

＜クールジャパン戦略推進会議 御説明資料＞

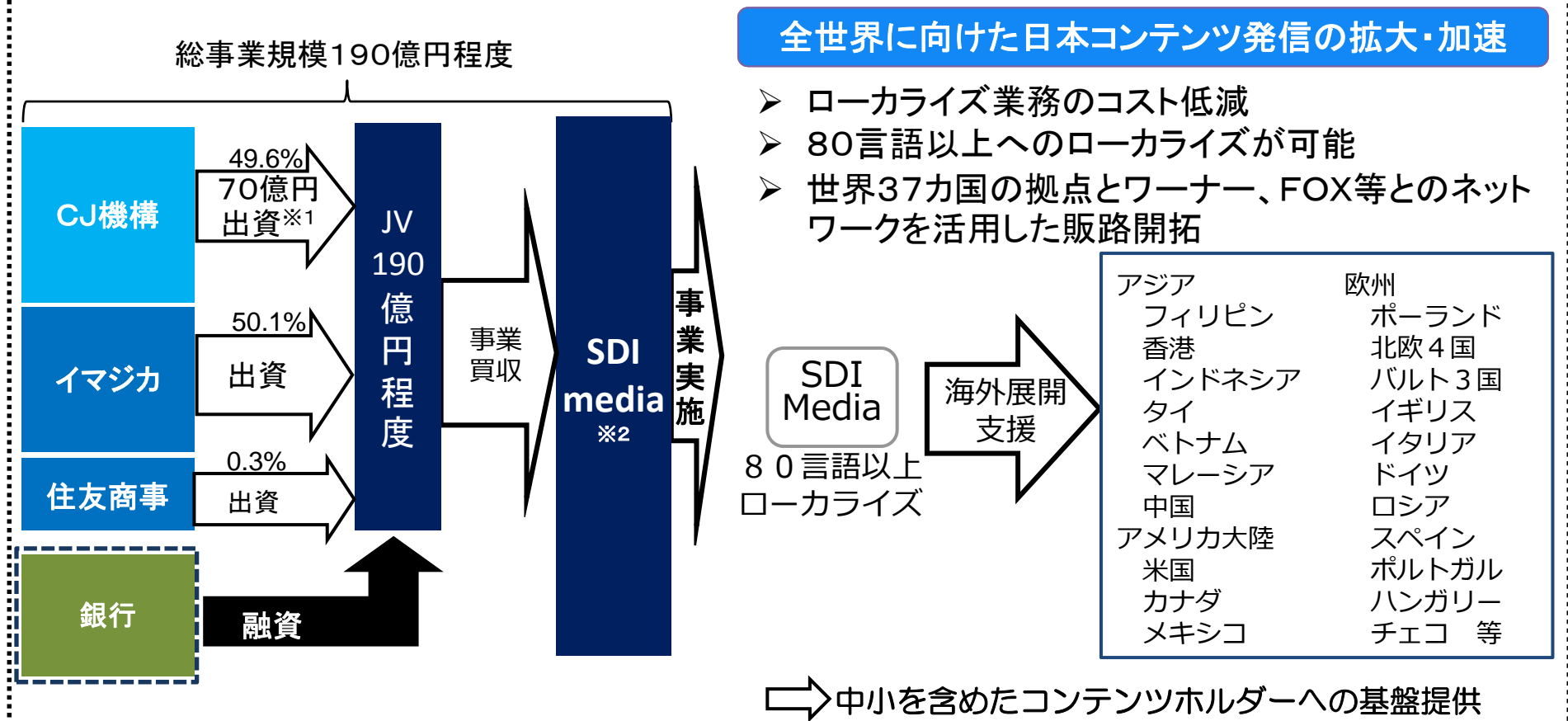
クールジャパン機構の 直近の投資案件について

平成27年2月25日
クールジャパン機構

概要・意義

- ローカライズ世界最大手のSDI Media社(米国)の全株式を取得し、同社の**80言語以上に対応したローカライズノウハウと、37カ国の拠点および150か所の自社スタジオ等による現地メディア・放送局等との流通網を活用する。**
- **ローカライズ、映像編集、販路開拓機能を一括提供するサプライチェーンを整備し、世界各国で日本のコンテンツを大規模に放送・配信する。**

事業内容



※1: 現時点での想定為替レートにおける出資予定額。

※2: ローカライゼーション世界最大手企業。売上高200億円。各国映像検閲規制に精通し、世界2位のローカライズ企業の約3倍の規模

支援決定案件の一覧①

(参考)

類型	内容	対象国	実施企業 (機構の出資規模)	概要	
コンテンツ型 プラットフォーム	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・EC事業  ベンチャー	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
	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・EC事業 	日本アニメ産業の海外展開でアニメータの出口を拡大
コンテンツ	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) 〔 70億円 〕	80言語以上に対応したに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 	日本コンテンツの対外発信を加速
	エンタテインメント 衣 食 住 ☐	アジア (台湾・ タイ等)	吉本興業等 (総事業費 20億円) 〔 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 	地域企業等の商品・サービスの海外展開
	ジャパン チャンネル 衣 食 住 ☐	インド ネシア	スカパーJSAT ※1 〔 基本合意 〕	放送コンテンツを通じて、東南アジアに日本ブランドを発信 	

※1 「基本合意」とは、投資決定の前段階で、事業の骨子(場所・内容)、参画企業、F/S着手等の検討の進め方等のうち、必要な事項につき合意を締結するもの。

支援決定案件の一覧②

類型	内容	対象国	実施企業 (機構の出資規模)	概要
ショーケース型 プラットフォーム ライフ スタイル	ジャパン モール 衣 食 住 コ	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) 〔9.7億円〕	ASEAN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 衣 食 住 コ	中国 (寧波市)	H2Oリテリング*等 (総事業費 510億円) 〔110億円〕	中国のアップーミドル層に向け、地方有力都市で、過去最大級の規模の先駆的百貨店モデルを構築
食材サプライ チェーン/ 外食型 プラットフォーム 食	日本食材 コールド チェーン 食	ベトナム (ホーチミン)	日本ロジテム等 (総事業費 15億円) 〔7.35億円〕	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 食	シンガ ポール	※2 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 食	欧米豪	力の源HD等 〔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



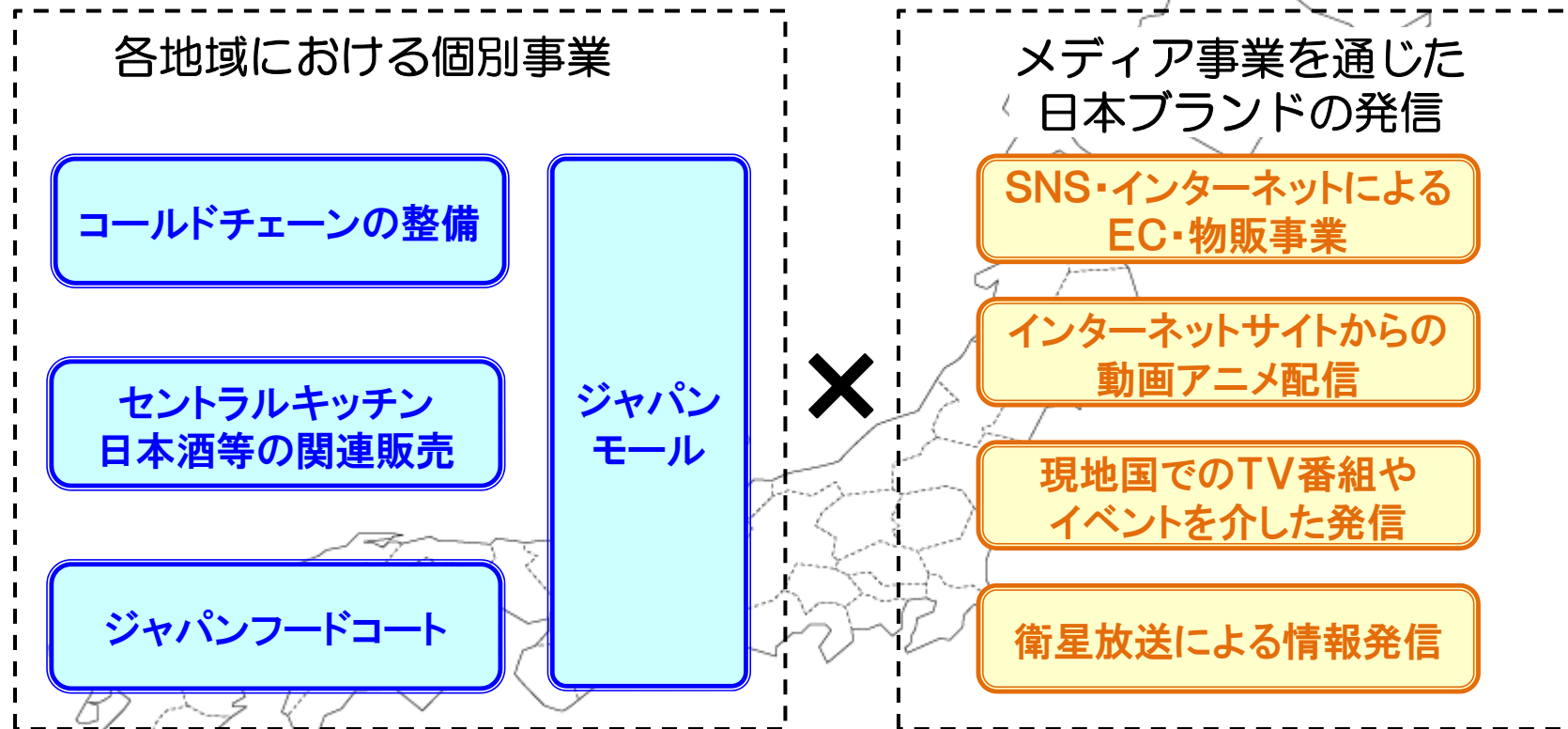
日本食普及と日本食材の流通支援



※2 一般社団法人日本外食ベンチャー海外展開推進協会を中心に外食ベンチャー複数者によるコンソーシアムを形成中。

支援決定事業の相互連携による日本ブランドの発信

○投資案件の組成を加速するとともに、投資したそれぞれの事業間で相乗効果を発揮し、日本ブランドの現地ライフスタイルへの浸透を狙う。
(例えば、メディア事業による情報発信とモール事業展開との連携など)



ターゲット市場の消費者の生活に日本ブランドを効果的に根付かせる