

○尾川企画官 定刻になりましたので、「クールジャパン・アカデミアフォーラム」の第2回の会合を開催させていただきます。

私は本日、司会進行を担当いたします内閣府知的財産戦略推進事務局の尾川と申します。よろしくお願いいたします。

構成員の先生方におかれましては、御多忙のところ、また、本日お足元の悪いところ御参加いただきまして、ありがとうございます。

開催に当たりまして、当事務局次長の佐野より御挨拶を申し上げます。

○佐野次長 内閣府知財事務局の佐野でございます。

座って御挨拶申し上げます。

本日は、御多忙のところ、また、足元が大変悪い中、御参加いただきまして、ありがとうございます。

前回に引き続きまして、活発な意見交換の場とできればと思っておりますので、改めてよろしくお願いいたしますと思います。

もともとこの「クールジャパン・アカデミアフォーラム」でございますけれども、私どもの「知財計画2023」におきまして、アカデミアと連携をするということでスタートしたわけでございますけれども、地域の魅力を磨き上げて海外に発信することのある種の学問としても捉えていきながら、中期的には自立的な学会のようなものになればと思っております。この中で様々皆様が取り組まれている事例の共有などを行いながら、最終的には横断的に適用できるようなフレームワークのようなものも議論できる場にしていければと思っております。

今回は、来年度に実際に実証してみるということで、多面的な魅力を発信できる可能性のある地域につきまして御議論いただければと思っております、その中で候補をある程度絞り込んでいければと思っております。

それから、私どもは今、6月に向けまして新しいクールジャパン戦略を議論しております。その中でも特に担い手が非常に重要であるということでありまして、外国の担い手ともネットワークを構築しながら一緒に進めていくということもございまして、やはり人手不足の中で、各地域におられるアカデミアの方々と連携していくということが重要ではないかという意見も出てきているところでございまして、こういった場を通じましてますます連携できればと思っております。

本日のフォーラムでございますけれども、かしこまった会議の場というよりは、積極的な情報交換や意見交換の場であるということでございますので、活発な御議論をいただければと思っております。

最後に、今回御参加いただいた皆様方のますますの御活躍を祈念しまして、私からの挨拶

搦とさせていただきます。

○尾川企画官 ありがとうございます。

それでは、資料の確認をさせていただきます。

議事次第をお配りさせていただいておりますけれども、事務局の勝手際で資料番号が一部おかしいのですが、資料0といたしまして服部先生の取組に関する資料、資料1といたしまして地域における取組紹介の資料で、資料1-1は野中先生の資料、資料1-2は山崎先生の資料をお配りさせていただいております。

続きまして、本日の進行についてでございますけれども、最初に事務局から簡単に本日のフォーラムの目的などを御説明させていただきます。その後、前回御参加できなかった服部先生から、自己紹介も兼ねまして御自身の取組について御発表いただきます。その後、野中先生、山崎先生のお二人の先生から具体的なエリアでの多面的な取組の御紹介ですとか、今後、このアカデミアフォーラムで、どういうふうに取り組んでいくかといった可能性につきまして御発表いただきまして、ディスカッションをするというのが野中先生のパートと山崎先生のパート、2つのパートで進めていきたいと思っております。残りの時間が少しあると思いますので、引き続きの議論でも構いませんし、全体としてほかの先生方からも、こういうエリアでこういう取組があるというような御紹介をいただき、それについてのディスカッションで、来年度に向けてこのフォーラムでどこを実証フィールドにしていくかなどについて御議論いただければと考えております。

本日の参加者ですが、服部先生がオンラインで御参加いただいております。大江先生と久保田先生は御欠席ということになっております。

後ろのほうに関係省庁からもオブザーバーで御参加をいただいているということでございますので、交流なども深めていただければと思います。

今回も座長は置かずに、事務局で司会進行を務めさせていただきます。

本日、会合は原則として公開としておりまして、オンラインで一般の傍聴の方もいらっしゃいますので、御留意いただければと思っております。

それでは、本日の会合などについて御説明をさせていただきます。

○田中補佐 改めまして、知財事務局の田中と申します。本日も御参加いただき、ありがとうございます。

重複するところもございますが、簡単に御説明させていただきます。

先ほど尾川が申しましたとおり、本日2名の委員の方々から具体的なエリアの話をしていただきます。各先生方におかれましては、自分がこういったエリアでどういうことをしたいとか、そういったことを頭に膨らませていただきながら話を聞いていただければと思っております。

また、後ほどのパートでは、その地域以外で各委員の先生方がより魅力的と思う地域があれば御発言いただき、そこにもほかの先生方からこういった形であれば参加できそう等、そういった活発な議論をしていただければと思っております。

本日、地域について絞ることまではしませんが、各省庁とも連携して、来年度に向けて、より面白そうな地域、エリアを選んでいきたいと思っておりますので、活発な御議論をよろしくお願いいたします。

○尾川企画官 事務局からの説明はここまでですが、これまでのところで御不明な点ですか、御質問ですとか、資料が足りないとか、何かありましたら御発言ください。よろしいでしょうか。

それでは、議事のほうに入らせていただきたいと思います。

まず初めに、オンラインで御参加いただいております服部先生から、御自身の取組ですとか紹介を行っていただきたいと思います。大変恐縮ですが時間の都合上5分程度でよろしくお願いいたします。それでは、服部先生、よろしくお願いいたします。

○服部委員 ありがとうございます。

そちらにいられないのがとても残念なのですが、かなりカジュアルなミーティングという感じのようなので、今回は必ずということ。

私は、京都、大阪をベースにやっております服部です。

私は京都芸術大学と、自身でgrafというデザインチームを率いておりまして、我々と自治体とのブランディングであるとか、地域再生等をやらせていただいております。

ページをめくっていただきますと、デザインの観点でお話ししたほうがいいかなと思っていますので、こういう資料を作らせてもらいました。「ひらかれた暮らし、ひらかれた地域」という考え方で展開しています。

次のページをお願いします。

我々の事例で言いますと、上から「小豆島ジオフードダイニング」というもの、これは瀬戸内で国際芸術祭が行われていますが、そこに参加している小豆島があります。小豆島周辺はジオパーク構想というものがあまして、それに導かれたようにジオフードというものを使って地域のダイニングアウトを展開していくような方法論です。

そこから下まで行くと、工芸産地協会というのがあります。こちらのほうは産業観光と言われるようなものなのですが、最近、MICEで海外からやってこられたときに、経費で各地を巡ることが産業観光の周辺で言われています。これは経産省のほうでもオープンファクトリーを推進しているのですが、このオープンファクトリーをインバウンドのために経費で巡ってもらえるようなプログラム化していけないかということの構想を展開されています。

間に仕事づくりと書かれていますが、「淡路はたらくカタチ研究島」というのは、人口減少になっていくのですが、人口減少中に今までになかった産業、今までになかった仕事、今までになかった土産物等々、17個の研究会をこの島の中で作りまして、新たな土産物、新たな仕事をつくっていくという事業を展開しておりました。

こちらのほうは先ほどのMICEに近い話なのですが、この活動そのもの自体が本になりま

して、韓国語版、中国語版に翻訳されて出版されました。そのおかげでもあるのですが、中国からの視察であったりとか、韓国からの視察で地域コミュニティの活性化という話になると特にそういう視察団体がすごく活発なのは台湾でもあったりします。台湾地域から視察旅行としてこの淡路島にその後、もう5年以上過っているのですけれども、いまだに視察旅行というのがインバウンドの形で続いております。

その下、「めぐみめぐるてんり」というのは天理市のブランディングの活動なのですが、我々のほうでバイオマスエネルギーを推進し、廃校でバイオマスのエネルギーを発生させています。それは周辺の里山を取り返そうということで、周辺の山を整備し、バイオマスのエネルギーでこの地域にある廃校をオフグリッド化し、展開していくというものになっています。周辺の農産業の方たち、そして若手の農に関わろうとしている方たちもこの廃校に集いながら、移住促進ということをやっています。これも同じくやはり視察がすごく増えています。産業観光と言うのか、様々な言われ方が今後どんどん出てくるとは思うのですけれども、我々、関西にいと万博のことがありますので、地域パビリオンという考え方で、こういった様々な地域で行われている活動をパビリオン化していくことができないかということを目指しています。

次のページをお願いします。

デザインの観点というところで、そもそもデザインはこういうことをやっているのです。ものづくりを言うと、右側はアウトプットと書かれていますけれども、ユーザーの人たちはこのアウトプット以降しか見たことがないと。ただ、デザインというのは、左側にあるリサーチ・調査・検証・解体・編集・再構築・アウトプットという流れになっております。これをやりながらデザインを行うわけですが、このつくるプロセスに地域を巻き込みながら新たな発見をしていくということをやります。それに基づいたアウトプットをされていったものが社会に展開されていくという流れのものになります。

5分しかないので1ページ飛ばしてもらっていいですか。

どのようなプロセスを経ているかというので、私のほうで5フェーズと呼んでいるのですが、先ほどのジオパークのように、まず第1フェーズでは地形を読み解いていきます。物事が最初に生まれた理由を探っていくために、地形から調査しています。谷間に水が流れていますので、そこに豊富な植物、植生が生まれ、その植生を使った技術が生まれます。その技術が生まれることによってコミュニティが生まれ、コミュニティ以降に産業・産地というのが生まれてきます。デザインというと、割と表層をデザインしてくれという話になって、ブランディング、ブランディングとアウターブランディングのようなことを言われるのですが、今後必ず必要なのはインナーブランディングからあふれていくような政策が必要であるということで、このようなフェーズを展開しています。

継承された理由も現在調べていくわけですが、やっとなクリエイションの頭が働くのがこの3番目です。過去受け継がれてきたものをいかに10年後、20年後、100年後続けていけるのかということをご構想していくわけですが、そのコンセプトから新しいアウトプットを展開

していくというこの流れが、実は様々な地域で生かされているというところになっております。

このぐらいで5分経過したのではなかろうかと思えます。

○尾川企画官 短い時間で大変恐縮でございます。ありがとうございます。

また意見交換のところでも何か関連したものを御発表いただければと思っております。

続きまして、具体的なエリアでの多面的な魅力づくりですとかその可能性について、お二人の先生から御発表いただきまして、ディスカッションを行っていきたいと思っております。

最初に野中先生から御発表をお願いいたしたいと思えます。野中先生、よろしく願いいたします。

○野中委員 ありがとうございます。

私のほうからは、第1回のフォーラムでもGAstroEduの取組を御報告させていただきましたが、今回御提案する具体的なフィールドとしては佐賀県をとということで資料を持ってまいりました。

前半では、GAstroEduプロジェクトの中で先進的に取組が進んでいる広島県尾道市瀬戸田での取組を御紹介しながら、佐賀でどんなことができたらいいかというところで15分程度お話をさせていただきたいと思えます。

私のほうから8分程度、後半の7分は一緒にプロジェクトを進めております石田雅芳先生よりお話をさせていただきます。

GAstroEduは、いろいろな地域とオンラインで接続をしながら、地域の皆さんと世界の人と地域をつなげることによって価値共創を目指していく。そのときに、いろいろなアカデミアの専門知が入ることで、様々な相乗効果、イノベーションが生まれたらいいのではないかというコンセプトで進めております。

まだ編集中なのですけれども、ちょうど広島県尾道市瀬戸田で今年2月に行ったLemon Adventure 4のビデオがございますので、そちらを御覧いただければと思えます。

(動画上映)

○野中委員 ありがとうございます、瀬戸田との取組もう4年目に入っております、ここで皆さんに見ていただけるのが感無量です。ここでどんなことを目指しているのかというところで言いますと、私は専門がシステムズエンジニアリングなので、デザインとしていろいろなステークホルダーと共創しながらさらに進化していけるかと、外部からの専門知、刺激でコミュニティ自体を拡張しながら新しいことが生まれたらいいなということでワークショップを設計しております。

3年になる取組になりまして、瀬戸田のほうでも「Lemon Adventure」第1回の取組では、オンラインでアマルフィ（イタリア）とつないで、特に地域の方とアマルフィの方のレモンの交流というところにとどまったのですが、その後、瀬戸田の方が実際にトリノに行かれて、現地でコミュニティを広げられたり、御活動を発展されたり、また、国内のほかの

地域の連携としては、仙台のローカルテレビ局が媒介となることで、銀座や仙台で新しい事業者同士の連携などが広がっております。

また、今回の「Lemon Adventure」、GAstroEduは2部パートで進めました。先ほどの動画前半のベル・カントホールという施設で行ったシンポジウム形式のものと、後半の「食×デザイン×アート」では、食べながら、食べる体験・行為を地域の方と共創して、地域のコンテクストや、新しい発見を食の体験、デザイン、アートを通じて広げていく取組をしております。

具体的に佐賀県をフィールドとして、どんなことを御提案したいのかというところの有田焼や陶磁器に関する話をこの後、石田先生にお願いしたいと思うのですが、佐賀県では有田にかかわらず陶磁器は素晴らしいものがたくさんありますので、後半の部分の「食×デザイン×アート」に関しては、地元の有田焼の窯元や県庁の方たちとも、すごく良い洞窟のフィールドがあるので、ここで洞窟ガストロノミーディナーのようなものをやれたらいいなということで御相談をしてきました。

では、石田先生、よろしいですか。有田、フィレンツェ、陶磁器の話をお願いいたします。

○石田委員 先ほどの話にちょっとだけ付け加えようと思っていたのは、GAstroEduというプログラムなのですが、野中先生と長年続けていたわけなのですが、コロナ禍でどこにも行けないときに、何か面白いことができないかみたいところから始まったというスタートがあったわけなのです。そのうち何かもっと大きいものが捕まえられるのではないかなということになりまして、仕方がないのでリモートをやっているというよりも、リモートをやっているおかげで特別なものが手に入るとか、特別な人につながったりとか、特別な知識が手に入ったりとかというのを目指してきておりました。

これに対してどのような理論的な肉付けをしようかなと思っていたときに、折しもスローフード協会の会長が非常に長いインタビューを著書にまとめたことがありまして、その最終章で面白い話を書いてあったのです。これからの知識はどうあるべきなのであろうかと。食に関する知識の話なのですが、それをイタリア語でUniversita diffusivoという名前と呼んでいたのです。Diffuse Universityと言うのですが、今はやりの言葉であると拡散大学とかいう言い方をするのはないかと思うのですが、diffuseという言葉が最近イタリア人たちは何かしら民主主義的な、未来主義的な意味で使っているところがありまして、例えばアルベルゴ・ディフーズとか、拡散型ホテルかな、何と訳したのか分からないけれども、そんなところにも表れております。食の知識の民主化みたいところがありまして、食をアカデミアに持っていくときにどうしたらいいであろうみたいな議論の続きであったのですが、アカデミアに持っていくために何をトピックにしたらいいのかしらといったときに、どうもトピックを1個だけ選べないというところがありまして、最後に出てきた結論というのが、じゃあ全部という話になったのです。だから、うちは全部やっているのです。

そこでもう一つ重要なファクターというのがあって、我々の食の研究というのはものすごく大きな知の世界を置き去りにしているのではないかということで、それが制作者の知識です。本当に日常的に土と山と海と暮らしている人たちの知識というものをアカデミアはどういうふうに使っていくのであろうという非常に大きな問題なわけですがけれども、基本的には置いてきぼりなのです。例えばラボから出てきたような非常に高度な衛生知識というものが、里山の山の中で1日10個しか作っていないペコリーノチーズがおじいさんの頭の上から降ってきたりすることというのは普通にあるわけなのです。そのときに、我々はアカデミアの公式の知識というものをアリオニーたっぷりで言うのですけれども、公式の知識と生産者たちが持っているいにしへの知識を対話させるべきであるみたいなことを考えていたのです。

そのときにモットーになっていたのが、イタリア語で*i contadini va universita*と言うのですけれども、大学に農民をとという話です。農民を大学の教壇に立たせろという非常に面白いプロパガンダをつくったことがありますけれども、このGAstroEduの中で、実際どこでもつながるのです。Wi-Fiが使えないのであればサテライトシステムを使いましたので、皆様方気付いていただけたか分かりませんが、GAstroEduの2番目の「A」が大きいのです。Astroが入っております、ちょっと宇宙技術を入れたいところが入っております。例のイーロン・マスクのスターリンク構想をやっております、イタリアに数個サテライトシステムを置き去りにしてありますので、つながれないような漁船の上からとか、いろいろなところからつなげたりしておりました。新しい食のアカデミアの在り方みたいなところに将来はコミットしていこうかなと思っております。

あと、有田の陶磁器の話なのですけれども、クールジャパンというのは何なのであろうということを考えるわけなのです。クールであるというのは、自分たちが言っているのではなくて、インバウンドでやってくる外国の方々が日本の文化はクールだねと言うわけですから、外国の人たちが日本の文化をクールであると思った歴史というものがあるのではないかと思うのです。それは食もそうですし、芸術もそうですし、建築デザインみんなそうであると思うのですけれども、その中で陶磁器というのは非常に分かりやすいなと思っていたのです。現在まで外国に陶磁器がもたらされたという話は、例えばフランスのジャポネスクであるとか、オランダの通商関係で持っていかれたりとかという話はよく伝わっているわけなのですけれども、この分野というものは全然調べられていないのです。やっている方々は怒るであろうと思うのですけれども、随分前に国立歴史民俗博物館の中で日本の文物がヨーロッパとか世界中に流れていったときの痕跡を追うという研究がなされたこともありまして、それは非常にアプローチは面白かったのですけれども、知っているところしか出てこなかったのです。関わっていた人がいたらごめんなさいなのですが、何の話をしているかという、イタリアに非常に多くの陶磁器が流れているのです。

それはイタリア統一が起こったときのサヴォイア王朝というのがありまして、この方々は、日本の王室と深いつながりがあったのです。それから、日本から送られた、皇室

同士で送られた非常によいものが、イタリアの中にまだ残っておりまして、またはパリ万博辺りで燃え上がってございましたジャポネスクブームの中に、イタリア人の貴族たちが自分のコレクションとして買い続けていたものがあちこちに散逸しているのです。このときに、昔の非常にクオリティの高いものというのは美術館の中にも確かにあるのですけれども、個人コレクションにもあるのであるということ最近発見しまして、イタリア中の陶磁器を調べている民間の歴史家みたいな方もいらっしゃるということで、もう一回、陶磁器の東西史みたいなものを掘り起こして、きちんとマッピングして、日本の陶磁器と世界の在り方みたいなものがそろったら面白いのではないかなと思います。

ヨーロッパ世界では特にそうなのですけれども、陶磁器が高嶺の花であった。ミステリアスなものであった。まず作れないという時代が何百年も続いていくわけなのですけれども、その中で有田とフィレンツェという話をしていたのが面白くて、フィレンツェ市はメディチ家という巨大なメセナ活動の下にルネサンスを立ち上げて、そのままイタリアの首都にまでなるわけなのですけれども、フィレンツェにまさにサヴォイア王朝の王様が住んでいたことがありまして、その邸宅はまだ残っているのです。有田焼であろうが何であろうが、日本の陶磁器が適当に飾られております。いつの間にか砂糖入れとかに変わっていて、変な金属をつけられていたり、逆さまになっていたりとか、壁中に貼り付けてあったりするので、そういうものはあまり真面目に調べられていなかったりしますし、また、メディチ家の当主の最後の1700年の中頃に亡くなったジャン・ガストーネというのは、陶磁器が大好きであったのです。自分のコレクションを膨大な数持っていたのですけれども、誰も訪れることがない陶磁器博物館がピッティ宮殿の後ろにありまして、そこにまだ置いてありますし、18世紀といいますとジノリ家が陶磁器を始めた時期とも関わりますし、ジノリ家と言いますと岩倉具視の使節団があんなに忙しかったのに1日丸々かけてジノリの工場を訪れるというのもありましたので、非常に日本政府とも関わりの強かったところであるということなのです。いま一度、コロナが終わった後に、日本の文物が世界に羽ばたいていたときの名残とでも言いましょうか、誰もつなげてくれないわけなのですけれども、そんなものをつなげてみたらよろしいのではないかなと思いました。

これは陶磁器だけではないのです。例えばヨーロッパ中に残っている日本の甲冑とかがあるのです。よろいとか武器とかそういうものはちまたで本当に使っているものを持って持っているものがあるのです。そうすると、宝物としてうやうやしく持っていったものではなくて、実際に使っていたものが並んでいたりするのです。ジェノバのキヨッソーネ東洋美術館とかが有名なのですけれども、使っていた鎧は何が違うかという、小さいのです。あの時代の日本人は小さいので、本当に使っていた鎧は博物館にある鎧よりずっと小さいのです。そんなものが面白いかなと思います。

あと、漆器です。かなり海外に流出しておりまして、メンテナンスしないのでみんな壊れてしまうのです。漆器の職人の方をヨーロッパに呼んで、いくつか直させたとかというイベントもあったようなのですけれども、そういうものも日本のクールなものが世界に羽



ばたいていったときの痕跡として調べてみたら面白いかなと思いました。

○野中委員 先ほどビデオの中でも、海外のレモン農地を初めて見たと若手生産者さんがおっしゃっていたシーンがあったのですが、今、瀬戸田は日本一のレモンの生産量で、日本農業大賞も取られて、天皇杯も受賞されて、レモンの生産技術としては日本でピカーな技術をお持ちなのにもかかわらず、海外の産地をまだ見たことがなかったとの御発言がありました。今回のアカデミアの取組で海外との交流につながった。先ほどの宇宙も含めて、オンラインでつないでいくことと、先ほど石田先生がおっしゃってくださった食の生産者を大学の教壇にということであると、もしかしたら生産者のみならず、陶磁器でいうと窯元や地域のプロフェッショナルの方々がアカデミアと関わることによって、世界が広がっていくのではと思います。

もう一つは、今回の石田先生の話の日本の陶磁器がヨーロッパで、さらに陶磁器研究としてもそこはまだ十分に研究されていなかったという話は、今までのGAstroEduにはなかった部分で、アカデミアの陶磁器研究の分野、アカデミア的な研究としてもさらに広がる可能性があると感じています。GastroEduの取組は基本的に手弁当で、あとは実費ベースで何の予算を獲得できるかを試行錯誤しながら、いろいろな方々と連携させていただいているのですけれども、一番難しいなと思うのは、継続していくときに、多様な参加者の皆さんにとって自分たちのモチベーションになるような面白味がないと続いていかないし、3年目、4年目になると皆様の欲求もどんどん高くなって行って、イタリア現地でこんなことをしたいとか。その実現のためには我々は相当課題が大きいなと思いながら、何とか準備期間の1年間で泥臭いことをやって、一緒に地域の方と乗り越えていこうとしています。そういう意味で、アカデミア側も地域の方もあるいは新たに関わってくださる方にとっても、よく石田先生が、「わくわくを大事に」とおっしゃってくださるのですが、みんなにとってわくわくしてモチベーションになる、トライアルの場になるということがこのGAstroEduでは大事であると思っております。このアカデミアフォーラムでは新たにすばらしい先生方と御一緒できる可能性があるというところで、ぜひ佐賀でこんなことができたらいいのではないかとということで御報告をまとめさせていただきます。

以上です。

○尾川企画官 野中先生、石田先生、ありがとうございます。

アカデミアの関わりですとか課題も含めて御発表いただきました。

それでは、野中先生、石田先生の御発表につきまして意見交換を行いたいと思います。御意見、御質問のある先生方、挙手をしていただければと思います。

佐藤先生、お願いします。

○佐藤委員 すばらしい話ありがとうございます。

レモンの関係で素人が思いましたのは、食文化としてまさに現在進行形なのかなと。私、専門は日本酒なのですが、日本酒とつながっているところがありまして、伝統というのももちろん重要なのですが、守るべき伝統よりも、実はこれから発展する可能

性のほうが、日本の食文化、特に酒なんかはすごく大きくて、そこはレモンが日本っぽくないものですが、非常に地域になじんでいるといいますか、現在進行形ですごくうまくやっているなど感銘を受けました。

専門の日本酒で申し上げますと、日本酒では解決できていないトレードオフがありまして、うまみと雑味なのです。うまみはたんぱく質なのです。ですから、飲んでもおいしいですし、食材もおいしくするのですけれども、ところが雑味もでるのです。今まで2つ解決方法がありまして、1つは温める。うまみを強調して雑味をマスキングする。一方でもう一つ、米を削る。雑味を削ってしまうのですけれども、うまみも削られるということで、このトレードオフを誰もまだ解決していないのです。歴史のある商品ではあるのですけれども、今ようやく解決しつつあるのが、秋田の新政、それから奈良の油長、あとはクラフト酒というジャンルで若干解決策が出てきていますけれども、そういうものが非常に日本食文化全体で現在進行形であるというところが非常に大きなポイントなのかなと思いますので、コメントさせていただきました。

○尾川企画官 ありがとうございます。

トレードオフは、今御紹介があった酒蔵でどうやって解決されているのですか。

○佐藤委員 1つは麴を有効活用する。麴はたんぱく質の分解にすごく優れているのです。しょう油やみそのうまみもそのせいなのです。日本酒の麴による糖の分解能力、実はそれは微妙であったりするので、たんぱく質はすごく分解能力が高いのですが、二度、三度こうじを有効活用することによって雑味を消していくというのも1つです。

もう1つはかなり工学的なのですけれども、半導体の製造で使うようなファインバブルという洗浄装置を使いまして、米ぬかを完全に払い流すという方法が1つ取られています。

もう1つ、最後のクラフト酒なのですけれども、これは混ぜ物をするのですが、ビールに使うホップを入れますとかなり雑味が消えるというのが発見されておりまして、これが発展するのは未知数のところが大きいのですけれども、ようやく糸口が見えてきたと、そういう感じです。

○尾川企画官 大変勉強になりました。ありがとうございます。

ほかの先生方、いかがでしょうか。

椿先生、お願いします。

○椿委員 まさにわくわくする話を伺えました。ありがとうございました。

せっくなので、瀬戸田のレモンの話と有田の話と1つずつ御質問させていただければと思います。

瀬戸田の方は、まさにレモン生産がこの取組の核になっているので、日本全体では農業あるいは農家が減少していくなか、この核となっているレモン生産自体の動向が、こうした取組と連動して何か変化を生じさせているのかどうかという御質問です。

後者の有田につきましては、有田焼については非常に有名で、海外でも御関心を持つ方が非常に多いと思うのですが、スライドの中で御紹介いただいた李荘窯でしょうか、こう

したまだまだ有田焼に関連して現地で観光資源化されていないものがたくさんあるのかどうか、あるとするとどのようなものなのかを教えてくださいと思います。

以上です。

○野中委員 ありがとうございます。

御回答させていただいて、最後、石田先生に補足をお願いできればと思うのですが、まず瀬戸田の取組に関しては、我々と協業することとは関係なく、瀬戸田独自の取組として、JAがかなり先進的に農業技術の開発をされていらっしゃるという点があります。瀬戸田の中でも、JAにかかわらず個人ですごく技術あるいは独自のビジネスをされている方ももちろんいらっしゃいますし、ただ、JAの方がすごく強くおっしゃるのは、全員が地域としてレモン農家として生きていくためには、50年後の地域を支えられるような農業をということで、せとだエコレモンを開発されたとお聞きしています。

その農業技術自身は、JAを中心に我々との取組とは関係ないところで発展されてきたものです。我々ももちろん交流はさせていただいているのですが、我々と関わらせていただく中で、もしかして取組が少し広がられたのかなというところでは、1つが御一緒しているプロジェクトメンバーに仙台のローカルテレビ局の東日本放送がいらっしゃるのですが、彼らが東日本大震災のときに、実は広島と宮城ではすごく助け合った震災復興の交流があったという点をメディア的に注目されて、その二地域をつないだのです。メディアは宣伝することとか売り出すこと、あるいはコンテンツとして周知することが得意なので、今、JAのせとだエコレモンを流通させる場合の商社機能としてメディア、テレビ局が機能する新たな事業ビジネスを検証されていると思います。

その御縁をきっかけに、仙台のテレビ局に石田先生、我々も、あと慶應の白坂先生も御一緒して、一緒にイベントをやったり、パン屋の社長が瀬戸田のレモンケーキ企業と連携をして、瀬戸田のイベントでコラボレーションした商品開発が進んだり。さらには、メディアはすごく地域ネットワークも強くいらっしゃるのです。銀座の料飲店組合との連携企画を尾道市と実現され、せとだエコレモンフェア@東京・銀座を開催されました。そこでは、せとだエコレモンを使ったメニューを銀座の名だたる料理店が加えられて提供するというような交流を行って、さらには銀座にせとだエコレモンが売れるときにも仙台のテレビ局が商社機能を担うというような、瀬戸田にとっても新たなコラボレーションやビジネスの場が広がっています。

有田でいいますと、今回こちらでフィールドとして御提案をさせていただくに際して、佐賀県庁にもヒアリングを一緒にさせていただいたのですが、かなりイタリアとの交流や連携、技術交流、ビジネス的な交流をすでに積極的にされていると思います。しかし、課題感として今、何があるのかというところで、下半分のところをおっしゃっております。魅力的な地域資源が陶磁器あるいは食に関しても多いのであるけれども、売り出すブランディングがまだ苦手であるというところ、横のつながりや異分野でのネットワークがある。さらにはすごく面白かったのが、今、分業体制で陶磁器を進めているので、

担い手不足が課題でいらっしゃるのですけれども、職人に就職する、職人として独立されるということのみならず、アーティスト活動をされているような方に周知して、御自身のアート活動に加えて佐賀の陶磁器の分業にも加わっていただくというような新しい取組をされています。そういったときに先ほど石田先生が御紹介くださったようなイタリアとつないでの新たな陶磁器文化というようなところで、私もアート専門ではないのでここは想像なのですが、メタ的な新たな地域としての価値を目指そうと思った場合に、こういった専門的な深い知識との交流があることで、各地域の専門のプレーヤーの方たちが自分たちのフィールドにそれを持ち帰って、あとは自立的に分散的にいろいろなことが起こってくるきっかけになるのではということも期待しているところです。

○石田委員 そんなに付け加えることはありませんけれども、陶磁器の話をしたるときに、焼き物一般そうなのですから、御飯を食べるときに使うものですので、それとガストロノミーがきちんとつながっているのが本当はよいのであろうと思います。特に九州北部は秋祭りの総称であります、おくんち、というのがあります。佐賀であるとかあちこちでよいものが行われているわけなのですから、その特徴というのは、生活一般いろいろなものよいくオリティのものを供出するという形なのです。それは食べ物もそうですし、陶磁器もそうですし、あとは地域の力であるとか、歴史性であるとか、すべてが集結してみんながよきものをつくり上げるということなのです。

だから、お祭りのコンテキストの中で陶磁器を語ったりとか、それがインバウンドの資源になったりとかというのはやっていくべきなのであろうなとは思いますが。ガストロノミーツーリズムとかというのがここ数年はやりつつあるわけなのですから、外国人が求めているものと日本人が見せたいものというのがすれ違うことが多いです。例えば旅館の文化であるとか、またはあちこちの料亭の文化であったりとか、我々がトップクオリティでプロモーションしたいものはいくつもあるわけなのですから、気に入ってもらえないことはあります。確かに生魚の文化であるとか、または料亭の華やかな文化であるとか、すてきなものであるけれども、そんなに心から喜んでくれなかったりすることはやはりあるのです。インバウンドは非常に高級な方々で、たくさんお金を払ってくれるというのはあるわけなのですから、ガストロノミーツアーとは何であろうといったときに、地域性を見に行くというところもありますので、それが現れていないとそこまで行く価値がないです。

ただ、ガストロノミーツアーもそうなのですから、我々がこれから考えていけばいけない部分は何なのだとすることをよくスローフード協会で言っていたのは、移動するのは食べ物なのであろうか、それとも人なのであろうかという問いです。もちろん我々は人に動いてほしいと思うわけなのですから、外国のガストロノミーツアーをやるような人たちに対して、彼らが求めているような情報はなかなか提供されないというところもあります。弘前のタピオカ祭りみたいなものは、成田にたどり着いたガストロノミー大好き外国人とかは絶対に行かないですよ。そこら辺の地域のディスクリプションの仕方そ

のものが全然スタート地点にも立っていないなという気持ちはあります。

あと、先ほど有田の文物の中で何か信念になるようなものがないかという話があったのですが、キンカンが出てきています。これに代表されるように、北九州の柑橘文化というのは、九州全土もそうですし、四国もそうですし、日本の左半分ぐらいの柑橘文化は世界中の柑橘マニアが求めるものなのです。柑橘マニアというのは大体ヨーロッパにいるわけなのですが、おそらくは15世紀のメディチ家ぐらいまで遡るわけなのですが、ヨーロッパ中に柑橘を求める人たちがいるのです。バレンシアに、3,000種類の柑橘を所有する男とか、ほとんど不法に持ち出したものばかりなのですが、それは普通閉められています。あまりにも批判に遭ったので誰も入れないとひねくれてしまったのですが、あと300種類持っているバレンシアのコレクターの方とか、大体みんな日本を回っているわけです。日本の柑橘ツアーみたいなものは、イタリア人はぴんとくるところがあるのですが、日本人にはぴんとこないというところがあります。

すり合わせは必要であるなと思いました。文化庁のツーリズム関係のところにも多少入り込んだのもあるのですが、富裕層を呼びたいとみんなで言うのですが、富裕層はそんな近所なところは行かないというのもありますし、富裕層はいっぱい頭を使っていっぱいお金を使っていますので、本物のところしか行かないのです。それをきちんと地域でディスクリプションできるかどうかはこれからの出口になるのではないかなと思っています。

○野中委員 先ほど佐藤先生から、日本酒の御示唆もありがとうございました。実はこの資料も、中盤に日本酒、佐賀にもすばらしいものがたくさんあってと書かせていただいておりますが、GAstroEduですっとやりたいと言い続けながらまだできていないテーマの1つに日本酒がございまして、くしくも先ほど御発言の中ではと思ったのが、私、GAstroEduとは全く関係ない共同研究ですと、ファインバブルと食関連の研究をしています。この佐賀も、もし佐藤先生と日本酒を御一緒できたらと思っていたのですが、そういうところにも周りには科学的に食にアプローチできる研究者仲間もおりますので、また、その辺りは石田先生の周りにもいろいろな食の研究家の先生がいらっしゃいますので、そういった意味でも協業ができる可能性があるなというところで、日本酒も佐賀でぜひやりたいなというところで付け加えさせていただきます。

○尾川企画官 ありがとうございます。

ほかの先生方、いかがでしょうか。

海津先生、お願いします。

○海津委員 野中先生と石田先生にお聞きしたいです。レモンで瀬戸田は本当に最近いろいろなところで見るので、かなり浸透しているなと思っています。先ほど、子供が「レモンは買うものではない」と言っているという話がありました。毎日食べている当たり前のもの、ということなのかと思うのですが、瀬戸田地域自体での「レモン文化」はどのように育っているのでしょうか。その辺りを教えていただければと思います。

あと、石田先生も有田焼とルネサンスの話が出ていましたが、海外の焼き物と日本への憧れというところで考えると、伊万里焼が入っていたりとか、決して有田だけではないと思っているのです。イタリアの特に富裕の方々がエキソチシズムとしての陶磁器を追うときに、有田、伊万里という分類でちゃんと追求しているのか、その辺を教えていただければと。お願いいたします。

○石田委員 有田、伊万里という感じではないです。有田は港の名前として普及していたみたいなこともありましたので、言及されることがあったとは思いますが、そのようなマニアなものは、研究者たちはもちろん区別はしておりますけれども、イタリアの例で見るからにはそれほどではないです。エキソチシズムの中身は何かというと、まずは材質です。カオリンをどのように発見するかという話と、焼成の方法という話になりますし、あとはシノワズリなデザインです。唐草模様がどうであるとか、シノワの人たちが描かれていたりとか、エキゾチックな建物が描かれていたりとかということになるわけですが、シノワズリそのものがオーセンティシティとともに語られるというよりは、デザインのはやりになって、ヨーロッパ人が五重塔のパゴダを描いたりとか、山の中の川を小舟が走っているみたいな感じで、好きになってしまうのです。それは、図像がコンテキストを外れて勝手に動き出すということもありましたので、エキソチシズムとテクニカルな部分が独り歩きをしていくというのが現実であったのではないかと思います。

○野中委員 御質問ありがとうございます。

瀬戸田のレモンの生産は諸説あるそうなのですが、明治以降に生産され、日本一の生産量を誇っていらっしゃる、60年ほどその座を守っていらっしゃる聞いております。先ほどJAの取組が素晴らしいとお伝えしたのですが、特別栽培農産物としての認証を受けていらっしゃるって、安全・安心、皮まで食べられる味のよいエコレモンということで売り出されています。

もう1つすごく特徴的と思って勉強させていただいておるのは、実は第2回の瀬戸田の取組から登壇して下さっていた4人の若手の生産者がいらっしゃるのですけれども、彼らを「わかて一ず」と名付けて、若手の生産者たちも地域で活躍して下さるように、むしろ持ち上げて行こう、わくわくしてもらおうみたいなことを御一緒しています。瀬戸田の地域の魅力とか生産の魅力で若い方が戻っていらして、レモン生産を継がれるケースが多くて、さらにはすごくこれがうまいっているのかなと感じるのは、Uターンで戻られたときに、前職でいろいろな専門性を持たれている方がレモン農家に復帰されているのです。それは機能性の健康関連商品の営業でいらした方とか、あるいは技術エンジニアでいらした方とか、いろいろな専門性の方が島でレモン生産に戻ったときに、地域の中で役割分担をしながら、瀬戸田のレモンを発展させていくのであるというような分業体制も、おそらくかつての日本の農家の分業体制ではないようなコラボレーションが生まれているのではないかと感じておまして、それも瀬戸田のレモンの強みなのかなと思っております。

○尾川企画官 ありがとうございます。

服部先生が御発言を希望されています。服部先生、お願いします。

○服部委員 発展途上という日本酒の話がありましたけれども、すごく面白いなと思いました。

我々、20世紀は物時代であったわけなので、例えば有田や伊万里、そういったものをそのまま輸出して、手に取って、物を見て、価値をつけるということができたのかもしれないですけれども、21世紀は物の時代だけではないですよねと考えると、新たなチャレンジみたいところにも海外の人たちは興味を持ってくださると思っています。

もう一つは、このガストロノミーツアー、ツーリズムそのもの自体が新たな産業に落ちていくという可能性はないのかなと思っておりました。例えばガストロノミーツーリズムで展開されるシェフの方たちが、その地域の一次生産の産業そのものにチャレンジをする。今までになかったレシピをそのシェフの方たちが生み出しましたと。それがこの土地にアーカイブされていくことによって、周辺、観光業をやっている土産物屋であるとか、そういう人たちがそのレシピを次に活用されていくという可能性も、アーカイブされることによってできるのではないかなと思いました。

あとは、単に有田の窯元産地で生産されていく従来型のものづくりという観点ではなくて、例えばその地域の食材のレシピを生み出したシェフが、自分のレシピに合った器を作りたいなということで、その窯元で新たな生産が始まっていくというようなことが連動していくということもガストロノミーツーリズムで見えてくるのではないかなと思いました。

周辺の資源をどのように案内していくかによって、未来にどうつないでいくかということが考えられるわけですが、一事業一事業で展開されてきたことを何か共創させていくことによって新たな可能性が見えるのではないか、そういったチャレンジに対して海外の方たちも興味を引いてくれることがあるのではないかなと思いました。

以上です。

○尾川企画官 ありがとうございます。

野中先生、コメントありますか。

○野中委員 ありがとうございます。

GAstroEduで瀬戸田に限らず御一緒させていただくときに、シェフの方や食に関わる企業の方もおっしゃっていたのが、日常の自分たちの本業のビジネス領域では、職人として、プロフェッショナルとして興味があるテクノロジーとか材料はあっても、なかなかチャレンジできないこともあるのであるけれども、アドベンチャーシリーズであるとそれにチャレンジできるとおっしゃってくださったことがありました。そういう意味で、先ほど服部先生が言ってくださった、アーカイブすることで、新しい取組を自分のビジネスとして検討してみてくださいというのではない違うアプローチとして、こういう場があることが機能にもなる可能性があるのかなと思います。

もう1つが、別の研究で食・デジタル化産業競争の共同研究に御一緒しているのですが、そこでシェフの方がおっしゃっていたこととして、今までは例えばすごくおいし

いブリの魚があったときに、天然ものでは季節によって品質の変動があつてというようなところが、ある養殖技術でここをピンポイントで狙えるとか、すごく脂が乗っている、あるいはたんぱくな品質の作り分けと、それがデジタル情報としても提供でき、これぐらいの栄養成分なのであるというようなところが確立されてくると、調理人としても、今まで作っていたブリ大根の作り方とか、あるいは従来のレシピの作り方ではない新しい発想が生まれてくるといような御指摘を受けたことがありました。

先ほど服部先生が言うてくださった、それをアーカイブすることによって、またさらにその先が広がっていくのかなというところで、ぜひそういった取組は御一緒させていただければと、興味があるところです。

ありがとうございます。

○尾川企画官 ありがとうございます。

時間の都合もありますので、一旦ここで閉めさせていただきます、また後ほど意見交換の時間などもありますので、そちらでお願いします。

続きまして、山崎先生から御発表いただきたいと思います。よろしく願いいたします。

○山崎委員 まず共有させていただきます。

本日、発表の場を与えていただきますこと、誠にありがとうございます。少し喉の調子が悪くて、お聞き苦しい点があると思いますが、何とぞよろしくお願いいたします。

まず冒頭に、観光庁が今、実施されています地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業に見る優良地域というタイトルで本日発表させていただきます。

前回、この事業を少し御紹介しまして、やはりクールジャパンを考えるためにも、世界に向けて日本を伝えていくためには、私は何よりも、やはり地域が点と点ではなくて、点と点から線へ、そして面へとといった、地域が一体となるよことが最も大切であると感じておりますし、内閣府からもやはり地域一体となった事例を発表してほしいということで、この事業を最初に御説明させていただきます。

この地域一体となった高付加価値化事業というのは、令和6年で丸4年となります。もともとの地域の事業の背景としまして、コロナ禍による観光産業・観光地への影響、ライフスタイルの価値観の変化から生まれた新たな観光ニーズということで、ポストコロナの反転攻勢につながるための事業です。要はコロナ後の弱った観光産業に力をつけてほしいという事業であります。

この事業の特徴としまして、まず地域計画の作成支援、伴走型で地域計画を練ること、そしてもう一点、地域計画に基づく施設改修、これが行われています。例えば地域計画に基づく施設改修というのは、旅館の高付加価値化事業、改修、あとは地域の魅力向上のための廃屋撤去、それから観光施設の改修などです。

これに関しまして、令和3年、4年、5年で3か年、そして令和6年、来年度で4年目になりますけれども、令和5年と6年は2か年継続の事業となります。令和5年、6年の2か年の事業において、申請数は312地域、採択が138地域、先ほど申し上げました旅館の



改修、廃屋撤去、いわゆる観光施設の改修などで、この2か年でトータル2,385地域が参加しております。こうした地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業に見る優良地域2つを御紹介させていただきます。

次のスライドをお願いします。

そして、2つの地域とも、前回プレゼンさせていただきましたように、温泉文化がユネスコ無形登録文化遺産登録を目指すことを鑑み、やはり温泉地で御提案させていただきます。

まず1つ目、兵庫県城崎温泉、地域コンセプトとしまして、世界中から観光客が訪れるベスト温泉タウンということで、インバウンドを鑑み城崎温泉がエントリーしています。もともと城崎温泉、非常に力のある地域なのですが、なぜ私がこのクールジャパン・アカデミアで事例として挙げさせていただいたかという理由が1つございます。それは、地域一体とならざるを得ない歴史的背景というのがございまして、もともと1300年の歴史のある温泉地なのです。この中で、1925年、大地震で城崎が焼け野原となってしまいます。その後、地域一体となって再建しなければならない状況に置かれ、そして町全体が1つの大きな旅館というコンセプトで、駅が玄関、道は廊下、旅館は客室、7つの外湯が大浴場という、町全体で観光客を受け入れるという考え方があるからです。

実際、城崎温泉に行かれています先生もいらっしゃるかもしれませんが、非常に町並みとして魅力がございます。実際、クールジャパンとしましては、コロナ蔓延前、2019年の冬に私が訪れたときには、その時点で9割方観光客が外国人であった。首からカメラを下げて、浴衣姿で外湯巡りをしているのが外国人であったという温泉地です。

地図などはこちらで御参照ください。

次のスライドをお願いします。

そして、地域一体となった観光地・温泉地がどんなにすばらしいかという点なのですが、まず、現在の地方、観光地・温泉地の課題にいち早く着手している。例えば2014年の頃から既にインバウンド誘致が始められ、インバウンド部会というのが立ち上げられました。右下に小さな写真がございますけれども、外国人お二人の写真です。2013年、2014年のインバウンド部会立ち上げ当初からアメリカ人が入りまして、この方の言葉を考慮し、インバウンド政策が行われてきました。具体的には、京都からさらに特急で田舎に来る城崎温泉に何を求めて来るかということ、「田舎の町を体験したい」ということ。観光地に来たわけではないから、とにかく灯りと看板を極力控える。田舎の日本の古きよき懐かしい町並みが見たいということで、灯りの光量を落としている、そして看板を極力減らしているというのが城崎のインバウンドの先進事例であり、当初から外国人の視点を入れていることが成果に繋がっているのではと思っています。

そして現在取り組んでいますのが、2012年に町として株式会社湯のまち城崎というのを設立してしまっていて、町の戦略、ブランディング、公共の運営、そして広報、PR、イノベーションを湯のまち城崎が担っているのです。具体的に申し上げますと、今、地方で話題に

なっている空き家対策、これも2021年に町の会社が宅建を取りまして、湯のまち不動産も事業に加え、もともと集合住宅であったものをシェアハウスに改修しまして、旅館で外国人労働者を受け入れるための旅館を借上げの社宅にしました。もともと地域がまとまっているからこそ、インバウンドに対しても早くからアプローチ、それも外国人の声を聞いたアプローチができたこと、そして地域課題に取り組んでいること、そういった面で、城崎温泉をまず一つに挙げさせていただきました。

この発表においておきまして、「住んでよし、訪れてよし」に繋がるクールジャパンであることが大切であると考えています。外国の方から注目していただき、日本国民がそこに住んでいることがすばらしい、日本のメリットになるという観点においては、やはりこうした地域の課題の解決に至っているということで、まず城崎温泉の発表をさせていただきました。

次のスライドをお願いします。

もう1つ、地域課題を解決、そしてクールジャパンへと、ここで先生方と議論したい地域として、山形県の天童温泉を発表させていただきます。

高付加価値化事業としまして、「もはや住みたくなるユニバーサルデザインの連泊型温泉地域づくり」というのが地域コンセプトです。実は天童温泉は、インスタグラムなどで非常に冬に話題になる銀山温泉、スノーリゾートとしても有名な蔵王温泉が近隣にございます。そんな中で、天童温泉は町なかにある温泉なので、それらの温泉地と比べると絵づくりは難しく、魅力を伝えるににくいのです。将棋の里でもございますので、将棋の駒の生産量日本一というのが特徴ですが、それを温泉街の情緒として表現するのは難しいことは否めません。そんな中で考えたのが、このもはや住みたくなるユニバーサルデザインのまちづくりなのです。こちらの背景、クールジャパン・アカデミアとしての取組の事例として、私と天童温泉の関わり方という話をさせていただきます。

もともと高付加価値化事業の令和3年度から始まる公募の直前、ですから2021年、令和3年度の1月の中旬に天童温泉で山形県の旅館の皆様が集まる新春講演会があったのです。その講演会に私、登壇させていただきました。これからの温泉地というのは、もっと近隣の皆様に利用していただくこそということが課題になる。景気・不景気関係なく、社会情勢関係なく、非常にお金が落ちるシステムとして、地域の皆様に愛されることが大切である。そのためには、ユニバーサルデザイン化が必要である。家族旅行、3世代、4世代旅行、コロナ禍の中でさらにそうしたニーズが増えている。そういった意味で、高付加価値化事業の公募がある前に、「明日からでもできる3世代、4世代旅行の受入温泉地事例」として講演させていただいたのです。

ちょうどそのときに、近隣の蔵王や銀山と共存しつつも、決して負けない地域づくりを考えておられる天童温泉が、では、この高付加価値化事業でユニバーサルデザインという町並みをつくることで、山形の皆さんに愛していただく、ひいては連泊していただく、そうした温泉地をつくっていかうという地域計画が出されました。そして、このキャッチコ

ピーが、「もはや住みたくなるユニバーサルデザインの連泊滞在型温泉地域づくり」です。

次のスライドをお願いします。

こちらは観光庁から許可を得まして、地域一体となる高付加価値化事業の総括版を1枚御覧になっていただきます。伴走者が入りますので、地域の強み・弱み、機会、脅威というのを分析して、そうした中で地域のコンセプトビジョンが出されていきます。そうした非常に綿密な計画の下に、5年、10年、中期計画を基にこの事業が行われています。

次のスライドをお願いします。

天童温泉の地域一体となったユニバーサル改修の軌跡というのを天童温泉から作っていただきました。初年度は10社、2年度は23社、3年度は24社参画し、地域一体となったユニバーサルデザインの取組をされています。

私が有識者として入らせていただく1つの取組として、事例として挙げさせていただいたのが天童温泉ではありますが、さらにここで先生方と共有したかったのは、こうした地域一体となった取組というのは、観光産業・宿泊業だけでなく、ほかの事業者がどれだけコミットできるかが非常に大切ではないかということです。このユニバーサルデザインの天童温泉が、こうした3か年、4か年、5年、10年、この先も取り組んでいけるであろうと信じて、私もバックアップさせていただいている1つの理由に、地域の介護事業者が入っているのです。このスライドの2か年目に23社の横の白枠の中に、令和3年度に構築した入浴介助士を含めて、参画施設に派遣できるような実証運営とDX化という項目があります。これら介護事業者が入り、入浴介助ができること、そして旅館改修などにすべて介護事業者がアドバイザーとして入っていること。そのようにユニバーサルデザイン化することにより、全国の状況をよく知る私、介護事業者、宿泊業の皆さんが一体となり、もちろん行政も入り、面的な取組として天童温泉の事例を発表させていただきました。

実はこの令和3年度から入るに当たり、非常に私自身も苦労しました。令和3年度時点で、天童温泉、バリアフリールームが一室もなかったのです。ユニバーサルデザイン化において、経験値が物を言うこの分野において、バリアフリールームが一室もなく、そうしたお客様が来たときに、電話で予約を取ったときに、うちはどうしましょう、受入れがちょっとできないわというような、動揺される地域であったために、改修前後の両方の図面を見せていただき、具体的な提案をしました。例えば、間口は何センチ、洗面台の高さは何センチ、湯船はこのぐらいの高さ、移乗台をつけるなどです。様々な意味で図面から入らせていただき、コロナ蔓延中であったのでなかなか現地に行くこともできずに、オンラインを多用し、皆さんと共に膝を突き合わせやっけてまいりました。こういう1つの価値を提供することも、クールジャパン・アカデミアとして意義があるのではないかと考えております。

次のスライドをお願いします。

そして、令和5年の地域一体となった観光地・観光産業の高付加価値化事業の地域ごとの優良事業をブロックごとに挙げさせていただきました。先生方には事前にこのスライド

を配付させていただいておりますので、これら一つ一つは割愛させていただきます。

非常に申請数が多い、採択数も多い、実際なぜ地域一体となった高付加価値化事業の好事例となったかという特徴を、本事業の事務局と共に議論し、分析してまいりました。それが赤字で書いてあります。どれだけ競争から共創に考え方をシフトできたか。もともと地域同士はライバルであるのです。ライバルから、共に創るという考え方にシフトできたか。当たり前の話ではありますが、これはすごく難しい。そしてビジョンコンセプトを地域の皆さんと一緒に腹落ちできているまでに議論ができたかどうか、これも非常に難しい。なぜかという、そもそも地域一体となることの難しさ。人は何人もそろえば派閥もできる、そして考え方だって異なる。それが、みんなで5年後、10年後、一緒にやっていくのであるという腹落ちができたかという点で、地域ごとのブロックがこうした優良事業となっています。

天童と城崎、この2つの地域を私が発表させていただいた理由がもう1つあります。たまたまうまくいったのか、2つの地域に特徴として挙げられるのが、非常にうまく世代交代されていたのです。やはり旅館改修が大きな要素を占める事業なもので、旅館のリーダーたちがちょうどお兄さん分に当たって、今、50歳前後ぐらい。つまり、60歳後半、70代ぐらいのお父さん世代に当たる方々が息子たちに継いで、息子たちが地域のよきリーダーとなり、5年後、10年後を考えられる特質が城崎と天童にあった。だからこそ、5年後、10年後が見据えられる。若手、むしろ中堅層でしょうか、責任をもって未来を担う世代がどれだけコミットできるかというのが非常に大切であり、地域ごとの優良事例も、このうまく世代交代し、強力なリーダーがいるということがよく見受けられます。

次のスライドをお願いします。

こうした2つの事例を基に、クールジャパン・アカデミアの役割を私なりに考えてみました。先生方と、もしこの天童並びに城崎に入ったときに、どんなことを私が先生たちとやりたいか、具体的にご相談させていただきたい事項です。

まず、クールジャパン・アカデミアの役割・課題として、私が天童の皆さんにお示しましたように、ユニバーサルデザインのマーケットと将来性など、新しい価値というものをお伝えする、これもクールジャパン・アカデミアの役割ではないか。

あとは、合意形成のお手伝い。地域ごと、皆さん仲がいいわけではございません。ちょっと笑い話で済ませていただきたいのですが、私、温泉地に入りますと、宿同士、仲が悪かったりします。あの旅館に入っているからこの旅館に入れないということが実はありまして、そんな中で合意形成ができるのは、よそ者が入っているからこそなのです。そういった意味で、クールジャパンとして地域に入ること、地域のみんが腹落ちするための合意形成が可能となる。そのために、アカデミアとしてアカデミックに素材を提供することで、地域が腹落ちをする機会、テーマをお示しできる、これもクールジャパン・アカデミアの役割ではないか。

3つ目、地域プロデューサーの必要性。これは常日頃本当に思っているのですけれども、

地域を俯瞰する方の存在というのが非常に大事。というのは、例えば天童温泉にユニバーサルデザインで私、入らせていただきましたけれども、天童温泉だけでやっているように見受けられました。でも、例えば山形大学医学部が東日本重粒子線センターを山形市に併設しています。重粒子線の治療で入院されている方々というのはがんピンポイントで治療していますので、抗がん剤治療や手術と比べてさほど体力が落ちない。治療の合間にユニバーサルデザイン化された天童温泉に来てもらえれば、温泉でくつろぎながら治療が進むといったようなことが私は考えるのですが、点と点でやっているためにそれができない。私は「横串を刺す」という表現をしますが、このとき山形大学と天童温泉をお繋ぎしたいと思ひまして、他の観光庁の事業を活用して試みました。

ひょっとしたら地域プロデューサーが、山形だけを見るのではなく、東北ブロックとして見る。あるいは東京主体で会議をしているのではなく、地域ごとのクールジャパン・アカデミアというのを設けて、地域で何をしているのかを把握し、クールジャパン・アカデミアの地域ブロックごとの皆さんが「横串を刺す」といったことが必要ではないか。

下2つは、高付加価値化事業の事務局が出してくれたクールジャパン・アカデミアとしての役割・課題です。地域の代表を呼んで、クールジャパン・アカデミアと共にワークショップをする、地域の代表を呼んで優良地域を視察する。この意図ですが、地域の皆さんは意外にほかの地域の優良事例を知らない。紙や口頭で優良事例を説明しても、やはり現地と一緒に訪ねて、アカデミアの皆さんと共に、実際どれが優良事例なのか、何をもって価値があるのか、実際に視察をした後にワークショップをする、これが非常に求められているというのが事務局の1つの考えでした。

こうしたクールジャパン・アカデミアの全体の役割・課題を基に、私が提案させていただきました城崎温泉と天童温泉に、もしクールジャパン・アカデミアが入ったならば、こんなことをしてみたいという具体的な話をいたします。

まず、城崎温泉ですが、もともとインバウンドで非常に知名度も高く、地域一体となっている好事例です。クールジャパン・アカデミアが入れば、より成果が上がるのではないかと私は期待しています。その成果を上げるために、発信内容の精査、世界の城崎になるためにどんな発信をしたら欧米豪の皆様、世界中の皆様が物語に共鳴して城崎温泉に来ていただけるか。その物語づくりのために、情報の精査を先生方と一緒に城崎温泉でやってみたい。

あと、天童温泉ですが、こちらは地域全体を俯瞰するプロデューサーたちを先生方と共に発掘してみたい。できれば、もしクールジャパン・アカデミアの先生方と共に天童温泉に入るときは、東北の大学の先生方も一堂に会した場を持っていただきたく、東北、あるいは山形全体を見るプロデューサーを発掘し、点から線へ、そして面に、こうした動きを作っていきたい。これがひいては超高齢化社会の日本の地域課題に向けた解決になるのではないか。

冒頭で申し上げましたが、クールジャパンは、あくまでも「住んでよし、訪れてよし」

が大切です。ここに帰結するといった観点でこの2つの地域の事例を発表させていただき、なおかつ、先生方とこの2つの地域に入ったときにはこんなことをしてみたいという話をさせていただきました。

今日は、喉の調子が悪く、非常にお聞き苦しい声での発表をしまして、申し訳ございませんでした。お聞きいただきまして、ありがとうございました。

○尾川企画官 山崎先生、ありがとうございます。

かなり具体的にいろいろな提案などをしていただきましたけれども、今の御発表につきまして、御意見、御質問のある方、挙手をお願いいたします。

佐藤先生、お願いします。

○佐藤委員 ありがとうございます。

1つだけ質問させてください。

私、宮城県仙台出身なので隣県なのですけれども、実はまだ天童温泉、通過した記憶はあるのですが、行ったことはないのですが、天童だと有名なのは将棋であると思うのですけれども、将棋に触れられていないのはなぜですか。

○山崎委員 それは時間の問題でした。実際にユニバーサルデザイン化するに当たりまして、高齢者をターゲットにしていますので、将棋好きの方が多く、将棋の駒を作る体験とかがあるので、発表すべき観点でしたが、時間の都合上、割愛させていただきました。駒作りとか将棋が1つのコンテンツになること、確かにあると私も認識しております。

佐藤先生、ありがとうございました。

○尾川企画官 椿先生、お願いします。

○椿委員 度々失礼いたします。椿です。

山崎先生の話、他地域にとっても、いろいろな意味で優れたアイデア、御提案であったと思います。伺いたいことを1つに絞ります。2つの温泉地、性格の異なる点多々ありますが、地域の課題に対応しながら取り組まれている点と、それから、地域住民、城崎の場合、留学生や外国人労働者までも含み込んだ、そこで生活あるいは働いていらっしゃる方々をともにターゲットとしておられる点が非常に興味深いと思いました。伺いたいのは、この2つの地域に共通する点として、世代交代がうまくいっているとの御指摘についてです。これまた多くの地方で若者が戻ってこない、出ていってしまうのが一般的な中で、なぜ世代交代がうまくいっているのか。取組で、温泉地としての新しい魅力が付け加わっていることを彼ら自身が認識しての結果なのか、それともまた別の要因があるのか、教えていただければありがたいです。

○山崎委員 世代交代がこの2つの地域がうまく行われた理由であり、他にもうまく世代交代が行われた地域によくみられることですが、もともと宿泊業で一番大きな団体で、全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会があります。全旅と言われている団体なのですが、

その全旅の会長をやっておられる地域、あるいは全旅の青年部長をやっておられた地域といったように、もともと全国的に宿泊業のまとめ役がいる地域なのです。そのまとめ役がいる地域であるからこそ、早く息子に任せる、実は城崎温泉も天童温泉も青年部長の経験者がいるのです。私も多くの優良地域の中から、真っさらな視点で優良事業を選ぼうと思ったときに、やはり天童と城崎であろうと思い浮かべましたが、強力なお父さん、強力な息子たち、もちろん大おかみ、おかみもなのですけれども、強力な人たちがいると世代交代ができないかと思いきや、意外にすっと引いていて、さらに息子たちの声が大きくなる。もともと全国から宿泊業の何かを変えようと思って全国のリーダーをやったけれども、やはり地域に戻って地域から全国を変えていくという気概を持っています。だから、点と点を結び、さらに線から面にしていかないと地域一体となれないということを自覚しているから、これだけの成果が上げられているのであると思います。

ちょっと答えになっているか分かりませんが、私はこの地域2つを選んだのも、やはり人で選んでしまいました。この方たちがいるからこそ、この地域が5年後、10年後、世界の城崎になるであろう、ユニバーサルデザインの天童になるであろうという期待を込めてこういう発表をさせていただきました。強い人がいるからということで、回答になったでしょうか。だからこそ地域課題の解決ができるのであると思います。

○椿委員 腑に落ちました。ありがとうございます。

○尾川企画官 植田先生、お願いします。

○植田委員 和歌山大学の植田でございます。

山崎先生、ありがとうございます。

最後のクールジャパン・アカデミアの役割・課題のところで、地域プロデューサーの必要性ということを挙げられてお話しされていましたが、現在、地域を俯瞰する存在が必要であると感じられているということで、山形大学、地元の大学、その中でそういったプロデューサー的な役割をする先生ないし部署みたいなものがあるのですか、それとも地域でつくろうとしているような状況ですか。地域プロデューサーについてどういう状況かというのをもう一回聞きたくて御質問させていただきました。

○山崎委員 植田先生、ありがとうございます。

地域プロデューサーに関しては、私のアイデアベースです。ひょっとしたら、山形大学にも地域づくりに力を入れておられる先生たちもいらっしゃるのかもしれない、けれど接点を持つことができなかった。事業スキームで、地域プロデューサーとの協働は叶わなかった。私がいま山形に在住しているのであれば、私がそれをしたかった。でも、やはり首都圏に住んでいるので、小まめに訪問することも難しく、必要であろう人と人もつなげられない。であるならば、地域に在住するプロデューサーに私がやりたかったことを共有させていただきたいと、この話を提案させていただきました。だから、壮大な構想ですけれども、このクールジャパン・アカデミアをブロックごとに展開できたらいいなという希望的観測です。

ありがとうございます。

○植田委員 ありがとうございます。

○尾川企画官 木村先生、お願いします。

○木村委員 法政大学の木村です。お話しありがとうございました。

数字のことをお聞きしたいのですが、豊岡市の人口が7万7000人ですが、城崎温泉自体は外湯の大浴場が7つだけということで、まずエリアの広さと、あと、ここに現在は世界中から観光客が訪れるということなので、年間何人ぐらい来られていて、その人数も今後増やしていきたいという目標があるのですか。もう既に7つの外湯でマックスに近いのかなと、そのイメージがつかなかったのと、城崎自体の人口であるとか、関わっている人たちが、豊岡市は7万7000人ですが、実はもしかすると数千人なのかなと思ったり、そのイメージが、マーケットの大きさであるとか、人口の数であるとか、データがあればお教えてください。

○山崎委員 木村先生、ありがとうございます。

まず、町としての大きさなのですが、今、城崎温泉に在住する人口まで私が把握できていなくて正しくお答えできないのですが、豊岡市は非常に広く、城崎温泉はごく一部です。ですので、豊岡市が城崎温泉にちょっとぶら下がっているような状況下である認識です。正確な人口を把握しておらず、分かりません。

マーケットにつきましては、インバウンドをぜひお招きしたいと思うきっかけは、城崎温泉はそもそもカニの行楽シーズン、いわゆる冬しかお客さんが来なかった。春から夏、秋、カニのシーズン以外にお客さんに来てほしい。それでインバウンドを求める傾向になりました。

そういった意味で、まだまだ飽和状態では決してなく、これからもっと城崎温泉に外国人に来てほしい。そして、豊岡市としては、城崎温泉に来ていただけるのであれば、そこからほかの豊岡エリアに広げていきたいというのが御希望と聞いています。

人口、すぐに出てこなくて申し訳ございません。

○木村委員 インバウンドの人たちのアクセスというのは、アクセシビリティはどうなっているのですか。

○山崎委員 インバウンドのお客さんは大概京都から特急に乗って城崎温泉に来る。車で来られる方はあまり聞きません。

○木村委員 時間はどれぐらいかかりますか。

○山崎委員 時間は2時間半から3時間弱ぐらいです。

○木村委員 とすると、1泊は城崎で宿泊する。

○山崎委員 アジア圏は2泊ほどと聞いておりますが、欧米豪はもう少し長い滞在と聞いています。

○木村委員 分かりました。ありがとうございます。

要は、シーズン中はもう十分潤っているのだけれども、オフを何とかしたいと、そうい



う御希望であるということですか。

○山崎委員 そうです。

○木村委員 実際、カニ漁が解禁になって禁漁になるのが今頃ですか。

○山崎委員 もうそろそろ終わる。

○木村委員 4月から11月ぐらいの間のシーズンを何とかしたい。

○山崎委員 何とかしたいがインバウンドを始めるきっかけの理由と聞いています。

○木村委員 そのシーズンの何か地域の価値を発掘したいのですね、そういうことですね。このエリアの活動をなさっている人たちは。

○山崎委員 人が来ない時期のいわゆる閑散期に来てほしい、それを発掘したいというよりも、発掘せずとも城崎温泉自体が町は一つみたくに、少し写真で出してありますように、町並み景観が非常に美しいので、価値を発掘せずとも外国の方に喜んでいただいています。発掘ではなく伝えるための物語性をどうするか、が課題であると思っております。

○木村委員 状況がより理解できました。ありがとうございます。

○山崎委員 ありがとうございます。

○尾川企画官 海津先生、お願いします。

○海津委員 御発表ありがとうございました。とても興味深い事例で、私も災害と観光の研究をしているので、城崎温泉は何度か行ったことがあります。西村さんが頑張っているのだからそのことかと思えます。御質問は1つずつで、豊岡市は、「コウノトリの郷」ということで、自然を愛する人たちにとっての魅力が増しているところかなと思うのですが、城崎にいらっしゃる方と「コウノトリの郷」との関係がどうなのかなということをお教えいただければ。これが1つです。

あと、天童なのですけれども、すごく近いところに上山のクアオルトがあります。日本各地のクアオルトの中でも、あそこは頑張っているなという感じがしているのですけれども、天童と上山の関係はどうなのでしょう。つないで見たことがなかったので、教えていただければと思います。

○山崎委員 先生、ありがとうございます。

まず、豊岡のコウノトリと城崎温泉の関係性なのですけれども、海津先生が本当におっしゃいますように、城崎温泉には非常に強いリーダーがいます。

実際特急に乗って城崎温泉にやってくると、まず田園風景を見て城崎温泉に入るわけですが、コウノトリと温泉地の関係性はあまりやっていないように思います。私の認識不足かもしれませんが、環境という視点で、コウノトリを絡めた世界発信をすれば、よりSDGsの点から見ても強い発信内容になるのではないかと、さすが海津先生の御発案かなと思います。

天童温泉とかみのやま温泉につきましては、確かに、ユニバーサルデザインの町づくりとクアオルトの親和性はあります。

以上です。

○海津委員 ありがとうございます。

○尾川企画官 北川先生、お願いします。

○北川委員 名古屋工業大学の北川です。

優良事例について、すごくの腑に落ちる的の絞り方をしてくださっていて、すごく参考になりました。

今日挙げていただいたことに対する質問ですけれども、例えば世代交代がうまくいっているとか、外国人の目線が比較的当初から入っているとか、よき町並みが残っているとかというので、優良事例に欠かせないこともないかもしれませんが、条件になってくるとはよく分かったのですが、逆に言うと優良事例でない例というのは、必ずしもその背後のものとは限らない特徴があると何か思うのです。それが3つぐらい何かあれば教えていただきたいなと思います。

○山崎委員 もちろんです。北川先生、ありがとうございます。

優良事例にならない点、一番まずい点、それは思いつきでやることです。思いつきでは、そのコンセプト・ビジョンが地域に即していないことが多いです。だから、みんなが腑に落ちるコンセプト・ビジョンに至らない。結果、競争から共創へと、考え方がシフトできない。あくまでもライバル同士でいたために、仲が割れて、地域一体になれなかった。最も好事例とは対照的です。

答えになっていますでしょうか。

○北川委員 ありがとうございます。

○尾川企画官 ほかの先生、いかがでしょうか。

石田先生、お願いします。

○石田委員 ありがとうございます。立命館大学の石田です。

大変興味深い例を挙げていただいて、ありがとうございました。

前回に山崎先生と立ち話したときに、テロワールであるとか地域産品であるとかの核に旅館とか温泉はいいよねと話していたのをずっと頭の中で考えていて、確かにいいなと思っていたのです。地域産品を探したりするときに、産品を探せばいいのという、別に売れたり料理されなければ意味がないので、その総体としての温泉街とかは確かにいいなと思ったのです。

そのときにみんながいがみ合っていたりする現状はあるであろうなという、そのリアリティも今日教えていただきましたし、町全体が一丸となって一つの宿泊地のように振る舞うみたいなものは、地震の後、随分昔の話をしているのにもかかわらず、最近はやりのアルベルゴ・ディフーズの考え方がこんなところにあったねというのもすごく面白かったですし、アルベルゴ・ディフーズをやるときにイタリア人が来なければならないのは、現地の人たちの仲が悪いからというのもいっぱい勉強させていただきました。

それをベースに、どんなふうにインバウンドにつなげていくのだろうというときによく言われるのが、なかなか旅館はつらいものがあるって、朝7時に布団を畳みに来たりとか、

大体において連泊するようにはできていませんので、2日目には同じものを食べさせられるに決まっていますので、そこら辺、外国人が来たときの本当の意味でのインバウンドは、それこそ連泊ですよ。ヨーロッパの人が来たりしたら1週間ぐらいはいるわけですから、そのときに外国人の方、最初から来られていましたので、何か愉快的な解決の方法とかがあったのかみたいなのところを聞かせていただければと思います。

○山崎委員 石田先生、ありがとうございます。

まず、城崎温泉について、温泉地としてインバウンドが非常に有効な施策が功を奏したという時点で、外国の方が来て連泊するときに、多少食事内容を変えたりはしております。ただ、それ以前に、外国人観光客のお客様が、浴衣が上手に着られたりとか、何か旅館にリクエストではなく、その旅館を理解して、あるいはSNS等で知って来ているのか、もしくは日本が発信する旅館の使い方みたいなものを見て来ているのか分からないのですが、京都からはるばる城崎に来るという時点で、旅館や温泉地をある程度分かって来ていただいているので、さほど大きなトラブルがないと聞きます。むしろ日本人の酔っぱらった方のほうが迷惑かかることが多い。外国人のほうが、特に欧米豪の方は理解して来ていただけるので、さほど大きな手間がかからないし、語学もさほどできなくとも、理解していただける、質のいいお客さんであるという話を聞きます。特にインバウンドということで、もちろん夕食内容を変える、それは日本人の連泊のお客さんも同じで、むしろ逆に外国人だから何かをするということをしていないと、城崎のおかみから聞いたことがあります。

ありがとうございます。

○石田委員 ありがとうございます。

すごく腑に落ちる御回答をいただきまして、ありがとうございます。

食文化のインバウンド政策の動向調査とか座長をずっとやっていたのですけれども、その目標は何であろうといったときに、最初の紙に書いてあったのが、富裕層をどうやったら地方に連れて来られるのであろうと書いてあって、その日のうちにこの言葉を禁止しました。富裕層って何なのであろうといったときに、お金を持っている人たちがやって来て、いっぱいお金を落としていってくれないかなというマーケット的な発想、または追い剥ぎみたいなツーリズムはもうやめようよ、その話をするのはまずやめようという話をして、その代わりに何を使えるのであろうといったときに、イタリアではクリオーゾという言い方をするのですけれども、キュアリアスな観光客を呼びたいという話でかじを切ったというのがありまして、先ほどの話はすごく面白くて、日本文化の不条理そのものを勉強してきていて、ちゃんと楽しめる人たちというのはもう出てきていますし、それが本当のインバウンドツアーなのではないかと思うのです。どうしても外国人に気に入っていただきたいように何もかも変えてしまうとか、料理の内容を全部コンチネンタルにしてしまえみたいなことをやる人が実際います。朝御飯を全部コンチネンタルにしまったりとか、地域のものが実は全然来ないのだよね、食べられないのだよねといったときに、じゃあ何でそこに行くのという話になります。

先ほどの話になりますけれども、人が移動すべきなのであろうか、食べ物が移動すべきなのであろうかといったときに、人が移動するためには、どうしてもよいモチベーションが必要になるし、よほどきちんとしたディスクリプションができていないとコミュニケーションできない。何を見に来てほしいのというところがありますので、これはとても成功例で面白いと思いますので、外国人に何が気に入ってもらえましたか。

○山崎委員 深い御理解をありがとうございます。外国人が気に入っているのは、町並みと皆さんおっしゃっていました。まさにこの町並み。特に夕暮れどき。私も外国の方に必ず何で城崎に来るのか、何でこの町が好きなのか伺うのですけれども、皆さん一様に町並みとおっしゃっていました。

○石田委員 宮崎駿監督っばいですね。ありがとうございます。

○山崎委員 石田先生からすてきなアドバイスもいただきましたけれども、一方で、こんな考え方があるということもこの場で共有させていただきます。

とある外国人の有識者に、すごく怒られたことがあります。なぜかという、「外国の方をお招きしたいのであれば、料理は自分たちで選べるようにすべきである。あとチェックイン・チェックアウトも非常に日本的である。さらに、夕食、朝食とも料理を選べるようにすべきである。初めて旅館に泊まって、朝御飯を選べると聞いたが、8時と8時半の時間しか選べなかった、全くもって外国人にとっては使いにくい。外国人観光客をマーケットにするのであるならば、直すべきである。それをしないのであれば日本人同士で商売をやるべきである」と、私はお叱りを受けました。そういう御意見があるのも確かであると思います。

一方で、ずいぶん前の話ですが、ドイツ人のジャーナリストたちが日本に入って、私が事前に「日本の温泉とは、旅館の使い方とは」をお話させていただいたときに、ドイツ人からは、「旅館料理はすべては食べられない。たくさん出される料理の中から、私たちがチョイスをしたい」と言われました。その発想はなかったもので、外国人の中には、そうした考え方があると思い、ここでお話させていただきました。

ただ、私自身は、「これが日本の旅館文化である。理解して来てほしい」というような主義主張を通してまいりました。

以上です。

○石田委員 賛成です。

○尾川企画官 ありがとうございます。

事務局の不手際で時間が残りわずかですけれども、具体的に3地域、お二人の先生に御提案いただきまして、来年度どこかの地域で実証していきたいと考えておるのですけれども、ぜひこの地域がいいですとか、あと、この3地域に限らず、御自身でこういうところもあるよという御紹介などいただければ、本当に残りわずかな時間で恐縮ですけれども、何か御意見などありますでしょうか。

北川先生、お願いします。

○北川委員 ありがとうございます。

最初の服部委員からの発表にもあった「ひらかれた暮らし、ひらかれた地域」というところにも関わるのですけれども、私、今年に入って9割方能登半島におるのです。家を届けておるのですけれども、今日も直接来たのです。暮らしも開かれてしまっていますし、地域も開かれてしまっていますし、文化とか、今後どうしていくかということをしごく活発に考えていて、変な言い方ですけれども、ちょうどタイミングとして、先ほど海津先生も災害と観光ということもお話しされていまして、これからアカデミアをやっていくタイミングとして、一つそこに的を絞ってみるのもありなのかなと。もしくはそこで事例として、ケーススタディとして深めつつ、ほかの拠点でも広げてみるのもありなのかなとちょっと思いました。

2か月ぐらいで800名ぐらい連絡先が増えて、いろいろなことをあっちで知ったのです。地域に入り込むというのは、2か月どっぷりというのはそんなになかったのですけれども、そういうのもあるかなと一言だけ、可能性として思って申し上げました。

以上です。

○尾川企画官 ありがとうございます。

ほかの先生方、いかがでしょうか。

椿先生、お願いします。

○椿委員 椿です。

いろいろと地域を回っている身としては、こういう地域がある、と御提案したいのではありませんが、実際、自分が見て、あるいは見るだけではなくてある程度のフィールドワークを伴った上での提案と考えますと、結局自分の経験に左右されてしまうというところで、そのまま提案してよいのか、やや不安に思っているところです。という意味で、お伺いしたいのは、今後選定地域を考える上で、選定条件あるいはこういう要素は重要であるとの共通理解をつくった上でするのか、一切そういうものはなく、提案されたところを議論していくことになるのかという、議論の進め方を伺いたいです。

あわせて、例えば交通不便な地域、あるいは宿泊施設が現時点であまりない地域でもよろしいのか。つまり、インバウンドをかなり射程に入れていらっしゃると思うので、現状どの程度観光地化されているかの程度は問わないという考え方でよろしいのか。

そして、今日とてもすばらしい事例を御紹介いただいたので、現時点で既に地域における内発的な取組がかなり成熟しつつある地域を選定していく考え方が、そういうことは一切問わず考えてよろしいのか。

それから、最後です。個別の地域、例えば自治体レベルで考えるのか、あるいは今日も点から面へというお話がありましたが、広域的なつながりも含めて考えてよろしいのか、その辺りを伺えるとありがたいです。

以上です。

○尾川企画官 ありがとうございます。

続きまして、服部先生からもコメントいただきたいと思います。よろしくお願いします。

○服部委員 今日ありがとうございました。

先ほどのどの方向性でいくのかというのは、今日いただいた事例の中からチョイスするのか、今回の事例を見させていただくと本当にすばらしい地域であるとは思ってはいるのですが、例えばユニバーサルデザインという話になると、もう既にユニバーサルという時代というか次の時代、インクルージョンという時代が来ています。そういう意味で考えていくと、誰にとってもウェルビーイングな環境であるというところを目指すべきなのであると思うのです。そういう意味でも、現在進行系の話というよりは、むしろここで議論したいのは、次にどういう時代を迎えたいかというのを議論できたほうがいいのではないかなとすごく今日の話聞いていても思いました。

能登の話は、僕は賛成ですので、新たなクールジャパンがどういったものなのかということを、例えばウェルビーイングということを中心にしながら、様々な人たちが興味を持っていただける、我々の下支えになっていくような考え方をここで提起できたらいいのではないかと思います。

以上です。

○尾川企画官 ありがとうございました。

事務局からコメントさせていただきますと、本当に不手際で申し訳ないですけども、そういう考え方ですとか基準みたいなもの、本日後半で本当は御議論いただきかったというところがありますので、まず、椿先生からいろいろ御指摘いただきましたように、どういう熟度ですとか、地域の範囲ですとか、考え方というのは、引き続き、対面でやるか、メールでやるかなど、その進め方につきましても先生方と御相談させていただきながら、まずそういう考え方を定めて、その上で具体的な地域の選定などに進めていければと考えておりますので、御協力いただければと考えております。よろしくお願いいたします。

時間になりましたけれども、最後、何か御発言されたい先生方はいらっしゃいますでしょうか。

山崎先生、お願いします。

○山崎委員 発表のときに申し上げるのを失念しておりまして、城崎温泉を選んだ理由も、実は城崎温泉と能登の皆さんと一緒にいるときに、能登地震で大きなダメージを受けた和倉温泉を、城崎モデルで復興・再建できないかという声があったのです。特に観光地・温泉地は自然災害に遭いやすい場所ですので、そうしたことも鑑み城崎温泉を挙げました。

以上です。ありがとうございます。

○尾川企画官 ありがとうございました。

時間がまいりましたので、第2回「クールジャパン・アカデミアフォーラム」、これで終わりにさせていただきたいと思います。ありがとうございました。