

資料5

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



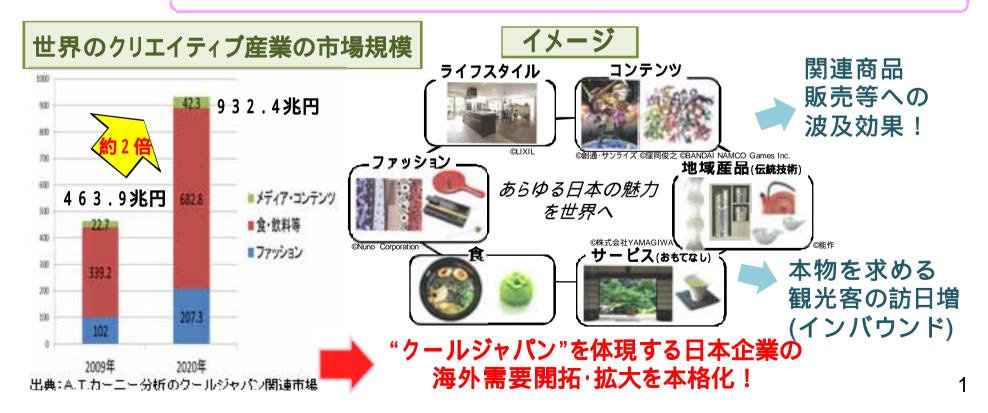
内需減少等の厳しい経済環境



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<u>海外需要を獲得し、日本の経済成長</u> (企業の活躍・雇用創出)につなげる



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

現地で稼ぐための プラットフォーム構築

現地で稼ぐ

日本で消費

日本に呼び込み 大きく消費を促す

効果的発信

日本の魅力の

- (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

める機会の創出

·JAPANコンテンツ フェスティバル

日本に対する興味・関心を高!!日本のコンテンツ専用チャンネルの!!ビジット・ジャパンをはじめとす 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(リ
 - ・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

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

出資

出資



出資金 385億円

政府出資 (財投特会等)

300億円

平成25年度予算 財投特会500億円 平成26年度予算 財投特会300億円 政府保証115億円

民間出資

85億円

「クールジャパン機構]

リスクマネー 供給機能

民間企業 等

コンソーシアム

各企業

事業会社 等

投資

出資、

出資



機構が出資・管理と ともに、事業案件組 成、経営支援等も一 体的に実施

存続期間:20年以内 (平成25年11月設立)

投資対象の例

拠点となる空間 (物理的空間/メ ディア空間)の整 備·確保

M&A·合弁設立等 を含めた海外需要 の獲得・拡大

潜在力ある意欲的 な地域企業の海外 展開

海外展開を間接的 にサポートする事 業

4.機構の活動方針(概要と事業類型)



機構は「民業補完」の徹底の下、民間投資の「呼び水」としてリスクマネーを供給し、 民間部門では成し得なかった、海外需要獲得の基盤となる「プラットフォーム」(拠点)や 「サプライチェーン」(流通網)の整備な等を率先して展開する。

魅力ある財・サービスの海外展開の出口を拡充し、地域の中小・中堅企業や創造的なクリエイター・デザイナー等が付加価値に見合うビジネスを展開する地盤を整える。

<基本とする事業類型 >

プラットフォーム 整備型事業

✓ 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。

物理的空間型の流通拠点

(ジャパン・モールやフードコート)





日本のTV番組・アニメ等のコンテンツ 放送 配信

メディア・ネット空間型の流通拠点

のBAKUGAN PROJECT



パレルショップ 日本食レストランインテリアショッフ

サプライチェーン整備型事業

✓ 川上から川下までの周辺産業が連携し、<u>海外</u>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。

海外企業のM&A等による物流鋼等の機能取得

民間企業* [企業A、企業B…] 機構

財売ネットワークを保有する現地企業(例:小売チェーン等)

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

地域企業等支援型事業

✓ 上記 、 とのタイアップ等により、<u>地域の魅</u>力を世界へ展開する。

商品 販売

"地域クール・ジャパン企業"応援









高岡銅器

日本酒

パティシエ・ケーキ店 ブライダルサービス



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



CJ機構との共同投資でシームレスなオールジャパン物流ネットワークを構築