

コンテンツ強化専門調査会（第4回）における主な意見

○コンテンツの海外展開の促進について

- ・年末に NHK の紅白があったが、海外から誰が見ているのか。同じ時間帯に行われていた Asia Music Award の方がよほど世界に見られている。これはシンガポールで行われたものだが、K-POP がそこに上手く売込みを行っていることを考えると、日韓の差は歴然としている。

○デジタル化・ネットワーク化について

- ・間接侵害の問題については、ネットビジネスを阻害しないことに配慮して検討してほしい。

○クールジャパンについて

- ・クールジャパンと「JAPAN NEXT」というロゴの関係性がよく分からない。何か統一されたコンセプトがあるのならばそれを分かり易く説明する必要がある。今のままでは「JAPAN NEXT」が社是のようなものなのか、それとも商品・サービス名のようなものなのか、日本人でも分からない。それを海外に発信したところでバラバラにしか理解されないのではないか。
- ・各省の行っているクールジャパン事業はイベントが主体のように見えるが、例えばその場で良い酒を紹介しても、それをどこで買えるのか、といったアクセスの方法が分からないことが多い。単にイベントを重ねるだけではなく、そのような流通のサポートを行うことも重要である。
- ・各省の連携が取れ始めたとは思いますが、何を行うかが重要であり、日本全体で力を合わせて取り組むという点を誰がプロデュースするのかについても明確にすべきである。
- ・我々は既存の日本のイメージをクールジャパンという名のもとに押し付けようとしているのではないか。外国からは日本の発信の仕方が単調であるとよく言われる。日本はプロダクトの発信に力を入れているように思えるが、外国はその裏にあるテクノロジーに興味を持っている。国によってクールと考えていることは異なるため、我々がクールジャパンを発信する際は、その点に関する情報を十分に収集する必要がある。
- ・東日本大震災に起因する原発の後遺症等に関する報道を見る限り、自分が外

国人ならば日本は放射線を浴びた素材で製品を作っているというイメージを持つ。海外の日本に対するネガティブイメージを払拭するのは大変だと思う。日本人が普通に生活していても不安があるのに、海外にどうやって安全な情報を発信するのか。クールジャパンを推進するためには、国が責任を持って日本の安全性を説明する必要があり、国には発信する情報の統一をお願いしたい。

(以上)