

第4回 Create Japan WG 事務局説明資料

2020年4月23日

内閣府 知的財産戦略推進事務局

1. はじめに
2. デジタル技術を活用した経済社会システムの変革
3. 急速に変化する時代に合わせたイノベーションエコシステムの構築
 - (1) 創造性の涵養・尖った人材の活躍
 - (2) 地域のエコシステムと中小・ベンチャー・企業・大学及び農業分野における知財戦略の強化
 - (3) DXの推進、AI・データ等の利活用に向けて
 - (4) 戦略的な標準の活用
 - (5) オープンイノベーションに向けた知財マネジメントの推進
 - (6) 価値デザイン経営 考え方の普及と実践の促進
 - (7) 戦略的な知財活用の社会実装に向けた環境整備
4. クールジャパン戦略の実行
 - (1) 総論：CJの取組全般を進めるために
 - (2) 個別分野：既存の施策を活用しつつ、成功事例の創出を目指す
5. コンテンツ・クリエイション・エコシステムの構築
 - (1) デジタル時代のコンテンツ戦略
 - (2) 模倣品・海賊版対策の強化
 - (3) デジタルアーカイブ社会の実現
 - (4) 国内外のロケーション撮影環境改善等を通じた映像作品支援
6. 工程表

a) 新型コロナの影響

- 今般、新型コロナにより大きな打撃を受けている飲食、観光、文化、エンターテインメントなどの分野は、日本のソフトパワーを支えるCJの取組において重要であり、来年のオリパラ東京大会を機に訪日する外国人に日本の魅力を伝える上でも必要不可欠。
- 新型コロナの影響について、社会活動の更なるデジタル化に加え、今後、パンデミックへの警戒感等が人々の心理や行動に及ぼす変化や「日本」に対するイメージの変化等を十分に調査・分析した上で、CJの取組を実施する。

b) 重点事項

①世界の視点

- 世界の人々の視点や知見は必要不可欠。CJ関連施策の実施に当たり、引き続き、可能な限り多くの外国人有識者等の参画を促す。

②持続性の確保

- CJの取組を幅広く民間事業者等に根付かせ、自走させていく上ため、民間事業者がストレスなくCJの取組に参画できる環境を整備する。

③デジタル時代に応じた発信の工夫

- 民間事業者等が自ら行う場合と、訪日外国人等に発信してもらう場合の両面から、情報発信を強化する。

- 新型コロナについては、短期、中期（オリパラまで）、長期の視点で対応。
- その際、新型コロナが社会全体に及ぼす影響につき、関係省庁と連携しつつ十分に調査する必要がある。

短期

新型コロナウイルスの影響で傷んだCJ関連産業への支援

- CJの担い手である観光、食、エンタメなどの産業に対し、緊急経済対策が効果的に行われるよう、関係省庁と連携。

中期

オリパラの成功に向け、既存の施策を最大限活用

- 令和2年度予算におけるCJ関連施策等を活用し、オリパラの成功に向けてCJの取組を活性化。
- CJ戦略会議等の枠組みを活用し、関係省庁の連携を強化。

長期

新型コロナの影響を分析しCJの取組を進化

- 海外からみた日本への評価の変化など、新型コロナが世界に及ぼす影響について、心理的側面や地域的な差異も踏まえつつ分析し、それに応じてCJの取組を進化させる。
- 調査分析に際しては、他省庁とも十分に連携。

(2) 個別分野における現状と課題

- CJの取組を更に強化し、根付かせるため、関係省庁・関係機関の施策やアセットを総動員し、具体的分野における成功事例を創出して横展開を図る必要がある。
- 関係省庁・関係機関が協力しつつ「食」、「日本産酒類」、「文化の活用」等の個別分野について、具体的な取組を進めることで、CJの取組を進化させていく。

食

- 訴求力の高い「食」を活用し、より幅広い分野や地域への裨益を図るため、新たな分野や省庁との連携も視野に入れつつ「食かけるプロジェクト」を進めていく。
- 外国に居住している人が日本の「食」に触れられる機会をさらに増加させ、日本食ファンの裾野を広げることも重要。

日本産酒類

- 日本産酒類の輸出については、さらなる輸出拡大に向け、高付加価値化のためのブランド戦略等が必要。
- 酒蔵ツーリズムの取組に際しては、地域全体への裨益等を意識することで、その大きな可能性を最大限活用することが重要。

コンテンツ

- 「コンテンツ」の発信力による利益をコンテンツ分野のみに還元するのではなく、他産業との連携を深めることで、その利益を他産業にも還元するという視点が重要。
- 連携促進にあたり、国内外における「コンテンツ」の利用例を横展開し、その価値を幅広く理解してもらうとともに、他産業のマッチングや相互理解を深めることも重要。

映像作品のロケーション誘致

- 誘致の機会を逃さないために、ロケ撮影に関する環境や資金面を含めた支援体制を充実させることが必要。
- 誘致の効果を幅広い地域の利益につなげるため、周辺事業者等との連携を進め、幅広い関係者の理解と協力を得ることが望ましい。

文化の活用

- 新たな文化財の鑑賞機会の提供として、デジタル技術等を用いた文化財の活用の取組を更に進めることが必要。
- 博物館や美術館を始めとする文化施設は、インバウンドの促進等に向けた重要コンテンツの1つ。地域の観光関連施設との連携や訪問客の利便性を意識し、幅広い範囲に利益を還元する視点が重要。

国立公園

- 米国などの国立公園エリアの事例を参考にしつつ、地域全体との連携強化や、個々の国立公園に応じた発信内容等の工夫が必要。
- 環境保全の観点も十分踏まえつつ、保護と利活用の適切な両立を図ることが必要。

錦鯉

- 高付加価値化やインバウンド誘致、飼育委託などビジネス展開の可能性を持っているが、錦鯉単体での展開にとどまり、地域の他の産業、近傍地域等に展開できていないことから、これらとの連携を意識することが必要。

老舗

- 日本には業歴100年以上の老舗企業が全国に約3万社以上存在し、世界の中で圧倒的多数。これらは各地域の歴史、伝統、文化または風土の形成に大きな役割を果たしてきた「日本独自の文化」であり、非常にユニークなコンテンツ。
- 近年、後継者や職人の減少により老舗の廃業が増加しており、老舗の活性化は文化継承の観点からも重要。

ナイトタイムエコノミー

- ナイトタイムについては十分な環境を整備できておらず充実させることが必要。
- 質の高いコンテンツの供給、外国人向けの情報の発信、交通インフラ等が課題。

建築、デザイン、アート等

- 日本の建築・デザイン・アートについては、海外から高い評価を受けているが、CJの観点からは十分な活用ができておらず、活性化が必要。

CJ官民連携プラットフォーム

- 官民連携PFの会員については、分野間の偏りが大きく、金融等のCJの取組に必要な分野を含め、より幅広い分野から会員を募ることが必要。
- 官民連携PF会員間における情報共有を強化し、CJに対する会員のコミットメントをさらに高め、新たな連携に向けたマッチングの機会につなぐ必要。
- 官民連携PFの事務局的な機能を果たす組織を設立し、官民連携PFを活用しつつネットワークの拡大を図ることが効率的であり、組織の立ち上げに向けた検討を加速させることが必要。

関係省庁・関係機関が有する海外拠点の活用

- 関係省庁・関係機関が有する海外拠点は、重要な海外への発信拠点であるとともに、それらが有する情報・知見、幅広いネットワークの活用はCJの取組を更に進める上で必要不可欠。
- 在外公館で行われているレセプション等は、日本の魅力を発信するよい機会であり、これらの活用により日本の発信力の強化が可能。

CJ機構（海外需要開拓支援機構）による資金提供

- 新型コロナによりCJ関連分野が大きな被害を受けている中で、それら分野を再活性化させ、反転攻勢に結びつける上で、CJ機構に期待される役割は増大。
- 新規投資に加え既投資先のバリューアップのための取り組みを通じて、その期待される役割を十分に発揮していくことが望まれる。
- 政府として、CJ機構による既投資先に対するマッチングへの協力等のより積極的かつ直接的な支援を実施することが、投資の効果増大に資する。