

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 1. モデル事例選定の観点の抽出・決定

- ◆ モデル事例を「食・食文化」、事業タイプ、時流・風潮など複数の観点で抽出し、CJPF官民連携プラットフォームのタスクフォースメンバーにて今年度、12のモデル事業の事例を選定。

A

成功モデル事例となりうる観点を抽出

商品力	1 「食・食文化」の特徴	
	食	食文化
味	SDGs	自然
見た目	環境・eco	食生活主義
独自性	健康	美
希少性	ポップアート	歴史
創造的	信仰・祈り	伝統
革新的	歴史	建築
生産量	伝統	香り
再現性	建築	地産地消
均一性	香り	祭り
鮮度	地産地消	発酵
求めやすさ	祭り	器・工芸
影響力	発酵	サービス
受入体制	器・工芸	製造
リーダーシップ	サービス	
行政支援		
歴史価値		
文化価値		
ストーリー		
地域性		
持続可能性		
将来性		

B

事例の選定

Aの観点を元に、

CJPF官民連携プラットフォーム  
・CJPF共同会長  
・知財事務局  
・ディレクター  
・事務局  
にて、30案件以上の事例を選定。

C

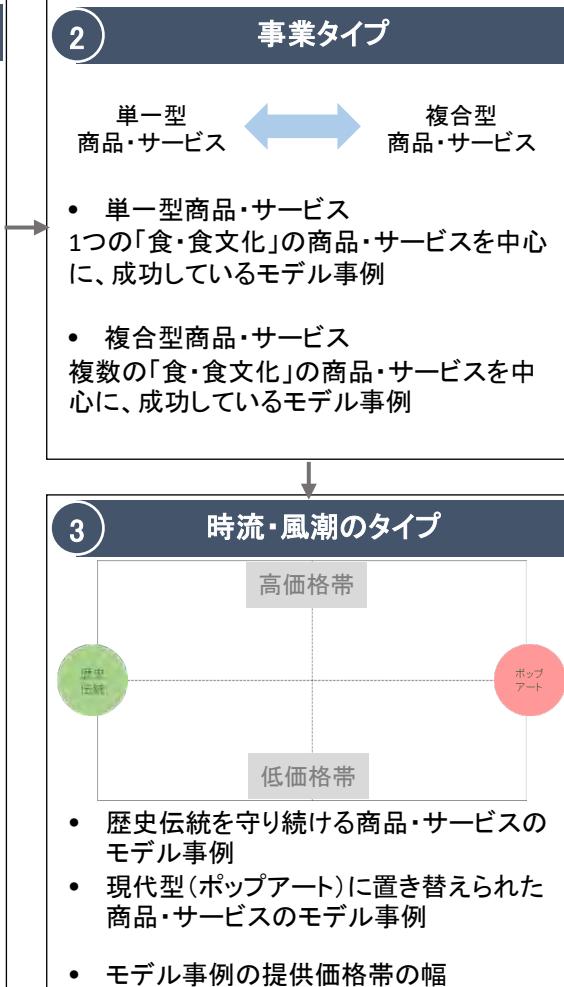
事例の確定

令和3年度事業

12のモデル事業

を選定

※次頁に記載。



事例の選定

CJPF主要メンバーへの承認

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 1、モデル事例(CJ プロジェクト事業モデルケース)の実施主体となるアクティブな人材・関連企業名簿(令和3年度)

事例No	事業者	代表者	所在地	事業・成功概要
1	NARISAWA	成澤由浩氏	東京都	日本の里山にある豊かな食文化と先人たちの知恵をNARISAWAの創作料理のフィルターで表現。未来の叡智として「里山キュイジーヌ」を生み出し、日本の里山文化を、食と共に味わう経験として高付加価値化に成功。
2	榎田酒造/白岩酒造	榎田隆一郎氏・リシャール・ジョフロワ氏	富山県	富山を代表する酒造「榎田酒造店」と、ドンペリニヨン醸造醸造責任者のリシャール・ジョフロワ氏が、新たな日本酒の形として、富山の自然の恵みを最大に活かしたシャンパニュのアサンブランジュ製法の日本酒を開発。
3	和多屋別荘	小原嘉元氏	佐賀県	温泉旅館再生とフードデザイン戦略を実現。緑茶ガストロノミーや、ワーケーションを複合した地域ブランディングなど(“ティーツーリズム” “茶泊” “茶話”)、新しい食・旅の在り方を創出し、地方創生を実現。
4	ザ・リツツ・カールトン日光	細谷真規氏・早坂心吾氏・田中基規氏	栃木県	日本最古のリゾート地奥日光を舞台に、近距離ガストロノミー(フードトリップ)として、地産地消の食材のみにこだわった自然派料理や座禅リトリートを展開。地域創生とともに、新時代のラグジュアリー観光を実現。
5	GREENCOLLAR	大場修氏・小泉慎氏・鎌木裕介氏	山梨県	高品質の日本生葡萄を、日本・ニュージーランドの2拠点で栽培する新たな戦略を取り、通年栽培を実現。アジア欧米へのJAPANブランドの展開だけでなく、新たなライフスタイル(雇用創出)の提言も行き農業に革新を提供。
6	ちば醤油	飯田恭介氏・佐々木優大氏	千葉県	発酵食品の可能性として醤油文化を海外展開。創業以来、170年同じ木桶で製造し醤油の伝統を継承しながらも、オーガニック・ハラールの商品開発や、海外での発酵・醸造の人材育成など世界の食文化との融合を実現。
7	KURABITO STAY	田澤麻里香氏・井出平氏	長野県	旅行会社でツーリズムとお酒のプロとしてキャリアを積んだ田澤氏が、故郷長野県の酒造店と日本酒ツーリズムサービスを創出。創業330年の酒蔵に滞在し、酒造りが出来、「蔵人になれるまち。」としてブランディングに成功。
8	オタフクソース	洪輝星氏・白神道空氏	広島県	コロナ禍で対面営業手法が奪われる中、「現地の人とつながる」方法として、海外向けオンライン料理教室やSNS活用を導入し、海外売上前年比1.4倍を達成。日本のコナモン文化の新たにリブランディングに成功。
9	Matoborwa Co. Ltd.	長谷川竜生氏	タンザニア	素材の甘みと旨味を活かして作る日本の特産物・プラントベース食物の干しいもの技術を、芋を主食とするタンザニアへ輸出することに成功。現地のさつまいもの育て方など高品質な商品改善や新興国の経済にも寄与。
10	虎屋	黒川光晴氏	東京都	宮廷文化から受け継がれる和菓子を改めて付加価値化。自然との共生やプラントベースを軸に、文化という共通の価値観を大切にするフランスで高級スイーツとして、スポーツ界ではアスリートスイーツとして人気も拡大。
11	出羽三山 斎館	伊藤新吉氏	山形県	出羽三山のお参りを、ジオ・ガストロノミー戦略と山伏文化に起因したお山の知恵の精進料理で新たな体験として提供。ユネスコ食文化創造都市にも認定。慶應研究所、山形大学、イタリアの食科学大学とも人材育成を実現。
12	里山十帖	岩佐十良氏	新潟県	メディアの一線で活躍した、代表の岩佐氏が、現代の移住定住、デュアルライフの先駆けとなる「地方を主役」にした持続可能な民家保存 里山十帖を開業。地産地消を体験する等リアルメディアの事例創出にもいち早く成功。

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 1. モデル事例選定の観点の抽出・決定

#### モデル事例 取材の実施

- 取材依頼書・取材インタビューシートの送付
- 訪問取材・オンライン取材 2つの方法で実施

令和3年●月吉日

●●●● 御中

内閣府知財局  
クールジャパン官民連携プラットフォーム事務局

「日本の食・食文化」の魅力を海外に伝えるモデル発信事業 取材ご協力のお願い

拝啓ますますご清祥のことお慶び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

この度、弊社では内閣府からの委託を受け、地域から生まれた日本の本質的な「食・食文化」の魅力を世界に伝えるクールジャパン再構築の事業を、令和3年度よりスタートさせました。多様な地域や関係者皆様との連携を通じて、日本のブランド力の向上と共に、日本の各地域が世界から新たなディスティネーションとして認知され、多くの人々が集うことで、地方の活力をうみ、日本全体を元気にすることを目指したいと考えております。

今回、日本の「食・食文化」の伝統を継承しながらも世界に向いた先進的な取組をされている●●様の事例を拝見し、ぜひ、取り組みの取材と写真撮影を行わせていただきたくご連絡差し上げました。

今後のインバウンド誘客に向けて情報発信を行い、日本全国の観光関連事業者様にもモデルとなる今後の事業発展の一助を担う事業になり得ると考えております。

つきましては、下記のご協力依頼について、ご高配の程よろしくお願い申し上げます。

敬具

記

1 依頼内容  
取材及び写真撮影  
※取材内容や写真是、内閣府新設のクールジャパン特設サイトに掲載予定です。

2 送付物  
取材用ヒアリングシート 1部  
※取材時に使用します。事前記入は不要です

3 手順  
① 内閣府知財局 クールジャパンプラットフォーム事業 事務局より別途ご連絡しますので、その際に取材日程の調整をお願いいたします。(2022年●月中旬~下旬でご検討いただけますと幸いです)  
② 予め決めた日程にてお問い合わせ、取材と写真撮影を実施いたします。  
③ 記事原稿作成次第、内容確認のご連絡をいたします。  
④ 内閣府新設のクールジャパン特設サイト(多言語展開)へ記事を掲載させていただきます。

【事業内容・取材に関するお問い合わせ】  
内閣府知財局 クールジャパンプラットフォーム事業 事務局  
担当: ●●●●、●●●● Tel: ●●●● (平日 10時から 18時まで)

CJPF事業 内閣府クールジャパンプラットフォーム事業「日本の食・食文化」の魅力を海外に伝えるモデル発信 ヒアリングシート

記入日	
施設名(または企業名)	
業種・業態	
住所	
ご担当者様氏名	
お電話番号	
e-mailアドレス	<a href="mailto:info_kyoryaku_cjfp@bousai.mext.go.jp">info_kyoryaku_cjfp@bousai.mext.go.jp</a>

当方は下記のような内容をお伺いさせていただきます。質問に沿って、更に貴社ならではの具体的な内容をお聞かせください。事前の記入・ご回答は不要です。

貴社について

番号	質問内容	ポイント	お伺いしたいこと	回答
1	事業の特徴	事業・企画の概要 歴史・ストーリー	設立以来の事業の歴史、姿勢、サービスのこだわり、ストーリー・日本文化の根源性や精神性、個性、ストーリー性など無形価値について教えてください。	
2	海外市場	参入市場のマーケット	現在、マーケットはどのような状況で、どのようにビジネスを開拓されようと考えておられるか教えてください。	
3	2のきっかけ	動機、きっかけ 出会いなど	何がきっかけとなり、マーケットへの挑戦・ビジネス開拓をされたのか教えてください。	
4	貴社の強み 海外市場	展開の上の強みは何か 独自施策	何を強みとして商品開発、サービス開発、ブランディングを行なっているのか教えてください。	
5	貴社の強み 日本市場	展開の上の強みは何か 独自施策	何を強みとして商品開発、サービス開発、ブランディングを行なっているのか教えてください。	
6	経済影響	事業収支、 利益等での変化	各施策を実施した際の海外からの評価、注目度、現在の市場展開規模について教えてください。	
7	課題	何が課題か	現在感じられる課題として、リスクや脅威など感じられることがあれば教えてください。	
8	展望	今後推進したいこと	・今後、事業として実現したいこと ・今後の事業の見通し(未来への発展性、経済活性化、仕組みの構造化、市場の成長性など)について影響や戦略の方針を教えてください。	
9	特筆事項	特筆すべきこと	タイミング、市場の変化、ニュースなど特筆すべきことがありましたら教えてください。	

□改善に求めるご意見(記者記入)

番号	質問内容	ポイント	お伺いしたいこと	回答
1	□競争への対応	どんな政策を期待するか		
2	□競争の改善点	何を改善したほうが良いか		

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 2、モデル事例の実施報告

事例No	事業者	代表者
No1.	NARISAWA	成澤 由浩氏
(画像省略)		
事業	料理・レストラン	
モデル事例	イノベーティブ里山キュイジーヌ	
概要・背景	「料理人がすべきことは、自然から食材が生まれるその現場へ行くこと」との考え方のもと、人と自然が共存する日本の「里山文化」に20年ほど前から注目し、25年以上前から、現地の生産者や漁師などと交流を深める。活動を通じて、里山の豊かな食文化と先人たちの知恵を探求し、料理で表現する唯一無二の料理、“イノベーティブ里山キュイジーヌ”という独自のジャンルを確立。自然への敬意込め、心と体に有益で、環境に配慮した持続可能な美食、“Beneficial and Sustainable Gastronomy”を発信し続けている。	
実績	・18年「国際ガストロノミー学会」最高位Gran Prix de l'Art de la Cuisineを受賞 ・09年-現在「ワールド50ベストレストラン」ランクインの継続	
成功パターン	里山文化を料理として「代用」し、“イノベーティブ里山キュイジーヌ”を創出	

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 2. モデル事例の実施報告

事例No	事業者	代表者
No2.	株式会社榎田酒造店 ／ 株式会社白岩酒造	榎田隆一郎氏 ／ リシャール・ジョフロワ氏



事業	日本酒
モデル事例	アッサンブラーージュ製法日本酒“IWA”
概要・背景	現在、国内の日本酒出荷量はピーク時の4分の1に減少。「守るべき伝統、という価値観に縛られすぎると、動けず、停滞する」との考え方から、“アッサンブラーージュ”手法を導入した新たな価値観の日本酒「IWA」を開発。 「残りの人生全てを日本酒に賭けたい」と、榎田氏の元を訪れたドンペリニヨンの5代目醸造最高責任者リシャール・ジョフロア氏と共に実現した。 また、クリエイターやシェフたちを誘致しながら、蔵元を起点とした地域活性 岩瀬のまちづくりにもつなげている。
実績	・「IWA」が世界20カ国以上で支持されるブランドへと成長 ・代表の榎田氏は「岩瀬まちづくり」という景観保全の代表に就任
成功パターン	アイデアを「統合」し、新たな日本酒・蔵元起点のまちづくりを開発

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 2、モデル事例の実施報告

事例No	事業者	代表者
No3.	和多屋別荘	小原嘉元氏



事業	旅館
モデル事例	ワーケーションオフィス、ティーツーリズム、地産地消食
概要・背景	時代や人々の志向の変化により、老舗温泉旅館は厳しい時代を迎えていた。1300年沸き続ける温泉、二万坪を超える土地に広がる庭や建物を持つ和多屋別荘は、そのような中、持てる資産価値を最大限にアピールし、客室のワーケーションオフィスとしての活用、500年の歴史を持つ嬉野茶の地としてティーツーリズム等、新たなサービスを創出。「旅館は、地域で最も人の集まりやすい場所。利用価値の高い“場”に、地域の資産を集結させることで、地域全体の魅力を発信できる拠点となる」と、時流をつかんで在り方を変える発想が成功に導いた。
実績	・ピエール・エルメ 和多屋別荘等 世界の人気店とのコラボレーションの実現 ・Discovery Japanに「茶泊」と「茶話」の代表例として掲載
成功パターン	二万坪の施設価値を「極大化」し、新しい宿泊業の在り方やツーリズム・商品を開発

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 2、モデル事例の実施報告

事例No	事業者	代表者
No4.	ザ・リッツ・カールトン日光	細谷真規氏・早坂心吾氏・田中基規氏

(画像省略)



事業	ラグジュアリーホテル
モデル事例	インターナショナルなラグジュアリーホテルと歴史との共存
概要・背景	日本最古といわれるリゾート地と言われる奥日光で、ザ・リッツ・カールトンというブランドが担保し、徹底した地元との融和と共存で奥日光を世界に発信するブランディングを実現。地元の食や文化のレベルとクオリティを押し上げ、地方活性化へと繋がっている。外資系ラグジュアリーホテルが地域を巻き込み、日本人が気付いていない日本の美しさを再発見する場を作り上げていきたいとの考えから、成功したモデルケースとなっている。
実績	・マリオット・インターナショナルが展開する最上級ホテル ・「ザ・リッツ・カールトン」初の温泉が完備された新たなサービスモデル
成功パターン	"栃木 日光の歴史と食・食文化マーケット"のブランドの「統合」

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 2、モデル事例の実施報告

事例No	事業者	代表者
No5.	株式会社GREENCOLLAR	大場修氏・小泉慎氏・鎌木裕介氏
(画像省略)		
事業	農業(日本フルーツ)	
モデル事例	「表旬」「裏旬」の二拠点栽培による日本フルーツの通年栽培	
概要・背景	世界から最高級品質として高い評価を得る日本のフルーツ。しかしその裏側では、生産者の減少、高齢化や他国の台頭など数多くの課題を抱えている。そのような課題を解決すべく、「表旬」「裏旬」という発想を導入し、季節が真逆の日本とニュージーランドの両国で日本品種の生食用ぶどうを栽培するビジネスモデルを創出。日本の品種開発を世界に向け活性化させるだけでなく、また「裏旬」の時期に現地に、日本から農家の人が働きに出られることで新たなライフスタイルモデルの提案にもつなげている。	
実績	・三井不動産グループの新規事業提案制度「MAG!C」で最優秀賞を受賞 ・「日本品種」「Made in Japanese」として海外での販売に成功	
成功パターン	"自社事業の強み"を「転換」し、社会課題の解決と豊かな暮らしを実現する新たなビジネスを創出	

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 2. モデル事例の実施報告

事例No	事業者	代表者
No6.	ちば醤油株式会社	飯田恭介氏・佐々木優大氏

(画像省略)



事業	醤油
モデル事例	海外での「地産地消」の醤油づくり
概要・背景	醤油の国内消費量は昭和30年代をピークに減少の一途となっている。そのような中、伝統的な木桶仕込みの醤油醸造を守りながらも、昭和60年代から日本の食の注目の高まりと共に、海外に向けた醤油醸造に着手。イスラム向けの醤油「ハラルこい口醤油」の発売やモンゴル向けの辛い醤油の開発、ほか、アメリカでは「Haley Brook Foods」社CEOのボブ・フローレンスさんに発酵、醸造の技術を育成支援し、MOROMIブランドを開発。こだわりの伝統醸造を継承しつつも、海外の嗜好に合ったクラフト型を戦略として活用することで、醤油・醤油文化の海外展開を実現している。
実績	・国際食品アワードで、Superior Taste Award (優秀味覚賞)の2つ星を獲得 ・ドイツのミシュランの星獲得レストランなどの醤油提供
成功パターン	”170年続く発酵・醤油文化”を、世界で「進化」させる

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 2、モデル事例の実施報告

事例No	事業者	代表者
No7.	株式会社KURABITO STAY ／ 橋倉酒造株式会社	田澤麻里香氏 ／ 井出平氏

(画像省略)



事業	蔵人体験
モデル事例	酒蔵での本物の酒造りに参加できる唯一の酒蔵ツーリズム
概要・背景	旅行、地酒、日本・地元への貢献、3つを軸に、「かつて蔵人が寝泊まりしていた築100年の宿舎」をリノベーションしたツーリズムを創造。世界でも日本酒の需要が減少する中、創業330年の酒蔵の敷地内に滞在し、実際に商品として販売される日本酒の醸造過程に蔵人として参加できる体験は、世界でも唯一の蔵人体験ツーリズムとなり、コロナ禍でも多くの日本人、外国人の人気を獲得している。また協働パートナーである橋倉酒造の日本酒のクオリティ向上や従業員のモチベーションにもつながるなど、地域活性への実績にも寄与。
実績	・2020年事業創業に向けて、ビジネスプランコンテスト「みんなの夢AWARD」にてグランプリを獲得 ・世界でも唯一の蔵人体験ツーリズム(2020年度実績)
成功パターン	"江戸の蔵人(くらびと)が寝泊まりした施設"を「再編集」。 唯一無二の蔵人体験サービスを創造

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 2. モデル事例の実施報告

事例No	事業者	代表者
No8.	オタフクソース株式会社／株式会社TSSプロダクション	洪輝星氏／白神道空氏



(画像省略)

事業	お好みソース
モデル事例	海外でのオンライン料理教室やYouTube配信による新規販路開拓
概要・背景	対面営業で販路を開拓していた営業モデルの中、コロナ禍でその営業手法が奪われることとなった。そのような中、「捨てられないものは何か」、「どこに顧客は存在するのか」を冷静に見極め、「自らがメディアとなる」となる発想を導入。SNSで150以上のレシピの発信や、オンライン料理教室。ECサイトと紐付け、また時差のあるヨーロッパでは現地料理講師が、時差の少ないアジア、オーストラリアでは社員が講師になるなどの工夫を凝らし新たな営業戦略でお好み焼きの人気を獲得。
実績	・コロナ禍において2019年→2020年海外売り上げ前年比1.4倍を達成 ・お好み焼きレシピ動画がフランスのYouTuberを起点に9000回視聴され、スイスやイタリア等 他国のファンも獲得した
成功パターン	“ピンチを機会に変える” 営業手法を「修正」し、売上を約3倍に拡大

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 2. モデル事例の実施報告

事例No	事業者	代表者
No9.	Matoborwa Co. Ltd.(マトボルワ)	長谷川竜生氏

(画像省略)

事業	干しいも
モデル事例	干しいもづくりの技術伝承と品種開発
概要・背景	自然の甘さのみを使用した、健康食品としても人気の高い干しいも。同じ芋を主食とするアフリカ、タンザニアでは農村部で日本とよく似た干しいもを伝統的に作っていた。タンザニアでは一種の伝統的な保存食であり、日本のインスタントラーメンのようにお湯で煮て、ふやかしてから食べる特性があるが、日本の干しいもの伝統技術を継承することで、甘くて食べやすい干しいもを世界に広められるのではなく、技術、人の育成、品種開発までを現地にて継承。タンザニアで干しいも、タマユタカの知的財産権の取得まで実現する事例となつた。
実績	・タンザニアで、干しいも タマユタカの知的財産権を取得 ・アフリカ経由で、ヨーロッパ(フランス、ドイツなど)に干しいもが人気商品として輸出が実現できている
成功パターン	日本の伝承技術を「応用」し、タンザニアで新たな干しいも事業を共創

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 2. モデル事例の実施報告

事例No	事業者	代表者
No10.	株式会社虎屋	黒川光晴氏

(画像省略)

事業	和菓子
モデル事例	和菓子の自然共生スイーツとしてのブランディング
概要・背景	500年前から続く和菓子は、日本の伝統を代表するお菓子だが、温暖化現象等、地球環境の変化により、生産・製造の在り方が変化している。伝統歴史を守りながらも、現代の農業における食材の旬と季節に合った形で、未来の500年事業を創るべく、自然との共生をより高め、プラントベーススイーツとして新しい和菓子市場を創出。海外では、植物性原材料を材料とする、美味しく健康である認知形成で、スポーツの手軽な栄養補給食、高級お菓子としての市場浸透に成功している。
実績	・スポーツ時のエネルギー補給源 など新しい和菓子の価値を海外に展開 ・和菓子・フランス菓子の文化的背景を統合し、海外と菓子市場における文化共創を実現
成功パターン	500年の歴史価値を「分解・転用」し、世界に新しい和菓子市場を創造

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 2、モデル事例の実施報告

事例No	事業者	代表者
No11.	出羽三山神社 斎館	伊藤新吉氏

(画像省略)

事業	精進料理
モデル事例	海・山すべてを味わえるジオ・ガストロノミー
概要・背景	修行の聖地として、提供されている「山伏精進料理」。日本の、自給自足の生活背景 山を歩いて、様々なものを口にして、食べられるものを食べられない物を分けるなど、知識の集積や自然共生の精神文化・風土は難易度が高い。しかし、日本の食文化、自然の中で取れたものを頂く=山の神様の恩恵を体に頂くという教えを、自然共生型ジオ・ガストロノミーの価値に昇華し海外から高い評価を受ける成功事例となった。またこの地では平野には伝承野菜や里山、焼き畑、海側では多種多様な海産物がいただけ海・山すべてを味わえるジオ・ガストロノミーも魅力の1つとなっている。
実績	・ユネスコ食文化創造都市として国際社会から評価 ・訪日体験プログラムの創出、料理人の海外交流支援など産官学民の垣根を超えた取り組みに発展
成功パターン	日本の“精進料理”を、地球料理として「再定義」し、自然共生型の伝統食・行事食を創出

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 2. モデル事例の実施報告

事例No	事業者	代表者
No12.	株式会社自遊人	岩佐十良氏

(画像省略)



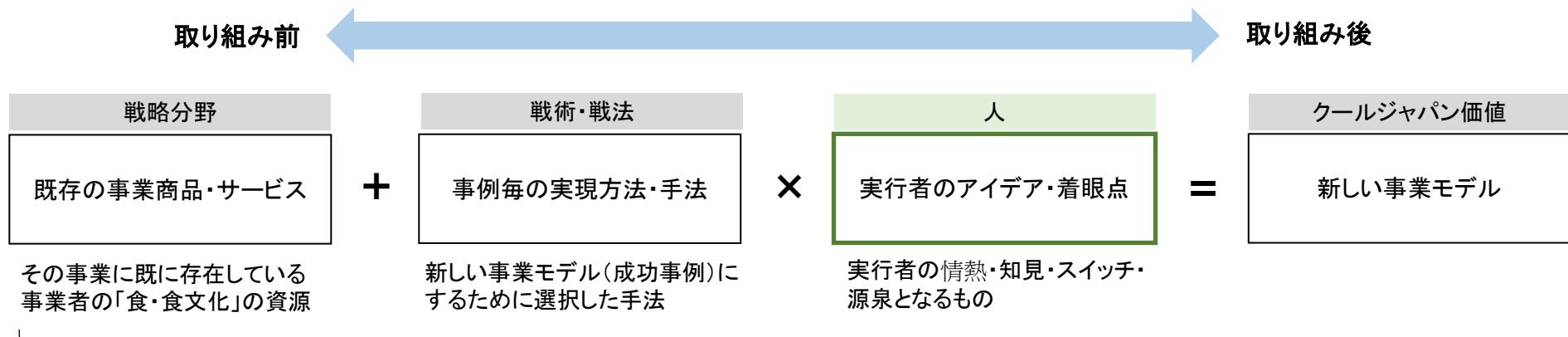
事業	地域体験
モデル事例	インタラクティブ・メディアとしての宿泊施設
概要・背景	地域の魅力を発信する情報誌を経営した岩佐十良氏が、出版社メディアごと移住。まだ、デュアルライフ、移住、ワーケーションが当たり前ではなかった2014年に里山十帖を開業。旅館業でも、レストラン業でもない、米・温泉・築150年の古民家・里山・伝統織物など、見る、嗅ぐ、聞く、感じる、眺める、座る、くつろぐ、食べる、飲む、寝る、のインスピレーションを日本の伝統文化の価値を、誌面ではなく、リアルメディアとして創造した。出身地、後継ぎという立場でなくても日本人としての地域共生を実現できるライフスタイルを実現した先駆者としての成功事例となっている。
実績	・従来の旅館とは異なる「提案型施設」「体感するメディア」として2014年グッドデザイン賞受賞 ・アジアの優れたイノベーション・デザインSG Awardで日本の宿で初受賞
成功パターン	”日本の地域・文化”を、リアルメディアとして「編集」し伝え継ぐ

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 3. モデル事例から考察した成功事例のパターン考察

- ◆ 12のモデル事例を、新しい事業モデル(=成功事例)となる、取り組み前→取り組み後で傾向を見たところ、事例毎に取った、実現方法・手法となる【戦術・戦法】に加え、そこに実行者の人の【アイデア・着眼点】が、新しい事業モデルの創出となる事業者唯一の強み・特徴に繋がっていることが見えた。
- ◆ 成功事例のクールジャパン価値CJV=戦略分野(X) + 戦術・戦法(Y) × 人のアイデア・着眼点(Idea/Innovation)の法則で示すことが出来る。

#### パターンの考察



#### 成功パターンの定義

$$\text{クールジャパン価値} \text{ Cool Japan Value} = \text{戦略分野} + \text{戦術・戦法} \times \text{実行者(人)} \text{ のアイデア・着眼点}$$
$$= \text{CJV} \quad = X \quad = Y \quad = \text{Idea/Innovation}$$

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 3、モデル事例から考察した成功事例のパターン考察

事業者	実行者(パートナー)	戦略分野	戦術・戦法	実行者(人)のアイデア・着眼点	新しい事業モデル
1 NARISAWA	成澤 由浩氏	料理・レストラン	日本の里山文化を料理として「代用」する	・料理人の側面から日本の里山の自然のリスペクトを表現し、人々に伝えられないかと考え実現	・イノベーティブ里山キュイジーヌ
2 樺田酒造(白岩酒造)	榎田 隆一郎氏 (リチャード・ロブショウ氏)	日本酒	世界の事業者とアイデアを「統合」する	・日本酒の需要が世界的に減少する中、失うものは何もないという考えから新たな酒造りに挑戦	・サンプラージュ日本酒 ・岩瀬の食・食文化を軸にしたまちづくり
3 和多屋別荘	小原 嘉元氏	旅館	施設価値を共創で「極大化」する	・経営の3代目として残すべき和多屋別荘とは、を現代の時流を踏まえ地元事業者を巻き込み実現	・ワーケーションオフィス、ティーツーリズム、地産地消食
4 ザ・リツツ・カールトン日光	細谷 真規氏 早坂 心吾氏 田中 基規氏	ラグジュアリーホテル	歴史とインターナショナルを「統合」する	・リツツが受け皿、プレゼンテーションの場となることで、栃木の地域活性の相乗価値に挑戦	・インターナショナルなラグジュアリーホテルと歴史との共存
5 GREENCOLLAR	大場 修氏 小泉 慎氏 鎌木 裕介氏	日本フルーツ	自社事業の強みを全く異なる事業に「転換」する	・デベロッパーならではの日本のまちづくりを社会貢献、地域創生において繋げたいと考え発案	・「表旬」「裏旬」の二拠点栽培による日本フルーツの通年栽培モデル
6 ちば醤油	飯田 恭介氏 佐々木 優大氏	醤油	日本の食文化を、世界で「成長・進化」させる	・守り続けた醤油・発酵を受け入れてくれる人に最大の門戸を開きたいと世界での進化を考案	・海外での地産地消の醤油づくり
7 KURABITO STAY(橘倉酒造)	田澤 麻里香氏 (井出 平氏)	蔵人体験	施設を「再編集」し、新たなサービスを創造する	・故郷で、前職や女性のキャリアを活かし、かつ地域活性に繋がるサービスを生みたいと考え	・酒蔵での本物の酒造りに参加できる唯一の酒蔵ツーリズム
8 オタフクソース(TSSプロダクション)	洪 輝星氏 (白神 道空氏)	お好みソース	営業に現代的な「修正」を加え、売上を拡大する	・コロナ禍において、事業継続のための取り組みを、部署一体となってできないかと考え実現	・海外でのオンライン料理教室やYouTube配信による新規販路開拓
9 Matoborwa マトボルワ	長谷川竜生氏	干しいも	日本の伝承技術を、海外でクラフト型に「応用」する	・日本の巧みな製造技術を海外に輸出することで、世界の食量の潤いを実現できないかと考え挑戦	・干しいもづくりの技術と品種開発

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 3. モデル事例から考察した成功事例のパターン考察

事業者	実行者(パートナー)	戦略分野	戦術・戦法	実行者(人)のアイデア・着眼点	価値(未仕分け)
10 虎屋	黒川 光晴氏	和菓子	500年の歴史価値を「分解・転用」し、世界に新しい和菓子市場を創造	・歴史を守りながらも、和菓子の次の500年事業を創るため、新たな価値づけをし、世界に伝承	・和菓子の自然共生スイーツとしてのブランディング
11 出羽三山	伊藤 新吉氏	信仰・祈り	日本の“精進料理”を「再定義」し、伝統食・行事食を創出	・精進料理の根源となる山の神様の恩恵を体に頂くという教え(信仰・祈り)を伝承すべく考案	・海・山すべてを味わえるジオ・ガストロノミー
12 里山十帖	岩佐 十良氏	地域体験	”日本の地域・文化”を、リアルメディアとして「編集」し伝え継ぐ	・編集長として、日本の地域・文化を、3次元で、読者に伝え継ぎたいと考え新たなメディアを創造	・インタラクティブ・メディアとしての宿泊施設

### 将来の構想

クールジャパンならではの #タグを作り、幅広い事例を創出する。

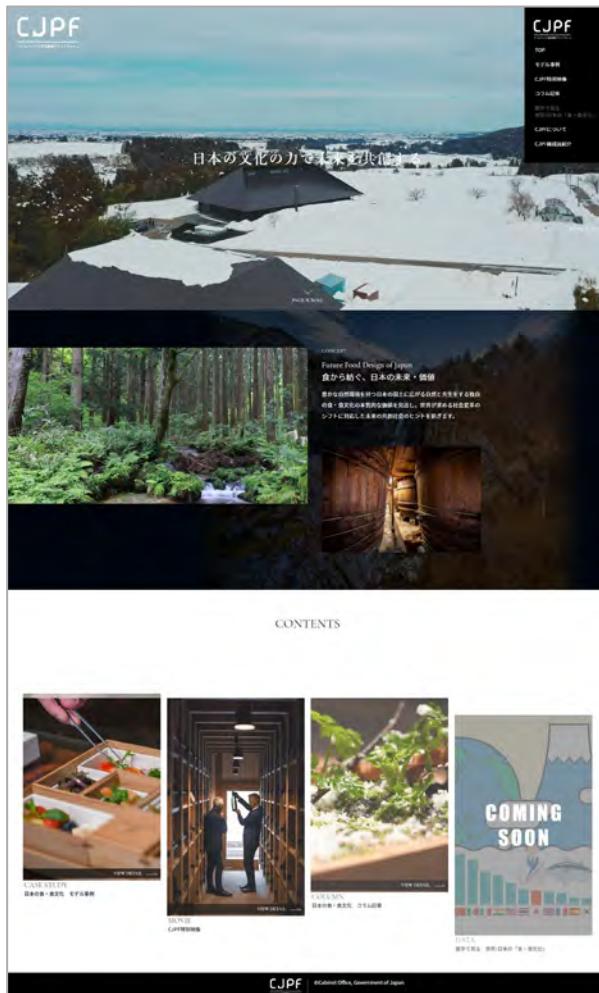
次の、CJPFプレイヤーを生み出すための人材育成施策の参考にする。

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 4、共創プラットフォーム・調査ウェブサイトの制作報告

- ◆ 令和3年度は、CJPF会員に発信する調査結果のウェブ版報告書(ビジュアライズ)として、動画・取材記事も含めたコンテンツを格納。
- ◆ 初見で、CJPFへの理解促進に繋がるよう、スクロール・メッセージをシンプルに設計。

#### ■クールジャパン官民連携プラットフォームの調査サイト画面TOP



#### タイトル

日本の文化の力で未来を共創する。

今後、CJPFとして重要なメッセージの1つとする、「自然・エコ・SDGs・グリーン・安全安心・健康」などの高尚な悠々たるイメージを伝えるため、背景はホワイトを使用。清潔感を演出しつつ、グリーンや土の色を取り入れた重厚感と「JAPAN」が醸し出されるような、「食・食文化」の光景を、ビジョン・理念と共に表現。

#### メニュー

#### CJPF

- TOP
- モデル事例
- CJPF特別映像
- コラム記事
- 数字で見る世界/日本の「食・食文化」
- CJPFについて
- CJPF構成員紹介

#### CONTENTS

- TOP
- CASE STUDY 日本の食・食文化 モデル事例
- MOVIE CJPF特別映像
- COLUMN 日本の食・食文化 コラム記事
- DATA 数字で見る世界/日本の「食・食文化」

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

#### 4、共創プラットフォーム・調査ウェブサイトの制作報告

- ◆ モデル事例は動画・記事レポート3件、記事レポート9事例を格納。
  - ◆ CJPF特別映像は、共同会長辻氏のクールジャパンメッセージを11分15秒の動画に格納。

## ■モデル事例一覧

■CJPF特別映像

CJPF

日本政府  
特別映像

MENU

## CJPF特別映像

Future Food Design of Japan - 食から筋ぐ日本の未来価値 -

Future Food Design of Japan

食から筋ぐ  
日本の未来価値

400/11548

YouTube

### Future Food Design of Japan

自然との共生、SDGs。循環型社会への転換など世界的視座で価値観の刷新が起きている現代。私たち日本から未来指向型で次世代へのメッセージを發信し新たな発展点で社会と経済の結び目をデザインしていくことが大切です。内閣府「クールジャパン」官民連携プラットフォームでは「食と文化」を軸に国境を越えた地域サイズでの新規事業を開拓していくためのワークショップ(jpjp.jp)を継続し、日本の文化力を活かしたポジティブなインパクトを創出し、ワールドシントンに貢献いたします。その第一弾となる公式ドキュメンタリー映像作品「食から筋ぐ日本の未来価値 - Future Food Design of Japan -」を制作することになりました。

**【ナビゲーター】**  
内閣府「クールジャパン」官民連携プラットフォーム 会長  
江澤理総専門校 校長  
市川利樹

**【クリエイティビティ】** 斎藤裕樹、佐野、横山、高田、星野、福澤、音楽、梅、柴田、柳原、井戸川、羽田、須健、美香  
【監修】 フィリッパ・タム、リチャード・AUBREY・クラシック・アーティスト・オーナメント・パートナーズ株式会社  
【制作】 株式会社アート・スタイル・ソサエティ  
【企画制作】 内閣府 知的財産局無形財産課 内閣府「クールジャパン」官民連携プラットフォーム (CJPF)

モデル事例(動画・記事紹介)ははこちら

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 4、共創プラットフォーム・調査ウェブサイトの制作報告

■モデル事例一覧  
動画・記事レポート3件

NARISAWA

The website features a header with the CJPF logo and the title "NARISAWA". Below the header, there is a main image of two men, one in a white chef's coat and one in a dark suit, standing together. The text "Future Food Design of Japan" is overlaid on the image. The page contains several sections with text and images, including "日本の「里山文化」の可能性" (The Possibility of "Yamadori Culture" in Japan), "NARISAWAの特徴" (Features of NARISAWA), and "日本を代表する「食から街」" (Japan's Representative "Food from the City"). The bottom of the page includes a footer with the CJPF logo and a copyright notice.

桝田酒造/白岩酒造

The website features a header with the CJPF logo and the title "桝田酒造/白岩酒造". Below the header, there is a main image of two men, one in a white chef's coat and one in a dark suit, standing together. The text "Future Food Design of Japan" is overlaid on the image. The page contains several sections with text and images, including "日本酒の未来を語る" (Speaking about the Future of Japanese Sake) and "食から街" (Food from the City). The bottom of the page includes a footer with the CJPF logo and a copyright notice.

和多屋別荘

The website features a header with the CJPF logo and the title "和多屋別荘". Below the header, there is a main image of two men, one in a white chef's coat and one in a dark suit, standing together. The text "Future Food Design of Japan" is overlaid on the image. The page contains several sections with text and images, including "老舗「和多屋別荘」の革新" (Innovation at the Traditional Inn "Wadaya") and "食から街" (Food from the City). The bottom of the page includes a footer with the CJPF logo and a copyright notice.

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 4、共創プラットフォーム・調査ウェブサイトの制作報告

#### ■CJPF特別映像 辻会長メッセージ 『Future Food Design of Japan - 食から紡ぐ日本の未来価値 -』

自然との共生、SDGs、循環型社会への転換など世界的な規模で価値観のシフトが起きている現代、私たち日本から未来型思考で次世代へのメッセージを発信し新たな視点で社会や経済の仕組みをデザインしてゆくことが大切です。内閣府クールジャパン官民連携プラットフォームでは「食と食文化」を軸に国境を越えた地球サイズでの解決策を共創してゆくためのゲートウェイ「cjpfp.jp」を新設し、日本の文化力を通じたポジティブなインパクトを創出し、ワールドシフトに貢献をいたします。その第一弾となる公式ドキュメンタリー映像作品『食から紡ぐ日本の未来価値 - Future Food Design of Japan -』を制作することになりました。



#### 【公式サイト】

<https://www.cjpfp.jp>

#### 【企画制作】

内閣府 知的財産戦略推進事務局  
クールジャパン官民連携プラットフォーム(CJPF)

#### 【ナビゲーター】

辻 芳樹  
クールジャパン官民連携プラットフォーム 会長  
辻調理師専門学校 校長

#### 【出演】

第一話「イノベーティブ里山キュイジーヌ」  
成澤由浩 NARISAWA オーナーシェフ

#### 第2話「未来へ繋ぐ酒づくり」

桝田隆一郎 桝田酒造店 代表取締役

#### 第3話「嬉野流 価値デザイン」

小原嘉元 和多屋別荘 代表取締役  
寺内信二 李莊窯 代表取締役  
北野秀一 きたの茶園 茶師  
中島千明 ナカシマファーム 酪農家  
田中悦子 かや農園 代表  
井上賢一郎 スピカパティスリー 菓子職人

#### 【制作総指揮・監督・構成】

渡邊 賢一

#### 【撮影・編集・音声】

椿 英明、椿 敏宏、井戸川 将吾、猪俣 美香

#### 【音 楽】

「オリエンタル・ジャーニー」  
AUN J クラシック・オーケストラ  
©ハートツリー株式会社

#### 【映像制作】

株式会社XPJP / 株式会社グリッド



## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 4、共創プラットフォーム・調査ウェブサイトの制作報告

NARISAWA

■第1話 自然共生型のライフスタイルを表現する 成澤由浩 氏。卓越した調理技術と、四季折々の彩り豊かな料理の数々を通じてTHE BEST 50にも選出される日本を代表する食のプロフェッショナルの成澤氏の思想の根本にあるのが「イノベーティブ(革新的)」であり「ベネフィシャル(有益的)」な「里山キュイジーヌ」。地球へのリスペクトの本質に迫る。



ダイジェスト編 1分

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 4、共創プラットフォーム・調査ウェブサイトの制作報告

樹田酒造  
白岩酒造

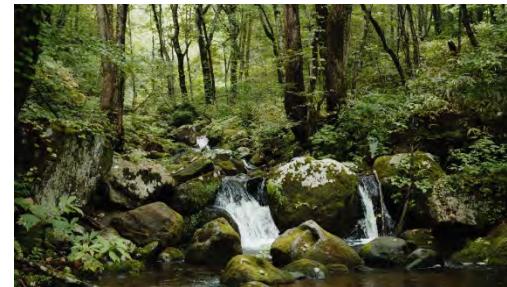
■第2話 日本酒づくりを通じて未来をデザインする樹田酒造店の樹田隆一郎氏。銘酒「満寿泉」のフランスのドン・ペリニヨンの元醸造責任者であるリシャール・ジョフロア氏と共に醸す日本酒「IWA」の開発を通じて広げる発酵文化の可能性や、富山県岩瀬地区の街づくりなど常に革新的なプロデュースをする樹田隆一郎 氏のデザイン思考と地域をサステイナブルに高付加価値化する哲学について探求する。



本編 25分



ダイジェスト編 1分



## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 4、共創プラットフォーム・調査ウェブサイトの制作報告

和多屋別荘

■第3話 佐賀県 嬉野市の老舗旅館 和多屋別荘 における「嬉野茶時」を軸とした嬉野ティーツーリズムとローカル・ガストロノミーの展開やワーケーションへの挑戦など、お茶と温泉の未来型の価値デザインを進める小原嘉元 氏の取り組みを探求する。



本編 27分



ダイジェスト編 1分



## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

#### 4、共創プラットフォーム・調査ウェブサイトの制作報告

## ■記事によるモデル事例一覧

## 記事レポート6件

ザ・リッツ・カールトン日光

GREENCOLLAR

ちば醤油

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

#### 4、共創プラットフォーム・調査ウェブサイトの制作報告

## ■記事によるモデル事例一覧

## 記事レポート6件

KURABITO STAY



オタフクソース



Matoborwa



## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

#### 4、共創プラットフォーム・調査ウェブサイトの制作報告

■コラム記事

## 2-(1) CJFP事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査のCJマーケットの調査・分析に関するFACTデータ寄稿記事を共創プラットフォームウェブサイトに掲載

CJPF Cabinet Office, Government of Japan

CJPF

コラム記事一覧

新しい話 詳しく見る

SBNR is the next societal "paradigm shift"時代の轉換、新時代の幕開け 「こころ」<21世紀の思想革命: SBNR> / ニコラ・ゼビ

「『宗教』は過去のヨーロッパ統治時代から、世界によってSBNRとされる "spiritual but not religious" 特定の思想の信者に止まらないが、神聖的なものに惹かれる人々」の数は年々増えている方である。又、SBNRはヨーロッパのマス・フェスティバルであり、そこに一

里の文化から考えるリーガルアーケノミーへのヒント / 山田拓氏

名古屋にてCOP19で10年に記憶され、10年以上の月日が経っているが、その際SATOHAYAMAという概念が世界に広げられ、少しでも世界に普及してもらいたく思はられる。また気候変動の影響が世界各地で顕在化し、covid19で世界が人類社会に新たな方向性に向合うこと…

詳しく述べる

地球環境問題の解決の鍵は食と文化であり / 林健太郎氏

今生きる我々は、地域活性化のための資源……農業活動における地域活性化、資源多様性の減少、豊かな文化、新型コロナウイルス禍など……を見て来ます。日本で暮しているところ、地域のあちらこちらで起っている事が新しい世界の関係ない感じに思える人も多めかもしれません。しかし、モノも情報もあつといふ

詳しく述べる

地理社会の未来を聞く、おいしい経済学～わたしたちは、世界～「おいしい国」に生きている～ / 森野博二郎氏

わたしたちは「世界～おいしい国～」に生きている。世界を歩むことで知識を深めたり働きに行ったりしている。日本は、アフリカ住むからは1位、欧米居住者からは2位と、世界3位トトクラスです。その目的の1位は「食」。海から山から来る食資源多くの人が「おいしいものを食べる」…

詳しく述べる

世界が期待する日本のフィッシュ・ガストロノミー / ニコラ・グラスマン氏

海外からの見方や世界標準で評価されるに及び、必ずと言っていいほどクリエイストによるものが多いです。ご存知の通り、西洋世界に於ける日本人は常に注目され、各章で謹んで論議がなされていますが、なぜ日本を食べるわれわれが海外に注目します。被説の若者の70%は海外で育ち、古代…

詳しく述べる

グローバルで急進する「食のグリーンシフト」vol.01序章 / 小堀豊士氏

「海に困りあり、海に困窮りあり」をモットーに世界から100都市以上に拠点を構える日本人生業で、かつ現地でセーフティネットやリサーチャーとして活動する600人以上のグリーン・ネットワーク体制「フィースタイル・リサーチャー」をベースに活動をしています。なぜ日本人なのか?…

詳しく述べる

近江日商商人と江戸時代のグローバル経済 / トム・ヴィンセント氏

世界の中の人との文化の違い、昔と社會には物語と繋がりのあることを楽しむ、いだいたいものに感動するにあたり、何かのお祝いが行われています。もちろん、日本も同じです。日本の春にねに行われる伝統的な大きなお祭りのほとんどは、もともと私たちが生きていくために必要な「ローカル」のものを…

詳しく述べる

ソーシャル・リスニングで読み解く新時代の価値シフト / 渡邉貴一氏

「評議會主義」「エバリューション・キビズグリズム」という言葉が作られる。世界の人口居住地域の実質推移率は90%を超える。人々はSNSをはじめオンラインメディアで繋がりあうデジタル・コネクテッドな現代。「ショヤ」、「いいね」、「コメント」などの行為を通じて、「評議」をモ…

詳しく述べる

1 2

11~18件 / 18件

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 4、共創プラットフォーム・調査ウェブサイトの制作報告

#### ■CJPFについて

The screenshot shows the Cabinet Office CJPF website. At the top, there is a navigation bar with 'CJPF' and 'HOME」. Below it is a sidebar with 'Cabinet Office CJPF' and 'CJPF」. The main content area has a title '内閣府クールジャパン官民連携プラットフォームについて' and a detailed description of the platform's history and mission. It also features a section for '内閣府クールジャパン官民連携共同会員' with portraits of three members: 岩田大臣 (岩田大臣), 若宮 健嗣 (若宮 健嗣), and 井上芳樹 (井上芳樹). At the bottom, there is a footer with 'CJPF | Language JP / EN' and '©Cabinet Office, Government of Japan'.

#### ■CJPF構成員

The screenshot shows the CJPF member introduction page. It features a large 'CJPF' logo at the top, followed by 'Cabinet Office Public-private partnership platform' and 'クールジャパン官民連携プラットフォーム'. Below the logo, there is a vertical list of menu items: TOP, モデル事例 (Model Examples), CJPF特別映像 (Special Video), コラム記事 (Column Article), 数字で見る (View by Numbers), 世界/日本の「食・食文化」 (World/Japan's 'Food Culture'), CJPFについて (About CJPF), and CJPF構成員紹介 (Member Introduction). A green box highlights the 'CJPF構成員紹介' section, which is connected by a green arrow to the corresponding section on the Cabinet Office website.

「クールジャパン官民連携プラットフォーム」構員一覧(令和3年11月24日現在)ページにダイレクトリンク

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

#### 4、共創プラットフォーム・調査ウェブサイトの制作報告

## ■数字で見る 世界/日本の「食・食文化」

2-(1)で実施した、SNS+ブログ等メディアを対象とした定量調査から、初見でもわかりやすく、世界の食・食文化に関するトレンドと日本のプレゼンスについて、インフォグラフィックでデザイン化。



全体画像  
イメージ

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 4、共創プラットフォーム・調査ウェブサイトの制作報告

#### ■数字で見る 世界/日本の「食・食文化」

2-(1)で実施した、SNS+ブログ等メディアを対象とした定量調査から、初見でもわかりやすく、世界の食・食文化に関するトレンドと日本のプレゼンスについて、インフォグラフィックでデザイン化。

コラムと数字で説明。



全体画像  
イメージ

## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

#### 4、共創プラットフォーム・調査ウェブサイトの制作報告

## ■数字で見る 世界/日本の「食・食文化」

2-(1)で実施した、SNS+ブログ等メディアを対象とした定量調査から、初見でもわかりやすく、世界の食・食文化に関するトレンドと日本のプレゼンスについて、インフォグラフィックでデザイン化。

コラムと数字で説明。



## 2-(2) CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

### 4、共創プラットフォーム・調査ウェブサイトの制作報告

■クールジャパン官民連携プラットフォームのロゴ・バナーを納品

【ロゴ】



COOL JAPAN Public-private partnership platform  
クールジャパン官民連携プラットフォーム

日本的なイメージを持たせるため、「CJPF」の曲線を打ち消し直線的に表現。

日本では八角形は縁起が良いとされ、好意的に受け止められる観点から、八角形で「CJPF」のロゴを制作。

【バナー】



内閣府「クールジャパン戦略」ページに掲示し、調査ウェブサイトへの導線を設計。

内閣府「クールジャパン戦略」ページに掲示し、調査ウェブサイトへの導線を設計。

## 2-(3)各種イベント評価の統合管理・企画運営

### CJPFが実施する各種イベントとの連携実績について

- ◆ 各種イベントとのパートナーシップの取り組みとして、「内閣府 クールジャパン動画コンテスト」と連携。具体的には、3つの内容を展開した。

#### 連携実績

1. 事業プランディングとして「食・食文化」を設定  
: 食をテーマとした応募選考基準に改変

2. 審査委員の関与  
: CJPF会長の辻芳樹 氏、ディレクターの渡邊賢一氏

3. 表彰式におけるファシリテーション  
: ファシリテーターとしてディレクターの渡邊賢一が登壇

審査員（50音順・予定）



青木 優 / Aoki Yu

株式会社MATCHA 代表取締役社長。  
1989年、東京生まれ。明治大学国際日本学部卒。株式会社 MATCHA 代表取締役社長。内閣府クールジャパン・地域プロデューサー。  
学生時代に世界一周の旅をし、2012年ドバイ国際ブックフェアのプロデュース業務に従事する。デジタルエージェンシーaugments inc.に勤めた後、独立。2014年より訪日外国人向けWEBメディア「MATCHA」の運営を開始。「MATCHA」は現在10言語、世界180ヶ国以上からアクセスがあり、様々な企業や団体、自治体と連携し海外への情報発信を行なっている。



えなこ / Enako

コスプレイヤーとして、TV・Web・ラジオ・雑誌などにて幅広く活動。  
複数衣装を飾るほか、人気アニメキャラクター、ドラマなどのストーリーなど、活動の場を広げている。  
Instagram・Twitterともにフォロワー数は100万を超えており、SNSにおいても高い人気を得る。  
2020年4月には、内閣府よりクールジャパンアンバサダーに任命された。



辻芳樹 / Tsuji Yoshiki

1964年大阪生まれ。  
社説編集室専門学校在学中、東洋グループ代表  
中高は英語の私立学校で過ごし、米国の大学を卒業後、シンクタンク勤務を経て1993年社説編集室専門学校校長に就任。  
2000年九州・沖縄サミットでは首脳陣会食の料理監修を、2019年G20大阪サミットでは官邸夕食会のエグゼクティブラボデューサーを務める。  
また農林水産省専門研究官として「料理マスター」の審査委員、和食のユネスコ世界無形文化遺産候補検討委員を務めるなど、さまざまな形で食文化の発展に貢献。  
2018年フランス政府功労勳章「シュエラリエ」を受章。著書に『食めのテクノロジー』(文藝春秋)『和食の知られざる世界』(新潮社)など。  
※「辻」の字はほんしんによう



ニチャリ・ワンチャ / NICHAREE WANCHA-EM

2000年以降、複数のタイメディアで編集者、コピーライターとして活動。2016年よりSUDSAPDAのデジタルコンテンツマネージャーに就任。豊富経験を豊富で日本文化にも通じている。



牧野友衛 / Makino Tomoe

一般社団法人メタ認光創造機構 代表理事 / 日本政府観光局 (JNTO) デジタル戦略アドバイザー  
Ad、Google、YouTube、Twitterの日本版の製品認証や利用者拡大の責任者を務める。  
2016年から2020年までトリップアドバイザーの代表取締役。前職は(株)グッドサイトカンパニー取締役兼CSO。  
2022年1月よりActivision Blizzard Japan公式会社代表。

東京都の観光振興を考える有識者会議委員も務める。



佐藤 一毅 / Sato Kazutaka

国際オタクイベント協会 代表 (<https://ioea.info/>)  
Circle.ms代表 (<https://circle.ms/>)  
1970年生まれ。学生時代よりコミックマーケット他の同人誌即売会の運営に従事し、同人誌即売会関連のWebサービスを行なう「Circle.ms」を開設する。2015年に、世界中のアニメ・マンガ・ゲームなどをテーマにした「オタクイベント」の世界的団体「国際オタクイベント協会」(International Otaku Expo Association)を設立し、代表を務める。2020年現在世界50ヵ国150イベントに参加いただき、イベントへの年間参加者は600万人、日本国外イベントを主とする。  
好きなアニメはイデオン、攻殻機動隊、おねがいディーラー、ショウジョウ、ゲート



ソウテイキツ (童貞吉) / tsao chenchih

編集者として20年以上の経験を持ち、台湾で開催する「Walker」シリーズの雑誌、WEB、イベントのすべてのコンテンツ作りに携わる。またJapanWalkerの編集経験もあり、台湾目録での日本コンテンツ制作に携わる。



渡邊 賢一 / Kenichi Watanabe

内閣府クールジャパン担当課係長フラットフォームディレクター。

(株)XPB 代表取締役 仙臺デジタルネイバー。(株)Space SAGA 代表理事 地域創生ディレクター。京都芸術大学客員教授、鹿児島県立大学システムデザイン・マネジメント研究所 研究員。社説編集室専門学校 講師。(有)辰元取締役 仙台創造室長。渋谷駅免許。社会課題の解決を目的とした地域文化のリデザインを通じた地域デザインを専門領域に特化。デジタル出版、ブランディング等の分野において国内外でプロジェクトを展開。伊勢神宮公式映像「FEEL JINGU」プロデューサー。

#### 「内閣府 クールジャパン動画コンテスト」概要

##### 応募受付期間

令和4年1月6日～令和4年2月21日

##### 募集内容

「日本の魅力を発信する」動画を幅広く募集します。1本の動画で「日本の魅力」をテーマに自由に表現。今回の募集では映像表現の中に日本の「食・食文化」を一要素として盛り込み、食事や料理が中心となっている映像はもちろん、日本の食・食文化以外のテーマであっても映像の一部にお弁当、お菓子、食材等、「食」に関するものが僅かでも含まれていれば構いません。

##### 募集部門

###### ・一般部門

個人、企業、サークルやグループ等で応募の場合一般部門へご応募ください。

###### ・地方自治体部門

地域ならではの魅力を発信する動画を制作している地方自治体専用の応募部門です。

## 第3章 全体総括

# 3-1. 本事業の成果

## 本事業の成果

本事業での成果は以下の通りである。

### ① KGI/KPI提案に向けた実証調査

- 1、SNS分析を活用した定量調査、2、有識者のコラム、3、食・食文化におけるインバウンドを意識したツーリズム観点での定性調査を元に、定量×定性を組み合わせ、日本だけではない国際的な観点で、日本のソフトパワー活性化を目指とした複数のCJPFのKGI/KPIの仮説を策定することが出来た。
- 1の定量調査では、初年度の調査事業で、5か国の傾向が見えたことにより、日本のソフトパワーをより拡大するための汎用的なモニタリング基盤を創ることが出来た。

### ② CJPFタスクフォースとプロジェクト運営による評価項目の実装

- モデル評価のための成功事例を有する事業者の選定、考察を行う事務局として、伴走し、全12事業のプロジェクトの分析・成功事例の可視化を行った。
- 進捗会を途中で設けることで、定期的に事業進捗を全体で共有し、ゴールに向けたアドバイス・軌道修正の機会を創出した。これにより、進捗が遅れている内容へのスケジュールの見直しや、方向性の軌道修正、再考など早めに対処することができ、全事業の最終的なアウトプットが実現できた。
- 事業者と共に、③事業創造に向けたテーマの仮説を生み出し、次年度以降CJPFの事業共創体制の提案が明確となった。
- 調査結果、モデル事業のプラットフォームウェブサイトを構築し、②共有・発信の基礎を創ることが出来た。

### ③ 各種イベント評価の統合管理・企画運営

- 今期、「CJコンテスト」、「CJマッチングアワード」、「地方版CJ会議」と官民連携プラットフォーム(CJPF)の連携を図ったことで、次年度以降、トータルで戦略統一化する基盤を創ることが出来た。

## 3-2. 今後取り組むべき課題と施策

### 事業の総括と次年度への提言 -CJPF3つの機能を強化するステージの実現に向けて

#### モデルパターンの社会実装を進めるためのコミュニティーづくり

初年度の実績として成功事例の調査分析を通じたモデルパターンの可視化を推進した。次年度は1年目の検証結果を踏まえた上で、社会実装を促進するためのコミュニティーづくりを強化してゆき、CJPFの機能をより拡充してゆくことを期待する。

起動期  
初年度

#### ギアアップ期 2年目（2022年4月～2023年3月）

- CJPFの伴走力を強化するためのコミュニティー育成
- 成功事例のモデルパターンを社会実装
- CJPFの連携パートナーの拡充  
(メディア、地域金融機関、外資企業等)
- 関係省庁、地方自治体との更なる連携強化
- 共創プラットフォーム「cjpfp.jp」の調査分析力、コンテンツ力の強化

#### フル駆動期 3年目（2023年4月～2024年3月）

- CJPFパートナー企業と連携した共創型プロジェクトの実装
- CJPFの連携パートナーの更なる拡充
- CJPFの自走力の強化
- コミュニティーと連動をした伴走力育成とネットワークの拡大

#### サステナビリティ社会の実装を目的としたグリーン・クールジャパンへのシフト

今回の調査分析において顕在化が確認された「サステナビリティ」、「自然との共生」、「循環型社会」、「健康」、「プラントベース」などへの世界的な意識の変容と関心度の向上を背景に、クールジャパン戦略アクションにおけるグリーン・シフトを期待。



#### CJ戦略におけるモデルパターン「CJV = X \* Y \* I」を共創する仕組みを強化

CJ戦略を推進してゆく上で重点強化すべきコア機能を明確化し、成功実績のある個人や法人のパートナーとの連携を強化。民間企業や各省庁、地歩自治体との伴走体制を高め、共創するチカラを促進する。また、これまでバラバラであったCJPFの各事業(コンテスト、マッチングアワード等)をワンストップ統合した戦略編集を行い、実行力を強化する事を進言する。

コア機能

- ① 海外マーケティング力
- ② 地域連携力
- ③ ブランド・デザイン力
- ④ デジタル・テクノロジーカ

新規連携先

- ① デジタル企業 (IT、ウェブ3.0等)
- ② メディア企業 (国内外)
- ③ 金融 (信金、地銀、政府系)
- ④ 海外企業

統合化

- ① コミュニティー強化
- ② 「cjpfp.jp」調査コンテンツ強化
- ③ マッチングアワードの進化
- ④ 動画コンテストの改善