

○澤川内閣府知財事務局次長 定刻となりましたので、ただいまから、第3回「クールジャパン戦略会議」を開催いたします。

初めに、井上大臣から御挨拶をお願いいたします。

○井上クールジャパン戦略担当大臣 内閣府特命担当大臣クールジャパン戦略担当の井上信治です。

座ったままで失礼いたします。

日頃より、各省、副大臣、政務官の皆様をはじめ、クールジャパン戦略の推進に御協力をいただきまして、ありがとうございます。

クールジャパン戦略の策定から2年が経過しましたが、このたび、「知的財産推進計画2021」において、新型コロナウイルスによる影響など、クールジャパンを取り巻く環境の変化を踏まえ、戦略の再構築を行いました。

クールジャパン戦略の再構築に当たっては、第1に、コロナの下での安全・安心や、自然、エコ、SDGsなど、「価値観の変化への対応」、第2に、コロナ禍でも堅調な農産品や日本酒類の輸出を有効に活用し、将来的なインバウンドにつなげる「輸出とインバウンドの好循環の構築」、第3に、オンライン消費やコンテンツのデジタル配信など、「デジタル技術を活用した新たなビジネスモデルの確立」という3つの要素を新たに取り入れております。これに加えて、第4に、日本全国に潜在する魅力や文化を外国人の視点に立ってストーリー化する「発信力」の強化、第5に、地方自治体との連携など、「クールジャパンを支える基盤」の強化についても追加しております。

本日は、限られた時間でございますが、政府全体でクールジャパン戦略の再構築の方針についての理解を深め、関係省庁が関連施策の再構築に向けた各々の取組を共有して互いにその方策について学び合う場にしたいと考えております。そこから今後の取組をさらに深化させる機会にさせていただきたいと思っております。

関係省庁におかれましては、クールジャパン戦略の再構築の理念を十分に踏まえていただき、クールジャパン関連施策について、年末に向けた予算編成や事務事業の実施に鋭意取り組んでいただきたいと思います。

また、本日御出席の副大臣、政務官の皆様には、リーダーシップを発揮して各省庁の関連施策の再構築を進めていただきたいと思いますと考えております。次回の戦略会議ではその成果を報告できるよう、どうぞよろしくをお願いいたします。

○澤川内閣府知財事務局次長 ありがとうございます。

それでは、議事に入らせていただきます。

まず、知的財産戦略推進事務局の田中局長から、資料に沿ってクールジャパン戦略の再構築と官民連携プラットフォームの取組について説明させていただきます。

○田中内閣府知財事務局長 それでは、資料1を御覧いただきたいと思います。

資料1の下のページ番号、2ページから始めさせていただきたいと思います。先ほど大臣から御紹介がございましたように、今年7月に決定されました知的財産推進計画2021におきまして、クールジャパン戦略の再構築を行ったところでございます。この背景でございますけれども、今までのクールジャパンを大きく推進してきた苗床としてインバウンドの大きな発展があったかと思えます。こうした基盤が、今回のコロナの環境下で大きく崩れているところがございます。さらに、世界の方々が、どういう価値観変化あるいは社会生活様式の変化をしているか、それに伴って我々日本にどういうことを期待しているかに関心を持っているかということにつきまして、調査し、また、有識者の皆様方からいろいろ御意見をいただいて整理してきたところでございます。2ページで御覧いただきましたように、社会の変化、オンラインによるデジタルシフトの加速とか、いわゆるソーシャルディスタンスとか、家庭内に消費が戻っていくとか、そういった消費行動の変化もございます。価値観も大きく変化しておりまして、健康・衛生、安心・安全意識、あるいは、自然、環境、SDGsなどを中心としたサステナブルについての価値観の高まりもございまして、こういったことを踏まえてクールジャパンの進め方を見直していく必要があるのではないかとことです。

3ページ目でございますけれども、今後の進め方につきまして、新たに3つの要素と2つの強化事項を打ち出したところでございます。1点目は、価値観の変化への対応でございます。先ほど申し上げました価値観につきましても、よく考えてみると、日本にはこういったものに対応できる資源がたくさんあるのだろうと。豊かな自然、それに対するリスペクト、日本の文化の中にも、自然との共生、環境への配慮、「もったいない」といった文化様式が多々ございます。それを表現できるような、地域資源、文化資源もたくさんあるのではないかと。そういうものをもっと発掘して発信していきたい。2番目は、まさに今までは、まず、インバウンドが契機になって、日本で体験したものをもう一回帰って体験したいということで輸出が振興されるという循環を期待しておったわけでございますけれども、これを逆にできないだろうか。今の危機を捉まえて、輸出あるいはデジタルで配信することを先にやって、ぜひ日本でこれを体験してみたいということを感じさせることで、国境が正常化したときにインバウンドに結びつける。こういう好循環をダブルでやっていきたい。デジタルを使ったビジネスモデルは、既に始まっているところも多うございますけれども、さらに加速させていきたい。発信でございますが、これは前から言われていることでございますけれども、まさにこの価値観の変化に対応するのであれば、ストーリーを重視した発信をしていくことの強化を実際にこれを担われている方々にも強く意識していただいて、そういう活動を政府としても支援すべきではないかと。併せて、後ほど御説明いたしますけれども、クールジャパンを支える基盤も重要ということで、CJ官民連携プラットフォームというものがございますが、その機能強化もしてまいりますし、地方自治体との連携がさらに重要になってくるかと思っております。

4 ページ目、今申し上げた中の特に輸出・インバウンドの好循環の関係でございますけれども、今のところ、左上のリアル×インバウンドのところ少し障害が生じている。したがって、輸出の青い点線で囲った枠、一番右側のオレンジ色の点線で囲った枠を起動させていって、むしろインバウンドに回していくということもやっていくべきではないか。仮に正常化したときも両方を回していくべきではないかということを考えてございます。

もう一つ、官民連携プラットフォームについてお話しさせていただければと思います。5 ページ目でございますが、一番上の枠を御覧いただきたいと思います。平成27年に、まさに、異業種連携、いろいろな資源分野を掛け合わせることで相乗効果を出していくというプロジェクトを組成していくためにつくられたものでございます。今回、この共同会長の民間のところを御覧いただきたいのですが、夏野剛さん、辻調理師専門学校の辻芳樹さんを共同会長に据えて、もう一回これを再起動させていきたいと思っております。

6 ページ目でございますけれども、これは5～6年やってきておるわけでございますが、やや総花的にやってきたところがあって、具体的に御参画いただいている民間の事業者は多々ございます。コンテンツの方々から、製造事業者、食に関係する方まで多々あるのですけれども、異業種連携をどうやっていったらいいのかということについてのイメージがなかなか共有されないまま時間が過ぎて、もう少し活性化させたい。そうであれば、分かりやすい具体的な分野を、プロトタイプとして、先行事例として特定して、そこで掛け算のやり方をもう一回考え直してみるということで、分かりやすい分野として食・食文化をハブにして多様な地域のものとの掛け合わせてみたいということ、まず、考えてございます。

次の7 ページ目でございますが、まさに、食・食文化というところと、スピリチュアルなもの、歴史・伝統に関わっているもの、美・アートの関係、自然との共生もございまして。こういったものを掛け算にしていくような形で具体的なプロジェクトメイキングをしていけないだろうか。タスクフォースを限定メンバーで作りまして、一体そこでどういう価値観を浮き彫りにしていくかということもきちんと整理しながら、ストーリー構築をして、プロジェクトの組成プロセスもきちんと明らかにしていく。それを見えるような形にして横展開していくという活動ができないか。これがうまくできましたらほかの分野にも同じようなメソッドを展開していきたいということで、活性化をしていきたいと思っております。

最後に、資料2がございまして。上のほうで再構築の5つの要素を掲げてございまして。関係省庁におきましてこの再構築に向けてどういう御検討をさせていただいたかということ、関係省庁と一緒に整理したものでございまして。これも参照しながら今後の議論を深めてまいりたいと思っております。よろしくお願いたします。

以上でございます。

○澤川内閣府知財事務局次長 ありがとうございます。

それでは、クールジャパン戦略の再構築を踏まえた各省の施策について、関係省庁より

発表をお願いしたいと思います。5分程度で、よろしくお願ひいたします。

まず、外務省より、資料3-1に基づき、御説明をお願いいたします。

○鈴木外務大臣政務官 外務省でございます。

外務省では、関係省庁や自治体とも連携し、在外公館や国際交流基金、ジャパン・ハウスという海外拠点を通じて、日本の多様な魅力を発信してきております。価値観の変化を踏まえた日本文化の紹介や地域の魅力発信による輸出とインバウンドの促進、コロナ禍を踏まえたオンライン事業による発信力の強化、様々な取組を通じたクールジャパンの基盤の強化等、クールジャパン戦略の再構築に資する様々な取組を実施しております。

次のページを御覧ください。クールジャパン戦略再構築の柱の一つであるオンライン発信の強化に関し、在外公館では、SNSや動画配信サイト等を活用し、訴求対象を遠隔地にも拡大しております。事例に挙げましたアニメ講演は、在アルゼンチン大使館の事業でございますが、スペイン語圏の他国からも多数の参加がございました。動画によるタイムリーな発信も行っております。例えば、東日本大震災から10年を捉え、被災地の復興を観光資源とともにPRする動画を制作し、それらはCNNやBBCでも放送されました。また、クールジャパンの重点分野である日本食や食文化の発信にも力を入れております。スペインで実施した和食のオンラインレクチャーでは、農水省「日本食普及の親善大使」に講師として協力いただきました。地域の魅力発信は、クールジャパン戦略再構築の柱の一つである輸出とインバウンドの好循環にもつながる取組でございます。様々な事業を行っておりますが、例えば、昨年12月、在中国公館は、50の自治体の参加を得て、日本各地の観光・文化・食などの魅力を発信するプロモーション事業を、1か月にわたり、実施しました。

次のページを御覧ください。国際交流基金の取組です。本格的な舞台芸術作品を動画で配信したり、日本映画祭をオンライン開催するなど、新しい取組を始めております。また、日本語学習意欲の喚起と文化紹介を掛け合わせ、豪州では日本古来の文化である風呂敷をエコ文化の観点から紹介しております。現地の価値観にも合致し、好評を得ております。

次のページを御覧ください。ジャパン・ハウスについては、サンパウロ、ロンドン、ロサンゼルス各拠点ともオンライン発信を一層強化しております。オンライン事業でありながら参加者に体験・体感の機会を与えると同時に地方特産品の紹介やインバウンドにも資するシリーズ企画を、1つ、御紹介させていただきます。オンライン文化体験イベント「せとうち探訪」は、各地域の魅力や文化を取りまとめて旅行仕立てで紹介したものであります。各地の特産品であります讃岐うどんや日本酒などを集めたキットを併せて販売し、試食や現地体験企画であります阿波踊りのオンライン実演等も取り入れた企画であります。

今後も、日本の多様な魅力を発信し、親日派の裾野を広げる取組を通じて、クールジャパンの基盤強化に取り組んでまいり所存でございます。

以上でございます。

○澤川内閣府知財事務局次長 ありがとうございます。

続きまして、資料3-2に基づき、財務省から説明をお願いいたします。

○中西財務副大臣 輸出とインバウンドの好循環は大賛成ですので、進めていきたいなと思います。

財務省でそこに関わることになると、国税庁が所管しています、日本のお酒、日本産の酒類になります。この輸出の促進について説明をさせていただきたいと思います。

資料の1ページを御覧いただきたいと思います。令和2年の日本産酒類の輸出金額は、令和2年、710億円となりました。9年連続で過去最高を記録しています。また、今年も順調に伸びておりまして、令和3年7月までの輸出金額が約666億円となっておりますので、昨年の額も超えてくるだろうと考えております。御覧いただくと、ウイスキーが伸びている。清酒が伸びている。清酒は和食と組み合わせてということですので、インバウンドにもつなげやすいのではないかと思います。ウイスキーは本当に高値で取引をされているようでございますので、まだ伸びることが期待できるのではないかと思います。

こうした中で、国税庁では、日本産酒類の輸出拡大という観点から、海外販路開拓支援や認知度向上のための事業、国際交渉を通じた輸出環境整備などに取り組んでおります。

海外販路開拓支援のための取組としては、資料の3ページと4ページにありますけれども、クールジャパン機構にも御協力いただいている日本産酒類輸出促進コンソーシアムを通じた輸出商社・卸と酒類製造者等のマッチング支援や、コロナ禍においても実施可能なオンラインの商談会などを行っております。これは再構築の第3の柱でありますデジタル技術の活用資する取組と言ってもいいのではないかと思います。

また、認知度向上のための取組として、資料の5ページになりますけれども、日本産酒類のブランド化推進の観点から、ブランド化や酒蔵ツーリズム推進に係る取組の支援も行っています。これは再構築第2の柱で申し上げている輸出・インバウンドの好循環に直接つながるものではないかと思います。

また、再構築第4の柱と関連して、日本産酒類の発信力の強化にも取り組んでおります。これは、資料の6ページ、7ページになりますけれども、いわゆる地理的表示、「GI」といいますけれども、日本産の酒類、ワインやお酒などに新規の指定をしていく。そして、国際交渉を通じてお互いにGIが保護されるような交渉を進めていく。既存のGIの酒類の特徴や魅力を発信するなど、海外の消費者の関心を高めるための取組を強化していきたいと思っております。

さらには、資料の8ページ、9ページでありますけれども、日本酒、焼酎・泡盛等のユネスコの無形文化遺産登録に向けて取組を行っております。文化庁や本年設立された担い手団体である「日本の伝統的なこうじ菌を使った酒造り技術の保存会」等とも連携して、醸造技術等の調査及び保存・活用体制を整備して、登録に向けた取組を加速していきたいと思っております。この造り方は日本古来のものがありますので、これはぜひとも認めてもらうようにしていきたいと思っております。

このほか、日米、日EU・EPAによる関税や輸入規制の撤廃など、国際交渉の観点からも日本産酒類の輸出拡大を支援しているところであります。日本酒、焼酎・泡盛やウイスキー

といった日本産酒類は、クールジャパン戦略の強力なコンテンツだと思っておりますので、今後も日本産酒類を世界に発信すべく、様々な施策に取り組んでいきたいと思っております。関係省庁とも連携しながらクールジャパンを盛り上げていきたいと思っております。

以上です。

○澤川内閣府知財事務局次長 ありがとうございます。

それでは、資料3-3に基づきまして、文部科学省文化庁から説明をお願いいたします。

○高橋文部科学副大臣

新型コロナウイルスの影響で、文化芸術関係者は大きな打撃を受けました。厳しい状況にある方々への支援はしっかりと継続していきますが、併せて、国際的な人流の回復を見据え、再構築第2の柱のインバウンドと海外展開の好循環の構築が重要です。そこで、文化観光の推進やアートの振興などの取組を強化します。

お手元の資料の1ページ目です。博物館等の文化拠点としての機能を強化し、地域における文化観光を総合的かつ一体的に推進するため、次年度概算要求でおよそ5億円増の25億円を要求しております。

続いて、2ページ目です。我が国のアートについては、本年11月、文化庁からの支援も受けるアートウィーク東京が開催されるなど、海外の方からも注目を集めております。今後、日本がアート市場の国際拠点化等に向けた取組を進めるため、概算要求でおよそ3億円増の5億円を要求しております。一方、環境や自然への意識の高まりやオンライン化の普及など、世界で大きな価値観の変化が生じました。第1の柱及び第4の柱にあるように、我が国の文化芸術の魅力を世界に発信するにはこうした変化に対応することが重要です。そこで、食文化の推進や日本博、文化庁DX等の取組などを強化します。

3ページ目を御覧いただきたいと思っております。地域の多様性などの価値観を内包する我が国の食文化を世界にアピールし、文化的価値の明確化や文化的背景を分かりやすく伝える取組を支援するため、概算要求でおよそ2億円増の3億6000万円を要求しております。本年4月、文化財保護法を改正し、無形文化財の登録制度を創設しました。今後、様々な食文化についても、文化財として登録・発信してまいります。

続いて、4ページ目、日本の美を国内外に向けて発信する日本博では、庵野秀明展などの海外にも訴求力のあるコンテンツを活用したプロジェクトを実施します。今後は、リアル体験とバーチャル体験を融合させた取組を推進するため、概算要求で関連経費を要求しております。

さらに、5ページ目、美術館・博物館やアート市場のDXを推進するため、新たに5000万円を要求しました。これらは、第3の柱のデジタル技術を活用した新たなビジネスモデルの確立や第4の柱である発信力の強化に資するものです。新型コロナウイルスの影響を受けた厳しい状況下において、文化芸術活動を力強く支援するとともに、新たな価値観に基づく海外展開やインバウンドの拡充を進めていくためには、クールジャパンの関係省庁、民間団体等とのさらなる連携が不可欠です。引き続き、各省庁からも、御指導、御協力を賜

りたく存じます。どうぞよろしくお願ひいたします。

以上です。

○澤川内閣府知財事務局次長 ありがとうございます。

それでは、資料3-4に基づきまして、農林水産省より御説明をお願いいたします。

○熊野農林水産大臣政務官 農林水産省におけるクールジャパン戦略の再構築を踏まえた主な施策として、農林水産物・食品の輸出促進、食文化の魅力発信について、御説明いたします。

1 ページ目を御覧ください。昨年の農林水産物・食品の輸出額は9217億円となり、8年連続で過去最高を更新しました。現在も好調を維持しており、本年上半期の支出額は、5773億円となり、上半期として過去最高額を更新しています。直近の7月も、967億円となり、13か月連続で前年を上回っています。

2 ページ目を御覧ください。2025年2兆円、2030年5兆円の輸出額目標の達成には、マーケットインの発想で輸出に取り組む体制整備が不可欠です。そのため、昨年11月に農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略を、そして、本年5月にはそのフォローアップを、関係閣僚会議で取りまとめました。

3 ページ目、4 ページ目を御覧ください。今後の輸出拡大に当たっては、海外で評価される日本の強みがある品目を中心に輸出を加速させる必要があります。このため、牛肉やリンゴといった27の重点品目を選定するとともに、重点品目について、輸出に取り組む1,261の産地と事業者をリスト化いたしました。また、輸出産地サポーターという専門家を地方農政局に設置し、これらの輸出産地や事業者を伴走型で支援しております。

5 ページ目を御覧ください。輸出に取り組む事業者は、海外の規制やニーズに対応するため、一時的な収入減少や設備投資などのリスクを抱える場合があります。このため、先月2日に施行いたしました改正投資円滑化法に基づき、リスクを取って輸出に取り組む事業者へのリスクマネーの供給を後押ししてまいります。

6 ページ目を御覧ください。また、輸出拡大に向けては、日本食・食文化の魅力発信を行うことも重要です。このため、海外で日本産食材を積極的に使用する日本産食材サポーター店と連携し、現地での需要喚起のためのプロモーション等にも取り組んでまいります。これは、クールジャパン戦略再構築の観点のうち、第2の柱である輸出とインバウンドの好循環の推進に資する取組であります。

7 ページから9 ページ目を御覧ください。2020年の日本政策投資銀行等の調査によれば、次に海外旅行をしたい国の第1位は日本だったということです。また、外国人観光客が訪日前に期待していたことの第1位は日本食を食べることです。農林水産省では、日本食・食文化の魅力で農泊地域に外国人を誘客するSAVOR JAPANという認定制度を平成28年度に創設し、これまでに31地域を認定しているところです。健康志向や持続可能性といった関心が高まる中、新型コロナ収束後の新たなインバウンドニーズが期待されており、認定地域のさらなる拡大に向け、バーチャルトリップといった新たな情報発信に取り組むとともに

に、上質なサービスを求める訪日外国人に対応したコンテンツ造成の検討を行っているところであり、再構築の第3の柱であるデジタル技術を活用した新たなビジネスモデルの確立と関連しております。

10ページ目を御覧ください。訪日外国人が食と異文化を掛け合わせた体験を通じて日本の食への関心を高め輸出につなげる食かけるプロジェクトを平成30年度に立ち上げ、優良事例の表彰を行っております。今年度は、再構築第1の柱、価値観の変化への対応と関連する取組として、持続可能性や食の多様性への対応と社会貢献に資する食体験を対象に特別賞を新たに設けるとともに、越境ECサイトへの掲載と輸出につなげる取組を引き続き支援していくこととしております。

11ページ目を御覧ください。農林水産省はGoogle社が非営利で運営しているGoogle Art & Cultureとパートナー契約を締結し、令和元年から、日本食をテーマとするウェブサイトにおいて、日本食とその食文化の魅力について、地域や物、人にスポットを当てたストーリーを、美しい写真や映像を用いて発信しております。

今後とも、内閣府をはじめ、関係省庁や関係する民間事業者の方々と連携し、クールジャパンの推進に取り組んでまいります。

以上でございます。

○澤川内閣府知財事務局次長 ありがとうございます。

それでは、資料3-5に基づきまして、経済産業省より御説明をお願いいたします。

○長坂経済産業副大臣 経済産業省副大臣の長坂でございます。

今回再構築されたクールジャパン戦略を、クールジャパン機構の投資やコンテンツ産業振興を通しまして、引き続き強力で推進してまいります。

言うまでもなく、新型コロナウイルス感染症は、クールジャパン分野も含めまして多くの産業に深刻な打撃を与えました。そして、社会を大きく変化させた上、人々の価値観も根底から大きく変えています。こうした価値観の大きく変化しましたウィズコロナの世界では、日本が古来より培ってきた安心・安全やサステナブルといった生活・文化の持つ強みがまさに必要とされていると言えます。例えば、「もったいない」の精神から開発されたサステナブルな商材、超高齢化社会を根底から支えているヘルスケア技術、あまたの災害により培われた優れた防災関連商品、こうした我々にとりまして当たり前だった商品・サービスの数々は、環境への配慮、安心・安全の追求がようやく世界の当たり前となった今、世界の人々を魅了しています。今まで必ずしも主役でなかった日本の生活・文化が世界の主役に躍り出る、まさに新たなクールジャパン時代の到来ではないでしょうか。

こうした現状を踏まえ、経済産業省といたしましては、循環型経済、超高齢社会、防災など、日本だからこそ強みを発揮できる分野へのクールジャパン機構の出資を通じて、新たなクールジャパンの海外需要開拓も推進してまいります。具体的には、3ページを御覧いただきたいのですが、クモの糸の遺伝子を基にした人工たんぱく質の素材の開発を進めるSpiber社に投資を行っています。この天然由来の人工クモ糸は、ポリエステル等の石油

由来の繊維素材と違いまして、持続可能な次世代素材として世界から注目を集める商材であり、もともと環境負荷が高かったアパレル業界を変革する、まさに世界全体の課題解決に資するものであります。

また、コロナ禍においても堅調な食の輸出等を強化することで、将来のインバウンドへつなぐ好循環を構築していくことも重要です。具体的には、4ページでございますが、海外のオンラインプラットフォームへの出資を通じまして、従来から日本の魅力でありました日本酒等の食の海外展開をコロナ後も引き続き後押ししております。こうした将来のインバウンドを見据えた取組への積極的な投資も通じて、輸出とインバウンドの好循環の構築を力強く推進してまいります。

次に、6ページ目でございますが、デジタル技術を活用いたしました新たなビジネスモデルの確立への支援等を通じまして、クールジャパン政策の要であるコンテンツの海外展開を促進してまいります。具体的には、2つの柱で政策を講じています。

7ページを御覧ください。1つ目の柱は、市場規模の拡大です。コンテンツの国内市場は伸び悩む一方、海外市場は拡大しており、この獲得が肝要です。また、ライブエンターテインメントは、コロナで8割市場が減っている上、当面、インバウンド需要は見込めません。そのため、コンテンツ全般につきまして、国内外でのビジネスマッチング支援を行い、また、ライブエンターテインメントについては、海外に渡航できない中ではありますが、国内から海外への発信を支援することで、コロナ禍においてもコンテンツ市場規模の拡大を推進してまいります。

8ページ目を御覧ください。2つ目の柱は、デジタル技術を活用したビジネスモデルの確立です。ブロックチェーンを用いた権利処理、コンテンツ業界のDXプロジェクト等の実証支援を通じまして、コンテンツ業界における新たなビジネスモデルの定着を推進してまいります。

以上のように、再構築された新たなクールジャパン戦略を、経済産業省といたしまして、力強く推進してまいりたいと考えております。

○澤川内閣府知財事務局次長 ありがとうございます。

それでは、資料3-6に基づき、国土交通省から説明をお願いいたします。

○朝日国土交通大臣政務官 国土交通省です。

クールジャパン戦略の再構築を踏まえた国土交通省の施策のうち、再構築第3の柱であります「デジタル技術を活用した新たなビジネスモデルの確立」に対応するものとして、デジタルトランスフォーメーションの推進、再構築第2の柱であります「輸出とインバウンドの好循環の推進」に対応するものとして、デジタルマーケティングの活用によるプロモーションの展開について、御説明いたします。

新型コロナウイルス感染症の影響によりまして、デジタル化・オンライン化が大きく進展するとともに、安全・安心や持続可能性等に対する意識や関心が高まり、観光においても新たなコンテンツやサービスの手法が生み出されております。

観光庁資料の表紙をおめくりいただきいただきまして、1枚目を御覧ください。まず、観光サービスの変革及び新たな観光需要の創出を実現すべく、デジタルトランスフォーメーションを推進しています。例えば、美術館等においてパーソナル空間を確保しながら快適な鑑賞を実現するなど、デジタル技術を活用した観光コンテンツの創出に取り組んでいます。

他方、水際対策の徹底等により、インバウンドがほぼゼロになってしまうなど、観光業界は大きな影響を受けています。本格的なインバウンドの回復に向け、段階的かつ着実な取組が極めて重要です。資料の2枚目を御覧ください。そこで、日本政府観光局においては、世界的に関心が高まっている、「持続可能な観光（サステナブルツーリズム）」の観点も取り入れた我が国の多様な観光資源の魅力や安全・安心情報の発信を継続的に行っております。今後は、デジタルマーケティングの活用により、コロナ禍を経た旅行需要の変化を見据えたプロモーションも展開してまいります。

国土交通省としても、関係省庁と連携しつつ、これらの取組を着実に推進し、インバウンドの再開に向けて、より多くの外国人に日本の魅力を認知・体験していただくことで、日本ファンの増加を目指すクールジャパン戦略に貢献してまいります。

以上でございます。

○澤川内閣府知財事務局次長 ありがとうございます。

それでは、資料3-7に基づき、環境省から説明をお願いいたします。

○笹川環境副大臣 環境省の笹川でございます。

それでは、環境省の取組を御説明させていただきたいと思っております。

クールジャパン戦略の再構築の考え方において、全ての取組において、自然、エコ、SDGsなどへの配慮が重要とされており、日本を代表する美しい自然である国立公園はまさにこれに適合するものと考えております。

価値観の変化に対応するもの等の5つの要素、1. 価値観の変化への対応、2. 輸出とインバウンドの好循環の構築、3. デジタル技術を活用した新たなビジネスモデルの確立、4. 発信力、5. クールジャパンを支える基盤に関連する国立公園満喫プロジェクトの関連事業について、御説明を申し上げます。

再構築の1の柱、価値観の変化への対応については、コロナ禍においての人々の価値観の変化により、自然や健康への関心やサステナブルな社会への意識が高まっていると感じております。国立公園をその受皿とし、ワーケーションなど新しいライフスタイルや脱炭素型のサステナブルな観光地づくりを目指しているところでもあります。現状はコロナ禍によりインバウンドがなくなった状況ではありますが、各国立公園においては、令和2年度第1次・第3次補正予算などを活用しながら、観光関係事業者の雇用維持と事業継続を図り、国内利用者の早期回復とインバウンドの段階的回復を見据えて、受入れの環境整備や魅力の向上などの対策を行っております。

資料の2ページを御覧ください。自分が昨年視察した吉野熊野国立公園では、補正予算

を活用し、閉校となった木造校舎を活用したワーケーションとe-bikeを活用した国立公園内のサイクルツーリズムの造成を行っております。

また、中部山岳国立公園の乗鞍高原では、観光地全体において、ペットボトルや歯ブラシ等のプラスチック製品の提供をやめる、建物で消費するエネルギーの高効率化を進める、移動で排出するCO₂を減らすといった脱炭素・脱プラスチックを含めたサステナブルな観光地づくりを進めており、3月に日本で初めてゼロカーボンパークに登録をいたしました。これは、資料の3ページを御覧ください。ゼロカーボンパーク登録への取組支援を全国に展開させ、国立公園をカーボンニュートラルのショーケースとして、訪れる国内外の方々に脱炭素型の持続可能なライフスタイルを体験していただく場づくりを進めてまいりたいと思います。

続いて、再構築第2の柱である輸出とインバウンドの好循環の構築については、地場産品を生かした国立公園における魅力あるコンテンツの充実等に取り組んでまいります。

再構築第3の柱であるデジタル技術を活用した新たなビジネスモデルの確立については、デジタルシフトする社会の変化を踏まえ、VR等のデジタル技術を活用した情報発信に取り組み、国立公園の多様な自然とそれを活用した様々な自然体験・文化体験価値をストーリーとして効果的に発信してまいります。これは、資料の4ページを御覧ください。事例として、慶良間諸島国立公園の座間味島に新しく整備したビジターセンターにサンゴ礁、海底洞窟等の水中映像をVRにて展示し、海中アクティビティの仮想体験を提供します。加えて、ICTによる案内版の多言語化やデジタルマーケティングも進めてまいります。これが、再構築第4の柱である発信力に対する取組であります。

最後であります。再構築第5の柱であります。資料の5ページを御覧ください。基盤の強化については、本年4月には、国立公園で保護と利用の両面で施策を強化するための改正自然公園法が成立いたしました。これまで8か所の国立公園で先行的に実施してきました国立公園満喫プロジェクトを全国の国立公園で展開し、自然と調和した街並みづくりや地域の魅力を生かした自然体験活動をより一層促進させてまいります。

これらの施策を通じて、環境省としてクールジャパンの戦略の再構築を踏まえた取組に貢献してまいりたいと考えております。

以上であります。

○澤川内閣府知財事務局次長 どうもありがとうございました。

それでは、最後の発表となりますが、資料3-8に基づき、総務省から御説明をお願いいたします。

○新谷総務副大臣 総務省でございます。

資料3-8の1枚目を御覧ください。総務省は、これまで、地域活性化に資する放送コンテンツの国際共同制作・海外放送を支援し、魅力ある地域の情報発信に貢献してまいりました。こうした取組は、クールジャパン戦略の再構築の考え方である、第1の価値観の変化への対応、第2の輸出とインバウンドの好循環の構築、第3のデジタル技術を活用し

た新たなビジネスモデルの確立、第4の発信力、第5のクールジャパンを支える基盤の強化のいずれにもつながるものと考えてございます。令和4年度概算要求においても、これらの取組を引き続き実施すべく要求を行っているところでございます。

2枚目を御覧ください。昨年度は、新型コロナウイルス感染症の影響によりまして海外との往来が制限されたため、情報発信のためのチャンネルを確保することが難しい状況でございました。しかしながら、これまで培った国内外の放送局等の協力関係を活用することで、再構築第1の柱である価値観の変化への対応を踏まえ、継続して再構築第2の柱である地域の輸出・インバウンド需要の喚起につながる情報発信を実施できたところでございます。また、世界における動画配信の視聴ニーズの高まりも踏まえ、SNS等を通じた番組の見逃し配信等、インターネットの活用も併せて支援してございます。こうした取組によりまして、再構築第3の柱であるデジタル技術を活用した新たなビジネスモデルの確立においても貢献できるものと考えてございます。さらに、地方総合通信局を通じまして、地域の海外向け情報発信に係るアンケート等を実施しているところでございます。地方公共団体等からいただいた声を分析すると、引き続き海外向けの情報発信の意欲は非常に旺盛であると考えてございます。他方、情報発信のための地域の放送局等のつながりやノウハウの不足が課題となっております。こうした課題を解決しまして、再構築第4の柱である地域の情報発信力を強化・底上げすることで、再構築第5の柱であるクールジャパンを支える基盤を強化してまいることが必要であると考えてございます。

新たなクールジャパン戦略の下においても、引き続き、関係省庁や関係機関とも広く連携しまして、放送コンテンツの海外展開を積極的に推進してまいりたいと考えてございます。

以上でございます。

○澤川内閣府知財事務局次長 ありがとうございます。

ここからは、意見交換に移らせていただきます。

本日の関係省庁からの発表を踏まえた御意見や、その他、クールジャパン戦略の推進に生かせるアイデア等がございましたら、御発言いただけたらと思います。いかがでございましょうか。

もしないようでしたら、本会議の事務局を務めております内閣府知財事務局より、田中局長、何かございますでしょうか。

○田中内閣府知財事務局長 関係省庁におかれましては、このCJ戦略の再構築の要素に対応して具体的な御検討をいただいておりますこと、本当にありがとうございます。感謝を申し上げます。

先ほど、資料1の3ページで、新たに追加する要素を3つ、強化する事項を2つと挙げさせていただいておりますけれども、私ども自身も感じておりますことは、この中の、例えば、デジタル技術を活用した新たなビジネスモデルについては、非常にイメージが湧きやすく、具体的に今日お話しいただいた中にも多数の好事例が出てきており、また、民間

でもかなり意識を高めて努力いただいているところが出てきていると思っておりますけれども、このうちの一番上の価値観の変化への対応は、これをどう咀嚼するか、どう具体化するかというところがなかなか解釈の難しいところでもあり、また、それをどういうふうに浸透させていくかというところにつきましても、具体化の施策についてなかなか難しい面もあろうかと思っております。輸出・インバウンドの好循環の構築も、単純な輸出ではなくてインバウンドにどう引きつけるかということについてどういう具体的な打ち手や効果があるかというところについて、工夫が非常に必要なところであらうかと思っております。

そんな点につきまして、引き続き、関係省庁の皆様方、それから、我々政府の中ではなくて、具体的に実行に移していただく民間の方々とのコミュニケーションをどう解釈・咀嚼して具体化するかというところについて、より深いコミュニケーションを取っていく必要性も感じております。

今後、今年の施策の運用面、来年の予算制度の具体・詳細化につきまして、引き続き、関係省庁とまた密にコミュニケーションを取らせていただきたいと思いますので、よろしくお願い申し上げたいと思っております。

以上でございます。

○澤川内閣府知財事務局次長 ありがとうございます。

それでは、クールジャパン戦略担当の三ッ林副大臣から、各省の発表を踏まえ、御発言をお願いいたします。

○三ッ林クールジャパン戦略担当副大臣 内閣府の三ッ林です。

本日は、お忙しい中、有意義な議論をいただき、ありがとうございます。

各府省庁での取組についてクールジャパンの再構築に即して御説明いただきましたが、今後、我々は、政府全体で政策ツールを総動員し、具体的なクールジャパンの新たな成功事例やベストプラクティスを生み出していく必要があります。

本日各府省庁からいただいた御説明や御意見、これまでの多方面にわたる知見などは、これからクールジャパン戦略を具体化し実行していく上で大いに参考になるものだと認識しております。

今日ここにお集まりの皆様とともにコロナ後を見据えたクールジャパン戦略の再構築を進めていきたいと考えておりますので、引き続き御協力をお願いいたします。

○澤川内閣府知財事務局次長 どうもありがとうございます。

それでは、最後になりますが、井上大臣から御発言をお願いいたします。

○井上クールジャパン戦略担当大臣 各省庁から丁寧に御報告をいただき、ありがとうございます。

また、概算要求などにおいて、クールジャパン戦略再構築の考え方を反映して各施策の検討を進めていただいていることを大変心強く思います。

世界的なコロナ感染症の今後の展開が読み切れない中ではありますが、この状況の中で

輸出やデジタルを通じてクールジャパンの振興を図る必要があると考えております。

また、再び我が国に多くの外国の方々が訪れる日が再来することを目指して、その需要を予め喚起するための投資として各施策を進めていく必要もあります。

本日御出席の副大臣、政務官のリーダーシップの下、各省庁の関連施策の再構築を進め、次回の戦略会議においてその成果を報告できるように取り組んでいただきたいと思います。

どうもありがとうございました。

○澤川内閣府知財事務局次長 それでは、時間となりましたので、会議を閉会いたします。

関係省庁の皆様におかれましては、本日の御意見も踏まえまして、引き続きクールジャパン戦略推進への御協力をお願いいたします。

本日は、長時間にわたりまして、どうもありがとうございました。