

住田内閣府知財事務局長 定刻となりましたので、ただいまより「クールジャパン関係府省連絡・連携会議」「クールジャパン人材育成政府連絡会」を開催させていただきます。

本日は、お忙しいところ、お集まりいただきまして、ありがとうございます。

この会議の司会を務めさせていただきます内閣府知財戦略推進事務局長の住田でございます。よろしくお願いいたします。

初めに、本会議の議長でございます内閣府、左藤章副大臣及び副議長であります内閣府、安藤裕大臣政務官より御挨拶を頂戴いたします。

まず初めに、左藤副大臣、よろしくお願いいたします。

左藤クールジャパン戦略担当副大臣 ただいま御紹介を賜りました内閣府副大臣、クールジャパン戦略担当の左藤章でございます。日ごろよりクールジャパン戦略の推進に御協力を賜りまして、厚くお礼を申し上げます。またよろしくお願いいたしますと思っております。

今月新たな内閣が発足したところでございますが、クールジャパン戦略については、平成24年にクールジャパン戦略担当大臣が置かれ、今年で7年目になりました。この間にもクールジャパン関係予算は増加の傾向にあり、平成31年度予算要求額は580億に達すると伺っております。

来年は、G20、またラグビーのワールドカップがございます。2年後には東京オリンピック・パラリンピックがございます。世界から多くの方々が日本を訪れようとしている今こそ、関係省庁、関係機関が協力して2020年以降に向けた持続的な成長につなげ、クールジャパン戦略を我が国の成長戦略の柱としていくことが求められると思っております。

本年6月に総理を本部長として知的財産戦略本部で決定された「知的財産戦略ビジョン」を踏まえ、今まで構築してきた基盤や予算を効果的に活用しつつ、新たな取り組みにも創意工夫を持ってチャレンジをしていただきたいと思いますので、どうかよろしくお願いいたします。御挨拶にかえします。どうかよろしくお願いいたします。

どうもありがとうございます。

住田内閣府知財事務局長 どうもありがとうございます。

続きまして、安藤大臣政務官、よろしくお願いいたします。

安藤クールジャパン戦略担当大臣政務官 内閣府の大臣政務官、クールジャパン戦略担当の安藤裕と申します。よろしくお願いいたします。

日頃よりクールジャパン戦略の推進に御協力いただきまして、ありがとうございます。最近のクールジャパン戦略については、今、副大臣のほうからもお話がありましたけれども、本年6月に総理を本部長とする知的財産戦略本部において「知的財産戦略ビジョン」が決定されました。その中で、クールジャパンについては、「外国人が関心を持つストーリーを活用することにより付加価値を高めること」、そして「日本に愛着を持つ『日本ファン』を増やしていくこと」等について推進していくこととされています。

また、クールジャパン外国人材については、本年3月のクールジャパン人材育成検討会

の最終とりまとめ等を踏まえ、経済財政運営と改革の基本方針、いわゆる「骨太の方針2018」にも受入れの一層の推進が盛り込まれております。

このような大きな動きを踏まえつつ、関係省庁の施策が着実に推進されるよう、本会議においてフォローアップを行っていきたいと思っております。

また、本会議は、関係省庁と関係機関が一堂に集まる貴重な機会であり、進捗状況の共有に加え、新たな取り組みや協力を創出する場でもありますので、そのような視点からの活発な議論もお願いを申し上げたいと思います。よろしくお願ひ申し上げます。

住田内閣府知財事務局長 どうもありがとうございました。

なお、左藤副大臣、安藤政務官は、公務のため、途中で退席をさせていただいております。

そのほかの出席者の皆様の御紹介につきましては、座席表と出席者一覧がお手元にありますので、そちらのほうでかえさせていただきたいと思ひます。

続きまして、本日の配付資料について確認をさせていただきます。資料番号1、2、3、4-1から4-18、参考資料、第3回クールジャパン・マッチングフォーラムの案内チラシ、日本語り抄の冊子まででございますけれども、これらはお手元にありますでしょうか。資料が足りない場合には事務局までお申しつけいただければと思ひます。

なお、資料1-2のクールジャパン人材育成政府連絡会の設置紙につきましては、構成員の変更を一部行っておりますので、御確認をいただければと思ひます。下線部分でございます。

また、基本的に本日の会議資料、議事要旨につきましては、会議終了後、事務局ホームページに掲載することとしておりますので、よろしくお願ひいたします。

それでは、資料の過不足がなければ、議事に移りたいと思ひます。

まず初めに、平成31年度予算概算要求の状況につきまして、知財事務局より説明をさせていただきます。

高本内閣府知財事務局企画官 クールジャパン戦略の担当の企画官をしております高本でございます。

まず、資料2をごらんください。資料2は3つございまして、資料2と書いてあるものと、資料2 別紙1、それから別紙2でございます。

資料2「クールジャパン関連予算（概要）について」で御説明をさせていただければと思ひます。こちらは政府全体のクールジャパン予算を取りまとめたものでございます。

表紙をめくっていただきまして、クールジャパンの関連予算の合計は、平成31年度の政府概算要求は580億円となっております。括弧は平成30年度の確定の予算額ですので、要求ですから、前年度より大分増額しております。

内容でございます。一般会計として主要事業で大きなものを書かせていただいております。大きなものと、文化庁の文化財を活かした観光戦略推進プラン、農水省の農山漁村振興交付金のうち農泊推進対策、同じく農水省の海外需要創出等支援対策事業、外務省

の対日理解促進交流プログラム、総務省の放送コンテンツ海外展開強化事業などでございます。

それとあわせて、特別会計ということで、クールジャパン機構による出資が200億となっております。この合計が580億となっております。また、この580億以外に金額が明示されておりませんが、クールジャパン関連の施策ということで、点線で囲われたところがございますが、クールジャパン関連予算に当たるものがミシン目としてどこかわからないけれども、内数だというもので幾つか挙げております。大きなものとしましてはJETROの交付金ですとか、外務省の国際交流基金事業、環境省の国立公園満喫プロジェクト等推進事業、観光庁の訪日プロモーション関連事業などとなっております。

資料2の別紙1は細かいですが、後で詳細をごらんいただければと思います。31年度の予算要求、51件の詳細がエクセルの表でまとめられております。別紙2は、この51件の一件一葉でございます。こちらについても後ほどごらんいただければと思います。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局長 続きまして、人材育成の検討会最終とりまとめに関しましてその後の取組状況につきまして、知財事務局より説明をさせていただきます。

滝本内閣府知財事務局補佐 知財事務局でクールジャパン戦略の担当補佐をしております滝本と申します。よろしく申し上げます。

このフォローアップ表なのですが、大部にわたりますので、その一部のみ私のほうから説明をさせていただきます。まず、クールジャパン人材育成検討会については、クールジャパン産業でどのような人材が必要かというのをカテゴリー分けしてございまして、1番だとプロデュース人材から始まっております、6番まであるのですけれども、6番、地域プロデュース人材ということで、こういう分類分けにして、それぞれにどういう育成施策が必要かというのを議論して、ことしの3月に最終とりまとめを行っております。

このフォローアップ表の見方ですが、一番左の欄が「最終とりまとめにおける今後の対応の方向性」になってございまして、真ん中にあるのが「取組状況」、右側が「今後の取組予定」ということで、それぞれ説明をさせていただきたいと思っております。

まず、1ページ目の1つ目、プロデュース人材ですが、プロデュース人材というのは、定義として書いてありますが、「クールジャパン産業の中核を担う人材として、クリエイターの作品の質や意図を理解し、それを目利きできる『専門スキル』と、その作品をビジネスとして展開することのできる『ビジネススキル』の両方を有する人材」ということです。プロデュース人材については一つ大きな流れがありました。と について説明をさせていただきますと、平成29年、昨年5月に学校教育法の法改正がありまして、新しい大学のカテゴリーということで、専門職大学という今までになかった大学のカテゴリーが1つできました。 の施策としては、法改正はあったのですけれども、その実践的な仕組みづくりについて、例えば実務家教員の効果的な参画であったり、内外の教育機関との連携であったり、産業のニーズを踏まえてそういったものが円滑に行われるようにしてい

きましょうということで、対応の方向性が出ております。それに加えて、 のところだと、産業ニーズを踏まえたカリキュラム開発というのもやっていきましょうということになっております。

取組状況のほうですが、大学の設置基準としては、昨年9月に既にできておまして、産業界と連携した教育課程の開発・編成・実施ということで、これは連携協議会というものを設置することが義務づけられるということになっております。また、実務家教員の積極的任用ということで、高度な実務能力を持つ教員をある一定数以上ちゃんと採用しましょうということがこの設置基準の中で決められております。現在の進捗状況ですが、クールジャパン関係で言うと、調理、ファッションの分野で申請があったと伺っております。申請はあったのですが、引き続きこれらの設置に向けて対応していくという予定になっております。また、 のところの今後の予定ですと、そういう実務家の方から産業ニーズに沿った人材を育成するために、企業内実習、臨地実務実習に関する計画・実施に係る手引を今後作成していくという予定になっております。

続きまして、2ページ目、高度経営人材について説明をさせていただきます。高度経営人材の定義としましては、「産業の新たな価値の創出や労働生産性の向上を実現しながら、クールジャパン関連産業が持続的に発展していくため、産業をけん引できる人材」ということです。イメージとしては経営に特化した高度な人材ということで、 でも書いていますが、例えば分野特化型のMBAなどが人材として当たります。この中では について説明をさせていただきます。教育機関と産業界とが連携した、高度経営人材育成に向けた取り組みを支援していきましょうということが今後の対応の方向性になっております。

真ん中の取組状況ですが、2つ目にあるのが文科省さんの施策ですが、経営系の大学院と産業界等との相互の協力を促進し、我が国の経営系大学院の高度専門職業人養成の機能強化の在り方を検討するために有識者会議を開催しています。企業のニーズを志向した人材育成に取り組むことなどが論点になりました。これについては、会議で共有された課題や改善の方向性に基づき、具体的な取組を進めるための指針を検討する実務者レベルのワーキンググループを有識者会議の下に設置して、今後の対策について年度内に取りまとめる予定になっております。また、観光庁の施策ですと、2018年4月に観光MBAということで、一橋と京都大学に開学されたということで、一定の進捗が見られております。

続きまして、3ページ目、高度デザイン人材について説明をさせていただきます。高度デザイン人材の定義は、「製品・サービス開発において、局所的な意匠の改善を越えて、ユーザー体験を念頭に、設定から値付け・販路等までその全体についてデザインできる人材」ということで、単なる意匠にとらわれず、ユーザー目線でやっていきましょうということです。これは教育カリキュラムの策定を支援するということで、経産省さんにおいて国内外の先進的なカリキュラムであったり、調査をしていくということで、今後ガイドライン及び調査報告書を公表する予定と伺っております。

続きまして、4ページ目、専門人材です。専門人材ですが、主に文化庁さんのほうで施

策を入れていただいております。 から のところを見ていただきますと、主に若手の支援を中心にされております。特にコンテンツ系、映画とかアニメとか、そういう分野で若手の方がインターンシップなり、そういう作品制作に触れられる機会を予算をとって実行しているということになっております。

続きまして、6ページ目の外国人材の活用・集積について説明をさせていただきます。外国人材ですが、今、政府の中で大きな流れもありますが、クールジャパンの外国人材の視点としては、海外展開やインバウンド対応を進めるに当たって協力できる高度な人材というのをイメージしております。特に進捗があった部分は、 で言いますと、一番右の今後の取組予定になりますが、各省庁のばらばらな施策だったものを、情報発信やワンストップサービス等の提供ということで、今後ポータルサイトみたいな形で取りまとめるということを経産省さんのほうでやっていただく予定です。 のところで言うと、「高度人材ポイント制」というのがありまして、これにクールジャパン分野も入れていただくということで、今後ファッションのアワードというのがこのポイント制の加算対象になる予定です。

続きまして、7ページ目の で言いますと、クールジャパン分野でも外国人材を受け入れていきたいと思います。ただ、そこに補助的業務とかそういう壁があるということで、それについてもどういう対応の方向性があるかというのを、法務省なり知財事務局を中心として今後具体的な方針を検討していく予定です。

最後に、8ページ目、6番目の地域プロデュース人材になります。地域プロデュース人材自身は、地域のクールジャパン資源を発掘して、それを海外で受け入れられるようにプロデュースする人材ということで、 のみ説明させていただきますと、これは知財事務局のほうで取り組んでおりますが、各教育機関で先進的なプログラムを既にやられている部分がありますので、その調査事業を昨年度やったということと、あと、今年度は29年度補正予算で実際にどう効果的に育成していくのかというのを実証事業という形でやっております。これの先進事例を今後各省庁なり全国に展開していきたいと考えております。

今回全部は説明できませんでしたが、また補足などあれば、各省さんの説明の中で補足していただければと思います。

以上です。

住田内閣府知財事務局長 それでは、ここで副大臣が退席されます。

左藤クールジャパン戦略担当副大臣 失礼します。よろしく申し上げます。

住田内閣府知財事務局長 政務官も退席をされます。

(左藤副大臣、安藤大臣政務官退室)

住田内閣府知財事務局長 それでは、次に、クールジャパン推進に係る取り組みについて、関係省庁・関係機関より御説明をいただきます。18の省庁・機関から御説明いただきますので、時間の都合上、それぞれ約3分で発表をお願いしたいと思います。3分のところで一度ベルを鳴らします。4分のところで2回ベルを鳴らしますから、目安にしてください。

さい。基本的に資料番号順に発表していただくのですが、観光庁と文化庁におかれましては、次の用務があるということですので、最初に発表をいただきます。まず、観光庁さんから発表をお願いいたします。資料4 - 14です。

高科観光庁審議官 観光庁でございます。時間を配慮いただきまして、ありがとうございます。

資料4 - 14、1ページ目、インバウンド、訪日外国人の動向についてということですが、現在2020年4000万人を目指しているわけですが、昨年2017年の訪日外国人旅行者数は過去最多2869万人となりました。ことしは8月単月で257万人。8月まで全ての月で250万人を突破しております。また、1月から8月までは累計で2130.9万人。本日9月の数字を出しております、9月の数字は対前年同月比マイナス5.3%、216万人ということで、2013年1月以来5年8カ月ぶりに対前年同月比でマイナスとなったという状況です。これは、台風で関空が被災したこと、あるいは北海道の地震などの影響ということですが、いずれにしましても、2020年4000万人に向けて引き続き施策をしっかりと講じていくということでございます。

2ページ目です。クールジャパンとインバウンドの関係につきまして、観光庁で実施した調査によりますと、訪日外国人旅行者約1割がクールジャパン資源の一つでありますポップカルチャーに期待して来日している。特に欧米豪からの訪日外国人旅行者は、日本のポップカルチャーに高い関心を示しております。また、実際に日本のポップカルチャーを楽しんだ訪日外国人旅行者の約9割が満足しているという結果が出てございます。

3ページ目です。こうした調査結果もございまして、観光庁ではクールジャパンをインバウンド増加のための訪日プロモーションに活用しております。具体的には、海外で日本のポップカルチャーを取り上げたイベントにビジット・ジャパンプースを出展して、関係府省庁・団体とも連携しながら訪日プロモーションを実施しているところでございます。

4ページ目です。それ以外にも、2020年4000万人の目標達成に向けまして訪日プロモーションを戦略的に展開しております。具体的には、国別戦略に基づくプロモーションの徹底、欧米豪市場を中心としたキャンペーンの本格実施、デジタルマーケティングの導入などを行ってございます。インバウンド、訪日外国人が増加すれば、我が国の魅力ですとか、クールジャパンに触れる人あるいは機会が多くなる。そういう意味で、訪日プロモーションの推進によってクールジャパンに貢献できていると考えているところでございます。

5ページです。地域レベルの取り組みといたしまして、テーマ別観光による地方誘客事業ということで、アニメの聖地や酒蔵といった共通の観光資源によって観光振興を図っております各地域のネットワーク化を促進することで、情報共有の場の創出や、情報発信力の強化などの支援を行ってございます。こうした取り組みもクールジャパンに資するものと考えてございます。

6ページ目です。そのうち具体例といたしましてロケツーリズムを御紹介いたします。

映画やドラマのロケ地を観光資源として活用いたします。ロケツーリズムを30年度も引き続き支援していくこととしてございます。具体的には、関係者のネットワーキング、あるいは全国ロケ地マップ第2弾の作成、効果的なPRのためのマニュアルの高度化などを行うこととしております。

7ページ目です。訪日外国人がこれらの地域の観光資源に接して楽しんでいただいて、ひいては訪日外国人による情報発信、すなわち世界にクールジャパンとして波及させていくためには、観光資源の外国語による表記、説明が重要と考えてございます。この点、地域観光資源の多言語解説整備支援事業におきまして、旅行者にとってわかりやすく地域の観光ストーリーを伝える解説文を整備し、観光地における回遊性の向上、滞在日数・消費額の増加につなげていくための専門人材の派遣、あるいはその解説作成の支援、こういったことをしてまいります。

8ページ目、人材育成でございます。観光産業を牽引いたします経営人材や地域の観光産業を担う中核人材、即戦力となります実務人材を育成し、観光産業を担う人材の育成強化に取り組んでいきます。今後ともクールジャパン戦略を踏まえまして効果的な訪日促進に努めてまいりたいと考えてございます。

観光庁からは以上です。

住田内閣府知財事務局長 どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、文化庁、資料4 - 10だと思しますので、お願いします。

中岡文化庁次長 資料4 - 10でございます。お時間配分の配慮、ありがとうございます。

まず、本体でございますけれども、文化庁そのものにつきましては、この10月1日から文化庁の機能強化ということで、各省庁様の文化関連の業務につきまして、事務調整の機能、設置を改正して、入れたものについて施行されているということでございまして、今後とも各省庁さんとしっかりと連携しながら文化発信の仕組みを整えていきたいと考えております。

その中で、クールジャパン推進に係る文化庁の主な取り組みでございますが、大きく4つの柱がございまして、1つ目は情報発信でございます。我が国の映画、マンガ、アニメ、ゲーム等につきましては、メディア芸術ということで、コンテンツとして強みのある部分でございます。こういったものにつきまして、文化庁メディア芸術祭、今年度で21回目を迎えておりますが、そういったものでメディア芸術にかかわる人たちにも晴れの舞台を与えていくということでございます。また、海外メディア芸術関係フェスティバル、さまざまございますが、アヌシー国際アニメーション映画祭がフランスでございますけれども、そういったところに我が国のほうでもしっかりと連携して、上映・展示を実施していくということでございます。また、メディア芸術データベースというものをしっかりとつくって、我が国のメディア芸術作品を海外に発信していくということも取り組んでおります。そのほか字幕制作等々ございますが、全国ロケーションデータベースによるロケ地情報の発信もしているということでございます。

2つ目はインバウンドでございます。これは観光戦略でも言われておりますが、とりわけ文化財に対しまして、多言語で先進的・高次元な言語解説を整備するという事で、国際観光旅客税の一部をいただきまして整備をしておりますけれども、こういったものについてしっかりと推進しております。

地方の魅力の発掘・発信ということでございます。皆様も「日本遺産」という言葉を御案内だと思っておりますが、既に67件を日本遺産に認定しておりますして、今後2020年までに100件程度にしていくということでございまして、それもしっかりと国内外に発信をしていくということでございます。

文化プログラムにつきましては、政府全体としての取り組みでございますが、文化庁といたしましても、しっかりとオリパラ事務局、知財事務局と連携をして取り組んでまいります。

資料1枚目の裏側が人材育成ということでございます。新進芸術家の人材育成につきましては昭和42年から実施しておりますして、国際的に通用する実演家等を海外にも送っておりますが、過去に派遣された方が文化勲章をとられているというふうの実績を上げてきているところでございます。

2つ目の若手映画作家の人材育成ということでございますが映画の製作現場でのインターンシップ等々の取り組みを通じてしっかりと人材を育成していく。また、メディア芸術の人材育成につきましても、アート、エンターテインメント、アニメーション、マンガ、4部門においてすぐれた作品を顕彰していくということをしております。

また、文化交流使ということで、諸外国の大使館等で日本の文化を発信していただけるような人材、ニーズを求めまして、それに応じて派遣をしているという事業に取り組んでおります。

また、アーティスト・イン・レジデンスということで、国内外の芸術家を招聘いたしまして、地域で芸術活動を行うものを支援しております。

最後は日本博でございます。この経緯といたしましては、総理が主催されます「日本の美」総合プロジェクト懇談会におきまして、日本人の美意識・価値観を国内外にアピールしていくという取り組みでございますが、既にこれは総理のほうから文科省、文化庁に対しまして、2020年を中心に日本全国各地でプログラムを実施するように指示がございまして、

今後は2020年を中心ということでございまして、2019年からも入ってくるわけでございますけれども、日本博ということで、全国各地で誇るべき文化芸術につきまして、文化庁といたしましても支援をしておりますので、各省庁さんともしっかりと連携をしてまいりたいと考えております。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局長 それでは、続きまして、資料4-1、オリパラ事務局、お願いいたします。

諸戸内閣官房オリパラ事務局企画・推進統括官 オリパラ事務局でございます。

4 - 1です。ポイントを4点御説明いたします。

1ページでございます。31年度概算要求は、前年度比約3億円増の9.1億円という要求をしております。

2ページでございます。今ほど文化庁の資料にもございましたbeyond2020プログラムというものでございます。多言語化ですとかバリアフリーにも対応するということで、このプログラムとして認証しております。認証件数は3ページにございますが、先週末で約7500件となっております。

4ページでございます。この認証をしていただく組織も約60組織まで増えてきているという状況でございます。

5ページは、認証組織での御当地キャラクターと融合したロゴマークの事例。

6ページ、7ページには主な認証事業ということで載せさせていただいております。さまざまな分野があるわけですが、伝統芸能、祭り、音楽、現代アート、メディア芸術など、さまざまな事業活動を認証しております。資料にはついてございませんが、例えばJTBの旅行のツーリズムの商品、サービスなども認証事例として取り上げさせていただいているところでございます。

3点目といたしまして、8ページ以降ですが、オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査というものでございます。昨年度までは上限1000万円のみだったのですが、今年度から3000万円ということで枠を広げたものも新たに募集をさせていただいております。

9ページにございますが、この特徴といたしましては、1つ目、象徴的空間の活用ということで、採択事業例の2つ目のポツ、新宿御苑OPEN PARKプロジェクトであります。環境省さんの御協力、御理解をいただきながら、新宿御苑、通常夕方4時で閉まる所を、夜間に光とか音とかも使ったインスタレーションというものも活用して、先週末にイベントを開催させていただいたということもございます。

重複いたしますが、2つ目、ナイトタイムということで、今の新宿御苑ですとか、場所的な意味でも情報発信拠点となる。それから夜の時間などを活用するという話。

3点目としては、日本の食文化の普及・発信ということで、農水省さんの御協力等もいただきながら、国産食材、被災地の食材、GAP認証の推進に資するよというということで、採択案件はbeyond2020プログラムとして認証し、1つ目はオリパラに向けて、その後、オリパラを越えて2020年以降もということで、「beyond」と命名させていただいているというところでございます。

10ページは今年度の採択事業の一覧ということで、合計10件。 から が3000万円を支援している案件ということでございます。

4つ目、ホストタウンということでございます。13ページを御覧ください。2020年東京大会ということで、全国津々浦々国民一人一人がかかわっている、参加しているという実感をいただきたいということで、世界中の国、地域と日本の自治体が草の根レベルでの交

流をするということ、それから2020年を越えた末永い関係を築いていくということで、この取り組みを進めております。

13ページの左下、登録件数としては265件、335自治体、104の相手国地・域とやっている。全都道府県に一応ホストタウンは存在しているというところになっております。

真ん中ですが、復興オリンピック・パラリンピックということでもございますので、岩手、宮城、福島を対象に復興「ありがとう」ホストタウン。これは現在20の自治体。一番右ですが、パラリンピアン、共生社会の実現ということで、共生社会ホストタウン、13自治体でございますが、このようなことをしているというところでございます。引き続きしっかりと取り組んでまいりたいと思っております。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

続きまして、文化経済戦略特別チーム、お願いします。

間宮内閣官房文化経済戦略特別チーム審議官 内閣官房文化経済戦略特別チーム、間宮でございます。

資料4 - 2は、内閣官房と文化庁で関係府省の御協力を得まして、昨年12月に文化経済戦略をまとめさせていただきました。文化と経済の好循環をつくって、文化も経済もともに発展させていくための考え方、基本的な方針がここに取りまとめられてございます。

その後の進捗ですけれども、実際にこの戦略を進めるための具体的な各種の施策をアクションプランとして取りまとめさせていただきました。具体的には資料4 - 2の後ろから4枚めくっていただくと、文化経済戦略アクションプラン2018と目次が入っていると思います。今年の8月にまとめさせていただいたものでございます。

文化経済戦略アクションプランの2ページ、「6つの重点戦略」というものを文化経済戦略で提示しておりまして、文化芸術資源の保存、活用、活動の推進等々でございますが、この6つの重点戦略に基づいて各府省の具体的な施策、成果目標について工程表も含めて取りまとめさせていただきました。この成果目標に基づいて文化経済戦略の実施の検証、あるいは施策の見直しについて皆様と議論などさせていただければと思っておりますので、引き続きよろしく申し上げます。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

それでは、続きまして、内閣国際広報室、お願いします。

原内閣官房（内閣広報室）・内閣府大臣官房政府広報室審議官 内閣官房国際広報室でございます。

国際広報につきましては、国益の最大化を図るために、海外のキーステークホルダーの間におけます我が国の政策、魅力に対する理解度、あるいは好感度の向上、国際場裏におけますプレゼンスの拡大を目指すものでございます。この考えのもとで日本のブランドイメージを意識した戦略的な情報発信の展開を実施してございます。

資料4 - 3の3ページをごらんいただきますと、政府公式英文サイト、右側に英文Facebookというものを2014年に開設してございます。Facebook、195万件の「いいね！」があるということでございます。

1ページに戻っていただきますと、国際広報室といたしまして、「We Are Tomodachi」という英文誌を発行しておるわけでございます。機内誌をイメージした読み飽きない内容にということございまして、これらの記事の中にクールジャパンのものを使わせていただいているということでございます。一番下のところにプーチンと握手している写真がございしますが、これはロシア号でございまして、ことしウラジオストクで使ったものでございます。

2ページへ行っていただきますと、JapanGovのホームページ等々で電子書籍といたしまして「Highlighting Japan」というものをつくってございます。これは月刊でございまして、月々にテーマを決めまして、その中にもクールジャパン系統のものを入れ込みながら、日本を多角的に掘り下げて紹介しているということでございます。印刷物につきましては国際空港とか大学等々に配布をしているということでございます。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

それでは、続きまして、地方創生、お願いします。

森山内閣府地方創生推進事務局次長 地方創生推進事務局です。

国家戦略特区制度におけるクールジャパン・インバウンド外国人材の受入れの促進についての取り組みを御説明いたします。資料4 - 4の左側「見直し後」の項目をごらんいただければと思います。クールジャパン人材の受入れ制度につきましては、活動内容が「技術・人文知識・国際業務」、又は「技能」に該当するか否か、また、それが認められた場合は、国内外の資格、試験や受賞歴等で代替できるか、といったことを、区域会議において関係省庁、関係自治体が一体となって協議・検討し、必要に応じて上陸許可基準の特例の対象とする枠組みを設けるものでございます。こうしたことによってクールジャパン人材の受入れの促進に寄与していきたいと考えてございます。

1枚おめくりいただきまして、こうした制度の活用につきまして、自治体から提案が出ております。大阪府から外国人調理師、製菓衛生士等の就労について、それから3ページ目、東京都からは外国人美容師の就労拡大について御提案をいただいているところでございます。こうした外国人材の受入れ制度によってクールジャパン人材の受入れの促進、そしてクールジャパン産業の海外展開に資するために現在、関係省庁と協議しているところでございますので、御協力、御理解いただければと存じます。

以上です。

住田内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

続きまして、総務省、お願いします。

奈良総務省情報流通行政局審議官 総務省、資料4 - 5をごらんください。総務省では、

放送コンテンツの海外展開を軸に施策を取り進めています。表紙をおめくりいただきまして、1ページ目には関連する政府決定等の幾つかを掲げてございますが、これらに施策を記述として盛り込んで、それを踏まえて取り組みを進めてございます。

2ページ目には実際の海外輸出額の推移を掲げてございます。もともとは2018年200億円を目標としてございましたが、既に2015年にこれを突破しておりまして、2016年では393.5億まで伸びております。現在は2020年500億を目標に取り進めてございます。

具体の施策といたしましては、3ページをごらんください。総務省におきましては、放送コンテンツ海外展開に関しまして、事業を採択し、政府として支援してきてございます。2014年度から累計で156事業を採択してございます。

3ページに4つの成果事例を掲げてございます。実際に成果が出てくるのはこれからだろうと認識しておりますが、幾つか成果が出てきてございます。

4ページをごらんください。今年度の事業ですけれども、一定の規模以上のもの、大規模事業が19件、5ページにはもう少し規模の小さい事業を26件掲げてございます。ごらんいただきますと、キー局も出てまいりますが、地方のローカル放送局も参加がふえてきてございまして、こうした中で地方のクールジャパンの芽を海外に発信していくとともに、地方でこういったクールジャパンプロジェクトにかかわる人材育成にもつながるということで、引き続き進めていこうと思っております。

6ページ目は、現在31年度予算要求の概要紙をつけてございます。

総務省からは以上でございます。

住田内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

続きまして、法務省、お願いします。

伊藤法務省入国管理局総務課企画室調整官 法務省でございます。

法務省からは、クールジャパン分野への外国人材の受入れに関する取り組みについて、資料4 - 6に基づきまして御説明申し上げます。

ページをおめくりいただきまして、4つほど取り組みを掲げております。現在入管法におきましては、外国人が日本料理の調理を行うための在留資格というものには設けられておりませんが、この点に関して2つの特例措置を講じております。一つが総合特区制度における特定伝統料理海外普及事業でございます。本事業は、海外のレストラン等に勤務している外国人料理人が、業務の一環として総合特区内の日本料理店で働きながら伝統料理の技術を習得することを可能としているものでございます。

もう一つが、農林水産省の要領に基づく日本料理海外普及人材育成事業でございます。本事業は全国措置として実施されているものでございますが、日本食及び食文化の海外への普及を促進するため、我が国の調理師養成施設を卒業して調理師免許を取得した留学生について、実習計画が農林水産省の認定を受けていることを前提としまして、日本料理の調理に係る業務に従事することを可能としているものでございます。

3つ目は、先ほど内閣府様から御説明がありましたので、詳細は割愛させていただいた

と思います。法務省としましても、地方公共団体からの提案に基づきまして、内閣府を初めとする関係省庁と連携しながらしっかり対応してまいりたいと思っております。

一番下、クールジャパンに関するガイドラインというものを昨年9月に公表しております。本件につきましては、在留資格の決定に係る運用の明確化及び透明性の向上を図り、申請者の予見可能性を高める観点から、アニメ、ファッション・デザイン、食などを学びに来た留学生が、引き続き本邦で働くことを希望する場合における在留資格の該当性に係る考え方を説明するものでございます。また、許可・不許可に係る具体的な事例等を含め、法務省のホームページにおいて公表しているものでございます。

1ページお進みいただきまして、直接クールジャパン分野における受入れと必ずしも関係するものではございませんが、現在検討中の新たな外国人材の受入れ等について御紹介をいたします。本年6月に閣議決定されました骨太の方針2018において、新たな外国人材育成の受入れ制度について盛り込まれました。この制度は、深刻な人手不足の状況に対応するために、現行の専門的・技術的分野における外国人材の受入れ制度を拡充して、一定の専門性・技能を有し、即戦力となる外国人材の受入れをするものでございます。こちらにつきましては、入管法の改正など新たな在留資格を創設するために所要の整備を行う必要がございます。来年4月の制度開始を目標に、関係府省と連携して速やかに準備を進めているところでございます。

また、同じページの左下にクールジャパン関連の外国人材の受入れということで触れさせていただいております。こちらについてもあわせて骨太の方針の中で記載がされました。この取り組みにつきましては、現在この場で御説明できる段階にはございませんが、新たな受入れ制度と並行して検討してまいりたいと思っておりますので、今後関係府省様とも御相談させていただきたいと思っております。

最後のページでございます。本年7月24日に開催されました外国人材受入れ・共生に関する関係閣僚会議を受けて、法務省に外国人の受入れ環境整備に関する総合調整機能が付与されるとともに、受入れ環境の整備について、関係行政機関の緊密な連携のもと、政府一体となって総合的な検討を行うということをされております。

法務省としましても、共生社会の実現に向けて関係府省、自治体と連携して、いわば司令塔としての役割をしっかりと果たしていきたいと思っております。引き続き御紹介差し上げましたような取り組みを通じまして、クールジャパン分野における外国人材の受入れ促進に努めてまいりたいと思っております。

以上です。

住田内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

それでは、続きまして、外務省、お願いします。

志野外務省大臣官房審議官 外務省でございます。

外務省は、クールジャパン戦略の推進のため、日本の多様な魅力を海外に発信しております。資料4-7、1ページをめぐっていただきまして、最初にジャパン・ハウスを御紹

介させていただきます。当初予定していた3拠点はこれまで全て開館しております。オールジャパンのプラットフォームとして日本の多様な魅力や政策を発信してきております。写真の一番左側、ジャパン・ハウスサンパウロは昨年4月に開館しておりまして、既に来館者数100万人を超えております。8月には当時の宮腰総理補佐官、今の内閣府大臣にもお越しいただきまして、「和牛と国酒の夕べ」を開催しております。

真ん中、ジャパン・ハウスロサンゼルスは、8月に800人以上の有識者、著名人をお招きいたしまして、全館開館記念行事を行っております。河野外務大臣が出席しまして、開館記念行事ではX JAPANのYOSHIKIさんの演奏等が行われております。これでジャパン・ハウスの認知度を高めたと考えております。

一番右側のロンドンでは本年6月に開館、9月に開館記念行事が行われまして、10月4日までに既に16.2万人、15週間で16万人以上の来館数となっております。開館記念行事には日本から麻生副総理、園浦総理大臣補佐官にお越しいただきました。英国を代表しましてケンブリッジ公爵殿下（ウィリアム王子殿下）に御出席を賜りました。今月末まで、地域の魅力発信事業の一環といたしまして、新潟県燕三条の金属加工文化を紹介しております。

1ページめぐりまして、ジャポニスム2018の御紹介でございます。ジャポニスム2018は、今年7月に総理にも御出席いただきまして、正式に開幕予定でしたが、豪雨がございましたので、代理で河野外務大臣が出席しております。そのとき開催しておりました「チームラボ展」は9月9日に終了しておりますけれども、2カ月弱で30万人を超える入館者数を記録しております。

9月には、一番右側の写真にございますが、皇太子殿下に歌舞伎や若冲展を御視察いただきまして、エッフェル塔のライトアップ点灯式もしております。右側のエッフェル塔の写真は、右足のところに赤富士が描かれているのをご覧いただけるかと思いますが、赤富士に青い空でちょうどフランスの国旗の色にもなっております。これは日仏の両メディアにも多数取り上げられておりまして、パリで現在、日本文化は大いに賑わっております。

本日から安倍総理も欧州を歴訪されておられまして、18日にはパリで縄文展を御視察いただく予定です。縄文展は文化庁との共催でやっております。

また、今週実施される「地方の魅力」事業では観光庁、JNTOとも連携し、また、日本酒、泡盛のPRイベント等を農水省、国税庁とも連携するなどして、各省庁の御協力の下、オールジャパンで実施してきております。

ジャポニスムは来年2月まで、伝統文化からポップカルチャー、生活文化まで総合的に日本の魅力を発信しております。

最後のページです。これ以外にも幾つかいろいろな事業を在外公館を通じてやっております。例えば去年の11月にカナダの大学において浴衣の着つけ体験を行ったり、1月にはスリランカにおいて阿波踊りの公演を実施したり、日本文化や伝統芸能の魅力を広く発信してきております。また、2月にはコロンビア、ブラジル、エクアドルに凶案師を派遣いたしまして、日本のデザインと切り絵についての公演などを行っております。切り絵の

繊細さに参加者は大きな関心を示し、ワークショップで使用した資材の購入などを求める声も多く上がっておりました。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局長 どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、国税庁、お願いします。

吉井国税庁長官官房審議官 国税庁でございます。

国税庁ではクールジャパン推進の一環として日本産酒類の輸出促進に各省の御協力を賜りながら取り組んでいるところでございます。本日は主な取り組みについて簡単に御紹介いたします。

資料4 - 8の1ページ、輸出動向でございます。29年の日本産酒類全体の輸出金額は、前年比126.8%の545億円ということで、6年連続過去最高でございます。足元7月の数字がありますが、手元で8月の数字がわかりましたので、御紹介いたしますと、114.2%の前年比で、404億円ということで、7年連続の過去最高に向けて順調に推移しているところでございます。

2ページ目がそのうちの清酒の動向でございます。これは8年連続で、29年の実績ですけれども、119.9%の187億円ということでございます。8月の数字がまだですので、7月の速報値を見てみますと、輸出金額は119.1%の121億円ということで、これも順調に伸びているということでございます。

続きまして、取り組みでございますが、3ページをごらんください。国税庁では国内外における情報発信の強化、発信力のある者に向けた啓発、輸出環境整備の三本柱で取り組んでおります。1つ目の国内外における情報発信の強化では、リオオリンピックや伊勢志摩サミット、ジャポニスム2018等の機会に合わせまして日本産酒類のPRブースを出展するなど、各国要人やプレスが集まる機会を活用し、日本産酒類の情報発信を実施しているところでございます。

真ん中は、時間の関係で省略いたします。

3点目、輸出環境整備でございます。日EU・EPA交渉などで関税の即時撤廃、日本ワインの輸入規制の撤廃、GIの相互保護、単式蒸留の容器の容量の規制緩和等を実現いたしました。これに合わせまして、GI、地理的表示制度のブランド価値向上に有効な表示ルールの活用促進を図るためのシンポジウムなども実施しているところでございます。

最後に4ページ、31年度予算要求でございます。31年度予算要求におきましても、日本産酒類の一層の輸出振興を図るという観点から、輸出環境整備に係る経費、技術支援に係る経費、情報発信に係る経費として合計2.6億円を要求しているところでございます。

今後とも関係省庁と連携しながら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いますので、よろしくお願い申し上げます。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局長 ありがとうございました。

それでは、続きまして、文部科学省、お願いします。

澁谷文部科学省高等教育局大学改革官 文部科学省でございます。

資料4 - 9でございます。先ほど資料3の御説明でも言及がございましたが、専門職大学の状況について御説明を申し上げます。表紙をめくりまして2ページになります。昨年の通常国会で学校教育法を改正いたしまして、その後、専門職大学設置基準等の制定、大学設置基準等の改正を行いまして、平成31年4月施行、開学とされているところでございます。

3ページにスケジュールをお示ししております。通常の大学と同様に、大学設置・学校法人審議会では審査を行いまして、認可を行うという段取りを組んでおります。17件の申請が初年度、2019年の開設に向けてはあったところでございますが、今月の5日付で1件の設置を可とする答申がございまして、先日11日付で文部科学大臣による設置認可を行っております。

また、残りのうち2件につきまして引き続き審査を行っております。来月中旬以降、審査結果が出される見込みでございます。1件の認可はリハビリテーション関係でございましたけれども、今月下旬には2020年4月開学分の設置認可申請を新たに受け付ける予定でございまして、アニメーションなどクールジャパン関連分野も含めまして、さまざまな職業分野の専門職大学の開学申請がなされることを期待しているところでございます。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

それでは、続きまして、厚生労働省、お願いします。資料4 - 11です。

古舘厚生労働省職業安定局外国人雇用対策課課長 厚生労働省でございます。

資料4 - 11です。クールジャパンを支える外国人材として、私どもは外国人留学生の国内就職に取り組んでおります。

1枚おめくりいただきますと、こちらはデータでございます。留学生の就職は以前よりはふえてきておりますが、希望と実績にはまだすき間があるという状況でございます。

取り組みにつきましては次の2ページになります。私どもは、外国人雇用サービスセンターという拠点を東京、愛知、大阪、3カ所に設けまして、留学生を含む高度外国人材の就職のサポートというものに取り組んでおります。また、一部新卒向けのハローワークの中に留学生コーナーを設けて、同じく留学生のサポートに取り組んでおります。

支援の中身は1、2、3、4と記載がございまして、1つは全国の求人情報を活用したマッチングです。2つ目は、大学の就職担当の方とも連携しながら利用の勧奨を行い、できる限り早い段階から国内就職に向けた意識・動機づけに取り組んでいるということでございます。3番目は、留学生向けのインターンシップを行いまして、企業との相互理解の促進に取り組む。4番目は、受入企業に対するサポートとして、外部の方に雇用管理アドバイザーとして委嘱を行い、各種の相談にも取り組んでいるところでございます。

一番下段にございまして、未来投資戦略の中で外国人雇用サービスセンター等の増設と

ということが盛り込まれておりまして、来年度の概算要求に必要な予算を盛り込んでいるというところでございます。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局長 どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、農林水産省、お願いします。

渡邊農林水産省食料産業局審議官 農林水産省では主に農産物食品の輸出促進、それに向けたということで、日本食・食文化の普及に取り組んでおります。日本食・食文化につきましては、海外における日本食レストラン数が過去4年で倍増になりまして、昨年11.8万店ということで、日本食の人気の高まっている中、2年前に取りまとめられた農林水産業の輸出力強化戦略の着実な実施に向けてオールジャパンで、関係省庁とも連携しながら輸出拡大に取り組んでおります。具体的には海外需要の創出でありますとか、商流の確立、諸外国の輸入規制の緩和といった輸出環境の整備に集中的に取り組んでおります。

特に日本の農産物・食品の重点的、戦略的プロモーションを行うJFOOD0への支援を行うとともに、JETROなどへの補助を通じた海外見本市への出展、商談、マッチング支援、また、海外の料理学校との提携などを通じた日本食・食文化の普及、こういったことで日本産食材の活用を推進しているところでございます。

JFOOD0の取り組みにつきましては、2ページをごらんいただければと思います。昨年12月に5品目7テーマを対象とした戦略を決定し、ことしの1月から具体的なプロモーションを各国で取り組んでいるところでございます。

続きまして、3ページ、日本食・食文化の普及の取組として、海外メディア等を活用した日本食・食文化の魅力発信、日本産食材を積極的に使用しているレストラン等との提携、海外の料理人を対象とした料理講習会を通じた食文化の発信を行ってきております。

右上、外務省などの協力も得まして、海外在住者を含む合計75人の方に日本食普及の親善大使になっていただきまして、こうした方々を通じて世界に向けて発信していただいているということでございます。

4ページ、海外日本食レストランを輸出促進の拠点として活用するために、2年前から日本産食材サポーター店を認定したり、日本料理の調理技能認定の取組を実施しているところでございます。サポーター店につきましては、本年9月末時点までで3000店を超える店舗を認定させていただいたところでございます。

また、調理技能認定制度につきましては、外国人料理人について一定レベルに達した方を対象に認定をしてきておりまして、今年の3月末時点で470名の方に認定をしたところでございまして、こういったところを通じまして日本産食材の普及に努めているところでございます。

5ページから7ページは、インバウンド関連の取り組みということでございます。5ページ、農山漁村への滞在ということを促進するために農泊を推進してきております。ハード・ソフト両面で予算制度を通じて支援をしてきているということでございます。

6 ページから 7 ページのところでは、特に農泊の中でも地域の食を支える農林水産業、それから地元の景観・伝統文化を一連のストーリーとして発信するという事で、SAVOR JAPAN地域ということで、現在、全国で合計15地域を認定し、インバウンドを呼び込む受け皿の一つとして推進しているところでございます。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

それでは、経済産業省、お願いします。

島田経済産業省（商務・サービス担当）審議官 資料をお開きください。経済産業省におきましては、まずは海外に日本の魅力を持っていこうということで、左に「海外遠征型」と書いてございますが、海外展開企業へのクールジャパン機構を通じたリスクマネーの供給等々、あるいは海外の販路開拓といったことを主としてやっておりましたが、最近の訪日外国人の増加を受けまして、日本の国内でもどんどん外国人に日本のよさを知っていただくということで、右側の赤い点線の中に「ホームゲーム型」と書いてございますが、訪日外国人をターゲットにしまして、いかに日本の国内にあるものをしっかりと磨いて提供していくのかといったことに今、軸足を移してございます。

外国人が日本に来た場合にどのように動くかということは、皆様御案内のとおり、左下に書いてございますけれども、まずはゴールデンルート、東京・成田に入って東京を見て、富士山を見てから新幹線で京都に行って、関西を回って、関空から出ていく。そういったゴールデンルート以外にも、その他のリゾート地、あるいはもうちょっと地方の温泉地、さらには日本人がほとんど行かないような、単なる農村みたいなところにも最近はどんどん入ってきている。そうしますと、そういったところのそれぞれでどのような観光消費というものがされているのか、それに対して日本の国内の製造業なりサービス業がどのように対応できているのか、そのあたりをしっかりと分析して、それぞれのレベルに合わせて、例えばクレジットカードが使えないところを使えるようにしましょうとか、あるいは日本人も余り感じていなかった魅力についてしっかりと発見して磨き上げていく、そのための人材をどのように地方に配置していくのか。そういったことに重点を移しつつあるという状況でございます。

次のページで具体的な事例を幾つか御紹介申し上げます。まず最初に、日本発のコンテンツ。これはどちらかといいますと海外遠征型であります。見てのとおりでございますが、ポケットモンスターをハングルに翻訳して、韓国で見ていただくといったことをやっております。

右の棒グラフをごらんいただきますと、アニメの産業規模は2016年で約2兆円ですが、そのうちの38%、7700億円が海外での稼ぎということになってございまして、前年比31%増という物すごい勢いで今ふえているということでございますので、これをどんどん後押ししていきたいというのが一つでございます。

次のページは、最近非常に注目しているところでありますが、商品のいろいろな機能と

いうのはもう既にかなり確立している。だけど、いかに利用者にとって使いやすいか、あるいは使って気持ちがいいのか、そういったところをトータルにデザインする人材をしっかりと育成しなければいけない。例えばパソコンなどは、昭和50年あたりにはまだキーボードでBASICとかCOBOLとか、そういった言葉を打ち込んで使っていましたけれども、今は皆さん、マウスを使って非常に簡単になっている。ああいった使い勝手がすごくよくなるといったことをちゃんと経営の中にも取り込んでいきましょう。そのためにどのような人材育成をしていけばいいのかということについて、具体的にカリキュラムを検討するということを今年度やっていこうと思っています。

4 ページ、3 つ目は地方の魅力を磨くということの具体的な取り組みでありまして、「ローカルクールジャパン」と銘打っておりますが、地域に眠る魅力的な資源を磨き上げて、海外に魅力を発信することで地域の活性化もあわせて図っていこうというものでございます。

具体的には、その次のページに支援のスキームを書いておりますが、外部人材でこういったことにたけている方を地方に派遣する経費を支援するものでございます。

6 ページ、そういったプロジェクトとして今年度は14件採択してございます。幾つか出ておりますが、その中でおもしろいのは、左下に兵庫県、マッチ箱のようになっていますけれども、これはマッチの軸のお香にしたものでありまして、マッチのように火をつければ、軸のほうでお香が燃えていく。お土産に最適なおもしろい商品だったりいたします。こういったものをいろいろと発掘して磨き上げていくということをしっかりやっていこうと思っています。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

そうしましたら、次は環境省、お願いします。資料4 - 15です。

鳥居環境省自然環境局審議官 環境省でございます。

資料4 - 15でございます。平成28年に「明日の日本を支える観光ビジョン」で取りまとめられました中で、世界水準の「ナショナルパーク」を目指すということで、環境省では28年度から国立公園満喫プロジェクトというものをやっております。具体的には、当時490万人の外国からのお客さんが国立公園に来ておったのですけれども、それを2020年までに1000万人に伸ばしていくということでございまして、平成28年には546万人、29年には600万人という数字が出てございます。

これをふやしていくためにどうやっていったらいいかということで、いろいろ先行的に8カ所の国立公園、北は阿寒摩周国立公園から、南は沖縄県の慶良間諸島国立公園まで8カ所の先行公園を選びまして、右下に書いてございますように、自然の観光資源としての活用、情報発信、さらに利便性向上のための環境整備ということをさまざま行っているところでございます。最大の魅力は自然そのものということを基本的考え方にいたしつつ、サービスの高品質化、高付加価値化というものを目指して、今、全国で34の国立公園がご

ざいますので、どんどんそこへも展開していきたいと考えてございます。

さらに、右下のほうに書いてございますように、エコツーリズム地域活性化支援事業ということで、魅力のあるプログラムの開発、あるいはガイド等の人材育成などを行っていき、日本の魅力を海外にも積極的に発信していきたいと思っております。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

それでは、続きまして、日本貿易振興機構様からお願いします。

手島日本貿易振興機構サービス産業課課長 日本貿易振興機構でございます。

資料4-16に基づきましてJETROのクールジャパンの取り組みについて御説明させていただきます。1枚おめくりいただきまして、2ページ目と3ページ目はJETROの国内ネットワークの設置状況でございます。国内につきましては、46カ所の国内事務所ネットワークに加えまして、来月奈良事務所を開設いたします。また、海外におきましては54カ国74事務所を運営しておりますが、これらの国内外ネットワークを活用しまして、日本の魅力あるクールジャパン商材、サービスの海外展開、対日投資促進、インバウンド需要促進に取り組んでいるところでございます。

具体的な取り組みとしまして、4ページ目ですが、インバウンド需要の促進において、地方のJETROの事務所を通じて地域の産業観光資源の発掘を行うと同時に、JETROの海外事務所並びに海外メディアなどを通じて海外に向けた情報発信に積極的に取り組んでおります。

その事例の一つとしまして、5ページ目でございますが、先週伊勢志摩で開催されました世界的ワイン品評会でありますブリュッセル国際コンクールの酒部門の審査委員として来日された海外ジャーナリスト、ソムリエ、また、お酒を扱うディストリビューターに対しまして、コンクールに合わせて実施する視察や体験を通じて三重県の食産業や地域の観光資源の背景と魅力を世界に広く発信していただきました。

次に7ページですが、対日投資分野の取り組みでございます。訪日外国人の増加とともに、観光関連の外国企業の進出が近年増加しております。JETROの対日投資誘致活動におきましても、エアラインの就航、観光客向けのサービスなど、インバウンド関連の対日投資支援案件が多数生まれておりまして、支援を進めております。

次に、8ページと9ページでございます。コンテンツ分野におきましても、映画、アニメ、音楽、ゲームのクールジャパン関連見本市にジャパンパビリオンを設置しまして海外展開支援を行っております。また、マンガを活用した中東のビジネスマン向けの日本の魅力発信なども行っております。

最後に10ページ目、JF00D0の取り組みでございます。JF00D0では和牛、水産物、緑茶、米粉、日本酒、日本ワイン、クラフトビールを有望品目として選定し、欧米、台湾香港を中心に消費者向けのプロモーション活動を展開して、日本産の農林水産物、食品の海外需要喚起に取り組んでおります。今後もクールジャパン分野における海外需要開拓に幅広く

取り組んでまいります。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

そうしましたら、次にクールジャパン機構様のほうからお願いいたします。

若井クールジャパン機構専務執行役員 お手元の資料に基づきまして、クールジャパン機構について御説明をさせていただきます。

クールジャパン機構は2013年11月に設立されまして、そろそろ5年ということでございますので、この夏に経営陣の交代を行いました。ソニー・ミュージックエンタテインメントの社長をしております北川を社長に迎え、そして郵政省に入省した後、海外の外資系ファンドを数多く経験しました加藤がCOOとして、よりグローバルな投資を行っていきたいと考えているわけでございます。

今後の投資方針ということで、先ほど知財事務局のほうから御説明もありましたが、外国人から見てクールなものである必要があると考えてございますので、現地のパートナーをしっかりと重視するという投資方針にするとともに、経産省からも御説明がありましたが、インバウンドの投資といったところにより力を入れていきたいと考えているわけでございます。

ここ1年間のクールジャパン機構の投資案件について、簡単に御紹介をさせていただきたいと思っております。昨年10月に発表させていただきましたが、外務省さんのジャパン・ハウス ロンドンからほど近いWESTFIELDというモールが拡張する際に、現地で30年以上こういった日本食関係の事業をやっておられますJapan Centreさんと共同で日本版EATALY、物販とフードコート、デモンストレーションをあわせたような施設「Ichiba」を、ことしの7月に開業したばかりでございます。

次のページをごらんください。中小外食企業の出店に当たりまして、例えば物件を探す、人を雇う、工事をするというのは非常に大変でありますので、これを外注で受けられるようなことをやっておりますG-FACTORYさんという会社は、既にシンガポール、タイ、ベトナムに展開をしておられますが、こういった事業をさらに拡張するためにグロースの投資をさせていただいたところでございます。

6ページをごらんいただきたいと思えます。ミャンマーにおきまして既に民放が存在しているわけでありまして、MNTVという地上波チャンネルを現地のShwe Than Lwinという財閥が持っております。MNTVに対してコンテンツを提供する会社を当クールジャパン機構、JICT（株）海外通信・放送・郵便事業支援機構さん、JIB（株）日本国際放送というNHKさんの関連会社、この三者でジョイントベンチャーをつくりまして、MNTVに新しい日本テイストのコンテンツを提供させていただいております。コンテンツの制作に当たってはNHKさんから多大なる協力をいただいて、この7月から新しい編成での番組を投入しております。

次のページをごらんください。大阪市には年間大体1,000万人を超える訪日外国人が来ら

れて、そのほとんどが大阪城公園を訪れるそうでありますが、これまでこういったナイトタイム、そしてお金を落とす施設がなかったということもございまして、吉本興業さんほか、在阪のテレビ局各社などと協力いたしまして、新たな劇場を3つつくらせていただきます。来年2月にオープンを予定してございますが、オープニングの演目としては、ノンバーバルな殺陣とか、そういったもののバラエティーを主体とするような「KEREN」という演目を予定してございます。

8ページは、ヘルスケア関連のベンチャーファンドに対する投資であります。

最後、9ページ、海外展開を目指す映像コンテンツということで、先ほどアニメの海外輸出が非常にふえているというお話がございましたが、大きなプラットフォームとしてはネット配信が有力でございます。そういった中で日本の比較的中規模のアニメ制作会社がNetflixとかAmazonでアニメを制作して流す場合において、制作のつなぎ資金が不足するケースがございます。最終的にはNetflixが払ってくれるわけではありますが、そのためのつなぎ資金を提供するファンドをことし立ち上げているところでございます。

全体としましては、最後のページを見ていただいて、クールジャパン機構全体の投資額として620億、29件ということではありますが、その9割が海外ということで、海外に特化した、しかもBtoCのファンドとして引き続ききちんとした投資活動を続けていきたいと思っております。

以上であります。

住田内閣府知財事務局長 どうもありがとうございました。

それでは、最後でございますが、知財事務局からお願いします。

川嶋内閣府知財事務局長 知財事務局でございます。よろしく申し上げます。

資料の1ページ、クールジャパン戦略の推進ということですが、これまで官民協働イニシアチブ、あるいは人材育成検討会の最終とりまとめ、あるいは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、累次関連の成果を得ておりますが、そういうものを踏まえまして、本年6月12日に、本部長は内閣総理大臣でございますが、知財財産戦略本部におきまして知的財産戦略ビジョンというものを決定してございます。

クールジャパンにつきましては、「日本の様々な魅力が一層効果的・一体的に発信・展開されるよう、日本の魅力について、外国人が強い関心を持つストーリーを活用すること等により、付加価値を高めること」「国や地域の市場特性に加え、社会的属性による嗜好を踏まえ、戦略的に海外展開を推進すること」「日本に愛着や帰属意識を持つ『日本ファン』の集積を促す仕組み作りを推進すること」といった観点から取り組みの方向性を取りまとめております。今後政府のさまざまな施策に反映を予定しております。

戦略の推進に加えましてムーブメントの推進もやっております。官民・異業種連携の強化を図り、クールジャパン戦略を深化させるために、平成27年にクールジャパン官民連携プラットフォームというものができておりますが、そこでクールジャパンのセミナー、あるいはマッチングフォーラムといったものを開催してございます。セミナーにつきまし

ては先月開催いたしました。また、マッチングフォーラムにつきましては来年の2月に開催を予定しております。これとは別に地方版クールジャパン推進会議というものも地方においてやってございます。これは今後福岡等で予定しております。それとは別に海外のイベントもやっておりまして、来年1月に開催の予定でございます。

クールジャパン戦略と申しますけれども、クールジャパン、すなわち外国人がよいと思う日本の魅力ということでございますが、外国人の目線で編集することにより、外国人に受け入れられるような「商品」となるようにプロデュースすることが肝要であろうと考えております。あるいは地方等に眠っている魅力を発掘して、外国人の視点も入れながら発信するということがクールジャパンの枠を拡大していく、あるいはストーリー化によって付加価値を高めていくといったことが肝要であろうと考えておりまして、いずれにしても日本をもっと消費してもらうことが重要であろうと考えてございます。

3ページ、4ページでございます。外国人とくくりにしたのでは、地域的な傾向が判別できないので、欧州、アジア、北米とざっくり3つの地域に分けて、私どものほうで調査してみましたけれども、それぞれ特性がございます。欧州・アジアではアニメ、マンガ、ゲーム、そういったものが日本に興味を持った大きなきっかけを占めている。他方、北米では日本の音楽については関心が相対的に低い。逆に欧州やアジアでは高いといったこと。あるいは北米では日本食が大きなきっかけになっている。それから欧州や北米ではアジアに比べて日本の歴史といったものに関心が高いといった傾向がございます。あるいは道をきわめる姿勢、日本独自の精神性、そういったスピリチュアルなものにつきましては、アジアにおいてはいまいちである。他方、欧州やアメリカにおいては高く評価されているという状況が見てとれる。

5ページでございます。いずれにいたしましても、さまざまなクールジャパンの切り口がございますが、ジャンルの特性も踏まえて、誰に何がなぜ受けるのかというものをよく研究して、相手に応じた対策が必要であろうと考えてございます。

6ページでございます。ストーリーづくりの一助となるように、私どものほうで日本語り抄というのを作成して、皆様のお手元に参考資料としてお配りをしてございます。

8ページでございます。クールジャパンの再生産というものがターゲットの明確化を踏まえまして、クールジャパンの効果的な発信をし、日本ファンを獲得していくといったことがスムーズに展開できるような形で基盤づくり、あるいは需要の喚起を図ってまいりたいと考えてございます。

最後のページは、エストニアにおけるe-residencyの制度を御参考までに記してございます。御利用いただければと思います。

ありがとうございます。

住田内閣府知財事務局長 どうもありがとうございました。

皆様の御協力により比較的スムーズに議事が進行しましたので、ここから意見交換に移りたいと思います。

また、それぞれの組織におかれましては、大分時間を切り詰めて御発表いただいたようなところもあると思いますので、補足的に何か御説明されたいということがあれば、この機会にお願いいたします。何かございましたら、挙手の上、御発言をお願いできればと思います。これまであったいろいろな発表についての御質問、御意見でも結構でございます。いかがでしょうか。どうぞ。

滝本内閣府知財事務局補佐 専門職大学の関係で文科省さんに質問させてください。資料4-9の3ページ目の一番最後、申請状況というところで、31年度開設分については、17校申請があって、現時点で認可されているのは1件のみということなのですが、具体的に設置基準とか、それぞれ基準はあると思うのですが、何がそれぞれハードルとなってなかなか認められていないのかということ。

もう一つ、今、見た限りファッション分野と調理分野というふうにクールジャパンにかかわりそうな部分があるのですが、ほかに相談があった分野、例えばコンテンツ分野からありましたとか、そういう情報がありましたら教えていただければと思います。

澁谷文部科学省高等教育局大学改革官 文部科学省でございます。

先ほど御説明しましたように、17件のうち認可1件、保留2件で、残り14件が結果として途中で取り下げをされたという状況になっております。大学設置・学校法人審議会の大学設置分科会から答申に合わせてコメントが公表されておりまして、審査の過程で多くの案件につきまして、専門職大学の特色でありますところの実習、特に企業内実習の内容が不十分でありますとか、実践的な職業教育を行う機関ではあるわけですが、大学教育として当然一定程度の理論の教育が必要なのですが、理論の教育が不足しているなど、大学教育としての内容、体系性が不十分であるなどの課題が指摘されたところでございます。また、全体的には総じて準備不足であったというコメントもあったところでございます。

クールジャパンに関連する分野の相談ということでございますが、先ほどもちょっと申し上げましたが、2020年度開設ないしはそれ以降に向けては、アニメ、マンガ、CGの関係の学科でありますとか、直接ではないかもしれませんが、インバウンドも含めまして、観光の分野について専門職業人材の育成に取り組もうとされている案件、御相談等来ているという状況でございます。

住田内閣府知財事務局長 ほかにいかがでしょうか。どうぞ。

滝本内閣府知財事務局補佐 では、事務局のほうから一つ補足ということで、今回の資料の下から2つ目に「クールジャパン・マッチングフォーラム」というチラシを配らせていただいております。これは第3回目になるのですが、写真で具体的にどういうものかというのがわかりやすいのは、表の左上、VR ZONE新宿という昨年度非常に話題になったものです。VRという技術とアニメとかそういうコンテンツのかけ合わせということで、コンテンツの世界をVRで体験できるということです。こういう異業種の連携が非常に大事だということで、そういう機運を高めるためにアワードの表彰や、あと異業種間の連携を促進するためのメッセ、商談会をやっております。これが来年の2月19日にマッチングのア

ワードがあって、メッセ自体は19日から22日の4日間ということでやらせていただきます。各省さんのほうでも具体的に業所管の分野でいろんな事業者さんのつてとかで対応されることもあると思うので、こういうマッチングとか、ほかの異業種との連携というのも御相談がありましたら、紹介していただくと非常に助かります。

一番後ろに具体的に募集している内容が2つありまして、1つ目がマッチングアワードの募集ということで、先ほど言ったVR ZONE新宿とか、そういうものを表彰するようなアワードというのを募集しております。これが31日ですので、もし自分の分野でいいマッチングではないかとか、そういうのがあれば、事務局のほうにも情報をいただくとありがたいと思います。

下のほうは期限がかなり迫っていますが、19日金曜日ということで、出展者の募集もあわせてしておりますので、この辺についてもこういう事業者、どうですかとか、事業者の方に紹介していただければと思いますので、よろしくをお願いします。

住田内閣府知財事務局長 よろしいでしょうか。

それでは、特に意見がないようでしたら、私のほうから幾つか申し上げたいと思います。先ほど事務局からも御説明させていただきましたが、クールジャパンということでこうやってせっかく各省の皆様が集まってきていただいているので、一言申し上げます。

クールジャパンと自分で言うのかよという話を相変わらずいろんな人からされますし、大臣が新しく着任すると、何、クールジャパンと自分で言っているのだよと大体言うのですけれども、今度の平井大臣もそう言われました。クールジャパンというのは、私どもが思っているのは、外から見て何がクールかというところで、それを探ったり、分析したり、あるいは提供したりしていくという活動で、そういう一連の活動のコードネームとしてのクールジャパンというものだと思っております。これをぜひ関係省庁で共有できればいいなと思っています。つまり、言いかえれば、プロダクトアウト的に、これ、日本のものだけ、すごだろうというのではなくて、日本のものの中で、外の人から見てもなかなかいいなと思ってくれるものは何なのだろう、何でなのだろう、どういう人がどこに興味を持つのだろうかというところを探り当てて、まさにマーケティングをして、それを着々と供給していく。これが非常に大事な視点なのです。

今日もいろんな形で各省、各機関から御紹介いただいた中で、既にそういう意識というのがかなり浸透してきていることは非常にうれしいと思ったのですけれども、担当者がかわったりするとまた変わってしまったりすることがあるかもしれませんので、繰り返しになりますが、その意識というのを申し上げておきたいということが一つでございます。

それから、マーケティングということを考える上においては、文化の違いというのがすごくあって、例えばアジアとヨーロッパですごく違うのかもしれないし、ヨーロッパと日本は物すごく違うなと思うのですけれども、例えばお酒を売るということの一つとってみても、日本だとお酒を売ると言ったら、庶民の酒としてだーっと売るわけです。いかに多くの人に飲んでもらうかということで決まるわけですが、ヨーロッパのワインの文化と

というのは違って、上からトリクルダウン方式と言えればいいのかどうか分かりませんが、一番上流の人がすごく高いものをいいねと思って、そこまでは届かないけれども、それに類するものをちょっと下の人が買ってということ。一番上の人に最初に訴求しないと、なかなか裾野までおりにこないということです。

どうしても日本人のマーケティングは、日本の文化なり社会を前提にするから下から入ろうとするのですけれども、どの文化に訴求するかによって、逆に上から入らないといけないときがある。つまり、一番上にすごい価値のあるもの、高いものかもしれないけれども、それをわかってもらうというところにすごい意義があるような感じがします。その辺を間違えてしまうと、せっかくすごくいいものをヨーロッパに出しても、庶民が手の届く価格でとかと言ってしまうと、何か安物だと見られてしまって、かえって入り口からブランドが下がってしまうということもあるので、これもこれまでクールジャパンをやってきてすごく感じることであります。

もう一つは、きょうも農水省さんとか観光庁さんの御説明の中にもあったのですが、ストーリー化というのがすごく大事で、日本人は、すごくいいものだと思うと、ぼーんと物を置いて、すごいだろうと言って、これが何も言わなくてもわかるようにならないければだめだということをする人がいるわけです。しかし、文化が違えば、そうではないので、何でそれがそこにあって、どういう背景でできているのかとか、そういうことをストーリー化して説明をするという、まさにコミュニケーションのツールとしてのストーリーがすごく大事です。逆にストーリーをつくる、例えばその地域にしかないのです、この自然環境の中でしかこれは育たないのですとか、この家がずっとやってきたのですとか、そういう歴史とか自然とかそういうものと結びつけることによって、この人しかないという希少性が高まるからバリューが上がる。そういう面があって、コミュニケーションのツールであるとともに、バリューを上げるツールとしてこのストーリーというのがすごく使い出があります。

きょうの資料の中にも出てくるのですが、特に日本の場合はいろんなクールジャパンのコンテンツがあるので、各省でそれぞれのコンテンツをやっているわけですが、コンテンツとコンテンツがつながるとというのがすごくおもしろいところだと思います。先日も新潟にお邪魔したのですが、新潟はすごくお酒がおいしいし、お米もおいしいところなのですが、実はニシキゴイを飼っていたり、あるいは小千谷縮などというのをやっていたりするのは。これはよく考えてみると、全部雪解け水みたいな自然につながっていたりするわけです。

お米がおいしいのも自然の水だし、だからお酒もおいしいし、その環境の中でいいお酒ができる。あるいは小千谷縮も雪の上でさらしをするのです。それで白い色をすごくきれいに出すのですが、自然の環境がそこにつながっている。あるいはニシキゴイも、あの水だからあの色が出るとか、そういうのがある。そうやってつなげていくと、まさに地域におけるストーリー、観光庁さんがおっしゃっていたような話ですが、そういうのが

できると、また多くの人をその場所に引きつけることができるということで、いろんな要素がつながり得るというところがすごく大事なのと、そのときのつなげるツールとして先ほど日本語り抄の話を申し上げましたけれども、wabi、あるいはkabukuとかkiwa、そういう日本固有のいろんな考え方というのがつながりをもたらす一つのキーワードです。

知財事務局の資料の7ページにkabukuなどというのがありますが、いろんな写真があって、これは何だろうと思うかもしれませんが、傾く文化というのは、発祥は縄文だそうでありまして、縄文の火の文化というのがもともときらびやか文化の発祥だそうです。それが例えば十二単であったり、金閣寺であったり、そして江戸の初めの時代に歌舞伎というものができて、浮世絵などもそうかもしれませんが、現代に行くと、きゃりーぱみゅぱみゅになり、草間彌生になる。こんな流れなのですよというふうに説明すると、海外から来られる人に対するインパクトはすごく大きくなって、まさに各省連携でいろんなことを例えば地域なり観光というコンテキストでやっていく中で、非常におもしろいものができてくる。

このようなことを考えていくと価値が高まるし、さらには日本ファンになってくれる人がすごくふえるだろう。日本ファンになってくれる人がふえてくるのだとしたら、そういう人を登録しておいてもらって、そういう人にどんどん日本に来てもらおう。これが最後にe-residencyの話をしたこととつながるわけです。e-residencyみたいな形で、海外にいる人でも日本ファンの登録の仕組みをつくってしまえばいいのではないかということは、行く行く法務省さんとも御相談しながら、いろんな形でいろんな仕掛けをつくっていきたいと考えておるところでございます。

冒頭に副大臣、政務官からお話がありましたように、ラグビーのワールドカップがあったり、東京オリパラがあったりということで、ますます多くの海外の方に日本を知っていただく、日本を好きになってもらおう、日本をもっと消費してもらおうチャンスでございますので、これを機に今、申し上げたような横のつながり、それぞれのアイテムだけで日本人目線で考えるのではなくて、外の人目線から考えたときのいろんなつながりということも意識しながら、ぜひ今後とも各省が一層連携をして、政策が相互、相乗りをしながら、相乗効果を発揮していけるように御協力をお願いできればと思います。

今日はどうもありがとうございました。