

クールジャパン戦略の再構築と最近の取組

2022年1月

内閣府 知的財産戦略推進事務局

クールジャパン戦略の再構築（知財計画2021）

- 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する。

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・価値観の急激な変化

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

クールジャパン官民連携プラットフォームについて（R3.6～）

クールジャパン戦略を深化させ、官民一体となってクールジャパンに取り組むことを目的として、官民・異業種連携の強化を図る場となる「クールジャパン官民連携プラットフォーム」を設立（H27.12.15）

構成

(1) 役員

共同 会長	若宮 健嗣	クールジャパン戦略担当大臣
	夏野 剛	慶應義塾大学 政策・メディア研究科 特別招聘教授
	辻 芳樹	辻調理師専門学校 理事長・校長

副 会長	磨 秀晴	凸版印刷 代表取締役社長
	高橋 広行	JTB 取締役会長
	松本 梨香	歌手・声優・女優

(2) 構成員

- ① 関係府省等（12名）
 - － 内閣官房副長官、関係府省（内閣（クールジャパン）・総務・外務・財務・文科・農水・経産・国交・環境）の副大臣、内閣（クールジャパン）政務官、リハラ事務局長
- ② 関係機関（5機関）
 - － 国際交流基金、ジェトロ、中小機構、日本政府観光局、クールジャパン機構
- ③ 民間団体（51団体）
 - － コンテンツ・食・観光・製造・流通業界等
- ④ 民間企業・機関、個人（65企業・機関、111名）

具体的な活動イメージ

- (1) 総会（年1回程度開催） 令和3年度：6月30日
 - プラットフォームの事業及び基本的事項を決定
- (2) CJプラットフォーム調査事業
 - 今年度から、日本の「食・食文化」をハブに、多様な地域や関係者を連携させたプロジェクトを実施
- (3) CJ動画コンテスト（年1回程度開催）
 - 日本の魅力を表現した動画を募集し、国内外に広く発信
- (4) マッチングアワード（年1回程度開催）
 - 異業種連携によるビジネスプロジェクト創出を推進
- (5) その他の恒常的活動
 - 定例ワークショップの開催
 - ポータルサイトやSNS等を活用した官民の情報交換・共有



写真：設立総会（H27.12.15）の様様

クールジャパン官民連携プラットフォームの当面の活動

クールジャパン戦略 (2019年9月知的財産戦略本部決定)

日本社会の活性化や日本のソフトパワーの強化のために、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、発信する



クールジャパン戦略の**再構築** (2021年7月知的財産戦略本部決定)

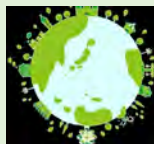
- ✓ **価値観の変化**への対応
- ✓ 輸出とインバウンドの好循環の構築
- ✓ デジタル技術を活用した新たなビジネスモデルの確立



クールジャパン
官民連携プラットフォーム(CJPF)を
機能強化

CJPFでは、地域から生まれた文化が色濃く反映されている**「食・食文化」**をきっかけとして、多様な地域や関係者の連携と協力を得つつ取組を進める。

地域にある資源、作り手に光を当て、**日本独自の魅力的なコンテンツ**として磨き上げることを主目的として活動することにより、



日本の**各地域**が**世界から魅力的なディステーション**として認知され、未来型のインバウンド需要を喚起し、多くの人々が集うことで、**地方の活力を生み出し、日本全体を元気にしていく。**



同時に、日本文化や生活様式が本質的に包含している価値にスポットライトを当て、**環境先進国、エコ先進国、安心安全先進国、衛生先進国**として日本のブランドイメージの確立をはかり、日本の文化経済をインキュベートする。