

ポテンシャルの例

世界の国際観光客118.7億人 (のべ年5%増) の中で日本への観光客は**前年比24%**と世界一の伸び率。各国旅行者からの**人気第1位**。(UNWTO)



訪日**満足度は91%越**。他の日本を代表する Made in Japan 商品 (自動車、家電) より高い。

他国 +5% 増加
日本 +24% 増加



訪日**リピーターは全体の約68%**。二回目以降は**地方へ旅**する傾向。日本の価値観や精神性が高評価。

	日本文化から西洋人が共感した事	%
1	多種多様な価値観の共存	82.9
2	精神性の高さ(スピリチュアル、神秘性)	56.3
3	新しいモダンのかたち	51.3

N=328 『The Dragon and The Dazzle』より引用



日本の食材は海外料理人にとって至極の一品。世界中から日本への**料理留学**も増加中。**日本の料理文化自体がコンテンツ化**。人気は和食、仏料理とスイーツ。



世界の創業200年以上の会社は5568社。**日本には3146社(56%)の老舗が存在**。社数の多くは「**伝統と革新**」。旅館、食、繊維、工芸などローカル・クールジャパン分野多数。

盆栽マーケットが拡大中。世界市場は約1000億円。日本からの輸出は80億円強 (シェア約8%)。香川、埼玉の地域振興に。



日本の食材は和牛に代表されるように、**品質が良く、プレミアム感、希少性**が売りになる。(USDA)

和牛の希少性	割合	生産高
日本(和牛)	0.3%	144
英国	15.9%	7,470
ブラジル	20.6%	9,675
アメリカ	25.0%	11,757
主要10カ国	100.0%	46,974

(資料:USDA) % トン

日本の各地域は他国と比較し**食料自給率(生産額ベース)が高く(100%越20自治体)**、**食材の種類も豊か**。食や農漁村を活かした訪日観光事業や地域発の食料輸出の潜在力が高い。



海外メディアでの**日本情報番組が増加**。ローカルコンテンツが目白押し。(写真提供:タイ SUGOI JAPAN)



機会

“日本そのもの” が市場性の高い商品である

1. 日本に訪れる外国人の満足度は91%越、リピート率92%、訪日伸び率24% (UNWTO調査)
2. 世界で最もクールな国が日本 (adobe調査 Japan is cool = 36%)
3. 日本の食、クラフト、ファッション、観光など、地域の独自性を打ち出したローカル資源への海外からの評価が高く、各分野で独自の成功事例が顕在化。新産業化創出への機運が高まっている。



傾向

地域資源が海外市場で評価される要素

- 品質の良さ
- プレミアム感
- 高い技術力
- 深い文化と物語性



視点

地域発 クール (卓越性) の在り方とは

伝統と革新、先進性の高さ、デザイン性の高さ、最高品質、自然の恵み、フロンティア、卓越した技術、大自然、超越した味覚、**イノベーション**、異業種同士の掛け合わせ、未来のモデル、循環型社会、多種多様な価値



ポイント

マス思考から**プレミアム思考**への変革

1. 市場は海外 (マーケティング思考が重要)
2. メイド・イン・ジャパンとプロデュース・バイ・ジャパンの両軸化が重要 (国際6次産業化)
3. マス思考からプレミアム思考への変革 (**地域の希少性を売りに**)
4. 他産業とのクロスボーダーによるプロデュース体制を構築

地域のQPC戦略を構築

Q(quality)品質、P(price)経済性、C (convenience) 利便性を分析し、地域資源のポジショニングを可視化するべき。**勝機はQ=品質**。

人口減少に対応し、交流人口拡大、輸出拡大を目指した高付加価値なビジネスを展開する

山口俊一
クールジャパン戦略担当大臣

クールジャパン政策の紹介と活用法。
地方創生とクールジャパンの融合への期待感。

橋本昌
茨城県知事

茨城県の国際戦略事例と今後の地域クールジャパンの方針。

市原健一
つくば市長

科学技術の街つくばの国際戦略の在り方概要の紹介。

太田伸之
(株) 海外需要開拓支援機構
代表取締役社長

クールジャパン機構の事業内容とファンド活用事例紹介と方針。

出席者

奥澤武治 氏 奥順 (株) 代表取締役社長
木内敏之 氏 木内酒造 (資) 取締役
キャロライン・ベントン 氏 筑波大学副学長 (国際担当)
山海嘉之 氏 CYBERDYNE (株) 代表取締役社長
詩歩 氏 「死ぬまでに行きたい！世界の絶景」 著者
島袋典子 (有) つくばインキュベーションラボ 代表取締役

寺門一義 氏 (株) 常陽銀行 取締役頭取
寺本守 氏 寺本陶房 陶芸家
常盤良彦 (株) Oaraiクリエイティブマネジメント 代表取締役
野村陽一 氏 野村花火工業 (株) 代表取締役
藤原浩 氏 食文化研究家 フードアナリスト
光畑由佳 氏 (有) モーハウス 代表取締役

事務局：横尾英博 内閣官房知的財産戦略推進事務局長、増田義一 内閣官房知的財産戦略推進事務局次長 (司会)

有識者委員：玉沖仁美 (株) 紡代 表取締役、渡邊賢一 (社) 元気ジャパン ソーシャル・プロデューサー

事例紹介

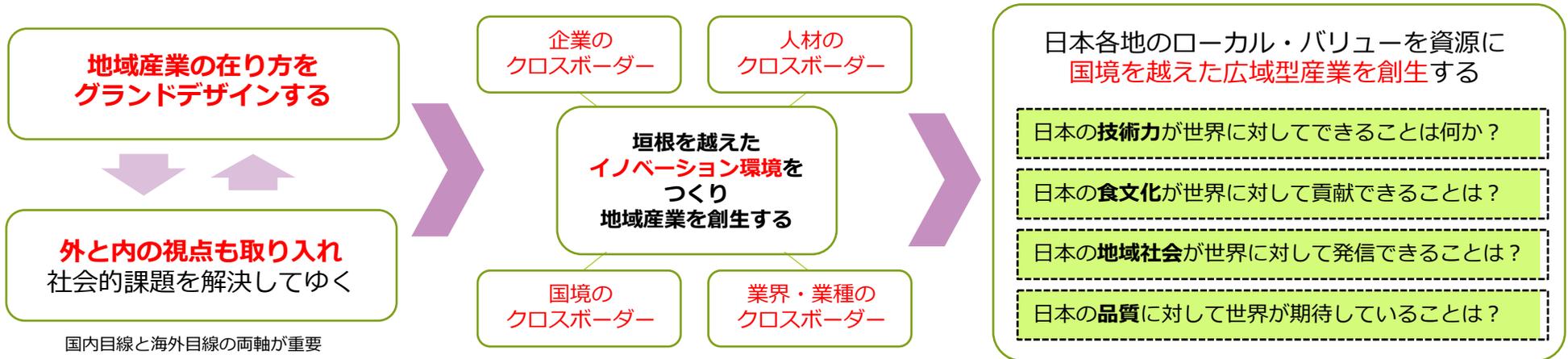
- ・茨城県、ベトナム向け広報ビデオで和牛の輸出、観光ツアー（9倍）実績
- ・生体電位信号を感知して装着者の動きを補助する世界初のパワースーツ・HALの世界展開を図るため、2004年サイバーダイブ社を設立。ロボティクスでまちづくりを推進中（山海氏）。
- ・日本酒「菊盛」のほか、常陸野ネストビールが2002年英国The Brewing Industry International Awards 金メダル及び部門総合チャンピオンはじめ世界各国で受賞歴を有し、海外展開を推進。（木内氏）
- ・糸をひかない納豆の開発と販売。フランスでのプロモーションを推進（藤原氏）。
- ・中国向けに金をちりばめた笠間焼を開発した（寺本氏）。
- ・妊婦専用服を開発。ナースングフリーダムを実現したい（光畑氏）。
- ・Facebookページ「死ぬまでに行きたい！世界の絶景」を通じた日本の発信方法について提案（詩歩氏）。
- ・アニメ「ガールズ&パンツァー」と連携した地域振興を大洗町で実施（常盤氏）。
- ・タイ（バンコク）に茨城県産の農作物を扱う直売所「みずほの村市場」を開設。
- ・フランスのデザイナーとパイヤーと連携し結城紬の海外展開を推進中（奥澤氏）。
- ・地銀内部に地域協創部を開設。地域づくりのコーディネーションとコンサルティング機能を強化（寺門氏）。
- ・海外留学生と共にクロスボーダーな学び機会を創出。より一層の連携を図りたい（キャロライン氏）。
- ・異業種でのコラボレーションがイノベーションを生み出す（島袋氏）。



地方版クールジャパン推進会議から見てきたこと (地域の在り方をグランドデザインし、クロスボーダーでイノベーションする)

<p>グランドデザイン</p> <p>山海氏 (CYBERDYNE) 「ロボティクスで社会を良くする」</p>  <p>光畑氏 (モーハウス) 「ナーシングフリーダムの実現」</p> 	<p>マーケティング</p> <p>木内氏 (木内酒造) 「取引先は全て直で海外商社」</p>  <p>藤原氏 (食文化研究家) 「海外のニーズを分析し研究開発」</p> 	<p>ジャパン・クオリティー</p> <p>野村氏 (野村花火工業) 「日本にしか出来ない技術がある」</p>  <p>奥澤氏 (奥順) 「結城紬の品質が海外専門家を魅了」</p>  <p>寺本氏 (寺本工房) 「現地の要望に技術で応える」</p> 	<p>コミュニケーション</p> <p>詩歩氏 (著者) 「物語性を伝えて行くことが大切」</p>    <p>常盤氏 (Oarai クリエイティブマネジメント) 「遊び心が大切」</p>	<p>社会環境整備</p> <p>島袋氏 (つくばインキュベーションラボ) 「異業種が集う空間が重要」</p> <p>キャロライン氏 (筑波大学副学長) 「クロスボーダーが革新を生む」</p>  <p>寺門氏 (常陽銀行) 「地域金融機関のコーディネート力が今こそ発揮できるとき」</p> 
--	---	--	--	---

ローカル・クリエイティブ・インダストリー (地域創造産業) を構築するために社会の在り方を構造変革する

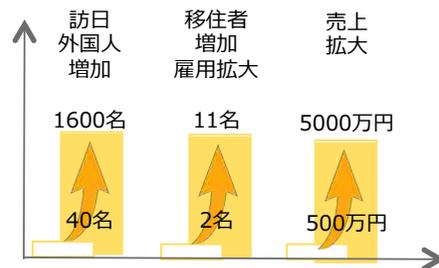


岐阜・飛騨 美ら地球
(代表 山田 拓 氏)

日本独自の地域資源である里山をフィールド・ミュージアムとした体験プログラムをデザインし、トリップアドバイザー 1 位を獲得。



地域活性化を実現



- ・住民意識の変化
- ・98%がFIT
- ・豪、米、欧米中心
- ・中韓はゼロ

資料提供：美ら地球



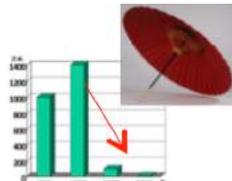
POINT!

日本独自の地域文化を
エクスペリエンス商材化

創

京都・京都 日吉屋
(日吉屋 五代目 西堀耕太郎 氏)

和傘産業の低迷の中、傘にとらわれず、和傘の技術要素に特化し外需を獲得。



和傘の優れた技術を軸に開発

- ・竹骨の意匠
- ・和紙の透過光
- ・折り畳み可能



クリエイティブのポイント

- ・希少性を高める
- ・ユニークさ、意外性の表現
- ・歴史
- ・オンリーワン

資料提供：日吉屋



POINT!

メタ発想で
伝統を革新化

創

新潟・燕三条 玉川堂
(玉川堂七代当主 玉川 基行 氏)
(JTQ 谷川 じゅんじ 氏)



1816年創業、文化庁無形文化財



日本の金属加工のメッカ、新潟燕三条の地域の技術が結集した匠の品を新たに開発し、工芸品を超える現代のアートピースとして世界に発信。谷川じゅんじ氏と連携。ニューヨークを拠点に店舗展開。



資料提供：玉川堂、JTQ



POINT!

コンセプトと連携した
プレミアムなものづくり

匠

青森・弘前 山野りんご
(代表 山野 豊 氏)

ピーエール・エルメ氏ほか有名料理人の見立てによりブランディング。



青森のりんご栽培技術が認められ Apple と Ringo の差別化を達成し、高付加価値商品として海外に流通。

資料提供：山野りんご



POINT!

海外著名シェフと連携した
食材の高付加価値化

匠