

今後のクールジャパン政策の 展開について

平成27年4月22日

経済産業省

今後のクールジャパン政策の展開について

○これまで、日本コンテンツの海外展開を中心に、日本の認知度・信頼感向上を推進。J-LOP事業による日本コンテンツの発信やクールジャパン機構による海外拠点整備等により一定の成果。

○今後は、成長戦略の柱として、波及効果の高い連携事業での成功事例創出が鍵。具体的には、関係省庁とも連携し、

① **コンテンツと非コンテンツ産業の連携による海外市場開拓**

② **地域におけるクールジャパン資源の発掘・磨き上げ・対外発信の促進とビジットジャパンとの連携**

を進めることにより、日本企業による**海外市場の獲得**と**地方への誘客**を含めた**インバウンド拡大**を目指す。

【第一段階】

日本情報の発信を
通じた日本ブーム・
日本ファンの創出

【第二段階】

海外現地市場の開拓

【第三段階】

日本への誘客・国内
消費拡大

【これまでの主な取り組み】

① J-LOP事業による日本コンテンツの海外展開支援

- ー日本コンテンツのローカライズ・プロモーション支援のため155億円の予算を措置(平成24年度補正)
- ー累計で約3800件の事業を支援
- ーローカライズ時間合計は約24,000時間

② クールジャパン機構によるリスクマネーの提供

- ー昨年9月から累計12事業への支援を決定
- ー24時間365日日本コンテンツを放映すジャパンチャンネル、日本の地域産品等を発信するジャパンモール、複数の地域企業による地域産品海外展開事業等を支援

③ プロデューサー派遣による地域産品の磨き上げ

- ー平成26年度に16プロジェクトを採択
- ー同年度中に、合計160件の商談が成立

【今後の政策展開】

① **コンテンツ×非コンテンツ産業の連携促進**

- ー認知度の高いコンテンツを活用した日系企業による海外市場開拓を支援

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」



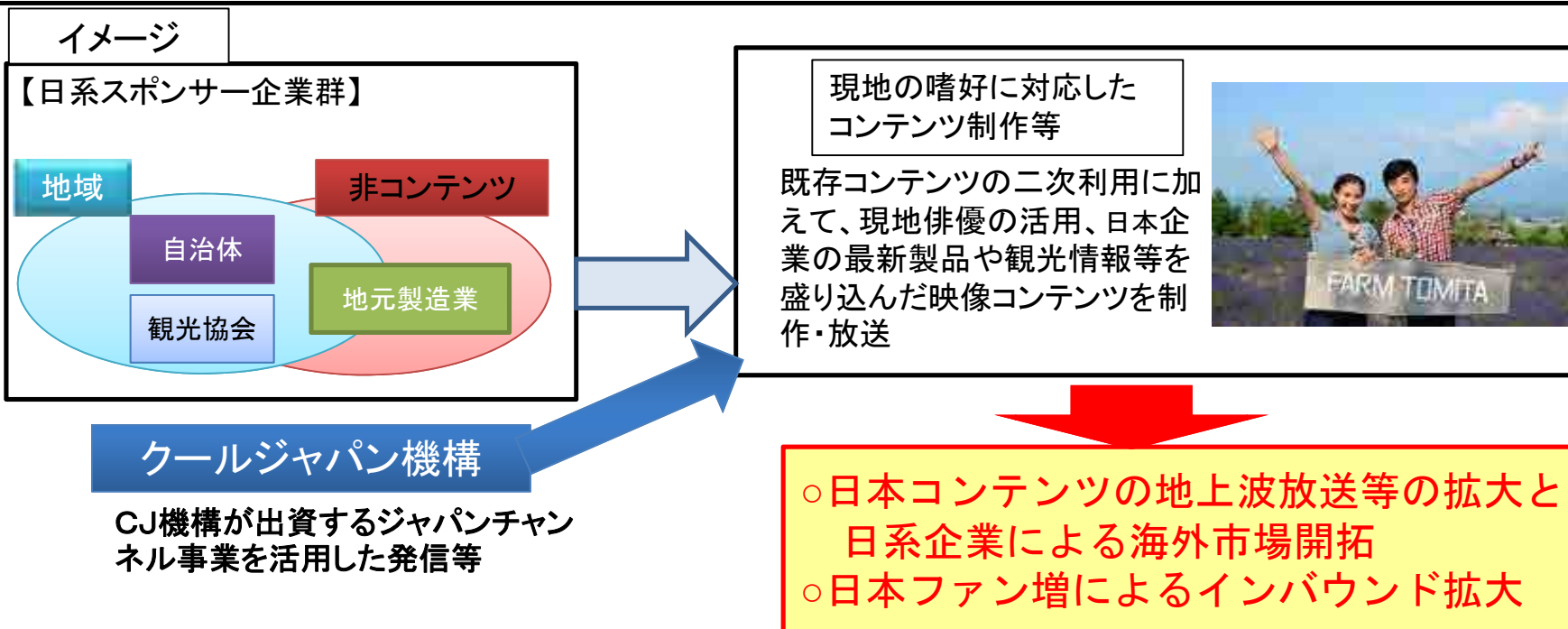
② **ローカルクールジャパンの促進とビジットジャパンとの連携**

- ー地域の優れた産品の海外展開支援
- ー観光資源としての活用による地方へのインバウンド拡大促進



コンテンツと非コンテンツ産業との連携による海外市場開拓

- 日本コンテンツの海外発信に加えて、現地で人気の高いコンテンツを活用した非コンテンツ産業による市場開拓を支援する。
- 具体的には、市場浸透度の高い映像コンテンツを活用するため、①コンテンツを利用したCM出稿や、**日系企業の最新製品、日本の地域産品、観光情報等を盛り込んだ現地ニーズを捉えた映像コンテンツの制作**、②当該映像コンテンツについて多くの視聴者にリーチできる**現地地上波等での放送**への支援が重要。



【参考】

ジャパンチャンネルでの観光情報発信と日本各地域への誘客(CJ機構出資、J-LOP支援案件)

○日本のアニメ・ドラマ・旅番組等の番組を24時間・365日放送するジャパンチャンネル「WAKUWAKU JAPAN」を展開。今後、2020年までに22カ国、4100万世帯へ拡大予定。

○日本各地域の魅力を紹介する番組を現地で放送。番組と連動し、訪日旅行ツアーを企画。視聴者の地域への誘客を促進。



地域におけるクールジャパン資源の発掘・磨き上げ・対外発信の促進とビジットジャパンとの連携

概要・意義

- 日本各地の魅力的な地域資源をローカルクールジャパンとして発信し、**海外市場を獲得**するとともに、外国人にアピールする観光資源としても活用し、**地方への誘客**を含めた**インバウンドの拡大・外需の内需化**を図る。
- 具体的には、クールジャパン政策とビジットジャパン政策の一層の連携を図るべく、①体験型観光を含めた地域資源の発掘・磨き上げ、②海外見本市への出展支援、インフルエンサーの活用、クールジャパン機構との連携等による海外発信に取り組むとともに、③観光庁と連携し、これらを活用した観光ルート開発、訪日外国人の消費促進のための受入環境整備等に取り組む。



(参考) クールジャパン資源を活用した観光振興の事例

【アニメの架空の祭りを具現化】(湯涌温泉: 石川県金沢市)

湯涌温泉を舞台とするアニメ「花咲くいろは」に登場の架空の祭り「ぼんぼり祭り」を地元観光協会等が具現化。アニメとのタイアップにより、国内外より集客。



○「ぼんぼり祭り」来場者数

2011年 3千人
→2014年 1万2千人

【伝統工芸体験ツアー】(石川県金沢市)

加賀友禅や漆器の蒔絵など伝統工芸に触れる旅を「金沢クラフトツーリズム」開催。観光と組み合わせた外国人向けツアーも開催し、HPでは6ヶ国語で情報発信。



○金沢市観光客数

2012年 514万人
→2013年 563万人

【タイのTVドラマ撮影を誘致し訪日促進】(千葉県成田市)

タイのテレビドラマ「ライジング・サン」の撮影を誘致。同ドラマのヒットにより、成田山新勝寺等のロケ地への巡礼観光がブームとなり、タイからの観光客が増加。



○成田市内のタイ人宿泊客数

2013年 3万6千人
→2014年 8万2千人

【地元工房が一体となり見学ツアー】(新潟県燕市, 三条市)

伝統ある金属加工等の工房が集積する燕・三条で、ものづくりの現場を見学し、工場の魅力を体感する「燕三条工場の祭典」を開催。外国人向けに、技術がわかり、通訳もできるナビゲーターを育成。



○「燕三条工場の祭典」来場者数

2014年 1万2千人
(外国人: 100名程度)

【国際的な音楽祭を開催】(新潟県佐渡市)

世界的に活躍する太鼓芸能集団「鼓童」と共に、国内外の著名な奏者を招き、音楽フェスティバル「アース・セレブレーション」を開催。HP・パンフレットの交通手段・時刻表等の表記や、コンサート会場でのアナウンス・案内スタッフを英語対応に。



○フェスティバル来場者数

2014年 1万2千人
(外国人: 5百人)

【酒蔵の文化・歴史を感じる旅】(佐賀県鹿島市)

2011年に世界最高権威のワイン品評会で世界1の「チャンピオン・サケ」を、市内の「鍋島」が受賞したことを契機に、市内の酒蔵が中心となり協議会を創設し、「酒蔵ツーリズム」を実施。HP・パンフレットの多言語化を図ると共に、旅行会社との連携ツアーを企画するなど、外国人を誘客に取り組む。



○「酒蔵ツーリズム」来客数

2012年 3万人
→2014年 4万人