

## (小巻委員)

- 東京は海外と比べて安全、夜も安心して出かけられる都市である。そうした魅力を改めて発信するとともに、見直すべきところがあれば積極的に見直すことが必要
- 観光視点でのVR・ARの活用では、キャラクターと一緒に散歩してくれたり、空港などで出迎えて案内をしてくれるものが開発できるとよい。

## (田川委員)

- 国際文化都市東京の実現が人をひきつける。江戸東京きらりプロジェクトと連携して東京の伝統工芸品などのブランドの発信が一層必要
- 東京に1週間から10日滞在してもらい、富士山や北関東に送客する関東広域観光の発想があればよい。
- インバウンド、国内誘客、MICEなどマーケット別に整理した議論が必要。また、万博で大阪からの入国が増えることへの対応という切り口の議論も必要

## (滝委員)

- 東京の歴史・文化は、江戸時代はもとより、縄文時代から繋がっており、そうした魅力を正確に発信することが必要
- インバウンドもリピーターを獲得していくべき。ニッチな魅力はリピーターに響く。

## (田中委員)

- インバウンドの目当ては食であることが多い。東京にはカジュアルな食事から伝統野菜や伝統的な食事もあるので、それを活用したプロモーションが重要
- 日比谷公園をはじめ、素敵な公園や素晴らしい空間もあるので、それを観光の視点でもっと活用できないか。