

## 平成 30 年度クールジャパン戦略推進特命委員会提言

平成 30 年 5 月 31 日  
自由民主党 政務調査会

今から約半世紀前、1964 年にアジアで初めて開催された東京オリンピック競技大会では、日本の技術を駆使した東海道新幹線や首都高速道路等がメディアを通じて世界中に発信され、我が国の戦後の急激な経済成長が世界を驚かせた。この 1964 年東京大会を契機として、国内の交通網や競技場の整備が進み、その後も続く高度経済成長のマイルストーンとなった。

時代は変わり 2018 年の今、2019 年ラグビーワールドカップ、2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会など、世界の注目は再び日本に集まり、世界中から多くの外国人が訪日するとともに、コンテンツ、食、デザイン、伝統文化といったクールジャパンが脚光を浴びている。2020 年東京大会は、クールジャパンの魅力を世界に発信・展開し、経済成長を加速するまたとない好機であり、これを契機にクールジャパン戦略を 2020 年以降も続く我が国の経済成長の柱としていく必要がある。

そのため自民党は、クールジャパン推進の基本理念、クールジャパンの普及の促進に関する施策を総合的・一体的に推進する基本方針の策定、基本方針の推進を確固たるものとする仕組み等を内容とするクールジャパン戦略推進法案の策定を進めている。本委員会は、昨年の提言の中でクールジャパンの推進を確固たるものとするための法律の策定を提言し、これまでの本委員会の活動の集大成として、本法案の早期成立に尽力するとともに、これまでの本委員会における議論を踏まえ、本法案に基づく基本方針が策定されるよう政府に求めたい。

また、2020 年東京大会に向けて、今後、より多くの外国人が訪日することが見込まれる中、一人でも多くの方が日本において音楽やスポーツ等に直に触れる機会を確保するべく、チケットの高額転売の禁止に係る法案の策定を目指すライブ・エンタテインメント議連の活動を本委員会もサポートし、あるべき制度整備について議論を行った。

本委員会は、上記 2 法に係る議論・検討に加えて、クールジャパン分野の有識者やフロントランナーから最新の重要課題についてのヒアリングも行ってきたところであり、今期の活動を踏まえて以下のとおり提言し、政府に対し、これらの事項について、これまでの提言と合わせて、不断の取組を求める。

## **1、クールジャパンの基本戦略を定める法整備及び法に基づく戦略の深化**

クールジャパン戦略推進特命委員会及び参議院自民党政策審議会クールジャパン戦略推進プロジェクトチームにおいては、「クールジャパンとは何か」、「クールジャパンの基本戦略のあり方如何」といった根本論について改めて議論を重ねた。

その結果、

- ・「クールジャパン」とは「外国人がよいと思う日本の魅力」であることを前提に、その魅力を生かした商品・サービスから日本の風土や伝統まで、精神的なものから物質的なものまで、ポップカルチャーからハイカルチャーまでを広く含むものであること
  - ・それぞれのクールジャパンの魅力の本質を把握し、市場の嗜好等も踏まえて、外国人に訴求するストーリー・コンテクストを提示するなどの効果的な方法論により発信・展開していくべきであること
  - ・合わせて、総合的な日本ブランドの価値を高めていくべきこと
- 等を基本として、クールジャパンを生産性向上や経済成長に繋げていくことについて、法案として整理した。

- 政府は、法の成立後速やかに「基本方針」を策定し、法定の「クールジャパン戦略推進会議」により着実に戦略推進に取り組む。「基本方針」の策定にあたっては、本委員会におけるこれまでの提言や議論を踏まえるとともに、政府において検討中の「知的財産戦略ビジョン」を踏まえ、クールジャパンの本質や多様な地域文化の背景等のストーリー・コンテクストを活かして価値を最大化する方策などを盛り込んでいく。

## **2、チケットの不正転売を禁止するための法整備**

チケットを高額で不正転売する行為は、ファンが正当な価格でアーティストの作品に触れる機会を阻害するとともに、アーティストへの適正な利益の還元を妨げ、若手アーティストの人材育成や新たな作品の創作などの「クリエイティブサイクル」を乱すものである。そのため、これらの行為を禁止するとともに、その防止に関する措置等を定める「チケット高額転売対策法案」の早期成立に尽力する。

- 政府は、法に基づくチケットの適正な流通に向けた取組を関係省庁が一体となって行っていく。

## **3、基本戦略に基づく効果的なクールジャパン施策の推進**

クールジャパンの基本戦略に係る法整備、法に基づく基本方針、知的財産戦略ビジョンを踏まえ、クールジャパン戦略を構成する各種施策について、相乗効果が図られるような統合的な視点で、政府が一体となってその検証や発展を図りつつ、一層効果的に推進する。

クールジャパンの発信拠点等の基盤の整備・活用については、特に以下の取組を推進する。

- ▶ クールジャパン機構について、日本ブームを巻き起こし海外需要やインバウンドに繋げるという観点に立ち返り、透明性の高い投資案件の決定・管理といった運用改善、上記の基本戦略を踏まえた一層効果的な資金供給を行う。2020年代とその先に向けて、JETROによる海外展開支援や国際交流基金による日本の文化芸術の発信などを推進する。
- ▶ サンパウロ、ロサンゼルス、ロンドンで順次開館しているジャパン・ハウスや、在外公館、ジャパンモールなどを日本の多様な魅力の海外発信・展開拠点として強化していくことに加え、拠点間の連携強化も促進する。
- ▶ 特にジャパン・ハウスについては、本委員会代表団の現地訪問を踏まえ、現地の潜在的なニーズや意見をより丁寧に分析しつつ、ポップカルチャーから伝統文化まで様々な日本の諸相の魅力について相乗効果をもって発信するとともに、それらに通底する魅力の神髄が伝わるよう発信内容・方法や運営の仕組みに工夫を凝らすなどして、より効果的かつ効率的なクールジャパンの海外展開や具体的なビジネス展開につながるよう、機能の充実に努める。

#### **4、コンテンツの海外展開の強化**

- ▶ マンガ、アニメ、映画、音楽といったコンテンツの海外展開を一層強化するため、クラウドファンディング等を活用し、抜本的な業界構造改革を進めつつ新たなコンテンツ製作のビジネスモデルへの支援を推進する。
- ▶ コンテンツ産業（映像制作）の振興・基盤強化を目的として、引き続き、政府一体となってロケ撮影の環境改善に向けた取組を行うとともに、諸外国の海外作品誘致の施策も参考にしつつ、クールジャパンの発信・インバウンドの促進につながるような海外作品の誘致を強化する方策を検討する。
- ▶ 次世代のコンテンツ制作の中核を担うクリエイターやアニメーター等の人材を戦略的に確保するため、専門学校や大学に入る前の中高生等がコンテンツ制作に触れる機会を創出し、彼らの優れた作品を表彰する。

#### **5、クールジャパンによる地域の活性化**

- ▶ 関係自治体や企業等が連携し、国家戦略特区法等の様々な国の制度も活用しつつ、地域に眠る様々な魅力を発見・創出・編集し、付加価値を高めて効果的に海外に発信・展開する先進事例を創出し、全国に普及する。
- ▶ 地域の観光資源や産品等といった日本の隅々に息づく魅力を世界に発信・展開するため、地域の放送局等が海外放送局や自治体等と協働した放送コンテンツの海外展開やウェブマーケティング、その他先端技術の活用などを推進する。

- 訪日外国人のニーズを踏まえ、関連産業の海外展開との相乗効果も図りつつ、最新技術を活用した体験型コンテンツである VR（仮想現実）・AR（拡張現実）、夜間帯の消費行動を促すナイトエンターテインメント、ビューティー産業（理美容、エステ、ネイル等）等の新たなクールジャパンコンテンツの充実を図る。

## 6、クールジャパン産業の発展に資する人材の育成

- 政府が本年3月にとりまとめた「クールジャパン人材育成検討会最終とりまとめ」に基づき、専門人材の育成や外国人材の受入れに係る制度面での取組を一層進めるとともに、海外における日本語の普及や、留学・就労・帰国後の協働という外国人材のキャリアチェーンを踏まえた産学官連携の国・地域レベルの人材マッチングプラットフォーム構築や、外国人が地域をプロデュースしやすくなる環境作りに向けた取組等を推進する。
- 海外から高い評価を受けている外国料理や理美容などのクールジャパン産業について、これらの分野の更なる海外展開やインバウンド増加につなげる観点から、国内の就労状況も踏まえつつ、将来専門人材になり得る外国人留学生が、卒業後も一定期間日本で働きながら技能を習得できる仕組みを検討する。
- クールジャパンを消費するコアな日本ファンを戦略的に獲得することも重要であることから、エストニアの e-Residency 制度(※)も参考に、日本での滞在経験を持つ層や日本ファンへの積極的な働きかけを通じ、クールジャパンの優良顧客、インフルエンサーや、日本での長期滞在者や定住者などの層の増加を強化する。

※ エストニア政府は、平成 26 年より非居住者に対して e-Residency という電子居住権を発行し、仮想エストニア住民が低い法人税でオンライン手続きのみで会社設立を行い、政府関連の電子サービスを一定程度受ける環境を提供。本施策は、IT 先進国としての世界における認知向上にも寄与していると考えられる。

## 7、日本の食の海外展開

- クールジャパンのキラーコンテンツである食の海外展開に向けて、現地のマーケット特性に応じたクールジャパン機構による効果的な投資や、JFOOD0 による戦略的なプロモーションを推進する。
- 継続的に輸出が増加している日本産酒類について、質が高いと認められたものが相応の付加価値をもって展開されるよう配慮しつつ、酒類業界団体や民間との連携を図りながら、料理との相性（マリアージュ）や原料、製造方法、風土、歴史といった重層的なストーリーにより付加価値を高める等の取組により、更なる輸出増加を後押しする。

以上