

1 活動名 東京都観光戦略「PRIME 観光都市・東京」視察報告書

2 調査の目的

(1) 本市における課題

2020年のオリンピック・パラリンピックの開催によって今後ますます東京都を訪れる観光客が増えるだろうと予測される中、その波及効果が松本の経済効果へともつながるように取り組んでいく必要がある。

(2) 調査の必要性

東京都の観光戦略を学ぶことで、本市の戦略と照らし合わせ、どのように連携できるのかを模索する必要がある。また、東京都にも本市の魅力を伝え、まずは本市が行っている具体的な事業を知ってもらうことが必要である。

(3) 調査項目

東京都観光戦略「PRIME 観光都市・東京」策定の背景、及び今後の方向性について。

3 調査地選定理由

(1) 東京都

鉄道や高速バスを利用して松本に来る観光客が多い本市にとって、出発拠点となる東京都との観光戦略の連携が欠かせないため。

4 調査結果

(1) 実施日 平成30年2月1日(木)

(2) 出席者 5名 宮下正夫、小林弘明、小林あや、田口輝子、吉村幸代

(3) 視察先 東京都産業労働局観光部

(4) 成果・所感等

世界の旅行者数は一貫して増加傾向にあり、今後ますます増加すると予測されている中、訪都外国人旅行者数もこの10年間で約2.7倍に増加し、国内旅行者数も同様に増加傾向にある。また、訪都旅行者消費額においても、1兆円を突破する勢いで増加している。飲食費はどの国においても一定の消費額がある一方で、訪日旅行者消費額の内訳は中国の買い物代が最も高く、次いでオーストラリアやスペインなど欧米豪の国々による宿泊料金と続いている。

2019年ラグビーワールドカップ、2020年オリンピック・パラリンピックの開催が決定していることから、都はこうした背景を追い風にして、より効果的な観光施策を展開するため、2017年に観光戦略「PRIME 観光都市・東京」を策定し、今後の方向性や新たな数値目標、具体的な観光施策等を掲載し、単年度ごとに更新しながら達成に向けて努力していくこととした。この中には、以下の6つの戦略が盛り込まれている。

1. 消費拡大に向けた観光経営
2. 集客力が高く良質な観光資源の開発
3. 観光プロモーションの新たな展開
4. MICE誘致の新たな展開

5. 外国人旅行者の受入環境の向上

6. 日本各地と連携した観光振興

特に、6つ目の戦略について、本市は注目すべきであり、今後企画されていく様々な事業に本市の存在感をアピールできるようになるためには、今から互いのネットワークを構築しておく必要がある。

外国人旅行者に松本サムライルートとして人気のある三ツ星街道などは、東京と本市とをつなぐ主要な政策になり、都の水辺のにぎわい創出に向けた取り組みや、オープンしたての草間弥生美術館などは、本市の観光政策と重なる部分があり、これも連携の可能性が考えられる。しかし、こうした連携の可能性も、都に本市のことを知ってもらわねば何も反映することができない。

私たちは今回、都の戦略を学ぶだけでなく、松本の観光政策も伝えられるべく、資料を用意して臨んだ。これにより、本市の強みの一つである、欧米豪の国々からの訪客が多いことなど、本市の状況をお伝えしながら、互いの施策について有意義に意見交換を交わすことができた。都の財政規模、自治体としての役割、目指す方向性に比べ、小さな地方都市である松本市のできることはごく限られた小さなことであるものの、まずは今回、行政間のネットワーク構築の橋渡しを実現させることができたことから、市は、これを契機にその先の関係性へとつなげられるような対応の必要性を感じている。（文責：小林あや）

—以 上—