

○渡邊内閣府知財事務局次長

今日は、御多忙のところ、皆様御参集いただきまして、誠にありがとうございます。只今から、第1回「クールジャパン戦略会議幹事会」を開催させていただきます。

はじめに、平副大臣から御挨拶をお願いいたします。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 皆さんこんにちは。内閣府副大臣クールジャパン戦略担当となりました平将明です。よろしくお願いいたします。

クールジャパンは、私、実は担当は2回目でありまして、4年前も担当をさせていただきました。そのときに議論をしたこと、また、それから、毎年毎年議論を重ねて進化をしてきているのだらうと思います。

一方で、参議院の予算委員会の審議などを見ても、大臣に対して、そもそもクールジャパンとは何かという質問も飛んでいるわけでありまして。国民に対して、また、納税者に対して、わかりやすく、クールジャパンというのはこういうことだということ。さらには、各省庁お集まりであります。それぞれの役所でそれなりの政策が準備をされていると思いますが、その政策を総動員して、目に見える形でしっかりとベストプラクティスをつくっていくことが重要だろうと思っておりますので、今日はそういう会議になりますよう、しっかりと議論をさせていただきたいと思っております。

よろしくお願いいたします。

○渡邊内閣府知財事務局次長 続いて、今井政務官から御挨拶をお願いいたします。

○今井クールジャパン戦略担当大臣政務官 クールジャパン戦略担当内閣府大臣政務官の今井絵理子です。日ごろより、クールジャパン戦略の推進に御協力いただき、まことにありがとうございます。

最近のクールジャパン戦略に係る政府の大きな動きとしては、本年9月に総理を本部長とする知的財産戦略本部において「クールジャパン戦略」が決定されました。

本戦略に記載のとおり、来年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会や2025年の大阪・関西万博を見据えて、一層クールジャパンの取り組みを強化するべく、関係者の連携を強化していく必要があります。

本会合は、関係省庁と関係機関が一堂に集まる貴重な機会でありますから、ぜひ、活発な発言をどうぞよろしくお願いいたします。

そして、最後に、格好いい日本、そして、誇れる日本を皆さんとともに作りたいたと思っていますので、どうかよろしくお願いいたします。

ありがとうございました。

○渡邊内閣府知財事務局次長 それでは、議題に入りたいと思っております。

まず、三又事務局長から、資料1及び資料4に沿って、「クールジャパン戦略」と今後の進め方について、説明させていただきます。

○三又内閣府知財事務局長 皆様、今日はお忙しいところをありがとうございます。

知的財産戦略推進事務局長を務めております三又と申します。

お手元、資料1～6までございますが、かいつまんで御説明をさせていただきたいと思っております。

資料1は、この会議の上になりますけれども、戦略会議、それから、この会議（幹事会）の設置紙でございます。戦略会議の設置紙と構成員の一覧でございますので、ご覧いただければと思います。

資料2と3が、ただいま今井政務官から御紹介いただきました、9月3日に知財本部で決定をしたものが資料3の「クールジャパン戦略」本文ですが、そのポイントについて、資料2で簡単に御説明したいと思います。

資料2の1ページ目をめくっていただきますと、2012年12月、第二次安倍内閣の成立とともにクールジャパン戦略担当大臣が置かれまして、現在は、竹本大臣が務めております。最初は、情報発信力の強化から始まって、先ほど、平副大臣の御挨拶にあったように、平副大臣の時代に、この経済成長の実現を目指すという方向を明確にし、官民連携プラットフォームを設立いたしました。

そして、昨年来、戦略の進化ということで、今年の「知的財産推進計画2019」においては、「クールジャパン戦略」を策定することが書かれて、より戦略的に深めていこうという、今、フェーズでございます。

ページ2にありますように、お集まりの各省の皆さん、それぞれ取り組んでいただいている色々な取り組みがあります。縦のほうで見ますと、コンテンツ、食分化、その他色々な分野、あるいは、分野横断的なことについて、情報発信、海外展開、インバウンド振興のそれぞれのフェーズで取り組みが行われています。

また、一番下にありますとおり、海外に向けた発信拠点なども整備をして、全体で進めているということですが、こういう中で、次の3ページですけれども、今年、これは平井前大臣のもとで、クールジャパンは日本人がどう思っているかではなくて、外国人が格好いいと思う日本の魅力ということなので、外国人目線をもっと入れようということ、外国人の方だけから成る懇談会を作るなど、色々な場で、主に外国人の意見を聴くことを進めて、これまでの成果について一定の評価はあるわけですけれども、環境がだんだん変化している中で、色々な課題が出てきている。関係者間の連携が不足しているとか、外国人視点が足りないとか、日本の魅力についても深掘りとか知識の蓄積が不足している。また、いいものがあっても、効果的な発信ができていない。そして、内閣府の司令塔機能が弱いと、こういった指摘がありまして、そういうことに基づいて、今回の「クールジャパン戦略」をまとめたものであります。

「クールジャパン戦略」のポイントを一枚で示すと、次の4ページになります。一番上に書いてあります世界の共感を得て、日本のブランド力を高め、海外にいる日本ファンをふやし、日本のソフトパワーを強化するという、これが「クールジャパン戦略」の目的であるということ、まずちゃんと共有をした上で、日本ファンの戦略的な獲得やマーケッ

トインや、それから、外国人とコラボをする、そして、日本の魅力の幅広さと奥の深さをさらに追求する。そして、関係者のネットワークを強化するというようなことが、今回の戦略のポイントでございます。

具体的な施策の方向性として、下に書いてある5点を挙げているのですが、それについて、次のページ以降で、若干補足をいたします。

1点目は、政府あるいは関係機関の各省庁の連携というところをより強くして、政府一丸となって取り組む。まさに、この会議、あるいは、今後予定しております大臣ヘッダの戦略会議は、この趣旨で今回新しく設置をすることにしたものであります。

2点目が、縦方向（個別分野、個別地域）の取り組みをさらに深掘りをする。そのとき、地方創生も非常に重要な視点でありますし、その具体的な個別の分野で言うと、次の6ページに、楕円形の図がありますが、日本の魅力ということになると、精神的なものから物質的なもの、あるいは、神話からポップなものまで、非常に幅広い要素がありますけれども、こういったものを、この間口の広さ、幅の広さを維持しながら、それぞれの魅力をより深く追求して、それをわかりやすいストーリーでつないで伝えるというようなこと、あるいは、デジタル時代に対応した発信方法を工夫する、AIによる魅力の分析を行うというようなことが重要ではないかというのが2点目であります。

3点目が、これは、官民あるいは民民の分野を超えた幅広い連携の強化が必要だということで、緩やかなネットワークを構築する必要があるって、そういったネットワークのハブになるような、中核的な機能を担う民間の組織が必要だということを述べております。

4点目が、日本ファンを効果的に増やす取り組みですけれども、8ページ目でございます。当然、在外公館などの在外のネットワークを活用することが重要であります。特に、右の絵にあります2番目の層、日本に対する一定の関心がある層の中から、さらに、一番上の日本ファンというか日本ラバーと言ったほうがいいかもしれませんが、深く日本のことを理解し、愛好するような外国人を増やしていくというところにかなりフォーカスを置くべきではないかということで、そのためにはカスタマイズされた情報を発信することが必要だということ。

それから、下にありますような、外国人の長期滞在を促すような取り組みも必要ではないかということでございます。

最後、5点目が最後のページですけれども、知的財産の保護・活用の仕組みについてもクールジャパンを後押しするためのいろいろな制度の改善を講じていく必要があるというようなことが、今回の「クールジャパン戦略」のポイントでございます。

それでは、この会議あるいは戦略会議で、今後、どういうふうに進めていくのか。その趣旨は何かということについて、お手元の資料の後ろのほうですが、資料4、資料5、資料6が、それぞれ一枚ずつついておりますので、ご覧いただければと思います。

資料4でございますが、スケジュール表になっているものでございます。まず、今、フェーズ1、10月のところですが、既に、この会議に先立って、一部の省庁の皆さん

には、知財事務局のスタッフが参上して、いろいろ意見交換を始めさせていただいておりますが、それぞれの関係府省といろいろなクールジャパン戦略というもとでの協力の可能性などについて、事務的な対応は既に始めさせていただいて、今後、進めていきたいと。

今日、この後御説明するように、まずは、各省の施策あるいは予算で、クールジャパン戦略に関わるようなものとしてどういうものがあるかというのをリストアップしていただきたいと思っております。これがフェーズの1。

フェーズの2としては、年末にかけて、先ほど申し上げた5つの政策の方向性がありますが、それと、各省が実際に取り組んでいる施策との紐づけ、あるいは、その色づけというのを行ってまいりたいと思っております。

予算がとりまとまりまして、年が明けた1月ごろにこの幹事会の2回目を開催して、各省庁の施策のとりまとめ結果を共有するとともに、そこにある種メリハリをつけていく、今後取り組むべきポイントを明らかにしていくような議論をしたいと思っております。

フェーズ3とありますが、その後、春にかけて、これは、毎年、知的財産基本法に基づいて、知的財産推進計画を知的財産戦略本部において作っておりますが、その中にクールジャパン戦略の実行計画のようなものを盛り込んでいきたいと思っておりますので、その内容を、また、各省の皆さんとも調整をさせていただきたい。

それがある程度目鼻がついてきたところで、戦略会議を4月から5月に開いて、知的財産推進計画の本部決定につなげていくというような大きな流れを考えています。

その間、随時、その下にありますけれども、平副大臣にも加わっていただいて、テーマごとに関係省庁と個別の議論をさせていただきたいと思っておりますし、また、知財本部の下には私どもの有識者会議がございます。構想委員会といいますけれども、これは再来週を皮切りに毎月開催をいたしますが、そのもとで、Creat Japan WGがございまして、ここで、クールジャパンに関わる民間有識者、アカデミアも含めた有識者の方たちのワーキンググループがございまして、ここでも必要に応じ各省の皆様にも御協力をいただくことがあろうかと思っております。

非常にざっくりですが、この向こう1年弱ぐらいの大きなスケジュール感はそういったこととございます。その中でこの会議も回していきたいと。

その後の資料5と6でございしますが、改めて、事務的により詳細なお願いをすることになりますけれども、先ほど申し上げた各省の関連施策のリストアップということで、今、一応イメージとしては資料5の、これは参考で、うちの知財事務局自身がやっている施策を例に書いておりますけれども、こういった施策の概要とその予算措置があるものについては、予算措置の概要。それから、クールジャパン戦略のどの部分と特に関係が深いかというようなところを整理したものを各省でそれぞれ整理をさせていただいて、これについては、単に、発注して書いてくださいということではなくて、これも、個別に、我々と皆さんとの間でよく対話をしながら、どういうものがここに位置づけられていくべきかということを相談させていただきながらやりたいと思っております。

主なカテゴリーは、繰り返しになりますが、資料6、こういったさまざまな分野が、主立った分野として考えられるということですが、平副大臣の御挨拶にもありましたように、特に、こうやって皆さんにお集まりをいただいて、政府一丸というか省庁連携で進めていくということは、ある意味、各省だけで完結するものよりは、むしろ、各省の施策だけれども、他省庁あるいは色々な機関あるいは民間との連携によってすごく効果が上がるというようなものに特にフォーカスを当てて、そこについてこうやってクールジャパン戦略を政府で決めて、省庁連携を強めることで、こんな成功事例が出ましたというようなベストプラクティスというお話がありました。そういうものを1つでも2つでも出していくことを大きな目標にしたい。

あわせて、先ほど申し上げたように、来年の夏に作る知財計画の中に、クールジャパン戦略の実行計画をまとめたと思っておりますので、それを目指してこの会議を進めていければと思っております。親会議である戦略会議は、来週24日に予定をさせていただいております。

私からは、以上でございます。

○渡邊内閣府知財事務局次長 続きまして、平副大臣から、特に重要な事項につきまして、御発言をお願いしたいと思います。

○平クールジャパン戦略担当副大臣

経緯と政策については、今、三又局長から説明があったとおりですが、ちょっと私の問題意識を共有させていただければと思えます。

まず、これは安倍政権が発足して、稲田朋美大臣のもとでクールジャパン戦略が始まったと思うのですが、その後、山口大臣のもとで、私、副大臣でして。そのときに、「クールジャパンは成長戦略だ」という整理を私のほうでさせていただきました。というのも、クールジャパンは非常に多岐にわたるし、100人いたら100通りの関心事項があるので、そうではなくて、AとBを掛け合わせて新たな付加価値を生み出すとか、今までは、伝統文化、国内しか見てなかったけれども、海外で再評価されることで新たな価値が生まれたとか、そういうふうにならぬ新たな価値を生み出さないとサステイナブルではないので、だから成長戦略だという整理をさせていただきました。その際、民間の委員からも色々な議論をさせていただきましたし、各省庁の皆さんとも色々な議論をさせていただきました。

当時の山口大臣の関心事項は、日本酒の海外需要を伸ばせということで、これはある意味成功事例だったと思えますが、一方で、各省の会議を私がやっていて感じたのは、こういうテーマをやりましょうよと言ったときに、各省からの説明は、うちの省にはこういう政策がありますという説明に終わっていた。そこからほとんど一歩も出ないみたいなことがありましたので、そうではなくて、テーマごとで、皆さんが持っている政策を連携させることによって新たな付加価値をどうやって生めるのかとか、もしくは、皆さんの持っている政策に、こういうテーマでほかの省庁の政策を掛け合わせると、こんな生態系ができますよねとか、こんな新たな付加価値を生み出せますよねというのも、皆さんの所管を超

えて、自分のところの守備範囲とほかのところの政策を掛け合わせるとこんなことができますよねということも加えて、提案をしていただきたいと思います。

そんな中で、特に私が重要だと思っているのは、クールジャパンの成功事例は何ですかと予算委員会で聞かれたときに、これです、これとこれですと、なかなか我々としては思いつかないというところがあります。例えば、インバウンドの人数はこれだけ増えましたよと言っても、これは、政策をわかっている人から見たら、それ、金融緩和で円安になっているからだろうと、ビザを緩和したからだろうと言われる。クールジャパンも効いていると思うけれども、それが本当に成功事例と言い切れるのか。もしくは、役所の側の説明で出てくる成功事例は、実は我々の政策をやっていなくても、そもそも成功事例になっていたみたいなこともよくありがちなので、我々としては重要なのは、政府の持っている、各省の持っているあらゆる政策を総動員する。

さらには、様々な機能、例えばJETROもあるかもしれないし、クールジャパン機構もあるかもしれないし、そういったものをフル活用する。さらに言うと、ファシリティも、例えば在外公館とか、ジャパン・ハウスを活用する。ジャパン・ハウスも、私は、サンパウロとロスに行きました。ロンドンも行きたいと思いますけれども、本当に一等地にあって、それなりの雰囲気を持った施設になっているわけですから、そういうものも総動員する。テーマごとに政府の施策もしくは機能もしくはファシリティを総動員した結果、これがこのテーマでクールジャパンの成功事例ですと、我々が胸を張って言い切れるものをできるのかできないのかということが問われているのだらうと思います。

ここは重要で、もう6年やってきて、ここがもし成功できなければ、ちょっとクールジャパンという政策をそもそも国がやるのかといった根本的なところが問われると思いますので、ぜひ、皆さんに知恵を出していただきたいと思います。

最後に、クールジャパン機構については、予算委員会でもかなり厳しい指摘がありました。これは、クールジャパン機構は、そもそもすごい難しいファンドなのです。ただでさえファンドをちゃんと回すことですら大変なのに、そこへクールジャパンというテイストをちゃんと加味してやりなさいということになっているわけですよね。さらに言えば、当初のクールジャパンはどちらかというと伝統文化もあったけれども、サブカルチャーみたいなことをフォーカスされていた時期もありました。サブカルチャーは基本的に反権力とかアンチ権力のところから出てくるので、それを国家権力がクールジャパンだと言った瞬間に、サブカルは墮落するのですよ。

そういうかなり本質的な矛盾も抱えながらクールジャパン機構をやっているのだけど、一方で、官民連携プラットフォームとかこれからいろいろ出てきますけれども、そこでの知見は活用をしていただきたいと思います。決して、クールジャパン機構が出てきて発言をしたから、その事業に投資をしなければいけないということではなくて、投資をするかどうかは、まさに、投資に見合うかどうかの判断をしてもらえればいいのだけど、官民連携プラットフォームで出た話題が、投資に値する事業までブラッシュアップをしなければい

けないので、それは投資をする機能として、建設的な、さらには、厳しい意見を言っていただきたいと思います。みんなが意見を言って、何か楽しかったねとか、何かできそうだねというもやもやで終わることなく、しっかりとベストプラクティスを出していきたいと思っておりますので、ぜひ、皆さんの力をお借りしたいと思います。

最後、1つ言い忘れましたが、地方創生を、私、担当していたのですが、これからどうなるかわかりませんが、例えば、ニシキゴイが今、世界でものすごく評価されて、グランプリを取るやつは2億円の値段がつく。これが新潟県のある地域で非常に生産が集中している。例えば、こういうものの輸出と、あとインバウンドをとることによって外需をとっていくということと単価を上げることとあわせて、それをコアのコンテンツにして地域を活性化するというやり方もあると思いますし、例えば、その際に、外国のお客様がいっぱい来るけれども、地方の交通機関はほとんど機能しないのであれば、ライドシェアリングを入れるとか、民泊を入れるとかとなれば、今度、国家戦略特区を活用しようという話も出てくるかもしれませんし、さらには、ハード、ソフトのいろいろな手を打たなければいけないとなれば、地方創生の交付金、ハード、ソフトも活用するというやり方もあると思います。

ですから、繰り返しになりますが、政策ツールを総動員しよう。例えば、地方創生とか国家戦略特区とか総動員する。さらには、ファシリティもジャパン・ハウスを含め総動員する。クールジャパンファンドも含めて、機能も総動員をする。そして、テーマごとにベストプラクティスを生み出していく。さらには、オリンピックも万博もあるわけですから、そういったイベントも活用していくということで、成果を出す一年にしていきたいと思っておりますので、御協力をよろしく願いいたします。

○渡邊内閣府知財事務局次長

それでは、意見交換に移ります。ただいまの平副大臣の御発言及び三又事務局長からの説明に関しまして、御意見・御質問、各省庁のほうからよろしく願いしたいと思います。どなたからでも結構でございます。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 余り出そうもないので。

例えば外務省が、ジャパン・ハウスの展示の公募をしていると思うのです。そういうときに、クールジャパン部局の連携がちゃんとできているのかどうかとかですね。例えば、地方創生部局が地方創生をやってきたという中で、例えばクールジャパンを切り口にして、地方創生をやってきた事例があるのかどうか。あるとしたら、ちゃんとほかの省庁の政策とどういう連携をしたのかとか、そういうのがもしあれば。

○渡邊内閣府知財事務局次長 外務省の齊藤審議官お願いします。

○齊藤外務省大臣官房審議官 どうもありがとうございます。

まず、外務省としての取り組みについて簡単に御説明させていただきます。まさに御指摘のありました在外公館、それから、今日はオブザーバーとして参加してくれている国際交流基金の海外事務所、それから、ジャパン・ハウス3カ所を拠点に、伝統文化からポ

ップカルチャー、和食、日本酒に至るまで、日本の多様な魅力を世界各地で発信しているところがございます。また、人的な交流でも、招聘・派遣、人的交流事業を通じて、対日理解の促進に貢献しているところがございます。

今後、関係者、関係省庁との連携強化に努めて、外務省が持っている、この資料にもありましたけれども、人的なネットワークや発信力を生かして、新たなクールジャパン戦略の推進に協力していきたいと思っております。

その中で、今、御指摘のありましたジャパン・ハウスでございますが、サンパウロ、ロンドン、ロサンゼルスとの3拠点全てにおいて、クールジャパンの関係機関と連携して、日本の魅力を発信してきております。どういうことかと申し上げますと、「ジャパン・ハウス関係府省庁連絡調整会議」を開催して、ここにいらっしゃる多くの方々、多くの関係省庁にも参加していただいて、情報共有して、どういったことが実施できるかということを検討しながら進めております。

ジャパン・ハウスで何を取り扱うのかということについては、公募をしております。具体的には、まさに来年の展示に向けて、11月締め切りで公募をしております。公募に際しては、伝統文化から先端技術、ポップカルチャー等幅広いところから企画提案を受けられるように、ここにいらっしゃる皆さんも含めた関係者、関係省庁との連携・連絡を行って、コンテンツホルダーの発掘や公募広報に努めているところがございます。

直近の例としては、これは公募ではなかったのですが、今年の4月から5月にかけて、ロンドンのジャパン・ハウスにおいて、クールジャパン機構が出資するファッションブランド「45R」というブランドが、たまたま近くにもともとお店を構えていたのですけれども、それが建物の事情で一時的に閉鎖を余儀なくされたので、ジャパン・ハウスに話を持ち込まれたので、それでやりましょうということで、ポップアップストアを展開して、好評を博したと承知しております。

外務省としては、以上でございます。御指摘のように、ジャパン・ハウスの展示にあたっては、しっかりとした省庁間の枠組みをつくっておりますので、そこで議論を深めて、いいものを出していきたいと思っております。

○渡邊内閣府知財事務局次長 ありがとうございます。

それでは、平副大臣のほうから幾つか御指摘のあったところから御意見を伺いたいと思っておりますけれども、地方創生とクールジャパンということで、まち・しごと創生本部のほうからお願いします。

○田川内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局次長 まち・ひと・しごと創生本部事務局の田川でございます。

私も知財事務局に以前おまして、副大臣の御指導をいただきながらクールジャパンを進めたところございまして、クールジャパンは非常に重要な施策だと思っております。

地方創生の関係で言いますと、地方創生の枠の中でも、例えば、地域資源とか、伝統工芸品とか、あるいは、場合によっては、サブカル系のそういう地域資源。この地域資源を

自治体が中心になる枠組みではありますけれども、その交付金を活用してプロジェクトを進めたいというものについては、相当数と言っていいと思います、色々なケースがあります。

例えば、今年度（31年度）の地方創生交付金の事例はどんなのがあるのかなということ、ざっと見たところでも、中心になるのは農産品とインバウンドを一緒に進めるとか、あるいは、観光ですね。例えば、三重県の伊賀市だと、忍者といったものをうまく使いながらやっていきたいというようなものもあります。そういったいろいろな個別の施策といたしますか、地方創生交付金を使っていろいろな取り組んでいるケースはあり、それは私どもとしてもしっかり応援をしていきたいと思っております。

その中でどういうのが成功事例としてあるのかといいますと、もう少し時間のかかる、どちらかという立ち上がりを支援しているということもあって、少し個別に、色々な現状どうかというところをきちんと調べなければいけないところもあるかと思いますが、そういう中で色々な地方創生の文脈の中でも、クールジャパンをうまく取り入れている地域を応援していこうということでは、私どもは、引き続き、やっていきたいと思っております。

以上でございます。

○渡邊内閣府知財事務局次長 ありがとうございます。

特区の関係でよろしくお願ひいたします。

○山本内閣府地方創生推進事務局参事官 特区の話がございました。国家戦略特区制度につきましては、「クールジャパン・インバウンド人材の受入れの促進」という事項を、現在、盛り込んでいるところでございます。

具体的には、外国人の在留資格について2つ。1つ目が、外国人の活動が、いわゆる「技術・人文知識・国際業務」または「技能」に該当するかどうか。2つ目は、それが認められた場合に、現行の上陸許可基準で求められる学歴や実務経験等の知識・技能の水準を、国内外の資格・試験や、受賞歴で代替できるかどうか。こういったことを特区の区域会議というのがございまして、自治体と内閣府と、事業者の方の三者で話し合う会議ですけれども、ここで協議・検討をして、必要に応じて、上陸許可基準の対象とする枠組みを設ける制度をつくっております。

こうした制度について、具体的な事業としていくつかの御提案をいただいているところでございますけれども、クールジャパンを非常に推進するものだと考えておりますし、今現在、関係省庁、自治体と協議をさせていただいております。

まさに特区につきましては、我々だけではできませんので、各省庁あるいは自治体、民間の方々との協力が必要な事業となってまいります。クールジャパンに資するように、引き続き、御協力をよろしくお願ひしたいと思います。

以上です。

○渡邊内閣府知財事務局次長 ありがとうございます。

それでは、クールジャパン機構の関係で、経産省のほうからよろしくをお願いします。

○島田経済産業省（商務・サービス担当）審議官 経済産業省でございます。一昨日の予算委員会、いろいろと御指摘をいただきまして、我々もしっかりと頑張らなければいけないと、改めて、思っておるところでございます。

先ほど来、副大臣からもいろいろ御指摘いただきましたけれども、例えば、今は関係省庁との連携ということで申しますと、1つには、例えば、テイストメイドという会社にクールジャパン機構は出資をしてございます。これはアメリカを中心に、日本のクックパッドのような、料理のつくり方を、クックパッドだと、普通に家のキッチンみたいなところで撮影しているのですが、それを非常に格好いい場所で格好よく調理をするというのを、ちょっと早送りで3～5分ぐらいの動画にして、配信をしている事業者でありまして。今、アメリカを中心に1カ月に25億回の再生回数といったようなものを稼いでいる方々であります。

こういった会社に出資をいたしまして、今、日本法人にもアメリカ人の社長が来てやっておりますが、例えば、最近、伊勢市役所と連携をしまして、伊勢市の魅力を数分間の動画にまとめて、今、配信を始めていただいたりしております。こういう地域に埋もれたいろいろなおいしい食べ物を発信するというのについては、自治体の方は非常に反応がいいなと思っております。全国の自治体と何とか連携したいなということで、今、幾つかのところには声をかけ始めているというようなことをやっております。

それ以外も、例えば、中国でワインの卸売をしている会社に出資しているのですが、そこで、何とか日本酒をそのルートに載せたいなと思っております。これはまさに国税庁さんともいろいろ御相談をしながら、日本酒を何とか中国のワイン販売ルートに載せていこうかなというようなことも取り組んだりはしております。ようやく関係省庁との連携というのがちょっとずつ動き始めているのかなと思っております。

残念ながら、累積損失が、投資を中心にやっているフェーズでございますので、まだちょっと回収期に入っていないというところはございますけれども、まさに、今、御指摘のあったようなことにもしっかりと取り組んで、回収期にしっかりと回収できるように頑張っていきたいと思っております。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 今、そういう事例を挙げていただいたのですけれども、例えば、ジャパン・ハウスでそういう展示をしました。その後に、その展示がきっかけになって、さっきの事例は現地でしょうけれども、例えば、日本の企業がジャパン・ハウスの展示に応募して、それがきっかけでヨーロッパとかイギリスとかその地域のマーケットに出ようといったときに、JETROがそれなりの役割を果たし、どこかの場面でクールジャパン機構が出資をしてみたいな、そういう絵が欲しいのですよね。

クールジャパン機構は、例えば、ラーメン屋さんに出資をしていましたけれども、いいと思うのですよね。例えば、ラーメン屋さんの個人経営が海外へ行って、あれは成功事例

だと思えますけれども、では、現地の労務、本当に適法にできるのかとか、原材料をその地域のレギュレーションにちゃんと合わせて入れられるのか。一軒のラーメン屋さんではなかなか厳しいところを、クールジャパンファンドがお金を出して、JETROも協力をして、それが標準化のプラットフォームになって、個人経営の店でも、ニューヨークに出せる、香港に出せるとかですね。今言ったテイストメイドも、自治体の食いつきがいいと。そうしたら、それをやることによって、こういう地域にフックがかかって、その地域からのインバウンドがこんなにふえたみたいな定量的な評価ができるとか、何かそういう連携と時系列でみんなが加わってくるみたいな成功事例が欲しいと思うのです、イメージ的には。何かコメントはありますか。

○島田経済産業省（商務・サービス担当）審議官 まさに、その成功事例を何とか作りたいたいと思っております。

JETROとも実は業務提携の協定は結んでおりますし、また、例えば、クールジャパン機構は、海外の放送局にも出資をしております。東南アジアの放送局とかですね。そういったところに日本の番組コンテンツをいかにうまく持っていくのかと。

このときに非常に大変なのは、権利関係の整理とかですが、東南アジアの放送局で何とか日本の番組を、それも日本の自然を紹介するとか、あるいは、日本の伝統文化を紹介するとか、そういった放送をまずは流してもらうというふうなことにもこれから取り組んでおりますので、まさに、今、副大臣がおっしゃるような、ノウハウをいかにうまく組み合わせるかということに努力しなければならないと思っております。

○渡邊内閣府知財事務局次長 では、総務省お願いします。

○吉田総務省情報流通行政局長 総務省でございます。クールジャパンの関係で総務省は、放送コンテンツの海外展開を中心に取り組んでおります。海外の放送事業者等と連携しながら、日本の放送コンテンツを制作し、そのコンテンツを海外のチャンネルで流してもらうことによって、日本の魅力を海外に発信するものであります。それによって、例えば訪日外国人観光客を呼び込むことでインバウンドを促進し、同時に関係する様々な産業と連携し、番組を制作することによって、日本の製品の販路を拡大し、アウトバウンドを促進するものでもあります。平副大臣がおっしゃいましたように、日本の成長につながるような形で取り組んでいただきたいということで、ここ数年進めて参りました。

これに関しては、放送に関係する事業者の方々に構成されている一般社団法人 放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）があり、規制改革会議の議長を務めていらっしゃる住友商事の岡素之特別顧問を理事長として、熱心に取り組んでいただいております。

日本には、全国に放送事業者があるのですが、地方の放送局が自分の地域の魅力を発信しようという意識を持ち、取り組むということがポジティブな点です。

また関係各省と横連携しながら取り組むよう常々言われており、経済産業省、外務省等と色々な面で連携しております。例えば、大使会議の場において、放送コンテンツの海外展開について岡理事長から講演する機会をいただき、また、毎年カンヌで開催されている

世界最大の番組見本市の中で日本がイベントを主催した際、国税庁と農林水産省と連携し、日本産酒類や日本食の輸出促進に向けPRを実施する等にも取り組んでまいりました。

引き続き、各省の皆様の御協力をお願いしたいと思います。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 BEAJの事業は評価しています。本予算に入っているのですか、補正予算ですか。

○吉田総務省情報流通局長 これまでは、当初予算と補正予算で実施しております。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 よく事業者の人から、「補正予算では継続性が見えない」という意見もある反面、「コンテンツが、どこかで放送から思い切り通信に切りかわってしまうのではないの。」と。ですから、そういう大局観とか、あと、通信の分野でコンテンツをやっているプラットフォームについてはどうなのですか。

○吉田総務省情報流通局長 総務省の事業では、放送事業者だけに限定して公募しているわけではありませんが、日本の場合は放送事業者にコンテンツ制作の様々なリソースが集中しており、総務省事業においても放送事業者が中心になっています。海外では、地上波のコンテンツとネットのコンテンツを分けているという国ばかりではなく、IPを中心に伝送している国がたくさんあります。ですから、海外展開に日本のコンテンツが広く行き渡ることが重要ですので、現地の事情に応じて、良いパートナーを見つけ、多くの方に日本のコンテンツが視聴していただけるように取り組んでまいりたいと思っております。

○渡邊内閣府知財事務局次長 外国人材の活用ということで、在留資格とクールジャパン人材をどう活かすかという観点で、出入国在留管理庁さん、何かコメントがありましたら、御発言をお願いしたいと思います。

○佐藤出入国在留管理庁審議官 ありがとうございます。入管庁でございます。

クールジャパンという観点のみならず、今、新たな在留資格の外国人を、多数受け入れようとしている状況でございます。その中でもクールジャパンに資するような外国人を受け入れることは極めて重要だと思っております。外国人を受け入れるための具体的なニーズを我々に示していただきまして、それを踏まえて関係省庁の皆様と少し御相談させていただいた上で、できる限り柔軟に受け入れられるように検討をしていきたいと思っております。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 クールジャパン人材の在留資格の緩和と、その後、例えば、日本食なり、日本の料理を勉強しに来た人が日本に残って、そういう飲食店に就職をして修業をするみたいなのは、大分できるようになってきたのですよね。

○佐藤出入国在留管理庁審議官 今、ちょうど検討を進めているところでありまして、そろそろ成果を得られるのではないかと考えておりますので、また、いずれかの機会に御報告をさせていただきたいと思っております。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 出入国在留管理庁の仕事とあわせて、例えば、世界的に日本食ブームですねと。でも、世界を見ると、例えば、韓国の日本っぽいファーストフードが席卷してしまっている中で、ちゃんと日本料理ができる人材が圧倒的に不足をし

ている。それで、海外から来た人がちゃんと日本食を勉強して、さらに、2～3年修業して、その人が日本でやってもいいし、そのスキルを持って海外に出て行って、本当に本物の日本食を世界に広げるといふ、そういう何かストーリーをしっかり持って、各省、ちょっと連携をしてやっていただきたいし、今、聞くところによると、外務省の調理をやっている方も、外国の人が研修をして行っているわけですね。だから、ほぼ、それと同じことで、ちゃんとしたクオリティーのものを出せるので、そういう絵を描いて、みんなで共有をして、そのためにどうするかということ、工程表を政策総動員してやりたいということです。

○渡邊内閣府知財事務局次長

今の関係で、農林水産省さん何か補足とかございましたら。

○池山農林水産省食料産業局審議官 まさに、今、入管庁のほうからお話がありましたが、日本に来ていただく、インバウンドだけでなく、外国人材についても日本の知識や経験、技術を身につけていただき、母国に戻って或いは海外で活躍していただくことにより、それを成長戦略である農水産品・食品の輸出につなげていくことは非常に重要なことだと思っております。また、日本の良質で安全な日本産食品を海外で積極的に使用する日本産食材サポーター店認定制度を、JETROと協力して進めさせていただいておりますので、こういった日本の非常にいいものを伝えていけるような形で、関係省庁とも協力していきたいと思っております。

○渡邊内閣府知財事務局次長 観光インバウンドの関係で、観光庁から何かございますか。

○高科観光庁国際観光部長 観光庁でございます。観光庁は個別のコンテンツを抱えているわけではないので、少し関わり方が違ってくると思いますが、大きく2つかなと思っております。1つは、日本の魅力の発信という点。もう一つが、日本のクールジャパンのコンテンツも含む観光資源の魅力の向上。そういった観点からいろいろな戦略を立ててやっているところでございます。

1点目の魅力発信という点につきましては、最近、SNS、そういったデジタル技術を活用して、デジタルマーケティングを推進することによって、この点につきましては、今日はオブザーバー参加をしていますけれども、JNTO、政府観光局の知見を総動員しまして、そうした形でプロモーションをして、魅力を発信していくということでやってございます。

もう一つが、外国人目線という言葉がありましたけれども、まさに、そういった目線でストーリーを持った多言語の解説を充実させて、それによって外国人がちゃんと理解できて、その魅力をわかってもらう。そういった取り組みを今やってございます。

この点につきましては、各省、例えば、文化財につきましては文化庁さんと連携し、国立公園につきましては、環境省さんと連携していますし、最近、食についても始めまして、これは農水省さんと連携しまして、そういった観光資源につきましては、順次、そういった形で整備をする。それによってより多くの外国の方々にもその魅力をまず認知していただいて、我々の場合は来ていただくというのがありますけれども、来ていただいて、それで、

触れていただいて、それによって日本のファンが増加する。そういった形でクールジャパンに貢献していきたいと、そのように考えています。

○渡邊内閣府知財事務局次長

文化庁からも何かございましたら、発言をお願いいたします。

○今里文化庁次長 今の観光庁さんの話と真逆といいますか、我々はコンテンツを持っているわけなのです。コンテンツを持っていて、そのメディア芸術にしろ、漫画にしろ、あるいは、伝統文化にしろ、そういったものを発掘したり育てていく。その支援は主たる業務になるわけです。その中で、当然、例えば日本映画の魅力を海外に発信する事業は自前でも持っているのですが、今までのお話を聞きますと、それは全然足りないのだなということがよくわかります。

例えば、色々な場面があって、海外へ発信する機会、あるいは、それをやっていたところがあるわけで、今まで、全然連携してこなかったことはもちろんないわけですが、こういった場で、さらに、その連携を緊密にして、我々の持っている、磨き上げているコンテンツをどんどん機能的に出せるように、さらに進めていきたいと思います。

○三又内閣府知財事務局長 ありがとうございます。

特に、今日中心的な話題になった、各省庁の連携あるいは関係機関、自治体などを含めた連携を、既にいろいろ行われている事例の御紹介はありましたけれども、さらに、そういった機会をふやす。さらには、新しい連携を模索していくための手段として、こういうフェース・ツー・フェースも重要ですけども、今、私どものほうで、例えばメーリングリストなどを活用しながら、そういう情報プラットフォーム的なものをつくりたいと思っておりますので、それは、また、事務的にもちょっと詰めて、改めて、御協力をお願いしたいと思いますけれども、ぜひ、情報プラットフォームのコンテンツを積極的にどしどしお出しただければ、例えば、今日のジャパン・ハウスの公募であるとか、クールジャパン機構が出資している案件の中でいろいろな連携先を探しているとか、そういったものをどんどん載せていただければと思いますので、それについても、また、御協力をお願いしたいと思います。

○渡邊内閣府知財事務局次長

最後に、副大臣からお願いします。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 環境省で「国立公園満喫プロジェクト」があるじゃないですか。私も、環境委員会で委員長をやっていて携わりましたけれども、例えば、「国立公園満喫プロジェクト」というもので、それを魅力化するときに、公園を囲んで複数の自治体がいるわけですね。それを地方創生部局としっかり連携をして、その国立公園を磁石にして人を呼び込んで、それに対応できるようなハードとソフトを地方創生交付金でやるとか、あと、公共交通とか、さっきの宿がなければ、それは特区を使って民泊をやるとか、ライドシェアリングでやるとかということで、そのコンテンツの魅力と受け入れたときのちゃんとお金が落ちる受け皿を、政策を総動員でやってもらいたいという、そうい

うイメージですが、何かコメントがあれば。

○中島環境省自然環境局室長 ありがとうございます。

まさに御指摘のとおりで、文化庁さんと同じく、私ども環境省もインバウンドの呼び込みということで、現在、28年度から「国立公園満喫プロジェクト」ということで、国立公園、日本の豊かなすばらしい自然、そして、その自然に培われた人々の生活とか文化の魅力を発信するというので、特に観光庁さんには非常にお世話になって、取り組んでおりますけれども、まさに、環境省だけの施策、国立公園という魅力あるコンテンツをキーにしつつ、呼び込むためには様々な各省さんとの取り組みが必要になってきています。

自治体さんのほうでは、国立公園というキーワードも使いながら、地方創生交付金とか、様々な関係省庁の交付金なり施策を、使えるものはどんどん使いながらやっていくということで、現在、重点的に8公園で取り組みを進めていて、現在、横展開をしておりますけれども、地域で、各協議会をつくって、各省の出先機関とか、当然ながらその市町村、自治体の首長の方にも入っていただいて、使える施策、ツールを総動員しながらやっていくということで取り組みをしておりますので、引き続き、各省庁の方々にもお世話になると思いますが、どうぞよろしくお願ひいたします。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 今、言ったように、持っている政策とかツールとか、これから来るイベントとか、フル活用して何ができるかというのを、皆さんの守備範囲を超えてアイデアを出してもらいたいということ。

それがその先にどういうところまでつながっていくのかという、展望する力というか、そういうものを持って、成長戦略だけじゃないというふうな整理にしましたけれども、やっているここで儲からなくてもいいですけども、どこかで儲かるとか、どこかでこんなに金がかかるのがこんなにお金かからなくなったねとかそういうのがないと、税金を使ってやる意味もないのですので、ぜひ、皆でそういうアイデアを出し合って、ベストプラクティスを出せる一年にしたいと思っておりますので、よろしく御協力のほどをお願いいたします。

○渡邊内閣府知財事務局次長

今日は、貴重な御意見をいただきまして、誠にありがとうございます。

以上をもちまして、第1回「クールジャパン戦略会議幹事会」を終了いたします。

また、来週、「クールジャパン戦略会議」が24日にごじますし、幹事会におきましても、こういう形で、平副大臣のもとで、個別のテーマごとに、また、議論をさせていただきたいと思っております。改めて、事務局のほうから御連絡させていただきます。

今日は、どうもありがとうございました。