

令和3年度墨田区観光振興会議（第3回） 【要点録】

日 時	令和3年8月4日（水） 午前9時30分～午前11時15分		
場 所	墨田区役所 12階 123会議室		
出席者	常任委員	戸崎 肇 ◎ 森山 育子 鹿島田 和宏	桜美林大学航空・マネジメント学群教授 一般社団法人墨田区観光協会理事長 墨田区産業観光部長
	招請委員	久米 信行 小松崎 友子 佐原 滋元 牧野 友衛	墨田区観光協会理事／東京商工会議所墨田支部副会長／ 久米繊維工業株式会社相談役 株式会社イントゥ代表取締役 墨田区観光協会理事／隅田川七福会理事／向島百花園「茶亭さはら」亭主 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 瀬戸 正徳 塩澤 満	墨田区観光課長 墨田区産業振興課長 墨田区経営支援課長

※◎は座長

■配布資料

次第

出席者一覧

検討資料 第3回観光振興会議

■議事要旨

1 開会・出席者紹介

（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3回観光振興会議」について、現観光振興プランの総括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「観光目線での将来ビジョンとその実現に求められる視点」

（森山委員）

○観光とは、中国の言葉で「(国の) 光を観る」を起源としている。すみだの光とは、江戸時代から続く、京都などとの華やかさとは違う生活に根差した江戸文化であり、それがかたちを変えて脈々と受け継がれていることである。

○相撲部屋で朝稽古をやっている、銭湯やスーパーに行けば力士がいて、向島では芸妓さんが喫茶店でお茶を飲んでいたり、こういった作り物ではないことがすみだの日常。観光資源というのは、普段住んでいる人にとっては当たり前で気づかないもので、そういったものをどう輝かせるかが大事なことだ。

○この10年ですみだのまちは大きく変わった。これまでイベントというと行政が中心に行っていたが、最近ではすみだストリートジャズフェスティバルやものコト市など、民間の力で立ち上がるようになってきた。現在の課題は、こういった民間の取組が点になっていて、横のつながりが弱いことだ。これらをつなげることがすみだの強みになるはずであり、観光協会がDMOの立場としてやっていかなければいけないことだと感じている。

○区民がすみだの魅力に気づいていないということも課題である。シビックプライドを持ってもらうためにも、区民にすみだを再発見してもらう取組をしていく必要がある。地域の人たちが自ら口コミで友人知人へ発信していってもらえると、非常に強いプロモーションになる。

(佐原委員)

○区民が、本物が生きるまち、と紹介できるようにしていきたい。

○すみだに今もなお息づく職人のすごいところは、修繕ができるということ。江戸時代はリサイクル文化でなんでも作り直していたが、それが今もなお生活様式の中に残っている。SDGsを体現しているまちである。

○すみだには、有機的な横のつながりがある。おしゃべりが多く、人付き合いが良い。そうした中で産業があって、それを区がフォローアップしている。そういうまちだということプロモーションしていくべきである。

○すみだで感動するのは、挨拶をしたら返ってくるということ。存在が認められるまち。挨拶ができるまちかどうかは、観光では非常に大切だ。人々は「いらっしゃいませ」という商業挨拶が観光だと思っている節があるが、そうではない。特に観光地のホテルだと、観光客が目上の存在のような扱いがあるが、日本はもともと旅籠の文化で、むしろ泊まる人が下の立場だった。こういった、あたかも主従関係があるような観光は、これからは違うんだということにみんな少しずつ気づき始めている。

○すみだには、外国人が多い。アジア圏だけでなく、多くの国の人がすみだに住んでいる。そういう人たちからの発信も、今後重要になってくるだろう。

(小松崎委員)

○日本に住む外国人が多い地域、ということは大きな強みだと思う。コロナ回復後、一番最初に戻ってくるのは、日本に住んでいる家族や友人に会いに来る人だと考えている。

○海外からやってくる外国人は日本に住んでいる外国人を頼って訪日してくる。日本での「泊まる・食べる・遊ぶ」すべて日本に住んでいる外国人が決める傾向がある。

○訪日外国人は訪日時の「泊まる・食べる・遊ぶ」などを決める際に日本に住んでいる外国人の方々に頼りにしてくる。そのため、いま日本に住んでいる方々に地域の魅力を発信できるか。地域のファンになっていただけるかが大事。

○近すぎるとわからないことが客観的な立ち位置だからこそわかる。その最たるものが海外からの視点。

○コロナにより鎖国的な考えが国内に広がっているが、インバウンドが増えたことで日本国内の旅行者が増えた。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み出され、日本人もそこへ訪問するようになる。これを「観光シナジーサイクル」と呼んでいる。日本人が日本の魅力を再発見して日本の観光地全体が活性化される。それこそがインバウンドを受け入れる最大の魅力。インバウンドがもたらしてくれた恩恵を忘れないようにする必要がある。

(久米委員)

○事務局から説明があった、新たなプランの説明に関して、とてもよくまとまっていて賛成である。

○10年前には、墨田区を愛している人はほとんどいなかった。こんなにすみだを愛する人が増えるとは思って

もみななかったし、きっとこれは、これまで色々取り組んできた人たちの頑張りの賜物だと思う。

○産業観光部として、産業と観光が一体となった取組が進められてきた。これからはぜひ、文化・芸術・教育とのかかわりも大切にしていってほしい。特に教育は、シビックプライドにつながる大切なものである。

○墨田区にもともと住んでいる人にすみだを好きになってもらうのはなかなか難しいから、むしろ外から来た人に好きになってもらった方が早い。

○すみだは、やりたい、と思うことをインキュベーターのようにみんなでアイデアを出して実現することができる素晴らしいまち。

○「便利だから住む」、という新しい住民たちによって、コミュニティは失われつつある。盆踊りがうるさい、ラジオ体操がうるさい、といった軋轢を生まないためには、住むときにまちを知ってから住んでもらいたい。ここに住みたい、という人に住んでもらうとシビックプライドにもつながると思うし、区民の流入と流出の管理は大事なことだと思う。

(鹿島田委員)

○墨田区の人口は増えているが、大都市へのベッドタウンのような状況になりつつある。すみだで働いて、コミュニティがあって、関わる人が来てくれていて、という状況がないと、つまらないまちになってしまう。これを、行政として観光視点でなんとかしていきたい。

(牧野委員)

○生まれも育ちも墨田区だが、委員の皆さんの話を聞いていて、知らないことが多い。区民に区のことを知ってもらうことは本当に大事だと思うし、知ってもらうための取組をしっかりしていくべきだと思う。それと同じようなことを、「メタ観光」で行っている。これまで観光というと名所旧跡などが観光スポットとして捉えられてきたが、見方によって魅力となるであろうものを地域の人たちなどで見つけるといった取組。今までアニメツーリズムやグリーンツーリズムなど、バラバラになっていたものを一つの地図としてネット上にまとめられたら、と考えている。

○Airbnb が、「暮らすように旅する」をキャッチコピーにしている。まさにこれからは、暮らしの中に旅人が入ってくるということだと思う。Wi-Fi の整備や多言語対応といったハード面では対応を考えるが、「どうやって人を受け入れるか」ということはなかなか考えていないところが多い。コロナ禍のあと、ますます「受け入れる」ということが課題になり、その上でシビックプライドが大切になるだろう。

○墨田区の話で、スカイツリー以外で耳に入ってくるのは、スタートアップやインキュベーション施設の話。地域産業を盛り上げるのは今後もやっていくべきことだと思う。イノベーションをする人は物の見方が変わっている。すみゆめのアーティストと同様で、作るものが作品か会社かの違いだけ。変わった発想を出来る人たちが過ごせる地域は多様性を認めることができるため、その点でもサポートしていくべき。

○「観光産業は宿泊施設だけが儲かるものではなく、地域全体にも享受されるメリットがある」ということを伝えることが課題であり、やっていかなければいけないことである。観光のメリットを広く認識してもらうためには、数値・数量で可視化していくことも大切だ。

(小松崎委員)

○現在、観光協会のアドバイザーをやっていて気づいたのは「墨田区は魅力がありすぎる」ということ。墨田区観光協会のWEBサイトのリニューアル事業でも観光情報の整理と共有の重要性を感じている。

○町工場をめぐる着地型ツアー商品造成事業を進めている中では、事業者の方々から観光業に関わるの方々については墨田区の文化・歴史・産業の成り立ちや歴史について語れるようになってほしい、という要望があった。ホテルのフロントで働いている方など、観光業に関わっている人に向けた情報発信、観光人材育成をしていかなければいけないと思っている。

(佐原委員)

○墨田区は戦争で大きな被害を受け、一度ゼロ状態からスタートし直した新しいまちという側面もある。だから、子どもの時からいない人もたくさんいるから、自分のまちのことを知らなくて当たり前。知ってみると楽しい、そんな気軽な感じが良いと思う。上から目線で教えようとするとう聞きたくなくなるのが下町気質。

○情報の整理・発信は、百科事典を作る必要はないと思っている。もっと知りたいよね、となるのが重要であり、オールマイティな一人を作るわけではなく、あの事ならあの人に聞くといい、となるのが地域の多様性であり地域の情報の在り方である。

(戸崎座長)

○情報の提供の仕方は難しい。混沌とした状態は魅力があり、整理しすぎてしまうと見つける喜びがなくなってしまふ。なんでもかんでも提供したら良いというわけではない。観光も同様で、押し付けであってはいけない。どうやってまちに入ってきてもらうのかが今後の課題になってくるだろう。

※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