

経済産業省

令和2年1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

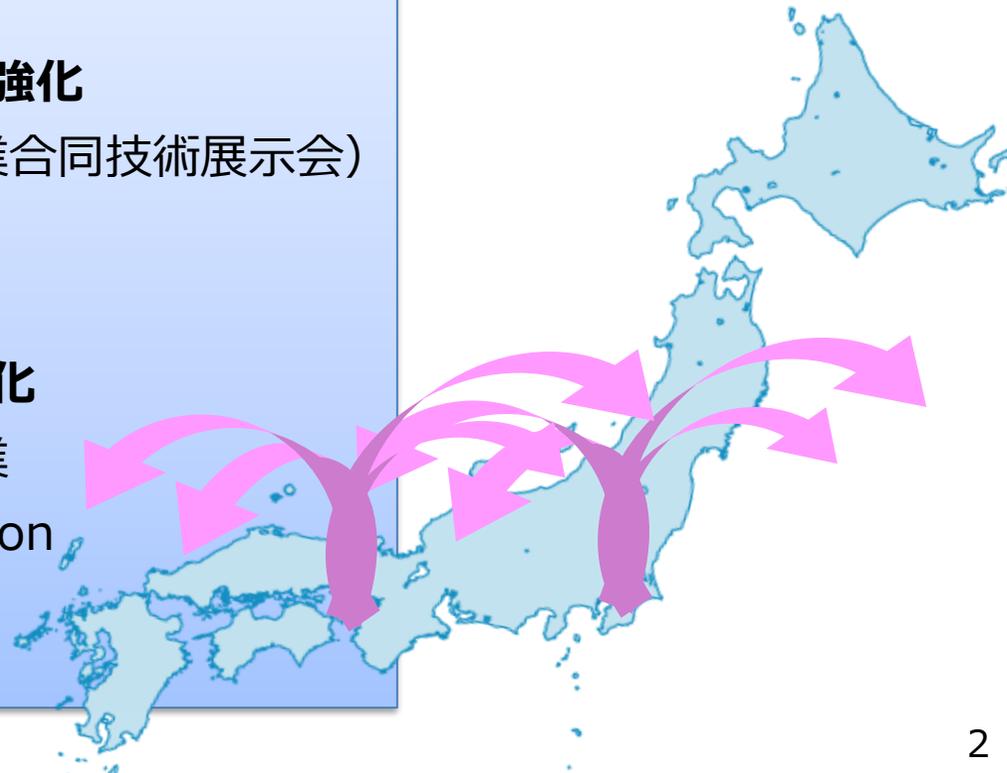
クールジャパン政策がホームゲーム型（訪日外国人による日本での消費＋母国での継続的な需要創出）に舵を切る中、国内での施策の展開やイベントの開催を通して、クールジャパン要素を強化し、文化と経済の好循環創出を進める。この際、地域の魅力発信を強化することで、地域活性化とオリパラの機運醸成に繋げていく。

① 技術革新等によるクールジャパン要素の強化

- （1）カウントダウン・ショーケース（企業合同技術展示会）
- （2）No Maps 2019

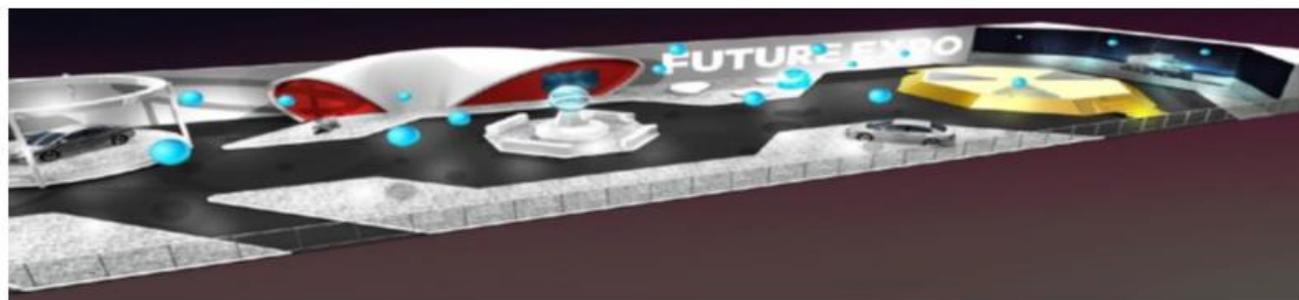
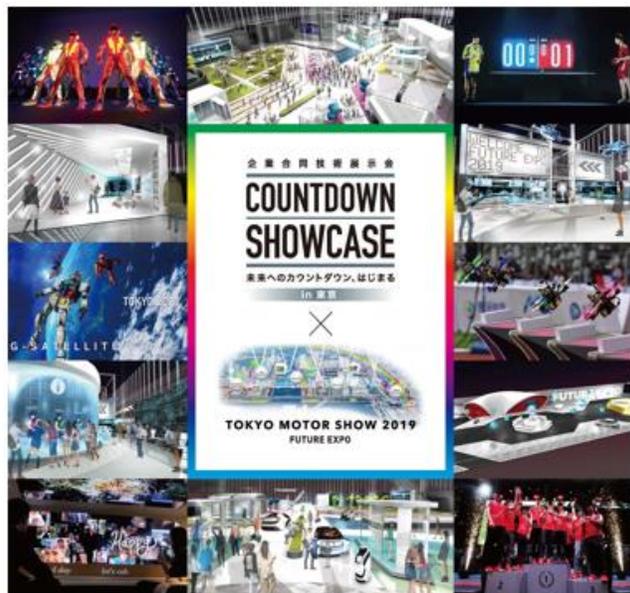
② 地域活性化に資する地域の魅力発信の強化

- （3）クールジャパンプロデュース支援事業
- （4）旅するマーケット/Waku Waku Nippon



経済産業省 (1) カウントダウン・ショーケース (企業合同技術展示会)

世界最先端の日本の技術等を一堂に集めた企業合同技術展示会。外国人観光客の訪日時における一連の動線 (入国/街中移動/都心/競技観戦/地方観光 等)に沿って、最先端の技術・製品を体験可能な形で展示。経済産業省は、本事業を共催する等により側面支援。



- ・ パーティ&キャリによるお出迎え

- ・ 空飛ぶクルマ
- ・ 次世代モビリティのデモ走行

- ・ EV×生活の融合
- ・ 未来の移動空間

- ・ 未来のスポーツ観戦
- ・ e-Motorsports 大会

- ・ 無人店舗体験
- ・ 観光案内 AI

- ・ 最新の水素モビリティ
- ・ 水素を活用した宇宙技術



(※2019年度は東京モーターショー内において「TOKYO MOTOR SHOW 2019×COUNTDOWN SHOWCASE FUTURE EXPO」として開催。)

(2) No Maps 2019

米テキサス州オースティンで毎年開催されるSXSW（サウス・バイ・サウス・ウェスト）の日本版。オリパラ会場都市でもある札幌を舞台に、北海道から「新しい価値・文化・社会の姿」を提案する新たなビジネスの創出を図るもの。

- 「札幌・北海道を実証実験・社会実装の聖地にする」というビジョンを掲げ、多様な人材の交流の場を創出。
- 地域における新たなスポーツビジネスの創出・活性化を推進するべく、スポーツとテクノロジーの融合をテーマにしたカンファレンス等を開催。
- 北海道経済産業局も主催者の一員としてNo Maps実行委員会に参画。

期間：10/16(水)～20(日)

来場：23,611人

概要：カンファレンスや展示等の124事業を25会場で展開

 **カンファレンス** Conference
AI,VR,eスポーツなど様々なテーマで先駆者が議論



 **展示** Exhibition
地下歩行空間でのスキージャンプのVR体験など



 **実験** Experiment
中心市街地での自動運転走行、電動キックボード等の体験



 **イベント** Event
音楽ライブ、国際短編映画祭など



 **交流** Meet-up
カンファレンス登壇者等との交流会等を連日開催



(3) クールジャパン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複数の中小企業等が、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、その魅力のPR・プロモーションや磨き上げ等を行うことで、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。

<令和元年度採択プロジェクト事例>

未利用資源原料を活用した化粧品プロジェクト

国産植物を原料とした天然コスメブランドを海外に販売拡大することで、地域の農業生産者の販路拡大を図る。

生産・仕入・商品化を地域内でしているサステナブルなものづくり体制を、本事業によって対外発信することによって、海外需要を広げ、これを更に地域に循環させることを目指す。

唐津市は「アジア版コスメティックバレー」となることを目標にしており、まずは欧州・アジアへの販路拡大を行う。



「クラフトツーリズム産業」ブランド構築事業

400年の生活食器文化の波佐見焼のモノ価値（クラフト）と、波佐見町を訪れて体感するコト価値（ツーリズム）を一体化させ、新しい付加価値「クラフト・ツーリズム産業」と定義。訪日外国人向けに滞在コンテンツの商品開発・海外プロモーションを行い観光客を誘致するとともに、モノの海外需要獲得につなげていく。



オリパラ首長連合※が、地方への観光誘発や地域活性化を図るべく、日本全国の魅力あるコンテンツを国内外に発信する事業。オリパラ開催時にシンボルストリートとなる新虎通りや、日本の空の玄関口である羽田空港において、体験型コンテンツ、特産品・工芸品の販売などを通じて各地の魅力・特色を情報発信。経済産業省は、オリパラ首長連合と連携を図りながら、beyond2020プログラム認証を行う等により側面支援を実施。

● 新虎通り（旅するマーケット）

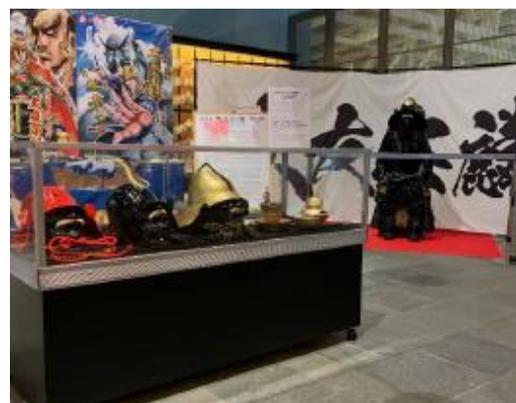
地域に関わる人々が選んだ、まちの逸品を持ち寄るマルシェを開催。約20地域の魅力溢れるモノ・コトを集めて発信。

2020年1月から、福島県只見町が「新虎通り」歩道上のフードスタンドで食を中心に3か月間PR出展。地酒の振る舞いや地域事業者との交流会を実施。



● 羽田空港（Waku Waku Nippon）

空港内のモニターやパネル、羽田空港のWeChat公式アカウント等を活用して、観光客にイベントの周知を図る。1日平均3000人が来場し、うち4割が訪日外国人。



※ 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：
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。
三条市の國定市長を会長とし、令和2年1月現在で584自治体が加盟。