



Japan. Cool Japan.

クールジャパン戦略について

平成30年4月

内閣府 知的財産戦略推進事務局

- 1 クールジャパンは、外国人がクールととらえる日本固有の魅力（アニメ、マンガ、ゲーム等のコンテンツ、ファッション、食、伝統文化、デザイン、ロボットや環境技術など）。
- 1 クールジャパン戦略は、クールジャパンの、情報発信、海外への商品・サービス展開、インバウンドの国内消費の各段階をより効果的に展開し、世界の成長を取り込むことで、日本の経済成長につなげるブランド戦略。

クールジャパン戦略の5つの視点

「デザイン視点」で横串を刺す

クールジャパンに係る各種取組について、商品・サービス等の「機能価値」（品質や性能など）に「感性価値」（意匠や質感など）を加えた設計・編集により横串を刺し、魅力を高める。

政策・事業を連携させる

クールジャパンに係る取組みを、官民・業種間の垣根を超えて相互に連携させ、点ではなく面として展開させる。

人材ハブを構築する

クールジャパン関連分野の人材を世界中から日本に引き付けて創造性を集積・高度化し、情報発信するハブの構築が必要。

外国人の視点を取り入れる

クールジャパンの海外への発信・展開にあたり日本ファンの外国人や影響力のある外国人と協働し、外国人の目線で再編集することにより、日本の魅力の受容性を高める。

地方の魅力をプロデュースする

地域のクールジャパン資源を発掘し、日本全体の魅力として海外に訴求できるよう集積・編集（キュレーション）して海外で受け入れられる「商品」となるようプロデュースする。

クールジャパン戦略の推進体制

事務局：内閣府（知財事務局）

官民：クールジャパン官民連携プラットフォーム

異業種連携による新たなビジネスプロジェクトの創出を目的として、マッチングフォーラムや、機運醸成のためのセミナーを開催

メンバー

- ・ 共同会長（3名）
[官] 松山 政司 クールジャパン戦略担当大臣
[民] 川上 量生 カドカワ㈱代表取締役社長
長榮 周作 パナソニック㈱取締役会長
- ・ 関係府省・政府関係機関（12名・5機関）
- ・ 民間団体（46団体）
- ・ 民間企業・機関・個人（43企業・機関、25名）

クールジャパン
戦略担当大臣

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」（2015年1～6月）の有識者21名

クールジャパン拠点構築検討会(昨年5月最終とりまとめ)
クールジャパン人材育成検討会(本年3月最終とりまとめ)

民：クールジャパンアンバサダー、地域プロデューサー

- クールジャパン・アンバサダー（現時点：44名）
- 発信力ある日本ファンの外国人などをネットワーク化
- 地域プロデューサー（現時点：36名）
- 専門知識・ノウハウを持つ人材のリスト化

関係府省：

クールジャパン関係府省連絡・連携会議

- クールジャパン戦略に係る取組のフォローアップ、情報共有等を実施
- クールジャパン戦略担当副大臣（議長）、大臣政務官（副議長）、各省局長級

日本産酒類の輸出促進連絡会議

- 日本産酒類の輸出促進に係る取組のフォローアップ、情報共有等を実施
- クールジャパン戦略担当大臣政務官（議長）、各省局長級

総務省：放送コンテンツの海外展開支援等

外務省：在外公館等での日本文化発信等

財務省（国税庁）：日本産酒類の魅力発信等

文科省（文化庁）：文化芸術の振興や海外発信等

農水省：日本食・食文化の普及等

経産省：コンテンツ輸出支援等

国交省（観光庁）：訪日旅行促進に向けた情報発信等

クールジャパン戦略における政府の取組

情報発信

イベントカレンダー
クールジャパンアンバサダー

海外展開

ジェットロによる支援
クールジャパン機構による出資
プロデューサー派遣
クールジャパン地域プロデューサー

インバウンド振興

地域資源の磨き上げ

放送コンテンツ海外展開支援
コンテンツのローカライズ・プロモーション支援
コンテンツフェスティバル開催

国際空港で日本産酒類PR

日本産食材サポーター店

SAVOR JAPAN
(農泊 食文化海外発信地域)
酒蔵開放・酒蔵体験

現代アート出展支援
メディア芸術データベース

日本遺産の拡充
エコツーリズムの推進

在外公館
ジャパン・ハウス

クールジャパン官民連携
プラットフォーム

JNTO (日本政府観光局)
道の駅、海の駅

分野横断

コンテンツ

食

文化等

拠点等

「クールジャパン官民連携プラットフォーム」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（H27.12.15）。

構成

(1) 共同会長（3名）

官：松山 政司　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)取締役会長

(2) 構成員

関係府省等（12名）

- 内閣官房副長官、関係府省（内閣（クールジャパン）・総務・外務・財務・文科・農水・経産・国交・環境）の副大臣、内閣（クールジャパン）政務官、オハラ事務局長

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

民間団体（45団体）

- コンテンツ・食・観光・製造・流通業界等

民間企業・機関・個人（43企業・機関、25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名で構成

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）




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



写真：設立総会（H27.12.15）の様

「クールジャパンセミナー」 / 「総会」 の開催概要

クールジャパンセミナー

	第1回	第2回
日にち / 会場等	H28.9.2 (金) / 三田共用会議所	H29.9.13 (水) / 三田共用会議所
内容等	<ul style="list-style-type: none"> 鶴保庸介 クールジャパン戦略担当大臣挨拶 宮本亜門氏 講演 「亜門流 ニッポンを演出する -アートとエンタメの化学反応-」 ネットワーキング・名刺交換 クールジャパン推進に向けた政府等の取組紹介  <p>宮本氏 講演</p>	<ul style="list-style-type: none"> 松山政司 クールジャパン戦略担当大臣挨拶 佐々木宏氏 講演 「リオとCMとニッポンに「トンチとセンス」を。」 ネットワーキング・名刺交換  <p>松山大臣 挨拶</p>  <p>佐々木氏 講演</p>

総会

	平成28年度総会	平成29年度総会
日にち / 会場等	2017.3.10 (金) / 三田共用会議所	2018.3.14 (水) / 三田共用会議所
内容等	<ul style="list-style-type: none"> 共同会長挨拶、政府代表紹介 beyond2020 文化プログラムの展開について プレゼンテーション 「COOL JAPAN PROJECT」について 横山 淳 株式会社三越伊勢丹ホールディングス執行役員 海外事業本部海外企画部長 「ビデオゲーム開発人材の育成」について 松原健二 株式会社セガゲームス常務取締役 / 慶應義塾大学大学院特任教授 今期の主な活動報告と来期の活動方針 交流会 <p>【参加者】約170名</p>	<ul style="list-style-type: none"> 共同会長挨拶、政府代表紹介 特別座談会「今後のクールジャパン戦略について」 松岡 正剛氏 (編集工学研究所 所長、イシス編集学校 校長) モーリー・ロバートソン氏 (ジャーナリスト、ミュージシャン) 山中 俊治氏 (東京大学生産技術研究所 教授) 住田 孝之 (内閣府知的財産戦略推進事務局長) 今期の主な活動報告と来期の活動方針 交流会 <p>【参加者】約200名</p>

クールジャパン発信イベントの開催概要（@タイ）

タイ・バンコクで開催されるアジア最大級の日本文化紹介イベント「JAPAN EXPO THAILAND」（1月26日～28日）を活用し、先端技術、コンテンツ、食などの日本の多様な魅力の発信（B2Cイベント）、タイと日本をつなぐ人材育成やキャリア形成を目的としたセミナー（B2Bイベント）を行い、クールジャパン戦略による我が国の経済成長実現を推進。（3日間で約50万人が来場・151の企業等が出展。）

B2Cイベント

【日時】2018年1月26（金）～28日（日）

【内容】

来場者向けのステージイベント

松山大臣講演、松山大臣とタイの著名俳優 ゴルフ氏との対談を通じ、日本の多様性を伝えるとともに、未来社会を体験できる場として日本への来日をアピール



社会的課題解決を目的とした日本の商品等の展示

“Japan & Thailand: Future Together”をテーマに日本やタイの少子高齢化等社会的課題を日本の文化を生かして解決する商品や、異業種連携を通じて生み出された日本の製品・サービスを紹介



B2Bイベント

【日時】2018年1月27日（土）

【内容】

ビジネスセミナー

ビジネス関係者やタイ人学生に対し、日本企業で働きたいタイ人のニーズとタイの人材を雇用してビジネスの発展させたい日本企業の効果的なマッチング等、そのために必要な産業、教育機関、国・地域等が連携した取組について、日本とタイのキーパーソンが議論した。



ネットワーキング

タイ企業と日本企業との相互交流を促進



クールジャパン・マッチングフォーラムの開催概要

我が国の魅力あるコンテンツとそれ以外の分野が連携し、一体となって商品・サービスなどの海外展開を進めることを後押しするため、異業種連携の先進的なビジネスプロジェクトの表彰【マッチングアワード】、異業種連携によるビジネス組成のための商談会【マッチングメッセ】を実施。（日時：2017年12月4日/会場：虎ノ門ヒルズ）

マッチングアワード2017

【概要】

基調講演「あそぶ力。よしもとはガッコ。」
大崎 洋 氏 (吉本興業株式会社代表取締役社長)
クールジャパン・マッチングアワード2017表彰式
交流会

【内容】

異業種間が連携したプロジェクトの効果を広く社会で共有し、こうした活動を奨励・普及・促進することを目的に、企業・団体間の取組を公募し、先進的と認められるプロジェクトを表彰。

(受賞プロジェクト) 詳細は次項

- グランプリ : 「VR ZONE SHINJUKU」
- 準グランプリ : 「映画『TSUKIJI WONDERLAND (築地ワンダーランド)」、
「SNOW × 日本のコンテンツ『顔認識スタンプ』共同開発」
- 審査員特別賞 : 「STAR ISLAND」、「電玉 SAO EDITION」



マッチングメッセ2017

【概要】

展示・商談・出展者によるステージプレゼンテーション

【内容】

コンテンツ等と他分野の有機的連携による新たなビジネスの組成を目指し、20者の出展事業者が、ブースでの展示と、プレゼンテーションを実施。出展者と様々な分野の事業者間で、合計81件の商談を実施。

(出展企業・団体等)

(株)朝日新聞社、(一社)アニメツーリズム協会、MJホールディングス(株)、(株)梅守本店、(株)オッチピクチャーズ、京都クロスメディア推進戦略拠点、Cross Media Ltd.、(株)サイドランチ、(株)シー・ワイ・エス・ハイイリア、G-Yu Creative Co.,Ltd.、JCCD Studio、(株)JTBコミュニケーションデザイン、ジグシステムジャパン(株)、白河だるま総本舗、(株)WCS、東洋額装(株)、(株)トム・エンタテインメント、日本アニメーション(株)、豊裕物産(株)、(株)MATCHA



第1回クールジャパン・マッチングフォーラム (日時:2017年2月16日/会場:虎ノ門ヒルズ)

(受賞プロジェクト) グランプリ: 「『KABUKI LION 獅子王』と『超歌舞伎・今昔饗宴千本桜』における歌舞伎とテクノロジーの融合」

準グランプリ: 「佐賀県とオランダとのクリエイティブ産業交流」

審査員特別賞: 「一心堂本舗 デザインフェイスパック」、「攻殻機動隊 REALIZE PROJECT」、「スポGOMI大会の開催」

(マッチングメッセ) 20者の出展事業者がブース展開、商談等を実施。合計94件の商談を実施。

クールジャパン・マッチングフォーラムの開催概要（マッチングアワード受賞プロジェクト）

全55件の応募プロジェクトのうち、「新規性」・「連携による相乗効果」・「話題性」・「市場性」などの観点から選考された、以下のプロジェクトが各賞を受賞。

グランプリ 「VR ZONE SHINJUKU」

(分野) VR×コンテンツ

(概要) 2017年7月、東京・新宿にオープンしたヴァーチャルリアリティのエンターテインメント施設。17種類のアクティビティで、アニメやゲーム、コンテンツの世界観を体感できる。

(受賞者) (株)バンダイナムコエンターテインメント

(連携先) (株)カラー、(株)講談社、(株)サンライズ、(株)創通、東映アニメーション(株)、任天堂(株)、(株)ネイキッド、(株)プロダクション・アイジー



準グランプリ

「映画『TSUKIJI WONDERLAND(築地ワンダーランド)』」

(分野) 映画×食・地域

(概要) “築地”と“日本の食文化の神髄”を世界に向け発信するドキュメンタリー映画。世界各国の映画祭に出品、アジア各国ではスマッシュヒットを記録した。

(受賞者) 松竹(株)

(連携先) 東京魚市場卸協同組合、ダイナースクラブ(三井住友トラストクラブ(株))、(株)パイプライン、(株)山と溪谷社、READYFOR(株)、他



「SNOW×日本のコンテンツ『顔認識スタンプ』共同開発」

(分野) IT×マンガ・アニメキャラクター

(概要) ユーザーの顔を自動的に認識し、モーショングラフィックスを付けることで、誰でも簡単に可愛くて面白い写真や動画を撮影できる顔認識カメラアプリ。様々な日本の人気キャラクターと共同でスタンプを制作し、全世界2億5千万人以上に発信した。

(受賞者) SNOW Japan(株)

(連携先) 「進撃の巨人」製作委員会、2017ピカチュウプロジェクト/(株)ポケモン、(株)集英社



審査員特別賞

「STAR ISLAND」

(分野) 花火×テクノロジー

(概要) 2017年5月、東京・お台場で開催した新しいエンターテインメント・イベント。日本の風物詩・花火と3Dサウンド・ライティングの最先端のテクノロジーやパフォーマンスの融合を演出した。

(受賞者) エイベックス・エンタテインメント(株)

(連携先) (株)丸玉屋小勝煙火店



「電玉 SAO EDITION」

(分野) けん玉×IT・キャラクター

(概要) スタートアップを支援するメディアであるASCII STARTUP上にて、伝統玩具の「けん玉」にIoTを実装しゲームと連動させることで国や世代を超えて楽しめる「電玉」と小説・アニメで大人気の「ソードアート・オンライン」とがコラボレーションしたプロジェクトです。

(受賞者) (株)電玉

(連携先) ASCII STARTUP






地方版クールジャパン推進会議

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、クールジャパン戦略担当政務が、クールジャパン分野で活躍する有識者とともに、地域における海外展開の成功事例や課題などを交え、地域のさまざまな魅力を一体的に発信していく方策などについて議論。

	第10回	第11回	第12回
場 所	沖縄県那覇市	和歌山県岩出市	兵庫県神戸市
日 時	H29.3.4(土)	H29.7.15(土)	H29.12.16(土)
会 場	沖縄都ホテル 	旧和歌山県議会議事堂 	ANAクラウンプラザホテル神戸 
視察等	<ul style="list-style-type: none"> 泡盛ビジネスセミナーを同時開催 沖縄空手会館 	<ul style="list-style-type: none"> 和歌山大学 根来寺 	<ul style="list-style-type: none"> 第1部として日本酒ビジネスセミナーを開催 (株)神戸酒心館

クールジャパン地域セミナー

地域におけるクールジャパンの推進に資するため、担当者等が地域へ赴き、各種検討事項や国のクールジャパン関連事業を通じて得られたノウハウ等を説明するもの。セミナーに加えて、ネットワーキングの時間を設け、参加者との意見交換も行っている。

	大阪セミナー	播磨圏域セミナー	名古屋セミナー
場 所	大阪府大阪市	兵庫県加古川市	愛知県名古屋市
日 時	H29.7.21(金)	H29.8.21(月)	H29.10.31(月)
会 場	大阪府庁本館 	加古川市役所 	名古屋能楽堂会議室 
メインテーマ	<ul style="list-style-type: none"> コンテンツによる地域活性化 クールジャパン人材育成 	<ul style="list-style-type: none"> クールジャパン戦略について ロケツーリズム、アニメツーリズム 日本酒 	<ul style="list-style-type: none"> 「コスプレ・アニメ パネルディスカッション」の基調講演として「クールジャパン戦略と街づくり」について説明

開催について

セミナーの開催については、地域のご要望に応じて、時期、開催場所、セミナー内容、形式等柔軟に検討いたします。開催をご希望される地域がございましたら、クールジャパン担当までお気軽にお問い合わせください。

【問い合わせ先】
内閣府知的財産戦略推進事務局 クールジャパン担当
TEL：03-3581-2549

過去開催状況

第1回 京都府京都市(H25.12)	第6回 鳥取県鳥取市(H27.6)
第2回 愛媛県松山市(H26.3)	第7回 北海道札幌市(H27.8)
第3回 石川県加賀市(H26.6)	第8回 徳島県徳島市(H27.10)
第4回 宮城県仙台市(H26.10)	第9回 大分県別府市(H28.11)
第5回 茨城県つくば市(H27.3)	

知的財産戦略ビジョンについて

【問題意識】

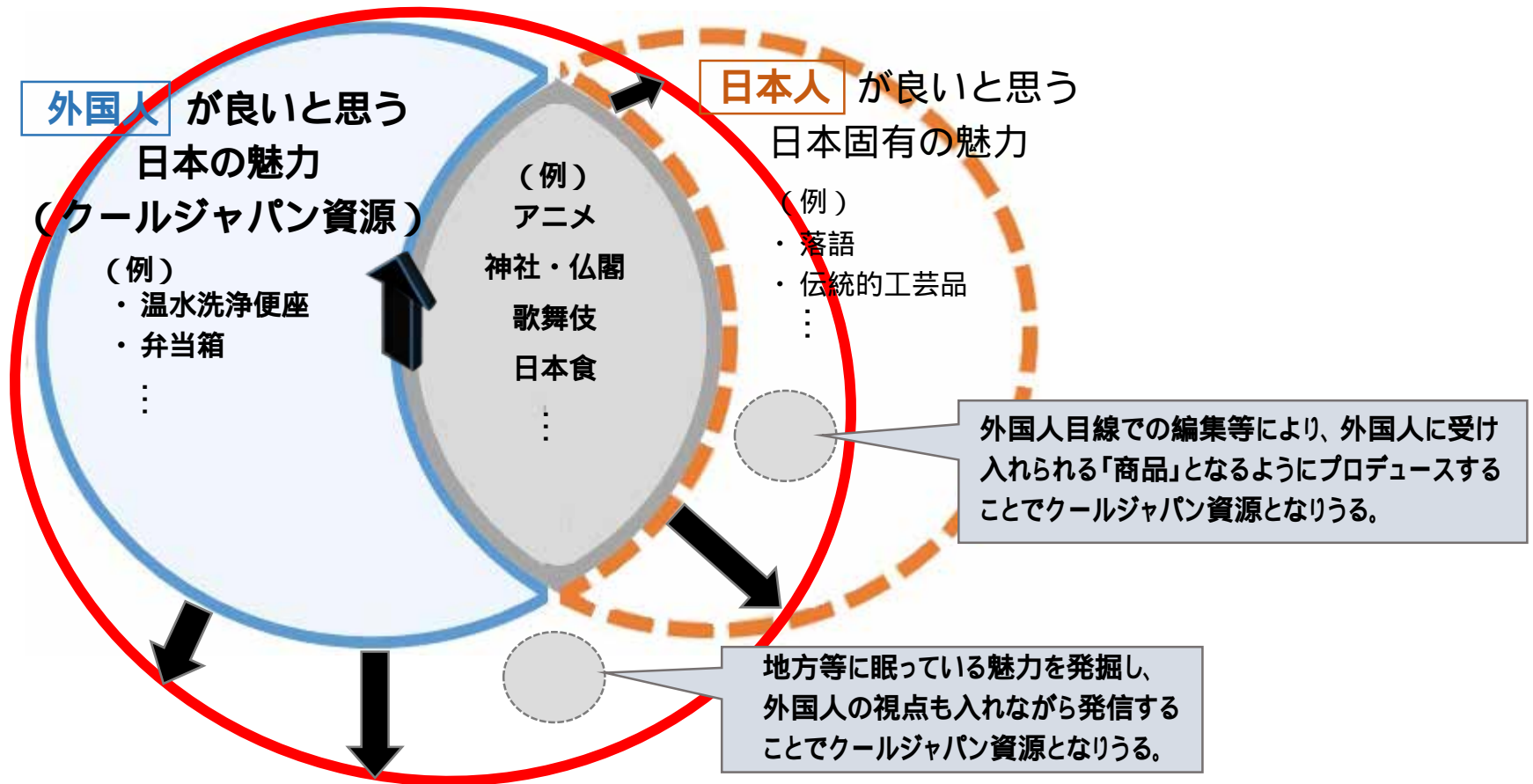
IoT・ビッグデータ・人工知能・ブロックチェーンなどの技術進展、情報発信やモノ・コンテンツづくりの主体の広がりと多様化した価値に基づくユーザー主導の進展、少子高齢化など、将来の変化につながる多くの兆しが明確になる中、昨年12月、知的財産戦略本部のもとに「知的財産戦略ビジョンに関する専門調査会」を立ち上げ、2025年～2030年を見据えた知的財産戦略ビジョン（クールジャパン戦略を含む）を検討。

クールジャパンについては、どのような日本の魅力を、どのような外国人をターゲットとして、どのように展開すべきかといった基本戦略の一層の深化について検討。

（参考）知的財産戦略ビジョンに関する専門調査会委員

安宅	和人	ヤフー株式会社 チーフストラテジーオフィサー
池田	祥護	学校法人新潟総合学院理事長 / 日本青年会議所2018年度会頭
梅澤	高明	A.T. カーニー株式会社 日本法人会長
落合	陽一	筑波大学 図書館情報メディア系 助教
川上	量生	カドカワ株式会社 代表取締役社長
妹尾	堅一郎	特定非営利活動法人産学連携推進機構 理事長
富山	和彦	株式会社経営共創基盤 代表取締役CEO
中村	伊知哉	慶応義塾大学大学院 メディアデザイン研究科 教授
日覺	昭廣	東レ株式会社 代表取締役社長 / 一般社団法人日本経済団体連合会 知的財産委員会委員長
林	千晶	株式会社ロフトワーク 代表取締役
原山	優子	総合科学技術・イノベーション会議議員
渡部	俊也	東京大学 政策ビジョン研究センター 教授

外国人が良いと思う日本の魅力



外国人がよいと思う/今後思ってもらえる可能性のある日本の魅力を効果的に発信・展開することに加え、日本人がよいと思う日本の魅力を外国人にとっても魅力的なコンテキストで発信・プロデュースし、ストーリー化によって、さらに外国人にとっての価値を高め、

作ったものを売るプロダクトアウトではなく、マーケットイン（顧客ニーズをすくい取る発想）の観点から、日本をもっと消費してもらうことが重要。

精神

ジャンルの特性も踏まえて、
誰に 何が なぜ
訴求しているのかを解明し、
クールジャパンの持続的生産
につなげていくことが重要

ジャンル

コンテンツ

生活・文化

食

ファッション

モノ

神話

禅・武士道

能・歌舞伎

神社・仏閣

現代アート

和食・日本酒

茶道

J-POP

コスプレ

漫画・アニメ

着物

日本画

ゲーム

ロボット

原宿ストリート
ファッション

コンビニ

伝統工芸

スイーツ

温水洗浄便座
(ウォシュレット等)

効果的な発信のための
コンテキストの例

茶道

伝統工芸 (漆塗)

物質

フランスでは「日本のものだから買う」
ではなく、文化・歴史・哲学・背景に共
感して買ってくれる人が大半。日本文化
に紐づけされた家業のストーリーが重要。
【漆塗生産者】

お茶碗を2度回して飲むという作法の説
明ではなく、それが何のために行われて
いるかがわからなければ、外国人にとっ
ては意味不明の動作にしか見えません。
【デービッド・アトキンソン】

ポップ

深遠

〔クールジャパンの本質解明〕

外国人 クール! クール!

日本の魅力

価値 価値 価値

外国人がよいと思う日本の魅力の本質

(例)・緻密さ・きめ細やかさ

- ・道を究める姿勢
- ・重層性・多様性
- ・ゆるさ、ドグマ・禁忌の少なさ

〔クールジャパンの効果的発信〕

コンテキスト 価値

ストーリー化 価値

インフルエンサー 価値

- ・国際カンファレンス等への出席
- ・恒常的な研究・分析

〔ターゲットの明確化〕

国・地域 所得 宗教

- ・国別戦略
- ・属性別マーケティング

発信

展開

付加価値向上
経済成長

多様性の受容
(外国人視点)

創出

発見

編集

本質を踏まえた
価値創造

供給

基盤

- ・クールジャパン人材の育成
- ・留学生やJETプログラム経験者等などの活用
- ・「e-residency」(エストニア)モデル
- ・コンテキスト・ストーリーのアーカイブ化
- ・CJの本質解明や国別戦略等の観点から施策実施状況を確認しつつ推進

需要

〔日本ファンの獲得〕

認定・登録等

- ・コア層の形成
- ・日本ファンとなるインセンティブの提示
- ・多様なインバウンドの促進(ナイトタイムエコノミーの充実など)
- ・長期滞在・移住

「クールジャパン人材育成検討会」について

- ・ 本検討会は、平成29年2月に設置され、クールジャパン産業（コンテンツ、ファッション、デザイン、食、観光等）において必要な人材像を明確化した上で、その育成・集積に向けた方策を包括的・整合的に検討を行い、平成30年3月に最終とりまとめ。
- ・ 最終とりまとめでは、クールジャパン関連産業の発展に必要な以下の ～ の6つの人材カテゴリーについて、第一次とりまとめ（平成29年5月）以降の成果等を整理するとともに、外国人材、地域プロデュース人材を中心に、今後の総合的な取組の方向性や新規施策等を取りまとめ。

各人材カテゴリーごとの基本的考え方と主な成果・方向性の概要

プロデュース人材 …… 専門スキルとビジネススキルの両方を有する人材

【基本的考え方】 専門スキルとビジネススキルを一体的に学ぶ場、あるいは専門スキルを有するクリエイター等がビジネススキルを体系的に学ぶことのできる場を確保していくことが必要。

【主な成果・方向性等】 コンテンツ、食、ファッション等の分野を担うプロデュース人材育成に直結する、平成31年度からの実践的な職業教育を行う新たな高等教育機関（専門職大学等）の創設（平成29年5月学校教育法改正）については、本検討会における活発な議論の結果も踏まえ、産業界等と連携した教育課程の開発・編成・実施、実務家教員の積極的任用、社会人など多様な学生の受入れ、国内外の機関との連携等のための仕組みが整備された（平成29年9月の改正法設置基準）。

専門職としての経験を積んだミドルキャリア層が仕事を続けながら、プロデュース人材として活躍するために必要なビジネススキル等を習得できる業界団体等によるプログラムの開発・実施の支援等にも引き続き取り組む。

高度経営人材 …… 産業の新たな価値の創出や生産性向上を実現する人材

【基本的考え方】 業界に特化した高度なマネジメントスキルを持つ高度経営人材の育成が必要。

【主な成果・方向性等】 観光などの分野別MBAの設置・カリキュラム開発支援や、専門職大学院における産業界との協働による教育課程編成等を引き続き推進。社会・産業の側においても高度経営人材に対する相応の報酬や待遇を提供する仕組み・機運や高度人材の育成に対する投資マインドを醸成していくことが必要。

高度デザイン人材 …… 製品・サービス開発の全体をデザインできる人材

【基本的考え方】 製品・サービス開発において、ユーザー体験を念頭に、企画から販売までその全体についてデザインできる高度デザイン人材の育成が重要。

【主な成果・方向性等】 国内の教育機関等と高度デザイン人材の育成に関するノウハウ等を有する海外の教育機関との連携・提携や、デザインと他分野の教育機関同士の連携・ネットワーク構築、高度デザイン人材育成のカリキュラム策定等を支援していくことが必要。

各人材カテゴリーごとの基本的考え方と主な成果・方向性の概要

専門人材 …… クリエーター、料理人、デザイナー等専門スキルを有する人材

【基本的考え方】 クリエーター、料理人等について、各産業を支える優れた専門人材を育成していくことが重要。

【主な成果・方向性等】 アニメ業界においては、ビジネス現場で必要とされる制作技術と教育機関の専門教育等が乖離しないよう、産業側が講師派遣や教材提供を行う等の支援を実施。ゲーム業界では、18歳以下の若者による優れたゲームソフト制作を表彰する機会が新たに設けられた。他の産業も含め、このような産学連携や若い世代への作品制作の喜びを感じる機会提供等を推進。

外国人材 …… 外国人視点も踏まえ日本と海外でクールジャパンの提供基盤や市場拡大を支える人材

【基本的考え方】 外国人材は、単に我が国産業の担い手を補う存在ではなく、クールジャパン関連産業の海外展開やインバウンド対応等をリード・サポートする人材として重要。

【主な成果・方向性等】 クールジャパン産業への留学生就労に係る入国管理法ガイドラインの策定、クールジャパン外国専門人材の受入れを促進する国家戦略特区法の改正、クールジャパン関連の高度外国人材が「高度人材ポイント制」を活用しやすくするための検討等、在留資格制度面の取組が進展。

【新たな施策の方向性】 留学生等と受入企業等のマッチング、外国人材の定着に資する企業の受入体制整備、外国人向け就労・在留の相談窓口の充実といった点についての、自治体や企業による先進事例や関係機関等の取組状況を整理し、外国人材受入れに係る 在留資格面の取組に加え、マッチング等の産学官の全国レベルでの協力体制構築、の双方を総合的に進めていく必要。 また、エストニアのe-Residency等を参考に、日本とのつながりの意識や共感を高める仕組みを構築し、需要サイドの外国人の厚みを増進していく必要。

地域プロデュース人材 …… 地域のクールジャパン資源の発掘・磨き上げを担う人材

【基本的考え方】 地域のクールジャパン資源を発掘し、それを編集して新たな価値を付与すること（キュレーション）を通じ、海外で受け入れられる「商品・サービス」となるようプロデュースする地域プロデュース人材が不足。

【主な成果・方向性等】 高等教育機関等における地域プロデュース人材育成のための取組を調査し、地域の自治体、産業等と連携して実践的実習を教育課程に組み込むカリキュラムが各地において実施されている状況を整理。 調査結果も踏まえた議論の結果、地域プロデュース人材に求められる能力を、発見・創出力、プロデュース力、協働力、発信力、海外展開力、実施力として具体的に整理。

【新たな施策の方向性】 今後、政府や教育機関の様々な取組を通じて育成された人材が総体としてこれらの能力を備えるよう、上記 ~ の能力を持つ人材、外国人、アーティスト、IJUターン者等の地域プロデュース人材を有効活用しつつ、地域の活性化に生かしていく体制の整備が必要。

(参考) クールジャパン外国人材の受け入れについて

1. 入管法の仕組み

- ・外国人の日本への入国の公正な管理を図るために、外国人の活動内容に応じて在留資格を区分
- ・在留資格ごとに当該在留資格で上陸を許可する要件を規定

2. 現行の在留資格の区分と主なクールジャパン産業の該当性

在留資格は法律に規定されているが、当該在留資格で上陸を許可する具体的な要件については、法律の他、省令、告示、通知等で規定。なお、下記3の例のように、在留資格に係る上陸を許可する具体的な要件についての特例を設けたり、特定活動へ位置付けることにより受け入れている例もある。

在留資格	技術・人文知識・国際業務	技能	特定活動	在留資格なし
入管法の在留資格の定義	本邦の公私の機関との契約に基づいて行う理学、工学その他の自然科学の分野若しくは法律学、経済学、社会学その他の人文科学の分野に属する技術若しくは知識を要する業務又は外国の文化に基盤を有する思考若しくは感受性を必要とする業務に従事する活動	本邦の公私の機関との契約に基づいて行う産業上の特殊な分野に属する熟練した技能を要する業務に従事する活動	法務大臣が個々の外国人について特に指定する活動	-
産業分類 (法律、省令や法解釈等による)	<p>(コンテンツ制作) 専門学校を卒業し、キャラクターデザイン、原画・絵コンテ作成(主体的な創作活動)に従事</p> <p>(デザイン、ファッション) 専門学校を卒業し、専門学校で習得した知識を生かしてデザイナー、商品企画、海外広報(創作事業)に従事</p> <p>(宿泊業) 大学を卒業し、広報、企画立案、外国語を用いたフロント業務、外国人対応に従事</p> <p>(飲食業) 専門学校の経営学に係る学科を卒業し、飲食店チェーンの海外展開業務に従事</p>	(料理人(外国料理)) 10年以上の実務経験があれば就労可能 (省令)	<p>(料理人(日本料理)) 日本料理海外普及人材育成事業(農水省)</p> <p>特定伝統料理海外普及事業(総合特区制度)</p>	<p>(料理人(日本料理)) (左記の「特定活動」に該当しないもの)</p> <p>(理容師、美容師)</p>

3. クールジャパン分野における外国人材受け入れの特例措置

国家戦略特区におけるクールジャパン・インバウンド外国人材の受け入れについて

国家戦略特区内でのクールジャパン外国人材の受け入れについて、区域会議及び関係府省庁で協議・検討し、現行の上陸許可基準の代替基準を設けることが可能

例: 10年の実務経験を国内外の資格・試験や受賞歴等で代替

日本料理海外普及人材育成事業

調理師学校卒業後に、国内の日本料理店で働きながら日本料理の技能を習得

特定伝統料理海外普及事業(総合特区制度:京都市)

海外レストラン等に勤務する外国人料理人が、業務の一環で、当該特区内の日本料理店で働きながら伝統料理の技能を習得

「クールジャパン拠点構築検討会」について

- ・ クールジャパン拠点の構築や、拠点間の連携を後押しについて検討するため、平成28年5月に検討会を立ち上げ。
- ・ 平成28年度に、関連事業として「クールジャパン拠点連携実証調査」、「クールジャパン海外展開のための国別調査」等を実施。
- ・ 検討会での議論や上記関連事業を通じて得られた拠点連携に関する方策やノウハウを全国に発信・展開するため、最終報告書をとりとめ。

クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ
(平成27年6月「クールジャパン戦略推進会議」とりまとめ)

クールジャパン戦略深化の視点:「人材ハブ」の構築

クールジャパン関連分野の人材を世界中から引きつけ、これらの人材が持つ創造性を集積、高度化し、世界に発信するためのハブの構築が重要

政府が実施する横断的な取組
(各分野の人材・情報の集積・発信拠点の形成)

情報の集積・発信機能を有する拠点(ハブ)の構築を行う民間の取組を、関係府省が連携して支援

日本再興戦略2016 (平成28年6月閣議決定)

我が国の魅力を効果的に発信するとともに、文化産業を含めた新たなクールジャパン関連産業を創出する観点から、プラットフォームの下に検討会を設置し、羽田空港跡地等におけるクールジャパン拠点構築に向けた民間の取組を後押しするとともに、こうした拠点間のネットワーク化に取り組む。

立ち上げ (平成28年5月)

羽田空港跡地、竹芝地区、所沢地区の3拠点をモデルケースとして議論し、拠点に必要な機能を「情報発信機能」、「人材育成・産業創出機能」に整理

「中間とりまとめ」策定 (平成28年6月)

第4回検討会(10月14日) 関連事業の実施や拠点連携の在り方等について議論

全国のクールジャパン30拠点調査 (平成28年7月～12月)

全国から30拠点を抽出し、情報発信、産業創出、人材育成等の観点から、拠点機能の強化等の取組や課題等について、サンプル的に調査

クールジャパン拠点連携実証調査 (平成28年11月～平成29年3月)

拠点連携によりクールジャパンの情報発信、人材育成、産業創出等に新たな視点と方策で取り組む7つのプロジェクトを実施し、拠点連携方策の効果を実証調査

クールジャパン海外展開のための国別調査 (平成29年2月～3月)

今後の海外展開先として重要なアジア5か国について、コンテンツと非コンテンツ等についての消費者の嗜好や、市場の特性について調査

「最終とりまとめ」(平成29年5月17日)

調査結果のフィードバック

拠点連携に関する方策・ノウハウを発信・展開
各地のクールジャパン拠点の連携ネットワーク化による機能強化

(参考)「クールジャパン拠点連携実証調査」における実証プロジェクト一覧

「クールジャパン拠点連携実証調査」(平成28年度第2次補正予算事業)において、クールジャパン拠点の連携・ネットワーク化によってクールジャパンの情報発信・人材育成・産業創出等に取り組む先進的プロジェクトを7件採択。

	事業名	実施主体	実証地域	主要分野	連携の 主な目的
1	アニメのイメージとなった地域を核とした拠点間連携による日本の魅力の一体的・効果的発信	(一社)アニメツーリズム協会	飛騨エリア(飛騨・高山・下呂・白川)、東京	アニメ、マンガ	情報発信
2	ロケ地情報の効果的な集約・発信による海外撮影クルー誘致を通じた地域活性化	(株)Journal Entertainment Tribute	東北地方	映像コンテンツ	情報発信
3	空間デザインの発信による家具・インテリア産業のビジネス力強化	(株)東京デザインセンター	東京、金沢、高山、名古屋	インテリア、建築、デザイン	情報発信 産業創出
4	日本酒と関連分野を組み合わせた海外富裕層向けマーケティングモデルの構築	サイエスト(株)	東京、茨城、長野 等	食文化	情報発信 産業創出
5	ガストロノミーマニフェストに基づく食と周辺産業の連携による、食分野における日本の国際的発信力強化	(株)辻料理教育研究所	大阪、東京、鹿児島、鳥取 等	食文化	情報発信 人材育成
6	技術とデザインを融合させた最先端デザインラボ設置によるクリエイティブ人材創出の加速	東京大学生産技術研究所	東京	デザイン	人材育成 産業創出
7	都市部のクールジャパン人材と地方のクールジャパン資源を活用した地方の魅力の効果的発信	(一社)大丸有環境共生型まちづくり推進協会	東京(大手町・丸の内・有楽町エリア)、新潟	食分野	情報発信 人材育成

「日本産酒類の輸出促進に向けた課題及び対応方針について」の改定について

国際的な評価を受けているにも関わらず、中小零細な酒蔵が多く十分な海外展開がなされていなかった日本産酒類について、政府をあげて輸出促進に係る取組方針を策定（2014年）。

2020年を見据え、これまでの取組を検証し、さらなる輸出の拡大を図るため、連絡会議において、最新の政府施策等を踏まえ「対応方針」の改定を実施。

クールジャパンの視点も取り入れつつ、2020年に向けた中期的な指針として位置付ける。

「対応方針」6つの視点

有識者・酒類業者等から「課題」の抽出

整理

情報発信の強化

効果的な販路拡大
・市場開拓

人材の育成

品質・ブランド力の向上

輸出環境の整備

インバウンドとの連携

検討

6つの視点から24の「対応方針」を策定

2020年に向けた主な取組例

(1) 国内外の情報発信拠点の活用

在外公館やジャパン・ハウス等の政府関係機関を日本産酒類の情報発信拠点として効果的に活用

(2) 日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）の活用

各国のマーケットを多角的に分析するとともに、重点市場におけるプロモーション戦略を策定し、関係省庁や地方自治体と連携しながら戦略的な輸出サポートを実施

(3) 海外の酒類の専門家や有識者等への啓発

これまでの研修対象者の範囲を拡大して、酒類に関する専門的知識や和食とのマッチング等の研修を実施

(4) 地理的表示制度（GI）の活用促進

制度の改正を踏まえ、官民が連携して海外へ発信すること等により地域のブランド力向上を支援

(5) 酒蔵ツーリズムの推進

酒蔵ツーリズムに取り組む各地域をネットワーク化し、共同プロモーション等の取組を通じて、地域の観光資源と連携した取組を支援

業界団体が策定する輸出戦略とも一体的に運用することにより、日本食の分野において重要な役割を占める日本産酒類のさらなる輸出促進を図る