

住田内閣府知財事務局局長 ちょっと定刻より早いのですが、全てのメンバーがおそろいになりましたので、ただいまから「クールジャパン関係府省連絡・連携会議」と「クールジャパン人材育成政府連絡会」を開催させていただきたいと思います。

本日はお忙しいところ、関係者の皆様には御出席いただきまして、大変ありがとうございます。

本会議の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。よろしくお願いいたします。

初めに、この会議の副議長でございます内閣府・山下雄平大臣政務官より御挨拶を頂戴いたします。山下政務官、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大臣政務官 皆様、こんにちは。クールジャパンの担当をさせていただいています内閣府大臣政務官の山下雄平でございます。見た目的にクールジャパンからかなり遠い人間ではございますけれども、若いということで御容赦いただければと思います。

今日は、合同会議ということで、1つは人材育成、そして確保というところに重点を置いております。また、予算、そして各省庁、いろいろ連携した政策、こういったものを現在取り組んでいらっしゃるかというのをお互いに共有して、今後の方針、そして新たな施策につなげていきたいというところもあります。人材については、私がまだ政務官になる前の、5月に大臣のもとで人材の育成・確保方針について第1次とりまとめがまとめられたところがございますけれども、最終とりまとめに向けて生かしていければと考えております。

今日のニュースでは、クールジャパン機構のほうで、来年の春でしたか、ロンドンで日本食体験型のものができるというお話もあって、すごく時宜を得たニュースだなと思いました。

今日は、皆さんの忌憚のない御意見をいただければと思います。よろしくお願いいたします。

住田内閣府知財事務局局長 どうもありがとうございます。

その他の出席者の皆様の御紹介につきましては、座席表と出席者一覧でかえさせていただきたいと思います。

政務官から言及いただきましたけれども、ここでクールジャパン人材育成政府連絡会設置の経緯につきまして、事務局から簡単に説明させていただきたいと思います。

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。よろしくお願いいたします。

私のほうから、人材育成政府連絡会の設置の経緯について説明させていただきます。

まず、資料0-1をご覧ください。知財事務局では、経済成長の基盤として重要なクールジャパン人材の強化のため、クールジャパン戦略担当大臣のもと、政府が一体となって推進していくべく、今年の2月にクールジャパン人材育成検討会を立ち上げております。検討会では、クールジャパン産業に必要な人材の育成と獲得方策について議論し、5月の

検討会において第1次とりまとめを発表しました。この第1次とりまとめの中で、関係府省の施策や取り組みについて整理を行ったところです。

今般、第1次とりまとめに基づいて、関係府省の施策のフォローアップなどを目的に政府連絡会を設置しまして、今回が第1回目の会合となります。関係府省のさらなる連携を図るため、今回の第1回については、各府省連絡・連携会議と同時開催とさせていただきます。

また、お手元の資料0-2をご覧ください。こちらが関係府省連絡・連携会議の設置紙になりまして、新たにオリパラ事務局、文化経済戦略特別チーム、地方創生事務局に加わっていただきました。

続きまして、本日の配布資料について、確認させていただきます。お手元の資料番号1、2。あと、3-1から3-17まであります。あと、一番後ろに参考資料1と2まで配布しておりますので、確認いただければと思います。もし不足などありましたら、その都度事務局に申し出ていただきましたら差しかえますので、よろしくをお願いします。

あと、お詫びになりますが、外務省さんの資料3-6ですが、文字が見えづらい部分がありますので、これについては、公表の際には修正して公表させていただこうと思います。申しわけありません。

続きまして、参考資料2、一番最後についている資料ですが、クールジャパンイベントということで、これについては、皆様に御協力いただいてクールジャパン関係のイベントを取りまとめたものです。本日の会議では明示的に説明はしませんが、参考までに皆様に配布しております。

なお、基本的に、本日の会議資料、議事要旨については、会議終了後、事務局のホームページに掲載することとしておりますので、よろしくをお願いします。

以上です。

住田内閣府知財事務局局長 それでは、議事に移らせていただきたいと思います。

初めに、平成30年度予算概算要求の状況につきまして、知財事務局から説明させていただきます。

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をしております北神でございます。

まず、資料1をご覧くださいと思います。こちらが政府全体のクールジャパン予算ということになりますけれども、649億円というものが今回の平成30年度の概算要求になります。この予算ですけれども、平成27年に策定されました官民協働イニシアティブのアクションプランに基づいて、各省から該当する施策の予算を提出いただいて合計したものでございます。念のために、アクションプランを一番下から2番目の参考資料1ということでお配りしております。

それから、本年の5月に取りまとめられましたクールジャパン人材育成検討会「第1次とりまとめ」に基づく施策も盛り込まれていますけれども、全体としてはスコープに大き

な考え方の変更はないと考えております。

全体額ですけれども、概算要求で649億円で、括弧内が平成29年度の確定予算額になります。それと、ホチキスどめの2ページ目についておりますのが、平成29年度の確定額の内訳ということになりますけれども、比べて見ていただきますと、主な予算の項目なども結構変化しております。

1枚目に基づいて簡単に御説明しますけれども、一般会計予算のところですが、各省の特に額が大きいものを示しております。文化財の総合的な活用による観光戦略実行プランの推進でありますとか、農水省の地域資源を観光コンテンツとして磨き上げる取組の農泊推進対策。また、同じく農水省のJF00D0の取組。それから、総務省の放送コンテンツ海外展開強化事業。右に行きますと、経産省のクールジャパン需要喚起事業。それと、オリパラ事務局のオリパラ基本方針推進調査。また、文化庁の文化庁メディア芸術祭等事業となっております。

それから、点線内でございますけれども、これは内数のクールジャパン関係予算に当たるものが必ずしもミシン目としてはわからないので、合計の649億円には足されていないのですが、1項目めはいわゆるJETRO交付金244億円の内数。それから、外務省の国際交流基金事業154億円の内数。それから、環境省の国立公園満喫プロジェクト等推進事業150億円の内数。それから、右側に行きまして、訪日プロモーション関連事業、観光庁、112億円の内数です。また、ジャパン・ハウス、外務省で24億円の内数。最後に、テーマ別観光による地方誘客事業、観光庁で2億円の内数ということになっております。

最後に、一番下の特別会計でございますけれども、こちらがクールジャパン機構の関係で250億円になっております。

全体として見ますと、昨年今の時点の概算要求額もちょうど649億円となっておりますけれども、一般会計のみで見ると、昨年よりも、今の時点の概算要求は、100億円増額しているという状況になっております。

あとは資料の概要だけ御説明しますが、別紙1、ちょっと細かいセルの資料ですが、こちらはそれぞれ提出いただいた56の施策の担当省庁概要でありますとか、それから、右側を見ていただくと、平成28年度補正予算からの推移がわかるようになっております。左の3列で、もともとイニシアティブの施策なのか、拠点検討会の施策なのか、人材育成検討会の施策なのかというのがわかるようになっております。こちらの資料のみ、今回、非公開で会議関係者限りとさせていただきます。

別紙2はクールジャパンの各省予算施策を一件一葉で示しております。

それから、一番最後のページをご覧くださいと思いますけれども、今回、予算調をさせていただきましたけれども、毎年、この時期にやっております。今回の予算調の29年度とか28年度補正というのは、今回いただいた項目について過去にたどっていったものです。今年、新たに提出いただいたというものもございますので、昨年調べ時点の29年度の予算額と、今回調べの29年度予算額は若干一致していないところがございますので、付言

させていただきます。

予算の御説明については、以上でございます。

住田内閣府知財事務局企画官 続きまして、人材育成検討会第1次とりまとめにかかわります、その後の取組状況について、引き続き知財事務局から説明いたします。

北神内閣府知財事務局企画官 引き続き、失礼いたします。次に、こちらのA3の資料、1次とりまとめ、各省庁の施策取組状況と今後のまとめをご覧いただきたいと思います。

検討会の「第1次とりまとめ」におきましては、6つの人材像を掲げまして、それぞれの人材育成施策について、取組施策をとりまとめております。先ほど予算の御説明をしましたので、ここでは大きい制度施策を中心に言及させていただきたいと思います。

6つの人材像のうち、青い帯のプロデュース人材は、クールジャパン産業の中核を担う人材として、専門スキルとビジネススキルの両方を有する人材と整理しておりますけれども、特に検討会でも時間をかけて議論されたところでございます。特にプロデュース人材を生み出すものとして、
、
にございますような専門職大学とか専門職短期大学の新たな大学の枠組みにつきまして、実務家教員の効果的参画、あるいは内外教育機関との連携、単位互換、カリキュラム開発も含めまして、そういったものが円滑に行われるように検討を行うこととなっております。

こちらにつきましては、文科省のほうで、この9月に専門職大学、短期大学の設置基準が制定されまして、これによりまして産業界と連携した教育課程の開発、編成、実施。実務家教員の積極的任用、社会人などの受け入れ、それと、国内外の機関との連携のための仕組みの整備等が行われているところでございます。

それから、
の産業との連携によるクールジャパン人材の育成ということで、1つだけ御紹介しますと、後ろの4の外国人材の活用とも関係しますけれども、真ん中の農水省の施策で、「日本料理海外普及人材育成事業」です。こちらは、調理師学校などを卒業した外国人が2年間、研修も含めて在留できるというものが5年間に延長されているということも挙げていただいております。

次に、下の帯の高度経営人材です。こちらは、クールジャパン関連産業が持続的に発展していくための産業をけん引できる人材、いわゆるトップ人材ということでございます。

こちらにつきましては、
の分野特化型のMBAコースということが議論されておりましたけれども、こちらにございますとおり、引き続き、各省庁で観光分野などの特化型MBAの支援を行うということでございます。

それから、
は専門職大学ではなくて、専門職大学院のほうになりますけれども、真ん中の欄を見ていただきますと、文科省のほうで、適切な実務家教員の確保の促進のために、実務家教員（みなし専門教員）の担当科目数の緩和などについて検討が行われておりました、今後、制度改正を行うとしております。

次のページですけれども、同じトップ人材の関係で、国内と海外の教育機関との連携ということも議論されました。こちらも、現在の取組に書いておりますような、各省庁でさ

さまざまな海外との連携、海外教育機関との連携が行われております。

で、中間管理職向けのトップ人材教育ということですが、こちらにつきましても、観光庁、経産省でさまざまな、こちらに書いてあるような大学の支援が行われているところがございます。

それから、3の帯ですが、高度デザイン人材につきましても、製品・サービス開発において、局所的な意匠の改善を越えて、ユーザー体験を念頭に、設計から根付け・販路等までデザインできる人材ということです。こちらは、経産省の予算施策が中心になっておりますけれども、こちらにございますとおり、高度デザイン人材育成のための教育カリキュラム策定とか、教育機関・産学官の連携支援でありますとか、海外デザインスクールとも連携できるプラットフォームの構築などの施策を挙げていただいているところがございます。

次の専門人材でございます。こちらは、いわゆる専門学校なども含めまして、クリエイター、料理人、デザイナー等の「専門スキル」を有する人材育成ということで、動きがあったのが から のところがございます。

は、厚生労働省のほうで養成施設ガイドライン。調理師学校などで調理師をされている方が、授業時間等に係る規定等で、障害にならずに柔軟に教えられるようにということで施策が上がってございましたけれども、こちらにつきまして、厚労省のほうで「1次とりまとめ」における今後の対応の方向性を踏まえた検討を進めておりまして、今後、養成施設ガイドラインを改正する予定と挙げていただいております。

それから、次の教育機関と業界団体等が連携した人材育成の取組でございますけれども、こちらは専門学校ではなくて専門職大学ですが、真ん中のところで文科省さん。産業界の協力を得て教育課程の編成等を行う教育課程の連携協議会を設置されて、規定整備に取り組まれているということで、それを踏まえた各専門職大学の取組推進を促していただいております。

このところでは、検討会で18歳以下、アンダー18の文化教育の啓発の取組が重要であるという議論もありました。これについては、文化庁のほうで外部の指導者を活用して指導の方法を取りまとめた「文化部活動事例集」を作成して配布する。また、顧問教員の研修会を実施するといった取組を挙げられております。

次のページに行かせていただきたいと思っております。こちらが報道機関で一番取り上げられております外国人材の活用・集積ということで、クールジャパン産業の海外展開やインバウンドをリード、サポートする人材として、日本・海外両方でクールジャパンの提供基盤、市場拡大を支える外国人材についてです。の「高度人材ポイント制」については、当方、知財事務局のほうで、法務省・各省の協力も得て協議しておりまして、ポイント制でデザインとかのトップスクールの卒業生とか、国内外のアワードについても、クールジャパン分野の授賞者にポイントが加算されて、永住等しやすくなるようにということで検討しております。

それから、 も、例えばコンテンツとか、大学を卒業しても必ずしもすぐに就職できないような分野で、1年間の就職活動在留期間が切れてしまうということなどについて、どういう措置をとり得るかというのを、各省で相談してアンケートで実態調査を行いまして、今後、その結果を踏まえて具体的な方策を検討する予定になっております。

それから、これも記事に大きく載りましたけれども、 の国家戦略特区のクールジャパン専門人材について、地域固有の視点から上陸許可基準の代替措置の検討を行う。これも、9月22日に施行令とあわせて施行され、基準が定められたということで、大きく進展していると考えております。

ですけれども、法務省におきましては、そもそもクールジャパン関連産業の留学生で、どういう在留資格がどういうケースで認められるのかといったことを、分かりやすく、事例も含めて9月22日に公表されたところです。

また、外務省では、在外公館で日本への留学の広報活動を累積482回行われているということが示されております。

最後に、次のページの地域プロデュース人材でございます。こちらにつきましては、地域のクールジャパン資源を発掘してキュレーションすることを通じて、しっかり受け入れられる商品・サービスをプロデュースできる人材ということで、こちらは経済産業省のJAPANブランド等プロデュース支援事業における、地域のクールジャパン資源の発掘、磨き上げの取組でありますとか、我々、知財事務局も地域プロデュース人材の育成モデルプログラム確立のための実証調査の予算要求を行っておりますし、観光庁におかれましては、DMO手法での観光地経営のための人材育成のプログラム開発を行われております。

また、文化庁では、アーティスト・イン・レジデンスの双方向型国際文化交流を進めるとしておりまして、一番右にございますとおり、拠点的なAIR事業への支援、小規模のAIR事業への支援について、平成30年度概算要求中ということで挙げていただいております。

人材育成のフォローアップ状況については、以上のとおりでございます。

住田内閣府知財事務局局長 次に、クールジャパン推進に係る取組につきまして、各省庁・各関係機関から御説明いただきたいと思っております。実は、17の省庁及び機関に及びますので、時間の都合上、それぞれ3分程度での御説明をお願いできればと思っております。

まず、オリパラ事務局からお願いいたします。

多田内閣官房オリパラ事務局企画・推進統括官 オリパラ事務局です。資料に沿って3点でございます。

まず、1ページ目、beyond2020プログラムということで、オリパラ2020年に向けて、どうやって文化プログラムをつくっていくかということでございます。組織委員会のほうがスポンサーシップの関係で、ノンスポンサー企業とはなかなか手が組めないということも踏まえまして、政府のほうでbeyond2020のロゴマークをつくって、1月から認証事業をスタートしているところでございます。

特徴としましては、認証要件の青いところに2つございますけれども、伝統的な芸術か

らクールジャパンといった幅広い文化を対象としていること。もう一つは、多様性・国際性に配慮した取組を行っていただくということで、障害者にとってのバリアを取り除く、もしくは外国人にとっての言語の壁を取り除くということで、2020年以降、外国人の方が十分楽しめるような、あるいは障害者の方が楽しめるような文化のプログラムにしていたきたいということで進めてございますが、1月以降、約8カ月で1,200件、最近では1週間に50件程度の認証が行われております。

3ページ、4ページは、コンテンツの代表例でございます。さまざまなものがございませけれども、割と大きなものから細かいものまで、このbeyond2020に共感して取り組んでいただいているところでございます。

6ページに飛びませけれども、この認証そのものは、当初は私どもオリパラ事務局だけで行ってございましたが、認証組織としては、国のさまざまな政府機関あるいは都道府県、政令市、商工会議所にもなっていたということに拡大してございまして、現時点で31組織。国のほうでは、文化庁、外務省、国際交流基金、知財事務局といったところに既に認証組織として手を挙げていただいておりますし、都道府県では東北、北海道から沖縄まで手を挙げていただいて、取組を拡大しているところでございます。

次に、7ページ、2つ目でございますけれども、基本方針推進調査ということで予算をつけて取組を進めてございます。

1つ目の四角の真ん中、試行プロジェクトと言っておりますが、1件当たり1,000万円の上限で、オリパラに向けて特別に実施される文化プロジェクト。かつ、多言語対応、バリアフリー対応を行っていただけるもの。先々のキラークンテンツといいますか、日本のおもしろい文化プログラムになるようなものを試行的に取り組んでいただいているところでございます。

事例としては、8ページでございますけれども、大相撲でbeyond2020場所というものをやっております。これは、外国人のお客様向けのアナウンスメント、それから障害者向けの、相撲というものを理解していただけるようなさまざまな取組を、特別に1日、beyond場所として開催していただいております。ことしも、あした開催する予定でございます。

それから、3つ目でございます。ホストタウンでございます。これにつきましては、ワールドカップサッカーのときに中津江村というところが有名になりましたけれども、東京オリパラに向けて、参加国・地域の選手や関係者をお迎えをし、交流を図るということで、ホストタウンというものを進めているところでございます。現時点で179件、自治体数で言うと252自治体、相手国で74ということでございます。オリンピック参加国は200を超えますので、まだ3分の1程度ということでございますが、こういった中でもさまざまな文化的な取組なども行っていただいております。

12ページを見ていただきますと、ブルガリアの新体操のナショナルチームが、この6月にホストタウンである村山市を訪れて、写真にあるようなさまざまな交流を行ってござい

ます。こういったものを、SNSを通して選手の方々からいろいろ発信していただいているということで、これから3年かけて、こういった取組を進めていきたいと考えているところでございます。

私からは以上です。

住田内閣府知財事務局局長 ありがとうございます。

続きまして、内閣官房文化経済戦略特別チーム、お願いします。

山下内閣官房文化経済戦略特別チーム審議官 失礼いたします。出席者名簿では間宮審議官の名前になっておりますが、間宮審議官が出席できませんので、かわりに出席しております山下と申します。

この文化経済戦略特別チームについて、資料3-2でございますけれども、こういうものができましたという御紹介だけになってしまうのですけれども、ことしの3月に内閣官房に設置された組織でございます。位置付けでございますように、文化庁が行っております文化振興にとどまらず、オリパラ、まち・ひと・しごと、観光、内閣官房や各府省の関連施策を横断的に統合強化して、経済拡大戦略のためのプランをつくろうということでございます。

下から2つ目の にございますように、内閣官房副長官補付の職員が20名ほど配置されておりますけれども、リーダーは平田内閣官房参与と宮田文化庁長官のツートップでございます。

これは、「骨太の方針」、6月9日に閣議決定されておりますけれども、その中で文化経済戦略を政府として策定するというミッションをいただいております。今、鋭意、作業を進めさせていただいております。当然、クールジャパン戦略あるいは関連のさまざまな関係各府省さんの施策事業と重なり合ってくるがあると思っておりますので、十分連携をとらせていただいて、よりよいものができるようにしてまいりたいと思っております。

以上でございます。よろしく願いいたします。

住田内閣府知財事務局局長 ありがとうございます。

続きまして、内閣官房国際広報室よりお願いします。

原内閣官房内閣広報室内閣審議官 国際広報室の審議官も兼ねております政府広報室長の原でございます。3-3をご覧くださいながら、よろしく願いいたします。

国際広報は、国益の最大化を図るために、海外のキーステークホルダーの間におけます我が国の政策でありますとか魅力に対する理解度あるいは好感度を向上させる。それから、国際市場におけますプレゼンスの拡大を目指すというものでございます。こういった考え方のもとで、日本のブランドイメージを意識した戦略的な情報発信の展開を実施しているところでございます。

そのためのツールといたしまして、P.3に出てまいりますけれども“JapanGov”と申します政府公式英文ウェブサイトは2014年11月に設置してございます。ここでは、クールジャパンを含む文化的な情報も発信しております。

もう一つ、右側にありますけれども、公式英文Facebookで、これも2014年4月に開設してございます。

クールジャパン予算概算要求状況調には、1ページに戻っていただきまして、国際広報誌の“ We Are Tomodachi ”と、2ページ目にあります“ Highlighting JAPAN ”を登録させていただいているわけですが、これらにつきましては、クールジャパン広報にのみ特化したものではございませんけれども、クールジャパン関連につきましても重要なコンテンツとして折々に掲載させていただいているものでございます。

1ページを見ていただきますと、“ We Are Tomodachi ”でございますが、政府が伝えたいことと読み物を半々といたしまして、機内誌をイメージして読み飽きない内容になっているということでございます。魅力から政策まで、幅広い情報をカバーしてございまして、“ JapanGov ”の中に“ We Are Tomodachi ”ページを設置しているものでございます。電子書籍として、ウェブ上での提供が中心ではありますが、印刷物につきましても、総理や閣僚の出張時に配布できるように、こういった形の本もありますということでございます。年6回程度の発行となっております。それから、AmazonのKindleストアでもゼロ円を出してございます。

次のページに行ってくださいまして、今度は“ Highlighting JAPAN ”でございます。こちらは、もうちょっと雑誌調になっていまして、幅広い読者を対象に毎月、政府広報オンライン英語版と、2,000部を国際空港や大学に配布しているものでございます。こんな感じの、もうちょっと薄いものを出してございます。この中では、毎月、特集テーマを設定してございまして、テーマに関する施策あるいは個別の取材記事で多角的に掘り下げて紹介しているところでございます。こういうものでございまして、空港とか案内所にも積んでございますので、外国の方が手にとって持っていただいているものでございます。

私からは以上でございます。

住田内閣府知財事務局局長 どうもありがとうございました。

続きまして、内閣府地方創生推進事務局、お願いします。

村上内閣府地方創生推進事務局審議官 資料3 - 3 - 2でございます。アニメーター、ファッション、デザイナー等々の分野で、現行の上陸許可基準は、学歴または実務経験を見ています。実質的には、大卒であって勤務経験がとか10年以上といった判断基準になるわけですが、実際には、本当に大卒なのか、本当に10年の勤務経験があるのか、うまく説明できないことも多い。このため、海外のものも含めた受賞歴、資格などが、現行の判断基準を代替できる基準を特区自治体で設定すると、この代替基準をパスしている人は、在留資格を得られるという法改正を行い、9月22日に、施行されました。実績はこれからでございますが、ぜひ広く御活用いただければと考えております。

以上です。

住田内閣府知財事務局局長 ありがとうございました。

続きまして、総務省情報流通行政局さん、お願いいたします。

奈良総務省情報流通行政局審議官 総務省の情報流通行政局です。資料3 - 4に沿って御説明申し上げます。

表紙をおめくりいただきますと2ページとなりますが、私ども、放送コンテンツの海外展開を、クールジャパン戦略あるいはビジットジャパン戦略、さまざまなところと連携しながら進めてございます。

2ページには、この6月に閣議決定しました未来投資戦略の抜粋がございますが、目標といたしまして、2020年度までに500億円に増加させるという目標を掲げてございます。もともと2018年度までに約200億円に増加させるという目標がございましたが、既に2015年度の数字で200億円を突破してございますので、この6月に改めて上積みしたKPIを設定したという状況でございます。この目標達成に向けて、引き続き、クールジャパン戦略あるいはビジットジャパン戦略あるいは食の輸出、さまざまなものと連携しながら、進めてまいりたいと考えてございます。

具体的な実績概要は、3ページをご覧くださいと、一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）の協力のもとで、2014年度より、主に補正予算を活用いたしまして、アジアを中心に既に156事業を採択してございます。成果が出るのは、ある意味これからということもございますけれども、例えば、直近の事例を御紹介申し上げますと、マレーシアで人気の番組のシーズン2を現地放送局と共同制作いたしまして、メインキャストとして日本人を登場させたり、日本の商品、日本の観光地、新幹線といったものを番組の中で紹介することによって、政府横断的な施策として海外事業を展開してございます。

4ページ、5ページに、29年度に採択しました案件、ある程度規模が大きい21件は4ページ。5ページが、規模の小さなものですが、22件ということで掲げてございます。

6ページ、30年度概算要求ということで、現在、19.5億円を要求してございます。

引き続きまして、クールジャパン戦略あるいはビジットジャパン戦略、地方創生、さまざまな政府の施策と連携する形で放送コンテンツを海外に展開し、もって日本のさまざまな経済波及効果を生むということで進めてまいりたいと考えてございます。引き続き、内閣官房を初め、各省庁の連携・協力をお願いしたいと存じます。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局局長 どうもありがとうございます。

続きまして、法務省、お願いいたします。

佐々木法務省入国管理局大臣官房審議官 法務省入国管理局でございます。資料は、お手元に3 - 5をお届けしてございますけれども、クールジャパン分野への外国人材の受け入れに関する4つの取組について御説明申し上げます。

まず、外国人が日本料理の調理を行うための特例について御説明いたします。現在、入管法におきましては、外国人が日本料理の調理を行うための在留資格というものは設けられておりませんが、この点に関して2つの特例措置が講じられております。

1つ目、総合特区における、「特定伝統料理海外普及事業」というものでございます。

本事業は、外国のレストラン等に勤務している外国人料理人が、業務の一環として総合特区内の日本料理店で働きながら伝統料理の技術を習得することを可能としています。現在、京料理がこれに該当しておりまして、これまでのところ、京都市において9名の外国人料理人が受け入れられていると承知しております。なお、本年3月から、在留可能な期間が最長2年から最長5年に延長されております。

2つ目が農林水産省さんの要領に基づく「日本料理海外普及人材育成事業」です。本事業は、区域を限定しない全国措置として実施されているものですが、日本食及び食文化の外国への普及を促進するため、我が国の調理師養成施設を卒業して調理師免許を取得した留学生について、実習計画が農林水産省さんの認定を受けていることを前提として、日本料理の調理に係る業務に従事することを可能としております。本事業につきましても、先ほどと同様、本年8月から最長で5年間の在留を認めておりますところ、これまでに58人が受け入れられております。

それから、3つ目と4つ目、最近の取組を御紹介いたします。

1つは、内閣府さんからも御説明がございましたが、本年6月23日に公布された国家戦略特区法の一部改正法において、クールジャパン・インバウンド外国専門人材の就労促進に関する入管法の特例が設けられました。この改正法、本年9月に施行されておりますので、本特例措置につきまして、今後、国家戦略特区特別区域会議、内閣府及び関係省庁と連携し、現行の上陸許可基準に替わる代替措置の検討を行い、それに適合する外国人の受け入れを進めていく予定です。

もう一つが、一番最後ですが、クールジャパンに関するガイドラインの策定です。本件につきましても、国家戦略特区の枠組みにおける議論を契機としたものでございますが、クールジャパン分野に関連する在留資格の決定に係る運用の明確化及び透明性の向上を図って、申請者の予見可能性を高める観点から、本年9月、アニメ、ファッション・デザイン、食などを学びに来た留学生が、引き続き本邦で働くことを希望する場合等における在留資格の該当性に係る考え方を説明するとともに、許可・不許可に係る具体的な事例等を法務省のホームページにおいて公表いたしました。

私どもといたしましても、引き続き、関係府省と連携しつつ、これらの特例措置の適切な運用を通じて、クールジャパン分野における外国人材の受入れの促進に努めてまいり所存でございます。

以上です。

住田内閣府知財事務局局長 どうもありがとうございました。

続きまして、外務省、お願いいたします。

安藤外務省大臣官房参事官 外務省でございます。資料3-6をご覧くださいと思います。

1枚おめくりいただきまして、外務省の取組は3本柱になっておりまして、ここに1、2、3と書いてございまして、1つ目は、「在外公館等を活用した海外での発信」。

2つ目が「派遣、招へいを通じた発信」。3つ目が「放送コンテンツを活用した発信」でございます。順に簡単に御説明させていただきたいと思っております。

ページをおめくりいただいて、2ページ目でございます。最初の柱の在外公館等を活用した海外での発信例でございますけれども、3つ挙げてございます。

在外公館文化事業は、在外公館を活用した日本文化の発信事業ということで、写真でモンゴルでの「日本ポップカルチャー・フェスティバル」を載せさせていただいております。

2つ目に、在外公館のレセプションを使った日本産のお酒の活用でございます。これは、天皇誕生日祝賀レセプション等の大規模行事の際に日本酒で乾杯するということをやっております。ここでは、ブラジルでの日本酒紹介の様子の写真を載せさせていただきました。

3つ目が国際交流基金事業ということで、外務省が所管する国際交流基金で、海外での展覧会、音楽・舞台芸術、日本映画上映といった活動をしております。右下のほうにシンガポールでの例があります。

ページをおめくりください。1つ目の柱のもう一つ、最近の新しい動きとして、ジャパン・ハウスというものがございます。これは、これまで日本に関心のなかった層を含めて、親日派・知日派の裾野を一層広げる取組ということで、海外に3カ所、ロンドン、ロサンゼルス、サンパウロにジャパン・ハウスを、オールジャパンの発信拠点ということで、機能に書いてあるように、ワークショップとかエキシビジョン、書籍・ウェブ、物販、レストランといったものを組み合わせた発信拠点を設置するというので、今やっているとございませう。

4ページ目をおめくりいただきますと、ちょっと印刷の都合で変な文字になっていますが、ロンドン、ロサンゼルス、サンパウロの例でございます。サンパウロにつきましては、既に4月に開館いたしまして、8月までに30万人を上回る非常に好調な滑り出しを迎えてございます。

これからロンドン、ロサンゼルスも順次オープンしたいと思っておりますけれども、ジャパン・ハウスは、民間企業、地方自治体等とも連携して事業を展開したいと思っております。特に地域の魅力については、それぞれの地域の人々の顔が見える形、あるいはものづくりであったり、伝統文化の背後にあるストーリーが伝わる形で発信したいと思っておりますので、こうしたアイデアがございましたら、東京事務局のほうにぜひ御連絡いただきたいと思っております。

ページをおめくりいただきまして、5ページ目が柱の2つ目、派遣、招へいを通じた発信例ということで、1つ目が日本ブランド発信事業ということで、文化、伝統、価値観等「日本ブランド」を体現する専門家の方を海外に派遣して、講演・ワークショップを実施しております。

それから、招へいでいきますと、テレビチーム招へい、外国報道関係者招へいということで、外国のテレビチームあるいは報道関係者を招へいして、日本で視察、インタビュー、

ブリーフィング等の取材機会を提供しています。

下にございますのは、一番左が為末選手を日本ブランド発信事業で派遣した例。真ん中は、テレビチーム招へいとして、マレーシアのテレビ局に北海道新幹線に実際に乗車いただいで放映してもらいました。最後は、外国報道関係者招へいということで、くまモンについてセルビアで発信していただいたという事例でございます。

最後に、柱の3つ目、6ページ目ですけれども、放送コンテンツを活用した発信例ということで、国際交流基金事業でございます。ここでは、商業ベースでは日本のコンテンツが放送されにくい国・地域を中心に、日本のドキュメンタリー、ドラマ、映画、アニメ、バラエティ等の無償提供を行って、現在、120カ国・地域に1,700番組を提供済みでございます。

以上、外務省の取組でございます。

住田内閣府知財事務局局長 どうもありがとうございました。

続きまして、財務省からお願いいたします。

加藤財務省関税局業務課知的財産調査室室長 財務省でございます。資料3-7をご覧ください。クールジャパン戦略官民共同イニシアティブを受けまして、財務省（国税庁）が実施してきました主な取組を幾つか御紹介させていただきます。

まず、同イニシアティブNo.1-2に掲げられております、「海外において日本産酒類の正しい知識を有した専門家を育成するため、日本で日本酒研修を実施」につきましては、国際的に権威ある酒類教育機関でありますWSET、ワイン・アンド・スピリッツ・エデュケーション・トラストにおける日本酒専門家養成につきましては、独立行政法人酒類総合研究所においてセミナーを実施するなどの支援を行っております。

次に、No.4-1「在外公館におけるレセプションイベントなどを活用し、官民で連携しつつ日本の魅力を発信」につきましては、昨年8、9月に開催されましたリオ・オリンピック・パラリンピックや、昨年10月にフランス・カンヌで開催されました世界最大級のテレビ見本市であるMIPCOM、そして、今年9月、ニューヨークで開催されました国連総会に併せた日本食啓発イベントなどの機会に合わせまして、日本産酒類PRブースを出展いたしまして、国税庁職員を派遣し、日本産酒類のPRを行いました。また、来年3月にも、ドイツ・デュッセルドルフで開催されます、世界的に発信力が高い酒類専門の見本市におきまして、同様のPRを行うことを予定しております。

また、No.5「主要な国際空港において、訪日外国人等に日本酒・焼酎の魅力をPR」につきましては、日本酒造組合中央会が羽田、成田、中部、関西の主要な国際4空港で実施しております「日本の酒キャンペーン」について、国税庁として後援しております。

次に、No.16-2「日本産酒類のブランド向上等を図るために地理的表示制度等の見直し等を検討」につきましては、平成27年10月に地理的表示制度の改正を行いました。これを踏まえまして、清酒の地理的表示「日本酒」、「山形」の指定を行い、さらには、本年6月にぶどう酒の地理的表示「山梨」の変更を行っております。今後も、各国とのEPA交渉な

どを通じまして、諸外国に対して日本酒などの我が国の地理的表示の保護の働きかけなどを行うこととしております。

最後に、No.22「酒蔵開放や酒蔵体験、日本酒イベント、スタンプラリーなどの仕組みづくり、外国人向けツアーのプロデュース等を実施」につきましては、各国駐日大使等を含む外交関係者向けの酒蔵ツアーを過去3回、日本酒造組合中央会や東京都内の酒蔵の協力を得て実施しており、本年も開催を検討しておりますほか、さまざまな日本酒イベントの後援、酒蔵ツーリズム推進協議会への参加による酒蔵への国内外観光客の誘致といった取組を行っているところでございます。今後も関係省庁と連携の上、日本産酒類の特性や魅力の発信に努めてまいります。

以上です。

住田内閣府知財事務局局長 どうもありがとうございました。

続きまして、文部科学省、お願いいたします。

瀧本文部科学省大臣官房審議官 失礼いたします。資料3-8をお願いいたします。文部科学省は、文部科学省本省と、続いて文化庁と分けて説明させていただきますが、私のほうからは資料3-8で、クールジャパンを支える人材育成に係る取組、大きく2点を紹介させていただきたいと思っております。

3ページをお開き願いたいと思っております。先ほど内閣府さんからも御説明ございましたが、さきの通常国会で学校教育法の一部を改正し、専門職大学ないしは短大の制度化を図ったところであります。今後の成長分野を見据え、新たに養成すべき専門職業人材を育てるための新たな大学制度ということでありますが、中ほど、概要の1の にございますとおり、専門職を担うための実践的かつ応用的な能力を育成・展開することを目的とするということで、その下に*でつけておりますが、実務家教員を4割以上任用するということを位置づけております。

また、2.社会のニーズへの即応の であります。教育課程の編成・実施に関して、産業界等と連携を図るための体制として教育課程連携協議会というものを位置づけさせていただいております。

また、3.社会人が学びやすい仕組みを盛り込むということで、前期・後期の課程の区分あるいは実務経験について、一定の期間を修業年限に通算できるといった内容も盛り込んだ、新たな制度を制度化したところであります。

施行は31年4月でございますので、再来年の春から、恐らくは複数の専門職大学というのがスタートできるのではないかと考えております。

4ページは、ただいまの改正法に基づく設置基準ですので、細かなところは置きますが、1点だけ御紹介いたします。

左側の下から2つ目の欄、教育課程ですが、専門職大学の考え方を踏まえて、実習による内容をかなり充実させております。1つ目の にございますとおり、4年制で40単位以上の実習科目を要件とし、かつ、2つ目の ですが、そのうちの半数以上、4年制で言う

と20単位以上は、企業等、大学を離れた「臨地実務実習」を盛り込むといった内容で、極めて実務的な内容を専門的な見地も含めて展開する組織ということでございます。

それから、次に経営人材の養成に関して、6ページにある資料は、先ほど内閣府さんからもございましたが、専門職大学院に関して、みなし専任教員の科目数の緩和を検討しているところです。要するに、現場のビジネス界にいらっしゃる方が、より実務家教員として活躍していただきやすくするような方向での制度改正について、現在、中教審のもとに設置されている専門職大学院ワーキンググループで検討を進めているというものであります。

7ページ、8ページは、経営人材養成に関連した予算事業に関する資料です。

今年度予算により、MBAやMOT分野のコアカリキュラムの実証・改善に係る取組や、成長分野、特に産業界のニーズが高い分野のモデルとなる教育プログラムの開発といったことを、進めているところであります。

また、8ページは、平成30年度概算要求をしているところですが、経営系の大学院の機能強化を図るために、国際化タイプと地方創生タイプの2つの経営人材養成型に関する取組を支援し、経営系大学院の機能強化を図ろうというものであります。

私からは以上でございます。

住田内閣府知財事務局局長 どうもありがとうございます。

続きまして、文化庁、お願いいたします。

永山文化庁長官官房審議官 文化庁でございます。資料3-9をご覧ください。本日は、クールジャパンを担う人材育成に関する文化庁の取組について御紹介させていただきます。

大きく3つの柱で取り組んでおります。1つ目が新進芸術家の人材育成、2つ目が若手映画作家等の育成、3つ目がメディア芸術の人材育成でございます。

まず、新進芸術家の人材育成については、最初のひし形のところですが、新進芸術家グローバル人材の育成ということで、若手の芸術家、演出家、舞台技術者、アートマネジメント人材の育成を図るために、公演・展覧会、ワークショップ等の研修の機会の提供を行っております。また、新進芸術家の海外研修ということで、海外の大学・芸術団体に派遣して、そこで実践的な研修を行う事業を展開しております。

また、3つ目、文化交流使の派遣でございます。これはページ数を振っておりませんが、最後のページをご覧ください。これは「文化交流使」として、日本の芸術家、文化人を比較的長期、1カ月から1年間派遣いたしまして、諸外国における日本文化の情報発信・理解の促進を行っております。また、外国の芸術家、文化人との連携による新たな文化の創造という事業を平成15年から行っておりまして、延べで128名、26の団体、また世界の81カ国で活動を行っております。29年度、今年度については、そこに書いております5名の方、音楽家、メディアアーティスト、能楽師、三味線、アートディレクターと、現代アートから伝統文化を含めた非常に幅広い文化交流使を派遣しております。

最初のページに戻っていただきまして、次の大きな柱ですが、若手映画作家等の育成と

ということで、若手映画作家に対しまして、実際に短編の映画をつくっていただいて、それを発表する場を与える。それによって、世に出る、世の中から評価される機会を提供したり、大学・専門学校で学ぶ学生に対して、制作現場におけるインターンシップ受け入れの支援をしております。

3つ目、メディア芸術の人材育成については、文化庁メディア芸術祭というものを開催しております。分野としては、そこにある4分野。アート、エンターテインメント、アニメーション、マンガという、まさにクールジャパンの中心になる分野でございますが、それぞれの分野ですぐれた作品の顕彰、また発表・鑑賞の機会の提供を行っております。

最後になりますが、メディア芸術クリエイター、若手アニメーターの育成ということで、OJTを中心に組み込みまして、それぞれの若手の人材育成を行っているところでございます。文化庁から以上でございます。

住田内閣府知財事務局局長 ありがとうございます。

続きまして、厚生労働省、お願いいたします。

赤松厚生労働省職業安定局外国人雇用対策課課長 厚生労働省でございます。資料3-10に沿って御説明申し上げます。

まず初めに、外国人雇用状況の届出制度についてでございます。雇用対策法に基づきまして、年に一度、毎年10月末現在、外国人労働者数をとっております。平成28年10月末現在で100万人を初めて超えました。在留外国人の数も238万人と、年々伸びておりまして、それにあわせた形で労働者の数もふえております。年率で申し上げれば、毎年約12%ずつ増加していることとなります。

次のページでございますが、日本で就労する外国人のカテゴリー。こちら、我が国で就労するためには、御案内のとおり、在留資格が必要となります。その在留資格のカテゴリーに沿って人数を御紹介申し上げますと、まず1点目、高度人材。就労目的で在留が認められる方が約20万人いらっしゃいます。右に、教授から技能まで書いてございます。直近では、介護が追加されたところであります。我が国としては、積極的にこの分野の人をふやしていくという考え方でございます。

身分に基づく在留資格、典型的には日系人あるいは永住者の方でございます。ここはボリュームが一番多く、41.3万人。この方々は、基本的にはさまざまなお仕事につくことが可能な方々でございます。

3番目が技能実習制度に基づく在留資格。ここの伸びが近年、非常に大きいものでございます。これも約21万人。

そして、4番目が、国家戦略特区とかEPAとか、さまざまな形で受け入れが進んでいる分野でございます。人数規模としては1.9万人と、まだ少ないですけれども、伸び率で言えば一番高い分野でございます。

最後が資格外活動でございます。主に留学生の方が該当し、大体24万人いらっしゃいます。これも非常に大きな数でございます。近年、ネパールとかベトナム、タイ、たくさん

の方が資格外活動の法務大臣の許可をとられて、コンビニエンスストアであったり、運輸関係の仕事であったり、さまざまな分野で働いていらっしゃる。

次のページでございますが、在留資格別に見た外国人労働者数の推移。ここは、平成24年から平成28年、足下まで1.6倍、人数がふえております。先ほど申し上げましたとおり、特定活動が2.8倍、資格外活動が2.2倍という大きな伸びです。

そして、次のページでございますが、24年から28年、国籍別ではベトナムが一番大きく、6.4倍、次いでネパールが5.8倍ということで、非常にふえている状況です。

次のページでございますが、日本で就労する外国人労働者の在留資格・国籍別を見ていただきますと、ベトナムは資格外活動、アルバイト、技能実習が非常に多く全体の87%を占めます。そして、ネパールは資格外活動、アルバイトが全体の81%を占める。国籍によって非常に偏りが見られるところでございます。

その次が外国人雇用対策の基本的な考え方についてです。現行法、雇用対策法の枠組みでは、専門的・技術的分野、いわゆる高度人材は積極的に受け入れる。また、2点目のポイントとしましては、全ての在留外国人の方々に対して再就職支援を図っていく、雇用環境を改善していくことをポイントに据えております。

その1つとして、留学生についてでございますが、留学生は高度人材の卵でございます。我が国の専門学校あるいは大学等を卒業されて、在留資格、技術・人文知識あるいは国際業務の資格を取られて、我が国において長く就労されることが可能になります。実際、63%ぐらいの方が卒業後も日本で働きたいと考えておられますが、実際は約3割の方が日本で就職して、残りの方は本国にお戻りになるような形です。この部分について、さらに我が国へのハローワークを通じた就職促進を図っていくこととしております。クールジャパンとの関係で言えば、まさに技術・人文知識・国際業務への就職が期待されるところでございます。

最後のページになりますが、外国人就労・定着支援研修事業のターゲットは、定住外国人の方でございます。ブラジル、ペルーなどの日系人あるいは永住者の方等を対象にしております。定住外国人の方は文化の架け橋となるような方でございますので、クールジャパンという意味におきましても、我々も積極的な活用を進めていきたいと考えてございます。

以上です。

住田内閣府知財事務局局長 どうもありがとうございました。

続きまして、農林水産省、お願いいたします。

丸山農林水産省食料産業局審議官 農林水産省でございます。資料3-11をご覧くださいければと思います。

まず、表紙をおめくりいただきまして、1ページでございます。農林水産省では、効果的かつ戦略的な日本食・食文化に関する世界展開、国内継承対策の推進を図るために、クールジャパン関係省庁、食品企業、料理関係者等の官民関係者が一堂に会して議論する場

として、平成27年度より「日本食文化普及・継承のための官民合同協議会」を設置しております。

この協議会で議論し、取りまとめたのが、1ページの日本食・食文化魅力発信アクションプランでございます。農林水産省では、このプランに基づきまして、日本食・食文化普及のための具体的な施策展開を図っております。クールジャパン関係府省庁との連携を一つの柱としつつ、資料の3ページ以降の予算を活用して日本食・食文化の魅力発信事業を実施しているところでございます。

具体的な事業でございますが、資料の3ページをご覧ください。平成28年5月に取りまとめた「農林水産物の輸出量強化戦略」等の着実な戦略の実施に向けまして、関係府省とも連携してオールジャパンでの輸出拡大に取り組んでいるところでございますが、官民一体となって、輸出戦略に基づき、海外需要の創出、商流確立・拡大に取り組むとともに、諸外国の輸入規制の緩和・撤廃等の輸出環境整備に集中的に取り組んでおります。

海外における日本産農林水産物・食品の需要創出の取組をさらに強化するために、JFOOD0による重点的・戦略的なプロモーションを支援いたしますとともに、JETRO等への補助を通じ、「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略」の重点国・地域の海外見本市への出展、国内外において輸出に取り組む事業者と海外バイヤーとの商談会等の取組への支援を行ってまいります。

続きまして、3ページ右下にある食文化発信による海外需要創出加速化事業につきましては、次の4ページをご覧ください。

まず、クールジャパン関係府省庁や在外公館等と連携して、先月、ニューヨークで行われました国連総会時の日本食文化発信イベントを初めといたします。トップセールス、グローバルイベントを実施しておりますほか、海外レストランとの連携による事業に取り組んでいるところでございます。また、外務省、在外公館等の協力・連携によりまして、海外在住者19名を含む56名を「日本食普及の親善大使」に任命しております。こうした人材を活用して、さらなる魅力発信に取り組んでまいります。

続きまして、資料の5ページをご覧ください。日本食・食文化の海外発信を強化するために、昨年4月に海外における「日本産食材サポーター店認定」「日本料理の調理技能認定」の制度を創設いたしまして、運用を開始しているところでございます。平成29年8月末時点におきまして、日本産食材サポーター店は820店まで拡大しております。今後、サポーター店等を、情報発信や日本食材の輸出拠点として活用するため、海外の日本食レストランのネットワーク化を推進してまいります。

続きまして、資料の6ページをご覧ください。クールジャパンの一環として、インバウンド対策にも取り組んでおります。地域の食や食文化の魅力をより強力、かつ一体的に発信していくための仕組みといたしまして、「Savor Japan」ブランドとして農林水産大臣が認定した地域の海外発信の強化に取り組んでおります。

最後、7ページでございますが、農山漁村での滞在を伴う「農泊」を推進し、地域の食の魅力を発信する事業を支援いたしますとともに、訪日外国人を中心に、日本の食文化体験を通じた農山漁村への交流人口の増大を目指してまいります。これらの取組によりまして、農山漁村の活性化や地域産品の促進を推進してまいりたいと考えております。

農林水産省の取組は以上でございます。

住田内閣府知財事務局局長 ありがとうございます。

次に、経済産業省、お願いします。

清水経済産業省商務・サービスグループクールジャパン政策課課長 経産省でございます。資料3-12をご覧くださいいただけます。

1ページ目でございますが、経産省のクールジャパン政策の方向性をお示ししております。「インバウンド6,000万人時代」を見据えたクールジャパン政策ということで、クールジャパン政策の重点を訪日外国人消費活性化へシフトしていくべきではないかということでございます。観光立国の実現が視野に入ったということでございまして、訪日外国人旅行者数、下に推移と目標値を書いておりますが、12年に800万人だったものが、16年に約3倍、2,400万人。20年の目標値は4,000万人、30年6,000万人ということでございます。

これまで訪日外国人の数が800万人時代のクールジャパン政策は、日本の魅力ある産品・サービスを、海外に販路を求め、展開先を求めるといった政策が中心であったかと思えますけれども、4,000万人、6,000万人の訪日外国人客が見込まれる状況の中で、こうした訪日外国人の方々の日本での消費、地域での消費を促していく。そして母国での継続的な需要創出につなげていく。こうした循環をつくっていくという方向にシフトさせていく、重点化していくということで考えております。

2ページ目でございます。これまでのコンテンツの分野での取組でございますけれども、現地化（ローカライズ）、国際見本市への出展等のプロモーションということで、J-LOP事業という補助事業で行ってまいりましたが、採択件数が5,000件を超え、新規海外展開も506事業者ということで、一定の成果を出し、また競争力強化につながってきたということであろうかと思っております。

3ページ目、クールジャパン人材に係る取組についてということでございますが、先ほど知財事務局のほうからも御説明がございました。プロデュース人材、高度経営人材、高度デザイン人材の取組については、ここの記載のとおり進めているところでございます。

4ページ目、地域産品や観光資源のブランド化による日本の魅力発信にかかる事業も、これまで進めてございます。地域の資源を活かすローカルクールジャパン、MORE THAN PROJECT、The Wonder 500、こうした地域の資源について、プロデューサーやデザイナー等の外部人材なども活用しながら、ブランドの海外販路開拓やインバウンドの獲得を目指すプロジェクトというものを続けてきてございます。

5ページ目は、現在、30年度予算として要求させていただいているものでございますけれども、先ほど申し上げましたとおり、インバウンドへの対応ということに少しウエート

をシフトするというごさいまして、異業種連携での国内外イベントをクールジャパンコンセプトで整理いたしまして、主に国内での主要な展示会・イベントに、外国からのバイヤーとかインフルエンサーの方々を呼び込んでくるという形でのイベント実施についての支援を行う予算を要求させていただいております。

また、プレミアムフライデー、キッズウィーク等、こうした国内での地域の魅力を活かした需要創出のための取組の中にクールジャパン施策というものも組み合わせながら、国内での地域での需要創出というものをしっかりと作り込んでいきたいということで予算要求させていただいております。

また、6ページ目、商品開発プロデュース事業ということで、先ほどもございましたが、海外のライフスタイル、ニーズに詳しいプロデューサー、デザイナー等の外部人材を活用し、商材の磨き込みを行い、海外展開につなげていくということ。このような国内でしっかりと磨き込みを行う事業につきましても、引き続き行っていきたいと思っております。

7ページ目は、その他関係予算をお示ししております。

以上です。

住田内閣府知財事務局局長 ありがとうございます。

続きまして、観光庁からお願いいたします。

伊地知観光庁国際観光課課長 観光庁でございます。資料3 - 13でございます。

ページをおめくりいただきまして、1ページでございます。訪日外国人旅行者数の推移をグラフにしております。昨年、2016年、1年間で2,404万人と、2,000万人を突破した形になってございまして、ことしに入りましても、1月から8月までの合計1,891.6万人で、昨年同期比で17.8%増ということでございまして、大変堅調に推移している状況でございます。

2ページ目でございます。観光庁で実施しております調査によりますと、訪日外国人旅行者の約1割がクールジャパン資源の代表ということが言えると思っておりますが、ポップカルチャーに期待して来日されているということでございます。特に左のグラフの下のほうでございますが、欧米、オーストラリアの外国人旅行者は、アジアに比べて日本のポップカルチャーに対して高い関心を示しているということが見てとれるところでございます。また、右のグラフでは、実際に日本のポップカルチャーを楽しんだ外国人旅行者のうち、9割近くが満足しているという結果が出ている状況でございます。

続きまして、3ページでございます。これから説明いたします各事業につきましては、私ども観光庁といたしましても、クールジャパン資源を重要な観光資源と考えておりまして、1つは、ビジット・ジャパン事業におきましてプロモーションとクールジャパンの連携。それから、クールジャパン資源を活用しましたテーマ別観光による地方への誘客事業。あるいは、地域資源を活用した観光地魅力創造事業といった観光地づくりの事業におきましても、クールジャパンと連携した事業を進めさせていただいております。

3ページにつきましては、プロモーションに関してのクールジャパンとの連携というこ

とでございます。特に、各地におきまして日本のポップカルチャーを取り上げましたイベントを行っているところでございます。また、関係府省庁・団体と連携したプロモーションも、その下のほうでございますが、実施しております。ここに書いてございますのは、あくまで一例でございますが、このほかに多数の事業を展開させていただいております。

4ページでございますが、訪日プロモーションにつきましては、方針といたしまして、先ほどポップカルチャーについてはアジアよりも人気が高いという数字がございましたけれども、特に欧米豪市場を中心に、訪日旅行への関心を高めるグローバルキャンペーンというものを本格的に実施しているところでございます。それ以外、重点20市場につきましても、戦略的誘客を進めるために、きめ細やかな市場別のプロモーションを行っていくということにいたしております。

おめくりいただきまして、5ページでございます。地域観光資源の多言語解説整備支援事業につきましては、それぞれの地域におけるクールジャパンの観光資源を使った観光まちづくりを進めていただくことも含めまして、地域のクールジャパンの魅力の解説文づくりができる専門人材の派遣、あるいは解説文作成のノウハウ提供等の支援を通じまして観光地としての魅力を高めて、外国人旅行者の回遊性の向上、あるいは滞在日数・消費額の増加につなげていくといった事業でございます。

それから、6ページ、テーマ別観光による地方誘客事業でございます。これは特定のテーマで複数の地域が連携してネットワーク化を促進させるということで、情報共有のバランス創出、あるいは情報発信力の強化というものを支援していくということでございます。特に、今年度におきましては、アニメツーリズムあるいは酒蔵ツーリズムといった具体的なテーマに沿ったものをやらせていただいている状況でございます。

そのうちの一つ、ロケツーリズムにつきまして、次の7ページでございます。映画あるいはドラマのロケ地を観光資源として活用させていただいて地域の活性化につなげようということでございまして、ロケ地の行楽度の向上でありますとか、ロケ支援度の向上というものを図ることで、国内外からの旅行客の増加を目指していくというものでございます。

それから、8ページ、地域資源を活用した観光地魅力創造事業ということで、地域における自然あるいは文化といった観光資源を生かしました、着地型の旅行商品の造成、あるいは名産品の開発等を支援する事業でございます。

その事業を活用してまちづくりを進めております一例といたしまして、次の9ページでございますが、鳥取県倉吉市の事例でございます。こちらにおきましては、倉吉市が積み上げておりますクールジャパンの素材を、文化財あるいは食と融合・融和させることによって、持続的な観光誘客と地域活性化に取り組んでいる事例でございます。今後も倉吉市の例に限らず、この魅力創造事業を使いまして、日本全体で魅力あふれる観光地域づくりを推進していくということでございます。

最後の10ページ、人材育成について触れさせていただきますが、我が国の観光産業を牽引する経営人材、それから地域の観光産業を担う中核人材、それから即戦力となる現場の

実務人材といった、主に3つのカテゴリーに分けて、今後、観光人材の育成に取り組んでいくということでございます。特に最近、インバウンドを促進いたしますと、それぞれの人材があちこちで不足しているという声が上がってきておりまして、こういったことに関しましても、一部、文部科学省さんと連携させていただきながら人材育成事業を進めていきたいと考えてございます。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局局長 ありがとうございます。

次に、環境省、お願いいたします。

田中環境省自然環境局国立公園課課長 環境省でございます。資料3-14の2ページ目をご覧くださいと存じます。

上の緑のところを書いてございます国立公園満喫プロジェクト等推進事業、29年度当初100億円のところ、30年度概算では150億円要求させていただいております。

青のところの背景・目的にございますが、政府の観光戦略でございます「明日の日本を支える観光ビジョン」の中で、現在、34ある国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」としてブランド化すべく重点的な整備を行うということで、国立公園の利用は、全体としては年間3億5,000万でございますが、そのうち訪日外国人国立公園利用者数を、現状の490万から倍増させて、2020年までに1,000万人にするという目標を掲げさせていただいております。

その中で、地域の熱意・体制、あるいはポテンシャル、モデル性のある8つの公園を選定いたしまして、地域の皆さんと協議会をつくってもらい、昨年12月までに「国立公園ステップアッププログラム2020」、具体的にどういう内容・方向で外国人訪日客をそれぞれの地域に呼び込むかというところで、保護するところは保護しながら、利用の大幅な拡大を図るという取組を進めているところでございます。

具体的には、左下の枠の中の基本的考え方がございますとおり、「最大の魅力は自然そのもの」ということで、サービスの高品質化や高付加価値化を図ることによって、若い世代も含めた長期滞在あるいはリピーターの獲得ということで、左の写真にございますように、自然の観光資源としての活用ということで、自然を満喫する自然体験型のプログラムを、地域の旅行者あるいはガイド、交通業者ですとか自治体と連携して、かつ実際に外国に詳しい方にも入ってもらったファムトリップ等をしながら、モデルコースの開発とかインバウンド対応型の自然ガイドの養成等の取組を進めております。

また、真ん中の写真にございますように、情報発信として、外務省、観光庁、日本政府観光局（JNTO）さんと協力・連携しながら、たくさん呼び込む国、あるいは日本には来ていただいておりますが、自然公園まで足を伸ばしていないようなターゲットなど、ターゲット指向に合わせたプロモーションを進め、特に、今年度、来年度は、認知とブランドイメージの定着を目指した取組を進めているところでございます。

また、一番右の写真でございます、利便性向上のための環境整備として、ビジターセン

ター、例えば天空カフェなどの取組を伊勢志摩あるいは日光の国立公園でも進めてございます。あるいは、グラマラスキャンピング（グランピング）などリッチなキャンプと合わせた野営場の整備、ユニバーサルデザインのトイレなどの取組、多言語化の表示等の取組も進めているところでございます。

また、国立公園外も含めまして、エコツーリズムの地域活性化支援事業というのでも進めさせていただいております。魅力あるプログラムの開発、ガイド等の人材育成等も進めているところでございます。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局局長 ありがとうございます。

続きまして、JETROからお願いします。

藤井日本貿易振興機構サービス産業部部長 JETROでございます。資料は3 - 15でございます。私どもJETROは、クールジャパン、「日本の魅力を稼ぐ力に」というコンセプトで事業を展開してございますが、今日は3つ御紹介させていただきます。

まず、1ページ目の下段でございますが、中堅・中小企業さんの海外展開をハンズオンで支援するというところで、新輸出大国コンソーシアムを2016年2月に立ち上げました。私どもJETROは、54カ国、73の海外事務所、そして国内事務所を持っているのでございますが、そのネットワークを活かしつつこの新輸出大国コンソーシアムを拡充したという位置づけでございます。中小機構さん、そして各地の商工会議所さん、金融機関さん等と連携をとりましてコンソーシアムを設立、オールジャパンで中小企業さんに寄り添った形で御支援する枠組みでございます。今年の9月時点で1,100を超える支援機関さんに参加いただいています。

2ページ目をご覧ください。全国の支援企業さんの内訳が書いてございますが、現時点で6,000社を超える企業様から支援の申し込みをいただきまして、各種専門家を配置して支援をさしあげています。

下段には、最近出てきました成功事例で、おにぎりの専門店をニューヨークに出店したという中小企業さんの成功事例も参考に載せております。

そして、2点目でございますけれども、3ページ目をご覧ください。コンテンツ分野を核にしたクールジャパンの取組ということで、3つ御紹介します。

1つ目は、フランスで開催されたカンヌ映画祭の併設見本市でありますカンヌ・フィルム・マーケットにジャパン・ブースを設置しまして、映画の海外へのプロモーションを実施。

2つ目は、日本で開催された、Anime Japanに海外のバイヤーを招へいしまして、ここで日本の企業の方々とマッチングをする。

3つ目は、インバウンド、産業観光でございますけれども、去年のこの場では、九州の長崎から福岡までを貫く旧長崎街道シュガーロードに集積する和菓子屋さんにスポットを当てまして、インバウンド誘致をしたと御紹介しましたが、今回、御紹介しますのは、富

山県と石川県金沢にフォーカスを当てまして、地元にあるアニメ制作会社と連携しまして、富山では「サクラクエスト」、そして金沢では「花咲くいろは」のアニメの舞台になったところを海外の方々に視察いただいて、最終的には情報発信していただくという事業もしてございます。

それから、3点目でございますが、4ページ目から最後の3ページでございますが、ことしの4月1日に日本食品海外プロモーションセンター、通称JFOOD0を立ち上げました。これは、日本のすぐれた農林水産物・食品を海外にプロモーションするという枠組みでございますが、品目・国別にマーケティング戦略を作成していくというもので、小林伊藤忠商事会長を筆頭に約50名の体制で発足しました。

5ページ目でございますけれども、基本的なコンセプトは、プロダクト・アウトから海外をマーケットインで捉えるということでございまして、具体的には、6ページ目にやっていく活動手順を書いておりますけれども、事業者さんと一緒になりまして有望な品目を選定しまして、マーケティング戦略をつくりまして、PDCAを実行していくものでございます。

以上でございます。

住田内閣府知財事務局局長 ありがとうございます。

最後に、知財事務局からお願いします。

北神内閣府知財事務局企画官 それでは、資料3 - 17でございます。

1枚めくっていただきまして、クールジャパン戦略の推進体制です。知財事務局は、全体としての場のような戦略の推進と、あわせて、いろいろなイベントでありますとかムーブメントの推進を行っております、主な取組を赤字のページで御紹介いたしております。

2ページ目でございますけれども、直近では、クールジャパンセミナーといたしまして、各省庁の方々にも御参加いただきましたけれども、今年は右側のほうで、佐々木さんに、リオの引き継ぎ式でクールジャパンの要素を含む演出を椎名林檎さんと一緒にプロデュースした方に、今後のクールジャパンの推進はどうあるべきかといった話をいただいたところです。

それから、総会も政務の方にも御参加いただいて、今年の3月10日に実施させていただいています。

それから、次のページで、1つ大きな、我々、自前で行っているイベントとしては、クールジャパン・マッチングフォーラムでございますけれども、こちらはことしの2月に第1回を開催しました。 、 とございまして、 異業種が連携した優良な事例の表彰と、 コンテンツと非コンテンツ分野のような、全く違う業界が連携して、例えば右下の今治タオルと「温泉むすめ」のアニメっぽいキャラクターが連携した商談で成約ができた商品が売り出されるといったかけ合わせの取組でございます。

今、12月4日に第2回を開催するアワードと商談の募集を現在行っておりますので、各省庁で、いい候補等ございましたら、御紹介いただければ、大変ありがたく存じます。

それから、次の4ページ、海外発信イベントでございます。昨年は、当時の鶴保クールジャパン担当大臣。AFAという、アジアで最大級のアニメイベントで、アニメファンの前で日本のアニメの背景にはいろいろ豊かな地域がありますとか、アニメ聖地にはこういうところがあって、アニメツーリズムをやっていますというB2Cイベント。また、日本のアニメをマーケティングに使っていただくという、シンガポールの企業と日本のコンテンツ企業のマッチングイベントのようなB2Bイベントも行いました。

今年度といたしましては、一番下でございますとおり、Japan Expo Thailandで、同じようにB2B、B2Cの取組を各省とも連携させていただいて取り組んでまいりたいと考えております。

次のページですけれども、地域の取組につきましては、左側が地方版クールジャパン推進会議と申しまして、こちらはクールジャパン担当大臣が地域に出向いて、知事とか各地域の有識者と、地域のクールジャパンの推進方法について議論するものです。一例を挙げますと、沖縄の3月4日では、泡盛と沖縄空手と、おきなわ新喜劇とかのエンターテインメントをどういうふうに融合させて推進するかといったことを議論しまして、実はこれをきっかけに、内閣府沖縄振興局のほうで泡盛検討会というものがその後開催されまして、支援策がまとめられるという展開もございました。

最近では、もう少し草の根で、地域セミナーということで、クールジャパンの取組を通じて得られたノウハウを、地域でセミナー形式で啓発するといったことも行っております。

具体的には、6ページ、7ページで、こちら皆様にも御協力いただきました拠点検討会で打ち出されたクールジャパン拠点連携推進のノウハウなどを説明させていただいております。

例えば、インフルエンサー、例えばB2Bのバイヤー・専門ジャーナリストをやC2Cのプロガーとか動画発信者の方々とどう協働するかのノウハウ。

下段に行きますと、例えばフィルムコミッションなど、各地域でそれぞれ活動しているものを、どういうふうに連携して発信していくかといったノウハウを説明しております。

次のページに行きますと、コンテンツでアニメツーリズムが先ほどありましたけれども、アニメツーリズムが成功するには、行政とか産業だけではなくて、権利者ともしっかり協力しなければいけない。そのためには、どういうコーディネーターがどういうふうにネットワーク化していくのかといったことも、拠点検討会の成果も生かして地域への浸透を図っているということでございます。

また、8ページで日本産酒類についてです。こちら知財事務局、内閣府政務官が議長で、この2月に輸出戦略方針の改訂版を取りまとめましたけれども、9月26日には山下政務官に議長を務めていただいて、そのフォローアップ、進捗状況を連絡会として開催しておるところでございます。こちらでも、今日出てきましたジャパン・ハウスとかJF00D0をどういうふうに有効活用を図っていくかということも議論されたところでございます。

それから、人材育成関係は9ページですけれども、外国人材の集積で高度人材ポイント

です。こちらは先ほど御説明しましたけれども、具体的には高度人材ポイントにどのようなアワードとか、どのようなものの受賞者などがポイント対象として該当し得るかということ、法務省、関係省庁と協議しておるところでございます。

また、(1)の下段も経産省、文科省と協力して、留学生の就業円滑化のための実態調査を行っておりまして、関係団体とか企業に外国人材の雇用に係るニーズでございますとか、逆に今までニーズがあったのに就労させてもらえなかったケースは何が原因なのか。入管制度なのか、希望業務の企業側との不一致があるのかといったことの実態調査について、今、ちょうどアンケートを行っているところでございます。

それから、地域プロデュース人材を育成するためのモデルプログラムについても、今、30年予算要求を行っております。

最後に、1つ問題提起させていただきたいと思っておりますけれども、ご説明したいろいろな予算施策とか制度施策もございますけれども、もう少し長期のクールジャパン戦略というものを考えたときに、日本社会が今後もクールジャパンを生み出し続け、それで経済成長の原動力にしていくためには、少し深めるといいますか、クールジャパンのエッセンスが何かを見出す。それによって、クールジャパンが再生産される仕組みを構築するといった視点が必要ではないか、今、知財事務局内で住田局長以下、議論しているところでございます。

例えば、想定される視点として、クールジャパンは、何がどのような外国人をなぜ惹きつけるのか。それは、緻密さなのか、道を究めることなのか、自然との調和・共生なのか。あるいは、そういうものをどのようなコンテクストをもって提示するといったのか。あるいは、国や地域によっても遡及するポイントが違うのではないかと。

あるいは、2の多様性の受容とありますけれども、日本は重層性がある。かつての貴族文化とか武士文化から、いろいろな面が今でも生活の中や文化の中に残っている。そういったものがクールジャパンを生み出している。あるいは、海外から受容したいろいろなものが洗練されてクールジャパンになっているのではないかと。それと、クールジャパンのポップスもございますけれども、ハイエンドなものの長期的浸透力にも着目した人材の育成・受け入れが必要なのではないかといった視点から、もう少し中長期的にどういったクールジャパン戦略を描いていけるかを議論しているところございまして、本日、問題提起させていただきたいと思っております。

知財事務局からは以上でございます。

住田内閣府知財事務局局長 ありがとうございます。

それでは、意見交換に移りたいと思っております。これまでのそれぞれの機関からのお話を受けまして、御意見あるいは御質問などございましたらお願いします。

はい。

若井クールジャパン機構専務 クールジャパン機構でございます。冒頭、せっかく山下政務官から当社の投資案件について触れていただきましたので、私のほうから、そのあた

りの補足も含めて、当社の活動状況についてお話をさせていただければと思っております。

実は、冒頭触れていただきましたロンドンにおける日本の食文化発信というのは、先ほど記者発表したばかりのほやほやの案件でございますが、ロンドンで40年以上、こういった日本食品を販売しておられるJapan Centerグループさんという会社と協働で、全体事業規模10億円程度で、ロンドンのかなり大規模なモールのコアテナントの一つとして、こういった日本食、日本食品を展開する総合的なお店をつくらせていただくということで、投資を決定したところであります。オープンについては、来年の上半期ということではありますが、デパ地下をイメージしつつ。

あと、EATALYというイタリアの食品とかを売るお店がございますけれども、単に物を売るだけではなくて、調理のパフォーマンスとか。特に、日本の調味料は使い方がわからないというケースもございますので、そういったものをお見せして、例えば調味料、しょうゆ、みそといったものを売っていく。そういった体験を加えたような施設をつくる予定でございます。そういったところに地方の食材などもぜひ提供していきたいと思っておりますので、皆様に御協力いただければと思っております。

もう少しお時間をいただくと、資料3 - 16に当社の案件を幾つか紹介させていただいております。

本当にさわりだけ申し上げますと、1ページめくっていただいて、日本発ファッションブランドの海外展開という案件にも投資させていただいております。これは「45R」と言いまして、徳島の藍染めとか中部の有松絞りなどを使った大人向けのカジュアルファッションという、かなりハイエンドなブランドでございまして、お得意様としては、キャロライン・ケネディ前アメリカ大使なども御愛用いただいておりますが、ここと一緒に海外展開するための投資をさせていただいて、先月、パリのサントノーレのお店を改装いたしまして、こういったところで日本の産品を使った新しい日本のファッションを売っていきたいと思っております。

次のページをご覧くださいますと、これは農業総研さんという産直を中心に手がけておられる会社さんですけれども、こちらが香港のスーパーにポップアップ型の店舗を、かなりのボリュームで展開していただいております。日本の旬の野菜を持っていけば、それほど高くない価格で現地に提供できるということで、葉物とかも含めて現地で売らせていただいております。ミドルクラスのスーパーに相当数、店舗・棚をもらえる形になってございます。農業総研さんは日本の生産者さんと非常に強いつながりを持っておられる会社でありますから、こういったところから海外への展開を図っていききたいと思っております。

次のページをご覧くださいますと、ソニー・ミュージックエンターテインメントさんと一緒に海外でライブホールを展開させていただいております。御承知のように、音楽系ビジネスは、最近はCDや配信ではなかなか稼げなくなってきて、ライブが非常に重要であ

りますけれども、このライブをするためには、現状、日本のミュージシャンが海外に行きますと、運搬費、設営費が完全に赤字でございます。この「Zepp」ホールというのは、全国で全く同じ仕様のホールを東京・大阪・名古屋・福岡に展開していて、それと同じものを海外に展開して、国内ツアーの延長上で海外に回っていただけるような形で考えてございます。

6月にシンガポールで最初のホールをあけていただいて、こけら落としは「君の名は。」の主題歌を歌ったRADWIMPSさんにやっていただいて、今後、マレーシアとか、いろいろなところに展開していきたいと考えてございます。

7ページ、ご覧いただきますと、我々の投資案件は世界中に広がってございます。これだけのアセットを世界中に持っているファンドというのは、ちょっと珍しい状況だと思っておりますし、先ほど申し上げましたように、いろいろなお店とかホールとか、今、お話ししたもの以外でも、例えば衛星チャンネルとかにも投資して持っておりますので、いろいろな形で各府省の補助事業、もしくは実証調査を終えて、自立化に入られる段階。そのときに、我々のお店、放送局を使っていただくといった形での活用もお願いできるかと思っておりますし、あわせまして、自分で海外進出するので投資をしてほしいという話も承っておりますので、ぜひ御活用いただければと思っております。

以上であります。

住田内閣府知財事務局局長 ありがとうございます。

ほかに御意見、コメント等ございますでしょうか。

そうしましたら、私のほうから一言申し上げます。今日は、各省からいろいろな面で相当進んできているという感じがしたのですけれども、幾つかの役所からもございましたように、次のフェーズはという機運になってきているのかなという感じが非常に強くいたしました。事務局のほうからも問題提起させていただいたわけですが、これまでいろいろなイベントをいろいろなところでやることを中心にやってきたわけですけれども、そういう中から、いろいろな学びがあったのではないかというのが、今日のそれぞれのお話の中にもあったのではないかと思います。

例えば、観光庁さんのほうからは、ポップカルチャーだと欧米豪というのがそういったものに非常に魅力を感じる。地域ごと、相手ごとに、何がいいと思うか、何でいいと思うか、いろいろ違うぞということがわかってきたと思っておりますし、そういうことで、例えばJETROさんのほうからも、戦略仮説を策定するのだというお話がございましたけれども、こういうこともまさにそういったことの一つのあらわれであると思えます。

総務省さんのほうからは、放送コンテンツのいろいろな事業について御紹介がありましたけれども、これもいろいろなところでいろいろな事業をされていると、どこには何が受けるぞみたいなフィードバックがいろいろ挙がってくるのではないかと思いますので、そういったことを霞が関中でいろいろな知見をためると、ほかの役所がみずからの分野で何か出ていこうとするときにすごく参考になるのではないかと。そういう意味で、何がどのような

外国人を何で引きつけているのかというところを共有の知識にすると、次のステップに行きやすくなるのではないかという感じが、今日、非常にしたところでございます。

それとも関係するのですけれども、外務省さんのほうからは、ジャパン・ハウスのコンテキストでストーリー化が必要だということがあったのですけれども、これもまた大変大事な点だと私どもも思っております、外国人、特に欧米人だと思いますけれども、何らかのコンテキストで語らないと、ただ、これ、いいでしょう、すごく高いんですよと言っ
て見せても、なかなかいいねと思ってくれない。だけれども、歴史とか文化に根ざして、
こういうことで、こういうものができているんだよと言うと、ぐっと興味がわいてくる。
しかも、それが自分たちの価値観とか文化に何らかの関係があると、より引き込まれてく
るといところが、いろいろな事例から大分わかってきたような気がするわけです。

そういう意味で言うと、経産省さんのほうからはホームゲーム型という話もございま
したけれども、まさにこういったストーリーを語ることによって、今度は本場日本で体験し
てみようという人もふえてくる。これが今、インバウンドで何日か来てくれる人がいるわ
けですけれども、さらにそれが農泊であったり、国立公園を満喫するとか、もうちょっと
長い期間、いてみよう。あるいは、別荘を買って住んでみようという次の段階に入ってい
く可能性が十分出てきているのかなと思います。

さらに、それがホームゲーム型というように、インフルエンサーの方にいっぱい住んで
もらうとか、長期滞在とか居住までしてもらうということでもいいと思いますけれども、
これまでどっちかという、クールジャパン人材に来てもらうときに、サプライサイドの
ことを考えていたのですけれども、むしろ受容サイドの人も来てもらう。そうすると、外
国人労働者問題と言わなくて済むのですけれども、そういう人にも移住してもらうぐら
いのことまで考えながら、クールジャパンというものをこの次のステージの戦略に向けて、
いろいろ考えることのできる機運というものが、今日、お話をいろいろと伺っている中
でも相当浮かび上がってきたような気がします。

知財事務局のほうでも、そういったことも踏まえて、次のクールジャパン戦略なのかビ
ジョンなのか、知財と一緒に知財ビジョンという形でやるのか、わかりませんが、そう
いったものを各省の皆様とも少し御相談させていただきながら打ち出していくことによ
って、それぞれの役所の次のステップの施策を、少し大きな骨太の共通の理解のもとで、も
ちろん関係機関のJETROさんとかクールジャパン機構さんとか国際交流基金さんともよく連
携させていただきながら進めていけるような気がいたしました。これは、私のコメントで
ございますが、そういったことも含めて、各府省から何かコメント、御意見等ございま
したら、お願いしたいと思います。

いかがでしょうか。特にございませんようでしたら、時間も大分たってまいりましたの
で、ここで意見交換を終了させていただきたいと思います。

最後に、山下政務官から閉会の御挨拶をお願いしたいと思います。山下政務官、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大臣政務官 長時間にわたり、御議論ありがとうございます。閉会の挨拶文が用意されているのですが、事前に事務局に、実際に聞いて感じたことを自由にしゃべっていいかと言ったら、それはぜひどうぞということなので、挨拶文とは全く関係なくお話しさせていただければと思います。

お話を聞いていて、1つ大切だなと思ったのは、役所の皆さんは、政府が主体的にやる事業だけではなく、民間だったりがやっていることを寛容に認めていったり、ラフな言い方をすると、そのやっているブームに悪乗りしたりすることも大切なのではないかと感じました。もちろん、例えば自然公園とか文化・伝統、長く守られてきたものをいかに守っていった上で、どうやって見せていくか、どうやって親しんでもらうかという視点がまず一番大事だということは重々承知しておりますし、それも進めていかなければなりません。

一方で、民間だったり、外国人の人たちが何でこれにはまっているのかというのが、なかなかわからないけれども、ブームになっているものもたくさんあると思います。例えば、外務省がいい形で悪乗りしたなと思ったのが、PPAPを使って当時の岸田大臣と絡んでもらいました。あとは、日本ではやっていたテレビドラマの恋ダンスをケネディ大使が踊ったりすることで、また日本の文化がいろいろな人に共有されたということもありました。

先ほど、クールジャパン機構のロンドンの話がありましたが、私も実は15年ぐらい前に留学していてJapan Centerをいろいろ利用していたのですが、あの当時はまだ日本人のための拠点だったと思うので、それを日本人以外の人たちが日本の文化に触れていただく拠点になっていただければなと思います。

一方で、去年か一昨年、ロンドンに行ったときに、日本人がかかわっていないブランドで「Superdry」というブランドがあって、これはデザイナーさんが日本に来たときに、ビールのスーパードライを見て、これはめちゃくちゃな英語だけれども、楽しいなと思って、それをブランド名にして、しかも日本語で「極度乾燥（しなさい）」と書いてある服とか物を外国人の人がこれ見よがしに着ていらっやって、それがまたクールだと思っていちゃるみたいです。

こんなものは、外国人の視点を持ってといっても、日本人がつくったら多分あんなことにならないわけですし、また若い人の発想。僕も38歳になって、大分おっさんのほうなので、今の10代の子たちにはやっているものについて、理解しようと思ってもなかなか理解できないところもたくさんあると思うので、そういう意味で言うと、官民連携というのは、理解し合っただけの連携ももちろんあると思いますけれども、何でこれがはやっているかわからないけれども、これがはやっているのだったら悪乗りしちゃおうか、組んじゃおうかみたいな連携の仕方もありますし。

外国の人たちが地方のこういうところに何で興味を持って足を運んでいるのかわからないけれども、観光客が来ているとか、よくわからないけれども、工場の写真を撮っているとか、インスタに上げているとか、いろいろな現象があるので、そういうものに気づいた

人たちがそれに乗っていくという人材の生かし方だったり、地方の財産の生かし方みたいなこともあると思いますので、政府として主体的に取り組む一方で、民間でブームが起きている芽に早く気づいて、それに乗って行って連携して行って、政府としてうねりをつくっていくということも大事ではなかろうかと思っていますので、ぜひとも広い視野で、そして広い心で取り組んでいただければと思います。

今日はありがとうございました。

住田内閣府知財事務局局長 どうもありがとうございました。

以上で本日の会議を終了させていただきたいと思います。

なお、有識者も含めましたクールジャパン人材育成検討会につきましては、12月を目途に開催する予定としております。

本日は長時間にわたりまして、ありがとうございました。