

経済産業省

平成29年3月

2020年にオリンピックのシンボルストリートとなる「新虎通り」を舞台に、日本の各地域の魅力あるコンテンツを国内外に発信するため、自治体を中心とした全国各地の食材提供や特産品販売等を行い、国内外から日本各地への観光・訪問を喚起・誘発し、日本各地の観光振興、地域活性化を目指すイベント。



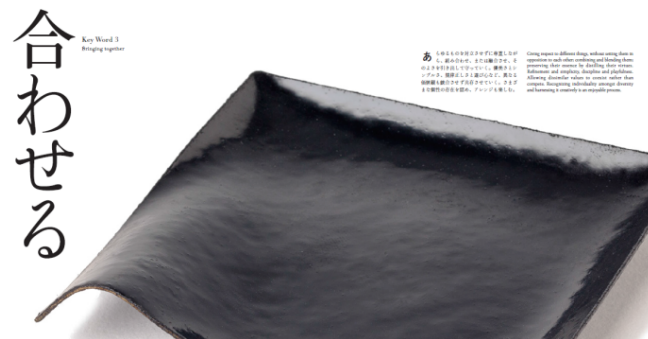
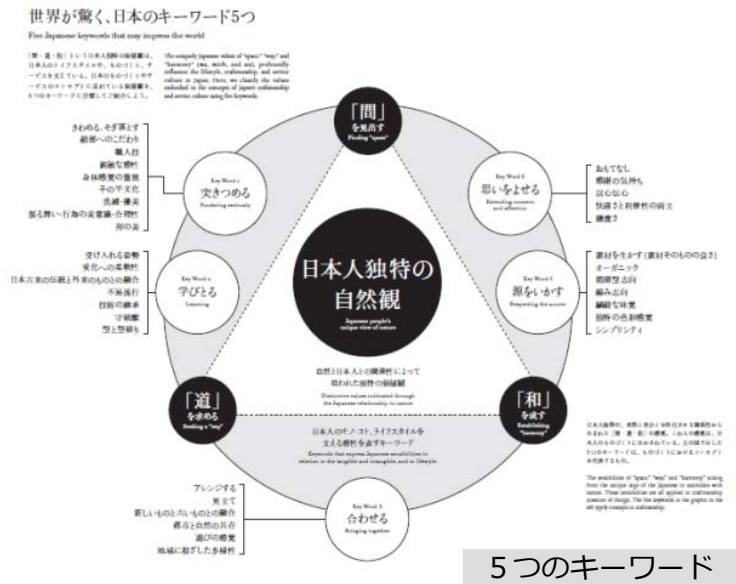
- 「新虎通り」に設けられた「スタンド」や「ストア」において、3ヶ月ごとにテーマを設け4つの自治体が飲食提供や特産品販売を行う。出展自治体は本事業を主催する「2020年東京オリンピックパラリンピックを活用した地域活性化推進首長連合(*)」の会員自治体。
- 2月23日(木) オープニングセレモニー
来賓：世耕経済産業大臣
水落文部科学省副大臣兼内閣府副大臣 ほか
- 2月24日(金) オープン
～3/13までの累計来場者数：11,337人
1日あたり平均来場者数：694人
- メディア露出数 (2/23～2/25 3日間集計)
TV「ワールドビジネスサテライト」ほか3番組、新聞15紙(全国紙8紙)
雑誌「Casa Brutus」、WEB 54媒体 合計 94媒体

*2020年東京オリンピック・パラリンピックを活用した地域活性化推進首長連合：東京オリパラを契機として地域の魅力を改めて発信するとともに、地域の活性化に向けた具体的な取組を広域的に連携しながら戦略的かつ効果的に実践するため、各自治体の知恵と力を結集。現在464の自治体が加盟(H29.3.13現在)。会長は國定勇人三条市長。

「世界が驚くニッポン！」 Wonder NIPPON!

500の地域産品をまとめてブランディングした「The Wonder 500」に代表されるクールジャパン商材やサービスを生み出す根幹となる日本の「感性」や「価値観」について、昨年7月より3回開催した有識者による研究会の議論の結果を一つの考え方として整理するコンセプトブックを公表。

- 経済産業省では、従来より、日本的価値を基盤とした日本のものづくりやサービスの再評価による日本ブランドを構築するため、「日本らしさ」について検討してきた。
- 研究会の議論を基に作成したコンセプトブックでは、日本人独特の自然観から導かれる概念を説明し、日本人の感性を表すキーワードの一例、「突きつめる」「学びとる」「合わせる」「源をいかす」「思いをよせる」を紹介。
- 日本の価値観に関する国内外で議論を喚起すると共に、商材の海外展開や訪日外国人の消費を促進するための環境の整備をすることを目的としている。



● JLOP – Japan Localization and Promotion 事業

- 日本コンテンツの海外市場開拓のため、**コンテンツの字幕・吹き替え等の現地化（ローカライズ）や国際見本市への出展等のプロモーションの支援、権利情報の集約化等により、著作物の利用の円滑化に取り組む**（平成28年度補正予算60億円）。
- 平成26年度補正予算（60億円）においては、日本のコンテンツの海外展開を支援するため、885件のコンテンツのローカライズやプロモーションへの補助を実施。<https://www.vipo.or.jp/news/13485/>

ローカライズ

アニメ



© SAKURA PRODUCTION / NIPPON ANIMATION

電子コミック



© Fujiko-Pro

プロモーション

「ドラえもん」が家電製品を通じてプロモーションした例

ドラえもん×家電製品



海外見本市への出展例

JAPAN EXPO



地方発コンテンツの海外展開事例



北海道テレビは、地域の魅力を発信する番組を制作し、J-L O P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。

● 概要

企業の海外展開におけるボトルネック



①メディア空間の整備、確保

②地域企業の海外展開

③拠点空間の整備、確保

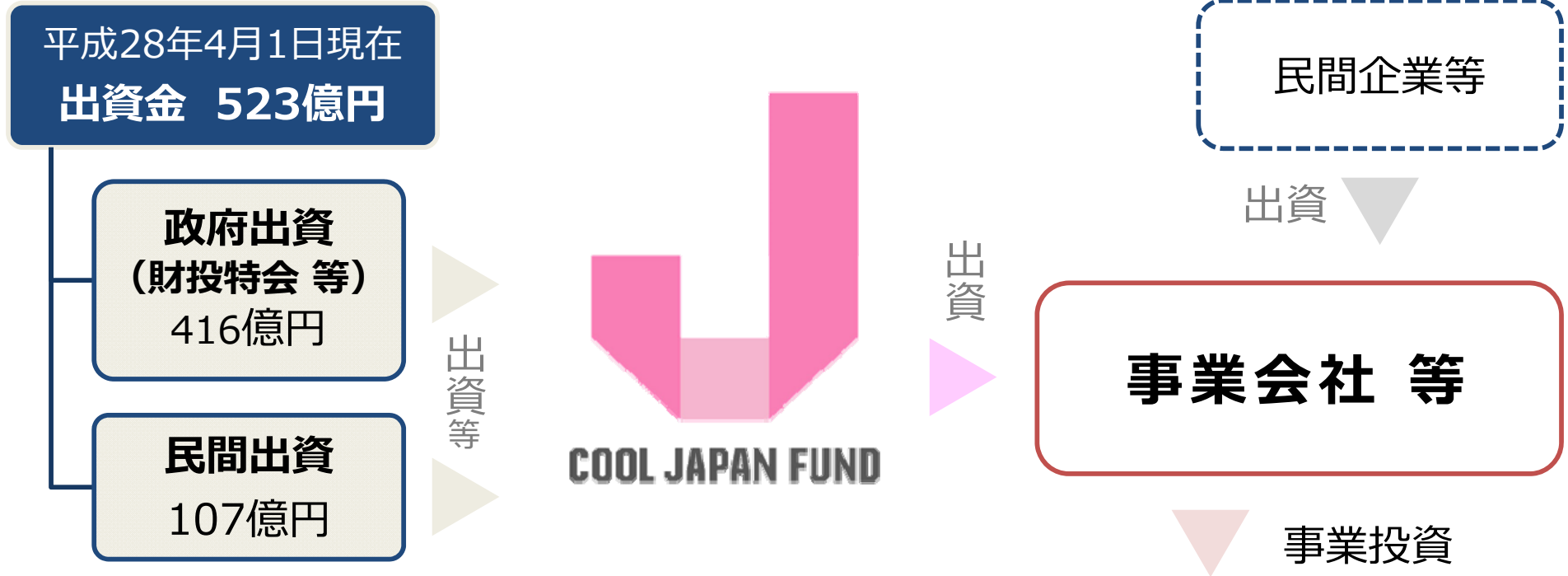
+

クールジャパン分野の専門的サポート

- 民間企業の呼び水となるリスクマネーの供給
- 海外におけるビジネスモデルの構築、海外展開できる人材の育成に寄与

平成25年11月（株）海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）設立

● スキーム



①プラットフォーム整備型

- ジャパンモール、フードコート
- ジャパンチャンネル、コンテンツネット販売

②サプライチェーン整備型

海外マーケットにおいて
日本の商品・サービスを
提供する流通の幹の構築

③地域企業等支援型

地域の魅力を
世界へ展開



● 投資案件一覧（1 / 3）

	内容	対象地域	実施企業	支援決定額	概要・進捗	公表日
メディア・コンテンツ分野	海外向け ジャパンコンテンツ 関連ネット販売	全世界 (米国・ インドネシア等)	Tokyo Otaku Mode, Inc.	15億円	・マンガ・アニメ等のポップカルチャーを 発信する海外向けメディア・EC事業。 ・ <u>ECサイト登録者数・取扱商品倍増。中 国等への展開加速へ。</u>	平成26年 9月25日
	正規版アニメ 関連ネット販売	全世界	(株) アニメコン ソーシアムジャパ ン	10億円 【総事業費： 50億円】	・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。 ・ <u>配信回数・会員数増加。TOMとも連携。</u>	平成26年 10月30日
	海外向け エンタテインメント 番組製作	アジア (台湾・ タイ等)	(株) MCIPホール ディングス	10億円 【総事業費： 21億円】	・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。 ・ <u>H27.4より11組16名のお笑い芸人がアジ ア6カ国に展開。</u>	平成26年 10月30日
	ジャパンコンテンツ のローカライズ	全世界	SDI Media Group, Inc.	75億円 【総事業費： 190億円】	・80言語以上に対応したローカライズの 基幹インフラ事業の獲得。 ・ <u>コンテンツの取扱数が倍増。</u>	平成27年 2月19日
	ジャパン チャンネル	全世界	WAKUWAKU JAPAN (株)	44億円 【総事業費： 110億円】	・22カ国にオール日本コンテンツの有料 衛星放送チャンネルを展開。 ・ <u>従来放送していたインドネシア、シンガ ポール、タイ、台湾で放送開始。</u>	平成27年 3月4日
	海外での クリエイター育成	アジア 欧州 豪州	KADOKAWA Contents Academy (株)	5億円 【総事業費： 10億円】	・アジア等で日本コンテンツのクリエイ ター人材を育成するスクール事業 ・ <u>台湾に加え、H28.4にタイで開校。 さらに横展開予定。</u>	平成27年 3月30日

クールジャパン機構（株式会社海外需要開拓支援機構）

● 投資案件一覧（2 / 3）

	内容	対象地域	関係企業	支援決定額	概要・進捗	公表日
ライフスタイル分野	マレーシア ジャパンモール	マレーシア (クアラルンプール)	ICJ Department Store(Malaysia) SDN.BHD	11億円 【総事業費： 20億円】	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・H28.10に開業。 	平成26年 9月25日
	寧波 ジャパンモール	中国 (寧波市)	寧波阪急商業 有限公司	110億円 【総事業費： 510億円】	<ul style="list-style-type: none"> ・中国のA級ミッドル層に向け、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。 ・H30秋頃の開業を目指し準備中。 	平成26年 9月25日
	地域産品 セレクトショップ	欧州 (パリ)	SAS ENIS	1億円	<ul style="list-style-type: none"> ・欧州で日本の地域産品の卸売・展示・販売を実施するプラットフォーム構築。 ・H28.6から、各地域の産品を常設展示。 地方自治体・地方経産局とも連携中。 	平成27年 11月12日
	「和」ファッション ブランド海外展開	欧米 (米、仏、英)	フォーティファイブ アールピーエム ファッション	8億円	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の高品質な生地縫製や「和」のデザインを発信するファッションブランドの海外直営店舗展開。 	平成29年 3月9日
	内容	対象地域	関係企業	支援決定額	概要・進捗	公表日
インバウンド分野	瀬戸内地域の観光産業振興ファンド	日本国内 (瀬戸内地域)	せとうち観光 活性化ファンド	10億円 【総事業費： 98億円】	<ul style="list-style-type: none"> ・瀬戸内7県の瀬戸内ブランド推進と連携し、地銀7行・DBJ等とイバウンドに繋がる観光産業振興ファンドにLP出資。 ・H28.8第1号投資案件公表(クルーズ船)。 	平成28年 3月23日
	訪日外国人旅行者 に対応した 民泊仲介サービス	日本国内	(株) 百戦練磨	3億円	<ul style="list-style-type: none"> ・都市部の国家戦略特区及び地方部での訪日外国人向けの合法的な民泊予約サービス事業。 ・事業実施中。 	平成28年 4月21日
	観光・インバウンド 関連のICTベン チャーファンド	日本国内	グローバル・ブレ イン6号	50億円 【総事業費： 150~200億円】	<ul style="list-style-type: none"> ・観光・インバウンド関連のICTベンチャーを支援するファンドへLP出資。 ・投資案件組成中。 	平成28年 12月9日

クールジャパン機構（株式会社海外需要開拓支援機構）

● 投資案件一覧（3 / 3）

	内容	対象地域	関係企業	支援決定額	概要・進捗	公表日
食分野	日本食材 コールドチェーン	ベトナム (ホーチミン)	CLK Cold Storage Co., Ltd.	9億円 【総事業費： 15億円】	<ul style="list-style-type: none"> 日本食材の流通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）。 H28.7に開業。 	平成26年 9月25日
	日本食 フードタウン	シンガ ポール	Japan Food Town Development Ptd. Ltd.	7億円 【総事業費： 10億円】	<ul style="list-style-type: none"> 一等地に地域外食ベンチャー等を集約し、食材の一括輸送等により、高品質な日本食の外食事業を提供。 H28.7に開業。 	平成26年 12月8日
	外食産業・ 日本食材の 海外展開基盤	欧米豪	(株)カの源 ホールディング ス	7億円 (融資枠： 13億円)	<ul style="list-style-type: none"> 出店ハードルの高い欧米豪の主要都市で、日本酒等も含めたラーメンダイニング形式の店舗を展開。 H28.7にパリ旗艦店開業。 	平成26年 12月8日
	米国における 日本茶カフェ	米国	Green TEA World USA, Inc.	3億円 【総事業費： 5.2億円】	<ul style="list-style-type: none"> 米国において、日本茶カフェを展開し、長崎県産品等を販売。 H28.7に開業。 	平成27年 4月6日
	日本食・農産品の 海外展開インフラの 整備	中東	Gulf Japan Food Fund	4千万ドル 【総事業費： 39千万ドル】	<ul style="list-style-type: none"> 日本から中東地域への食品・農産品、生産設備・技術等の輸出・展開を目的としたファンドへの出資。 投資案件組成中。 	平成28年 3月25日
	中東における 外食・小売 店舗展開	中東 北アフリカ	Cipher Nippon Investment L.L.C.	3億円	<ul style="list-style-type: none"> 現地企業とパートナーシップを組み、中東・北アフリカ地域において、日系外食企業及び小売企業を多店舗展開。 外食系3社と契約済。来年度1号店へ。 	平成28年 6月20日
	日系外食企業 向け食材加工	台湾 中国	GLOBAL NEXT ATOM PTE. LTD.	3億円	<ul style="list-style-type: none"> 日系外食企業へ食材加工・供給を担う工場を整備し、安全・安心・高品質な食材調達・加工プラットフォームを構築。 開業に向け準備中。 	平成28年 9月9日

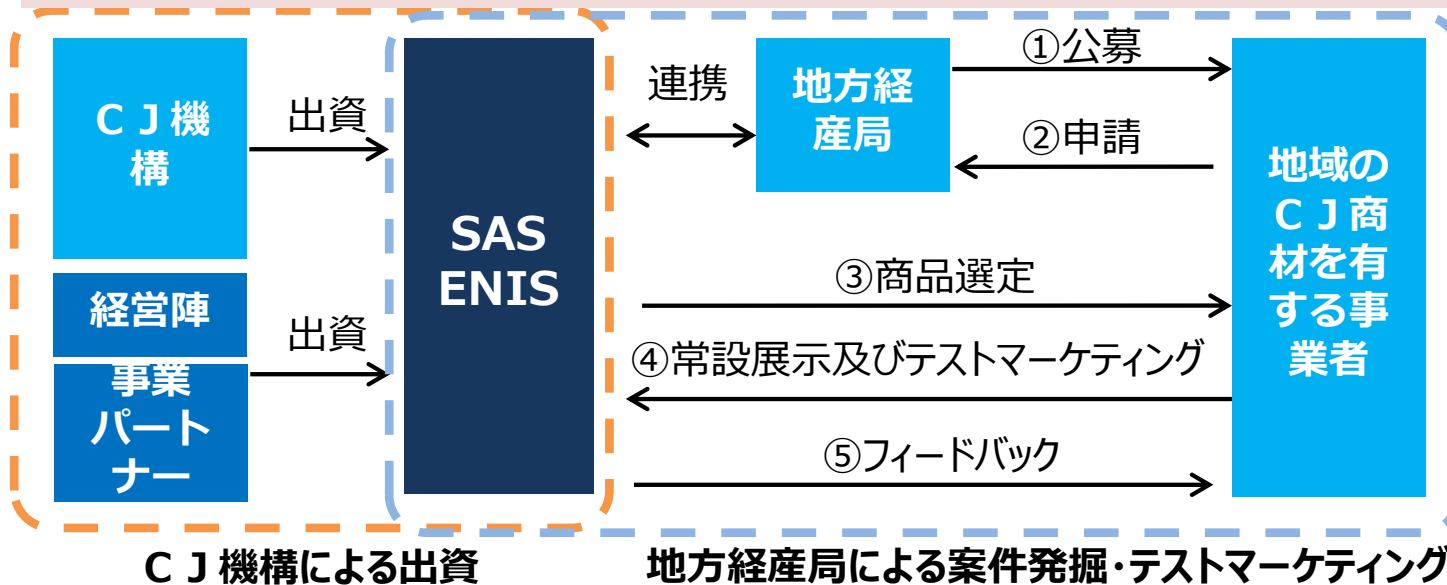
● C J 機構出資案件を活用した地域中小企業の海外展開支援

地域産品の欧州展開ビジネス拠点の構築 (欧州/パリ)

- C J 機構の出資により、地域の伝統的工芸品等のクールジャパン商材を、欧州展開するためのビジネス拠点（ショーケース）を、世界の情報発信地であるパリの中心部に整備。
- 地方経済産業局にて、各地のクールジャパン商材を公募により選定し、数十点をまとめて当該拠点に陳列し、原則1年間、常設展示及びテストマーケティングの実施を支援することにより、規模の小さい地域産品事業者にとって、低コストでの自社商品の常設展示や、税関手続き等の事務負担や物流コストを軽減し、本格的な欧州展開を後押し。

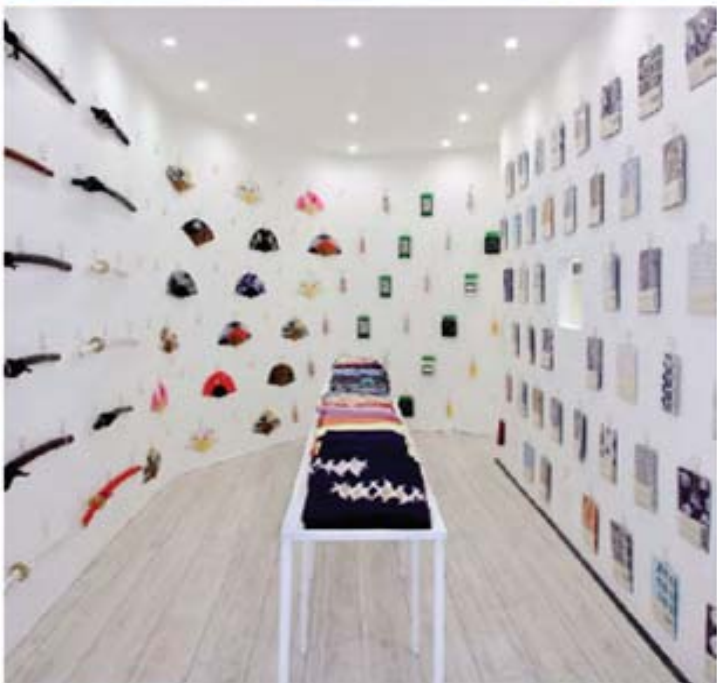
⇒ 全国の地方経済産業局にて参加企業を募集中 (商品公募期間：平成28年12月1日～29年1月20日)

- 伝統的工芸品産業振興協会では、伝統的工芸品の海外展開を進めるため、当該拠点において常設展示を行っている。



⇒ 関係機関の連携により、地域産品の海外展開を後押し。

(参考) 「maison wa」 の店舗



(左写真)

DISCOVER JAPAN PARIS

2011年竣工した日本人経営者による日本商品のポップアップショールーム。これまで日本の自治体や団体がイベント等を実施する場としても活用されている。面積30㎡（地上階）。

(右写真)

maison wa

「DISCOVER JAPAN PARIS」でのノウハウ等を活かし、事業規模を拡大させたショールーム。2015年9月、店舗オープン。日本工芸品に親しんだフランス人デザイナーをキュレーターとして取り組む。ロケーションはパリの1区、日本人街サンタンヌ通りからほど近い場所。店舗名のmaison waは、「maison = 家」「wa = 和」を組み合わせた造語で、和のライフスタイルを提案するショールームという想いが込められている。面積160㎡。