

# クールジャパン政策について

平成28年10月5日

経済産業省

# クールジャパン政策

- 内需が減少する中、コンテンツ、ファッションをはじめ、日本の文化やライフスタイルに対する海外からの関心を活かし、こうした「日本らしさ」をブランディングし、付加価値に変え、事業展開することにより、旺盛な海外需要を獲得し、日本の経済成長につなげる。
- コンテンツや地域産品の海外展開に対して、商材のブランド化が困難、海外拠点・海外連携先がない、資金調達が困難等、継続的なビジネス展開に課題があり、海外展開へのハードルが存在。以下の取組を通じて、クールジャパン商材・サービスによる海外需要を開拓する。

## <戦略的な海外展開支援>

### 1. 日本ブーム創出

- コンテンツ海外展開支援
- ジャパンチャンネル
- コンテンツファンの組織化  
(コ・フェスタアンバサダー)

### 2. 現地で稼ぐ

- 地域資源の発掘・磨き上げ
- クールジャパン商材としてのブランディング
- 海外現地販売拠点への支援

### 3. 日本で消費

- クールジャパン資源による  
観光振興

クールジャパン機構によるリスクマネーの供給などの政策支援ツール

# 1. コンテンツ産業の振興

- ① 観光地の魅力や製品の魅力とコンテンツを同時に発信し、コンテンツの魅力から他の産業への波及効果を狙う。
- ② 字幕・吹き替え等の現地化（ローカライズ）や国際見本市への出展・広告出稿等のプロモーションの支援、海外放送事業への出資等を活用し、日本製品や地域情報を取り込んだ映像コンテンツを発信。
- ③ 外国人留学生をアンバサダーとして任命するなど、流行のコンテンツ情報をタイムリーに海外発信。

## J-LOPによるローカライズ支援



『ドラえもん』  
発信国・地域：英語圏（全世界） 株式会社藤子・F・不二雄プロ

© Fujiko-Pro

## CJ機構による海外放送事業への出資



### 「匠 The Wonder Japan」

日本各地域の魅力を紹介する番組を放送。番組と連動したイベントの開催や訪日ツアーを企画し、視聴者の地域への誘客を促進。

総務省事業により制作した番組を放映。

## コ・フェスタ アンバサダー

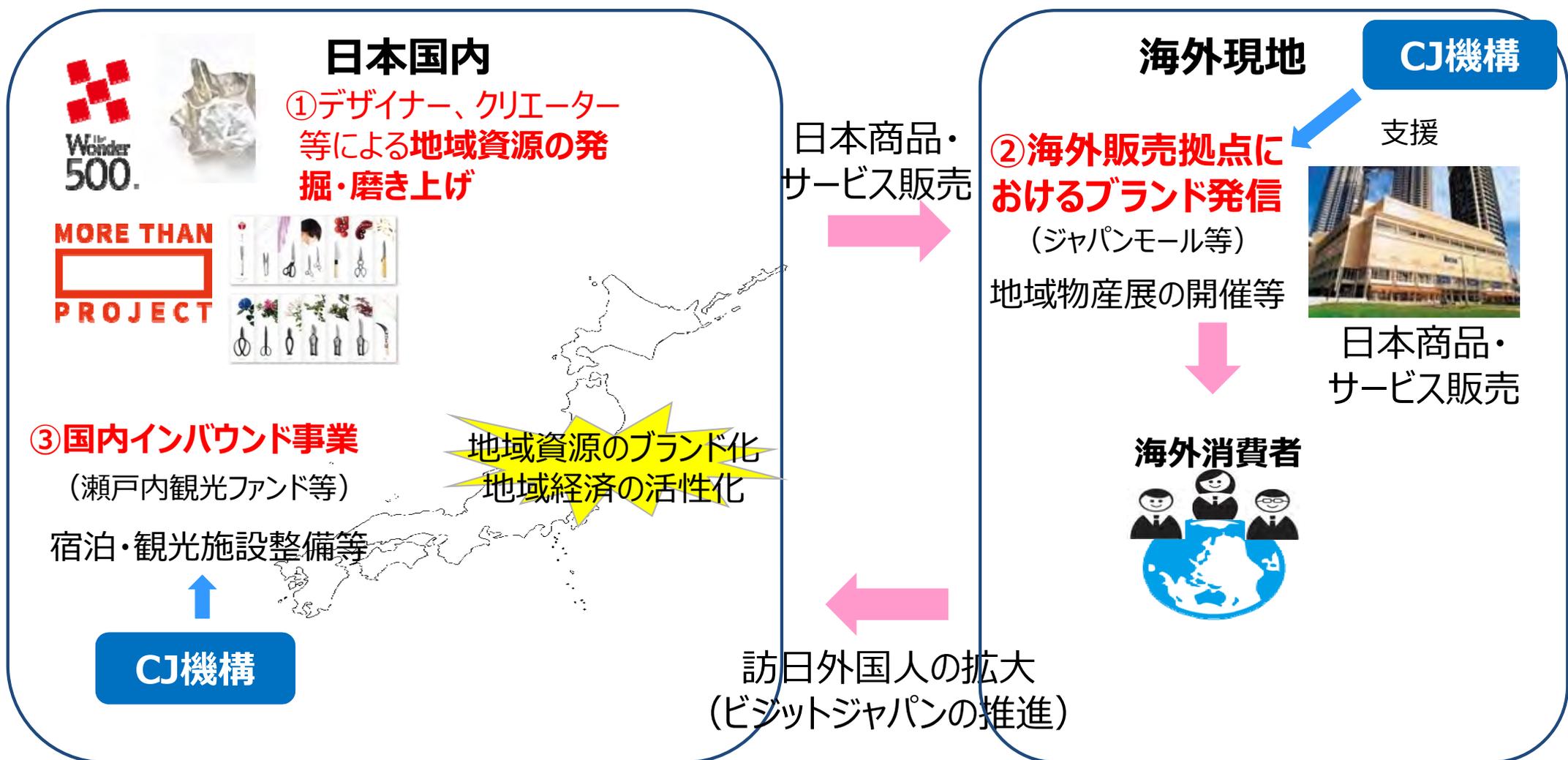


留学生・現地学生を中心に「コ・フェスタアンバサダー」約200名を任命。海外マーケティング調査や、PRイベントでの協力等を実施。

※コ・フェスタ：日本コンテンツ産業等の各種イベントの海外発信力強化支援プロジェクト

## 2. 「日本らしさ」のブランド化による海外展開

- ① デザイナー、クリエイター等により地域資源の発掘・磨き上げを実施し、クールジャパン商材としてのブランド化・高付加価値化を推進
- ② クールジャパン商材としてのブランディングを踏まえ、戦略的に海外現地でのブランド発信
- ③ 海外ニーズを踏まえた現地販売戦略と国内のインバウンド戦略の推進

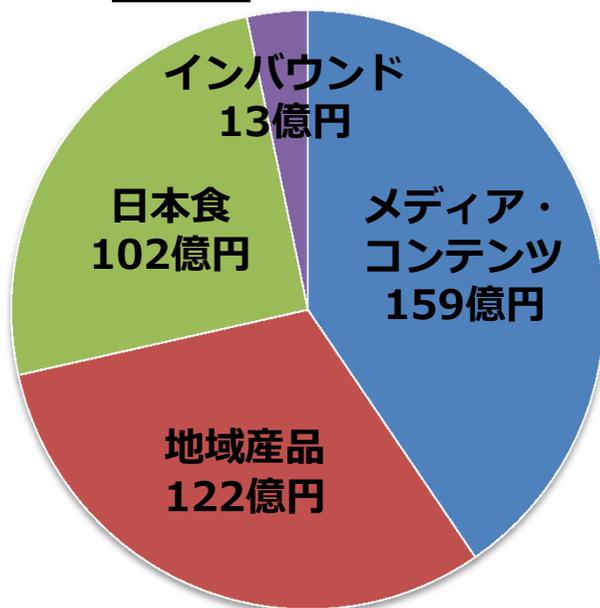


## (参考) 主要なクールジャパン関係予算

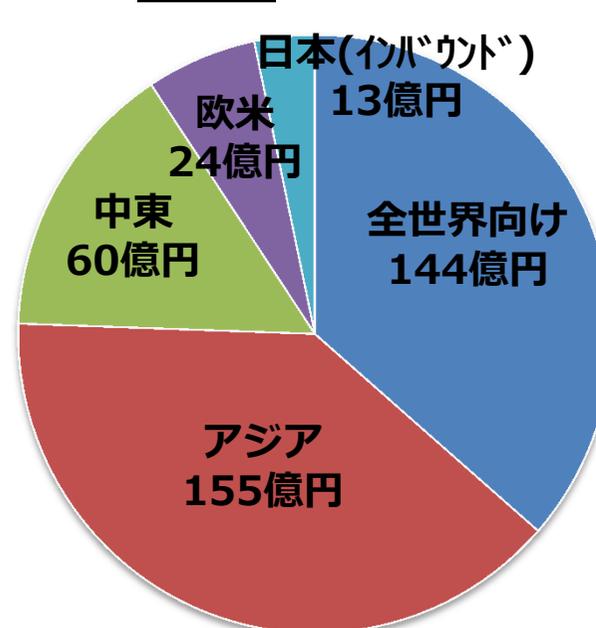
- コンテンツグローバル需要創出基盤整備事業 (J-LOP) (字幕・吹き替え等の現地化、国際見本市への出展・広告出稿等のプロモーション費用の補助)  
平成28年度補正案60億円 (平成27年度補正67億円)
- 伝統工芸品産業振興補助金 (産地と国内外のバイヤーや消費者とのネットワーク構築、海外への情報発信等の補助)  
平成29年度概算要求7億円 (平成28年度当初7億円)
- 株式会社海外需要開拓支援機構 (クールジャパン機構) による出資  
平成29年度概算要求350億円 (平成28年度補正30億円、平成28年度当初170億円)

クールジャパン機構によるこれまでの支援決定額 合計約396億円 (18件)

<分野別支援決定額>



<地域別支援決定額>



# (参考) 連携事例：人気地上波番組を活用したクールジャパン展開

- **総務省事業**の一環として、マレーシアの人気コメディドラマ「J.K.K」のシーズン2で、新たに日本人役を登場させ、ドラマの展開に沿って日本産品や日本各地を紹介。
- 番組の製作にあたっては、クールジャパン機構が支援している伊勢丹ジャパンモールでのロケや取扱商品の紹介を行うほか、地方自治体と連携した国内ロケを行うなど、関係省庁・自治体と連携した効果的なクールジャパン展開を実施。

## <番組概要>

番組名	J.K.K (Jenaka Kampung Kalut/ハチャメチャ村)
企画・製作	日本テレビ(日本)、住友商事(日本)、Primeworks(マレーシア)、TV3(マレーシア)
放送局	マレーシアTV3 (マレーシア最大手地上波)
放送時期	2016年11月～2017年2月 毎週日曜日 23:30-24:00 (全13話)
内容概略	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ある村での日常ドタバタ劇を演じるコメディドラマ。(シーズン1は16年2月から放送し、高視聴率を記録)</li> <li>・シーズン2の今回は、新たにメインキャストとして日本人女性「MIKAN」を登場させ、村で日本産品を売る「The Japan Store」を開店するストーリー。</li> </ul>



## <各省庁・自治体との連携>

- ◆ **総務省：放送コンテンツ海外展開総合支援事業**
  - ・ASEAN地域での有力な放送枠で、現地ニーズに応じた放送コンテンツを制作し、継続的に放送する取組を支援。
- ◆ **経済産業省：クールジャパン機構支援事業**
  - ・CJ機構が出資している現地伊勢丹の「The Japan Store」(10月下旬開業予定)をロケ地として放映。
  - ・番組内で商品を紹介。
- ◆ **農林水産省：重点輸出品目関連**
  - ・番組内でりんご、みかん等を紹介。産地で国内ロケ。
- ◆ **国土交通省：新幹線誘致関連**
  - ・国内ロケ回において、新幹線を利用し紹介。
- ◆ **地方自治体（長野県、愛媛県）**
  - ・国内ロケ(全3回)の舞台とし、観光地や産品を紹介。

村の店舗セット(左)と、伊勢丹「The Japan Store」での撮影風景(右)