資料　６－２

國酒プロジェクト推進に向けた経済産業省の取り組み

平成２４年９月１８日

経済産業省

平成24年度　クール・ジャパン海外プロジェクト　：　事例　（フランス）

コンセプト

- フランス人が提案するフランス人に最も効果的なプロモーション
- “Made in Japan”だけでなく、“Made with Japan”という発想を。

日本食文化週間プロジェクト

日本テーブルアート展
大型百貨店にて「日本テーブルアート展」を開催し、販売を行う。

フレンチレストランと提携
フレンチレストランに日本料理のメニューを提供

日本料理文化フェア2012
フランスのセレブを対象に、日本料理人によるワークショップを開催

参加団体・企業（予定を含む）

在日フランス商工会議所
(株)博報堂
(株)滋味
フランス食品振興会
(株）時評社

パリ商工会議所
(株)三越伊勢丹ホールディングス
フランス・テーブルアート協会（予定）
ギャラリー・ラファイエット（予定）

11月の「日本料理文化フェア」の中で、國酒等を用いたプロモーションを実施（商材は今後選定）。

「日本テーブルアート展」のスケジュール

2012年9月　募集

「日本テーブルアート展」に出展を希望する中小企業を、中小企業庁,中小企業基盤整備機構、JETROを通じて全国に募集をかける。

第1次選考（100 → 50社）

書類審査。フランスに輸出するための企業体力、将来的ビジネス展開のヴィジョン、品質などを総合的に審査し、全体の1/3程度に絞り込む。

2012年10月-11月　選考

ビジネス・プロデューサー、その他の日本、フランスの有識者と共に最終選考を行う。

第2次選考（50→ 10数社）

フランスとゆかりのある都道府県にて最終選考を開催。サンプルをビジネス・プロデューサーが自分の目で確かめ、「フランス人が好む」＝「フランスで売れそうな」商品を選ぶ。

2012年11月　「日本料理文化フェア2012」

日本料理とテーブルアートを併せた形でお披露目。SOPEXA等のネットワークを活用し、フランス料理界や出版界、美食界から数多くの賓客を招待。話題作りとネットワーク構築、ひいては、百貨店・スーパーマーケット・レストランなどへの販路拡大へと貢献。

2013年2月-3月　「日本テーブルアート展」

パリの大型百貨店（もしくはセレクトショップ）にて、「日本食文化普及プロジェクト」のイベント開催期間に、「日本テーブルアート展」を開催する。日本で選考された商品を展示、販売。

ＪＡＰＡＮブランド育成支援事業

事業概要

平成２５年度概算予算要求額　３．５億円（平成２４年度予算額　３．９億円）

中小企業の新たな海外販路の開拓につなげるため、複数の中小企業が協働し、自らの持つ素材や技術等の強みを踏まえた戦略の策定支援を行うとともに、それに基づいて行う商品の開発や海外展示会出展等の取組に対する支援を実施する。

支援対象は商工会、商工会議所、組合、NPO法人等。

支援内容

地域の産品や技術の魅力をさらに高め、世界に通用するブランド力の確立を目指す取組に要する経費の一部を補助。

【戦略策定段階への支援】補助率：定額、補助上限額：５００万円（２５FYから２００万円に引き下げ予定）
地域の強み・弱みなどを分析し、明確なブランドコンセプトと基本戦略を固めるため、
専門家の招聘、市場調査、セミナー開催などを行う取組に対して支援を実施。

【ブランド確立段階への支援】補助率：２／３、補助上限額：２，０００万円
中長期的な視野に立ったブランド確立への取組を支援するため、専門家の招聘、新商品開発、
展示会出展等を行うプロジェクトに対し、最大３ヵ年に亘って（２５FYから最大５ヵ年に延長予定）支援を実施。

実績（平成２４年８月末時点）

☑支援プロジェクトの累計：２７１件

【「甲州ワイン」のEU輸出プロジェクト】

・世界的な和食ブームを背景に、日本固有の「甲州ブドウ」から造った「甲州ワイン」を、ワインの本場欧州市場をターゲットとして展開することで、「甲州ワイン」の世界的な認知と産地確立や市場拡大を目指す取り組みです。
・経済産業局が、3年間にわたり継続的に海外でのプロモーション等を支援しました。

食と農林漁業の祭典概要

- 平成23年10月に政府でとりまとめた、「我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針」内に、海外を含めた消費者、産業界、外国政府等幅広い層の参加を得た「食と農林漁業の祭典」を開催することが記載された。
- 1月に副大臣、政務官級で関係省庁連絡会議を開催し、各省が連携して本祭典を開催することとなった。
- 現在、経産省と農水省が中心となって祭典の実施に向けた準備を進めているところ。
- 経産省では、23年度補正予算2億円を投入し、「農業フロンティア」を開催予定。

開催の趣旨

１１月～１２月初旬に開催。「農林水産祭」を中核に、「生産者と消費者、日本と世界を結ぶ」というコンセプトで開催。
日本ブランドの再構築を目指す。このことで、消費者意識に直接語りかけ、市場の創出を目指す。
さらに、海外での日本ブランドへのニーズを盛り上げることで輸出促進も視野に。

食と農林漁業の祭典　～生産者と消費者、日本と世界を結ぶ～

2012年11月10-11日
＠日比谷
キッズフェスタ、実りのフェスティバル等を開催。

農業フロンティア2012

2012年12月1-2日
＠東京ビッグサイト西3，4
屋上展示場、その周辺

その他連携イベント・・・
※コンセプトに賛同するイベントを「食と農林漁業の祭典参加イベント」として位置付ける。

体制

- 関係省庁連絡会議・・・副大臣、政務官級の会議。各省の協力を得るために1月に開催。
  筒井農林水産副大臣が座長、石田内閣府副大臣(国家戦略担当)、
  松下経済産業副大臣が座長代行を務めた。
- 食と農林漁業の祭典実行委員会・・・全農や経団連などの有識者が集まり、祭典のコンセプトや運営方針を決める会議。

農業フロンティアでの日本酒PR（現在調整中）

日本酒PR映像の国内外発信

日本酒は①酒米農家、麹を作る②もやし屋、③蔵元の3者が一体となって美味しい日本酒が造られる。
この3者にクローズアップした映像を作成し、You Tube、インフルエンサーを通して国内外に発信。美味しさの裏に隠された人々の思いを伝えることで、消費者の興味を醸成する。

日本酒展示のイメージ

日本酒の8蔵元が出展予定。
日本酒をただ飲み比べるだけでなく、ワインとチーズの組み合わせのように、国内外の消費者に受け入れられる、日本酒と食の組み合わせを提案。また、日本酒の歴史等の背景や、日本酒ファンの外国人による発信を通し、新たな日本酒ファン層を創出。