

○平クールジャパン戦略担当副大臣 予定の時刻となりましたので、ただいまより第6回「クールジャパン戦略推進会議」を開会いたします。

本日は御多用中のところ、本会議に御出席をいただきまして、誠にありがとうございます。

まず初めに、座長である山口クールジャパン戦略担当大臣より、御挨拶をいただきます。山口大臣、よろしくお願いいたします。

○山口クールジャパン戦略担当大臣 本当にお忙しい皆さん方ばかりだと思っておりますが、きょうもこうしてわざわざ御出席をいただきまして本当にありがとうございます。

御案内のとおりで、今年の1月にこの会議を立ち上げまして、クールジャパン戦略をさらに1歩進めていく、深化をさせるためにはということでもいろいろと御議論をいただいていたわけでありましたが、今日は、これまでの議論も踏まえて報告書（案）を提示させていただいて、クールジャパン戦略の深化に向けた5つの視点と、それを基にした民間の皆さん方による取り組みのモデルとなるプロジェクトアイデア、それと政府の今後の取り組みということでもまとめさせていただいております。

今日の御議論では、「デザインラボ／スクール」、コンテンツ利活用の拠点とか、「重点都市拠点」、「食の大学院」等といろいろとアイデアを出していただいておりますが、政府として何ができるかも含めて、もう1歩踏み込んだ御議論をいただければありがたい。

私もいろいろとお話を聞かせていただく中で、やはり拠点が必要なのだろうと、そのあり方も含めてさらに御議論を深めていただければと考えておるところでございます。

おかげで、ぱっと見ても、クールジャパンに関する報告書らしく、ちょっとクールにできてきたと自己満足をしておるわけでありましたが、さらに御議論を踏まえていただいて、このクールジャパンが1歩も2歩も前に進んで、より具体的に動き出すように、さらなる御議論を賜ればと思う次第でございます。

今日は、途中で若干抜けますが、どうぞよろしくお願いいたします。

ありがとうございました。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 大臣、ありがとうございました。

本日は、高島委員、JTBの高橋委員、ダニー・チュー委員、トム・ヴィンセント委員、世耕副長官が所用により御欠席となっております。

本日の議題は、本会議の報告書の取りまとめでございます。委員の皆様及び関係省庁との調整を踏まえ、「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」として取りまとめましたので、事務局より説明をいたします。

○横尾知的財産戦略推進事務局長 私から、御説明させていただきたいと思っております。

資料1がパワーポイントの資料でございまして、資料2が本文、別紙1、2が今回の報告書、イニシアティブ本文でございます。

今回の会議は、安倍政権におけるクールジャパン戦略策定のいわば集大成としての会議

でございます。日本全体として稼ぐためのいわばビジネスプランを策定するという、成長戦略としてのクールジャパン戦略の深化を目指したものでございます。その趣旨は、初めに本文の2ページに書いてございます。

パワーポイントをご覧くださいますと、先ほど大臣からもございましたが、3つのボックスがございます。

まず、上のボックス「クールジャパン戦略深化のための5つの視点」、本文では3ページでございますが、最初に、最も上位にある視点としては、さまざまな取り組みをクールジャパンのコンセプトでいわば横串を刺す。そのときに重要なことがデザイン視点で、これは本文に注で書いてございますが、広義の意味でのデザイン視点ということでありませう。

次に、その具体的な対応として、政府の政策あるいは民間の事業、官民の取り組みの全部を含めて、相互に連携をさせる。連携がキーワードだと思います。

3番目でございますが、クールジャパンの鍵を握るのはやはり人材であるということで、人材が育ち、力を発揮するのに必要なのは、ハブ、拠点であろう。

かつ、これからクールジャパンの深化にとって必要なものは、日本人のみならず外国の人材が集まるハブを構築していくことで、人が集まれば情報も集まり、また人が集まるという好循環が期待できるのではないかとということで、「人材ハブ」と書いてあります。

4番目でございますが、外国人の方の視点を取り入れることの重要性で、外国人の目線で編集し、外国人の方に発信・展開をしていただくという意味で、外国人の方と協働することが書いてあります。もちろん日本的なものそのものもいいものもありますし、あるいは、外国人の方に受容されるよう編集をし直すという両面がありますが、いずれにしても両方とも外国人の方の視点で評価をすることが重要だろとう思っております。

最後、5番目の視点ですが、今回は地方の魅力を重視するというので、これも外国の方に受容されるようにキュレートし、プロデュースする。しかも日本全体としてアピールできるようなプロデュースも重要だという点も指摘をしております。

この5つの視点に従って、民間の取り組み、政府の取り組みを書いてあります。

左のボックスですが、民間の取り組み、4つのプロジェクトアイデア、これが今回のユニークな点かと思っております。

クールジャパンの主役はあくまで民間の方でありまして、民間のプロジェクト、特に連携したプロジェクトが組成されて、これが具体化をして成功事例を作り出していくことが重要だろとう思っております。

前回のこの会議のグループ討論で御議論いただいた成果をここに盛り込んであります。

デザイン分野での「デザインラボ/スクール」、コンテンツ分野では「エージェント組織」とコンテンツ利活用拠点、食分野では「食の大学院」、「重点都市拠点」、地方・観光分野では「ローカル・クールジャパン・プロデュース事業」体制といったものを、パワーポイントの2ページ以降にビジュアルな資料もあわせて用意をしております。

これらのプロジェクトアイデアの熟度は今はまださまざまでございますが、いずれにせ

よ、政府の支援も活用しながら民間において具体化されることを期待する旨、本文には書いてございます。

次に、右側のボックスですが、政府の取り組み、アクションプランということで、本文では、クールジャパンの全体の視点から今まで十分に組み立てていなかった、そして、この会議の中でいろいろな提案がありました点を、5つの横断的取り組みということで整理をしております。

1つが「官民連携プラットフォーム」ですが、今までこの会議自体がある意味でプラットフォームの役割を果たしてきたと思っております。

まさに今回の民間の連携のプロジェクトが今後とも組成できるような、それを支援する政府の施策が相互に連携できるような官民の連携のための、いわば協議会的なプラットフォームを構想しております。ここでいろいろな情報の共有やマッチングをしていくことを想定しております。

2番目が、まさに民間のプロジェクト、アイデアに代表されるような、人材・情報の集積・発信の拠点を整備する民間の取り組みを政府が連携して支援することが盛り込んであります。

3番目は、外国人の視点で、日本ファンの外国人の方などをアンバサダーとしてネットワーク化しようということが書いてあります。

4番目でございますが、特に地方について、クールジャパンの窓口を整備しようということで、ここで重要なのは、政府関係機関のみならず、特に中核となる地方自治体とも連携をして、地方のユーザーにフレンドリーな相談窓口を整備していこうということでございます。

最後、5番目ですが、地方において実際にプロデュースできるような人材をリスト化して地方に提供していく。加えて、地方を束ねて、言ってみれば日本全体で効果的にプロデュースすることを念頭に置いて、その意味も込めて、本文では「ネットワーク化」という表現も使っております。

こうした横断的な5つの取り組み以外の各分野、各段階で関係各省が実施する取り組みがございます。この後、政府メンバーからプレゼンがあるかと思いますが、その詳細は別紙2に整理をしております。

私からは、以上でございます。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 ありがとうございます。

続いて、政府メンバーより、本会議での議論を受けての、今後の取り組み方針等について発言をいただきます。

御発言は、各省2分でまとめていただきますよう、お願いいたします。

それでは、総務省西銘副大臣、お願いいたします。

○西銘総務副大臣 総務省関連のアクションプランに関する今後の取り組み方針について、御説明します。

まず、別紙2のアクションプラン、3ページ、一番上のほうをご覧くださいと思います。

「映像コンテンツ等を活用した情報発信」については、日本の魅力を紹介する放送コンテンツを海外に発信する取り組みを支援すべく、総務省、外務省、経産省、観光庁の4省庁が共同して、平成26年度補正予算に計上したところです。

先般6月1日、4省庁が共同で策定しました基本方針に基づき、より多くのクールジャパン資源の紹介、一層の発信強化に向け、関係省庁や関係機関とも密接に連携しながら、総合的かつ切れ目なく一体的なものとして取り組みを進めてまいります。

次に、5ページ中段をご覧ください。

「他分野・他産業と連携した放送コンテンツの海外展開」については、特に他の分野、業種と連動してコンソーシアムを組成し、一体となって進める取り組みに対しては、今後、積極的に支援をしてまいります。

具体的には、映像の中で製品やサービスを紹介する、いわゆるプロダクト・プレイスメントを初めとして、物流との連携、関連分野でのイベントや商品販売との連動、SNSや電子書籍等、他のデジタルメディアの積極的活用をあわせて実施する、独創的なプロジェクトを後押しできればと考えております。

最後に、8ページが一番下をご覧ください。

「訪日外国人旅行者向けの無料Wi-Fi環境整備」については、関係省庁、事業者、エリアオーナー等から成る「無料公衆無線LAN整備促進協議会」を活用しまして、平成27年度予算に計上した、技術的検証に係る実証実験を経て、1回のログインで事業者横断的なインターネット接続を可能とする環境を整備していきたいと考えております。2018年のワールドカップ、2020年の東京大会以前で全国20万カ所くらいの整備を目指したいと思っております。

以上です。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 ありがとうございます。

続きまして、あべ農林水産副大臣、お願いします。

○あべ農林水産副大臣 別紙1、「食」を軸といたしました取り組みで、食の発信が一つの個別ではなく、循環し継続するシステムとなるよう、農林水産省といたしまして、これまで以上に効果的かつ戦略的に、日本食・食文化の海外展開、また、国内継承の対策の推進をしてまいります。

また、クールジャパン戦略に当たりまして、人材が重要であるという御指摘もいただきました。食におきましては、外国人の日本食料理人の育成につきまして、政府の支援を期待するとの指摘もされているところでございます。日本食・食文化の海外普及に向けまして、この点につきましても皆様と協力しながら進めてまいります。

また、地方・観光の分野におきまして、食をローカル・クールジャパンの軸としていただいているところでございまして、農林水産省といたしましても、地理的表示産品、郷土

料理などの地域の食を活用した魅力的な取り組みを発掘いたしまして、「食と農の景勝地」といたしまして、集積、編集して新たな価値を付与することを通じて、海外に発信していく仕組み作り、また、訪日外国人が食を楽しめる環境整備などを推進いたしまして、日本食・食文化の発信や魅力ある観光地域作りを進めてまいります。

今後とも、関連する各業界の皆様や関係省庁の皆様と連携して取り組んでまいります。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 ありがとうございます。

続きまして、山際経済産業副大臣、お願いいたします。

○山際経済産業副大臣 皆さん、こんにちは。

今回のイニシアティブで示された5つの視点に沿って、経済産業省の役割、施策について申し上げます。

「1. デザイン」、「2. 政策、事業の連携」、及び「5. 地方の魅力のプロデュース」の視点についてでございますが、クールジャパンには多様なプレーヤーが関係しますが、その政策や事業を相互に連携させまして、日本の魅力を力強く世界に伝えるため、デザインの視点を横断的に取り入れることが極めて重要です。

経済産業省といたしましても、地域資源を活用したローカル・クールジャパンの展開として、クリエイターの方々を地域へ派遣し、デザインの力で魅力ある地域資源や観光資源を磨き上げ、海外販路開拓や外国人の誘客に向けたプロデュースを支援しております。

また、クールジャパン機構が出資する商業施設やジャパンチャンネルを、日本の魅力の発信拠点として「情報発信」、「海外展開」、「インバウンド振興」など、さまざまな事業において活用したいと思っております。

次に、3の「人材ハブ」の構築の視点につきまして、クールジャパン戦略の遂行に向けた鍵は人材であるという点も大事な指摘でございます。

経済産業省といたしましても、日本の魅力の発信、日本コンテンツの海外展開に向けまして、海外教育機関への入学支援やインターンシップ等の機会の提供、クールジャパン機構を活用したコンテンツ人材育成事業への支援を行ってまいります。

最後に、4番の外国人の視点の活用等の視点に関し、海外への発信・展開には、外国人の目線で再編集したり、影響力のある外国人と協働することが効果的です。

経済産業省も、影響力のある海外のメディアやバイヤーの招へいや、日本コンテンツのファンである留学生を中心に、「コ・フェスタアンバサダー」を組織化するなど、外国人と協働した取り組みを進めてまいります。

以上です。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 ありがとうございました。

続きまして、大家財務大臣政務官、お願いいたします。

○大家財務大臣政務官 財務省から発言させていただきます。

国税庁が酒類業を所管しており、現在、政府一丸、官民を挙げて取り組んでいる日本産酒類の輸出環境整備に携わっています。

日本産酒類の輸出に携わっている酒類の製造業者等を支援するため、財務省としては、日本酒を初めとする日本産酒類の魅力を世界に広め、その品質及びブランド力を向上させていく取り組みを実施していきたいと考えています。

具体的な取り組みを2点ほど説明させていただきます。

まず、「情報発信」に関連して、国税庁では、現在、海外の酒類教育機関WSETに協力して、海外で日本酒の知識を広める専門家の養成プログラムを支援しています。このプログラムを受講した方々に、日本酒の最新情報を継続的に提供するなど、ネットワーク化につなげていきたいと考えています。

次に、ジャパンプランドの見える化に関連いたしまして、酒類のブランド価値の向上を図るため、地理的表示制度の活用を促していきたいと考えています。

具体的には、現在、6つの地域指定にとどまっている酒類の地理的表示のさらなる活用を図るため、指定する要件の具体化など、地理的表示制度の見直しを行う予定です。

また、特に日本酒は日本の伝統的な製法、原料に由来する酒類であり、日本酒全体でのブランド価値の向上やクールジャパンの一環としての輸出促進のため、国レベルの地理的表示として、年内を目途に日本酒を指定することを検討しています。

今後とも、日本産酒類の認知度の向上等を図ることによって、クールジャパン戦略の推進に取り組んでいきたいと考えています。

以上です。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 ありがとうございます。

続きまして、鈴木国土交通大臣政務官、お願いいたします。

○鈴木国土交通大臣政務官 ありがとうございます。

国土交通省として、今回は主に観光の観点になると思いますけれども、今の施策、アクションプランについて御説明をさせていただきたいと思います。

今月の5日に総理が主宰する観光立国推進閣僚会議において「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」が定められました。

その中でもビジット・ジャパンがあったところでありますけれども、そのビジット・ジャパンとクールジャパンをどう有機的に連携させていくことができるのかが主な観点になるかと思えます。

そうした中で、1つには、地方も含めた観光資源の発信をしっかりと進めていくことが、今回のクールジャパンのアクションプランの中でも国交省の役割として定められているところでありまして、そういった中では、やはりマーケティングに基づきまして、外国人の方のニーズをしっかりと踏まえた上で、まずは王道となるようなプランを作り、その後でリピーターが地方にしっかりと来るような体制を作るということで、昨日も発表させていただいたところでありますけれども、広域観光周遊ルートであるとか、地域の魅力のある意味で発信しやすいような形を作っていく取り組みも進めさせていただいているところがあります。

いずれにしても、これから2,000万人を超えるという時代の中で、クールジャパンとビジット・ジャパンの有機的連携をさせていく中で、全国のそうしたコンテンツの発掘とその有効的な発信ということで努めていくように、このアクションプランのお取りまとめいただきました中身に沿って、これからはしっかりと活動をしてまいり所存でございます。

以上です。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 ありがとうございます。

続きまして、文化庁の有松次長。

○有松文化庁次長 文部科学省の取り組みについて、御説明させていただきます。

我が国の漫画やアニメーションなどのメディア芸術ですとか、すぐれた有形、無形の文化財は、国内外を問わず、多くの人を魅了する力を持っています。

クールジャパン戦略を推進して「海外展開」や「インバウンド振興」を図るためには、これらの日本の魅力をさらに高め、世界に発信していくことが不可欠であると考えます。

このたびのイニシアティブの別紙2、アクションプランのうち、文部科学省では、「情報発信」、「インバウンド振興」、「地方の魅力の発掘・発信」の3つの柱について、施策を推進してまいります。

まず、「地方の魅力の発掘・発信」に関する取り組みといたしまして、地域の歴史的魅力や特色を通じて、我が国の文化・伝統をストーリーとしてあらわす「日本遺産（Japan Heritage）」の認定を2020年度までに100件程度行います。

また、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を文化の祭典として成功させ、我が国の文化や魅力を世界に示すために、全国各地で開催される文化プログラム等の機会を活用して、地域の魅力ある文化芸術資源を磨き上げる取り組みを推進し、地域の活性化及び地方への誘客を図ってまいります。

さらに、「インバウンド振興」に関する取り組みといたしましては、国土交通省と連携をいたしまして、我が国の歴史・文化を体現する文化財の価値・魅力を外国人旅行者に対して十分に伝えるため、英語でのわかりやすい解説表示のあり方・ポイント等を検討するとともに、文化財の英語での情報発信に対する支援を行ってまいります。

「情報発信」に関する取り組みとしては、国内外に向けて日本の魅力あるロケ地情報の発信を行う「全国ロケーションデータベース」の整備や、「メディア芸術データベース」の内容の充実を図ります。

また、デザイン等のモデル分野におけますアーカイブの中核拠点の形成を支援するモデル事業を実施いたします。

以上でございます。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 ありがとうございます。

それでは、オリパラ室の平田室長、お願いします。

○平田2020年オリンピック・パラリンピック東京大会推進室長（内閣官房参与） このようすばらしいタイミングでこの会議を開いていただいたことに対して、山口大臣、平副

大臣に感謝したいと思います。

2020年まであと5年ですけれども、来年にはリオのオリンピック・パラリンピックがありまして、閉会式では東京への引き継ぎがあります。リオではジャパン・ハウスという施設で日本の魅力を発信することになっておりまして、このタイミングで、日本の切り札である、クールジャパンの英知を結集する会議を開いていただいたことに、改めて感謝を申し上げます。

リオ大会が終わった後、世界の注目が日本に集まるわけではありますが、開会式までの期間や東京大会のオリンピック・パラリンピックの開会式から閉会式までの期間、日本中で文化プログラムが企画されているところでありまして、公式な文化プログラム以外の取組も含めて、日本を徹底的に世界中に伝える仕掛けを考えていきたいと思っております。

本日の報告書案でも、政府の取組と民間の取組と分けておられますけれども、政府各部門の力を結集して、民間のお知恵もお借りして、すばらしい2020年、そして、その後につながるように頑張っていきたいと思っております。どうぞよろしく願いいたします。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 ありがとうございます。

各省の皆さん、また引き続き御協力をよろしくお願いいたします。

続いて、自由討論に移ります。

これ以降は、梅澤委員にファシリテーターをお願いし、議論を進めさせていただきたいと思っております。

会議終了5分前までに司会の私に戻してください。

梅澤さん、よろしくお願い致します。

○梅澤委員 ありがとうございます。

今日は最終会議ということで、最終報告書のドラフトを事務局にまとめてもらっています。前回まで、我々は4つのチームに分かれて、分科会でかなり突っ込んだ議論もしてまいりました。

今日は、基本、この最終報告書で書かれている、特に民間側からのイニシアティブのさらに中身を深化させていくあるいはその周辺でもっといろいろなものをつなげていかなければいけないのではないかと、そんな問題提起もあり得るかなと思っております。

基本はこの4つの取り組みモデルにかかわるあるいはその周辺のトピックで、これだけはもう一回議論をしておきたいあるいはこれだけはもう一回問題提起をしておきたいという論点がありましたら、皆様からぜひいただきたいと思っております。

順不同でいきたいと思っております。

夏野さん、お願いします。

○夏野委員 こういう会議をやると、まともなことをきちんとここでは議論しているのだけれども、例えば、デザイン視点を1つとっても、実行をどうするかということを考えていかなければいなくて、現に、東京オリンピックのボランティアのあのユニホームを見た瞬間に、もうクールジャパンが崩壊するような印象を受けてしまって、クールではない

ですね。

そういうことをどうまとめていくか。つまり、司令塔をどう作っていくか。

全体のコンセンサスを取りながらいかなければいけないというのは民主主義の基本なのですが、やはりどこかに打ち出していくときにはどこかで司令塔が必要だと思うので、その体制をどうするかということは、ここで話すことではなくて、今後、政府でやっていかなければいけないことだと思うのですが、実行体制をどうするかをぜひ今後は詰めていただければと思います。

○梅澤委員 夏野さん、とても大事な視点なのですが、その実行体制は、政府の関係省庁が集まって、政府主導でやっていますというものでいいのですか。

○夏野委員 いや、口を出す、本当に中核の司令塔を作っていないとだめだと思います。例えば、それが内閣府の中にあるのだったら内閣府の中で、ある程度は権限を持って口を出していかないと、まとまらないですよ。

○梅澤委員 企業でいえば、うるさい社外取締役みたいなものが数人いるような状態が必要だということですね。

○夏野委員 社外が有効かどうかはわかりませんが、きちんと事情がわかった上でちゃんとコーディネートしてもらおう。反発があったり、全員が同じ意見になることはないと思うのですが、少なくとも横串で統一感がある。そこが大事だと思うのです。全員が満足することは無理だと思うのです。

○梅澤委員 政府の5つの横断的取り組みの中で「官民連携プラットフォーム」を創設して、さまざまな官側の取り組みと民間で今回に提案したのものも含めてのいろいろな連携を強化していきましょうという、政府からの御提案がありました。この仕立てに関して、こういう組織あるいはこういう運営がいいのではないかという御意見があったら、ぜひお願いします。

楠本さん。

○楠本委員 今、夏野さんがおっしゃったことの延長になると思うのですが、官民連携もそうなのですが、官官の連携、特に政府と今回でいうと東京都というところがどういったチームを作れるかというところを、ぜひ御議論していただければと思います。

○梅澤委員 ありがとうございます。

高橋さん、お願いします。

○高橋（智）委員 今回、特にデザインについても世界のトップを集めてきてハブになるという取り組みなのですが、実は分科会で申し上げたように、今回のオリンピックのユニホームもそうですが、こうしたクールジャパンがさまざまなところで扱われる中で、地方でそれぞれに、かといって、誰か1人のプロデューサーが全部を統括するわけにもいかない中で、私は同時にデザイン視点であったり、クールジャパンに対する理解の底上げが必要だと思っています。皆がある一定レベルのデザイン的な教育を受けて、デザインが教育でできるのかということ、私はあるところまではできると思うのです。

例えば、この資料を一つとってもそうですが、今回いただいた資料は、珍しくデザイン的にとてもすっきりとしたものだと思います。

○梅澤委員 それは、楠本さんに御協力をいただいたからそうなっています。

○高橋（智）委員 そういう小さなことからデザイン的な視点を持つようにしていくことによって、ちぐはぐなクールジャパンが日本中で勝手に起きて、結果的にクールジャパン自体の品位が下がってしまうことを防げるのではないのでしょうか。イノベーションはなかなか教育では生み出せないけれども、平均レベルを上げることは教育でできるはずで、そこにクールジャパンとして何かできないものかと感じています。

○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 今週は政府の知財計画も取りまとめられる予定でございまして、その中でも、このような官民のプラットフォームといいますか、連携策を作ろうというアイデアがおそらく方針として出てくるものと考えます。

それには、私は、この場、このコミュニティーが非常に有効に機能するのではないかと見ておりまして、関係省庁の政官、民間のプレーヤーの方が集まって、こういう真摯な議論をしている。これをベースに組み立ててよいのではないかという気がしております。

ただし、今日施策が出てきたら、今日がスタート時ということで、施策を具体化して成果を上げていく必要がありますから、間を置かずにつけていくことが大事なのかなと思っています。

○梅澤委員 4つの取り組みの進捗もフォローアップをしながらということですね。

太田さん、お願いします。

○太田委員 先ほどユニホームの話が出たのですけれども、実は東京都が若いデザイナーたちを世界に売り出してやろうという支援をしまして、私は委員長をやっているのですけれども、誰が選ぶのかというに、はっきり言って我々ファッション業界の有識者です。直近までそういう仕事をもろに前線でやってきたのですけれども、私がみんなに言ったのは、時代は違う、若いバイヤーにやらせろと。委員は全員ばりばりの現場の30前後の若いバイヤーにさせた。その彼らの決定を我々は承認する。

だから、誰が旗を振るかというときに、大人の責任というのはいいのだけれども、実際に議論していくのは若手のぴちぴちの現場の目で選んでやってもらわないと、クールジャパンはクールではなくなると思うのです。

我々は東京のファッションの補助金を若手に出しているのだけれども、やはり我々の選び方、我々以上の年の人の選び方だと相当保守的になるので、こんなものを選んでしまっているのかというものを選べと言っていたのです。

そこは生き生きとした人を選んできているので、誰が最終的に旗を振る権利を誰に渡すのか、そこが一番大事だと思います。

もう一点、だいぶ前の話ですけれども、日本の選手団のユニホームを日本のある人がデ

デザインをしました。別の国のユニホームをある日本人がデザインしました。ニューヨークタイムズの記者から私は取材を受けたのですけれども、恥ずかしくないのかと言われたことがあるのです。よその国のほうがよほど格好よかった、何でかと言われたのですけれども、よその国は名指しでこの人をお願いしますと、個人的なレベルで来たのです。片方は組織で選んでいったと思うのです。それで途中でいろいろな制約が入ると思うのです。

だから、才能の問題ではなくて、制度が悪い。いろいろな要求が入ってくる。やらせるなら伸び伸びとやらせないで、才能は死ぬ。それを殺してきたのが今までの歴代のユニホームだと私は思うので、誰が誰に向けて権限を渡して、信頼してやるかという制度の問題だと思います。

○梅澤委員 おそらく今の話は物をどう選ぶかだけではなくてイベントをどうプランニングするかということと全く同じ話だと思うので、ぜひオリパラ室の平田さんをお願いいたします。

○平田2020年オリンピック・パラリンピック東京大会推進室長（内閣官房参与） わかりました。

○梅澤委員 ほかの委員の方はいかがでしょうか。

大石さん、お願いします。

○大石委員 コンテンツの分科会でいろいろと話をしていっている中で、音楽業界は小さいのですけれども、まとまるのが大変である、そのときに政府が支援をしていただけるならば、我々はまとまるかもという人は多いのですと言ったら、平副大臣に怒られまして、金を出せということかという話だったのですけれども、まさにどういう旗のもとに集まるのが重要で、今日もいらしていますけれども、アソビシステムの中川さんとか、今日はニコ動で生中継をしていますけれども、ニコ動の横澤さんとか、クールジャパンという意味では、30代前半の方が最先端を走っているのではないかと考えています。

その中で、平均値をとって何を決定するかが一番難しいのですが、個社に支援はできないことも確かにわかるのですけれども、ある程度は走っている人たちを中心に据えて、それこそ今の御指摘の、大人がちゃんと上で責任をとってあげる構造をどうとるか。

具体的には、今日並んでいる人たちはイベント等も含めてデザイン等を実行されている方が集められているのだと思うのです。まずはそれをまとめるだけでも全然違うのでしょし、それを偏っているともしておっしゃるならば、そこはもうちょっと議論の必要はあると思います。

○梅澤委員 そもそも個社を支援してはいけないなどと、少なくともクールジャパン機構も言われていないわけですね。逆に、全員を支援しなければいけないなどと言っていたら、いけているものなどは出るわけがない。

○大石委員 過去2年、私は出させていただいていますけれども、その前から政府の支援を受けるときにはそういうことを言われました。

○梅澤委員 政府の過去の支援、補助金の類は、そういうスタンスのものが多かった。逆

に言うと、それを打破していきましようということでもいいですね。

○大石委員 そうですね。プラットフォームがどういうものであるかということかと思えます。

○梅澤委員 宮河さん、お願いします。

○宮河委員 今の太石さんに近いのですけれども、やはりプラットフォームを作る場合に、どうやって誰が責任をとるのかという部分でいうと、幾つかのメーンの方が、私が責任をとります、プラットフォームを作りますという形を承認していただくのが一番重要なのかなと思ってまして、太田さんもおっしゃったように、平均値をとると本当に最先端のものが出てきませんし、アニメ業界はわりと新しいので、わりと伸び伸びとやっている業界なので、世界に受けているのかなと思ってますので、人材教育も必要なのですけれども、誰が責任をとって、どういうプラットフォームを作るのかということ、極端な話、2つか3つ立ち上げてみて、その中でいいものが残っていけばいいのかなと。1つにまとめる必要もなくて、そのプラットフォームが3つくらいあって、いろいろな方が進んでくる形もあるかと思うので、1つにまとめるプラットフォームというよりは、幾つかに分散してやるほうがおもしろいものができる可能性はあると思います。

○梅澤委員 それは分野ごとに立てるみたいなイメージですか。

○宮河委員 分野をごちゃごちゃにってしまったほうが。

○梅澤委員 では、お互いに領空侵犯をどんどんしてください、それぞれいいと思うようにやってください、政府が全部バックアップはします、そんなイメージですか。

○宮河委員 極端な話、我々アニメ業界と食が一緒になって何かプラットフォームを作るのもいいですし、音楽とアニメと映画とか、食と農水とか、それだけの固まりではなくて、ばらばらな固まりがおもしろい現象を生むのかなと思ってます。

○梅澤委員 相互の競争が生まれるという意味では、それが一つの起爆剤になることはよくわかります。

一方で、容易に想像がつくのは、政府の各省庁も絡んでくるので、各省庁の御担当の方が全部のプラットフォームのサポートに入りますと、民間人は勝手なことを言うので、Aで言っていることとBで言っていることとCで言っていることが違いますという中で、政府の施策としてどう連携しましょうかと、きっとこちら側の皆さんが頭を抱えそうな感じもします。

○宮河委員 それで、かなり強引な言い方なのですが、誰か責任者の方がこれだと決めて進めるのが一番いいのかなとは思っています。

○梅澤委員 平さんが時間をたくさん使ってくれるのであれば、3つとも入っていただくと。

ほかの方はどうでしょうか。

生駒さん、お願いします。

○生駒委員 民間の取り組みモデルということで、デザインをはじめ、幾つか発案されて

いるのですけれども、ちょっと懸念されることは、今までよくそれを感じてきたのですけれども、全部がばらばらに動いて、全く横の連携がない状態はもったいないと思うのです。先ほどからのお話も、物語を描くではないのですけれども、やはり全体像で成果は評価されていくと思うのです。

クールジャパン関連も個別にいろいろなことが起こり過ぎていて、皆さんも一生懸命、我々も含めて起こっているのだけれども、全体を見る目がないみたいなどころがあると思うのです。

ましてやオリンピックですとかパラリンピックに向けては、俯瞰して、ヘッドクォーターではないのですけれども、ある種のプラットフォームというか、チェック機構はすごく言葉が悪いので言いたくないのですけれども、そういう全体を見た上で判断できるようなシステムが必要なのではないかと思うのです。

先ほどのおもてなしのユニホームですけれども、タマキフジエさんというデザイナーさんで、彼女をキャスティングしたこと自体、彼女はそういうテイストのデザイナーさんですし、確かに太田さんがおっしゃったように、途中から、これを入れてくれ、あれを入れてくれというと、デザインは変わってきてしまうのです。

適材適所という考え方もあります。もちろんそれが重要ですし、ある程度、平均的なものではなくて、任せた限りはそのデザイナーさんの個性を生かしていくような割り切りですとか、あるいは、誰が責任をとるかというシステムを作っていかななくてはいけないかなど。

ましてやオリンピック・パラリンピックは世界の目が待っていますから、やはりグローバルな視点で誰をキャスティングしていくかという物差しはすごく重要なと思います。

いずれにせよ、何か俯瞰して全体の物語を見通せるようなシステムが必要ではないかと感じています。

○梅澤委員 ブランディングコミッティーみたいなイメージですかね。

○生駒委員 そうですね。全体をブランディングしていくようなコミッティーで、かなり人数が入っていてもいいと思うのですけれども、いろいろなジャンルごとに専門的な物差しを持っている人たちです。

デザインとかファッションは多分にセンスとか好みの問題もあるのですけれども、我々は、センス、好みだけで物を見ませんので、グローバルな評価ですとか、クオリティーは見られる視点がありますから、そういう物差しを持っている方々のコミッティーが必要かなとは思っています。

○梅澤委員 ただ、先ほどの議論だと、コミッティーを多数決で決めてはだめですということですね。結局、ブランディングをしようと思ったら1つの軸が必要なので、最後は誰かが決めなければいけない。

○生駒委員 もちろんそうです。

○梅澤委員 クラインさん、どうぞ。

○アストリッド・クライン委員 ベネチア・ビエンナーレは、アーキテクチャー・ビエンナーレとアート・ビエンナーレがあって、毎回キュレーターが違うのです。そのキュレーターはもちろん全部を見られるわけではないのですけれども、ある程度はダイレクションを持っていて、似ているパターンで、いっぱい人がいるとあれなのですけれども、ブランド・コミッティーが1人選んで、今年はこの人とか、2年交代でこの人というキュレーターがいたらいいかもしれないです。

○梅澤委員 太田さん、お願いします。

○太田委員 御本人の名誉のために、デザイナーの名前を生駒さんがおっしゃったので、ロンドンから帰ってきて、一番最初に才能を見つけたのは私なのです。私の前の百貨店で最初にデビューをさせてあげた、非常に才能のある子なのです。

だから、それをどんな基準で誰が選んだのか。これが曖昧でわからなくて、デザイナー本人の名前が出てきて、たたかれたら、デザイナーがかわいそうなのです。それが往々にして起こりがちです。

今のもめている新国立ではないけれども、安藤さんがザハさんを指名したことははっきりしているではないですか。いいか悪いかは別です。

でも、ちゃんとこの人に委ねて、この人たちがコミッティーで選んだということが公開されるとわかりやすいので、今のキュレーターと同じだと思うのですが、誰が目を通してこの人を選びましたということが一般の市民に伝わると、フェアではないかと思います。

○梅澤委員 福原さん、お願いします。

○福原委員 「官民連携プラットフォーム」の話なのですけれども、例えば、食あるいは地方創生の場合には、担当の省庁が大体すぐにわかるわけです。私はコンテンツということなのですけれども、例えば、コンテンツに関して、どこの省庁が一番相談窓口になっていただけるのか。

我々が必要ないろいろな研究資料や何かが、いろいろな省庁から出ているのです。もちろんJETROからもたくさん出ています。資料を探すときには、大体総務省のページに行ってみることが多いのです。実際に予算がついている助成金や何かを我々が申請するときは、経産省にかなりのファンドがある。同時に、規模はちょっと小さいのですけれども、文化庁にはもっとバラエティーに富んだとてもいいファンドがある。

ただ、全体的なクールジャパンという1つの横の連携も含めて、我々がそういう施策的なものを御相談する場、具体的な政府側の窓口がよくわからないことが今までありましたので、こういうプラットフォームを作っていただくことは実は大変ありがたいと考えています。

延長線上で言えば、できれば、オーナーシップをどこに置いていただくかということをごひきちんと議論していただいて、そこがきちんとオーナーシップを持ってリードしていただく形に持って行ってほしいと思います。

○梅澤委員 高橋さん、お願いします。

○高橋（智）委員 先ほど、ファッション、デザインの分野でオリンピックのユニホームの問題が出ましたが、ロボットの分野でも同じように全くクールではないことが1つ起きまして、一応、御報告をしておきます。

DARPAロボティクスチャレンジという災害ロボットの取り組みで、予選で日本の東大からスピンアウトしたベンチャーが1位であった。当然、本選でも好成績をおさめるものだと思っていたら、最高10位ということで惨敗をしたわけです。優勝したのは、韓国のKAISTという大学のチームでした。何でこんなことが起きたのかという原因の一つに、クールジャパンでクールではないものは何かというと、ここでよく上がってくるのは、地方の工芸品だったり農産物が、うまくマネジメントできていなくて、デザインできていなくて、クールではないから、それを何とかしていこうという視点になりがちなのですが、実は理系の研究分野も全くクールではないところなのかなと。

それが、チームのマネジメントもそうだし、機体の設計、そもそもああいう競技会を日本で行わずに、連携してアメリカが行っていたものに便乗したような形で、ひょっとすると、そうした全てがクールではないというか、ここで議論されてきたような観点が欠けていたことによって、あのようなひどい結果になったのかなという気がしています。

何となく技術系の分野は、この資料を見ても、優位性がある、ロボットは日本が世界をリードしているようなことが書いてありますけれども、実際はそうっていないというか、すごく危機的な状況が一部にはあることをお伝えしたいと思います。

○梅澤委員 ありがとうございます。

日本が持っている技術優位性あるいはそのポテンシャルをどうクールジャパンとしても上手に取り込んで、かつ、それをどう日本の産業競争力につなげていくか。この話は田川さんが前にもされていましたが、もう一回そのベーシックなアイデアのところを皆さんに共有いただくといいかと思います。

○田川委員 今、高橋さんがおっしゃったことはまさにそうかと思いますが、何回かこの会議でお話をさせていただいたことで、クールジャパンというと、とかくクリエイティブの話かと思われがちですが、ここにビジネスのBとテクノロジーのTをどう組み合わせるかという視点が大切かと思います。今回はプラットフォームの話が一番上に書いてありますけれども、ビジネス系の人たち、テクノロジー系の人たちを引きつけて、そういう人たちが入ってこられるような出島のような位置付けについても考えていけるといいのかなと思います。

特にクールテクノロジーについては、海外から見たときの日本のイメージの中でも、その存在感は大きいと思いますので、それをクールジャパンの中に取り込んでいった方がよいと思うのです。

テクノロジー側と、クリエイティブ側の出会いをどう作っていいものにしていくかという点を、このプラットフォームの取り組みの中に入れていけるといいと思います。

○梅澤委員 まさに4つの取り組みの中のデザイン分野で、これも田川さんと私と生駒さ

んとクラインさんで議論した内容ですけれども、海外のデザイン人材をどう日本に取り込んで、それを日本のテクノロジーともかけ合わせることで、日本の産業、イノベーションをどう活性化していくか、こんな議論をしてきました。これも、テクノロジーとクリエイティブとビジネスとを全部混ぜてかき回して、それをイノベーションのエンジンにしようという発想ですね。

ほかの委員の方はどうでしょうか。

浜野さん、お願いします。

○浜野委員 ここに官民のモデルが出ていますのでけれども、このようなよいプラットフォームができましたし、「食」の分科会でも非常にフランクに意見交換ができたと思うので、次にはスピーディーにActionすることが重要で、できるものから取り組んでいってほしいと思います。

取り組める方々を中心にこのプラットフォームを維持して行って、それに地方の方や色々な業界の方々に参画していただきたいと思います。例えば、「食」のところで「食の大学院」という御意見が出たのですが、JETROでは、それに連携して、海外のシェフの学校に日本食のカリキュラムを作るとか、日本酒のコースを作るとか、あるいは、その中で一緒にテーブルウェアとかキッチンウェアを売り込んでみましょうとか、また、ABCクッキングみたいなところで一般の方に日本食を教えるコースをこちらでプロデュースし、広げていくとか、さまざまなアイデアが出てくれば、簡単に連携して実行できるわけです。

楠本さんから、民間でハーヴェストのイベントを実施したいとおっしゃってくださいました。実行できるものを選択と集中し、いろいろな形で参画していきたいと考えます。

○梅澤委員 ここで取り上げている4つの取り組みモデルは、全部、実行する意志はあって、少なくとも能力もある人たちがそれを提唱していて、かつ、政府も支援しますとは言ってくれているところなので、スタートは切れる状態にあるのだらうと思います。

あとは、そのスタートしたものをちゃんと大きな流れになるように、ぜひJETROさんにも御支援をいただいて、後押しをしてください。

○大石委員 どうやってスタートするのですか。

○梅澤委員 それは、1個1個の取り組みを提案した人たちがこれから詰めていくしかないですね。

逆に、音楽分野の話はどうしますか。

○大石委員 だから、これは次に誰とどう話せばいいのかが不明になるのです。今日、ここから出たら、誰と話をすればいいのだらうかと思ってはいるのです。

中川君とイベントを何かやりましょうと、食が必要だから楠本さんに相談しようとか、ネット上で情報を発信したいから亀井さんに相談しようかみたいな話をされていて、それを官の方のどこに相談していいのだらうかと。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 基本的にはこの民間の4つの取り組みモデルを新しく作る「官民連携プラットフォーム」でモニタリングしつつ応援する形なので、その間は

ちょっと時間があく可能性もあるので、それは私に言ってください。

○大石委員 では、明日にでも。

○梅澤委員 夏野さん、お願いします。

○夏野委員 このプラットフォームを運営するのに政府側で一定の組織ができると思いますが、このクールジャパンの運動は各省さんでそれぞれ担当の方がいらっしゃると思うので、ぜひその担当の方を省内省外問わず公募してほしいのです。

クールジャパンと言っているのにださいスーツとださい靴を履いていたら、クールジャパンにはならないので、やはり好きこそ物の上手なれで、やりたい人がその職につくと、絶対に自分から大石さんに近づいていくと思うのです。

なかなか人事院の方針にはそぐわないかもしれないですけども、期間限定でもいいので、ブーストする時期は、担当者の省内公募とか、そういうこともぜひ検討していただければと。実際、民間の大企業は結構最近そういうことをやっています。志願兵のほうがモチベーション高くよく働くと。

○梅澤委員 それに乗っかっていいですか。

公募も私は大賛成なのですが、もう一つお願いしたいのは、仮に2020までが集中加速期間だと仮定するなら、公募で集まった人でパフォーマンスがいい人は、基本的に2020まではやり続けてほしい。

いろいろな委員が感じていると思いますけれども、政府とかけ合っているいろいろな提案をして認めてもらって、やった、1歩前に進んだと思った瞬間に、課長は変わる、課長補佐は変わる、担当官も変わるみたいなことが意外と頻繁に起こります。そんなことをやっていたら2020までのプランなどは全然前に進まないの、あわせてぜひお願いできませんでしょうか。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 例えば、今、安倍政権の目玉政策の地方創生があって、地方創生支援人材を自治体に送り込む制度があるのですが、ここはほぼ手上げ方式で、自分はどこに行っても何をしたいという人と自治体はこういう人が欲しいということマッチングして、今、70人くらいが自治体に行っているのですが、ものすごく意識が高いです。

また、トレーニングの仕方も、役所方式ではなくて、NPOにトレーニングを委託してやっていることがあります。

これは山口大臣と相談しないといけないのですが、例えば、省内で公募というやり方は一つの有効な方法かと思います。

人事のほうは、2020年は一つのターゲットイヤーなので、それは少し考慮に入れないといけない問題だろうと思います。

今、内閣人事局ができて、幹部人事が内閣の下にあるという仕組みになって、全体の構造が変わってきています。

○梅澤委員 ありがとうございます。

クラインさん。

○アストリッド・クライン委員 みんなが同じ船に乗って盛り上がるために、何よりもビジュアルが大事なのです。

先ほども、ださいとか、ださくないとか、自分から始まらないとだめなのです。クールジャパンのグラフィックスは、グラフィックデザイナーがウェブをちゃんとして、自分からで、こだわりがあると見えてこない、何でもオーケーとなってしまうのです。

特に日本は、世界中でビジュアルが知られていて、目で見えてきれいという感じなので、そのところでミスしてしまうと恥ずかしいことになるのです。

ビジュアルでもう一つ大事なことは、言葉を超えているから、言葉が通じなくても絵とかビジュアルが伝わってくるので、言葉以上に言葉になっています。

だから、最初はそこから始まるのではないかと思います。

○梅澤委員 ありがとうございます。

テイトさん。

○テイト・クリストファー委員 自分から発想を持ってやっていくということなのですが、もともと日本の文化がクールだと思っておりまして、扇子とか、漢字とか、そういうことで、弊社で台湾のオープニングイベントがございまして、何と元総統の李登輝さんと御一緒して、こういう日本の美德を広げていこうとやったのです。皆さんの目の前にこういう1枚がございしますが、着物を渡したりとか、舞妓さんに踊っていただいたりとか、ドラマとか、そういうものも全部行いました。

私のできることをして勝手に行いましたけれども、日本の美德を皆さんそれぞれの発想を持って広げるには、クラインさんがおっしゃるように、クールかどうかはわからないけれども、もともとこのそういう伝統的なところ、歴史的なところからスタートして、何かのトレンドになればいいのではないかと思います。

○梅澤委員 ありがとうございます。

では、トピックをもう一つのほうに移しまして、政府の5つの横断的取り組みで、先ほど「官民連携プラットフォーム」の話は何人かから意見をいただいたのですが、それ以外に4つ書かれています。

人材・情報の集積・発信拠点、外国人等のアンバサダー化、クールジャパン相談窓口、地域プロデューサーで、ある程度は過去に議論してきたことをここに政府側の取り組みとしてまとめていただいているのですが、これをさらに具体的に効果的なものとしてつくっていく上で、これだけは頼むよという御意見がございましたら、お願いします。

生駒さん。

○生駒委員 過去に何度か御提案をさせていただいているのですが、国内のクールジャパンの拠点です。何度も繰り返しになるのですが、観光客の方はもちろん、メディアの関係の方ですとか、海外から取材にいらっしゃる方が必ずそこに立ち寄って情報をゲットできるような場所を作ったほうがいいのではないかと御提案させていただいてい

るのですが、このプランの中では情報発信のセクションなのか。地方ではないですが、インバウンド振興でしょうか。どなたにお答えいただくのがよいのかと逆にお伺いしたいのですけれども、クールジャパンとしてそういう拠点を作る予定はありますか。どなたかお答えいただけますか。

○横尾知的財産戦略推進事務局長 まさに2ポツで書いてあるのはそういう趣旨です。

○生駒委員 どの部分ですか。

○横尾知的財産戦略推進事務局長 政府の5つの横断的取り組みの2番目は、人材・情報を集積して発信するというのは、まさにそこで情報をゲットできるような拠点として構想したらいいのではないかと。

○生駒委員 それは具体的にどこにどういうということは。

○横尾知的財産戦略推進事務局長 それはこれからです。これはアイデアというか、「官民連携プラットフォーム」もそうですけれども、この場での議論を踏まえて、具体化をするなりということは今後のことだと思っています。

○生駒委員 かなり急務かと私は思って、急激に海外の観光客の方も増えていますし、サミットも日本の伊勢・志摩に決まっていますので、オリンピックに向けてすごく海外からのメディアの取材は急増していくと思うのです。ぜひ急務ということで、アクションプランをよろしく願いいたします。

○梅澤委員 これは他の項目以上に、どういう中身のものをどういう人たちが運営して、どういうコミュニケーション、ブランディングをしていくかが大事ですね。

○生駒委員 そうです。これこそクールジャパンの顔になってしまうので、本当にクールなものを作らないと、そう思います。

○梅澤委員 これも「官民連携プラットフォーム」がまずは具体案を詰めていくときにモニタリングをしていく、ディレクションをしていくことになるのですか。

○横尾知的財産戦略推進事務局長 今回の4つの民間の取り組みモデルも、ある意味で人材・情報の集積拠点ですので、そういうものあるいはそれ以外のものも含めてということなのですが、いずれにせよ、先ほど平副大臣からもありましたとおり、「官民連携プラットフォーム」がモニタリングをし、次なるプロジェクトを組成する土俵になるという意味で、プラットフォームを構想していくのかなと思っています。

○生駒委員 そうすると、今、おっしゃっているのは、具体的な拠点ということではなくて、こういうプラットフォームということですか。プラットフォームの次に具体的な案が出てくるということですか。

○横尾知的財産戦略推進事務局長 プラットフォームを作るのに時間がかかるので、その間はいろいろなことをやらなければいけないのですが、プラットフォームは、ありとあらゆるというか、いろいろなプロジェクトの今後の進行をモニタリングすることを含めてあるいは拠点を作ることも含め、そこでいろいろなプロジェクトを官と民で組成する土台になるというイメージなのですけれども、その拠点を作るというのは、1つのプロジェクト

アイデアだと思うので、それは時間の前後関係はもちろんあると思いますけれども、考え方としてはそういうことで考えています。

○生駒委員 その中の一つのプロジェクトということですか。

○梅澤委員 人材・情報の集積・発信拠点を作るとまでは言ってくれているので、あとはどういう人材と情報かということ、我々民間側がもう一回具体的なプランに落とし、デザインハブも必要だけれども、もっと包括的にクールジャパン全体の情報発信をする拠点を作ろうともう一回提案をする、それで、このプラットフォームでそれをもう一回議論することになるということではないですか。

○生駒委員 そうですね。

○横尾知的財産戦略推進事務局長 これまでの議論で、まさに今、梅澤さんがおっしゃったようなデザイン分野、コンテンツ分野でそれぞれ出ていますので、それは今回これで整備をしていますが、そうではない、より包括的なものとか、あるいは、もっと限ったほうがいいという議論もあるかもしれませんけれども、それはまさにこのプラットフォームのもとでもう一回議論をしてどうするかを考えていくということだろうと思います。

○梅澤委員 中村さん、お願いします。

○中村委員 人材育成については、民間の4つのモデルのうち、私が担当したコンテンツ以外のデザイン、食、地方は人材育成が前面に出ているのですけれども、もちろんコンテンツの分野も人材育成は20年来の大きな課題であります。

ですから、そうしたさまざまな連携した人材の拠点を日本で作るというのだったら、もちろんコンテンツ側も手を挙げたいと思っていますし、私自身も、私が所属している大学院はそのために作ったものなのですが、まだ道半ばだと思っています。

ですから、私自身も自分の活動として、竹芝で作る国家戦略特区で一つの受け皿のモデルができないかということで汗をかきたいと思っているのですが、そのような民間からのプランもこれから募って、いろいろと戦わせてみればいいのではないかと思います。

○梅澤委員 ありがとうございます。

夏野さん。

○夏野委員 「3. 日本ファンの外国人などをアンバサダーとしてネットワーク化する」というアンバサダー制度の件なのですけれども、これを最初に私が提案させていただいたときの繰り返しになるのですが、2つの違うレイヤーがあると思っています、1つは、この文字から推定されるような、この人がアンバサダーみたいな、わりとかつちりと選んで、ちゃんとやってもらうみたいな、この話はこの話であっていいのですが、もう一つ、もっと緩いものをぜひ検討していただきたいのです。

緩いものとは何かというと、例えば、チリに住んでいる日本人の方、企業派遣とか仕事の都合とかで行っている家族とかがいるわけで、そういう人たちが、日本の政府から、今、こういうことが起こっていると、こういうことをやろうとしているというメール1本が届くかということ、届かないのです。

そうすると、今、日本で何が起きているかを知るにはネットの情報を自分で検索するみたいな話になっているのですけれども、十分に海外の在留邦人はアンバサダーになれると思うので、もっと緩い、フォーマリティーをもうちょっと崩した、自分が日本のことを知りたいという人には情報をお知らせしてあげるとか、場合によっては、そこに日本の要人が来るので、何かがありますとかということを知らせてあげる、大使館単位でやっている国もあるかもしれませんが、そういったものをもうちょっと広げていく。やわらかい、緩やかな、フォーマリティーの軽いアンバサダーネットワークもぜひ検討していただきたいと思います。

○梅澤委員 政府各省庁の取り組みのペーパーを見ると、各省庁がそれぞれの分野、例えば、日本食であったり、あるいはコ・フェスタであったり、それぞれの分野で過去に組織してきたものをこれからも活かしていきますという話ですね。

今の夏野さんの2つのレイヤー、わりと全体にかかわるアンバサダー組織は、いっぱいできてきて、たくさんの方がアンバサダーになってくれるのはうれしいのだけれども、ちゃんとこの人たちに必要な情報が行き渡って、彼らがちゃんとアンバサダー活動をしてくれるのだろうかということが逆に心配になる面もあります。この辺はどう思いますか。

○夏野委員 私は、例えば、登録してくれた人の10%が何か動いてくれるだけでいいと思っています。しかも、そういう人たちも、仕事が暇なときと忙しいときがあったりとか、事情があったりするるので、やる意志はあってもできないときもあれば、あるいは、今は暇になったので、今まで何にもやっていなかったのだけれども、ちょっとやろうかなというときもあると思う。そういう緩やかなネットワークをしたらいいのではないかな。

その中には、例えば、奥さんが日本人のチリ人もいていいし、日本に行ったことがあって、それだけで日本が好きになったので、そのネットワークに入ってくる人でもいいし、大体アメリカの大学などに行くと、そういう人たちがカラオケクラブとかのメンバーになったりしているのです。別に日本に行ったことはないのだけれども、入ってみたいというアメリカ人もいれば、日本からの留学生もいればという、緩やかな、自分が志願したら割とすぐに入れるようなコミュニティみたいなものを用意しておいて、一定の割合の人がすごく活躍してくれることを狙うということでもいいと思います。

○梅澤委員 わかりました。

もう一つ、実はアンバサダー組織を運営する上で大事なのは、どういう情報をその人たちにちゃんと頻繁に届けられるか。情報を誰が集めて品ぞろえをキュレーションして、彼らがこれをおもしろいと言って自分のソーシャルメディアでばらまいてくれそうな見せ方で渡せるか。

残念ながら、これも政府がその役割をやると、情報をぱっと見ておもしろくなさそうなので、アンバサダーの人に無視されそうな気がするのです。

これは誰がやりますかね。

○夏野委員 イニシャルにどうするかは別として、そういうコミュニティができると、

必ずその中から1人、自然発生的に中心の人が出てきたりするのではないですか。そういうところを狙っていけばいいと思うのですけれども、そのかわり、その人のフォローは大使館がやっていただかないと。

やはり海外に行くと、大使館はものすごいオーソリティーなので、日本を代表する唯一の政府機関が大使館なので、大使館と連携して、例えば、そのネットワークのボランティアを募ると、応募が来てくれて、大使館に呼んで、ミーティングをやるみたいな、そういう制度設計にしていくといいのではないかと思います。

○梅澤委員 分野ごとのキュレーターを民間側に作るのですか。

○夏野委員 それは日本本国側に作ったほうがいいですね。

○梅澤委員 例えば、Tokyo Otaku Modeがこういう類の情報を世界にばらまくハブになると言ってくると、すごく安心なのです。これが何省にお願いしますと我々が言ったところで、やり方としてもったいないという気がしてならないのです。

○夏野委員 そういう意味では、発信の司令塔は東京側に1カ所あるといいですね。

○梅澤委員 キュレーションをできる人が東京にちゃんといると。

福原さん。

○福原委員 ネットワークという意味では、私は海外に住んでいたのですけれども、在留届さえ出していれば、領事館から定期的にメールが届くのです。これはもっぱら災害対策等のリスク管理用で、何を申し上げたいかということ、要は、データベースはあるのです。領事館とそのデータベースを使ってコミュニティ的な活動をしているのは、ジャパン・ソサエティーという組織が大概主だった都市にはあるのです。これは、もちろん民間で比較的長く向こうに住んでいる人が中心になっている組織です。

そういう意味では、ネットワークを今から構築しなくても、既に情報はあります。

ただ、現実、ジャパン・ソサエティーでいろいろな催し物が行われていますが、ほとんどクールではありません。

ですから、そことどういいう人がどういいう情報を発信して行って、逆にどう動いてほしいかということところはきちんと構築をして、デザインをしていかないといけないかなと。

ただ、プラットフォームはあるのです。

○梅澤委員 佐浦さん、お願いします。

○佐浦委員 アンバサダーで裾野を広げるためには、先ほど夏野さんがおっしゃった、緩やかなものも必要だと思うのですけれども、本来的なアンバサダーをどうやって活用していくかが重要だと思います。

ボランティア的なやり方もあるのですけれども、そうすると、だんだんと疲弊してくる場合もあると思うのです。

ですから、任命したアンバサダーに活躍してもらうためのバックアップ体制を海外の拠点でいかにしっかりと作っていくかということが必要だと思いますし、往々にして、そういった方々が海外でいろいろなことに取り組む際に、ボランティア的にお願いしてしまう

場面も多いと思います。もちろん、その分野に知見もあって好きだから、自分としても頑張りたいという人もいらっしゃると思うのですが、それをどうやって支えていくかというバックアップ体制は十分に検討していただければと思います。

○梅澤委員 それは担当が明確でない場合とか、国によっては省庁の出先がない場合とかが多々ありそうなので、一元的には内閣官房でどうやってそれをバックアップするかと考えていただけるといいのですが。

○横尾知的財産戦略推進事務局長 そうですね。それも内閣官房を中心に各省と連携をして制度を設計します。

おそらく大使館はほとんどあるので、海外での窓口とか、大使館に重要な役割を果たしていただくことにはなるのだと思います。それは夏野さんがおっしゃるとおりです。

○梅澤委員 高橋さん。

○高橋(智)委員 大使館が窓口になるというのはわかるのですが、最近、私のところに、例えば、シンガポールであるとか、フランスであるとか、台湾であるとか、いろいろな国の、1つは日本の文化を紹介したいという番組、あとは世界のクールな技術を探しているという番組が来られるのです。

大体皆さんはうちに来て、後に大阪大学の石黒浩先生のところに行かれるというルートが決まっていて、これは誰が仕切っているかということ、よほど大きな番組でない限り、日本大使館に駆け込んでというわけではなくて、日本にいるコーディネーターに依頼をしている。

そのコーディネーターは、当然通訳のような役割も兼ねます。それぞれの国の言葉がしゃべれるコーディネーターの方が、日本の国内においてのアンバサダー的な活動をされていると思うのです。

ということで、そうした方のネットワークであったり、目利きに頼っている状態ではないのかと思っていて、そのぐらいのレベル、例えばちょっとした知的なバラエティー番組を作ろうというレベルの海外からのクルーの方が訪ねていける窓口があるのか、また、日本の国内で活躍されているコーディネーターの方に対してちゃんと情報提供を行えているのかという気がしています。

○梅澤委員 それは、生駒さんが先ほども言われていた、情報発信の窓口もそういうコーディネーター役も集約しようという話でしたね。

○生駒委員 そうですね。キュレーター軍団ではないですが、コーディネーター軍団、そういう目利き、ネットワークがある、確実にいい情報を提供できる人たちをつかんでいる組織は今のところはないですね。

なので、そういったものは必要かなと思います。

○梅澤委員 渡邊さん、お願いします。

○渡邊委員 多分、機能論として、発信の玉としてアンバサダーに活躍していただくだけではなくて、受信も大事なのではないかと思います。

というのは、クールジャパンの市場は海外、でも、海外で日本が一体どう受け入れられているのか、何に当たりがあるのかというマーケティング情報がまだ足りない気がするのです。そういったものをどんどん収集していく機能も非常に大事になってくる気がします。

特にローカル・クールジャパンの場合ですと、どういったものが売れているのか、どうチューニングすればいいのか、どこの地域を売り出せばいいのか、そういった情報をどんどん収集してやっていくことが今は一番大事だと思っていますので、ぜひそういった機能も付加していただくとうれしいと思います。

マーケティング委員みたいな感じです。

○梅澤委員　ここで計画されている、さまざまなカテゴリーのアンバサダー全部をローカル・クールジャパン・プロデュース事業にしっかりつないてくださいということですね。

○渡邊委員　まさにそうです。ありがとうございます。

○梅澤委員　楠本さん。

○楠本委員　クールジャパンでずっと言われている、一番最初のテーマで、生態系として捉えるという考え方でいうと、今、議論している、発信拠点をどうするか、人材をそこでどう交流させるかということと、外国においては、アンバサダーをどう作るか。それから、地方の相談窓口、地域プロデューサーはどう裾野を広げていくか。これは全部連動している話だと思いながら伺っています。つまり、何が言いたいかというと、クールジャパンに積極的であるクリエイティブ人材は国内外にまだいっぱいいると思うのですけれども、国内外にいるクリエイティブ人材の何パーセントが、クールジャパンという、今、言われているプロジェクトに対して積極的であるのか。

この母集団を増やしていくことが、まず、最初のプラットフォームの仕事として、すごく大事なのではないかと聞いていました。

きのうも、あるところでクールジャパンの議論をしていたのですけれども、未だに、何かクールジャパンってうさんくさいとか、そもそも自分たちのことをクールとか言ってくださいとか、5年前に議論はありましたけれども、そこが払しょくできていないわけです。

ですから、先ほどクラインさんもおっしゃいましたけれども、圧倒的なデザイン力や発信力をどこかのタイミングでしっかり打って、そこからみんなを巻き込んでいくという、まずは国内の活動もすごく大事だと思うのです。

クールジャパンのゴールは何かと考えると、2020というマイルストーンもあるのですけれども、もっとロングスパンで見たときに、日本という国の国力がクリエイティブ力によって再活性していくことが最終目標だと思いますので、大企業の中で働いていらっしゃるビジネスパーソンがどれだけクリエイティブマインドでイノベーションを起こしていくかとか、あるいは、日本の農家さんが、今まではものづくりに専念していたのだけれども、セルフブランディングができるようになるかということが、私なりに思う最終目標だと思います。そう考えたときに、日本全国1億2,000万人クリエイティブ活動みたいな方向になっていくことがクールジャパンだと思うので、その母集団の裾野を広げていくことをぜ

ひ念頭に置きたいと思いました。

○梅澤委員 我々は、一緒に5年前にクールジャパンの活動を政府と始めたときに、まさにクリエイティブ立国という話をしていて、日本がクリエイティビティというものを国力のコアにして、どうやって次の世代の日本を作っていくのか、その活動にしようと言って始めたものです。

○楠本委員 そうです。

デザインの視点の中にどういうマルチステークホルダーを組み込んでいくかという、コミッティーデザインができることを一つ組み込んでいただくことは大事ななと思います。

○梅澤委員 玉沖さん、お願いします。

○玉沖委員 私も先ほどの楠本さんのお話と連動してなのですけれども、2つありまして、1点目が、5つの横断的取り組みがうまく機能し始めてくれても、例えば、私が担当させていただいたローカルのところでは、受け取り手が反応しなければ成果も上がらないわけで、特にローカルの場合、最低限、国内で通用するものという中間ゴールを越えないと、クールのほうの壁は越えられないわけで、そういうことを含めると、発信と啓蒙と受け取った人の学びも少し視野に入れておかなければならないのだろうということを、自分の活動としても改めて感じております。

2点目は、これからのことというところで、まさに「官民連携プラットフォーム」が全ての鍵を握るのだろうと。勝手に、後の2から5は、全て「官民連携プラットフォーム」が何らかの形で事務局機能を務めることになっていくであろうと。

そのときに一つぜひ持っておきたい視点として、先ほどから、プロデューサーとか、キュレーターとか、コーディネーターとか、人の問題もなのですけれども、コーディネート機能という意識をぜひ持ち合わせておきたいと思っております。

例えば、いろいろな活動があちこちで動いていくのですけれども、これとこれを組み合わせるといい化学反応が起こるとか、そういったことのいろいろなことをコーディネートして、さらにより効果を上げていくような、そんな機能もこのプラットフォームの中では持ち合わせておくべきなのではないかと感じております。

以上でございます。

○梅澤委員 どうぞ。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 先ほど政府メンバーの発言のところでは、外務省さんが来られましたので、岡庭さんから発言をお願いします。

○岡庭外務省大臣官房審議官 ありがとうございます。

我々は在外公館を持っていますので、大使館が日本から来られるアーティストやいろいろな方々を受け入れて、その現場にいるその分野の関係者を集めてイベントをやるわけです。

我々が在外でいろいろな活動をやっているのは、1回イベントをやって発信することは1つのステップなのですけれども、その後、そういう海外にいる特定の分野の関係者と日

本の関係者が、単にそこで出会っただけではなくて、その後も協働関係を作っていく、発信だけではなくて、ネットワークをまずは作って協働できるような関係を作り上げて、お互いを行き来する関係にならないと、なかなかその後の発展性がないことは常々感じております。

だから、在外公館では、そういう関係者のリストとかは財産としていろいろと整備はしているのですけれども、国内と海外のそれぞれの分野の関係者をどうやってつなげられるかという、日本と海外をどうやってつなげて常にいろいろと行き来するような関係を作るかということが、我々としては非常にポイントではないかと思っております、そういう観点から、ジャパン・ハウスを3カ所で作りますけれども、それがその一つの拠点なのですが、これは海外の拠点と見ないで、海外と日本をつなげる一つのゲートウェイだという位置付けで我々は発展させていきたいと思っております。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 梅澤さん、どうぞ。

○梅澤委員 ありがとうございます。

大石さん、お願いします。

○大石委員 ちょうど発言があったので、ジャパン・ハウスなのですけれども、今から建てるとなると、今年中とか、来年の話ではないのでしょうか。

○岡庭外務省大臣官房審議官 今、入札を始めてやっていますので、来年度中に完成して、多分、来年度末に近いと思いますが、活動も実際に開始することを目指しております。

○大石委員 相当の予算をおかけになるということなので、建物も必要かもしれないのですけれども、その前に、今、御発言があったような機能を、建物がなくても稼働することはできないのでしょうか。現地での交流です。

○岡庭外務省大臣官房審議官 拠点を使ってやる活動はやはり拠点がないとできないと思うのですが、我々が今までやってきたいろいろな文化あるいはクールジャパン関連の活動をその拠点で集約しようとしているので、今までやってきているものは引き続き続けると思うのです。

だから、ある意味で中身の問題は既にやっていることですので、拠点ができると、大幅に集客力が強化されると思っております。

○大石委員 ありがとうございます。

○梅澤委員 田川さん、お願いします。

○田川委員 プラットフォームの話なのですけれども、先ほどのクラインさん、楠本さんの話とも連動するのですが、このプラットフォームができるときに、日本に点在しているクリエイティブな方々に、どうやって興味を持ってもらい、そして参加してもらうかが大切で、それを実現するためには、一番最初にこの「官民連携プラットフォーム」のブランディングがかなり重要なのではないかと思います。

では、何をするかということで、簡単に言うと、この「官民連携プラットフォーム」自体をブランディングする、ディレクションをするためのアートディレクターを選任をしま

せんかかという具体的な提案です。

その人がやることは、官民のプラットフォームが、例えば、ウェブサイトを作ったり、印刷物を作ったり、いろいろと活動しますけれども、そういう目に見えるアウトプットに対するデザインオリティーに対して、その人が責任を持ってきちんとしたデザインのレベルをちゃんと確保する。

そこがすごくしっかりしていれば、おっと思って、沢山の人がこれに目を向けるのではないかと思います。これはその人が日本全体のデザインディレクションをするということではなくて、この「官民連携プラットフォーム」のブランディングをするということです。そのためのポジションを作りましょうという提案です。

○梅澤委員 大変有効な提案ではないかと思えます。

それにあえてもう一つ加えれば、どうやって特に国内のステークホルダーをこの活動の中に巻き込んでいくかという仕掛作りも、その人に一緒に考えてもらってもいいかもしれません。

いろいろなアイデアをその「官民連携プラットフォーム」に投げ込んでもらって議論をする、あるいは、議論をしているものをこういう形で見てもらって逆にそこからのフィードバックをもらうみたいな仕組みも、今のやり方よりもっと進んだものはいろいろとできるような気はするので、そこまでできると、先ほど楠本さんが言われた、本当にいろいろな人を巻き込んでいくことにつながるのかなと。

○楠本委員 だから、デザインの視点の中にどういうマルチステークホルダーを組み込んでいくかという、コミッティーデザインができることを一つ組み込んでいただくことは大事かなと思えます。

○梅澤委員 ありがとうございます。

皆さんに、この後、お一人ずつステートメントをお願いしたいと思います。

ステートメントの中身は、ここまでの議論と前回までの提言を受けての皆さん個人としての決意表明、あるいは、ニコ動で相当多くの方に見ていただいていると思えますし、まさにこのクールジャパンにかかわるいろいろな人たちの国民運動に高めていきたいと言っているの、見ていただいている人たちに対してのメッセージ、両方でも構いません。

お一人大体1分ぐらいでお願いしたいと思います。

最初の方をお願いする前に、ここまでの議論を受けて、これは横尾さんであり、平副大臣への確認という意味でのお願いですけれども、やはり「官民連携プラットフォーム」が一番この先の活動で大事だし、皆さんとしても本当に気になっているところなので、その責任体制を明確にさせていただきたいということと、なるべく速やかに立ち上げていただきたいことと、見え方も含めて誰か民間の方にちゃんと監修をしてもらって、この「官民連携プラットフォーム」自体がブランディングできている状態を作っていただきたいということが、ここでのお願いでした。

特に行政側の担当者のアサインメントに関していうと、手上げ方式、公募方式をとれま

せんかという話と、1回公募でアサインされて、しっかりと業績を出していただいている方に関しては、少なくとも2020くらいまでその仕事をちゃんと持ち続けていただくような特別な配慮をお願いできませんかという要望です。

アンバサダー制度に関しても、いろいろな議論がありました。

当然、大使館、ジャパン・ソサエティーをしっかりと巻き込んで、そこで行われている活動のレベルアップをしていくことも重要ですし、そのときに各省庁あるいは内閣官房のバックアップ体制を明示して、かつ、しっかりとバックアップをしていけるようにお願いしますということと、海外のマーケティング情報の大事な入り口になるので、さまざまなアンバサダーの方々のネットワークを、渡邊さんが提案されたローカル・クールジャパン・プロデュース事業のところにしっかりと接合してあげてください。

最後に、このアンバサダーネットワークに流す情報に関して、誰かがセンスのいい形でキュレーションをすることが必要なので、このキュレーションをして情報を流す機能を誰にどうやらせるかというのも御検討いただきたい。

こんなところがここまでの議論の重要なポイントだったと思います。ある意味で、政府に対しての最後の我々からの要望ということで、お伝えさせていただきます。

それでは、それぞれの委員の方、ステートメント、決意表明、あるいは、視聴者の方々へのメッセージということでお願いします。

順番にいきますか。では、渡邊さんからいきましょう。

○渡邊委員 では、一番端っこなので、私からいきます。

今回の6回の会議で、1つのテーマを私の中では決めていました。その1つが、クールジャパンと地方創生を融合させる。この1つのミッションの中で、「ローカル・クールジャパン」という言葉が生み出せてきたのではないかと思います。今回のイニシアティブの中で、ローカル・クールジャパンとは何かから始めて、ここまで来たと思います。

先ほどの2つ、梅澤さんもおっしゃっていましたが、海外の目線でいかにキュレーションをしていくのか、その目線に応じてきちんとプロデュースをしていくのか、その体制作りだと思えます。

今回はステートメントといったことで、ある意味、決意表明にもなると思いますが、ローカル・クールジャパン事業を立ち上げたいと思っております。それぞれ金融業界、行政、メディア、いろいろなところにこれから声かけをさせていただくと思っておりますので、ぜひ快く受け入れていただいて、ともに、一緒に、日本の地域を世界のコンテンツにしていければと思っております。よろしく願いいたします。

○梅澤委員 宮河さん、どうぞ。

○宮河委員 私も、このクールジャパンの会議に出させていただくときに、とにかくクールジャパンをどうビジネスの場に持っていくかということが、一番の私の中の課題だったのです。

今回、先ほどおっしゃった「官民連携プラットフォーム」の中に書いてあります先進的

事例で、コンテンツをマーチャライジングするところで、私自身のアニメーションだとか映像業界は、コンテンツを日本の最先端技術だけでなく日本の伝統工芸や地方創生も含めた形で、微力ながらいろいろとこれからお手伝いをさせていただき、コンテンツがマーチャライジングとなって、しかもそれは日本国内ではなくて世界にどう出ていけるのか、世界の人がそれを求めて日本にどうやってくるのか、この2つがうまく連動できるように、今後もいろいろと活動させていただきたいと思いますので、よろしく願いいたします。

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。

福原さん、お願いします。

○福原委員 私の専門分野は映画、映像ということで参加をさせていただいています。大変いい議論に参加させていただいたのですが、残念ながら、映画、映像ということに関していうと、あまり提案等々ができなかったと思っています。

一番大きいのは、特に映画に関していうと、規模的に、議論をして、はてどうなるかという具体案がなかなか出てこない。つまり、かなり話されてしまっているということです。

先ほど中村さんから最後の段階で提案がありましたけれども、2つ目の人材の集積・情報の発信というところで、ぜひ映画、映像、フィルムスクール、あるいは、メディアスクールのものを、もし機会があれば、この先、具体的に御提案をさせていただきたいと思います。よろしくお願いします。

○梅澤委員 夏野さん、お願いします。

○夏野委員 私は、こういう政府の会議に出てくると、大体予定調和で、何となく最初から決まっていることが最後に議論されて終わるのかなと思っていたのですが、この会議は、言ってみれば過激に、本音でいろいろなことが議論できていて非常にいいと思うし、参加している人たちが、何か動かそうとか、あるいは、何かやれるという感じを持っていらっしゃることがすごくいいことだと思いました。

先ほどから今日のニコ生のユーザーのコメントなどを見ると、このような熱が伝わっているのを感じます。最初のほうは、また税金でこういう会議をやって何をやっているんだみたいなことを言っていて、いや、車代しか出てないよくらいことを私がつぶやくと、だんだんそういう意見はなくなって、逆に、もっと俺たちの意見も伝えてくれとか、これは伝播していくのです。

なので、どうやってオープンにもっと広げていくか。先ほどから国民運動みたいな話もありましたけれども、国民運動という言葉は日本では受けがあまりよくないのですが、広げていくという意味では、できるだけ議論をオープンにし、こんなことを考えているのだけれどもということ、まだ固まっていない段階でも提示していくみたいなことをどんどんやっていって、いろいろな人を巻き込んできて、意志のある人がどんどん前向きに議論を進めていくのがいい。それで、徐々にユーザー側もくさらずような意見を言わない、あまりネガティブなことを言わないとなっていくと、動かなかったようなことが動くように

なる、できなかったようなことができるようになるという期待感がますます膨らみました。
皆さん、頑張りましょう。

○梅澤委員 夏野さん、出馬しろというコメントも、今、流れていましたね。

○夏野委員 それはまた別でしょう。

○梅澤委員 中村さん、お願いします。

○中村委員 紙はできました。要は、これを実行するということだと思います。

今回、コンテンツの分野は具体的なプランが提示されましたので、ぜひともその成果を上げたいと私自身思っています。

政府が提示をしてくださった「官民連携プラットフォーム」も、人材育成の部分も、自分自身の産学プロジェクトを持ち込む形で貢献ができればと思っております。

いずれにしても、今日がスタートだと思います。みんなでアクションを起こしましょう。ニコ生をごらんの皆様もぜひ御一緒しましょう。

以上です。

○梅澤委員 ありがとうございます。

中川さん、お願いします。

○中川委員 私も、初めはこういう会議をテレビでずっと見ていて、何をやっているのだろうとずっと思っていて、自分が発言したり、何かが起こることはないのだろうと思っていたのですが、実際、ここにいる皆さんといろいろな議論を聞いていたりとか、話をしていて、本当に先につながっていきそうだということを感じました。

今まで自分がいろいろとやってきて、前は仲間とやっていたのですが、すごく迷うときがあって、自分たちが日本のことを発信したいという思いでやっていて、これで本当に伝わって行って、どうなのだろうか、どう変わっていくのだろうかということですが、すごく悩んでいるときがあったのですが、ここにいる皆さんがいろいろなことを個々にやられていることを聞いていると、すごく自分にとってもプラスになったし、もっといろいろとやっていくべきだと思いました。

私は、前の会議で夏野さんとエレベーターで言っていた、この会議でこういう場所が終わってしまうのはもったいないということは、まさしくそのとおりだと思うので、この後、ここにいる皆さんといろいろとやっていくことは本当に楽しみだと思います。ネガティブなこともたくさんあると思うのですが、ポジティブに考えて、いろいろとやっていければいいと思っています。

昨日、大石さんとも話していたのですが、11月に自分で大きいイベントをやろうと思ったのですが、そこをクールジャパンの発信ができる、大きいイベントにできたらいいという、一つの目標もできたので、個々に皆さんをお誘いさせていただいて、頑張っていければと思います。

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。

テイトさん、お願いします。

○テイト・クリストファー委員 キーワードは発信ということで、本当にそのとおりだと思ひまして、半導体の会社ですけれども、李登輝さんとか、台湾とか、日本の美德を広げてニュースみたいになって、できる限りみんな発信して行って、わかりやすいメッセージを作ったり、委員会だから強い発信力があると思うので、みんなを組み合わせる行って、今日で終わりではなくて、これからということで、ますますこういう会議は、頭の中でも、街中でも続けたいと思ひますので、よろしくお願いします。

○梅澤委員 玉沖さん、お願いします。

○玉沖委員 私も、始まる前に、答え、報告書はできているのではないかみたいなところをちょっと疑っていたところがあったのですけれども、本当に毎回発言していたことが最後にジグソーパズルを組み合わせたかのようにきちんと入れていただいて、わずかな意見でもメールを送らせていただくと、そのことについて事務局からきちんと返答していただいて、本当に有意義な会議に参加させていただいて、とてもありがたく思っています。

私は、この会議が始まる前から、自分の仕事としての目標としても、やりがいとしても、過疎地の皆さんが国境を越えて商いに行くことが私の目標でもあり夢でもあるのですけれども、それはこれからも変わらず自分自身もプレーヤーとして邁進をしていくのですが、今回、かかわらせていただいたことによって、「ローカル・クールジャパン」という言葉に非常に感激と刺激を受けました。

22人の皆さんに出会えたことが非常にプラスになっておりまして、自分自身ももちろんなのですけれども、これが単なる施策名で終わらないように、これからも引き続き立ち上げていく一助にならせていただきたいと思いますと思っております。

変わらずこれからも、皆さん、よろしくお願ひいたします。

○梅澤委員 ありがとうございます。

田川さん、お願いします。

○田川委員 私自身は、目標としては、デザインラボとデザインスクールで、これは狭義のデザインではなくて広い意味でのデザインで、BTCというキーワードも出ささせていただきましたけれども、ここでどんどんイノベーションを起こしていくような人たちを、これも日本人ではなくて海外の人たちも含めて育てて、日本のクリエイティブパワーを上げていくということを具体的に何かできないかと、考えてやっていこうと思ひています。これが1つです。

もう一つは、「情報発信」のところ、インバウンドで入ってきた人たちにどんな情報発信ができるのかというところで、いろいろと施策も書いていただいていると思うのですが、例えば、スマートフォン時代であるとか、そういったことも見据えながら、このプラットフォームと情報発信の拠点について、みんなが見て、それがクールだと思えるようなところで何かしら提言と活動をしていけたらと思ひています。よろしくお願ひいたします。

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。

高橋さん、お願いします。

○高橋（智）委員 最終回にして、冒頭から出ていたのですけれども、クールジャパンとはそもそもクールなのかというところはまだ確かに疑問が残ったままで、それは私は乱用されてきたからだと思っています。

要するに、アンバサダーとして広めること、キュレーターとして狭い分野でその品定めをしていく、そこまではある程度は存在したのかもしれませんが、やはりブランディングがなかったのかなと考えるわけです。

では、日本はだめなのかというと、例えば、今はだんだんクールではなくなってきましたけれども、一昔前のクールといえ、まさにこのiPhoneであるとか、アップルの製品だったわけです。あれはまさに日本的な視点で考えられた製品が世界に受けた例だと思っていて、日本をむしろ肯定する事件だったと思っています。そこには、やはり強力なリーダーシップとディテールへのこだわりを持ったスティーブ・ジョブズさんがいた。

同じようなことで、何か日本のクールジャパンを本当にクールにすることができないか。

それはここにいらっしゃる皆様が次の一手として出してくる、ひょっとしたら1つの製品であるとか、1つの作品であるとか、それが一気にそれこそクールジャパンをクールにできるくらいの力を持っている、そういう時代だと思います。私自身もそのことを肝に銘じて、創作に引き続き取り組みたいと思います。

ありがとうございました。

○梅澤委員 佐浦さん、お願いします。

○佐浦委員 私の属性としましては、一つは地方ということと、もう一つは日本酒を含めた食なのですが、地方ということについては、例えば、私は東北地方から来ていますが、インバウンドの増加に東北地方は少々取り残されている部分がありますので、ローカル・クールジャパンに非常に大きな期待をしています。

日本酒という切り口からは、東北だけではなく、日本全国各地に蔵元は位置していますので、ゲートウェイである東京からいかに各地域にクールジャパンということにつながっていくかということに、大きな期待をしています。

もう一つは、食ということに関して、日本酒を海外で広めるのに、いかに認知度を高める基盤作りやアンバサダーのネットワーク化を図っていくかを念頭に置きながら今まで活動してきましたが、より広い官民共同のプラットフォームができれば、より効果的で大きな絵の中で日本酒のPRもできるのかな、クールジャパンとしての発信もできるのかなと思っています。

1つ、今後私が取り組もうとしていることをお話ししますと、在日本のサンマリノ共和国の大使の方は非常に日本好きの方で、その方と御縁をいただいた際に、サンマリノで日本酒のコンテストをやったらどうかという提案を受けました。このことを実現させるために、今年ミラノに行ったときにフィージビリティースタディーをしてこようと思うのです。

けれども、こういうところで言ったからにはやらなくてはいけなくなってくるかなと思うのですが、ぜひそこでも日本酒を切り口にしてクールジャパンの発信をしていきたい、そういう仕組みを作りたいと思っています。

以上です。

○梅澤委員 ありがとうございます。

楠本さん、お願いします。

○楠本委員 ありがとうございます。

国民運動という、あまり受けない言葉を使ってしまいましたけれども、要するに、非常にクリエイティブとか、クールというキーワードが、次の日本あるいは次の地球を引っ張っていく一つの大きな指針になって、格好よくクリエイティブであることが、新しい夢、未来に広がっていく、生活者一人一人の中にそれが宿っていくという中で、そういったクリエイティブ活動が経済や社会活動の推進に寄与していくことが最終目標だと思っています。

そういう意味においては、食の分野は非常に裾野が広いので、1日3食、海外の方も日本人もみんな召し上がる。この食の分野の裾野を広げていくための活動をぜひしていきたいと思います。

日本食は、今やカレーのうどんがあったりとか、ハンバーグがあったりとか、あるいは、バームクーヘンとか、外来種が全て日本でもう一回再編集されている。そういう意味においては、おそらく八百万の国である日本の多様性が、世界と溶け合っていく、一つのプラットフォームに本当になるのではないかと考えています。先ほど中川さん、大石さんもおっしゃっていましたが、ほかの分野の方々とぜひ連携をして、日本のファン作り、日本のライフスタイルのOSを作っていくという発想で、地球に広がっていくような活動をしていきたいと思っています。

11月に私たちもイベントをやりますので、ぜひ御一緒にできればと思います。

○梅澤委員 ありがとうございます。

亀井さん、お願いします。

○亀井委員 最初に感想なのですが、クールジャパンという名のもとに集まって、初めて参加させていただいて、やはり幅広いなど。こっちはアニメの話をして、こっちは地域の話をして、食の話をしているというところで、いろいろと考えて、一番最初のイベントのときに山口大臣がお話しされた、波及効果を狙うということがあって、その波及効果というところの中で、みんなが一緒にできたらいいというところがあるのかなと思って、今回、ずっと参加させていただいていました。

我々が今やっているTokyo Otaku Modeというところでいいますと、「オタク文化で世界をハッピーに」というビジョンのもとに会社を運営しているのですが、我々Tokyo Otaku Modeの決意としては、日本のコンテンツを海外に情報発信して、そのコネ、ゲートウェイとなって、それだけではなくて、稼ぐというところまで持っていきたいと思っています。

います。

今回はこういう場所がなければお会いしなかった方々も多いので、この機会はずごく利用させていただいて、次につなげられたらと思っています。

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。

大石さん、お願いします。

○大石委員 大変勉強になりました。

亀井さんもおっしゃっているように、幅広いということと、非常にアカデミックな方がいっぱい参加されているので、私みたいな乱暴な人が通用するのかなとは思って、通用しているかどうかはわからないのですけれども、我々の音楽業界も私を初めとして乱暴者の集まりで、ここで資料に「音楽業界一体となった海外進出」を押し出すと書いてありますけれども、ここまで6回参加させていただいて、ここからまとめに入るという感覚だと思っています。

諸先輩方もいる業界ですし、うまくいけば、非常に街鳴りにもなりますし、人も集めることができる音楽ですけれども、一つ間違えとなかなか一丸とならない部分もありますので、私は音楽制作者連盟の理事長ではありますが、今後はこの6回の会議の結果を受けて、ちゃんと音楽業界を先輩も御一緒できる部分を広げていきたいと思しますので、ぜひよろしく願いいたします。

○梅澤委員 よろしくお願いします。

生駒さん、お願いします。

○生駒委員 ここ数年、クールジャパンの会議に参加させていただいて、実は私は人生が変わってしまったのです。今まで、パリ、ミラノで洋物かぶれだったのですけれども、すっかり日本ファンになりまして、今は日本の伝統工芸をファッションやアートとつなぐプロジェクトを続けておりまして、何と秋にはお店を自分で作ることになってしまいました。

このプランを見ておりまして、とにかく有言実行かなと。

願わくは、2年後、3年後に同じメンバーで、こうやって会議で集まって、どこまで進んだかということが話し合えたらいいかなと、そんなことを考えました。

もう一つは、海外の方の熱はずごく高いのです。クールジャパンに対して、斜めというか、いろいろな御発言がありました。私も感じておりまして、クールジャパンの見える化をもう少しできるといいかなと。国内の運動です。

クールジャパンの授業を子供たちにどうか。あるいは、クールジャパンの認定、こういうものがクールジャパンなのだということを見える化していく。クールジャパンアワードがあってもいいかもしれないし、先ほど申し上げました、クールジャパンの拠点ですとか、わかりやすいヘッドクォーターのようなものも、実際の場所があればいいかなと思っています。

私自身はずっと編集者でもありますので、クールジャパンバイブルなどを作りたいと、

この場で言ってしまったら作らざるを得ないのですが、そんなことを考えております。ぜひ実行していきたいと思います。

ありがとうございます。

○梅澤委員 ありがとうございます。

クラインさん、お願いします。

○アストリッド・クライン委員 初めてのクールジャパンなのですが、いろいろと意識を高められる場所で、みんなで同じページに載るような場所であることがとてもいいと思うのですが、こんなに意見がいっぱいあって、それを外に発信するには、もっとみんなにわかるように、全国でわかるように、せっかくクリエイティブにアピールするとか、せっかくクールなジャパンを見せたいのなら、もともとペチャクチャナイトで活動をしているのですが、もっと全国のクールなデザインとか、クリエイティブなデザインをアウトバウンドにもインバウンドのためにも使ったらよいのではないかと思うのです。

あとは、建築家として、一番最後の目的で、こんなに海外が憧れた日本のファッションとか、日本の工芸デザインとか、日本の車とか、アニメとか、コミック、漫画もあって、でも、日本はそういうミュージアムがないとか、それをデザインしたいとき、そういうコミッションがもらえるではないのですけれども、それは日本で必要だと思っています。

こんなにデザインの品質の高い国で、将来のためにも、若い世代のためにも、そういう文化は残るべきなのです。それが一つも日本にはないので、こちらをぜひ活動していきたいと思います。

よろしく願いいたします。

○梅澤委員 ありがとうございます。

太田さんと浜野さんにもお願いしたいのですけれども、その前に一民間委員として私も簡単に述べさせていただきます。

2つコミットメントしたいと思います。

1つ目、東京をもっとおもしろくクリエイティブにする活動を加速したいと思います。これは楠本さんにもずっと一緒にやっていただいていますし、あとは為末大さんとか、建築家の藤村さん、スプツニ子！、こんなメンバーで進めている「NeXTOKYO」というプロジェクトがあります。初回でも簡単に御紹介させていただきました。

これは、東京をもっとクリエイティブな街にする、東京の発信力を高めて、世界中からクリエイティブな才能が東京に集まってくるあるいはそれが観光のディステーションにもなる東京を作っていくという活動を、ぜひ2020を一つのきっかけにしてやって進めていきたいと思います。

もう一点は、私の本業は経営コンサルタントなので、大企業にどうやってデザインあるいはクリエイティブというマインドを注入していくかということに、本気でトライをしたいと思います。

その一つのきっかけでこの分科会でも議論させていただいたデザインラボですし、そ

れだけではなくて、企業にチーフデザインオフィサーのようなロールをつくっていくとか、あるいは、デザイン視点でイノベーションを起こすような仕掛けを企業と一緒に作っていくとか、こんなことに取り組んでいきたいと思っています。

では、浜野さん、お願いできますか。

○浜野委員 皆様とお話ししていて、100%の案を考えてから実行するというよりある程度の案として、考えたことをどんどんポジティブにスタートし、やってみようという姿勢に非常にエンカレッジされました。

JETROは海外と国内とのビジネスをつなぎ支援する役割ですが、そのヒントがたくさんあり、ぜひいろいろなところに参画させていただきたいと思います。現在、JETROでも外需を取り込んで地方の稼ぐ力を強化するという目標でいろいろと取り組んでおります。地方だと受け皿がなかったり、アイデアを持っている方、ネットワークも少ない場合もありますけれども、ここに官民のプラットフォームができて、皆様と御相談しながら、地方の方々ももっと実行できると思い、非常に勇気を持ちました。

○梅澤委員 では、太田さん、お願いします。

○太田委員 私たちの会社は、発足するときに社名を何にしようかというときに、クールジャパンは言うてはいけないのではないかという話もあったのですが、では、クールになりたいジャパン機構ということで、そうしました。

大事なことは、格好よくやるということだと思うのです。日本の情報を拠点から発信したって、あまり意味がないと思う。格好いい情報を格好よく発信する。この格好いいということにこだわらないと、とにかくださくやってもしょうがない。そこが一番大事だと私は思います。

それから、去年8月にボン・マルシェが全館クールジャパンのようなイベントをやりました。ものすごく格好よかったです。民間のお金です。外国のお金です。それが日本をやってくれた。ものすごくすばらしかった。

あれが日本にできるかという、今ではできないと思います。もっと格好いいことをやろうと思わないと、そういう人を使わないと、日本の材料を使って絶対にできっこない。そこが、我々がこれからみんなで学ばなければいけない、勉強しなければいけないことだと思います。

○梅澤委員 それでは、議事を副大臣にお返しいたします。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 ありがとうございます。

この後、一任をいただきたいのですが、いくつか私もコメントをさせていただくと、まず、委員の皆さんで自発的にコラボレーションをしていただけたらいいなと最初から思っていましたので、ぜひそれは進めてください。

さらに、具体的に民間の4つのモデルを示せてよかった。さらには、それをモニタリングし、新しいプロジェクトも組成する「官民連携プラットフォーム」を作るべきだということで、これを盛り込めてよかったと思っています。

御意見をいただいた部分で、夏野さんからいただいた公募云々については、ちょっとまたこちらで考えたいと思います。

田川さんからいただいた「官民連携プラットフォーム」自体にアートディレクターとか、クリエイティブディレクターを入れるべきだといったところは、具体的なイメージと具体的な人選を含めて、もしいただけたらと思います。

生駒さんがおっしゃっていたクールジャパンの窓口は、宿題で持って帰ります。

というのも、何でもかんでも内閣府でやるものですから、私の担当を見ていただければわかるとおり、大変なことになっているので、どこがどういう役割分担をするのか。ただ、必要だと思いますので、持ち帰りたいたと思っています。

それでは、今日はたくさんのお話をいただきましたが、かなり前進をしたと思っています。おおむね御了解をいただいたということで、座長である山口大臣に御一任を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。

(「異議なし」と声あり)

○平クールジャパン戦略担当副大臣 では、異議なしということで、御一任をいただきました。事務局にて、報告書に反映をさせていただきたいと思っております。

最後に、本会議の座長である山口大臣より会議を通じての御挨拶をお願いいたします。

○山口クールジャパン戦略担当大臣 ただいま、おおむね御了解をいただいたということで、本当にありがとうございました。

同時に、先ほどこのお話を聞く中でも、こういう戦略会議はよかったと。私もいろいろな会議に出席をしたり、政府には審議会とかはいろいろとあるのです。この会議は当初から西銘副大臣もこんなにおもしろいものはないということで、ずっと熱心に出てきていただいておりますし、私も本当に楽しく出席させていただきました。

とりわけ特に発信力のある皆さん方でありますので、今後、いろいろな場所でまた発信もしていただけるでしょうし、同時に、それぞれがお互いにいろいろな立場を越えて、会っていただくこともありですが、私としては、これもお話しいただきましたように、要は実行だということなのです。

随時、同窓会的に、あるいは、できていないではないか、こらとお叱りをいただく場として、ぜひとも引き続き開催してさせていただきたい等々を考えております。

それと、いわゆる官民のプラットフォームなのですが、これは私もいろいろなお話を聞く中で、やはり拠点的なものは要るということを思っておりました。

ただ、これを官がやると全くおもしろくないのです。いわゆる文化振興などでよく議論が出るのですが、官が出しゃばって、官が箱物を作ってというと、そこで終わりです。全然面白くない。

やはり官民相まって、民の皆さん方が主体となって元気にやっていただくことが一番大事だと思うので、官民共通のプラットフォームは、またしっかり御相談をさせていただきながら、ちゃんとしたものを作っていきたいと考えております。

中村委員を初め、それぞれいろいろなお考えで動きが始まるわけで、そこら辺もあわせて参考にさせていただきながら、あるいは、一緒にやれる部分は一緒にやっていきたいということで、まさにクールでなくではいかぬというお話も太田さんからありました。格好よく、楽しく、結果として、日本が本当にすばらしくなるようにということでやらせていただければと思っております。

改めて、皆さん方の御尽力に、そして、言いたい放題に心から感謝を申し上げて、御挨拶とさせていただきます。本当にありがとうございました。

○平クールジャパン戦略担当副大臣 大臣、ありがとうございました。

本日をもちまして、本年1月より6回にわたって開催をしまいりました本会議を終了させていただきます。

有識者の皆様、また、各省庁の皆様、多大なる御協力をいただきました。ありがとうございました。