

第3回 Create Japan WG

日 時：令和2年4月9日 15:00～17:00

場 所：オンライン開催

出席者：(委員)田中座長、オヤ委員、サース委員、コーカー委員、梅澤委員、楠本委員、
佐藤委員、中村委員、夏野委員、村上委員
：(知財)三又局長、渡邊次長、吉弘企画官 (農水省)小宮室長 (環境省)中島室長
(観光庁)小林室長

議 題：

- 1、開会
- 2、(1)「CJ 戦略」に関する政府部内での検討状況について 知財事務局(資料1)
(2) 個別分野の取組について 農水省(資料2)、環境省(資料3)から説明。意見交換。

【主な意見】

○新型コロナウイルス感染症について

- ・ CJWG でアフターコロナに日本としてクリエイティブをどう発信していくかの議論をしていく必要を感じている。
CJとして、重要という認識があったのは、観光と食とエンタメであるが、これらすべてがコロナでやられている。
インバウンドをどう盛り上げていくかを、もう一度ゼロベースで考える必要があるが、それを行う司令塔がない。CJWGはそうそうたるメンバーがいるので、産官連携してアフターコロナをどう盛り上げていくかを主要アジェンダにしてはどうか。
経済対策では、一律に対応していたが、今後はインバウンド(CJ)分野に重点的に施策を打ってほしい。
- ・ エンタメ産業(ライブベニューやイベンターなど)でも同様の状況。数週間なら持つかもしれないが、数か月続けば倒産する。外食産業と同じ。
- ・ アフターコロナで、来年のオリンピックで復活しても、外国から人が来た時に、エンタメも外食もホテルも良いものがなくなっている。こんな状況でよいのかと問題視している。その問題点をまずみんなで合意すべき。資源もないこの日本で、文化を守らなくてどうするのかと思う。訪日6000万人というラインではなく、復活シナリオのKPIを持ったうえで議論をすべき。
- ・ コロナ対策の議論に賛成。観光、食、エンタメの3つのジャンルが集まっている我々

委員で、緊急ステートメントを出すなどのアクションが必要ではないか。ぼんやり議論している状況ではない。エンタメでいうと、ライブ配信の環境整備はたぶん間に合わない。特定産業への支援も産業政策ではなく文化政策として必要。次の補正があるかもしれないので、インプットする必要。支援策について、地方まで届いていないようなので施策の周知を図ることと使いやすい運用にすることが政府へのお願い。

- ・ コミケなどのイベント系も軒並み中止、コンテンツを作る側も作品を出せないのでは作れないという状況が深刻になっている。イベントは一度潰れると復興が難しい。海外で行われる親日のイベントも同様の状況であるので、1年経つと、来年には軒並み無くなりかねないので、そこも支援をお願いしたい。
- ・ 今は「クールジャパンに関する情報をいかに発信するか？」の議論をした方が良いと思う。コロナの影響で訪日できないし、コロナが収束してもすぐに日本に来てくれるかというところも難しいと思う。この状況下でどんな情報を発信すべきかを考えたい。
- ・ 個人的に大事だと思うのが、コロナの影響で「あたりまえ」が変化したこと。例えば、リモートワークが浸透して働き方が変わった。このようなオポチュニティの見極めが大事。
- ・ 皆、自宅にいたので、ECやソーシャルメディアの利用者が増加している。オンラインチャンネルで日本をアピールする、または日本の商品を購入してもらうなどを考えた方が良いと思う。オンラインチャンネルとどのようなコンテンツが親和性が高いかを分析して、どこに予算を投入するか議論した方が良い。
- ・ 日本の音楽業界の弱点は「グローバル化」と「デジタル化」。今後、日本のコンテンツや音楽、アーティストはデジタルシフトが必要。このコロナ危機をきっかけに意識が変われば良い
- ・ 時間軸の話は重要。クールジャパンの骨太の議論も大事だと思っているが、時間軸を考えたときに、今言わないとヤバいと思ったので言わせてもらっている。今後は「業界としてどう一律に救済するか？」と「この機会に伸ばしていこうという分野」は分けて考えるべき。
4~6月までは、一律にどう救済するか、を考えるフェーズ。6月以降はオリンピックの時にどうウェルカムの雰囲気をつくれるか？を考えるべき。
今年の秋口くらいには、日本がオリンピックまでに何を発信していくのか、を予算も含めて指針を決めるべき。6月くらいから議論しないと間に合わない。
長期的な視点で考えると、今年から2025年までに5年間で、どう新たな日本ファンを作っていくか、も考える。

今後 5 年間で観光需要が戻れば良いが、世界の人々が移動しなくなる可能性もある。インバウンドをどう喚起していくかの心理的アプローチを含めて、今までのクールジャパンとは違う切り口での議論が必要。

- ・ この委員会で以下の 3 点をやりたい。

1 点目 この委員会としてのステートメントを出したい。一週間でやりたい。そのステートメントの骨になるべきは、クリエイトジャパンと言っているし、様々なクリエイターに支えられているクールジャパンであるから、そのクリエイター達に、社会全体として、政府として注目し、彼らを救うべきだと我々から政府にぶつけませんかという事。政府からでてくる短期的な救済案は事業者向け。音楽業界でいうと、ライブベニューや、プロモーターは対象になるが、その先にいるクリエイター達は、一日 4 千円を除けば、ほぼ支援策がない状況。ほかの産業でも同じ事がおきていると考えられる。それでは、日本の文化の維持もできなく、ましてや 2021 に向けて、素晴らしい日本を見せることはできない。

2 点目 ポストコロナの事も考えても、飲食、観光、エンターテインメントの良質なインフラをどう残すかは極めて重要なテーマ。そのために何かができることはないかをテーマに据えて、次回の委員会か、有志だけでも集まって具体策の提言として政府に提言する

3 点目 コロナで、色々な人達のマインドや行動形態が変わった中で、これからのクールジャパンの中心的なコンテンツや、その届け方や、日本としてのブランド発信の仕方が大きく変わるとの仮説を立てて、ポストコロナを見据えて、どこで舵を切るべきかをテーマに議論しないかというのが提案。

○日本食について

- ・ 日本食材を海外で流行らせるため、特に各国の主要都市で日本の素材・食材を手に入りやすい環境をいかに作るかが重要。
- ・ 加工品の輸出が多いと思うが、生鮮食品が輸出されると農家にとっても地域にとっても良いと思う。
- ・ 食かけるプロジェクトについて、食だけではなく食を通じたライフスタイル全般の発信を CJ として農水省が中心となってやったことはよい。こういった取組が各地域に広がっていくことを盛り上げていけるとよい。
- ・ 外国人が持っている日本の食へのイメージは「安全」。輸出する場合は、安全性がアピールできるのではないか。

○国立公園について

- ・ すべての国立公園を一律にするのではなく、知床のような海外の国立公園に近い水準のものを基準にしていくことはできないか。
- ・ HP についても一律な紹介になっており十分ではない。
- ・ どういうことをしたら世界レベルの国立公園になるか、自治権含め、今の制限と関係なく検討が必要。
- ・ 海外の国立公園では自然の風景やアクティビティのエンタメ力で観光客を集めていると思うが、生活しながら共生しているということは日本ならではの魅力としてよいと思う。こういったことをさらに情報発信できればよいのではないか。
- ・ 国立公園に人をたくさん集めたいという気持ちはそんなになく、素晴らしい日本の自然や環境は守りたいと思う(集客だけではなく保護の観点も重要)。
- ・ インフラ系にお金をかけていると感じる。国立公園の素晴らしさをどうやって世界中に発信できるかというブランディングに集中して発信してもらいたい。
- ・ 国立公園は、似たようなものがおおく、差別化できていない。多言語解説事業に携わった経験から、それぞれの売りポイントが弱く、自分のブランドが明確になっていないと感じる。もう一度自分のブランドをリセットして、わかりやすいものを集中的にだしていくことが必要。現在は来てもらうのは難しい状況なので、マーケティングとして海外に発信して、反応のよいものに集中して今後の対策としてつかっていく。

○日本産酒類について

- ・ 日本酒については、新規参入が認められておらず、保護主義的である。そこに国が輸出を支援しているのはいかがなものか。国として支援していくのであれば参入規制のようなものを見直すべき。

○その他

(共通事項)

- ・ CJWG で着目すべきは、あらゆるコンテンツの担い手。さらなる魅力の磨き上げをする人(担い手)が重要。磨き上げをする人材が足りていない。磨き上げをする人の価値、ステータス性(職位)を上げられるとよい。
- ・ 各個別分野に共通して、情報発信におけるメディアや関係者が限られていることが課題。情報発信の幅を拡大していく必要。

(e-スポーツ)

- ・ e スポーツについて経産省の検討会で先月に報告が出た。現在の国内市場は 44 億円だが 5 年後に 700 億円 (16 倍)、飲食などの波及市場を含めて 340 億円を 3000 億円という目標。そのためには、e スポーツのファンの割合を韓国並みにする必要がある。

産官学連携のアクションも整理したが関係省庁の協力が必要。

- ・ 香川県のゲーム規制条例という逆風も出てきているが対応していくを考えている。

以上