

# クールジャパン戦略における取組について

---



**Japan.** Cool Japan.

平成30年12月21日（金）

内閣府 知的財産戦略推進事務局

# クールジャパン戦略の推進状況

## クールジャパン戦略の推進

### □ クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ

クールジャパン戦略についての5つの視点及び政府が実施する横断的な取組などについてとりまとめ。

#### ・クールジャパン関係府省連絡・連携会議

(CJ副大臣議長) 関係府省庁等の施策推進状況確認。

### □ クールジャパン人材育成検討会最終とりまとめ

クールジャパン産業の発展に必要な人材を6つに区分し、人材育成・集積に向けた取組の方向性等について本年3月とりまとめ。

#### ・クールジャパン人材育成政府連絡会

(CJ副大臣議長) 関係府省庁等の人材育成に係る施策推進状況確認。

### □ 日本産酒類の輸出促進に向けた課題及び対応方針について

日本産酒類の更なる輸出拡大を図るため、政府等の対応方針を策定。

#### ・日本産酒類の輸出促進連絡会議

(政務官議長) 関係府省庁等の取組状況についてフォローアップ。

### □ 本年6月12日に知的財産戦略本部(本部長:内閣総理大臣)において、「知的財産戦略ビジョン」を決定。

・クールジャパンについては、日本の様々な魅力が一層効果的・一体的に発信・展開されるよう、

① 日本の魅力について、外国人が強い関心を持つストーリーを活用すること等により、付加価値を高めること

② 国や地域の市場特性に加え、社会的属性による嗜好を踏まえ、戦略的に海外展開を推進すること

③ 日本に愛着や帰属意識を持つ「日本ファン」の集積を促す仕組み作りを推進すること

等といった観点から取組の方向性を取りまとめ。

・今後、政府の様々な施策に反映予定。

## ムーブメントの推進

### ○ 官民・異業種連携の強化を図り、クールジャパン戦略を深化させるため、「クールジャパン官民連携プラットフォーム」を設立(平成27年12月)

#### ・セミナー(第三回:本年9月18日開催)

クールジャパンを牽引する有識者が、海外展開のノウハウ等について広く啓発し、機運醸成を図る

#### ・マッチングフォーラム(第三回:来年2月開催予定)

異業種連携によるビジネスプロジェクト創出を推進

#### メンバー

・共同会長(3名)

[官] 平井 卓也 クールジャパン戦略担当大臣

[民] 川上 量生 カドカワ(株)代表取締役社長

長榮 周作 パナソニック(株)取締役会長

・関係府省・政府関係機関(12・5機関)

・民間団体(45団体)

・民間企業・機関・個人(43企業・機関、25名)

### ○ 地方版クールジャパン推進会議

(直近では、11月10日に福岡で開催)

地域の幅広い魅力を一体的に発信する方策等を議論

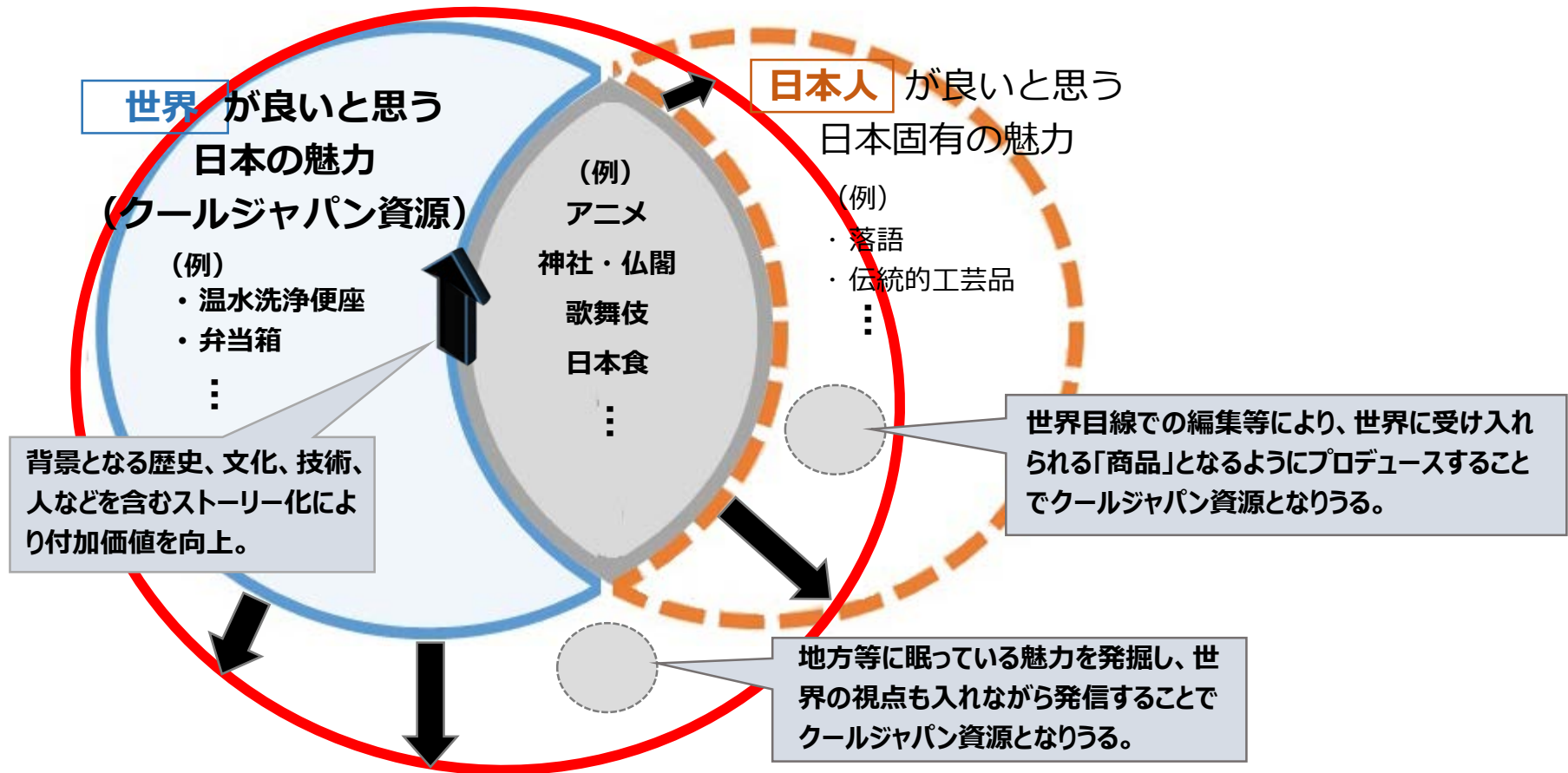
### ○ 海外イベント(来年1月中旬開催予定)

海外の日本文化関連イベントで日本の魅力を発信

### クールジャパンアンバサダー、地域プロデューサーの有効活用

# クールジャパン戦略について（クールジャパン政策について）

## ■ 世界が良いと思う日本の魅力



- ①世界がよいと思う/今後思ってもらえる可能性のある日本の魅力を効果的に発信・展開することに加え、
  - ②日本人がよいと思う日本の魅力を世界にとっても魅力的なコンテキストで発信・プロデュースし、
  - ③ストーリー化によって、さらに世界の人々にとっての価値を高め、
- 作ったものを売るプロダクトアウトではなく、マーケットイン（顧客ニーズをすくい取る発想）の観点から、日本をもっと消費してもらうことが重要。

# (参考) 地域によるクールジャパンへの関心分野等の違い (1)

Q あなたが日本に興味を持ったきっかけは何ですか？ (3つ選択)

日本に興味をもったきっかけ	欧州	アジア	北米
アニメ・マンガ・ゲーム	75.00%	56.60%	23.15%
映画・テレビ番組	12.00%	24.06%	11.11%
俳優・芸能人・アイドル	9.00%	21.23%	2.78%
セレブ・有識者等のインフルエンサー	0.00%	0.94%	0.00%
音楽	27.00%	28.30%	10.19%
ファッション・美容	11.00%	10.85%	5.56%
アート・デザイン	7.00%	7.08%	12.96%
ライフスタイル	13.00%	10.38%	18.52%
自然風景	10.00%	20.28%	16.67%
日本食	24.00%	22.17%	27.78%
観光	12.00%	25.00%	23.15%
歴史 (神社・仏閣等の建造物を含む)	23.00%	5.66%	21.30%
伝統文化 (茶道・歌舞伎・日本画等)	23.00%	14.15%	16.67%
伝統工芸品 (陶磁器・漆器・織物等)	6.00%	1.42%	6.48%
日本独自の精神文化 (禅・武士道・わびさび等)	9.00%	0.47%	12.96%
科学技術	6.00%	10.38%	9.26%
スポーツ	0.00%	0.94%	0.93%
日本製品	3.00%	8.96%	10.19%
学校教育	3.00%	8.02%	3.70%
日本の歴史や語学などの学び	11.00%	11.79%	12.04%
仕事	0.00%	4.72%	4.63%
その他 (自由記入)	3.00%	1.89%	10.19%

欧州・アジアでは「アニメ・マンガ・ゲーム」が、日本に興味を持った大きなきっかけを占めている。

北米では日本の「音楽」への関心が相対的に低い。

北米では、「日本食」が日本に興味を持った最大のきっかけとなっている。

欧州・北米ではアジアと比べて日本の「歴史」への関心が高い。

## (参考) 地域によるクールジャパンへの関心分野等の違い (2)

Q 日本・日本人の際立った魅力は何だと思いますか？ (5つ選択)

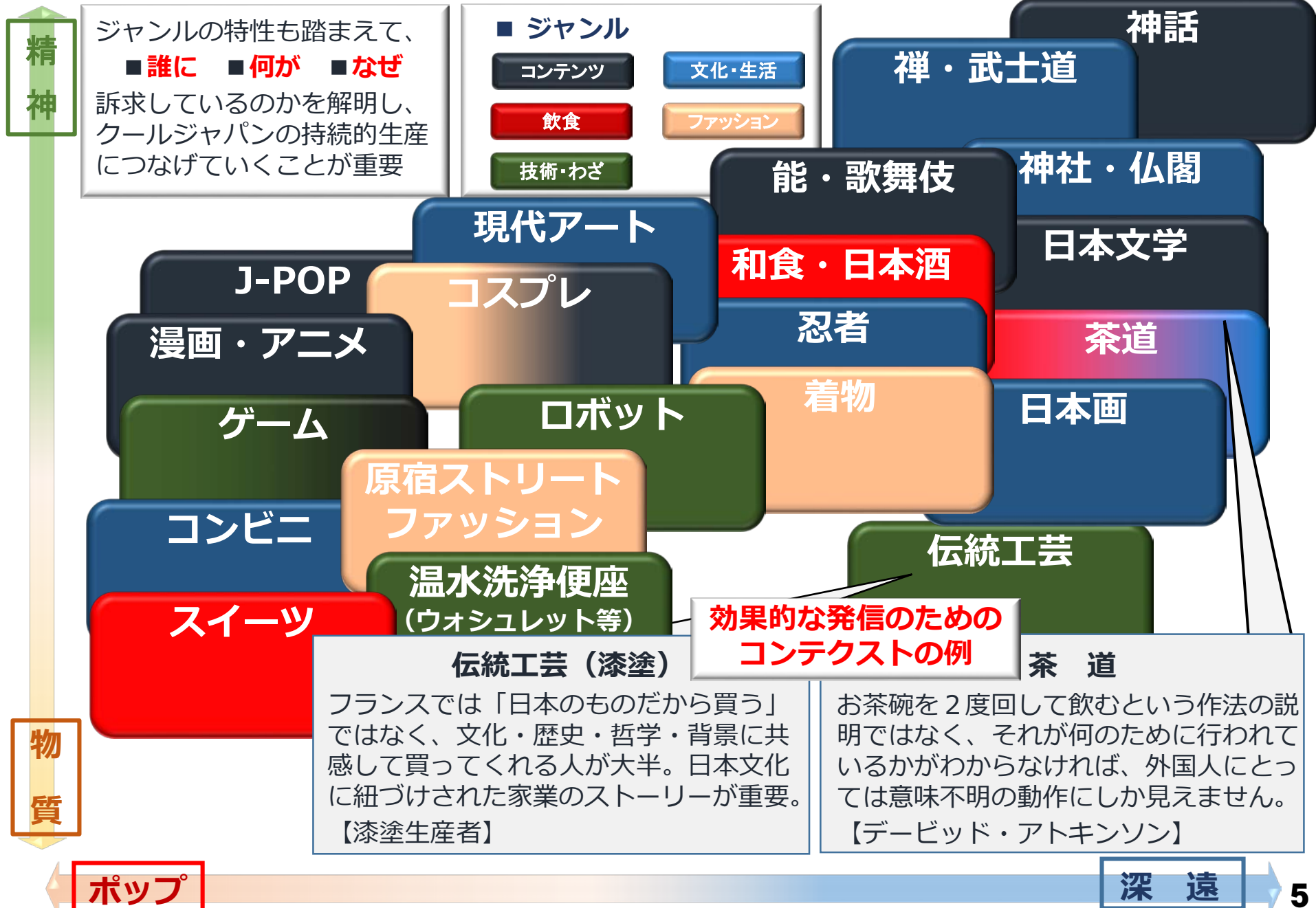
日本・日本人の際立った魅力	欧州	アジア	北米
緻密さ/きめ細やかさ	31.00%	27.36%	22.22%
道を究める姿勢	36.00%	22.17%	44.44%
信頼感	40.00%	50.94%	37.04%
集団行動を好む	7.00%	8.49%	5.56%
礼儀正しさ	61.00%	53.77%	49.07%
文化的な多様性・重層性	15.00%	16.51%	21.30%
アニメ・ファッション・キャラクターに現れるKAWAII文化	40.00%	47.64%	17.59%
仕事が丁寧	13.00%	7.08%	12.96%
時間や約束を守る	24.00%	31.60%	22.22%
創造性に溢れている	31.00%	36.32%	24.07%
貯金が好きで、節約意識が高い	5.00%	14.15%	14.81%
新しいことに挑戦的である	14.00%	16.98%	10.19%
シンプルに凝縮する	37.00%	27.36%	33.33%
親切心・優しさ	24.00%	20.75%	25.00%
日本独自の精神性(禅・武士道・わびさび等)	26.00%	10.85%	30.56%
その他(自由記入)	5.00%	2.83%	2.78%

3大陸共に「礼儀正しさ」が日本の一番の魅力として映っているという結果となった。

アジアは「創造性」や「アニメ・ファッション・キャラクターに現れるKAWAII文化」のようなコンテンツ面において欧州・北米よりも日本を高く評価していると推測される。

「道を究める姿勢」や「日本独自の精神性(禅・武士道・わびさび等)」は、欧州・北米でアジアよりも高い割合となった。

# クールジャパン関連分野のマッピング例と効果的な発信



NIHON - GATARI - SHO

# 日本語り抄

Guidelines for  
Narrating Japanese Culture

日本の物語編集のためのガイド

「日本語り」をはじめるにあたって  
**Japan Editing**のための **Japan Concepts**

## Marginal Japan

### ■Japan Concept 1 kiwa キワ

世界一統 大吟醸「熊楠」(和歌山県和歌山市)  
庖丁工房タダフサ パン切り包丁(新潟県三条市)

### ■Japan Concept 2 marebito マレビト

新野の雪祭り(長野県阿南町)  
遠隔操作型アンドロイド「テレノイド」(大阪大学 石黒浩教授)

## Mixing Japan

### ■Japan Concept 3 musubi ムスビ

コンビニおにぎり  
ご祝儀袋

### ■Japan Concept 4 awase アワセ

柔道 合わせ技一本  
マンガ『ONE PIECE』(尾田栄一郎)

## Extreme Japan

### ■Japan Concept 5 kabuku カブク

歌舞伎  
原宿カワイイモンスターカフェ(東京都原宿)

### ■Japan Concept 6 wabi ワビ

HIGASHIYA GINZAの一汁三菜(東京都銀座)  
ビックジョンのダメージデニム(岡山県倉敷市)

## Books for Japan Editing

日本を語り継ぐために

Japan Editing のための

# Japan ● Concepts

## Marginal Japan

kiwa キワ

marebito マレビト

Linking Japan

## Mixing Japan

Contextual Japan

musubi ムスビ

awase アワセ

Analogical Japan

Implicit Japan

Transforming Japan

Flattering Japan

Imaginative Japan

## Extreme Japan

kabuku カブク

wabi ワビ



① 写真:高瀬智司

# kabuku

Extreme Japan



②



③

かぶ  
傾きものがモード最先端。

①電飾の山、デコトラ、トラック野郎の濃密なこだわりがてんご盛り。②きゃりーぱみゅぱみゅのクレイジーなwww感性は世界を虜に。③氣志團はヤンキーのファッションスタイルを用いて、ツッパリ顔と学ランでキメた。④今治タオルの歌舞伎フェイスマスク。隣取りはバワフルな麗奈除メイク。ブルゾンちえみにも通じる。⑤花魁は江戸のファッションリーダー。柳やかんざしを盛りまくる。

④



顔見世は世界の凶なり夜寝ぬ人

井原西鶴



⑤

# wabi

Extreme Japan

①



②



③

黒樂茶碗 銘秋菊 代樂吉左衛門作  
其種級茶「秋菊有佳色 露凝疑其潔 乳此玉養物  
遠致遠世情 潔光印 吉左 花甲」吉左衛門作

引き算の  
イマジネーション。

見渡せば 花も紅葉も なかりけり

浦の苫屋の 秋の夕暮

藤原定家

①無印良品はシンプルな機能美を追求する。②盆栽には花鳥風月をつくった日本人の人為的な自然観が象徴される。③千利休によりプロデュースされた黒樂茶碗。これは代樂吉左衛門の「黒樂茶碗 秋菊」(樂美術館蔵)。④現代美術家・吉岡徳仁によるガラスの茶室「光籠」。⑤日の丸弁当の潔さ。白地に赤丸を愛でただころ。



④



⑤



## 知的財産戦略ビジョン（平成30年6月12日）（抜粋）

### 第5. 将来の「仕組み」に向けて今後の検討が必要な課題

#### 2. 具体的なシステムの例

#### (3) 世界に共有される価値や感性の持続的な生産・発信・展開

#### ②クールジャパンを支える外国人の集積・活用【短・中・長期】

外国人視点、海外と日本の両方を知る強みを活かしてクールジャパンの供給サイドを担う外国人材の集積・活用を推進することに加え、インフルエンサーとしての活躍、国内での長期滞在や定住による需要家としての役割を通じて、需要サイドを支える外国人の日本への関心を一層高め、その層の厚みを増していく取組を推進する。

その際、クールジャパンの需要を支える外国人が潜在的にクールジャパン産業の担い手を形成する層になり得ることについても合わせて留意する。

▷ 日本に愛着や帰属意識を持つ外国人の集積を促す仕組みの検討エストニアにおけるe-Residency制度など諸外国の取組も参考に、日本に関心を持つ外国人の登録等を通じて一定の便益を供与するなど、「日本ファン」を増やす取組に加え、様々な目的で我が国に長期滞在・定住を志向する外国人を増やす取組を推進し、より多くの外国人にクールジャパンの需要者、さらには担い手としての活躍を促すことについて検討を行う。また、日本への留学・就業経験者、JETプログラム経験者等、日本に滞在したことのある外国人にも「日本ファン」としての登録を奨励し、日本への親近感を持ち続けられるようなフォローアップの仕組み作りも推進する。

#### (参考) e-Residency制度

エストニアでは、平成26年よりe-Residencyという電子居住権の発行を開始し、エストニア非居住者に対して電子居住権（IDカード）の発行を行っている。仮想エストニア住民が税率の低い法人税でオンライン手続きのみにより会社設立を行い、エストニアの政府関連の電子サービスを一定程度受ける環境を提供することにより、IT先進国としての世界における認知向上にもつながっている。

# e-スポーツの可能性

## 未来投資戦略2018(平成30年6月15日閣議決定)(抜粋)

[3] 海外の成長市場の取り込み

(3) 新たに講ずべき具体的施策

iii) 日本の魅力を活かす施策 ②クールジャパン

- 新たな成長領域として注目されるe-スポーツについて、健全な発展のための適切な環境整備に取り組む。

## 知的財産推進計画2018(平成30年6月12日知的財産戦略本部)(抜粋)

2. 「知的財産推進計画2018」重点事項

(2) 挑戦・創造活動を促す ③ コンテンツの持続的なクリエイション・エコシステムの確立

今後、海外展開を深化させていくためには、「モノ」から「コト・サービス」へと移りつつある消費動向や5G 通信の整備等の技術革新、通信環境の変化を捉えた戦略が必要であり、異業種との連携を含めた面的展開の取り組みを支援していく事も必要となる。例えば、昨今、コンテンツ分野における新たな成長領域として注目されるe-スポーツは、配信の主流がデジタルになったことで生まれたビジネス展開であり、政府として、こうした新たな動きを迅速に捉え、必要に応じ、健全な発展のための適切な環境整備に取り組んでいくことが求められる。

## (参考) e-スポーツに関するその他の内閣府の取組

関係大会への支援

(H30年9月13日AMD((一社)デジタルメディア協会)シンポジウム2018)

- ・後援名義の承認
- ・講演・パネルディスカッションへの参画

# オリパラに向けたクールジャパンの取組

2020年オリパラ大会に向け、民間企業による新たな取組を後押ししていくことも必要。

## モバイルモスクプロジェクト

訪日観光客が増える中、イスラム教徒が安心して「お祈り」を出来る場を提供可能にする移動式のモスク(トラック)。  
他宗教に寛容な日本人が発想した「おもてなし」と日本の「技術」を掛け合わせたプロジェクト。

知財事務局において「モバイルモスクプロジェクト発表記念式典」へ後援名義を承認したほか、beyond2020プログラムにも認証されている。

