

(石井委員)

- 人気が高い**食**や**ショッピング**も**ナイトタイム観光**に含まれているはずであり、よく**分析**する必要がある。
- **世界遺産**については、**建物等**に限らず**他の切り口**も含め、世界遺産としての**実現可能性**が高いものを検討していく必要がある。

(鎌田委員)

- **ナイトタイム観光**については、**民間**でも様々な取組が行われている中、**行政**として**為すべき**ことを**精査**する必要がある。民間が取り組みにくい状況を解消することに注力すべきである。
- もし東京の何かが**世界遺産**に登録されれば、**地域住民**の**生活**を含めて様々な**制限**がかかるので、そうした点も含めて検討すべきである。

(星野委員)

- **ナイトライフ**は重要であるが、訪問理由の調査結果でその**順位が低い**からと言って、そこに投資することが良いとは限らない。「**食**」が高いということが世界の競合都市の中で東京の**差別化ポイント**になっている現状を考えると、「**食**」を**さらに強化**することがブランド戦略的には正しい可能性がある。ちなみに、食体験の**DX**においては東京は改善すべき点が多々あると考えている。
- 歴史・文化の活用について東京の観光都市としてのブランディング視点では、**京都との違い**を打ち出していくことが重要。長期的に京都と似てしまうと東京のブランディングとして好ましくないだけでなく、日本全体の観光ブランド戦略上もマイナスになる。効果的なブランド戦略は、多くの要素よりも**絞った要素の訴求**が重要であり、歴史は京都に任せ、**京都とは違った文化面に集中**することが戦略上正しいと考える。