

未来投資会議構造改革徹底推進会合
「地域経済・インフラ会合」（中小企業・観光・スポーツ・文化等）
（第8回）

[開催要領]

1. 日 時：2020年3月2日（月）9:30～11:45
2. 場 所：中央合同庁舎4号館2階 共用第3特別会議室
3. 出席者：

三村 明夫	日本商工会議所会頭
御立 尚資	公益社団法人経済同友会幹事
矢ヶ崎紀子	東京女子大学 現代教養学部 国際社会学科 コミュニテイ構想専攻 教授
湧永寛仁	公益財団法人日本ハンドボール協会 会長
米田恵美	公益社団法人日本プロサッカーリーグ 理事
山口栄一	株式会社 エージーピー 特別顧問
吉川由美	文化事業ディレクター・演出家

[議事次第]

1. 開 会
2. 討 議
 - 【テーマ1】観光立国ショーケースの形成の推進
 - 【テーマ2】スポーツ産業の成長産業化
 - 【テーマ3】アートのエコシステムの構築
3. 閉 会

[配布資料]

- 資料1：金沢市提出資料
- 資料2：観光庁提出資料
- 資料3：矢ヶ崎氏提出資料
- 資料4：スポーツ庁提出資料
- 資料5：公益財団法人日本ハンドボール協会提出資料
- 資料6－1、2、3：公益社団法人日本プロサッカーリーグ提出資料
- 資料7：文化庁提出資料
- 資料8：山口氏提出資料
- 資料9：北栄町提出資料
- 資料10：吉川氏提出資料

(風木日本経済再生総合事務局次長)

おはようございます。

それでは、定刻より少し早いのですが、おおむね全員おそろいでございますので開催させていただきます。

「未来投資会議構造改革徹底推進会合『地域経済・インフラ』会合（中小企業・観光・スポーツ・文化等）」第8回を開会させていただきます。

本日は、三村会長、御立副会長に御出席いただいております。

時間も限られておりますので、そのほかの出席者の方々につきましては、お手元にお配りしています、座席表と出席者名簿で代えさせていただきますと思います。

資料ですが、席上には座席表、議事次第、それから、出席者名簿のほか、資料1から10を配付しております。

本日は、観光・スポーツ・文化をテーマに有識者の方々からの取組、そして、関係省庁からの取組を御説明いただいた後、質疑を含めた自由討議をさせていただきたいと思えます。

なお、今回、金沢市の山野市長と、鳥取県北栄町の松本町長の御参加を当初予定しておりましたが、新型コロナウイルス新型肺炎に関する対応のため、御欠席となりました。

他方、両者からは、御提出いただいた資料、それからコメント等をいただいておりますので、事務局より御紹介させていただくということにいたします。

それでは、早速、始めたいと思うのですが、今日は、一応9時半から12時ということなのですが、会長等とも御相談いたしまして、大体2時間ぐらいでということなので、少し速いピッチで議論を進めさせていただければと思います。

それでは、最初に、早速ですが「観光立国ショーケースの形成推進」をテーマの観光から入りたいと思えます。

観光立国ショーケースは、2020年を目標とした世界に通用する魅力ある観光地域づくりのモデルケースプロジェクトとして、2015年の成長戦略に位置づけられたものであります。

以降、釧路市、金沢市、長崎市の3市が選定されておりまして、各市において取組が進められてまいりました。

今年は目標最終年ということなので、今回は、特に各市の観光消費拡大の取組、それから、横展開を中心に議論を進めていきたいと思えます。

それでは、まず、金沢市の取組については、金沢市より提供いただいた資料を事務局より御紹介させていただきます。

(坂田参事官)

皆様おはようございます。

では、早速、金沢市の取組について、僭越ながら私のほうから御説明をさせていただきます。

資料1というものをお手元に御準備くださいませ。

観光立国ショーケースの1つ、金沢市の取組について、地域消費の拡大の切り口というところから御紹介させていただきます。

最初に、このポンチ絵の表紙なのですが、こちらは、今年の1月に地方で開催するものとしては初めてなのですが、第4回「スポーツ文化ツーリズムシンポジウム」の写真でございます。

当日は、これまで以上に大変多くの御来場があったと伺っておりまして、このように金沢市では、地域のスポーツとか、あるいは文化を生かした取組が行われておりますことの御紹介でございます。

ページをおめくりください。

まず、金沢市の特徴なのですが、こちらは430年以上、戦禍、戦争ですね、あるいは大きな自然災害に遭っていないということもあって、藩政時代の、例えば街路網ですとか、あるいは用水網、そういったものに加えて、城の石垣とか、あるいは武士系住宅とか、そういった歴史遺産が、大変残っております。

それから、前田家が武よりも文を奨励してきたので、茶の湯とか能といった伝統文化、それから、金箔箔、金箔ですね、あるいは加賀友禅といった伝統工芸というものが市民の暮らしに息づいているという特徴がございます。

こういったものが重層的に重なり合って、本物の城下町というものがフルセットに備わっているというのが、金沢の個性ということになっております。

次のページを御覧ください。

それから、こうした金沢の個性、本物を、そういった日本の歴史とか伝統文化に非常に親和性が高い欧米豪の観光客の方にマッチすると、そういう考えのもとに、金沢市では、この欧米豪というのを重点プロモーション地区と定めて、プロモーションを進めてこられております。

イタリアでは、特にハネムーンのカップル、ハネムナーをターゲットとして、動画の作成とか発信をしていますし、あるいは市長御自身が、ローマやミラノにおいてになって観光のプレゼンをしたりとか、あるいは平成29年から2年間はJNT0のローマ事務所に金沢市の職員の方が派遣されています。こうした取組もあって、金沢市に来られたイタリア人の観光客の方、兼六園に入園した数ということで見ると、平成28年、1万1000人、これが3年後の令和元年には2万1000人と倍増したというような実績もございます。

次のページに行きます。

今、イタリアの話がございましたが、フランスについても誘客コーディネーターを配置しているほか、昭和47年から姉妹都市提携をしているナンシー市、それから創造都市ネットワークで連携しているアンギャンレバン市との御縁もあって、今回のオリパラでもホストタウン登録をしているということで、フランスからの誘客にも、引き続き努力をしていくということでございます。

次のページをお願いします。

いよいよショーケースの数値目標との関係での分析ということになりますが、御覧のように、赤字のところ、年間宿泊客数、それから外国人延べ宿泊客数、それから満足度を見ますと、既に2020年の目標値を上回ってございます。

次のページ、特に金沢市に来られる外国人の観光客の内訳を見ますと、特徴としては全国に比べても、先ほどターゲットと申しあげましたけれども、欧米豪からのお客様比率が倍ぐらいということで、こうしたこれまでのターゲット絞った誘客のプロモーションの効果が出ているとも言えます。

それから、金沢の持つ歴史文化、伝統の素材、先ほど申しあげましたけれども、そういったものと、こういった欧米豪の地区のお客様との親和性の高さを裏づけているのではないかと思います。

次のページをお願いいたします。

課題の部分なのですが、数値目標でも、2020年の目標にまだ手が届いていない部分、宿泊数、それから消費単価が課題として浮かび上がってきております。

国の調査では、石川県における訪日外国人の平均宿泊数というのは1.75泊で、全国でも33位、それから旅行消費単価で見ますと、2万442円で全国31位と、ここを底上げする必要があると分析されます。

では、金沢市ではどうやって対処しているかという点なのですが、1つは滞在型観光の推進、北陸新幹線が開業しまして、それによって日本海側のハブとして金沢の拠点性が高まっているので、広域観光の推進、こういうことを通じて滞在日数の長期化を図るということを進めています。

もう一つは、モノの消費からコトの消費への移行と。民間業者さんも巻き込みながら、金沢が、冒頭に申しあげたような本物として、守って磨き高めてきた価値というものをうまく商品化して、販売化していくことで、コトの消費というものを進めていくということをやっておられます。

事例は、次のページ以降で御説明します。

それから、ターゲットの話は、やはり欧米豪なのかなと、金沢市においての、これらの地区のお客さんは、先ほど御覧になったように国の平均の2倍、国全体で見てみた場合の受入割合の2倍ということもありますので、また、アジアのお客さんに比べると欧米のほうが娯楽への消費額が高いということもあるので、引き続きターゲットは、この地区の方々を目指していくのかと思われまます。

次を御覧ください。

事例でございます。広域観光として進めている事業の1つでございますけれども、北陸・飛騨・信州3つ星街道というのがございます。

これは、ミシュランのグリーンガイド・ジャポンで3つ星評価を受けた観光地をつないでいるルートです。関係する4市1村が連携して一体的に誘客を行っているというもので

ございます。

こうした本物の日本を体験できるルートとして、非常に外国人の観光客の方に人気があるようで、今、このルートを結ぶバス路線、金沢と高山を結ぶ路線なのですが、もともと3往復あったものが、今までは毎日10往復も走っているそうです。

次を御覧ください。

もう一つの広域観光の例なのですが、杉原千畝ルートです。

第2次大戦中に約6000人ものユダヤ人を救ったリトアニア駐在の外交官、杉原千畝氏の生誕地、岐阜の八百津町、地図で言うと、名古屋に近い内陸のほうですが、こちらの町と杉原氏が発行したビザを持ったユダヤ人が到着した福井県敦賀市を結ぶルートということで、このようなルートがございます。

4市1町1村の6自治体で連携して、アメリカ、それからイスラエルにプロモーションをして、日本に来るイスラエル人、約4万人いらっしゃるのですが、その2割の方、約8,000人の方が金沢に来られるというデータもございます。

2023年の春には、北陸新幹線が敦賀まで延伸しますので、今後さらに伸びていくのではないかと期待されます。

次のページをお願いいたします。

もう一つの滞在型観光に向けた工夫の1つということで、ナイトタイムコンテンツの充実という取組がございます。

これは、去年の夏から2つのコンテンツを金沢市が主催してございます。

1つは鼓門ナイトパフォーマンス、金沢駅の前のもてなしドーム鼓門の下で、8月から11月の週末の3日間、午後7時から、地元の獅子舞ですとか、あるいは若者ストリートパフォーマンスなどが行われています。

それから、伝統文化ナイトシアター、こちらは9月から12月の、やはり週末3日間、午後6時半から、金沢の芸妓の舞、太鼓、琴といったもの6種類の伝統芸能を、英語の解説を交えて提供されたそうです。

このほかにも、春と秋に、市の保有の17の文化施設が入れ代わり立ち代わり、夜の7時から9時ぐらいの間の時間帯で、いろいろな特別イベントですとか、あるいは夜間開館を行う金沢ナイトミュージアムといった取組が行われています。

それから、コトの商品化の例では、ゲイシャ・イブニングスというものの例がございます。

これは、JNTOの海外プロモーション冊子では、最初に紹介されている商品です。

一見さんお断りのお茶屋さんで、芸妓文化に触れることもできるというもので、進行とか解説の全てを、女将が流暢な英語で行っています。

一番高い1万円の席から埋まっていつているそうです。

次のページをお願いします。

コトの商品化という、もう一つの例ですが、プレミアムツアー金沢一期一会というもの

がございます。

これは、ふだんはなかなかお会いできない名匠、作成者本人ですね、その工房などを訪ねて、本人から直接お話を伺って体験できるというプレミアムな企画で、国内向けとして、今、東京からの二泊三日で20万円以上の設定ということで進めているそうです。

それから、これは外国人観光客向けへの対応というのも始めていまして、昨年フランス人観光客を受け入れた実績があるということと、今はスペインの旅行会社からの相談を受けているということでございます。

最後のシートを御覧ください。

こういったいろいろな取組を踏まえて、では、金沢として、どういう方向で取り組んでいくかということなのですが、今まで申し上げたような広域観光あるいはナイトコンテンツを進めるに当たっては、徹底的に本物というものをこだわっていくのであろうと。

それから、金沢の個性である、この本物を商品化していくということです。

結果として、このことが、富裕層の誘客ですとか、あるいは消費額の向上につながると金沢市では考えておられます。

ですので、金沢市、それからDMOである金沢市の観光協会が、この基本を忘れずに、しっかり民間業者と協力していきたいということで、以上が金沢市からいただきました資料に基づく御説明でございます。

ありがとうございます。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

続いて関係省庁の取組について、観光庁よりお願いします。

村田部長、よろしく願いいたします。

(観光庁村田観光地域振興部長)

観光庁でございます。

それでは、観光立国ショーケースの現在の取組状況などにつきまして、お手元の資料に基づきまして、御説明させていただきたいと思っております。

資料2でございます。

先ほど観光立国ショーケースの概要につきましては、風木次長からもございましたように、訪日外国人旅行者を地方に誘客するモデルケースということで、平成28年の1月に3都市を選定いたしました。釧路と金沢と長崎でございます。

ここにつきましては、関係省庁の支援チームというものを活用しながら、様々な各市の取組につきまして、支援、推進ということで取組を続けているところでございます。

1枚おめくりいただきまして、平成28年に選定いたしましたから、各市との意見交換でありますとか、関係省庁の意見交換会、こういったものを得まして、平成29年3月に、各市の実施計画というものを策定いたしましたして、これを鋭意推進しているという状況になっ

てございます。

もう一枚めくっていただきまして、これまでの主な取組ということでございますけれども、先ほどの金沢市の御紹介にもありましたけれども、平成30年には民間投資の促進が非常に重要ということで、民間企業と3都市の事業相談会というものを実施しておりまして、ここの中で、いろいろなアイデア、マッチングというものが積極的に行われたというような状況になっております。

昨年には、一番下ですけれども、私どもの検討委員会を改めて開催いたしまして、これまでの中間評価というようなことも行っております。

もう一枚おめくりいただきまして、3都市の現状ということでございますけれども、金沢市につきましては、今、金沢市からの御紹介にもありましたように、一番上の金沢市の欄ですけれども、外国人延べ宿泊者数につきましては、既に2020年の目標を2018年時点で超えているというような状況で、順調に推移しているというような状況になっています。

他方で石川県では、今、お話ありましたように、旅行の消費単価でありますとか、それから平均泊数が、もう一つ、全国的な水準から見ると低いということで、金沢の歴史あるいは伝統文化をコト消費につなげていくということでありまして、滞在期間の長期化というようなことにつなげていく必要があると、こういう状況になっています。

真ん中の欄、釧路市でございますけれども、釧路市につきましては、訪日外国人延べ宿泊者数が、当初の見込みよりも、あまりよろしくない、こういう状況になっておりますけれども、これの原因といたしましては、北海道の中で釧路市といたしました釧路空港に、海外直行便というものをたくさん実現して、お客様を直接お連れしたいということを計画しているのですけれども、今、札幌の新千歳空港に集中していて、なかなか直行便が実現していないと、こういったことも1つの要因と分析をしております。

消費単価につきましては、この地域の宿泊を促進していくということで、夜のコンテンツづくりというものを一層強化するというような予定になっています。

それから、長崎でありますけれども、長崎は、達成率は、おおむね9割を超えておりまして、基本的には順調ということでございます。

長崎は御案内のとおり、観光施設が、名勝がたくさんありますけれども、そういったものを見るだけの観光にとどまらず、体験型のコンテンツを提供できるように、これから開発をさらに進めていくというような課題があると考えております。

具体的に、ちょっとめくっていただきまして、釧路市と長崎市の事例につきまして御紹介したいと思っておりますけれども、釧路市につきましては、今、申し上げましたように、滞在日数の増加と消費拡大というような目的のために、この夜のコンテンツづくりというものにつきまして、今、非常に力を入れております。

現地の幣舞橋というところ、ライトアップということを昨年の3月から始めておりますし、それから昨年の7月には、この阿寒湖温泉が有する自然とアイヌ文化を生かした体験型のコンテンツであります、KAMUY LUMINAというものがオープンいたしまして、ここでア

イヌの舞踊と現代舞踊を融合したロストカムイと、こういうコンテンツをそこでやっているということ。こういったことを中心に、夜の滞在を増やしていきたいと、今、こういう取組をしております。

それから、長崎、下のほうでございますけれども、この体験型コンテンツという意味におきましては、長崎刺繍を活用した伝統文化体験の開発というようなことに、今、取り組んでいるということでございます。

長崎刺繍あるいは真珠ということにつきまして、併せて通訳ガイドの育成でありますとか、それから簡易な縫いつけ体験等のプラン、それから長崎真珠を利用した名産品の開発と。

こういったことで、いわゆるコト消費につなげていって、欧米豪からの誘客にも積極的に取り組んでいきたいと、今、こういうような取組を進めているところでございます。

1枚おめくりいただきまして、このような観光立国ショーケース、この3都市が代表的な事例ですけれども、私どもとしては、この3都市の事例も生かしながら、全国各地で地方にインバウンドのお客様を誘客する取組というような観点から、来年度におきましては、今、3点予算的な事業として申し上げたいと思っておりますけれども、1つ目が、ナイトタイムの活用ということでございます。

今、繰り返し申し上げましたけれども、地域で夜間と早朝の回遊性を高めるということが、インバウンドの消費額の増加、長期滞在につながるというようなことだと思っております。地域の資源というものが、昼間の限られた時間しか稼動していないというのは非常にもったいないのではないかとということで、こういったものを、夜間、早朝も楽しめる環境というようなこと、これは、博物館、美術館あるいは国立公園などの取組とも一体的に、実施するということを関係省庁とも連携してやってまいりたいと考えております。

2つ目でありましてけれども、これも、いわゆる地域の滞在型コンテンツを積極的に開発していくということで、私ども出先であります地方運輸局のほうで、各地域の観光地域づくり法人DMOと連携して、各地域それぞれの滞在型とコンテンツを調査・開発していくという事業を進めてまいりたいと考えております。

右側の3つ目でありましてけれども、広域周遊観光促進事業ということで、先ほども金沢の事例でも出てまいりましたけれども、その1都市だけという観光に限らず、周辺の都市と連携して、お客様に回遊していただくというようなプラン、こういったものを積極的に支援していくというようなことにしております。

そういうことで、最後のページでありますけれども、これの横展開を、これからいかにしていくかというのが非常に重要なところでございまして、私ども3つほど、これから取組を考えております。

1つ目は、観光庁のホームページに、各市の取組内容、成功事例をアップして広く広報していくというようなこと。

2つ目は、今年の秋に、これは毎年やっているのですけれども、ツーリズムEXPOという

のを毎年やっています、今年は秋に沖縄で開催する予定になっておりますが、この中で自治体向けのシンポジウムというものを、今、考えているところでございます。

3つ目といたしまして、観光庁の主催する様々な会議で、こういった取組をお知らせしていくというようなこと、こういったことで全国の地域に、いろいろな成功事例あるいは課題も含めて横展開を積極的に図ってまいりたいと考えておまして、地方に、これからもインバウンドのお客様を誘客する取組を、積極的に推進してまいりたいと考えております。

以上でございます。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございます。

自由討議に入る前に、矢ヶ崎教授からコメントをいただきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

(東京女子大学矢ヶ崎教授)

東京女子大学の矢ヶ崎でございます。

お手元に資料3を御用意させていただきました。

観光立国ショーケースは、地方誘客のリーディングの地域として認定されて取組が進んでいるわけなのですが、それをさらに一層進めるためにはという観点から、観光消費の拡大と横展開という2つの切り口で資料を作成いたしました。

1枚目、観光消費の拡大でありますけれども、実は、観光消費による地域経済活性化には、必要な要素が幾つかございます。観光振興をすれば自動的に地域経済が活性化するかというと、そんなことはありません。しっかりした道筋が必要であります。

そのために踏まえないといけない要素として、まず、左から、ターゲットである観光客数であります。これは自分のところの地域の資源との親和性を勘案した上でのターゲットということですが、ターゲットである観光客数と1人当たりの消費額を掛け算し、これが観光消費額となります。

ただ、1人当たり消費額は、日本の場合はもっと付加価値をつけて、適正価格にしていかなければいけない。安くて品質の良いものを作るのは得意な日本でありますけれども、形のないモノを売るというときには、しっかりした値決め、値づけができるという力がなければ、国際的にも信用されません。いいものは高いというのが海外の常識であります、これがなかなか日本の地域には浸透していない。

観光消費額としていただいたお金は、域内で循環させなければいけません。このための域内の企業間取引がしっかりなされているのかというところのデザインも重要であります。

最後に、需要の平準化であります。こちらは産業体となるためにも非常に重要なところですが、ただ、需要の平準化に関しては、全国一律の平均値では言えません。各地域地域で、

旬であるとか、それから、どのタイミングでお客さんがよく来るとか、その地域地域の特性がありますので、地域ごとに、我が地域の需要の平準化というものを考えていかなければいけないということだと思います。

これらの掛け算がうまくいきまして、下の黄色の枠組みでありますように、観光に関する住民の理解、観光資源の持続的な活用、支える事業者の経営力といったものがしっかりしている、受入れ環境整備ができる人材が確保されている。こういう幾つかの要素をクリアした上で、観光消費が地域経済活性化につながっていく。

そうなりますと、何が起きるかということではありますが、一番右のところ、グリーン

の字で書かせていただきました。まず、地域の幅広い事業者の利益ということになります。昨今の感染症等で、なかなか日銭が入ってこないというような状況もあります。そういうときに、組織としての対応力、耐性力がついていく。適正な内部留保を確保しておくことができるということかと思えます。また、住民にも幅広く利益が、薄く広くといたしまししょうか、渡っていくことにもなります。競争力ある観光地づくりに対して投資をする余力が地域にも出てくるということにもなると思えます。そして、観光消費額と、受入れ環境整備を含む魅力づくりの投資とが見合うといった地域が、観光消費の拡大を推し進めていくと見えてくるのかなと思っております。

裏面に行ってくださいまして、では、こういうことにチャレンジをする観光立国ショーケースの横展開ということでもありますけれども、私は、3つの留意点があるのではないかと思っております。

1つは、横展開をするに当たりまして、ショーケースの経営を受け取る側の地域であります。こちらにも少し意識改革をしていただかなければ、きちんとした受け取りができないのではないかと危惧することがあります。

言葉を選ばずに申し上げますと、日本の観光地域の多くはあまり勉強をいたしません。金沢市だから京都市だからできるのでしょうかというような意識が、まだ強いようにも思えます。

そして、ショーケースと観光先進地域の経験・プロセスを広く共有することが必要かと思えます。プロセスとして、市場分析の手法を以下に記載しておりますが、金沢市がイタリアのハネムナーをターゲットにしている。極めてしっかりした分析に基づいたものであると思えます。イタリア人を呼ぶ、そして、その先のスペイン人まで視野に入っていたかと思えます。

横展開の方法は、2つあると思えます。ショーケースをハブとして、広域連携をしっかりと作り上げていくということだと思います。今の3つのショーケースをハブとしてです。

加えて、このショーケースに続く地域づくりも大変必要になってくると思えます。

3つプラスアルファといった地域誘客のハブというものが、日本の中に適正に配置されることによって、多少のイベントリスクにも強くなると思えます。この地域からの誘客

が駄目になっても、こちらがしっかり支えるといったような、全国的なポートフォリオも可能になってくるのかなという気もいたします。

以上でございます。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございました。

それでは、これまでの御説明を踏まえて自由討議ということで、10時過ぎぐらいまでということでございますが、まず、三村会長のほうから、あるいは御立副会長のほうからお願いいたします。

(御立副会長)

では、先に、ありがとうございます。

今、矢ヶ崎先生がおっしゃったことに、全面的に賛成であります。未来投資会議ですし、構造改革徹底推進会合なので、これが、日本経済がより強くなって再興していくことにつながらなくてはいけないと思っており、意を強くしました。

その上で、あえて、2点申し上げます。

1点は、ようやく人数ではなくて観光消費額というところまで来たのですが、次は、生産性という議論をしていきたい。生産性を指標化して、KPIにして、それから必ずこういう会議等で議題にしていけないかなあというのが、まず1つです。

生産性は、観光消費額から、顧客獲得コストとか、域外流出を引いた域内利益というのが分子になるのですけれども、分母側は、やはり多くの場合、設備投資等々もありますけれども、人のコストが非常にかかるというのが観光産業、宿泊のみならず、飲食からコト消費まで全部にあてはまるわけです。

ここが、生産性が上がって、結果的に良質な雇用と賃金が増えないと、いわゆる観光公害というほうのデメリットのほうばかり目立ってしまいます。どうやって生産性が高い事業者を増やしていくか。そのために、どうサポートし、インセンティブ、ディスインセンティブをどう作るかという議論に、進んでいかないと、観光立国にはならないなと思っております。

特に最低賃金の問題、それから36協定もなかなか宿泊業などですと、1泊2食型で守るのが難しいというようなところ、幾つか大きい問題が残っているわけです。この生産性の議論を、産業側に働きかける政策、それから場合によっては金融政策も含めて、どの省庁で、どういう形でリーダーシップを取って司令塔になっていただくのか。観光振興ではなくて観光立国推進ということで、例えば、この会議であれば、各省庁をまとめてという会議の場を作っていただいていますので、そのときに必ず生産性の議論を、どの省庁がどういう形でリーダーシップを取ってやっていただくか明確にしていきたい。

長崎市のKPIにはそれが入っていて非常にいいなと思っているのですけれども、就業者

誘発だとか、実質賃金が上がっているとか、できれば、この上に投資額が増えているというようなどころが見えてくると、観光立国になるのだろうなと思っています。

もう一つは、見ていかななくてはいけないのは、やはり複数年度を越えて効果のある投資というのが、循環していつているかどうか。観光というのは御承知のように、例えば景観は、我々の先人たちが営々と築いてくれた。その景観を、今、観光で我々がアセットとして使わせてもらってメリットを得ているわけですが、将来に向けて、その投資が続かないと、なかなか将来はやせ細ってしまって、単価の高いお客様は二度と来てくれないということになります。

もちろん民間側がいろいろ投資することもあるのですが、例えば景観などというのは、ある程度公的な方針とか、政策のインセンティブを与えないと、やはり私権の制限の問題とかもあって、なかなかきれいにならない。

一つ具体的な例を申し上げますと、ヨーロッパ等、海外の友人を非常にいい温泉地に紹介して、泊まってもらおうと、すばらしかった、でも二度と行かないという。この温泉旅館はすばらしいし、サービスもいい、非の打ちどころはないのだけれども、表に出ると、廃墟化したような巨大な箱物の全くメンテをしていない旅館がいっぱいあるではないかと。

冗談みたいな話ですけど、海岸に出てみると、景観を大事に、ごみを捨てるなという大きい看板が置いてあったりする。全体として地域の資産の質と意味を上げていくのを誰がリードしているかというのが見えませんと言われます。

やはり、ここをどうにかしていかないと、長期的に観光が立国につながっていかないと、思っています。こういうところをトータルでどういうふうやっていくか。

先ほど産業政策的なことを申し上げましたけれども、89年のリゾート法のと看に、バブルの最後のときでもありましたので、大きな箱物をつくって、それがもうメンテができなくなっている。以前、この会議にも来ていただきましたけれども、長野県の山ノ内町などでは、地銀さんのバランスシートに影響を与えるような状況になっているので、地銀さんも一緒にNPOをつくって取り組んでいる。旅館で一番困るのは、営業をやめてしまう、人に貸さない、そこにおじいちゃん、おばあちゃんが、オーナーさんが住んでしまう。シャッターを閉めて、巨大な旅館に2人で住んでらっしゃるところがどんどん増えていくと、地域としての魅力をメンテすることは全く不可能になります。

比べてみますと、例えばニセコ町というのは、メインのヒラフの町のところはほとんどがペンションで、大きな箱物がなかったわけです。海外の方が増えたときに、そのペンションオーナーの方は、潰しやすい箱物をお売りになって、ある意味、自分の退職金代わりにされた。そこに非常に質のいいものが建ち並ぶようになり、かつニセコ町の場合は、景観協定も非常に厳しくなかって、一定以上の高さが建たないようにした。

こういういい循環が起こっているところは既にありますので、それを横展開していくためにということを見ると、ぜひ今の2点、生産性と投資というようなところを、どこかが司令塔になって、指標にして議論をしていただくという形を入れていただければなと思

います。

以上です。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございます。

それでは、三村会長、お願いします。

(三村会長)

この数年間、地方にとって観光業は、なくてはならぬ地方創生の鍵だという意識は徹底されてきていると思うのです。今、韓国及び中国の観光客がいなくなったことによって、どれだけ各地方が打撃を受けているのか、そのインパクトの大きさが、とりもなおさず観光業の重要性を表している。ということが、まず第1です。

2番目に、先ほどの3つのショーケースの横展開と言われたのですが、非常にすばらしいと思いますけれども、ただ、何を横展開するのかと、そういうことをきっちり考えていただきたいと思うのです。

ある地域で成功した事例を、そのままほかの地域に適用しても、恐らく全然駄目。その地方地方に合った観光資源、それを地域のみんが考えながら、開発して、仕上げて売り出すと、こういうことが必要だと思うのです。

したがって、何を横展開するのかということをはっきりとしたほうがいいと思うのです。開発のプロセスを横展開するのか、あるいは例えば地域の意識改革を横展開するのか、そういうことをはっきりしていただきたいと思います。

もう一つ、地方と対話をしていて、一番彼らが悩んでいるのは、先ほど先生が言われた、金沢市だから、京都市だからと、そういう気分ですよ。率直に言って、それは間違いなくあります。

金沢市の場合、この間、観光大会が開催され、商工会議所の1,200人あそこに集まって、いろいろな取組を聞きまして、私もさっきの3つ星ルートも行ってきましたよ。雪が全然ない白川郷にも行ってきましたけれども、それは別にして、すばらしい内容がたくさんあるわけです。ですから金沢市などは、恐らく特別な支援をしなくたって、相当のレベルまで行っていると思いますよ。恐らく長崎だって同じだと思います。

そうすると、一番支援しなくてはいけないのは、自分たちの市には、売り出すものが何もないと思っている地域です。その地域単独では恐らく駄目だから、いわゆる広域連携というのに、我々は今、一生懸命取り組んでいるわけです。地域連携のもとにストーリーを作って、そのストーリーの中身を観光資源として売り出すということをやすべきだと言っているのですが、一番観光庁にお願いしたいのは、そういう観光資源がないと思っている地域、これに対して、どういう指導をするのかということを中心に考えていただけないだろうか。こういうことであります。

以上です。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございます。

今、御立副会長から生産性の話、それから複数の地銀、景観維持のための複数の協力について、そして三村会長から横展開とは何を横展開するのか、それから広域連携のストーリーについて御質問がありましたので、観光庁のほうから、もし、コメントがあれば、よろしく願いいたします。

村田部長、よろしく願いします。

(観光庁村田観光地域振興部長)

三村会長、それから御立先生のお話、どれもごもつともということだと受けとめております。

生産性につきましては、特に宿泊業界は、今、人手不足ということも顕在化しておりますので、ここの改革をいかにしていくかというのは、私どもも大きな課題として認識しております。

これをどう進めるかというのは、引き続き、しっかりと検討してまいりたいと思います。

それから景観とか、こういう問題は、関係者が多くて、誰がリードしていくかというのは、非常に難しい課題でございますけれども、非常に重要で、観光にとって欠くことのできない課題。

それで、これは私どもも自治体の場合と、それから地域で、いわゆるDMO、このどちらかあるいは両方で地域の問題として、その地域地域で解決していくしかない問題だろうとは思っておりますけれども、これをいかにサポートしていくかというところが大きな問題かなと思っております。

ニセコのお話がありましたけれども、そういったいい事例も含めて、これもどのように、いわゆる私ども、今、持続可能な観光地域づくりということ、いかに進めるかというのが大きな問題意識として、指標づくりなどもいろいろ検討しておりますけれども、こういったことも含めて、全国にそういった観光地域づくりがされるようなことを考えていかなくتهはいけないと思っております。

それから、三村会長のお話でありましたけれども、何を横展開するかということですが、おっしゃるとおり、ここでうまくいったから、これをみんな真似しろよということではないと思っております、まさにプロセスでありますとか、それから意識改革、こういったところが一番他の地域でも参考にすべき点としてあるのではないかと考えているので、そういったことを中心に、横展開していくのかなと思っております。

それから、観光名所、観光資源が少ないと思われる地域、ここをどう育てるかというところ、これも私どもは、非常に大事なポイントだと思っておりますので、引き続き、

そのように推進してまいりたいと考えております。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございます。

それでは、まず、今、御立副会長から出た、生産性向上の論点につきまして、各関係省庁含めた対応が必要だということで、これは推進会合のほうでも、サービス産業の生産性向上として、成長戦略のKPIになっておりますし、それから中小企業の関係で、経営力強化法の生産性向上という指標につきまして、関係省庁と検証する仕組みがございます。昨年実施しましたし、今年も、観光庁もそのメンバーでございます。よく協力して、推進会合のほうに取り上げながら、中小企業の枠組みでもしっかり取り組んでまいりたいと思っておりますので、整理していきたいと思っております。

それでは、もしよろしければ、矢ヶ崎教授から一言いただいて、最後の取りまとめは、一番最後に三村会長からお願いするという形でお願ひします。

(東京女子大学矢ヶ崎教授)

発言の機会をありがとうございます。

生産性に関しましては、本当に重要なテーマで、これは各事業者一人一人の生産性と、観光地域としての地域全体の生産性の、この2つで考えていかなければいけない。ここがしっかりしないと、国全体の生産性も上がってこないということかと思っております。

各事業者ごとの生産性は経営努力が基本ですが、これが地域の生産性ということになりますと、先ほど御指摘の地域の価値を生む部分について、街の景観であるとか、案内表示であるとか、説明の仕方であるとか、ブランドの作り方であるとか、そういうような目に見えないものへの投資が求められますので、そこにいかに地域が心を合わせていけるかということかと思っております。

そして、観光の場合は、形のないサービスの総体という部分が大きいですので、やはり、人材がどうしても必要になる。そうなりますと、分子をいかに上げていくかということが大変重要な観点で、ここにいろいろな工夫をしている地域がありますので、そういうような工夫を横展開し、共有することによってお互い勉強していくということも大事かと思っております。

加えて、これは業界の皆さんに言うと、怒られてしまうのですけれども、上手に退場していく道筋といったものも、しっかり作っていく必要があります。これは、高齢者の方等がリタイアして市場から退場することも大事なのですけれども、やる気のある新しい方に受け渡して行って、同じ場所は使うのだけれども、経営を新陳代謝をさせていく、こちらのほうが大変重要なのです。このマッチングは、まだうまくいっていない。

インバウンド観光には、これまでの従来の国内旅行のビジネスとは、また違う活躍の仕方があります。若い方も活躍します。そういった方々に新陳代謝の場が与えられていくと

ということが極めて大事かと思いました。

以上です。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

貴重なコメントありがとうございます。

それでは、全体はまた、この後の2つの論点に関連するところもでございますので、まとめて最後に戻るという形で、会長のほうに取りまとめていただく予定ですので、スポーツ産業の成長産業化のテーマに移りたいと思います。

まず、このテーマにつきましては、関係省庁の取組ということで、スポーツ庁のほうから、御説明をよろしく申し上げます。

滝本次長、お願いいたします。

(スポーツ庁瀧本次長)

スポーツ庁次長の瀧本と申します。

先ほどの議題に関して一言だけ、冒頭に坂田参事官から資料1の説明をしていただきましたが、三村会長がおっしゃられたコンテンツ作りというところが特にそうなのですが、今、隣の文化庁と日本遺産のようなストーリーを作った形で、地域の様々な資源をトータルとして御説明していく、あるいはスポーツツーリズムのようなものも含めて、観光庁さんと3庁の連携で、いろいろな取組ないしはコンテンツ作りというのでも取り組んでおりますので、また、少し参考にしていただけたらと思います。

それでは、資料4のほうを説明させていただきます。

本日は、スポーツの成長産業化に向けた取組ということですが、資料が多いため、かいつまんで説明させていただきます。

1ページをお願いいたします。

スポーツ市場拡大による自律的好循環の実現ということでは、この資料の右側の4本柱、スタジアム・アリーナ改革等々に取り組んでおりますが、本日のところは、特にこの中の赤文字の項目、中央競技団体の経営基盤強化の推進等について説明をさせていただきたいと思います。

次のページをお願いいたします。2ページ目です。

1点目が、いわゆるスポーツ団体、特に中央競技団体の経営基盤強化の推進という観点からのお話をさせていただきます。

スポーツによる成長産業化といいましても、残念ながら幾つかのスポーツ団体では、近年、様々な不祥事といいましょうか、そのようなことが報道されております。まずもってスポーツ団体が、しっかりとしたガバナンスのもとに経営が行われるということが必要であろうということで、コーポレートガバナンスコードなども参考にしながら、スポーツ団体のガバナンスコードを中央競技団体向けと一般スポーツ団体向けに昨年策定をさせてい

ただいたところでございます。現在、この内容についてそれぞれの団体が、自己説明をできるような準備を進めているところでございます。

3 ページ目ですが、そうしたガバナンスを前提としつつということになりますけれども、中央競技団体の経営力強化に向けた普及・マーケティングの支援というものをスポーツ庁でも取り組ませていただいているところでございます。

残念ながら、中央競技団体については、競技人口の拡大とか収益の拡大ないしはマーケティングといった観点での重要性に関する認識が、これは団体にもよりますが、希薄な団体が幾つもございます。

人材とか資金とか知識経験が不足していて、そうした人的・財政的基盤の脆弱さが、残念ながら不祥事案発生の共通の背景的要因となっている面もございます。

そこで、スポーツ庁として、経営力強化ないしは安定的な経営基盤の確立ということのために取組を進めてございますが、中ほどに、令和元年度の事業として書かせていただいております。

中央競技団体に対して、スポーツ庁が戦略の策定の支援というものを、手引きの作成や研修の実施といった事柄を通じて行うとともに、その右側ですが、戦略の実行の支援、個別の中央競技団体の先進事例を作っていただくための支援を行っているところでございます。

今年度は、2 団体に対して、単年度での支援をしておりましたが、このページの一番下にございますとおり、令和2 年度につきましては、複数年度の支援を実施する、私どもが事務的に考えているのは、4 年間にわたる継続的な複数の支援をして、他団体のモデルとなるような中央競技団体をしっかりと支援させていただきたいと思っております。

以上が、1 点目の、いわゆる中央競技団体、スポーツ団体の経営基盤強化のための取組の点でございます。

次に、4 ページ目は、今の経営基盤の関係の取組の具体の事例を書かせていただいたものです。

昨年度のフェンシング協会、アイスホッケー連盟と、それから本年度のトライアスロン連合、日本卓球協会にかかるものでございます。

それぞれ赤字で書かせていただいておりますので、中身については省略させていただきますが、例えば、フェンシングでいうと、スポーツ体験のレジャー化、要は、まだなかなか触れることができないフェンシングというものに対して、触れる機会を作っていくこと、あるいは、アイスホッケーでは、試合の自動撮影技術を用いた実証を実施するなどといった取組について、個別に支援をさせていただいているところでございます。

5 ページ目ですが、大きな2 点目の柱ですが、人材です。

スポーツと経済界の人材流動性向上に向けた取組ということで、近年取り組ませていただいている内容を、ここに書かせていただきました。

平成29年、30年度で、実はこの分野においても、双方に課題ないしは阻害要因というものがございませう。

なかなか、スポーツ界に財務とかITとか、あるいは総合的なマネジメントができる経営人材が不足している中で、こうした阻害要因ないしは課題を解決していくために、どういふことができるかということで、事業を展開させていただいているところでございます。

本年度は、特にスポーツ団体のうち、中央競技団体の4団体プロスポーツチーム8団体に対して、専門人材をマッチングするような取組をさせていただいたところでございます。

この5ページ一番上の2つ目に、その結果を少し書かせていただいておりますが、約2,000名からの応募があつて、現在までに8名が採用内定しましたが、まだまだ増える見込みでございます。

この内訳を、次の6ページで少し紹介をさせていただいております。

6ページは、特に、先ほどのもののうち、中央競技団体が副業・兼業でプロの人材を募集した事例でございます。

実績として、中ほどに773名の方の応募から6名の内定というものが、この4団体に対してございました。

次の7ページですが、プロスポーツの8団体についても同様に副業・兼業で、経営人材等をマッチングしていくという取組でございますけれども、1,627の応募が、この8団体に対してあり、2月28日現在で採用活動が終了したものだけでございますと、2名の内定ですが、現在、内定の方向で進んでいるものが、このほかに11名あると聞いているところでございます。

続きまして、今日の3点目の柱になるお話ですが、スポーツオープンイノベーションの推進、私ども勝手にSOIPという言い方をしておりますが、特にスポーツと他産業との連携といひましようか、価値高度化、社会課題の解決といった取組を展開しようとしているところでございます。

スポーツには、当然ながら発信力であったり、人と人をつなげる力であったり、すばらしい力があると思っております。そうした力を活用しながら、スポーツ自体の魅力を向上させるとともに、スポーツが有するリソースをもって、他産業の価値高度化や社会課題の解決に積極的に活用してもらふというような内容でございますが、少し抽象的でしたので、具体的には、次の9ページを見ていただければと思ひます。

9ページですが、1つ目として、スポーツ自身の価値の高度化や、2つ目として他産業の価値の高度化、これは、例えばですが、スポーツ界の持っているコンディショニングノウハウをヘルスケア産業に活用・展開をしていくということで、他産業における価値高度化に貢献をしていく、3つ目として、社会課題の解決ということで、住民の健康増進あるいは企業研修に活用するようなか中、社会課題の解決へと貢献をしていくような取組でございます。

10ページは、それをイメージとして書かせていただいたものですので省略させていただきます。

きます。

11ページ、中央競技団体をプラットフォームとしたアクセラレーションプログラムというのですが、本日、ハンドボール協会の湧永会長がいらっしゃっておりますので、後ほどハンドボール協会での取組を御紹介いただけたらと思います。

12ページですが、各地で進むSOIP構築に向けた動きということで、地方公共団体が主導するもの、あるいはスポーツ団体が主導するものや、民間企業が主導するものということで様々な取組が進んでおりますが、来年度については、こうした取組をさらに事業化を後押ししていくための表彰であったり、コンテストであったりといったような取組などもすることによって、展開を図っていきたいと思っております。

最後、13ページでございます。

スポーツを活用した経済・社会のイノベーションの推進ということで、スポーツ界と他の分野の連携による新事業の創出を、先ほど4本柱と言いましたが、スタジアム・アリーナを核としたまちづくりから始まって、そこに書かせていただいているような施策を総合的に展開させていただきたいと思っております。

まずは、中央競技団体の経営力強化やスポーツ経営人材の育成・活用といったところに力を置きながら、今後、スポーツの成長産業化に向けた施策をしっかりと、予算措置も含めて、着実に支援・推進をさせていただきたいと思っております。

以上でございます。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございました。

続いて、日本ハンドボール協会の湧永会長より、お願いいたします。

(日本ハンドボール協会湧永会長)

皆様、こんにちは。

ハンドボール協会の湧永でございます。

これから、日本ハンドボール協会の取組について、資料をベースにお話をさせていただきますが、その前に、私は、ハンドボール協会には、2017年の10月より、協会の会長に就任いたしました。それまでは協会には、基本的にはノータッチの人間でございます。

そして、私、本業は湧永製薬という会社で、キョーレオピンという滋養強壯剤を主力製品として、社長を務めておりました、いわゆる私は、基本、ビジネスサイドの人間であるということも、まず、少しお話をさせていただきます。

それでは、進めてまいります、まず、日本ハンドボール協会についてというところでございます。ここは、説明を割愛させていただきますが、ほかの協会と同じく、ハンドボール協会の統括をしているところでございます、競技者登録としましては、これは2017年度のデータではございますが、全国で約9万5000人というところでございます。

ページをめくりまして「競技登録者の状況」という棒グラフございますが、2003年から2017年がございますけれども、大体中高生が75%というところ、登録している約4分の3が中高生という状況でございます。あと、これは次のページ「競技登録者の状況」で、これは高体連のデータとはなりますけれども、大体部活で言えば、11番目というところ、ハンドボールが中ごろにあるかと思えます。

おかげさまで、今のところ競技者は増えておりますけれども、特に女子が増えているわけでございますが、今後、少子化などに伴って、非常に厳しい状況になってくるという予想をしております。

では、それを踏まえてハンドボール協会の課題ですが、先ほど2017年10月とありましたが、ハンドボール協会は、大きく課題が2つございます。

1つが、まず、代表選手の強化というものでございます。ただ、これは、他の協会も基本的には一緒だと思います。オリンピックで活躍してほしいなどなど、そうしたことについて、してまいりましたし、これは私が就任前のハンドボール協会も、この課題を持っておりましたが、私が就任して、私自身、非常にこれは課題であると思ったのが、協会自身に収益力がない、自ら稼ぐ力がないというのが、これは、私はビジネスサイドにずっといましたので、そういう観点でどうしても見てしまうのですが、そこが大きな課題として、今、2年ちょっととなりますが、取り組んでいるところでございます。

そもそもスポーツ協会の収益構造というのは、どういったものなのかと、これは、もう皆様よく御存じのことかと思えますが、改めて、こちらの資料で御説明させていただきますが、スポーツ協会は大きく分けて5つございます。時計回りに言えば、登録金、そしてスポンサー、補助金、チケットやグッズ、そして放映権とございますが、スポーツ協会の収益で一番大きいのは放映権でございます。皆さんが見ていただきますと、数億のお金が放映権に動きますが、逆に皆様に見ていただけない、裏を返せば、国際的なオリンピック、イベントなどで活躍できない、そうしたスポーツ団体になりますと、この放映権がございませんので、協会運営は非常に苦しむ形となります。

ハンドボール協会も、残念ながら、オリンピックが東京2020で出場できますが、男子はソウル、女子はモンテリオール以来の出場となりまして、こうした放映権というものは、ほぼないというか、むしろ、放映しするためにお金を払わなくてはいけないという状況でございます。

続きまして、ハンドボール協会の費用内訳のほうでございます。先ほどは収入の話ですが、費用も大きく5つに分けております。

時計回りに、強化/指導普及費用、競技審判費用、管理費、日本リーグ、これは、日本ハンドボールは日本ハンドボールリーグというリーグを持っておりますので、その費用でございます。そして、その他となりますが、ハンドボール協会の費用で大きいのは、ほぼ6割、7割近くを占めてくるのは強化となります。

この右上の強化/指導普及費用でほぼ7割というところでございます。これは、先ほど言い

ました、日本代表が活躍するように、とにかく多くのお金を代表に、強化のための合宿であつたりというところに一致はしているわけですが、裏を返せば、左上にその他とくくりましたが、これから収益を生もうということに関しては、そもそも意識もございませんし、お金も使われていないというのが現状でございます。

ですから、お金がなくなると何が起こるかという、代表の合宿を縮小しましょうと。アンダーも縮小しましょうと、それでさらに弱くなって、勝てなくなって、またお金がなくなってという負の循環が生まれてくるところでございます。

私、これも皆様、あれですけれども、やはり勝負で、要するに非常にハイリスクの中で経営していくというのは、非常にこれはよろしくない、勝っても負けてもと、もちろん勝ってほしいのですけれども、勝っても負けても、しっかりとした収益構造が生み出せる、そうした協会になりましょうというところで、日本ハンドボール協会の収益力向上を目指したわけでございます。

もう一つ、収益の向上は、決して、ただ花火を打ち上げるというわけではなくて、私が日本ハンドボール協会や、いろいろな協会の運営というところを勉強させていただいた中で、非常にポテンシャルがあるなというところも逆に感じましたので、だからこそ収益力は絶対できるというところで進んでいるわけでございます。

それでは、日本ハンドボール協会の戦略というところで、1つのポテンシャルのところになりますが、1つは、ハンドボール協会というのは統括するところですので、小学生からマスターズまで、ハンドボールに出たい、ハンドボールをしたい子供たち、大人も含めてですが、皆様協会に登録をするというところが強みでございます。

私もスポーツをやっていたから分かるのですが、インターハイで優勝したい、いろいろなところで優勝したいということで、子供たちやチームは何の疑問もなくというと、ちょっと語弊はあるかもしれませんが、必ず登録をしていただきます。

これは、やはり協会の非常に強みであって、実は、私がハンドボール協会の会長している1つの理由は、ワクナガレオリックという企業のハンドボールチームを持っているからなのですけれども、もし、ワクナガレオリックですとするならば、ワクナガレオリックに在籍のときしか追いかけることはできません。彼らは、大学、高校、中学とハンドボールをしているわけですが、追いかけることができないのですが、協会であるならば、全ての、ハンドボールする限りは、ずっと追いかけることができるという、ここは非常に強みでございます。企業的に言えば、新規登録をどんどん、ほぼコストなく、コストというのは、部活に誘うとかのコストはありますけれども、ほぼコストなくしていただけるというプラス面がございます。

そういった協会の強みを生かしまして、その次に、サイトというのがございますが、今、ハンドボール協会のハンドボールサイト、これは仮称ですが、開発中でございます。

簡単に言えば、ハンドボールを競技としてやっている方々のマイページだと思っただけだと思います。

自分が、こういったハンドボールについてクラブに所属していたのか、どういう得点をしたのか、どこで優勝したのかというところを全て、ここで言う全てというのは、公式記録、大会記録、それから、写真、画像、そして映像、この3つが全て地方大会の1回戦であったとしても全て残っていくと、そうしたサイトを作る、これは2021年の3月に稼働するように、今、議論を進めているわけですが、行っているところでございます。

その中で、大会記録は全部のところが残っていくわけですが、画像や映像に関しましては、ちゃんと映像、コンテンツを残さないと残らない。後から取り直しが利かないというところがございますので、今、写真や、あと映像の部分でございますけれども、無人AIカメラというところを、NTT西日本様との協力のもとにしているところでございます。

あと、先ほど瀧本次長からもございましたが、スポーツというのは、非常にいろいろ親和性が高いというところで、教育やエンターテインメント、健康などにも親和性が高いというところの可能性を感じているわけでございます。

それから、先ほど瀧本次長の話にございましたが、スポーツビジネスビルドというところもやりまして、我々は進んでいるところでございます。

ただ、これは人材が必要でございます。私たち実は、昨年5月、ゴールデンウィーク明けに、これも先ほどビズリーチさんの御紹介がございましたが、こちらで4名の方、兼業、週1の頻度で来ていただいております。この方々がいなければ、今のことはできなかったと思っております。

最後、僭越でございますが、行政に御協力いただきたいことということで、人材の方々、あと、業務の効率化、申請業務の電子化など、そういったところに関して、いろいろ御協力をいただければなというところがございます。

あと、もう1分で終わりますが、お金という部分につきましても、我々、公益財団法人でございます。企業ですと、これから投資したいということで、株式を発行してということがですが、公益財団法人は、そういうことができないと。ゆえに、利益を残してはいけませんとありますので、今、コロナのことが起きてまいりますと、資金繰りが一気に悪化していくというところもございます。

そういったところも、いろいろと御検討いただければありがたいと思っています。

私からは、以上でございます。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございました。

続いて、Jリーグの米田理事より、お願いいたします。

(日本プロサッカーリーグ米田理事)

お世話になります。Jリーグの米田でございます。

このような機会をいただき、誠にありがとうございます。

今、皆さんのお話を聞きながら、結構いろいろな似た構造があるなど感じておりました。私のほうからは、社会連携の取組の御紹介をということでしたので、簡単に御説明させていただきます。

資料は3つほどございますけれども、緑の資料は事例集でございます、後ほど御覧いただければと思います。

真ん中にあります資料は、メディア向けに出している資料でございます、少しプレゼン資料の形になっておりますので、こちらも後ほど御覧いただければと思います。

では、説明させていただきます。

「Jリーグ社会連携とは」というところで、もともと作った背景は、Jリーグに来る人というのが、まだ人口の1、2%程度と言われている中で、ビジネスとして伸びしろはたくさんあるなど感じていた次第でございます。

その中で、何が資源として活用できるだろうと思ったときに目をつけたのが、この年間2万回を超えるホームタウン活動でした。

地域との活動でございますけれども、これを資産化できないかみたいところでチャレンジをしたのがシャレンでございます。

世の中の価値観がソーシャルグッドに、どんどん投資家も含めて移行している中で、社会的テーマをかなり多く持っていたホームタウン活動を、シャレンという形の新しいブランドを立てることによって、発信力と活動の質、そしてターゲットのリーチ先を広げていくということを狙いにしてやってまいりました。

資料の4番目に書いてある「Jリーグをつかおう」という記載がございますけれども、こちらは私の思いでございます、Jリーグがやるという活動をずっと続けている限りは、やはり活動が広がらないと思っていまして、誰もが主体的に動けるような窓になっていくこと、オープンなプラットフォームになっていくことがとても大事であろうと思っ、このような仕立てにして推進をしてまいりました。

シャレンは、自治体だったり、企業だったり、個人だったりというところと連携して、共通のゴールを目指して、そして価値をお互いに持ち帰っていくという、下の図が社会連携の構造的な図でございますけれども、これをやることで見えてきたのは、実はコミュニティ形成だったり、人材育成というところが社会課題解決というゴールに向けて取り組む中でできるということでした。

そして、それをもって企業が集ってくる、ビジネスチャンスになってくるということも見えてまいりました。

社会課題解決をゴールと、あえて置いたことによって、今まで解決されていないものから、新しいアイデアだったりとか、人材、企業の強みというものが浮かび上がってくるということにもなっております。

やはり、Jリーグ、スポーツ団体全てそうかもしれませんけれども、単体でできることというのは、とても限りがございます、企業だったり行政と一緒にやることでスケール

させていくことができる。要は、触媒的な機能が、やはりスポーツ団体なのだろうなという感じしております。

スポーツが持てる強みというものがありますので、これをぜひ活用していただきたいなと思って推進をしている次第でございます。

次のページに書いていただければと思います。

具体的事例は、後ほど見ていただきたいのですが、得られたインパクトは、やはり発信力がとても上がってまいりました。社会性を出すことによって、経済面、社会面へのニュースバリューがとても出てきて、今までスポーツに関心がなかった層も含めて、リーチできているかなという感覚がございます。

それから、協力者、関係者が広がってきて、一緒にやりたいという人たち、今までサッカーに関心はなかったのだけれどもという企業さんにも、目を向けていただけるようなことになってきてまいりまして、ここからどうやって資金調達をするのか、人材を出してもらうのか、技術を出してもらうのかということにつながっていくのかなと思っています。

何よりも、一緒にやった方々が成長して行って、自社が、こんな強みがあると初めて気づきました、みたいなお声をいただくことがあったり、ノウハウを獲得できたりと、やっていく中で見えてきた成果というのもございます。

このシャレンのプロジェクトは、たくさん立ち上がっていますが、成功しているケースと、あまりインパクトが出せていないケースと両方あります。成功の秘訣は、やはり共通のゴールをしっかりと握ること、ここだと思っています。

たくさんの人たちがいろいろな利害を持って入ってきますので、その共通目標だったり、優先順位がずれていくと、プロジェクト自体が崩壊していくということで、共通ゴールと共有プロセスというのをとても大切にしなければいけないということが、成功の秘訣、重要な論点だと思います。

それから、やはり先ほどの図にあったようなJリーグ、Jクラブの強みというのを、意識的に多く使うことも大切です。この強みは使えているかなと1つずつチェックしていくと、発信力、拡散力がとても上がるということも分かってまいりました。

あとは、社会課題解決というのをゴール設定に置いていますので、当事者の声を入れないと、どうしても空気感のあるものになっていくというところで、本質的な課題解決のためには当事者の声を入れていくというところも大切かなと感じている次第でございます。

持続可能な取組にするためには、資金力だったりとか、人材だったり、ノウハウという経営的なものをしっかりと、スポーツ界にとっても管理をしなければいなくて、ただ単に社会貢献で、持ち出しの事業ですというところでは続かないと思っています。

ですから、経済的効果の両立も目指していく必要があると思っておりますが、幾つか事例としてもそんなものが出てきたかなと思っています。

障害者の就労体験、就労移行に関しては、クラブがスポンサーシップを集めて、企業の資金をいただいたり、先ほどスポーツ庁さんの説明にもありましたけれども、SIBのスキー

ムを組んでいるケースもあれば、資金は出せないのだけれども人材を出せるよとか、技術を提供できるよみたいなケースが多くなってまいりました。

今年2020年は、認知症の共生社会づくりだったり、防災だったり、やはり国の重要アジェンダみたいなのところにしっかりとコミットしていこうと考えております。

続きまして、連携上の課題と今後の行政への期待というところに移ってまいりますけれども、連携上の課題は、先ほどから、皆さんがおっしゃっているとおり、まさに人材のところでございます。

官民、スポーツそれぞれが連携するというスキームでございますので、お互いの理解がなかなかしっかりとできないと、プロジェクト自体の組成もできないですし、持ち帰るといふところのメリット設計もできないというところでございます。

これが、お互いの強みが分かり、利害が分かり、こういうゴール設定だったらできるというところのアレンジャー、これがとても必要だと思っていて、我々は、事例紹介だったり、関わり方のメニューをどんどん提示していくということも大切だと思っております。また、人材の流動化を図ることも、とても重要と思っております。

あとは、これが、私もスポーツ界の外から来た人間ですので、とても難しいと感じているところでございますが、競技団体というのは、やはり経営上の優先事項が、勝敗と試合運営と集客、スポンサーというのが、当然の優先事項になっています。

ですので、こういう間接的な、地域に絡んで、財務だけではなくて、非財務価値が先行するような活動というのは、どうしても劣後しやすいかなと思っていて、非財務価値を明示しながら、経営的にどういう財務価値につながっていくのかというストーリーをしっかりと表現すること、企業のところでいう統合報告のようなものの策定にチャレンジする必要があると思っております。

あとは、スポーツ団体を主軸とするのではなくて、地域のコミュニティ財団のようなスキームを取って、そこを主軸として、スポーツ団体は、そこに絡んでいくという形のモデルがいいのかなみたいなことも感じておりました。

続きまして、最後のページになりますけれども、行政への期待というところでは、やはり、スポーツ界のシーズ、ニーズが、とてもギャップが大きいというところを埋めていく施策、それは情報ですとか、人材のところ、まず、手当をしていただきたいと感じております。

行政施策も本当にたくさんのことやっただけなんですけど、実は、スポーツ団体に余裕がなくて、それを読み込む暇もなくて、読み込んで翻訳して申請するといった暇もないみたいな、そういうところがとても大きくて、そこら辺のサポートをしていただくと大変ありがたいと思っております。

特に、ビジネスという観点ですと、経産省さんは、たくさん予算をつけていただいていると思いますけれども、まだまだスポーツ界側は、その認知が足りておりません。

1つの事例では、北海道の経産局さんが、こんな施策が使えるのではなかろうでしょう

かという、まとめの資料を作ってくださいたのですけれども、そういった形で、各省庁さんとスポーツ庁さんが連携して、情報を整理して発信するみたいなことをやっていただくと大変ありがたいですし、自治体さんもスポーツ振興課だけが、スポーツ振興のために頑張るのではなくて、スポーツ振興課は、ほかの部署との連携をして、いろいろな部署でスポーツを使えますよということ、ハブ機能として動いていただくようなことをしていただくと大変ありがたいなと思っております。

各種の税制的な投資促進の施策みたいなものも、ぜひ検討いただければと思っております。

以上です。

ありがとうございました。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございました。

以上の御説明を踏まえまして、討議のほうに移りたいと思います。

それでは、三村会長あるいは御立副会長のほうからコメントをお願いいたします。

では、御立副会長、お願いします。

(御立副会長)

ありがとうございました。

今、最後のお話に集約されているのですけれども、結構、観光と同じで連携とかコーディネートをする機能と人というのがないと、今までやってきたことが、価値が生まれないというのが非常によく分かりました。

そういう意味で、今日、具体的な事例をお聞かせいただいたところを考えると、やはり一番難しいのは、競技団体ごとに、ニーズと課題が似た部分もあるものも、やはり違いが大きいですね。Jリーグのポジションと、失礼ながら、ハンドボールとフェンシングでは、恐らく必要なところも違う。そこをトータルで分かった上で、そのコーディネートに、こういう会議の場ですとか、それから省庁の側が、どういうお手伝いができるのか。

ちょっと課題のハイアラーキーという言い方は失礼ですけれども、やはりお金を使える額と人を雇える量も全く違うので、ここを考えていきたいということで、セグメント化したいと思います。

あと1点は、これは、この会議でも議論になりました兼業・副業が、いろいろな形で進んできているのは、非常に大事だと思っていまして、これをもう少し周知徹底して、スポーツにもこんなチャンスがあるのだと示していくべきだと思います。ビズリーチのお話などを聞いても興味を持ってくれる層はびっくりするぐらい存在している。財務的ではない価値をいろいろな形で生んでいるスポーツとか観光のところに、どうやって兼業・副業での参画を増やしていくか。そのプラットフォームは、かなり公的のところがあるので

はないかと思いました。

以上でございます。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございます。

では、三村会長、お願いします。

(三村会長)

非常にうれしいのは、スポーツ以外の方が物すごく真剣に自分の人生をかけて、スポーツ界、あるいは協会やシャレンを活性化することに飛び込まれているということです。動機は何だろうと、質問をしたいぐらいなのですけれども、こういう動きが始まっているということ。

それから、先ほど、2,000名応募して、それで20人ぐらいが、いろいろな団体の経営に、これから入ろうとしているのですか。これは、ごく最近のことですかね。フェンシングの太田さんの話は、よく知っているのですけれども。

(御立副会長)

最近ですね、ビズリーチさんと一緒に。

(三村会長)

ごく最近の話なのですね。

このように、専門人材がスポーツ界に興味を持って経営に取り組み始めたということはどう評価したらいいのか、まず、それが1つ。

それから、シャレンについてお聞きしたいのだけれども、これは、サステイナブルでないともまずいですね。いろんなことがあって、それで、どうやって収支がうまく釣り合っているのかということがよく分からなかったのですけれども、その辺は、どう考えたらいいのか。

それから、ハンドボールのほうは、社長をやっておられて、それでこの世界にと。ハンドボール協会の会長の仕事は、100%占めているのですか、それとも併せてという形でやっているのですか。

(日本ハンドボール協会湧永会長)

併せてです。大体業務量は、ハンドボールが4割、本業が6割ぐらいだと思っています。

(三村会長)

いいマッチングかもしれませんね。

それで、ポテンシャルが非常にあると思われた。そのポテンシャルが、どういうところにあるのか、もう少し知りたかったのですけれども。

以上です。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございます。

それでは、湧永会長、米田理事、それから文科省、スポーツ庁の順で御説明をお願いします。

(日本ハンドボール協会湧永会長)

まず、簡単に、動機については、純粋にハンドボールが好きだからです。スポーツが好きだからです。

先ほど、兼業・副業がありましたが、スポーツの好きな方、ほぼ無償でもいいからという方は、世の中はいっぱいいらっしゃいます。だから、そういったところは、スポーツの逆にメリットだと思っております。

それから、我々、先ほど、ビズリーチから4名とありましたが、これも今年度です。去年のゴールデンウィークからでございます。

それから、ポテンシャルのところについては、先ほど新規登録というところがございますが、ハンドボールを好きな方が、先ほど言ったマイページを作っていくわけなので、そこを通じていろいろな提供していこうと。

そうすると、恐らくユニークユーザー30万人ぐらいが活動し始める、そういうページになることを、今、目指してやっております。

30万人ぐらい出てきますと、そこからのビジネス価値、いわゆるプロモーションであったり、いろいろな提案ができるようになってくるところがございますので、そうしたところでの価値。

あと、純粋に言えば、例えば、写真を売るというだけでもビジネスは出てくると、そう考えております

(風木日本経済再生総合事務局次長)

米田理事、お願いします。

(日本プロサッカーリーグ米田理事)

まず、シャレンを成立させるというところがございますけれども、もともとやっていたホームタウン活動自体がありますので、そこから追加で持ち出しをしているという感覚ではなくて、その見せ方を変えとか、連携先を変えることでバランスを取っていこうという話をしていました。

もともとホームタウン活動を何のためにやっていたのか、シャレンは何のためにやっているのというところで、経営的なメリットでいくと、集客につながるというところ、それから自治体だったり企業との連携が深まるというところを通じて、結果的にスポンサー収入の増加につながることも、スタジアム改修につながったりすることもあります。自治体さんも1、2%の人が好きなものに投資をするというのは、今の財政状態ではなかなか厳しいので、それだけ世論を取ってくるのかというところがとても大切かなと思っています。

あとは、発信力を上げるというところ、5,000万の広告を打つよりも、シャレンを1回やるだけのほうが、拡散力があるぐらいのバランスするインパクトのケースもございますので、経営的なジャッジとしては、そこまでいけば十分かなと思っています。

ここから先、まだまだ収入を増やしていきたいというはございますけれども、今のところは十分サステイナブルになっているかなと思っています。

(三村会長)

どういう動機で入られたのですか。

(日本プロサッカーリーグ米田理事)

私、もともと公認会計士でございますけれども、人材の領域に行き、心理学などを学びながら、保育士の資格を取り、地域でフィールドワークをやっていました。在宅診療所、看取りみたいなこと触れてきましたけれども、やはり一番、今、この国に必要なのがオーナーシップを持った人材、当事者意識を持った人材を増やすことだと思っていて、国の在り方だったり、国民の価値観を変えられるほどのポテンシャルがスポーツにはあると感じた次第です。

ですので、ここに命をささげてもいいと判断してスポーツ界に入りました。

と言いつつ、我々の組織には任期がございますので、2週間後に、私、退任になりますけれども、自分が立てたミッション自体は変えていませんので、また、何かの機会に貢献していければなと感じております。

以上です。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

スポーツ庁の瀧本次長、お願いします。

(スポーツ庁瀧本次長)

ありがとうございます。

様々な、湧永さんや、米田さんのような、すばらしい人材もいらっしゃいますが、まだまだ競技団体は、悪いところは悪いといいましょうか、先輩後輩の縦のつながりで、そう

いったところに兼業・副業も含めて、違う価値観というか、違う社会のノウハウや考え方を持った方が入っていただくことで、競技団体の意識改革もどんどん進みつつあるのだろうと思います。

そうした中で、幾つかの具体的な成果が出始めておりますので、そうしたものをきちんと整理をしながら、見せていくということで、一定の社会からの評価も得ていくように努力をしたいと思います。

今日もお二方から、それぞれの行政に、さらにこういうことで協力をいただきたいという点が幾つかございました。電子申請であったり、業務の効率化であったり、あるいは他の省庁等々を含めた支援ツールの見える化だったり、そういった事柄も団体の御意見を聞きながら、一緒に協力しながら進めていきたいと思っております。

ありがとうございました。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございます。

そのほか、特になければ、今、話が出ました兼業・副業につきまして、未来投資会議本体のほうで、2月7日に夏の成長戦略に向けたたたき台として取りまとめた、全体の概要資料がA3でございます。ホームページ等で御覧いただければと思うのですが、夏の成長戦略に向けて政策を出していくという方向で、今、議論を進めているところでございますので、ぜひ、前進させていきたいと、事務局のほうも思っております。

それでは、最後に、まだ時間もありますので、次の「アートのエコシステムの構築」の議論に移りたいと思います。

まず、関係省庁の取組ということで、文化庁のほうからお願いいたします。

森審議官、お願いいたします。

(文化庁森審議官)

文化庁でございます。

それでは、資料7に基づきまして、アートエコシステムの構築、文化経済領域における文化庁の取組について、御説明を申し上げたいと存じます。

資料の、まず、1ページを御覧いただければと思います。

これまでの文化経済に関する政策対応の流れ、概要についてお示しをしております。

ここにありますように、文化庁では、2017年の文化芸術基本法の改正を受け、また、2017年12月には文化経済戦略を策定し、文化芸術のストック、これを経済領域、隣接領域での活用を進めるという方針を提示し、推進をしてまいりました。

2019年度、今年度を実施をしてきた対応について申しますと、1つには、我が国の成長戦略において大変重要な分野でございます、インバウンド観光、地域振興との連携を進めるために、国際観光旅客税を財源とした事業展開、日本博などの事業を展開してございま

す。

特に、文化の振興を起点として、インバウンドも含む観光の振興、地域の活性化、好循環を創出するために、今国会におきまして、文化観光に関する推進法案、これを提出させていただいているところでございます。

次に、文産官連携会議でございますけれども、企業活動との連携を推し進めていくために、文化・芸術界、経済界、そして行政の三者が対話をする場として設置をし、昨年12月に第1回の会合を開催してございます。

さらに今年度の新たな事業といたしまして、文化経済戦略推進事業というのを実施してございますけれども、企業活動における文化・芸術活動の実施をして、とりわけ保有美術品の実態の調査といったものを実施してございます。

併せまして、あとアートプラットフォーム事業とございますけれども、アート市場の活性化に向けた取組を推進し、美術品の収蔵情報を可視化する、また、国際的な情報発信を強化するための取組を推進しているところでございます。

特に、このうちの2点、文化観光推進法案と文化経済戦略推進事業について、次のページ以降、もう少し補足的に説明をさせていただければと思います。

2ページ目のほうを御覧いただければと思います。

文化観光推進法案でございます。

この法律案でございますけれども、本年開催をされます東京オリンピック・パラリンピックを契機といたしまして、文化の振興を観光の振興、地域の活性化につなげ、これによる経済効果が文化の振興に再投資されると、そういった好循環を創出することを目的とするものでございます。

こうした観点から、法案の主な内容でございますけれども、文化観光、これを文化資源の観覧や体験等の活動などを通じて、文化についての理解を深めることを目的とする観光と定義をした上で、文化施設のうち、文化についての理解を深めるための解説紹介を行い、そして、これを観光協会等の事業者と連携をすることによって、地域における文化観光の推進の拠点となるものを、文化観光拠点施設と定義し、この取組を支援していこうということでございます。

その上で、この文化観光拠点施設を中核とした、文化観光推進をするために、主務大臣、文科大臣、国交大臣が定める基本方針に基づく拠点計画、地域計画認定を行い、この認定を受けた計画に基づく事業に対しまして、法律上の特例措置などを行うと。

また、最後のポツのところでございますけれども、博物館を中核とした文化クラスター推進事業ということで、約15億円の予算措置を講じまして、文化観光拠点における多言語化などのコレクションの磨き上げ、また、バリアフリー対応など、展示環境の改善、利便性の向上、さらには、地域の観光、産業界との連携のためのコーディネートをする人材、博物館の魅力を高めるための学芸員、インバウンド支援の職員、インバウンド支援のための職員の配置への支援といったことを行っていきたいという法律案の内容となっております。

ます。

次に、3 ページ目を御覧いただければと思います。

文化経済戦略推進事業でございます。

この文化経済戦略推進事業でございますけれども、企業における先進的な取組に対する実証事業、また文化芸術分野における取組状況に関する調査を実施するというものでございまして、1 つには「Artist In The Office」とございましてけれども、アーティストがオフィスにおいて滞在し、政策を行うということを通じて、アーティスト、そして企業の従業員双方にとって、気づきを与える、そして機会を創出すると、こういったことを試みようという取組でございます。

また2 点目「Culture Thinking Tour」とございましてけれども、企業経営者をお招きして、美術館ツアーを実施し、それについて懇談会の場を設けると、これによりまして、美術館を核としたネットワークを形成し、アートに触発された新たなビジネス創出の可能性を探るという取組でございます。

これらいずれも参加していただきました関係者の皆様は、満足度が高いということで、特に経営者層の方々からは、新たな美術の可能性を感じるといった反響もあるなど、企業活動、そして、文化芸術活動の連携に新たな可能性を示しているものではないかと思っております。

最後、調査でございますけれども、文化芸術分野における企業の取組状況に関する調査として、昨年末に上場企業を中心として、約1,000社を対象として実施いたしまして、141社から回答を得てございます。

回答内容について4 ページのほうを御覧いただければと思います。

特に美術品の保有状況について調査をいたしましたところ、回答いただいた企業のうち約6割に当たる89社が、自社において美術品を保有しているという回答をいただいたところでございます。

また、この美術品について、その資産計上額についてお尋ねをいたしましたところ、回答企業約2割に当たる28社から1億円以上計上しているという回答がございまして、大企業を中心として価値の高い美術品を多く保有しているという現状が明らかになってございます。

最後、5 ページ目でございますけれども、こうした企業が保有する美術品の活用についての課題について、お聞きをいたしましたところ、最も多い回答といたしましては、棒グラフの四角囲みのところに示してございますように、まず、有効活用できる価値のある美術品自体をそもそも保有していないという回答が多いわけでございますけれども、これと並んで保有をしている美術品の価値が分からないという回答も多く見られたところでございまして、こうした自社において保有をされている美術品の価値を適切に捉えることについて課題を抱えていらっしゃる、そうした可能性が示唆されていると考えてございます。

また、美術品の活用そのものについては、大変前向きに考えていらっしゃるものの、その活用を進めるに当たって、なかなか美術品に精通した人材がないということでござい

ますとか、企業のコアとなる事業と結びつけるということについて、課題があるというようなことをお答えになっているという例も多くございまして、自社の美術品の活用方策に関して、知見を得るということに課題を抱えているという状況が示唆されているところでございます。

こうした調査結果を見ますと、企業において、多くの美術品のストックを保有されているところ、なかなか活用を進めるに当たっての課題を抱えているということも明らかになっているところでございまして、文化庁といたしましては、こうした文化芸術ストックのさらなる活用の促進に向けて、美術館、企業等が保有をしている美術品のデータベース化などの取組を進め、また、企業が自社保有の美術品を効果的に活用できるように、そうした相談機能、鑑定機能等の仕組みを整備するといったことも含めて、今後、検討をしっかりと進めてまいりたいと考えているところでございます。

御説明は、以上でございます。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございました。

続いて、株式会社エージーピー山口特別顧問より、お願いいたします。

(株式会社エージーピー山口特別顧問)

本日は、貴重な機会をいただきまして、ありがとうございます。

私の方からは、産業界からのアートへの取組のお話をさせていただきます。私自身は、もともと日本航空に勤めておりました、観光開発など、アウトバウンド、インバウンド事業に携わってまいりました。また、中国の総代表として、北京に3年ほど駐在した経験がありますので、中国のアート事情、現在の中国からのインバウンドの状況について、少し知見もございます。

経済同友会では、観光立国推進委員会の副委員長として、あるいは地域産業のイノベーション委員会の副委員長として、全国の色々なところを視察して見て回ってきました。

その中で、2017年の4月に、経済同友会に「スポーツとアートの産業化委員会」という新しい委員会が発足しました。観光というものの捉え方が広がってきて、スポーツやアートを通じての観光というものも、多様な観光へのアプローチの一つとして捉えよう。また、一方、スポーツとアートが産業化していない、あるいはマーケットが小さい、あるいはアーティスト、アスリートが食べて行けない、そういう現実を前にして、これを真ん中で議論していこうと。今までは、スポーツやアートというものは、広報・宣伝の一環的なものとか、福祉的なものとか、メセナやフィランソロピーとしての支援ということで捉えられていたのですが、産業界としてこれを真ん中で捉えようということで発足した、初めての委員会だと思っております。現在も、「スポーツとアートの産業化委員会」の副委員長を務めておりますが、アートの産業化ということで言えば、まず、「クオリティ・オブ・ラ

イフ」というのがあります。これは京都造形芸術大学の教授でアーティストである椿昇さんに来ていただいて話を伺った時に、何を指して表現活動をしているのかという問いに対して、「やはり、クオリティ・オブ・ライフというのが問われているのではないですか」というのが、アーティストの言葉としてありました。非常に印象に残っています。フランスのナント市は、文化による都市の再生を1990年代に行った有名な都市なのですが、「生活の質（クオリティ・オブ・ライフ）」を高めるというのを目標に掲げて、市の予算の15%を文化に投入して、文化による都市の再生を果たして、今、住みたい町、フランスで1、2番とか、そういう事例があります。工業社会からの転換がはじまっている中で、「クオリティ・オブ・ライフ」というのは重要なキーワードで、我々はずっと産業界として経済というものを中心でやってきているのですが、文化というものと連携をしっかりと捉えなおさないといけないというのが、1つあると思います。

また、アートは、最近、世界の縮図と言われておりまして、作品を通して様々な世界が見えてくる。アート分野もグローバル化して、必ずしも欧米中心ではなくなってきておりまして、その中で、ダイバーシティーだとか、地球環境問題あるいは難民問題、アーティストは「坑道のカナリヤ」と言われているのですが、真っ先に感じとって、それを作品にしていくというようなことなので、世界の縮図を、作品を通して表している。

最近、書店に行くとアート関連の本が沢山並んでいるのですが、よくいわれている、AIやビッグデータによって現在の仕事が代替されるという話がありますが、アートは、代替できない能力やスキルや人材の育成に役立つのではないかとということで、産業界でも、アートに対する関心というのは非常に高まってきているのではないかと思います。

次の図は、価値創造のサイクルモデルですが、ビジネスという最も効率的な価値創造の手法を取ってきた産業界が、アートの産業化にその手法を使って取り組まなくては行けないのではないかと。単なる利益の追求ではなくて、こういうサイクルを回すことによって、人々の心の豊かさとか人間形成とか経済成長とか国のソフト・パワーの強化を目指すような循環サイクルモデルを作るということが、我々が目指すことではないかと、課題としてまとめた次第でございます。

次の、地域を含めた文化関連資源の活用の話でございますが、今、世界では美術館・アートフェア・国際展、これがアートの3大インフラと言われているのですが、アートによって人と人をつないだり、活発な対話を生み出すというようなこと、媒介的な役割が新しい役割として出てきております。日本各地を回ってみて、お祭りとか地域の文化的なものをしっかりやっているところが、やはり活気があるし、力強いものがある。文化が感じられる町というのが観光客にとっても魅力があるのだらうと思います。今、日本各地で様々なアートイベント・美術展等が活発になっているのですが、各地の伝統あるいは歴史・文化・人々の営みというものをきちんと掴まえて、あるいは認識してやっていく必要がある。それには、明確なビジョンと行政のリーダーシップが必要で、そこに住んでいる皆さんにとって魅力的な地域になるかということが非常に大切なことだと考えております。

そして、地域の文化の中心を担うのが美術館だと思いますが、美術品の保存・修復、価値の付与、教育の他に、地域のシンボルとかアイデンティティーあるいはにぎわいの創出拠点とか、新たな産業集積の拠点に、美術館がなって行ってほしいと思っておりますが、美術館についても、予算あるいは人材の面で、苦しいという話を多々聞いておりますので、美術館だけにやってくださいと言っても、そうできることではないので、ここはしっかり行政も含めて、力を入れていかないといけないと思います。産業界がサポートできることもあると思います。

また、アートに関する税制、寄附税制や相続税制ですが、美術館のコレクションを増やすためにも、もう少し踏み込んで欲しいと思います。それに関連する価値の評価システムも、今、いろいろな動きが出ておりますが、構築する必要がある。また日本のアートの海外発信力を強化することも必要だと思っております。是非、行政にお願い致します。

先ほどお話があったように、観光分野もスポーツ分野も人材不足なのですが、アート分野にも産業界からの専門人材、経営人材をどう当てるか、あるいは地域においてアーティストをもう少し活用することも考える必要があると思います。アーティストと一緒に美術館を拠点にしたアート鑑賞教育、ワークショップなどもできると考えております。

また、文化観光施設のデジタル化というのも非常に遅れておりますので、やはり汎用性が高く、横展開ができる、そういうものをきっちり作っていくことが必要です。デジタルサイネージ、スマホガイドなどや、チケット販売についてもオンライン、多言語、キャッシュレスなどが求められていると思っております。

次は、これは、今、私が活動の延長で、実行委員長やっております、明治神宮で1年間、日本博の主催・共催プロジェクトとして「神宮の杜芸術祝祭」という芸術・文化フェスティバルを展開するものです。明治神宮は創建100年ということで、100年前に構想した人工の森が成長して、今では多くの人々に親しまれる緑豊かな都会のサンクチュアリになっていまして、外国からの観光客も沢山訪れています。まさにSDGsの体現の場と言えるもので、ここに初めて現代美術の野外彫刻なども展示したりして、自然と深くかかわりながら創作活動を行ってきた日本の美術のあり方を展覧します。50人ぐらいのアーティストに協力いただいております。重要文化財の宝物殿や絵画館なども使わせていただいて、AI音声対応のスマホガイドとか、オンラインチケットシステムなど観光インバウンド対応も考えて、文化観光施設での実証をさせていただく予定で、取り組んでおります。

最後に、企業によるアートへの関与でございますが、実際に、先ほど文化庁から紹介のあったCulture Thinking Tourとか、Artist in the officeなども連携でやらせていただいております。最近訪れた、国立近代美術館とか森美術館のガイドツアー、これは非常にたくさんの経営者が行きたいと、応募が殺到しました。国立近代美術館は北の丸にあり、丸の内とすごく近いのですが、行ったことがないというか、あまり交流がないのですね。やはり、どうサポートするか、一緒にできるかということは、交流や対話をやっていかないと活性化しないのだろうと実感しました。こういう機会をたくさん増やしていくことが

重要です。まず、そこから始めてみる。アーティストとも話そうと、この間、取手の東京藝大にも行きましたけれども、訪問することによって、産学連携ということも、そこで可能性が出てきたり、アーティストのスタジオに行って生の声を聞いてみると、彼らが何を考えていて、何を困っているか、なかなかそういうことが伝わっていないというのが現実であると感じました。あと、企業や個人が日本のアーティストや建築家、デザイナーを海外で実際に応援する。企業の出張者が海外に行く機会や、海外の支店があれば、そういうことも心がければできる。イタリアで2年に1回開催される、アートのオリンピック、ヴェネチア・ビエンナーレというのがあるのですが、日本代表で誰が出ているか、どうなっているか、殆ど誰にも知られていないという現実があります。少し工夫すれば、もうちょっと露出も増え、応援も増えるかと思います。また、先ほどスポーツの話で出てきておりましたが、オープンイノベーションを促進して、やはりそこに投資が集まるような仕組み作りも必要だと考えております。アート、スポーツ、ファッション、音楽、そういうものが全部関わってテクノロジーが入ってくるようなこともあって考えております。

アーティストの雇用については、スポーツ分野ではアスリート・ナビゲーションというものを、経済団体でも取り組んで成果を出しておりますが、アート分野でもアーティストの企業や地域での活躍という観点から検討する課題でもあると思います。また、産業界の専門人材・経営人材の活用という観点で、アート分野への副業・兼業制度も活かした人材供給というものもできると考えております。最後に、アートシンキングというのが注目を集めておりますので、従来のデザインシンキング、デザイン経営に、アートシンキングを統合した、クリエイティブ経営というものも考えていく必要があると思っております。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございました。

続いて、鳥取県北栄町の取組について、北栄町は、今日は御欠席であります。御提供いただいた資料を基に事務局から御紹介いたします。

(坂田参事官)

再び私のほうから説明をさせていただきます。

4枚紙のポンチ絵があるかと思いますが、そちらを御覧くださいませ。

北栄町なのですけれども、鳥取県のど真ん中にある町なのですが、人口1万5000人という、非常に小さな町と。

こちらは、特産品としては、大栄スイカとか、砂丘長芋といったものがあり、農業の町ということではあるのですが、もう一つ、特徴として、漫画の「名探偵コナン」の作者である青山剛冒先生が、こちらの御出身ということで、平成19年に大栄歴史文化学習館の呼称を青山剛冒ふるさと館として再出発させたという経緯がございます。

ちなみに平成30年度の入館実績が、約16万ということで、ここ数年で右肩上がりだそう

です。

次のページへ行きます。

町全体として「名探偵コナン」に会える町、北栄町としてまちづくりが行われているのですけれども、このきっかけが平成9年に町の商工会のほうから、コナンの里づくり実現化構想というのが提言された。これがきっかけになっています。

それと併せて、鳥取県、県のレベルで漫画王国鳥取と掲げて、県内の漫画によるまちづくりというのを支援、PRする体制というのを、県ぐるみでとっているということがございます。

この青山剛昌ふるさと館というのは、オープンしてちょうど今年度で13年目ということなのですが、令和元年で、2019年度実績としてもう総入館数が20万人を超える勢いということで、こうした県と町で結託してオンリーワンの魅力を生かしたまちづくりの成果ではないかと、現地では捉えていらっしゃいます。

それから、この取組をするに当たって、いろいろな団体、例えばカフェとレストランとか、そういう周辺の産業というのもついてくるのですけれども、それぞれ連携していつているのですが、まさにコンテンツの著作権の知識不足というのが課題となったということで、これは版權元さんといろいろ協議をしながらも使っていくわけなのですけれども、そこで大事にしたのが作品の世界観をきちんと守っていくということで、ファンをはじめとする観光客の方に、しっかり喜んでもらえる体制を組んでいるということでございます。

次のページ、地域を巻き込んだ取組、「名探偵コナン」に会える町ということで、いろいろな取組をここに掲載してございます。この詳細は、ちょっとここでは割愛させていただきますが、お時間があるときに御覧いただければと思います。

最後に、今後の課題解決策ということで、いろいろ10年以上やっていたらっしゃって、町の今後の課題として、大きく3つあるということで提示してございます。

1番目、ふるさと館についてなのですが、もともと先ほど申し上げました、学習館の建物を活用して、内装をリニューアルして作られたという、それが出発なのですけれども、手狭感があったりとか、施設整備の問題があるかなと。

非常に入館者も多くなっているのです、そういう意味で、収容のキャパに限界がきているということで施設整備の問題があったりとか、あとファンの方は、非常に原画がお好きなので、これはどこの漫画コンテンツを取り上げている美術館でも同じだと伺っておりますけれども、やはりここでも原画の保存をどうやるかということも課題として認識されています。

2つ目は、交通アクセスの悪さ。

3つ目としては、外国人観光客への対応ということで、かなりゴールデンウィークのシーズンとか、物すごいお客さんがいらっしゃって、2時間待ちとか、そういった中をどういうふうにさばるか、うれしい悲鳴ではあるのですけれども、頭を悩ませているということも、私はお伺いしてございます。

こういった課題があり、いろいろ解決に当たっては、財政的な支援というのも期待したいのですけれども、それと併せて多様な人材、例えば、原画の保存も、かなり技術的なノウハウも必要になってきますので、そういった専門的人材の育成プログラムですとか、あるいは情報のシステム化の整備、これは、上の解決策の中にあるのですけれども、災害が起きたときに、顧客の方はどういうふうに移動するのかと、現地では、実は泊まるどころがなく、電車で2、3駅行くと、ビジネスホテル置いている町もあるのですが、何か起きたときに、これは実際に起きたらしいのですけれども、どういうふうに誘導するかと。

たまたま町で選挙があって、市役所の方が週末に職場にいらっしゃったので対応したなどという話もお伺いしましたけれども、災害のときに、どういうふうに関連地域への誘導を行ったらいいかと、そういうのはどういうところから情報をもらえるかなあということをご悩んでいらっしゃったことがございますが、そういった情報のシステム化といったことも、国や県にお願いできたらなということが希望ということで伺ってございます。

以上でございます。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございました。

続いて、文化事業ディレクター・演出家の吉川様より、お願いいたします。

(文化事業ディレクター・演出家吉川氏)

できましたら、恐れ入りますが、映像の前のほうを御覧いただければと思います。

私は、仙台を拠点に、主に青森県八戸市、宮城県南三陸町でアートを通したまちづくりに関わっております。

文化庁さんには、大変いろいろと助成をしていただいたり、御支援いただいております。ありがとうございます。

アートで地方再生、今、本当に熱いテーマです。現代アートは、島や限界集落に世界のツーリストを行列させていますね。

これはフェルメールとかモナリザ見たさの、何か珍しいものを見るということとはちょっと違っていて、見る人の主体的な体験でありますとか、自分自身の、何かに囚らずも向き合わされるという体験に追い込む仕掛けというのが、現代アートにあるからだと思っています。

それは、京都のお寺とか老舗で得られる体験ともちょっと似ています。そこに行かなくては体験できない本質的な内的体験が、そこにあるのです。

SNSで、今は、もう誰もが、自分が見せたい姿に自分を見せられるというような時代です。そういう時代だからこそ、うそのない、消費できない地域資源、そういうものを生かした体験が人をひきつける宝物になるのではないかと、私は考えております。

それに気づかせてくれたのが、八戸市でございます。

八戸市は、20年で中心市街地の通行量が激減。その空洞化対策として、2011年の2月に町中に観光、文化、子育て、ものづくりなどの複合文化施設、八戸ポータルミュージアム、はっちを整備しました。

地域の資源思い、新たなまちの魅力をつくり出す交流の場として、中心市街地の活性化に取り組んでまいりました。

それから7年経ちました2018年、青森県内で、はっちのある場所ですけれども、唯一路線価が上がりました。通行量も増えまして、1,200人の新たなIT関連企業の雇用が中心市外に生まれました。

そして、今は中心街に、これまでにないコンセプトの地域の多様な文化に根差した、しかも住民活動の場のある美術館を整備中でございます。

当初、はっちの建設には、市民は大反対だったのです。そのはっちを支持していただき、ミッションを達成するために行ったのが、アートプロジェクトです。

市民参加と地域資源に徹底的にこだわりまして、中心街を市民の新たな体験の場にしてまいりました。

このプロジェクトですが、本当に市民の中に、地域文化への再発見と誇り、そういったものを醸成してまいりました。

中でも、デコトラをテーマにオーストラリア人アーティストがプロジェクトを行ったのですが、このプロジェクトは大変印象的でした。

八戸は、トラック野郎の元祖がいて、デコトラ発祥の地と言われているのです。

このトラックを裁縫好きの市民の参加で、きらびやかなオートクチュールの衣装に制作をしました。

アーティストと裁縫好きとトラック野郎という全く異質のクラスターが、こうやって対面して、トークを展開したときのことなのですが、高速道路のない時代に、新鮮な魚を築地に寝ずに運ぶ人がいたからこそ、水産都市八戸の今があるのだと、みんなが大発見しまして、ふだんは決して相入れない人同士がリスペクトし合うという奇跡が起きました。

それからトラック野郎たちは、デコトラのイベントで市に募金を寄附するという活動をずっと続けてくれています。

横町では、ダンスパフォーマンスなどを行っておりまして、固有の空間資源の価値を再発見しています。

また、騎馬打毬という古武芸があるのですが、この古武芸を、八戸発祥の中学校ロボコンでやってみようというプロジェクト、このパーツをチームで、子供たちも大人もみんなチームで、それぞれロボットを作りまして、トーナメントを行いました。

商品は、商店街の寄附で賄っております。

小学生のチームとホテルの支配人チームが対等に戦うわけです。こういうアートプロジェクトというのは、ステータスの逆転を引き起こしますし、自分ごととして関わり合う場を生み出します。そのような場で、人は自らの存在を確認し、自己肯定をすることができ

ると思います。

今年度の地域創造大賞を受賞した、宮城県の塩竈市の杉村惇美術館。高田彩さんという地元のギャラリー経営者が、多様な人たちが集まる場所を、やはり同じように作りまして、被災した町の人々が、アートとクリエーションを通して元気を取り戻しています。

こういう場が、今、たくさんできてきています。

宮城県南三陸町、ここで10年、きりこプロジェクトというのをやっているのですが、キリコというのは右上にあります、神職が作る正月の神棚飾りの紙なのです。この美しさをリスペクトしまして、町の女性たちが聞き取った住民の物語を、左のような切り紙に表して軒先に飾るプロジェクトを続けてまいりました。

津波の被害で、町のほぼ全てが流出したのですが、きりこは町の人々の記憶の依り代になりました。

彼らが生きてきた歴史のあかしというものがなくなった町で、この切り紙は、それぞれの人生の歴史のあかしともなりました。

それは、今や病院や役場のパーテーションなどにデザインされたほか、多くの地場製品のパッケージに反映されております。

このプロジェクトは、南三陸に生きる人々や文化を顕在化させ、町のブランディングと経済活動の大きな力となっています。

現在整備中の震災伝承施設にも、現代アートの空間を創出する予定です。

こうしたプロジェクトを通して、自分が地域の文化を紡いでいるのだという手応えを市民一人一人が得るということが、自己肯定感や地域への誇りを生み出し、地域固有の文化を可視化させ、成熟させる底堅いパワーになると、私は思っています。

八戸に夏祭りがあるのですが、豪華な山車が呼びものの八戸三社大祭。

この山車なのですが、実は市民がボランティアで作っています。27の山車組で夜な夜な老若男女が3か月間集まりまして、全く無償の貢献で作られております。

この3か月にわたる山車組での老若男女の制作活動ですが、まさに、はっちでのアートプロジェクト同様、学校ではできない教育の場、文化継承の場、生涯教育の場、そして孤独をなくすような場となっています。

まさにソーシャルコストを減らせるような多面的機能を、八戸古来のクリエーションの場が持っていました。

私たちは今、実は文化庁さんから助成をいただいて、この祭りに係るアートプロジェクトもやっています。祭りというのは、する人、見る人に光は当たるのですが、支える人のことは、実はあまり振り返らないのです。しかし、支える人なしでは、祭りはありません。この祭りも、今の画面のように、多様な形で人知れず祭りを支える市民がいて成り立っております。

この資本主義、グローバリズムの現代に、ギフト経済が八戸には息づいております。その価値を、住民自身が誇りに思うだけでなく、ここを支えなければ、地方の文化というの

は疲弊していくと思うのです。

祭りやアートを見に行くのは消費活動ですが、実は人を引きつけているのは、消費できないもの、お金では買えないことではないでしょうか。

祭りに幾ら観客を動員しても、祭りをする人や支える人が、その経済活動に搾取され、疲弊していくだけではないでしょうか。

経済活動、経済合理性から一回離れないと、経済を再生できるような文化を深めることはできません。

私が地域資源にこだわるのは、自らの地域文化と、それを誇りに思う人の地域と誇りが未来の資産を生み出していくからです。しかも、税収のない地方でも、こういうことなら取り組めると思います。

私は東北人ですが、蝦夷の歴史や寒冷な気候が育んだ東北は、実は京都にも負けない魅力のある世界だと思っています。しかし、残念ながら、その文化が全く可視化されていません。固有の世界観が暮らしのあらゆるところにあふれ出ることで、人々が訪れたいと熱望する場所になるはずです。

そのために必要なのは、借り物の人寄せパンダ型の文化政策ではなくて、地域に生きる人々のアイデンティティと自己肯定感をつくり出し、そして自らの足元にある文化資本を磨き直す政策ではないかと思っています。

御清聴ありがとうございました。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございました。

それでは、自由討議に入るところなのですが、金沢市長が御出席予定だった関係で、コメントをいただいております。これを事務局から紹介させていただきます。

(坂田参事官)

金沢において、文化と経済というのが町の魅力づくりであったり、そうした魅力づくり、活用していく上で、お互いどういうふうに関わってきたかという観点でコメントいただいております。

短いものなので、読み上げさせていただきます。

金沢が、今日のように文化が盛んになったのは、過去からの経済人の意識や行動が密接に関係しています。

江戸時代、旦那衆と言われる裕福な商人は、自ら芸をたしなみ、茶や文化を支えてきました。このため、今日にあっても金沢の経済人は、町の美意識とともに文化を継承、発展させていこうという気概を持っています。

例えば、毎年開催される市長と金沢経済同友会との意見交換会で提案されたNHK大河ドラマ「利家とまつ」の誘致、これ2002年ですね。それから、哲学者の鈴木大拙さんにちな

んで建物ですけれども、こちらの整備、これは2011年ですが、こういったものが実現しましたし、金沢の経済同友会が中心となって設立した、金沢創造都市会議、これは1998年から続いてございますけれども、こういった会議では、金沢の文化的まちづくりや、文化振興への提案というものが毎年行われています。

とりわけ、文化と経済の連携が必要なのは工芸の分野。その人材育成機関である金沢美術工芸大学では、第二次世界大戦後間もない1946年に発足して以来、人間国宝など、多くの人材を輩出しています。

また、独自に設立した金沢の金沢卯辰山工芸工房、これは1989年にできましたけれども、こちらは全国から研修生を募って、月10万円の奨励金を交付しながら、2年ないし3年の期間で人材育成をしまして、これまで30年間で305名が修了しています。

それから、きめ細やかにビジネス化を推進するために、伝統工芸の組合等を設立した一般社団法人金沢クラフトビジネス創造機構では、情報発信ですとか、あるいは販路の拡大、製品開発を支援することで、工芸のビジネス人材というものを育成しています。

そのビジネス創造機構が運営しております、ダイニングギャラリー銀座の金沢というところでは、工芸と食文化を通して金沢を総合的に発信するために、2014年に開設して、伝統工芸品ですとか、あるいは若手作家の工芸品を展示、販売することで、首都圏をはじめ、国内外に広く魅力を発信しておられます。

経済人を中心に実行委員会を組織し、市も支援している工芸アートフェアについては、工芸に特化した国内唯一のアートフェアで、ホテル一棟を借り切って、昨年11月の開催では、国内外32のギャラリーが約120名の作品を出展し、2日間で1,476名が入場したとのこと。

昨年4回目を迎えた金沢・世界工芸トリエンナーレでは、公募展で国内外から525展の応募があり、企画展やフォーラムなどとともに、金沢の工芸を世界に発信する国際展覧会として広くに認知されつつあります。

このように工芸は、文化と経済の両面で、金沢の個性や魅力を担っており、これからも経済界と連携しながら、人材育成などの課題解決に取り組んでいる。

これが金沢の取組として御紹介させていただきます。

以上です。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

それでは、有識者や関係省庁からいただいた説明を踏まえて、自由討議に入りたいと思います。

それでは、御立副会長からお願いいたします。

(御立副会長)

ありがとうございます。

非常に意義深いお話、事例と、それからまとめをいただいてありがとうございました。

そして、思っているのは、まず、文化庁さんからの御説明にありましたように、2019年に結構いろいろなことを進めていただいて、この会議の昨年度バージョンでも、やはりどうやって実態調査をして、見える化をしていて、データベースを作って、可視化した上でどうやるかという議論が、かなり進んできたのかと思っています。

ただ、これをもう一步、ぜひ、進めていただければいいなというのが、まず、コメントでございます。1つは、調査して、特に企業のところまで広がってきているのですが、これをできたら価値の推計にまで持っていきたい。具体的には、日本の文化資産、特にアートについては、どれぐらいのバランスシート価値があるかというのを、推計であっても出すことで、次の政策に進むのではないかなと思っています。

山口さんからありましたように、今、寄附税制ともあるのですが、どうしても、今、言われているのは、フローの流通市場としての日本の文化・芸術は、中国や欧米に全く比肩できなくなってしまいましたねという議論なのですが、それだけでなく、アセット価値は、日本は物すごいものがあるはずなので、これをやはり見える化することで価値向上等につながってくる。

例えば、国際比較を助成することによって、浮世絵とか琳派の例のように、いろいろな日本の美術品の国際的な価値が上がる。例えばキュレーターだとか、研究者の先生方に対して助成する理由が出てきました。中国などは、留学生を双方向で20年間、自分たちの美術、工芸の価値を上げるためにずっとやっているわけですけれども、それをやる理由というのは、やはり価値を見える化するしかないと思いますので、ぜひお願いできないかなと思います。

ちなみに企業の保有品の議論ですが、1,000社で140社答えたというのは非常に分かりやすく、答えられない企業が多いと感じます。バランスシートに載っていない美術品を持ってしまって、どうしてもいかならない企業がいっぱいあるので、この辺をどうやって顕在化していくかということある。全体に企業税制も含めて、ある段階で一挙にやらないとなかなか難しい、こういう美術品が、痛んで行くだけというのは、国富を減らすだけになるなと思っていますので、ぜひ御検討いただきたい点です。

そういう意味では、価値推計を軸に、次のところに行っていたらいいなと。

観光という切り口が強力だったので、法案もできましたし、文化掛ける観光とやったら、ここまで進んでこられたと。

ただ、今日プレゼンいただけましたのは、実はスポーツも一緒なのですけれども、外からお金を取ってくる代表が観光なのですが、地域経済を、あるいは地域コミュニティを強くするには、吉川さん御指摘のように、中から、自分ごとで、主体性がある、プライドがある、関わる仕掛けというのに、アート、スポーツがすごく使えるはずで、というのが、多分、草の根で相当出てきている。

これを政策の違う視点から軸にしていくというところのタイミングに、来ているのかな

と思います。どうやってその地域地域で自分ごとになる人を増やしていくか。これがあると、本当の意味で、恐らく、強い地域経済の再生につながるのかなという気がいたしましたので、この辺を御一緒に私どもも考えていきたいと思っておりますけれども、検討いただければなと思います。

以上でございます。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございます。

では、三村会長、お願いします。

(三村会長)

今日は、ちょっと圧倒されてしまいまして、何を質問したらいいかわからないくらいですが、1つは、3庁、文化庁、スポーツ庁、観光庁とあるのですけれども、この3庁の連携というのが、地方再生に物すごく重要なのではないかなという印象を特に強く受けました。それが1つ。

それから、文化、アートというものについて。商工会議所は地方創生、地域活性化というのが、大きな役割なのですけれども、アート、文化というものの地域らしい魅力の磨き上げということが非常に大切ではないかという印象を強く受けました。行政が今後、これらに対して重視していくべきことは何かということ、文化庁のほうにお聞きしたいと思います。

それから、私も地方に行って、例えば富良野へ行って、後藤美術館。それから、小樽へ行くと、ニトリさんの集めているステンドグラスが、小樽観光で、訪れる人が一番多くなっているとか、いろいろな話を聞いています。そのように確かに、経済界の、特に、そういうことに関心を持っている人たちの個人的な貢献が、地方観光の重要な位置を占める資源になっているという例をたくさん見ているわけです。

したがって、こういうものに対して、どのようにさらにアプローチしていくのか。みんな自分の持っている財産を外に出したくないという気持ちは、絶対にありますね。ただ一方では、これは1つの資源であり、これをどうやって、地方創生に役立てていったらいいのかということも1つのテーマだと思います。これも文化庁さんに、どうしたらいいのかということ、聞きたいと思っております。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

それでは、今の御立副会長、それから、三村会長からありました点について、森審議官、それから、もし観光庁からも補足あれば、お願いします。

(文化庁森審議官)

御指摘ありがとうございます。

いずれも大変重要な御指摘であると認識をさせていただきます。

幾つか御指摘を賜りましたけれども、まず、企業の持つ様々な資産、そのアセット価値を見える化し、さらには価値を推計して示していくと、それが今後さらに、この分野の活用を進めていく基盤になるという御指摘は、全くそのとおりであると思っています。

その第一歩として、先ほど予算事業として、そうした調査を行っているという御説明をさせていただいたわけですが、その中で様々な課題があると。どれだけの企業の方が、そうした資産を持っているということ、なかなか外に出しにくい、活用しにくいという課題もかいま見えているところがございますので、そうしたことを踏まえて、どう進めていくということ、今後しっかりと考えてまいりたいと考えてございます。

それから、地域のコミュニティが、地域の活性化を図るといっても、文化というのは極めて重大でありますけれども、その際に、その地域の方々が自分ごととして参画をしていくと、こうした仕掛けづくりというものも極めて重要だと考えてございます。

とりわけ、地域それぞれに持っている固有の魅力を生かして発信をしていく。その中に、地域の方々が、何がその地域の魅力なのかということ、主体的、自覚的に考え、そして、それを見える化していただくという取組は、やはり重要であろうと思っております。そういう意味では、文化庁でも、これまでも日本遺産ということで、地域の様々なストーリーをくみ上げて、その魅力を発信するというところに対する支援も行ってきたところでございますし、今国会に提出をさせていただいている、文化観光の推進に関する法律案においても、各地域、拠点や地域において、計画を作っていただくわけでございますけれども、まさに、この計画において、その地域の魅力をいかに高めていくかと。それをいかに分かりやすく発信をしていくかということ、それぞれ工夫していただいて、考えていただくと、これを支援させていただくというスキームでございますので、ぜひそういったスキームの中で、そういう各地域地域のユニークな特色のある取組を支援してまいりたいと考えてございます。

以上でございます。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

では、村田部長、お願いします。

その後、もしあれば山口顧問、それから、吉川様からもお願いします。

(観光庁村田観光地域振興部長)

今、御説明ありました、文化観光法案につきましては、今、私どものインバウンドの関係の調査でも、インバウンドの2、3割の方は、日本の文化、博物館、美術館を訪れているというようなこともありますし、特に欧米の方に、最近は非常に人気の観光先としてなっています。

こういったところを、こういった法案も通じまして、より魅力の高いものにしていくということが、地方の活性化にもつながると思っておりますので、文化庁と連携して、こういった取組を、ますます進めてまいりたいと考えております。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございます。

それでは、山口顧問あるいは吉川様もコメントがあれば、お願いします。

(株式会社エージーピー山口特別顧問)

観光分野は、国としてかなり力を入れて進んできたと思うのですが、スポーツ分野もアート分野も、これからということだと思いますので、一つずつ、先ほど美術館の話をしました。そこを文化観光拠点に置くことはいいのですが、それと同時に、現在の美術館が持つ問題、もっとサポートしないとなかなかできないこともあると思いますので、そういうことも、是非議論して行くことを宜しくお願いしたいと思っております。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございます。

それでは、吉川様、お願いします。

(文化事業ディレクター・演出家吉川氏)

すごく巨額の投資ができれば、ハイリターンで、すぐに経済に結びついていけるのですが、多くの地方は、なかなかその投資ができませんね。

今、私、東北DC、東北デスティネーション・キャンペーンにも関わっているのですけれども、どうしても目先の、お客様をどう獲得するかに終始して、東北固有の文化がどういうものなのかということ、観光に携わる人たちも含めて、みんなで共通理解し、共通の意識を持たないと、ひとまとまりの東北のパワーを、観光の魅力というところに持っていけないと、すごく私は現場で感じています。

そのためにも、ぜひ文化庁と観光庁が連携して、東北への観光客の呼び込みに際し、もう少し文化的な側面にサポートをいただくとありがたいなと思っています。

また今、八戸に整備している美術館ですけれども、第4世代の美術館と美術手帖さんでも御評価をいただいているので、地域の人たちの主体的活動が展開する場を目指しています。例えば、認知症の人、ひきこもりの人、その御家族も、美術館に来たら、ここは私でいられる、安心してここで人間らしい扱いを受けるなど、そういう空間を目指しているのです。

今、美術館というのは、観光拠点にもなり得ますけれども、いろいろな社会課題を、さっきのスポーツにもありましたとおり、解決できる。アートというのは、本当に役に立たないようで、実は役に立つツールだと思っています。

そういうことを中心に置いた美術館を整備中でもあるので、ぜひ御注目いただき、また、御支援をいただければと思っております。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございます。

それでは、お時間も参りましたので、アートについては、ここでということで、最後に三村会長から、今回、3つのテーマを取り上げましたので、それを総括的にコメントいただくということで締めくくりたいと思います。

よろしく申し上げます。

(三村会長)

いつもは、コメントを簡単にできるのですがけれども、今日はちょっとコメントが難しいですね。努力してみますけれども。

まず第1に、地域経済の活性化を図るためには、地域にある資源を最大限活用することが重要です。ないものをねだるとか、外から何かを持ってくるとか、こういうことではないわけであります。ですから、観光、スポーツ、文化について、地域に存在する資源として、これをどのように組み合わせ、ストーリーを作って、それで活用したらいいのかと、こういう観点の取組が非常に大切だということを、まず、考えました。その点で、地域関係者の連携もそうですけれども、3庁の連携を、ぜひとも強力にやっていただきたいということを、まず、申し上げたいと思います。

それから、観光については、人数から消費額の拡大のほうに目が向いてきていることは重要なことと思います。そのための1つの方向性としては、金沢市での取組のように、インバウンドの中でも、滞在期間が長く、お金を使う、欧米旅行客をどうやってさらに引き寄せるのかということ、全体としてももう少し取り組んだほうがいいのかと、こういう印象を持っております。

それから、3市のショーケースの取組については、さらに支援していただくようお願いしたいのですが、先ほど、話がありましたように、横展開に当たっては、それぞれの地域の実情を踏まえながら、何を横展開するのか、プロセスなのか、意識改革なのか、といったことを明確にしていきたいと思います。

その際には、関係省庁支援チームの枠組みなどを活用して、広く展開していただきたいと思いますが、私が先ほど申し上げましたように、観光資源に恵まれているところ、これは比較的容易なので、そうではない、資源に乏しいところの観光資源をどうやって開発したらいいのかということにも、ぜひとも重点を置いて、そういうところをショーケースの1つとして指定していただくのも、1つの方法かと思いますが、よく考えていただきたいと思います。

それから、スポーツにつきましては、スポーツが社会にもたらす感動や価値の豊かさと

いったものは、本当にかげがえのないものです。したがって、社会課題の解決や、地域活性化の手段ともなり得ますし、あるいはビジネスに対しても様々なよい影響を与えられると思っております。

お話がありましたように、スポーツ団体の経営基盤強化が必要ですし、いろいろな形でのビジネスとの共創というものも重要だと思います。スポーツ庁におかれては、関連施策の具体化に向けて作業を加速いただくようお願いしますが、その際に、関係する省庁が、それぞれに有効な政策メニューを持っていると思うので、ぜひ横の連携を担保いただきたいですし、さらに、先ほどお話がありましたように、申請手続の簡素化なども含めて、総合的に支援いただきたいと思っております。

それから文化について、ここは一番コメントが難しいのですが、アートや文化というものは、地域の魅力の磨き上げに大きな力を発揮するのは間違いのないと思います。そういった、アート資源を生かした地域の魅力磨きを全国で展開する方策、あるいは、アートを活用した地域活性化事業を継続するための人材育成やネットワーク作りなどの環境整備、さらには、アート活用に関心のある経済界の巻き込みを強化していく方策の検討などについて、文化庁におかれては、さらに深掘りしていただきたいと思っております。

いずれにいたしましても、文化資源を日本再生のために活用する取組みは、まだまだ一歩を踏み出したばかりで、観光及びスポーツに比べれば、開発の余地が大きいというのが、率直な印象でございます。

いずれのテーマに関しましても、関係省庁におかれては、今年の夏までに、新しい成長戦略の策定に向けて施策の具体化を進めていただくよう、お願いいたします。

(風木日本経済再生総合事務局次長)

三村会長、取りまとめ、どうもありがとうございました。

本日の議事は、以上になります。今回の議論は、様々な論点が提起されましたので、事務局のほうでも整理させていただきまして、今、三村会長からもございましたとおり、年央、今年の夏の成長戦略に向けて検討を深めてまいりたいと思っております。関係省庁の方々を含め、御協力をどうぞよろしく願いいたします。

なお、今日の会議の内容は、事務局から後ほどブリーフさせていただきます。御発言については、発言者の確認を得て、後日、議事要旨として公開するという方式でございますので、どうぞよろしく願いいたします。

本日は、以上でございます。

どうもありがとうございました。