

## クールジャパン人材育成検討会（第6回）議事録

平成30年3月26日（月）開催

住田内閣府知財事務局長 それでは、予定の時刻になりましたので、ただいまから「クールジャパン人材育成検討会」を開催したいと思います。

本日はお忙しい中、関係者の皆様には出席をいただきまして、まことに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。

本日は、内閣府のほうから山下雄平大臣政務官が出席をしておりますので、開会に当たりまして政務官から御挨拶をさせていただきます。よろしくお願いいたします。

山下クールジャパン戦略担当政務官 皆さん、こんにちは。内閣府の大臣政務官の山下雄平と申します。本日はお忙しい中、お集まりいただき、まことにありがとうございます。

本検討会が立ち上げられたのが今年の2月と伺っておりまして、まだ私が就任する前ですけれども、1年以上にわたり産業界であったり教育の立場、クールジャパンの第一人者の皆様一堂に会して活発な議論をされてきたと伺っております。

本日は最終取りまとめ案について御議論いただくわけですけれども、これまでのところ、専門職大学における産業ニーズを踏まえた制度設計、クールジャパン分野の高度人材を、高度人材ポイント制を対象として在留上の優遇資格を与えるという成果が既に上がっているところでございます。

本日は最終取りまとめとともに、あわせて地域プロデュース人材、外国人材について御議論いただけると伺っております。きのう、自民党の党大会、年に一度の全国大会があったのですが、報道では高木選手と総理が森友学園で謝罪したということしか報道されておられません、総理の挨拶の中でクールジャパン、観光についてもかなり時間を割いて話をされました。安倍総理のまさに御出身の御地元である山口県の長門市の事例についてお話をされて、たしか元乃隅稻荷神社とかいう神社で、ほとんど観光客の人がいなかった神社だったけれども、それがCNNに取り上げられたことによって外国人の観光客が激増したということで、長門市という田舎に年間200万人以上の人足が運ぶようになったということでありました。

恐らくこれは山口県だけではなくて、地域には外国の人から見たらすばらしい財産がたくさんあると思いますし、また、それをどうやって発掘していったらどうやってプロデュースしていくかということが非常に重要なので、皆様の議論が大変重要だと考えておりますし、そうした人材を育成して結果的に都会にしかそういう人たちの働き場がないというのも現実ではありますので、そうした出口戦略として地域、地方の受け皿をどうやってつくっていくかについても、皆様方から御示唆をいただければ大変ありがたいと思っております。

す。ぜひとも活発な御議論をよろしくお願い申し上げます。

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。

本日は検討会委員のうち、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、学校法人辻料理学館理事長の辻様の代理といたしまして、辻調理師専門学校・辻製菓専門学校企画部部長の尾藤様に御出席をいただいております。

それでは、本日の配付資料を確認させていただきます。

滝本内閣府知財事務局補佐 内閣府知財事務局の滝本と申します。私のほうから本日の配付資料について確認をさせていただきます。

本日の配付資料ですが、資料1～8までとなります。

資料1の最終取りまとめにつきましては、資料1-1と概要版の資料1-2の2点となります。もし資料に過不足がある場合は、事務局のほうまでお伝え願います。

なお、資料1-1と資料1-2の最終取りまとめ（案）とその概要につきましては、きょうの御議論を踏まえまして修正する方向ですので、非公開とさせていただきます。お取り扱いには十分御注意いただきますよう、お願いいたします。

また、委員の方と関係省庁以外の傍聴の皆様におかれましては、資料1-1と資料1-2の2点については席に置いて帰って、お持ち帰りなさりませんようお願いいたします。

本日発表者が多いため、事前に発表者の皆様にお伝えしている時間の残り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ください。

以上です。

住田内閣府知財事務局長 人材育成の検討会につきましては、今回、議論をいただいた内容などを踏まえまして、最終取りまとめの内容を当事務局ウェブサイトで公表したいと思っておりますので、ぜひきょうも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、よろしくようお願いいたします。

梅澤委員 よろしくようお願いいたします。

前半が地域プロデュース人材ということで、最初に知財事務局の北神さん、NTTデータの新見さん、事業構想大学院大学の田中さんにお話をいただいて、予定外なのですがけれども渡邊さんからもこの分野でのインプットをいただいているので、続けて渡邊さんまでお話をいただいて、その後で前半の議論という形にしたいと思います。

では、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企画官の北神でございます。

地域プロデュース人材部分を御説明しますが、初めに構成だけお話ししますと、資料1-1と資料1-2をごらんいただきたいのですが、中を見ていただくと基本的には

中間取りまとめに修正点を追加しており、黄色いマーカーの部分が修正点になっております。委員の先生方にも事前に御意見をいただきましたし、各省とも調整させていただいたものを反映したものが今、案として記載しているものでございます。

大きな構成は目次のところ、1枚おめくりいただいたところにあるように変わっておりませんが、長くなったこともあって3～4ページのところにエグゼクティブサマリーということで、できるだけここを読むと流れがわかるものを目指して書いております。

目次のところを見ていただきますと、最終報告書は1から4のプロデュース人材から専門人材のところは、基本的にはファクトのアップデートとか、前回御説明させていただいた各省の取り組み状況、成果を中心に書いておりまして、5の外国人材と地域プロデュース人材のところについては前回のインプットとか、きょうインプットいただく内容も踏まえて、この2つについては大きく修正しております。

概要も全体の進行状況と、次のページをめくっていただくと、主な成果とか進捗状況については、表の形で右側に記載しているのが大きな変更点でございます。

それでは、地域プロデュース人材のところですが、本文でいいますと40ページになります。概要で申しますと、9ページと10ページになります。

本文ですが、40ページで地域プロデュース人材は何かについては上の下線のところが変わっておりません。

各省の取り組みのところ、40ページの下から前回検討会でインプットいただいた地方創生部局の地方創生カレッジとか、文科省の地（知）の拠点事業とか、次のページのトビタテ！ 事業、地域ストーリー事業について記載しております。

前回のインプットではなかったのですが、地域プロデュースということで総務省の自治部局でも人材力活性化プログラムということで、こちらはコミュニティー等の人材育成が中心ですが、これもかなり以前から取り組まれているということで掲載しております。

42ページ、ほかの章立てでもそうなりますけれども、「検討会における議論」はいただいた主な意見を要約して、できるだけいわゆるとがった意見なども含めて掲載しております。

43ページ、このあたりは前回関連でいただいた意見で、3つくらい、外国人材と地域プロデュース人材の協働とか、できるだけ地域の資源が高い価格でプロデュースされるようにといったご意見について書いております。

3つ目が長谷川委員、長谷川委員はきょう御欠席なのですが、資料7の通り、別途のご意見をいただいております。一言で言うと、地方に協働の場を、拠点のようなものをつくるのが重要だということと、地域プロデュース人材を育成するときに連携してもらう美術館とか博物館とか、地域の側の連携対象にもしっかり支援すべきではないかという御意見をいただいております。

次の（3）ですが、中間取りまとめまでもいろいろ地域プロデュース人材が不足しているとか、育成のための教育が余りなされていないのではないかとといった御意見も

ありましたが、その後、後ほどNTTデータさんから発表いただきますが、委託調査という形で実際にどういう地域プロデュース教育がなされているかを調べてみたということに記載しております。詳しくは後ほどNTTデータさんからあります。

類型化すると、44ページの大体 から のような形で、社会科学、経営とか経済とかをベースに実習を加えたもの。観光学部などでも最近DMOということで実践的なものをしていたりとか、デザイン学科は昔から町並みとか建築の観点から実践学習を行っていますし、辻さんのところもそうですけれども、最近、食とか農学系のところも地域の素材、食材を使って、どう地域をプロデュースするかということがなされているところです。

44ページの下「今後の取組の方向性」ですけれども、こういったさまざまな取り組みを踏まえて、事前にいろいろと委員の先生、地域プロデュース教育の有識者の田中さんを初めとしてお伺いしまして、45ページ、どういう能力が本質的に必要なのかということのできれば整理したいということで、御意見をいただきながらまとめております。

1の「地域の魅力の発見・創出力」から6の「実施力」までとなっております、例えば創出力のところでは目きき力・感性、クリエイティビティー。

キーワードだけ申し上げていますが、2の「プロデュース力」ではデザイン思考とか、「協働力」では地域の方々との連携、クリエイターとの連携、外国人材との連携のほかにリーダーシップとか、今日の田中先生も言われているキャストイング力とかといったもの。

「発信力」ではしっかりマーケティング分析も必要ですし、ジャーナリストとかマスメディア、インフルエンサーなどとの協働しての発信とか、これは渡邊さんにも言及いただいておりますけれどもデジタルマーケティング。「海外展開力」と、それに、「実施力」では資金とかリソース集めとか、特区制度なども意外と知らない地方の方も多いので、そういった法的な知識なども入れております。

46ページ、ここはクールジャパンの観点から、そうはいつてもいろいろとやられているけれども、まだまだ人材育成内容としてもっとしっかり加えていくべきではないかということも6点挙げていまして、やはりこれからの成長の源泉は海外と言いつつ、余りまだ海外展開力の事業等が行われていなかったりとか、2ポツ目は、文系ですとなかなか「デザイン視点」は扱っていなかったりとか、先生のお膳立ても必要なのですが、履修者が受身になっているケースもあるのではないかと。それに、外国人視点で、外国人との協働が必ずしも実習では入っていないのではないかと。ストーリーとかデジタルマーケティングといったところも今後は必須なのではないかということで、入れております。

先ほど政務官からの御挨拶の中でありましたとおり、環境づくりも大事ですということも46ページの下から書かせていただいております、自治体とか企業等の受け入れ側の組織体制。これは人を育てるのが先か、受け入れ態勢が先かというのはもちろんあるのですが、しっかり受け入れ態勢も必要ですし、外部人材の導入も重要ということです、これは外国人もそうですしIUターン、Jターン。アニメ制作会社を富山県とか高知県が誘致して活性化しているとか、そういう外部人材の受け入れの例もあります。

最後のポツのところですと、最後のところだけ読みますと、「今後、地域プロデュース人材の育成が全国で総体として効果的に進められていくためには、さまざまな政府や民間の取り組みや高等教育機関のプログラム等について、先ほどの～のプロデュース人材の能力を持つ人材の育成が重要です。産学官の官、省庁間とか教育機関間でしっかり連携、共有が図られて、相乗効果が実現していくことが大事です」と書いております。

新規施策では、外国人がより地域に入っていけるような、プロデュースしていけるような体制を整備していきましょうということも書いております。

この後NTTデータさんとか、田中学長からもお話がありますので、それも踏まえてぜひ御議論いただければと思います。

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、NTTデータ経営研究所の新見さん、お願いします。申しわけありませんが、10分でもよろしく願いいたします。

新見様 地域プロデュース人材の現況などの調査についてと題しまして発表させていただきます。NTTデータ経営研究所、新見と申します。どうぞよろしく願いいたします。

1 ページ、調査の目的でございますが、今回地域プロデュース人材の育成のためにどのようなカリキュラム要素が必要かについて、国内外の大学などで行われているカリキュラムを調査させていただきました。

2 ページは、調査概要でございますが、下の図にありますような北から南まで、国内の20の大学などの機関、海外の3 機関についてWEBサイトの公開情報をもとに調査をさせていただきました。また、7 機関に関してはヒアリング調査も行わせていただいております。そして有識者からの助言を得てプログラム要素について整理をさせていただきました。今回1月の下旬から3月の中旬までという2カ月間の大変短い時間でしたけれども、調査を実施した結果の概要として報告させていただきます。

3 ページのところから、事例調査の概要を載せております。対象は国で実施されているプログラムですとか、地方創生、観光、食、デザインなどクールジャパンの人材育成に関係しそうな大学など教育機関のカリキュラムについて調査させていただいております。

まず、1つ目が先ほどもお話がありました内閣府の地方創生カレッジで、e-Learningで特に自治体職員など地域で実践的に活動をされている人たちの知識の向上と、さらに専門性を向上させていくためのプログラムです。カリキュラムの構成要素である「地方創生に関する施策紹介」では、先ほどもお話にありましたような具体的な事業実施に活用することが可能な施策について御紹介されているのが特徴だと思っております。

4 ページ、地方創生系のカリキュラムといたしましては、高知大学、愛媛大学などを見させていただいております。

高知大学の地域協働学部については平成27年に設置された学部で、特徴としては600時間を越えるフィールドワークを用意されていること、産業、経済学入門など社会科学をベー

スとした基礎知識をみっちり学ぶ構成となっていることが特徴でございます。

3番目の愛媛大学については、こちら新しく新設された地方創生系の学部なのですが、こちらは教育学部と農学部を再編して文理融合学部として設置されておりますので、文系理系に伴うそれぞれのカリキュラムが御用意されているのが特徴となっております。地域企業へのインターシップなども重視されております。

5ページには、信州大学のローカル・イノベーター育成コースを御紹介しております。こちらは信州大学でそれぞれ専門の課程をもつ学生さんの、いわば副専攻的な位置づけで、全学横断の特別プログラムとして地域人材を育成するコースとなっております。学長が主導で、感度の高い地域人材を育成していこうという趣旨でコースが設置されております。

5番目は私立の新潟薬科大学で、おおもとの薬学や応用生命科学の基盤を生かしつつ、文系学部として設置されています。食品科学の理系的な教育と共に、経営などの社会的な要素、そしてデザイン、表現なども含めた大変幅広い実践的な教育体系をされています。

6ページには、観光系のカリキュラムとして参考にさせていただいたところを紹介しております。

まず、近畿大学。こちらはDMOの経営や中核人材の育成に関する社会人向けプログラムを作成されております。実際にDMOにかかわっていく人たちを対象として、専門的なインプットをしていくものとなっております。

金沢大学でインバウンド向けのプログラムが用意されておりますし、8番の北海道大学大学院、こちらは修士課程向けですが、修士課程でもプログラムが用意されておまして、例えば法制度とか官民連携・協働のあり方、資金調達の手法、プロモーション手法などかなり専門的、戦略的な実践方法について教育することができるプログラムとなっております。

9番の京都大学でも、観光MBAということで経営的な観点からの人材育成が行われるカリキュラムが御用意されております。

8ページからは食に関するカリキュラムということで、10番は中村学園大学のフード・マネジメント学科。こちらは調理とか栄養だけではなくて、食のスペシャリストとしてフードマーケティングあるいは経営とか、日本とは異なる食文化について考察して、海外ビジネスに必要なスキルを学ぶというカリキュラムが用意されております。

11番の宮城大学につきましては、学生さんが体験を通して地域の食文化を生かした商品開発から顧客への販売方法まで学ぶような、体験型の授業を実施されております。

10ページからはデザイン・コンテンツ系カリキュラムを御紹介しております。

佐賀大学では芸術を通じた地域創生のための人材育成を目的として実施されておりますし、九州大学の大学院、デザインストラテジー専攻では国際競争力のあるデザインストラテジーということで、この中で町づくりのデザインなどのプロジェクトもされていることが特徴となっております。

宇都宮大学は地域デザイン科学部ということで、地域づくり、都市計画などの中にデザ

インを生かしていくという観点がございました。16番の京都造形大学でも企業や自治体のリアルな課題に対して、デザインを通じて課題解決をしていくプロジェクト型の授業をされていたりします。

このように芸術とかデザイン系の学部でも地域の課題解決、魅力向上につなげるカリキュラムの要素が用意されているようになってきている傾向が見られます。

13ページ、後ほど御紹介があるかと思えますけれども、事業構想大学院大学についてもお話を聞かせていただきました。それぞれの実践者の方が持つフィールドの課題に直に取り組んでいくような高度な授業をされていたりします。

14ページ、19、20、民間とかNPOが一般向けに開放しているプロジェクトも見られました。

また、海外の大学としては21番のミネルヴァ大学、こちらは最近ではアメリカ人入学するのが難しいと言われていたりもするみたいなのですが、遠隔のオンラインで授業をしながら高度に学んでいくというスタイルも見られるようになっております。

以上のような事例を参考にしてカリキュラムの分析をさせていただきました。分析をしているのが17ページなのですが、それぞれ横軸で地方創生系、観光系という形でまとめさせていただいております。もちろん大学等の機関によってその網羅性などは異なっております。全てが網羅されていることが必ずしもよいという趣旨ではなく、それぞれの特徴などを参考にさせていただくとよいと思います。

地方創生系の教育機関では、例えば四万十式の商品開発ノウハウというような具体的な講義や、フィールドワークを重視されているという傾向が見られました。観光系の教育機関では地域の文化などについて深く学ぶ講義や、デジタルマーケティング、プロモーションなどの授業が見られます。

食系の教育機関では、海外の食文化について学ぶような文化的な教育がクールジャパンにもすごくつながってくるように思います。デザイン・コンテンツ系の教育機関では、町づくりにデザインをどう活かしていくとか、プロダクトにデザインをどう活かしていくとかというような応用的なプロジェクト型の演習なども多く見られました。

このような分析をさせていただき、有識者からの助言も踏まえて、20ページにありますような形で5つの能力として整理をさせていただいております。

1つ目が「地域の魅力の発見・創出力」、2つ目が「プロデュース力・デザイン力」、3つ目が「協働力」、4つ目が「海外マーケティング・展開力」、5つ目が「実行力」としてあります。それぞれの能力を育成していくために参考になると考えられるカリキュラム要素について、21ページ以降にまとめさせていただいております。

例えば1つ目の「地域の魅力の発見・創出力」につきましては、「京都の観光・文化論」という授業がありますが、観光地としての魅力を長い歴史の文脈において、文化の深みの中で理解するという地域の深い理解に関する教育要素があったりとか、「せとうちワイン学」という、他地域との比較や、ワインの試飲などの体験を通して実際に地域の魅力を発見、創出していく目利き力を育成していく教育が見られます。

2番の「プロデュース力・デザイン力」では商品開発にデザインをどう活かしていくかを実践的に実施されている授業が見られます。

3番目の「協働力」では、地域の百貨店や水産加工会社と協力して、実際に学生さんがデザインから販売まで行うというようなプロジェクト型の授業も多く見られます。

4番、海外マーケティングのところは、実は余り多くはないなという印象ではありますが、高知大の「国際ビジネス展開論」で実施されている自社の製品の国際競争力の位置づけの分析を行い、どのように改良すると国際的に通じていくのかを検討するような教育もごさいます。また、別の大学においては、海外の展示会に出展するという体験型のプログラムなども見られます。

5番の「実行力」では実際に実施してみる体験型の授業も多く実施されているのに加え、先ほどのお話にありましたような、活用できる施策を紹介する授業も参考になると思います。実行力だけではなくて、実務能力の育成もすごく重要になってくると思いますけれども、大学のカリキュラムの中では少し手薄になっているのかなというところが印象でございいます。

このように御紹介させていただきましたような特徴あるカリキュラムの要素を、今、それぞれの大学がされているようなカリキュラムの中にうまく加えていくことによって、クールジャパンの地域プロデューサーの育成につながっていくのではないかと思います。実際に大学に聞いてみますと、クールジャパンという視点はなかったのだけれども、そういう視点で見ると興味深いので、新しい視点として自分たちとしても取り入れてみたいという御意見もございましたので、このような事例の御紹介を行うことや、モデル的なプログラムの展開などを検討していけるとよいのではないかと思います。

駆け足になりましたが以上でございいます。

梅澤委員 ありがとうございます。

また後で皆さんからいろいろと御質問とかがあると思うので、議論させていただければと思います。

では、引き続きまして、事業構想大学院大学の田中学長、お願いします。

田中様 このたびは貴重な機会をいただきましてありがとうございます。ヒアリングに参加をさせていただきまして、こういう人材育成の検討が進んでいることを承知した次第なのですが、世の中の的に大変注目を集められているところだと思いますので、私どもも今の知見のところを御紹介させていただければと思います。

開いていただいて、写真は東京表参道にあります本学のキャンパスですが、私ども学校法人先端教育機構は2011年に文部科学大臣の認可をいただき、2012年4月に事業構想大学院大学を開学いたしました。2018年4月には福岡、大阪に開校をします。

既存の枠組みの中で仕事をするにとどまらず、事業構想を考える人を育成しようと志向し、クリエイティブティを重視したカリキュラムを提供しています。対象の院生は、新規事業の担当者、事業承継者、起業を目指す人、地域活性を担う人ですので、地域プロ



デューズ人材に重なる点があると思います。

地域を活性化させていくには、まず「事業構想力」が重要ではないかと考えています。各省庁にもさまざまな取り組みがあり、全て必要だと感じますし、対策の成果が出始めてきているとも感じますが、「プロデューズ」という言葉に象徴されるように、俯瞰的に統合的に物事を考え、推進する人材が、今、まさに待たれています。

本学における産官学連携では、内閣府「地方創生カレッジ」事業にコンテンツ提供をし、また中小企業庁の「ふるさとグローバルプロデューサー育成事業」も担当させていただきました。本学のカリキュラムを修了した約200名の人材は、現在も活躍し、互いに連絡を取りながら新たな挑戦を続けています。

「ふるさと納税研究会」については、制度を活用した地方創生が展開できないかという視点から、自治体動向の把握、マーケティング研究、事例分析等を進めている次第です。

事業構想大学院大学の独自メソッドとして、「事業構想サイクル」をご紹介します。自らの資源をもとに 発想、着想、 構想案を練り、 フィールド・リサーチを行い、 構想計画を立て、 マーケティング・コミュニケーションで社会に伝えながら構想を進めていく一連のサイクルです。出発点は、歴史や文化を踏まえながら、その地域、その組織にしかない経営資源を見出し、生かすことです。

研究を重ねて見えてきたことを、「地域×デザイン」からご報告させていただきます。本企画は、日本デザイン振興会と共催で、3年目に入りますが、地域を活性化させるにはクリエイティビティが大切であり、地域とクリエイターの出会いの場や情報交換の機会を加速させようとの思いからスタートしました。特産品は素材も味も素晴らしく、上質であるのに、パッケージや宣伝が上手くなく今一つ売れない、という悩みや、人材が不足し、やれる人がいないから地域活性など難しい、等、各地にいろいろな課題がありますので、その課題を明らかにして提案できるような仕組みをつくろうと、賛同する方々と情報共有をしながら盛り上がってきているところでございます。

このような切り口から注目すべき地域として、地域×デザイン展にも参加をされた自治体から、ポイント的に御紹介をさせていただきますと、例えば富山県の南砺市には「BED AND CRAFT」という新しい民泊をオープンさせたクリエイターの方がいます。8,000人の町に行ってみたら200人の彫刻師がいることがわかり、身近に職人さんがいる場というのは、観光資源になるのではないかとということで、アイデアを構想しました。職人さんが例えば百貨店等に商品を売りに行ったり、実演販売に行くとなると工房が止まります。だったら、見に来てもらうにはどうすればよいか。サイトやSNSに「職人さんに弟子入りできる宿」というコンセプトを打ち出して紹介したところ、1年間で1,000人以上の民泊が成立したと聞いています。その多くは欧州からだそうです。このような少しの気付きと行動、そして洗練された打ち出し方、情報発信の仕方ですら交流人口や観光客を呼ぶことができるのです。

徳島県の神山町等はすでに有名で、IT企業等も参加をされて活性化していますが、現在は地元で活躍をする人たちが次なる構想に着手をしています。豊かな資源がありますが、

美しい川を未来につないでいくために、森がよみがえるようなプロジェクトができないかということで、「神山しずくプロジェクト」が動き出しています。

また熊本では、御案内のところと思いますけれども、ブルーシートだらけになった被災地の記憶を風化させない、被災者の方の力になり続けたいという思いから、ブルーシートでバッグをつくる活動が動いています。縫製工場、またバックの収益金のほとんどが被災地に入る経営の仕組みをつくり、雇用も創出している点が非常に大切なところだと思っています。

本学には出版部があり月刊「事業構想」という雑誌を発行していますので、地域の優良事例、地域で活躍するプロデューサー的人材の考え等をこれからもご紹介し、全国に広げたいと考えています。

福井県の鯖江市には産地特化型のデザイン事務所「TSUGI」があり、地域の課題を解決することをコンセプトにしているデザイナー集団で、楽しく地元で仕事をされているというところです。

人材育成について、事業構想の観点からご提案をさせていただきます。

事業構想は英訳すると「プロジェクトデザイン」ですが、人材育成の考え方では、最初に、1つ目に地域経営資源をもとに発見をして切り口を考えるというところです。

2つ目に構想する。構想は理想を描く、理想の姿を示すことです。

3つ目には、対象者及び提供する価値を明確化することです。私も宣伝会議というマーケティングの雑誌編集長を長く務めた経験から、広告業界で言う「インサイト」（深い洞察）をよく使うわけなのですが、消費者、対象者の立場にたって考える力が必要です。

4つ目は、理想の姿を提示して共有していくために、キャッチフレーズやコピーの力、が大切だということです。「私たちはこんな未来を目指します」と明文化することで、5つ目の仲間を集めることにつながります。

これは「キャスティング」と書かせていただきましたけれども、私の知る実力あるプロデューサーの一番の力は、キャスティング力なのです。多様な専門家を知っていて、その人の力を測る知見があり、各プロジェクトに活かせる人脈を持っていて、その人たちを適切に配置する力がある。このキャスティング力がポイントになると思います。

6つ目は、仲間が集まったらともに構想計画を考えて、7つ目はさらに賛同者をふやす。ファンと呼ばれる支援者です。世の中の商品のたいていは、その売上の8割を2割のファンが支えていると言われます。ファンを創造し、継続して大事にしていけるインフラをもてるかどうか、がポイントになると思います。

8つ目は、対象者にフィールド・リサーチをして、手応えを得ていくこと。

9つ目はアイデアと実行を繰り返していく。これ自体が人材育成になると考えています。

10つ目は、実行しながら日常的な革新と改革を志向するというところで、これがイノベーションの源泉ではないかと思っています。

次のページの、まとめですけれども、プロデュース力とは、新たな価値を生み出す仕事だと思えます。そのためには、人間視点で対象者の事を考え、クリエイティブ力を活かしてコミュニケーションデザインを作り上げていく。同時に、その活動の趣旨や目的、目指す姿が内部の人にも理解されるよう、インナーコミュニケーションにも力を入れ、そして、現場と仲間を変えていくのです。

キーワードは、当事者意識とモチベーション。クールジャパンの枠組みの中で検討されてきた人材育成の各手法はそれぞれに有効で魅力のあるものと感じますが、他省庁の取組も加え、これらを統合し、現状の仕組みや制度を地域や現場の視点から編集することができればよいのではないのでしょうか。

地域を深く理解し、未来の担い手として向き合う人材に、クリエイティブ、マーケティングをはじめとしたコミュニケーションの力をけてもらうこと、またその中から、当事者として活躍できるプロデューサー人材を育成していくことに期待が寄せられています。

本学には、修学旅行で東京に来る中学生、高校生が、アポイントをとって見学に来てくれます。地方創生に取り組む大人は何を考え、どんなことをしているのかに興味があると立派な話をします。また、広告コピーのコンテストでコピーライターの登竜門と呼ばれる「宣伝会議賞」(55年の歴史があります)に、昨年から中高生部門を制定したところ、5000件を超える応募が集まり、クリエイティブへの関心の高さを実感しています。リカレント教育から逆算をした、各地の教育、人材育成も重要なところと思っています。

時間が限られていたので以上になりますが、よろしいでしょうか。

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。

では、地域プロデュース系人材ということで関連するので渡邊さん、5分くらいでお願いしていいですか。

渡邊委員 わかりました。5分くらいなので手短にいきます。

梅澤委員 資料6ですね。お願いします。

渡邊委員 資料6になります。

1ページ目、通常、地域と外国人を結びつけたプロデュース事業をやっております渡邊です。

地域プロデュース系の外国人材のタイプ別分類ということで、これまでの経験をもとにまとめてみました。6つくらいあるのではないかなと思っております。四角いところ、海外と国内で分けてあるのですが、海外ですと、日本文化にインスパイアをされて現地でビジネスを展開している層。例えばロンドンの要寿司とかといった形だと思っています。

もう一つが、日本の出島として活躍している方々。例えば一風堂のニューヨーク支店とかポケモンセンターニューヨークパリとかといったものです。

もう一つ、3番目が橋渡し型でここは重要だと思うのですが、輸出商社とか旅行会社など。

国内ですと2つあるかなと思っておりまして、1つががっちり地域に根づいてやっている地域別プロデュースのタイプ。よく地方版クールジャパン会議で登場される方はこのタイプだと思います。

もう一つが分野別プロデュースで、デザイナーさんとかカメラマンさんとかクリエイター系の方々だと思います。

ページをめくっていただきまして、果たしてその外国人人材の日本に対する関心のいろいろな原因があるのだと思うのですが、私どもが注目しているのがSBNRです。SBNRは何かといいますと、Spiritual But No Religiousの頭文字をとったものなのですが、米国のピュー研究所、一番古いところだとシカゴ大学が1972年から研究していますが、最近非常に社会問題化しています。

右肩上がりの表をごらんいただきますと、例えば2012年から2017年、男女ですと大体約1.5倍SBNRがふえている。Raceですと1.4倍。あと主義、主張などでもそう。

下の表がいわゆる移民一世、二世、三世なのですが、移民三世ですと驚異的なのですが83% SBNR。SBNR、例えば禅とかマインドフルネスとかビーガンとかといったものを非常に好む傾向があるということで、日本文化も非常にシンパシーが高いという層だと見ています。

次のページ、剣道の方の写真があるのですが、ジャパナイズド・ウエスタンという言葉が最近よく使われていますけれども、例えばSBNRの中でも白人系の方々非常にSBNRの傾向が高い。

実際、横のJNTOさんの日本に来ている国籍別の伸び率なのですが、最近ですとアジアよりも欧米のほうが伸びている。何らかの関係性があるのではないかと見ております。

下の写真は剣道フランス代表、今度世界選手権がありますが、なんと宮崎県でキャンプするということで、SBNRも一つの強さの源泉と思われるらしい。

次のページが武道はどうなっているのかということで、数字を洗い出してみました。こちらが各国の協会が出している数字を足し込んだものなのですが、剣道、柔道、合気道、全世界で7,135万人いるのですが、92.3%が外国人。

その下、「江戸の人口」と書いてあるのは江戸時代の人口のミスプリントです。江戸時代の人口、侍が職業として210万人いたということで比較をしてみたのですが、現在外国人の武士道、これ以外にも華道とかあると思うのですが、今、最大の規模になっている。武士道、フィジカル面、メンタル面でも興味を持つ人が非常にふえているということは、今後いろいろと考える上では大事かなと。

事例ということで2つ持ってまいりました。1つが今、私どもでプロデュースさせていただいている福島、栃木、茨城のダイヤモンド・ルート・ジャパン。実はこのSBNRと武士道マーケティングが背景にあります。御存じのとおり、FUKUSHIMAとローマ字で検索すると第一原発しか出てこないのですが、SAMURAIと検索するとFUKUSHIMAの100倍ある。でしたら、これをできないかということで、デジタルマーケット、映像ブランディングをずっと続け

ていまして、今年度3月末くらいの数字で発表、これが出るのではないかと思います、2年前に年間4万8,000人だったのが、今は月1万人外国人が来るようになったという形です。

最後に伊勢市なのですが、SBNRマーケティングをやっておりまして、アメリカで一番大きい日本研究所、USCと完全にタイアップしまして、「The Study of ISE」という事業を立ち上げております。この中では新しく伊勢市の地域ブランディングをしましょうということで、SBNR層が何々を考えているのかを分析しております。

若干早口になったのですが、参考情報ということで御提供させていただきます。

以上です。

梅澤委員 ありがとうございます。

皆さん大変興味深いインプットを追加でいただいたので、また最終報告案もここから少しディベロップしなければいけないかなという感じだと思いますが、せっかくの機会なのでほかの委員の方々、御質問があれば個別の御質問でも結構ですし、論点としてあるいは報告書に盛り込むべき方向性の議論として追加すべきものがあれば、ぜひお願いしたいと思います。

池尾さん、お願いします。

池尾委員 最初のNTTデータさんの話でちょっとよくわからないのが、有識者の方のお話を聞くと、地域の魅力の発見・創出力、プロデュース力云々というのは、これは普通一連の流れですよね。であるにもかかわらず、各学部をこれで分類してしまうと、これらの学部が全部一固まりになって一人前というように聞こえてしまう。このように切られてしまうと、例えば信州大学のところは地域の魅力発見・創出をただけだと学部としては成り立たないわけで、大学にいるものとしては、この分類の仕方に違和感を感じるのですけれども、いかがでしょうか。

梅澤委員 新見さん、どうぞ。

新見様 こちらの分類に関して、それぞれ1対1というわけではなくて、21ページ以降で紹介させていただいているものは講義の内容という形で、その下に、5つの能力のうちでこの授業だと、例えば信州大学のスタートアップゼミだと地域の魅力発見・創出に一番貢献していると思われるので1番には入れているのですけれども、そのほかにも協働力とか実行力とか様々な能力の育成にもつながっていると考えて表記しています。さまざまな能力の育成にはつながりますが、特に5つの能力の中のこの能力の育成に強く関わるという形で、分類をさせていただいております。

池尾委員 本来ならば、それぞれのカリキュラムが全てをカバーしているはずなのでですね。ここを特に強調しているとか、ウエートを置いているくらいいいですか。

梅澤委員 その中で特筆すべきものをここに書いているという理解でよろしいでしょうか。

新見様 はい。

北神内閣府知財事務局企画官 報告書との関係もあって補足させていただきますと、NTTデータさんの後ろのほうの内容はプロジェクト単位ですので、学部の中でもこの授業についてはこういう能力育成に対応となっているのだと思うのですが、報告書の43～44ページを見ていただきますと、44ページの下にも書いていますが、今回こういう能力が必要だというのはやや具体的に書いているのですが、なかなか一人がこれを全て身につけるというわけでもおそらくないと考えています。

44ページの下の方でもチームなどが総体として能力が発揮すべきですし、また、その社会での実践を通じてこういったものがあわせて習得されていくと記載しています。

ただ、そういった中でも44ページの上にありますように、社会科学系のカリキュラムを中心にそのマーケティングとかという観点から実践を加えてカリキュラムとしている学部もあれば、昔ながらの都市工学とか理系でデザイン視点なども入れて町づくり、より物質的な観点も含めてやっているものもある。おそらくそれぞれが共通に身につけるべきものもあれば、それぞれのベースとする専門領域を生かしてここを重点的に身につけるものもあって、そういう人が集まってチームを組んで、先ほどキャストイング力というお話もありましたけれども、地域プロデュースに生かされていくというようなそういった構成にできればしたいと思っております。

池尾委員 この45ページの分類には何の異論もないのです。報告書に書かれるかどうかはともかく、理解としては45ページのそれぞれに典型的に当てはまる科目が、例えばこの大学のここなのだと、そういうように言っていただければ非常に腹落ちがするのですけれど。

梅澤委員 御趣旨はよくわかりました。ありがとうございます。

ほかの論点はございますか。

尾藤さん、どうぞ。

尾藤部長(辻委員代理) NTTデータさんに質問なのですが、我々も地域にフィールドを持っていてとても苦労しているのですが、特に我々の業界のところでも苦労するところなのですが、地方で育てる人材育成と都市部、いわゆる消費地域で育成する人材育成は、やはり違ってくると思うのです。地方で育てる人材と都市部の人材育成をデザインしている事例があったりとか、もしくはそれをすみ分けて、渡邊さんの資料にインスパイア型であるとか出島型のような形のプロデューサーを、その地域でどういう形で育てようというものと、ちゃんとデザインをされた中で大学間連携であるとか、そういった事例があったら教えていただきたいなと思っているのです。

新見様 明確に都市部の大学と地方の大学というわけではないのですが、やはり地方の大学はそれぞれの地域のよさについてしっかりと学び、地方の国立大学さんでも県内の出身者は25%くらいしかいないところもあるようですので、大学で改めて各県、あるいは各地域がどういう文化的な背景とか自然、歴史、地理などの背景を持っているのかを、まず、学ぶことが重要ではないかということは、地域の大学の先生方からもお聞きできた

ところです。

一方で、都市部の大学にはあまりお聞きしていないのですが、事業構想大学院大学さん、シブヤ大学さんなどの都市型の大学、教育機関では、全国的な視野から共通する課題に関する検討を行ったり、あるいは参加者がいろいろな地域の課題を持ち寄って、それぞれのネットワークをつくりながら、どのように全国的に各地域を底上げしていくことができるのかという教育をされているのが特徴かと思います。

梅澤委員 ありがとうございます。

私から田中さんと新見さんに質問なのですが、需要と供給の感じはどのようなかと。学生さんでこういうプログラムに入りたいという人がどのくらいいるのか。需要超過なのか、まだまだやはり掘り起こさなければいけないのか。

既存のプログラムに関しては卒業生の就職状況はどうか。世の中のニーズは十分に高いと感じていらっしゃいますか。

もう一つの質問は、外国人をある程度こういうプログラムの中に取り込めているケースはどのくらいあるのでしょうか。このあたりについてお願いします。

田中様 ありがとうございます。

需要はかなり高いと思っています。事業構想大学院大学を始めたときに、新規事業と地方創生という2つの柱を設定したのですが、新規事業をするにもやはり対象のエリアが必要になってきますし、目指す場所が必要というので、非常に地方創生系のところに関心が高まる傾向がありました。自治体の方もいますし、東京でIT企業に勤めていたのですが、そもそも実家があるので地元に戻って活性化をさせたいとか、あるいは世代を超えて、祖母が運営する四国の製麺所を発展させたいなど。自分がやらなければ廃業する現実に気づいて、大学院の仲間といろいろと連携をして新事業をつくり、企業を継続させる事例も出ています。自分自身が起業しなくても後継者を指名し、プロデューサー的に機能する院生もいます。本学は、企業派遣も一定数いまして、現時点で152名の卒業生を出したところなのですが、そのうち地域にかかわっている方はかなり多数います。

外国人につきましては、開学のときには定員が30名という大学院ですので、中小企業を潰さないことを重視し、事業承継者を新しい形でとらえ、日本の中小企業を活性化させることを目標としました。そこで自然と日本のみで定員がうまるわけですが、今春に1名、タイの方が入学します。付属の研究所には、中国の方もいます。包括協定を組んでいます信州大学のプログラムには、オーストラリア、カナダからの留学生もいます。外国人が入ると、議論もさらに活発化するという経験をふまえ、今後は力を入れるべきとも感じています。事例でもお話をしましたように、外国人と地域のつながりは、これからふえるかと想定しています。

梅澤委員 ありがとうございます。

新見様 需要が学生からの人気という意味で捉えると、地方創生系の学部に関しては新設されたところがすごく多くて、新しく立ち上がったこともあって、かなり人気が集まっ

ているというお話はありました。ただ、まだ卒業生が出ておりませんので、やはり卒業後の状況によって人気状況は今後、変わっていくかもしれないと思われます。

また、プロダクトにデザインをどう活かしていくかだとか、町づくりにどう活かしていくかという実践的な教育をされているデザイン系の学部に関しては、かなり卒業生のその後の進路状況もよいというお話も聞きました。

一方で、大学の内容が少しアカデミックに寄っている場合だと、企業や実社会からの要望と人材育成の状況が異なってしまうので、実務的な先生たちをもっと多く配置して、実践的な授業をしていくのがよいのではないかというお声もありました。

また、外国人についてですけれども、やはり大学の中で結構留学生がふえていることもありまして、その留学生の観点をうまく事業プロデュースとか観光ツアーの開発とかというところにモニターで参加してもらったりするなど、そういう形で生かしている例も見られました。地方だと外国人のモニターを活用するのは難しい場合もあるかもしれないのですが、大学の機能を使うことで海外の方の声を聞くことができる、大学と社会がつながって、外国人を生かして地域の企業が商品や物を磨き上げていくことができるという取組も見られました。

梅澤委員 特に外国人を意識的に取り込んでいるプログラムは、新見さんがごらんになったところでは見当たらないですか。

新見様 この中では紹介していないのですけれども、信州大学では実際に留学生を対象としたモニターツアーをつくるプログラムなどを検討しているそうです。

梅澤委員 それは学部の本科生として。

新見様 学部ではなくです。

梅澤委員 ではなくてですね。逆にそういう人材ももっともっとふやしていかないと、本当にもったいないと思うのですけれども、どうしたらいいのですか。全ての学校がというのはもちろん無理だと思うので、日本に幾つかそういう外国人の地域プロデュース的な人材が育っていく拠点ができるといいなと思うのです。

浜野さん、お願いします。

浜野内閣府知財事務局政策参与 私は信州大学の理事をやっております。先ほどから信州大学の先進的な取り組みを色々ご紹介いただきましてありがとうございます。

日本各地の大学で取り組まれているようですが、日本全国ではまだまだという感じだと思います。地域に外国人を取り込んで、ニセコや白馬のように外国人が来て住んでいる地域は多くなく、本格的な外国人の取り込みはまだまだこれからだと思います。大学の学内では留学生を囲んでいろいろなチャレンジングな仕組みを展開しているのですけれども、他方、海外に出ていく学生が増えていない、海外でチャレンジするマインドは逆に減っていると思います。外国人を取り込んで地域を活性化しようというときに、みずから外国に行ったことがあるのとないのでは進展が違います。そのところは各大学で学生の背中を押しているのですが、もちろんサポートするお金もつけてやっていただいているのが現状。



日本全国を見た場合に本格的に外国人留学生等外国人材の活用はまだまだ道半ばで、諸外国人比べて実行面でまだまだマインドの醸成や工夫の余地があることを受け止めるべきだと思います。

梅澤委員 渡邊さん。

渡邊委員 情報提供レベルなのですが、一つ、多分ここには載っていないのですが注目の大学がありまして、山梨学院大学の国際教養学部が非常におもしろい。何をやっているかということ、外国人のバイリンガルの教授が、外国人で日本に留学したい人向けに教えている。SBNR対応なのです。要するに、これからの人生の価値として日本で一般教養を学ぶことが、母国に帰ったときのいろいろな発展性につながるだろうというポジショニングで、そこに教育のポートフォリオを置いている大学なのです。まだ開学して2年目くらいなのですがけれども、非常に今人気が出ていまして、私も何度も視察に行っていますが、外国人材をどう配置するかという観点の事例としては、非常にユニークな大学なのかなと思いました。

ありがとうございます。

梅澤委員 ありがとうございます。

あと太田さん、日本中のいろいろな地域プロデュースの現場も見て来られていると思うのですが、ここまでの議論を受けて何かもし追加でお考えのことがあればお願いします。

太田委員 ここにも書いてあるように、一番はとにかく地域に眠っている資源をちゃんと目ききする人が何たって必要だと思うのです。

この間も宮崎県にお邪魔したときに、畑に大根を干すやぐらがあっけきれいに並んでいたのです。すごくきれいでこれを目玉にすると民泊とかいろいろとつながっていくのではないですか。という話をしていたら、向こうの人たちは大根のやぐらですかと言われて、私はすごく魅力的に見えるのだけれどもと言ったら、地元の方たちはみんな当たり前のことなので、はあという感じだったのです。そこから2～3週間後『YOUは何しに日本へ?』というテレビ東京の番組の中で、漬物を学びに来たドイツ人が帰りに宮崎県の大根のやぐらに行き、実際に自分たちもやってそれで漬物を漬けて、キャッキャキャッキャ喜んで帰っていったというものがあって、やはり向こうの人が来るとキャッキャキャッキャするのだけれども、地元では何とも魅力に思わない。そういうギャップが日本中にあると思うのです。それを埋めていける目ききが、日本人だろうが外国人だろうがたくさん出てくれば、地域のプロデュースはうまくいくのではないかと私は思います。そこだと思います。

梅澤委員 ありがとうございます。

池尾さん。

池尾委員 私は小樽商科大学のアドバイザリーボードメンバーなのですが、あそこは地域プロデューサーの教育をかなり一生懸命、しかも特色をもってやっつけらっしゃると思います。特に単科大学なので教育のやり方が非常にわかりやすいということもあるのでし

ようけれども、道内の振興を目的に教育をしていらっしゃるということでは、一言くらい触れていただいてもいいのかなと思います。

梅澤委員 この中にですね。確かに。

尾藤さん。

尾藤部長（辻委員代理） 先ほどもちょっと言いかけた話なのですが、やはり地方の大学と都市部の大学でちゃんと役割を明確にして、しかも恐らく時系列も必要だと思います。例えば地方に行ったときに留学生の需要、外国人の就職の需要はあるはずなのですが、普通に聞くとないという回答をほとんどされるのです。細かく話すと、それだったら外国人が欲しいという話になるという話で、恐らく地域プロデュースみたいなものはプロデュースするわけですから、そこに産業需要が人材にはないのです。そこに気づいてもらうためには、まず地域の方にどういう教育をしなければいけないのかということが最初にあって、その後にプロデュースしていくとか、人材をどうしていくのかという時系列が必要かなと思って、そんな余裕もないかもしれないのですが、やはり人材流動というものをきちっとデザインするには、地方国立大学を中心とした地方のところが、都市部の大学がちゃんと役割分担をするデザインが、どこかで議論されなければいけないのではないかなというようには今、特に地方プロデュースに関しては我々も考えれば考えるほどそういうように思います。

梅澤委員 事業構想大学院大学は、150人のうち100人は既に地方にIターンやUターンのですか。

田中様 Uターン、Iターンまではしてないです。地元があるということですね。かかわっているということと、いろいろな地域で起業のサポートをしたりとかしています。あと大手メーカーの人も、例えばお茶のメーカーの方が九州のある地域でそういうプロデュース事業にかかわったりとか、広島でかかわったりとかという事業を次々立ち上げるということをやっていますので、そこに雇用を生み出して次世代の人を育てるということをやっています。先ほど浜野さんがおっしゃったように、もちろんバラ色とは思っていないのですが、すごくうちは人数が少ないので、少ない規模が徐々に広がっているという手応えはあるというところです。

梅澤委員 ありがとうございます。

中村さん、お願いします。

中村委員 参考になるかもしれないので、一つ私がかかわっている吉本興業のプロジェクトを紹介しておきますと、吉本興業は全国47都道府県に住みます芸人を住まわせておりまして、その芸人たちが自分たちの目でそれぞれの地域の社会問題を拾ってくるということをやろうとしています。芸人の目なので非常におもしろく、我々の目から見えにくいようなことを引っ張り出してきて、人に伝える能力が非常に高いのでそれをやっています。

一方でそうした問題を、全国のIT企業とかシェアリングエコノミーをやっている方々とか大学の方々と一緒になって、ソーシャルビジネスとして解決をしていく。いわゆるプロ

デュースをしていくプロジェクトを実は今週始めるのですけれども、各地の問題を引っ張ってくる役割と、解決をしていく役割をいかにマッチングさせるかというところが、まだ答えもなくで悩ましいところなのですが、そのあたりの機能が非常にポイントになってきているかなと思います。

以上です。

梅澤委員 逆に中村さんのところの大学がそれを後方支援したりとか、あるいは事業構想大学院大学に相談に行ったりとか、そんなつなぎ方になってくるのですか。

中村委員 それをやろうと思っていて、今週そういったことを一度集まって発表するので、皆さんに呼びかけて何かおもしろいことができたかなと思っています。

梅澤委員 ありがとうございます。

松原さん、お願いします。

松原委員 私も自分がかかっているところで地方創生というところで、私は慶応のほうのプロジェクトでその中のメンバーで山形大学の工学部がいらっしゃるのですけれども、これは完全にマテリアル系からいっているの、シーズ系からいくという話なのですが、結構やわらかいゲルを3Dプリンターで使えるみたいな非常にベーシックな技術があるのですが、その先生はこれをどうやって地域とかに貢献できないのかなというところがあるのですが、なかなか自分のやり方は今まで山形大学にないというのです。

一方、慶応のSFCにはSFC研究所というコンソーシアムの制度を以前からやっているものがあるので、山形大学に慶応のコンソーシアムのやり方を持ち込んで、内閣府のSIPの予算もいただいている先生ですので、来週からそういうことを始めようというものなのです。

先ほどの話は学科として取り組んでいるというレベルだと思うのですけれども、結構、理工系の先生はシーズはお持ちな先生がいらっしゃるのですが、そういうものを大学で拾い上げるというのでしょうか。そういう例としてはなかなかまだ余り見ていないところが、今回はたまたま慶応のやり方を持ち込むみたいな形で、山形大学のほうも御理解いただいて進めることができているので、都市型の大学でコンソーシアムとか大学の先生がやっている研究を、これは田中浩也先生というデジタルファブリケーションの先生がコンソーシアムをつくっている例があるので、それを同じCOIというプロジェクトのお仲間ですので、持っていくことをやっているのです。やはり学科だけではなくて、いろいろなところにネタがあることを申し上げたくて、それを拾い上げる形が各大学でもう少しレベルアップできたらいいのかなと思いましたので、参考に申し上げました。

梅澤委員 ありがとうございます。

では、後半にもう少し議論の時間をとりたいと思いますので、地域プロデューサー人材に関しては一回ここで閉じたいと思います。

さまざまなコメントをいただきましたが、大きく言うと2つかなと思います。

1つは、冒頭に池尾さんからいただいた、きょう議論が出てきたさまざまな必要な能力は、どのプログラムであっても全部やはりカバーをする必要があって、その中で特に個別

個別の学校が特徴的な科目として運営している部分がありますね、という整理をしっかりと、誤解されないように書きましょうという話。

幾つか新しい事例のお話もきょうはインプットをいただいたので、その辺も踏まえて最終化をするということで、北神さん、よろしく願います。

後半、その他の人材についてということで、最初に知財事務局から最終取りまとめ(案)その他の人材、地域プロデュース人材以外の部分のところの御説明をいただいて、それから浜野さんと太田さんからそれぞれ御用意いただいたインプットをいただいて、もう一回議論をしたいと思います。

では、北神さん、よろしく願います。

北神内閣府知財事務局企画官 ありがとうございます。

それでは、時間もありますので、外国人材のところが大きく変わっておりますので、そちらを中心に御説明したいと思います。

取りまとめでいうと25ページからで、概要でいいますと7ページと8ページになっております。

25ページ、「外国人材が果たす役割」は下線にありますとおり、外国人が日本のよさの発信とか、国内外において海外展開をリード、サポートしてくれる等々もともと書いてありますけれども、前回留学生ネットワークの方から発信とか展開、インバウンド等の各段階で、外国人にどういう役割を果たしてもらうべきかをしっかりと整理すべきだということを受けまして、その後発表を少し整理した形でa～dという形で記載しております。

この章の変更点を大きく言いますと、26ページの下段にありますように、中間取りまとめはどちらかというところ、入管法上こういう外国人をしっかりと入れましょうという議論をしてきたと思うのですが、この4ポツの下3つにありますとおり、実は、外国人を受け入れたくて、都市だと結構たくさんいるのですけれども、地方では求める人材を得られない事業者がいらしたりとか、外国人の側でも日本の就労環境に不満を持っているとか、事業者側と外国人側の思い描くキャリアパスが不一致するとか、そういうほかにもいろいろな課題があることが明らかになってきた。それをどうするかということを書いております。

28ページ、このあたりは中間取りまとめを受けて、いろいろと法務省のほうでクールジャパン外国人材の入管法のガイドラインをつくっていただいたりとか、料理人の関係も特定活動の枠組みが2年から5年に延びたりとか、戦略特区法の動きとか、ポイント制の動きを記載しております。

29ページ、前回いろいろと発表いただいたとおり、実は九州とかアクティブゲーミングメディアさんとか、外国人材を地方にどう隅々まで広げていくとか、いかに欲しい人材をわかりやすくマッチングさせるかという取り組みは、既にいろいろなさされているところを整理して書いております。

また、文科省のほうでは、資料8に添付しましたが、これは前回のインプットではないのですけれども、地方ごとに10以上のところで実際にコンソーシアムみたいなものをつく

って、マッチングさせる取り組みに支援する、実施をするという取り組みも行われています。

29ページから30ページにかけては、相談窓口も足りないというお話がある一方で、民間団体から厚労省さんも就職ガイダンスとかをやっていますけれども、あとは福岡県とか全国ではないのですが、これもいろいろな取り組みをしっかりと見られるというところを説明しております。

30ページは海外の在外公館で外務省が説明会をやるとか、海外での活動を整理しております。

30ページから31ページにかけてでございますけれども、このあたりは前回中間取りまとめ以降に、外国人マーケットをしっかりと成長させていくためには供給の側に外国人が参加していただくだけでなく、需要側の層を厚くしていくべきだというお話も前回ありました。

2点だけ挙げると、31ページの上のほうで日本国内の資格であるおもてなし検定が実は台湾でも非常に広がってきていて、それは積極的に広げているわけではないのですが、それをきっかけに日本のおもてなしを受けたいという需要拡大につながり得る動きがある。

下から2つ目のエストニアのe-Residency。こちらはエストニアが準国民みたいな形で電子政府でエストニアで自由に起業をできるというものがあるんですけど、これは供給側の側面もあるのですけれども、仮に日本もそういう日本ファンとか、日本の何らかのサービスを受けられる登録とかといったものをつくっていくと、クールジャパンの需要側の層を厚くすることにもつながっていくのではないかと。そういった需要側と供給側の取り組みを、しっかりと相乗効果を持って取り組んでいくべきではないかということを書いています。

33ページ、34ページ、こちらは前回いただいた議論と、後ほど浜野さんからタイのセミナーの発表をいただきますけれども、そのインプットを踏まえた記述を34ページの真ん中辺にしております。

「今後の取組の方向性」ということで、この部分が今回重要な部分かと思えますけれども、下線のところでいいますと、1つは自治体や企業がいろいろないい取り組みをやっているのですが、それが伝わっていないし、制度についても戦略特区とかガイドラインもあれば特定活動という枠組みもあるのですが、企業の場合はどういう枠組みをどう使えば何が実現するのかということをしっかりわかるように周知、啓発を行っていくべきではないのかと。

下のほうにありますように企業のマッチングとか、先ほど御紹介したような、35ページになりますけれども、相談窓口の提供とか企業の受け入れ態勢の整備に関するアドバイス。これもJETROなどがやっていますが、こういったものをいろいろな関係者の間で共有されて、産官学を結ぶ全国的な取り組みとして推進することが大事ではないか。さまざまな取り組みがそれらを必要とする企業や外国人に効果的に周知、浸透する仕組みづくり。

先ほどの需要面の、外国人の需要側の人の層を厚くしていく取り組みも必要なのではないかと書いております。

35ページ、新規施策ですけれども、例えば先ほど渡邊さんからもあったような、2点目でそういったマッチングとか入管手続とか、企業への定着がしっかり整理されて、企業、自治体に理解できるようにする。また、クールジャパンの観点からこのような施策、取り組み、主体間の相互の情報共有や連携を促進するという幾つかの新規施策も書かせていただいております。

表の中のところでいいますと、ポイント制については、今のところファッション等のアワードのほうの受賞者を中心に、クールジャパン分野についても対象にするという方向で法務省と調整させていただいたところです。

また、杉山先生からいただいた、就職活動が長引いてそのうちビザが切れてしまうという話は、別添4にアンケートもやったのですけれども、なかなかこれも入管制度だけではないいろいろな問題があることがわかりまして、そちらのアンケート結果なども踏まえて今後どうやってコンテンツ分野等で、なかなかすぐには就職できない、あるはずには創作活動ができない分野についても、うまく外国人材を受け入れていけるかについては、引き続き検討してまいりたいと考えております。

時間もありますので、それぞれほかの章につきましては黄色いマーカーのところの、プロデュース人材ですと専門職大学のところとか、表の形でそれぞれ今までどういように進んできたか、また今後どういう展望で取り組んでいくかを整理したのと、ファクトの関係でも進展があるところについてはアップデートしているというところでございます。

最後ですけれども、別添資料でも先ほどしっかり入管にしても今どこまでできるのかを整理するという意味で、別添3から、別添4がアンケート結果ですが、別添5とか別添6。

別添6は入管法のこういう人たちをこういう条件で受け入れるという基準がクールジャパン分野でどうなっていて、戦略特区の特例措置みたいなものはこういうものがあるというものを各省にも協力いただいてまとめたもので、こういったものは日ごろいろいろな相談がありますけれども、自治体とか企業が相談を受けた際には我々もそうですし、各省でもこういった資本を活用いただいてしっかり個別の事例にも答えていくことが重要かと思っております。

飛び飛びになりましたが、報告書のほうは以上でございます。

梅澤委員 ありがとうございます。

引き続きまして、知財事務局から浜野さん、日本とタイを結ぶ取り組みについてということをお願いします。

浜野内閣府知財事務局政策参与 ありがとうございます。

内閣府で本年1月にバンコクで開催されましたJapan Expoの中で、クールジャパンのクリ口からタイ人と日本人がどうやって人材育成・活用についてウィンウィンの関係を構築するかというパネルを実施しましたのでご紹介させていただきます。

タイでは日系人は進出日系企業に10万人がおり、両国の人材活用についてもいろいろ議論が交わされているところですが、主に学者や既にご成功されたステータスのある方がパネルに登壇されることが多かったため、今回はむしろ日タイで若い方々を中心にパネラーを選びまして、率直な意見交換をいたしました。

その件はASEAN各国で留学生とか社会人とか若い人材の獲得競争が激化している。例えば、ドイツから介護で700人欲しいとか、中国から優秀な留学生を無償で受け入れるとか、さまざまな話が飛び交っておりまして、人材の獲得競争が激化している背景があります。

その中で、製造業分野では進出日系企業への就労・活用は進んでおりますが、クールジャパンの分野でももっと様々な人材を活用し、両国が協力体制を組めるのではないかと考えています。最も親日的と言われるタイの人材でさえ日本は十分に活用できているのだろうかということの問題意識がありました。例えばタイの映画とかドラマは非常に中国やアジア全般に売れております。タイの放送局はメコン流域のラオスとかカンボジアとかミャンマーなど、タイ語の放送がそのまま流れ、発信力があります。6,000万人というタイの人口のパイよりも大きな影響力や、ビジネスネットワークがあって、日本はこれを活かさない手はないと思うのです。

パネリストの皆さんから、日本は大好きで留学先に考えたのだけれども、例えば高校だと留学の種類が非常に少ない。奨学金も少ない。そこで自分はアメリカに行きました、友人はロシアに行きましたという御意見がありました。

また、英語で授業をやっている大学とか専門学校とかが少ないので、日本に留学したいとなると、まずは日本語学校に入らなくてはいけない。ただ、日本語学校で2年勉強しても大学の日本語の授業のレベルがトータルで高いので、入ることがかなわず結局タイに帰ってきた。頑張って大学に入ったとしても7年も8年もいなくてはいけないので親としては非常にお金がかかってしまう。そういうことであれば4年で卒業できるオーストラリアに行けとかカナダに行けとかというように、親の意見にも影響される。

そういう厳しい中で、晴れて日本の大学に入った、では大学を卒業するときなのですが、うまく日本で就労できているかということですが、パネリストの女性からは、日本企業に就職した先輩など身近なロールモデルがいなかったし、誰にも相談できなかった。地方であればなおさらで、相談できる窓口がなかったので、仕方なくタイに帰ってきてやっと日系企業に就職できたという話もありました。

また、別のパネラーからはインターンや就職マッチングのときに、地域の中小企業に行ったけれども、自分をどういうように働かせたいのか、あるいはどういうように活かしたいのかというキャリアビジョンが全く示されなかった。なかには、日本人の労働力がないからタイ人でも雇用しようかという上から目線の感じを受け、行く気にならなかったという話も出ました。このように、パネリスト全員から、情報発信やコンシェルジュ機能が非常に足りないという御意見が出ました。

また、ベトナムと違ってタイ人はエンターテインメントとか食とか強い、つまり、アセア

ンとひとまとめにされても国によってアドバンテージが違うので、タイ人のアドバンテージを活かすような人材活用の仕組みを考えてほしい。製造業だけでなく、もっと他の分野も活かせるところがあるのではないかという率直な御意見も出ました。

そういうことを踏まえまして、タイには3ページ目にお示ししましたのが、やはり留学とか雇用とかといったものが、10万人も日系人がいるわけですから留学から就労、そして海外進出先での雇用というキャリアトラップとして中長期的に戦略的に考えるべきだと思うわけです。

現状は日本に、留学した後もうまく地元で雇用できていない、あるいは海外でもその人材を活かしきれていないという課題をバンコクで地銀の方とか地方自治体の方に聞きました。地方自治体は地銀に業務を委託しているところが多いのですが、駐在員は専ら進出日系企業の雇用に専念していて、留学生をインバウンドから取り込むという流れでまだやっていないのだという話でした。観光誘致とか輸出はやっているけれども、留学生の雇用については別の部署がやっていますということで、リンクできていない。私は地域として産学官でコンソーシアムを組んでももう少し戦略的に外国人を育成して活用していく仕組みが必要と感じました。

日本側の経営者あるいは地域も、せっかく留学してきてくれたら、それを地域でかわいがってファンにして、この地域のために一肌脱ぎたいという人に育て上げれば良いのですが、まだまだそういう意識が足りないのではないかと思います。先程来申し上げておりますように、日本の会社の生産給与は欧米に比べて高くないかもしれないけれども、こういうことが学べる。あるいはこういうようにあなたを活用し育てあげますよというキャリアビジョンをもっと話せるように、地域の経営者にもそういうエデュケーションが必要だと思います。

情報発信の強化も課題です。ガンタートンさんというパネラーが提案されたのですが、日本に行ったらこんないいことがあった、こんなふうに成功したというのを、大成功者だけでなく小成功者も若者も100人でも200人でもどんどん紹介してほしい。そうではないと若者、留学生にとってすごく遠いロールモデルになってしまう。ものすごくいい大学を出ていい会社に勤めて、そういう人ではないと成功できないのかというように。身近なロールモデルをどんどんウェブでも発信すると良いという御意見でした。

先ほど北神企画官から御説明しました34ページに挙げておりますように、我々が人材獲得の国際競争を意識する必要性があり、アジアの国ごとに人材の特色や強みがあり、それを活かした外国人活用が重要であり、それらを踏まえてうまく取り込むような地域のコンソーシアムが必要であると考えます。ただつくりましょうといってもなかなかうまくいかないと思いますので、どこか先進的なベストプラクティスを何箇所かやはりつくって、日本でそれをもっと広めていくことが必要なのではないかと感じました。

以上です。

梅澤委員 ありがとうございます。



また後で議論させてください。

クールジャパン機構の太田さん、投資から見たクールジャパン人材のニーズについてということで、資料5ですね。よろしくお願いします。

太田委員 私どもは4年間ほどで、まだ未発表を含めて30件ほど投資をいたしました。その中で投資を通じて、やはり産業分野の状況によって人材ニーズは異なるよねと。供給サイド・需要サイドの双方の支援が効果的であろうなということで、こういう表をうちの会社の中でまとめてもらいました。

真ん中の紫のところ、ユーザー自からが製作することで需要を喚起とか、和食の作り方がわかることで需要を喚起。こういうところでは具体的な投資が始まっている。

ブルーのところは既に投資をして活動が始まっているところであります。いろいろなまずのところに投資案件が順次出てきて、海外展開の進度がもっと深くなっていくことが一番理想なのだろうなと思います。

特にアニメコンテンツにおいては、海外需要が進むもののまだオタク層以外の拡大が広がっていないということで、ここはもっともっとやらなければいけないのだろうなということで、今考えています。

真ん中のKADOKAWA Contents Academyのユーザーみずからが製作することで需要を喚起・定着の記載に付随してお話をしたいと思えますけれども、2週間ほど前にオランダのライデン大学にお邪魔しました。1855年に日本学科ができて150年以上日本のことを教えている学科で、シーボルトが研究していた大学なのですけれども、そこに何しに行ったかということ、150年以上も日本のことを勉強しているのだったら、そろそろアニメ、漫画のカリキュラムを入れませんか。一緒にやりませんかということをお相談に行きました。ライデン大学の学生さんたち、日本学科の学生さんたちは日本語をべらべらしゃべります。教授はもちろん日本語をしゃべります。

彼らの大学に入った動機は実は漫画、アニメが大好きだったというのが圧倒的に多いと聞いています。ところがそれがカリキュラムされていないと聞いたので、一緒に例えば日本と結んでe-Learningでも含めてカリキュラム化して、そういう人たちが好きならアニメ、漫画というジャンルも勉強して、卒業した後に仕事になるというのはそういう道筋をつくりませんか。それを話し合いましたと言いにいったのです。

それはとても興味深いよねと教授もおっしゃってまして、そういう日本のことを一生懸命取り組んでくれている大学で、そこそこいい大学があるのだったら、世界中にいっぱいあると思うので、ライデンではないですけれども、そこにやはりこれからのクールジャパン案件に絡むカリキュラムを持ち込んで一緒に開発しませんか、やりませんか。そこで自立して制作に入ってくる人たちもふえたりして、そのことが結果、需要喚起できたらいいなということをお聞きして感じました。

ファッションの世界もそうなのですけれども、やはり前申し上げたように、外国人デザイナーを起用するというのは、日本のことを大好きな若い人がいっぱい海外から日本に来た

がるのですが、卒業した後なかなか日本で仕事ができなかつたりするので、こういう人たちをなるべく採ること。

もう一つは海外の学校で勉強して、向こうの現地のブランドで仕事をしている人たちに何とかリターンをしてもらって、世界の市場を知っている人たちが日本のコンテンツを持って世界に打って出ることを後押しできることが、これからこのクールジャパン機構の投資の分野でも広がっていけばいいなと考えております。

以上です。

梅澤委員 ありがとうございます。

では、ここまでいただいたインプットを受けて議論ということで、まず外国人材の話、さっき浜野さんからあったお話も含めてで論点、あるいは御質問があればお願いします。

尾藤さん。

尾藤部長（辻委員代理） 浜野さんの話、実は我々も強い危機感を持っています。といいますのは、食の人材育成の話のときによく議論されるのが、実はヨーロッパとかアメリカの事例を中心に話されることが非常に多いのですけれども、教育からの国際競争力を考えたときに、海外からどれだけ留学生を獲得できるかというのが、これは専門職大学の中でも議論されているのですが、そう考えると、アジアにおいて国際競争力をどう日本で担保するかが非常に重要な話なのですが、アジアに対してのアドバンテージをとっていこうという議論はほとんどされていないのです。

例えば今、タイでしたらデュシタニカレッジであるとか、マレーシアだったらテイラーズ大学という非常に国際競争力のあるサービス産業を代表する学校ができつつあるのです。韓国でも中国でもそういった教育機関、専門機関ができつつあるのにもかかわらず、なかなかそういった国際競争力という視点で余り議論されていない。特にアジアに対してアドバンテージというところでは議論されていないというのが、非常に今危機感を覚えています。海外、特にアジアにできる教育機関に対しては、ヨーロッパであるとかアメリカの産業がそれを支援しているのです。協賛をしているのです。確実に人材の確保と自国の商品売るという戦略を持って動いている。

一方、浜野さんの話は英語のという話でしたけれども、日本の現状からいくと、わざわざ日本語を習ってでも大学であるとか専門学校に来ていただいている方がいるという話ですね。にもかかわらず、帰してしまっている。実はこれのもったいなさというものが、とはいえ地方は国際化を進めるとかといってすごく矛盾をしているというのは、まず冒頭にお伝えします。

前回、弊校の辻校長が指摘していましたが、もう一つの話では、やはりまだ日本料理にこだわった話を続けるのかという話です。農水省さんに引っ張っていただいている限りはこれは仕方がないかもしれないのですけれども、食に関しては例えばファッションとか美容のように、和装とか和服だけを取り扱っているようなもので、すごく違和感があるというのが一つです。

地方の教育需要を見ると、地方の人材需要を見ると、実は和の料理人よりもカフェとかをつくりたいから、フランス料理とかイタリア料理の料理人のほうが欲しいという需要のほうが多いのです。海外の教育需要、留学生も和は確かに人気があるのですけれども、実は和よりもお菓子のほうが多いです、要はフランス菓子のほうが多いです、イタリア、フレンチを学び、日本に来ているという、こういった教育需要と供給の話も含めたところで、すごく今アンバランスな状態だということ、緊急の課題ではあるとは思いますが、そこら辺の議論はもう少ししてほしいなと思っています。

梅澤委員 ありがとうございます。

池尾さん。

池尾委員 今の話とも絡むのですけれども、実は人材の取り合いは専門職大学のレベルだけではなくて、普通の学部レベル、大学院のレベルでも非常に行われている。よそのことなので余り正確ではないのですが、早稲田大学は中国の高校に対してアプローチをかけているという話を聞いたことがあるのですけれども、タイの高校や大学に対して日本の教育機関がそういう何らかの提携関係とかアプローチをかけている例はあるのでしょうか。

浜野内閣府知財事務局政策参与 あります。

大学院生は奨学金も取ってくる方が多く、日本の大学では受け入れやすいと思います。ご案内のあった高校からの留学なのですが、信州大学はタイの高校と提携しまして、そこから信大の留学生を研修に出し、逆に高校生で日本に来たいという方の勧誘もやっております。

池尾委員 早稲田のほうは多分指定校制みたいな形をとって、推薦を随分重視しているやに聞いているのですけれども、そういうものもお持ちですか。

浜野内閣府知財事務局政策参与 泰日工業大学の先生にご協力いただき、バンコク郊外の指定高校と進めております。

池尾委員 ありがとうございます。

浜野内閣府知財事務局政策参与 欧米は留学生の加入に先んじていて、例えば、イギリスあたりですと、英国人の教師を北京に派遣して、中国の学生が留学相談に行ったら「イギリスに行ったほうがいいわよ」とすすめる戦略でやっていて、少し大学の前の段階から積極的にやって成果を出している。日本も工夫しないと、日本への留学生はふえないと思います。

池尾委員 アメリカの大学もやっていますね。私が聞いたのは中国ですけれども、多分中国でやっているのだからほかでもやっているのではないかと思います。日本の場合ちょっとその辺が消極的なように思われます。言葉の問題ももちろんありますが、お金の問題、プロモーションの問題、そのあたりがあるのではないかと思います。

梅澤委員 留学生全体をふやしましょうという話と、日本で勉強した人たちが日本で就職できるようにしましょう。これは別に産業を問わずという話はもちろん大事なのですけれども、クールジャパンとして我々がこれから取り組んでいくべきこととして、提言とし

て何か追加すべきものがありますか。

どうぞ。

尾藤部長（辻委員代理） 追加する項目というか、一つだけなのですけれども、実はクールジャパンはインバウンドを含めてかなり成果が出てきている。だけれども、人材教育は全く追いついていなくて、例えば我々の学校でしたら求人倍率を10倍くらいいただいている状況なのです。この状況は都市部への人材が集中するという話なのです。今、地方に新卒も含めて人が、インバウンドが成功したおかげで人材が回らないという矛盾が生じているというので、人材育成に関しては緊急の課題、この1年間議論している間で緊急性が増したという話は、どこかで書いていただきたいなと思います。

梅澤委員 それは入学志望者が過去に比べても非連続にふえているというお話と理解していいですか。

尾藤部長（辻委員代理） むしろ産業側の需要がふえている。

梅澤委員 わかりました。

浜野内閣府知財事務局政策参与 海外の方からは、日本からの情報発信がやはり足りないという御意見が非常に強いのです。情報発信されているものがかなり画一化されたエスタブリッシュ、成功した人に偏っているという意見も聞かれます。ですので、優秀な方も中間の方も色々なレベルで日本に来たいという方はクールジャパンの切り口でもたくさんおられます。バンコクのJapan Expoは3日間でのべ50万人も人を集めるのです。ファンがそれだけいるのですから、そういう人にも身近に感じ日本に行こうという情報発信を継続的にやっていく必要があると思います。

バンコクのJapan Expoは日本に語学の留学経験があるタイ人女性がやっているプラットフォームです。そこでは、大学とか各種学校とか自治体とかいろいろな方が、留学生のマッチングとビジネスマッチングの両方をやっている。そういったところを積極的に活用しようということ国内にももう少し情報共有する必要があると思います。

梅澤委員 情報発信の活動量をふやさなければいけません、あるいは効果を高めなければいけませんとこれは高めたりも異論はないと思うので、我々提言として何を誰がどのような類いのというのを言ったほうがいいかなと思うのです。ぱらぱらと県別にやっても効果はないですね、大学別に頑張っても限度がありますねと。だからどうやって幾つかの塊に束ねるかという話。

そうはいつでも国ごとに状況も全然違うし、日本に持たれているイメージも違うので、最低限やはり国ごとにかかなりカスタマイズをしたプログラムとして打ち込まないと機能しませんねと。多分そこまでは我々みんな合意だと思うのです。

どうしますか。

浜野内閣府知財事務局政策参与 まず、タイならタイで一カ国やってみる、実践することが全ての始まりだと思うので、そこに予算をつけて、モデルケースとしてやってみる。

あるいはインバウンドのほうではどこか受け皿となる地域を特定して、そこでモデルケ

ースとしてやってみることが必要かと思います。

梅澤委員 対象の国と受け皿になる地域と受け皿になる学校をセットで、モデルケースをつくってほしいという話ですかね。

どうぞ。

北神内閣府知財事務局企画官 今回の報告書ベース・プラスの話なのですが、概要版の8ページが今回打ち出している方向性の全体像になりますが、実はいろいろな動きが既に、まだ包括的ではないけれどもかなり進んできているというお話を先ほどいろいろと御紹介しました。

もう一つ、まだ進行中の動きとしては、今、新輸出大国コンソーシアムがありますけれども、あれは海外展開しようとする企業がどこにどういう支援があるかという相談を一括してJETROがワンストップで受けているという話だったと思いますが、これの外国人材版をつくるという議論も今、公開の情報でも未来投資会議などでも進んでいます。

先ほどの資料8のような文科省の側で地域ごとにコンソーシアムを組んで、先進事例をつくる。学校と企業名を具体的に指名して実証結果を得る。そういう動きが一つは進んでいるかと思います。

我々、知財事務局も事業をできるわけではないのですけれども、先ほどいろいろ添付資料でまとめているような、実はどういう事業あるいはどういう取り組み、それは官・民・学とそれぞれあるのですが、なされているかを共有ができていないというのがありまして、それを今回の報告書でも、去年拠点構築検討会をやったのも5回くらい地域セミナーを開いて、必要としている人に知らせているということもありますが、そういう地道な周知とか啓発の取り組みも各省でしっかりやっていく必要もあるかと思います。

3点目、先ほど浜野さんが言われた、既に福岡県とか前回のアクティブゲーミングメディアとか、役所がやらなくても実は自治体とか企業がやっている先進事例がありますので、こういうものをつど共有できるように進めていく。おそらくこういう大きく3つくらいをしっかり並行して進めていくのが大事かなという気持ちで、いろいろと御意見を伺った結果をこの8ページとか報告書にはまとめておりまして、事務局としては全部どれも大事かなと思っております。

梅澤委員 太田さん。

太田委員 先ほどの私たちの資料なのですが、やはりクールジャパン人材といってもジャンルによっていろいろと進み方は相当違うので、ニーズも少し違うと思うので、細かく分ける必要はないのだけれども大きく大分類して、それぞれに応じて施策を練っていくこともありかなと思うのです。さっき浜野さんがおっしゃったみたいに、この事案だったらこの国としっかりやっていこうとか、インバウンドだったらこの拠点で一発きちっとやっていこうとか、成功事例を使っていかなければ広がっていかないで、そのときにただクールジャパン人材で漠と考えると相当ばらつきがあるので、それぞれの大きなジャンル分けをした中での戦略的に攻めていく国はこの国にしましょうねというプログラムは、で

きたらどうでしょうというのを書いていただけるといいのかなという気はします。

梅澤委員 前回も実はそういう御意見をいただいて、きょう太田さんにお話をいただくという流れになっていますと。追加でお願いになってしまうのですけれども、おっしゃることはそのとおりだと思っていて、それをもう少し具体的に書かないと余り次につながっていかないのかなと。なので、きょういただいた資料5の次のステップとして、特にこの分野は例えばこのような類いの人材を集中的に育てていきたいし、そのときにはどういう仕掛けがいいのではないかとという仮説ベースで構わないので、少しアイデアを事務局のほうに投げ込んでいただけないでしょうか。この場で議論をしても話は拡散してしまうので、そういう進め方が効果的かなと思います。

太田委員 事務所に宿題として。

梅澤委員 よろしくをお願いします。

ほかの人材タイプについてきょうは全く触れていなくて、前回から特に大きな変化はありませんということなのですが、最終報告をまとめるに当たって、これだけは言っておかないとという追加的な項目がもしあればこの場でお願いします。

中村さん。

中村委員 実に厚みのある施策を取りまとめていただいて感謝しております。

人材育成は先ほども緊急課題だという話がありましたけれども、そうはいてもなかなか力が入りにくい政策分野ですので、何とかまとめたものをアクションにしていくことをお願いしたいと思います。

報告書の中身を直してほしいということではないのですけれども、私がかかわっている幾つかのプロジェクトを簡単に参考までに紹介をさせていただきます。

1つ目は、ここに書かれている専門職大学を私もつくることにしました。IT、デジタル分野で2020年の開校を目指して準備を始めていて、学生数は1,000人くらいなのですが、ただし23区内に大学の新設を認めないという政府方針を出されています。とはいえ、例えばコンテンツとかITのようにその産業が東京に集中している分野は東京に構えないと、なかなかこの報告が期待するようなプロの人材を教員にするとか、リカレントの学生を集めるのは難しく、競争力のある機関をつくりにくいなと思っています。ですから、せめて制度発足から数年間配慮いただけないかなというのが1つ。

専門職大学で教えるプロフェッショナルな腕のある高度なプロの人材はそんなに多くはない。その人たちに教育をしてもらいたいのですが、だとすると幾つかの教育機関を駆け持ちで教えられるような、そういった制度の運用もしていただけるとありがたいというのが1点。

もう一つ、2つ目はこれは前に報告しましたが、東京の港区竹芝にポップとテクノロジーの特区をつくってありまして、そこに教育機関も置きたいと思っています。それについては我々慶応やデジタルハリウッド大学などとの連携策を今練っているのですが、同時にスタンフォード大学とかシンガポール国立大学とかロンドン大学のような、世界の

トップスクールを誘致したいという協議を進めています。これも報告の中にほかにもいろいろな事例があって、ばらばらに出てくる。例えば東大とRCAとか京大とコーネル大学とか出てくるのですけれども、世界のトップクラスの育成機関を引っ張ってくる拠点、これもそんなにたくさんはできないと思うので、幾つかモデルをつくって拠点として整備することをぜひともお進めいただきたい。

3つ目が、先ほどの太田さんのプレゼンに関連することなのですが、世界おたく研究所というのをつくろうと思っております、先ほども拠点をつくろうと思っておりますかね。日本の漫画、アニメ、ゲーム好きの、要するにおたくと呼ばれる人たちのイベント、Japan Expoもそうなのですが、そういったイベントを世界各地でやっております、全部合わせると年間動員2,000万人なのです。それを全然日本としてビジネスとしてとれていないのですが、その後ろで事務局をしている多くは、大学の研究者が多いのです。MITとかスタンフォードだとかオックスフォード、北京大学、上海大学、そういったところの研究員の人たちなので、その研究者のコミュニティーを束ねてネットワーク化して、本山を東京に置こうではないかみたいなことを今、進めています。そういったネットワークを生かして海外発信につなげていただければ、これは民間側で勝手にやっていることなのですけれども、生かすものはいろいろと出てきているかなと感じます。

以上です。

梅澤委員 ありがとうございます。

1点目の東京に大学をつくれないう話は、コンテンツ、IT、ファッションは当然なのですけれども、実は食も同じニーズがある。少なくともそこまでは我々としてはもう少し柔軟に運用してほしいですねと声を上げましょうという話ですね。

杉山さん。

杉山委員 同じ立場なので。おかげさまで海外からうちの大学に来たいという人がふえているのです。でも定員はふやせないのという問題を抱えていますという状態。

コンテンツといってもAIが絡んだりとか先端分野になってきていて、私の学校も何系なのだろうとわからないような、理系であり芸術系であり文系であるみたいな、科目もそんな感じなのですけれども、ですから、本当であればもうちょっとふやしていきたいのですが、東京都がだめだよというか都内はだめだよということでできないのです。

中村先生もおっしゃったように、教えられる人材は本当に限られているし、やはり現場を経てきた人でないと教えられないものはたくさんあるのです。というのは、こういう部分でたたき上げの研究者は、大学で育てている人みたいな人はまだほとんどいないわけです。ですから、そういうことを考えると、もちろん地方に若い日本人を流したいとかというのはわかるのですけれども、クールジャパン政策とは真逆の方向になっていきますね。

もう一つだけ言うと、我々は実は中国の何箇所とか韓国、インドネシア、ベトナムとか我々は赴いて広報活動をやっています。でもやはり問題は若い子たちに来てもらおうと思うと本当にお金がないというか、物価が違い過ぎるので、ベトナム、インドネシア、タイ

などの東南アジア諸国へは収益を考えずに割引制度を設定しています。そこまでしてやるのは、実際そうやっていけば向こうにも向こうのコンテンツ事業はあるし、日本のコンテンツとかゲームとかみんな大好きですから、アジア全体に日本から発信したものを絶対に広げていけるだろうという想いがあります。ですから、東京に集中してしまうのはしょうがないという面があるので、そこを配慮してほしいなと思います。

1個だけ成功例というかタイで思い出したのですけれども、大学の学部から入って大学院まで出た男の子がことし出るのですが、ここにはないようないわゆるキャラクタービジネスについて、キャラクターをどうつくるかということと、キャラクターをどう応用して知財にしていくかということに勉強しまして、大学院の間にキャラクターを開発しました。その開発は、彼はタイの北のほうの地方の出身なのですけれども、そこにプロサッカーチームができて、象のキャラクターなのですが、タイのプロサッカーチームに採用されました。その錦を持ってタイに戻っていきます。そんな例です。

梅澤委員 ありがとうございます。

中村さん、さっきおっしゃっていた2点目ですけれども、クロスアポイントメント的なことがもっと柔軟にできないかというお話でしたね。これは逆に今、何がハードルになっているのですか。

中村委員 例えば私の所属している大学の教員でビジネスなどのバックグラウンドを持った人がいるのですけれども、その人を新しい大学でそちらでもかなりがっちり教えてもらいたいといったときの制度というか仕組みというのが。

梅澤委員 慶応でフルタイムの教授になってしまっているのですが、中村さんは新しい大学で特任教授で使いたいのだが、フルタイムだからできない。そういうことですか。

中村委員 実は専門職大学が非常にいい制度をつくってくださいます、みなし教員という制度があるのです。週のうち1日や1日半くらいその大学で授業などをやってもらえれば、専任の扱いになれるというものがあるのですけれども、片方の大学で専任でやっているともう一つはなかなか難しいということをおっしゃって、そのあたりは多分運用でいろいろと調整ができることではないかと思うのですが、そのあたりの相談ができればなと思っています。私も今、ちょうど新しい大学を準備中で教員をどのように配置するかとやっている途中ですので、具体的に細かくここをこうしてくださいということまでは相談はできてはいないのですけれども、それが進められればなと思っています。

梅澤委員 文科省さん、お願いします。

信濃文部科学省審議官 今、2つ専門職大学の関連の御質問がありました。法律の審議を国会でしていただいています、地域大学の振興法があります。これは文部科学省ではなくて内閣官房の地域創生の担当部局が中心になってやっているのですけれども、若干誤解もあると思いますので、その状況を御説明したいと思います。

この法案自身は地方の大学をしっかり活性化していこうということで、例えば地方の大学に交付金を出すとか、地域における雇用機会を創出するといったことが中心なのです。



ただ一方で、努力をしてもやはり東京に若者が集まってしまう。その受け皿となる大学が集まってしまうと効果が減じてしまいますので、東京23区内に新たに大学の定員を増加する、これを抑制しよう。定員の増加を抑制しようという施策がこれは全体でパッケージで法案の審議を続けております。

今、御指摘がありました専門職大学ですが、実は31年4月から始まる新しい制度です。その出鼻からいきなり地方創生の縛りがかかって、23区内に専門職大学がつかれないということでは、もう片方の専門職大学のほうの政策目的が達成できませんので、今の法律の中では5年間経過措置として、専門職大学は23区内にも新規に設置できるとなっております。したがって、御指摘があった専門職大学がつかれない。先ほどはたしか32年からというお話がありましたけれども、そういう縛りはございませんので、これは進めていただくことができると思います。

教員についてですけれども、これも専門職大学はその特性から実務家の方を教員にお迎えするのが大事だと思っております。そうしますと、いろいろと専任の問題とかが発生しますけれども、御指摘があったとおりみなし教員という制度もございまして、一般の大学よりはここは若干緩めの規制になっております。したがって、詳細は複雑ですけれども、ここは個別に御相談をいただければいろいろな形で御説明ができると思っておりますので、ぜひ文部科学省のほうに御相談をいただきたいと思っております。

梅澤委員 ありがとうございます。

確認ですけれども、5年間新設は可能です。定員の増加はどのようなのですか。

信濃文部科学省審議官 専門職大学については新設、定員の増、どちらも可能だと思います。ただ、今ある普通の大学については、先ほど申し上げたとおり政策効果を担保するために定員の増、新規の学部、学科の新設は基本はだめとなっております。

梅澤委員 ありがとうございます。

最後に短めをお願いします。

松原委員 最初に私が発表したときにもお伝えしたので、この議論からまた次のステップかと思うのですけれども、こういうコンテンツをやるときに先ほどの中村先生の話にもありましたが、コミュニティーとかそういう人が集まるメッカが非常に重要だと考えています。

先週、サンフランシスコで世界で一番のビデオゲームの開発者会議があって、私は行ってまいりました。世界で2番目は横浜で私どもがやっている会議なので、2番目を持っているので既にいいのですけれども、ただ、ゲームだけではなくてほかのコンテンツ、研究者を巻き込むときには、アニメのおたくもそうですが、メッカとなるイベントはすごく重要だと思います。

ただしこれに関してはなかなか日本が弱い立場にあって、最初に申し上げましたのは箱なのです。先週、サンフランシスコでやりましたけれども、500人が入る教室が20個あって、それ以外に展示会場がたくさんあって、周りにホテルがあって会議スペースがたくさんあ

る。これは民間ではなかなかできないところがあって、どうやってそういうコンベンションでそれだけのキャパがあって、サンフランシスコのホテルは1日600ドルくらいに高くなってしまいますけれども、それでも人が集まってくるというのは魅力があるわけですね。メッカになるというイベントを日本は何を持っているのでしょうか。

人材育成のためにただ人を育てればいいのではなくて、そこで集まって切磋琢磨する。そういうようなメッカとなるものが一つだけではなくて、もっと持ち上げることに關していろいろ民間でも取り組んでおりますけれども、はっきり申し上げてメッカは箱でございまして、幕張メッセは東京から遠いです。外国から来たゲーム会社は遠いよと言って、あそこでBtoBの仕事をするか、しないよ。東京フォーラムはどうでしょう。狭いのです。横浜のパシフィコ横浜、これから広がりますけれども、世界規模で見るとまだまだなのですね。世界規模で見るとメッカになるイベントを開催できる場所、運営のやり方、先ほど中村さんから運営の話もありましたが、そういうものが日本にはなくて、やはりそこは世界に負けているのです。人材育成をやるのであればメッカとなるものを持って、そこに人が集まってまた成長して、そこでコミュニケーションをするところまで取り組んでいただきたいと思うので、どこに投げればいいのかわからないで言っているのですけれども、2回目になるので最初に申し上げたのですが、ぜひ次の段階ではそういうことも含めて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 ありがとうございます。

多分報告書に取り込む話としては、浜野さんからいただいた問題意識、前回は実は議論になりましたけれども、そもそも労働力が足りないから外国人でも雇おうではなくて、本当に我々が必要とする人たちがせっかく日本で教育を受けてくれたのだから、活躍できるような社会をつかっていこうよ、あるいは産業界をつかっていこうよ、という問題意識の部分と、それを具体的につかっていくモデルケースをどう企業と地域、あるいは大学を巻き込んでつかっていくのか。この辺のところは少し強めに打ち出したいかなと思います。

専門職大学のところは、特に書き込まなくても大丈夫という理解でいいですか。

わかりました。

ということで、住田局長にお返ししたいと思います。

住田内閣府知財事務局長 どうもきょうも大変貴重な御意見をたくさんいただきましてありがとうございました。また、太田様におかれてはみずからの宿題を持って帰っていただきまして大変恐縮でございます。ありがとうございます。

そういったインプットを踏まえまして、今後最終取りまとめ（案）をよりブラッシュアップする必要の修正を行って、ファシリテーターの梅澤様と事務局で調整してから、確定版として決定してウェブサイト公表させていただきたいと考えてございます。

また、きょうの会議の冒頭でもお話をしましたとおり、最終取りまとめ（案）とその概要はきょうの議論を踏まえて修正しますので、委員と関係省庁以外の方につきましては配

付資料をお持ち帰りになりませんように、改めてお願いをいたします。

本日は委員の皆様、そして梅澤様、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。

以上をもちまして本日の会議を終了とさせていただきます。

人材育成検討会はきょうで最終回でございます、1年以上にわたり大変深い御議論をいただき、まことにありがとうございました。

以上