東京の観光振興を考える有識者会議（第２回）

平成 28 年 5 月 11 日

【坂本観光部長】

お揃いになりましたので、これより、第２回目の「東京の観光振興を考える有識者会議」を開会したいと思います。本日は、ご多忙の中、ご出席を賜りまして、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坂本でございます。何卒よろしくお願いいたします。

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。初めに、本日の委員の皆様方の出欠の状況について、ご報告をさせていただきたいと思います。

本日は、委員 15 名の内、11 名の皆様方にご出席を頂戴しております。石井委員、細野委員、矢ケ崎委員、山田委員、こちらの４名は、所用のためご欠席と相なってございます。なお、石井委員からは、本日の議題に関してコメントを頂戴してございます。後ほど、本保座長から、そのポイントについてご紹介を頂戴する予定となってございます。

引き続きまして、お手元にお配りをしてございます、資料の確認をさせていただければと思います。お手元には、まず、「議事次第」、「座席表」、「資料１（委員名簿）」、「資料２（「東京都観光産業振興アクションプログラム 2017（素案）」の概要）」、「資料３（「同アクションプログラム 2017（素案）の論点とポイント」）、引き続きまして、「資料４（同アクションプログラム 2017（素案）（案）」、こちらは、まだ「案」という形をさらにその上につけさせていただいております。さらには、「参考資料（観光を取り巻く現状）」、そして、本日プレゼンテーションを頂戴いたしますが、矢内委員、澤田委員からご提出をいただきました資料、そして、先ほど申し上げた石井委員からのコメント、さらには、生活文化局からの提出資料、こちらの方をお配りしてございます。ご確認のほど、何卒よろしくお願いいたします。

それでは、この後の議事の進行につきましては、本保座長にお願いをしたいと思います。よろしくお願いいたします。

【本保座長】

それでは、第２回の会議を開催したいと思います。今ご説明がありましたように、本日の主たるテーマは、一つは、ご提示いただいてますアクションプログラムの素案についての審議でございます。それからもう１点は、２点テーマ

を取り上げての議論になりますので、よろしくお願いいたします。
それでは、議事に先立ちまして、事務局から、「東京都観光産業振興アクションプログラム 2017（素案）」について、ご説明をいただきたいと思います。資料につきましては、事前に、委員の皆様にご覧いただいてると思いますので、ポイントを絞って、簡潔な説明をお願いしたいと思います。

【坂本観光部長】

はい、かしこまりました。それでは、事務局の私、観光部長の坂本から、「資料２」と「資料３」というＡ４、Ａ３の横の紙２枚、こちらを中心に、手短に今回の「アクションプログラム 2017（素案）」の概要について、ご説明をさせていただければと思います。こちらの「資料２」をご覧いただきますと、青い網掛けをしてある五つのパート、こちらの方がございますが、全体の構成は、この五つに分かれているということでございます。

左の上から最初に、「策定の意義」。これが、本体冊子「資料４」ございますが、こちらの１ページから続くという部分でございます。内容といたしましては、基本的な考え方とスケジュール、あと、目標について触れさせていただいております。

最初の「基本的な考え方」ですが、観光産業の意義、これは、重要性ということになります。さらには、そういう観光産業、観光を巡る環境の変化でございます。これは、外国人旅行者の急増などに象徴されるものでございます。さらには、冊子といたしまして、このアクションプログラムの冊子としての位置づけは、中長期的な視点に立って、総合的かつ体系的な施策の展開、こういったことが必要であるからこそ、これを策定する意義があるんだという、そういった締めくくりとしてございます。

その次の「スケジュール」でございますが、今日お示ししてございます、この素案の案でございますが、５月の下旬には、素案の案の二つ目の「案」が取れまして確定版になり、内容的には今後の取組の方向性という大きな方向性を指し示すというような内容になります。

続きまして、中間のまとめを、今年の 11 月を目途に取りまとめまして、年度内、年明けとなろうかと思いますが、最終的な確定版を、パブリックコメントなどを集約した形で、世に問うということを考えてございます。

そして、三つ目の「目標のあり方」なんですが、これは、やはり、観光産業の振興の一つの根幹的な部分にもなります。観光振興を行うにあたって、どのような目標で取組を進めていくべきかというところ、こういったものを検討していくべきという問題意識を披瀝（ひれき）させていただいているところでございます。

引き続きまして、二つ目のパートなんですが、「観光を巡る具体的な現状」と

いうことで、これは、もう皆様方、いろんな形で、だいたい最大公約数的に共有できているような部分だろうと思いますが、一回整理をさせていただいた内容が、本体冊子４ページから 10 ページまで続くような内容となってございます。内容的には、やはり、外国人旅行者が、この 10 年間では訪都ベースでも２倍になってますとか、消費もそれにつられて拡大して、今や 7,850 億円というお金が消費に投じられるという状況。さらには、それに応じて、宿泊施設の稼働も約８割という、非常にフル稼働に近い水準までに上がっているという話。さらには、最近の ICT 化の進展に伴いまして、やはり、外国人旅行者、ガイドブックという紙媒体ではなくて、情報収集のあり方が ICT 化、こういう中で変化を遂げているということ。さらには、都内といっても非常にエリアが広うございますので、区部だけではなくて、やはり、多摩や島しょ部への送客の必要性が次第に高まっているということ。そして一番下に、「観光都市東京としてのステータス」ということになりますが、民間のランキングづけでも、やはり、観光都市という点では、まだまだ上に行く余地があろうというような、そういうような現状が我々の周りにはあるんだ、というようなことをまとめさせていただいております。さらには、次の「四角の３」は、若干小さいくくりになりますが、「これまでの取組」ということで、都の政策としては、概ね外国人旅行者の誘致。さらには、観光資源の開発や、来ていただいた外国人の方を含めた消費拡大をどうしたらいいかなど。これ以外に、MICE のような内容、こういったことを盛り込ませていただいております。

そして、いよいよこれからが、今後ということになるんですが、右の上の方に移りまして、「四つの重要な視点」という形で、新たな取組の視点を 14 ページ以下２ページほどでまとめさせていただいてございます。

一つは、視点のトップには、観光の一大産業化という視点を据えさせていただいております。やはり、産業としての観光が効率化、さらには、利便性の向上にどうつなげていって発展を遂げるのか。さらには、その担い手をどうするのかという視点です。二つ目が、将来を見据えて、これまでにない新たな視点から観光資源をどう開発していったらいいのかというような部分も設定させていただきました。さらに三つ目が、今、私ども、東京ブランドという形で、今日も会場の壁に、「＆TOKYO」のロゴ・キャッチコピーを貼らしていただいてますが、こういうものを媒体として魅力の発信を行い、さらには海外から効果的な誘致活動を行う必要性があろう、というような問題意識を視点の三つ目として設定しておりまして、最後には、「受入環境の充実」ということで先ほども触れましたが、ICT 化の進展に伴いまして、やはり、受け入れという点では、ハード面での対応も必要ですし、もてなしという切り口からいきますと、ソフト面でも、そういう環境のレベルアップが必要だという、そういったような視

点がここで設定されております。

それで、こういった視点に基づきまして、どういうことを取組の方向性としてやっていくのかというのが、５番目になりますが、ここの内容は、概ね「資料３」と重なりますので、「資料３」の次のＡ３の横のペーパーをお目通しいただきたいと思います。取組の方向性の前にですね、このペーパーの左上に「目標設定の多様化」ということで、いわゆるどういう目標を設定していくのか。これは去る３月 30 日、国の方でも観光に関するビジョンが出てますが、やはり、目標の多様化が進んでおります。やはり、消費とかリピーターをどう捉えるかという、そういったところで目標の設定を行っている。これを今回、我々もどのように考えていくべきかと。

まあ、今回、この素案の中では、目標の値そのものは出さないので、中間のまとめの段階で提示ができればというような、そういった一つ論点がここで示してあるところでございます。さらには、先ほど申し上げた取組の視点が四つございますが、こういう取組ですべてが網羅しきれているか、さらには、そういう視座の置き方が適切なのかというのが一つポイントになろうと思っております。

そして、いよいよ取組の方向性、ちょっと六つなので駆け足になりますけれども。一つは、先ほどの、観光の一大産業化に重なりますが、消費の拡大に向けた観光経営という、そういう着眼点になります。課題といたしまして、この赤字のところに象徴されますが、やはり、観光産業という泊まる場所の旅館を含めていろいろな産業がございまして、その生産性をどう高めて、担い手の人材をどう育てるかと。それで、方向性としては、やはり、事業者は経営体としての事業者ですから、マーケティングや ICT 化というようなスキル、方法の導入が必要であろうと。

人材面でいうと、マネジメントを担う層と、やはり、最前線でサービス提供の担い手、これを両面から育てていく必要があろうと。さらには３番目、旅館というものに特に着目した場合、まだまだ稼働率が高くはないですから、この稼働率向上に向けてブランドの発信とか、あとは地域とのかかわりで旅館をどう考えるか、ということを述べさせていただきます。さらに二つ目が、観光資源の開発ですが、こちらは新しい視点でどう進めるか。さらには、多摩と島しょ部地域をどうするかという形になってございます。新しい視点というのは、前回もいろいろ議論を頂戴しておりますが、やはり、一つは水辺、さらには、石井委員からご提言いただいてるライトアップ、光、さらには、ナイトライフという夜のいわゆるエンターテインメント、こういったものが対象になろうと思います。さらには、大規模な祭りをつくって、集客力を高める。

さらには、そういうような波及効果が多摩と島しょ部の自然や農林水産業の

活用の中で誘客にどうつなげていったらいいか、こういったものが一つの方向性と考えてございます。３番目が、東京ブランドと観光プロモーションの新たな展開ということでございまして、一つ今回打ち出している右側の方向性には、いわゆるラグジュアリーといわれている欧米豪から富裕な旅行者層、これをどう取り込んで訪都に向けた働きかけにつなげていったらいいのか。さらには、観光のＰＲの手法として、パリやニューヨークのような都市と相互にＰＲ活動をやったらいいのではないか。さらには、やはり、国内における東京ブランドの推進ということで、地域の隅々にまで行き渡るようなブランド推進の取組にどう後押しができるかというような、こういった問題意識から方向性を設定させていただいております。

次の MICE ですが、こちらの方は、会場となる施設が、やはり、一定のレベルを維持しなければいけない。さらにエリア的には、都内では多摩地域を伸ばしていく余地があろうと思っております。そういう内容を方向性の方でも、施設の更新や機能を含めた質の向上、さらには、多摩地域での展開、こういうような方向性として取りまとめてございます。さらには、５番目の外国人旅行者の受入環境については、やはり、多摩と島しょ部、快適な環境を旅行者にどう提供できるかという点で考えてございます。方向性といたしましては、例えば、多摩地域で観光情報センター機能、こういったものをもうちょっと、しっかりとコアとなるような拠点として設定ができないであろうか。さらには、ボランティアのような集団を使いながら、対面で良質な案内サービスを提供する。そのためには、やはり、先駆けとなるリーダーですとか、さらには、障害者が参加してやってもいいのではないだろうか。こういうような方向性を示してございます。

さらには、三つ目に、熊本の地震もございましたが、やはり、観光していても災害も起きますし、緊急事態も起きます。こういった場合の旅行者、特に外国人に対する安全安心の確保をどう図っていくかがテーマになろうと思います。そして今話題の一つとして、ホールや劇場の確保、これをどう進めていくかというのが、今日もいろいろご説明を頂戴いたしますが、非常に重要な問題となっていますので、これに向けた取組もしっかりとやりたいということをまとめさせていただいております。

そして最後に、日本各地と連携した観光振興ということで、東京と東京以外の各地との連携の強化、これを進めていかないといけないということでございます。これは、広域的自治体としての東京都のみがやるだけではなくて、都内にも区市町村という基礎的自治体がございますので、そういう基礎的自治体が姉妹都市、友好都市というような形で、他県の基礎的自治体とどうやって交流を深めて観光振興に結び付けていったらいいのか、結び付けていくべきであろ

うと、こういうような方向性を述べさせていただいているということでございます。概ね、これ、冊子としてはですね、お読みとりいただくと 37 ページ、40 ページ弱の内容となってございまして、論点も含めて、事前にご説明の部分も含めて、いろいろ問題意識をお持ちいただいて、今日お越しいただいているものと思っております。こういう内容を踏まえまして、今日、ご議論、ご審議を頂戴できれば幸いでございます。何卒よろしくお願いいたします。

【本保座長】

はい、どうも、資料説明、ありがとうございました。それでは、知事がご入室されるまで、少しお待ちをいただきたいと思います。

すみません、一言申し添え忘れましたけど、アトキンソンさん、今日初めてですよね。今日来られていますので、皆さん、よろしくお願いします。

どうも、知事、ありがとうございます。早速でございますが、一言ごあいさついただいて、よろしいでしょうか。

【舛添知事】

はい、じゃあ、座ったままで失礼いたします。

お忙しい中、また今日ご出席いただきまして、ありがとうございます。前回、大変有意義で建設的な議論ができたと思って喜んでおります。今回もいろんなご意見を賜りますことを期待しております。

2020 年の外国人旅行者数の目標を政府の方は倍増、つまり 2,000 万人から 4,000 万人ということにさせまして、2030 年には、この 3 倍の 6,000 万人という高い目標を掲げておりますので、東京都としてもですね、この国の積極的な動きと軌を一にして、頑張って観光振興をやりたいと思っております。

今日ご検討いただきたいのは、「アクションプログラム 2017」の素案ですが、これは、年度内の策定に向けて方向性をまとめたものです。

東京の、観光というものを東京の一大産業に育てていくというためには、新たな観光資源の開発が特に必要だというふうに思っております。例えば、東京というのは水の都だということで、水っていうことを強調してますけど、運河、それから、この港、素晴らしいウオーターフロントを含めて水辺の空間がありますので、これも可能性があるというように思っています。

それから、パリとかロンドン、ニューヨークに比べて夜の町が寂しいなという感じがするので、ライトアップで演出するっていうことも考えています。

それから、ここにバッチを付けている、この東京ブランドという、この発信もやっていきたいと。この前、日本の提灯に名前を書いて、「＆TOKYO」とやってもらうようなこともやりました。

今日は、このアクションプログラムの素案に加えましてですね、一つは、ホールと劇場、もう一つは、交通機関について議論をしたいというように思って

おります。ホール、劇場は改築とか改修、それから、閉鎖が相次いでいて、このハードの箱が足りないというのは、もう各団体がおっしゃっているので、ヒアリングをやったりしていますけど、３月には馳文部科学大臣のところにまいりまして、ちょっといろいろ一緒にやってくれませんかということをお願いしました。例えば、学校なんかに立派なホールを備えているところがあるので、これも使わせてくれるようなことを今お願いしております。

そして、先ほど、ちょっと夜の町が暗いんじゃないかというようなことがあるんですけども、ナイトライフっていうのを少し充実させたい。先ほど言ったような街っていうのは、先般もニューヨークに行って思って、久しぶりにブロードウエイを通過したら、ああ、やっぱり、この真夜中近くで賑やかだなあと。ところが、一部の地域を除いて夜の時間帯というのは、東京でエンターテインメントがない。これは、パリなんかでも、例えば、晩ご飯を食べて、その後に芝居を見たり、コンサートを聞ける。逆に芝居やコンサートを夜の早い時間に見て、９時半とか 10 時に終わったときに、おなかがすいた、食べに行こうと思うと、たくさんレストランがあって、ここでゆっくり見た芝居とかコンサートの評をしながらですね、楽しむと、そういうことができるんですけど、ちょっとその両方ともできない。

だから、例えば、東京に来られる外国の方は、限られた期間来られるわけですから、昼間いろんな名所を見て回って、そして、晩ご飯を食べて、ああ、ちょっとまだ歌舞伎を見てなかったと。だけど、夜の 10 時から歌舞伎を１時間で回ってくれるところがあれば非常に喜ばれると思うんです。ちょうど私たちがパリやニューヨーク、ロンドンに行ったときに逆のことをやりたいと思うので、そういうことも一つであります。

それから、もう一つの交通機関ですけれども、公共交通機関が相当、東京は進んでいるのですけれども、海外から来て、我々が外国に行ったとき、まず言葉がわかんない。じゃあ、どういうふうに移動するんですかと。どういうふうにバスと鉄道を乗り継いで行けば一番いいのかと、こういうことをしっかりやっていきたいと思っております。

新宿駅というのは、1 日当たりの利用者の数というのは 358 万人で、これは世界一のターミナルです。もう私鉄から何から地下鉄からいっぱい入っているターミナルなんですね。それから、先月、バスターミナルのバスタ新宿、これが開業しましてオープニングに行きましたけれども、鉄道と自動車とのアクセスが非常に良くなったということで、今やっているのは、例えば、小田急、京王、地下鉄、全部サインが、新宿がバラバラだったのを統一しようということをやって、新宿モデルができれば全部のターミナルに同じことをやっていこうと思っています。それから、バリアフリーもまだ十分じゃないので、そういう

こともやっていく。言葉のバリアフリーもやっていくと。そういう交通機関についての受け入れ機関をしっかりするっていうことが重要でありますので、今日はお二人の委員の方々に、そういうテーマについて忌憚のないご意見をいただきまして、そして、議論をして、これからの東京の観光をさらに進めるためのヒントを得たいと思ってますので、よろしくお願いします。ありがとうございます。

【本保座長】

どうもありがとうございました。本日の業務の進め方につきましては、もう既に知事からお話がありましたが、アクションプログラムの議論をしていただいて、二つのテーマ、「ホール・劇場」および「交通機関」について議論をお願いすると、こういうことになっております。ホール・劇場につきましては、矢内委員からご説明をいただいた後で、生活文化局長から都における対応についてご報告をいただくという段取りになっております。また、交通機関につきましては、澤田委員からご説明をいただくことになっておりますので、よろしくお願いいたします。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。

それでは今申し上げた順番に従って、まず、アクションプログラムの素案につきまして 30 分ほどご議論をいただきたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

最初に観光部長からご紹介がありましたように、石井委員が欠席されておりますが、書面でコメントをいただいていますので、ポイントを紹介させていただきたいと思います。お手元に資料がありますので、ご覧いただきながら、お聞きいただければ、ありがたいと思います。

四つほどアクションプログラムについて、石井委員からご意見をいただいております。一つ目は、「ライトアップによる演出について」でありまして、「パリを参考に」と書いてありますけれども、シンガポールあるいはリヨンといった光に関する「新たな祭り」をつくり上げた先進事例がたくさんあるので、これもきちっと参考にした方がよいとおっしゃっております。

また併せて戦略的な取組が必要だということで、大きなマスタープランなり基本的な考え方をきちっと定めた上で、これに基づいて個々のアクションを積み上げるべきだと、前回のプレゼンでもおっしゃってましたが、このことを強調されております。

二つ目に、水辺の賑わいや「祭りの創出」、「多摩・島しょ地域の観光支援強化」につきましてですが、これについても光の演出を活用するのがよいのではないかというご提案をされています。光の演出を活用することで、夜におよぶということで宿泊飲食、こういうものに相乗効果が期待できるというポイント

であったと思います。

　また同じように、新しい祭りをつくることにつきましても、夜間プログラムを活用して、光を活用していく。そのうえで多摩地域にも展開していくのが効果的ではないかと、こういうようなご意見をいただいております。

　最後に、水辺にも関連してまいりますが、河川や湾岸を使って「拡張現実」、ＡＲの技術とかアニメを用いた、例えば、日本のアーティストによるデジタルアートとしての光の作品の観賞をしてもらうというようなデジタルフェスタというものを具体的に考えたらよいのではないかと言われております。

　テーマについてもコメントがありまして、あえて日本の伝統芸術とか芸能あるいは江戸というものをフィーチャーすることによって、日本的な伝統と革新とをミックスした形でプレゼンをするのが効果的ではないかといったご意見をいただいたところでございます。

　こういうご意見も参考にしながら､各委員から自由なご意見をいただければ､ありがたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

【星野委員】

　それでは、ちょっと、一番最初に申し訳ないです。先ほどご説明いただいた素案のときに、ちょっと気付いた点だけを最初にお話ししておきたいと思ってます。

　私は、日本の地方で、あちこちで観光していてですね、そして今回、この東京のメンバーに加えていただいて感じるのは、東京に何か問題があるんだろうかというぐらい東京は強いということです。地方に比べて圧倒的に強く、おそらく日本の観光における、そのリーダーであり中心であると思うのです。

　こういう東京の観光産業の将来を考えるときに、日本観光のハブとしての自覚というか、そのハブとしての戦略っていうのをぜひ盛り込んでいただけないだろうかって思うんです。それは、もうリーダーとして、日本全体にとって東京が集めるか集めないかっていうことが、すごく日本全国に影響することだと思ってますので、その自覚を何かこういうアクションプランみたいなときにですね、一番最初の前提として持っていただけると、日本全体が東京を見ながら頑張れるんじゃないかなと思ってます。

　それは東京のためになります。東京から地方に行ってもらう。逆に地方の個性を東京が積極的にアピールすることは、東京にリピートする原因をつくるんですね。世界の大都市って大体そうです。大都市だけにリピートしてるんじゃなくて、大都市の周辺の新しい魅力が出てくると、そこに行くためには、じゃあ､東京も寄っていこうと｡その大都市には必ずハブとしての滞在になるので、東京にもプラスになると思ってます。

　それから、目標設定のところなんですけれども、いろいろ例がここに出てい

ましたが、「人泊」と「消費額」にすべきだっていうふうに私は考えています。これは外国人だけではなくて、日本人を含めた人泊と消費額を目標にすべきだと思っています。

人泊っていうのは、人数×泊数ですので、やはり、どうしても長期滞在を含めた泊数が、しっかりと入っている目標を設定した方がいいと思ってます。

そういう意味で、もう一つ、実は日本の各地域、自治体で一番苦労なさっているのが、おそらく観光の正しいデータがしっかりと得られていないという点だと思うんですね。例えば、入り込み数にしても日本の各自治体はかなりダブルカウントしているんですね。あちこちに寄った人たちを二重に数えていたり三重に数えていたり、行く場所が多いとですね、そのダブルカウントの数が多かったりします。なので、これは泊数とか、人数とか、入り込み数とか消費額っていうのをどうやって把握するのかっていうのは、世界の観光の中で、その精度を高く持っているところが、やはり、長期的にはですね、やっぱり、勝っていくんですよね。なぜかというと、それが正しい政策に結びつくからです。

ですから、東京は日本の観光のリーダーとして数字を正しく把握するために、こういう投資をするとか、こういう集計の仕方をするとかって、もっと簡単に正しく把握できる方法を開発していきますっていうことも、実は観光のためには大事なんじゃないかなと思いますし、その役割を全うできる人材育成も大事だというように思っています。

最後に、ちょっと、これは、また小さな話なんですけども、私は、日本人が大事だって思っているので、日本の修学旅行がもっと東京に来てほしいなと思っています。海外からっていう人数がどうしても目標になりがちなんですけれども、もっともっと日本の地方の子どもたちが東京に来る、やさしい観光地になるにはどうしたらいいだろうかっていうことも考えていただきたい。

もう一つ、意外に海外に東京を宣伝してくれたり、日本を宣伝してくれているのが留学生です。留学生が一番多いのは、私は東京だと思うんですよね、日本の中で。ですから、東京こそ訴えていける観光戦略っていうのは、東京に、いかにたくさんの留学生を連れてこれるかなのですね。それは日本政府の目標でもあります、留学生を増やそうと。

逆に、その留学生に、いかに日本や東京を宣伝してもらえるか。または今、東京がアピールしようとしている各地のアトラクションを情報発信してもらえるかっていうような視点も、ぜひ戦略の中に盛り込むと面白い形になるんじゃないかなと思っています。

ちょっと長くなりましたけど、以上です。ありがとうございました。

【本保座長】

はい、ありがとうございます。最初におっしゃった東京が日本の観光のハブ、

リーダーとして機能すべきだと。あるいは首都としての役割ということになると思うんですが、実は私も同じ意見を持ってまして、これは、なかなか役人レベルでは発想もできないし、回答もできないところですね。知事、もし、よろしかったら、一言、いかがでしょうか、お考えを。

【舛添知事】

いや、あの、まさにおっしゃるとおりなんですけど、あまり「東京、東京」っていうと他県の知事さんたちにいつも怒られちゃって、東京一人勝ちなんてことになるんですけれども。やっぱり、どうしても今言ったような点は、私が言うといろいろ差し障りがあるので、ぜひ、これは皆さま方に持っていっていただきたいなと思っています。

【本保座長】

ありがとうございます。

【星野委員】

ハブになって、地方に送っていただければ、東京もハッピーですし、地方にハッピーだと思うのですが。

【舛添知事】

今、そのルートをね、だから、例えば、東北はもちろんそうなんですけど、意外と四国とか中国地域にあまり行かないので、そういうところをお勧めで、我々が宣伝して、やってはいるんです。

【星野委員】

もうちょっと具体的に私の意図をお話しすると、この素案の２と６っていうのはですね。２の部分は多摩とか東京都に入っている島のことを言ってると思うんですけども、そこをすごく稼がせるのも大事なんですが、実は東京都のためには、日本のもっと、より強い観光地との連携の方が、さっき言ったリーダーとしての自覚とかという部分なんです。プラス東京にとっても、そちらの方がプラスに、短期的にはプラスになるかもしれないという点なんですね。富士山と東京とかっていう方が実際にリピートする理由をつくり込めるかもしれないって、そんなようなことを含めています。

【本保座長】

ありがとうございました。他にいかがでしょうか。デルマス委員、お願いします。

【デルマス委員】

漢字の勉強になりました。ありがとうございます。

ちょっと三つの点のお話をさせていただきます。まず、言葉の問題。外国人に日本の文化とか日本の言葉を理解してほしいと望みますよね。そこはちょっと難しいと思います。日本人が、逆にフランスで、フランス人にフランス語で

しゃべるのは難しいことだと思います。そこで皆さんには、英語を勉強してほしいと思います。町の中での目印や場所の名前とかは結構ありますが、それだけでは十分ではありません。

先ほどこのアクションプランの中で旅館の話も出てきましたね。旅館の中でも英語を話せるようにしなければなりません。スタッフの皆さんが答えをするだけじゃなくて、例えば、旅館、文化について説明をしなくちゃいけない。東京にはあまりないですが、東京以外にはたくさんあります。まだまだ旅館が使われていません。もっともっと使えると思いますが、外国人を受け入れるとき、英語をしゃべるスタッフが要ると思います。もっと大事なのは、英語で旅館内の設備をどういうふうに使うのか、また旅館の文化とか説明をしなくてはなりません。

また、われわれミシュランとしてガイドブックをつくっていますが、英語で全部訳すっていうことではなく、そのまま日本語の言葉を残すことも大事だと思います。それは文化に非常に絡んでいますので、言葉そのもの、例えば食材などの日本語はそのまま使った方がいいです。

フランス料理の場合、全部英語に訳してないですよ。フランス語のまま使ってる言葉もありますし、日本の料理についても日本語を、使ってもいいと思います。どんどん和をお知らせして、皆さんに理解をしてもらって、それはイメージアップになります。これはとても大事なことです。だから、矛盾しているようですが、英語を勉強して、そういう話ができるようにして同時に日本の文化も説明できるようにしなければなりません。観光に参加する皆さんはそういうことを努力しなくてはいけないということを、今日は、まず申し上げたいと思います。

２番目は、東京の水辺についてです。まだポテンシャルはたくさんあると思います。この前、議論しましたけど、特に浜離宮と、あと、築地とかは素晴らしい場所ですよ。ぜひ何かしてください。そこは船を含めて夜でもいろんなことができると思います。

あと、もう一つは、東京だけじゃなくて、その郊外についてです。世界中の多くの外国人は、京都とか、広島とか、福岡とか、みんな既によく知ってます。

逆に、東京の郊外にはまだ知られていない面白い場所がたくさんあると思います。例えば、１、２時間で行って帰ってこれる日光。また、ミシュランは日本では今、群馬県、足利太田に研究所があります。あそこに足利学校という素晴らしい場所があるんですよ。私は何回か見学しましたけど、東京に来ても、羽田に着いても、どこに行っても案内が何もないのが残念です。そこは、1日中、また半日行って見るだけでも素晴らしいところで、私はいつも感動しています。東京の周りには他にも例えば湘南とか、郊外には多摩、八王子そして、

高尾山もある。電車で 1，2 時間で行けます。東京の周りにはいろんないい場所があります。まだたくさんのポテンシャルがあると思います。

【本保座長】

はい、ありがとうございます。矢内委員、お願いします。

【矢内委員】

私は１点だけです。私は、東京の最大の観光資源っていうのは、日本の文化であり、エンターテイメントだと。これだけ集まってる、一つの都市にですね、文化、エンターテイメントが集まっている国っていうのは、世界中探してもないと思います。このエンターテイメントを含めた日本の文化をこのアクションプログラムにきちんと位置付けていただきたいなと、この振興が必要だということをですね、日本の新しい文化もあります、古い古典の文化もあれば、新しい文化もあります。これは私の、このあとのプレゼンテーションの中で出てきますけれども、そういったことも含めて観光資源としての位置付けをきっちりやっていただけるといいなと思っております。

【滝委員】

僕も大変品質が高い文化が東京にあると思ってるんですね。足りないのは、発信の問題とか認めてもらう努力の問題じゃないかと、かねてから思っていまして。そのあたりのことを、ちょっと用意してきましたので、２分ばかりで。

日本人は、自国の高い文化に対する認識が弱い。そのせいか日本の高い文化に意外にプライドを持っていない。当然、日本文化の海外へ向けての発信が弱い。最近、われわれは世界に誇る東京の全鉄道会社、代表的な航空会社などなどと連携して、８か国語で訪日外国人向けワンストップガイドサービスをスタートしました。当然、東京都もご一緒しています。既に１日１万人、年間では 300 万人を超えて利用する勢いとなっております。

このサービスを構想・構築にしていくにあたって、とても大切に思うことがありました。それは、日本にとって 2020 年の東京オリンピック・パラリンピックとは何かということでした。オリンピックは、オリンピック後の 50 年の国のあり方を決めるというのが私の思うところです。

前の東京でのオリンピックを振り返ると、1964 年、当時 24 歳だった私は、それまでに見たことのない建築物、新幹線を目の当たりにして心が躍ったことを覚えています。それから約 50 年、わが国は、あのときの勢いで今日まで発展してきたように感じられます。

そのことから考えると、今度の東京オリ・パラが 2020 年から先 50 年の日本のあり方を、日本の形を決めることになるのではないでしょうか。そして、国家が目標とした、観光先進国という姿は 2020 年以降の日本のあり方の一つになるんだと思います。

そして、もう一つ大きな意味があります。インバウンドを受け入れていく中で、東京という都市が日常的に異文化交流社会となることです。さらには、東京に暮らす私たち自身が、互いの国の歴史的な成り立ちによって存在する固有の文化を尊重し合える社会の一員となることです。これは、グローバル化が進む中、次の 50 年のあるべき形の一つではないかと思っています。我々が始めたサービスがオリ・パラのレガシーとして育つように期待しています。皆さんの応援をお願いしたいと思います。

デルマスさんや星野さんがおっしゃったように、日本には本当にあふれるばかりのいろいろな品質の高い文化があって、それらについて様々な国の言語で見て使える形にいたしましたので、ぜひご利用いただいて、意見をいただいて、皆さんとご一緒して育てられればと思っておりますので、どうぞよろしくお願いします。もう既に使えますので、スマホでぜひ知事も使ってみていただけますか、はい。

【本保座長】

どうもありがとうございました。では、玉井先生。

【玉井委員】

私が申し上げたいのは、今、星野さんが非常に素晴らしい視点でお話しいただいた。一つ、データという観点でインバウンドの数字を見るとき、仮に 4000 万という数字があったとすると、これは全国ですけれども、ビジネスと観光、これをどういうふうに区分し、中間に MICE という概念もあると思うのですが、この辺をきちんとデータ化し整理していかないと、例えば、宿泊部門をとってみても、その投資の仕方ですとか、あり方というのは、かなり変わってくるわけですね。ですから、こういうデータの取り方は、ものすごく重要だと思います。特に東京の場合には、ビジネスと観光がどういうふうに入り組んでいるのか、この辺は、もうちょっと整理をする必要があるんだろうなと。

もう１点、これはピンポイントになりますが、星野さんがおっしゃった、修学旅行というのは非常に重要。実は、私が一番思っているのは、若い人たちに、いかに早くいろいろな経験をしてもらうか。経験価値マーケティングという概念がありますけれども、早く経験してもらうことが、それ以降にいろんな形でアクションにつながっていく。そういう意味からすると、教育旅行とか修学旅行という呼び方があるんですが、もっと夢のあるような表現にならないのかなと。若い人たちが、もっともっと夢を持って、フィールドワーク的にできるようなものを、やはり、つくっていく。これは、産業界側も考えないといけないんですけれども、そういうものをお互い、官民併せてですね、要するに若い人に、いかに早く多くの体験機会を提供できるかということを考えることが重要ではないかなと思います。

【本保座長】

はい、ありがとうございます。アトキンソンさん。

【アトキンソン委員】

ありがとうございます。この前の4000万人の国の設定は、それで4000万人でいいと思いますけれども、言うまでもなく、それは、ある意味、社長が決めたことであってですね、それをさらに下の現場に近いところになればなるほど、より細かいものが必要であるとは思いますが、そういうふうに考えると、東京都としてはですね、それは何人にするのかというのは、それは大事なものであると同時に、やはり、国別で決めていく必要があるのではないかと私は思います。

その中でですね、先ほどの話にもありましたように、世界の観光客、アウトバウンドですが、11億3300万人がいる中で、アジアから大体５％ぐらいは日本に来ています。ただ、ヨーロッパ発の観光客の場合は、日本に来たのは0.2％、アメリカ0.4％しか来ていません。

この資料の３ページにありますようにですね、例えば、ドイツ人16万2600人、それに比べて英国人は、25万8500人が来ていますが、イギリスは、人口が6500万人に対しての25万8500人ですけれども、ドイツは8200万人に対して16万2600人ですので、明らかにこのバラツキが戦略の、ある意味で来てしまったみたいな感じで、受け身的な戦略の現れではないかと思います。

東京は何人でということで、国別も定めていくことがなぜ重要なのかというと、今までは日本の観光のスタイルというのは、あくまでも人数重視、それで低満足、低価格、もう、とにかく人が来ればいい。

文化財は、私の担当なのですが、文化財の場合ですと、来てもらって、写真を撮って帰りなさいみたいな感じで、解説もなければ、座る場所もなければ、満足、勉強することもない。ただ単に、世界の文化財の平均の入館料の場合は1,891円なのに日本は593円しかありませんので、これが満足にそのまま比例して、反映しているものだと思います。

そういうことを考えれば、東京としては、いろいろな戦略が考えられる中で、今までの人数重視、低満足、低価格にいくのか、違うものにいくのか、そういうことになっていくことによって、当然ながら、ドイツの誰を呼んで、何をしてもらうのかということをまず定めないと、観光資源こんなにいっぱいありますよ、こういうふうに整備しましょうよというまでもなく、誰に来てもらうのかということを先に決めていかないと、整備したからいいというと誰も来ない危険性が当然あります。そういうところをより具体的にやっていくところではないかと思います。

細かい話なのですが、いろいろなものを見るとですね、必ず日本ですと、観

光でハイテクにいきます。この間、岐阜城に行ったんですね。あの上に立って、実際に３D のバーチャルリアリティのどうのこうのと、よく分からないことを言われてですね、町を見れば、元はどうだったのかということを、とんでもない予算を付けようとして、それでやろうとしている整備の事業がありました。

ただですね、飾ってある美術品の、戦国時代のとんでもない素晴らしい兜（かぶと）の隣に、説明が「ヘルメット」としか書いてないので、イギリスから来た人の場合、30 万円をかけて 14 時間乗って来て、さらに岐阜まで行って、兜を見てヘルメットと言われてですね、これは低満足、低価格のものですので、そこでハイテクノロジーをもってきたからといってですね、根本的なことができていないから、そういうハイテクノロジーにいく前に、その直すべきものもあるのではないかと思います。

私は、日本にいるとですね、ヤフーがつくっている電車乗り換えという機能をよく使っています。これに相当する英語のものは、まだ見つからないです。東京の地下鉄はですね、必ず自分が地下鉄の駅に行きますと、英語になっているかもしれないんだけれども、あれが読み解ける人というのは、ほとんど天才だと思います。それで、ヤフーの電車乗り換えの英語版つくって、ああいうのは、どこそこと、どこそこで、あれは極めて丁寧なもので、何番線に乗って、何分で、何駅で、どこに着くのか、乗り換えて、何番線から出て、何番線に発車するのか、到着するのかと全部書いてありますので、いろんなものをやるよりはですね、これを先にやった方がいいじゃないかと私は思います。

それで、もう一つは、これはリブ・ジャパンなのか、ライブ・ジャパンなのか、よく分からないということでですね、そのどっちなのかによって完全に意味が変わってきますけれども、いろんなところで、東京は、そういうところはないことはないと思いますけれども、やはり、そういうネイティブ・チェックも含めてですね、いろいろな人のプロを入れるべきタイミングになってきているのではないかと思います。

この間、あるところに行けばですね、英語の文化財で、英語の解説の案内板がありました。もともとの日本語で、まあ、文化財ですから、檜皮葺（ひわだぶき）の屋根の説明がしてありました。これは、日本人でも大変な専門的なものだと思うのですけれども、これを英語に訳してありまして、「植物性屋根の特徴」ということで書いてありました。英語になりますとですね、ベジタブル・ルーフになっています。大根でつくったのかというふうに思うぐらいのですね、そういうものがいっぱいあります。ハイテクノロジーうんぬんという前にですね、基礎的にこういうものができてないと、そういうところで、もうだめになっちゃいます。

先ほどの地下鉄の案内を見てもですね、明らかにネイティブチェックが入っ

ていない、英語になっていない、ローマ字になっているかもしれないんだけれども、伝わらない。こういうのも、東京の地下鉄もそうなんですけれども、都営のものでもですね、横文字なんだけれども、英語になっていない。ネイティブとしては、もう全く伝わらない。明らかに直訳をしてしまった、ネイティブ・チェックを入れてないものにしてあると。こういうものを直さないと、ああいうところで、もうだめになっちゃいますので、そこでそれ以上の、もっとハイレベルのものをやろうとしてもですね、一番低次元のところでアウトになってしまうと。こういうところをしっかりと、東京ですから、まあ、その辺の地方であれば、何とかそういうものは、皆さんから許してもらえると思いますけれども、ここまで国際都市の東京ですから、当たり前のように 100 点満点の 70 点というわけではなく、というのは全然許されないので、95 点でもだめなんです。100 満点というのが、もう最低ラインのものになっていますので、いろいろなものは英語につくるときに、完璧なものにしていただきたいと思います。以上です。

【本保座長】

はい、ありがとうございます。ここまでで随分貴重なご意見をいただいておりまして、何人かの委員からは、まだ発言をいただいてないのですが、あるいはテーマについてお話しいただいて、併せて、あとの議論の中でご意見いただくことも、どうかと思うのですが。

ちょっと時間のこともありますので、まだご発言いただいていない方は、テーマでの議論と併せてご指摘いただくということで、ご承知いただければ、テーマの方に入りたいと思います。

早速ですが、そうすると、第 1 テーマということで、矢内委員からのプレゼンをお願いしたいと思いますが、よろしくお願いいたします。

【矢内委員】

矢内でございます。本日は、「ホール・劇場」というテーマのもとでプレゼンテーションさせていただきます。タイトルは、「～世界に類のないカルチャー観光シティ「Wonder & TOKYO」を創る～」ということです。

まず最初に、状況認識と想定シミュレーションということです。まずは、2020 年オリンピック・パラリンピックを控えて、劇場ホールが不足するという認識を持っております。2020 年東京オリンピック・パラリンピックに向けて多数の文化プログラムが開催される予定になっている。それから、東京都の観光振興計画のジャンピングボードは、2020 年東京オリンピック・パラリンピックにあるという、これは私の認識です。

それで、シミュレーションですが、カルチャー観光シティ「Wonder & TOKYO」は、前回の、「水辺」、「光」の議論をふまえまして、できるだけ具体的にイメー

ジできるようシミュレーションしてみました。

それから、目的を三つ挙げました。外国人旅行者の総数を増やし、かつ、東京での滞在日数を増やし、加えてリピーターの数を増やす。同時に東京オリンピックをフックにしながら、劇場、ホール不足を解消し、東京オリンピック・パラリンピックに向けた文化プログラムやイベント開催にも弾みを付ける。そして最後、東京に文化の発信基地でもある、一大観光産業の拠点をつくるということです。

それから、次からは、ちょっと参考資料が少し続きますので、簡単に触れておきます。

首都圏の劇場、ホールの閉鎖および改修、建替状況の一覧です。2015 年まで、建替を含めて、座席数で言いますと、2 万 5946 席がなくなります。それから、次のページは、2016 年中に閉鎖されるもの、6 万 4874 席あります。合計しますと 9 万 1820 席ということで、約 10 万席弱ですけれども、なくなってしまうという状況です。

次のページは、これは棒グラフが載っていますが、ライブ・エンターテイメント市場の推移です。なんでこんなことを出しているかといいますと、劇場がなくなっていくということに対して、一方で、ライブ・エンターテイメントのマーケットはどうなっているんだろう。これをご覧いただきますと、一番左端の 2000 年に対して右端の 2015 年、マーケットは約 2 倍に拡大しております。個人消費が停滞しているとか言われながらも、ライブ・エンターテイメント市場は、大変堅調に推移しております。2011 年は震災で、ちょっとへこみましたけれども、それから、またずっと上がっております。14 年と 15 年を比較しても 11.8 パーセントも増えている。これが、劇場がなくなることによって、ブレーキがかかってしまうのではないか、というのが懸念しているところであります。

それから、次は世界のエンターテイメントシティの例と特徴ということで四つ挙げました。ブロードウエイ、ウエストエンド、L.A.LIVE、それからラスベガスです。これは、後で読んでいただけたらと思いますが、この四つの街に共通しているのは、エンターテイメント施設が集積してるということです。二つ目は、文化の発信をしているということです。三つ目は、そのことによって周辺に飲食店、ショッピングモール、ホテル、コンベンションホール、そういったものがどんどん建って、街としての形がつくられてきている。結果、それはエンターテイメントシティになっているということであります。

次からは、「Wonder & TOKYO」の具体的イメージの話をしたいと思います。カルチャー観光シティ「Wonder & TOKYO」とは一体何なのかということですが、A、B、C、三つ書いてあります。

Aは、古くからの日本文化と、新しい日本文化の両方を発信する、文化エンタメ施設の集積地をつくる。これがカルチャー観光シティであるというイメージです。Bは、にぎわいとやすらぎの演出をし、Cは、環境の整備と充実をするということで、これら A、B、C については、次のページから具体的に触れていきます。

まずAです。これは先ほどの繰り返しになりますが、古くからの日本文化と新しい日本文化の両方を発信するということをやっていきます。何をつくるのか。まず、スタジアム。野球、サッカーのみならず大型イベント、コンサート会場としてもこれを使います。二つ目は、大ホール・中ホール・小ホール、これも複数つくります。Jポップ、アニソン、コスプレ、2.5次元ミュージカル、これらは海外でも、ほんとに若い人たち中心に、この新しい日本文化は既にグローバル化しているということが言えます。ですから、外国人の観光客の人たちが来ても、敷居も高くなく、みんなが見て楽しんでいただけると思っております。

最後に、伝統芸能ショーケースというものを考えました。これは歌舞伎、能、狂言等、古典芸能をラ・フォル・ジュルネ方式で敷居を低くするということを考えております。

これはどういうことか。ラ・フォル・ジュルネ・オ・ジャポンというイベントは東京国際フォーラムを会場に、もう 10 年以上続いています。これはクラシックを多くの人に観にきてもらう、聞きにきてもらうということで始まったイベントです。もともとはフランスのナント市で起こったイベントです。これは第1回の2005年から、なんと、11万枚の切符を売りました。これは、クラシック業界の人が、まず最初に驚きました。

なぜかといいますと、まずもって東京首都圏にクラシックのファンというのが2万人しかいないと言われていました。それが 11 万人来た。それはどういうことか。これまでクラシックは難しい、長い、高いって言われていた。これを全部ひっくり返したんですね、ラ・フォル・ジュルネは。難しいのをやさしくしました、テーマを。それから、長い時間を短くしました。ワンプログラム40分から45分です。高い値段を安くしました。その結果、親子連れのお客さん、あるいは、おじいちゃん、おばあちゃんがお孫さんを連れてやってくるというような裾野を広げた形で、このラ・フォル・ジュルネ・オ・ジャポンというのは大成功をしてきました。

同じことをこの伝統芸能ショーケースではやるべきだなと。日本人の若い世代ですら能、歌舞伎、狂言は難しいというものになってます。ましてや、外国の人たちにとって非常に難解です。これは、やっぱり、例えば、30分でワンプログラムというようなことで、どんどん見ていただいて、楽しんでもらい、本

当にそれが面白いと思ったら、歌舞伎座に行っていただくなり、国立能楽堂に行っていただくなりという、その導入部分をつくれたらいいんじゃないかというふうに思っております。

それから、次のページです。これもＡですけれども、江戸通りと原宿ストリートをつくるということです。これは茶道、華道、香道、書道、陶芸、伝統工芸などを体験できる「江戸通り」を作ります。ここは人力車を走らせた方がいいかなと思っております。一方で、クールジャパンを代表する原宿ファッション、アクセサリー、フィギア、こういったものを「原宿ストリート」ということで、こっちは、セグウェイが走った方がいいかな、というようなことを勝手に思っております。そういうストリートを二つつくって、つまり、日本の新旧文化の二つの顔を、ものづくりの潮流を体感できるという形にしていきたいな、と思っております。

次のページ、エンターテイメントパーク群というふうに書きました。ここには特撮パーク、３Ｄパーク、忍者パーク、アニメパーク、ゲームパーク、これら日本を代表するエンターテイメントパーク群をつくっていきます。これもいろんなお客さんが喜んでくれる施設になると思っています。

次のページです。これは賑わいとやすらぎを演出するということで、外国人も日本人も子どもから大人まで楽しめる、賑わいとやすらぎを演出します。まずは自然公園をつくりたい。現代アートを配した緑あふれるやすらぎと憩いの自然公園を中心部につくる。そして、ウオーターフロント。ここには船着き場を中心に、昼は各種のマーケットであったり、世界の飲食あるいは人気キャラクターのパレード、ストリートショー、そういった東京の新しいフェスがつくれたらいいなと思っております。

それから、次のページ、これはナイトライフです。夜はウオーターフロントに、先ほども都知事がおっしゃっておりましたけれども、観劇の前後の屋外のカフェバーであったり、あるいはナイトクルージング、ライトアップ、噴水ショー、花火ショーなど東京のナイトライフを推進するということをやっていきたいと思います。

次は環境の整備と充実ということですが、様々な人たちのニーズを満たす環境の整備と充実が必要だと思います。高級ホテルとコンベンションホールもここに一緒につくるべきだと。ショッピングモールもあり、しかも、食事は各国の高級レストランから大回転寿司、居酒屋、屋台村までを用意する。それから、国際会議、ビジネスショーが開催できるようなコンベンションホールも併設する。それから、アクセスと情報連携。これは大型バスターミナル、タクシー乗り場、地下鉄の案内表示など、これを充実させたい。同時に、都内各地の観光スポットあるいは国内の観光スポットとの情報連携を強化していくということ

であります。
　最後です。実現のキーポイントと民間の活用というふうに書きました。最後、大事なところですけれども、お金があれば建物とか施設はつくれます。しかし、お金があってもできないのが、まさにここに書いてあるソフトコンテンツをはじめとする観光資源の開発、そして、それを安定供給するということです。もう一つ、施設のサービスの向上と効率化を間断なく推進する運営の仕方、そして、責任ある経営。これが大事だと思います。そのために、ぜひとも民間を活用していただけたらと思っております。
　官民一体となった長期ビジョンに基づく新しい手法による規律ある経営の実現をさせるべきだと。これまでも PPT あるいは PFI あるいはコンセッションといったものがいろいろと活用されてきております。海外においては公共インフラ、例えば、空港であったり、港湾であったり、高速道路であったり上下水道、こういったものを官民一体で運営する手法が主流になりつつあります。日本でのコンセッションには関西国際空港あるいは仙台空港、こういったところに事例が既にあります。
　ということで、ちょっと駆け足ではございましたけれども、私のプレゼンテーション、ここまでにします。どうも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。ホール、劇場を超えて、総合的な戦略を世界に類のないカルチャー観光シティという、わくわくするようなワーニングでプレゼンいただきまして、どうもありがとうございました。
　これを踏まえて、多羅尾生活文化局長に東京都の取組の状況を説明いただくんですが、ちょっと枠が広がりすぎてて大変かもしれませんですね。
【多羅尾生活文化局長】
　東京都の生活文化局の多羅尾でございます。ホール、劇場等問題につきまして、東京都の対応を中心にご説明をさせていただきたいと存じます。
　初めに、現状と課題でございます。一つ目といたしまして、都内をはじめ首都圏では多くの施設が更新時期を迎えていることや、2020 大会準備のため、昨今、ホール、劇場等の閉鎖や改修が相次ぎ、施設不足が顕在化しております。ホール、劇場等を確保することが非常に重要な課題となっております。
　具体的には主要な例を示しておりますけれども、約 2,000 席の中規模ホールである新宿コマ劇場やユーポートなどの閉鎖が相次ぐとともに、渋谷公会堂や日本青年館などは現在建替中であり、今年に入り、さいたまスーパーアリーナや横浜アリーナなどの大規模施設の改修なども始まっております。
　中規模ホールを使用するバレエやオペラ、大規模施設を使用するポップス音楽のジャンルなどが特に大きな影響を受けております。

二つ目といたしまして、先ほど矢内委員からもライブエンタメ市場のお話がございましたけれども、近年、外国人観光客の増加をはじめ、首都圏全体で実演芸術活動の需要が見込まれております。これらを受け止める取組が必要でございます。

それから、三つ目といたしまして、2020 年東京大会に向けても、国際文化都市として東京の魅力をさらに向上させることが必要でございます。ニューヨークなど、海外の主要都市と競っていくためには、東京の夜をもっと賑やかにしていくことが大切で、ホール、劇場等の施設の整備をはじめ、インバウンド需要に対応した夜間公演の充実、これはコンテンツも含みますけれども、あるいは施設周辺の飲食サービスや観光との連携を進める必要がございます。このようなホール、劇場等問題のハード、ソフト両面の対応を進めていく必要がございます。

次に、東京都の現在の取組の状況でございます。一つ目の取組として、都内全域にあるホール、劇場等、約 1,300 件について、座席数や連絡先等の基本情報を調査いたしまして、リスト化して、提供する準備をしております。こういった資料が今まであるようでなかったということでございます。

二つ目の取組といたしまして、都有地の内、野外コンサート会場や仮設ホールを建設するのに適したものをリスト化し、提供いたします。施設は、改修が終わると、また、席が戻るわけで、時期によって、非常に需給関係が大きく変わってきております。こういった都有地が逼迫（ひっぱく）の著しい時期の調整弁になれば、というように考えております。

三つ目の取組といたしまして、2016 年問題とこのように申しましても、ジャンルによって状況は様々でございます。バレエやポップス音楽など 13 分野のジャンルの実演化団体に、施設利用についてヒアリングを行い、それぞれの団体ごとの細かい問題等についてご意見を伺い、取りまとめる予定でございます。

四つ目といたしまして、3 月 30 日、知事が馳文科大臣に行った緊急要望について具体化を推進してまいります。国や首都圏の自治体が一堂に会して、こういった問題の解決を図る場の設置をはじめ、新国立劇場などとの連携も進めてまいりたいと考えております。

最後に、五つ目の取組として、芸術文化やホールの専門家や実務家による協議の場を立ち上げまして、本格的な検討を開始いたします。これらを五つの取組といたしまして、近日中に緊急の取組として発表する予定でございます。

最後に、今後の検討事項でございます。まず、今すぐやらなければいけないこと、2020 年までの課題、さらに、2020 年以降、長期的視点からの課題と、短期、中期、長期的な観点から総合的な取組を推進してまいります。

ホール、劇場等不足への対応については、当面 2020 年までの課題として、

既存施設の有効利用を進めるため、施設と利用者のマッチングを行政が積極的にやっていくことであるとか、施設を利用しやすい環境づくりを促進するよう、いろいろな専門家のご意見も伺いながら、予約システムや利用時間などの見直しなどを行っていければ、というように思っております。

また、今後、ホール、劇場等施設の改修動向や、閉鎖、新設の状況など今後の需給環境の詳細な調査を行いまして、2020 年以降も見通した東京のまちづくりというステージの上での長期的な視点からの取組についても検討を進めてまいりたいと考えております。

それから（２）でございますけれども、ハード、ソフトの連携、特にソフトということでございますが、外国人観光客や都民のナイトライフの充実策について、海外主要都市の事例などの詳細調査を行い、東京の芸術文化資源を生かした夜間公演、飲食サービスや観光との連携も含め検討してまいりたいと考えております。

駆け足でございますが、以上が東京都の対応でございます。ありがとうございました。

【本保座長】

多羅尾局長、どうもありがとうございました。それでは時間の関係もありますので、引き続きまして澤田委員からのプレゼンをいただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

【澤田委員】

今、東京には本当に全世界から様々な方が来られていると思います。ただ、よく言われているのは、交通機関の表示が非常にわかりづらいということですので、解決策として、次世代 AR ソリューションの活用を提言します。

例えば、この『＆ＴＯＫＹＯ』のマークに当てれば、東京の案内をしていただけるとか、このポスターに当てて、日本語、英語、ドイツ語、中国語などから言語を選べば、その言語に変わるということで、何種類もポスターやパンフレットをつくる必要がなく、ほとんどの言語の対応ができるようになります。

今、ほとんどの外国人の方はスマホをお持ちですから、それを使用することによって、母国語に変わる。それだけではなく、つくり込みさえすれば、例えば、映像も出せますし、いろんな使い方ができますので、来た方に、「さすが東京だ」ということを感じていただくために、この AR を利用して、徐々に整備されればいいんじゃないかと思います。

バスの停留所などにも利用できます。スマホをかざせば、そのバスがどこへ行くのかがわかります。こういう仕組みを 2020 年のオリンピックまでに、徐々に整備していけば非常に便利になると思います。そして、言語のチェックは、アトキンソンさんが言われたように、ネイティブチェックをすれば良いと思い

ます。

また、今、全自動とよく言われていますが、一部の交通機関を全自動でやっていかれたら良いのではないかと思います。我々ハウステンボスの敷地内でも再来月ぐらいから全自動のバスを走らせます。

例えば、羽田空港に海外から到着すると、国内線に乗り継ぐときにバスに乗って移動しますが、それを全自動のバスでやるとか、少しずつこういうチャレンジをされていくと、海外からたくさんの方が来た時に、「さすが東京は進んでるなあ」と思われることがありますので、進めていけばいいんじゃないかと思います。

最後に、今、アジアの方が非常に多く来日されていますが、やっぱり欧米、特にヨーロッパの方にもっと来ていただくために、羽田にもう少しフライトを増やしていくことが大切だと思います。

欧米の方というのは、滞在日数も多いですし、かつ、東京だけではなく、京都や、九州などいろんなところに行っていただけますから、この羽田の枠をもう少し、増やした方が良いと思います。今はいろんな問題があって増えないのはわかりますけど、東京都として各エアラインさんに、ヨーロッパ路線の拡充を進言し、どんどん増やすことによって、非常に消費が良く、滞在日数が長く、地方の文化にも非常に関心の高いヨーロッパの方に来ていただけるように働きかけをしていただければいいかなと思います。

ということで、簡単ですけど、先ほど、ぴあの矢内さんがほとんど全部話してくれましたので、これで終わらせていただきます。どうも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。それでは、テーマの議論に入りたいと思いますが、まず、お約束に従って、石井委員からのご意見を紹介させていただきたいと思います。

まず、「ホール・劇場」に関してでありますけれども、少し具体的な提案をされております。パリのオペラ座などで、いわゆるバックステージを見ていただくということが大変人気になっていますけれども、東京ではそういう設えがないということで、日本の伝統芸能独特の舞台構造とか稽古場、衣装、こういったものを見せて説明することで、休演しているときの劇場も活用できるんじゃないかということをおっしゃっておられます。

それから、知事からもご指摘がありましたし、先ほどの生活文化局長さんの説明の中にもありましたが、いわゆる夜の時間をうまく活用するという観点から、観劇とナイトライフとの組み合わせ、欧米では習慣としてソワレという言葉でおっしゃっていますが、このようなものができているので、きっちりここ

に手を打つべきだということをご指摘されております。

それから、交通機関についてでありますが、まず第１点目は、アトキンソンからもお話がありましたけど､大変発達した交通網にはなっていますけれども、とにかくわかりにくいと、これを何とかしなければいけないということで、情報提供や共通パスを充実してはどうかと提言されております。

共通パスに関しましては、スイスでホテルの宿泊客に対して税金還元システムとして無料パスを提供しているという例があるので、こういうものも参考にしてはどうかと言われております。

それから、最後に、今の澤田委員の自動運転の話がございましたが、今後の自動車運転の自動化の時代、こういうものを見据えて、車という概念の変化に今から目を当てた施策を考えてはどうかと、こんなご意見をいただいているところでございます。

以上ご紹介申し上げまして、テーマの議論に入りたいと思いますが、先ほど申し上げたようにアクションプログラムについてのご意見、コメントをまだ足りてないところもあるかと思いますので、併せてご意見いただければ、ありがたいと思います。よろしくお願いいたします。

【澤田委員】

この劇場ですけれども、今、間違いなく足りていないと思います。１カ所に200 人、1,000 人、1,500 人、100 人と、ある１カ所に様々な収容人数の劇場が集まっている方が、その周りに飲食店などが集まるということで非常に華やかな雰囲気ができますし、あちこちに、劇場をつくるのも大切ですけれども、ある一つの場所に劇場プレイスみたいな感じでやられた方が、非常に機能的で、みんなも行きやすくなりますので、いいんじゃないかと思います。

【本保座長】

ありがとうございます。

【星野委員】

すみません。単純な質問ですけれども、需要が増えているのに劇場が減っているのは、これは、なぜなのですか。普通、需要が増えると、民間は増やすはずなんですけれども。

【矢内委員】

これはですね、オリンピックを控えて、みんな建物が建替になるとか、改修工事だとかいうことが、ずいぶん入ってきてしまったんです。その理由が一番大きいですね。

【星野委員】

その内需がね、なくて困っている国で、需要が増えている分野というのは、

そんなにないと思うんですね。そうすると、建て替えで何か大きな劇場に変わっていくならいいのですが、ただ閉鎖されていっているというデータがあったので、それはなぜなんだろうと思って。劇場がほかのオフィスとか、ほかのディテールとかとの収益性で負けているということなんですか。劇場を閉鎖して、ほかのものにした方がいいと。

【矢内委員】

それは、継続してほしいと思っていることはたくさんありますけどね。

【星野委員】

ほしいんですけど、収益で負けているとかいうことなんですか。なんでなんだろうという、ちょっと単純な。これ、建て替えているのではなく閉鎖されていっているのですか。

【矢内委員】

両方です。建て替えのものもありますし、それから、閉鎖のものもあります。

【星野委員】

全体の数は増えていってないんですね。非常に、そこが何か分からないと、何か策が出てこない。

【玉井委員】

今の星野さんのご質問、ものすごく重要なところだと思うんですね。ホールとか劇場、特に大規模ホテルの宴会場もそうですが、こういうものがどういう視点でつくられるのか。僕は二面性があると思っていて、一つは文化性とか精神性みたいなもの、そこでは収益に関係ないとは言いませんが、公共的な視点そういうものが要求される。でも、一方で今は特に、利益第一の経済社会の中で、最終的な利益水準を求められたときに、この相反性の中で多分かなり苦しいところです。

私はホテルをやっていましたけれども、ホテルの大規模宴会場が何を求められるかといったときに、まさにこの二面性を求められるわけです。この対応策として先ほどちょっと話題になりましたが、継続的にマーケットをつくり上げていくというのは、なかなか一企業では難しい。そういう意味では、今、非常に心わくわくするプレゼンをいただきました総合的なアミューズメント施設などと連携するとか。もう一方、MICE 的な視点でこの問題を考えたときに、ホールあるいは劇場も同じかどうかわかりませんが、そういうものをトータル的に考え、この相反する問題点をどのように整理していくかということになるのではないかと思いますね。

【矢内委員】

ちょっと追加で説明させてください。私が先ほどプレゼンさせてもらった資料の２ページ目をご覧いただきたいのですけれども、ここに、まず 2015 年ま

でに閉館されるリストが、ずらーっと、一番上の朝日生命ホールからあります。これ、みんな閉鎖、閉鎖、閉鎖と書いてあります。右側、設置主体というところを見ていただきたい、ほとんど民間なんです。学校法人とか外郭団体、東京都も一つありますね。

というところで、結局、劇場経営というのは、現実は難しいんですよ。だから、これは劇場をつくることによって、このエリアでの集客性というのは必ず出るんです。周りの飲食店とか潤うんですよ。ですけども、この劇場を経営している側は大変な思いをしてやっているんですよね。それは経済的に、先ほどの星野さんの質問に答えれば、成り立たなくなってしまって閉鎖に追い込まれると。これは言っていいのかな、例えば、サントリーホールにしたって、オーチャードホールにしたって、実際は赤字ですから。あれだけ世界に誇る大きな設備を持った劇場が、それは、やはり、企業の CSR であったり、そういう予算で支えているということなんですよね。

ですから、劇場というのは、私が、もうずいぶん前に経団連でライブ・エンターテイメント産業振興部会というので座長をやって、20 人ぐらいの業界の人たちといろんな議論をしてきた経緯があって、そのときも同じ話をしているんですね。劇場がつくられていく、しかも、ちゃんとそれが経営として成り立っていくためには、なかなか今の、例えば、税制的なところでそういう支援策がないのか、いろんな話が出てくるんです。だから、経済的な問題が、やはり、大きいですよね。

【星野委員】

そういう視点で、最後にちょっと、先ほどの５ページのところの、私は知っているブロードウエイは、やはり、民間で劇場が成り立っているし、それから、ほかのところ、ちょっとよく知らないのですけれども、NHR や NBA というのは独立した、NHR はちょっと大変な思いをしているんですけど、それこそ、どうやったら世界の劇場の採算が合っている事例があるのかということも、ちょっと研究した方がいいじゃないかなと思うんですね。

サポートして箱ものをつくるというのは、私はあんまりよくないと思っていまして、いかにして劇場の経営を採算が合うようなパターンに、先ほどの MICE を組み合わせるとかというのも一つの手かもしれないんですけれど、そこは大事かなと。

【矢内委員】

一番成功しているのは劇団四季です。あれは、ちゃんと民間で、ちゃんとした利益を出して、経営をしていますよね。それは、やはり、あれだけブロードウエイから持ってきた演目がいいと、劇団員もちゃんと訓練されているということなんですよね。だから、ブロードウエイはそういう劇場がいっぱい揃って

いるわけです。そこは、なかなか一朝一夕にはいかないと思いますけれども、澤田さんが言われるように、ある種の集積地をつくるということは、いろんな意味でプラス効果があると僕は思っています。

【本保座長】

最後のポイント、ちょっとかかわるんですけども、また、星野さんのご質問とある意味同じなんですが、経済性を上げない限りホールは成り立たない、育っていかないことだと思いますけれども、そのためには税制を含めて、いろんなことも考えないといけないということなんですが、もう一方で、ここで大きな議論になったのは、澤田さんからもあった集積、ブロードウエイのようなものをつくっていくことが重要だとして、これが経済性につながるかという論点もあるかと思うんですね。その辺は、矢内さん、どうお考えになっていますか。

【矢内委員】

私は、最後に、官民一体で運営するということを考えるべきであろうと思っておりまして、例えば、コンセッションというのは一つの方法だと思います。こういうやり方をすれば、今のようなことは現実性が出てくると私は思っています。

【アトキンソン委員】

「ホール・劇場」に関する説明で、ちょっと伝統に関するところがあったんですけども、オペラに行きますと、必ず字幕が流れていって、それで説明があって、今日は何のものなのかというのが必ずあるんですけれども、歌舞伎は最近ちょっと頑張ってよくなってきているんですけれども、それ以外のものに関しては、例えば、お能で、あれは日本人であっても聞いたからといってわかるかといったら、誰もわかる人はほとんどいないのに、なぜ、ああいうところに字幕が流れないのかということが問題になっていまして、特に外国人にとっては日本文化というのは、簡単にいえば、ベルサイユ宮殿に行けば、説明があってもなくても、あのぐらいの金があると感動するに決まってるっていう感じなんですけれども、日本文化っていうのはどちらかといえば、地味、渋いようなものであって、解説がないとなかなか圧倒されないという面もありますので、解説をすれば、皆さんがそれで感動して、理解して、ちゃんと評価してもらえるんですけども、そういう伝統芸能という、生け花のものであっても、お能であっても、いろんなものであっても、解説があるかないかで全然変わってきます。残念ながら、能楽協会のところに行きますと、「５回来ればわかるようになりますよ」とか、こういうようなことを言いますので、「じわじわとわかってくる」とか言いますけども、じわじわわかってもらえないのでっていうところで、ああいうのをどうするのかっていう問題があると思います。

それで今、個人的なところを見ると、この前に素晴らしいオペラが上野に来

たときに実際に行ったらば、極めて高い、非常に短い、稼働率が多分悪い。それで一番びっくりしたのは、外に出れば、ちょっと何か食べようかなと思って、トンカツサンドしか置いてない。極めて安い赤ワインの、何か山梨のこういうキャップが付いてるようなもので、ああいうようなところで付随のビジネスっていうのは海外みたいに、ロンドンのロイヤル・オペラ・ハウスに行けば、ありとあらゆるところで、飲み物であったり、いろんなものがあって、いろんな食事の予約ができるとかいろんなことがあるんですけれども、日本の劇場って、そこまでいってないことが多いかと思います。

自分としては、もう一つ、実際にやってるのは短いっていうのもあると思う。オペラが来ると、ほとんど来ない。来たとしても１週間とかそのぐらいしか来てない。供給がぼろ儲けをするっていう感じはするんですけども、実際に稼働していけば、もう少し観光にはつながっていくんじゃないのかっていうことと、あとは、例えば、外国人、海外からインターネットで予約が、はたしてできるのか、できないのかとか、国内であっても 25 年もいるんですけど、いまだに予約はどうすればいいのか、よくわからないっていうのがあって、行けるはずなのに行けないっていうのは多々あると思うんです。

こういう基礎的な問題をどうするか。特に外国人の場合ですと、来る３カ月前から予定を組みたいっていうニーズがありますので、来たからといって、今日はどうするかっていうものもあるんですけれども、見に行きたいものに関しては事前にインターネットで予約ができるようにするシステムがロンドンにあるんですけども、できるかどうかっていうのは、ちょっと伺いたいところです。

【矢内委員】

それは、できると思います。コストの問題だけですから。私どもはチケットを毎日売ってるんですけれども、それはインターネットでの予約が全体の８割を超えてきています。以前は電話で予約をするとかいうものも随分あったんですけれども、今は、もう８割はインターネットです。ですから、例えば、英語もあれば、中国語もあれば、必要な言葉はたくさんあると思うんですけれども、そういうことはコストの問題だけなんですよね。

【アトキンソン委員】

あれは会員にならないといけないんじゃなかったんでしたか。違いますか。会員にならなくてもいいってことに関しては、どうなんですか。

【矢内委員】

会員になれば便利だけれども、ならなくても事前にクレジットカードなりで銀行からお金を引き落とすということが必要になりますので、その場合はカードの番号を入れることは必要になります。

【星野委員】
それは、英語でできるんですか。
【矢内委員】
やれますよ。あとはコストパフォーマンスの問題だけです。
【星野委員】
もうできてるんですか。
【矢内委員】
いや、全部はできてませんが、一部やってますよ。例えば、相撲とかですね。
【アトキンソン委員】
もう一つ、あったんですけど、これとちょっと違いますけども、東京ですと、いろんな博物館とかそういうものはどうなのかなって思います。例えば、武家文化を勉強したい、侍ミュージアムだとか、ああいうものを、東京ですから、武家はどうなのかっていうことを勉強したい、それを知りたいといった侍ミュージアムがないんです。
例えば、ずっと大昔から日本人の民族衣装がどういう形で、階級によって、時代によって、どういうふうに変わったのかっていうことを面白いから見に行きたいって、こういうミュージアムもないんです。聖徳太子から、あのチョンマゲは外国人にとって衝撃的なものなんですけど、なぜああいうふうになったのか、時代によってどういうふうに変わったのか、こういうミュージアムもありません。
せっかく東京ですから、いろんな劇場と一緒にああいうふうに侍ミュージアムだとか、イギリスに行けばヘアのミュージアムもあるんです、ヘアスタイルミュージアムだとか、こういうようなものが非常に集客力は高いなと思うんですけれども、それも一つ。
【本保座長】
他に。堀川さん。
【堀川委員】
先ほどの劇場の採算性、それから、澤田さんの言ったエンターテイメントの集約、集積、ここの部分ですが、これは、海外のディベロッパー、または船をつくるときも同じですが、ある程度のエンターテイメントは集積しないと、吸引力、要するに集客力が期待できないですね。一番いい例がシンガポール、ラスベガスですが、開発業者は、まず、カジノをつくって、その横に、コンベンションセンターをつくるとか、あとは劇場、レストラン、並びにホテルをつくる、そういったものが複合的に、集客力を高めるので、劇場単体だと確実にそこの採算性が見合わず、閉めないといけなくなるので、すべてを統括して運営を一体化するということで、多分、カジノの売上が総売上の 80 パーセントを

占め、カジノの収益で逆に不採算部門を補っていくと、こういうような形をとっています。逆に単体で考えないで、今まさに水辺を利用するとか、光を利用するとか、あとはホテルもそこの中に入ってくるので、カジノを中心とした、すべてを集積した施設をつくって開発していくというのも一つの手だと思います。ただし運営は一体としてやります。

【矢内委員】

そうですね。５ページを見ていただきたいんですけど、一番下にラスベガスが書いてあります。一番最後の行にその収益源について書いてます。ゲーミング、カジノが 37 パーセントに対し、ノンゲーミング、つまり、様々なミュージカルとか、いろんなショーがありますが、そっちが 63 パーセントで、もう逆転しちゃってるんです、2014 年。これも、なかなかいいデータだと思うんです。

【堀川委員】

シンガポールあたりだと、まだ 80 とか、75 パーセント。あとマカオも、大体８割がゲーミングから来てるお金なんですね。

【范委員】

大変活発な議論で、大変面白く聞かせていただいてるんですけども、こちらの図表の中で国・地域別の訪日外国人旅行者の中で、先ほど触れられましたんですが、アジアからの旅行者が全体の 83 パーセントで、その中で、とりわけ中国、韓国とかは、それぞれ 25 パーセントから 20 パーセント、要するに約半分を占めております。

2014 年以降、実は中国はアメリカとか、ドイツとかイギリスを超えて、統計上、世界最大の国際旅行、アウトバウンドの消費大国に上り詰めておりまして、大変著しい変化がこの２、３年訪れております。

今、中国政府の公式統計で見てみると、中国の海外旅行者の規模が年率で平均大体 15 パーセントから 16 パーセントぐらいの水準の対前年同期比で、伸び率を毎年毎年上げてきてるんですね。毎年増大の一途をたどっておりまして、大体１億 2,000 万人ぐらいの人口が海外旅行に行ってると、こういうような海外旅行の大国になってるんですね。

連続３年の大幅増を見せてきているのが、今、中国だけなんです、世界中どこを見ても。特に 2014 年度、中国大陸の海外旅行者のアウトバウンドの消費の支出額を見てみますと、全体的な消費支出額は、日本円は、もっとしますけども、人民元だけの計算ですと、３兆 1,000 万人民元だったんですね。それぐらい大体、今の為替レートだと大体 16.8 円ぐらいですか、１元がですね、それぐらいで、相当の金額になってるんです。それが、例えば、８年前の数字と比べてみたら、2008 年、2008 年度の水準は、まだ全体的な消費支出額が 409 億

米ドルだったんですね。現在では、おおよそ 5,000 億米ドルになっている。わずか８年で 10 倍以上の急増ぶりを見せてきてるわけです。

つまり、中国の海外旅行客の支出、消費の支出分が全額、全体的に見ると、すでにインドネシアとか、あるいはトルコなどの国、まだアジアの発展途上なんですけど、そちらの中規模の、ミドルの国と、大体、家庭消費支出に匹敵するぐらいの規模にはなっております。中国政府の中で、旅行で海外から帰ってきた人に対して、いろいろ、もちろんアンケートもとっております。大体 90 パーセントぐらいの海外の旅行者、海外の旅行、アウトバウンドで、もちろん買い物したりとか、旅行レジャーしたりとか、ゴルフしたりする人もいるんですけども、大体、時間の割り当てですね。時間配分、大体、皆さん答える方は、50 パーセントから 60 パーセントの時間は買い物に走り回ってると、ショッピングに忙しくて、特に東京都に来てみると、とにかく何でも買いたい、手当たり次第、ドラッグストアとか、時計とか、うちの弟もしてた 400 万円のすごい高い時計を買ったりとか、化粧品とか、美容品とか電化製品ですね、先ほど滝会長が示されたような電化製品とかいろんなものを買いまくってる、「爆買い」という言葉が日本では流行語になってるぐらい、それでこんなに時間を使ってて、大体、ホテルに戻ってくるのは夜中の 11 時ぐらいになる。そういうような消費パターンが示されてるんですね。消費パターンが大体、中国人の観光客はほとんど買い物に相当時間とエネルギーをつぎ込んでるという実態がよくわかるんです。それであっても現時点で中国政府の統計では、それでも１億 2,000 万人の旅行客が海外に観光で殺到している中で、わずか、まだ旅券の発給の数が、まだ中国全体の一般市民の間に、14 億の中でわずか 5.8 パーセントにすぎない。要するに、まだ６パーセント未満という数字が示されているんですね。

そうすると、今度、東京都の観光産業をどうするかということで、私的には、もちろん、先ほど、星野代表と、滝会長、矢内社長、いろんなご指摘をされた、マクロ的な視点で、東京都を大きなメガシテイーにすると、日本観光のメガとして機能をしてもらうというのが大きなマクロ的な視点の上に、もう一つ、例えば、2020 年、東京オリンピックを視野に入れて、あるいは 2030 年まで、ひいては 2050 年まで、中長期的な戦略的なビジョンを考えたときに、もう一つ視点的に忘れたところがあるかと思います。人の育成ですね、人材をどうするか。例えば、中国とか、韓国とか、香港とか、マカオとかアジア周辺の近隣諸国では、上海の場合では、観光専門の専門学校、それと、観光専門の３年制の大学、文系の大学ですね、それだけでも３校あります。じゃあ、東京都の中には観光専門の、国際観光の、育成する専門の学科とか、学部はありますかというと、なかなかそれはちょっと欠けてるように見えるんですね。だから、長期的に考えるとソフトとハードウエアを整備しなくてはいけませんけれども、劇

場とかホールももちろんそうですが、交通機関もハードウエア、箱ものとして知事がおっしゃっておられた、この箱ものを充実していく以外には、どうしても日本文化の一番したたかなところ、特にソフトウェアの部分、専門的な即戦力のある人材が求められています。

先ほど、外国の方の委員がご指摘されたように、英語にちゃんと対応できるってこと、中国語をちゃんと対応できてるとか、そういう国際感覚の豊かな、しかも経営センスとか、戦略的なマネジメントのセンスを持ってるような、即戦力のある日本人の人材を早急に育成しなくてはならないのではないかということで、こちらの人材育成のプログラムも全体的にアクションプランの中に挿入していただけると非常によろしいのではないかと思うんですね。これが一つの大きな一つの提案です。

もう一つの提案は、もはや、これだけの中国人がいっぱい日本に来ていて、だんだん深みに入ってきてる、新しいステージに上がってきておりまして、ただ単なる電化製品とか、ウォシュレットを買って帰るとか、電気釜を買って帰るとか、それだけでは満足しきれないので、日本文化に触れたいと。おっしゃってるとおり、例えば、名古屋では明治文化村、京都では太秦映画村とかありますね。東京では江戸村があってもいいぐらいですね。そういったように異文化体験で日本の古き良き伝統文化に触れたい。あるいは能とか、狂言とか、歌舞伎とか、そういった古典的な日本の文化に触れてみたい、異文化体験のツアーが非常にこれから注目されてくるのではないかと思います。

もう一つは、アジアでご存じのように、特に中国とか近隣諸国でもそうですけども、今、PM2.5 の問題が大変深刻になっておりまして、大気汚染とか、あとは食品の中でいろいろな食品問題が大変多発しておりまして、それで、中国一人っ子政策は、まだ続いておりまして、自分の家族の食べ物が心配だと、あるいは吸ってる空気が心配だと、飲んでる水が心配だということで、じゃあ、一番近場で、一番安全で、安心できる、食品の品質が非常に高い、環境的にも非常に恵まれてる、国際的な文化色も非常に豊かな東京に着目してもらう絶大なチャンスがここに訪れていると思いますね。

その中でメディカルツアー、要するに健康診断をここで受けたいとか、がん検査を受けたいとか、遺伝子治療をやりたいとか、そういったいろんな高脂血症病とか、いろんなものを日本で、命の洗濯ではありませんけど、治療を受けたいと、そういったもののニーズも出てくると思いますので、その辺で、ますます、これから多様化された、あるいは独創性のある個性を持ってるような滞在型のレジャーが東京に求めてくる、そういう時代が生まれてきますね。そういったものを念頭に置いて来日観光の消費パターンが、どんどんエスカレートして高度化していく、そういうような傾向をもう少し調査、緻密な調査、精度

の高いマーケティング調査が必要になってくるのではないかと思うんですね。
もう一つは、MICE の話なんですけれども、観光とビジネスの関連なんですが、こちらの方も、東京 23 区の中で、もちろん機能は充実しているかと思いますが、まだまだ多摩地区の方には全然、ほとんどできていないと。この辺でも、やっぱり急きょ展開してほしいものですね。
それから、もう一つは国際観光都市博覧会みたいなもの、例えば、上海とか北京で、しょっちゅう招致しされているんですが、こちらでも、ちょっと東京で大きな、ビッグイベントとして開催するものとして、大きな目玉になれるのではないかと思うんですね。
とにかくもう少し国際的な産業が育っている中で、東京都は、やっぱりアジアのいろいろな都市と比べて、特にホールとか劇場のハードウエア面で、まだ足りないところはありますので、もう少し危機意識をもってもらう必要はあると。
もう一つ、東京に来てもらって、こういうところが東京観光の醍醐味だ、あるいは魅力だというものを、東京ブランドというものの中味をもう少し充実してやってほしいと。
もう一つは、３点目ですけれども、先ほど繰り返して申し上げましたが、観光とか旅行産業の専門も人材を育成するためのカレッジとか、あるいは大学とか専門学校をもう少し充実してもらいたいところではございます。
はい、では、とりあえず終わります。

【本保座長】

はい、どうもありがとうございました。中国の実態を踏まえた具体的な提案をたくさんいただきまして、ありがとうございます。アクションプログラムの中にはアクセシブルツーリズムなど、もうちょっと幅広い視点での観光への取組も書かれているんですが、成田さん、この辺も含めて、いかがでしょうか。

【成田委員】

二つのプレゼンを聞きながら、わくわく楽しく見させていただいたんですけれども、今日は交通機関ということで、車いすの私から言えることをお話しさせていただきます。
まだＪＲにしても銀座線にしてもエレベーターのない駅っていうのが残念ながらあるんですね。今度もし機会がありましたら、ぜひ都知事の方から聞いていただきたいんですけれども、今、私がメモした中で、まだエレベーターが完全でない駅というのが板橋、御茶ノ水、神楽坂、あと、銀座線の稲荷町です。
まず、そこから始めていかないと。障害を持つ人たち、2020 年パラリンピックもそうですし、障害を持つ人たちが日本に来たときに、まず電車にスムーズに乗りたいというところから始まると思います。

あとは、電車の車両によって車いすのスペースの場所が違うんですね。車いす用のスペースが一番後ろだったなと思って待っていると、後ろから２番目の車両だったっていうことで慌てて戻ってきたりとか、何か車両によって、その場所が車いす用、ベビーカー用のスペースが違うというのも、ちょっとスムーズじゃないなって。せっかくつくってあるのに、車両によって違うということは統一してもらいたいなと感じていることでもあります。

私がよく使う小田急線は、エレベーターはあるんですけれども、残念ながら小さすぎてベビーカー１台､車いすが乗ったら､もう乗れないという状況です。じゃあ、新宿駅では、エスカレーターがあるかというと、残念ながらエスカレーターがないんですね。なので、新宿の駅が改修されるのかどうか、改修されるのであれば、もっと大きなエレベーターをつくってほしいですし、エスカレーターもつくってもらいたいというのが要望でもあります。

あとは､羽田空港を使ってたくさんの方が来ると思うんですけれども､今は、リムジンバスが多方面に、いろんな地域に発車していて、便利なんですけれども、あのリムジンバスに、はたしてこれからスロープ付きのバスができるかどうか。

この間、六本木から渋谷まで都営バスに乗ったんですけど、ちゃんと運転手さんがスロープを出してきてくれて、また、周りに乗っていたお客さんたちもニコニコしながら、私が乗り降りするのを待っててくれて、ほっとしたのはあるんですけれども、日本人がはたしてバスに乗る際に、時間のかかる障害を持っているお客さんを黙って待っていてくれるのか、何かそれもすごく怖いですね。お客さんが乗っていなければ､「ああ、よかった」って思ったり、お客さんが乗っていると､お客さんの反応を見ながら私は乗らなくてはいけないという、そういうところの部分の教育というのも、これから必要になってくるんじゃないのかなとは思います。

そして、タクシー乗り場でも屋根があるかないかで、雨の日の行動って大きく変わってくるのも現実です。この間、雨が降ったときに、屋根付きのタクシー乗り場ってどこにあるんだっけっていうのをマネージャーと探して、ちょっと遠くはなったんですけど、結果的に四谷の駅までタクシーに乗って、そこから自宅に戻ったんですね。本当は、もっと近場にあったんですけれども、もう大雨だったので、濡れてしまうので、それであえて遠くまで行って、四谷の屋根付きのタクシー乗り場まで行ったということがありました。もうそういう交通機関の問題というのが多々あって問題山積なので、そういうところも含めて観光客が来てもらえるようなことを整えていかないといけないと思いますので、そういうところでも変えていくのに、お力を貸していただきたいと思うので、よろしくお願いします。以上です。

【本保座長】

今の成田さんのご発言に加えて私からもちょっとコメントをしたいんですが、パラリンピックがあるということで、政府でも 2020 年を踏まえてユニバーサルツーリズムの総合的なプランをつくろうとしてるんですね。

今回の東京都のアクションプログラムの全体を見てると少しその辺が弱いなあと。東京がホストシティでありますので、2020 年にパラリンピックを含めて多くのお客さんをお迎えしたときに、東京がどういうふうに見られるかということは非常に大事なポイントになるんで、もうちょっと踏み込んだ視点、それも言葉としてもアクセシブルツーリズムということで、いわゆる身体障碍者だけじゃなくて、様々なハンディキャップ、難しさを持った方々に対して、皆さんが行動しやすい、あるいは観光しやすい状態をつくっていくという観念が入ってので、ちょっと膨らます必要があるんじゃないかと私自身も思っているところです。

【矢内委員】

ちょっと最後いいですか。すいません、追加で、ずいぶん今日いろいろとお話をお伺いして、劇場経営についてもいろんな議論が出たんで、一つだけ追加でお話ししておきます。

実は、一般社団法人チームスマイルというボランティアの団体がありまして、震災復興のために劇場を四つつくりました。これはビジネスとして始めたわけでは、もちろんありませんが、しかし、経済性が回っていかないことには継続できないんで、これをどうやっていくかということが最大のテーマでした。いわきが、200 人のキャパ、釜石が 150 人、こんなちっちゃい劇場を新しくつくっても、これは赤字なんですね、初めから。その部分をどうやってカバーするか。東京に 3,100 人入る劇場を豊洲につくりました。これが収益を上げて赤字の 2 劇場を補填する。仙台は 1,200 人なんで、大体トントンで回ります。四つの劇場をトータルで経済性を回すということをやって非常にいい形で運営できております。

そこで我々が学んだことは、やっぱりある種のノウハウと経験が大事だということです。先ほども経済性がよろしくなくて閉鎖に追い込まれた劇場がたくさんありますという話がある一方で、私たちの経験からすれば、やっぱり人気コンテンツをどうやって安定供給していくことができるのかということであったり、あるいはコストをどうやって抑えるのかということであったり、が大事です。これに官民一体となって進められる手法が加わっていけば、実現性は非常に高いと私は思います。

【星野委員】

すいません、過去 2 回の議論を踏まえて、それから、今日の皆さんからのい

ろんなお話をお聞きして、東京の場合は日本観光のリーダーとしての自覚って、すごく大事だなと改めて思いました。

ちょっと議論のために極端な意見なんですけれども、今日、皆さんの中にそれぞれやった方がいいものと、やめた方がいいものがあるんじゃないかなと思いました。例えば、観光の学校をつくれとか、劇場を何とかしようとか、買い物を促進しようとか、MICE をやろうとか、日本の歴史をしっかりと案内しようと、ミュージアムをつくると、これらは、日本の地方でもできるんですね。私は東京で、あえてやる必要はないんじゃないかと、あえてここで提言したい。逆に東京でやるべきことっていうのは、その日本の観光のリーダーとしての基礎なんですよね。

例えば、交通がわかりにくいのをよくしようと。澤田さんがおっしゃってた AR っていうんですか。私はこういうのは東京が真っ先にやるべきだと思うんですね。そうすると日本の地方が付いてくる。

それから、英語表示。アトキンソンさんが言っていたやつですね。それから、伝統芸能を 30 分のバージョンをしようと、これはいいと思うんですよ。そうすると、日本の地方にまた波及してく。エスカレーターのない駅、しっかりデータをとるとか、屋根付きのタクシー乗り場とか最先端の自動運転、こういうのがね、私は東京じゃないと投資できない内容だと思うんですよね。

日本の観光の本当の基礎というところをしっかり東京にはやってほしくて、地方にもできる、京都にもできる、北海道にも九州にもできるじゃないかってものは、あえてね、東京は手を出さないというぐらいの戦略性を持つことが、私は日本観光のリーダーとしての東京の自覚とあるべきじゃないかなっていうふうに、ちょっと感じました。

【本保座長】

ありがとうございます。独り勝ちじゃないという中で、どうしたら東京がリーダーシップをきちっと取れるかということでの戦略的なご意見だと思います。様々なご意見をいただいてまいりまして、そろそろ時間になりましたので、まだまだ議論を続けたいところですが、今日の議論と意見交換は恐縮ですが、ここで終わりにさせていただきたいと思います。

次回のテーマにつきましては、本日の議論を踏まえまして、私と事務局で候補案をつくって、また知事にお諮りをしたいと思いますが、先ほど知事とも、ちょっと文化ということで切り口を変えて議論することも一つかなとなんてことをお話ししておりましたが、それも含めて整理をして、そのうえで決めてまいりたいと思います。

【舛添知事】

はい、ありがとうございました。大変いい議論ができたと思っています。や

らんでいいこともあるじゃないかと、さっき星野さんがおっしゃったんですけど、ちょっと手短に感想を述べさせていただきます。

成田さんがおっしゃったことはね、これはきちんとやらんといかんと思うのは、せっかくパラリンピックやるんですから、レガシーが残らないといけない。それで、例えば、新宿駅なんかでサインを統一すると、表示を統一するということをやっているんですけど、その車両で乗る場所が違うという、車いすの、こういうのをやっぱり基準の統一っていうのをきちんとやってみないといけないんで、今日、成田さんから提起された問題は、建設局、交通局とかですね、都市整備とかと関連のところとちょっと図って、まず調査をしてみることが必要だと思ってます。

それで先般ニューヨークに行って、私はニューヨークの視察の成果として、もうすでに公に申し上げたんですけど、ブロードウエイをつくろうと。ウエストエンド、ブロードウエイ、じゃあ、アジアはどこだと。下手したら上海にとられると。こっちを先にやろうということで、やっぱり集積の効果なんですよね、それをどうやってやるか。いろいろ、ニューヨークで議論したんですけど、「キャッツ」もいいんだけど、しかし常に 20 パーセントのクレジットを向こうに払っていると。だから、逆にその 20 パーセントを我々が取るようになれば、何もしなくてもペイするという部分が２割ですから、あるんで、ちょっとそういう意味でのソフトの開発も必要かなあというふうに思っています。

それで先ほどの星野さんのご発言でいうと、観光学部っていうのはどうかなっていうのがですね、范さんはおっしゃって、アメリカではコーネル大学にあります。あそこへ勉強に行っている人が、その学部のね、学部のあれが、私のベッドまできれいにしてくれる、ベッドメイキングしてくれるところがあるんで、そうすると、例えば、北海道に観光学校があっていいような気もするんですね。だから、そういうことも含めて考えないといけないんですが。

それから、やっぱりネイティブ・チェックを含めて、私も必ず海外に行くときは、全部ネイティブ・チェックをしてやってるんで、それで、もう身近なところなんですけれども、すぐ直させたんですけど、都議会前（tokigaemae）とか、国会議事堂前(Kokkaigijidoumae)ってローマ字で書いているのが、何のことかわかんないから、ナショナルアセンブリーの前だと書き直して、それをいま一生懸命やってるんですけども。

デルマスさんがおっしゃったように、英語は少し共通で使えるようにならないといけないなというようなことを思っています。

交通についてですね、私はあらゆる交通機関で、いつも言うんですけど、やっぱり船、船というか水の交通を。例えば、イギリスだったら通勤の手段に使うと。通勤の手段に使えるし、パスモとかスイカが船にも使えるようにするの

は簡単だと思うので、こういうところからやっていきたいなと。
　だから、オリンピック、パラリンピックをやったあと、これだけ変わったよっていう形でやらないといけないんで、アクションプログラムの素案も、いまのユニバーサルのアクセスビリティとかいうような項目を一つ増やすとかいうこともちょっと考えたいと思います。
　まだまだ感想を含めて議論したいこともありますけど、先ほど座長がおっしゃったように、ちょっと、やっぱり発信力が足りないんですね。それを非常に感じてるんで、その点どうするかも、また皆さんと議論したいと思いますので、今日は本当に長い時間、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。それでは、事務局にお返しいたしますので、連絡事項等ありましたら、よろしくお願いいたします。

【坂本観光部長】
　長い時間、ありがとうございました。次回第３回目の会議につきましては、現在のところ７月の開催を予定してございます。別途、皆さま方に日程などの調整をさせていただいた上で、また正式にご連絡いただければと思っております。
　また、本日委員の皆さま方にご提案をいただきました意見、さらには議論を踏まえまして、本日のアクションプログラムの素案でございますが、これをとりまとめに入ろうと思っておりまして、さらにそのあと 11 月を目途に、このアクションプログラムの、今度は中間のまとめと、こちらの方を策定する作業の方にも、引き続き入っていきたいと考えているところでございます。事務局からの連絡事項は以上でございます。
（終了）