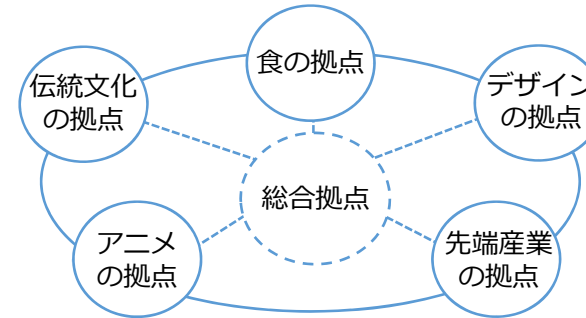


事業概要・目的

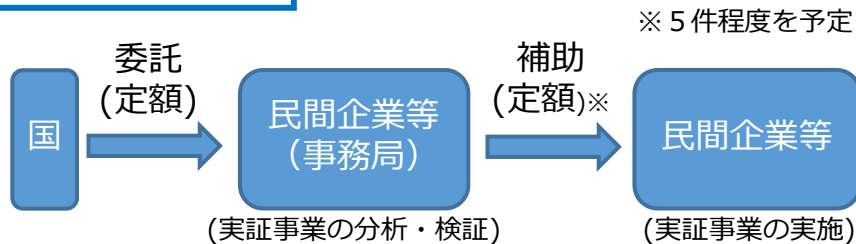
- 全国には優れたクールジャパン拠点が数多くあり、これらの連携・ネットワーク構築を通じ、各拠点が持つ情報発信機能、人材育成・産業創出機能が最大限発揮されることは、我が国の経済成長に資するものです。
- しかしながら、現時点では、全国のクールジャパン拠点における取組は、「点」に留まっているところが多く、相互の連携・ネットワーク化による相乗効果を活用し、各拠点が持つ潜在力が「面」として最大限発揮されているとは言いがたい状況にあります。
- そこで、全国に点在するクールジャパン拠点間の連携・ネットワーク化を推進するための方策について、地域やテーマの異なる複数の実証例を得て、情報発信、産業創出、人材育成、地方創生等の観点から効果を総合的に実証します。

事業イメージ・具体例

- クールジャパン拠点間の連携・ネットワーク構築を推進するための方策を検討するため、委託先のシンクタンク等のノウハウ・サポートを得つつ、複数の実証事業を実施。
(実証事業における取組例)
 - ・発信力強化による、海外市場開拓の加速化やインバウンドへの波及
 - インデックス機能等の構築、ビジョンやストーリーの設定
 - ・人材育成の推進、新産業創出 等
 - 海外人材の誘致、クリエイター等への制作・発表の場の提供



資金の流れ



期待される効果

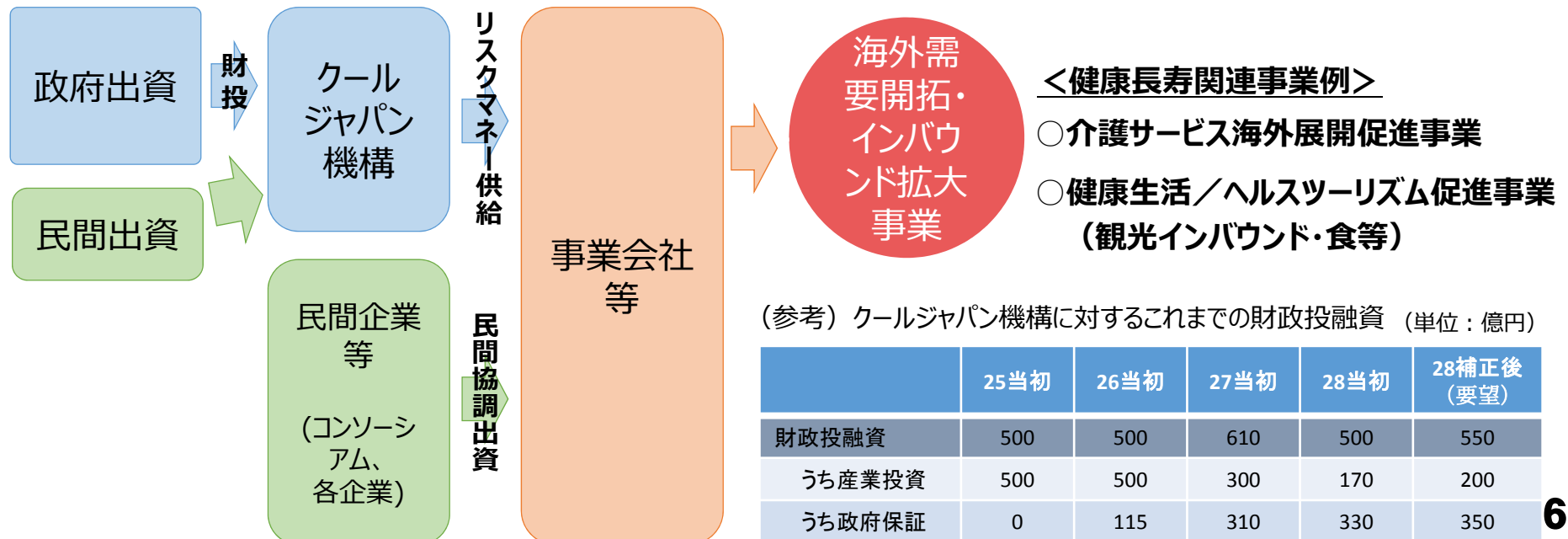
- 情報発信力が強化されることにより、海外市場開拓の加速化やインバウンドへの波及が期待されます。
- 拠点内外での異分野連携等が進むことにより、人材育成の推進や、新産業の創出が期待されます。

※ 選定手続きは今後になりますが、お考えの取組等について、随時、御相談を承ります。

- アジアは急激に高齢化が進み、介護・ヘルスケア・食といった健康長寿関連市場が拡大。関連企業の海外展開・インバウンド拡大事業に対して、現地ネットワークや資金等の支援を行うクールジャパン機構の役割は大きい。今般決定された「アジア健康構想に向けた基本方針」においても、同様の役割に位置づけられたところ。
- こうした背景から、クールジャパン機構では、健康長寿関連事業への投資拡大に向けて案件組成を加速化。他方、現時点での他分野の案件組成状況も踏まえると、年度内において、健康長寿関連分野に十分な支援ができなくなる可能性がある。
- このため、今般、追加見込み額の財投追加を行うことで、アジア健康構想にも資する健康長寿関連事業への十分な支援を実現していく。

【28年度補正要求額：産業投資30億円、政府保証20億円】

＜クールジャパン機構の支援スキーム＞



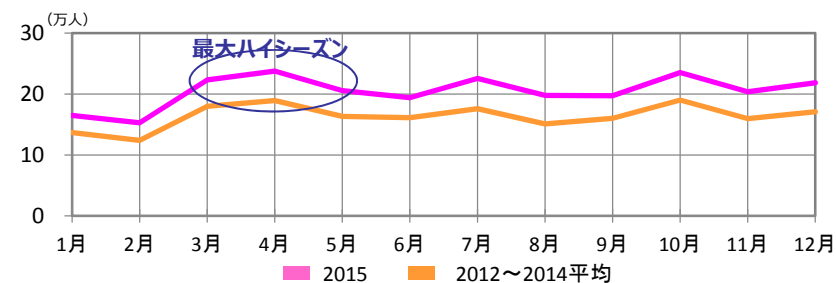
滞在期間の長い欧米豪からの旅行者の地方への誘客、熊本地震の影響により落ち込んだ東アジア市場における訪日需要回復のための緊急プロモーションを実施する。

地方誘客のための集中的なプロモーションを切れ目なく実施

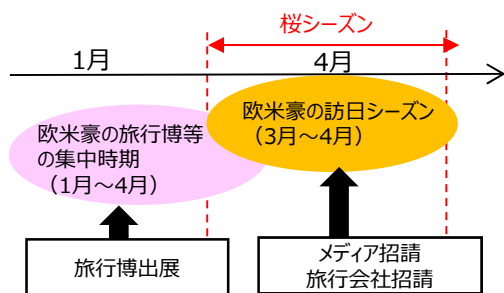
欧米豪旅行者の地方誘客

- 桜のシーズンにおけるさらなる需要を創出するため、欧米豪で旅行博等が多く開催される1月から3月にかけて桜をテーマとしたプロモーションを集中的に実施する。
- 近年成長が著しいクルーズについて、欧米豪市場に対するプロモーションを強化し、地方港への就航を促進する。

● 欧米豪からの訪日数



● 欧米豪に対してプロモーションを集中展開

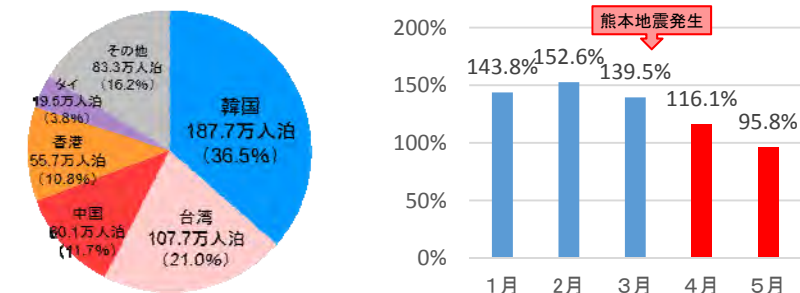


熊本地震の影響払拭

- 熊本地震の影響により落ち込んだ海外からの旅行需要を取り戻すため、九州への影響が大きい東アジアを中心とした市場へのプロモーションを追加的に実施し、誘客を促進する。

● 熊本地震によるインバウンドへの影響

九州における外国人延べ宿泊者の割合 韓国からの訪日数 (対前年同月比)



● 東アジア各国等に対してプロモーションを集中展開



九州各地にプロガーや旅行会社を招請 (中国)
 旅行博において九州の魅力を積極的にPR (韓国)

事業の内容

事業目的・概要

- 日本の優れたコンテンツの海外展開を促進するとともに、コンテンツを通じて海外における日本ファンや訪日観光客等による国内外需要の創出・拡大を行います。
- 具体的には、コンテンツの海外展開を通じた日本の魅力発信のため、コンテンツの字幕・吹き替え等の現地化や国際見本市への出展等のプロモーション費用の補助の総合的支援を実施します。
- さらに、これらの支援を受けたコンテンツが自立的な海外展開が図られるように、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への登録や活用を通じた効果的なコンテンツ海外展開体制を構築するなどの環境整備を行います。

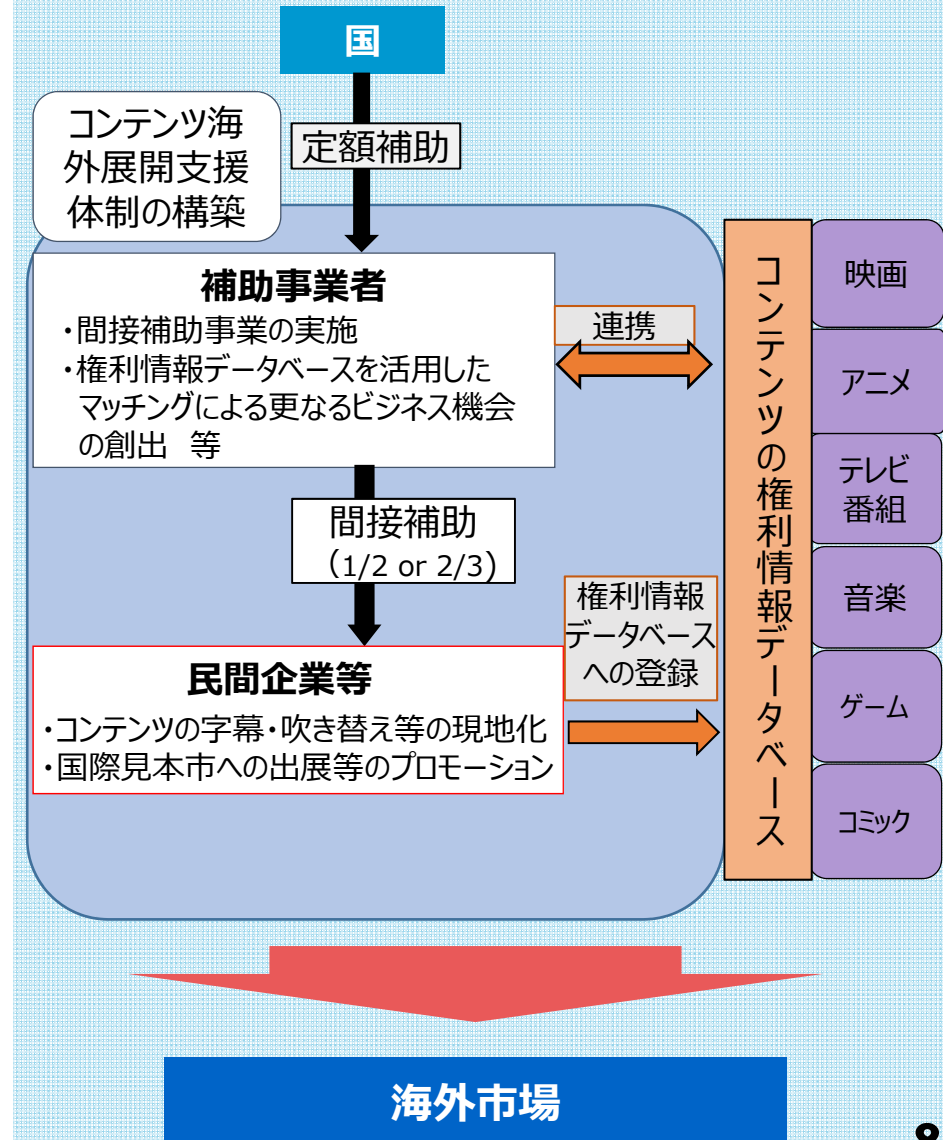
成果目標

- 2025年度までに、文化GDP(映画、アニメ、音楽、ゲーム等をはじめとする文化芸術資源の活用によるGDP)を18兆円 (GDP比3%程度) に拡大することを目指します。
- 2018年度までに、放送コンテンツ関連海外市場売上高を現在 (2010年度) の約3倍に増加させます。

条件 (対象者、対象行為、補助率等)



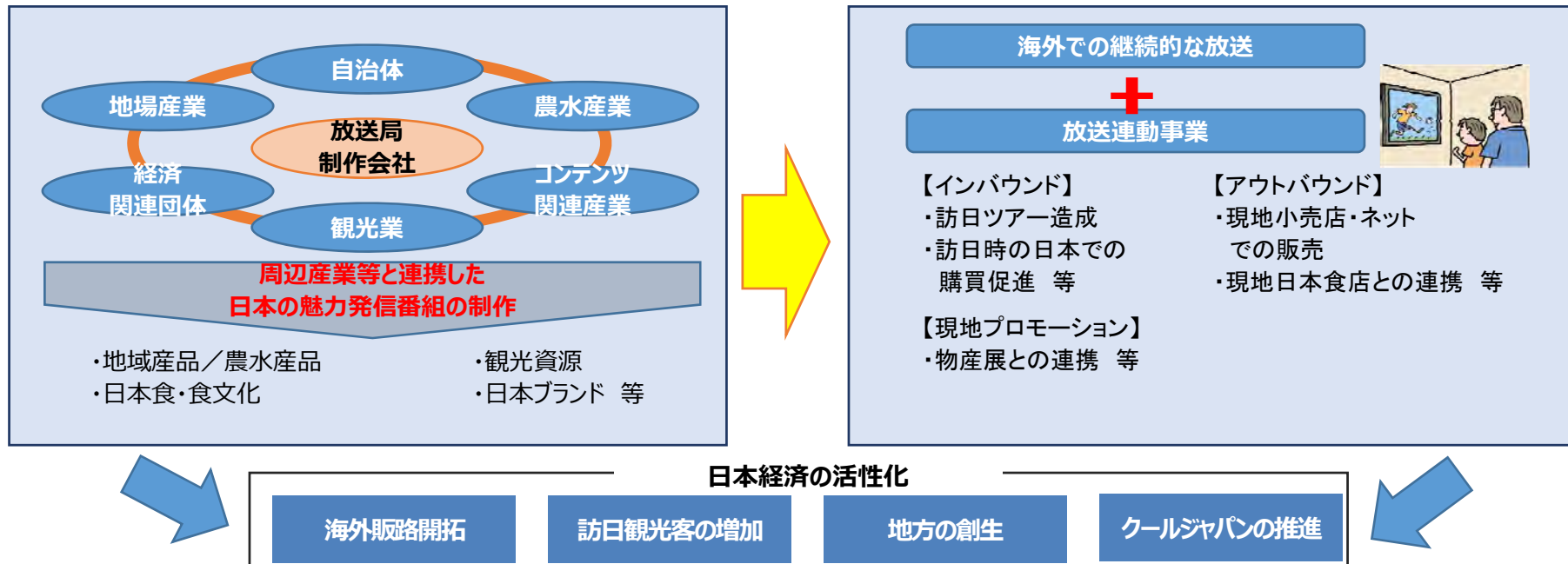
事業イメージ



<概要>

- 放送コンテンツの海外展開を通じて、観光地や地域産品といった日本の魅力の海外発信を強化し、訪日誘客の促進や地域産品の販路開拓等を後押しすることにより、観光先進国の実現、地方の創生、クールジャパンの推進を図り、日本経済の活性化に貢献。
- 具体的には、放送事業者等と、他分野・他産業（観光業、地場産業等）、地方公共団体等の関係者が幅広く協力し、「ビジット・ジャパン戦略」、「地方の創生」、「クールジャパン戦略」等に資する放送コンテンツを制作、海外発信するとともに、様々な連動プロジェクトを一体的に展開する取組等を支援。

事業イメージ



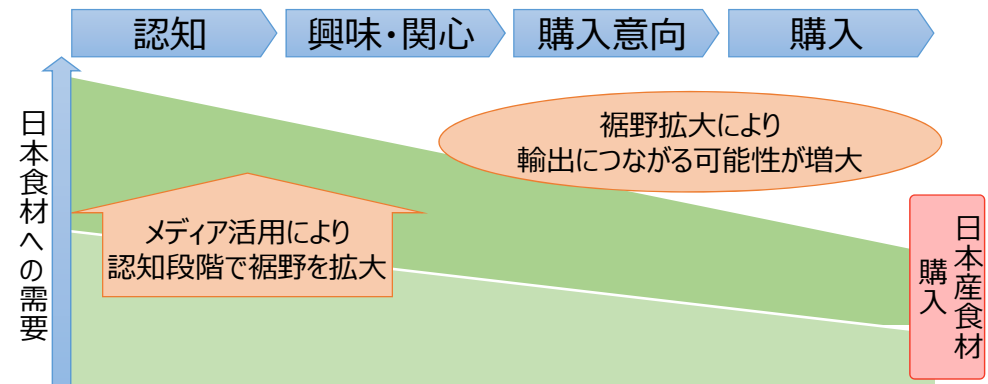
国・地域別戦略的マーケティング（海外メディアを活用したプロモーション）【522百万円の内数】

海外メディアを活用したプロモーションを、日本食・食文化の認知度及び経済成長への期待などを踏まえ、TPP参加国を中心とした潜在需要のある国・地域で実施することで、個別の日本産農林水産物・食品への関心・購買意欲を刺激し、海外需要を喚起することを通じて、生産者や事業者が輸出に取り組みやすい環境を整えとともに、輸出への意欲を高めることを目指す。

海外メディアを活用したプロモーション

本事業の方向性

- ・ TPP協定発効によって輸出環境の改善が見込まれる国・地域を中心に実施
- ・ 海外メディアを活用することで、認知段階で、人気の高い「日本食」を活用して日本産食材の認知度の向上を図ることで、実際に購入する層を厚くする
- ・ 併せて、認知～購入プロセスにおける実態の調査・分析を実施し、より効果的なプロモーションにつなげていく



本事業による対策の内容

- ◆ 世論形成のための裾野拡大型メディア（日本への関心の低い層も視聴するテレビ・新聞・街頭広告等）を活用し、TPP参加国を中心とした潜在需要のある国・地域にて、幅広い層に日本食や日本産農林水産物・食品の正しい知識の取得を促すとともに、購買・訪日促進のための集中深掘型メディア（日本への関心が高い層を対象とした映画広告等）を活用し、日本に関心を有し感度の高い消費者を対象とした日本産農林水産物・食品の購買行動へとつなげる取組を実施。
- ◆ さらに、裾野拡大型・集中深掘型と併せて、より高い効果が得られるようメディアミックス（広告、広報媒体の組み合わせ）を構築することで、日本産農林水産物・食品の魅力発信や購買意欲、日本食文化への関心の向上へとつなげる取組を実施。

施策の目的・概要

- 東日本大震災後、被災地復興の障害となっている日本農産品の輸入規制を一刻も早く撤廃し、海外における需要発掘により「2019年の農林水産物・食品の輸出額1兆円達成」に貢献。
- 農産品の輸出障壁となっている原発事故後の輸入規制撤廃に向け、現地政府関係者の招へいによる直接の働きかけを強化するとともに、在外公館を最大限活用し、被災地産品を含む日本の農林水産物・食品及び観光資源のプロモーションイベントを実施。

施策のスキーム、実施要件、成果イメージなど

