

ポップカルチャーに関する分科会（第1回）出席者

平成25年4月9日

15:00～16:00

於：総理大臣官邸3階南会議室

世耕 弘成	内閣官房副長官
寺田 稔	内閣府副大臣（クールジャパン戦略担当）
山際 大志郎	内閣府大臣政務官（クールジャパン戦略担当）
長谷川 榮一	内閣総理大臣補佐官

構成員

議長 中村伊知哉	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科教授
河瀬 直美	映画作家
樹林 伸	漫画原作者
齋藤 茂	(株)トーセ代表取締役社長

事務局

内山 俊一	内閣官房知的財産戦略推進事務局長
-------	------------------

○中村議長 では、ただいまから「クールジャパン推進会議ポップカルチャーに関する分科会」第1回会合を開催させていただきます。

本日は御多忙のところお集まりいただきまして、どうもありがとうございます。

私はこのたびクールジャパン推進会議の議長である稲田クールジャパン戦略担当大臣から議長を仰せつかりました、中村伊知哉と申します。よろしくどうぞお願いいたします。

まず、開催に先立ちまして主催者を代表してクールジャパン戦略担当の寺田副大臣より、御挨拶をお願いいたします。

○寺田内閣府副大臣（クールジャパン戦略担当） 本日は皆様、御多用の中、御参集を賜りましてまことにありがとうございます。クールジャパン担当副大臣を仰せつかっております寺田稔でございます。

本来であれば、きょう、担当大臣の稲田大臣が参る予定にいたしておりましたが、国会審議が入りまして出席がかなわなくなりました。大臣からもくれぐれもよろしくということであります。

このクールジャパンの推進は安倍内閣の方針のもと、日本の強みを産業化し、我が国のすばらしさを世界に発信する、国際展開をするための推進、また、発信力の強化を目指したものでありますが、決してこれは官主導ではなく、民の主体的な取り組みを官がサポートするものであります。

今回はこのポップカルチャーに関する分科会、この推進会議でもって設置が決定をいたしまして、きょう、こうして皆さん方にお集まりいただいた次第であります。

若者に人気がありますフロントランナーの皆様にお集まりをいただき、どうか忌憚のない御意見を拝聴いたしたいと考えております。ひとつ本日はよろしくをお願いいたします。

○中村議長 ありがとうございます。

続きまして、クールジャパン戦略担当の山際政務官より御挨拶をお願いいたします。

○山際内閣府大臣政務官（クールジャパン戦略担当） クールジャパン戦略担当の政務官を務めております山際大志郎と申します。

私はこのクールジャパンの会議、もう何回か開かれておりますが、どうしてもアウトバウンド、日本の魅力を外に展開していこうという話が中心になりがちなので、インバウンドも重要だということをずっと提言し続けています。インバウンドの中には文化財であったり和食であったり日本酒であったりというようなことについて、今、鋭意どういう形で工夫ができるかという話をしておりますが、それとこのポップカルチャーも当然海外の皆さんからは日本を聖地としてあがめ、日本に来たいという意見がたくさんあるわけですし、その動きをどう加速できるかということを、この会でしっかりとまとめていければ、知恵を出していただければなど、そのような形でございますので、よろしくをお願いいたします。

○中村議長 ありがとうございます。

では、続いて世耕官房副長官より御挨拶をお願いいたします。

○世耕内閣官房副長官　こんにちは。官房副長官の世耕弘成でございます。

きょうはお忙しいところ、こうやって会議にお運びをいただきまして本当にありがとうございました。

挨拶が続いておりますので、手短にいたしますけれども、これはクールジャパン推進会議という親会がありまして、その分科会という形でポップカルチャー分科会をつくっていただいております。

その心としては、親会のほうはかなり大御所の皆さんが、それも人数多く集まっておられまして、少し切り口を変えて、実際に海外で売っている方あるいは評価をされている方々に少人数で具体的なお話を伺うことが重要ではないかということで、この分科会を立ち上げさせていただいているところであります。ぜひとも皆さん方の実体験あるいは現在ぶつかっておられるいろんな問題点に立脚した御提言をいただければと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。

○中村議長　ありがとうございました。

それでは、本分科会は初会合でございますので、委員の方々を御紹介させていただきます。お手元の出席者名簿を御参照ください。

河瀬直美委員でございます。

樹林伸委員でございます。

齋藤茂委員でございます。

ありがとうございました。

それでは、カメラの方々はここあたりで退室をお願いいたします。

(報道関係者退室)

○中村議長　続きまして、この会議の今後の進め方、運営について決めたいと思います。

なお、資料1にありますとおり、会議の運営に必要な事項は議長が定めることとなっております。

この会議の今後の進め方、運営について事務局から説明をお願いしますでしょうか。

○内山知的財産戦略推進事務局長　まず配付資料の確認だけさせていただきたいと思いません。

資料1の後、資料2が今後の進め方について。

資料3が分科会の運営について。

資料4-1、資料4-2は親会議の主な発言についてまとめたものでございます。

参考資料1、参考資料2がクールジャパン関連の予算あるいはイベントのカレンダーでございます。

それ以外に机上配付資料といたしまして中村議長、樹林委員からそれぞれ資料が配付されております。よろしくお願いいたします。

それでは、資料2をごらんいただけますか。分科会の今後の進め方でございます。本第1回の分科会でございます。4月25日が第2回の分科会ということで、この分科会は2

回予定をしております。4月下旬に第3回のクールジャパン推進会議、親会議がございますので、その親会議におきまして中村議長から本分科会の審議について御報告をしていただきたいと思いますと考えております。

資料3は分科会の運営についてでございます。

1にございますように、議事の公開につきましては原則として公開するという。議事録につきましても原則として発言者名を伏して公開するという。配付資料の公開、参考人招致、運営事項はここに掲げたとおりでございます。

以上でございます。

○中村議長 ありがとうございます。

今、事務局から説明がありましたように、今後の進め方について資料2、運営について資料3のとおりに定めさせていただきたいと思っておりますけれども、よろしいでしょうか。

(「はい」と声あり)

○中村議長 よろしければ、この分科会として今後の進め方、運営について決定をいたします。

では、早速クールジャパン戦略の推進方策、発信力の強化について議論をしたいと思っておりますので、まずこれも事務局から説明をお願いいたします。

○内山知的財産戦略推進事務局長 資料4-1、資料4-2をごらんいただきたいと思います。クールジャパン推進会議の親会議はこれまで2回会議がございますけれども、主な発言がここに掲げられてございます。

資料4-1、第1回目の会議では、例えば食につきましては人を集める仕組みが必要、話題づくりが必要ではないか。日本のパンやスイーツは世界一ということ。あるいは最後のほうにインバウンドがございますけれども、地方都市の特徴については、とにかく物語をつくるのが重要ではないかという点。

資料4-2は、第2回会議の主な発言をここに掲げております。食についてはMade In Japanのスイーツフェアを海外でやってはどうか。ファッションのところを見ていただきますと、日本食については味だけではなくて見た目、おもてなし、そういったトータルなファッション性が必要ではないか。その他のところでも先ほどございました、ヒットのためにはストーリーが必要ということでございます。

参考資料1には平成24年度の補正予算、平成25年度の予算案について、クールジャパン関連の予算についてここに掲げております。クールジャパン・コンテンツの海外展開あるいはクールジャパンを体現する日本企業の支援、リスクマネーの供給といったものが出てございます。

参考資料2はクールジャパン関連のイベントでございます。国内あるいは海外について関連のイベントがかなり数ございます。御参照ください。

以上でございます。

○中村議長 ありがとうございます。

事務局からこれまでのクールジャパン推進会議での主な発言ですとか、予算あるいはイベントについて説明をしていただいたのですけれども、さらにこの初会合に当たって私が私案という形で席上配付した資料がございます。用意いたしましたので、簡単に説明を冒頭、皮切りとしてさせていただければと思います。

先ほど寺田副大臣から、これは官主導というよりも民主体でいくんだという話がありました。それから、世耕副長官から少人数で実体験に基づいていろいろと案を出すというお話をいただきました。この会議はそうしたクールジャパンに関するアイデアを求めるという性格だと伺ったわけですが、きょうは最長で4時まで時間をいただいておりますので、ですから皆さんからできる限り、このテーブルにアイデアをまずはお出しいただければと思っております。

この分野はこれまででもいろいろと意見が出ておりますし、先ほども紹介をされたのですけれども、改めてどんな視点で整理をしていけばいいのかなという切り口だけ書き足してみました。6点あります。

1つ目。日本は世界におけるポップカルチャーの中心となったのだけれども、自覚が足りないのではないかな。そのような意識を国民に高める方策が必要ではないかな。

2点目。海外から聖地日本へ旅行を希望するような方々への裾野を拡大する。インバウンドと呼ばれておりますけれども、そういったもののための発信方策が重要ではないかな。

3点目。クールジャパンの発信の対象は外国人であります。ですから外国人にとってクールと感じるものは何なのか。また、外国人というのは伝統文化あるいは典型的なポップカルチャーである漫画、アニメ、ゲームだけではなくて、ものづくりだとかサービスだとか、幅広いところに関心を今、寄せているのではないかな。

4点目。ポップカルチャーの力の基盤というのは、我が国伝統の庶民文化の強さですが、これを維持・発展させていくためには子供から大人までの国民の広い階層がみずからつくる、あるいは表現する力というものを強化していくことが必要ではないかな。あるいは「技術」「ポップ」「みんな」（参加型）により、創造性豊かなものを生んでいくというための環境整備は何だろうか。

5つ目。発信力を強化するためにはきっかけが必要であって、例えば総理を初めとする政府関係者が率先してそれをつくる必要があるのではないかな。

6点目。幅広い層に知らしめていくためにはネットワークの活用が有効ではないかといったことを、視点の一例として挙げてみました。

では、議論に入りたいと思います。先ほどありましたように、今回の会議ではクールジャパン、ポップカルチャーの効果的な発信のために提言をしてもらう、アイデアを出していただくことが必要と考えておまして、皆さんからどしどし意見をいただきたいと思っておりますので、どのようなテーマ、切り口でも結構ですので御自由に意見をいただければと思います。いかがでしょうか。

○樹林委員

配付した資料に関しましては、これはコンテンツの部分なので、とりあえず後にしまして、まず国にできること。

第1に、コンテンツにかかわることはもちろんそうなのですが、それを育てる入口をつくるということがまずすごく大事だと思っていて、それと同時に不足しているところにお金を使っていくというシステムが必要だろう。あとは海外なり何なりに広めていくというような、つまり一番必要なのは箱だと思うのです。東京ビックサイトのようなのがオタクの発信源になってみたり、町でしたらアキバみたいなのがそういうポップカルチャー、いわゆるオタクの世界の入口になってみたりしている。

これが今サイバー空間にも徐々にでき始めていて、典型的なのがFacebookにできている東京オタクモード。海外から非常に多くの、数百万だか数千万だか知らないですけども、かなりとんでもない数のアクセスが入りまして、なおかつ外国人のコスプレとかがぼんぼんアップされて、それがまたかっこいいのです。日本人から見てもクールに見える。そういうようなものが残念ながらこれはFBという私企業の中にできている。こういう類のものを官製でできないか。

国がコンテンツどうこうやろうとしても、なかなかできるものではないと思っっているのです。育てる、広げる、おさめるということが国の役割なので、それを例えば官製でああいった箱づくり。つまりサイバー空間における東京ビックサイトのようなものをつかって、ある一定の基準を満たしたものはどんどん安いお金あるいは無料に近いところで乗せていく。それは日本だけではなくて海外からも取り入れていくというようなことを国にはやってほしいと思います。それも、たんなる投稿サイトのようなものではなく、もし可能だったならば、お客さんもできれば一人一人がIDを手に入れて入っていけるような、バーチャルなゲーム性のある、ソーシャル性のあるものに育てる。そこは発展的なものだとしても、とりあえずの箱が欲しい。

もう一つ、それを現実の世界に落とし込んでいく必要があると思っっていて、実際によくアキバというとオタクの発信地、聖地と言われていますが、もともと電気街で、電気街として立ち行かなくなってきたときに町の人たちが考えて、オタクの町にしよう。そういうところからスタートしているのです。でも最初はすごく冷やかに見られていたのを覚えているのですが、今は世界から観光客が来るオタクの聖地アキバになっている。これはもしかしたら官主導でもっとやれるのではないかと思うのです。例えば東京だけではなくて大阪あるいは札幌などの大都市圏にあってもいいし、もっと言うなら海外にできないか。

例えばタイのメインストリートではなくて、少し外れたところのほうむしろ私はいいと思うのですが、そこに安い箱を日本でお金を出して借り切って、ファンドを集める必要もあると思うのですが、人を集めて起業したい人間などをそこに送り込んで、アキバのタイ版などをつくってみる。それを世界各地いろんな国につくって、それを1つのポップカルチャーのその国における発信地として捉えていくみたいな考え方は、おもしろい

のではないかと思います。1つはそういったことです。

そういう空間などをつくったときに一番大事になってくるのが言語だと思うのですけれども、言語環境に関しても結局、翻訳というどうしてもかたい考えになって、ちゃんとした翻訳家が必要なのではないかと思います。ポピュラーカルチャーはそういうものでは本来なくて、むしろ名のある翻訳家が翻訳したかたいものは大体おもしろくなるのです。ほとんどがそうだと思うのですけれども、それよりはむしろ大学卒業ぐらいのレベルの人たちで構わないので、例えば英語圏であるならば日本に住んでいる英語のネイティブスピーカーと、アメリカに住んでいる日本語のネイティブスピーカーが、インターネットを通じてコミュニケーションをとりながら、どちらにとっても不自然でないような翻訳をするというシステムをつくってしまえば、その担い手は幾らでもいるし、もしかしたらネット上からボランティア的に広げることも可能なのではないかと思います。そういったシステムとセットにしたサイバーオタク聖地というか、サイバー空間における東京ビックサイトみたいなものをつくれないうという提案です。

そしてもう一つ、アニメーションにおける労働環境の悪さみたいなものを何とか解決できないか。漫画とかいろいろ含めてポップカルチャー全体でファンドと言うと、ちょっとぼけているなと思うのです。お金というのは不足するところに出すからいいのであって、間に合っているところに出してもしょうがないと思っています。ゲームだったら間に合っているお金は私企業が出します。だけれども、アニメーションに関してはどうしても労働環境がどんどん悪くなっていて、日本だと海外に出すような感じになっていて、質が下がりという繰り返しの繰り返しなんです。

最近のアニメは、本当の意味でのオタク系の作品が増えて、ジブリみたいな誰が見てもおもしろいものというのはすごくテレビの中で減っている。これは何でかという、構造から言いますとスポンサーを引っ張ってきて、そのスポンサーの対応をしながらの作品づくりになっていたりすることが多いからです。だからロボットだの何だのってなっていく。あるいはDVDにしたときに、セールスしてペイするようなオタク向けのマニアックな作品にどうしてもなってしまう。

けれども、実際には豊かなストーリー性のあるものが過去にはあったわけで、ジブリ作品もそうですし、でも、こういうものを担うとしたら私は公共放送であるNHKしかないと思っています。NHKにファンド機能を持たせて、そこにお金を集めてスポンサーに縛られない新しい、けれども昔の日本のストーリー性豊かなアニメーション、つまり視聴率のためのその回、その回の盛り上がりというのではなく、あるいはグッズが売れるかどうかではないものをつくって、でも実際には結果として見るとジブリの作品なんて一見、キャラクター製品ができるように見えないものでも後からいっぱいできてきて、とてつもない大きな商売になっているわけですから、そういうものはまず受けるものがあって、受けるのを前提にものをつくっていくのではなくて、まずちゃんとお客さんを抱えてから、それを一人一人が考えて、そこから製品化していくというのであればいいわけで、そういうため

にある程度時間を持って、お金をかけてクリエイターたち、本当に労働環境がひどい、タコ部屋みたいなところで仕事している人たちに対して、ある程度うるおうというシステムをつくっていかねばいけない。

お金を使うならば、今だったら私はポップカルチャーのジャンルで言うならアニメだと思います。圧倒的にお金が足りなくて苦しい思いをしている。粗製濫造になり、レベルが下がり、世界に売れるものがどんどん減ってきているという悪循環をどこかで絶たなければいけない。それは国のお金を突っ込むことだと思っています。

もう一つなのですけれども、国内ではなくて海外に広げていった場合は結局、日本というのは富士山、侍、芸者なのです。そういう日本の伝統文化みたいなもの抜きに日本だよと言っても納得してもらえない。特に日本の漫画とかアニメというのは顔を見ると外国人と全然区別がつかないです。そういうことも踏まえて考えるのであれば、日本のものだということを受け入れてもらうためには伝統芸能、伝統文化との融合みたいなものが必要になってくるのではないかと思うのです。

つまり、海外で日本のクールジャパンを官製で盛り上げてもらうためには、伝統文化との融合というのがおもしろいのではないかと思っています。

配付資料の後半に載っています歌舞伎。これは私が実際に2年間かけてやりました仕事ですので非常にわかりやすい。最初に海老蔵君から話をもらったときに私がおもしろいと思ったのは、これは海外に売れるのではないか。つまり漫画という非常にワールドワイドに今、一番展開できているものの1つである。それに対して歌舞伎という、またこれもパリですとかロンドンとかで公演を成功させている。この2つを融合させて、実を言うと歌舞伎には古いがゆえのよさもあるのですが、悪さもあって、今の人には非常にわかりにくいのです。それに対して漫画のストーリーというのはたくさんの人に読ませるように作られた、ポピュラーであることが大事な文化ですから、わかりやすくつくるというのが基本。これを融合させてつくったのが石川五右衛門という舞台で、これは非常に好評でして、全席ソールドアウトという結果を東京でも起こしましたし、名古屋の御園座でやったときも大成功しました。

海老蔵君と次はパリでやりたいね、ロンドンでやりたいねという話しもしているのですが、私が台本を書きまして、歌舞伎に翻訳したものを海老蔵君を含めた歌舞伎のオールスターが演じてくれるというようなストーリーなのですが、こういったことを歌舞伎に限らず、浄瑠璃でも何でもそうなのですけれども、いろいろやって行ってほしい。そのうちの1つが今、私の友人でこの辺にかかわっている佐川という者がおりますが、あめ細工とポップカルチャーの融合に関して説明してもらいたいと思います。

○佐川氏 済みません、後ろの席から失礼いたします。

先月、3月末にアニメコンテンツエキスポというイベントがございまして、これが幕張メッセで7万人ぐらい集まりましたイベントです。ここで主催者側から依頼を受けまして、弊社でマネジメントしておりますあめ細工職人がアニメのキャラクターを幾つかつくりま

して、それを展示いたしました。そうしたところ非常に注目を集めまして、特に海外の方は食い入るように見つめて、これは一体何でできているんだと。あめなんですと言うと非常にびっくりしまして、そういった意味では江戸時代から続くあめ細工とアニメのキャラを融合しただけで、これだけ力強い、揺るぎないものができるものだなということを感じました。

簡単ですが、以上でございます。

#### ○樹林委員

あと2点、どうせここまでしゃべったので最後までやらせていただきたいと思います。

本当に小さなことです。権利面のことなのですけれども、漫画喫茶。今、音楽でしたらCDをかけると喫茶店でも著作権料を払うのです。なのに漫画喫茶は明らかに漫画でお客さんを集めているのに著作権料を1円も払っていない。これはどうにかならないのかなと思っています。この辺は官で動いていただくしか手がないので、ぜひ検討していただきたいというのが1点です。

もう一つは電子配信に関して、アマゾンですとか海外の資本がApple Storeも含めていろいろ入って動いています。特に漫画に関して言うならば、私たちは読み手の側、つくり手の側、両方からぜひ欲しいと思うようなリーダーみたいなものがないのです。漫画を読みやすいリーダーみたいなものをつくるための会議をつくって、それは実を言うとこれは官主導で集めていただいて、つまりパナソニックですとかソニーですとか、シャープさんもそうなのでしょうけれども、いろんなところから人が集まってきて、その集まった人たちの前で読み手の代表である人間がこんなものが欲しい、あんなものが欲しいと。

例えば私でしたら、具体的に言うならば見開きを読めるものがないのです。今度NTTドコモから出ますけれども、真ん中のヒンジの部分が大き過ぎて、見開きやったときに真ん中が黒くなってしまいます。そうではなくて、漫画というのは開いて読んだときに、こういう形で見えなければいけないのです。だから、このところがないようなものができれば爆発的に売れるかもしれないし、私は日本発のハードウェアとして世界標準になり得ると思います。出版物の中で漫画が一番読まれているわけで、それを読みたい人たちがこぞって買うんじゃないかと。

文章、言葉ということに関して言うならば、基本的にはキンドルとか、最近出ているもので十分だと思っているのです。私もそれを使っています。ただ、漫画に関してはこれというものがない。一番読みやすいiPadにしても、重いし大き過ぎて持ち歩く気がしない。ぱたっと閉められるようなものであってヒンジの部分がなリーダーがほしいと、ずっと前から思っていました。日本の技術であれば有機ELだとかいろんな新しいシステムがあって、カラーであればそうですし、Eペーパーにしてもどんどんよくなってきていますから、必ずできるようになるのではないかと思っています。それは1個できてしまえば世界に向けての漫画リーダーで、ヒンジがないということは映像も大きく見られますから、いろんなところに派生していく。

つまりゲームをもとにつくられたプレイステーションが、いろんなジャンルで拡大していったのと同じような現象が起こるのではないかと考えています。

長くなりましたが、以上です。

○中村議長 ありがとうございます。

非常に刺激的な口火を切っていただいたので、同様に河瀬さん、齋藤さんからも何かあればどうぞ。

○齋藤委員 伊知哉さんが作成された資料の2番にあるポップカルチャーの聖地としての日本への旅行を希望する者の裾野を拡大するためという箇所は、要するに日本がポップカルチャーの聖地ということ海外から来られる人は理解しているが、実際どこに行けばポップカルチャーに触れられるのか分からないということです。また、私は京都出身ですので、海外の人に京都の魅力を発信するための観光ガイド等のプロジェクトを動かして欲しいとの依頼がきましたが、予算が少なく実現しませんでした。さらに、中国の方から、中国と日本で京都を題材にした合作の映画を作りたいというお話を頂きましたが、京都が出せる予算が提示された金額よりも1桁少なかったため、実現できませんでした。

ポップカルチャーを日本で勉強しようとする海外の人向けに、日本のポップカルチャーに精通した人によりマップを作成し、そのマップ通りに行動すると、おもしろい体験が自然とできて非常に楽しんでいただけたと思います。京都にはマンガミュージアムがありますが、その存在を多くの外国人旅行者がご存知なのに、ご存知ない国会議員の方が沢山おられます。ポップカルチャーマップの様な仕掛けを出来るだけやったら良いのではないかと考えています。

ディズニーランドの例ですが、ディズニーランドは入口、出口は必ず1カ所です。入口が後ろにも横にもあった場合、ディズニーの世界観を植えつけられないという発想があるためとのことです。入口が1つということは、駐車場が遠くなるため移動が大変になるというロスがあります。しかし、入口を1つにした理由は、入口から入って、右回りの世界と左回りの世界でディズニーを体験させようという意図があったからです。日本の空港を入口と考えると、成田空港や羽田空港から日本をこう回ればこんな物がある、こう回ればこんな事があるという考え方も同じで、日本を1つのテーマパークと見立てて、マップやコースを仕掛ける人がいれば、海外の方におもしろい日本文化をもっと体験していただけたのではないかと考えています。

コンテンツ強化専門調査会の会議に出席した際、クールジャパンという言葉の意味が分かり難いという方がおられました。私はクールジャパンという言葉は非常に的を得ていると思います。NHKでも日本の何が海外の人にとってクールか案内する番組がありました。その番組を見ていても、しっくりくるなと感じました。私はこの言葉が非常に気に入っており、このまま推進したら良いと考えています。

また、京都という立場で発言させて頂くと、京都には日本料理アカデミーという団体があるものの、その団体を象徴する日本料理アカデミー会館という様な建物はなく、実はば

らばらで活動しているのが現状です。海外を見ると、米国カリフォルニア州ナパバレーにはCIAという料理大学の非常に立派な施設があり、そこを卒業した人は、例えばアメリカNo.1のフレンチランドリーのシェフになっており、一流のシェフを生み出す環境があります。寿司や日本料理はこれほど世界中に受け入れられていながら、外国から修行に来た人にはCIAの様なハコモノが無いというのが現状です。

料亭菊乃井のご主人 村田氏が、日本料理アカデミー会館の様なものをつくろうと一生懸命活動されておられますが、予算が無くて、なかなか実現できません。その現状を踏まえて、日本料理会館や、江戸前寿司会館の様なものが、京都や東京などにあっても良いのではないかと考えています。

海外への日本のコンテンツ配信のお話をしますと、当社では、現在ASEAN地域向けにコンテンツの開発及び配信を行う拠点を東南アジアに設立する準備をしております。日本には、多数のコンテンツ開発会社がありますが、1社につき保有するキャラクター数は限られています。タイ向け、シンガポール向け、マレーシア向けというように各会社が拠点を各国に作るのは多額の費用が掛かり、効率が悪く、実現するのが難しいと考えられます。そこで当社が各社のキャラクターやコンテンツをとり纏めて、ASEAN地域向けにローカライズする会社を設立しようとしています。

雑誌『WEDGE』の4月号には「コンテンツはもっと世界で売れる」という内容の記事が掲載されています。この記事には、韓国では国内での権利処理には様々な手続きがあるものの、海外展開をする際には、権利処理が簡単だそうです。このような措置があるから韓国のドラマはコストを抑えて良い作品が作れるのだと思いました。先日、小山薫堂氏とお会いした際、くまもんがヒットした理由を伺ってみました。その理由として、無料でくまもんのイラストや写真などを自由に利用できるようにしたことを挙げられ、利益に関しては、人気を広まってから考えれば良いことだとおっしゃっていました。つまり、最初は損して、最終的に得取れみたいな施策を考えたら良いのではないのでしょうか。

当社は著作権に関する業務も行っていますが、国から補助を受けることが出来れば、海外への日本のコンテンツの発信がよりスピーディーに出来るかと思えます。

最後に「コンテンツ特区」についてお話したいと思えます。京都は前政権時に京都にコンテンツ特区を設置したいと申請を出しました。しかし、京都には既に総合特区が2件あった為、京都ばかりに特区を作るのは問題があるとのことで断られました。

しかし、これは間違いだと思います。ひいきするからこそ特区であり、コンテンツの無い地域にばらばらとコンテンツ特区を作っても仕方無いと考えます。京都には既にコンテンツが多数ありますので、ひいきをして、それを伸ばすという戦略をやった方が良いのではと思います。日本のカジノ構想もそうだと思いますが、例えば、沖縄や淡路島といった限定した地域をひいきして、重点的にその特区の実績を伸ばしてから全国へ波及させることが重要だと考えます。これを実践しているのが中国です。経済特区を作り、その地域が発展することにより、周りの地域も発展していったという事例があります。日本も何でも

公平にするというのではなく、適材適所に特区を設置し、多少集中したとしても一番効果が見込める地域に特区を設置して頂ければ良いのではと思います。他にも色々とお話したいことはありますが本日は以上です。

○中村議長 ありがとうございます。

河瀬さん、いかがでしょうか。

○河瀬委員 自分は奈良で生まれて育っていきまして、そこで現在も活動しているのですが、やはり地方で、そこに暮らしている人たちと何かをしようとしたときに、東京での意識と地方での意識の差があって、そこが一番大きな壁になっています。つまり、すごく長い間、同じ習慣の中で生きてきた地方都市の人たちにとってみたら、新しいものを受け入れること自体が本当に大きなハードルということなのです。

私は今43歳なのですが、20代の頃に奈良で映画を撮ろうとしたときに、周りの大人たちは、奈良でなんか何もできないから東京に行きなさい。又は、日本では何もできないから海外に行きなさいということ言われ続けました。でも私はへそ曲がりだったので、自分の場所でしかできないことがあると思ってやり続けた結果が今です。自分の足元を掘り下げていけば、世界につながるということを知ったのです。それはすごく新鮮な喜びと驚きでした。

日本の中でこれが正しいと思われているものが海を越えると正しくない、といったような外の人たちと交流して初めてわかることがたくさんあります。私たちには、「新しいことを知る」ということがまず大切なのだらうと思うのです。

最初の論点の例の案で書かれている「自覚が足りない」というところなのですが、それを大多数の国民の人たちに知ってもらうことをどうしていけば良いかなのだと思うのです。大人は頭がとてもしっかりしているので、そのようなことを幾ら言っても、これまでの習慣をなかなか崩せずにいます。なので私自身は子供たちにこそそういうことを伝えて、そしてその子供たちがその意識を持って、世界で輝ける日本人として何かをやっていくという、そういう取り組みをやっていかなければいけないのだらうなと思ったので、奈良では小学生や中学生たちと一緒に、その場所、自分たちが今生きている場所にこそ、宝物があるんだよというワークショップを開催しています。その場所場所で必ず宝物はあるはずで、そういうものを見つけるすべを知ることが大切です。自分の親やおじいちゃん、おばあちゃんが、もうこの町は過疎も進んでいるし、こんなところにいると何もできないし、ご飯も食べられないよと言われると、その町はだめなもの、自分はだめなところに生まれてしまったと子供は思ってしまう。まずは、その意識を大人の側から変えていかなければなりません。

奈良は日本で初めて国の形ができた場所なので、1300年の時間の中で継承されてきたものがたくさんあります。世界遺産に登録されているものもたくさんあって、宝物だらけです。それを大切に思う気持ちを持っています。それこそが日本の本物です。今、本物が時代おくれとか、お金にならないとか、そういうふうなことでどんどん継承する人がいなく

なっている本当にぎりぎりの状態です。さきほどのあめ細工の方のことも言われましたけれども、私は奈良で刀鍛冶の人を取材したことがあるのですが、刀なんていうのは世界に誇れる日本の文化ですし、日本人の魂がこもっているような、そういうつくり方をされていたりする。でも日本人そのものがそのことをまず知らない。それはとても残念だと思っています。

具体的には実感の持てる何かをしていかない限り、人のものを見ては身にはつかなくて、例えばワークショップをするときには自分たちの国だけでやっているのではなくて、海外のアーティストとの交流ということを具体的にもっともっとやっつけていかなければいけないだろうと思います。そこでこそ私が体現したように日本の文化が何であるのか。海外の意識がどうあるのかということを知っていく、実感していくと思います。特にものづくりをやっているアーティストたちの交流や、学生たちの交流をもっと進めていったほうがいいと思います。

先日、私は香港フィルムアートに参加しました。どちらかという、香港側からのオファーで河瀬直美への出展依頼だった訳ですが、他には20個程の映像企画が世界から集まり、私もその1つのブースをいただきました。私の企画を聞きたいという世界のバイヤーの人たちが2日間で26個入りました。私は特に日本の文化とか魂とか、目に見えないものを信じているような感覚とか、そんなものを表現しているので、そういうことにもものすごく興味を持っていただきました。カンヌでも評価されているのは、神秘性や具体的な伝統文化や、そういうものに限らず、ライフスタイルだったり、何でそんなところで一步引くんですかというような、そういうかつての日本人の方たちが、もしくは今、地方でもいらっしゃるような人たちが和の精神の中で生きているあり方とか、生き方とか、そういうところから繊細さや、1つのものをつくるのにもこんなに繊細なところまで気を遣ってつくっているんですか日本人はという、そういうところへのあこがれがものすごくあって、それは、和の精神で生きてきた私たち日本人の丁寧さがあらわれているのです。

だからそんなものをある意味形に変えて、プロダクトデザインなどは世界的評価を受けていますよね。それに加え、ライフスタイルや、英語には翻訳できない、YES、NOでは表現できない日本語の文化があるんだということを発信できればいいですね。

香港のフィルムアートは、4年前にも参加しているのですけれども、4年前と明らかに違ったのが隣国の韓国、中国の発言力がものすごく強化されていて、日本は完全に追い越されているということです。日本人が1人もそこにいなかったというのもすごく残念でしたし、韓国人の30代の英語力もあって、企画力もあって、そして交渉力もある人たち。中国もそうなのですけれども、そういう人たちの台頭が目覚ましくて、10年後にはアジアでの日本人の発言力がなくなっていくのではないかという危機感を持ちました。そういうところで本当に今やらなければいけないのは、若い世代の活動の場をもっと強化しなければならないという事です。

又、新しい人を発見できるプロデューサーがなかなかいないというか、優秀なクリエー

ター、この子だったら今はまだ未知でごつごつしているが、将来が期待できるものを持っているということを発見できるようなプロデューサーの人がまだまだ日本人にはいなくて、ヨーロッパの人たちは逆にアジアの優秀な人材を発見し恩を持たせて、向こうで活動するようにさせてしまうというような感じがあって、日本人が日本人を評価できていないというのは問題だと思っています。

プロデューサーの育成は前から言われているかと思うのですが、早急にしなければいけません。欧米の人たちが評価して、優秀なクリエイターがどんどん海外に出て行ってしまっている現状、それを食いとめて、日本でこそ後押しをして、日本にちゃんと拠点を持ってもらうということをしたほうがいいのではないかと。

国際共同製作というものがクールジャパンでも推進されていますが、国際共同製作の規定の中にスケジュールの規制があって、映画づくりなどが例えば4月から始まって3月で終われないというものがあるのです。でも必ず3月までに終えなければいけないというスケジュールの規約があるので、私の企画でもフランスにもスペインにも共同制作者に名乗りを上げてくださっている方がいても、日本の支援の中ではスケジュールが合わなくて、国際共同製作ができないというようなことがあるので、スケジュールの規制緩和をお願いしたいです。

奈良では、奈良なのでnarrativeと引っかけてNARAtiveプロジェクトというものを立ち上げました。海外の監督に奈良で映画を撮ってもらっているのです。それを国外に発表、これまでに3作品つくりましたが、一番直近の作品が世界の四大映画祭の中の1つ、スイスで開催されているロカルノ国際映画祭でグランプリを受賞し、今世界を巡回上映している状態です。映像で日本のすばらしさを表現できると、言葉よりもとても強くて、それを日本人がやっているのではなくて、海外の人の目を通して表現しているところが大切だと思っています。韓国は、韓国で外国人が映画を撮影したらこれだけお金を支援しますよという制度もあるのです。

そんなのを日本も始めたほうが、各地方地方のすばらしい宝物を海外の人に映像で知ってもらえる事になります。アーティストレジデンスという形をとれば映画だけでなく、いろんな分野のアーティストにその土地でクリエイティブな創作をしてもらえる。そして、日本ってこんなに物をつくりやすい場所なんだというふうに世界が思えば、訪れる人も増えるでしょう。奈良では明日香村でやっていますけれども、5万円の助成だったので、良い場所なのに一流のアーティストは来ないだろうな、ともったいなく感じました。

○中村議長 ありがとうございます。

一巡をいたしまして、ほぼ時間となっているのですが、いろいろとアイデアをいただきました。

樹林さんからは箱やネットの拠点といいますか、プラットフォームをつくるという話ですとか、アニメの労働環境、言ってみれば国内のインフラもしっかりしろという話ですとか、伝統とポップの組み合わせという話もありました。

齋藤さんからは京都という拠点の話、特区の話もありましたし、アカデミーあるいは広めるための権利類のあり方のお話がありました。

河瀬さんからは地方、地域あるいは神秘性といったアイデンティティの話がありましたし、子供、若い世代というお話がありました。

私はデジタル技術を使って子供たちがアニメをつくったり映画をつくったりゲームをつくったりするというワークショップをやるのが本業なので、それは確かにあるなと思って聞いておりました。

各様の視点からの豊富なアイデアが、ほかにもたくさんまだまだありそうだなというのがわかりましたので、その言い足りないところなどは事務局にもお届けいただければと思います。

私もいろいろアクションのアイデアみたいなものがありまして、頭の中でぐるぐるしているものを少し申し上げておきます。例えば情報発信力を強化しましょう。これはテレビのチャンネルをつくってしまうとか、それを一緒にネット配信するというようなネットワークづくりも大事だと思っていますし、同時に人を生かすこと、世界中のアーティストや日本のポップカルチャーファンはたくさんいるので、その人たちを支援して多言語翻訳をつけてあげるということをやったらいいのではないかと考えています。

アカデミーという話が出ましたけれども、世界の大学に日本のポップカルチャー講座のようなものを置いてアーティストを派遣するとか、初等・中等教育で言うとワークショップをやるのと同時に、デジタルの教材をつくって海外に持っていく。これは実は韓国がやっているのですけれども、そういったことをやっていくというのも、つまり教育と一緒にやるということのも大事ではないか。

あるいは参加型と先ほどもペーパーに書いたのですが、いろんな方に参加してもらいたい。例えばガンダムでもいいし初音ミクでもいいし何でもいいです。キャラクターの方々を国際的なネット投票にかけて、上位の方々にそれこそFacebookなどでキャンペーンを打ってもらおうというのものもあるでしょうし、アニメで言うと人気アニメの権利を開放していただいて、世界のアニメファンの方々に二次創作していってもらおうというやり方をすると、余りお金をかけないで自然発生的に広がっていくかなということを考えています。

先ほど来いただいたアイデアでまた新しい論点が出てきているなと感じておまして、3つぐらい感じたのですが、1つは情報発信しようという皆さんの意見の中のその方法です。例えばネットもあればテレビもあります。どのようなメディアを使っていくのがいいのか。あるいは京都、特区という話がありましたし、アカデミー。私はできればそこに大学も加えてもらいたいのですけれども、そういったもの。つまり拠点です。先ほど樹林さんは拠点とおっしゃった。そういったものをどのように使って組み合わせっていくのが効率的でしょうかということ整理しなければいけない。

それから、アウトバウンドとインバウンドという話もある。例えば海外の拠点をつくっていこうという話もあれば、国内の制度とかインフラを整備していきましょう、あるいは

国内のみずからのアイデンティティをどう認識させるのかという国内向けのことと海外向けのことがあるので、それもどう比重をつけた施策にするのかという整理も要るかなと思いました。

先ほど伝統とポップの融合という話が樹林さんから出ました。そうしたポップカルチャーとほかの分野、伝統というのものもあるでしょうし、地域というのものもあるでしょう。あるいは秋葉原の話がありましたけれども、秋葉原も私はものづくりとポップカルチャーの組み合わせだから力が強いと思っているのですが、そのようなポップカルチャーとその周りとをどのように組み合わせて日本の総合力を生かすのかということも、問われるのかなと思って聞いていたところですが、大分時間が迫ってまいりました。皆さんから残りありましたら。

○齋藤委員 1つだけお願いしたいことがありますして、漫画とかアニメとかゲームにある権威あるプライズがないです。例えば国民栄誉賞であるとか、人間国宝であるとか、勲章のさまざま。浄瑠璃とかそういうものでもいいのですけれども、世界中に物すごい影響を与えているのに、若いとか歴史が浅いとか余り伝統がないだけで、すごい影響を与えていてもアメリカでは宮本さんが世界の何人とか物すごい賞をもらっているのです。日本では何も賞をもらっていないという、これを何とか励みのためにもそういうプライズの中に入れてほしいなと思います。それで広めたりしたいと思います。

○中村議長 ほかにいかがでしょうか。

○河瀬委員 とても年のいった、本当にこの人が亡くなるとこの伝統がなくなるというような人と若い人をつないであげないと、ここは本当に途切れてしまう、できなくなってしまうというのがたくさんあるなと思いました。

○樹林委員

ポップカルチャーのジャンルでも、例えば大河原さんみたいなガンダムのデザインをした人と、若いロボットのデザインなんかしている人が交流する場なんて絶対ないですから、私は一緒に仕事をするかもしれないのですけれども、私ぐらいの世代までぎりぎりなので、もっと下なんてことは本当にはないですし、先ほど先生がおっしゃっていたみたいに学校みたいなものが少な過ぎますね。ポップカルチャーもそうだし伝統もそうだし、私は歌舞伎の仕事をやったのですけれども、歌舞伎も国がちょっとやっているものがあるのですが、それも入学するとただでやれるのです。それで入ってくる人が多いのです。

歌舞伎のいわゆる大部屋の俳優とか、今、大部屋からでもスターは結構出ますので、そういう時代になってきていますから、もう少しそれを広げてもいいのではないかな。大部屋の俳優というのは養成所でかなりハードなトレーニングをするし、実力も磨かれるのですが、収入が安定しない。自転車で通ってきたりなんかするような世界で、でも、そういう養成所などがもう少し充実してきて、各地につくるということがあれば、歌舞伎ももう少し盛り上がるし、歌舞伎から出た現代演劇の可能性は十分ある話です。

あと、河瀬さんがおっしゃっていたように本物の日本を、というのもすごくよくわかる

のです。私たちは体験的にも子供のころ、映画とか日曜洋画劇場でずっと見ていたのですが、これは全然日本のためにつくっていないのです。自分たちの楽しみのためにつくっていて、でもそれを見て私たちはあこがれて、そこから洋楽を聴くようになったり、向こうのカルチャーに興味を持ったりしている。つまり、日本へのあこがれるようなものを育てていくために、例えば東南アジアだったら人口がふえているインドネシアなんかに向けて、日本で受ける日本人そのままの姿を見せる。アジア向けに作られていない、そういう内容であっても、私は十分海外の市場性があると思っています。

つまり私たちが子供の頃にハリウッド映画の「ベン・ハー」を見てすごいとか、「風と共に去りぬ」を見てすごいと思ったのと同じようなことをやればいいのであって、向こうの文化について、例えばインドネシアを舞台にしたらインドネシア人が喜ぶというのは本当にわずかなことであって、そうではない。もっと日本発の日本の文化の力みたいな、本物の力を信じて物をつくるということを、私はもっと積極的にやっていっていいのではないかと思います。

○寺田内閣府副大臣（クールジャパン戦略担当） 樹林委員、あと先ほど齋藤委員が言われたように、確かに日本人のすばらしさは海外で認証をされ、表彰されている。日本政府が担ぐ必要はないのですけれども、認証制度とか表彰制度を大いにつくるべきだと思います。それがないと励みにならないというのがあります。

あと、規制絡みの話で先ほど言われた海外に行くときにアニメの権利をなくすとか、これは規制改革のほうも同時進行でやっています。国際共同製作の3月で切られる話は、政府の規制なのかまた教えていただければと思います。

○中村議長 ほかによろしいでしょうか。

では、時間が参りましたので、第1回の会合はここで閉会をしたいと思います。

次回のこの分科会を経て我々としての提言を取りまとめまして、第3回のクールジャパン推進会議、親会議のほうに打ち込んでまいります。それまでに皆さんから追加のコメント、意見などがあれば事務局にお出しいただければと思いますし、私もFacebookですとかTwitterを通じて幅広い層から意見を募って、アイデアを練っていきたいと思っています。

次回の分科会について、事務局から連絡をお願いいたします。

○内山知的財産戦略推進事務局長 次回の分科会は、先ほど御説明したとおり4月25日17時から18時に開催する予定でございます。場所などの詳細につきましては別途御連絡をいたしますので、よろしくをお願いいたします。

○中村議長 ありがとうございます。

この後、私からきょうの議論については記者会見を行う予定となっています。

では、きょうはこれで閉会といたします。ありがとうございました。