



Japan. Cool Japan.

# クールジャパン戦略再構築の考え方について

令和3年6月30日

知的財産戦略推進事務局説明資料

# クールジャパンに係るこれまでの取組

2012 -  
2014

情報発信力の  
強化が中心

- **クールジャパン戦略担当大臣を設置** (2012年12月)
- **クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ**  
(2015年6月 クールジャパン戦略推進会議)

2015 -  
2018

経済成長の  
実現を目指す

- **官民連携プラットフォーム設立** (2015年12月)  
⇒ 官民や異業種の連携を促進し、新たなビジネスを創出するため、セミナーやマッチングフォーラム等を実施

- **知的財産戦略ビジョン** (2018年6月 知的財産戦略本部)  
⇒ 知的財産戦略の一環として、CJを位置付け

2019 -  
戦略を深化

- **クールジャパン戦略** (2019年9月 知的財産戦略本部)  
⇒ 日本の魅力をさらに磨き上げ、効果的に発信することにより、日本ファンを増やし、日本のソフトパワーの強化を目指す  
⇒ CJ戦略会議等において、具体的分野における各省連携の強化に向けた議論を実施

★ **新型コロナにより、CJ関連分野における大きな社会様相の変化**

- **知的財産推進計画2020** (2020年5月知的財産戦略本部)  
⇒ 新型コロナによるCJ関連分野への影響を十分に調査した上で、関係省庁等と連携をしつつ、具体的な分野における必要な取組を推進

2020 -  
戦略の再構築

- **知的財産推進計画2021** (2021年6月知的財産戦略本部 <予定>)  
⇒ 新型コロナによるCJ関連分野への影響調査の結果を踏まえ、**自然、エコ、SDGs等価値観の変化への対応、輸出からインバウンドへの好循環の構築、デジタル技術を活用した新たなビジネスモデルの確立**、といった新たな要素を追加すること等により、クールジャパン戦略を再構築

関係省庁  
の  
横連携

デジタルを活用した  
新たな取組に向けた  
準備

# クールジャパン戦略について

## クールジャパン戦略 (令和元年9月3日知的財産戦略本部決定)

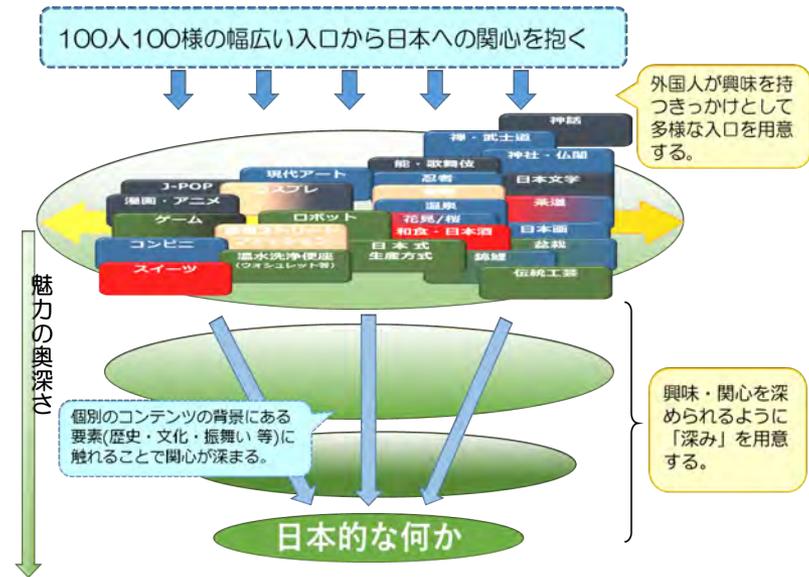
### クールジャパンに取り組む目的

世界の「共感」を得ることを通じ、日本のブランド力を高めるとともに、日本への愛情を有する外国人（日本ファン）を増やすことで、日本のソフトパワーを強化する。

日本には、精神的なものから物質的なもの、深遠なものからポップなものまで多くの魅力が存在している。「入り口」の広さを維持、拡大しながら、日本に関心を持った人たちに「深み」を見せていくことで、より関心を高めることができる。

○わかりやすいストーリーを作り、伝える。  
必要な知見・データの情報集約  
人材育成・ネットワーク化 等

○デジタル時代に対応し、発信方法を工夫。  
SNS等の活用  
AIによる魅力分析 等

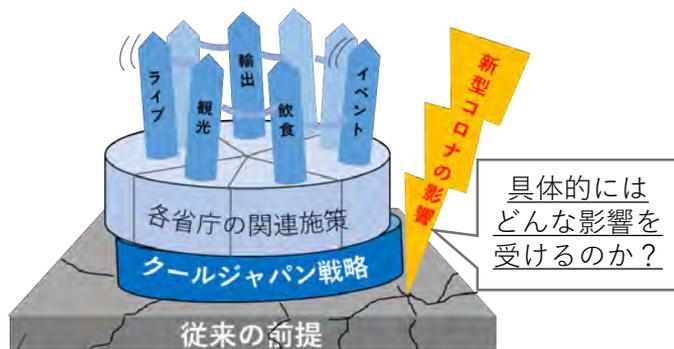


### 取り組む施策

- ① 国全体の整合性を図る枠組みを構築し、機能させる  
→クールジャパン戦略会議の設置  
・議長：クールジャパン戦略担当大臣  
・構成員：関係省庁副大臣
- ② 縦方向（個別分野、個別地域）の取組の更なる深掘り
- ③ 幅広い連携強化を図るための枠組み作り
- ④ 日本ファンを効果的に増やす取組
- ⑤ 知的財産の活用を後押しする取組

# 新型コロナの影響を受けたクールジャパン戦略

- 知的財産推進計画2020では、新型コロナの感染拡大がクールジャパン関連分野に及ぼす影響等について記載。
- 関連分野が甚大な損害を受け続けているとともに、従来の前提の多くが崩壊。
- デジタル化の進展・強化とともに、新型コロナが及ぼす影響を調査・分析し、その結果を踏まえてCJ戦略を再構築していく。



- ・人々の自由な移動・集合
- ・日本の魅力を発信すれば訪日客が増加 等

## クールジャパン戦略の再構築



- ・デジタル化の進展
- ・今後も移動が制限される? 等

## 検討の方向性（クールジャパン戦略の再構築）

デジタル化・オンライン化の進展・強化



新型コロナが及ぼす影響の調査・分析

令和2年度事業として以下の事項を調査・分析及び有識者会議を実施予定

○世界の国・人々がどう影響を受け、社会がどう変容したか

- ・移動の制限、行動・思考の変化
- ・デジタル化の進展
- ・観光・飲食・文化産業への影響 等

○「日本」に対するイメージ・評価はどのような影響を受けるのか

- ・従来評価されてきた日本のコンテンツ・食・文化産業等の分野への影響
- ・日本の生活様式、清潔感、豊かな自然
- ・国際社会でのブランドイメージ 等

再構築に向けて  
CJWG等において議論

社会の変容を踏まえて、クールジャパン戦略を再構築し、  
新型コロナ後の社会に相応しいCJの取組へ。

# クールジャパン戦略の再構築の考え方

- クールジャパン戦略の目的、基本的な考え方、方向性といった大枠は維持しつつ、**新型コロナによる社会の変化や人々の価値観の変化を踏まえ、新たな要素3つと強化すべき事項2つを追加すること**等により、クールジャパン戦略を再構築。

## 新型コロナの影響調査等の結果

### 社会の変化

オンライン化の転換によるデジタルシフトの加速

消費行動の変化  
(家庭内消費の増加・密集回避)

### 価値観の変化

健康・衛生、安心・安全意識の高まり

持続可能な社会（SDGs）など  
サステナブルへの意識の高まり・価値観の急速な変化

## 再構築の中身

### クールジャパン戦略の再構築

#### クールジャパン戦略

(2019年9月知的財産戦略推進本部決定)

目的：日本を好きな外国人（日本ファン）を増やすことで、日本のソフトパワーを強化

手段：

- 官民、地域間、異業種間の連携強化により幅広い日本の魅力を発掘し、磨き上げる
- 地方や幅広い業種の関与を促す
- ストーリー化、動画の活用等デジタル時代に相応しい発信の工夫及び強化
- 外国人の目線を意識する

#### 新たに追加する要素

- 価値観の変化への対応
  - 安心・安全、自然、環境、SDGs等の観点を取り入れる
- 輸出とインバウンドの好循環の構築
  - インバウンドの回復を図る
  - コロナ禍においても堅調な食の輸出等を強化し、将来のインバウンドへつなぐ好循環を構築する
- デジタル技術を活用した新たなビジネスモデルの確立
  - デジタル技術を活用し、リアルとオンラインのバランスを取りつつ、新たなビジネスモデルとして定着させる

#### 強化する事項

- 発信力
  - 日本人自身も魅力を理解した上で、ストーリー化した情報を発信
- クールジャパンを支える基盤
  - CJ官民連携PFの機能強化
  - 地方に存在する本物の魅力の掘り下げ

# クールジャパン戦略の再構築の概念図

