

クールジャパンに係る効果的な情報発信について

- 日本ファンを効果的に増やすためには、外国人の関心や共感の深さなどに応じた情報の提供が重要。特に、関心を有する外国人に対しては、既存のサービスと連携し、カスタマイズされた情報を発信することが重要。
- このため、外国人への効果的な情報発信の「出口」たり得るプラットフォーム型のネットサービス事業者に注目。

Google	TripAdvisor (TA)	ぐるなび/LIVE JAPAN (LJ)	LINE
<ul style="list-style-type: none"> • 来訪外国人が最も閲覧する検索サイトの1つ • Google 検索及び Google マップをより効果的に活用するためには、事業者が「Googleマイビジネス(※)」へ登録することが望ましい • Googleマイビジネス活用のための啓発活動（セミナー等）を随時開催 <p>(※) Google マイビジネス：Google 検索や Google マップなど Google のサービスにビジネスやお店などの情報を表示し、管理するための無料のツール</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 来訪外国人が最も閲覧する旅前サイトの1つ • TAに掲載されるには登録が必要（外国語が望ましい） • TA活用のための啓発活動（セミナー等）を随時開催 	<ul style="list-style-type: none"> • 来訪外国人が閲覧する旅前・旅中サイトの1つであり、「和食」や「老舗」等による編集が可能 • LJに掲載されるには登録が必要 • 多言語化等に関するサポートや活用のための啓発活動（セミナー等）を随時開催 • 月間約450万ユニークユーザー（うち約7割は外国人） 	<ul style="list-style-type: none"> • 国内で最も利用されているコミュニケーションアプリの1つ（タイ及び台湾では相当程度普及） • One to Oneやセグメントした特定ユーザーに対してのメッセージの送り分けなど、プッシュ型の情報提供が可能

※訪日外国人の大多数はgoogleやTAを見て情報収集していると言われている



- これら民間ネットサービス事業者の他、JNTOを始めとする政府・関係機関のサイトなど、外国人への発信手段（出口）は様々なものが用意されている
- 日本の事業者（コンテンツ保有者）が自らこれらの「出口」を活用することが望ましいが、その意識が低いことが課題。海外への発信力を強化するためには、**国内事業者への啓発を粘り強く実施する必要**がある

国内事業者の啓発は、事業者の性質（外国人を相手にしたビジネスへの意識）を踏まえつつ、様々なツールを活用し、関係者と協力しながら、中長期的視点で実施

来訪外国人ビジネス意向アリ/行動層

- ベストプラクティス（BP）の提供や周知等、啓発活動に協力してもらう
- 特定の切り口やストーリーで編集し発信する場合には、LJ等を活用

来訪外国人ビジネス意向アリ/未行動層

- Googleマイビジネス、TA、LJ等を活用した効果的な発信を促す
- 啓発活動を効果的に実施するため、BPや関連するデータを示すなど工夫する

来訪外国人ビジネス意向ナシ/未行動層

- 外国人向けビジネスに関する理解を促進し、外国人に目を向けてもらう
- BPや関連するデータを紹介しつつ、中長期的な視点で取り組む

関係省庁を通じた取組

- 関係省庁が実施している海外向けのイベントや保有しているネットワークを活用し、啓発活動を実施

官民連携PFを通じた取組

- 官民連携PFやアンバサダー・地域Pを活用し、啓発活動を実施

個別事業者・団体を通じた取組

- Google、TA、LJ等の発信の出口となる企業とJC等国内事業者へのネットワークを有する団体とをマッチングさせ、効果的な訴求を図る