

各拠点が抱える主要課題（概要）

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がある。

⇒ 拠点間のネットワーク化・連携が重要。

情報発信

マーケティング不足により魅力を十分に訴求できていない

- a. 認知度の低さ・魅力の訴求の不足
- b. ユーザーが求める情報の提供不足

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. 時代の変化による商品開発とニーズのミスマッチ
- 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（具体例）

共通の課題

マーケティング不足により魅力を十分に訴求できていない

a. 認知度の低さ・魅力の訴求の不足

- 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
- どの市場をターゲットに設定し、情報発信するかの設定が曖昧
- ターゲットユーザー視点で、展示やサービスの魅力が整理・訴求できていない

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
- 拠点に来てもらうため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が収集・整理できておらず、情報発信に活かせていない
- ユーザーが必要な情報に辿り着きにくい状況への対策が手薄

原因分析

各拠点が抱える主要課題（具体例）

共通の課題

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できていない
- 育成した人材が地域で働きながら生活するための総合的な生活環境が整備できていない

b. 時代の変化による商品開発とニーズのミスマッチ

- 長年にわたり、同じ売り方、同じ売り物の展示・販売を続けており、売上が伸び悩み
- 時代によって変化するユーザーの意見・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、現在のユーザーのニーズとの剥離が発生

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

- 専門人材がいないため、海外出展時の商品選定時に現地視点が欠如するなど
- 事業立ち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

原因分析

各拠点が抱える主要課題（具体例）

共通の課題

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・海外など広域での拠点連携不足

- 市内の近隣拠点とのネットワークはあるが、県レベルになると連携できていないなど
- 県外や海外の拠点とのネットワークを構築するため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
- 大手企業とは連携できているが、地域の担い手である地元中小事業者と連携でき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ためのアイデアや、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

原因分析

3. 拠点間のネットワーク化・連携に向けた方策の検討： 拠点間のネットワーク化・連携の目的

クールジャパン拠点をネットワーク化することにより、ノウハウ共有による拠点運営力の底上げ、異分野コラボによる新産業創出、面での情報発信による発信力強化を狙う。

ネットワーク化の目的・狙い

<p>ノウハウ共有による 拠点運営力の底上げ</p>	<p>同じ課題を有する拠点同士のネットワーク化を通じ、他の成功拠点のノウハウを知ることにより、自拠点運営の改善・課題解決へつなげることが可能になる。</p>
<p>異分野コラボによる 新産業創出</p>	<p>コラボ親和性が高いと想定される拠点同士のネットワーク化を通じ、異業種プレイヤーをマッチングすることにより、新産業を創出することが可能になる。</p>
<p>面での情報発信 による発信力強化</p>	<p>類似の拠点同士のネットワーク化を通じ、点ではなく面で情報発信を行うことにより、発信力の強化・プロモーションの効率化が可能になる。</p>

拠点間のネットワーク化・連携の方策 ～ クールジャパン拠点の類型化

クールジャパン拠点は、その特徴から5つの型に分類することが可能。
具体的には、ゲートウェイ型、ハブ型、シンボル型、エリア型、テーマパーク型。

型	イメージ	特徴	分類基準
ゲート ウェイ型 (出入口/門的)		<ul style="list-style-type: none"> ● ヒトやモノが往来するポイントに立地 ● 国や地域の出入口としての門であり顔 	<ul style="list-style-type: none"> ● 場所柄、交通の要所として、ヒトやモノが集まりやすい地点
ハブ型 (結節点的)		<ul style="list-style-type: none"> ● ヒト・モノ・カネ、産学官などをつなぐ受け皿 ● 交流促進のためにオープンなつくり 	<ul style="list-style-type: none"> ● ヒト・モノを繋ぐための機能を意図的に集約して拠点化 ● 教育機関・産業センターなど“育成・創出”を中心とした拠点
シンボル型 (象徴/中心的)		<ul style="list-style-type: none"> ● 象徴的建物・場所が中心に存在 ● その周辺にヒト・モノ・カネが集積 	<ul style="list-style-type: none"> ● 宗教的・観光的シンボルなど“信仰・消費”を中心とした拠点 ● 明確で強い中心が存在し、そこを中心とし周辺に文化・産業が集積
エリア型 (地域集積的)		<ul style="list-style-type: none"> ● 地域全体として文化・産業が集積 ● 地域全体の紹介を主目的に拠点存在 	<ul style="list-style-type: none"> ● 明確で強い中心は存在せず地域全体に緩く文化・産業が集積 ● ボトムアップ的に文化・産業が集積し、結果的に拠点化
テーマ パーク型 (商業区域的)		<ul style="list-style-type: none"> ● 全体コンセプトや運営を計画的にコントロール ● 拠点自体を来場目的とした集客 	<ul style="list-style-type: none"> ● トップダウンで文化・産業化意図的に狙って拠点化

拠点間のネットワーク化・連携の方策 ～ 型ごとの取組の方向性

型ごとに、クールジャパン拠点の発展・連携に向けた取組の方向性を整理。

型	拠点の発展・連携に向けた取組の方向性
ゲート ウェイ型 (出入口/門的)	<ul style="list-style-type: none"> ● ヒト・モノの交流を増加させ露出効果を最大化できるプラットフォーム化へ ● 露出効果の高さを活かし、日本の紹介・発信スペースを設置
ハブ型 (結节点的)	<ul style="list-style-type: none"> ● マッチング機能を活かした異分野コラボ・連携の促進 ● 産業創出機能を活かして、複数プレイヤーでの共同プロジェクトを コンソーシアム化・パッケージ化
シンボル型 (象徴/中心的)	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本全国に在る類似拠点（シンボル型）と連携した面での海外PR ● 地域へのランドマーク設立・誘致による地域活性化
エリア型 (地域集積的)	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本全国に在る類似拠点（エリア型）と連携した面での海外PR ● 地域に眠る観光・文化的資源を掘り起こして地域活性化
テーマ パーク型 (商業区域的)	<ul style="list-style-type: none"> ● 非営利拠点への商業的ノウハウの横展開による運営力の底上げ ● 異分野プレイヤー連携による強者連合でのコンソーシアムを組成し、 共同での海外展開