

クール・ジャパン戦略とは

- 自動車、家電に頼った成長は難しくなっている。コスト競争のみでは、新興国等との競争は困難。
- 特に、**若い人の働く場、活躍する場をどこに求めるのか**。これから**日本はどうやって稼いでいくのか**。

【クール・ジャパン戦略に活路を見出し、日本経済を活性化する。】

- クール・ジャパンとは、「世界が共感する日本」「世界が欲しがる日本」である。
- パブリック・コメントでも402人のうち8割が『雇用創出・地域活性化に資する』として支持
- 関連産業全体の雇用者数は07年時点で300万人（経済産業省 21年度生活文化産業支援調査）

日本の魅力を高め、世界に届ける仕組みを作り、来訪を促進することにより、経済成長を実現し、雇用を創出する。

ファッション



衣服のパターンを学ぶ学生

アニメ



下絵づくりを勉強する学生

担い手である職人、クリエイター、中小企業を世界市場へ結びつける。

アジア、中東などの新興国等



ゴスロリファッションに身を包んだパリの少女達 (Japan Expo)



サウジアラビアのジャナドリア祭

海外で高い人気の『日本』

食文化



日本食実演をする料理人

地域産品・匠の技



熊野の筆

クール・ジャパンの人気を新たな輸出商品に

アウトバウンド

ホンモノを求めて

インバウンド

観光客の増大

観光



外国人観光客を対象としたツアーガイド(秋葉原)

クール・ジャパン海外展開の課題と解決策

課題

- 現場の第一線で活躍する人々が共通に指摘する課題は以下の通り。
 - 『活路は海外にしかないというのは一致した認識。』
 - 『しかし、中小企業が多く、海外展開の資金力、ノウハウ、人材、情報、経験が不足。』
 - 『ロットが小さいため商社等もビジネスとしては扱わないのが現状。』
- これまでの取組についても、以下の意見あり。
 - 『見本市などに出展することとあわせて、その後の販路獲得や、より大きな枠組み構築を行うべき。』
 - 『現場にお金が行き渡るような制度設計を考えるべき。』



解決策

- 多くの人が指摘するのは、以下のような方法。
 - 複数ブランドを束ねて、共同アンテナ・ショップを開催し、期間限定で集中的にテスト販売。
 - PRもまとめて行い、話題を作る。(「HARAJUKU STREET FASHION」など)
 - 実際に売れることを見せ、現地小売商・ネット事業者との提携を進める。
 - プロジェクト管理は現地にネットワークを持つ流通業者等にゆだねる。

クール・ジャパンの海外展開

食:アジア

富裕層、中間層を中心に「安全・安心」な日本食への関心が高まっていることをふまえ、日本食文化の紹介とあわせ、日本食材、酒、食器などを売り込む。

ファッション・生活用品:中国

沿岸部の富裕層を対象に、現地ショッピングモールなどと連携したテストマーケティング、現地メディアを活用したプロモーション、ネット通販などをパッケージで行う。

コンテンツ:中国

アニメ、ドラマ、映画などの日中合同イベントやプロジェクトを活用し、中国市場でのコンテンツ産業のビジネス化を進める。

食:米国

日本食が定着していることをふまえ、日本食文化の紹介とあわせ、食品、酒、食器などを売り込む

コンテンツ:米国

権利を維持しながら、現地で人気があるアニメや日本の3D技術を活用したコンテンツを、ハリウッドの流通網に乗せる。

コンテンツ・家電:ブラジル

ワールドカップとオリンピックを迎えるブラジルに、人気がある日本のアニメなどの現地流通拡大とあわせて、テレビやワンセグ携帯を売り込む。

地域産品:東南アジア

日本在住外国人や海外バイヤーの目線により、日本各地の地域産品をブランド化して東南アジア等の富裕層に売り込む。

住まい:アジア

アジアでの大都市増加をにらみ、「住まい」に関する消費者の需要を向上させながら、住宅、環境家電、住設機器、家具、生活用品などの産業の海外展開を促す。

ファッション・生活用品:東南アジア

原宿の若者向けブランドを東南アジアに売り込む。華僑の小売商の集積拠点であるシンガポールから中国本土への展開を狙う。

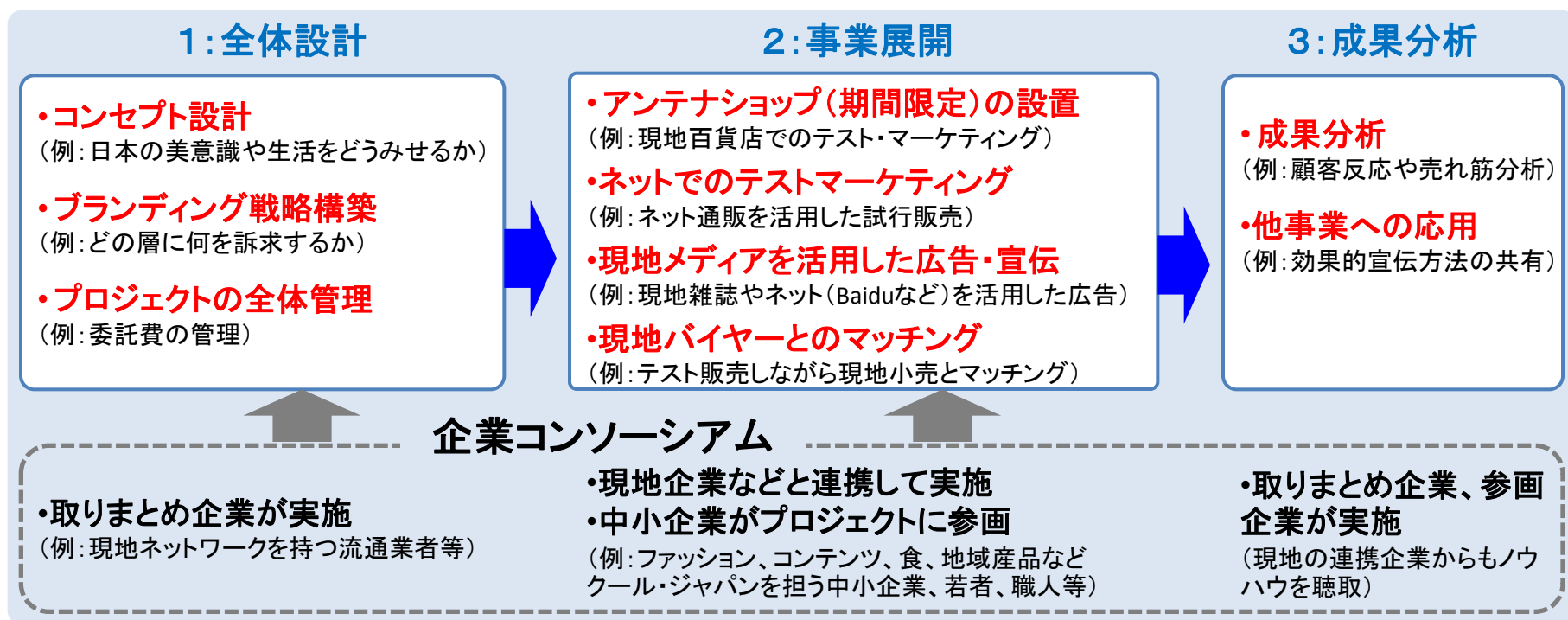
ファッション:インド

ファッションショーへの日本デザイナーの露出などをきっかけに、現地セレクトショップやファッション誌と組んで日本ファッションをインド市場に進出させる。

クール・ジャパン戦略推進事業

<23年度予算要求額: 14億円(新規 補正を含む)>

- 国内において、若手クリエイター・ものづくり中小企業の自立化を支援し、海外進出可能な企業を育てる。
- ターゲット国と分野を決め、「業種を超えたチームづくり→市場調査→市場開拓→成果の検証→実際の事業展開」という民間企業の一貫した取組を支援し、クール・ジャパンを競争力の源泉とする新たな成長産業群を創出する。



※上記に加え、国内で若手クリエイター・ものづくり中小企業の製品化、販路開拓等を支援し、海外進出可能な企業を育成する。