

13時00分～14時58分

○田中座長 皆様、こんにちは。それでは、会議を始めさせていただきたいと思います。オンラインとリアルハイブリッドで、対面で皆様に久しぶりにお会いできるのはありがたいと思います。

それでは、ただいまより、第5回「コンテンツ戦略ワーキンググループ」及び第4回「Create Japanワーキンググループ」を開催いたします。

皆様には、御多用のところ御参集いただき、誠にありがとうございます。

本日は、生員委員、内山委員、関委員、富山委員、中山委員、コチュ委員がオンライン参加であると伺っております。御意見があるときは、挙手ボタンでお知らせいただければと思います。

それでは、初めに、事務局から本日の会議資料の確認をよろしくお願ひします。

○佐野次長 まず、本日でございますけれども、会場の方には、ペーパーレスということで、iPadを用意させていただいております。iPadを開きますと、それぞれ資料が格納されております。使い方が分からなくなった場合は、周囲にいる事務局員にお知らせいただければと思います。

本日の配付資料は、議事次第を見ていただきますと、資料1から資料4、それから、参考資料1ということでございます。

このうち、資料1につきましては「新たなクールジャパン戦略の素案（案）」で、非公開という扱いでございますので、投影もしませんので、お手元のiPadか、オンラインの方は事前にお送りしてある資料を見ていただきながら議論に参加いただければと思います。

資料2としまして、意見募集結果をつけてございます。

それから、これは会場の委員の方にはiPadの中でクールジャパン戦略の意見募集について、個別の意見を添付させていただいております。これも時間があるときに御参照いただければと思います。

資料3でございますけれども「インターネット上の海賊版対策について」で、こちらも非公開とさせていただきます。

資料4としまして「デジタルアーカイブジャパンの推進体制について」で、こちらは公開でございます。

それから、参考資料1でクールジャパンの関連データを、一部数字をアップデートしたものをつけさせていただきます。

以上でございます。

○田中座長 ありがとうございます。

それでは、本日の議事に早速入りたいと思います。初めに、資料1から資料4について、

事務局から御説明をお願いいたします。

○佐野次長 まず、資料1「新たなクールジャパン戦略の素案（案）」でございます。こちらは前回、骨子ということで御議論いただきまして、それに肉付けをしたり、重複が一部ございましたので、そういう重複を整理したり、これまでの意見を踏まえて修正・追加したものでございます。

それから、具体的な政策も整理してございますけれども、これについては関係省庁とまだ調整中のものも残っております。これは引き続き調整していくということで御理解いただければと思います。

この位置付けでございますけれども、ワーキンググループとしての素案ということで本日取りまとめをしたいと考えておりまして、その後、親会であります構想委員会で御議論いただき、その上で、6月頃を想定しておりますが、知財本部の中で知財計画とともに決定する。そういう流れで考えてございます。

資料1について、事前に説明してございますし、時間の関係もございますので、改めて簡単にさらっと御説明したいと思いますけれども、1ページ、2ページが目次で、全体の構成でございます。

具体的には4ページになりますけれども「I 総論」で、クールジャパンを取り巻くこれまでの現状認識を書いてございます。

飛んで、6ページまでがそうで、6ページの2. のところ、クールジャパンを取り巻く環境は大きく変化してきたというところで、アフターコロナにおける「日本ファン」の拡大、多様化・深化。

7ページでありますけれども（2）として、デジタル化・DX化。（3）としまして、国際的な政治・経済情勢リスクの高まり。（4）としまして「サステナブル」に続く「ウェルビーイング」などの意識の高まり。

8ページで（5）としまして、2025年の大阪・関西万博というところを記載してございます。

その上で、3. でクールジャパン戦略のこれまでの振り返りというところでありまして（1）でこれまでの取組を振り返ってございます。①はコンテンツ関連。

9ページでありますけれども、②がインバウンド誘致について。

10ページの③で、農林水産物・食品の輸出。それから、④で海外への情報発信というところがございます。

11ページから「（2）進捗状況」で、これまでの数字を記載してございまして、①でコンテンツの海外展開。グラフもつけてございます。

12ページでありますけれども、②としてインバウンドの数字。それから、③としまして農林水産物・食品の輸出。

13ページで、④ブランドイメージでございます。

14ページで、そのほか、関係省庁における様々な制度の整備・見直しについて記載し

てございます。

15ページで「(3) 課題」ということで抽出してございまして、①がPDCAサイクルの欠如ということで記載してございます。②が体制における課題で、分野連携・分野横断の取組が不十分であったのではないかと。

16ページでありますけれども、インテリジェンス機能に乏しかったのではないかと。その下の○で独自プラットフォームが少ないことを書いてございます。

17ページでありますけれども、③としてビジネスモデルにおける課題ということで、1つ目の○は、コンテンツ分野は国内市場向けが中心であったということを書いてございます。

18ページで、再投資のエコシステムが形成されていないことを書いてございます。

19ページです。日本の魅力が海外に十分に届いていないところを記載してございます。「④ 人材における課題」で、1つ目の○でありますけれども、クリエイターが活動する環境の整備が不十分ということに記載してございます。

その次、20ページで、ビジネス・プロデューサー等の人材が不足であることを書いてございます。

20ページの「4. 新たなクールジャパンのビジョン」で、1つ目として、世界市場を前提として「稼ぎ」、成長するクールジャパンという一つの方向性を書いてございます。

21ページの(2)で、好循環の回転によって、ブランド価値を引き上げるクールジャパン。それから(3)としまして、クリエイター等の担い手とともに成長するクールジャパンということを整理してございます。

21ページの「5. 新たなクールジャパン戦略の基本的な方向性」で(1)でありますけれども、基幹産業として国際競争力を高めていくということを書いてございます。

22ページでありますけれども(2)としまして、モノ単体ではなく、体験価値で勝負し、高い利益を上げることを書いてございます。(3)であります、インテリジェンス機能を高め、戦略的な広報を行うことを書いてございます。

23ページで、分野連携のクロスオーバーを拡大していくことを書いてございます。(5)としまして、データ駆動型でPDCAサイクルを高速に回すことを書いてございます。

この中でKGI/KPIを設定していこうということを書いてございますけれども、ここは数字が●●兆円になっていますが、一つのKGIの方向性として、コンテンツの海外展開、インバウンドでの訪日外国人旅行消費額、農林水産物等の海外展開、それから、ファッションや化粧品などの海外展開。こういった全体の消費額を2033年までに●●兆円以上の規模とする目標を設定したいと考えてございます。

それから、2つ目の○としまして、日本ファンの拡大に向けての各国・地域での「日本が大好き」という割合のアンケート調査をしておりますが、それをそれぞれの国・地域ごとに10%上昇させる。これを大きくKGIの2本柱にしていきたいと考えてございます。

24ページは引き続きです。

25ページからがそれぞれの具体的な取組についてであります。1つ目はコンテンツであります、1. で現状を整理してございます。

その次の26ページでありますけれども「2. デジタル化に伴う共通課題」で、デジタルプラットフォームの話を(1)で書いてございます。

27ページでありますけれども、産業構造・商慣習の話を書いてございます。

28ページで、深刻な海賊版被害を書いてございます。それから、28ページの「3. 分野別課題」で各業態別に課題を整理しておりまして、(1)がゲーム。

29ページは(2)がアニメ、それから(3)が実写です。

30ページでございますけれども(4)としまして、マンガマンガ、出版も含めてであります。それから(5)はライブ・エンターテインメントも含めまして、音楽についての課題について触れてございます。

その上で、31ページで今後の対応方針と今後の取組を記載してございまして、このコンテンツの項では政府が取り組むべきことと民間で進めることが期待されるもので書き分けてございますけれども(1)として、基幹産業として、海外展開に関するデータを充実させて、PDCAサイクルを高速に回していくところで、政府でこのコンテンツの目標についても海外市場規模を2033年までに●●兆円にすることを目標にするということを書いてございます。

32ページで(2)で、海外へのビジネス展開力を高めるというところで、これも政府と民間それぞれの期待する取組を書いてございます。特に海外のマーケティング情報の収集・共有化というところで、JETROでの取組の強化ということを書いてございます。

ちょっと飛んで、34ページです。「(3) デジタル・ビジネスに対応する」というところで総論をまず書いてございまして、それぞれの取組を書いてございます。34ページの下で、デジタルアーカイブに関すること。

それから、35ページです。デジタル技術等を活用したクリエイターの育成支援等々を書いてございます。

駆け足で恐縮ですけれども、38ページです。(4)で、コンテンツ産業を支える人材を強化する。このワーキンググループでもいろいろ御議論いただきましたが、クリエイターの一体的な活動について、複数年にわたって弾力的かつ継続的に支援する等々を書いてございます。

ちょっと飛びまして、40ページでありますけれども「(5) 官民一体となって海賊版対策を強化する」。こちらはワーキンググループでもいろいろな意見をいただきまして、強調して書いてございます。

41ページで(6)としまして、官民の連携体制を強化するというところを書いてございますけれども、その中でも、官民連携の協議の場におきまして、官民のこれまでの取組の検証、骨太な方針の検討、進捗状況の確認等を行うということを書いてございます。

42ページからが、下でありますけれども、インバウンド、農林水産物・食品の輸出、

地域の魅力の発信など横断的な取組について書いてございまして「1. 現状」でございます。

43ページに続きまして、インバウンド、それから、農林水産物等の輸出の数字を書いております。

43ページの2. で、高付加価値化に向けての共通課題を記載しております。

飛んで、45ページでありますけれども、3. です。分野別の課題ということで整理してございまして（1）がインバウンドについてでございます。

46ページで、（2）農林水産物・食品の輸出についての課題について整理してございます。

47ページでありますけれども（3）としまして、デザイン、アート、ビューティー、ファッションの海外展開の課題について触れてございます。

48ページで「4. 対応方針・今後の取組」で（1）で体験価値化、高付加価値化を進め、持続可能なエコシステムを構築していくことを書いてございます。それぞれ、○が具体的な政策の取組ということで記載してございます。

50ページになりますけれども（2）として、マーケットインの視点を重視した価値訴求により市場の新規開拓・拡大を図るということで、51ページから具体的な施策の取組を挙げてございます。

52ページで（3）としまして、全体を底上げするデザイン、アート機能を強化するというので、これもそれぞれの取組を記載してございます。

53ページで（4）です。イノベーション、人材育成を強化するところで、54ページ、55ページにまたがりましてけれども、それぞれの取組を触れてございます。

それから（5）としまして、国際的な政治・経済情勢リスクに対応するというので、55ページの下からでありますけれども、取組を記載してございます。

56ページで「（6）発信力を強化する」というところで、こちらもジャパン・ハウスとか、発信の強化といったこと。それから、トップセールスといったことを書いてございます。

以上が、駆け足で恐縮でございますけれども、新しいクールジャパン戦略の素案でございます。

繰り返しになりますが、この具体的施策のところは、関係省庁の名前も掲げておりますが、中身については引き続き、まだ調整中の部分も残っている前提でございます。

資料2でございます。パブリックコメントをこのクールジャパン戦略の策定に当たって1月から募集してございまして、その意見募集の結果を簡単に書いてございます。

意見の提出数としましては3,160件で、法人・団体数としては11法人、残りは個人等でございます。

寄せられた意見のリストについては、iPadの中でも格納させていただいておりますけれども、大まかに言いますと、大体9割ぐらいが生成AIに関する御意見でございます。

生成AIについては、著作権などの法整備を行い、クリエイター、コンテンツを保護することが必要である等々で意見をいただいています。

それから、生成AI以外についてでございますけれども、クリエイターたちが安心してコンテンツを生み出すことができるようにしていくことが必要である等々の御意見。クールジャパン機構について抜本的な見直しが必要ではないかといった御意見。海賊版についてしっかりした対応を取ることが必要であるといった御意見をいただいているところでございます。

以上が資料2でございます。

資料3について、クールジャパン戦略の中でも項目の中で盛り込んでございますけれども、今後の取組の方針ということで、今、関係省庁と調整中でございますが、整理しているものでございます。

資料3の2ページ目で、インターネット上の海賊版の被害の状況で、まず、マンガ等の海賊版です。様々な対策を取ってきた結果として、一時よりはアクセス数は減少したということではありますが、予断を許さない状況であります。映画、テレビ番組、アニメの海賊版については、赤字でございますけれども、約1.9億回から2.1億回で、高止まりといたしますか、推移しているということでもあります。

その次の3ページ目でございますけれども、こちらのデータは日本人向けの海賊版サイトもありますが、外国語翻訳による海賊版サイト、外国人向けの海賊版サイトが増えてきているということで、この海外向けの海外での海賊版サイトへの対応が特に今後重要になってくるということでございます。

4ページ目が、被害額がどんどん拡大してきているということでございます。

6ページからがこれまでの施策の効果を振り返ったもので、著作権法の改正とか、意識啓発、検索サイト対策等々をこれまで行ってきたところでございますけれども、これは引き続き、着実に促進する必要があるということでもあります。

7ページでありますけれども、こちらは先ほど申し上げたように、一部効果を上げているところもありますが、予断を許さない状況であるということ。海外向けの海賊版サイトの被害も顕在化してきているということで、国際連携・国際執行の一層の強化が必要であるということでございます。

8ページが負のエコシステムに対する対策の取組で、広告の出稿抑制とか正規版の流通促進で、広告の出稿抑制については効果が上がっておりますが、まだアングラ広告の出稿抑制には限界があるということでございます。それから、CDNサービスについても、引き続き、対応が必要であるということでございます。

そういった中で、下についてまとめてございますけれども、正規版の流通促進が図られるような健全なエコシステムの実現に向けた取組を強化する必要がある。それから、民間の主体的な取組をさらに支援するために、関係府省庁が、最新情報の共有等を図りながら、総合的な対策メニューに基づく取組を官民一体となって進める体制づくりが必要ではない

かということで、具体的には官民会議の設置とか官民合同ミッション等が考えられるのではないかと考えてございます。

10ページ目で、知財事務局ではもともと総合的な対策メニューをまとめてございましたけれども、この対策メニューの各取組について、分かりやすい形で再整理をしながら進めていくということで、これまで第1段階、第2段階、第3段階と、エスカレーションということでまとめてございましたが、それぞれユーザーへのアクセスを抑止するための取組とか、エンフォースメントの取組、それから、健全なエコシステムの促進という3つの観点から対策メニューを再編しまして、その中でも、この10ページの下で、このオレンジ色のところに特に力を入れていくべきではないかと考えてございます。

11ページが、それに基づいて再編すると、こういった項目、メニューになるということでございます。

以上が資料3についての説明でございます。

最後、資料4で「デジタルアーカイブジャパンの推進体制について」であります。

1ページ目を開いていただきますと、2015年から知財事務局が取りまとめ役として関係省庁の連絡会を開催してきました。2020年にジャパンサーチということで公開しております、2021年にジャパンサーチ戦略方針ということで、2025年までの5か年計画を公表してございます。

2ページ目が、そのジャパンサーチ戦略方針の中身でございます。

3ページ目です。次の5か年計画を見据えまして、デジタルアーカイブ戦略懇談会という枠組みを立ち上げまして、次の目指すべきビジョンの検討とか中長期の達成目標・数値目標の検討について検討を開始したところでございます。

4ページ目で、活動方針としまして、これまで取り組んできた文化資産・学術資料等のデジタルアーカイブの取組をさらに拡張していくところと、(2)でございますけれども、アーカイブ化された多様なコンテンツ資産をフル活用して新しい価値創造の活性化を推進していくということで、改正著作権法との連携とか、権利情報の付与とか商用コンテンツも含めたコンテンツ情報の見える化等を今後検討していきたいと考えてございます。

最後の5ページがジャパンサーチの連携機関、46の連携機関で、222のデータベースがあって、メタデータとしては約2940万件となっているということでございます。

事務局からの説明は以上でございます。

○田中座長 御説明ありがとうございました。

それでは、残りの時間で意見交換を行ってまいりたいと思います。

本日は、委員の全員から御発言をお願いしたいと思っております、時間も限られますので、順に指名させていただければと思いますので、御了承ください。そして、お一人当たり3分程度という制限がかかるわけなのですけれども、御協力いただけましたら幸いです。

それでは、早速ではございますけれども、渡邊委員から御意見をお願いできますか。

Create Japanワーキンググループからやらさせていただきます。よろしくお願ひします。

○渡邊委員 ありがとうございます。

パブコメを非常によく熟読させていただきながら、予想以上に生成AIに関する恐れとか、かなり話題が上がってきている。それで、今日は大きいポイントで、DXを含めて、クールジャパンの中であると思うのですが、これを今年度以降、しっかりどう捉まえていくかという、方針を決めるまでには至らないかもしれないのですが、しっかり国民の方々を巻き込みながらやっていくべきなのかなというのが、今、すごく強く思っているところです。どう対応していくべきなのか。活用と、あとのn次創作というところもいろいろあると思うので、そういったところを強く感じましたといったところです。

ありがとうございます。

○田中座長 どうもありがとうございます。

続いて、宮地委員、お願いできますか。

○宮地委員 私が感じたのが、一つはインテリジェンス機能を高めるところとかにも関係してくるのですけれども、日本ファンのレベルに応じた発信というふうに書かれていたのですが、まさにそうだなと思うのですが、もっと具体的にどういうレベルがあるのかをもっと具体的にしていってほしいのかなと感じたのです。

なぜ、そう感じたかという、私もイギリスとかにも住んでいて、やはりジャパン・ハウスとか大使館を使った発信はすごく多いのですけれども、その裾野の部分の、例えば私たちがクールジャパンであると思っている以上に、現地の人をもっと広いところで見ているのです。ちょっと変なものでも何かクールなジャパンなものであると思っているのですが、こっちから、日本から見たときに、それが日本のものとして映っていないと、そのものに興味を持った人たちに僕たちが何かを届けようと思っても、ジャパン・ハウスとか、そういったところに興味ある人ばかりやっていると入口を狭めている気がして、そこはもっと広がったらいいなと感じました。

ちょっとアイデアがあったのは、例えばそういう世界中の日本のレストランとかで一斉にジャパンウィークみたいな開催をして、日本人ではない人がやっているようなレストランとか、ちょっと僕たちが変と思うようなところも仲間に入れてジャパンウィークみたいな形で、そういう裾野の部分のコンテンツに興味を持ってくれる外国人に何か発信して届けるような取組ができるといいのかなというふうに、そうすればKPIの部分も10%アップとかがりやすいのかなと感じました。

○田中座長 どうもありがとうございました。

続いて、夏野委員、お願いできますか。

○夏野委員 「新たなクールジャパン戦略の素案（案）」の目次を見ていただくと「Ⅰ 総論」とか、網羅的にこれをまとめていただいている非常に素晴らしいと思うのですが、やはり一番大事なところは2ページ目の「Ⅱ 具体的な取組」の中の「4. 対応方針・今後の取組」であると思うのですが、ここに6項目挙がっていて、いずれも大事な



ことであるとは思いますが、やはりここで、これは政府から出ていく文書、政府の戦略として考えたときに、政府がやるべき仕事、あるいは政府しかできない仕事と、どちらかというと、民間はもっと頑張れという話と、いろいろあると思うのですが、やはりこの順番はすごく気になっていて、政府がやるべきことを上にさせていただいたほうがメリハリがしっかり利くのかなと思うのです。

それで（１）の基幹産業としてデータを充実してPDCA。これは政府の役割として、きちんとモニタリングしながら産業育成を図っていく。これは上のほうにあっていいと思うのですが、（２）（３）（４）はやはり民間が頑張れという話であると思うのです。これは一生懸命、政府が支援していただくのはいいと思うのですが、基本的には民間が頑張れという話なので、もうちょっと下のほうなのかなと。そうすると、やはり（５）の官民一体となって海賊版対策というものは、民間はもちろんなのですが、海外の話で言うと、政府から向こうの政府に言って、向こうの政府を動かしていくことが大事で、これは政府の役割が強いと思うので、この（１）と（５）を上の方にさせていただいて（２）（３）（４）と（６）の官民の連携体制を強化するというものは当たり前のことなので、そういうように非常にメリハリを出して、政府としてはこの（１）と（５）をやっていくのであるというメッセージ性がもっと強く出るといいなと思いました。

以上です。

○田中座長 ありがとうございます。

続いて、白坂委員、お願いします。

○白坂委員 ありがとうございます。まず、すごく丁寧にまとめていただいて、全体感がよく分かるようになったなと思っております。まとめていただいた方々、大変であったなと思います。感謝申し上げます。

いくつかあるのですが、まず１つ目が、対応策の中でイノベーション人材育成についてです。イノベーション人材育成と一言で書いてしまうと、イノベーション人材の育成自体は、色々なところでやられている。ただし、その中で、私で言うとCreate Japanですが、では、Create Japanのためのイノベーション人材育成でやられているかということ、これはあまりやられていないと認識しています。一般的な、何でもいいからイノベーションを起こすとか、いわゆる何でもアントレプレナーシップみたいなものではない。Create JapanであったらCreate Japan、クールジャパンであったらクールジャパンに合った形でのイノベーション人材育成が多分必要かなと思っていますので、あまり一般的に書き過ぎてしまうとほかと変わらないではないかと思われるのもったいないかなというの少し思いました。

特に、今、私はJAXURYという活動をやっているのですが、これは何で大学が関与しているか、民間の企業が本来やるようなイメージをやっているかということ、人材を育成するためには何らかの育成の仕方が必要で、そのために何がいいのかということ、体系化が必要で、この体系化はやはり企業が自社でやるのは相当にハードルが高いといえますか、

負荷があるので、それを大学が一緒になってやっている形になっています。それで、食の分野で立命館大学がガストロエデュというものも、まさに大学が関与することによって少しでも広げるような形に持っていければなというものでやっているかなと思っていまして、それができるといいかなと。

なので、我々は活動の中でいつも、見つける、深める・磨く、広げるという、大きく3段階で考えていまして、そもそも、自分たちがいいということが大体、気がついていないので、見つけてあげなければいけないところも多かった。今度は見つけたら、そこが完璧かという、もちろん、そうではないので、そこをよりよくしてあげる。今度は、そこだけではなくて、いろいろなところへ入っていけるものが増えていかなければいけない、裾野を広げていく。見つけ方にも体系とか指標があったり、深めたり磨き方にも体系があり、広げ方にも体系があるという、この3段階をつくっていかうかなというのを考えているのが1つ目です。

2つ目が、やはりストーリーの大切さの中にも体験価値の大切さと、併せてあるかなと思っています。このストーリーもやはりいいものを持っていても全然伝えられない人たちが多く、このストーリーの伝え方自体を支援してあげなければいけないところがすごくたくさんあって、これは特に地方になればなるほどそういったことに慣れていられないので、地道に仕事をされている方が多い。そういったすごくいいものが伝わらないのは、ちゃんと伝えるような仕組みをつくってあげなければいけないかなと思っています。

3つ目がインテリジェンス機能ですが、これはすごく重要であると思っていまして、ただ、何が最も重要かと思っているかといいます。今回も世界状況の変化という、環境の変化という、取り巻く環境が大きく変化したとあるのですが、これは変化し続けるので、この変化が起きていることに対応していかなければいけない意味では、やはりインテリジェンスをし続けたいといけない。この変化に対応することのきっかけとしてのインテリジェンス、また、実は変化に対応するための仕組み。我々がアーキテクトチャーと言うのですが、仕組みを設計・デザインしておくことも重要なかなというのが3点目であります。

あと2点です。

4つ目は、戦略が今回できたので、では、それを実行するための工程表がやはり欲しい。次のステップとしては、何をどう、いつまでにやっていくのか。もちろん、これは変化していくことが前提となっていくのでというところがあります。

最後、5点目で、短めに言いますが、高付加価値化も記載していただき、ありがとうございます。

いろいろな人たちに聞くと、どうしても最後に皆さんがおっしゃるのが、値段は上げたいけれども、上げたら、これまでのお客さん、地元の人に申し訳ないという、これで必ず返ってきてしまうので、これはやはり対応の仕方を、例を示しておいてあげないといけない。これは画一的に、だから、駄目なのだというものではないやり方をやっている会社もたくさんありますが、一方でそれはできていないところも多いので、これもブランドを分

けている会社とか、いろいろなパターンがあるので、これはちゃんと教えていってあげて、いかに高付加価値化とともにそれを、負荷が上がってきたときに、地元の高い値段ではない形で提供する仕方があるのだということもちゃんと対応してあげなければいけないなと思いました。

以上です。長くなりました。

○田中座長 どうもありがとうございます。

ここまで4名の委員の方に御意見をいただいて、先ほどオンラインの参加者の方々に前半、夏野委員の初めぐらいまでがあまりよく聞こえなかったということで、大変失礼いたしました。

渡邊委員からは、パブコメで出ましたAIに関するクリエイティブやコンテンツへの懸念について御提言をいただきました。

また、宮地委員からは、ジャパン・ハウスの取組とか、もっと入口を広げるような取組が必要ではないかと、ジャパンウイークのようなアイデアもどうでしょうかということも、発信の取組等についても御提言をいただいたところでした。

夏野委員は、目次のところから政府と民間の行うべきことの整理はどうでしょうかという御提言もいただいたところでございます。

そして、今、白坂委員まで4名の方に御発言をいただいたところでございます。

一旦、ここで事務局から少しコメントをいただきまして、また意見交換に入りたいと思います。よろしくお願いたします。

○佐野次長 御意見いただきましてありがとうございます。

まず、渡邊委員からの御指摘で、これはコンテンツなのですが、36ページで生成AIに関することをいくつか触れております。これは知財事務局でAIと知的財産権の在り方についての検討会を開催しておりまして、そうしたこととしまして、36ページでございますけれども、基本的な考え方とか、周知啓発とか、各主体に期待される取組の周知とか、関係当事者間の適切なコミュニケーション等の具体的な取組を掲げさせていただいております。

宮地委員からの御指摘で、外国が実際、クールジャパンについてかなり幅広い捉え方をしているということで、そちらも日本由来のものにとらわれず幅広い形で考えていきたいと思っておりますし、日本レストランで一斉にジャパンウイークをやったらいいのではないかという、非常にいいアイデアであると思います。そういった効果的な発信についてしっかり取り組んでまいりたいと思っております。

夏野委員から御指摘いただいた点でございますけれども、このクールジャパン戦略自身の位置付けになりますが、政府がやるべきことだけというよりは官民も含めた方向性をまとめるということでございますので、政府としての取組の順番というよりは官民も含めた取組、あと、順番自身にはそれほど大きな意味はないということでもありますので、構成としては必ずしも政府の施策だけを上に持ってくるころはなかなか難しいことかなと思

ていますが、いずれにしても、海賊版対策のところは政府としての取組でありますので、しっかりと行っていきたくと思っています。

白坂委員から御指摘いただいたところで、まずは人材育成でありますけれども、まさに白坂委員のほうで取り組んでおられる体系化等々が重要であると思っておりますので、また、アカデミア活用も重要ではないかと考えています。インテリジェンス機能についても、変化への対応が重要であるということなので、これは継続的にしっかりと情報を収集していくことが重要ではないかと思っております。

工程表が必要ではないかという御指摘でありますけれども、いずれにしても、これは毎年しっかりフォローアップして進捗を確認していくことが必要ではないかと思っております。高付加価値化のハードルとして、なかなか価値ベースの値付けがなかなかしにくいとか、抵抗感があるというところがございますが、そちらは、一つは先行事例をうまく知らしめていくということかと思っておりますけれども、そのほか、この中でも盛り込んでいるのは、デジタル技術を活用して、そういった値付けを流通化させていくことも解としてはあるのかなと思っております。

事務局からは以上でございます。

○田中座長 どうもありがとうございました。

続いて、また委員の先生方に御意見をいただきたいと思えます。

それでは、佐藤委員、お願いいたします。

○佐藤委員 人材育成の部分なのですが、例えばハリウッドなどでも各国から才能が集まって、盛り上がって、いい作品ができています。こういう形が日本でも取り入れられるように、世界の才能が日本のコンテンツ産業にきちんと入って活躍できるような場がこの人材育成というところ、もちろん、日本人のクリエイターを育てるところも必要ですが、海外の才能を引き入れられるような形を取ることは大事ではないかと思っております。

また、インテリジェント機能のところなのですが、先ほど説明いただいたように、国内の作品であったり、コンテンツのアーカイブであったりというところで、国内側のインテリジェント機能はだんだんとそろってきている。一方で、では、海外のコンテンツがどう受け入れられたのかというところのインテリジェント機能は非常に足りないところがあって、その部分、知識、データの双方のところにありますので、必要ではないかと思っております。

また、日本コンテンツがどう広がったかというだけではなく、現状、アニメ、マンガ、ゲーム、すべてが韓国や中国といった、ある意味ライバルの国々が進出してきて、ある程度のシェアを取っている状態になっています。自分たち、日本のコンテンツがどう広がったかだけではなくて、海外で海外産の、ある意味日本と近いコンテンツがどう広がっているかの調査も引き続き必要になってくると思っております。

以上です。

○田中座長 ありがとうございました。

続いて、梅澤委員、お願いいたします。

○梅澤委員 項目が多いので、駆け足で。

まず、総論に関して、23ページの全体の目標に関してはできるだけ大きな目標設定を掲げたいと思います。これは売上でやる目標設定もあれば、GNIでやるやり方もあるかなと思いましたが。そこは事務局にもう一度お考えいただければと思います。特に目標設定の中で、食に関しては今まで農林水産物の輸出に限った目標であったと思うのですけれども、これはフードサービスとか加工食品の海外展開も含めて、より食全体で大きく目標設定をしていただいて、それをクールジャパン全体の目標にも反映させることを考えるべきタイミングであると思います。

それから、ビューティーも今回加えてくださいとお願いをして、加えていただいています。ビューティーに関しては、申し上げるまでもなく、食とコンテンツに次いで、あるいは並んで、日本が世界でリーダーシップを取り得る、かなり希少な産業分野であると考えています。東アジアの女性・男性の肌質も髪質も欧州と明らかに違うので、やはり欧州のマーケットに最適化されて伸びてきたロレアルやエスティローダーのような会社と、それから、東アジアに強みを持って戦っている会社は全然強みが違います。そういう意味では、基礎化粧品のマーケットが東アジアは大きくて、欧州に行くともコスメが大きい、メーキャップが大きいみたいな違いもあるので、ここは絶対に無視をしないで戦うべき領域であると思っています。

24ページ、様々な新しい指標で目標設定しようとしているのはすばらしいと思います。さらにこの先にあるなと思うのが、実はクールジャパンは日本にとって高度人材獲得の武器ではないかなと思っていて、中長期的には高度人材の受入数みたいなKPIもトラッキングして、そのうち、目標設定しに行ってもいいかなと思いましたが。

16ページ、クールジャパン機構に関しての総括があります。これは客観的に考えると、過去の累損は様々な要因の組合せであると思うのですけれども、基本はサンクコストです。重要なのはこれからの投資の量と質であると思っていますので、そこはもう少しやるべき仕事が残っているのであったら、身を縮めることなく、ちゃんと主張して投資を積み上げる方向で考えてもいいかなと思いましたが。

18ページ、再投資のエコシステムが形成されていないというのはメッセージとしてもちょっと具体的に言ったほうがいいかなと思ひまして、ここで言うべきは価値ベースの値付けができていない、クリエイターへの還元ができていない、それから、新規参入が促進できていない。この3つかなと思います。

22ページ、モノ売りから体験価値へと言っているのですが、ここもやはり多分強調すべきは価値ベースのプライシングと、体験価値あるいは体験系のコンテンツは基本、希少コンテンツなので、小ロットのコンテンツなので、とにかく高いマージンが必要ですよと言ったほうが良いと思います。

それから、具体的取組の部分でいくつかございます。

まず、29ページ、コンテンツに関してなのですけれども、これはグローバルプラットフォームのプロダクションハブ化というものを明確に言ったらどうでしょうか。これは映画とかドラマのプロダクションだけではなくて、ミュージックビデオのロケ地として日本を使ってもらうのも実は割と有効なのではないかなと思うので、その辺まで含めて、日本でとにかくいろいろなプロダクションをしてもらう形が有効かと思いました。

44ページ、47ページで、デザインやアートと一括りで語っているのですけれども、デザインとアートはちゃんと区別して書いたほうがいいかなと思いました。デザインは美観の向上であったり、イノベーションの起点になって、結果的に顧客体験の質が向上しますという効果につながります。一方で、アートはコンテンツの価値を非連続に上げる武器になりますということであると思います。これを一まとめに書いていると、この境界の人たちからすると、分かっていないなと多分思われてしまうかなと思いました。さらにアート振興をすると、富裕層が日本への関心を持って、インバウンドで来てくれると、そこで大きな経済効果があるという副産物もあると思います。

それから、48ページ。ここでもインバウンド分野の新規参入の促進と明確に書いていただいたほうがいいかなと思います。新規参入してほしいプレイヤーは資本力と経営力とデザイン力のある事業者です。

ここまでがコンテンツです。

あと、割とマイナーなポイントですけれども、12ページで、最初にインバウンド観光の過去の推移のグラフがあるのですが、ここは人数のグラフではなくて、観光収入のグラフを置いたほうがいいかなと思いました。なぜならば、そちらのほうが重要なKPIなのです。

それから、20ページにガイドの育成が必要と書いてあるのですけれども、日本は低付加価値ガイドは山のようにいます。足りないのは、ちゃんと相手に合わせてストーリーテリングができる高付加価値、高収入を得ているようなガイドが足りないので、高付加価値ガイドの育成というふうに書いていただいたほうがいいかなと思いました。

以上です。

○田中座長 ありがとうございます。

続いて、コーカー委員、お願いします。

○コーカー委員 今日もありがとうございます。

基本的に梅澤委員に賛成です。

○梅澤委員 ありがとうございます。

○コーカー委員 私から、短いのですけれども、2つぐらいのところがあります。

一つは、30ページ、音楽のところ、『音楽（ライブ・エンターテインメントを含む。）』、こういうところに日本のストリーミング対応が遅れている、日本の音楽の海外展開のデータは存在しないと書いてあるのですけれども、ストリーミングのデータはたくさん存在しています。でも、ライブ・エンターテインメントのデータが全くゼロです。そ

れから、日本のバンドが最近、海外でどこまで公演が増えているのか。そのデータはゼロですが、Spotifyとかインターネットで再生数のデータが山ほどありますという細かいところでは。

2つ目のコメントが、いくつかのところで独自プラットフォームが少ないという話が出てきます。多分、世界中に届けるため、SpotifyとかNetflixのような欧米の大きいテック会社がつくっているプラットフォームしか使えないのではないですか。そこで書いてあるのは、そういう各業界が37ページの一番下のところの、日本独自のプラットフォームが少ない状況なので、各業界が連携・協力し、日本の独自プラットフォームもつくりましたよということが書いてあるのですけれども、私が思うのは、これはコンテンツの話ですので、知的財産コンテンツをつくっている会社はやはり面白いコンテンツをつくって、それをうまく宣伝します。Googleのような会社と競合できるデジタルプラットフォームとかインフラまでコンテンツをつくっている会社がつくれないうのです。

多分、ここに書いていないのは、自分のつくっているコンテンツを海外のプラットフォームにアップしないで、自分のプラットフォームだけにしますとか、でも、その考え方が古くて、NetflixとかSpotifyとか、そういうアメリカの大きい大手の配信プラットフォームにアップしないのは自分が損するだけです。日本が損するので、そっちに絶対アップしなければいけない。それで、日本独自プラットフォームはあったほうがいいと思いますけれども、それをつくるのはコンテンツをつくっている会社ではなくて、Googleとか、DeNAとか、分からないのですが、日本のテックIT企業。そういう技術とかエンジニア、ソフトウェアエンジニアとか、そういうものがたくさんリソースがある企業が、つくれるとしたら、そういう企業がつくれますので、コンテンツの会社が取りあえずのプラットフォームを戦略的に一番、売上になるように、たくさん出して、いいものをつくって、たくさん宣伝して、プラットフォームとかインフラに関しては2つの話です。

長くなりましたけれども、K-POPは、韓国の音楽がこんなに世界中でヒットしているのですが、独自プラットフォームがないのです。最近出ているのですけれども、やはりニッチで、ファンクラブとか、アーティストの近くで一番コアなファンがすごく一番熱いファンですので、韓国が最近、高い料金設定で参加できるアプリとかはつくっているのですが、K-POPがこんなに大きくなったのは、すべてアメリカの大手テック会社経由で世界中にブームを起こしましたので、日本のコンテンツ会社がプラットフォームをやめるべきであると思います。でも、つくったほうがいいのですけれども、日本のテック会社がつくるべきという個人的な意見です。

以上です。

○田中座長 ありがとうございます。

それでは、サーズ委員、お願いします。

○サーズ委員 資料1に関するコメントなのですけれども、非常によくまとめているのですが、しかし、これはもしかしたら自分の仕事、情報発信とメディアの関係かもしれない

のですけれども、AIの話、クールジャパンの対策、または可能性に関する話というか、考えが足りないかなと思います。

といいますと、私たちの仕事の中で、先にお話しした情報発信という、非常にAIにアシストされている、つくられている情報であったりコンテンツが非常に増えているのです。いい面がもちろん、当然あるのですけれども、つくりやすいし、早いし、しかし、質が低い情報とかコンテンツが、今、ネットが多過ぎて、サーチにしてもインターネットが逆に使いづらくなっている。

何でこの話をするかといいますと、これからクールジャパン、新しいクールジャパンの世界にスタイルとかを発信するために、それをやはり考えないといけないのです。どうやってするか、どうやってAIを逆にうまく使うか。それから、対策というか、注意するか。

私は何回も話をしたのですが、私のクールジャパンがLeading in Japan。Leading in Japanが僕のクールジャパンで、それで言いますと、どっちかという、私はデジタルのことは大好きなのですが、でも、アナログのジャパンが好きです。人間と交流とか、食とか、観光体験とか、いろいろ考えると多分、何でもアナログか、そのベースというか、ジャパンレガシーの文化とか宇宙があって、今度、AIの世界に進むと、それはどういうふうにも対応するかというか、活動するかは、答えはないのですが、ちょっと気になっているところです。

以上です。

○田中座長 ありがとうございます。

では、今、4人の委員の方々にコメントをいただきましたので、事務局から少し対応いただけますか。

○佐野次長 御意見をいただきましてありがとうございます。皆さんの意見はしっかり踏まえていきたいと思っております。

まず、佐藤委員からのコメントで、外国人の担い手を広げて、それをそこから拡散していくことが重要であるということであると思っております。したがって、外国人の方のプロデューサーのネットワーク化が重要ではないかと思っております。

梅澤委員からのコメントの中で、一つはKPIについての御意見でございます。GNIという形で数字が取れるかどうかは分かりませんが、こちら、今日はこの会議の場では数字はお示ししておりませんが、野心的な数字ということで設定していきたいと思っております。食についても、農林水産物等の輸出だけではなくて、日本の調味料メーカーとかの海外展開等が進んでいますので、そういったところの数字も含めていきたいと思っております。それから、海外の高度人材のトラッキングも、これも佐藤委員からの御指摘とも重なる部分はありますけれども、こちらトラッキングしていくことは重要なことであると思っております。

CJ機構について、CJ機構は全体で、もともと20年のファンドで、今、11年目で、ファンドとしては回収期でございますけれども、今も経営構造改革を進めながら、そういう意



味では出資規模、投資規模としては少なくなつてはおりますが、今でも新規出資はまだしてございますので、このCJ機構の在り方については引き続き検証しながら進めていきたいということでございます。

再投資のサイクルのところは御指摘のとおりですので、工夫していきたいと思っております。デザイン、アートについても御指摘を踏まえて反映していきたいと思っております。新規参入の促進も、記載してございましたけれども、少し工夫してみたいと思っております。ガイドについても同様に検討したいと思っております。

コーカー委員から御指摘いただいたところで、ストリーミングのデータがあるのではないかということでもありますけれども、今、金額ベースに直した数字がなかなかないということもございますが、こちらは民間団体とも連携しまして海外展開の数字を少し整備していきたいと思っておりますし、ライブ・エンタメのデータのところもないのはまさにそのとおりで、この辺りもデータの整備を検討していきたいと思っております。

今からグローバルな独自プラットフォームをつくるのは難しいではないかというところはまさにおっしゃるとおりであると思っておりますけれども、二次流通のチャンネルとか、いろいろなチャンスはあろうかと思っております。その際に、クローズドなプラットフォームは古いというのはまさにおっしゃるとおりであると思っておりますので、既存のグローバルプラットフォームをしっかりと活用しながら二次流通の、ニッチということになるかもしれませんが、プラットフォームは追求していくということかと思っております。

サーズ委員から御指摘いただいた点で、このクールジャパンなり、コンテンツとAIをどう考えるのかというところで、このレポートの中でも、AIのみならず、デジタル技術の活用ということを書いてございますけれども、こういった形でAIをうまく使っていくのか、今の時点では少し不透明なところもございますが、御指摘を踏まえて考えていきたいと思っております。ありがとうございます。

○田中座長 事務局からのコメント、ありがとうございます。

それでは、レティシア委員、お待たせしました。お願いします。

○レティシア委員 お願いします。

私はインバウンドを中心にコメントさせていただきたいのですが、まず印象として受けたのは、このまとめはすごくよくて、コロナの前と比べればインバウンドを全体的に盛り上げていて、方針が面白くなっていますので、すごく期待できると思うのですが、ブランド戦略とか、高付加価値のサービスの提供とか、もしくは外国人目線を積極的に受け入れるものを国際の競争に勝てる、かつ日本の独特の魅力も引き上げられるような土台をつくっているような気がしますので、すごく期待できると思います。それで、今から多分、今後のフォローアップはどうなるのかというのはすごく大事なところになると思うのですが、全国一元的な対応、そして、KPIを読み取りながらやっていくのはすごく大事なところだと思います。そして、今までは観光分野におけるAI技術の統合については、まだ議論されていないのですが、AIは多分、相当、これから旅行業界を混乱させるような影

響力を持っているものであると思いますので、それも対応しながら、いち早くどういう方針にすればいいのかを考えたほうがグローバルな競争力を構築できると思います。

何回かそういう話は出ていると思うのですが、人材もちろん、すごく大事なことであって、特にインバウンドの場合は、ガイドの育成は、前からも言っているのですが、すごく大事なことであって、梅澤委員が言っていたように、低付加価値なガイドが、ちょっと失礼な話なのですが、たくさんいながら高付加価値のガイドはあまりいなくて、それはまさに私もそう思っているのですが、それはマーケットの体制の問題であると思います。高付加価値なガイドがたくさん出てくるために、シーズンリティーにとらわれない安定な収入、そして、ガイド教育へのアクセス、それと、旅行会社への販路の確保で、国家資格もあるのですが、それは、例えば外国人のガイドに、とてもではないけれども、取れない資格になっていますので、そういうものも改善するべきなのかなと思うのですが、インバウンドの場合は、やはり人材はクオリティーと高付加価値のキーにはなることであると思いますので、それをぜひこれから考えていきたいと思います。

以上になります。

○田中座長 ありがとうございます。

それでは、オンラインのコチュ委員、お待たせしました。お願いします。

○コチュ委員 御説明いただきありがとうございます。非常によくまとまった形になっているのかなと思っていて、特にコンテンツ回りの戦略というか、対策に関しては異議とかはなく、各課題への取組が大事であるとは思っているのですが、クールジャパンとしてはすごく大事なのにあまり触れられていないところが2点あるかなと思っています。

1つ目はオーバーツーリズムなのです。オーバーツーリズム対策というものがあって、その前に申し上げたいのが、クールジャパンとしてはコンテンツ発信とか、日本のいいものを世の中にアピールする姿勢がすごく大事なのですが、環境づくりをやっておかないと、インバウンドで来た観光客であったり、外国人受入れの受け皿ができなかったりとかすると、これは逆にバックファイアする可能性があると思っています。オーバーツーリズムは今、すごく深刻な問題になっていて、日本のコンテンツに興味があって日本に来られる方が既に多いのですが、地元の方々がかなり、ローカルの方々が困っていたりとかして、逆に観光客が嫌になってくることとかも、危険性とかもあると思っていますので、オーバーツーリズムとどう向き合っていくかをもうちょっと考えたほうがいいかなと思っています。

例えば、これはツーリズムが人気な国とかのコモンプラクティスになっていると思うのですが、入場制限をかけるとか、事前予約を必要とするとか、いろいろな対策が考えられるとは思っているのですが、要は我々クールジャパンイニシアチブとしては、何をお勧めして、オーバーツーリズムとどう向き合っていくかのスタンスを示したほうがいいと思っていますのが1つ目。

2つ目は外国人受入れ。これは梅澤委員も先ほどおっしゃっていたのですけれども、まず、高度人材も含めて、外国人受入れというところでは、実は日本はビザの緩和とか調整とか、いろいろやられているはいるのですが、ただ、共存する・共生する・協働する環境が実は全くつくられていないのがあって、いろいろな課題がたくさんあって、ここで話し始めると長くなるのですけれども、外国人受入れ対策をどうしていくかが環境づくりという意味でも大事ですし、あと、誰をどう入れるか、何か問題があったときに、そことどう向き合っていくかの姿勢も大事であると思っていて、日本に滞在する、日本に住んでいる外国人の数が300万人ぐらいで、まだ400万人に至っていないのですが、この数があと10年後に10倍になってくる見込みもあり、そうなったときにいろいろなトラブルとかが発生すると思うのです。

例えば一つ、現在起こっていることから例えますと、埼玉のクルド人問題があり、やはりローカルの方と日本人の方といろいろな問題が起こっているところは散々ニュースも出ていると思うのですけれども、外国人受入れに関して、割とほかの国と比べてウェルカムな日本人が外国人受入れ対策をちゃんと考えて設計しないといろいろな問題が起こって、その問題への対応は日本もやはり遅い特徴もあるので、対応も遅くなって、結局、国民がどんどん外国人が嫌になってくるという、そこが差別につながっていくとか、何か外国人と日本人がうまく共生できないリスクも今の環境だと十分あると思いますので、外国人受入れの対策とかも我々クールジャパンとしてはやっていかないといけないなどは思っています。

すみません。コンテンツと大分離れた話なのですけれども、将来のクールジャパンがあってよかったと国民の皆様にも感じていただくためにも、誘致した後のことをどうしていくかの姿勢とか思考が大事であると思っています。

以上です。ありがとうございます。

○田中座長 どうもありがとうございました。

続いて、コンテンツ戦略ワーキンググループの委員の方、お願いできればと思います。

山口委員、お願いします。

○山口委員 これだけ総合的に見ると勉強になります。ありがとうございます。

僕は3つになるのですか。こういうことになると、書いてあることは正しいので、書きぶりと各ニュアンスの話になってくるのかなという感覚を持っているのですけれども、コンテンツのところで、個人のクリエイターへの収益還元ということは書いてあると思うのですが、これに関して言うと、これは非常にデジタル化で個人のクリエイターがビジネスユニットを基本として成立するようになりました。日本はクリエイターの層が厚くて、質も高いのが売りなので、ここをしっかりとやっていかなければいけませんという話は、既存の仕組みを守りたいと思っている人たちとのあつれきは避けられないのです。だから、ここに既得権を潰すと書けないのはもちろん理解しているのですけれども、エコシステムの再構築は不可避であるみたいな感じの表現はしないと、ここに書いてあることを文字面だ

け読むといかようにでも解釈できるので、今の仕組みを守れるような感じがしてしまう書きぶりはまずいと思うのです。

だから、これは変えなければ駄目なのである、個人のクリエイターにしっかり返るようにしないとという、レコード会社の専属実演家契約は本当に変えなければいけないし、音楽出版権の扱い方が日本では特別になって、変えなければいけない。これはかなり各論なので音楽の中で話すべきことであると思うのですけれども、音楽に限らず、ほかの分野でも、個人のクリエイターへの利益還元の仕組みをしっかりとやること。そのためには日本クリエイターのビジネスマインドが低いこともすごく問題であったり、それは教育にもつながったりとかという、総合的につながっていくのですが、ここをやらないと日本のコンテンツは強くないということをやって、何とか逃げ切ろうと思っている意識の既得権側の経営者の方が無理なのである、やばいのである、変わらなければ駄目であると思っています。ただ文章にしたいです。

レコード会社にしろ、出版社にしろ、映画会社にしろ、夏野委員みたいな社長ばかりではないので、そういう人たちが、この昭和の仕組みに乗っかっているのは無理であると思わせる書きぶりが何かうまく考えていただけないのではないかなと思います。デジタル分配とかの分配率はイギリスの国会では話題になって、委員会を挙げて、どういうやり方がいいかというものをやっている話は御説明しているので、何かそんなことが、それが一番思いました。

あと、気になったのは、海賊版のところをやられるのはもちろん、すごく大事であると思うのですけれども、これは同じぐらいの比率で、合法サービスを広げることと海賊版をぶっ潰すことを、50%、50%ぐらいで書かないとまずいと思うのです。今、出版社の方々がマンガで大変であるという話を伺うのですが、アニメでCrunchyrollを、最初に違法サイトを日本のコンテンツ会社、アニメ会社が出資もして、許諾して、最後、ソニーが買っている歴史があるし、音楽もGroovesparkという違法サイトを潰せたのはSpotifyがあったからなので、これは合法サービスを広げられないのであったら、僕の場合で言うと、合法サービスを広げられないで違法サービスを潰しても意味ないねと個人的には思うので、何かそこは半々でちゃんと書くという、そのために何ができるかをそれこそ官民連携でしっかり話し合っていただくことが大事なのではないかなと思います。

あと、AIのことは、生成AIのことは書くのですか、書かないのですか。これだけパブコメが来たということは、書くのですね。

なので、学習データの著作物の扱いが国際的に非常に課題になっていて、ここはおそらく僕より詳しい方はたくさんいらっしゃると思うのですが、ヨーロッパでの議論が中心に何らかのルールが間もなくできそうな感じではないですか。だから、それをちゃんと日本が遅れずにとするか、そこにしっかりコミットすることの姿勢を伝えることと、やはり生成AIにネガティブなクリエイターとかのパブコメがたくさん来るのは非常に心配で、AIを使えないクリエイターとかも今後、クリエイターがやれなくなるという、だから、上手

に使う。もちろん、危険性があるのだったら、そこはちゃんと潰していこうねという、これもそういうニュアンスのメッセージがこのクールジャパン戦略の方針から伝わるのが大事なのではないかなという3点を思いました。

あと、梅澤委員がおっしゃったことは僕もすごく賛成で、美容は本当にそうであるし、クールジャパン機構の活用と、外国人は高度人材で呼んで採っていくロジックはすごくいいなと思いました。美容は、化粧品も大事なのですけれども、体験のところも日本に優位性があると伺っているので、そんなことをやっていただくといいと思います。

あと、これは質問なのですけれども、デジタルアーカイブのところに音楽がないのは何か理由があるのですかということだけ、これは資料を見ていて、知りたいなと思いました。

以上です。

○田中座長 どうもありがとうございました。

続いて、堀内委員、お願いします。

○堀内委員 今回、コンテンツ産業を基幹産業と位置付けて、競争力強化とクリエイターの活躍を整理いただいたのは大きな進展であると思っております。ありがとうございます。

今回、国を挙げて取り組む上で、官民の連携はもちろんですけれども、特に政府にもギアを上げて具体的な取組を進めていただくことが重要であると思っております。経済界も引き続き、具体的な課題や必要な施策について整理して連携していければと思っております。

数点申し上げたいと思っておりますけれども、1つ目は官民の連携体制のところであります。これだけ書き込んでいただいてありがとうございます。

これは国によって背景も違いますけれども、例えばイギリスのCreative Industries Councilとか、韓国のメディア・コンテンツ産業融合発展委員会とか、様々な官民連携の在り方も試みられているところですので、日本にとってどのような体制が適切か、ぜひ検討いただいて連携が進められればと思っております。

それから、これまで経団連の提言でも申し上げましたけれども、長期的にはコンテンツ政策に関して、司令塔機能とか実施機能を有するような一元的な組織が必要になってくるのではと思っておるところです。それはすぐには難しいと思っておりますが、省庁の縦割りを排した一体的な体制の下で政府が調整役を担っていただくことを期待したいと考えております。

それから、それにも関連しますけれども、統計についてですが、やはり将来を展望する上で真に必要なデータを国としてしっかり整備いただくことが必要であろうと思っております。今、残念ながらデータがないところはあると認識しておりますけれども、そういったところについては経済界としても協力していけると思っております。

それから、官民連携の中ですけれども、当然、人材育成という観点からは学も含まれてくることが重要であると思っております。

2つ目は、企画・制作・海外展開までの一気通貫での支援というところですが、

費用対効果は分析しづらい分野ではありますが、コンテンツ産業のグローバルなバリューチェーンを踏まえまして、各段階において、どのような支援策が不足していて、どのような打ち手が有効かを継続的に分析しまして、柔軟かつ戦略的に支援策を講ずることが必要と考えております。その際には、やはり継続的な支援が重要ですので、複数年を想定した取組の拡充を期待したいと考えております。

最後に、海賊版対策ですけれども、こちらもしっかり検討いただいておりますが、民間だけでの対応には限界があるところでありまして、官民連携はもちろんですけれども、やはり政府間のチャンネルとか、二国間だけではなくて、国としてグローバルプラットフォームに対してもメッセージを出して働きかけていくことが必要と考えております。

以上でございます。

○田中座長 どうもありがとうございました。

では、また4人の委員から、質問もございましたので、事務局からコメントがございましたらお願いします。

○佐野次長 御意見いただきましてありがとうございます。それぞれ工夫して検討したいと思います。

それで、レティシア委員からいただいたコメントで、フォローアップはしっかり進めていくということでございます。

生成AIについて、これは山口委員からも御指摘がございました。それから、ガイドのところは梅澤委員からも御指摘いただいたところでございます。

コチュ委員から、オーバーツーリズム対策と外国人受入れ体制について御指摘いただきました。オーバーツーリズム対策につきましては、そのものをクールジャパン戦略に盛り込むことはないのですが、この中では高付加価値化して、それで希少化して、分散させていくことが一つの解になるのではないかとということで、この戦略の中でも記載させていただいております。

それから、外国人受入れについては、資料1で言いますと57ページの下から4つ目の○のところです。日本で活躍する外国人の起業家や日本への留学生などを増加させるための課題を洗い出し、環境整備に取り組むということを書いております。注釈のところでも今の取組ということで書いてございますが、起業目的の場合には、特例制度がございます。文化活動を目的とする場合の在留資格も設けられているところで、また、口座がなかなか開設できないという御指摘がありますけれども、そこについては、起業目的の場合には、来日から6か月経過する以前でも一定条件の下で口座開設を可能とするように金融庁から金融機関に通知が発出されているということでございますが、引き続き、課題については洗い出しを行っていきたいと考えてございます。

山口委員からの御指摘で、個人のクリエイターへの収益還元、既存の仕組みを壊すというメッセージ性をもう少し強調すべきであるという御指摘と思いますけれども、こちらについては既にある程度書いてございますが、また何ができるのかは検討したいと思います。

それから、海賊版対策と同時に正規版の流通が大事であるということはまさに我々も認識を同じくしているところがございます、その旨の書きぶりが少し弱いかもしれず、その辺りもまた検討したいと思います。

先ほどのレティシア委員と重なりますけれども、生成AIについてでございますが、こちらは34ページの(3)の下から8行目ぐらいですか。生成AIを用いたコンテンツ生成については、一律に排除されるものではなく云々ということを書いております。権利保護とのバランスを踏まえながら生成AIの利活用が推進されるように、社会的な合意形成、受容性の向上を図るというふうに整理した上で、36ページになりますけれども、先ほど申し上げましたように、やはり関係当事者間における適切なコミュニケーションも重要であろうということで、下から2つ目の○でそういうところを記載しております。

御質問について、デジタルアーカイブの中に音楽は入っていないのではないかとということですが、これは結論から言うと、音楽は入ってはいます。ただ、これは主に国の機関が収集しているものになりますので、実態は民間のほうが音楽のアーカイブは持っていますので、国で持っているものは、国立国会図書館がソノラマシートとか、そういう形で持っているもので、かなり限定的なものになります。これについては、民間が持っているものは基本的に商用コンテンツとなりますので、そういったものも含めて、どう拡張していくのかは今後の論点になっております。

堀内委員からの御指摘で、一元的な組織が重要であるという御指摘については、このレポートの中の41ページ、42ページで記載しておりますけれども、まずは官民協議の場でしっかりとフォローアップしていくということで、42ページで、一元的な組織をつくることになっておりませんが、2個目の○で、コンテンツ産業の支援施策・支援ツールについて、スタートアップの世界ではそういうことをやっているのですけれども、体系的に整理・メニュー化して、見える化していくところでユーザーフレンドリーなことをまずできないかということで記載させていただいております。

以上でございます。

○田中座長 どうもありがとうございました。

それでは、続いて、林委員、お願いいたします。お待たせしました。

○林委員 ありがとうございます。私からも3点申し上げたいと思います。

まず、今回の新たなクールジャパン戦略において、過去の取組について精査して、課題を整理した上でKPI/KGIを定めることをやっていただいたことに大変感謝しております。よろしくお願ひしたいと思います。

この中で、3つのKPIの1つ目として日本の魅力の体験という項目があるのですが、ここに掲げるものとして、文化・歴史・自然も加えていただけないかと思っています。私の知り合いの外国の方でも日本の文化とか歴史とか自然に興味があって日本に来ましたという方もたくさんいらっしゃるし、実際に京都とか奈良とか、屋久島とかに行っても日本人がいないところに外国人の方がたくさんいらっしゃることもありますので、文化・歴史・

自然の追加をお願いしたいのが1点目です。

2点目は、海賊版対策の総合的な対策メニューを今回再更新するという点については、対策メニューができて随分経つので、新しく更新していただくことに賛成です。

ただ、本日の非公表資料3の、これは11ページになるのでしょうか。そこで書かれているものを見ると、過去、第3段階のところに書かれていた「ブロッキングに係る法制度整備については、他の取組の効果や被害状況等を見ながら検討」というものが表の外の（注）に1行書かれているだけになっています。もろもろの政治状況から、私がこれをしつこく言っても何の実現可能性もないのも自覚しているのですが、ただ、日本の今の常識は、国際的に見れば別に常識ではありません。むしろ、世界四十数か国で法制度として定着しているサイトブロッキングが海賊版対策に役に立っているのは客観的な事実としてもありますので、5年間のクールジャパン戦略について、先ほど事務局の佐野次長からも毎年フォローアップしていくという言葉がありましたので、3段階目という時系列で後に先送りしているのではなく、被害状況を見ながら、今後も毎年検討していただきたいと思っています。

最後に、3つ目ですけれども、先ほど夏野委員もおっしゃったように、やはり大事なのはクールジャパン戦略の中での具体的な取組の部分であると思います。

その中で、政府という括弧書きで書かれているアイテムがいろいろあるわけですが、その政府の具体的な取組としての項目の中で、いわゆる関係者を集めて協議するタイプの項目がたくさんあります。こういうものは、やはり日本の風土としては全員の合意が得られないと何も変えられないのが過去半世紀ずっと続いてきたところなので、この中にもKPI/KGIを設けて、いつまでにどれだけやっていくのかという項目をできるだけ盛り込んでいただきたいと思っています。

以上です。

○田中座長 どうもありがとうございました。

では、沼田委員、お願いします。

○沼田委員 ありがとうございます。

このたび、コンテンツ産業を基幹産業として位置付けていただいたことに一ドラマプロデューサーとして、より気持ちを引き締めていく努力をしていく決意が生まれた今回の会議でした。ただし、4.7兆円と言われる輸出額のほとんどがアニメ、マンガ、ゲームで、実写、特にドラマですが、わずかですので、その一方でこれからの伸び代があると思っています。

実写、ファクチュアル、映画なのですけれども、今、アジアの人口は世界の半分なのですが、そのアジアから出ていくコンテンツが10%しかない。それで、クールジャパンなのですけれども、アジアという視点を持つと、よりKPI/KGIとして伸び代があることが分かると思います。

特にドラマ制作会社の立場から言わせていただくと、やはり国内流通が強くて、それに



甘えていてビジネスをしていなかった。主に受注だけであったのですけれども、これからグローバルビジネスをしていくためには、投資とか資金調達をしてブランドをつくっていかねばいけない。そういったことがアジアの、韓国は韓国コンテンツ振興院が主に制作会社を育て、そのグッドプラクティスを中国が真似をして制作会社を育てた。やはり個人の制作者、クリエイターのレベルから、ある種コンテンツをつくっていく制作会社も、産業育成として具体的に制作会社を育てるような取組を具体的にしていただけたらなと思います。

それで、山口委員もおっしゃっていただいた古い権益体制・構造からも脱却していくことが、そういうグローバルビジネスをする前の国内ビジネスでもそういったことを乗り越えてグローバルビジネスに挑戦していかなければいけないのですけれども、そういった状況があることが、テーマとして、それを乗り越えていかなければいけない状況にあります。今回、本当に課題の抽出とか取組の提示をしてくださいまして本当にありがとうございます。

私からは以上です。

○田中座長 どうもありがとうございました。

それでは、オンラインで、富山委員、お願いします。お待たせしました。

○富山委員 ありがとうございます。

まず、民間の取組という中で、映画製作適正化機構、映適のことと、国内の拠点となるスタジオの新しいディベロップという話を取り上げていただいてありがとうございます。

全体として、僕はやはり映画における人材の話をしたいのですけれども、まとめとして、これは新たなクールジャパンのビジョンというところでのクリエイター等の担い手とともに成長するクールジャパン。これはそのとおりであると思います。

ここの項目という意味ではなくて申し上げたいのですけれども、前々回申し上げたように、2010年代、海外へ留学した人たちが、今、いかに活躍しているかということ。これはやはりとても大きいと思います。あの後、それぞれ4人、みんな集まって話をしたのですが、非常に大きいプロジェクトをやっていることがさらに確認できました。

一方で、これは先ほどコチュ委員もおっしゃっていたことなのですが、日本にいる外国人で、映画に関して言うと、私のいる日本映画大学にも各学年40名の留学生がいるわけです。中国を中心とした多くの留学生がいます。彼らは、卒業と同時に制作プロダクションに入らない限りは国に帰らないといけなくなるわけです。映画のスタッフとしての技術で、映画大学の場合は各パートのスタッフを育てていますので、こういう彼らが日本で働けるような、やはり新しい規制緩和を考えていただく必要があるのではないかと。

海外へ留学する日本人を支援して、それが投資につながるのと併せて、日本国内に來ている外国人留学生たちをある意味では引き止めることによって、人材、労働力としての活用ができるだけでなく、将来的には国際共同制作、その他につながっていくということで、この部分はぜひ、むしろ、戦略として踏み込んだ形で何か話をしていただけるとい

いのではないかなと、これは強く感じました。

あと、27ページでしたか。「(2) 産業構造・商慣習」という中にいわゆる映画関連の大学の話も書いていただいているのですけれども、むしろ、こちらは課題の中の実写、この後に出てくる実写の中にでも取り上げていただいて、その中でやはり人材育成がいかに必要か。3. の「(3) 実写」の中にある、高度なVFX技術とか、法務や経理などの専門知識。これはまさに、今、映画大学でやり始めているところなのですが、こういったところからの人材が課題として必要になってくるというところでまとめていただくといいのかなと。それで、ここにある国内の人材育成の体制の整備、いわゆる海外留学も充実させるところに文脈としてつながっていくといいのではないかと、ありがたいなと思いました。

以上です。

○田中座長 ありがとうございます。

それでは、ここまででコメントを事務局からまたいただいて、その後、オンラインの関委員、内山委員、生貝委員と御発言いただきます。

では、まず、事務局、よろしく願いいたします。

○佐野次長 まず、林委員からの御指摘で、クールジャパン全体のKPIの中で、日本の魅力を体験している率をトレースしていくということでありまして。そのほかに、日本の文化とか自然も含めてほしいということでありまして、こちらは、今の段階ではデータの制約があって数字が必ずしも取れていないところもあるかもしれないのですけれども、この辺も含めて、今後のデータ整備も含めて、検討していきたいと思っております。

海賊版対策の総合メニューの更新について、ブロッキングについての御指摘がございました。これは今の各省との調整の案では、第1段階から第3段階となっていたものの中の第3段階に書いてあったことを表の中の注にするという案でございます。これについては様々な議論がございまして、そうした議論を踏まえて今のような形でできないかと思っております。

御指摘の中で、協議会のタイプが非常に多いということで、KPI/KGIをしっかりと設定していくことが必要ではないかという御指摘でございます。こちらについては、全体のKPI/KGIを設けていくということでありまして、コンテンツの官民協議の場でも、それぞれのKPI/KGIを、進捗状況をぶつけ合いながら、進捗をフォローアップしていくということで考えてございます。

沼田委員からの御指摘で、実写の伸び代が大きいと我々も思っておりまして、従来の国内流通全体の構造を変えていく必要がある中で、海外展開支援の更なる強化とか多重下請構造の中での取引の適正化をこの中でも盛り込んでいるところでございます。

富山委員からの御指摘で、まず、今、非常に留学というものが成果を上げたことはこれまでのワーキンググループでも御指摘いただいております。人材育成については、今、文化庁も含めて、強化しているところでございますが、そういった中で、この留学の重要性も

インプットしていければと思っています。

日本にいる外国人の活用ということで、就職先がないのですぐに帰国しないといけないということですが、こちらについてもどういったことができるのかを検討していきたいと思ひますし、戦略的な視点で考えていきたいと思ひております。

以上です。

○田中座長 どうもありがとうございました。

それでは、オンラインで、関委員、お願いします。

○関委員 私も個別のコメントは特になくて、全体として非常にコンプリヘンシブにまとめていただいているので、ありがとうございました。

これはコメントというより、事務局の方に質問なのですけれども、特に資料1の後半に各施策と、それとの関連省庁の紐付けがされていると思うのですが、今後、各施策を実行していく中で、当然ながら、裏付けとなる予算が要ると思うのですが、これは今後、どういうふうに予算付けがされ、どういうふうにという意味では、どういう優先順位とか順番で予算付けがされて実際に実行されていくのか。

これは資料の中にももしかしたらあるのかもしれないのですが、その辺り、実際、インプリメンテーションする中でそういった予算との関係では今後、どんなふう調整され、実行されていくのかなという、ここが私としては現時点でもし何か考えがあれば知りたいなと思ひたところでは。

以上です。

○田中座長 ありがとうございます。後ほど回答させていただきます。

それでは、オンラインの内山委員、お願いします。

○内山委員 ありがとうございます。事務局が一生懸命取りまとめたものですので、今さら、これをちゃぶ台返しするようなコメントは当然ながらしたくないと思ひておひまして、細かい点だけいくつか申し上げます。

まず、輸出を一つのKPIにしていきましよう的な文言がどこかにあったのですが、それをやるのであったら、本当に精緻なデータを集めてくださいというのをこの段階で要望しておきたいと思ひます。

それから、単に輸出金額だけではなくて、そろそろ貿易収支という観点で、だから、輸入という観点も含めて見ていく意識があってもいいのかなと思ひます。やはり貿易は基本的にはギブ・アンド・テイクの世界なので、輸出過多とか輸入過多に傾いているのはあまりいい話ではないので、結局、たくさん輸出して、たくさん輸入していますという状況がおそらく国際交流的にもいいはずですので、単に輸出のみならず収支という意識はどうでしょうかということがあります。

それから、富山委員にも御協力いただきましたけれども、ロケ誘致の会議を去年度やらせていただきました。まだまだ、一応、課題山積と思ひておりますので、引き続き、検討と推進をお願いしたいと思ひます。

それから、私の範疇外でしたけれども、生成AIの話ですが、これはやはり一言言いたくて、ジャンルごとに保護と利活用の鞍点を探してくださいというのがもっと現実的な話ではないかなと思います。というのは、例えばこういう例えが正しいかどうかは微妙ですけども、とても切れ味のいい包丁があります。その包丁はとても危険だから銃刀法を強化しましょうというふうに世界中が議論しているようにしか見えなくて、そうではなく、料理人が適切にその包丁を使っておいしい料理を作るといった側面もちゃんと目を配らせなければいけない。でも、そのことを銃刀法で何かやるかという話にしか見えなくて、いきなり一般法で何とかしようというところがあって、もうちょっとジャンルごとの検討としたほうがいいのではないのかとつくづく思っております。

それから、これは既に何人かの方が御指摘されたとおりですけれども、違う言い方をすれば、やはりDX時代においてイノベーションのジレンマに陥らないように、単にいろいろな新しい道具とかデジタルとかなんとかを目先のメリットだけで使うのではなくて、でも、その結果、もしかしたらワークフローが変わる、あるいはビジネスプロセスが変わって、いっぱい守らなければならないものを持っている人たちがいっぱい抵抗するかもしれないけれども、では、それでデジタルをやめましょうとかになると、まさしく現代のラダイト運動になってしまうので、そういうことではなくて、やはり新しいものに積極的に取り組む、あるいはそうしたワークフローやビジネスプロセスが変わることに恐れのないようなクリエイターやプロデューサーに対して目を向けてあげたらどうでしょうかといったところで、蛇足なコメントをさせていただきます。

以上でございます。

○田中座長 コメントの提示もありがとうございました。

それでは、生貝委員、お待たせしました。よろしく申し上げます。

○生貝委員 大変丁寧におまとめいただきありがとうございました。私から大きく3点ほど、簡単にコメントをさせていただきます。

まず1つ目が、やはりテクノロジーについてでございます。本当に今まで様々、御意見の中にもあったように、特にAI、やはり生成AIについては、どうも、これからコンテンツのかなり多くの部分をAIがつくるようになってくること自体は間違いない。このことはコンテンツ分野全体に対する、本当にかなり根本的な変化であるというふうに最近は改めて感じているところであります。

そうしたときに、やはり話にあったとおり、機会と脅威の両面をしっかりと、まさにこうした枠組みの中でも取り組んでいくこと。そしてもう一つ、テクノロジーという意味ですと、デジタルプラットフォームはこれからすべてのコンテンツビジネスといったものがすべてこの上で行われていくことになるわけでございますから、やはり本当にこれは継続的に力を入れて、その脅威と機会の両方を見ていくこと。

そして、重要なことは、この両方をやはり非常に深く関わっている、例えば具体的なサービスに実装するときにも多くのAIは、それが生成AIであれ、そうでないAIであれ、こ

のプラットフォームの中に組み入れられるものであるし、あるいは一番影響力の大きなAIをこのビッグテックが併せて提供することになるわけでありませう。

そうしたときに、やはりこのテクノロジーがコンテンツあるいはクールジャパンに与える影響は、僕はこれだけでしっかり柱を立てて、あるいは具体的には何かタスクフォースをつくったりというふうになったりするのかもしれませんが。もちろん、今、AIと著作権、知的財産権に関しては集中的な議論をされているのは承知しているのですが、やはりオポチュニティも含めて、しっかり特出しをして考えていくことが、今年なのか、来年なのかはさておいても、重要になってくるのであらうと思います。

2点目は、関連もするのでありますが、インテリジェンスについて、この重要性は本当に幾ら強調しても強調し過ぎることではないのであらうと思います。

そうしたときに、今、お話ししたテクノロジーの話をちゃんと把握して、分析して、対応を考えていくことは実は最も重要で、難しいインテリジェンスの部分であつたりするわけですね。この点、例えば欧州委員会ですと、2020年から既にAIがまさにクリエイティブセクターに与えるオポチュニティとチャレンジと題した大規模な調査研究を始めて、2年前には200ページ超の報告書なども出ているところであつたりします。そういうインテリジェンスをどのように強化していくのか。

そして、インテリジェンスという意味ですと、やはりもはやすべてデジタルに関わってくる中で、コンテンツに関わる、世界各国で様々な施策がされていることのしっかりとした分析という意味でのインテリジェンスも非常に力を入れていく価値があるのであらうと思います。これが2点目でございます。

最後に、3点目として、デジタルアーカイブ。今日、資料4の中で御紹介いただいたデジタルアーカイブジャパンやジャパンサーチの取組については、僕も知財事務局の中の別の会議体で数年来、議論に参加させていただいているところでございます。

そうしたときに、例えばジャパンサーチの取組の一つの大きなモデルになっているEuropeana。このことはもともと、やはり伝統的な文化遺産のほかにも、例えばファッションとか放送、映画といったところも含めた現代文化も含めて、欧州の文化的蓄積を世界に発信していくためのポータル、まさに我が国の言葉で言えばクールジャパン的なもののポータルとして位置付けられているわけでございます。

あるいは3年前に改訂されたEUのデジタルアーカイブ戦略の中ですと、例えば最も物理的に訪問されているモニュメント・遺跡・建物の50%を2030年までに3Dデジタル化するといった、やはり観光誘致あるいはバーチャルの観光といったところとの兼ね合いでも非常に重視されているところでございます。

そうしたときに、今回のドラフトの34ページでも例えばデジタルアーカイブのことも触れられていただいているところでもありますけれども、せっかくなので、ジャパンサーチという言葉というか、取組もその中に位置付けていただいたりすることが実はすごく自然なのかなと思いますとともに、クールジャパンに関わるようなコンテンツのアーカイブを

強化していく。そして、観光資源としてもしっかりそれを位置付けていくといったことも含めて、この両者の関係性、ここでの文脈とデジタルアーカイブの関係性をやはりいろいろな形で御検討いただけるとよいなと思いました。

既に長くなっているのですけれども、最後に付言させていただくと、途中で山口委員がおっしゃった、デジタルアーカイブに音楽が入っているかどうか問題は極めて重要なところであると思っていて、事務局からの御回答にあったとおり、今の日本のデジタルアーカイブ政策の枠組みは国の機関が何をすべきかという単位で考えているので、どうしてもやはり音楽のような、まさに現代文化という中心から漏れてしまう部分がある。

でも、これはさらに言うと、まさにマンガ、アニメ、ゲーム、あるいはファッションなども含めた、クールジャパンとして重要なアーカイブはほとんど国の機関が存在していないわけでございます。あるいは林委員からありましたような文化や自然、モニュメントといったところも含めて、全く同様であろうと思います。ぜひ、そうしたところを含めて、我が国のコンテンツ戦略、そして、クールジャパンの実現に資するようなアーカイブ政策との接点をいろいろ御検討いただけるとよいなと思いました。

私からは以上です。

○田中座長 生貝委員、ありがとうございました。

それでは、御質問の回答も含めて事務局からお願いいたします。

○佐野次長 まず、関委員から、今後の予算も含めてどうなるのかということでございます。まず、このクールジャパン戦略の位置付けで、基本的に5か年計画といいますか、5年程度を想定しているものでございます。それで、これは項目によっても違いますけれども、既に予算があって、その予算の運用の中で対応していくものもございまして、それから、来年度の予算要求で新規要求するとか、補正予算のタイミングがあれば補正予算の中で要求していくものもそれぞれございます。全くの新規というよりは、既存の予算をさらに拡張していくというものもございまして。その辺りは、この中ではなかなか書けないものですからこういった形にしておりますが、いずれにしても、これは毎年、しっかりとフォローアップをしていこうと考えてございます。

内山委員からの御指摘で、精緻なデータが必要であるのはそのとおりで、今の段階では海外展開のデータは少し欠落している部分がございますので、そういったデータ整備をしっかりしていくということでございます。

国際収支の観点では、これは参考資料1の基礎資料で国際収支に触れてございますが、その中の36ページで著作権等の使用料収支というものが国際収支の統計の中でございます。全体としては、著作権の使用料ということで言うと支払い超過の構造にずっとなっております。ただ、これはOSとかアプリケーションを搭載した端末を販売するときに支払うライセンス料、いわゆるデジタル赤字の一つです。これもかなり含まれていると言われております。この統計上は、いわゆる本当に狭義の意味でのコンテンツの収支は取れないことになっております。それで、この国際収支もにらみながら海外展開のプラスのとこ

ろを見ていくことにしているところでございます。

生成AIは、生貝先生からもいろいろ御指摘をいただいて、皆様方にもいろいろ御指摘をいただいているところでございますけれども、この生成AIは各コンテンツ業界等にどう影響を与えていくのかというものは今後の大きな課題であると思っております、これも今後の検討事項の一つかなと思っております。

インテリジェンスのところですか。そういったテクノロジーの話も含めて、分析していくことが重要であるということで、これもそのとおりだと思っております。

デジタルアーカイブについてはおっしゃるとおりです。

以上でございます。

委員からの今日の御指摘を踏まえて、しっかりと検討してまいりたいと思っております。

以上です。

○田中座長 大変詳細にありがとうございました。

それでは、コンテンツ戦略ワーキンググループの中村座長から御意見を賜りたいと思います。お願いいたします。

○中村座長 皆様、どうもお疲れさまです。総論とコンテンツについて、一委員としてコメントさせていただければと思います。

総論ですけれども、クールジャパンのリポートとしてコンテンツ戦略を中核に据えたと記述がしてありまして、それを歓迎します。この横連携や横断的な取組が不十分であるという記述もあるのですが、コンテンツを中間財として横串の役割を果たさせることが重要であると思います。そして、産業規模の拡大で言うと、コンテンツの中間財的な性格に照らしますと、その波及効果を含む産業連関で見べきなのですが、これはなかなか難しく、これをどう捉えるかは今後の課題であると思います。

一方で、ファンの拡大とか好感度アップという目標が掲げられていまして、これは新しい政策ターゲットになります。ソフトパワーの向上という観点からは本来、こういう方向が求められるのかなということで、これに挑戦することに同意いたします。

2点目で、コンテンツですが、海外展開とデジタル対応が長年の課題でして、今回も柱になっています。これは引き続き、力を入れていくべきですが、一方で、AIにどう向き合うかが今の柱になっています。日本では2016年、今から8年前にこの知財本部で海外に先駆けてコンテンツとAIについて議論いたしました。それが著作権法の改正に結びついて、当時議論していたような状況が到来して、今、ざわざわしている状況であると思います。

一方で、日本の企業のAI利用率が低いデータもあります。デジタル敗戦に続くAI敗戦は避けたい。生貝委員が指摘したことに通ずるところですけれども、コンテンツ分野でのAIの利用、あるいはテックの利用は今後数年、重要テーマとして掲げていただきたいと思っております。

それから、人材について、コンテンツのプロデューサー不足は以前からの課題でして、

これは自分の仕事としてアメリカなどの海外のエンタメ系MBAを日本に誘致するプロジェクトを進めていまして、そういう具体策で貢献していきたいと思っています。

夏野委員、林委員から指摘がありましたように、政府の施策としてのメッセージを強めるべきというのは私も賛成でして、政府の施策としての知財計画、政府の方針に持ち込むのがこの我々の役割であると思いますので、そこは座長として意識してまいりたいと思います。

ありがとうございます。

○田中座長 中村座長、ありがとうございました。

私からも一言申し上げます。今回、クールジャパンの再起動のタイミングで高付加価値化という声がたくさん出ましたけれども、これを実現して高い利益を出していこうという取組はとても大切で、まず、送り手側がこの価値に自信を持って、また、受け手の目線で価値や価値感や特別感みたいなことの値付けのための要件とか情報が迅速に共有されて、周知されて、認識されていくことが重要であると思いますし、ここは共通課題としてまとめていただきましたので、これ以上の要望は特にはないのですけれども、ぜひ強化していきたいと思うところです。

また、ずっと長らく言われてきた官民連携の体制についても、プラットフォームの機能を高めていくためにも、運営のための企画がやはり必要で、内部のインナーコミュニケーション促進のためのリーダーやファシリテーターやコーディネーターの方々も国内外の人材から起用されて、来てもらって、促進して、ここの中に最新情報や知見が循環するように、アカデミア、スタートアップ、いろいろなデータベースをここに記していただいていますので、これらがよりよい循環になるようにできればと願うところです。

今回、2つのワーキンググループの合同開催を事務局で調整をいただきましたので、大変、委員の多くの皆様から気づきをたくさんいただきましたこと、感謝を申し上げたいと思います。ありがとうございました。

大変短い時間でコメントをお願いしたので、少しまだ言い足りない方がいるかもしれませんが、よろしいですか。追加で大丈夫でございますでしょうか。

ありがとうございます。

それでは、時間も迫ってまいりまして、事務局からもよろしいですか。大丈夫ですか。

本日の議論はこの辺りにさせていただきたいと思います。御協力ありがとうございます。

本日は、新たなクールジャパン戦略について、ワーキンググループとしての取りまとめを行うこととなっております。本日、皆様からいただきました貴重な御意見を踏まえまして、修正を行うこととなります。いただいた意見に対しましては、それぞれ事務局からコメントも即答いただいた形で大変ありがとうございました。

まず、この修正につきましては、事務局と相談しながら行いたいと思いますが、今後のスケジュールもありまして、最終的な取りまとめにつきましては、中村座長と私に一任をいただきたいと思っております。いかがでしょうか。



(「異議なし」と声あり)

○田中座長 ありがとうございます。

それでは、最終的に取りまとめをいたしましたら、委員の皆様にご共有させていただくこととなります。

それでは、本日はこれで閉会するところでございますけれども、最後に事務局から事務連絡等をどうぞよろしく願いいたします。

○佐野次長 これまで御審議いただきましてありがとうございます。

本日で、両ワーキンググループは最後になります。

今、田中座長から話がございましたけれども、今日の御議論も踏まえて検討し、両座長に相談しまして、このワーキンググループとしての取りまとめを作成していきたいと思えます。それを親会の構想委員会でも御議論いただきまして、最終的には6月頃の知財本部において決定するというところでございます。

それから、知財計画についても、この新しいクールジャパン戦略の中から要素を抜粋、要約するような形で記載したいと考えておりまして、これも6月頃、同時に知財本部で決定することになります。

これまで御参加いただきました委員の皆様、関係省庁の皆様、それから、ヒアリングに御協力いただいた皆様におかれましては、心より御礼を申し上げます。

以上でございます。

○田中座長 ありがとうございます。

それでは、これにて本日の会議を終了いたします。委員の皆様、大変ありがとうございました。お疲れさまでございました。

オンラインの委員の方々もありがとうございました。