

内閣府 知的財産戦略推進事務局

令和2年度

CJ戦略における新型コロナウイルス感染症の 影響調査分析

最終報告書

2021年3月

目次

1. 本調査の概要

1. 本調査の背景と狙い

2. 新型コロナによる影響分析

1. 諸外国を対象とした新型コロナによる影響分析
2. 新型コロナによる社会・マインドの変化と今後の行動変化予測

3. 諸外国からの日本の印象分析

1. 新型コロナ蔓延を通しての日本の印象調査
2. 有識者インタビュー調査

4. 有識者知見・意見の取りまとめ

1. CJ検討会 実施概要
2. CJ戦略再構築に向けて注力すべき方針

5. CJ戦略の再構築

1. CJ戦略の再構築に関して
2. CJ戦略の再構築に向けた提言

1. 本調査の概要 ～本調査の背景と狙い(1/2)

本調査では、2019年9月に決定されたクールジャパン戦略（以下「CJ戦略」）の推進において、2020年に世界で感染拡大したCOVID-19（以下「新型コロナ」）が、我が国のブランド力に対して中長期的にどのような影響を及ぼしているかを把握し、官民のクールジャパン政策の立案及び対策に反映していくことを目的とする。

背景

- 2020年に新型コロナが世界的に感染拡大し、人々の行動、思考、生活様式に大きな影響を及ぼす中で、入国規制やステイホームなどにより、CJ戦略の前提としたインバウンドなど環境に大きな変化が生じている。
 - 新型コロナの蔓延が海外の人々の行動や生活様式に及ぼす影響や、感染拡大を通じた日本への評価の変化を捉えた上で、CJ戦略の推進による日本のブランド力の向上やアフターコロナに向けた新たなクールジャパン政策の策定に繋げることが必要である。
- 
- 新型コロナの影響を受けた諸外国の社会変化や日本の印象調査、有識者による知見を基に、世界及び日本の現状把握と課題分析を行うことが重要となる。

1. 本調査の概要 ～本調査の背景と狙い(2/2)

本調査では、2019年9月に決定されたクールジャパン戦略（以下「CJ戦略」）の推進において、2020年に世界で感染拡大したCOVID-19（以下「新型コロナ」）が、我が国のブランド力に対して中長期的にどのような影響を及ぼしているかを把握し、官民のクールジャパン政策の立案及び対策に反映していくことを目的とする。

- クールジャパンに取り組む上で主な関係国（7か国）を対象として新型コロナ感染拡大が日本のブランド力に対して中長期的にどのような影響を及ぼしていくのか定量的に予測・把握する。（対象国：アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、韓国、中国、タイ）
 - ✓ 新型コロナ拡大以降、諸外国の国民がどのような影響を受け、今後どのような変容を遂げることが予測されるかを調査
 - ✓ 新型コロナ拡大以降の海外の視点を踏まえた日本の印象や外国人の行動変容等について調査
- 定性的調査として、クールジャパンに関わる分野で活躍する有識者による検討会議を開催した上で新たに期待される分野、日本として打ち出すべきアピールポイント等の整理を行う。
- 新型コロナ感染拡大により影響を受けた世界と日本における嗜好の変化や行動変容に則したアフターコロナを見据えたクールジャパン戦略の再構築に向けた提言を作成する。

2-1. 諸外国を対象とした新型コロナによる影響分析（サマリ）

諸外国の行動様式の変化を概観した結果、企業や教育、流通や飲食などでデジタル・トランスフォーメーション（DX）やリモートワークを推進させ、オンライン化が進展。また、健康・医療の変化やサステナブルな国際枠組などへの志向の変化が見られる。

| カテゴリー | 概要 |
|------------|--|
| 企業・教育の変化 | <ul style="list-style-type: none"> ●新型コロナの影響で、恒常的に在宅勤務を選択する企業が急増 ●地方への移転を見据え都心部のオフィスの価値を見直す動き ●国ごとに差異はあるものの、オンライン授業が導入され、感染状況に応じた対面での授業との組み合わせにより、授業のあり方が変化 |
| 流通・飲食の変化 | <ul style="list-style-type: none"> ●接触を避ける消費者のニーズを受け、EC、フードデリバリー等の宅配サービスやライブスルー型のサービスの利用が増加 ●ロックダウン・短縮営業等での売上減少により飲食店の閉店が相次ぐ ●プラットフォームによるライブコマース型の販売・消費が拡大 |
| 健康・医療の変化 | <ul style="list-style-type: none"> ●新型コロナを契機にオンライン診療が拡大 ●健康意識の高まりにより、健康食品やサプリメントなど購買が増加 ●環境保全や地産地消などの関心が拡大 |
| 観光・エンタメの変化 | <ul style="list-style-type: none"> ●YouTubeやAR/VRを活用したフィットネスサービスが浸透 ●Stay home・ロックダウンの影響で自宅で楽しめるエンタメ系サービス（動画配信サービス・ネットゲーム）の利用者が増加 ●密閉・密集を避けた一人旅やキャンプ、登山、サイクリング需要増加 |

2-1. 諸外国を対象とした新型コロナによる影響分析（7か国調査）（1/4）

諸外国（対象国：アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、韓国、中国、タイ）の行動様式の変化を概観した結果、企業・教育領域においては、オンライン化が進み、勤務や授業の受講のあり方に変化が見られた。また、リモートワーク化の影響により都市部から郊外へのオフィス移転や転居が増加した。

7か国調査結果の内容

カテゴリー①

概要

- 新型コロナの影響で、恒常的に在宅勤務を選択する企業が急増
- 地方への移転を見据え都心部のオフィスの価値を見直す動き
- 国ごとに差異はあるものの、オンライン授業が導入され、感染状況に応じた対面での授業との組み合わせにより、授業の在り方が変化

企業・教育の変化

各国事例

- ✓アメリカ：Facebook社は2030年まで全従業員の50%を永続的に在宅勤務化
Twitter社は恒久的に在宅勤務化の方針を発表
- ✓イギリス：ケンブリッジ大学は2021年夏まで全講義のオンライン開催を発表
サステナブルでリモートな大学の在り方を模索
- ✓韓国：授業をTV・Webで同時配信し、チャット機能と連動し、その場で先生に質問可能なシステムを導入

2-1. 諸外国を対象とした新型コロナによる影響分析（7か国調査）（2/4）

諸外国（対象国：アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、韓国、中国、タイ）の行動様式の変化を概観した結果、流通・飲食領域においては、小売店舗の閉鎖や行動制限の影響により、非接触・非対面のECやフードデリバリー等の宅配サービスやドライブスルー型のサービスの利用が増加した。

7か国調査結果の内容

カテゴリー②

概要

- 小売店舗閉鎖や外出禁止の影響により **EC、フードデリバリー等の宅配サービスの利用が増加**
- ロックダウン・短縮営業等による売上減少を受け、**飲食店の閉店が相次ぐ**
- 接触を避ける消費者のニーズを受け、事前Web注文した商品を店舗/駐車場で受け取れる **ドライブスルー型のサービス**が台頭
- プラットフォームによるライブコマース型の販売・消費が拡大

流通・飲食の変化

各国事例

- ✓ **フランス**：オンラインで注文した商品を店舗の駐車場で受け取る「カルフル・ドライブ（Carrefour Drive）」が展開
- ✓ **アメリカ**：Amazonは、2020年の第3四半期の売上高は約961億ドルと、前年同期比で37%増となり、**越境EC**にも注力
- ✓ **中国**：非接触型配送の多様化・先進化が進み、**宅配ボックス・フードデリバリーボックス、事前予約制の受け取りロッカー、自動運転の配送車**が登場

2-1. 諸外国を対象とした新型コロナによる影響分析（7か国調査）（3/4）

諸外国（対象国：アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、韓国、中国、タイ）の行動様式の変化を概観した結果、健康・医療領域においては、非接触・非対面のメリットが注目され、オンライン診療の利用が拡大した。また、健康意識や地産地消への関心の高まりにより、健康食品や地元食材の購買が増加した。

7か国調査結果の内容

カテゴリ③

概要

- 医療従事者に対し、**金銭や物資の支援**が積極的に実施
- 新型コロナを契機に**オンライン診療が拡大**
- 健康意識の高まりにより、健康食品やサプリメントなど購買が増加**
- 環境保全や地産地消などの関心**が拡大

健康・医療の変化

各国事例

- ✓中国：アリババグループ傘下「阿里健康」や平安保険グループ傘下「平安グッドドクター」等が新型コロナ専用のサービスをリリース
慢性疾患のある患者に対しても**オンライン診察や薬の配送**が推奨され、病院での二次感染の防止の観点からも**ユーザー登録や利用が加速**
- ✓ドイツ：2020年5月の食糧・農業省による調査では「**地産地消**」を重視する割合が増加（43%）

2-1. 諸外国を対象とした新型コロナによる影響分析（7か国調査）（4/4）

諸外国（対象国：アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、韓国、中国、タイ）の行動様式の変化を概観した結果、観光・エンタメ領域においては、巣ごもり需要の高まりにより、在宅で楽しめるオンラインのエンタメ系サービスやフィットネスサービスの人気が拡大した。また、アウトドア活動としては、密閉・密集を避けた一人旅やキャンプ、サイクリング等の需要が増加した。

7か国調査結果の内容

| | | |
|----------------------|------|---|
| カテゴリー④ 観光・エンタメの変化 | 概要 | <ul style="list-style-type: none"> ●健康意識の高まりを背景に、YouTubeやAR/VRを活用したフィットネスサービスが拡大し、自宅でのエクササイズが浸透 ●Stay home・ロックダウンの影響で自宅で楽しめるエンタメ系サービス（動画配信サービス・ネットゲーム）の利用者が増加 ●非接触型の旅行が人気となり、密閉・密集を避けた地方旅行や一人旅、車中泊やキャンプ、登山、サイクリング需要の増加 |
| | 各国事例 | <ul style="list-style-type: none"> ✓中国：今まで10代後半～20代前半がメインユーザーであったTikTokにおいて40代以上の新規登録者も増加。主に健康体操等の動画を視聴 ✓韓国：韓国コンテンツ振興院の調査では、全国民ゲーム利用率は4.8%増の70.5%（前年65.7%）となり3年ぶりに70%を超えた ✓アメリカ：キャンプ用品の2020年6月の売上高は前年6月と比較して31%増加し、6億500万ドルに達した |

2-2. 新型コロナによる社会・マインドの変化と今後の行動変化予測（サマリ）

今後の変化予測として、コロナ収束後は行動制限の緩和により、インバウンドは一定程度戻ると予想されるものの、リモートワークやオンライン化によるデジタルシフトなどの行動様式、健康・衛生、サステナブル志向などのマインド変化はさらに拡大すると予測する。

| 特徴的な変化 | 概要 | 今後の変化予測 |
|---|--|--|
| ① オンライン化の 転換による デジタルシフト の加速 | <ul style="list-style-type: none"> ● 自宅で楽しめる趣味や娯楽の需要が拡大 ● <u>スポーツ興行、文化・芸術興行が中止・延期</u>となり、無観客・オンライン配信での興行へ移行 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 非接触・非対面の利便性が評価され、労働・教育・医療・購買等生活のあらゆる場面で、リアルとオフラインの両方の選択肢が提示されることが基本となる |
| ② 健康・衛生、 安心安全 意識の高まり | <ul style="list-style-type: none"> ● 巣ごもり需要を背景に、<u>高い品質や安全性の評価される日本産品（納豆や味噌、緑茶等）の人气が拡大</u> ● <u>衛生への関心が高まる</u> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>安全性や風味で差別化を図った日本産品</u>の更なる輸出拡大 ✓ マスク着用や手洗いの徹底が全世界的に定着し、<u>衛生面での意識が向上</u> |
| ③ 持続可能な社会 (SDGs) など サステナブルへの 意識の高まり | <ul style="list-style-type: none"> ● エシカル・サステナブルといったキーワードに代表される<u>環境へ配慮した消費行動や国際的な枠組みへの関心が高まる</u> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>高品質・健康志向への意識の変化</u>や<u>社会貢献を意識した消費行動の活発化</u>等の変化は継続 ✓ <u>持続型社会や再生可能エネルギーへの関心増大</u> |

2-2. 新型コロナによる社会・マインドの変化と今後の行動変化予測(1/3)

諸外国の新型コロナの影響調査において、行動制限や外出自粛による巣ごもり化により、ゲーム・動画・料理等自宅で楽しめる趣味や娯楽の需要の拡大が明らかとなった。今後の変化としては、アフターコロナにおいて、リアルでの旅行やスポーツ・音楽興行の需要の一定程度の回復が見込まれる一方で、生活のあらゆる場面におけるリアルとオンラインの両方の選択肢の提示が基本となることが予想される。

転換によるデジタルシフトの加速
①オンライン化の

概要

- 行動制限や在宅勤務の実施によりStay home時間が増え**ゲーム・動画・料理等自宅で楽しめる趣味や娯楽の需要が拡大**
- **スポーツ興行、文化・芸術興行が中止・延期**となり、その後**無観客・オンライン配信形式での興行へ移行**
- 行動制限により対面での会話が困難となる中、物理的距離を超越し、人々が情報発信するためのプラットフォームとして、SNSの存在感が増大

今後の変化予測

- ✓ 行動制限措置期間中は、在宅で楽しめる娯楽需要の増加傾向は継続するが人々のリアルへの渴望は強く、**行動制限の解除後には、リアルでの旅行やスポーツ・音楽興行の需要が一定程度回復**
- ✓ 非接触・非対面の利便性（移動時間の短縮・物理的距離の制約の撤廃等）が評価され、労働・教育・医療・購買等、生活のあらゆる場面で、**リアルとオンラインの両方の選択肢が提示されることが基本となる**

2-2. 新型コロナによる社会・マインドの変化と今後の行動変化予測(2/3)

諸外国の新型コロナの影響調査において、在宅時間の増加に伴う自炊の増加や健康意識の高まりにより、安心・安全性を重視した食事へのニーズが向上し、高い品質や安全性の評価される日本製品の人気の拡大が明らかとなった。

今後、消費者の食への更なる関心の高まりやベジタリアン市場の拡大により、安全性や風味で差別化を図った日本製品の需要拡大の余地は存在すると予想される。

安心安全意識の高まり
②健康・衛生、

概要

- 健康意識の高まりにより、安心・安全性を重視した健康的な食事やオーガニック食品のニーズが向上
- 巣ごもり需要を背景に、高い品質や安全性の評価される日本製品（納豆や味噌、緑茶等）の人気の拡大し、日本の農林水産物・食品輸出額は8年連続で過去最高を記録（2020年：9223億円）
- 運動不足解消のため、フィットネス需要が拡大

今後の変化予測

- ✓ 消費者の食の安全への更なる関心の高まりに加え、ベジタリアン・ヴィーガン市場の拡大により、安全性や風味で差別化を図った日本製品の更なる輸出拡大
- ✓ マスク着用や手洗いの徹底が全世界的に定着し、衛生面での意識が向上
- ✓ 渡航先・滞在先を選択する際の観点として、感染状況や衛生状況の見える化・ダッシュボード化が重要となる

2-2. 新型コロナによる社会・マインドの変化と今後の行動変化予測(3/3)

諸外国の新型コロナの影響調査において、パンデミックによる様々な社会課題の顕在化により、人々の環境へ配慮した消費行動や国際的な枠組みへの関心の高まりが明らかとなった。今後の変化としては、高品質・健康志向への意識の変化や持続型社会や再生可能エネルギーへの関心の拡大が更に進むことが予想される。

③ 持続可能な社会（SDGs）など
サステナブルへの意識の高まり

概要

- パンデミックにより、様々な社会課題が顕在化したことで、人々の内省により生き方を考える機会が増加
- エシカル・サステナブルといったキーワードに代表される 環境へ配慮した消費行動や国際的な枠組みへの関心が高まる

今後の変化予測

- ✓ 高品質・健康志向への意識の変化や、都市から郊外・田舎への移動、社会貢献を意識した消費行動の活発化等、人々の行動・マインドの変化は継続
- ✓ 消費行動への関心が高まったことによって、持続型社会や再生可能エネルギーへの関心増大
- ✓ コロナ以前にも存在し、感染拡大により浮き彫りとなった経済・教育・地域格差といった様々な社会課題が更なる深刻化を見せる

3-1. 諸外国からの日本の印象分析（日本の印象調査）（サマリ）

新型コロナ拡大後に行われた、各国のコロナ対応の有効性や影響等を比較・評価したレポートによれば、日本は感染者数や死亡者数の少なさに高い評価を受け、アフターコロナの日本への観光旅行の意向も高い。新型コロナ収束後の渡航先を決める上で、「非接触型決済の普及」、「清潔度／衛生安全レベルであること」などが重要と考えられる。

概要

日本のコロナ対応に関する評価

- 日本は、欧米諸国と比較し、人口に対する**感染者数や死亡者数の少なさに一定の評価を受ける**
 - ✓日本にはロックダウンを強制する法的手段はないが、**マスク着用・人ごみの回避・自主的な外出自粛等の文化的要素を含む総合的な要因**や**高いレベルの社会的結束、コンプライアンス意識**による**日本全体としての結束した対応**により感染が抑えられたと評価される
- ただし、検査数が少なさや、**巨大な高齢者人口を抱える日本で感染の再拡大が起きた場合のリスク**については指摘がなされる

アフターコロナにおける観光地としての日本の評価

- 新型コロナ収束後に観光旅行したい国として、日本はコロナ以前からの高い人気を維持
 - ✓日本を訪問したい理由として、特に欧米豪居住者からは**衛生面や「清潔さ」を評価**する声が多い
 - ✓コロナ収束後の渡航先を決める要素として「**非接触型決済の普及**」「**宿泊・飲食施設が一定以上の清潔度／衛生安全レベルであること**」等が挙げられており、安全面・衛生面での整備が重要となる

3-1. 諸外国からの日本の印象分析（日本の印象調査）（1/2）

新型コロナ拡大後に行われた、各国のコロナ対応の有効性や影響等を比較・評価したレポートによれば、日本は感染者数や死亡者数の少なさに一定の評価を受けており、感染が抑えられた要因としては、**国全体の高いレベルの社会的結束やコンプライアンス意識**が挙げられている。

日本への評価内容

日本のコロナ対応に関する評価

概要

- 日本は**感染や死亡する可能性が低く、回復する可能性が高い国**として日本は**世界5位（200か国中）**にランクイン（'20年6月「COVID-19 Regional Safety Assessment」:1位スイス、2位ドイツ、3位イスラエル、4位シンガポール）
- 欧米諸国と比較し、人口に対する**感染者数や死亡者数の少なさ**に一定の評価を受ける
- ただし、検査数が各国平均を大幅に下回っていることや、**巨大な高齢者人口を抱える日本で感染の再拡大が起きた場合のリスク**については指摘がなされる

評価の要因

- ✓台湾やニュージーランドが、政府の対応により感染の封じ込めに成功したと評価される一方、日本は**ロックダウンを強制する法的手段はないが、マスク着用・人ごみの回避・自主的な外出自粛**といった文化的要素を含む総合的な要因により感染が抑えられたと言及される
- ✓また**高いレベルの社会的結束、コンプライアンス意識**が国全体としてより**結束した対応**につながり、優れたコロナ対応ができたとも評されている

3-1. 諸外国からの日本の印象分析（日本の印象調査）（2/2）

新型コロナ感染拡大後に行われた、アフターコロナの観光旅行に関する意向調査において、日本はコロナ前に引き続き、訪れたい国としての人気は高い。
また、新型コロナ終息後の渡航先を決める上で、「非接触型決済の普及」、「清潔度／衛生安全レベルであること」などが重要と考えられている。

日本への評価内容

- 新型コロナ終息後に観光旅行したい国として日本は、**アジア居住者：1位**
欧米豪居住者：2位にランクイン（‘20年8月「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査」）
- 日本を訪問したい理由として、特に欧米豪居住者からは**衛生面や清潔さを評価**する声が多い

概要

参考…諸外国の旅行意向

- ✓**海外旅行検討再開タイミング**は「抗ウイルス薬の開発など新型コロナ脅威の消滅以降」、「渡航希望先の安全宣言後」、「WHOのパンデミック終息宣言後」等、**オフィシャルなコロナ終息宣言の発表後**という回答が中心
- ✓**新型コロナ終息後における海外旅行の意向**は全体的に高く、**アジアを中心に「リラックスや癒やし」「体験」**を求める回答が多い
- ✓**コロナ収束後の渡航先を決める上で重視する点**として、「**非接触型決済の普及**」、「**宿泊・飲食施設が一定以上の清潔度／衛生安全レベルであること**」「**最新施設のある病院へ安全かつ容易なアクセス**」が挙げられており**安全面・衛生面**での要素が重要となると考えられる

観光地としての日本の評価
アフターコロナにおける

3-2. 諸外国からの日本の印象分析（有識者インタビュー調査）（1/4）

諸外国からの日本の印象分析のため、日本／海外在住の有識者インタビューを実施。

| | | |
|------|---|---|
| 実施概要 | <ul style="list-style-type: none"> ●2020年12月～2021年1月、新型コロナ感染拡大による日本の印象変化や、今後の社会変容についてインタビューを実施 | |
| 対象者 | <ul style="list-style-type: none"> ●日本／海外在住のメディア・アート・文化発信に携わる有識者7名 | |
| 質問事項 | <p>新型コロナ感染拡大による日本の印象変化</p> | <ul style="list-style-type: none"> ●新型コロナ感染拡大以降、CJコンテンツに関する印象の変化はあるか？ ●今後諸外国から関心が高まると予想されるCJ分野は何か？ |
| | <p>アフターコロナにおける訪日旅行の懸念点</p> | <ul style="list-style-type: none"> ●アフターコロナの訪日旅行について観光客側から見た懸念点は何か？ ●アフターコロナの訪日旅行について日本側から見た懸念点は何か？ |
| | <p>アフターコロナにおけるCJ戦略再構築に向けたアイデア</p> | <ul style="list-style-type: none"> ●アフターコロナを見据え、CJとして打ち出すべきメッセージは何か？ ●日本の魅力向上のために取り組むべき施策は何か？ |

3-2. 諸外国からの日本の印象分析（有識者インタビュー調査）（2/4）

新型コロナ感染拡大による日本の印象変化

新型コロナ
感染拡大以降、
CJコンテンツに
関する印象の変化

- 映画やドラマ、アニメ等、在宅で楽しめる映像コンテンツ
 - ✓動画配信サービスにて、日本のコンテンツが更に広い層に知られるようになった（イギリス）
 - ✓「鬼滅の刃」などがヒットした（中国・タイ）
- 日本文化全体
 - ✓日本語を学びたい人が増え、スーパー等でも気軽に日本の食材を購入できるようになり、日常に浸透した（フランス）
 - ✓日本風のもものが流行し、ここ1、2年でローカル企業が積極的に日本語のロゴ等を取り入れるようになった（タイ）

今後諸外国から
関心が高まると
予想されるCJ分野

- 衛生面・安全性への意識の高さ
 - ✓除菌・殺菌の商品や非接触テクノロジーにおける日本の技術力、安全性・信頼度の高さ（タイ）
 - ✓個々の予防意識の高さや手洗いうがい、マスク着用の徹底といった生活習慣（イギリス・中国）
- 食分野
 - ✓映画館閉鎖などが続くため、自宅でも楽しめる日本の食を中心とした分野（フランス）

3-2. 諸外国からの日本の印象分析（有識者インタビュー調査）（3/4）

アフターコロナにおける訪日旅行の懸念点

観光客側から見た 懸念点

- **キャッシュレス決済／Wi-Fi環境の整備**
 - ✓ ATMの現金引き出しの手数料が有料かつ使用可能なカードが機械によって限定的（イギリス）
 - ✓ 海外では個人経営の店舗でもキャッシュレス決済が浸透（タイ）
- **飲食店・公共交通機関・医療機関等での言語の壁**
 - ✓ 昔ながらの個人店や地方の店へ行きたくとも、メニューの多言語対応が無く、チェーン店にしか入れないケースが散見（中国）
 - ✓ 英語対応可能なタクシーが少なく不便（タイ・日本）
 - ✓ 公共交通機関同士のチケットシステムの連携など、ユーザー視点でのアクセシビリティをスムーズにするUIの開発が必要（日本）
 - ✓ 万が一旅行者がコロナ陽性になった場合、多言語にて来院や入院可能な病院、さらに情報提供が少ない（タイ）

日本側から見た 懸念点

- **衛生面の問題**
 - ✓ 衛生的な安全性をアピールする公的な統一基準がない（タイ）
 - ✓ 除菌の徹底における言語や習慣の壁（タイ）
 - ✓ 非接触でのサービス提供における設備投資費の負担（タイ）

3-2. 諸外国からの日本の印象分析（有識者インタビュー調査）（4/4）

アフターコロナにおけるCJ戦略の再構築に向けたアイデア

アフターコロナを見据え、CJとして打ち出すべきメッセージ

日本の魅力向上のために取り組むべき施策

- 健康への関心や衛生観念の高さ
 - ✓オーガニックへの意識が高まる中、日本の野菜は健康で美味しいイメージが強い（中国）
 - ✓新型コロナの感染率や死亡率の低さ、街のクリーンさや除菌関連の技術力等を踏まえた安全安心さアピール（タイ）
- 正しい才能の保護
 - ✓アニメ系、漫画、アート系の才能の裾野を育てる（日本）
- コンテンツの多言語化
 - ✓日本の文学が翻訳されて注目を浴び始めており、日本の作品の英語などの字幕をつけて売り込むべき（イギリス）
- 日本の田舎生活の魅力発信
 - ✓中国では都市部での生活に疲れや息苦しさを感じている人も多く、日本の都心から離れた生活の魅力はアピールとなる（中国）
- 海外との繋がるイベントの実施
 - ✓SNS等を活用したイベントで中国や韓国がイメージアップを図る中、日本は海外に向けたアピールを特にしていない印象（タイ）
- 「滞在の質」を重視した環境整備
 - ✓インバウンドに関し、コンテンツ・プロダクト・サービス等の土台となる訪問者視点での環境整備（見直し）が必要（日本）

4-1. 有識者知見・意見の取りまとめ（CJ検討会 実施概要）（1/2）

新型コロナ拡大の影響を踏まえたCJ戦略の再構築に向け、アフターコロナにおいて目指すべきクールジャパン像や注力すべき方針等に関し民間有識者より知見を得るため、7名の有識者との意見交換を行う「CJ検討会」を実施した。

【CJ検討会の目的】 様々な専門分野を有する民間有識者の知見や分析、提言等をもとにCJ戦略の再構築に向けた議論を行うため、CJ検討会（全3回）を実施。

| | |
|---------------------------|---|
| 第1回 （‘20/11/25） | <ul style="list-style-type: none">●運営側よりファクトデータの共有●有識者の意見聴取・ディスカッション<ul style="list-style-type: none">① 各有識者の専門領域から見たコロナインパクト② アフターコロナにおけるクールジャパンの課題仮説 |
| 第2回 （‘20/12/17） | <ul style="list-style-type: none">●運営側よりファクトデータの共有●有識者の意見聴取・ディスカッション<ul style="list-style-type: none">① アフターコロナにおいて目指すべきクールジャパン像② 上記のクールジャパン像を計測する指標や具体施策のアイデア |
| 第3回 （‘21/2/22） | <ul style="list-style-type: none">●運営側よりこれまでの議論の取りまとめの共有●有識者の意見聴取・ディスカッション<ul style="list-style-type: none">① クールジャパンが取るべき施策方針や具体施策② クールジャパン推進のための組織体系/戦略/全体設計等に関するアイデア |

4-1. 有識者知見・意見の取りまとめ（CJ検討会 実施概要）（2/2）

新型コロナ拡大の影響を踏まえたCJ戦略の再構築に向け、アフターコロナにおいて目指すべきクールジャパン像や注力すべき方針等に関し民間有識者より知見を得るため、7名の有識者との意見交換を行う「CJ検討会」を実施した。

参加有識者名（敬称略）

所属・役職

内山 隆

- 青山学院大学総合文化政策学部教授

梅澤 高明

- A.T.カーニー日本法人会長
- CIC Japan会長

沢登次彦

- リクルートじゃらん リサーチセンターセンター長

並木 将仁

- 株式会社インターブランドジャパンCEO

ハロルド・メイ

- アース製薬株式会社社外取締役

藤井 宏一郎

- マカイラ株式会社代表取締役CEO
- 多摩大学ルール形成戦略研究所客員教授

渡邊 賢一

- 株式会社XPJP代表取締役
- 価値デザイナー

4-2. 有識者知見・意見の取りまとめ (CJ戦略再構築に向けて注力すべき方針) (1/2)

新型コロナウイルス感染拡大における諸外国の調査結果や有識者からの意見を踏まえ、アフターコロナを見据えたCJ戦略の再構築に向けて、以下6つに注力すべき方針の整理を行った。

海外調査結果や CJ戦略*との関連

有識者の意見

注力すべき方針

海外調査で見られた特徴的な変化

オンライン化の
転換による
デジタルシフト
の加速

- リアル・オンラインや国家間を横断した購買サイクルの形成
- 映像コンテンツ自体が作品内に登場する食や文化、観光地の魅力発信の媒体となる特性を生かし、カテゴリを越えた波及効果を見据えたメディアから各産業までの**プラットフォーム**を活用したエコシステムの確立
- 危機に瀕する文化芸術産業への緊急対策や補助金の確実な執行
- CJを支える文化芸術産業プレーヤーに対する新たなセーフティネットの仕組みの構築
- 地域の魅力洗い出しと外国人との認識ギャップの確認に向けた継続的な定性・定量調査分析による能動的なインサイトの獲得
- CJコンテンツの更なる価値を理解した上での**戦略的なデジタルマーケティング**の実施

①
リアル&デジタル
のエコシステム
の確立

②危機に瀕する
文化芸術産業と
プレーヤーの
徹底的な支援

③デジタルシフト
への対応と
マーケットインの
強化

4-2. 有識者知見・意見の取りまとめ (CJ戦略再構築に向けて注力すべき方針) (2/2)

| | 海外調査結果や CJ戦略との関連 | 有識者の意見 | 注力すべき方針 |
|-------------------------|--|--|-------------------------|
| 海外調査で 特徴的な変化 見られた | <p>健康・衛生、 安心安全 意識の高まり</p> <p>持続可能な社会 (SDGs) など サステナブルへの 意識の高まり</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 課題先進国として、グローバルイシュー解決の模範国家モデルの政策・民間の両方での提示 ● SNS、ブログなどネットメディアやインフルエンサーを活用したコミュニケーション戦略の実施 | ④日本の強みの 対外的な発信 |
| CJ戦略において 取り組む施策 | <p>日本ファンを 効率的に増やす 取組</p> <p>知的財産の活用 を後押しする取組</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● <u>IP (知的財産)</u> やオタクコンテンツの発信 ● 重要なターゲット顧客として富裕層を誘引 ● 日本／日本のコンテンツの<u>ロイヤル</u> <u>カスタマー</u>の獲得 ● 日本文化を愛し、日本の生活に溶け込む形での二か国居住・移住する外国人の創出 | ⑤新たな 日本ファンの 獲得と拡大 |
| | <p>日本ファンを 効率的に増やす 取組</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 日本ファンの増加に貢献が期待される観光プロガイドの育成 ● SNSを活用し日本の魅力を発信できる人材の育成 ● ロビイスト人材や国際社会で関心の高いテーマのプレイヤー育成 | ⑥クールジャパン 人材の育成 |

5-1. CJ戦略の再構築に関して(1/3)

今回新型コロナの海外調査結果や有識者の意見を踏まえ、明示的に打ち出すべき日本のアピールポイントとして、下記8つの要素を活用した取組の実施が期待される。

今後打ち出すべき日本のアピールポイント

新型コロナ感染拡大の影響により世界から重要視される要素

オンライン化への転換による
デジタルシフト

コロナ対策などの評価や
高水準の健康・医療の
安全性・清潔さ

省エネ技術や環境保護など、
SDGs等の世界的課題への対応

従来より人気が高く
日本の特色の
あらわれた
CJコンテンツ

日本ファン獲得の
窓口としての
ポップカルチャー

富裕層ターゲットの際に
大きな強みとなる
ハイカルチャー

職人の技術が光る
伝統工芸などの
各地域の魅力

高品質・安全・健康志向の
消費者のニーズに応える
日本食・食文化

個々の日本の魅力要素に
内在し日本への関心や愛情
を深めるためのトリガー

日本の文化に息づくストーリー性

5-1. CJ戦略の再構築に関して(2/3)

諸外国の社会・マインドの変化や有識者からの意見をもとに、内部要因である日本の強みや弱み、及び外部要因となる機会や脅威よりSWOT分析を行った結果、今後のCJ戦略の再構築に向けて取り組むべき6つの施策が抽出されうる。

有識者による意見（内部要因）

諸外国の社会・マインドの
変化・海外からの日本の
印象（外部要因）

Strength（強み）

- 清潔さ、安全性(衛生/治安面)
- ポップカルチャー
- ハイカルチャー
- 伝統工芸
- 食文化

Weakness（弱み）

- 対外的な見せ方のブランディングや全体的なストーリー作り、マーケットインの視点が弱い
- 日本文化はハイコンテクストのため、理解が困難

Opportunity（機会）

- オンライン化の転換によるデジタルシフトの加速
- 健康・衛生、安心安全意識の高まり
- 持続可能な社会(SDGs)等のサステナブル意識の高まり

健康・医療の
安全性の発信

越境ECなど
デジタル化の強化

日本の魅力の
可視化とPR

日本の魅力を
伝える人材育成

Threat（脅威）

- 新型コロナによる観光・エンタメ・外食産業等の低迷
- 新型コロナによる文化・芸術・コンテンツ産業への打撃

観光・エンタメ
・文化芸術への支援/
日本食やコンテンツ等
の強化

インバウンド減少による
海外輸出の強化

5-1. CJ戦略の再構築に関して(3/3)

有識者より提示された注力すべき方針と、SWOT分析によって導かれた6つの施策をもとに、今後、CJ戦略の再構築に向けた具体的な施策を行っていくべきと考えられる。

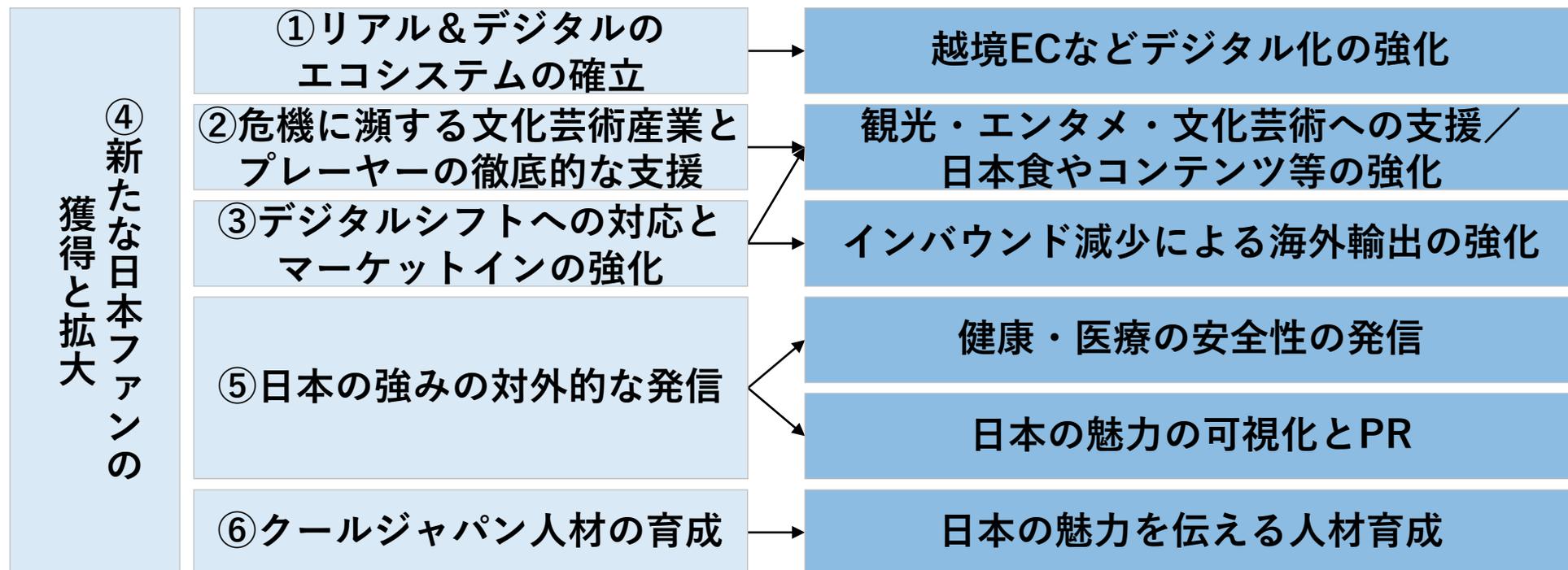
アフターコロナにおけるCJ戦略の再構築に向けた6つの施策

前述の「注力すべき方針」と「取り組むべき6つの施策」の整合性を確認した結果、SWOT分析により洗い出された「取り組むべき6つの施策」は、有識者により提示された「注力すべき方針」における内容を満たしていることが確認できる。

CJ検討会で示された方針 (P15, 16に記載)

SWOT分析から抽出された6つの施策

(P18に記載)



5-2. CJ戦略の再構築に向けた提言（サマリ）

CJ全体でのゴール達成に向けた効率的なCJ戦略推進のため、特に注力すべきテーマを絞り、施策を実行していく必要がある。またその際、それぞれの施策を完遂するための全体設計として、各課題を横断しての戦略と実行の推進を担う組織の構築も重要となる。

クールジャパン戦略の再構築に向けた提言

CJ戦略の再構築に向けた施策方針

新型コロナによる影響分析や日本の印象調査、有識者の知見により洗い出された日本の強みや弱み、さらに今後の社会変化や実現可能性を考慮した結果、特に注力すべき具体施策について、下記6つの方針を提示する。

越境ECなど
デジタル化の強化

観光・エンタメ・
文化芸術への支援／日本食や
コンテンツ等の強化

インバウンド減少による
海外輸出の強化

健康・医療の安全性の発信

日本の魅力の可視化とPR

日本の魅力を伝える
人材育成

CJ戦略推進組織の構築

CJ戦略の個々の具体施策の完遂に向け、下支えする政府によるCJ戦略の推進組織の構築と各省庁を横断した取り組みが必要となる。この組織はゴール達成に向けて各課題を横断し、PDCAを回し全体のマネジメントを行う役割を担う。

政府としての
総合的な推進体制の確立

政府による経年的な基礎データ収集と
広報機能の構築

5-2. CJ戦略の再構築に向けた提言（各省庁で対応予定の具体個別施策案）（1/2）

6つの施策に対応する各省庁の具体的な個別施策は下記の通り。

各省庁で対応する具体個別施策(案)

越境ECなど デジタル化の強化

- ✓ JAPANブランド育成支援等事業（経済産業省）
- ✓ 地域未来デジタル・人材投資促進事業（経済産業省）
- ✓ デジタルコンテンツ流通促進流通促進データベースの整備（経済産業省）

観光・エンタメ・ 文化芸術への支援/ 日本食やコンテンツ 等の強化

- ✓ 国立公園満喫プロジェクト等推進事業（環境省）
- ✓ 文化資源を活用したインバウンドのための環境整備（文化庁）
- ✓ 上質なインバウンド観光サービス創出の推進（観光庁）
- ✓ コンテンツグローバル需要創出促進・基盤強化事業（経産省）

インバウンド 減少による 海外輸出の強化

- ✓ 国内事業者と海外バイヤーをつなぐオンライン商談会等の実施支援（農水省）
- ✓ 訪日外国人の食体験等を通じた輸出促進対策事業（農水省）
- ✓ 内閣府等によるクールジャパン調査・情報分析の活用（内閣府）

5-2. CJ戦略の再構築に向けた提言（各省庁で対応予定の具体個別施策案）（2/2）

6つの施策に対応する各省庁の具体的な個別施策は下記の通り。

各省庁で対応する具体個別施策(案)

健康・医療の 安全性の発信

- ✓ インターネットを利用した日本事情発信（外務省）
- ✓ 訪日プロモーション関連事業（観光庁）
（コロナ禍における訪日旅行の不安払拭動画の制作（JNTO））
- ✓ 対外広報マテリアル作成・発信（内閣官房・厚労省）

日本の魅力の 可視化とPR

- ✓ 日本特集番組制作支援事業（外務省）
- ✓ 芸術家・文化人等による日本文化発信・相互交流事業（文化庁）
- ✓ 放送コンテンツによる地域情報発信力強化事業（総務省）
- ✓ 外国映画ロケなど大型映像作品のロケーション誘致事業（内閣府）

日本の魅力を 伝える人材育成

- ✓ 「和食」と地域食文化継承推進委託事業（農水省）
- ✓ メディア芸術人材育成事業、新進芸術家海外研修制度（文化庁）

5-2. CJ戦略の再構築に向けた提言（有識者からの提案）（1/3）

CJ検討会を通じて、6つの施策に対応する各有識者から提案された具体的な施策については下記の通り。

有識者からの提案

越境ECなど デジタル化の強化

- ✓ 模倣品対策として、日本製の正規品であることを保証する「正規品基準」の整備（並木）
- ✓ 海外ニーズの多様化に対し、カスタマイズされた一点物の創作活動の強化とジャパン・クオリティの発信（渡邊）

観光・エンタメ・ 文化芸術への支援/ 日本食やコンテンツ 等の強化

- ✓ 文化芸術産業への緊急対策の早期・確実な執行（梅澤）
- ✓ 国産コンテンツ制作産業育成への手厚いテコ入れ（藤井）
 - 制作現場のDX化の補助金等による支援
 - 海外市場も狙える大型作品へのプロジェクトファイナンスへの支援
- ✓ 文化度の高いオピニオンリーダー層・富裕層の誘引（梅澤）
 - 文化観光・自然観光に資する高級宿泊施設＋受入環境の面的整備

インバウンド 減少による 海外輸出の強化

- ✓ 国内メディア産業の拡大及び国内市場におけるグローバル・メジャーとナショナル・メジャーの共存へ向けた対応（内山）
- ✓ Cool Japanアセットの見える化・再整備（並木）
- ✓ フードロスマネジメントの実施（渡邊）

5-2. CJ戦略の再構築に向けた提言（有識者からの提案）（2/3）

CJ検討会を通じて、6つの施策に対応する各有識者から提案された具体的な施策については下記の通り。

有識者からの提案

健康・医療の 安全性の発信

- ✓ 医療ツーリズムブランディング戦略の定義（並木）
- ✓ インフォデミック*対策の強化（渡邊）

日本の魅力の 可視化とPR

- ✓ アクセシビリティに関する不安（訪日旅行への言語的・心理的ハードル）解消への対応（並木・渡邊）
 - オンライン・リアルが多言語表記の徹底
 - 国立公園等も含めた、Wi-Fi環境の整備
- ✓ 文化度の高いオピニオンリーダー層・富裕層の誘引（梅澤）
 - キュレーションされた尖った情報コンテンツの多言語発信（ガストロノミー、アート、建築、工芸など）
- ✓ 日本国内へ対する国家ブランディング啓蒙活動の実施（藤井）

日本の魅力を 伝える人材育成

- ✓ 圧倒的な感動を提供するためのガイドの育成（沢登）
- ✓ ロイヤルカスタマーを意識した歴史×文化×匠の技を発信（沢登）
 - 取組意義として本質的価値、地域振興、移住定住化、後継者育成を想定
- ✓ 日本のクリエイティブ産業の魅力を伝える役割が期待される、外国人クリエイティブ人材増加のためのリモートワーク拠点構築及び渡航支援の実施（並木）

*インフォデミック（Information + Epidemic）： SNSなどを通じて、不確かな情報が大量に拡散されてしまう現象

5-2. CJ戦略の再構築に向けた提言（有識者からの提案）（3/3）

CJ検討会を通じて、各有識者から提案された各省庁を横断した全体での組織設計・施策については下記の通り。

有識者からの提案

政府としての 総合的な 推進体制の確立

- ✓ **各施策を横断して推進する統括機能の設置（メイ）**
 - 関連省庁の連携を密に、相乗効果を最大化するため、プロジェクト全体のドライビングフォースとなる総責任者を明確化
- ✓ **「国際広報強化連絡会議」の再活性化等、テーマに応じて、省庁を横断した推進体制を構築（藤井）**
 - 輸出振興策寄りのCJ戦略と並行して、より外交環境構築に重点を置いた文化外交戦略、市民外交戦略、科学技術外交戦略などをそれぞれ整理

政府による経年的な 基礎データ収集と 広報機能の構築

- ✓ **経年での基礎データ収集（並木）**
 - 行動変容のデータ収集・分析（SNS等により抽出されたデータの分析）
 - 心理変容のデータ収集・分析（外国人のインサイトに関する基本情報の収集・分析）
- ✓ **対メディア配信を行う広報機能の構築（藤井）**
 - ニュース素材・映像素材を各メディアに提供する広報機能を持った体制の組成