

新しい社会と知財のビジョン ～「価値デザイン社会」を目指して～

RIETI

BBL 資料

2018年7月20日

内閣府知的財産戦略推進事務局長

RIETI コンサルティング・フェロー

住田 孝之

AGENDA

1. ビジョンの検討
2. 脱平均とチャレンジ
3. イノベーションを生む場
4. 世界の共感を得る

AGENDA

1. ビジョンの検討
2. 脱平均とチャレンジ
3. イノベーションを生む場
4. 世界の共感を得る

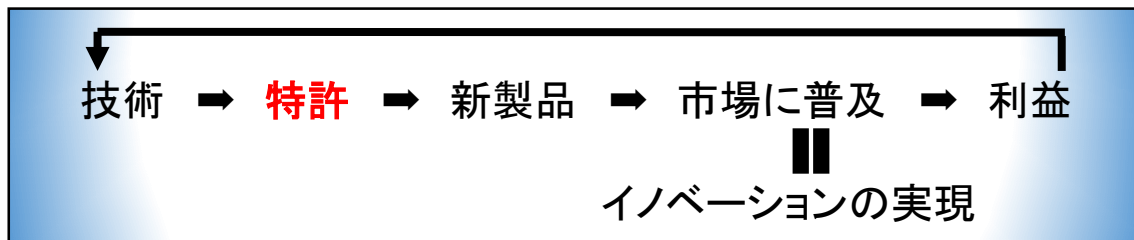
1. ビジョンの検討

(1) イノベーションの変質

20世紀 = $D > S$ の時代

S リードのリニアモデル = 核となる IP を押さえて

- ⇒ 市場の獲得 維持
- ⇒ 利益 ⇒ 技術に再投資



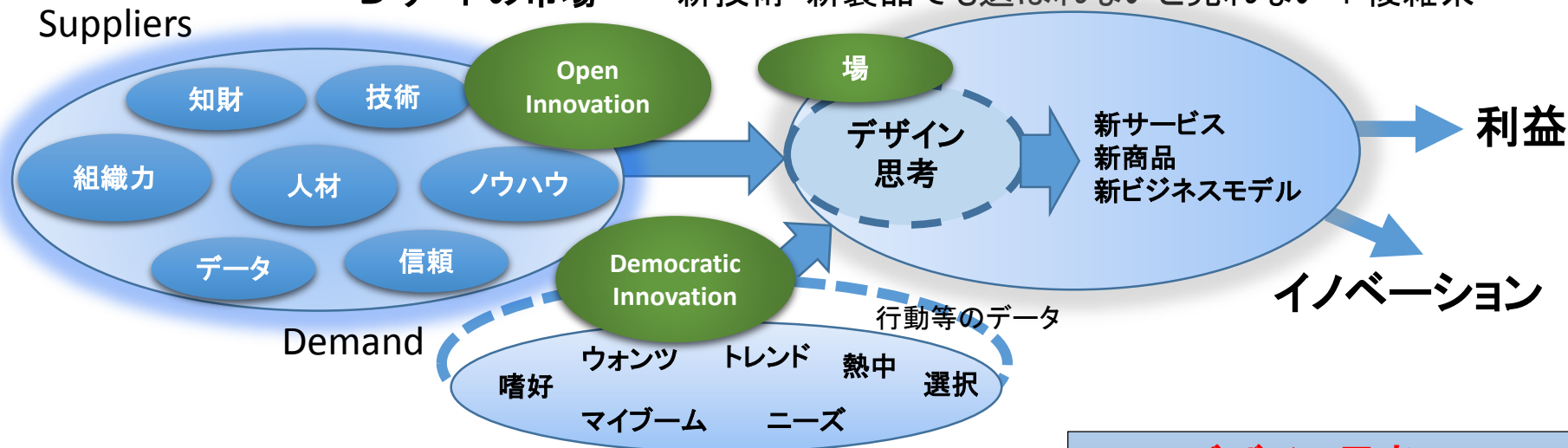
プロパテント戦略

モノ、供給サイド、技術、
パイプライン中心

21世紀 = $D < S$ の時代

サービス、需要サイド、
デザイン、プラットフォーム中心

D リードの市場 = 新技術・新製品でも選ばれないと売れない + 複雑系



- ・ D を理解したビジネスのデザイン
- ・ 必要な資産の選択 組合せ

がイノベーションの鍵

デザイン思考 &
プロイノベーション戦略

(2) 新しいビジョンの背景と概要

2003年 知的財産基本法に基づく知的財産戦略本部 設置

→毎年の「知的財産推進計画」に基づく政府一体の知財戦略の推進

「知的創造サイクル」の基盤確立による「知財立国」の推進

- 特許審査体制の強化(世界最速審査達成等)
- 紛争処理機能の強化(知財高裁設立等)
- 営業秘密の保護強化
- 中小・ベンチャー企業への知財活用支援強化
- 国際標準化戦略の強化
- 産学連携機能の強化
- 模倣品・海賊版対策の強化

2013年 「知的財産政策ビジョン」策定

2012年 クールジャパン担当大臣設置

近年進む大きな社会変革

イノベーションの変質(供給主導から需要主導へ)

人々の価値観の変化(モノよりコト、共感、シェア)

データ、人工知能、IoT等の技術的進展

少子高齢化、環境エネルギー等の社会課題

国際情勢の変化(米中の存在感拡大、グローバルなプラットフォーム企業の台頭)

Society5.0実現

SDGs

✓ 知的財産のあり方は「独占」「交換」「保護」から「共有」による利活用拡大へ

✓ 毎年の推進計画の見直しのみではなく、中長期のビジョンを政府全体で共有し、将来社会に必要なシステム設計を行う必要

2025～2030年頃を見据えた新たな知財戦略ビジョンの検討

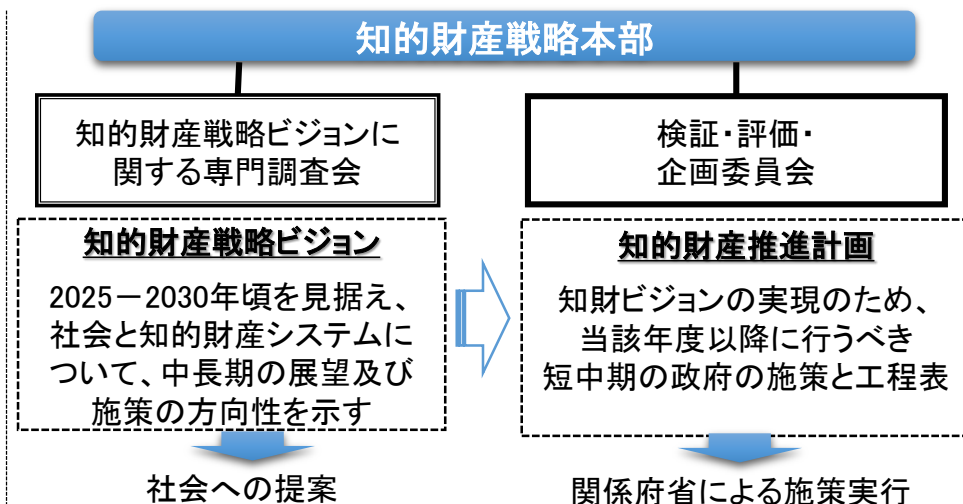
→「知的財産推進計画」による実行 4

(3) 知的財産戦略ビジョンに関する専門調査会

- 知的財産戦略ビジョンは、2025～2030年頃を見据え、社会と価値の生みだし方、それを支える知財システムについて中長期の展望及び施策の方向性を示し、毎年の「知的財産推進計画」の大目標として策定。
- ビジョンの考え方を発信・共有して実践や意識改革を促すとともに、未来についての自由で幅広い議論を続け、ビジョンの有効性を検証。

知的財産戦略ビジョンに関する専門調査会 構成員
※敬称略

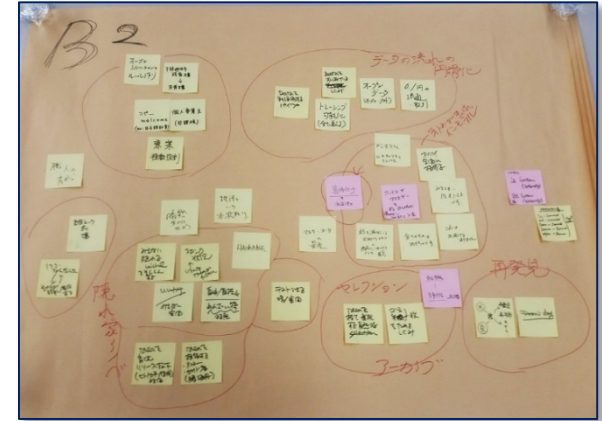
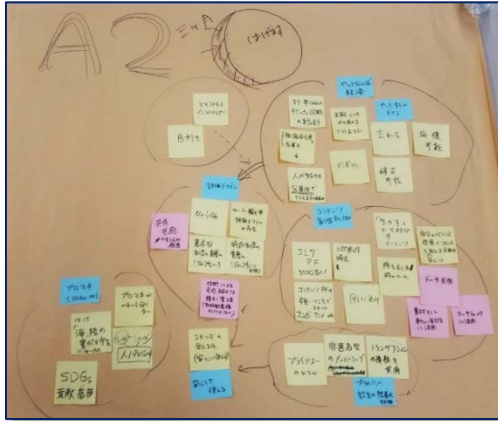
氏名	所属
安宅 和人	ヤフー株式会社CSO
池田 祥護	学校法人新潟総合学院理事長／日本青年会議所2018年度会頭
梅澤 高明	ATカーニー 日本法人会長
落合 陽一	筑波大学学長補佐・准教授
富山 和彦	株式会社経営共創基盤 代表取締役CEO
川上 量生	カドカワ(株)代表取締役社長
妹尾 堅一郎	産学連携推進機構 理事長
中村 伊知哉	慶応義塾大学大学院メディアデザイン研究科 教授
日覺 昭廣	東レ(株) 代表取締役社長 日本経済団体連合会知的財産委員長
林 千晶	株式会社ロフトワーク 共同創業者、代表取締役
原山 優子	総合科学技術・イノベーション会議専門委員
渡部 俊也	東京大学政策ビジョン研究センター 教授



- 第1回専門調査会合 2017年12月26日
・未来の社会像について
- 第2回専門調査会合 2018年2月2日
・未来の社会像における「価値」とそれを実現するための「仕組み」について
- 第3回専門調査会合 2018年3月1日
・クールジャパン戦略による日本ブランドの強化について
・将来の知的資産システムの在り方について
- 第4回専門調査会合 2018年3月23日
・知的財産戦略ビジョンの実現のための全体的な枠組及び個別システムについて
- 第5回専門調査会合 2018年4月20日
・「知的財産戦略ビジョン」素案について
- 第6回専門調査会合 2018年4月25日
・「知的財産戦略ビジョン」素案及び今後の進め方について

(4) ビジョンの検討の様子

委員をグループに分け、ポストイットを利用して討議し、全体で発表・議論する
「グループディスカッション形式」を採用し、「チャタムハウスルール」(*)の下、活発な議論を行った
(*)会議における発言を引用する場合は発言者が特定されないようにするというルールを参加者間で共有し、自由闊達な議論を確保。



(5) 人が幸せになる社会とは？

AI、IoT、BDほか
技術進展で
生活は便利に

少し不便な
方が良い

?

「コト」「サービ
ス」「シェア」
「サイバー」へ

「モノ」「所有」
「リアル」の
充実感

?

効率化
速度UP
合理化

スローライフ
ナチュラルスト
余白

?

すぐに検索が
できる世界

考えて探して
辿り着く喜び

?

個人向けの
きめ細かい
サービス

個人が丸裸
プライバシー
気持ち悪い

?

...?

...?

?

困り込む
競争

皆で使う
協創

?

売れるもの
を作る

作りたいもの
を作る

?

経済・GDP
第一主義、
稼ぐ社会

SDGs
Beyond GDP
生きがい

?

データ・AIに
基づく最適解

素敵な偶然
Serendipity

?

西洋的価値観

日本的思想
の再発見

?

...?

...?

?

...人が幸せになる社会とは？

(6) 「知的財産戦略ビジョン」の構成

現在

2025

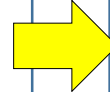
ターゲット未来

2030

1. 将来につながる現在の環境変化や兆候

- ・供給サイド経済から需要サイド経済へ
- ・技術進展（IoT、ビッグデータ、人工知能など）
- ・情報発信やモノ・コンテンツづくりの主体の広がり
- ・シェアリングエコノミー、「コト消費」や「共感」（いいね！）
- ・少子高齢化、人生100年時代

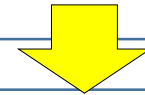
…など



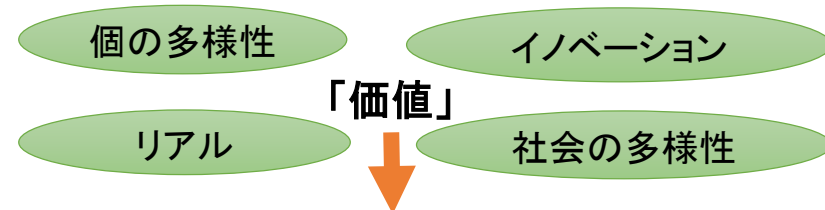
2. 予測される将来の社会像

- ・AI・デジタルの進展→「リアル」の価値向上
- ・生き方・働き方の多様性・選択肢の拡大
- ・会社など組織への所属の柔軟化
- ・幸せの多様化、新しい価値感（シェア、貢献）

…など



3. 将来における「価値」と それを生む「仕組み」



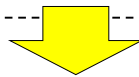
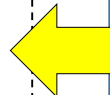
「仕組み」

- 多様な個性を生みだす仕組み
- 多様な個人が活躍する環境整備
- 知識のプラットフォーム化
- 多様な価値を内包する社会システム

4. 日本の特徴

- ・バランス感覚（例：三方よし）
- ・先端技術の社会受容
- ・新たなものを受け入れての編集能力
- ・均質性（抜本的な見直しが必要）

…など



5. 将来の「仕組み」に向けた検討課題

目指すべき社会の姿

＝「価値デザイン社会」

(7) キーワード

	今後の方向性についての委員意見		今後の方向性についての委員意見
1. 脱平均	・自分に合うコミュニティに(複数)所属できるようにし、税もそのコミュニティ内で使えるようにする ・異能の持ち主(いわば「狂った人」)を受け入れ、異能の求心力を持つ ・「常識」から外れたシナリオを沢山描く、それを奨励する ・尖った人のパトロン、ガイド、メンターを増やす ・外国人に日本を伝えるアンバサダーは、外の考えを取り込むプロモータにもなる	4. ドリフンの貢献の価値 4. 信用経済、評価	・既存の評価関数で評価できないもの(アート)を生み出す。その価値評価関数を見出す ・どれだけ人のためになったかを評価のベースにする ・SDGsを活用した価値指標やSDGs関連のプラットフォームを作り、シーズとニーズを結びつけるプロジェクトマネージャーのデザイン力でビジネス化。プラットフォーム参加者のSDGs達成への貢献をポイント化して公表
2. 異能が集まりアイデアが湧く 「スカンク状態」	・独自路線の「ミニガラパゴス」になることを敢えて恐れない ・アイデアをどんどん生んで取捨選択。使わなかったアイデアは「肥溜め」的な場に保管していつでも使えるようにし、新しいアイデアの温床にする ・国全体としてミステリアスな要素を失わない ・訳が分からないものが沢山ある状態を保つ(それが将来価値を生む) ・プライバシーを重層化し(誰に対してどの程度オープンにするかを選択)、参加者限定で思い切ったことができる場を作る ・「知と異能の3原則プラス1」(アイデアを持つ、作る、外から持ち込む+使う)を実践 ・排他的所有権を緩やかにし、様々な法律上の権利に共有権を設定 ・データを吸い上げる一定の仕組み、それを利活用するパイプやアイデアをテストできる場・空間を作る	5. 活用エコシステム 5. コンテンツ創造・	・自律分散型で、クリエイター個人が中心のコンテンツ創造、活用、二次利用、分配のプラットフォーム、エコシステムを作る ・ブロックチェーン技術により創作プロセスにおいて誰が何に参与したかを明確化 ・著作物の自由な利用と創作に関与した人への分配 ・金銭的対価のみならず「ファン」からの評価をベースにしてインセンティブを作る
3. やってなんぼ経済	・個々人が多くの役割を務め、色々なことをする。 ・アクティブ・フルムーン(人間の時間の全方位的活用。特に高齢者の時間と潜在能力を色々な形で発揮。) ・打率ではなく、沢山打席に立ち、ヒット&アウェイの精神でチャレンジすることを奨励 ・トライ&エラーでよくしていく。その前提でシステム作りに修正や忘却を織り込む	6. 手入れが行き届いた 「インモラル」	・規制など制度に適度な余白を用意する ・可視化されずに発展する「隠れ家イノベーション」に免罪符を与える(特区など) ・過度な「コンプライアンス」でがんじがらめにならない ・ある程度セキュア(悪いことができないギリギリの状態)なら何をやってもよいという感覚を大事にする ・限定的・画一的なドグマに陥らず、しかしバランスは取る、いわば集団的モラルを育成する
		7. 新陳代謝	・スタートアップを生み出し、また新たな産業の発展を妨げる規制を撤廃して産業の新陳代謝を進める ・成長時代の国のあり方は維持できないので「成長的撤退」をしなければならない ・ほぼすべての革新は若者が実現(明治維新、戦後の急成長、シリコンバレーの新興企業)

(8) 目指すべき「ビジョン」

「価値デザイン社会」への挑戦 ～ 夢×技術×デザイン=未来 ～

－ 価値デザイン社会 －

経済的価値にとどまらない多様な価値が包摂され、そこで多様な個性が多面的能力をフルに発揮しながら、「日本の特徴」をもうまく活用し、様々な新しい価値を作って発信し、世界の共感を得る

①脱・平均とチャレンジ

尖った人、チャレンジする人や組織が我が国から生まれるとともに、世界から集まる

②分散と融合

個人が有する複数の能力を、プラットフォームを通じて他人の能力と適切に組み合わせ、新しい価値を生む

③共感・貢献経済

日本の社会、文化、方向性に共感を持つ海外の理解者、「ファン」を積極的に受け入れる

個々の主体の強化

組み合わせの仕組み

国全体のブランド強化

(1)チャレンジする人・組織

新たな価値創造を行える人材の育成

価値創出プロセスの「見える化」を通じた組織経営

ベンチャーを後押しする仕組み

(2)知的資産の柔軟な交流・共有による価値拡大

多様な人材・組織が集う場の形成

SDGs等実現のための知的資産プラットフォーム

次世代のコンテンツ創造・活用システムの構築

(3)世界に共有される価値・感性

クールジャパンの魅力分析・効果的発信

クールジャパンを支える外国人等の集積・活用

等

AGENDA

1. ビジョンの検討

2. 脱平均とチャレンジ

3. イノベーションを生む場

4. 世界の共感を得る

2. 脱平均とチャレンジ

(1) 鍵を握る「デザイン力」

1 知的財産戦略ビジョン

～「価値デザイン社会」を目指して～

平成30年6月、知的財産戦略本部

→ <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/>

2 知財のビジネス価値評価検討タスクフォース

～ 経営をデザインする ～

平成30年5月、知的財産戦略本部 検証・評価・企画委員会 知財のビジネス価値評価検討タスクフォース

→ https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/keiei_design/index.html

3 「デザイン経営」宣言

平成30年5月、経済産業省・特許庁 産業競争力とデザインを考える研究会

→ <http://www.meti.go.jp/press/2018/05/20180523002/20180523002.html>

4 自由民主党知的財産戦略調査会提言

～イノベーション・エコシステムの早期確立のために～

(イノベーションが自律的かつ持続的に生まれ続けていくような仕組みに向けて)

平成30年5月、自由民主党 知的財産戦略調査会

→ <https://www.jimin.jp/news/policy/137362.html>

(2) 未来やビジネスをデザイン(構想)できる人材

従来

知
財

創造

発明
技術

活用

ライセンス
経営戦略

保護
マネジメント

出願
管理

鍵は

- ー未来を考える力
- ーbig pictureを描く力
- ー違いを生む力
- ー融合させる力
- ーコミュニケーション力

今後

知
全
般

経営戦略

未来社会の
デザイン

ビジネス
モデルの
デザイン

オープン
&
クローズド

外部リソースの
活用

選別
出願
管理

技術
発明
発想

データ解析

(3) 必要な人材をどう育てる？

「知財創造教育」関連情報参照

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tizaikyouiku.html>

必要な人材

- 「**違い**」を**生み**出し、尊重する
- ビジネス・社会の新しい**デザイン**を「**構想**する」
- 作る側と使う側、アートとサイエンスなどを融合できる
- 小さな改善ではなく、大きな変革
- 「覚える」だけでなく、**自分の頭で考える**

必要な取り組み、心構え

- 「違い」を褒める、複数の答え、コミュニケーション重視のグループワーク
- 「教える」より「興味」「好奇心」「考える」＝学ぶ側の目線
 - 「楽しい」をmotivationに
 - 「楽しい」の周辺に豊かな発想・構想

知る者は好む者に如かず、好む者は楽しむ者に如かず（孔子）

- 縦割り・専門ではなく、**Big Picture**・大きな視野
- **試行錯誤**を許容

(4) 企業の価値創造メカニズムの把握・デザイン

単に技術的に優れたモノやサービスの提供だけではビジネスに勝てない時代へ

価値観の多様化・技術の高度化等で
オープン・イノベーションの推進が前提に

ユーザーが求める価値を提供できる
価値を生み出す仕組みのデザインが必要に

見える化

価値創造メカニズム

使える資源

他者の資源

有形な資源

無形の資源

知財

企業

ビジネスの仕組み

ビジネスモデル
(事業A)
(事業B)

知財

提供する価値 (※)

社会的価値

経済的価値

- オープン・イノベーションやデザインの成果は、人間の創造的活動により生み出されたもの、すなわち「**知財**」であり、それが**企業を持続的に成長させる源泉となる**
- 「**知財**」の果たす役割を評価しつつ、価値を生み出す仕組みを把握し、将来に向けて構想する、すなわち「**経営をデザインする**」ことが重要

(※)近年では、社会的課題の解決を自社の事業に取り込み、その解決を通じて経済的成果も実現していくという「共通価値の創造 (Creating Shared Value; CSV)」と称される考え方も提唱されている。

AGENDA

1. ビジョンの検討
2. 脱平均とチャレンジ
- 3. イノベーションを生む場**
4. 世界の共感を得る

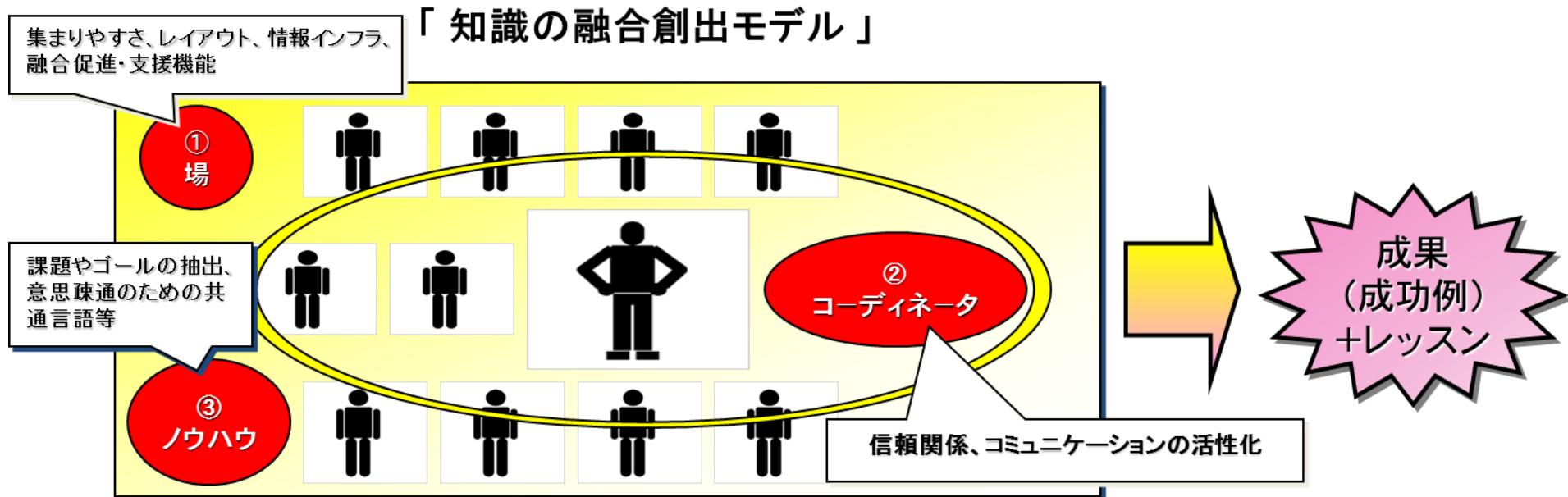
3. イノベーションを生む場

(1) イノベティブな発想が起きる条件① 第三の場所

- 1) 異なる分野の人が集まる「場」の存在
- 2) 人を集め、コミュニケーションを活性化させる「仲介者」の存在
- 3) 課題設定、言語共通化など議論を活性化させる「ノウハウ」

「ひらめき」＝脳の働きの活性化 を生む環境・要素

- 1) 音、湿度、温度、光、色
- 2) 姿勢、飲み物
- 3) ストレス(自然環境、切羽詰まった状況)、「楽しい」という感覚



＜ 必要なのは ＞

- ・ 「仕事」モードではなく、自分を開放する
- ・ サプライヤーでなくユーザーになって考える

＜ そのために ＞

- ・ 「いつもと違う」環境に身を置いてみる
- ・ 「楽しい」と思えることをして、発想を膨らませる

＜ その時間を作るには ＞

- ・ R&Dだけではなく、事務職にも「新15%ルール」
- ・ 第一歩としてのプレミアムフライデーの活用
＝いつもと違う環境で「楽しい」を実感する時間

(3) Future Center の基本ルール

Future Center については <http://www.futurecenteralliance-japan.org/> 参照

- (構成)・ 尊重しあえるメンバー & 知らない人
 - コーディネータへの信頼
 - 新メンバーの推薦ルール
 - 傍観者は×、問題意識・当事者意識のある人
- (進め方)・ モデレータが議論を活性化
 - 最初に将来のビッグピクチャーをある程度共有
 - 討議型
 - 思いついたことは、ポストイットに書いて共有
- (心得)・ 発言は短く・わかりやすく
 - 他者の意見を聞く・遮らない
 - できない理由ではなく、どうしたらできるかを発信
 - 否定的なことは言わない
 - チャタムハウスルール

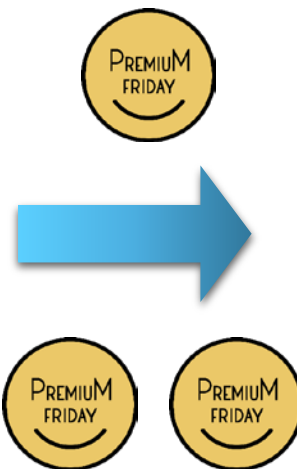
(4) Full-moon Project

現在

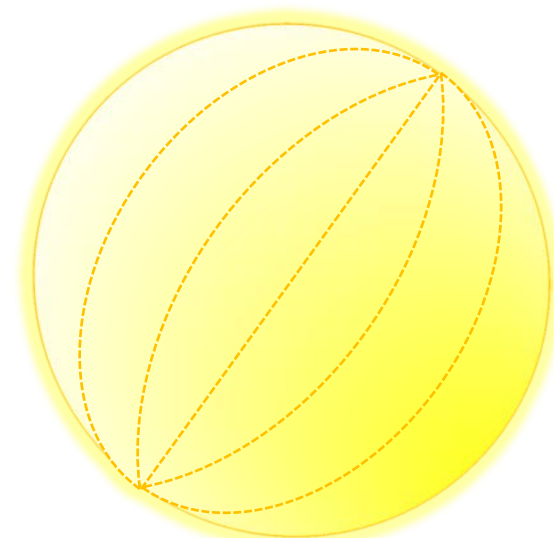


照らされた一部だけで生きている。

将来



PFなどを活用した能力開発
で全体の大きさも拡大



全体に光が当たり
様々な形で自分の能力、
時間、意欲を活用できる。

知的財産戦略ビジョン(平成30年6月12日)からの抜粋

多様な人材が、個々人の有する複数の能力を、時間を区切りながら発揮することができるよう、個人の能力や時間と、そうした能力を使いたい側の要望(求める能力・役割と時間)をマッチングするシステムを一般的に利用しやすいものとして整備する。
(Fullmoon Project)

(5) ナレッジプラットフォーム for SDGs

(SDGs等実現のための知的資産プラットフォームの一例)

SDGsに関する先行的なデータプラットフォーム
として世界からの情報を集積

<運営者>

- ・民間主導による自由な運営
- ・会費・コンサル料や広告料等により収益化を図る

<インセンティブ施策>
SDGsプラットフォーム
への貢献をポイント化

(使用例)

- ・ランキングを公表
- ・政府調達に参加条件
- ・政府職員の兼業許可
- ・減税



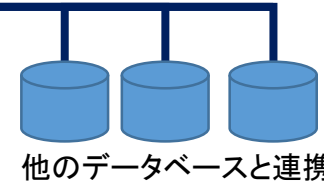
技術・特許・論文・事例・データ・人材組織情報ほか

コモンズ

マッチング支援

閲覧・利用データ

シーズ・ニーズの
閲覧・利用



他のデータベースと連携



ニーズ登録
(社会課題・SDGs)

利用登録

↑サイバー空間

シーズ
登録

利用登録

↓リアル空間

日本に昔からある
SDGs的理念

解決したい！
(三方よし)

登録した
シーズの
閲覧・利用
データ

知的資産の
一部還元
(コモンズ化)



一般ユーザ



仲介者
(プロマネ、NPO等)

ニーズ・シーズ
のマッチング

新しいビジネス
のデザイン

新ビジネス創出

ソリューションの提供

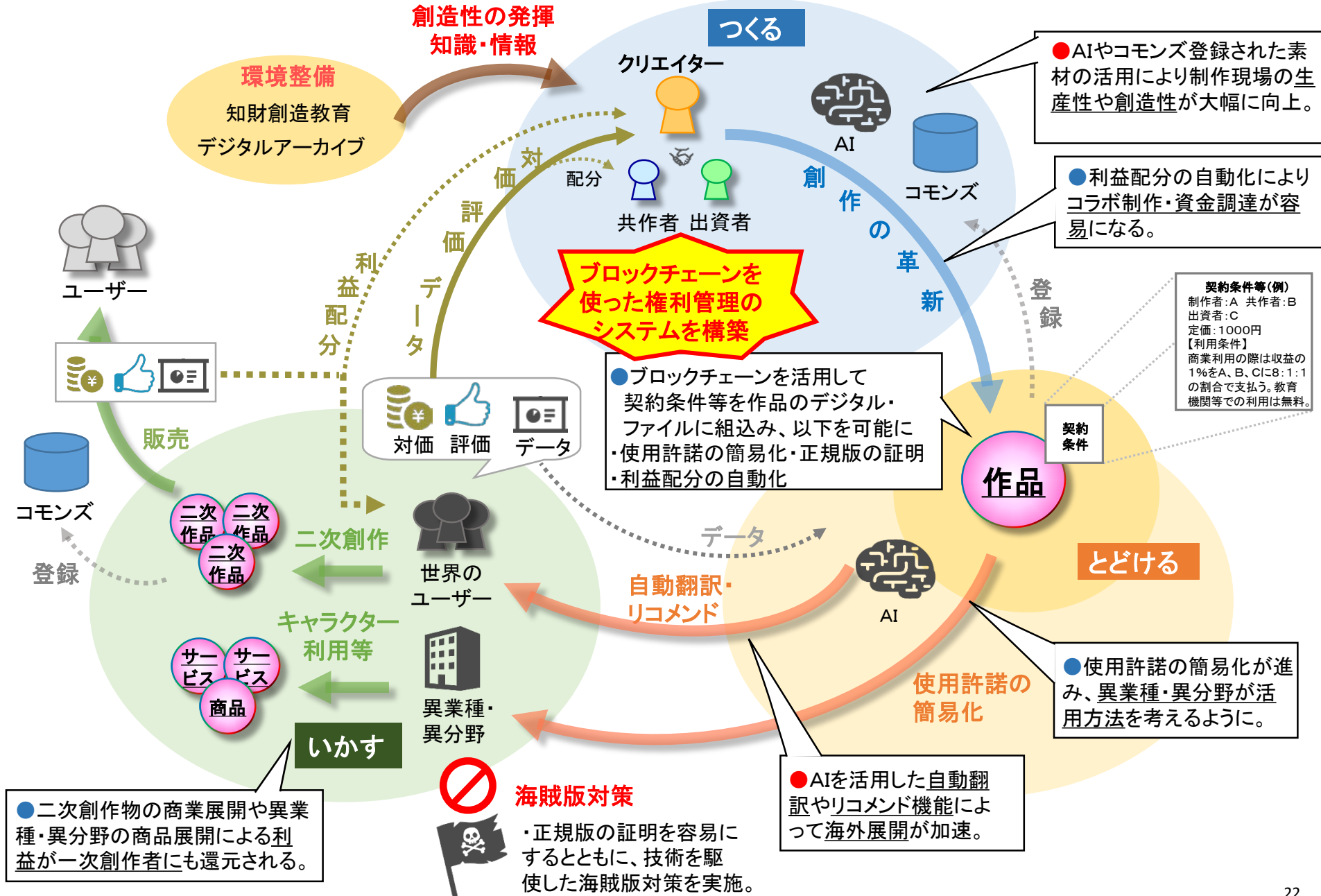


対価・評価・信頼

困って
いる！

(6) 次世代のコンテンツ創造・活用システムの構築

(ブロックチェーン[分散台帳技術]、AI等新技術の活用)



AGENDA

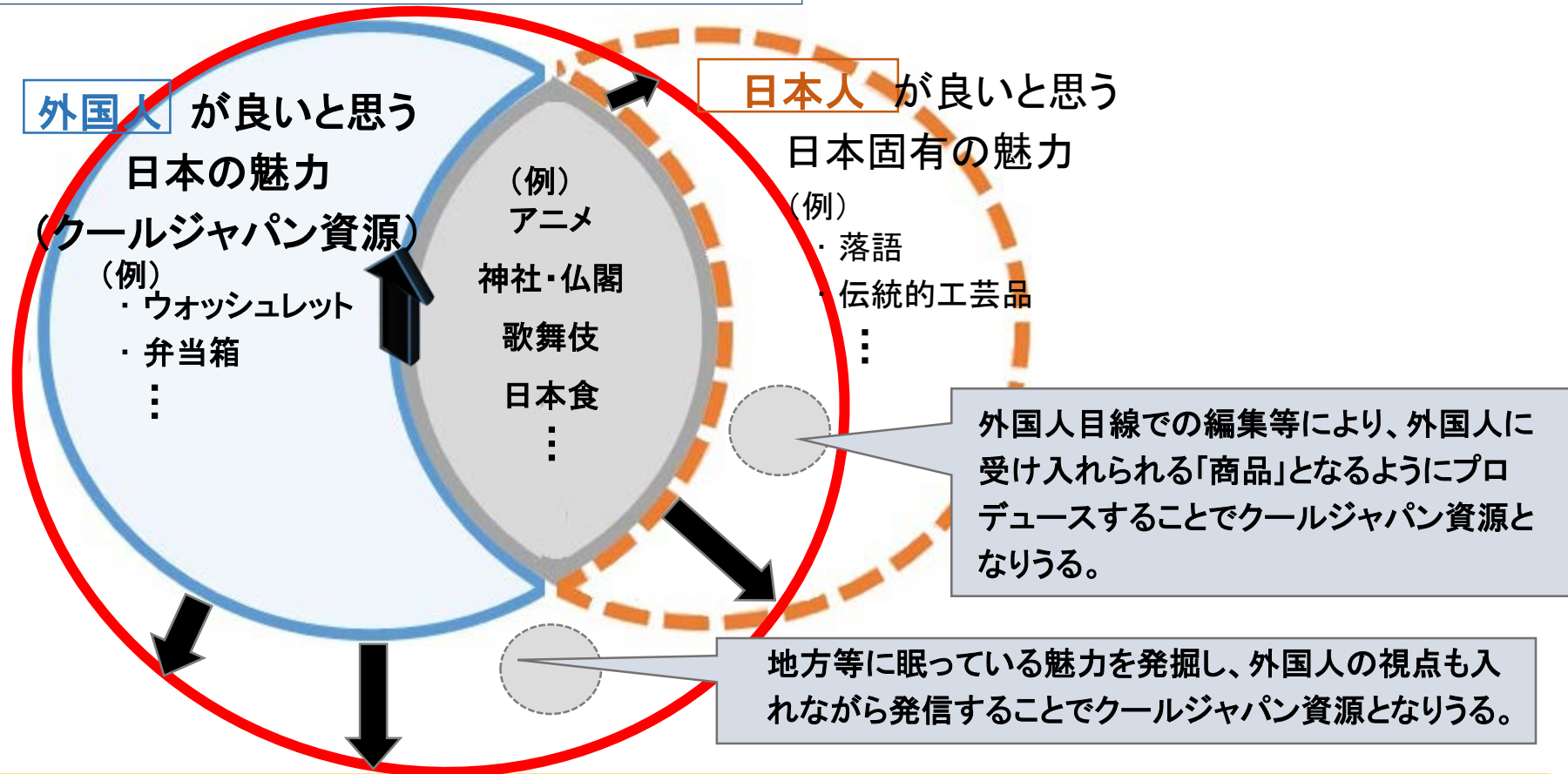
1. ビジョンの検討
2. 脱平均とチャレンジ
3. イノベーションを生む場
- 4. 世界の共感を得る**

(注) AIは共感が苦手

4. 世界の共感を得る

(1) クールジャパン政策の全体像

■「クール」の基本は外国人目線



- ①外国人がよいと思う/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外国人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、さらに外国人にとっての価値を高め、
マーケットインの観点から、日本をもっと消費してもらうことが重要。

参考事例（その1）

① 地方等に眠っている魅力や外国人の新たなニーズを発掘し、外国人の視点も入れながら発信することでクールジャパン資源とする。

国東半島(大分)の里山観光

イギリス人のポール・クリスティ氏が大分県の国東半島に移住。古都や農村で地元人と触れ合うツアー等を企画し、主に豪州、米国、シンガポールの富裕層を相手に、全国で年間約3千人を受け入れ。



出典: <http://japantravelcompany.com/tabi.html>

② 外国人目線での編集等により、外国人に受け入れられる「商品」となるようにプロデュースすることでクールジャパン資源とする。

インド版「巨人の星」

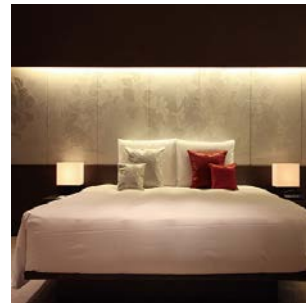
日本のテレビアニメ「巨人の星」を原案に、舞台をインドに移し、野球ではなく同地で人気のクリケットに変更するなど、現地のニーズを踏まえてローカライズすることによりヒット。



出典: <https://www.facebook.com/surajtherisingstar.official>

西陣織による新市場開拓

西陣織が1200年の歴史で培った**技術と素材**を外国人の視点から再構築し、ホテルの内装や洋服などのテキスタイルとして利用することにより、ラグジュアリーマーケットに進出(株細尾)。



出典: <http://www.hosoo.co.jp/>

ニセコ(北海道)への移住

雪質に魅せられたオーストラリア人がリゾート地開発を行ったことがきっかけで、世界中から多くの観光客が訪れている。
17年1月には町の全世帯数に占める外国人の割合が16%を超えた。



出典: <http://www.niseko-ta.jp/resorts/sports/detail.php?id=243>

③ 魅力的なコンテクスト(ストーリー化)により、クールジャパン資源の付加価値を向上させる。

輪島塗の海外展開

フランスに輪島の漆を展開し、エルメスのデザイナーなどから高い評価を受ける。「日本のものだから買う」ではなく、文化・歴史・哲学・背景に共感して買ってくれる人が大半。日本文化に紐づけされた家業のストーリーが重要。



出典: http://kirimoto.net/wood_works.html

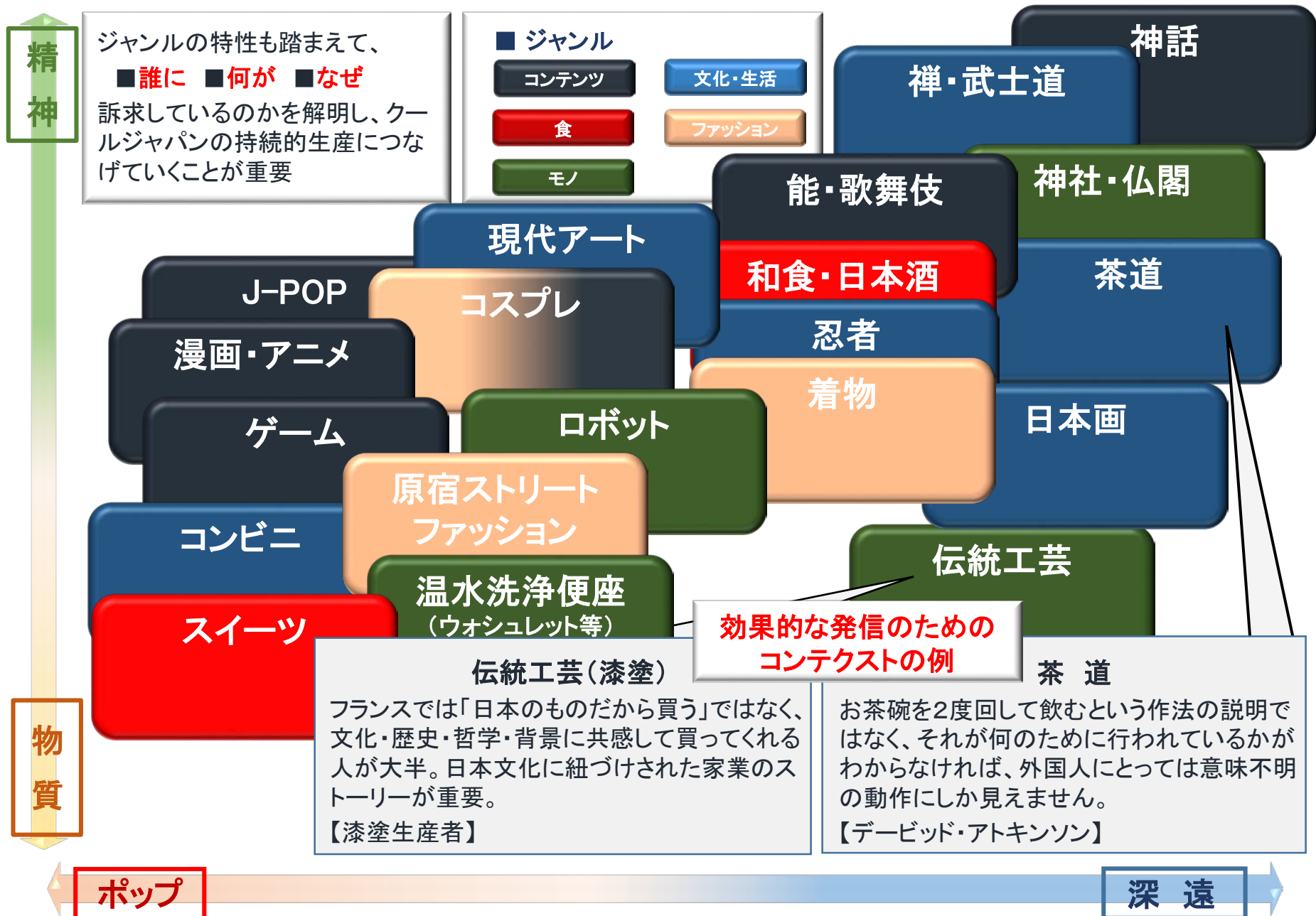
日本酒の魅力の発信

日本ソムリエ協会では、日本酒に特化した認定制度を実施し、日本酒に関する米や水の特性やそれを育んだ風土、製造方法や歴史、食事との相性などなどを説明できる専門家を育成することにより、日本酒の魅力を世界中に発信している。



出典: <https://www.sommelier.jp/>

(2) 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



(3) ストーリー作りの参考となるモデルの一例

(「日本語り抄」(株)編集工学研究所が内閣府委託事業により作成)

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



③



②

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ギャリー(はみゅば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、ツッパリ頭と学ランでキメた。④今治タオルの歌舞伎フェイスマスク。隠取り(おバワフルな隠れけメイク、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。櫛やかんざしを盛りまくる。

④



顔見世は世界の図なり夜寝ぬ人

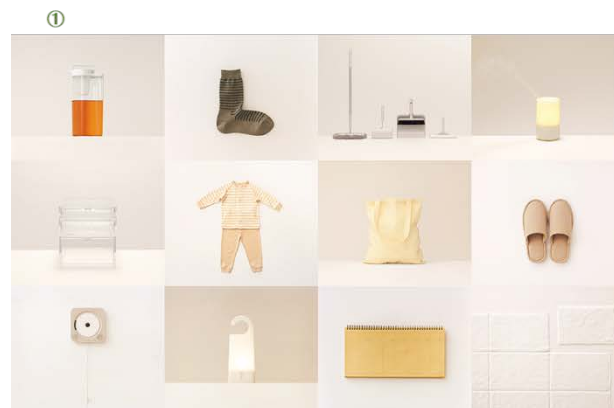
井原西鶴



⑤

wabi

Extreme Japan



①

②



③

黒樂茶碗 秋葉 代官吉左衛門作
其種数「秋葉有佳色 黒樂其美 乳此五養物
後世遺世情 潔光印 吉左 花印」吉左衛門

引き算の
イメージネーション。

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



④

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か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。これは代官吉左衛門の「黒樂茶碗 秋葉」(樂美術館蔵)。④現代美術家・吉岡徳仁によるガラスの茶室「光庵」。⑤日の丸弁当の潔さ。白地に赤丸を愛でたごう。



⑤

(4) 外国人からみた日本への関心（欧米亜の比較）

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%

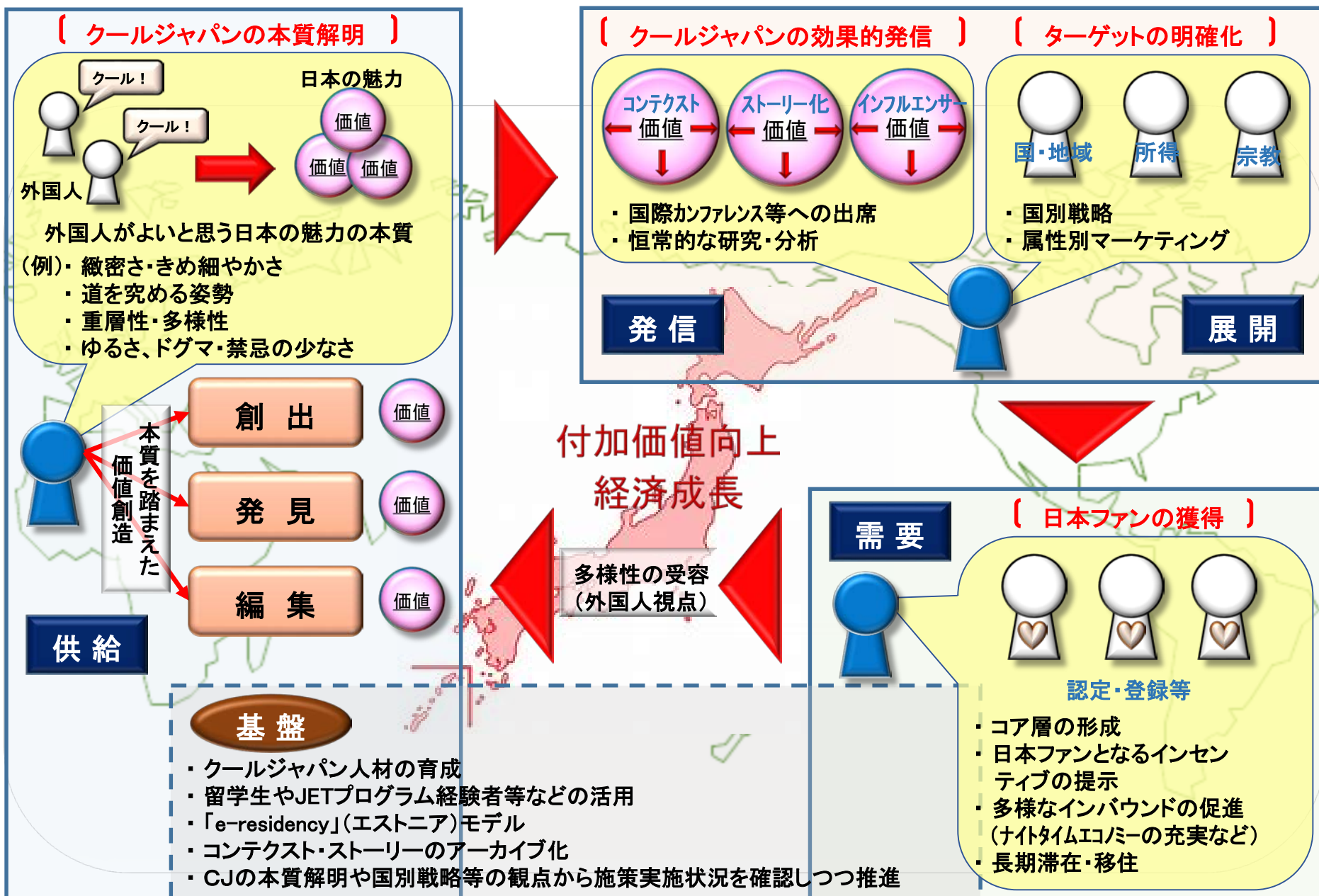
欧州・アジアでは「アニメ・マンガ・ゲーム」が、日本に興味を持った大きなきっかけを占めている。

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。

(5) クールジャパンの再生産 (クールジャパンの本質解明を起点に持続的成長戦略へ)



2018年度は、地域のクールジャパンのストーリー化について高校生のコンテストを実施予定

(6) 日本ファン増加のための取組について

知的財産戦略ビジョン(平成30年6月12日)P.51より抜粋

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。

(中略)

➤ 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。