

クールジャパン海外展開のための国別調査

クールジャパン拠点構築検討会
第5回 報告資料

2017 / 5 / 17

1. 本調査の目的・対象国

2. 調査結果に関して

全体構成

主な活用対象者

3. 調査結果を踏まえた具体の活用方法

1. 本調査の目的

クールジャパン拠点の海外展開においては国別の消費者の嗜好や市場の特性を踏まえた展開が重要。

そのため本調査では、各国の人口、経済状況等の基礎情報、メディア、流通、生活習慣等の生活スタイル、コンテンツと非コンテンツについての嗜好、ニーズ、市場状況等を調査。本調査に用いた各種資料のインデックスも含めて最終報告書として提供。

1

主要アジア各国におけるクール・ジャパン関連の情報の調査・取りまとめ

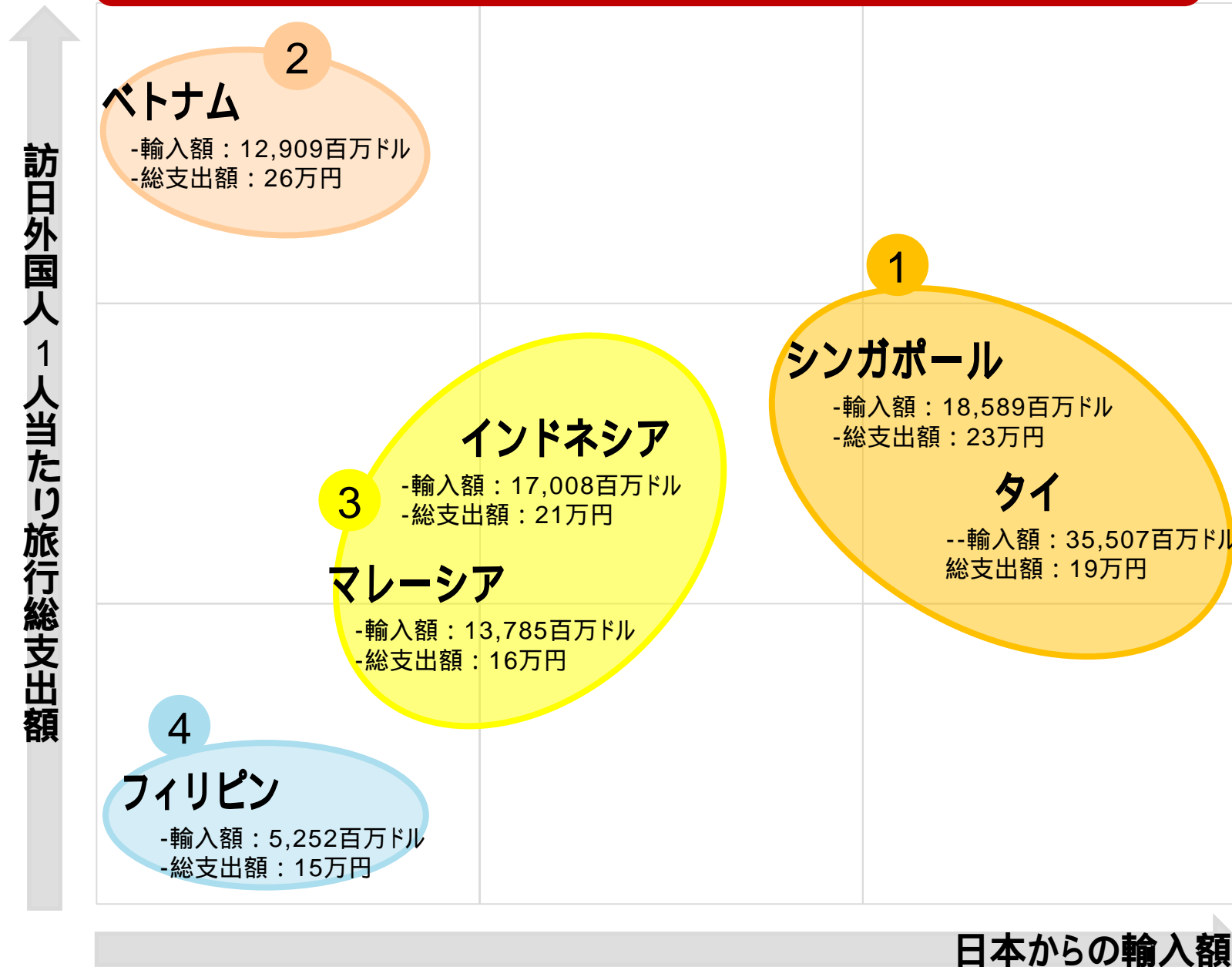
2

海外展開を行う民間企業、自治体等へ向けた、の調査結果資料の具体的な活用方法の提示

1. 調査対象国

今回の対象国は、タイ、インドネシア、ベトナム、シンガポール、マレーシアの計5カ国が対象。

訪日インバウンド旅行客の支出ボリューム、及び、日本からの輸入額を鑑み、優先的に着手すべき上位5カ国を選出



各グループの特徴

- 1 日本からの輸入額、訪日時の旅行総支出額ともに高水準
- 2 訪日時の旅行総支出額は最も高いが、日本からの輸入額はポテンシャル段階
- 3 訪日時の旅行総支出額はグループと同程度の水準だが日本からの輸入額はやや劣る
- 4 日本からの輸入額、及び、訪日時の旅行総支出額ともにポテンシャル段階

↑ 高
優先度
↓ 低

<出典>
 名目GDP：IMF World Economic Outlook Databases (Oct.2016)
 日本からの輸入額：外務省 国・エリア別 各国概況 (2017.3月時点)
 訪日外国人1人当たり旅行総支出：観光庁 訪日外国人消費動向調査 (平成28年年間値)

2- 本調査報告書の全体構成

クールジャパン 国別海外展開のあり方に係る調査・分析

各国のクール・ジャパンに関する既存公知情報、ヒアリング結果を取りまとめ、国別・カテゴリ別に整理。さらに海外展開の支援機関・問い合わせ先の明記、調査結果の具体の活用場面・活用方法を例示。

最終報告書目次

1. 調査の概要

2. 調査・分析結果

-基礎編-

(概要、訪日観光、メディア環境、生活スタイルなど)

-コンテンツ編-

(映画、放送・配信、音楽、マンガ、ゲーム)

-非コンテンツ編-

(食・外食、日本産酒類、日本製品)

3. 調査結果を踏まえた具体の活用方法

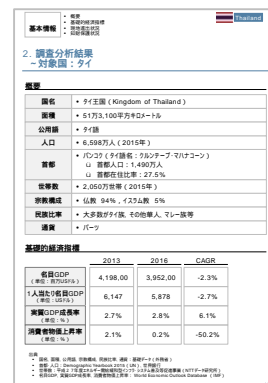
(1) 資料の見方

(2) 具体の活用方法

(活用主体・活用場面・具体方法)

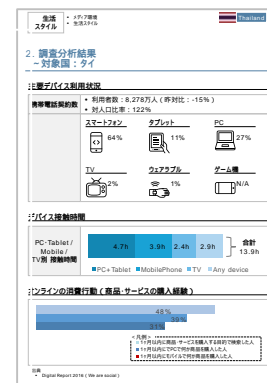
クール・ジャパンに関する情報の取りまとめ

基礎情報



- 人口
- 言語
- 宗教
- 民族
- 経済状況等

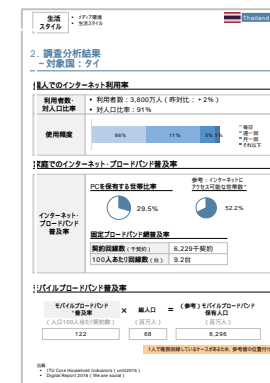
コンテンツ



対象カテゴリ

- 映画
- 放送
- 音楽
- マンガ
- ゲーム

非コンテンツ

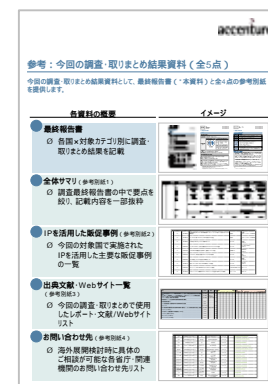


対象カテゴリ

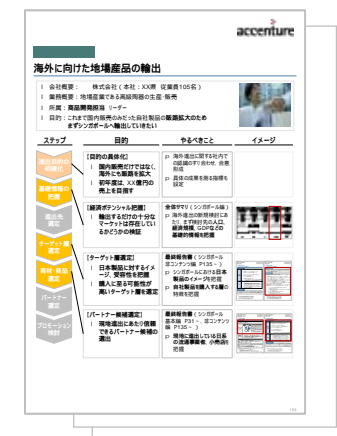
- 食・外食
- 日本産酒
- 日本製品

調査結果の具体の活用方法

資料の見方



活用方法



2- 本調査結果の主な活用対象者

本調査結果の主な活用対象者として、基礎的な海外展開のノウハウや知見を整理・収集したい地方自治体・中小企業を想定。

活用対象者の海外展開レベル

活用方法の方針（案）

検討
段階

- 海外展開の実績は無く、ノウハウや知見が全くない

- 各国の基礎的な経済状態、人口動態の理解・把握を通じて、進出すべき国・エリアを見極め
- 現地のトレンドやユーザーニーズの把握を通じて、ターゲット層の選定、商品・サービスの訴求方法の検討、展開時の提携先事業者の検討を実施 等

成長
段階

- 海外展開の実績はあるが、現在は撤退/一過性の取組みであったためにノウハウ・知見が未蓄積
- 複数の国・エリアで展開出来ていない

- 現在進出している国の経済状態、人口動態を把握し、現在の市場性の再確認、ターゲット層の再選定を実施
- 現在のトレンドやユーザーニーズの変化を把握し、現地でのマーケティング・プロモーション面での方針・施策を再検討
- 異業種・他事業者の海外展開の成功事例を把握し、現地展開時の戦略策定・施策実行への反映、現地提携先の選定・見直しを実施 等

発展
段階


- 海外展開の実績を豊富に保有、既に海外展開のノウハウ・システムが確立されている
- 複数の国・エリアでの展開を成功させている

- 現在進出している・進出予定の各国の経済状態、人口動態を再確認
- 現地に既に進出している異業種・他事業者を把握し、更なる展開のための新しいパートナーシップ・ビジネススキームの検討を実施 等

3. 調査結果を踏まえた具体の活用方法

本調査資料をどのように活用出来るかを具体的に例示。また関連する省庁・第三者機関の問い合わせ先を併記することで事業者の方々が海外展開に向けてまず第一歩を踏み出すための足がかりを提供。

調査・取りまとめ結果の具体の活用例








調査・取りまとめ結果の具体の活用例

本調査結果の主な活用対象者である地方自治体・中小企業の具体のケースを設定し、活用方法を例示

ステップ: 進出目的の明確化 → 基礎情報の把握 → 進出先選定 → ターゲット層選定 → 商材・商品選定 → パートナー選定 → プロモーション検討

ケース



会社概要: 株式会社(本社:XX県 従業員105名)
 業務概要: 地場産業である高級陶器の生産・販売
 所属: 商品開発担当 リーダー
 目的: これまで国内販売のみだった自社製品の販路拡大のためまずシンガポールへ輸出していきたい

ステップ	目的	やるべきこと	イメージ
進出目的の明確化	【目的の具体化】 国内販売だけでなく、海外にも販路を拡大 初年度は、XX億円の売上を目指す	p 海外進出に関する社内での認識のすり合わせ、合意形成 p 具体の成果を測る指標も設定	
基礎情報の把握	【経済ポテンシャル把握】 輸出するだけの十分なマーケットは存在しているかどうかの検証	全体サマリ(シンガポール編) p 海外進出の新規検討にあたり、まず検討先の人口、経済規模、GDPなどの基礎情報を把握	
進出先選定			
ターゲット層選定	【ターゲット層選定】 日本製品に対するイメージ、受容性を把握 購入に至る可能性が高いターゲット層を選定	最終報告書(シンガポール非コンテンツ編 P135~) p シンガポールにおける日本製品のイメージを把握 p 自社製品を購入する層の特徴を把握	
商材・商品選定			
パートナー選定	【パートナー候補選定】 現地進出にあたり信頼できるパートナー候補の選出	最終報告書(シンガポール基本編 P31~、非コンテンツ編 P135~) p 現地に進出している日系の流通事業者、小売店を把握	
プロモーション検討			

問い合わせ先一覧

クールジャパンに係る問い合わせ窓口について

各ステップにおける問い合わせ窓口は下記の通り。
(別紙資料4にて詳細を紹介)

海外進出の検討のご相談	JETRO 新輸出大国コンソーシアム TEL: 0120-95-3375 Mail: conso-support@jetro.go.jp
クールジャパン事業資金面のご相談	クールジャパン機構(出資) TEL: 03-6406-7675 日本政策金融公庫(融資) 最寄りの支店への問い合わせ
コンテンツの海外展開促進・支援	一般社団法人放送コンテンツ海外展開促進機構(BEAJ) メールアドレス: info@beaj.jp TEL: 03-5577-6511 特定非営利活動法人映像産業振興機構(VIPO) メールアドレス: vipoinfo@vipo.or.jp TEL: 03-3543-7531
農林水産物・食品の輸出支援	JETRO 農林水産物・食品輸出相談窓口 TEL: 03-3582-5646 農林水産省 輸出促進課 輸出相談窓口 TEL: 03-6744-7155
観光地域づくり(DMO)	観光庁 観光地域振興部 観光地域振興課(日本版DMO) TEL: 03-5253-8328
インバウンド外国人プロモーション	観光庁 国際観光課 TEL: 03-5253-8111
サービスヘルスケア、雑貨などの現地販路開拓	JETRO 各分野別海外展開相談サービス TEL: 03-3582-5238(サービス分野) TEL: 03-3582-8351(ヘルスケア分野) TEL: 03-3582-1671(コンテンツ分野) TEL: 03-3582-5015(日用品、生活雑貨分野)
地方自治体向け担当省庁が不明な場合等の地方公共団体の相談窓口	内閣府 地方創生推進室(地方創生コンシェルジュ制度) 各都道府県担当の地方創生コンシェルジュに問合せ http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/concierge/index.html (上記URL下部の該当都道府県を選択。)
関連施策の案内・クールジャパン官民連携プラットフォームについて	内閣府知的財産戦略推進事務局 クールジャパン戦略担当 TEL: 03-3581-2549

調査・取りまとめ結果をどのように活用できるか
具体のシチュエーション・人物設定を行い、例示

海外展開検討時に相談可能な
省庁・第三者機関の問い合わせ先を明示