

㊦ 国内と海外を繋ぐ

MISSION



日本の本質的な魅力を
発見するために
海外の視点を取り入れる

ACTION

1 海外の視点を持ったパートナーを100人指名する

2 世界で活躍する日本人をアンバサダーに任命する

3 海外からの日本の見え方・期待を理解し可視化する

4 外国人観光客のニーズを分析する

㊦ 国内と海外を繋ぐ

● 日本の本質的な魅力を発見するために海外の視点を取り入れる

ACTION

1 海外の視点を持ったパートナーを100人指名する

海外の視点を持ったパートナーとともにクールジャパンを考えることを通して、海外からの日本への共感を生み出す。

国内外で活躍し影響力ある日本に造詣の深い外国人を、様々な業界から100人選出し、海外からの意見を取り入れられるような体制を作る。日本の強みや魅力を客観的な視点を取り入れて共に考えることで、海外からの日本への共感や反感を知覚し、クールジャパン政策に活かす。



Taken using a Canon PowerShot S90 at the first Students For Liberty European conference at the Katholieke Universiteit Leuven in Leuven, Belgium.
© Gregory Rehmke 2011

ACTION

2 世界で活躍する日本人をアンバサダーに任命する

世界中の様々な業界で活躍する日本人を応援し、彼らを通じた日本の魅力発信を促す。

世界中で活躍する様々な分野の日本人をクールジャパンのアンバサダーに任命し、彼らの活動を応援する。また、彼らの持つ知見を国内に共有し日本の魅力を再発見することや、彼らをハブとした海外との交流を加速させ、様々な領域における海外と日本の関係性を強める。



Facebook Creator's Meet-up(2011年8月29日) © takuhitofujita 2011

㊦ 国内と海外を繋ぐ

● 日本の本質的な魅力を発見するために海外の視点を取り入れる

ACTION

3 海外からの日本の見え方・期待を理解し可視化する

地球視点からの日本への評価と期待を日々学び、改善する。

海外のTV・新聞報道・雑誌のメディア露出・WEBやSNSでの口コミなどの情報ビッグデータを解析し、オンタイムで日本への評価、評判を把握分析することで、そこから得られる学びをもとに、日本のパブリック・イメージの改善を継続的に検討する。



live interview with Deutschlandfunk at Wikimania, User: Elian © Elke Wetzig

ACTION

4 外国人観光客のニーズを分析する

外国人観光客がストレスなく日本を楽しめるように、彼らのニーズを捉える仕組みを持つ。

訪日外国人旅行者に役立つ情報やサービスを提供するためのWi-Fi環境の整備や、彼らの意見を拾い上げられるようなアプリの開発を通して、観光地の外国人動向の把握と対応改善につなげ、日本に対する満足度の向上を図る。



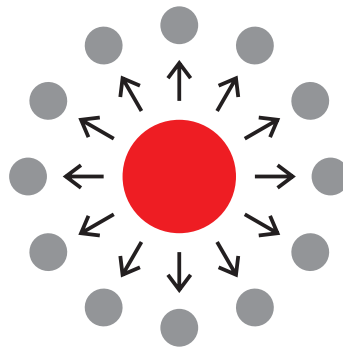
Narita Terminal 2 Arrivals, Japan © David McKelvey 2010

「世界の課題をクリエイティブに解決する日本」
を実現するための3ステップ

STEP



世界に役立つ日本へ



世界に役立つクリエイティビティを持った国として認識されていくために、サステナビリティや調和を大切にする日本古来の哲学を発信共有し、未来の暮らしに必要な哲学と日本古来の哲学の整合を示し、日本の課題と世界の課題を自分ゴト化するためにも課題の可視化と共有を進め、環境問題や少子高齢化など日本が世界に貢献できる産業の推進を通して、具体的な解決策を与える日本を示していく。

MISSION



日本の課題と世界の課題を
自分ゴト化する

ACTION

- 1 日本と世界の課題情報を可視化する
- 2 行政オープンデータを発信し、
行政書類にデザインを取り入れる

MISSION



環境問題や少子高齢化など
日本が世界に貢献できる
産業の推進

ACTION

- 1 課題解決事業とクリエイティブを
マッチングする
- 2 世界に貢献するアイデアの
事業化が起こる環境をつくる
- 3 課題解決ビジネスの海外展開を
促進する

MISSION



サステナビリティや調和を
大切にする日本古来の哲学を
発信共有する

ACTION

- 1 JAPAN LABO を全国各地につくる
- 2 クラフトの国際祭典を日本で開催する
- 3 ジャパンデザインミュージアムをつくる
- 4 子供たちが楽しめる
日本の情操教育を世界に広げる

③ 世界に役立つ日本へ

MISSION



日本の課題と世界の課題を 自分ゴト化する

ACTION

1 日本と世界の課題情報を可視化する

2 行政オープンデータを発信し、行政書類にデザインを取り入れる

㊦ 世界に役立つ日本へ

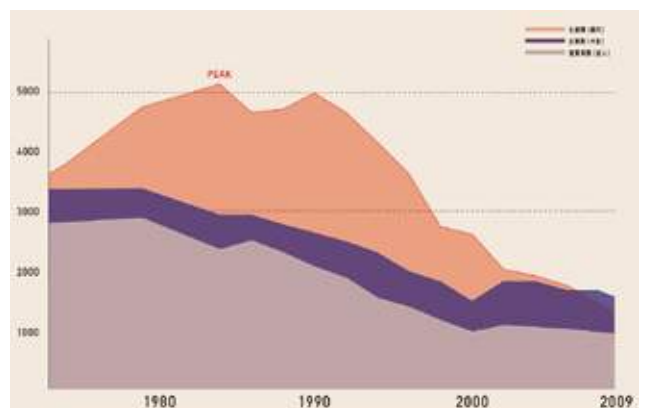
㊦ 日本の課題と世界の課題を自分ゴト化する

ACTION

1 日本と世界の課題情報を可視化する

社会課題のクリエイティブな情報発信において、日本が世界をリードする。

インフォグラフィックやアニメーション等、クリエイティブ産業を活かした情報デザインを取り入れ、日本や世界の抱える課題をわかりやすく可視化する。この活動を通して、日本のクリエイティビティを発信するとともに課題解決に取り組むためのヒントを共有し、日本の課題と世界の課題の整合性を確かめ、また人々の課題への興味や理解を促すことによって、解決への参画性を高める。



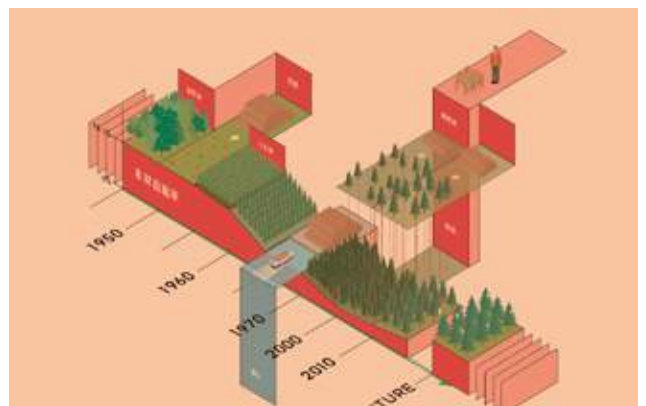
SHIFTING TRADITIONAL CRAFT INDUSTRY © NOSIGNER 2014

ACTION

2 行政オープンデータを発信し、行政書類にデザインを取り入れる

行政が抱えている情報を国内外と共有するため、クリエイティブな情報発信を推進する。

行政情報のオープンデータを世界と共有するためのバイリンガル発信と、行政データの美しい図表を作成しやすくする仕組みをつくることで、日本を含め世界の人々のために日本の情報が役立つ状況を作り、同時にその行政情報の元となるデータを加工しやすい形で公開する。また、行政が発表する書類等にデザインを取り入れることで、書類の直感的理解や情報への興味を高め、行政情報のクリエイティブな発信を推進する。



HISTORY OF FORESTRY IN JAPAN © NOSIGNER 2014

③ 世界に役立つ日本へ

MISSION



環境問題や少子高齢化など 日本が世界に貢献できる 産業の推進

ACTION

1 課題解決事業とクリエイティブをマッチングする

2 世界に貢献するアイデアの事業化が起こる環境をつくる

3 課題解決ビジネスの海外展開を促進する

㊦ 世界に役立つ日本へ

📍 環境問題や少子高齢化など日本が世界に貢献できる産業の推進

ACTION

1 課題解決事業とクリエイティブをマッチングする

課題解決をビジネスとして取り組む日本の事業者が、事業成功に必要なクリエイティビティを得るためのマッチングをする。

エネルギーや高齢化などの社会課題をビジネスとして推進している日本の研究や事業は数多くあるが、それらの活動の中には、良いビジネスモデルを有しているにもかかわらず、広報やブランディング、製品開発におけるユーザー・エクスペリエンスなどのデザインが未熟であるため、世界での影響力のある事例には育っていないものもある。これらの事業を世界から共感される事例に成長させるために、デザイン分野などのクリエイティブと課題解決事業のマッチングを行う。またクリエイティブな課題解決事業に対する助成を通して、世界の課題解決に貢献する事業を推進する。



An electrically powered exoskeleton suit currently in development by Tsukuba University of Japan. © Steve Jurvetson

ACTION

2 世界に貢献するアイデアの事業化が起こる環境をつくる

社会の課題解決に貢献するスタートアップが育ちやすい事業環境を整備する。

社会課題解決のためのクリエイティブなアイデアの事業化や技術の実用化にあたって、初期スタートアップが資金調達や事業に関する支援を受けやすく、また、事業の新陳代謝を高めて起業サイクルを促進し、クリエイティブなスタートアップが生まれやすい好循環を作る。



Embrace Co-founder and President, Products holding an Embrace Nest infant warmer. © Rahul Panicker 2012

㊦ 世界に役立つ日本へ

📍 環境問題や少子高齢化など日本が世界に貢献できる産業の推進

ACTION

3 課題解決ビジネスの海外展開を促進する

「世界の課題をクリエイティブに解決する日本」のイメージ構築に貢献するビジネスの海外展開をサポートする。

世界の課題解決に貢献できる産業に対して、ビジネスの海外展開支援を行う。食、コンテンツ、介護、保育、環境問題等は各国の政策とも密接に関わる分野であり民間単独の取り組みでは限界があるため、国も一体となって政府間対話を進めて交渉に望む。例えば食の安全に関する品質やルールの整備、流通基盤の整備等も促進する。また日本企業と海外の現地法人の連携を阻む税制上の障害の解消等の検討も同時に進める。



20110803-OSEC-LSC-0033 © U.S. Department of Agriculture 2011

③ 世界に役立つ日本へ

MISSION



**サステナビリティや
調和を大切にする
日本古来の哲学を
発信共有する**

ACTION

1 JAPAN LABOを全国各地につくる

2 クラフトの国際祭典を日本で開催する

3 ジャパンデザインミュージアムをつくる

4 子供たちが楽しめる日本の情操教育を世界に広げる

㊦ 世界に役立つ日本へ

① サステナビリティや調和を大切にする日本古来の哲学を発信共有する

ACTION

1 JAPAN LABOを全国各地につくる

地域に残る手しごとを引き継ぎ、進化させる場を準備する。

人々の自発的なものづくりを推進する場を日本各地に作り出すため、3Dプリンターやレーザーカッターなどの先端機材と、ろくろや漆塗りなど日本古来の工芸のための道具をそろえたJAPAN LABOを全国各地に開設し、図書館のように誰もが自由に利用できるようにする。既存のリソースを活かすため、地域の工業技術センターを積極的に外に開くことや、全国に増えている廃校・空き家などを利用し、国民のクリエイティビティ推進と伝統産業の継承の両方を実現する場を生み出す。



Fab Lab - De Waag Society, Amsterdam © Rory Hyde 2009

ACTION

2 クラフトの国際祭典を日本で開催する

日本と世界のクラフツマンシップが交流する国際展を提供し、世界で急速に失われつつある手工芸文化を未来に継承する。

世界中で衰退の危機に瀕する工芸業界を日本が率先して復興すべく、世界中の工芸ブランドや企業を集めた大規模な国際祭典を京都などの都市において実施し、デザインにおけるイタリアのミラノサローネやファッションにおけるフランスのパリコレクションに類するような、クラフト分野の世界規模の祭典に育てる。世界中のデザイナー、バイヤー、アーティストが街中を歩きながら豊かな文化に育まれた工芸の背景を楽しみ、そこでの出会いが異業種の化学反応を誘発し、次世代に工芸を残す世界規模のコミュニティを生み出す。



handwork © Kazuhiko Yoshioka 2013

③ 世界に役立つ日本へ

① サステナビリティや調和を大切にする日本古来の哲学を発信共有する

ACTION

3 ジャパンデザインミュージアムをつくる

日本の知恵に育まれたデザインとその背景の思考を世界に発信し、日本のデザインの地位向上を目指す。

世界中のデザインの目標になるような、日本のデザインとその背景の思想が楽しめるデザインミュージアムをつくる。NYCのMOMAや、パリのポンピドゥーセンターのように新しい文化発信をリードする施設として、デザイン文化の発信、海外クリエイターとの交流を通して日本のデザインのプレゼンスを高める。またマテリアルアーカイブの公開やデザインワークショップを通して日本企業にクリエイティブな思考をもたらし、高い付加価値を持つ製品創造を促す拠点とする。



ACTION

4 子供たちが楽しめる日本の情操教育を世界に広げる

世界に誇る日本人の価値観を広め、日本に対する共感の土壌を築く。

調和やサステナビリティ、助け合いの精神など、世界に誇る日本の美意識等を国内外に伝播し、子供たちが楽しめる物語や教育コンテンツとして世界に発信することで、日本に対する共感の土壌を築くと同時に、日本の思想を世界の課題解決に役立てる。



MuseumofPictureBooks11f © scarletgreen 2006

クールジャパンムーブメント推進会議について



本会議には初代クールジャパン戦略担当大臣である稲田朋美大臣も参加して、9名の委員と総勢34名の各界を代表するゲストスピーカーが加わり、政策の議論の場としては例のない、アイデア集約に適した新しい形式でのブレインストーミングを重ね、参加したメンバーから非常に有益な意見を集約することができたと考えている。本提言は、その会議から見出されたクールジャパンの定義、ミッション、アクションを反映させ、編集したものである。

補足として：クリエイティビティが発揮される会議をつくるために

本会議では、参加者が自由闊達にアイデアを議論できるように新しい議論の形式を工夫した。今後の行政の会議に活かして頂くことができるよう、以下に本会議の方法をまとめておく。

1

多様なメンバーを集め 立場を超えた議論を促す

委員・ゲスト共に、領域や国境を超えた多様な方々にお集まり頂き、それぞれが得意な領域の議論に参加頂くことで、様々なアイデアを集約する場をつくった。

2

会議のコンセプトを 共有する

会議冒頭のガイダンス時に、クールジャパンの「定義」「ミッション」「アクション」についての問いを投げかけ、議論する各々のメンバーに大局的な方向性を共有した。

3

少人数のテーブルで 議論を深める

参加者全員が満足いくまで議論できるよう、1テーマについてのディスカッションは4人以下に限定して行った。尚、領域を横断したメンバーを選定した。

4

1時間毎にグループを シャッフルする

異なる視点を取り入れ、各テーマの議論を深めるため、1時間に一度、テーブルのホストを除いたメンバーをシャッフルした。

5

クールジャパンペーパーに 要点を集約する

各テーブルに設定したテーマを記載した模造紙を配り、参加者が自由に議論の要点を書き込むことで、議論が脱線せず集約されるように工夫した。

6

各テーブルごとに議論を 発表する

クールジャパンペーパーをもとに、議論の集約を各テーブルごとに発表し、具体的なミッションやアクションを提示した。

クールジャパンムーブメント推進会議

| | | |
|----------|--|---|
| 委員 | 太刀川英輔 (コンセプトディレクター) | NOSIGNER株式会社代表取締役 / デザインストラテジスト |
| | 青島美奈子 | 日本政府観光局 海外マーケティング部 欧米豪グループアシスタントマネージャー |
| | 各務 亮 | (株)電通 チーム・クールジャパンメンバー 京都営業局所属 |
| | 篠原ともえ | タレント / アーティスト |
| | 杉山玲子 | (独)日本貿易振興機構 総務部広報課長 |
| | 葉加瀬太郎 | ヴァイオリニスト |
| | 藤原牧季 | (株)海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)投資戦略グループ ヴァイスプレジデント |
| | 古市憲寿 | 東京大学大学院総合文化研究科博士課程 |
| | 吉岡憲彦 | (独)国際交流基金 アジアセンター 文化事業チーム長補佐 |
| ゲストスピーカー | 浅野忠信 | 俳優 |
| | 安藤美姫 | フィギュアスケーター |
| | 織田竜輔 | 学校法人東教育研究団 / 株式会社日本ビジネス出版 |
| | 神山健治 | (株)STEVEN STEVEN / 映画監督 |
| | 川人ゆかり | ローカルキャリアカフェ / 公益財団法人信頼資本財団 フェロ- |
| | 熊野英介 | アマタホールディングス(株) 代表取締役 / 公益財団法人信頼資本財団 理事長 |
| | 来栖けい | 美食の王様 |
| | 桜井博志 | 旭酒造(株) 代表取締役 |
| | 杉山 愛 | 元プロテニスプレイヤー / スポーツキャスター |
| | 関口真希子 | 服飾ブランド matohu 代表取締役 |
| | ゾマホン・ルフィン | ベナン共和国特命全権大使 |
| | 高岡浩三 | ネスレ日本(株) 代表取締役 社長 兼 CEO |
| | 高橋俊宏 | 榎出版社・DiscoverJapan統括編集長 |
| | 鷹野正明 | (株)三越伊勢丹 常務執行役員 営業本部基幹店事業部 伊勢丹新宿本店長 |
| | 田中浩也 | 慶應義塾大学環境情報学部准教授 / FabLab Japan 発起人 |
| | 津田大介 | ジャーナリスト / メディア・アクティビスト |
| | テイト・クリストファー | 新コネクトフリー(株) 代表取締役総合開発責任者兼CEO |
| | 土居輝彦 | (株)ワールドフォトプレス編集局長 モノ・マガジン編集ディレクター |
| | 東儀秀樹 | 雅楽師 |
| | トム・ヴィンセント | オンラインマガジン「PingMag」編集長 |
| | 中島啓介 | (株)TBSテレビ 次世代ビジネス企画室・番組制作プロデューサー |
| | 永田宙郷 | (株)イクス 代表取締役 / プランニングディレクター |
| | 南條史生 | 森美術館館長 |
| | 新浪剛史 | (株)ローソン 取締役会長 |
| | パトリック・ハーラン | タレント(パクンマクン) |
| | 飛鷹全法 | 高野山別格本山三宝院副住職 / 高野山大学総務課長 |
| | 堀畑裕之 | 服飾ブランド matohu デザイナー |
| | 水野大二郎 | 慶應義塾大学環境情報学部専任講師 |
| | 室伏広治 | オリンピック(陸上男子ハンマー投) / ミズノ(株) / 中京大学スポーツ科学部准教授 / 東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会スポーツディレクター |
| | 矢島里佳 | (株)和える(aeru) 代表取締役 |
| | 吉田 眞 | タレント(パクンマクン) |
| | レナータ・ピアッツァ | NPO法人支倉プログラム(Hasekura Program) 代表理事 |
| | ロバート・ハリス | 作家 / DJ |
| | 渡辺雄介 | 脚本家 |
| 政府関係者 | 稲田朋美(クールジャパン戦略担当大臣)、内山俊一、大吉規之、越尾 淳、小林 暁、田川和幸、中西健介、畑野浩朗、林 弘郷、廣重憲嗣、森戸祐紀、横尾英博 | |
| 協力 | 泉 奈々、植田高盛、徳本真弓、中家寿之、並河 進、野上 章、松平義史 | |
| デザイン | NOSIGNER | |