

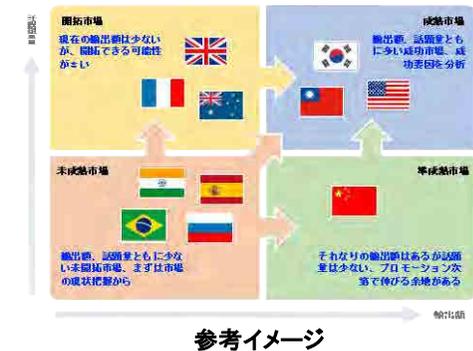
## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 —データの活用について

- ◆ ソーシャルリスニングによって取得したデータは、KGI/KPIとして以下のような活用の仕方が考えられる。

#### KGIとしての活用方法 各国における「日本の食」(全体または特定品目)のポジションを引き上げることをゴールとする

- 以下の2つの指標を組み合わせ、ターゲット市場を2次元平面上にプロットする。
  - 横軸: 日本からターゲット市場への輸出額
  - 縦軸: ソーシャルリスニングによって得られるターゲット市場における日本の話題量
- ターゲット市場を大きく以下の4象限に分類し、現在のポジションから引き上げることをゴールとする
  - A. 成熟市場 (輸出額: 多い、話題量: 多い)
  - B. 準成熟市場 (輸出額: 多い、話題量: 少ない)
  - C. 開拓市場 (輸出額: 少ない、話題量: 多い)
  - D. 準開拓市場 (輸出額: 少ない、話題量: 少ない)



#### KPIとしての活用方法 各国およびグローバルにおける「日本の食」に関する順位、話題量等を評価指標とする

- 活用方法① 日本の順位や話題量をKPIとする
  - 目標設定例: グローバルにおける日本の順位を「5年後まで」に「5位」に引き上げる
  - 目標設定例: アメリカにおける日本の話題量を「3年後まで」に「200%」に増やす
- 活用方法② 各国主要ニュースメディアの記事数をKPIとする
  - ソーシャルリスニングによって収集されるデータのうち、各国主要ニュースメディアにおける「日本の食」に関する記事を抽出する
  - 目標設定例: 次年度のグローバルにおける日本の記事数を「1.5倍」に増やす
  - 目標設定例: 次年度のアメリカにおける日本の記事数を「2倍」に増やす
- 活用方法③ 情報発信事業における効果測定を目的として活用する
  - 特定のキャンペーンに関連するハッシュタグが使用された数を測定し、ハッシュタグ別の露出量や費用対効果を評価する

## (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 —その他データの活用について(戦略・戦術への応用)

◆ 今回のような複数か国によるトレンドワードの調査、その他ソーシャルリスニングの活用によって以下のような事業活用が検討できる。

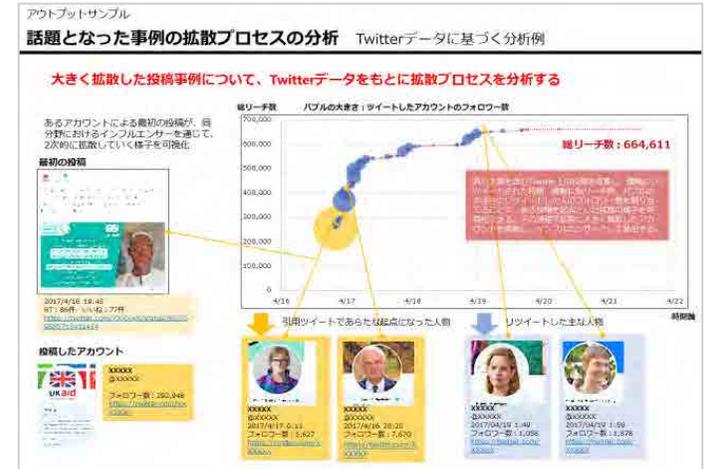
#### ■ 取得データの利活用

一公式アカウントや、メディアから情報発信する際に、どのワードを利用すべきかターゲット国で効果的な情報発信をするためのワーディングには大いに参考になる。また、対象国における関心に応じたツアーやコンテンツの造成、商品やサービスのPRや誘客に活用できる。

#### ■ 世界で発信する際のインフルエンサーの発掘(今年度未実施)

Twitterのソーシャルリスニングには、投稿をキーワードで検索するだけでなく、プロフィールに記載されている自己紹介の情報を検索し、そのキーワード毎による影響力が高い人物を報告することもできる。例えば、「Gastronomy」でデータ収集をすると、世界でプロフィールに「Gastronomy」と書いてあるユーザーの中でのフォロワー数の多いインフルエンサーランキングなどを作成することも可能であり、効果的にSNSマーケティングを実行するうえで、どの人物を起用するかなどの参考になる。また、Twitter上のインフルエンサーたちがどのような話題の拡散に寄与したかなどを調査することも可能。

など



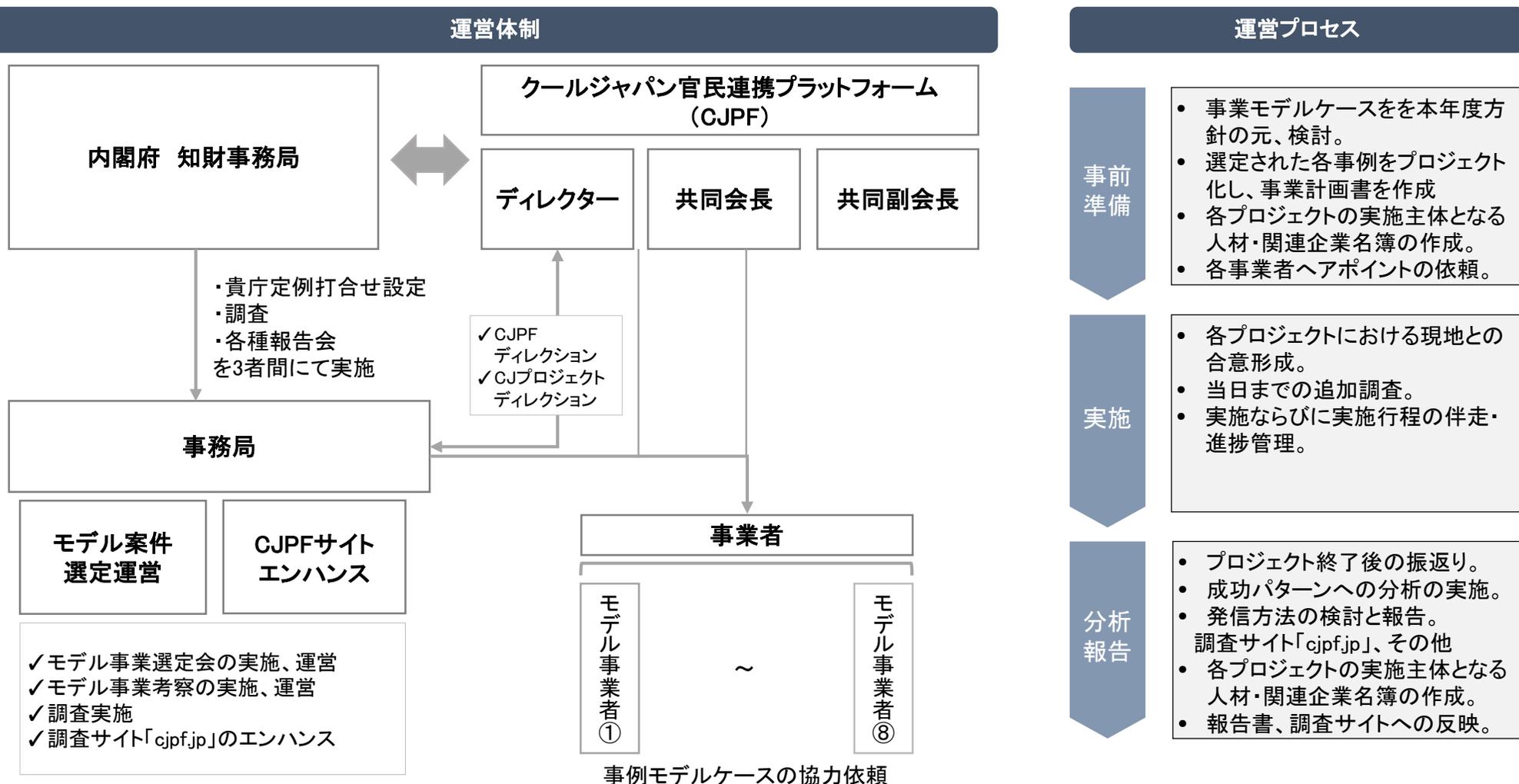
## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ②CJPF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

### ②CJPF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 -1、CJプロジェクトの事務局業務

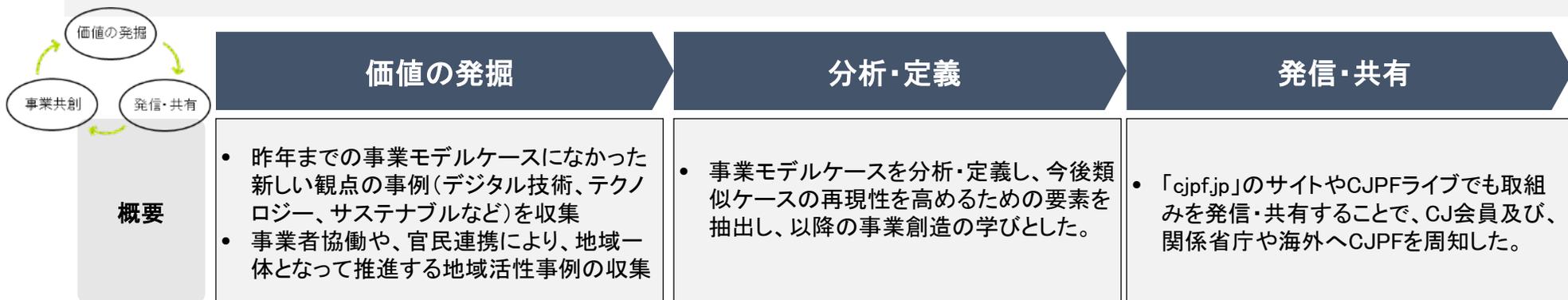
- ◆ CJプロジェクトにおいて事務局業務を担い、会議体を設計した上で、事業運営を実施。選定された事例をプロジェクト化し、事前準備・実施・「成功パターン」の分析報告まで完了できるよう事務局にて管理・整備を実施。



## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ②CJPF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 -1、CJプロジェクトの事務局業務

◆ 令和4年度は、昨年度までの事業モデルケースにない、新しい観点でCJPFにおける複数の「成功パターン」を発掘、定義します。また、今期は発掘した事業モデルケースをCJ会員及び関係省庁、海外へ横展開可能なものとして調査サイト「cjpf.jp」やCJPFライブでの共有、報告へも取り纏めます。



#### 収集例:

- 食材の鮮度維持の冷凍技術を持つ企業のテクノロジーを新たに発掘  
(例: 日本デイベレイク株式会社、金沢まいもん寿司 等)
- プラントベース、グリーンシフトを通じた新たな食文化のあり方の事例を収集  
(例: ONODERAグループ 杉浦仁志氏)
- これまでCJPFとして収集ができていない国内各地域の事例

#### 具体イメージ

#### モデル事例 分類例 (令和3年度)

		価値		
		食・食文化の製品		体験
1~数社の 取り組み		虎屋	ちば醤油 MOROMI	NARISAWA
		栴田酒造 IWA	おたふく ソース	KURABITO STAY
地域の 取り組み		栴田酒造 まちづくり	GREEN COLLAR	嬉野温泉 和田屋別荘
		Matborwa (干し芋)		ザ・リッツ カールトン 日光
				里山十帖
				出羽三山

#### イメージ



## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ②CJPF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、モデル事例選定の観点の抽出・決定

- ◆ 成功パターンとなる事業モデルケースの発掘にあたって、地域を考慮し、「食・食文化×テクノロジー・デジタル技術」「食・食文化×サステナビリティ」「海外から見たCJ」などの観点を考慮して、モデル事例を選定した。

#### 令和4年度 事業モデルケース発掘方針 例

##### 地域

- 事業モデルケースの発掘にあたり、日本地域11地域(離島含む)をバランス良く紹介し、幅広い日本の魅力の発掘した。

##### 海外視点

- 食・食文化における海外でのトレンドに沿った取り組みをされている事業モデルケースを発掘し、海外からの関心を集めやすい観点で運営、実装した。

##### テクノロジー・ デジタル技術

- 世界で人口が増加する中、日本の食・食文化を世界に幅広く体験いただくために、日本の食材を日本で食べる時の状態とできるだけ近い状態で海外へ輸送するテクノロジーや、現地で再現してもらえるためのデジタル技術発信の工夫、日本食を広く海外で知ってもらうためにどのような調理方法があるかを認知いただけるかなど、最新の事業モデルケースの発掘した。

##### サステナビリティ・ グリーンシフト

- サステナブルな食・食文化の取り組みをされている事業モデルケースの発掘を強化した。

### ②CJPF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 -4、事業モデルケース

◆ 日本古来の自然・食文化・風俗を再編し、唯一無二の「摘草料理」を創造した成功事例。



事業者名  
/プロジェクト名

美山荘 /  
山里の野趣と都の風雅を併せ持つ「摘草料理」

概要

創業1895年。美山荘は、京都の奥座敷・花背(はなせ)に再興された峰定寺の宿坊として始まった。三代目の中東吉次氏の頃から「摘草料理」を標榜し、立原正秋や白洲正子など多くの文化人から愛されてきた。この由緒ある料理宿で堪能できるのは、山里の野趣と都の風雅を併せ持つ美しい料理で、四代目の久人氏自らも野山に入り集めた野草や山菜、茸はもちろん、鮎やアマゴなどの川魚や野鳥、猪、鹿、熊など野趣に溢れる自然の恵みが揃う。京都市街から車で小一時間走らせた、豊かな自然の中、四季折々の自然と数寄屋造りの名工・中村外二が手がけた建築に包まれながら、俗世を忘れるかのような特別な時間を、五感を使って堪能することができる。

実績

- 「ミシュランガイド京都・大阪」にて、2つ星を受賞
- 「ミシュランガイド京都・大阪」にて、「美山荘」の中東佐知子氏がサービスアワードを受賞。
- 食の持続可能性に配慮している店に贈られる「ミシュラングリーンスター」も受賞

成功  
パターン

- 日本古来の自然・食文化・風俗を、俗世を忘れる特別な場所へ「再編」。

## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ②CJPF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 -4、事業モデルケース

◆ 地域が一体となって、地域資源を魅力的な観光資源に昇華させ、地域ブランディングを行った成功事例。



事業者名  
/プロジェクト名

伊根町 /  
特徴的な舟屋のある光景を活かした地域ブランディング

概要

「伊根の舟屋」で知られる伊根町は、日本で一番海に近い暮らしを体感できる場所として知る人ぞ知る外国人が訪れる秘境の地となっている。伊根町は、多くの人が訪れる賑やかな観光地とは一線を画し、“そこで暮らすような特別な体験”ができる場所。心と体をリラックスさせ、伊根町でしか味わえない時間を過ごすことで、町の魅力、海の魅力、そして人の魅力までじっくり堪能することができる。伊根町を愛する一人一人の個のパワーを最大限に活かすため、商工会を含む、地域全体がバックアップする。そうした持続可能な発展と魅力づくりの循環が始まっている。

実績

- 橋本水産: 漁業を通じて“伊根ブランドの未来”を描く伊根プリのブランディングに成功。
- 鍵屋: 海釣りや磯遊びを体験できる、漁業体験型民泊施設を運営。
- CAFE&BB guri :1ターンで移住し、飲食店、不動産業などの新たな視点で事業を創出し、商工会を含めたまちづくりに取り組む。

成功  
パターン

- 特徴的な舟屋のある光景と暮らしを地域全体で守りながら、暮らす一人一人が新たな“伊根ブランド”を創造。

### ②CJPF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 -4、事業モデルケース

◆ 杜氏の知恵を活かして、古来の原料を現代に蘇らせて新たな日本酒を創造した成功事例。



Miho Imada

Japan  
Sake master brewer

Sake-brewing has lon...



事業者名  
/プロジェ  
クト名

今田酒造本店/  
最古の酒米の在来種を復活させた女性杜氏

概要

BBC 2020 100人女性に日本人として唯一選出された今田美穂さんが杜氏を務める今田酒造本店、八反草などの広島産の原料にこだわって醸造されています。「海風土(シーフード)」は、その名のとおり魚介類との相性を考えて新しく開発したお酒で、広島産の海産物との相性を考え作られています。「吟醸」という言葉で大切な人を想って吟味して造る、広島杜氏のフィロソフィー、日本人の文化が結集した言葉。「吟醸」に込められた想いや技術の高さをもっと世界の人に知ってもらおうべく、魅力的な日本酒づくりをされている。

実績

- 2017年Kura Master純米酒部門プラチナ賞、2022年にも純米酒部門 金賞を受賞するなど海外から高い評価を得ている。
- 中華料理など、海外の料理に合う日本酒「LEGACYレガシー」の開発。
- 種もみが残っていて遡れる限り一番古い広島産の在来品種「八反草」を復活させた

成功  
パターン

- 杜氏の知恵・技術を現代に「再現」し、世界へ発信。



### ②CJPF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 -4、事業モデルケース

◆ 地域の生産者とともに、地産の農作物・休耕地の利活用を行った成功事例。



事業者名  
/プロジェクト名

瀬戸内醸造所/  
瀬戸内のテロワールを起点とした生産者との共創によるワインづくり

概要

瀬戸内醸造所代表 太田祐也さんは、衰退していく地元を再興させたいという強い思いをもって、絶景の空間を活用したワイナリーを造船所跡地を活用して造られた。  
原料のぶどうも広島、岡山、兵庫など瀬戸内産のぶどうで醸造している。さらに食品ロス観点による予約優先のレストラン営業、瀬戸内地域メインとなる食材の仕入れを徹底などサステナビリティにもこだわって運営。地域の農家の農作物をつかった酒づくりなど、地域での共創によって地域の魅力を対外的に積極的に発信している。

実績

- 2018年から委託醸造したワインの販売をスタートさせ、2021年3月に、ワイナリーとレストランが完成。
- 三原市高坂町を出発点に、竹原市や他の瀬戸内の産地と連携して「三原 ニューベリーA」、「高野 シードル」など、その土地のラベルとしてワイン、シードルを製造。

成功  
パターン

- 地域の人々と紡ぎだした瀬戸内のテロワール(風土)の魅力を日本全国へ、世界へ発信。

## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ②CJPF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 -4、事業モデルケース

◆復興への強い意思を持った様々な地域の担い手が、資源を磨き上げ、体験価値の創造を行った地域一体化モデルの成功事例。

事業者名  
/プロジェクト名

気仙沼 /  
未来に向けて創造する地域一体化モデル

概要

2003年に全国で初めて「スローフード都市宣言」を行った気仙沼市。食を核とした持続可能なまちづくりは世界でも高く評価され、2013年には国内初の「スローシティ」に認証されている。

震災からの復興・地域活性に向けて、気仙沼DMOの構築や地域マーケティングを手掛け“KESENUMA Crewカード”（現在はアプリ）を開始。気仙沼が持つ様々な資源を磨き続けることはもちろん、気仙沼との関係人口を増やすための観光プラットフォームを構築した。男山酒造の菅原氏を筆頭に、気仙沼への復興を地域一体となって推進。

牡蠣漁師を体験できる環境、朝の魚市場のツアー、地元の漁師からも愛されるZ世代による食堂事業、銭湯の運営、気仙沼クラフトビールの醸造など、新たな担い手がたくさん新たな気仙沼づくりに参加している。

菅原氏の男山酒造では、作り手の想いやこだわりを知り、気仙沼の旬の食材を使った逸品と、蔵人が料理との相性を考え選んだ日本酒を味わうペアリング「食」もインバウンドに向けて展開を見せている。

実績

- 株式会社男山本店：震災前から気仙沼の発展に取り組み、震災後後の再生した気仙沼を「循環型地域社会モデル」として世界中に発信。
- 一般社団法人気仙沼地域戦略：気仙沼との関係人口を増やすために、気仙沼がずっと繋がりが続けられるような観光プラットフォームを構築。

成功  
パターン

- 復興への揺るぎない意志と想いを「統合」世界の期待に応える地域一体化モデルの発展



### ②CJPF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 -4、事業モデルケース

◆ 日本の食文化や食材を、新たなテクノロジーを活用して海外に展開した成功事例。



事業者名  
/プロジェクト名

金沢まいもん寿司(M & K) /  
テクノロジーを活用した日本の食文化の海外展開

概要

魚介類系のフードチェーンを全国80店舗以上展開するM&K。「雅(みやび)」をコンセプトとして、加賀百万石を想起させる茶屋建築で見られるベンガラの赤、輪島塗の黒、そして金箔の金色で彩色を施した店舗デザインや、日本海の新鮮な海の幸を店舗で捌く職人の技により、「高級回転寿司・グルメ回転寿司」として絶大な人気を誇る。

未来戦略の一環として、中東のドバイに現地パートナー企業と共同で寿司製造拠点を開設。それを皮切りに、旬の食材を使用して日本で製造した本格寿司を冷凍コンテナで世界各地へ供給するなど、飛行機の機内食や世界各国の高級スーパーマーケットのテイクアウト用などを視野に入れた営業活動やマーケティングを積極的に行っている。

また、魚食系タンパク質の生態保全のための魚の顔認識ソフト開発、トラッキング技術によるサプライチェーン網の見える化・最適化などを推進。輸出戦略については、多くのノウハウや知見を持つ大手商社と連携して進めている。

実績

- 国内では20店舗を超え、台湾にも1店舗を構える
- 中東のドバイに現地パートナーとの共同事業として寿司製造拠点を開設
- M&Kグループの関係会社は15社、店舗や工場などを合わせて48施設に成長

成功  
パターン

- 回転寿司の価値と可能性を「拡大」し、世界中へ“旬の味と職人技”を届ける。

## (2)CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ②CJPF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 -4、事業モデルケース

◆ 各蔵が個性を活かしつつ、地域で連携して焼酎の魅力の世界に発信し、米焼酎の価値向上を行った成功事例。



事業者名  
/プロジェクト名

**球磨焼酎・ガラチョク /  
伝統文化の継承と蔵の個性を活かした米焼酎**

概要

「球磨焼酎」は、WTOで地理的表示が認められている焼酎生産地域の一つ。周囲を九州山地に囲まれ、日本三大急流の一つである球磨川が中央を流れ「日本でもっとも豊かな隠れ里」と称されるエリア。細長い盆地に27の焼酎蔵が集中しているのは全国的にみても珍しく、それぞれの蔵が500年続いてきた米焼酎の伝統を引き継ぎ、自分たちの蔵の特徴・魅力を最大限に活かした個性あふれる焼酎を次々と造りだしている。

- ・熊本の球磨焼酎とガラチョクにより、焼酎の旨味や香りを豊かに引き出し、まろやかな飲み口を味わうことができる。

焼酎のルーツを探り、地域の焼酎をより最適な酒器で味わうことで豊かな味わいを堪能することができる。

実績

- ・堤酒造: 現在14カ国へ輸出。ロサンゼルス・ハリウッドのMUJEN SPIRITS社と共同で初のアメリカ専売商品本格米焼酎「MUJEN(ムジェン)」を開発
- ・深野酒造: 2000年、2001年モンドセレクション金賞、Kura Master 2021米焼酎部門 プラチナ賞を受賞
- ・六調子酒造: フランスのKura Master、東京ウイスキー&スピリッツコンペティションなど数々の賞を受賞。現在、5カ国へ輸出

成功  
パターン

- ・ 500年の伝統を継承し、自社の強みを磨き込み、米焼酎の価値向上に挑む。

## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ②CJPF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 -4、事業モデルケース

◆ 海外の技術を柔軟に取り入れながら、新たな酒造りにチャレンジし、薩摩焼酎の価値向上を行った成功事例。



事業者名  
/プロジェクト名

薩摩焼酎・黒じよか /  
海外技術の取り込みにより進化した薩摩焼酎

概要

鹿児島は、高温多湿で台風が多く、シラス台地のため米が育たず日本酒造りには向かない土地。薩摩の人々は、この不利な条件を「蒸留技術」「サツマイモ」「黒麹」など海外の技術を取り入れることで克服し、独自の蒸留酒である芋焼酎を造りあげた。

焼酎を企業体として作るために必要な技術を全国に広めたとされる南さつまの技術者集団が焼酎作りの原点の技術を持つと言われている。

鹿児島県酒造組合には、芋焼酎の蔵が87社、奄美黒糖焼酎の蔵が25社の112社が加盟。連携しながら、鹿児島本格焼酎の魅力を国内外に発信。

鹿児島の薩摩焼酎と黒じよかにより、焼酎の旨味や香りを豊かに引き出し、まるやかな飲み口を味わうことが出来る。

実績

- 薩摩酒造: 焼酎メーカーとしては唯一自社で樽貯蔵庫、樽工房を持ち、現在3名の職人が在籍。
- 知覧醸造: 南九州市はお茶、サツマイモの生産量が日本一。知覧Tea酎は、TWSC 焼酎部門で2年連続で最高金賞を受賞するなど海外からの評価も高い
- 濱田酒造: ライチのような香りが特徴の「だいやめ」は、IWSCのSHOCHU部門で最高賞を受賞。

成功  
パターン

- 前例にとらわれず常に改革を続けることで、薩摩焼酎の魅力を高める。



### ②CJPF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 -4、事業モデルケース

◆ 官民連携により、地域資源の魅力の言語化・価値の磨き上げ、発信を行った成功事例。



事業者名  
/プロジェクト名

隠岐諸島/  
土地の特徴を起点にした事業者自走型の価値創出モデル

概要

隠岐諸島は、大地の成り立ちや歴史文化、独自の生態からユネスコ世界ジオパークに認定。地域全体が国立公園に指定されるほど、自然豊かな地域で、半農半漁の島として、豊かな資源に恵まれてきた島。  
離島というハンデから“ない”ものが多い暮らしの中で、この離島だからこそ“ある”ものに気付きは始めた地域の人々には、「この離島だからこそ“ある”もの」を活かす知恵と工夫で暮らしを楽しもうとする精神がある。  
食・食文化の目線では、地のもの・旬のものを活かし、岩がき、さざえ、白いか、ホンダワラ、隠岐牛など、訪れる人に最高のおもてなしを提供したいと考える料理人が集まり、暖流と寒流が交わる豊かな海と、噴火により生まれた肥沃な大地が育んだ隠岐の恵みを滞在しながら堪能出来る。

実績

- Entô(エントウ): 隠岐ユネスコ世界ジオパークの拠点施設と宿泊施設の2つを併せ持つ、国内初のホテル
- なかがみ養殖場: 日本で初めて岩ガキの養殖を成功
- ChezSAWA・ジオリゾートシンフォニー: 隠岐の恵みを活かした地産地消の料理を提供
- 島食の寺子屋: 島に暮らしながら、プロの料理人から和食の基礎を学ぶプログラムを展開

成功  
パターン

- 世界のユネスコジオパークを共通の志として、新しい共創モデルを構築する。