



クールジャパン機構について

平成26年3月
クールジャパン機構
(株式会社海外需要開拓支援機構)

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が付加価値に変える(「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



世界のクリエイティブ産業の市場規模



“クールジャパン”を体現する日本企業の海外需要開拓・拡大を本格化!

クールジャパン戦略



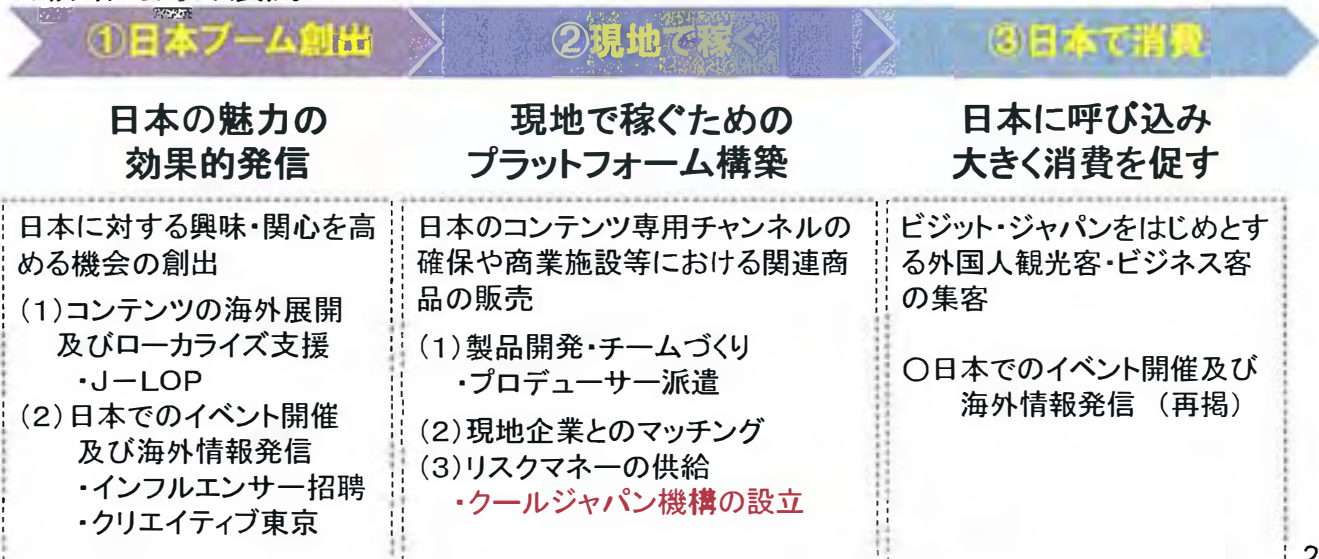
002_1124_1202

<現状と課題>

コンテンツや地域産品の海外展開に対して様々な支援策を講じ、成果が出ているものがある一方で、継続的なビジネス展開をしているケースが少ない。

クリエイター、デザイナー等や中小企業の中には、海外拠点や海外連携先がない、金融機関からの資金調達が困難等の理由により、海外展開することが困難な企業が多い状況。

<戦略的海外展開>

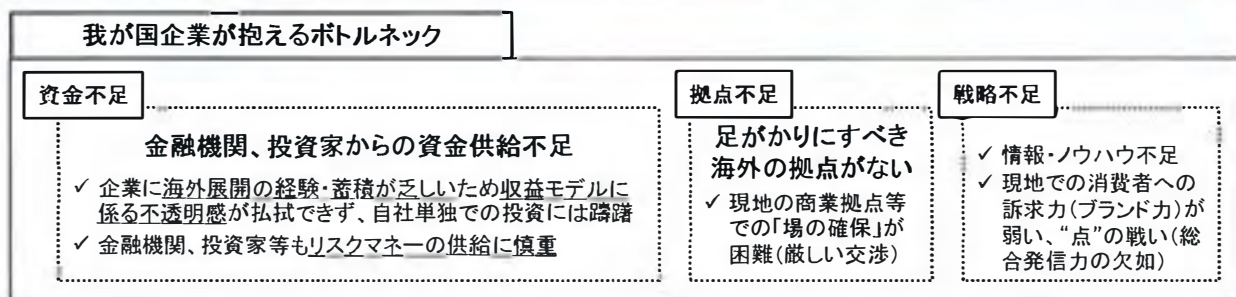


2

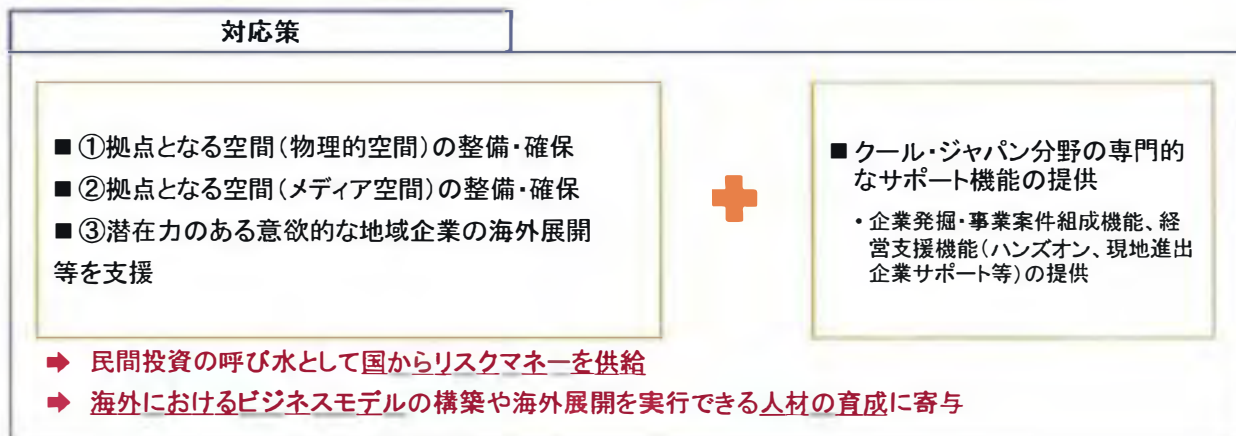
我が国企業が抱えるボトルネックの解消



007_1124_1202



クールジャパン機構(「株式会社海外需要開拓支援機構」)を創設



3

■「日本再興戦略-JAPAN is BACK-」(平成25年6月14日閣議決定)

第Ⅱ.3つのアクションプラン

三. 国際展開戦略

2. 海外市場獲得のための戦略的取組

③クールジャパンの推進

伝統文化・地域文化など、日本の豊かな文化を背景としたコンテンツ、日本食・日本産酒類などの「日本の魅力」を効果的に発信し、産業育成や海外需要の取り込みに結実させるため、クールジャパンを国家戦略と位置付け、官民一体となって取組を強化する。

○(株)海外需要開拓支援機構を活用したクールジャパンの戦略的な推進

・「日本の魅力」を産業化に結び付けていくため、(株)海外需要開拓支援機構(クール・ジャパン推進機構)を設立し、リスクマネーを供給することにより、クールジャパンを戦略的に推進していく。

■第186回国会における安部総理施政方針演説(平成26年1月24)

六 オープンな世界で日本の可能性を活かす

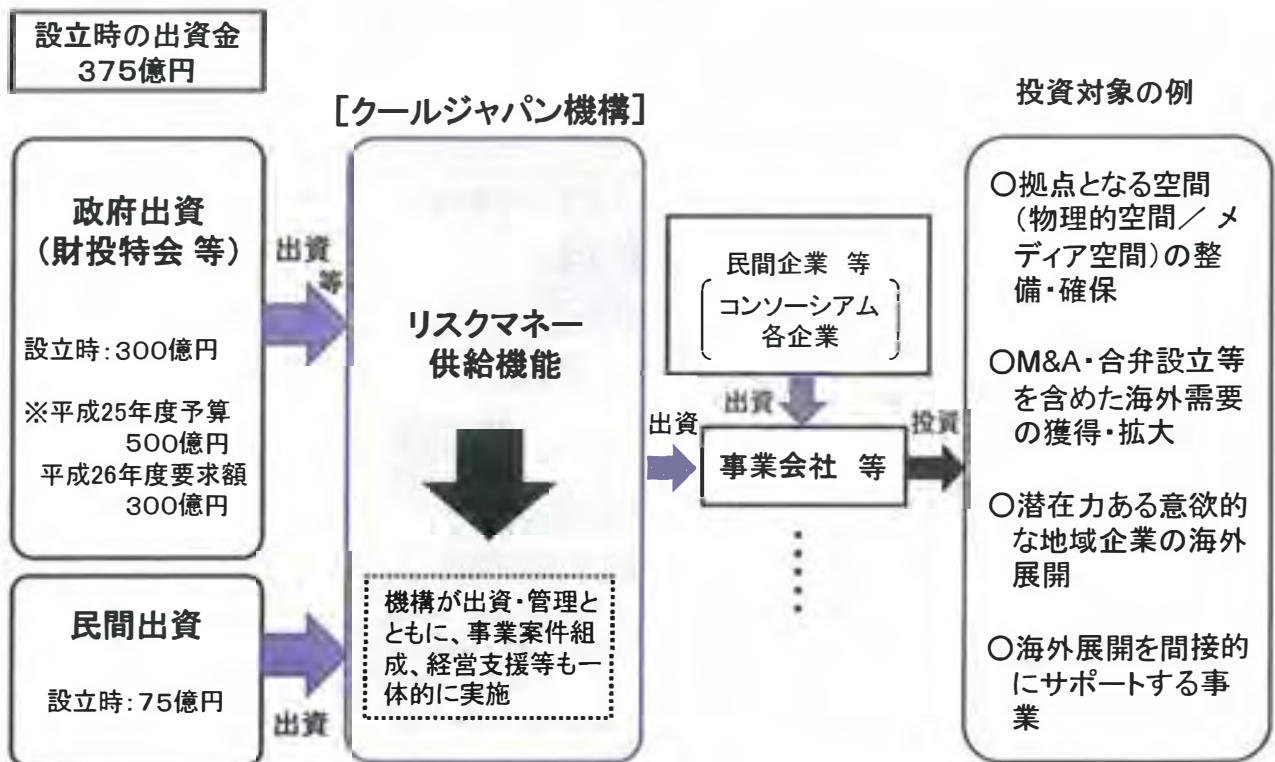
世界に目を向けることで、日本の中に眠る様々な「可能性」に改めて気づかされます。オープンな世界は、日本が成長する大きなチャンスです。急成長する新興国では、道路も鉄道も必要です。水道や電気のインフラを整え、災害に強い都市開発が課題です。 <中略>

昨年シンガポールで、日本専門チャンネル「Hello JAPAN」が開局。インドネシアでは、仮面ライダーが子供たちのヒーローに加わりました。

日本のコンテンツやファッション、文化芸術・伝統の強みに、世界が注目しています。ここにも「可能性」があります。クールジャパン機構を活用し、コンテンツの海外展開や、地域ならではの製品の海外の売り込みなどを支援してまいります。

4

機構の事業スキーム



出資金 375億円（うち民間出資 75億円）

- ANAホールディングス
- 博報堂DYグループ
- エイチ・ツー・オー リテイリング
- パソナグループ
- 商工組合中央金庫
- バンダイナムコホールディングス
- 大日本印刷
- みずほ銀行
- 大和証券グループ本社
- 三井住友信託銀行
- 高島屋
- 三越伊勢丹ホールディングス
- 電通
- LIXILグループ
- 凸版印刷
- 日本政府

[平成25年11月設立時]

機構の投資対象となるプロジェクトの類型

- 機構は、民間部門では成し得なかった、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）の整備などを率先して展開する
- 魅力ある財・サービスの海外展開の出口を拡充し、企業のみならず、創造的なクリエイター、デザイナー等が付加価値に見合うビジネスを展開できる地盤を整える

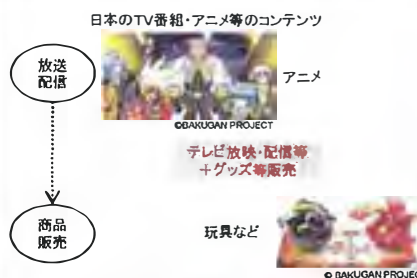
物理的空間型の流通拠点



店舗集積(「ジャパン・ストリート」)



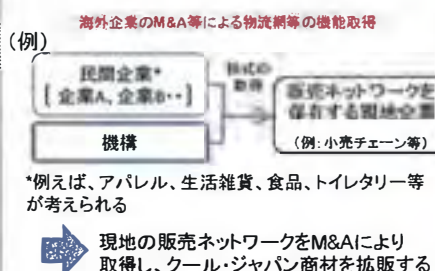
メディア・ネット空間型の流通拠点



“地域クール・ジャパン企業”応援



M&A等の事業投資



食・グルメ(日本食)



※さらに、リーガル、会計等専門サービスや人材確保等、海外展開を間接的にサポートする事業者を支援するプロジェクト等も想定される