

「クールジャパン官民連携プラットフォーム」の設立について



Japan. Cool Japan.

平成27年12月25日(金)
内閣官房 知的財産戦略推進事務局

「クールジャパン官民連携プラットフォーム」の設立経緯

クールジャパン戦略の深化

クールジャパン戦略推進会議（H27.1-6）

- クールジャパンを経済成長につなげることを目的として開催。
- 「**クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ**」を取りまとめ、クールジャパン戦略を深化させるための視点として、以下の5つを提示。
 1. 様々な取組に「横串」を刺す
 2. 官民の活動を「**連携**」させる
 3. 世界中から日本に人材を引きつける「人材ハブ」を構築する
 4. 日本の魅力を「外国人目線」で再編集する
 5. 「**地方**」の魅力をプロデュースする
- また、今後の政府の取組の1つとして、官民連携プロジェクトを組成するための「**官民連携プラットフォーム**」の創設を提言。

クールジャパンによる地域の活性化

地方版クールジャパン推進会議（H26.4-）

- **地方に眠るクールジャパン資源の発掘・発信**を目的として開催。
- クールジャパン戦略担当政務が地方に赴き、当該地域においてクールジャパンの各分野に取り組んでいる有識者と海外展開に係る成功事例や課題等について議論。
- 今後は、本会議と官民連携プラットフォームとの連携を進めることで、地方におけるクールジャパンの取組を加速化。

第二 3つのアクションプラン

三. 国際展開戦略

(3) 新たに講ずべき具体的施策

④ コンテンツを核としたクールジャパンの推進

(前略) 内閣官房知的財産戦略推進事務局を中心として、クールジャパン関係省庁・機関、関連団体等をメンバーとするクールジャパン推進のための官民連携プラットフォーム(仮称)を本年秋を目途に立ち上げ、コンテンツを核とした海外発信やコンテンツと周辺産業の一体的な海外展開にオールジャパンで取り組むための基本方針の策定、情報収集・共有、必要な制度改革・支援策の検討、連携プロジェクト組成のためのマッチング等を行う。マッチングを図る具体的手段として、このプラットフォームの下で、コンテンツ分野のみならず、食・観光・製造等、非コンテンツ分野も交えた多様な関連事業者が参加するマッチングフォーラム(仮称)を開催する。同フォーラムを活用して、クールジャパン機構、BEAJ、NPO 法人映像産業振興機構(VIPO)、JETRO等の協力も得つつ、プロダクトプレイスメントや、海外における企業広告とコンテンツの連携等、相乗効果・波及効果の高い業界横断的な連携案件を連続的に創出していく。(後略)

「クールジャパン官民連携プラットフォーム」の設立について

- クールジャパン戦略を深化させ、官民一体となってクールジャパンに取り組むことを目的として、官民・異業種連携の強化を図る場となる「クールジャパン官民連携プラットフォーム」を設立。
- 本年12月15日（火）に設立総会を開催（総勢218名が参加）。

構成

(1) 共同会長（3名）

- 官：島尻 安伊子 クールジャパン戦略担当大臣
民：川上 量生 カドカワ(株)代表取締役社長
長榮 周作 パナソニック(株)代表取締役会長

(2) 構成員

- ① 関係府省等（12名）
 - －世耕 弘成 内閣官房副長官
 - －関係府省（内閣・総務・外務・財務・文科・農水・経産・国交・環境）の副大臣等
- ② 関係機関（5機関）
 - －国際交流基金、ジェトロ、中小機構、日本政府観光局、クールジャパン機構
- ③ 民間団体（45団体）
 - －コンテンツ・食・観光・製造・流通業界等
- ④ 民間企業・機関・個人（33企業・機関、23名）

(3) アドバイザリーボード

- プラットフォームの運営等について助言。
- 「クールジャパン戦略推進会議」民間有識者21名により構成。

具体的な活動イメージ

(1) 総会（年1回程度開催）

- プラットフォームの事業及び基本的事項を決定
- 必要に応じて分科会を設置

(2) マッチングフォーラム（年2回程度開催）

- 異業種連携によるビジネスプロジェクトの創出を推進
- 他のイベント等との連携も推進

(3) 案件組成の基盤づくり（恒常的活動）

- ポータルサイトやSNS等を活用した官民の情報交換・共有
- 定例ワークショップの開催
- 民間マッチングイベントへの協力



写真：設立総会の模様（本年12月15日開催）

「マッチングフォーラム」を通じた連携のイメージ

マッチングフォーラムの開催を通じ、相乗効果・波及効果の高い業種横断的なビジネスプロジェクトの組成を後押し。

プロジェクトのイメージ

製造業



コンテンツ

コンテンツの世界観やキャラクターを活用した商品の開発により、これまで商品への関心が低かった層に対しても、その魅力をアピール。



テクノロジー



コンテンツ

テクノロジーを音楽ビデオ等のコンテンツの中で活用することにより、多くの人に対し、その技術力の高さをアピール。



食



観光

全国の農家や食関連事業者を取りまとめて一大イベント化することで、消費者に対し、楽しみながら商品価値を体験できる場を提供。



伝統的工芸品



デザイン

伝統的工芸品に先端的なデザインを施すことにより、これまで伝統的工芸品への関心が低かった若年層等に対しても、その魅力をアピール。

「マッチングフォーラム」の進め方について

マッチングフォーラムで、具体的なビジネスプロジェクトの組成が促されるよう、その前段階において、「企業のニーズ調査」や「連携相手となる企業等の選定」を実施。

進め方のイメージ

マッチング
フォーラム
の前段階

1. 企業等のニーズ把握



関係機関・業界団体等の協力を
得て、マッチングの対象業種・
テーマを決定

2. 連携相手となる企業等の選定



マッチング希望の有無等を踏まえ、
連携の可能性がある企業等を選定

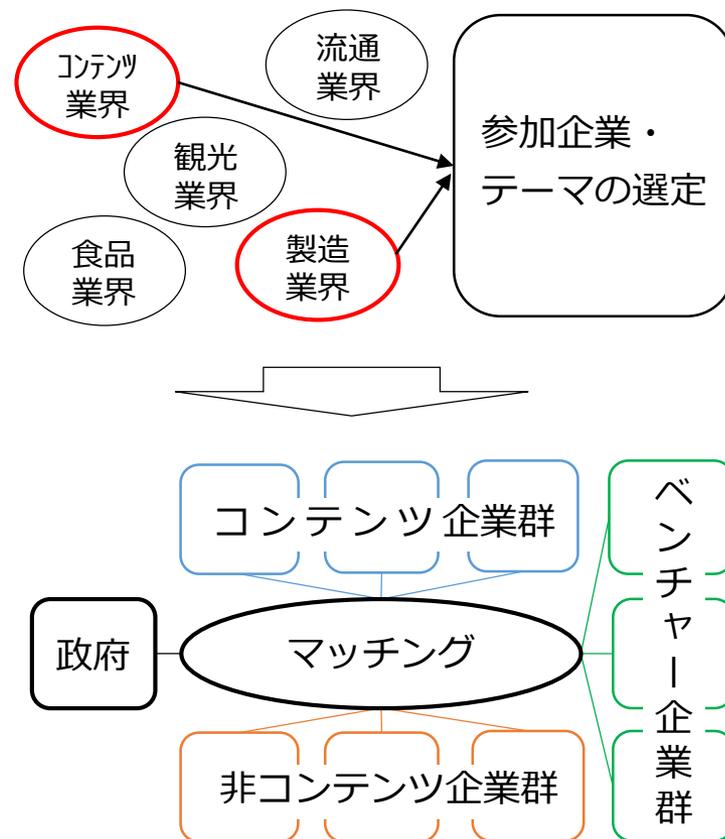
マッチング
フォーラム
の開催

3. イベント等を通じたマッチング

企業によるプレゼンテーション、
参加者による交流会等を通じて、
連携を促進

※ マッチング後は、クールジャパン機構をはじめとする政府の支援ツールの活用も念頭にプロジェクトを具体化

▼ マッチングフォーラムのイメージ



「地方版クールジャパン推進会議」について

- 地方におけるクールジャパン資源の発掘・発信を目的として「地方版クールジャパン推進会議」を開催。
- クールジャパン戦略担当政務が、当該会議の開催地域で活躍する民間事業者等と一緒に、海外展開やインバウンドの取組に関する成功事例や課題について議論。
- 出席企業等のプラットフォームへの参画により、地方企業のマッチングフォーラムへの参画を促進。

	第1回	第2回	第3回	第4回
場 所	京都府京都市	愛媛県松山市	石川県加賀市	宮城県仙台市
日 程	H25.12.14 (土)	H26.3.22 (土)	H26.6.7 (土)	H26.10.25 (土)
会 場	宝蔵院書院 	ひめぎんホール 	九谷焼美術館 	仙台国際センター 
視 察	<ul style="list-style-type: none"> ● 京都嵐山花灯路 ● 京都国際マンガミュージアム 	<ul style="list-style-type: none"> ● 今治タオル専門店 ● 柑橘加工品販売店 ● 坂の上の雲ミュージアム 	<ul style="list-style-type: none"> ● 九谷焼美術館 ● 鴨池観察館 	<ul style="list-style-type: none"> ● 東北工芸製作所
	第5回	第6回	第7回	第8回
場 所	茨城県つくば市	鳥取県鳥取市	北海道札幌市	徳島県徳島市
日 程	H27.3.21 (土)	H27.6.20 (土)	H27.8.29 (土)	H27.10.11 (日)
会 場	サイバーデザイン社 	鳥取砂丘コナン空港国際会館 	北海道博物館 	徳島グランヴィリオホテル 
視 察	<ul style="list-style-type: none"> ● いばらきクリエイターズハウス 	<ul style="list-style-type: none"> ● 鳥取砂丘コナン空港 	<ul style="list-style-type: none"> ● (株)西山製麺 ● 北海道博物館 	<ul style="list-style-type: none"> ● マチ★アソビ

「地方の魅力の発掘・発信」に関する今後の政府の取組について

- 「クールジャパン戦略推進会議」でまとめられた提言書（クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ）の中で、今後の政府の取組として、「地方の魅力の発掘・発信」に関する7つの施策を取りまとめ。
- このうち、内閣官房では、地方に眠る魅力の発掘・磨き上げを進めるために、「地域プロデューサーのリスト化・ネットワーク化」を推進。

地方におけるクールジャパン相談・支援体制の強化

■ 地域プロデューサーのリスト化・ネットワーク化

地方におけるクールジャパン資源を海外展開やインバウンド振興に結び付けていける専門知識・ノウハウを持った人材のリスト化を進め、地方に対して情報提供を行うとともに、日本全体としての視点を共有できるようにネットワーク化する。【内閣官房（知財事務局）、農水省、経産省、国交省】

※この他、「プロデューサー派遣等による地域資源の活用」【経産省、国交省】、「地方におけるクールジャパン相談窓口の整備」【経産省】を記載。

クールジャパン機構と連携した地方の中小企業等に対する支援

クールジャパン機構により新たな出資案件となりうる地域企業を発掘・組成するとともに、クールジャパン機構の出資事業（ジャパンチャンネル、ジャパンモール等）と連携して、地方の中小企業等の情報発信や販路開拓のための支援を行う。【経産省】

地方の文化的魅力の発信・交流

■ 「日本遺産」の拡充

地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統をストーリーとして現す「日本遺産（Japan Heritage）」の認定を、2020年度までに100件程度行う（2015年度は18件を認定）。さらに、ストーリーを語る上で不可欠な、魅力ある有形・無形の文化財群を、地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内外に戦略的に発信する。【文科省】

※この他、「文化プログラムの推進」【文科省、外務省】、「ホストシティ・タウン構想の推進」【内閣官房（オリパラ室）】を記載。

【参考】「クールジャパン官民連携プラットフォーム」民間の参加者 ①

(平成27年12月15日時点)

■ 民間団体（45団体）

総合	全国商工会連合会	(一社)日本経済団体連合会	日本商工会議所
コンテンツ	(一社)衛星放送協会	NPO法人 映像産業振興機構	(一財)音楽産業・文化振興財団
	(一社)キャラクターブランド・ライセンス協会	コミック出版社の会	(一社)コンピュータエンターテインメント協会
	(一社)次世代放送推進フォーラム	(一社)C i P協議会	(一財)デジタルコンテンツ協会
	(一社)デジタルメディア協会	(一社)日本映画製作者連盟	(一社)日本映像ソフト協会
	(一社)日本オンラインゲーム協会	(一社)日本ケーブルテレビ連盟	(一社)日本雑誌協会
	(一社)日本書籍出版協会	(一社)日本動画協会	(一社)日本民間放送連盟
	日本放送協会	(一社)放送コンテンツ海外展開促進機構	(一社)モバイル・コンテンツ・フォーラム
製造	(一社)電子情報技術産業協会	(一財)伝統的工芸品産業振興協会	(一社)日本アパレル・ファッション産業協会
	(一社)日本家具産業振興会	(一社)日本玩具協会	日本化粧品工業連合会
流通	日本チェーンストア協会	日本百貨店協会	(一社)日本フランチャイズチェーン協会
食品・外食	(一財)食品産業センター	(一社)日本ガストロノミー学会	日本酒造組合中央会
	(一社)日本フードサービス協会		
観光	(一社)全国旅行業協会	(公社)日本観光振興協会	(一社)日本旅行業協会
その他	NPO法人 エンターテインメント・ロイヤーズ・ネットワーク	(一社)日本広告業協会	(公財)日本デザイン振興会
	(一社)日本ベンチャーキャピタル協会	(公財)フォーリン・プレスセンター	

【参考】「クールジャパン官民連携プラットフォーム」民間の参加者 ②

■ 民間企業・機関（33企業・機関）

（平成27年12月15日時点）

コンテンツ	(株)KADOKAWA	(株)GANAPATI APPS	(株)グッドスマイルカンパニー	クリプトン・フューチャー・メディア(株)
	(株)講談社	松竹(株)	東映(株)	東宝(株)
	ユーフォーテーブル(有)	吉本興業(株)	(株)ランティス	
製造	(株)五十崎社中	(有)オйкаワデニム	奥順(株)	(株)カンディハウス
	(有)東北工芸製作所	パナソニック(株)	(株)バルコス	渡文(株)
食品・外食	アル・ケッチャーノ	木内酒造(資)	NARISAWA	龍吟
観光	(株)美ら地球	山代温泉よろづや観光(株)		
教育	京都精華大学	辻調理師専門学校	国立大学法人 東京藝術大学	日本工学院専門学校
その他	(株)アート・クラフトインターナショナル	クール北海道(株)	(有)ミホプロジェクト	(株)ライフブリッジ

■ 個人（23名）

- 「クールジャパン戦略推進会議」民間有識者21名＋その他、民間有識者2名