



Japan. Cool Japan.

クールジャパン戦略について

平成29年7月15日（土）

第11回 クールジャパン推進会議 in 和歌山

内閣府知的財産戦略推進事務局

- 1 クールジャパンは、外国人がクールととらえる日本固有の魅力（アニメ、マンガ、ゲーム等のコンテンツ、ファッション、食、伝統文化、デザイン、ロボットや環境技術など）。
- 1 クールジャパン戦略は、クールジャパンの、情報発信、海外への商品・サービス展開、インバウンドの国内消費の各段階をより効果的に展開し、世界の成長を取り込むことで、日本の経済成長につなげるブランド戦略。

クールジャパン戦略の5つの視点

「デザイン視点」で横串を刺す

クールジャパンに係る各種取組について、商品・サービス等の「機能価値」（品質や性能など）に「感性価値」（意匠や質感など）を加えた設計・編集により横串を刺し、魅力を高める。

政策・事業を連携させる

クールジャパンに係る取組みを、官民・業種間の垣根を超えて相互に連携させ、点ではなく面として展開させる。

人材ハブを構築する

クールジャパン関連分野の人材を世界中から日本に引き付けて創造性を集積・高度化し、情報発信するハブの構築が必要。

外国人の視点を取り入れる

クールジャパンの海外への発信・展開にあたり日本ファンの外国人や影響力のある外国人と協働し、外国人の目線で再編集することにより、日本の魅力の受容性を高める。

地方の魅力をプロデュースする

地域のクールジャパン資源を発掘し、日本全体の魅力として海外に訴求できるよう集積・編集（キュレーション）して海外で受け入れられる「商品」となるようプロデュースする。

クールジャパン戦略の推進体制

事務局：内閣府（知財事務局）

官民：クールジャパン官民連携プラットフォーム

異業種連携による新たなビジネスプロジェクトの創出を目的として、マッチングフォーラムや、機運醸成のためのセミナーを開催

メンバー

- ・ 共同会長（3名）
[官] 鶴保 庸介 クールジャパン戦略担当大臣
[民] 川上 量生 カドカワ㈱代表取締役社長
長榮 周作 パナソニック㈱代表取締役会長
- ・ 関係府省・政府関係機関（12名・5機関）
- ・ 民間団体（45団体）
- ・ 民間企業・機関・個人（38企業・機関、25名）

クールジャパン
戦略担当大臣

アドバイザーボード

- プラットフォームの運営等について助言
- 「クールジャパン戦略推進会議」（2015年1～6月）の有識者21名

クールジャパン拠点構築検討会(本年5月最終とりまとめ)
クールジャパン人材育成検討会(本年5月第一次とりまとめ)

民：クールジャパンアンバサダー、地域プロデューサー

- クールジャパン・アンバサダー（現時点：38名）
- 発信力ある日本ファンの外国人などをネットワーク化
- 地域プロデューサー（現時点：33名）
- 専門知識・ノウハウを持つ人材のリスト化

関係府省：

クールジャパン関係府省連絡・連携会議

- クールジャパン戦略に係る取組のフォローアップ、情報共有等を実施
- クールジャパン戦略担当副大臣（議長）、大臣政務官（副議長）、各省局長級

日本産酒類の輸出促進連絡会議

- 日本産酒類の輸出促進に係る取組のフォローアップ、情報共有等を実施
- クールジャパン戦略担当大臣政務官（議長）、各省局長級

総務省：放送コンテンツの海外展開支援等

外務省：在外公館等での日本文化発信等

財務省（国税庁）：日本産酒類の魅力発信等

文科省（文化庁）：文化芸術の振興や海外発信等

農水省：日本食・食文化の普及等

経産省：コンテンツ輸出支援等

国交省（観光庁）：訪日旅行促進に向けた情報発信等

クールジャパン戦略における政府の取組

情報発信

イベントカレンダー
クールジャパンアンバサダー

海外展開

ジェットロによる支援
クールジャパン機構による出資
プロデューサー派遣
クールジャパン地域プロデューサー

インバウンド振興

地域資源の磨き上げ

放送コンテンツ海外展開支援
コンテンツのローカライズ・プロモーション支援
コンテンツフェスティバル開催

国際空港で日本産酒類PR

日本産食材サポーター店

食と農の景勝地
酒蔵開放・酒蔵体験

現代アート出展支援
メディア芸術データベース

日本遺産の拡充
エコツーリズムの推進

在外公館
ジャパン・ハウス

クールジャパン官民連携
プラットフォーム

JNTO（日本政府観光局）
道の駅、海の駅

分野横断

コンテンツ

食

文化等

拠点等

クールジャパン人材育成検討会について

- 産業構造の転換や生産年齢人口の減少等、経済社会の状況が変化中、クールジャパン関連産業が今後も発展し、我が国の経済成長を支えていくためには、クールジャパン産業（コンテンツ、ファッション、デザイン、食、観光等）において必要な人材像を明確化した上で、その育成・獲得に向けて包括的・整合的に検討することが必要。
- クールジャパンの各分野において必要な人材を明確化した上で、教育機関、産業等における人材育成・集積や外国人活用の在り方及び方策について検討を行うため、本年2月に「クールジャパン人材育成検討会」を設置。今後の各府省庁の対応の方向性等について整理し、第一次とりまとめを実施（本年5月）。

クールジャパンの人材育成に関連する政府の動き

学校教育法の一部を改正する法律

事業現場の中核を担う人材の育成を強化するため、高度な職業教育を行う「専門職大学」等の設置

国家戦略特別区域法の改正

国家戦略特区内で、入国管理法の特例として、外国人専門人材の受入を認める

クールジャパンの人材育成に関連する民間の動き

企業・団体、教育機関の取組

教育機関への教材提供や講師派遣等を通じて教育の質を高めるなど、産業界と教育機関が連携して産業側のニーズを踏まえた人材の育成を推進

また、大学の観光学部において、地域の観光資源の有効活用等に関する研究等を通じて、地域プロデュース人材を育成

第一次とりまとめの概要

- クールジャパン産業の発展に必要な人材を、以下の6つに区分し、キャリアチェーンを考慮しながら、それぞれの育成や確保、集積に向けて必要な方策を検討。
 - 「プロデュース人材」 「高度経営人材」 「高度デザイン人材」 「専門人材」 「外国人材」 「地域プロデュース人材」
- 平成31年の新たな高等教育機関（専門職大学等）の設置等も見据え、制度設計にあたっては、産業のニーズを踏まえた、実務家教員の効果的な参画等を提言。
- 外国人材は、単に我が国産業の担い手不足を補う存在ではなく、クールジャパン関連産業の海外展開やインバウンド対応等を進める上で極めて重要な存在であり、高等教育機関卒業後の在留に必要な措置等の検討について提言。

今後の予定

政府構成員等から成る「クールジャパン人材育成政府連絡会」を設置し、第1次とりまとめに係る取組状況等に関連する制度改正の動向等を含めてフォローアップ。

クールジャパン拠点構築検討会について

- ・ クールジャパン拠点の構築や、拠点間の連携を後押しについて検討するため、平成28年5月に検討会を立ち上げ。
- ・ 平成28年度に、関連事業として「クールジャパン拠点連携実証調査」（平成28年度第二次補正予算）、「クールジャパン海外展開のための国別調査」等を実施。
- ・ 本年5月、検討会での議論や上記関連事業を通じて得られた拠点連携に関する方策やノウハウを全国に発信・展開するため、最終報告書をとりとまとめ。

「クールジャパン拠点連携実証調査」における実証プロジェクト一覧（詳細は参考資料を参照）

	事業名	実施主体	実証地域	主要分野	連携の 主な目的
1	アニメのイメージとなった地域を核とした拠点間連携による日本の魅力の一体的・効果的発信	(一社)アニメツーリズム協会	飛騨エリア（飛騨・高山・下呂・白川）、東京	アニメ、マンガ	情報発信
2	ロケ地情報の効果的な集約・発信による海外撮影クルー誘致を通じた地域活性化	(株)Journal Entertainment Tribute	東北地方	映像コンテンツ	情報発信
3	空間デザインの発信による家具・インテリア産業のビジネス力強化	(株)東京デザインセンター	東京、金沢、高山、名古屋	インテリア、建築、デザイン	情報発信 産業創出
4	日本酒と関連分野を組み合わせた海外富裕層向けマーケティングモデルの構築	サイエスト(株)	東京、茨城、長野 等	食文化	情報発信 産業創出
5	ガストロノミーマニフェストに基づく食と周辺産業の連携による、食分野における日本の国際的発信力強化	(株)辻料理教育研究所	大阪、東京、鹿児島、鳥取 等	食文化	情報発信 人材育成
6	技術とデザインを融合させた最先端デザインラボ設置によるクリエイティブ人材創出の加速	東京大学生産技術研究所	東京	デザイン	人材育成 産業創出
7	都市部のクールジャパン人材と地方のクールジャパン資源を活用した地方の魅力の効果的発信	(一社)大丸有環境共生型まちづくり推進協会	東京（大手町・丸の内・有楽町エリア）、新潟	食分野	情報発信 人材育成

クールジャパン拠点構築検討会について

「クールジャパン海外展開のための国別調査」の概要

- ・ クールジャパン拠点が連携して海外展開を目指す場合に、**国別の消費者の嗜好や市場の特性を踏まえた展開**が重要であることから、今後の海外展開先として重要な5か国について調査。
- ・ 今後、海外展開を検討したり本格化しようと考えている事業者に対する手引書としてとりまとめ（委託先：アクセンチュア(株)）
（http://www.cao.go.jp/cool_japan/kaigi/kyoten_koutiku/5/pdf/san-siryou2-1.pdf）

調査概要

(1) 調査国・内容、活用対象者

調査国：

「日本からの輸出額」、「訪日旅行者の支出額」を元に優先すべきタイ、インドネシア、ベトナム、シンガポール、マレーシアの5か国を選定。

調査内容：

- 各国の基本情報（人口、GDP等の経済状況、メディア、流通等の生活スタイル）
- コンテンツ（映画、放送、配信、マンガ等）及び非コンテンツ（食・外食、日本産酒類、日本製品）の嗜好や市場の調査。

活用対象者：

- ・ 海外展開を検討段階、進出初期段階で実績やノウハウが十分でない中小企業等。
- ・ 地域産業の海外進出を後押しする地方自治体。

(2) 調査方法

- ・ 各府省・団体や企業の公表調査、レポート、データ等の関連情報から必要な要素を抽出。
- ・ また嗜好やニーズ等の収集については、現地ヒアリングにて調査を実施。

その他の情報

(3) 各国の比較と参考文献リスト

報告書の中から要点を絞り、各国を比較できるように一覧性のあるかたちで取りまとめ。さらに今回の調査・取りまとめで使用した文献・レポート、WEBサイトをリスト化し参照できるもの。

(4) 活用事例

主な活用対象者である中小企業や地方自治体の具体的な活用例（酒蔵の販路拡大等）をあげて、本調査結果の見方と海外展開方法を参考となるようにしたもの。

(5) クールジャパンに係る窓口

クールジャパン事業に係る各府省や団体の問い合わせ窓口一覧を記載。これから海外展開を目指す事業者等に向け、政府や関係機関等の相談や支援先の連絡先を明確化し、海外展開の推進につなげるもの。

「日本産酒類の輸出促進に向けた課題及び対応方針について」の改定について

国際的な評価を受けているにも関わらず、中小零細な酒蔵が多く十分な海外展開がなされていなかった日本産酒類について、政府をあげて輸出促進に係る取組方針を策定（2014年）。

2020年を見据え、これまでの取組を検証し、さらなる輸出の拡大を図るため、連絡会議において、最新の政府施策等を踏まえ「対応方針」の改定を実施。

クールジャパンの視点も取り入れつつ、2020年に向けた中期的な指針として位置付ける。

「対応方針」6つの視点

有識者・酒類業者等から「課題」の抽出

整理

情報発信の強化

効果的な販路拡大
・市場開拓

人材の育成

品質・ブランド力の向上

輸出環境の整備

インバウンドとの連携

検討

6つの視点から24の「対応方針」を策定

2020年に向けた主な取組例

(1) 国内外の情報発信拠点の活用

在外公館やジャパン・ハウス等の政府関係機関を日本産酒類の情報発信拠点として効果的に活用

(2) 日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）の活用

各国のマーケットを多角的に分析するとともに、重点市場におけるプロモーション戦略を策定し、関係省庁や地方自治体と連携しながら戦略的な輸出サポートを実施

(3) 海外の酒類の専門家や有識者等への啓発

これまでの研修対象者の範囲を拡大して、酒類に関する専門的知識や和食とのマッチング等の研修を実施

(4) 地理的表示制度（GI）の活用促進

制度の改正を踏まえ、官民が連携して海外へ発信すること等により地域のブランド力向上を支援

(5) 酒蔵ツーリズムの推進

酒蔵ツーリズムに取り組む各地域をネットワーク化し、共同プロモーション等の取組を通じて、地域の観光資源と連携した取組を支援

業界団体が策定する輸出戦略とも一体的に運用することにより、日本食の分野において重要な役割を占める日本産酒類のさらなる輸出促進を図る

クールジャパン発信イベントの開催概要（@シンガポール）

シンガポールで開催される東南アジア最大級のアニメイベントである「AFA : Anime Festival Asia」（11月25 - 27日）を活用し、アニメの背景にある日本の地方の魅力や先端技術の発信（B2Cイベント）、海外企業との協働による日本のコンテンツを活用したビジネス組成を後押し（B2Bイベント）することにより、クールジャパン推進による我が国の経済成長実現を推進。（約100の企業が出展し、3日間で約9万5千人が来場）

B2Cイベント

【日時】 2016年11月25（金）～27日（日）

【内容】

AFA来場者向けのステージイベント

鶴保大臣講演、鶴保大臣と高橋智隆氏（ロボットクリエイター）との対談を通じ、アニメを通じた日本の地方の魅力、アニメが先端技術を生み出す創造力の源泉となることをアピール



アニメに関連付いた地方の魅力、先端技術の展示

関係省庁、民間団体等との連携により、アニメを切り口として地方の魅力（アニメ聖地、コンテンツと伝統工芸品とのコラボ商品等）や先端技術（ロボット）をアピール



B2Bイベント

【日時】 2016年11月26日（土）

【内容】

ビジネスセミナー

コンテンツを活用したビジネス展開の事例や、日本映画（深夜食堂）の各国でのリメイク事例、AIの発達によるコミュニケーションツールの展望等を紹介。



参加企業：41社（シンガポール企業16社、日本企業25社）
参加者数：92名
分野：コンテンツ企業、航空会社、食品会社、
旅行会社、コンサル、メディア、投資会社 等

レセプション

シンガポール企業と日本企業とのネットワーキングを促進



日本酒造組合中央会、農水省の協力により、日本酒の魅力発信（鏡割り用のお酒、日本酒紹介映像の提供）

クールジャパン・マッチングフォーラムの開催概要

我が国の魅力あるコンテンツとそれ以外の分野が連携し、一体となって商品・サービスなどの海外展開を進めることを後押しするため、「第1回クールジャパン・マッチングフォーラム」（2月16日）を開催し、異業種連携の先進的なビジネスプロジェクトの表彰【マッチングアワード】、異業種連携によるビジネス組成のための商談会【マッチングメッセ】を実施。
（ 異業種連携でビジネス組成を目指す企業関係者等500名超が参加。 ）

マッチングアワード

【概要】

基調講演「世界に売り込むクールジャパンのマーケティング」
デービット・アトキンソン氏(株)小西美術工藝社社長)
第1回クールジャパン・マッチングアワード表彰式
ネットワーキング交流会

【内容】

コンテンツ等と他分野が連携した取組事例とその効果を広く社会で共有し、こうした活動を奨励・普及・促進することを目的として、日本の魅力を海外に展開する商品やサービスを生み出す先進的な異業種連携プロジェクトを表彰。

(受賞プロジェクト) 詳細は次項

グランプリ : 「『KABUKI LION 獅子王』と『超歌舞伎・今昔饗宴 千本桜』における歌舞伎とテクノロジーの融合」
準グランプリ : 「佐賀県とオランダとのクリエイティブ産業交流」
審査員特別賞 : 「一心堂本舗 デザインフェイスパック」、「攻殻機動隊 REALIZE PROJECT」、「スポGOMI大会の開催」



マッチングメッセ

【概要】

展示・商談
出展者によるステージプレゼンテーション

【内容】

コンテンツ等と他分野の有機的連携による新たなビジネスの組成を目指し、20社の出展事業者が、ブースでの展示を行い、ステージにおいてプレゼンテーションを実施。出展事業者と様々な分野の事業者間で、フォーラム開催時間中に、合計94件の商談を実施。

(出展企業)

(株)アサダーティ・ケイ、(株)朝日新聞社、IKEUCHI ORGANIC(株)、
(株)うぶすな、(株)イチ・アイ・イス、SSS合同会社、(株)インバウンド、
(株)KADOKAWA、(株)Caro、局Anet(株)、(一社)渋谷区観光協会、
(株)ジャパンエフエムネットワーク、(株)テレビ東京コミュニケーションズ、東京電装(株)、
徳永物産(株)、(一社)日本2.5次元ミュージカル協会、(株)ハルコ、(株)響、
FUJIN TREE GROUP、(株)UEIソリューションズ



「クールジャパンセミナー」 / 「平成28年度 総会」 の開催概要

クールジャパンセミナー

【日時】2016年9月2日(金)

【場所】三田共用会議所

【内容】鶴保庸介 クールジャパン戦略担当大臣挨拶
宮本亜門氏 講演

「亜門流 ニッポンを演出する - アートとエンタメの化学反応 - 」

ネットワーキング・名刺交換

クールジャパン推進に向けた政府等の取組紹介

【参加者】118名



鶴保大臣 挨拶



宮本氏 講演



ネットワーキング

平成28年度 総会

【日時】2017年3月10日(金)

【場所】三田共用会議所

【内容】共同会長挨拶、政府代表紹介
beyond2020 文化プログラムの展開について
プレゼンテーション

「COOL JAPAN PROJECT」について

横山 淳 株式会社三越伊勢丹ホールディングス執行役員 海外事業本部海外企画部長

「ビデオゲーム開発人材の育成」について

松原健二 株式会社セガゲームス常務取締役 / 慶應義塾大学大学院特任教授

今期の主な活動報告と来期の活動方針

交流会

【参加者】170名



鶴保大臣 挨拶

「地方版クールジャパン推進会議」について

Ⅰ 地方におけるクールジャパン資源の発掘・発信を目的として、クールジャパン戦略担当政務が、会議開催地域で活躍する民間事業者等と一緒に、海外展開やインバウンドの取組に関する成功事例や課題について議論。

Ⅰ 大分県での第9回会議では、会議での議論を踏まえ、内閣府協力のもと、「大分県クールジャパン推進イニシアティブ」を策定。また、沖縄県での第10回会議では、泡盛ビジネスセミナーを会議前に開催。

	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回
場 所	京都府京都市	愛媛県松山市	石川県加賀市	宮城県仙台市	茨城県つくば市
日 程	H25.12.14(土)	H26.3.22(土)	H26.6.7(土)	H26.10.25(土)	H27.3.21(土)
会 場	宝蔵院書院 	ひめぎんホール 	九谷焼美術館 	仙台国際センター 	サイバーダイン社 
視察等	<ul style="list-style-type: none"> 京都嵐山花灯路 京都国際マンガミュージアム 	<ul style="list-style-type: none"> 今治タオル専門店 柑橘加工品販売店 坂の上の雲ミュージアム 	<ul style="list-style-type: none"> 九谷焼美術館 鴨池観察館 	<ul style="list-style-type: none"> 東北工芸製作所 	<ul style="list-style-type: none"> いばらきクリエイターズハウス
	第6回	第7回	第8回	第9回	第10回
場 所	鳥取県鳥取市	北海道札幌市	徳島県徳島市	大分県別府市	沖縄県
日 程	H27.6.20(土)	H27.8.29(土)	H27.10.11(日)	H28.11.13(日)	H29.3.4(土)
会 場	鳥取砂丘コナン空港国際会館 	北海道博物館 	徳島グランヴィリオホテル 	立命館アジア太平洋大学 	沖縄都ホテル 
視察等	鳥取砂丘コナン空港	<ul style="list-style-type: none"> 株西山製麺 北海道博物館 	<ul style="list-style-type: none"> マチ アソビ 	<ul style="list-style-type: none"> 鉄輪地区 A P U 	<ul style="list-style-type: none"> 泡盛ビジネスセミナーを同時開催

参 考 資 料

- ・クールジャパン拠点連携実証調査におけるプロジェクトの詳細
- ・クールジャパン・アンバサダーの一覧

【実証プロジェクト】アニメのイメージとなった地域を核とした拠点間連携による日本の魅力の一体的・効果的発信

目的

アニメのイメージとなった地域等の連携(地域間連携)や、アニメのイメージとなった地域内における様々な分野の拠点同士の連携(地域内連携)により、アニメを核として日本の魅力を一体的に発信し、地域活性化やインバウンドへの波及につなげる。

プロジェクト概要

モニターツアーの実施

台湾、香港、中国、マレーシア、タイからインフルエンサーやアニメファンを招へいし、アニメ映画「君の名は。」の一部として登場した岐阜県飛騨地方と東京の様々な拠点を巡るモニターツアーを実施。

タイ (1/24~28)、マレーシア、香港 (2/14~18)、
中国 (2/21~25)、台湾 (2/28~3/4)

シンポジウムの実施 (3/3)

業界関係者や地方自治体等を対象とするシンポジウムを実施。台湾のインフルエンサーを招へいし、有識者や地方自治体等と交え、アニメツーリズム実施にあたっての課題や拠点連携の在り方等を議論。

【地域間連携】全国のアニメ拠点同士の連携



【地域内連携】アニメ拠点を核とする地域内の拠点同士の連携



拠点関係者(自治体、権利者、地域産業、住民等)の連携促進に資する方策を検討

インフルエンサーの発信効果や嗜好の違いを分析し、地域経済の活性化に資する拠点連携の在り方を検証

ノウハウの横展開を通じた訪日外国人旅行者等の地方への誘客拡大により、地域経済を活性化

【実証プロジェクト】ロケ地情報の効果的な集約・発信による海外撮影クルー誘致を通じた地域活性化

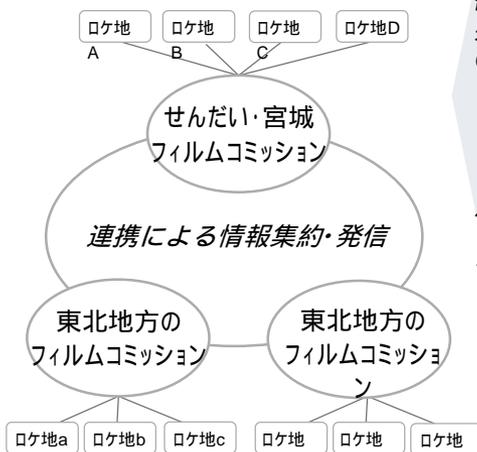
目的

フィルムコミッションや地域の関係者・拠点等が連携し、海外のコンテンツ制作者のニーズに即した形でロケ地情報を集約したデータベースを構築・発信することにより海外撮影クルーの日本でのロケ誘致を促進し、制作した作品の海外における上映・放送等を通じた地域産品の海外販路拡大やインバウンドへの波及につなげる。

プロジェクト概要

制作者ニーズに即した東北地方のロケ地情報集約

東北地方のフィルムコミッションが所有するロケ地情報を集約し、ロケ地決定を容易にするような形で整理・分類したデータベースを構築(3/3よりウェブサイトを立ち上げ)。



取組結果のフィードバック

海外の映像制作会社とのロケ実施

タイの映像制作会社と共同で、東北地方でのロケを実施し、情報番組を制作。タイ最大手の地上波放送局(Ch.3)が、1/31に地上波で放送後、youtube上の公式ページにアップ。



海外プロデューサー等を招へいたシンポジウム実施

タイの有名プロデューサーを招へいし、有識者等を交え、今後の継続的ロケ誘致活動の在り方について議論。(2/2 @仙台、2/3 @東京で開催)

海外撮影クルーの誘致効果や海外への訴求力の高い、ロケ地間やロケ地の産業間の連携の在り方を検証

ロケ誘致の促進と、地域産品の海外販路拡大・外国人旅行者誘致への波及

【実証プロジェクト】空間デザインの発信による家具・インテリア産業のビジネス力強化

目的

建築・インテリア系デザイン諸団体が協働して、日本の家具・インテリア等の魅力を「空間デザイン」という形で発信するとともに、それに興味を持った海外バイヤー等とのビジネス組成を効果的に進めるために全国の空間デザインに関連する拠点の連携を深化させることにより、建築やインテリアに関心の高い外国人の訪日促進や、インテリアを構成する家具や内装等の輸出拡大につなげる。

プロジェクト概要

日本の家具・インテリア等を含む空間デザインの発信

国内商業施設等(ホテル、レストラン、ショップ等)の空間デザインを集約したウェブサイト(日・英・中)を立ち上げ(2/16~)



日本のインテリアを構成する家具や内装に興味を持った海外バイヤーとのビジネス組成を円滑に進めるために拠点のネットワークを構築

視察・商談ツアーの実施(2/20~24)

アメリカ、イギリス、中国、台湾のメディアやバイヤー等を招へいし、全国の空間デザイン関連拠点を巡る視察・商談ツアーを実施。



メディアの発信効果やバイヤーの取引動向を分析し、外国人への訴求力の高い情報発信方法やビジネスに直結する拠点連携の在り方を検証

空間デザインに関心の高い外国人の訪日促進、家具・インテリア等の輸出拡大

【実証プロジェクト】日本酒と関連分野を組み合わせた海外富裕層向けマーケティングモデルの構築

目的

日本酒の生産者や流通業者、小売業者、さらには酒器等の関連分野が相互に連携し、海外富裕層への影響力が大きいインフルエンサーに対して日本酒や関連するクールジャパン資源の魅力を分野横断的・一体的に発信して販路拡大を図る「海外富裕層向けマーケティングモデル」を確立することにより、日本酒等の輸出拡大につなげる。

プロジェクト概要

視察・商談ツアーやシンポジウムの実施 (2 / 5 9)

- ・日本酒の消費量が多く、今後の発展性が見込めるアメリカと香港の富裕層への影響力が大きいインフルエンサーを招へいし、「日本酒を嗜む空間」をテーマとする視察・商談ツアーを実施。
- ・ツアーにあわせ、長野県において、県内の酒蔵関係者等を対象に、招へい者をパネリストとするシンポジウムを開催。

(招へいしたインフルエンサー)



ロブ・シンスキー
米国の名門ワイナリーオーナー



マリア・シンスキー
ワイナリー経営に携わるとともに、料理研究家としても有名



ダナ・コーウィン
NYのレストランChiefs Clubのクリエイティブ・ディレクター



ジャック・謝
ザ・ペニンシュラホテル香港の日本食レストラン「今佐」のジェネラルマネージャー

日本酒を嗜む空間の提示



日本の酒情報館



須藤本家

国内拠点の連携



はせがわ酒店



松葉屋本店



榎一 市村酒造場 岡崎酒造

インフルエンサーの発信効果やバイヤーの取引動向を分析し、訴求効果の高い拠点連携の在り方を検証

海外富裕層への訴求効果の高い国内拠点のネットワーク化により日本酒等の輸出拡大

【実証プロジェクト】ガストロノミーマニフェストに基づく食と周辺産業の連携による、食分野における日本の発信力強化

目的

料理人、農業、観光、教育、自治体等の関係者・拠点が連携し、日本の食の未来ビジョン(行動規範)となる「ガストロノミーマニフェスト」を策定するとともに、マニフェストに基づいて日本の食の発信・展開等に取り組むことにより、食分野における日本の国際的発信力・展開力の強化につなげる。

持続可能な食文化産業の在り方に関する宣言。特に欧州を中心に、料理人や生産者、研究者等が連携し、マニフェストに掲げられた理念(料理の中に季節感を反映、伝統食材の新しい価値探求等)を全世界の消費者に向けて発信する活動が活発化。

プロジェクト概要

海外有識者等を招へいしたシンポジウムの実施

・地方自治体や有識者(日本ジビエ振興協議会)、教育機関等を交え、地方におけるガストロノミーマニフェストの有用性を議論(1/21)。

・ガストロノミーに造詣の深い海外有識者を招へいし、山形県(2/20)と東京(2/23)においてシンポジウムを開催。日本の食文化の強みなどを議論。

山形県では、ガブリエラ・モリーニ イタリア食科学大学准教授を招へい。

東京では、同准教授に加え、グレッグ・ドレーシャー The Culinary Institute of America 副学長を招へい。

産業界や地方との連携強化に向けた調査

マニフェストの策定・活用に係る観光事業者や教育機関との連携強化を目的としたヒアリング調査を実施。

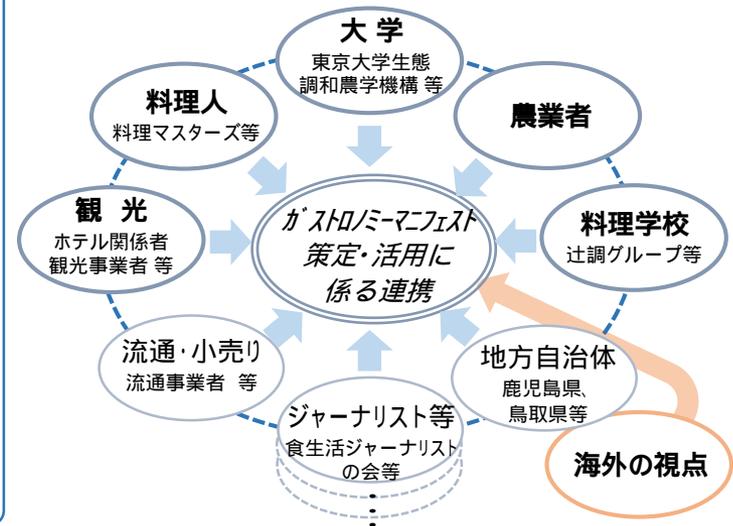
地方・コミュニティ
視点のインプット

国際視点のインプット

産業界等の視点の
インプット

マニフェスト策定部会の開催

様々な分野の関係者を巻き込み、ガストロノミーマニフェストを策定・マニフェストの効果的な活用方法を確立。



マニフェスト策定を通じ、料理人・農業者・内外の学校関係者等による日本の食文化の効果的な発信・展開に資する連携の在り方を検証

食分野における日本の国際的発信力・展開力の強化

【実証プロジェクト】技術とデザインを融合させた最先端デザインラボ設置によるクリエイティブ人材創出の加速

目的

世界最先端のデザイン教育機関と国内の技術研究機関とが連携してデザインラボを設置した上で、デザインラボにおいて、国内外の優秀な人材を誘致してデザイン性・機能性の双方に優れた製品等のプロトタイプ作製に取り組むとともに、そこで得られた成果や手法を広く発信・浸透させるために国内の企業や教育機関等との連携を深めることにより、日本におけるクリエイティブ人材創出を加速させる。

プロジェクト概要

マイクロラボでのデザインプロジェクト実施

英国ロイヤル・カレッジ・オブ・アート¹と東京大学生産技術研究所²のメンバーから構成されるスモールチームにより、デザイナーと技術者が協働して少子高齢化やエネルギー等の諸問題に対する解決策を提示するデザインプロジェクトを実施。

- 1) ロンドンにある修士号と博士号を授与する世界で唯一の美術・デザイン系大学院大学
- 2) 工学の幅広い分野をカバーする東京大学の附置研究所

カンファレンスによる産官学ネットワーク構築

マイクロラボの成果発表を行うカンファレンスを実施（2/28）し、産官学のネットワークを構築。

ワークショップを通じたデザインエンジニアリングの普及

デザインエンジニアリングの社会への普及を目的とする一般向けのワークショップを実施（2/17）。



内外の先進的な教育機関同士の連携によるデザインとエンジニアリングの相乗効果を発揮できる人材育成方法を検討
企業にとって有用なクリエイティブ人材の育成に資する拠点間連携の在り方を検証

デザイン性と技術性を合わせもつ商品・サービスを創出できる人材の育成を加速

【実証プロジェクト】都市部のクールジャパン人材と地方のクールジャパン資源を活用した地方の魅力の効果的発信

目的

都心において、外国語が堪能な都市部の人材を、地方の魅力をツアーを通じ深く伝えることのできるクールジャパン人材として育成するとともに、地方のクールジャパン拠点に関する情報発信を行う。こうした人材育成や情報発信を行う都市部の拠点と、地方のクールジャパン拠点のネットワーク構築を進めることにより、外国人に対して地方の魅力を効果的に訴求するシステム構築につなげる。

プロジェクト概要

地域ナビゲータースクールの開講

「大丸有」(大手町・丸の内・有楽町)エリアにおいて、外国語が堪能な人材に対し、地方のクールジャパン資源を国内外の人に深く伝えることができるようにするための教育を実施(2/1~3/1までに計4回のプログラムを実施)。

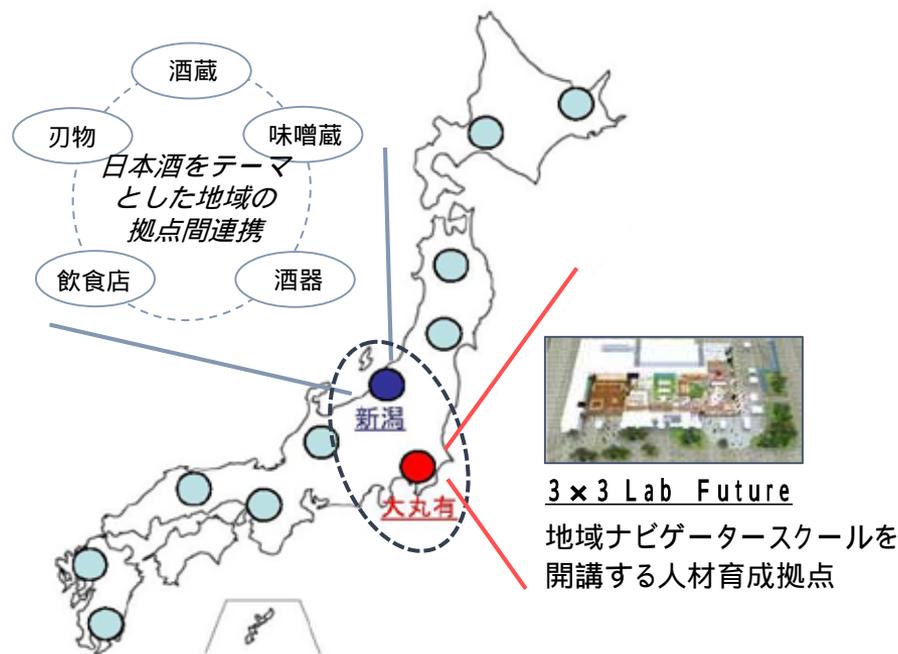
都市部在住の留学・海外居住経験のある人や、日本在留歴の長い外国人等が受講対象。

今後、受講者を「ニッポンナビゲーター」として登録し、リスト化することも検討

ナビゲーター活用

ナビゲーターを活用したツアー実施

ナビゲータースクールの一環として、日本酒をテーマとする丸の内ツアー(2/15、16)と新潟ツアー(2/25-26)を実施。



都市部の人材を活用し、外国人に対して地方の魅力を効果的に訴求するシステム構築に向けた方策を検討

都市部のクールジャパン人材と地方のクールジャパン資源を活用した地方の魅力発信

クールジャパン・アンバサダー (H29.3現在)

	名前 (敬称略)	肩書き	出身	居住地		分野
				国	都市	
1	クリス アシュトン	William Reed Business Media 社 イベントダイレクター	英国	英国	ロンドン	食・日本酒
2	風戸 正義	(一社) 国際すし知識認証協会 代表理事	日本	日本	千葉	食
3	桐谷 エリザベス	ジャーナリスト	米国	米国	ボストン	文化
4	熊倉 功夫	静岡文化芸術大学 学長 / (一社) 和食文化国民会議 代表理事 / 会長	日本	日本	京都	食
5	小池 信也	レストラン酒蔵阿吽 共同経営者兼総料理長	日本	ブラジル	サンパウロ	食
6	小林 金二	北京葎善飲食有限公司 副総経理 / 総料理長	日本	中国	北京	食
7	ジョン ゴントナー	Sake World Inc 社 代表取締役	米国	日本	神奈川	食
8	ミーシャ ジャネット	ファッションジャーナリスト、スタイリスト、ブロガー	米国	日本	東京	ファッション
9	末次 庸介	のんべえ大学 店主	日本	ベルギー	ブリュッセル	食
10	アンア ステファニアク	東京藝術大学 博士課程	ポーランド	日本	取手	デザイン・芸術
11	田中 伸二	TANAKA オーナーシェフ	日本	スイス	ベルン	食
12	田村 隆	つきぢ田村 三代目	日本	日本	東京	食
13	陳 海騰	東和(株) 代表取締役社長	中国	日本	東京	観光・文化
14	辻 芳樹	学校法人辻料理学館 理事長 / 辻調理師専門学校 校長	日本	日本	大阪	食
15	ファビアーニ ディレッタ	音楽ジャーナリスト / 早稲田大学大学院 博士課程	イタリア	日本	東京	音楽
16	長島 博	東京エアポートレストラン取締役執行役員 / 総料理長	日本	日本	東京	食
17	ニール ハートマン	IAC社 ダイレクター / 社長	米国	日本	札幌	メディア
18	服部 幸應	学校法人服部学園 理事長	日本	日本	東京	文化
19	浜 哲郎	Jem Ltd 会長 / So Restaurant オーナー / Sozai Cooking School オーナー / Japanese Culinary Academy UK 理事長 ジャパン・ソサエティ 理事	日本	英国	ロンドン	食
20	グレブ バルトロメウス	木屋旅館 セールス&マーケティングマネージャー	ポーランド / ドイツ	日本	宇和島	文化・観光
21	マーティン バロウ	茶道裏千家淡交会英国協会 名誉会長 ジャパン・ソサエティ 前副会長	英国	英国	ロンドン	観光

クールジャパン・アンバサダー (H29.3現在)

	名前(敬称略)	肩書き	出身	居住地		分野
				国	都市	
22	フランチェスコ フィオレ	Axxe社 代表取締役社長	イタリア	英国	ロンドン	文化
23	深澤 宗昭	レストランフジ オーナーシェフ	日本	ペルー	リマ	食
24	ベンジャミン ボアズ	翻訳家、作家、慶應義塾大学 訪問研究員 (一社) 中野区観光協会 観光大使	米国	日本	東京中野区	観光
25	エドガル サンティアゴ ペラエズ マザリエゴス	早稲田大学大学院 博士課程	メキシコ	日本	東京	観光
26	松 秀二郎	JPN Mart社 代表取締役社長	日本	英国	ロサンゼルス	食
27	三宅 洋子	公益社団法人日本料理研究会 会長	日本	日本	東京	文化
28	ダルシャン ムニダーサ	日本ばしレストラン オーナーシェフ	日本/スリ Lanka	スリ Lanka	コロンボ	食
29	村田 吉弘	菊乃井 主人	日本	日本	京都	食
30	ロッセッラ メネガッツ	国立ミラノ大学 准教授	イタリア	イタリア	ミラノ	芸術・デザイン・ ファッション
31	毛 丹青	神戸国際大学 教授	中国	日本	神戸	文化
32	山本 晴久	(株)デンバー豆腐 創設者/前社長	日本	米国	デンバー	食
33	スティーブン ライマン	日本酒造組合中央会 ニューヨークサポートデスク	米国	米国	ニューヨーク	食・日本酒
34	李 容淑	関西国際大学 客員教授/学長特別補佐	韓国	日本	大阪	観光
35	アンドリュー リード	William Reed Business Media 社 イベント&エクシビジョン マネージング・ダイレクター	英国	英国	ロンドン	食・日本酒
36	ジョージ リム	プロデューサー/観光コンサルタント	シンガポール	シンガポール	シンガポール	観光
37	ティファニー リム	ライター	フィリピン	日本	東京	マンガ・アニメ
38	ポール クリスティー	Walk Japan CEO	英国	日本	大分	観光
39	ミゲール ダルーズ	沖縄伝統空手総合案内ビューロー 事務局長	フランス	日本	沖縄	スポーツ(空手)
40	クリストファー ベレグリニ	俳優、焼酎唎酒師	米国	日本	東京	食・焼酎
41	ジャスティン ポッツ	株式会社Umari 国際ビジネス開発ディレクター	米国	日本	東京	観光