

# クールジャパン政策について

平成29年10月3日

経済産業省

# 「インバウンド6000万人時代」を見据えたクールジャパン政策

～「海外遠征型」から、インバウンド需要を捉えた「ホームゲーム型」へ、2020年のオリパラ、2025年の万博に繋げる～

## クールジャパン政策の重点を訪日外国人消費活性化へシフト

- 観光立国の実現が視野に入ったことを踏まえ、「海外遠征」に重きを置いてきたクールジャパンの各種政策の重点を、訪日外国人の国内消費を促進し、母国での継続的な需要を創出する方向へと大きく移す。

訪日外国人旅行者数

2012年：800万人

2016年：2400万人

2020年：4000万人

2030年：6000万人

「海外遠征型」

日本ブーム創出・現地で稼ぐ

日本の魅力の効果的発信  
現地で稼ぐためのプラットフォーム構築

- クールジャパン機構による海外展開企業へのリスクマネーの供給
- JETROや日本政策金融公庫等による海外販路開拓支援

重点化

「ホームゲーム型」

訪日外国人による日本での消費

+

母国での継続的な需要創出

日本に呼び込み  
地域での消費を促す

- クールジャパン資源による観光振興
- 文化資源の活用
- 文化資源の後継者育成・人材確保
- 外国人バイヤーのビジネスインバウンド強化

# ローカライズ・プロモーション支援

- 1 コンテンツの字幕・吹き替え等の現地化（ローカライズ）や国際見本市への出展等の プロモーションの支援及び権利情報の集約化により、日本コンテンツの海外展開を促進。
- 1 また、事務局にて権利情報データベースの整備や異業種マッチングセミナー等を行い、総合的に海外展開をサポート。

ローカライズ（例）



『ポケットモンスターXY&Z』  
発信国・地域：韓国  
©1997 Nintendo, Creatures, GAME FREAK, TV Tokyo, ShoPro, JR Kikaku.  
©Pokémon.  
Pokémon Nintendo

プロモーション（例）



アメリカで開催された  
「J-POP SUMMIT」にて  
アニメ「心を叫びたがってるんだ。」と  
秩父地域企業の共同出展を支援。

## コンテンツの権利情報データベース

支援を受けたコンテンツの自立的な海外展開を図るため、権利許諾が円滑に行われるための権利情報データベースを整備。

アニメ

音楽

コミック

テレビ番組

ゲーム

映画

過去のJ-LOP事業における主な成果

採択件数

5,635件

海外売上増加額

1,918億円

新規海外展開

506事業者



本事業利用事業者の海外売上増加額の総計

H24補正利用事業者：2012年-2015年比較

H26補正利用事業者：2014年-2015年比較（一部重複あり）

H27補正利用事業者：2015年-2016年比較

# クールジャパン人材に係る取組について

関連分野の発展のため、それぞれの分野における育成や確保、集積に向けて、教育機関との連携や産学連携の取組を実施。

## プロデュース人材(コンテンツ)

コンテンツ産業の国際展開および国際共同製作を推進するため、資金調達・契約・マーケティングといったプロデュース業務を担う「国際コンテンツビジネスプロデューサー」の育成を目指す。このため、海外の最先端のノウハウを習得するための海外企業実務研修や、グループワーク等を通じた国際的な人的ネットワーク構築等を実施。

### 国内研修支援

- ・人的ネットワークの構築
- ・ワークショップの実施

### 海外研修支援

- ・海外教育機関における研修
- ・海外企業における実務研修

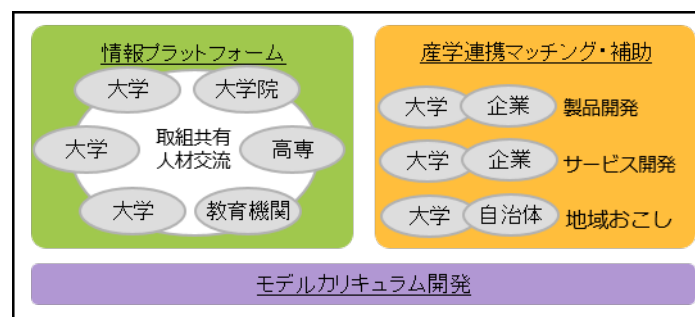
## 高度経営人材(サービス)

京都大学において、サービス分野の分野横断的な高付加価値化を担う経営人材を育成する、同大経営管理大学院サービスMBAコースと、コーネル大学ビジネススクール（ホテルスクール）との連携プログラムの検討を、関係産業界の経営者等を取り込みながら支援。



## 高度デザイン人材(デザイン)

「第4次産業革命クリエイティブ研究会」のとりまとめも踏まえ、高度デザイン人材育成のための教育機関等や産学の連携を支援すべく、平成30年度予算要求中。今年度内を目途に、担い手となる教育機関等の掘り起こしを実施予定。



# 地域産品や観光資源のブランド化による日本の魅力発信

- 1 海外のライフスタイルやニーズ等に詳しい**プロデューサー、デザイナー等の外部人材を活用し、JAPANブランドの海外販路開拓やインバウンド獲得**を目指すプロジェクトの支援を実施。
- 1 **クールジャパン機構の出資案件**により整備された拠点において、**地方経済産業局**にて、各地のクールジャパン商材を公募により選定し、原則1年間、**常設展示及びテストマーケティングの実施**を支援することにより、**本格的な欧州展開を後押し**。

## 地域の資源を活かすローカルクールジャパン

MORE THAN  
FUJIYAMA, SUSHI,  
SAMURAI, GEISHA  
PROJECT



The Wonder  
500

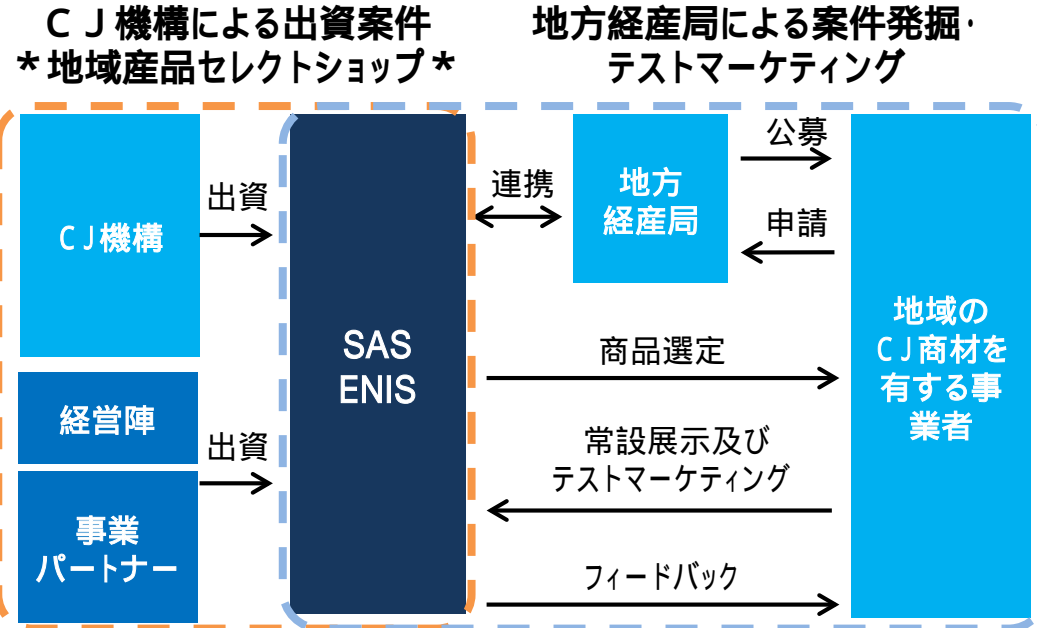


TRAVEL MINE JAPAN  
Undiscovered Destinations, Unforgettable Experiences



BrandLand JAPAN

## 地域産品の欧州展開ビジネス拠点の構築（欧州/パリ）



➡ 関係機関の連携により、地域産品の海外展開を後押し。



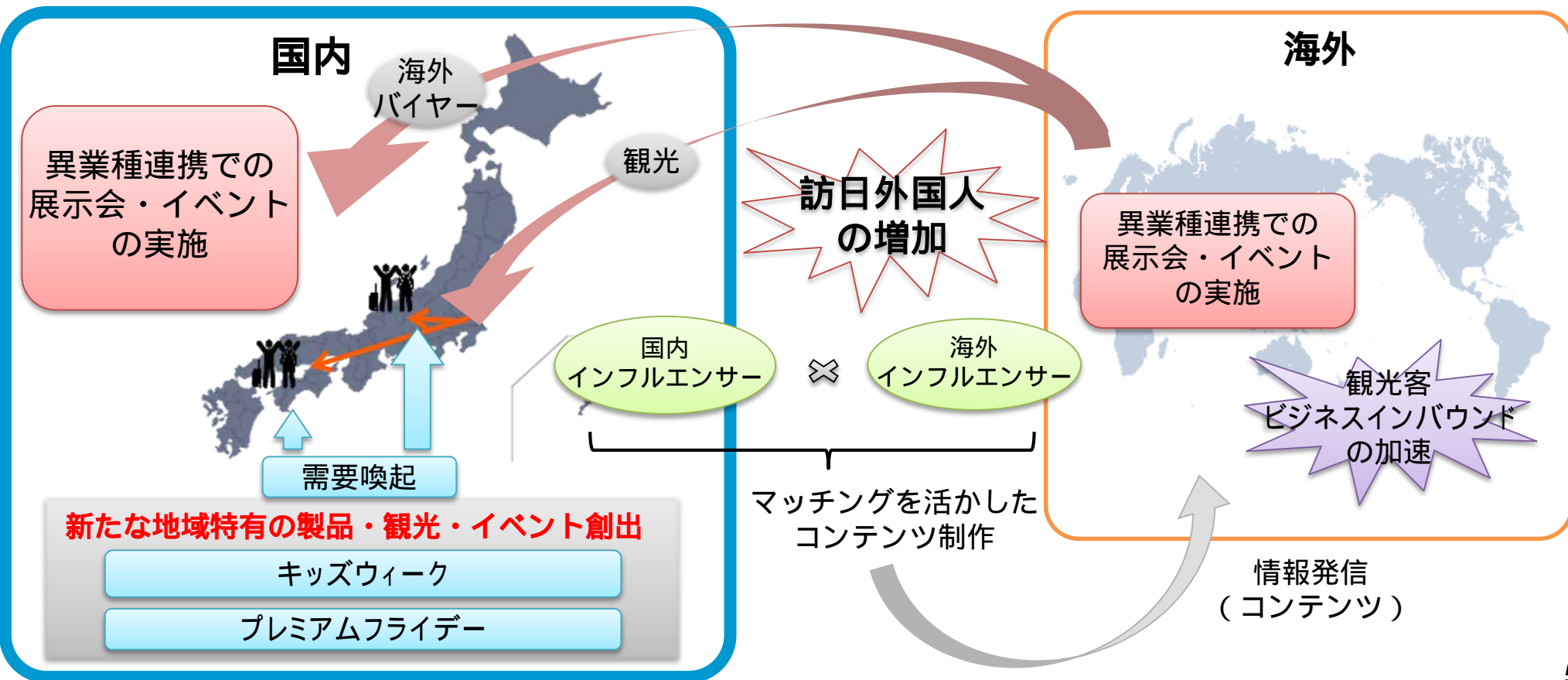
「maison wa」での  
テストマーケティングの様子



# 産業界・教育関係者・地域等と連携したクールジャパン需要喚起事業 (平成30年度概算要求額：7.5億円)

2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催、2025年大阪万博の誘致を見据えて、インバウンドにつなげ、クールジャパン分野が持続的に発展していくことが重要であり、日本の魅力を世界に発信し、外需の獲得につなげていくため、展示会・イベント産業及びインフルエンサー産業の成長・自立化を支援

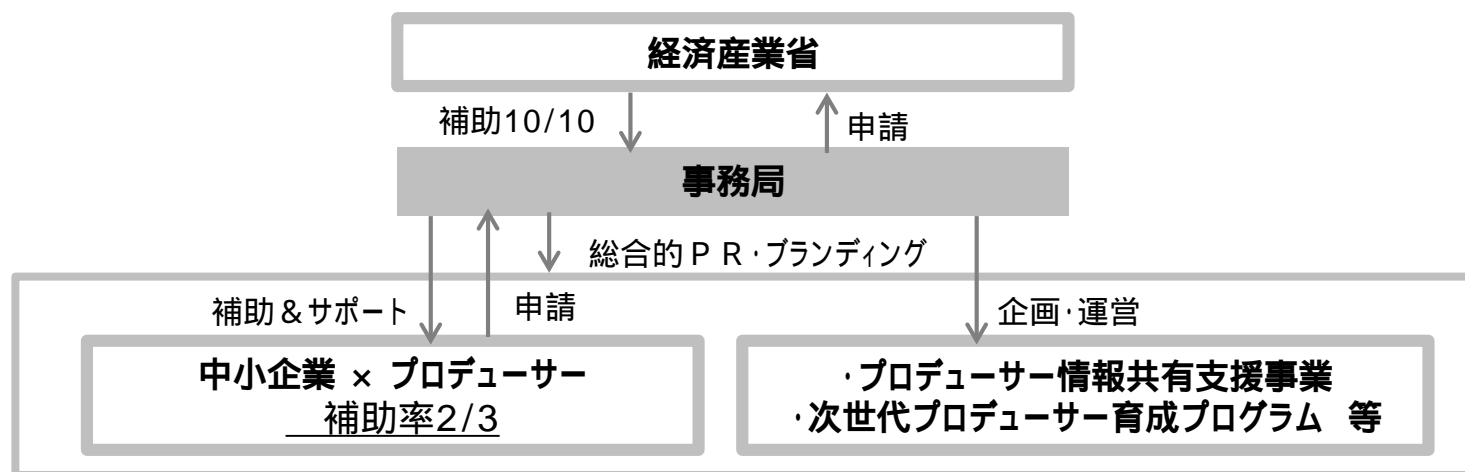
クールジャパンコンセプトでの異業種の連携及び国内外の主要な展示会・イベントの連携による実施  
国内インフルエンサーと海外インフルエンサーのマッチングを活かしたコンテンツ制作及び強力な情報発信  
プレミアムフライデー・キッズウィークの機会の活用による需要創出の好循環の実現



# 専門家招聘型商品開発・プロデュース支援事業

(平成30年度概算要求額：ふるさと名物応援事業16.0億円の内数)

- 日本の技術や生活文化の特色を生かした魅力ある商材やサービスを有する中小企業であっても、単独で海外販路開拓やインバウンドを獲得していくには様々なハードルがある。
- そこで、**海外のライフスタイルやニーズ等に詳しいプロデューサー、デザイナー等の外部人材を活用し、JAPANブランドの海外販路開拓やインバウンド獲得を目指すプロジェクトを支援。**(事務局を通じて採択したプロジェクトに対して経費の一部(外部人材にかかる謝金・旅費)を補助(補助率2/3)、プロジェクト間の連携促進等によるネットワーク構築、次世代プロデューサー育成プログラムの運営、WEBやイベントを通じた国内外へのPR)



## プロデュース活動支援(補助率2/3)

- 事務局を通じ、プロデューサー等外部人材にかかる謝金・旅費を補助。
- 「市場調査、商品改良、PR活動、海外販路開拓」を一貫して行うプロジェクトを支援。

## プロデューサー情報共有支援事業

- 採択プロジェクトが一堂に会して、プロジェクト間の連携や海外展開に役立つアドバイザーとの交流等を促進。

## 総合的PR・ブランディング

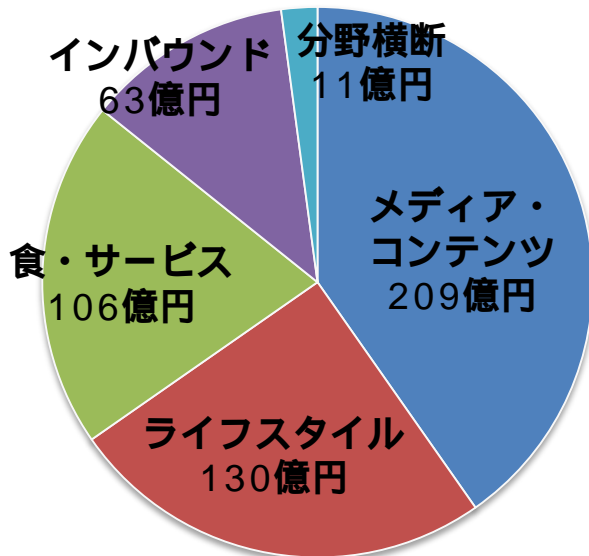
- WEBやイベントを通じて、採択プロジェクト及び本事業を国内外にPR。
- 次世代プロデューサー育成プログラムの提供・支援等の情報のプラットフォーム化

# (参考) その他主要なクールジャパン関係予算

- Ⅰ コンテンツ産業新展開強化事業 (国際連携強化及び国際見本市等を通じた海外展開基盤整備を実施)  
平成30年度概算要求4.5億円 (平成29年度当初6億円)
- Ⅰ 伝統工芸品産業振興補助金 (産地と国内外のバイヤーや消費者とのネットワーク構築、海外への情報発信等の補助)  
平成30年度概算要求7億円 (平成29年度当初7億円)
- Ⅰ 株式会社海外需要開拓支援機構 (クールジャパン機構) による出資  
平成30年度概算要求250億円 (平成29年度当初210億円)

クールジャパン機構によるこれまでの支援決定額 合計約519億円 (23件)

< 分野別支援決定額 >



< 地域別支援決定額 >

