

平成 30 年度海外事務所研修報告書

ニューヨーク市のナイトタイムエコノミーについて

交流支援部経済交流課

高山みなみ

平成 31 年 3 月

はじめに

平成 30 年度海外事務所研修において、10 月 10 日～11 月 9 日まで、ニューヨークのナイトタイムエコノミーについての事例調査を行った。

調査にあたってはニューヨーク市のナイトライフ課及びシアター・ディベロップメント・ファンド等を訪問し、活動内容の聞き取りを行った。

以下、具体的な調査結果について報告する。

目次

1. 日本の現状	1
2. ニューヨークの事例	1
(1) ナイトライフの経済効果	1
(2) ニューヨーク市・タイムズスクエア地区の歴史的背景	1
(3) ナイトライフ課の設立、ニューヨーク初のナイトメイヤー誕生	2
(4) 住民の意見からアイデアを汲みとるタウンホールミーティング	3
(5) 子供から大人まで楽しめる劇場街としてのブロードウェイ	4
(6) 観光客にも人気の当日券販売ブース (TKTS ブース)	4
(7) TKTS ブースを運営する非営利団体	5
3. 結びに	6
4. 参考文献	8

1. 日本の現状

政府は2016年に、2020年訪日外国人観光客4,000万人、旅行消費額8兆円という目標を掲げた。

特に消費額の増加という観点から自然観光や歴史観光などの消費を生みにくい日本の観光資源を補完するものとして¹、昼間だけでなく夜間の経済も発展させようとナイトタイムエコノミーやナイトライフという言葉が注目されるようになってきた。夜間の消費額増加については、2018年6月に政府が発表した「観光ビジョン実現プログラム2018」²にも盛り込まれており、全国各地でも夜間経済に関する検討会や懇談会が開催されている。

明確な定義はないが、ナイトタイムエコノミーとは主に夕刻から翌朝までに行われる経済活動という意味で使用されることが多い。居酒屋、バーなどの飲食産業や、劇場、ライブハウス、ダンスクラブのほか、学習塾や英会話学校など教育産業、深夜交通サービス、また広義にはそれらの産業に財や役務を提供する業種が含まれることもある。

本レポートではナイトタイムエコノミーの他都市での事例として、ニューヨークを取り上げることとする。

2. ニューヨークの事例

(1) ナイトライフの経済効果

ニューヨーク市における、夜間経済は非常に大きい。ニューヨーク市によれば³、ナイトライフ産業⁴の経済生産は年間351億にものぼり、30万の雇用と131億ドルの賃金を生み出している。また、税収入は6億9,700万ドルである。

(2) ニューヨーク市・タイムズスクエア地区の歴史的背景

¹ 「観光政策としてのナイトタイムエコノミーの振興は、自然観光や歴史観光など消費を生みにくい我が国の主力観光資源を補完し、観光客の消費を誘発し、観光客の1日あたりの観光消費額の増大を狙う施策に他ならない。」(木曾崇『「夜遊び」の経済学 世界が注目する「ナイトタイムエコノミー」』、光文社、2017)

² 「観光ビジョン実現プログラム2018」は観光ビジョン等を実現するための、今後1年を目途とした行動計画であり、「ナイトタイム、ビーチの活動など新たな観光資源の開拓」も計画に入れられている。(観光庁HP)

³ The North Highland Company et al. : “NYC’s Nightlife Economy Impact, Assets, and Opportunities”, 2019, p.5

⁴ ここでのナイトライフ産業の定義：飲食サービス、バー、アート、娯楽・エンターテインメント等の会場、スポーツ・レクリエーション施設の5つのセクターにおいて、午後6時から翌朝6時までに行われる経済活動を指す。(同上、p.3)

タイムズスクエア地区は、劇場街という意味で使用されるブロードウェイ地区とほぼ重なっており、現在では夜じゅうネオンが煌めき国内外から観光客が押し寄せるエリアであるが、ほんの数十年前まではいかがわしい雰囲気が高い、観光客が寄り付かないようなエリアであった。

1981年に市および州政府がこのエリアの再開発に取り掛かり、規制や区域指定が行われたほか、大規模な投資や税制上の優遇措置などにより、新しく劇場やテーマ型レストランを誘致し、2000年代初頭には家族連れや観光客を呼び寄せる魅力的な地域に変貌した。⁵

そうして治安は改善されたものの、最近では新たな問題が浮き彫りになってきた。かつて風俗店や非合法活動などを一掃し、浄化するための手段として設定された規制や区域指定が、現在となっては時代遅れとなり、中小規模のビジネスを圧迫することになってしまっているという。この15年間で20%以上の小規模ライブパフォーマンスベニューが閉鎖されている。⁶

このような社会状況の変化から、ニューヨーク市政府も時代にあった新たな政策を提言し、長期的な解決策を見出す必要があるとして、市政府内に初めてナイトライフ課 (the Office of Nightlife) を設立することとなった。

(3) ナイトライフ課の設立、ニューヨーク初のナイトメイヤー誕生

ナイトライフ課は2018年3月、ニューヨーク市のメディア・エンターテインメント部局 (Mayor's Office of Media and Entertainment) の配下に創設された。ナイトライフ課のトップであるシニア・エグゼクティブ・ディレクター、通称ナイトメイヤーにはアリエル・パリッツ氏 (Ms. Ariel Palitz) が指名された。

パリッツ氏はナイトカルチャーと行政仕事の双方に見識の深い人物である。彼女には、自身が所有するナイトクラブの経営を行ってきた経験や、コミュニティボード³⁷にて市行政にも携わった経験を活かし、世界各国のナイトメイヤー⁸と同様に、ナイトカルチャーと行政との橋渡しをする調整役としての活躍が期待されている。

なお、本レポートの執筆にあたっては、ナイトメイヤーのアリエル・パリッツ氏にイ

⁵ 保井美樹「第一章 アメリカ」『欧米のまちづくり・都市計画制度—サステイナブル・シティへの途—』所収、(株)ぎょうせい、2004、67頁

⁶ the Creative Footprint: “Measuring live music space in New York City”, 2018, p.17

⁷ ニューヨーク市民の生活の質向上のための諮問委員会。(NY市HP)

⁸ アムステルダム、ロンドン、パリ、ベルリンなどの都市でも同様の取組が行われており、騒音への苦情軽減や、より健全で生産的な夜間経済という利益を社会にもたらしている。(NY市HP) なお、類似する日本の制度としては渋谷区の観光大使ナイトアンバサダーがある。観光協会が任命するもので、現在のところ観光大使という名のとおりに、主にプロモーションに重きを置いて活動をしている。また沖縄市でも同様の取組が見られる。

インタビューを行った。彼女は以下のように語る。

ナイトライフ産業に携わる人々の声は、今までほとんど行政に届いてこなかった。そういう人々や住民の声を行政側に届け、時代遅れの規制やルールを考え直す問題提起をし、皆がより良いナイトライフを送ることができるようにしたい。ナイトライフ産業には様々な規制、法律が関与しているが、それを所管する行政組織との連携を大切にしている。

一見すると、ナイトライフ産業に関わる小規模事業者の救済・支援だけが目的のようにも思えるが、ナイトライフ産業を快く思っていない人々、騒音に苦しむ地域住民などの環境を改善することも同様に彼女たちの仕事である。そのため、中立であることは彼女たちにとって非常に重要である。必要な時に必要な情報を提供すること、適切な窓口につなぐことが、ビジネスオーナーにとっても住民にとっても大切だという。困っているがどこに相談したらよいか分からない人々に対して、数多くの行政機関の総合受付窓口としてアドバイスすること、それがナイトライフ産業の振興にもつながるという考えだ。

また、この課の創設に対する人々の反応を尋ねた。ビジネスオーナーからは、熱烈な期待を寄せられている一方、近隣住民は少し懐疑的であるようだ。しかし同時に何か改善するのではないかという期待も感じられるという。

ナイトライフ課は設立間もないため、かなりの小規模体制である。課員はパリッツ氏のほか、3人のみだそうだ。割り当てられた予算のほとんどは4人の人件費であり、事業予算として残っているのはわずか1万ドル程度であるという。これについて、パリッツ氏は、「結果を出して規模を拡大していきたい」と意気込んでいた。

(4) 住民の意見からアイデアを汲みとるタウンホールミーティング

予算も人も限られる中、具体的にはどのような取組をしているのか。その一つが2018年10～11月にかけて行われた「リスニングツアー」というタウンホールミーティングである。これは、ナイトメイヤーに就任したパリッツ氏がニューヨーク市の5つの地区の人々の声を聞いて回るというものだ。ナイトライフ産業に関わるビジネスオーナーや住民のほか、アーティスト、パトロンなど誰でも参加できるもので、中でもブルックリン地区で開催されたものには300人以上が集まったという。

ファシリテーターはナイトメイヤーのパリッツ氏で、壇上にはパネリストとしてナイトライフ産業に関係する規制や法律を所管する市の関連機関⁹の職員が並んだ。参加

⁹ 参加機関は次のとおり：NYC Dept. of Buildings/ City Planning/ Cultural Affairs/ Environmental Protection/ Health & Mental Hygiene/ Small Business Services, NYC Fire Department(FDNY), NYC Police Department (NYPD) , Office of Administrative Trials and Hearings, NY State Liquor Authority

者は自由に市政府に対して質問や要望を投げかけることが可能で、生活の質、治安、規制、ナイトライフの持つ創造性など様々なトピックについて意見交換がなされた。

パリッツ氏は、「良いアイデアは関係者の声を聴いていくうちに生まれるもので、オフィスの中から生まれるものではない」と言う。このリスニングツアーの後、各地区の声を集約し、今後具体的に何をするのか、検討をするそうだ。そして、今後も月1回程度、対象者・場所・規模を変えて定期的に市民の声を聴く場を設けていく予定とのことだ。

(5) 子供から大人まで楽しめる劇場街としてのブロードウェイ

子供から大人まで楽しめるエンターテインメントといえば、ブロードウェイだ。ライオンキング、ウィキッド、アラジン、シカゴなど日本でも有名なミュージカルが各劇場で毎日のように公演している。演目ごとに専用劇場があり、タイムズスクエア周辺には41もの劇場が集中している。

そのうちの一つ、ブロードウェイで最長公演記録を持つ「オペラ座の怪人」は、週6日（木曜と土曜は昼・夜2回）公演している。それが1988年から現在まで30年以上間続いているのであり、観客動員数は計り知れない。

ブロードウェイリーグの統計¹⁰によれば、観劇の平均年齢はここ3年程連続で下がっている。最近では、スポンジボブやフロズン（アナと雪の女王）など、子供も一緒に楽しめる演目も増えており、若い世代を取り込み、より幅広い年齢層で楽しめるエンターテインメントとなっていることが分かる。

(6) 観光客にも人気の当日券販売ブース（TKTSブース）

外国人観光客についての統計で、チケットの入手時期¹¹として一番多いのは当日（38.3%）、次いで1週間以内（18.2%）である。ここから予測されるのは、当初予定していなかったが、ニューヨーク到着後にチケットを購入する旅行者が相当数存在するということだ。また、チケット購入方法¹²で一番多いのはオンライン（53.0%）で、次いでTKTSブース（21.5%）、各劇場のボックスオフィス（18.7%）となっている。

TKTSブースとは各劇場で売れ残ったチケットを公演当日に販売するチケットブースで、ほとんどの劇場から徒歩圏内となるブロードウェイ47ストリートに設置されている。ブース横の電光掲示板にはその日に売り出している演目名とチケット金額が掲示されており、多くのチケットは50%の割引価格で購入可能だ。TKTSブースを運営

¹⁰ The Broadway League: “The Demographics of the Broadway Audience 2017-2018”, 2018, p.20

¹¹ 同上、p.36,37

¹² 同上、P.34,35

するシアター・ディベロップメント・ファンド (Theater Development Fund) ¹³によると、購入者の約 35%は外国人観光客、そして国内観光客もまた 35%であり、全体の7割が観光客だという。¹⁴

実際に観光客が多く当日券を買い求めているように、TKTS ブースは劇場情報を集約した案内所としての機能も併せ持っている。具体的に見たい演目が決まっていない場合でも、TKTS ブースに行けば、演目の選択、チケットの購入が可能で、劇場も多くの場合は徒歩圏内であるため、わざわざ移動する手間が無いのも魅力である。

また、日本の劇場では午後6時から開演することが多いが、ブロードウェイの多くの演目は午後8時から開始されるため、開演までに夕食を楽しむことも可能だ。そして終演後には、観劇の感想を言い合いながら一杯飲むことができるお店も多く、チケット消費額¹⁵以外にも経済的な波及効果が大きいことが分かる。

(7) TKTS ブースを運営する非営利団体

この TKTS ブースの運営主体はシアター・ディベロップメント・ファンド (Theater Development Fund、以下 TDF とする。) ¹⁶という非営利団体である。

TDF のマイケル・ノイマン氏へインタビューを行った。TDF は非営利団体としては珍しく、事業収入の割合が大きく、寄付による収入の割合は約 20%と低いのだという。言うまでもなく TDF の運営する事業のうち、TKTS ブースでの収益は団体の収入の大きな割合を占めているという。

TKTS ブースは、各劇場から共有された当日販売分のチケットの金額と枚数の情報をもとに販売を行っている。TKTS ブースでは購入時に一律5ドルの手数料を課しており、チケット価格に関係なく販売枚数×手数料5ドルが TDF の収入源になっている。

劇場側が負担する販売手数料や仲介手数料はなく、ブースでのチケット売上金は手数料を除きすべて劇場の収入となる仕組みだ。こうすることによって、劇場は売れ残りそうなチケットを（安い値段ではあるが）少しでも多く売ることができ、TDF は多く枚数を売れば売るほど手数料収入を得ることができる。また、観客も割引価格で演

¹³ 注 17 を参照。

¹⁴ Theater Development Fund による 2018 年 7 月の聞き取り調査の結果

¹⁵ 平均チケット購入額は 146.00 ドル。なお、国際観光客の平均額は 130.30 ドル。ニューヨーク以外のアメリカ国内からの観光客が一番高額で 162.00 ドル。これはオンライン購入によるサービス手数料の上乗せ分と考えられる。(The Broadway League, p.49)

¹⁶ Theater Development Fund(TDF)とは、舞台芸術の力を全ての人々にもたらすことを目的とした非営利団体で 1968 年に設立、きっかけは（比較的観客の入りやすいミュージカルではなく）演劇を保護することであった。観客の裾野を広げようと、当初は自ら積極的にチケットを購入しないような人々へチケットを無料配布していたが、継続することが難しかった。その後、チケットブースでディスカウントチケットを販売するという試みが成功し、1973 年から現在までブースでの販売が続いている。

劇を鑑賞できる。それぞれの立場から見ても非常に有益なシステムである。ブースでの年間売上は約 110 万枚で、この枚数はブロードウェイのチケット売上枚数の約 10% にあたる。かなり大きな売上割合である。

また、TDF には会員制度があり、会費と会員へのチケット販売も大きな収入源となっている。会費は一人につき年間 40 ドルで会員は現在約 118,000 人。会員はチケットを 11~49 ドル（最大 70%引き）で購入可能で、TDF では会員に対して年間約 650,000 枚を販売している。なお、この会員制度は経済的余裕のない学生や退職者、芸術関係者、公務員、非営利団体職員など特定の条件を満たす人々に限られている。

そして、これらの収入は「パフォーミングアートを全ての人々に」という理念のもと、例えば、経済的弱者への機会提供のほか、聴力に障害のある人々への字幕付きでの上映、自閉症の人々及びその家族へ音や光の刺激が弱くした上映、また、小学生向けの学習プログラムなど様々なプログラムに使用されている。

3. 結びに

ニューヨークの事例を調査して気づいたのは、音楽・演劇・ミュージカルに関する歴史や文化が根付いていることだった。そしてそれを時代にあわせて再開発・変化させることで発展してきたということだ。

今回取り上げたタイムズスクエア地区の再開発の背景や、ニューヨーク市のナイトライフ課の創設という事例に共通するのは、その目的が市民生活の向上であることだ。観光地としての発展や振興はあくまでそれに付随するもので、当初の一番の目的ではなかったのである。

また、観光客に人気の TKTS ブースを運営する TDF についても、より多くの人に（地域の人に）パフォーミングアーツを楽しんでもらいたい、障壁をなくしたい、という思想が活動の根底にある。地域を盛り上げ、芸術の裾野を広げる活動を進める中で、結果として多くの観光客の引き寄せにもつながったのである。

日本にはニューヨークほど大きなシアター文化があるわけではないため、このニューヨークの事例をそのまま活用できるとは思わないが、ヒントがあるとすれば、日常の中に、歴史・文化・慣習を大切にすることではないかと感じた

外国人観光客へのアンケートでも「暮らすように夜の街を楽しみたいという要望が多い」¹⁷という結果が出ているが、これからナイトタイムエコノミーを振興したい、と様々な検討が進められるなかで、やはり、地域に根差した親しみのある文化を有効活用することにより外国人観光客にも地元住民にも愛される地域になるのだと思う。

¹⁷ 「ナイトライフの過ごし方は、具体的な観光名所や店よりも、地元の日本人の夜の過ごし方を眺めて、暮らすように夜の街を楽しみたいという要望が大きかった。国・地域別では、アジアでは「ショッピング」、欧米豪では「文化体験」を希望する声の特徴的であった」（出所：『DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018年度版）』（株）日本政策投資銀行・（公財）日本交通公社）

最後に今回の研修中に訪問を受け入れてくださった方々、研修中に様々なサポートをしていただいた方々に心から感謝の意を表す。

4. 参考文献

- 『DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2018年度版)』(株)日本政策投資銀行・(公財)日本交通公社
- NYC Mayor's Community Affairs Unit, About Community Boards
(<https://www1.nyc.gov/site/cau/community-boards/about-community-boards.page>)
- NYC Mayor's Office of Media and Entertainment, the Office of Nightlife
(<https://www1.nyc.gov/site/mome/initiatives/office-of-nightlife.page>)
- The Bostin Consulting Group: "Economic Impact, Trends, and Opportunities Music in New York City", 2018
- The Broadway League: "The Demographics of the Broadway Audience 2017-2018", 2018
(https://www1.nyc.gov/assets/mome/pdf/MOME_Music_Report_2017_DIGITAL.pdf)
- The Creative Footprint: "Measuring live music space in New York City", 2018
(<https://www.creative-footprint.org/>)
- The North Highland Company et al. : "NYC's Nightlife Economy Impact, Assets, and Opportunities", 2019
(https://www1.nyc.gov/assets/mome/pdf/NYC_Nightlife_Economic_Impact_Report_2019_digital.pdf)
- Peter C. Baldwin: "Nightlife in the City", In: *American History*, Oxford Research Encyclopedias, 2015
(<http://americanhistory.oxfordre.com/view/10.1093/acrefore/9780199329175.001.10001/acrefore-9780199329175-e-178>)
- The Theater Development Fund
(<https://www.tdf.org/>)
- 観光庁 HP、「「観光ビジョン実現プログラム 2018」(観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム 2018) を策定しました!」、2018
(http://www.mlit.go.jp/kankocho/news02_000354.html)
- 木曾崇『「夜遊び」の経済学 世界が注目する「ナイトタイムエコノミー」』、株式会社、2017
- 北原理雄監訳『よみがえるダウンタウンーアメリカ大都市再生の歩みー』、鹿島出版会、1992
- 渋谷区観光協会 HP、Play Discovery Shibuya、(<http://play-shibuya.com/>)
- 保井美樹「第一章 アメリカ」『欧米のまちづくり・都市計画制度ーサステイナブル・シティへの途ー』所収、株式会社、2004