

クールジャパン政策について

平成27年1月27日

経済産業省

今後のクールジャパン政策の取組について

- 従来は、クールジャパン関連企業の海外展開に向けた機運醸成に重点をおいた施策を展開。
- 今後は、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会も見据え、クールジャパン政策の両輪として以下の取組を重点化し、成長戦略と地域活性化を実現。

波及効果の高い業種横断的な事業への支援による海外需要開拓
地域資源の磨上げ・海外での情報発信による地域へのインバウンド促進

地域資源の活用・地域への呼び込み

ローカル版クールジャパンの推進
～地域資源活用による海外展開とインバウンド促進の同時達成～

- ◆地域資源の磨上げと海外発信
 - プロデューサーの派遣等を通じて地域に眠る魅力的な資源の発掘・磨上げを行い、海外への販路開拓や観光振興に資する効果的な情報発信を推進。
- ◆インバウンド促進に向けた地域づくり
 - ITを活用した多言語対応や決裁環境の整備など、訪日外国人のストレスフリーな受入体制の整備を通じた地域活性化。

2020年のオリンピック・パラリンピック東京大会も見据え、クールジャパン・ビジットジャパンの連携強化を図るべく、経済産業省において研究会を立ち上げ、関係省庁と協力しつつ検討を行う。

海外における展開

波及効果の高い業種横断的な連携プロジェクトによる海外市場開拓

- ◆コンテンツやファッション、伝統的工芸品、食、観光などのCJ資源を活用した波及効果の高い業種横断的な連携プロジェクトを組成・支援。

日系企業の海外展開プラットフォームとなりうる案件をCJ機構が支援

J-LOPを通じた放送コンテンツの海外展開

(具体的事例)

- 海外で日本的な番組を制作し、日本のファッション、食や観光情報などを放送するとともに、関連する物販や旅行客誘致のイベントを展開。
- 地域産品を含めた日本的な商品・サービス、日本の先進的なライフスタイル全般を発信する全館クールジャパン仕様の商業施設を展開。

クールジャパン商材の発信・海外展開

訪日外国人呼び込み

内閣官房が司令塔となり、関係省庁、関係支援機関が連携し、海外での効果的な市場開拓と地域への波及効果の拡大を実現

(参考)これまでの取組状況

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を付加価値に変える(「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

経済産業省の役割:クールジャパン政策を民間のビジネスにつなげ、世界へ広げる。

イメージ



“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!

クールジャパンの推進

< 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 >

日本ブーム創出

現地で稼ぐ

日本で消費

日本の魅力の
効果的発信

現地で稼ぐための
プラットフォーム構築

日本に呼び込み
大きく消費を促す

日本に対する興味・関心を高める
機会の創出

- (1) コンテンツの海外展開及び
ローカライズ支援
・J-LOP
- (2) 日本でのイベント開催及び
海外情報発信
・コ・フェスタ
・インフルエンサー招聘
- (3) 海賊版対策の強化

日本のコンテンツ専用チャンネルの確保
や商業施設等における関連商品の販売

- (1) 製品開発・チームづくり
・プロデューサー派遣
・企業マッチング
- (2) 現地企業とのマッチング
- (3) テストマーケティング
- (4) リスクマネーの供給
・クールジャパン機構の設立
- (5) 日本公庫による資金供給

ビジット・ジャパンをはじめと
する外国人観光客・ビジネス
客の集客

日本でのイベント開催及び
海外情報発信（再掲）

日本ブーム創り-(1)コンテンツの海外展開及びローカライズ支援

ローカライズ&プロモーション支援(J-LOP)

ジャパンチャンネルの拡大にあわせ、海外放送・配信可能なコンテンツを飛躍的に増加させるため、コンテンツの海外展開に必要な以下支援をあわせて実施中(155億円)

(交付決定:平成27年3月まで、支払い:平成27年12月まで)

ローカライズ支援 :コンテンツを現地の言語や文化に合わせるために要する費用を補助(95億円)

プロモーション支援 :番組宣伝等の現地イベントのプロモーション等に要する費用を補助(60億円)

ローカライズ

アニメ

電子コミック



『ちびまる子ちゃん』
発信国・地域:中国
日本アニメーション・インターナショナル株式会社

© SAKURA PRODUCTION / NIPPON ANIMATION



『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

放送チャンネル



『Channel JAPAN』
発信国・地域:アジア広域
日経・TBSスマートメディア



『WAKUWAKU JAPAN』
発信国・地域:インドネシア
スカパーJ SAT

プロモーション

ドラえもんを有効活用した
企業プロモーション実施例

SHARP×ドラえもん

ASEAN諸国向けに制作した、ドラえもんが家電製品の高性能・高品質をアピールするCMを各国主要メディア向けに放送。



海外見本市への出展例

JAPAN EXPO



フランス・パリで開催されるヨーロッパ最大の日本文化とエンターテインメントの祭典「JAPAN EXPO 2014」(7/2-6開催)における日本のコンテンツの共同出展、プロモーションを支援。

海外におけるイベントの参加例

カンヌ映画祭(5/15-26)



『そして父になる』(GAGA)
第66回カンヌ国際映画祭コンペティション部門において審査委員賞を受賞

世界最大の映画の祭典である、カンヌ映画祭のコンペティション部門等に選出された日本映画について、映画祭におけるプロモーション(映画出演者や監督等への現地記者会見やレセプション開催等)を支援。

各コンテンツ見本市への出展支援(BtoB, BtoC)

- ・MIPTV、MIPCOM(フランス)
- ・AFM/アメリカン・フィルム・マーケット(アメリカ)
- ・AFA/アニメ・フェスティバル・アジア(シンガポールほか)

日本ブーム創り-(2)日本でのイベント開催及び海外情報発信

CoFesta

➤ 日本が誇るゲーム、アニメ、マンガ、キャラクター、放送、音楽、映画といったコンテンツ産業およびファッション、デザイン等コンテンツと親和性の高い産業に関わる各種イベントが連携して開催する世界最大規模の統合的コンテンツフェスティバル。

➤ コンテンツ業界が連携し、発信力を高めながら広く海外にアピールすることで、日本のコンテンツの海外展開を促進。

コ・フェスタの実績

CoFesta	[全イベント]	[TIFFCOM]
CoFesta2007	オフィシャルイベント(18)、 パートナーイベント(6) 動員数: 約80万人	成約金額: 約15百万ドル
CoFesta2008	オフィシャルイベント(15)、 パートナーイベント(10)、 オリジナルイベント(11) 動員数: 約82万人	成約金額: 約19百万ドル
CoFesta2009	オフィシャルイベント(18)、 パートナーイベント(16)、 オリジナルイベント(6) 動員数: 約100万人	成約金額: 約45百万ドル
CoFesta2010	オフィシャルイベント(17)、 パートナーイベント(9)、 オリジナルイベント(2) 動員数: 約130万人	成約金額: 約38百万ドル
CoFesta2011	オフィシャルイベント(18)、 パートナーイベント(14)、 オリジナルイベント(2) 動員数: 約230万人	成約金額: 約45百万ドル
CoFesta2012	オフィシャルイベント(18)、 パートナーイベント(12) 動員数: 約180万人	成約金額: 約52百万ドル
CoFesta2013	オフィシャルイベント(17)、 パートナーイベント(11) 動員数: 約200万人	成約金額: 約65百万ドル

コ・フェスタ2014オフィシャルイベント

OFFICIAL SITE:
<http://www.cofesta.jp>

日本ブーム創り-(2)日本でのイベント開催及び海外情報発信

海外インフルエンサーを通じた情報発信

海外のインフルエンサー()を招聘し、日本ならではの魅力的な商品・サービスを扱うイベントや商業施設を視察・評価したうえで、現地での情報発信を行ってもらう。

「インフルエンサー」とは、消費者等に対し、購買意欲をかき立てる又は好印象を与える等の影響力を与えられる人材のこと。例:メディア、バイヤー、ブロガー等



2013年度はアジアのトップブロガーを招聘。イベントや商業施設での体験をSNSで発信し中には一つの投稿に対して、世界各国のファンから1万を超える「Like(いいね!)」がつくことも。



インフルエンサーを日本ならではの魅力的な商品・サービスを扱うイベントや商業施設へ案内し、海外へ情報発信



(1)クリエイティブ東京関連イベント

クリエイティブ産業にかかるイベントを春と秋に集中的に開催することによって、効果的に海外に情報発信を行い、街ぐるみで東京のブランドを高めていく構想。



2014/10/13 ~ 10/19
@渋谷



2014/10/25 ~ 11/3
@外苑前

Mercedes-Benz Fashion Week Tokyo TOKYO DESIGNERS WEEK 等

(2)コ・フェスタ関連イベント

アニメ、音楽、ゲーム等のコンテンツ・イベント等が一体となって国内外に発信する世界最大の国際コンテンツ・イベント。日本の各地で開催されるイベントが連携し、我が国コンテンツを世界へ発信。



2014/10/21 ~ 23
@お台場

Japan Content Showcase 等

WEB情報発信

「100Tokyo」という英語のWEBサイトを立ち上げ、東京・日本のクリエイティブなモノ・ヒト・コトを海外に発信。

現地で稼ぐ-(1) 製品開発・チームづくり

平成26年度JAPANブランドプロデュース支援事業

日本の各地には世界に通用する可能性がある商材を有する中小企業があるものの、中小企業が単独で海外販路を開拓するには様々なハードルがある。

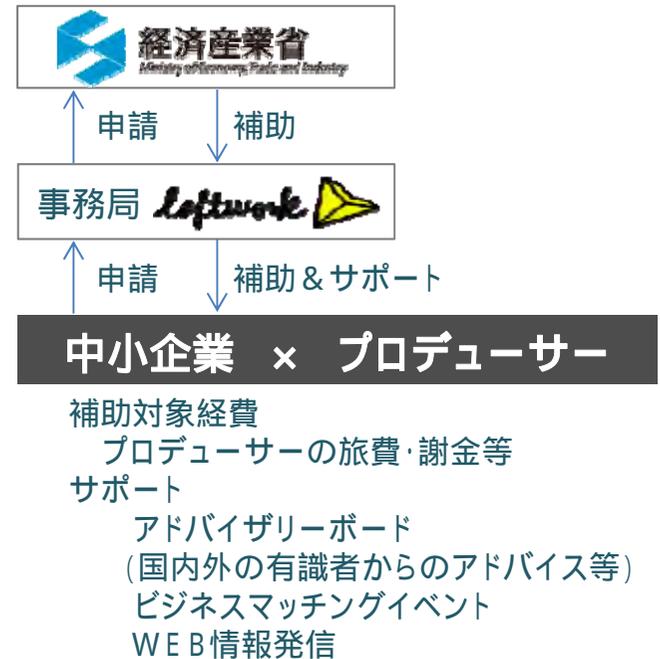
そこで、海外のニーズやライフスタイル等を熟知する「プロデューサー」と中小企業がチームを組んで海外需要獲得を目指すプロジェクトを支援することで、中小企業の海外販路の拡大等を後押しする。

公募・採択されたプロジェクトについては、プロデュースにかかる経費の一部（プロデューサーの謝金・旅費等）を支援するとともに、販路開拓や情報発信などをサポートする。

【公募・採択の結果】

応募件数：78件（募集期間：4月25日～5月27日）

採択件数：16件（公表日：6月26日）



2014

2015



【参考1】平成26年度JAPANブランドプロデュース支援事業の採択一覧

有田製窯(陶磁器日用飲食器) × おもてなしキュージーヌ 市川由紀



「ARITA PORCELAIN LAB」を世界的なラグジュアリーブランドに！(佐賀)

200年以上続く有田焼窯元「弥左エ門窯」は、昨年のCJマッチング九州大会グランプリ。そのモダンブランド「ARITA PORCELAIN LAB」を、プロデューサーの人脈を活かして、フランス・パリでイメージを高めながら拡販していく。

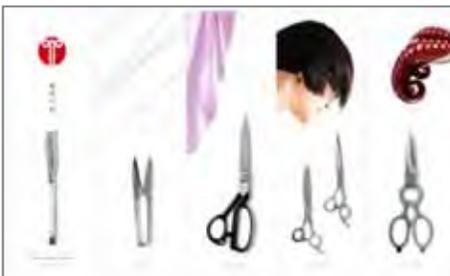
シックスパーセント(アパレル) × リッジクリエイティブ 小原啓渡



「Kawaii」をテーマとした服飾・雑貨を世界に広げるプロジェクト！(東京)

「原宿Kawaiiカルチャー」第一人者、アーティスト・増田セバスチャンが創る服飾・雑貨「6%dokidoki」。プロデューサーの海のアートディレクターとのネットワークを活かして改良しつつ、NY・アムステルダムのアートプロジェクトを通じて販路を開拓する。

タナカマイスター(刃物・金物の卸販売) × シーラカンス食堂 小林新也



播州刃物を世界中の使い手へ！(兵庫)

兵庫県南西部「播州」で約250年続く金物産業をプロデューサーが中心になってまとめてブランドを立ち上げ、職人が手作業で一点一点丁寧に仕上げた刃物をパリやNYなどで販売するとともに、鍛冶屋の技の後継者の確保をねらう。

横山興業(自動車部品製造) × ティー・ワイ・エー Andres Lopez



国産最新バーツール「BIRDY.」をカクテルの本場ヨーロッパへ！(愛知)

金属加工・研磨の高い技術力を、下請けではなく自社ブランドとして生かすべく、試行錯誤を重ねながら立ち上げたバーツールブランド「BIRDY.」。海外PRの実績が豊富なプロデューサーとタッグを組んで、イギリス・ドイツから販路を広げていく。

石川金網(金網の製造・販売) × oiseau 松田龍太郎

KANAORI ~ 異素材を組み合わせた金網の新挑戦 ~ (東京)

かまわぬ(和雑貨メーカー) × MIRU DESIGN 青木昭夫

SCARF BY KAMAWANU(東京)

上出瓷藝(九谷焼の製造・販売) × 丸若屋 丸若裕俊

上出長右衛門窯と日本文化、パリへ(石川)

キハラ(有田焼の卸・販売) × KCmitF 大谷啓介

伝統的ものづくり×海外デザイナーとの連携による新商品開発(佐賀)

山陽(繊維生地・製品加工) × 社会貢献ディレクター 小林隆臣

糸から開発、海外異業種展プロジェクト(岐阜)

スノーピーク(アウトドア用品の製造・販売) × umari 古田秘馬

Field Suite プロジェクト(新潟)

ソルト・コンソーシアム(店舗プロデュース・運営) × DRESSED MIND 畠中さとみ

ロンドン高級ホテル×「和食レストラン」ブランディング(東京)

WPPC(小売・卸) × モア・トゥリーズ・デザイン 水谷伸吉

Green s Green powered by moretrees プロジェクト(新潟)

東京松屋(江戸からかみ版元和紙問屋) × 柳智子

江戸からかみプロジェクト(東京)

大利木材(建築用建材製造販売) × LLC.startin blue 宮木健二

徳島ジャパンプルー推進プロジェクト(徳島)

丸枘染色(染色・整理工場) × マークス 高城雄也

marumasa × mark s 柴又発 JAPANプロジェクト(東京)

三嶋フーズ(食品加工) × EAT TOKYO 引地海

日本発高付加価値加工品および日本文化の発信(大阪)

【参考2】平成25年度プロデューサー派遣事業の採択事例

「クールジャパン 日本人の智慧」プロジェクト

分野

地域産品

対象

フランス

【プロジェクトの概要】

- ◆ 京都の地域産品(京呉服、京和傘、京組紐)にプロデューサー、フランス人専門家の知見を付加して、フランス人富裕層向けに「日本の伝統技術 + 欧州のデザイン」をコンセプトにしたファッションアクセサリー等を新規開発。
- ◆ 販促ツールとして、商材の基底を成す日本文化を紹介する映像「日本人の智慧」を日本人専門家の知見をもとに制作。
- ◆ 平成26年2月にパリ・プランタン百貨店でのレセプションを実施、フランス人専門家所有の店舗での展示販売と販促映像の上映を実施。

代表企業



近江屋 株式会社(京呉服)

プロデューサー



西堀 耕太郎 氏
合同会社T.C.I研究所 代表



その他の参加企業

株式会社 日吉屋(京和傘)
渡敬 株式会社(京組紐)

主な招聘専門家

Marion Vidal 氏
デザインに関するアドバイス、所有ショップでの展示販売等
村上 隆 氏
映像「日本人の智慧」の指導・監修等

【主な成果と今後の予定】

- ◆ 海外
 - ✓パリコレクション出展。
 - ✓プランタン百貨店での継続販売交渉中。
 - ✓Marion氏のショップでの継続販売。
 - ✓映像「日本人の智慧」好評、問い合わせ多数。
- ◆ 国内
 - ✓新宿三越伊勢丹での常設販売決定。

プランタン百貨店でのレセプション



Marion氏のショップでの継続販売



- ◆ 今後、プランタン百貨店でのレセプションでつながった現地メディア等を通じた販売促進を実施。
- ◆ 現地および京都でのクールジャパンおよび参加企業の商品の展示・販売拠点の設置に向けて準備中

現地で稼ぐ-(1)製品開発・チームづくり

クールジャパン ビジネスマッチンググランプリ2015

～企業 × 企業・有識者等のマッチング～

「海外展開を加速させたい」「国内販路をさらに拡大させたい」企業の経営者と企業や各種組織・団体、有識者とのビジネスマッチングを実現するための**プレゼンテーション大会**

<プレゼンター(企業)>



<オーディエンス(聴講者)>

企業経営者		
上場企業 役員・部長OB	金融機関 ファンド	経済産業省 中小企業庁

それぞれの得意分野を提供し、
プレゼンター企業の海外展開や
国内販路拡大をバックアップ!

日時：平成27年1月20日(火)
主催：レイスマネジメントソリューションズ株式会社
協力：経済産業省
内容：企業の海外展開戦略等に関するプレゼンテーション
参加企業による異業種交流会(名刺交換、商談など)
詳細は随時公式WEBサイト(<http://cooljapan-c.jp.com/>)で発表
します!!

JAPANブランドプロデュース支援事業 MORE THANプロジェクト

～プロジェクトの成果と今後の展開を発信～

日本ならではの商材で海外市場獲得を目指す中小企業と、海外のニーズ等を熟知する「プロデューサー」による16のプロジェクトの成果発表と、次年度以降の展開に関するセッション等を予定

<成果発表とセッション(イメージ)>



日時：平成27年3月3日(火)
主催：経済産業省、株式会社ロフトワーク
内容：JAPANブランドプロデュース支援事業「MORE THANプロジェクト」で採択された16プロジェクトの成果発表
次年度以降の展開に関するセッション(予定)
詳細は今後公式WEBで発表します <http://morethanprj.com/>

今後も様々なマッチングを行ってまいりますので、フェイスブックの[Information]にご注目ください。 <https://www.facebook.com/meti.cooljapan>

【参考】平成25年度マッチングイベント

クールジャパン・マッチンググランプリ(平成25年度事業)

クールジャパンとして海外で「大きく稼ぐ」ための異業種によるコンソーシアムの形成を目的としたビジネスマッチングイベントを開催。異業種による連携を図りたい企業・団体が一堂に会し各社のプレゼンテーションや会場内に設置した展示・商談ブースを活用し交流等を行うことで、新たな企業コンソーシアム形成を促進した。

ニコニコ生放送との連携によりネットを介して生中継を行い、延べ20万を超えるアクセス数となった。またこのような全国大会の他、北海道・中部・九州にて地方版マッチンググランプリも実施した。

マッチング事例

ケース1 太陽インダストリーアフリカ × パイロットコーポレーション

アフリカ最大の人口を誇るナイジェリアで、輸入禁止となっているボールペンの事業展開を目指す。打開策として、パイロットの消せるボールペンをナイジェリアのアニメ学校の指定画材として、制限販売を目論む。このナイジェリアにおける、輸入許可の政府との交渉を太陽インダストリーアフリカが手掛ける。

ケース2 八木長本店 × カネシゲ刃物

デザイン性の優れたプロダクトを生み出すカネシゲ刃物が本格高級鯉節の作り手八木長本店とコラボレーションして、欧米のシェフ向けにデザイン性の高い、鯉節削り機を開発。八木長本店の本格鯉節とセットにして、鯉節の輸出販売が可能なアメリカでテスト販売を開始させる。

ケース3 BANLEE(刀エクササイズ) × Moff

世界各地の展示会・見本市で大注目のウェアブルスマート
トイを手掛けるMoffと、刀エクササイズや舞台、ファッション
ブランドを手掛けるBANLEEが、温故知新のコラボレーション。
バンリー社の刀エクササイズプログラムとMoff社のウェアブル
デバイスを組み合わせ、角度や速度に応じて刀を振る要領で
腕を振るとあたかも刀が風を切る、もしくは何かを斬るような音の
出るアプリを開発。この出会いは、デジタルエンタテインメント
事業と健康サービス事業を手掛けるKONAMIがハブとなり、
両社を引き合わせることで実現された。



現地で稼ぐ-(2) 現地企業とのマッチング

～ 新興国市場開拓等事業費補助金(ミッション・見本市等出展支援事業)～

事業目的・実施内容

- 成長著しい新興国において、日本の生活文化の特色を生かした魅力ある商品・サービスを扱う事業者を見本市等へ出展させると共に、セミナーや商談会等を開催することによって、当該市場への進出企業数の増加、市場シェアの拡大を図る。
- 本事業では、実施地域を3つに分けて民間団体等(補助事業者)を選定する。
民間団体等(補助事業者)の募集期間 :平成26年4月28日～平成26年5月22日(3事業者決定)
事業実施期間 :交付決定日～平成27年3月31日
事業内容 : (1)見本市等におけるブース出展又はイベントの企画・運営
(2)見本市等又はイベントの出展者選定及び出展支援
(出展企業に対し、見本市等においてブース出展等の場を提供)
(3)セミナー、商談会等の企画・運営
(4)国内外でのPR活動支援
(5)事業報告会の開催

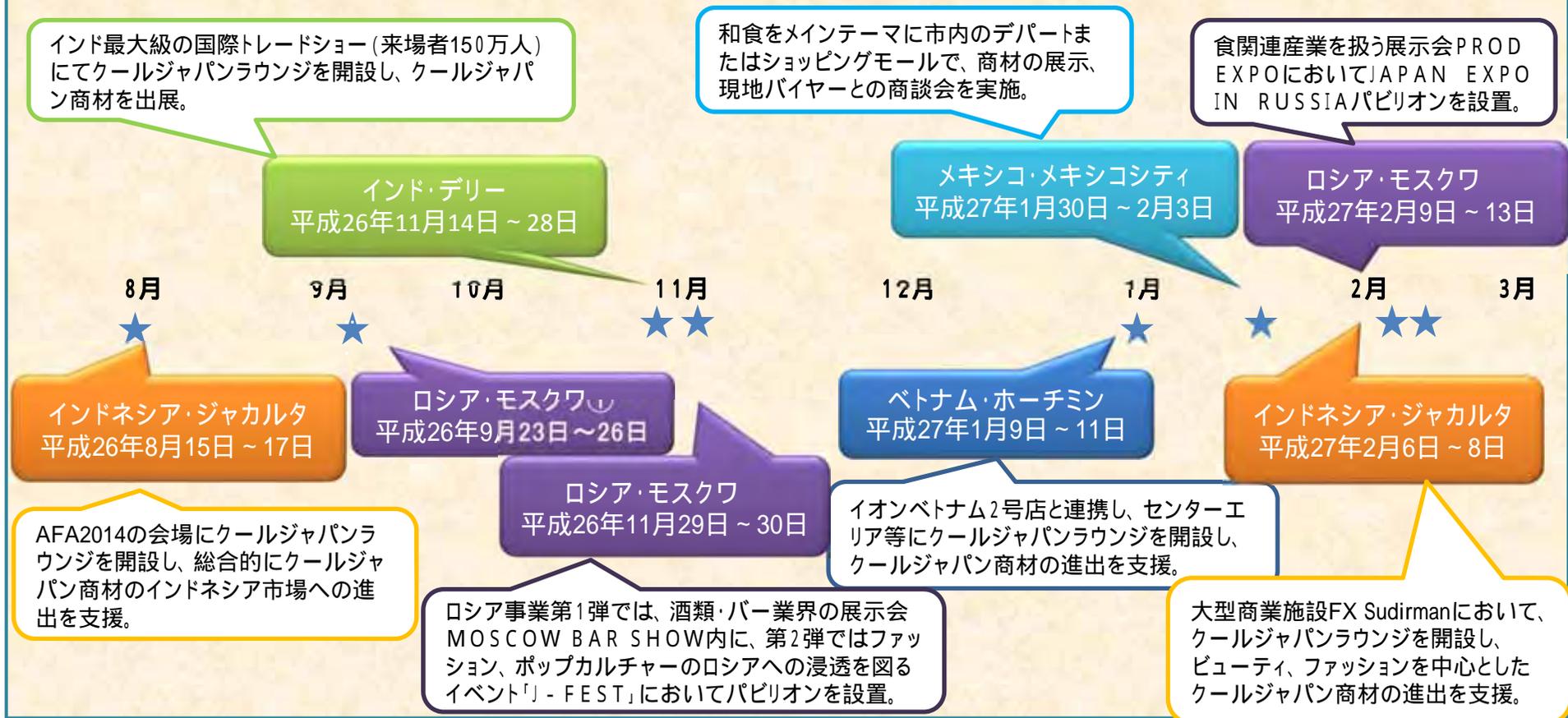


出展企業については補助事業者より各国ごとに公募します。

【参考1】平成26年度事業(クールジャパンワールドトライアル2014)

日本の生活文化の特色を生かした魅力ある商品・サービスを扱う事業者を新興国の見本市等に出展するとともに、国内外のメディアを通じて効果的なPRをします。併せて、現地での販路拡大、海外展開を推進するためのセミナーや、現地流通企業などとの商談会を開催します。

年間スケジュール予定



下記HPで各国の事業概要や参加事業者の募集告知等を随時更新しております。

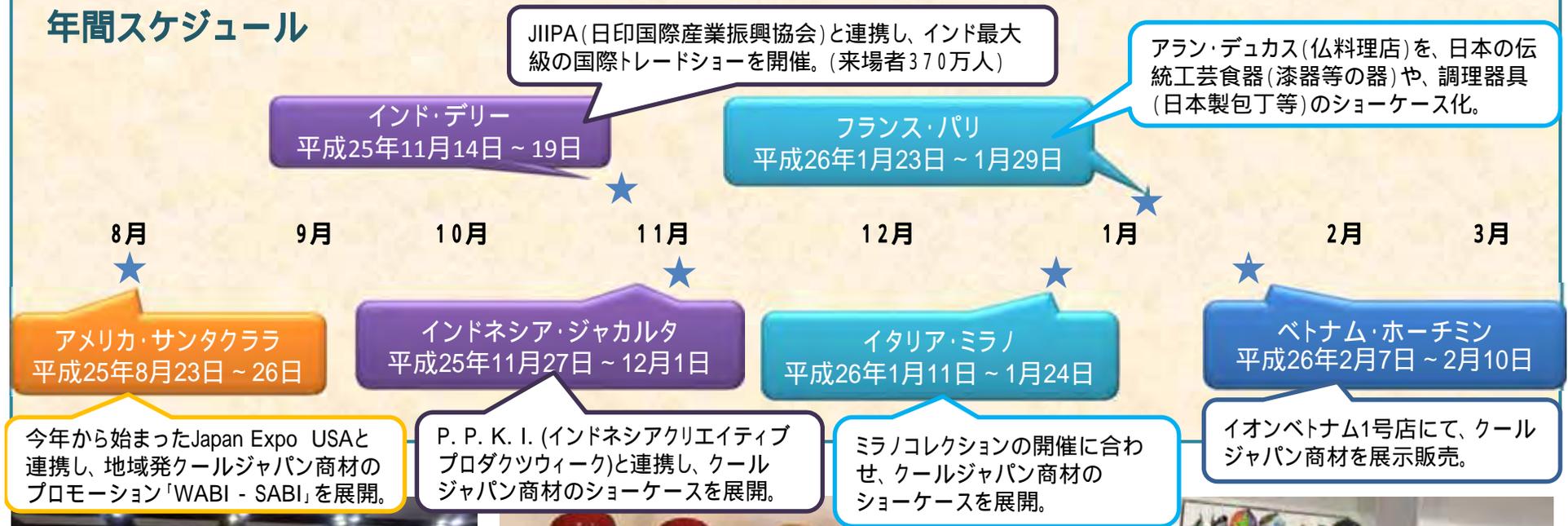
クールジャパンワールドトライアル2014HP <http://cjwt2014.com/>

【参考2】平成25年度事業実績(クールジャパンワールドトライアル事業)

クールジャパンワールドトライアル

日本企業の製品やサービスについて、映像・プレゼンテーション等を通じて現地企業に紹介、意見交換を行うことで、現地の需要を把握。アメリカ、インド、インドネシア、イタリア、フランス及びベトナムで開催。合わせて、その様子をテレビ番組として放送することで国内外に情報発信する予定です。

年間スケジュール



アメリカ実施時の様子



フランス実施時の様子



イタリア実施時の様子

ミラノ市内において、ファッション・雑貨などを中心とした日本製品を展示・プレゼンテーションする事により、クールジャパン商材(地域産品、ものづくり、ファッション等)の海外展開を促進。

プロジェクト概要及び成果等

事業概要

- ◆ ミラノ市内に「JP HOME」(ショールーム)を設置すると共に、大型展示会「WHITE」内にてファッション、雑貨を中心とした展示、オープニング・レセプション及び商談会を実施。
- ◆ イタリアを中心に、各国から集まったファッション・メディア関係者に、広く日本の商材をアピール。会場では、松島経済産業副大臣がトップセールスを実施。

< 成果 >

- ・ **実施期間** 2014年1月11日(土)～1月24日(金)
- ・ **参加企業数** 49社
- ・ **来場者数** 「WHITE」展示ゾーン 500名以上(初日のみ)、
ショールーム「JP HOME」 約1,000名以上
- ・ **商談成立数** 総マッチング数80件、うち 2件成立、12件商談中
- ・ **メディア露出** 現地新聞に複数掲出された他、フランスメディアでも取り上げられた。

事業から得たノウハウ

- ・ ニーズは高いが、関税コスト等のため原価の2～3倍での売価設定が必要となるなどの障壁が存在。
- ・ 日本商材の販路開拓のためには、継続して日本のものづくり・商材の魅力を紹介していく場を設けることが重要。
- ・ 各国のファッション・メディア関係者が多く集まる、ミラノ・ファッション・ウィーク期間中のアピールは有効。

今後の計画

- ・ ショールーム「JP HOME」の運営を担当したJAPANPROXY社が自社事業として継続運営することが決定。
- ・ また、ショールームを拠点に、引き続き日本商材を取扱う取組みを検討。
- ・ 事業を通じた、ミラノ市政・メディア等とのつながりを基盤に、ミラノ万博に向けた取組みを仕掛けたい。

写真

WHITE 展示ブースにて



JP HOME



現地で稼ぐ-(3)テストマーケティング

～ 新興国におけるテストマーケティング等支援事業(26年度 予算 1億円) ～

募集期間 : 平成26年2月24日 ~ 4月21日(公募終了)

補助金上限: 2,500万円 事業実施期間: 6月頃 ~ 平成27年3月まで

募集事業の概要

アニメ、ファッション、食、地域産品など、我が国の生活文化の特色を活かした魅力ある商品・サービスを、下記に掲げる新興国市場に展開すべく、その担い手となる事業者等が、現地で販路開拓できる企業と組み、販路構築等に向けたテストマーケティング(試験販売等)に対して、対象経費の一部を補助する。
(補助率: 2/3又は1/2)

募集する事業のイメージ

1: 全体設計

- コンセプト設計、ブランディング戦略構築
- コンソーシアム形成
- プロジェクトの全体管理



2: 事業展開

- 商品選定、キュレーション
- 期間限定店舗(Pop-up shop) の設置
- 現地メディアを活用した広告・宣伝
- 現地バイヤーらとのマッチング



3: 成果分析



事業で得たノウハウを広く共有することにより、新興国へのクリエイティブ産業の海外展開を更に促進

補助対象経費

- ・謝金(専門家招聘)
- ・会議費
- ・会場借料
- ・会場設営及び撤去費
- ・機器等借料
- ・旅費、交通費
- ・輸送費
- ・広告費
- ・マッチング・エージェント費
- ・翻訳通訳費
- ・雑役務費 等

対象とする国・地域(以下、のいずれかに該当のこと)

- | | |
|------------|---|
| 新興国 | [投資や貿易等による急速な経済成長を続けるアジア、東欧、中南米、中東、アフリカなどの国・地域。 |
| その他
対象国 | |
| | [事業を通じて、上記への商材等の訴求(ブランディング・PR)や商流等を促進する上で、十分な波及効果があると認められる国。 |

～ 平成25年度の採択事業例～

Asia Kawaii Way
(インドネシア、シンガポール)

日本の料理と食の技・文化
【和包丁等のPR】(ロシア)



【参考1】平成26年度の採択案件 ～海外での販路開拓支援～

新興国におけるテストマーケティング(試験販売)等支援事業

アニメ、ファッション、食、地域産品など、我が国の生活文化の特色を活かした魅力ある商品・サービスを新興国市場に展開すべく、その担い手である地域の中小企業等が、現地で販路開拓できる企業と組み、販路構築等に向けたテストマーケティング(試験販売)等に対する支援事業。

カンボジアにおける
ジャパン・ブランド・ショーケース
【(株)ホワイト・ノーツ】

タイ地上波ゴールデンタイムドラマを利用した
タイ向け九州物産輸出促進事業
【(株)Journal Entertainment Tribute】

商談会
説明会
情報交換

@小売店
レストラン

「食」の観光
商品で
地域活性化

新メニュー
開発による
定番化

海外販路開拓
による取引
先増加

新たなプロ
モーション
手法とノウハウ
の獲得

テストマ
ーケティング
アンケート

タイ地上波テレビ連続ドラマ「Kol Kimono」連動型

ベトナムにおける日本美容ブーム創出事業
【ジャパンビューティアソシエーション(株)】

美容サロン

ショールーム

【主な分野】

- 美容・ファッション
- コンテンツ
- 食

『Growing with Asia』
【(株)リ-グ メディアプロモ-ション】
(インドネシア、タイ、ベトナム)

× 日系企業 × 現地日系小売店

【参考1】機構の投資対象となるプロジェクト例

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し、現在、6件の投資案件を行っている。
魅力ある財・サービスの海外展開の出口を拡充し、地域の中堅・中小企業、創造的なクリエイターや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

商業施設展開・活用("ジャパン・モール")



店舗集積("ジャパン・ストリート")



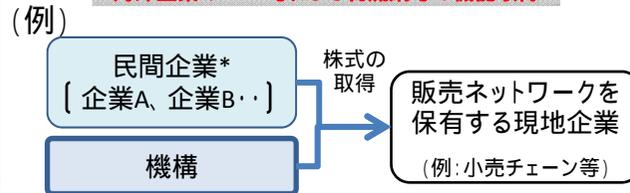
メディア・ネット空間型の流通拠点

日本のTV番組・アニメ等のコンテンツ



M&A等の事業投資

海外企業のM&A等による物流網等の機能取得



*例えば、アパレル、生活雑貨、食品、トイレタリー等が考えられる

→ 現地の販売ネットワークをM&Aにより取得し、クールジャパン商材を拡販する

“地域クールジャパン企業” 応援



高岡銅器



日本酒



パティシエ・ケーキ店



ブライダルサービス

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

クールジャパン機構の投資案件

12月8日時点

内容		対象国	実施企業・事業規模等	概要
衣 住	食 コ ジャパンモール	中国 (寧波市)	H2Oリテイリング 杉杉集団グループ等 510億円 (機構から最大110億円出資)	中国の地方新興都市において、過去最大級の規模で先駆的な百貨店モデルを構築。
衣 住	食 コ 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 Isetan of Japan 19.2億円 (機構から最大10.7億円出資)	90%以上を日系商材としたASEAN初の全館クールジャパンの「ショーケース」を構築。
コ	海外向け ジャパンコンテンツ 関連通信販売	全世界 (米国・インドネシア等)	Tokyo Otaku Mode - (機構から15億円出資)	マンガ・アニメのSNSの有名サイトと連携した、インターネットによるブランド発信・物販拠点を構築。
衣 住	食 コ 現地テレビにおける 日本型番組の放送、 連動物販イベント事業	アジア(台湾 インドネシア ベトナム・タイ)	吉本興業・電通・ドワンゴ等 21億円 (機構から10億円出資)	日本の制作ノウハウを活用した番組を地上波で放送し、その連動イベントや物販を展開。
コ	多言語によるアニメ動画の インターネット配信事業	全世界	バンダイナムコHD・アサツーディーケー 主要アニメ制作会社 40億円 (機構から10億円出資)	世界最大規模の日本アニメの動画配信と関連グッズを通信販売するサイトを本格展開。
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・川崎汽船 15億円 (機構から最大9.26億円出資)	東南アジアにおける日本食材展開の基盤となるコールドチェーン構築事業。
食	日本食フードタウン事業	シンガポール	(一社)日本外食ベンチャー海外展開 推進協会代表理事等 10億円 (機構から最大7.5億円出資)	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。日本の食材と食文化を世界に向け発信。
食	外食産業及び日本食材の 海外展開基盤整備事業	北米 欧州 豪州	力の源HD等 - (機構から7億円出資、 最大13億円融資)	欧米豪における高級ダイニング形式の一風堂の展開支援を通じた日本酒・焼酎等の普及促進及び現地製造した具材の外販による日系外食展開支援。

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。

日本政策金融公庫の海外展開資金(クールジャパン関連)について

クールジャパン特別利率融資のスキーム

対象者・要件

対象者:

海外展開事業を行うものであって、クールジャパンの推進に資するいずれかの事業を行う場合には特別利率を適用。

- 海外直接投資:特別利率 (基準利率 - 0.9%) ()
- 海外直接投資以外:特別利率 (基準利率 - 0.4%)

イ クールジャパン機構の出資等を受ける事業に直接的に参画する事業者

(例) ・機構が運営に関与するモール等への出店者
・上記出店者と直接的に取引をする者 等

ロ 国の補助金等のうち、クールジャパンの推進に資するものとして以下を受けた実績がある事業者

(平成24年度～平成26年度に下記事業の補助金を受けたもの)

- ・JAPANブランド育成支援事業
- ・クール・ジャパン戦略推進事業等
- ・クールジャパン芽の発掘・連携促進事業
- ・クールジャパン・コンテンツ海外展開等促進事業
- ・伝統的工芸品産業支援補助金 など

特別利率 の適用については、別途、国内従業員の雇用維持等、一定の要件に該当する必要あり。上記イ、ロのクールジャパンに該当しない場合においても、海外直接投資であって国内従業員の雇用の維持等、一定の要件を満たせば、特別利率 (基準利率 - 0.6%) が適用可能。

事業スキーム

(株)日本政策金融公庫

融資(特別利率)

中小企業・小規模事業者

日本政策金融公庫の審査を受けることが必要

融資概要

対象資金:設備資金及び運転資金

貸付限度額:

(中小企業事業)直接貸付:7億2,000万円

うち特別利率の適用は2億7,000万円が限度

(国民生活事業)直接貸付:7,200万円

貸付期間:設備資金:15年以内

運転資金:7年以内

【参考】クールジャパン特別利率融資 第一号案件

融資概要	
企業名	(株)でんでん (京都市)
業種	雑貨販売
海外展開事業の概要	西陣織に使われる伝統技法である「 引箔(ひきばく) 」を核とするブランド「箔面 HAKU-OMOTE-」をもとに、この技術を活用したスマートフォンケースをはじめとして、金銀箔の壁紙などのインテリアを販売する計画。
取引先 (予定)	・中国(香港)の商業施設Harbor Cityでの販売 ・欧米の一流レストランやホテルとの取引
融資額	1000万円 (輸出事業の拡大に必要な運転資金として)
その他	平成25年度クールジャパン芽の発掘・連携促進事業(プロデューサー人材派遣事業)での採択案件の1つ



() 西陣織の箔工芸の技術一つで、金箔の退色による陰影と銀の酸化により無数の色数を表現するもの。