

クールジャパン推進会議（第4回）出席者

平成25年5月28日

17:15～18:00

於：合同庁舎4号館12階1208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）
- 伊達 忠一 内閣府副大臣（知的財産戦略担当）
- 柴山 昌彦 総務副大臣
- 小淵 優子 財務副大臣
- 谷川 弥一 文部科学副大臣
- 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）
- 若林 健太 外務大臣政務官
- 坂井 学 国土交通大臣政務官
- 中山 亨 経済産業省大臣官房審議官
- 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JET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
- 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

<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」第4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、御参集いただき誠にありがとうございます。

本日の出席者は、出席者一覧のとおりでございます。

まず、開会に先立ちまして、私から一言御挨拶申し上げます。

いよいよクールジャパン推進会議も区切りを迎えました。皆様方の御協力に、心より感謝いたします。

また、7人の侍である民間議員の皆様方からは、さまざまな機会に示唆に富んだお話もいただきましたし、また、心のこもった色紙もいただきました。きょうは関係各府省に検討していただいたアクションプラン、そして、私も自分の言葉で書いた基本的考え方『日本再発見。みんなの「いいね！日本」を世界へ。』をお示ししたいと思っております。

ただし、第1回会議で安倍総理がおっしゃったとおり、この会議で期待されているのはきれいな文章をまとめることではなくて、具体的な戦略を練り、そして、それを行動に移すことだと思っております。

私もきょうは若手デザイナーがデザインをしたワンピースと、コーディネートしてくれた網タイツ、福井特産のめがねや上着を着ておりまして、やはり自分自身が発信していこうと思っております。

今回の会議で取りまとめを行い、表やカレンダーにも記載されているプランを実行することで、様々なクールジャパンを世界に発信し、しっかりと結果を出してまいります。そして、経済的な成長へつなげていきたいと思っておりますので、どうぞよろしく願いいたします。

それでは、議事を進めていきたいと思っております。先ほどの御挨拶で申し上げましたが、議長私案としてこれからのクールジャパン戦略に関する基本的考え方を私から説明いたします。また、事務局からクールジャパン推進会議の議論の経過及び関係府省で検討したアクションプランについて説明させていただきます。その後、民間議員の方々及び関係各府省の方々の意見交換をさせていただければと思っております。

まずは私から基本的考え方について、説明をさせていただきます。

お手元にクールジャパン戦略についての基本的な考え方という紙をお配りいたしております。これは皆様方からいただいたさまざまな提言やら色紙などをもとに、私のほうで自分の言葉でまとめてみました。

クールジャパンは従来アニメとかゲームなど、若者向けのポップカルチャー中心と思われがちですけれども、今回、最初は私も一体日本のかっこよさとか、素敵さって一体何なのかなと思いつつながら参加をしておりましたが、皆さん方のお話を聞きながら、世界が評価しているのは本当に日本的な、私たちの日常の中にたくさんあるクール、例えばスイーツですとか、おもてなしの心ですとか、そういったクールジャパンの種というのはいっぱい眠っていて、それを発見して、発信していく社会運動、ムーブメント、国民運動がクール

ジャパンなのではないかと私は思っております。そういう意味で、それぞれがクールジャパン大使であって、そしてオールジャパンでクールジャパンを発信していきたいと思っております。

また、私の政治信条である伝統と創造もそうなのですが、受け継ぎながらも新しいものを発見し、つくっていくという人材の育成も必要なのではないかと思っております。

先ほども申しましたように、きれいな言葉でまとめるよりも、さまざまな機会で行動にして、ムーブメントとしてのクールジャパンで、もう一度日本を世界で勝つ、日本に再チャレンジをしていきたいと思っております。国民一人一人の運動として「いいね！日本」を世界に広めていきたいと思っております。

続きまして、これまでの議論の経過及びアクションプランについて、事務局から説明をよろしくお願いいたします。

○内山知的財産戦略推進事務局長 まずお手元の資料を確認いただければと思います。

配付資料として、クールジャパン推進会議取りまとめ（案）をお配りしております。

それ以外に3点、日本産酒類の輸出促進連絡会議からの配付資料、依田議員からの配付資料、さらにコシノ議員からの配付資料をお配りしております。

それでは、クールジャパン推進会議取りまとめ（案）1ページ目の目次をごらんいただきたいと思っております。

先ほど稲田大臣から、基本的な考え方の御説明がございました。

その後、議論の経過が3ページ目がございます。3つ目の○にございますように、第3回の会議ではそれまでの議論を踏まえまして、民間議員7人の方からの御提言、これは別紙1という形で4～10ページに掲げてございます。

さらに別紙2でポップカルチャー分科会提言。これは11ページ目がございます。

本日の第4回の会議におきましては、第3回会議での提言を受けて、先ほど大臣から説明しました基本的な考え方、そしてこれから説明いたしますアクションプランの取りまとめ、こういう議論の経過でございます。

12ページ目のアクションプランをごらんいただきたいのでございますけれども、冒頭このアクションプランにつきまして、その位置づけでございますが、先ほど大臣の説明した基本的考え方のキーワードをもとにして、これまでの推進会議、分科会の提案を踏まえてアクションプランとして取りまとめたということで、この7つのキーワード。ちょっと大臣の文章に戻って1ページ目をごらんいただきたいと思っております。

1ページ目2つ目のパラグラフの一番下のほうに「ストーリーに溢れたクールジャパンの種」という言葉。次のパラグラフの2行目に「私たちみんなが」。そのページの下から2行目に「きっかけづくり」とございます。

2ページ目をごらんください。一番上のパラグラフの冒頭に「世界を魅了し、愛される」。そのパラグラフの2つ目、下から2行目でございます「一緒に世界に出ていけるようトータルコーディネートする」。2つ目のパラグラフの下から3行目「『人財』を育成する」

というキーワード。こういった7つのキーワードをもとに、アクションプランを取りまとめてみたものでございます。

12ページ、まず「トータルコーディネート」「一緒に」についてでございます。

①アクションプランにつきましては、日本の食文化の発信イベントを海外で順次行う。その際、食材の発信やスイーツなどの活用にも配慮する。また、食、日本産酒類、ファッション、ものづくり、コンテンツといったものの連携を検討し、トータルコーディネートも含めた日本ブランドの効果的な発信を模索してきた。

②伝統文化、ポップカルチャーとの融合を含めた日本発の芸術作品を海外に発信すること。

③に、平成24年度補正予算を活用したローカライズ、プロモーション等によるクールジャパンの発信、そしてクールジャパン推進機構による日本企業海外展開支援、これらを効果的に行い、インバウンドの推進につなげるサイクルを実現すること。

④に、食、観光資源などの情報を放送やネットを通じて海外に発信し、地域活性化の取り組みやポップカルチャーの映像コンテンツの発信を支援すること。

⑤に、外国の要人・著名人の働きかけなどを通じて、日本産酒類の魅力を日本産農林水産物・食品とあわせて発信をしていく。

次に「きっかけ」のキーワードでございますけれども、13ページ目でございます。

⑥にございますように「かわいい」「おいしい」「カンパイ」などの外国人にとって魅力的な日本語の発掘を進めるとともに、それらを上手に活用してクールジャパンを知るきっかけを世界に発信すること。

⑦に総理、ファーストレディ、クールジャパン担当大臣などが率先して日本ブランドを発信すること。

次の「みんなで」というキーワードでございますけれども、⑧でございます。政府が丸となってクールジャパンの推進、発信への国民の広範な参加を促す。例えば総理がクールジャパン立国宣言を行うことなど。

⑨でございます。ポップカルチャーを代表するキャラクターについて国際的インターネット投票を実施し、上位キャラクターによるキャンペーンの実施。

⑩、次世代を担う子供や若者が外国のアーティストなどとの交流により、外国人の目から見た我が国の魅力を認識できるようにすること。

次のキーワードは「愛され方」でございます。

⑪インバウンドの推進に際しては、おもてなしなど各地のストーリーを強調した魅力を発信する。クールジャパン戦略とビジット・ジャパン事業とを効果的に連携させること。

⑫、在外公館などの積極的な活用を図ることで、日本文化・価値に対する理解、好感度を高め、外国人の手によるクールジャパンの再発信へとつなげていくこと。

14ページは「ストーリー」の項目でございます。

⑬、国宝、重要文化財の呼称を含めた検討のほか、世界文化遺産を目指すものについて

「日本遺産（仮称）」として位置づけるなど、インバウンドを推進するためのストーリーが各地域においてつくられるようにしていること。

「育てる」については⑭の項目でございますが、アジアを中心に例えばアーティストを講師として派遣するなど、学校などを通じた人財育成を展開する。また、クールジャパンを学ぶ若者支援のために、日本文化ファンの若者を日本に招聘すること。

⑮、クールジャパン発信イベントを世界で定期的に実施されるよう支援をしていくこと。

⑯、食の伝道師の育成。

⑰、茶道の披露の場を設けることなど、伝統文化から芸術文化まで総合的に日本文化、産品を集めて発信、支援をすること。

⑱、ポップカルチャーのクリエイターの励みとなるように顕彰事業の充実を図ること。

⑲、優秀なプロデューサーや若手クリエイターに海外での研修、海外での交流などを通じて育成支援を行うこと。

こういったアクションプランにつきまして、それを具体的な実施に当たって実施カレンダーに落とし込んでおります。それが次の別紙3でございます。別紙3をごらんください。

先ほど申しあげましたアクションプランの具体的な実施を時系列に国内、例えば第5回のアフリカ開発会議TICADにおきまして、クールジャパン担当大臣がみずから発信を行う。あるいは初めてクールジャパンをテーマとした企画展示を行って、幅広い分野で連携した発信を行う。こういった赤字の部分につきましては、本会議の民間議員の皆様方からの御提言を反映したものになってございます。

これ以外にも例えば右の頭でございます、ポーランドにおきまして日本の食文化の発信を中心に、トータルコーディネートした日本ブランドの発信を行うことであったり、7月の項目でJapan Expo、フランスでございますけれども、ビジット・ジャパンブースの出店の中で、現地青年層を初めとした日本文化・ポップカルチャー関心層をターゲットとして、訪日旅行の魅力をPRしていくこと等々、こういった具体的な実施につきましては、このカレンダーに落とし込みをいたしております。これ以外にもまだ反映し切れていないイベントあるいはプログラムがございます。これらにつきましては定期的にこのカレンダーのアップデートの際に、適宜反映をしていきたいと考えてございます。

18ページ目に、この時系列とは別に通年という中に、例えばJENESYS2.0で3万人の招聘計画ということで、クールジャパンのファンの若者の招聘事業であったり、あるいは6月以降、国際共同製作の支援を受けた放送コンテンツを各地域で放送コンテンツを各地域で放送予定。こういった通年で取り組むものについても記載をしております。

説明は以上でございます。

○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。

民間議員の皆さん方からいただいたさまざまな提言やらキーワードにアクションプランを落とし込んで、それをカレンダーにしてみました。いかにクールジャパンを発信する機会が多いかということ、このカレンダーを見て私も非常に驚きました。こういった機会

を通じて、ぜひクールジャパンを発信していきたいと思っております。

今の私の報告及び事務局の説明を踏まえて、何か御意見がございましたら自由に意見交換をしていただければと思います。意見のある方は挙手をお願いいたします。

○依田議員 依田でございます。

いまだかつて、こういうすばらしいアクションプランを私は見たことがございません。本当にこれができたら大変なことになると思うのです。これは国をあげて政財界みんなで盛り上げていくということです。具体的に食の伝道師という言葉が最近使われていますが、実は私もカンヌには25年行っておりますが、いまだかつてお目にかかったことがないのは正統な日本食レストランです。今、日本食のレストランはカンヌには1軒もありません。長年やっていたFUJIという日本食レストランが店じまいをして、韓国人が寿司と称してブルコギと一緒に提供しています。

世界の著名人が集まる、非常に話題性のあるカンヌでさえ、日本の食文化を発信する場所がないということで、今後具体的に経済合理性、商業性のバランスをとりながら、どのように進出していくのが推進機構の大事なポイントだろうと思っております。どこの国に行っても絶対にあるのは中華料理店で、なかなか見つからないのが日本料理店で、まったく見つからないのがカンヌです。カンヌを例にとって申し上げましたが、ぜひこのアクションプランが名実ともに一般企業にとっても、インセンティブになるようなサポートをお願いしたいと思っております。

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。

○加治屋農林水産副大臣 食の分野でお礼を申し上げたいと思っておりますが、この6月にコシノ議員さんの御協力で、ポーランドで日本食の大きなイベントをさせていただくことになりました。お礼申し上げたいと思っております。

それから、今月29日と30日に、石川県で世界農業遺産国際会議が20カ国参加して開かれます。私も出席するのですが、ぜひ日本食でおもてなしをしたい。PRしたいと思っておりますので、今後とも各省庁と連携しながら、こういうイベントをしっかりと進めてまいりたいと思っております。

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。

コシノ先生、いかがですか。

○コシノ議員 たくさんあるのですけれども、ポーランドに関しては日本の食を私も提案させていただいたのですが、美しい味とか、ビジュアルで日本の食を見せる、食べる、味、中身ということで、大きなビジョンがたくさんこの中に秘められております。総理も行かれるということですので、このタイミングでポーランドをきっかけに世界に発信できることがすばらしいかと思っております。

話は飛びますけれども、育てるというところで若い才能のあるクリエイター、お互いの

若手ですね。そういった活躍する環境とか場面を提案するべきではないかと思います。ですから大人からではなくて、未来を持った若い人たちが生かされる才能ということが、この際にクールジャパンを通じてやっていくべきではないかと思いました。若手からの提案で、そういった環境づくりということ。これは皆さんにお配りしたいと思いますけれども、世界の有名なデパートのショーウィンドーを日本の感性で飾るとか、いろんな若手が生かされる環境や援助やいろんなことをしていったらいいのではないかと。食だけのことではないと思います。

続いて、今朝ほど私はミャンマーから戻りまして、総理とともにネーピードーに行ってみました。これは本当に偶然のタイミングなのですけれども、去年6月に国際交流基金のミッション、文化・スポーツ交流ミッションで大統領にお会いする機会がありまして、そのときにことし12月にSEA GamesというASEANのオリンピックがあり、それをとにかく成功させるためにはミャンマーとしては大変な状態です。44年ぶりの開催国ですが、それを何とか成功させたいということで、SEA Gamesのユニフォームのデザインをしてほしいということになりました。

デザインの役目というのは大変大きいと思います。技術は真面目に仕事をして物はつくれるのですけれども、デザインという大きな切り口が先進国にはあっても、アジアや世界にはまだまだ足りないところがある。今回、デザインの依頼ということで、ただ、デザインは着られるわけではないのです。そんなことで日本がクールジャパンをやる。メイド・イン・ジャパンということで、皆さんのところにデザイン画をお配りしたと思いますので、これをごらんになってください。

このプリントはハイテクノロジーの最高のもので、たまたま稲田大臣の福井で世界で誇るハイテクノロジーの技術を持った会社があって、協力をいただきましたが、主旨をご理解頂いた他の関係各社にもご協力頂きました。

ネーピードーでは、安倍総理が「では僕が着ましょう」ということで、実は実物を着ていただいたのです。今、実物がありますので、せっかくのあれですからお見せしたいと思います。これです。このファスナーも着脱がぱっと開くと開けられるという、本当に最新のものです。こういうデザインのきっかけというのは初めてではないかと思います。こういうふうにテイン・セイン大統領と安倍総理のところで提案をしております。それはおとといです。

ということで、皆さんにたくさん協力いただいて、こういったことの実現ができたということは、クールジャパンがきっかけに、本当にメイド・イン・ジャパンをやらなければいけないと思います。2,400着できたら、お互いの国で大きなお披露目ができたらすばらしいなと思っております。

○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。

まさしくいろんな国際会議や国際の舞台でクールジャパンを発信していただいて、今度またポーランドでも食の発信をしていただけるということで、ありがとうございます。

○山際内閣府大臣政務官（クールジャパン戦略担当） 少々、食のほうに話を戻して大変恐縮なのですが、このクールジャパン担当の政務官として、日本産酒類の輸出促進会議の座長を務めさせていただきました。また、関係府省会議の座長も務めさせていただきました。各省が本当に一生懸命やってきたものが、別々にやってきたものが横串が刺されて、いろいろなものが共有できたことは大変よかったなと思います。

その中で日本産酒類に関しましての連絡会議で、どのような議論があったかということをお報告だけさせていただきたいのですが、お手元に「日本産酒類の輸出促進関係事業・イベントについて」という資料をお出しさせていただいておりますので、詳しくはそちらに譲るといたしまして、中身はB to B、そしてB to Cのイベントをことしたくさんやっていくという話でございます。それに加えましてインバウンドの絡みで酒蔵ツーリズム、それこそストーリーを持たせるという意味の1つとしても、酒蔵ツーリズムというものを今回観光庁とタイアップしているいろいろやっていただくことになっておりまして、そういう話であるとか、あるいはKanpai to the World!というのをいろんなところで使っていて、これからも広げていくというアイデアであったり出してございます。

現在、2012年で日本産のお酒の類の輸出額は約200億円でございます。これを今回飛躍的に輸出額を伸ばしていくことを目標に据えて、各関係府省、関係機関みんなオールジャパンで取り組んでいくために、今、鋭意動いていることを御報告申し上げておきたいと思っております。

以上です。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 政務官、ありがとうございます。

金先生、お願いします。

○金議員 見事なアクションプランができていのに水を差すようで申しわけないのですが、とても些細なことですが、とても大切なことを申し上げたいと思います。

私はたまたま小さな日本語学校の理事長をやっておりまして、各地に留学フェアというものがあるたびに出かけております。その際にいつも思うのは、日本から来る役人の方、留学フェアですから大体がJASSO、日本学生支援機構という、たしかこれは文部科学省と外務省が監督する機構だと思うのですが、そこから人が派遣されたり、何か下請けの団体から人が派遣されたりよくするのです。そこで何をするかというと、これは一応メールでもらった資料の4ページに、現地パートナーとの合弁事業ということがありまして、それと在外公館とのタイアップみたいなことを言っていますが、在外公館だとか現地のいろいろな方々というのは、結局、日本から来た偉い人のアテンドをするのに忙しくて、そして日本から来た人というのは大体が現地のことを何も知らないし、日本語教育も何も知らないし、実際に何かあっても来たということがアリバイであって、何の役にも立たないことがままある。

例えばマレーシア、クアラルンプールで留学フェアをやっているときに、英語1つしゃべれない。それでコミュニケーションのツールもない。ただ原稿の挨拶を読んでおしまい。



何でこんな人が来るのということを私はしばしば感じています。台湾の場合も正式な国交がないから下請けの下請けみたいな人がやってきて、現地の人がその人にアテンドするのに大変で、学生だとか来場者に顔が向いていなくて、要するに身内の儀式をやるということが一番大切な状態になっていることがまあります。

私は小さな小さな日本語学校の理事長をやっていますので、ある意味では下積みの人間から見た日本からやってくる役人の行動を見ておりますけれども、役に立ちません。大体、英語ができない。コミュニケーション能力もない。現地の人に任せるわけけれども、現地で日本語のできる人たちが一生懸命やっています。それに対してJASSOからは数々の縛りが入るのです。そういうこともきちんと関係省庁がしっかりと把握して、今度やるときにはゆめゆめそういうことがないように。

誰を派遣するかというのはとても大切なことです。言葉ができて、本当に能力があって、それでフレキシブルに物事が考えられる人。そういう人を派遣していかないと、せっかくこれだけのプランをつくっても、現地の人があんなもんですかと。少なくとも私は毎回そういうような経験をしていまして、そういうような思いをしております。

○柴山総務副大臣 今の金先生の御発言に恐らく関連すると思うのですが、今回のアクションプランで、つまりこちらから売り込みをかけようという、こちら側の工夫はたくさん示されているのですが、要はそれを受け入れる立場に立って、それが受け入れられるためにはどうしたらいいかという視点をもっと出すべきだと思っているのです。

例えば今の金先生のお話ですと、例えば在外公館の活用というのが⑩にありまして、この在外公館の積極的な活用を図ることで、理解や好感度を高めるというようにありますけれども、では今、御説明があったように、本当にそこを活用することが好感度を高めるということは、やはり現地の視点にしっかりと立った形の活動ができていくかどうかということが非常に重要なのです。

総務省では、③でクールジャパンの発信のために国際共同製作支援ということで、要は現地の人たちを巻き込んでいくということを訴えさせていただいております。やはりこちらが幾らアピールをしても、向こうで爆発しなければいけないわけですから、向こうで爆発していくためには、向こうの人たちをしっかりと絡めて、そして、その人たちに受け入れられるものをつくっていくことが必要だと思っています。

例えばコンテンツを海外、現地でブレイクさせるために少し工夫をして、例えば日本で「料理の鉄人」という番組が非常にはやったときがありました。これを海外版の料理の鉄人ということで「アイアンシェフ」ということで現地のキャラクターにも登場してもらおう。あるいは逆に現地のコンテンツに日本のキャラクターを登場させる。そういうような形で、現地で日本のキャラクターなりよさというものをブレイクしていくための視点も、ぜひもう少し強調していただけたらと思っています。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 重要な御指摘ありがとうございます。

角川議員、お願いします。

○角川議員 先週、オーストラリア大使館で、オーストラリアでつくったショートフィルム・フェスティバルが日本人のために開催されて、私も行ってまいったのですけれども、その折、オーストラリア大使と割とじっくり話をする機会を得ました。今回のクールジャパンについても理解を求めたのですが、そのときに2つのことを言われまして、ちょうど今のお話と関連しているのですけれども、これも金先生と同じように会議に水を差すようなことになるといけないのですが、大使みずからは日本の屏風がすごく好きなんだ。ただ、若者たちは、現代の日本に関心がある。現代の日本を知りたいと思っているので、若者にアピールすることであれば、現代の日本に特化したほうがいいのではないですかということが1つありました。

もう一つ大使から言われたのが、決して押しつけないでほしい。クールジャパンというのは向こうの人がクールジャパンと言ってくれるのであって、日本側からクールジャパンと言うことではないのではないかとということなのです。それは私も顔を赤らめたような気がしまして、やはり押しつけがましくなると、アジアの年配の方々などは大東亜共栄圏ということはまだ覚えているのです。ですから、そこら辺の配慮が必要だと思いました。

私自身が大使から言われたこと以外のことで1つ申し上げると、今回は3万人の招聘計画があります。それについて当然ながら、日本の政府は在外大使館を通して募集をするというイメージがあるのですけれども、私は思い切って日本にいる外国大使館の人たちを利用して、その国の大使館にそれぞれ割当て3万人招聘計画の内容を実行させてもらったほうがいいのではないかと思います。

在外公館の積極的活用も結構なのですけれども、それをすると結局、今までのやり方と同じことになってしまって、日本の自己満足に終わってしまうのではないか。それを大使の口の話の端々から、結局日本がやるんでしようという感じになってしまうのです。そこら辺のことが非常に心に引っかかりましたので、きょうお話申し上げたいと思います。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 押しつけにならない、相手方の立場に立ったクールジャパンの発信の仕方は重要だと思います。

○若林外務大臣政務官 在外公館について今、御指摘いただきました。金先生の厳しい御指摘は、私も大使館にお世話になりながら海外に行く際にも、若干そういった御指摘をいただいたようなことを感じる場合がございます。そこは真摯に受けとめて、改善すべきところを改善しなければいけないと思います。

同時に、今回⑫の項目には外国人の手によるクールジャパンの再発信、それから、海外における継続的なフォローアップということが記載されております。これはまさに御指摘いただいたような、こちらからの押しつけではなくて、提案をしたものが外国人の皆さんの手によってさらに再発信をし、広がっていく。そういったことを働きかけるという意味で、大変重要な項目だと思っております。

今、外務省とすると現時点で13の都市について設置をされている、クールジャパン支援タスクフォースというものがございます。大使館をあげてさまざまな関連の皆さんとともに

にクールジャパンを推進するために取り組んでおりますけれども、こうしたタスクフォースがない国、地域においても公邸の利用、海外メディアとのつながりというのは在外公館は常に持っておりますので、そうしたリソースを在外にいらっしゃる民間の皆さん、多くの皆さんと協力して取り組んでまいりたいと思っております。

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。

佐竹議員、お願いします。

○佐竹議員 食の分野なのですけれども、特に世界を視点に置いた日本食レストランのアクションにつきましては、ちょうど平成17年に松岡元大臣が日本食レストランに行かれて、これではだめだということで日本食の認証制度が計画されましたが、海外からスシボリスということで影響がありまして、基本的には平成19年、それがもとになりまして日本食レストラン海外普及推進機構（JRO）が設立されました。おかげ様で現在、全世界に18カ国、21支部あり、そこで生食の取り扱いとか、だしのとり方、そういう基礎技術の普及を5年前より実施しているわけです。それがJROの活動ですが、ただ、食文化につきましては、農林水産業、食品産業はもとより、調理技術あるいは食品衛生などいろいろ複雑に絡み合っています。今までばらばらにやっていたのですが、我々としては農林水産省の輸出促進事業や食文化発信事業などをベースに、より関係各省の総合的、戦略的な取り組みが必要であることを痛感しています。

もう一つは余談ですけれども、よく孫と回転ずしに行きますと、最近、食品サンプルのキーホルダーがありまして非常に人気があります。和食というのは非常にきれいなのですが、なかなか生で海外で展示は難しいので、今まさに合成樹脂の食品サンプルが非常に日本は精巧にできています。これから海外での料理展示には食品サンプルの展示というのも加えていただければ、よりきれいに、ビジュアル的に日本料理が紹介できると思います。

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。

秋元議員、お願いします。

○秋元議員 アクションプランはすごくおもしろく、これだけ多くのアクションプランがあればいいなと思ったのですが、一番の問題はいろんなところで何とかフェア、何とかフェアと、例えばホテルとかさまざまな催事場でやっていますが、皆さんはそこに入っていくでしょうか。大抵は関係者がわっといて、時々一般の方が入ってくるくらいになってしまふ。これを抜本的に変えなければいけないと思っています。

1つは例えば先ほどの「料理の鉄人」。これは海外で「アイアンシェフ」として成功しました。それをクールジャパンで使おうということで実際にやったそうです。ところが、うまくいかなかった。話を聞くと日本の有名なシェフと現地の有名なシェフが闘った。これはフォーマットを使っているようすけれども、使っていないのです。つまり、ストーリーがないのです。

本来であったら、現地の3代続いているような屋台、おじいちゃん、おばあちゃんの代からずっとやってきて、とにかくこの屋台がその地域で1位だ、誰もが子供のころから食べてきたという屋台の人と日本から来た人の対決だったら、多分盛り上がったと思うのです。それが何か現地の3つ星だか2つ星だかのシェフと闘った。これでは地元の思いを伝えていないと思うのです。ですから、ここにあるいろんなアクションプランはおもしろいけれども、これをどう伝えるか、どうするかが一番大事なのではないかと思うのです。

例えば日本酒でもそこに並べて利き酒とか、そういうことだけではなくて、さらにこれをどうするとか、あるいは乾杯という言葉はどうするとか。例えば「料理の鉄人」のような番組をいろんなところでつくりましょう、フジテレビの許可もとってつくりましょうと。そのときにソイソース、しょうゆをとにかくうまく使うように見せようではないかとか、あるいは成人であれば最後に必ず“乾杯”しよう、勝った人も負けた人も、日本の「料理の鉄人」では勝者と敗者が最後握手しますが、乾杯というものを入れよう。“乾杯”には日本酒なんだとか、あるいはそれを飲めない方はジュースでもいいかもしれない。でも乾杯という言葉はそういうときに使うんだというようなことを、そのコンテンツの中に入れ込まないと、絵に描いた餅で、今までと同じことをただきれいにまとめただけになっていく。それでは、それぞれの業界の方がきれいに並べて、一生懸命本当に大変な思いをしてつくってきたものを、あとは現地の偉い人が来てスピーチして、お疲れ様でしたというイベントに終わってしまう。

だからいかにイベント会場に通るかかった一般の人や何も関係ない人たちが何人その中に入っただけかということ、これは多分分科会になり、一つ一つのプロデュースだと思いますが、それをやらないとクールジャパンは変わらないと思います。

以上です。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 金議員、どうぞ。

○金議員 留学フェアの場合は大変多くの若い人を巻き込むので、大変多くの人が来るのですけれども、ただ、先ほど言いましたように官庁関係だとか、その下請の団体から来た人が常に上にいるのです。上から目線で。日本にいるときも自分たちの都合で物事を決めている。先ほど3万人呼ぶの何人呼ぶって、相手の学生の都合ではなくて、留学に来る人たちの都合ではなくて、教育をする日本語学校の都合ではなくて、自分たち役所の都合でスケジュールを決めてしまう。しかもくるくると変わる。そういうようなことで振り回されている。だから役所も基本的に常に上から目線であることを変えないと、押しつけがましくなるといって、先ほどの押しつけられては嫌だということで、関係省庁がこれだけいる席であえてそれを申し上げます。

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 坂井政務官、どうぞ。

○坂井国土交通大臣政務官 クールジャパンに関してかなり本質的だったり、また、大事な御指摘などもいただく中で、私は国交省、そして観光庁の立場で、観光の立場でお礼と決意ということでお話を申し上げたいと思います。

まずは、我々も先日、観光立国推進ワーキングチームで中間とりまとめをとりまとめさせていただきました。関係各府省の多くの皆様に御協力をいただきましたこと、また本日このアクションプラン等におきまして、観光分野にもかなり触れていただき、しっかりとアピールをしていただきましたことにつきまして感謝を申し上げたいと思っております。

特に我々のとりまとめの中におきましては、クールジャパンに関しましてはオールジャパン体制による連携の強化拡大ということや、クールジャパンと一体となった日本ブランドの発信を盛り込ませていただいておりますが、とにかくクールジャパンで日本のよさを知ってもらったら、とにかく感じてもらう。経験をしてもらうためには来てもらって、実際に体感してもらうのが一番でございますから、その中でまた口コミで次に広がっていくということがクールジャパンの進展にもつながりますので、とにかくクールジャパンとビジット・ジャパンを、それこそワンセットで発信をしていただきたい。また、その必要があるのではないかということでございます。

また、このアクションプランもしっかりとしたカレンダーがついておりますから、これに沿って具体的に連携していけたらと考えているところでございます。

さらに海外需要開拓支援機構を活用してくださいということや、海外のテレビ番組枠の確保、ジャパン・チャンネルの設立等への支援、いわゆるジャパンモールの海外展開の支援なども、また積極的に採用いただきたいと改めてお願いを申し上げると同時に、我々も頑張りますと決意を申し上げさせていただきます。これからまた一層連携をしていきたいと思っております。どうぞよろしくお願いたします。ありがとうございました。

○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。

なるべくわかりやすく、いろんなキーワードでまとめたつもりですけれども、きょうもまた民間の先生方から教えられました。これをまたどう料理して、どう本当の意味でのクールなものにしていくか。これからまた課題だと思っております。本当にありがとうございます。

基本的考え方とアクションプランについて、特に御異議がなければクールジャパン推進会議としての取りまとめとさせていただきますと思っておりますが、よろしいでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○稲田クールジャパン戦略担当大臣 どうもありがとうございます。

それでは、予定の時間がまいりましたので「クールジャパン推進会議」第4回会合をここで閉会としたいと思います。

なお、この後、私から記者会見を行います。本日は御多忙のところありがとうございます。