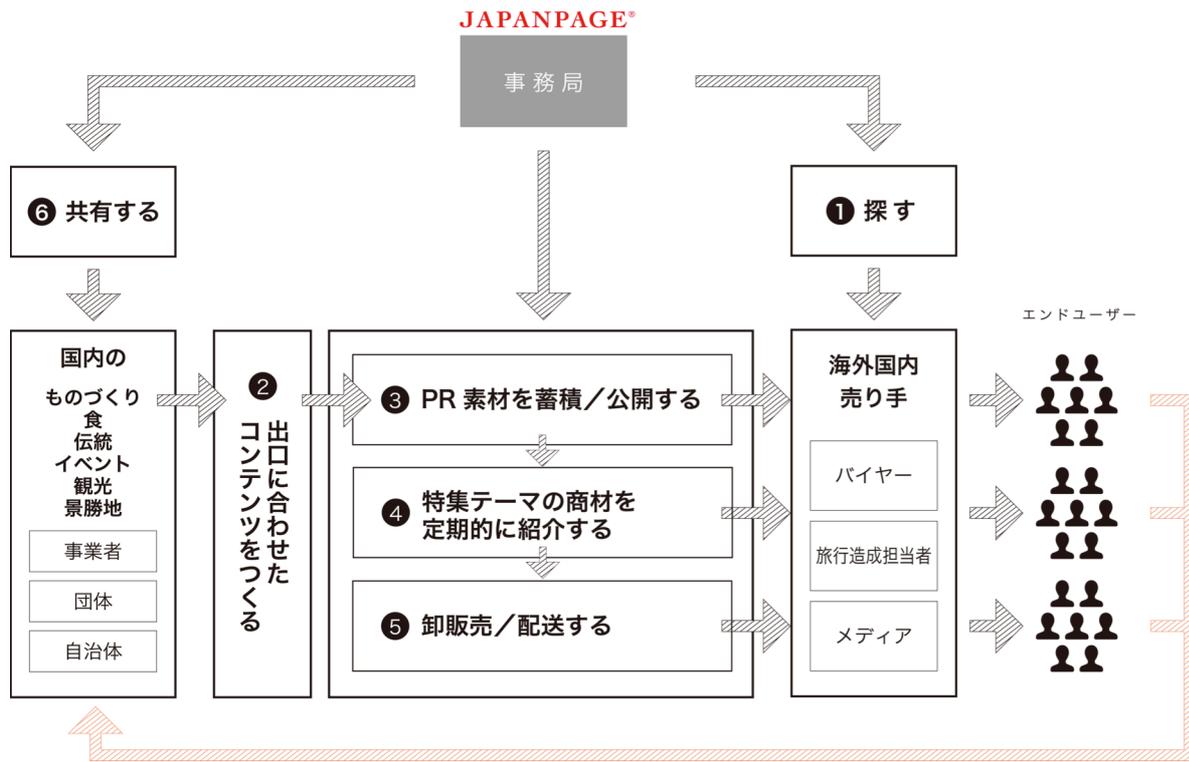


《資料 a : JAPANPAGE 概要》



① 探す

海外国内のバイヤー、旅行造成担当者、メディア編集担当者を私たち事務局が発掘します。

② 出口に合わせたコンテンツをつくる

海外国内の売り手に選ばれることを目的にした、出口ありきのコンテンツをつくります。

③ PR 素材を蓄積する/届ける

国内法人会員の PR 素材を一元化して売り手へ届けるツールとしてご利用いただけます。

④ 特集テーマの商材を定期的に紹介する

売り手の関心が高いキーワードを使った特集テーマを設定し、その特集テーマに沿った商材を選定・紹介します。

⑤ 卸販売/配送する

海外国内の売り手向けに卸販売を行います。発注を受けた後、国内法人会員は事務局が指定する国内配送センターに発注商材を配送ください。その後の手続きは事務局が行います。

⑥ 共有する

実践の中で学んだことを共有します。

《資料 b：特集テーマ》

(ものづくり)

『日本の職人技とコンテンポラリーデザイン』

- 日本には国や地方行政が認定する伝統工芸士とよばれる職人や世界のトップ企業を支えるミリ単位以下の与件を成し遂げる技の職人がいます。この日本の伝統工芸品や工業製品の職人技や知恵によって生み出される商品でかつデザイン性の高い日用品を紹介します。

『希少な素材と匠の技のコラボレーション』

- 日本には希少な素材だからこそ匠の技によってその価値を最大に引き出された商品が数多くあります。量産できない素材を使い匠の技によって生み出される世界に類のない作品（玉虫、鹿革、漆、等）を紹介します。

『細部に宿る技と美』

- 限られた領域だからこそ職人の技だけでなく感性が強く表現されます。あえてサイズが 2cm 以下の商品に注目し細部に施す技と美に注目してほしい商品とその技を紹介します。

『世界を魅了する木目や木皮が美しいプロダクト』

- 国土全体の約 67%が森林でかつ四季がはっきりしているには木やその特徴をうまく使った工芸品や日用品が多く存在しています。木はその種類だけでなく育った環境によっても木の表情や木目に特徴が表れます。その特徴をデザイン要素として位置付け世界を魅了する木目や木皮が美しい商品を紹介しします。

『日本の価値観を伝える器』

- 日本は「器を手にとって食事をする」という食事の作法があります。食事をする器には「持ちやすい器」「食事に合わせた器」「産地特有の土や技法が生んだ器」「作り手のストーリーが凝縮された器」など、器には様々なストーリーが秘められています。写真だけでは伝わりにくい器のストーリーを紹介し日本らしさ（価値観）をお伝えします。

『硝子に宿る日本の美意識』

- 1540 年代に西洋文明との接点を皮切りに日本に伝わった硝子製造技術は日本各地に普及し技術に進化と日本人の美意識によって独自の硝子商品を生まれました。日本発の硝子製品は諸外国の硝子製品と比較し際立って個性的な魅力を持つ器と位置付けられます。硝子という素材に日本の美意識が加味されて生み出される日本らしい硝子商品を紹介しします。

『まだ知られていない日本発のファッションマテリアル』

- 日本には世界のトップファッションブランドに素材を提供する事業者や OEM で生産を委されている事業者が多く存在しています。日本では 400 年の歴史があるファッション素材であっても世界市場で紹介されたのはここ数年といったものもあります。ここでは日本で受け継がれてきたまだ世界に知られていないファッションマテリアルの技術を使った日本発の素材を紹介しします。

『伝統を受け継ぐだるま、コンテンポラリーなだるま』

- 宗派を超えた縁起物として広く親しまれているだるま。多くは赤色の張子で制作され目の部分は書き入れず空白のまま提供する特徴があります。近年、このだるまは様々なデザインが生まれ海外市場のニーズも高くなっています。ここでは幅広いジャンルのだるまを紹介しします。

(食)

『まだ知られていない地域の美食材』

- 日本は豊かな土壌、特異な自然環境、地元の食文化の知恵、生産者の積み重ねてきた研究開発から様々な食材が存在しています。しかし国内外にまだ知られていない食材がまだまだたくさんあります。ここでは地元では当たり前だけれども未発掘の食材を「すごい理由」とともに紹介します。

『わざわざ訪れて食べてみたい地方の B 級グルメ』

- 日本全国には「安い」「贅沢でない」「庶民的」「おいしい」という評判の料理を「B 級グルメ」とよび地元で愛されている料理がたくさんあります。ここでは日本各地の B 級グルメを紹介し地方の新しい楽しみ方を紹介します。

『この産地だから生まれるこの名酒』

- 海外輸出の伸び率は 133%増(金額)の日本酒。そんな中でも名酒と呼ばれる絶品の日本酒は、名水・酒米・自然環境・杜氏などが整っていることが条件です。これらの条件とともにその産地そして名酒と呼ばれる日本酒が生まれる理由を紹介します。

『一目見て引き寄せられるお土産パッケージデザイン』

- 観光で訪れたら友人・知人・家族に購入したいお土産。購入の決め手は「おいしい」だけでなく、注目したいのはお土産を渡す時の相手のファーストインプレッション。一目見て引き寄せられるパッケージデザインのお土産を紹介します。

(体験+景勝地+四季)

『地方特有の生活体験コンテンツ』

- 日本の地方には都市部では体験できない特有の伝統 / 文化 / 自然環境に対応した生活スタイルがあります。ここではそれらの生活スタイルが体験できるコンテンツをそのエリアらしい四季が伝わる景勝地とともに紹介します。

『全国 200 箇所にある日本のお城と四季の風情』

- 日本には「城」とよばれる日本独特の設計による行政の拠点が生まれました。多くは 25,000~30,000 のお城があったと言われていました。その後、天災・人災・一国一城令・廃城令などにその姿はなくなりましたが、当時の姿を残すものは 12 城、再建・復興等を含めるとより見学できるものは 200 城ほどあります。国内外からファンを魅了するお城を四季の風情とともに紹介します。

『人生で一度は訪れてみたい地方の風景』

- 日本各地には「世界遺産」「日本遺産」「世界で最も美しい村」「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」など、様々な評価制度によって認定を受けた景勝地が数多くあります。同じ景勝地であっても春・夏・秋・冬によってもその表情は異なります。ここでは地元だから知る絶景を写真と中心に紹介します。

『100 年以上の酒蔵見学コンテンツ』

- 日本酒とは日本特集の製法で醸造されたお酒のこと。酒蔵とよばれるこの日本酒をつくる蔵元は日本各地に約 1500 あるといわれており、中には見学できる酒蔵もあります。ここでは「100 年以上の酒蔵」を選定し見学ができる酒蔵を紹介します。

『地域に続く冬祭り』

- 日本には季節ごとに地域特有のお祭りが開催されており、中にはユネスコ無形文化遺産に登録されているものもあります。今回、冬の季節にフォーカスをあて冬ならではの祭りを紹介します。

『人生で一度は訪れてみたい日本の温泉宿』

- 日本各地には天然温泉を楽しめる場所が多くあり、その温泉スポットに宿泊施設とともに堪能できる「温泉宿」が多く存在します。その温泉宿の中でも常に高評価を得ている温泉宿をピックアップし紹介します。

《資料c：審査員》

※現時点で決定している審査員です。

※他、美術館ショップバイヤー、日本食材店バイヤー、現地旅行会社の日本担当者が審査する予定です。

(イギリス)

石井義典氏

ロンドンにある高級懐石料理店「UMU」の総料理長。日本の伝統的な料理法を取り入れながらイギリスの素材を生かす日本料理を追求。ミシュランでは2ツ星を獲得しイギリスメディアからは「King of Kaiseki (懐石王)」と称される。

(フランス)

Bows and Arrows

ものづくりを商品として紹介するのではなく欧州の生活にどのように利用するのかといった視点で商品選定や商品紹介を行っている。工芸品、文具、器、化粧品など、幅広いカテゴリーの商品を取り扱っている。

JEAN-LUC COLONNA D'ISTRIA 氏

元 Merci バイヤー。マスキングテープやプラスチック花瓶など、フランスでの大ヒットを生み出してきた。日本のものづくり商品の中からフランス市場で売れる商品選定と販売方法の経験を日本の地方自治体に積極的に伝えている。

京子食品

1974年からフランスで日本の食材や食料品を販売する老舗食品会社。日本の食材、食品、飲料、お菓子など、様々な商品が手に入り、一般消費者だけでなくパリを中心としたレストランにも卸販売を行っている。

(台湾)

Fujin Tree Group

台北の富錦街を中心としたセレクトショップ・カフェ・レストランの店舗運営や日本や欧米の大手アパレルブランドの現地運営代行などを行う。台湾の感度の高い消費者をターゲットにした事業展開は国内の中央省庁や地方自治体からも注目されている。

VVG

ヴィトンなど有名ブランドのケータリングも手がける女性オーナーが指揮するクリエイター集団「好様 VVG」。書店、雑貨店、レストラン、カフェ、ホテルなど、独特の審美眼と物選びのセンスを生かしたライフスタイル発信型事業を行っている。

雄獅旅行

台湾最大級の旅行を中心とした旅行・メディア・出版事業を行う。「旅」そのものの楽しみを発掘するため「達人(エキスパート)」と呼ばれるプロガーやインフルエンサーと提携し、国別/テーマ別にディープな情報を配信している。

(香港)

Kapok

フランス出身の CEO が仕掛ける香港を中心とした香港を代表するセレクトショップ。「フューチャー・クラシック」をコンセプトに日本やアジアから商品を選定。1 週間でなんども来店するお客様もいるため品番に展示レイアウトを変更している。

PMQ

「警察宿舎施設」がデザイナーやクリエイターたちの情報発信スポットとしてから生まれ変わった PMQ。施設内にはショップやレストランなどが入っており、様々な集客力のあるイベントもあって年間 300 万人以上の来場者がくる人気スポット。

City'super

香港を中心とした食材・食品・雑貨販売店。こだわりのあるアッパー層をターゲットとし、日本や欧米から商品選定を行っている。豊富な品ぞろえと商品のクオリティは香港の人々だけでなく在留外国人からの人気が高い。

以上。