろんわかりますが、先日も清澄庭園のユニークベニュー視察に伺いました。そうすると、どうしても照明が足りないわけです。

たまたま、昨日も浜離宮を上から見下ろす環境にいましたが、夜は真っ暗でした。照明は使えるのですかという話をすると、例えば利用目的が違くとメーターが違うので、イベントには使えないという答えが返ってきます。せっかく施設をオープンしても、ギリギリのところ非常に使いにくいとか、書類に記入しないといけないものが多過ぎて最終的には諦めるというような形になってしまいます。これからユニークベニューの施策は重要な要素となるので、このワンストップ窓口の人材確保も含めて、ぜひ利用促進が図られるよう、取組を進めていってほしいと考えます。

以上です。

【安島会長】

どうもありがとうございます。大変具体的な提案を含んだお話を伺いました。やはりワンストップ窓口というのがないと、なかなかスピードが出ないということかなと思ひまして、でもしかし東京はあまりにも大き過ぎるので、どういう形でこのワンストップ窓口を作っていくのか、地域のコンベンションビューロー的な機能というものを前から提案をさせていただいておりますけれども、そのような形をより前に進めていただけたらと思います。

どうもありがとうございました。

それでは、中澤委員、お願いします。

【中澤委員】

バリアフリーカンパニー、中澤です。

いつもバリアフリー、ユニバーサルデザインに関する事、旅行等についてお話をしています。この計画の中にもアクセシブル・ツーリズムの色々な取組をされていると書いてあるのですけれども、正直申し上げて、まだ全然です。

よくバリアフリーというと、ハードについて一番注目がいきます。確かに、例えばエレベーターの数でしたら、東京は恐らく世界の都市の中では一番多いかもしれない。ところが、一番使いにくいのが東京であって、これは実は海外の私のネットワークの方々からよく聞くようになりました。

やはりインバウンドがこれだけ増えてきたことによって比例して、何らかの不自由なお客様もみんな東京に来ています。そこで、色々な提案が聞こえてきます。

例えば日本では、電車に乗るときには、障害者一人一人について駅員がついてきて、スロープを持ってきて乗せてくれる。あのシステムはすごいですね。ただ、インバウンドで来た方にとっては、どうやって使ったらいいか、どうやって頼んだらいいかわからないのですね。

インバウンドで来られた何らかの不自由さのある方について、恐らく東京には実はもっと色々なサービスもあるのだと思うのだけれども、旅をしている中では全然使えなかったと。特にインフォメーション、例えば東京都の施設、インフォメーションコーナーに行っても、そういうことについてきちっと教えてくれるところはなかったし、わからないことだらけで終わってしまったと。

これから 2020 年を目指して、色々と進めていることはあると思うのですが、先程、ホテルの部屋数などはインバウンドのお客様に向けて、ホテルはもう十分あると言われているのですが、何らかの不自由さを抱えているお客様に必要な客室の数は、実は全然足りていないのが現状なのです。先日も国際パラリンピック委員会（IPC）のほうからも、ホテルの状況については全く足りていないということでクレームが入っていました。これもあわせて、国交

省も含めて何とかしなければ慌てているのですけれど、全然ホテルは増えていないのですよ。

東京にある外資系のホテル、母国が特にアメリカにある場合は、いわゆるユニバーサルルーム、ADA ルームと言った部屋をそういうものを約 10%、既に設置しているのです。

ところが日本に来ると、例えば約 10%だと、1000 室のホテルだったら 100 室用意しているはずなのだけれども、日本に来ると 1 部屋しか無いのですよ。日本の法律では、客室が 50 室以上あるホテルについては、1 部屋以上ハンディキャップルームが必要だということを言っているのですけれども、1 部屋以上ではなくて、1 部屋しか無いのです。1000 室でも 1 部屋なのです。

相変わらず業者がこんな法律解釈をしているのは、お客様のことが見えていないからですね。結局、日本に行こうと思ったけれども、そういう部屋を探すことができない、見つけることができなかったということで諦めて滞在も短くなる。グループで、別に障害者だけのグループというのではなくて、障害者が友人と一緒にみんなで行こうと思ったけども、諦めた。

東京に来ていないから、そういう声が見えていないわけで、障害のあるお客様が海外からあまり来ていない、見たことないよと言っているけれども、いや、来る前にもう諦めてしまっていると、実は障害者旅行の課題が見えてくるんですね。

だから、そういうところの施策というのが具体的に提案の中に、計画の中に全然うたわれていないので、多分、私も関わっている JTB グループでも、そういう取組というの、ユニバーサルツーリズムということでやっていると思うんですけども、これもまだまだ十分に浸透できていないというのは、やっぱりこれは東京都なんかとの連携、もっとしっかり、具体的な施策に持っていく形でやっていかなければ、あと 1000 日を切った 2020 年についても間に合わないし、それから、今後ますます増える、6,000 万人というインバウンドのお客様さんが来るような世間になっても、全部なれないでしょうね。

やはり、障害者とか何らかの不自由さを持っている人という、これは高齢者の方ももちろん含まれるわけですけども、そういう方々に来てもらわなかったら、日本はこれから伸びるということはないんじゃないかな。ここが今トップで、今一番来ているところで、今後案外増えないかもしれない。

あと、実は去年から始まった障害者差別解消法で、あの法律、国連の条約に基づいて作った法律なのですけれど、日本が批准したのは 140 番目なのです。実はアジアの諸国も含めて、みんなもうとっくに批准しているので、あの法律でうたっていることも含めて、今のホテルの話も含めて、世界ではもう実は進んでいるんです。日本みたいにこんなにやっていない国って実は、少なくとも先進国ではないです。

ちょっとこのあたり、現実をやっぱり見てほしいなど、強くそれを言いたいなど、今日は思っています。ちょっと簡単なんです、すみません。

【安島会長】

どうぞ。

【五十嵐副会長】

すみません、関連して私のほうからもちっと一言ご意見を申し上げたいんですが、今おっしゃっていただいたと同時に、やはりパラリンピックというものが一番今懸念されているのは、お客様が入るかどうかということですね。

ロンドンオリンピックの成功と、その後のロンドン自体が、やはりインバウンドで決してマイナスにならなかったということの一つの要因として、やっぱりバリアフリー環境の整備と、受け入れるロンドンの方々、イギリスの方々の気持ちが、結果として様々な方たちを受け入れる土壌を作ったところがあるようです。

今、中澤さんもおっしゃったようなことから引き継ぐと、この間、我々でも心のバリアフリー対策ということで、車椅子の方の話を聞く機会があったときに、やっぱり日本人というのは、例えばラッシュアワーだったり、あるいは今急いでいる、エレベーターの中で車椅子の方が一緒に待っていると露骨に嫌な顔をすると。やっぱり自分が急いでいるのは当たり前なだけけれども、車椅子の方が急いでいるのは許せないみたいな、何となく心の中にふたがあるみたいなことに対して、それと日々向き合わなければいけない車椅子の方の苦悩というのを語られていた方がいらっしゃって、そういったことも含めると、やはり当たり前でそういう方たちを迎え入れるという機運醸成というのは、ひょっとしたら 2020 年、あるいはその先を見据えたときに、心のバリアフリー活動というのは、一つ観光施策の展開の中でも、インフラ整備はもちろんなんですけれども、それと同時並行で進める必要があるのかなとちょっと今思いましたので、すみません、続けてお話しさせていただいちゃいました。

【中澤委員】

心のバリアフリーって、こちらにも書いてあるんですけども、非常に曖昧なんです。

何で日本は遅れているかということ、実は、国の体制が違うからなのですよ。違うという言い方は失礼か。海外では子どものときから一緒に育てているのですよ。日本は実は、養護学校とかそういう形で、障害のある子どもについては基本的に、私もそうだったのですけれども、一般校に入れてくれなかったのですよ。最近でこそ一緒に学ぶ機会が多くなったのですけど、日本は分けているんです。だから、大人になっていきなり一緒になった場合に、何でこの人たちがここにいるのだろうと。同じ人間と考えていないのですよ。

だから、ここの心のバリアフリーというのをどうなくしていくかというのを

やろうとすると、相当大きな運動をしなきゃいけないし、ましてや 2020 年なんて全然間に合わない。

日本人ってルールを決めてこれをやりましょう、やらなきゃいけませんと言われるとやるのですよ。はっきり言って、インバウンドの旅行者のことも本当に考えて、もっと国で決めていかないと、日本人の場合は。心のバリアフリーなんて悠長なことは言っていられないので、本来はそれをやるべきなのかなと。

そういう意味で、東京都で条例的なものも含めてもうちょっと細かく指示するようでないと、どうしたらいいかわからないので、まずルールを決めるというだけでなく、その前にまさにやり方、対応の仕方とかというのを具体的に教育する。それこそ、言い方は悪いんですけども、見える化、それまでしないと、多分市民はついてこられない、これが現状かなと思うんですね。

この間のリオのオリンピックの場合も、あっちでも全然、ハード的にはバリアフリーって全然進んでいない。でもパラリンピックはつつがなく、みんな気持ちよく終わった。一人一人の市民の力なんですよ。やっぱり何らかの不自由な人を目の前にしても全然躊躇することなく、みんな普通に対応して、普通にサポートしている。別にハードがあったからではなくて、もちろんハードは必要に応じて用意しているんだけど、でも、やっぱり人が一人一人がみんなよくできたというのが一番大きかったと思います。日本から行っている旅行会社の方も含めて、そういうのを一番強く感じた。

でも、日本に来た場合は、もう今から 2020 年までに日本人自身が変わるといふわけにはいかないと思うけれども。でも、日本人の特性で、ルールを決めたらきちっとやってもらえる。そういう国なので、やっぱりそれを東京がまず先鞭をつけてやる必要があるのかなと、それがインバウンドがこれからどんどん膨らんでいく可能性を高める要因になるのではないかなと、私はそんなふうに思っています。

【安島会長】

どうもありがとうございました。

中澤さんから大変厳しいご意見をいただきました。

エレベーターとかについては、非常に東京は進んでいるというふうに、前に伺いまして、ちょっと安心していたんですけども、とてもそんな状況ではないと。

もう少し何かちょっと考え方、取組の視点も変えてやっていかないと、これは大変ということがよくわかりました。また観光事業審議会を超えているような問題提起だったかと思いますが、この観光の分野でできるところから始めて、そのきっかけになればいいと思いますので、ぜひ考え方も含めて、もう一度取組を考えていただきたいと思います。

それでは、高井委員お願いします。

【高井委員】

ありがとうございます。

文教大学国際学部の高井と申します。

今の中澤委員の発言と、それから五十嵐委員が冒頭におっしゃられたことなどを引き合わせまして、私、人材の話をちょっとさせていただきたいと思っています。

どこから言ったら一番いいか、今、心のバリアフリーという話が出ましたけれども、日本全体としても東京都としても、受入環境の整備というのが今重要な課題で、この6つの施策展開の中でも、5番のところにあります。

ハードの面というのは、そこそこ少しずつできてきていて、特に外国人観光客については、Wi-Fiの問題というのが随分大きかったんですけども、これはもう本当に予算をつけて、ゴーすればすぐにできることで、それがだから不満の1位から2位に落ちてきた。その代わりに、人との接触、接遇の面におけるコミュニケーションの問題というのが出てきているし、なおかつリピーターが増えて、より場所の意味みたいなものが知りたい、だから、もっと説明が欲しい。そのときに、色々なアプリを使っての説明はもちろんなんですけれども、人対人という面での説明やコミュニケーションが欲しいというものがあって、これってソフトですよ。

ソフトの受入って、さっきからのお話のように、そんなすぐにはできないという課題があると思うんですけども、この場では、より中長期的な話でやっぱりしておくべきで、五十嵐委員が最初におっしゃられたように、東京や日本という場所が単なるブームではなく、世界各国の中に日本のファンを作り、何度も来ていただける、初めて海外旅行に行く人も、日本を選んでいただけるようなところにしていくためには何が重要かといったときに、観光資源はたくさんあります、五十嵐委員がおっしゃったような色々なものが日本にあるんですけども、世界各国、今観光客をどうやって引き寄せるか、色々な観光資源を持っている国はほかにもいっぱいあるわけで、そうすると、じゃあ何が決め手になるかということ、もちろん必要条件としてのアクセスとか、多言語対応できていますとかということはもちろんなんですけれども、おそらく最後の差別化要因はAIとかが発達してくればくるほど、やっぱり生身の人間がどう受け入れてくれたかということに、私は収斂するのではないかというふうに思っているんです。

人材育成の話で言うと、上田委員がおっしゃったように、東京都の9割以上を占める中小規模の事業所における観光関連事業の人材の育成も必要だし、さらに言うと、それ以外の一般の都民ですよ。あるいは日本人が異なる文化や習慣を持った人、背景を持った人を受け入れることの地盤を作らなければ、多分いけないんだろうと思うんです。

先ほど中澤委員がおっしゃった心のバリアフリーは、自分とは全く違う常識や背景を持った人をどう受け入れるかという、かなり骨太の話であって、そのためには、おっしゃったように、小さいときから一緒に教育を受けているというようなことがあって、あるいは、ロンドンでいえば、多民族共生社会を目指している場所ですよ。日本はやっぱりそれがすごく遅れていて、じゃあ、2020年までに間に合うか、私はやろうと思えばできるんじゃないかなと思っていて、何が必要かという、圧倒的な異文化体験だと思うんですよ。

大学の教育の中で、大学内に森があるんですけども、1年生に入ったら、私のクラスでは、2人1組で手をつながせて、片方が目をつぶって歩かせるんですよ。そうすると、目が見えない人の世界観ってこうなんだというのを体験させます。そのような形で、何らかの圧倒的な異文化体験、自分の常識が覆るような体験を一回すれば、結構スピード感を持って、学生の世界認識って結構変わる。

それぐらい思い切った事が必要なと思ってまして、これは先ほど会長がおっしゃられたように、観光事業審議会の中だけにとどまらない。例えば教育行政とも多分結びついてくるけれども、今回、私も今月末で任期が終わるので、最後に申し上げておきたかったのは、観光をきっかけにして、東京がどう変わるかというのがすごい重要で、それは2020年の話と全く同じだと思います。

そういった少し他の部署とも連携しながら、一人一人、市民、都民が異なるものを受け入れるということができるようにするための何か施策が必要だと。

これを最後にします。

観光ボランティアの話が具体的な施策で出ているんですけども、これは絶対に若者に経験させる仕組みを作ってほしいなと思っているんですね。

おそらく時間の余裕のある方がされると思うので、しっかり私、データを見ていませんけれども、中高年の方が割と多いのではないかと思います。それは決して悪いことではないんですけども、若いうちにそういう体験をする、これも一つの異文化体験ですので、若い人が、できたら高校生や大学生のそれぐらいの年齢で体験できるような仕組みを作っていただくことを、1つご提案をしたいと思います。

以上です。ありがとうございました。

【安島会長】

どうもありがとうございました。

色々なところのまとめたこととお話しいただきました。

他はいかがでしょうか。

のがみ委員、お願いします。

【のがみ委員】

2点についてお話ししたいと思っております。

1 つは障害、先ほど中澤さんがおっしゃられましたけれども、東京都全体で考えてみても、身体障害、精神障害、知的障害、それから視覚、聴覚、色々な障害種別で、手帳とかを持っていらっしゃる方は 65 万人を超えているんですね。

東京都の人口が 1,300 万人を超えていますので、ちょうど割り返すと、20 人に 1 人の方が何らかの手帳なりの資格を持っていると。

日本はこれから高齢化社会に入っまいりますと、認知症とかも含めて、色々な認知症を障害と言うかどうかは別として、普通の生活をする上で非常に困難を抱えている方も増えてきているわけでございます。そういった意味で、みんなでみんなを支える共生社会、これが大事だと思っております。

今、東京都の取組の中で、私がすばらしいなと思っておりますのが、パラリンピアンの方を各学校、小学校、中学校、高校にお呼びして、そういう障害を持った方々の生き様についての教育をされているわけですね。子どもたちが非常に感動しています。

どうして障害を持った後にスポーツに取り組んだかという、そういう話に対して、子どもがきらきら目を輝かせて、感動して話を聞いているんですね。今、その教育体験を、全学校に取り組んでやっております。

その予算も付けているようでございますので、そこで、一つの子どもたちの殻を破る、何らかの手法ができるのではないかなというふうに期待しております。それが一つです。

もう一つ、私は一地方議員でございます。葛飾区出身でございます。本当に地域の方からは、オリンピックが来ても、葛飾区には何ら影響がないとかって、すごく責められているところでございます。練習会場もなければ、競技会場もないわけで、いかに地域の方々をお呼び込んで活性化していくかという、商工会議所を中心といたしまして、色々やったださっているんですけども、今回初めて、寅さんサミットというのを企画して、やったわけでございます。

寅さんって、「男はつらいよ」という映画、もう若い方は知らない方が多いかと思うんですけども、ある程度の年齢の方は、ご覧になった方もいらっしゃると思うんですけども、寅さんが 48 か所ですか 49 か所か、ロケをしたところの町から、葛飾の柴又に来ていただいて、お店を出していただいて、そこで交流をするというのを今回やっとな成功させていただいて、少しずつ数を増やしてきておりますけれども、そういう取組をさせていただいたり、あと「キャプテン翼」というのは、世界的に有名な漫画でありまして、これはヨーロッパとか、戦争していた国同士でもすごく有名で、その「キャプテン翼」のトラックが来ると、みんなが戦争をやめて見るぐらい、すごい強烈なインパクトのある「キャプテン翼」という漫画でございますけれども、これもコンテンツとして一つ使いながら、世界各国に発信していきたいというふうに思っております。

けれども、何せ予算がございませんので、なかなか予算をとっていきながら発信していくというのは難しいと思いますので、この観光行政の中にもそういった地方への予算配分も、しっかりと要望していきたいと思っております。

以上でございます。

【安島会長】

ありがとうございました。

寅さんも亡くなってしまってからもう大分経ったので、だんだん記憶が薄れていると思うんですが、日本人向けには、まだ非常に大きな可能性があるのかなと思っておりますし、漫画関係では結構色々あると思いますので、海外からの誘客も十分かなと思います。

ほかにいかがでしょうか。

どうぞお願いします。

【蜷川委員】

日本政府観光局の蜷川でございます。

既にたくさんの有意義なご意見が出ておりますので、それに付随してということかもしれませんが、2020年あるいはそれ以降を見据えてということで、先ほど来から4,000万人、6,000万人という数のお話が出ておりますが、もう一つ、忘れてならないのが、8兆円及び15兆円というインバウンドがもたらす消費額の大きな目標があるということでありまして、8兆円、2020年に4,000万人を達成して8兆円というのは、1人当たり20万円使っていただくという目標になっております。

6,000万人の2030年のときに15兆円を目指すというのは、1人当たり25万円使っていただかなければいけない。昨年の平均が1人当たり15万円使っているということでありまして、さらに5万円、10万円、多く使っていただかなきゃいけないという、そういう目標を国として掲げているわけでありまして、けれども、そのためにも、やはり滞在日数の長い、そしてたくさんのお金を使っていた欧米豪からのお客様、あるいは富裕層のお客様といった方々が非常に重要になってくるわけでありまして、その2つについても、しっかり今回のプランの中に盛り込んでいただいているので、ありがたいなと思っております。

私ども日本政府観光局、国としても、欧米豪からのお客様を増やすにはどうしたらいいかということで、これまでも既に東京都の一つのPRであります、Old meets New といいますか、先ほども文化が大事だというお話も出ておりましたが、そういった文化面の日本が誇れる伝統と現代の魅力といったものをしっかりと発信してきました。

今後も、その魅力についてはしっかり発信していこうと思っているんですけれども、実は日本の魅力というのはそれだけではないんじゃないかということ

で、これまであまり発信してこなかったような、それこそ自然とか、アウトドアといった、こういった魅力についても来年以降、しっかりと力を入れて発信していこうというふうに考えております。

日本の新たな魅力とも言えるかもしれません。あるいは知られざる魅力とも言えるかもしれませんが、先ほども冒頭にもお話が出ておりましたけれども、あまり日本にこれまで来たことがない方が、日本以外の国に、ロングホールで旅行される方が何を求めて行っているんだという調査をいたしますと、やはりその中にもしっかりと自然とかアウトドアのものを楽しみたいというニーズがしっかりと入っているということがわかっています。

そうすると、日本では先ほども出ておりましたけれども、トレッキングであったり、あるいはグランピングであったり、あるいはロッククライミングであったり、ラフティングであったり、サイクリングであったりと、色んな自然の中でのアウトドアのアクティビティといったことも、色々体験が可能であると。

そういったことを考えますと、東京都さんの中でも多摩地区であったり島しょ地域、それから大島であったり、そういったところでもそういったアクティビティが可能であるというふうに思っておりますので、そういったコンテンツをしっかりと磨き上げてブランディングしていくんだという今回のご提案については、非常に期待したいなというふうに思っております。

それから、もう一つの富裕層というか、ラグジュアリーマーケットへの取組ですけれども、これは単に贅沢な旅行をするという方々だけではなくて、自分たちだけの特別感、カスタマイズされた、そういった体験をしたいというニーズが非常に強いということがわかっておまして、そういった方々が何を求めているんだといったものをしっかりと調査した上で、東京都の中でそういったものを体験できるようなコンテンツをしっかりと開発していくと。それをしっかりとウェブサイトなどを通じて世界に向けて情報発信していくということが重要だろうと思っておりますし、それから、単なるプロモーション、情報発信だけじゃなくて、そういった方々を本当に受け入れできるような体制の整備、ガイドさんの問題、あるいは宿泊施設の問題、レストランであったり、そういった彼らのニーズを満たすようなコンテンツを提供できるような、そういう事業者さんがどれだけあるのかといったようなことを含めて、ラグジュアリーマーケットを受け入れできる体制といったものが、まだまだ日本は脆弱であるということであろうかと思っておりますので、東京都さんの中でそういったラグジュアリーマーケットの方々を受け入れられるような体制整備もしっかりとお願いできればなというふうに思っております。

ありがとうございます。

【安島会長】

どうもありがとうございます。

やはり東京というと都市観光が中心になってしまいましたが、この自然とかアウトドアを求める、そういう海外からのお客も多いということで、この中に島しょ部とか、多摩地区とかの振興の視点も含まれているというふうに思います。

それから、ラグジュアリー層に対してのビジネスは、前回からこのプランの中に含まれておりますけれども、まだやっぱりラグジュアリーマーケットを対象としたビジネスのノウハウ、トータルに宿泊、飲食、買い物ですね、これが運用できるノウハウがまだ不足しているのかなというふうな感じもいたしまして、そういう面をぜひこれからも磨いていっていただきたいと思います。

【安島会長】

ほかにいかがでしょうか。

はい、どうぞ。

【秋保委員】

全日空の秋保と申します。

私のほうから、蜷川委員が先ほど言及されました欧米の話と、東京における観光の魅力という2つについてお話ししたいと思います。

まず、欧米からの誘客につきましては、まさに東京都も消費の拡大ということで求められているということですが、我々もそういう JNTO さんの方針もあり、何かやらなければいけないということで、ANA 総合研究所という関連会社と組んで、欧米の方々を自治体にお連れするというプランを作り始めています。東京都も欧米の方々にとって魅力あるような場所を、まずは欧米の人に見せる必要があると思います。

我々も当初、一体誰を連れていったらいいんだということになり、まずは大使館などに声がけして、少人数で始めています。日本にいる欧米の方々をお連れしていいところを見てもらい、その方々が母国に情報発信していくというやり方が有効だと思います。まずは足元である東京都在住の外国の方々を東京都の魅力ある場所にお連れして、体験し、見てもらうというのが、きっかけとしては大事なのかなと思いました。

欧米の関係でもう一つお話しすると、来年の7月からパリでジャポニズム 2018 という日本博を国際交流基金が企画しており、開会式に安倍総理大臣が行かれる可能性もあるようです。先ほど来、文化交流が大事だという話が出ていますが、パリなどはまさに芸術や文化を大事にするということで、非常に親和性があるように思います。ジャポニズム 2018 の企画はもうほとんど固まったみたいですが、何らかの形で東京都も絡んで、そこで江戸文化を発信して、パリの人、ヨーロッパの人に宣伝をしていくというような取組も有効なんじゃないかと思いました。

2点目の、東京都の魅力ですけれども、本日頂いた資料の中にも入っていましたが、外国の方々が行く場所であれば新宿が一番だということです。まさに

都庁のあるところなのですからけれども、良質な観光資源ということではないかもしれませんが、猥雑な居酒屋文化みたいなものが、多分欧米の方々に受けているのかもしれませんが。勿論アジアの方々にとっても非常に魅力的でしょうけれども。

今観光庁などでよく言われている夜の過ごし方の提案を考える中で、安全・安心な居酒屋で、お酒を飲みながら地元の人たちと語り合うというようなことは非常に有望な案となり、まさに夜の経済が発展している東京都ならではの部分もあります。そういう夜の楽しみ方の中で、いわゆる東京の庶民文化みたいなものを発信していったらいいのではないかと思います。

あと、先ほど来出ているユニークベニューにつきましても、触れておきたいと考えます。我々は海外の航空会社の方々と一緒に東京で小規模な会議をやることがあるのですけれども、最近日比谷の松本楼とか上野の精養軒といった、緑がこんもりした公園の中で会議をやることにしています。そうすると、会議の後にご飯でも食べて、散策して帰るようになります。そういう意味では、島しょ部まで行くと大変かもしれませんが、多摩地区などはちょっと足を伸ばせば会議ができるような場所があるのではないかと思います。これを MICE と言っていいのかわかりませんが、小規模な会議にも対応できるような相談窓口と実際の会議場所を用意し、細かいニーズに対応していくことが、将来の大きな受注につながるかもしれません。東京都がワンストップサービスに取り組まれるということなので、非常に期待しております。ありがとうございました。

【安島会長】

ありがとうございます。きめ細かい欧米向けの資源開発が必要になるというふうに思います。

それとユニークベニュー、まだ開放が始まったばかりかと思いますが、今ご提案のあった小さな会議とか、色々使えるようであると広がっていくのかなと思いますし、そういう何か開催事例みたいなものが紹介いただくと、こんな形で使えるのかというようなものが知られて普及していくと思いますね。

日比谷公園の松本楼なんていうのは、これは別にユニークベニューではないけれども、日比谷公園というのは都営ですよ。そういう中、普通はレストランとか経営できないんですけれども、昔、できた、昔は許していたのに今はなかなかできないみたいなことがあるのかなと思いますので、そういう面も含めて、ぜひ幅広く考えていただくと、都営の公園の運営についても大変魅力的になるかなと思います。ありがとうございました。

ほかに何かございませんか。

はい、お願いします。

【澤山委員】

では、続きまして、JAL の澤山でございます。どうぞよろしくお願いたします。

私のほうからは富裕層の部分と地方誘客、この2点について申し上げたいと思います。

まず、富裕層なんですけれども、先ほど国全体の消費単価というのはもちろんどんどん上がってきますよというお話もありましたが、今回、実行プランの中にお示しをいただいております東京都さんの単価につきましても、2015年から2020年で旅行者数が約2倍、消費額2.4倍ということですので1.2倍になるということで、東京都さんとしても消費額アップを目標に掲げられているというところだと思います。

これにつきましては、特に都市部の宿泊施設のキャパの問題がございますので、お客様の数を上げていく観点でも、消費額を上げていく観点でも、1人の方が来られてたくさんお金を使っていただくという、この富裕層の取組が非常に重要になろうかと思っております。

その富裕層の中でも、欧米豪ということで書いていただいております、この富裕層は幾つかランクがあると思うんですけれども、本当の例えば一日50万円ぐらい使われる超富裕層という方もいらっしゃると思いますし、あとは例えば飛行機でいえばプレミアムエコノミークラスとか、ビジネスクラスとか、そういったものを観光でお使いになる、若干幅の広い意味での富裕層のグループもあろうかと思っております。

まず、超富裕層の部分につきましては販路が、通常の我々が商売をさせていただいているところとはちょっと違うという観点もございますので、富裕層に特化したBtoBの商談会、ILTMとかそういったものの活用、こういったものもきっかけとしては非常に重要になってくるのかなというふうに思っております。

それから、2つ目で申し上げた幅の広い富裕層の部分につきましては、現状の販促経路、これを十分活用できると思いますので、そういった少しお金をたくさん使っていただける層に適した受入環境の提案とか、そういったものをしていく必要があるかなというふうに考えております。

それから、この消費単価の向上の部分につきましては、MICEの取組も非常に重要になってくるというふうに考えております。

それから、2点目の地方誘客なんですけれども、この地方誘客は観光魅力の発信という部分と外国人の方が印象として持っておられる国内移動の費用の部分が割と高いんじゃないかというところをいかに打破していくかというところも一つの柱になっていると思います。

航空だけに限らず、鉄道のほうでも外国人の方しかお買い求めいただけない、非常に我々からもうらやましい価格の切符が出ておりますので、そういったものを訴求していくというところも今後進めていく必要があるかなというふうに

考えております。

それから、先ほど齊藤委員のほうから航空輸送力のご指摘がございまして、今、地方誘客といいますと、東京に国際線で入っていただいて地方に国内線という流れなんですけれども、欧米豪という観点からは若干ずれますが、地方にはLCCを中心に直行便がかなり国際線で入っていますので、地方から東京に、先ほど申し上げた外国人専用の運賃、こちらを活用いただいて入っていただくというのを逆の流れとして一つ考えられるのかなというふうに感じております。

以上でございます。

【安島会長】

ありがとうございます。

やはりラグジュアリー層に関しての関心が非常に高いと思います。

それと、今のお話の中で国内移動の費用が高いと、これが日本人旅行者の増加の障害になっているのかなという感じが私もしておりますけれども。

黒田委員、いかがですか。

【黒田委員】

国内移動のコストという点においては、外国人向けの周遊パスをお客様の旅行形態に沿いつつ、いかに利便性を高めていけるかという点を考慮しながら、整えていきたいと思っています。2016年4月には、JR東日本エリア全域が乗り放題であった「JR EAST PASS」というパスを、お客さまのご利用に合わせ、「Tohoku area」と「Nagano, Niigata area」の2つに分割し、発売価格も見直しさせていただきました。このように、需要を見ながら改善に取り組んでおりますし、今後も継続して参りたいと思っています。

また、インバウンドの受入れということに関し、実行プランの一番最後の「日本各地と連携した観光振興」という項目は非常に大切だと思っています。

現在、順調にインバウンドが伸びていますが、アジア圏の所得の増加という非常に好環境に支えられているということが要因の一つにあります。また、インバウンドの方々々が日本を訪れる際、最初に「首都、東京へ」というような需要はかなりあると思いますが、この方々がリピーターになるかどうか非常に大切です。例えば、香港の方々々は既に5回、10回と日本に行っていますという方もおり、やはり魅力があれば何度も訪れていただけるというのは事実だと思っています。

ただ、その10回、20回訪れていただけるような魅力を全て東京で提供できるかと言うと、難しいのではないかと思います。東京で提供できる魅力と、地方ならではの魅力がそれぞれあり、それらを東京と地方が連携しつつ戦略的にどう組み合わせていくのが重要ではないかと思います。地方はインバウンドをいかに呼び込めばよいのか試行錯誤しており、2019年及び2020年の大きなイベントを控え、焦りも見えます。東京の魅力は東京で提供し、東京にないも

のは地方で提供するというような組み合わせをうまく考え、東京にもそれなりにメリットのある広域ルートの形成を東京側から提案していきやすいタイミングなのではないかと思えます。

例えば弊社の取組では、冬の雪を非常に好まれる台湾の方々に対し、「スキー場のある越後湯沢まで東京から1時間半で行けますよ。」と、あたかも東京でスキーができるような言い回しでセールスを行ったところ、弊社の「ガーラ湯沢」というスキー場では、インバウンドの方のご利用が増え、現在ご利用の方の約3割がインバウンドという実績も出ています。日本は非常に地形が複雑で、少し移動すると気候や風土が変わるので、この特色をうまく活用していくというのが大切なのかなと思っています。

また、各県などの自治体は、どうしても自分のエリアのPRに注力してしまいがちです。東京には玄関口である空港があり、東京に降りたお客様をいかに地方へ導けるかというルートづくりはとても重要ですが、なかなかうまくいっていない点も多いので、東京がいかに地方と連携できるかというのは非常に重要です。うまく連携を図ることで、10回、20回訪れていただけるリピーターの確保につながると思えます。

リピーターを確保できなければ、中期的にいずれ伸び悩むときが訪れます。人口が減少し、日本の活力がインバウンドに頼らざるを得ない時期に、おそらく伸び悩みの時期が重なってしまいます。だからこそ、今このタイミングで、東京と地方の連携が非常に大切であり、「日本各地と連携した観光振興」という点を項目に入れていただいていると思えますが、更に、東京の何を地方と連携して補強をするかという部分の戦略が入ると、より効果的なのかなと思っています。

以上です。

【安島会長】

ありがとうございました。

多様なパスとかも検討していただいているようですが、ぜひよろしくお願ひしたいと思えます。

ヨーロッパとか参りますと、家族で旅行すると、家族で安くなるとか曜日で週末は安くなるとか、時間帯によってもチケットの値段が違ったりとか、多様な家族旅行を奨励するようなチケットが出ていたりしますので、ぜひ家族で旅行ができるような、そういう仕組みを考えていただけると良いと思えます。

それから、地方との連携、とても大事な視点をご指摘いただいたと思うんですが、リピーターということになると、やはり東京だけじゃなくて、日本全体を訪ねていくことになると思えますが、そのときも東京が起点になることが多いと思えます。地方の振興のために東京の果たす役割があると思えますけれども、それは地方のためじゃなくて、ひいては東京に戻ってくると思えますので、

地方との連携ということ、どんな形で進めていくのか、お考えいただきたいと思っております。

ほかにいかがでしょうか。

どうぞ。

【原田委員】

都議会議員の原田あきらです。

先ほどから幾つか出てきたんですけれども、私、杉並の阿佐ヶ谷、高円寺というところが根城になっておりまして、海外の人が来ると、すごく喜ぶんですよ、街の雰囲気。先ほどもお話がありましたけれども。

それこそ海外からの友人が来たりすると、中には住んでしまった人もいるぐらい、ああいう夜の文化というんですか、そういうのを好まれますよね。

それで、ヨーロッパの人なんかも好きですよ、むしろ。

ゴールデン街はどこだといって、私も新宿に来てから街で尋ねられたこともありますし、やっぱりこれって東京が作った1つの文化なのかなと思ったりしまして、特にヨーロッパの人たちは、でかいビルとか、ゴージャスなホテルとかきれいな建物というのは、本当にそればかりが観光じゃないというのが、むしろきれいなものを自分たちの国で見えていますから、だからもっと文化に触れるようなそういう観光って、これから東京は特に大事になってくるんじゃないかなと思っています。それこそ銀座の隣にある築地みたいのが好きですよ。そういう文化を大事にしないと。

下町文化というのは、何か浅草とかを中心に宣伝が進んでいる気がするんですけども、いわゆる東京サブカルチャー的な文化というのをもうちょっと広めていくのも大事かなと思いました。

あと、多摩・島しょの観光強化、これはすごく大事になってきていると思うんですね。高尾山がミシュランに掲載されてから海外の方が増えたなんていうことは、この場では言うまでもないことなんですけれども、もっと多摩への誘導が必要じゃないかなと。それこそ高尾山とか御嶽山とかだけじゃなくて、久留米だとかそういうところにも、本当に湧水のきれいな、いい場所がいっぱいあったりして、そういうところへの誘導はまだまだではないかと思うんです。

その点で高尾では、高尾山なんかは市がボランティアの育成をしていますよね。英語とかのボランティアの。こういうのに、もうちょっと東京都としても支援をするような、それを見せることで多摩の自治体の努力を喚起するような、そういうこともできないかなと思ったりしています。

島しょというところでは、今日は大島町長もいらっしゃっていますけれども、大島はジェット船だったら1時間45分で行けて、しかも、離島と言っちゃいけませんけれども、島の雰囲気をすごい感じられる、なかなかこんなに近くにこんな世界が広がっているのかって驚くような観光地ですよ。

東京都としては、例えば観光センターみたいなのを大島に作っていますけれども、率直に言って、観光センターといっても、本当に少ないお金で委託をして、半ば大島からは、迷惑施設とまでは言わないでしょうけれども、何か押しつけられたような状況になっていて、もうちょっと支援をして、専門家も配置して、本当に誘導できるような、そのセンターから魅力を発信していけるような、そういう体制を東京都としても作ってあげることが、自治体ばかりに押しつけるのではないということが大事なんじゃないかと。今日はすごい専門家の方々もたくさんいらっしやっていて、勉強になっているんですけども、こういう方が大島に去来していただいて、魅力をどうやって発信するかというのを考えていただいたら、すごい発展するんじゃないかななんて思いましたので、いずれにしても、交通の問題がすごく大きいなと思っています。周知とともに安価で速い交通に、せめて流れができるまで、都内から多摩とか島しょに支援をしていく必要もあるんじゃないか。あるいは、先ほど鉄道会社の方からもすごく前向きな意見が出てきて、心強いなと思いましたがけれども、鉄道会社としても、海外の方だとか、都内から多摩に遊びに行く方は、安くて速い、そういう交通機関を、会長からも出ましたけれども、そういうプランを用意していただいて、それを東京都がセットで打ち出していくようなというのが欲しいかなと思いました。

あともう一つ、MICE じゃないんですけども、東京都が誇る、首都大学が大きな講堂を持っていませんよね。卒業式も全然自分のところでできなくて、大きな国際会議とか、本当だったら、首都大学で開きたいところですけども、なかなかそういう環境にないと。例えば首都大、東京都として、講堂を首都大学とかに作って、これは要求もあるみたいですから、そうしたら、割と海外というわけにはいかないかもしれませんが、国内の有名な、しっかりとした学会なんかを東京都で開いてもらったりとか、そういうのもすごく支援のしどころとしてはいいんじゃないかななんていうふうに思いました。

あと最後に、長くなってすみません。海外の訪日客のお金の落とし方というのは、もうちょっと、例えば5ページから6ページに出てきているデータを読み解く必要があるんじゃないかなと思いました。欧米豪の方がお金を持っていて、すごくお金を1人当たり落としていくんだというのですけれども、やっぱりよくよく見てみると、ほとんど滞在費が大きくて、これはホテルの人は儲かるだろうなど。ただ、消費というところでは、引き続きアジアの人たちが相当使ってくれているので、小売というところではやっぱりアジアの人たちを大事にしないとイケないんじゃないかなと。

だから、何かこのデータは、もうちょっと読みこまないで、狭い視点で、この客を応援する、ここの客はちょっと横に置いておくとか、見限るとか、そういうふうになっていっちゃうとよくないなというふうに思ったりしました。

すみません。長くなって。

【安島会長】

どうもありがとうございました。色々のご意見をいただきました。
では、どうぞ。

【三辻委員】

今、原田委員からの色々なご提案、ありがとうございます。大島町は、東京都の支援を受けながら、連携して色々な施策に取り組んでいます。今回の観光産業振興実行プラン 2018、ここに島の振興等も入れていただき、ありがとうございます。島は豊かな自然、これはどなたもご存知だと思うんですけども、例えば小笠原世界遺産、あと伊豆七島は、青ヶ島を除いて富士箱根伊豆国立公園に編入されています。そこで、今、私たちが運動しているのが、いわゆる富士箱根伊豆国立公園ではなくて、東京諸島国立公園にということで、今、環境省とも話をしているところなんです。東京諸島国立公園、はっきりわかりやすいですし、インバウンド対策にも有効だと思っています。

それと、もう時間もないようですので、あと 12 ページですか、これをちょっと見ますと、確かに 1973 年をピークに長期にわたり低迷とあるんですけども、島しょ地域の観光客数。これはこのとおりなんですけれども、1973 年、今から四十四、五年ぐらい前ですか、当時、全国的な離島ブームというのがありまして、大島だけで見ても、観光客、約 79 万、80 万人来たんですよ。今の現状は 23 万人、ただ、こここのところ各島、ちょっとしたミニ離島ブームというんですか、そういうのが起こってしまっていて、若干ですけども、観光客は増加傾向です。だから、これはどうしても、依然としてピーク時の 3 割程度にとどまっているとありますけれども、多分、大島で考えても、仮に当時、79 万人来ましたけれども、それを受け入れることはできませんので、いわゆるホテル、旅館、民宿をやっていますから。

私たちが目指している、今、大体、大島は 23 万人ぐらいですけども、何とか 30 万人をとということで施策展開しているんですけども、そろそろ 1973 年の全国的な離島ブーム、これはかつて、こういうときがありましたけれども、これはこれで置いておいて、ちょっと違った表現にしてもいいかなと思いましたが、以上。どうしても 1973 年を基準にしてしまいますと、依然として、もうずっと低迷ということになっちゃいますので、各所もそれを受け入れるわけにもできませんので、ちょっと検討願いたいと思います。

【安島会長】

東京の島、島しょ部、世界遺産、それから国立公園、資源的には大変高いものがあると思います。みんな非常に興味を持って、何とかたくさん見に行ってもらいたいなと思っているんですが、なかなかこれまでの成果が出ていない感じなんです。何か視点を少し変えて取り組む必要があると思っています。

そろそろちょっと時間になってまいりましたが、まだご発言いただいている方、何かございましたら、短くお願いをしたいと思います。

【森村委員】

都議会議員の森村でございます。

まず、私は多摩の都議なんですけれども、多摩地域はまだ外国人観光客があまり来ていないということもありまして、外国人の受け入れを積極的にやられている旅館と、そうでない、実は及び腰だったり、実はあまり来てほしくないというふうに、特にアジアの方とか、あるいはイスラム系の方なんかに対して、ちょっと躊躇しているような、そんなような実際のプレーヤーの方々がいらっしゃると思います。

こういった方々が一、二回しっかり経験をしたりとかすることで、おそらく垣根が下がってくるんじゃないかなと思っておりまして、例えば今日本にいらっしゃる外国人の方を活用して、受入側の体験のようなものを例えばするとか、こういった形のソフトの受入体制の充実を図ってはどうかというふうに考えております。

あとは、33 ページ、34 ページに色々数値目標を掲げていただいているんですけれども、今民間企業の方々がここに委員にもたくさんお見えになっていらっしゃると思うんですが、プランとなりますと、数値目標とか、あるいは事業計画的なものというものが単年度だけじゃなくて、複数年度にわたって可視化されると、より実現性が高まるというふうに考えております。

やれる範囲で、既に数値化していらっしゃると思うんですが、基礎的自治体もおそらく数値目標を持っておられるところもあろうかと思えますし、そういった方々と連携をしながら、数値目標をなるだけこういうところに入れていただけるとありがたいなというふうに思っております。

以上です。

【安島会長】

ありがとうございます。

少し大き目の数値目標を掲げておりますが、できるだけ実現に向けて、少し途中の数字も確認しながら、進んでいきたいと思えます。

ほかにいかがでしょうか。

どうぞ、お願いします。

【藤野委員】

簡単にお話をさせていただきます。武蔵村山市の藤野と申します。

実は私、11月5日からモンゴル国へ行ってきました。オリンピック・パラリンピックに向けてのホストタウンの申請ということで、モンゴル国との登録がここで完了したところでございますけれども、モンゴル国の方から東京のどちらから来ているんですか、とお話をいただきました。

私は、東京について多分この方は分かるだろう、そして私たちの市に行ってみたいのだろうと思ひ、どこだと言いましたら、私たちは立川市の北側にありますとか、西武ドームの南側にありますとか言ってもわからないだろうなど私は思ったので、トトロの森のあるところですよと言ったんですね。それで、私はトトロの歌をちょっと走りだけ歌ったんですね。そうしたら、新モンゴル高校の高校生がわっと騒いだ。

トトロの森は知っているというお話をいただいて、私たちは今後、新宿から30キロ圏内にこの様な自然が残っているまちは、こういうものを売りにしていかなきゃいけないんだらうなんてことを痛切に感じたところでもあります。

それと、もう一つ武蔵村山市には東京都でいまだに鉄道が通っていない。多摩都市モノレールの早期延伸、これを東京都に願ひする。

そういうことと、もう一つ私たちには横田基地があります。

先ほどの航空の便が足りないというお話については、これも東京都への要望になりますけれども、横田基地を一日も早く軍民共用の基地にさせていただいて、そこからその基地へ皆さんが来ていただく。先日にはトランプ大統領がそちらへ来たと思ひます。

ですから、横田基地の有効利用というのをこれから施策の一つの目玉になるんではないかなど。政党によっては、反対している政党もありますけれども、私たち市民を挙げて賛成をしております。そんなことも必要ではないかなというふうに、軍民共用化も考えております。

以上でございます。

【安島会長】

ありがとうございました。

よろしいでしょうか。

それでは、時間になりましたので、少しまとめをさせていただきます。

今日は、たくさんのご意見を頂戴いたしまして、今日いただいたご意見は、最終的な報告に反映していきたいと思っております。

たくさんのご意見をいただきまして、私うまくまとめられるか、自信がございませんが、幾つかの点について申し上げたいと思ひます。

まず、最初に副会長からご意見をいただきまして、今2020年オリンピック、節目として、オリンピックに向けて、色々取り組んでおりますけれども、その先の2030年の6,000万人とか、そういうような将来に向けての中間、通過点であるというふうな認識で取り組むことが必要なのかなというふうに受け取りました。

それから、ほかの方々からもご意見ございましたが、東京がハブになる。東京というのは日本の玄関であるし、日本を代表する観光地、表玄関であるということで、東京から地方へ、そして東京都の島へという、ハブ的な機能、ある

いはほかの地方とどういうふうに連携をしていくのかという連携のあり方をもっと具体化をしていく必要があると思っております。

それから、MICE も大変大きな関心が集まっていたように思います。

特にユニークベニューというのが前回から取り上げられまして、もう既に幾つか開放がされてきたということで、これを進めていくことが、東京におけるコンベンションの、MICE の開催に当たっての特徴になっていくと思います。

この MICE の推進に当たりましては、やはりスピード感が必要であるということで、ワンストップで、色々な MICE 開催に必要な手続等を済ませられるように、組織的な体制を整えていくことも重要ではないかと思っております。

もう一つ印象に残りましたのは、アクセシブル・ツーリズムということでございまして、日本は、ハードは進んでいるけれども、ソフトな面での対応が相当遅れているというご指摘をいただきました。これは大変厳しいご指摘だと思っております。もう間に合わないかもしれないということですが、これはオリンピックだけではなくて、これからも進めていかなければいけないこととございまして、このオリンピックというものを目標に、契機にして、単なる関係者だけではなくて、我々自身がやはり変わっていく必要があると思っておりますので、色々ご関係の教育の面ですとかも含めて、幅広にこの対応をしていく必要があると思っております。

オリンピックのレガシーとして色々なものが検討されていると思っておりますが、こういうことをきっかけに、ユニバーサルツーリズム、そして東京の中を障害を持った方が移動するときに、これを契機に変わったと言われるように、レガシーというような視点からも、検討をぜひ進めて、実行していただきたいと思っております。

それから、ラグジュアリービジネスと申しますか、ラグジュアリー層相手の対応ということが、幾つか話題になりました。

これはユニークベニュー等とも関係があると思っておりますし、なかなかトータルに、このラグジュアリー層を誘致する体制が整っていないような部分もあるように思います。

少し海外のほうを勉強しながら頑張りたいと思っております。

ただ、ラグジュアリー層というのは一部の層でございまして、欧米豪から来る方が皆ラグジュアリー層ではなく、実際に旅慣れた欧米豪の方はあまりお金を使わないという面もあります。合理的なお金の使い方をすると。その分は滞在日数を伸ばすという方向で消費の拡大を図っていく必要があると思っております。

まだ色々ご意見を伺いました。特に、多摩・島しょ部については、皆さん常々どうしたらいいかということで気にされているんですが、なかなか効果的な手が打てないというのが現実かと思っております。この新しいインバウンド層が、自然、アウトドアというものに関心を持っている、こういう層が相当数いると

というところをきっかけにして、振興の糸口をつかんでいくというようなものも一つの方向ではないかと考えております。

もう一つ、最後に、私が申し上げたんですが、これから色々なイベントが増えてくると思いますが、色々な災害、特に地震の発災時にどう対応するのかということです。東日本大震災のときは、東京では色んな混乱が起きました。

そして、その後の支援についても、東京から東北を応援したという経緯がございますが、喉元過ぎると熱さを忘れる状況になっているのではないかと思いますので、もう一度この対応についてご確認をいただきたいと思っております。

たくさんの議論がございましたので、うまくまとめ切れなかったかもしれませんが、今日は大変たくさんのご意見を頂戴いたしました。既に中間のまとめにも掲載されている部分もあったかと思っておりますが、これは年度内の最終版に反映するというようになっております。たくさんのご意見がございましたので、事務局が大変かと思っておりますけれども、どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、本審議会としての意見の集約につきましては、時間の関係もございますので、会長である私にご一任いただきたいと思っておりますが、よろしいでしょうか。

(「異議なし」)

どうもありがとうございます。それでは、そのように対応させていただきます。

では、事務局のほうにお返ししますので、連絡事項がございましたらお願いいたします。

【小沼観光部長】

皆様、どうもありがとうございました。本当に充実したご議論をいただきまして、感謝申し上げます。

本日いただきましたご意見、それから、今、パブリックコメントにもかけておりますので、そういったパブリックコメントのご意見も踏まえまして、今後、最終版の策定に向けて取り組んでまいりたいと思っております。

また、最終版を策定いたしましたら、皆様方にもご案内を差し上げたいと思っております。

本日はどうもありがとうございました。

【安島会長】

最後に、藤田局長から一言お願いいたします。

【藤田産業労働局長】

それでは、最後に一言御礼のご挨拶ということで、申し述べさせていただきます。

各委員の皆様には、本当に年末のお忙しい中、ご出席を賜りましてありがとうございます。また、今日は非常に限られた時間ではございましたけれども、

大変多くの、そして大変貴重なというのは、もう言い表せないぐらいでございますけれども、固有名詞が出てくる具体的なご提案、アドバイスから、また都庁の色々な政策の根幹にかかわるような部分のご提言、それで観光のアプローチからどういうふうにそういったものも進めていけるか。

もちろん、私どものほうも、観光は、非常にこれは産業としても期待が大きいですし、都庁の中でも各局またがっておりますので、観光の会議の場合は、必ず全庁のハード系から、教育から、ソフトも全部参っておりますので、ただいま生の皆様の委員のご意見を直接聞ける貴重な機会があったと思いますので、それぞれ施策のほうに反映していければというふうに思います。

また、いただきましたご意見のほうにつきましては、先ほど来、会長からもございましたけれども、踏まえまして、年度内に最終的なプランとして取りまとめをしていきたいというふうに思っております。

また、目標ということも、オリンピック・パラリンピックを契機としてということで、その先を見据えるもの、あるいはオリンピック・パラリンピックを契機としてということで加速するもの、その辺のメリハリもつけながら、世界で初めて2度目のパラリンピックが開かれるという、東京にふさわしい状況に、少なくともこの観光、あるいは受入のお客様のということで、取り組んでいきたいというふうに思いますので、よろしくお願ひしたいと思ひます。

最後に、当期の審議会の委員の皆様には、この2年間の任期が今月末で満了という、本当に押し迫ったところで今日は迎えているわけですが、本当に安島会長をはじめ、委員の皆様には、これまで4回にわたりまして熱心なご審議を賜っていただきまして、改めて心より御礼を申し上げるところでございます。

今後とも、ぜひ東京の観光行政にご指導、ご鞭撻のほどよろしくお願ひ申し上げます。御礼のご挨拶に代えさせていただきます。

本日はまことにありがとうございました。

【安島会長】

どうもありがとうございました。

以上をもちまして本日の審議회를終了させていただきます。

本日はどうもありがとうございました。

正午閉会