

「Create Japan WG」及び「コンテンツ戦略WG」における論点例

総論編

- これまで関係省庁が連携して官民一体となって、クールジャパン戦略の推進に取り組んできたところ、インバウンドや農林水産物・食品の輸出の増加、日本のコンテンツ産業の海外展開の進展などの成果も含め、これまでの取組をどのように評価するか。
- (評価の視点の例)
- ・ デジタル化の進展や人手不足の状況等の環境変化に対応し、持続的に稼げる産業構造になっているか。十分に「稼ぎ」、それが新たな「再投資」に回るエコシステムができているか。
 - ・ インバウンド、農林水産物等の輸出、コンテンツの海外展開など関連分野、関係省庁間、官民間の連携が図られていたか。
 - ・ 執行の体制・手法、各機関間の連携が適切であったか。 など
- アフターコロナを迎え、クールジャパン関連産業を基幹産業に発展させて海外から稼ぐという視点、世界の人々の共感を得ることで安全保障にも資するという視点など、クールジャパン戦略の意義を改めてどのように考えるべきか。

クールジャパン編

<KPI/KGIの設定>

- インバウンド、農林水産物等の輸出、コンテンツの海外展開など個別分野の取組に関しては、指標の実績値により一定の進捗状況を評価・管理することはできるが、最終的な目的は、世界から見た日本のブランド価値の向上であるところ、クールジャパン戦略全体の進捗状況を評価・管理するための指標（KPI/KGI）をどのように設定することが適切か。その際、どのようなことを考慮すべきか、どのような指標とすることが適切であると考えられるか。

<高付加価値化>

- 単純な量の拡大やモノ売り（爆買い）だけではなく、体験・経験（コト）売りにより付加価値を高め、国際水準ベースで外貨を獲得する方向性を目指すべきではないか。海外の富裕層向け等に、コンテンツや地方の魅力（自然、文化、伝統、食など）を活かした高付加価値サービスを提供するために、どのような取組を行うべきか。

遅れているDXの推進、Web3やNFTなど新しい技術の活用も重要であると考えられるところ、どのような取組を行うべきか。

クールジャパン関連においても、既存企業だけでなく、スタートアップによるイノベーションを通じた活性化も重要であるところ、どのようなエコシステムを作っていくべきか。

<海外展開の推進>

- 戦略的に海外展開を図っていくためには、各国・地域のマーケットの状況、ニーズ等を適切に把握するとともに、現地の事業者等との適切なマッチング等が重要であると考えられるところ、このような機能が適切に果たされているか。そのための体制、拠点等を整備していく場合、どのような体制でどのような機能を果たすことが重要か。
- 単にモノの輸出として捉えるのではなく、海外における流通・消費を含めた関連産業全体として捉え、どのように戦略的に取組を行うべきか。
(例) 日本の食品産業全体の海外展開という観点から、どのような取組を行うべきか。また、食と器を組み合わせるなど、広く関係する産業を含めた観点から、どのような取組を行うべきか。

<マーケットの分散・多角化、新規開拓>

- 近年のインバウンド等における特定国への依存傾向の高まりにより、国際政治情勢を反映したリスクも高まっているところ、どのようにマーケットの分散・多角化や新しいマーケットの開拓を図っていくべきか。

<世界的な課題等への対応>

- SDGs、健康志向といった世界的な課題やライフスタイルのニーズに対して、日本人にとってはありふれたモノやサービスが、課題解決等に貢献することができると考えられるところ、外国人の視点、マーケットインの思想を更に重視すべきではないか(例えば、サステナブル意識の高まりや食物アレルギー問題への対応など)。

<日本の魅力の発掘・磨き上げ、発信力の強化>

- これまで注力してきた日本の魅力の発掘・磨き上げのために、更にどのような取組を行うべきか(裾野を広くして全体を引き上げていくべきか、強いとこ

ろに重点化していくべきか。)

これまでの成果をインバウンド、農林水産物等の輸出の増加につなげていくためには、日本の魅力を多くの外国人に知ってもらうことが重要であるが、海外への発信力を強化するために、どのような体制でどのような取組を行うべきか。

コンテンツ編

<海外展開の推進>

- アニメ、ゲーム、マンガ、実写（映画／ドラマ）、音楽などの各分野において、具体的に改善すべき課題は何か。また、その課題を改善・解決するために、官民でどのような取組を行うべきか。

（課題の例）

- ・ 人材の不足（どの領域・層、担当・役割）
 - ・ コンプライアンスの欠如、過酷な労働環境
 - ・ 不透明な契約（企業間、労働契約）
 - ・ 海外の仕事を受けられる経営規模・財務状況
 - ・ 海外展開を前提としたビジネスモデルへの転換
 - ・ 日本独自の商習慣や制作手法の見直し
 - ・ デジタル化・DX化等の推進
 - ・ 海賊版への対応 など
- 各国・地域のマーケットの状況、ニーズ等を適切に把握するとともに、現地の事業者等との適切なマッチング等が重要であるが、このような機能が適切に果たされているか。
そのための体制、拠点等を整備していく場合、どのような体制でどのような機能を果たすことが重要か。（再掲）

<クリエイター支援>

- アニメ、ゲーム、マンガ、実写（映画／ドラマ）、音楽などの各分野において、クリエイターを発掘・育成するとともに、持続的に活動が続けられるような仕組み・エコシステムが構築されているか。
- デジタル配信にも対応した適切な報酬体系が設定されているか。
- クリエイターの人材の流動性や、クリエイターが多様な流通チャンネルを選択できる競争環境が担保されているか。その際、クリエイターを法務、会計、プロモーション等の観点からサポートする環境が整備されているか。
- クリエイターを生み出す人材育成の仕組みは高等教育、OJTも含めて十分に構築されているか。
- 以上の実施できていない点について、改善していくためには、どのような取組を行うべきか。その場合、知的財産法や競争法などの制度的課題はあるか。

<対価還元>

- コンテンツの流通において、世界規模の巨大プラットフォームの存在感が高まっており、海外展開の重要な機会である一方で、プラットフォームと流通会社／クリエイターとの関係で具体的に改善すべき課題は何か（例えば、契約の有無・適正性、契約履行の遵守、不利益変更、対価の適切性、販売データの開示等の透明性）。

同時に、プラットフォームなどから流通会社に配分される利益がクリエイターに適切に還元されているか。

- 国際的な著作権制度との調和等を踏まえ、特に実演家及びレコード製作者への望ましい対価還元についてどのように考えるべきか。
- その上で、課題に対して、どのような取組が必要か。

<官と民との役割>

- コンテンツ産業が我が国の基幹産業として成長するために、官民一体となって構造改革と強靱化に取り組むことが重要であるが、政府に求められる役割は何か。これまでの政府のコンテンツ振興策について、財源や執行の在り方も含めてどのように評価するか。
- その上で、コンテンツについて、どのようなKPI／KGI（指標）を設定すべきか（コンテンツ産業の海外展開金額、産業規模の成長率等）。

また、民間においては、ビジネスモデルの転換、日本独自の商習慣や制作手法の見直し、デジタル化・DX化等を行っていく必要があるが、これらの取組を政府が適切に支援し、有益な効果を実現するために、どのような取組を行うべきか（官と民との適切なコミュニケーションの在り方を含む。）。