

# 産業競争力会議 第44回実行実現点検会合

(テーマ：①観光、②スポーツ・文化)

---

## (開催要領)

1. 開催日時：2016年4月13日(水) 10:00～11:40
2. 場 所：合同庁舎4号館共用第1特別会議室
3. 出席者：  
高木 宏壽 内閣府大臣政務官

竹中 平蔵 東洋大学教授、慶應義塾大学名誉教授  
三木谷浩史 楽天株式会社 代表取締役会長兼社長  
三村 明夫 新日鐵住金株式会社 相談役名誉会長  
日本商工会議所 会頭

間野 義之 早稲田大学スポーツ科学学術院教授  
吉本 光宏 (株)ニッセイ基礎研究所研究理事

土井 亨 国土交通副大臣  
堂故 茂 文部科学大臣政務官

## (議事次第)

1. 開 会
  2. 関係省庁による現状施策説明
  3. 自由討議
  4. 閉 会
- ※テーマごとに実施

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

ただいまから「産業競争力会議 実行実現点検会合（第44回）（テーマ：①観光、②スポーツ・文化）」を開会する。

まず、最初のテーマである観光の議論に入りたい。関係省庁から御説明をいただきたく、初めに国土交通省から御説明をお願いしたい。

(土井国土交通副大臣)

それでは、観光に関する取組について、御説明する。

まず初めに、「明日の日本を支える観光ビジョン」の概要について御説明する。資料1をごらんいただきたい。先月30日に開催された「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において、新たな観光ビジョンを取りまとめた。昨年11月に観光ビジョン構想会議が発足して以降、多くの有識者から御意見を伺い、それらを踏まえ観光先進国という新たなステージへ進んでいくに当たり、その鍵となる3つの視点を整理し、これに従って10の改革を取りまとめた。

まず、我が国の豊富で多様な観光資源を誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にもわかりやすく伝えていく必要がある。このため、視点1は「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」とした。具体的な施策としては、迎賓館などを念頭に、魅力ある公的施設を広く国民、そして世界へと大胆に開放し、観光の呼び水とすること。主な観光地で景観計画をつくり、美しい街並みへと徹底改善することなどを進めていく。

次に、観光産業を地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い基幹産業へと変革をしていく必要がある。視点2は「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」とした。具体的な施策としては、宿泊業や通訳案内士などに関する60年以上経過した古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へと変貌させていくこと。また、欧米豪や富裕層などを念頭に新しい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現すること。疲弊した温泉街や地方都市をDMOの形成や人材育成等を通じた未来発想の経営で力強く再生、活性化させることなどを目指していく。

さらに、CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など受入環境整備を早急に進める必要があり、視点3は「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」とした。具体的な施策としては、地方創生回廊を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現させることなどを目指していく。

3ページ、地方と消費をキーワードに、観光の質の向上も目指して、訪日外国人旅行者数を2020年に4,000万人、2030年に6,000万人、また、その消費額を2020年に8兆円、2030年に15兆円とすることなど、新たな目標を設定した。国土交通省として、関係府省と連携しながら、観光ビジョンの実現に向け、総力をあげて取り組んでいく。

引き続き、4ページ以降の個別施策の取組状況等について、担当部局より御説明する。

(蝦名観光庁次長)

4 ページ以降、前回御指摘をいただいた点について、その進捗状況等を御報告する。

4 ページ、地方ブロック別連絡会に関して、地方ごとのさまざまな受入環境の課題について、関係者が集まり個別具体的に解決していくという取組を進めている。2月までに全体の課題をブロックごとに整理し、400を超える項目が出てきたところ。27年度の補正予算あるいは28年度の予算を活用し、受入環境の整備に関する支援なども行いながら、個別に課題を解決していきたい。さらに、今後その進捗管理を行いつつ、随時対応可能なものから解決していきたい。

具体的な事例として、5 ページ、お祭りの開催に際して一定のインバウンド用の宿泊枠を確保し、外国人を受け入れるといった取組や、貸切バスの路上混雑緩和の取組として、会議体を設置しマナーのキャンペーンを行ったり、予算もついたので、ショットガン方式のような形で実証実験なども進めていきたい。さらに、手ぶら観光の観点でコインロッカーを増設する、あるいは二次交通の改善のためさまざまな地域で交通の改善などを行っているところである。

6 ページ、DMOについては、観光ビジョンの中でも2020年までに世界水準の組織を100形成していくこととしており、特に立上段階ではいろいろな支援が必要であることから、情報支援として、DMOクラウドの開発やデータ活用マニュアルの作成を、また、人的支援として、世界最先端のDMO研修プログラムの開発とそれを活用した研修、地域と必要な人材とのマッチングを行う。さらに、財政・金融支援として、KPIの設定とPDCAの確立の下、地方創生推進交付金などで支援を行い、世界水準のDMOを育てていきたい。

7 ページ、現在、日本版DMOの候補となりうる法人の登録制度を設け、第1弾として2月に24法人を登録し、第2弾の募集で4月中に30法人程度を追加登録していきたい。

さらに、先般、御指摘のあったDMOの権限と責任の明確化について、そういったことも含め、手引としてまとめ、DMOを推進する地域に普及させているところである。

8 ページ、その取組事例として、湯沢の雪国観光圏では、民間が主導する観光地域づくり組織が立ち上がっており、サクラクオリティといった品質認証制度を導入し、売り込んでいるといった例がある。また、瀬戸内に広域のDMOが誕生しており、外部からいろいろな人材を登用し、戦略を策定していくという取組が始まっているところである。

9 ページ、人材について、後程、文科省、経産省からも説明があると思うが、観光ビジョンにおいて、経営トップを担うような人材、地域観光の中核を担うマネージャークラスの人材、それから、実践的な現場の人材という三層構造でそれぞれ育成していく必要があり、トップ人材については、MBAのようなものをつくっていく。それから、中間層のマネージャークラスについては、大学の学部のカリキュラム変革などにより、実業界が求める人材を育てていく、あるいは専修学校などの活用によって、実践的な人材を育てていくといった取組を展開していきたい。

10 ページ、広域観光周遊ルートについて、昨年、7つほど認定し、現在、具体的に売れ

る個別のルートの選定作業を行っているところである。こういったルートをより磨き上げていくためには、外部の専門家によるアドバイスが必要になってくるため、英国でも成功したパラシュートチームを派遣する取組を展開していきたい。そのほか、酒蔵ツーリズムをはじめ、〇〇ツーリズムといったテーマ別の観光ルートの設定を進めていきたい。

11ページ、その具体的な取組の一例として、現在、認定している7つのルートについて、具体的なモデルコースの選定や外国人の意見を聞きながら、具体的にどのようなルートがよいかという選定作業を行っており、近々まとめていきたい。

12ページ、ビッグデータの活用などについて、実験的に取り組んでいるものであるが、GPSを活用した流動分析や携帯の基地局からの情報を利用した滞在の分析、あるいはTwitterなどを活用した魅力の分析などを行っており、活用にあたっては、手法の開発も必要であることから、調査結果の取りまとめを急いでいるところである。

13ページ、民泊について、厚生労働省とともに検討会を設置し、議論を行っており、3月に中間整理を行ったところである。早急に取り組むべき事項として、旅館業法の政令改正などを行い、簡易宿所の緩和により当面の対応を行っているところである。中期的には、現行の制度の枠組にとらわれない形で仲介業者あるいは管理業者への一定のルールというものを用いた制度を構築していくため、精力的に検討を進めているところである。その際、テロ対策の問題、衛生の問題あるいは近隣住民とのトラブルなどについて、一定の解決ができるような仕組にしていきたい。

(持永国土交通省大臣官房審議官(自動車))

観光の推進という観点での自家用車の活用拡大について。昨年10月に総理から、外国人の滞在を快適なものにするため、過疎地等における観光客の交通手段として自家用車の活用を拡大できないかとの御指示をいただいたところ、現在、道路運送法に基づき、バスやタクシーがきちんと使えないような交通空白地域において、地域の住民の足、通院等の足として例外的に認めている自家用車による旅客輸送について、国家戦略特区における特例ということで、訪日外国人、日本人も含むいわゆる観光客の輸送を主たる目的に、過疎地等の交通空白地において自家用車を使うという制度創設に取り組んでいるところ。本施策については、観光ビジョンの中でも、地方創生回廊の完備という項目の中で記載がなされており、去る3月に内閣府から国会に国家戦略特区法の一部改正の1項目として、法案が提出されている。審議はこれからであるが、そういう状況である。

(蝦名観光庁次長)

テーマ別観光について。資料に記載しているものは主な例であり、このほかにもいろいろな「〇〇観光」という目的別、テーマ別の観光がある。これについては、28年度の予算において、テーマ別観光による地方誘客事業として、モデルケースを育成していくような取組を観光庁として行っていくところである。

(毛利国土交通省総合政策局長)

インフラツーリズムについて。テーマ別観光の1つであるが、もともとは社会資本整備について理解を得たいという気持ちもあり、いろいろな施設見学会を行っていたところ、徐々に民間あるいは地域が協同で案内を行うことで観光資源化している例が増えつつある。本年4月13日現在で250カ所以上でこのようなツアーと呼べるものが行われている状況であり、年間で見ると数万人規模を集客するものもある。例えば、四国を結ぶしまなみ海道は、サイクリングロードがあり、ここにサイクリストが12万人以上訪れている。それから、首都圏の外郭放水路について。国道16号線沿いの地下に放水路があり、水がないときには地下神殿のようなものとなり、案内すると非常に喜ばれる。また、明石海峡大橋では、もともと橋を整備した際に、管理のために橋脚の上が少し開放できるようになっており、そこからのパノラマ絶景を見てもらう取組など、近くの有料施設とあわせた一体的な運営を民間が行っている。さらに、直轄の湯西川ダムにおいても、民間が水陸両用バスで湖面を走るツアーやダムの堤体内を案内するといった取組を行っており、年間3万人が訪れている。

こういった動きを受け、国交省としても、本年1月から、ポータルサイトにおいて紹介を始めており、安全の確保や受入体制の確保、テロ対策をしっかりと行いながら、観光資源化を図っていきたい。

(前田経済産業省大臣官房審議官(商務情報政策局担当))

まず、クレジットカードの利用とセキュリティーの2点について御説明する。日本のクレジットカードの利用環境について、都心も含め、地方では、まだまだ未整備であることから、2020年オリンピックまでに、主要な商業施設、宿泊施設、観光スポットにおいて100%のキャッシュレス決済対応、100%の決済端末のIC対応を実現することを目標とし、IC対応決済端末の導入を促進する。また、カードリーダー等々については、セキュリティーレベルが十分とは言えないため、クレジット取引セキュリティー対策協議会という40事業者から成る協議会での議論を踏まえ、セキュリティー対策の義務化も含め、必要な法制上の措置を講じるということで、現在、準備を行っているところである。

3ページ、おもてなしプラットフォームについて、主にインバウンド、訪日外国人観光客を念頭に置き、ストレスのない状況をつくるべく、2020年までの社会実装を目指している。本年は実証実験を関東、関西、九州の3カ所で行う予定であり、関東では、Liquidというベンチャー企業の指紋認証のサービスを取り込んだものを行いたいと思っている。大阪では、クレジットカードやデビットカード等の複数のカードをスマートフォンに登録し、決済手段に依存しない柔軟な決済の仕組み、いわゆるトータルウォレット等を具体的に実装していく。九州では、事前登録が必要なプレミアムつきカード型商品券を発行し、紐付けしたアプリと連携することにより、ユーザーへのビッグデータ分析に基づくサービス提供について実験を行い、福岡から九州全域へ、その後全国に普及させていきたいと考えて

いる。

4 ページ、免税店について。特に地方において消費税の免税店は少ないところ、今後3年間でその免税店数を倍増していく中、特に免税対応機器についての税制上のインセンティブを利用し、その導入促進を図りたい。また、店内表示や商品情報に関する多言語対応のガイドラインを策定・公表し、ストレスのない形に持っていきたいと考えている。

6 ページ、観光ベンチャー企業への支援について。Liquidという非常に若いベンチャー企業があり、指紋のみで個人認証を可能とするシステムを開発、現在の認証時間は0.05秒、誤認リスクは1兆分の1と世界最速となっている。この技術について、例えばホテルに泊まったときにパスポートの写しを保管しなければならなかったところ、電子的記録でも対応可能という制度改革も進んだことから、導入に向けて先ほど説明した関東で行うおもてなしプラットフォームの実証にこのベンチャーを組み込むこととしている。この企業は、IoT推進ラボのプロジェクト選考会議でグランプリを受賞したベンチャーであり、NEDOのプロジェクト資金によるバックアップを行っていくことで、資金援助と制度改革をパッケージで行い、観光に関する実証実験を組み入れたものとしてプロジェクトメーキングしていきたい。

7 ページ、観光経営人材の育成について。特に経営の観点から、データをベースに数字で経営を語る観光経営人材を育成するべく、平成27年度、28年度と予算を少し増やしながらか、観光産業の経営人材を育成する大学・大学院をつくっていきたいと考えている。

8 ページ、休暇取得の分散化について。休暇を分散化すれば、産業企業側から見ると、稼働率がある程度安定化していくため、収益が上がるはずである。ゴールデンウィーク等々、学校も含めた関係者との意見交換、意見のすり合わせを行いながら休暇取得の分散化を奨励し、平日の家族旅行ができるようにしていきたい。その経済効果等々については、2016年度中に必要な調査を実施し、経済的なインセンティブの付与の具体的な仕組みについて、制度設計を行いたいと考えている。

最後に、インダストリアルツーリズム（産業観光）について。1つは、近代化産業遺産を観光資源にするということで、ユネスコの世界遺産リストに登録をし、ワンランクアップの観光資源にするというアプローチを図るとともに、ポータルサイトを作成し、外国の方からも見やすくするという取組。また、伝統工芸品について、職人が実際に作業を行っているところに観光の動線を引き、ツーリズムの中に組み込むという取組も行っていきたいと考えている。

（亀澤環境省大臣官房審議官）

観光ビジョンの達成に向けた10本の柱の1つとして、国立公園を世界水準のナショナルパークにすることが位置づけられており、環境省では、自然と人の暮らしが調和する日本らしい国立公園のポテンシャルを積極的に掘り起こすことを通じ、世界の旅行者が長期滞在したくなるような国立公園にしていきたいと考えている。そのため、国立公園満喫プロ

プロジェクトとして、外部有識者の意見も聞きながら、この夏ごろにまずは5カ所程度の国立公園を選定し、2020年を目標に関係省庁や地元との連携のもと、外国人も引きつける取組を計画的、集中的に実施する予定である。

具体的には、外国人向けも含めた国立公園満喫メニューの充実、環境省ビジターセンターへの民間ツアーデスクの設置、質の高い民間施設の円滑な誘致を図るための基準の明確化などを想定しており、この取組については、5カ所程度にとどまらず、順次全国の国立公園に展開し、2020年までに訪日外国人の国立公園利用者数を、現在の年間430万人から1,000万人に増やすことを目標にしたいと考えている。

次のページ、エコツーリズムについて。環境省が地域の自然を活用した観光の分野で平成16年ごろから取り組んでいる施策として、エコツーリズムの推進がある。旅行者がガイドの案内や助言を受けて森、湿原あるいはサンゴ礁などの自然観光資源の保護に配慮しながらふれ合い、学び、知る活動であるエコツーリズムは、それぞれの地域の自然が持つ不思議さ、あるいは歴史、文化との結びつきなどへの興味を深めてもらうということで、地域振興、観光振興にも寄与するものと考えている。また、観光庁による訪日外国人の興味や関心に関する調査においても、日本の自然や景勝地の関心が高くなっており、環境省としては、ホームページやパンフレットによる情報発信や魅力あるプログラムの開発、外国人対応を含むガイドの育成、アドバイザーの地域への派遣などを通じ、エコツーリズムに取り組む地域への支援を行っており、今後も国立公園満喫プロジェクトと連動して積極的に取り組んでいきたいと考えている。

(義本文部科学省大臣官房審議官(高等教育局担当))

文科省からは、観光の人材育成と学校休業日の工夫の2点について、御説明する。

1 ページ、観光の経営人材の育成・強化について。文科省としても、観光庁・経産省と連携しながら、観光人材の担い手を3層構造で育成していく。すなわち、経営を担う人材の育成ということで、MBAプログラムをしっかりと観光の分野で形成していくということが1点。2点目は、観光を担う中核となるマネージャー人材の育成ということで、観光学部を中心としてそのカリキュラム改革を行うとともに、現在は2019年の開学を目指して実践的な職業教育を中心とした新しい高等教育機関の制度化を議論しているところ、観光分野での取組を視野に置きながら、その制度をつくっていききたいと考えている。3点目は、即戦力となる現場の人材の育成ということで、地域の観光分野の専修学校等を活用するというもの。

具体的な取組としては、2020年までに観光MBAのようなトップレベルの経営人材を育成する拠点をつくっていかうということで、実践的なプログラムについて意欲ある大学、大学院と連携し、そのプログラム開発に今年度から着手したいと考えている。2点目の観光学部について、現在42の大学で観光学部があるが、どちらかというとホスピタリティーや経済の一般的な話が中心であり、本当に必要なオペレーションやマネジメント、マーケテ

イング等のカリキュラムが十分でないという課題があることから、カリキュラム改革を標準カリキュラム開発とあわせて取り組んでいきたい。専修学校については、いろいろな取組を行っているところ、そのモデルとなるような取組を一層強化したいと考えている。

(浅田文部科学省大臣官房審議官(高大接続・初等中等教育局担当))

公立学校の休業日の設定については、土日祝日以外は各学校の設置者が定めることになっており、例えば、今でも秋休みを設けたり、都民の日を設けたりと、それぞれの地域でいろいろな工夫が可能となっている。

私は4年前まで品川区の中学校で校長をやっていたが、そういうところでも、開校記念日のようなものを設けている。また、各学校は年間の行事予定を作成する際に、それぞれの地域のいろいろな行事との関係等を踏まえるというのが現状である。いずれにしても、学校の休業日が親子や家族がいろいろな体験をすることができるチャンスであることは間違いなく、それぞれの地域でそういった取組がさらに進めやすいように、一層の周知を図っていきたい。具体的には、学校休業日に関する情報を経済団体や社会教育施設といった地域の様々な関係者と共有し、幅広い関係者で設定について検討を行うことについて、改めて文書等で周知する、あるいは教育委員会関係者等の会議で説明する、文部科学省の刊行物等で広報するといったことを進めていきたいと考えている。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

それでは、民間議員の皆様にご議論をいただきたい。

(三木谷議員)

資料5に基づいて話をさせていただくが、その前に民泊について一言申し上げたい。

時代は変わっており、コミュニティー型でそれぞれいろいろなレビューを行いながら実際に泊まりに行くことが多くなっている。一見で来るというより、インターネット上のコミュニティーで友達になり、その人にはどのようなバックグラウンドがあるのかも確認する。それは泊まる側も、ホストの側もそのような形で行う。Airbnbのサイトを見てもらえればと思うが、ホストのプロファイルがあり、その者がどのようなサービスを行ってくれるか、写真が掲載されている。泊まる側も、その人はどういう人なのか、例えば、彼は非常にいいお客だったというレビューがなされる。

もう一つは、トータルエクスペリエンスとホスピタリティー、おもてなしである。単に空き家を有効に使うといった観点だけではなく、コミュニティーのホスピタリティーも新しい形態の観光であると考えてもらった方がよい。

そのような中で、今回、国土交通省の発表資料13ページに、管理事業者の介在をあたかも義務的にするという突然の非常に違和感のある議論が出てきており、繰り返しになるが、グローバルスタンダードに従うべきであり、日本のガラパゴス規制のようなことは絶対に

やめていただきたい。

コミュニティーの中でレビューがあり、このホストは素晴らしい、あるいはこのようなことを必ず記載せよといったことを義務的にすることはよいと思うが、必ず管理事業者が登録し、そこに管理させるべしとか、既得権益を生むようなことは絶対にやめていただきたい。

資料に基づいて説明したいと思う。1つ目として、いろいろな人がいろいろな取組みを行っているが、日本のツーリズムのブランドを1人でまとめるチーフマーケティングオフィサー（CMO）を設置し、デジタルマーケティングをばらばらではなく、一括して行うべきであるということである。

2つ目は、ホテルとともに空港のキャパが足りないということである。これから一番伸びるのはLCCということを見ると、4D管制を導入するとともに、横田基地等を活用することによってLCCの就航回数を圧倒的に増やす必要がある。

さらに、ホームシェアとライドシェアを積極的に導入していく。これは単純に、タクシーやリムジンが置き換わるということではなく、トランスポーテーションの概念がオンデマンドに変わるということである。車を持っている人がその車で移動する、あるいはタクシーに乗って移動するということに限られず、さまざまな形で必要なときにトランスポーテーションをA地点からB地点まで提供していくというように、世界中で交通という概念が変わりつつある。それに対し、日本は、甚だ残念だが、著しく遅れているということである。車を持つという概念から、車はシェアする、オンデマンドで使うということ。昔、サーバーを自社で持たなければならなかったものがクラウドコンピューティングになったように、同じことが交通でも起こっていると思ったほうがよいと思うし、それが宿泊の分野でも起こっている。それに日本だけが著しく遅れているということかと思う。

3番目は、とにかくペイメントについてはキャッシュレス決済の促進を積極的に行うべきだということ。また、観光産業については、一番重要な労働力が圧倒的に足りない。地方では、幾ら給料を上げてもみんな東京に行ってしまうという問題があり、その一方で、外国人を雇う場合は通訳業務以外はだめ、あるいは通訳に近い業務でないというだけであるということになっている。そこは、観光産業に関わる場合については、ビザを緩和して、外国人を有効活用していかないと実際の労働力は全く足りないということである。

もう一つ、無料Wi-Fiについて。総務省で一生懸命対応していただいているが、全国に広げていくということが重要である。それから、CRM（顧客管理システム）について。1度来訪してくれた外国人観光客をきちんとリストアップし、SNS、eメールなどでフォローアップを行っていくことが必要である。

最後に、ナイトタイムエコノミーについて。夜に使われるお金がかなり大きいということで、風営法の緩和も含めその推進を検討すべきである。夜にお金がしっかり回っていくことも重要であり、市場としては無視できないぐらい大きな規模であると思っている。

あとは参考資料だが、7ページ以降に新経済連盟として提案している超観光立国、30兆

円マーケットに向けてということについて細かく書いてあるので、御参照いただければと思う。

(三村主査)

成長産業がここに現出したという印象で、各官庁が非常に力を入れて前向きに捉えていることを非常に喜んでいる。

観光ビジョンによれば、2020年に訪日外国人旅行消費額8兆円、日本人国内旅行消費額21兆円を目指すとのことだが、29兆円の産業というのは何に相当するかというと、日本では60兆円が自動車、その次に大きい化学工業が28兆円であり、要するにこれを上回る新しい1つの産業が出来つつあると私は捉えている。また、ただ単にインバウンドに注目するだけではなく、国内観光、先ほどの発表のあったいろいろな施策もインバウンドだけではなく国内観光にも役立つ中身が随分あったと思う。

そうすると、例えば化学産業に就職するためにいろいろな人がいろいろな大学に通っているが、観光のための教育についても、もっと充実されてよいのではないかという気がするし、そういう意味で文科省のいろいろな取組や、各府省の取組が非常にうまく整合しているのではないかという気がする。

中身としては、国立公園の取組も、文化を活用するという取組も非常によいと思う。これに収れんしていろいろな施策が行われることを期待しているが、それと同時に、観光客を受け入れた後、どのようにストレスなく、日本を楽しんで帰ってもらうのかという観点から言えば、まだまだボトルネックがあるのではないかと思う。観光ビジョンを具体的に実現するためのメニューはいろいろ整っていると思うが、国内のホテルや空港からのアクセス道路も必要だと思う。大型船が入港しても、アクセス道路がないのでなかなかスムーズに移動できないといった状況が九州であるようだが、そういうことも含め、ボトルネックは何で、それに対してどのような対策をとるのか。また、工程はどうするのか。新しい産業なので、そういう観点もぜひ入れて、具体的なアクション・プログラムを策定することを期待している。ビジョンについては、こうならなければならない、それは非常に期待できるということは書いてあるのだが、それと同時に、ビジョンを可能にするための具体的な対策は何かということまで踏み込んでまとめてもらえればと思う。

(竹中議員)

まず、各省庁の取組が積極的になっていること、大変うれしく思う。十数年前に、当時の内閣官房長官だった福田康夫氏にお願いをし、ツーリズムに焦点を当てた会議を設置してもらった。当時の問題意識は、ツーリズムこそが世界最大の産業であるというもの。鉄道、自動車も重要だが、就業者数から見ても付加価値から見てもツーリズムというのは世界最大の産業であり、そこから発想しているのだが、ここに至るまで気がつくまで十数年たっており、ようやくチャンスが訪れているということだと思う。

インバウンドの観光客がなぜ増えたのかという簡単な定量分析を行ってみると、答えは極めて簡単で、ほとんど3つの要因で説明できる。それは周辺国であるアジアの国の所得が増えたから。もう一つは、為替レートで円が安くなり日本に来やすくなったから。それとビザの緩和。つまり、この産業は所得弾力性と価格弾力性が極めて高く、それを有利にするための政策を行うことこそが政府の最大の仕事である。今回の観光ビジョンにおける新たな目標である2020年に訪日外国人旅行者数4,000万人については優れたことだと思うが、中の政策に関しては、例えば、観光ルートのモデルコースをつくる、観光学部のカリキュラムを強化するといったものは、大いに取り組んでもらいたい、極めてミクロな話であり、枠組の大きな話をもっと行っていく必要があるのではないかと。それが政府の役割なのではないか。

また、大きくハードのインフラとソフトのインフラと捉えるべきだと思う。ハードのインフラに関しては、例えば特区制度を活用し、福岡に初めてのクルーズシップターミナルをつくろうではないか。日本の港は基本的に貨物を想定しており、乗客が楽しめる場所をなかなかつけれないという規制がある。それをまず特区から取り組んでいく。資料の中にもあったが、東京の空港が満杯になっているときに、静岡の空港はもっともっと活用できる。静岡県が空港のところに駅をつくってほしいということはずっと言っているが、まだ実現していない。つまり、今のクルーズシップターミナルの話や静岡の新幹線の駅の話は、あくまで一例ではあるものの、やはりインフラに関するシンボルプロジェクトのようなものをつくるべきではないか。先ほど三村議員が言われた、観光ビジョンをどのように実現していくのかということにもつながるが、私はシンボルプロジェクトをつくることによって、可視化されると思うし、現実問題としてインフラ不足は明らかにボトルネックになりつつあるわけで、せっかく来訪してくれても、再度来訪してくれるかわからない。そういう不快な思いをさせてはいけないということこそが本当のホスピタリティーであり、インフラに関するシンボルプロジェクトをまずつくってはどうかということを提言したい。

ソフトのインフラに関しては、先ほど説明があったおもてなしプラットフォーム。これはまさにその象徴であり、ぜひ進めてもらいたいと思うが、そこに三木谷さんが言われたシェアリングエコノミーの話が絡んでくると思う。つまり、一言で言えば、安心して泊まれるために旅館業法というものができた。安心してみんなが車に乗れるようにタクシー業界の規制ができた。そういった今までの公的なプラットフォームが要らなくなりつつあるというのが今の時代であり、例えば、AirbnbもUBERも旅館業や自動車運送業ではなくて、ソーシャルネットワークワーキング業であり、それを旅館業法等の中に押し込めてはいけないと思う。

当面の措置として旅館業法を少し拡大し、簡易宿泊所の枠組で対応することは否定しないし、ぜひやってもらいたい、それは根本的な解決にはほとんどならない。ソーシャルネットワークワーキング業としてどのように正式に認知していくかという意味でのソフトのインフラづくりにどのように踏み込んでいけるかということだと思う。

1度、特区の中でも総理の前で議論したが、これは旅館業法ではなく借地借家法の世界である。1カ月以上であれば借地借家法であるところ、特区では1週間までとなっている。それを2日、3日に縮めれば、Airbnbのようなものは法的にクリアにすることが可能なわけであり、既存の法律の枠組の中ではない別の発想で、世界の現実に適合していかなければならないということではないか。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

それでは、民間議員のコメントを踏まえ、各省からコメントをお願いしたい。

(蝦名観光庁次長)

観光ビジョンについては、これからさらに具体化し、しっかり進捗管理を行いつつ、政府全体として取り組んでいきたい。その過程で、具体的な施策をどうしていくのか。特に3本目の柱である受入環境整備について、短期的にどのように取り組んでいくか、中期的にどのように取り組んでいくかということについては、しっかりとアクション・プログラムに反映しつつ、予算などのさまざまな制度要求を行いながら取り組んでいきたい。

それから、民泊の関係について、現在、検討会においていろいろな論点・指摘があるので、そういうものを含めてどのような仕組が望ましいのか、検討を深めていきたい。

労働力についても、教育・人材は大変重要であるという意見は、今回の観光ビジョンの議論の中でも非常に多くあった。例えば、国際業務ということで、ホテルのフロント業務などについて、在留資格を外国人に活用してもらえるように、要件を明確化し通知を出すということを行い、外国人に活躍してもらえるような環境整備を行っていききたいと思う。

クルーズについては、観光ビジョンにおいて、クルーズ500万人という目標も掲げ、旅客船ターミナル整備の支援制度に関する法案などを提出しているところであり、そのようなハード面での整備というものも、可能なものから順次行い、受入がネックにならないような対応を進めていきたい。

(持永国土交通省大臣官房審議官(自動車))

自家用車の話について、補足で3点申し上げる。

まず、配車アプリと自家用車を用いた旅客輸送については、国会でも何度か質問があり、石井大臣からは、運行管理等の責任主体が置かれていないということ、それから、自家用車のドライバーが運送契約主体であることから、安全確保等の問題があり極めて慎重な検討が必要だとお答えしているので、大臣の方針に沿って対応していく必要があるかと思う。

2点目として、諸外国において、配車アプリによる自家用車を用いた輸送は、例えば、イギリス・ドイツ・フランスでは禁止しており、ニューヨークでも同様である。そういうところでUBER等は使われているが、いわゆる営業車両が対象であり、日本でも緑ナンバー

の車両についてUBER等のアプリが使われているという状況と認識している。

一方で、タクシーのサービス向上も必要であり、自家用車の話からは外れるが、例えば来年度から初乗り運賃を400円台にできないかということや全国で既に6割ぐらいのタクシーで配車アプリが使用できる場所、そのさらなる拡大も進めていきたいと考えている。

(樽見厚生労働省大臣官房審議官)

民泊について、観光庁から話があったとおり検討会を行っており、昨日の検討会では賃貸業者からヒアリングを行ったところである。引き続き、検討を急ぎたい。

(佐々木法務省大臣官房審議官)

観光業における外国人材の活用ということで、まず、スキーインストラクターの要件緩和について、現在、パブリックコメントをかけているところである。また、どのような分野でどのような具体的なニーズがあるのかということをお勘案しながら検討していきたい。

(毛利国土交通省総合政策局長)

三村主査と竹中議員からアクセス道路あるいはハードインフラの話があったが、国交省としても、ストック効果に着目しつつ、利用者の意向も重視しながらインフラ整備を行う方向に転換しようと考えている。その結果、インフラ整備が経済財政両方の再生に資すると考えており、御指摘の点について、具体的に検討していきたいと思う。

(三木谷議員)

官庁は基本的には規制する側だとは思いますが、今までの日本の規制の枠には当てはまらない新たな業態が出てきているので、ここは政治的な決断だと思っている。これはどうなんだと役人に丸投げするのもよいかもしれないが、世界から明らかに遅れてきているのは間違いない事実であり、例えばAirbnbに宿泊できる場所を提供している者が現実として何千人と日本の中にいるわけで、これに対してどのように対応するのかということは、競争力会議の本会議の中できちんとした方針を示してほしい。玉虫色にするのではなく、本当に全部取り締まるのか。彼らが全員簡易宿所の許可をとるとは思えないが、どうするのかきちんと答えてほしい。やるのかやらないのかはっきりした方がよいと思う。取り締まるのであれば、全て取り締まるということを明らかにしてほしい。ぜひ競争力会議の本会議の中で、現在やっている人たちに対してどのような対応を行うのか明確にしてほしい。

そうでなければ、国内の業者、日本の企業は取り組めない中、海外の企業は現実としてどんどん伸びており、1年も2年もたてば取り返しがつかないことになる。海外事業者も含め全て規制する、規制のルールに従わないで提供していたものは全て摘発するというのであれば、フェアだと思う。競争力会議だということを踏まえ、きちんと対応してほしいというリクエストである。

(三村主査)

観光という本当に大事な成長産業が日本の中に現実にある。これに対してどのように取り組むのかという観点から、ぜひ積極的に検討を進めていただきたい。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

それでは、はここまでとし、2番目のテーマであるスポーツ・文化の議論に入りたい。有識者として、スポーツについては早稲田大学スポーツ科学学術院から間野義之教授、文化については株式会社ニッセイ基礎研究所から吉本光宏研究理事に出席頂いている。

まずスポーツについて、間野教授からご説明頂く。

(間野早稲田大学スポーツ科学学術院教授)

資料6をご覧頂きたい。まずP1の「スポーツ産業とは」だが、19世紀末から我が国でもスポーツ産業が始まり、右側の図のようにスポーツサービス情報産業、スポーツ施設空間産業、スポーツ用品産業、それ以外にも食、医療、健康、ファッション、観光などにも広がりを見せている。この3つが重なり合うところがハイブリッド産業で、ここにトップであるプロスポーツ産業がある。

P2の国内スポーツ総生産。今、政府ではスポーツGDPと呼んでいるが、英語ではGDSPとなる。これは2002年と2012年それぞれ10年にわたり推計をした値である。小売、興行、施設、旅行、教育、その他の合計が「合計」、そして、それにいわゆる競輪、競馬、競艇、オートレースなどの公営競技を加えたものが「総合計」である。2002年で8兆6,740億円、2012年で7兆円と、若干減少している。公営競技を含めても2002年から2012年で22%ほど縮減している。それぞれGDPに占める割合は一番下の行に示しているが、3%から2.4%ぐらいである。

イギリスと比較すると、P3のとおり、GDPに対するスポーツ産業の割合は、英国は2004年が2.2%、2012年が2.6%と増加しているのに対して、日本は2002年が3.0%、2012年が2.4%と減少している。公営競技を除いても減少傾向ということで、今回はイギリスとだけ比較しているが、アメリカにおいても成長産業である中で、日本には逆にまだまだ改善の余地があると言えるのではないか。特に公共投資の割合が多いことから、さらに民間投資を呼び込むことによって成長していく余地があるのではないかとされている。

P4をご覧頂きたい。GDSPに占めるスポーツ施設産業の割合が2002年で38.3%、2012年で30.3%であり、スポーツGDPを成長させる1つの起爆剤としてスポーツ施設に特に公共投資が行われていたわけであるが、民間投資を欧米のように行うことによって、大きくキックしていける可能性があるのではないかと考えている。

P5は、アメリカンフットボールのNFLからメジャーリーグベースボール、バスケットボール、アイスホッケーのNHL、サッカーのMLS、それぞれの主要リーグの1クラブ当たりの平

均年間収入の推計値である。トップはアメリカンフットボールの289億円である。その下にはイギリスのサッカーでプレミアリーグ、ドイツのサッカーでブンデスリーガなどを示している。一番下には日本のNPBプロ野球とJリーグを示しているが、これを見ても我が国のプロスポーツというものは、まだまだ成長できる余地があるのではないかと考えている。

反対に、この差が生まれている原因は何かといったことを考えた場合に、興行として人を集める施設の大きさであったり機能にもしかすると何か課題があるのではないか。P6に、今の主要リーグのアメリカ、ヨーロッパのスタジアム、アリーナの収容人員を示している。NFLで7万人、メジャーリーグベースボールでも4万3,000人、そして、その下のNBA、NHL、これはインドアのアリーナであるが、1万9,000人から1万8,000人。軒並み3万人、4万人といった大きな数字である。P7の日本の主要リーグを見てみると、NPBは3万6,000人、J1は3万3,000人と比較的収容人員として大きな器があるが、一方でB1はバスケットボールにできる新しいリーグで4,941人、一番下のバレーボールVプレミアリーグも4,000人ということで、アメリカの2万人近く、1万8,000人、1万9,000人近くあるものから比べると、その4分の1の規模である。

具体的にアメリカの事例を見ると、P8にLevi's Stadiumがサンタクララ市につくられており、昨年のスタジアムビジネスアワードを受賞したスタジアムであるが、資金調達でも民間から多くを調達しており、右側にあるスタジアムアプリというICTを活用して、そこでエンターテインメントとして1日楽しめるような機能を備えている。

続いて、P9のRicoh Arenaは、イギリスのコベントリーにあり、もともとはサッカーチーム用につくったものだが、ワールドカップの影響もあり今はラグビーのチームによる会社を買収している。こちらは右下にあるようにアンカーテナントとしてエキシビジョン・ホール、イベント、カンファレンス、ラウンジ、ホテル、レストラン、カジノなども併設しており、試合がない平日でも人が集まる、集客する仕組みがつけられている。

P10は、The O2という、「O2」は通信会社のネーミングライツだが、これは2万人収容のアリーナであり、右下にあるようにATP、テニスのファイナルをやったり、NBA、バスケットボールをやったり、またはNHL、アイスホッケーもやったり、つまり床は張らずにコンクリートにして、多様なエンターテインメントができる。そのために10トントラックが常時搬出入できるような大きな入口を設けて、時間のロスを防ぐ工夫をしている。今世界で最も集客、集金力の高いアリーナと言われている。

続いてP11のStaples Center、こちらもネーミングライツだが、アリーナであり、右下にあるようにNBA、バスケットボール、NHL、アイスホッケー、アメリカの4大スポーツの3チーム以上が本拠地とし、1チームが1カ所のフランチャイズではなく、トリプルフランチャイズにすることで稼働率を高めている。

こういった多機能複合型のアリーナは欧米のものだと思われがちだが、P12にもあるように、韓国・ソウルでもワールドカップスタジアムでは複合化をしている。左下にあるように映画館、ディスカウントストア、売店、スポーツセンター、サウナ、スポーツショップ、

食堂、結婚式場といったものも併設しており、サッカーがない日でも集客、集金をする工夫がなされている。

では、我が国は全くないのかというと、そういうことではなく、P13にあるように東京ドームシティ、これは世界で最も成功しているドームの例と言えるかと思う。豊富な交通インフラがあることはもちろん強みであるが、右下にあるように東京ドーム以外にもラクーアという温泉施設や、遊園地、ホテル、ホールなど、多機能複合化している。こちらは1部上場の企業であり、左下にあるように世界トップクラスの稼働率を誇り、売上が620億円、営業利益が140億円というすばらしい経営をしている例である。

P14の市立吹田スタジアムは、つい先日オープンしたガンバ大阪のスタジアムであるが、47年間の指定管理契約を結んでサッカーチームがスタジアム経営を本格的に始めている。既に鹿島アントラーズなど様々なところが行っており、野球では楽天球団などがこういった公共施設を利用したスタジアムビジネスに着手している。

P15の北九州スタジアムは、現在PFIでつくりかけている小倉駅の北側に位置するスタジアムである。こちらも町なか立地というもので、これまで少し離れた場所につくられる傾向にあったが、駅近の立地で作られるようになってきた例である。

P16だが、こういった施設の考え方を私たちはスマート・ベニューと名づけており、かつての単機能、行政主導、郊外立地型から、多機能、民間活力導入、街なかで収益性を改善する+エリアマネジメントしていくような発想が必要ではないか。

P17は我が国のスタジアム、アリーナの新設・建替構想である。全国各地で新しいアリーナあるいはスタジアムの新築、改修の計画がある。

これを仮に推計してみると、P18のとおり、トータルで今後2兆円以上の建て替え需要がある。これを従来型ではなくて欧米型あるいは東京ドームシティなどを参考にした多機能複合型にしていくことによって、スポーツ産業のキックが始まるのではないかと考えている。

P19、実現に向けた課題であるが、まだこういった整備運営のノウハウが我が国には十分蓄積されていない。単なる規制緩和ではなくて、各種法律、制度の趣旨を理解した上で、スタジアム、アリーナ運営整備を検討し、国、自治体、事業者、住民など多様な関係者間でのコンセンサスを得る必要がある。

P20がまとめになる。政府の役割として、スポーツ未来開拓会議を今開催しているが、これを受けたもう少し長期的なビジョンを作成したり、スタジアム、アリーナ整備に対する補助金の増額・拡充あるいは証券化などファイナンス手段の拡充することや、ほかにも国際的な大規模スポーツイベントの招致、標準産業分類にスポーツ産業の追加、各種スポーツリーグの経営改革の支援などが政府の役割ではないか。

自治体としては、スタジアム・アリーナ条例によってできないことはかなり多い。法律ではなくて条令に問題があるようなので、この各種規制を撤廃していったり、PFIなど施設運営者の意向が反映できる整備手法を必ず導入することや、ほかにも首長部局にスポーツ

の産業振興課を設置したり、スタジアム・アリーナ整備の広域連携の制度化なども必要ではないか。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

続いて、堂故政務官から御発言をいただいた後、スポーツ庁及び経産省からスポーツ分野の取り組みについて御説明頂く。

(堂故文部科学大臣政務官)

文部科学省としてはGDP600兆円に貢献する成長産業として、スポーツ産業の拡大が重要である。スポーツ関連産業を活性化し、その収益をスポーツ団体や環境の充実に再投資する好循環を生み出すことによって、国民の健康増進や地域の活性化を図っていきたい。

文部科学省と経済産業省が共同でスポーツ未来開拓会議を開催し、2020年以降も展望した戦略的な取組の展開に向けて、有識者を交えた議論を行っているところである。

スポーツを通じたGDPの拡大を目指して、関係省庁やスポーツ関係者と連携を図り、スポーツ環境の充実に取り組んでいきたい。

(鈴木スポーツ庁長官)

私自身はこれまでアスリートあるいは教育者、指導者、研究者、そして競技団体のマネジメント等を通じてスポーツに関わってきたが、スポーツの持つ魅力を実感しておりスポーツは社会を動かす力があると確信している。

これまでスポーツは教育の側面を重視するあまり、スポーツで稼ぐという意識がなかったわけだが、スポーツ庁が設置されたことを契機と捉え、もっとスポーツの持つ経済的な価値を正當に評価していくべき。

現在はスポーツ庁、国としてもスポーツでどんどん稼ぐということを発信している。具体的には、資料7のP1の2であるが、基本的な今後の方針として、コストセンターからプロフィットセンターへ、これはスポーツ施設の話であるが、自律的な資金循環のメカニズムを形成していくということを示している。また、スポーツをコアとした周辺産業との融合を促進し、スポーツ人口の裾野拡大、そして新たなスポーツ市場の創出を進めてまいりたい。

P2の、政策の方向性であるが、スポーツ施設をこれまでの公共施設というものから、収益が得られる空間と捉え、官民が連携して新しいスタジアム・アリーナを日本各地につくってまいりたい。④、⑤だが、スポーツをコアとて他産業との融合によって新市場を創出したり、スポーツ参加人口の拡大、そして一億総スポーツ社会の実現に向けて取り組んでいきたい。

(前田経済産業省大臣官房審議官(商務情報政策局担当))

スポーツ庁と一緒にスポーツ未来開拓会議の事務局を務めている。先ほどの資料7の2ページ「3. 政策の方向性」について補足したい。

柱は5つ。1つは収益を念頭に置いたスタジアムの運営。間野先生のご説明にもあったが、自治体との関係も重要であるため、アクセス、立地、施設規模を考慮した施設整備のあり方を提示する。ガイドラインという形で策定をしてはどうかと思う。

民間資金を活用した資金面での連携については、政府系ファンドも含めるが、収益性と、その投資したものの改修の計画までつくり込んだ上でスタジアムというものについての事業性を確保していく。さらにはスマート・ベニューという考え方があり、関連するサービスをインテグレートした形でエンターテインメント性を全面に出しながら、その収益性を確保するという3段構えで取り組んでいきたい。

2ポツについては、アマチュアスポーツの団体も含め、コンテンツホルダーの経営力を強化しなければいけない。同時にガバナンスの強化が必要。事例としては、大学の保有する体育施設の開放も含めアメリカを参考にしながらどういう取組ができるのか、具体的に検討していきたい。

経営人材については、先ほどの観光も同じだが、経営という視点からスポーツ産業を見ることが必要ではないかということで、スポーツ分野の経営の即戦力となる人材育成も同時に行っていくということだろうと思う。

④の他産業との融合だが、スポーツ×ITということで、スポーツと例えばVR/ARなどとの組み合わせによって、より楽しくスポーツを見る、あるいはよりスポーツを楽しむ、ということに向け、スポーツ関連技術の戦略マップをつくりたい。2020年のオリンピックに向けてスポーツ熱は出てくると思う。1964年のオリンピックはカラーテレビで見ていたが、2020年のオリンピックをどう楽しんでいくのか。IT技術の駆使により全く違った楽しみ方があるかと思う。

最後であるが、スポーツ参画人口の拡大ということで、障害者のスポーツも含めて参加人口の拡大をやるための具体的な方策を講じてまいりたい。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

次に文化について、最初に吉本研究理事から御説明いただきたい。

(吉本ニッセイ基礎研究所研究理事)

「文化芸術から始まる経済再生、産業活性化に向けて」ということで、資料9で御説明する。

文化の側から産業とか経済について論じることは、どちらかというところまで消極的だったと思うが、世界的に見るとその状況が大きく変わってきている。その最初の項目として、文化産業あるいは創造産業という考え方が広がってきているということで、幾つかのモデルを御紹介させていただく。

最初は、オーストラリアの経済学者、D. Throsbyが提唱したもので、同心円モデルと呼ばれている。文化産業というものを中核的な領域、その他の中核的な文化産業、そして広範な文化産業、さらには関連産業というように分けて提示する考え方である。真ん中の部分には非常に先端的な芸術が含まれており、評価が難しいので市場性が乏しい。つまり非営利であるのでここには公的な助成が必要だと言われるエリアである。そして、それが周辺領域に行くと市場経済の中で成り立つものになっていくわけだが、全体の創造産業を育成するためには、中核の部分がしっかりしていなければいけないというようなことを示したモデルである。

次のページはイギリスの英国王立科学・技術・芸術基金、NESTAというところが開発したモデルである。イギリスは創造産業というものをいち早く提唱した国だが、いろいろな創造産業というものを、「クリエイティブ・サービス」、「クリエイティブ・コンテンツ」、「クリエイティブ・エクスペリエンス」、「クリエイティブ・オリジナル」というように分類している。様々な産業がこの中に入っているが、例えば建築ではでき上がった建物が創造産業ではなくて、建築をデザインするクリエイティブ・サービスを創造産業に位置づけていることをこの図は示している。

4ページの3番目の図は、ユネスコが2009年に発表したユネスコモデルで、芸術性の高い領域から知的財産に依存する産業商品まで幅広く捉え、その関連領域として観光とかスポーツ、まさしく今日のテーマになっている部分だが、そこも広く文化産業、創造産業に関連する分野として捉えている。

5ページの4番目のモデルは特殊な例かもしれないが、イタリアでは食文化も文化産業に位置づけている。日本でも食文化を海外にアピールしようということは当然考えられるが、食文化と言っても全ての食産業を食文化とするわけではない。イタリアでは例えばワインとかチーズとかハムとかいろいろあるが、そのうち食文化と位置づけられるものは非常に厳密に限定している。

例えばワインでは4ランクあるが、そのうち①～③、つまりグレードの高いワインだけが食文化で、文化産業に位置づけている。日本でも例えば和牛を売り出すとときに、日本産の牛肉が全部そうだということではなくて、和牛ブランドのところだけを食文化に位置づけていくということもあると思うので、参考までに紹介させていただいた。

ここで伝えたいことは、要するに文化というものが産業とか創造産業とか非常に広い考え方で捉えられるようになってきているという世界的な情勢である。そして、各国とも文化GDPというものを、その国の規定する文化に基づいて計算している。日本の文化GDPは、今、文化庁から依頼を受けて私の研究所で計算している。作業が遅れており本日報告できないが、近々その数字を発表することができると思う。国際比較も行う予定である。

2番目のテーマ、これは少し古い考え方かも知れないが、いわゆる経済波及効果というもの。文化の領域では経済波及効果についてこれまで余り声高にアピールしていなかったわけだが、実は非常に大きな経済波及効果があるということが最近いろいろなところで言

われるようになっている。6ページの3つの例は文化庁がこの後発表する資料にも出ているが、1つ目は文化財の修復が結果的に大規模な観光客の誘致につながり、大きな経済効果が生まれているという事例。

2つ目はお祭りで、諏訪大社の御柱祭も大きな経済効果が生まれている。瀬戸内国際芸術祭は今年もやっているが、約10億の事業費で100万人を超える来客があつて、130億円の経済効果がある。しかもこの瀬戸内国際芸術祭は地域創生という意味でも、人口減少が緩和されたとか、休校中の小中学校が再開したとか、そういった効果も報告されている。

次のページは文化と観光について。大きなパンプキンの写真は草間彌生さんの写真で、直島のアイコンになった非常に有名なもの。実は英国のトラベルガイド大手でRough Guideというところがあり、日本の必見スポットというものを紹介しているが、1位京都に始まって6番目に直島という小さな島が来る。20位までの結果を見ると大体文化的な要素が入っている。つまり海外の観光客に受けるのは日本の文化である。しかも東京、京都、大阪というところではなくて、小さな地方都市の文化というものにも海外の観光客を誘致する大きな効果があるのではないかとということで、このページを御紹介した。

8ページは、私の研究所で毎年北九州芸術劇場から依頼を受けて実施している事業評価の中から、経済波及効果の計算結果を示したもの。それによれば市が劇場運営に投入した予算の約2倍の経済効果が生まれている。しかも、文化への投資がいろいろな産業分野に波及していることがわかるかと思う。

そして今日ぜひこの場でアピールしたいと思っていることを9ページ以降にまとめた。世界的に見ても、文化政策のパラダイムシフトというものが今、求められているのではないかとことだ。この図では、中心に文化財、伝統芸能、芸術文化と書いたが、これまでの文化政策というのは文化財を守り、伝統芸能を継承し、芸術文化を振興するということだったわけだが、実はその周辺領域に非常に大きなインパクトやリターンをもたらす、ということはこの図は示している。まず、経済や産業の分野では先ほど来、御紹介したいわゆる創造産業というものに文化や芸術は大きな効果をもたらすし、創造産業だけではなくて、あらゆる産業分野に創造性や革新的な要素が求められるようになっている。

下は観光、地域創生に関係する部分。疲弊した都市や地域が芸術文化で再生したという欧州のクリエイティブシティの例からもわかるように、芸術文化は地域創生にも大きな効果があるし、全国に広がっているアートプロジェクト、トリエンナーレなども観光に大変な効果がある。

右上は本日のテーマと直接は関係ないかも知れないが、福祉や医療、教育といった分野でも、実は文化というものが非常に大きな効果をもたらすことがわかっている。芸術の教育を受けた子供のほうが主要教科の成績が高いとか、アーティストが福祉施設に行くトリハビリでは腕が上がらなかったおばあちゃんの腕が上がったとか、そういう驚くようなことが各地で報告されている。こうしたことを考えたときに、従来の文化政策というのは真ん中の文化をいかに振興するかという狭義の文化政策だったわけだが、これからは産業、

経済、地域再生、教育、福祉といった領域への広がり念頭に入れた広義の文化政策を展開すべきではないかと思う。

それをわかりやすくまとめてみたのが10ページ。これまで文化というのは大切だから支援をされたり保護をされたりするというような対象だった。でも、文化が経済、産業、地域創生、観光にもたらす効果を視野に入れると、実は文化芸術を起点にして日本の活力を生み出していくというように立ち位置が変わってきている。そう考えると文化政策というのは決して文化のためだけではないという時代になってきているのではないかと思う。

その上で各国の文化予算を比較したのが次の11ページの図である。残念ながら先進諸国の中で日本は文化予算が非常に少ない。お隣の韓国の半分以下、人口1人当たり6分の1以下という状況である。国家予算に占める割合も大変低くなっている。

右下の図は文化予算の推移で、日本の文化庁の予算はほぼ横ばいだが、例えば韓国はすごい勢いで伸びている。いわゆる韓流ブームも、国が文化に予算を投入していることと無縁ではないはずだ。

最後のページに4つばかり、この会議で提案したいことをまとめた。1つ目は、文化の幅広い効果、効用を視野に入れた文化政策を展開していく、すなわち文化政策をぜひ国の重要施策に位置づけるべきだということ。文化審議会でもこういうことを議論して、文化政策は国の重要政策だというようにアピールしているわけだが、なかなかそういう実感が得られない。特に文化GDPをはじめ、まず文化に関する基礎的な統計が不足している。そういうことにしっかりと力を注いで整備するということから始めたい。

その次は官民を挙げた文化への集中投資。企業メセナ協議会の調査によると、2014年の企業や企業財団によるメセナ活動の総件数は3,000件。活動費総額は約956億円という数字が出ている。つまり文化庁予算とほぼ同じ規模で、このことから官と民が共同で文化に投資をしていくという日本のモデルができるのではないかというのが1つ目。

2つ目は、文化には他の領域へのインパクトがあることに目を配り、文化と他の政策領域をつなぐような政策をつくっていく、あるいはそのための人材を育成していくということ。経済や産業の分野で言うと芸術のクリエイティビティーに基づいた起業家・アントレプレナーへ投資をしていくことが重要ではないかと思う。

たまたま最近、デンマーク政府がつくったクリエイティブ・ビジネス・キャップという組織の代表が来日されて、デンマーク大使館で小さな会合があった。彼らは世界50カ国で、アントレプレナーのクリエイティブなアイデアを募って、コンペティションをして、優秀な人のアイデアの事業化を支援している。日本人の若い女性も1人採用されている。彼女はアフリカのデザインに基づいて日本の播州織の技術を使って新しいテキスタイルをつくることを提案して採用され、事業化に向けた支援を受けている。クリエイティブな発想を産業につなげていく。しかもそれが日本の伝統的な産業の振興にもつながる可能性があるというのが彼女のアイデアの優れている点だ。日本ではエンジェルファンドが少ないと言われているが、そういうことが大変重要ではないか。

2つ目は地域活性化。芸術祭やアートプロジェクトというのは全国に広がっているが、これは文化行政の中で実施されるようになったものだ。しかし地方自治体の文化予算は大変厳しい。そうではなくて地方創生の枠組みの中でこういうものをぜひ積極的に展開し、文化観光にもつなげられないだろうか。

3つ目は先ほど少し申し上げた、教育や福祉など公共政策に文化をつなげていくことも重要ではないかと思う。

そして2番目の項目でもう一つ申し上げたいのは、NPO領域の活動とプロフィット、市場領域のビジネスとの連携である。例えばアメリカの場合、ブロードウェイのロングランの劇場群というのは有名で、大変な産業になっているわけだが、そこで上演される作品の中には、最初NPOの小さな劇場で実験的なものとして公演されて、それでいけそうだということで大きな劇場にかけられていくものも少なくない。つまり文化産業を生み出すためには、NPOの芸術活動にも注力するというか投資をすることが大変重要だと考える。

そして人材育成ということで言うと、芸術を支える人材というのは非常に今、大きな問題を抱えている。アーティストだけではなくて、例えば古典芸能の継承者、工芸の職人の継承者等々なかなか難しい問題があるが、とりわけプロデューサー人材というものが限られている。2020年のオリンピックでも文化プログラムを、ということが今言われているが、例えばロンドン五輪では全国展開をした大規模な芸術フェスティバルの芸術監督をルース・マッケンジーという方が務めた。日本でもそういう人材を育成することが非常に重要ではないかと思う。

3つ目は、オリンピックに関係した提案である。今日はたまたま、観光とスポーツと文化というテーマになっているが、2020年にぜひスポーツ・文化・観光省というものを設置できないかというものだ。これはオリンピックのレガシーということでもある。日本は超高齢社会を迎えたわけだが、お年寄りもスポーツをしたり文化をしたり、それで生き生きと暮らしているという、何かそういう新しい社会のあり方を世界に提示するためにも、それを推進する新しい体制ができないだろうかと思う。

最後、予算拡大というものを提案するというのには一番アイデアがないというか、陳腐だと思うが、あえて提案させていただいた。先ほどの報告でも触れたとおり、日本の文化予算は先進諸国と比べて余りにも少ない。文化に大きな投資をすることによって、先ほど来申し上げている経済、産業、観光といったところに大きなインパクトがもたらされるということを視野に入れて、文化予算の大幅拡充を御検討いただけたらと思う。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

続いて、文化庁から御説明をお願いします。

(堂故文部科学大臣政務官)

文化芸術は観光の魅力や産業の付加価値を生み出す源である。文化行政は今まで保存、

継承がほとんどの仕事だったのではないかと思う。活用という視点を重視していくことが大事だということで、役所内で議論をしているところである。また、その際、文化を従来の範囲で捉えるだけでなく、食など生活文化や観光など関連分野まで視野に入れて広い概念で捉え、我が国が有する全国各地の多様な文化芸術資源を一層活用し、関連分野への波及効果を重視した施策を講じていくことが大事だと思っている。

2020年はチャンスであり、GDP拡大に向けて積極的に文部科学省でも取り組みたいと思っているが、自民党内でも大変な議論になっており、しっかり取り組んでいきたい。

(中岡文化庁次長)

資料10の1ページ目、まず文化産業の経済規模の話だが、我が国は総GDPの1.2%であると定義をしており、諸外国では3~4%となっている。我が国の多様な文化芸術資源を考えると、文化産業は伸びしろのある分野と考えており、恐らく日本の文化の非常にクールな部分に着目をして、外国の方も日本に入ってきている方も多いため、そういったものは重視していかなければいけない。

また、他産業への経済波及効果については、右の例では、国民文化祭の秋田の場合、さまざまな関連の分野に経済波及効果を生んでいる。これらの文化芸術資源それぞれを磨き上げる。単に2番手、3番手ぐらいではなくて、一番良いんだということで、ピカピカのものをつくることにより、より大きな波及効果を生み出すことができるのではないかと考えている。

このため文化庁としては、文化産業の経済規模を拡大していきたい。また、この中にアニメ、ゲーム等のコンテンツの話も入っているわけだが、他産業への経済波及効果をさらに高めることにより、GDP拡大に貢献する経済波及効果をぜひとも生み出したいと考えている。

そのため大きく3つの方向性を出しており、1つ目がインバウンドの増加と地域の活力の創出である。2つ目が、文化芸術というのは極めて幅広い層を包摂する営みであるので、そういったところから潜在的顧客、担い手の開拓をしていくこと。3つ目には先ほど堂故政務官からお話があったが、単に文化財を保存、継承していくのではなくて、文化財で稼ぐというような基盤を形成していくことが重要である。

2ページ目の下のところだが、1つ目の方向性については、地域の文化芸術資源の掘り起こしとか文化プログラムの全国津々浦々での実施。文化プログラム自体はオリンピック・パラリンピックに向けて、ロンドンオリンピックの場合も約4年間で18万件の事業展開があったと聞いているが、それを上回る20万件を目指して実施していく。また、漫画、アニメ、ゲームなどのメディア芸術などを文化芸術創造への支援をする。これらを海外へ発信していくことで、その活動を支える人材育成を行うことで、インバウンドの増加やコンテンツの国内外への展開につなげてまいりたい。

先ほど吉本理事から話があったが、そういった総合プロデュースをしていく人間をつくり上げていかなければいけない。これまでも秋元雄史さんとか北川フラムさんとか、そう

いった大地の芸術祭、瀬戸内国際芸術祭などの例はあるわけだが、そういった人たちの弟子を連鎖反応的につくっていくことが必要であり、そういった取組をぜひ進めたい。

方向性の2つ目は3ページ目。年齢や障害の有無あるいは国籍などの多様性を包容する文化芸術の力を活用することにより、あらゆる人々が活躍できる場の創出を行いたい。それが社会福祉や教育とかさまざまなところに効果を及ぼすことになる。そういったことにより新たな文化芸術の担い手の開拓に取り組んでまいりたい。

最後に、方向性の3つ目だが、先ほど話があったように、歴史的建造物については、単に保存をして老朽化を最低限で止めるという話ではなくて、それを活用していくことが重要である。ユニークベニューとして活用していくとか、あるいは解説についても単に金閣寺はKinkakuji templeという英語に訳すのではなくて、そういったものは禅の文化だとか、あるいは茶道だとか、例えば書院造でも、空っぽな書院を見せるのではなくて、そこには例えば生け花がちゃんとあるというような、生活文化等も含めて見せていかなければいけない。そういった建物等についても適切な細工による修理とか美装化ということで、観光客が目に触れるようなところもきちんときれいにしていくこともある。雇用創出とか観光客を魅了する環境整備にぜひとも取り組みたい。そのために文化財活用・理解促進戦略プログラム2020というものを掲げ、文化財で稼ぐような土台形成に取り組むと考えている。

このような取組を実施し、文化をコストセンターではなく、プロフィットセンターとして収益を上げ、儲けるというようにところに力点を置き、スポーツ庁、文化庁、観光庁の3庁連携は既に始めているが、幅広い分野、国交省、あるいは経産省等々の関係省庁等とも非常に協力しながら、日本経済の活性化にしっかり寄与したい。

(前田経済産業省大臣官房審議官(商務情報政策局担当))

資料11の2ページの「Wonder500」だが、それぞれの地域でつくっている工芸品あるいは食品といったものを500選定して、ブックにした。これを一つ一つ検討すると、ほとんどにおいて地域の伝統に突き当たる。この伝統に突き当たったところと今のマーケットとの間をどうやってつないでいくのかということについて、再度これを物語化して、研修のための資料をつくり、オリンピックを見据えまして地域の中小企業を中心に全国での普及活動をしていきたい。今のマーケットと伝統は表裏一体であるというのが我々の体感である。

3ページと4ページについて。今、グローバルに展開する企業あるいはベンチャー企業でデザインシンキングの動きが来ている。経営の次元にデザインの機能を組み入れるという経営が出てきているが、それはイノベーションのために既存のコンセプトをある意味で破壊し、新しいコンセプトをつくるための選択なのだろうと考えている。私ども50年を誇るグッドデザイン賞というものがあるが、例えばその中に経営部門を創設する方法によって、デザイン経営について光を当てたい。そのための人材として、4ページだが、デザインだけで閉じるのではなくて、それとテクノロジーとマネジメントというもののわ

かる人材育成をするというのが日本ではほとんどないということなので、その人材育成をするための方法をつくっていききたい。

5 ページ、コンテンツの海外展開であるが、特にアニメーションをビークルとする文化の海外への波及効果は物すごいものがある。従って、各海外の諸国の現地語に吹きかえを入れるとか、字幕を入れるなどのローカライズをするために補助して、日本のコンテンツを海外に展開していききたい。さらに海外で行われている見本市の出展も促したい。

6 ページだが、最近、香港だ、あるいはシンガポールだといったときに、クールジャパンを超えてクルリージョンという言葉によく出会う。北海道の地域の放送局がつくったローカル番組が香港で放映され、香港から北海道への訪問客が物すごく増えたというインバウンドとの連携が出てきている。地域でつくられる番組を1つの武器にしながら、インバウンドに火をつけていききたい。

最後、コンテンツの世界においてもコンテンツの技術マップをつくっているが、先ほどのスポーツにおいても申し上げたが、VR/ARという技術領域も含めて、このコンテンツ技術戦略マップ、2020年に向けましてアップグレードを繰り返し、制度的問題も整理をしていきたい。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

それでは、民間議員の皆様方に御議論をいただきたい。

(三木谷議員)

先ほどのライドシェアの関係だが、先ほど国交省からフランス、ドイツ、イギリスは基本的にはタクシーの配車アプリだという発言があったが、早速関係者に確認をしたところ、ドイツはそのとおりであった。ただし、イギリスとフランスについてはミニキャブというものがあり、タクシーとは別のライセンスで申請を出せば断られないということで、届出制のような形になっているということなので、もう少し正確に調査をしていただきたいと思う。

ドイツの状況についてはご発言のとおりだが、ドイツのBMWに関しては、アメリカで非常に積極的にライドシェアリングビジネスとの連携を図りつつある。単純にライドシェアだけではなく、BMWの場合は自分で運転してもよいし、運転手に運転させてもいいというようなモデルである。要するに、車を売るというモデルから変えてきていると思ってもらえればよいのかと思う。

それでは、まずスポーツ、それから、資料には文化の方は書いていないが、我々はいろいろコンテンツビジネスをやっているし、また、個人的にも公益財団法人である東京フィルハーモニー交響楽団の理事長であるため、その辺も含めて少しお話をさせていただきたい。

まず資料8で、まず楽天野球団の実例ということで、間野先生の出した資料によるとち

ようどブンデスリーガよりも少し低いぐらいの売上かなというぐらいだが、今年で14年である。当時はプロ野球危機というものがあった。プロ野球はどちらかというところ縮小均衡しようとしていた。近鉄とオリックスが合併して、さらにもう一個合併させて、リーグをどちらかというところ小さくして、縮小均衡だという流れの中で楽天野球団は手を挙げて進出したわけだが、これが完全にプロ野球のダウントレンドを変えたのかなと思っている。

11ページ、我々が買ったときの宮城球場。こんな老朽化したボロの球場で誰がやるんだという中で始めた。12ページが現在のkoboスタジアム宮城で、14ページにあるが、今年から天然芝に全面張り替え、外野席に観覧車をつけ、3万人近い観客が動員できるようになった。また、13ページを見ると恐らく日本のプロスポーツの中で最大のグッズの販売ステーション、それから、さまざまな形で地域貢献活動というものをどんどん進めている。

15ページ、事例ということで、成績は不振を2年ぐらい続けているが、観客動員は非常に順調で、去年が150万人。今年はスタジアムを増強し、今のところ2万6,000人以上。平日の昼間で2万6,000人集まり、仕事を休んでいっぱい見に来るといふようなところまで進化してきている。ファンクラブの会員が多いとともに、男性、女性問わず来ており、その他の東北の県からも来ている。

最後に17ページには経済効果が約230億円としている。まず1つ目のポイントは、アントレプレナーシップをスポーツビジネスにどうやって持ってくるかということ。今までになくような観覧車を外野席につくってしまうとかドームをどんどんつくってということではない。ボールパークだというのは、大企業ではできない発想というものを、ベンチャーが入ってくることによってどんどん新しいことをやっていくということによって盛り上がってきているということなので、どうやってベンチャー、アントレプレナーシップをスポーツビジネスに持っていくか。これはNBAにせよNFLにせよ同じことなのかなと思う。後でリーグの仕組みの違いを御説明させていただくが、それにしてもMLB、NFL、それから、ほぼ全てのプレミアムリーグのオーナーは大体、大資産家かベンチャー企業となっており、彼らが新しい最先端のビジネスメソッドをスポーツ経営に持ち込んでいるというところがポイントかと思う。

その中で、アメリカと日本とは置かれている国的な立場が全然違う。支援も大量にあり、また、農産物も非常に豊富であるアメリカという国と、資源がない日本における目指すべき経済方向性というものは大分違うのかなと思っている。楽天の経済効果は230億、もしかするともう少しあるかもしれないが、あくまでもこれは国内で金が回っているという話で、外部経済からどうやって金を引き入れてくるかを考えると、世界レベルのリーグを確立して、世界にコンテンツを売る、世界の人が見に来たくなるというものをやる必要がある。

それによる副次的な効果としては、日本のブランド向上。例えばプレミアムリーグは明らかにイギリスのブランド向上につながっていると思うし、レアルマドリード、FCバルセロナはスペインのブランド向上につながっていると思う。

メディアがリーチできることによって、いろいろな意味での副次効果も出てくると思う

し、また、外国人観光客が日本に来るといふことも出てくるだろうと思う。

経済規模については、先ほど説明があつたので省くが、3ページを見ていただくとわかるとおり、日本のプロ野球も結構いけていた。1995年、たかだか20年前だが、このときの日本のプロ野球の売上とアメリカのメジャーリーグの売上は、ほぼ一緒だった。これがこの20年間の間にMLBは6.8倍。実際は今多分これよりも少し上、10倍ぐらいになっていると思う。日本のプロ野球はほぼフラットということで、この差は何なのか。これはやはり1つは分配金のシステムが違うこと。それから、地方からのアシストが違うということもあるのかなと思うが、一番のポイントはやはり日本人だけでやっているスポーツであるということかなと思う。

5ページを見ると、今、中国サッカーのスーパーリーグというものがあり、こちらのほうがブラジル代表だ、アルゼンチン代表だ、ヨーロッパのほとんどの国の代表が根こそぎ集まっており、残念ながらJリーグは圧倒されている。時々対戦するとJリーグが勝ったりするが、いる人の魅力あるいは観客動員においても完全に負けつつあるというのが現状であり、そんなに悠長な状況ではない。例えばSNSの積極的な活用ということも書いてあるが、全然広がりが出てきているということで、中国の脅威というもの是非常に大きいものがあるということである。

では、その中で何をしたらいいかということであるが、6ページ、1つは先ほど説明した楽天の現在やっているkoboスタジアム、正式名称は宮城球場だが、実質的なお金は全部我々が出して、寄附という形で宮城県にさせていただき、そのかわりに管理許可を得て使用する権利をいただいているという構造だが、アメリカの場合はそうになってなくて、基本的には民間オーナーシップである。アメリカの場合はいろいろな税制優遇があつたりするが、規模が違うからなかなか投資採算に合わない。なおかつ莫大な土地を使うので、この場合の固定資産税は非常に大きいので、もし民間にやらせるということであれば、スポーツ施設等に関しては固定資産税を免除するという特例措置が必要であらうと思う。

それプラス、宮城県にはお金の支援はほとんどいただけていないが、アメリカの場合はプロスポーツに関してはかなりの補助金が出ているので、そこら辺もあわせて考えるべきだろう。

3番目、日本のスポーツがなぜ海外のメディア価値がないかということ、外国人枠があるためである。プロ野球であれば4人。Jリーグで言えば外国人枠は3人＋アジア枠が1つ。あとはC契約とかいろいろあるが、一方、ヨーロッパのリーグについてはEUでほとんど外国人枠はないということだし、メジャーリーグについては時々ほとんどアメリカ人がやっていないときがある。一時、ニューヨークヤンキースがA. ロッド以外は全員外国人であるというときもあった。

私は、プロスポーツはウインブルドンでいいと思つており、ウインブルドンになることによって日本のプロ野球、Jリーグあるいはbjリーグ、あらゆるスポーツを海外の人が見るようになる。日本のいわゆるナショナルチームの強化は今も下部リーグがあり、そこで

十分なされるので、トップリーグについては、大相撲ではないが、基本的に外国人枠は撤廃して世界から一流の選手を集めてくることによって外国に対するメディア価値も上がるし、観光客も見たくなるということでやるべきだと思う。

4番目は、サッカーの振興くじtoto、これが実際にはサッカーに十分還元されておらずスポーツ全般に使われているということで、もう少しサッカーに返していただいているのではないかと考えているが、いわゆるアンダーグラウンドのスポーツ賭博を廃止するという意味においても、広範にそのような特殊性のないくじのような形のもの、プロ野球を初めほかのスポーツでもどんどん導入すべきである。これはかなりの興行収入にもなる。

7ページ、ポイントだけ。3つ目のプロスポーツチームによるスタジアム管理運営の推進。我々は、サッカーはヴィッセル神戸をやらせていただいております、これは赤字。イーグルスは黒字である。どうしてかということ、我々がスタジアムを管理しているためである。メジャーフランチャイズを持っているスポーツチームがスタジアムの管理をするという方向に持っていくべきかと思っている。

次に、簡単に1分で文化の御説明をさせていただきたいと思っている。まずメディアがインターネットに変わってきているということがある。経済産業省が字幕をつける等にお金を出すと聞いた。それはやるべきかとも思うが、海外に海賊版で大体全部流れており、余りフレッシュではないという問題が1つ。また、電子出版でも出版デジタル機構というものをつくってやったが、ほとんど役に立たなかったという現状があった。その辺も十分考えてやっていただきたいということである。

2つ目は、韓国、中国のコンテンツに圧倒的に負けている。韓国だけだったが、中国のコンテンツが流行り、インターネットを中心に、中国人以外のオーディエンスも含め圧倒的に受けている。もっと直接的に、例えば、日本の映画製作について海外に配信するのであれば補助金が出るというようにした方がいい。ネットで配信していくことによってブランド価値が上がると思っている。

一方、3番目として、公益法人制度の改革が必要だと思っている。カーネギーホールとか、リンカーンセンターとか、アメリカの文化については、スポーツについてもそうだが、いわゆるファミリーファンデーションから金が回るようになっている。日本の場合は、例えば、東京フィルハーモニーは音楽しかだめとか、医療を目的に設立した財団は文化に対して支援ができないといった制約がある。このため、公益法人制度を弾力的に運営することによって富裕層からお金が回るような仕組みを作るのが現実的には一番重要ではないかと思う。

(三村議員)

非常に新鮮だった。コストセンターからプロフィットセンターへ、保存から活用へというアイデアは非常に結構だと思う。

3つぐらいポイントがあると思うが、スポーツにしても文化にしても新しい産業の創出

という側面がある。ただ、スポーツ総生産というのはこの間、減っている。なぜ減っているのか、三木谷さんにいろいろな解説をしていただいたが、この原因を解明した上で対応しないとなかなか大変。アリーナを使ってこれを総合的にというのは非常にいいアイデアだと思う。恐らく成功しているのはそういうアリーナだけだが、中心地にあるとそれだけ建設費は高くなるということで、それだけその運営が非常に高額となり難しくなる。この辺をどうやってやるのかということまで立ち入らないといけないのだと思う。

文化については特に観光資源との融和性が非常に高い。要するにコストではなくて、これを経済効果として活用しようということだが、経済効果は旅行者の誘致、お土産の売上になっていくのではないか。したがって、ぜひとも観光と文化をもう少し結びつけた考え方にに基づき、今後検討していただければいいのではないか。

(間野早稲田大学スポーツ科学学術院教授)

スポーツDGPが減っていることを分析すべきだと今、三村議員からあったが、全くそのとおりであり、資料によるとスポーツ施設のところがどうも運営上うまくいっていない。目減りの金額も減少率も一番大きいということで、それを今までどおりに同じものをつくるのではなくて、全く新しい概念のもので稼げるスポーツ施設にしていくということは、弱点を補って強みをつくる最善の方策ではないかと思っている。

(吉本ニッセイ基礎研究所研究理事)

文化GDPというものは日本では新しい考え方だと思うが、ぜひ経済産業に文化がどのように貢献できるのか。GDP600兆の実現に向けて文化からも貢献できるよう、文化庁とも協力しながら、またいろいろ検討していきたい。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

文部科学省から最後に何かコメントあればお願いします。

(堂故文部科学大臣政務官)

スポーツ・文化ともに役所内の考え方も今までとは随分変わってきていると実感している。しっかり取り組んでいきたい。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

最後に、高木大臣政務官から、締めくくりの御発言をいただきたい。

(高木内閣府大臣政務官)

本日は、観光、スポーツ・文化をテーマに御議論をいただいた。観光については、成長戦略の大きな柱の1つであり、先月取りまとめられた「明日の日本を支える観光ビジョン」

において、訪日外国人旅行者数を2020年に4,000万人、2030年に6,000万人とすることを目指す非常に野心的な目標が示されたところである。訪日外国人の受入環境整備を進めるため、「明日の日本を支える観光ビジョン」で提起された課題、また、地方ブロック別連絡会で整理中の各地域における課題に速やかに対応していくことが重要である。そのためには、誰が、いつまでに、どのような取組を行っていくのかといった工程を具体化、明確化していくことが必要であり、新たな目標の実現に向けて、取組の加速化を図っていただきたい。

スポーツ・文化については今回新たに取り扱うテーマだが、今いろいろな御説明があった。コストセンターからプロフィットセンターへと産業として大きな飛躍が期待される分野でもある。本日いただいた御意見、御指摘を踏まえて成長戦略を取りまとめていきたいので、引き続き民間議員の皆様、各省庁の御協力をお願いしたい。