

クールジャパン

COOL JAPAN

清水裕美子

クールジャパンとは？

コンテンツ、ファッション・日本食・住まいをはじめとする衣食住関連商品、観光、サービス、先端テクノロジー、レジャー、地域産品、伝統産品、教育などの分野で、外国人に評価されている商品・サービスを指す。

日本の魅力の付加価値とは？

海外需要の獲得(アウトバウンド)及び日本国内への海外需要の取り込み(インバウンド)につなげる取組を重点的に展開。

日本の強みとは？

- 「かつては「経済大国」や「JAPAN AS NO. 1」など経済力が日本の強みの一つであった。
- 1990年代以降、日本の経済成長率が低迷しています。しかし、訪日観光客が3,000万人に迫る勢い。
- また、日本への留学生数は30万人に迫る勢いで増加。

ハードパワーからソフトパワーへ

- 日本の強みや魅力が「経済力」というハードパワーから「文化力」、「教育力」、「観光力」などのソフトパワーに移行。

具体的には、「アニメ」、「コスプレ」、「キャラクター」などに対して、「かっこいい」とか「COOLだ」などの評価がある。

日本の魅力を探索！

- このような中で日本の新しい魅力を「COOL JAPAN」というテーマの講義の中で探索し、台湾の皆さんや他国の留学生の皆さんと分かち合いたいと思っています。

「COOL JAPAN」の魅力の定義

- 「COOL JAPAN」の魅力を明確に定義することは、台湾で活躍する日系企業のプロモーション戦略にも寄与する可能性がある。
- 産学連携の可能性が高まるかもしれない。

- また、淡江大学の学生の日系企業への就職への道も開けるかもしれない。