

A. 情報発信

【課題】

- (A-①) 自発的に日本に関する情報を発信している外国人やイベントを発掘・活用するための仕組みを作る。
- (A-②) 外国人を日本に呼び込み、世界に向けて日本の情報を発信してもらう、人や情報の恒常的な流れを作る。
- (A-③) 外国人にも分かりやすい形で、日本に関する情報の発信効果を高める。

(A-①) 日本に好意的な外国人やイベント等を発掘・活用する

《分野横断》

●親日家のアンバサダー認定・ネットワーク化

日本に好意的な外国人やイベントを発掘する仕組として、アンバサダー認定や、具体的なプロジェクト等を通じたネットワーク化を行う。【佐浦委員、夏野委員、福原委員】

(A-②) 人や情報の恒常的な流れを作る

《コンテンツ》

●海外の映画撮影クルー誘致

海外クリエイターを日本に呼び込むとともに、映像を通じて正しい日本を発信してもらうために、税や補助金による支援、ローカルコーディネーターの設置等を通じて、海外の映画撮影クルーを日本に誘致する。【マシ・オカ氏】

《食》

●食分野に係る人材集積の拠点となるハブの形成

食分野に係る人材を海外から誘致し、日本を起点とした恒常的な人・情報の流れを作るために、高等教育機関などのハブを形成する。【梅澤委員、楠本委員】

《ファッション・デザイン》

●高度クリエイティブ人材の誘致

日本のデザイン分野の海外展開・海外発信を強化するため、教育拠点の設置や奨学金の提供、Post Study Work Visa の付与等を通じて、高度クリエイティブ人材の誘致を促進することで、海外のクリエイターの活力を取り込む【梅澤委員、田川委員】

(A-③) 日本に関する情報の発信効果を高める

《分野横断》

●ストリート開発

海外における日本の認知度を向上させるため、情報発信や日本企業進出の拠点となるストリート開発を行う。【楠本委員】

●情報発信力を高めるためのイベントの重ね合わせ

イベントの情報発信効果を高めるために、関連イベントの開催時期を合わせたり、一つのイベントに様々なコンテンツを盛り込む。【梅澤委員】

○政府公式メディアによる海外に向けた情報発信の強化

政府公式英文サイト「JapanGov」、SNS 政府公式サイト（Facebook・Twitter 等）を通じたクールジャパンコンテンツの紹介の充実を図る。【国際広報室】

○ジャパン・ハウスや在外公館、招へい・派遣・交流等を通じた日本の魅力発信

従来日本に関心を有していなかった層などを対象に、ジャパン・ハウス（仮称）や在外公館（任国要人等との会食や、レセプションにおける日本産酒類のPR）、招へい・派遣・交流（国際漫画賞、日本ブランド発信事業、アジア文化交流強化事業、対日理解促進交流プログラム）等を通じて、日本の魅力を発信するとともに、日本への理解を促進する。【外務省】

○CJ機構の出資事業活用やメディア招へいによる観光情報の効果的発信

CJ機構の出資事業（ジャパンチャンネル等）を活用した各地のクールジャパン商材や観光情報の発信や、影響力のある海外メディアを招へいすることで効果的な情報発信を行う。【経産省】

○クールジャパンの海外発信に合わせた、関連する観光地情報の発信

様々なクールジャパン資源の海外発信に合わせ、それらに関連する観光地（ドラマのロケ地やアニメの聖地、地域に根差した様々な文化等）の情報発信を行う。【国交省】

《地方（文化を含む）》

○「日本遺産」の更なる拡充

各地域に所在する有形・無形の文化財群を、総合的に活用してまちづくりの核とするために、我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産」として認定する。【文科省】

《ファッション・デザイン》

●ファッション・ミュージアムの設立

日本ならではのファッション文化を、歴史的に俯瞰して見て、学んで、体験して、楽しめるファッション・ミュージアムを設立する。加えて、アート、建築、デザインなど、ファッションの枠を超えてクールジャパンを体験できるようにする。【生駒委員】

B. 海外展開

【課題】

- (B-①) 日本企業が継続的に海外展開を行えるような環境整備が必要。
- (B-②) 海外展開に係る知見のない事業者等に対して、活用可能な補助金等の情報や、ノウハウ、ビジネスチャンス等の提供を通じて支援を行うことが必要。
- (B-③) 海外展開による波及効果を最大化させるために、日本商品であることの見える化が必要。
- (B-④) 海外展開に関連する様々な分野・産業と連携する。

(B-①) 継続的な海外展開のための環境整備を行う

《分野横断》

●案件組成プラットフォームの組成

海外展開を支援するため、①能動的な案件組成やマッチングの場、②先進的事例（例：コンテンツをマーチャンダイジングするためのノウハウ）の共有の場として機能するプラットフォームを構築する。【委員多数】

《コンテンツ》

●音楽の海外展開のための「エージェント機能」の創設

これまで個社による単発の取組に限られていた音楽業界の海外展開を、業界一体となった継続的な取組とするために、全体調整のできるエージェント機能を持った組織を設立する。【大石委員】

《食》

●海外における「市場」の整備

現地の日本食レストラン等が、日本産食材を安定して調達できるよう、海外において「市場」を整備する。【夏野委員】

(B-②) 海外展開のための支援体制を整備する

《地方（文化を含む）》

●クールジャパン相談窓口、地方の広域拠点ネットワーク等の設置

中小企業の事業者等が海外展開する際の相談窓口として、クールジャパン相談窓口を設置するとともに、ノウハウや課題等を共有するために、地方の広域拠点をネットワーク化する。【高島委員、玉沖委員】

●地域プロデューサーの認定・リスト化

海外展開に係るノウハウのない事業者を支援するため、支援実績のある人を地域プロデューサーとして認定し、リスト化する。【委員多数】

○プロデューサー派遣・テストマーケティングによる海外市場開拓支援

海外マーケットに知見を有するプロデューサーを派遣することで地域資源の発掘・磨き上げを行うとともに、中小企業を中心としたテストマーケティングの場を提供する。【経産省】

○CJ機構を活用した中小企業等の海外展開支援

CJ機構の出資事業（ジャパンチャンネル、ジャパンモール等）を活用した中小企業へのビジネスチャンスの提供や、出資案件となりうる地域企業を発掘・組成する。【経産省】

《コンテンツ》

○日本コンテンツのローカライズ・プロモーション

コンテンツを軸とした海外市場開拓を促進するため、日本コンテンツへの字幕付与やプロモーションの支援の継続・拡充を検討する。【経産省】

(B-③) 商品・サービス等の品質認定を行う

《分野横断》

●商品・デザイン等の品質認定

日本のデザイン・商品等の海外展開を促進するため、認定制度（例：グッドデザイン賞）や品質認定（例：コンシューマーレポート）を通じて、日本製品であることの見える化を行う。【夏野委員】

《食》

●大使館による日本食レストラン認定

日本食の海外普及の拡大を目的として、大使館が日本食レストランの認定を行う。【夏野委員】

○日本産食品の認定

正しく日本産品の品質を伝えるため、日本特産、伝統製法等による日本産品とそうでないものとの差別化を目的とした、日本産食品の認定制度の検討を行う。【農水省】

(B-④) 海外展開に関連する様々な分野・産業と連携する

《コンテンツ》

○他分野・他産業と連携した放送コンテンツの海外展開

訪日外国人観光客の増加や日本の最先端技術や食・音楽等の発信といった他分野・他産業への波及効果を見据え、関係省庁や異業種を含む周辺産業とも連携しながら、地域経済活性化を目的とした放送コンテンツを製作し、海外に継続的に発信する取組に対して支援を行う。【総務省】

C. インバウンド振興

【課題】

- (C-①) 訪日外国人旅行者自身による情報発信（口コミ）を促すためにも日本文化等を体験できる場を増やすことが必要。
- (C-②) 地域に外国人旅行者を呼び込むために、観光資源の磨き上げを行うことが必要。
- (C-③) 訪日外国人旅行者を誘致するための環境整備が必要。

(C-①) 訪日外国人旅行者による情報発信を促す

《分野横断》

●○道の駅等の活用によるタッチポイントの設置

訪日外国人旅行者による日本の情報発信を促すために、道の駅等を活用し、地域のクールジャパン資源に触れることができるタッチポイントを設置する。【高橋委員（JTB）】・【国交省】

(C-②) 観光資源の磨き上げを行う

《地方（文化を含む）》

○地域資源の観光資源としての活用

海外マーケットの知見等を有するプロデューサー派遣による地域資源の磨き上げや、当該資源の観光資源としての活用を促進する。【経産省】

《食》

○食と農の観光地づくりの推進

訪日外国人旅行者の増加に伴う需要拡大を、地方の農林水産業の活性化等につなげるため、日本食・食文化を効果的に発信することを目的として、食と農の観光地づくりを推進する。【農水省】

(C-③) 訪日外国人旅行者を誘致するための環境整備を行う

《地方（文化を含む）》

○文化財に関する英語解説の推進

外国人に対して文化財の価値・魅力を十分に伝えるために、文化財に関して英語での分かりやすい解説を推進する。【文科省・国交省】