

2016年2月18日(木)

**ASOBI
SYSTEM**



第4回「東京のグランドデザイン検討委員会」資料

アソビシステム株式会社

代表取締役

中川悠介

ASOBI SYSTEM



**ブームを作ることよりも、カルチャーを創る。
今の時代に発信すべき“アソビ”をもっと。**

ASOBISYSTEMは、日本独自の文化である“HARAJUKU CULTURE”に焦点をあて、ファッション・音楽・ライフスタイルといった、原宿の街が生み出すコンテンツをサポートし成長させ、国内はもとより、世界に向けて発信するための活動をしています。日本で最もクリエイティブな人や物を生み出すパワーをもった街・原宿が、単なる地名の枠を超え、世界に認められる“おしゃれのキーワード”になることを目指しています。

原宿という場所を中心に“ブームを作ることよりも、カルチャーを創る”を理念に、様々なイベントコンテンツや数々のアーティストを排出してきた ASOBISYSTEM(アソビシステム)。原宿から全国に、全国から世界に。カルチャーを発信しつつける企業として、新たに“もしもしにっぽんプロジェクト”を立ち上げました。

所属アーティスト



音楽家・音楽プロデューサー・DJ：
中田ヤスタカ (CAPSULE)

海外でも活躍している日本人アーティスト、きゃりーぱみゅぱみゅ・Perfume など多数プロデュース。自身も音楽ユニット・CAPSULE に所属しており、海外有名アーティストとのコラボも積極的に行なっている。



アーティスト：
きゃりーぱみゅぱみゅ

デビュー曲 PONPONPON の MV が世界各国で話題となり同楽曲の Youtube の再生回数は約 7700 万回。2 年連続でワールドツアーを開催し、昨年のツアーでは、北米・ヨーロッパ・オーストラリア・アジアを廻った。



アートディレクター：
増田セバスチャン

Kawaii 文化の第一人者として国内外で活動を行う。昨年はアメリカ・ニューヨークにて初の個展を開催し、好評を得たためマイアミ美術館でも実施された。今年も国内外にて自身の作品を発表予定。

EVENT ENTERPRISE (イベント事業)



**HARAJUKU 5 i V E S T A R
KAWAii!! ASOBINITE!!!
FLASH!!! TAKENOKO!!!**

APPAREL BRAND (アパレルブランド運営)



青文字系モデル初の本格的アパレルブランド

Aymmy
in the batty girls

雑誌「Zipper」などでモデルとして活躍し、絶大な支持を得ている青文字系モデルの藤戸あゆみがディレクション、デザインするアパレルブランド「Aymmy in the batty girls (エイミー・インザ・バッティーガール)」(通称:Aymmy)。原宿・青文字系モデルが本格的にアパレルブランドを立ち上げるのは初。「Aymmy (エイミー)」のブランドコンセプトは、アメリカンカルチャーをベースにしたストリートスタイル。L.A で生まれ育った架空の女の子「エイミー」のライフスタイルをイメージし、アメリカンカルチャーをベースにロックやパンク、スケーターなど POP とエッジをミックスさせたちょっと奇抜なスタイルを楽しむ等身大のリアルな女の子ファッションやスタイルを表現。藤戸あゆみ自身が着たいと思うアイテムをトータルコーディネートで提案する。

MEDIA MANAGEMENT (メディア運営)



ファッション&カルチャー WEB マガジン
HARAJUKU KAWAii!! STYLE
<http://asbs.jp/>

最新ニュース、原宿のショップ情報、街のトレンドを発信するストリートスナップ、プレゼントキャンペーンの情報などを毎日お届け。モデルにフィーチャーした特集記事や連載などもあり、ユーザーは 10 代後半～20 代の女子が中心。青文字系ファッション & モデルの情報を見るならココ！

スマートフォンアプリもリリース



STORE OPERATION (店舗運営)



ASOBISTUDIO

「きゅりーぱみゅぱみゅ」振付師として活躍するインストラクターをはじめ、第一線の現場で活躍しているプロダンサー、ウォーキングディレクター、フォトグラファーをインストラクターに迎え入れたスクールです。キッズから大人まで満足できるレッスン内容はもちろん、未経験者クラスも充実しています。



NAIL&EYELASH SALON HOME

「make your self at HOME」をコンセプトに、都内トップクラスの豊富なカラーのまつげエクステ、ハイブリットなネイルアートなどを発信。旬なコレクションはもちろん、お客様のお好みに合わせてスタイリングいたします。



CARBON

CARBON は、コミュニケーションの源であり、お酒を楽しむ場所。人と人をつなぐ場所。店内はカジュアルにウッドや光を柔らかく取り入れ、道玄坂沿いのカジュアルバーとして、あらゆる場面、PARTY にご利用頂けます。



それは、

世界に向けた、新しい日本の魅せ方

もしもしにっぽんは、「4つの事業」から構成されています



MOSHI MOSHI BOX

観光案内所
Information Center



MOSHI MOSHI FES

イベント＆フェス
Event & Festival



MOSHI MOSHI TV

テレビ番組
TV Program



MOSHI MOSHI WEB

ウェブサイト＆アプリ
Website & App



TRAVEL Q&A

NOTHING CONNECTED

...sly, guys I'm lost. Where can I get

down to MOSHI MOSH BOX! Located in
ku, we provide free Wi-Fi to all visitors.
Japanese convenience stores literally ...
RE

KEY

t of cash! Where can I find an ATM?

gh it varies on what bank you use, usually
your best bet to find an ATM that would
or you, 7-11 has a system ...
RE

J-ETIQUETTE



Moshi moshi!

"Moshi moshi" is a way of saying "hello" but it's
only used when you're speaking on the phone.
When making ...
> MORE



DAILY JAPANESE

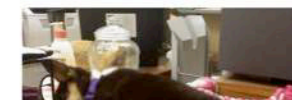
#moshimoshijapanese

MOSHI MOSHI NIPPON
@MOSHI2_NIPPON

It's been a long day J-fans!

Time to "sleep like a log," or "bakusui/爆
睡".

#moshimoshijapanese
pic.twitter.com/10G7yAEQ4R



KOCHI
-0.3℃ / 3

RATES

US \$
\$ 1

USD/JPY

EUR/JPY

CNY/JPY

KRW/JPY

MOSHI MOSHI BOX

原宿観光案内所

Harajuku Information Center

施設概要

【名称】 MOSHI MOSHI BOX 原宿観光案内所

【所在地】 東京都渋谷区神宮前3-23-5 Ts ONEビル

【開業日】 2014年12月25日

【営業時間】 10時～18時

サービス内容



INFORMATION

案内カウンター



FREE PC and POWER

フリー PC と電源



OMIYAGE SHOP

おみやげ屋 (SOUVENIR SHOP)



MAP

地図



EXCHANGE

外貨両替



TRAVEL

旅行代理店・移動宿泊手配



FREE Wi-Fi

フリー Wi-Fi



SHIPPING

荷物発送



KARAOKE

カラオケ

2F部分にはレンタルスペース「MOSHI MOSHI GALLERY」を併設



MOSHI MOSHI BOX

原宿観光案内所

Harajuku Information Center

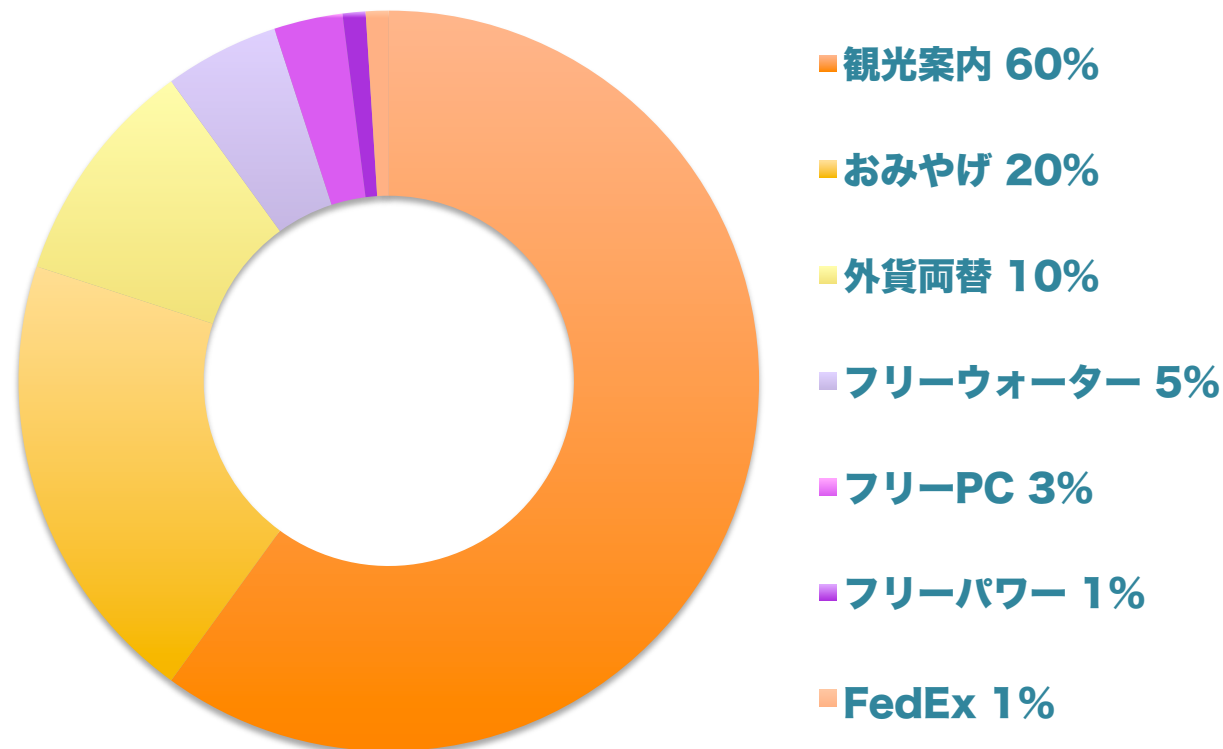
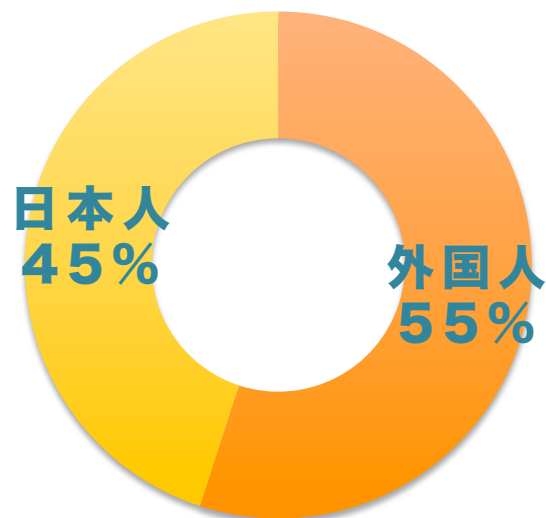
総来館者数：32,832人

2014年12月25日～2015年12月28日

※ クレープ店舗・カラオケ利用者含まず

利用サービス

BOX来場者属性



訪日外国人に向けたコンテンツを多数展開。区や地域等と連携し取組を行っている。

渋谷区との連携



■ 渋谷区観光協会
原宿観光案内所設置



■ 渋谷区PRキャラクター運営
「あいりっすん」



商店会との連携



■ 原宿神宮前商店会
原宿ファッションガイドツアー

企業との連携



■ カラオケルーム
第一興商 (DAM)



■ お味噌汁屋さん
マルコメ



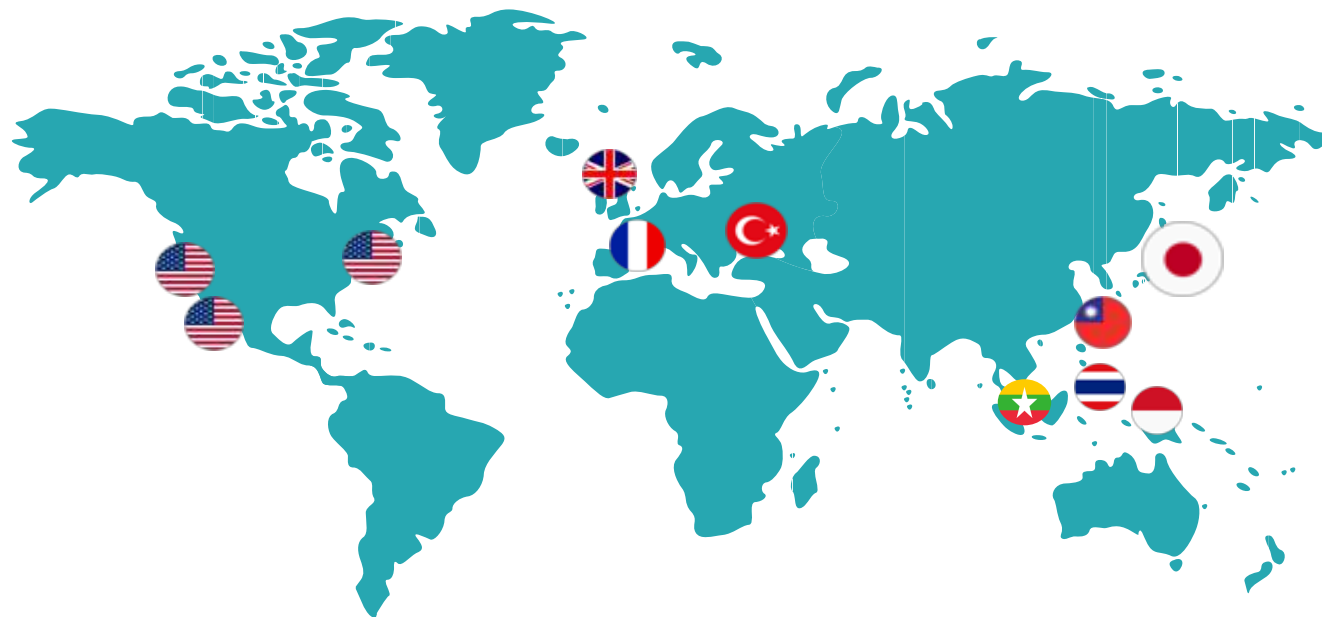
WELCOME TO HARAJUKU



MOSHI MOSHI BOX
原宿観光案内所
Harajuku Information Center

国内外に向けた施策
を連携し実施中

世界各国で「もしもしにっぽんフェスティバル」を開催。リアルな日本文化を体験する場。



2年間に渡り、世界14の国と地域 28箇所でイベントを開催



2014年よりあらゆる地域で、イベントを展開。イベントへの参加、イベントの主催などを含め、
過去2年間ににおいて **約108万人の外国人** にももしもしにっぽんプロジェクトを発信してきました。

イベントで体験する日本の魅力。
現地媒体を巻き込んだPR。

オリジナル商品・POP UP SHOP展開



台湾・ロンドン・シンガポールなどで
POP UP SHOP
を展開。
リアルな日本を体験してもらいました。

現地媒体と連携したPR展開



日本フード・ファッション・文化体験

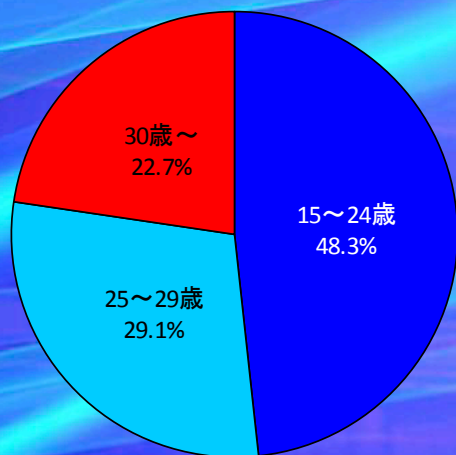


2020年以降のインバウンド

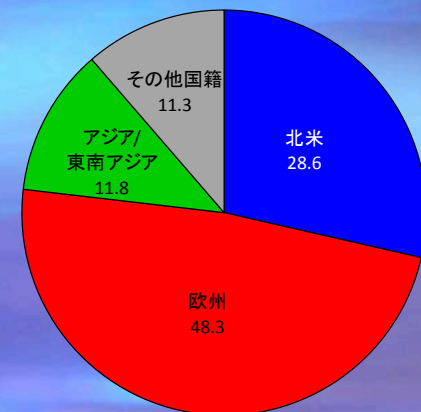
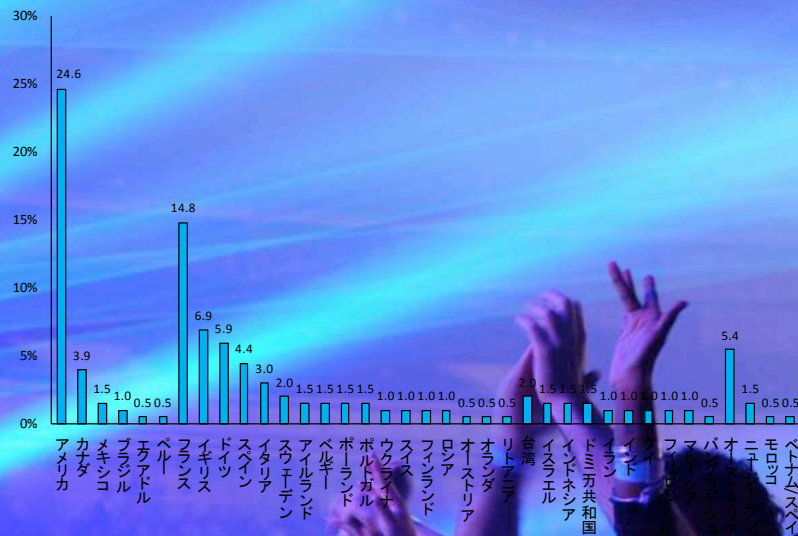


外国人ユーザーデータベースの収集、活用を目指します

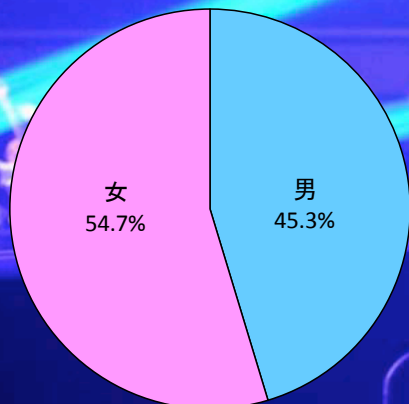
年齢比率



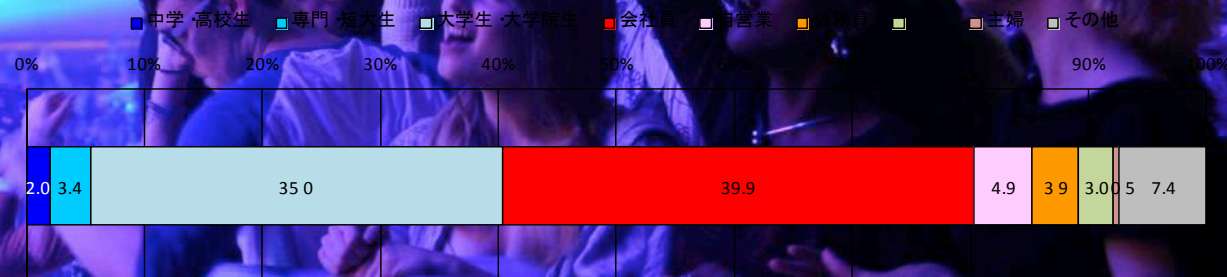
国籍比率



性別



職業



2015年末時の「ももしにっぽん」が取得しているユーザーデータは約20,000人(2015年7月より収集)。その中で各比率は上記の通りです

～誰もが知っている「日本といえば」を目指して～

各種サービスの導入によるユーザーデータの獲得

海外企業連携

海外の日系商業施設での
利用導入

ポイントサービス
(MOSHI MOSHI POINT)

↓ ↓ ↓ ↓ ↓ ↓ ↓ ↓
共通通貨化を図る



ユーザーデータベース
200万人を目指す

(2016年内30万人を目標)
(2020年までに200万人)

EC機能の導入
(世界各国で使用可能に)

プリペイド機能の導入
(世界各国で使用可能に)

国内企業連携

来日特典の充実
(オプションツアーなど)

活用

ユーザーデータベースの活用事項として、

ビジネスプラットフォーム の確立

インバウンド / アウトバウンド プラットフォーム の拡大を進めています



対 オーディエンスに対して

世界各国に存在するファンに対して、有意義な情報や話題を常に提供し、活用してもらう為のWEBサイトを目指し、ポイントシステムやEC機能を導入。さらなる情報拡散により、ファンの拡大を図り、「もしもしにっぽん」というオリジナルのカルチャーコミュニティの確立を目指します。



対 企業に対して

世界のファンを抱えるもしもにっぽんが行える企業連携は、PRだけにとどまりません。
 実際の世界中にいるファンをデータベースとしてあらゆるカテゴリから抱え込み、連携企業との活用を実現化させます。



ユーザーデータベースとWEBを軸にした展開

各コンテンツとサービスを連携させることで、より効果的な海外へのアウトバウンドと、海外からのインバウンドを見込みます。

企業連携

ポイント
サービス

アウトバウンド



ユーザー
データ
ベース



インバウンド



EC機能

情報提供



プロジェクトが目指す、ミライ

ユーザーデータベースと街を軸にした展開

観光案内人

移動型観光案内組織の構築

- ・ 既存の観光案内所のような受け身の案内ではなく、稼働を行いながら案内をする事が目的。
- ・ 各個人・団体の要望に合わせて案内人自らが付き添いながら観光案内を行う事が出来る。

バイリンガル
スタッフ

渋谷区
観光協会

IoT
を活用した
施策

日本の
おもてなし

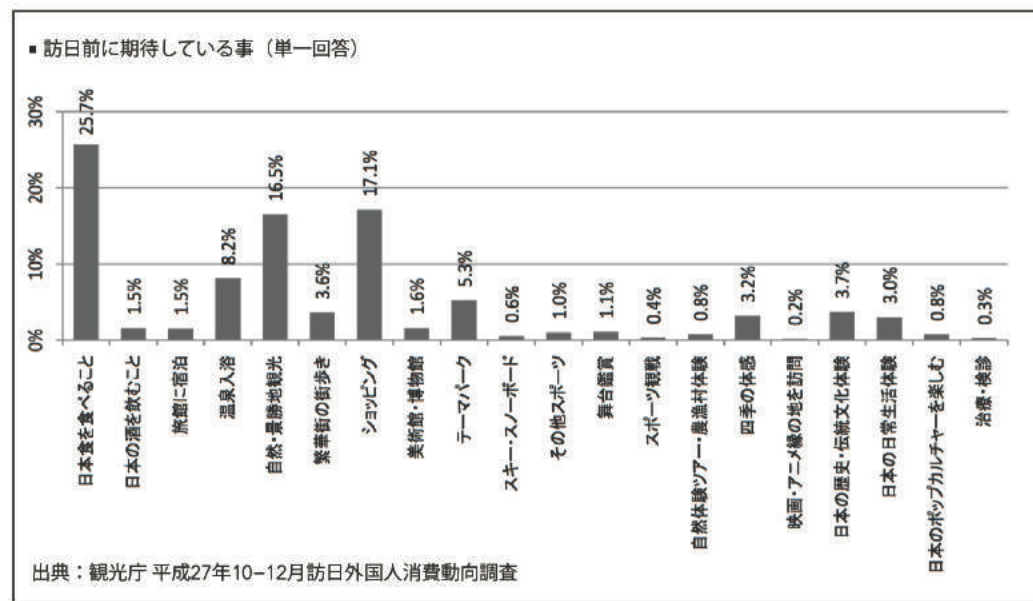
ユーザーデータベースと街を軸にした展開

顧客ニーズの高い「ショッピング」から広がるジャパンコンテンツの「体験」

ショッピング体験は世界共通の誘客装置

ドバイ、イスタンブール、シンガポール、香港などショッピング・ツーリズムによるインバウンド活性化の成功事例が世界中の観光立国には多数あります。実際、訪日外国人の日本体験の中でも日本食、ショッピングの期待値は高いのが現状です。

首都・東京の中でも有数の商業エリアでもあり、また大小多数の劇場を有する渋谷、原宿ならではの誘客戦略として「ショッピング」を中心におき、有用な情報を「もしもしにっぽん」のWEBサイトにアーカイブ。データベースをもとに各人にフィットした情報を双方向で発信していきます。また、ショッピング目的の観光客に日本のクリエイティブコンテンツ・エンターテインメントを体験してもらう、触れてもらうためのサイクルも生み出していきます。



ユーザーデータベースと街を軸にした展開

顧客ニーズの高い「ショッピング」から広がるジャパンコンテンツの「体験」

無数のショッピングストリートと150を超えるイベントスペース

センター街や道玄坂をはじめとした渋谷駅周辺だけではなく、原宿、表参道、神宮前、キャットストリート、裏原宿、恵比寿、代官山などショッピングや飲食店街など多様な楽しみ方ができるのが渋谷の特徴です。

また、渋谷区内には 100~300 人規模の小規模ライブハウスや 1000~3000 人を超える人数を収容 できる 中型ホール、10000 人以上を収容できる大型のイベントホール、そして屋外イベントとして利 用出来る代々木公園とその隣接施設があり、様々な興行に対応できます。2016 年からは、渋谷駅前、表参道の定期歩行者天国化も検討されており、ますます世界から注目される街へと進化します。

渋谷区	
居住人口	217,488
面積	15.11km ²
外国人観光客	400,000+/月
イベントスペース	150+

渋谷を中心に開催されているイベント



「新しい日本の魅せ方」をテーマに、原宿KAWAIIカルチャーを中心に日本のポップカルチャーをキュレーションしたイベントを開催。



アジア最大級のショートフィルム・フェスティバル。表参道ヒルズ、ラフォーレを会場に毎年6月に開催されるほか、通年様々なプロジェクトを実行。



世界5大ファッションウィークに数えられるファッションイベント。ヒカリエで毎年3月と10月に開催。



渋谷駅徒歩10分圏内で開催される街中で様々なアートやパフォーマンスに触れる事ができるイベント。毎年10月末に開催。



「女子が集えば世界が変わる!？」をテーマに、アート、音楽、ファッションなどジャンルをまたがったカルチャーフェスティバル。渋谷パルコを舞台に毎年10月に開催。



VOGUE主催の世界規模のファッション・ショッピングイベント。毎年9月に表参道・原宿・青山エリアを中心に開催。



渋谷区のホールやストリートを含めた各所で開催される音楽イベント (毎年10月開催)



日本版SxSWとして渋谷をステージに音楽をはじめとしたエンタテインメントとテクノロジーやビジネスのマッチングプラットフォーム。



日本各地で開催される肉フェス。毎回数十万人が参加する一大フードイベント。渋谷区内では東京体育館敷地内での開催実績あり。



もしもしにっぽん
MOSHI MOSHI NIPPON

そして、
インバウンド・アウトバウンドの集大成



国内外の常設プラットフォーム「もしもしワンダーランド」

MOSHI MOSHI BOX

コンシェルジュ&観光案内所

**ニッポンを好きになる。
日本に行きたくなる。**

トラベルプランニングセンター、日本の書籍・映画などのライブラリー、プリクラ、外貨両替所など

FOOD WONDER STREET

伝統的な和食から、最新のフードトレンドを紹介

**ニッポンの美味しさ。
ニッポンのクリエイション。**

古今東西の日本にある美食を集めた究極のフードストリート

BEAUTY WONDER STREET

伝統的な和食から、最新のフードトレンドを紹介

**ニッポンのKAWAII。
ニッポンの独創力。**

さまざまな日本のビューティ・ファッション・ミュージックなどを取り扱う究極のショッピングストリート

MOSHI MOSHI SQUARE

ライブイベントスペース

**ニッポンの最高が来る。
ニッポンの最高で踊る。**

日本のミュージシャンにより音楽イベント・DJイベントや、地元アーティストのオーディション、ファッションショーの開催も。

LIVE WONDER SPACE

カラオケ & ライブルーム

**ニッポンを歌う。
世界がつながる。**

最新音響設備によるカラオケ、スタジオ、セミナーなどを開催。招待制のシークレットライブなども視野に入れる

STATUE OF MOSHI MOSHI

SNSバイラル向け写真・動画撮影シンボルや、地元ストリートパフォーマーなどに開放し、クリエイティブ創出のシンボルとする

世界主要都市に常設する究極のニッポン・ショーケース

もしもしにっぽんはこれまで、サンフランシスコやタイなどさまざまな海外イベントに招待され、現地のひとたちが熱狂して憧れるニッポンを提供し喜ばれてきました。しかし、それらは数日間、長いものでも数週間だけの期間限定であり、また物理的にもさまざまな制約があったため、わたしたちが考える「ニッポンのよいもの」をすべて提供すること、それを通じて日本を好きになっていただき、日本に来ていただくというインタラクションを完成することまでには至ることができませんでした。現地のひとたちの熱いニーズにさらに応えるにはどうすればよいのか。期間限定だと逃してしまいがちのリピーター需要をどう増やしていくか。日本を好きになっていただく常設のコンタクトポイントのあり方とは？いろいろな試行錯誤を経て、わたしたちは世界の主要都市に常設型ニッポン・ショーケースのモデルを編み出しました。それが、

「もしもしワンダーランド (MMW)」です。MMW は

世界各地のニッポンのファン・潜在ファン層(以降ファン層と呼称します)に向けてニッポンのKAWAII・ポップカルチャーを発信する常設プラットフォームとなります
ファン層にとって、MMWを体験することで日本独自のクオリティやユニークさに出会い、楽しんでもらえる施設を目指します
ひいてはさらに日本を好きに、日本に行きたくなるきっかけづくりを提供します
ファン層と直接つながることを求めている日本企業との架け橋となる、ビジネス・プラットフォームとなります
日本人観光客に向けた現地案内、通訳、外貨両替等の機能も持たせます