

第4回 Create Japan WG

日 時：令和2年4月23日 16:30～18:30

場 所：オンライン開催

出席者：クライン委員、オヤ委員、チュー委員、サーズ委員、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

議 題：

- 1、開会
- 2、(1) 知財計画 2020 素案(クールジャパン (以降「CJ」という) 部分)について
(知財事務局から資料に沿って説明・意見交換)

【主な意見】

○ 知財計画 2020 素案について

(総論)

- ・ 今日素案では、危機感が欠如しているように読めてしまう。エンタメにしても食にしても、これから2ヶ月ぐらいで廃業かもしれない、もしくは廃業し始めているタイミングでこの報告書が出る。これを読んだら CJ コミュニティの相当部分の人達から拒否感が出るのではないか。
- ・ 彼らが直面している危機をしっかりと認識して、しかもそれに対して、我々が色々な手を打とうとしていて、全速力で取り組んでいるというのがしっかりと伝わるメッセージングと各論の書きぶりにするべき。総論には新型コロナについて書いてあるが、その後ろを見ると、新型コロナの前に議論されていることをそのまま継承していて、どうみてもビジネスアズユージュアル。この局面で一番苦しんでいる CJ コミュニティに寄り添ったメッセージングと構成にしてもらいたい。
- ・ 現在は平時ではないので、題目を整理、議論する場合ではなく、アクションのみが必要。先日の「緊急提言」(※)もそういう趣旨。知財計画2020を文書にするにしても、強烈な危機感をどう示せるかが最大のポイント。
- ・ 知財本部ができたのは2003年だが、それ以来、リーマンショック、3.11を乗り越えてきたが、それを上回る厳しい状況にある。それをどう捉え、メッセージを出すのか、総論のメッセージ感だけに興味がある。後の個別の所は、文書として整理しておけば良い。そこの示し方を一度、ここで揉んだ方が良い。

- ・ 総論でしっかりメッセージを出せば、今回、各論は落としても良いのではないかと思う。総論で最大限ドライブしているメッセージがある中で、その後に、各論が続いているのを読むと、結局、言っているだけに見えてしまう。
- ・ 総論としてのメッセージと、いかに早く各論に入れるようにするのか。ワクチンができる数年後なのか。そこにデジタル技術を使うキャッシュレスとかで現金を介した感染を無くすとか。そういう総論と各論の間をつなげる、各論の開始時期をどう早めるのかについての方策が入っていたら良いと思う。
- ・ 各論がついていると、各論の議論も大きく変わるのではないか。2020 ウィズコロナなのか、アフターコロナなのかもわからないから、それに向けて再構築する前に、まずやるべきは、万全の策で日本のクリエイティブをどう守るか。「緊急提言」(*)のように知財事務局として取り組むということを中心していただく。そのメッセージ性にはものすごく意味があると思う。その上で、ここに書かれている各論が、2021年以降にどう花開くかは、総論のメッセージと火急的な対策の先に見えてくるものではないか。是非この数カ月で何をすべきなのか、という緊急対策に重点を置いていただきたい。
- ・ 総論を全体の第2章で描くから大丈夫ではなく、CJの総論にしっかりとメッセージを込めて書いて欲しい。短期的な施策は手遅れかもしれないが、出すタイミングで直面しているであろう現状を想定してメッセージは出すべき。
- ・ 4ページ以降の各論については、項目の中身にに応じて必要なところは書き直すべき。各論の部分はこのウィズコロナの時代に色々と進化する。この間の「緊急提言」(*)の最後にもそう書いてある。そういうことが色々織り込まれていけば、状況を反映した上で、このウィズコロナの間にできることはこういうことだから、それをやりながら事業モデルの進化をして、アフターコロナまでなんとか生き延びてくださいとのメッセージが伝わると思う。しかし、各論がビジネスアズユージュアルであると、全部、ぶち壊しなので、全面的に書き直す必要がある。
- ・ 総論だけ気になっている。第4章の総論を強く書くことに賛成。2003年に知財本部ができて、知財計画は、著作権とか、特許とか、どちらかというと長期戦略中心だった。CJは、どちらかというと短期的な国際戦術的な所を議論するためにでてきたお題目。それは、新型コロナを乗り越えられないとCJそのものが死ぬという話。つまり、知財は残るけれども、CJはなくなるという危機意識をそこで示す必要がある。
- ・ 提案として、新型コロナの最悪のシナリオを一枚入れるべきでは？
- ・ 1枚の中で、専門家の意見なども踏まえて2021年までの最悪のシナリオをどう予測するかを書くべきではないか。その予測の後ろの中に、錦鯉など個別テーマがあると良い。
- ・ 4ページ以降の各論は、全部意味がある。長期的にも意味があることが載っている。こ

れに意味がないとか言う議論ではないというのが大前提。今戦時と同じで、1日単位で価値観が変わる。半年後どうなっているか誰もわからない。

- ・ 今年4ページ以降の部分については、随時見直しをかける、ということが重要。
- ・ この計画が予算配分に紐づくなら、柔軟な予算配分を申請して、どういった状況で、どう判断するかを委員会などで議論して決めていくべき。
- ・ ワーストストーリーから考え、何に重点を置くのか柔軟に考えるべき。
- ・ 3ページの短期・中期・長期の部分で、短期について、今議論している提言をすることも大事だが、具体的にどういう施策をするのかを議論すべき。
- ・ 今回の議論は「今まであったものをどう維持するか」に集中しているが、新しいものは入らないのか。「新しいものを支援する」という部分はメッセージとして大きく入れて欲しい。
- ・ CJ戦略にとって最大の危機的な状況にあると明確に書くべき。イベントも食もインバウンドもあらゆる意味で新型コロナはCJにとって最大の試練であるというのを明確に書いた方が良い。それを宣言すると、新型コロナ対策の部分が生きてくると思う。新型コロナが落ち着いた後、全力でCJ戦略を立て直して、前よりも一層強化していかなければならない。という2つをメッセージにする。
- ・ 「最大の危機」というメッセージの下に、どうやって食の人たちを救うかが書いてあれば良い。新型コロナ収束後はさらに伸ばしていかなければならないというメッセージを強く出すこと、姿勢を示す。この2つを大きな柱にして組み直せないか。
- ・ 新型コロナの影響を分析し、CJの取り組みは進化と長期の部分に書いてあるが、今から平行で始めると言う理解で良いか。そうだとすると、各論部分の内容はあまり変わらなくても、まとめ方は変わってくると思う。
- ・ 世界を視野に入れてこなかった人たちのブランドを、知財としてロンドンで出すべきだとか、戦略的な掛け合わせが有効になっていくアフターコロナの未来を予測する。従って、長期的には海外からどう見えるのかを分析しつつ、日本人自身が、日本を見直し、そこに対して予算化や行動指針などを立てていくことも有効だと思う。
- ・ CJ戦略の中にも支援の一つとしてニューノーマルに関する戦略を強化する。または調査するなど一つのテーマにしても良いと思う。
- ・ 今後、新しい価値観が生まれるはず。そのニューノーマルを支援する。飲食のデリバリーなどもニューノーマル。生き抜くためのニューノーマルの価値観を支援するのは大事ではないか。
- ・ 今は戦時だと思う。今回は総論のメッセージに尽きる。その認識が産業界や国民とずれると文も宙に浮く。総論と各論のボリュームは逆だと思う。

- ・ この短期中期長期という区分も、今、新型コロナがいつ落ち着くかわからないのに、オリパラを来年できるかわからない状況なのに、説得力がない。「危機的状況の今」と、「新型コロナ収束後の再構築」の2フェーズにした方が良いのでは。中期のオリパラの成功に向けて、と言うのはボケボケな感じがする。2段階にはできないか。
- ・ 総論の部分は、当ワーキンググループ12人のメンバーが一回合意したドラフトがすでにある。「緊急提言」(※)のおもて紙を知財推進計画の総論部分の続く形で挿入出来ないか。その一枚があれば、だいぶこれを読む特にCJコミュニティの人たちかの見え方も変わると思う。

(※)「緊急提言」：第3回CJWG(令和2年4月9日開催)で委員より提案があり、第5回構想委員会(令和2年4月16日開催)に提出された、「クールジャパン/インバウンド戦略のための当面の止血とアフターコロナに向けた提言」

(各論)

- ・ 各論を書くなれば、各分野の事業者の進化を後押しする、というメッセージにならないと今出す文章にはならないと思う。
- ・ 各分野の1つ2つを選別して、具体的に何を、いつまでに、どうするか、を議論していきたい。
- ・ 短期的にやるべきことをやって実現できたことはCJの実績にしたい。
- ・ 個別分野における現状と課題をもう一回、直したほうが良いのではないか。例えば、食や日本産酒類だと「食かけるプロジェクトを進める」と書いてあるが、今は、生き残ることしか考えられない。従って、食かけるプロジェクトは進められない。
- ・ 「食かけるプロジェクト」はインバウンド戦略としては有効だが、いまはインバウンドの人は来ない。日本人がもう一回、日本の都心、地方などを一回見直し、リスペクトし直すいいチャンス。食かけるプロジェクトでは観光と掛け合わせていたが、そうではない。地方の老舗と金融を掛け合わせるとか。
- ・ 強烈なメッセージがここに書かれていないと平時の文章になってしまう。現状のメッセージのまま発信されると、すべての食産業の人たちが悲しむ。食の文化を絶やしてはならない。食に関わる仕事をされている方々が新型コロナの状況においても、文化を守るために頑張っている。食に対してプライドを持って働いているということがもっと国内でも評価されても良い。社会から必要のない仕事なのかなと寂しい思いしている人達もいると思う。この食が、どのように文化・経済の両面に貢献できるのか、メッセージを出していくべき。
- ・ 「100年以上の老舗は誇れる」と書いてあったが、違和感があった。過去の100年を守

るのではなく、これから100年を作っていこうよ。というメッセージを出すことが大事だと思う。メッセージが真逆になっていると思う。

- ・ 老舗で書くべきは、日本の宝である老舗がこんなにあるのに、多分、今の新型コロナで相当死ぬ。それをどう未来に繋げていくかというストーリーが、ここでもでてくるはず。ナイトタイムエコノミー（NTE）も同じ。NTEは食と並んで、今、一番、緊急的に危機を迎えている分野で、コンテンツを広げましょう、外人への情報発信をしましょうの話は、アフターコロナが見えてからの話。今、どういうふうオンラインシフトして、且つオンラインで課金の仕組みを作るか。あるいは、食えない間、どうやって関連のエコシステムが死に絶えないように支えるかを考えないといけないと思う。
- ・ ロケ誘致も、書くとすると、アフターコロナのインバウンドのフックにするためにどう戦略的に使うか。そういう視点で書き直した方が良い。
- ・ 文化の活用について、そもそもここで「文化」という言葉は、使わないでほしい。ここで議論したのは全部文化。ここで言っていることは、文化の活用ではなく、文化財、美術館、博物館等の活用。「文化観光」と、私が前から何度も言っているのは狭義の話ではなく、アニメツーリズムも、ガストロミーツーリズムも、建築ツーリズムも全部文化観光だと思って話をしている。なので、ここで、文化というのを狭く協議するのは、CJの自殺行為だと思う。

○ 個別分野

（コンテンツ）

- ・ 日本のコンテンツが打撃を受けているという事もあるが、逆にニンテンドースイッチが売り切れだったり、どうぶつの森がゼルダとかマリオより売れているゲームになっていたり、今こそそういうコンテンツがチャンス。
- ・ 音楽の権利については厳しい面があるが、今の時期こそ緩くして、そういうコンテンツも消費できるようになれば良いのでは。
- ・ 新型コロナ影響で日本のものを出荷する際の流通に影響が出ており、単価が高い方法を取らざるをえなくなっている。コストを負担できないところには、支援が必要かもしれない。

（その他）

- ・ 今までクールであったことが、これからクールじゃないかもしれない。フレキシブルに思い切ってチェンジできる方がクールだと思う。

- ・ 外国人は日本のことをすごいと思っているが、日本人はそのすごさや素晴らしさを認識していない。日本人に自国のすごさを認識させプライドを高めるチャンスだと思う。
- ・ 日本人は自国に対するプライドがあるのかもしれないが、見せないし、うまくプロモーションできていない気がする。ローカルの素晴らしさなどを出すと良い。
- ・ 日本ファンは、日本がどう変わるか、が気になると思う。
- ・ 何かモノを作ったり、売ったりではなく、コミュニケーションやメディアでの発信力に力を入れて、ポストコロナ対策など、日本のいいところを世界にシェアできたら一つのCJではないか。
- ・ 今、ニュージーランドではNZナショナルジオグラフィックのeメールが送られてくる。自分の国の自然の特色、動物、植物などを子供から大人までホームスクーリングの形になっている。それはとても面白いと思った。日本でも応用できたら良いと思った。

以上