

セッション2：新たな戦略の骨子について（議論のたたき台）

1. はじめに
 - ① クールジャパンとは
 - ② 環境の変化
 - ③ 持続性確保に向けて取組を強化する必要性
2. これまでの政策の成果と課題
3. 課題 / 問題点 / 問題意識（第2回で挙げた課題）
 - ① 目的が共有されていない
 - ② 世界目線のなさ
 - ③ プロダクトアウト
 - ④ ストーリーの活用ができていない
 - ⑤ デジタル化等の時代に応じた発信ができていない
4. 目指すべき方向（3で挙げた課題への対応方向として、必要な事項）
 - ① 目的の共有
 - ② 世界が共感を持つ日本の本質の理解
 - ③ 持続性の確保
 - ④ 「伝える」能力を磨く
 - ⑤ 幅の広さと深みを活用し、戦略的に日本ファンを増やす
5. 施策の方向性（ネットワークや日本ファンを増やす仕組みなど具体的な施策）
 - ① 国全体の整合性を測る枠組みの構築
 - ② 縦の深堀り（個別分野、個別地域）
 - ③ 横連携強化のための枠組み構築
 - ④ 日本ファンを増やすための枠組み構築
 - ⑤ デジタル化時代に対応した発信強化

セッション2：新たな戦略の骨子について（議論のたたき台）

1. はじめに

① クールジャパンとは

CJは、世界の共感を得ることを通じ、日本ファンを増やすための取組。
典型的なものを超えて、多くの分野に広がっている。

② 環境の変化

日本の「魅力」に関する認識の多様化等

③ 持続性確保に向けて取組を強化する必要性

CJが一時的なトレンドに終わることなく、多くの人々の連携と協力の下で持続的かつ中長期的に発展するための基盤を整備する必要性。

2. これまでの政策の成果と課題

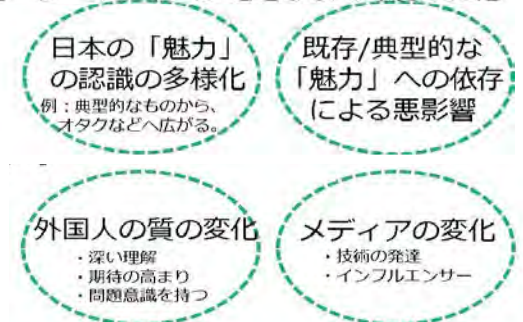
これまでの成果

- ・ より多様な分野でCJの取組が行われている
- ・ 人材の育成（&発見）が徐々に進展
- ・ 関係者の知見・教訓が蓄積
- ・ 外国人材を含め、制度や環境が徐々に整備
- ・ 輸出額や訪日外国人数が増加
- ・ 日本に深い理解がある外国人が増加

見えてきた課題

- ・ CJ戦略の目的（「共感」の獲得）が共有されていない
- ・ 世界の視点が起点になっていない
- ・ 関係者間の連携不足
- ・ 発信手段等がデジタル化時代に未対応
- ・ 日本の魅力の深掘りや知識の蓄積が不足
- ・ プロダクトアウト
- ・ 人材育成が不十分
- ・ 内閣府のグリップが弱い

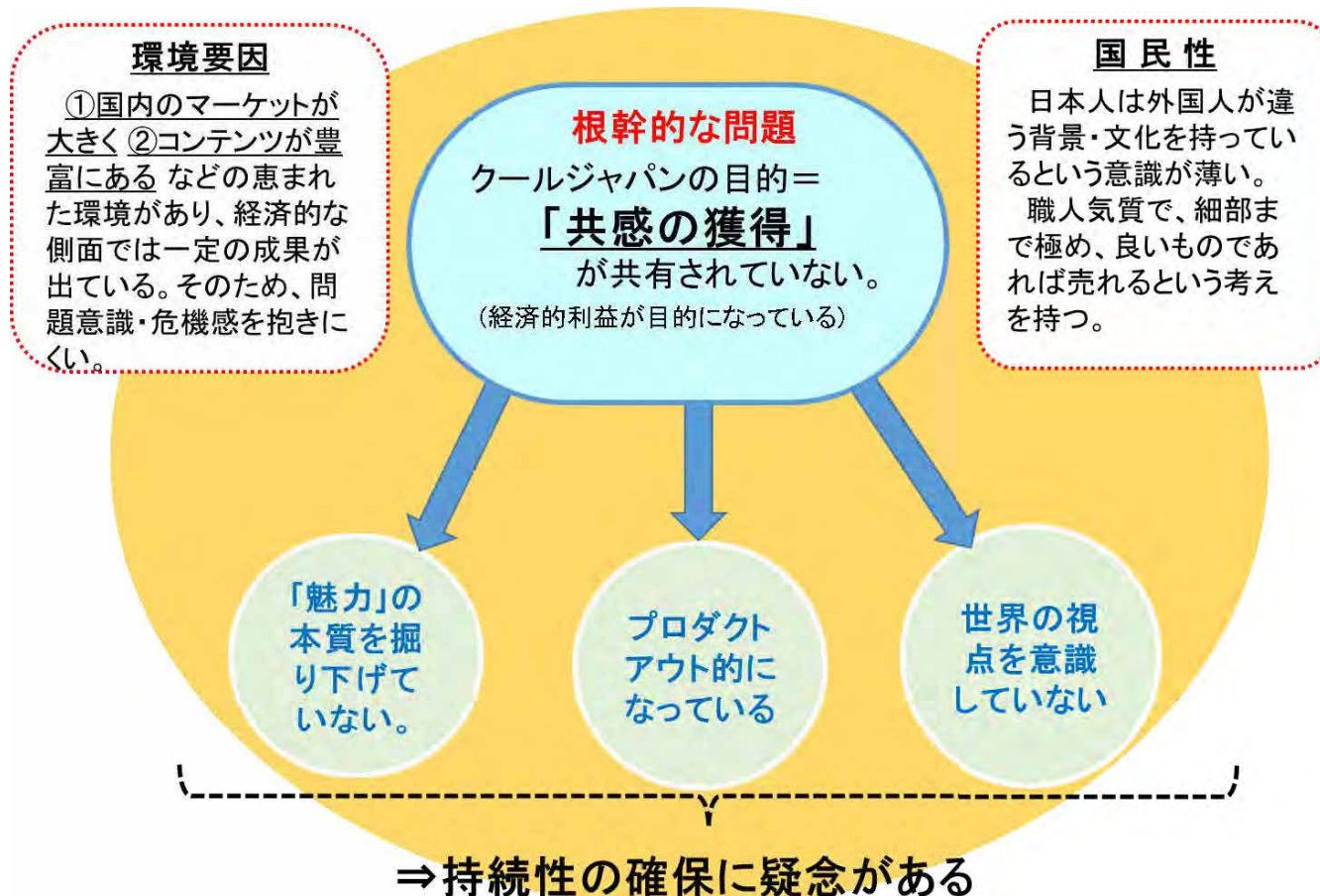
【 クールジャパンをとりまく環境の変化 】



セッション2：新たな戦略の骨子について（議論のたたき台）

3. 課題 / 問題点 / 問題意識（第2回で挙げた課題）

- ① 目的が共有されていない
- ② 世界目線のなさ
- ③ プロダクトアウト
- ④ ストーリーの活用ができていない
- ⑤ デジタル化等の時代に応じた発信ができていない



セッション2：新たな戦略の骨子について（議論のたたき台）

3. 課題 / 問題点 / 問題意識（第2回で挙げた課題）

① 目的が共有されていない

これまでは「共感の獲得」というCJの目的が共有されていないことから、取組が縦割りで、整合性に欠けた取組。

② 世界目線のなさ

日本人と外国人との相違、外国人の質の変化、外国人の知見に対応できていない。

③ プロダクトアウト

日本人が日本人の目線で活動を実施（プロダクトアウト）し、世界の人々の目線を起点とした（マーケットイン）ものになっておらず、様々な課題をもたらしている。

④ ストーリーの活用ができていない

ストーリーの活用は、発信、価値の発見、横連携などにつながるが、活用できていない。

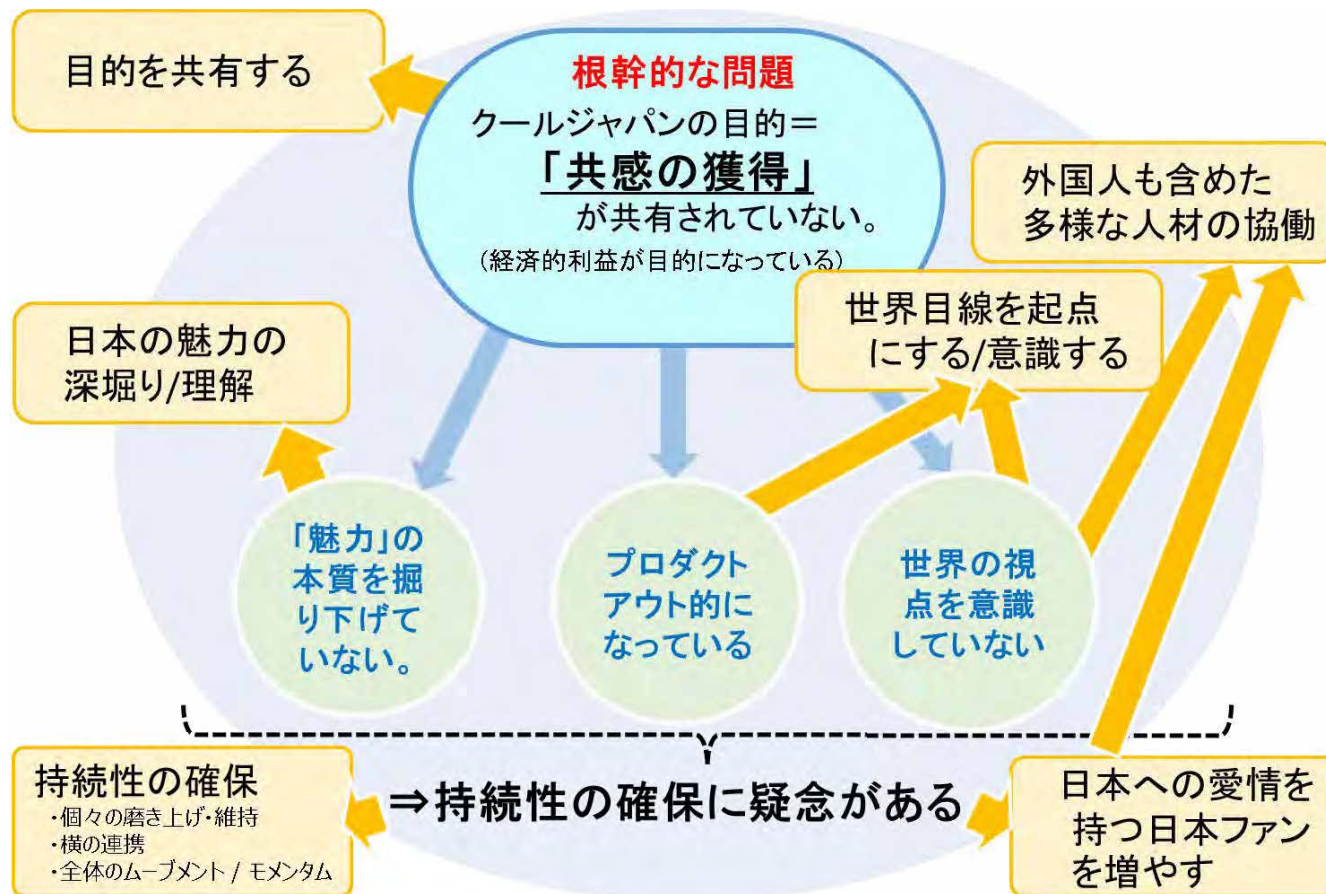
⑤ デジタル化等の時代に応じた発信ができていない

発信の内容及び手段の両方において、デジタル化・グローバル化に対応できていない。

セッション2：新たな戦略の骨子について（議論のたたき台）

4. 目指すべき方向（2で挙げた課題への対応方向として、必要な事項）

- ① 目的の共有
- ② 世界が共感を持つ日本の本質の理解
- ③ 持続性の確保
- ④ 「伝える」能力を磨く
- ⑤ 幅の広さと深みを効果的に活用し、戦略的に日本ファンを増やす



セッション2：新たな戦略の骨子について（議論のたたき台）

4. 目指すべき方向（2で挙げた課題への対応方向として、必要な事項）

① 目的の共有

- ・ 世界の共感の獲得という目的を共有し、その浸透を図る
- ・ 世界の目線を起点とするため、市場・業界に関する基礎的なデータを収集し、分析し、広く共有する

② 世界が共感を持つ日本の本質の理解

- ・ 日本の魅力の本質（「日本的な何か」）について、分析及び理解し、活用

③ 持続性の確保

- ・ 持続性の確保に向け、世界の目線を起点に、日本に存在する素材を磨き上げて共創する環境を整備

④ 「伝える」能力を磨く

- ・ ストーリーの作成と活用を促す
- ・ デジタル時代に対応し発信方法を工夫する

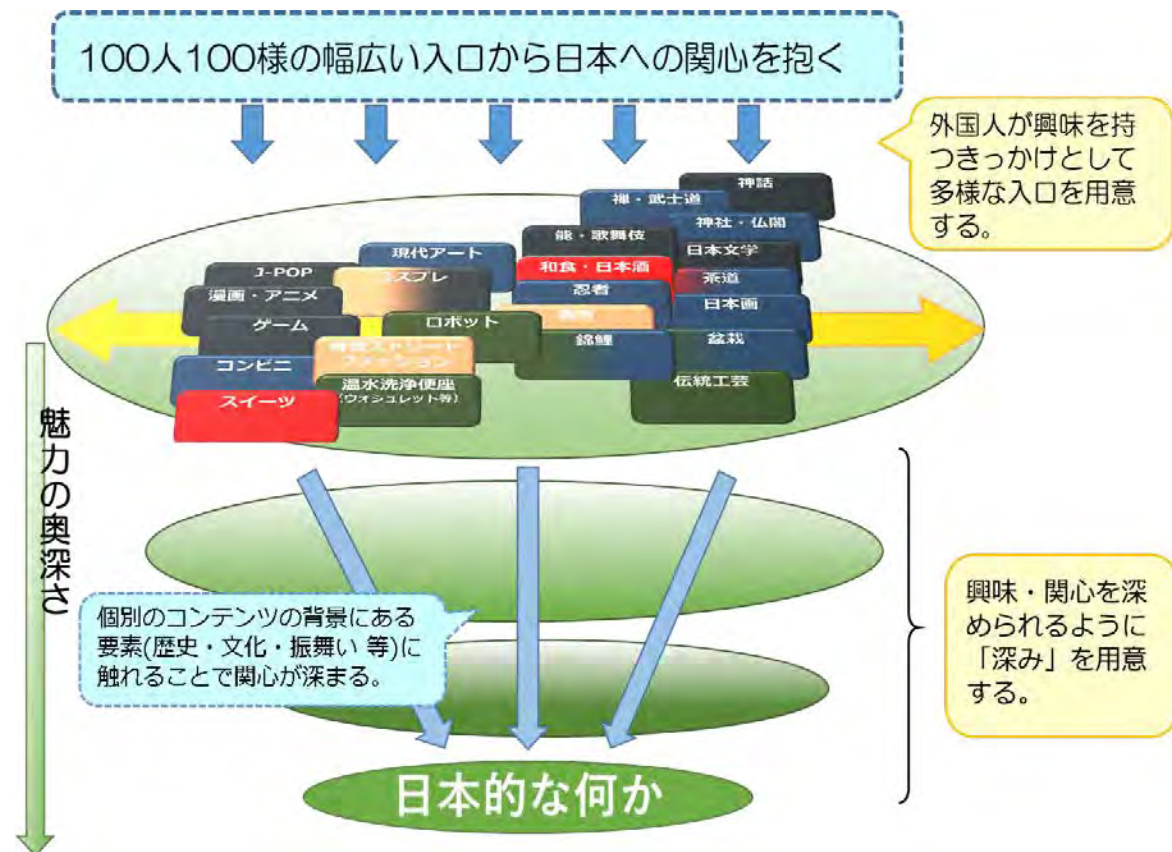
セッション2：新たな戦略の骨子について（議論のたたき台）

4. 目指すべき方向（2で挙げた課題への対応方向として、必要な事項）

⑤ 幅の広さと深みを効果的に活用し、戦略的に日本ファンを増やす

外国人の関心や嗜好が多様化する中で、幅の広さと深みを効果的に使い、戦略的に日本ファンを増やす

- ・ 富裕層やナイトタイムを含め、多様なニーズに応えていく
- ・ 外国人の疑問に対応するワンストップサービスの機能の強化等により、外国人の直面する課題の解決を図る



新たな戦略の骨子について（議論のたたき台）

5. 施策の方向性（ネットワークや日本ファンを増やす仕組みなど具体的な施策）

① 国全体の整合性を測る枠組みの構築

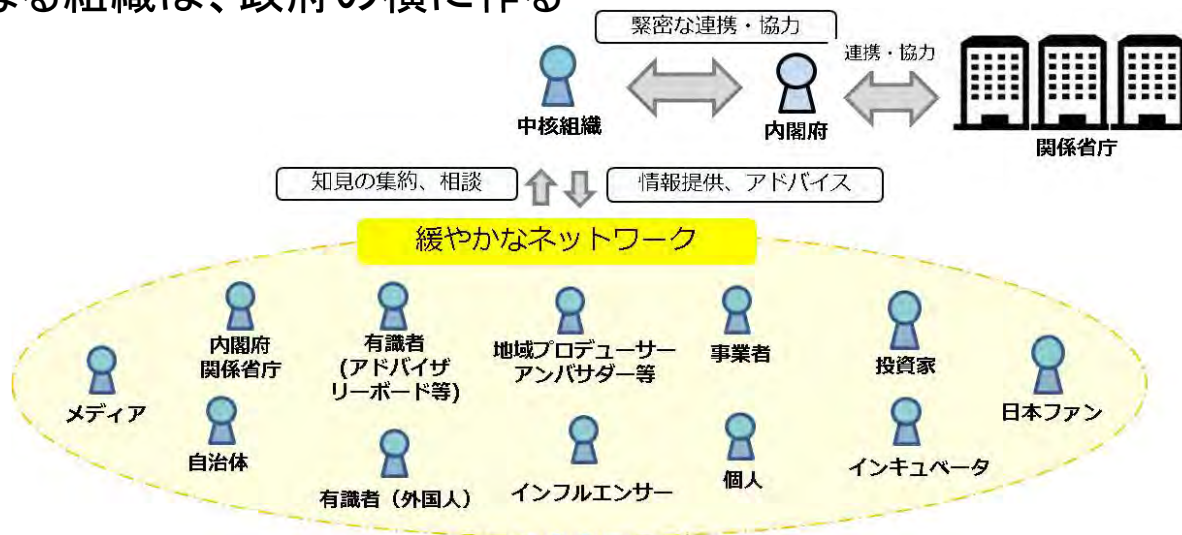
- ・ 国全体としての整合性を図るため、関係省庁の協力の下でCJを実施する体制を整備し、活用

② 縦の深掘り（個別分野、個別地域）

- ・ 地方が持つポテンシャルを更に引き出す
- ・ 個人の取組等にスポットライトを当てるため、表彰や顕彰なども効果的に活用

③ 横連携強化のための枠組み構築

- ・ 多くの関係者を包含する緩やかなネットワークを構築し、様々なアイデアや人材が自然発生的に繋がり、CJの取組が進められる環境の整備を目指す
- ・ 中核となる組織は、政府の横に作る

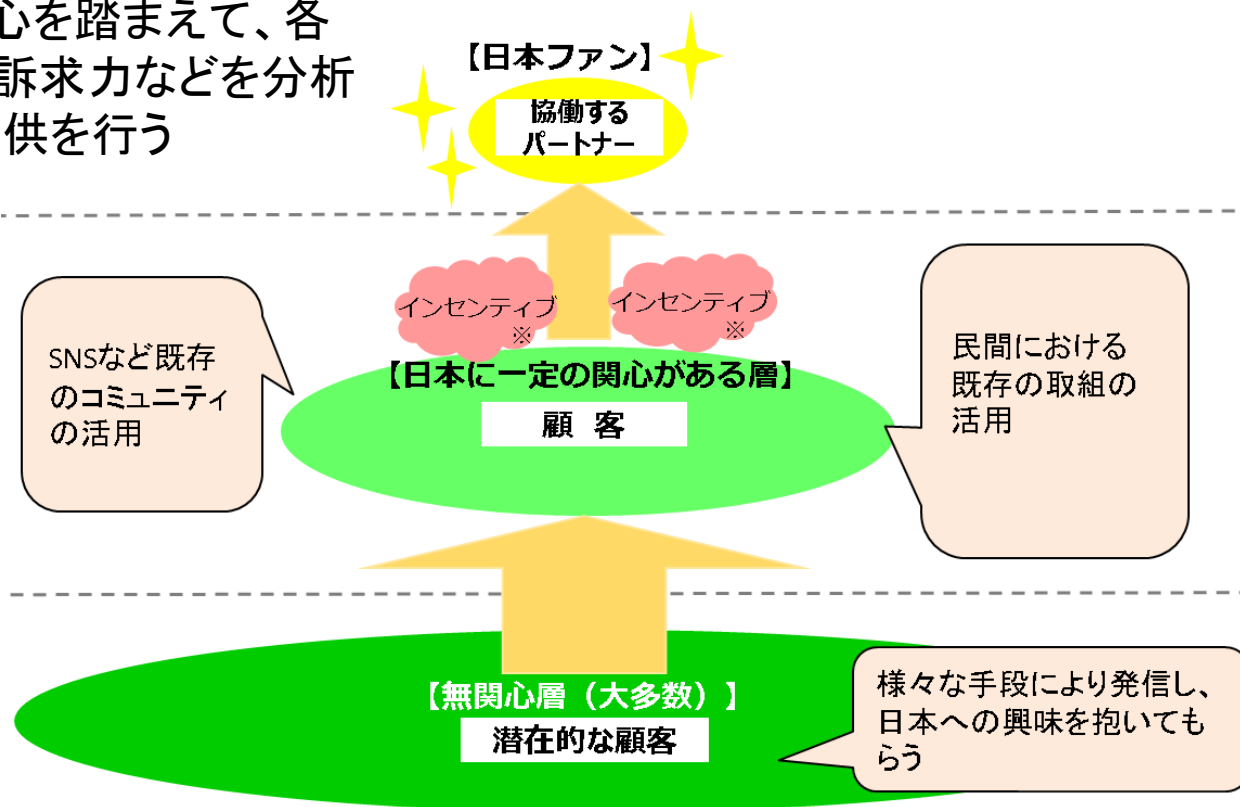


新たな戦略の骨子について（議論のたたき台）

5. 施策の方向性（ネットワークや日本ファンを増やす仕組みなど具体的な施策）

④ 日本ファンを増やすための枠組み

- ・ 外国人の興味や関心を踏まえて、各コンテンツが有する訴求力などを分析し、効果的な情報提供を行う
- ・ 地方の魅力や割引サービス等既存の情報の提供や、空港におけるサービス等のメリット措置の活用についても検討
- ・ 中長期的には国でしか提供できないメリット措置の提供も視野に入れつつ、関係省庁間で検討



※ 日本ファンになってもらい、日本ファンであり続けてもらうためのメリット措置。

⑤ デジタル化時代に対応した発信強化

- ・ インフルエンサーの選別を適宜行いつつ活用