

第10回 経済社会の活力ワーキング・グループ 議事要旨

1. 開催日時：2018年5月18日（金）17:30～19:00
 2. 場所：中央合同庁舎4号館4階共用第4特別会議室
 3. 出席委員
主査 伊藤元重 学習院大学国際社会科学部教授
委員 伊藤由希子 津田塾大学総合政策学部准教授
同 大橋弘 東京大学大学院経済学研究科教授
同 羽藤英二 東京大学大学院工学系研究科教授
同 牧野光朗 長野県飯田市長
同 石川良文 南山大学総合政策学部教授（オブザーバー参加）
同 鈴木準 株式会社大和総研政策調査部長（オブザーバー参加）
同 高橋進 株式会社日本総合研究所チェアマン・エメリタス(オブザーバー参加)
-

（概要）

- （1）文化分野における民間資金・先端技術の活用推進と先進事例の横展開等について
（文化庁、凸版印刷株式会社よりヒアリング）
スポーツ分野における民間資金・先端技術の活用推進と先進事例の横展開等
（スポーツ庁よりヒアリング）

文化庁、凸版印刷株式会社、スポーツ庁より説明後、以下のとおり意見交換。

（委員）

VRのようにデジタルコンテンツ化されると、建物の設計データや仏像の細かい数値のデータは、美術館も共有するのか、それとも凸版印刷株式会社単独の知的財産権になるのか。凸版印刷株式会社の所有物になると、それを使いたいと教育機関など外部が言ったときに、どのような形で利用できるようになるのか。

利益が出てても経営努力認定がされるかどうかで利益計上できるかが決まるという話があった。美術館は、本来、そのコンテンツを提供することに関するリワードがあるべきで、凸版印刷株式会社は、様々な努力をして撮影し、細かくデータ化、アーカイブ化してずっと残る資料にするという活動について、収益事業としてやっていると思うが、どのような権利配分が望ましいと考えているか。

資料2の8ページにある新設・建て替え構想計画は新設が何件で、建て替えが何件か。新設に関しては日本の人口が減っている現状で、今更地方につくるのかという議論や、スタジアム自体はより便利になるかもしれないが、移転の場合今までのスタジアムはどうかといった議論が現場レベルで進行していることが多々あると思う。どのようなプロセスになっているのか整理していただきたい。

(文化庁)

そもそもデジタルアーカイブ化が遅れているのが日本の現状である。美術館だけでなく寺社仏閣で所有されている作品は、国宝や重要文化財を中心にスピードアップしてアーカイブ化を進めていきたい。その際、サムネイルデータは無償で利用できるのが国際的な流れであると思うが、高精細画像の利活用で海外において収入を得た際に、知的財産権としての仕組みをつくるのが一番の課題である。

海外の美術館では、単に学芸員ということではなく、キュレーター、インジケーター、アーキビストという専門家が配置され、例えば大英博物館では、マーケットにおいて、どの程度のものでどのくらいの収入を得ることができるのかを常に分析する専門家が配置されていると聞いている。日本はまだ、学芸員は全ての業務に対応する状況であるので、学芸員の知見を活かした仕組みづくりと人材の専門性、配置のあり方が課題である。今後、国立文化財機構の文化財活用センターを30人か40人規模に段階的に増やしていく予定である。学芸員だけではなく、デジタルアーカイブ化の促進、博物館等のコンテンツをいかに産業との連携による取組を促進するか、ビジネスに活かせるようにするかという点で活躍できる方に入っていただく準備をしている。

(凸版印刷株式会社)

コンテンツの権利関係、収益の配分に関して補足する。ケース・バイ・ケースであるが、当社が投資をしてコンテンツをつくり、上映、ライセンスの供与などで、何らかの収益が上がった場合は基本的にコンテンツの著作権は当社が持つことが多い。ただし、文化財ホルダーと共同でつくる場合は、文化財ホルダーにその収益、利益の何%かを還元するケースが多くある。映画のようなメジャーなものとは違い上映環境もまだ整っていないので、文化財を制約のない形でデジタル化ができる機会が増えることは、コンテンツづくりに大きく寄与すると考えている。東京国立博物館のミュージアムシアターに関しては、東京国立博物館と凸版印刷株式会社の共同事業ということで、基本的に双方が利用できるという形で進めている。

(スポーツ庁)

新設か建て替えかということについては、建て替えが中心である。全く新しいものが増えるのではなく、使いにくくなった、あるいは本当に古くなったということで建て替える場合が多い。建て替える際に、これまで観客席がありながら住民利用が中心であったものは、住民利用のために観客席なしのサブアリーナを建て、本体の観客席があるものは見るスポーツのように整備するという工夫をしている場合がある。

(委員)

1点目はKPIについてである。VRをやることが目的ではなく、どれだけ役立っているのか、文化経済政策の観点からの評価がないと、どのようなVRにしたらよいかという話が出てこない。そのような観点からのKPIが必要ではないか。そうでないとPDCAをどのように回したらよいかかわからない。

同じことはスタジアム・アリーナにも言えて、20拠点つくるということありきではない。20拠点つくることがどうしてスポーツの市場規模の拡大につながるのか、あるいは成人のスポーツ実施率を高めることにつながるのか。つながらないとすれば、どのような施設をつくるべきかという話をしなければならないのではないか。

2点目は横展開についてである。観光施策においても、スポーツにおいても、全ての自治体に同じことをさせるという話ではない。中核的な文化財、スタジアム・アリーナを各自治体につくると小さいものしかできない。ある程度の規模のものになると、メリットがある形での自治体の連携をしっかりと考えていかなければならない。観光であれば広域の周遊圏のようなものをつくる。これは自治体のみならず、国も積極的に関与するべきことではないか。そうであるならば、どのように横展開するのか、観光で言えばどのような周遊をつくるのか、スポーツであれば、どのようなところへアリーナを置くことが最もインパクトがあるのかという観点も必要ではないか。

(文化庁)

KPIについて、第1期の文化芸術基本計画の文化経済戦略において文化GDPという概念を打ち出した。27年度で8.8兆円であったものを18兆円にするというもの。例えば産業連関表をどこまでを広げるのかについて、統計のとり方は研究が必要であるため、今年度も調査研究をしているところ。その他、美術館・博物館であれば入場者数が挙げられるが、質的にどのように高まったかというのが見えないため、中身の定性的なものについてもKPIを掲げた。これをもとに5年間、フォローアップをし、評価をしてPDCAサイクルを回す最初の年が今年度であり、新しい手法も開発しながら進めていくこととなっている。

横展開にもつながるが、地方は文化資源が多種多様な状況である。例えば上野のような様々な美術館、博物館や動物園が集積する地区、寺社仏閣で外国人の方が多く集まる地区、伝統的な風景がある地区というところを文化庁で対応している。地方創生という意味では、地方の状況を踏まえた取組を展開していただきたいと考えている。1つの例として、クラスターという文化集積地区において、地域の文化財の魅力発信とともに、文化施設と周囲にある観光、運輸、鉄道やバス、旅行会社、ホテル、食文化なども含め連携して、周回コースをつくっていただく取組を今年度から5年間スタートさせる。大規模なものであるため、最初にスタートするのは、県が中心の広域的なものになるのではないかと考えている。クラスターの事業の中で、3年目、5年目に、例えば、交通機関も含めて連携した際の交通量の変化のような、地域での経済的な波及効果について分析し、地域の方々だけではなく外国人の方々も対象に、アンケートなども含め社会的、経済的効果のKPIを開発し、PDCAを回すこと

を今年度からスタートした。

(スポーツ庁)

スタジアム・アリーナの定義は基本的に来場者が楽しめる施設、見るための施設としている。したがって、KPIは来場者が増えることである。それが施設の収益増になり、周辺のまちづくりにもつながり、チームに収益が入ることで周辺のスポーツ環境の改善につながる。まちづくりの効果を検証しなければいけないという議論をしているが、来場者が増えることがわかりやすいメルクマールになる。

横展開について、サッカー、バスケットボールは、それぞれのリーグに30～40チームあるので、県に1チームが概ね目標になる。各都道府県に1チームずつあり、地域の活性化に貢献する。それがうまくいくと、ローカルリーグであるが、野球チームとサッカーチーム、バスケットボールチームが例えば新潟アルビレックスという統一した名前のチームにつながり、地域展開になると考えられる。

(委員)

日本の現代アートは、香港やニューヨークのアートオークションで値がついている。様々なオークションがある中で、デジタルコンテンツをどのように国の施策として流通させる仕組みをつくるのか。広告代理店とのコネクションをつくること、あるいは個人、企業、ゲーム会社、自治体、漫画と様々な主体と使い手が存在する中で連携によって市場をどのようにつくるかという戦略がないと、単にデジタル化するというだけでもよいかもしいないが、日本の文化財の力からすると、より発展的な可能性を有していると考えられるため、もったいないと感じる。

アリーナについて、決してハコモノから入っているのではない。箱根駅伝は民放と連携することで活況を呈しているところからすると、むしろソフトのスポーツリーグをどのようにやっていくかというところが先になれば、アリーナも機能しないのではないか。そのためのコンテンツは既に幾つか種になるものがある。メディア等と組んでどのようなやり方でやっていこうとしているのかについて、考えがあればお聞かせいただきたい。

(文化庁)

アート市場活性化事業を今年から始めようとしている。近現代の日本美術がアートとして海外にうまく発信ができていない、かつ、流通市場でどのように日本作品を乗せていくかという問題意識がある。これまで日本の現代アート市場の動向をきちんと把握できていなかった。また、若手作家のコレクションをどのように海外に発信していくか、キュレーションしていくということも余り意識できていない状況である。海外の美術館とのネットワークをオークションのことも視野に入れ構築していくことも、十分ではなかった。まずはアート市場活性化事業の中でそのようなことを意識した取組を今年から始めている。また、高

精細のアーカイブ化に取り組み、将来的には現代アートを捉えていくことも必要。国宝、重要文化財については、文化財保護法で基準作をもとに価値づけの仕組みができていたが、現代アートについてはまだできていないため、事業では価値づけの仕組みなども実証の中で取り組んでいくこととしている。

(スポーツ庁)

ハコモノの紹介が先に立ってしまっているのは御指摘のとおり。コンテンツの充実という意味では競技力の向上というのが大きいですが、競技として魅力を高めていくためにはITの活用と経営人材の充実が両輪が必要である。ITの活用についてはアメリカで進んでいるが、日本で展開している企業も多数あり、ある社長は、以前から野球の各チームにスポーツデータの分析を提供している。そのようなところから始めてテレビでの視聴をもう少し楽しくできるデータの提供あるいは分析、それが競技力の向上など様々なものにつながるという意味で、ITの活用が今後大事だろう。人材の関係については、Jリーグでスポーツヒューマンキャピタルという人材育成事業を展開しているが、経営人材が各チームあるいはリーグに足りていない。海外のビジネスモデルを取り込み、日本に適したスポーツビジネスモデルを広げる取組を展開している。そのような取組の中で、リーグの活動をサポートする。その1つとして既存のリーグに加えて、例えばバレーボールや卓球といった競技もプロリーグが展開できるようになっており、増やしていきたい。

(委員)

アマチュアスポーツの価値づけがかなりできそうな環境にあるが、組織の運営などにおいては選手がそのままやったということが多く、プロの経営的な観点が足りていないがゆえに付加価値があるところが価値化されていないというのが問題意識としてあった。

(委員)

どちらかという地域レベルで危機に瀕しているのは無形文化財ではないか。担い手を確保することが非常に難しく、レッドデータ化してきているのではないか。それとこの話がどのような形で結びつくのか。結びつかないとすると、そのような分野においては、文化財を保存し、資源化したものを公開、収益を保存に役立てるといったサイクルが回らなくなってしまう。それについてはどのような考えかお聞かせいただきたい。

スタジアム・アリーナについては様々な考え方があるが、実際に地域側として見ていて、各県に1つという話は、聞こえはよいが、例えば1部リーグ、2部リーグ、3部リーグとあった場合、リーグによってスタジアムのスペックが変わってくる。3部リーグから2部リーグに上がった際に、そのスペックを備えたスタジアムを地域がつくることは簡単なことではない。つまり、コンテンツとハードが本当に合致するかどうか、例えば3部から2部に上がるというのは、地域にとってはありがたいことだが、それに見合ったスペックのスタジア

ムをつくることができるかどうかは、別問題になる。そのようなことも含め考えていかなければ、横展開にならないのではないかと。

（文化庁）

文化財保護法では、有形だけでなく無形文化財、例えば芸能では人形浄瑠璃、能楽、歌舞伎、地方に伝わるお祭り、また、工芸技術では陶芸や染色、さらに、仏像や日本絵画の原料や材料の制作を保護対象としている。レッドデータとなるような状況を把握しているものもあり、どのように保護するかということで、研修など様々な原材料の確保などは行っている。無形文化財においては映像を記録として残していくことに効果があるのではないかと期待しており、今後、凸版印刷株式会社はじめ、様々な映像の先端的な技術を持つ企業には、無形文化財も含めた可能性を検討いただきたいと考えている。独立行政法人では東京文化財研究所で無形文化財の映像を多く撮っているが、今後は、公的なところは映像を観光やまちづくりに役に立てるということも、文化財活用センターの整備を機に展開を考えている。

（スポーツ庁）

プロのチームでもリーグの上位にいるのか、下位にいるのか、それが変わっていくではないかということは御指摘のとおり。リーグの側もそこが一番の課題という認識のもと、J1のチームはこの水準が現実的であろう、J2のチームはこうだろうという相場を見ながらやっているというのが実態である。例えば今回、あるチームが企業の貢献もあってJ1に上がったが、地元の盛り上がりとサポートする企業と両方がないと、J1維持は難しいと思う。その意味では地元の盛り上がりをサポートしてくれる企業、地元での取り込みも大事なポイントになる。その中で例えばJ2の基準を当面満たしていく、ただし、4つのサイドのうちの1つのサイドは観客席を置かず、後で追加整備が可能にするスタジアムの作り方もあるので、地域でできるぎりぎりの線を目指して取り組んでいただいているというのが現在のところである。

（委員）

文化政策のKPIについては、文化GDPもあるが、資料1の1ページで「文化政策の転換」の右側に丸が3つ書いてあり、これらを分解する形でKPIをつくるのが一番よいのではないかと。

無形文化についてだが、観光という観点でも、地方の無形文化あるいは風景が非常に注目されている。保存、保護という領域から踏み出して活用まで持っていかなければ、PDCAサイクルを回すことができず、結果として保護もできないのではないかと。有形、無形の別なく活用まで持っていく必要があるのではないかと。

スポーツについては、2020年に東京オリンピック・パラリンピック競技大会、2019年にはラグビーワールドカップもあり、スポーツの機運を盛り上げ、健康づくりにも活かすといった、スポーツ政策を進める絶好のチャンスがこの1～2年であると思うが、今の施策の中で

どのように位置づけられているのか。

(スポーツ庁)

2021年には関西でワールドマスターズゲームズという大会もある。注目を浴びているときにスポーツの周りでお金が回り始めることを目指したいというのが取組のきっかけになっている。大企業のドメインの1つに1割、2割程度スポーツを取り込んでいただくというのが、一番ボリュームとしては大きいと思っており、スポーツに我々も取り組むという企業の実感としても増えてきているというところが、狙っていかなければいけない最大のポイントである。スポンサーとなった際、どのように活かしていくのか、単に名前を出すだけではなく、スポーツを会社の取組として取り込んでいくというのをもう一步踏み込んでいただくことが、今後、継続的に取り組んでいただく際のキーになっていくのではないかと期待している。

(委員)

確かにお金を回すということもあるが、例えばロンドンオリンピックなどでは、地方で取組を募集し、オリンピックに出るようなハイレベルな選手と地域の子供たちが交流する、スポーツ施設を一緒に使うというところから始まり、スポーツ選手の育成、スポーツ医学、さらに健康医学にまで広げ、産学連携による健康機器、先端技術の開発までつなげている。短期的なイベントでお金をもうける、お金をつけるという話もあるかもしれないが、より中長期的なスポーツ振興とそれを健康につなげる絶好のチャンスだと思う。そのような意味で真の骨太の政策をつくっていただきたい。

(スポーツ庁)

1つの具体例として、日本でもNCAAのような大学スポーツの連携体をつくる取組を進めている。大学としてはスポーツ医科学まで入った取組をするNCAAのようなものをつくっていききたい、大学のスポーツ施設を地域の方に使っていただく取組を展開したいという意見が多数ある。大学の競技スポーツだけではなく、そのような展開をするための基盤として新しい組織をつくっていききたいと思っており、同様の考え方でスポーツ団体、学校現場の部活動が変わっていくというようなことを、それぞれの分野で展開している。

(委員)

オリンピックのレガシー事業として、そのようなものを立ち上げたらよいのではないか。政策として行われているのは存じているが、オリンピックをジャンプ台にするという意味でレガシー事業にしてはどうか。

(スポーツ庁)

現時点で我々が取り組んでいることは、全てオリンピックのスポーツ分野のレガシー事業であると考えている。

(委員)

資料2の5ページにサッカースタジアムとアリーナの事例があるが、公費削減効果以外の民間活力を使うメリットは、民間のノウハウで様々なことをしていただき、消費が拡大し、利用者が増えて活性化するということである。このような自主事業とその効果について蓄積していただきたい。アリーナについて、指定管理者から定期賃貸借契約へ移行したというだけで効果が1億円ということだが、市が管理運営したかもしれないものを指定管理にすると、指定管理の時点で公費削減が発生している。そのように積み上げるとよいのではないか。

(2) 地域振興や多様な人材育成の場としての高等学校の先進事例の横展開等

(文部科学省よりヒアリング)

文部科学省より説明後、意見交換。

(委員)

飯田OIDE長姫高等学校の発表を聞く機会に恵まれた。サクラマス・ドリーム・プログラムの話のように、地元の市役所や地元の企業でそのまま就職というのも良いが、個人的には、別の地域での教育や仕事を体験することで幅が広がる点も大きいと思う。地方に行くと、特に経済的な事情もあって、商業高校、工業高校、農業高校といった実学の高校を選んでいるという背景が多いように思う。対外的なプログラムを充実させるなどしてその点を何とかできればよいと考えている。KPIの中で数値だけではない、教育機会の拡大は大事である。

(委員)

若い人たちがまちづくりや観光面で貢献しているという話をよく耳にする。モデル事業をやるまでもなく、進んでいる地域ではそのような取組が既に行われているのではないか。むしろそれを吸い上げて、どのように制度化するかという取組を、モデル事業と同時並行で進めていかなければならないのではないか。モデル事業をやり、次に検証をし、そこでお金を切られておしまいとなると、何年かかるかわからない。どのように横展開を定着させるかという制度化に向けた取組も一緒にやっていただきたい。

もう一つ。改革工程表では、高校改革についてのKPIを高校にコミュニティ・スクールを導入している都道府県数と設定しているが、より積極的なKPIをつくることのできるのではないか。

(文部科学省)

教育費の無償化、負担軽減も進めており、地元に残ることは非常に大事であるが、東京に限らず様々なところに出て経験することは重要であるので、各学校でのKPIの設定において、そのような視点を検討したい。

また、モデルに関しては、先進的な事例は出てきている。我々も紹介した以外の事例も承知している。しかし、進んでいないところが大多数である。首長の話を見ると、県立高校は近くて遠い、敷居が高いという話がある。地元の市長、町長が県立高校にアプローチを試みたとしても、特に地方の高校の校長、先生は必ずしも地元の方ではなく、数年で異動することもあり、県の教育委員会はそのようなことに興味がないところも見てきている。モデルを構築し、本当に効果があるということを県の教育委員会に理解いただき、県の中で地域振興的な部署と県の教育委員会がしっかりと連携し、そのような仕組みをつくっていかねばいけない。その上で、制度化を法令で行うというよりは、各地域によって飯田市のやり方がどこでも通用するとは言えないので、良い例を増やしていく。将来的には、文部科学省で法令を一律制度化した方がよいということがあれば検討していきたい。

また、工程表については今後議論があると思う。この取組を推進していくのであれば、工程表に載せ、KPIをどのようにするか考えていく。

(委員)

まち・ひと・しごとのKPIの評価で最後まで残った課題である一極集中のソリューションの1つとして機能する可能性がある。地元のことを知らずに離れていく高校生が本当に多い。その人たちに帰ってきてほしいと言ったとしても、そもそも地元になにかあるのかわからないので、何も無いところには帰れないとなってしまう。そのような中で地元を離れる直前の3年間である高校時代に地域のことを学ぶことの重要性を県の教育委員会に理解していただくことが求められる。このようなものがあることを示して、その気になるのであればよいが、そうではないとすると、これは地方創生の要にもなり得る話であるので、これだけ効果が出るのだから、やらないとおかしいというくらいの思いが必要ではないか。そのような意味ではKPIはUターン率がどの程度向上するかで見てよいのではないか。

(委員)

大学でまさにこのようなことをやっており、中学は地元の先生たちは市町立ということで地元愛があるが、高校の先生は、少し距離を置く形になってしまう。教員の意識が余り強くないので、このようなことをするための指導の仕方も含め教員の意識改革が必要である。

(文部科学省)

まず県の教育委員会から変えていくということ。また、先生の意識というのはそのとおりである。一方で先生の負担は相当増えるので、コーディネーターが地域とのつなぎ役をやっていくことも必要である。県の教育委員会がこれをやると、教員、校長、教育委員会の意識

も変わる。また、教員にどのような理解を進めるかということも、文部科学省として何ができるのかを考えていかなければならない。