

第6回経済・テクノロジー委員会 議事録

1. 開催日時 2018年2月2日(金)14時00分～16時00分

2. 開催場所 虎ノ門ヒルズ森タワー8階 役員会議室

3. 出席者(五十音順)

経済・テクノロジー委員

大田弘子委員長、秋池玲子委員、榎田竜路委員、翁百合委員、キャシー松井委員、才藤栄一委員、
篠原弘道委員、高田創委員、宮川美津子委員、
宮部義幸委員、村井純委員、矢ヶ崎紀子委員、河合大洋氏(深沢和広委員代理)

オブザーバー

内閣官房 勝野美江 内閣参事官、十時憲司 内閣参事官
東京都 小坂勉 計画調整担当課長

組織委員会事務局

森会長、武藤事務総長、
宇陀チーフテクノロジーイノベーションオフィサー、中村企画財務局長、
館テクノロジーサービス局長、林テクノロジーサービス局次長、平田イノベーション推進室長、
石川アクション&レガシー部長

4. 議事次第

【報告】

深沢委員(新任)のご紹介／大会の準備状況(平昌大会、東京2020参画プログラム等)／
大会のテクノロジー関係の準備状況

【議事】レガシー創出および機運醸成に向けたアクション

① 大会の魅力ある演出に関わる規制改革

(1000日前イベント等によるプロジェクションマッピングを活用した取組／屋外広告規制に関する検討状況)

② 「ジャパンプランドの発信」に向けた検討

(高田委員からのご提案、カウントダウンショーケースの報告)

③ 「地域の魅力発信」プロジェクト

(ホストタウン／スポンサー企業との地域の魅力発信の取組)

5. 議事録

○武藤事務総長

定刻となりましたので、始めさせていただきます。ただいまより、東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会、第6回経済・テクノロジー委員会を開催いたします。

前は昨年の7月に開催し、約半年ぶりの開催となります。今回はそれ以降の検討状況や委員の皆様からの御提案等について議論をさせていただきます。ぜひ、委員の皆様と活発に意見交換をさせていただければと思いますので、忌憚のない意見を賜ればと思います。なお、前回と同様になりますけれども、本委員会はメディアにも公開といたしております。記者の方々、会議中に傍聴・取材可能とさせていただきます。

それでは、早速、会議開催に当たりまして、まず森会長から御挨拶をお願いいたします。

○森会長

今日は御多用の中を、大田先生初め、皆様ありがとうございました。特に昨晩から雪の情報が入っておりますし、もし御迷惑をかけるような事態になれば、早目に取りやめるか中止をするほうがいいということは、事務局には申しておりましたが、どうも天を信じておったようであります。だんだんいい状況になってまいりました。でも、いろんなことで、お足元が悪い中を御出席いただきましたことを厚くお礼を申し上げます。

早いもので、いよいよ平昌大会が開催されますが、私どもの、この東京2020も900日をもう切ったと思います。この夏には、新聞でも御承知だと思いますが、子どもたちにマスコットを選ばそうという、オリンピック史上今までやったことのないやり方で、大人がもう一切口は入れない形で、初めて日本の小学生の子どもたちに皆で議論して決めてもらうということでスタートさせました。予想以上に大きな反響がありました。全国で2万の小学校ございまして、既にもう1万6,000校が、ああしよう、こうしようと考えていております。子どもたちに期待をしてもらうためにマスコさんにも協力いただいて新聞に大きく広告も出させていただきました。あんまり今の子どもは新聞なんか見ませんけれども、一生懸命に大人が応援しているよということも伝えておいた次第であります。

また、いよいよ今年の春から夏にかけて、国民の皆様の最も関心の高い、聖火リレーのコースについて、既に聖火リレー検討委員会にて8回程議論をいたしておりますが、いよいよ具体的に、どの県に、どのように振り当てていくかと、出発地点をどうするかというようなことが、具体的にそろそろ議論をしていこうと思っております。

それから、これは既にラグビーワールドカップの入場券の発売を始めましたけれども、当然オリンピックもその後、続いて、このチケットをどう販売していくのかという、価格や振り分け方等の課題について検討に入っております。

それから、なかなかこれはトライアルできないことですが、ボランティアについてです。大会ボランティアは約8万人です。東京都でお考えいただく都市ボランティアも合わせて11万人のボランティアをどうやってこれから集めていくのかをお願いをしないとイケないと思っております。これらのこともみな、さまざまな取組は、直接、国民に関わる、直結するようなテーマばかりであります。こうしたことも、いよいよ実行段階に入る大事な年であります。

大会の機運醸成とレガシーの創出の取組も極めて大事でありまして、経済・テクノロジー委員の皆様方からも、いろいろ御指導いただいております。東京2020参画プログラムも、全国の参加人数が1000万人、参加団体が全国の都道府県にも広がっております。参加団体数も、これも1,000団体を突破しております。このように、大会に向けまして、オールジャパンでの機運が高まっていることを感じており、今後も多くの大会スポンサー企業や自治体、経済団体等の連携をさらに加速して、ますます盛り上がっていくことに期待をいたしております。

東京大会のビジョンでは、大会史上、最もイノベティブな大会にすることをうたっておりますが、既に御承知と思っておりますが、その施策を検討すべく昨年春に組織委員会におきまして、イノベーション推進室を立ち上げました。現在、テクノロジー施策を含めてさまざまな施策の準備、検討を進めております。東京大会には観客や世界中の人々に、新たな感動や大会経験をもたらす多くのイノベーションの施策が活用されると思います。世界の皆様の中には、それを期待しております。この私どものスポンサー企業の中にも、NTT、富士通、NEC、トヨタ、キヤノン等々、こうした世界的な先駆者がおり、こういう皆さんは今、必死の思いで、新しいものを何がこのオリンピックに使っていただけるだろうかということについて検討を今いただいております。我々も大変、胸が騒ぐ、踊るような思いであります。

特にこの東京大会は、何ととっても交通の渋滞がいろんな角度から検討してみても、なかなか大変な問題でございます。それから、7月から8月という最も暑い時期に行くために、なぜそんな暑いときにやるんだとかいろいろ言われておりますが、高温多湿な中で、あえてこの日は、初めからこれはIOCが決めたことであって、IOCと当時、東京都が契約をしたことありますので、組織委員会がこれに合わせてやるしかないわけあります。これもまた、多くの企業の方々にもこの取組を、今お願いを申し上げているところであります。

今日、これまで、大田委員長や村井委員が進めていただいております。規制改革推進会議での東京大会に関わるテクノロジーの規制緩和の検討状況、あるいは日本の地方の魅力発信に関して、榎田委員とホストタウンの連携と幾つかの議題があると聞いております。委員の皆さんには大会に向けてよりよい取組を行っていくための御意見をぜひ頂戴し、ぜひとも活発な意見交換をしていただきたいと存じます。

どうぞ、大田委員長以下、またよろしくお願いをいたします。ありがとうございました。

○武藤事務総長

続きまして、本委員会の委員長であります、政策研究大学院大学の田中弘子委員長から、御挨拶をお願いいたします。

○大田委員長

皆様、こんにちは。今日はお忙しいところお集まりいただきましてありがとうございます。今年もどうぞよろしくお願いたします。今、森会長からお話ありましたように、東京大会に向けて、国民の機運が盛り上がってきております。組織委員会では大会に向けた準備が加速しております、政府、東京都、経済界など、さまざまな団体による取組も本格化しております。また、小学生の大会マスコット投票、ボランティア募集開始、競技日程決定等、大会の具体的な準備がこれから始まっていきます。

テクノロジー等の大会実装は準備が始まっておりますが、企画の検討段階としましては今年が最後になりまして、来年はいよいよトライアルの年になると伺っています。

本日の委員会では、アクション&レガシープランのコンセプトに基づいたアクションについて、検討中のものの中から、大きく三つほど御紹介させていただきます。一つは規制改革、二つ目はジャパンブランドの発信、それから最後に、ホストタウンと榎田委員、スポンサーとのプロジェクトについてです。また、皆様から、さらにアクションを活性化させる御意見等も頂戴したいと考えております。どうぞよろしくお願い申し上げます。

○武藤事務総長

大田委員長、ありがとうございました。

本日は、オブザーバーといたしまして、政府より、内閣官房の十時内閣参事官、勝野内閣参事官、東京都より、オリンピック・パラリンピック準備局の小坂計画担当課長にお越しいただいております。総勢16名の方々に御出席いただいております。お手元の出席者名簿を御覧いただければと思います。それでは、ここから議事に入りたいと思います。この先の議事の進行は大田委員長にお願いいたします。よろしくお願いいたします。

○大田委員長

それでは、経済・テクノロジー委員会を開催いたします。まず、専門委員の交代について、事務局より説明をお願いいたします。

○石川アクション&レガシー部長

私より専門委員の交代につきまして、御説明させていただきます。資料の1を御覧ください。先般までトヨタ自動車の伊勢委員にお願いをしていましたけれども、1月1日付での役員退任に伴い、新たにトヨタ自動車の深沢和広様に御就任をいただくことになりました。本日は海外出張で欠席のため、深沢委員の代理で河合様に御出席いただいております。よろしくお願いいたします。以上でございます。

○大田委員長

ありがとうございました。それでは、議事に移ります。資料4を御覧ください。経済・テクノロジーのレガシーコンセプトについて、本日は赤枠で囲んだ内容について議論をいたします。大会全般及びテクノロジー関係の準備状況について、御説明をいただきます。資料2、3について事務局よりそれぞれ報告をお願いいたします。また、前回説明いたしましたイノベーション政策の取組についても資料はありませんが、一言いただければと思います。よろしくお願いいたします。

○中村企画財務局長

ありがとうございます。早く本題に入っていただくために、説明の方は簡略にさせていただきます。あと、最初、恐縮でございます、資料が白黒になっております。こちら、節約ということで、本来はペーパーレスでパソコンでお目にかけようということも考えておったのですけれども、陪席の方をどうするかとか考えているうちに、今日のところは白黒ということで、皆様に御不便をおかけいたします。後刻、資料のほうはカラーのものを委員の方々にはメールでお送りしようと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

現在の組織委員会の状況でございます。資料2を御覧いただけますでしょうか。2ページ目が目次でございますけれども、主に大会を盛り上げるためにさまざまな形で参画していただくような取組を中心に御説明をしたいと思っております。

3ページ目でございますけれども、ONE TEAM PROJECTということで、これは理事である秋元康さんとか蜷川実花さんの御発案で、2020大会に向けた盛り上げを事務局だけではなくて、いろんな方のお知恵とかお力添えをいただきながら、短いビデオをつくって、皆で盛り上げていこうという話でございます。

第一弾が、御覧になっていただいた方もいらっしゃるかと思いますけれども、海老蔵さんが歌舞伎の格好をいたしまして、2020年に向けた口上を述べていただくというものでございまして、これは非常に多くの耳目を集めました。その後、萬斎さんと空手の清水選手。あるいはYOSHIKIさんとノーベル賞をとった山中先生。あとは、漫画家でサッカー翼君を描いた高橋陽一さん。あと、エンブレムをつくってくださった野老さんと日本画家の松井さん。今、「西郷どん」の作者である林真理子さんと、西郷隆盛役の鈴木亮平さんのコラボレーション。第7弾ですけれども今度は宇宙から、宇宙から2020に向けた応援メッセージを金井さんから、今、宇宙にいらっしゃる金井さんからメッセージをいただけないかなといった取組を今、考えているところでございます。

4ページ目は、選手村のビレッジプラザという、木材を使うところがございまして、これをせっかくの機会ですので、全国から木材をお借りして、また終わった後にそれをお戻して、それぞれの自治体で、例えば公園のベンチであるとか、幼稚園の具材であるとか、そういったものに活用いただくというようなことを募ったところ、63自治体、42の協力者から御応募いただきまして、その方々と一緒に日本全国一体となって選手村のビレッジをつくっていただくという企画でございます。

5ページ目からは、大会の開閉会式についての話でございます。皆様方からも御意見を頂戴いたしましたけれども、ここでは7ページ目でございます。キーコンセプトの一つとして参画ということで、多くの人々が自分も式典に関わっていると感じられるような、みんなで作る式典を目指す。となりまして、二つ目の丸でございますけれども、スタジアム内だけで完結させず、テクノロジーなどを活用して、より多くの人に関わることができる仕組みをつくればという提言をいただきまして、先端技術等をうまく活用して、盛り上げていきたいというふうに思っております。そのもとの、下にありますように、四つの開閉会式をばらばらではなくて、起承転結、一連の4部作と捉えるような、今、シナリオづくりをちょうど開始したところでございます。

11ページ目でございます。こちらは、100と年に2回ほど調整委員会という会議を設けております。その中で、被災地の岩手、宮城、福島、各県の御協力をいただきまして、また復興庁、東京都などのサポートもいただきまして、その食材を活用した夕食会を行いました。復興は非常に大きなテーマでございまして、本日も映像制作等で御披露いただきたいと思いますけれども、組織委員会もこういった形で復興に取り組んでいるところでございます。ほかにこういった取組ができるのか、引き続き検討していきたいと思っております。

5は2018年の平昌でジャパンハウスを行うという話と、13ページはちょっと寒いところがございますけれども、同じくパブリックビューイングをやらしていただくということを紹介をさせていただいております。

続きまして参画プログラム現状ですが、16ページにありますとおり、昨年の10月から1年3カ月くらいたちましたけれども、お陰様をもちまして、現在のところアクションのイベントは2万件、参加人数は1,000万人を突破をいたしました。大きなイベントから小さなイベントまでありますけれども、日本全国で広がりをみせているところでございます。今日、御紹介いただくプロジェクトなどと相まって、一層この盛り上げを続けていきたいというふうに考えております。

あと、お手元に、Road to Tokyo 2020という今後のスケジュールを一枚紙にした表がございます。先ほど、森会長の挨拶にもありまして、2018年は、例えば大会のボランティア募集、上半分のところがございますけれども。そのほか、下半分で見ますと、大会ルック、都市ルックなどのデザイン開発、東京、日本を、会場回りをどういったデザインで埋めるのかといったものをこの一年で考えていく。あるいは、 Mascotをこの月末に決定する。そのほかチケットの販売に向けた取組等、そういった取組を組織委員会として2020に向けて取り組んでいこうと、こういう一年でございます。私からは以上でございます。

○館テクノロジーサービス局長

それでは続きまして、テクノロジーサービス局のほうから、取組状況を報告させていただきます。資料の3でございます。2ページのところです。まず、一つ目のスポーツ観戦を進化させるためのテクノロジー活用ということで、大会用モバイルアプリケーション、あるいは大会期間中のウェブサイトなどを含めた総合的なデジタルソリューション計画を今、100も含めて作成中でございます。

実は今週、平昌組織委員会のほうから、モバイルアプリケーションが新たにリリースされております。過去大会になく、いろいろな会場のナビゲーション機能ですとか、それから大会関係者だけに提供されるコンテンツですとか、いろいろ過去大会に比べて進化しております。ソーシャルメディアの活用も含めて、世の中デジタルメディアが非常にあふれかえっている状況でございますので、ぜひ東京ならではのモバイルアプリケーション、あるいはデジタルメディアをつくっていきたく思っております。

その関連で、今年の3月に学生さんを集めましたアイデアソンイベント、東京2020アイデアソンイベントの第2回を開催し、この議論についてもディスカッションさせていただき予定です。

それから、二つ目のスポーツ振興のレガシーを目指したCRM基盤ということで、先ほど案内ありまして、今年の夏からボランティアの募集が開始されます。それから、来年の早い時期にはチケットの一般販売が開始されます。

この中で、今まで大会に関わりたく思っていた方が非常に大勢いらっしゃいますので、その方々に応募していただき、情報を登録していただき、そのデジタルデータをもとに、今後いろいろな情報展開ですとか、イベント展開というものを考えていきたいということで、これをぜひ、デジタルアーカイブ、ソフトウェアレガシーとして、大会後も含めて引き継いでいく計画を今、至急着手中でございます。

それから最後に、競技会場で整備すべきICT環境とレガシーとしての利活用ということで、特にリードタイムが長いインフラ系に関しましては、既に昨年か幾つかアウトプットがございます。まず、携帯電話の通信環境整備ガイドライン、それから会場のオペレーションに使われます、周波数の利用ガイドライン、これを11月に公表してございます。

次のページに概要が書いてございます。まず、携帯電話の通信環境ガイドライン、残念ながら今現在、競技場の中、あるいは競技場の周辺というのは必ずしも携帯電話の環境がいい環境にはございません。にもかかわらず、今、モバイルの動きが、特にオリンピックの観戦でも、ソーシャルメディアを初めとしたニーズが高まっておりますので、ぜひ競技場オーナー様、あるいはスポンサーでありますNTTグループ以外も含めて、通信事業者様のほうで、大会に合わせて整備をしていただきたいということで、組織委員会が音頭をとりまして、整備連絡会というのを2016年に立ち上げております。この最初のアウトプットといたしまして、例えば音声通信に関しては、最低5人に1人での割合でつながるような環境、データ通信については全ての方がつながる環境というのを目標に整備をお願いしているところでございます。

ちなみに、今現在、日本でかなり通信環境がいいと言われております一部の会場でも、10人に1人つながれば良いという状況でございます。

それから、最後のページの周波数計画、基本計画でございます。これが大会オペレーションのために大量に来日されます放送メディアの方、あるいは競技関係の方が、やはり無線を使われますボリュームというのも毎大会ごとに増えてございます。放送関係の方のカメラも、1秒間に20フレーム、30フレーム、ほとんど動画と変わらないくらいの情報量が今、実は転送されます。

それから競技運営の中でも、いわゆる無線機器というのが、今までは一部の競技だったのですが、いろんな競技でだんだん使われるようになってまいりました。こういった、ただでさえ過密で非常にやりくりが大変なんですけれども、東京の都心でこの周波数計画をどう準備して、御理解いただきながら、事故のないように運営するかという計画でございます。この辺、総務省様にも御協力いただきまして、今、進んでおります。

それから最後に、ここに書いておりませんが、実はこの業務用無線の方式としても、大会後も継続的に使われるような新しい方式というのは、今、国際標準化が進んでおりますので、ぜひ組織委員会としてもそれを採用して、レガシーとして残るような、業務用無線の分野でも計画を今、策定中でございます。以上です。

○平田イノベーション推進室長

冒頭に森会長のほうから御紹介ありましたが、昨年の4月にイノベーション推進室が設立されました。もう1年近くたっておりますが、本日は大変申し訳ございませんが、資料を用意してございません。理由は、まだ具体的な検討を続けているということと、それから、あまりアイデアがここでいっぱい出してしまうとネタバレしてしまうこともございまして、今日は口頭での状況の御報告にとどめさせていただきたいというふうに思っております。

前回の7月のときに簡単に御紹介申し上げたとは思いますが、イノベーション推進室の今の進め方の基本方針といたしましては、大会が打ち出しております三つの大会ビジョンがございます。「全員が自己ベスト」「多様性と調和」「未来への継承」といったこの三つのビジョンでございますけれども、このビジョンをいかにイノベティブに実現するかということを基本的な目標にしております。

現時点におきましては、10個ぐらいのアイデアを検討してまいりましたが、まだまだこの実現の仕方、あるいはどの場所で実現するかと、そういったようなこともございまして、詳細にはこれ以上、申し上げることはできませんけれども、できるだけ実証実験なども繰り返しながら、目で見える形にして、ぜひ次回辺りに皆様の前で御披露できるようにしていきたいというふうに考えてございます。どうぞよろしく願いいたします。以上でございます。

○大田委員長

ありがとうございます。それでは、議事に移ります。資料4を御覧ください。経済・テクノロジー、レガシーコンセプトに基づきまして、本日は太枠で囲んだ地方の魅力全開、それから最先端の映像伝達技術を駆使した魅力ある演出、ジャパンブランドの復権について議論をいたします。その後、皆さん方からジャパンブランドの発信に向けた御提案、あるいは地域の魅力発信プロジェクトについて議論をしたいと思います。

まず、前回の委員会で村井委員からプロジェクションマッピングを実施するにはさまざまな規制があるという問題提起をいただきました、規制改革については内閣府の規制改革推進会議で取り組んでおりますので、後ほど御報告いたしますが、まず、昨年、大会関係でプロジェクションマッピングを活用しました、さまざまなイベントについての御紹介を事務局からお願いいたします。

○石川アクション&レガシー部長

私のほうから御説明します。資料5を御覧ください。プロジェクションマッピングの活用ということに関して、昨年からは具体的な演出が幾つかございます。これをまず報告させていただきつつ、映像も見いただいた後、大田委員長のほうから規制改革推進会議におけるプロジェクションマッピングの規制緩和の状況について御報告をいただけたらというふうに思います。

資料5の1枚目をめくりください。昨年の秋に、大会まで1000日ということで、1000 Days to Go!という傘のもと、スポンサー企業、東京都、多くの自治体、関係団体とさまざまな関連施策に取り組んでまいりました。

2ページ目がこれの実績ということで、全国で約300を超えるアクションなりプログラムというものが展開しました。ここにスポンサー企業の皆様のそこでの取組が記載しております。右上に、ここでYOYOGI CANDLEということで、NTT様、NTTドコモ様が幹事社となりまして、プロジェクションマッピングを使った演出盛り上げを図っていただいております。

3ページ目を御覧ください。こちら1000日前の関連プログラムの実績ということで、多くの会場関連自治体、または自治体の皆様における1000日前の関連イベントが開かれたところでございます。

4ページ目以降が、先ほど申し上げた、YOYOGI CANDLEの概要です。昨年の秋の2日間、YOYOGI CANDLE実行委員会という枠組みの中で、スポンサー企業のNTT様、NTTドコモ様、セコム様、アルソック様、パナソニックシステムソリューションジャパン様の連合体でこういった取組を行っております。実際、2日間行われた映像を2分ほどでございますけれども、御覧いただければと思います。よろしく願いいたします。

(映像上映)

次に、6ページ目になりますが、これはちょっと映像を映しながらご覧いただきたいと思いますが、東京都さんのほうで、少し前になりますが、7月に3年前イベントというものを、都議会議事堂前で開催されました。そのときのプロジェクションマッピングの映像を、これ少しでございますけれども、ご覧いただきたいというふうに思います。

(映像上映)

ありがとうございます。また、今日、この場では資料等はお示ししておりませんが、現在、東京大会前に東京2020日本フェスティバルという組織委員会主催の大きく言う文化エンゲージメントプログラムを考えております。

その企画の中にも、こういったプロジェクションマッピングを活用したプログラム、企画、提案等々が出ていますので、そういったところにも、こういった技術、エンゲージメントの技術が活用される、今、予定になっております。以上でございます。

○大田委員長

ありがとうございます。私、全然このイベント知りませんでした。このようなイベント開催の案内について何か御連絡をいただきましたでしょうか。

○石川アクション&レガシー部長

すみません、実際のドコモさんのこういうものがあるという御案内は、すみません、失礼しておりました。申し訳ございません。

○大田委員長

これからさまざまなプロジェクションマッピングの盛り上げがあると思いますが、プロジェクションマッピングは屋外広告物ということで、屋外広告物法の対象になりまして、今、国土交通省が屋外広告物法に基づくガイドラインを策定しており、地方はそのガイドラインに基づいて、個別のプロジェクションマッピングの実施について判断・対応しております。

資料6をご覧ください。その屋外広告物としてさまざまな規制があることから、公共空間での活用が進んでいないという問題提起を村井先生にいただきました。規制改革推進会議では、村井先生にもおいでいただきまして御説明をいただき、その後、国土交通省、東京都からもヒアリングをいたしました。

それぞれの地方がプロジェクションマッピングをどう判断し、対応しているのかというのは自治体によって異なりまして、屋外広告物に該当するとして、投影される面積とか高さを規制した事例ですとか、1日だけ、30分だけの投影であったために、屋外広告物には該当しないと判断した例などいろいろあります。

オリパラのお膝元である東京都では、企業名とか、商品名が移る場合は、これは広告板の規格に準じて、高さとか面積が規制されております。また、道路をまたいで投影することはできないといったような規制があり、特例的に許可する場合があるというお話でした。

どの自治体も事例ごとの判断になりますので、プロジェクションマッピングを実施する側としては、実施できるのかどうか、それから、その実施の際にどんな制限がつけられるのかといった予見ができません。だから、許可までに時間がかかると、あるいは、どこに申請すればいいかわからないといった問題があります。

規制改革推進会議の議論でも出ましたが、屋外広告物法というのは、昭和24年にできておりまして、元々が形のある広告板を対象にしているわけですね。だから、道路をまたぐと、これは道路を塞いでしまうからダメだとか、あるいは、面積が非常に大きかったりすると、落下する危険があるということで規制されているわけですが、プロジェクションマッピングというのはもともと映像ですので、道路を塞ぐこともないし、落下することもないわけですね。

私どもは、昭和24年に制定された屋外広告物法で、全く新しい技術であるプロジェクションマッピングを規制すること自体に無理があると考えております。国土交通省は、自治体における実施の情報を収集して、屋外広告物条例ガイドラインの見直しを行うとしております。

東京2020大会に向けて、このプロジェクションマッピングのアーティストが経験を積む場というのを増やしていく必要がありますので、規制改革推進会議としては、プロジェクションマッピングにふさわしい、なおかつ、実施をどんどん進めていけるような必要最小限のルールになるように、今後、議論をさらに詰めていきたいと思っております。また今後の動きについて御報告させていただきます。

この件について、何か御意見、御質問があればいただきたいと思いますが、この件、宮部委員も問題提起されましたが、いかがでしょうか。

○宮部委員

村井先生の御提案は、私も非常にそうあるべきだというふうに思っておりまして、大田先生からもありましたように、かつてであれば、ネオンサインくらいしか動く広告的なものというのがなかったという時代にでき上がったことが、今でも適用されているがために、やっぱり世界中の街の演出と比べてときに、日本の演出というのは少し追いついていないものがたくさんあります。そのため、このプロジェクションマッピングに限らず、デジタルサイネージ等含めて検討が必要。新たな街の景観や広告は、ある程度一定の秩序が必要でしょうけれども、こういう規制については、どんどん変えていきたいなと思います。

○村井委員

大田先生の規制改革会議でも取り上げていただき、説明する機会をつくっていただきまして、理解を深めていくことができたかと思っております。大変、感謝しております。

今の村井先生のご説明および宮部さんのご発言が重要だと思っておりますが、それに加えて、私がこの問題を意識したのは、海外における様々な素晴らしいプロジェクションマッピングの広告があったことがあります。やはり広告で

ビジネスは動いており、その成果の多くの部分に、海外で活躍する日本人のアーティストが関わっています。

日本人のアーティストとテクノロジーが組み合わさったところに、こういったデジタルアートがあるわけですが、この競争が世界で大変激しくなっています。今、ご覧いただいたように、屋外の大きな舞台で行うと、非常に迫力がありますが、やはりこれができるのは大都市です。

そうすると、今、宮部さんがおっしゃったことは非常に重要で、アーティストが成長するには、こういう経験をする場が必要だと思います。これはやはり商業的な広告や、自動車会社が新製品の発表等で大規模なプレゼンテーションを行うような場となります。

とにかく日本のアーティストの力が強まって、そして、先端のテクノロジーと組み合わせるといのは、いかにも東京でのイベントらしく、これをきっかけに、いろいろなことが整備されるということではないかとは思いますが、大変進捗に期待をしているところでございます。

○大田委員長

ありがとうございます。ほか、何かございますでしょうか。よろしいですか。

(なし)

それでは、続きまして、議題の2でジャパンプランドの発信。この件は、本委員会で何度も議論をまいりました。今日は、高田委員より資料が提出されておりますので、御説明をお願いいたします。

○高田委員

私のほうはちょっと簡単な資料でもって、本当、再来年ということになりましたので、どんどんと発信していくタイミングではないかなというふうに思っています。

私どもの実績ということではあります、次のページのところにございますように、昨年もこういう形でさまざまな発信をというふうに行っております。

やはり重要なのは、次のページのところですけれども、もうこれ言うまでもありませんけれども、アベノミクスと言われたところが、800万人程度だったインバウンドが、もう既に昨年の段階で2,900万人近いところまで来ています。政府の見通しでもあるわけでありまして、2020年までの訪日外客、我々自身は4,000万人を大きく超えるのではないかなというふうに思っているということでございますし、また、そういうものが日本の成長産業としてと、そういう意味でも、また今回のオリンピックというのは、非常に重要な分岐点になってくるというふうに思っております。

ただ、もちろん今後のそのためには、供給サイドのところのものがおりますので、こうしたものところは重要で、LCC等は重要な分野になってくると思っております。

それから、今、申し上げたようなものは、次のページのところになりますが、要は大きなサイクルと申しましょうか、こうした一気通貫した取組というものが有効になってまいりまして、インバウンドを契機にして、アウトバウンドでありますとか、ここにありますようなサイクルが大きくでき上がることが重要なのではないかと思っております。まず、右上のところでありますけれども、海外戦略を練った後、これが移動中に、そして、実際のインバウンドが来たときに対応し、それがまた帰った後も新しい、さまざまなものにつながっていきます。これがまた循環をしていくような状況の中で、どんどんとインバウンドというものを一つの契機にいたしまして、さまざまなものが日本のところの発信、また、さまざまな動きで広がりが出てくるというような状況になってくるんじゃないかなというふうに思っているところです。それを盛り上げるためにも、またオリンピックという一つのきっかけが重要ではないかと思っております。

また、次のページになりますが、ここにインバウンドの需要拡大として、具体的にどんなものがあるのかということですが、次の日本ブランドの認知度のページにもありますように、最近も非常に外国人に対してショッピングを通じて日本ブランドが浸透しています。例えば、化粧品やお菓子、酒類の輸出額というものも随分伸びてきています。

また、今後、免税品の拡大策というようなものが出てまいりまして、今後、合算されてくるというようなことになってまいりますと、もうちょっと値段帯が少し安いようなものも含めて、こういうような対象に入ってくるということになりますと、またこれが地域の活性化にもつながってくるという部分も大きいのではないかと思います。

もう一段、オリンピックにもうちょっと関連させると、次のページのところになってまいりまして、ちょうどオリンピックと、インバウンドの関連ということで目につくところは何なのかなと考えてまいりますと、ちょうど今月は平昌大会ということでもありますし、先ほど2020年オリンピック大会はちょうど夏の時期ということや、当然、運動ということもあり、日本ブランドの浸透の起爆剤にすることはできないかと思っております。東京大会の終わった後に北京の冬季オリンピックというものもあるわけでありまして、日本の雪の関連のスポット、こういったところ辺りをかなりフィーチャーすることができるのではないかと思っております。スキーリゾートという意味で、日本というものの潜在力というもの非常に大きいと思っております。

それから、東京大会は真夏ということでもありますので、夏の暑さ対策を兼ね、これを利用するという形で、日傘のようなものも考えてもいいのかもしれない。また、運動靴みたいなものをいかに対応していくのかということも重要なことになるんじゃないかと思っております。

最後になりますけれども、こういうオリンピックを通じまして、単に競技だけではなく、今回の経済・テクノロジー委員会の注目すべきポイントではないかと思っておりますけれども、事業環境の変化に対応して、高機能・先端技術製品の開発、また、高品質の製品を活かしたサービス事業というハードとソフトをどんどん発信をしていくということが重要ではないかと思っております。例えば、ヘルスケアや、対面サービスの高度化、それらも含めて強い地方への産業の発展につながればと思っております。2050年ということになりますと、さまざまなテクノロジーということが当然出てくるわけですが、その中間的なものとして、この2020年ということを考えて、実際に大会自体で導入される技術に加えまして、

日本の今の課題を解決するテクノロジーというようなものをどんどん発信していく。そういう場にしていくためにも、今回のこれからの数年間というのは、非常に重要になってくるのではないかと考えておきまして、こういう場を通じて、我々もどんどん発信をすることを考えていきたいと考えているところでございます。以上でございます。

○大田委員長

ありがとうございます。最後のページにテクノロジーというのがありますが、経済産業省、それから経済界協議会がショーケースをこのテクノロジーに関して実施してられるとのことですので、御説明をお願いいたします。

○石川アクション&レガシー部長

資料8をご覧いただきたいと思えます。

このカウントダウンショーケースにつきましては、御宿題をいただいておりますジャパンブランドの発信の一つのコンテンツとして、今日、御紹介をさせていただきたいと思えます。あわせて少し内閣官房の方からも、この後少しコメントをいただければというふうに思っております。

昨年度の12月に、経済テクノロジー委員の皆様にも、直前となり大変申し訳なく思っておりますが、御案内をさせていただいた展示会となります。今回、経産省と企業の集合体であります経済界協議会、そして、東京商工会議所、東京都、東京都の関連であります中小企業世界発信プロジェクト推進協議会が連携する形で、いわゆる日本の持てる企業、スポンサー以外のオールジャパンの企業のテクノロジーをこの2020年になぞらえて、ショーケースとして実施したものでございます。

今、この枠組み、ここにまさに大会組織委員会が、当然、大会スポンサー企業との関係もありますので、どういう形で今後入っていけるかということを検討しなければならないと思っておりますが、こういった取組を2020年に向けて、毎年、規模も含めて、今後やっていける形ができましたので、少し内容について御紹介をさせていただきたいと思えます。実施概要は、昨年概要はご覧のとおりでございます。

2ページ目の「ねらい」というところですが、今回、インバウンドを想定し、訪日客が入国、エアポートから街中に入って、街中の移動、そして、スポーツ、競技会観戦、そして、観戦が終わった後のツーリズム、地方観光、そして都市の観光ということで、この五つのゾーニングをしまして、さまざまな企業のテクノロジーを実際に展示紹介をしたというものです。

ここで、経済・テクノロジー委員会でも御議論ありましたレガシーコンセプトに関わる、例えば多言語翻訳ですとか、歩行支援のモビリティですとか、水素自動車、水素燃料電池社会の実現だとか、またAI技術、介護生活支援ロボット、手話翻訳等々の、幾つもの技術を一堂に展示をしたものでございます。

これについては、20年までさらに継続的にやっていくことを予定しております。また、今回、東京だけでしませんが、地方でも何回か展開できるように検討をしているというふうに聞いております。当然、協議会の関連会社でありますパナソニック様、トヨタ自動車様、NTT様にも御協力をいただきながら、このショーケースを今後も含めて進めていくことを現在聞いております。簡単でございますけど、以上です。

○大田委員長

ありがとうございました。ジャパンブランドの発信について、皆様方には今日ぜひ御意見をいただきたいということで、事前をお願いしております。資料4の2ページにございますが、日本の選りすぐった技術のショーケースにおける、有効的な見せ方や発信の方法について、あるいは、日本が発信すべき技術について、その他、御自由に意見やアイデアをいただければと思えます。それでは、御自由に御意見ををお願いいたします。

○キャシー・松井委員

ありがとうございました。もちろんこの紙に書いてありますとおり、ロボット大国とか、いろんな技術のショーケースはできると思えますが、海外の人たち、あるいは、いろんな日本に来たい理由とか、いろいろ調査結果をみますと、一つは、海外から見ると日本の文化、歴史、あとはデザイン、建築、または食事、和食とか、そういったものをできるだけまとめてショーケースできる場をつくることはとてもいいかなというふうに思っております。先ほどのジャパンハウスも一つの例として、日本の文化や建築を見せることは可能だと思えます。

もう一つは、先ほど車椅子の映像がありました。ロボットと関連し、やはり日本のみならずいろんな国々、中国含めて人手不足になっています。ですから、それを対応できる社会をつくるのが、もう日本は先端国ということになります。ユニバーサル社会というか、障がい者、高齢者が住みやすい環境であるのが日本ですということを宣伝する、すごくいいチャンスかなというふうに思っております。

たまたま、ご存じかもしれませんが、去年の秋頃にミッドタウンでLIVES TOKYOという、障がい者がどんなに普通社会にインクルーシブに生活できるという一日のイベントがありました。私の知り合いがそれに関わっているわけですが、すごく面白く、障がい者に対しては結構いろんな問題が世界中にまだ残っていますが、いかに普通の会社で働いている、例えば、目が見えない弁護士さんとか、それに関連する技術とか、使っている技術とか、いろんなものが見られるチャンスかなと思えます。もし後ほどその辺の情報が必要であれば、私が繋がりますので御紹介します。

○大田委員長

ありがとうございます。ほか、いかがでしょうか。翁さん。

○翁委員

御説明ありがとうございました。

ロンドンオリンピックのときに初めて導入された供給者認証スキームというのは、日本でも検討してはどうかと思いますが、それはいかがなのでしょう。

スポンサー以外の企業、特に中小企業などが、オリンピック・パラリンピックでの実績とかのライセンスを海外にPRできる、それは、その後もそれが続くということで、そういった仕組みを導入すれば、より発信が有効に機能するように思いますが、この辺りの御検討はされているのか、ちょっと教えていただければと思います。

○大田委員長

もし何か今、御検討中のことがあれば御紹介をお願いします。

○中村企画財務局長

都のほうで中小企業のネットワークをつくっていただいて、組織委員会の基本的な発注は全てそこを通してやらせていただいており、あれはロンドンをベースにつくったものです。

○東京都小坂計画担当課長

東京都のほうで、ビジネスチャンス・ナビというのをつくっておりますので、そちらのほうを御案内させていただければと思います。こちらにつきましては、大会に関わるいろいろな発注情報がありますので、そういうものを登録していただいた企業の方々に御提供しています。まずそこに登録していただくと、大会関連の発注情報等を見ることができるようになり、そこでビジネスのマッチングにつなげていただく。そんな仕組みを東京のみならず、全国の企業が参加できるような形でつくっております。

○翁委員

ロンドンの場合は、多くの企業がオリンピック・パラリンピックで活用しましたということ、海外にもどんどんPRできるという仕組みになっていたというふうに聞いていますが、それと同じような発信力だと考えてよろしいのでしょうか。

○東京都小坂計画担当課長

まずは、やっぱり日本全国にそういう参加する機会を与えるということで、全国には広めていこうとしているんですが、確かに御指摘のように、海外にまで、そこまで発信力は今、現状としてどれだけあるかというところは検討の余地があると思うので、そこは関係局にも今いただいたお話をお伝えするようにいたします。

○中村企画財務局長

ロンドンの場合ちょっとうる覚えで間違っていたら、また後で訂正させていただきますが、まず、大会期間中はなかなか難しいスポンサーシップの関係で、オリンピック・パラリンピック大会は例えばいろんなところから調達を受けているんですけども、そういうのがありましたということは、なかなか言いがたいところがございます。大会が終わった後に言えるかどうかというのは、ロンドンの場合は、たしか英国の産業部の許可という観点から、国のほうで音頭をとって、事後だったらそういうことを認めてくれみたいな交渉があったというふうに聞いています。日本でそういうことができるかどうかは、内閣官房とも相談をしながら検討していきたいと思っています。

○翁委員

多分、レガシーを残していくという面では、非常に重要な取組だと思っていて、恐らくIOCとかとイギリス政府が交渉をされていたと思いますので、この件についてぜひ御検討いただいて、また次回、教えていただければと思います。

○大田委員長

翁さんの御提案は、レガシーコンセプトでいうと、底力の発揮ということですし、キャシーさんはFor All、まさにそのものですので、どうぞ事務局で御検討をよろしく願いいたします。ほかいかがでしょうか。村井先生。

○村井委員

前回は申し上げましたが、慶應義塾大学では4月から「マンガ」という授業をやります。出版界の方と話していると、様々なところでの漫画のインパクトは大変強いと感じています。ところが、一つ一つの漫画に作者の方がいて、個別に大きな世界的な文化の発信をしているのですけれども、例えば大学で「マンガ」という授業をやろうといったら、やはり猛反対をされます。慶應義塾大学でも抵抗があるくらいです。

ただ、日本発の漫画は大変色々なところで役に立っています。例えば、前にも申しましたが、囲碁がこれだけ世界でプレイされるようになったのも、「ヒカルの碁」という、SFCの卒業生の梅沢由香里さんが監修をした漫画が、よく読まれたから海外にも囲碁の文化ができ、そして、日本のことが伝わるようになって、2013年、14年頃から漫画が右開きになりました。これも漫画を正しく読みたいからで、それまでは裏返しだったそうです。日本の野球選手は全部左投げなのと言われていたのですけれども、それもきちんと裏返しに戻しました。それは文化のパワーですよ。

こういったものが、明らかにジャパブランドを形成していると思います。ただ、これをどのようにして東京大会で利用できるかといったときには、やはり業界が関与して、権利処理との関係の中で賛同してくれる必要があると思います。

前も少しお聞きしましたが、出版業界で漫画の権利処理に関わっている方たちが、オリパラの委員会に協力していただける体制がやはりあったほうがいいと思っています。この委員会にも出版業界の方はいません。ほかの委員会にいいのかどうかはよくわかりませんが、小学館や角川、講談社をはじめとする出版業界の方たちがうまくグループとしてそういう発想に賛同してくれて、漫画家の方たちが協力してくれると、権利処理との関係でよいと思いますが、いかがですか。

○中村企画財務局長

ありがとうございます。

冒頭、ちょっと御説明しましたけど、ONE TEAM PROJECTというのは、そういったことで、漫画家の方々に個人ベースでいるんな方の御協力をいただいています。けれども、今、村井先生がおっしゃったのは、もっと広がり、業界全体として御協力いただけるようなことを考えられないかということだと思っております。

ちょっと検討させてください。過去にもたしか、JOCのキャンペーンのたびに、いろんな漫画のキャラクターが協力するようなことがあった気がしますので、恐らくそういったことも検討しますし、組織委員会の中でもいろんな取組を今、検討しているのもあると思いますので、また形になりましたら、フィードバックをさせていただきます。

○村井委員

音楽の権利処理などは、包括的に許諾するような仕組みができています。漫画ベースの原作等も大変増えてきているので、そういうための出版業界の体制もできつつあると理解しています。したがって、いい機会だと思うので、逆にそういう権利処理の組織を出版側もやってほしいし、それが確立していくと、そういう日本の文化が世界に出ていく基盤ができますので、権利処理組織の確立ということも含めて進めるのが、日本としてはいいと思っています。

○大田委員長

これ大変重要なことだと思いますので、ぜひよろしく願いいたします。高田委員。

○高田委員

先ほど、カウントダウンショーケースのところの御議論にもありましたが、今回の状況の中で、空港から交通・街・スポーツといったような、競技場に限らず、全てを展示場というのは非常に重要なコンセプトだと私は思います。空港ということで考えますと、場合によっては海でもいいわけですし、それから、場合によっては、日本に来る空港というところは、大きいところというのはそんなにたくさんあるわけでもありませんので、日本以外のところにもうちょっとPRをする。これは費用の問題等もありますから、そう簡単ではないのかもしれませんが考えています。

それと、私もたまに海外の大使館等もお邪魔することがあるんですが、もう少しオリンピック絡みのことを広告してもいいんじゃないかと思うことがありまして、在外公館のところ辺り、もう少し幅広く対応してもいいのではないかと思います。

それから、大体どこの在外公館もそうですが、その場で例えばジャパンフェスティバルみたいなものを結構やったりかしています。先ほど村井先生のお話にもありましたように、今もう非常に漫画辺りも非常にコンテンツとして重要になっていますし、それから、食ということが非常に話題になっていますので、そうしたところを通じて、もうちょっと在外のところでもPRを、まずは空港から始めて、また在外公館の、場合によるとジェットロさんもあるのかもしれませんが。その辺からいろいろ文化的なところも対応しているフェスティバルみたいなものも結構出てきていますので、検討するのもいいと思います。

ただ、今年、来年くらいはそういったところを調べて、せめてそこにはある程度こういうメッセージをどんどん送って、PRをしていくというのが重要ではないかなと考えております。

○大田委員長

ありがとうございます。矢ヶ崎さん、何か今の点を含めてありませんか。

○矢ヶ崎委員

発言の機会をありがとうございます。東洋大学国際観光学部の矢ヶ崎です。ジャパンブランドの発信に向けた検討ということで、今の技術の発信、これは非常に重要なことだというふうに思っております。

訪日外国人旅行者は大変増えておりますけれども、増えた原動力になってきておりますビジット・ジャパン・キャンペーンという十何年も展開している政府のキャンペーンがあります。こういったキャンペーンのそもそものところは、経済大国・技術立国日本という昔のイメージ、これに加えて時間消費の場としても、遊びに来て、旅行に来て楽しんで、日本というイメージをオンしていったことが成果を徐々に上げてきているという構造がございます。

そういう中で、いま一度、実は、やっぱり技術もすごいんだよというところで、さらに日本のイメージを強くしていくという、そういうすばらしいタイミングに来ているというふうに一つ思います。

ということをお考えすると、恐らく二つのことに留意しながらやったらいいかなと思っております。これは非常にマーケティングの基礎的なところで、当たり前なことなんですが、一つはターゲットであります。ターゲットの中には、ほかの方々に影響力の非常に多い方、大きい方、具体的に言うと、たくさんいらっしゃるプレスの方々等、そういう方々に今回の取組はしっかり見ていただいて、しっかり御理解いただき、愛情を持って御自分の国に伝えていただくというようなところの囲い込み、つくり込みという取組が必要であるということだと思います。

もう一つは、一般の観光客の方々、2020年の大会のときにいらっしゃるの方々というターゲットではなくて、もう既に今、来ている3,000万人近くの方々の中で、この間の取組、クリスマス前後になされていらっしゃる、ああいったところにも来ていただく。次のお取組も今、来ている一般の訪日外国人旅行者にも来ていただくというような、そういう連携が必要かなというふうに思いました。

また、二つ目のことは、見せ方ですが、先ほど拝見させていただきました動画に、最初女の子が出てきて、「新しい技術と日本文化が両方見れたからすごいよかった」、この彼女の言葉に集約されているような気がします。すばらしい未来を切り開く技術、これが自分事である、あるいは、自分と非常に親しみのあるものであるというふうに、自分との接点を感じられたときに、本当に自分のものになっていく。そういう見る側の一般の人が、自分と接点を感じられることができるような見せ方、その一つがさつき村井先生もおっしゃった漫画とか、アニメとかというような要素を入れることも大変重要だと思います。

実は私どもの国際観光学部は、毎年毎年、留学生が非常に多くいらっしゃいます。大体アジアの大概のお国からいらっしゃいます。その方たちに、なぜ日本なんですか、なぜ観光なんですか、どうして日本語を勉強しようと思ったんですかと聞くと、大体漫画です。漏れなく今の学生たち、特にアジアはそういう接点になっていると感じています。それが前提としてあるということも考えていっていいかなと思います。

あとは食、それから、お花といったような、そういったことも接点がすごく外国の方は大好きですので、そういう意識が人間味のある部分が必要かなと思います。以上です。

○大田委員長

ありがとうございます。ほかいかがですか。宮部委員。

○宮部委員

少し今の話に絡んでですけど、食の話についてで、日本の食を支えている要素は幾つもあると思うんですが、一番、注目すべきは、低温物流のインフラとテクノロジーだと思います。私たちが海外に行って日本食を食べたときに思うこととして素材がやっぱり全然新鮮じゃないと感じてしまいます。日本という国は、少なくとも日本国内においては、どこで揚がった魚でも24時間以内に、場合によっては12時間以内に、いわゆる一流店のお店だったら届くというのはでき上がっています。新鮮野菜もそうです。

したがって、それがあからこそ、今、日本の「日本食」というもののおいしさは大半の部分ができていていると思っております。そういうところをクローズアップしていけば、今これをアジアまで広げようというような動きはしています。

もう少し頑張れば、36時間以内だったら、世界中広めるということも計算上可能です。低温物流というものが支えて、本当の「日本食」が世界に広がっていくとか、あるいは、各地の料理人のレベルがもっと上がるようになっていけば、いろんな意味の貢献ができるのではないかなと思いました。

もう一つ、やっぱり漫画の威力がすごくて、私たちの海外の会社に入社したいという人の中の動機のかなりの部分が、漫画を見ていて日本語がある程度わかるから入りたいという人は結構います。そういう意味では、やっぱり日本を強くするための、インフラとして非常に役立っていると感じております。

○大田委員長

ありがとうございます。では、才藤委員。

○才藤委員

ちょっとこと合う話かどうかわからないですが、今、いろんな議論をしていて、僕が何かつくったときに、最後の段階というのはバグ取りというか、要するに、不具合を包括的に見ていくことが必要だと感じています。それは、一つの部署

だけがやる話じゃなくて、ほかの部署から見たときに不具合があるよというような話が、多分、今の時期だと必要だと思います。いろんな新しいことが出てきていますが、細かいところを見ても、すごい不具合がたくさんあると思います。

例えば、建築の話もさっき出てきましたけども、代表的な建築物で最悪の建築物ってたくさん都内にありますよね。例えば、東京駅のタクシー乗り場だとか、その辺というのは。もうそろそろバグ取りを始めなければいけなくて、それはむしろほかの部署の人がやったほうがいいので、こういうところが全体を見るような企画を同時に動かしたほうが、今まで出てきたような話の精度が高まるんじゃないかと思うんです。

先ほどの障がい者の話も出てきましたが、すごいいいこともあるし、とんでもなく原始的なところもあるので、その辺は要するにお互いに外から見たほうがみやすいので、できればこの1年くらいでバグ取りをして、少なくとも東京都内の一番重要なお客に関しては、修正を加えらるか、修正を加えるというような議論をなさったほうが、レガシーが作りやすいんじゃないかなと思います。

○大田委員長

今の才藤さんのお話って、例えば東京都とか、そういうところが検討なさるということですかね。

○才藤委員

そうですね。例えば、新幹線って物すごくみんなにうけていますけど、リテールを見ていくと不便と感じます。例えば、旅行客はひかりしか乗れないとか、一番おもしろいところは見せられないというような、そういう話というのは、多分、成功しているとみんな成功で一色に塗ってしまうんですけど、実はそういうところを直すともっと完成度が高いと思うんです。そういうことは多分、この1年か2年で修正が加えられると思うので、やられたら更に精度の高い、さすが緻密な日本だみたいな話になるんじゃないかなと思います。

○大田委員長

利用者、観光客の目になって、一度真っさらにいろいろ見ていただくということですよ。ほかいかがでしょうか。宮川委員。

○宮川委員

今まで皆様のいろいろな御意見を伺っておりまして、特につけ加えることといっても、それほどございませんが、先ほど大田委員長がおっしゃったように、私もYOYOGI CANDLEのイベントのことは全く存じ上げなくて、映像を見てあんなすばらしい楽しそうなものを見たらよかったのになというのを残念に思いました。こんなにすてきなことをしているのに、普通一般的な生活をしている人間に、その情報が伝わらないというのがちょっとショックでした。私たち委員をやっているので、一番近いはずの人間ですら、それでも知らないということは、一体どういう人たちがああいうすばらしいイベントについての情報を得ているのか疑問です。毎日組織委員会のフェイスブックをのぞくオリンピックオタクの人たちだったら知っているかもしれませんが、もう少しせつかくやっていることをみんなが触れられるような、そういう情報発信の仕方というのを考えていただけたら、せつかくのイベントのよさを皆さんに拾ってもらえるのになと思いました。すごく楽しそうな企画だったので残念です。

それからもう一つは、先ほど技術、カウントダウンショーケースで、各企業の方がいろんな技術の展示会をされていたのを見て、これはすてきだなと思いましたが、やっぱり展示会をやったり、どこかでショーケースをやったりするといっても、足を運んでいただけの方というのはそんなに多くないと思います。そこで私としては、やはりスポンサーシップの問題があっても難しいのかもしれませんが、技術というのは、その現場というか、会場あるいは会場に至るアクセスの過程で見ていただくというのが、一番身近に接してもらえるのかなと思います。

例えば、会場に移動する手段や会場で使っていただくところの車椅子とか、お子様がいらっしゃるお母さんのための設備とか、もちろん、ユニバーサルというか、障がい者の方にも自由に使えるような移動手段とか、そういうものが会場、あるいは、そこに至る交通機関の中で触れていただくことが、一番そういう技術を知っていただくということで、効果があるのではないかなと思いました。そういうのも一つのショーケースになるのではないかなと思いました。

それから、ここでお話するのもいいところなのかわからないんですが、お金を支払う手段として、今でもお財布を開けてお札とか小銭を払わなければいけないというのが何か違和感があります。大分、今、携帯でチャリンとやれば払えるように、コンビニなどは進んできておりますけれども、最近経験したのは、JRのキヨスクで、もうあと5分でのぞみが発車するときに、缶ビールとおつまみを買って、もうすぐに駆け込みたいのに、何百何十何円ですと言われて、一生懸命お財布から出した経験がありました。「これ(電子マネー)は使えませんか」と言ったら「使えません」と言われてしまいまして、もう面倒くさくて大変でした。前も話したかもしれませんが、台湾に行ったときは、空港から帰ってくるまで、一度もお金を使わないでも行けるような感じでした。電車乗っても、何買っても、みんな携帯で支払いが済んでしまうような世界で、日本ってまだそんなに進んでいないんだというのをつくづく感じます。訪日客が多くなっている中で、一々小銭をじゃらじゃら出すという世界がもう少し変わっていくのかなというの、オリンピックだからというわけではありませんが、ちょっと感じておりました。以上、3点申し上げました。

○大田委員長

ありがとうございます。

いろんな御意見が出ましたので、事務局はこれらぜひ受け止めていただきまして、次回また御報告をいただければと思います。よろしく願います。篠原委員。

○篠原委員

今、宮川先生、それから先ほどの大田委員長のほうからお話のありました例の代々木でのイベントについて、なぜ皆さんにお知らせしなかったというのは、実はあそこは新宿駅の南口でございまして、事前に告知して人が集まったらとんでもないことになるということから、事前に告知してはいけないというふうな前提でやりました。ですから、特にオリンピックの1000日前のときはただあの日は大雨が降ったものですから、多分、皆さん御招待したらとんでもなく怒られたと思うんですけども、オリンピックの1000日前のときは、偶然そこにいらした方しか見ていないと思います。

実は申し上げたかったことは、技術のショーケースというふうに言ったときに、先ほど宮川さんがおっしゃったとおり、どこか会場でやるという話はあるんですけども、多くの方に見ていただくためには、どこでやったらいいのかということを考えないと、本当にそこに足を運んだ人しか見れないというふうなことになります。ただ一方で、あまり派手なことを、さっきお話ししたようなパブリックのところやると、やっぱりいろいろ混雑とか、事故とかというのが心配になってきますから、ある程度いろんなショーケースを場所を少し分散させてやっていかないと現実的じゃないのかなと思っています。

今の宮川さんのお話を伺っていて思ったのは、私も思っているのが、多分、オリンピックの閉会式のときって、始まる時と終わるとき、人の流れが多分大混雑になって、人が流れないと思います。そういうときに、そこで何かぱっと見せるとかというふうなことをすることによって、あまりフラストレーションをためずに中に入っていけるとか、多分そんなことも含めて見せる方法をちょっと考えていく必要があるかなというふうに思いました。

あと、もう一点は、前回もお話したんですけども、やっぱり全ての技術をこういった見せ方ができるかどうかは別にして、やっぱり生の技術を見せるのではなくて、その技術があることによって、こんなことができるんだよって、そっちを見せなければいけないと思っています。

先ほどの宮部さんのお話じゃないですけども、低温物流がすごいですよというふうに言っても、それはある人しかわからないと思います。低温物流で運んだ、すごくおいしいお魚を食べると、おいしかったとしかわからない。だから、本当はすごくおいしいお魚を食べて、おいしかったと思った瞬間に、実はこれが低温物流で運ばれたものですよというふうに、価値を最初に見せて、その仕組みが自然と後からわかるようなやり方。

例えば、この間もちょっと、宣伝になりますけど、弊社グループで、Perfumeという女性3人と東京とニューヨークとロンドンの3カ所にばらばらに配置しまして、同時に踊ってもらって、それを同時に再生しました。よくよく考えると、何で1万キロも離れている人たちが、同時に再生できるのというふうに次に気がつくものですから、そこで実はこんな技術を使いましたみたいな話を言って、やっぱり効用を見せてから技術を説明するみたいなことができる部分はやったほうがいいと思った次第です。

ただ、それをやるためには、やっぱり技術の人間だけが考えていたのでは、おもしろいものがないので、やっぱり表現者、さっきの漫画でもいいんですけども、いろんな表現する方々とか、使う方々と一緒になって見せ方を考えるということが、この技術のショーケースでは非常に大事なのかなというふうに思いました。

すみません、以上です。次回やるときには皆さんに、ここだけの方々には御案内申し上げます。

○大田委員長

イベントの話は、先ほどのプロジェクトにも関連する話ですので、また東京都も御検討をいただきたいと思っています。それでは、議事の3、地域の魅力発信プロジェクトに移りたいと思います。榎田委員が進めてくださっています。前回、内閣官房よりホスタウンの説明をいただきまして、ホスタウンと絡めた活動に拡大されております。まず、内閣官房からホスタウンの取組について御紹介をいただき、その後、榎田委員から取組の御紹介をお願いいたします。

○勝野内閣官房参事官

内閣官房オリパラ事務局勝野と申します。

御説明の前に、私、農林水産省から出向で参っております。前職は和食室長でしたので、先ほど来、皆様から和食の文化の発信というありがたいお話をいただいたこと、まず感謝申し上げます。

外務省なり農水省で、在外公館などを通じた和食の文化の発信という取組、とても熱心に行っているところですが、オリンピック・パラリンピックということとあわせた発信ということが、果たして十分だったかというのを、私も思い出しながら見ていると、まだまだかなというふうに思いますので、組織委員会さんと連携させていただいて、上手に海外でも発信できるようにということも取り組んでまいりたいと思います。

今日はホスタウンの御説明ということで参りました。資料9をご覧ください。表紙にbeyond2020マークと、右側には公認プログラムのマークをつけさせていただいております。

私ども内閣官房は、日本の文化発信ということ、2020年を見据えて取り組んでいこうということで、beyond2020マークの取組を進めているところですけども、この度、ホスタウンの活動については、公認プログラムのマークをつけた活動をさせていただけるということになりました。組織委員会さんと連携して、今までは会場自治体さんしかこのマー

クがつけられなかったところ、ホストタウンになっている自治体さんにもつけていただけるという道が開けたということで、今後ますます活動を活発に行っていけるかなと期待をしております。

本日は、この委員会の榎田委員とコラボレーションした取組ということで御紹介をしてみたいと思います。ページ1枚をめくっていただいて、ホストタウンとはという資料を載せさせていただいております。

前回、説明があったということですので、ここでは、ホストタウンでコアとなる取組がどういったことかということだけ紹介させていただきます。

大会に参加する選手との交流。これ多くの自治体が事前キャンプの誘致ということに非常に熱心に取り組んできたという経緯があります。今でもそういった活動をしていただいているんですけれども、それだけではなかなか住民を巻き込んだ交流にならないという面もあり、事前キャンプのみならず、大会後に選手が、東京大会に来たときに、競技が終わった後にリラックスして遊びに行くというような、地方の各地に選手に行っていただくというような仕掛けを現在進めているところです。

ホストタウンとしては登録数211、そして自治体数では282、相手国、地域では82ということで、非常に増えてきているということです。

子どもたちによるポスター・映像制作を通じた取組ということで、今回、岩手県の野田村、静岡市、それから福島県の飯舘村、それから徳島県、この三地域で取組を進めているところです。

この取組の御紹介として、今回野田村、静岡市の事例を取り上げていきたいんですけれども、その前に次のページの復興「ありがとう」ホストタウンの御紹介をさせていただきます。

岩手県野田村、それから、福島県飯舘村に関しましては、復興「ありがとう」ホストタウンのスキームの中で取り組んでいただいております。これは昨年8月に、現在の鈴木東京オリンピック・パラリンピック担当大臣が就任されて以降、復興オリンピック・パラリンピックを具現化するものとして、新しくつくっていただいたものです。

何をするかというと、通常のホストタウンでも行う大会参加国・地域の方々との交流のところ、震災時に支援してくれたレスキュー隊員の方々とか、物資を送ってくれたの方々、あるいは義援金を出していただいたの方々、メッセージをくださったの方々、そういった方々に「ありがとう」という気持ちを込めて、そういった方々との交流を行うということを中心に置いたものです。ここに2018年1月時点の決定自治体ということで、リストを書かせていただいておりますが、現時点で13自治体にこういった取組をしていただいております。

この中で、榎田さんとのプロジェクトを進めていただいているのが、野田村と飯舘村になります。詳しくは資料を後ほどご覧ください。では、なぜこういった子どもたちによるポスター・映像制作ということを行っているかということなんですけれども、なかなかホストタウンとなっても、住民の皆さん全員に私たちの村はこういうホストタウンの取組をしていますということを知っていただくというのは、難しいという課題を感じております。

というのも、選手などが来ても、新聞に載って、多くの方はただ記事を見るだけということになってしまいます。子どもとの交流も、小学校に来て給食を一緒に食べましたという、どちらかというと、子どもたちはただ受け入れるだけ。お膳立てをされた中で、お客さんとして選手と一緒に接するというところになってしまいます。これをもう少し能動的に、子どもたちがむしろホストタウン特派員のようになり、選手なり、あるいは相手国・地域の住民の方々との交流の担い手になるという仕掛けができないかということで、今回、ポスター・映像制作というプロジェクトに携わっていただくことにトライしています。

何をするかというと、実際の交流相手の方にインタビューをし、写真も撮り、そして、それをポスターにするというミッションを子どもたちに与えます。そのための技術は榎田先生が教えてくださいということになるんですけれども、これをやることによって、でき上がったポスターを見た住民の方々に、ホストタウンってこんなことをやるんだ、相手の国の今度来る選手はこんな人なんだということを見える化するということです。さらに子どもたちがつくったものですよといったことで、住民の皆さんは、うちの地域の子供たちがつくったものだったら見てみようという形で、非常に情報が入りやすくなるということです。2020年にこの選手が来たときにはみんなで応援しようという機運を盛り上げていくということになっていきます。子どもたちには、そういった交流を通じて自分たちの地域を見直すきっかけにさせていただこうというものです。

次のページに、具体的に野田村、静岡市のプロジェクトの説明資料がございます。最初のきっかけは、昨年10月に静岡市に台湾の陸上選手が来たときに、野田村の村長が静岡市に激励に行かれました。そのときに選手や競技団体の方と交流を行い、野田村産の天然ワカメを持ち込みまして、選手が泊まっているレストランのホテルの料理長に託し、選手が食べる朝御飯に提供していただきました。

ここで出会いがあったわけですが、1月には静岡市と野田村の中学生が実際に台湾を訪れ、陸上選手たちに、野田村と静岡市の中学生が混成チームを組んでインタビューを行いました。

ちなみに、キャノンさんの大々的な協力をいただいて、全員が一瞬レフカメラを持って、本当に記者さんのように、ばしばし写真を撮って、立派なポスターづくりをしているところです。

最後のページです。今後の予定ですが、中学生がつくったポスター、いろんなところで展示していく予定ですが、一例として野田村では三陸鉄道、あまちゃんでも有名になった北リアス線がございますので、その中ぶり広告に3月いっぱい掲示をしていただくという計画にしております。

また、私も2月25日にホストタウンサミットという形で、全国の自治体を集めたホストタウンのイベントを開催する予定ですが、そこでも御披露いただくということで、中学生が立派に発表してくださることを楽しみにしております。

では、具体的なお話は榎田先生、お願いいたします。

○榎田委員

こちらの会議でも地域の魅力をどういうふうに引き出すかということでトライしてきているんですけれども、ホストタウンの先ほどの話は少し後半に持ってきて、現状、今どういったことが起こっているかということをお話させていただきます。

できます。

「認知開発力×高校生×中学生＝明るい未来」ということで、明るいが出てきたということは、やっていて僕もいろいろな発見があって、これはすごいなということがちょっと見えてきたんですね。それを少しずつ御説明していきます。

大体、地方とか中小企業とかの悩みというのは、若い人が出ていっちゃうと。何で出ていっちゃうんですかという、仕事がない、役所の人言うんですね。でも、調べると仕事は死ぬほどあるし、素晴らしい仕事をやっている中小企業の方が結構ある。けども、そのことと高校生たち、地元の若い人たちがコネクトされていない。全然コネクトされていないんだねということがありまして、じゃあ、どうやってコネクトしていくのよということ、私の持っている技術でお手伝いしているという現状です。

コネクトされていないという、コネクトはされてはいるとは思いますが、コネクトの種類と、道筋とか、そういったものって無数に実はあります。そのコネクトというものをちょっと真剣に考えていくことで、いいことが起こるんじゃないかというふうに僕は今、思っています。簡単に言うと、コネクトされていないから出ていっちゃうわけで、知らないんですよ、地域のこと。コネクトされていないから自分事にならない。これはホストタウンの問題でもありますけども、これはわかりやすいので、ホストタウンは。

僕はどうしているかと言いますと、先般来お話させていただいている認知開発力という技術、物事の中に新しい可能性を見出して価値化する。これは映画の技術を応用したものですけども、具体的に言いますと、人間というのは、じゃあ、どうやったらコネクトするのよということ、物語に共感するとコネクトされる。こういったようなことが僕の経験上ありまして、じゃあ、物語というのをどういうふうにつなげていくのかという技術を高校生を中心に教えてきました。

物語の構成要素について、これはしっかりと理論的なことも伝えます。その理論的なものを伝えながら、実習で取材をさせて、それを編集と、この繰り返しで、理屈と実際の感覚がそろってくるという、稽古と僕は呼んでいますけども、そういうことを年間を通じてやっていきます。

そうすると、どういうことが起こるかという、最近できた高校生のつくった映像があるので見ていただきたいんですけども。必ず稽古法は2分間の映像をつくるんです。なぜかという、自由にはつくらせません。2分間と決まっています、音楽も決まっています。なぜ2分間かという、100秒前後が人間が一番集中できる時間帯と言われていて、とにかくそれを超えると難しい。難しいというのは、一番最初に見た映像として、それ以上耐えられないということですね。

人類が今まで獲得してきた三つの言語がありますけど、画像言語、音声言語、文字言語とこの三つを組み合わせさせて、2分間の映像にしていくことをやらせます。はっきり言ってできない、非常に難しいんです。難しいんですけども、できるようになってくるんです。これは大人の人も、やっぱり若ければ若いほどなる。ちょっと見てみましょうか。まずは、岡山の津山市。これは津山東高校の生徒が、そこにあるロボットをつくる会社の映像をつくっています。

(映像上映)

これは多分、女子高生、彼女たちだったと思いますけども、要は2時間ほどインタビューして、それを2分の映像にするということは、しゃべらせる時間というのは30秒以内です。あとは、しゃべった内容を文字に変換する必要があります。それと、画像を組み合わせると物語をつくっていく。物語の可能性は実際は無数にあります。つまり、コネクトするやり方はたくさんある。一つのバイアスでなかなか動けない大人たちと違って、やっぱり高校生はその可能性が有りますね。

結局こうなるとどうなるかという、こんなにいい会社があると全く知らなかったということが発表会のときに出てきて、それで就職したいというような気持ちが出てくる。次、これは鹿児島です。薩摩川内市。

(映像上映)

普通の企業のPRの映像でしたら、こんなことができます、あんなことができますというようなことばかりになるんですけども、僕はそういうことは撮らせなくて、働いている人がどういう思いで、どういう物語をその人たちは紡いでいるのかということとしっかりと聞いてきなさいということですね。その方法を教えてやってきました。

そうしていくと、非常におもしろいことがたくさん起こって、ちょっとざっと学校の先生の報告の文章をちょっと抜粋したものです。

物事を構造化する技術を学ぶことで、生徒の未来に対する視座が深まった。つまり、自分がどういうふう生きていくのかということを取材をすることによって、大人たちが自分の物語を伝えることによって、ああ、こういうふう生きていきたい、ああいうふう生きていきたいということがはっきりわかってくれる。自己肯定感が高まった。これは、やはり感動できる、もしくは共感できる相手の情報をつくり続けることによって、なぜか知らないんですけど、自分も自信が出てくるようなそういう状態になる。

自らストーリーをつくり出す力が高まった。ストーリーって本当につくれないんですよ。なんです、それがストーリーをつくらせている。これがいろんな価値をつくり出す実は源泉になると思うんですけども。

物の見方が柔軟になった。やはりいろんな、結局これ僕が合格出すまでは何回も作り直しになるんです。どういう質問してきたの、どうなのということをやりながらやっていくものですから、こうだと思いついていたものがそうかと気づくことで、どんどん物の見方が変わってくる。これはもう明らかになってくる。地元の就職率が上がってきています。

あと、地域内の連携の要にこれはなってくるんですね、高校生が。要は企業と企業って、実は同じ地域にいて、狭い範囲にいるはずなのに、顔は知っているけども、一体どんな物語があるのかってほとんど知らない。その物語を引っ張ってくる役目として、高校生が今なっていて、この授業を通じて横の連携がまたどんどん進んでいくということも起こってきます。

挙げれば切りがないくらい出てきますけども、やっていて一番思うのは、 sunk cost というお話はよく聞くんですけども、その反対の言葉ってあるのかしらと調べると実はないんですよ。 sunk asset と言っていいようなものが実はいっぱいあって、それに対して我々のような大人のもう固まるってしまった物の見方だったら、そこにたどり着かないんですけども、やはり物語というドアを開いていくと、実はいっぱいあるんじゃないかと思えます。

それが少しだけ御説明させていただきますと、去年の発見ですけども、これはマカロンなんですけど、この中にあるクリームは実は干し柿でつくられています。干し柿のバターなんですけども、これは津山市なんですけど、実は何かと言いますと、この地域には高齢者がもちろんたくさんいて、その方たちが農家の方です。

ところが、僕も何度か取材させてもらったんですけど、その方たちは物すごいセンスを持っていて、農産品をつくる名人でもあり同時に加工品もつくります。いろんなものをつくれるんですけど、その干し柿が絶品で、外はちょっと乾いているんだけど中はレアでなければいけないというこだわりがあって、それを高校生たちが発見してきて、これ何とかならないかといった話がベースになって、僕はあるアメリカに住んでいる日本人なんですけど、カリフォルニアに住んでいる非常に高名な料理研究家の方がいて、その方が来てくれたら、その人が柿バターというのをつくって。これが、実は高校生の調理研究科みたいなのが実際にこれつくったんですけど、一緒に。今、新しい商品として市もバックアップしながら柿バターというんですか、これが今、商品開発されようとしています。

あともう一つ、津山市といったら御承知かもしれませんが、B級グルメでホルモンというのがあるって、ホルモンという、ホルモンうどんとかというので、どうしても女性があまりすてきに食べるというものじゃないんですね。というのは、女性目線がやっぱり少ないんですね、地方のいろんなものって。

どうしたかという、さっきのカリフォルニアのその方がやったら、ごめんなさい、これはちょっと、もう皿にホルマエなんです、ただのホルモンしか見えないと思いますけども、これは先ほど言った高齢者の農家のグループの方がつくったショウガのドレッシングがあるんです。ところが、ショウガのドレッシングも物すごく入り込んでつくっているの、めちゃくちゃ高品質な味なんです。当然、農薬とかそういうのがないようなもの。

それを入れて食べたら、あのホルモンが何と物すごいさっぱりして、これはどこの高級料理ですかみたいな味になって、盛りつけをきっちりすると、これなら女性も喜んで食べれますよね、コラーゲンも補給できますよねみたいなことになって、津山市はうはうはです。

次は、これはいきなり飛びますけど、奈良県の吉野。実は僕が写って、いろいろ写真を撮って、みんな、おおつと言っていますけど、写しているものは見せるなとまだ、高校生に言われているんです。何をつくっているかという、オリンピックに来たときに、外国人の人がうわあ、日本に来たと一発でわかるような感覚にしたいと。どうしましょう。総ヒノキづくりの屋台村をつくりたいと僕は言ったんですよね。思いつきでしゃべってしまうほうなんで。そうしたら、生徒が真に受けて、総ヒノキづくりの屋台をつくりました。これはプロトタイプです。しかも恐ろしいのが、さすがに吉野高校、元吉野林業。寺社仏閣のつくりでつくるから、釘は1本も使わない。

それで、僕が要は地方の人がそれを買って、東京オリンピックのときに自分たちのものを出せるような、そういったものにしたいからモバイルにしてくれと頼んだんです。日本の寺社仏閣というのは、全てがばらばらになるんです。目の前でばらばらにしてくれました。しかし、その後の問題は、これ誰が組み立てるんだという話になって、それを今、改造しているということですね。

次は、これは先般もお話しました徳島商業、これはすさまじいことになっています。これはカンボジアなんですけど、実は年末、僕もカンボジアの後ろに工場を建てました、ついに。食品加工場です。ハサップとれるようなものです。これは学校内の敷地に無理やりつくったんですけども、すさまじいんですけど、これは徳商とカンボジアの学校の生徒たちが一緒に同じTシャツをつくっていますけども、ついに工場をつくって、そのオペレーションが始まるという段階まで来ています。

このときにすごく大事なのが、徳商に認知活力を教えたものですから、彼女たちが大人の人たちの取材をしますね。そうすることで、この人たちに手伝ってもらいたい、この人たちがだったらできるんじゃないかというコネクトができて、それで、その大人たちが当然これは全部バックアップしています。

そうすると、徳島の中小企業の人たちは、普通にはこんなところで、中小企業1社だけでは進出できないところに、学校同士の関わりということで、これ国と国になっていますから、開所式のときには向こうの大臣とか、こちらの講師の方とかも来て、大々的なセレモニーだったんですけども、そういう動きになっています。ですから、先ほど、高校生が社会の要になることで、大人同士の意識の改革にもなれば、技術の向上にもなるということが起こっている。

翻って、これを僕は本当に、真面目にこつこつやっていたら、昨年、そちらにいらっしゃいます内閣官房の勝野さんと出会ったというか、引き合わされたといいますか。ホストタウンを何とかしてくださいということになって、ホストタウンって何ですかということから始まったんですけども。

ホストタウンの課題って、ある程度先ほどちょっとおっしゃっていましたが、何か最近でっかい外人の人が増えたねという感じなんです、市民の人の感覚というのは、それがいつの間にか消えたねという感覚で、ホストタウンって、どうしてホストタウンをやっているんですかと行政の方に聞くと、いや、もうインバウンドもやっぱりつながりたいし、こちらの要は事業者、企業と向こうの企業をつなげたい、フォ。それはどうしたらいいんですかといったら、全くそこからノーアイデアなんです、ほとんど。じゃあ、どうしますかといったときに、まず、先ほどのことですけど、うちの選手だという気持ちをその地域の人たちが、うちが応援している選手だということを要は思わないと、これ、まずいんじゃないですかという話になりました。

例えば、金メダルを取りそうだという選手だったら、恐らくみんな知っていることですけども、オリンピックは御承知のとおり参加することに意義があるということで、もう皆さん、最下位になる選手までも、本当に必死に人生かけて練習してきている。その物語をどういうふうにして市民の人に共有させるかといったときに、私のようなプロが行っても限度もありますし、大変です。結局、目的としては、地域の人たちがそれを実感するという事なんで、僕の場合は高校生に、じゃあ、映像撮らせたらいいじゃないですかとお話をしたんですけども、また行政的なお話で、今年度予算でお願いします。10月に言われたら、これもう不可能なんですね。高校生、だって10カ月くらいかけて一生懸命教えるわけです。それは無理ですと言ったら、そこを何とかという話になって、ポスターならできるかもと。ポスターというのは、実は映像をつくる前に、その前としてやるんです。

ポスターというのは、音声を抜いた部分です。動かないんだけど、要は取材してきたものを画像と文字で組み合わせ

て、共感できる物語をやっぴりポスターでつくらなければいけない。その練習を中学生にさせます。お互いよく知っている、相互認知容易性と呼んでいますけども、選手もよく知ってくれている、地域の人もよく知っているという環境をどうやって地域に、ホストタウンにつくるかということをチャレンジしています。

簡単に言うと、例えば、自分の載っているポスターが、その地域に行ったらそこら中に貼られていたら、選手の人はいらっしゃるんですね。自分が出ている物語をちゃんとみんなが聞いてくれるような映像が流れていたら、これはうれしいですね。うれしいし、あと、子どもたちも、もしくは地域の人たちも、そのことによってちゃんと共感が得られる。物語に共感するのでコネクされるということで。

今、まだ途中なんですけども、本当はこれ見せたいけないと生徒には言われているんですけども3枚ほど持ってきました。ちょっと見てください。

「飛んでゆけ」というんですね。要はこの選手は結構やる選手らしいです。5キロあるボールを宙に飛ばして受け止めるという訓練があるみたいですね。そのインタビューをこの選手にして、それでこの状況を写真で撮って。写真の撮り方も短い時間ですけどもちょっとだけ教えて、「飛んでゆけ」というタイトルなんですけど。今、僕はこれだめ出しを出して、「飛んでゆけ」というタイトルだけだったらシンプル過ぎてわからんと。共感できないんで、つまり自分がどこに共感したのかということをも端的に表わすタイトルをつくりなさいというふうに今、編集しています。

次は「東の間の休息」というので何でしようと思ったら、インタビューしているときは、東の間の選手の休息だということだったらしんです。下を見てみたらわかるんですが、この選手をインタビューして、激しい練習をしているのを目撃しているわけです、子どもたちは。このインタビューのときは彼の休息で、このインタビューが終わったらまた激しい練習に入っていくと。だから、少しは休んでほしいなという気持ちになったらしいんですね。

それはすごく大事なことなんですけど、僕もこれにはやっぱりだめ出しを出して、「東の間の休息」というのは、やはりもうちょっと何か弱いんじゃないのと。もうちょっと何か考えなさいということで出しています。

3人目は、「先攻する23歳、後を追う14歳」。これ選手が言うと、背も高くて、イケメンでみたいな感じで、もうインタビューして、自分が14歳で、今一緒に写っている選手が23歳。「俺も絶対ここに行きたいと思ったんです」と言うわけですよ。なるほどね。じゃあ、その素直な気持ちをタイトルにしてみたらと言ったらこうなりました。

最後に、中高生はコネクター、あらゆる意味でコネクターだなと。じゃあ、コネクター教育をどうやっていくのよということをやらなければいけないし、さっきのショーケースもそうですけども、全国を巡回するのが無理だったら、それを選抜した中高生に取材に来させて、それを地元に戻ってみんなで共有するというやり方もあるかなというふうに思いました。

どうもありがとうございます。

○大田委員長

ありがとうございました。すばらしい発表でした。また今後楽しみにしています。それでは、最後に榎田委員とパナソニックの取組であるKWN、榎田委員御紹介の学校との動画制作が行われましたので、その中から一つの学校の動画を一部御紹介いたします。お願いします。

(映像上映)

○石川アクション&レガシー部長

このパナソニックさんとこの榎田先生のコラボプログラムで、かつ、これは公認プログラムとして認証させていただくというのは、前回の委員会でも申し上げさせていただきました。

実際に徳島商業と鹿児島島の鶴翔高校と八王子の式分方小学校というものが応募していただいて、今年の3月に審査を得て、今年の春にパナソニックさんのほうで表彰式を実施される予定になっているということで聞いておりますので、これはその状況については、また結果が出次第、皆様に御報告しようかなと思います。以上です。

○大田委員長

これは今後こういった形で活用されますか。

○榎田委員

発表の場というものが、やはりパナソニックさんと組ませていただくことで、5カ国語くらいにさせていただいて、世界配信できるということで。そういったような日本の地域のこういうことを子どもたちがやっているよということを配信する場として、お力をかしていただいているということです。

○大田委員長

じゃあ、これは、前はアメリカの例が出ましたけど、5カ国くらいで発信されるということですね。

○宮部委員

そうですね。日本を中心に、これは毎年公開しているので、その中にこれを入れさせていただきます。私たちも一生懸命プロモーションして、見てくださいますとやろうと思っていますので、うまくコラボできたと思っています。

○大田委員長

ありがとうございました。

あと、一、二分、何か今日これだけという御意見がありましたら、ぜひお願いします。村井委員。

○村井委員

1分なので手短に。正月、箱根駅伝に応援に行きました。慶應義塾大学が出場するために去年から頑張っていて、今年、学連選抜で1人選手が出場しました。この箱根駅伝は、日本テレビが同時再送信というのをやりまして、今度の平昌オリンピックではNHKが同じことを、すなわち携帯電話等、テレビ以外で放送を受けられるという技術の実験をするそうです。

日本はやはりテレビ放送の技術がいろいろな形で先行していて、こういうことが我々の身近で起こってきます。さきほどのように、実験をしたのにその連絡がどこにもなかったと言われると申し訳ないので、駅伝は終わってしまいましたが、平昌オリンピックではそういう実験をすることになっています。テレビも、放送も、それからインフラのネットワークも、日本が一番強い力を持っていると思いますので、そういうことも注目をしていくべきだと思います。

○大田委員長

ありがとうございました。

今日も大変貴重な御意見、それから、さまざまな御報告をありがとうございました。

それでは、最後に今後のスケジュール、事務連絡について、事務局より説明をお願いいたします。

○石川アクション&レガシー部長

本日はお忙しいところありがとうございました。

二つほどです。一つは、議事録の公開の件ということで、これまでと同様に、議事録を公開させていただきます。これは委員長と確認をさせていただいた上で公開させていただきたいと思いますので、御了承いただきたいというふうに思います。

また、次回の委員会の開催の件でございますけれども、冒頭ありましたとおり、さまざまな実証実験ですとか、いろいろな実装もいろんな検討が進んでおります。したがって、実際にどういう形で報告できるか、どのタイミングでやるかということにつきましても、委員長と御相談をさせていただいて、また御案内をしたいと思います。

また、最後に一つ。さまざまな例えばイベントですとか、先ほどのプロジェクションマッピング等々のプログラムについては、公認プログラムになるのは事前に事務局でわかりますので、その点につきましては、ぜひ事前に委員の皆様へ展開をさせていただきたいと思いますので、引き続き御指導のほどよろしくお願いいたします。

本日はぎりぎりになりましたけど、ありがとうございました。

以上