

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 予定の時刻になりましたので、ただいまから「クールジャパン関係府省連絡・連携会議」と「日本産酒類の輸出促進連絡会議」の合同会議を開会いたします。

本日はお忙しい中、関係者の皆様に御出席いただきまして、誠にありがとうございます。

本日の議事進行を務めさせていただき内閣官房知財事務局長の横尾でございます。

クールジャパンの会議に加えまして、日本産酒類の会議の事務局も今年1月1日から私どもの事務局で担当させていただくことになりましたので、よろしくお願ひしたい。これを受けまして、本日の会議は合同会議で、2部構成にさせていただくことにいたしました。

なお、島尻大臣は予算委員会出席中でございますので、17時過ぎに御到着の予定でございます。

あと、今日の資料及び議事要旨については、会議終了後、事務局のホームページにアップをさせていただくことになっております。

それでは、第1部の「クールジャパン関係府省連絡・連携会議」を開催いたします。

まず初めに、本会議の議長である松本副大臣から御挨拶を頂戴いたします。よろしくお願ひいたします。

○松本クールジャパン戦略担当副大臣 皆様、御苦勞様でございます。このクールジャパン関係府省連絡・連携会議は、関係省庁の取り組み状況に関する情報共有だけではなくて、新たな連携のプロジェクトの提案をいただくことを目的として開催するものだ承知しております。

昨年末に開催された産業競争力会議においてクールジャパン戦略の進捗状況を報告しましたところ、民間議員からの関心が極めて高く、クールジャパン官民連携プラットフォームの創設について高い評価をいただきました。一方で、今後の課題として、クールジャパンの取り組みを通じてイノベーションがどれだけ促進されるのかということに対する強い期待が表明されたところであります。

今後、連携の具体的成果が求められていると考えておきまして、関係省庁・関係機関が集まる機会を十分に活用いただき、連携のきっかけ作りを進めていただきたいと思います。そして、このクールジャパンを通して、今後、お酒がどれだけ海外に売れたか、今後どれだけ農作物の輸出が増えたか、どれだけ観光振興が進んでいるか、環境が整えられているのか、色々な成果が求められる時期に入ってきているということをぜひ御理解いただきたいと思ひます。

私からは以上でございます。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 ありがとうございます。

それでは、最初の議題でございますが、「『クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ』のフォローアップ」ということで、昨年6月にクールジャパン戦略推進会議で策定をされましたイニシアティブのフォローアップを中心としながら、関係府省庁の取り組みについて情報共有・意見交換をしたいと思ひます。

まず初めに、事務局から、クールジャパン関連全体の概要と知財事務局の担当分について御説明をお願いします。

○増田内閣官房知的財産戦略推進事務局次長 それでは、お配りしてございます資料1を御覧いただきたいと思います。

1 ページ目でございますけれども、クールジャパン関連予算のうち平成27年度の補正予算でございます。これは107億円いただきました。この107億円のほかに、下に枠が書いてありますけれども、内数としてクールジャパン関連の予算がございます。これにつきましては数字で出すのは困難な部分がございますので、その分の数字は出ておりませんが、107億円に加えてさらにクールジャパン関連の予算があるというものでございます。

2 ページを御覧いただきまして、こちらは平成28年度の政府予算案でございます。ただいま国会で御審議いただいておりますけれども、金額にして376億円、平成27年度予算と比べますと23億円の増でございます。内訳は、一般会計と特別会計がございます。一般会計は206億円で、ここに書いてあるものが主なものでございます。また、枠囲いの中には内数というものがございますので、376億円に加えてさらに予算があるということでございます。

また、特別会計につきましては170億円、クールジャパン機構への出資となっております。

3 ページ以降は、主要事業の詳細な資料がついておりますので、説明は省略させていただきますが、御参考にしていただければと思います。

続きまして、資料2を御覧いただきたいと思います。「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」を昨年6月に策定しましたけれども、そこに記載されております「アクションプラン」のフォローアップシートでございます。これまでの取り組みと今後の取り組みに分類して書いております。さらに、資料2（別添）という2枚紙の資料がございますけれども、こちらは、項目を抽出しまして見やすく整理したものでございます。これらの資料につきましては、各府省からの御説明、あるいはその後の討議のときに必要に応じ御参考にしていただければと思います。

以上が全体に関する御説明でございます。

続いて、内閣官房知財事務局担当分について御説明をさせていただきます。資料3-1を御覧いただきたいと思います。

まず1ページ目でございますが、「『クールジャパン官民連携プラットフォーム』の設立について」でございます。これはフォローアップシートの11番に該当するものでございますけれども、官民あるいは異業種連携の強化を図ることを目的といたしまして「クールジャパン官民連携プラットフォーム」を昨年12月15日に設立いたしました。会長は共同会長となっておりまして、官側が島尻大臣、民側が川上カドカワ社長と長榮パナソニック会長に就任していただきました。構成員あるいはアドバイザーボードの名簿は2ページ以降についております。なお、アドバイザーボードは、昨年のクールジャパン戦略推進

会議の民間有識者の方々によって構成されております。

具体的な活動イメージというのが1ページの右側にございますけれども、後ほど今後の活動につきまして別途御説明をさせていただきますので、そのときにまた詳しくお話をしたいと思います。

最後のページ、5ページでございます。クールジャパン・アンバサダー、クールジャパン地域プロデューサー。これはフォローアップシートの1-1と26-1に該当するものでございますけれども、これらに関しまして関係省庁の御協力を得てリスト化を実施しているところでございます。今後、情報発信あるいは地方におけるクールジャパン資源の海外展開やインバウンド振興に、これを十分活用していきたいと考えているところでございます。

私からは以上でございます。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 ありがとうございます。

それでは、順次御説明をいただきたいと思います。時間の都合上、それぞれ2～3分での発表をお願いしたいと思います。

では、政府広報室からお願いします。

○別府内閣官房内閣広報室内閣審議官 政府広報室でございます。

資料3-2を御覧ください。いわゆる政府広報の全体的なプラットフォームということで、1つは広報誌、1つはその次に出てきますけれども、公式英文サイト、そういったものを作っております。

まず、広報誌の「We Are Tomodachi」というのが出てきます。これにつきましては、電子ブックで出しているということもあるのですが、一番のポイントは、印刷物も準備して、総理・閣僚が海外出張をするときに持って行って、相手の有力者の方に渡せるところがポイントでございます。したがって、その国に応じていいネタがあれば早目に教えておいていただければ、それを仕込むということもできますし、そういう形で直接事情を御説明できるという点で活用していただければと思います。

その次の「JapanGov」でございます。ウェブサイトはもともとありましたけれども、今、モバイルという形でも提供できるようになっているということでございます。あわせてFacebookも出しておりますけれども、今、139万人ぐらいの「いいね!」がついてきておりますので、それなりに見られるようになってきたということで、情報発信するきっかけという形で御利用いただければと思います。

以上です。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 では総務省、お願いいたします。

○吉田総務省情報流通行政局審議官 総務省でございます。

総務省では放送コンテンツの海外展開の促進に取り組んでおります。

資料3-3の1ページでございます。先ほど御紹介がありました予算の中にも含まれておりますけれども、平成27年度補正予算、それから、今、国会で御審議中の平成28年度当

初予算の中に「放送コンテンツの海外展開」の予算を盛り込んでいるところでございます。クールジャパン戦略、あるいは、ビジット・ジャパン戦略等の主要な政府の方針に資する放送コンテンツを制作、発信するとともに、それにとどまらず、様々な連動プロジェクトを一体的に展開するような取り組みを支援していくものであります。

2 ページにあります、大きく2つに分かれております。

1 つ目は、平成27年度補正予算に盛り込んでいる大規模型の事業です。今、重点を東南アジアに置いておりますけれども、その地域で、いわゆる放送チャンネル枠を確保いたしまして、日本ブランド全体のイメージ向上に資するようなコンテンツを取り上げ、支援していくものであります。

2 つ目は、平成28年度当初予算に盛り込んでいる小規模型の事業です。予算規模がございまして、やや小規模ではございますけれども、地域に着目いたしまして、地域の魅力を詳細に取り扱うような事業企画を中心に支援していくものであります。

3 ページでございますが、この放送コンテンツの海外展開につきましては、日本再興戦略改訂2015の中で、2010年度を基準といたしまして、2018年度までに売上高を約3倍の200億円に増加させるというKPIを設定して取り組んでおります。2014年度時点で143.6億円となっておりまして、2倍強ということで、比較的順調に推移しているところでございます。

4 ページでございますように、主として東南アジア等を中心にアニメ等の増加が大きいわけでありまして、重点を東南アジアに置きつつも、ヨーロッパ、あるいは中米、北米等も視野に入れながら引き続き展開してまいりたいと思っております。

以上でございます。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 外務省、お願いいたします。

○下川外務省大臣官房国際文化交流審議官 外務省でございます。

外務省の施策ということで申し上げますと、在外公館等の海外におけるネットワーク、拠点を活用した魅力発信、2番目に招聘ですとか、派遣ですとか、人の往来による理解の促進、3番目に、それ以外の色々な媒体を通じての魅力発信、大きく分けてこういう3つのくくりで取り組んでいるところでございます。

1 ページ目の在外公館文化事業を御覧いただきますと、日本食、ポップカルチャー、さらにはJKT48のようなポップカルチャーグループ、こういったものを活用した発信に努めているところでございます。

2 ページ目は国際交流基金の事業でございます。文化的により深掘りしたもの、専門化したものとして、例えばイタリアにおける東北復興祭りパレード、下は、日本ですので在外の拠点ではございませんけれども、三陸国際芸術祭にカンボジアの民族舞踊団を呼んでの活動、さらにはロシアでの茶碗についての展示、こういったものをやっております。

以上が国内外の拠点を活用したものでございます。

3 ページ目は、むしろ人の派遣、招聘を通じての対外発信ということで、今、取り組んでおります1つの重点項目としまして、日本ブランド発信事業ということで、専門家派遣、

講演会、ワークショップといったことで、西陣織、能、和菓子といったものについて日本ブランドの発信を目的とした講師派遣を在外公館で展開しているところでございます。

次の4ページでございますけれども、逆に、外国の報道関係者を招聘して、彼らの目で日本の色々な側面、クールなところ、文化の多様性といったものを見ていただいて報道してもらおうということで取り組んでいるものでございます。27年度は31カ国から42名の記者を招聘しておりまして、2月末現在で130件ぐらいの記事が見られているということでございます。三重県ですとか、大分ですとか、色々なところで展開しているということでございます。

5ページ目は、クールジャパンということを最初から目的化してやっているものでは必ずしもございませんけれども、対日理解促進交流プログラムということで、まさに若い発信力のある高校生から社会人等を招聘・派遣してのプログラムということで、5,700人規模での事業を予定しております。

3番目に、色々な媒体を通じての発信でございます。6ページは、国際漫画賞ということで日本の漫画を売り込む作業。7ページは、放送コンテンツの海外展開ということで、商業ベースに乗りにくいものについて無償で提供していくというプログラムで、28カ国84番組について契約済みとなっております。

最後でございます。今、ジャパン・ハウスの展開もやっているところでございまして、事務局の整備、基本コンセプトの整理などをやっているところでございます。

以上でございます。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 では財務省、お願いいたします。

○米山財務省関税局業務課知的財産調査室室長 財務省でございます。私からは「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」を受け、国税庁が実施してきた取り組みを幾つか御紹介いたします。

お手元に資料3-5として、今まで実施してきた取り組みをまとめた一枚紙の資料「日本産酒類の普及・啓発について」を配付しておりますので、御覧ください。

まず「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」に掲げられております各種媒体及び施設を活用した情報発信として、資料の一番上の枠でございしますが、在外公館や様々な国際会議の場を活用して日本産酒類の普及に努めてまいりました。本年5月には、伊勢志摩サミットや各大臣級会合が開催されます。今後もそのような機会を捉え、関係省庁と連携の上、日本産酒類の魅力や特性の発信に努めてまいります。

そのほか、上から3番目の枠でございしますが、独立行政法人酒類総合研究所と連携のもと、外国人に日本酒をわかりやすく理解してもらうため、清酒に関する用語の英語表現の標準化に努めるなど、様々な取り組みを進めております。

もう一つ御紹介いたしますと、一番下の枠でございしますが、「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」に掲げられているジャパンブランドの見える化といたしまして、国税庁は昨年12月に地理的表示「日本酒」の指定をいたしました。これにより、原料の米に

国内産米のみを使い、かつ、日本国内で製造された清酒のみが「日本酒」、英語で申しますと「Japanese Sake」、またはローマ字で「Nihonshu」を独占的に名乗ることができることとなります。

先のTPP交渉においては、アメリカとの間で酒類の地理的表示を相互に保護する手続を進めることで合意いたしました。今後とも外国に対しては国際交渉で日本産酒類の地理的表示が保護されるよう働きかけてまいります。今後も関係省庁と連携の上、日本産酒類の特性や魅力の発信に努めてまいりたいと思っております。

財務省からの御報告は以上でございます。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 では文化庁、お願いいたします。

○中岡文化庁次長 文化庁でございます。

資料3-6、一枚ものをお配りしてございます。大きく3つに分けております。

文化庁では、新しいメディア芸術から、日本の全国津々浦々にあります伝統的なものまで、世界に誇ります日本の魅力をしっかりと情報発信していくための基盤強化を中心とした施策を行っております。

「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」のアクションプランにおける柱に沿って説明いたしますと、まず、情報発信につきましては、全国ロケーションデータベースや文化庁のメディア芸術祭、これは来年で20年目になるわけでございますけれども、そういった漫画・アニメ等の芸術祭の開催等によりまして、国内外に向けた我が国の魅力あるコンテンツ等の情報発信を行っております。また、メディア芸術のデータベースの充実を図るとともに、文化関係資料のアーカイブの構築に関する調査・研究を行いまして、デザイン分野におけるアーカイブの中核拠点の形成・ネットワーク化を推進しております。

さらに、新進芸術家の海外研修制度によりまして、国際的に通用するような優れた実演家とかアーティストの育成を行っております。なお、先ほども触れましたけれども、平成28年度はメディア芸術祭の20周年の節目でございますので、「メディア芸術祭20周年企画展」を開催する予定でございます。

次に、真ん中の赤い「インバウンド振興」でございます。これは、文化財が全国津々浦々にあるわけでございますけれども、この文化財の解説につきまして、多言語化に対応するというところで、観光庁と連携をいたしまして「文化財の英語解説のあり方に関する有識者会議」を開催いたしまして、今後、優良事例集を取りまとめる予定でございます。

また、平成28年度の新規事業で文化遺産を活かした地域活性化事業を展開する予定としておりまして、外国人旅行者のニーズに合わせた正確でわかりやすい情報発信とか体制整備等の取り組みをモデル事業として支援してまいりたいと考えております。

3つ目の黄色の部分「地方の魅力の発掘・発信」でございます。今年度より地域の歴史的な魅力や特色を通じまして、我が国の文化・伝統を語るストーリーを日本遺産という形で認定する取り組みを開始しております。これまでも文化財については1点1点、点での保存ということはあったわけでございますけれども、それをストーリーという形で、できる

だけ観光客等の滞在時間を長くする。そしてまた、今年度は18件を認定させていただいたわけでございますけれども、昨年6月には「日本遺産フォーラム」を東京国立博物館で、また11月にはフランス・パリで「日本遺産展」を開催するなど、そういったものの国内外への発信をしております。また、今後、2020年までにこの日本遺産を100件程度認定いたしまして、さらに認知度を高めるという戦略を持っております。

また、昨年7月に、文化庁が進めます文化プログラムの概要と取り組み方針を含みます2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機としました文化芸術立国の実現のための文化プログラムの実施に向けた基本構想を発表しておりますが、今後、文化庁が取り組む文化プログラムであります文化力プロジェクトのコンセプト等を策定いたしまして、10月に開催いたします「スポーツ・文化・ワールド・フォーラム」をプロジェクトのキックオフとすべく準備を進めてまいりたいと考えております。

以上でございます。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 では農林水産省、お願いします。

○大角農林水産省食料産業局審議官 農林水産省でございます。

資料をおめくりいただきまして、1ページでございますが、日本の食文化発信による海外需要の開拓についてでございます。このうち一番右のところを見ていただきたいのですが、昨年9月に有識者による検討会を立ち上げまして、海外における「日本産食材サポーター店の認定」及び「日本料理の調理技能認定に関するガイドライン」について年度内に取りまとめることとしております。来年度にはその運用を開始し、その適切な運用管理、効率的な普及を図ってまいりたいと考えております。

なお、本政策に関連いたしまして、外務省や在外公館等の御協力によりまして、海外在住の方々13名を含む21名を新たに日本食普及の親善大使に任命しております。昨年も13名任命させていただいたところございまして、こうした人材を活用しまして、日本食、食文化、日本製品のさらなる普及・促進を図ってまいりたいと思っております。

次の2ページは輸出総合サポートプロジェクトについてでございます。本事業は、補助事業といたしまして、JETROにおいて実施していただいているものでございます。特に右のほうの海外のバイヤーとの商談についてでございますけれども、「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略」の重点国・地域の海外見本市20件の出展、国内外において輸出に取り組む事業者と海外バイヤーとの商談会を実施しております。今後もこれらの活動を通じましてビジネスマッチングと地域製品の持つ魅力をPRしてまいりたいと思っております。

なお、国産の農林水産物・食品に対して放射性物質に関する規制が諸外国に残っております。今後も引き続き、主要な輸出先国・地域に対して重点的に働きかけを行ってまいりたいと考えております。

続きまして、資料の3ページでございます。多くの訪日外国人旅行者が地方を訪ねまして、日本各地に存在しております魅力ある日本食を味わうことで、日本の食材、日本食への関心・信頼向上や、農山漁村の活性化を通じた地方創生につながるものと考えておりま

す。このような観点から、昨年9月に有識者による「食と農の景勝地」検討委員会を立ち上げておりました。地域の食や食文化の魅力をより強力に発信していくための仕組みを検討しております。年度内にその仕組みを創設したいと考えております。今後とも食と農の景勝地の認定を進めながら、本事業を活用して、資料下の①、②にありますように、地域の食の魅力を発信する基盤作りを支援しますとともに、訪日外国人に日本食を楽しんでもらうための環境整備を推進していきたいと思っております。

最後、4ページでございますが、前述のとおり、訪日外国人のさらなる増加が見込まれます中、お土産として農畜産物の販売の促進を図るための受け入れ体制の構築の取り組みについても支援してまいりたいと考えております。

以上でございます。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 経済産業省、お願いします。

○前田経済産業省大臣官房審議官 資料3-8でございます。私どもは3つの柱でございます。

1枚目をおめくりいただきまして、地域発コンテンツを海外へ展開していくということですが、具体例を申し上げれば、その下、ちびまる子ちゃんの中国語が大人気です。それから、例示はありませんが、電子ブックのドラえもんの英語版も人気があります。右側にありますパリで行われているJAPAN EXPOの出展を支援しております。

右側、コンテンツ産業強化対策支援事業。コ・フェスタというのは、映画から音楽、ゲーム、アニメーションのフェスティバルといいますか、それをぎゅっと圧縮しまして、現在14個認定しておりますけれども、そこで人にどんどん来てもらうということです。2007年に始めたときには80万人、2014年には134万人の動員です。その後、さらに強化するために海外から日本に来ている留学生のネットワークを使っています。例えばどんな大学かという、別府にあります立命館アジア太平洋大学（APU）、あるいは早稲田、そのような留学生の多いところとリンクをしております。

その下でございますが、プロデューサーの人材育成。これは海外フィルムスクールへの留学を支援しています。現在9名行っております、将来が期待されるところでございます。

2ページ、クールジャパン機構の進捗ですけれども、1つ例を申し上げれば、パリの案件です。フランスにありますSAS ENISという会社にクールジャパン機構等から出資をいたしまして、セレクトショップが2件。そこに何を置くかといいますと、陶磁器とか漆器とか和雑貨を置きます。そこで日本のものを売ることが始まっております。ぜひ期待したいところでございます。

次の3ページでございますけれども、左側、JAPANブランドのプロデュース。具体的に申し上げますれば、例えばですけれども、東大阪にある町工場。この、もの作りの町工場でもものすごく整理整頓されている工場は世界的に人気があります。そこを数カ所回って、これを観光として使えないかという話を今からやっていきたいと思っております。

この下にありますが、知財事務局から御説明がありましたクールジャパン地域プロデューサーリストというのがあるのでございますので、そちらも活用させていただきながら、連携を図って一緒にやっていきたい。

最後になります。右側、伝統的工芸品のブランド化。一番下にございます、平成24年、エルメスのデザイナーが石川県に来ました。そこですばらしいものに触れまして、昨年3月にエルメスが文字盤に九谷焼の技法を活用した新作の時計を発表しました。1つ900万円です。このようなことができるようにこれからも頑張っていきたいと思っております。

以上です。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 観光庁、お願いします。

○古澤観光庁審議官 観光庁でございます。資料3-9です。

「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」につきましては、インバウンド振興を中心に取り組んでおります。

資料の1ページ、インバウンドの現状でございます。昨年2015年トータルで1,974万人もの訪日外国人旅行者数を記録いたしました。2ページに国ごとの内訳がございます。大ざっぱに言って約8割がアジアからの旅行者でございます。昨年につきましては、前の年に比べて中国からのお客さんが2倍になりましたので、一番多い国が中国からの旅行者となりました。

3ページでございます。その結果の旅行消費額も大変増えております。総額で3兆4,771億円ということで、費目別に見ますと、平均して消費額の4割を買い物代に費やしておられます。中国にいたっては、消費額全体も多いのですけれども、6割近くを買い物に費やしておられるという現状でございます。

4ページですが、ビジット・ジャパン関連事業予算でございます。28年度当初と27年度補正を加えて136億円の予算でございます。訪日プロモーションとしましては、現在、特に欧米を中心としたプロモーションを強化しております。それから、地方への誘客また消費拡大ということに重点を置いてプロモーションを行っております。

具体的な取り組みを御紹介いたしますと、5ページでございます。例えば、有名ブロガーを海外から招請し、若い女性に人気のある温泉とか食などの美容関係のコンテンツを発信するというので、ブロガーに発信していただくともに、NHKワールドで番組にしていたり、交流会を行ったり、旅行商品を造成しているという例でございます。

6ページの例は、放送コンテンツの海外展開ということで、総務省などと連携をして、海外で番組を放送する際に、訪日を促進するコマーシャルを打つということをしております。

このようなプロモーションをやる主体となっておりますのがJNTOでございます。7ページであります、主に重点を置いている市場、ここに掲げてあります国におけるJNTOのfacebookのファンが着実に増えておまして、現在、約350万人という状況でございます。それを含めたJNTOのウェブサイトのアクセス数を8ページに掲げておりますが、現在、10

億を超えているという状況でございます。

9 ページですが、2,000万人という訪日旅行者数の目標が視野に入ってきておりますので、今後の新たな目標とそのために必要な対応を、現在、総理を議長といたします観光ビジョン構想会議で検討しているという状況でございます。

以上でございます。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 では環境省、お願いいたします。

○奥主環境省自然環境局長 環境省でございます。環境省は資料2のフォローアップシートを御覧いただきたいと思っております。

まず、22ページでございます。国立公園のウェブサイトの全面改訂によりまして、情報と英語ページの充実を図るとともに、Japan Guide、これは民間のサイトでございますけれども、Japan-Guideの国立公園特設サイトにおいて情報発信を実施しているところでございます。引き続き、国立公園ウェブサイトにおきます情報の充実を図るとともに、国立公園の魅力を国内外に発信しまして、滞在型の誘客を促進したいと考えているところでございます。

引き続きまして、27ページを御覧いただきたいと思っております。国立公園は、御承知のとおり、優れた自然景観を有しておりますので、そうした自然観光資源を活用しましたエコツーリズムの推進を図っていききたいということでございます。大雪山国立公園、奄美大島においてモデル事業を実施しております。引き続き、エコツーリズムに取り組む地域へのアドバイザー派遣でありますとかガイド等の人材育成に努めるとともに、プログラムの開発等の事業に対する地域への支援をしていきたいと考えているところでございます。

次の28ページを御覧いただきたいと思っております。最後のマスのところでございますけれども、国立公園におきまして多言語表記による標識等の整備を進めるとともに、トイレ等のユニバーサルデザインの対応を図っております。2020年までに、現在32ございます全ての国立公園におきます統一性、連続性のある標識・サイン等の整備をするるとともに、ユニバーサルトイレ等の整備を進めていき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。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 次にクールジャパン機構、お願いいたします。

○小倉クールジャパン機構専務取締役兼最高投資責任者(CIO) クールジャパン機構でございます。クールジャパン機構からは、昨年11月に公表いたしました投資案件について御報告させていただきます。

資料の1ページを御覧ください。先ほど経産省からもコメントありました案件と同一の案件でございます。この案件は、フランス・パリの一等地に日本の地域産品、伝統工芸品のショーケースを整備いたしまして、それらの欧州でのビジネスとしての展開を支援していくものでございます。中小企業が欧州の展示会等でワンタイムの関心を集めるということはあるのですが、その後のフォローアップがなければ、欧州での販路開拓を行い、定着をしていくことは容易ではございません。

こうした課題に取り組むために、本事業では、このショーケースを拠点として活用し、商品の展示・販売、販路開拓、通関手続のサポート等を行い、現地での継続的なビジネスの支援を行っていくものでございます。これにより、多様な日本文化、地域ブランドが発信されるとともに、日本へのインバウンドの強化にもつながることを期待いたしております。

次に、2ページを御覧ください。これまでクールジャパン機構が実行してまいりました13件の投資を地図上にプロットしたものでございます。黄色はメディアコンテンツ分野、緑色は食ないしライフスタイル分野のものでございます。地域的には、これまでの投資はアジアが中心で進んできておりましたけれども、今後、国内の観光インバウンド、地方創生の投資を進めるとともに、豊富な富裕層を抱えます中東市場、あるいは世界の情報発信拠点でもございます欧米のニューヨーク、パリ等での展開も視野に入れつつ投資を進めてまいりたいと考えております。

来年度には、カリフォルニアの日本茶カフェ、シンガポールのフードコート、ベトナムのコールドチェーン、マレーシアのジャパンモール等、これまで着々と準備を進めてまいりました案件が続々とオープンしてまいります。こうした事案の展開にあたりましては、引き続き、関係省庁・関係機関の皆様の御協力を頂戴し、オールジャパンで発信してまいりたいと考えております。ぜひとも引き続き御支援をよろしくお願い申し上げます。

以上でございます。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 ありがとうございます。

JETROが資料を用意しているので30秒で説明をお願いします。

○高橋日本貿易振興機構サービス産業部サービス産業課長 JETROでございます。

最初のページでございます。関係省庁・関係団体等と連携しまして分野横断的なプロモーションを展開しております。1つは、JAPAN WEEKENDの開催、もう一つは、香港インターナショナルライセンスショー、Hyper Japanの出展、ジャパンプレゼンテーション事業への参加でございます。それぞれの事業で、関係省庁、業界団体等と連携をしているところでございます。

2ページ目、産業観光事業でございます。地域資源の活用支援ということで、海外のビジネス関係者、メディア、教育・研究機関等を招聘いたしまして、地域の産業・観光資源を海外へ発信しております。燕三条、三重、宮崎、栃木、こういった地域で実施しているところでございます。

以上でございます。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 次の議題の「『クールジャパン官民連携プラットフォーム』の今後の活動について」事務局から説明をお願いします。

○増田内閣官房知的財産戦略推進事務局次長 それでは、資料4のプラットフォームの今後の活動についての資料を御覧いただきたいと思います。

まず、1ページ目をあけていただきまして、マッチングフォーラム開催に向けた活動で

ございます。異業種連携によるビジネスプロジェクトの創出を目的としまして、マッチングフォーラムを10月に開催する予定でございます。その前段階として様々なことをやって、このマッチングの種づくりをやっていきたいと考えておりまして、3月には、左下に書いてございますとおり、日本最大級のアニメイベントでございます「Anime Japan 2016」の機会を活用してビジネスセミナーを開催いたしまして、コンテンツ企業と非コンテンツ企業のマッチングを後押しいたします。その後も、セミナー、ワークショップの開催、民間イベントの協力、情報共有等を実施いたしますので、関係省庁・関係機関の方々にもぜひ御協力をいただければ幸いです。

2 ページ目は、ただいま申し上げました「クールジャパンビジネスセミナー 2016」の細かい内容でございます。こちらは省略させていただきます。

3 ページ目を見ていただきまして、情報発信拠点の構築に向けた検討でございます。昨年出されました「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」の中に「情報の集積・発信機能を有する拠点（ハブ）の構築を目指して民間で取組を行うことを前提に、関係府省が連携してこれを支援する」という記述がございますので、クールジャパン官民連携プラットフォームの枠組みの下に分科会を設置いたしまして、拠点構築に向けた検討を実施する予定でございます。なお、その検討開始にあたりましては、アドバイザリーボードの意見を聴取することにしております。

また、大まかなスケジュール感といたしまして、年央に中間取りまとめ、年末に最終取りまとめを予定しております。この検討を進めるにあたりまして、関係省庁・関係機関の御協力をよろしくお願い申し上げます。

資料5も見ていただきたいのですが、こちらはクールジャパン関連イベントカレンダーでございます。関係省庁・関係機関が実施するクールジャパン関連イベントを取りまとめたものでございます。ぜひ今後これを活用して具体的な連携事案の創出に邁進していただければと思います。なお、今後、プラットフォームの参加団体が実施するイベントも共有し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。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 ありがとうございます。

それでは、あと5分ぐらいありますので、意見交換に移りたいと思います。

御意見、御質問等ございましたら、挙手の上、お願いをしたいと思います。

副大臣からいかがでしょうか。

○松本クールジャパン戦略担当副大臣 外務省、これは日本の新しい文化だと思っただけけれども、世界にある大使館で洗浄便座付トイレがきちっと整っていないところがたくさんある。外国の要人が集う場所には、使い方が英語できちっと書いてある洗浄便座付トイレを積極的に整備していただきたい。

それから、世界の要人が集う場所なのに、日本酒、日本産ワインが十分に用意されていない大使館がある。これはクールジャパンの中で、力を入れてやっていこうということに

なっているわけだから、きちっとやってほしい。そのときに、文化と一緒に出さなくてはいけないわけだから、樽酒とか、枡で飲むとか、柄杓で酌むとか、日本の半纏などの文化を、日本酒と一緒に、世界の要人が集まる日本の大使館には日常的に整えておいていただきたい。

それから、どこになるのかわからないのだけれども、日本には宅配便というのがあって、日本中を旅して、おいしいカニを買うとか、サケを買うとか、地元の色々な産品を買って、最近では電車に持ち込むなどということではなくて、そこで書いて、これをここへ送っておいてと言えば届くわけです。この便利さというのはまさしく日本の文化だと思うのだけれども、世界の国々にこういった宅配制度を普及させることに成功すれば、日本の農産品でも何でも、飛行機に持ち込まなくても、送るということで、寿司米はこれがいいよ、日本酒はこれがいいよ、リンゴはこれがいいよと、1回食べていただいた人がそれを欲しいと思ったときに送るということができるのです。それぞれの国の国境を越えるときの制度をどうするかというのはあるのだろうけれども、個々にプレゼントしようと思ったときに海外には送れないのです。ぜひ外務省と連携をとって、まとめて送る、そこでそれをきちっと管理する、それで通していくというようなものを考えてほしいのです。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 外務省、経産省、何かありますか。

○下川外務省大臣官房国際文化交流審議官 今、副大臣から御指摘いただいた点ですが、日本酒の活用については積極的に取り組んでおりまして、原則、天皇誕生日レセプションの乾杯などは必ず日本酒を出すということをやっております。それから、日本酒をリスト化して在外公館のレセプション用に積極的に出すようにしております。

ちょっと古い数字で恐縮ですが、平成26年度、日本酒1万2,000本を在外公館へ送っております。それから、日本ワイン4,800本を送っているところでございます。そういうことで、リストを作って、日本ワイン、日本酒をどんどん出していくようにということでやっております。

それから洗浄便座付トイレは、公邸とか、外国のお客様をお迎えするところではそれなりに、ここにも洗浄便座付トイレがあったと思うぐらい普及している反面、国によっては水の質でカルキが多いと詰まるとか、技術的な理由もあるようですけれども、それは日本の文化の1つとして積極的にどんどん入れていくようにやっていきたいと思っております。

○松本クールジャパン戦略担当副大臣 3年前だったか、カナダの大使館で、最初、日本酒で乾杯をしてくれた。政務官、次、何がいいですかと聞かれ、日本酒がいいと言ったら、じゃあ、政務官だけ日本酒にしてくださいと言われた。酒はないのかと言ったら、ちょっとないんですよねと言われた。各大使館に天皇誕生日には樽酒を用意してあるね、大切な記念日などには用意してあるねと言ってほしい。

ヨーロッパの大使館をずっと回ったけれども、ヨーロッパは洗浄便座付トイレのない大使館のほうが多かった。どこだったか、大使館でつけたのは、3年経っても未だ故障していませんという話がある。当たりはずれはあるのだろうけれども、きちっとチェックをし

てしっかりやってほしい。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 経産省、何かありますか。

○前田経済産業省大臣官房審議官 御指示いただきましたので、検討したいと思います。

○横尾内閣官房知的財産戦略推進事務局長 ほかにございますか。

それでは、以上をもちまして第1部の会議は終了したいと思います。

官民連携プラットフォームについては、3月15日にアドバイザリーボードを開催する予定でございますが、各府省庁にも御出席をお願いしておりますが、先ほどの拠点構築も含めて、民間有識者を中心に議論をしていきたいと思っております。