

## 令和2年クールジャパン戦略推進特別委員会提言

令和2年6月25日

自由民主党政務調査会

### ○序文

新型コロナウイルス感染症（以下「新型コロナ」という。）の世界的な流行により、日本経済が大きな打撃を受けている。外出の自粛や訪日外国人の激減等により、飲食、観光、ライブエンターテインメント等のクールジャパン（以下「CJ」と言う。）の観点から極めて重要な分野が大きな被害を受けており、中には経営が危ぶまれるところも少なくない。例えば、ライブエンターテインメント業界では、5月末までの活動自粛により中止や延期となった公演等は15万3000本、入場できなくなった観客総数は述べ1億900万人、経済的損失は3300億円になると言われている。日本の文化芸術の灯を絶やさないために、これら分野の事業存続やそこで活躍する人々の雇用維持などの措置が最優先事項である。また、新型コロナ収束後の反転攻勢に向けた準備を並行して行うとともに、その際、デジタルトランスフォーメーション（以下「DX」という。）の更なる進展を念頭に置くことが重要である。

CJは日本のブランド戦略であり、ソフトパワー戦略である。新型コロナの収束後、日本経済や地域経済の活性化に向けた反転攻勢を行う上で、CJの取組強化は欠かせない。本特別委員会においては、民間の有識者やフロントランナーからヒアリングを行い、CJの強化について議論を重ねてきた。新型コロナの流行収束後の日本社会の再活性化や東京2020大会の成功、さらに2025年の大阪・関西万博の成功に向けCJを強化するため、以下のとおり提言し、政府に対し、これまでの提言と合わせて、不断の取組を求める。

#### 1.（「With コロナ・ポストコロナ」時代のCJ戦略の再構築）

新型コロナの流行は、世界中に大きな影響を与えつつあり、CJ戦略が所与としていた前提が大きく崩れている。収束後の反転攻勢、東京2020大会、大阪・関西万博の成功につなげるためには、新型コロナの流行が世界の人々の行動や思考、日本のブランドイメージなどにもたらす影響について調査・分析し、CJ戦略を再構築することも含め、CJ戦略を強化する必要がある。

## 2. (文化・芸術、ライブエンターテインメント分野への支援措置)

新型コロナの影響により甚大な損害を受けている文化芸術・ライブエンターテインメント分野を支援するため、約1,500億円の補正予算のほか、新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金を含めた政府の支援パッケージにより、雇用の維持や事業の継続、イベント等の再開支援に向けた経済対策が措置されたところである。これについて迅速かつ着実に実施・執行することはもとより、幅広い方々に支援措置が講じられるよう、可能な限り柔軟な運用を心掛ける。その際、地域経済を支え、地域の文化でもある「祭り」「イベント」等についても、地方自治体とも連携しつつ、積極的に支援する。また、政府の支援パッケージについては、分かりやすくワンストップ型で発信し、必要な人々に伝えるための措置を講じるべきである。

今般、緊急事態宣言が解除され、経済活動の再活性化に向けた動きが見られ始めているところ、イベントの再開に向けたガイドライン等に従い、適切にリスクを管理しながら実施されるイベントが非難の対象とならないよう、再開に向けた取組やガイドライン等について幅広く発信するとともに、イベントの適切な再開に向けた支援を行う。

文化・芸術分野が有する脆弱性が明らかとなった一方で、今後、新型コロナの影響により新たなニーズが発生する可能性も念頭に置きつつ、緊急経済対策等に加え、本年度当初予算に計上されているあらゆる政策手段を最大限活用するとともに、その強靱化を図るために必要な措置について検討する等、臨機応変かつ果敢に対応する。

## 3. (大型映像作品のロケーション誘致)

ロケ誘致を巡る国際競争が激化している中で、日本は大きく出遅れている。許認可等の手続きの煩雑さや資金的な補助の欠落等により、日本を舞台にした映画の撮影が外国で行われる事例が散見されるなど、大きな機会を逃している。ロケ誘致の実現のため、フィルムコミッションの体制強化、許認可等の更なる円滑化等による環境改善を図る。また、資金的支援について、関係省庁において、恒久的な財源の確保を含めて体制を整備する。ロケ誘致の効果を更に高めるため、ロケ地のプロモーションに向けた映像等活用やロケツーリズムなどの取組により、インバウンド促進につなげる必要がある。

#### 4. (eスポーツ)

eスポーツについては、大会の開催に当たって関係する法規制との整理が進むなど、関係省庁間の議論が進展している。eスポーツの振興のための法整備も視野に入れつつ、eスポーツが持つ更なる市場拡大の可能性や社会的意義を踏まえ、関係省庁が連携して、eスポーツに関する制度的課題の解消などの必要な環境整備に取り組むこと。また、関連する政策分野・制度においてもeスポーツを適切に位置づけて振興を図る必要がある。

#### 5. (コンテンツの活用)

##### (1) コンテンツの海外展開等

アニメ、マンガ、映画、ゲーム、特撮等のコンテンツは、外国人への訴求力や影響力が極めて高い。特に、新型コロナにより社会のデジタル化が進む中、日本経済の再活性化に向けて、世界に誇るコンテンツ分野の発信力の適切な活用が不可欠であり、デジタルコンテンツ流通促進データベースの整備や、コンテンツの制作・流通の円滑化に向けたDX時代にふさわしい法制度等の環境整備を含め、その海外展開を促進するための取組を強化するべきである。また、海外展開による利益をコンテンツ産業に還元するだけでなく、コンテンツの発信力を国全体で活用するという広い視点に立ち、異業種との連携等を進めるべきである。

##### (2) 文化財等のコンテンツの活用

文化財を始めとする文化は日本の財産であり、CJの重要な分野である。文化財の活用については、精密なデータ計測等によるデジタル技術を用いた取組を最大限活用するための政策的支援を行うべきである。また、文化財等のコンテンツを活用する際には権利者を始めとしたステークホルダーへの適切な利益還元を含め、地元への裨益を十分に考慮することで、デジタル技術による取組を幅広く展開すべきである。

#### 6. (農林水産物・食品の輸出及び食文化の普及)

世界各地で経済活動が再開されつつあるが、当面は新型コロナとの共存・共生を余儀なくされる「新しい日常」に対応していくこととの観点を踏まえつつ、新型コロナの感染拡大による外食の低迷等による影響の緩和と輸出拡大のための環境整備等が必要である。

そこで、家庭食シフトなど消費者の行動変容に対応した新商品の開発、製造施設の整備、コールドチェーンの確保等を推進する。また、輸出先国での商流の確保のため、オンラインでの商談会の恒常化、国内事業者と海外バイヤーをつなぐプラットフォームの構築、リスク分散のために輸出国・地域や流通チャネルを多様化する取組等により、現地の卸・小売業者等との関係構築を支援するとともに日系事業者による現地事業者への投資等の取組を積極的に推奨する。更に、感染収束後の需要回復を見据え、国内外のレストラン等でのプロモーションを推進するとともに、外国人等が日本の食を体験できる「日本産食材サポーター店」認定制度のさらなる活用等により、日本食文化の発信・普及を強化する。

#### 7. 日本人や国内居住者によるクールジャパン発信の強化

新型コロナの影響による訪日外国人の激減等により、観光を始めとするCJ分野が大打撃を受けている。これらCJの基盤を維持し、訪日観光の再活性化につながるため、日本人や国内居住者自身が、地域における日本の魅力を再発見し、いわばCJアンバサダーとして世界に発信することが必要である。そこでGoToキャンペーンなどの各種需要喚起策も活用して、マイクロツーリズムなどにおいて、SNSなどのデジタル技術により日本の魅力を発信する施策を総合的に推進する。

(以上)