

## ニュースリリース

株式会社 神明  
代表取締役社長 藤尾 益雄  
(海外・商品開発担当)  
常務取締役 藤尾 益造

### 経済産業省「平成23年度クール・ジャパン戦略推進事業」を受託 ジャパンコンテンツの海外進出支援サービスを開始

株式会社神明は、経済産業省が推進する「平成23年度クール・ジャパン戦略推進事業（海外展開支援プロジェクト）※1」のアメリカでの事業（日本食文化）を受託しました。同事業は、アメリカへ事業進出を検討する企業を支援していくサービス基盤構築を目的として推進する事業で、神明も今回の取り組みを通して国内の関係企業の海外進出の支援を推進していきます。

神明では、平成20年12月から日本産米の海外輸出を開始。これに伴い、日本米輸出拡大を目標に、神明と関係者で「全国米関連食品輸出促進会※2」を組織し、海外のコメ価格対抗のため新規需要米の輸出枠を利用し、製販一体の取り組みを推進してきました。平成22年産米の輸出までの2年半、緩やかながら順調に輸出量は拡大の傾向にあり、この間に海外の幅広い輸出ネットワークも増えると同時に海外での日本食の課題と海外での日本食の真実に直面しました。

①日本食は世界に広まっているが、単品輸出が主流（牛丼・カレー・ラーメンなど）。

⇒推進すべきは、ダシやいなり寿司、白ごはんにおかず、など複数の食材を使った多様で多彩な日本食の伝播

②外食での受け入れはあるが、現地の家庭にまでは浸透していない。

⇒推進すべきは、家庭で味わう手頃な日本食の浸透

③本来の日本食とは違う劣化コピー商品が多く、ニセモノが日本食として伝わっている。

⇒推進すべきは、日本食を文化として提案・提供

3年目以降は輸出量だけでなく、上記現状を打破すべく独自の「日本食文化輸出」のアイデアを考えるも、平成23年3月11日東日本大震災が発生し海外における日本食に対する風評被害は、この取組を含めた神明の輸出事業に大きく覆いかぶさった。（輸出だけ見ても多数の国・地域からのキャンセルが相次ぐ）この出来ごとにより更に、課題解決への意識が強くなり、経済産業省の施策のもと、「日本の食文化」を通じ、海外の人々に本物の日本食に親しんでいただき、東日本大震災以来続く日本に対する風評被害払しょくのための事業を展開し、同じ志を持つ団体や企業を募り、知恵を集結し、繋がり、力を合わせ、食を軸とした「場と空間」を通じて「豊かな日本」を発信していきます。

※1：ファッション、コンテンツ、食、地域産品といったクール・ジャパンを担う中小企業、職人、クリエイター、海外の販路開拓を手掛ける内外の企業、メディア等が、チーム（コンソーシアム）を組み、海外市場を開拓するビジネスを支援する事業。

※2：国産米を中心とした農産物・食品の輸出促進に係る市場開拓調査、販売促進活動及び日本食文化の啓蒙・普及活動を行う組織。

#### 【お問い合わせ先】

海外・商品開発室 栗田善伸 TEL:078-371-2207