

経済産業省

平成30年5月

クールジャパン政策における オリパラに向けた機運醸成の主な取組について

クールジャパン政策がホームゲーム型（訪日外国人による日本での消費＋母国での継続的な需要創出）に舵を切る中、文化・経済の発信を整備し、外国人の日本への呼び込みを強化するとともに、地域での消費を促し、インバウンドの拡大とオリパラの機運醸成に繋げていく。

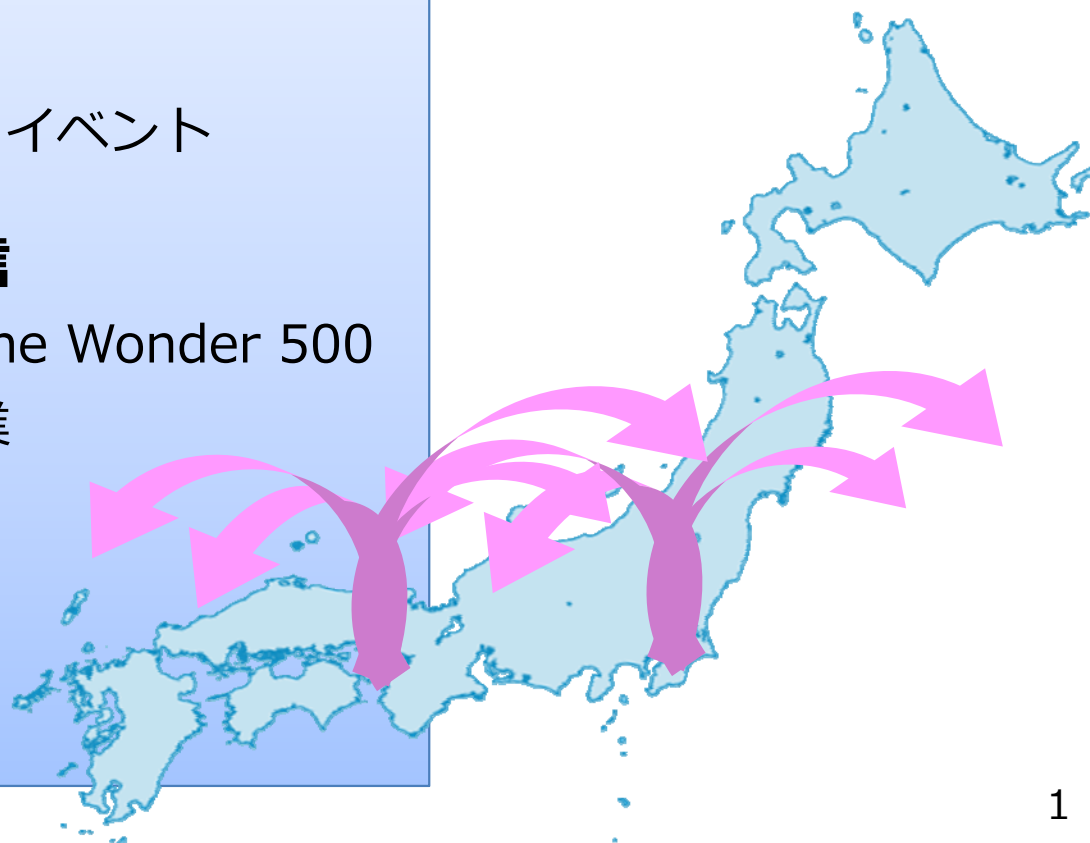
● ゲートウェイの魅力向上（東京・大阪）

- ① 外国人向けエンタテインメント事業
- ② 羽田空港を舞台に日本の魅力を発信するイベント

● 地域資源の発掘・磨き上げ・魅力発信

- ③ ふるさと名物の発掘、販路開拓の支援The Wonder 500
- ④ JAPANブランド等プロデュース支援事業
- ⑤ 旅するマーケット

● beyond2020プログラム認証組織 （2018年3月スタート）



①外国人向けエンタテインメント事業

- 大阪城公園内の大中小3劇場（2019年2月開業予定）の運営・管理事業に、吉本興業等民間13社とともにクールジャパン機構が出資。
- ノンバーバルや多言語対応の演目を含めた多彩な日本のエンタテインメント（落語、古典芸能、演劇、ショー、ミュージカル、スタンディングライブ等）の発信を図る。
- 関西圏の芸術文化を発展させ、観光地としての魅力を高めるとともに、インバウンド需要の拡大を図り、オリパラ機運醸成にも繋げていく。

事業内容



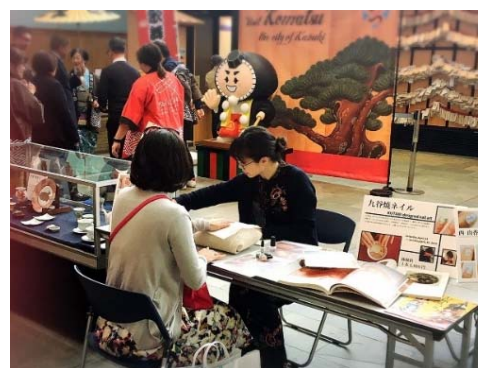
②羽田空港を舞台に日本の魅力を発信するイベント につぽんは、楽しいぞ！ – Waku Waku Nippon –

日本の空の玄関口である羽田空港にて、全国各地の魅力ある文化や、地域の特色・多様性を伝えていくため、各地域の自治体が出展し、地域のコンテンツを羽田空港国際線ターミナルで発信。

出展自治体の魅力・特色の展示、体験型コンテンツ、特産品・工芸品の販売などを実施。地方PRの発信拠点となり、訪日意欲を促進することで、オリパラの機運醸成に繋げる。

観光立国の実現に向けて、各地方の魅力を発信することで訪日客の再来日を喚起する。

- 平成28年3月（12日間）にプレ開催。来場者数は1日あたり平均1300人。4自治体が出展。内外国人18%。
- 平成29年8月（3日間）にプレ開催。来場者数は1日あたり平均2000人。3自治体が出展。内外国人20%
- 平成30年度は通年で実施。2週間を1会期として自治体が入れ替わり出展。4月は3自治体、5月は4自治体が出展。
- 空港内のモニターやパネル、羽田空港SNS等を通じてイベント周知を図り、継続させることで多くの自治体が出展可能に。



③ふるさと名物を発掘し、販路開拓を支援 The Wonder 500

全国47都道府県より“日本が誇るべき優れたジャパンブランド”500商材を認定し、国内外に向けて販路開拓を支援。500商材は厳正なる審査と日本を代表する30名のプロデューサーの目利きにより選定。The Wonder 500としてのブランディング・PR活用により、広告換算で国内約7億円、海外約3億円、合計約10億円のメディア露出効果を達成。

- **羽田空港「POWER LOUNGE」にて商材を年間展示**
2017年4月にリニューアルオープンした「POWER LOUNGE」において、認定商材を常設展示、将来的には販売までを目指す。

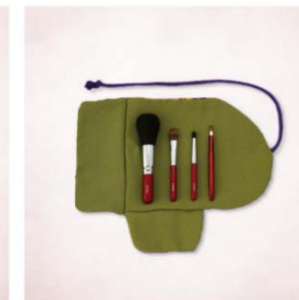
- **グローバルEC展開**
2017年6月より、Amazon Globalに公式ショップ「The Wonder 500 Store」を開設、委託販売形式による67の国・地域へのテスト販売の機会を提供。



Kyo-Yuzen Clutch Bag
In Kyo-yuzen, a technique for dyeing designs made famous in Kyoto, a special paste (sumi) as items are applied to undyed portions of a silk fabric, resulting in designs when the item is dyed. When this technique is used on women's clutch bags, they are known as Kyo-yuzen clutch bags. With the top-grade fabric used for kimono, skilled craftsmen work by hand on each of the 14 to 15 steps of the process. Thought has also been given to the functionality of these clutch bags, which have been perceived as too small to contain much. Specifically, the bag is not only made to be light but also to have enough space to hold smartphones, long wallets, cosmetics and all the other essentials. With fabric treated to be water repellent, the bag is also attractive for its ability to be used in daily situations. Retaining the beauty of Kyo-yuzen, and with care given to functionality, this item blends in well with both Western and Japanese styles. It can be enjoyed as a portable piece of beautiful Japanese tradition as well.
[Shop this product](#)
[Shop other products](#)



Ornament Card Case (Metallic card case in multiple colors)
Manufacturing businesses that support Japan's manufacturing infrastructure are concentrated in Sumida city, Tokyo. One of these, the small business's Yoshida Technosets, was the first in the world to use double in-mold construction, a technology that simultaneously decorates both the front and back sides of a plastic product. With this technology, which was also utilized for the world's first mobile telephone that had an on-board camera, the company has created card cases with alluring beauty. When a case, which holds about 20 business cards, is held by the sides and lightly pushed in, the cover slowly opens while a flap from the bottom simultaneously lifts up a card. This is accomplished by a technology that the company uses in its topflight cosmetic compacts. This card case, which was devised to allow the smooth removal of business cards, is garnering high praise from discerning businesspersons.
[Shop this product](#)



Wafu Keshoufude Set (Japanese-style makeup brush set)
The town of Kumano is surrounded by mountains in every direction and has been the producer of Kumano brushes for over 180 years. Even today about 10% of Kumano's population is involved in brush production, making Kumano the largest producer of calligraphy and artist's brushes as well as makeup brushes in Japan. They are the producers of an especially high-quality series of makeup brushes that are said to "transform makeup application and finish with just one bristle" and for this reason are adored by makeup artists in and outside of Japan. Hairs and bristles are specially chosen for the specific use of each brush, skillfully adjusted for softness and flexibility. This diligent handcrafting is done one bristle at a time, which is evident in the exquisiteness of the final product. This Wafu Keshoufude Set includes a lip brush, shadow brushes (small/big), a face brush, etc. Because they are created in a unique way that does not cut the ends of the hairs, the amazing touch of Kumano brush tips on the skin and the finish they create on the face are a difference you can actually feel. This set also comes with a kimono cloth brush case.
[Shop this product](#)

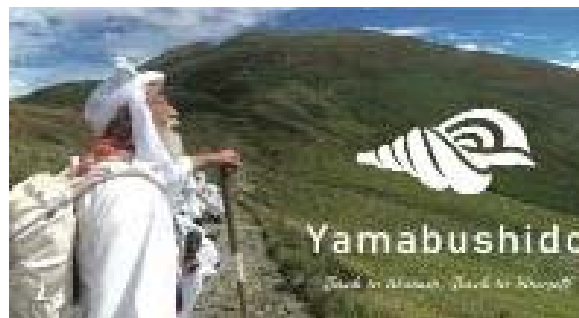
④ JAPANブランド等プロデュース支援事業

日本の技術力や日本人の感性を掛け合わせた「日本らしい」魅力ある商材やサービスを取扱う中小企業等が、海外消費者の感性やニーズ等に詳しい外部人材（プロデューサー）を活用し、海外需要（インバウンドを含む）の獲得を行う取組みを支援。同時に、この取組みを日本国内の事業者・関係者に広く周知することで、海外需要獲得を目指す機運とともに、オリパラの機運をも醸成する。

<平成29年度採択プロジェクト事例>

欧米豪向けハイエンド地域体験提供事業 山伏修行プログラム「Yamabushidō」

山形県の庄内地方・村山地方にそびえる羽黒山・月山・湯殿山は、出羽三山と総称され、古くから東北地方を代表する聖地・霊場として信仰の対象とされてきた。株式会社めぐるんでは、この出羽三山での山伏修行体験を中心とした欧米豪向けの3~5日間のプログラム「Yamabushidō」を開発。ターゲットである外国人に響く表現と、販売力のある現地代理店との流通路を組み合わせ、海外販路開拓を目指す。



⑤旅するマーケット

日本全国の魅力あるコンテンツを国内外に発信するため、新虎通りを中心に、地方食材を生かした創作料理を提供する『食』事業、対話・交流によって魅力を訴求する『体験』事業、『マルシェ』事業を柱として展開。地方への観光誘発や地域活性化を図るとともに、オリパラ機運の醸成を図る。

- 「新虎通り」歩道上の施設で「2020年東京オリンピックパラリンピックを活用した地域活性化推進首長連合(※)」の会員自治体が、3か月毎にテーマと出展地域を入れ替えながら、地域の魅力をPR。(2018年7月から菰野町、鈴鹿市、桑名市が合同出展)
- さらに、2018年度から会場エリアを新虎通りに加えて、虎ノ門ヒルズ、アークヒルズエリアなどに広げ、より広い誘客を図るとともに、自治体とユーザーの交流を促すことで効果を増大させる。

■ 2018年度の新たな取り組み計画

民間企業と提携し、様々な取り組みが実施できる機会を提供

- ① モノ創りに関するワークショップへの出展（北海道下川町）
- ② 都心マルシェへの出展（北海道東神楽町）
- ③ 首長連合主催で自治体合同の農産物マルシェの開催
- ④ 食関連のワークショップの開催、オリジナル料理の開発



※ 東京オリパラを契機として地域の魅力を発信するとともに、地域活性化に向けた取組を広域的に連携しながら戦略的かつ効果的に実践するために結成された自治体連合。

三条市の国定市長を会長とし、平成30年5月17日現在で572自治体が加盟。