

クールジャパン拠点構築検討会 最終報告書概要



Japan. Cool Japan.

平成29年5月17日(水)
内閣府
知的財産戦略推進事務局

「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」、「クールジャパン海外展開のための国別調査」等を実施。
- ・ 今般、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、最終報告書を取りまとめ。

クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ
(平成27年6月「クールジャパン戦略推進会議」とりまとめ)

クールジャパン戦略深化の視点:「人材ハブ」の構築

クールジャパン関連分野の人材を世界中から引きつけ、これらの人材が持つ創造性を集積・高度化し、世界に発信するためのハブの構築が重要

政府が実施する横断的な取組
(各分野の人材・情報の集積・発信拠点の形成)

情報の集積・発信機能を有する拠点(ハブ)の構築
を行う民間の取組を、関係府省が連携して支援

日本再興戦略2016 (平成28年6月閣議決定)

我が国の魅力を効果的に発信するとともに、文化産業を含めた新たなクールジャパン関連産業を創出する観点から、プラットフォームの下に検討会を設置し、羽田空港跡地等におけるクールジャパン拠点構築に向けた民間の取組を後押しするとともに、こうした拠点間のネットワーク化に取り組む。

立ち上げ(平成28年5月)

羽田空港跡地、竹芝地区、所沢地区の3拠点をモデルケースとして議論し、拠点に必要な機能を「情報発信機能」、「人材育成・産業創出機能」に整理

「中間とりまとめ」策定(平成28年6月)

第4回検討会(10月14日) 関連事業の実施や拠点連携の在り方等について議論

全国のクールジャパン30拠点調査(平成28年7月~12月)

全国から30拠点を抽出し、情報発信、産業創出、人材育成等の観点から、拠点機能の強化等の取組や課題等について、サンプル的に調査

クールジャパン拠点連携実証調査(平成28年11月~平成29年3月)

拠点連携によりクールジャパンの情報発信、人材育成、産業創出等に新たな視点と方策で取り組む7つのプロジェクトを実施し、拠点連携方策の効果を実証調査

クールジャパン海外展開のための国別調査(平成29年2月~3月)

今後の海外展開先として重要なアジア5か国について、コンテンツと非コンテンツ等についての消費者の嗜好や、市場の特性について調査

「最終とりまとめ」(平成29年5月17日)

調査結果のフィードバック

拠点連携に関する方策・ノウハウを発信・展開
各地のクールジャパン拠点の連携ネットワーク化による機能強化

1．これまでのクールジャパン拠点構築推進の経緯と本報告書の位置づけ

2．クールジャパン拠点の連携方策について

クールジャパン拠点連携実証調査において、拠点連携によりクールジャパンの情報発信、人材育成、産業創出等に新たな視点と方策で取り組む7つのプロジェクトを実施。

コンテンツを活用した多様な拠点の連携によるインバウンド等推進(2件)

「空間」を通じた家具・インテリア等の拠点連携による情報発信・海外展開を推進(1件)

「食」を中心とする関連分野の拠点連携による発信力強化(2件)

相乗効果の高い異分野のノウハウを融合させる拠点連携による人材育成(2件)

3．クールジャパン海外展開のための国別調査について

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は、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。アジア5か国について、各国の人口、経済状況等の基本状況、メディア、流通、生活習慣等の生活スタイル、コンテンツと非コンテンツについての嗜好、ニーズ、市場状況等を調査し、拠点連携や海外展開、インバウンド等の展開に役立てるための調査を実施。

4．全国のクールジャパン30拠点についての取組・課題等調査

全国に点在するクールジャパン拠点の中から地域・伝統文化、食、技術・IT、観光、コンテンツ・アートの分野から地域バランスも考慮して、30の拠点を抽出、概要・取組等を調査し、情報発信、産業創出、人材育成等の観点から、拠点機能の強化に効果的な取組や各拠点が抱える主要課題等について調査。

5．中間とりまとめでモデルケースとした首都圏の拠点構築プロジェクトの進捗状況

「中間とりまとめ」に整理した拠点やノウハウを議論する上でモデルケースとした、羽田空港跡地(第一ゾーン)、竹芝地区、所沢地区における拠点構築に向けたプロジェクトの進捗状況を記載。

6．クールジャパン拠点構築・連携を後押しする政府の施策

7．おわりに

「クールジャパン拠点連携実証調査」プロジェクト一覧（詳細は参考2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manifesto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

実証調査を通じて得られた主なクールジャパン拠点連携方策に係る知見

拠点連携によるインフルエンサーとの協働(情報発信・産業創出)

(1) B2Bのインフルエンサー(バイヤー・専門ジャーナリスト等)

拠点が連携したモデルツアーの実施を通じ、インフルエンサーとの協働による海外展開が効果的。ツアー実施の際には、市場に影響力のあるバイヤーや専門ジャーナリストに参加してもらい、「空間デザイン」、「生産工程」、「地域の文化や歴史」といったテーマやストーリーとともに、インフルエンサー側に様々な選択肢を提示し、体験を通じて価値を知ってもらうことが重要。これにより、割高感を持たれていた日本の家具、小規模な酒蔵の日本酒等についても、相応の価格で海外展開を図ることができる可能性が示された。

インフルエンサーが「空間デザイン」、「生産工程」を直接体感するモデルツアー

モデルツアーにおける体験を通じ、割高感を持たれていた日本の家具や内装の価値を実感・理解

・成約や海外展開に向けた商談の継続
・海外メディアによる発信

(2) C2Cのインフルエンサー(ブロガー、動画発信者等)

インフルエンサーに「アニメ聖地」及び周辺の地域資源を巡るモデルツアーに参加してもらい、行動や、SNS、ブログ、動画等における発信を分析。インフルエンサーによる発信が(別途実施の)一般向けモデルツアーへの参加者を大きく押し上げ、効果的なブロガーや動画発信者との協働方法が明らかになった。

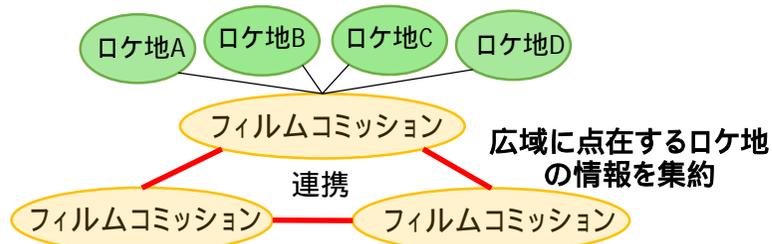
インフルエンサーが「アニメ聖地」及び周辺の地域資源を巡るモデルツアー

・SNS等による情報発信
・発信や行動を分析

・一般向けツアーへの参加者が大きく増加
・動画発信者との協働方法が明らかに

拠点が連携した発信ウェブサイトの運営(情報発信・産業創出)

広域に点在する同種の拠点が連携して、「点ではなく面として」拠点到る情報を集約し、海外のコンテンツ制作者やインテリア関係のバイヤー等が強い関心を持つ情報(ロケ地へのアクセス方法、ロケ地間の距離等)を便利かつ容易に検索等できるウェブサイトを開設。海外プロデューサーからは、制作する映像のコンセプトに合わせたロケーション検索機能などに対して高い評価を受けた。



ロケ地のアクセス方法等と合わせて検索可能なウェブサイトの開設

海外プロデューサー等から、検索機能などに対して高い評価

【関係者のコメント例】

日本酒を嗜む空間発信事業のインフルエンサー

「この品質の酒がアメリカに来るのであれば間違いなく人気になる。日本酒においてもワイングラスのような香りを楽しむための酒器を開発してはどうか。」

空間デザイン発信事業のフォーラム参加者

「空間デザインは、従来の観光促進プロジェクトにはない新しい視点として評価されるし、今後の展開の可能性を感じる。」

アニメ聖地ツーリズム連携事業のインフルエンサー

「アニメに関する特別な体験をしたいが、アニメ聖地だけでなく、周辺観光地の両方を撮影・投稿したい。」

ロケ地等連携事業で撮影したプロデューサー

「ロケ地としての日本の魅力に多くの海外プロデューサーが関心を示しているが、どのようなロケ地があり、どのようなシーンが撮影できるかの情報が少ない。撮影してほしいものをアピールしてほしい。」

実証調査を通じて得られた主なクールジャパン拠点連携方策に係る知見

コンテンツを活用したインバウンド・アウトバウンドの拠点連携(産業創出)

コンテンツを活用して多様な分野の拠点がインバウンド・アウトバウンドの増加を目指し連携。

例えば、「アニメ聖地」人気を様々な地域産業等の拠点におけるマネタイズに繋げるためには、コンテンツ関係者、地域産業、観光地、行政等を結びつけるコーディネーターを核として、権利者側と協力した体験サービスや記念商品の開発など、多様な当事者の連携体制を効果的に築いていくことが重要。

拠点連携による人材育成

「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人材育成事業(IIS(東京大学生産技術研究所)とRCA(英国デザイン大学院)が連携)」、「都市部の外国語に堪能な地域プロデュース人材による地方の魅力の効果的発信事業」の二つの人材育成事業を実施。

共通するクールジャパン人材育成カリキュラム設計方法としては、以下の通りであった。

ア 社会的ニーズと育成すべき人材像の明確化

(例:日本ではデザイン視点で最先端技術を利用した商品をクールに実用化することが課題)

イ 育成を目指す人材像や達成すべき成果の実現を見据えた人選

(例:RCA側からはデザインと技術の両方の素養を持つ卒業生を選出)

ウ 求められる人材の育成に必要なプロセスを計画的に設計し、カリキュラムへ位置付け

エ 育成過程における、事業に影響する多様な主体(企業、研究機関等)との連携

オ 育成対象者による発表・評価の場の提供

拠点連携によるビジョンの創出

「ガストロノミーマニフェストの策定のプロセス」の中で、ヒアリングやシンポジウムなど様々な場で議論を行うことを通じ、

・日本の食の背景にある日本の自然、文化、価値観なども含めて日本の食の価値が確認・発見されるとともに、
・食を通じた具体的な社会的課題の解決のため、辻調理師学校と地方自治体等との連携等が実現された。

食のように多くの業界や分野が関わる文化の価値を高め、同時に関係方面ネットワーク化を図っていく取組の参考になる。

【関係者のコメント例】

アニメ聖地ツーリズム連携事業シンポジウム参加者

「アニメ聖地だけでなく、それを入口として他の観光地にどう向かわせるか。すべてをアニメに関連づける必要はないとわかった。」

デザインラボ事業の参加者

「デザインという新しい視点で研究成果を見てもらうことで、新たな研究の方向性が生まれた。」

「海外とのデザイナーとの考え方の違いを実感する良い機会となった。」

クールジャパンナビゲーター育成事業の講師

「ナビゲーターは、「ビジネスマン向けのおもてなしツアーや、女子会ツアー、赤提灯ツアーなど、各自が得意とする分野で」オリジナリティーが高く、柔軟なツアープランを発案することが求められる。」

ガストロノミー連携事業の会議出席者

「日本では発酵技術が進化しており、世界から注目される価値がある。」

「日本の食の理念について、海外に説明する機会がないので、マニフェストの策定に期待。」

「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）

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」、「訪日旅行客の支出額」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（P7）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。

クールジャパンに係る問い合わせ窓口について

各ステップにおける問い合わせ窓口は下記の通り。

海外進出の検討のご相談	<ul style="list-style-type: none">● JETRO 新輸出大国コンソーシアム<ul style="list-style-type: none">・ TEL : 0120-95-3375 / Mail : conso-support@jetro.go.jp
クールジャパン事業資金面のご相談	<ul style="list-style-type: none">● クールジャパン機構 (出資) TEL : 03-6406-7675● 日本政策金融公庫 (融資) 最寄りの支店への問合せ
特定分野でのご相談	<ul style="list-style-type: none">● コンテンツの海外プロモーション・ローカライズ● 一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構 (BEAJ)<ul style="list-style-type: none">・ メールアドレス : info@beaj.jp TEL : 03-5577-6511● 特定非営利活動法人映像産業振興機構 (VIPO)<ul style="list-style-type: none">・ メールアドレス : vipoinfo@vipo.or.jp TEL : 03-3543-7531
	<ul style="list-style-type: none">● JETRO 農林水産物・食品輸出相談窓口 TEL : 03-3582-5646● 農林水産省 輸出促進課 輸出相談窓口 TEL : 03-6744-7155
	<ul style="list-style-type: none">● 観光庁 観光地域振興部 観光地域振興課 (日本版DMO) TEL : 03-5253-8328
	<ul style="list-style-type: none">● 観光庁 国際観光課 TEL : 03-5253-8111
	<ul style="list-style-type: none">● JETRO 各分野の担当者による海外展開相談サービス<ul style="list-style-type: none">・ TEL : 03-3582-5238 (サービス分野)・ TEL : 03-3582-8351 (ヘルスケア分野)・ TEL : 03-3582-1671 (コンテンツ分野)・ TEL : 03-3582-5015 (日用品、生活雑貨分野)
地方創生関連事業 (担当省庁が不明な場合等の 地方公共団体の相談窓口)	<ul style="list-style-type: none">● 内閣府 地方創生推進室 (地方創生コンシェルジュ制度)<ul style="list-style-type: none">・ 各都道府県担当の地方創生コンシェルジュに問合せ http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/concierge/index.html (上記URL下部の該当都道府県を選択。)
関連施策の案内・ クールジャパン官民連携プラットフォーム について	<ul style="list-style-type: none">● 内閣府知的財産戦略推進事務局 クールジャパン戦略担当 TEL : 03-3581-2549

クールジャパン拠点構築・連携を後押しする政府の施策

情報発信

【在外公館や国際交流基金、ジャパン・ハウス等との連携による情報発信・海外展開】（外務省）

在外公館や国際交流基金海外事務所、ジャパン・ハウスの情報発信機能を有効活用し、国内外のクールジャパン拠点との連携を通じ、ビジネス機会の創出やインバウンド促進を図る。

【訪日プロモーション事業】（観光庁）

観光庁・JNTOが定めた重点20市場において、主要なターゲット層や効果的な訴求テーマ等について定めた方針に基づき、訪日プロモーションを実施。

産業・事業創出

【JETROによる海外販路開拓支援】（経済産業省、農林水産省）

JETROの国内外の拠点を通じて、海外展開に有用な情報提供や見本市・商談会への出展によるマッチング支援等を実施。

【新輸出大国コンソーシアム】（経済産業省）

JETROを中心に商工会議所、地方自治体、金融機関等の関係支援機関が幅広く協力し、対象企業の海外展開の実現に向けた取組を支援。

【クールジャパン機構の投資先ネットワークをハブとした拠点連携】（経産省）

これまでの出資案件により形成された拠点を活用し、地域企業や全国のクールジャパン拠点によるアウトバウンド、インバウンド等の展開を支援。

【地域中核企業創出・支援事業】（経済産業省）

地域中核企業候補の地域資源等を活用した新分野・新事業の取組や、支援人材を活用した海外販路開拓等の取組を支援。

【地域産品データベース事業】（経済産業省）

日本の地域産品の発掘・磨き上げの取組を集約・整理し、海外の顧客目線で日本の産品を選びやすくするためのプラットフォームを構築。

コンテンツと連携した取組

【放送コンテンツの海外展開】（総務省、外務省）

放送事業者等と他分野・他産業、地域拠点等の関係者が協力し、日本の魅力を発信する放送コンテンツを制作、海外発信等する取組を支援等。

【地域発コンテンツ海外流通基盤整備事業】（経済産業省）

コンテンツの海外展開に向けた見本市出展やイベント開催等への支援を通じて、コンテンツを活用した日本の製品のPRや観光誘致を図る。

【ロケ誘致の促進】（内閣府、文化庁、観光庁）

官民連絡会議を設置し許認可等に係る情報共有を図るほか、ロケ支援の実証等を実施。

【国際共同製作映画への支援】（外務省、経済産業省、文化庁）

映画の海外展開を通じた日本の文化や地域の発信に資するため、国際共同製作活動を支援するほか、共同製作の基盤整備に向けた協定の交渉等を実施。

食を中心とする取組

【JFOODO(JETRO内に設置)による食の海外展開支援】（農林水産省）

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・ブランディング戦略のもと戦略的な輸出サポートを実施。

【Savor Japanの認定・支援】（農林水産省）

地域の食とそれを生み出す農林水産産物を核として訪日外国人を中心とした観光客の誘致を図る取組を支援。

【海外における日本産食材サポーター店の認定】（農林水産省、経済産業省）

日本産食材を積極的に使用する海外の飲食店等を日本産食材サポーター店として認定することにより、日本産食材の魅力を発信し、海外需要の拡大を図る。

異業種連携・地域連携の促進

【テーマ別観光による地方誘客事業】（観光庁）

共通の観光資源（ロケ地、社寺、酒蔵等）を活用して、観光振興を図る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たモデルケース形成を支援。

【日本版DMOの形成・確立】（観光庁）

地域の多様な関係者とともに、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役たる「日本版DMO」の形成・確立に向けて関係省庁が連携して支援。

【クールジャパン官民連携プラットフォームによるサポート】（内閣府）

異業種間連携の優良事例を発掘や実際のビジネス組成の場を提供するマッチングフォーラム等を通じて、異業種や異なる地域の連携促進を図る。

クールジャパン人材育成

【クールジャパン人材育成検討会の議論を踏まえたトップスクール間の連携、地域プロデューサー教育の推進等】

（内閣府、文部科学省、経済産業省、農林水産省、観光庁）

クールジャパン人材育成検討会の議論を踏まえ、クールジャパンの推進に資する内外の高等教育機関の連携や、地域資源をプロデュースして観光地域づくり等に資する取組を牽引する人材の育成を促進。

(参考1)「クールジャパン拠点構築検討会」中間とりまとめとモデルケースの現状

(中間とりまとめ)

羽田地区(羽田空港跡地第1ゾーンのまちづくり)、竹芝地区(「デジタル×コンテンツ」産業拠点)、所沢地区(COOL JAPAN FOREST構想)で進められているプロジェクトをモデルケースに、拠点に必要な機能を「情報発信機能」・「人材育成・産業創出機能」に明確化した上で、各機能を高めるため、具体的取組等を「中間とりまとめ」として整理。

(モデルケースの現状)

羽田地区(羽田空港跡地第1ゾーンのまちづくり)

- ・平成28年10月31日から、大田区が事業の公募を開始。
- ・事業の公募の募集要項において、「クールジャパン拠点構築検討会(中間とりまとめ)」も踏まえ、クールジャパン発信拠点の形成を目指すこととされた。
- ・平成29年3月24日までに業者者から提案資料の提出が行われ、現在、事業主体を選定中。
- ・平成32年の東京オリンピック・パラリンピックの開会前までに開業予定。

竹芝地区(「デジタル×コンテンツ」産業拠点)

- ・東京オリンピック・パラリンピックに向けて、次世代デジタルサイネージ設置の実証を実施。
- ・コンテンツスタートアップ交流の拡大と海外進出支援について、韓国コンテンツ振興院と協定を締結。

所沢地区(COOL JAPAN FOREST構想)

- ・最新のデジタル設備を備えた書籍製造・物流工場を建設し、「製販一体型ブックオンデマンド」の実現を目指す。
- ・アニメ聖地88か所の一番札所となる、アニメ文化の殿堂の建設・運営を目指す。

情報発信機能

人材育成・産業創出機能

視点

点から面に広がる情報発信
受け手の共感を得られる情報発信
驚きの提供
地域との関係性の確認

国際的な訴求力の確保
異分野の連携
新たな挑戦の促進

具体的取組

インデックス機能・コンシェルジュ機能の構築
(例) 全国の拠点に関する情報を集めたインデックスや、問い合わせ窓口を構築。

ビジョンやストーリーの設定
(例) コンテンツの寄せ集めではなく、大きなビジョンに基づく一貫性ある情報発信を実施。

非日常感・臨場感の演出
(例) 来訪者が直感的に驚きを感じる建築物等を集積。

地域に根付いた魅力の活用
(例) 地域に根付いた情報(産業や歴史等)と、拠点から発信する情報を調和。

海外との提携
(例) 海外の教育機関等と提携し、海外の優秀な人材を誘致。

「総本山」の確立
(例) 国内拠点を本部(総本山)と位置付け、その支部機能を海外に設置することで、海外から人材を誘致。

外国人材の受け入れのための環境整備
(例) 在留資格の明確化等、海外のクールジャパン人材受け入れのための環境を整備。

実験的試みが可能な場の提供
(例) アーティストやクリエイターが自由に制作・発表できる場として、拠点の一部を開放。

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を交え、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

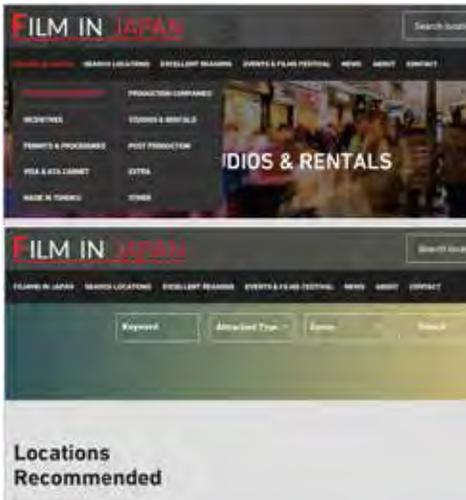
目的

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し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

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

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

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manifesto」を策定するとともに、manifesto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、manifesto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

海外有識者等を招い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manifesto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き、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き。

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 副学長を招き。

産業界や地方との連携強化に向けた調査

manifesto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。

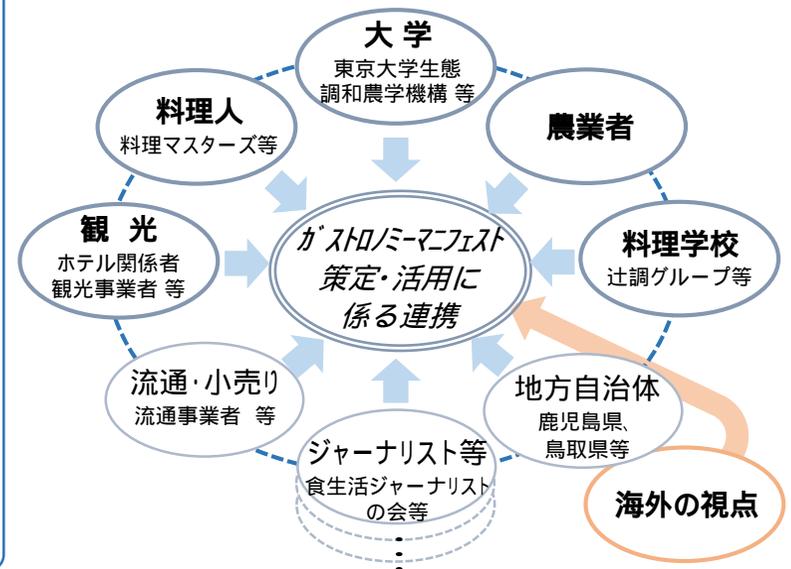
地方・コミュニティ
視点のインプット

国際視点のインプット

産業界等の視点の
インプット

manifesto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manifestoを策定・manifestoの効果的な活用方法を確立。



manifesto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

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

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

(参考3)「クールジャパン拠点構築検討会」構成員

【座長】	鶴保 庸介	内閣府特命担当大臣（クールジャパン戦略）
	石川 和子	一般社団法人日本動画協会 理事長
	梅澤 高明	A.T. カーニー 日本法人会長
	楠本 修二郎	カフェ・カンパニー(株) 代表取締役社長
	白石 正美	(株)スカイザバスハウス 代表取締役
	杉山 知之	デジタルハリウッド大学 学長
	坪井 泰博	(株)ジェイティービー 取締役 訪日インバウンドビジネス推進部 部長
	遠山 敬史	パナソニック(株) 常務取締役
	中川 悠介	アソビシステム(株) 代表取締役
	野間 省伸	(株)講談社 代表取締役社長
	長谷川 祐子	東京都現代美術館 参事 / 東京藝術大学大学院国際芸術創造研究科 教授
	堀 義貴	(株)ホリプロ 代表取締役社長
	松尾 琢哉	(株)三越伊勢丹 取締役専務執行役員 関連事業本部長 兼 不動産事業本部長
	太田 伸之	クールジャパン機構 代表取締役社長

【副座長】 **内閣府知的財産戦略推進事務局長**
総務省大臣官房審議官（情報流通行政担当）
外務省大臣官房国際文化交流審議官
文化庁長官官房審議官
農林水産省大臣官房審議官
経済産業省大臣官房審議官（商務情報政策担当）
観光庁審議官