



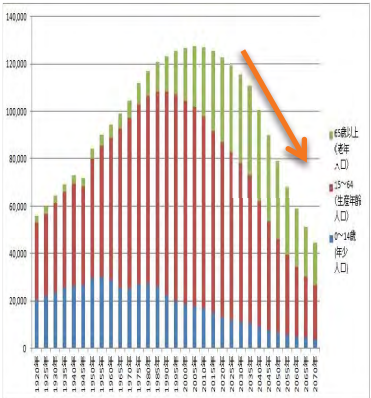
視点：「地方創生 × クールジャパン」 / 海外需要を取り込み、地方を元気にしてゆく

地域のニーズは“イノベーション”

海外マーケットのニーズは“ジャパン・クオリティ”

地域経済は構造的な変化の時代へ

人口の大幅な減少



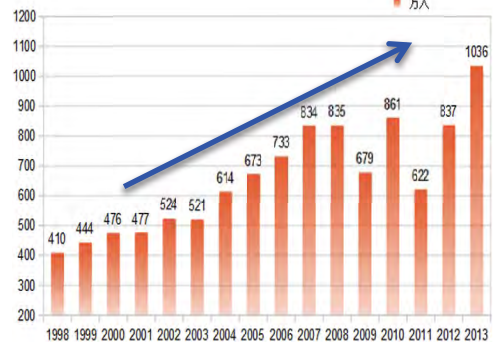
少子・高齢化の拡大



ニーズのマッチング

海外市場における日本の存在感が顕在化

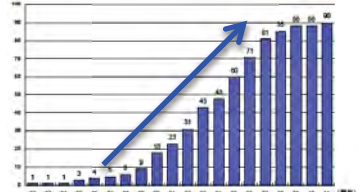
訪日観光客の増加と市場拡大



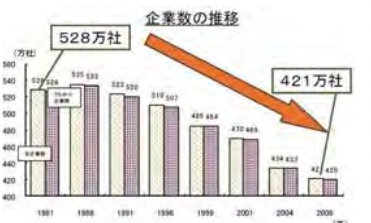
日本ブームの拡大



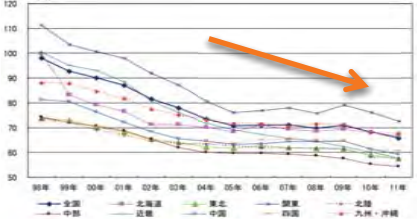
日本食レストラン数増大



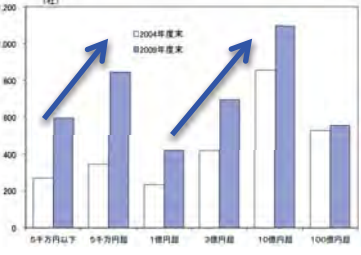
地域における企業数の減少



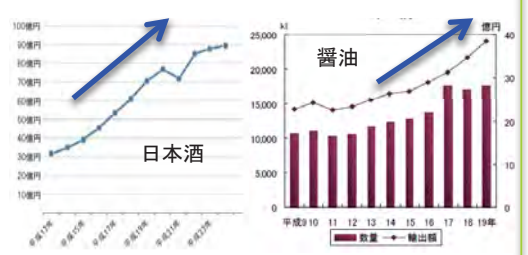
地域金融機関 預貸率の低下



中小企業の海外進出拡大



輸出の増大



課題解決

海外のマーケット需要を取り込み、  
地域課題を解決する

成長牽引

グローバル・ニッチ企業育成

地域独自の成長産業創出

国際プロデューサー育成

地域ブランディング

交流人口拡大(訪日、移住)



世界の人々が日本に求めているものを解釈し  
地域独自の強みを活かした産業を活性化する



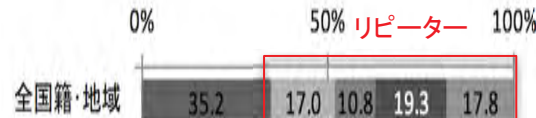
日本を訪れる1300万人の外国人の65%はリピーター  
1回目は東京、京都など新幹線沿い  
2回目以降は地方へ訪れる傾向、10回以上も多い

地方旅  
ニーズを  
ビジネス  
スキーム化

タイでは小京都特集が  
京都特集より売れている



メディアPRの  
成果により  
北海道人気上昇

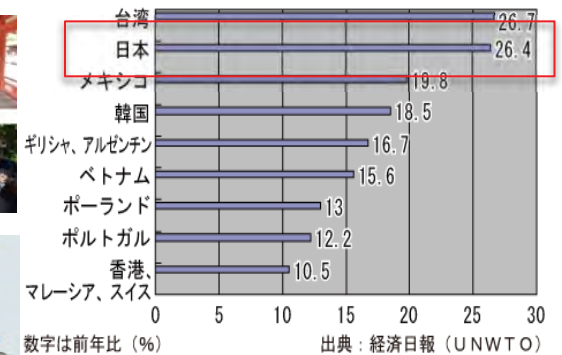


世界の国際観光客は11.4億人(毎年5%の伸び)  
全体の75%は欧州・米国人  
日本への伸び率は26.4%(世界2位)

11.4億人の市場を  
地方に  
呼び込む



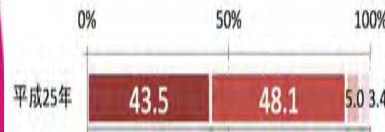
2014年上半期 国・地域別の海外観光客数伸び幅



訪日満足度は91%超、再訪意欲度も92%超  
満足理由は食、伝統、地域資源など  
日本文化そのものがコアバリュー

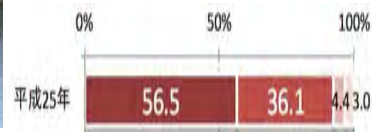
顧客満足度の  
高い分野を  
地方発  
国際6次産業化

満足度91%



特に、食事、温泉、  
買い物、田舎体験、  
伝統体験が主目的

再訪意欲度92%



全体		
2011 (N=6,837)		
1	食事	51.9
2	温泉	45.9
3	ショッピング	40.0
4	自然、四季、田園風景	38.2
5	歴史的・伝統的な文化体験	29.4

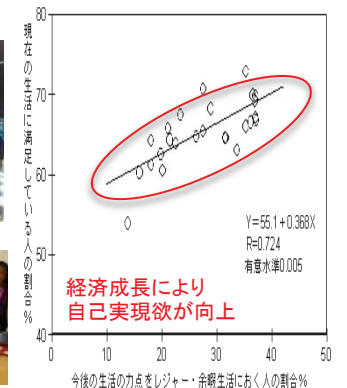
『 GET LOCAL、BUY LOCAL 』

各国の経済成長によりクオリティ・オブ・ライフを求める  
エクスペリエンス・コレクター型の旅行者が増加

世界に  
上質な  
バリューを  
発信する

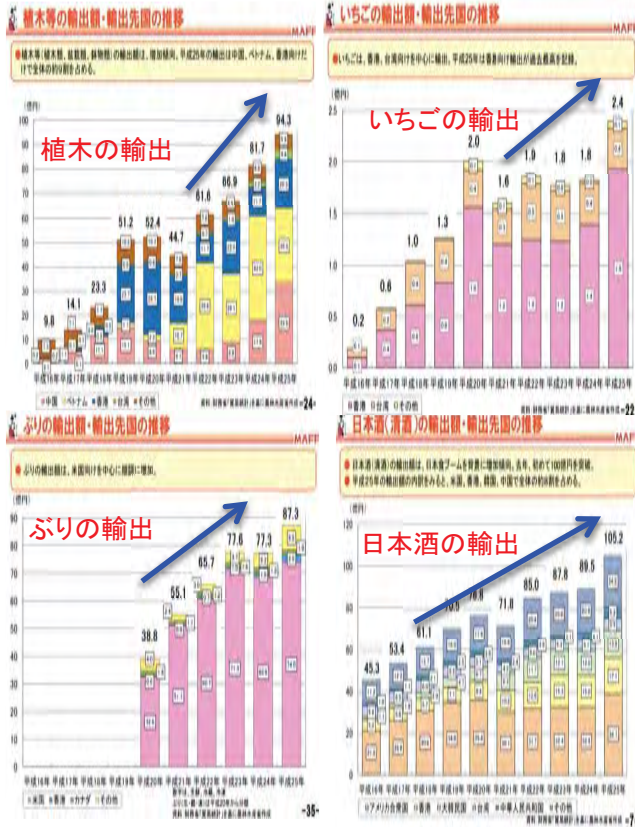


TIME  
1 : Japan  
世界で最も  
良質な国



地域資源の輸出量は拡大中  
高付加価値な商材の海外展開を支えるスキームが必要

世界からジャパン・クオリティーが評価される  
地域のグローバルニッチ企業の更なる活性化を促進



世界で勝てる  
地域商材の  
専門輸出  
体制を！

高い技術と  
オンリーワンの  
バリューを  
グローバルに



眼鏡、刃物、鞆、革製品、鋳物、繊維、縫製、精密機器、漆、竹細工、建築 他、  
地域産業のクオリティーの高さは世界的に高評価



写真はイメージです

写真はイメージです

知日派、親日派の外国人プロフェッショナル、在日外国人、留学生との連携強化

日本文化や地域資源に精通する専門スキルを持つ外国人とよりよく連携し、価値観を共有する  
様々な国や地域を対象とした国際ビジネス開拓を推進してゆく体制が必要。

世界の日本語学習者  
約398万人

外国人  
こそ  
クール  
ジャパン



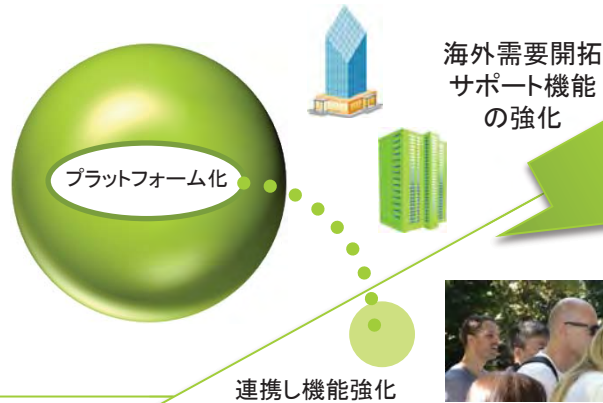
# 提案：「地方創生 × クールジャパン」 / オールジャパンで地域プロデュース体制を構築



産金

大企業・金融機関：プラットフォーム化の促進

大企業や金融機関のプラットフォーム力を活かし、海外展開を促進する中小企業や地域企業を支える専門的なサポート体制を整え、地域経済全体を面として創生し、構造変化をイノベートする。

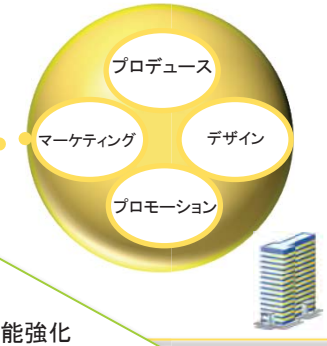


中小企業・地域企業：グローバルニッチ化の促進

産・地域

中小企業の海外需要開拓を押し進める上で必要な国際事業機能（プロデュース機能、マーケティング機能、プロモーション機能、デザイン機能、異文化コミュニケーション力）を強化もしくは外部化し促進。

海外需要開拓  
プロデュース機能  
の強化

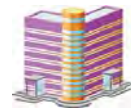


世界に価値を  
発信できる地域企業を  
オールジャパンで育成し  
地方創生を達成する



地方自治体

地域特性を活かした地域資源の高付加価値化を実現し、新産業を創出。交流人口拡大、雇用促進、地域ブランディングを促進。



マーケティング力  
強化

プロデュース力  
強化

デザイン力  
強化

プロモーション力  
強化

海外メディア

日本の魅力を発信し、  
日本のコンテンツを発信。



連携し機能強化

海外需要開拓を  
プロデュースする  
プラットフォーム  
を構築

連携し機能強化

専門家（プロデューサー、デザイナー他）個人、法人

海外需要開拓を軸とした地方創生を推進してゆくために、国籍を超えた個人、法人の専門家ネットワークを構築し、地域資源のキュレーション、地域ブランディング、海外マーケティング、事業プロデュース、プロモーション等を促進する。



民

官

日本政府、海外需要開拓支援機構

成長戦略として地方創生・海外需要開拓を押し進めるために官民で連携しリスクマネー供給、産業育成、規制緩和、マッチング等を実施。





『 ミッション : 日本の地域資源を未来型産業とする 』



手法 ⇨ ソーシャル・プロデュース = 産・官・学・民・金を横串化し、社会的プロジェクトを組成

パリ、エッフェル塔、アラン・デュカス氏と連携した日本食材プロモーション



ミラノ、Made in Japan 専用SHOP 新設・運営



日仏シェフ連携による和食材・新メニュー開発



米国カリフォルニア 地デジ「元気ジャパンTV」放送



地方自治体、地域企業と連携した地域資源開発



海外日系百貨店と連携した日本プロモーション



海外見本市、現地法人と連携した日本PR事業



海外ブランドとのコラボレーション イタリア家具 × 国産木材



セレブリティと連携したガストロノミーレセプション



海外メディアと連携した日本プロモーション事業

