

Create Japan ワーキンググループ^oに向けて

2023年3月3日

内閣府知的財産戦略推進事務局

Create Japan ワーキンググループ

構想委員会 Create Japan ワーキンググループ

知的財産推進計画に位置づけられているクールジャパンを推進するため、世界の視線を起点としつつ、日本人及び外国人の協働の下で日本の魅力を発掘し、発信するなどにより世界からの共感を得るための方策について検討

- 主な検討内容等：知的財産推進計画のドラフトの検討
- 開催予定：3月中下旬（調整中）

基本的な考え方

2019年に策定した「クールジャパン戦略」を踏まえ、アフターコロナの姿や2025年大阪・関西万博などを視野に入れつつ、「知的財産計画2023」において新たな方向性を打ち出す。

クールジャパンを取り巻く環境

《インバウンド》

- 訪日外国人旅行者数は、**2013年～2019年まで7年連続で過去最高を更新**【目標（2030年）：6,000万人】（3,188万人（2019年））
（注）2020年以降、新型コロナウイルス感染症の影響により大幅に減少したが、2022年10月の水際措置の見直しなどを踏まえて回復傾向
- 訪日外国人旅行者による旅行消費額は、**2012年以降に急速に拡大**（2019年の消費額は、**2012年の4.4倍**）
【目標（2030年）：15兆円】（4兆8,135億円（2019年））
- 観光の魅力度ランキングで**日本が1位**（世界経済フォーラム「Travel & Tourism Development Index 2021」（2022年5月発表））
- 「世界で行くべき52カ所 2023」（NYタイムズ）において、ロンドンに次いで**盛岡が2番目に選出**

《輸出》

- 農林水産物・食品の輸出額は、2013年から**10年連続で過去最高を更新**【目標（2030年）：5兆円】（1兆4,148億円（2022年））
- 日本産酒類の輸出額は、2012年から**11年連続で過去最高を更新**（2022年：1,392億円）

《大阪・関西万博》 テーマ：「いのち輝く未来社会のデザイン」

- 開催期間、場所：2025年4月13日（日）～10月13日（月）、大阪 夢州（ゆめしま）
- 想定来場者数：約**2,820万人**
- 参加招致：**142の国・地域、8国際機関**（2022年10月25日時点）

クールジャパン戦略の本格稼働

具体的な方向性

1. 常に進化するクールジャパン（埋もれた日本の魅力の発掘）

- クールジャパンとは、海外の人が「クール」と思うもの
 - ・ 人々の価値観が変わるなど、かつてクールであったものがクールでなくなる可能性
 - 身の回りにある埋もれた魅力を発掘していくことが重要
 - 留学生との連携、Z世代の視点の活用、大学の取組との連携

2. 地域が主役のクールジャパン（その地域にしかない「オンリーワン」の磨き上げ）

- インバウンドの外国人を全国各地にどのように導くか
 - ・ 未体験（よりディープ・オーセンティック）の日本文化を求める訪日客が増加
- 地元の人と「よそ者」とのコラボレーションによる魅力の磨き上げが重要
 - ・ 「生の体験」と「現地の人との交流」による差別化、ストーリーをつないだ情報発信

3. 「人」が主役のクールジャパン（クールジャパンの担い手同士のネットワーク構築）

- これまでの取組（CJPFライブ、モデルケースの構築など）における成果の1つは、全国各地のクールジャパンの担い手と出会えたこと
 - ・ やる気とアイデア（＝「熱量」）に満ちあふれ、新たなつながりを求めている
 - 「熱量」あるクールジャパンの担い手によるオンライン・ネットワークの構築