

コンテンツ海外展開施策

平成26年4月
経済産業省

クールジャパン戦略について

現状と課題

- コンテンツ、ファッション、アニメ等、海外で人気の高い日本の商品・サービスは多数存在。
こうした「日本の魅力」を「産業」に転換し、経済再生・地域活性化につなげることが必要。
- しかしながら、日本の魅力を海外にアピールする上で潜在能力を十分発揮できておらず、海外需要を取り込めていない。
- 特に、クールジャパンを支えるクリエイター、デザイナー等や中小企業は、足がかりにすべき海外拠点がなく、金融機関からの資金調達が困難である等の理由により、単独で海外展開することは困難な状況。
- このため、戦略的な海外展開のためのクールジャパン戦略の早期作成、実行が必要。

戦略的海外展開のための対応

①日本ブーム創出

日本の魅力の効果的発信

〔コンテンツの海外展開〕

ローカライズ支援等

②現地で稼ぐ

現地で稼ぐためのプラットフォーム構築

〔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〕

リスクマネー供給

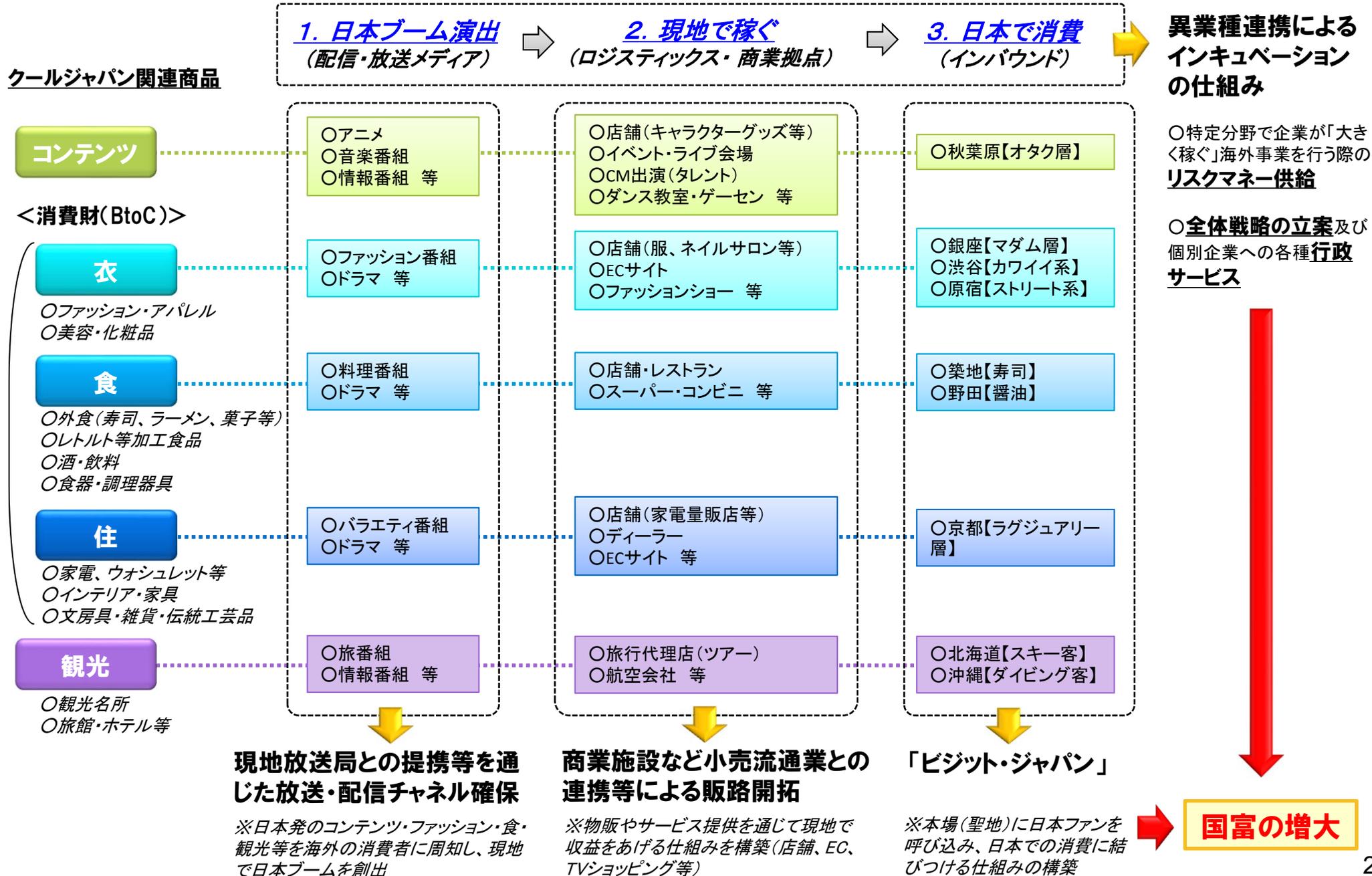
③日本で消費

日本に呼び込み大きく消費を促す

〔外国人観光客・ビジネス客の集客〕

ビジット・ジャパン

【参考】「大きく稼ぐ」クールジャパン戦略の全体像



1. コンテンツの海外展開

知的財産推進計画2013

【知的財産推進計画2013（平成25年6月25日知的財産戦略本部決定）】

（各国放送枠の確保や各地での日本イベントの実施）

- 日本のコンテンツや食と産業、文化を効果的にアピールするため、関連産業との連携や海外現地放送局・配信事業者との提携などにより、将来のビジネス展開を見据えた各地域の文化やニーズに合わせたコンテンツの現地化、売り込み、海外のチャンネルや放送枠の確保を促進し、日本の産業や文化と一体となった魅力あるコンテンツを供給する取組を支援する。（短期）（外務省、総務省、経済産業省、農林水産省）。

➤ 経済産業省・2013年度施策内容

- （株）海外需要開拓支援機構や「ジャパン・コンテンツ海外展開事務局(J-LOP)」などを中心に、コンテンツのローカライズ支援、海外市場へのプロモーションの強化、日本コンテンツの流通チャンネルの確保などを図る。

1-①. 日本の魅力の効果的発信 ～コンテンツ海外展開等促進事業～

- 映像コンテンツの海外流通を促進するため、以下の支援を実施。
 - (1) 海外展開に必要な映像素材のローカライズ（字幕、吹き替え等）コストの補助
 - (2) プロモーション（PRイベントの開催、渡航費等）コストの補助
- 海外におけるコンテンツ流通の状況に柔軟に対応しつつ、ある程度の期間、継続的かつ安定的に講じるため、基金を設立。
(交付決定：平成27年3月まで。補助金の支払い：平成27年12月まで。)

《事業イメージ》

補正におけるコンテンツ海外展開支援施策：**155億円**
(うち 経産省:123億円、総務省:32億円)

(1)ローカライズ支援 (経産省・総務省の共同予算)

クールジャパン戦略に役立つ番組、映画、電子コミック、ゲーム等の映像コンテンツ等のローカライズ（字幕付与、吹替え等）につき、その費用の一部を、J-LOP（ジャパンコンテンツ海外展開事務局）を通じ、コンテンツホルダー等に対して補助する。

【補助率】 1 / 2

95億円程度

(2)プロモーション等支援 (経産省の単独予算)

クールジャパン戦略に役立つ番組、映画、電子コミック、ゲーム、音楽等のコンテンツのプロモーションにつき、その費用の一部を、J-LOPを通じ、コンテンツホルダー等に対して補助する。

【補助率】 1 / 2

60億円程度

1-①. 日本の魅力の効果的発信

～コンテンツ海外展開等促進事業の執行状況について～

執行関連スケジュール

○平成25年

2月7～27日

基金設置法人の公募

3月14日

基金設置法人の決定・公表(映像産業振興機構)

※映像産業振興機構内に専門の事務局を設置

「ジャパンコンテンツ海外展開支援(J-LOP)事務局」 事務局長 市井三衛

3月19日 基金設置法人から支援対象案件の募集開始

随時

支援対象案件の審査、交付決定

○平成27年 3月末・・・交付決定締め切り 平成27年 12月末・・・補助金の支払い完了



執行状況(平成26年3月末時点)

○説明会 開催回数: 74回

・J-LOP主催(一般向け)はうち46回

・日本民間放送連盟、日本映画製作者連盟、音楽産業文化振興財団等各種業界向けにも開催

・地方説明会(5月,9月:近畿経済産業局、5月:北海道経済産業局、6月:沖縄経済産業局)も開催

参加社数:2,593社

○申請件数:3,019件 ○交付決定件数:1,858件



要件緩和

①以前は原則、現地での確実な放送が要件だったものを、放送計画での申請を可能とした。

②単独での見本市出展を支援。

③キャラクターやコンテンツを効果的に活用した非コンテンツ産業のプロモーションを支援対象に追加。

1-①. 日本の魅力の効果的発信

～コンテンツ海外展開等促進事業 支援対象案件例～

ローカライズ

アニメ



『ちびまる子ちゃん』
発信国・地域：中国
日本アニメーション・インターナショナル株式会社

© SAKURA PRODUCTION / NIPPON ANIMATION

電子コミック



『ドラえもん』
発信国・地域：英語圏（全世界）
株式会社藤子・F・不二雄プロ

© Fujiko-Pro

放送チャンネル



『Channel JAPAN』
発信国・地域：アジア広域
日経・TBSスマートメディア



『WAKUWAKU JAPAN』
発信国・地域：インドネシア
スカパーJ SAT

© WAKUWAKU JAPAN

プロモーション

コンテンツを有効活用した
海外におけるイベント実施例

ASIA STYLE COLLECTION (シンガポール開催) への 東京ガールズコレクションの参画

シンガポールにて開催のASIA STYLE COLLECTIONへの東京ガールズコレクションの参画。日本人アーティストライブに日本ファッションブランドショーを織り交ぜ、日本音楽・ファッションカルチャーを発信するイベントを実施。



海外見本市への出展例

JAPAN EXPO



フランス・パリで開催されるヨーロッパ最大の日本文化とエンターテインメントの祭典「JAPAN EXPO 2013」(7/4-7開催)における日本のコンテンツの共同出展、プロモーションを支援。

海外におけるイベントの参加例

カンヌ映画祭 (5/15-26)



○『そして父になる』(GAGA)
第66回カンヌ国際映画祭コンペティション部門において審査委員賞を受賞

世界最大の映画の祭典である、カンヌ映画祭のコンペティション部門等に選出された日本映画について、映画祭におけるプロモーション（映画出演者や監督等への現地記者会見やレセプション開催等）を支援。

各コンテンツ見本市への出展支援 (BtoB, BtoC)

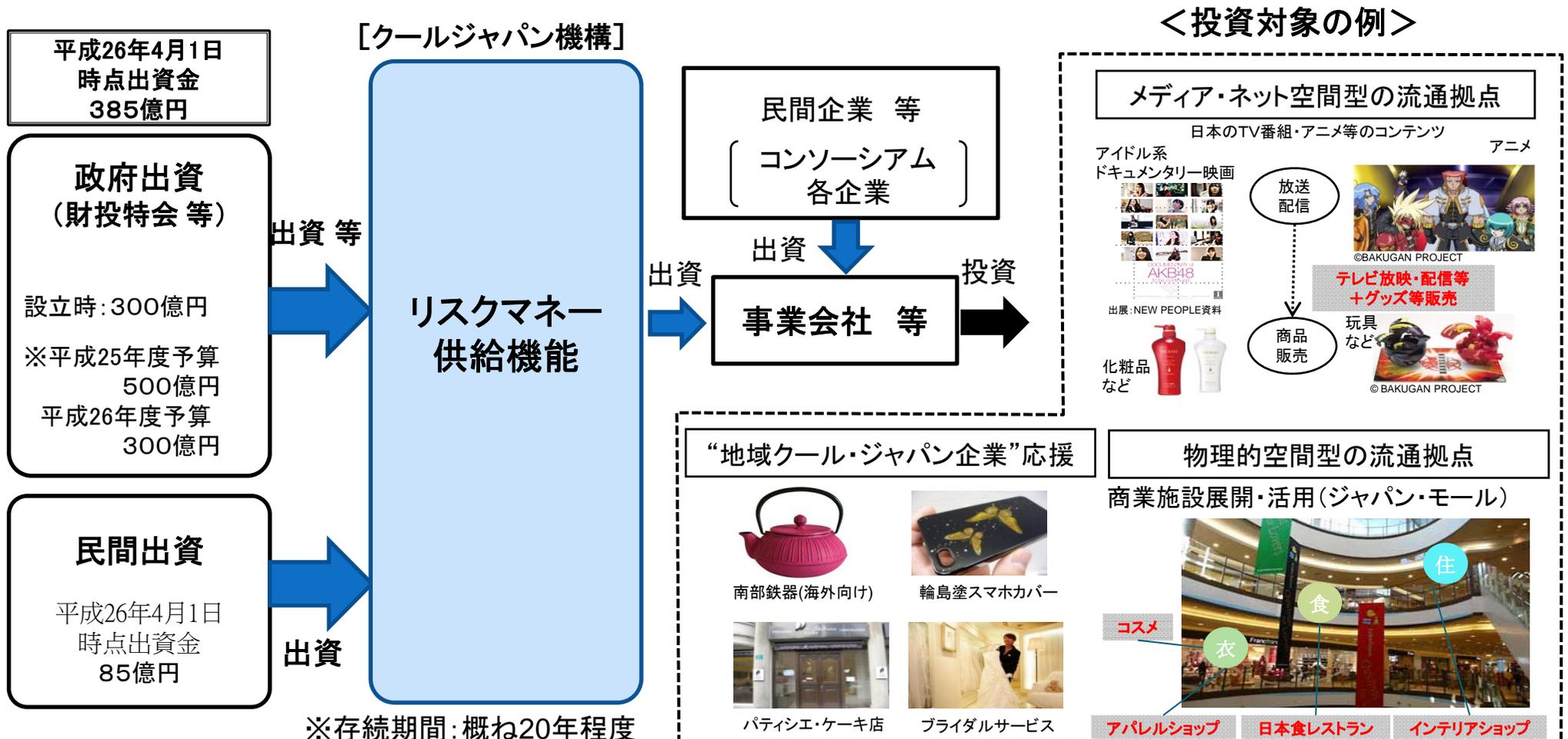
- ・ MIPTV、MIPCOM(フランス)
- ・ AFM/アメリカン・フィルム・マーケット(アメリカ)
- ・ AFA/アニメ・フェスティバル・アジア (シンガポールほか)

1-②. 流通網・プラットフォームの整備

～クールジャパン機構によるリスクマネー供給～

○機構は、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）の整備など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、企業のみならず、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できる地盤を整える。



2. 日本でのイベント開催及び海外情報発信

知的財産推進計画2013

【知的財産推進計画2013（平成25年6月25日知的財産戦略本部決定）】

(各国放送枠の確保や各地での日本イベントの実施)

- 日本コンテンツのさらなる海外展開の推進、アジアを中心としたクリエイター・バイヤーの招聘、若手クリエイターの発掘の強化、ソーシャルメディアなどを活用した発信力の強化などのために、東京国際映画祭を始め、国内で開催する国際映画祭や国際映像見本市などの開催を支援する。(短期・中期)(経済産業省、文部科学省)

➤ 経済産業省・2013年度施策内容

- コ・フェスタの開催を通じ、国内で開催する各種イベントの連携促進及び一体的な情報発信を行い、クリエイター・バイヤー招聘や若手クリエイター発掘強化を支援。

日本でのイベント開催及び海外情報発信

～新たな国際見本市「Japan Contents Showcase」～

○海外主要メディアで放送・配信される日本コンテンツを増やすべく、映画や音楽、アニメなど複数のコンテンツを集めた国際見本市を開催(平成25年10月22～24日於:東京・お台場)。

○海外バイヤー等への情報発信強化やセミナー内容の充実等により、平成25年の商談件数(4,844件、対前年比約20%増)、成約金額(6,495万ドル、同約25%増)ともに大幅増。



東京国際ミュージックマーケット
日本音楽の海外展開を目的として商談会やセミナー開催によるビジネスマッチングの機会を提供する場。10回目(2004年～)。以前は品川プリンスホテルで開催。



東京国際映画祭(TIFF)併設コンテンツマーケット
東京国際映画祭に併設した国内外の映画、TV番組等の映像コンテンツを中心とした見本市。10回目(2004年～)。以前は六本木アカデミーヒルズ(森タワー)で開催。



東京国際アニメ祭秋
日本のアニメ産業の活性化を目的に、ビジネスマッチングの場を設け、国内外のアニメビジネス情報を発信する。TIAFとしては4回目(2010年～)。以前は秋葉原UDXで開催。

Japan Content Showcase 2013

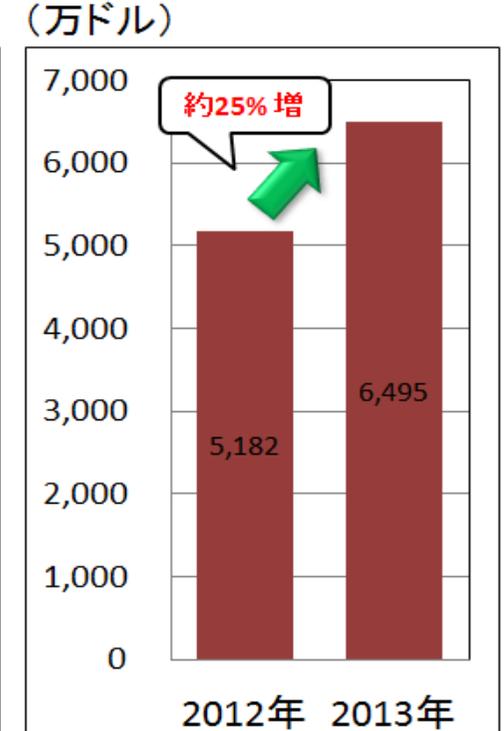
会 期:2013年10月22日～
24日(3日間)
会 場:ホテルグランパシフィック
LE DAIBA
Zepp DiverCity TOKYO
出展社数:316団体
来場者数:22,738名



【商談件数の推移】



【成約金額】



3. 海賊版対策と正規版流通

知的財産推進計画2013

【知的財産推進計画2013（平成25年6月25日知的財産戦略本部決定）】

（正規品の流通拡大と一体となった侵害対策の推進）

- 模倣品・海賊版対策を強化するため、官民一体となった働きかけや各国との連携により侵害発生国での模倣品・海賊版の取締りやインターネット上からの削除といったエンフォースメントの一層の強化を図るとともに、侵害対策と一体となった正規コンテンツの流通促進のための取組を支援する。（短期）（外務省、経済産業省、総務省、文部科学省、財務省、農林水産省）

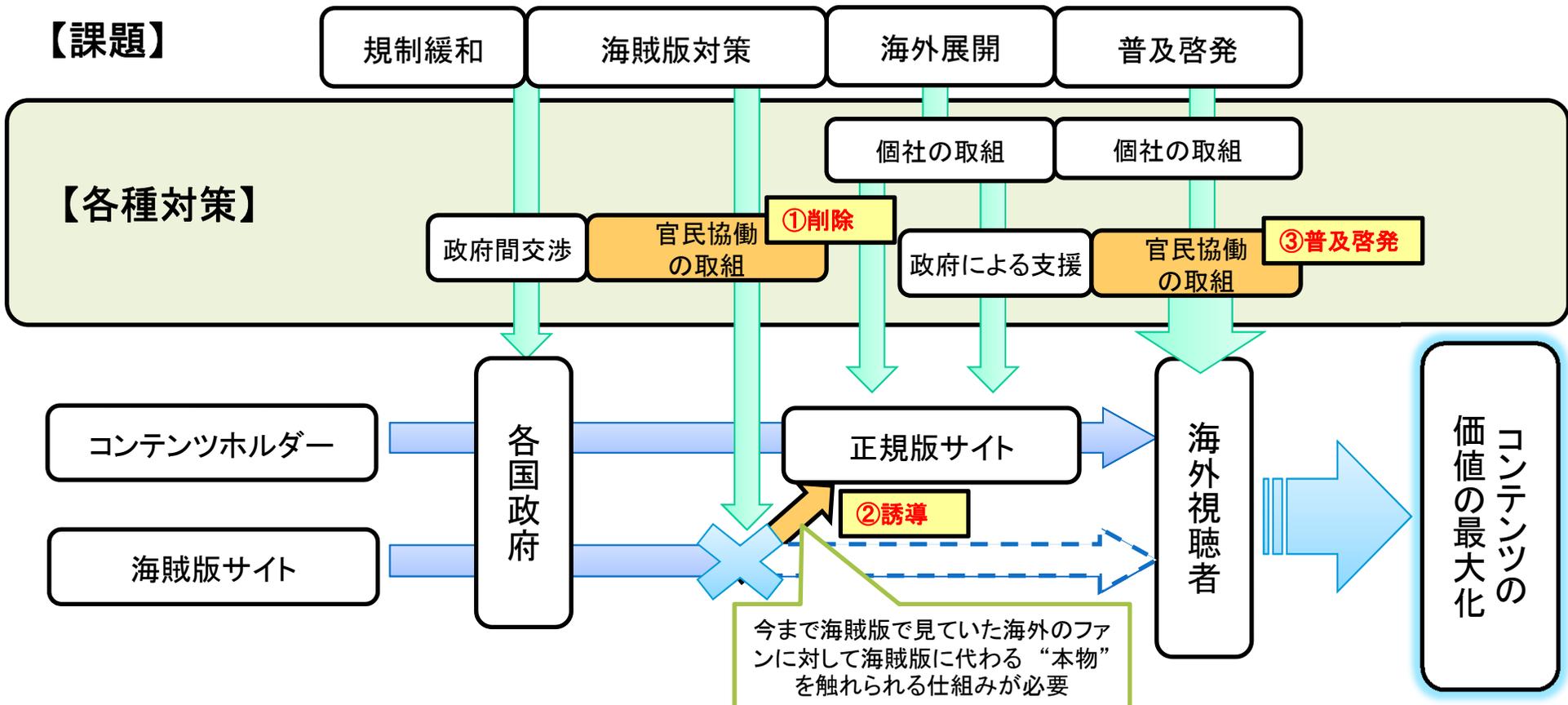
➤ 経済産業省・2013年度施策内容

- 各国取締り機関などと連携し、CD、DVDなどの海賊版の取り締まりを実施するとともに、侵害が顕著な海外の配信サイトなどについて違法アップロードされた動画コンテンツや出版コンテンツの迅速な削除要請を推進。
- ・侵害対策と並行して、国内のコンテンツ権利者と著作権侵害発生国のインターネット配信事業者とのマッチングなど、著作権侵害発生国での正規配信を推進する取組を支援。

海賊版対策と正規版流通

- ①海賊版の「**削除**」を効率的に行い、それと同時に②ファンを海賊版から正規版サイトへ「**誘導**」する仕組みを構築し、更に③国内外の視聴者等に「**普及啓発**」を行うという3つの課題に一貫して戦略的に取り組むことが重要。
- これらの取組の連携を通じて、国内外のファン層を維持・拡充しつつ海賊版サイトが市場から消滅していく、コンテンツ対価を支払う仕組みが主流化するような、良貨が悪貨を駆逐する仕組みの構築を行う。

<コンテンツの価値の最大化に向けた取組>



4. プロデューサー人材育成

知的財産推進計画2013

【知的財産推進計画2013（平成25年6月25日知的財産戦略本部決定）】

(グローバル人材の育成)

- 留学・海外研修や海外クリエイター・プロデューサーとの交流を通して、海外でのコンテンツ制作の技能・知識を習得させるとともに、国際的な感覚を身に付ける機会を設け、国際的に通用するクリエイター・プロデューサーを育成する。(短期・中期)(文部科学省、経済産業省)

➤ 経済産業省・2013年度施策内容

- 米国といった最先端の映画・映像製作関連の教育機関への留学を支援する事業を実施するとともに、国際的なコンテンツ制作のノウハウなどに関するセミナーの開催や関係府省と連携し、国際実務に精通する関係者のネットワーク構築を推進。

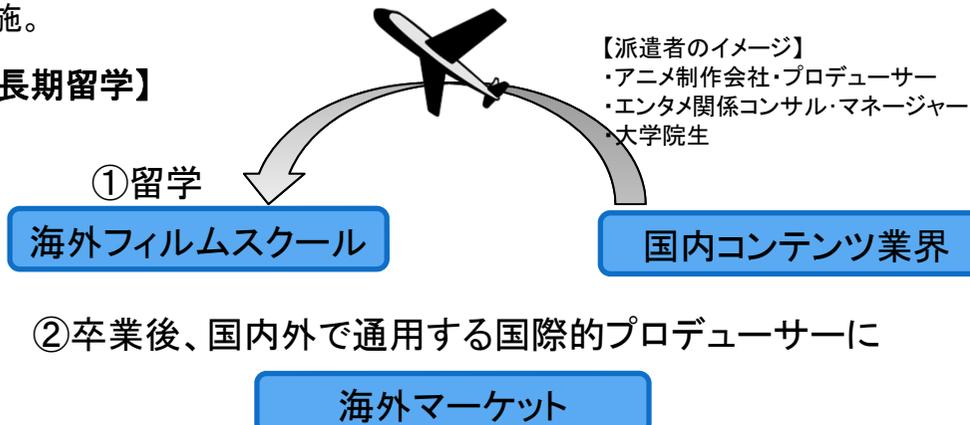
プロデューサー人材育成

- ▶ 最先端の映画製作を学ぶとともに、映像関連の海外ネットワークを構築し、国際的に活躍できる人材を育成するため、海外教育機関(フィルムスクール)への留学を支援することで、グローバル市場での収益獲得への転換を図る。
- ▶ コンテンツビジネスに関する法務・会計・資金調達等のグローバルスタンダードな知識を有するプロデューサー人材の育成により、映像の海外展開や国際共同製作の促進を図る。

海外留学支援制度

コンテンツ産業のプロデューサーの育成支援として、ハリウッドなどが培ってきた国際的な手法を学べる海外フィルムスクールに留学。短期留学も実施。

【長期留学】



国内人材育成支援制度

研修やグループワークでのトレーニングを通して、若手人材に人的交流の機会を提供し、将来の国際共同製作にむけた人的ネットワークの構築を図る。

