

産業競争力会議 改革2020WG（第4回）

（開催要領）

1. 開催日時：2015年4月3日（金）9:30～11:30
2. 場 所：中央合同庁舎4号館共用第一特別会議室
3. 出席者：

小林 喜光	株式会社三菱ケミカルホールディングス	代表取締役会長
竹中 平蔵	慶應義塾大学総合政策学部	教授
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
岡 素之	住友商事株式会社	相談役
御立 尚資	ボストンコンサルティンググループ	日本代表

（議事次第）

1. 開会
 2. プロジェクトに関する関係省庁ヒアリング
 3. 閉会
-

（田中日本経済再生本部事務局次長）

昨日に引き続き、各省庁から提案のあったプロジェクトについてヒアリングを行う。昨日のヒアリングの際、小泉政務官から冒頭に、オリンピック・パラリンピックが開かれる2020年に、「どこで」、「誰が」、「何を」実現し、どう世界に発信していくかということを確認することが重要だという話があり、その後も本日御出席の民間議員の皆様から、場所、主体、内容、そして政策意義が明確になるようなプロジェクトについての話をぜひ聞きたいという御指摘や、規制・制度改革をどうしていくか、特区をどう活用していくかといったことについても明確にすべきだという御指摘をいただいた。本日のヒアリングでは、そういった点について説明をお願いしたい。

それでは、訪日観光客の拡大に向けた環境整備についてヒアリングに入る。観光立国のショーケース化について、まず観光庁から総括的な説明をいただき、その後、総務省、経済産業省、国土交通省から個別の要素について説明いただきたい。

（蝦名観光庁審議官）

資料1「地域における観光立国ショーケース」をご覧ください。

ショーケースのイメージとしては、現在、ゴールデンルートと言われるところに全外国人の3分の2程度が集中しているが、それを外れた地方の都市をイメージして、そこに各省庁でいろいろ取り揃えている施策を集中投入した総合的な観光地づくりを実現して、地方への誘客のモデルケースをつくり上げていくといったことが必要ではないかと考えている。

取組の体制については、当然主体になるのは地域であるが、地域の民間を主体として中心的な役割を果たすDMOと言われるような組織を確立する。この組織がマーケティングをしたり、関係者の合意形成を図ったり、あるいはいろいろな事業の管理やマネジメントをしながらPDCAサイクルを回して進めていくということになる。それを地方の自治体も含めて、行政部局がいろいろな形で応援をしていく。

そうした主体が、具体的に、コンテンツや外国人を受け入れる快適な環境の整備を実施していくということである。これは各地方によって素材も違うため、全て資料中に書いてあることをやるということではないが、コンテンツのイメージとしては、例えば文科省との連携になると思うが、日本遺産のようなものを活用したものや、あるいは、農山漁村ならではの「食」や景観といったものを活用した魅力ある観光地づくり、あるいは観光資源、新商品あるいは伝統工芸品といったサービスの開発提供、自然環境を利用したエコツーリズムや景観あるいは歴史的なまちづくりといったものも使えるのではないかと考えている。

そして、外国人を受け入れる良好な環境整備に関しては、Wi-Fiの整備やアプリの開発、標識の多言語対応、バリアフリー、最近では道の駅なども観光案内機能を充実しているので、そうした対応や、2次交通の円滑化、通訳案内士の活用や免税店の更なる拡大といったことを実現していく。ここで主体となるのは、地域あるいはDMOといった組織のマネジメントのもとで地域が進めていくということだが、各省が持っているいろいろな施策を総動員して応援していくということだと思う。

そうしてつくり上げていく観光地を、実際には海外に発信して知ってもらえないと来てもらえないので、発信していくことが重要だと思う。観光庁とJNTO、政府観光局が一体となったビジットジャパンでの魅力発信が必要であり、放送コンテンツについても、総務省、経産省あるいは外務省とも連携をしながら作って、さまざまな国で放送番組のようなものをローカライズして放送したり、食文化、農山漁村の魅力を発信したり、あるいはオリンピック・パラリンピックに向けて、内閣官房や文科省とも連携しながら文化プログラムを発信することで地方、地域を発信していくといった形で一連の流れとして取り組んでいく。そうしたことによって、いわばモデル的な地域をつくり上げていくことが必要ではないか。

次のページは非常にざっくりとした工程表のイメージである。エリアを選別し、その地域で取組の体制を構築しながら計画をつくり、それぞれのコンテンツや受入環境の整備を進め、さらに情報発信をしていく、といったイメージで取り組んでいくのがいいのではないかという提案である。

続いて資料2をご覧いただきたい。前回、竹中主査から御指摘をいただいたことについて簡単に触れさせていただきたい。2003年以降、ビジットジャパン事業に取り組んでおり、アジアから成長を取り込むということで取り組んでいる。1ページ目に、GDPとアウトバウンド、それぞれの国の出国者数との関係をグラフにプロットしたものを記載している。竹中主査からも指摘のあったように、経済が豊かになっていくと、その分、出国者数が増えてくるという傾向が見てとれる。特に中国はGDPの伸び以上に出国者数が伸びる傾向にあり、旺盛な旅行需要をいかに取り込むかということが重要になってくる。

次のページに、為替との関係を記載している。為替については、相関性を示すことが少し難しい。為替も旅行の動機の1つの大きな要因であるとは考えており、特に近年の円安で安くショッピングができ、また、免税の仕組みを導入したことによって、割安感が非常にあり、日本の魅力を高めているということだと思う。ただ、現在の特にドルレートに関しては、2003年ごろと同じ水準になってきているが、国によっては為替との関係では相関性が薄いところもあるので、ある程度寄与していることはあると思うが、為替レートだけが大きく作用しているということではないと考えている。

次のページに、一例として、2013年7月からのビザの免除により、タイでは実に76%増といった大幅な伸びを見せていることを示している。マレーシアなども同様の傾向を示している。インドネシア、フィリピン、ベトナムについては、昨年11月からなので、まだ通年の評価はできないが、伸びてきているということであるし、中国も1月19日から緩和をしたところであるので、春節のときには非常に大きな伸びを見せている。

前回LCCに関する指摘もいただいた。台湾でのLCCの伸びを見ると、呼応するように台湾からの訪日数も伸びてきている。フィリピンも大幅な伸びを示しており、LCCの就航によるインパクトというのも要因の1つではないかと考えられる。

いろいろな環境整備をしたとしても、皆様に知ってもらえないと、日本をデスティネーションとしようということにはならないので、プロモーションを2003年以降継続的にやってきたことも寄与していると思っている。

そこでビジットジャパンの考え方ということで、特に訪日の促進の好機をとらえたプロモーションということで、先ほどのビザの緩和の機会を捉え、その国に集中的に日本のプロモーションをやる、あるいは、LCCが就航する機会を

捉えて新しい地域やルートを発信するといった取組をしている。また、民間企業との連携ということで、航空会社や現地の旅行会社との共同の宣伝や、免税店をやったときには、ジャパン・ショッピング・フェスティバルということで、日本に来れば今、お得な割引の購入ができるという宣伝を大々的に繰り広げ、誘客をするといったことも取り組んでいる。あるいはクールジャパン、海外放送コンテンツなどとの連携も重要だと思っている。

それから、2,000万人ということを目指していくとすると、桜というのは完全に東南アジアにも定着したイメージになってきているが、地域的な集中あるいは季節的な集中を分散して需要をつくり出すことも重要だろうと思っており、例えば冬、スノーシーズン、日本の雪といったものを売り込むことを展開している。

我々と政府観光局で、専門家も交えたマーケティング戦略本部というものをつくっており、国ごと、更には国の中でもそれぞれのセグメントごと、年代層やどういう趣向を持った方々がいるのか、ということ进行分析して、それぞれの国ごとのプロモーションの手段を選んでやっているところであり、こういった取組をしていきたいと考えている。

(鈴木総務省情報通信国際戦略局長)

資料3「訪日観光客拡大に向けた環境整備」をご覧いただきたい。

今回、改革プロジェクトを大きく4点取り上げたいと考えている。

1つが、無料公衆無線LANの環境整備ということで、全国のWi-Fiスポット拡大、そして、どこにそれがあるのかわかるようなシンボルマークの導入、なおかつ利用開始手続のシングルサインオンができるという手続の実現ということで、2020年にできるのではなくて、2020年にはこれが普通になっているという状況を目指したいと思っている。

2つ目が、多言語音声翻訳対応ということで、空港等日本の玄関口での活用及び医療、交通、観光等の通常、人々が利用することが想定される場面での10言語での対応を実現したいと考えている。

3点目は、デジタルサイネージの相互運用ということで、来日客等に対して情報の壁をなくすという意味では、災害時等の緊急情報のサイネージへの一斉配信やスマホとの連携で、その置かれている地域での個別の最適情報入手ということと、もう一つはオリンピック・パラリンピックに向けて4K・8Kのパブリックビューイングといったものを実現したいと考えている。

4点目は、放送コンテンツの海外展開ということで、まさに産官のオールジャパン体制で今、取組を進めており、目標としても2018年に売上高の約3倍を目指すことにしている。

テレビを見て日本に来たという観光客が大変多いため、これには最大限力を入れていると考えており、単に番組の提供だけではなく、それを通じて地域産品の海外での販路拡大等につなげていきたいということで、公衆無線LANに関しては接続の壁をなくし、多言語では言語の壁をなくし、サイネージでは情報の壁をなくし、放送コンテンツで日本のプレゼンス向上といったスローガンのもとに進めてまいりたい。

公衆無線LANのスポットは、実は都心部などでは大変多く存在し、逆に電波干渉が起きてつながりにくいところがあるくらいである。他方、通信事業者が自分のユーザーのみ使えるというところもありそのようなところを活用できるようにしたり、なおかつ1回登録をすればどこに行っても日本国内中は使えるといったものを実現したいということで、推進体制、すなわち、「誰が」という意味では「公衆無線LAN整備促進協議会」というものをつくり、スポットの整備の促進、そしてシングルサインオンの認証の促進、周知・広報をPTでそれぞれ行っている。「いつまでに」というスケジュール案として、2019年のラグビーワールドカップまでにはある程度、主要な観光地、防災避難施設等々では手続き等も整備がされ、その後、1年間かけて、使い勝手の改良等で、東京オリンピック・パラリンピック大会の際には誰もが使えることを目指す。周知・広報も共通のシンボルマークを制定して掲げるという意味では、ほぼこのシンボルマークはできつつあるので、周知をし、掲示を図っていただく。認証方式は今年度半ばぐらいまでに方式としてはできる。それを実証実験して、2017年からは実装していくことをスケジュールとして考えている。

2つ目のグローバルコミュニケーション計画推進として、多言語音声翻訳について、言葉の壁がなくなるという意味では、現在、4言語でVoiceTraという形で無料提供している。ただ、雑音の多いところではなかなか聞き取って翻訳が自動的にできない、あるいは文章が長くなると正確に翻訳されないといったことがあるので、雑音対策や、長文もしっかりと翻訳できる、あるいは翻訳精度を向上することを図り、10言語対応を実現する。「誰が」という意味では、推進体制として総務省及び関係者が集まり、「グローバルコミュニケーション開発推進協議会」というものができている。利用場所としては、全国ということになるが、主に空港、特に成田空港あるいはそこへアクセスしている電車、代表例としては京浜急行、そしてやはり来日客の多い東京都を中心的にやっていくことになるが、もともとクラウドでネットワークにさえつながればどこでも使えるものなので、そういった技術を大体2017年ぐらいまでには実証を終え、各地域それぞれで地域の地名、特別な言語、名産品名等を入れ、2018年からは実装、実用していった改良していただく。ワールドカップの頃にはほぼできていて、東京オリンピック・パラリンピック大会の頃には皆が実用できるという状況を目指

している。

成田空港においては、我々の開発したアプリケーションをNariTraという独自ブランドで採用してやっており、成田特有の言語をここに入れて対応している。京浜急行においても、駅の案内が持っており、京浜急行沿線の地名や駅名という独自のもの、あるいは空港へのアクセス等、必要なものを追加的に自身で入れて活用している。1つの展開例は、BtoBでそれぞれの利用のシーンに合わせて利用者の語彙を増やしていってもらおうということだと思っている。

3点目のデジタルサイネージの機能に関しては、ようやくあちこちの空間に、特に東京だと地下鉄にサイネージが設置されるようになったが、実はまだそれぞれにやっており、相互運用性が確保できていない。したがって、災害などが起こったときに、サイネージに一齐に「逃げてください」といった表示ができない状況になっている。そこで、一齐配信ができるような形の標準化及び相互運用性の確保や、多言語対応という意味で主要言語での表示に加え、個人に最適な双方向サービスとして、サイネージがWi-Fiスポットとして機能し、美術館、博物館、レストランのクーポンの入手等の必要な情報のダウンロードができるということを目指しており、片方で4K・8Kのパブリックビューイングで皆が集まって競技を見られる、あるいはイベントに活用できることを目指している。「誰が」という意味では、推進体制として、デジタルサイネージコンソーシアムという官民の団体があり、国が連携して進めている。「どこで」、というのは、当面東京都や、23区内含めて、オリンピック・パラリンピックまでに整備するということで、一緒に取り組みたいと思っているし、民間企業におかれても大手の商業施設を初め、全国で標準化がされると、もっと整備が進むということである。

スケジュール表としては、デジタルサイネージの相互運用性の確保のための全体の運用上の基準を調整するとともに、国内でまず技術的な標準仕様を作成し、それをW3Cの場に持って行って国際標準にすることによって、日本のデジタルサイネージを世界にも展開できるようにしたい。国際標準なので、相手国がいるが、2018年中には標準化を終え、19年のワールドカップまでには国際標準にのっとった相互運用性のできるデジタルサイネージが日本中に設置されているというものを目指している。

最後は放送コンテンツの海外展開について。各省と連携しながら海外展開に努めており、支援もしている。そういう中で、アジアの国においてジャパンチャンネルみたいなものが増えつつある。こういったものを進めていきたい。特に「Welcome To The Railworld 日本編」については、例えばマレーシアでは、番組の最後に必ず日本の新幹線、鉄道が出てくるということで、ある意味、日本の鉄道のPRを兼ねた番組となっているので、こういった形のものを増

やしていきたい。誰がという意味では、「放送コンテンツ海外展開促進機構」というものを設立しているので、そこを中心に各放送局あるいはコンテンツの権利者団体が協力して海外に展開していく。どこでというのは、当面はASEANを中心に考えてまいりたい。大体2018年には現在の海外売上高の3倍ということで、今は若干公的支援をしているが、ゆくゆくは民の自立によって海外にどんどんコンテンツを出していく、海外で日本チャンネルが幾つもできるというような状況を目指してまいりたいと思っている。

（佐合経済産業省生活文化創造産業課長）

資料4に基づいて御説明をさせていただきたい。

我々経済産業省はクールジャパン施策ということで、日本の良いものを海外に持って行って、それで海外の需要を開拓するという仕事をしているが、そこで日本のファンをつかって、本物の日本の良さを味わってもらおうということで、ビジットジャパンとの政策連携をさせていただいている。まさに、観光庁と共同の研究会も、先月始めたところである。日本の魅力を海外で発信して、日本に来ていただいて、インバウンドの拡大、外需の内需化を図っていくことが大事かと思っている。その際、本日の観光庁の資料にもあった日本型DMOのような地域一体となってさまざまなクールジャパン的な資源を観光資源としても活用しながら、地域の観光経営を行うという視点が非常に大事だと思っている。

我々経産省の施策として、現在取り組んでいることをこれからもやっていると、思っているところである。まず日本国内においては、地域には海外でも非常に評価の高いさまざまな伝統工芸品なり、それ以外の製品、サービスがある一方で、海外のマーケットで直ちに受けるかということ、少しそのデザインを変えとか、売り方を変えとか、そういった工夫が必要なものがあるため、我々はそこにプロデューサーを派遣する取組を行っている。資料では有田焼の器の例を記載している。これは「メゾン・エ・オブジェ」というフランスでの世界最大級の見本市に出展をして、実際に60の商談があって、4つの商談が成立したということになっている。こういった資源を活かすべく、我々でクールジャパンファンドという官民ファンドをつかっており、幾つか海外での事業を、クールジャパンファンドが民間企業と連携して始めている。1つ目はスカパーと組んで、世界22カ国でジャパンチャンネルとして、いろいろな日本のテレビ番組や、地域の旅番組といったものを展開している。これは既にインドネシア、ミャンマーで放送開始をしている。インドネシアなどでは既にHISと組んで北海道ツアーを番組の中で提供し、視聴者からレポーターを募って、その方に北海道に行ってもらって、雪の北海道を楽しんでいただいて、その内容をまた番組で流すということになっている。こういったことを通じて地域の観光情報を全世界

に発信して、日本ファンをつくって日本に来ていただく、インバウンドの拡大につなげていくということである。また、ジャパンモールについては、これも早いものでは今年末あるいは来年年明けぐらいから始まるが、大きなショッピング施設の中で地域の物産展を年間50回、100回やっていくものである。そのときに合わせて観光情報も発信していくといったことを考えている。

食の分野でも出資しており、シンガポールで日本食のフードタウンをつくる、あるいは全世界で和風ダイニングを展開していくというものである。あわせて日本酒を今、海外に展開しようということを政府全体で取り組んでいるが、日本酒バーなども併設をして、現在、海外の方も酒蔵ツーリズムに非常に関心を持っておられる方もいるので、そういう観光情報もあわせて発信をしていくことを考えている。

そういった外国の方に関心を持っていただける地域の観光資源というのはまだまだある。例えば、燕三条市では50以上の工場が1年のうち5日間工場の祭典の日というものを決め、50の工場のうちどの工場も自由に見学をしていいというイベントをやっている。2014年では1万2,000人以上の方が来訪されたということである。他にも、成田市などはフィルムコミッションがタイのテレビドラマの撮影の誘致に成功し、これによって2013年にタイからの宿泊客というのは3万6,000人だったのが、2014年には8万2,000人に増加をしているということである。先ほど述べた酒蔵ツーリズムなども、佐賀県の鹿島市というところで、作っている鍋島という大吟醸がインターナショナル・ワインチャレンジという品評会で、日本酒として一番の賞をとったということ、非常に注目が高まっている。そこで、海外の方にも情報を発信するというので、協議会が英語、中国語、韓国語でパンフレットをつくって、ホームページも多言語化をして情報発信をするという取組をしている。これによって2012年には3万人の酒蔵ツーリズムの集客状況だったのが、2014年には1万人増えて4万人になった。もちろん日本人が多いが、海外の方にもこういった地域の情報をしっかり発信をしていくというのが大事かと思っている。

こういう地域にある海外の方にも受ける観光資源を、先ほど観光庁の説明にあったようなDMOのように選定される地域の中で活用していくといったときに、地域の特色を生かした特区制度の活用を検討といったものが考えられるかと思う。既に札幌市で映像特区である札幌コンテンツ特区というものを申請して認定されている。これによって、札幌、北海道の風光明媚な景観をロケの資源として活用して、ロケを誘致することができるようになる。規制緩和の内容としては、通訳案内士法というものがあり、その特例を使っている。それから、道路での撮影許可や道路の占有許可について、1カ所で集約してワンストップで、関係行政機関と手続を迅速に進めるような協定を結び、円滑にその処理をしてい

るということである。札幌はこうした特区の制度によって、平成27年度にはロケの誘致、映像制作で経済効果144億円を狙っている。札幌からの映像の輸出額を2.3億円、映像コンテンツの視聴者として海外から札幌に100万人以上来ていただきたいということで、高い目標を掲げて取り組んでいる。

先ほど説明したように、地域の資源をうまく観光に使い出している事例というものはたくさん存在する。伝統的な観光資源だけではなくて、いわゆるアニメとか映画とか音楽祭とかも十分観光資源として活用できる。そういった地域が、札幌の事例などを参考にしながら、特区制度も場合によっては検討し、活用を進めるように我々もこれから地域との議論を深めていきたいと思っている。

(奈良平国土交通省総合政策局次長)

資料5をご覧ください。プロジェクトの概要が3点ある。

大会開催地の東京において、バリアフリー化を集中的に実現すること。幅広いユニバーサルデザインをシンボリックに演出、ショーケース化すること。超高齢化が進む我が国のベストプラクティスを内外にアピールするというのである。ここで東京というのは、注釈にあるとおり、成田、羽田、主要ターミナル駅、大会競技施設までのルート及び最寄り駅、東京の人気観光スポット及び最寄り駅などを結ぶ連続的なエリアを念頭に置いている。

その効果であるが、大会の円滑な運営に貢献することはもとより、訪日外国人の受け入れ環境の整備にも資する。あわせて世界のどの国も経験したことのない高齢社会を迎えている我が国において、バリアフリー、ユニバーサルデザインのあり方をレガシーとして残す。ハード面もレガシーとして残せると思うし、この取組の中で培われる日本人の心のバリアフリーの進展もレガシーとして残せると思う。

背景は、横の改革2020のキーコンセプトを必須の要素としている。さらにバリアフリーは国、地方公共団体、民間の協力により推進しているので、取組のプレイヤーはこの三者となる。

次に、どのような取組が具体的に説明する。まず資料中(1)であるが、現在バリアフリー法に基づき行っている取組は、継続して全国で着実に推進していく。昨年日本再興戦略で地方を含む観光地周辺の駅のバリアフリー化にも力を注いでいくことにしているので、これらの取組は着実に推進していく。ここで提案しているのは、それに加えて東京のエリアで取組を深掘りして、(1)にあるように段差解消のためのハード面の整備を加速する。また、(2)にあるように新たな車両も導入していく。さらに(3)の歩行空間のバリアフリー化を推進していく。さらに(4)トイレについて、日本のきれいで快適なトイレ空間、障害者用トイレを含めて、訪日観光客にも体感いただき、日本のトイレ文化、技

術力を世界に発信していく。(5)案内表示については、デジタルサイネージやICT等の新たな情報機器も活用して充実させていく。さらにピクトグラムと言われる絵文字についても、新たに必要となるものを検討、追加していく。さらに聴覚障害者に対する新たな機器等を導入して充実していく。(6)については、GPS電波が届かない地下街においても連続的な移動支援が行えるように、ICTを活用した新たな仕組みを導入していく。さらに(7)心のバリアフリーを進めていく。

これらの深掘りの取組や先進的な取組を大会開催地の東京で集中的に行い、バリアフリー、ユニバーサルデザインの空間を連続的に実現していく。いわば突き抜けた姿をシンボリックに、目に見える形で実現するということである。この取組は、同様に高齢化が進む地方にも東京に続けと大きな影響を与え、日本全体で障害者、高齢者が生き生きと暮らせるユニバーサル社会の実現を加速することになると考えている。

また、日本の背中を追いかけるように、他の先進国、アジアの国々も同様に高齢化の進展が予想されている中で、このような日本の先駆けた取組は、これらの諸外国に対しても強くアピールすることになる。

(田中日本経済再生総合事務局次長)

それでは、民間議員から御意見をいただきたい。

(小林議員)

国土交通省のユニバーサル社会の構築の中でのバリアフリーの進展と同時に自動運転を進めるといったことなど、本日の説明を聞いていると、総務省と国土交通省、観光庁、経済産業省でかなり近い分野でそれぞれ取り組んでいるが、されど一部抜けているというところをどう調整していくかというのが、今後かなり重要になるのではないか。

例えばユニバーサル社会の中で、省エネルギーやCO2の削減といったグローバルアジェンダを環境省と一緒に一体どう進めていくのか。そうすると、先ほどのWhat、誰が、どこで、いつ工程表をつくるのか。その際、これは世界のトップだからやるとか、グローバルアジェンダを解決するためのソリューションとしてやるとか、本当にそれをやることについて、昨日の竹中主査の話のように、コストフィーブルにできるのかどうか、また、地方の活性化にどう関与するのか、そういうWhyという部分ともかなり連携、整合させなければいけない。そういう全体のマトリックスを作りつつ、各省庁とのインタラクションの部分はどう整理していくか。ここまで煮詰まって具体的な話が非常に短期間に整理されていると思うが、次はその辺がポイントになるのではないかと思う。

また、いろいろなメディアを使っての世界への発信に関して、最近だとNHKワールドを私はよく見ているのだが、そこではいろいろな紹介もしているし、海外でアクセスが簡単にできる。ああいったものを中心にやっていくのは大事であるが、そこでは、やはり横のつながりをどう持っていくかというのが非常に重要ではないかと感じる。

(三村議員)

各省の取組は非常に具体的で、これだったら観光客はどんどん来てくれるのではないかという期待を持たせるような内容で非常に結構だと思う。ただ、観光というのはダイヤモンドサイドに力を入れるということも非常に大事だが、サプライサイドというか、その受け入れをどういう形でやるのかということも重要である。2,000万人という目標が本当に今の段階で正しいのかどうなのか。もしこれがもう少し上に行ったらボトルネックラインがもっと出てくるのではないか。そういう心配をするぐらい非常に順調にいつていると思うので、需要サイドの力と同時に、サプライサイドとして何がネックになり得るのかということもあわせて力を入れてやっていただきたいと思う。

いろいろ感心したのが、国交省から出している心のバリアフリーという言葉である。結局、日本に来てみんなが一番感心し、いい印象で帰るのは、やはり人々が親切だということである。いよいよたくさんの方が来る中で、心のバリアフリーという言葉自体は、主に障害者に対して焦点を合わせているのだが、観光客が町で困っているときに一歩進んで言葉をかけてあげるとか、あるいは妊婦やベビーカーを押している人がいたら、それに対して喜んで「かわいい子供ですね」と言葉をかけてやれば、彼女らはみんなに大事にされていると思うようになる。そういう意味での心のバリアフリーという話を、駅だけではなくて、全般に広げるということも必要なのではないだろうかと思う。

(岡議員)

本日は観光というテーマで、一つ一つの方向性やプロジェクトのイメージはできつつあると思うが、それをより効果的に、より実現性を高めるために、重なっているところの連携を、そろそろ言葉だけではなく、実際にやっていく必要があると強く感じた。

既に部分的には連携しているところがあると承知しているが、本日の発表を聞いて、改めて、具体的にこういう形で、この省とこの省はここでこういうふうに連携してやるんだということにまで、時間的なことを考えると踏み込んでいかなければいけない必要性を強く感じたので、ぜひお願いしたい。

それから、プレゼンテーションいただいたことの中で、札幌が特区で対応し

ていくという話があったが、全国的に規制を改革する必要がある場合には、どしどし挙げていただきたい。

（竹中主査）

各議員が発言したことに、全く賛成である。

6月に成長戦略の改訂版をつくるに当たり、それまでにこのWGでも何らかの取りまとめをすることになるということになるので、具体的に短い質問とアンサーだけいただきたい。

まずDMOに関して、現在、何カ所ぐらいしっかりとしたものがあると理解をしていて、それをどのように増やそうと考えているのか。

（蝦名観光庁審議官）

日本型のDMOというものをどういうふうにか考えるかによるが、正直申し上げて、しっかりとした形でのDMOという存在は今の地方の組織にはないのだと思う。例えばニセコの会社や飯田の会社など、株式会社で取り組んでいる組織もあり、そういうところはかなりDMO的な機能を担っているところもあると思うが、まだまだそういう意味では未整備なところが多いと思っている。

（竹中主査）

そうすると、2020年までに、例えばであるが、日本には世界遺産が今18カ所あって、そこでは最低限、DMOを持っていないとおかしいことになる。さらに、史跡として指定されているところのうちの3分の1や半分にはこういうものをつくるとか、何かそういう具体的なイメージを改革2020には入れていかなければいけないのだと思っており、そこをぜひお考えいただきたい。

それと観光戦略との関係で言うと、いわゆる入国のときのデューティーフリーは、日本ではあるのか。普通はあると思うが。

（蝦名観光庁審議官）

ないと思う。

（竹中主査）

普通どこの国でも、入国のときに空港でデューティーフリーがあるのに、日本はどうしてないのか。

（観光庁随行者）

一部の国で、外国人旅行者が入ってこられて購入して免税で入るとい、出

ていくほうではなくて入国時の免税というのにはあることにはあるが、日本には今ない。

(竹中主査)

それは空港が怠慢なのか。

(観光庁随行者)

そういうわけではないと思うが、これから入国される方に免税するということなので、理屈上は一定の整理が必要になる。

(竹中主査)

主要国にあるではないか。荷物が軽いほうがいいから、そういうことを1回検討してみしてほしい。

(蝦名観光庁審議官)

そこは整理するが、入国時の免税というのにはそんなに多くないのではないかなと思う。

(竹中主査)

そんなことはない。だからそこはぜひやってみてほしい。

なぜ入国者が増えたかということに関しては、分析していただいているようにビザの役割というのは大変大きい。入国者の増加は、ビザをどこまで今後緩和していくか次第だと思う。これによってもものすごく大きく影響を受ける。つまり、その気になればもっと増やせるということではないか。以前、1回議論して、安全とかを考えて総合的に判断していくということであったが、それにしてもどういうイメージで2020年までにやっていくのか。そのことについて、いろいろな省庁にわたっているだろうから御検討をいただきたいと思う。

Wi-Fiに関しては、現在、拡大に努めておられるのはよくわかる。これは象徴的に聞くが、私の同僚の村井純氏が、次の東京オリンピック・パラリンピックのときに富士山の頂上でWi-Fiが通じているかどうかという点を言及していた。つまり世界遺産ということで訪れた人がWi-Fiを使えるかどうか、という趣旨で彼はシンボリックに言っている。

(鈴木総務省情報通信国際戦略局長)

携帯電話は、夏場の開山のときは頂上までつながっている。だから携帯のテザリングは今でもできるし、さらに、携帯会社がやっているWi-Fiスポットがあ

るのではないかと想定されるが、確認させていただきたい。少なくとも携帯電話は確実につながる。

(竹中主査)

つまり申し上げたいことは、今、Wi-Fiが通じていないと何もできないので、ユニバーサルサービスとは言わないが、準ユニバーサルサービスのような扱いをしないといけない時代になっていると思う。ユニバーサルサービスと言うとまた大問題になるが、そういう観点から、世界遺産でどこでも通じるとか、主要な地方の駅、人口何万以上の都市の主要な入口では必ず通じるとか、そういう目標を持ってやっていかないといけないのではないかなと思う。

先々週に、ニューヨークに久しぶりに行ったが、どこでもWi-Fiが通じる。東京で今、とにかくWi-Fiを今すぐ使いたいと思ったら、私はスターバックスに飛び込むことにしている。つまり、街中ではWi-Fiが簡単に使える状況にはない。そのあたりの国際比較を含めて、どのぐらいWi-Fiが使えるようになって、準ユニバーサルサービスの的になっているかということ、改革2020の発想をしていただければありがたい。

それと本日の説明の中で、バリアフリーの話は大変重要なのであるが、ロンドンオリンピックのときは、地下鉄の駅全部を、どのぐらいバリアフリーになっているかということ、ランクづけをした。色でそれを表示して、この色の駅についてはどこまで車いすで行ける、ここは車いすで行けるといった表示をしたわけであるが、そういう発想で何色の表示の駅を幾つつくるとか、そういう問題設定が必要だと思う。完全にバリアフリーになっている駅が地下鉄の駅で何駅あるかといったような話はしているか。

(奈良平国土交通省総合政策局次長)

話をしている。大変重要な視点だと思っている。我々もロンドンがどうやったのかということはかなり調べたが、竹中主査指摘のとおりのことやっていた。同様にロンドンはマゼンタ色で全部やったとか、マップで展示できるようにしたということがあるので、我々も同じような取組ができるようにやりたいと思っている。他方、交通事情の違いがどうしてもある。ロンドンには、バス輸送が全体の6割、鉄道が3割なのに対し、東京は鉄道が95%、バスが5%である。また、ロンドン地下鉄のバリアフリー化率は25%、東京は90%超。バスのロンドンのバリアフリー化率は97%、東京は81%ということもある。こういった事情の違いはあれども、いいところは取り入れてやっていきたい。

(竹中主査)

国土交通省でバリアフリーの話があったが、一番重要なのは空港のアクセスである。バリアフリーにするのは大変重要なのだが、それよりもキャパシティをどう広げて、それで空港から都心へのアクセスを何分短縮するかというのが普通に考えたら重要なもので、そういう問題がこの中に、少なくとも今までの説明の中では出てきていない。当然検討していると思うし、それを担うのはJR等の民間企業なので、国がどこまでできるのかという問題もあるのかもしれないが、そういった要素は改革2020を議論するときには、どうしても欲しいテーマだと思う。それについては、どういう見通しを持っているのか。

(奈良平国土交通省総合政策局次長)

鉄道のアクセスの問題は、非常に重要な問題で、かねてから検討をしているところ。鉄道局の審議会で、アクセスできる路線の新設も含めてどうできるのかということを検討しているが、これは予想以上に時間がかかる。全てがオリンピックに間に合うわけではないが、アクセスは改善しないとイケない。大会期間中は鉄道だけではなくて、バスや他の交通手段も使って対応したい。これはかなり前から検討しているが、時間も費用もかかるということもあり、必ずしも東京オリンピックに間に合うものではないが、問題意識を持って取り組んでいきたい。

(竹中主査)

改革2020の中でどこまで言えるのか言えないのかということを経験していただき、事務局とも調整していただいて、議論の俎上に乗せていただきたいと思います。

(鈴木総務省情報通信国際戦略局長)

先ほどの答えになるが、富士山頂でキャリアのWi-Fiはつながる。それ以外の無料Wi-Fiは「山梨フリースポットWi-Fi協議会」というところが整備を進めている。当該協議会は、山梨県観光協会を中心に山梨を観光国にしたいということで、Wi-Fiを整備している団体である。そういった動きが出ているので、いつまでという段取りはできていないが、そう遠くないうちにできると思う。

整備対象に関しては、我々は主要な観光防災拠点と言っているもので、当然、世界遺産など主要な観光地は全て入ることになるが、「主要」をどこまで線を切るかというところで自治体と調整をさせていただいている。

(奈良平国土交通省総合政策局次長)

三村主査から心のバリアフリーの問題について指摘をいただいた。大変重要

な問題だと認識している。どうしても日本人はシャイなので、一言かけられないということがあり、レガシーとして心のバリアフリーが進展できるように取り組んでいきたいと思う。海外の方や地方の方が来たときに、最初に相手になる鉄道の係員、バス、タクシーのドライバーといったところの接遇がよくなるようにマニュアルをつくっていくことや、公共交通事業者を通じていわば国民運動的に働きかけていくということもやっていきたいと考えている。

車いすに関しては、手動のものと、電動のジョイスティック型及びハンドル型という3種類のものがある。問題が言われているのは大きい種類であるハンドル型である。手動とジョイスティック型は問題ないのだが、大きいものは電車の中に入って動かなくなる可能性があるので、日本ではわかりやすくなるように、このタイプのハンドル型だったら大丈夫だというステッカーを貼っている。海外の場合はいろいろなタイプがあるため、ステッカーを貼ることができない。それにどう対応するのかというのがイシューになっている。

(岡議員)

昨日のテーマの中で、改革2020の分野の1つにロボットというものがあつた。昨日も指摘したが、2020年までに世界最先端の車いすがつくれるのか。機能が多様化してコンパクトで、外国人のためというよりも、まず日本の高齢者や体の不自由な人が自由に動けるような社会にするために、ロボットの範疇に入るような車いすの開発が必要ではないかと昨日指摘したのだが、ぜひそちらの検討をしているところとも連携していただきたい。

(三村議員)

外国人がこれだけ来たのだから、相当程度の情報量があるわけだが、どういう要求や困っていることがあるのかという調査というのはしているのか。

(蝦名観光庁審議官)

空港において、四半期に1回ずつ、外国人がどういうところに行って、どういうふうに動いて、どこに泊まってきたというデータを収集し、また、随時アンケート調査なども行っている。例えば、どういうプロモーションを見てどういうふうに来たのか、競合国とどういう形で日本を選択することにしたのかといった内容を、サンプル数は多くないが、意識調査し、その効果というものがどういうふうに影響しているかということ調査している。

(三村議員)

これから2,000万人、3,000万人に訪日外国人旅行者を拡大するという目標に

役立てるようなデータがあるわけなので、ぜひとも活用していただきたいと思う。

（竹中主査）

ちょうど10年ぐらい前に議論をして、初めて国立大学で観光学部や観光学科というものをつくった。対して、オーストラリアの大学では3分の2に観光学科がある。観光学科や観光学部のような専門家と政府が協力していろいろな調査を実施し、それを政策に生かしていくというプロセスを、こういう機会を活かしてぜひ定着させていけば、今の三村議員の話につながっていくのかと思う。

（蝦名観光庁審議官）

海外の方が発信しているブログのようなどころで出てくるいろいろな声なども拾いながら、具体的にどうプログラムを行うかについて、それぞれの国によってまた関心が違うということなので、それぞれに対応していくことにも取り組んでいる。

（小林議員）

現在当たり前のように使っているWi-Fiやブログ、スマホといったものも、これらが5年先にはどうなっているかということは相当考えないといけないと思う。つまり、現状に合わせていくことが本当にいいのかということであり、どの時点の将来に照準を合わせて、その上で今何をすべきか、どう準備をするのか、そうした点について、スペシャリスト等と相当議論をしないと、出来上がった時には既に陳腐なものになってしまうような危険もあるのではないかと思うので、その点の議論をぜひよろしくお願ひしたい。

（鈴木総務省情報通信国際戦略局長）

そういう意味では、確かにスマホが出たときに、こんなに普及していくというのは誰も想定しなかったと思う。あと5年あると、多分全ての方がスマホを持って日本に入ってくる。アジアの動向だとGSMだが、多分3世代、3.5世代、日本の場合には去年12月に第4世代を割り当てて、より4Kに近いような画像が送れるようになった。5年後に4K映像を送れるスマホを皆が持ち込んで、どんどん映像を流すということが一番怖い。そういった場合の接続性の確保という意味でも、携帯のネットワーク以外にWi-Fiのネットワークをしっかりと整備するのが重要なことと、今の第4世代の次の第5世代ということで、距離は出ないけれども、非常にたくさんのデータが送れるといったものを、それまでに実現

するという意味では、最低限、接続性は確保する。そうしたら、あとはそれを持った人が来たときに観光情報を自分で取ったり、それも母国語で取ったり、あるいは電車が今どう動いているか状況が全部わかるという意味では、公的データを含め、ビッグデータを全部公開して、外国人が自分で検索して自分で好きなところに行ける、すなわち、主要都市の大きなホテルではなくて、家族経営の小さな町の旅館にまで行って、そこもホームページを持って英語ぐらいのページがあって予約ができるといったようなICTをとことん活用したような社会にしないと、インバウンドで2,000万人あるいは2,000万人を超えたときにあちこちで人があふれてしまう。まさに三村議員ご指摘の点は出てくると思うので、よほど効率的にしていけないといけなと思っていますので、そうしたことに向けて努力してまいりたい。

(田中日本経済再生総合事務局次長)

たくさんの指摘を民間議員からいただいた。どこで、誰が、何をという点について大変クリアに御説明いただいたプロジェクトもあるし、そこについてさらに詰める必要があるところもあるかと思う。

特に観光の分野では、幾つかの省庁からDMOを起点にしてやっていくということについて、基盤になる概念だという説明があったので、DMOをどういうところに集中的にやっていくかということについて、目標も含めて具体化をお願いできればと思う。また、連携という点についても、我々からまた各省庁をお願いすることもあると思うので、各省庁の間で各々連携について議論を整理していただけるとありがたい。我々でも怠りなく整理をさせていただきたい。本日の民間議員の指摘を踏まえ、さらにブラッシュアップをお願いしたい。

それでは、続いて、対日直接投資の拡大、ビジネス環境等の改善・向上のカテゴリにつき、ヒアリングを始めさせていただく。

まず、対日直接投資拡大に向けたビジネスカンファレンスなどにつき、経済産業省から説明をお願いしたい。

(飯田経済産業省貿易振興課長)

資料6をご覧ください。

対日直接投資の取組、最近の状況について概観を先に説明させていただきたい。対日直接投資については、オリンピックが開催される年とちょうど同じ2020年をターゲットとして、残高を今の18兆円の規模から35兆円に倍増させるという目標が打ち出されている。それに向けて、去年の再興戦略において、対日直接投資推進会議を司令塔として、政府横断で取り組むこと、また、JETROのワンストップ機能を強化すること、トップセールスを強化することなどが打ち出され

ている。3月17日に対日直接投資会議が開催され、総理出席の下で5つの約束というものが決定をされた。これは、外国企業の利便性を損なっているという指摘がなされている事項に、重点的に今後のアクションプランをつくったというものであり、当省関連の施策としても、小売業の多言語化や留学生の就業支援、JETROの機能強化、企業担当制などが盛り込まれている。こういった施策を今後実施してまいりたい。

そういったものに加え、昨年来、トップセールスを非常にハイレベルでやっており、ロンドン、ニューヨークで総理や自治体の首長にも参加していただき、日本の魅力を訴えていただいたということをやっている。

それから、4月1日にJETROのオフィスにおいて、内閣府と東京都が運営する「東京開業ワンストップセンター」が開設された。ここでは法務、税務、労務といった関係の職員等が常駐し、法人設立に伴う手続きが、まさにワンストップでできるという非常に画期的な取組がなされている。JETROと同じフロアにおいて、従来からJETROがテナポラリーオフィスを無料で貸し出しているが、そういった取組とまさに一体となって運用していく予定。自治体の取組に対しても、地方拠点強化税制の新設や地方創生交付金の新設といったことで財政的な手当を講じているが、それに対してJETROがサポートしていく体制も整えている。

JETROについては、これまで外国企業から相談が来たときに対応するという、やや受け身の対応が多かったが、2014年から能動的な誘致活動ということで、JETRO側から世界3,000社にドアノックをして、日本を売り込んでいくということをやっており、昨年度1年間で約100社以上の投資案件の成立に成功している。

こういった対内直接投資関連の取組に加え、我々としてはオリンピックを契機にさらに取組をやっていきたいと考えており、それがJapan Business Conferenceの開催である。これは、2020年のまさに大会が行われる年に、日本への投資に関心を有する外国企業のCEOを多数招聘して、総理、閣僚が歓待をし、ビジネスマッチングの機会を提供するというものである。これはロンドンで行われたBritish Business Embassyの取組も参考にしており、こういった前例もしっかり研究しながらやっていきたい。カンファレンスの際にこういった企業を呼ぶかということについては、それまでに誘致活動をしっかりやって、まさに有望な企業を特定していく作業というのが重要になってくるので、そういうものもしっかりやっていきたい。加えて、外国企業はオリンピックを契機にこういったビジネス機会が発生するかということに非常に関心を持っているので、我々でもそういったものを情報提供できたらいいのではないかと考えている。

地方での取組も非常に重要になるので、同様に自治体の首長がトップセールスを行う機会であるRegional Business Conferenceもオリンピックの前年ぐらゐから地方単位で開催できたらいいのではないかと考えている。地方での取組

は、分野や対象国などをしっかり重点化してやっていくことが重要だと考えているので、例えば、オリンピックの前年ないし当年度にその場で合宿を行うような国にも重点化して誘致活動ができたらいいのではないかと考えている。実際に福岡県は既にスウェーデンと合宿候補についての取り決めをしているため、現時点からそういった国との往来が頻繁になるので、そういった機会も使いながらしっかりと企業誘致をしていきたいと考えている。

(佐々木経済産業省新規産業室長)

あわせて、大きな対日投資のアンブレラのもとで、ベンチャーについても力を入れていきたいと思っている。グローバルなベンチャーエコシステムと、日本のベンチャーをしっかりと結びつけていくことが重要ではないかと考えており、例えばSLUSHということで、フィンランドでもいろいろなベンチャーのビジネスマッチングをやるようなイベントがあるし、アメリカの例も資料中で紹介している。それ以外にもオーストリア、ドイツ、イスラエル、香港、シンガポールなど、世界各国が世界中のベスト・アンド・ブライテストを取り合っているという状況ではないかと考えている。

そういう中で、東京オリンピックをにらみながら、例えば、オリンピックに合わせて日本が世界ベンチャーサミットを創設して、そこに官民の関係者を集っていただき、政府はGGベースの政策対話を行い、民は民で内外問わず、いろいろなファンドレイズ含めてビジネスマッチングを行う。そして官民でしっかり会議体をつくって、これを一過性のイベントに終わらせずに、継続して取組を続けていく。これを日本がまさに創設し、世界に発信していく。その1回目をまさに日本で開催するということを目指して、大きな対日投資のアンブレラのもとで、その先駆けとしてベンチャーも頑張っていきたいということである。

(山脇文部科学省国際統括官)

資料7をご覧ください。

2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向け、また、2019年にはラグビーのワールドカップが日本で開催されるので、それらを視野にスポーツや文化における国際貢献あるいはレガシーの継承ということを議論し、オリンピック・パラリンピックに向けたムーブメントを高めていこうということで、キックオフイベントとして、2016年に京都と東京で開催することを検討しているものである。リオデジャネイロ・オリンピック・パラリンピックは、来年8月にオリンピック、9月にパラリンピックが開催されるので、その直後の10月に日本でこのスポーツ・文化・ワールド・フォーラムを開催し、2020年に向けたムーブメントを高めていきたいということが基本的な考えである。

文部科学省が主体となる日本政府が、経済界、地方公共団体と連携して「スポーツ・文化・ワールド・フォーラム」を開催したいと考えているが、同時に世界経済フォーラムにおいて、30代、40代の若手ビジネスリーダーの会議を日本で開催するという構想もあるので、そこと連携をして開催ができないか。ダボス会議が持つ世界の発信力、メディアカバレッジを生かして、スポーツによる貢献や日本文化の魅力を海外に発信するというようなプログラムを組みたいと考えているところである。

内容としては、国際イベントや、民間企業経営者も含むワークショップの開催、文化イベントなどで構成することを考えている。スポーツの柱としては、「スポーツ・フォー・トゥモロー」というプロジェクトを考えている。これは、2020年東京大会の招致に当たり、安倍総理が提唱し、国際的にも約束した国際貢献プロジェクトである。2020年までに開発途上国を含め100カ国、1,000万人以上にスポーツ分野での貢献をしていこうというプロジェクトであるので、そのイニシアチブを加速していこうということが1つの柱になるだろうと思っている。その他にもスポーツ関係は開催したいと思っている。また、文化イベントに関しては、日本の文化、魅力を発信することだが、日本の伝統文化と海外のトップアーティストによる融合パフォーマンスや、京都の神社仏閣を舞台にした内外アーティストのコラボレーションなどによって、文化の新たな可能性、魅力の発信を高める取組も組み込んでいきたいと考えている。

世界経済フォーラムとの連携に関しては、世界経済フォーラムが有するアーティスト、ファシリテーター等の人材、国際発信のノウハウなどの面で連携を図りたいと考えているところである。現在、下村文部科学大臣と世界経済フォーラムのシュワブ会長のトップレベルでも、この進め方について交渉を進めていきたいと考えている。このフォーラムの狙いと波及効果については、スポーツ立国、文化芸術立国はもとより、観光立国を目指すために、我が国のスポーツ・文化のみならず、観光やビジネス創生等、2020年の改革実現とも連動した一連の活動のキックオフイベントとして位置づけられないかと考えている。つまり、2016年から2020年に向かう4年間の取組を加速する最初のキックオフイベントとして位置づけられないかということを考えている。文化イベントに関しては、2012年のロンドン大会でもカルチュラル・オリンピックとして大規模な各地での文化イベントが開催されたが、2020年までにそれを上回る全国各地で20万件のイベント、5万人のアーティスト、5,000万人の参加を目指すというような、日本の各都市の魅力向上プログラムを文化庁とともに進めていく。文化イベントの開始のキックオフに当たるという形の位置づけで、来日観光客2,000万人の実現に寄与したい。また、ビジネスカンファレンスや観光アクションプログラムなどとの連携を通じて、対日投資環境促進の創生にもつながるよ

うなものにできないかということをご構想しているところである。

また、地域・地方については、開催地あるいはキャンプ地、ラグビーワールドカップに関しても開催地が決まったので、そのようなホストシティにおいて、地域の日本遺産等の文化力を高めて、国際発信を進めていく場にもしていきたいと考えている。

特に世界経済フォーラムとの連携、官民の連携によって、内外のビジネスリーダーの参加を得て、発想力とか構想力の融合からスポーツ・文化に関連した新産業の創生や、日本ブランドあるいはスポーツ・文化というソフトパワーを生かした国際的な積極的な発信というものにつなげていきたいと構想をしているところである。

現在の日程については、10月19日の京都に続き、20日から東京でプレナリー会合を開催し、セッション、ワークショップなどを開催して22日までの予定としている。このプレナリーには世界経済フォーラムのシュワブ会長や、IOCのバッハ会長、ワールドラグビーのラパセ会長などの参加も得たいと考えているところである。

また、この準備のための実行委員会、準備チームを官民協働で推進体制を構築しつつある。政府内では、官邸の対外広報戦略チームや、国際広報室、オリパラ室、外務省、観光庁、経産省等の関係府省との連絡協議会、また、民間企業、地方自治体、国際交流基金なども含めた官民協働体制を既に始動したところなので、文部科学省内にも藤沢参与なども含めた官民準備チームをつくって、この推進体制もあわせて準備をしていきたいと考えているところ。

(田中日本経済再生総合事務局次長)

文科省から説明いただいた件については、改革2020の中でどのカテゴリに入れるか検討したところであるが、説明の中にダボス会議が開かれ、世界のビジネスビッグが集まられるということで、対日直接投資とコラボレーションできるところがあればという考えのもと、このカテゴリの中で説明をいただいたところである。

また、このカテゴリについては、単にイベントをどうするかということだけではなくて、成長戦略で進めているビジネス環境改善を世界にアピールするための場として使っていく。逆に言うと、それから逆算してこれを後押ししていくというコンセプトで、このカテゴリをまとめていきたいと考えている。資料は、成長戦略の中でこういったものが入っているかということの一例を整理したものであるが、今後、改革2020のプログラムを整理する際の工程表は、一体としてこの辺を整理させていただきたいと思っている。

(小林議員)

先ほどのグローバルベンチャーエコシステムに関して指摘したい。これは今年1月、イスラエルのエルサレムでネタニヤフ首相と総理が会談した際、ベンチャーを訪ねたり、経済担当大臣とも話をしたりした。彼らに相当日本から来てもらいたいという非常に強い気持ちがある割には、アラブとの関係を考慮したというのもあるかと思うのだが、中国や韓国と比べると、ジョイントでベンチャリングをやるといのは、相対的にあまり進んでいない。そういう中でグローバルに見たベンチャーエコシステムの会議体・フェスティバルのようなもので、掘り起こしを行って全体を見つめて、なおかつイスラエルとかシンガポールなどの国との間で、今までなかなか進みそうで進んでいないものをプロモートするというのは、非常にいいことだと思うので、ぜひより日程を詰めてやっていただければと思う。

スポーツ・文化・ワールド・フォーラムに関しては、日付までかなり明確にスケジュールリングされているのは評価できる。このくらい早く時間をとってもらわないとなかなか経済界はコミットできないのではないかと思うので、まず日程を押さえるというのは重要なことではないか。それぞれの人に早くアサインしていただいたほうがいいのではないかと思う。

(三村議員)

まず文科省の取組は、すばらしい試みだと思っている。我々はデフレを20～30年経験して、我々自身が日本に対する自信を失っていたわけである。ようやく経済的には何とか上向きを始めたことになるが、日本の良さというのはいろいろある中で、1つは文化だということだと思う。

こういうカンファレンスをやるといことは、これを契機に、我々自身がもう一度日本の良さを再発見することにつながるはずである。しかもそれは東京だけではなくて地方隅々にまであるということ、それを再発見するといことはいろいろな意味で観光にも役立つ。したがって、こういうスケジュールで進めること自体は、私は非常に結構な話ではないだろうかと思う。スポーツもそうだが、商工会議所でも何とか地方の活性化ということで、いろいろ取り組んでいる。今ある資源を再発見することによって、これを売り出すということが基本的なコンセプトだと思うが、こういう形で活動と結びつけていただければ非常にありがたいと思う。

経産省の説明に関して、東京オリンピック・パラリンピック大会に向けた取組として、日本全体でJapan Business Conferenceの開催をやるといことで、このことは非常に結構だと思うが、ただ、大事なことはここで何をアピールするのかということ。具体的に諸外国の人たちにアピールするものがなければ、

これは効果がない。したがって、例えばJETROが8項目を重点項目とやっているが、これは既に我々にとってアピールできる項目である。そういう特定項目についてアピールするということであれば、それはそれとしてどんどん進めれば良いと思うが、究極的には日本に投資することが多くの外国人にとってメリットがあるという先ほど出ていた事業環境整備という日本再興戦略そのものにかかわる話ではないかと思う。したがって、2020年を契機として、それまでにアピールできるものは何か、どこを重点的に改善するのか、そういうことをぜひとも経産省としても追及していただき、大きな声でPRしていただきたいと思う。

(岡議員)

私も文科省の本日の説明を聞いて、非常に中身が具体的で、かつ、時間軸もしっかりしているので、ぜひこれを実現して、成功させていただければと強く思った。

その上で、本日は文科省の発表という形で聞かせてもらったが、これだけのことをやるとするといろいろな省庁が関係してくるのではないか。既に文科省のアイデアの中にあるのかもしれないが、例えば、発信するときでも、海外に発信するとき、準備段階から、あるいは当日のことを映像に残して、それを全世界に発信するというようなことをアイデアとして考えるのであれば、総務省との連携も必要になるのではないか。これだけのことをやるとすると相当の人が来ることになる。実は前のテーマのときに観光客がどんどん来たらどうするか、受入態勢はどうするかという議論があった。オリンピックほどの人が来るとは思わないが、これをキックオフに使うという説明なので、2020年にこういうことをしたいというもう一つの絵があるが、そこにつながるような取組にしてほしい。

(竹中主査)

文科省のワールド・フォーラムに関しては、ここに至るまで下村大臣の大変強いリーダーシップがあって、山脇国際統括官を初め皆の苦勞があったことに、本当に敬意を表したい。

重要なことは、この試みそのものはすごくいいのだが、World Economic Forumと一体としてやるということが1つのボトムラインだと思っている。彼らが持っているメディアカバレッジの強さとか、国際的なネットワーク、それがあって初めてこの国際フォーラムが生きると思う。もしそういう関係が崩れると、国際フォーラムという名のローカルイベントになってしまう可能性もあるわけで、そこはぜひボトムラインとしてしっかりやっていただきたい。その意味では、これはオールジャパンで運営していくための連絡調整会議のようなアンブ

レラが大変重要で、ここにももちろん下村大臣のような方に入っていただくのだと思うが、オールジャパンの体制づくりが大変重要になってくると思う。そこをぜひお願いしたい。World Economic Forumのファンデーション・ボードメンバーをやっているが、あそこはあそこで霞ヶ関と同じような論理があるので、お互い譲るところは譲って、主張するところは主張して、ぜひとにかく結果を出していただきたいということを申し上げておきたい。

関連で、中身についても日本の良さをアピールするというのは大変重要であるが、同時に世界のイベントとしてやる限りは、グローバルアジェンダの解決に貢献しているというカラーが出ないといけないと思う。その意味では文化の中に入っているが、例えばヒューマニティーなどの概念についても議論していく。それがまさにグローバルアジェンダの解決に貢献していくことになるのだと思う。

また、資料中に全国で20万件のイベントと書いていて、これはイギリスで18万件ぐらいのイベントをやったことを意識して20万件としているのかと思い、大変いいことだと思いが、これを一体どういう形で進めていくのか。先ほどから連携の話が出ているが、そのイメージを知りたい。私もイギリスがどのようにしてそれをやったのかよくわからず、適当にばらばらにやって、結果的に18万件になっていたということなのか、多分、必ずしもそうではなくて、いろいろな調整をうまくやった結果だと思うのだが、その体制づくりみたいなものに少し心を伝えていただければと思う。

対日投資に関しては、私はここに書いてあるRegional Business Conferenceの役割というのは大変今回ユニークで大きいと思っており、具体的にどのぐらいの頻度でどのぐらいのものをやるのか、そのイメージをぜひ改革2020に反映させていただきたいと思っている。コンセプトは結構だと思う。どういう場所で、どういう回数を重ねるのか、そのことをお願いしておきたい。

(山脇文部科学省国際統括官)

岡議員から指摘のあった省庁あるいは関係機関との連携については、外務省、観光庁等の関係府省はもとより、官邸の対外広報戦略企画チーム、世耕副長官等にも参加をしていただき、国際広報の面からもどうしていくべきかという点も含めて取り組んでいるので、さらにそれを深めていきたいと考えている。

また、竹中主査から指摘のあった世界経済フォーラムとの連携に関しては、連絡調整会議の形など、官民協働の実行委員会の体制も含めて近々に立ち上げたいと考えているので、そことの連携を、下村大臣に極めてリーダーシップを発揮していただいているので、そのもとでつくっていきたいと考えている。

グローバルアジェンダの解決になるものに関しては、我々ももう一段高いメ

タレベルでのテーマというものをどう設定するか議論しているが、まだ提示するには至っていない。そもそもオリンピズムというものは人間の人格の形成、文化、教育も含めた形を目指しているので、そういう意味でオリンピック憲章を実現するという事は、このスポーツ文化フォーラムの目的と一致するのではないかという視点から、統一テーマのブラッシュアップを検討しているところである。

最後に、20万件のイベントの進め方に関して、文化庁とよく相談をして、ロンドンでの取り組みはロンドンだけではなくて、イギリス全土で行ったということなので、参考にしながらプログラムの組み方を考えていただければと思う。

（鈴木総務省情報通信国際戦略局長）

こういったスポーツ・文化・ワールド・フォーラムのようなイベントと各省連携ということで、岡議員からも発言をいただいたが、まさにスポーツも文化も、実は放送コンテンツの非常に重要な部分であり、こういう大きなイベントがあることを世界に発信するとともに、対日投資のためには日本で起きているスポーツや文化イベントをどんどん対外発信することも重要である。特にスポーツで言えば、例えばJリーグは、アジアで放映をしてファンをつかむといったこともやっているし、文化イベントも、先ほどのテレビ番組をアジアにという中では、東京のキー局ではなくて地方局がそれぞれ自分の地域のいろいろなものを発信するという中で、おらが村にこんな国宝がある、重要文化財がある、こんなイベントがあるということをしているところであるので、ぜひとも文化庁と連携をしてやらせていただきたいと思う。実は、スポーツ業界では、ICTがかなり使われており、センサーを体につけてデータをとる科学的トレーニングというものを、外国ではものすごく実践している。それにアディダスとかアシックスとかスポーツ用品メーカーが、すごく力を入れているので、まだそこまでの取組はできていないが、本当に日本のスポーツ強化という意味では、そういった技術を使った科学的トレーニングみたいなものをあと5年間やっていくことも必要ではないかと考えている。

（小林議員）

先ほどの三村議員の指摘に少し関連するのだが、対日直接投資の障壁として、去年あたりの海外の比較的大きい企業へのヒアリングの結果であげられていた、法人税が高過ぎること、コーポレートガバナンスがほとんどないということ、会社設立や契約締結に必要な公的書類やその手続き解説に関して英語の文章がほとんどないこと、エネルギー価格が高いということ、これらのほとんどがこの1、2年でかなり解決する見込みが見えてきた。JETROに限らず、政

府全体としての広報活動として、ここまで変わったということ、もちろん2020年のレバレッジにしてというのがあるが、十分発信できる段階に来ているのではないかと思うので、早く全体として訴えるドキュメントやメディア活動が必要ではないかと思う。

（田中日本経済再生総合事務局次長）

小林議員の指摘に関しては、かなりプライオリティが非常に高い事務になっており、政府広報官を筆頭にトップアイテムになっている。政府全体で、特に政府のIR活動を担っている財務省も含め、いつ、どこに、誰に、簡単に言うと投資家であるが、訴えかけていくか、という点に関して、かなり計画的に説明を行っているところである。何がいつどういう成果が出るのかというものを示したハンドアウトについても、首相官邸のホームページに何種類か相手の興味レベルに応じたものを英文にして作っており、統一的にそれを持って回っている。さらに、会うことができる人も限られてくるため、これまで政府の関係で会った外国の投資家をメーリングリストにして、それに対しても断続的にメッセージ発信をするという形をとっている。他方、会って話さないと、なかなかそこまで進んでいたのかということに気づいてもらえないところがあるので、関係の皆様方も含め、これからも引き続き協力をお願いしたい。

（三村議員）

今の件について言えば、一番いい広報活動は、日本の企業家が国内に設備投資することだと思う。我々自身が国内の将来に対して余り確信を持たないで設備投資を控えているという状況で外国に一生懸命PRしても、なかなか効果はないと思う。したがって、これからいい方に向かっていくと思うが、ぜひともそういうことに力を入れて、企業側の問題もあるが、よろしくお願いしたいと思う。

（竹中主査）

去年のダボス会議で総理が英語でスピーチしているというのはものすごく効いている。先日も政府広報の一環として、私や伊藤元重氏がスピーチをしたが、やはり総理や大臣が直接英語で語りかける機会を増やすことが決定的に重要だと思うので、各省庁で各大臣を突き上げていただくのが一番いいのではないかと思う。

（田中日本経済再生総合事務局次長）

先ほど民間議員からも指摘があったが、まさに何を投資のカンファレンスとか誘致の場でアピールするかが重要だという指摘が最も重要だと思う。各分野

のコンテンツも発信しないと、なかなか引き込めない一方で、こういった項目についても積極的にその場でアピールいただくために、どういう仕掛けをしたらいいのかということについても、工夫をいただくことを特にお願いしておきたい。それについては、我々もまたいろいろ意見交換をさせていただければと思っています。

それから、文科省からプレゼンテーションがあったスポーツ・文化・ワールド・フォーラムに関しては、本日の議論を踏まえると、文化、観光と、やはり成長戦略の後押しということで整理していきたいと思っているので、成長戦略のどの政策の後押し手段なのかということも整理していきたいと思うが、観光、対日投資両方に効くものかどうかということであれば、それぞれを仕込む手段だということで整理する必要があるかと思う。それにつき、主査や民間議員と議論させていただいて、整理をさせていただく必要があると思っている。

いずれにしても、対日投資なり観光の後押しということで整理するとすれば、その関係の省庁との連携、すなわち具体的にどういうふうに関係の省庁と連携を組ませて効果を発信していくのかということについて、さらに具体化をしていく必要があると思っているので、その辺についても検討をお願いしたい。

（竹中主査）

今後の取りまとめのスケジュール感は、また相談をさせていただきたいと思うが、とにかく余り時間がないということは気になっているので、具体化に向けてよろしくをお願いしたい。

（田中日本経済再生総合事務局次長）

本日と昨日の議論を踏まえ、少し論点を整理させていただき、主査、民間議員とも調整の上、こういうスペックでもう少し具体化を図っていただけないかということ、個別に議論させていただき、スケジュールを設定して、もう一回再検討の結果を出していただくことをお願いしたいと思っている。御協力をお願いしたい。

（以 上）