

東京の観光振興を考える有識者会議
議事録

令和2年9月9日（水）
都庁第一本庁舎7階大会議室

【松本観光部長】

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、御多忙にもかかわらず、御出席いただきまして、誠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、東京都産業労働局観光部長の松本でございます。座長が選任されるまでの間、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、本日のスケジュールでございますが、終了時刻を15時55分といたしたいと存じます。

次に、本日の委員の皆様の出欠状況について御報告させていただきます。

本日は、委員13名中12名の皆様に御出席いただいております、うち2名の方にはテレビ会議での御参加をいただいております。御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。

次に、資料の確認をさせていただきます。

本日の会議は、ペーパーレスで行います。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の本会議の設置要綱のほか、2種類の参考資料をお配りしております。資料3及び星野委員、本保委員から御提出いただきましたプレゼン資料は、卓上のタブレット端末やモニターで御覧いただきます。テレビ会議で御参加の方は、事前に事務局より送付しております資料を御覧ください。よろしく願いいたします。

それでは、本会議の座長の選任を行いたいと思います。

お配りしております資料2の本会議の設置要綱第6の規定に「会議には座長を置き、委員の互選により選任する」「座長は、会議を代表し、会務を総理する」とございます。

どなたか、座長の御推薦をお願いいたします。

玉井委員。

【玉井委員】

ここは、経験、知見豊かな本保委員をお願いしたいと思います。

【松本観光部長】

ただいま玉井委員より、本保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)

【松本観光部長】

それでは、本保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、本保座長を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】

本保でございます。よろしくお願いいたします。

今日は最大の出席者数で、最短の審議時間ということですので、最高の生産性を発揮していただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

それでは、知事、よろしければ一言お願いします。

【小池知事】

本日は、本当に久しぶりにこうやってリアルに皆さんにお目にかかれて、大変うれしく思います。また、オンラインで御参加いただき、ありがとうございます。アレックスさん、石井さん、ありがとうございます。

新型コロナウイルス感染症でございますけれども、毎日この数字もお伝えいたしておりますが、今、このコロナウイルスというのは、いろいろと日本の問題点もあぶり出してきた。そこをどうやって克服するかは、チャレンジするしかないと考えるところでございますし、また、各国を見回しても、それぞれが暗中模索という状況であります。

そういう中で、世界的な感染拡大で観光産業は非常に厳しい状況に置かれています。入国制限があったり、移動制限があったり、インバウンドが激減しているなど、厳しい業界の最たるものであります。

観光産業というのは、楽しくないと本来の目的が果たせない。それだけに、コロナ対策はしっかりと行っていかなければならない。一方で、観光産業が元気になれば、経済の活性化、雇用の創出など、東京の成長を牽引するものでもあります。異文化交流を促進するなどを考えますと、やはりここはしっかりと立ち向かい、そして東京、日本にとって重要な鍵を握る観光産業には元気になってもらいたい。そのように考えるところでございます。

観光事業者の感染防止対策の支援、そして安心して旅行ができる環境整備に、東京都としましてもしっかりと取り組んでまいります。

それから、観光産業を回復軌道に乗せて、東京の稼ぐ力にさらに磨きをかけるためにも、また元に戻りますけれども、コロナ対策をしっかりと行うということ。この両面が必要ということでもあります。

先日は3密回避のTシャツだったのですが、今日は、星野さんが「グッドオオツカ」のTシャツを着て、来ていただきました。「Withコロナ期の4つの施策」について、プレゼンをお願いいたします。

そして、本保座長からは、「アフターコロナの観光基盤づくり」についてのお話を伺うこととなっております。

皆様と共に、ウィズコロナ時代の東京の観光産業の復活ということをテーマに、短い時間で最高の中身をこの会議で出していきたいと思っておりますので、御協力よろしくお願いいたします。

【本保座長】

ありがとうございました。

それでは、本日の進め方はもう御案内のとおりですが、御発言のときはマイクをオンにさせていただきます。

まず、都側から、事務局説明をお願いしたいと思います。

【松本観光部長】

かしこまりました。

それでは、資料3を御覧ください。

1 ページ目、今年度の有識者会議についてでございますが、昨年度の御議論も踏まえながら、ウィズコロナ時代の東京の観光産業の復活について御提言いただきたいと考えております。

2 ページは、昨年度の会議における主要な論点として、論点整理の全文は参考資料としてお手元に配付させていただいております。

3 ページを御覧ください。観光産業は、これまでも様々な危機に直面してまいりましたが、これらを克服し、右肩上がりの成長を続けてきました。

4 ページを御覧ください。今回の感染症の危機では、全世界で同時に移動が制約され、世界の観光は未曾有の影響を受けています。日本国内においても、インバウンド需要の蒸発という現象が生じております。

5 ページを御覧ください。国内旅行の取扱額や日本人の延べ宿泊数は、足元で改善の兆しがあるものの、依然大きなマイナスとなっております。加えて、全国で様々なイベントが中止・延期となっております。

6 ページを御覧ください。世界全体の航空旅客需要がコロナ前の水準に回復するのは2024年という見通しもある一方、日本と海外との往来は、アジアを中心に、ビジネス分野から慎重に緩和する動きが始まっております。

7 ページを御覧ください。来年の東京大会につきましては、選手や観客に対する安全・安心な環境の提供を最優先に、費用の最小化、簡素な大会という基本原則の下、8 ページのロードマップに基づき準備を進めているということでございます。

9 ページを御覧ください。こうした状況の中、世界各国・地域では、将来の観光需要の回復に向け、旅行者の関心をつなぎとめる情報発信を行っています。

10 ページですが、東京都におきましても、東京の魅力の紹介や参加型オンラインイベントなどにより、将来の訪都を促すための発信をしています。

11 ページを御覧ください。国内の観光事業者は、厳しい状況下でも、安全・安心志向の高まりなどの社会変化を捉え、感染防止の徹底や新たなサービスの展開を行っています。

12 ページ及び13 ページでは、都におけるこれまでの観光産業に関連する主な施策をまとめております。

12ページが、緊急事態宣言下から実施している取組でございまして、13ページが、ウィズコロナの新たなステージで開始した取組でございます。セーフティネットの強化や感染防止と経済社会活動の両立に向け、幅広く実施しております。

14ページから16ページまでは、ウィズ／アフターコロナ時代における観光のキーワードとしまして、委員の皆様から事前にいただいた御意見をまとめたものでございます。

最後に、17ページでございます。今年度の検討テーマは、ウィズコロナ時代における東京の観光産業の復活に向けた令和3年度末までの施策展開につきまして、御議論いただきたいと存じます。

事務局からの説明は以上でございます。

【本保座長】

実は大変豊富な内容がある資料を、超高速で御説明いただきまして、ありがとうございました。

それでは、プレゼンテーションに入りたいと思います。

まず、星野委員から「Withコロナ期の4つの施策」について、プレゼンをお願いしたいと思います。

【星野委員】

よろしく申し上げます。

直前まで資料に修正を加えていたため皆さんのテーブルにあるモニターと私の資料は少しずれているところが一部あります。画面が見やすいところにいらっしゃる方は、こちらを御覧いただければと思っています。

5分間と言われておりますので、すごくスピーディーに、生産性高くいきたいと思っています。

提言1、直接助成型から需要創成型に来年は転換すべきだというのが、私の提案です。

観光産業、特にホテルや観光事業者は、非常に固定費の高い事業モデルになっています。固定費が高い割に、変動費が比較的低くて、そして採算分岐点が一定のポイントです。

ところが、今、雇用調整助成金が政府より支給され、これによって固定費の大きな割合を占める人件費が下がり、固定費だった人件費が変動費に変換できるというのが雇用調整助成金の中身なのです。それによって、実は採算分岐点が落ちています。ここに今、Go Toトラベルキャンペーンが乗っかってきているのです。

そういうことで、東京の観光の需要を元どおりに戻さなければいけないのではなくて、ある程度のレベルまで戻れば、観光事業者は黒字になるということなのです。なので、このモデルをしっかりと事業者も理解する必要があります

し、元どおりにしなくても、十分観光事業者は黒字になる可能性があるのだということをもっと知っていただきたいと思っています。

そのポイントは、実は外国人は1500万人ぐらいが東京に来ているのですけれども、国内の日本人は5億人が来ているという数字がここにも出ています。ということは、まず日本人を戻すということがすごく大事なポイントになってきます。雇用調整助成金で採算分岐点は下がっていて、Go Toで総需要は拡大しているので、直接的に事業者にお金を払ったりサポートしたりするのではなくて、東京都に需要を創出するようなことが必要となります。

来年はオリンピックを予定しています。なので、オリンピックだけではなくて、ほかのスポーツイベント、コンサート、イベント、展示会といったものを戻してくる努力をすることによって、日本人が東京に戻ってきてくれるはずだと思っています。先ほどお話ししましたように、元どおりにならなくてもある程度の需要を戻せば、観光事業者は黒字になる。今、そういう特別な環境にあると思っています。

2つ目は、コロナ対策評価は利用者に任せるべきだというのが私の意見です。

東京都がなさった各飲食店、また今後ホテルにも行くかもしれませんが、コロナ対策に対するステッカー、ポスターを貼っていただいて、分かりやすくなって、外国人がオリンピックのときに戻ってくると、これを見て非常に参考になると私は思って、非常にいい施策だと思っているのですが、それを役所が全部確認するのは無理です。最初だけ確認しても、その後、形骸化してくる可能性もあります。これこそ、今まで宿の場合はトリップアドバイザーなど様々なサイトで、お客様がホテルを評価してきたのです。お客様がレストランや飲食店を評価できるような仕組みにすべきだと思っています。

私は4月に星野リゾートの顧客満足度調査の中に、新型コロナウイルス対策という満足度を新しく加えました。その時点から調査を続けていますが、今、私たちの施設を選んでいただけている理由の7番目が、新型コロナウイルス対策が充実しているからという結果となり、それが毎月のように伸びてきています。顧客からのコメントもたくさんいただいています。

これは新型コロナウイルス対策について満足と回答いただいたお客様のコメントです。実は不満のコメントもどんどん寄せられていて、私たちは毎月、新型コロナウイルス対策を進化させることができるのです。ですから、役所のチェックよりも顧客からのコメントのほうが参考になるという部分もありますので、食べログさん等のサイトで味とかサービスだけではなくて、コロナウイルス対策という項目を設定してもらって、どんどん顧客が評価できるような仕組みにすべきだと思っています。

それから、来年はインバウンドが少しずつ戻り始める最初の年になると私は思います。ここで心配しているのが、日本各地で起こったことと同じなのです。

この夏に旅行に行きますかというアンケートを星野リゾート独自で取りました。そうすると、31%が迷っていると答えていて、この人たちはなぜ迷っているかという、来ないでくれとさんざん言われたと。来ないでくれと言われたのに、来てくれというメッセージがなく、今、行っているのでしょうかという迷いなのです。それが需要の戻りを遅くしています。県外ナンバーは入ってくるなどか、ある旅館は、今日この時点で東京都の方の滞在、入館をお断りしています。

私が懸念しているのは、オリンピックで外国人が来たときに、東京都内のホテルまたは飲食店が、外国人お断りと出すことです。武漢からのお客様は泊まらないでください、など。これを言い出すと、世界のメディアがすぐにそれを世界に発信します。東京都は外国人に対してこんな扱いをしているのだと。これは、その後の東京のイメージに何年も引きずるのです。なので、私はこれだけはやってはいけないと思っていまして、オリンピックを実行する、インバウンドを受け入れるならば、偏見を持たない受入態勢を業界が徹底していくことがすごく大事です。

ぜひ、来年の活動の中にここを入れていただいて、早くから、オリンピックが来る、外国人が来る、来始めるそのときに、国別に偏見を持ったり、または日本人はいいけれども外国人は断ったりなどというお店やホテルが出てこないように徹底していくことが、その後の東京都の観光においては非常に重要だと私は思っています。

最後に、そういうことを一般の人たち、東京都の都民の方々にも理解していただいて、オリンピックのときにウエルカムな姿勢を出していくためには、観光産業がなぜ大事なのかということはこの機会にもう一度、都民の皆さんに知っていただくことが大事だと思っています。

実は、ニューヨークブロードウェイのお客様のうち、トライステートというコネチカット州とニュージャージー州とニューヨーク州以外のお客様が何と67%でこの産業を支えているのです。

それから、ルーブル美術館のお客様の75%が外国人の売上げで支えています。

以上の点から、外国からいらっしゃる方々の収入、または日本のほかの場所からいらっしゃる方々の収入が東京の文化を支えているのだということを都民の皆さんに知っていただくことによって、みんながウエルカムする姿勢になっていく。これを来年の目標にして、ぜひトライしていただきたいと思っています。

ありがとうございました。以上です。

【本保座長】

どうもありがとうございました。

続きまして、私からのプレゼンをさせていただきたいと思います。

それでは、プレゼンを始めたいと思います。

星野さんほどカラフルではなく、またごく普通の中身でございますけれども、星野さんが提言されたことについては、私も大賛成であります。

まず最初に申し上げたいのは、インバウンドが復活するかということでありましてけれども、復活することで皆さん意見が一致しております。違うのは、そのタイミングだけでございます。

しかも、日本は非常に期待を持っていいと思います。次のページは、コロナ終息後に旅行したい国・地域というJTBFさんと政策投資銀行さんでやった調査の結果であります。アジアの居住者にとっては日本が一番行きたいところがあります。それから、欧米豪の居住者にとっても、アメリカに次いで日本に行きたいという、非常に大きなチャンスをいただいております。

これに向けて必要な備えをしていくことと、早く動向をキャッチして動くということでもあります。

必要な備えの中には、今、星野さんがおっしゃったことが含まれますし、あわせて、必要なプロモーションを打っていくことが大事であります。例えば、三重県や岐阜県では、知事さんが台湾の観光協会のトップとオンラインで、次に向けて展開を一緒にしましょうという話をされております。こういう動きをぜひ進めていただきたいと思います。

それから、よく議論されておりますコロナで観光構造が大きく変化することとでございますが、確かに目先、随分変わっております。しかし、その継続性については専門家間で意見が大きく分かれております。私自身は、過去のSARS等の経験、あるいは大震災の経験、それから人間がなかなかしぶとい生物であることを考えると、ほとんど変わらないと思っております。

そういう意味で、あまりムードに流されずに、客観的に動いていくことが大事であり、また、つかまえたデータを発信していくということが非常に大事だと思っております。

他方で、この間、政策的な影響を受けていないわけではありません。先ほどの星野さんのお話でも、当面、国内の観光が大事だというお話がありました。当面、国内に観光がシフトすることは間違いありません。その前提で、本格的な国内観光の活性化につなげていくということと、ここで築いた経験、それからインフラを次のインバウンドに向けて活用していくことが大事だと思います。

国内観光の活性化についてはいろいろな要素が必要であります。幸い我々はインバウンドで新しい経験をたくさん積んでおります。国内観光にはなかった革新の手段をたくさん得ておりますので、これをぜひ活用することが大事だと思っております。

言葉で書いておりますので御覧いただきたいと思いますが、例えば情報発信です。インバウンドで随分優れた情報発信がされるようになりましたが、残念ながら国内の観光については従来型のメディア、それから旅行会社に頼ったよ

うな、正直に言って陳腐な発信形態、内容的にも進化していない。こういうものを磨いて、国内に対応していく必要があると思います。

それから、滞在型の観光に日本が進まないのが一番大きな課題でありましたが、インバウンドのお客さんが滞在型であること。これで随分変化をしております。こういう経験も生かしていくべきだろうと思っております。

それ以下の富裕層の対応や観光資源の磨き上げ、この辺はアトキンソンさんの持論ですから、後でアトキンソンさんに委ねたいと思います。

2つ目に考えなければいけないことは、地域、住民に寄り添った持続可能な観光の推進であります。

インバウンドは蒸発した状態にありまして、ある意味で原点に戻っておりますが、お客さんあるいは地域の住民は変わっております。インバウンドでさんざんいろいろな経験をして、国民の目が厳しくなっているという前提で物事を考えていかないと、次の手は打てないと思っております。

少なくとも、成長一辺倒の政策というのはもうあり得ない話だろうと思っております。地域、住民に寄り添って、持続可能な観光を進めていく。具体的には、適切なKPIを活用したエビデンス・ベースの観光推進、ひいてはSDGsへの貢献というものが政策要素として入ってこなければ、次の展開にはならないと思うところがございます。

簡単でございますが、私からのプレゼンは以上でございます。

これから議論に入ります。

55分まででございますので、50分に一旦議論を打ち切るということで御理解をお願いしたいと思います。ということは1人2分、罰金はありませんけれども、それでぜひよろしく願いいたします。

【アトキンソン委員】

幾つかのポイントがありました。

資料の16ページで、量から質への転換ということが書いてあります。このところに関しては、量から質ということは非常に誤解を招くものでありまして、量と質のバランスというように変えるべきものだと思います。

量から質ということで、例えば富裕層に対して高い対価に見合うサービスが求められるということが書いてありますけれども、観光庁の資料によると、国の観光戦略で富裕層を徹底的にやることによって、どのぐらいの経済効果があるかは試算されてあります。その数字でいくと、確かに1人当たりで大変な金額になりますけれども、東京都の経済規模にくらべて、その総額は思われる程大きくはないです。ここまで大きい経済である以上は、質を当然求めながら、ある程度の量がないと、経済効果として現れてこない。ですから、あくまでもこの両方を重視するべきものであって、単純に質のいいところだけをやればよいという考え方は、私はおかしいと思います。

2つ目なのですけれども、近々観光庁が、富裕層戦略を徹底的に議論することになっていきますので、富裕層の戦略を打ち出すには非常にいいタイミングだと思ふのと同時に、私は今まで富裕層戦略に対して否定的だったのですけれども、なぜ否定的だったのかというと、それができるような基礎的なインフラができていなかったからこそできなかった。やるのは逆効果だったということだったのですけれども、この5年間ここまで整備が進められて来ましたので、インフラとしてちょうどやり出すタイミングになっていると思います。

先ほど本保さんのお話がありましたように、今、国は、国内の情報発信というものをして来なかったのです。海外に対して、外国人に対して、日本政府観光局は丁寧に丁寧に情報発信していますけれども、日本人に対して、今までそういう情報発信をする機構といますか、そういう仕組み自体がない。結局、交通機関、旅行会社等々にお任せで、そうすると路線がない観光地に関しては、一切情報発信がないような状態になっていますので、それと同時に、いろいろなインフラ整備をやっているところで、観光地がどんどんレベルアップしているにもかかわらず、認知を見ますと、一番それを認知していない人は実は日本人なのです。

今、JNTOが国内の情報発信ができるような仕組みをつくろうとしていますけれども、さっきも話がありましたように、国内に対して情報発信のデジタルマーケティングを中心としたものは、東京としては検討するべきものだと思います。

実は、諸外国を見ると、VisitBritainやアメリカのNTOは、最近になりました国内の情報発信が解禁されまして、どんどんそういう事業を立ち上げているらしいのです。こういうふうになると、世界で誰もが同じことを考えるものだなと思いました。

最後に、観光はコロナであってもなくても、さっき知事がおっしゃったように、楽しい、どうしても東京に行きたい、コロナがあってもなくても行きたい。対策をきちんとやっているのであれば、魅力に魅せられて行くものですので、基本路線としてインフラ整備でどんどん磨き上げることは、一番の基礎として変えるものではないと思います。

以上です。

【本保座長】

どうもありがとうございました。

玉井委員、お願いします。

【玉井委員】

ありがとうございました。すばらしいプレゼンでした。

1点、私は星野さんの中で、31%が迷っているということの実例を。

今、私ども大妻女子大学では、京都女子大学と組んで、この1週間、航空会

社、マスコミ、ホテルの3社のご協力を得てフィールドワークも含めた特別講座をやっています。この講座は京都からの参加も含め、応募も5倍と非常に人気があります。

ところが何名かの学生はキャンセルしました。本人はどうしても参加したいのに、何故かという御両親やおじいちゃん、おばあちゃんが反対するのです。この時期、東京には行くなと。こういうことが、地方からだけでなく、この首都圏でも発生しています。対面式授業ですので大学側は、ものすごく気を遣い、キャンパスにはこの講座受講生しか入れないという、ほとんどロックアウトの状態です。受講生は30名に限定し、しかも1週間前から受講日も毎日検温、受講の際マスク、フェイスシールドの併用、座席間隔等徹底した対策です。どちらの大学もそうでしょうが、前期、後期を通じてほとんどがオンラインですから、対面式でやるというのは、私どもの大学ではこの講座くらいしかないので。それでも何となく雰囲気、東京には行くなということになってしまい、本人が出たくても周りがブレーキをかけてしまう。

このような消費者心理に対して“ここまでやっているのだから、東京に行っても大丈夫”という様な何らかの安心感を抱かせる、この消費行動マインドを変えるにはどうしたら良いか。私は、賛否両論ありますけれども、PCR検査等の徹底により、何らかの形で消費者サイドが、“そこまでやってくれるのであればいいよね”というムードというか、安心感の醸成策をぜひ行政には併せて考えていただきたい。

そういう意味からすると、安心感の醸成というのはどういう形が良いのか。感染症御専門の先生方がいろいろな議論をされていますけれども、もっと都民に分かりやすい形でメッセージを出していただきたい。その上に今、アトキンソンさんが言われたような個別の施策が実施されていくと、観光はじめ経済も復調していくのだらうと思っています。

【本保座長】

ありがとうございます。

伊達委員、お願いします。

【伊達委員】

プレゼン、どうもありがとうございます。

私のほうでは、都内、国内、インバウンドと、段階的に物事が進んでいく前提で、少しお話ししたいと思います。

まず、都内については、程よいにぎわいが欲しい状態だと思いますが、そんな中で、テラスの利用を促進するような制度があり、非常に前向きで面白いものだと思います。ぜひ公開空地やピロティーの利用促進をしていただきたいです。

都市計画的には、容積の基準がありまして、公開空地やピロティーは、フリ

一で使える状態ではありません。せっかくいい公開空地が都内にたくさんありますので、もっと使えるような制度に変えたらいかかかなと思いました。

一方で、Go Toキャンペーンによって都内の方が移動できなくなってきた結果、意外と都内のホテルを利用されているということも起きていました。もともと東京都民というのは、都内のホテルに泊まりに行くという、ほかの海外の都市ではあまり考えられない都市観光をします。そういう意味では、都内の方が都内の利用をされるということも起こり得ますので、県との関係によるGo Toキャンペーンの開放が難しかったとしても、ある段階で、都内の方が都内のものを活用するということに対して少し緩和してあげるのもよいかと考えます。

一方で、先ほど星野さんがおっしゃったように、固定費が雇用調整助成金によって下がっていることによって、浮袋になっているというのは事実で、そしてこちらが9月末から12月末まで延びたということは非常にポジティブなのですが、ホテル事業そのものを見ていきますと、リゾートの場合は上半期、都心部に関しては下半期のほうがビジネスとして、重要な局面を迎えます。

その意味で、リゾートは8月、若干Go Toキャンペーンの効果もありまして、多少体力がついた面があるのですが、今後、都心の事業者に関しましては、12月末までは損益分岐点バーが下がることで助かっていますが、1月、3月については厳しくなることが予想されます。どうやってビジネス需要を取り戻せるかが課題となります。

需要面では、多分皆さん物事に参加したいのだけれども、自分自身がうつしてしまうかもしれない、もしくはうつされるかもしれないの両方あるのですが、PCR検査等がもう少し自由に、安く、どなたでも受けられる環境ができると、随分皆さんの動きに対しての自由度が増してくるのではないかと思います。

最後にインバウンドなのですが、基本的に、過去からずっとトラッキングすると、不況のたびに必ずV字回復が起きていることを踏まえ、今後も同じように起きるだろうし、ニーズ自体がなくなっているわけではありません。ただ、今日の星野さんのお話の中で、東京都都民及び事業者が偏見を持たずに対応できるのか？という問題は、非常に重要な課題で、センシティブなものだなと思いました。

このあたりは、利用者に対してはルールを守っていただけるような積極的なプロモーションも必要ですが、従業員のことも守ってあげなければいけませんので、ぜひ従業員の立場も守ってあげられる、利用者にとって安全な、利用者に厳しい規制をさせていただくということも表明をしながら、東京都としての安心・安全のプロモーション、信頼関係というのを築けたら大変ありがたいなと思います。

以上です。

【本保座長】

どうもありがとうございました。

続きまして、お願いします。

【マリ委員】

さっきの星野さんのお話、そして本保さんのお話は、本当にぴったりときますか、考えなければいけないことがたくさんそこに盛り込まれたのです。

私は、このコロナの間にいろいろな海外のことがとても気になっていまして、皆さんどうやって乗り越えてきているのかということの中で、一つ東京都ができることがあるかなと思いましたが、アレックスさんが今、タイにいらっしゃるのですけれども、タイにバムルンラードインターナショナル病院というのがありまして、コロナウイルスが始まってすぐのときに、彼らはメディカルツーリズムをわっと打ち出したのです。その中で、また横文字言葉を使って怒られてしまうかもしれませんが、Global Healthcare Accreditationというシステムがありまして、そのAccreditationを世界で一番最初にとったのがバムルンラードなのです。

周辺地域のホテルが、Accreditationによって、自分たちでもきちんと準備をされて、病院にどうしてもかからなければいけない方々とか、かかりたい方々、まして家においてコロナにかかるのが危険な高齢者の方とか、いろいろな方々がそういうところに入られたわけなのです。実際に、それによっていろいろな国から注目もされましたし、私自身、海外に住んでいるお友達が何人かいて、今、メディカルトリートメントで日本に定期的に通ってきているのです。

彼らにしてみると、せっかく日本でかかっている先生方を、3か月に1回日本に来て、ある程度レベルの高いホテルに泊まられて、それでメディカルトリートメントを受けて、帰られる方々が、この半年以上、日本にいられていなくて、非常に不安がっているわけなのです。

そういう方々は、ましてコロナにかかっているわけでもないので、来られる前にちゃんとPCR検査も受けられるのに、スムーズに入ってこられていないことで、困っているわけです。私の知っている方でも2人いらっしゃるということは、恐らくもっとたくさんいらっしゃると思うので、東京都にとって、ある意味では一つのパイロットケースという形で、ホテル、プラス病院とのセットの中でのメディカルツーリズムというものをもっと促進していくことによって、海外からいらっしゃる方も入ってきてくださると思うのです。

そのためには世界スタンダードになっていなければいけないので、さっき申し上げたGlobal Healthcare Accreditationという許可をきちんといろいろな病院に入っていただくなり、それか、日本でもっとレベルの高い質の検査のやり方を自分たちがつくられて、アジアが全部それに合わなければいけないみたいな形で一つのシステムをつくられてもいいのではないかと思うのです。

もう一つ、ビジネスに関してですが、私たちの日常が変化している中、Do It Yourselfのショップが非常に利益が出ています。あと、ガーデニングをやる方が非常に増えたので、ガーデニングの商売も非常に多くなっていたり、ペットを飼おうとする方々が非常に多くなってきて、1頭100万円もするようなプードルがお台場に行きますと売っていたりとかします。ですから、決して経済が停滞しているわけではなく、シフトしていて、いろいろ広がりが出てきているところをもっと支援したり、また、今まで頑張ってきた方々が困らないようにするというのと同時にしていくことがすごく重要ではないかと思えます。

【本保座長】

ありがとうございました。

あと1分しかなくて、最後はウェブで参加のお二方にぜひ御発言いただきたいと思えます。

ここにいらっしゃる方、1分をお願いいたします。

田川委員、お願いします。

【田川委員】

1分しかないので、1分しか話しませんが、星野さんから言われた話は本当にそのとおりだと思うし、こういうときは1回原点に戻るといいと思うのです。もともと観光立国の基本が住んでよし、訪れてよし。地元を知ることが観光立国の基本だったのですが、いつの間にか人を呼ぶこととか人が来ることが観光立国の基本になってしまったので、そういう意味では、東京の場合は東京を知ること、地元を知ることが前提を考えて、住んでよし、訪れてよしの地域貢献をもう一回、しっかりとやる必要があると思えます。

それから、やはり私も風評被害を大変恐れております。風評被害は同調意識がとても強い日本人にとって、非常に広まりやすい傾向にあります。風評被害を避ける方法は正しい情報をしっかり流すということです。そういう意味では、東京都として一番やらなければいけないことは、正しい情報を正しく伝えるということであり、このことが大事で、その結果、今いろいろ施策が出ていますが、PCR検査なんかもしっかりやっていくことが重要です。そういうプロセスを都民の皆さんや国民の皆さんに知らせることが必要だと思えます。

今、対症療法的なことに対応がなされてきた感じがいたしますが、そういう意味では、大分情報が明らかになってきたので、一旦ここで整理整頓して、あらためてロードマップをつくり直して、都民や国民の皆さんに伝えることが必要なのではないかと思えます。

以上です。

【本保座長】

ありがとうございました。

根木委員、お願いします。

【根木委員】

皆さん、こんにちは。お久しぶりです。

提案というか感想的になるかもしれないのですけれども、都知事が言われたように、本当に楽しむということが最も大切で、僕も観光の楽しみはどんなのだろうとずっと考えながらだったのですけれども、実はこのコロナ禍の中で、僕たち、ほかのスポーツのアスリートも含めて、正直、移動が楽になったよねと。電車が空いていたりとか、店に行くにも、もちろん本当は人がいっぱいいて、にぎやかなほうがいいのですけれども、席を間引いたことによって、車椅子ユーザーによってはすごく使いやすくなって、皆さんもいろいろな意味で困難だと思っていたことが、実は僕たちは日常からの困り事だったりするというものが、今回新しい発見がたくさんできたと思うのです。

僕自身もそうですけれども、街をうろうろする機会がすごく増えて、本当に東京都内にこんなに楽しいところがいっぱいあるのだということを知りました。

なので、いろいろな解決しないと駄目な問題があるけれども、新たな楽しみが本当にいっぱい増えた大きいチャンスになったかなと僕も思っています。

本当にこの時期に、来年、ぜひとも僕も大会を開けたらなと願っていますし、世界中から多くの人たちに来ていただいて、新しい楽しみが増えた観光都市東京というものを皆さんと共に考え、世界に発信できるようなものをこれからも考えていけたらなとすごく思っています。

【本保座長】

ありがとうございます。

滝委員、お願いします。

【滝委員】

今日は大変貴重なお話をいただいて、うれしく思います。

一つ、本保さんがおっしゃったような、必ずV字回復ではないですけれども、インバウンドに対しては全く信じている一人です。

実は台湾の調査をさせていただきましたけれども、今、台湾の人が一番何を求めているかというところ、日本に旅行したいということで、非常に高い結果が出ている。そういう意味では、情報提供に関しては、私どもでやっているLIVE JAPANも、海外からの利用に関しては全然減っていません。そういう意味で、日本に対する希望、期待というのが大きいので、そのための準備もきちんと進めていくことが大事だと思います。

当面、私どもでは外食に対してすぐ役に立つという意味では、今の時代、商品券というよりもポイントサービスではないかと考えています。お店の売上げに貢献するかどうかというような意味では、利用者に対してはキャッシュバック、一般共通ポイントでもいいのではないかと。流通したポイントがキャッシ

ユバックに近い価値を持っていますので。

また、お店を早く閉めても時間当たりの売上げが上がればいいということになると、私が思っていますのは、イートイン、プラス、テイクアウトというスタイル。外食をしたときは家族にテイクアウトを持って帰るといったことが社会の習慣になるような、そのような形で何かお手伝いできればと。私どもは現場の体制が大きいものですから、そのように思っております。

【本保座長】

ありがとうございました。

牧野委員、お願いします。

【牧野委員】

プレゼンテーション、ありがとうございました。

僕からは3点、簡単にお話ししたいと思います。

この3月から、日本を含む世界6か国で旅行者の調査をしてきて、世界的な旅行の傾向としてあるのが「ステイケーション」で、地元の地域を旅することです。これまでインバウンドではいろいろな体験やアクティビティが東京でも生まれてきたと思います。そういったものを都民が自分で楽しむことで東京の魅力を見直し、今後インバウンドの人たちが来たときに東京の魅力として紹介できるようになればと思います。また体験することで磨き上げられ、東京にもっと魅力的なアクティビティが増えていくと思います。

2点目が、コロナによって観光地について調べるのに、先ほどからも話があった通り、オンラインの情報の発信が重要になりました。観光地の魅力を知ることとはもちろん、安全な旅行をするために心配なので事前にたくさん調べたいということもあります。施設がどういった対策が取られているかとか、観光地はどういった状況なのか、混雑具合を避けることができるか、などです。そして旅行に来てもらうためには積極的にコロナ対策や安全に関する情報を国内外に発信する必要があります。今まではどちらかというとオンラインでの情報発信もやらなければいけない、という認識だったと思いますが、今後はむしろオンラインを主軸とした形での情報発信を国内外に向けてやっていく必要があります。

最後にインバウンドに関する意識についてです。今回、外国人観光客が減ったことが良かったという声も聞かれましたが、今後のインバウンド観光の振興のためにはインバウンドに関する偏見をどうやって除いていくかということが重要です。先程星野さんがおっしゃったとおり、インバウンド観光によって都民は何のメリットを享受できているかということ伝えていかなければいけません。また、6か国調査では国ごとに感染症対策について気になる点が異なっていることがわかりました。例えばオーストラリアの人たちはあまりマスクを着用することは気にならないとか、アメリカやイギリスは非接触の決済の普及が

重要と考えていることなど安全対策に関しても考え方が違うことがあります。そうした違いに関しても都民の人たちに理解してもらい、例えばオーストラリアの人たちがマスクをしてなくてもそれは安全を気にしていなく気になる点が違うということを理解することが大事です。そういったことも同時に伝えていくことによって、「違い」を理解していく機会にもなるのではないかと思いますので、そういった情報の発信もお願いします。

【本保座長】

ありがとうございました。

それではレディファーストで、石井さん、よろしいですか。

【石井委員】

こんにちは。皆さん、御無沙汰しております。

本日は、示唆に富んだプレゼンテーションをどうもありがとうございました。

私は、実はコロナが始まってから、フランスから帰れないという状況が続いておりまして、今もパリの事務所におりますが、本当のロックダウンを2か月経験した中で、その後のフランスの動向について少し御紹介したいと思います。

御存じのように、ヨーロッパ、特にフランス人というのはバカンスが大好き、日本でもいろいろな観光地を発見するような、牽引者的な存在として知られておりますが、そのバカンスで海外、いろいろなところに行くのが大好きなフランス人が、今年の夏は94%がフランス国内でバカンスを過ごしています。

それだけフランスから出たくない、出られない、出ないほうがいいという意識が働いているのと同時に、夏休み前から、ロックダウンが終わって数か月たってから、フランス国内の特にパリに近い今まであまり有名ではなかったような県とか自治体が非常に大きなキャンペーンを打っていました。地下鉄などに大きなポスターを出したり、コマーシャルをしたりして、こんなすてきな場所があります、自然も豊かです、文化的な施設もあります、来てくださいというキャンペーンを行いました。

こちらが非常に功を奏しまして、普段ですとビーチに行きたいというのが主なのですが、今年は海がない県での観光が80~110%増加した。つまり、普段の倍、客が来るようになったという傾向が見られました。

特に、人があまり行かないだろうと思っているところにいろいろな人が殺到して、全体の経済効果は非常によいと言われております。例えばカヌーを借りるとか、パラグライダーをやるとか、美術館に入るとかという各観光客が行うアクティビティの数が増加していることによって、人数が増加していることに加えて、さらに経済効果が上がっているということだそうです。

また、そうやって滞在型になりますと、結局、夜過ごさなければいけないということで、宿泊施設、飲食施設はもちろんですけれども、エンターテインメントみたいなことも非常に重要視されまして、例えば古いお城で光と音のショ

一をやるといったことも増えていて、それがまた、こんなところにすてきなものがあるよという驚きになりまして、SNSで発信されるといような、いい循環が生まれてきているというのが現状でございます。

それから、先ほど地域に寄り添う観光開発が必要だというお話がありましたが、そういう意味では、光のイベントとか照明をもっと人に優しい、人に心地いい照明に改善していくことによって、地域の人たちも安心して過ごせるインフラが整備され、それに伴う観光客の誘致につながるということが言えると思います。

最後にもう一つ、先ほどから安心できる要素を発信していくという御指摘が幾つもございましたが、見える照明だけではございません。最近は見えない照明にも関心が高まっております。具体的には紫外線を発する照明で、これによって非常に高い殺菌効果が得られることが分かっております。

私も幾つか開発に関わっておりますが、そうした照明をスタンダードに設置するということを進めていくことによって、例えばこの飲食店にはついているから、ここはクリーンで安心なんだというメッセージ。実際に殺菌していることも大事ですが、それをちゃんとやっているよということで安心感をマーケティングに反映させるということも、今後活用できるのではないかという状況を今、ひしひしと感じているところでございます。

ありがとうございました。

【本保座長】

ありがとうございました。

知事が立たれるまであと2分しかないのです。

アレックスさん、よろしく申し上げます。

【カー委員】

皆様、こんにちは。

3月半ばにタイへ飛び、到着の翌日から空港閉鎖でした。それからずっとタイに滞在しています。

1分しかないので、2点、さっと。

まず、こんな時期にオーバーツーリズムという言葉を使うのはおかしいかもしれませんが、観光客はいずれ必ず帰ってきます。日本は人気があるので、みんな行きたい場所なのです。今はじっくり考えられる時期なので、再び客が戻ってきたときに備えるべきだと思います。

例えば美術館、幸い東京国立博物館はCOVIDの影響で入場制限を導入しました。今後もそれをずっと継続してもらいたい。COVIDがある程度落ち着いた後、「ああ終わりましたね、また以前のように雑然とお客を迎え入れましょう」となるのではなく、しっかり混雑を回避できるシステムを作っておきましょう。それが1つ目です。

もう一つは、先ほど伊達さんから提案があったように、もっと空地为有効に使いたまうということ。空地だけでなく、歩道などのストリートライフをもっと柔軟に考えること。ニューヨークのブロードウェイ、マドリッド、バルセロナ、ロンドンなど、世界中が車の交通量を減らす方向に舵を切っています。週末に限らず、日常的に取り組んでいけば、歩きやすく混まない、商売も成り立つ。いろいろな意味で、住んでよし、訪れてよしと言えるでしょう。観光客のいない今の時期だからこそ、考えることができるのではないかと思います。

以上です。

【本保座長】

どうもありがとうございました。

時間になってしまったのですが、皆さん、大変よいお話をありがとうございました。

知事、もしよろしければ一言お願いします。

【小池知事】

皆さん、いろいろ御協力、またすばらしい御意見、プレゼンテーションを誠にありがとうございました。

このところのコロナ関係でございますけれども、減少にあります。若干、緩慢な減少というところは気になりますが、新しい日常は、各地で、皆さんの意識の高揚、マインドセットによって、またそれを実行することによって、かなり確保されてきているのではないだろうかということを期待いたしております。

また、観光という大きな産業でございます。東京、ましてやオリンピック・パラリンピックを控えて、しっかりと準備をしていきたいと思っておりますので、今後とも御協力のほど、よろしくお願い申し上げます。

誠にありがとうございました。

【本保座長】

それでは、今日はこれで終わりたいと思います。

皆さん、協力をどうもありがとうございました。