



クールジャパン機構の取組について

平成29年10月3日
クールジャパン機構
(株式会社海外需要開拓支援機構)

最近のクール・ジャパン機構の活動について

前回、第7回クールジャパン関係府省連絡・連携会議後も着実に投資活動を進め、インバウンド、ライフスタイル、食・サービス、メディア・コンテンツ等の分野に対し、計5件約123億円の投資決定を実施。

これによりクールジャパン機構の投資は22件総額509億円となった。

・平成28年12月9日

「**観光・インバウンド関連ICTベンチャーの創出・支援**」(50億円 LP出資)

・平成29年3月9日

「**日本発ファッションブランドの海外展開**」(8億円)

・平成29年4月27日

「**日本の農産物の輸出拡大**」(4億円)

・平成29年4月28日

「**アジア広域でのライブホールの展開**」(50億円)

・平成29年6月15日

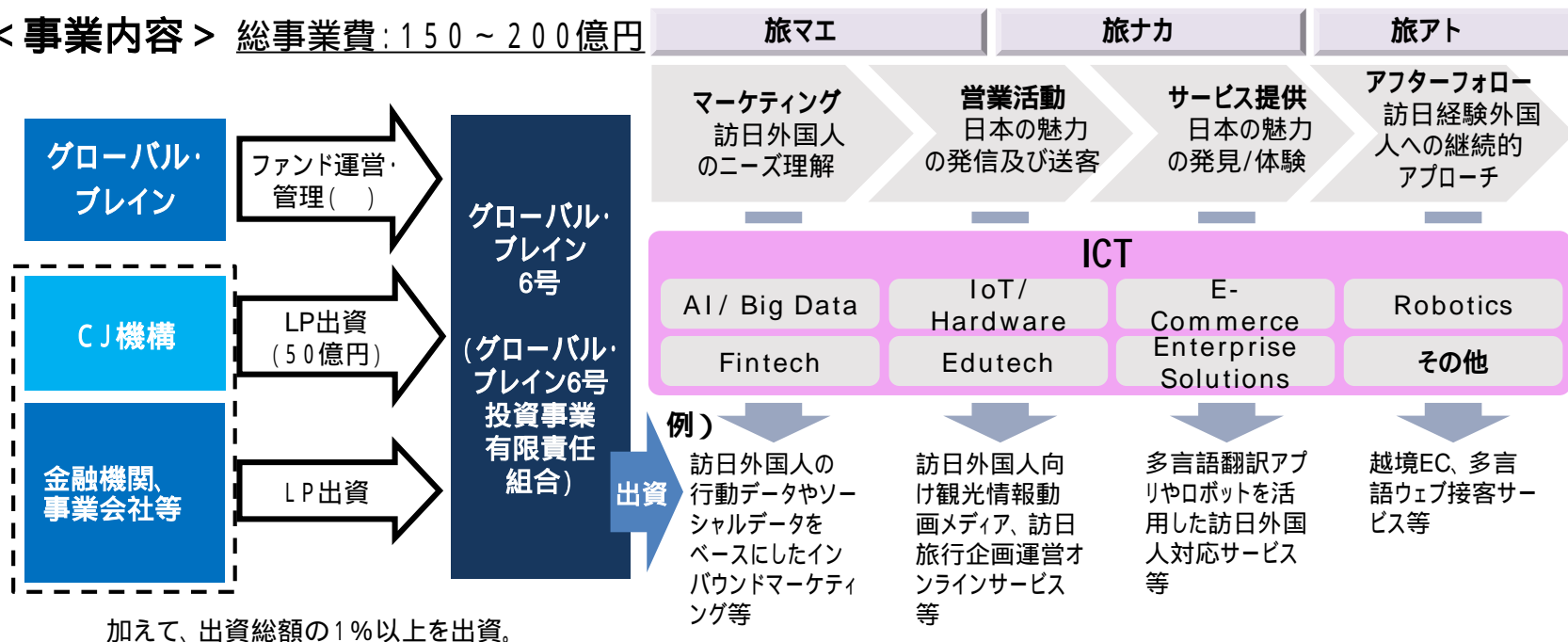
「**海外需要開拓を狙うベンチャーの創出・育成支援**」(11億円 LP出資)

観光・インバウンド関連ICTベンチャーの創出・支援

概要・意義

- 観光・インバウンド産業の持続的成長に貢献するため、革新的ICTを活用したベンチャーを支援するファンドへLP出資を行う。
- 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を見据え、「観光先進国」の実現を後押しし、更なるインバウンド需要を喚起。

< 事業内容 > 総事業費：150～200億円

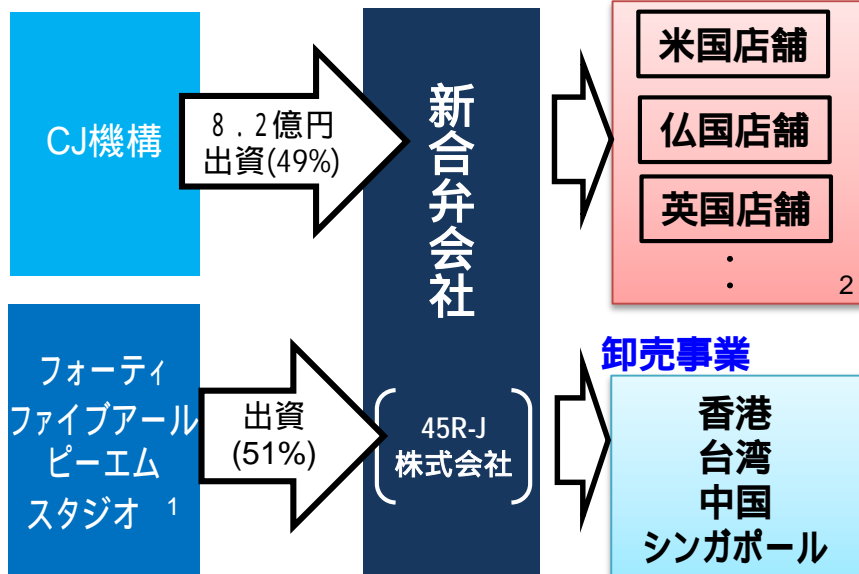


概要・意義

- ファッションブランド「45R」を展開するフォーティファイブアールピーエムスタジオとともに、ファッションの中心地欧米を始めとする海外市場における事業拡大に取り組む。
 - 日本ならではの**高品質なテキスタイル**や**こだわりのものづくり**で「和」の魅力を世界に発信する**先駆けとなるモデル作り**を支援
 - 本事業の拡大を通じ、「45R」に**素材や縫製・加工サービス等**を提供する**地域中小事業者等の海外展開の足がかり**となる**機会を提供し、地域の繊維産業の活性化**に寄与

< 事業内容 >

[対象国] 米 仏 英 他



日本のものづくりの良さを伝える
こだわりぬいたカジュアルウェア



45R



Badou-R本店(東京都港区南青山)



Paris Marais店(パリ、フランス)

1 1978年会社設立。日本の素材や技術を前面に打ち出したファッションブランド「45R」を展開。2000年に海外初出店(NY店)。

2 今後3年間で7つの直営店舗を開店予定。

日本の農産物の輸出拡大(香港)

概要・意義

- 国内各地の農産物生産者に海外販売の選択肢を提供するため、生産者が**小売業者に直接納入**できる産直流通事業を**香港に展開**。香港の食品スーパーにおいて、日本の青果物を**現地生活者が手に取りやすい価格で継続的に販売**する。

香港は日本の農産物の最大の輸出地であるが、流通コストの高さから野菜や果物等の青果物の輸出は極めて限定的。

農総研は集荷施設(61箇所)を有し、国内各地の農産物生産者がスーパーの直売所(934箇所)に直接納入できる産直流通事業を国内で実施()。

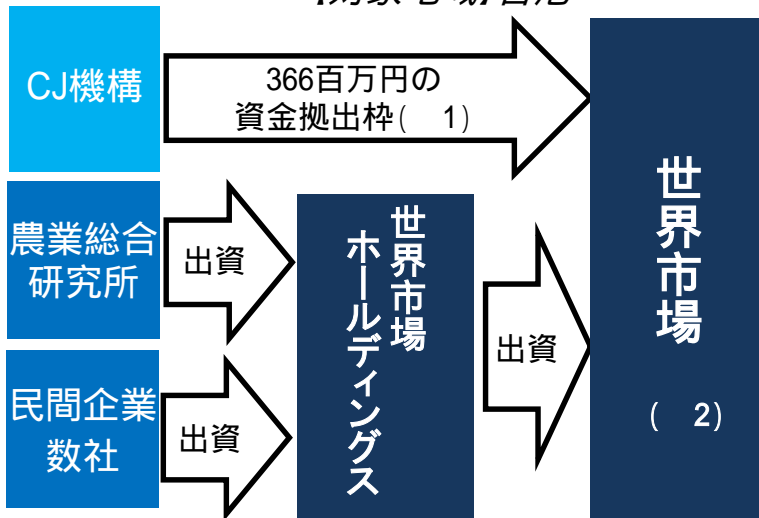
- 本事業をパイロット事業と位置づけ、農産物生産者等と連携しながら取扱品目、展開地域を拡充することにより、**日本の農産物の輸出拡大プラットフォーム**の構築を目指す。

()箇所数は2017年4月27日現在

< 事業内容 >

総事業費: 451百万円

[対象地域] 香港



1 民間・CJ折半での段階出資を予定するが、機動的な資金供給のために資金拠出枠を設定

2 産直流通事業の海外展開を担う農総研の子会社

国内の農産物生産者

集荷所に青果物等の農産物を持込



産直流通



コンテナ満載を一単位として輸送費削減
国内事業のインフラ活用による集荷の効率化
(ITを活用した需給マッチング)

海外現地小売

現地スーパー店舗内に日本の青果物
売場を設置



狙いとする効果

○ 国内各地の農産物生産者に海外販売の選択肢を提供

○ 流通の効率化による生産者手取りの向上

(香港に農産物を輸出する生産者を5年間でのべ1000生産者とすることを目指す)


アジア広域でのライブホールの展開

概要・意義


- ライブホール「Zepp」を展開するZeppホールネットワークとともに、アーティストがライブ公演活動を通じて**日本のエンタテインメントの魅力**を**アジアに継続的に発信できる拠点**を整備。
 アジア地域の主要都市では、数千人向けの中規模会場が不足するとともに現地で調達できる機材が質・量ともに不安定。開催費用がかさみ、収益事業としてライブ公演を継続するための課題が多い。
- 国内と**仕様を統一**した「Zepp」をアジア各都市に整備することにより、**国内ツアーの延長線上でアジア公演を低コストで実現できる**「アジア広域ライブホールネットワーク」を構築。

< 事業内容 >

[対象国] アジア
(シンガポール、クアラルンプール等)



- ・2020年前後を目途に海外を中心とした10都市以上に整備
- ・各地プロモーターやメディア等とのマッチング支援



- ・収容人数2千人前後
- ・舞台・照明・音響等の仕様を統一



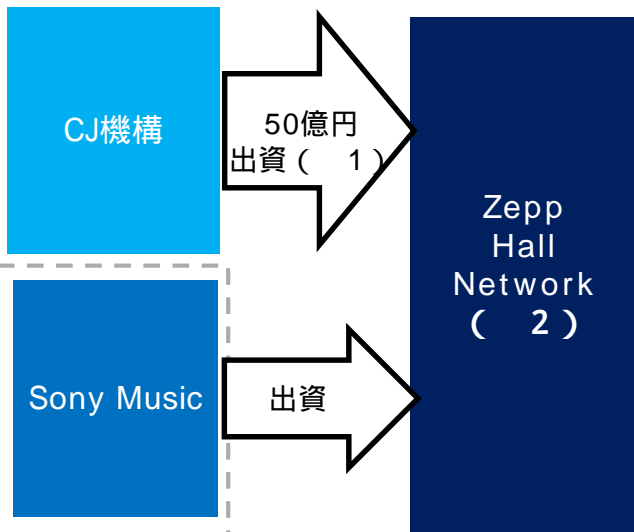
複数都市を回るツアー費用の削減

「アジア広域ライブホールネットワーク」構築



狙いとする効果

- n 日本音楽産業の海外市場開拓
(ライブエンタテインメント市場は、縮小するソフト市場を上回る規模に成長)
- n 日本文化発信拠点としての活用
- n インバウンド需要の喚起



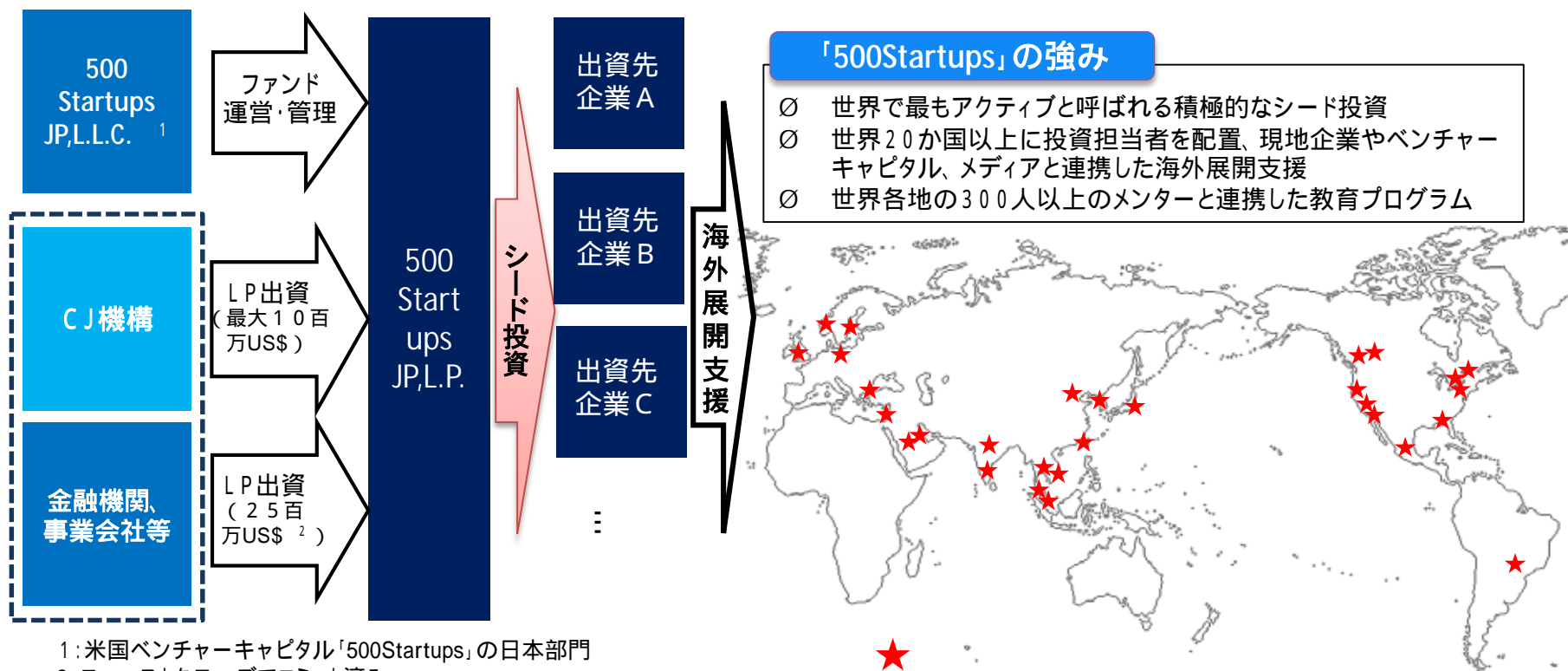
1:金額は上限額。新規株式発行引き受けにより出資
 2:ソニー・ミュージックエンタテインメントの子会社で、「Zepp」の運営会社

海外需要開拓を狙うベンチャーの創出・育成支援

概要・意義

- 〇 クールジャパン分野におけるベンチャー企業の創出と育成を支援するため、ベンチャーの本場・米国シリコンバレーに本社を置くベンチャーキャピタルが運営する日本ファンドにLP出資を実施。
- 〇 本ファンドの強みである、累計60か国・1,800社以上の投資実績に裏付けられた積極的な資金供給と、世界中の多様な専門家(メンター)と連携した起業教育プログラムにより、クールジャパン分野におけるベンチャー企業の創出と育成のエコシステム構築を目指す。

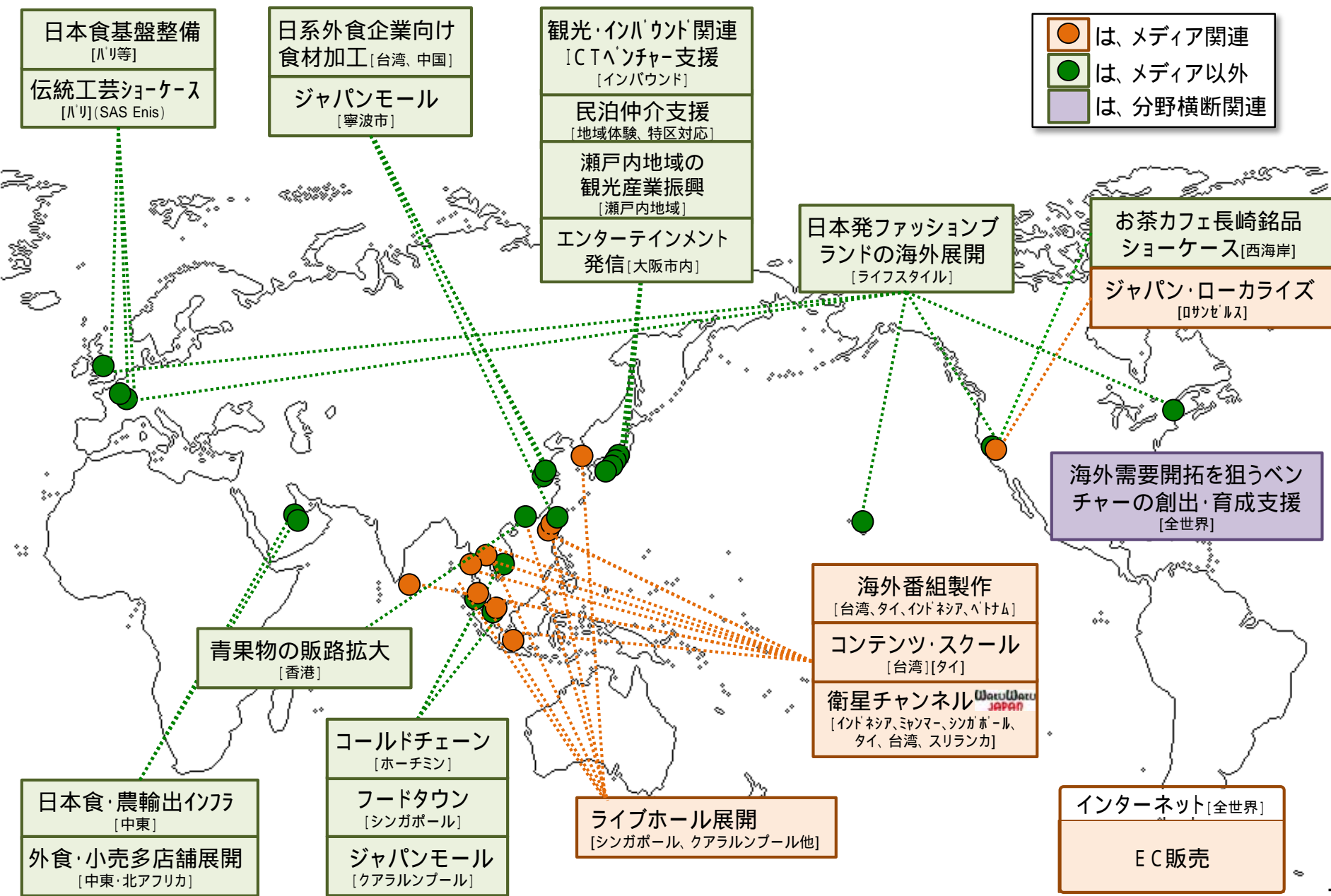
< 事業内容 > 総事業費: 3.5 百万US\$



1: 米国ベンチャーキャピタル「500Startups」の日本部門

2: ファーストクローズでコミット済み

投資案件の地理的分布 (投資案件を面で展開)



(参考1)クールジャパンのねらいと機構の活動方針

クールジャパンのねらい

内需減少等の厳しい経済環境

自動車、家電・電子機器等の従来型産業に加えて、「衣」「食」「住」やコンテンツ(アニメ、ドラマ、音楽等)をはじめ、日本の文化やライフスタイルの魅力を付加価値に変える(「日本の魅力」の事業展開)

新興国等の旺盛な海外需要を獲得し、日本の経済成長(企業の活躍・雇用創出)につなげる

イメージ



クールジャパン機構の活動方針

民間投資の「呼び水」としてリスクマネーを供給し、海外需要獲得の基盤となる「プラットフォーム(拠点)」や「サプライチェーン(流通網)」の整備とともに、「地域企業の支援」を3つの柱として、投資を進めている。

プラットフォーム整備型事業

日本の魅力ある商品・サービスが、世界戦を勝ち抜き、ブランドを創出し、市場での地位を獲得するための販売プラットフォームを構築。

物理的空間型の流通拠点
(ジャパン・モールやフードコート)

メディア・ネット空間型の流通拠点

日本のTV番組・アニメ等のコンテンツ



サプライチェーン整備型事業

川上から川下までの周辺産業が連携し、海外マーケットで日本の高品質な製品・サービスを継続して提供できる流通の幹を構築。

海外企業のM&A等による物流網等の機能取得



例えば、食品、住宅・生活雑貨、アパレル、トイレタリー等

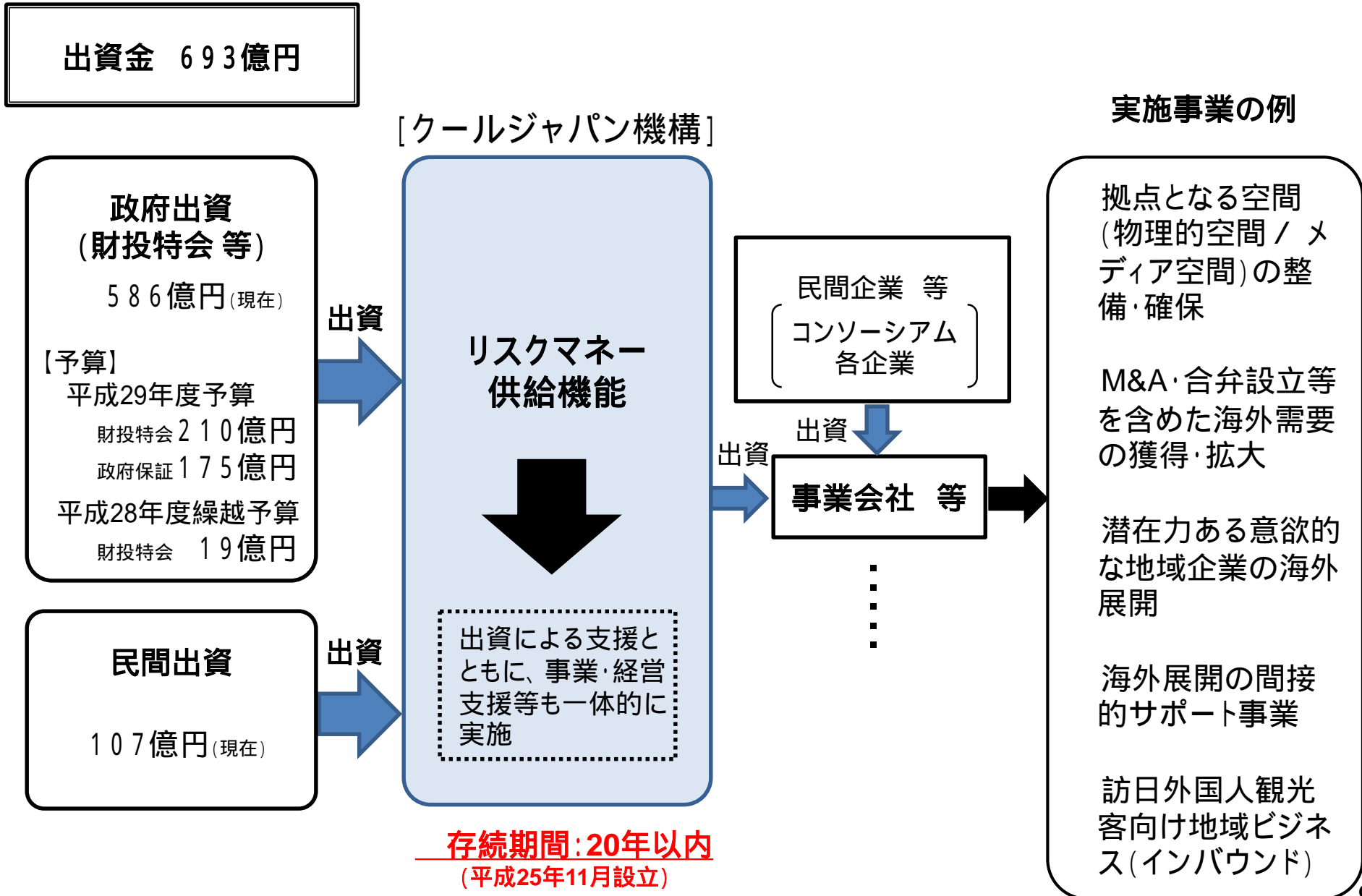
地域企業等支援型事業

“地域クール・ジャパン企業”応援

とのタイアップ等により、地域の魅力を世界へ展開する。

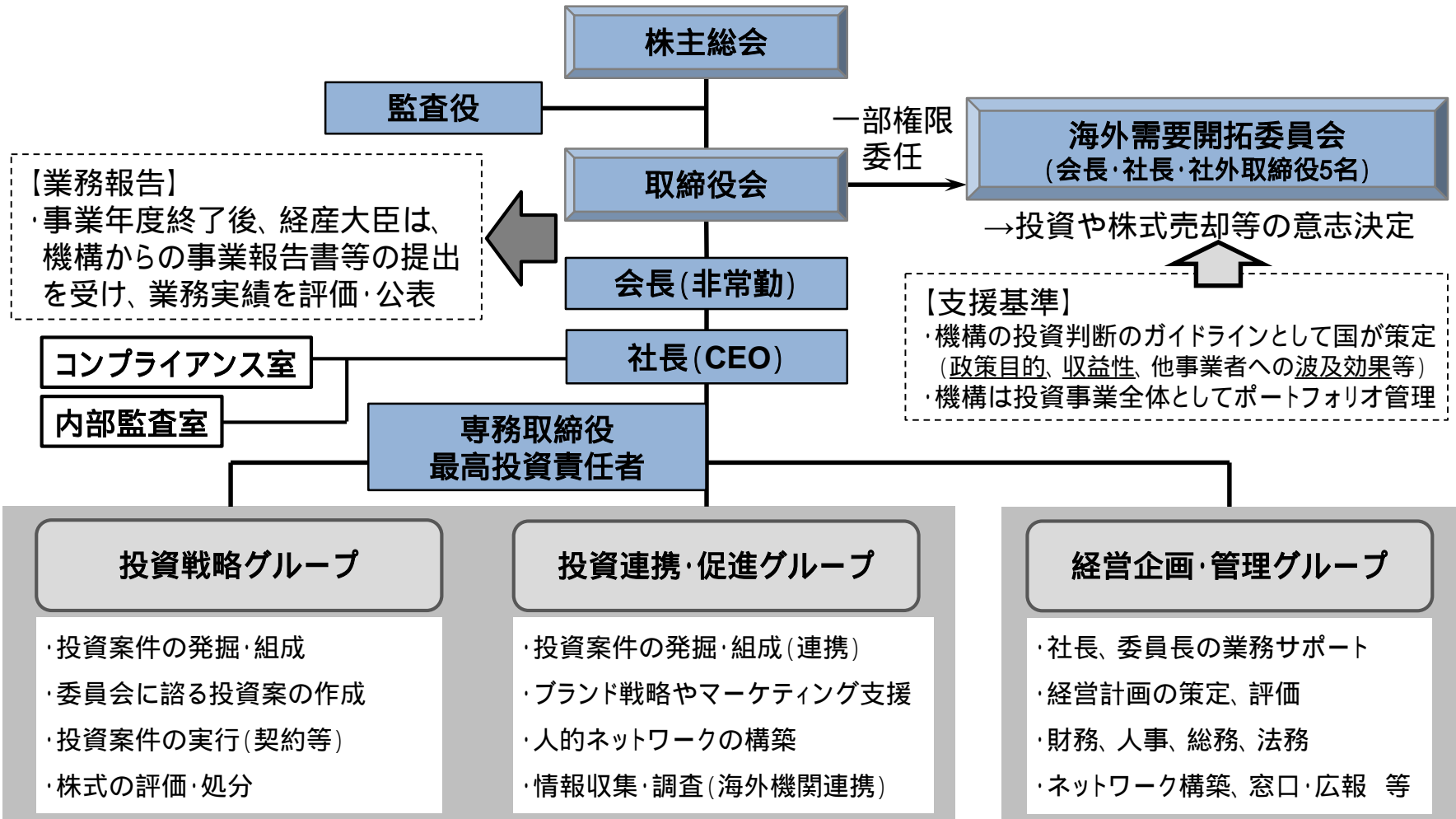


(参考2) 機構の事業スキーム

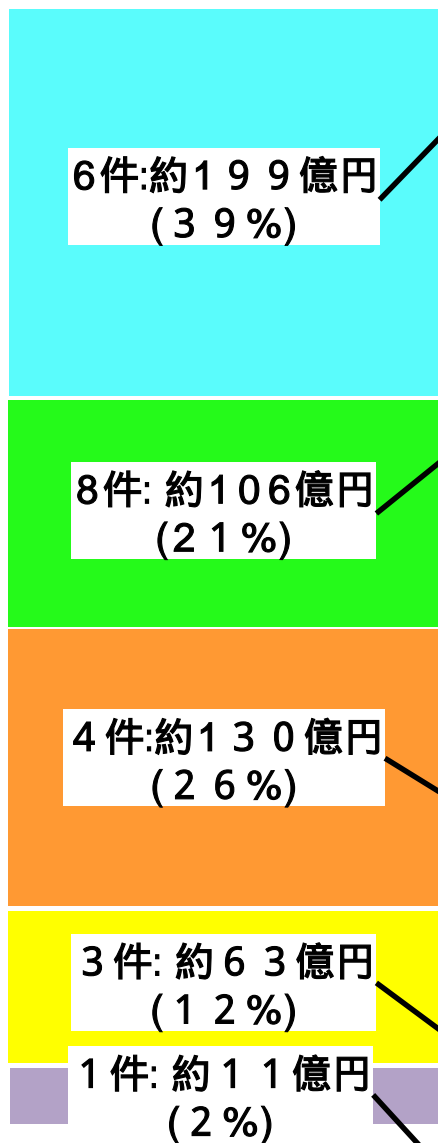


(参考3) 機構の組織

会社法のガバナンスに則った体制が基本。具体的には、株主総会の下に、取締役会を設置し、経営責任を負う形式。民間人材を積極的に活用する
 投資決定については、民間人社外取締役等により構成される海外需要開拓委員会が、中立的な観点から投資決定を判断する



(参考4) 機構の投資のポートフォリオ



メディア・コンテンツ

- ・コンテンツ関連プラットフォーム事業
 ジャパンコンテンツ関連ネット販売
 ジャパンチャンネル
 エンタテインメント番組制作等
 アジア広域でのライブホール展開
- ・コンテンツビジネス基盤事業
 コンテンツローカライズ・販路拡大
 クリエイター人材育成スクール

掲載金額はコミット金額(最大金額)
 () 支援決定時為替レートによる換算値

15億円
 44億円
 10億円
 50億円
 75億円 ()
 5億円

食・サービス

- ・日本食サプライチェーン事業
 日本食材コールドチェーン
 日本の食・農輸出促進インフラ(中東)
 日本の農産物の輸出拡大
- ・日本食プラットフォーム事業
 日本食フードタウン
 外食産業・日本食材の海外展開基盤
 日本茶カフェによる九州産品海外展開事業
 中東における日本の食・小売の多店舗展開
 日系外食企業向け食材加工

9億円 ()
 40百万US\$
 4億円
 7億円
 7億円、融資13億円
 3億円
 3億円 ()
 3億円

ライフスタイル

- ・ジャパンモール事業等(物販プラットフォーム)
 ジャパンモール(マレーシア)
 ジャパンモール(中国)
 地域産品の欧州展開のための拠点
 日本発ファッションブランドの海外展開

11億円 ()
 110億円 ()
 1億円
 8億円

インバウンド

- 瀬戸内地域の観光産業振興(瀬戸内)
 訪日外国人旅行客向け民泊支援
 ⑲観光・インバウンド関連ICTベンチャーの創出・支援

10億円
 3億円
 50億円

分野横断

- ⑳海外需要開拓を狙うベンチャーの創出・育成支援

11億円 ()

機構からの投資

22件: 約509億円

(1,500億円超の民間投資を誘因)