

クール・ジャパン推進機構(仮称)
(株式会社海外需要開拓支援機構)について

平成25年6月
経済産業省

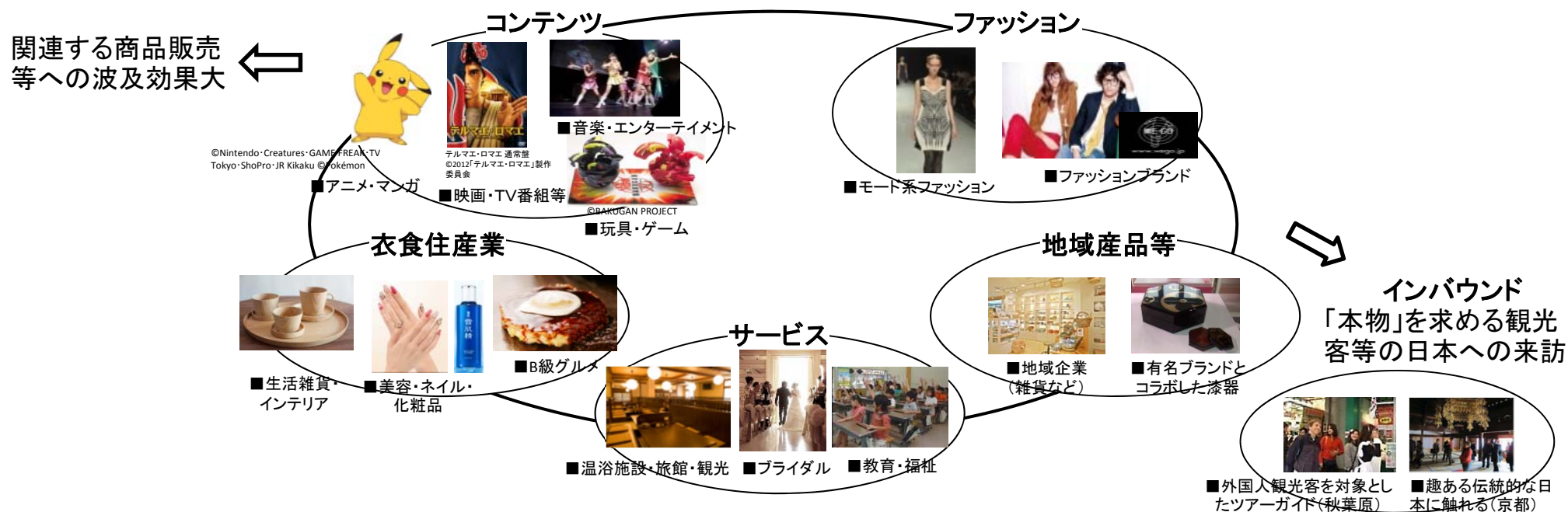
クール・ジャパンについて

■ クール・ジャパンの狙い

内需減少等の厳しい経済環境下で、自動車、家電・電子機器等の従来型産業に加え、「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（「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（雇用創出・地域の活性化等）につなげる

具体的なイメージ

○我が国の生活文化の特色を生かした魅力ある商品やサービスの海外事業展開を狙う幅広い日本企業を支援（コンテンツ、衣食住産業、サービス、先端テクノロジー（家電・自動車、ロボット等）、レジャー、地域産品・伝統産品、教育、観光等）



我が国企業を取り巻く環境

我が国企業を取り巻く環境

国内

- ✓ 国内需要の低迷
- ✓ 生産年齢人口減少による潜在成長力の低下

海外

- ✓ 新興国市場の伸長、事業機会の拡大
- ✓ グローバルな競争の激化

■ 国内市場縮小の流れの中、伸び続ける海外市場の成長をいかに取り込むかが大きな命題

➔ 「日本」が元気と勇気を取り戻し“未来”を築く“新たなフロンティア”が必要

クール・ジャパンを巡る内外状況

国内

- ✓ 日本の文化・食・サービス等への世界的関心を日本企業の収益に結び付けられていない
 - 国内金融機関による日本企業への資金提供が低調な一方、外資系ファンドによる日本企業への資金提供が急速に活発化

海外

- 単独展開した多くの日本企業は海外展開に苦戦
- ✓ アジアにおける相対的な日本の存在感の低下
 - “韓流”映画・ドラマ、K-POP、家電・電子機器等がアジアを席巻

■ ポテンシャルを発揮できるような仕組みづくり等、海外展開の成功確率を上げることが命題

➔ **クール・ジャパンを体現する日本企業の海外需要の獲得、海外展開の実施・拡大を国として後押しする必要**

クール・ジャパン推進のためのこれまでの取組

①クール・ジャパン戦略推進事業

- クール・ジャパンの海外展開の呼び水となる成功事例の創出のため、民間企業の連携による海外進出の取組みの早期段階を支援。具体的には、異業種企業等の市場調査・テストマーケティング等を支援(24年度9.2億円:15件)。

②クール・ジャパンのマッチング大会・コンテンツ国際見本市

- コンテンツ企業、テナント企業、商業施設企業、スポンサー等が参加したクール・ジャパンのマッチング大会を実施(24年10月:プレゼン企業64社、聴講企業463社)、また、毎年秋、映画・音楽・アニメ等の国際見本市を開催(「コ・フェスタ」)

③海外政府とのクリエイティブ産業協力・政策対話

- 海外政府とクリエイティブ産業分野での協力を進めるため、これまでにシンガポール、インド、インドネシアと協力文書に合意・署名。24年は、4月にインド、10月にインドネシアとそれぞれクリエイティブ産業分野での政府間協力に合意。

④情報発信

- 24年11月、内外のクール・ジャパンのファン、クール・ジャパン展開に活躍する日本人・企業のネットワークの拡大のため、Facebookページの立ち上げ等を実施。

我が国企業が抱えるボトルネックの解消

我が国企業が抱えるボトルネック

金融機関、投資家からの資金供給が不足

- ✓ 企業に海外展開の経験・蓄積が乏しいため収益モデルに係る不透明感が払拭できず、自社単独での投資には躊躇
- ✓ 金融機関、投資家等もリスクマネーの供給に慎重

足がかりにすべき海外の拠点が無い

- ✓ 現地の商業拠点等での「場の確保」が困難(厳しい交渉)

- ✓ 情報・ノウハウ不足
- ✓ 現地での消費者への訴求力(ブランド力)が弱い、「点」の戦い(総合発信力の欠如)

対応策

- ①拠点となる空間(メディア空間)の整備・確保
- ②潜在力のある意欲的な地域企業の海外展開
- ③拠点となる空間(物理的空間)の整備・確保等を支援



■ クール・ジャパン分野の専門的なサポート機能の提供

- 企業発掘・事業案件組成機能、経営支援機能(ハンズオン、現地進出企業サポート等)の提供

- ➡ 民間投資の呼び水として国からリスクマネーを供給
- ➡ 海外におけるビジネスモデルの構築や海外展開を実行できる人材の育成に寄与

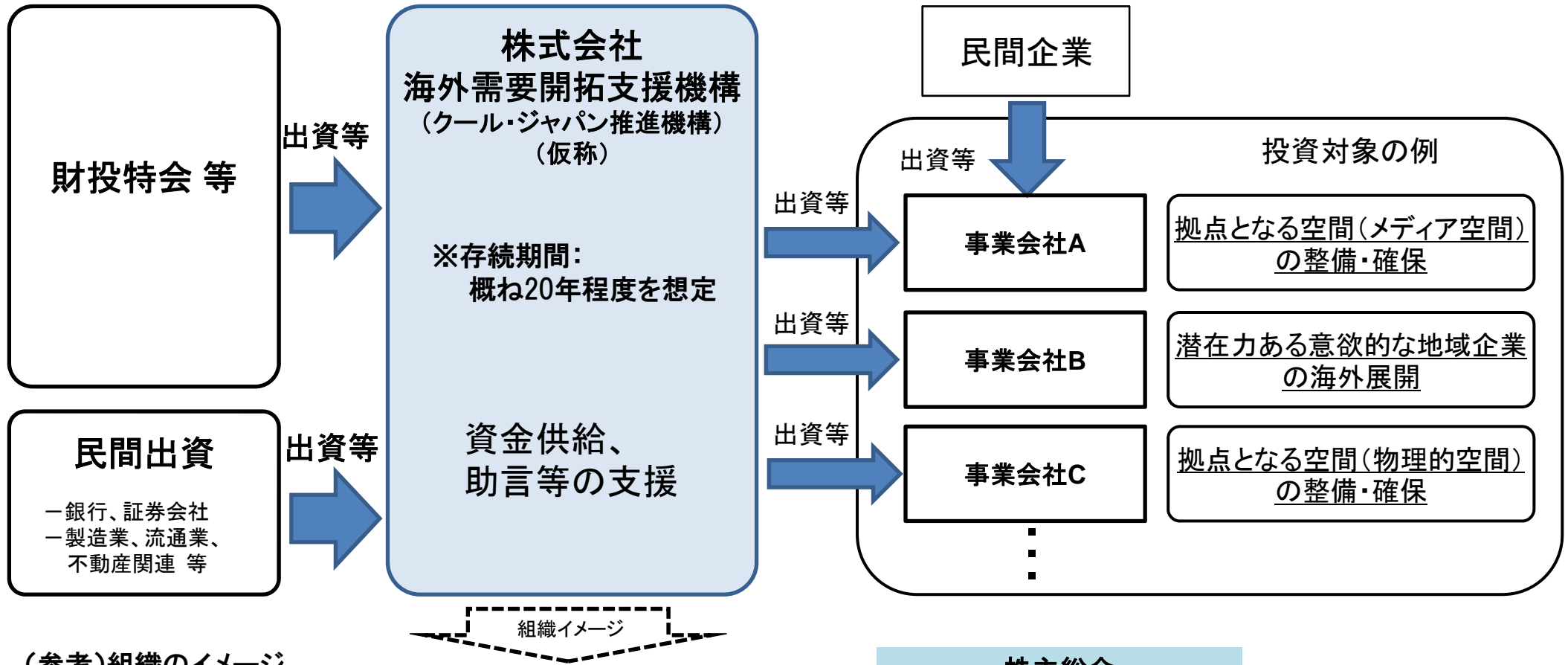
「クール・ジャパン推進機構(仮称)」を創設

「日本経済再生に向けた緊急経済対策」(25年1月)

「クール・ジャパンを体現する日本企業の支援:産投出資を活用した新たな機関を設立し、リスクマネーを供給」

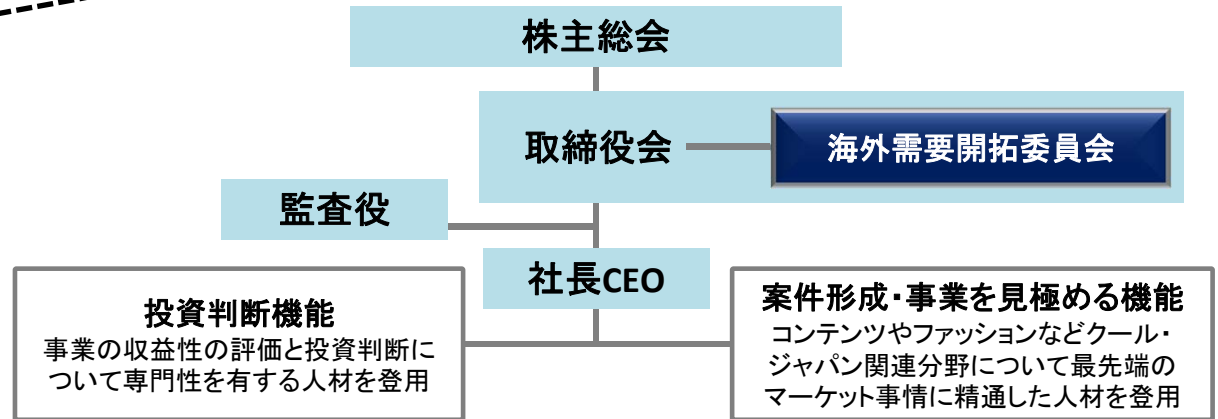
クール・ジャパン推進機構(仮称)の基本スキーム

平成25年度財政投融资特別会計(投資勘定):500億円



(参考)組織のイメージ

- 会社法のカバナンスに則った体制が基本。
(株主総会の下に取締役会を設置し、経営責任を負う)
- 投資決定は、民間人社外取締役等により構成される「海外需要開拓委員会」が、中立的な観点から投資決定を判断。国は必要に応じ意見を述べるのみ。
- 事業執行に当たっては、若手人材等のクール・ジャパン事業のポテンシャルを見極める機能と投資家として事業性を客観的に判断する機能の二つの機能が重要。



投資対象となるプロジェクトの類型とイメージ

メディア空間型

・・・日本のコンテンツの放送配信
と関連商品の販売

ジャパン・チャンネル



放送
配信



(c) BAKUGAN PROJECT

テレビ放映・配信等+グッズ等販売

アイドル系ドキュメンタリー映画
出展: NEW EOPLE 資料



化粧品など

商品
販売



(c) BAKUGAN PROJECT

玩具など

物理的空間型

・・・商業施設との連携により
商品・サービスを一体的に提供

ジャパン・モール

ジャパン・ストリート

日本グルメ

インテリアショップ



食

住

衣

アパレルショップ

ネイルサロン

地域資源発掘型

・・・地域の特色を活かした製品の海外展開



高岡銅器
自由に形が変わるかごなどを開発



江戸切子
洞爺湖サミット時のおみやげ



南部鉄器
中国で大人気



熊野美容筆
海外有名人も愛用