Japan. Cool Japan.

世界の視線に、魅せるニッポン。

Attractiveness of Japan for eyes of the world

beyond 2020

アワード候補募集期間：令和元年 11月28日（木）～12月25日（水）

▶ 応募はホームページで **http://cjma.go.jp**

表彰式・基調講演（予定）：令和2年3月上旬開催

プログラム（予定）： 基調講演 14：30–15：00　表彰式 15：00–16：00　交流会 16：00–17：00

開催趣旨

食やアニメなど日本の魅力の間口の広さを活かして多くの外国人の関心を引き出し、「深み」を見せ、分野、地域、海外等との連携によりクリエイティブな活動を生み出し、世界の「共感」を得て日本への愛情を有する外国人（日本ファン）を増やしていくことは、「クールジャパン（CJ）戦略」※を進めていく上で重要です。クールジャパン・マッチングアワードでは、日本の魅力を深掘りし、分野や地域、海外との連携で、世界の「共感」を得た優良な取組を募集、表彰します。当該イベントが国内外のCJに関心のある方々にとって、日本の魅力を深掘りし、「CJ戦略」の理解を深め、ネットワークを拡大する場となることを期待しております。

※クールジャパン戦略（令和元年9月3日決定）　https://www.cao.go.jp/cool_japan/about/about.html

アワード候補募集

様々な分野や地域の魅力を深掘りし、他分野等と連携した取組を広く募集します（詳細は最終ページを参照）。応募いただいたアワード候補事例は、「CJ戦略」が目指す姿である、世界の「共感」を得ることを通じ日本ファンを増やすという前提を踏まえつつ、世界に伝わるストーリーや世界へ訴求し得る取組であるかという観点から選考します。

◆ 主 催：クールジャパン官民連携プラットフォーム

◆ 後 援：クールジャパン機構／日本貿易振興機構（JETRO）／日本商工会議所／東京商工会議所／映像産業振興機構（VIPO）　◆ 事務局：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（事務局：内閣府知的財産戦略推進事務局）平成27年12月に、官民・業種の垣根を超えた連携を行いクールジャパン戦略を推進するために設立。現在、17の関係府省・関係機関、117の民間団体・民間企業・機関・個人が参加。各種情報共有やビジネスプロジェクト組成を後押ししています。

クールジャパン戦略

クールジャパンとは、世界から「クール（かっこいい）」と捉えられる（その可能性のあるものを含む）日本の「魅力」です。「食」、「アニメ」、「ポップカルチャー」などに限らず、世界の関心の変化を反映して無限に拡大していく可能性を秘め、様々な分野が対象となります。

クールジャパン戦略が目指す姿

現在の問題点

- CJの目的が共有されていない
- プロダクトアウト
- 世界の視点を意識していない
- 日本の魅力の本質を掘り下げができていない
- 国内外で良い取組が行われているが、ネットワーク化されていない

CJの目的を共有
「共感の獲得」
「日本ファン増加」

目指す姿

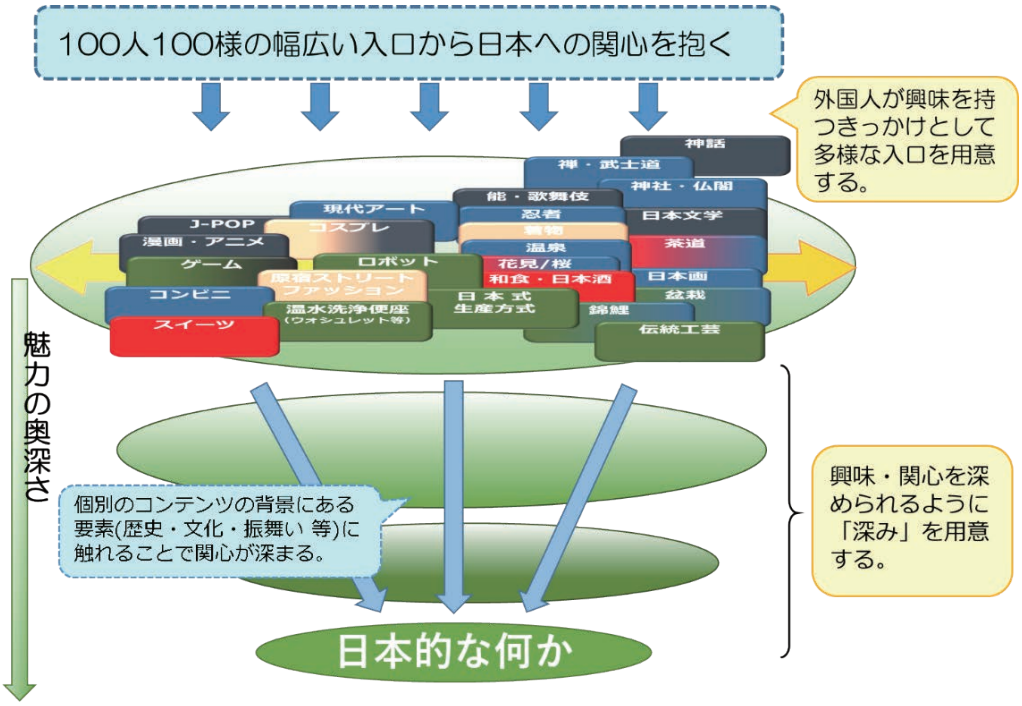
- CJの狙い、価値観の共有
- 日本ファンの戦略的獲得
- 世界の目線を起点としたマーケットイン
- 外国人との協働
- 日本の魅力の幅の広さと奥の深さの追求
- 関係者のネットワーク化による連携強化

取り組む施策

① 国全体の整合性を図る枠組みを構築し、機能させる
② 縦方向（個別分野、個別地域）の取組の更なる深掘り
③ 幅広い連携強化を図るための枠組み作り
④ 日本ファンを効果的に増やす取組
⑤ 知的財産の活用を後押しする取組

クールジャパンの幅広い魅力とその深掘

日本には、精神的なものから物質的なもの、深遠なものからポップなものまで多くの魅力が存在しています。100人100様の広い魅力を入口とし、それぞれのもつ背景にある歴史･文化･振舞い等の要素を深掘りし「深み」を用意することで、その魅力を高め、外国人に興味･関心を深めてもらうことができます。



詳細は「内閣府知的財産戦略推進事務局　クールジャパン戦略」のホームページをご覧ください。

https://www.cao.go.jp/cool_japan/about/about.html

これまでのクールジャパン・マッチングアワード受賞者の取組

過去のクールジャパン・マッチングアワード受賞の取組から、今回募集するクールジャパン関連の個別分野や日本各地の魅力を深掘りし、分野間（コンテンツ、食、観光、製造等、多様な分野）、地域内、地域間、海外と連携した例の選考評価のポイントを紹介します。

「『KABUKI LION 獅子王』と『超歌舞伎・今昔饗宴千本桜』における歌舞伎とテクノロジーの融合」（第1回 グランプリ）

『KABUKI LION 獅子王』
主演：市川染五郎（現・松本幸四郎）

パナソニック、NTTの技術により歌舞伎の視覚的演出や音響で画期的な成果を挙げたほか、歌舞伎に親しみやすい体験ブースの提供、4Kマルチライブビューイング、3D映像を使った現地ラスベガスからの舞台挨拶中継などを実現した。

『超歌舞伎・今昔饗宴千本桜』（はなくらべ せんぼんざくら）
主演：中村獅童、初音ミク

NTTの最新技術の活用による俳優とボーカロイド（初音ミク）との共演、ドワンゴによる史上初の新作歌舞伎生中継、動画配信を実現。

分　　野：伝統芸能 × IT・デジタルコンテンツ
取組概要：歌舞伎と日本のテクノロジーを組み合わせた「新しいエンターテインメントイベント」を国内、海外で展開。
受 賞 者：松竹
連 携 先：パナソニック・NTT・ドワンゴ
選考評価：日本の伝統芸能の代表ともいえる歌舞伎とIT技術が連携した演出をラスベガスで披露、日本のイベントでもボーカロイドと共演。
伝統芸能の魅力の新しい在り方を国内外に提案した点が評価された。

「佐賀県とオランダとのクリエイティブ産業交流」（第1回 準グランプリ）

開発された製品

海外クリエイターによる制作

分　　野：有田焼 × 海外デザイン
取組概要：デザインに秀でたオランダと、有田焼のものづくりに優れた佐賀県が、それぞれの強みを生かし、相互発展と世界展開を図る。
受 賞 者：駐日オランダ王国大使館
連 携 先：佐賀県、2016
選考評価：ヨーロッパの高級陶磁器に多大な影響を与えた古伊万里（有田焼）を、オランダのデザイナーと連携してコンテンポラリーな世界ブランドを創作することにより、日本の工芸品を海外の目と技で再認識して、世界に広げようという試みが評価された。海外に知られていない全国の工芸品や技術が世界に広まっていくためのモデルになる。

「攻殻機動隊 REALIZE PROJECT」（第1回 審査員特別賞）

© 士郎正宗／講談社　© 1995士郎正宗／講談社・バンダイビジュアル・MANGA ENTERTAINMENT
© 2004 士郎正宗/講談社・IG, ITNDDTD　© 士郎正宗・Production I.G／講談社・攻殻機動隊製作委員会
© 士郎正宗・Production I.G／講談社・「攻殻機動隊ARISE」製作委員会　© 士郎正宗・Production I.G／講談社・「攻殻機動隊新劇場版」製作委員会

アニメの世界の技術を現実に実現
自治体、研究者や企業がプロジェクトに参加

上段左から、「タチコマ1/2・リアライズプロジェクト（作中に登場する多脚戦車『タチコマ』と『リアルエージェント・タチコマ』）」、「筋電義手（株式会社MeltinMMI）」

分　　野：アニメ × テクノロジー 等
取組概要：アニメ「攻殻機動隊」の作品世界に描かれる「義体」等のテクノロジーを産学が一体となって実現するプロジェクト。
受 賞 者：攻殻機動隊 REALIZE PROJECT 実行委員会
連 携 先：神戸市、情報通信研究機構、Cerevo、karakuri products、他
選考評価：現在のネット社会やこれからのテクノロジーが描かれているアニメ「攻殻機動隊」のテクノロジーを現実化しようとする取組が評価された。2D世界の想像が、研究者たちのインスピレーションとなり、モチベーションとなって製品開発の深掘りが進められている点が評価された。

「浮世絵ぷちぷち」（第3回 審査員特別賞）

浮世絵　左から「ビードロを吹く娘」、「駿州江尻」、「神奈川沖浪裏」

© 2018 Kawakami Sangyo

分　　野：緩衝材プチプチ® × 浮世絵デザイン
取組概要：かつて浮世絵は、ワレモノを包む緩衝材としても用いられていた。その浮世絵を、現代の緩衝材であるプチプチ®と融合。coneruによるデザインを加えることによって、受け取った瞬間の驚きと感動を生み出す。
受 賞 者：川上産業㈱
連 携 先：coneru
選考評価：海外の人が日本の思い出を持ち帰って、共有できて、再利用したくなる、次の人にも広まっていく、日本ならではのセンスある提案になっている。何度でも使用できるエコな点を入り口に、緩衝材とラッピングの2つの役割を持ち、緩衝材としての歴史を踏まえたストーリーが評価された。

Japan. Cool Japan.

クールジャパン・マッチングアワード 2019
アワード候補募集要項

beyond 2020

アワード候補募集WEBサイト ➡ http://cjma.go.jp

日本の魅力を深掘りし、分野や地域、海外との連携で、世界の「共感」を得た優良な取組を募集、表彰します。

募集するアワード候補

- 個別分野や日本各地の魅力を深掘りした取組
- 分野間、地域内、地域間、海外等を横断した連携を進める取組
- 外国人の関心を引きだし、世界の「共感」を得た実績がある、または可能性がある取組
- 過去にクールジャパン・マッチングアワードの受賞歴がない取組

募集期間

令和元年 11月28日（木）～12月25日（水）

応募の条件

- 取組の対象は、モノ、コト、サービス、コンテンツ、その他、いずれも可能
- 取組の応募者は、国内外の個人・企業・団体・行政機関、いずれも可能

応募方法

アワード募集WEBサイトにて受付。応募フォームに必要事項を記入、必要な資料を添付して応募いただきます。

※アワード募集WEBサイト　http://cjma.go.jp

応募時記入項目

取組名	製品、イベント、サービス、コンテンツ等の取組の名称	取組開始年	年
取組の概要	取組の概要の紹介（100字以内）		
取組主体の分野・地域	※下記「分野・地域」から選択複数、選択可	連携先の分野・地域	※下記「分野・地域」から選択、複数選択可
日本の魅力を深掘りした工夫と効果	取組を検討、実施する過程で、日本の魅力の分野や地域の背景や特性等について掘り下げるため工夫したことやその効果※（200字以内） ※深掘りの結果、海外に伝えるストーリー作りにつながったことや連携のきっかけになった等あれば具体的に記載		
連携の目的、工夫と効果	分野間、地域内、地域間、海外を横断した連携の目的、そのため工夫したことやその効果（200字以内）		
海外に伝えるストーリー性	世界的な目線で、外国人の関心を引きだし、ファンを増やすため、海外に伝えるストーリーと、そのため工夫したことやその効果（200字以内）		
世界の「共感」を得た実績や可能性	海外やインバウンドの展開で外国人に実際に受け入れられた実績があればできるだけ数量で示す。 また、海外やインバウンド向けのプロモーション等、世界の「共感」を得るため工夫していることがあればその方法について具体的に記載（200字以内）		
添付資料	取組の概要を補足するビジュアル資料（必須）、取組を補足する資料（任意）		
応募者情報	応募者組織名・部署名・役職名・個人名・連絡先		
連携先情報	連携先組織名・部署名		

「分野・地域」の選択

分野（取組主体・連携先共通）：コンテンツ／現代芸術／伝統芸術／デザイン／IT／食（農林水産・食品・外食）／ファッション・美容／製品・製造／流通・販売／サービス／ファッション・美容／スポーツ／観光・交通／現代文化／伝統文化／伝統工芸・地場産業／その他

地域（取組主体・連携先共通）：国内特定地域（　　）／日本全国／インバウンド／海外（国・地域名　　）／全世界

アワードの選考

応募いただいたアワード候補の取組は、「CJ戦略」が目指す、外国人の関心を引きだし、日本のファンを増やし、世界の「共感」を得るという前提を踏まえ、世界に伝わるストーリー性を有し、世界の「共感」を得た実績や可能性のある取組であるかという観点で、クールジャパン官民連携プラットフォームのアドバイザリーボードメンバーを含む有識者や日本の魅力に理解が深い外国人等からなる審査員が選考します。

賞（予定）

グランプリ（1件程度）・ 準グランプリ（1～2件程度）・ その他

お問合せ：クールジャパン・マッチングアワード2019事務局 〈 業務委託：㈱ヒューマンメディア 〉
担当：小野打（おのうち）、長谷川、芦川　TEL：03-3401-5806　FAX：03-3404-1542　E-mail：info@cjma.go.jp