

# 第3回クールジャパン戦略会議幹事会 説明資料

令和2年9月

経済産業省

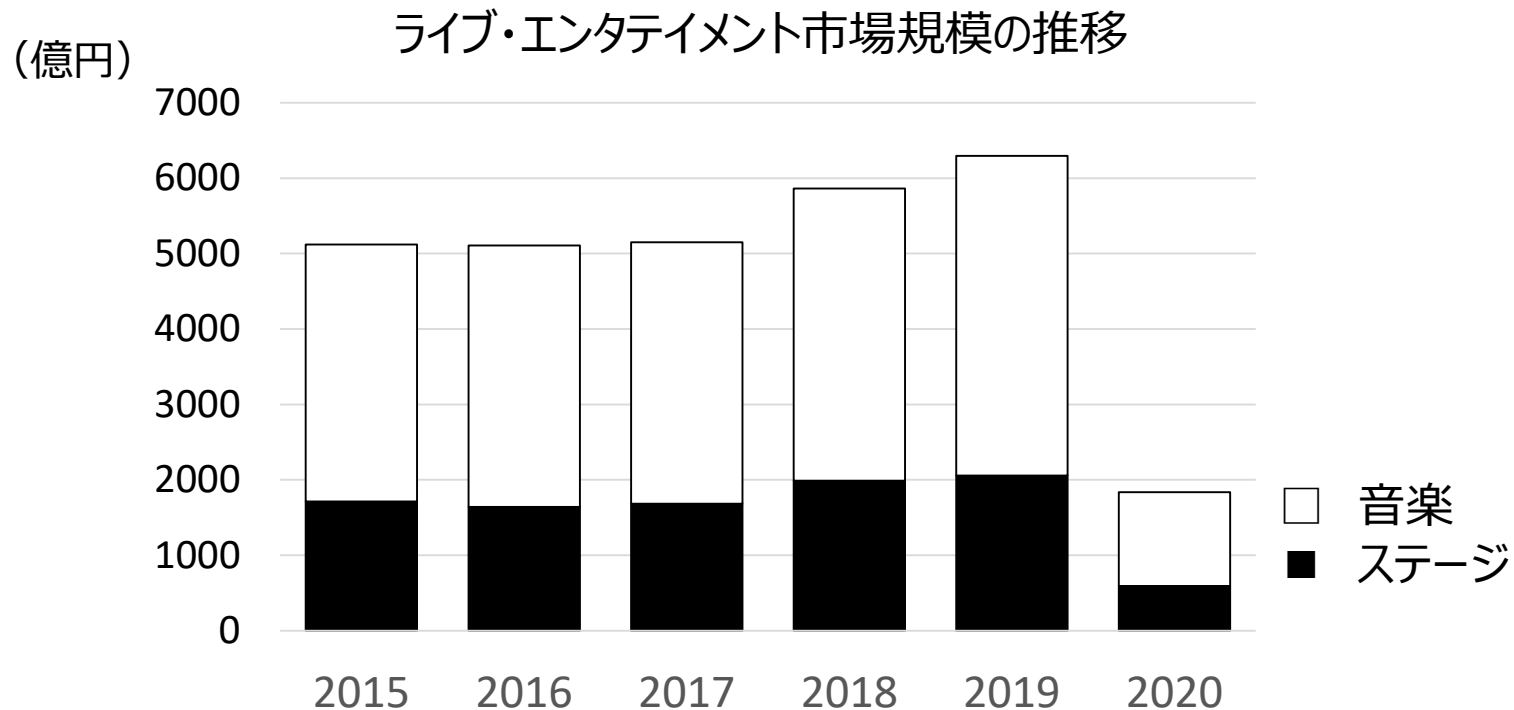
# 目次

- ・エンタメ業界の現状、方向性・・・P2
- ・クールジャパン機構の取組・・・ P7
- ・JETROの取組・・・ P9

# エンタメ業界の現状、方向性

# 新型コロナウイルスによるライブ・エンタテインメント業界への影響

- 今年2月下旬から続く、新型コロナウイルス感染症による大型イベントへの自粛要請等の影響により、音楽コンサートやステージをはじめとするライブ・エンタテインメント業界は、大きな経済的な損失を被っている。
- 今年2月から来年1月までの中止・延期による損失額は、音楽コンサートは約3000億円、演劇・ステージ系が1500億円にも上る見込み。



※2019年は速報値、2020年は試算値  
(出展) ぴあ総研

[https://corporate.pia.jp/news/detail\\_live\\_ent\\_20200630.html](https://corporate.pia.jp/news/detail_live_ent_20200630.html)

# ライブエンタメ業界における新しい取り組み事例

- 新型コロナウイルスの影響により、従来通りのリアル開催（収容率が50%、5,000人上限）ができず、有料でのオンラインリアルタイム配信、オンライングッズ販売、海外向けオンライン配信、投げ銭など、様々な新しいマネタイズ手法を模索している状況。

## サザンオールスターズ



- ・無観客有料ライブ配信
- ・50万人視聴
- ・オンラインチケット18万枚
- ・オンライン物販

## Da-iCE x ABEMA ONLINE LIVE TOUR



- ・無観客有料ライブ配信
- ・日本初全編フル3DCGのオンラインライブ
- ・サイン入りピクチャーチケット（抽選）
- ・アフタートーク有料配信
- ・事後POP UPグッズ販売

## 米津玄師 x フォートナイト (全世界バーチャルライブ)



- ・フォートナイト登録者数：3億5千万人
- ・ニューアルバム『STRAY SHEEP』150万枚突破（9月2日付け）
- ・ユニクロコラボTシャツ（全世界展開）

©REISSUE RECORDS  
© 2020, Epic Games, Inc.

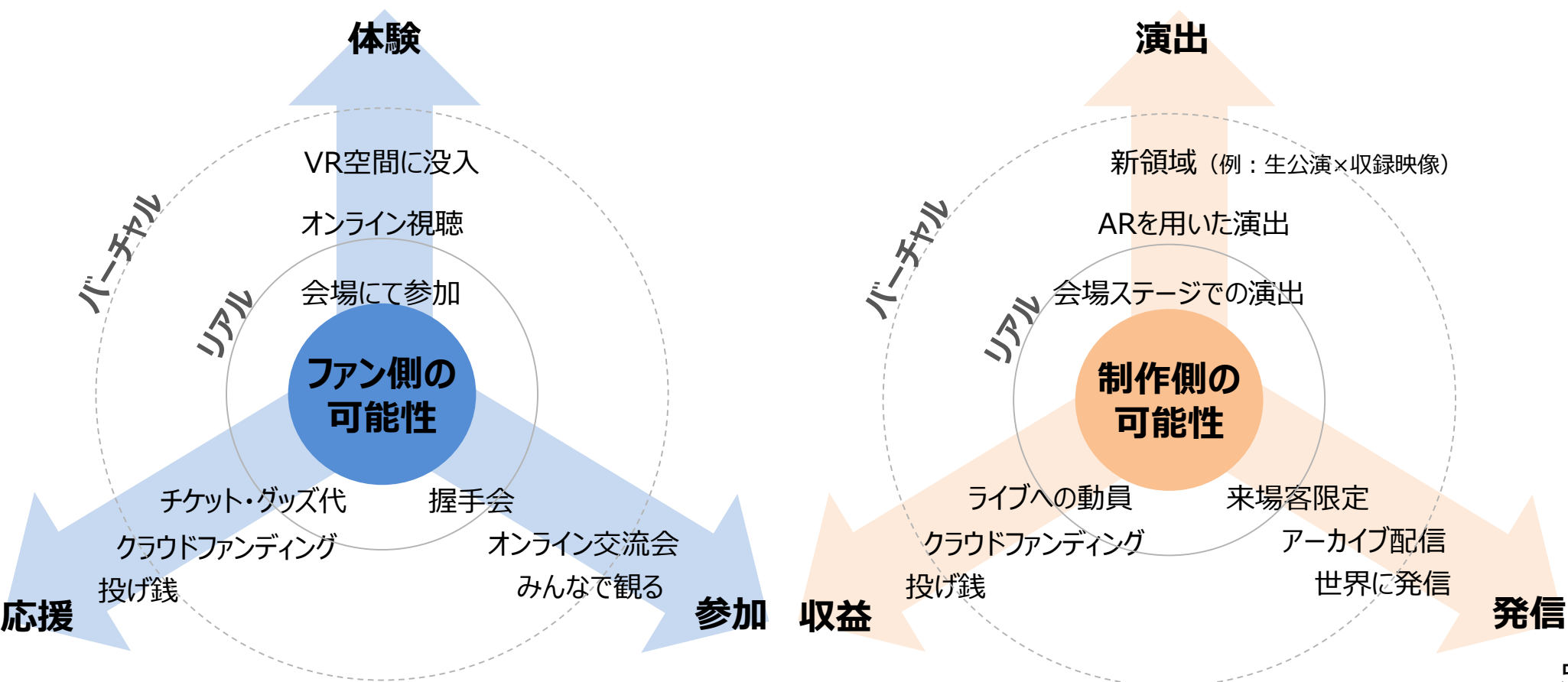
## 「超歌舞伎『夏祭版 今昔饗宴千本桜』」



- ・歌舞伎俳優の中村獅童、バーチャルシンガーの初音ミク主演による歌舞伎公演
- ・一夜限りの無観客・無料生配信（1時間程度）
- ・生配信は約23.5万人が視聴、ニコニコ生放送のコメントは約11万件
- ・無観客ならではの演出として、客席からの映像だけではなく、舞台上にカメラが上がり立ち廻りに参加しているような映像も。

# 考えられるライブ・エンタメの今後の方向性（イメージ）

- ファンにとってもライブ制作者側にとっても、オンラインで、あるいはオンラインと組み合わせることで、①新しい演出を体験する機会を作り、②あらたな応援で収益を確保する方法を生み出し、また③世界にファンコミュニティを広げる可能性が広がっている。



今般の新型コロナウイルス感染症のまん延の影響を踏まえ、これにより公演を延期・中止した主催事業者（=コンテンツのプロモーションの機会を失った事業者）に対して、今後実施する無観客公演をはじめとするライブ公演の開催及びその収録映像を活用した動画の制作・海外配信の費用の一部を補助。



- 申請者 : 音楽、演劇等の公演の主催者（法人（非営利法人、地方自治体を含む）に限る）  
※ 新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い2/1以降に予定していた国内外の公演を延期・中止した者に限る
- 対象分野 : コンテンツ全般（音楽、演劇等のほか、伝統芸能を含む芸能）
- 対象事業 : 国内で今後公演を実施し、その収録映像の一部又は全部を用いて制作した動画を海外に発信する事業
- 補助率 : 1/2（補助上限額：5,000万/1件）
- 申請可能件数 : 新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い申請者が2/1以降に延期・中止した国内外の公演数
- 対象経費 : 出演料、制作費、会場費、運営費、権利使用料、広告費、感染予防費、動画制作・海外配信費 等

# クールジャパン機構の取組



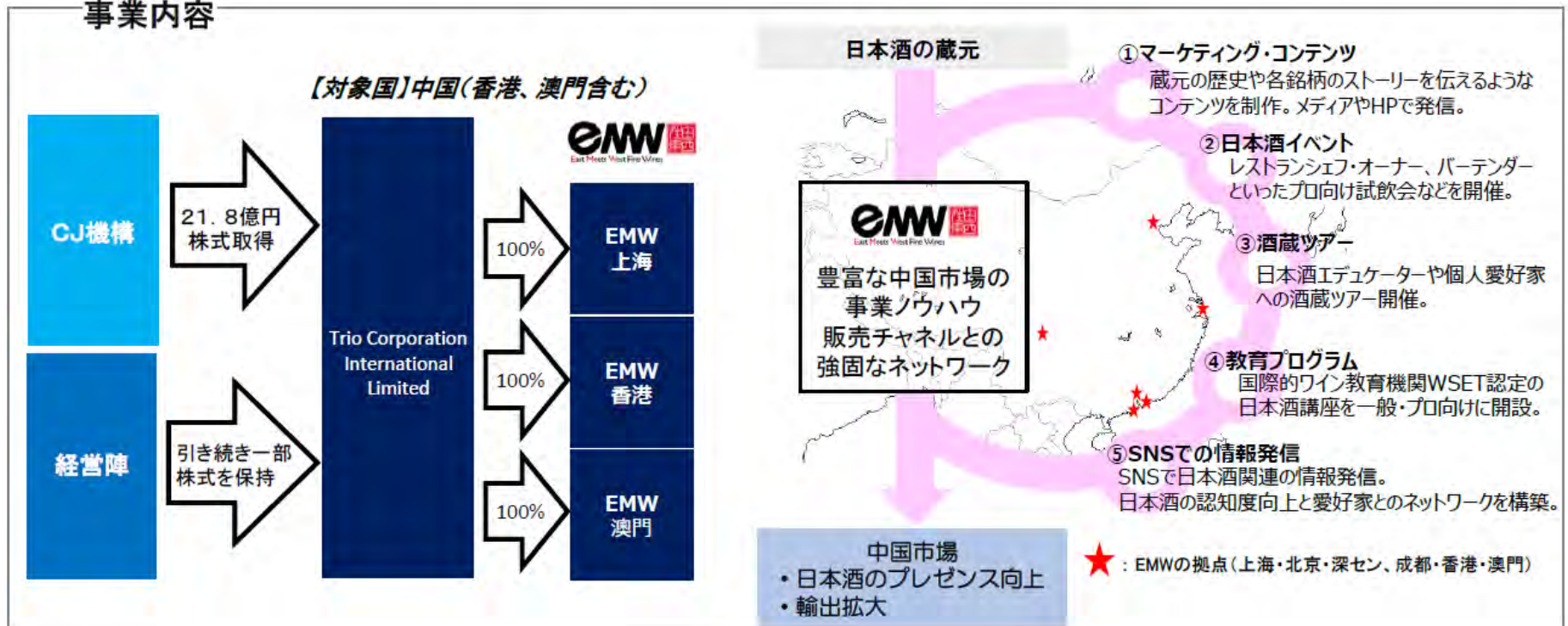
# クールジャパン機構の主な取組（新型コロナウイルス感染症関連）

- 世界的に新型コロナウイルスの影響が続き、人や商品の移動が制約を受ける中、焦点を定めた、より効果的な海外需要の開拓により、CJ分野を再活性化させ、反転攻勢に結びつけていくことが重要。
- CJ機構は、需要回復が比較的早い市場へ販路を持つ投資先と国内事業者との協業を、官民のネットワークを活用して推進。国内事業者による有望海外市場への展開を支援。

## <事業例>

- 中国で酒類の卸売・EC販売等を行う「EMW」を通じて日本酒の海外展開を推進。
- インバウンドによる日本酒消費が新型コロナウイルス感染症の影響を受ける中、比較的回復が早い中国の需要を取り込み、中国市場における日本酒の消費拡大につなげる。

## 事業内容



# JETROの取組

# J E T R Oの主な取組（新型コロナウイルス感染症関連）

- 全国121社の「匠」の海外販路開拓支援をオンライン化。全国どこにいても受けられる支援メニューを新設し、オンラインでの海外ECバイヤー商談会および有識者メンタリング等を通じて、「匠」の商品を台湾、香港、ASEAN、米国、欧州のECサイト等で販売。  
※「匠」：「日本らしさ」「匠の技」など、日本の各地域の技術や生活文化の特色を生かした魅力ある商材を生産・販売する企業
- また、海外インフルエンサーによる発信事業は、海外からの国内招聘型から遠隔型・オンライン型の事業運営に移行。

## TAKUMI NEXT 2020

日本各地の魅力ある工芸品、伝統産品、生活用品等の海外展開を支援するため、以下の取組を実施中。

- ①有識者によるメンタリング：バイヤー情報や海外展開に向けたアドバイス
- ②オンライン商談会：海外EC事業者との商談マッチング（買取り方式）
- ③海外ポップアップストア・EC試験販売：シンガポールでのデジタルマーケティング（計2回）
- ④匠同士のコミュニティ形成：SNSを活用し、産地を超えて連携・協力できるプラットフォームを提供
- ⑤映像制作：5G対応の海外向けPR動画を制作
- ⑥SNS広報：インスタグラムを通じた情報発信



TAKUMI NEXT 2020  
採択企業の商品例

## オンライン／リモート型インフルエンサー発信事業

ミス・インターナショナル代表によるSNS投稿やインスタライブ等の動画出演、現地イベントへの参加等を通じて、遠隔でのPRを実施予定。



ヴィーガン食材等のPRおよび高崎だるま・桐生マスクのバーチャル視察ツアー



バンコク・ジュエリーフェアでの山梨ジュエリーのPR