

## 第 31 回 Pitch to the Minister 懇談会“HIRAI Pitch” 議事概要

### 1. 開催日時・出席者等

- 日時：平成 31 年 2 月 27 日（木）15:00~16:00
- 場所：中央合同庁舎 8 号館 10 階 平井国務大臣室
- Pitch テーマ：外国在住の日本ファン獲得のためのクールジャパン戦略
- 招へい者：亀井智英 Tokyo Otaku Mode Inc. 創業者 / Chairman
- 出席者：平井国務大臣、左藤副大臣、幸田内閣府審議官、住田知財事務局長、川嶋知財事務局次長、高本企画官（知財）、高田局長（宇宙）、大坪次長（健康医療）、三輪 GIO(政府)、八山参事官（IT）、柴崎参事官（IT）、池田企画官（科技）寺井秘書官、西山秘書官、柴山秘書官

### 2. 亀井 Tokyo Otaku Mode Inc. Chairman からの説明

- Tokyo Otaku Mode はオタク文化で世界を幸せにというビジョンのもと 2012 年から事業を展開。最初はメディアとしてスタートし、その後 e コマース、BtoB 向けのソリューション（配送代行、翻訳事業、倉庫貸し出し等）も行うようになった。Facebook において英語で発信を行っており、ページファン数が 2000 万人を超え、99%が外国人でありアジアの比率が高い。外国人のファンは、アプリやゲームを通じてユーザーを獲得した。また、ハロウィン文化等もあり、コスプレに対して海外ではあまり抵抗がなく、SNS で「いいね」が多く付いたのはコスプレだった。
- 当初 Facebook ページでアニメ・漫画・ゲームにまつわる情報や商品紹介をしていたら、どこで買えるか問い合わせが入り、メーカーを紹介していたが、日本語サイトのため海外のお客様は購入困難ということが分かり、英語での物販を開始した。北米のシェアが高く、他には GDP の高い国で売れている。本物を買いたい人向けに遡及していきたい。
- 海外のアニメエキスポでは入場制限があったり、盛り上がっているように見えたが、1 年に 1 度のイベントなので盛り上がっているように見えるだけであり、まだ思っているほど日本のコンテンツは知られていない、そのぶん可能性があると感じている。
- 伝わってない理由として、伝えたい日本側では、①海外の人が知りたいコンテンツが分からない、自分たちが伝えたいことと外国の人が知りたいコンテンツがマッチしていない、②効果的な魅せ方が分からない、③良いコンテンツは勝手に広がるとどこかで思っているということがある。一方、受ける海外側からすると①魅力的な情報がない、②翻訳が伝わりにくく何の情報か見てもよく分からない、③そもそも情報が届いていないということがある。

- 伝えるためには、内閣府のクールジャパンアンバサダーなどをもっと活用し、戦略的な情報発信が必要だと思っている。また、世界レベルで知名度があるインフルエンサーを活用した方が良いと思う。例えば、日本好きを公言しているアリアナ・グランデやレディ・ガガ、ミランダ・カー、カニエ・ウエスト、ファレル・ウィリアムス、イーロン・マスク等。こんまりも米国で大人気。これらの世界的なインフルエンサーに何らかの賞や任命をしても良いのではないか。
- 自社としては著名人とコラボするなどして、オタクモードをブランド化することを試みている。ベンチャーで急成長を狙う際、気に入ってもらった人達と一緒にやって引き上げてもらう手法を取っている。

### 3. 主な質疑応答・議論

- 日本のコンテンツは、海外では一部の人を除けば知られておらず、日本の良さと現地の人々が求めているものがきちんとマッチしているか考えた方が良いとの意見があった。
- ニセコなど、いったん日本企業が手を引いたところも、海外の人が盛り上げている。客単価も上がっているが、ホテルの運営会社や予約システムが外資系であり、なかなか税金が取れない。目利きができる外国人が日本の地域を盛り上げている。第二のニセコを日本人自ら作るような働きかけができるの良いのではないかとこの意見があった。

(了)

(速報のため事後修正の可能性あり)