

クールジャパン人材育成検討会

検討課題案

平成29年4月25日

内閣府知的財産戦略推進事務局

目次

テーマ1：プロデュース人材の育成

- (1) プロデュース人材としての資質を持つ専門人材やクリエイター育成の必要性 ・ 3
- (2) 専門ノウハウを持つプロデュース人材育成の手段 ・ 3
 - 〔専門職大学及び専門職短期大学〕
 - 〔ミドルキャリアでプロデュース人材としての資質を高める取組み〕
- (3) 関連する論点 ・ 4

テーマ2：高度経営人材の育成

- (1) 高度経営人材育成の取組み ・ 6
- (2) クールジャパン産業における高度経営人材育成に向けた取組例 ・ 6
- (3) 関連する論点 ・ 6

テーマ3：デザイン人材、BTC人材の育成

- (1) デザイン人材、BTC人材育成の必要性 ・ 7
- (2) デザイン人材育成の現状、BTC人材育成の取組み ・ 7
 - 〔デザイン業界及びデザイン教育の現状〕
 - 〔国内外の教育機関等の連携によるクリエイティブ人材創出の試み〕
- (3) 関連する論点 ・ 8

テーマ4：クリエイター・専門人材の育成・クールジャパン産業への関心の醸成

- (1) クリエイター・専門人材の育成 ・ 9
- (2) 発表・評価の場の提供 ・ 9
- (3) 関連する論点 ・ 9

テーマ5：外国人材の活用

- (1) 在留資格制度（入国管理法）の現状 ・ 10
- (2) 外国人材の在留資格が認められる条件を緩和する動き ・ 10
- (3) 外国人材の活用に関するニーズ ・ 11
- (4) 海外におけるクールジャパン人材育成の取組み ・ 11
- (5) 関連する論点 ・ 12

テーマ6：観光資源創造人材の育成、地域プロデュース人材

- (1) 教育機関における地域プロデュース人材、観光資源創造人材の育成に係る取組 ・ 13
- (2) 日本版DMO ・ 13
- (3) 海外の教育機関による日本の地域研究 ・ 13
- (4) 関連する論点 ・ 14

- (参考) クールジャパン人材育成検討会 関係意見聴取先、パブコメ提出元 ・ 15

テーマ1 プロデュース人材の育成

(1) プロデュース人材としての資質を持つ専門人材やクリエイター育成の必要性

アニメ、映画等のコンテンツやファッション、食等の分野においては、専門スキルや創造的スキルを持った上で、事業を編集・運営していくノウハウを持つことが求められる事業が多い。それにもかかわらず、日本において、専門人材やクリエイターに求められる専門スキルとプロデュース人材としての素養を同時に身につける、あるいは専門人材やクリエイターがプロデュース人材に必要なビジネスノウハウを学ぶ教育や訓練の仕組みが十分に確立されていないことは、課題と言えるのではないか。

例えば、

- ・ ファッション分野では、デザイナーは育成されているが、クリエイターとしての素養に加えてビジネススキルを持ってファッションビジネスをプロデュースできる人材が不足しているとの意見があった。
- ・ アニメの世界を取り上げると、制作、作画、美術などの各作業工程の担い手から監督やプロデューサーへと至る複線的なキャリアパスの中で、具体的工程に関する専門的なノウハウに加えアニメづくり全体をプロデュースする高度な能力が必要になっていく。
- ・ 食の分野でも、料理人が独立してレストラン経営者になる場合、料理のスキルに加え、提供する料理をよりクリエイティブにプロデュースしつつ、事業体としての料理店やレストランを運営していくスキルが必要になる。
- ・ 観光においては、モノよりもコトを求める旅行者が増える中で、コース設定や観光商品づくり、サービス提供等の現場ノウハウに加え、地域資源を磨き上げ、コト消費としての観光サービスをプロデュースできる能力を持つ人材の育成が求められている。

(2) 専門ノウハウを持つプロデュース人材育成の手段

〔専門職大学及び専門職短期大学〕

デジタルハリウッド大学、京都精華大学、立命館大学映像学部、ファッション産業人材育成機構（IFI）などのように、専門技術に加えてビジネスを総合的にプロデュースする能力を有する人材を育成する教育機関は存在するが、広い分野において広がりを持つには至っていない。

こうした中、文部科学省において、専門職を担うための実践的かつ応用的な能力を育成・展開することを目的とする新たな高等教育機関（専門職大学及び専門職短期大学）の制度化が検討されており、現在国会において審議されている。

専門職大学及び専門職短期大学については、国会において審議されている法案においては課程修了者に学士（専門職）や短期大学士（専門職）が授与される予定であり、法制度上、大学や短期大学に近い枠組みの中で実習等の強化や実務家教員の積極的任用を図ることが検討されている。

さらに、当該教育機関の性格を踏まえ、①産業界等と連携した教育課程の開発・編成・実施、②専門分野の特性に応じた評価、③社会人が学びやすい仕組みの構築が想定されている。

〔ミドルキャリアでプロデュース人材としての資質を高める取組み〕

一方、すでに専門職としてのキャリアと経験を積んでいるミドルキャリア層が、プロデュース人材としての資質を高めることにより、クールジャパン産業に携わる企業の事業展開力

を向上させることを目的として、業界等において、仕事を続けながら教育を受けることができるプログラムが実施されている。

例えば、VIPO（映像産業振興機構）では、全ジャンルのコンテンツ企業の中核人材育成のための短期講座「VIPO アカデミー」を定期的に関催。「プロジェクトリーダー」「コーポレートリーダー」等のキャリア・職階ごとに、コンテンツ産業を担う人材に求められるビジネススキルや、ファイナンス・法務等の知識を身につけるためのプログラムを実施している。

また、IFI では、ファッション業界で数年実績を積んだ若手から中堅社員を対象としたマーケティングや商品企画を学ぶ半年間の夜間コースや、業幹部や幹部候補生向けにマネジメントを習得するための数日間の短期集中型コースを設置するなど、キャリアの段階に応じた実践的な教育プログラムを提供している。

こうした取組みは、業種ごとに異なるプロデュース人材としての資質を高めるために必要なノウハウを、産業の実情に即して高めていく上で効果的であると考えられることから、各産業はこのような取組みの一層の充実に努めるとともに、政府としても、業界団体等と連携しつつ、こうした取組みを後押ししていくことが求められるのではないかと。

(3) 関連する論点

〔専門職大学・専門職短期大学関連〕

○ 教員の柔軟な登用、新たな高等教育機関にふさわしい教員の登用

第1回検討会においては、専門職大学や専門職短期大学において、

- ・ 資質の高い実務家教員が博士等の学位を持っていなくても主要な教員としての役割を果たすことができるようにすること
- ・ 実務家教員が産業等において実務家としての役割を果たしつつ、教員として現場の最新動向を踏まえた教育に携わることも可能となるよう、非常勤勤務の実務家教員に対して柔軟な働き方を認める等、教員勤務形態の柔軟性を確保すること
- ・ 一方で、実務家教員には、経験をインテリジェンスして蓄積し、発展させ、発信するなど、高等教育機関の教員にふさわしい能力・資質が確保されるべき

といった意見があった。

○ 教育の内容

○ 産業界等と連携した教育課程の開発・編成・実施

- ・ 教育課程の開発・編成・実施において効果的に産業界と連携する仕組みを構築すべき。
- ・ 非実務家研究者とのシナジーが生まれるようにすべき。

といった意見があった。

○ 専門分野の特性に応じた評価

- ・ 教育機関にとって過度な負担とならずに新たな高等教育機関にふさわしい客観的な評価を行うべき。
- ・ 各専門職大学の専門分野が持つ特性に応じた認証評価を行うべき。

といった意見があった。

○ 社会人が学びやすい仕組みの構築

○ 産業界における教育プログラム等との連携可能性

〔ミドルキャリアでプロデュース人材としての資質を高める取組関連〕

- コンテンツ企業においては、クリエイティブ現場でキャリアを積んだ後、プロデュースやマネジメントの職位につくキャリアパスが多いと考えられることから、コンテンツの海外展開等を推進できる人材育成のために、社会人教育の場が必要ではないか。
- 産業内において、専門人材に対してプロデュース人材に求められるノウハウ等を提供する教育プログラムについて、それが必要とされる分野で効果的に推進されるため、政府としてどのような後押しをしていくべきか。

〔その他〕

- 例えばファッション分野では、ファッションに興味関心を有する優秀な人材を引き付け、産業会が必要とする専門能力やプロデュース能力を育成するため、国際的なネットワークを持ち、株式会社形態等で運営される教育機関に対しても、大学としての位置付けを与える等の対応が必要ではないか。

テーマ2 高度経営人材の育成

(1) 高度経営人材育成の取組み

専門スキルとビジネススキルを併せ持つ人材を育成することのできる専門職大学・専門職短期大学の制度創設や、専門人材にプロデュース人材としての素養を教育する業界における動きとは別に、成長分野や産業界のニーズに合わせた分野に特化し、これらの分野をけん引する高度経営人材を養成する、経営系専門職大学院（MBAコース）やサービスマネジメント人材を養成するプログラムを創設する取組みが始まっている。

(2) クールジャパン産業における高度経営人材育成に向けた取組例

例えば、京都大学においては、観光分野の経営人材（我が国の観光産業をけん引するトップレベルの経営人材）を育成するため、平成30年度に観光関係科目を多く配置する観光分野のビジネススクールを開設予定。観光分野においては、一橋大学においても平成30年度に観光MBAを開設予定である。京都大学については経済産業省及び観光庁が、一橋大学については観光庁がカリキュラム開発等を支援している。

(3) 関連する論点

- 第1回検討会において、
 - ・ 日本においては、専門職大学院を卒業しても、相応の報酬や待遇が与えられないことから、専門職大学院に進もうとする意欲が喚起されにくい
 - ・ 中間管理職等向けの短期間のものを含むマネジメント教育は、人材の産業・企業間の流動化を促すマネジメントスタイルの一般化に資するのではないかといった意見があったが、観光や食等の分野において設置が進みつつあるマネジメント人材育成機関で教育を受けた人材がクールジャパン産業において有効活用されるために必要な環境整備の取組は何か。
- 業界団体等からのヒアリングによれば、同一組織内で現場管理等の経験を積み重ねた後に経営者となる従来型のキャリアチェーンを肯定し、必ずしも高度経営人材育成のための高等教育を受けた人材の活用が広く見込まれるものではないとの指摘や、海外展開を前提とする場合に欧米型のMBA教育が必要になるのではないかと意見もあったが、現場スキルの習得を前提としないマネジメント人材教育は、ホテルや旅館等の宿泊業を含む観光分野、外食産業において育成ニーズが高く、とりわけグローバルな展開を行う事業において高度な経営人材の必要性が高いと考えられるか。
- （国会審議中の）専門職大学・専門職短期大学のように、専門職大学院についても、教員の登用の在り方や産業界との連携について、政府として更に対応すべき点はあるか。
- 食や観光、ファッションといった分野では、CIA、イタリア食科学大学、コーネル大学等、海外に国際的評価が高くノウハウの蓄積された経営人材等育成機関が多く存在し、こうした海外教育機関との連携の動きも進みつつあるが、単位互換や教員・学生の交流等を含む提携をより円滑に行うために必要な取組はあるか。

テーマ3 デザイン人材、BTC人材の育成

(1) デザイン人材、BTC人材育成の必要性

平成27年6月に策定された「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」においては、「企業におけるイノベーションは、ビジネス (Business) ・テクノロジー (Technology) ・クリエイティブ (Creative) の3要素が有機的に連動することで加速されるとし、これを推進できる「高度クリエイティブ人材 (BTC人材) / 高度デザイン人材」の育成・誘致の重要性を提示した。また、「デザインは、この連動を促進し、製品・サービス・顧客体験などの設計において、機能価値と感性価値を高度な次元でバランスさせる上で核となる要素である」として、デザインを日本の産業競争力向上の重要な原動力と位置付けた。

また、同イニシアティブにおいては、顧客の目線から商品・サービス等の「機能価値」(品質や性能など)と「感性価値」(意匠や質感など)を統合的に設計し、両者を高い水準でバランスさせる広義のデザイン、例えば、個々の商品・サービスのプロデュースの際に、顧客の顕在・潜在ニーズから出発して、それらを効果的かつ洗練されたものとしていくような意味での「デザイン視点」の重要性を強調した。

これに関連して、業界ヒアリングによれば、デザインそのもののみならず製品の川上から川下まで、値付け・販路も含めたトータルプロデュースに対して報酬を得るデザイナーが増えているとのことであった。

これらに関して、経済産業省は、自社の製品・サービス開発において、局所的な意匠の改善のみを行っている場合よりも、ユーザー体験を念頭に当該製品・サービス等の全体についてデザインしている企業の方が、営業利益が高い傾向があることを、アンケート調査とその分析により検証した(「第4次産業革命におけるデザイン等のクリエイティブの重要性及び具体的な施策検討に係る調査研究報告書」(平成29年3月取りまとめ))。

デザイン人材、BTC人材の育成は、産業全般のデザイン視点による付加価値の向上においても大きな意味を持つものであると言えるのではないかと。

(2) デザイン人材育成の現状、BTC人材育成の取組み

【デザイン業界及びデザイン教育の現状】

業界ヒアリングによれば、大学のデザイン学科は増えており、現在、デザイン系の大学卒業者は毎年2,000人程度とみられる。多くのデザイン学科は工学系や美術系に位置付けられており、今後経営系のデザイン学科も増えていくとみられる一方、学術分野横断的な人材交流や育成の取組みは限定的である。業界としては、デザイナーは平成22年時点で18.0万人いるが、このうちの4分の3が企業に属するデザイナーである(出典:デザイン政策ハンドブック(平成28年3月、経済産業省))。

なお、早稲田大学ビジネススクールにおいてラグジュアリーブランディング研究所が立ち上げられ、高くても売れる製品、熱烈なファンのいるブランドを生み出すラグジュアリーブランディングの理論・応用および教育プログラムに資する研究が実施されている。

【国内外の教育機関等の連携によるクリエイティブ人材創出の試み】

東京大学生産技術研究所(生産研)においては、生産研の技術研究者と英国ロイヤル・カレッジ・オブ・アート(RCA)の卒業生から構成されるスモールチームによりデザイナーと技術者が協働して社会の諸問題に対する解決策を提示するデザインプロジェクトを実施し、

今後、平成30年の最先端デザインラボの本格設置を目指している。

また、九州大学においては、平成29年、学術分野横断的なイノベーションの実現を目的として、ニーズの洗い出しから社会実装までをカバーする「未来デザイン学センター」を設置。さらに、未来デザインセンターが中心となり、全国大での大学間・産学連携ネットワークの構築を目指している。

(3) 関連する論点

- 日本のデザイン分野には、世界水準の人材は相当程度存在するものの、その力を企業の国際競争力の向上に活かしていないとの指摘がある。
- 海外の高等教育機関との連携には、上記生産研とRCAの提携事例のような協同最先端ラボの設置の他、教員や学生の交流、単位交換、ジョイントディグリー等様々な形態が考えられる。また、大学間の分野横断的な連携を目指す九州大学のような取組みは、より幅広い視点を持ったBTC人材の育成につながる。異分野・分野内に関わらず国内外の教育機関の強みの相乗効果を図ることで、より高度なクリエイティブ人材の育成に取り組むことはたいへん有意義であり、政府としても財政面や制度面から引き続き支援をしていくことが適当ではないか。
- 海外の教育機関との上記のような多様な連携を図る上で制度上その他の課題はあるか。
- 第1回検討会における経済産業省提出資料にあるとおり、今後、「第4次産業革命クリエイティブ研究会」取りまとめに基づき、
 - ・ 高度デザイン教育で先行している大学等の相互の情報交換を促すとともに、モデルとなる高度デザイン教育カリキュラムを開発すること
 - ・ 文部科学省で進められている新たな高等教育機関構想を念頭に、策定したモデルカリキュラム等によりデザイン教育を地方大学まで広げ、具体的ニーズを前提とした産学連携プロジェクトを推進することで、
企業で活躍できる高度デザイン人材を育成することが効果的ではないか。
- 様々な分野においてデザイン視点を持った人材を創出する観点から、デザイン分野同士に加え、デザインと他分野の教育機関の連携・ネットワーク化を進めていくべきではないか。

テーマ4 クリエイター・専門人材の育成・クールジャパン産業への関心の醸成

(1) クリエイター・専門人材の育成

現状では、コンテンツ（特に制作者）分野の専門技術・技能は専門学校や大学において、料理人や理美容等の専門技術は専門学校において教育されていることが多い。

今日、コンテンツ分野においては制作技術のデジタル化・高度化が進展しており、教育機関において、産業界で直接活用可能な最新技術をタイムリーに把握し、教育していくことが課題となっている。また、教育機関において教育される技術の陳腐化を防ぐためには、教育機材や教材のアップデートを適切に行うことが必要であるとの指摘もあった。

このような課題を解決するための取組みとして、アニメ人材の育成と就業を産学連携でサポートする会員制度である、日本動画協会（アニメ産業が業界団体）主催の「アニメ人材パートナーズフォーラム」が本年4月に創設された。同フォーラムは、加盟校に対し、指導者研修、教材提供、インターンシップ等の支援を提供するほか、加盟校への求人情報等の提供による就職活動の円滑化、高校等へのアニメ業界への理解醸成のための活動などを開始した。

また、作品制作のノウハウを著作権等の法制度面も含め現場で実践的・網羅的に学ぶ場を提供する文化庁の若手アニメーター人材育成事業など、政府によるクリエイターやアーティストの育成事業も成果を上げている。

(2) 発表・評価の場の提供

第1回検討会においては、ゲームを含むエンタメ産業への就職を志す人材を増やしていくためには中学生・高校生等に対し、モノ・サービス作りを体験・発表し、喜びを感じる機会を提供することが重要であるとの意見があった。

文化庁は、メディア芸術の総合フェスティバルとして、優れた作品を顕彰するメディア芸術祭やメディア芸術地方祭地方展などの取組み、クリエイターなどに対し創造、発表・評価の場を提供することを通じて、クリエイターの創造活動に対する意欲を喚起していると考えられる。

(3) 関連する論点

- アニメ人材パートナーズフォーラムのような、教育機関と産業界が連携して教育の質を高め、産業界のニーズを踏まえた教育の充実を促すような取組みを政府としてもサポートするとともに、アニメ業界以外においても推奨し政府としてもサポートしていくべきではないか。
- 成長分野や特定分野について高いスキルや深い知見を取得できる高等教育機関を整備することと合わせ、高等教育に至る以前から、アニメやゲーム等を含むクールジャパン産業への関心を深め、就業意欲を高めるとともに、社会認知を醸成する顕彰等の取組みことが重要ではないか。
- クリエイターの育成や発表の場の提供に係る取組みも、より効果的な実施方法を工夫しつつ充実させていくことが必要であると考えられる。
- 文化の発信を目的に第一線で活躍する芸術家、文化人、専門家等を一定期間実演、講演、共同制作等のために派遣する文化庁の文化交流使事業や外務省の日本ブランド発信事業も、海外における発表の場としてのクールジャパン人材育成上の意義を認めつつ充実させていくことが求められるのではないか。

テーマ5 外国人材の活用

「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」（平成27年6月）において、クールジャパン戦略の深化に向けた5つの視点の一つとして、「世界に通用する日本の魅力の創出・発信を効果的に行うため、クールジャパン関連分野の人材を世界中から日本に引き付けて、これらの人材が持つ創造性を集積させ、更に高度化し、世界に向けて発信するためのハブを構築すること」を挙げている。

(1) 在留資格制度（入国管理法）の現状

日本の大学への留学を経て観光業等の分野への就業を希望する外国人や、コンテンツや食等の分野において日本の大学や専門学校等で専門技術等を学ぶ外国人など、日本へ留学する外国人の数は増加している。これらの留学生のうち、本邦の公私の機関との契約に基づく自然科学又は人文知識の分野に属する学問的・体系的な技術・知識を要するクールジャパン産業の業務に従事する場合には、入国管理法の在留資格上「技術・人文知識・国際業務」に該当し、在留資格が認められる。大学等を卒業して企業等のいわゆるホワイトカラー業務に従事する場合には、一般に当該在留資格が認められる。

一方、コンテンツ制作や宿泊業については、色付け作業等創作活動を伴わないとみなされる場合や、ベルボーイ、料理配膳等の業務については当該「技術・人文知識・国際業務」の在留資格が認められない。

また、在留資格区分上「技能」に該当する料理人等については、10年以上の実務経験など業務毎に一定の実務経験を有することが就労の条件となっており、日本で調理や理美容を学んだ外国人留学生が引き続き日本で料理人や美容師として就労することは原則として認められていない。なお、日本料理店の場合は、調理師学校を卒業後、最長2年間働きながら日本料理の技術習得を可能とする日本料理海外普及人材育成事業の枠組みがあるが、外国料理店においては、同様の枠組みは設けられていない。理美容の分野などについても同様である。

さらに、いわゆる高度外国人材については、「学歴」、「職歴」、「年収」などの項目ごとにポイントを設け、ポイントが一定の点数に達すると出入国管理上の優遇措置を受けることができる「高度人材ポイント制」の仕組みがある。

このほか、大学等を卒業後、直ちに就労できない場合には、就職活動期間として原則1年の在留資格が認められうる。

(2) 外国人材の在留資格が認められる条件を緩和する動き

上記のような在留資格の仕組みについて、基準の明確化や制度改正のほか、特区法制の活用等により、クールジャパン産業に携わる外国人の日本における就業機会を拡大しようとする取組みが並行して進められている。

- ① コンテンツ分野においては、経済産業省と法務省が協議の上、従来認められていなかった無認可校への外国人留学生の受け入れの仕組みを構築（平成29年4月下旬予定）。
- ② また、日本料理については、母国で日本食・食文化の発信を担う外国人料理人を育成するため、在留資格制度の特例措置として、外国人が日本の調理師学校卒業後「2年以内」の間、日本国内の日本料理店で働きながら日本料理の技術を習得できる「日本料理海外普及人材育成事業」について、在留期間を「5年以内」へ延長するよう農林水産省が、法務省及び厚生労働省と協議中。

- ③ 地域の伝統料理については、京都市において、総合特区制度の活用により、外国人料理人が当該特区内の日本料理店で働きながら「2年以内」の間、伝統料理の技術を習得できたが、当該在留期間を平成29年3月から「5年以内」に延長。
- ④ 国家戦略特別区域法の改正により、国家戦略特区内で、入国管理法の特例として、「技術・人文知識・国際業務」、「技能」（料理を含む）の在留資格の下で、地域固有の視点から事業審査等を行い、外国専門人材を受け入れることを可能とする法案が国会審議中。
- ⑤ 「高度人材ポイント制」については、高度外国人材として永住許可申請に要する在留期間の短縮（現在の5年から3年へ）や、高度外国人材の中でも特に高度と認められるもの（80点以上のポイントで認められた者）については永住許可申請に要する在留期間を現行の5年から1年に大幅に短縮する「日本版高度外国人材グリーンカード」の創設、加算措置の追加（各省が関与する成長分野の先端プロジェクトに従事する人材に対する加算等）を4月26日に実施予定。

(3) 外国人材の活用に関するニーズ

- ① 事務局ヒアリングにおいては、日本料理の料理人人材、接客業等の人材不足が深刻であるとの意見があった。
- ② 事務局ヒアリングにおいて、サービス業における海外との窓口業務で、外国語と日本語の双方でコミュニケーションができる外国人留学生の受入ニーズが高いとの意見があった。
- ③ 第1回検討会や事務局ヒアリングにおいて、コンテンツ分野の外国人留学生が増えており、日本企業の受入需要もある一方、卒業後しばらくは在留資格が認められない色付等の単純業務に携わるケースもあることから、卒業後や求職中等、在留資格が認められる経過期間の柔軟な取り扱いが必要であるとの意見があった。
- ④ 業界ヒアリングにおいて、海外に店舗を展開しようとしている美容関係企業から、外国人美容師が日本で働くことを可能にし、日本式の美容を身に付けられるようにしてほしいとのニーズがあった。
- ⑤ 業界ヒアリングにおいて、株式会社形態で運営されるメイクアップ教育機関に外国人留学生を受け入れたいというニーズがあった。

(4) 海外におけるクールジャパン人材育成の取組み

- ① カドカワコンテンツアカデミーは、クールジャパン機構の出資を得て、日本コンテンツのクリエイターを育成する教育機関を東南アジア等各国で展開。
- ② 農林水産省において、海外の外国人料理人で、日本料理の知識・技能が一定レベルに達した者を、民間団体等が自主的に認定する「日本料理の調理技能認定制度」を通じ、日本料理に関して適切な知識・技能を有する海外の日本食料理人を育成する仕組みを創設（平成28年4月）。
- ③ 平成29年3月に内閣府において改定された「日本産酒類の輸出促進に向けた課題及び対応方針について」において、民間において現に行われている取組みを踏まえ、「民間等が実施する日本産酒類に関する教育制度の運営に対する支援等を通じ、海外のレストラン、小売り、流通等において日本産酒類のプロフェッショナルとして活動するために必要な技能を習得した人材を育成する」こととされた。

(5) 関連する論点

〔クールジャパン産業における外国人材活用の考え方〕

- クールジャパン産業に携わろうとする外国人は、単に少子高齢化が進む中で産業の担い手不足を補うのではなく、日本のサービスや商品クールジャパン産業のビジネスや専門知識を身につけ、日本で外国人顧客に対応してインバウンドを促進することに加え、母国に帰国後も事業実施等を通じてクールジャパンのサプライチェーンを支えたり海外需要を喚起したりすることを通じて、世界のクールジャパンの提供基盤や市場拡大や提供基盤を担う重要な存在である。
- 留学生は、母国と日本の双方の言語や生活文化を理解し、海外の事情を踏まえたクールジャパンの海外展開を支える人材になりうる貴重な存在であるが、日本の大学や専門学校等を卒業した外国人が日本における就業経験を得てこそ、日本においてあるいは帰国後にクールジャパン産業への関わりを通じてそのような役割を効果的に果たすことが可能となると考えられる。
- その際、海外のクールジャパン産業を目指す者が、就学や留学をへて日本や海外において就業し、キャリアを発展させていくことができるよう、学び働く側からみて教育とその後の就業やキャリアアップの道筋が途切れずにつながっていること、すなわちキャリアチェーンが適切に確保されていることも、内外の人材をクールジャパン産業に蓄積していく上で重要ではないか。
- 既述の東京大学生産技術研究所（生産研）と英国ロイヤル・カレッジ・オブ・アート（RCA）の連携によるデザインラボの設置のような世界のトップスクール同士の連携によりイノベーションやブランド価値を創出するプログラムに携わる高度人材についても、「高度人材ポイント制」を活用し、世界のトップ人材が日本においてクールジャパンの先端事業に携わるインセンティブを生み出すように受入れを推進するべきではないか。
- 国家戦略特区におけるクールジャパン外国人材の受入れや海外におけるクールジャパン外国人材の育成の取組が立ち上がっているところ、政府としてこのような取組全般の進捗状況をフォローアップし、その進捗状況を広く社会に知らせるとともに、産業等のニーズに対して取組みが不十分な分野においては必要な措置を促していくべきではないか。
- 外国人材の活用等、人材不足への対応という観点からの議論については、まず産業の生産性の向上について検討することが必要ではないか。

テーマ6 観光資源創造人材の育成、地域プロデュース人材

(1) 教育機関における地域プロデュース人材、観光資源創造人材の育成に係る取組み

「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」(平成27年6月)においては、クールジャパン戦略の深化に向けた5つの視点の一つとして、「地域に眠るクールジャパン資源を発掘し、それを集積・編集して新たな価値を付与する(キュレーション)ことを通じて海外で受け入れられるような「商品」になるようプロデュースしていくこと」を挙げている。

事務局ヒアリングにおいては、旅行者の求めるものがモノからコトに変わってきているとの指摘や、体験型・交流型の地域を巡る旅のようないわゆる「着地型」観光が重要になっているとの指摘があり、観光業界では、こうした傾向に対応して地域資源発掘に取り組む部署や新事業が立ち上がっているとの指摘があった。また、地元の人材育成に資するような、地域資源の磨き上げについて体験して覚えることができる教育カリキュラムを作ることが必要であるとの指摘もあった。

これに関して、和歌山大学の観光学部においては、和歌山県内及び大阪南部の市町村等の協力のもと、地域が抱える課題を学生が地域に滞在して地域の農業、商業、工業の関係者や住民、施設職員等との意見交換などの調査活動を行い、地域の観光資源の有効活用や地域活性化の方策について調査する「地域インターンシップ(LIP)」を実施しており、地域の経済活動に実際に取り入れられる例も出てくるなど、地域づくりを担う人材育成が行われている。

また、丸の内朝大学企画委員会が実施する「丸の内朝大学」においては、「地域学部」を設けて、今は東京で働いているが、自分の生まれ故郷をもっと元気にしたい、いずれ地元と東京を結ぶ仕事がしたいなど、地域を盛り上げる力になりたいと考えるビジネスパーソン等に向けて、地域の魅力を発掘、発信、ビジネス化するスキルを学ぶ講座を開講している。

クールジャパン拠点連携実証調査では、この「丸の内朝大学¹⁾」の運営団体の1つであるエコツェリア協会が、地域の魅力を知った上で、外国人に魅力的な商品を開拓するとともに、ナビゲートできる人材を育成する実証を行った。都市で勤務する社会人が地域活性化について学べる類似の取組は、他にも日本各地のビジネス拠点等でみられる。

(2) 日本版DMO

観光庁においては、地域一体の魅力的な観光地域づくりのため、地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役たる「日本版DMO」の候補たりうる法人を登録し、登録法人及びこれと連携して事業を行う法人に対し、関係省庁が連携して支援を行うことを通じ、日本版DMOの形成・確立を図る取組を行っている。また、DMO的手法で観光地経営をするための人材を育成する基礎プログラムの開発にも取り組んでいる。

(3) 海外の教育機関による日本の地域研究

第一回検討会においては、海外の大学の中に日本の感性や生活様式を教育の中で学ぼうと

¹⁾ エコツェリア協会(一般社団法人丸有環境共生型まちづくり推進協会)、一般社団法人大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり協議会、特定非営利活動法人丸有エリアマネジメント協会の3団体により組成。2009年春に開講し、これまでにのべ1万7千人以上が受講。

する大学が増えており、イタリア食科学大学による鶴岡市での野草料理研究のように、アクション・ベース・ラーニング等を通じ、教育や学生の来日・滞在など、海外の大学と日本の地方との接続機会が増えることが予想されるとの意見があった。

(4) 関連する論点

- 和歌山大学観光学部の取組に見られるような、地域活性化・地域資源発掘・プロデュースのスキルを実地体験で学ぶ取組は、観光学部に限らず、地域の教育機関等に対し、奨励するべきではないか。
- また、丸の内朝大学にみられるような社会人に対して地域づくりのノウハウを学ぶ機会を創出する取組みを後押しするなど、各ライフステージや学ぶ側のバックグラウンドに応じて地域資源の発掘、発信、ビジネス化の手法を学ぶことができる環境づくりを後押ししていくことも必要ではないか。
- 地域資源の発掘・プロデュースを担う人材をどのように育成していくのかについて一般的に普及した方法論が確立されていないが、既存の例についてみると、社会科学等の知識を前提に、ケーススタディや、地域企業、地方自治体、住民等の様々な地域の主体とコミュニケーションを図りながら地域の魅力を調査・発掘してビジネス、インバウンドの創出や、地域の諸要素を連携させた有機的な地域活性化をプロデュースする能力を習得していくアクションスタディを行っていると思われる。
- 高等教育や民間において行われている取組みを参考に、クールジャパンの地域プロデュースを担う人材の育成をどのように行うことが効果的か、モデルプログラムを確立していくような取組みも検討するべきではないか。

**(参考) クールジャパン人材育成検討会
関係意見聴取先、パブコメ提出元**

1. クールジャパン人材育成検討会

第1回 3月21日(火)	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 中村伊知哉氏／ クールジャパン機構 太田伸之氏／ 内閣府地方創生推進事務局／文部科学省／文化庁／農林水産省／経済産業省／ 観光庁 (参考資料) A.T. カーニー 梅澤高明氏／辻調理専門学校 辻芳樹氏／ セガゲームス/慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科 松原健二氏
第2回 4月25日(火)	特定非営利活動法人映像産業振興機構 (VIPO) ／一般社団法人日本動画協会／吉本 興業株式会社／法務省
第3回 5月15日(月)	(予定) (株)タクラム・デザイン・エンジニアリング／日本フードサービス協会／全 国調理師要請施設協会／和歌山大学

2. 事務局ヒアリング

(一般社団法人) 日本旅館協会／日本旅行業協会／日本デザイン振興会／日本ホテル協会／全国 旅行業協会／全国調理師要請施設協会／日本動画協会日本フードサービス協会／(教育機関) 大阪 アニメーションスクール専門学校／(自治体) 京都市
--

3. パブリックコメント

【募集期間：平成29年2月24日(金)～4月5日(水)、総数：24件】

(個人) 10名／(一般社団法人) アニメツーリズム協会／日本動画協会／日本ファッションウィー ク推進機構／日本旅館協会／日本旅行業協会／(特定非営利活動法人) 映像産業振興機構／ (民間) (株)ジェー・シー・スタッフ／(株)ソシオエンジン・アソシエイツ／(株)タクラム・デザイン・ エンジニアリング／(株)ヒューマンメディア／吉本興業(株)／(教育機関) 中京大学／東京すし和食調 理専門学校／(その他) 日本酒造組合中央会／エース・プロダクション
--

4. 参考(自・クールジャパン戦略推進特命委員会クールジャパン人材育成PT)

- ・東京すし和食調理専門学校 渡辺 勝 校長
- ・一般社団法人 ファッション産業人材育成機構 (IFI) 萩原 勉 理事長
- ・アルテサロンホールディングス 吉原 直樹 代表取締役会長
- ・エスモードインターナショナル 代表 仁野 覚