

クールジャパン戦略について

平成26年7月
クールジャパン機構

1. クールジャパンのねらい

内需減少等の厳しい経済環境



自動車、家電・電子機器等の従来型産業に加えて、「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る(「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(企業の活躍・雇用創出)につなげる

世界のクリエイティブ産業の市場規模



出典: A.T.カーニー分析のクールジャパン関連市場

イメージ



関連商品
販売等への
波及効果!

本物を求める
観光客の訪日増
(インバウンド)

“クールジャパン”を体現する日本企業の
海外需要開拓・拡大を本格化!

2. クールジャパン戦略



< 現状と課題 >

コンテンツや地域産品の海外展開に対して様々な支援策を講じ、成果が出ているものがある一方で、継続的なビジネス展開をしているケースが少ない。

クリエイター、デザイナー等や中小企業の中には、海外拠点や海外連携先がない、金融機関からの資金調達が困難等の理由により、海外展開することが困難な企業が多い状況。

< 戦略的海外展開 >

日本ブーム創出

現地で稼ぐ

日本で消費

日本の魅力の
効果的発信

現地で稼ぐための
プラットフォーム構築

日本に呼び込み
大きく消費を促す

日本に対する興味・関心を高める機会の創出

- (1) コンテンツの海外展開
及びローカライズ支援
- (2) 日本でのイベント開催
及び海外情報発信
 - ・国際映画祭
 - ・JAPANコンテンツ
フェスティバル

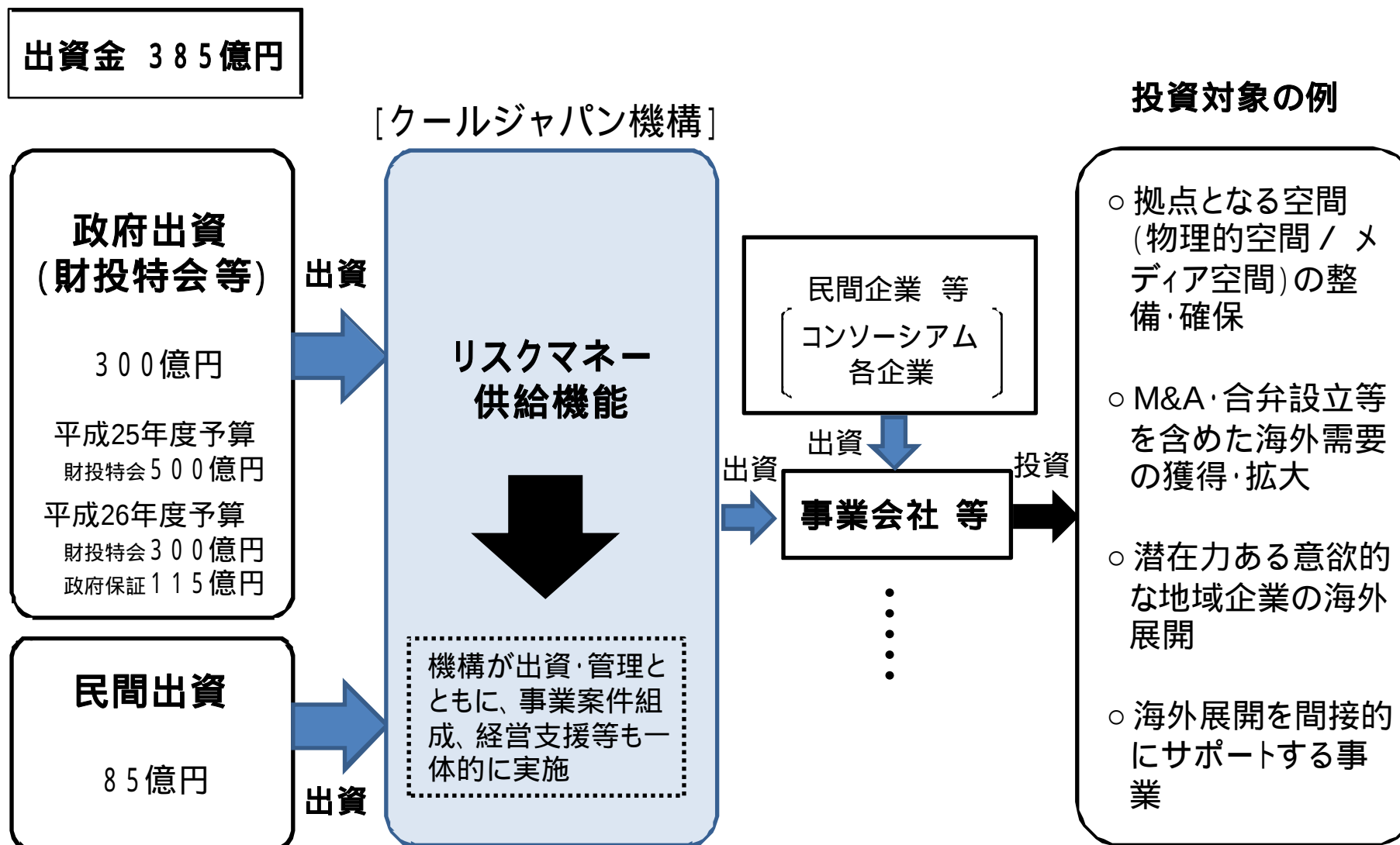
日本のコンテンツ専用チャンネルの確保や商業施設等における関連商品の販売

- (1) 製品開発・チームづくり
・プロデューサー派遣
- (2) 現地企業とのマッチング
- (3) リスクマネーの供給
 - ・クールジャパン機構の設立

ビジット・ジャパンをはじめとする外国人観光客・ビジネス客の集客

- 日本でのイベント開催及び
海外情報発信（再掲）

3. クールジャパン機構の事業スキーム



存続期間:20年以内
(平成25年11月設立)

J

- ### < 基本とする事業類型 >

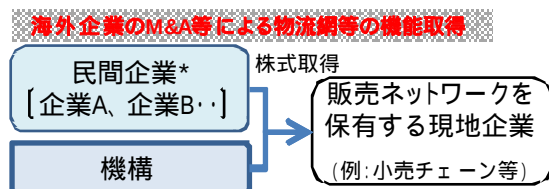
- ✓ 日本の魅力ある商品・サービスが、世界戦を勝ち抜き、ブランドを創出し、市場での地位を獲得するための販売プラットフォームを構築。



日本のTV番組・アニメ等のコンテンツ



- ✓ 川上から川下までの周辺産業が連携し、海外マーケットで日本の高品質な製品・サービスを継続して提供できる流通の幹を構築。



例えば、食品、住宅・生活雑貨、アパレル、トイレタリー等が考えられる

✓ 上記、とのタイアップ等により、地域の魅力を世界へ展開する。

“地域クール・ジャパン企業”応援



ASEANへの食輸出拡大に向けた物流ネットワーク

ASEANへの食輸出拡大に向けた物流ネットワーク



想定される課題

コスト高の空輸だと小売価格高騰により販路が限定的となる
低温輸送インフラの未整備な地域では品質管理が出来ない
海運のハブから各国へ展開する過程で物流が分断される
荷主の進出拡大が不確定な状況で投資決定はできない

解決策の仮説

- 国内で相応のロットを束ね、単位コストを低減
- コールドチェーンの設備(CC) & 革新的な冷解凍技術への投資
- 独資/JV等で地域間日系物流ネットワークを構築
- CJ機構との共同投資で、物量が増えるまでの期間リスクを低減

貨物を束ねる仕組みでコスト低減を図り、
荷物増加の好循環を実現

域内でのCCネットワークを構築し、
日系食産業の進出拡大をバックアップ

