

発信力の強化

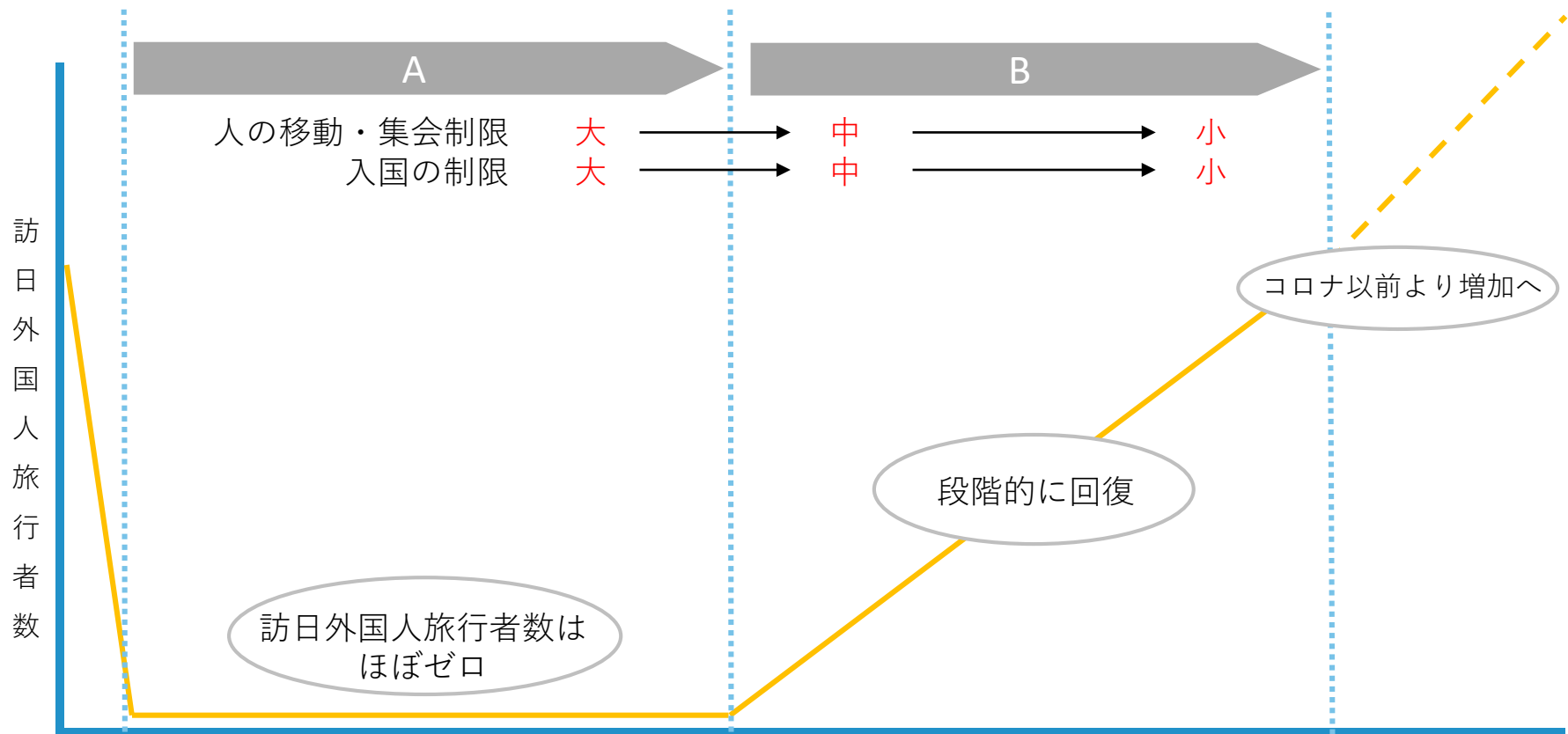
クールジャパンの取組を進める上では発信力の強化が重要

- クールジャパン戦略（令和元年9月3日知財本部決定）
 - デジタル時代に応じた発信の重要性
 - ストーリー化、発信の入り口の工夫、SNSの活用、外国人の活用
- 新型コロナの影響調査
 - ハイコンテクストな日本の魅力についてストーリー化することで、発信力を強化する必要性



- 発信力強化は新しい課題ではないが、新型コロナの影響を踏まえ、発信力を強化するために必要な事項について、有識者の意見を伺いたい
- 議論を分かりやすくするために、インバウンド（訪日外国人旅行者）の回復に向けた各段階に分けて、以下の点について議論していただきたい
 - 発信の目的：何を目的に発信するべきか
 - 発信の内容：何を（どういう内容を）発信するべきか
 - 発信の手段：どういったツールやアクセスを活用するべきか
 - ストーリー化：ストーリー化を進める上で必要な事項は何か

発信力の強化



※この図は議論のために概念としてシンプルにまとめたものであり、実際の推移を予想するものではない。

<例>

発信の目的

- ・日本に対する興味関心の維持のため
- ・回復期の海外旅行先候補になるため
- ・オンラインビジネスにつなげるため

- ・量ではなく質で稼ぐため
- ・インバウンドとアウトバウンドのサイクルを再構築するため

発信の内容

- ・安心・安全なイメージのための情報発信
(コロナ対策の整備状況や自然環境、健康な食など)
- ・オンラインビジネスと連携した情報発信

- ・新型コロナ対策をしっかりと行っていることのPR
- ・健康・密を避ける・衛生など訪日外国人旅行者のニーズに合わせる

発信の手段

- ・(訪日外国人に頼らない)在外公館などを活用した外国での日本の情報発信
- ・オンライン観光などのオンライン体験型発信

- ・ターゲット層を分析した上でのデジタルマーケティング
- ・各国の新型コロナの状況に合わせて、対象を検討
- ・オンラインとリアルを併用した情報発信