

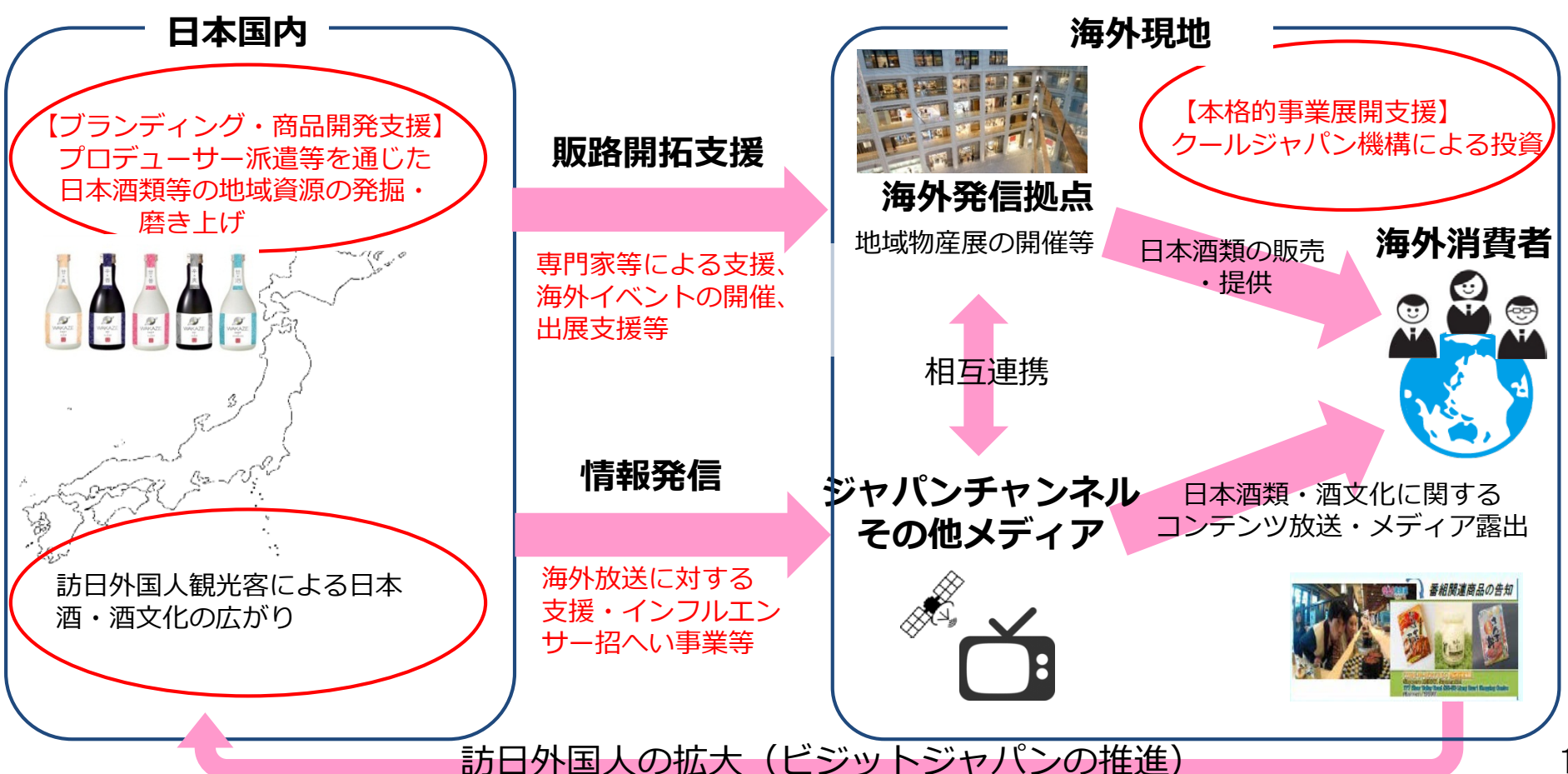
日本産酒類の海外展開・インバウンド 促進に向けた取組について

平成27年9月
経済産業省

1. 日本産酒類による海外市場の獲得・インバウンドの拡大

概要・意義

- 日本各地の酒類・酒文化も含めた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活用した**インバウンドの拡大・外需の内需化**を図る。
- このため、**①海外放送・IT等を活用した情報発信 ②ブランディング・海外販路開拓支援 ③クールジャパン機構による本格的な事業展開支援**を実施。
- これにより、海外市場の開拓や、インバウンドの地方誘導を通じた、**地域における新たな事業・雇用創出につながる好循環構造を実現**するとともに、海外への地域の日本酒類の普及にも寄与。



2. 情報発信 (1) 海外放送等を通じた情報発信

① 海外放送におけるコンテンツの現地化等支援

(J-LOP (Japan Localization and Promotion) + 事業) (平成26年度補正)

○日本コンテンツの海外展開促進のため、海外放送コンテンツの字幕・吹き替え等の現地化(ローカライズ)・プロモーションの費用を補助。

(補助率: 1/2)

○特に地域経済活性化に資する案件については、補助率2/3と重点支援。

→ 酒・酒蔵や地域の観光情報等の番組放送を通じ、日本産酒類の海外展開や、外国人観光客の取り込みを期待。

地方発コンテンツの海外展開事例(LOVE HOKKAIDO)



北海道テレビは、地域の魅力を発信する番組を制作し、J-LOPIにより質の高いローカライズを実施できたことで海外での放送を次々と実現。番組と連動したキャンペーンを行うことでアンテナショップの売上は前年比で約3割向上。

② 海外放送事業への支援を通じた情報発信(ジャパンチャンネル放送事業(クールジャパン機構投資案件))

日本の放送コンテンツ専用チャンネル「WAKUWAKU JAPAN」(※)を、2020年度までに欧米等を含めた世界22カ国・視聴可能世帯数4,100万世帯(約1.5億人以上)へと拡大するにあたり、クールジャパン機構が出資。

(事業総額110億円のうち、機構は44億円出資。)

※スカパーJSAT(株)が運営。24時間365日放送 衛星・ケーブルテレビで視聴可能。
現在の視聴可能国: インドネシア、ミャンマー、シンガポール(2015年7月～)

→ 酒・酒蔵や地域の観光情報等の番組放送を通じ、日本産酒類の海外展開や、外国人観光客の取り込みを期待。



③ 海外メディア等を通じた情報発信(ふるさと名物発信等事業(H26補正))

情報発信力を有し、影響力を有するインフルエンサー(海外メディアやブロガー等)を日本各地に招へいし、日本酒・酒蔵を含む日本各地の地域資源の取材を通じて、これらの魅力を新聞・テレビ・雑誌・ウェブ等にて国内外に発信。(全国10ルート程度の取材ツアーを実施。)



松坂酒造(岐阜)取材の様子

2. 情報発信 (2) ITを活用した情報発信

① 投稿型サイトによる情報発信(ふるさと名物普及環境整備事業(H26補正))

○日本の地域を盛り上げたい個人や自治体、中小事業者、外国人旅行者等が、本事業で構築したウェブサイト(サイト名「NIPPON QUEST」)に、訪日外国人に紹介したい「ふるさと名物」(具体的には食・もの・アクティビティのカテゴリ)を自ら投稿。
(9月4日現在 日本産酒類に関連する投稿:7件)

○ウェブサイトは多言語表示に対応。投稿された「ふるさと名物」はキーワードやカテゴリ等で検索でき、国内外のユーザーによって評価され、ランクづけされる。

○ウェブサイトで多くの投票を集めた「ふるさと名物」や自治体等を表彰するアワード、中小事業者等と流通関係者等とのマッチングを促す見本市・イベントを来年2月に開催予定。

<サイト ロゴ>



<HP・スマホ イメージ画像>



【サイトURL】

<https://nipponquest.com>

② スマホを活用した情報発信

(クールジャパン分野に係る多言語情報伝達ITプラットフォーム構築事業(H26補正))

○日本酒ラベルをスマートフォン向けアプリで読み取ることによって、日本酒の付加価値向上に資するPR情報(例えば、アルコール度数や飲み方等の基本情報、背景にあるストーリーや蔵元の思い、製造元の酒蔵や関連する地域・特産品等の地域情報など)を消費者に対して多言語で発信するためのアプリの開発・設計及び実証事業を実施。

○本年度は全国の蔵元から選定した10蔵の銘柄を中心にコンテンツを制作。

○アプリの普及促進に資する体験イベント及びアンケート調査を今後実施予定。

<アプリ使用イメージ>



海外イベント会場(イメージ)

3. ブランディング・商品開発、販路開拓等支援

(1) 日本各地の日本産酒類の発掘・販路開拓支援(ふるさと名物発掘・連携促進事業(H26補正))

○海外販路・PRの知見を持つプロの目利き(プロデューサー)からの推薦と全国からの公募を通じ、世界にまだ知られていない、日本が誇るべき優れた「ふるさと名物」を発掘・選定するとともに、将来的な海外販路開拓に向けたネットワーク拡大やPR・マーケティングを支援。
(プロジェクト名:「The Wonder 500」)

○具体的には、ものづくり・食・観光のカテゴリで500の地方産品(うち日本酒・焼酎・ワイン・梅酒等 日本酒類計21品)を選定・公表するとともに、今後紹介本(ストーリーブック)の作成・配布、海外での展示・PRイベント等を実施予定。

「ふるさと名物」発掘



プロジェクト ロゴ



PR&マーケティング



(2) 日本産酒類のブランディング・販路開拓等支援

① JAPANブランド育成支援事業(H27当初)

○中小企業の新たな海外販路の開拓につなげるため、複数の中小企業が協働し、自らの持つ日本産酒類の強みを踏まえた戦略の策定支援や、ブランド確立のための新商品の開発や海外展示会出展等の取組を支援。
○本年度は計10件の取組を支援。

② JAPANブランドプロデュース支援事業(H27当初)

○海外現地のニーズ等に詳しい外部人材の活用によって、日本産酒類等の商材の海外展開に向けた市場調査・改良・流通・PRまで一貫したプロデュース活動、販路開拓を支援。
○本年度は1件の取組を支援。

③ 中小機構・JETROによる海外展開支援(H27当初)

海外市場に活路を見いだそうとする中小企業・小規模事業者を中心に事業計画策定から海外販路開拓、現地進出、進出後の課題や事業再編の対応まで一貫して支援。

【採択案件】

聖酒造(群馬) × WAKAZE 稲川琢磨



日本酒飲み比べセットの開発・パリでの販路開拓を実施。

4. 本格的事業展開支援(クールジャパン機構投資案件)

| | 内容 | 対象国 | 実施企業・事業規模等 | 概要 |
|------------------|-------------------|---------------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ① 日本酒類の 販売 | 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。  |
| | 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 (寧波市)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。  |
| ② 日本酒類の 提供 | 日本食フードタウン | 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。  |
| | 日本食レストランの 海外展開 | 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) | 日本酒等を豊富に扱う ハイセンスな和食ダイニ ングの展開と日系外食 企業に必要な食材の 現地製造・販売拠点を 設立。  |
| ③ 物流網 整備 | 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  |