

**「令和6年度 クールジャパン官民連携プラットフォーム  
活性化及び事例創出等におけるKGI/KPI調査業務」  
最終報告書**

## 第1章 事業概要

- ・本事業の推進方針、調査要件・目的
- ・本事業の具体的調査内容
- ・本事業の企画方針・実施スケジュール

## 第2章 実施業務詳細

- (1) CJPFにおけるCJPF AWARD 等各種イベントの企画・運営・評価に関する調査
  - ・ CJPF AWARD 2025
  - ・ 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ
- (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務
  - ①2033年度に向けて内閣府が設定したKGI/KPIに対する実証調査
  - ②外国人コミュニティを活用した実証調査
  - ③CJPF における CJPF モデル事例等各種プロジェクトの企画・運営と評価項目の実装
    - ・ 外需獲得モデル事例調査
    - ・ CJPF LIVE キャラバン
    - ・ CJリソースを活用した価値創出パターンの検証
    - ・ cjpf.jp
    - ・ CJPF LAB 運用
- (3) 打合せ及び会議の運営並びに各種報告書の作成

## 第3章 来期事業への提言

- (1) 各施策の振り返り
- (2) 来期以降の活動方針（案）

# 第1章 事業概要

- 本事業の推進方針、調査要件・目的
- 本事業の具体的調査内容
- 本事業の企画方針・実施スケジュール

## 令和6年度必須調査要件

- これまでのKGI/KPI 策定調査業務の成果と課題を踏まえて、令和6年度は、より多くのCJ関係者を巻き込む効果的な情報発信、分野や国・地域、世代を超えた人的ネットワークの構築、新たな日本の魅力の発掘・発信に向けた連携強化、「コンテンツ」、「食・食文化」、「ファッション・化粧品等製品」、「インバウンド」を中核にした新たな領域の開拓を目指す。
- 知的財産推進本部において2024年6月に決定した「知的財産推進計画 2024」及び「新たなクールジャパン戦略」に則した形で実証調査を行う。

## 調査目的

- ・2019年9月に決定された「クールジャパン戦略」（「CJ戦略」）、及び2021年7月に決定された「知的財産推進計画 2021」における「クールジャパン戦略の再構築」に記載の通り、日本のブランド力再興に向けた取組の中心的役割を担うのが「クールジャパン官民連携プラットフォーム」（「CJPF」）である。
- ・2023年6月に決定された「知的財産推進計画 2023」での提言に基づき、アフターコロナを迎え、より持続的な CJ の取組を確立するため、外国人やZ世代、アカデミアなど多角的な視点を活かしつつ、埋もれた魅力の発掘、地方のオンリーワンの魅力の磨き上げ、担い手同士のネットワークの構築を図ってきた。
- ・2024年度のCJ戦略では、インバウンドの回復やマーケットの多角化など、クールジャパンを取り巻く環境が大きく変化し、新たなフェーズに入ることを踏まえ、持続可能なエコシステムの構築や高付加価値化、海外への発信力・外国人コミュニティの強化などに取り組むことを目指す。「知的財産推進計画2024」及び「新たなクールジャパン戦略」では、これらの変化に対応するべく CJPFの機能強化について検討が行われており、その内容を踏まえて本事業を運営していくものとする。

上記の時系列を踏まえ、本調査は、CJPF における取組の活性化と機能強化を図り、これを通じてアフターコロナにおける CJ 戦略の再起動と評価検証に資する KGI/KPI を達成するためのモデルケースを策定することを目的とする。

## 具体調査内容

### (1) CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査

1. CJPF を軸とした CJ 有識者（会員及びクールジャパン・プロデューサー含む）の連携強化に資する各イベントについて、企画・運営の提案を行う。  
イベントについては、「CJPF AWARD」の開催は含むものとし、審査や表彰には CJ 有識者の協力を要請する。  
「ワークショップ」等のクールジャパン戦略を周知するイベントを開催し、CJ 有識者の知見を活用する。  
今期（令和6年度）CJPF が主催する各イベントについて KGI/KPI を設定するとともに、実施後に評価し報告書に取りまとめる。
2. 地方公共団体や事業者等が海外向けに取り組む事例の募集・審査・表彰・広報を行い、CJ 関係者においてイベントが効果的に実施されるための提言と支援を行う。
3. 各イベントで関係者相互、関係省庁や関係機関（JNTO や JETRO など）等と連携するための提言と支援を行う。

### (2) CJPF 事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

#### ① 2033年度に向けて内閣府が設定した KGI/KPI に対する実証調査

1. 国内外での外国人消費の拡大
 

|                                     |                              |
|-------------------------------------|------------------------------|
| (ア) コンテンツ（アニメ、マンガ、ゲーム、実写映像、音楽の海外展開） | (イ) 食（農林水産物・食品の輸出、食品産業の海外売上） |
| (ウ) ファッション・化粧品等製品の輸出、海外売上           | (エ) インバウンド（訪日外国人旅行者消費額）      |
2. 外国人の日本ファン拡大  
前記1. について、各分野における KGI/KPI（体験率、好感度など）の実証調査を行う。
- ② 外国人コミュニティを活用した実証調査（海外へ日本の魅力を効果的に伝えるための外国人コミュニティの形成・強化。外国人目線での実証調査を行う。）

(ア) 価値の発掘 (イ) 事業創造（共創） (ウ) 発信・共有（認知拡大）

#### ③ CJPFにおけるCJPFモデル事例等各種プロジェクトの企画・運営と評価項目の実装

1. 内閣府とCJPFにて実施される各プロジェクトにおいて事務局業務を担う。
2. 各種プロジェクトの実施主体となるアクティブな人材、企業、教育・研究機関等の提案を行い、名簿を作成する。
3. 各種プロジェクトの管理運営に伴走し、報告書に取りまとめる。
4. CJPFのWebサイトの運営・管理・発信を行う。
5. CJ 事業モデルケースは、複数の「成功パターン」を発見、定義し、会員、クールジャパン・プロデューサー及び関係省庁等へ横展開する方策を実証する。
6. デジタル技術を活用し、CJ 関係者が場所や時間にとらわれずに知見の共有や自発的なマッチング等の活動が行われるための支援を行う。

### (3) 打合せ及び会議の運営並びに各種報告書の作成

1. 進捗報告会の定例開催  
定例報告の実施、アジェンダ決定、関係者間での情報共有、会議場所の設定（WEB会議システム活用を含む）、協力いただくCJ有識者や外国人等への謝金の支払い。  
有識者への謝金は、内閣府令和6年度諸謝金の使用基準を根拠とした額を支払う。60人時以上を想定。
2. 中間報告及び年度内最終報告  
(ア) 中間報告及び最終報告を実施し、CJPF の継続運営に資する KGI/KPI の評価を行う。  
(イ) 知的財産戦略本部構想委員会における議論、「知的財産推進計画 2025」におけるクールジャパン戦略に関する検討への反映を前提とした提言を行う。

戦略

令和6年度CJ戦略KGI/KPI検証調査

分析・仮説に基づいた戦術の見直し・追加

戦術実行により取得した効果やデータの収集

日本文化ドメインの拡大

事業者

(外国人) 消費者

モデル事例調査

⇒海外展開やインバウンド、地域連携にて成果を挙げている  
クールジャパン関連事業者の取組事例の調査  
※インタビュー調査による勝ちパターン/残課題（過去の失敗）  
の抽出・分析

CJPF AWARD  
プロジェクト

CJPF AWARD  
ムービー

事業者（育成）支援策のトライアル・検証・リバイス

海外への発信手法検証

**イ** ワークショップ  
「魅力掘り起こし」フレーム  
ワークの実証・磨きこみ  
⇒昨年度作成した魅力掘り起こし  
フレームの有用性検証（他の  
地域・事業者での活用展開）  
⇒事業者活用・他分野応用を  
考慮したフレームワークのアップ  
デート、横展開手法の設計

**コ イ**  
CJリソース※を活用  
した価値創出パターンの  
検証  
⇒コンテンツ×旅行（アニメツー  
リズムなど）といった分野連携による  
インバウンド向商材の開発・  
販路開拓の支援手法の設計  
～実装・検証まで

**コ フ**  
事業者支援策  
CJPF LIVE キャラバン  
CJPFリソース/外国人  
コミュニティを活用した  
プロモーション  
⇒食文化、自然×スピリチュアル  
以外の分野での実施、既存  
映像コンテンツの配信手法の  
分析・高度化の検討・トライアル

【日本在住】  
外国人日本ファンコミュニティの調査・活用

- コミュニティ実態把握調査、分類体系化
- ターゲットコミュニティの選定
- コミュニティ連携・活用方法の企画（例）クラウドソーシング、オープンイノベーションなどでの魅力コンテンツの発掘・発信やアンバサダー化
- コミュニティ活用策の実践

【外国在住】  
外国人日本ファン  
コミュニティの調査

⇒コミュニティ実態 把握調査の  
企画・設計

（次年度以降）  
外国在住の外国人日本ファン  
コミュニティの活用による  
海外市場での  
消費向上策の  
実装～検証

CJPF上での情報共有やフレーム横展開による  
ボトムアップ・事業効率化

現場（CJ事業者・専門家）からの情報・ノウハウ吸い上げ

CJPFサイト運営（CJPF関係者に留まらないステークホルダーへの発信・機運醸成）

CJPF LAB（①CJPF保有リソース・アセットの収集・連携・管理手法 ②事業者⇔専門家のマッチングプラットフォーム構築 の企画・設計）

（次年度以降）事業者支援策（海外起業/海外事業展開支援）の企画・設計

**食** 食・食文化 **コ** コンテンツ **フ** ファッション **化** 化粧品 **他** その他製品 **イ** インバウンド

推進基盤

（施策・情報の共有・展開/関係者アクティベート）

戦術

実態把握  
・分析

企画・設計

実装・  
トライアル

検証・  
改善

- ◆ 上段：提案書ご提出時の計画
- ◆ 下段（企画変更を含む）：今年度実績

|                        |    | 8月                                      | 9月                               | 10月                                  | 11月               | 12月         | 1月                         | 2月                | 3月             |
|------------------------|----|-----------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|-------------------|-------------|----------------------------|-------------------|----------------|
| CJPF<br>AWARD          | 計画 | 広報・募集開始                                 | 募集締切                             | 募集案件とりまとめ                            | 審査（事前審査・審査員審査）    | 審査員対面審査会    | 審査結果広報<br>表彰式準備            | 表彰式               | 表彰式内容の広報       |
|                        | 実績 | 広報・募集開始                                 | 募集締切                             | 募集案件とりまとめ                            | 審査（事前審査・審査員審査）    | 審査員対面審査会    | 審査結果広報<br>表彰式準備            | 表彰式               | 表彰式内容の広報       |
| モデル事例調査                | 計画 | 調査事例の選定基準（与件）の整理、調査事項の棚卸                | 調査候補出し・選定、対象事業者への調査合意<br>調査準備    | 事業者へのインタビュー・調査実施                     |                   |             | 記事作成・サイトアップ作業              |                   |                |
|                        | 実績 | 調査事例の選定基準（与件）の整理、調査事項の棚卸                | 調査候補出し・選定、対象事業者への調査合意<br>調査準備    | 事業者へのインタビュー・調査実施                     |                   |             | 事業者へのインタビュー・調査実施           |                   |                |
| ワークショップ                | 計画 | 対象事業者との調整<br>ワークショップ開催の準備               | ワークショップの実施（2件想定）<br>（フレームワークの実証） |                                      |                   | ワークショップ振り返り |                            |                   |                |
|                        | 実績 |                                         | 対象事業者との調整<br>ワークショップ開催の準備        | ワークショップ実施（愛知県）                       | ワークショップ効果の検証（愛知県） |             | ツーリズム商品造成までのモニタリング         |                   |                |
| CJリソースを活用した価値創出パターンの検証 | 計画 | 対象案件の候補出し、対象事業者へのアプローチ、撮影への合意、連携者の手配・調整 | インバウンド商材開発・販路開拓                  |                                      |                   | ユーザーテストの準備  | 在日外国人によるユーザーテスト            | テスト結果を踏まえた商材のリバース | リリース、プロモーション開始 |
|                        | 実績 |                                         |                                  | CJプロデューサーへのアンケート調査（外需獲得につながる支援実績の把握） | モデル事例取材           |             | 外需獲得における価値創出パターンの分析・レポート作成 |                   |                |

|                                |    | 8月                                                | 9月                     | 10月                                  | 11月   | 12月                           | 1月                          | 2月                          | 3月         |                      |          |      |
|--------------------------------|----|---------------------------------------------------|------------------------|--------------------------------------|-------|-------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------|----------------------|----------|------|
| CJPF LIVE<br>キャラバン             | 計画 | 対象案件の候補出し、対象事業者へのアプローチ・撮影への合意                     |                        | 撮影準備                                 |       | 映像編集                          |                             | リリース                        | 初速の効果測定、検証 |                      |          |      |
|                                | 実績 | 対象案件の候補出し                                         |                        | 対象事業者へのアプローチ・撮影への合意、CJプロデューサーサイン     |       | キャラバン撮影の実施                    |                             |                             |            |                      |          |      |
| 【外国在住】<br>外国人日本ファンコミュニティの調査    | 計画 | 調査設計（実態把握における調査項目、手法）、対象地域・国の選定、調査会社の選定、関係者への調整など |                        |                                      | 調査の実施 |                               | 調査結果の分析、次年度以降に向けた追加調査の検討・設計 |                             |            |                      |          |      |
|                                | 実績 | 調査設計（実態把握における調査項目、手法）、対象地域・国の選定、調査会社の選定、関係者への調整など |                        |                                      | 調査の実施 |                               | リスト化・考察                     |                             |            |                      |          |      |
| 【日本在住】<br>外国人日本ファンコミュニティの調査・活用 | 計画 | 調査設計（実態把握における調査項目、調査対象範囲、調査手法）、調査会社の選定            |                        | 調査の実施                                |       | 調査結果の分析、示唆出し（コミュニティ活用案の検討・設計） |                             | 他施策でのコミュニティ活用（事例創出）、活用事例の分析 |            |                      |          |      |
|                                | 実績 | 調査設計（実態把握における調査項目、調査対象範囲、調査手法）、調査会社の選定            |                        | 調査の実施                                |       | リスト化・考察                       |                             |                             |            |                      |          |      |
| CJPFサイト<br>運営                  | 計画 | サイトの改修要件の洗い出し、確定                                  | 具体的な改修案（アウトプットイメージ）の作成 |                                      | 改修作業  |                               | （適宜修正対応）                    |                             |            |                      |          |      |
|                                | 実績 | サイトの改修要件の洗い出し、確定                                  |                        | 具体的な改修案（アウトプットイメージ）の作成               |       | 改修作業                          |                             |                             |            | 改修版リリース              | （適宜修正対応） |      |
| CJPF LAB                       | 計画 | CJPF会員へのヒアリング調査（アクティベートの障壁/現場ニーズ、外需獲得ノウハウの吸い上げ）   |                        | LABのコンセプト立案（あるべき姿の精緻化）               |       | 要件定義、マッチングスキーム・運用フローの詳細設計     |                             | プロトタイプ（サービス/機能）の開発          |            | ユーステスト/CJPF会員からのFB収集 |          |      |
|                                | 実績 | LABのコンセプト立案（あるべき姿の精緻化）                            |                        | CJプロデューサーへのアンケート調査（アクティベートの障壁/現場ニーズ） |       | 取組内容の設計                       |                             | 第一回研究会                      | 振り返り       |                      | 第二回研究会   | 振り返り |



## 第2章 実施業務詳細

- (1) CJPFにおけるCJPF AWARD 等各種イベントの企画・運営・評価に関する調査
  - CJPF AWARD 2025
  - 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ
- (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務
  - ①2033年度に向けて内閣府が設定したKGI/KPIに対する実証調査
  - ②外国人コミュニティを活用した実証調査
  - ③CJPF における CJPF モデル事例等各種プロジェクトの企画・運営と評価項目の実装
    - 外需獲得モデル事例調査
    - CJPF LIVE キャラバン
    - CJリソースを活用した価値創出パターンの検証
    - cjpgf.jp
    - CJPF LAB 運用
- (3) 打合せ及び会議の運営並びに各種報告書の作成

## （１）CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査

CJPF

- CJPF AWARD 2025
- 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ

(1) CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査  
CJPF AWARD 2025

- ◆ 募集期間：2024年8月6日（火）～9月30日（月）
- ◆ 募集期間終了後は以下のスケジュールにしたがって審査、表彰式に向けた準備を進めた。

| 10月                 |   |    |    | 11月 |   |    |    | 12月 |   |   |    | 1月 |   |    |    | 2月 |   |    |    | 3月 |   |    |    |
|---------------------|---|----|----|-----|---|----|----|-----|---|---|----|----|---|----|----|----|---|----|----|----|---|----|----|
|                     | 7 | 14 | 21 | 28  | 4 | 11 | 18 | 25  | 2 | 9 | 16 | 23 | 6 | 13 | 20 | 27 | 3 | 10 | 17 | 24 | 3 | 10 | 17 |
| 事務局一次審査             |   |    |    |     |   |    |    |     |   |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| ムービー部門              |   |    |    |     |   |    |    |     |   |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| 基礎審査                |   | ■  |    |     |   |    |    |     |   |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| 事務局審査               |   |    | ■  |     |   |    |    |     |   |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| プロジェクト部門            |   |    |    |     |   |    |    |     |   |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| 基礎審査                |   |    |    | ■   |   |    |    |     |   |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| 事務局審査               |   |    |    |     | ■ |    |    |     |   |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| 審査員二次審査（個人書面採点）～審査会 |   |    |    |     |   |    |    |     |   |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| ムービー部門              |   |    |    |     |   |    |    |     |   |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| 採点～集計               |   |    |    |     | ■ | ■  | ■  | ■   |   |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| 審査委員長事前レク           |   |    |    |     | ■ |    |    |     |   |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| 審査会                 |   |    |    |     |   |    |    |     | ■ |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| プロジェクト部門            |   |    |    |     |   |    |    |     |   |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| 採点～集計               |   |    |    |     |   |    |    | ■   | ■ | ■ | ■  | ■  |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| 審査委員長事前レク           |   |    |    |     |   |    |    |     |   |   | ■  |    |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| 審査会                 |   |    |    |     |   |    |    |     |   |   |    |    | ■ |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| 内定連絡～WEB掲載～表彰式      |   |    |    |     |   |    |    |     |   |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    |    |   |    |    |
| 内閣府承認               |   |    |    |     |   |    |    |     |   |   |    |    |   | ■  | ■  | ■  |   |    |    |    |   |    |    |
| 内定者連絡・情報回収          |   |    |    |     |   |    |    |     |   |   |    |    |   |    |    |    | ■ | ■  | ■  | ■  |   |    |    |
| PRTIMES 限定公開        |   |    |    |     |   |    |    |     |   |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    | ■  |   |    |    |
| 表彰式                 |   |    |    |     |   |    |    |     |   |   |    |    |   |    |    |    |   |    |    |    | ■ |    |    |

## CJPF AWARD 2025 趣旨・応募概要

- ◆ 令和6年度クールジャパン・プラットフォームアワード（クールジャパン官民連携プラットフォーム活性化及び事例創出等におけるKGI/KPI策定調査業務）に係る実施業務において、対象事例の募集を行うため、アワードのタイトル、主旨文、募集要項等の作成を行った。

1 **タイトル**  
クールジャパン・プラットフォームアワード2025（CJPF AWARD 2025）

2 **主旨文**  
日本の魅力を発信するムービー、魅力の体験価値を高めるプロジェクトを募集・表彰します。

3 **開催趣旨**  
アフターコロナを迎え、クールジャパンを取り巻く環境は大きく変化しました。訪日外国人観光客は昨年2,500万人超まで回復、コンテンツ分野でもアニメやマンガを筆頭に、実写映画、音楽やドラマも世界各国で人気を博し、食やファッション、ビューティー等多岐に渡る分野が海外から注目をされ、経済を拡大しています。本年6月には「新たなクールジャパン戦略（※1）」も決定し、クールジャパン関連産業の更なる海外展開と日本ファンの拡大を目指すことが記されました。目標の達成に向けては、取組の量的・面的な拡大に加え、高い体験価値を提供する高付加価値化された質的な側面にも着目した取組を推進します。クールジャパン官民連携プラットフォーム（CJPF）（※2）は、日本の魅力を海外に発信、展開し、日本のファンを拡大するクールジャパン戦略を推進するために、「CJPFアワード2025」を開催します。

※1：これまでの「クールジャパン戦略」で示した基本的なコンセプトやアプローチを踏まえつつ、中核であるコンテンツ産業に関する戦略も含め、クールジャパンを取り巻く環境の変化に対応した実効的なアクションプランベースで「新たなクールジャパン戦略」を策定。※2：内閣府知的財産戦略推進事務局は、2015年12月に官民一体となってクールジャパンを深化させつつ取り組む体制を構築するため「クールジャパン官民連携プラットフォーム」を設立。

4 **募集案内**  
「CJPFアワード2025」は、コンテンツ（ゲーム、アニメ、マンガ・出版、実写、音楽/ライブ・エンタメ等）や食・食文化、観光、化粧品・ファッション等のものづくり、流通・サービス、伝統産業・文化、地域産業・地域文化、最先端の産業・技術・文化等の幅広い分野にて、ムービー（動画）部門とプロジェクト（事業）部門の2つの部門で募集します。ムービー部門は海外に向けて日本の魅力を発信して共感を促すムービーを、プロジェクト部門は海外展開・インバウンドにおいて日本の魅力の体験価値を高めたプロジェクトを、審査員により選考し、グランプリ等の賞を授与します。特に分野間、地域間を横断・連携して相乗効果を高めた取組や、海外発信・展開とインバウンドの循環やリピート化に貢献した取組を評価します。

## CJPF AWARD 2025 募集要項（ムービー部門）

### 募集対象

海外に向けて日本の魅力（※1）を発信し、共感を促すムービー（動画）。  
（※1：コンテンツや食・食文化、観光、化粧品・ファッション等のものづくり、流通・サービス、伝統産業・文化、地域産業・文化、最先端の産業・技術・文化等）

### 募集期間

2024年8月6日（火）～9月30日（月）

### 応募条件

- ・映像で日本の魅力を扱ったムービー（動画）であること。
  - ・外国語の使用、字幕の有無（音声の有無）等、発信の手法は問わないが、海外への発信（外国人視聴者）を想定した動画であること。
  - ・2021年以降に発表・公開された映像であること。
  - ・5分程度のムービー（動画）であること。
  - ・過去に開催されたCJPF AWARDならびにクールジャパン動画コンテストで入賞作品の応募は不可。
  - ・ムービーの製作者または権利者による応募であること。使用素材については応募者の責任において当該著作者の許諾を得た上で応募すること。
- ※複数作品で構成されたシリーズは、個別にご応募ください。  
※募集締切（9月30日（月））以降に発表・公開予定のムービーは、データが完成済みの場合に限り応募可能です。  
※既に公開が終了しているムービーについても応募可能です。

### 応募者の条件

- ・ムービー（動画）の製作者または権利者。
- ・企業、行政機関、地方公共団体、各種団体、学校、個人等の所属は問いません。
- ・同じ応募者による複数応募も可能です。
- ・プロジェクト部門に応募した取組の関連動画をムービー部門に応募することも可能です。

### 選考

選考はクールジャパン官民連携プラットフォームのアドバイザーボードメンバーを含む有識者や日本の魅力に理解が深い外国人等からなる審査員が行います。審査では、テーマとする日本の魅力、映像を発信する国・地域・言語圏・対象者と手法の適切さ、テーマとする魅力を対象者に伝える映像の表現や演出の工夫、視聴者をアクションに導く工夫、将来に向けての持続可能な展開の可能性等を評価します。分野間、地域間を横断・連携して相乗効果を高めたムービーは加点の対象となります。また、大阪・関西万博特別賞に関しては、2025年日本国際博覧会の関係者により審査を行います。

### 賞

選考により、グランプリ、準グランプリ等、優れたムービーの表彰を予定しています。  
また、大阪・関西万博のテーマである「いのち輝く未来社会のデザイン」やコンセプトである「未来社会の実験場」と親和性が感じられるムービー（動画）に大阪・関西万博特別賞を授与いたします。  
なお、グランプリ等の賞と大阪・関西万博特別賞の同時受賞はございません。あらかじめご了承ください。  
※賞の発表・表彰：2025年2～3月（予定）に受賞発表、贈賞を行います。  
※賞につきましては、応募状況や審査結果により変更になる可能性があります。  
※受賞は、クールジャパン官民連携プラットフォーム、内閣官房国際博覧会推進本部事務局の広報への協力をいただくことを条件とします。

## ムービー部門 応募フォーム

## 将来に向けた展開

## 横断・連携の効果

テーマとする日本の魅力について、分野間（主体間、地域間、国内・海外間も含む）の横断・連携により効果を高めたか。そのための工夫があるか。

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>視聴対象者<br/>に向けた手法</p>            | <p>動画制作の目的・経緯・計画・準備状況と連携し、視聴対象者に対する効果的なアプローチを<br/>150文字以内で<br/>Keywords of the target audience (such as nationality, region, language skills, age groups, etc.) before<br/>communication method used to reach the target audience (20 characters or less)</p> <p>[原文例] 英語圏の若年層に訴求し、YouTubeに公開した、4国語の字幕付きの短尺動画について、視聴者<br/>[Japanese] Reached on YouTube to reach young people in English speaking countries, geared up by the<br/>effectiveness of the subtitles, and the video was prepared at the end of the video, etc.</p>                |
| <p>日本の魅力の<br/>表現・工夫</p>            | <p>テーマとする日本の魅力や観光資源と密着した内容とし、その中で視聴者や外国人に訴求する150文字以内<br/>What would experience and know the spirit of Japan to convey the tourism theme by your animation (10<br/>characters or less)</p> <p>[原文例] 外国人観光客が生活する姿をリアルに表現し、観光地を巡ることで観光地の特徴や魅力を伝えるこ<br/>[Japanese] Foreign performers were tried to speak in English, and the video was prepared in a look<br/>oriented toward that was familiar to the target audience, etc.</p>                                                                                                                 |
| <p>視聴回数・使<br/>用した媒体</p>            | <p>この動画の配信プラットフォーム、視聴回数、再生回数<br/>Media times</p> <p>1. 配信プラットフォーム<br/>2. 視聴回数、再生回数<br/>3. 動画の長さ、配信日時、配信場所<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was</p> |
| <p>視聴者をアク<br/>ションに導く<br/>ための工夫</p> | <p>視聴者の行動を促すための工夫、メッセージ、CTAなど<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was</p>                                                                             |
| <p>将来に向けた<br/>展開</p>               | <p>今後の展開、今後の予定、今後の予定、今後の予定、今後の予定、今後の予定、今後の予定、今後の予定<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was</p>                                                        |
| <p>横断・連携の<br/>効果</p>               | <p>横断・連携の効果、横断・連携の効果、横断・連携の効果、横断・連携の効果、横断・連携の効果、横断・連携の効果、横断・連携の効果、横断・連携の効果<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was<br/>[Japanese] The video was uploaded to YouTube, and the video was viewed 100 times, and the video was</p>                                |



## CJPF AWARD 2025 募集要項（プロジェクト部門）

募集対象

海外展開・インバウンドにおいて日本の魅力（※1）の体験価値を高めたプロジェクト（販売・サービス・広報等の事業）。  
（※1：コンテンツ、食・食文化、観光、化粧品・ファッション等のものづくり、流通・サービス、伝統産業・文化、地域産業・文化、最先端の産業・技術・文化等）。

募集期間

2024年8月6日（火）～9月30日（月）

応募条件

- ・日本の魅力（※1）を扱ったプロジェクト（事業）であること。
- ・海外展開、インバウンド対応、海外への情報発信・広報等外国人を対象とした又は対象とする予定のプロジェクト（事業）であること。  
※現在は国内向けに展開しているものでも、今後海外展開やインバウンド向けに進めているプロジェクト（事業）については応募可能です。
- ・2021年4月以降に実施されたプロジェクト（事業）であること。※2021年4月より前から現在まで継続的に実施されているプロジェクト（事業）も応募可能です。
- ・販売等の営利事業、行政による広報等の非営利事業のいずれも応募は可能です。
- ・過去に開催されたCJPFアワードならびにクールジャパン・マッチングアワードで入賞したプロジェクトの応募は不可。ただし同主体による別途のプロジェクトの応募は可能です。
- ・分野・地域・官民・世代等を超えた連携は必須ではありませんが、連携によって効果を高めたプロジェクト（事業）の応募を推奨しています。連携がある場合、相手先名と連携により効果を高めた工夫を記入すること。

応募者の条件

- ・プロジェクト（事業）の主体または関係者。
- ・企業、行政機関、地方公共団体、各種団体、学校、個人等の所属は問いません。
- ・同じ応募者による複数応募も可能です。
- ・ムービー部門に応募した作品の関連事業をプロジェクト部門に応募することも可能です。

選考

選考はクールジャパン官民連携プラットフォームのアドバイザリーボードメンバーを含む有識者や日本の魅力に理解が深い外国人等からなる審査員が行います。審査では、日本の魅力の体験価値を高めた工夫と効果、海外・インバウンドの対象者選定と手法の適切さや、体験者・ファンの拡大の実績（または見込まれる期待）、分野間、地域間の横断・連携による効果、プロジェクトの継続性・発展性等を評価します。海外での体験者を訪日・リピートに誘導した工夫と効果、インバウンドの体験者を帰国後の消費・再来日に誘導した工夫と効果（または見込まれる期待）が見受けられるプロジェクトは加点の対象となります。また、大阪・関西万博特別賞に関しては、2025年日本国際博覧会の関係者により審査を行います。

賞

選考により、グランプリ、準グランプリ等、優れたプロジェクトの表彰を予定しています。  
また、大阪・関西万博のテーマである「いのち輝く未来社会のデザイン」やコンセプトである「未来社会の実験場」と親和性が高く、持続可能なプロジェクトに大阪・関西万博特別賞を授与いたします。  
なお、グランプリ等の賞と大阪・関西万博特別賞の同時受賞はございません。あらかじめご了承ください。  
※賞の発表・表彰：2025年2～3月（予定）に受賞発表、贈賞を行います。  
※賞につきましては、応募状況や審査結果により変更になる可能性があります。  
※受賞は、クールジャパン官民連携プラットフォーム、内閣官房国際博覧会推進本部事務局の広報への協力をいただくことを条件とします。

### CJPF AWARD 2025 応募フォーム（プロジェクト部門）

#### プロジェクト部門 応募フォーム

◆「体験価値」、「対象者の選定・手法」、「横断・連携の効果」、「継続性・発展性」、「再体験・リピートにつなげる工夫」を新たに追加。

|               |                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 名称            | プロジェクト名 (Project Name)                                                                                                                                                                                                         |
| サイト           | プロジェクトのウェブサイトまたはブログのURL (If your project has an official website, please enter the URL below.)                                                                                                                                 |
| 実施時期・期間       | 開始日 (Start Date) 年 月 日<br>終了日 (End Date) 年 月 日                                                                                                                                                                                 |
| 目的            | プロジェクトの目的 (Project Purpose)<br>プロジェクトの目的を簡潔に説明してください (Please describe the purpose of the project briefly.)                                                                                                                     |
| 日本の魅力分野       | 日本の魅力分野 (Japanese Attractiveness Field)<br>プロジェクトが主に扱う日本の魅力分野を選択してください (Please select the Japanese attractiveness field that the project mainly deals with.)                                                                   |
| 概要            | プロジェクトの概要 (Project Overview)<br>プロジェクトの概要を簡潔に説明してください (Please describe the project overview briefly.)                                                                                                                          |
| アピールポイント      | プロジェクトのアピールポイント (Project Appeal Points)<br>プロジェクトの魅力を簡潔に説明してください (Please describe the project's appeal points briefly.)                                                                                                        |
| テーマとする日本の魅力   | テーマとする日本の魅力 (Theme of Japanese Attractiveness)<br>プロジェクトがテーマとする日本の魅力を選択してください (Please select the Japanese attractiveness theme that the project focuses on.)                                                                   |
| 体験の促進・体験価値の工夫 | 体験の促進・体験価値の工夫 (Promotion of Experience and Experience Value Improvement)<br>プロジェクトが体験の促進や体験価値の向上のために工夫していることを簡潔に説明してください (Please describe the efforts made by the project to promote experience and improve experience value.) |
| 対象者の属性・選定理由   | 対象者の属性・選定理由 (Target Audience Attributes and Selection Reasons)<br>プロジェクトの対象者の属性や選定理由を簡潔に説明してください (Please describe the attributes and selection reasons of the project's target audience.)                                      |
| 対象者に向けた手法     | 対象者に向けた手法 (Methods for Target Audience)<br>プロジェクトが対象者に向けた手法を簡潔に説明してください (Please describe the methods used by the project for the target audience.)                                                                             |

#### 日本の魅力の体験の促進、体験価値向上の工夫

テーマとする日本の魅力の体験を促進して、体験価値を高めるための工夫を加えたか。  
[記入例]商品の販売において日本独自の〇〇について英語で解説したポップを配置した等。

#### 対象者の属性・選定理由

海外展開・インバウンドの対象者の国・地域・言語圏・年齢層などの属性。その選定理由。

#### 対象者に向けた手法

対象者に届けるためにどのような手段をとったか。

|                 |                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 実績              | 実績 (Achievements)<br>プロジェクトの実績を簡潔に説明してください (Please describe the achievements of the project briefly.)                                                                                                       |
| 横断・連携の効果        | 横断・連携の効果 (Cross-cutting and Synergy Effects)<br>プロジェクトが横断・連携による効果を生み出したことを簡潔に説明してください (Please describe the effects generated by the project through cross-cutting and synergy.)                             |
| 継続性・発展性         | 継続性・発展性 (Continuity and Development)<br>プロジェクトの継続性や発展性を簡潔に説明してください (Please describe the continuity and development of the project.)                                                                         |
| 再体験・リピートに誘導した工夫 | 再体験・リピートに誘導した工夫 (Efforts to Encourage Repeat Experience and Repeat)<br>プロジェクトが再体験やリピート行動を誘導するための工夫を簡潔に説明してください (Please describe the efforts made by the project to encourage repeat experience and repeat.) |
| 提出資料            | 提出資料 (Submission Materials)<br>プロジェクトの提出資料を簡潔に説明してください (Please describe the submission materials of the project.)                                                                                           |

#### 横断・連携の効果

テーマとする日本の魅力について、分野間（主体間、地域間、国内・海外間も含む）の横断・連携により効果を高めたか。そのための工夫があるか。

#### 継続性・発展性

プロジェクトの今後の継続性・発展性、および期待される波及効果について。

#### 再体験・リピートに誘導した工夫

プロジェクトの体験者を体験・消費・リピート行動に誘導した実績（海外での体験・消費をきっかけとした訪日・再来日、インバウンドの体験者をきっかけとした帰国後の消費・再来日等）、あるいは見込まれる期待があるか。そのための工夫があるか。





CJPF AWARD 2025 対象事例の募集、応募の促進

◆ 対象事例の募集は、本事業のWEBサイトを開設し、募集告知・応募受付を行うと同時に、募集告知のパンフレットを作成・配布。応募の促進の方法として、調査・収集した対象事例への応募案内、リリース発信によるメディアを通じた告知等、下記の施策を実施した。

| チャンネル名                  | 実施概要                                           | 結果                                          |
|-------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| PR TIMES①（8月7日配信）       | CJPF AWARD 2025実施のお知らせを掲載。                     | 一般メディア等に対して認知拡大を実現できた。                      |
| PR TIMES②（9月20日配信）      | CJPF AWARD 2025審査員決定のお知らせを追加掲載。                |                                             |
| じゃらんリサーチセンター メールマガジン    | じゃらんリサーチセンターに登録されている自治体・企業等へ、メールマガジンにて応募促進を実施。 | 観光に携わる自治体・企業、広くアプローチすることができた。               |
| CJマッチングアワード過去応募者へのメール通知 | 昨年度以前のCJマッチングアワードに応募された企業・団体に対し、応募促進を実施。       | 過去の応募者から、続編やブラッシュアップされた案件の応募に繋げることができた。     |
| CJPF会員へのメール通知           | CJPF会員に対し、応募促進を実施。                             | CJPF会員の関与する団体等の取組をご紹介いただき、応募につなげることができた。    |
| エリアプロデューサー連携            | リクルートの全エリアプロデューサーに対し、応募促進を実施。                  | 自治体と直接接点を持っている弊社のリソースを活用することで応募につなげることができた。 |
| 個別アプローチ                 | PR TIMES、YouTubeなどからCJPFに資する取組を収集し、個別に応募促進を実施。 | CJPF AWARD 2025の開催趣旨に沿った取組を効率的に収集することができた。  |

## CJPF AWARD 2025 対象事例の募集、応募の促進

### 対象事例の募集・応募促進方法

#### WEBサイト・パンフレットの作成

- ・本事業WEBサイトの作成・募集案内・応募受付
- ・募集パンフレットの作成・告知

#### WEBサイト



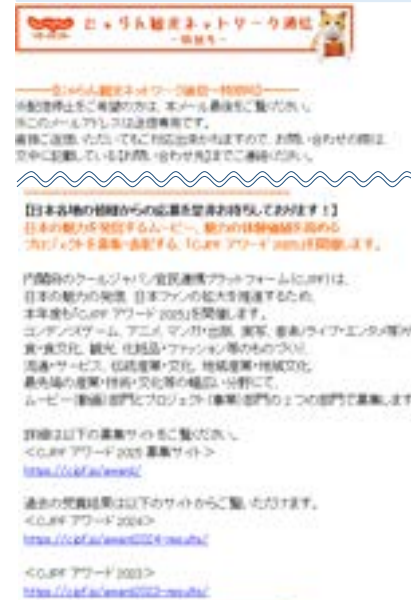
#### パンフレット



#### 応募促進の方法

- ・調査・収集した先進的事例への応募案内
- ・プレスリリース発信によるメディアを通じた告知
- ・後援団体、CJPF構成団体等への告知、募集案内

#### 応募案内



#### プレスリリース





CJPF AWARD 2025 対象事例の募集、応募の促進

◆ 後援団体へ依頼し、会員等への告知にご協力いただいた。

後援団体

| 団体名                               | 協力内容                         |
|-----------------------------------|------------------------------|
| 日本商工会議所                           | 日本商工会議所HPにて募集案内を掲載           |
| 東京商工会議所                           | 東京商工会議所HPにて募集案内を掲載           |
| 特定非営利活動法人<br>映像産業振興機構（VIPO）       | メールニュースにて応募案内を発信             |
| 独立行政法人<br>日本貿易振興機構（JETRO）         | 募集案内発信の協力                    |
| 一般社団法人<br>日本旅行業協会（JATA）           | 募集案内発信の協力                    |
| 株式会社海外需要開拓支援機構<br>（クールジャパン機構）     | 募集案内発信の協力                    |
| 一般社団法人<br>日本経済団体連合会               | クリエイティブエコミー委員会・部会所属の企業に案内を発信 |
| 日本政府観光局（JNTO）                     | 募集案内発信の協力                    |
| 日本経済団体連合会                         | 募集案内発信の協力                    |
| 関係省庁（文化庁／農林水産省／<br>経済産業省／観光庁／環境省） | 募集案内発信の協力                    |

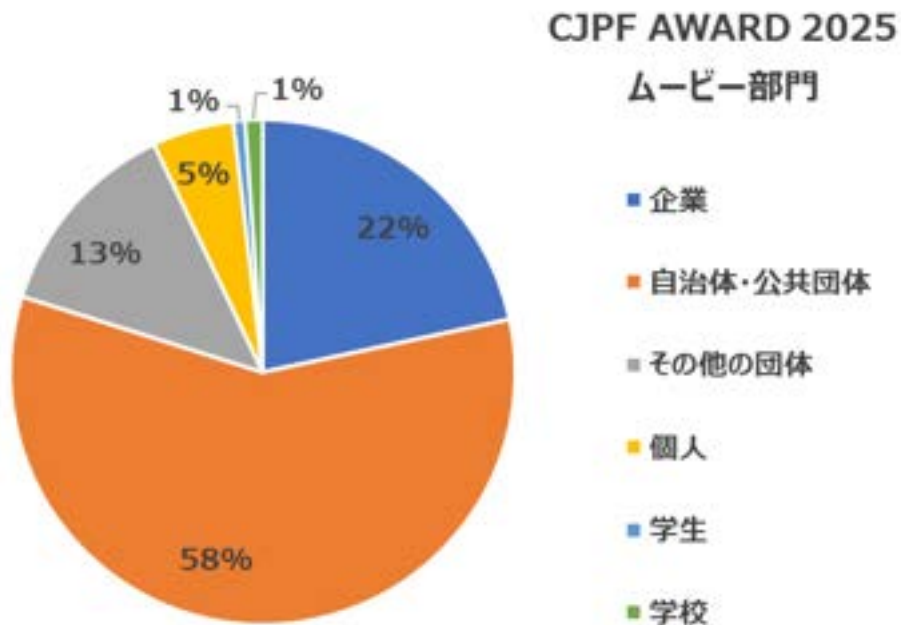


## CJPF AWARD 2025 募集結果

### ムービー部門 応募件数

268件  
(うち欠番1件)

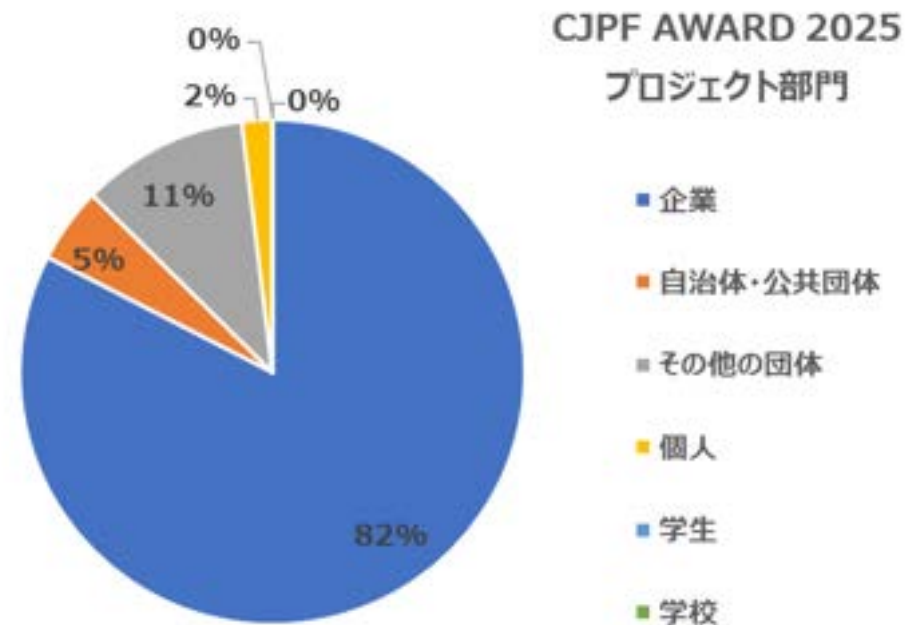
- 行政のインバウンド関連ムービーの割合が増加。
- 企業では大手の海外展開PRが増え、また能楽師等の個人からの応募も増加した。



### プロジェクト部門 応募件数

103件  
(うち欠番1件)

- 応募団体区分の割合については昨年度と大きく変化はなかったものの、複数団体のコラボレーションによるプロジェクトの割合が増加した。



## CJPF AWARD 2025 審査基準

◆ 各部門の審査基準を刷新し、それぞれの項目に基づいた審査を実施した。

### ムービー部門 採点表

| 採点項目                                              | 配点        |
|---------------------------------------------------|-----------|
| テーマとするオーセンティックな日本の魅力（日本文化の本質さ、唯一無二、特別感、先進性など）があるか | 各<br>0～5点 |
| 映像を発信する国・地域・言語圏・対象者と手法の適切さ                        |           |
| テーマとする魅力を対象者に伝えるための映像の表現や演出の工夫                    |           |
| 視聴者をアクションに導く工夫                                    |           |
| 将来に向けて持続可能な展開の可能性があるか                             |           |
| 合計                                                | 30点満点     |

### プロジェクト部門 採点表

| 採点項目                                     | 配点    |            |
|------------------------------------------|-------|------------|
| テーマとする日本の魅力の体験を促進し、体験価値を高めた工夫とその効果       | 0～25点 | 加重配点<br>×5 |
| 日本の魅力を提供する海外・インバウンドの対象者（国・年齢等）の選定と手法の適切さ | 0～5点  |            |
| 体験者・ファンの拡大の数、売上、報道等の実績（または見込まれる期待）       | 0～5点  | 加重配点<br>×2 |
| テーマとする魅力の分野間（主体間、地域間、国内・海外間も含む）の横断・連携の効果 | 0～10点 |            |
| プロジェクトの継続性・発展性、他へのモデル性・波及効果              | 0～5点  |            |
| 合計                                       | 50点満点 |            |

※加重配点については、審査委員長との協議の上、以下の通り設定。

- ・ 最重要項目である「テーマとする日本の魅力の体験を促進し、体験価値を高めた工夫とその効果」の配分を50%とする
- ・ 次点で「分野間の横断・連携」を重要項目と置き20%の配分、その他を10%とする



CJPF AWARD 2025 審査員（ムービー部門）

審査委員長



**辻 芳樹 様**  
学校法人辻料理学館 理事長  
辻調理師専門学校 校長

審査員



**クリス・グレン 様**  
有限会社パスト・プレゼント・フューチャー  
代表取締役/ラジオDJ /  
インバウンド観光アドバイザー



**佐藤 一毅 様**  
国際オタクイベント協会 代表  
Circle.ms 代表



**城宝 薫 様**  
株式会社テーブルクロス CEO



**ダコスタ・レティシア 様**  
Japan Experience株式会社  
プロダクト・マネージャー



**牧野 友衛 様**  
（一社）メタ観光推進機構 代表理事  
日本政府観光局（JNTO）  
デジタル戦略アドバイザー



**渡邊 賢一 様**  
クールジャパン官民連携プラットフォーム  
（CJPF）ディレクター  
京都芸術大学 客員教授  
慶應義塾大学大学院 SDM研究所 研究員

## CJPF AWARD 2025 審査会の実施（ムービー部門）

- ◆ 2024年12月4日（水）に、グラントウキョウサウスタワーにて、ムービー部門の審査会を実施した。
- ◆ 審査会は、審査員による書面審査結果を基に、ディスカッション形式で受賞作品を決定するフローとした。

### ムービー部門 審査会 進行次第

#### 1. 開会

- (1) ご挨拶
- (2) 審査委員の紹介

#### 2. 審査

- (1) 審査手順のご説明
- (2) 書類審査結果の確認
  - ①事務局から書類審査結果の発表
- (3) 各賞の選考
  - ①審査員自己紹介と評価観点
  - ②各賞選考
    - ・グランプリ 2件（自治体、民間 各1件）
    - ・準グランプリ 2件程度
    - ・優秀賞 4～5件程度

#### 3. 各賞の主旨

##### ・グランプリ（自治体・公共団体等から1件、企業・個人等から1件想定）

下記の観点において、全ての評価が総合的に最も高いムービーに贈賞。

- ①テーマとするオーセンティックな日本の魅力（日本文化の本質さ、唯一無二、特別感、先進性など）があるか
- ②映像を発信する国・地域・言語圏・対象者と手法の適切さ
- ③テーマとする魅力を対象者に伝えるための映像の表現や演出の工夫
- ④視聴者をアクションに導く工夫
- ⑤将来に向けて持続可能な展開の可能性があるか
  - ◎テーマとする魅力の分野間（主体間、地域間、国内・海外間も含む）の横断・連携により効果を上げたムービーは特に評価の対象とする。

##### ・準グランプリ（2件程度）

グランプリに次いで評価が高い優良なムービーに贈賞。

##### ・優秀賞（4～5件程度）

対象分野のバランスを考慮して、採点基準のいずれかが優れたムービーに贈賞。

#### 4. その他

- ・受賞の取組の確認と発表について

### ムービー部門 審査会 配布資料

- ・ 資料0. 進行次第
- ・ 資料1. 審査員名簿
- ・ 資料2. 審査員書面審査 採点結果
- ・ 資料3-(1).集計結果（選定人数・総合点・平均点）
- ・ 資料3-(2).候補動画 概要一覧
- ・ 資料4. 採点基準表
- ・ 佐藤審査員 補足コメント



※佐藤一毅審査員は欠席につき、補足コメントを事前受領、当日事務局にて代読。





CJPF AWARD 2025 審査会の実施（ムービー部門）

◆ 審査会の結果、グランプリ2件、準グランプリ2件、優秀賞4件を選出した。

ムービー部門 受賞作品一覧

| 賞名     | タイトル                                                         | 応募者名<br>(企業・団体) |
|--------|--------------------------------------------------------------|-----------------|
| グランプリ  | Breath of Nagano「水引」～制約から生まれた創造性～                            | 長野県             |
| グランプリ  | The Heart of Noh -English Edition-                           | 金春流能楽師 山井綱雄     |
| 準グランプリ | 「The Seri」 - Akashiura Fish Auction -                        | 明石浦漁業協同組合       |
| 準グランプリ | うじには物語がある                                                    | 宇治市             |
| 優秀賞1   | RIP TRIP IN OKINAWA CITY #FOOD                               | 沖縄市             |
| 優秀賞2   | 日本語版予告編：プラスチック・フリー・フレンドシップ～NYと西表島の子供たちがプラスチック汚染解決に挑む国際交流の記録！ | カフェテリア・カルチャー    |
| 優秀賞3   | The Home of Aji Fry promotion movie アジフライの聖地松浦 プロモーション動画     | 松浦市役所           |
| 優秀賞4   | “Choco Monaka Jumbo” A tastiness only found in japan         | 森永製菓株式会社        |

CJPF AWARD 2025 審査員 (プロジェクト部門)

審査委員長



**梅澤 高明**  
KEARNEY 日本法人 会長  
CIC Japan 会長

審査員



**楠本 修二郎**  
カフェ・カンパニー株式会社 代表取締役会長/  
ZEROOCO株式会社 代表取締役社長/  
農業生産法人 株式会社JAPAN FARM  
PARTNER 代表取締役社長/  
一般社団法人おいしい未来研究所  
代表理事



**ローレン・ローズ・コーカー**  
Vegas PR Group 代表



**コチュ・オヤ**  
株式会社Oyraa 代表取締役社長



**山田 早輝子**  
国際ガストロノミー学会 日本代表  
株式会社FOOD LOSS NANK 代表取締役社長  
Sports Doctors Network COO/アジア代表



**中山 淳雄**  
エンタメ社会学者  
Re entertainment代表

## CJPF AWARD 2025 審査会の実施（プロジェクト部門）

- ◆ 2025年1月10日（金）に、グラントウキョウサウスターにて、プロジェクト部門の審査会を実施した。
- ◆ 審査会は、審査員による書面審査結果を基に、ディスカッション形式で受賞作品を決定するフローとした。

### プロジェクト部門 審査会 進行次第

#### 1. 開会

- (1) ご挨拶
- (2) 審査委員の紹介

#### 2. 審査

- (1) 審査手順のご説明
- (2) 書類審査結果の確認
  - ①事務局から書類審査結果の発表
- (3) 各賞の選考
  - ①審査員自己紹介と評価観点
  - ②各賞選考
    - ・グランプリ 1件
    - ・準グランプリ 2件程度
    - ・優秀賞 4～5件程度

#### 3. 各賞の主旨

##### ・グランプリ（1件）

下記の観点において、最も優れたプロジェクトに贈賞。

- ①テーマとする日本の魅力の体験を促進し、体験価値を高めた工夫とその効果
- ②日本の魅力を提供する海外・インバウンドの対象者（国・年齢等）の選定と手法の適切さ
- ③体験者・ファンの拡大の数、売上、報道等の実績（または見込まれる期待）
- ④テーマとする魅力の分野間（主体間、地域間、国内・海外間も含む）の横断・連携の効果
- ⑤プロジェクトの継続性・発展性、他へのモデル性・波及効果
  - ◎海外での体験者を訪日・リピートに誘導した工夫と効果、インバウンドの体験者を帰国後の消費・再来日に誘導した工夫と効果（または見込まれる期待）が見受けられるプロジェクトは特に評価の対象とする。

##### ・準グランプリ（2件程度）

グランプリに次いで評価が高い優良なムービーに贈賞。

##### ・優秀賞（4～5件程度）

コンテンツ、食・食文化、観光、ものづくり、流通・サービス、伝統・地域・最先端産業・技術・文化等の分野のバランスを考慮して、いずれかが優れたプロジェクトに贈賞。

◎優秀賞においては、「カテゴリーごとの賞」や「スタートアップ賞」などを入れることで、「新たなクールジャパン戦略」との連動を高めたいと考えています。

#### 4. その他

- ・受賞の取組の確認と発表について

### プロジェクト部門 審査会 配布資料

- ・ 資料0. 進行次第
- ・ 資料1. 審査員名簿
- ・ 資料2. 審査員書面審査 採点結果
- ・ 資料3-(1).集計結果（選定人数・総合点・平均点）
- ・ 資料3-(2).候補動画 概要一覧
- ・ 資料4. 採点基準表





CJPF AWARD 2025 審査会の実施（プロジェクト部門）

◆ 審査会の結果、グランプリ1件、準グランプリ2件、優秀賞5件を選出した。

プロジェクト部門 受賞作品一覧

| 賞名     | タイトル                                                                                       | 応募者名<br>(企業・団体)                |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| グランプリ  | チームラボプラネッツ TOKYO DMM.com                                                                   | 株式会社PLANETS                    |
| 準グランプリ | Anime Times Company in India                                                               | 株式会社アニメタイムズ社                   |
| 準グランプリ | DUAL PILGRIM「Kumano Kodo & Way of St.James: Celebrating World Heritage Pilgrimage Culture」 | 一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューロー          |
| 優秀賞1   | 進撃の巨人 in 日田～進撃の日田～                                                                         | 進撃の日田まちおこし協議会                  |
| 優秀賞2   | 本関刀／Honsekitoプロジェクト                                                                        | 長谷川刃物株式会社<br>岐阜県               |
| 優秀賞3   | THE SUMO HALL 日楽座 OSAKA                                                                    | 株式会社阪神コンテンツリンク<br>株式会社オープンボックス |
| 優秀賞4   | 動き出す浮世絵展 Ukiyoe Immersive Art Exhibition                                                   | 株式会社一旗<br>テレビ愛知株式会社            |
| 優秀賞5   | 宝の島「北海道」のインバウンド富裕層向けフルオーダーメイドツアーサービス                                                       | 株式会社北海道宝島旅行社                   |

CJPF AWARD 2025 審査の実施（大阪・関西万博特別賞）

◆ 内閣官房国際博覧会推進本部事務局と連携し、2025年の大阪・関西万博に向けた機運の醸成に資する取組を「大阪・関西万博特別賞」に選出した。

大阪・関西万博特別賞 受賞作品一覧

| 部門       | タイトル                                                              | 応募者名<br>(企業・団体) |
|----------|-------------------------------------------------------------------|-----------------|
| ムービー部門   | 龍のすむ海                                                             | 日本工学院専門学校       |
| プロジェクト部門 | Creating a Tea Wonderland with tea lovers from all over the world | 京都おぶぶ茶苑合同会社     |

大阪・関西万博特別賞 審査員

| 氏名（敬称略）                  | 所属・役職                          |
|--------------------------|--------------------------------|
| 楠本 淳<br>(ムービー部門審査委員長)    | 2025年日本国際博覧会協会広報・プロモーションディレクター |
| 齋藤 精一<br>(プロジェクト部門審査委員長) | 2025年大阪・関西万博EXPO共創プログラムディレクター  |
| 井上 学                     | 内閣官房国際博覧会推進本部事務局次長             |
| 小林 浩史                    | 2025年日本国際博覧会協会広報・プロモーション局長     |



CJPF AWARD 2025 メディア向けプレスリリースの配信

◆ 2025年2月27日（木）、CJPF AWARD開催のプレスリリースをPR TIMESを通じ、メディア向けにリリースを実施した。

プレスリリース・FAXの配信／受賞取組詳細資料の作成

プレスリリース



FAX



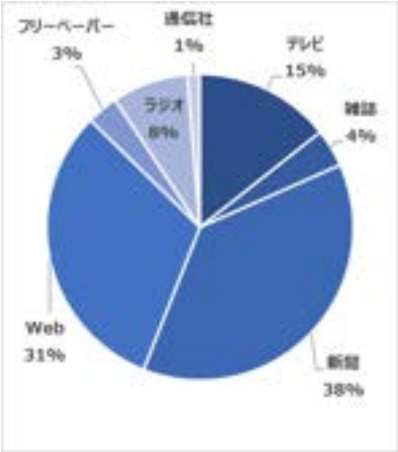
受賞取組詳細資料



配信先メディア数

|     |      |
|-----|------|
| 総数  | 300件 |
| メール | 217件 |
| FAX | 125件 |

内訳



| 種類      | 件数   |
|---------|------|
| テレビ     | 43件  |
| 雑誌      | 12件  |
| 新聞      | 113件 |
| Web     | 94件  |
| フリーペーパー | 10件  |
| ラジオ     | 24件  |
| 通信社     | 4件   |
| 総計      | 300件 |

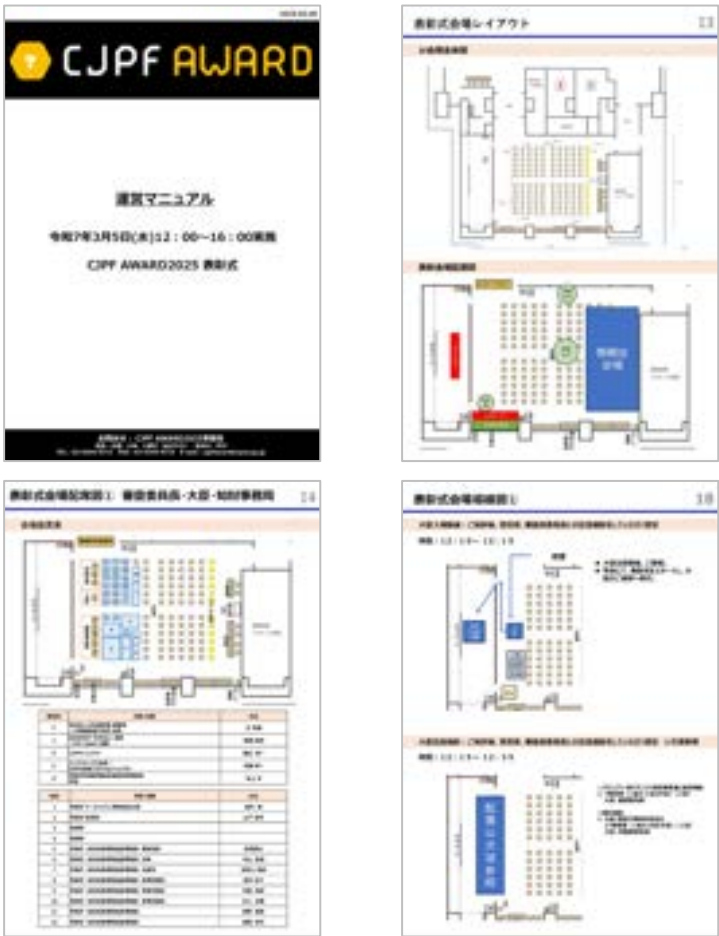




CJPF AWARD 2025 表彰式の実施

- ◆ 内閣府庁舎・中央合同庁舎第8号館内講堂での実施となったことから、事前のロケーションハンティングを入念に実施した。
- ◆ CJPF AWARD本番に向け、運営マニュアル・進行台本の作成や、事前の運営確認ミーティングを実施し、円滑な運営を実現した。

運営マニュアル



進行台本



### CJPF AWARD 2025 表彰式の実施

- ◆ 一昨年度・昨年度に引き続き、表彰状は、2020年・オリンピック・「TOKYO2020」でも採用された、“美濃手すき和紙”で制作。CJPF AWARD向けに、岐阜県美濃市の美濃竹紙工房で制作。
- ◆ 授与品として、表紙に国産間伐材のヒノキの木と、中紙に再生紙を再利用し、自然環境に配慮して作られた「CJPFノート」を用意した。

#### 表彰状



鈴木美濃和紙工房



#### CJPFノート



新里製本所





CJPF AWARD 2025 表彰式の実施

◆ 表彰式実施概要は以下の通り。

|       |                                                                                                                                |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 名称    | CJPF AWARD 2025 表彰式                                                                                                            |
| 収録日程  | 2025年3月5日（水） 12:10～14:40                                                                                                       |
| プログラム | ムービー部門 表彰（グランプリ：2件、準グランプリ：2件、優秀賞：4件）<br>プロジェクト部門 表彰（グランプリ：1件、準グランプリ：2件、優秀賞：5件）<br>大阪・関西万博特別賞 表彰（ムービー部門：1件、プロジェクト部門：1件）         |
| 会場    | 内閣府（内閣府庁舎・中央合同庁舎第8号館内 講堂）                                                                                                      |
| 主催    | クールジャパン官民連携プラットフォーム                                                                                                            |
| 後援    | 文化庁／農林水産省／経済産業省／観光庁／環境省／<br>クールジャパン機構／日本貿易振興機構（JETRO）／日本政府観光局（JNTO）／日本経済団体連合会／<br>日本商工会議所／東京商工会議所／映像産業振興機構（VIPO）／日本旅行業協会（JATA） |
| 事務局   | 内閣府知的財産戦略推進事務局                                                                                                                 |
| 開催形式  | ➤ リアル開催<br>➤ 全編撮影収録し、後日YouTubeにて配信                                                                                             |

## CJPF AWARD 2025 表彰式の実施

◆ 大臣と受賞者・審査員の記念撮影を実施した。

### ムービー部門

| 賞名     | 作品名                                      | 応募者名<br>(企業・団体) | 記念写真                                                                              |
|--------|------------------------------------------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| グランプリ  | Breath of Nagano「水引」～<br>制約から生まれた創造性～    | 長野県             |  |
| グランプリ  | The Heart of Noh -English<br>Edition-    | 金春流能楽師<br>山井綱雄  |  |
| 準グランプリ | 「The Seri」 - Akashiura Fish<br>Auction - | 明石浦漁業<br>協同組合   |  |
| 準グランプリ | うじには物語がある                                | 宇治市             |  |

### プロジェクト部門

| 賞名     | 取組名                                                                                                 | 応募者名<br>(企業・団体)                   | 記念写真                                                                                |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| グランプリ  | チームロボプラネッツ TOKYO<br>DMM.com                                                                         | 株式会社<br>PLANETS                   |  |
| 準グランプリ | Anime Times Company in<br>India                                                                     | 株式会社<br>アニメタイムズ社                  |  |
| 準グランプリ | DUAL PILGRIM「Kumano<br>Kodo & Way of St.James:<br>Celebrating World Heritage<br>Pilgrimage Culture」 | 一般社団法人<br>田辺市熊野<br>ツーリズムビュー<br>ロー |  |

### 受賞者全員

#### 記念写真



### 大阪・関西万博特別賞

| 部門           | 作品名                                                                     | 応募者名<br>(企業・団体) | 記念写真                                                                                |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ムービー<br>部門   | 龍のすむ海                                                                   | 日本工学院<br>専門学校   |  |
| プロジェクト<br>部門 | Creating a Tea Wonderland<br>with tea lovers from all over<br>the world | 京都おぶぶ茶苑<br>合同会社 |  |

## CJPF AWARD 2025 表彰式の実施

- ◆ 昨年度同様、オープニングVTR、タイトルアタックを用意。映像の活用によりスムーズな進行を実現した。
- ◆ 受賞作品の紹介は、各案件ごとに映像を活用し、短い時間で完結に受賞作品の紹介や受賞者コメントを発表した。

### オープニング



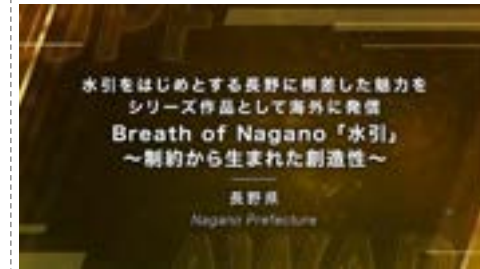
### グランプリ・準グランプリアタック



### 優秀賞アタック



### 作品紹介





## CJPF AWARD 2025 表彰式の実施

- ◆ 全員参加型・立食型の懇親会を実施。CJPF AWARD 2025受賞者による食事の提供を行なった。
- ◆ 活発なコミュニケーションが発生し、盛り上がりのある懇親会となった。

### 懇親会の様子







CJPF AWARD 2025 プレスリリースの配信

◆ CJPF AWARD表彰式当日、開催後のプレスリリース配信によりCJPF AWARD表彰作品の広報活動を実施した。

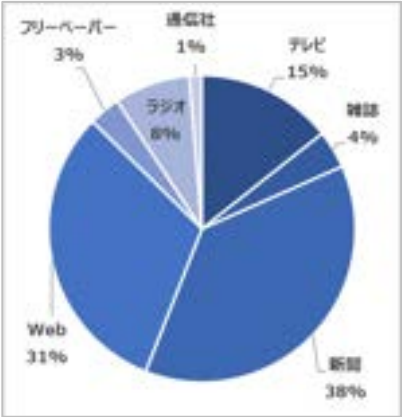
プレスリリースの配信



配信先メディア数

|     |      |
|-----|------|
| 総数  | 300件 |
| メール | 217件 |

内訳



| 種類      | 件数   |
|---------|------|
| テレビ     | 43件  |
| 雑誌      | 12件  |
| 新聞      | 113件 |
| Web     | 94件  |
| フリーペーパー | 10件  |
| ラジオ     | 24件  |
| 通信社     | 4件   |
| 総計      | 300件 |

当日取材メディア

|     |     |
|-----|-----|
| 媒体数 | 10件 |
|-----|-----|

- 信越放送
- 信濃毎日新聞
- 岐阜新聞
- 大分合同新聞
- 神戸新聞
- 北海道新聞
- テレビ愛知
- スポーツニッポン
- 琉球新報
- The Japan Times



## CJPF AWARD 2025 プレスリリースの配信

◆ PR TIMESによるプレスリリースの拡散先は以下の通り。

| No. | 媒体名                           | 媒体社名                     | URL                                                                                                                                                               |
|-----|-------------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | 現代ビジネス                        | 株式会社講談社                  | <a href="https://gendai.media/ud/pressrelease/cm7wylgdf00063z0yrxbbk9hu">https://gendai.media/ud/pressrelease/cm7wylgdf00063z0yrxbbk9hu</a>                       |
| 2   | 時事ドットコム                       | 株式会社時事通信社                | <a href="https://www.jiji.com/jc/article?k=000000013.000109609&amp;g=prt">https://www.jiji.com/jc/article?k=000000013.000109609&amp;g=prt</a>                     |
| 3   | おたくま経済新聞                      | シー・エス・ティー・エンターテインメント株式会社 | <a href="https://otakuma.net/archives/prtimes/03054083640.html">https://otakuma.net/archives/prtimes/03054083640.html</a>                                         |
| 4   | ニコニコニュース                      | 株式会社ドワンゴ                 | <a href="https://news.nicovideo.jp/watch/nw17314204">https://news.nicovideo.jp/watch/nw17314204</a>                                                               |
| 5   | NewsPicks                     | 株式会社ユーザベース               | <a href="https://newspicks.com/news/13826597/">https://newspicks.com/news/13826597/</a>                                                                           |
| 6   | SEOTOOLS                      | プラストホールディングス株式会社         | <a href="http://www.seotools.jp/news/id_000000013.000109609.html">http://www.seotools.jp/news/id_000000013.000109609.html</a>                                     |
| 7   | エキサイトニュース                     | エキサイト株式会社                | <a href="https://www.excite.co.jp/news/article/Prtimes_2025-03-05-109609-13/">https://www.excite.co.jp/news/article/Prtimes_2025-03-05-109609-13/</a>             |
| 8   | Infoseek ニュース（インフォseekニュース）   | 楽天グループ株式会社               | <a href="https://news.infoseek.co.jp/article/prtimes_000000013_000109609/">https://news.infoseek.co.jp/article/prtimes_000000013_000109609/</a>                   |
| 9   | PRESIDENT Online（プレジデントオンライン） | 株式会社プレジデント社              | <a href="https://president.jp/ud/pressrelease/67c824d8af6d34047b00002f">https://president.jp/ud/pressrelease/67c824d8af6d34047b00002f</a>                         |
| 10  | JBpress（ジェイビープレス）             | 株式会社日本ビジネスプレス            | <a href="https://jbpress.ismedia.jp/ud/pressrelease/67c824d8af6d34032d00002e">https://jbpress.ismedia.jp/ud/pressrelease/67c824d8af6d34032d00002e</a>             |
| 11  | 東洋経済オンライン                     | 株式会社東洋経済新報社              | <a href="https://toyokeizai.net/ud/pressrelease/67c829e2af6d34128a00002a">https://toyokeizai.net/ud/pressrelease/67c829e2af6d34128a00002a</a>                     |
| 12  | マピオンニュース                      | 株式会社ONE COMPATH          | <a href="https://www.mapion.co.jp/news/release/000000013.000109609/">https://www.mapion.co.jp/news/release/000000013.000109609/</a>                               |
| 13  | BtoBプラットフォーム 業界チャンネル          | 株式会社インフォマート              | <a href="https://b2b-ch.infomart.co.jp/news/detail.page?IMNEWS4=5546884">https://b2b-ch.infomart.co.jp/news/detail.page?IMNEWS4=5546884</a>                       |
| 14  | iza（イザ！）                      | 株式会社産経デジタル               | <a href="https://www.iza.ne.jp/pressrelease/prtimes/WFBCADUL4ZKI7H4737KERRCW34/">https://www.iza.ne.jp/pressrelease/prtimes/WFBCADUL4ZKI7H4737KERRCW34/</a>       |
| 15  | おたくま経済新聞                      | シー・エス・ティー・エンターテインメント株式会社 | <a href="https://otakuma.net/archives/prtimes/03054080140.html">https://otakuma.net/archives/prtimes/03054080140.html</a>                                         |
| 16  | BIGLOBEニュース                   | ビッグロブ株式会社                | <a href="https://news.biglobe.ne.jp/economy/0305/prt_250305_2126400300.html">https://news.biglobe.ne.jp/economy/0305/prt_250305_2126400300.html</a>               |
| 17  | 毎日新聞デジタル                      | 株式会社毎日新聞社                | <a href="https://mainichi.jp/articles/20250305/pr2/00m/020/720000c">https://mainichi.jp/articles/20250305/pr2/00m/020/720000c</a>                                 |
| 18  | 産経ニュース                        | 株式会社産業経済新聞社、株式会社産経デジタル   | <a href="https://www.sankei.com/pressrelease/prtimes/WFBCADUL4ZKI7H4737KERRCW34/">https://www.sankei.com/pressrelease/prtimes/WFBCADUL4ZKI7H4737KERRCW34/</a>     |
| 19  | ジョルダンニュース！                    | ジョルダン株式会社                | <a href="https://news.jorudan.co.jp/docs/news/detail.cgi?newsid=PT000013A000109609">https://news.jorudan.co.jp/docs/news/detail.cgi?newsid=PT000013A000109609</a> |
| 20  | 朝日新聞デジタルマガジン＆[and]            | 株式会社朝日新聞社                | <a href="https://www.asahi.com/and/pressrelease/425489366/">https://www.asahi.com/and/pressrelease/425489366/</a>                                                 |
| 21  | @DIME（アットダイム）                 | 株式会社小学館                  | <a href="https://dime.jp/company_news/detail/?pr=2093464">https://dime.jp/company_news/detail/?pr=2093464</a>                                                     |
| 22  | NIKKEI COMPASS                | 株式会社日本経済新聞社              | <a href="https://www.nikkei.com/compass/content/PRTKDB000000013_000109609/preview">https://www.nikkei.com/compass/content/PRTKDB000000013_000109609/preview</a>   |
| 23  | とれまがニュース                      | 株式会社サイトスコープ              | <a href="https://news.toremaga.com/release/others/3498516.html">https://news.toremaga.com/release/others/3498516.html</a>                                         |

### CJPF AWARD 2025 プレスリリースの配信

- ◆ 全受賞者の地元メディアや専門メディアまで幅広く広報を実施。（PRTIMESからのメール・FAX配信、およびメディアへのダイレクトメール）
- ◆ 結果、各地方メディア・専門メディアから表彰式の記事が多数リリースされた。（以下、一部抜粋）

| 部門     | 賞名         | 作品/取組名                                                                                                                     | 応募者名<br>(企業・団体)                       | メディア名                                     | URL                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ムービー   | グランプリ      | Breath of Nagano「水引」～制約から生まれた創造性～<br>The Heart of Noh -English Edition-                                                    | 長野県<br>金春流能楽師 山井綱雄                    | 南信州新聞<br>ナタリー                             | <a href="https://minamishinshu.jp/2025/03/08/606296/">https://minamishinshu.jp/2025/03/08/606296/</a><br><a href="https://natalie.mu/stage/news/614827">https://natalie.mu/stage/news/614827</a>                                                               |
|        | 準グランプリ     | 「The Seri」- Akashiura Fish Auction -<br>うじには物語がある                                                                          | 明石浦漁業協同組合<br>宇治市                      | 神戸新聞<br>ALCO (アルコ)                        | <a href="https://www.kobe-np.co.jp/news/society/202503/0018721351.shtml">https://www.kobe-np.co.jp/news/society/202503/0018721351.shtml</a><br><a href="https://alco-uj.com/news-uji20250305/">https://alco-uj.com/news-uji20250305/</a>                       |
|        | 優秀賞        | RIP TRIP IN OKINAWA CITY #FOOD                                                                                             | 沖縄市                                   | KOZA WEB (コザウェブ)                          | <a href="https://www.kozaweb.jp/news/show/302">https://www.kozaweb.jp/news/show/302</a>                                                                                                                                                                        |
|        | 準グランプリ     | Anime Times Company in India<br>DUAL PILGRIM「Kumano Kodo & Way of St.James: Celebrating World Heritage Pilgrimage Culture」 | 株式会社アニメタイムズ社<br>一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューロー | PR TIMES<br>一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューロー公式ホームページ | <a href="https://prt看mes.jp/main/html/rd/p/00000030.000085059.html">https://prtimes.jp/main/html/rd/p/00000030.000085059.html</a><br><a href="https://www.tb-kumano.jp/en/2025/03/05/14516/">https://www.tb-kumano.jp/en/2025/03/05/14516/</a>                 |
| プロジェクト | 優秀賞        | 進撃の巨人 in 日田～進撃の日田～<br>本関刀／Honsekitoプロジェクト                                                                                  | 進撃の日田まちおこし協議会<br>長谷川刃物株式会社 岐阜県        | 大分合同新聞<br>岐阜新聞                            | <a href="https://www.oita-press.co.jp/1010000000/2025/03/05/JDC2025030500477">https://www.oita-press.co.jp/1010000000/2025/03/05/JDC2025030500477</a><br><a href="https://www.gifu-np.co.jp/articles/-/510359">https://www.gifu-np.co.jp/articles/-/510359</a> |
|        |            | THE SUMO HALL 日楽座 OSAKA                                                                                                    | 株式会社阪神コンテンツリンク<br>株式会社オープンボックス        | スポニチ                                      | <a href="https://www.sponichi.co.jp/sports/news/2025/03/06/kiji/20250306s00005000060000c.html">https://www.sponichi.co.jp/sports/news/2025/03/06/kiji/20250306s00005000060000c.html</a>                                                                        |
|        |            | 動き出す浮世絵展 Ukiyoe Immersive Art Exhibition                                                                                   | 株式会社一旗<br>テレビ愛知株式会社                   | 名鉄経済新聞                                    | <a href="https://meieki.keizai.biz/release/387985/">https://meieki.keizai.biz/release/387985/</a>                                                                                                                                                              |
|        |            | 宝の島「北海道」のインバウンド富裕層向けフルオーダーメイドツアーサービス                                                                                       | 株式会社北海道宝島旅行社                          | 北海道新聞                                     | <a href="https://www.hokkaido-np.co.jp/article/1131116/">https://www.hokkaido-np.co.jp/article/1131116/</a>                                                                                                                                                    |
|        | 大阪・関西万博特別賞 | Creating a Tea Wonderland with tea lovers from all over the world                                                          | 京都おぶが茶苑合同会社                           | 京都おぶが茶苑公式Instagram                        | <a href="https://www.instagram.com/p/DG2gMhEzmKT/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DG2gMhEzmKT/?img_index=1</a>                                                                                                                                        |



## （１）CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査

CJPF

- CJPF AWARD 2025
- 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ

# （１）CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ\_今年度の取り組み方針

- ◆ 令和5年度は、ワークショップを開催して開発したフレームワーク活用のトライアルまでを実施。
- ◆ 令和6年度は、「魅力の可視化・ストーリー化」フレームワークそのものと、ワークショップ（事業者へのフレームワーク実装・展開手法）の有用性を検証。
- ◆ 検証結果を分析し、改善策の検討・実行までを行う。

|       | マイルストーン                                                                      | 対象分野            | 時間軸     |
|-------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------|
| 企画・開発 | ①慶応SDMご協力のもと、フレームワーク初版を作成<br>過去に取材した21のモデル事例を分析、型化                           |                 | 令和5年度   |
| 実装    | ②フレームワークの活用トライアル<br>・地域で活躍されている事業者による講演、トークセッション<br>・全国から集まった事業者向けにワークショップ開催 |                 |         |
| 検証    | ③フレームワークの有用性（ワークショップの適合性）の検証<br>昨年度とは異なる形態（地域/顔ぶれ）によるフレームワーク活用のワークショップ実施     | 地域              | 令和6年度   |
| 改善    | ④検証結果の振り返り→改善策の検討・反映<br>検証結果（ワークショップ）の分析、改善策の検討・反映                           |                 |         |
| 展開    | ⑤アップデート版のリリース、他分野への展開                                                        | クールジャパン<br>関連産業 | 令和7年度以降 |

# （１）CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ\_有用性検証方法の企画検討

## 【企画検討】①ワークショップ対象案件（題材）の要件整理

- ◆ 担い手の外需獲得推進・自走化支援を目的に開発したフレームワークの有用性を検証する手法としてワークショップを実施するにあたり、ワークショップの題材として相応しい案件を選定する必要があると判断。ワークショップ対象案件の要件を整理し、候補案件を評価することで、妥当性を担保することとした。

| 要件項目        |                  | 観点（例）                                                                                                                           |
|-------------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 影響度<br>（定量） | 経済的インパクト         | ✓ インバウンド/海外市場拡大等による収益の向上が期待できるか                                                                                                 |
| 影響度<br>（定性） | 影響範囲の広さ          | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 取組が広範にわたっているか（複数の事業者間や地域内での連携が見られるか）</li> <li>✓ 横展開しやすい地域や分野が存在しているか</li> </ul>        |
| 整合性         | CJPF戦略との合致度      | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 外需獲得を目的とした案件/取り組みなのか</li> <li>✓ 海外展開を前提とした魅力掘り起こしやPR手法の開発を行うのか</li> </ul>              |
|             | CJPFへのメリット授受     | ✓ CJPFが獲得したい情報を提供してくれるか（ワークショップ実施の効果等）                                                                                          |
| 推進<br>難易度   | 主体者（担い手）の<br>本気度 | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 海外へ展開・発信するための事業計画・リソース調達（予算）・体制が存在するか</li> <li>✓ 意思決定者を始めとした関係者のモチベーションが高いか</li> </ul> |
|             | リソースの可用性         | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 連携する案件主体者とリソースを共有することで、調達・推進コストを最小化できるか</li> <li>✓ CJPFと地域の連携がスムーズに採れるか</li> </ul>     |



# (1) CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ\_有用性検証方法の企画検討

## 【企画検討】②ワークショップ候補案件の妥当性確認

- ◆ 本事業の提案時より調整を進め候補案件となった愛知『発酵食文化』振興協議会について、ワークショップ要件を満たしているか確認を行った。
- ◆ 本協議会がインバウンド集客向上をゴールとしており※、CJPF戦略と一定の整合性があると評価。その他の要件項目でも大きな懸念はないと判断した。
- ※協議会は立上期にあり、令和6年度についてはインバウンド集客戦略の策定が主な活動となる。CJPFとしては、ワークショップを行うことで来年度以降の戦略実行・推進の加速を支援する

| 要件項目        |                   | 愛知『発酵食文化』振興協議会                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 影響度<br>(定量) | 経済的インパクト          | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 観光戦略2024-2026 KGI (2026年の目標) <ul style="list-style-type: none"> <li>└外国人旅行客単価: 8万円 (2022年実績: 3600円)</li> <li>└外国人観光光入込客数: 380万人回 (2022年実績: 22万人回)</li> </ul> </li> <li>※国際航空旅客のコロナ前水準への回復は2025年と予測</li> </ul> |
| 影響度<br>(定性) | 影響範囲の広さ           | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 愛知『発酵食文化』振興協議会 (全95名が加盟)<br/>(県内39市町村、県内観光協会39団体)</li> <li>✓ 愛知県は発酵事業者が集積しており、横展開のスピードに期待できる</li> </ul>                                                                                                       |
| 整合性         | CJPF戦略との合致度       | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 日本食に欠かせない発酵調味料をすべて作っている愛知県の魅力を海外に発信し、インバウンド誘客を図ることが協議会設立の背景である</li> <li>✓ 具体的なインバウンド向け商品造成・PR手法は、事業者ごとにコンセプトを立案し戦略策定した後に設計されるものであるため、現時点で明確に示すことは難しいが、ワークショップのコンテンツに「アクションプラン策定」までを組み込む可能性はある</li> </ul>      |
|             | CJPFへのメリット授受      | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ リクルート社の愛知県担当エリアプロデューサーとの連携により、効果検証に必要な情報の回収が可能</li> </ul>                                                                                                                                                     |
| 推進<br>難易度   | 主体者 (担い手)<br>の本気度 | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 発酵食・食文化を活用したインバウンド誘客事業の予算 <ul style="list-style-type: none"> <li>・2024年度: 補正予算2400万円を計画</li> <li>・2025年度: 4000万円規模の事業を計画</li> </ul> </li> </ul>                                                               |
|             | リソースの可用性          | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 愛知県事業と連携することで、ワークショップの母集団形成が容易に</li> </ul>                                                                                                                                                                    |



【企画検討】③ワークショップのゴール設定（愛知『発酵食文化』振興協議会の課題対応）

- ◆ 本協議会が抱えている課題、CJPFのワークショップに求める期待を踏まえ、ワークショップのゴールを発酵ツーリズムの造成・発信・運用の推進に必要な「機運醸成（マインドセット）」「協業・連携のきっかけづくり」と設定することとした。

愛知「発酵食文化」  
振興協議会が  
抱えている課題

①受け入れ体制の整備:

- ・発酵商品（ツーリズム）の造成・販売、運用を行っていく手段や体制が整っていない。
- ・発酵ツーリズム推進に必要な、地元の蔵元を始めとした関係者の当事者意識やモチベーション向上が十分でない。

②体験価値の向上:

愛知県の発酵食に関わる産業資産の掘り起こし、強みの活用策の具現化。

③認知度の向上:

- ・海外消費者の「発酵」に対する理解が浅い（偏りがある）ため、新たな気付きを与えることで興味関心を高める素地が十分にある。
- ・「健康」「グルメ」は有力なコンテンツになりうるが、現状はその魅力をターゲットに十分に伝えきれていない。



ワークショップのゴール

発酵ツーリズムのコンテンツを考えるグループワークの場を提供することで、  
「機運醸成（当事者意識のマインドセット）」と「他分野連携のきっかけづくり」を図る

＜機運醸成を行うために必要なアクション＞

- ①プロジェクトの背景・ゴール説明
- ②担い手プロジェクト参画の意義、協力メリットの提示（関係者の我が事化）
- ③小さな成功体験（兆し）の創出・共有
- ④ステークホルダーの巻き込み（体制構築）

# （１）CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ\_有用性検証方法の企画検討

## 【企画検討】④フレームワークの有用性検証項目の設計

- ◆ フレームワークの検証ポイントの洗い出しを行い、重要度・検証手法の実現性の観点から「ユーザビリティ/満足度」「適用性/柔軟性」を検証する。
- ◆ フレームワーク活用に関するフィードバックが収集できるアンケートを設計し、ワークショップ終了時にアンケート調査を実施する。

| 検証ポイント_分類   | 検証ポイント_詳細                                                                                                                                                      | 検証手法案                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ユーザビリティ/満足度 | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ フレームワークが実際に使いやすいか</li> <li>✓ ユーザーが理解しやすいか<br/>(ワークショップでの説明はわかりやすかったか)</li> <li>✓ 導入に際してどれくらいの教育やトレーニングが必要か</li> </ul> | <p>➤ <u>ユーザー（事業者等）からのフィードバック収集（仮）</u><br/>:アンケート/インタビュー調査によるフレームワークを使用した後の満足度や、フレームワークがどの程度アイデア創出を助けたかについて定性コメント（フィードバック）を収集する</p>                                                                                                                                                                         |
| 適用性/柔軟性     | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ フレームワークが対象とする問題や状況に適用可能かどうか</li> <li>✓ 異なる地域や状況に対しても柔軟に適用できるか</li> </ul>                                              | <p>➤ <u>異なるケーススタディの実施による比較評価</u><br/>:地域や分野、問題のタイプが異なる事業者等にフレームワークを適用し、適用結果を比較してその有効性を評価する<br/>※今年度のワークショップ実施が本手法の対象</p>                                                                                                                                                                                   |
| コスト効率性/スピード | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ フレームワークの導入と使用にかかるコスト（時間、資源、費用）が、得られる成果に対して適正かどうか</li> <li>✓ フレームワークが迅速に適用でき、短期間で結果を出せるかどうか</li> </ul>                 | <p>➤ <u>活用前後でのコストパフォーマンス比較（仮）</u><br/>:フレームワーク使用前後の分析プロセス所要時間と成果※を測定し、過去の手法との比較分析にて評価する<br/>※事業推進の加速化（意思決定の速さ、事業関係者のコミュニケーション円滑化など）</p>                                                                                                                                                                    |
| 効果性         | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ フレームワークを使用することで、発掘・可視化した「地域・事業の魅力」がどの程度明確かつ魅力的なものになるか</li> <li>✓ フレームワークが具体的な成果をもたらすかどうか</li> </ul>                   | <p>➤ <u>カスタマー「ストーリー」受容性測定（仮）</u><br/>:外国人消費者を対象としたアンケートを実施し、可視化・ストーリー化した魅力の共感度をスコア評価する</p> <p>➤ <u>ベンチマークテスト（仮想マーケティングテスト）（仮）</u><br/>:過去のコンセプトとフレームワークで策定したコンセプトを用いて仮想マーケティングテストを行い、顧客の反応や市場シェアの予測を比較する</p> <p>➤ <u>ケーススタディの追跡による成果測定（仮）</u><br/>:昨年度ワークショップに参加した事業者を対象にアンケートを実施し、フレームワーク内容の活用実態を把握する</p> |

# (1) CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ\_フレームワーク(ワークシート)の追加設計

## 愛知『発酵食文化』振興協議会ワークショップ向けのフレームワーク追加設計

- ◆ 検証対象である「事業のストーリーを磨き上げるフレームワーク」に加え、本ワークショップ向けの「地域のストーリーを伝えるツーリズム」ワークシートを慶應SDM様と共同で作成し、個人ワーク・グループワークを実施することとした。

共創

慶應義塾大学大学院  
システムデザイン・マネジメント研究科



**白坂成功氏**  
慶應義塾大学大学院  
システムデザイン・  
マネジメント研究科委員長 教授



**広瀬毅氏**  
慶應義塾大学大学院  
システムデザイン・  
マネジメント研究科 特任講師

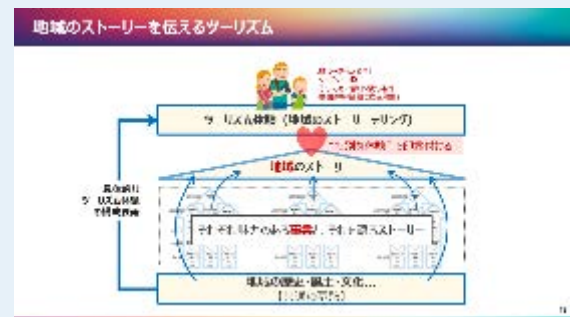
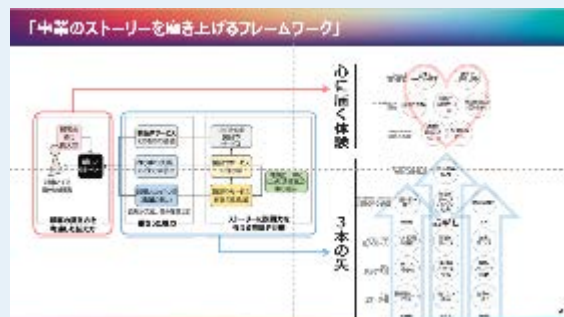


**中田実紀子氏**  
慶應義塾大学大学院  
システムデザイン・  
マネジメント研究科 特任教授



**山崎真湖氏**  
慶應義塾大学大学院  
システムデザイン・  
マネジメント研究科 特任教授

共同  
研究者





# (1) CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力を引き上げるワークショップ\_フレームワークのご説明

## 事業のストーリーを磨き上げるフレームワーク ※2023年度までのCJPFモデル事例の分析により開発

### ① 3本の矢 (シャフト)

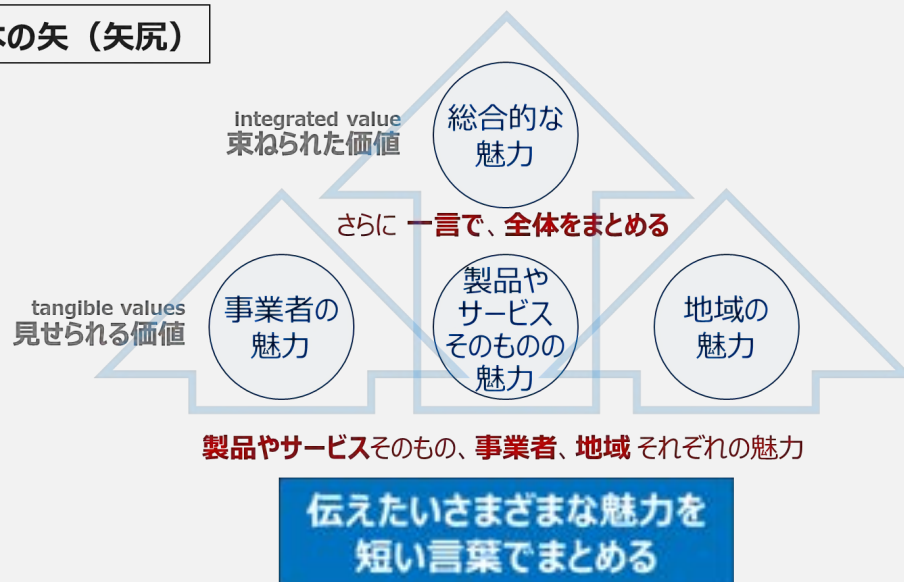
what/who  
モノ・コト・人  
どんな人・もの・風土?

how  
活動  
どんなことが行われている?

why  
思い・価値  
こんな思いや価値を大切に



### ② 3本の矢 (矢尻)



## 「地域のストーリーを伝えるツーリズム」ワークシート

外国人観光客を感動させる 愛知の発酵食の魅力を伝える体験のアイデア

|                      | つくる | 食べる | 移動する/泊まる | 持ち帰る |
|----------------------|-----|-----|----------|------|
| おもてなし                |     |     |          |      |
| 唯一無二<br>今だけ・ここだけ・私だけ |     |     |          |      |
| 原体験<br>歴史・自然を実感      |     |     |          |      |

タテ・ヨコそれぞれの  
キーワードを活かして  
体験のアイデアを発想

先ほど書いた  
地域の  
ストーリーも  
ヒントに...

# (1) CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ\_ワークショップの実施

◆ 愛知『発酵食文化』振興協議会の構成員を対象に、発酵ツーリズム造成・実装の機運醸成を図るためのワークショップを実施した。

※本ワークショップの集客難易度を考慮して、11月18日に開催予定だった愛知『発酵食文化』振興協議会の総会後かつ3時間以内での実施（長時間拘束を避ける要望あり）で調整し、10月8日のシンポジウムや本協議会の構成員に対するDM送付にて広報を行った。直前に協議会が急遽総会キャンセルをするようになったため、開始/終了時間の変更をせずに実施に至った。

## ワークショップの実施概要

### ■実施日時:

2024年11月18日（月）15:00～18:00

### ■実施場所:

愛知県名古屋市中村区名駅1-1-4 JRセントラルタワーズ42階、43階

### ■タイムテーブル

| 開始時刻  | 終了時刻  | プログラム                                                                     |
|-------|-------|---------------------------------------------------------------------------|
| 15:00 | 15:05 | 愛知『発酵食文化』振興協議会より<br>本協議会の立ち上げ背景・ゴールの説明                                    |
| 15:05 | 15:10 | CJPF（クールジャパン官民連携プラットフォーム）より<br>CJPFの役割・取り組み概要・WS協働開催の説明                   |
| 15:10 | 15:25 | 「愛知県訪日外国人調査」結果の共有<br>愛知県のローカル調査結果、示唆の共有                                   |
| 15:25 | 15:35 | 愛知県ツーリズムの考え方（講演）<br>観光体験を考える際のポイント                                        |
| 15:35 | 17:55 | ワークショップ（個人ワーク・グループワーク）<br>ワークショップの目的・進め方の共有、フレームワークの概要説明、個人ワーク・グループワークの実施 |
| 17:55 | 18:00 | 総括・アンケート回答                                                                |





# (1) CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力をもり上げるワークショップ\_有用性検証用アンケート調査概要

P.31で整理した検証項目に沿ってアンケートフォームを作成。ワークショップのプログラム終了後にアンケート調査を実施した。

- ◆ 調査対象：ワークショップに参加した愛知『発酵食文化』振興協議会の構成員（企業/行政）
- ◆ 調査日時：2024年11月18日（月）ワークショップ直後に実施
- ◆ 調査形式：Webアンケート（forms）
- ◆ 調査内容：ワークショップ全体の内容・進行、個人ワーク・グループワークそれぞれに対する評価

## 【事業のストーリーを磨き上げるワークショップ-地域内連携で、愛知の発酵ワリズムを考える-】フィードバック アンケート

ワークショップ全体の内容・進め方に関するご評価/ご意見

1. ワークショップ全体を通して、どの程度満足されていますか？

全然満足できなかった ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ とても満足でした

2. ワークショップ全体の進行や時間配分は、適切でしたか？

全然満足できなかった ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ とても満足でした

4. 「愛知県産品/外産品/調製」結果の内容は参考になりましたか？

全然参考にならない ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ とても参考になった

5. 「愛知県ワリズム/食文化」の情報は、参考になりましたか？

全然参考にならない ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ とても参考になった

6. ワークショップに参加して、「地域や産業を問わず」他の事業者との連携・共同への意欲は高まりましたか？

全然高まりました ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ とても高まりました

7. ワークショップ全体を通して、最も良かった点は何か？

8. ワークショップ全体を通して、改善すべき点と想われた点は何か？  
※上記の質問でなく評価された点について、ぜひ具体的に改善点をご指摘いただけますと幸いです。

9. このワークショップも、同僚や知人に勧める可能性はどの程度ですか？

全然勧めるべきではない ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ 非常に勧めます

## 個人ワーク・グループワークについて

「事業のストーリーを磨き上げるワークショップ」「愛知ワリズム」のアイデアを磨き上げる、他県/他市の個人ワーク・グループワークについてお答えください。

10. 【理解のしやすさ】ワークショップや表の構成や手順に関する説明は、理解しやすいと感じましたか？

全然理解できなかった ほとんど理解できなかった どちらともいえない ほぼ完全に理解できた とても完全に理解できた

事業のストーリーを  
検討するためのフ  
ォークシート

○ ○ ○ ○ ○

愛知ワリズムの  
アイデアを磨き  
上げる表

○ ○ ○ ○ ○

11. 【使いやすさ】ワークシートや表は使いやすかったですか？

全然使いやすかったです ほとんど使いやすかったです どちらともいえない 使いやすかったです とても使いやすかったです

事業のストーリーを  
検討するためのフ  
ォークシート

○ ○ ○ ○ ○

愛知ワリズムの  
アイデアを磨き  
上げる表

○ ○ ○ ○ ○

12. 【効果の実感】「事業のストーリーを磨き上げるワークショップ」を通じて、「自らの事業の魅力」「地域の魅力」「地域とつながり」を整理しやすくなりましたか？

全然整理しやすくなりました ほとんど整理しやすくなりました どちらともいえない かなり整理しやすかったです とても整理しやすかったです

自らの事業の  
魅力

○ ○ ○ ○ ○

地域の魅力

○ ○ ○ ○ ○

地域とつながり  
の事業の  
魅力

○ ○ ○ ○ ○

13. 【効果の実感】発酵ワリズムのアイデアを考えた後、新たなワリズムのアイデアを検討するのに役立つと感じましたか？

全然役立つべきではない ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ 非常に役立つ

14. 【振り返り】個人ワーク・グループワークを通じて、新たに気付いた自らの事業や地域の魅力を記入してください。

15. 【今後の展望】質問14に記入いただいた魅力も、どのようなワリズム/エグゼンプツ/インパクト/活動展開にこれからつなげていきたいですか？

16. 【満足度】個人ワーク・グループワークは、有意義でしたか？

全然有意義ではなかった ほとんど有意義ではなかった どちらともいえない 有意義だった とても有意義だった

事業/地域の魅力  
を磨き上げるフ  
ォークシート  
（表）

○ ○ ○ ○ ○

愛知ワリズム/ア  
イデア磨きアップ  
シート

○ ○ ○ ○ ○

17. 【満足度】本日行った個人ワーク・グループワークについて、最も良かった点は何ですか？（複数回答可）

18. 【満足度】本日行った個人ワーク・グループワークについて、改善すべき点と想われた点は何か？  
※上記の質問でなく評価された点について、ぜひ具体的に改善点をご指摘いただけますと幸いです。

19. 【継続利用意向】今回の個人ワーク・グループワークで得られた検討結果や、検討に用いたアプリ・ワークシートやアイデア発想の仕方、今後の活動に活かそうですか？

※愛知県発酵食振興協議会/愛知県/愛知市/愛知企業/愛知市民/事業者/材料提供者

全然活かそうとしない ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ とても活かそう

# (1) CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ\_有用性検証アンケート調査結果 (Q2~Q6)

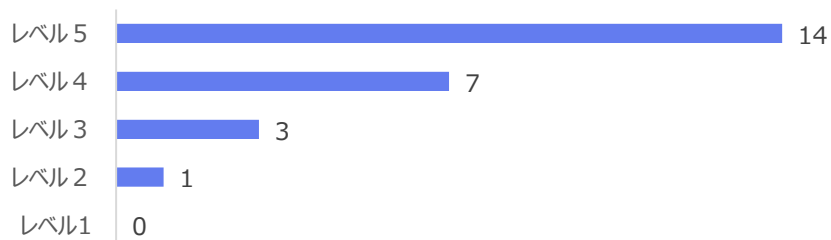
CJPF

◆ ワークショップ全体に関しては、平均評価結果が4.36点となった。

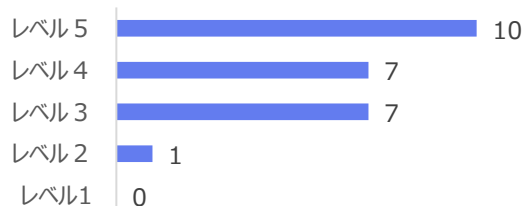
【評価ポイント】他の事業者との連携・共創への意欲向上に大きく寄与できたと考えられる。

【改善ポイント】進行や時間配分はレベル2の回答もあり、改善の余地があると考えられる。

Q2.ワークショップ全体を通して、どの程度満足されていますか？



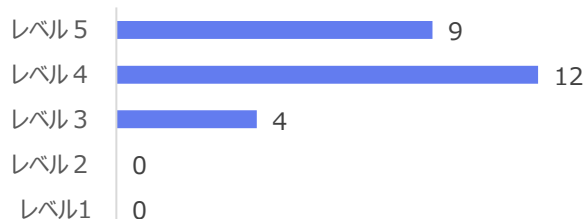
Q3.ワークショップ全体の進行や時間配分は、適切でしたか？



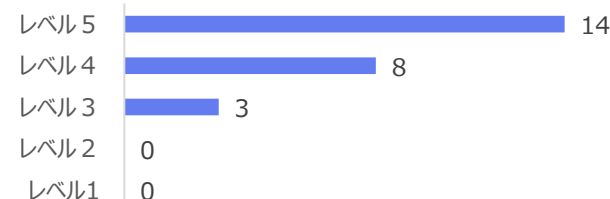
Q4.「愛知県訪日外国人調査」結果の内容は参考になりましたか？



Q5.「愛知県ツーリズムの考え方」の説明は、参考になりましたか？



Q6.ワークショップに参加して、(地域や産業を問わず)他の事業者との  
連携・共創への意欲は高まりましたか？



# (1) CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ\_有用性検証アンケート調査結果 (Q7)

◆ ワークショップ全体を通して最も評価された点は、総括すると「他分野事業者との接点・意見交換の機会獲得」「フレームワーク活用による自社事業整理の促進」「フレームワーク活用による地域の資産/魅力へのアプローチ手法の獲得」の3点となった。特に他分野事業者との意見交換を評価する声が多かった。

## Q7.ワークショップ全体を通して、最も良かった点は何ですか？

| 回答内容                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 知恵の絞り出しがわかりやすかった                                                                                   |
| 普段接しない事業者の方とお話できた                                                                                  |
| 他事業者と繋がれたこと                                                                                        |
| 全体発表を聞いて愛知と岐阜の発酵文化の違いを比べることができて良かったです                                                              |
| 様々な業種の方から意見を聞くことができとても参考になりました。                                                                    |
| フレームワーク                                                                                            |
| 様々な業種の方の発酵食文化にかかる思いを聞くことができ大変参考になった。                                                               |
| 多様な意見が聞けた                                                                                          |
| 他事業者さんとじっくり交流できて、新たな気づきがあった。                                                                       |
| 三本の矢のフレームワーク                                                                                       |
| 参加者の方の考え方や目からウロコのようなツーリズムの繋げ方など様々なアイデアが伺えました。                                                      |
| 岐阜県チームの情報交換ができました。                                                                                 |
| 地域の資産をつなげて、愛知の魅力を発見するという視点が参考になった                                                                  |
| いかに地域性を出すのかがいいかという講師のコメント                                                                          |
| ワークショップで自分の事業の整理ができた                                                                               |
| 自分のやっている活動を再認識・確認できてよかったです。                                                                        |
| 各グループの発表、共有                                                                                        |
| 外国人観光客の方が何を求めて、何を目的に来日されてるのが分かりました。これからは本物を私たちは提供していこうと思います。                                       |
| 異業種間の意見交換会は本当にありがたいです。醸造文化についても醸造の製造の良さ、販売方、保管の仕方などコンテンツ造成の立場では飢餓付かないことなどがりますが、ほんとうに細かいことまで理解ができた。 |
| 参加者の発想や発言が意欲的でした。                                                                                  |
| 大ナゴヤ大学の加藤さんの報告                                                                                     |
| 同じテーブルの参加者と意見を出し合いツアーを考えれたことが楽しかったし良かった。                                                           |
| 発酵関連の事業者の生の声が聞けたこと。                                                                                |

## ワークショップの評価ポイント (総括)

I.他分野事業者との接点・  
意見交換の機会獲得

II.フレームワーク活用による自社  
事業整理の促進

III.フレームワーク活用による  
地域の資産/魅力への  
アプローチ手法の獲得

# (1) CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ\_有用性検証アンケート調査結果 (Q8)

- ◆ ワークショップ全体に対する課題点は、「時間配分（ワーク時間）の適正化」「ワークショップ進行における手際の円滑化」の2点に総括された。  
※Q18「個人ワーク・グループワークの改善点」にて、ワーク時間が短いという声も複数見られたことから、ワークショップ全体における時間配分への評価はワーク時間の配分が影響していると思慮できる。
- ◆ 今回のワークショップは機運醸成をゴールとしたため、敢えてアイデア発散のプログラムを設計した。ただし、アイデアの実現化ならびに海外への発信を目指すうえで実現可能性の検討は不可避であり、事業者のフェーズに合わせた支援（ワークショップの設計・提供など）が必要であると推察できる。

## Q8.ワークショップ全体を通して、改善すべきだと感じられた点は何ですか？

| 回答内容                                                               |
|--------------------------------------------------------------------|
| ワークの時間が短かった<br>参加者の皆さんはアイデアは持っている状態だったので、最初のプレストがかえって遠回りだったかもしれない  |
| 若干、スライドが見にくいことがありました。（人の頭など）                                       |
| 始まりの時間を早めて欲しい                                                      |
| もう少し時間が短いといいです。                                                    |
| 実現可能性を考慮しなかった部分。あえて考えないことにしたことは理解するし、これで良かったと思うが、実際に考える際には実現可能性が重要 |
| 時間が短かったように思います。                                                    |
| 時間が足りないですね。                                                        |
| 話し合いの時に照明が何度も消えたのが良くなかった                                           |

### ワークショップの課題（総括）

#### I.時間配分（ワーク時間）の 適性化

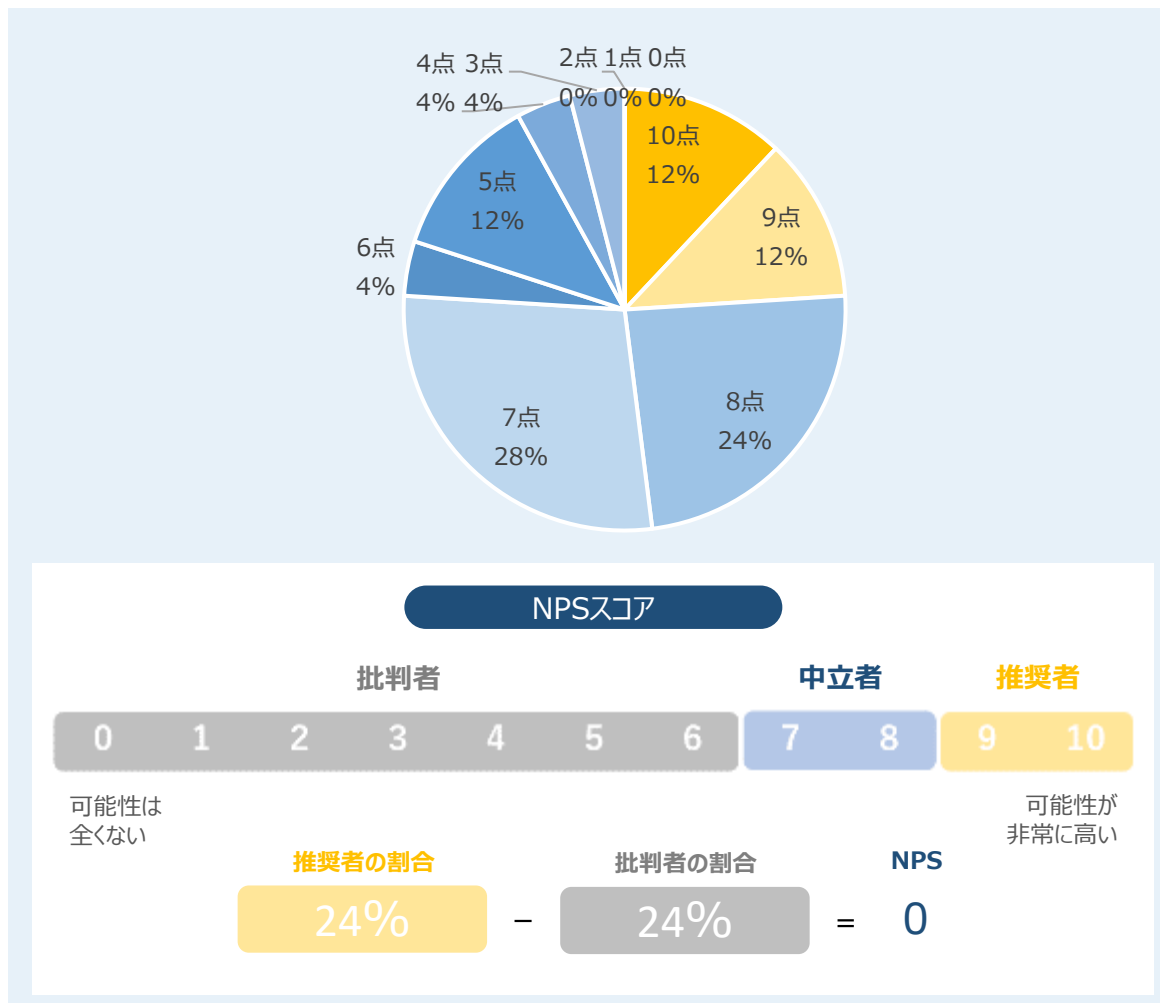
#### II.ワークショップ進行における 手際の円滑化

#### (III.実現可能性の検討までを 見据えたプログラム設計)

# (1) CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ\_有用性検証アンケート調査結果 (Q9)

◆ NPS（顧客満足度を測定するための指標）のスコアは「0」という結果であった。高スコアではないが、一定の満足度が得られたと考えられる。  
※文化や業界によってスコアの解釈が異なる場合があるが、一般的には0～30で良好とみなされる。

Q9.このワークショップを、同僚や知人に勧める可能性はどの程度ですか？



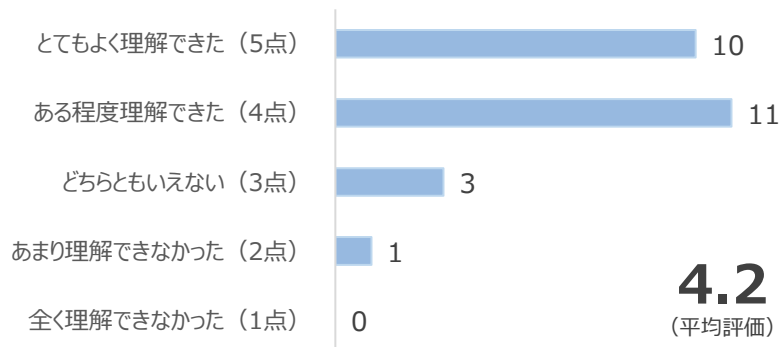


# (1) CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ\_有用性検証アンケート調査結果 (Q10・Q11)

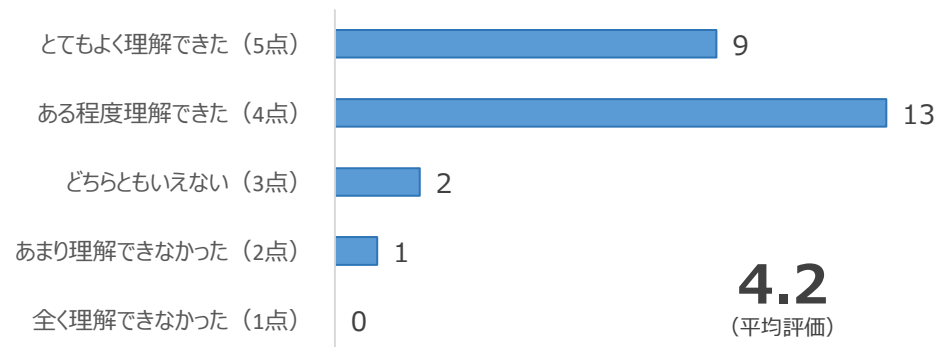
- ◆ 有用性検証対象の「事業のストーリーを検討するためのワークシート（三本の矢）」、本ワークショップ用に新たに作成した「発酵ツーリズムのアイデアを考える表」いずれについても、【理解のしやすさ】の平均評価が4.2点、【使いやすさ】の平均評点が3.9点となった。
- ◆ フレームワークの狙いや手順は理解できたものの、実践（洗い出し方や書き方）が難しかったことが推察できる。

## Q10.【理解のしやすさ】ワークシートや表の構成や手順に関する説明は、理解しやすいと感じましたか？

### 【事業のストーリーを検討するためのワークシート（三本の矢）】

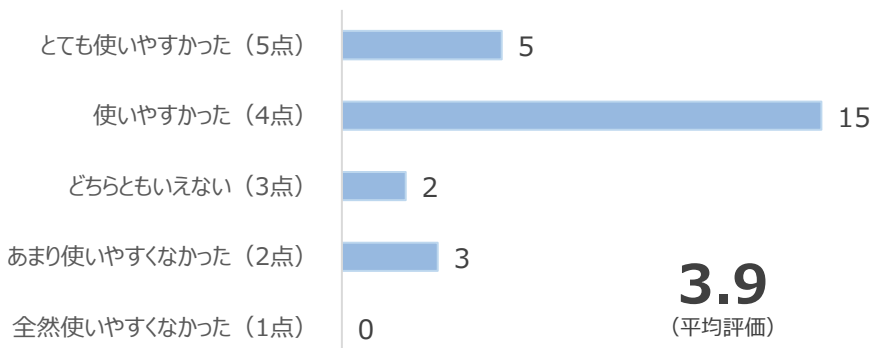


### 【発酵ツーリズムのアイデアを考える表】

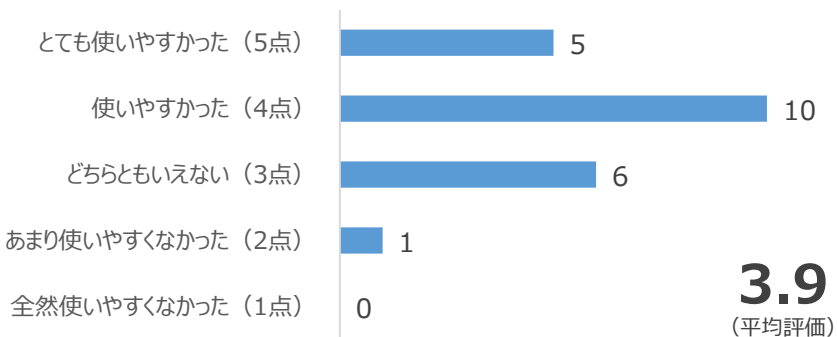


## Q11.【使いやすさ】ワークシートや表は使いやすいと感じましたか？

### 【事業のストーリーを検討するためのワークシート（三本の矢）】



### 【発酵ツーリズムのアイデアを考える表】



# (1) CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査

## 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ\_有用性検証アンケート調査結果\_Q12

CJPF

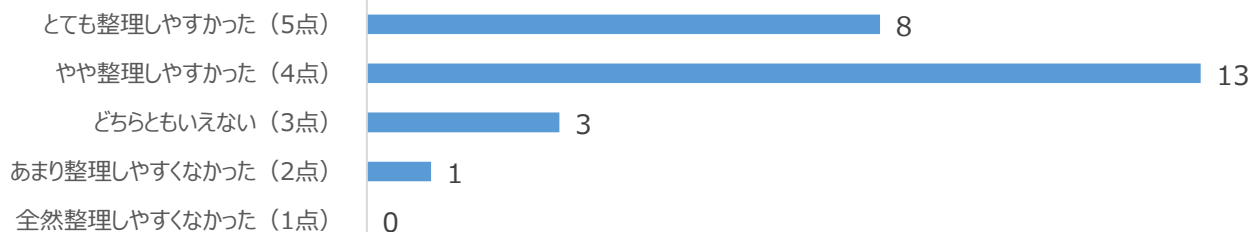
◆「事業のストーリーを検討するためのワークシート」に対する評価は、「自らの事業の魅力」「地域の魅力」「地域のつながり」いずれの観点においても、「やや整理しやすかった」の回答が最も多く、平均評価は4点前後となった。現行でも一定の有用性（効果実感）があると考察する。ただし、2割が「どちらともいえない」「あまり整理しやすくなかった」という回答で改善余地があるため、今年度内に定性評価・ワーク結果を分析の上、改善策の検討・実施を行っていく。

Q12.【効果の実感】「事業のストーリーを検討するためのワークシート」を使うことで、「自らの事業の魅力」、「地域の魅力」、「地域とのつながり」を整理しやすくなりましたか？

### 自らの事業の魅力

4.12

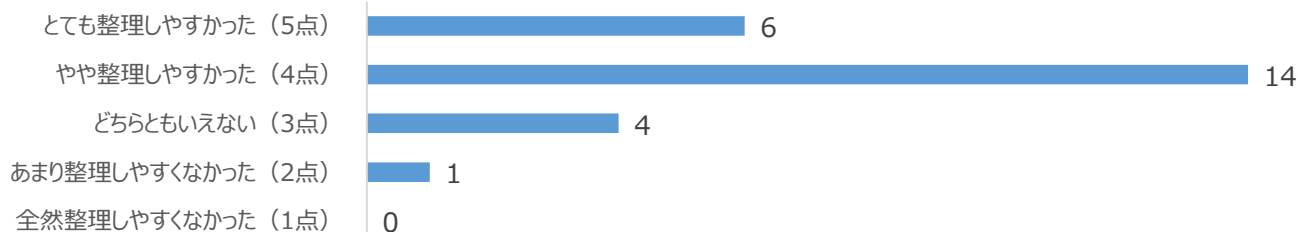
(平均評価)



### 地域の魅力

4.0

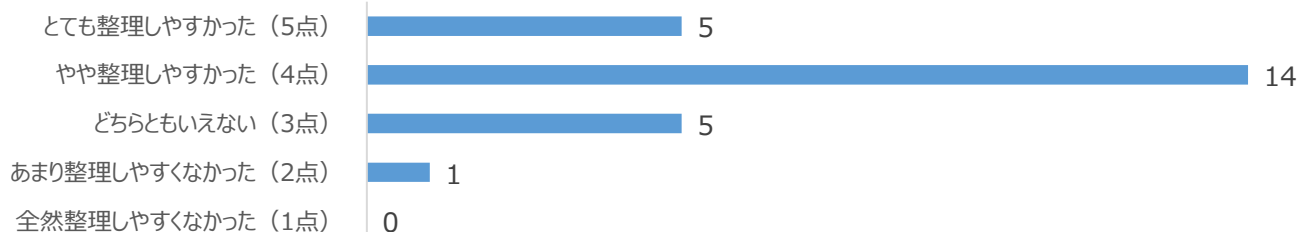
(平均評価)



### 地域とのつながり

3.92

(平均評価)

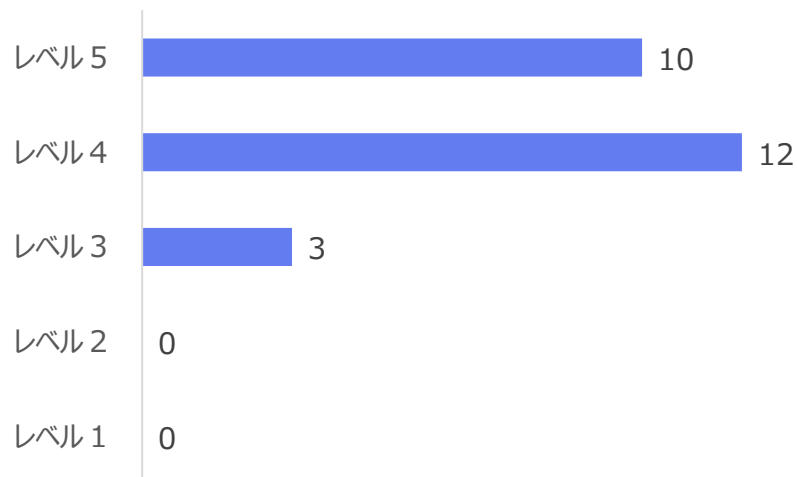


- ◆ 「発酵ツーリズムのアイデアを考える表」の平均評価は4.28点という結果となり、新たなツーリズムの着想・検討に一定の有効性があることが考察できる。
- ◆ インバウンド需要対策としてツーリズムを検討する地域/事業者を対象にした、本ワークシートの提供・展開について検討していくことが望ましいと思慮する。

Q13.【効果の実感】「発酵ツーリズムのアイデアを考える表」は、新たなツーリズムのアイデアを検討するのに役立つと感じましたか？

4.28

平均評価



- ◆ 個人ワーク・グループワークを通して、地域に根付く発酵食文化やその他の魅力について、再認識・再発見の場を提供できたと推察できる。
- ◆ インバウンド誘致施策を行うにあたり、他事業者との連携ニーズが顕在化しているため、連携のきっかけづくりや持続的な連携活動を支援する仕組みの検討・対応を進める必要がある。

- Q14【振り返り】個人ワーク・グループワークを通じて、新たに気付いた自らの事業や地域の魅力を記入してください。
- Q15【今後の展望】設問14に記入いただいた魅力を、どのようなツーリズムコンテンツやインバウンド誘致施策にこれからつなげていきたいですか？

| Q14の回答                                                                        | Q15の回答                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| 地域の発酵食文化の特色を再確認できた                                                            | 地域独特の魅力として打ち出していく<br>インバウンド向けに、自社ビアバーでも発酵食を出して行きたいです          |
| 愛知であることを言わなくても、和食を支える調味料が学べるのは愛知であることが唯一無二になりそうだということ。                        | ガイド育成にいかします。                                                  |
| 塩という視点が新たな発見だった。                                                              | 派生的なコンテンツとして、トップシェフなどに当ててみたい。                                 |
| 犬山とのコラボ                                                                       | 施設の充実                                                         |
| メンバーが褒めてくれるので、他にない強みを再確認することができました。                                           |                                                               |
| 発酵食文化とトヨタとの繋がり                                                                | 各コンテンツへのアクセスとしての協業                                            |
| 地域別の文化を知ることが出来ました。                                                            | はい。                                                           |
| まつり、歌の奥深い意味                                                                   | 地域のオバサン、オジサンを巻き込む                                             |
| 地域の他の事業者との共通点から、地域の魅力が発見できそうだった。                                              | 他の事業者などと共に、点から線、線から面への展開にできればと思います                            |
| 幅広いコンテンツ                                                                      |                                                               |
| 発酵文化の歴史を知ることが大切                                                               |                                                               |
| 生きる為の暮らしの知恵をシェア                                                               | 美味しいを通して、地域文化のシェア                                             |
| 街道との紐づけ                                                                       | 実現可能であればつなげたい                                                 |
| 地元の特産品が地元でしか見ることができない野菜である事、そして全国に自慢できるお漬物であることを改めて感じました。                     | 地元扶桑町だけでは無理なので、近隣の地域、特に犬山を巻き込んで誘致施策しなくては発展は難しいと感じました。         |
| 事業主を通じて改めて歴史のある地区であると感じた。戦国時代の醸造文化が脈々と続いているのが実感できた。                           | 醸造文化の体験と、醸造食品を地元のソウルフードを目玉としたコンテンツを販売したい。                     |
|                                                                               | 情報の単独発進よりも地域、団体発進の方が効果大                                       |
| それぞれ地域の特性を熟知していますが、周辺の地域との比較に過ぎません。我が町自慢ではなく他の地域からどのように評価されるのかという意識が必要だと思います。 | 異業種とのパイプです。他の業界との交流がなければ自治体の背比べに終わると思います。                     |
| 短い時間でのワークでは、自身の考えを少しまとめるしかできないので余り掘り下げた気づきは難しいです                              | 地元の人が馴染んでいる風習、祭り、行事などの情報発信から集客して、地元との交流でお互いの満足につながるような施策をおこなう |
| 愛知にはたくさんの発酵醸造文化、地域文化があることを再認識できた。                                             | 「日本人も知らないものすごく素晴らしい日本の魅力」をインバウンド誘致につなげていきたい。                  |

# (1) CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ\_有用性検証アンケート調査結果\_Q16

CJPF

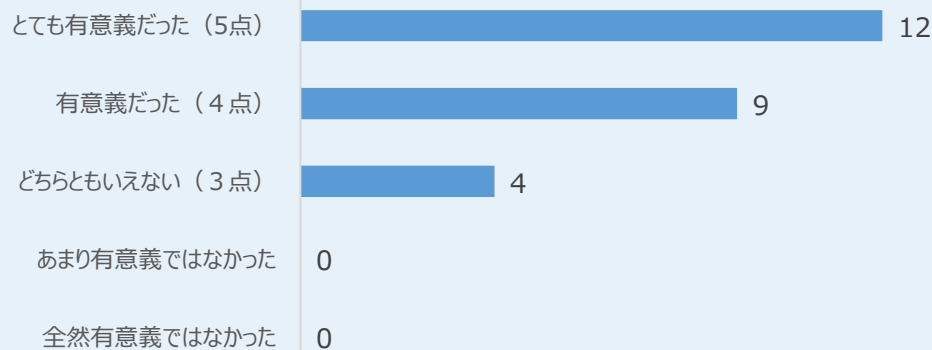
- ◆ 個人ワーク・グループワークいずれも平均評価は4.0点を超え、Q11のフレームワーク単体の使いやすさの評価よりも高い結果となった。
- ◆ ワークシートの提供だけではなく、ワークを行う上でのポイント示唆やディスカッションできる機会の提供/促進が効果実感につながっている可能性がある。

## ■Q16【満足度】個人ワーク・グループワークは、有意義でしたか？

### 個人ワーク

4.32

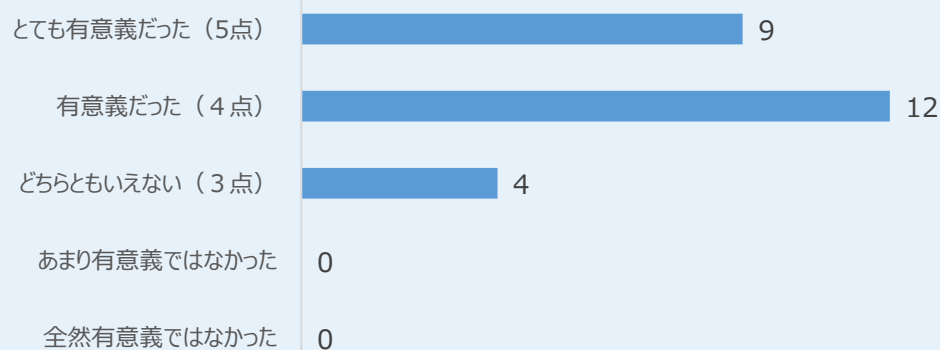
(平均評価)



### グループワーク

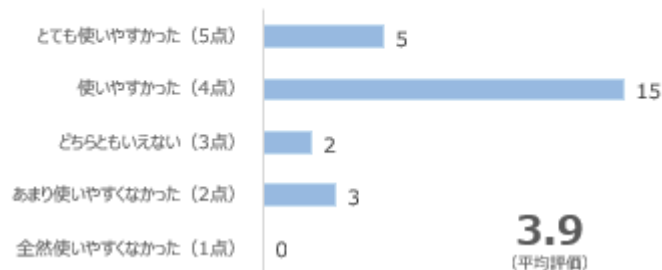
4.20

(平均評価)

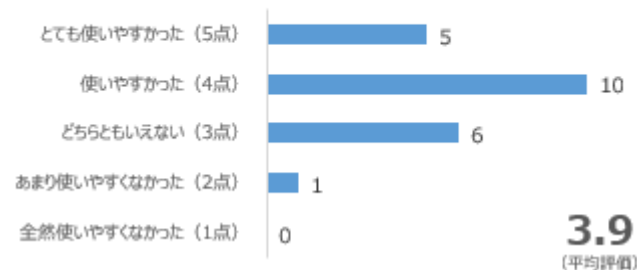


## ■Q11【使いやすさ】ワークシートや表は使いやすかったですか？

### 【事業のストーリーを検討するためのワークシート (三本の矢)】



### 【発想ツリーズムのアイデアを考える表】



- ◆ グループワークに対して、他の事業者の意見や考え方を得られたこと、日頃から商品として提供している発酵食を題材に具体的なアイデア出しが実施できたことを評価する声が多かった。

■ Q17【満足度】本日行った個人ワーク・グループワークについて、最も良かった点は何ですか？（複数回答可）

| 回答                                                  |
|-----------------------------------------------------|
| 守口漬の可能性を感じた                                         |
| 人の繋がりができた                                           |
| 異業種の方とお話できたこと。                                      |
| 守口漬を題材にしてもらえた                                       |
| 繋がり                                                 |
| ぜんぶ                                                 |
| 他の事業者とのグループワークが良かった。                                |
| 事業の整理ができた                                           |
| グループで意見出してワークをやった                                   |
| 人の動きや考えが知れた。                                        |
| 他の人の意見                                              |
| 守口漬についての他の職業の方の考え方を見聞きすることができ、今後の参考にする事ができました。      |
| 異業種との交流と年齢の差別なく意見交換ができ、新しい考え方も吸収できた。                |
| 参加者の発想は自由で意欲的でした。                                   |
| 参加者の職種や経験などにばらつきがあるのでこの時間内では良かったとも言えません。ヤラサレ感が強いです。 |
| いろんな業種の方がみえて、さまざまな思いを持ってみえることがわかったこと。               |
| 多様な意見を聞いたこと。                                        |

ワークの評価ポイント（総括）

I.他（分野）事業者との  
接点・意見交換

II.発酵食文化（守口漬）  
への新たな気付き



# （１）CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ\_有用性検証アンケート調査結果\_Q18

- ◆ Q8ワークショップ全体に対する評価同様、時間配分の最適化（特にワーク時間・発表時間の延長）に対する指摘が見られた。
- ◆ 地域や分野の視点だけでなく、参加者の経験・検討レベルや事業フェーズを踏まえたグルーピングやテーマ設定を行うことで、より満足度の高いワークショップが実施できると考えられる。

■ Q18【満足度】本日行った個人ワーク・グループワークについて、改善すべきと感じられた点は何ですか？  
※上記の質問で低く評価された点について、ぜひ具体的に改善点をご指摘いただけますと幸いです。

| 回答                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 発表時間が短い                                                                                              |
| 本来は一日かけるグループワークと理解。次は、時間をかけてじっくりと取り組みたい                                                              |
| ワークのねらい、方法、表は手元に資料としてほしかった                                                                           |
| ワンテابل6人でしたが、お隣との距離が近すぎて少々圧迫感を感じてしまいました。                                                             |
| 各地区別でグループが決められていたが、他地区との混合であればもっと違った目線での意見交流ができたかも？                                                  |
| 参加者が持ち帰って報告する成果があったかどうか。勉強になりました、では次回の参加に躊躇します。                                                      |
| 参加者の経験値に合わせたグループ化、ベタな提案にのらざるを得ない流れで、まとめたので自身にとって意味合いのうすいワークとなりました。<br>※否定はしないで、という前提があったので口出ししませんでした |
| もう少しグループワークの時間があっても良かったと感じた。                                                                         |
| 少し時間が足りないように感じた                                                                                      |

## ワークの課題（総括）

### I.ワーク時間・発表時間の最適化（延長）

### II. 地域を横断した意見交換

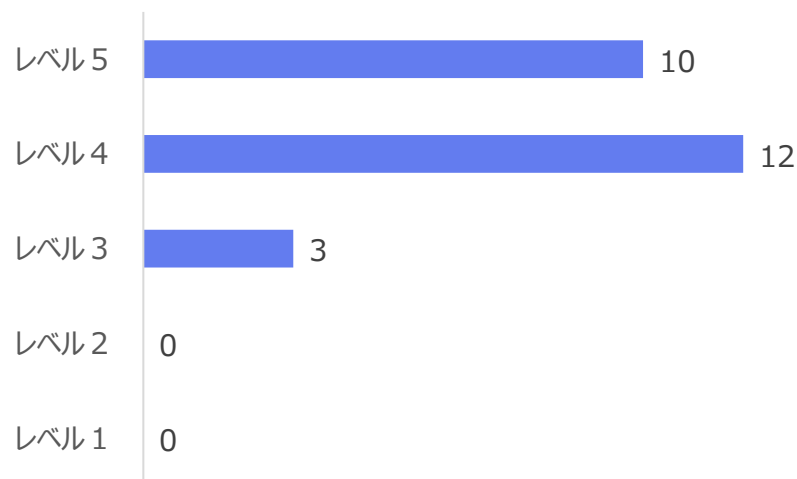
### III. ワークショップ対象者の経験・検討レベルに応じたグルーピング、プログラムの提供

- ◆ 本ワークショップで実践した一連のワークや、ワークで得られたアイデアの継続利用意向は、平均評価4.28点となり、機運醸成の役割は一定果たせた。
- ◆ 愛知県と共に参加者の定点観測を行うとともに、ツーリズムの造成～海外への発信の実績創出に向けた支援策についても、慶應SDM様と検討を行っていく想定。

■ Q19.【継続利用意向】今回の個人ワーク・グループワークで得られた検討結果や、検討に用いたアプローチ（ワークシートやアイデア発想の仕方）は、今後の活動に活かせそうですか？

4.28

平均評価



# （１）CJPFにおける各種イベント等の企画・運営・評価に関する調査 地域/事業の魅力を磨き上げるワークショップ\_有用性検証アンケート調査結果\_Q20

- ◆ シンポジウムやワークショップでの単発支援ではなく、継続性のあるサポート策や仕組み・ネットワークの提供を望む声が散見された。
- ◆ 掘り起こした事業/地域の魅力を、商品/サービス（愛知『発酵食文化』振興協議会においてはツーリズム）に生かし海外に発信していくまでのプロセスを管理・支援していく主体者・体制、具体的な支援方法の導入を検討することが求められている。
- ◆ 外国人有識者の参加や、他の自治体との比較等、客観的な視点による評価も入れることで、更なる精度の向上に期待できる。

■ Q20 その他、ご意見やご感想があれば自由にお書きください。

※本ワークショップに限らず、愛知県「発酵食文化」振興協議会やCJPFに対するご意見・ご質問などでも構いません。

## 回答

ターゲットの設定と、全体の取り組みを包括する方針。インバウンド誘致を継続的なものにするための、認定制度や補助金事業などの創設

とても有意義なワークショップでした。また「東海」の枠で開催してくださいと嬉しいです。

本日はありがとうございました

本日はありがとうございます。  
とても有意義な時間を過ごすことができました。  
外国人の方々にも評価をいただけるとさらに自身につながります。

充実した勉強会でした。またの機会を楽しみにお待ちしております。ありがとうございました。

意見交換会は1回のみではなく、2～3回の開催が継続できると成果の発表が行えそうである。

地域の事業者は生業を持ったプレーヤーです。シンポジウムやワークショップにとどまらないネットワークを提供すべきと思います。  
アンケート以上の提案が出来ると思いますので連絡頂けたら喜んでお話しします。

愛知県の発酵食品文化は「世界最大の集積地」という尖った位置づけが発信力には必要かと思います。

「発酵食文化」振興協議会に集まる情報や参加可能WS・イベントを逐次教えてほしい。

◆ 参加された岐阜県チームにて、ワークショップで生まれたアイデアを2025年5月に販売するツアーに実装することが決定。

## ワークショップを通じて生まれたアイデア

- 「朴葉寿司」という郷土食について、地域ごとに中身の違いがあることを認識。食べ比べができる企画をクラフトビール工場で行う。
- 朴葉寿司は田植えの時期に食べられているため、田植え歌を歌いながら作業をし、田植え後に食す。

## ツアー内容

- 800年の歴史を持つ地元の酒蔵の社「妙見神社」を訪問
- 農家の田んぼで朴葉寿司を食べながら、地元の女性杜氏による地元の田植え唄を聴く（雨天の場合は酒蔵見学）
- 築150年の古民家で地元食材や発酵食品をふんだんに使った昼食
- 特産の麴・味噌・たまり工場見学

### <出会う人々>

蔵人、民謡歌手、漬物職人、「畑中商店」の麴職人、山菜・漬物・地元食材の研究者 ※ツアー開始から終了まで通訳が付く。

### [Highlight 3] *Gujo City*

- Visit Myoken Shrine, the shrine for the local sake brewery, which has a history of 800 years (optional participation)

- Eat hōba sushi at a rice paddy, as farmers did in the past while hearing local female sake brewer Kazuyo Fukao will sing local rice planting songs. (In the event of rain, the tour will visit the sake brewery instead)

• Lunch featuring local and fermented foods in a 150-year-old traditional house.

• Tour of specialty kōji, miso, and tamari factory featuring female artisan, Misato Hatanaka.

<People you will meet> Sake brewers, folk singers, pickle craftspeople, kōji craftspeople from "Hatanaka Shōten," and researchers of wild plants, pickles, and local foods.

Note: There will be an interpreter from the start to the end of the tour. Interpretation provided by local Gifu resident and scholar Katherine Whatley.

