

東京の観光振興を考える有識者会議
議事録

平成30年11月19日（月）
都庁第一本庁舎7階大会議室

【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、御多忙にもかかわらず、御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、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のしばらくの間、進行役を務めさせていただきます。よろしく願い申し上げます。

本日の出席者につきましては、座席表の配付をもってかえさせていただきます。

なお、知事は公務のため、会議途中からの出席とさせていただきます。よろしく願い申し上げます。

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

帝京大学経済学部観光経営学科教授でいらっしゃいます、大下茂様でございます。大下様は、東京都観光事業審議会の会長に御就任いただいております。

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～東京 2020 大会に向けた重点的な取組～（仮称）中間のまとめ（案）」の概要、そして、資料3としまして、その本文をお配りしております。資料4の観光振興実行プランの策定について、そして、大下様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でごらんいただけます。

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。よろしく願い申し上げます。

【本保座長】

どうもおはようございます。きょうは1時間という限られた時間になりますが、よろしく願いいたします。早速、大下先生、プレゼンをお願いしてよろしいでしょうか。大下先生のプレゼンをいただいた後に、その上で事務局から資料の説明をしていただきまして、一括で審議をしたいと思っておりますので、よろしく願いします。

【大下プレゼンター】

御紹介いただきました、帝京大学経済学部観光経営学科の大下でございます。

昨年度は、有識者会議に出席させていただいておりましたが、今年度より、先ほど御紹介がございましたが、東京都観光事業審議会のほうに移りまして、現在、取りまとめ役を仰せつかっております。有識者会議の久々の出席ということで、プレゼン時間との闘いにやや緊張感みでございます。

東京都の観光事業審議会では、2020 年に向けて加速度的な取組と、ポスト 2020 を見据えた持続性のある取組の両方を標榜した取組が必要であろうという事で、共通認識とした議論を検討しております。

また、大阪での地震を受けまして、訪都観光客に対する観光危機管理の必要性についても共通認識を持っておりまして、具体的な対応策の意見交換をしていたところでございます。

その後、関西国際空港の台風・高潮の被害であったり、あるいは北海道の胆振地域の地震による全道停電と続きまして、被災された方々の 1 日でも早い復興を祈念するとともに、観光危機管理、特に訪日外国人観光客に対する正確な情報提供というものに必要性を皆さんも感じていらっしゃるのではないかとこのように思うところでございます。

本日は、プレゼンの時間をいただきましたので、特に私の専門といたします観光まちづくりを題材といたしまして、表記しております内容のプレゼンをさせていただき、この後の PRIME 観光都市・東京の中間報告に対する話題提供とさせていただければというふうに思います。

まず最初に、東京観光の魅力と特徴について改めて確認しておきたいというふうに思います。第 1 に、東京は日本の玄関口であることに疑いの余地はなく、訪日外国人観光客の 6 割が訪都している状況でございます。そのため、日本の先端的な取組を追求することが必要であるとともに、オリンピック後も集客を続けていますロンドンを初め、世界の集客都市と比肩できる世界水準を確保する必要がございます。

また、和の文化コンテンツというものを柱に、東京ならではの伝統・個性の深掘りというものも必要だというふうに思います。

これまでユニークベニューやナイトライフ観光などの取組など、日本の玄関口にふさわしいとがった魅力というものを高めてこられました。三角形は最も安定した形態であるわけでございます。しかし、三角形の先端を高めていくと細長い二等辺三角形となり、安定感が弱まってまいります。安定感を保つためには、底辺の裾野も拡大していくことが必要であり、大きな三角形にすることで、東京観光の魅力が強まるものとなると思います。

その底辺を拡大するものが東京都の山間部から小笠原までの約 1,000 キロに広がっている多様な観光資源であり、その活用であると思います。東京は、都心部、そして区部・多摩地域に島しょ部といった異なった地域の原点、記憶があり、履歴の継承と伝統的ななりわいが連綿と続いております。それぞれの地域の資源をテーマ化して、連携しつつアピールすることで、交通条件等の壁はあろうと思いますが、集客力を生み出せる可能性は少なくございません。

資源が眠る環境とともに大切なのが人の存在でございます。東京の第 3 の特徴といたしまして、在住あるいは留学生等の外国人の存在であり、多くの大学

や専門学校等の高等教育機関で学ぶ学生、そして、働き手と住まい手があり、多くの多様性のある人材が東京に集まっていることに着目する必要があると思います。

第2、第3の特徴を生かすことこそが、先ほどの安定した三角形を創出するとともに、東京観光の魅力をさらに拡大することに貢献するのではないのでしょうか。特にポスト2020に向けて、かつ2020のオリ・パラを盛り上げるためにも、多様な主体がかかわる持続可能な観光振興の展開に着手する時期にあると考えております。

本日は、多様な主体がかかわる観光振興について、3つの観点からプレゼンをさせていただきたいというふうに思います。

本日御出席の方々の中で群馬県の出身の方はいらっしゃいますでしょうか。民間調査でブランド力が低いので恥ずかしいと思われているのではないかなと思うんですが、私は群馬県が大好きなんです。群馬県では第二次世界大戦後の荒廃した郷土を何とか盛り上げたいとの考えから、全県を対象に上毛かるたを作成し、小学校の教材とするとともに、県レベルでの大会を開催することで、大人になった現在でも読み札を暗記されているようでございます。群馬県出身の学生に対して「つる」と申しますと、「鶴舞う形の群馬県」というように、その中では資料に示していますような伊香保あるいは草津温泉などの観光施設も含まれております。かるたというゲーム感覚で楽しむ中で、県内の特徴・特産、あるいは県内の観光地や群馬県が輩出した偉人の業績などが記憶の中に入っているわけでございます。また、全県かるたのみならず、市町村版の郷土かるたづくりも盛んでございます。

東京と群馬を比較したものがこの資料でございます。ゼミ生の卒論によりますと、全県を対象とした群馬県の作品は9作品あるのに対して、全都を対象にしたものは4作品でございました。また、群馬県では、市町村当たり8.7作品あるのに対して、東京は1.6作品という状況でございました。地道な取組であろうと思いますが、東京都全体の観光をモチーフとしたような観光まちづくりかるたなどをもとにした観光の郷土教育というものも、3世代が東京で、ふるさととは東京だという子供たちにとっては、長い目で見ると効果を生じさせるものではないかなというふうに思います。

また、沖縄県では、観光の学習教材というものを作成しております。小学生に対してわかりやすく観光の教育をしているわけでございます。資料は教材の中の、観光って何だというところの解説のページでございます。地域の自然、文化・歴史等の地域の個性表現、産業振興というものに加えて、平和への願いといった沖縄ならではの観光の効果も示されております。これらの観光副読本は沖縄県だけでなく、宮崎県あるいは宮城県、市町村レベルで作成している例もございます。

このような中で、東京都の地域資源発掘型実証プログラム事業というものを活用して、墨田区では、地元小学校や中学生を対象に、本学の学生、あるいは桜美林の留学生さんとコラボしたような観光まちづくり事業というものに取り組んでおります。

平成 27 年度、小学生を対象に英語で地元の魅力を紹介できるような取組を、また、翌 28 年度には中学生が大学生あるいは留学生とコラボして、全国の中学生に対して、修学旅行の際に、班別行動になったときに墨田区に来訪あるいは体験してもらうようなプロモーションビデオというものを作成する取組をいたしました。検討成果もさることながら、参加した小中学生のふるさと意識が高まり、観光につながったことを学んだことが最大の成果ではなかったかなというふうに思うところでございます。

第 2 の視点は、在住する外国人や学生あるいは留学生を情報発信の媒体として登用し、全国あるいは世界に発信する取組でございます。左は大田区の例でございます。大田区では在住の外国人の出身国が多いことに着目いたしまして、国際都市おおた大使というものを登用しております。愛称は「来～る大田区大使」と呼んでございまして、各種イベントの参加とともに、外国人の目線での大田区の魅力を、SNS などを通じて母国に発信いただいているわけでございます。

また、多摩市では、市内に 6 つの大学があることに着目をいたしまして、シティセールスの対象を学生・留学生とすることで、多摩市で学んだ 4 年間というものに、地域活動や地域の観光的魅力等を、好印象を持ってもらうということを目的とした取組でございます。この取組の背景には、若者あるいは外国人の非常に発信力が大きいということに期待している取組ではないかというふうに思うところでございます。

さきにお話ししました実証プログラムでは、これまで観光とは、無縁であった地元の方々が地域の資源発掘・活用というものに当たって多様なかわりをもって取り組まれております。資料の左は花街におけるハラルの食づくりと和 문화の融合に取り組んだ例でございます。

また、右の例は檜原村で、地域の若い方々も参加して、「おいね」という特産品を活用して試作品をつくっている風景でございます。

このように地域の中には地域活力を高める取組に参加したいと思っておられる方々がたくさんおられます。地域としては、個性的な観光テーマを提示することで、この指とまれの的にまちづくりと連動した観光事業に取り組むことで、地域の愛着や誇りの醸成、あるいは新しい観光のソースなど、先ほどの裾野の広がりにつながっていくものと思います。

このような取組を展開するためには、地域を牽引する観光協会あるいは観光関係者の構成されるような協議会、あるいは地域の市民活動団体等が先導役に

なるためのスキルの向上が求められると思います。

ポスト 2020 に向けて持続可能な観光事業や観光まちづくりに継続的に取り組むに当たっては、図に示すように6つの力を集めた取組が必要になるというふうに考えております。

まず、全体を企画・構想する力です。次に、地域の魅力を編集する力と、それを発信する力でございます。さらに、地域を統括して、事業を進める力であり、一方では地域内外から、これからの地域観光を支える人材を登用し、育成する力が必要になります。ベースとしては、工程管理あるいは品質管理、さらには災害への備えなどの危機管理能力を加えた6つの力が必要となってくるものと思います。これからの時代においては、卓越した一人の力に期待するのではなく、組織として対応することが求められてくると考えられることから、協会、協議会、あるいは団体等の人材育成に対する継続した支援がますます重要視されてくると思います。

観光まちづくりの担い手は一朝一夕には生まれて機能はいたしません。なかなかやる気になってくれないんですがといったような観光まちづくりの現場から相談されることがよくございます。やる気になる前には、まずはその気になる段階が必要になります。何かおもしろそうと思えるような取組を進めていくうちにやる気が生まれてくるものと思います。その気からやる気へ、そして、その後に本気へと気は変化していくと考えた取組が重要であると思います。

資料には4つの「気」と書いてございますが、今、3つしか言いませんでしたが、それは誤植ではございません。それを、この3つを高めていくことを根気強くやるという、根気というものを加えて4つの「気」というふうに私は称しております。この4つの「気」を意識して、継続的・持続的な取組を重ねることで、東京の観光力はさらに大きく、かつ輝いていくものと思います。

以上で、話題提供を終わりにしたいと思います。御清聴ありがとうございました。

【本保座長】

大下先生、大変興味深く、示唆に富んだプレゼン、ありがとうございました。

それでは、引き続いて、事務局からの資料説明をお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。

【鈴木観光振興担当部長】

はい、承知いたしました。資料2、「東京都観光産業振興実行プラン～東京2020 大会に向けた重点的な取組～（仮称）」の概要について御説明させていただきます。

まず、第1章、基本的な考え方でございますが、今回策定する新たなプランは、「さらに強力で推進が必要な分野」や「新たな対応が求められる分野」など、2020 大会に向けて重点的に取り組むべき施策を選定し、メリハリのある

施策展開によって大会に向けた取組を加速するものでございます。

こうした重点的な取組の成果を大会後にレガシーとして活用するとともに、大会後を見据えた継続的な取組も着実に実施することで、大会開催を観光産業の飛躍に確実につなげていきたいと考えております。

今回策定します新たなプランの計画の対象期間は、2019年度から、2020大会のございます2020年度までの2年間とさせていただきます。

中ほど、第2章に重点的な取組として3つの重点テーマを掲げております。重点テーマの1は、旅行地としての世界的な認知度の向上でございます。観光プロモーションであるとか、MICE、海外企業のビジネスイベントの誘致など、3つの柱を立てさせていただきます。

また、重点テーマ2は、世界の旅行者を楽しませる旅行体験の創出、観光資源やコンテンツといったものでございまして、ナイトライフ観光や都内各地域の魅力開発といった2つの柱を立てております。

また、重点テーマ3は、世界一のおもてなし都市・東京の実現、いわゆるインバウンドの受け入れ環境の整備でございます。災害時を含めた観光案内機能の充実や、多言語対応、宿泊施設のバリアフリー化といった3つの柱を立てております。

このように3つの重点テーマのもとに全部で8つの柱があり、それぞれの柱のもとに具体的な取組、施策がぶら下がる形になっております。

具体的には、資料3の本文をごらんください。お手元のほうに、こちらは打ち出したものを配付させていただきます。

例えば、8ページをお開きいただけますでしょうか。8ページ、重点テーマ1、旅行地としての世界的な認知度の向上の基本的な考え方をこちらで整理しております。

次ページ、9ページには、この重点テーマ1の3つの柱のうちの1つ目、大会開催に向けた観光プロモーションの強化の現状と課題について整理をしております。

そして、これを受けまして、10ページ以降で、この1つ目の柱にかかわる具体的な取組、例えば全世界的な観光PRの強化であるとか、国ごとの市場の状況を捉えた効果的なPRの実施などを掲げております。これと同じような構成で全体、8つの柱それぞれに具体的な取組を掲げているところでございます。

最後、資料4、今後の予定でございます。本日の有識者会議でいただいた御意見を踏まえて中間のまとめを取りまとめまして、来月12月に公表する予定でございます。その後、パブリックコメントを実施するとともに、東京都観光事業審議会から意見具申を頂戴いたしまして、新プラン最終案を来年の2月に公表していきたいと考えております。

事務局からは以上でございます。

【本保座長】

はい、どうも説明ありがとうございました。

ちょうど小池知事がいらっしゃいましたので、よろしければ一言お願いいたします。

【小池知事】

皆さん、おはようございます。お忙しいところ、いつもこの東京の観光振興を考える有識者会議に御出席を賜りまして、まことにありがとうございます。

きょうは、この有識者会議で御議論を、これまでの御議論を踏まえて取りまとめた、この新たな「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン」、長いですがけれども、この中間まとめの案について御意見を頂戴しているところでございます。新たなプランで、2020年大会に向けた2年間のプランで、それと大会後のレガシーも見据えたものにしたと考えております。

特に海外への観光プロモーションや宿泊施設のバリアフリー化といった、さらに強力な推進が必要な分野があります。それから、ナイトライフ観光、これも新たな対応が求められておりまして、その分野については、さらに2020年大会に向けて重点的に取り組むべきテーマを選定し、メリハリある政策の展開をしていきたいと考えております。もう2020年まであとわずかでございますので、皆様方にこうやってお組みいただいた、この案を速やかに実践していくということがまず必要かと思っております。

それから、先ほども8つの柱の最後にバリアフリー化ということ、これを今、条例とすべく磨きをかけている段階であります。それってすなわちパラリンピック対応であり、かつ超高齢社会東京への対応につながるということかと思っております。ホテルなど、宿泊の事業者の皆さんの御理解を得て進めていくべきものではございますけれども、これも早急に実施をすることによって、東京が誰にでも訪れたいくなる、そういうデスティネーションであるということをしつかりと、現実と、それから理想と両方込めて進めていきたいと思っております。

きょうも大変お世話になりますが、よろしくお願いいたします。ありがとうございます。

【本保座長】

知事、どうも大変ありがとうございました。

【小池知事】

来月、このまとめを公表いたしますので、よろしくお願いいたします。

【本保座長】

はい。どうもありがとうございました。バリアフリーのすばらしい、本当にレガシーになるんじゃないかという期待を持っております。

【小池知事】

そうですね。まあ、ビジネスホテル系のところはお風呂などがワンユニットになっていて、大体、よいしょと上がるタイプが多いですよ。しかしながら、いろいろと工夫をしていただいて、改修する部分のところにはいろいろとサポートもし、それから、何か車椅子の基準も幅が決まっているそうなんですけれども。

【本保座長】

60センチだったでしょうか。

【小池知事】

はい。だけど、手が入らないと回せないの、椅子だけではなくて、その余裕の部分も計算しないといけないということで、現場のほうでしっかり対応させていただいているかと思いますが。ということで、きめの細かいところに気がつくことが私はPRIME 観光都市・東京になれるというふうに思います。よろしく願いいたします。

【本保座長】

それでは、ただいまの事務局のプレゼン、それから、大下先生のお話、これを踏まえて本日の議論に入りたいと思いますので、よろしく願いいたします。時間は限られておりますが、一方で人数も限られておりますので、存分に御意見を賜ればと思います。よろしく願いします。

【アトキンソン委員】

すみません、おはようございます。この資料の6ページのところで3つの重点テーマと書いてありますが、1、2、3と書いてあるんですが、もうこのタイミングでこういうことを申し上げるのはどのぐらい可能かという疑問がありますけど、この順番を変えていただきたいと思います。なぜかという、今の世の中では、この第1に書いてある認知度の向上というのは、これは結果であって最初にやるものではない。昔はSNS だとか、Facebook だとか、そういうものがない中で、ここから始まるということは昔の観光戦略の基本なんですけれども、今の世の中でソーシャルメディアが発達していることによって、物自体に魅力があるのであれば勝手に全部発信されるものなので、認知はそんなに考える必要もない。特に、例えば中国のマーケットにおきましては、もう既に各国が観光ホームページをつくって、その発信はもう要らないということ言ってる観光先進国もあらわれています。国全体で、日本の観光戦略全体でも言えることなんですけれども、どちらかといえば、昔の考え方で、認知、ブランド、発信が先行していて、観光資源の整備がおくれていると。これが極めて危険な状況でありまして、1回は来るんですけども、さっき知事のおっしゃるように、「ええ、この程度の整備しかなってないの」といって、そこで、要するに悪い、ネガティブ・キャンペーンが始まりまして、そこで悪影響が走ると。

今現在もそういう意味で、日本の観光戦略は国がそうなんですけれども、と

にかく今年、来年、再来年はもう設備投資をして、徹底的に投資をしよう。そういうことをベースにして、例えば文化庁、観光庁、それで環境省の多言語対応ですとか、それこそバリアフリーですとか、危機管理をどうするんだとか、こういうことはなかなかやってもらえない。地方も動かない。発信するのは簡単。発信するのは、大きな予算はすぐに消化できる。一個一個の観光資源をきちんとした形で整備していくということは大変な作業ではあるということで、これが国全体でおくれています。今、国のほうでは進捗をとって、例えば文化財の多言語対応がいつまでに何件ではなくて、今月は何件やったのかというところでやらないと進まないということは、私、実際にやっている作業の1つでもあります。

そういうふうにと考えると、順番としては、この2番、3番が重要で、1番は最後に、やらなくてもいいということではないんですけども、魅力的になった後にやるものであって、整備してないものを大げさに発信するものではないということなので、この順番をぜひとも変えていただきたいと思います。

以上です。

【本保座長】

どうもありがとうございます。先ほど、たまたま伊達さんともお話をしていたんですが、アメリカに「Travel+Leisure」という富裕層向けの雑誌があって、東京都も大変高い評価をその中でいただいているところですが、ことし初めて、Destination of the Year 2018 に日本が選ばれました。多分、アトキンソンさんのおっしゃっていることも、日本に認知度そのものが向上し、今まで認知度を追い求め続けてきていた状況が大分変化しているということも背景に、今のような御発言があったのかなと、こんなこともあろうかと思えます。

【アトキンソン委員】

全体でなぜそういう設備投資、整備をしなきゃいけないのかというと、恐らく認知度が高くなることによって、昔はどうしても東京に行きたい、どうしても日本に旅行したいと肯定的な人がほとんどでしたが、オリンピックのときには、特に日本文化とか日本の歴史だとか自然に全く興味のない、スポーツが目当ての人が来ますので、必ずしも肯定的でない人が訪日します。

これはロンドンでもかなり危惧されたものでありまして、ロンドンのオリンピックのときに、プレス関係が来るときに、スポーツで来てますので、どうしても行きたい人はそういうような整備されてないものに対して、大目に見てくれるんですけども、厳しい目で見られるということで、ネガティブ・キャンペーンを張っていくことが確認されていました。ロンドンではとにかくプレスを全員登録させて、施設をまずつくって、それで地方に行くためのただの宿泊だとか、食べ物、飲み物とか、いろんなツアーを全部やって、なおかつフリーWi-Fi だとか、全部こうやって用意して、いろんなところに連れて行ってプラ

スのキャンペーンをやったんです。前段階のところではそういうことをしないと、必ずしも肯定的でない人が来るときに、例えば福島の問題を取り上げるとか、東京都はこういう問題があるんじゃないのなど、マイナスの情報は一番とりやすいし、一番読んでくれるので、そういうキャンペーンを張ることが世界共通のものになります。

ですから、ブラジルは建設がだめだとか、まだできてないんじゃないのとか、時間の余裕を持たせておくとそういうことを書かれますので、とにかく忙しくしてしまうということが一番なので、そういう意味では、例えば知事のところでは、その関連のときに、あの人たちをどうやって巻き込んで存在を知っていつて、登録してもらって、いろんなイベントを提案、提供をしていつて、あの人たちとにかくプラスのものを書いてもらって、ただで発信してくれるということが極めて重要で、やっぱりオリンピックというのはそういう意味では非常に危険な面もあります。

【本保座長】

はい、ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。どなたからでも。

じゃあ、伊達さん、お願いします。

【伊達委員】

はい、そうですね、アトキンソンさんのお話しと似たようなことかと思いますが、そもそもレガシーとして活用するって何なのかなど。それを戦略として捉えているのかなというのと、そうではない気がするんですね。どうすれば、レガシーとして活用できるのかというのを戦略的に捉えたときに、今のままのお話では PR して、ネガティブ・キャンペーンされないためにきちんとした対応をしようということだけになってしまうかと思います。例えば Wi-Fi の話もありましたが、その Wi-Fi 環境が整わないということがネガティブに思われていたのは二、三年前の話しであって、もう今となっては当たり前になりましたよね。さらに、これから2年後というのは、もっと IT 環境を活用して、どのようにスマートなサービスを提案するかまで持っていけないと、はっきり言って笑われてしまい、国際都市東京としてのおもてなしの対応の仕方が IT 戦略にのっとっていないと思われてしまうような時代が来るのではないかと私は思っています。

前回も、観光における IT 戦略はありますかとお尋ねしたと思います。東京都としての観光をどうやって IT 戦略にのせて対応していくのか、もしくはオリンピックの中でどうやって IT でストレスのない環境、かつプラスアルファの、かゆいところに手の届くようなスマートなサービス提供ができるのかまで戦略的に考えるべきではないかと思うのです。

今、中国の IT 技術というのは相当進んでいますし、アメリカも当然ですけ

れども、その中で日本での活用はおくれているわけですね。でも、さまざまな技術がある中で、それをどうやって有効活用できるのか提案まで持つていくことによって、私は初めてレガシーと言えるような近代都市東京のオリンピックで開催するにふさわしい1つの新しいアイテムを提案できると思います。

恐らく、ロンドンのときは、まだ、そこまで IT 技術の活用というのが進んでいなかったと思いますし、前回のオリンピックもそのレベルまで行っていなかった。2回目のオリンピックとなる東京なのですから、過去のやり方プラスアルファ、未来のやり方まで提案すべきではないかと思っています。

そういう意味で、資料で示されている重点テーマ3のところに関してですが、例えば1、2の観光案内、多言語対応のやり方そのものも、全て IT によって方法論は変わってくると思ったほうが良いと思います。一、二年前とは違います。先日、シリコンバレーにも行きましたけれども、さまざまな技術が出てきており、新技術を活用するということまで持つていくべきだと思います。

バリアフリーに関しては、どうしても物理的なところがあるので、技術だけでは対応できないので、ハード面としてまず整備しよう。それプラス、ソフト面で対応しようということでは良いと思うのですが、テーマ3の1、2の項目に関しては、四、五年前からずっと言われ続けている内容が、そのままあるような感じがします。ぜひ、二度目のオリンピックをやる東京都として強い思いというのを、ここに込めていただきたいなというふうに思いました。

【本保座長】

ありがとうございます。確かに、IT 戦略をいかにつくり、また活用していくかというのは、何度か御議論いただいたところですね。目の前にでき上がっているステージに上がった状態を念頭に置いて、何を具体的にレガシーとして活用しながら、また次のステージにどう上がっていくかということまで考えると、こういう御示唆でしょうか。

【伊達委員】

命令形ではないのですけれども。そもそもレガシーとは何だという議論を一度、本当はしたほうがいいんじゃないかと思っています。誘致するときから、皆さん、日本全国「レガシー」、「レガシー」と言っているのですけれども、では、それは具体的に何かというのがないまま、ただ言葉だけがひとり歩きしているような気がするのです。今も、この資料を見る限りは、レガシーとして PR 活動を続けようと言っているだけであって、活用まで結びついていないというのは、そもそもレガシーとは何だ、我々が求めるなり目標とするレガシーのあり方の議論が実は足りていないのではないかなというふうに思っています。

もう一方で、レガシーになるためには、そもそも 2020 年は「成功させなければいけない」と思います。この資料2で「東京 2020 年大会に向けた重点的な取組」となっているのですけれども、そもそも「成功させる」が大前提の目

的だと思うのです。では、皆さんの思う成功とは何なのか、議論していただきたいなと思いました。

最大に評価されることも成功ですけれども、やはりネガティブ・キャンペーンにならないように余計なところで失敗しないことも成功だと思うので、それらの松竹梅を考えながら戦略を立てるべきだと思いました。例えば、この10ページ目のところですよ。大会前、大会中、大会後、これはPRの考え方が示されていますけれども、基本的には、大会後、どんなPRをするつもりだから、大会中、どうであり、大会前、どうでありというふうに逆算的にもの考えないと絶対に成功はしないはずなのです。戦略というのはそういったことです。今の資料のままでは、今、何をやろう、次、何をやろう、将来、何か使えるよねというふうな形になっているので、戦略が欠乏している気がしています。

【本保座長】

どうもありがとうございます。

座長が余り発言してはいけないのですが、私、数年前にロンドンのオリンピック担当大臣になったジェレミー・ハントさんという方から素晴らしいお話を聞いたことがあります。今、伊達さんがおっしゃったこととある意味で同じなのですが、オリンピック開催都市というのは大変小さなファミリーであると。このファミリーメンバーの責務が、次の開催都市に自分のレガシーを伝え、成功体験、失敗体験を含めて伝えていくことにあるんだと、こうおっしゃってまして、具体的に自分たちは何を目指して、何をやって、そしてその結果が、どうだったかということをお伝えしない限りは、レガシーをバトンタッチしたという、理念としてバトンしたことにならないと、こんなことを言われたのです。まさに、そうですね。レガシーの想定がはっきりしていなければ、議論のしようがないと。

すみません。ほかの委員の方、お願いします。

【矢ヶ崎委員】

ありがとうございます。小さいものも含めて6点ぐらいあるので、簡潔に申し上げたいと思います。

まず、重点テーマ1なのですけれども、先ほども御指摘がありましたように認知度の向上です。ここについては、恐らく、どんなふうに理解されているのか、知らされているのかという認知の中身のチェックといったところも大事になっていくと思います。

かつて、日本に旅行するのは大変値段が高いという円高の時代の日本の物価の高さを引きずって、それが訪日旅行促進の阻害要因になっていたこともあります。でも、旅行全体のトータルのコストで見ると、日本に来るのがそんなに高いわけではなかった。そういうような誤解されているような、あるいはネガティブ・キャンペーンを張られているようなものについて、きちんと正しい情

報を出していく。認知の品質の向上という観点が必要ということが1点。

それから、プロモーションに関しましては、今、本保座長からもございましたけれども、終了後、聖火の火が消えた段階からが大事であると思います。アトキンソン委員からもおっしゃっていただいたように、大会中にはスポーツが大好きな人が来る。一般の観光需要と違う人たちが来る。そういう方々、スポーツ大好きな方々が来ている特別な期間というものが終わって、なるべく早く一般観光客を戻すという一般の需要にシフトさせていく、需要の中身の変化を乗り越えていく、このために英国では強力なキャンペーンを打ったわけですから、そういったことを参考にされるなりして、なるべく早く通常に戻していく、そのところのキャンペーンも大事かなというふうに思います。

それから、3つ目はナイトライフのところなのですが、これもすごく大事な観点だと思います。本文の中で「一日中、東京を楽しめるよう」という言葉がありましたので、ナイトライフについてしっかりやるということも大事なのですが、あわせて早朝の東京も楽しむという。要するに、東京という場を一日中、楽しむという観点からは、朝のことも書いておいたほうがバランスがとれていいということ。

それから、ナイトライフについては、推進していくと必ず受益する人が出てきます。事業者が出てきますので、健全な事業者を育てるという意味で行政のスタンス、どこまでナイトライフ、観光推進というビジネス分野へ携わっていくのかという行政のスタンスを明確にした上で、お進めいただけるというふうなふうに思います。

それから、4つ目は第3章の大会後を見据えた取組のところなのですが、五輪終了後に、なるべく早く、今、皆様方から御指摘もあったレガシーとは何だったのかという総括をしていただきたいというふうに思います。その総括をした上で、人々のマインドを、次のステージではどういうふうに行っていくのだろうかということで気持ちを合わせていただくといいところが大事かと思います。そのときには、当初想定しているレガシーと違うレガシーも生まれてくるかもしれないので、それも、なるべく把握する。例えば、私が一番期待しているのは、東京都内の事業者がインバウンド観光を我が事として1つの方向にまとまっていったという、そういう協働・協力の成功体験を得て、関係者間の新しい協力関係のフォーメーション、そういったものも開発されていくことがいいかなとは思っています。

あとは、短くです。第3章、1のMICEのところがありますが、これは、ぜひ、エリアMICE、今現在、頑張っているところを活用されて、MとIの強化を頑張りたいなというふうに思います。

それと、最後は本当にちょっとしたことなのですが、多摩・島しょ地域に観光客をやはり誘致していきたいということなのですが、五輪の最中も東京は高

い、混んでいるというイメージが多分先行すると思うのですが、ちょっと外すと来れますよというような、少し東京の面的なところを PR できるように、大会期間中でも多摩・島しょ部を活用してください、大丈夫ですよというような情報発信も大事かなと思いました。

以上です。

【本保座長】

どうもありがとうございました。

続いて、いかがでしょうか。牧野さん。

【牧野委員】

IT、インターネットの話が出ていて、その点で気になった点があるので発言させていただきます。インターネットの利用には幾つかの側面があり、海外に向けてのプロモーションや資料にある海外 OTA の対応を行って海外から宿泊予約をしやすい環境をつくることも大事だと思うのですが、それで終わりではなく、「旅中」で利用も大事だと思います。せっかく Wi-Fi の対応を促進したのであれば、インターネットにつながった環境で何をしてもらおうかということを考えなければいけないと思います。

例えば資料にあるナイトライフのイベントの周知を日本に滞在している訪日外国人に向けてインターネットを通じて行ったり、観光案内の情報をインターネットで提供するなど、「旅中」での情報提供に関してまだ検討の余地があると思います。

インターネットで情報を探ることが日常的になっている中で、旅行中にも情報を探すと思うので、それが満足できたかどうか、旅行の経験の1つだと思います。この部分を、ぜひ、もう少し対応してもらいたいと思います。

もう一点、アトキンソンさんがおっしゃっていたように、ソーシャルメディアが一般化した時代においては、旅行者の方々が自ら発信していただくというのは、これは、もう本当にそのとおりだと思います。そのため東京都としての情報発信はすべて自分たちでやるのではなく、選択して必要な部分に投資すればいいと思います。

例えば、日本や東京来たいと思う人を増やすために、ブランド認知やブランドイメージにまだまだ改善の余地のある国や地域に対してのみ重点的にプロモーションを行っていく、ということでもいいと思います。全体的に日本での旅行の体験を満足度の高いものにして、いかに来た人たちにオンライン、オフラインを通じて発信してもらおうことが重要だと思います。

【本保座長】

ありがとうございました。

マリさん、もし、よろしかったら。

【マリ委員】

今回のオリンピックのレガシーというのは、初めて、そういうちゃんとしたレガシーという名前を計画に入れるということになるので、東京都、そして日本にとってはすごく大きな役割だと思うので、レガシーというものをきちんとつくっていかねばいけないと思うのですけれど。

オリンピックの、私も初期資料でしか読んでいないのですけれども、彼らが言っている五つの柱というのが、スポーツでありソーシャルであり環境、あとアーバンと経済、そしてタンジブルとインタンジブル、ちゃんと残る物理的なものとフィーリングとしてきちんと残していけるような形での、この五つの柱をやっていくということがすごく重要なのです。それで、東京がそれができるといことは、ある意味ではハードルを高くすることになるわけですから、次に開催する国は、東京、また日本以上のものにしなくてはならない。ですから、スタンダードをきちんと日本から発信しなければいけないと思うのです。やればいいということではなくて、本当にちゃんと、その後ろの概念があって、そして私たちはスポーツに関してこういうことをやりますと。

スポーツに関しては、組織委員会のほうも、日本のではなくて IOC としては、やはりスポーツというものを若者たちがもっとやりたくなる、すぐにやることのできるという環境を作っていかなければならないと思います。

例えば、テニスにしても、スイミングにしても、町の中では安くできる場所がなかなかありません。

もっと、子どもから大人まで気軽にスポーツを楽しめる場所を増やしてほしいと思います。と、スイミングプールは、

あと、環境問題の中でも、東京は分別は2つぐらいで、燃えるもの、燃えないもので、非常に私たちユーザーにとっては簡単ではあるのですけれども、やはり海外から見たときに、日本がもっと細かくやっていますよと、東京、とても厳しくやっていますよということでイメージがもっとあると、環境に対する意識も出てくると思いますし。うちは神奈川県なので、もっとたくさん分別があって、本当に面倒くさいのですけれども、環境を意識することを子どものころから学べることは、いいことであると思います。

あとは、アーバンとエコノミクスという都市計画、まちづくりの中で、それこそ、みんなが、東京がどうやって発展してきたかとか、また 1964 年のオリンピックのときにつくったインフラのツアーをつくって、それで、今までこういうふうに進んできましたという、そういうエデュケーショナルツアーがあれば、外国人はすごく興味を持つと思います。

オリンピックで来るということになりますと、もちろん大人は多いのですけれども、ファミリーで来られる方がたくさんいて、さっきのホテルの話で障害を持たれている方々とか、そういう方に対する配慮はあるのですけれども、やはりファミリールームがあるところがまだまだ少ないのです。ですから、検索

して一生懸命探したところで、そこに入ろうとすると、クレジットカードは海外のものは今の話ですけれども受け取ってくれない、リザーブできない。だから、例えば、東京がその期間の間だけでも、PayPal ではないですけれども、何かそういうシステムをつくられて、海外のクレジットカードをきちんと受けてあげて、早くに、もう、みんな予約したがつているわけですから、そういうインフラもつくっていただければいいなと思うのです。

タンジブル、インタンジブルということになりますと、意識として、やはり私たちの東京都というのは、日本はこうやってスポーツをみんなで楽しめるような環境づくりをしていて、それで、なおかつ子どもたちが自分たちがやりたいスポーツのチャンスがたくさんあるということが大事だと思うので、学校の中で、できるスポーツというのが、ちゃんと担任の先生がいなければ、いれば、できるのですけれども、そうではないところは、みんな、もうスポーツクラブに入ったりとか、それをやってくれるところに入っていかなければいけないわけで、そういうのも、もう少し幅広くしてさしあげると、親御さんの中には、このスポーツをどうしてもやりたいというお子さんも早くにそれに取り組めるような形にしてさしあげるということが重要ではないかなと思うので。

それを全部ひっくるめてレガシーとなっていくわけですから、ぜひ、次のオリンピックの模範になるようなレガシーにしていっていただけたらいいなと思います。

【本保座長】

ありがとうございました。

矢ヶ崎さんからもレガシーの総括をとということがありましたが、いかにして総括していくかというのがすごく大事で、観光だけではもちろんなくて、まさにバリアフリーなんかも今回のオリンピックのレガシーになると思うのですが、各国に対してきちんと私どもが示せる東京でのレガシーというのをあらかじめ考えて示していくことが大事であり、広く、例えばスポーツでできるようになったこととか、IT 戦略でここまで進んだとか、そういう包括的な総括をいかにしていくかということが課題だということ、多分、皆さん、おっしゃっているのだらうと思います。そういうきっかけを与えてくれたのも、レガシーというものを正面から、こういう戦略の中で取り上げたということだという御指摘をいただいたように思います。

どうぞ。

【アトキンソン委員】

ナイトライフのところなのですけれども、去年、確かに、いろいろなコンサート等々のネット予約云々の話があったかと思いますが、その後、どうなっているかというところが気になるのですが。

今、上野公園のナイトライフをどうするのかという委員会ができて、私、そ

の委員の一人なのですけれども、全く同じで。例えば、上野公園にある、そのコンサートですとか、そういうようなものを世界に発信するというようなことを言われています。申し上げるまでもなく、いや、コンサートは日本は素晴らしい、そういう頻繁にやっているというのは事実なのですけれども、海外、国内にいる外国人はチケットが取れないので発信しても完全に無駄ということなので。結局、そういうような整備ができていないのに、いや、素晴らしいコンサートをやっていますよということと言っても、それは一般論であって、それで体験ができない以上は意味のない話なので、これがどうなっているのかという、1つ、非常に気になるところです。

東京としては、やはり、どう考えても、ロンドン、ニューヨーク、パリだとか、事前にネット予約ができて、コンサートも含めていろいろなことができるにもかかわらず、そういうようなコンテンツが日本にはいっぱいあるのに、さっき伊達さんがおっしゃるように、IT 基盤がどうなっているのかということ次第で、できる、できないという問題があります。それが1つ。

レガシーを考えると、競技場が終わった後にどうするのかということは、もう既にいろいろなところから、壊す計画になっているのか、生かせるつもりなのか、終わった後にどうなっているのかというのが全然議論されていないのかという、地元からのそういうようなコメントはあるかと思しますので、やはり、そういうスポーツ競技場を、さっきの話にありましたように、いっぱいつくって、終わった後に都民等々がどういうふうにするのかということと、あとはインバウンドでどこまでそれを使えるのかということを考える必要があるのではないかと思えます。具体的な現実的なレガシーとしては、各施設をどうやって生かすのかということが大事ではないかと思えます。

発信のところに戻りますけれども、考えれば当たり前なのですけれども、ゴールデン街は、例えば、東京とか日本として、それを発信することによってあんなに流行ったかという事実は何もないわけだから、おもしろい、整備されて、それでちゃんと対応していれば勝手に発掘してくれるものなので、繰り返しになりますけれども、とにかく物の整備を進めていって、発信はほとんど勝手にやってくれるというふうに思い込んだほうがいいのかと思います。

【本保座長】

ありがとうございます。20 ページにナイトライフの情報発信の強化とあるのですが、その裏側で、チケットの入手等もインフラ整備がなければだめだという御指摘です。これは、事務局から、どう考えているのか、ちょっとお答えいただいて、その後先生にも一言、お願いいたします。

【鈴木観光振興担当部長】

今のアトキンソン委員のお話の関係でいいますと、20 ページのところでございますけれども、上から2つ目のところ。「旅行者がエンターテイメントに

関する情報を入手しやすくなるよう、公演情報等を集約したポータルサイトを制作する民間事業者の取組に対する支援を検討する」とございます。今、アトキンソン委員からも、情報だけでなく、チケットをどう入手できるかという御指摘がございました。エンタメに関しては、私ども行政としても、自分たちで直接やるというよりは、いかにして民間事業者の方の取組をどうサポートしていくかという視点から、一体、何がどこまでできるのか、そうしたところは、よく民間事業者の方のいろいろな最新の動きを見ながら今後検討していきたいと考えております。

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。具体的にチケットが取りにくいという問題があるのであれば、そういうことを民間と共有して解決する方向で努力していただきたいということだろうと思いますので、よろしく申し上げます。

大下先生、よろしければ。

【大下プレゼンター】

ありがとうございます。発言権を与えていただきまして、ありがとうございます。

今日、お話を聞いていまして、2020、あるいは2020以降という2カ年の計画であるということ審議会のほうで取りまとめさせていただいている立場から言わせていただきますと、ありがたい、それに対して御指摘がなかったということは前向きに取り組んでいきたいと思っております。

審議会では加速度的という表現をしていたのですが、重点的な取組、さらには、それ以降の持続的な取組、その両方を標榜するということに対しても、今日、御意見をさまざまいただきましたので、ぜひ、計画の中に盛り込んでいけるようにしてまいりたいと思っております。

また、災害時の対応の話とか、あるいは多様な主体がかかわるということは、これは2020までの話もあるし2020以降の話もあるし、非常に大事な大きなテーマであると思っておりますし、また、多摩・島しょ部への誘客という話は、先ほど「すいていますよ」という、ちょっと自虐的なところがなくはなかったのですが、地元の中でいろいろ話し合っていると、何かやりたいという気持ちのものがものすごく多いわけでございます。

そのときに、いつも議論になりますのが一番大きなタイトルであります「東京都観光産業振興実行プラン」なのですけれども、そのもとがですね、どこで切るかによって大きく異なるわけでございます。「東京都観光産業/振興実行プラン」と言ってしまうと、観光産業だから私たちは関係ないねと言われるのですが、「東京都観光/産業振興実行プラン」という言い方をすると、そこで一言、読み点を入れて発言いたしますと、東京の観光を使って産業振興を図っ

ていくのだということであるならば、農業あるいは漁業、それから、まちづくりの方々、あるいは、さらには大田区だとか品川区のものづくりの方々、あるいは商店街の方々、そういう方々も、私たちも東京の観光に対して産業振興するという立場からだったら何かできるよねというふうに広がっていくことが、観光まちづくりの中でよくある話でございました。

したがって、これは、とり方によっては、観光産業のためだけではなく、東京観光を通じて観光産業を広げていくのだというような、産業を振興させていくのだ、あるいは地域の誇り、あるいは愛着を広げていくのだということであるならば、2020 に向けてすぐにでも取り組めば、多摩地域、あるいは島しょ部でも十分可能性がある話でございますので。何か地味ではございますけれども、そういったふうな取組、さらには子どもの観光まちづくりというものも含めて、長い目で東京の観光をやるきっかけ、振興するきっかけが今回の2020 であるというふうに捉えて、取りまとめのほうを詰めさせていただければというふうに思っております。

どうも、本日は御指摘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。

まだまだ御意見等もおありだと思いますが、時間になりましたので、ここで今日の議論は終わらせていただきたいと思っております。

最後になりますが、知事から一言ございましたら、お願いできますでしょうか。

【小池知事】

ありがとうございます。いろいろと活発な御議論、また本質的なポイントを突いていただく御発言等もございました。ありがとうございます。

IT 環境も、この1、2年で本当に様変わりしております。それから、IT にかかわることだと思いますけれども、これほどキャッシュレスというか、ペイメントが本当に一瞬でできてしまうというようなのも、この1、2年で劇的な変化を遂げていると思うのです。私、間接的にはございますけれども、伺ったところでは、瀬戸内海の草間さんや安藤忠雄さんの直島などの、ああいう瀬戸内海の小さな島も、もうキャッシュレスでないとお客さんが困るからという話を聞くわけでね。では、問題は、これ情報はどこに行ってしまうのですかとか、さまざま課題がある中で、日本の金融機関としてどういう形をとるのかなどなど。

海外からいらして最初に観光客が何を買うかというとお財布を買うそうでありまして、要は、みんな、もう、お財布を持っていない時代に入っているというのが、日本に来ると何か急に後戻りしたような印象を与えてしまうなど、この間、議論していたものも、本当に、すぐ陳腐化してしまうぐらいのすさまじ

さなので、より先を見て、そして、その上で進めることを、できるだけ早く着手していかないと間に合わないなという思いであります。

よって、来月公表いたしますが、中間取りまとめということで、ただ、もう、これは着手できるところはどんどん進めていくというスピード感を持たなければだめだということ、今日の皆様方の御発言を伺っていて、新たにそのことを感じた次第でございます。今後とも御協力、どうぞよろしくお願いいたします。

【本保座長】

知事、どうもありがとうございました。

それでは、事務局にマイクをお返ししますので、連絡事項等ありましたらお願いいたします。

【小沼観光部長】

事務局でございます。本日、御議論いただきました東京都観光産業振興実行プランの中間のまとめにつきましては、本日の議論を踏まえた上で、後日、12月を予定してございますけれども、公表させていただく予定としてございます。

事務局からの連絡事項は以上でございます。

【本保座長】

どうもありがとうございました。

それでは、これもちまして本日の会議を終了したいと思います。どうもありがとうございました。