

東京の観光振興を考える有識者会議
議事録

令和元年12月23日（月）
都庁第一本庁舎7階大会議室

【松本観光部長】

お待たせいたしました。

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松本でございます。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。よろしく願いいたします。

初めに、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、今向かわれていらっしゃる委員もいらっしゃいますので、11名の皆様に御出席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か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の委員等名簿をお配りしております。資料2の「都における持続可能な観光を取り巻く状況」に関する資料及び本保座長から御提出いただいたプレゼン資料は、卓上のタブレット端末でご覧いただきます。

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。

よろしく願いいたします。

【本保座長】

どうもおはようございます。

今日は、大勢参加でございますので、ぜひよろしく願いいたします。

早速でございますが、知事、一言お願いしてよろしいでしょうか。

【小池知事】

皆様、おはようございます。

年末、大変お忙しいところ、お出ましをいただきまして、まことにありがとうございます。また、今年もこの「東京の観光振興を考える有識者会議」にいろいろと御協力を賜りましたこと、改めて御礼申し上げたいと思います。

また、もう何カ月も前のような気もしないでもないけれども、ラグビーのワールドカップは本当に大成功で、あんなに盛り上がったというのは久しぶりのことかなと思うわけであります。日本のチームが、One Teamで、多くの方は無理かなと思っていたのが見事にベスト8に入ったのも非常に勇気をもらいましたし、また、海外からの多くの観戦者が、普通にあちこちジャージを着ながら歩いていらして、普通に食事に行かれたりとか、日本の観光も一段フェーズが上がったのかなというような印象を持ったところでございます。何よりも、全ての会場がほぼ満員になった、満席になったということは、大変うれしい悲鳴でございました。

あと7カ月後という、申すまでもなく2020大会でございます。この勢いを次の夏の大会に結びつけていく。また、旅行者の観光客の受入態勢をそのためにも着実に整えているところでございます。2020大会はとにかく成功させる。また、次、終了後の観光振興を見据えることがもはや必要ではないかと。いつも言っておりますロンドン大会は、大会が成功し、かつ、その後、観光客が伸びたという非常にモデル例になっておりまして、そのあたりの分析なども含め、それをどう東京に当てはめていくのかだと思えます。

また、観光振興は、経済の活性化、雇用の創出など、東京の経済の成長そのものを牽引してまいります。また、旅行者の満足度の向上を図ることによって、さまざまな東京の各面もより効果を上げていく。例えば、環境への配慮、住民の理解と協力なども必要になってくるかと思えます。

持続可能な観光にするためにはどうすればいいのか。また、こうした取り組みがSDGs達成への貢献につながるためにはどうすればいいのか。非常に大きなテーマではございますけれども、今日も、持続可能な観光について本保座長から、アトキンソン委員から旅行者と地域の交流や共存について、お二方のプレゼンテーションを賜ることになっております。

東京の観光が、この後も、あの2020大会を契機に、よりリッチになったね、より楽しくなったね、また行ってみようね、世界中の人がそう思ってくれるような流れをつくっていきたいと思えますので、どうぞ御協力のほど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。

それでは、本日の議事の進め方について御説明いたします。

まず、事務局から、本日のテーマである持続可能な観光に関する資料の説明をいただきまして、その後、2人の委員からプレゼンテーションをし、これに基づいて議論をするという進め方になりますので、よろしくお願いいたします。

それでは、事務局から資料説明をお願いいたします。

【鈴木観光振興担当部長】

事務局から、御説明いたします。

スライドの1枚目でございます。まず、外国人旅行者数の概況でございますが、これは第1回の有識者会議でもお示ししたグラフでございますが、昨年、2018年の外国人旅行者数は訪日・訪都ともに過去最多を記録しております。一方、訪日の伸びに比べ、訪都外国人の伸びが鈍化している状況も見受けられます。

スライドの2枚目でございます。いわゆるオーバーツーリズムが顕在化している世界の観光都市と東京都との状況をマクロの数字で比較するため、人口及

び面積あたりの国内外からの延べ宿泊者数を機械的に試算したものでございます。人口1人当たりの延べ宿泊者数を見ると、ベネチアやバルセロナに比べて東京の数値はまだ小さく、また、面積1平方キロメートル当たりの延べ宿泊者数についても、参考までに、観光地の実態を肌感覚に近い形で反映するため、ベネチア本島や山手線内の面積を便宜的に使って比較してみますと、東京の数値はまだそれほど大きいというわけではございません。これはマクロな数字による雑駁な比較でございますが、東京は全体として過度な混雑現象には至っていないと考えられます。

スライドの3枚目でございます。一方で、都内の一部地域におきましては、例えば、繁華街でのポイ捨て、最近でいうと、流行りのタピオカドリンクとか、新大久保あたりのハットグ、韓国式のチーズドッグというのでしょうか、そうしたもののポイ捨てとか、店内への飲食物の持ち込みといった、マナーに起因する迷惑行為が発生してございます。また、お通しという日本独自の慣習につきましては、飲食店のメニューへのお通しの明記といったような、飲食店ポータルサイトなど、最近の関係者によるこの間の取り組みなどもあり、徐々に外国人旅行者に認知され始めてはおりますが、今なお一部の旅行者におきましてそのお通しの支払いに関するトラブルも見受けられるところでございます。また、外国人旅行者が多い一部の地域における混雑現象とか地価の上昇といった現象も見受けられるなど、個別の課題は発生しており、将来的な問題の拡大を未然に防ぐことが課題となっております。

スライドの4枚目でございます。例えば、年間で、春・夏・秋に比べ、冬に訪れる旅行者が比較的少ないことから、冬の時期の訪都を促し、時期の分散を図る余地もございます。

スライドの5枚目。また、現状、区部の一部に旅行者が集中しているため、多摩・島しょ地域などへの誘客によって場所の分散を図ることも考えられます。

スライドの6枚目。まだ現状は活用が進んでいない夜の時間帯を活用したナイトライフ観光の充実により、時間の面での分散も考えられます。

次のスライドです。この有識者会議におきまして、昨年来、御議論、御提案いただきましたエンターテインメント情報発信ポータルサイトにつきまして、先週、20日にちょうどオープンいたしました。予約・決済機能を組み込むなど、外国人旅行者の利便性にも配慮しており、ナイトライフの満足度を高めることを期待しているところでございます。

スライドの8枚目。近年の日本におけます外国人旅行者1人当たりの支出金額は低下傾向にございますが、時期、場所、時間の分散は、オーバーツーリズムを未然に防止する観点はもちろん、観光消費の拡大にもつながるものでございます。

スライドの9枚目。こちらは、各国におけます外国人旅行者による観光収入

と外国人旅行者数との相関関係をプロットした図でございます。地域経済や受入社会への便益を高めていくためには、旅行者を増やしていくとともに、観光収入も一層増やしていくことにより、高付加価値な観光振興を目指していくことが課題と考えております。都としましては、図のオレンジ色の部分に向かっていくことを意識し、持続可能な観光に向けて取り組みを推進していきたいと考えております。

スライドの10枚目。最後でございますが、現在、東京都では、持続可能な観光の実現に向けた現況調査を実施しております。国内外のオーバーツーリズムの事例調査をはじめ、都内自治体や観光協会などを対象としたヒアリング調査のほか、実際の地域住民の方や訪都外国人の方の双方の意識調査を実施しております。今年度末にかけて結果を集計しまして、今後の都の持続可能な観光に向けた施策に生かしていきたいと考えております。

事務局からの説明は、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、続けて、プレゼンテーションで、私からのプレゼンをさせていただきたいと思っております。

それでは、「持続可能な観光について」ということで、プレゼンをさせていただきます。主としてオーバーツーリズムに焦点を当てた話をさせていただきます。

SDGs及びこれに基づいた持続可能な観光への取り組みは、完全に世界の潮流になっております。UNWTOが調査したところによりますと、観光目標に持続可能性を含んでいる国は、100%、例外なしということになりました。その上で、観光競争力と持続可能性が一体だと考えている国が6割ということですから、競争力を維持する上で持続可能性が大事だという理解が進んでいるということでもあります。他方で、具体的なアクションを講じている国はまだ55%ですから、これからというところかと思っております。このような状態を受けて、去る10月に、G20の観光大臣会合でも、観光政策の重心を成長から持続可能性に転換するという大きな決断をしております。持続可能な観光については、大ざっぱに言えば、経済・環境・社会のバランスのとれた観光発展と捉えてよろしいかと思っております。

そういう中で最近関心を集めていますものが、いわゆるオーバーツーリズムでございます。バルセロナでは、ある意味では爆発点に達しまして、これは2013年ごろの写真ですが、反観光ストが起こるような状態になっております。

その背景で何があったかということでもありますけれども、観光客の増大に応じてさまざまな問題が出てはいるのですが、一つの典型例が住宅価格の上昇であります。2014年から2017年にかけて約35%住宅価格が上がり、結果として、賃

料が上がったなどで住民が住めなくなるという状況が生じています。こんなことから、住民感情が大きく悪化しました。2014年当時は観光客歓迎と言っていた人が7割を超えていたのが、2016年にはこれが5割を切ってしまった。あるいは、観光客の受け入れに限界を感じている人が、2012年の25%が、49%になっています。

これは、当然あちこちで起きている問題でありまして、オランダでも大きな政策転換が行われるような状況になりました。つい最近発表された新政策によりますと、これまで観光客の分散を進めてきましたが、これではだめなので、量から質へ抜本的な政策転換を図るということで、観光プロモーションは一部やめてしまう、こんな決断をしました。居住者ファーストに完全にこれは作りかえていくということで、下の写真のように例の有名なアムステルダムのランドマークを取り壊してしまうというところまで来ております。

こういうところ、いわゆる危機点に達するまでのことをよく見ておく必要があります。ハワイは比較的よい対応がとられているところなのですが、そのハワイ州でも問題がどんどん厳しくなっていることがわかります。このスライドは、観光が問題よりもメリットのほうが多いと思っていた人が減ってしまっているというスライドであります。2010年代の初めのころまでは8割ぐらいの人がメリットのほうが大きいよと言っていたものが、どんどん減ってきている。今では、6割を切りつつあります。

他方で、観光が地元を犠牲にしていると感じている人の割合はどんどん増えていきまして、ついに7割台に達しようとしています。どこで臨界点を超えるか、むしろ超えないようにするのかというのが課題になろうかと思えます。

こういうことを受けまして、UNWTOではオーバーツーリズムに関する報告書を出しております。大きなポイントを2つ申し上げたいと思います。一つは、オーバーツーリズムは観光客の数の問題ではないということでありまして。それは、観光地のマネジメントと開発の適切さを問うものでございます。現象として、大きな誤解が生じているところが多いのですが、オーバーツーリズムは都市全体とか大変大きな場所で起きるのではなくて特定の季節・時間・場所で起こるということで、どこでも起きている可能性があるということです。都内でも一部ではそういう問題が出ているところがあるのではないかと考えております。

それに対する対応戦略といたしましては、11の戦略をUNWTOは提示しておりますけれども、大きく言えば、戦略1～3にありますように、地域・時間・季節の分散を図っていくということ。それから、大きく住民の感情問題にかかわりますので、戦略9にありますように、地域住民とのコミュニケーションをいかに強化して問題が出ないようにするか。これが非常に大事になっております。ちなみに一例を申し上げますが、白川郷、1,700人の住民のところ170万人が

来ております。住民1人で1,000人です。いろいろ問題は出ていますけれども、観光がだめだということにはなっていません。コミュニケーション、そのほか、対応が相当うまくいっているのだらうと思います。これに対応するためには、都市計画を含む総合戦略が必要だと、観光だけでは問題解決ができないということを強調しております。そのためには、関係者が一体となった取組が不可欠だということでもあります。

このような状況を受けまして、観光庁でも去る6月に「持続可能な観光先進国に向けて」という報告書を出しております。そのポイントの一つは、調べた全自治体が観光客の増加で問題が出ていると感じ、何らかの対策をとっているということでもあります。これを受けまして、今後の取組の方向性としては、代表的な観光地と組んで、混雑、マナー違反等の対策に関するモデル事業を実施することと、国際基準に準拠した持続可能な観光指標を開発していくこととされています。この一番最後の点は、エビデンスに基づいた政策でなければ意味のある観光政策は打てない、したがって、エビデンスをつくっていかうということでもあります。

UNWTOも同じことを言っていて、エビデンス・ベースの政策形成が重要だということで、「What is not measured, cannot be improved」は非常に大事な概念であります。社会・文化、環境に即して総合的なモニタリングをしていくことが必要だということもございます。

全国各地を見て、まだUNWTOの期待するレベルに達しているところは少ないのですが、沖縄は大変進んでおります。これは沖縄県がつくっております観光成果指標でございますが、観光だけではなくて、環境、社会、その他広く取り上げて、現状、沖縄観光がどうなっているかということの把握に努めております。あわせて、これも大事なことです、住民意識調査をしております。住民がどう感じているかということが非常に重要でありますので、その点も調査しております。ちなみに、沖縄の住民意識調査でもだんだん厳しい結果が出るという状況になっているところでございます。沖縄県でも必要であります、このようなモニタリングに基づく指標をKPI化して対応していくことが重要ではないかということをお願いして、私からのプレゼンにさせていただきたいと思っております。

どうもありがとうございました。

済みませんが、アトキンソンさん、お願いいたします。

【アトキンソン委員】

おはようございます。資料がなくて、申し訳ございません。

まず、観光公害からいきたいと思いますけれども、今、本保さんがおっしゃったように、まず、日本は観光公害の状況にはないということを強調しておきたいと思っております。

数字でいきますと、例えば、ギリシャで見ると、1000万人の人口に対して3000万人の観光客が来ています。フランスは、6500万人に対して8940万人が来ています。スペインは、4700万人の人口に対して8280万人になっています。ベネチアは、先ほど例が出ましたけれども、5万5000人のところに2000万人が毎年来ていまして、バルセロナで160万人のところに2000万人が来ています。

京都は、それこそ先ほどの話にありましたように、エビデンスではなくてエピソードでおもしろおかしくマスコミが騒いでいることを無視すれば、外国人観光客800万人ぐらいしか来ていません。大英博物館という1カ所でそのぐらい来ていますので、全く根拠のないエピソードの話だと思います。京都の場合、国内を含めると、5000万人の観光客が来ているということを言いますが、それは国内がほとんどで、その5000万人とは、例えば、そこで仕事をしている人でさえ、観光客としてカウントがされていますので、非常に不適切な統計の作り方をしていることも、それでわかるかと思います。

その状況にはないということを御理解いただいた上で、その次には、観光公害の定義は何ですかということなのですけれども、今、本保さんがおっしゃったように、私としては、観光公害の定義はメリットよりコストのほうを実感しているということを意味するものなので、観光公害そのものが実際に私は実在しないと思っています。

ここに2つの問題がありまして、一つは、受益者は明らかな受益があるので、その負担はそれに関係していない住民に回っていることは言うまでもないのです。住民にメリットのある形にするべきであります。これができる国は意外にないのです。ただ、日本の場合は、これが仕組みの違いからできると思います。例えば、国で見ると、官邸の観光の会議がありまして、定期的にやっていますけれども、全省庁がそこに集まっていて、観光戦略はどうなっているのか、どういう事業でどういう政策でやっているのかということ、細かく調整されています。この間、UNWTOの会議が京都に行われたときに、こういうやり方でやっているのは日本だけだそうです。要するに、観光庁や観光に関係している人たちのみならず、政府を含めて関係している全員で調整していることによって、問題点も解決すべきところが全部できるようになっていますので、そこでメリットの実現をしていることは今の日本の国の戦略の特徴の一つです。例えば、出国税を導入したときに、日本人からももらわないといけないことになっていますけれども、そこで、普通であれば、その予算が観光庁におりていって、関係しているところだけにおりますけれども、そうではなくて、日本人も、入国・出国をするときに、顔認証であったり、いろいろなメリットを受けるような形にしていこうということなので、観光とある意味で関係のないところでそういう政策も実施されていますので、こういうことを考える必要が私はあると思います。

もう一つの問題は、今のプレゼンにありましたように、教育の問題。マスコミがおもしろおかしく書いていることが非常に多くて、舞妓さんの袂のところにたばこを入れたというのは、多分あれば1件だけだと思いますけれども、テレビをつけるたびに、あたかもそういうものが毎日で、みんながこういうところにたばこを入れるものだと思っているような、誤解を招くようなことばかりを言っていますので、マスコミは割と大きな問題があると思います。

この間、宮古島に行ったときに、観光があまりにも良くなっていて、賃金が上がっていることによって生活保護がかなり減少していて、2億の予算が余ってきて、その2億の生活保護のところからいろいろなメリットをその島民の人たちに回しているということだけではなくて、明らかにこういうことをやることによって住民にこういうメリットが出回っていますよということも宣伝していることが特徴だと思います。

多くのところは、例えば鎌倉は、観光客がいっぱい来ることによって江ノ電がなかなか乗れないということをするのですけれども、観光客が来なければ江ノ電などは廃線になっているはずなので、そこのバランスをどうするのかということをお教える必要があるかだと思います。発信のところが非常に大事だと思います。

ただ、例えば、国で見るともう一つ問題があるのは、現在で来年の国の4000万人の目標達成は、韓国との関係があってそこまでいかないことになりましたけれども、多分3500万人ぐらいまではいきます。残念ながら8兆円の収益目標が片方にあるのですけれども、これは5兆円台で止まると思います。ここを見ると、先ほども申しましたように、人数は負担、収入がメリットとなっていますので、明らかに負担が大きく感じるようなことはあるのではないかと私は思いますので、民間が十分に稼いでいないという問題が発生しています。

分析をすれば、いろいろな問題があるのですけれども、一番大きいのは、宿泊・飲食の問題がかなり大きいです。やはり国として、欧米豪を増やしたり、富裕層を増やしたりして、多くのお金が取れるような観光客をどんどん増やしているにもかかわらず、持ってきてもらっているお札を実際に落とす機会は整備してもらっていないという問題がありますので、ここの部分はどうするのかということは最大の問題点だと思います。

もう一つあります。ことしの3月まで、Destination Marketing Organizationを考える委員会というものがありませんでした。Destination Management Organizationにしなければいけない本来の役割が検討されました。実は、国・自治体で全部合わせると日本のDMOは大体1030億円ぐらいの予算が毎年あるのですけれども、その中で約75%は、無駄な情報発信と、誰も読まないパンフレット、何語で書いてあるのかという無駄なホームページとか、こういうものに使われています。着地型整備ということにはほとんどなされていな

い。これが最大の問題点でありまして、3月までの委員会でDMO改革を国でやっています、それは何をやろうとしているのかということ、観光資源に近くなればなるほど情報発信を減らしてもらって、徹底的に現地にある諸問題を解決するような形で着地型整備に専念してもらおう。当然ながら、日本政府観光局という情報発信の専門機構があります。広域DMOであれば多少観光資源の情報発信のコンテンツをつくってもらうのはいいのですけれども、今ですと国・都道府県で各観光資源の情報発信ばかりやっています、実際の着地型整備をやっているところは皆無です。着地型整備をやっていないと、民間がもうかりませんし、それと同時に、問題が解決されていけませんので、地元の住民に対する負担が重くなっていくということなので、これが観光公害の原因だと私は考えています。

DMO改革の結果として、受益者だけがDMOに参加することをやめましょう。ですから、旅行会社、交通機関、広告代理店だけでDMOを仕切るのを、もう少し多様なメンバーにしていく。

実例でありますけれども、例えば、日光市のDMOは、交通機関と広告代理店が入っていますけれども、日光東照宮が入っていない。日光は日光東照宮がなければ誰も行かない街なのに、日光東照宮の意見が全く反映されていない。ほとんど情報発信ばかりをやっていて、渋滞問題、ごみ問題、マナーの問題等々で全くそれでくみ上げられていなくて解決されていないという状況です。日光のDMOは、地元のホテル、地元の飲食店、プラス、国立公園ですから国立公園の出先機関の代表、二社一寺の東照宮の代表が出てきて、今、いろいろな問題をそこで議論して、行政と組んでどうやってそれを解決していくのかという仕組みをつくらうとしているところでありまして、私はこれが最大のポイントではないかと思えます。

どこにどういう問題があって、行政と民間でどう解決していけばいいのかということ議論して解決していくことが一番大事なところなのですけれども、旅行会社、交通機関とホテルだけだと、自分たちに来てもらえればあとはある意味でどうでもいいということなので、地元にごみの問題があってもそれは知りませんということになりかねない。そういう悪影響を受けている人にDMOに入ってもらわないとなかなか建設的な議論にならないということが私の今までの実感ですので、受益者だけではない、そういう声を聞くことは非常に大事であるだけではなくて、その問題を一個一個解決していかないといけない。

これの先駆的なところが京都のDMOなのです。京都市のDMOというのは、仏教界、神社界とか、いろいろな人に多面的に入ってもらって、いろいろな意見を聞いて一個一個の問題を潰していっているという非常に進んだ形になっていますけれども、私が知る限りでそこまでやっているところは多分京都市のみだと思います。あの仕組みは素晴らしいもので、私としては期待しているところで

はあります。

先ほどプレゼンにありましたことと関連するのですけれども、ごみの問題等々でいろいろな問題があることは事実です。ごみの問題とよく言われますけれども、あれはごみの問題ではなくて国内の考え方がずれていると私は思います。問題を把握したところで、対応を変えなければいけないというところは私はあると思います。昔はごみ箱があったのですけれども、テロの可能性が全くないにもかかわらず経費削減になるということを言って削ったところはいっぱいあります。外国人観光客は別に海外からごみを持ってきているわけではないので、ここで発生したごみを、1日ずっと歩きながら、夜までホテルに持ち込んでいってくださいということなどは御都合主義の塊だと思いますので、こういう問題は進んで解決するべきものだと思います。

ですから、バランスの中で、外国人が不便に思うことも調査によってわかりますし、これに対して対応するべきか、負担がどこに落ちているのかということも全部考えた上で一個一個の問題を解決していくことが観光戦略だと思います。都も毎日のように様々な問題を拾い上げて一個一個を素早く政策をもって潰していくことによって観光客は今までの例のない伸び率になっていると思います。東京都は、観光戦略の一番メインですから、ぜひともこういう問題を拾い上げてそれを一個一個解決していくような形でできる限り着地型整備を一番重視して、情報発信はそこまで力を入れなくてもいいと私は思います。

最後のポイントになりますけれども、昔、情報発信することは非常に大事だったのですけれども、今の日本などは、整備をすればするほど、観光客はすばらしかつた旅行体験を、SNSとか、インスタグラムとか、フェイスブックで勝手に広告を打ってくれることになりましたので、私は、そういう意味では、今の観光戦略は、オランダの例にありましたが、情報発信は言われるほど重要なものではないと思います。観光戦略を正しく実行していく最大のポイントは、着地型整備をどこまで細かくすばらしく実行するかということが最大の秘訣だと思います。

以上です。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。

【松本観光部長】

恐れ入ります。こちらで、小池知事は公務のために退席をさせていただきます。

【小池知事】

大変素晴らしい御意見をいただきまして、ありがとうございます。

オーバーツーリズムは、東京はまだそこまでいっていないし、むしろ、今、課題があるのならば、それを前もって知った上で先回りして準備をしておく

ということと、東京は、知られているところは、それこそSNSの力で、浅草から、料亭でも老舗のどこそこのお店のおでんの何がおいしい、つみれがおいしい、そういうものはアラブの人たちまで知っているのですよね。ですから、そういう意味で、これからもっと広げていく可能性のあるところがまだあるのをどのようにして持続可能な観光スポットに変えていくか。

一つは多摩地域、もう一つは島、ここのところをぜひ何とか素晴らしいモデルになるような観光地にさらに磨き上げていきたいと思っておりますので、今後ともどうぞよろしく願いいたします。

それでは、途中で失礼いたしますけれども、来年は、2020年、重要な年でございますので、どうぞ引き続き御指導のほどよろしく願いいたします。

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。

(小池知事退室)

【本保座長】

それでは、今日のテーマについての議論に入りたいと思います。

御意見のある方、挙手をいただければありがたいです。よろしく願いします。

玉井先生、お願いします。

【玉井委員】

お二方のプレゼン、今日は本当に大変興味深く、お聞きしました。これから、2020以降、東京を含めた日本の観光をどうしていくかという本当に本質論を語る機会ではないかと思っています。

今日、私は、本保先生、アトキンソンさんのお話を聞いて、2点、もう一度原点に返った議論をすべきだろうと思います。一つは、いわゆる“観光資源の本質とは何だろうか”。もう一点が、その“観光資源とは一体誰のものなのだろうか”。ピンポイントではいろいろと皆さんの御意見があると思うのですが、日本のあるいは東京の観光を考えたときに、この2つの視点で議論をもっと本質的に、再考する必要があるのではないだろうか。

第一点目のポイントはインバウンドマーケットがどういうものなのかといったセグメントを明確にする。ビジネスの視点があったり、まさにサイトシーイング的な観光があったり、あるいはその中間があったり。例えば今、国は2020以降MICEをとにかく誘致しようと推進しています。ただ、MICE一つとっても、各地域が議論するときに、そのポイントが観光の視点なのか、あるいはビジネスの視点なのか、極端な場合、観光物産展に近いような議論になってしまうことも多々あります。この辺を、国としてあるいは都として受け入れる場合にどういう視点で切り分けをしていったらいいのだろうかということは非常

に大きなポイントになると思います。もちろんビジネスと観光が2つ一緒になった分野は非常に大きいのですが、それでもその切り分けをきちんとする。それだからこそ、宿泊施設あるいはいろいろな社会インフラをどう整備していったらいいのだろうか、これはその目的によって変わってくるのだろうなと思っております。

次に、第二点目の観光資源は誰のものか。アトキンソンさんのプレゼンの中にもありましたけれども、私はこれからここが非常に重要になってくると思います。現状観光の利益は観光に直接携わる、例えば、旅行産業や宿泊産業、交通産業のようなところに還元がされているのだろうと思われていますし、多分そうなのでしょう。

ところが、C to C的なビジネスモデルになっていきますと、必ずしもそういう視点ではない。むしろ地域社会にとってどういう利益配分がされていくのかという視点を持たないといけない。地域社会から受け入れられないビジネスモデルは観光に限らずいずれ衰退というか、それ以上は伸びないと思います。東京もある意味では都市対地方という日本が抱える観光における問題点を内在していると思います。都心部に関しての観光は、ITを柱とした、ホスピタリティーテクノロジー的な概念に進むでしょう。一方、先ほど知事がおっしゃった多摩地区あるいは島しょ部に関しては、これから非常に重要になってきます。むしろ日本的観光という視点を考えればこちらがメインになっていく可能性があるのではないのでしょうか。そうなった場合、都心部でのテクノロジーの有益性と、多摩地区・島しょ部が持っている自然、環境や社会特性、いう視点をどう組み合わせられるのかがポイントとなります。

また今日は、SDGsという視点がありました。この17の項目から取り上げてみるだけでも、例えば、都心部の対象にはNO. 9「産業と技術革新の基盤をつくる」という視点があります。これを観光という視点から見るとホスピタリティーテクノロジー的な概念になってきます。他方、地方部、多摩・島しょ部の視点で見ると、NO. 12「つくる責任、使う責任」というものがあります。これは、観光の地域性とか社会性みたいなもの、いわゆるある種の環境的なもの、そういうものをきちんと整理していくという視点になるのではないかと思います。更には、17番目に「パートナーシップで目標達成」というものがありますけれども、これは先ほどアトキンソンさんのおっしゃられた、観光産業というのは1視点だけではなくて、農業や工業など他産業、またIT技術というような複合的視点でもう一度再構築し直す。そういう意味では、先日発表された京都の「観光・文化京都宣言」これは非常におもしろい視点といたしますか、新しい社会のあり方の視点を提示しているのではないかなと思います。

そのときに非常に重要になってくるのは、財源という問題です。いろいろ批判もあるかもしれませんが、私は幅広く観光税的なものを積極的に取り

入れていき、それをどうやって社会インフラの中にきちんと還元していくかというモデルをつくるのが、2020以降これからの、日本のあるいは東京の考える観光の視点ではないかなと考えます。

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。

1点だけ確認ですが、最後におっしゃった観光税は、都では既に宿泊税を取っているわけですが、それを見直したらどうかという御提言でしょうか。

【玉井委員】

今は宿泊という観点から東京はじめ京都、大阪、その他都市も宿泊税を導入しています。観光税となるといろいろな産業界のご意見はあると思いますが、もっと幅広く、先ほど言ったあらゆる産業が“観光にコミットしている”という理解が深まれば、それは観光税という視点で、議論、再考できると思います。

【本保座長】

わかりました。どうもありがとうございます。

根木さん、お願いします。

【根木委員】

ちょっと会議におくれてしまって、済みませんでした。

お2人の発表の中で、今回、SDGsというところで、まさしく僕自身も、先日、新国立競技場に行かせていただいたのですけれども、新しい会場でああいうものができたことによって、前のレガシーになっていた競技場もすごくよかったですけれども、各段使い勝手がいいものになっていて、ものすごくうれしいです。トイレもものすごく、過去、あれほど設置されている会場はないのかなと思うぐらい、いろいろな多様な方が使いやすいトイレがあったりとか、動線もアクセシビリティは本当に最高に配慮されていました。

6万人が来られていたので、これは混乱が起きるかな、起きたらどうなるのかなとすごく心配していたのですけれども、規制退場をすることによって、分散して1カ所の駅に行くわけではなく、それもすごく案内もあってよかったです。でも、実際、僕が車椅子に乗っているので、すごい行列というか、視野が皆さんより低いので、周りが全然見えないのですよね。なので、たまたま付き添いと、一緒にいた者が歩行していたので、その人に聞きながら、今、どれぐらいと、ずっと人が見えないぐらいゆっくり動いていますよというのがあったりとか、まだそういう掲示物の配慮なども要るのかなとは思ったりはしました。

でも、本当に2020の大会があることによって、そういうアクセシビリティだけでも急激に使いやすくなっていることがよかったのと、こういうことで実際に今後観光に来られる方にとって安心・安全に来られる場所となることによって、またここに来たいと思う中の大きな一つになるのかなと思いました。

どうしても大会絡みの話に僕はなってしまうのですけれども、もともと観光ボランティアさんというものが東京都にはおられて、僕も東京に最初に来たときにはそのボランティアさんにすごくお世話になったことがあるのですが、その後、今はシティキャストですよね。大会に向けて3万人以上の方がされるということで研修を受け、その研修の中には、例えば、障害を持つ方にとっての配慮という内容も入っています。これも本当に素晴らしいことで、このレガシーとして、この3万人は大会に向けてのシティキャストでしょうけれども、そういういろいろなことを学んだシティキャストが、空港であったり、観光地であったりとか、もちろんその大会会場のいろいろなことで活動されるのですけれども、結果、そういう3万人の方たちが、今後、東京の観光に何らかの形で活動していただけるものに、いかにどうつなげていくかということも重要なのかなと思いました。

さっきハードの面の話をいっぱいしたのですけれども、もちろんハードの面がすごく進んでいったとしても、限界というものではないのですけれども、例えば、スロープがあっても重度の障害の方であったらちょっとした傾斜でも上りにくかったりすると思うので、最終的にはボランティアさんがいればいいし、いなくても、本当に住民の方々の皆さんとともにまちづくりもしながらそういう配慮ができるようにすることが、結果、安心・安全な街である、観光地であるということも進んでいくのかなと僕は思いました。本当に、先ほどアトキンソンさんが言われた住民にとっていいものでないとだめというのは、まさしく今言った全てのものにかかわってくるのかなと。

ちょっと感想的なものになるのですけれども、済みません。

【本保座長】

どうもありがとうございました。

次は、伊達さん、お願いします。

【伊達委員】

ありがとうございます。

今日のお話を聞いていて、観光政策とはそもそも何ぞやという初心に戻る話になる印象を受けました。

これまで、観光客数、インバウンドを増やしていくという目標があり、それに対して課題は何であり、その課題の一つ一つに対する部分最適の議論が数年間続いてきたように思います。2020年は、このまま進むと思いますが、その後は、様々な問題も見えてきた中で、観光政策としてやるべきことを再整理することだと思っています。

それでは、観光政策は何かというときに、そもそもこれを産業として捉えて都政の中で育てていきたいというのが当然であろうと思います。ただ、どうもどの都市も産業として観光を明確に位置づけていない印象を受けています。

観光は、重要な産業であると。産業とは何かといえ、当然、収入が増える、経済的効果があるということの意味を以て、事業者の収益が上がっていくし、都政としては税収が上がっていく。みるべきベンチマークの数字ですね。

そう考えると、人数がこれだけ増えたよ、よかったねという議論はもう要らないのではないかと。あくまで、収入が増えている、あとは各企業の評価をする。数字的に増えている、税収が増えているなど。当然プロダクトがなければ都にお金は落ちていかないわけですから、そのプロダクトを育成していくためのプログラムを都として何か考えるのが政策であると。

一方で、当然観光というのは人が来て使うということなのであって、その受け皿の中に都市というものが必ずあります。そう考えると、都市計画というものを、観光という側面で、考えなければいけない。例えば、渋滞というのは、ハードの問題であり、かつ、ソフトの問題。そして、観光客数が増えた、ホテルが足りない、大変だ、だから、ホテルを増やす必要があった。規制がないので、今、バジェットホテルがひたすら増えていっていますよね。もしくは、国としての方針ではありますけれども、民泊という形で数をとにかく押さえるという話だけに特化していた。今は、高級ホテルが足りないから緩和しようとなる。緩和だけでなく、バジェットホテルなどある規模、面積以下のものに対しては、むしろ規制をすとか、もしくは何らか、都市問題を解決するために活用するフィーを払ってもらう仕組みも含めて、都市政策を考える必要がある。

もう一つは、社会インフラというのは、都市だけではない。当然通信インフラも今となっては社会インフラで、5Gが出てくるからこそどうなっていくのか。キャッシュレスにしろ、あらゆるところで利便性を高くすれば、観光客のネガティブなものも減っていく。そこも戦略的に政策として考えながら短期・中期・長期のことを考えるべきだろうし、当然人材もインフラなので、これも議論はずっとされていますけれども、人材インフラをどうやって整えていくのかも考えなければならない。全体バランスを持った政策をそろそろ明確に出されてもいいのではないかなと思います。

もう一方で、KPIの話は当然必要であって、いろいろな角度から、経済的なものであり、もしくは住民の満足度であり、いろいろな形で出すというのは非常にいいと思うのですね。沖縄の事例も非常にいいなと思う中で、できれば、これは、各地域がやることではなくて、国として統一した基準を持ったほうが、横並びで比較もできるので効果的ではないかなと思いました。

最後に、東京都さんからオーバーツーリズムの説明がありました。表を見ますと、収入単価はアメリカが断トツに高い。一時、2011年は下がりましたが、その後は上がっている。それは何でなのかなと。日本はどんどん下がっているのも何でかというのがありますけれども、そもそも高いところはその理由が何かということまで掘り下げていただけると、先ほどのプロダクトとし

て何を育成しなければいけないのかということが見えてく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。

観光政策の目指すところを含めて全体を再構築して、それにふさわしいプラン、手を打っていけということだったかと思います。

【伊達委員】

それぞれのやるべきことを明確にしなが、トータルな時系列のプランニングですね。

【本保座長】

2つ申し上げます。

1つは、例えば、ハワイは観光客数をKPIにするのをやめると言っています。アメリカですが、私からお答えさせていただきますが、どうもビザの問題がありまして、留学生や観光ビザを使って働いている人が入っているようなのです。それで平均17.5泊を超えるという大変長い滞在日数が出ているのではないかと思います。

【伊達委員】

そうしますと、その辺は整理したほうがいいと思うのですが、次に、この表は、スペイン、フランス、イタリア、タイ、そのあたりが単価としては高いようなので、客観的に調査してみるというのはあるのではないかと思います。

【本保座長】

ありがとうございました。

続いて、どなたか。

滝委員。

【滝委員】

今日は大変勉強させていただきました。そろそろ、質的なのとか、オーバーリズムに絡むことを考えなければいけないのかなと漠然と思っていた矢先に、座長からのお話と、特にアトキンソンさんの着地型、これに尽きるというか、非常に頭を整理していただいたような気がしています。

住んでいる住民のメリット、もう一つ、伊達さんからあったように、我々は観光を、唯一と言ったら叱られるけれども、農業と観光を日本の大成長産業に確立したいわけですよ。そういう意味からして、今、ここでプライオリティーの1番にこの着地型というものを、アトキンソンさんの言うこれをきちんとスタートすることはとても大切なような気がしました。

もう一つは、我々は何をお手伝いしようかなという中で、徹底的に一次情報

ですね。絶対に信頼のおけるリアルタイムの情報の充実というか、日本の最大の特徴は、夜中に婦女子がぶらっと飲みに行ける、この安心・安全。その安心・安全は、治安的な問題だけではなくて、食材の、よくGAP云々が日本は浸透していないと言われますけれども、それ以上に日本の調理人のモラルといいますか、そのようなものの中で守られてきている面もあったりして、そういう意味では一次情報の確立は我々の担当しなければいけない領域かなと。

でも、一次情報は基本的には住んでいる人からがいいとも思います、生活の中で捉えられるので。そのための前提として、今、まさにこの着地型を本気でやる時期にあるのかなという気がいたしました。

感想を含めた意見でございます。

【本保座長】

どうもありがとうございました。

着地型の基本になる一次情報の整備を含めて、質への転換ということですね。ありがとうございました。

続いて、星野さん。

【星野委員】

先ほどオーバーツーリズムが本当に東京で起こっているのかどうかというお話があったのですが、先ほどの東京都さんからの資料から少し計算すると、訪都外国人観光客は日本人も含めた全体の2.58%にとどまっています。外国人観光客が東京都に来てオーバーツーリズムになっているということは実数としては言い切れないと思っています。

そうすると、オーバーツーリズムで批判を受けて観光政策に影響するリスクは、実態よりもイメージの問題にあるかもしれません。外国人の観光客は、私たちの常識とは違った感覚を持ち、今までになかったような問題となりえる行動をとることがあるので、それがニュースになり拡散されて、先ほどアトキンソンさんから指摘があったような京都での事例のように、実際には1件しかなかったことが、多く発生してしまっているように報道されてしまう。

私どものリゾートでも訪日外国人旅行者を受け入れている時に同じような問題は起こります。その時に、もっとルールを守ってもらうことに注力すべきだと思います。私たちは外国人観光客には寛容になりすぎる傾向があり、それが日本人のお客様にご迷惑になることが多々あります。日本人と同じようにちゃんとルールを守っていただけるようにすることをもっと徹底すべきだと思うのです。

その方法は2つで、1つは、訪日外国人旅行者は当然ながらルールを知らないケースが多いので、まずはルールを知っていただく努力をしています。温泉の入り方を知らないのが問題になるケースが多々ありましたので、温泉の入り方動画をつくってYouTubeでも公開し、予約時にご覧いただくようにしたり、

脱衣室に表示するようにすることで、大幅に改善しました。外国語にもして、中国語や英語にもして、「Hot Spring Manners」で検索していただくと出てくるのですが、そういう知らせる努力を精いっぱいした上で、それでもルールを守らない人には、毅然とした態度で注意するということをもっとしっかりやったほうがいいのではないかなと私は思っています。

注意したり怒ったりすることも実はおもてなしだと僕は思っています。私は、若いころに世界を旅行してきて、あちこちでいろいろと怒られた経験がありますが、今、思い返すと、外国旅行で学んだことにつながっています。もっとルールを知らせた上で守らない人には注意する、その内容や様子をトリップアドバイザーに拡散してもらおうと、これもオーバーツーリズムのイメージ拡散を防いでいく重要な手法になるのではないかなと思います。

【本保座長】

どうもありがとうございました。

星野さんがおっしゃるように、オーバーツーリズムは別に観光客だけの問題ではなくて、住民の問題あるいは通勤客を含む都市全体の問題だとUNWTOでも言っているところでもあります。その中でルールを守らせることがイメージ改善に大事だと。どうもありがとうございました。

次は、どなたか。

石井さん。

【石井委員】

今日の発表は大変勉強になりました。ありがとうございました。

先ほどから皆様のお話を伺っておりますと、まず、都市のインフラということが少し伊達委員からも出ておりましたけれども、観光というのは偶発的に皆さんが来て何となく集まるというところから上の段階に行くときには、必ず都市整備としての環境整備が不可欠だと思います。東京都として取り組むからには、そうしたインフラ整備の観点をしっかりと計画を立て、何年度までに何をしていかなければならないのかという明確な目標が、そろそろレガシーを見据えた上で出されるべきかと思いました。今までは2020年が何となくターニングポイントになっていましたので、そこまでに、まずは人の数、それに伴った収入額というものが引きずられてきたかと思いますが、そういう意味で、先ほど御指摘がありました、世界で収入が高い国、フランス、スペイン、イタリアなどが挙げられておまして、私もヨーロッパにふだんはいるものですから、こういう国は国として率先されたブランディングが非常にうまくハンドリングされている。また、それにあわせて、民間の企業、いわゆる大手ブランドみたいなところも含めて、非常に意識をしてしっかりと進められている。その中に、数を売るということは全く考えられていない。どういうふうイメージをつくるのかということに非常に時間をかけて、また、お金もかけて、議論し、それ

が確立され、それが結果として拡散されて、それらの国以外の方たちの中に植えつけられていくわけですね。

そのやり方が非常にうまいなというのは私もよく目にしております、例えば、ちょっと不思議と思われるかもしれませんが、夜景なども、私の専門ですけれども、偶発的にいろいろな建物がライトアップをしているものが集まっているわけではなくて、街として、国としての政策、条例などがしっかりあった上で、全体的なビジョンがあり、そこに一つ一つの照明事例というものが乗っかっているからこそ、全体に統一感のある美しい夜景というものができている。パリが光の街とかと呼ばれるのも、そうした観光的な戦略があった上ででき上がっている照明があるからだと思います。

インフラという意味で、例えば、照明はただ美しくするだけではなくて、最近スマートライティングという手法が世界中で発達しております、照明器具一つ一つが、通信のインフラになる。災害時などのインフラになる。おもてなしをするときのインフラになる。先ほどのいろいろな日本のルールを知ってもらうということの情報発信にもなる。例えば、ヨーロッパでの照明の大きなフェアなどに行きますと、今はそのスマートライティングでいかに通信やインフラと照明を一体化するかというプロダクトがたくさん発表されていますし、そうした事例なども発表されています。日本ではまだこれがなかなか進んでおりませんが、一部私も六本木商店街でそういうもののプロトタイプを開発するお手伝いをさせていただいたり、少しずつ始まっているのかなと思いますが、照明を、美しくする、安全に照らすという第一義的なものだけではなく、インフラとして活用するという違ったビジョンをこれから組み入れることもできると思いますし、私は門外漢でございますけれども、照明以外にも、きっとそうした今までであったものを違う角度から見ることによって拡張・活用できるということがあるのではないかと思います。

そういう意味で、都市全体の活用をするときに、先ほどお話がありましたような、観光税を観光のPRにどんどん使ってしまうということではなくて、照明のように今までなかなか予算がおりにくかったようなところに違う要素を組み込むことによって活用するための予算に使うとか、違ったアプローチがあるかと思いますが。

最後、ちょっと感想ですけれども、フランスに行きたいと思っている人たちは、フランス愛がすごく高いんですね。フランス大好き、行ってみたいと。そういう気持ちを持たせる。日本愛というか、東京愛みたいなものがもう少し増えるようなやり方を、もちろん産業として確立させるというのは非常に大切な視点ではありますけれども、もう少しヒューマンなアプローチみたいなものがあるのもいい。結局、SNSは人の感情が端的にあらわれているものの集合体でありますから、行ってよかった、楽しかった、すてきだった、それから、行っ

て嫌な思いをした、つまらなかったということが端的に出てくる。それは人のすごく単純な最初に出てくる言葉とかが多いわけで、そういう意味では、ヒューマンエモーションみたいなものをかき立てられるようなブランディングができるかということも、一つ忘れないで今後の計画に入れられてはどうかと思いました。

以上でございます。

【本保座長】

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】

今日のお話は、本当に同感のことがたくさんありました。

ちょっとだけ出されていない視点というのは、働く方々の視点ではないかと思うのです。

先ほど星野さんもおっしゃったように、「オーバーツーリズム」という言葉自体、また、「オーバーツーリズム」とずっと歴史的に言われているのも、1860年代に、例えば、ブライトンとか、南フランスとか、そういうところでクルージングが始まったりいろいろなことで、さっきアトキンソンさんが話されたように、地元に住んでいる方々、例えば、漁業をやっている方々のところに、大勢のリゾート、海のリゾートに出かけてきて、そこで漁業をやられている方々と海をエンジョイしたい方々との葛藤の中でいろいろな問題があったり、または、湖水地方の中で大勢の農民の方々が住まれているところに大勢の方々が湖水地方に行って避暑地として使われるという問題は、歴史的にはずっと継続されている問題です。

「オーバーツーリズム」という言葉を出してきても、今、言われたように、過剰通勤者というものも含めてそうなのですが、こういう現象が起きたときに、地元でこういうサービス産業を支えている方々が本当にいい生活をされているのかどうかはすごく大きな課題です。

例えば、東京を支えているサービス産業の方々は、通勤に非常に大変な思いをされていて、遠いところに住んでいないと自分がいただいている賃金に見合った生活ができない状況で、そうすると、通うことがとても大変です。

SDGsの話も出たのですがけれども、働きがいと経済成長とはいうものの、8番の働きがいと経済成長は、日本語が非常に悪く訳されています。「Decent Work」が英語になっているのに、それが日本語で「働きがい」になっていて、「Decent Work」がちゃんとできていれば、もっとちゃんとした形での賃金も得られているはずですし、ブラック企業とか、そういうところで働かなくても済むような状況になっているはずなのです。ですから、SDGsに観光を例えますと、まず、この8番はとても大きな視点だと思うのです。

今、観光産業の世界中の大体7割は女性たちで支えられているのです。あとの3割が男性で、これはデータとして出ているものなのですから、そういう女性たちに対する5番のジェンダーについても、女性たちが支えていながらも、ホテルのお掃除をしたりとか、クリーニングをしたりとか、最近、男性も少し増えてはきていますけれども、女性たちがそういう仕事をする。でも、トップのほうの仕事は男性たちがいまだに非常に多い。

ですから、たくさんの視点がここにはあるので、それが11番の持続可能な都市とコミュニティーができていくかどうかということにつながっていくものだと思うのです。

むしろ、これから大勢の方々に観光が一つのサービスとして産業として発展していく上においては、それを支えている人々にもきちんと目を向けていかなければ、本当の意味での持続可能な観光産業にはなっていないと思います。むしろ、日本が、そういう視点から、そういう仕事をされている方々に、例えば、家賃をもうちょっと抑えてさしあげましょうとか、東京モデルを一つつくっていただけるような形になってくると、本当の意味で観光で生きていこうとしている地域にとっての一つの大きな模範になるのではないかなという感じがいたします。

【本保座長】

ありがとうございました。

あと2人、牧野さん。

【牧野委員】

プレゼンテーションありがとうございました。とても大きな話で勉強になりました。

世界的に旅行先でローカルな経験をすることということが旅行の目的の一つになってきています。東京に来た人たちが、これまでだったら例えばホテルでの経験や交通機関の経験が、東京での旅行の経験でしたが、これからは東京でするあらゆる経験が訪日外国人にとっての「東京の観光経験」になります。そうすると、東京でするあらゆる場面で接する人たちから受け入れられている感を感じながら旅行できるかということが大事になってくると思います。そうすると都民一人ひとりが外国人観光客が来ることを自分ごとと捉え、快く受け入れてもらうことが大事になります。そのためには外国人観光客が増えることで住民の収入が上がるとか、消費額が増えていくということが大事だと思います。

そのためには値段を上げていくということも一つやっていかなければいけないことかと思っています。あるインバウンドの調査によると、値段を上げるに関して、訪日外国人の人たちは割と理解があるという結果が出ています。例えば、日本人としてはそんなに安くはないと感じるかもしれませんが、半日ぐらいのアクティビティーに対して平均1万円払ってもいいという訪日外国人は多くいま

す。値段を上げることで消費額を上げていくということも必要なことだと思います。

一方で、何でもかんでも値段を上げろということでもありません。東京都のブランドを考えた上での価格戦略として、何を無料にして何を収入にしていくかということは東京としてのブランドに重要は判断です。

皆さんも御存じのとおり、例えばロンドンでは博物館や美術館は無料ですが、バスや地下鉄といった公共交通機関は東京よりは高いです。博物館や美術館を無料にすることで、ロンドンは博物館のイメージがつけられていきます。住民のメリットを考えて価格を上げ、消費金額を増やすにしても、一方で、どういう価格戦略をとって、東京都としてのイメージ、ブランドをつくっていくかということも大事なのではないかとお話を伺って思いました。

もう一点、着地型の整備に関して。お話ししたように、外国人観光客にとって東京で体験するあらゆることが旅行体験だと考えると、東京のあらゆる場面での満足度を上げることが大事ですし、ソーシャルメディアを通じて発信することが一般的になっているのでその体験の感想が発信されて世界に広がっていきます。そのため、着地型の整備は本当に重要なことだと思ってお話を伺っていました。

【本保座長】

どうもありがとうございました。

田川さん。

【田川委員】

待っていました。今日は、最後まで聞いてからと。

もともとオーバーツーリズムも観光公害も日本にはまだまだほど遠い話だと、私は基本的に思っています。なぜこんな話がいろいろなところで出てくるのか不思議ではないぐらいですね。

2018年に14億人が動いて、日本に来たのはイン・アウトを含めてたった5,000万人ですから、14億分の5,000万ですよ。その程度でお話ししている話ですから、これはマスコミにもいつも言っているのですけれども、こういうレベルで本当に重箱の隅をつついて話にしかないわけで、こんなことをしていると日本の観光戦略を間違えてしまうと私も個人的に思っています。

もともと、2003年小泉総理が初めて観光立国宣言をしたときに、「住んでよし、訪れてよし」という理念を掲げました。先ほど、玉井さんから「原点に戻ろう」とご発言がございましたが、原点へちょっと返ってみませんか。一番象徴的にやらなくてはいけないのは、東京都だと思います。

国内旅行では観光地というとすぐに温泉地を思い出すのですけれども、1964年に海外旅行が自由化されて、ことしで55年も経過しますが、2000万人になるかならないか。55年かけて2000万ですから。インバウンドは6年かけて3000万

ですよ。

日本人が海外旅行をこれだけしておきながら、海外でいろいろな体験をしたのに、なぜその経験を日本の中に持ち込んでいないのかなと不思議に思うときがある。先ほど、星野さんが「海外で怒られた」と言われたけれども、私もこの業界に50年近くいるのですけれども、怒られた経験のほうが圧倒的に多いです。ハワイのワイキキでネクタイを締めていたら脱げと言われましたしね。シャンゼリゼを背広姿の15人ぐらいで歩いていたら、いいかげんにしろと言われてたり、そういうマナーに反していたり、環境にそぐわない事例は日本にもたくさんあるのです。

1つだけ、中国の味方をするわけではありませんが、中国の程大使という方がいらっしゃって、9年間日本の大使をされたこの方に、5年前に日本の大手旅行会社関係者が呼ばれました。中国人のマナーが悪い実例を全部報告くれと言われました。140項目ぐらい出したと思うのですけれども、それを彼は中国の国家旅游局の当時の邵琪偉(しょうきい)局長に全て提出して、旅游局から、中国国内の全旅行会社にマナーを正すように指示をしました。行く前に教育をしてから行かせなさいと。そのおかげで、銀座界隈にガラガラとスーツケースを引っ張る中国人が圧倒的に減ったという事実はあります。

マナー問題は、「住んでよし」という観点から、住民もしっかりやるべきテーマだと思います。そして、地域の行政もフォローしていく必要があります。山陰のDMOで、私は会長をやっていますが、よくその議論をいたします。平井鳥取県知事や溝口島根前県知事には、行政としてフォローしてくださいと言うのですけれども、議会で予算を通すときに、議員さんの関心は、パンフレットとプロモーションをどうしたかということだけです。着地型商品をつくりそれが成功するのに、例えば、松江のお堀を回っている遊覧船も、構想を提案してから、運行が開始するまでに5年か6年かかってしまうのですね。ところが例えば、今、1億円予算化するとすぐ年度内にその成果を求めるのです。

そういう意味では、私は、観光庁や運輸局を通じて、各地域の議員さんに成果が出るまでに時間かかるということを理解していただきたいなと思います。それはなぜかという、予算が単年度主義に陥っているからです。着地型整備の話も、まさに時間がかかるテーマなので、意識を変えていただきたいと思います。

これは、先ほど知事から島しょや多摩の話がありましたけれども、まず、23区をしっかりやるべきだと私などは個人的に思っています。

もう一つ、着地型の中でも、東京でたくさんお客様が来ているのだけれども消費が増えない中で、東京をショーケースにしようという話がたくさんあるのですね。全国のモデルとして。モデルにすればするほど、我々がロンドン・パリに行くように必ず行きます。モデルではないから、分散してしまう。一回行

けば済んでしまうから。東京がもし全国のショーケースになっていれば、まずは東京に必ず来て、東京からどこかの地域へ訪問しようと思います。我々は、パリに行かないでルーアンに行くとか、最初にほかの地方には行きません。パリに寄ってから必ず行きます。それがパリの魅力だし、パリの交通網だから。東京でもそうすべきテーマだと。

東京の観光政策を考えるときに、ポストオリンピックだけではなくて、オリンピック・パラリンピックの期間中、7月の中旬から9月で2カ月間がありますが、この2カ月間に、最大の舞台ができます。その舞台でどういうことを演出するか。

今、各都道府県から東京に出ているアンテナショップがありますけれども、日本人のみなさんも訪日外国人のみなさんも詳しくはどこにあるか知りませんよ。日本人は自分の県のところは行くかもしれないけれども、さつま揚げを売っている鹿児島県は日比谷にあるのですけれども、1階でさつま揚げを売っているのです。3階に、切り子とか、高い真珠とか売っています。さつま揚げと切り子の販売スペースの場所を逆にしたほうがよいのでは？といつも言っているのだけれども、さつま揚げが売れるので伝統工芸品よりもさつま揚げを積極的に販売しているように見えます。

また、東京に多くのデパートがありますが、三越本店の5階に行ったことはありますか。日本のものを売っている売り場のスペースが1に対して、外国のものを売っている売り場のスペースが5ですよ。リヤドロとか、バカラとか、そういうものを売っているスペースが5倍。江戸切り子とか日本の伝統工芸品とかといろいろなものを売っているのが1です。本当にそういうことでは消費を上げるということにはならないですよ。

だから、着地型整備という考え方はデパートにはありません。

例えば、博多の井筒屋さんへいくと九州の伝統工芸品などはほとんど売っていないですよ。外国製品ばかり。九州の産品を全部井筒屋で売ってもいい。あれだけ外国人が来ているのだから。

そういうレベルの話具体的にやらないと、産業論になかなかならない。ツーリズム産業論はあらゆるテーマを包含した総合政策なのです。

そういう意味では、東京都で、今、我々是有識者会議に出ているのだけれども、ここで出たものが日本のモデルになってほしいと思うのですね。一番素材があるのが都内だし、その素材を見せる舞台ができるのは来年のオリンピック・パラリンピック。今、ポストオリンピックの話をよくするのはいいけれども、オリンピック・パラリンピックで何をやるかということが大事で、その後にポストオリンピックがあるので、何もしないでポストオリンピックだけということはないのです。56年振りにやるのですよ。今回私が見るのは2回目ですけども、前の東京オリンピックのときにはバレーボールの優勝しか記憶にありま

せん。東京国立博物館で文化祭をやったらしいのですけれども、知りません。だから、東京23区がショーケースになるような仕組みをオリ・パラでやって、その成果をもってポストオリンピックに行くという流れをつくらないといけないと思います。

ここからが非常に重要な要素で、こういうものをインフラ整備ともし言うなら、ハード的なインフラだけではなくて、そういう関係プレーをやっていく必要があるかなと思います。私も山陰でDMOをやっていますが、どうしてもプロモーションのほうに走りがちになるのは、先ほども言ったように、予算を議会に通すために、パンフレットを何部つくりましたか、どういうところにプロモーションをしましたかというようなことだけが議会で報告をされるのです。東京都議会にはそうならないようお願いしたいのですけれども、そういう流れがないと本当に観光政策が進まない。先ほど皆さんが言ったとおり、住民が大事だというのは、最終的には住民に利益が還元されますから。

私が宮古島へ行った際にお聞きしたのですが、宮古島に今は4,000名が乗るクルーズ船が来ます。ペットボトルを1人ずつクルーズ船から持ちだして捨てると、4,000個のペットボトルになる。その全てのペットボトルの焼却は宮古島の住人の税金で賄われているのです。これはオーバーツーリズムではないかと思っていて、今、観光庁の広域観光周遊ルートで宮古島を担当していますけれども、こういうことをひとつひとつお話しさせていただき課題を解決しながら観光政策を進めていかないと、うまくいかないのかなということです。

いずれにしても、一番初めに玉井さんが言った、一回原点に戻ってみるのはいいかもしれませんね。

以上です。

【本保座長】

どうもありがとうございました。

【アトキンソン委員】

この間、分析をしてみたら、収入目標のある国ほど単価が高いです。数だけでやっている国が結構いっぱいあります。フランス、イタリアとか収入目標がないので、人間の頭数だけありきみたいな感じになってきますので、あまりうまくいっているとは思えない。

ですから、私としては、収入目標を第一にするべき、5兆円が欲しいのだけれども1人だけですよというのは成り立たないわけなので、収入目標を実現するための人数という両方の目標があってしかるべきものの中で、どちらが一義的なのかということを確認するべきものではないかと思います。

先ほど田川さんの話にありましたように、かなり細かいところでこの問題を解決していかないと観光戦略にはならない。ですから、ものすごくある意味でくだらないことの問題解決を重ねてやっていくことが観光戦略だと私は思いま

す。今まで、新宿御苑でしたらば、カフェをどうするのかとか、アルコールは
どうするのかとか、成田空港を例にするとどこに座るか、カーペットは何色に
するのかというレベルまでやっているわけですので、観光戦略の報告書だけを
まとめて、それでお金を出して、あとは丸投げをするということは、観光戦略
ではないと思います。かなり細かいレベルまでやっていかなければいけないな
と思います。

先ほどのルールを守るというのは、マナーを守るとか、マナーがいい・悪い
というのは和製英語の部分があって、これは慎重にやらなければいけないなど、
私からのある意味ではお願いです。マナーが悪いというのは文化の価値観の判
断や評価が入っているわけですので、こういうものがマナーが悪いと言われる
と、問題になりかねない。日本のやり方は、日本では通用するマナーにすぎな
いものなので、相手からすると、マナーが悪いということと言われても、不愉
快な気持ちになりかねない。自分たちは日本人のこのマナーが悪いと思いま
すよと、言い合いになりかねない。こういうものをやる時は、How toとか、
Dos and don'tsとか、言い方次第です。人に、あなたはマナーが悪いとか、
あなたは下品ですみたいな、そういう印象を与えるようなものを多々見ますが、
そういう表現は避けるべきです。

これに関連しますけれども、Japanese mannersといっても、守れるものと守
れないものがあります。要するに、住民として守れるのだけれども、観光客と
して守れないものもあります。例えば、一番簡単なのは、ごみを出すときに、
ちゃんとその日に出してくださいということと言われる。わかりませんけれど
も、不燃ごみが木曜日だと。でも、帰るのは火曜日で、事前に出すなど言われ
ても、どうやって守るのですか。それは、国まで飛行機に載せて持って帰るべ
きものなのか。守れるものと守れないものもありますので、それは住民として
これがルールだということと言っても、一回それを精査する必要があると思
います。

もう一つあるのは、マナーの一部は、日本人としての日本人による日本人の
理想像としてのルールというものは存在していますので、ほとんど誰も守って
いないか、守らないケースが多い。例えば、食べ歩きはだめだということと言
っても、私の表参道の近所で食べ歩きをしている日本人はいっぱいいます。そ
ういうものはだめだというよりは、理想的には控えたほうが良いということな
ので、果たしてどこまで日本人がそのルールを守っているかどうかというのも、
フィルターにかけられるべきものだと思います。

理想論として、来るほうに対して、マナーがいい・悪いという価値観の評価
が入っているようなものは、もう少し考えて、言葉遣いをちゃんとした形に持
っていったほうが良いということ。やはり翻訳ではない、ちゃんとしたそう
いう配慮ができる人を雇うべきものであると思います。こういう表現に関しては、

海外でさんざん同じようなものはありますので、そういうものを参考にしてや
っていくことをお勧めしますが、日本的にこれがマナーだと言われると、
それは不必要に相手に対してよくないことを伝えます。

【田川委員】

それは、マナーとしきたりとちょっと勘違いしていると思います。日本的に
言いますとマナーとしきたりは違います。

【アトキンソン委員】

私が言っているのは、マナーということを英語にすると別の意味になるとい
うことを言っている。

【田川委員】

もう一つは、ここは大事なのだけれども、要するに、人に不快感を与えるこ
とは避けましょうということは多分世界共通の言葉だと思います。

我々も、外国で、例えば、ハワイのワイキキで我々がネクタイを締めていた
ら、ネクタイを外して背広を脱げと、今から40何年前に言われたことは、そこ
にいますと環境的にイメージにそぐわないからと。

そういう意味では、東京オリンピック・パラリンピックやそういう舞台の中
で、日本のよさのもう一つ、安心・安全よりも、清潔感とか、そういうもの
に対しては大いにアピールをすべき。日本の持っている本質的なことは大いにア
ピールをすべきだけれども、安全・安心が先に出て清潔感みたいなものは全然
出ていないでしょう。こういうものはまさに大舞台で発表していくテーマだ
と思います。その中に、今、お話があったような、マナー的なことなのか、ある
いは、しきたり的なことなのか、日本の文化をちゃんと伝えるという努力は前
提として、その中でこういう不快感を与えるものは何とか避けてほしいとい
うプロセスが大事なのではないかと思います。

【本保座長】

どうもありがとうございました。

まだ御意見はあると思いますが、時間となりましたので、この辺で今日の会
議は終わる方向で整理をしたいと思います。

いつも知事に最終的な整理をしていただくわけですが、今日は知事がいらっ
しゃらないので、あえて私のほうで整理をすれば、2020年以降の観光政策につ
いては、レガシーを踏まえて、観光の原点に戻って基本的な再構築をするとい
うことを皆さんもおっしゃっていたと思います。

そのときのキーワードが持続可能な観光であり、着地に着目した具体的な物
事の整備であり、最後に、住民、働く人々を一つの中心に置いていくというこ
とであったのではないかと思います。

こういうことも踏まえまして、今年度で開催しましたこの会議における議論
の論点を整理して、年度末に公表する予定となっております。意見の集約につ

きましては、時間の関係もございますので、よろしければ、座長である私に御一任をお願いしたいと思います。よろしいでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

【本保座長】

どうもありがとうございます。

それでは、事務局にお返ししますので、連絡事項などがありましたら、よろしくお願ひします。

【松本観光部長】

本日は、幅広く、かつ、意義深い御意見をたくさん賜り、ありがとうございました。

皆様から御提案いただきました内容等につきましては、今後の観光振興施策の推進に生かしてまいります。

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。