経済産業省

クールジャパン政策について

経済産業省商務・サービスグループ
クールジャパン政策課

平成３０年１月

クールジャパン政策課の歩み

H19年　5月　第一次安倍政権において、甘利経済産業大臣が「**感性価値創造イニシアティブ**」を策定
製品やサービスにまつわるストーリーを、日本の魅力・価値を高めるものとして推進

H19年　6月　経済成長戦略大綱の改訂の際に、「感性価値創造の推進」を掲げ、H20年度から22年度までを、「感性価値創造イヤー」として重点的に推進

H22年　6月　経済産業省に、「**クール・ジャパン海外戦略室**」を創設

H23年　7月　クール・ジャパン戦略室を改組・拡大し、「**クリエイティブ産業課（生活文化創造産業課）**」を創設

H24年12月　第二次安倍政権において、初めて「クールジャパン戦略担当大臣」が置かれ、稲田大臣が任命される

H25年　2月　内閣総理大臣決裁により、クールジャパン戦略担当大臣を議長とする「クールジャパン推進会議」設置

H25年　6月　茂木経済産業大臣の下、「クリエイティブ産業国際展開懇談会」において中間取りまとめを公表

H25年11月　**「海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）」が設立**

H26年　8月　第２期クールジャパン会議において「クールジャパン提言」をとりまとめ

H27年　6月　第３期クールジャパン会議において「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」をとりまとめ

H27年12月　政府・民間のクールジャパン関係業界が一体となって、クールジャパン官民協働プラットフォームを設立

H29年　７月　クリエイティブ産業課を改組し、「**クールジャパン政策課**」を創設

クールジャパン政策

● 「日本の魅力」の事業展開

ねらい

- 国内人口の縮小や、従来型産業のピークアウトにより、**内需が減少**
- コンテンツ、ファッション、地域産業、サービスなどの分野に注目
- **日本の魅力を展開**し、**海外需要の獲得**と共に関連産業の雇用を創出

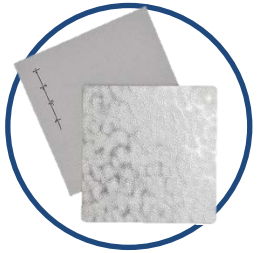
経済産業省の役割：クールジャパン政策を民間のビジネスにつなげ、世界へ広げる

コンテンツ

ファッション

衣食住

サービス



地域産品

関連商品販売等への波及効果、本物を求める訪日客の増加、
日本での滞在・消費の拡大(インバウンド)

©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・JR Kikaku©Pokémon

クールジャパン政策

● 課題と３つのステップ

〇少子高齢化等に伴う**国内需要の減少**に直面する我が国において、経済の持続的な成長を実現させていくためには、著しい経済成長を背景として需要を拡大させる新興国をはじめとする諸外国の旺盛な**外需を獲得**していくことが必要。

〇我が国の生活文化の中で育まれたコンテンツ、ファッション、日本食等は**海外において高い人気**を博しているとともに、**他国に真似できない、追随できない無形価値**であり、今後の日本経済のよりどころとなる。

〇しかし、リスクが不透明であること等による金融機関、投資家からの**資金供給不足**、足がかりにすべき**海外拠点の不足**、**情報やノウハウ不足**等により、具体的な海外展開が進まず、収益に結びついていない状況にある。
〇こうした状況を打開し、海外需要を獲得するため、株式会社海外需要開拓支援機構を設立し、**民間投資の「呼び水」となる資金供給**と**ハンズオンによる経営支援**を行う。

1．日本ブーム創出

- コンテンツ海外展開支援
- インフルエンサー招へい
- ふるさと名物の海外発信

2．現地で稼ぐ

- 製品開発・チームづくり
- 現地企業とのマッチング
- テストマーケティング

3．日本で消費

- クールジャパン資源による観光振興

- クールジャパン機構によるクールジャパン関連企業へのリスクマネーの供給
- JETROや日本政策金融公庫等による海外販路開拓支援

クールジャパン機構（株式会社海外需要開拓支援機構）

〇平成25年6月に株式会社海外需要開拓支援機構法が成立し、平成25年11月に海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）が設立された。

〇機構は、リスクマネーを供給することで、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拠点や流通網の整備などを率先して展開。

平成29年4月時点
出資金
693億円

民間出資

107億円

政府出資
（財投特会 等）
586億円

※既出資の586億円に加えて、平成29年度は政府予算枠210億円を確保し、必要に応じてこの範囲で追加出資を行う。

出資

出資

民間企業　等
（コンソーシアム各企業）

協調出資

クールジャパン機構
（平成25年11月創設）

✓ リスクマネー供給機能

✓ 出資支援とともに、事業・経営支援等も一体的に実施

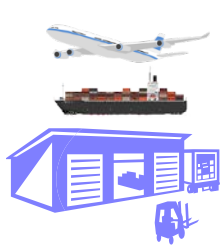
※存続期間：概ね20年程度

事業会社　等

投資

＜投資対象の例＞

サプライチェーン整備型事業



商材の調達

流通ネットワーク

提供

冷凍・冷蔵・常温の温度管理を実現するコールドチェーンの整備

現地の日系外食企業に対する食材加工・供給支援

地域企業等支援型事業

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

プラットフォーム整備型事業

商業施設展開・活用（ジャパン・モール）

コスメ

アパレルショップ　日本食レストラン　インテリアショップ

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（１／４）

	内容	対象地域	関係企業	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・ ｲﾝﾄﾞﾈｼｱ等）	Tokyo Otaku Mode 等	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。 **・ECサイト登録者数・取扱商品倍増。中国等への展開加速へ。**	平成26年 9月25日
	正規版アニメ 関連ネット販売	全世界	ﾊﾞﾝﾀﾞｲﾅﾑｺHD等	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。 **・H29年3月EXIT済**	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）	吉本興業等	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。 **・タイで地方自治体と連携した日本紹介番組を放送中。**	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	イマジカ・ ロボットHD等	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。 **・コンテンツの取扱数が倍増。**	平成27年 2月19日
	ジャパン チャンネル	全世界	スカパーJSAT	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。 **・現在8ヶ国・地域で放送開始。**	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　等	4．5億円 【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。 **・台湾に加え、H28.4にタイで開校。さらに横展開予定。**	平成27年 3月30日
	アジア広域での ライブホール展開	アジア（シンガポール等）	（株）Zeppホール ネットワーク	50億円 【総事業費： 102億円】	・ライブ・エンタテイメントをアジア広域に展開する拠点整備事業。 **・H29.6シンガポールの施設開業。**	平成29年 4月28日
	内容	対象地域	関係企業	支援決定額	概要・進捗	公表日
横断分野	海外需要開拓を狙う ベンチャーファンド	全世界	500 Startups JP, L.P.	11億円 【総事業費： 39億円】	・海外需要開拓を狙う創業間もないベンチャーを支援するファンドへLP出資。 **・出資実行中。**	平成29年 6月15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（２／４）

	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】	・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。商品の価格帯の幅を広げ、顧客層の拡大へ。**	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】	・中国のｱｯﾊﾟｰﾐﾄﾞﾙ層に向け、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	・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スタジオ(株)	8億円	・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。 **・H29.9 パリに店舗オープン。**	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】	・瀬戸内7県の瀬戸内ブランド推進と連携し、地銀7行・DBJ等とｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ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(ｸﾙｰｽﾞ船)。**	平成28年 3月23日
	訪日外国人旅行客に対応した 民泊仲介サービス	日本国内	（株）百戦練磨	3億円	・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。物件登録事業者数は増加。**	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】	・観光・ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ関連のICTﾍﾞﾝﾁｬｰを支援するファンドへLP出資。 **・出資実行中。**	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（３／４）

	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）	日本ロジテム等	９．２６億円 【総事業費： 15億円】	・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。青果物等を中心に輸出量が増加。**	平成２６年 ９月２５日
	日本食 フードタウン	シンガ ポール	外食ﾍﾞﾝﾁｬｰ 等 ((一社) 日本外食ベンチャー海外展開推進協会を中心とした、外食ベンチャーコンソーシアム)	７億円 【総事業費： 10億円】	・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	力の源HD 等	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、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ﾊﾟﾘ旗艦店開業。H29.3ﾏｻﾞｰｽﾞ上場。**	平成２６年 １２月８日
	米国における 日本茶カフェ	米国	長崎県企業 等	２．６億円 【総事業費： 5.2億円】	・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ロサンゼルスに開業。**	平成２７年 ４月６日
	日本食・農産品の海外展開インフラ整備	中東	Gulf Japan Food Fund	４千万ドル （40億円超）	・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。 **・出資実行中（ベーカリー事業へ出資）。**	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.	１千万AED※ ※UAEﾃﾞｨﾙﾊﾑ （≒3億円程度）	・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。H29FY1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	・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

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（４／４）

	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	日本の農産物の輸出拡大	香港	世界市場	３．66億円 【総事業費：4．51億円】	・香港の小売店向けに日本の青果物を流通させるプラットフォームを構築 **・H29.8 北海道から香港へ初出荷。**	平成29年 4月27日
	日本食文化の魅力発信	イギリス （ロンドン）	Japan Centre Group Ltd.	300万ポンド （約4．5億円）	・ロンドンにおける日本食文化の魅力を発信する飲食・小売事業を展開。 **・H30上半期開業予定。**	平成29年 10月3日
	ASEANにおける中小外食企業の出店支援	ASEAN	G-FACTORY	5億円	・中小外食企業のASEAN進出の負担軽減のため、出店に必要なサービスを提供。 **・本格展開に向けて準備中。**	平成29年 12月20日

日本の魅力の海外発信

● 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

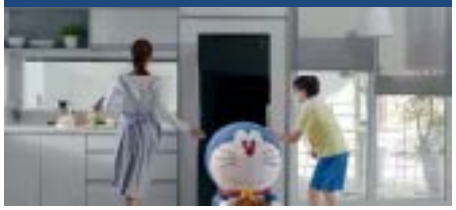
電子コミック

© 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－ＬＯＰ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。

日本の魅力の海外発信

● 海外情報発信事業【平成27年度補正】

- 海外インフルエンサーが日本の地域を実際に訪れ、テレビ・雑誌・ＳＮＳ等を通じて、外国人目線での日本の地域資源の魅力を海外に発信するとともに、訪日外国人向け旅行サイトや航空会社と連携することで、短編動画を掲載。訪日外国人の増加と消費拡大を目指す。

■ 前年度事業実績（補助額：3000万円、２／３補助、事業実施者：ＢＳフジ）

訪日客増加

JAPANiCAN.com

株式会社JTBグローバルマーケティング＆トラベル

× 連携

情報発信

テレビ局

- BSフジ（日本）
  ※ほかCX系5局
- UTB（ロサンゼルス）
- NOLIFE（フランス）
- HTVC
  VIEW TV（ベトナム）
- MEDIACORP
  （シンガポール）
- SAKURA TV
  （ニュージーランド）

※東北ツアーについてはアジア２６ヶ国でも放送

招聘インフルエンサー

ホッサン・レオン（シンガポール／タレント）
タイソン・コール（米国／ 料理人）
サラ・マイノ（イタリア／ファッションメディア）
ノア・ジョンソン（米国／ ファッションメディア）

ローカルクールジャパン

BrandLand：JAPAN

● JAPANブランド等プロデュース支援事業【平成29年度】（今年度公募終了）

- 日本の技術や生活文化の特色を生かした魅力ある商材を有する中小企業が、海外のライフスタイルやニーズ等に詳しい外部人材（プロジェクトマネージャー、デザイナー等）を活用し、海外市場獲得を目指して「市場調査、商材開発・改良、ＰＲ・流通」まで一貫してプロデュースするプロジェクトを支援するための費用を補助。

（補助額：1.0億円　10/10補助、実施事業者：凸版印刷）https://brandlandjapan.com/

プロデュース支援

海外ニーズに詳しい
プロデュースチームの旅費・謝金を補助

ネットワーク支援

プロジェクト同士の連携、マッチングイベント、
海外展開に役立つゲストとの交流

プロデューサー・デザイナー × **中小企業**

中小企業の海外展開の具体的な進展

・平成２９年度JAPANブランド等プロデュース支援事業　採択１２プロジェクト

- ヤマキイチ商店（水産物の販売）　×　山口商店　山口 幹生
- めぐるん（広報宣伝の企画・実施など）　×　wondertrunk & co.　岡本 岳大
- 幸栄（だるま・干支張り子の商品企画・製作・販売など）　×　クリーマ　木村 晋平
- ディーフィット（化粧雑貨の企画販売など）　×　NTHDO　奥山 丹奈子
- ほたか（文具ノベルティの企画・製造・販売）　×　FUJIN TREE TOKYO　小路 輔
- タニハタ（間仕切などの製造・販売）　×　IMMUNORIUM　飯塚 真弓
- 井上企画・幡（衣類・バッグ・雑貨等の製造・販売など）　×　ABingPlus　青木 千映
- 清風庵（菓子の製造・販売）　×　VERTEX ASIA JAPAN　勝田 隆仁
- 瑞穂（化粧筆・洗顔筆などの製造・販売）　×　AMD　小泉 堅太郎
- 増田桐箱店（桐箱の製造・販売）　×　トランセント　大滝 敦
- 小鹿酒造（酒類製造・販売）　×　Barbara Pool　福留 千晴
- ポイントピュール（化粧品OEM製品製造など）　×　新垣通商香港　新垣 美佳

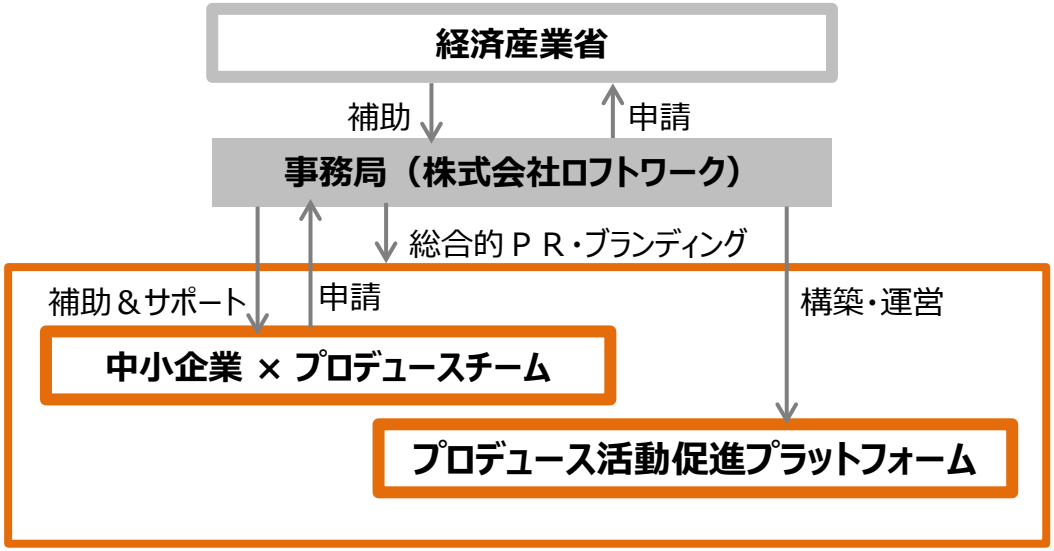
ローカルクールジャパン

MORE THAN FUJIYAMA, SUSHI, SAMURAI, GEISHA PROJECT

● TPP対策JAPANブランド等プロデュース支援事業【平成27年度補正】（事業終了）

- 日本の技術や生活文化の特色を生かした魅力ある商材を有する中小企業が、海外のライフスタイルやニーズ等に詳しい**外部人材（プロジェクトマネージャー、デザイナー等）を活用**し、TPP協定に参加している国の市場獲得を目指して「市場調査、商材改良、ＰＲ・流通」まで**一貫してプロデュースするプロジェクトを支援**するための費用を補助。

（補助額：1.5億円　10/10補助、実施事業者：ロフトワーク）http://morethanprj.com/2016/



・平成２８年度TPP対策JAPANブランドプロデュース支援事業　採択１２プロジェクト

- ・青幻舎（印刷物などの製造・販売）× DOMINO ARCHITECTS 大野友資
- ・堀口切子（ガラス製品の製造販売）× Culture Generation Japan 堀田卓哉
- ・高橋製瓦（ベビーカーなどの製造・販売）× フリーランスアートディレクター 田邊慎太郎
- ・与謝娘酒造（酒類製造・販売）× Letter 迫亮太
- ・モア・トゥリーズ・デザイン（洋服・雑貨などの企画・製造・販売）× BYOB 蜷川健
- ・亀谷窯業（粘土瓦の製造・販売）× シーラカンス食堂 小林新也
- ・中伝毛織（合繊織物などの製造・販売）× 日本ファッション・ウィーク推進機構 信田阿芸子
- ・カルデサック（生活雑貨などの企画・製造・販売）× スターゴールド 薬師寺芳行
- ・加徳（襖材料・表具材料などの製造・販売）× スペースマジックモン 山下順三
- ・マルナオ（木工品の製造・販売）× KATATA YOSHIHITO DESIGN 堅田佳一
- ・久保田稔製陶所（陶磁器製造）× ファンプロジェクト 林修平
- ・日建（陶磁器・漆器の製造・販売）× クックパッド 金子順

【参考】平成27年度JAPANブランドプロデュース支援事業　採択13プロジェクト

MORE THAN FUJIYAMA, SUSHI, SAMURAI, GEISHA PROJECT

工房織座（ストールなどの製造・販売）　×　スプレッド　小林弘和

ストールブランド「ITO」をヨーロッパへ！（愛媛）

日本全国から廃棄された機材を収集しながら復元させたオリジナル織機で製造したストールブランド「ITO」。独特な立体感のあるストールを、スイスを拠点にヨーロッパのハイエンド向けに展開する。

かすがいジャパン（地域創生）　×　Home Island Project　大安羽生子

独特な風合いの手漉き和紙を海外のインテリア商材に！（愛媛）

日本らしい風合いが感じられる手漉き和紙を世界の経済・流行の中心であるロンドンやニューヨークで出展し、海外での店舗や住空間でインテリア商材としての浸透を図る。

Knot（オリジナル時計の企画・製造販売）　×　LLC. startin' blue　宮木健二

リストバンドで日本の伝統技術・文化を世界へ発信！（東京）

素材やパーツ、加工を国産にこだわったカスタムオーダーが楽しめる腕時計を、JAPANブランドへの信頼が厚いアジアへ展開する。日本の伝統工芸の素材や技術を腕時計と組み合わせることで、リストウェアを通して日本の伝統文化や技術を発信する。

太洋塗料（塗料の製造・販売）　×　RKDS　小関隆一

従来の塗料の概念を逆転させた"はがせる"水性塗料をヨーロッパのディスプレイに！（東京）

塗料メーカーが開発した今までにない水性塗料をパリの展示商談会（メゾン・エ・オブジェ）に出展し、ディスプレイ産業が盛んなヨーロッパにおいて販路拡大を進める。

マルジュー（繊維製品企画・製造・販売）　×　KCmitF　大谷啓介

シンガポールで住空間を総合的にコーディネートした提案を（愛知）

ワ・ミニョン（子供服・子供用品の販売）　×　ビーボックス　平松和浩

日本の「かわいい」を世界中の子供たちへ（東京）

ウォームハートカンパニー（犬用衣服などの販売）　×　C.E.ユナイテッド　溝口浩司

メイド・イン・ジャパンの商品をペットの世界的市場・アメリカへ（東京）

アレグリー（イ草を使った地場産品の卸・販売）　×　トランセント　大滝敦

希少素材・七島イの工芸品をアメリカのハイエンド向けに展開（大分）

タナカマイスター（刃物・金物の卸・販売）　×　シーラカンス食堂　小林新也

250年近い伝統を持つ播州刃物を研ぎ師の育成で世界中の使い手へ（兵庫）

WPPC（苔玉などの生産・販売）　×　モア・トゥリーズ・デザイン　水谷伸吉

苔商材をパリやニューヨークで販売、人工栽培技術を海外に展開（新潟）

ダイイチ（播州そろばんの企画・製造・販売）　×　トランクデザイン　堀内康広

伝統ある教育文化「算盤学習」を世界の教育文化に（兵庫）

三鳩化学工業（石鹸の製造・販売）×　Mirai Clinical LLC　林ココ

伝統製法で作られた透明柿渋石鹸をアメリカで販売（大阪）

聖酒造（日本酒の製造・販売）　×　WAKAZE　稲川琢磨

日本酒を世界中の幅広いユーザーへ発信（群馬）

（播州そろばん/ダイイチ）

（苔玉/WPPC）

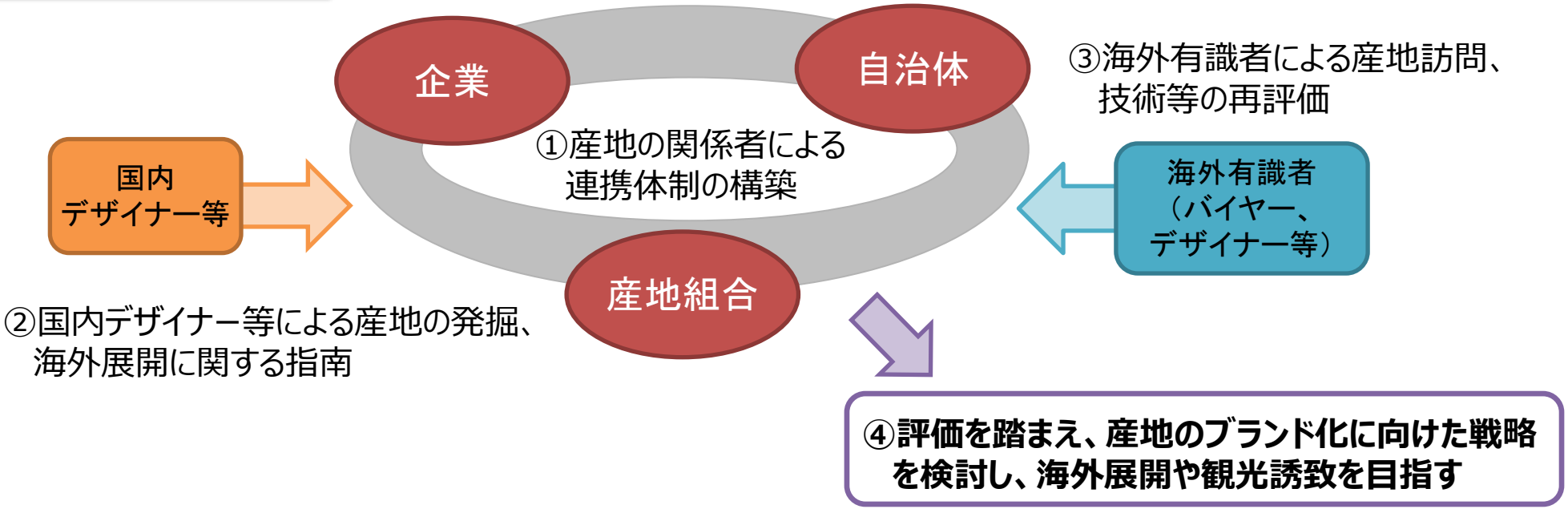
（七島イ草/アレグリー）

ローカルクールジャパン

● 産地ブランド化推進事業【平成28年度当初】（今年度公募終了）

- 伝統的工芸品をはじめ地域産品の海外販路開拓や、産地への観光客誘致を後押しするため、産地に服飾・料理等各分野の海外の有識者を招聘し、各分野における海外の有識者の観点から、各産地に埋もれている技術・ストーリーを再評価。
- 評価を通じ、「産地ブランド」を形成していくための体制作り、コラボ商品開発や産地間の交流によるライフスタイルのトータルコーディネート提案体制の構築など、土台作りを支援。

事業イメージ



ローカルクールジャパン

● 【参考】平成26年度補正事業

The Wonder 500

海外販路開拓や海外向けPRに関する知見等を有するプロデューサーを全国に派遣する等により**「ふるさと名物」を発掘し、海外販路開拓のためのネットワーク構築、海外向けPR及びマーケティングを支援**する。

NIPPON QUEST

「ふるさと名物」を取扱う中小事業者等が、本事業で構築したウェブサイトに、**訪日外国人に紹介したい「ふるさと名物」を投稿**し、当該WEBサイトの国内外ユーザーから高く評価された「ふるさと名物」を表彰するとともに、見本市での展示やPRイベントを通じて、国内外へPRすることを支援。

Sakefan World

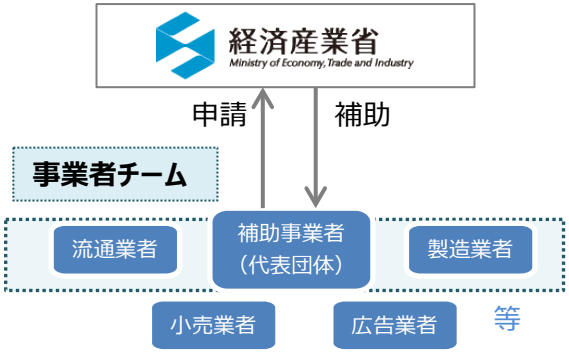
日本酒ラベルをスマートフォン向けアプリで読取ることによって、日本酒の付加価値向上に資するPR情報（アルコール度数や飲み方等の基本情報、背景にあるストーリー、製造元の酒蔵や関連する地域情報など）を消費者に対して**多言語で発信**するためのアプリの開発・設計及び実証事業。

経済産業省ウェブサイト　クールジャパン／クリエイティブ産業　政策説明ページに各事業のリンクを掲載しています。
http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/

国際展開戦略

● テストマーケティング等支援事業【平成２８年度当初】（事業終了）

我が国の生活文化の特色を活かした魅力ある商品・サービスを新興国市場に展開するために**、製造・流通・広告等関係企業が連携し、販路開拓に至るまでの一貫した取組み**を行うために必要な経費の一部を補助する。



【補助採択事業者】　（株）michil、（株）クオン、（株）シンシア（計３件交付決定）

- 補 助 率：2/3（中小企業）もしくは1/2（その他の法人）
- 事業期間：平成28年8月頃（交付決定日）～平成29年3月末
- 対象分野：アパレル、ファッション(アクセサリ、関連素材等を含む)、コンテンツ、ライフスタイル雑貨（インテリア製品を含む）、食、地域産品(伝統工芸品を含む)、これらに付随するサービス
- 対象市場：アジア、東欧、中南米、中東、アフリカ等の新興国・地域の市場
- 事業概要：実証事項を明確に設定した上で、販路開拓・ビジネスモデル成立に向けた事業者チームを形成し、ターゲット市場において試験販売・提供等を実施するとともに、効果的なプロモーション活動を行い、継続的なビジネスモデル構築に必要な情報やノウハウを得る。

１．実証事項の明確化

- 新興国市場のニーズを踏まえ、海外展開の可能性を有する日本の魅力ある商品・サービスを選定
- 本事業で何を実証するかを明確に設定

２．事業者チームの形成

- 国内外の事業者から成る分野横断的なチームを形成
- 販路開拓に至る一貫した体制を構築

３．試験販売の実施

- 現地の商業施設等において、当該商品・サービスを試験的に販売・提供
- 消費者・バイヤー等のニーズ・反応等を測定・分析
- 流通等のノウハウを取得

４．プロモーション活動

- 現地メディア等を活用し、当該商品・サービスのPRを実施
- 認知度向上・販売促進に向けた効果的なPR手法を検証

①実証結果を踏まえた継続的なビジネスモデルの構築
②知見の共有による後続企業の創出

国際展開戦略

● 【参考】平成27年度テストマーケティング等支援事業の成果

CASE 1

タイ：ハイファッションブランドのフランス起点でのタイへの拡散

◆日本のハイファッションブランドのフランス経由でのタイ参入の可能性の検証
◆現地メディア・イベントを絡めた告知の認知度向上の可能性の検証
◆タイ参入の障壁の検証

◆パリコレクションでの評判はバイヤーの購買意思決定の重要な要因であることが判明
◆メディアやイベントの開催は現地バイヤーの認知向上に寄与するが、購買や持続的な市場浸透・定着には別の施策との併用が有効
◆タイ参入の余地はあるが卸価格、内外価格差が課題であることが判明

◆今後も異業種間の垣根を越えた協業を実施

CASE 2

香港：日本の伝統的物づくり、香港市場開拓事業

◆香港をゲートウェイとした中国市場への進出拡大の手法・ビジネスモデルの成立可能性の検証
◆イベント（リアル）やソーシャルメディアを活用した「コンテンツ×ファッション」のPR効果の検証

◆香港・中国への進出では価格面が課題
◆香港で販売する際は商品特性を理解した販売員による接客が重要
◆映画「イタズラなKISS」とタイアップしたPRは多方面で取り上げられ、記事掲載30媒体以上、Web掲載50媒体以上の効果

◆販売網の拡大と商品数の拡大並びに価格的にも国際競争力のある製品開発を行う

CASE 3

ASEAN：東南アジアにおける日本ファッションブランドの拡大

◆取扱う日本ファッションブランドの「層の拡大」、ECサイトを活用した「販売方法の拡大」、及び「地域の拡大」の検証
◆PRによるASEAN諸国の消費者の認知と好感度向上の効果を検証

◆店舗・EC合計の売上は約515万円
◆現地インフルエンサーによる発信などでの広告効果は約2,000万円
◆参加ブランドのうち80%が引き続き越境ECの取扱いを継続

◆今後はASEAN域内の各地でポップアップストアを開設し、さらなる事業の拡大を目指す

国際展開戦略

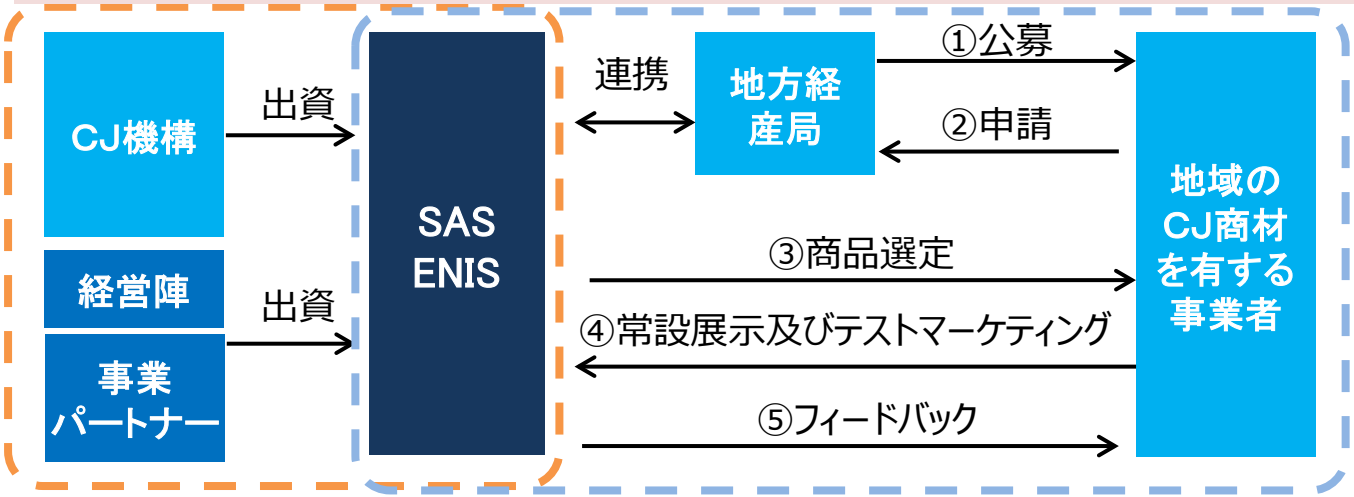
● ＣＪ機構出資案件を活用した地域中小企業の海外展開支援

地域産品の欧州展開ビジネス拠点の構築 （欧州/パリ）

- ＣＪ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。



↑「maison wa」でのテストマーケティングの様子

⇨ 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 **J**APAN **P**ARIS

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㎡。

国際展開戦略

● JETRO等による展示会出展支援

https://www.jetro.go.jp/services/tradefair

日本貿易振興機構 **JETRO**

国内外で開催される見本市・展示会を通じて日本企業のビジネスチャンスの拡大を支援します

ジェトロでは見本市・展示会を通じて日本企業のビジネスチャンスの拡大を支援しています。 見本市・展示会に出展すれば、短期間に多くのバイヤーと接触することができ、効率的に商談を進めることができます。
ジェトロは海外に張り巡らしたネットワークと豊富な海外見本市事業の経験を生かし、日本企業のニーズに応え、有望と思われる見本市・展示会を選定し、日本企業とともに参加しています。「どういった見本市がよいのかわからない」といった場合は、先ずジェトロ募集の見本市・展示会をご検討ください。

http://www.smrj.go.jp/venture/event/index.html

独立行政法人**中小企業基盤整備機構 SMRJ**

新価値創造展（中小企業総合展）

中小機構が主催する日本最大級の中小・ベンチャー企業のビジネスマッチングイベント。販路開拓、業務提携など、ビジネスマッチングの機会を提供しています。中小・ベンチャー企業が、自ら開発した新商品・新サービス・新技術を展示・紹介する一方で、さまざまな業種の企画開発担当者、購買担当者や、出資者などが来場します。

その他の展示会・見本市等

他機関・団体が実施する展示会や見本市等への出展サポートを行っています。ギフト・ショーやFOODEXなど、大規模な展示会等に「中小機構ゾーン」を設け、効果的な展示のしかた、商談の進め方など、ソフト面も併せてサポートしますので、出展の効果をより確実なものにできます。

国際展開戦略

● 日本政策金融公庫による海外展開資金（クールジャパン関連）のスキーム

対象者・要件

■対象者：

海外展開事業を行うものであって、クールジャパンの推進に資するいずれかの事業を行う場合には特別利率を適用。

- 海外直接投資：特別利率③（基準利率－0.9%）（※）
- 海外直接投資以外：特別利率①（基準利率－0.4%）

イ クールジャパン機構の出資等を受ける事業に直接的に参画する事業者

（例）・機構が運営に関与するモール等への出店者
・上記出店者と直接的に取引をする者　等

ロ 国の補助金等のうち、クールジャパンの推進に資するものとして以下を受けた実績がある事業者

（平成25年度～平成27年度に下記事業の補助金を受けたもの）
・JAPANブランド育成支援事業
・クール・ジャパン戦略推進事業等
・クールジャパン芽の発掘・連携促進事業
・クールジャパン・コンテンツ海外展開等促進事業
・伝統的工芸品産業支援補助金　など

※特別利率③の適用については、別途、国内従業員の雇用維持等、一定の要件に該当する必要あり。上記イ、ロのクールジャパンに該当しない場合においても、海外直接投資であって国内従業員の雇用の維持等、一定の要件を満たせば、特別利率②（基準利率－0.6%）が適用可能。

事業スキーム

(株)日本政策金融公庫

融資（特別利率）

中小企業・小規模事業者

※日本政策金融公庫の審査を受けることが必要

融資概要

■対象資金：設備資金及び運転資金

■貸付限度額：

（中小企業事業）直接貸付：7億2,000万円

うち特別利率の適用は2億7,000万円が限度

（国民生活事業）直接貸付：7,200万円

■貸付期間：設備資金：15年以内
運転資金：7年以内

国際展開戦略

● 【参考】クールジャパン特別利率融資の例（第１号案件）

融資概要	
企業名	（株）でんでん　（京都市）
業種	雑貨販売
海外展開事業の概要	西陣織に使われる伝統技法である**「引箔（ひきばく）」**※を核とするブランド「箔面 HAKU-OMOTE-」をもとに、この技術を活用したスマートフォンケースをはじめとして、金銀箔の壁紙などのインテリアを販売する計画。
取引先	・中国（香港）の商業施設Harbor Cityでの販売 ・欧米の一流レストランやホテルとの取引
融資額	1,000万円　（輸出事業の拡大に必要な運転資金として）
その他	平成25年度クールジャパン芽の発掘・連携促進事業（プロデューサー人材派遣事業）での採択案件のひとつ

（※）西陣織の箔工芸の技術一つで、金箔の退色による陰影と銀の酸化により無数の色数を表現するもの。

【参考】 中小企業の海外展開実現までのロードマップ

－ 主な支援施策活用のイメージ －

STEP 1 知る・調べる
海外展開の目的の明確化

STEP 2 計画する・準備する
国内での準備・計画策定

STEP 3 海外に進出する
海外の取引先・提携先等の開拓

STEP 4 事業の安定・拡大
海外販路拡大・現地拠点設立

海外展開の情報収集 →

商品開発

事業計画の策定
専門家への相談 →

代理店・バイヤー等の
海外パートナー探し →

商談・契約交渉
契約成立／法人登記 →

資金調達 →

販路拡大
海外投資

事業再編

■ 新輸出大国コンソーシアム（ジェトロ他）

■ 海外展開相談

■ セミナー
（中小機構、ジェトロ）

■ 情報収集（貿易投資相談等） （中小機構、ジェトロ）
■ 海外ビジネスの専門家による個別アドバイス （中小機構、ジェトロ）
■ 契約までのコンサルティング （ジェトロ）

■ F/S支援（中小機構）

■ 商品開発・戦略策定等
（中小企業庁）
■ 持続化補助金（中小企業庁）
■ ものづくり・商業・サービス補助金
（中小企業庁）

■ ウェブマッチング（中小機構、ジェトロ）
■ 海外展示会への出展（中小機構、ジェトロ）
■ 海外バイヤーとの商談会（中小機構、ジェトロ）

■ 海外現地プラットフォームコーディネータによるアドバイス （ジェトロ）

■ 融資の活用 （商工中金、日本政策金融公庫）
■ 貿易保険 （日本貿易保険）

■ グローバル人材の育成
（HIDA、中小機構）
■ 若手社会人等向け海外での
インターンシップ
（HIDA、ジェトロ）

■ 事業再編支援（中小機構）

■ 知的財産に関するアドバイス （特許庁、INPIT 等）

インバウンド消費拡大

● JAPANブランド等プロデュース支援事業【平成２８年度当初】（事業終了）

- 中小企業や団体等が外部人材を活用し、魅力ある地域資源の磨き上げ、地域ブランディング、海外での誘客プロモーション・セールス等を一貫してプロデュースするプロジェクトを支援することにより、インバウンド消費拡大を通じた地域中小企業の売上拡大や地域経済の活性化等を図る。（H28年度当初予算　１．０億円）https://travelminejapan.com/

経済産業省

補助 ↓ ↑ 申請

補助事業者（事務局）

補助＆サポート ↓ ↑ 申請

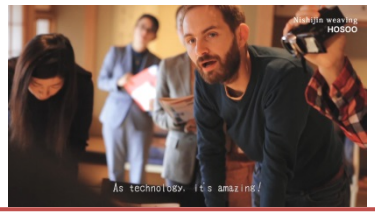
間接補助事業者（DMO等　×　プロデューサー）

補助事業者：「株式会社リヴァンプ」

間接補助事業者：９件採択

アドバイザー派遣

- 採択プロジェクトの実施地域に対して、海外ニーズや海外ネットワーク等に明るいアドバイザーを派遣し、コンセプト作りにあたり具体的な助言を行う。



国内ネットワーク支援事業

- 採択プロジェクトが一堂に会してプロジェクト間の連携や海外展開に役立つアドバイザーとの交流等を促進（年２回程度）。

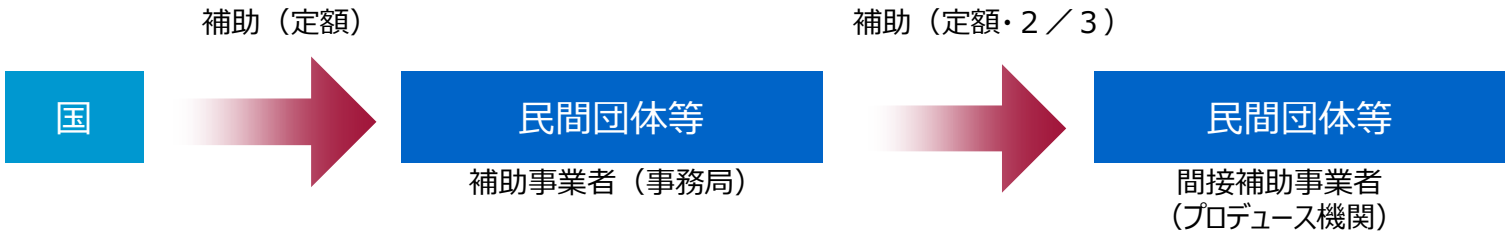
プロモーション・セールス支援

- 各プロジェクトの海外プロモーションやセールスの支援（例：海外旅行会社等とのマッチング・仲介によるツアー造成や、HP開設・リーフレット等作成による共同PR等）
- 海外旅行博覧会への出展支援を行う。

インバウンド消費拡大

● 国際化に対応した地域における消費単価向上支援事業【平成27年度補正】（事業終了）

- 地域におけるインバウンドの消費単価を向上させるためには、海外の先進的な都市・リゾートのように富裕層等が好む商業・サービス業が複合的に集積した街並みを創出することが重要である。本事業では、地域への来訪と消費が期待される外国人旅行客の属性を特定し、彼らが求める新たなサービスの検討・試行や、消費マインドを活性化する統一感のある街並みの創出によって、地域の商業・サービス集積を高度化する取組を支援する。（H27年度補正予算　１．０億円）



補助事業者：公益財団法人日本交通公社

間接補助事業者：マーケティングやまちづくり等に関するノウハウ・支援実績を有し、かつ当該地域において活動実績がある民間企業・団体
５月２４日　６件採択　http://kokusai-resort.net/
６月３０日までに全件交付決定済

採択事例：ニセコヒラフエリア（北海道虻田郡倶知安町）
（１）推進体制：東急不動産、倶知安観光協会、ニセコ観光圏協議会、ニセコプロモーションボード、東急リゾート、倶知安町等
（２）地域の現状：【町の人口】１．５万人　【年間延べ宿泊者数】９６．７万人泊
上質のパウダースノーを求めて多くの外国人が来訪しているが、スキーシーズン以外の集客が 課題、オーストラリア人・中国人観光客への依存しているリスク大
（３）想定海外現地調査先：サンモリッツ（スイス）　高級スノーリゾート地。スパ、有名ブランドショップも充実し、年間を通して集客を誇る。
（４）目指すべき方向性：スノーアクティビティ以外のレジャー・サービスの充実、高級ブランドの誘致などにより、世界有数の山岳リゾートを目指す。

平成29年度クールジャパン関連予算

平成29年度経済産業省クールジャパン関連予算

（※括弧内の数字は、平成28年度予算額）

○株式会社海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）による出資

・・・ **産業投資210億円（平成28年度補正30億円、平成28年度当初170億円）**

- 我が国の生活文化の特色を生かした魅力ある商品やサービスの海外における需要の開拓等の事業に対し、財投特会等を活用したリスクマネー供給等の支援を実施。

○コンテンツグローバル需要創出基盤整備事業（J-LOP）

・・・ **（平成28年度補正60.0億円）**

- コンテンツの海外展開を通じた日本の魅力発信のため、コンテンツの字幕・吹き替え等の現地化や国際見本市への出展等のプロモーション費用の補助の総合的支援を実施。

○コンテンツ産業新展開強化事業

・・・ **6.0億円（新規）**

- コンテンツ産業が持続的に発展する好循環を生み出すべく、①国際連携強化・海外発信、②国際人材育成・技術発掘、③国際見本市等を通じた海外展開基盤整備を実施。

○先進コンテンツ技術による地域活性化促進事業

・・・ **1.0億円（新規）**

- 先進的なコンテンツ制作・表現技術による、観光・スポーツ分野等の魅力をプロモーションするコンテンツ制作を支援するとともに、先進的なコンテンツ制作・表現技術に係る最適な活用手法の取りまとめ、普及を併せて支援。

○JAPANブランド等プロデュース支援事業

ふるさと名物応援事業 **13.5億円の内数（10.0億円の内数）**

- 海外現地のニーズ等に詳しい外部人材を活用し、日本の特色を活かした商材の開発、ブランディング、PR・流通までのプロデュース活動を支援。

○産地ブランド化推進事業

ふるさと名物応援事業 **13.5億円の内数（10.0億円の内数）**

- 伝統工芸や繊維等の産地への観光客誘致・海外販路開拓を後押しするため、各産地にデザイナー等の外部人材を招聘する取組等を支援

○伝統的工芸品産業振興補助金

・・・ **7.0億円（7.0億円）**

- 「伝統的工芸品産業の振興に関する法律（伝産法）」の規定に基づき、伝統的工芸品産業の振興を目的とする一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会が実施する人材確保及び技術・技法継承、産地指導、普及推進、需要開拓の各事業を補助。

○伝統的工芸品産業支援事業

・・・ **3.6億円（4.0億円）**

- 「伝統的工芸品産業の振興に関する法律（伝産法）」の規定に基づき、各産地における伝統的工芸品の原材料確保対策事業、若手後継者の創出育成事業のほか、観光など異分野との連携や他産地との連携事業、国内外の大消費地等での需要開拓事業などに対して支援。

クールジャパン機構による出資【平成29年度予算案額(産業投資)：210億円（継続）】

〇平成25年6月に株式会社海外需要開拓支援機構法が成立し、平成25年11月に海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）が設立された。

〇機構は、リスクマネーを供給することで、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拠点や流通網の整備などを率先して展開。

平成29年4月時点
出資金
693億円

民間出資

107億円

政府出資
（財投特会 等）
586億円

※既出資の586億円に加えて、平成29年度は政府予算枠210億円を確保し、必要に応じてこの範囲で追加出資を行う。

出資

出資

民間企業　等
（コンソーシアム各企業）

協調出資

クールジャパン機構
（平成25年11月創設）

✓ リスクマネー供給機能

✓ 出資支援とともに、事業・経営支援等も一体的に実施

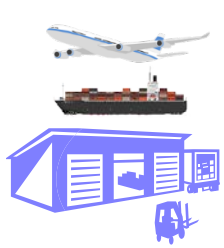
※存続期間：概ね20年程度

事業会社　等

投資

＜投資対象の例＞

サプライチェーン整備型事業



商材の調達

流通ネットワーク

提供

冷凍・冷蔵・常温の温度管理を実現するコールドチェーンの整備

現地の日系外食企業に対する食材加工・供給支援

地域企業等支援型事業

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

プラットフォーム整備型事業

商業施設展開・活用（ジャパン・モール）

アパレルショップ　日本食レストラン　インテリアショップ

コンテンツグローバル需要創出基盤整備事業

平成28年度第2次補正予算額　60.0億円

事業の内容

事業目的・概要

- 日本の優れたコンテンツの海外展開を促進するとともに、コンテンツを通じて海外における日本ファンや訪日観光客等による国内外需要の創出・拡大を行います。
- 具体的には、コンテンツの海外展開を通じた日本の魅力発信のため、コンテンツの字幕・吹き替え等の現地化や国際見本市への出展等のプロモーション費用の補助の総合的支援を実施します。
- さらに、これらの支援を受けたコンテンツが自立的な海外展開が図られるように、権利許諾が円滑に行われるための権利情報データベースへの登録や活用を通じた効果的なコンテンツ海外展開体制を構築するなどの環境整備を行います。

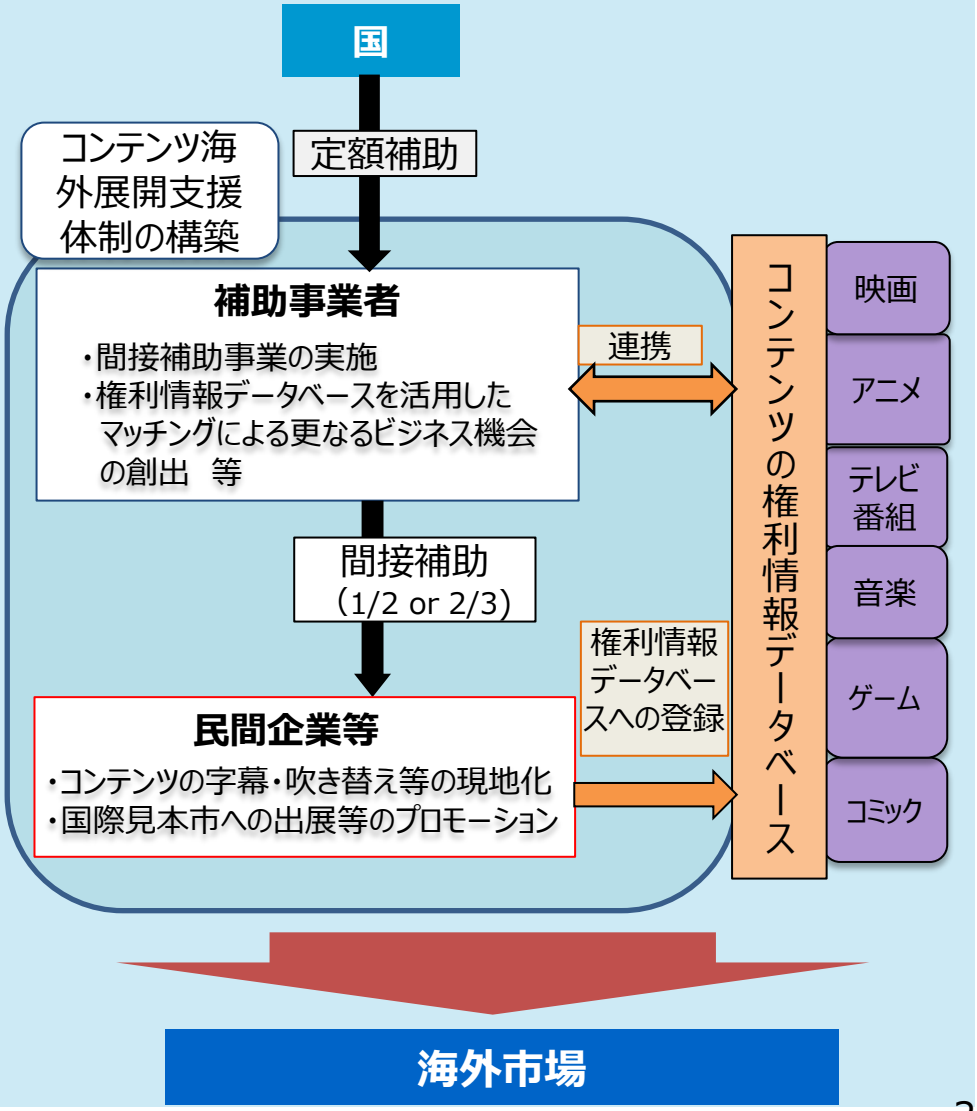
成果目標

- 2025年度までに、文化GDP(映画、アニメ、音楽、ゲーム等をはじめとする文化芸術資源の活用によるGDP)を18兆円（GDP比３％程度）に拡大することを目指します。
- 2018年度までに、放送コンテンツ関連海外市場売上高を現在（2010 年度）の約３倍に増加させます。

条件（対象者、対象行為、補助率等）

国 → 補助（定額） → 民間団体等 → 間接補助（補助率2/3～1/2） → 民間企業等

事業イメージ



商務情報政策局　文化情報関連産業課
03-3501-9537

コンテンツ産業新展開強化事業

平成２９年度予算額　6.0億円（新規）

事業の内容

事業目的・概要

- 我が国コンテンツ産業の強化は、GDP600兆円の達成に向けた文化GDP拡大の重要な施策と位置付けられているところ。（「日本再興戦略 改訂2016」）。
- また、今後TPPにより各国における知的財産の適切な保護が図られ、模倣品・海賊版対策強化などによって、我が国のコンテンツ輸出のための環境整備が進むことが期待される。
- この国際展開強化に向けた絶好の機会に、コンテンツ産業が持続的に発展するエコシステムを構築すべく、①国際連携強化・海外発信、②国際人材育成・技術発掘、③国際見本市等を通じた海外展開基盤整備を行う。

成果目標

- 平成37年度までに、文化GDPを約18兆円（GDP比3%程度）に貢献することを目指します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）

国 → 委託 → 民間事業者等

事業イメージ

国際連携強化・海外発信

- 国際連携強化に向けて、コンテンツの国際市場動向等の調査を行うとともに、アジア・コンテンツ・ビジネスサミットや日中韓文化コンテンツ産業フォーラムを開催し、各国との対話を通じて制度の調和、官民連携の中から新たなコンテンツビジネススキームの検討等を行う。
- 国内外からの注目度が高い日本を代表するコンテンツに係る祭典の集約化を行うとともに、海外へのＰＲや情報発信を実施することで日本コンテンツの海外展開を促進する。

国際人材育成・技術発掘

- 日本の有望な若手プロデューサーに、海外 の最先端のノウハウの習得から国際人脈のネットワーク化までの幅広い研鑽を積むための事業や、次世代技術の発掘を実施。

国際見本市等を通じた海外展開基盤整備

- 日本を代表するコンテンツに係る祭典に際し、日本コンテンツのビジネスマッチング（BtoB）の場を提供する。また、同時に日本コンテンツに係る地方イベント等についての情報発信も行うことで、国内外のメディア・バイヤーの地域への環流を創出する。
- 国際ビジネスを前提とした資金調達を実現すべく、新たな契約・資金調達方法に関する仕組みを整備・検証する。

商務情報政策局　文化情報関連産業課
03-3501-9537

先進コンテンツ技術による地域活性化促進事業

平成２９年度予算額　1.0億円（新規）

事業の内容

事業目的・概要

- 日本再興戦略2016において掲げられたGDP600兆円に向けた「官民戦略10」のプロジェクトにおいては、「観光立国」「スポーツの成長産業化」が掲げられているところであり、これらの産業とコンテンツ産業の連携による効果的な魅力発信を行うことで、観光産業・スポーツ産業の更なる成長につながるものと期待される。
- 特に、VR(仮想現実)/AR(拡張現実)やドローン、AI等の先進的なコンテンツ制作・表現関連技術が生まれており、これら新技術を用いたコンテンツ市場が拡大していくことが予想される。
- このため、先進的なコンテンツ制作・表現技術を用いて観光・スポーツ分野等の魅力をプロモーションするコンテンツ制作に対して支援するとともに、先進的なコンテンツ制作・表現技術に係る最適な活用手法を取りまとめ・普及を行うことで、コンテンツ産業の振興と観光・スポーツ産業の成長を推進する。

成果目標

- 平成37年度までに、文化GDPを約18兆円（GDP比3%程度）に貢献することを目指します。

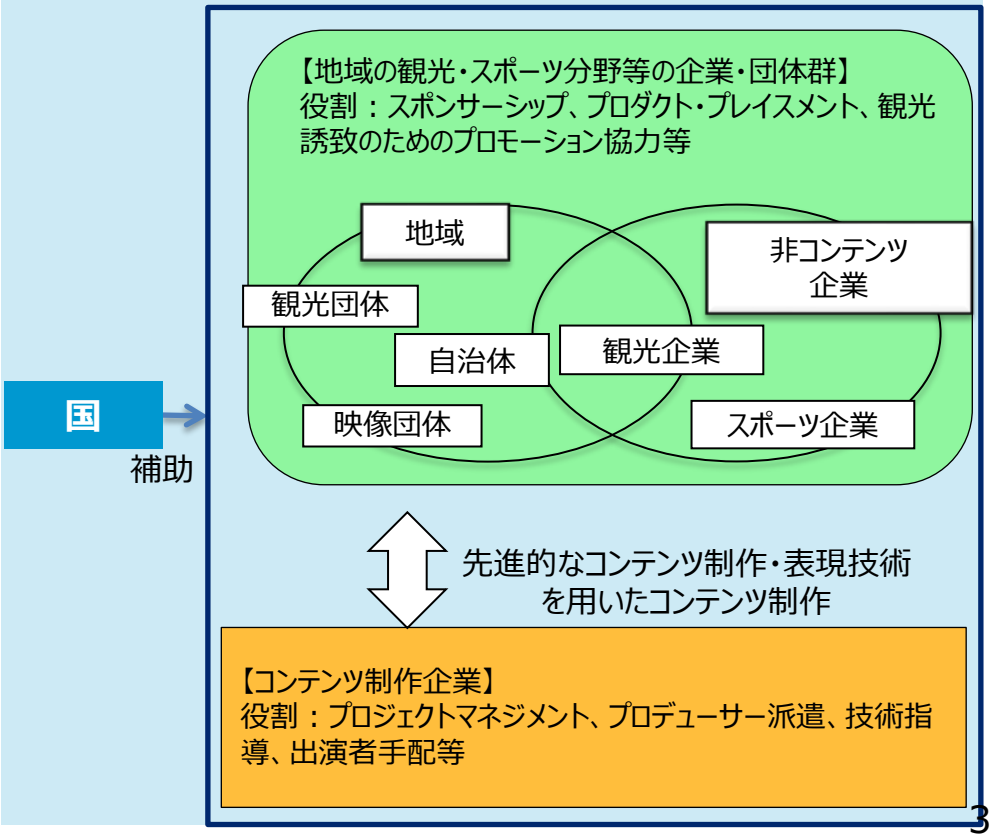
条件（対象者、対象行為、補助率等）

国 →（補助）→ 民間団体等 →（間接補助（補助率：1/2、2/3））→ 民間企業等

事業イメージ

先進的なコンテンツ制作・表現技術を活用した地域プロモーション

- コンテンツ制作企業と地域の観光・スポーツ分野等の事業者がコンソーシアムを形成し、新たなコンテンツ制作・表現技術(VR,AR,AI編集,ドローン空撮等)によるプロモーション映像等の制作等に対して支援を実施。



ふるさと名物応援事業

平成29年度予算額 13.5億円（10.0億円）

1,2 中小企業庁　創業・新事業促進課
03-3501-1767
3 商務情報政策局　生活文化創造産業課
03-3501-1750
4 製造産業局　生活製品課　伝統的工芸品産業室
03-3501-3544

事業の内容

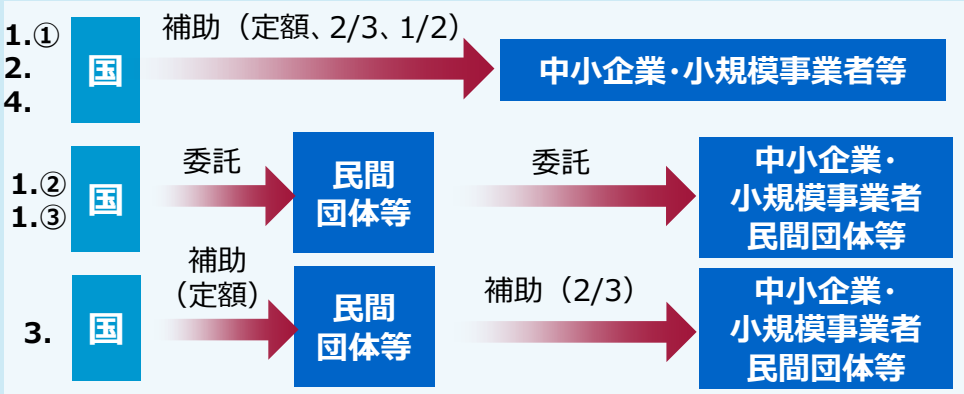
事業目的・概要

- 全国津々浦々の地域や中小企業・小規模事業者の活性化を図るため、各地域にある地域資源を活用した「ふるさと名物」のブランド化などに対する支援を行います。
- 具体的には、中小企業・小規模事業者が地域資源活用や農林漁業者との連携によって行う商品・サービス開発や販路開拓の取組を支援するとともに、一般社団法人等による事業者支援の取組を支援します。
- また、地域の団体等による農商工等連携体構築の機会の創出を支援します。
- さらに、地域の関係者を巻き込み、特色を活かした産品をブランド化して国内外に売り出す「ふるさとプロデューサー」人材を育成、またその人材の活用を促進します。
- 併せて、地域産品の強みを活かし、海外展示会出展等を通じてブランド確立や海外販路開拓に取り組む事業を支援します。

成果目標

- 平成27年度から平成31年度までの5年間の事業であり、開発した商品・サービスの市場取引達成率80%を目指します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ

1．ふるさと名物支援事業

- ①中小企業・小規模事業者が、地域資源の活用や農林漁業者との連携により行う、商品・サービスの開発や販路開拓を支援します（補助上限500万円（機械化・IT化の場合：1,000万円、4者以上のグループの場合：2,000万円）、補助率1～2回目：2/3、3～5回目：1/2）。また、消費者嗜好に関する情報提供等を通じて事業者を支援する一般社団法人等の取組を支援します（補助上限1,000万円、補助率2/3）。
- ②地域の団体等が農林漁業者のニーズを解決するため農商工連携体構築を促進する取組を支援します。
- ③地域の関係者を巻き込み、魅力ある地域資源をブランド化して、国内外に売り出す取組の中心的人材をOJT研修等により育成し、その活動を支援します。

2．JAPANブランド育成支援事業

- 地域産品が持つ素材や技術等の強みを活かし、ブランドコンセプトの確立に向けた戦略の策定を支援します（補助上限200万円、定額補助）。また、海外展示会出展等を通じてブランド確立や海外販路開拓に取り組む事業を支援します（補助上限2,000万円、補助率2/3）。

3．JAPANブランド等プロデュース支援事業

- 海外のニーズ等に詳しい外部人材を活用し、日本の特色を活かした商材の開発、ブランディング、PR・流通までのプロデュース活動を支援します（補助率2/3）。

4．産地ブランド化推進事業

- 伝統工芸や繊維等の産地への観光客誘致・海外販路開拓を後押しするため、各産地にデザイナー等の外部人材を招聘する取組等を支援します（補助上限5,000万円、定額補助）。

製造産業局　生活製品課　伝統的工芸品産業室
03-3501-3544

伝統的工芸品産業振興補助金

平成２９年度予算額　7.0億円（7.0億円）

事業の内容

事業目的・概要

- 現在、222存在する伝統的工芸品の指定産地は、ほとんどが個人事業者や中小・零細企業により支えられています。
- 一方、昨今の生活様式の変化や安価な輸入品の増大による需要の低迷等の課題に直面し、伝統的技術・技法の継承が危機的状況にあります。
- 本事業では、「伝統的工芸品産業の振興に関する法律（伝産法）」の規定に基づき、伝統的工芸品産業の振興を目的とする一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会が実施する人材確保及び技術・技法継承、産地指導、普及推進、需要開拓の各事業を補助します。
- 全国的規模・視野に基づく同協会の事業に対する支援を通じて、個々の産地では対応が困難である、国内外のバイヤーや消費者等とのネットワーク構築、海外への情報発信による新規需要開拓等に貢献します。

成果目標

- 伝統的工芸品の生産額の増減率が、一般生活関連用品（工業統計）の増減率を下回らないことを目指します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）

国 → 補助（定額、2/3、1/2） → 一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会

事業イメージ

需要開拓事業（海外展開支援事業）

世界最大級のデザインイベント「ミラノサローネ」（イタリア・ミラノで開催）や消費財見本市「アンビエンテ」（ドイツ・フランクフルトで開催）において、伝統的工芸品の展示・商談を実施し、海外での販路開拓等を支援します。

ミラノサローネでの出展例

アンビエンテでの出展例

需要開拓事業（フォーラム事業）

全国の伝統的工芸品の作り手とデザイナー等とのマッチングによる新商品開発・展示会出展等を支援します。

ウォーターカラフェ
【備前焼】

コーヒーセット
【樺細工】

紙箱
【越前和紙】

こけしモチーフ酒器
【江戸硝子】

【デザイナーとのマッチングの例】

製造産業局　生活製品課　伝統的工芸品産業室
03-3501-3544

伝統的工芸品産業支援事業

平成２９年度予算額　3.6億円（4.0億円）

事業の内容

事業目的・概要

- 現在、222存在する伝統的工芸品の指定産地は、ほとんどが個人事業者や中小・零細企業により支えられています。
- 一方、昨今の生活様式の変化や安価な輸入品の増大による需要の低迷等の課題に直面し、伝統的技術・技法の継承が危機的状況にあります。
- 本事業は、各産地における伝統的工芸品の原材料確保対策事業、若手後継者の創出育成事業のほか、観光など異分野との連携や他産地との連携事業、国内外の大消費地等での需要開拓などに対して支援します。
- なお、本事業は「伝統的工芸品産業の振興に関する法律（伝産法）」の規定に基づき経済産業大臣が指定した工芸品が対象であり、事業の申請に際しては、伝産法の規定による3～5年の事業計画を策定し、経済産業大臣の認定を予め受ける必要があります。

成果目標

- 伝統的工芸品の生産額の増減率が、一般生活関連用品（工業統計）の増減率を下回らないことを目指します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）

国 → 補助（2/3、1/2）／補助上限額：2,000万円 → 国指定伝統的工芸品の製造協同組合等

事業イメージ

意匠開発事業

既存の陶磁器食器や茶華道家に好まれる商材（抹茶碗・水指等）とは別に、住空間の中で使われる新たな商材として、他素材（金属・木工・プラスチック等）とのコラボレーションによる新商品開発も視野に入れ、それにより豊かな居住空間を演出するモノ作りを行うなど、新規意匠開発を支援します。

【京焼・清水焼の例】

後継者育成事業

製品の精度を落とさない、または製品の多様性への対応のための技術・技法の習得の場を提供し、各工程ごとの研修を実施する等、熟練技術者の持つ伝統的技術・技法を継承し、若手従事者の確保及び育成に向けた後継者育成を支援します。

【伊万里・有田焼の例】

経済産業省
Ministry of Economy, Trade and Industry