

# 行政調査報告書

- さいたまスポーツコミッション
- キャッシュレス推進協議会
- プライドハウス東京2019
- 渋谷区観光協会

令和元年11月21日（木）～22日（金）

大阪維新の会大阪府議会議員団

## ◇視察の目的

(さいたまスポーツコミッション)

大阪のスポーツイベントの誘致と開催支援を通じて観光や交流人口の拡大を図り、スポーツの振興と地域経済を活性化することの参考にするため。

(キャッシュレス推進協議会)

2025年の大阪万博開催など、これから更に国内外観光客増加が予想される大阪府における快適な観光・旅行体験が広がるよう、大阪観光の魅力発信と誘客促進が活性化するように、大阪におけるキャッシュレスの環境整備を加速させる参考のため。

(プライドハウス東京2019)

多様性をテーマに掲げる2020年東京オリンピック・パラリンピックをきっかけに、LGBTの選手やその家族や友人、そして観戦するみなさまや、地元の参加者が性的指向・性自認(SOGI)に関わらず安心して集い、交流する施設を視察し今後、LGBTが暮らしやすい社会の実現に向けての参考とするため。

(渋谷区観光協会)

今後の大阪でのナイトカルチャーの発掘・創出のため、大阪府において主にインバウンドの観光客を対象とした夜間公演等のナイトカルチャー事業の参考とするため。

## ◇視察期間

令和元年11月21日(木)～22日(金)

## ◇視察参加者

三橋 弘幸(団長)、泰江 まさき、中司 宏、坂上 敏也、  
坂 こうき、上田 健二 計6名(随行なし)

## ◇視察先

≪第1日目/11月21日(木)≫

○さいたまスポーツコミッション(埼玉県さいたま市浦和区仲町4丁目2-20)

○キャッシュレス推進協議会(東京都港区新橋2-11-10)

≪第2日目/11月22日(金)≫

○プライドハウス東京2019(東京都渋谷区神宮前6-31-21)

○渋谷区観光協会(東京都渋谷区道玄坂1丁目12-5)

## ◇視察日程

11月21日(木)

参加者：三橋弘幸、中司 宏、坂上敏也、泰江まさき、上田健二、坂こうき

- 11：13 東京着  
11：29 東京発（7番ホーム、快速上野東京ライン・宇都宮線 古河行き）  
11：53 浦和駅着（徒歩でツットソルへ）  
13：15 一般社団法人さいたま市<sup>°</sup>-ツミツヨリ 担当：上遠野  
    } 当日「勤労者福祉センターときわ会館」を使用—  
    さいたま市役所西側  
14：40（調査事項）・地域のスポーツ振興と地域経済の活性化への取り組み  
15：10 浦和（快速上野東京ライン）  
15：39 新橋（徒歩ですぐ）担当：福田 ★  
16：00 一般社団法人キャッシュレス推進協議会  
    （東京都港区新橋 2-11-10 9F）  
    } （調査事項）日本のキャッシュレス化推進の取り組み、課題、今後の展望  
17：30  
18：00 ホテルグレイスリー新宿  
    （新宿区歌舞伎町 1-19-1 TEL03-6833-1111）

○11月22日(金)

- 10：15 ホテル発（徒歩で）  
10：30 プライドハウス東京 2019  
    （東京都新宿区新宿 3-1-32 新宿ビル 1号館）  
    } （調査事項）プライドハウスの概要と役割 担当：松中  
12：00  
13：00 一般財団法人渋谷区観光協会 担当：堀  
    } （渋谷区道玄坂 1-12-5 渋谷マークシティ 4F クリエーションスクエアしぶや  
    内）  
14：30 （調査事項）・ナイトアンバサダーほか  
    JR 渋谷駅(山手線)～品川駅へ（4分間隔・所要13分）  
15:00⇒15：13  
15：47 品川発（のぞみ187）  
18：10 新大阪着

## ◇視察の内容

### 【一般社団法人さいたまスポーツコミッション】

日 時：令和元年 11 月 21 日（木）午後 13 時 15～14 時 40 分

場 所：勤労者福祉センターときわ会館

調査項目：地域のスポーツ振興と地域経済活性化への取り組み

説明者等：一般社団法人さいたまスポーツコミッション総務企画課リーダー 新倉 尚樹 氏

### （概要説明）地域のスポーツ振興と地域経済活性化への取り組み

#### 1. スポーツ振興まちづくり計画と取組

さいたま市スポーツ振興、まちづくり条例の制定が平成 22 年 4 月施行されて、こちらは、国が平成 23 年施行なので、それに 1 年ぐらい先駆けて制定されている形になっています。

清水市長が平成 21 年に実施したいとのことで就任されているので、その時のマニフェストの掲げられているものです。その条例の中で、さいたま市スポーツ振興まちづくり計画の策定がうたわれていまして、これに基づいて平成 23 年 7 月に策定されました。

将来像として、「健康で活力のあるスポーツのまち さいたま」日本一スポーツで笑顔あふれるまちへということが掲げられています。

お手元の【概要版】さいたま市スポーツ振興まちづくり計画の 5 ページの「基本戦略」に「スポーツとまちづくりの広範な分野の連携による総合的なまちづくりを推進し、生涯スポーツの振興とともに地域コミュニティの形成・醸成を図ります。」と定められています。

広範の分野とは教育・文化・環境・経済観光・健康福祉・都市計画こういった分野とスポーツが連携して、まちづくり進めていく。その上の重点施策について、（4）スポーツコミッションやスポーツボランティアを活用したスポーツイベント支援形で、この中にもスポーツコミッションという言葉がうたわれることとなります。

これに基づいた具体的な施策として、活動ですが 4 つの活動をしています。

1 番目が「する」スポーツ活動になります。具体的には、自然に親しみ、豊かな心と身体の健康づくりを目指すウオーキングイベント「さいたまマーチ」こういったものを実施しています。

それからブラインドサッカーの国際親善試合ということで、「ノーマライゼーションカップ」を開催する。こういったものを「する」スポーツ活動として行っております。

次に「みる」スポーツ活動としまして、「ツール・ド・さいたまクリテリウム」や「さいたま国際マラソン」サッカーの親善試合である「さいたまシティカップ」など開催しています。

3 点目の「まなぶ」スポーツ活動として、市内をホームタウンとするサッカーチームが

2チームありますので、浦和レッドダイヤモンズ、大宮アルディージャ。そういった団体による子ども向けスポーツ教室の開催や、小中学校の授業への人材派遣などやって頂いています。

埼玉県内に西武ライオンズとかバスケの埼玉ブロンクスとかのチームのプロ・アマ併せて9団体のトップチームによるトークイベント等の実施を「まなぶ」スポーツ活動の一環として行っている。

最後に「ささえる」スポーツ活動として、市民に対するスポーツ実技指導等を行う「スポーツ推進委員」の活躍。少年団などのチーム、クラブの運営支援、スポーツ大会やイベント運営支援などを行う「スポーツボランティア」の活動になります。

こちらがスポーツ振興まちづくり計画に関する取組になります。

続いてスポーツコミッショナーの関することとして、国際スポーツタウン構想というものがあります。

平成28年3月に策定されたもので、具体的には「国際スポーツタウンの都市像」を掲げています。

- ・市民からトップアスリートまで、多くが集う都市
- ・国際的スポーツ競技の開催環境を持つ都市
- ・スポーツ関連イベントを通じてブランド価値を創出する都市
- ・スポーツと地域経済が連携した都市

を掲げています。

もう一点「さいたま市スポーツ施設の整備・運営に関する指針」が一年後に策定されますが、その中で「新たな交流を創出するスポーツ拠点の整備として」後ほど説明しますが、さいたまスポーツシュレ整備構想というものがこの計画の中で掲げられました。

この計画の中でこれらの取り組みを主体的に推進する組織として、さいたまスポーツコミッションが挙げられている形になります。

こういった市の施策の背景の基、スポーツコミッションが設立されました。さいたまスポーツコミッションについては、平成23年10月設置をされております。

全国初の自治体主導のスポーツコミッションの設立ということで、当初は、公益社団法人さいたま観光国際協会、市の外郭団体の中で、事務局を担当していました。地域のスポーツ振興と地域経済の活性化に寄与するスポーツ大会・イベントを誘致していました。開催に必要な会場の調整や宿泊をはじめ専門業者の紹介など様々な準部・運営を支援していました。

お手元の「さいたまスポーツコミッションの取組み」の資料をご覧ください。

こちらの2ページをご覧くださいまして、一番下、設立までの経緯のところ、さいたま市は伝統的にサッカーが盛んでして、独自のサッカー文化を育てていました。単独市でJリーグの複数クラブ、J1浦和レッズ、J2大宮アルディージャの本体となっているのは、本市と横浜市だけとなっております。1993年、Jリーグのスタートを契機の市民のサッカー熱を新しいまちづくりに活かして、サッカーの普及発展の振興等を目的として、旧浦和市において、サッカーのまちづくり計画が加速しまして、その後2001年の浦和市、

大宮市及び与野市の3市合併を経て「さいたま市サッカーまちづくり推進協議会」として発展し、本協議会を中心に、サッカーを核としたスポーツのまちづくりを推進するための様々な事業を展開したところです。

そうした土壌の中、2009年11月にさいたま市が重点的に取り組むべき施策を盛り込んだ「しあわせ倍増プラン2009」が策定され、その一節に「新たな観光客の獲得策として平成23年度中のスポーツコミッション創立」が明記された。翌年には基礎調査並びに基本計画策定作業策定委員会を組織し、検討を実施し、2011年3月に基礎調査報告及び基本計画策定。同年4月に社団法人さいたま観光コンベンションビューロー（現：STIB）内に担当を配置し、同年10月3日にSSCを設立したところです。

本市では、スポーツ振興を施策の重要課題のひとつとして位置づけており、健康で活力ある「スポーツのまち」の実現を目指すため、2010年4月に「スポーツ振興まちづくり条例」を制定し、同条例をもとに2011年には「スポーツ振興まちづくり計画」を策定、生涯スポーツの振興及びスポーツを活用した総合的なまちづくりも推進している。

ちょうど同時期に、国のスポーツ関連施策にも動きがあり、2010年にスポーツ立国計画（文部科学省）、2011年にスポーツ基本法（同省）。スポーツツーリズム推進基本方針（国土交通省観光庁）が相次いで策定、制定されたことも追い風となりました。

次に事業化にあたって、を説明します。

本市基本計画において、スポーツコミッションが担う役割を考慮すると、①行政領域を超えて機動的、かつ柔軟に活動する必要があり、行政内組織では十分に機能を発揮できない可能性が高い。②スポーツイベントの誘致活動はコンベンション誘致活動との共通性が高く、既存のSTIBと同一組織での事業活動が効率的、かつ互いの連携によりシナジー効果を発揮することも可能である。との理由から、STIBにて、事業化されたものである。そこで、学会等のコンベンション誘致活動の経験から、スポーツイベント誘致活動においても必須条件ともいえる、会場施設の優先確保並びに財政支援を早急に制度化するとともに、基本的な活動内容はコンベンション事業のノウハウをもとに展開していくことになった。

こちらのA3のペーパーをご覧ください。

こういった背景のもと、さいたまスポーツコミッションが設立しまして、次に実績ですけど、平成23年から28年までの実績としまして、さいたまスポーツコミッションが主体となって誘致・支援しました実績として、合計として211件という形になっています。

右側の「スポーツイベント開催に伴う経済効果」として、一番右の平成28年を見て頂きますと、全体で106.5億円になっています。誘致件数は47件、この中でさいたまスポーツコミッションが主体的に絡んでいるものとしましては、一番下の35.9億円のものと同段黄色の「クリテリウム分」小さいのですが、上の赤色の「さいたまマーチ分」があり、これらを合わせると65.8億円という形になっております。なので、106.5億年中65.8億円が、さいたまスポーツコミッションが絡んでいる、約60%ぐらいの経済効果を生み出していることとなります。

お手元のA4の資料、こちらが最新の平成29年度の数字になります。

最新では、68億円になっています。その中で「クリテリウム分」が約30億円という形で半分を占めているというような内容となっています。

又、A3の方に戻ってください。

このような形で平成23年度に設置されまして、7年間この活動を続けていたところですが、一般社団法人化する形となりました。具体的には平成30年12月に社団法人化しました。

4番目の法人の概要について説明します。

法人化の目的ですが、スポーツを核に複合的な事業展開で自主財源を確保し、地域住民に求められる公共的なスポーツサービスを提供し、地域への経済効果も創出する「ハイブリット型事業体」モデルを具体化することです。

これまでも公共的な地域の経済効果を創出していたのですが、自ら自主財源を確保することが、一般社団法人化の一番の目的です。

法人化として目指す姿としましては、

- ①環境変化に柔軟に対応し、より戦略的で機動的な取組みが可能となる。
- ②民間企業等との連携体制の下、施設の運営・管理業務の受託など新たな収益事業モデルの構築により自主財源を確保し、組織の自立性が高まる。

現在の組織体系ですが、社員総会、理事会を置きまして、その下に事務局体制で行っています。事務局には、総務企画課、大会誘致支援課、事業推進課の3課体制で運営しております。総務企画課は全体の総務、経理を統括しております。大会誘致支援課については、既存の誘致支援事業の他に「さいたまマーチ、ツデーウオーク」等を行っています。事業推進課については、「さいたまクリテリウム」を担当しています。

役員については、代表理事、今年の3月から池田純氏になっておりまして、色々と施策の指揮をやって頂いているところです。副会長に先ほどご挨拶しました遠藤がやってまして、常務理事、理事の4名の役員体制です。現在事務局は16名体制で行っています。

今行っている事業内容については、スポーツイベント開催誘致支援を行っています。こちらは様々なサポートを行っていきまして、プラス助成金の交付を最大200万円の交付を行って誘致の支援をしている形になります。

2015年にはフィギアスケートの世界選手権大会の誘致をしまして、かなりの経済波及効果がありました。

それから「さいたまマーチ～見沼ツデーウオークの開催」ウォーキングイベントで、2日間で、のべ8,600人ぐらいが参加する予定になっています。こちらは今後1万人のイベントにするという目標を掲げて推進しています。

3点目はSフィールドで、荒川の河川敷にある「大宮けんぼグラウンド」という、広大なスポーツグラウンドがあるのですが、そこは野球場8面とテニスコート10面をスポーツコミッションの方で借り切りまして、それを市民の用に供している。きちんと利用料を取りながら進めている事業です。

「ツール・ド・フランスさいたまクリテリウム」については、こちらの団体の予算の半分規模を占めている大きな大会になります。世界最高峰のサイクルロードレース「ツデー

ル・ド・フランス」の名を冠とした自転車競技イベントで、この前の大会を含め9回開催されたイベントになります。

大体さいたま新都心に10万人以上の方がいらして、ご覧になっているようなイベントになります。「スポーツシューレ事業」については、新規の事業で、端的に言いますと民間の事業者とコンソーシアムを組んで様々な事業を実施していくという流れになりました。平成31年3月19日に協定を結んでいます。現在、事業者としては、J:COM、ラフレさいたま、浦和レッドダイヤモンズ、埼玉大学、大宮アルディージャ、NTTデータ経営研究所、NTTコムウェアとさいたま市、さいたまスポーツコミッションの計9社が参加している形となっております。それぞれのプレイヤーの強みを活かして、様々な事業を推進するという形で進めている事業になります。

具体的には、「浦和南高等学校におけるスポーツの教育的効果の実証プロジェクト」ということで、これもICTをかなり利用した事業となっています。

まず、実施内容のその1としましては、生徒個人がアプリを利用して、自分で映像の確認が出来る、それで自分で分析して課題を発見して、改善に取り組んでいく。

こういったプロセスを生徒個人でやって行く。

実施内容その2として、部活動による教育的機能の効果を調査して頂いて、部活をやっている人、やっていない人で、その後、社会に出てどれだけ変わるのかを数値化して、図っていくという事業を実施しています。

今、ラクロス競技におけるICT活用トライアルというのも実施してまして、GPSのデバイスや心拍計のデバイスを利用し、どのように選手が効率的に活動しているか、そういったものも事業で進めています。

この事業は主体的にスポーツコミッションが担っている活動になっています。スポーツシューレですけど、実現していないのですが、最終的には一体型プログラムというのをやっていきたいと思っています。ひとつのスポーツシューレの形として大規模キャンプのコーディネートをしたいとの形がありまして、大きいバスの手配から、関連セミナーの手配、練習施設の手配、試合場所のセッティング等々を一連のプログラムを組んで、提携した事業者と一緒にプログラムとして進めていくことを計画しています。

第一弾としまして、来年3月にマレーシアのジョコール州というところが、マレーシアの国体のためのキャンプをこちらのさいたま市の方でやって頂けるということで、このプログラムに沿った計画を進めているところです。以上が主要事業になります。

最後、予算規模について、これらの事業を進めるにあたって、予算規模として、大体9億4千万円、その内約半額ぐらいが、市からの負担金、補助金でやっていますので、まだまだ市の財源に頼ってやっているというところが、現状となっています。

簡単になりますが、説明は以上です。ご清聴ありがとうございました。

#### (質疑応答)

Q：eスポーツの件で、国の方でも定義がないということで、大阪の方も色々検討してまして、Web競技というと優勝賞金でいうと、30億円という非常に大きな大会でし



て、恐らく日本でもこれから一般でも開催されると思うのですが、民間の Web 会社が推し進めているということで、具体的にはどのような方法で開催を考えていますか。

A：2年ぐらい前から、eスポーツについての考え、アーバンスポーツについて、どう考えるか。色々検討していましたが、当時はeスポーツについては、やりませんでした。

さいたま市はスポーツに特化した街ですから、体を動かして、市民スポーツというのを市長が提唱してしまして、それは、ただスポーツをやっているだけでは絶対数値が上がらないもので、考えていることは買い物に行くのも運動ではないか。自転車の乗ることも運動でないか。だから市民スポーツを提唱して、健康の水準を上げとこうと、いう風な話をしている街なので、eスポーツは運動かといえは、やっぱり、なかなか厳しいかなって。率直に言いますとゲームをやっているだけじゃないか。そういうゲームをやる世界に推奨して良いのかと。実は私自身かなり悩みまして、それほどやる必要がないのでは。もう少し社会的に普及してからで良いという話にしていたんですが、いざ、やってみると、どんどん世間の方が早くなって、国体とかオリンピックで取り出されることになるとは予想がつかなかった。それで冒頭言いましたとおり、定義づけは置いといても、これだけ多くの子供たちが参加するなら、何か魅力が当然あって、いわゆるゲームメーカーが金儲けのためやっているだけではないのでは。実は関係者と話しているうちに子供が引きこもりから、外に出てくるきっかけにもなるという、全く考えたことのないような視点で言われたり、eスポーツ連盟の女性が実は埼玉県職員の職員で、その彼女から聞いた言葉で、そういった効果もあるというようなこと、色々な話を聞いた中で、もっと色々な人から話を聞いたところ、やはりゲームメーカーが儲かるのですね。

例えば、幕張とか色々なところでやっていますが、入場料は取っていません。

入場料取らないでも、一週間で何十万人も来るので、では、その莫大な運営費をどのようにしているのかは、任天堂から他のモンスターラップをやっている会社とかサイゲームとかやっている会社とか、自分たちでお金を出しています。

それなら大赤字ではないのかと思うのですが、彼らはゲームをやることによって、アイテム課金、ゲームで勝つためのアイテムを購入する。それからグッズ。ゲームの攻略本とかの売り上げが全体の割合の占める中で、稼いでいることを教えてもらいました。

では、我々のようにゲームメーカーでない自治体、企業が主催した時に運営して黒字になるのかどうか。我々もそこしかないと思っていますが、単純に主催しました、入場料取りません。ゲームメーカーには参画してもらい、どこで儲けるのか？特別協賛金というところしか、今のところ思いつかない。ただ、これだけの数が集まるわけですから、かなりの協賛金が集まるという話は聞いていますが、そのところもう少し掘り下げていかないとどうなるのか、市は何かの成果があれば予算をかけてやることは出来ます。

ただ、我々は公共事業として考えている訳でないので、実際、儲けにならなければ我々手を出さないわけで、どうしても収益を上げるためにこと組織を立ち上げたわけですので、どういう風にするのか、そこら辺が見えない限り踏み込めない。定義づけがどうのこうのでもなく、やるか、やらないかのところに来ている。ちょっと答えになっていないのですが、そのような状態です。eスポーツに関しては躊躇しています。

Q:スーパーアリーナという大きな施設がありますね。収益を上げるにはイベントを繋いでいくのは難しいと思いますが、その他との連携がどのようになっているか？それと大阪の方でも万博記念公園で、大きなアリーナを造るとのことで、西日本地方で造りたいとの思いがありまして、その時に実際に採算が取れるのかが問題になります。その辺の連携とかプロモーションとか担っているのかお聞きしたい。

A: スーパーアリーナの営業は元々埼玉県が行っていたが、何年か前から株式会社スーパーアリーナが立ち上げられ、そこが運営している。

スーパーアリーナの組織運営委員会があって、そこに県やさいたま市の職員もいる。我々自身スーパーアリーナの活用することが多いので、ほぼ役員等と会っています。色々事業の協力とかしてもらっています。県の施設なので、県側の方が、距離が近いと思います。営業は非常に好調で、年間稼働率も70%を超えています。これは事実上の100%であり、数日間のメンテナンスに必要な日以外は稼働しています。

昨年大規模修繕を行いまして、空調から全部直しまして、こちらがクリテウムで借りるにしても、1年前から会場を抑えるのが精いっぱいにして色々なことで変わってしまうとアウトになるところがあります。

不測の事態があっても対応できない場合があります。

メインアリーナは3万6千人です。コミュニティーアリーナが可動式だが、4千~5千人入ります。記念総合体育館がありますが、それだけではだめで、どうしてもアリーナを造りたい。5千人から1万人規模のスポーツアリーナを造る作業を水面下で進めています。

それで既存のアリーナと競合しない、5千人から1万人あれば良い。実は5千人から1万人の一番需要が高いにも関わらず、ハッキリ言うとないのです。市内にスポーツ施設、体育館がいくつもありますが、特にひとつ大きい体育館もあるのですが、そこくらいしかありません。今はあらゆるPリーグが発足したり、バスケットのリーグがあったり、本当に稼働率が高くて、まして、市民も活用する。市内のクラブも使わなければならないということになってくると中々厳しい。どうしても民設民営で我々も使える施設が必要。そうなってくるとまだまだ、箱ものが足りない状況です。

Q: 大きな物を造っても埋まっていない、そういう思いもあったものです。全く違うのですね。

A: 取れないです。我々が優先権を持って一年前に調整会議で抑えるのですが、やりすぎると市民のために体育館を造ったのに厳しい状況です。

Q: 2点ありまして、スポンサー的な方が10社1億円集まりそうと聞いたのですが、出して頂ける方へのインセンティブ、スポーツコミッションに出資することのインセンティブはどう想定されているのか、営業活動する中で、どのようにご説明されていますか。もう1点は、部活動との連携は非常に面白いと思いますが、スタートで言うと中学校、高校と同じように始める子どもたちも多いと思いますし、さいたま市が核になれば、市全体でやることになる。そういうことも検討されているのか。例えば全員のスポーツの練度を高めるとなると。先生が、サービスで部活動の顧問とかやっているに限界がある

から、部活動は専門の講師プラスαで仕事になるような先生が居れば、いいなあとかの相談を受けるのですが、そういう部分で、さいたま市で、中学校や高校の部活動を強化するための独自の施策とか、考えていることがあれば、お聞かせ願いたい。

A：まず、出資企業のメリットをご説明します。そもそも立ち上げる時に、市で広域事業はそのまま継続しています。ツール・ド・フランスも一緒に我々引き受けました。そこで悩んだのは新規事業やるにあたってどういう事業投資するか、その金をどう準備するか、色々考えた中、市の予算だと、御存じのとおり2月議会で予算もらって、入札するとずいぶん遅れてしまいます。クリテウムも実はそれで苦しんで、最終的には、市でやっている時は12月補正予算を組んで1月から契約をして、2月から準備を始めるそれでやっと追いついたところですよ。それと同じことになり兼ねないので、自己資金を集めるしかない。当然市も出資の状況等入っていますので、ただ、市は4分の1を超えると完全に外郭団体の位置づけになってしまうので、我々の思いと違うので、4分の1未満の2,450万円市から出してもらって、残りを民間から集めて、10社。当初は、もっと集めようと思ったのですが、メリットの中で議決権を持たせる、いわゆる出資イコール社員でイコール議決権を持って、我々の上に、口出し出来る。数多くなると非常に大変だろうと。あとスポーツ業界で民間のものと規模が違うので、10社或いは12~13社でいいだろうと。それで白羽を立てたのがまず、レッズやアルディージャは外せない。

彼らとは、二人三脚ですとやってきましたから、クリテウムはJCOMが冠スポンサーで、彼らも入れている。それから人材派遣会社、そして旅行会社、金融機関は各事業の窓口、会費、参加費等に必ず銀行がなるので、3つの銀行とeスポーツのサイバージという形で決めた。

まずメリットは、組織運営の議決権を持つこと。我々の構成員であることの露出。

例えばこれから作りますが、記者会見を行う背中のボードに参加者の名前を入れます。

ビジネスカレッジをこれから立ち上げます。その参画が出来る。名刺と一緒にやっていることの露出が出来る。実は出資するにあたって、参加することのメリットを必ず言われます。結構言われます。そういうメリットをいくつか積み上げていまして、我々は議決権があるのは結構大きなことで、それでパートナーになることです。元々、何十年もパートナーとしてやっていますという口説き文句で、ほぼ落としました。皆さんが元々関心のあるところを狙いました。

浦和南高校はスポーツに特化した授業を行ってイまして、サッカー部自体はインターハイに出場する強い学校です。実証実験の効果が得やすい学校と思いました。

やはり、さいたま市も中学校、高校の部活動の問題がありまして、外部指導員を検討してイまして、教育委員会の方で動いてイますが、うまくいっていない状況を聞いてイります。

スポーツコミッションとしましては、中学校の女子サッカーが中体連の組織がないので、今、さいたま市に2校しかない現状でして、本来では、部活動よりかは、増えて行けばいいのですが、先ほどの部活動の外部指導員の問題とか、先生が関与できない問題がありまして、スポーツコミッションとして中学生が気軽にサッカーの出来る場を設けて、やりたくてもできない。特に女子サッカーが出来る形を整備して、事業として取り組んでイります。

Q：2点お聞きします。ツール・ド・フランスさいたまクリテリウムですけど、ツール・ド・沖縄とかツール・ド・東北とかあるのですが、ツール・ド・フランスを掲げていますが、どのようなきっかけで出来るようになったのか。

それと名前を使うことによって、お金がかかると思いますが、どれぐらいかかるのか。

それともう一つ、色々な競技を誘致されていますが、今後どのような競技の誘致を進めていますか。世界大会とか誘致を進めているものを参考でも教えて頂ければ。

A：ツール・ドですね。これはジャスターという組織ご存じかと思いますが、市長等がオランダに行った時に、クリテリウムをやってくれる国を探していた時期にコンベンションが開かれて、そこで紹介してもらったようです。

ロイヤリティーは117万ユーロです。契約がそういう風になっていました。

あと、放映権も手に入れませんでした。海外放映権は英総、国内放映権は日本と最初に決められていました。海外放映権こそ、実はお金になるのですが、最初から押さえられていました。国内の放映権では、まだ、ツール・ドは視聴率が良くない。

それと排他権。スポンサーの縛りがずっとあった。この企業は駄目、この企業もダメ、僕は市長が働きかけ、自動車の本田、三菱、日産と声をかけていて3000万円ずつもらえる準備をしていたが、自動車は駄目だった。

海外でやる場合はドルやユーロを使うので為替の問題等大変なことが多い。

現在は代理店に任しているが、当初は直営でやっていたから、色々大変だった。

2点目のこういった大会に誘致していくかですが、戦略としてはニュースポーツに着目しています。

理由は2点ありまして、まず、今後発展していく点、オリンピック種目になった場合、大きく発展する。ふたつ目は、ニュースポーツは競技団体がしっかりしていないので、例えば地方の組織があるとそこが踏む絵をしてくれるので、誘致しづらくなるが、それがない分誘致し易くなる。その二つの理由から進めています。

今後は大会だけでなく、合宿も誘致していく戦略で考えています。

Q：協賛の話ですけど、eスポーツだったり、イベントで、大阪でやった場合、飲食店の出店や色々な歌をやったりとか、イベントで収益を稼いだとおもいますが、協賛金を取った時にそういった、音楽とか大きなイベントで協賛金を取っていかうとしているのか？それとも本来のスポーツだけで取っていかうとしているのか教えてほしい。

もう一点はスポーツコミッションの方で、国体等で優勝している人とか、有能な選手の個別的な支援を何かやっていますか。

A：2点目の個別支援はしていません、あくまでもチーム主体、競技主体、そういう形で支援しています。個人支援は業務としては考えていません。協賛ですけど、企業がお金を出す意義は、ひとつは、自社のブランド、会社名自体を上げるため、あるいは知ってもらうため、商品販売の大きき寄与するケースもあると思います。

Q：埼玉スポーツシューレの仕組みの中で、産業の創出・活性化・支援等行くと書いていますが、具体的なこの支援とは、こういった支援なのか？もうひとつは施策の展開でスポーツと様々な文化が連携するというのがありますが、どのような連携か？

A：1点目の産業創出支援については、まだ、具体的にできていません。構想としては、連携企業と一緒にコンソーシアムみたいなものを造って、そこで新たな新規事業を構築していく。

Q：文化との連携は。

A：具体的には難しいが、自転車の文化の醸成。埼玉県、さいたま市は自転車王国です。全国でもトップクラスの自転車販売台数です。クリテリウムが1日のイベントの終わりだけでなく、文化に繋がられるイベントでないか。市長は年前に自転車まちづくり条例を作りました。掲げる目標は10年で自転車専用道路の整備、すでに60kmから80kmここまでは計算済みだったのですが、広い道路の方は造れますが、最後の100kmは至難の技だと思っています。非常にさいたま市は道路が狭いです。それで少し転じてサイクリングロードも整備の中に入れようと、それには単に道路整備だけでなく、サイクルカフェとか置いてやっていく、最終的にこういうことをやって行くことによって、自転車の文化そもそもが、安全の分野の議論だけでなく、文化としてもっと根付くのではないかというのが市長の考えで、自転車文化を造ろうというのが、実際の市長の掛け声です。で、クリテリウムだけでなく、自転車連盟と融和してしまして、来年にプロリーグが出来ます。それに先んじてさいたま市にチームが出来ます。我々はそのを支援していきます。我々の事業で彼らをバックアップしていく体制で、彼らに子供の自転車教室やイベントをやってもらい、彼らにプロリーグ選ばれるように。彼らと一緒に自転車の文化を造っていく。今後スポーツと文化は表裏一体になっていく。

#### 【キャッシュレス推進協議会】

日 時：令和元年11月21日（木）午後16時00～15時30分

場 所：東京都港区新橋2-11-10 9F

調査項目：キャッシュレス推進の取り組み

説明者等：キャッシュレス推進会 事務局長・常務理事 福田 好郎 氏

#### （概要説明）キャッシュレス推進の取り組み

政府の方針の2016年だとインバウンド向けでやっていましたが、2017年の未来投資戦略の中で、キャッシュレス決済比率という単語が出てきて、その中で20%になっているのを10年後に40%に引き上げるのを目標として掲げられることになりました。

それを受けまして、現在、政府全体でみると経済産業省がキャッシュレスの主管課となりますが、経済産業省の方で2018年4月に「キャッシュレス・ビジョン」というペーパーを出して、この中では、2027年までに40%でなく、もう少し足早に2025年に40%を達成する。2年前倒しをうたわれております。

だが、中々自然の原理に任せていますと、どうしようもないとのことで、推進母体が必要とのことで、翌年の未来投資戦略の中で、キャッシュレス推進協議会の設立が宣言されました。

これを受けまして、私どもの協議会は昨年7月に立ち上がっております。

今までキャッシュレスと言えば、銀行などが中心で話が進んでいましたところ、どうしても提供するところの意見が強かった。なので、使われるキャッシュレスのためには、使われる方の意見等を届ける必要があるということで、中立的に両方をちゃんと見ましょうということで、

私どもの設立となりました。

業界構造となると更に複雑で、キャッシュレスを大きく言うと、クレジットカード、電子マネー、デビットカードが一般的で、多く使われている手段だと思います。

クレジットカードというのは、カットマンバイン法という法律に縛られています。経済産業省の所管です。電子マネーは資金決済法という法律、これが金融庁。デビットカードは銀行法でして、今まさに金融庁での分野横断別の法整備とかされていますが、一言でキャッシュレスと言っても、それぞれの手段に応じて、色々な決済手段、法律に応じて、所管官庁が違う。

他方、消費者からすると、法律が違うから、少し違くと、色々なズレが生じると。

我々としては、業界間のギャップを埋めるという、省庁間を超えてキャッシュレス化を推進するという、取り組みを行っています。

キャッシュレスは非常に幅広い分野を取り扱うので、官公庁、金融庁、経済産業庁というところは、分かるのですが、犯罪に使われないように、マネーロンダリング対応が必要な部分では、警察と話したり、病院ではキャッシュレスが使えないところが非常に多いと言われていますので、厚生労働省を含め、病院でのキャッシュレス化を検討しています。国土交通省は乗り物のキャッシュレス化。外食産業は農林水産省の所管ですので、飲食店のキャッシュレスのために農林水産省とお話をしたりしています。

我々としては、中立的に色々な省庁と話しをしながら検討を進めています。

最近自治体の首長さんが興味を示すことが多く、現場が困って、まずは協議体に加盟することも多い。若しくは現場で課題意識があって、入りたいというのもあります。

入る方も様々です。例えばインバウンド、観光部という方もいれば、商工労働部の方もいれば、IT関係の部署の方が窓口になっているところもあります。

とは言え、多く自治体さんに最近良く入って頂いています。

業界団体さんは、全国銀行協会、クレジット協会といったところが、キャッシュレス提供者側であります。利用者側では、スーパーマーケットやチェーンストアやフードストアさんなどの協会が多く加盟して頂いていて、我々としては、キャッシュレスの関する高い関心が伺えるのかと思います。

現在77自治体の加盟して頂いていますが、残念ながら大阪府さんは未加盟です。

我々は大阪商工会議所や大阪府の方ともお話をさせて頂いていますが、東京都も入っていない。大きな組織となると意思の疎通が難しく、自分たちの部局だけで判断できないとの話を聞きます。

自治体のキャッシュレスも我々検証していますが、いくつかの自治体で聞くのが、水道料金は何とか使えるが、市民プールに行くが使えないとか、要するに部局によって使えるキャッシュレスの手段が違う。よく聞くと、契約主体が部局単位で行うので、市民からすると同じ府の施設を使っているのに関わらず、こっちはこれ、あっちはそれ、との違いのギャップが生じているのが多くあると聞いていて、自治体でも縦割りであると感じているところでは。

我々も今、色々な検討会を開催しています。

ひとつはキャッシュレス・ロードマップで、中長期的な我が国のキャッシュレスがどうなって

いくのかということを検討しているところです。

どういうことか言いますと、2020年の家族層が2030年も同じ家族層になった時に彼らの生活がどのように変わっていくのか、という対比を見ながらかれらのキャッシュレスのあり方を検討していく。

今のところほっておくと「何とかペイ」が多くなったり、色々な方向でキャッシュレスが進んでいく。

そうすると無駄な投資も発生し、あんまり縛るものではないが、一定方向に訂正するようにやって行きたいと思っています。

「消費者・事業者インサイト調査」があるのですが、これはキャッシュレスを使わない理由で、「使いすぎが怖い」「お金の感覚がなくなり、ありがたみがなくなる。」みたいな話をよく聞きます。

多くの調査がそこで止まってしまいますので、「なぜ、浪費をしてしまうのか。」例えばクレジットカードなら分るけど、電子マネーは入っている分しか使えないとか、本当にそうなのかとかという調査を深掘りしていくようなキャッシュレスの阻害要因も調査していく。

「教育と体験の提供」ですが、キャッシュレスを聞いたことがあるけど、良く分からない。

たまに消費者の方と話しをするのですが、平日の昼間にやるので、大体ご高齢の方が多いのですが、大体30人ぐらい集まると電子マネーを持っている人は2人ぐらい。ただ、スイカを持っているかと聞くとほぼ全員が手を挙げる。このようにキャッシュレスの手段を持っていても使う気持ちになっていない。使えるとっていない人が沢山います。そういったところに紹介していく。ただ紹介しても使ってみようという時は忘れてしまっている。で、体感してもらおうということ、今、やろうとしている。

あとは自動サービス機です。自販機とか駐車場の精算機といったものが、まだまだ現金しか受け付けていない。ここら辺をどういう風に増やしていけば良いか。

自治体への普及。皆様にキャッシュレスに慣れ親しみ生活して頂きたい思いがあるものの生活上にどうしても現金が必要な場合があると、どうしても現金から離れられないので、自治体に置いても特に窓口業務とか、施設とかでキャッシュレスでお支払いできるようにする。

あとは医療機関。大きな病院はだいぶクレジットカードを使えるようになっていますが、町の診療所がまだまだ、進んでいない。

コード決済の普及促進ですが、バーコードとか違うコードを使って、決済していますが、一杯過ぎてお店側が対応できないという状況があります。これについて、ひとつのQRコードによって何でも読み取れるようなことをやっています、これは後ほど、具体的な取り組みをご紹介します。

キャッシュレスをお使い頂くと、データ利活用という側面が出てきますので、そのためにこういった環境整備が必要か。今年も残念ながら災害の多い年になりまして、災害時に強いキャッシュレスも重要だと思います。

停電や通信障害で使えないとの声は、よく受けますので、重々理解しております。

例えば1万円札は川が氾濫し流されてしまう。二度と戻って来ないことになるものの、クレジットカードは流されても再発行が出来ます。お店側からしても災害時に1万円札を持って来

られても、ATMが止まっている。銀行がまともに動いていない。両替が出来ない。おつりが渡せない。となると物が売れない。反対におつりの要らないキャッシュレスの方がありがたい。

ですので、電気がなくても通信が止まってもキャッシュレスが使えるようにするのは、どうすれば良いかの検討を行っています。

現状の日本のキャッシュレスの状況について、簡単に説明します。

国際的に見た場合、日本人は8枚の何らかのキャッシュレスのツールを持っている統計があります。

国際的に見るとシンガポールに次いで2番目です。ほかの国はその半分ぐらいです。

かなりキャッシュレスが進んでいると言われるイギリスとか韓国とかスウェーデンとかで半分ぐらい。使っている率からいうとドイツに次いで2番目に低い。普及しない要因としては定説がありまして、キャッシュレスを入れる端末が高い。場合によっては数万円かかる。

端末を買うためのコスト捻出。もうひとつは手数料がかかる。物を売って1万円もらえば、まるまる自分の物になるけど、カードを使うと3%が手数料として持っていかれる。

薄い利益率でどうやって、3%捻出するか。もうひとつは入金の問題。1万円を払ってもらえば、それを次の日の仕入れに使えるが、カードやキャッシュレスだと入金されるのが、大体、半月後。半月の間今日の売り上げが全然使えないことになるので、どう対応するのか？

これらの3つの壁をどうクリアするのが、課題とされています。

他方、消費者は課題感がありまして、ひとつは、使えるお店が少ない。少ないから持っても、仕方がない。少ないから持っても仕方がない状態が今も続いている。

今のポイント還元が使える店がちょっとでも増えてきたら、あの人も持っているなら、私も持ってみる風が変わってくると思います。

もうひとつあるのは、日本はやはり現金が便利。中国でありだけQRコードが流行っているのは、中国の紙幣は偽札が多くて汚い。お店としてもそのお金をもらっても本当に大丈夫かな？というのが心配。ただ、QRコードで払ってもらえると確実にこのお金がもらえる。それで流行っている。

スウェーデンで流行っているのは、違いがあり、それは犯罪対策。2000年ぐらいにバス強盗を始め色々な強盗被害が、日本よりはるかに多い実数出ています。現金持っているのと襲われるなら、持たない方が良いという判断になった。例えば公共バスの運転手がストライキを起こして、現金をやめて。カードか何かにしてくれとなって、色々なところであった結果、キャッシュレス決済率が高まった。

韓国はまた違った理由で、2007年のアジア金融危機の時に、どうにかして税収を上げなくては、いけなくなり、そのためには、深くお店の売り上げを把握出来るようにする必要があり、どんな小さなお店でもクレジットカードを必ず導入させて、国民に向けてカードで買い物した場合は、年末調整で還付が受けられる制度を導入。こういうことによって、国民としては還付を受けたいので、カードを使い、お店としては、そのデータが明白となり、キチンと税収が取れることになった。

なかなか、今の日本だと特に中小企業とかだと、売り上げとコストが一緒でしたとのことになって、税金を納めていない方もいらっしゃるかも知れませんが、そこをかなり明確にする。



このように、キャッシュレスが普及している国においても背景が違っているので、日本においてどうなのか。例えば犯罪多いですかと言えば、まだまだ少ない。お札汚いか、偽札多いかと言えば、そんなことはない。これだけ、1万円ぐらいの紙幣が使える国は、ほぼないです。

なお、日本は歩いて2~3分でATMがある、このような国はほぼない。日本にはキャッシュレスにするメリットがあまりありません。

税収も一定程度ありますし、中小企業をギシギシつめる必要もありませんのせ、一応にあの国のようになりましようというのありません。

今後、少子高齢化なので、どうやって社会を廻していこうと考えた場合、キャッシュレスを導入していくこがあるのかなと思います。

今だとパート募集を東京ですると、2000円の時給を出しても来ない、お金を扱うというとお客のクレームにつながるという。おつりの間違いとか。1000円しかもらってないのに1万円渡したはずと言い張られたり、そういったこともあるので、働き手もお金を扱った業務はやりたくない。この前もお客さんに言われていたのは、たまにバイトさんも間が差すのか、お金を抜いてしまったケース。わずか1000円、5000円のためにすごく戦力になってくれてた従業員のクビを切らなくなるケースあり、また人も探さなくいけなくなり、キャッシュレスにすると盗む物もないので、こういう物に使えるというのがあります。

キャッシュレスは現金に変わるものでなく、新しいライフスタイルになるものです。

現金がキャッシュレスになるのではなく、キャッシュレスがあるからやれる生活を考えていかなければならないと思います。

そういった例が増えていて、まず、列車なんかがそうであって、色々な作業があるのを効率化されています。色々な作業の効率化を図る。(お店のレジ現金確認、両替、売り上げ確認等)

そういうのを社会全体に広げて1.6兆円ぐらいになる。

とどのつまり、人がいなくなり、出来るだけ無駄な投資をなくすため、キャッシュレスを考えていきたい。

本業に取り込めるためにキャッシュレスがあり、キャッシュレスをどう本業に取り込めるのか検討してもらいたい。

### (質疑応答)

Q: 資料の52ページのところ、これはどこかの省庁がやっている事業ですか。

A: 経済産業庁がやっている事業です。平成31年度で2,800億円の予算計上されています。

具体的にはこのキャッシュレスのマークで出ているお店で、キャッシュレスで買い物すると5%のポイントが返ってきます。ポイントはクレジットカードに5%余分についてくる。あとコンビニだと2%の即時充当になります。

Q: 現在、色々なペイが溢れ返っていますじゃないですか、めんどくさいから、自分の中で、これとこれって決めている人も多いと思いますが、より増えていく傾向ですか。集約されていくのですか。

A: あと1~2年は増えます、先日トヨタさんが新しいものを発表されていますが、もう少しすれば集約されると思います。民間は民間でグループを組み始めています。

決済は経済が働くので、チームが大きいほど効果がある商売ですので、あと1～2年増えつつ、集約されて2つか3つのグループになると思います。

Q: さっきのスイカとかイコカの話ですが、スイカなら皆様は銀行引き落としをやってらっしゃるのですか、それとも足す分をやっている方多いのですか。

A: 多いです。

Q: 手数料の3%はカードが普及している韓国とかでは変わらないのですか。

A: 国によっては、法律でもっと低い%でやっています。オーストラリアとかヨーロッパではそうです。

Q: 日本でのカードの審査が通らない人の割合は。こどもとかも造れないですよ。いわゆる対象外の割合とか分りますか。

A: 各社審査があり、我々も説明に行きますと、カードが造れない人がいると認識しています。日本の特徴としまして、クレジット会社と銀行が別の会社です。これは世界で日本だけです。基本は銀行が銀行業務と併せてやることですが、クレジット会社と分けることによって、クレジット会社の手数料が出てくる。一緒だとトータルで考えられる。手数料だけが収入源になっている。それがために審査も厳しくなっている。

Q: 最後意見で、私は好きで良く海外に行きますが、使いやすいのでクレジットカードを使っていたのですが、思っていたより率が悪いイメージがあって、万国とシンガポールに行って両替所とか細かく見て、確実にカードの変換率が悪いと思った記憶があって海外に行くときは現金にしようと思って、例えば屋台とかでQRとかあったら、支払いとか本当に合っているのか分からないのが問題として持っているのと、スキミングの機械は、一般人はあんまり知らないじゃないですか、そういうものが取り付けられてスキミングされていたらどうしようとか思ったりします。知らない内に犯罪に巻き込まれていないか心配です。

犯罪というか、損していないかという感覚。現金やったら、いくら払ったかですけど、後々の煩わしい感覚があると思うので、進んで行ってほしい感覚と進んで行って当たり前になった時のめんどくささが逆に出てきそうです。

A: その辺は保障の制度があるので、良く理解して頂きたい。あやしいと思った時に連絡すれば大体は戻ってきます。(一定程度はカバーしてもらえます。)

Q: 今現在クレジットカードを使っているお店。複数のお店「コチラカラ」ってあるのですが、いずれにしろ、加盟しているものがあれば、そこから通じて補助金なりの申請になるのですか。

A: 補助金の申請はクレジットカードさんに渡します ①端末に対しての補助

②手数料の補助

③ポイントの還元

Q: お店側でのQRとお客さん側からのQRのやり方がありますが、お客さん側からのQRを使う場合の犯罪予防とかありますか。

A: まず、毎回中身が変わります。5分間しか有効ではありません。かつ、一回使うとその番号は二度と使えません。という仕組みです。これを写メで撮って、どっかで使っても一回しか使えない。

Q:今って、クレジットカードの番号を入力してネット上の決済って最近多いじゃないですか、犯罪のことを考えたら、QRの方に変わっていくパターンの方が大きくなると思ったり、ペイルートさんだったら、6桁の暗号番号とか出てくるのですが、あれをやることにより犯罪の抑止力になるのですが。そういうのがキャッシュレスの方に今後入ってくるのですか。

A:難しいところで、セキュリティをがつつりやると使いづらい。簡単に使えるようにするとザルになってしまう。バランスが難しい。業界で色々話しているが、あれやこれややるよりも一つの物をしっかりやる方がいい。

業界全体が底上げ出来るようにしたい。

どういう事故が起きているか情報共有して業界として対応していく。

Q:市町村で加入されているところがなぜか和歌山県が多いのですが、なぜですか。

A:和歌山県が最初の自治体における開催自治体になったのが大きいのでは、自治体は年会費を払うこともないですし。

#### 【プライドハウス東京 2019】

日 時：令和元年 11 月 22 日（金）午前 10 時 30～12 時 00 分

場 所：東京都新宿区新宿 3-1-32 新宿ビル 1 号館会議室

調査項目：プライドハウス東京 2019 の概要と役割

説明者等：認定特定非営利活動法人グッド・エイジング・エールズ 代表 松中 権 氏

#### （概要説明）プライドハウス東京 2019 の概要と役割

2014 年、青少年に教育上良くないとしてロシアは同性愛宣伝禁止法を制定し、世界的な避難を受けた。オバマ大統領は、抗議のためソチオリンピックの開会式を欠席し、ドイツ、フランスも同様の対応を行った。ブラジルはトランスジェンダーに批判的で、年間数百人ものトランスジェンダーが殺されていることもあり、リオデジャネイロ・オリンピックでは何も変わらなかった。

日本では関心が低く、あまり取り上げられなかったが、世界の流れをうけて I O C はオリンピック憲章を改正、トランスジェンダーの差別を禁止した。東京オリンピックは、オリンピック憲章改正後に開催される初めてのオリンピックになるため、世界的な注目度は高い。トランスジェンダー選手の参加基準が策定され、東京大会で初めてトランスジェンダーを公表する選手が出場する。オーストラリアのある選手は元々男性だったが、女性に転向して女性として出場する。

ソチ・オリンピックの後、2015年、世界中のプライドハウスの団体がカナダのトロ

ントに集まり、カンファレンスを開いた。そこに東京の団体も参加しており、オリンピックが開催される来年、東京でプライドハウスの大会をやろうという話になった。

東京大会では、3つのレガシーを目標に掲げている。1つめは多くの団体の参加。30のNGO、15の大使館等が参加する予定。2つめは組織委員会との連携。3つめは常設センターの建設。世界にはLGBTセンターがパリ、サンフランシスコ、ニューヨーク、ロンドンにあるが、東京にもLGBTセンターを建設したいと考えている。

多くの団体が参加している東京プライドハウス2019では、7つのチームに分かれてコンテンツの作成に取り組んでいる。教育チーム、救済チーム、居場所づくりチーム、仕組みづくりチームなど。パナソニックや日本生命など様々な企業がパートナー企業になって頂いている。現在は、東京オリンピックのロゴを作成した企業にプライドハウスのロゴマークをつくってもらっているところ。国連やIOCとも密接に連携している。今年はステップ、来年はジャンプの年にしたい。

オランダは、2000年に世界で初めて同性婚を認めた国。人権に関する先進国として世界に向けて発信しているが、オランダ大使館からも特別にサポートしてもらっている。各種スポーツ団体とも協定を結んで一緒にスポーツ界を変えていく取り組みを進めている。

子どもの頃から触れる本に多様性に触れた方がいいので、今、世界中からLGBTの関する絵本を集めているところ。絵本の翻訳にはビザカードに協力してもらっている。

イタリアで助成がタクシー運転手にレイプされた事件の裁判があった。その女性は自分で脱ごうとしなければ脱げないタイトなデニムをはいていたが、にもかかわらずにレイプされたので自分の意思があったのではないかと推測され有罪が覆って無罪になってしまった。その事件を契機に女性団体がたちあがり、一緒にデニムを履いた。その日、4月29日が記念日になった。

東京のほとんどの大学には、LGBTのサークルがあり、若者の間にはLGBTをカミングアウトする動きが広がっている。また、同性愛等は精神疾患から外れた。様々なイベントを開催しているが、イベント参加者の7割くらいは外国人、残りが日本人。

ニュージーランドの女子ラグビーの選手でニュージーランドの閣僚をしている人がいるが、レズを公言し、同性婚法案を提出。この結果、ニュージーランドで同性婚が認められるようになった。ニュージーランドのスポーツ担当大臣もラグビー選手だったが、同性愛者であることを公表したところ。

ラグビーのウェールズ代表でキャプテンをしていた人も、今はコメンテーターをしているが、現役時代からゲイであったことを公表した。

(質疑応答)

Q：小学校や中学校ではLGBTに関してどのような授業を行っているのか。

A：感情移入しやすいようにLGBTに関する映画を一緒に見る等の取り組みをしている。

「ファーストデイ」という映画は、小学校時代に男の子として育った子が、中学校に入って女の子として通うというもの。トランスジェンダーでなくとも感情移入しやすく、

ディスカッションにつなげやすい。

Q：日本の国会議員で積極的に取り組んでいる人はいるのか。

A：LGBTの超党派の議連があり、馳さんが会長をしている。世界基準に合わせた罰則のある法律の制定をめざしている。

Q：府議会でも人権に関する条例が制定されたところ。これから理解を広めていくにあたって、子ども達をどのように教えていけばいいのか。

A：ヨーロッパでは、小学校でのLGBT教育はあたり前になっていて、教える教えないの議論はない。特別な教科があるわけではなく、算数でも理科でも国語でもあたりまえのように自然にLGBTの話が出てくる。

Q：電車で女性専用車両があるが、トランスジェンダーはどうしたらいいのか。トイレも第3の区分が必要か。

A：基本は本人の自認を重視し、身体をその人の思いにあわせるべき。犯罪者と一緒にしてはならない。

Q：2025年の万博に向けて大阪でも象徴的なことを何かやれたらいいと思うが。

A：2025年に向けて大阪でプライドハウスをつくれればいいのでは。

#### 【一般財団法人渋谷区観光協会】

日 時：令和元年 11 月 22 日（金）午後 13 時 00～14 時 40 分

場 所：クリエイションスクエアしぶや4階会議室

調査項目：ナイトカルチャー活性化の取り組みとナイトアンバサダーの活用

説明者等：一般財団法人渋谷区観光協会 代表理事 金山 淳吾 様

#### （概要説明）ナイトカルチャー活性化の取り組みとナイトアンバサダーの活用

当協会は渋谷区の外郭団体で、平成 12 年に天下り組織として発足した。全国の観光協会の中では若い方だ。2015 年の統一地方選挙で今の区長が就任。来年に迫った東京オリンピックに向けて、地元もどうやって盛り上げていくかが課題。

渋谷区は、夜間観光の拠点となるクラブやラブホテル、24 時間やっている飲食店の密度が日本で一番多いところ。観光庁からモデルシティとして扱われ、2 年前にナイトタイムエコノミー議連が立ち上がった。

自分が 2016 年 1 月に観光協会に着任して、最初に取り組んだのがナイトタイムエコノミー。渋谷区にも観光大使がいたが、あまり機能していなかったのが、カテゴリごとにアンバサダーを戦略的に配置した。今、インバウンドの増加は右肩上がり、渋谷は必ず訪れる街の 1 つになっている。勝手にやってくるインバウンドをただお迎えしているだけ。キャンペーンや宣伝などは全くやっていない。オーバーツーリズム状態なので、ハロウィーンなどはもう少し人が来ないようにしてほしい程。

駅前のスクランブル交差点周辺だけではなく、来た人に広域で多様な魅力を知ってもらえるよう、六本木や新宿などにも遊びに行ってもらいたいと思っている。携帯電話のヒートマップなどを調べると、観光都市の場合、大抵の街は昼間の人口よりも夜の人口が多い。観光都市はホテルがあって夜には観光客が戻ってくるから。

渋谷は、日中人口が多い割にはホテルの数が少ない。客室数の比較では、港区の4分の1、新宿の半分くらいしかない。昼間はオーバーツーリズム、夜は人がいなくなる。これを平準化させるべく、夜に渋谷に遊びに来てもらうため、ナイトタイムエコノミーに力を入れている。

十数年前、大阪のクラブで殺人事件がおこったことを契機に、風俗営業法が改正され規制が厳しくなった。渋谷を拠点に活動していたヒップホップアーティストの「ジブラ」が、「クラブとクラブカルチャーを守る会」というのを立ち上げ、自分達の遊びを守るために、早朝の街の清掃活動などの地域貢献活動を始めた。その1つの結実として、渋谷区在住の弁護士が国にかけあい 2016 年の風俗営業法改正につなげた。それによって、文教地区などを除いてきちんと届出を条件に飲食やダンスをともなう風俗店の深夜営業が可能になった。ホテルやレストランも含めて可能になった。

そういった経緯があって、ナイトアンバサダーの制度を整えていった。国際会議では、ナイトアンバサダーという肩書を背負ってパフオーマンスを行う。

クラブといえば、東京の銀座や大阪の新地のようにお姉さんが隣に座っているような風俗店のイメージがある。そういった年配の人達が使うクラブという言葉とクリエイター達の社交の場としてのクラブは違う。ナイトアンバサダーの役割は、勉強会を主宰して、健全なクラブの育成やアドバイスなどを行うこと。目に見える活動成果の1つとして、夜の健全な遊び場を紹介するナイトマップを作成した。

8割以上のインバウンドは日本の夜は安全で、夜を楽しみたいと思っている。出口調査の結果では、8割以上は「日本の夜はつまらない」と回答している。他には、どこに行っても何をすればわからない、深夜の交通機関やウーバーなどの仕組みがない、クレジットカードが使えない、といった問題点が指摘されている。

2017年、日本に2000万人がのインバウンドが来たが、消費額が少ない。オーストラリアの1人あたりの観光消費額約46万9千円に対し、日本では約15万円程。観光消費の内訳として、トータル消費額のうち4割がエアー、4割が宿泊、残り2割が食べ物又はエンターテインメントといったところ。日本はエンターテインメントの消費が少なく、食とローカル移動に使われてしまう傾向がある。食費はせいぜい1~2万円程度。オペラやミュージカルなどがあれば5~10万円の出費につながる。その積み重ねの結果が、この金額の差となっている。

昼、夜、ミッドナイトと消費してもらえる場所の戦略を考えないといけない。昨年4月から渋谷の夜を楽しんでもらうためナイトガイドツアーというのを始めた。また、東京ナイトタイムパスポートという5000円分の割引チケットなども始めたが、これは失敗に終わった。インバウンドはお得に何かを体験しようと思っておらず、むしろ、少々高くてもオンリーワンの何かを求めている。

ロンドン、ベルリン、アムステルダムといったナイトタイムエコノミーの成功都市の事例を紹介したい。ロンドンはロンドンオリンピックを契機にナイトタイムエコノミーに力を入れて6兆円産業に育てた。我々はそれをめざしている。

市長や区長は24時間起きている訳ではない。4～5年前から海外では、夜はナイトメイヤーなどのような合法的な組織をつくるということをしている。フランスでは、ムーランルージュというストリップショーが合法的な観光資源になった。自分達の自主ルールをつくって運営している。

ベルリンの最大の観光資源はクラブカルチャー。ヨーロッパ中からベルリンのクラブに飲みに行くようになった。何年前か、ベルリン行政当局が、ナイトクラブを犯罪の温床としてレッテルを貼り、排除しようとしたときに、産業流出の危機に見舞われたが、クリエイター達が立ちあがり、クラブコミッションが設立され、合法的な産業活動として再出発した。その結果、合法組織になり、就業人口が増加、主要産業に育っていくこととなった。

ロンドンは2012年のロンドンオリンピックが契機になった。ナイトクラブは犯罪の温床だったが、認証制度をつくり、犯罪抑制や健康対策などの評価基準を設定し、一定の基準をクリアした店を、安全な店として公表。産業の発展につなげた。この方式はニューヨークにも飛び火した。観光庁主催で、このような成功した事例を紹介する会議が来週品川で開催される。

大阪は、東京よりFM802を中心にした音楽カルチャーが進んでおり、ミナミホイールを渋谷に導入しようとして取り組んでいるところ。今年から、ホワイトナイトウィークという事業を始めたところ。夜の渋谷の経済振興を考える会議で、様々な企画を考え社会実験している。

2015年に渋谷区の基本構想を簡単な絵本にして書き直した。「違いを力に変える街、渋谷」というスローガンに取り組んでいる。かつて、東京にはブランドやスローガンがなかった。各自治体には20年サイクルくらいの街づくりの将来ビジョンがあり、その中に10年くらいの長期計画があり、その中に更に3年単位くらいの実施計画があるはず。そうすることで、選挙で首長が変わっても長期的な視野で組織の職員が街づくりに取り組んでいける。

これらの計画は分かりにくく、ワンパターン。「新しい産業を呼び込み、文化を守り、緑と笑顔あふれるまちづくり」というのが定型的なパターン。

渋谷区は大幅に書き換えた。子育て・教育・生涯学習、福祉、健康・スポーツ、防災・安全、環境、エネルギー、コミュニティのデザイン、文化・エンターテインメント、産業振興、に区分。それぞれのカテゴリーについて、市民に理解できるレベルまでブレイクダウンして市民からの有益な提案を募集した。うち以外に「渋谷未来デザイン」でも同様の取り組みをしている。

文化・エンターテインメントでは、「新たな文化を生みつつける街」という定義をおいた。京都などと違って、文化の新陳代謝が激しいので、行政が支援して新しい文化を生みつつけることが必要。我々は、渋谷全体をエキシビジョンと考えていて、警察と協議しながら屋外空間をどういう風に構築していくのか、公園でどう稼いでいくのか、ということ

がスタンスとして定義されている。区長や私は広告産業出身なので、もっともっと面白くできる、もっともっとアイデアを活かせる、と考えている。

そんなアイデアを、役所にもっていても、通常はけんもほろろに断られるのがオチ。渋谷区は市民からアイデアを募集しているので断れない。我々も間に入って、役所と市民の間に入って翻訳しながら、話が円滑に進むよう取り組んでいる。

産業振興では、「ビジネスの冒険に満ちた街」という定義をおいた。行政は通常冒険を嫌がるが、我々はあえて取り組んでいる。前回の統一地方選挙で、今の長谷部区長が圧勝したので、区役所の職員も区長の方針についていくしかないとして、必死に取り組んでいるところ。無党派の区長なので、自民党や公明党、共産党ともコンセンサスを取りながら、取り組んでいる。

ナイトアンバサダーという制度だけでなく、我々の取り組みが上位概念からデザインされている点を理解してほしい。今、自治体のデザイナー職が流行しているが、やっているのは「アンド東京」や「東京・東京」などロゴマークづくり。それでは意味がないので、我々はシステムづくりに力を入れている。渋谷区の計画は、日本一夢のある基本構想だと思っている。

#### （質疑応答）

Q：大阪は都構想を進めているが、大阪全体でナイトカルチャーに取り組むより、特別区に分割して、区単位でやるのがベストだと思う。予算のイメージはどれくらいか。

A：東京都の財政事情は全国でも特殊。13兆円もある。住民サービスの財源のベースは住民税。不足分を法人税として都から再分配される。23区中21区が不足しているが、港区と渋谷区は住民税で住民サービスが賄えている。港区は平均世帯収入が高く、資金が潤沢にあるが、渋谷区はギリギリ。住民サービスは賄えるが、観光振興には手がまわらない。また、観光振興に力を入れても企業収益は都の方に吸い上がってしまうので、区で力を入れて取り組むわけにはいかない。そこで、財源は企業からの支援金を当て込んでいる。行政支援は後援名義やら、共催名義などお金がかからないことに限られる。支援金は年間4000万円くらい。

Q：企業はボランティア感覚でやっているのか。

A：地図を作ったり、海外に行ったり、リサーチしたりなどはお金を払っているが、それ以外はボランティア。長谷部区長や僕のような業界出身の人間でないと、更衣言うことを進めて行くのはなかなか難しいと思う。

Q：宿泊税は入ってこないのか。

A：宿泊税は入ってこない。たばこ税や住民税だけ。他の自治体からも見学に来るが、7割以上の自治体からは素晴らしい取り組みでも、参考にならないといわれる。大阪は資金が潤沢にあって羨ましい。

Q：住民との対話はどのようにやるのか。

A：住民から話を聞いているだけではだめで、対話が必要。対話の場を設定するには集まれる人がないとしんどい。その際は、タスクとしてやるのではなく、遊び心をも



ってやることも大事。恰好よく行動すると友達がいなくなる。

Q：ハロウィーン対策はどのくらいお金をかけたのか。

A：1億円くらいの補正予算で、うち9000万円は警備費。残りは啓発キャンペーンと仮設トイレ。区民以外の事に、しかもイベントでもないことに区民の税金は使いたくなかった。都で対策を講じてほしかった。