

クールジャパン推進会議（第3回）出席者

平成25年4月30日

16:00～17:00

於：合同庁舎4号館11階第1特別会議室

- 稲田 朋美 クールジャパン戦略担当大臣
- 寺田 稔 内閣府副大臣（クールジャパン戦略担当）
- 加治屋 義人 農林水産副大臣
- 山際 大志郎 内閣府大臣政務官（クールジャパン戦略担当）
- 城内 実 外務大臣政務官
- 竹内 譲 財務大臣政務官
- 丹羽 秀樹 文部科学大臣政務官
- 坂井 学 国土交通大臣政務官
- 吉崎 正弘 総務省情報流通行政局長
- 永塚 誠一 経済産業省商務情報政策局長
- 秋元 康 作詞家、プロデューサー
- 角川 歴彦 (株)角川グループホールディングス取締役会長
- 金 美齢 評論家、学校法人J E T日本語学校理事長
- コシノ ジュンコ デザイナー
- 佐竹 力総 (一社)日本フードサービス協会理事、(株)美濃吉代表取締役社長
- 千 宗室 茶道裏千家家元
- 依田 巽 ギャガ(株)代表取締役会長兼社長CEO、
(一社)日本経済団体連合会産業問題委員会エンターテインメント・コンテンツ産業部会長
- 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

<事務局>

- 内山 俊一 知的財産戦略推進事務局長

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ただいまから「クールジャパン推進会議」の第3回会合を開催させていただきます。

本日は、御多忙のところを御参集いただき、まことにありがとうございます。なお、本日は、千議員は都合により急遽御欠席との御連絡をいただいております。

まず、開催に先立ちまして、私から一言御挨拶をさせていただきます。

推進会議もきょうで3回目を迎えます。1回目は、本当に各界を代表する委員の皆さん方から、日本のクールとは何かというようなお話をいただきました。また前回は、非常に具体的なさまざまな提言をいただきまして、例えば日本のスイーツは世界一である。そして、日本の日本酒を初めとする國酒などももっと発信していこう。また、ファッションとおいしいというのを一緒にやっっていこうとかさまざまな御提言をいただきましたし、日本の伝統文化に根づいたおもてなしというものも世界に発信していこうということを言っていただきました。

また、きょうは中村先生がお見えですけれども、ポップカルチャー分科会も今まで2回開催いたしまして、私も前回行ってまいりましたけれども、非常に新鮮な切り口で活発な議論がなされておりましたし、またクリエイターの皆さん方の環境を改善しなければいけないという話も伺わせていただきました。

伝統とポップカルチャー、私の政治信条は伝統と創造なので似ているのですけれども、そういった話や、私を模してつくったあめ細工などもいただきまして、非常に幅広いなと思っております。そういったさまざまな御提言をきょうは議員の皆様方から後ほど提言をいただきますが、7人の侍の皆さん方の提言をぜひ危機突破内閣のクールジャパンの発信につなげていきたいし、またアクションプランにもつなげていきたいと思っておりますので、きょうも忌憚のない建設的な活発な御意見をどうぞよろしくお願いいたします。

それでは、議事を進めていきたいと思えます。

まず、ポップカルチャーに関する分科会について、今月9日に第1回会合が、そして25日に第2回会合が開かれました。私も第2回会合に出席いたしましたが、各委員から斬新なアイデアが提案され、大変活気ある議論が行われておりました。その会合の取りまとめについて、分科会の議長の中村伊知哉様から報告していただきたいと思えます。どうぞよろしくお願いいたします。

○中村氏 ポップカルチャー分科会を担当いたしました、慶應義塾大学の中村伊知哉と申します。よろしくお願いいたします。

今お話がありましたように、ポップカルチャーの分科会、2回議論をいたしました。ポップカルチャー、すなわち漫画、アニメ、ゲーム、あるいはポップミュージックやかわいいファッションのような現代流行文化が世界に認められているわけですが、さらに海外への発信を強める策をとということで、資料1「飛び出せ、日本ポップカルチャー」として方向性をまとめてみました。

キーワードは3つです。「参加」「融合」「育成」。言いかえますと、「みんなで」「つ

ながって」「そだてる」という方向にまとめてみたものです。

最初の「みんな」「参加」ということです。アニメもゲームも、あるいはファッションも支えているのは消費者やファンの愛情です。ですから、クリエイターだけではなくて、国内あるいは海外のファンみんなの力を生かしたい。そこでネットで多言語発信をしたり、イベントを開いたり、特区あるいは「聖地」を形づくっていくような、みんなが参加して情報を発信していく仕組みをつくっていかうということです。政府主導というよりも「みんな」と締めました。

次に「つながって」「融合」です。歴史、風土、精神文化、ものづくりの技術、そうしたものの全てを「融合」させていく、総合力を発揮するということです。世界に受け入れられるポップカルチャーには、海外への先導役を果たしていただくと同時に、食、観光などの産業あるいは伝統芸術とも「つながって」、日本の総合力を発揮してもらいたい。

3つ目に「そだてる」「育成」です。人財を「育成」しよう。

2つあります。トップを引き上げるといふことと、ボトムを豊かにしていくといふことです。一流のクリエイターやプロデューサーを育てるとともに、子供のポップな創造力や表現力を育むように、誰もがアニメをつくれるように、あるいは曲がつくれるようにといふことをするための制作環境や教育基盤を整えようといふことにいたしました。

こうした柱のもとに具体的なアクションが考えられるわけですが、ここには書きませんでしたけれども、いろんなアイデアが出されました。例えば配信サイトやファンサイトに多言語の翻訳をつけていくこととか、キャラクターの国際人気投票を実施して、上位のキャラクターにネット上でキャンペーンを張ってもらうとか、海外向けのテレビチャンネルですとかネット配信環境を整備するとか、食、観光と組み合わせた特区をつくること。教育で言いますと、内外の大学にポップカルチャー講座をつくってはどうかとか、子供向けのワークショップやデジタル教材を開発していくのがいいのではないかといいことが挙げられました。

この会議及び政府の皆さんには、そうした具体的なアクションプランへの落とし込みと実行をお願いしたいと思っております。また、同時並行で、これも私が担当して会長を務めています知財本部、コンテンツ調査会でも著作権や海外海賊版の対策のようなコンテンツを活性化するための制度面などの対策に力を入れておりますので、それらも合わせて日本のソフトパワーを発揮できるようにしたいと思っております。

以上でございます。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ありがとうございます。

事務局からただいまの分科会の取りまとめなどについて、補足する点がありましたら御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 まず、資料の確認でございますけれども、本日お手元に資料1、これは先ほど分科会の中村議長から御説明のありました分科会の提言でございます。また、参考資料1～4をお配りさせていただいております。御確認ください。

参考資料1と2につきましては、本推進会議におきます第1回、第2回の主な発言をまとめたものでございます。参考資料3と4につきましては、先ほど御説明のありましたポップカルチャー分科会の第1回、第2回の主な各委員の御発言をまとめたものでございます。

以上でございます。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ありがとうございます。

それでは、中村議長の報告及び事務局の説明を踏まえ、10～15分程度、自由に意見交換をしていただければと思います。御意見のある方は挙手をお願いいたします。ポップカルチャーだけではなくても、様々なことを踏まえて全般的な意見交換ですので、中村議長からポップカルチャーの話がございましたが、それも踏まえながら、いろんな観点から自由に御議論いただけたらと思います。

では、金先生、どうぞ。

○金議員 私はずっと同じことを言っているのですけれども、切り口としてはいろんな切り口がある。今、中村座長からポップカルチャーの話が出たけれども、私はポップカルチャーなるものは全然興味がなくて全くわからないのですが、スイーツの話をするとう全部の人が楽しそうだということで、誰もが乗りがよいのです。ですから、私、スイーツの話を提案して、こういう話があるのよと、こういうことを言っているのよと、大体とても乗りがよくて、皆さんからいろんな情報をいただくのですけれども、まず民間のほうがもう既に動いているのだということで、きょうお配りしたスイーツマリアージュというイベントがもう既に福岡で1回目をやって、今度3日と4日に椿山荘で2回目をやるということで、主催者がわざわざ説明に来たのです。

また、実は知り合いの知り合いが、既にインドのニューデリーの近辺にある20年かかってでき上がった新しいグルガオンというところらしいのですけれども、そこで第1号のTokyo Style Sweetsというお店を出したということなのです。それをわざわざ説明に来てくれまして私はいろんな話を聞いたのですけれども、お礼の手紙を紹介します。

「海外に行きますと、なぜ金さんが日本のスイーツを海外に発信しようとしておられるのかがよくわかります。スイーツを通じて和のおもてなし文化を発信するというお考えは私の事業にも当てはまります。」こういうように民間が実は既に動いているのです。

このたび安倍総理がロシアに行って、まず自分のことをトップセールスだとおっしゃった。トップセールスは、このクールジャパンもある意味では国を挙げて日本を売り出そうということなのですけれども、既にこれだけ民間が先に動いている。みんな何がいかということとはわかっていて既に動いている。では、国の行事として何ができるのか。やはりスケールメリットだろうと。つまり、民間がもう既に動いているけれども、私が知っているその人は、まだ少々赤字なのだと、この次、ニューデリーのショッピングモールでもう少し規模を大きくしてやると絶対に有望だという話をしていました。

では、私たち、これだけ集まっていろんなことをやっていてアクションプランをつくる

ときに何を中心にするかという、やはりスケールメリットがないことには、もう既にみんな動いているところを私たちがわざわざ出ていく。みんながこうやって会議をやってこれだけの人間が顔を合わせて、繰り返し繰り返しわけのわからない合同庁舎へ入ってきて、実にうるさい関門を経て入ってきてやっているというのは何がメリットかという、スケールが大きくなければ意味がないとまず思う。

やはりスピーディーにやらないと、今までの役所仕事みたいに繰り返し繰り返し全員にこれだけのたくさんの偉い人がいて全部根回しをやらなければならないということで全然動かないということが今まで多々あったわけだから、それはぜひやめてほしい。だから、スピーディーに、そしてスイートな、スイートという意味は今のスイーツのスイートではなくて、日本人の優しさというか、おもてなしの心であるとかという。だから、スピーディーにスイートなストーリーをつくってほしい。これが私の結論です。それでまずスケールメリットが絶対必要だということです。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 わかりました。

依田先生、お願いします。

○依田議員 資料1と参考資料3について述べたいと思っています。

中村議長の先ほどの御説明、非常にわかりやすかったのですが、資料1では「参加」「融合」「育成」というサイクルを述べられています。これは国内的にも海外的にも同じ形で同期する必要があると思っています。したがって、海外での「参加」「融合」「育成」を行うためにはコミュニケーション能力が非常に大事であろうということが1点です。

参考資料3によりますと、中村議長の御自身の提案としてということで、まず日本のアーティストやファンのサイトに多言語翻訳を行うことが考えられる。あるいはその次の2番目のポツですけれども、日本のポップカルチャー講座を海外で開設できないか。この辺を総合しますと、前回、1回目、2回目の当推進会議では出なかったような気がするのですけれども、やはり日本人が持つ言語バリアをどういうふうに解決するかということが提起されているのではないかと思います。

もちろん、英語が第1外国語であるとするれば、第2外国語をきちんと習得できるような普通の学校教育から始まって専門学校等を含めまして、そういう言語のバリアをクリアするということが非常に大事だと思っています。そういう意味では、中村議長の提言、非常に参考になったと思います。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ありがとうございます。

ほかに。

コシノ先生、お願いします。

○コシノ議員 私の提言はもう以前にも言って、後でまたあれなのですけれども、日本のこういった提言をPRというのは大変難しいのと、日本人は下手かなと思うのです。どんなPRをしたら世界に行きわたるのかという。日本に来てくださいと、来ると一番わかりやすいのです。その前にメッセージがすごく大きいかなと思います。

日本が一番世界で多いのはデパートです。デパートの数は日本が世界で一番大きいと思うのです。フランス、パリだったら2軒とか。だから、デパートの発信というのはすごく大きいかなと思います。世界のデパート協会というつながりはすぐにでもできると思うので、世界のウインドウディスプレイを日本のイメージにするというような作戦はどうかしらと思っている。最初にお話ししたように美味しいというように、時間がかかるので、まず目で見れば百聞は一見にしかず、目で訴えるということが一番美しいという、それをどんなふうに日本を表現するのか。ウインドウディスプレイが一番夜中でもどこでもとにかく世界中見られるし、デパートの中に入っていかななくてもディスプレイというのは美しく、そのコンテストではないですけれども、競ってやるというぐらいに世界を日本ブームにするというようなPRはどうかしらと思いました。

PRが下手といいますか、言語のこともありますし、日本語をどういうふうに理解していかかわからないということも当然あるのですけれども、言葉以前に目というのがすごく大切かな。それをいかにコンテンポラリーなファッションブルな格好いいクールなジャパンということを表現するためには、いろいろ研究しなければいけないのですけれども、デパート協会とか、ああいう世界中のそういったつながりを利用してやるのはいかがかしらと思います。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ありがとうございます。

佐竹先生、どうぞ。

○佐竹議員 現在、日本食のユネスコ無形文化遺産に登録が進められているわけですが、登録の暁には、当然ヘルシーな日本食がさらに世界に普及するのが確実で、それをしっかり次の時代に伝えていくことを大いに期待するところであります。ただ、現実的には海外におきまして約5万店以上の日本レストランがありますけれども、その95%は外国人が経営しているという事実です。それをまず認識していただきたいと思います。さて、日本の食文化に関する知識や技術を正しく伝承する上で、官民挙げて多様な取り組みを推進してゆくために、今後なすべきことは何か。今一度、次なる4点について、繰り返して申し述べたいと思います。まず1つ目は

食文化というのは非常に多種多様でございますので、間口の広さとか奥行きを深さを意識した上で急がなければならないものと、じっくり腰を据えて取り組むべきことを区分けして、短期と中長期に分けて戦略を立てること。

2つ目は、推進するにあたってスピード感を重視すること。すなわち日本の食文化を速やかに普及発展させるためには、必要に応じて、一定期間で日本から輸出する食材のほか、現地でも調達する食材を組み合わせるステップアップ期間が必要であること。3つ目は、諸国の富裕層を満足させる高級路線と同時に、広く一般市民にも受けられる大衆路線です。これらを並行して2つ戦略を構築すること。あとひとつは、日本食文化を正しく世界に伝える人材を我々関係者が力を合わせて育成すること。以上の4つであります。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ありがとうございます。

角川議員、お願いします。

○角川議員 クールジャパンでも一番難しい問題が人材育成だと思うのです。人材育成は昔から言われているのですけれども、ではプロジェクトが終わったときにどんなふうになったのだろうという検証が難しいというので、いつもまた人材育成ということが出てくるわけです。

私は、東京国際映画祭を国が支援してほしいということを知財本部で申し上げて、知財本部の推進計画の中で東京国際映画祭を支援するという項目が入ってもう10年になりました。東京国際映画祭、これは依田さんもチェアマンをされたのですが、この10年の間に東京国際映画祭として日本映画の振興という点で非常に大きな役に立ったわけです。私が本当に評価したいのは、東京国際映画祭をすることを通して、イベントを現場で推進していく人間が人材だと思うのですけれども、非常に成功したと思っているのです。非常に若い人に東京国際映画祭、10日のイベントをやり終えるという力が増えてきたと思っているのです。

前回はアジアで専門学校あるいは大学でクールジャパンというカリキュラムをつくって、それを実行していこうということを提案いたしましたけれども、人材育成という点では、やはり専門学校あるいは大学をつくるということは人材育成の基本ですから、これが本当は遠回りだけれどもに早いのだと、あるいは一番確実なのだと思うのです。この人材育成ということを経国を挙げて支援していく。もちろん、民間が動かないといけないわけですが、民間が動くことにきちっとバックアップするというのが、クールジャパンが立ち枯れないように、私は非常に危機感を持っているわけですが、既にゲームなども、日本が誇るゲームと言いますが、既にゲームの分野では世界のベスト10という中に日本のコンテンツ、ゲームがゲームのランキングに1本も入っていないということが非常に多くなっているのです。既にそうやってゲームなどもそういう立ち枯れ現象が見えてきています。ですから、そういう面では、御存じのとおりアニメも決して制作現場では豊かな十分に報酬を払えるという環境にないわけですが、そういうことを含めて人材育成をしていくということで、目に見える形にしたいということを経国に提案したいと思いません。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ありがとうございます。

その他いかがでしょうか。

副大臣、お願いします。

○寺田内閣府副大臣（クールジャパン戦略担当） 中村先生、非常にいいまとめをもらったと思います。中期、長期、短期に分けて、かつ、それぞれのエレメントごとにファンサイトの構築、ワークショップ、人材育成、特にアニメ分野の人材育成については大変貴重な意見も出ました。やはり国内と海外でそうしたものを一気に強力に発信するため、ジャパンストリートを国内、海外につくって、そこでももちろんスイーツも展示をする、お酒も売る、食の場もつくる。あるいは映画の共同制作支援を強力にジャパンストリートで

展開して、やはりロンドン、パリ、ニューヨーク、そして我が国内にもそうした場をつくるのが大いに振興となると思うわけですが、それをやるためには先立つものが要るわけでありまして、きょうは経産省の政務三役はおられません、経産省のほうでもし考えられている施策等ありましたら、お願いいたします。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 経産省、もし今何かありましたら。

○永塚商務情報政策局長 今、御指摘いただきました、海外にジャパンストリートをつかって、そこに日本のコンテンツやさまざまなものを提供し、効果的に日本の魅力を発信するという考え方は私たちも非常に重要だと考えております。

このため、1つには、これまでも行っておりますけれども、海外に展開しようとする方を個々に支援するというのを続けていきたいと思っております。しかし、それだけでは規模感が十分とれないという制約がどうしてもございます。そこで民間の知見、能力を十分活用しながら支援するやり方として、リスクマネーを政府が供給し、そこに経営など民間の知見、ノウハウを合わせて提供していただくような仕組みを考えたい。ジャパンストリートであるとか、日本の商業施設が海外に出ていったときにコンテンツを乗せて発信していただく、そのような事業をリスクマネーを供給することを通じて応援していきたいと考えてございます。

このため具体的な制度設計といたしましては、海外需要開拓支援推進機構という組織を新たにつくりまして、今のような支援ができるような法案を現在国会に提案させていただいているところでございます。このようにリスクマネーを供給することを通じて、今、御指摘のようなことが可能になるのではないかと考えているところでございます。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ありがとうございます。

依田さん、どうぞ。

○依田議員 一言お願いしたいのは、第1年度という言い方をしますけれども、500億、これを10年続けたら5,000億という形で、単年度に終わらずに継続していただきたいと切に思います。

以上です。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 中村議長、何かありますか。

○中村氏 いいです。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 秋元さん、いかがですか。

○秋元議員 どういうやり方をするかということの1点にかかっていると思います。個人がコンテンツをつくる、何かを発信するというのを国がバックアップするだけでは勝てないと思います。個人でやって勝てるのだったらどこかで勝っているわけで、もう少しオールジャパン、みんなが固まりとなって力を合わせて戦っていかないと勝てないのではないかと思います。

ですから、今いろんなお話が出ました。サイトをつくろうとか、テレビをつくろうとか、そういうこともすごく大事だと思いますけれども、ポップカルチャーだけではなくて、例

えば先ほど大臣があめ細工を見せてくださいました。久しぶりに見て、「あめ細工、きれいだな」と思いました。このようなきっかけが必要なのです。このきっかけをつくらない限り、例えばあめ細工を作っている皆さんが一生懸命、お祭りとかいろいろなところでもう一回あめ細工を復興したいなと思ってもなかなかうまくいかない。どこかで誰かがあめ細工を使って、それこそアニメと一緒にあって、アニメのキャラクターをあめ細工と一緒につくって、それを映画館の売店で売ろうとか、そんな新しい交流がないと文化は育っていかないのではないかと思うのです。これが国と国を超える場合もありますし、さきほど人材という話が出ましたが、まさにそのとおりだと思います。そこで何が必要か。それは、そのプロデューサーです。

日本にはたくさんの優れたプロデューサーがいらっしゃるので、その人たちが例えばある人はあめ細工、ある人は文化のいろいろないい場所を紹介しよう、あるいはアニメかもしれない、スイーツかもしれない。それをどうやったら、より多くの方に知っていただけるか、外国の方に知っていただけるか、陣頭指揮をとる方が集まってそれをやっつけていかなないとだめだと思っています。

以上です。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ありがとうございます。

金先生、どうぞ。

○金議員 稲田大臣、あめになって食べられてしまうというのはどんな感じですか。私だったらちょっとあれなのですけれどもね。

でも、実はオールジャパンということで思い出したことがある。全員が力を合わせて。実は私、つい最近、稲田大臣の地元の福井県に行ってまいりました。そこの大野市というところで講演とシンポジウムをやったのですけれども、その後にいただいたいろいろなお土産だとか何とかの包装紙が全部統一されていた。つまり、大野市の主な店が商品を包装している包装紙が全部同じ。それは何かというと大野市の観光マップだった。それが全部統一されていたわけ。つまり、それぞれの包装紙が全然違うのではなくて、もらうものもらうもの、そんなにたくさんもらったわけではないけれども、宅急便で送ってきたうわべの紙も包装紙も全部その大野市の観光マップなのです。それにちょっと感動しました。

つまり、市を挙げて自分たちのブランドを売り出そうと、大野市を売り出そうとしていた。これがひいては今秋元さんがおっしゃったオールジャパンということにつながるのだという気がしたのです。さすが担当大臣の稲田さんの地元でございます。今思い出しましたのでつけ加えておきます。でも、あめにして食べられてしまうというのは私だったら抵抗感がありますね。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ありがとうございます。飾っておきたいと思います。

今、オールジャパンで固まりとして世界にクールジャパンを押し出していこうという大変力強い勇気づけられるお話をいろいろいただきましたが、きょうは民間議員の方々に、

実は色紙を今からお配りいたしまして、クールジャパンの推進の発信強化について提言とか思いを書いていただいて、その後に色紙に従って一人ずつ4分程度で、その言葉に込めた思いをぜひ紹介していただきたいと思います。

その後、色紙を私のほうで回収させていただいて、皆さん方の熱い提言として受けとめていきたいと思っていますので、よろしくお願いいたします。

では、お書きになっている間に城内政務官からお話がございます。

○城内外務大臣政務官 外務大臣政務官の城内でございます。

私は、きょうは若林政務官の代理で出席しておりますけれども、前回、角川会長より、安倍総理が東南アジア訪問で発表した3万人の若者を招聘するという計画について、無差別に招聘するのではなくて、おたくとか日本に関心を持っている人たちをちゃんと選んで招聘すべきではないかという大変建設的な御提案をいただきましたことに対しまして、外務省としての回答を述べさせていただきたいと思います。

確かに現在のアジア諸国では、日本のポップカルチャーの気持は大変高くて、私も行ってみたら本当にテレビとかで紹介されていてびっくりしましたけれども、これに関心を有する若者たちが訪日して、クールジャパンを含めた日本の強みや魅力、日本人の価値観への理解を深めることは大変有意義だと考えております。これはまさに安倍総理が先般発表しましたJENESYS2.0の目的にも合致するところでありまして、外務省としてもポップカルチャー分野に関心を有する青少年の招聘に積極的に取り組んでいくということにさせていただきます。

また、外務省では在外公館から報告のあります、海外の現地で行われるポップカルチャー等の文化関連イベントに関する情報を関係省庁とも共有しながら、そして連携を一層強化しながら、まさに先ほど出たようにオールジャパンで政府一丸となってクールジャパンの海外展開をしっかりとやるのが大事だという認識でございます。本当に御指摘ありがとうございました。これからしっかりとやらせていただきたいと思っています。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 どうぞ。

○坂井国土交通大臣政務官 この時間をおかりしまして、国交省からも観光を抱えているという立場で改めてお願いをさせていただきます。

先ほどからいろいろお話が出ておりまして、発信の方法としてテレビやインターネット等もあるという話や実際にイベントを出すということもありますが、逆に海外から来ていただいた方にこういった体験をしてもらって、それをそれぞれの母国に帰って、こういったいいものがあつた、すばらしいものがあつたという発信をしてもらおう。要は口コミも大事な分野の一つだと思っております。我々も今インバウンド1,000万人ということで鋭意取り組みを進めておりますので、このクールジャパンの推進と合わせていろいろと御協力いただいて、魅力を感じて来てもらおう。同時に、来てもらった方々に実際体験をしてもらって、それをまた口コミで広げてもらおうという観点からも、ぜひ御協力をお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 坂井政務官、ありがとうございます。

よろしいですか。皆様、書き終わりましたでしょうか。それでは、早速ですが、秋元議員のほうから色紙の紹介とお考えについて、コメントをよろしく願いいたします。

○秋元議員 私は日本の愛し方、日本の愛され方というのがクールジャパンのテーマではないかと思います。日本の愛し方というのは人それぞれです。ですから、ずっと何十年も、例えばようじをつくっている方でも、あるいは何か工芸品をつくっていらっしゃる方でも、日本を愛してつくっていらっしゃる、あるいは漫画を描いている方も日本を愛していらっしゃる。この国に生まれてよかったなという大好きな日本、その愛し方、それを今度はプロデューサーがこんな人がある、こんな作品があるというのをどれだけ外に伝えるか。これを両方兼ねるとなかなか難しいのです。

例えば画家がいます。画家という人たちがこれをどこに展示してどうやったらいいかということと考えたら、芸術家ではなくなってしまうのです。ですから、画家は絵だけを描いてほしい、本当にいいものだけを描いてほしい。つまり、日本の愛し方にも画家タイプと画商タイプがいるのだと。だから、クールジャパンもアニメをつくる、本当にいい作品をつくる方、音楽をつくる方、工芸品をつくる方、あるいは観光でもそうです。何もこびることなく、ずっとこの美しさだけ、この自然だけでいいのだ、ほかのこと、よけいなことしなくていいのだと、それを伝える誰かがいなければいけない。これが先ほど申し上げた、日本にはそういうことに本当にたけた方がいっぱいいらっしゃるので、そういう方々の力をかりて、どうやったらこのあめ細工がもっと世の中に広まるためには、例えばあめ細工があったよなと思い出していただくためにはどうしたらいいかということ、みんな得手不得手がありますから、それぞれの愛し方で日本をもう一回振り返ってみよう。

それから日本の愛され方、まさに観光です。どういうところが求められているのか。あるいは観光だけではなくてアニメもどういうものが、ほかのハリウッドのアニメーションとは違う日本のアニメなのかであるとか、日本の音楽、どこがほかの国とは違うのか、そういうことを考えながら、もっと日本というものを考えたら、オールジャパン、それぞれ声をかけてもらえれば幾らでも協力しますよ、私が協力しますよという方が本当にたくさんいらっしゃるの、そういう方たちの力をおかりして、日本を愛し愛される方法をみんな考えていくのがクールジャパンの役目だと思っております。

多分経営的なことは、角川議員や依田議員がもっとわかっていらっしゃると思うので、私はどういう形でこのクールジャパンがいい形になるかということを考えます。先ほど金先生がお話ししていたのは本当にいいと思うのです。もしかしたらクールジャパンで何かつくったものに必ずクールジャパンという何かロゴが入っていてどんどんふえてくるようなこともあるのかもしれませんが、あるいはそれが逆に邪魔になるのかもしれませんが、そういう考え方もあるのではないかと思います。

以上です。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ありがとうございます。

それでは、角川議員、お願いします。

○角川議員 私は前回と違うことを2つぐらい申し上げたいと思うのです。

今の若者たちをどういうふうに皆さん思っているかということですが、今、デジタルネイティブと若者たちを指して言います。つまり、情報機器を非常に器用に活用する人たちが生まれてきています。それがあと10年もたたずに日本経済の中核になってくるわけです。この若者たちという言葉はデジタルネイティブと置きかえると、先ほどの人材育成の話につながりますけれども、このデジタルネイティブに健全な仕事を与えていく、創作をする場を与えていく、それがまた就職につながっていくわけですが、そういうことが非常に重要だと思っています。

もう一つ申し上げたいのは、文部省が小中学校の教育現場にダンスを入れました。私はダンスを提案したのはどなたかなと実は興味があるのです。私の会社の現場から、ぜひダンスを事業化したいと、ダンスをする人たちも“おたく”だということです。おたくがダンスを引っ張っていくのではないかということで、角川もグループを挙げて、文部省が推進しようとしている教育現場における新しい方向、エデュケーションという方向をエンターテイメントとして受けとめて推進したらどうかと思っています。

もともとダンスはアメリカから来ている文化だと思うのですが、日本の沖縄の非常に特異な踊り、あるいは日本に全国に散っている踊り、そういうものをアメリカの文化と融合しながら、日本独特のダンスをつくって行ってそれを広めていくということ、これは必ず若者たちにおたく精神を發揮して面白い創造になっていくと思います。そういう既に行われているエデュケーションの場をエンターテイメントにしていくという視点があっただけではないかと思いました。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 なるほどと思いました。ありがとうございます。

金先生、いかがでしょうか。

○金議員 ここに書いたのは、クールジャパンの具体的なこれからこうやってほしいという提案なので、今、秋元議員の話聞いて、私は全然総論を言ったことがないということに気がつきまして、時間がないから総論は嫌でいきなり各論に入りますと最初に申し上げたのですが、実は日本人としての愛し方とか愛され方という問題を私は五十何年やってまいりました。

私、台湾生まれで、台湾人として留学生として日本にやってまいりまして、2009年に日本人になったわけです。つまり、日本の国籍を取ったわけで、だから、私が一番この中で、日本人とはどういうものであって、日本人としてどういうふうに愛されてどういうふうに愛しているか、自分が体験した例なのです。私はずっと長いこと、日本ほど日常生活が世界一すばらしい国はないのだと暮らしてきたし、そういう本を何冊も何冊も出しているのです。ところが、それを一番知らないのが日本人本人だということをずっと言い続けてきました。やっと少しずつそういう考えが変わりまして、例えば今回のクールジャパンとい

うのは、日本はどのような国で、どういうふうに愛してどういうふうに愛されるかというテーマが上がりましたけれども、実は一番日本のよさを知らないのは日本人本人なのです。外国に出て行って初めて日本はすばらしい国だなと思った日本人がどれだけいるかということなのです。

それから、どれだけの外国人がやってきて、日本はすばらしい国だなということに目覚めて帰っていったか。先ほど言葉の話が出ましたけれども、私はイギリスに行って、英語が産業になるということを英語の教師ですからわかっていましたけれども、でもその現場に行って目覚めたのは何かというと、私は日本語を広める仕事をするべきではないか。外国人として日本に来て、日本で勉強して日本で育って、日本のよさをこれだけ知っているのだからということ、25年前に日本語学校を立ち上げたのです。ですから、私は外国人に日本語を教えている仕事をずっと25年やってきた。これは日本語を勉強することを通じて日本のよさを知ってほしいという、日本人というのはどういうものか知ってほしい。実は既に25年やっているのです。だから、私は本人がある意味では日本というのはどのような国で、日本というのはどれだけすばらしくて、日本のすばらしさをわかってもらうためにはどうすればいいかということ、ある意味では日本に来て54年たちますが、54年がそのプロセスで毎日毎日がそういうことだったと思っています。

ですから、まず日本人自身が日本はすばらしい国だということを認めることから、外国の人に日本はすばらしいよということが伝えられるのだと思います。自分の国を愛してなくて日本のよさも全然わかっていない人間が日本はすばらしい国ですよと、クールジャパンなどととても言えることではないと思っています。だから、まず原点に戻ると、日本人自身に、日本人が日本はすばらしい国だということを認めることが出発点で、とてもある意味では難しい問題かなと思っています。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 大変本質的なお話をいただきましたが、色紙も説明していただけますか。

○金議員 これは先ほど申し上げましたので、クールジャパンのプロセスとして、アクションプランの参考になるようにしました。先ほど言いましたように、これだけ大勢の政治家も出てきていろんな役所の方も出てきていますけれども、もういいかげん今までの役所仕事をやめてほしいなという願いを込めてこれを書きました。まずスケールメリット。経産省の方々がいろいろわかったような話を言われましたけれども、それでは、今後クールジャパンの推進をするためにはスケールメリットをどうするのか、どれだけスピーディーにできるか、日本のよさをどれだけ伝達できるか、それが物語、ストーリーが大切だろうという、このプロセスが具体的な提案です。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ありがとうございます。

コシノ議員、いかがでしょうか。

○コシノ議員 最初からお話ししているように、私からの考えでファッション抜きにして今はないなと思っておりますので、一応ファッション流ということにしました。美味しい、

楽しい、手わざ日本。手わざというのは、日本の文化は何となると、やはり手の文化だと思います。手のぬくもり、手で何をするかという。手当てとか、全て日本というのは、この小さい手の中で何を考えるか、それを小さくつくって大きく表現するというのが昔からの一つの伝達というのか、日本のものだと。だから、日本流という、外国のものが日本に入ってきてても必ず日本のわざというもので日本流にしていくという感性を日本人は持っていると思います。

今から20～30年前なのですけれども、韓国の李御寧さんという文化大臣をされた方が『「縮み」志向の日本人』という本を出されましたね。金さんがおっしゃったように、外国人が日本を外から見ると日本のよさが丸見えというかよくわかって、日本人は余りにも身近で、本当にいいものも当たり前という感じでわからなくなってしまう。余りにも幸せばかりということもあると思うのですけれども、外から見ると本当に日本はすばらしいということを教えてくれたのが『「縮み」志向の日本人』で、昔読んで本当にそうだなと思っております。

そういう意味で、それを私なりに考えたのが、手わざという意味で、折り紙にしても、折るとか、たたむとか、重ねるとか、握る、おにぎりとかおすしにしても手わざですね。簡単なことですがけれども、大変日本のオリジナリティーがあると思います。あんなの簡単なのにアジアにもないという、日本から行ったものだと思うし、搾るというか、これはお酒だと思いますけれども、ここで一番わかりやすいのは、日本は清潔ですね。そういう意味でおしぼりという簡単なことですがけれども、世界にないオリジナルの清潔感だと思うのです。

それとすばらしいのはお弁当です。今、ニューヨークでお弁当がはやっているということですがけれども、お弁当文化というのもどんなケータリングよりもどんなお弁当よりも日本のお弁当ほどおいしいものはなくて、それも一つの凝縮の世界だと思います。お酒も最初に私はこういうチラシをお渡ししましたがけれども、一升瓶はものすごく大きくて、家には合わないし、冷蔵庫にも入らないし、お酒だと余り長持ちしないというのか、そういう意味で冷蔵庫に入れるもっと凝縮の世界にもう一度戻って、手酌ではないですがけれども、手の中で何ができるかという独特の日本の文化をもう一度改めて堂々と自慢のものにしていく必要があるのではないかと思います。

2年後にミラノサローネで食ということで大きなイベントをするようですがけれども、もう既にクールジャパンはあちこちで動いているわけです。ですから、そういうのもつながるわけです。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 つなげていきたいと思います。ありがとうございます。

佐竹議員、お願いします。

○佐竹議員 食に携わる者としてこのようなことを掲げました。まず四季をめぐる心です。その時その折、おもてなしの心・食材・技のハーモニー、それが食文化なのです。日本の

食文化こそ、世界に誇る成長エンジンということで掲げさせていただきました。

私も具体的に何か1つ今後日本の食文化を海外にどのように発信する視点があるということでも考えたのですが、「弁当文化」に注目しては如何でしょう。本当は我々食文化から言いますと、懐石料理を押し出すべきですが、非常に難解で、またこれは中長期的な目的であり課題です。京料理を皆さんに召し上がっていただいているのですが、元はと言いますと、40年前ごろ、各料理屋が弁当を売り出し、『an-an』『non-no』族、今60ぐらいの方がちょうど20歳ぐらいのときに、さあ京都に弁当を食べに行こうということで、そこでどんどん弁当を食べて今成熟社会になって懐石につながっているわけです。それをはたと思ひまして、弁当を1つのカルチャーとして売っていったらどうかと考えているわけです。弁当は御存じのように、和風弁当の代表格である幕の内弁当から、懐石料理の松花堂、また花見弁当、歌舞伎にありますいならずしとのり巻きの助六弁当とか、有名になりました一般のドカ弁、それに駅弁等、全ての分野で日本では弁当が親しまれています。海外でも今弁当ボックスとして有名になっていまして、我々は逆にストレートに「O-Bento」というキャッチフレーズで売り出したらどうかと考えているわけです。

お弁当は、細かく言うと世界の国では料理は冷めると非常に味が落ちるとされているわけですが、ジャポニカ米の御飯とか、調理した混ぜ御飯や押しずし、さらに各種の煮しめ料理など、弁当の中で冷めてもしっかりと風味が保たれるわけですし、つまり、必ずしも温めて賞味することを条件としないわけです。歴史的にも『古事記』にも干した飯ということで「乾飯(かれいひ)」と言うらしいですが、それが書いてありまして、16世紀に「弁えて(そなえて)用に当てる」ということで弁当になって、「弁当」という名称が定着しました。ですから、小さな箱の中に、海や山から集めた食材を多様な手法で調理し、季節感を踏まえた見た目にも美しく盛りつけるということでまさしく知恵の結集と言うべき弁当そのものが1つの世界をつくっていると言っても過言ではありません。弁当こそ世界に日本の食文化を発信する最適なツールであり、クールジャパンを推進するエンジンの一つにふさわしいシンボリックフーズと私は考えます。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ありがとうございます。

では、依田議員、お願いします。

○依田議員 具だくさんになっているのですが、ずっと申し上げているのは、クールジャパン立国宣言をしていただきたい。またクールジャパン基本法をつくって、バックボーンになる環境整備をしていただきたい。

クールジャパンとは何ぞやということなのですが、例えばローマ字で OISHII、KAWAII、KAKKOII、TANOSHII、YOUKOSO、OMOTENASHI、DENTOH、とか、たくさんあると思います。このクールジャパンを決してポップカルチャーのみならず、今まで討論されていましていろいろな日本のよさを満載したオールジャパン・ブランドの海外進出を図るのがアウトバウンド。そして、それをベースにして海外でジャパンプームをつくるという海外での展開。そのオールジャパン・ブランド、文化のすばらしさ、食品のすばらしさ、カルチャ

一のすばらしさ、日本にその本物を求めてくる訪日客の増加、すなわちインバウンドということで、これがサイクルになるということだと思っています。

そのために、このたび初めて J-LOP、これは日本のコンテンツのローカライゼーションあるいはプロモーションという切り口になりましたけれども、155 億円の経済産業省、総務省の予算が出てまいりました。これは既に運用が始まっておりまして、いろいろ申し込みが来ております。また株式会社クール・ジャパン推進機構が誕生して、これには 500 億円の予算措置がなされるということで、トータル 655 億円、これは日本開闢以来初めてのことだと思っています。まだこれでも足りません。韓国に追いつくには、500 億掛ける 10 年で 5,000 億規模のリスクマネーが必要です。韓国は今までそのレベルの金額をかけてきているのです。また、最終的に大事なものは、人財、コミュニケーション能力、言語バリアのクリアだと思っています。

以上です。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ありがとうございます。

それでは、本日欠席になられました千議員からはコメントをいただいております。事務局から紹介をしてください。

○内山知的財産戦略推進事務局長 千宗室議員のコメントを読み上げます。

文化のやりとりからは直ちに利益を生じません。土を耕し、種をまき、出てきた芽に水をやり、気長に花が咲くのを待つ忍耐が欠かせません。この会議と提言が一過性のものでなく、しっかりと手渡されていてほしいと願います。

以上です。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ありがとうございます。

それでは、色紙をお持ちいただけますでしょうか。

(金議員から稲田クールジャパン戦略担当大臣へ色紙手交)

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 ありがとうございます。(拍手)

議員の皆様の色紙、しっかりと受けとめました。私はきょう、本当に皆さん方の提言を聞きながら、クールジャパンは日本人が日本を知ることでもあるのかなと思いました。きょう、いただいた皆さん方の提言、熱い思いをしっかりと受けとめて、次の会議までに私みずからクールジャパンの提言というか基本的な考え方を書きおろしたいと思っていますので、どうぞよろしく願いいたします。また、アクションプランについても、また次の推進会議の場で議論したいと思えます。

民間議員の先生方には申し訳ありませんが次にもう一回会議を開きたいと思えますので、どうぞよろしく願いいたします。

それでは、予定の時間が参りましたので「クールジャパン推進会議」の第3回の会合をここで閉会いたします。

次の推進会議の日程について、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 次回の推進会議でございます。これで最後になると思

いますけれども、5月下旬を目途に開催する予定でございますので、詳細はまた別途御連絡させていただきたいと思っております。よろしくお願いたします。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 それでは、これをもちまして本日の会議は閉会いたします。

本日は御多忙のところ、民間議員の皆さん、そして中村議長、どうもありがとうございました。