

とがあります。時には60点の段階から打ち出していくことも大切です。機が熟すタイミングを見計らって、時にアクセセルを踏み込めるよう準備をしておく。必要な時に素早く実行に移すことも戦略です。

ものの魅力を再編集し インバウンドビジネスにも対応

訪日観光客が急増している近年、インバウンドとアウトバウンドをうまく循環させて、ブランディングや販売の成果を出すことも重要です。産業観光という言葉も目新しかった十数年前に新潟県の燕市、三条市にシンガポールやマレーシアのデザイナー、デザイン学校の教頭、シェフ、美容師、メディアを招聘し、彼らの目線から商品や企業にアドバイスをもらい、共同



①メゾン・エ・オブジェでジャパンベースを運営。

②シンガポール・デザインセンターで「日本デザイン展」を企画・開催。会場のデザイン・インスタレーションに佐藤オオキを起用し、盛況。

③中国キャラバン事業を発案、実施。毎年100社以上を集め、中国市场を攻める。

④ ASEAN諸国にもキャラバン事業を拡大。

とがあります。時には60点の段階から打ち出していくことも大切です。機が熟すタイミングを見計らって、時にアクセセルを踏み込めるよう準備をしておく。必要な時に素早く実行に移すことも戦略です。

内閣府では、異分野・異業種の連携、産官学の連携を促し、クールジャパンの観点を活かしビジネスの成果につなげることを提案・実施しています。2016年には、「クールジャパン拠点連携実証事業」の一つとして日本のインテリア、建築、デザイン分野の建築物や拠点、団体等に海外の専門家を招き、意見交換し、それらをウェブ上でつないで紹介する事業を株式会社東京デザインセンターが中心となつて実施し、JDCAにもご協力をいただきました。

これまでの経験から、クリエイティ

ブ産業の分野でも、モノづくりと売る人、異業種異分野をつなぐ人、日本と海外をつなぐ人、様々な場面でつなぐ専門家がもつと必要だと実感しています。経済産業省の「ブランドランドジャパン事業」では、そのようなプロジェクトマネージャーを育成するニアプロデュサーをつとめています。

日本の良さの本質を海外の人に理解できるようにどう紐解き、共鳴できるように発信していくか、そしてそれを活かしたビジネスとして戦略を構想し、外の活力をどう取り込み、次の世代につないでいくか、これからもチャレンジしていきたいと思います。かがやく日本の未来のために。