

(1)CJPFにおける各種イベントの企画・運営・評価に関する調査



④第3回CJPFライブ -1、企画概要

テーマ

ラグジュアリー

地域発のラグジュアリー観光を通じた魅力発信

食ガストロノミー

～日本らしいラグジュアリーのあり方と、ガストロノミーツーリズムによる地域の魅力創出～

日時
場所

2022年12月10日(土)収録 13時開始
会場: ザ・リッツ・カールトン日光

概要

日本最古のリゾート地とも言われる栃木県は、ジブリの森のような神秘的な自然を持ち、修験道の地にも続く鹿沼、日光奥日光、那須など濃くそして深い自然の魅力が集まっています。水も豊かな栃木では、現在も「天然氷」が生産され、ヤシオマス、湯葉、生乳、通年楽しめる苺、天皇陛下やリッツカールトン、ホテルオークラにも捧げられる高品質な野菜、栃木米(大嘗祭で大嘗米として奉納された御由緒があり、日本最大級の二乗大麦畑からビールを産出)、酒類など豊かな食資源で、国内外からも注目されています。

さらに、2023年7月には、東武鉄道が浅草と日光を結ぶ「新型特急スペーシア」を30年ぶりに導入し、日本の鉄道を通じた新しい近距離ラグジュアリー・ガストロノミーツーリズムの可能性の期待も高まっています。

徳川家康の時代から受け継がれる歴史の深さと、現代も尚続く食・自然の魅力を、地域の観光の担い手たちが一体となって、新たな栃木の魅力として築き上げる先進事例-第3回は現代の地域の担い手と海外目線の有識者を交え、“日本らしいラグジュアリーやガストロノミーツーリズムとは何か？”をディスカッションし、未来の事業共創に繋ぐ可能性を探ります。

◆第一部：(共創、ラグジュアリー、自然共生、食、ツーリズム)

日本の誇れるもの・こととして取り上げられているジャグジュアリーな事例を共有し、真の日本らしさ、ラグジュアリーについて、地域が展開できる可能性を探ります。

※ジャグジュアリー=Japan's Authentic Luxury

“本物”で“心地よい”「もの・こと・サービス」を通して、日本発の価値を発信し、新時代に求められる“感動体験”を届ける

◆第二部：(共創、栃木フォーカス = 世界にアピールできる栃木)

栃木を事例に、ザ・リッツ・カールトン日光、世界遺産の日光東照宮、日光国立公園等、魅力的な旅の目的地で味わえるガストロノミーの可能性について議論を深めます。その土地の気候や風土が生んだ自然・文化・産業・食・宿泊・体験といった地域資源を活用し、その地ならではの食文化に触れることを目的としたガストロノミーツーリズムに昇華させるため、外国人旅行者が求めるニーズや、ニーズに応えるコンテンツ拡充・サービス提供、自然と共生するラグジュアリー等の事例について語ります。

ゴール

インバウンドに向けた、「日本の高付加価値旅行」のモデル事例として、旅行者がラグジュアリーツーリズムに求めるニーズを模索し、各地域の地域資源のコンテンツ磨き上げや、情報発信等にヒントとなるような場とする。

想定
視聴者

・富裕層や、インバウンドに向けた高付加価値コンテンツ商品造成を検討する関連事業者、機関
・地域の強みを活かしたブランディングの検討をする関連事業者、機関

(1)CJPFにおける各種イベントの企画・運営・評価に関する調査

④第3回CJPFライブ -2、登壇者

進行



モデレーター：
渡邊賢一氏

ご挨拶

第一部冒頭：
栃木県 福田 富一 知事
第二部冒頭：
国際世界観光機関(UNWTO)駐日事務所代表 本保芳明氏



A.T.カーニー 日本法人会長／CIC Japan会長 梅澤 高明氏
日米で25年にわたり戦略・イノベーション・都市開発関連で企業を支援。国内最大規模の都心型イノベーション拠点CIC Tokyoを2020年秋に虎ノ門に開設、スタートアップを中心とするコミュニティを構築中。観光庁・文化庁による全国各地の観光資源事業の立上げを支援し、政府委員会で富裕層観光(観光庁)、知財戦略(内閣府)などの検討に関与。



合同会社GOTOKU 代表 アレックス・ブラッドショー氏
イギリス・シェフィールド出身。ユネスコ世界文化遺産に登録される仙巖園で海外営業部長を務めるほか、鹿児島県海外広報官や全国での講演など精力的に活動。2019年には合同会社GOTOKUを創業し、全国の自治体や企業に対しラグジュアリートラベラー市場獲得に向けたコンサルティング等も行う。



日本ガストロノミー学会 設立代表 山田 早輝子氏
国連やUNESCOと提携し食について研究する国際ガストロノミー学会の日本代表、(株)フードロスバンクの代表取締役を務める。ロスになる食材や花などのブランディング、PRのほか、企業と一緒にサステナビリティやダイバーシティを訴えるイベント等を開催し、多角的に社会問題に取り組む。



慶應義塾大学 白坂 成功氏
慶應義塾大学後期博士課程修了(システムエンジニアリング学)。2010年より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 准教授。2017年同教授。慶應SDM研究所オーセンティックラクスチャーラーラボにてJAXURY(ジャグシュアリー)研究を行う。



輪王寺 中禅寺立木観音 執行(しぎょう) 人見 良典(ひとみりょうてん)氏
東照宮、二荒山神社とあわせて「二社一寺」と称される輪王寺の執行。境内は東照宮、二荒山神社の境内とともに「日光山内」として国の史跡に指定され、「日光の社寺」として世界遺産に登録。



ジャパン・ワールド・リンク 株式会社 代表取締役 宮地 アンガス氏
栃木県出身。訪日外国人客(インバウンド)の誘客事業などを手掛けるジャパン・ワールド・リンクを設立。内閣府の「クールジャパン・地域プロデューサー」に就任。



ザ・リッツ・カールトン日光 セールス&マーケティング部長 田中 基規氏
ラグジュアリーホテルで数々のセールス経験を経て、ザ・リッツ・カールトン日光にて現職。



株式会社ファーム・アンド・ファーム・カンパニー 代表取締役／大田原ツーリズム 代表取締役社長 藤井 大介氏
経営コンサル事業、「下野農園」惣菜事業・飲食事業等を経営。180軒もの農家民泊を中心とした農村観光を企画・造成する旅行業、街一体型の有形文化財ホテル飯塚邸を運営。



株式会社オトワ・クリエーション サービス、ウェディングプランナー 音羽 香菜氏
米国やイタリアへの留学経験があり、ホスピタリティやスローフード活動の根底を学ぶ。オトワレストランが加盟する「ルレ・エ・シャトー」との連携や、子ども達の食育等も行う。

(1)CJPFにおける各種イベントの企画・運営・評価に関する調査

④第3回CJPFライブ -3、構成台本、本番投影資料

◆ 構成台本を準備し、構成を事前に確認した上で、本番に臨むことでスムーズなライブ運営を実施。

構成台本

第3回 CJPFライブ進行要領／第1部 構成案			
進行プログラム	立ち位置	経者	進行要領
オープニング・第1部 ナビゲーター渡邊真一さん			
■登壇者紹介	<p>※渡邊さん、梅澤様、山田様、白坂様、人見様 ※アレックス様はモニター</p>	渡邊さん	<p>早速、ゲストをお呼びしましょう。 第1部は、「ラグジュアリー」というテーマについて、お話を伺いたいと思います。 パネリストとして、 A.T.カーニー 日本法人会長/CTC Japan会長 梅澤 高樹氏 日本カストロノミー学会 独立代表 山田 早穂子氏 慶應義塾大学 白坂 成功氏 合同会社GOTOKU 代表 アレックス・ブラッドショー氏 編集者 中澤吉立本報音 執行 人見 良典氏 にご登壇いただきます。 よろしくお願いいたします。</p> <p>「出演者紹介」渡邊氏よりスライドを見ながら、ゲストのご紹介×5人</p> <p>今回のCJPFライブでは、「ラグジュアリー・ツーリズムの可能性」について議論していきたいと思っています。昔は「ラグジュアリー=豪華」というイメージでしたが、ここ数年は「ラグジュアリー」という言葉の捉え方が変わってきています。実際にどのような変化が起きているのか、聞いてみたいと思います。</p> <p>問い:「ラグジュアリー」という言葉が、世界ではどのように捉えられているのか、どうシフトしてきているのか、その変化や、変化の中で各自が行っている取組みについて教えてください。</p>
		白坂様	<p>●白坂氏 日本と欧米圏とは「Luxury」の捉え方が異なることから、日本では価値のあるものやサービスがないのではなく、Luxuryとは認識されていないのではないか 「Japan's Authentic Luxury = JAGURY(ジャグジュアリー)」の取組み。※10の視点で「ジャグジュアリー」を体系化し、日本全国で「ジャグジュアリー」なものが生まれていくことを目指している。オーセンティック・ラグジュアリーを設立。</p>
		梅澤様	<p>●梅澤氏 自然文化観光機構で、観光庁・文化庁の予算を活用して、全国でコンテンツ生成を行う。 アップグレードした顧客体験を達成することで、高付帯的な、満足度の高いコンテンツを提供。 「ラグジュアリーとは、自然・文化を活かしたものである。キーワードは「ローカルシティ」と「文化と観光と町づくりをつなぐ」</p>
		山田様	<p>●山田氏 すべての産業において、サステナビリティはマストである。食料産業は世界3位の温室効果ガスの源となっている。 「アルマーニ、ブルガリなど、ラグジュアリーブランドとの共創事例」 「地方」の価値観のシフト(都会から離れているのが地方だったものが、地方がユニークネスといわれる時代に変わっている)</p>
<p>①世界のシフトの現状</p> <p>紹介スライド</p> <p>【読み方注意】 JAGURY=ジャグジュアリー</p>			

本番投影資料

自己紹介 CJPF LIVE

名前 白坂成功 (しらかさ せいこう)

出身 広島県尾道市

これまでの
お仕事

東京大学大学院修士課程修了、慶應義塾大学後期博士課程修了(システムエンジニアリング学)、大学院修了後、三菱電機にて15年間、宇宙開発に従事。HTV、準天頂衛星などの開発に参画。途中、エアバスの衛星開発部門に赴き、欧州宇宙機関向けの開発を実施。大学では大規模複雑・高信頼性システム構築から人間中心のイノベーション創出方法論にいたるまで、幅広い方法論の構築の研究に取組む。2010年より慶應SOM准教授。2017年より同教授。2020年よりIPAデジタルアーキテクチャデザインセンターアドバイザー・ボード座長、様々な政府委員会委員や社外取締役等を兼任。

取り組み CJPF LIVE

方法論作り、体系化研究

ジャグジュアリー
JAGURY
Authentic Luxury

● 日本と欧米圏とは「Luxury」の捉え方が異なることから、日本では価値のあるものやサービスがないのではなく、Luxuryとは認識されていないのではないか。

日本と欧米圏とは「Luxury」の捉え方が異なることから、日本では価値のあるものやサービスがないのではなく、**Luxuryとは認識されていない**のではないか。

(1) CJPFにおける各種イベントの企画・運営・評価に関する調査

④第3回CJPFライブ ー4、振り返りサマリ

◆ 課題点をあげ、次回以降のCJPFライブで対応すべき内容を振り返りサマリとして集約。

	振り返り	要因
良かった点	<ul style="list-style-type: none"> 第1部は、登壇者同士のコミュニケーションが活発で、議論を深めることができた CJPF事業として新たに議論したい観点が生まれた 	<ul style="list-style-type: none"> 事前MTGや当日の昼食にて、議論ポイントのすり合わせをすることができた
	振り返り	今後の対応策
課題点	<ul style="list-style-type: none"> ご自身の取組みの発表が間延びしてしまった 	<ul style="list-style-type: none"> 事前に発表時間をご案内するだけでなく、「あと●分」のボードを用意する リハーサル時間を長めに確保する
	<ul style="list-style-type: none"> 登壇者より「地域の事業者様が、ないがしろにされていると感じる」というご意見があった 第2部の議論が第1部の内容(ラグジュアリーの総論やサステナブルの話)に引っ張られてしまい、栃木の話を探り深掘りすることができなかった 	<ul style="list-style-type: none"> 第1部、第2部の構成メンバーによって、第1部と第2部の順番を決める(今回のように第1部が外部有識者、第2部が地域事業者の場合は、地域事業者のパートを先に実施する) 事前リハーサルで議論のポイントを改めてお伝えする
	<ul style="list-style-type: none"> 登壇者より「外資系ホテルで実施すること自体がクールジャパンの目的に反しており、日本の魅力を発信している場所等で実施すべき」というご意見があった 	<ul style="list-style-type: none"> 開催場所の選定基準を再度検討する
	<ul style="list-style-type: none"> 第2回目ほど地域にフォーカスした議論ができなかった。CJPFライブのコンテンツの実施方向性について、来期に向けて認識合わせを改めて行いたい。 	<ul style="list-style-type: none"> CJPFライブ2回目の時のように地域発信なのか、同じ地域発信だったとしても栃木のような全体総論でも良いのか

(1)CJPFにおける各種イベントの企画・運営・評価に関する調査

④第3回CJPFライブ -4、振り返りサマリ

①世界のシフトの現状について

- 【白坂様】・JAGURY(ジャクシュアリー)→日本の本物のオーセンティックなもの、10の視点(質的量的分析の手法)
- 【梅澤様】・クラシックラグジュアリー:贅沢、ステータス、シンボル⇒モダンラグジュアリー:贅沢より経験、意識の高さ
- 【山田様】・温室効果ガス⇒21-31%が食品ロス。ラグジュアリーにサステナビリティは外せない
- 【人見様】・ラグジュアリーとは⇒日光を訪れる人、一人ひとりに満足できることを提供すること
- 【アレックス様】・テーマは伝統文化の紹介、地域文化の継続。地方のネームバリューがないことが課題

②変化の背景について

■ どういった変化が起きているか

- ・ものさし(価値観)のシフト
 - ⇒おいしいだけではなく、サステナブルな観点(地産地消等)／地方＝ユニーク、魅力が多い
- ・良いものを作れば売れる時代は終わった
 - ⇒ローカルの良さをだした商品づくりだけでなく、「グローバルな視点をもった伝え方」が大事
 - └ 地元の人は、ローカルの魅力に気づいていない
 - └ 体系化が大事。事例を持っていくと、どこの地域でやっても同じものができてしまう。事例ではなく、考え方を展開する
- ・世界のトレンドワードのシフト
 - ⇒ウェルネスというワードなど、日本は世界のトレンドから遅れている
 - └ 日本はもったいない文化があり、昔からサステナビリティをやっているが、伝えられていない
 - └ 日本の価値に気づき、なぜそれが良いのかを言語化し、ブランディングしていくことが必要

■ どうしたら地域の方は、地域の魅力に気づくことができるのか

- ・認知バイアス、専門家バイアスを外す(地元×よそ者のコラボ⇒イノベーションのルール)
- ・観光以外のプレイヤーがニッチなニーズを深掘りしていく
- ・価値をデザインすること、価値観を説明すること

③スモールステップ

- 【白坂様】・事例からの分析・体験⇒論文化／バイアスを崩してまわる
- 【梅澤様】・観光文化まちづくりスタートアップ
- 【山田様】・まずは自分を知り、新しい油を受ける
- 【人見様】・伝統文化発展。次の代に引き継ぐ
- 【アレックス様】・白紙に戻す。日本文化の良さは何か、再検討する。



(1)CJPFにおける各種イベントの企画・運営・評価に関する調査

④第3回CJPFライブ ー4、振り返りサマリ

①各自の取組みについて

- 【田中様】・クラフトマンシップを活かしたホテルづくり、地域資源を活かした食やアクティビティ
・地域の編集者になり、地域に還流する
- 【藤井様】・農業を中心に活性化する
・農家民宿、地域活性化のイベント、長期滞在者向けのホテル経営
- 【宮地様】・酒造ツーリズム
・訪日以降のある外国人のコミュニティ運営、情報発信
- 【音羽様】・地域をデザインする、価値の編集
・ルレエシャトーを通じた日本の魅力の発信



自己紹介 CJPF LIVE

名前 田中 基規

出身 新潟県長岡市

20年以上のラグジュアリーホテルでの勤務経験
パレスホテル
ザ・サヴォイグループ（現メイボーンホテルグループ）
ザ・ペニンシュラ東京（開業より）
コンラッド東京
ザ・リッツ・カールトン日光（開業より）

これまでのお仕事

自身が考えるこれからのラグジュアリーツーリズムの価値・テーマ

本物を体験できるコンテンツ創造
滞在を通して地域社会に貢献し、繋がることのできる仕組みづくり

②栃木におけるラグジュアリーツーリズムの可能性について

- 地域資源の可能性について
 - ・オーセンティシティ。何十年、何百年と続いているもの。本物が眠っている
 - ↳歴史的な価値
 - ↳自然
- 情報編集・情報発信
 - ・レストランを地域の魅力的な情報の発信の場にする
 - ・ターゲットに合わせて見せ方を変えていく
 - ・外国人目線を大切にするとともに、住んでいる人達の想いも大切に
 - ・地域の観光資源を
 - ⇒そして地域に還流する。事業者との共創(WinWinの関係性)
- フードサステナビリティ
 - ・エコな経営(エコ包装、地産地消など)



③スモールステップ

- 【田中様】・ラグジュアリーブランドを介しての地域ブランディングの引上げ
- 【藤井様】・農家のホテル ※一般旅行者に受け入れられる農村宿泊
- 【宮地様】・満足度アップ
- 【音羽様】・共有共存



(1)CJPFにおける各種イベントの企画・運営・評価に関する調査

⑤第4回CJPFライブ -1、企画概要



テーマ

日本の文化

情報編集・発信

CJPF AWARDの審査員と共に考える
クールジャパン施策の未来

日時
場所

2023年3月9日(木)収録
会場:グラントウキョウサウスタワー 33階 収録スタジオ

概要

数々の知見を持つ審査員から、日本の魅力を磨き上げ・発信する上で重要な観点を議論していただきます。
CJPF AWARDの審査を行う中で、今回の受賞案件だけに限らず、どのような視点で評価をしたか、またなぜその視点を大事にしているのか等、幅広い視点で議論を行い、今後のクールジャパン強化していきたいポイント(展望)のヒントを得る場とします。
登壇者が各部門6名(ファシリテーター含む)と多いので、回答にはフリップを用い、テンポよく議論を進めていきます。

◆ムービー部門:

ファシリテーター:渡邊氏/ゲスト:辻氏、佐藤氏、レティシア氏、牧野氏

- 1、受賞作品に触れつつ、良かったと感じたポイントと、その理由
- 2、次回アワードへの応募に向けて、ムービー応募作品に期待することについて

⇒日本の魅力的な地域資源への着眼(食だけでなく、今まであまり注目されていなかった日本文化・大衆文化等の発信)や、その魅力を端的に伝えるポイント(海外視点や、映像表現に求められるもの)などについて深掘りします。

◆プロジェクト部門:

ファシリテーター:山田氏/ゲスト:夏野氏、梅澤氏、楠本氏、コーカー氏、コチュ氏

- 1、受賞作品に触れつつ、良かったと感じたポイントと、その理由
- 2、次回アワードへの応募に向けて、プロジェクト応募作品に期待することについて

⇒アウトバウンド(海外への仕掛け・工夫)や、インバウンド(誘客を行うための仕掛け・工夫)について、オンライン、オフライン両方の目線で、重要なポイントを議論します。

ゴール

日本の魅力を発信するクールジャパンの取組みとして、各地域の地域資源のコンテンツ磨き上げや、受け入れ環境整備、情報発信等に展開できるようなポイントを深掘りし、令和5年度の施策提言に繋げることを目標とします。

想定
視聴者

・地域の強みを活かした情報発信や、プロダクト開発を検討されている関連事業者、自治体

(1)CJPFにおける各種イベントの企画・運営・評価に関する調査

⑤第4回CJPFライブ -2、登壇者

進行



ムービー部門
モデレーター:渡邊 賢一氏



プロジェクト部門
モデレーター:山田 早輝子氏

ムービー部門



審査員長 辻 芳樹 (学校法人辻料理学館 理事長 辻調理師
専門学校 校長)



牧野 友衛(一般社団法人メタ観光推進機構 代表理事/日本
政府観光局(JNTO)デジタル戦略アドバイザー)



佐藤 一毅(国際オタクイベント協会 代表/ Circle.ms 代表)



ダコスタ・レティシア (Japan Experience株式会社プロダクト・マ
ネージャー)

プロジェクト部門



審査員長 夏野 剛
近畿大学 情報学研究所所長 特別招聘教授



A.T.カーニー 日本法人会長/CIC Japan会長 梅澤 高明氏



楠本 修二郎(カフェ・カンパニー 株式会社 代表取締役社長)



コチュ・オヤ 株式会社Oyraa 代表取締役社長



ローレン・ローズ・コーカー (Vegas PR Group 代表)

(1) CJPFにおける各種イベントの企画・運営・評価に関する調査

⑤第4回CJPFライブ -3、構成台本、本番投影資料

◆ 構成台本を準備し、構成を事前に確認した上で、本番に臨むことでスムーズなライブ運営を実施。

構成台本

第4回 CJPFライブ進行要領／ムービー部門			
進行プログラム	立ち位置	話者	進行要領
14:25～15:15 / ナビゲーター渡邊賢一さん			
<ul style="list-style-type: none"> ■開会挨拶 ■司会挨拶 ■場の目的共有 	<p>司会</p>  <p>渡邊様・辻様・佐藤様・ダコスタ様・牧野様</p>	<p>渡邊様</p>	<p>お時間になりましたので、第4回目となるCJPFライブ【ムービー部門】を開催させていただきます。私は本日ナビゲーターを務めます、クールジャパン官民連携プラットフォームディレクターの渡邊賢一と申します。</p> <p>内閣府所管のクールジャパン戦略の一環として取組をしている、クールジャパン官民連携プラットフォームでは昨年より、「食・食文化」を軸に、日本各地の魅力を発信する活動に取り組んでいます。この「CJPFライブ」は、クールジャパンの最前線で活躍する地域事業者の方々と、日本の食・食文化の可能性をメインテーマとして議論してきましたが、第4回CJPF Liveでは、CJPF AWARDムービー部門の審査員のみなさまにご登壇いただきます。</p> <p>本アワードの受賞作品に触れつつ、良かったと感じたポイントと、その理由について幅広い視点で議論を行いながら、次回アワードへの応募に向けて、ムービーの応募作品に期待することについても議論できればと思います。</p> <p>視聴者の皆様のご参考になるようなアイデアや、気づきを提供する場にてできればと考えております。皆様、最後まで、ご覧いただけますと幸いです。</p> <p>それでは、まずは、ご登壇のみなさまをご紹介させていただきます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クールジャパン官民連携プラットフォーム共同会長、CJPF AWARD2023「ムービー部門」の審査委員長を務める 学校法人辻料理学館 理事長 辻調理師専門学校 校長 辻 秀樹(つじ よしき)様 ・国際オタクイベント協会 代表/ Circle.ms(サークルドットエムエス)代表 佐藤 一毅(さとう かずたか) 様 ・Japan Experience株式会社プロダクト・マネージャー ダコスタ・レティシア様 ・一般社団法人メタ認知推進機構 代表理事/日本政府観光局(JNTO) デジタル戦略アドバイザー 牧野 友希(まきの ともし)様 <p>よろしくお願いいたします。</p>
		各審査員は、自席にて着座のまゝ一礼。	

本番投影資料

テーマ①
 良かったと感じたポイントと、
 その理由について

CJPF LIVE

テーマ②
 次回アワードへの応募に向けて、
 ムービー応募作品に期待すること

CJPF LIVE

(1) CJPFにおける各種イベントの企画・運営・評価に関する調査

⑤第4回CJPFライブ -4、振り返りサマリ ムービー部門

①良かったと感じたポイントと、その理由について

【辻様】curiosity(探求心)。一人の国際人として、この作品に巻き込まれていきたい、と思えることが大事。

【佐藤様】多彩なバリエーション。王道ではなく、地方の多彩な魅力を見たい。
全世界の人に幅広く見てもらうのか、ターゲットを決めるのか。

【ダコスタ様】人⇄文化⇄地域。すべてつながっているので、セグメンテーションがなく、全体論的なアプローチが良い。
ストーリーテリング+自分が参加できるストーリーなのか(没入感)
相手(視聴者)が求めていることと、自分の個性を伝えることのバランス

【牧野様】映像作品。多くの作品の中で、見てもらうためにどのように工夫しているのか、テクニックを重視している。
外国人目線で作られてること。

【渡邊様】デバイスごとの映像表現の仕方

②次回アワードへの応募に向けて、ムービー応募作品に期待すること

【辻様】人間臭さ。今までは「本質」⇒これからは「Humor」
外国人が見たい日本は、自分たちが伝えたい日本ではないかもしれない、ということを常に考え、
様々な側面を見せていくことが大切。

【佐藤様】ターゲットに向けた企画。全世界の人に広くアピールする王道ではなく、ターゲットは狭くても、深く刺さり、
「日本に行きたい」と思わせるような作品。
自分たちが「当たり前」と思っているうちは、価値に気づけないので、協働制作などで外の目線を入れる。
海外の方が作った、海外目線の日本のPR動画も見てみたい(海外からどう見られているのか)

【ダコスタ様】国内外の共同創作。外国×日本・外国×外国というコラボによって、視聴者は増える。

【牧野様】クールジャパン。

- ①何を紹介するか(伝統文化が多いが、今の日本、地方の町の紹介をもっと見たい)
- ②どう表現するか(縦横のフォーマットや映像の長さなど)
外の視点をどう取り入れて、ドライブしていくか。



(1)CJPFにおける各種イベントの企画・運営・評価に関する調査

⑤第4回CJPFライブ -4、振り返りサマリ プロジェクト部門

①良かったと感じたポイントと、その理由について

【夏野様】BORDERLESS。日本国内と海外へのアクセスに、違いがなくなっていると感じる。
日本人も詳しく知らない忍術が体系化されているなど、日本の幅広い価値が深掘りされている。

【梅澤様】世界で愛される日本固有の文化。アニメ、食はクールジャパンど真ん中だが、スナックや駅弁など、
日本独自の文化が、海外でそのまま受け入れられるようになっている。
オーセンティック+ローカルティ。

【楠本様】NEWエクスペリエンス。体験価値がダイレクトに価値(ビジネス)につながっている。

【コーカー様】Challenge !

【コチュ様】外国人に響くポテンシャル。海外の方が、自分の国にいながら日本の文化を体験できるようになった。

【山田様】グローバル

②次回アワードへの応募に向けて、ムービー応募作品に期待すること

【夏野様】AMBITION。海外に受け入れられるか不安はあるが、野心を持って世界に出てほしい。
日本人は、リスクフリーのために安い価格設定にしようとするが、勇気を持った値付けをしてほしい。

【梅澤様】Luxury。プロダクトだけでなく、地方部で、文化を切り口にした富裕層向けの体験。
日本には、質が高く、かつ幅の広いコンテンツがたくさんある。
日本の質の高いコンテンツは、大量生産ができないので、価格を上げるしかない。

【楠本様】価格倍増。日本は「安くておいしい」ではなく、日本の価値を上げていく取組みが必要。官民連携でサポート。

【コーカー様】imagination。今までにない新たな発見、びっくりできるようなもの。

【コチュ様】日本ファンを増やすこと。ニッチなところまで日本の魅力を届らせるような取組み。

【山田様】国際化より多様化。日本には独自文化がたくさんある。
日本はモノを作るのは上手だが、伝えることが苦手。良いものを作れば売れる時代は終わった。



(2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

- ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査
- ② CJPFにおけるCJプロジェクト(事業モデルケース)の運営と評価項目の実装

(2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査

(2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 —調査概要とデータ取得条件

■調査概要

右記の調査期間にて、日本を含めた10か国においてソーシャルリスニング調査を実施。

- ① 食・食文化に関するトレンドワード
- ② 食関連トピックにおける日本のプレゼンス
- ③ 食×トラベルに関するトレンドワード

の3つに対して調査を実施した。

■データ取得期間

2019年1月～2022年6月(3年半)

■調査対象メディア

Twitter, Tumblr等SNS、各国における主要ブログ、掲示板、ニュースメディア等多数

■使用ツール

Brandwatch

■データ取得条件(言語)

対象国	言語設定	地域設定
アメリカ	英語	アメリカ
イギリス	英語	イギリス
フランス	フランス語	フランス
スペイン	スペイン語	スペイン
日本	日本語	日本
韓国	韓国語	指定なし
台湾	繁体字・簡体字・英語	台湾
タイ	タイ語	指定なし
シンガポール	英語	シンガポール
インドネシア	インドネシア語	指定なし

(2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 — 食・食文化に関するトレンドワード 採用キーワード

A1トレンドワード	意味	クリック&コレクト	食ワード
A1トレンドワード or A2環境	意味	グリーンウォッシング	食ワード
A1トレンドワード or A2 or A3 or A4	意味?	プラントベース	食ワード
A1トレンドワード	意味?	クリーンラベル	食ワード
A1トレンドワード or A2	意味?	地産地消	食ワード
A1トレンドワード or A4	ワード?	スローフード	
A2環境	意味	サステナビリティ	食ワード
A2環境	意味	トレーサビリティ	食ワード
A2環境	意味	リサイクル	食ワード
A2環境	意味	アップサイクル	食ワード
A2環境	意味	プラスチック包装	食ワード
A2環境	意味	フェアトレード	食ワード
A2環境	意味	エシカル	食ワード
A2環境	意味	エコフレンドリー	食ワード
A2環境	意味	クリーンエネルギー	食ワード
A2環境	意味	ゼロウェイスト	食ワード
A2環境	意味	レスウェイスト	食ワード
A2環境	意味	食品ロス	
A2環境 or A1	意味?	サーキュラーエコノミー	食ワード
A2環境	ワード	SDGs	食ワード
A2環境	ワード、	ESG	食ワード
A2環境	ワード?	脱炭素	食ワード
A3健康	意味	ストレス	食ワード
A3健康	意味	機能性食品	
A3健康	意味	グルテンフリー	
A3健康	意味?	グラスフェッド	

A3健康	ワード	免疫力	食ワード
A3健康	ワード	睡眠	食ワード
A3健康	ワード	アレルギー	食ワード
A3健康	ワード	プロバイオティクス	
A4食ワード	意味	ベジタリアン	
A4食ワード	意味	ヴィーガン	
A4食ワード	意味	フレキシタリアン	
A4食ワード	意味	フルータリアン	
A4食ワード	意味	ベスカタリアン	
A4食ワード	意味	フェイクミート	
A4食ワード	意味	ローフード	
A4食ワード	意味、	動物福祉	食ワード
A4食ワード	意味	グルメ	
A4食ワード	意味	カリナリー	
A4食ワード	意味	ガストロノミー	

合計41+1(カーボンニュートラル)キーワード
赤字は新規

にて調査を実施。