

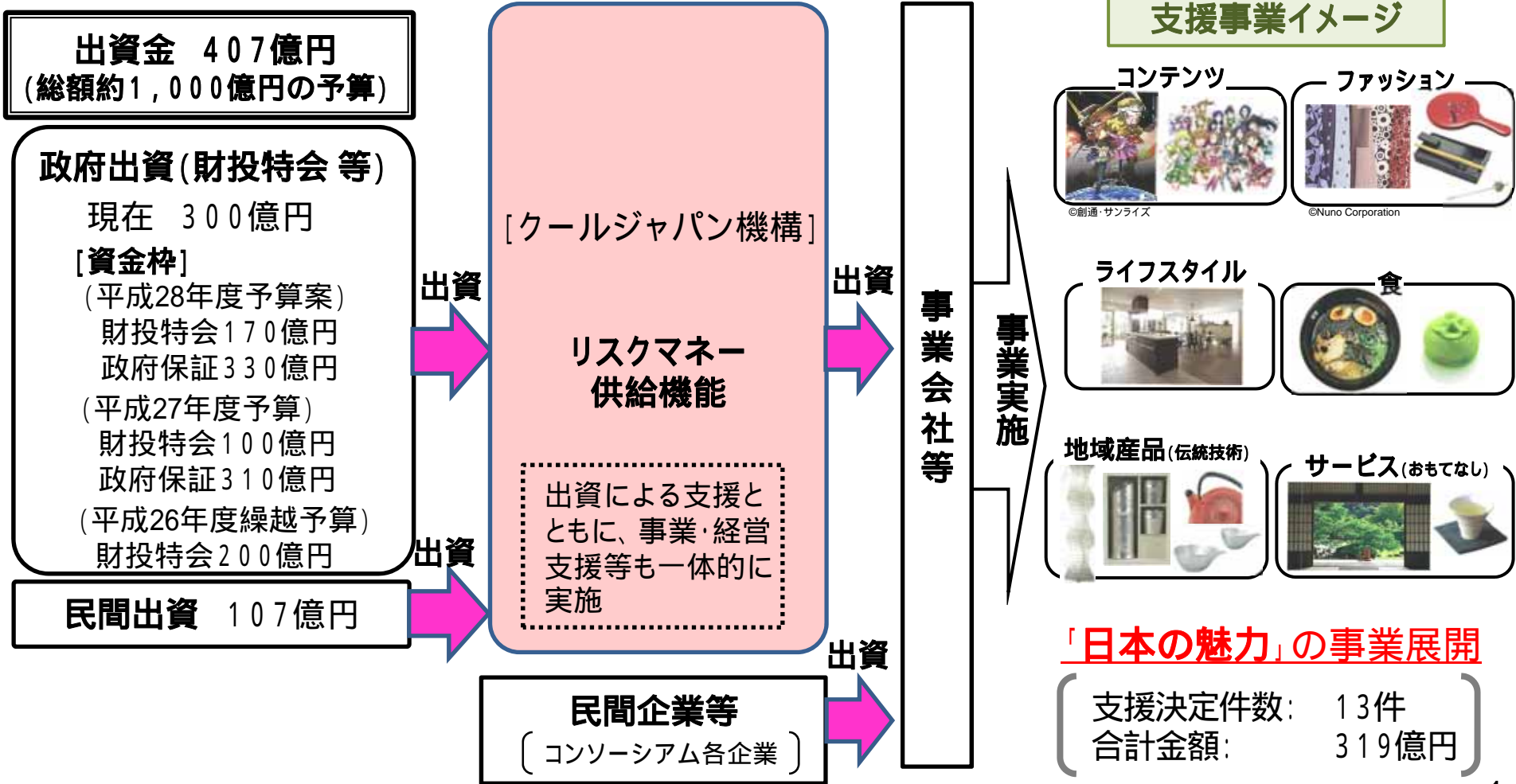
クールジャパン機構の取り組みについて

平成28年3月2日
クールジャパン機構

クールジャパン機構の事業スキーム



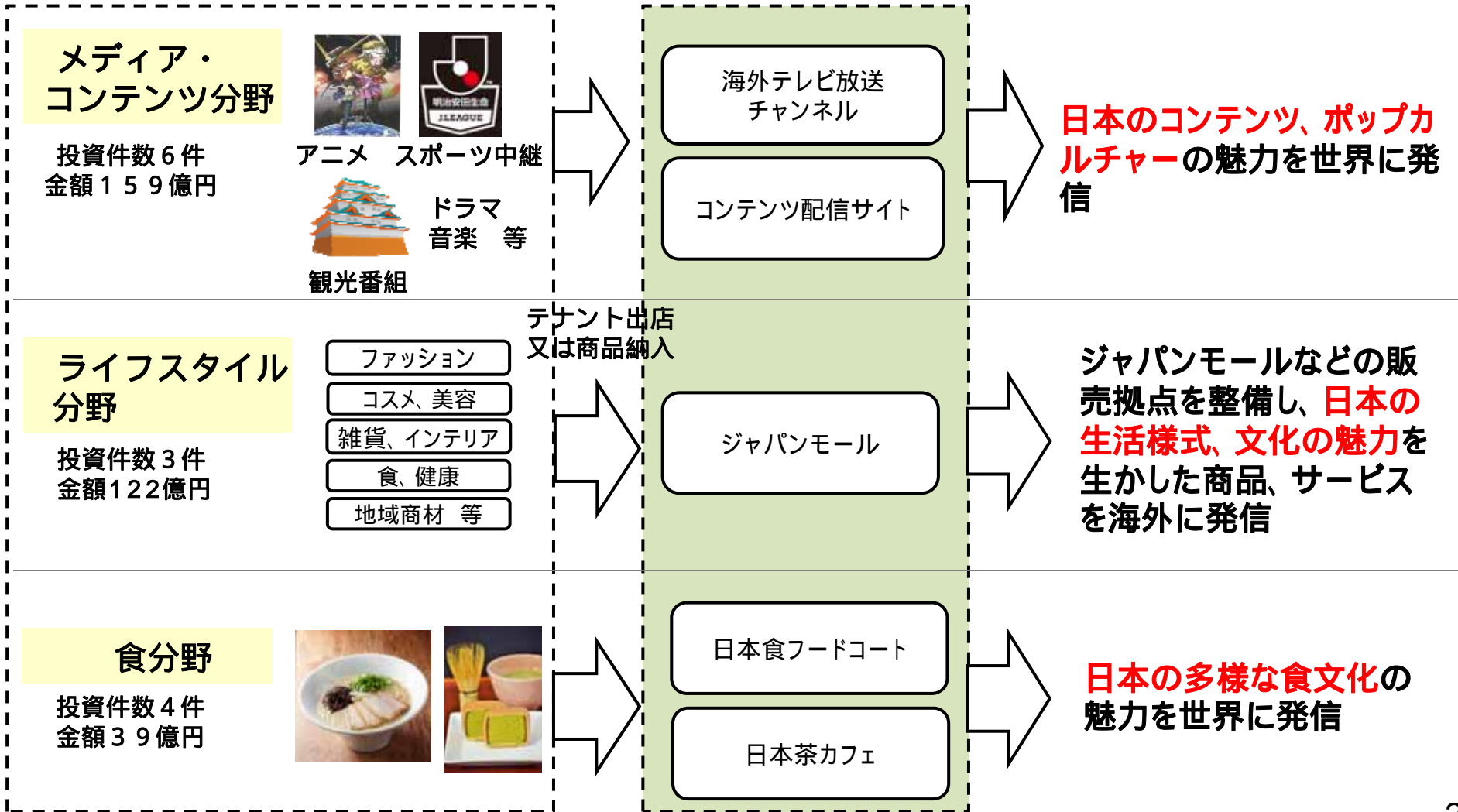
日本の「生活文化」の魅力を生かした商品等の海外展開事業を支援し、**ジャパンブランドの向上**を目指す。
13件、319億円の投資事業を実施。平成28年度においても引き続き、投資を進めていく。



2020年東京大会に向けた機構の取り組み



機構の事業支援により整備された拠点やメディアを活用し、2020年東京大会に向けて日本の魅力的な文化の発信に貢献



(投資事例) ジャパンチャンネル整備事業 (メディア・コンテンツ分野)

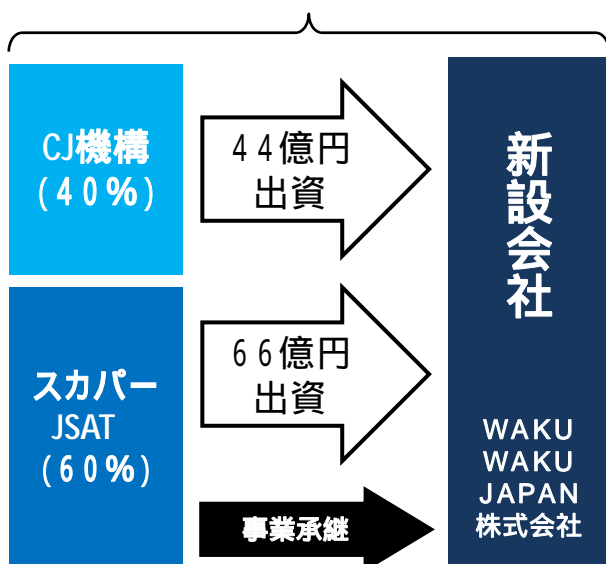


概要・意義

- スカパーJSAT(株) による海外向け有料放送チャンネル「WAKUWAKU JAPAN」(衛星・ケーブルTVで視聴可能)を通じて**日本の放送コンテンツ**(アニメ/特撮、ドラマ、スポーツ、音楽、映画等)を**24時間365日、現地語で放送**。
- **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)へ拡大予定(現在の視聴可能国:インドネシア、シンガポール、ミャンマー)。
- ローカル局の旅番組なども積極的に放送。

事業内容

事業総額110億円程度



WakuWaku JAPAN

日本コンテンツを24時間、現地語で届けるチャンネル。2014年2月に開局し、現在インドネシア、シンガポール、ミャンマーで放送中

放送番組例



「Jリーグ中継・エキシビジョンマッチ」
©J.League Photos



「四季折々」
日本の食・文化・名所・伝統技術を放送



「Music Japan TV」©ATOSS INTERNATIONAL

(投資事例) ジャパンモール (マレーシア:クアラルンプール) (ファッション・ライフスタイル分野)

概要・意義

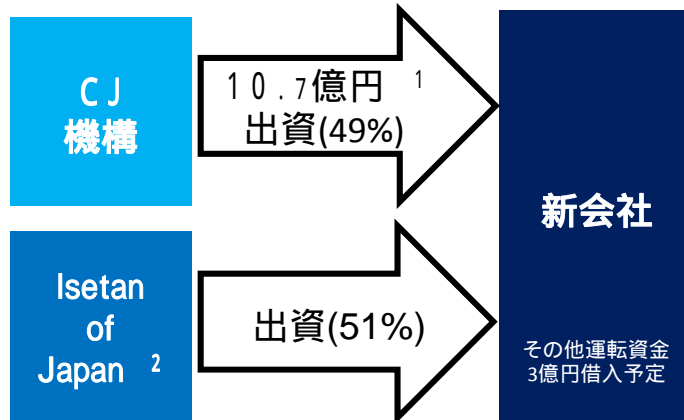
- クアラルンプール最大の繁華街で、三越伊勢丹の既存拠点(約1万m²)を**ASEAN初の全館クールジャパン仕様に刷新**。地域・中小企業の海外展開の足がかりとする。

海外における一般的な日系百貨店の日本商材の比率は5~10%程度

- **ショールームや体験スペース等**を活用して、**ファッションから食、美容、健康まで日本の最先端のライフスタイル**を発信。

事業内容

総事業規模20億円程度



1: 金額は上限額であり、為替の影響等により変動がある。

2: 三越伊勢丹HDのマレーシア現地子会社

【全館クールジャパンの挑戦】

日本の最先端のライフスタイルを発信



体験型施設。ライフスタイルを実感し、購買につなぐ。

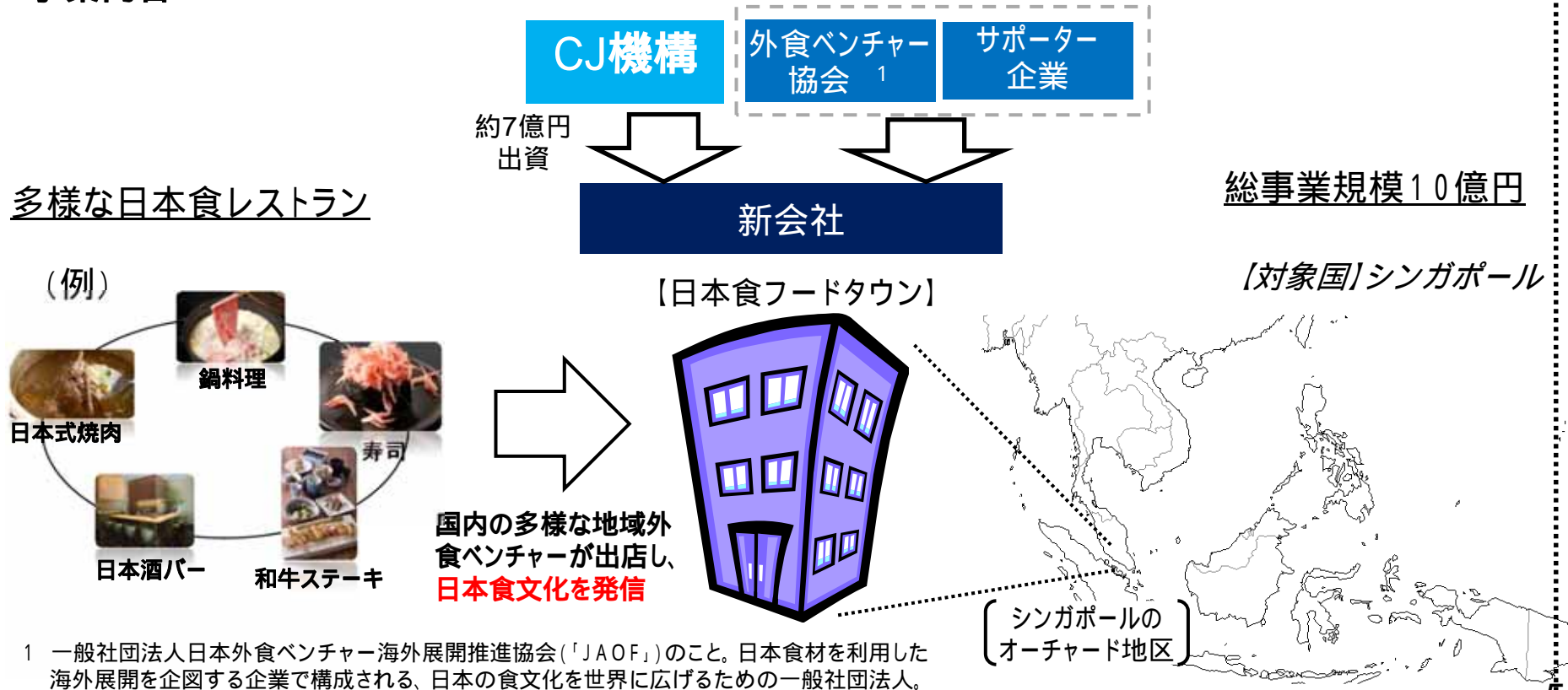


(投資事例) 日本食フードタウン (シンガポール) (食・サービス分野)

概要・意義

- ▶ 周辺国を含めて富裕層が集まるシンガポールの中心部の一等区画において、外食ベンチャーを中心とした様々な種類の日本食レストラン(15~20店舗)を集積し、**バラエティに富んだ大衆日本食を提供し、日本食文化を発信。**
- ▶ **国内地域外食企業に出店の呼びかけ**を行い、**地域発の外食ベンチャー等の進出確保**を目指す。シンガポールは、周辺国からも富裕層が集まるため、周辺国への波及効果も高い。

事業内容



(投資事例) 地域産品の欧州展開ビジネス拠点の構築 (欧州/パリ)



概要・意義

- 世界の情報発信地パリの中心部に、**地域の伝統工芸品等を欧州展開するためのビジネス拠点(ショーケース)を整備**する。
- 規模の小さい地域産品事業者は、展示会に出展し海外展開を狙うも、独力では、その後必要となる「マーケティング(商品情報発信・改良)」「販路開拓(含営業交渉)」「輸出入実務」等は困難。
- 本事業は、こうした課題を克服するため、地域事業者に継続的なビジネス支援を提供するもの。

事業内容



(参考) クールジャパン機構の投資決定案件



類型	内容	対象国	実施企業 (機構の出資枠(注))	概要
コンテンツ型 プラットフォーム メディア・ コンテンツ	海外向け 日本商材 ネット販売 	全世界 (米国・ インドネシア等)	Tokyo Otaku Mode 〔 15億円 〕	海外に向けて日本のマンガ・アニメ等の ポップカルチャーの魅力を発信するメディア・EC事業 (海外顧客1,800万人への展開)
	ジャパン チャンネル 	全世界	WAKUWAKU JAPAN (総事業費 110億円) 〔 44億円 〕	世界22カ国に日本コンテンツの有 料放送チャンネルを展開し、 地域物販やインバウンドを促進 (24時間日本コンテンツ放送チャンネル)
	海外向け 番組等製作 	アジア (台湾・ タイ等)	MCIP ホールディングス (総事業費 20億円) 〔 10億円 〕	アジア各国向けTV番組で日 本を発信し、イベントや地域 物販等を展開
	正規版日本 アニメ配信 	全世界	アニメコンソーシアム ジャパン (総事業費 50億円) 〔 10億円 〕	正規版日本アニメのサイマル配信 を多言語で行う動画配信・EC事業 (海賊版対策・アニメ事業のビジネス 化)
	ジャパン ローカライズ 	全世界	SDI Media Group, Inc. (総事業費 190億円) 〔 75億円 〕	80言語以上に対応した日 本のコンテンツの世界発信 のためのローカライズの基 幹インフラを獲得
	海外でのクリ エーター育成 	アジア 欧州 豪州	KADOKAWA Contents Academy (総事業費 10億円) 〔 4.5億円 〕	世界12の国・地域で日本 コンテンツの海外展開を支 える高度なクリエイター人 材を育成

地域・中小企業
やクリエイター
等の商品・サー
ビスの海外展
開のプラット
フォームの構
築

日本アニメ産業の海外
展開でアニメータの活
躍の場を拡大

コンテンツの
海外展開の
ためのサプラ
イチェーンや
人材基盤の
整備

(注) 外貨による出資の場合、機構の出資枠は為替変動分を考慮し、計上している。

(続き) (参考) クールジャパン機構の投資決定案件



類型	内容	対象国	実施企業 (機構の出資枠(注))	概要
ショーケース型 プラットフォーム ライフ スタイル	ジャパン モール (衣 食 住 コ)	マレーシア (クアラルン プール)	ICJ Department Store(Malaysia) (総事業費 20億円) 【10.7億円】	ASEAN初の全館クールジャパンの「ショー ケース」を構築し、日本の最先端のライフス タイルを発信
	ジャパン モール (衣 食 住 コ)	中国 (寧波市)	寧波阪急商業 有限公司 (総事業費 510億円) 【110億円】	中国のアップ-ミドル層に向け、地方有 力都市で、過去最大級の規模の先 駆的百貨店モデルを構築
	地域産品 ショーケース (衣 住)	欧州 (パリ)	Sas Enis 【1億円】 「Sas」は株式会社(仏語)	世界への情報発信地パリ中心部に、地 域産品の「マーケティング」「販路開拓」 等を継続的に展開する ビジネス拠点を構築
食材サプライ チェーン/ 外食型 プラットフォーム 食・ サービス	日本食材 コールドチェーン (食)	ベトナム (ホーチミン)	CLK Cold Storage Company Limited (総事業費 15億円) 【9.26億円】	東南アジアで日本食材流通の基盤と なるコールドチェーンを構築 (高性能冷凍冷蔵倉庫を整備)
	日本食 フードタウン (食)	シンガ ポール	Japan Food Town Development (総事業費 10億円) 【7億円】	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
	外食産業 海外展開基盤 (食)	欧州 米国 豪州	力の源HD 【7億円】 融資枠13億円	出店ハードルの高い欧米豪の主要都市で、 ラーメンダインング形式の店舗展開を通じ、現地製造具 材や日本酒・焼酎等の食の流通網を構築
	日本茶カフェ (衣 食 住 コ)	米国	Green TEA World USA, Inc. (総事業費 5.2億円) 【2.6億円】	地域企業が集まり、米国で日本茶カフェの 展開を通じて、長崎県産品等の販売を構築



© Takeshi MIYAMOTO



© Japan Food Town Development Pte. Ltd.



地域商材
の海外展
開を支援

日本食普
及と日本
食材の流
通支援

(注) 外貨による出資の場合、機構の出資枠は為替変動分を考慮し、計上