

平成 29 年度 第 2 回 観光資源開発ワーキング 次 第

平成 29 年 7 月 28 日 (金)

15 時 00 分～16 時 30 分

公益財団法人 東京観光財団 5 階会議室

【13 時 00 分～14 時 15 分 江戸東京博物館視察及び意見交換】

1. YCVB からお挨拶
2. 東京観光財団からお挨拶
3. 自己紹介
4. 東京観光財団からお説明
 - (1) 観光資源の活用に関する事業紹介
 - ① 観光資源の発掘・磨き上げに関する事業
 - ② 観光資源の旅行商品化に関する事業
 - ③ 観光関係者（観光行政・観光協会・観光関連事業者）のマッチングに関する事業
 - (2) 想定する訪都客のターゲット
 - ① 海外客について
 - ② 国内客について
 - (3) 2020 年東京オリンピック・パラリンピック開催に向けた東京観光財団の観光振興への取組
5. YCVB から観光資源開発事業の取組について
6. 意見交換

第2回観光資源開発ワーキング議事メモ

平成 29 年 7 月 28 日(金)

13 時 00 分～16 時 45 分

江戸東京博物館・東京観光財団

参加者:ワーキングメンバー 8 名

委託事業者 2 社 4 名

横浜市文化観光局 1 名

YCVB 4 名

先方ご対応者

江戸東京博物館 2 名

東京観光財団 5 名

スケジュール

1 江戸東京博物館

13:00～13:30 館内視察(ご案内)

13:35～14:10 施設説明・意見交換

(各自移動)

2 東京観光財団

15:00～16:45 意見交換会

- ・ 挨拶・自己紹介
- ・ 東京観光財団からご説明
- ・ YCVB から観光資源開発事業の説明
- ・ 意見交換

議事メモ

1 江戸東京博物館

(1) 館内視察

ご案内いただき、順路に沿って「江戸ゾーン」「東京ゾーン」の視察。展示物の説明に加え、外国語ボランティアや外国語対応タブレット等についての説明もしていただいた。

(2) 施設説明・意見交換

① 施設概要

施設の概要／展示の概要／外国語対応について (ガイドボランティア 280 名、9 言語対応タブレット 83 台設置)

② インバウンド対応

- ・ 前回調査時には外国人は全体の 2 割との結果がでているが、体感的には約 3 割。
- ・ 外国人は欧米の方の来館が多い。(35.8%が欧米系)
- ・ 江戸東京博物館はトリップアドバイザーにおいて日本全体で 20 位
- ・ 同館の誘客の取組

CNN やはとバスでの動画 CM／マスコミと企画展を開催することでのメディア露出／ブローガー向け内覧会の開催

③ 意見交換

Q：こんな立派な施設が横浜にもあれば。外国人は欧米の方が多いとのことだが。

A：訪日人数としては中国人が多いのだが、文化芸術系に興味があるのは欧米系の方。中国人はこれから増加するのだと思う。タイからの来訪者が増えており、タブレットでのタイ語対応をした。外国人のうち 35.8%が欧米系で、次いで東アジア。個人と団体では個人が圧倒的に多く、全体の 6 割以上。

Q：駐車場の需要は。

A：十分あるので満車にはならない。近隣の観光施設（葛飾北斎美術館等）にも使ってもらうことで回遊性も高めている。

Q：リニューアルについて教えて欲しい。

A：前回のリニューアルでは、1964 年以降のコンテンツをプラスした。今年度後半のリニューアルはエレベーター等ハード面のリニューアル。

Q：指定管理とのことだが、土地は所有地か。

A：所有地。元は国鉄など。指定管理は平成 21 年から 8 年間。

Q：修繕費の負担、展示内容の自由度などは。

A：修繕費は都の負担。展示内容は財団にある程度の自由度がある。

Q：メディアとのタイアップの企画展は財団の発意か、持ち込まれるのか。

A：両方ある。開催中の「直虎」の企画展は NHK からの持ち込み。

Q：サマーナイトミュージアムの目的は？

A：働いている人にも多く見てもらいたい。毎年やっている。ほかの施設も開催している。

2 東京観光財団

15:00～16:45 意見交換会

- 1 YCVB からお挨拶
- 2 東京観光財団からお挨拶
- 3 自己紹介
- 4 東京観光財団からご説明
- 5 YCVB から観光資源開発事業の取組について
- 6 意見交換

東京観光財団からのご説明

(1) 観光資源の活用に関する事業紹介

① 観光資源の発掘・磨き上げに関する事業

- ・水辺のにぎわい助成金・・・施設整備及びイベントに対する補助（水上パレード・マリンスポーツ等）
- ・春・秋のライトアップモデル事業・・・桜・紅葉のライトアップの取組に対する補助

② 観光資源の旅行商品化に関する事業

- ・旅行商品の造成例：檜原村での農家生活体験（宿泊はなし）
- ・地域への誘客総合支援例：神津島のプロモーション映像作成

- ・多摩・島しょ地域旅行商品造成・販売支援事業
- ・島しょ地域を活用した縁結び観光プロジェクト(20~40代婚活イベント等への補助)
- ③ 観光関係者(観光行政・観光協会・観光関連事業者)のマッチングに関する事業
 - ・「東京トラベルマート」および「観光情報交換会」開催により、関係者間の交流および商談機会を提供
- (2) 想定する訪都客のターゲット
 - ① 海外客について
 - ・マーケティング調査に基づく KPI 指標の設置
 - ・レップの活用(現地の旅行会社、メディアに情報提供)
 - ・旅行博への出展
 - ② 国内客について
 - ・特定のターゲットは設けていない。他地域での観光 PR イベントへ出展。
- (3) 2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に向けた東京観光財団の観光振興への取組
 - ・「東京都観光産業振興プラン2017」より、2020年を見据えた東京都の施策を説明

YCVBから観光資源開発事業の取組について

- ・28年度観光資源開発事業の結果について
- ・学習体験ガイド、キャリア教育プログラムについて
- ・横浜市観光データについて

意見交換

Q: 東京都は国際会議件数を2020年に330件にする目標とのことだが、国際会議に対する助成金はあるか?

A: 会場費や誘致活動などの費用につき、規模や条件に応じて設定された上限額もしくは経費の半額までを支給する(但し、年間予算額あり)。

Q: 政策目標にはWi-Fiに対する満足度等、具体的な数字が入っているが、これはTCVBが設定した数字か。

A: 東京都が策定している。

Q: 外国客船誘致に対する取組は。

A: 東京都にて行っており、TCVBは直接関わっておらず詳細を把握出来ていない為、後日回答させて頂く。

Q: TCVBと区市町村観光協会との関係は。

A: TCVBから基礎自治体の観光協会に対して、協力依頼に応えたり、区市町村を跨ぐ広域事業におけるマッチングなどを行っている。

Q: 水辺のライトアップの事業などは、なぜ都が直接ではなくTCVBが行っているのか?都との住み分けはどのようになっているか。

A: 東京都全体で観光事業が増加しており、TCVBで実施するものも多くなっている現状である。明確な住み分けについては今後の課題である。

Q: 地域資源発掘型実証プログラムの応募件数はどうか。

A: 年度で25件程度を目標。単独区市町村案件が20件(1件上限500万円、加えて特定要件を満たす場合はプラス α の事業費)、広域連携案件が5件(1件上限1,000万円の事業費)を想定し

ている。年2回の公募予定。

Q：江戸の文化を持つ東京と土地がある横浜でどのように補い合えるかを考えたい。船で結ぶ等。

A：外国人等来訪者から見て、東京・横浜等の区切りは意識されていない。東京のホテルのキャパシティが十分でないこともあり、東京は横浜と連携を図る必要がある。実際、羽田～横浜間の水上クルーズを実施している事業者もある。

意見：神奈川のイベントを富山で行っている。神奈川単独ではPRが難しいので、東京や静岡も活用している。消費者には行政の区分は関係ない。(旅行社)

Q：東京都における海外リピート率目標は60%とのことだが、2015年の実績は？

A：都の調査によると50%に満たない状況。アジアは自然増が見込めるので欧米を増やさなくてはという思いがある。日本に来て頂いて全体で回遊性を高める必要がある。

Q：民泊についてはどうか(TCVB)

A：国際会議の際のアンケートで20%近くの方が民泊をしていた。思っていたよりも多い。(横浜市)

法整備を受けて、その後条例での対応となるかと思うが現時点では全く決まっていないし推進する考えはない。(YCVB)

Q：東京の地下鉄は複雑だが外国人の方の意見は？

A：便利、という声と、全く分からない、という声がある。鉄道事業者は改札口での案内充実、駅のWi-Fi化、多言語サインの充実などに取り組まれている。

以上