

住田内閣府知財事務局長 それでは、委員の皆様、おそろいになりましたので、ただいまより「クールジャパン人材育成検討会」を開催させていただきます。明けましておめでとうございます。

本日は、お忙しい中をお集まりいただきまして、ありがとうございます。

司会を務めさせていただきます内閣府知的財産戦略推進事務局長の住田でございます。よろしく願いいたします。

本日は、あかま二郎内閣府副大臣に御出席をいただいております。

開会に当たりまして、まず、あかま副大臣から御挨拶を頂戴いたします。あかま副大臣、よろしく願いいたします。

あかまクールジャパン戦略担当副大臣 皆様、改めておめでとうございます。

クールジャパン戦略担当副大臣のあかまでございます。

きょうはお忙しい中、御出席を賜りまして、誠にありがとうございます。

御案内のとおり、本検討会でございますけれども、ファシリテーターのATカーニー梅澤様を初め委員の皆様方には、8カ月前でございますが、5月に第1次の取りまとめをしていただきました。この間、取りまとめの方向性に沿って各省取り組みを進めたものと理解しております。きょうは、その実施状況を報告いただきたいと思います。

特に活発な御議論をいただきました専門職大学等における教育制度など、大きく進展したテーマも多いところ、今後に期待をいただきたいと思います。

あわせて、社会情勢やこれまでの施策展開状況も踏まえ、外国人材や地域プロデュース人材などについては、産官学の有識者の方々からの現状や課題を伺って、さらに議論を深めてまいりたいと思っております。

クールジャパンを支える人材でございますけれども、この制度面、社会面など、多角的に整えていく必要があると思っておりますので、ぜひ少子高齢化社会の中で、我が国経済の成長基盤を強固にしていく、そういった意味でも重要でございますので、活発な御議論をお願いします。

今後でございますけれども、3月の最終取りまとめにつなげてまいりたいと思っておりますので、活発な御議論をよろしく願いをし、冒頭の挨拶とさせていただきます。どうぞよろしく願いいたします。

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。

カメラ撮りの方はここまでということにさせていただきます。

(カメラ撮り終了)

住田内閣府知財事務局長 本日は、検討会委員のうち、慶應義塾大学大学院教授の中村様、東京藝術大学大学院教授の長谷川様、日本商工会議所の早川様が御欠席となっております。

また、クールジャパン機構代表取締役社長の太田様の代理といたしまして、クールジャ

パン機構、佐伯様に御出席をいただいております。

それでは、本日の配付資料の確認をさせていただきます。

滝本内閣府知財事務局補佐 知財事務局で参事官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。

配付資料について、確認いたします。

配付資料ですが、まず議事次第、出席者一覧、座席表のほか、資料が1～13まで、あと一番後ろに参考資料として5月の第1次取りまとめの概要をつけさせていただいております。もし資料に不足がある場合は、事務局にお伝えいただければと思います。

また、資料1について簡単に説明します。

検討会の設置紙の改訂になります。委員の皆様の肩書の改訂などを行っておりますので、御確認ください。

また、資料13の地方創生事務局提出資料については、本日、説明はありませんが、参考として配付いたします。

ここからは御留意点ですが、本日、発表者が多いため、時間の都合上、各府省庁、議事次第で言いますと3番のところについては5分以内で、議事次第の4番、民間の皆様については10分以内での発表をお願いします。残り1分の時点でベルを1回、時間になりましたらベルを2回鳴らしますので、発表時間の目安としていただければと思います。御協力、よろしく申し上げます。

住田内閣府知財事務局長 人材育成検討会につきましては、今回議論いただいた内容などを踏まえまして、3月に開催を予定しております次回の検討会において、最終取りまとめを行いたいと思いますので、活発な御議論をお願いしたいと思います。

ここからは、前回と同様に梅澤様にファシリテーターをお願いして進めさせていただきます。

梅澤様、よろしくお願いいたします。

梅澤委員 よろしくお願いいたします。

それでは、早速ですが、第1次取りまとめのフォローアップ等について、知財事務局からということで、北神さん、よろしく申し上げます。

北神内閣府知財事務局企画官 クールジャパン担当の企画官の北神でございます。

資料2と3について御説明させていただきます。

資料2のA3の紙でございますけれども、中間取りまとめでまとめたいただきました施策の進捗状況、各省のものを取りまとめたものでございます。時間の関係もでございますので、特に御議論が多かった点を中心に言及させていただきます。

6つの人材像ごとになっておりますが、まずプロデュース人材ということで、専門スキルとビジネススキルをあわせ持つ人材でございますが、の専門職大学等、特に実務家教員の効果的参画等ですけれども、こちらについて御議論いただきましたが、9月に文科省で専門職大学等の設置基準等を通じ、後ほど詳しく御説明あると思いますが、実現してい

ると考えております。

のところ、こちらは業界団体等でミドルキャリアによるプロデュース人材の育成。こちらも御議論いただきましたが、右のほうにございますとおり、7つの大学で記載のとおり、各種、取り組みをいただいているものと考えております。

2の高度経営人材でございますが、こちらはクールジャパン関連産業を牽引できるようなトップ人材ということです。は分野特化型のMBAコースの設置ということで、こちらは右にありますとおり、観光MBAの開学に向けた取り組み等について、各省庁が取り組んでいるところでございます。

1ページおめくりいただきまして、次に の国内教育機関と海外のトップ教育機関等の連携促進ですけれども、こちら例えば右にあるように、京都大学とコーネル大学、これは観光分野とか、あと中村学園大学と食分野で有名なアメリカのCIA、カリナリー・インスティテュート、そういった提携を各経産省さんなどが後押ししている状況でございます。

の観光、食等の中間管理職向けの短期等の人材育成ということで、こちら取り組み状況の欄にございますように、例えば7つの観光については、学校について、大学について、社会人向け教育プログラムの開発を支援する等々の取り組みを進めているといったところでございます。

3の高度デザイン人材でございますけれども、こちらは意匠を超えて、狭義のデザインを超えて、計画から値づけ、販路まで全体についてデザインできる人材ということでございます。～ でございますが、高度デザイン人材の育成を目的とした教育カリキュラムの策定でございますとか、関連の教育機関同士の連携ネットワーク化、あるいは の海外トップスクールとの連携・提携ということで、こちらは経産省のほうで各種取り組みをそれぞれ進めている状況でございます。

次のページ、専門人材のところでございます。こちらは、いわゆるクリエイター、料理人、デザイナー等専門スキルを有する人材ということで、例えば の教育機関と関係団体がしっかり連携して、産業のニーズを酌んだ人材育成、こちらは文科省さんのほうで業界等の協力を得て教育課程の編成等を行う教育課程連携協議会というのを専門職大学院で設置することとしている。今後、それに向けた具体的な制度整備等を行っていくとしております。

にありますように、文化芸術を担う人材の高等学校、こちらは中高等も、大学以下の年齢層の教育も大事だという話もございましたが、そういうところの外部指導員の活用等も促進されているという状況です。

あとは の映画制作現場における学生の実習制度、これは文化庁で記載のとおり進んでおります。

ですけれども、同じく文化庁で、アニメーション分野における若手クリエイターの育成のための作品の制作を通じたOJTによる育成。これも引き続き行っている。あと文化庁関係ではメディア芸術祭で、発表の場という御議論もありましたが、 の文化交

流使事業、日本ブランド発信事業等も、今後も引き続き行っていくということでございます。

次のページでございますけれども、こちらはかなり報道などでも取り上げていただいておりますが、 から行きますと「高度人材ポイント制」ということで、特に高い実績を上げているような外国人の方が永住権を早く得られるとか、そういった制度。こちらは今、内閣府、我々と法務省などで引き続き調整しているというところです。

もコンテンツ分野などでなかなか就職期間が長くかかるので在留資格を満たす前に帰国せざるを得ないというところで、こちらは後ほど内閣府の次長から御説明しますが、現在、アンケート調査なども行って、今後の取り組みにつなげていこうということで取り組んでおります。

、こちら大きな話で、国家戦略特区内における入管法の特例を国家戦略特区法で認めるということで、一番最後の資料13に詳しくありますけれども、特例を認める基準と合わせて9月22日に施行されたところということで、早速9月に大阪府さんから提案が上がってきていて、既にワーキンググループにかかっているという状況でございます。こちらは美容とかそういった分野の外国人材受け入れ関係と伺っております。

ですけれども、こちらは後ほど御説明しますが、法務省さんからクールジャパン人材の在留資格について、わかりやすくまとめたガイドラインを策定するというような話もあります。

あとは進んだ分野ということで言うと、 ですけれども、京都市が総合特区制度を使って、郷土料理などで料理人はなかなか在留資格が厳しいのですが、働きながら研修もするというので、こちらがもともと議論いただいていたときには2年間、そういった枠組みで在留できるものを最大5年間認められることになっております。こちらもう一つ、ここには書いておりませんが、日本食についても同じような枠組みで、これは全国の制度で在留できる枠組みを農水省さんがつくっていますが、これも2年から5年に延長されるというようなことで成果が上がっているところでございます。

あと9番のクールジャパン機構も出資しているカドカワコンテンツアカデミーの海外におけるコンテンツ人材育成とか、食の関係の海外における料理人の育成、 は農水省、こういった取り組みも引き続き続けていくと伺っております。

次のページでございますけれども、地域プロデュース人材ということで、こちらは4つ施策がございますが、経産省では海外マーケットに知見を有するプロデュースチームと中小企業が連携して資源の磨き上げ等を行っていくということで、こちらは平成30年度においても事業者とプロデューサーの連携事業を行っていきます。

のところで、これは地域プロデュース人材を育成するモデルカリキュラムみたいなものをつくっていきましょうということでございますが、これは我々、内閣府知財事務局のほうで、今、幾つかの教育機関等で実際にモデルカリキュラム案をつくって、それを実証していくというような補正予算の要求も行っているところです。

ほかには、DMO的な手法で観光地経営をするための人材育成ですとか、 のアーティスト・イン・レジデンスの実施団体の支援事業、こういった取り組みも引き続き行っていくという状況でございます。

資料3のほうに移らせていただきたいと思います。

先ほども御説明しましたが、先ほど副大臣の御挨拶からもありましたように、きょう、外国人材のところを少し深く御議論いただきたいと思いますというお話もございましたけれども、こちらは、資料3の1ページ目は、外国人材の受け入れの基準として、この紙の3ページについているような、これは中間報告でまとめた業種別の在留資格の整理というのですが、それと法務省も事例集というような形で「『クールジャパン』に関わる分野において就労しようとする留学生等に係る在留資格の明確化等について」というようなガイドラインを策定されている。

あと2つ目の特区制度の活用というのが、これは入管制度の特例的なものが今、国家戦略特区と総合特区制度でそれぞれ先ほど御説明したように設けられているというところなんです。最近の整理がこのところで、外国人材の後ほど御説明いただきます入管制度以外にも留学生のマッチング相談窓口の設置でございますとか、企業内で外国人が円滑にしっかり働いていただけるような環境整備とか、そういったものも進んでいるということで、さらに長期滞在制度の充実とか、この紙は外国人材が長期滞在していくための施策として、地方自治体さんとか企業の方にぜひ参考にさせていただきたいということで、マッピングをさせていただいたものでございます。

次のページでございますが、こちらはその後もう少しいろいろ産官学からヒアリングをさせていただきまして、きょうの参考になるかということで、幾つか問題意識を伺ってきたところ、下の問題意識というところですけども、外国人と特に中小企業、地方企業などのマッチングの機会が少ないのではないかとか、入国管理法についても、下の2つぐらいを御説明しますと、在留資格制度について企業や学生に情報提供してもらえる制度が少ないのではないかとか、専門学校ですと専門性と企業の業務内容をかなり厳しく審査されるのではないかとといった声があったところでございます。

それと企業への定着等の課題で、ジョブ・ディスクリプションを外国人は求めるとか、やはり就業環境の違いというもので、せっかく日本に就業してもらっても外国人が離れてしまふとか、そういった問題意識もありましたので、後ほど御議論の際に、こういったヒアリングから得られた問題意識も参考にさせていただきたいと思います。

私からの御説明は以上でございます。

梅澤委員 ありがとうございます。

では、続きまして、まち・ひと・しごと創生本部、原田さん、よろしく申し上げます。ここから先は5分以内ということでよろしく申し上げます。

原田まち・ひと・しごと創生本部事務局参事官 内閣官房のまち・ひと・しごと創生本部事務局の参事官をしております、原田でございます。

本日はお時間いただきまして、誠にありがとうございます。

当事務局における、「地方創生人材を地方公共団体などにどのように提供するか」という取り組みにつきましてまず概括した上で、地方創生カレッジについて御説明させていただきたいと思えます。

地方創生人材と申しましても、地方創生のプレーヤーである地方公共団体の首長や、コア企業経営者の右腕になるような高度人材から、これから地方創生の人材プールの中に飛び込んできていただく例えば学生のような方々まで、幅広い対象があります。この右腕となるような方々とは、

知識習得というよりはOJTのような形で、現場で貢献しながら自らの能力も高めていただく一方、学生のようにこれから地方創生に入ってくる方々は、まずは基礎的な知識の習得が必要であり、我々の部署では、それぞれに合わせた複数の施策を取り揃えているところです。

プロフェッショナル人材事業や地方創生人材支援制度は、ある程度の能力のある人を地方に送り込む制度であり、本日御説明する地方創生カレッジは、基礎的な知識を多くの皆様に手軽に習得して頂くものです。

地方創生カレッジの詳細ですが、全国津々浦々、どこにいても地方創生の必要な知識を得ることができるeラーニングシステムです。一昨年、28年12月に開講しており、現在111講座が開講しています。

講座は、基盤編と専門編に分かれており、基盤編の方は、地方創生の現場でどんな条件が揃うとうまくいくとか、マーケティングや人口動態についてどのようにデータを分析すれば実態が把握できるとか、企業、組織のガバナンスやマネジメント、会計制度の説明など、基礎的なカリキュラムが用意されています。一方、専門編の方は、まちづくりや地域商社、また先ほど北神企画官からお話がありましたDMO、珍しいところではジビエビジネスとか、実践的なカリキュラムが用意されています。

受講状況ですが、職業別にみると、地方公共団体の方々のほか、地方のプレーヤーになる中小企業、中堅企業の方々に多く利用されています。また、最近増えてきているのは地域金融機関、地銀、信金、信組の方々です。カレッジ講座を内部の研修に使っていただいている例が増えています。また、公認会計士には、CPEという、毎年受講が義務づけられている研修制度があり、昨年、一部のカレッジ講座がこの研修の選択科目として採用されています。こうしたことがございまして、開講から11カ月で受講者数が1万人を超えたところです。

受講方法ですが、現在、無料で誰でも受講できます。カレッジポータルサイトにアクセスいただいで、ID・パスワードを取得すると、そのまますぐに受講できる形になっております。一つの講座は、10分ぐらいのユニットが、短いもので10個、多いもので20から30個で構成されています。また、講座の途中で理解度テストがあり、全て合格すると修了証が発行されます。

最後に、受講者の声でございますが、各方面から役に立ったという声が多数聞かれています。

手短になりましたが、私からは以上でございます。

梅澤委員 ありがとうございます。

では、引き続きまして、文部科学省、瀧本さん、よろしく申し上げます。

瀧本文部科学省審議官 文部科学省の高等教育担当の瀧本と申します。

お手元の資料の資料5をお開き願いたいと思います。

私のほうからは、文科省におきますクールジャパン人材育成に関する施策について、大きくは2つに分けて説明をさせていただきます。

1点目が2ページの専門職大学等の制度化についてでございます。

昨年、学校教育法の改正をして法律をつくり、関連の省令等の手当てをして制度化をしたものでございますけれども、左側の目的等の にございますとおり、深く専門の学芸を教授研究し、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。中ほど、大きな事例、縦に走っていますが、産業界等との連携によりまして、質の高い専門職業人を育成するための新たな大学制度を創設したというものであります。特徴は右側のオレンジ色の3つの柱にございますか、教育課程の編成において、産業界と連携をし、教育課程の連携協議会等の設置を義務づけた上で、教育課程の開発・開設をしていただく。

2つ目の教員のところですが、必要専任教員数のおおむね4割以上は実務家教員を配置する。そして、下の教育課程の履修においては、実習等によります授業科目、おおむね全体の3分の1以上、実習等で占めるということになりますけれども、こうした内容の専門職大学の制度化をしたところでございます。

以上ですが、現状、その後、どう進んだかというところについては、この資料の中には明記させていただいておりませんが、上の2行目にございますとおり、制度そのものは来年の春、31年4月に施行でございますので、現在、申請を受けたところでございます。全体で16の大学、短大が申請をしておりまして、担当の審議会において審査が始まっているというところでございます。

どこが最終的に審査を通るかとかわかりませんが、申請のあった中には、例えばということではありますが、ファッションビジネスであったり和食ビジネスであったり、あるいはデジタルエンターテインメントを学ぶような内容の教育課程を含む大学等も申請をされているところでございます。いずれにしましても、審査を経た上でございますが、質の高い専門的な職業人養成機関として確立していくよう制度の施行に万全を期してまいりたいと考えております。

3ページのところに、地域活性化に向けた主として地域人材という視点ですが、細かい柱立てで3点、事業を簡潔に紹介させていただきたいと思います。

4ページのところ、地（知）の拠点大学における地方創生推進事業（COC+）と呼んでいるものですが、中ほどの事業概要のところを書いてございますとおり、大学・公共団体・

企業等の各種機関が協働して、学生にとって魅力ある就職先を創出、さらに地域が求める人材を養成するような取り組みを支援するものでございます。

これは抽象的ですが、具体的にはもう一枚めくっていただくと、裏のページのところに例えばということですが、福井大学におきますCOC+における取り組みを紹介しています。内容のところにありますが、地域を志向する学生の育成あるいは学生の地元定着の促進を目指して、ご覧いただいているような取り組みを全県的に展開しています。

体制的には、中ほど下のところに実施体制とございますが、福井大学を中心としつつ、県内全ての大学が参加・協力し、自治体、企業等とも連携をしながらこうした取り組みを進めているものでございます。

6ページのところで、官民協働海外留学支援制度というのがあります。トビタテ！留学JAPANというものですが、これはご覧いただくと、中ほどの募集コースのところに幾つかありますが、その中でもきょう御紹介したいのは、地域人材コースというものです。その赤枠で囲ったところに、27年度から23の地域で地域の活性化に貢献するグローバルリーダー候補を育成するというものですが、これも7ページのところに具体の取り組みの例が出ております。それぞれの地域で、地域を担うような人材について海外での短期、長期の留学と現地国内でのインターンシップと組み合わせたような取り組みに奨学金をつけて支援している事業でございます。

最後、8ページのところで、各国立大学においても、例えば左上にある佐賀の芸術地域デザイン学部のように、それぞれの地域で地域性を生かした学びを進めるような学部展開をしているところでございます。

事例については9ページ、10ページのところにありますので、ご覧いただけたらと思います。

ありがとうございました。

梅澤委員 ありがとうございます。

引き続きまして、経済産業省、江崎さん、お願いします。

江崎経済産業省調整官 では、資料6に基づきまして御説明をさせていただきます。

ただいま文科省さんからお話がありましたように、やはり知識としては非常に重要でございます。ただ、その実際知識を生かす現場、その中で特に個別の事情、資源をいかにうまく使って魅力ある提案ができるかということについて、地域ストーリー作りということで26年からの取り組みを御紹介させていただきます。

1ページ目でございますように、まず上のほうをご覧いただきますと、各地域、それぞれに観光資源はあるのですが、私も実は4年ほど自治体におりまして、各単発勝負の提案は山ほど多いのですが、例えば私のいた岐阜ですと下呂温泉というのがあって、これは日本三名泉なのですが、連泊できないのです。1泊するとネタが終わってしまうので、連泊するとやることがない。それで何とかできないかということをやったのですが、そうしたものの取り組みは意外に少のうございます。

1 ページ目の右側にありますように、やはり観光消費が下がっている。これは1 回見たらもういいやということになってしまってもったいない。

そして、次のページにありますように、地域のストーリーを作ろう。そうした資源を実際に生かしていくことを考えようということで、右の仮説にありますように、もともとばらばらに、それぞれいいものがあるのですけれども、何か特定のストーリーを結び、さらにそれをキーとしてほかのターゲットにも広げていく。そうしたことによって、その空間を使う人にとって非常に魅力あるものにするということが目的でございました。

さらに3 ページ目をご覧くださいと、ただ、どうしてもこれは1 つストーリーを作って終わりということが非常に多うございますので、それがさらにブラッシュアップをして、ストーリーがさらにレベルアップしていくような、これは実は提供する側だけではなくて、実際にそこに参加された方の視点で、またさらにいいものにしていくということの取り組みということを始めましたものでございます。

実際、事業のイメージは、4 ページ目にありますように、26年からありました2 億円で平均1,000万なのでありますが、地域の方々が集まって魅力ある発信をするという取り組みをし、実際のプログラムを作っていました。

具体的なものが5 ページ目でございます、16件、採択をいたしました。これは全数が書いてありますけれども、実際にうまくいったもの、いかないものがございますが、実はうまくいかなかったことも非常にレッスンになりまして、幾つか御紹介しますが、上のほうにありますような北海道から始まる取り組み、うまくいけたところ、いけないところというのを簡単に御紹介させていただきます。

まず6 ページ目にありますように富良野。これは実は俳優の方々に地域を紹介していただくという形でエンターテインメント性を持たせる。そして、右上にありますように、ターゲットが誰なのだ。若い女性にとって魅力のあるストーリーは何かということで、それぞれ地域を劇場と見立てて提供するという取り組みをしたものでございます。

次のページは、今度は地域資源の活性化で、特に良縁を願う方に、おもしろいのは最初に悪縁を切る縁切りから始まって、そして、地域で楽しんだ後に縁結びをする。この中で、ウサギを3 つ見つけることができると良縁がある。3 つ目がほとんど見つからないというストーリーで、また魅力になり、おかげさまでこれはまさに『ゆく年くる年』で紹介されるような地域、縁結びということで発展をしているものでございます。

8 ページ目は何かというと、一過性で終わったのではないかという話があるのですが、おかげさまで、こうした実際に自転車を使ってロードレースをやるとか、これを地域の人たちがどのようにそのトレイルの整備をするのかを自ら学びに行き、さらに展開をするというのにうまくいったものでございます。実際には、それぞれ地域地域の特徴があるものですから、一般論でいけるところとさらに高めていくものと、物によりましては、日本人向けにやったのですけれども、意外に外国人に受けて、では、外国人のために次はどういうストーリーにするのかという議論も始まったものでございます。

逆に、8ページ目のところで、今後、いろいろなことをやっていくわけなのですけれども、実際、ここからマスタープランを作り、共有するものを横に展開していくのですが、やはり人材育成のためにはこういった現場を見るということです。そして、1つにまとめることの危険性というのがあります。例えば外国人と言ったときに、どの地域の外国の方かによってテストが違ふということ。一括りに外国人だと言ってやってしまうといかに危険かということもわかったりとか、あと意外に多いのは、地元の理解を十分得ないまま大きなストーリーだけ作って走ってしまって、結局うまくいかない。ストーリーはいいのですけれども、うまくいかないですとか、あとはさらにうまくいったのだけれども、それで満足しないでさらに掘り下げていく。常にリピーターにするためには同じストーリーだけではつまらないので、そうしたことをうまく深めることによって、こうしたプログラムが継続的に進む。そうしたことをまさに実践しているところでございます。

経産省からは以上です。

梅澤委員 ありがとうございます。

次はJETRO、松尾さんですね。よろしくお願いします。

松尾主査 日本貿易振興機構（JETRO）の松尾と申します。

本日は、クールジャパン関連産業に必要な人材像のうち、外国人材に関しまして、JETROの取り組みを紹介しようと思います。

JETROは、クールジャパンに限らずいろいろな分野で海外展開に取り組む企業への支援を行っていますが、その中で、近年、高度外国人材に関する支援あるいは事業というものを行っていますので、こちらの紹介をさせていただきます。

まず、JETROが事業を行っている背景あるいは理由になる部分のところを御紹介しておきたいと思います。

こちらがJETROが行ったアンケート調査の結果でございます。左側が日本企業の海外ビジネスの課題は何でしょうかと尋ねたところで、一番多い回答が「海外ビジネスを担う人材」で、年を追うごとにその回答の比率がふえております。

右側は、ご参考までに、日本に進出している外資系企業の方々にお尋ねした結果ですけれども、ここにおきましても対日投資の阻害要因は「人材確保の難しさ」と、多くの企業さんが答えてらっしゃいます。こういった中で、JETROとしては、課題を解決するためのお手伝いが何かできないかということで支援を行っているところです。

現在の支援の大きなものが新輸出大国コンソーシアムという枠組みでの支援でございます。まず、この枠組みを少し御説明申し上げさせていただきます。平成28年にこの枠組みができ、いろいろな支援機関と、いろいろな分野の専門家が協力しながら、中堅・中小企業の海外展開を支援しようという枠組みでございます。昨年の終わり、12月時点で、全国で1,108の支援機関が参加しているいろいろな支援を提供しております。また、その専門家の数は、やはり12月時点では474名でございます。

このサービスを利用している企業は、全国で6,788社でございます。これらの中堅・中

小企業さんに向けていろいろな機関のサービスを提供する、あるいは専門家の支援を提供するということをやっております。

次のページをご覧ください。いろいろな分野の専門家がおります。その1つが、この高度外国人材の活用という分野です。専門家をお願いしまして、ワークショップあるいは個別企業さんとの面談というのを行いながら支援しております。支援可能な分野としては、そのページの左のほう、採用の準備から採用活動、あるいは在留資格をどうするのか、そして、実際、育成/定着の上で何に気をつけていったらいいのか、あるいは社員さんが入った後の異文化マネジメント、ということについて助言をしております。

その次のページでございますが、国際化促進インターンシップというところも、私どもの取り組んでいる事業です。経済産業省様からの委託を受けた事業で、2012年から日本人を海外に派遣してグローバル人材を育成しようという事業に取り組んできました中で、今年度、新規で取り組んでおりますのがその下のほうにあります外国人受け入れのインターンシップでございます。これは、外国の若手人材、海外から来ていただく場合、あるいは日本の国内の留学生に来ていただく場合も含めまして、日本の国内の中堅・中小企業での就業経験を持っていただくというものです。受け入れる企業にとっては、実際に海外から人、あるいは国内の留学生を実際に雇用したい、採用したいけれども、どういうようにしていったらいいのだろうかということに関心をお持ちの場合に、実際に短期間でも外国人材の方が企業の中にいるということを経験していただき、企業の中の体制を整えるといった狙いに応えるものとなっております。

次のページをご覧ください。こういった新輸出大国コンソーシアムの支援分野での高度外国人材、国際化支援インターンシップというのに加えていろいろな事業を現在やっております、例として幾つか御紹介しようというのが次の2つのページでございます。

左側、中堅・中小企業のグローバル展開における外国人留学生の活用に関するセミナーを開催しております。これはもともと日本再興戦略2014年版に書かれている外国人材活躍推進プログラムを踏まえて、2015年以降開催しておりますけれども、関係の機関や団体等と一緒にセミナーを開催し、留学生の国内就職拡大に向けていろいろな情報提供をしております。

右側は海外展開を目指す中小企業と教育機関との交流会でございます。本日、こちらにもお越しになっていらっしゃいます一般社団法人留学生支援ネットワーク様と一緒に、企業の中堅・中小企業の方と留学生を持っていらっしゃる教育機関の方々との出会いの場をつくったこともございます。

その下のページでございます。3つ並べております。左から順に申し上げますと、一番左側は、外資系企業に向けて、外国人の留学生や、日本の中で帰国子女あるいは留学経験を持っている人たちの交流をできる場をつくった事業でございます。

真ん中には、Global Business Practice Workshopと書いてございますが、名古屋大学、

愛知県とJETROの名古屋と協力して行った事業でございます。実際、愛知県の企業さんに留学生、日本人学生が行きまして、海外展開の課題に関するいろいろな説明なり意見交換などをするような場でございます。JETROは今、大学とのいろいろな連携を進めておりまして、名古屋大学とも連携協定を結びながらいろいろな協力をしているところでございます。

最後、右側にあるJapan Career Fair in Puneでございます。これはことしの2月に開催するもので、高度なIT人材がたくさんいるインドの中でも日本語を話す人材が多いプネにおきまして、実際に向こうのIT人材と日本にいる日本の企業さんとのマッチングの場をつくらうと企画しているものです。こういったもろもろの事業を実施しながら、日本企業の海外展開をお手伝いしております。

以上でございます。

梅澤委員 ありがとうございます。

最後に、知財事務局、川嶋さん、お願いします。

川嶋内閣府知財事務局次長 資料8に基づきまして、知財事務局次長、川嶋から御報告させていただきます。

1ページでございます。外国人材につきまして、高度人材ポイント制につきまして、第1次取りまとめにおきましては、ポイント制を活用しやすくなるように検討するという宿題をいただいております。そこで、現段階におきましては、特定の学校、デザインのトップスクールあるいは国内外で評価されているアワード等の受賞者、こういった方々について経産省等の意見も聞きつつ、法務省と現在協議中でございます。

分野特性につきましては、高等教育機関を卒業して日本において創作活動を行おうとする外国人、これが卒業してから就職活動を行わざるを得ない、あるいは補助的業務から人生のキャリアをスタートするといった特性があるということで、その特性に従いますと在留資格の要件を満たす以前に帰国せざるを得ない。特定活動として1年間で何とかしなければいけないという制度の壁があるということで、そういう指摘がございました。したがって、現在、対応状況といたしましては、法務省の意見も聞きつつ、経産省あるいは文科省と協力して、コンテンツ、デザイン等の業界団体、企業、高等教育機関(専門学校、大学)等におきまして、実態の調査、ヒアリングやアンケートを昨年の9月から実施しておるようなところでございます。以下のような項目について現在調査中でございます。

その中で、先ほど企画官からもありましたけれども、採用後の研修や現場での下積み業務、主体的な創作活動を伴わない業務が数年に及ぶといった申請内容の場合、なかなか将来的には主体的な創作活動に従事するのだというように言ったとしても在留が認められないといったような状況にあるというような、これは企業からの御意見でございますが、そういった状況もありますので、改善すべく現在実態調査を進めておるということでございます。なお、調査で得られました問題意識につきましては、資料3のほうに先ほど説明がありましたとおり、記載させていただいております。

次に、地域のプロデュース人材についてでございますが、第1次取りまとめにおきまし

では、地域プロデュース人材育成に資するモデルプログラムの確立を検討しろという宿題をいただいております。私どもといたしましては、平成29年度予算あるいは29年度の補正予算を活用しつつ、適切な効果的なモデルプログラムづくりを行っていかうと考えておりまして、1つとして、これは29年度予算を使っての事業でございますけれども、経営・人文等の関係分野の知見を習得しつつ、地域行政・企業・住民との連携のもと、現場での実践（インターンシップ）と合わせて地域をプロデュースする能力を習得するといった高等教育機関等における先行的取り組み等について調査する。

その上で、モデルプログラム案を作成するという業務を行い、次に でございます。これは29年度補正予算を充てる予定でございますけれども、そのモデルプログラム案につきまして、高等教育機関等における実証あるいは実証結果の検証、モデルプログラムの確立を実施してまいりたいと考えておりまして、足かけ3年、実質2年で対応していかうと考えておる次第でございます。具体的な進め方につきましては、下記に記してあるとおりでございます。

一番最後の3ページでございます。クールジャパン資源の再生産メカニズムということで、御承知のとおり、10年後、おおむね2025年から2030年ごろを見据えまして、知財システムのあり方に関する調査・検討を行うために、知財戦略本部のもとに知的財産戦略に関するビジョン専門調査会を設置いたしました。そこで、日本社会が今後もクールジャパンを生み出し続け、経済成長の原動力にしていくためには、そのエッセンスは何なのだろうかということを考えていきたいと考えております。クールジャパンのエッセンスは何か。何がどのような外国人をなぜ引きつけるのかといった点について、研究を深めていきたいと考えております。

その際には、学識経験者の皆さんから、この例にあるとおりの説を拝聴しておるわけですが、魅力を高めるコンテキストの提示も重要であり、あわせて、国や地域等によっていろいろ差があるかと思いますので、どのような日本文化にどのような訴求力があるかというのを見きわめてまいりたいと考えてございます。

以上でございます。ありがとうございます。

梅澤委員 ありがとうございます。

この後、さらに4つ、ゲストの委員の方からインプットをいただくのですが、さすがに全部やるともう頭がぱんぱんになってしまうので、1回ここで切らせてください。

ここまでの御報告を受けて、特に我々委員会として最終報告に追加的に織り込まなければいけないものがあるかどうか。あるいは中間報告の時点で、我々は1回答申を上げているのですが、原局から、それぞれの担当部局から御報告をいただいた内容と我々が中間報告のときに意図していたものがちゃんと整合しているかどうか、その辺のボタンのかけ違いはないか。あるいはさまざまなテーマ、いろいろな省庁で同時並行的に取り組まれているのがきょうの報告からも明らかなのですが、その辺はもう少し重ねようはないのかとか幾つか論点があるように思います。

特に副大臣から冒頭にいただいたとおり、外国人材の話と地域プロデューサーの話は、きょうは特に重点として議論をしたいと思っていますので、その最終報告に何を追加的に織り込んでいくか、あるいはどう修正をかけていくかという視点で特に御意見をいただければありがたいと思います。まず外国人材のほうで特に気になるポイント、ここまでのところでございましたでしょうか。どなたでもどうぞ。

資料2、北神さんが冒頭に御説明されたフォローアップ表をまず見ながら、現在の取り組み状況と今後の取り組み予定のところを見つつ、各省庁からお話をいただいたものを重ね合わせて多分お考えいただく話かなと思います。

では、ほかの委員の方々、考えてらっしゃる間に、松尾さんに1つ質問なのですけれども、いろいろな取り組みをなされているということなのですが、この辺が足りないなと、もっと強化をしていかないといけないなというようにお感じになってらっしゃるイシューは何でしょうか。特に外国人材の活用ということに関して。

松尾主査 まず1つ目を考えますと、関心を持ってらっしゃる企業さんが何社もいらっしゃるのですけれども、これから目を向けようという方々も少なからずいらっしゃるのかという気がします。ですので、高度外国人材いうにまだ気づいてらっしゃらない方に、活用できる人材としてこういう人たちがいますよということをもっと伝えていくのがよい、というのが1点めでございます。

では、どういようにして探していくのだろう、どういようにして採用していくのだろうということに関しまして、きょうのいらっしゃる皆様もそうですし、いろいろな機関なり団体なりもございますけれども、どこにどういようにしている人たちがいる、どういように団体がいるという情報がまだまだまとまっていないところなのかなという気もいたします。私どもとしては、そういった情報をもう少しわかりやすくお伝えして、私たちがJETROとしてできることに加えて、いろいろな機関や団体人がいるというところをしっかりと把握しながら伝えていくことも必要と思っています。

もう一つ申し上げますと、採用することが目的なのではなくて、本来的にはそれを採用した後に活用していくことが重要だということです。JETROでは、海外展開に役に立つようにとこの分野の支援をやっております。そうすると、採用した後にどういった形で定着していくのか、どのように会社が受け入れていくのかいかにその人材を戦力としていくのか、活躍してもらうのか、企業としてプラスにするのか、というところに企業さんに気づいていただく、あるいはこうしたらいいのだよと企業さんに提案していくことが必要だという点を申し上げます。

梅澤委員 浜野さん、どうぞ。

浜野内閣府知財事務局政策参与 補足で申し上げたいのですけれども、JETROの取り組みを地方で幾つか実際に失敗例も含めて聞いてみました。そうしますと、インターンのときにアジアの留学生と中小企業とマッチングした。でも、うまくいかなかった例なのですけ

れども、それはアジアの学生のほうが断ったというのです。なぜかといいますと、自分たちがそのインターンするなり雇用されるなりのときに中小企業のオーナー、経営者が、自分たちをどのように育成して会社の中で育てて、どのように将来的に活用したいかというビジョンを語ってくれなかった。そこは非常に地方の中小企業では多いのかなと思ひまして、中小企業の方が考えていてもそれをうまくプレゼンできないのか、その以前にキャリアチェーンを回していくというようなところの考えに至っていないのかということころは、もう少し例えば商工会議所とかいろいろ地方のコンソーシアムでエデュケーションするなり啓発するようなことが必要かなと思ひます。

梅澤委員 おっしゃるとおりですね。池尾さん、お願いします。

池尾委員 この話を聞いていて、若干混乱しているのは、何のための外国人材の活用なのかということ。日本の労働力が少ないからなのか、それとも日本にないノウハウを外国人の方が持っているのか、それとも日本の社会がグローバル化するために必要なのか。その論点を若干整理していただくとありがたいのですが。1番は多分ないですね。

梅澤委員 はい。私の認識も2番と3番だと思います。浜野さんが今おっしゃったのも1番ではないけれども、雇われる側からは1番にしか見えていないよということですね。

池尾委員 2と3はどうなのですか。2と3もかなり違う問題ですが、特に2、日本にないノウハウということだったら、それはかなり明確にこういうノウハウが日本には足りないのだという整理があると非常に我々はわかりやすいのです。例えばホテルマネジメントのノウハウというのは、私、足りないと思う。あるいは外食産業でよく出てくる話ですが、コンテンツはすばらしいけれども、マネジメントノウハウは足りない、だから必要なのだという話と、いやもう世界がグローバル化してしまっているのだから、外国人の活用は自然な流れなのだという、その切り分けが必要なような気がするのです。

梅澤委員 いや、2番も3番も両方必要ですと申し上げたのは、日本人のスキルレベルが高いと言われている分野でも、やはりクールジャパンということで世界の市場を攻めようとなれば、当然、いろいろなカスタマイゼーションも必要だし、マーケティングチャネルの構築も必要だし、そうなったときにどんなにスキルレベルが日本人は高くても、やはり日本人だけでやっていたら効率が悪いですよという部分もあるわけですから、だから、2番と3番、両方ですと申し上げました。

池尾委員 わかりました。

梅澤委員 ということで違和感はありますか。

池尾委員 いや、今の話だと、私も3番かなと考えたのです。

梅澤委員 ホテルマネジメントの話もおっしゃるとおり、わかりますが、業界の方は。

池尾委員 日本国内でビジネスをするだけであっても外国人の活用が必要だという話と、もう世界に出ていくのだから必要だという話というのは少しノウハウ的にも違うのかなというの。

梅澤委員 インバウンドに対応するのは、池尾さんの整理だと3番ですか。

池尾委員 2番です。

梅澤委員 2番ですか。そういう意味では、明らかにインバウンド対応のニーズはもう顕在化していますから、2番のニーズはそこにあることは間違いのないと思います。

池尾委員 わかりました。

梅澤委員 ほかの委員の方、今の論点も含めていかがですか。

杉山さんのところも辻さんのところも外国人の学生さんがたくさんいて、社会に杉山さんのところは相当大量に日本社会に送り出されているわけですがけれども、どうでしょう。

杉山委員 後からもお話が出るとは思いますけれども、日本のゲーム等々はもちろん国内のみならず海外の方にも使っていただくということになると、いろいろな国の方がゲーム制作の現場にいて、それぞれの国の文化等々を配慮したりとか、キャラクターのデザインもそれぞれのお好みとかありますので、そういう意味では、本当にうちの大学などを見ますと、同じ技術能力であれば外国の方のほうが就職は有利ぐらいの状態にまでなっているということです。

コンテンツ分野は本当にももちろんインバウンド系の仕事につく留学生も多くて、特に中国系の方などは、今、映像制作が得意な方が多いのですけれども、やはり東京でそういう中国の方向けの動画を日本の会社として発信していくみたいなお仕事とか、なので、総じてそういうことであろうということになります。

ただ、続けて言わせていただくと、コンテンツ産業というのは本当に中も行かない小企業みたいなところが非常に多いので、いろいろ調査等も小さな会社にまで及んで業務の実態であるとか留学生というか海外人材がどのように雇われているかとかということを見ていただくと、本当に大手というところはむしろ少ないと思っていますので、そういう中で正社員として4月からぱっと雇えるような会社というのがなかなかないので、そういう意味でも、その辺のことを考慮してやっていただきたいというような流れにはなります。

梅澤委員 なので、半年前に議論したように、現状はまだそういう意味では特にコンテンツ分野においては、その雇用企業側の確立度合いが低いので、実際にビザを取ろうと思うと苦労されているケースが多い。

杉山委員 そうですね。ですから、大手さんは本当にさっさと決めていただけるのですけれども、小さい企業も採りたいのですけれども、なかなか海外の人をたくさん採るわけでないし、いきなり正社員というのは怖いので、アルバイトからということになってしまおうと留学生にとってはやはりビザの問題が出てしまうというようなことですね。ですから、その辺の調査も小さな企業まで広げていただけるといいかなと思ったのです。

梅澤委員 ありがとうございます。

辻さんは前回までの議論と特に何か追加的に感じる部分はございますか。特に外国人材ということに関してです。

辻委員 特に料理の分野だけに限ってしまうのですけれども、前回から引き続いて、きょう盛り込まれた政策は、国内の学校を卒業して学生が就労できるという政策については

非常に素晴らしいと思っています。

ただ、食の業界で言うと、先ほどの議論でもあったように、まだまだ技術の継承という意味で外国人の方が日本料理を学ばれてクールジャパンの担い手として社会に羽ばたいていくという大きなビジョン、理想像としては非常に素晴らしいものなのですが、先ほどの議論でもあったように、雇い手の側はあくまでも労働者としてしか採りませんので、そこには教育マインドなど、ほとんどないに等しい。それは京都に限らず、全国のどこの日本料理のカウンター割烹なり料亭に行っても、そういった教育マインドというのはないと思います。

これはもう少し後で発言させていただこうかと思ったのですが、クールジャパンという政策だけに限らず、日本料理の体系化においては、あくまでももう流派の継承しかないのもっとも本当に大きな意味での日本料理の新学術領域の研究対象として、日本料理そのものではなくてジャパン自体がそういったガストロノミーの新しい学問というレベルで考える必要があると思います。

ですので、これは別な話になってしまうのですが、専門職大学は絶対必要なのですが、専門職大学をつくるための学問ではなくて、やはり学問ありき。それがちゃんと科学、文化、つながっていけるように、栄養、衛生も含めて、新学術領域として日本食を含めたガストロノミーがちゃんと確立される必要があって、それがありきの専門職大学であると考えております。ですから、あくまでも技術継承だけだったら、日本料理はいかようにでも世界に発信していけると思っているのですが、ベースとしては、やはり教育マインドがないということと、まだちゃんと日本料理の本当の強みというのが明確に誰も言語化できていないというのが現状ではあると思います。

梅澤委員 それを専門職大学が目指すべき。

辻委員 はい。必ずそれはあるべき。やはり研究機関として新学術領域として、それが単科でやるのか、他校と組んでやるのかというのはまた別な話になります。

梅澤委員 その研究領域において、外国人材に期待することはありますか。

辻委員 客観的な目線です。海外から見た科学、海外から見た心理学、海外から見た文化、文化というものを日本料理あるいは日本自体を海外の視点から見る力というのは非常に備わってくると思います。

梅澤委員 そういう意味では、外国人材と日本の人材がコラボレーションしながらやっていく。

辻委員 そうです。経営ノウハウも含めてですね。

梅澤委員 わかりました。ありがとうございます。

外国人材に関しまして、ほかの方、御意見はありますか。

松原さん、お願いします。

松原委員 お話を聞いていてジレンマ的に思っていることは、先ほど浜野さんが言われたように、どういうことが身につけられるかというようなことが可視化されていない。ジ

ジョブ・ディスクリプションとかキャリアマップというのは、恐らくコンテンツ業界もそんなではないのですけれども、一方、日本人のいいところ、私が思うに、曖昧性があって、お互いののり代が結構オーバーラップしているからきめが細かく動けていい品質が上げられるというところは多分皆さん共有されているのではないのかな。

一方、それとジョブ・ディスクリプション、明確に線を引いて、あなたの仕事はこれ、私はこれをする人、あれをする人というのは、一見すると矛盾しかねない。そのところを乗り越えるということがまだ我々、可視化できていないのではないのかな。決して、私、矛盾するものではないと思うのですが、日本人のよさと、やはり高度な外人。きっと骨を埋めるまでは日本にいない。三、四年で何を身につけて帰るのかというときに、こですよと可視化してあげるといのは多分ゲーム業界も含めて、そんなにまだ明確化できていないのかな。そういうところをどうすればいいのかな。

やはり可視化という点では、例えばキャリアスキルを明確にして、そのレベルごとにキャリアマップをやる。口で言うことはできるし、コンサルタントの方に入っていたらできるのですけれども、では、それを毎年メンテナンスしていくコストとかというのは、なかなかどの業界もそんなに真剣にやっているという感じはしないのです。一部の先端的な企業はやっておられると思うのですけれども、特に中小企業は、そういうところまでは意識はあっても手が回らない。そういうところはやはり海外の人を受け入れて、この会社で働きたいのだけれども、すごいブラックボックスに見えてしまう。そういうところを何とかできればいいのかな。つまり、問題提起というか意識でしかお話しできないのですけれども、そういうところの解決策が必要なのかなというのを聞いていて思いました。

梅澤委員 優秀な人材であればあるほど、かなり早いスピードでのキャリアアップが目に見える形で提示されて、それが毎年回されていかないとやはり嫌になってしまうのは事実なので、それは多分職種に限らずだろうなとは思いますが。

松原委員 一部の日本のIT企業などでは、そういうものをどんどん取り込んできていると思っているのですけれども、では、それが日本全体に普及しているかということ、まだまだかなというところですね。

梅澤委員 おっしゃるとおりですね。

もう一つの大きなテーマが、地域プロデュース人材でした。先ほど御報告いただいた中でも地方創生カレッジの話もあり、地（知）の拠点大学の話もあり、地域ストーリーづくりの取り組みの話もあり、この後もまた御報告があると思うのですけれども、という中で特に最終報告に向けてということで追加的な御提言あるいは問題提起があればお願いします。

池尾さん、どうぞ。

池尾委員 地域プロデュースだけではないのですけれども、このクールジャパン全体にとって競争という概念が必要だと思います。

梅澤委員 ともにつくるものですか。

池尾委員 ともにつくるではないです。コンペティション。

やはり観光一つとして見ても、どこに行くか選ぶわけですから、特に今、私、マーケティングの教師ですが、マーケティングで問題になっているのは、支払い意思価格。いかに高いお金を払ってもらうか。ですから、日本の場合は、コンテンツはすばらしいのだけでも、それがたたき売られてしまっているわけで、実際、ホテル一つとしてみても、先ほどのオペレーションを外資に委ねると値段が上がるというようなことが起こるわけで、です。あくどくもうけるとかそういう話ではないわけですが、やはりお客様がいかにたくさんお金を払ってくれるか、払いたいと思うか。この地域に行くためだったならば、これだけお金を払ってもいいと思ってもらえるかという。やはりお金の見える化とは申しませんけれども、お金の反映されるような魅力にしていけないと、結局は絵に描いた餅になってしまうのではないかと考えています。

以上です。

梅澤委員 そのためにも、地域プロデュースの仕事がとても大事で。

池尾委員 地域プロデューサーも地域の魅力を高めるとするのは一体どういうことなのか。

梅澤委員 ちゃんとお金を稼ぐところまでプロデュースしてくださいねということですね。

池尾委員 でないと、もう今までの日本がやってきたことの繰り返して、物はいいのだけれども、たたき売られるということになる。ですから、プロデューサーもそこまでというか、そこが大事なのではないかと思います。

梅澤委員 おっしゃるとおりです。ありがとうございます。

渡邊さん、どうでしょう。

渡邊委員 先ほどまさに先生がおっしゃっていた「競争」にプラス、「共に創る場づくり（共創）」も必要だと思います。というのが、多分この議論の次のステップは、どう人材を活用していくかという部分に進んでいくのではないかと考えているのですが、そうやってきたときに外国人材と地域プロデューサーをどう協業させていくかということも議論の**焦点になります**。外国人材の育成や、足かせになっている規制を取り払ったとしても、では、その人たちがどう出会って、何を一緒に競争していくのかというプラットフォームがない限り、**きっと地域プロデューサーにも外国人プロデューサーにも一般の方々は出会うことが出来ない**と思うのです。**特に**地域企業の場合、多分おおむね中小企業だと思うのですが、**概ね**海外部をや、**グローバルな**R & Dセクションを持っていないケースも多く、そもそもそういう余裕がない場合も多いと思います。**こうした状況を人材面で好転させるためにも**、国が後押ししながら地域プロデューサーと外国人材とよりよく出会っていくような環境づくりというのがこの議論の次のステップとして顕在化させてゆくことが、発展性があると感じています。ありがとうございます。

梅澤委員 とても大事な視点だと思います。そもそも地域プロデューサーの相当部分は

外国人にお願いしたほうが話は早いよねという部分はありますね。

渡邊委員 実際、今の場合ですと、そういう場合が多いですね。

特に地域に暮らしていると、なかなか地域の良さや海外に通用する価値が発見しづらいケースも多いです。

梅澤委員 なので、逆に恐らく現状そういう動き方をされている方は、多くは例えば配偶者の方が日本人で、日本に長く住んでいて日本を好きになったから徹底的に頑張ってくれているみたいなパターンが多いと思うのですが、大学で日本に来ました、卒業しました、でも、大企業に就職せずに地域に入り込んでいって、何かそういう仕事をやろうと思ったらビザがなかなかおりないですね。という話は、ごめんなさい、知財事務局さん、今後、我々、どうしていくのでしたか。地域プロデュース人材候補の外国人。

北神内閣府知財事務局企画官 おっしゃるとおりで、先ほどの資料3の最後に表がありますけれども、これもやはり企業とか出た大学とかがしっかり後押しをしてくれて初めて在留が認められるというような、法務省さんのほうが専門ですが、多くて、例えば働きながら日本料理の技能を習得する、5年間でできる制度、これは上から4段目ぐらいにありますが、これも辻さんのところとかの調理師学校のところ为抓手ケアして初めて認められる制度だったりするので、外国人の方が単独でと申しますか、まさに人脈があって人と人との関係で入っていくというときに、そこをどうしていくのか。例えば自治体が面倒を見るのかとか、そこは何か新しい手法を考えなければいけないのかなと考えております。

住田内閣府知財事務局長 済みません、非常に大きなテーマで、まさに地域プロデュース人材に外国人をどう活用していくかというのは全くそのとおりで、先般も神戸で新しい地域プロデューサーの方を2人お願いしましたけれども、このうちの1人は外国の方であります。そういったような形でやっていくのですが、結局、そういうようになってくれる人の母数がふえないと、その中から選ぶ状態にしないといけません。今回の外国人材の活用、集積というようなものもそうだし、今後、実はビジョンのところやっていこうと思っている、もう少し長期滞在をしてくれるような外国人。別荘でもいいし、あるいはもう住んでくれてしまってもいいのだけれども、そういったような中からだんだん地域プロデュースをしてくれるような人が生まれてくるようなメカニズムをつくらないと、結局ある種のエコシステムにはならないなと思っていて、そういったところに次は行くのかなと思っております。

梅澤委員 ニセコの成功モデルみたいなものも考えながらということですね。

住田内閣府知財事務局長 そうですね。

梅澤委員 ありがとうございます。

では、後半戦に移りたいと思います。4名のゲストの方にお越しいただきましたので、順番にまたプレゼンテーションをお願いしたいと思います。

まず片柳学園の千葉さん、お願いします。

千葉様 ありがとうございます。

片柳学園は東京工科大学と日本工学院という専門学校3校、日本語学校を運営しているわけですが、今回は多彩な学科があるのですが、漫画、アニメーション、声優というところで資料を用意させていただきました。

今、学校の状況と企業の状況と留学生の状況と、そういうところからお話をしたいと思うのですが、1枚目の紙からいきますと、我々の学校、総定員5,240名ですが、現在、留学生はそのうちの約1割いるという状況で、非常に急速に留学生の数がふえてきている。そして、その中でも、特に漫画、アニメーションというところでは、全学生のうちの約4割弱の学生が留学生ということで、主に中国を中心にたくさんの方に応募いただいております。

日本のアニメーションに対する海外の学生さんたちの評価というのはどういうことかということなのですが、今はスタジオジブリ等々も少し活動停止中でありまして、日本のアニメの先行きということについては少し心配もあるのですが、今回の『君の名は。』なども中国や韓国でも大ヒットしているという状況で、海外、中国で、いろいろな地域で説明会を開催いたしますと、大変多くの日本へ留学を希望する学生たちが集まってまいります。ぜひ日本で本物のアニメーションを学びたいという層は非常に多いというのが現状であります。

そして、現在の我が国の留学生数は、2017年5月現在で26万7,000人ということで過去最高でありまして、留学生の30万人計画の発表時から、既に7万人から8万人ぐらいふえているという状況であります。留学生の特徴というのは、本国で大学を卒業した後に我が国に留学をしてくるという学生が比較的多くて、日本の学生の場合には学士を取りたいという学生がほとんどでありますけれども、海外の留学生については、さらに学ぶための大学院へ進みたい、あるいは専門学校で自分の希望する技術を身につけたい、こういうような学生たちが多いのが非常に状況としてはございます。

そういう中で留学生を受け入れる企業の状況ということについては、これはアニメーションだけではないのですけれども、少子高齢化の中で留学生でもいいから人材が欲しいというのはITの分野でも電子の分野でも電気分野でも、もちろん、アニメーションの分野でも、そういう企業はどんどんふえてきておりまして、本校に求人票をいただいている企業のうちの10%以上は留学生でも構わないから欲しいというような求人票が届くような状況でございます。その状況というのは、5年前に比べると2.5倍ぐらいになっているような状況でございます。

これは、ほかの産業、企業と同様に、アニメーション分野においても国際的な活動を企業としてやっていくということの目標を立てているところが大変多いものですから、今後、ますます留学生をアニメーション業界で採用したいというところが多くなってくると思います。しかし、それを受け入れるためのさまざまな障害が実は我々のところにはありまして、先ほど杉山先生もおっしゃってございましたけれども、あるいは先ほどの資料8の中にもありましたが、補助的業務から仕事を始めるということや非常に中小の会社が多いとい

うことや、そういう面で漫画、アニメーションの分野においては、なかなか生徒の希望どおりには就職が決まらないという現状がありますし、声優、俳優に至っては、それを認める在留資格すらないというような状況でございますので、帰国をせざるを得ないという状況に入っております。

今、紙のほうと離れてお話をしているけれども、2ページのところの下のほうには、そのような状況の中でも一人でも多くの学生に対して就労支援をするために、一般カリキュラム以外に社会人教育というの、今、強化をしております、実は留学生の人たちが就職をできない大きな理由は、技術よりも日本語が足りないというのが一番大きいのです。ですから、日本語能力を高めるための補講や日本のビジネスに関するマナーの講座やキャリアガイダンス、こういったことを日本の学生につけ加えた形で留学生のほうにはさせていただいているという状況でございます。

その次の3枚目のところに行きますと、卒業後の進路というところで票がまとまっておりますけれども、先ほどの話にもありましたように、ゲーム業界というのは比較的会社の形態を整えているところが多いものですから、比較的スムーズに優秀な学生についてはいい会社に、日本人と同様に、どちらのほうかというような判断で採用いただいているという状況があります。しかし、アニメーション業界におきましては、ビザの取得が業種、職種によって非常に困難でありまして、作画とか仕上げとか、こういうものについては歩合給であったりベース給が低かったり、あるいは背景と動画編集などというところは給料制ではあるけれども、低賃金であるということで、先ほどの補助的作業からのスタートということが非常に厳しい状況に入っているわけでございます。

そのような状況の中で、先ほどのフォローアップ表の説明の中にもありましたけれども、さまざまな我々の学校に対する支援というのをさせていただいております、多くのことが解決に向かっているようでございまして、「『クールジャパン』に関わる分野において就労しようとする留学生等に係る在留資格の明確化等について」というようなものも法務省のほうから29年9月に発令をされております、解決に近づいているのかなというように思っておりますが、現在で我々の学校のほうで困っている部分というのを少しお話しさせていただきたいというように思います。

先ほどいろいろなところでも出てまいりました料理、観光、理美容などにおいても同様なのですけれども、我々の専門学校の卒業生を受け入れるための規則というものが、技術、人文知識、国際業務ということへの妥当性というところで全てを審査しなければいけないという状況になってございまして、技術職に関する受け入れというのが著しくおくられている状況になっているのです。これから専門職大学等々が出てきて、これまでの学術ラインだけではなくて実学ラインというものがこれからスタートしていくわけですが、それに合わせてぜひ在留資格のほうも技術を優先にした企業の受け入れというものについても御協力をいただければありがたいと思っております。

我々独自の努力としては、中小企業を中心にどうやって留学生を受け入れたらいいかわ

からないという会社が非常に多いものですから、入管の制度であるとか、外国人を採用する際の就労ビザの申請に必要な書類だとか、申請の方法だとか、こういったことを我々の学校が雇用した行政書士に企業の方々に向けて説明会を行ったりというようなことを行っている状況もございますので、その辺についてもぜひこちらの会議のほうでも御勘案をいただいて、企業の理解を深めるということについても御協力をいただければというように思っています。

そして、我々の学校で学んだ学生の仕上がりでございますが、先ほどからもお話が出ておりますけれども、やはり日本人の学生とは違う感性を持った学生たちがクラスの中にいるということで、学生たちは非常に刺激的な気持ちで授業を受けることができますし、内外のコンテストにおいても、日本の若者とは違う感性でつくられた作品が高く評価されているというようなところもございますので、留学生というのは、日本の学生よりも、もしかすると意欲の高い学生が多いのです。ですから、そういう意欲があって優秀でユニークな人材をぜひ御活用いただくように御尽力いただければありがたいというように思っております。我々としても、今度、専門職大学がスタートした折には、そういう感性に加えて教養もあわせ持った高度な専門人材の育成に力を入れていきたいというように思っております。

以上でございます。

梅澤委員 ありがとうございます。

1つだけ確認させてください。今おっしゃった技術によって人材を受け入れるということが弱い。具体的に言うと、何と何をどうしたらいいのでしょうか。

千葉様 先ほど申し上げましたように、原画だとか構成だとか、こういうようなものというのがこれまでの大卒を対象にした留学生の受け入れになっているものですから、さまざまな技能というところにスポットライトを当てて在留資格を得られるような形というものができたらいいのではないのかなと思うのです。

料理などで言いますと、大きな会社というのはホテルにしか入らないわけですね。ですから、非常にいい個人レストランみたいなところには就職できないという形になるわけでありまして、大企業にしか入れないということではなくて、中小零細というところでも内容と学生さんたちの能力がマッチングすれば雇用できるような形にしていただければと思います。

梅澤委員 ありがとうございます。

それでは、久保田さん、留学生支援ネットワーク、お願いします。

久保田様 一般社団法人留学生支援ネットワークの久保田と申します。

まず1枚目の資料で、私ども留学生支援ネットワークがどのようなことをしている団体なのかという説明をさせていただきます。

私ども、もともと経済産業省と文部科学省が実施していたアジア人材資金構想という事業の自立化の団体になります。やっている内容は、日本に來ている留学生の就職の支援と、

あと日本で外国人採用している企業の支援というのを中心に事業のほうを行っております。

具体的な事業内容については、まず1つ目が就職支援事業については、留学生就職支援ネットワークというポータルサイトを運営しております。これは何をしているかというと、求人情報の提供と留学生の就職活動のための教材提供をしています。教材提供は、日本の就職活動というのが世界的に見て独特な形式をとっていますので、そういった勉強ができるようなeラーニングの仕組みというのをこの中に入れて留学生が閲覧できるような形にしております。

これは一般的に誰でも見られるサイトではなくて、留学生を支援したいという熱意のある大学がまず参画していただいて、そこに在籍している留学生が利用できるという仕組みで、今、全国の約100大学が加盟していて、約3,000名の留学生が閲覧しています。企業については無料で求人の受付をしております。現在、約850社が求人の登録をしております。この事業につきましては、内閣府が中心となって関係省庁とか団体が連携している外国人材活躍推進プログラムにも選定されているというようなポータルサイトになります。

あと教育機関への就職支援のツールの提供というところで、留学生のための就職活動、どのようにやっていったらいいかというハンドブックだったりとか、あと先ほどお話にあった日本語能力が弱いというところで、ビジネスシーンで通用する日本語能力を育成するためのワークブックだったりとか、こういったものを無料で教育機関に必要な部数配付しているというような形をとっています。

あとは企業向けと教育機関向けのセミナーなども大体年間100件以上開催しております。セミナーが学生向けの就職ガイダンスを各大学や専門学校、日本語学校でも最近では実施しております。あとは企業向けの採用・活用セミナーや、教育機関向けに留学生にどのように就職支援をやっていったらいいのかとか、そういったノウハウを教えるようなセミナーなども開催しております。

早速、きょうのお話に入っていきたいのですが、まず2ページ目を見ていただくと、留学生の就職状況と企業の採用ニーズというところのお話で、この委員会のほうでも既に話はされているかと思うのですが、もう一度、全般的な流れから再確認というところでデータのほうを書かせていただいています。

まず、左側のデータを見ていただくと、この図1については、留学生の卒業者の数と就職者の数で、それを単純に割り算した就職者の就職率というようなグラフになっております。これは卒業生に対する就職率で、直近でいくと2015年、約3割しか就職できていないというような現状になるのですが、日本人の就職率というのが一般的に97%とされている中で留学生の就職率、これは母数を就職希望者というように変換すると、ある調査データで卒業後、そのまま日本で就職したい学生さんというのが6割ぐらいとされています。それを加味すると、では、外国人留学生の就職率はどれぐらいかというと、約50%ということで、日本人の約半分しかない。逆に言うと、約半分の学生さんが日本で就職したいのにできなくて進学したりとか帰国しているというような現状になります。

一方で、右側のほうを見ていただくと、逆に今度、企業側の外国人の採用ニーズは今どうなっているのかという話で、大きく分けて4つの分類に分かれるのかなというように思います。

1つが、国籍不問の優秀な人材の採用というところですか。これはもう基準も全て日本人と同じ基準で採用していくというところ。

この会の議題に上がってくるのが、ターゲットになるのが、2番目の進出先とのブリッジ要員としての採用だったりとか、あと、この中にはインバウンド対応、インバウンド事業の対応というところも入ってくるかと思います。

3番目がダイバーシティ要員としての採用というところで、これは社内の活性化というところもあるのですけれども、商品の付加価値の創出というようなところもの役割も求められています。

あとは4番目が人材不足による人員補充としての採用というところですか。この4つに大きく分かれる形が今、企業側のニーズとなっている。細かいニーズについては、下のほうに書いてあるのですが、割愛させていただきます。

今回、ここに来る前に、この資料をつくるときにどうやってつくったかという、1次取りまとめのほうを見させていただいて、特に外国人材分野というところが私は専門領域になりますので、そのほうを見させていただいて、議論されていない点というのを2点ほど、今回サジェスチョンさせていただいて、それで議論を深めていただければなという形で考えていきました。ただ、先ほどのあいている時間で少しその話が出てしまったので、重複する部分が出てくるかもしれないのです。

2点あって、1つが、これは外国人材から見たキャリアというのも考えていけないといけないのかなというところの点です。先ほども出ましたけれども、外国人材、永久に日本で働くわけではないというところがまず大前提にあると思います。なので、帰国後のキャリアを考えたキャリアパスを考えた人材育成というのが必要になってくるのかなというように思います。

左側のグラフを見ていただくと、これはある調査データで、日本で働いている外国人材と、あと内定が決まった外国人材に対して、最終のキャリアの希望勤務地はどこを考えていますかという質問です。一番多いのが、やはり母国に帰って働きたいというところで、理由を見てみると、母国にいる親のことが心配だからというのが圧倒的に多いというところ。

今度、右側の上のところを見ていただくと、日本企業側で考えないといけないのが、彼らのキャリアに合わせたキャリアプランというのが提示できるかというところが1つ出てくるのかなと思います。1つが、日本でずっと働くというキャリアもございますし、あとは帰国に対応できるようなキャリアですね。現地法人だったりとか、そういったところで働く。あとは外国人材、左側の表のほうを見させていただいても、これは書いていないのですけれども、別のデータで起業したいという外国人材、非常に日本人と比べると多いという

ような調査結果もあります。なので、起業した後にパートナーとしてお付き合い、そのまま関係継続ができるかということも1つ考えていかないといけないのかなというように思います。

4ページ目を見ていただくと、もう一点が、この人材育成のプランというところを見させていただいたのですけれども、そもそもクールジャパン戦略に基づく外国人材の役割はどのように定義しているのかというのがすごくぼんやりとして、先ほど議論があったのですが、その部分が一番気になりました。

そもそもクールジャパンの目的と言うのは日本の認知度の向上ということと、あと日本製品の購買というところ、日本への観光客の増加ということ、経済的に日本というのが潤うというような形が最終目標になっているかと思うのですけれども、それを考えたときに、今、クールジャパン戦略で考えられているのが、まず情報発信というところで日本ブームを創出するというところですね。左側のところ、この情報発信については、日本の製品とかコンテンツが正しく認知されていないというところの部分があると思うのですけれども、これを日本のコンテンツとか商品を理解した広報者というところが必要になってきますねというところ。

あとは海外展開で、海外で稼ぐというところのフェーズです。ここについては、コンテンツとか商品の輸出というところで、日本の製品とかコンテンツを海外で流通させるためのマーケティングというのがやはり一番今、弱いところなのかなと思います。なので、日本の製品、コンテンツをローカルカスタマイズするというところが大事になってくる。

あとは日系企業の進出については、海外で効果的に運営していくために水先案内人みたいなものが必要になってきます。ここについては、あと先ほどの外国人材のキャリアの話にもなるのですけれども、どこで働くかというところで、海外で働くポジションというところが用意できるのかな。一方で、今度、日本にインバウンド振興というところで、国内で稼ぐというところ、観光客の受け入れというところで、外国人観光客を受け入れるための語学堪能な外国人が必要とか、あと地域の観光資源を外国人目線で発掘、広報するための人材が必要。ここは日本で働くポジションというところですね。こういったところの観点から役割というのが生まれてくるのかな。

それをもとに最後のページ、どんな人材が必要になるかというところで、3つの人材かなと考えました。1つがプロデューサーで、マーケター、クリエイターです。あとは地域プロデュース人材と先ほど少し話が出ましたが、この部分と観光人材というのは、地域プロデュース人材はマーケターの中で、観光人材はクリエイターとマーケターの間ぐらいのところに位置するのかなと思います。

それぞれやはり課題があって、プロデューサーのところについては、先ほど言ったキャリアパスのところ日本人すらなかなか難しいところがあるので、外国人材というのがなかなかないのではないかなというところ。

あとはマーケターのところについては、企業の採用モチベーションというのは高いので

すけれども、日本企業の慣習であるゼネラリスト採用のために希望の職種につけない可能性がある。結局、通訳、翻訳という仕事をやらされるという可能性が非常に多いというところ。

あとはクリエイターのところ、ここが一番問題視しているのですけれども、そもそも何をもちてクールジャパンとするかというところの定義が必要なのかなと思います。例えば日本人が海外でその国の文化と融合したものを販売してもクールジャパンと言えると思うのですけれども、外国人材が海外でそれをやったときにクールジャパンというところで認めることができるのかどうか。彼ら自身もそれを日本というところで発信するかどうかもわからないというところがある。

あとは質の担保というのをどうしていったらいいのかというところ。今、例えば食の部分で言っても、海外で日本食はありますけれども、とても日本食と言えないようなクオリティーのものという店だったりとか品物だったりとかが出てくると思うのですが、それをいわずらにふやすことでいいのかなというところ。ある程度、質の担保をするような形の人材育成というのをやっていかないといけないのかなと思いました。

以上です。

梅澤委員 ありがとうございます。特に4番、5番のところは最終報告をまとめるときにもいろいろ取り込ませていただきたいと思います。大変助かります。

では、続きまして、アクティブゲーミングメディアのイバイさん、お願いします。

アメストイ・イバイ様 初めまして。私、イバイと申しまして、18年前にスペインで大学を中退しまして来日しました。私は非高度人材の代表とさせていただいても結構だと思います。決して日本語は完璧ではありませんので、御了承ください。

18年前に日本に来まして、もともと来た理由としましては、日本のコンテンツが大好きだったからです。『ゴルゴ13』という漫画が大好きで、さらにゲームが大好きだったので、それで来日しましたけれども、それから株式会社コーエイというゲーム会社に勤めまして、その後、株式会社マーベラス・エンターテイメントという会社で日本コンテンツの海外展開をした後、10年前にこの株式会社アクティブゲーミングメディアを立ち上げました。

(PP)

1ページをめくっていただくと会社の簡単な説明を書いているのですけれども、この18年間ではいろいろなコンテンツに携われて、やはりうまくいったコンテンツと海外展開して大損したコンテンツもあるのです。その差はどこにあったのかと言いますと、もちろん、コンテンツのすごさにも弱さにもあったのでしょうけれども、やはりそれを売った外国人材の腕にかかった部分がすごく多かったなと思うので、今からこの人材に対する私の考え方を御説明したいと思います。

まず、弊社の会社の説明としましては、1ページに書いてあるのですけれども、大体3つやっていて、日本のゲームとアニメと漫画の海外展開をやっていきます。と言いつつ、実際にやっているのはほとんどゲームで、アニメと漫画は海外展開をしてもほとんどお金

にならない時代になっております。

会社の情報はここに書いているのですが、特徴としましては2つ主にありまして、1つは、社員はまだ少ない、154人ですが、そのうちの67%は外国人です。私としては、今やっている仕事からすれば、本当はもう9割ぐらゐは外国人であってほしいのですが、私が欲しい人材、この人は優秀だなと思ってビザを申請しようとする人材でビザがおりなかつたりするのです。それは大学を出ていないからだつたりするのです。

もう一つの特徴としましては、中ぐらゐに書いているのですが、海外で配信される日本作品のローカライズを年間200本以上行い、自社ブランドのPCゲームを40本ほどを主にSteamというプラットフォームを経由して海外に配信しています。特徴としましては、これは全て大阪と東京からやっております、弊社の売り上げのほとんどは日本から海外への海外展開で稼いでいます。そういった意味では、やはりこれから外国人の人材の獲得は、うちの会社の成長にとってとても大事なことになります。

やっている主な作品としては、この中ではほとんど受託の案件としてやっていて、作品によっては一部のものもあつたりするのですが、ソニーさんのGRAN TURISMOですとか、スクエア・エニックスさんのFINAL FANTASYですとか、あとパズドラとかモンスターストライクとか、いろいろなゲームをやらせていただいております。

(PP)

なぜここまで外国人で行っているのかといいますと、次のページに行ってくださいと書いているのですが、繰り返しになりますけれども、外国人なしでは仕事ができないからです。今、日本のコンテンツ産業の現状の中では、私が思うには1つ大きな問題があつて、コンテンツを配信するプラットフォームはどれも日本産のプラットフォームではないというのは非常に大きな問題だと思つたのです。ここに書いているのは、Amazonプライム、Netflix、hulu、Crunchyroll、ほとんどアメリカの会社ですが、これ以外もApple StoreですとかGoogle Playですとか、iTunes、Spotify、全てアメリカの会社なので、結局、日本のコンテンツはそこに上がつても、いい位置を確保できないのです。

これは今、大きい問題ではない、コンテンツがよければ売れるのではないかと思つてもいいかもしれませんが、例えば弊社が通常使っているプレイステーションと任天堂さんのプラットフォームは全て日本産のプラットフォームなので、アメリカとヨーロッパではすごくいい位置づけを用意してくれるのです。それで売り上げはよくなるのです。プラットフォームそのものは全て海外のプラットフォームになると、次の2番目の列にある問題につながります。やはりそのコンテンツを制作している人に入っているお金はだんだん減ります。そして、やがて海外展開しなくても日本主導でコンテンツをつくつていって日本国内向けのコンテンツをつくつていくとなるので、利益、リターンが少なくなつてくるのです。

この3つ目の何が起きるのか、プラットフォームは全て海外のプラットフォームであることによって何が起きるのか、3つ目の問題は、やはり日本のコンテンツ離れが起きてし

まいます。日本からすれば、日本のコンテンツが強い、日本のアニメ、漫画は大人気と言うのですけれども、結局、人気なのは『ONE PIECE』とマリオと『NARUTO』と、そこら辺なのです。全て30年前のコンテンツで、新しいコンテンツは全く人気がないと言っても過言ではないです。東南アジアは別として、あとはオタクコンテンツとか萌え系のコンテンツは多少人気があるのですけれども、やはりコンテンツ力は確実に落ちていると認めていただいても結構だと思います。

そういった意味では、やはり私のライフワークとしては、日本国内からきっちりと海外に向けてコンテンツを配信できるような商法を見つけたいと思って、今、毎日仕事に取り組んでおります。

(PP)

次のページに行ってくださいと、私としては、外国人を確保するために次のポイントを必ず押さえてやっております。

まず1つ目としては、人材紹介会社に頼らず、自社として海外に住んでいる人を探しに行きます。ここにSNS、海外の大学・専門学校との連携とかいろいろ書いているのですけれども、実際、もうフェイスブックとLinkedIn、その2つのサイトだけで、日本にあしたからでも来たい熱い思いを持った外国人を雇用するのは可能だと思います。

その2つ目としては、やはり外国人に日本語力を求める以前に、その外国人が来たときにきちんと対応できる英語力のある人事部をつくるのがすごく大事だと思います。実際、私は今までは人事部は日本人だったのですけれども、それを外国人に変えてから日本とのいろいろな入管とかとの関係はスムーズになりましたし、受け入れ体制はきっちりとできたのです。

3つ目としては、できれば海外在住者を採用するというのは、プログラマーとか特に技術力の要るようなポストにはすごく大事なことです。というのも、定着率は圧倒的に高いです。ここはデータ化していないのですけれども、実際、私のところではほとんど海外から来ていて、日本で雇う人に比べても長年残るのです。そのうち8年間とか9年間とかもう既にいてくれる外国人もいます。

4つ目は、ビザのサポートをする。ビザのサポートというのは、資料を渡して、はい、やってねと言うだけではなくて、もうかわりにやってあげるとするのはすごく大事だと思うのです。私自身は18年間、この国に住んで、いまだに入国に行って自分でやらないといけないとなると、とてもではないけれども、できないのです。

そして、一番最後に、やはり普通の日本の新入社員と一緒にしっかりとトレーニングして、少なくとも作業を任せる前に2カ月、3カ月のトレーニング期間は必要なのではないかと思えます。

現状としては、今、日本では人がいない、人手がない。うちの業界ではプログラマーがいたら、もう1,000万円でも構わないですから雇いたいと思っている会社はたくさんあると思うのですけれども、実際、海外では真逆ですね。もう日本に行きたい、仕事がしたい。

でも、誰も雇ってくれないというのは非常におかしい現状だなと私は感じているので、では、みずから高度人材を日本の企業に紹介するプラットフォームを立ち上げようではないかと去年から動いて、こちらの下にあるIZANAUというプラットフォームを去年の12月に立ち上げました。

(PP)

次のページから、高度人材と言っているのですけれども、高度人材とは何なのかという説明があるのですが、実際、きょうは細かい話があった中、繰り返しになりますが、私は基本的には入国関連ですとか言っているたくさんの方は全てきれいごとだと思っていて、結局その人が大学を出ているかどうかで決まる世界だと思うのです。

今、実際、私は300人ぐらいのビザを申請したことがあって、めちゃくちゃ優秀ですけれども、大学は出ていないからごめんなさい、とビザがおりないというのは何回かあったのです。その論理ですと、結局、大学を出ていなかったビル・ゲイツとかスティーブ・ジョブズのような人が日本に来られなかったということにはなるので、これに関しては見直しが必要なのではないかと思います。そもそも優秀とか高度というのは何なのかという提言はそろそろ最低限してもいいのではないのかなと思います。

そういった意味では、一番下に書いているのですけれども、IZANAUとしては、大学はもちろん出ていればなおさらいいのですが、それ以外の部分では、この人はどこが優秀なのかをはっきりして提言して、一応全ての参加者のランクづけはしております。

(PP)

5ページ目には、IZANAUの簡単な紹介があるのですけれども、時間がないので主な特徴を申し上げます。主な特徴としましては、まず人材と企業をつなぐというと、何の紹介手数料もいれず、やはり本気で日本で働きたい、そして、本気で外国人を背負いたい企業をつなぐ仕事をしようと思います。

一番下に、今、掲げている目標を書いているのですけれども、フェーズ1では、2018年以内に10万人はまず登録させましょう。フェーズ2の中では、2020年までに100万人の高度人材を登録させましょう。厚生労働省が発表しているデータでは2025年までに75万人のプログラマーが足りなくなるというのはどこか読んだ記憶があるのですけれども、これが実現できれば全て補えるのかなと思います。

(PP)

次の6ページと7ページにいろいろなスクリーンショットがあるのですけれども、一番最後の8ページに外国人を雇用する際に必ずやってほしいことを書いているので、お時間があるときにぜひ目を通してください。

ありがとうございました。

梅澤委員 ありがとうございます。またぜひ後で議論に参加してください。

最後に福岡県、武濤さん、よろしくお願ひします。

武濤局長 では、福岡県のほうから発表させていただきます。

お手元の資料12の「地方における外国人留学生の活躍推進について」のほうで、1ページ目をお開きください。

今、ずっとお話がありましたけれども、皆さん、政府も民間企業さんもいろいろな取り組みをされていますので、やっていることは私どもも同じことなのだと思います。ただ、地方でどういうことをやっているかということで御参考にいただければと思います。

まず、福岡の状況、地域の現状ということで1ページに書いておりますけれども、3つ、留学生、教育機関、また外国人の就労という視点で書いております。

1番目の留学生ですけれども、福岡県に在留されている外国人の4人に1人は、今、留学生という状況でございます。左下の図のとおり、これは平成28年のデータですけれども、外国人は福岡県に6万5,000人おりまして、うち1万6,000人が外国人の留学生ということでございます。福岡県というところは、そもそも人口規模で言ったら全国9位、大体何でも経済指標を見ると9位前後の県なのです。ただ、外国人の留学生数では右上の表にありますように東京都、大阪府に続く第3位ということで、外国人の中では留学生が多いという特徴がございます。ちなみに、九州全体で見たときには、我が国に来られる留学生の約1割は九州にいるという状況でございます。

2ページ目の地域の現状の教育機関でございますけれども、今、福岡県内の大学・短大等は60ございます。また、専修学校は170ございます。地方としては、教育機関の集積度が高い。これが先ほど申しましたように福岡が留学生数は全国で3位ということになっている大きな要因かと考えております。

ただ、状況、経年変化を見ますと、大学、短大等の留学生が今、横ばい傾向にございまして、逆に専修学校、日本語教育機関の留学生が増加しております。下のグラフのとおりでございます。専修学校というのは特に福岡の場合、IT系、コンテンツ系あるいは衣食、カルナリーとか、そういった専門で学ぶ留学生さんが多いのですけれども、これが5年間で約2.7倍に急増しているという状況でございます。これは日本全体の伸び率よりも高い伸び率をしております。

3ページ目をご覧ください。では、外国人の特に就労という形、福岡県で就職していただいている活躍の状況ということですが、福岡県では、現在、5,600余の事業所で3万1,000人余の外国人が雇用されております。外国人の留学生の就職件数で言うと、全国では6位にとどまっている。九州全体で書いておりますけれども、九州全体の留学生数というのは約2万8,000人で、全国の1割を占めておるわけですが、また、就職の希望というのも1割ぐらいということになるのですが、九州の企業への就職というのは5.5%にとどまっている。これが九州の経済界、また行政も非常に問題だと感じておりまして、その原因が何かということですが、やはり双方の情報も質、量とも不足している。効果的なマッチングの仕組みがないということです。そういったところでは課題になりますけれども、こういった問題が現状としてあるということでございます。

次に、2番目の活躍の推進ということで、では、こういった政策を地方自治体としてや

っているかということで御紹介したいと思います。4ページ目をご覧ください。

まず1番目の帰国留学生のネットワークということですが、外務省さんでもいろいろな帰国留学生の御支援をされていらっしゃいますが、我々としては福岡県で学んだ留学生のOBをネットワーク化しようという取り組みを昔からやってきております。母国へ帰国された後も本県、福岡県とのかけ橋になってもらおうということで、帰国留学生会の設立を支援いたしまして、現地でのネットワークづくりを促進しております。

こういった留学生の方は特に福岡県のことをよく理解していただいている重要な存在ですので、当然ながら、いろいろな我々がタイとかベトナムに行くときの交流の橋渡しももちろんですけれども、福岡の企業さんが海外でビジネスをしようというときもサポートをしていただいております。例えばタイの例ですけれども、現地の流通の企業さんに勤めている留学生のOBが、福岡の食品会社が加工食品をタイのマーケットに入れたいといったときに商談の橋渡しをしてくださるとか、そういったことで活躍いただいております。

また、そもそも、留学生、特に福岡市内の短大、大学等でアンケートをとると、留学をそもそもするというのも、知人、友人からの情報によって留学しようとする動機づけになるようで、そういった意味でも福岡県に留学していた人の意見というのは、また留学してもらうためのすごくよいきっかけにもなるかと思っております。現在、9つの留学生会があって850名の会員がいらっしゃいます。

5ページ目をお開きください。これは現役の留学生にも活躍してもらおうということで、福岡の情報の発信を世界に向けてやってもらう。うちの県では2005年、平成17年から県として漫画とかアニメとかファッション、グルメ、音楽とか、そういったものを多言語のウェブサイト、8言語で「アジアンビート」という名称で展開しておりますけれども、情報発信しておりますが、この中でもブログとかコーナーを設けて留学生みずからに情報を発信してもらおうということをやっております。

6ページ目をご覧ください。先ほども課題として挙げておりました留学生の就労促進。当然、福岡あるいは九州で活躍していただくというのがありがたいわけですが、そのために留学生のサポートセンターを設置しまして、そこでいろいろな個別の就職紹介とかセミナー、相談等を行っております。これは各県、各自治体、やっていることではございますけれども、こういったことをできるだけきめ細かくやっていこうということでございます。

特に今日、説明してもらいたいということでありましたのは、次の「Work in Kyushu」、右側のマッチングサイトというところで書いておりますけれども、先ほど少しイバイさんからもお話があったものの福岡県版、九州版かもしれませんが、「Work in Kyushu」という名前でマッチングサイトを経済界、九州各県と共同で作りまして、これで直接やりとりが企業と留学生でできるような仕組みをつくっております。昨年1月からやっております。

一番最後の7ページのほうにその概要を書いておりますけれども、これは現在、九州内

の大学、短大あるいは高等専門学校の留学生の方々が登録をしていただいて、九州内の企業さんにも企業側の情報を登録していただいてジョブマッチングをするということで、ここに書いておりますようにいろいろなオンラインの面接ということとか、いろいろなノウハウの提供とかをこのサイトでやっていくことによって、何とか少しでもコミュニケーション不足を解消したいということで取り組みをしております。

簡単ですけれども、以上でございます。

梅澤委員 ありがとうございます。

残り10分ぐらいなのでですけれども、前半での議論を受けて、あるいは今、いただいたさまざまな御提案を受けて、これだけは追加しておきたいことはありますか。

辻さん、お願いします。

辻委員 質問なのでですけれども、よろしいでしょうか。

梅澤委員 どうぞ。

辻委員 先ほどの言い忘れたところで、留学生が国内において就労する条件、これからの就労機会の拡大の政策についてなのですが、デザインとファッションにおいては、日本人が持つデザイン力あるいは創造力とか、日本人特有の洗練する力、洗練力といいますが、創作力を学んでほしいがために外国人に就労機会を与えるという考え方というように私はこれを読んで解釈しているのですが、就労可能な例として、専門学校を卒業し、専門師の称号を付与されたものであって習得した知識を生かしてデザイン、商品企画、海外広報、創作事業に従事できることが可能になるということなのですが、これはあくまでも日本人の持つ技術力、いわゆるこれがコンテンツであるという認識なわけなのですね。

梅澤委員 どこでしょうか。資料2の5番の ですか。

辻委員 資料3ですね。「外国人材のキャリアチェーン構築に係る制度の現状と今後の取組み」についての3ページです。

梅澤委員 横の3ページのデザイン・ファッションのところ。

辻委員 はい。デザイン・ファッションについては、こういった知識を学ぶために日本において就労機会を拡充させる、拡大させるという政策と認識しているのですけれども、それはよろしいのでしょうか。

何を言いたいかと言うと、別にこれは着物を教えるために日本に残るというわけではないのですね。これをもし料理に当てはめた場合に、日本というのは日本料理だけがクールジャパンではなくて、ファッションとデザインと同じように洗練する力だったり創造力だったり、海外から持ってきたものを日本人のものにする力、これぞ日本の持つ1000年にわたる創造力だと思うのですけれども、日本料理でしか働けないというのは、着物を世界にずっと発信させ続けていこうという政策にしか見えないのです。日本人の持つ技術力というのは、日本料理だけに限らず、全ての料理、和、洋、中、製菓、製パンを洗練する力と我々専門学校の者は考えているのです。なぜかと言いますと、前回も申し上げたのですけれども、私どもの学校に220名の留学生がいるのですが、そのうちの半分以上がフランス、

イタリア、和菓子、製菓を学んでいる学生たちなのです。日本料理だけをというのは。

梅澤委員 済みません、要は辻さんがおっしゃりたいのは、専門学校を出て、調理師学校を出て、西洋食やパティシエをやっている人たちも。

辻委員 半分以上いる。

梅澤委員 たくさんいて、彼らも日本でちゃんと仕事をできるような仕組みをつくるべきであるとおっしゃられている。

辻委員 そういうことです。彼らは別にヨーロッパに行ったり、アメリカ、欧米でフランス料理を学ぶことは幾らでもできるのですけれども、あえて日本の技術力をわかった上で日本の製菓能力、製菓製造あるいはフランス、イタリア料理の技術力を学びたいという子たちがいるのです。ですから、日本人の力というのは、コンテンツはもちろん日本料理ではあるのですけれども、彼らが学びたいのは、そのコンテンツのみではなくて、もちろん、高度専門技術の知識というのは欲しい、すし、てんぷら、ラーメンの技術は欲しいという子もいますけれども、ほとんどの子たちは日本人の持つ創造力を学びに行きたいのです。コンテンツはもちろん、日本料理を発信したいというのはよく理解できるのですけれども、実を言うと、ファッション・デザインで言うと、着物だけを世界に売っていこうという政策にしか見えないのです。

梅澤委員 要は、狭義の日本食に閉じた政策をやっているのはそもそも時代おくれよとおっしゃられている。

辻委員 そういうことです。これからはもう本当に世界に通用する日本の世界の料理というのが確実に生まれていきますので、余り日本料理に特化されないほうがいいのではないかなというのが私の意見です。

梅澤委員 ありがとうございます。

どうぞ。

北神内閣府知財事務局企画官 事務局の資料からもご質問いただいたので少しお答えしたいと思います。横表の資料3の今、御指摘いただいた2ページ目のものと、実はA3の資料2、4ページに辻先生の御指摘もあったので、のところでは日本食以外の食分野においても一定の条件のもと、一定期間の就労を可能にすることを検討するというので、取り組むべき施策には入れさせていただいているところです。

まず資料3のほうから言うと、これは就労条件なので、入管法上の整理ということになりますので、政策というよりは今の入管法上の整理としては、就労可能なのは、どういうものを学びたいかにかかわらず、創作活動のほうに従事するようなところに、しっかり大学、専門学校もそれに当たるようなところを卒業して、従事するという、学んだことと業の関係がしっかりしている。これは入管法上の基準です。

でも、資料2は、今、日本料理のほうでは何とかいろいろ制度の調整の中で、一定期間、学ぶということと学びながら働くということであれば5年間、日本料理であれば在留できますということになっていて、何とかそれと同じ仕組みで、あるいは違う仕組みで、外国

料理を学ぶ方、実際、こちらのほうが多いと聞いていますので、できないかというところは我々、法務省とか農水省とも御相談しているところです。いろいろ農水省さんの政策目的が食品輸出というところもありまして、ここは調整を今、してはいるのですが、もう少し時間がかかりそうだとということで、次の3月のときまでにもう少し進捗するようにしっかり努力したいと思います。

梅澤委員 佐伯さん、どうぞ。

佐伯部長 クールジャパン機構の佐伯と申します。

きょうは太田が職員のお父さんが亡くなったということで外させていただいていますので、かわりに私が代理出席をさせていただいております。

今までの話にもつながるのですけれども、クールジャパン人材という形でこの検討会の第1次の報告書が取りまとめられているということもあるので、分野によってビジネスモデルがどの程度のものになっているのかというのは、それぞれ違うのだと思うのです。ですから、例えばファッションの分野であれば、どちらかという国内の若いデザイナーさんにビジネスのセンスもあわせて持っていただくというようなことがある程度、背景にあると思いますし、和食とか例えば食べ物であれば、十分にもう既に日本食というもの自体は海外に相当あって、その品質をどう上げるのでしょうかとか、あるいは日本の会社で食の関係で私ども多数投資させていただいていますけれども、海外に大量に出ていっていますので、そこで働くような人が欲しいのかどうかとか、そういう例えばコンテンツであれば我々もコンテンツスクールというのをKADOKAWAさんと共同で出資させていただいています。それは外国人が外国でコンテンツを自分たちでつくってもらうようにするためなのか、それとも日本の会社が海外に仕事を出すというためにある程度、その根っこを国内でもピカピカな教育のための機関というのはあると思いますが、海外でもそうしたものを整備するということなのか。

それぞれ分野によってある程度求められる人材の像が違うのではないかと思いますので、もう既にそういうようなまとめ方をされているところもあるのだらうなと思うのですけれども、現状だけ言えばプロデュース人材であるとか高度経営人材であるとか専門人材という形なので、産業ごとに求められる人材像と説明を頂いている政策が必ずしも1対1対応されているかどうかというのはわかりにくいところがあるのではないかと、思ったところはあります。そうした観点で、ビジネスでどんな人のニーズがあるかという点を整理することは我々も御協力できるのではないかと思います。

梅澤委員 ありがとうございます。おっしゃることはそのとおりだと思うので、逆にクールジャパン機構のほうで、我々の思う人材モデルと人材要件はこうだというものをお出しただければ。

佐伯部長 そうですね。

梅澤委員 ありがとうございます。

1つ、私、イバイさんに質問なのですが、このIZANAUの取り組み、大変すばらし

いし、これがどんどん回り始めたら本当にいいなと思うのです。既にもうこれはスタートがされている取り組みですね。

アメストイ・イバイ様 はい。12月にスタートしました。

梅澤委員 先ほどビザが学歴偏重ですよという問題提起はありましたが、それ以外にここは何とか変えてほしい、そうすると、せっかく興味を持ってくれた人たちをもっともっと引っ張ってこられるのというポイントがもしあれば教えてください。

アメストイ・イバイ様 1つ、私は日本の入国のシステムは世界一だと思うのです。それだけうまく回って、結果ははっきり出て。

梅澤委員 世界一というのは何が世界一ですか。

アメストイ・イバイ様 世界一というのは、入国管理局のシステムが申請した後、結果が出るまでの流れははっきりしているのです、すごくいいと思うのです。唯一、ヨーロッパに比べたら、ここは負けるなと思うのは、ヨーロッパは申請した後、その申請の状況がどうなっているのか、逐次教えてくれるのです。日本は物を出して資料を出した時点から結果が出るまでは何一つも教えてくれないのです。そうすると、やはり海外で待っている人がたまに2カ月間待たされたりとか、それで受け入れをしようとしている会社は、準備が進められないというのはよくある問題です。そこだけは大体1カ月とか1カ月半ではなくて、今はこのような状況で、いついつに回答に出ますと明確に言えば会社としては非常にやりやすいかなと思うのです。というのも、この人が来てもらった日からこのプロジェクトをやってほしいというのがあったりしますし、それがあれば会社にとっても個人にとってもやりやすいかなと思います。

梅澤委員 受け入れ可否の判断とその理由みたいなことに関しても日本のシステムは優れていると思いますか。

アメストイ・イバイ様 優れていると思います。大体ほかの、国は言いたくないのですが、私の国に限って言えばとてもひどくて、物を出したが紛失しましたとかなったりしますので、日本はそこら辺のレベルが高いと思います。

梅澤委員 ありがとうございます。

近江法務省室長 法務省でございます。

今の御質問によろしいでしょうか。

梅澤委員 どうぞ。

近江法務省室長 ありがとうございます。

おっしゃられたような審査の途中経過というところですが、結果がいつ頃出るのか等がわかりにくいという御指摘はいただいております、お電話などでいただいておりますということもやっておりますけれども、例えばインターネットとかそういうもので確認できないかというところは今、検討しておりますので、そういうことを実現できて外国人材が円滑に来ていただけるようにということは私たちもやっていきたいと思っております。

アメストイ・イバイ様 わかりました。

梅澤委員 ありがとうございます。

気がついたらもう終了時間を迎えておりますが、これだけは言い残したけれどもというのがもしあれば。

では、松原さん、お願いします。

松原委員 アクティブゲーミングメディアさんは私もおつき合いしたことがあるのですが、こういう仕事が非常に重要で、これがあるからこそ海外に出て行けるというのがあるのですが、ゲームに特化して言わせていただくと、ゲーム業界にとっては、日本が一番収益性の高い市場になっているので、海外は今まではナイス・トゥ・ハブになっているのです。それを後押しするJ-LOPがあるので、簡単に言えばJ-LOPを継続していただきたいということが1つです。

さらにほかのことがあれば提案をさせていただきたいと思うのですが、簡単に言えば、1本ゲームを売ったときに収益が一番入ってくるのは日本の市場でございまして、アメリカ、ヨーロッパ、アジアになると落ちてくるのです。そうすると、当然リソースの配分を考えたときに、海外はあればいいやというような話になってしまう。これはもう我々がコントロールできない海外の事情でございます。でも、やはりクールジャパンとしてそれを後押ししたいのであれば、そこに対してのプッシュというものをやはりJ-LOPのような形が大変今でもありがたいと思って活用させていただいていますが、簡単に言えばJ-LOPがなくなることがないようにしていただきたい。

これは1本当たりの収益性がもう我々日本の企業が努力してもかなわないところですので、ヨーロッパは流通が強いのでマージンが低い、そういうことだけなのですけれども、その中でも日本のコンテンツを売っていくということ。多分、アニメとか映画に関しても似たようなものがありますけれども、ゲーム業界で言えば明らかに大きな差がありますので、そういうところの配慮をいただければと思います。

ありがとうございました。

梅澤委員 最終報告に向けてということで、きょう、特に4つ、気になったことがあるのでまたぜひ事務局とも議論させていただきたいと思うのですが、1点目が、何人かの方から御指摘があった外国人材に求める役割というのをもう少し明確に定義しましょうという話。そこには産業ごとにクリアに定義をしたほうがいいですよという問題提起もいただきました。それはそのとおりだと思うので、その辺の作業も一歩進めたいということ。

2つ目として、外国人材を地域プロデュースの仕事にもっと活躍をしてもらうためにどうするか。住田さんのおっしゃった、そもそもたくさんまず候補者を持たなければいけないという話もそうですし、イバイさんのIZANAUの活動もまさにそこにもヒットをする話だと思いますし、ここをビザの話と絡めてどうさらに進めていくかというのは宿題としてあるかなと思いました。

3点目、企業側の受け入れ体制も弱いし、受け入れマインドもまだまだだねと、特に

受け入れた人をちゃんと教育してキャリアトラックに乗せて育てていくのだということができていない会社が余りに多い。これは啓蒙活動みたいな話かもしれませんが、我々チームとしても重要な課題だと思って捉えたほうがいいかなと思いました。

4点目、これも要議論なのですが、実に同じテーマに関して、さまざまな主体が若干オーバーラップするような施策をたくさん打っているということがきょうだけでも明らかになっていて、これはベストプラクティスみたいなものがある程度見えてきているものは、そこに寄せていって、そこに重点的に資源投下をし、横展開をするということをそろそろ考えてもいいタイミングなのかなというように見えなくもないです。このあたりも継続議論ができればなと思いました。

以上、住田さんにお渡しします。

住田内閣府知財事務局長 本日は大変活発な御議論をいただきまして、ありがとうございました。最後に梅澤さんのほうから整理していただいたようなテーマが非常に象徴的にあるなというように思います。

特に定義問題みたいなところ。これについては実は人材の問題に限らず、クールジャパンというものの自体をいろいろな人がいろいろなものをクールジャパンと言っているのもともと外国人が日本はこういうところが格好いいねと思うのがクールジャパンです。日本のものであればとにかくジャパン・イズ・クールなのではなくて、外国人から見てこの部分がクールというものだということをもう一度しっかりと位置づけ直す。私どもの今やっております知財ビジョンの中でクールジャパンの戦略を考えようというときにも、その部分は少しはっきりさせていこうと思います。まさに先ほど、では、どういう外国人材を何に使うのか、何で活躍してもらおうのかというところがそれとの関係で明確になってくることが恐らくあると思うので、大分このクールジャパンというのも世の中に定着してきただけに、そういった形で、どなたかもおっしゃっていましたが、ある種の最低限の品質管理ではないですが、そういうようなことにも恐らくつながると思うので、そういった方向で全体の中でやっていかせていただければと思います。

それと、似たようなものをいろいろなところで、というのも全くおっしゃるとおりで、誰もやっていないよりはよほどいいのですけれども、確かにこんなこととこんなことを組み合わせると一番うまくいくぞとか、逆に、絞っていくのがいいのか、重ねていくというか、連携してやってしまうなどありえます。あるいは地域プロデュースなどに関してみると、地域という単位ではいろいろな役所が同じような施策をやっていて、それぞれの人材が出てきてというのをやってもしょうがないから、受け手のところは1つに集約していったら、そこにいろいろないい人材が集まってうまくプロデュースできるかもしれない。そういうのもあると思いますので、そういったことを含めて、よく梅澤さんとも一緒にまとめを考えて、次の3月の議論につなげていきたいと思います。

今後必要な取り組みについてさらに深掘りをして、中長期的な成長の基盤づくりに資するためということで、この検討会の取りまとめにつなげていきたいと思いますので、よ

ろしくお願いをいたします。どうもありがとうございました。