

国家戦略特区ワーキンググループ有識者等からの「集中ヒアリング」 (議事録)

(開催要領)

- 1 日時 平成 25 年 7 月 19 日 (金) 13:30~14:20
- 2 場所 永田町合同庁舎 7 階特別会議室
- 3 出席

<WG 委員>

座長 八田 達夫 大阪大学社会経済研究所招聘教授
委員 原 英史 株式会社政策工房代表取締役社長

<有識者>

楠本 修二郎 カフェ・カンパニー株式会社代表取締役社長

<事務局>

加藤 利男 内閣官房地域活性化統合事務局長
富屋 誠一郎 内閣官房地域活性化統合事務局局長代理
藤原 豊 内閣官房地域活性化統合事務局参事官
宇野 善昌 内閣官房地域活性化統合事務局参事官

(議事次第)

- 1 開会
- 2 議事 有識者等からの「集中ヒアリング」
- 3 閉会

○藤原参事官 カフェ・カンパニー株式会社代表取締役社長の楠本修二郎様からお話を伺いたい。

本ヒアリングは、全体として50分間とし、最初30分くらいを目途にお話をいただき、その後、質疑応答と意見交換を行う。

資料と議事は原則公開とさせていただきます。

今回の趣旨だが、これまでの構造改革特区、総合特区が自治体及び事業者の手挙げ方式で提案があり、選定されているのに対して、今回の国家戦略特区は、国が主導してプロジェクト、規制改革事項などを地域と一緒に実現していくような運びとなっている。そのためプロジェクトや規制改革事項のアイデアをまずは有識者の方々から伺うというものである。

○楠本氏 私はカフェ・カンパニーという会社を経営している。カフェ・カンパニーは平

たぐえば飲食店経営なのだが、単に店舗を造るということではなく、まちづくりの視点に立って、その街に住む人や働く人に想いを馳せながら、まず、地域の魅力を掘り起こし、どう活性化していくかということを考える。地域活性化の一環として街にカフェを開いて、そこにコミュニティを作り、地域のコミュニティを活性化したいという想いのもとで店舗数が増えてきた。

商業ビルの中のカフェもあれば、地域に根付いた地方の、館山のレストランなどもやっているし、最近では、地域活性化の一端という切り口の中で生産者と生活者をつなぐコミュニティの場として、サービスエリアの運営もしている。つまり、私が一貫してやってきているのは、都心・地方に関わらず「地域のコミュニティ作り」ということである。カフェ・カンパニーの「CAFE」はCommunity Access for Everyoneという言葉の略であり、コーヒーショップの店舗展開だけをやっている会社ではない。

私は3年ほど前からクール・ジャパンの民間委員をしている。クール・ジャパンは、日本のライフスタイル産業、ファッション、食、地域、伝統工芸、エンターテイメント、メディアといったものを縦割りではなく、日本のライフスタイル全般として捉えながら総合的に海外に打って出て、新しい成長戦略につなげていこうという趣旨のプロジェクトである。その中でもずっと議論をしているのが、地域をどう活性化していくかというテーマである。

それと同時に、各国同士の色々な経済の競争が激しくなっている中で、メトロポリタン、日本で言うと東京に当たるが、都市間のクリエイティブ競争が非常に大きくなってきている。

ニューヨークにおいては、リーマンショックの後、非常に柔軟なリーダーシップと発想によって、西海岸的なリベラルなライフスタイルを全てキャッチアップし、金融の街から一気にリノベーションとクラフトマンシップの街へと生まれ変わった

ライフスタイル、世界全般の潮流、流れを都市全体として理解をして、新たなリーダーシップの方向に持っていくという取組をニューヨークは行っている。

ロンドンに至っては、オリンピックのセレモニーにおいて、エンターテイメントの街はニューヨークではなくてロンドンだということを、非常にうまくアピールをしていた。

また、パリにおいては、「フランスの農業祭」というものを企画し、一晩のうちにシャンゼリゼ通りに牛を放牧し、牧場に切り換えるという離れ業をプレゼンテーションすることによって、「農業国家」としてのフランスのプレゼンテーションと、最も華やかなパリの目抜き通りを一晩で農場に変えてしまうというクリエイションを世界に示すことができた。つまり、何を申し上げたいかというと、これらの事例は全て、決して一民間企業だけでできることではないのであり、都市と行政と民間が一体となって、その都市のクリエイティブ力をプレゼンテーションすることが、国際競争力を増していく上で非常に重要なファクターになってきているということである。

従来の都市の発想は、当然GDP規模や、人口などという経済的・定数的なものさしだけで

比較され、ランキングしていたが、今はそれだけではない。「MONOCLE」という雑誌の都市間競争のランキングを見てみると、そこには、どれだけおいしい食があるか、あるいは空港からどれだけアクセスしやすいか、要するにライフスタイルの豊かさや、国際的に活躍している人たちがどれだけアクセスしやすい都市になっているかといったような、従来であれば定数的に計れなかった部分が全て定数化した上で、都市ランキングが発表されている。

そういった大きな流れの中で、クール・ジャパンとしても東京という街をどれだけクリエイティブ都市にしていくかということが、非常に重要な鍵になってくるのではないかと。

今回は、特区構想のワーキンググループなので、当然地方においても様々な特区が考えられるが、今回は、特に都市部における活性化に重点を絞り、規制緩和あるいはそういった諸策について提言する。

少しだけ地方のまちづくりに触れると、地方においては、例えばスペインのサン・セバスチャンのように、人口十数万人にしか満たないような街が今や世界に冠たるグルメの街になったり、アメリカにおいては西海岸のポートランドがワイデン&ケネディというたった一つのクリエイティブ会社によるナイキ戦略と、パールディストリクトと呼ばれる都市のリノベーションによって、世界的なクリエイティブタウンとして大変有名になっている。それぞれの街がそれぞれの街の特色を一極集中で生かしながら、メッカになっていく。何かのメッカ化を目指すことが、日本の地方都市においても非常に重要なテーマではないかと思う。

地方をどのように活性化するかというテーマにおいて、日本の中でのメッカではなくて、世界におけるナンバー1は何なのかということそれぞれの行政の中で絞り込んで、その戦略に基づいて特区を作っていくというやり方も、地方の都市あるいは地方の観光資源の豊富なエリアにおいては意味の深いことではないかと思う。

クール・ジャパンに携わる中で食、ファッションを始めとした様々なライフスタイル分野において、東京がどれだけ国際的な競争力を持ち、そのライフスタイルのメッカになっていくかということが成長戦略上、非常に重要だと思っている。そういう観点に基づいて東京がどう生き活きと成熟した大人の街として世界から喜ばれる街になるかということは、非常に重要なテーマであるため、そうしたことを課題としてまとめた。

まず、ビザ発給について。日本が世界の若き有望なクリエイターたちのたまり場であり、東京がアジアの若きクリエイターたちのインキュベーションの都市になったときに、東京の国際力は相当増すことになる。しかしながら、現状では、食においては、残念ながら非日本食シェフの経験者のみを受け入れるというスタンスに立っている。これはおそらく戦後の大きな流れの中で、日本食以外の食のノウハウも取り入れていこうということが背景にあったのだが、今や日本の洋食は世界の美食家たちが、本場以上にイタリアンもフレンチもおいしいと唸るほどのレベルである。

これは海外から色んな技能を取り入れた結果であるが、その一方で日本食を学ぼうとす

る人たちにはなかなかビザが発給されないということである。日本食は海外では非常にブームであり、これは大きな流れの中でおそらく競争力の高い分野にずっと息長くなっていくと思う。しかし一方で、世界に5万軒とも言われている日本食レストランのうち、残念ながら日本人が経営している店舗は10%に過ぎない。多くの日本食レストランは主に中国系あるいは韓国系の方々、現地化した方々が日本食を取り入れて日本料理屋を経営しているのが現状である。

そうやって、様々な国同士で混じっていくのは当然いいことだと思うが、彼らのほとんどが日本食を学ぶ、あるいは調理の実践を積んだ経験ないまま日本食レストランを営んでいるのが実情だ。したがって、正しい日本食が海外に普及していかない現状もある。それよりも日本にわざわざ学びに来るといった人たちは、日本にお金を落とす人たちでもあるので、その人たちを積極的に誘致し、就業ビザも発行し、日本で修行していただいた上で、正しい日本食のスキルを学んでもらい、日本の企業チームとして参加を促し、共に出店していく。こういうことができると、当然海外での日本食のビジネスチャンスは広がっていく。なぜならば、彼らは当然日本で学び、自国へと戻るため、日本人が海外でビジネスチャンスを模索することよりも、日本に呼んだ外国人を日本企業チームとして海外でビジネスをさせることのほうが、ビジネスチャンスは日本企業としては絶対的に広がる。そういう意味では、ここで「日本食か非日本食か」ということでビザ発給を分けることは、あまり意味をなさない時代になってきているのではないかと思う。

ちなみに、今、高度人材の積極的な受入れを進めていることも聞いている。主に弁護士など、いわゆるリテラシーの高い方々を積極的に高度人材として海外から誘致しようという流れが非常にあったが、必ずしもうまく行っていない。やはり、人の暮らしとしての衣食住や、ライフスタイルのクリエイションを深めるクリエイティブそのものが新しいビジネスを引っ張っていく基盤になっていく時代だと思う。日産にしても、トヨタにしても、ソニーにしても、例えばホンダの本田宗一郎さんなどの企業経営者は経営者であるだけでなく、一流のクリエイティブディレクターだったからこそ日本を引っ張って来られたと思う。

要するに、世界中からのクリエイションを呼ぶということは、非常に高度な人材を呼ぶということなのだという認識を是非持っていただきたい。カタカナ商売の不安定な人たちというよりも、今の経済というのは、アップルコンピュータにしても、ルイ・ヴィトン、モエ・ヘネシーをもってしてもブランディングあるいはデザインといったものが、無形のものから有形の資産あるいは経済価値に生んでいく総合的プロデュース能力の高い企業がけん引している。そういった美的価値の創造力という点では、日本は潜在力を持っているのに、それをビジネス化することが世界的に見るとたけておらず、フランスやアメリカに後塵を拝しているということだと思う。世界中のクリエイティブを呼ぶということは、高度人材を呼ぶということなのだという理解を是非共通認識として持たねばならない。

このような状況であるので、料理人に対する就労ビザの発給要件の緩和、例えば、国内

の調理学校卒業者あるいは海外で同等の経験を持つ料理人を対象として緩和したり、料理の種類、国籍・就業地のひも付けを撤廃し、一定の要件を満たせば料理の種類や料理人の国籍にかかわらず、外国人の就業を可能にするということが非常に重要だと思う。

例えば、シンガポールや香港に行くと、ハンバーグやナポリタンといったものを日式洋食と書いてある。つまり、海外においては洋食というのは既に日本のフードコンテンツだと理解をしてくれているのである。これができたのは、海外の人たちを招聘して料理の技を混ぜていく日本の編集力がなされた技だと思う。

今後は、日本のファッション産業も食と同様に海外に打って出なければならない。かつて、イッセイミヤケさんが日本の文化を基にして世界で活躍されていたように、日本のものを海外化して持っていくという物づくりとしてのかつての成功事例も再認識しながら、今後の流れとしては、やはりアジアや、アフリカ、ブラジルなど、様々な国の文化を多種多様に日本人として取り入れて編集し、リデザインして世界に打って出る。「編集力」と「適応力」というのが日本人の知恵なので、そういった人材の交流化を是非やるべきではないかと思う。

次は、外食・エンターテイメント産業に関することだが、一言で言うと、東京に限らず、いかに特区になる場所に楽しく知的でカッコいいその都市ならではの風景を作るかということが大切だ。

都市の快適さは、「環境」を作ることから「状況」を作る方向に進化してきていると思う。「環境」というのはアメニティであり、施設である。ある意味それはハコモノかもしれないし、あるいは公園を造るとか、そういったことかもしれない。しかし、今、非常に経済が元気で、文化度も高く、引いては人が集まっている都市というのは、「人の交流力」が非常に高い。だから、人の交流が促進される「状況」をいかに有機的に作っていくかということ、言い換えると、「アメニティ」を作るだけではない、それにより人と人との活発な「コミュニティ」を促進することが、今後の東京に限らず、高度利用化が進んだ日本の都市における新しい課題になってくると思う。

日本の国土は狭いという概念の中で、従来から高度利用化のために効率的に配置をしてきた。しかし、今後都市を元気にする上で少子高齢化が進み、成熟化した社会を迎えるに当たり、コミュニティ化が非常に重要な要素になる中で、海外から来た人、そのビルに働いている人、その地域に住んでいる人など、様々なライフスタイルの人たちが交わる場を作ることが非常に重要なテーマになってくる。しかし、今、残念ながら日本のカフェあるいはレストランでは、その交流を促す、例えば、昔で言う縁側のような場所が排除されている。縁側というのは「内・中・外」という日本の建築コンセプトの非常に象徴的なもので、内でもない外でもない、「あいまいな場所」を作ることによって自然発生的な出会いの演出を創出するというのが縁側の良さである。高度利用と効率性を求めていくと、あいまいな場所というのが都市から失われていく。このあいまいな場所が無くなることによって、交流する多様性までもが失われているのである。

当然、高度成長期であった従来であればそれでよかったのだが、今後の国際化という観点あるいは少子高齢化に伴う成熟化社会を考えたときに、都市の在り方として、新たに縁側的な場所を作っていく意味は、非常に高いのではないかと思う。

現在はテラスにサーブをすることは許されない。これは保健所側の指導としては、食品衛生的な観点だと思う。それ自体の判断は然るべきと思うが、海外に目を向けたときに、これは外なのでサーブができませんというメトロポリタン都市は私が知る限りでは存在しない。正直ナンセンスではないかと思う。

○八田座長 テラスというのは、例えばどういうテラスか。

○楠本氏 テラスとは、要するに外席ということである。

○八田座長 例えば、丸の内あたりではサイドウォークカフェがあって、外に出ていて、それで食事をサーブしているが、そのことか。

○楠本氏 まさにそのことである。

○八田座長 あれは本当は違法なのか。

○楠本氏 サービスをしているところは違法というか、要するに保健所の指導対象になるということ。

○八田座長 丸の内では屋外でのレストランを色んなところでやっている。

○楠本氏 サーブを認められているものもあるが、行政によっては非常に厳しく指導するところもある。

それで東京都が「東京のしゃれた街並みづくり推進条例（しゃれ街条例）」というものを制定した。そのしゃれ街条例に申請をして、しゃれた街をつくるということで認められた場合は、公にサーブをしてもかまわないという状況になっている。しかし、これは正直申し上げて非常にハードルが高い。なぜかというと、デベロッパー側がまとめて申請しなければならず、そういうことをやっているうちは、やはり活性化した都市にはならない。

もう一つ、サーブを黙ってやっているところは、何となくまあまあこれぐらいだったらいいかということをやっているところなのだが、変な話、ファストフードは自分で持っていくテラスだからオーケーなのである。そういうところが非常に有形無実な状態で方針としての確ではないと思う。

○八田座長 丸の内は大丸有協議会でしゃれ街条例を所得している可能性がある。

○楠本氏 そのとおり。

○原委員 これは東京都固有の問題か。

○楠本氏 これはどの都道府県も一緒である。要は、パリのカフェの風景であったり、ロンドンで言うと外に出てネットワーキングしているとか、そういった縁側的な演出を私は積極的にやるべきだと思う。

○八田座長 2種類あって、お店のテリトリーの外側にあるけれども、お店のテリトリーであるという場合と、歩道であるという場合と、これは峻別があるかもしれないが、少なくともお店のテリトリーの場合には文句なく許せということか。

○楠本氏 私はそう思う。東京の道路は狭いので、人も多し、歩行者数も多いから、パリのようにすることから始めるのはハードルが高いかもかもしれないが、御指摘のとおり少なくともプライベートスペースの使用については緩やかな運用があってもいいのかなという意味で書かせていただいた。将来的には道路活用方法の緩和も検討すべきであると考えている。

3番目は、ダンスに対する風営法規制の撤廃である。本件の重要なテーマはいかにネットワークキングしやすく、コネクトしやすい都市をつくっていくかということである。当然、取り締まるべきことは取り締まるべきなので、そこは同じテーブルの議論なのか、分けられるのではないかと私は思うが、いずれにしても、踊る場所自体が1948年に制定された風営法の中で、売春の取引など風俗犯罪予防の見地から、ダンスホールイコール風俗営業規制業種という定義付けになってしまっている。しかし、私はダンスする場所が風俗営業という概念そのものが時代に合っていないのかなと思っている。

海外に目を通すと、バーなどダンスも可能な飲食店を通じてエスタブリッシュな人たちがネットワークキングをするということは普通に行われている。日本人は踊ることイコール風営的なもの、行為という固有認識があるので、海外では逆にそういったところすら積極的になれない。

例えばクラブシーンで言うと、ベルリンの壁が崩壊し、東側のビルが一時的に余った。それで、世界中のクリエイターがベルリンに集結した。これはなぜかということ、要するにベルリンというのは権利関係が凄くシンプルなので、ソニーセンターやメルセデスなどの大規模開発が一気に進んだため、世界から若き建築家たち、あるいはデザインを志す人たちが新しい都市デザインの可能性を求めてベルリンに集結したというもの。しかし、実際は仕事が全てあるわけではなく、そういった若きクリエイターたちが旧東ドイツ側ベルリンの老築化したビルを美容室に変えたり、ギャラリーに変えたり、それこそレストランやカフェに変えたり、あるいはクラブ営業をしたりということで、新しいカルチャーとグローバルコミュニティを創出する基盤が出来た。だから、決してクラブシーンということが風営という発想ではなく、グローバルに見るとクラブ的なスペースがあることによってグローバルなクリエイティブ人材が集まるということにも寄与したという事例である。

現状ではクラブや音楽が、日本に限らず、インバウンドを促進する上で非常に重要なファクターになっているのも事実である。ポートランドなどは非常にクリエイティブタウンになっていて、夜のシーンを非常に豊かに演出をしている街であるが、そういったところにクリエイティブ人材が集まってきているということだ。東京においては、ageHaという新木場にある大規模なクラブを目がけてアジア中の若い子たちが集まってきている。

それから、カジノ構想もあるけれども、カジノに限らず、今、世界で起きている都市間競争というのは、Integrated Resort構想、つまり、リゾートでありながらそこに大規模な会議施設があり、更にリラクゼーション施設もあり、遊びもあり、仕事もばりばりできるといったことが複合化された総合的なリゾートであり、ビジネス集積基地を目指す流れにある。ダボス会議などは会議ということのブランドだけでダボスという都市がメッカ化し

てきており、そのような観点からも、夜の街のシーンをどう演出していくかというのは、国際的な競争力を高める上では非常に重要なテーマではないかと思う。「国際版飲みニケーション」をうまく演出していくことは、日本が世界に対してどうホスピタリティを発揮するかという観点からも、ビジネスを優位に進めるという観点からも重要であると思う。

さらに言えば、ダンスは小学校、高校でも必須科目になっている一方で、ダンスホールの営業を風営と言ってしまうことに建付け上の矛盾が大きく生じているように思う。

○八田座長 ダンスについては昨日、元文化庁長官が風営法から外せとおっしゃったばかりだ。具体的には、どこでもダンスをできるようにしろということか、それとも時間が12時より後でもできるようにしろということか。

○楠本氏 グローバリゼーションの時代において、何時までという時間制限の概念はおかしい。基本的に深夜関係なく行うべきだと思う。

最後に、国内における人材育成という意味において、国際人材をどう輩出していくかというテーマ。学習指導要綱あるいは大学設置要綱など、1回ルールが出来てしまうと、教育というのは非常に重要な観点なので、変えていくことに対しては様々な見識があるのは当然だと思う。しかし、今、大きくその時代が変わっていきこうという中でどう舵取りをしていくかということが迫られている中においては、少なくとも特区において、こういったことを撤廃した学校教育を認めるとしたときに、どれだけ新しいクリエイティブな教育現場が生まれてくるのかチャレンジする意義は大きいと考える。

最近では、女子大学の経営が非常に苦しくなってきた、短期大学を廃止するというのが一様にある。家政学科というのは料理、裁縫、礼儀作法も学ぶ。いい嫁、いい主婦になるための家政学科なのだが、女性の社会進出、これは本日のテーマではないが、ダイバシティという発想で考えても、女性の社会進出は非常に重要なテーマの一つになってくると考えられる。家政学科の発想をライフスタイル型に入れ替えて考えると、裁縫、ファッション、料理、食産。そして礼儀作法、ホスピタリティも学ぶということである。女性ならではのそういった衣食住に絡むセンスを磨き、それをビジネス化するという新しい発想で大学経営をすれば、私はそういう人材は絶対に欲しいという話をしたが、そういった自由度は現大学には認められていないようだ。このような自由度が高くなるだけで、新しい時代に対しての国際人材輩出の可能性も出てくると思う。

アメリカにニューヨークとナパバレーにCIA（カリナリー・インスティテュート・オブ・アメリカ）というフードビジネススクールがある。このCIAは、料理の調理方法だけを学ぶのではなく、農業、例えば牛の解体から、店の経営、接客など、実際に店舗運営もやる。特に、食産業の大学院のような存在がCIAのナパバレー校だ。

このナパバレーのCIAは毎年11月にワールド・オブ・フレーバーという食サミットを開催しており、私は39人の日本を代表する料理人のみなさんとボードメンバーを合わせておよそ50人で日本食の大プレゼンテーションに行った経験がある。

今年のCIAワールド オブ フレーバーは、「食のグローバルスタンダード」がテーマに

なっている。食というのは最もローカライズ分野でありながら、この食分野ですらグローバルスタンダードの時代を迎えようとしている。つまり、食のグローバリゼーションにおいて、CIAはアメリカを始めとした世界の食において日本食が大変重要であると認識しており、このグローバリゼーションの仕組みの中に日本食を取り込むというのが彼らの戦略。これは学校そのものが戦略的に存在するからできることなのである。学校だけでも、CIAは明らかにアメリカの産業の戦略を担っている。そして、建付けはNPO法人になっているため、財政的に厳しいということで、自費での参加を呼び掛けるが、日本人からするとアメリカでそんなプレゼンできるなんて名誉なことだということで自費で行く。これはこれで素晴らしいことなのだが、本来は逆だと思っている。

日本の特区内に、衣食住などライフスタイルを学ぶ大学院や学校法人があって、そこでビジネス化につなげていく戦略的な仕掛けや、世界の流れに対して即座に色んなことに対応できるフレキシビリティを持ちながら、結果的にそこがシンクタンク的な役割を果たしていくことが、成長戦略上、非常に重要なのではないかという問題意識を私は持っている。

○原委員 日本ヨーロッパ料理のシェフの人たちは大体本場に行って修行をするが、あれはどういう資格で、何年間限定とかそういうことで行っているのか。

○楠本氏 私自身、そこまでは調べ切れていないが、例えばイギリスの場合、クール・ブリタニアという戦略があって、そこも従来であればイギリスのクリエイティブ産業の位置付けに食は入っていなかった。しかし、食を入れたことよって、ビザの支給についてもクリエイティブ産業においては緩やかに支給をする方向に変わってきていると聞いている。おそらくそういった流れの中でビザの支給について緩やかにしていくという流れはあると思う。

ただ、アメリカの現状だと残念ながらそこまで至っておらず、1年に1回帰るというやり取りの中でビザを支給している。ただ、日本のようにジャンルに分けて、これはいい、これはよくないという事例というのは非常にレアではないかと認識している。

○原委員 課題の二つ目で、調理学校卒業後の外国人料理人のほとんどが就業不可能ということだが、これは制度的に部分的にはそういう道もあり得るのか。

○楠本氏 制度としては大変厳しいと思う。要するにウェルカムではないということである。言葉の問題も当然あるし、どれだけ支援をしていけるかということもあるが、現状で海外の料理人を受け入れるというのはある種、住み込み的に受け入れているという現状しかなかなか難しいのではないかと思う。

○原委員 本国で10年の経験を持つ人と、国内の調理学校を出た人というのも、制度上はどちらも行けると理解してよろしいのか。

○楠本氏 国内の調理学校を出ていれば、そこからの推薦があるということ。

○八田座長 神楽坂のフランスレストランでは、シェフもウェイトレスもフランス人というところが多い。だから、非日本食でもそういうのはいいのだろうが、中国料理とか韓国料理も今は自由に受け入れているのか。要するに洋食だけを受け入れているのか、非日本

食を全て受け入れているのか。もし受け入れているとしたら、限りなくたくさんやってくれるような気がする。

日本食で受け入れるとしたら、圧倒的多数は中国とか東南アジアの人が日本食を学びに来ると思う。

○楠本氏 数で言うとそうなると思う。今、私の友人が寿司アカデミーというスクールを新宿でやっているが、やはりアジアは多く8割方がアジアである。

○八田座長 そうすると、先ほどおっしゃった文化交流の観点から見たら、国別のクウォーターをつかった方がいいのか。加えて、日本語のレベルだが、これはある程度要求した方がいいのか、全く要求しないのか。先ほどのお話だと、基本的に日本で修業して母国に戻ってほしいということだから、その場合に何年修行すれば大体十分なのか。

○楠本氏 まず現実的には、受け入れたときに中国人系が増えると思う。その場合に中国の方々を受け入れて、中国で日本企業が商売ができるのかという国益の問題が一つ議論になるかもしれない。

○八田座長 ほとんど単純労働に近い形で、キッチンの裏でいっぱい働く人が増えることにはなる。

○楠本氏 アジアからどれだけとか、アジアでも今は、東南アジア方向から受け入れようとかパーセンテージで切るのは分からないが、そういう戦略的な議論はあり得ると思う。

日本語の語学のレベル設定は、私見で言うと必要ないのではないかな。なぜならば、それは要するにやる気とスキルの問題であって、日本語はここまでは覚えなければいけないというのは、料理によって違うと思う。この日本語の問題というのは、たしか介護師などの分野でも課題になっていたように記憶しているが、ここにおいても私はあまり意味がないのではないかなと思っている。高齢者の方に対してケアするので、そのために必要なスキルがどれだけ高い仕事に就くかによると思う。何らかの医学的なアドバイスが必要な方に対しては日本語のスキルを求める必要があると思うが、痛いとか苦しいとかしんどいとか楽しいなどの基本的なコミュニケーションができれば、私はそのホスピタリティの中でできる仕事は十分あると思っているし、私は日本語のハードルは高いと思っている。それと同じような意味合いで、料理の世界で何と何を知っていればというのは、私は現実的にはナンセンスだと思っている。

○八田座長 日本で何年修行すれば大体いいのか。

○楠本氏 ジャンルによる。

○八田座長 日本料理の場合はどうか。

○楠本氏 日本料理も、例えば懐石なのか寿司なのかで全然違う。懐石料理というのは日本料理の真髄なので、ここについては何年、寿司については例えば1年とか、ジャンルによって分けるという考え方もあっていいかなという気がする。

例えば、日本版CIAみたいな仕組みが出来れば、それはこの工程を終わっていないとダメだということが整理されてくるので、そこは多分ジャンルによって工程に基づく修行期間

の設定が変わってくると思われる。

○八田座長 アジアから来る場合に、介護とか看護という試験があるわけではないから、来るインセンティブはあると思うが、従来あまり料理したことがない人まで来てしまうとなると、そこに経験を要求するとしたら、チェックも結構大変だと思うが、どういう条件を要求するのか。

○楠本氏 調理について言えば、向こうの学校を出ているかどうかということでは判断しにくいところがある。

○八田座長 日本レストランに勤めた経験とか、そういうことにするのか。

○楠本氏 現状、そういうことしかないかもしれない。

○八田座長 今のは非常に重要だと思う。ところでダンスの場合、ダンスを風俗営業というのはたしかに変な話だと思う。しかし、ごく普通の居酒屋でも踊れるようにすることには、特に問題はないのか。

○楠本氏 おそらく何らかの認可を得るための基準をどこかで作る必要はあると思う。

○八田座長 何が基準になっているのか。人が集まる場所だから衛生上の基準とか、そういうことはあると思うが。

○楠本氏 例えば、レイアウトの基準などもあるかもしれない。ドラッグや売春など、何かの温床になることを避けたい。奥にそういった個室やスペースがあればあるほど、そういった温床にはなりやすくなるため、レイアウトの基準を考える必要がある。私はそれを推奨するわけではないが、何をどうしたいかによって課題が変わる。ダンスが良くないと言っている議論の多くは違法な行為をする人が夜な夜なダンスしているディスコなどの場所に多いという経験則から成り立っていると思う。

それは具体的には、暴力沙汰か、ドラッグか、売春か、レイプかということになると思うので、そこはレイアウトの基準で解決できることは沢山あるのではないかという気がする。

○原委員 テラス席の話で、野外客席についての要項というのは、これは国全体のものか。食品衛生法に基づくものとか。

○楠本氏 国と地方自治体の関係性を調べようと思ったら、そこまで実はたどり着けなかったのだが、要項を設置しているのは各地方自治体の福祉保健局。ただ、地方自治体が一方的に決めているのではなく、国としての何らかの方針があって、その方針に基づき地方自治体が要項などの内容を決定していると事例が非常に多いようである。

○原委員 形式上は自治体がやっているが、大体統一方針で作られているという話か。

○楠本氏 そのとおり。今日の個別の議論でもあり、実は全体の大きなテーマの一つではないかと思っているのは、まさにその分野で、法律的な規制緩和、この法律を撤廃したらいいというよりも、行政指導は完全に決められていることが多いため、法律上目に見えない行政指導という規制が非常に多い。例えば、東京を元気にするというテーマにおいては東京都も一時期積極的に取り組んでいて、川辺の使い方をどう緩和するかという河川の

使い方についての議論もあった。

結局この対応については、国土交通省と行政側の折半になるため、お互い緩和について前向きになりつつも、最終的に予算は出したくないということで決まらないことが非常に多い。公共施設をどう利用していくか。特区を作る上では、その予算の実行権の一元化をやらないと、結局、法律上は問題なさそうでも、行政指導上こっちだ、あっちだというこれは縄張り争いになってしまう気がする。

○八田座長 最後に、もし日本のファッションを働きながら学ぶ機会を与えることにすると、アジアから圧倒的な数の人が日本に来ると思うのだが、ここも来日の要件はどのように定めるのか。

○楠本氏 ある程度の実績だと思う。

○八田座長 その実績というのは例えばどういうふうに評価するのか。

○楠本氏 ファッションの場合は、自分はファッションデザイナーであると言ってしまうと、それで行けてしまうところで考えると、やはり出店し、それなりの実績があるなどでもいいと思う。あるいは店のオーナーシップでなくても、その店で何らかデザインを起こして、そこで物を売っているなど。食においても飲食店の調理人もそういう基準があれば、今のような懸念は大分払拭されるのではないかと思う。

○八田座長 どうもありがとうございます。