

## 令和3年度墨田区観光振興会議（第4回） 【要点録】

日時	令和3年10月8日（金） 午前10時00分～午前11時30分		
場所	墨田区役所 8階 82会議室		
出席者	常任委員	戸崎 肇	桜美林大学航空・マネジメント学群教授
		森山 育子	一般社団法人墨田区観光協会理事長
		鹿島田 和宏	墨田区産業観光部長
	招請委員	小松崎 友子	株式会社イントゥ代表取締役 / 観光ブランディングプロデューサー
		牧野 友衛	一般社団法人メタ観光推進機構代表理事 / JNTO デジタル戦略アドバイザー
	事務局	楠 幸輔	墨田区観光課長

は座長

### 配布資料

#### 次第

出席者一覧

検討資料 第4回観光振興会議

参考資料 (仮称)墨田区産業観光マスタープラン構成案

参考資料 小松崎委員持込資料

### 議事要旨

#### 1 開会

(事務局から説明)

会議の進行が事務局から戸崎座長へ移る。

#### 2 資料説明

検討資料「第4回観光振興会議」及び産業観光マスタープランについて、事務局から説明。

#### 3 議事(要旨)

議題「ビジョンを実現するための具体的な取組案」

(牧野委員)

○インバウンドについては、当初2023年には戻ってくると言われていたが、だいぶ遅れそうな見込みになってきている。戻ってくる順番は、日本に近いアジア方面から戻ってくると予想され、欧米はだいぶ遅れそうだったりするので、地域ごと・段階ごとにターゲット化した方が良い。

○シビックプライドにおいて重要なのは、観光受容度だと思う。東京都がアンケート集計を行っている。今後は、観光における指標を今までの観光客数や観光消費額ではなく、こういったもので測っていくのも良い。

(小松崎委員)

○観光の方向性にある「交流」は、地域を深く理解するために非常な大事なことだ。自分が関わっている日光の

足尾において、足尾銅山の事件のイメージが根深く残るが、実際に行ってみると緑が多く、地元の人と交流することでまちへのイメージが大きく変わった。地域の人と触れ合うことでまちを理解でき、まちの魅力を伝えるという使命感をもった。

SDGs の取組のひとつとして、観光協会と区内産業ツアーの造成に取り組んでいる。皮革の事業者に協力をいただいているが、産業の「歴史」を伝え、「理解」を醸成していくものになっている。これこそが、SDGs の視点から、観光がやるべきことであると考えている。

○JNTO がサステナブルツーリズム推進の方針を示している。世界の旅行者の 68%が、観光で使ったお金が現地コミュニティに還元されることを望んでいるというデータがある。日本に来る人も、ある種の日本ファンでアイドル好きと同じように応援・還元したいという想いを持っている。「私が応援したから有名になった」と言っていたかのように、応援しがいのある、応援しやすくなるような仕組みがあると良い。

( 森山委員 )

○SDGs について、SDGs は目標ではなく、あくまでもツールだと思っている。ビジョンにあるようなまちを目指すために、SDGs を使ってどんなことをやっていくかということが大事である。

○まちには光と陰があり、観光は光を見せるものであるが、その背景にある陰への理解が必要だ。陰をいかに光に変えていくか、ということも考えなければいけない。関東大震災のときの問題、防災面の課題など、すみだにはマイナスに見られるような面も多くある。とある不動産会社のランキングでは、墨田区は住みたいまちランキングで 23 区 23 位と最下位だった。何がマイナスの要因なのか、陰から光に変えようと取り組んでいる人や産業や地域があることを、次世代を担う子どもたちにも知ってほしい。

○戦略にある「育む」については、観光産業に関わる観光人材だけでなく、まちの人をどうやって観光に関わってもらえるようにするか、まちのひとに観光人材になってもらうということも重要だと思う。

○牧野委員の話にあった観光受容度はとても大事だと思う。すみだの人がすみだの観光をどう思っているかを知りたい。

( 戸崎座長 )

○どの会議でも SDGs というワードは出てくる。なんとなくわかっている気になってしまったり、SDGs という言葉を出しただけで議論が終わったりしてしまうのは良くない。SDGs をどの面で考えていくかをしっかりとしないと、曖昧に終わってしまう。

○ミッションに「想いをつなげる」とあるが、誰の・どのような想いをつなげるのか。主語を明確にした方が良いのではないか。

( 鹿島田委員 )

○ビジョンは、今の延長線で考えているものではなく、「こうなりたい」ということを掲げ、そこから逆算して戦略など考えている。また、今回のプランは観光の練り直しではなく、産業の練り直しとして打ち出していると思っている。産業振興としてどこにアプローチするかのひとつとして、観光を据え置く。ミッションは、区民に発するものである一方で役所の職員が何か進めるときにここに立ち返られるようなものにしたい。ゴールとしては、観光施策をやったことでみんなが豊かになることにつなげたい。すべての人が感じられるようなアプローチにしたい。

○人口が増えて区税収入が上がっているのに、ファミリー層の割合は 15%位で単身世帯が 50%を超えている。若い人やファミリー層が地域にアイデンティティを感じていないことが課題である。

○花街は現在コロナ禍で困っているが、地元の人たちが先付けで、後で行くからと言ってお金を払っているらしい。これこそ、シビックプライドの象徴なのだと思う。

( 牧野委員 )

○旅行者が来たときにどんな体験をしてもらいたいのか、ということを考えることからまちづくりに繋がっていくのではないと思う。WEB の口コミを見ると、「人」についてのお口コミが多い。旅行者の満足度は場所より人だったりして、人の重要性がうかがえる。

○墨田区に引っ越したばかりの 20 代の女性が、まちを知りたいからといって現在実施している「すみだメタ観光祭」のワークショップに参加してくれることになった。自分が住む場所の情報はネットで探すしかなくて、レストランの情報はすぐに出てくるが、まちのストーリーを知る機会が少ない。まちへの愛着が湧かないのは、知る機会が少ないからなのではないか。特にコロナ禍において、10,20 代の若者たちの繋がりたい意識が変わってきていて、交流への意欲が高まっているように思う。

○ある会社では、従業員に対して、2 駅以内に住むとかなりの額の家賃補助をもらえるという取組をやっていると聞いたことがある。「住む・働く」を近づける取組として、墨田区の会社に勤める人が墨田区に引っ越してきたときに補助をすとか、そういった取組があっても面白いのではないかと。

( 小松崎委員 )

○戦略にある「発する」は、「広がる」の方が、イメージが近いのではないかと感じた。自ら発するというよりは、勝手に広がっていくというのが良いのでは。以前の会議でご説明したツーリズムシナジーサイクル( インバウンドの新たな発想により新たな観光コンテンツが生まれ出され、日本人もそこへ行くようになること )にもあるように、在住外国人や外国人観光客が自発的に魅力を発信し、広がっていくことを促すことが必要。

( 森山委員 )

○墨田区には懐の広さがあると感じている。シビックプライドを醸成するのは「区民」だけでなく、地域活性化のキーワードである「よそ者・若者・ばか者」たちも含めて作り上げていくものだと思う。

会議の進行が戸崎座長から事務局へ戻る。

4 その他

なし

5 閉会