

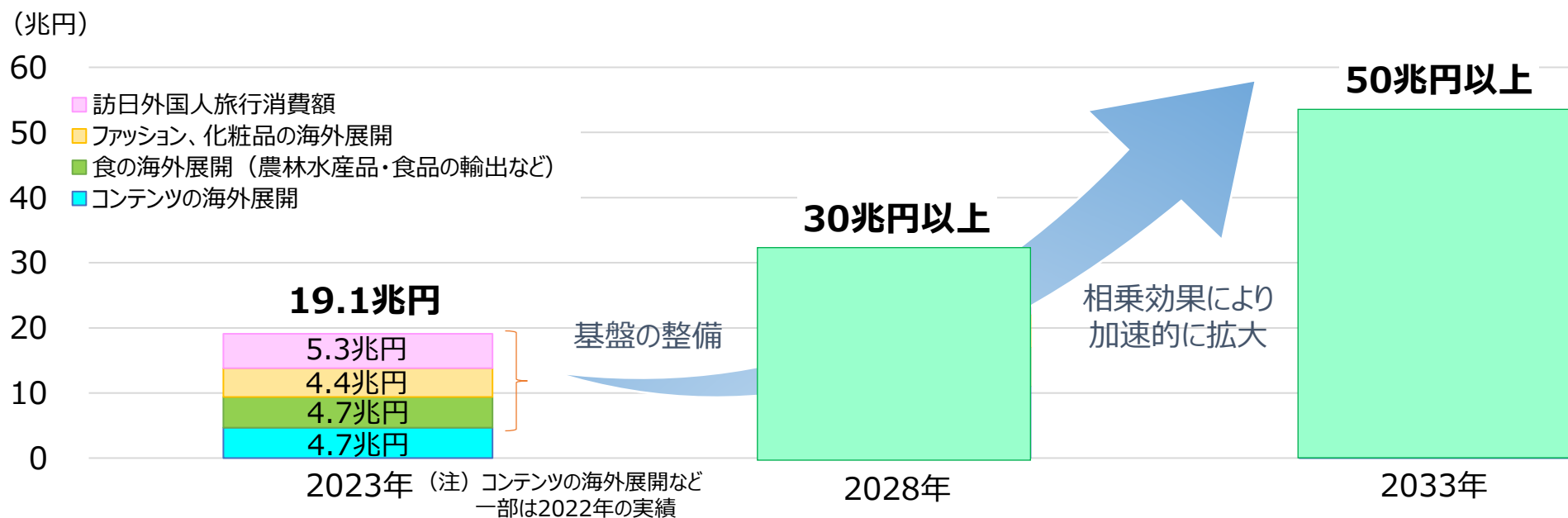
「新たなクールジャパン戦略」 (重点的な取組)

**2024年6月27日
内閣府 知的財産戦略推進事務局**

「新たなクールジャパン戦略」(重点的な取組①)

クールジャパン関連産業の海外展開(目標)

- コンテンツの海外展開、インバウンド(訪日外国人旅行消費額)、農林水産物等の海外展開、ファッションや化粧品等の海外展開など**クールジャパン関連産業**において、経済効果として、**2033年までに50兆円以上**の規模とする。
- 各国・地域における「**日本が大好き**」の割合について、**2033年までに10ポイント上昇**させる。



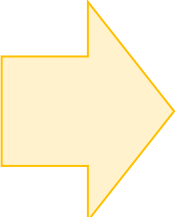
コンテンツ官民協議会の設置

- 日本のコンテンツ産業の構造改革と強靱化を官民一体となって進めるために、**クリエイターを含めた官民協議会を設置し**、官民の**これまでの取組の検証**、これを踏まえた**今後の具体的かつ骨太な方針の検討**、**進捗状況の確認・共有**等を行う。

「新たなクールジャパン戦略」（重点的な取組②）

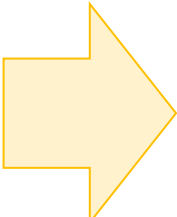
クリエイター支援・活動環境の整備

- コンテンツ産業を支える人材を強化するため、海外派遣も含めた**異才／クリエイターの育成のための枠組みの構築**、最先端のデジタル技術を使いこなす**デジタルクリエイターの育成、実践的なプロデューサーの育成強化**（留学を含む。）、**クリエイターのビジネスサポートを行うスタートアップ等の活用**、求められるスキルの具体化・見える化と高等教育における重点整備、**スキルに応じた処遇の確保・待遇の改善**、外国人の担い手の活用に取り組む。
- **国際水準ベースの労働環境の整備**や**コンプライアンスの徹底**、**日本独自の商慣習の見直し**、（略）などに取り組む。

- 
- ・ クリエイターの発掘・育成等について、経済産業省、文部科学省（文化庁）の両省庁の施策の統合を含めて、どのように支援していくか。
 - ・ 労働環境の整備、取引の適正化等について、公正取引委員会における調査（音楽、放送番組）や映適（日本映画制作適正化機構）の取組を含めて、どのように取り組んでいくか。

高付加価値化・ブランディングの強化

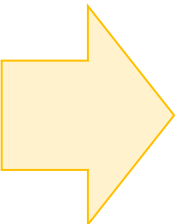
- 世界から求められる価値を体験することができる商品・サービスを提供し、**体験価値による高付加価値化**に取り組み、国際水準ベースの価格で収益をあげ、その利益を更なる再投資につなげていくという**持続可能なエコシステムを構築**する。

- 
- ・ 高付加価値なサービス・商品の提供し、十分な収益を確保するために、新たな技術（Web 3、NFT等）の活用を含めて、どのような取組を行っていくか。

「新たなクールジャパン戦略」(重点的な取組③)

分野横断・分野連携の拡大

- 「アニメ／マンガ」、「食」、「インバウンド」といった分野は、他の分野と組み合わせることによって、**大きな相乗効果**を生み出すことが期待できる。「**アニメ／マンガ**」や「**食**」を**入口・起点**として、発信・プロモーションを行うなど、これらの分野を中心に、**分野横断・分野連携の取組を拡大**する。

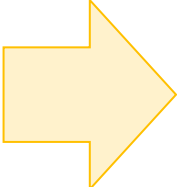
- 
- ・ JFOODOの事例なども参考に、分野横断・分野連携のプロジェクト、プロモーションの取組について、どのように各省庁の施策に取り入れ、広げていくか。

＜参考：JFOODOの事例＞

- ・ 米国ロサンゼルスアニメイベントでブースを出展し、日本食の喫食機会を提供。約3/4（74％）の者が「日本食が登場するアニメを観て、日本食を食べたくなった」と回答。日本のアニメが日本産食材・日本食への関心喚起や喫食体験に導く力を持っていることを示唆。

情報発信の強化

- **日本ファンの拡大、日本のブランド価値の向上**に向けて、各国・地域の政財界の意思決定層や富裕層を含めて、日本の魅力を多くの国・地域に届けるため、**発信力の強化**に取り組む。その際、関係府省等によって分野間、官民の連携を図り、点ではなく面でプロモーションを行うなど効果的な発信を行う。
- 2025年に開催される**大阪・関西万博**には、(略) **日本の魅力を世界に向けて発信する絶好のチャンス**である。この機会を最大限に活かすため、万博会場内外、開催期間の前後を含めて、**観光、食、文化などクールジャパンに関わる様々な分野**に関し、関係省庁のみならず官民が連携し、**オールジャパンで日本の魅力の発信**に取り組む。

- 
- ・ 海外におけるイベント等を在外公館やジャパン・ハウスの取組等と連携させるなど、民間も含めて、どのように発信力を高めていくか。
 - ・ 大阪・関西万博において、どのように連携して発信していくか。

「新たなクールジャパン戦略」（施策のフォロー）

関係府省庁の各種施策について、連携を強化しつつ、進捗をフォローし、PDCAサイクルを回して、「新たなクールジャパン戦略」を推進していく。

個別分野における進捗管理に限らず、日本ファンの拡大、ソフトパワー強化といったブランド価値の向上を目的とした KGI / KPIを設定し、データに基づくクールジャパンの取組を推進する。

具体的には、次に掲げる事項を目標達成指標（KGI）として定め、その達成に向けて取組を進める。

- コンテンツの海外展開、インバウンド（訪日外国人旅行消費額）、農林水産物等の海外展開、ファッションや化粧品等の海外展開などクールジャパン関連産業において、経済効果として、2033年までに50兆円以上の規模とする。参考として、2028年までに30兆円以上の規模とすることを中間的な目標とする。
- 日本ファンの拡大に向けて、各国・地域における「日本が大好き」の割合について、2033年までに10ポイント上昇させる。参考として、2028年までに5ポイント上昇させることを中間的な目標とする。

これらの目標の達成に向けて、次の3つの評価指標（KPI）を定め、モニタリングしていくこととする。

- 日本の魅力の体験率
 - ・ アニメ／マンガ等のコンテンツ体験
 - ・ 日本食の体験／日本産の食品等の購入
 - ・ 日本企業の製品の購入
- 上記の体験により、訪日意向を高めた者の割合
- 上記の体験により、「日本が好き」になった者の割合

【参考】大阪・関西万博を契機とした日本の魅力の発信

関係府省における主な取組

	テーマ	概要
内閣府(知財)	クールジャパンの総力を結集した機運の醸成	地域の魅力を磨き上げ、特に外国人目線を取り入れたプロモーションを実施する。訪日を計画する外国人への訪日喚起、全国各地への誘引、滞在期間の長期化を図るとともに、地域独特の魅力への共感、日本ファンの増加につなげる。
経済産業省 (近畿経済産業局)	関西発「ワザ」と「コンテンツ」の未来体感フェスティバル	職人が作品に「いのち」を吹き込むことで人の生活をより豊かなものにしてくれる、世界に誇れる日本の伝統工芸等の「ものづくりの技」と「アニメ等コンテンツ」を連動して体感・体験できる政府としては初めての展示・ショーイベントを実施する。
文部科学省	「日本博2.0」の展開	大阪・関西万博に向けて、縄文時代から現代まで続く我が国の文化芸術を「日本の美と心」をテーマに国内外へ発信する。2025年度は、全国各地で取組を展開するとともに、一部の取組を万博会場内においても実施する予定である。
農林水産省 文化庁 国税庁	日本食文化・ジビエ・農泊・農業遺産・海業の発信 日本の食文化の発信 日本産酒類の情報発信	「持続可能性（つなぐ）」をコンセプトに、会場内外での日本食やジビエの試食、野生鳥獣の利活用の取組の展示、農泊等の農村文化の体験、海業（うみぎょう）のPRといった体験型展示を実施する。併せて、郷土料理等の日本の食文化を代表する料理に触れる機会の提供、日本産酒類の魅力発信等を行う。
環境省	2030年ネイチャーポジティブの実現に向けて	ネイチャーポジティブ実現の重要性や波及効果等を紹介し、来場者の意識改革と行動変容に係る機運醸成を促進するため、2030年ネイチャーポジティブに向けた取組を実施する。「気候変動対策」や「福島震災復興」の取組等も広く周知する。
内閣官房（万博） 観光庁	大阪・関西万博を契機とした全国への誘客促進	特別な体験を全国各地で創出し全世界に発信するとともに、地域資源を活用した観光コンテンツの造成支援や万博を契機に地域周遊を促進するための支援を実施する。あわせてJNTO・博覧会協会と連携し効果的な情報発信等を行う。