

日本が誇る生活・文化資源(クールジャパン等)利用」からの
経済底上げ、内需拡大への突破口へ。

総称を“クール・ジャパン” 訴求として――

[新しい技術利用とソフト・コンテンツからなる
民生(生活・文化)商材の開発と普及]

○ オリンピック事業成功へのクールジャパン文化予算の集約と
戦略の統一化。(司令塔としての遠藤五輪相のもとに)

3つのテーマ:

“技術革新と
民生(生活・文化)商材の普及”

“新しい豊かさ追求”

“新しい楽しさ提供”

“ホスピタリティ &
エンターテインメント”

■ 新しいレガシー場づくりに向けて――

- ① 日本が誇るソフト・コンテンツ 及び ライセンスの開発・保護・
販売普及と、国際標準化をめざす。
日本の高付加価値財産のライセンス保護と取引場づくりへの
制度化を進める。
- ② オリンピック選手・関係者を含む、国内外からの来訪者への
“楽しさ提供”を行うことのできる場づくり
- ③ ソフト・コンテンツ・ビジネスへの登龍門機能を持つ
事業場の開設。東京都、国の協力により、民間が開発・運営。

■ “クール・ジャパン” ――“目に見える事業現場”としての具体例

1. クールジャパン資源(アニメ、ゲーム、AI、VR等)を
国内外へ発信する拠点づくり (ライブ拠点含む)
⇒新国立競技場(計画として既導入)核、関連施設へ導入
2. 自動運転システム技術(AI)利用の VR開発と商材普及
⇒新国立競技場のセレモニーへ導入
3. 「ライセンス取引所」、「登龍門機能拠点」