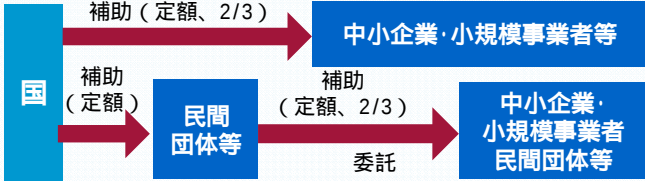
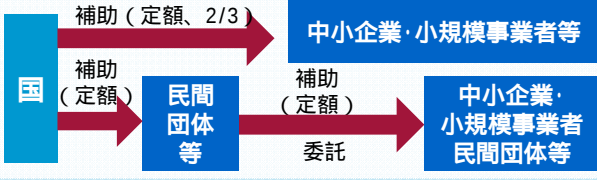


事業の内容	事業イメージ
事業目的・概要 ● TPP締結によって創出されるビジネスチャンスを中小企業・小規模事業者が獲得するためには、TPP加盟国の市場ニーズを捉えた商品開発・販路開拓を行うことが必要であり、市場獲得の可能性と収益性を高めるためには、一刻も早く着手することが重要。 ● そこで、海外市場を見据えて、中小企業者・小規模事業者が地域資源（農林水産物）の活用や農林漁業者との連携により付加価値を高めた商品・サービスの開発を行う取組を促進するとともに、これらの事業者を支援する一般社団法人等による情報提供等の取組を支援します。 ● また、地域の関係者を巻き込み、特色を活かした産品をブランド化し、海外市場を見据えた商品等を創出できるような人材（ふるさとプロデューサー）を育成するなどの取組を支援します。 ● 併せて、地域産品の強みを活かし、ブランドコンセプトの確立に向けた戦略の策定や海外販路開拓に向けた海外展示会の出展等を支援します。 成果目標 ● 本事業を通じて、開発した商品・サービスの市場取引達成率80%を目指します。 条件（対象者、対象行為、補助率等）  <pre> graph LR A[国] -- "補助（定額）" --> B[民間団体等] A -- "補助（定額、2/3）" --> C[中小企業・小規模事業者等] B -- "補助（定額、2/3）" --> D[中小企業・小規模事業者・民間団体等] B -- "委託" --> D </pre>	TPP対策「ふるさと名物」支援 ● 中小企業・小規模事業者が、地域資源の活用や農林漁業者との連携により行う、海外市場を見据えた加工食品の開発、それに付随する鉱工業品の開発やそれらの組み合わせによるブランド化の取組を支援します。また、国内の外国人へのテストマーケティングを始めとした国内販路の開拓、本格的な海外販路開拓の費用を補助します（補助上限500万円（グループの場合：2,000万円）、補助率2/3）。 ● 海外市場への展開を狙った地域資源の活用や農林漁業者との連携により行う商品開発等に取り組む事業者に対して、一般社団法人等が行う消費者嗜好に関する情報提供、マッチング支援などの取組を支援します（補助上限1,000万円、補助率2/3）。 ● さらに、地域の関係者を巻き込み、地域資源を活かした魅力ある産品を「地域ブランド化」し、海外市場を見据えて販路開拓を行う取組の中心的担い手となることができる人材（ふるさとプロデューサー）の育成などの取組を支援します（定額補助）。 TPP対策JAPANブランド育成支援 ● 「ふるさと名物」などの地域産品が持つ素材や技術等の強みを活かし、ブランドコンセプトの確立に向けた戦略の策定を支援します（補助上限200万円、定額補助）。また、海外販路開拓に向けたブランド確立のため、新商品開発や海外展示会出展等のプロジェクトを支援します（補助上限2,000万円、補助率2/3）。 ● 海外販路の開拓を目指す中小企業・小規模事業者に対して、海外から招聘した現地の市場ニーズに精通する専門家によるアドバイスを通じて、海外向け商品の開発を支援します（定額補助）。 TPP対策JAPANブランド等プロデュース支援 ● 海外現地のニーズ等に詳しい外部人材の活用によって、日本の特色を活かした商材の海外展開に向けたブランディング、PR・流通まで一貫したプロデュース活動や海外向け販路開拓、外国人観光客による国内消費の喚起に向けた中小企業者等が行う地域の産品等の磨き上げや海外向けPR活動を支援します（定額補助）。

6

事業の内容	事業イメージ
事業目的・概要 ● 全国津々浦々の地域や中小企業・小規模事業者の活性化を図るため、各地域にある地域資源を活用した「ふるさと名物」などに対する支援を行います。 ● 具体的には、中小企業・小規模事業者が地域資源活用や農林漁業者との連携によって行う商品・サービスの開発や販路開拓を行う取組を支援します。 ● また、「中小企業地域資源活用促進法」の改正により、拡充した一般社団法人等による「地域資源活用支援事業」を支援します。 ● さらに、地域の関係者を巻き込み、特色を活かした産品をブランド化し、売り出す「ふるさとプロデューサー」人材を育成します。 ● 併せて、地域産品の強みを活かし、ブランドコンセプトの確立に向けた戦略の策定や海外販路開拓に向けた海外展示会出展等のプロジェクトを支援します。 成果目標 ● 平成28年から平成32年までの5年間の事業であり、開発した商品・サービスの市場取引達成率80%を目指します。 条件（対象者、対象行為、補助率等）  <pre> graph LR A[国] -- "補助（定額）" --> B[民間団体等] A -- "補助（定額、2/3）" --> C[中小企業・小規模事業者等] B -- "補助（定額）" --> D[中小企業・小規模事業者・民間団体等] B -- "委託" --> D </pre>	「ふるさと名物」支援事業 ● 中小企業・小規模事業者が、地域資源の活用や農林漁業者との連携により行う、商品・サービスの開発や販路開拓の費用を補助します（補助上限500万円（グループの場合：2,000万円）、補助率2/3）。 ● 一般社団法人等が中小企業の地域資源活用を支援するために行う消費者嗜好に関する情報提供などの取組を支援します（補助上限1,000万円、補助率2/3）。 ● さらに、地域の関係者を巻き込み、地域資源を活かした魅力ある産品を「地域ブランド化」して、域外に販路を広げる取組の中心的担い手となることができる「ふるさとプロデューサー」の人材育成を支援します（定額補助）。 JAPANブランド育成支援事業 ● 「ふるさと名物」などの地域産品が持つ素材や技術等の強みを活かし、ブランドコンセプトの確立に向けた戦略の策定を支援します（補助上限200万円、定額補助）。また、海外販路開拓に向けたブランド確立のため、新商品開発や海外展示会出展等のプロジェクトを支援します（補助上限2,000万円、補助率2/3）。 JAPANブランド等プロデュース支援事業 ● 海外現地のニーズ等に詳しい外部人材の活用によって、日本の特色を活かした商材の海外展開に向けたブランディング、PR・流通まで一貫したプロデュース活動や海外向け販路開拓、外国人観光客による国内消費の喚起に向けた地域ネットワークが行う地域資源等の磨き上げや海外向けPR活動を支援します（定額補助）。 伝統的工芸品の産地ブランド化推進事業 ● 伝統的工芸品の産地への観光客誘致・海外販路開拓を後押しするため、伝統的工芸品の産地にデザイナー等の外部人材等を招聘する取組を支援します（定額補助）。

7

輸出総合サポートプロジェクト【農林水産省】

【H28予算案：1,481百万円 (H27予算：1,381百万円)】

平成32年の農林水産物・食品の輸出額目標 1 兆円を前倒しで達成することを目指し、ジェトロ等への補助を通じて、国別・品目別輸出戦略及び輸出拡大方針に沿って、ジャパン・ブランドの確立を目指すオールジャパンの品目別輸出団体の活動を支援するとともに、輸出に取り組む有望な事業者の発掘・育成を行うための取組を行います。

○ 輸出に関する情報を知りたい・相談がしたい

- ・農林水産物・食品の輸出に関する各種相談に、ワンストップで対応できる窓口を設置します。また、輸出相談機能の強化に向け、海外での食品の店頭小売価格、表示等の規格、市場の状況等について調査し、提供します。**(輸出相談窓口としてのワンストップステーション化)**
- ・海外在住の専門家や課題別専門家（ハラール、地理的表示（G I）等）が、新興市場の開拓に向け、情報提供やアドバイスをを行います。**(海外プロモーター、課題別専門家の設置)**
- ・食品輸出の専門家が、国内において事業者に対して、輸出に向けた課題等についてアドバイスすることで、新たな輸出事業者を育成します。**(輸出プロモーターの設置)**
- ・農林水産物・食品の輸出に必要な手続き、海外のバイヤーとの商談の仕方などについての基礎的な内容のほか、ハラール、HACCP、G I 等個別のテーマについて、セミナー等を行います。**(輸出セミナーの開催、商談スキル向上研修の実施)**

○ 海外で商品が売れるか試したい

- ・輸出拡大の可能性の高い国・地域を中心に、マーケティング拠点（インストア・ショップ）を設置し、輸出に取り組む事業者の商品を試験販売し、現地の消費者の反応をフィードバックします。**(新興市場等におけるマーケティング拠点（インストア・ショップ）の設置)**



○ 海外のバイヤーと商談がしたい

- ・輸出戦略の重点国・地域において開催される主要な「海外見本市」に設置した「ジャパンパビリオン」に出展し、多数の海外バイヤーと直接商談を行う機会を提供します。**(海外見本市への出展)**
- ・輸出戦略の重点国・地域で開催する「海外商談会」で、現地市場の状況を体感しつつ、日本産食品の取引に関心を持つ現地のバイヤーと直接商談を行う機会を提供します。**(海外商談会の開催)**
- ・輸出戦略の重点国・地域から日本産食品の取引に関心を持つバイヤーを日本に招へいして、生産現場の視察等を行いながら、国内で開催する商談会で直接商談を行う機会を提供します。**(国内商談会の開催)**



○ 海外に進出したが、現地の制度に困っている

- ・個々の企業努力だけでは解決困難な二国間の様々な課題の解決を図る海外連絡協議会により、現地での事業展開を支援します。**(海外連絡協議会の開催)**



初心者から経験者まで、輸出に取り組む段階に応じたサポートを提供

相談・セミナー受講 → インストア・ショップに出品 → 海外商談会参加 見本市へ出展 → 商談成立（輸出）

輸出の拡大

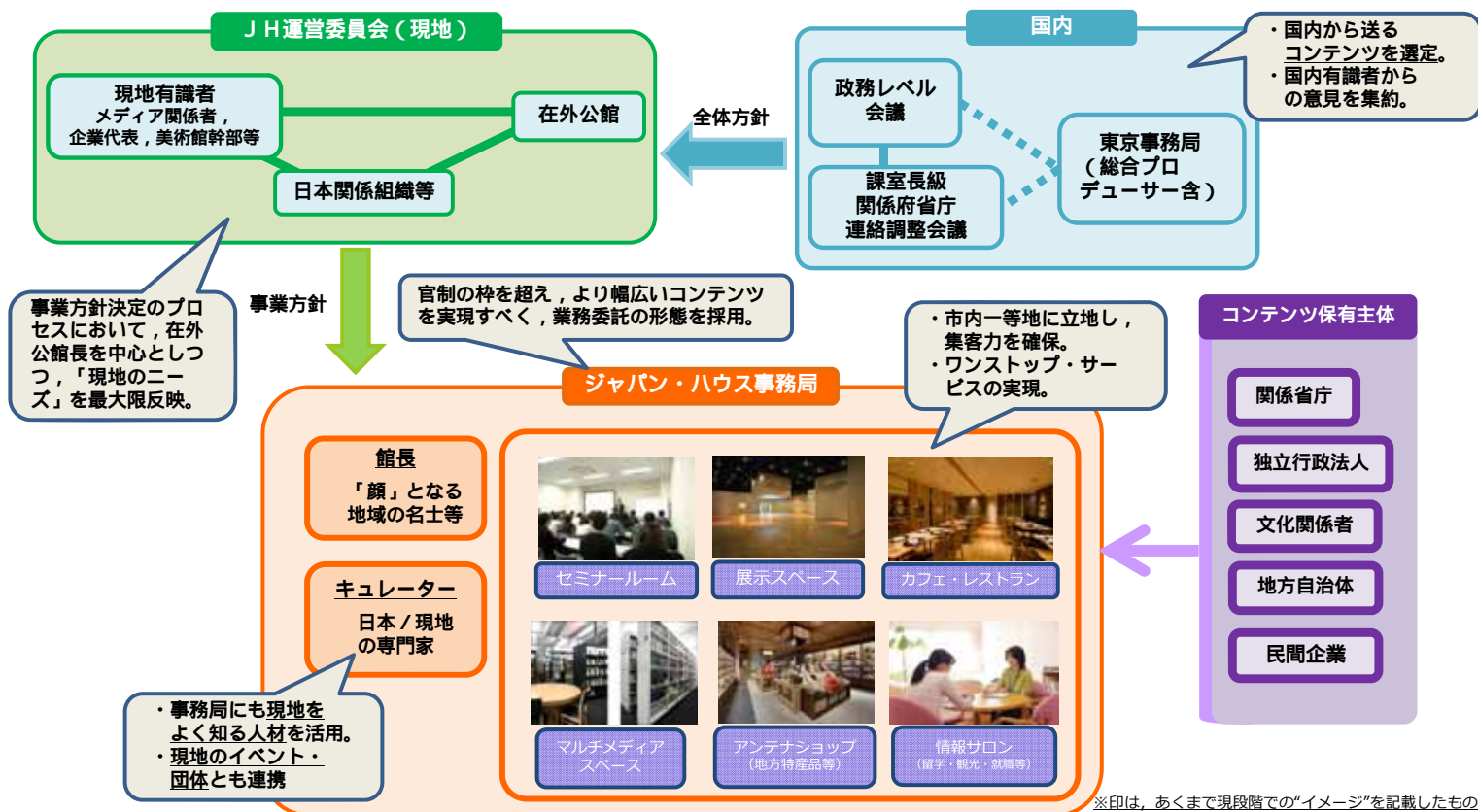
（輸出目標「2020年 1 兆円」の前倒しを目指す）

情報発信

情報発信

ジャパン・ハウス（仮称）の創設【外務省】 【H28予算案：4,223百万円の内数（H27予算：3,590百万円の内数）】

現地在「知りたい日本」を、プロの意見を活用し、「オールジャパン」で発信する拠点。



国際交流基金事業【外務省】

【H28予算案：12,949百万円の内数（H27予算：13,451百万円の内数）】

外務省が所管する（独）国際交流基金では、展覧会や音楽や舞台芸術の海外公演、様々な分野の専門家の海外派遣、日本映画上映等を実施。他機関とも連携しながら、海外で人気の高い日本のポップカルチャー等への関心を、多様な日本の社会、文化、言語への関心に結びつけ、より深い日本理解に導くことにより、「日本ブランド」の定着を目指す。



フランス（パリ）

「北斎」展

フランス国立美術館連合・グラン・パレとの共催により、葛飾北斎の画業を700点の作品により総合的に紹介する特別展を開催。芸術都市パリの中心部、国立ギャラリーの前には連日長蛇の列ができるほど大人気を博す。会期中36万人が来場。



スイス（チューリッヒ）/
ポーランド（クラクフ）/ドイツ（ハレ）
「ロジカル・エモーションー日本現代美術」展

日本・スイス国交樹立150周年を記念し、ハウス・コンストルクティヴ美術館との共催により、「論理的な」要素と「情動的な」要素とが内在する日本の14人の美術家・建築家・デザイナーの作品をジャンル横断的に紹介する企画展を開催。講演会、ワークショップ等の関連イベントも併催。欧州2都市にも巡回し、高い評価を得た。



コスタリカ（サンホセ）
「水木一郎ライブ・コンサート」

日・中米交流年を記念し、「アニメソング界の帝王」水木一郎氏のライブを開催。コスタリカ人気バンドとの共演には大勢のアニメファンが集い、その様子は現地紙・テレビ、ソーシャルメディアを通じて広く共有された。隣接会場では「キャラクター大国、ニッポン」展を開催。

10

放送コンテンツ等海外展開支援事業（独立行政法人国際交流基金運営費交付金）【外務省】 【H27補正予算：2,503百万円】

1 案件概要・目的

- ・地域活性化、日本ブランドの発信、観光立国の推進、日本食の輸出等を加速化させるとともに、わが国コンテンツ産業の海外展開の基盤作りに貢献するため、和食、地方の魅力、わが国産業の紹介等に資する影響力の大きい放送コンテンツを選定し、T P P参加国を含むアジア太平洋地域を中心に、関係省庁と連携をはかりつつ、商業ベースでは販売が困難な途上国や商業展開が難しい番組が必要とされる国に無償提供する。

<事業のイメージ>

1. 番組選定

テレビ局等より提案を受けた放送コンテンツについて、外部アドバイザーの意見を聴取して、提供可能番組を選定する。

2. 必要に応じ、選定した番組の語版改編（英語、スペイン語等）

3. 番組提供・放映

現地テレビ局に放送素材提供、テレビ放映（※）

（※）商業ベースでの販売が困難な途上国等

2 期待される効果

- ・和食、地方の魅力、我が国産業等の紹介を行う放送コンテンツの放映により、我が国のもつ多様な魅力、産業力や観光の魅力の発信を通じて、対日理解の促進と、我が国産業等の海外展開を促進する。
- ・我が国の放送コンテンツ放映による親日感の醸成により、日系企業の円滑な活動に寄与。
- ・T P Pを契機に海外展開への意欲を持つ我が国コンテンツ産業が将来的に進出するための基盤作りに寄与。

対日理解促進交流プログラム【外務省】

【H28予算案：3,327百万円（H27予算：2,877百万円）】

目的

- 日本とアジア大洋州、北米、欧州、中南米の各国・地域との間で、対外発信力を有する人材を招へい・派遣し、我が国の政治、社会、歴史及び外交政策等に関する理解促進を図るとともに、親日派・知日派を発掘することで、我が国の外交基盤を拡充する。
- 被招へい者・被派遣者に、日本の外交姿勢、日本の魅力等を積極的に発信してもらい、国際社会における対日イメージ向上や日本への持続的な関心の増進に寄与する。

対日理解を深める

親日派・知日派の発掘

外交基盤の強化

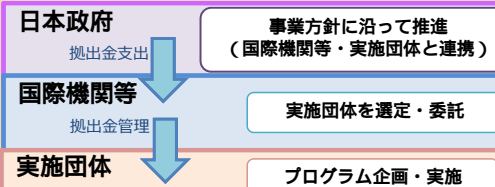
概要

- 対象者： 招へい：高校生～社会人等
派遣：高校生～大学院生等
- 期間： 10日間程度（平成28年度内に実施）
- 招へい対象地域：アジア大洋州、北米、欧州、中南米
- 派遣対象地域：アジア大洋州、北米、中南米

事業の特徴

- プログラムには、我が国の基本外交についての説明を含む。
- 被招へい者・被派遣者を通じた我が国の外交姿勢・魅力についての対外発信を強化。
- 事業目的達成のため在外公館のノウハウやリソースを最大限に活用。
- フォローアップとして参加者のネットワークを確立し、事業の効果を継続させる。

事業の実施形態



12

日本食魅力発信輸出促進緊急対策事業【農林水産省】

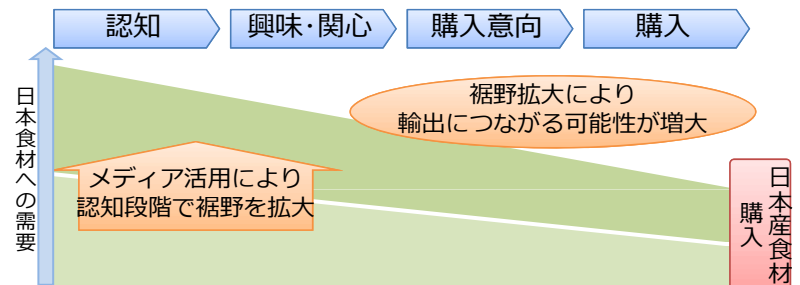
【H27補正予算：300百万円】

海外メディアを活用した情報発信と連動した形で、品目横断プロモーションを実施することで、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るとともに、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品目横断プロモーション

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

- メディアを活用した日本産食材の魅力発信
→ 一般消費者やレストラン関係者などの複層に対し、的確に世論形成と購買行動を促すため、マス媒体等を活用し、裾野拡大型のメディア発信を実施。
- 品目別の取組と連動したプロモーション活動
→ 日本食文化への関心の向上、購買意欲、風評被害の払拭により高い効果が得られるよう、メディアと連携した料理講習会等の品目横断的なプロモーションによる日本食魅力発信を実施。
- 海外消費者の意識購買行動実態調査・分析
→ 日本産農林水産物・食品の海外需要拡大に向け、今後の各国消費者の意識実態に応じた対応策を検討するため、日本の食文化や農林水産物・食品の消費者意識購買行動の調査・分析を実施。

13

【背景・課題】

- 日本国内の食市場が縮小する中、雇用・所得を守り、**政策目標の輸出額1兆円の前倒し**を達成するには、今後食市場の拡大が見込まれる**国・地域の需要を開拓し、輸出拡大するための取組**が重要。

- 日本産農林水産物・食品を輸出する取組と併せて、**日本食・食文化を世界に発信**することで、**日本産農林水産物・食品に対する関心と需要を高めて普及させる**とともに、世界に正しく伝播させる仕組みの構築が必要。

【対策のポイント】

総合対策

日本食・食文化の
魅力の**世界発信**

日本食の
ブランド化

輸出促進・海外展開
のための**環境整備**

日本食・食文化普
及の**人材育成等**

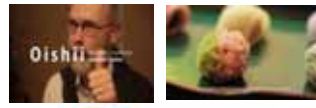
日本産物・食品
への**需要拡大**

① 多様なコンテンツを活用した魅力発信

- 日本食文化週間、日本食の日の開催
- 海外の進出日系企業や給食事業者との連携
- 海外食育活動との連動
- トップセールス等の実施
- 外国人日本料理コンテストの開催
- クールジャパン関係府省等と連携
- ポータルサイトの活用
- 海外広報媒体の活用
- 空港・海港の活用と連携

② 海外メディア活用型魅力発信

- 海外メディア等を活用した日本食・食文化の魅力発信



③ 日本食文化普及人材の育成

- 日本料理講習会・セミナー開催
- 海外料理学校の活用
- 海外日本食料理人の招へい研修支援

④ 海外日本食レストラン品質向上支援

⑤ 日本食文化活用に向けた連携・情報発信支援

- 日本食料理人の技能認定推進の支援
- 海外日本食文化サポーターレストラン連携・情報発信支援
- 外食産業投資ミッション派遣、事業可能性検証（テストキッチン）等の支援

効果

- 海外における日本産農林水産物・食品の**需要拡大**
- **政策目標輸出額 1 兆円の前倒し**に向けた輸出促進への貢献



コンテンツ産業振興・人材育成

コンテンツ産業強化対策支援事業【経済産業省】

コンテンツ産業振興・人材育成

【H28予算案：650百万円（H27予算：691百万円）】

事業の内容

事業目的・概要

- 我が国コンテンツ産業の強化は、早期に取り組む必要がある代表的な施策とされています。（「日本再興戦略 改訂2014」（平成26年6月閣議決定））。
- 実際、我が国のコンテンツは海外からも高い人気を集めていますが、海外での高い人気を経済的利益に転換できていません。
- このため、国際見本市の開催、政府間対話・官民対話による国際共同製作の推進、世界に通用するコンテンツビジネスプロデューサー育成等に取り組めます。

成果目標

- 平成19年度から平成28年度までの10年間の事業であり、最終的にはコンテンツ産業の国内外売上高20兆円を目指します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ

国際見本市

- コンテンツ中小事業者は自ら海外市場獲得に打って出る体力に乏しいため、政府のイニシアチブの下、各業界を束ねた国際見本市を実施し、我が国のコンテンツを一体的に国内外に発信します。また、アンバサダー事業の強化や海外市場調査を通じて、さらなる日本の魅力の発信とコンテンツ産業全体の海外展開を促進します。

国際連携

- アジアを中心とした各国との政府間対話やアジア・コンテンツ・ビジネスサミットの開催を通じ、国際共同製作やアジア地域の官民コンテンツ関係者の更なる協働を推進します。特に、日本コンテンツに対する規制が強まる中国との対話の機会創出に取り組めます。

人材育成

- 有望な若手プロデューサーに、海外の専門教育機関（米国UCLA映画学部等を想定）で、最先端のノウハウの習得から国際人脈のネットワーク化まで幅広い研鑽を積むための長期研修等を支援します。併せて、海外映画制作会社等での実務研修（インターン）についても支援します。



映画の国際見本市での商談風景



中国での日本アニメ紹介事業

世界に羽ばたく次世代を担う芸術家の養成



昭和42年度より実施

平成26年度までに3,255名が制度を活用

（平成13年度までは、芸術家在外研修事業により実施）

【派遣実績】

平成20年度 154名、平成21年度 109名、平成22年度 96名

平成23年度 64名、平成24年度 88名、平成25年度 79名

平成26年度 81名

我が国の将来の文化芸術の振興を担う人材を育成するため、美術、音楽、舞踊、演劇、映画、舞台美術等、メディア芸術の各分野の若手芸術家等に、海外で実践的な研修に従事する機会を提供する。

【研修期間】 1年（350日～200日、高校生研修含む）

2年（700日）、3年（1050日）

特別（80日）

短期（20～40日）の5種類

【支給対象】 往復航空運賃・支度料・滞在費（日当・宿泊料）

＜これまでの主な派遣者＞

奥谷 博（美術：洋画）	昭和42年度
絹谷幸二（美術：洋画）	昭和52年度
佐藤しのぶ（音楽：声楽）	昭和59年度
諏訪内晶子（音楽：器楽）	平成6年度
森下洋子（舞踊：バレエ）	昭和50年度
野田秀樹（演劇：演出）	平成4年度
野村萬斎（演劇：狂言師）	平成6年度
崔 洋一（映画：監督）	平成8年度
鴻上尚史（演劇：演出）	平成9年度
平山素子（舞踊：モダンダンス）	平成13年度
酒井健治（音楽：作曲）	平成16年度
長塚圭史（演劇：演出）	平成20年度
萩原麻未（音楽：ピアノ）	平成21年度

インバウンド振興

インバウンド振興

文化財総合活用戦略プランの強化【文化庁】

【H28予算案：9,626百万円（H27予算：8,367百万円）】

<文化庁>

文化財総合活用戦略プランによる文化財群の一体的な活用推進及び国内外への魅力発信

- 日本遺産魅力発信推進事業
- 文化遺産を活かした地域活性化事業
- 地域の核となる美術館・歴史博物館支援事業
- 文化財建造物を活用した地域活性化事業
- 歴史生き生き！史跡等総合活用整備事業
- 地域の特色ある埋蔵文化財活用事業

1. 日本遺産の認定促進

- 日本遺産の認定件数を2020年度までに100件程度とすることを旨とし、平成28年度は18件程度の新規認定を目指す。
- 日本遺産（地域型）の認定要件の1つとしている「歴史文化基本構想」の策定支援件数を拡充。

2. 地域の文化財群の魅力を効果的に発信する取組への支援の強化

- 文化庁・観光庁共同で開催する「文化財の英語解説のあり方に関する有識者会議」において、文化財の魅力をわかりやすく外国人観光客に伝えるための表現上の留意点等について検討。
- 地域の文化財群の魅力を国内外へ効果的に情報発信するための総合的な取組に対する支援を強化。

連携

【支援メニューの複合的活用の例】

- <観光庁> 観光案内所の機能強化、Wi-Fi環境整備、周遊バスの実証運行などの**観光客の受入環境整備**
- <国土交通省> 交通インフラの整備、無電柱化などの**周辺環境整備**

- ・ホームページや案内設備の多言語化を推進し、**地域の文化財群の魅力を効果的に国内外へPR**

- ・他省庁の施策と連携し、**インフラや受入環境を含めた一体的な整備を実施**

- ・周辺地域を含めた文化財群の総合的・一体的な整備・活用を推進し、**観光振興と地域経済の活性化を図る**



展示施設の整備、多言語化



無電柱化

地域が関係省庁の支援メニューを複合的に活用することで、
観光資源を活かした魅力あるまちづくりと地域活性化を実現

自然公園等事業費【環境省】

【H27補正予算：1,000百万円の内数】

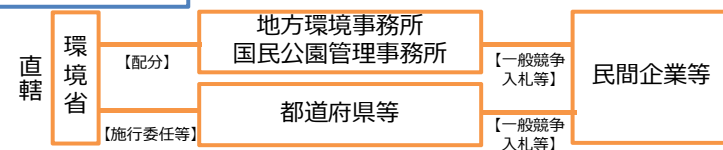
背景・目的

2020年を重要な通過点として訪日外国人旅行者3,000万人が訪れるような世界に誇る魅力あふれる国づくりを目指すため、地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興が早急な課題である。そのため、国立公園等の我が国を代表する自然・景勝地を観光資源として活用するため、緊急的に外国人を含む受入環境整備を行う。

事業概要

- 皇居外苑の照明等緊急整備
国内外のあらゆる利用者への江戸城の遺構などの夜間景観の提供や安全に安心して施設を利用することができるよう夜間照明や園路等の整備・改修を行う。
- 国立公園における外国人受入環境緊急整備
訪日外国人への情報の周知・解説に係る情報提供の多言語化やトイレ整備等を行う。

事業スキーム



期待される効果

訪日外国人を含む観光客の利用環境を向上させるとともに、世界に通用する魅力ある観光地域づくりに貢献し、観光の促進と地域の活性化を図る。

事業目的・概要等

照明や園路等の整備



(現在の夜間光環境)



情報提供の多言語化



トイレの洋式化



イメージ

18

ビジット・ジャパン関連事業【観光庁】

【H27補正予算：4,184百万円の内数】

【H28予算案：9,482百万円※の内数（H27予算：8,028百万円の内数）】（※特別会計1,000百万円を含む）

28年度当初予算

戦略的訪日プロモーションの実施

- 歴史や伝統文化をテーマとした欧米等に対するプロモーションを強化
- LCCやクルーズ等の誘致による地方誘客の促進と地方における消費拡大
- 戦略的訪日プロモーション実施のためのJNTO(日本政府観光局)の体制拡充
- 国と地方の連携による訪日プロモーションを促進

欧米等に対するプロモーションの強化

- ・ 歴史、伝統文化をテーマとしたプロモーションの実施
- ・ 長期滞在査証制度（平成27年6月施行）のPRの実施

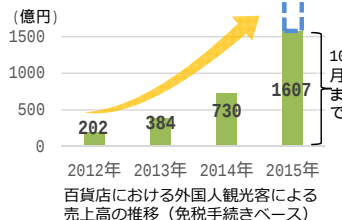


旅行博覧会への出展

現地旅行会社向け
セミナーの実施現地旅行会社等向け
招請事業の実施

地方における消費拡大

- ・ 免税を活用したショッピングの魅力発信
- ・ 国内のインバウンドビジネス関係者向けセミナーの実施



地方誘客の促進

- ・ LCCやクルーズ等の地方への誘致
- ・ 訪日教育旅行の地方への拡大
- ・ 東京オリンピック・パラリンピックを契機としたプロモーション
- ・ 東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業



共同広告の実施



招請事業の実施

オンラインメディアセンター等
による海外向け情報発信

交通広告等の実施

JNTO（日本政府観光局）の事務所拡充

- ・ JNTOの海外事務所を現在の14事務所から21事務所へ拡大等
新規開設予定：マレーシア、イタリア、フィリピン、スペイン、ベトナム、インド、ロシア

国と地方の連携

- ・ 複数の地域と国との連携による誘客促進
- ・ サミット等国内での情報発信機会を活用

27年度補正予算

○ 地方誘客のための緊急訪日プロモーション

- ・ 欧米豪をはじめとした外国人旅行者の地方への誘客
- ・ 地方空港へのLCC等新規就航等と連動したプロモーション
- ・ 桜のシーズンに向けた訪日リピーターの地方への誘客
- ・ TPP参加国等に向けた各地の「食」をテーマとしたプロモーション

【欧米豪へのプロモーションの具体例】

旅行博覧会出展
（フランス）

メディア招請（豪州）



Facebookを活用した情報発信（米国）

【桜をテーマとしたプロモーションの具体例】

ウェブサイトで各地の
桜開花情報の発信地下鉄ラッピング広告
（台湾）

19

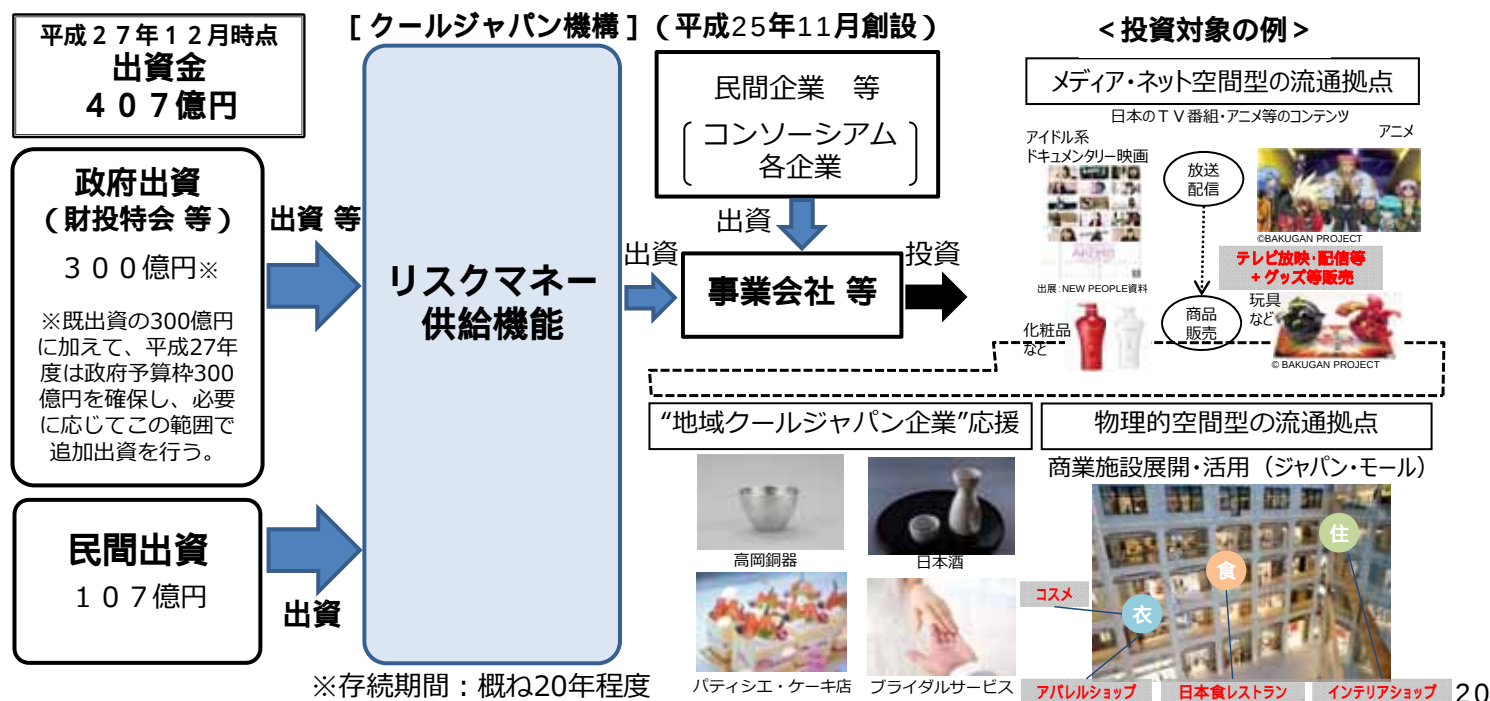
その他

クールジャパン機構の事業スキーム【経済産業省】

【H28予算案：17,000百万円（H27予算：10,000百万円）】
（※H28・H27予算ともに、財政投融資特別会計による）

その他

- 平成25年6月に株式会社海外需要開拓支援機構法が成立し、平成25年11月に海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）が設立された。
- 機構は、リスクマネーを供給することで、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拠点や流通網の整備などを率先して展開し、現在13件の投資案件を行っている。



【参考】クールジャパン機構の投資決定案件

※平成27年11月末時点

※支援決定額については、上限額となっており、為替の影響等により金額に変動がある。

類型	内容	対象国	事業主体 (機構の出資規模)	概要
コンテンツ	海外向け ジャパン コンテンツ 関連ネット販売	全世界 (米国・ インドネシア等)	Tokyo Otaku Mode 等 (15億円)	海外に向けて日本のマンガ・ アニメ等のポップカルチャーの 魅力を発信するメディア・E C事業 
	正規版アニメ 関連ネット販売	全世界	バンダイナムコHD等 (総事業費 50億円) (10億円)	正規版日本アニメのサイマル配信を 多言語で行う動画配信・E C事業 
	ジャパン コンテンツの ローカライズ	全世界	イマジカ・ ロボットHD等 (総事業費 190億円) (75億円)	80言語以上に対応した日本の コンテンツの世界発信のためのロー カライズの基幹 インフラを獲得 
	海外でのクリ エーター育成	アジア・ 欧州・ 豪州	KADOKAWA Contents Academy 等 (総事業費 10億円) (4.5億円)	アジア等で日本コンテンツを活用 したビジネスを支えるクリエイター 人材を育成する スクール事業 
	エンタテイン メント	アジア (台湾・ タイ等)	吉本興業等 (総事業費 21億円) (10億円)	アジア各国向けTV番組で日本を発信し、 イベントや地域物販等を展開 
	ジャパン チャンネル	全世界	スカパーJSAT (総事業費 110億円) (44億円)	世界22カ国に日本コンテンツの 有料放送チャンネルを展開し、 地域物販やインバウンドを促進 

地域・中小企業や
クリエイター等の海
外展開のプラット
フォーム

日本アニメ産業の
海外展開でアニメ
ーターの出口を拡大

日本コンテン
ツの対外発
信を加速

地域企業等
の商品・
サービスの
海外展開

21

【参考】クールジャパン機構の投資決定案件

※平成27年11月末時点

※支援決定額については、上限額となっており、為替の影響等により金額に変動がある。

類型	内容	対象国	事業主体 (機構の出資規模)	概要
ライフ スタイル	ジャパン モール	マレーシア (クアラルンプール)	三越伊勢丹HD等 (総事業費 20億円) (10.7億円)	A S E A N初の全館クールジャパンの 「ショーケース」を構築し、日本の最先端 のライフスタイルを発信 
	ジャパン モール	中国 (寧波市)	H2Oリテイリング等 (総事業費 510億円) (110億円)	中国のアップ・ミドル層に向 け、地方有力都市で、過去 最大級の規模の先駆的の百 貨店モデルを構築 
	地域産品 セレクト ショップ	欧州 (パリ)	SAS ENIS (総事業費 1.5億円) (1億円)	欧州で日本の地域産品の 卸売・展示・販売を実施。 地域産品のプラットフォーム 
食	日本食材 コールド チェーン	ベトナム (ホーチミン)	日本ロジテム等 (総事業費 15億円) (9.26億円)	東南アジアで日本食材流通の基盤 となるコールドチェーンを構築 (高性 能冷凍冷蔵倉庫を整備) 
	日本食 フードタウン	シンガ ポール	外食ベンチャー等 (総事業費 10億円) (7億円)	地域外食ベンチャー等を 集約し「集客力」「クオリティ」 等で差別化 
	外食産業・ 日本食材の 海外展開基盤	欧米豪	力の源HD等 (総事業費 7億円) (融資枠13億円)	出店ハードルの高い欧米豪の主要都市で、 ラーメンダイニング形式の店舗展開を通じ、 現地製造具材や日本酒・焼酎等の食の流 通網を構築 
	米国における 日本茶カフェ	米国	長崎県企業 等 (総事業費 5.2億円) (2.6億円)	米国にて日本茶カフェの展開を 通じて長崎県産品等の販売 

日本食普
及と日本
食材の流
通支援

22