

インバウンド回復へ

東京の台所、築地場外市場で来るツアー客などが午前10時(中央区)にインバウンドが時頃から増え始め、路面も見返ってきた。コロナ禍で2020年夏頃は「一気に開放し」たが、今では連日、観光バスの5月1・2・5・6日に



築地場外市場のGW、活況



【2020年6月の様子】

は、築地場外市場商店街振興組合なども加盟するNPOも工夫を凝らす。地食のまちづくり協議会が事務局となつて「築地春まつり」を開催。セールと福引で、いっそう活気づいた。

外国人観光客に特に人気なのが、買ったものをすぐ食べられる店。サザエやアブリ、ホタテなど魚介類を焼いたもの、玉子焼き、肉の串焼きほか、揚げ物や練り物をカッパに入れて食べやすくした店にも行列ができています。

整理番号順に客を「13番の方」「Thirteen」などと呼ぶ声も聞かれます。ただし、こつた返す中で「ラブルが起きないよう、整列のためのポールを立てテープを張ったり、食べ終わった紙を

訪日客の消費5兆円へ 観光立国で基本計画

2023年度から3年間の新たな「観光立国推進基本計画」が、内閣府の閣議決定された。観光立国推進基本法に基づく第4次基本計画で、コロナ禍で滞っていたインバウンド回復などに向け、6年ぶりに改定された。

今回の計画のポイントは、「訪日外国人の旅行消費額5兆円(国内旅行消費額2兆円)の早期達成を目指すこと」。

また2025年までの目標として、持続可能な観光地域づくりの取り組み地域を100地域にするという「訪日

訪日外客数

3月、181万人超す

昨年10月から最多更新

3月の訪日外客数が181万7500人と、昨年10月に個人旅行が再開されてから最多を更新したこと

が、日本政府観光局が、4月19日に公表した推計で分かった。

1月の149万7472人、2月の147

都、講師を無料派遣 観光セミナー希望募る

東京都は、インバウンド受け入れに必要な知識習得のため、派遣型セミナーとアドバイザーを無料で派遣する。

実施する場合、60分程度で1回まで。

アドバイザーが現地(90分)まで。

SDGsを知ろう

持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)は17のゴールと169のターゲットで構成されています



ゴール10 人や国の不平等をなくそう

国内および国家間の格差を是正する

日本での課題

日本の子どもの貧困率は13.9%、およそ7人に1人の子どもが貧困です。最大の特徴は母子世帯などひとり親世帯の貧困率が50.8%ととても高く、これはOECD加盟国の中でも最悪です。

ユニセフ「子どもたちのための公平性」でも、日本の所得格差は先進国でワースト8位であるとの報告も公表されました。

また、高齢者世帯の所得格差も拡大しており、65歳以上の高齢者のいる世帯の貧困率は27.0%に達しています。

2020年のコロナ危機では、特に低所得層が打撃を受け、所得格差が拡大する傾向が強まっています。

《ゴール10には10個のターゲットがあります》

- 10.01 それぞれの国で、国内の所得格差をなくそう
- 10.02 すべての国で、すべての人に、政治・経済・社会に参画する力を
- 10.03 差別的な法律・政策・慣行をなくし、機会均等を実現しよう
- 10.04 さらなる平等を実現する、財政・賃金・社会保障政策を
- 10.05 お金のズルを、世界中で厳しく取り締まろう
- 10.06 国際的な金融・経済政策に、もっと開発途上国の意見を
- 10.07 移民や難民を、国と国が連携して支えよう
- 10.a 開発途上国に優しい貿易を
- 10.b 支援を必要とする国々に、積極的な開発援助と資金を
- 10.c 移民の送金コストを3%未満に引き下げよう

*都振連発行『商店街のためのSDGs入門』より



江戸吉原おいらん道中

江戸時代に遊郭があった台東区千束で4月9日、花魁の行列を再現する「第19回江戸吉原おいらん道中」が4年ぶりに行われた(写真)。一葉桜まつり・小松橋通り実行委員会などの主催で、浅草商店連合会などが後援。

遊郭には独自のしきたりがあり、遊女と客は、まず茶屋で顔を合わせた。遊女の頭についた花魁が禿や新造など世話をする人に付き添われ茶屋へ出向く行列は、華やかな見せ場で、当時は多くの見物人が集まったという。

行列の再現は千束通り商店街を構えるような形で会場が設けられ、集まった外国人観光客らも大興奮。カメラやスマホに優雅な姿を収めようと、一生懸命に人だかりから顔や手を出していた。

浅草で再現 優雅に

消費者庁が「食品ロス削減」では、お笑いトリオ・ロバート馬場裕之さんを紹介し、正解する星がもたらした知識がレベルアップするという番組が企業を訪問。

廃棄予定だった規格外のバナナを加工品に活用する取り組みや、必要分だけ買えるパック形式の「サク

ナナの量り売りをするスーパーをクイズで紹介し、正解すると星が独自の言い回しで食品ロスのことを教えていくストーリーだ。

動画は、消費者庁のサイトと吉本興業のYouTubeチャンネルで見られる。

川かたまりさんらが在籍するユニット「コント犬」の面々は、新作コント「オフィスランチ」を披露。

どう見ても1人では食べきれないほど大量の食品を買って帰ってきた社員に、同僚4人が独特の言い回しで食品ロスのことを教えていくストーリーだ。

食品ロスに工夫を 芸人ら動画で紹介

消費者庁



マスク着用は個人の判断だけど 引き続きコロナ対策をしよう

3密は避けよう



手洗いと消毒を 続けよう



換気も忘れずに