

High performance. Delivered.

クールジャパン拠点構築検討のための調査・検討

2016 / 10 / 14 中間報告

目次

1. 本調査の目的・対象拠点

2. 全国の30か所のクールジャパン拠点に関する実態把握

本調査の目的

クールジャパン拠点構築検討会における議論に活用するために、以下の事項について検討材料となる資料をご報告。

全国の30か所のクールジャパン拠点の調査

成功している拠点に共通する取組
及び各拠点が抱える主要課題の分析

調査対象拠点

様々な地域、機能、種別、分野におけるクールジャパン拠点を抽出。

北海道・東北

ねぶたの家 ワ・ラッセ
遠野ふるさと村・遠野伝承園

中部

燕三条地場産業振興センター
金沢21世紀美術館
国際デザインセンター
トヨタ博物館

関西

東映太秦映画村
京都国際マンガミュージアム
ナレッジキャピタル
白鶴酒造資料館
高野山周辺宿坊群

九州・沖縄

ハウステンボス
沖縄美ら海水族館・首里城

北海道・東北

中部

関西

中国・四国

九州・沖縄

関東

さいたま市大宮盆栽美術館
安藤百福発明記念館
大田市場
日本科学未来館
歌舞伎座ギャラリー
KAWAII MONSTER CAFÉ
新宿・三越伊勢丹
デジタルハリウッド大学
伝統工芸青山スクエア
FabCafe Tokyo
文化学園服飾博物館
三鷹市立アニメーション美術館
森美術館

中国・四国

青山剛昌ふるさと館
足立美術館
山口情報芸術センター
ベネッセアートサイト直島

調査対象拠点の概要 1/3

#	名称	運営者	所在地	カテゴリ		概要説明
				施設種別	分野	
1	ねぶたの家 ワ・ラッセ	公益社団青森 観光コンベンション協会	青森	観光・娯楽	地域・ 伝統文化	JR青森駅に隣接する伝統芸能「ねぶた」の伝承を目的にした観光施設。ねぶたの歴史魅力を伝えるプログラムの通年開催、海外へのPR活動、後継者育成事業などを実施。
2	遠野伝承園	社団法人遠野 ふるさと公社	岩手	観光・娯楽	地域・ 伝統文化	遠野地方の伝統的な農家の生活様式を再現した施設。古くからの伝承行事、昔話、民芸品の製作体験プログラムなどを提供。
3	燕三条地場産業 振興センター	燕三条地場産業育成 センター	新潟	商業	地域・ 伝統文化	新潟県燕市三条市の地場産業である鍛冶産業の振興を目的にした拠点。海外見本市への出展、後継者育成プログラム、製作体験プログラム、名産品販売などを実施。
4	さいたま市大宮盆栽 美術館	さいたま市大宮盆栽 美術館運営委員会	埼玉	美術/博物館	地域・ 伝統文化	さいたま市の伝統産業である盆栽をPRする美術館。著名な盆栽、盆栽に関わる美術品、歴史民俗資料などの展示、グッズ販売を実施。
5	安藤百福発明 記念館	日清食品ホールディングス・ 公益財団法人安藤 スポーツ食文化振興財団	神奈川	美術/博物館	食	通称「カップヌードルミュージアム」。安藤百福氏の掲げる理念「クリエイティブシンキング」を伝えるための様々な展示、オリジナルカップヌードル作りなどの体験型プログラムを提供。
6	大田市場	東京都	東京	観光・娯楽	食	関東の青果卸売市場の中心的な拠点。青果部、花き部の取引量は全国で最大規模を誇る。
7	日本科学未来館	国立研究開発法人 科学技術振興機構	東京	美術/博物館	技術・IT	日本の先端科学技術を分かりやすく楽しみながら学べる拠点。常設展示や特別展示、トークセッション、実験教室、ウェブや出版物、映像など多彩な方法と切り口でコンテンツを提供。
8	歌舞伎座ギャラリー	(株)松竹	東京	観光・娯楽	観光	日本の伝統芸能である歌舞伎をPRする拠点。歌舞伎座に併設された複合文化拠点「歌舞伎座タワー」5階に位置しており、実際の歌舞伎の公演で使われる衣装や道具などを展示。
9	KAWAII MONSTER CAFE HARAJUKU	(株)ダイヤモンドダイニング	東京	商業	コンテンツ・ アート	「原宿カワイイ文化」を再現したコンセプトカフェ。「まだ誰も見たことがない新しいTOKYO」をテーマに増田セバスチャンが一貫してプロデュースした内装、メニュー、コスチュームが特徴。
10	新宿・三越伊勢丹	三越伊勢丹ホール ディングス	東京	商業	観光	日本を代表する老舗百貨店伊勢丹の中心的な店舗。「世界最高のファッションミュージアム」を理念として掲げ、国内他店舗、他百貨店との独自性を意識した取り組みを実施。

* 複数カテゴリにあてはまる拠点については、代表的なカテゴリを一つのみ記載

調査対象拠点の概要 2/3

#	名称	運営者	所在地	カテゴリ		概要説明
				施設種別	分野	
11	デジタルハリウッド大学	デジタルハリウッド(株)	東京	教育	技術・IT	デジタルコンテンツ領域（映像、3DCG、アニメ、ゲームプログラミングなど）に特化した大学、大学院。現役クリエイターを講師に迎えた実践的なカリキュラム、産学連携プログラムを提供
12	伝統工芸青山スクエア	伝統的工芸品産業振興協会	東京	商業	地域・伝統文化	全国の伝統的工芸品の展示販売の拠点。作品の製作工程歴史の紹介の他、免税店も併設。
13	FabCafe	(株)ロフトワーク	東京	商業	技術・IT	UVプリンターやレーザーカッターを用いたものづくりが出来る拠点。ドリンク&フード販売、デジタル工作機械の提供製作、イベント&ワークショップ開催、グッズ販売を実施
14	文化学園服飾博物館	学校法人文化学園	東京	美術/博物館	コンテンツ・アート	“衣”を通して日本と世界の文化を発信する博物館。学術研究資料の目的で収集された衣服や染織品を展示。
15	三鷹市立アニメーション美術館	公益財団法人徳間記念アニメーション文化財団	東京	美術/博物館	コンテンツ・アート	通称「三鷹の森ジブリ美術館」。国民的人気アニメーション会社「スタジオジブリ」の作品にまつわる数多くの原画、模型、関連資料を展示。
16	森美術館	森美術館 森ビル(株)	東京	美術/博物館	コンテンツ・アート	「現代性」と「国際性」を理念に国内外の現代アートを扱う美術館。「Art&Life」をモットーに様々な展示、教育プログラム、地域連携の取組を実施。海外美術館とのネットワークも保有。
17	金沢21世紀美術館	財団法人 金沢芸術創造財団	石川	美術/博物館	コンテンツ・アート	現代美術～金沢の伝統工芸まで幅広く扱う美術館。地元市民のための無料公共プログラム、子ども向けの教育プログラムなどを開催。国内の他現代美術館とのネットワークも形成
18	国際デザインセンター	(株)国際デザインセンター	愛知	美術/博物館	コンテンツ・アート	デザインの創造支援拠点として市県企業の出資により設立。日本初の本格的な総合デザインセンターとしてホール、デザインギャラリー、企業育成施設、デザインラボなどを併設。
19	トヨタ博物館	トヨタ自動車(株)・ (株)トヨタエンタプライズ	愛知	美術/博物館	技術・IT	自動車の誕生以来の歴史、車の実機を展示する博物館。広く社会に役立てたいとの思いから企業の垣根を超えて国内外の様々なメーカーの車約160台を展示。
20	東映太秦映画村	(株)東映京都スタジオ	京都	観光・娯楽	観光	東映アニメキャラクターの忍者体験や変身体験のイベントが楽しめる体験型テーマパーク。市、教育機関、民間企業と連携した映画産業の若手人材育成プログラムも提供。

* 複数カテゴリにあてはまる拠点については、代表的なカテゴリを一つのみ記載

調査対象拠点の概要 3/3

#	名称	運営者	所在地	カテゴリ		概要説明
				施設種別	分野	
21	京都国際マンガミュージアム	京都市・京都精華大学	京都	美術/博物館	コンテンツ・アート	京都市と京都精華大学による日本初&最大のマンガ博物館図書館。約30万点のマンガ資料を所蔵し、そのうち5万冊を自由に読むことが可能。
22	ナレッジキャピタル	一般社団法人ナレッジキャピタル(株)KMO	大阪	商業	技術・IT	グランフロント大阪内に設置された産官学間でのビジネス創出、ベンチャー企業支援のための拠点。ベンチャー企業の商品展示販売、会員制サロン、マッチングイベントなどを実施。
23	白鶴酒造資料館	(株)白鶴	兵庫	美術/博物館	食	日本酒の歴史や体験プログラムを提供する拠点。実際に用いられた道具や昔の酒造りの工程を実物大で再現した展示、酒造り、きき酒体験プログラム、日本酒、酒器などの販売も実施。
24	高野山周辺宿坊群	高野山真言宗 総本山金剛峯寺	和歌山	観光・娯楽	観光	真言宗の総本山、及び、宿坊（仏教寺院などで僧侶や参拝者のために作られた宿泊施設）の中心的拠点。真言密教の伝統を伝えるために昔とほぼ変わらない宿泊プログラムを提供。
25	青山剛昌ふるさと館	北栄町 (監修:小学館集英社 プロダクション)	鳥取	美術/博物館	コンテンツ・アート	『名探偵コナン』の原作者として知られる青山剛昌の資料館。作者の幼少期の思い出の品や生い立ち、仕事場の再現スペースなどを展示。
26	足立美術館	公益財団法人 足立美術館	島根	美術/博物館	地域・ 伝統文化	横山大観らによる日本画、自然環境と調和した1万3千坪の日本庭園が特徴の美術館。アメリカの日本庭園専門誌で12年連続で1位に選出されており海外でも高評価。
27	山口情報芸術センター (YCAM)	山口市文化振興財団	山口	美術/博物館	コンテンツ・ アート	展示スペース、劇場、ミニシアター、図書館を併設する複合文化施設。最先端技術を用いた新しい表現の探求を軸に展覧会や公演、映画上映、子ども向けのワークショップなどを提供。
28	ベネッセアートサイト直島	ベネッセHD・ 公益財団法人福武財団	香川	美術/博物館	コンテンツ・ アート	直島、豊島、犬島を舞台に自然と調和したアート作品がランダムに存在する拠点。各島の自然や地域の建築物の中に作品が併存しており、街全体とアートが一体となった空間を提供。
29	ハウステンボス	ハウステンボス(株)	長崎	商業	観光	オランダの街並みを模した敷地内でテーマパークやホテルを運営。エンターテインメント領域に留まらない成長性が高い領域の企業、ベンチャー企業と提携したプログラムを企画提供。
30	沖縄美ら海水族館・ 首里城	一般財団法人 沖縄美ら島財団	沖縄	観光・娯楽	観光	水族館、及び、世界遺産を同一敷地内で管理運営。リピート率向上のため常に新しいイベント企画や展示プログラムを企画提供。

* 複数カテゴリにあてはまる拠点については、代表的なカテゴリを一つのみ記載

成功している拠点に共通する取り組み（全体サマリ）

情報発信

情報の受け手であるユーザ中心のコンテンツづくり・発信

- A) ターゲット像の明確化 & 発信方法の最適化
- B) 外国人スタッフが日本文化の良さを発掘・発信
- C) ユーザー巻き込み型で思わず共有・拡散したくなる仕掛け
- D) 誰でも直感的に理解出来、拡散しやすい写真・動画などを多用

人材育成 ・ 産業創出

拠点のハブ機能を活用した産官学連携の調整・促進

- A) 教育・実戦・就業化まで繋がるスキーム
- B) 自治体・官公庁を巻き込んだ取り組み
- C) 産・官・学を繋ぐハブ機能となる

地域連携

地域づくりの大方針のなかに拠点の機能を位置付け

- A) 地域づくり戦略におけるシンボルとして拠点を位置づけ
- B) 現実感のある課題を把握し、具体的かつ実行性のある取組を実施

成功している拠点に共通する取り組み

情報発信

情報の受け手であるユーザ中心のコンテンツづくり・発信

A) ターゲット像の明確化 & 発信方法の最適化

- 自拠点のメインターゲットを設定
例：親子、中国人

- 日本カルチャーを好む訪日インバウンド客をメインターゲットに設定
- 情報発信は原則 日・英の2言語、写真中心で言語に依存しにくいコミュニケーション手段に力を入れる

※ 主に商業施設系の拠点など

B) 外国人スタッフが日本文化の良さを発掘・発信

- 情報の受け手である各国外国人の拠点スタッフへの招聘など

- サービススタッフやバックオフィスへ外国人を招聘し、情報発信・問い合わせ対応
- 外国人雇用による町の魅力発信、インフォメーション、相談センターの運営など

※ デジタルハリウッド大学、伝統文化拠点など

成功している拠点に共通する取り組み

情報発信

情報の受け手であるユーザ中心のコンテンツづくり・発信

C) ユーザー巻き込み型で思わず共有・拡散したくなる仕掛け

- 地域住民とのワークショップ、ユーザー体験型プログラムの用意など

- 街全体をアート空間として捉え、美術館外での作品の展示、参加型パフォーマンスを多数開催

※ 森美術館など

D) 誰でも直感的に理解出来、拡散しやすい写真・動画などを多用

- 言語依存の回避、短時間での訴求へ

- SNS導入時に他拠点に独自ヒアリング
- 拠点の象徴的なシンボルの前に写真撮影スポットを変更

※ 日本科学未来館など

成功している拠点に共通する取り組み

人材育成・
産業創出

拠点のハブ機能を活用した産官学連携の調整・促進

A) 教育・実戦・就業化まで繋がるスキーム

- 地場産業での採用前提での教育・実戦インターンプログラムなど

- 現役のクリエイターのみ講師に採用し、現場の第一線の技術・知識を共有
 - 民間企業と独自の組織を形成し、ビジネス開発、就職先斡旋を実施
- ※ デジタルハリウッド大学など

B) 自治体・官公庁を巻き込んだ取り組み

- 拠点に対する地方税減免による新産業創出に向けた支援など

- 市の観光協会と連携して、省庁の補助事業へ応募
 - 地域の観光資源としてブランディング、海外へのPR、見本市への出展、輸出促進に向けた取り組みを推進
- ※ 伝統文化拠点など

成功している拠点に共通する取り組み

人材育成・
産業創出

拠点のハブ機能を活用した産官学連携の調整・促進

C) 産・官・学連携を繋ぐ ハブ機能となる

- 産学官連携センターという座組みで
ステークホルダー間を調整など

- 全国約180館が加盟する科学館
ネットワーク組織のハブとして機能
 - 地方自治体や教育委員会を
巻き込んだ継続的な連携体制を構築
- ※ 日本科学未来館など

成功している拠点に共通する取り組み

地域連携

地域づくりの大方針のなかに拠点の機能を位置付け

A) 地域づくり戦略におけるシンボルとして拠点を位置づけ

- 鳥取マンガ県構想、京都太秦の映画の街構想など

- 「まんが王国とっとり」と称し、県全体でマンガ・アニメを活用した街おこしを実施
- 名探偵コナンの作者出身地であることから県を挙げて多くのタイアップを実施

※ 青山剛昌ふるさと館など

B) 現実感のある課題を把握し、具体的かつ実行性のある取組を実施

- 海外個人旅行者への通訳斡旋など自治体レベルでの協力仰ぐ

- 観光客に対して地元住民による観光ガイドの利用促進をPR
- 地元住民に対して観光ガイド事業への協力要請・補助拠出

※ 伝統文化拠点など

各拠点が抱える主要課題（全体サマリ）

各拠点が自助努力による課題解決を目指しているが、各拠点単独での対応には限界 ⇒ 拠点間のネットワーク化・連携が重要。

情報発信

マーケティング意識が乏しく魅力を十分訴求出来ない

- a. 認知・魅力訴求の弱さ
- b. ユーザーが求める情報提供の不足

人材育成 ・ 産業創出

人材育成・産業創出を完遂するまでの周辺支援が不足

- a. 育成した人材の定着率の低さ
- b. ニーズを捉えた商品開発の難しさ
- c. 海外展開に向けた事業リスクのヘッジ手段や専門人材の不足

地域連携

広域での連携不足・連携による相乗効果の具体化不足

- a. 県外や海外など広域での拠点連携不足
- b. 相乗効果の具体化不足

各拠点が抱える主要課題

情報発信

マーケティング意識が乏しく魅力を十分訴求出来ない

a. 認知・魅力訴求の弱さ

- マス層における知名度が低く、そもそも拠点の存在自体を認知されていない

- どのセグメントをターゲットに設定し、情報発信するかの設定が曖昧
- ターゲットユーザ視点で、展示やサービスの魅力を整理・訴求出来ていない

b. ユーザーが求める情報提供の不足

- SNSでのリアルタイム発信は日本語中心
- 拠点に来てもらう為のアクセスやチケット情報がわかりにくい・見つからない

- 来訪者属性や来訪目的を収集・整理出来ておらず、情報発信に活かしていない
- ユーザが必要な情報に辿り着きにくい状況への対策が手薄

各拠点が抱える主要課題

人材育成・
産業創出

人材育成・産業創出を完遂するまでの周辺支援が不足

a. 育成した人材の定着率の低さ

- 地場産業の担い手として育成した人材が就業開始後に職から離れてしまうなど

- 育成した人材を受け入れる就職先を事前に確保出来ていない
- 育成した人材が地域で働きながら生活する為の、総合的な生活環境が整備出来ていない

b. 時代によるニーズの変化を捉えた商品開発の難しさ

- 長年に渡り、同じ売り方・売り物を展示・販売し続けており、売上が伸び悩み

- 時代によって変化するユーザの意見・ニーズを十分に収集・分析していない
- 売り方・売り物が長年変わらず、現在のユーザのニーズとの剥離が発生

各拠点が抱える主要課題

人材育成・
産業創出

人材育成・産業創出を完遂するまでの周辺支援が不足

C. 海外展開に向けた 事業リスクのヘッジ手段や 専門人材の不足

- 専門人材がない為、海外出展時の
商品選定時に現地視点が欠如するなど

- 事業立上げ時のイニシャルコストへの支援はあるがランニング部分は手薄
- 助成金はあるが、経営面でのアドバイスや、海外現地の商慣習や法規制に通じた専門人材による支援が少ない

各拠点が抱える主要課題

地域連携

広域での連携不足・連携による相乗効果の具体化不足

a. 県外・海外など広域での連携不足

- 市内の近隣拠点とはネットワークはあるが、県レベルになると連携出来ていないなど

- 県外や海外の拠点とのネットワークを構築する為の機会や人材が不足

b. 相乗効果の具体化不足

- 他県の類似拠点とのネットワークはあるが具体的な相乗効果は出せていない
- 大手企業とは連携出来ているが、地域の担い手である地元中小事業者と連携出来ておらず地域経済への貢献が限定的

- 産官学による地域連携の相乗効果を具体化する為のアイデアや、それを担う横断的な知識や実績を有する人材・機会が不足