

# JETROの主なクールジャパン関連事業について

## コンセプト：「日本の魅力を稼ぐ力に」

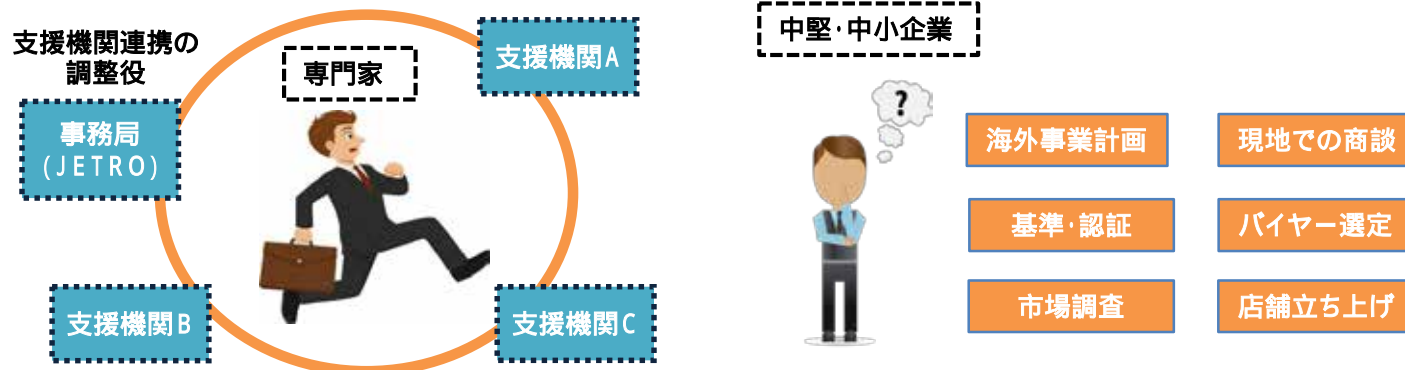
- 中堅・中小企業の優れた技術・サービス等をハンズオンで海外展開支援 **新輸出大国コンソーシアム**
- コンテンツを核としたインバウンド/アウトバウンド振興 **大型見本市・商談会、産業観光招へい事業**
- 日本産農林水産物・食品のブランディング **日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）の活動**

### 新輸出大国コンソーシアム

2016年2月、JETRO、中小機構、各地の商工会議所、金融機関(地銀、信金等)などの支援機関を幅広く結集したコンソーシアムを設立。

海外展開を図る中堅・中小企業に対し専門家が寄り添い、技術開発から市場開拓に至るまで、様々な段階に応じ、場合によっては、複数の機関が連携して支援策を提供。

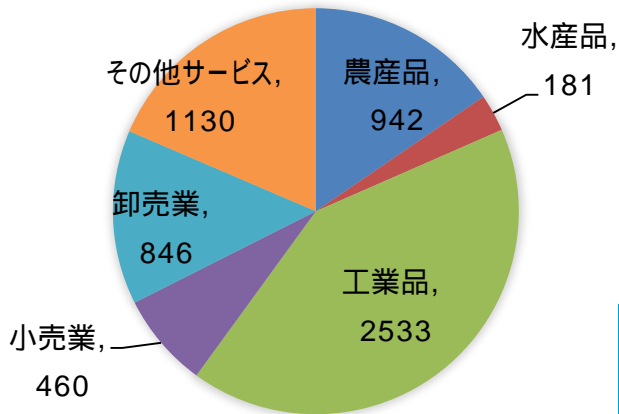
設立以降、2017年9月時点で全国1,102の支援機関が参加。6,092社の中堅・中小企業が支援申込。海外展開計画の策定、バイヤーの選定、現地での商談等、専門家による支援を実施。



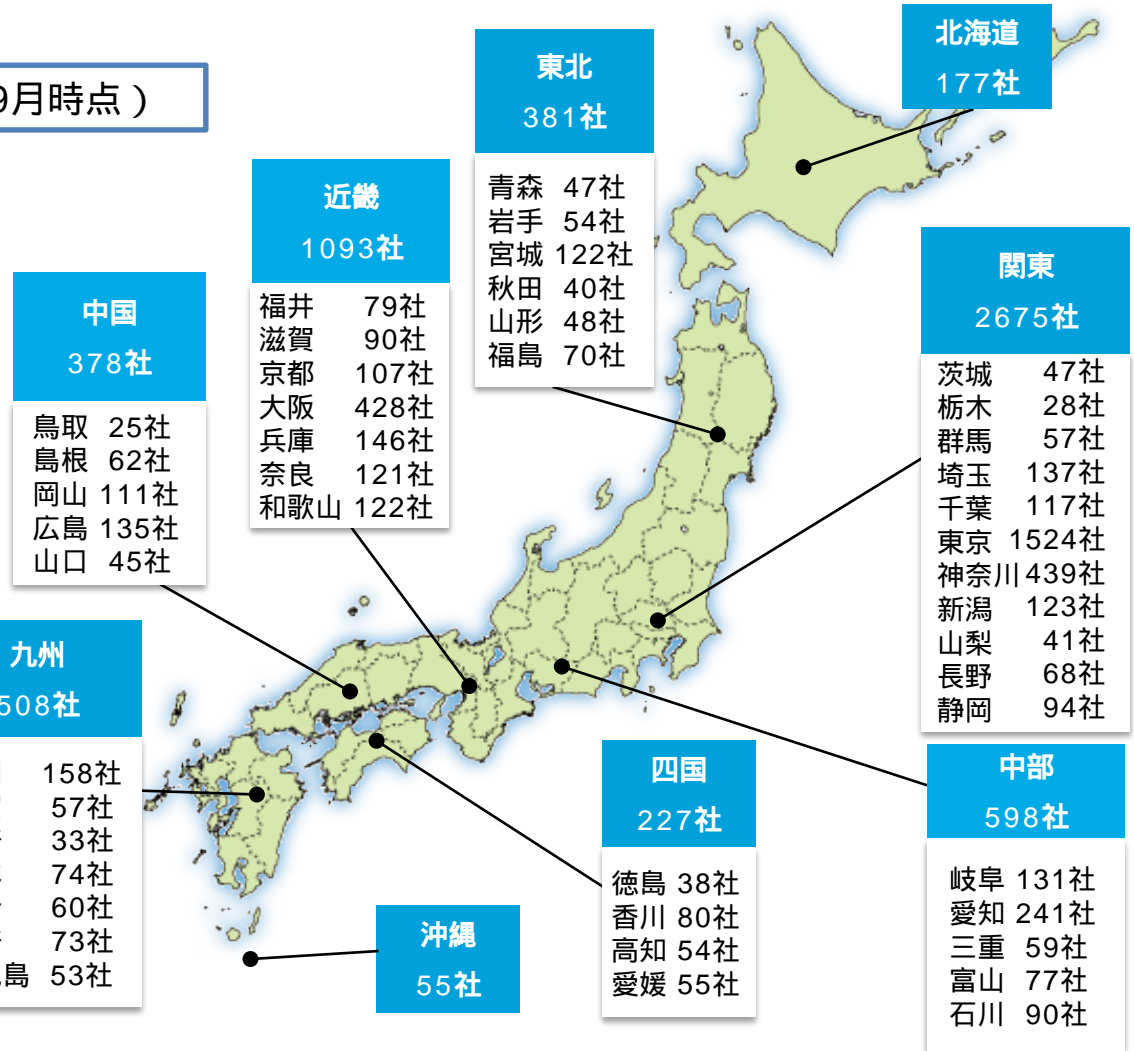
## 新輸出大国コンソーシアム

全国の **6,092社** が支援申込 (2017年9月時点)

支援対象企業の業種



農産品 : 942社(15.5%)  
 水産品 : 181社(3.0%)  
 工業品 : 2533社(41.6%)  
 小売業 : 460社(7.6%)  
 卸売業 : 846社(13.9%)  
 その他サービス : 1130社(18.5%)



**東北**  
381社

青森	47社
岩手	54社
宮城	122社
秋田	40社
山形	48社
福島	70社

**近畿**  
1093社

福井	79社
滋賀	90社
京都	107社
大阪	428社
兵庫	146社
奈良	121社
和歌山	122社

**中国**  
378社

鳥取	25社
島根	62社
岡山	111社
広島	135社
山口	45社

**九州**  
508社

福岡	158社
佐賀	57社
長崎	33社
熊本	74社
大分	60社
宮崎	73社
鹿児島	53社

**関東**  
2675社

茨城	47社
栃木	28社
群馬	57社
埼玉	137社
千葉	117社
東京	1524社
神奈川	439社
新潟	123社
山梨	41社
長野	68社
静岡	94社

**四国**  
227社

徳島	38社
香川	80社
高知	54社
愛媛	55社

**中部**  
598社

岐阜	131社
愛知	241社
三重	59社
富山	77社
石川	90社

### クールジャパン関連企業による活用例 ( 外食 )

アグリホールディングス株式会社 (東京都) に対しては、日本米おにぎり専門店「SAMURICE」のニューヨーク出店に際し、専門家によるアドバイスを提供。



## コンテンツ分野の大型見本市・商談会、産業観光招へい事業の例

JETROでは（映画、アニメ、音楽、キャラクターライセンス、ゲーム等の）業界団体等と連携し、内外の専門見本市への企業出展支援、ビジネスマッチングなどを行い、日本のコンテンツの海外展開を支援。

日本各地の地域資源・産業をPRすべく、情報発信力・影響力のある海外バイヤー、メディア、SNSインフルエンサーを各地に派遣する「産業観光招へい」事業を実施。

### カンヌ・フィルム・マーケット 2017年5月

カンヌ国際映画祭の併設見本市である、カンヌ・フィルム・マーケットにUNIJAPANと共同でジャパン・ブースを設置。映画製作者や配給会社等が参加する世界最大級の同見本市において、日本作品の売込を行うと共に、世界の映画関係者に日本映画の魅力を発信。



### Anime Japan 2018年3月（予定）

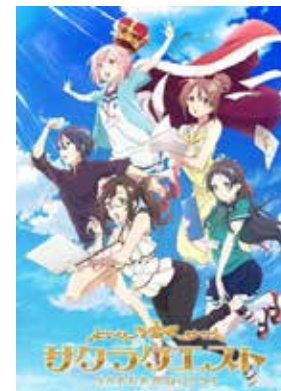
日本最大のアニメビジネス総合見本市Anime Japanにおいて、「AJ×JETRO Anime Biz Match」を開催。海外の有力なバイヤー等を招へい。日本企業とのマッチングを通じ、作品のセールスや共同制作等の商談機会を提供。



### 産業観光・アニメツーリズム（富山県南砺市、石川県金沢市） 2017年10月（予定）

多くのアニメ制作会社が東京に集中する中、地方に焦点をあて、富山県に拠点を置くアニメ制作会社と連携し、海外のメディア、SNSインフルエンサー等を招いた産業観光招へい事業を実施（予定）。

富山県南砺市を舞台モデルとした「サクラクエスト」、石川県金沢市を舞台とした「花咲いろは」を軸に、アニメの舞台となった地域や地元産業を視察。体験型プログラムを通じて北陸地方の観光の魅力に触れ、同地方の魅力を発信するとともに、地域製品のPR、海外展開にもつなげる。



## JFOODOの設立

### 日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）の設立(2017年4月1日)



日本の農林水産物・食品のブランド構築のためのプロモーション実施機関として設立。

JETRO農林水産・食品部、関係省庁、自治体、団体等と連携し、品目・国地域を絞った中長期的な戦略を策定し、事業者とともに実行。



【名称】 日本食品海外プロモーションセンター

The Japan Food Product Overseas Promotion Center

【略称】 JFOODO（ジェイフード）

【本部】 赤坂アーカヒルズ内7階

【センター長】 小林栄三（一般社団法人日本貿易会会長、伊藤忠商事株式会社会長）

【事務局長】 大泉裕樹（味の素（株）等多国籍企業で、国内外のマーケティングを担当する要職を歴任）

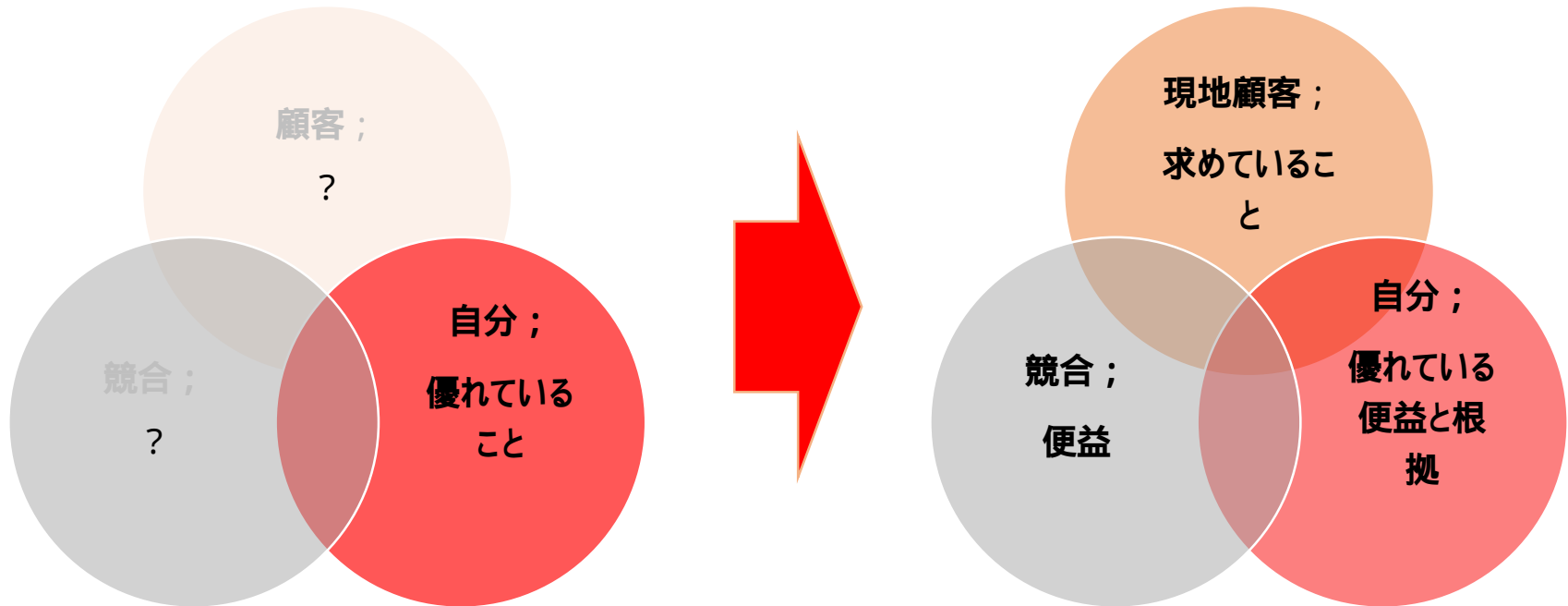
【人員体制】 本部、海外、国内（大阪含）あわせて 50名体制

## JFOODOの取り組み

課題認識：プロダクト・アウトからマーケットインへ



日本の尺度で自分の産品・製品の優位性を語るのではなく、市場の消費者目線で競争優位なポジショニング目標の設定とそれに合った産品・製品の再選定が必要



## JFOODOの取り組み

### 活動手順



設立の趣旨に沿った有望候補品目を選定後、プロモーションでブレークスルーできそうなボトルネックを発見して戦略仮説を策定し、川上・川中・川下の情報でそれを検証し、事業者とともに順次実施していく

- 1．有望候補品目を選定
  - 輸出額と伸び率で抽出
  - 供給不安のある品目、原料用途品目、日本を語りにくい品目を除外
- 2．戦略仮説の策定
  - 輸出増が期待できる国・地域を確認
  - ボトルネックとブレークスルーアイデアの発見
    - ボトルネックがレギュレーションやインフラにあるものは除外
- 3．戦略仮説の検証
  - 川上・川中・川下でフィージビリティをヒアリング
  - 現地消費者を対象としたコンセプト&プロダクトテストでスクリーニング
- 4．戦略仮説の実行準備
  - 参加する事業者の編成
  - 生産・物流・配架の準備
- 5．戦略仮説の実行
  - 戦略仮説の遂行（プロモーション実施）
  - PDCA