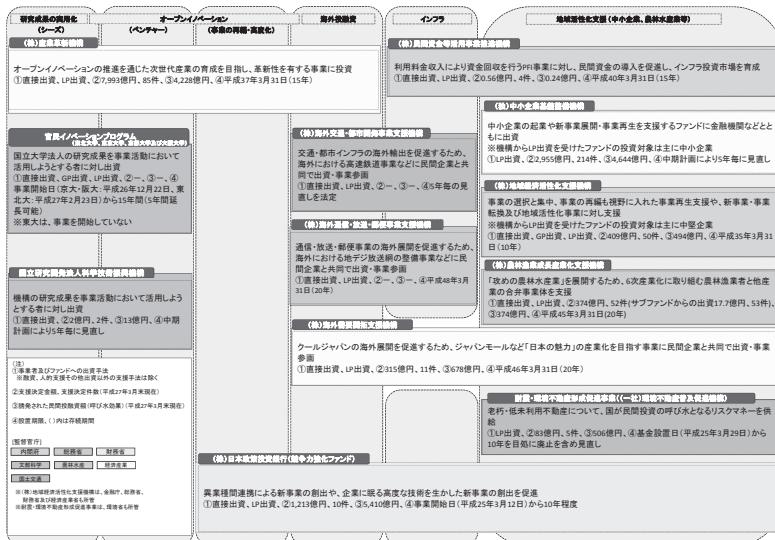


我が国のクールジャパン戦略と官民ファンド



2

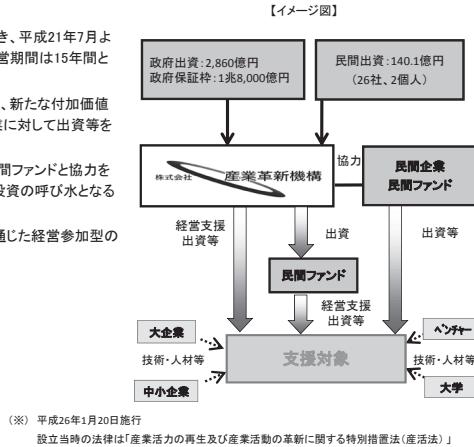
各官民ファンドの概要

①株式会社産業革新機構	1
②独立行政法人中小企業基盤整備機構	2
③株式会社地域経済活性化支援機構	3
④株式会社農林漁業成長産業化支援機構	4
⑤株式会社民間資金等活用事業推進機構	5
⑥官民イノベーションプログラム	6
⑦株式会社海外需要開拓支援機構	7
⑧耐震・環境不動産形成促進事業	8
⑨株式会社日本政策投資銀行における競争力強化ファンド及び特定投資業務	9
⑩株式会社海外開発事業支援機構	11
⑪国立研究開発法人科学技術振興機構	12
⑫株式会社海外通信・放送・郵便事業支援機構	13
⑬地域低炭素投資促進ファンド事業	14

3

①(株)産業革新機構の概要

- 産業競争力強化法(※)に基づき、平成21年7月より運営開始。法令に基づき、運営期間は15年間と定められている。
- 総額約2兆円の投資能力を有し、新たな付加価値を創出する革新性を有する事業に対して出資等を行う。
- 支援に際しては、民間企業、民間ファンドと協力を行いつつ、機構の支援が民間投資の呼び水となるように配慮する。
- 支援先には取締役派遣などを通じた経営参加型の支援を実践する。

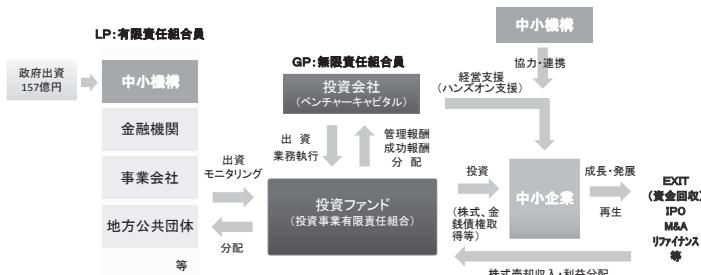


4

②(独)中小企業基盤整備機構のファンド出資事業の概要

- 中小機構は、中小企業の起業や新事業展開・事業再生を支援するファンドに、出資者(有限責任組合員:LP)の立場でファンド総額の1/2を上限に資金を供給。
- ファンドは、投資会社(ベンチャーキャピタル)が無限責任組合員(GP)となって運営。投資案件の選定・採択はGPが開催する投資委員会にて実施。
- 中小機構は、投資委員会にオブザーバーとして出席し、投資案件の選定・採択が投資事業有限責任組合契約に基づき適切に行われているかモニタリング。

※投資ファンドの出資約束総額は8,289億円。このうち3,158億円を中小機構が出資約束。(平成27年9月末日現在)



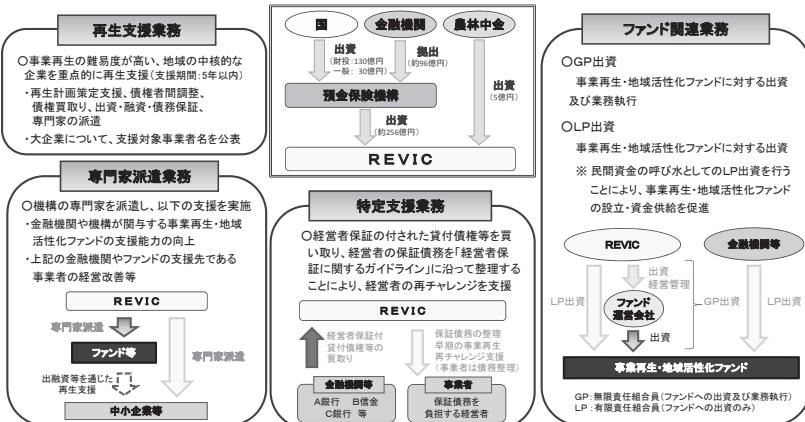
5

我が国のクールジャパン戦略と官民ファンド

③(株) 地域経済活性化支援機構の概要

平成25年3月18日、企業再生支援機構を「地域経済活性化支援機構」へ抜本的改組・機能拡充し、業務開始
 (英文名: Regional Economy Vitalization Corporation of Japan 略称: REVIC (レビック))

事業の選択と集中、事業の再編も視野に入れた事業再生支援や、新事業・事業候補及び地域活性化事業に対する支援により、健全な企業群の形成、雇用の確保・創出を通じた地域経済の活性化を図る。



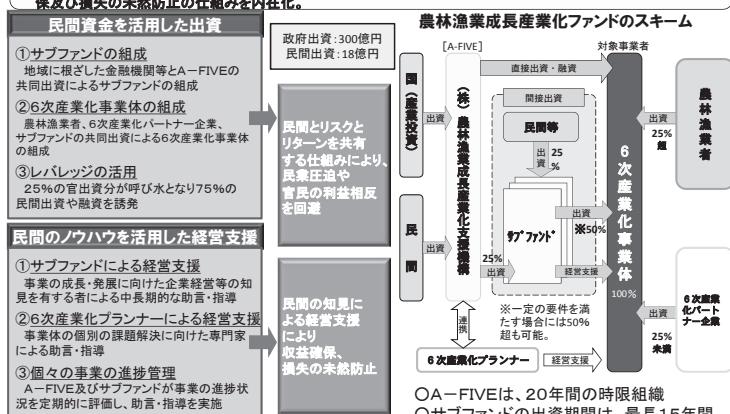
※地域経済活性化支援機構は、時限的に設立された機関であり、ファンド等への出資決定期限は平成30年3月末、機関の業務完了期限は平成35年3月末。

6

④(株)農林漁業成長産業化支援機構の概要

農林漁業者が行う新たな事業分野の開拓等の事業活動に對し資金供給(農林漁業者と2次・3次事業者の出資により設立される合弁事業体(6次産業化事業体)が出資対象)

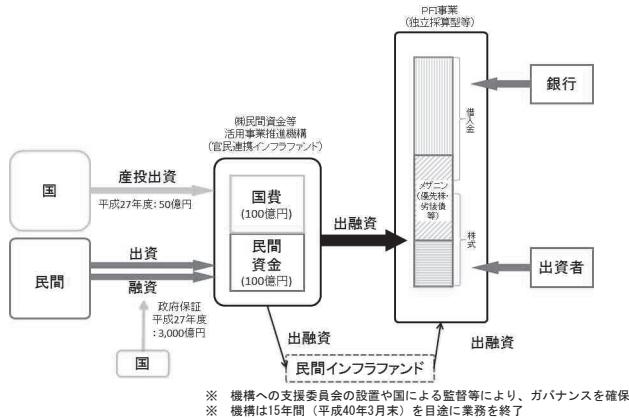
農林漁業成長産業化ファンドは、民間出資の呼び水とともに、民間の資金を活用したリスクとリターンを共にする仕組みにより、民衆圧迫や官民の利益相反を回避。
 また、サブファンド、6次産業化プランナーが民間のノウハウを生かした経営支援等を実施することにより、収益確保及び損失の未然防止の仕組みを内蔵化。



7

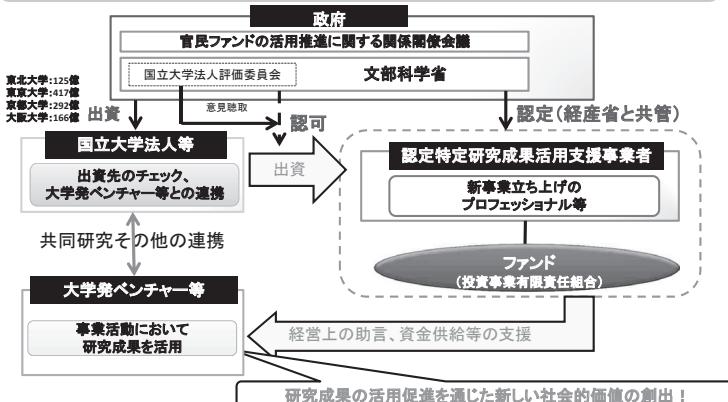
⑤(株)民間資金等活用事業推進機構の概要

官民連携によるインフラファンドの機能を担う株式会社民間資金等活用事業推進機構を設立し、独立採算型等のPFII事業に対し金融支援等を実施することにより、国の資金を呼び水としてインフラ事業への民間投資を喚起し、財政負担の縮減や民間の事業機会の創出を図り、我が国の成長力強化に寄与する。



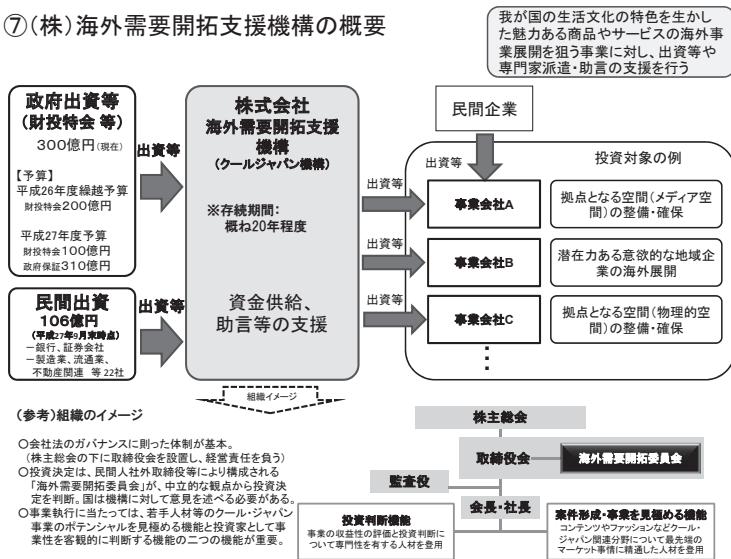
⑥官民イノベーションプログラムの概要

- 国立大学と企業が、大学の研究成果の実用化に向けた共同研究を推進するものとして開始。
- 産業競争力強化法において、国立大学法人等が一定の要件を満たしたベンチャー支援会社等への出資を可能とする制度改正を措置（平成26年4月1日施行）。



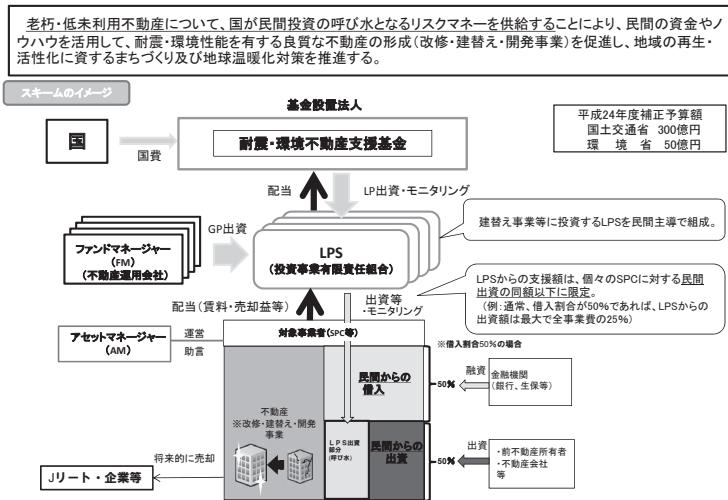
我が国のクールジャパン戦略と官民ファンド

⑦(株)海外需要開拓支援機構の概要



10

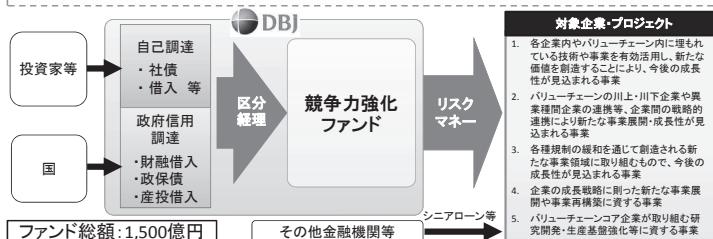
⑧耐震・環境不動産形成促進事業の概要



11

⑨(株)日本政策投資銀行における競争力強化ファンドの概要

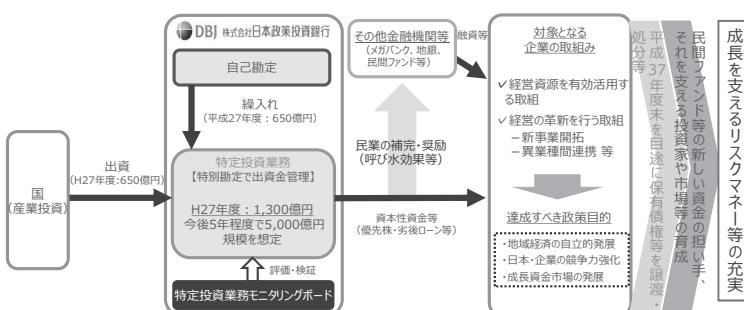
- <対象企業・プロジェクト>
- 業種、企業の大小を問わず、新たな価値の創造（イノベーション）や企業価値向上に向けた事業の創出が対象。
 - 民間ファンドへの投資（ファンド・オブ・ファンズ）も可能。
 - <資金供給先への関与>
 - メザニン・優先株の場合、取締役派遣などを通じた経営参加型支援（ハンズ・オン）は原則として想定されない。
 - <特色>
 - ファンドを通じてDBJがリスクマネーを供給することで、対象企業に対する他の金融機関等によるシニアローン等の供給を円滑化することが可能になる（民間との協業）。
 - ベンチャー案件も対象となり得るが、大企業の休眠技術活用、異業種連携が中心（主に事業化及び本格展開の段階にある事業を想定）。
 - 地域へのリスクマネー供給の重要性も認識。



12

(株)日本政策投資銀行における特定投資業務の概要

- 我が国の企業競争力強化や地域活性化の観点から、そのための成長マネー（資本性資金・メザニン等）の担い手・市場が我が国ではまだ未成熟であるとの問題意識の下、当行による成長マネーの供給を時限的・集中的に強化することを企図。
- 具体的には、競争力強化ファンド（注）での投融資実績を踏まえ、その内容等に見合うべく強化した、産投出資を活用した新たな投資スキーム（＝「特定投資業務」）を創設（注） 競争力強化ファンドは、産投貸付1,000億円及び当行の自己資金5億円を財源として平成25年3月に立ち上げ。平成27年9月末点で、12件（約1,300億円）の出資済を決定済み。特定投資業務の創設に伴い新規探査を中止



13

我が国のクールジャパン戦略と官民ファンド

⑩(株)海外交通・都市開発事業支援機構(JOIN)の概要

Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

(株)海外交通・都市開発事業支援機構(JOIN)は、我が国に蓄積された知識、技術及び経験を活用し、我が国事業者とともに海外の交通事業・都市開発事業を行う現地事業体に出資し、ハンズオン支援を行う。(平成26年10月20日設立)

Japan Overseas Infrastructure Investment Corporation for Transport & Urban Development: 路称JOIN

<p>《設立の背景》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 新興国をはじめ、世界のインフラ事業の需要は膨大。 ○ 民間の資金とノウハウを期待する民間活用型が増加。 ○ 交通や都市開発のプロジェクトは、長期にわたる整備、運営段階の需要リスク、現地政府の影響力といった特性があるため、民間だけでは参入が困難。 <p>《主な業務》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 出資(民間との共同出資) ○ ハンズオン支援(役員・技術者の人材派遣等) ○ 相手国側との交渉 <p>《支援対象事業》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 交通事業：鉄道、船舶、航空機による旅客・貨物運送事業 ○ 都市開発事業：住宅、ホテル、オフィス等の建築物の建設・公園、下水道の運営・維持管理 等 ○ 上記の事業を支援する事業 	<p>《事業スキーム》</p> <p>The diagram illustrates JOIN's business model. It shows the company structure with (株) 海外交通・都市開発事業支援機構 (JOIN) at the center. JOIN receives capital from the government and民間銀行等 (Mitsubishi UFJ Bank, etc.) through 融資 (Funding). JOIN then provides support (ハンズオン支援) to local companies (現地事業体) and their shareholders (対象事業者). JOIN also has a joint venture (共同事業) with民間企業 (Private Companies). JOIN's capital is represented by a double-headed arrow between the government and JOIN.</p>
<p>《支援の効果》</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 海外市場への参入により世界の成長を取り込む ○ 事業運営への参画により関連産業の受注機会を拡大 ○ インフラ整備により日本企業の海外事業環境を改善 <p style="text-align: right;">➡ 我が国経済の持続的な成長に寄与</p>	

14

⑪国立研究開発法人科学技術振興機構(JST)における出資型新事業創出支援プログラム(SUCCESS)の概要

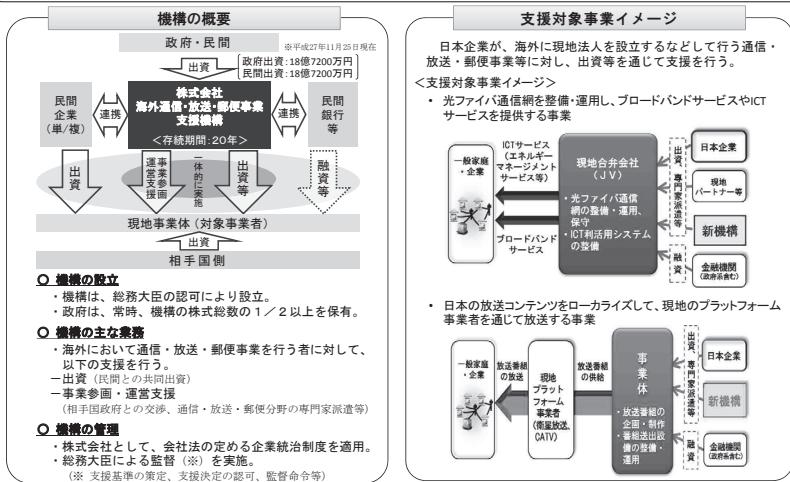
<p>1. 事業概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 改正研究開発力強化法に基づき、JSTの研究開発成果を事業活動において活用しようとする者（大学等発ベンチャー）に対し、JSTが金銭出資及び自ら保有する知的財産、設備等の現物出資を行う。
<p>2. 目的</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ベンチャー企業の創出成長を通じて、JSTの研究開発成果の実用化・社会還元を促進。 ○ JSTがベンチャーへ出資することで、更なる民間資金の呼び込みを目指す。 ○ 知的財産の現物出資を可能することで、JSTや大学の未利用特許を有効活用。
<p>3. 事業スキーム</p> <p>The diagram shows the flow of the SUCCESS program. It starts with JST's research results, which are developed into practical business ideas (実用化のための起業構想) and then into a startup company (ベンチャー企業). This startup receives funding (出資実行) from JST and other investors like Venture Capital (VC) and Financial Institutions. The startup then implements its business plan (事業計画の実施) with technical and financial support from JST. The startup can exit through various routes: EXIT (IPO), M&A, MBO/EBO, or further development. The process involves collaboration with Science and Technology Promotion Institutions, Government Funding, and External Investors.</p>

15

⑫株式会社海外通信・放送・郵便事業支援機構の概要

- 海外において電気通信事業、放送事業若しくは郵便事業又はこれらの関連事業を行なう者に対して資金の供給、専門家の派遣その他の支援を行う。

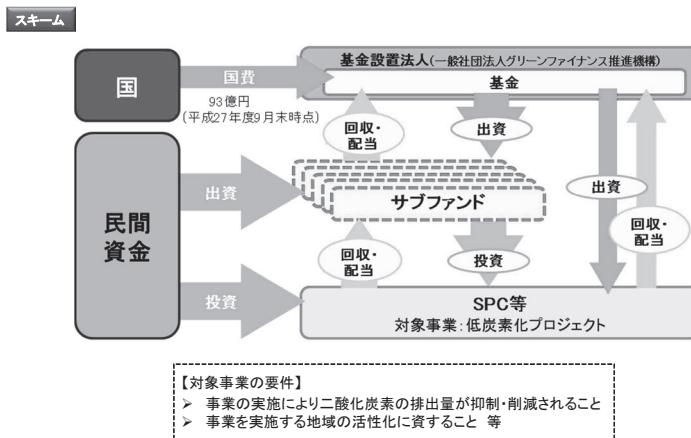
【平成27年度：産業投資200億円、政府保証70億円】



16

⑬地域低炭素投資促進ファンド事業の概要

地域における低炭素化プロジェクトに対し、国が民間資金の呼び水となるリスクマネーを供給することにより、民間の投資を促進し、地球温暖化対策と地域活性化の同時実現に寄与する。



17



クールジャパン機構の 取組について

平成27年12月
クールジャパン機構
(株式会社海外需要開拓支援機構)

目次

1. クールジャパンのねらい	2
2. クールジャパン戦略	3
3. 機構の事業スキーム	4
4. 機構の活動方針(概要と事業類型)	5
5. 投資決定案件(総括)	6
6. 機構からの投資規模	8
(各投資案件の概要)	10
7. 投資事業の相互連携による日本ブランドの発信	22
8. 支援基準の概要(個別プロジェクト)	23
9. 機構の投資の基本方針(個別プロジェクト)	24
10. グローバル支援ネットワークの構築	25
 (参考資料)	
1. 機構の組織	27
2. 機構の役員一覧	28
3. 機構の株主	29
4. 支援基準の概要(機構全体)	30
5. 我が国企業が抱えるボトルネックの解消	31
6. 成長戦略等における機構の位置付け	32
7. 機構の活動方針(対象国(地域)と業種)	34



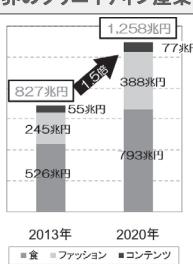
1. クールジャパンのねらい

内需減少等の厳しい経済環境

自動車、家電・電子機器等の従来型産業に加えて、「衣」「食」「住」やコンテンツ（アニメ、ドラマ、音楽等）をはじめ、日本の文化やライフスタイルの魅力を付加価値に変える（「日本の魅力」の事業展開）

新興国等の旺盛な海外需要を獲得し、日本の経済成長（企業の活躍・雇用創出）につなげる

世界のクリエイティブ産業の市場規模



イメージ



関連商品販売等への波及効果！

“クールジャパン”を体现する日本企業の海外需要開拓・拡大を本格化！

2

2. クールジャパン戦略

<現状と課題>

- コンテンツや地域産品の海外展開に対して様々な支援策を講じているが、継続的なビジネス展開をしているケースが少ない。
- クリエイター、デザイナー等や中小企業の中には、海外拠点や海外連携先がない、金融機関からの資金調達が困難等の理由で、海外展開が困難な企業が多い。

<戦略的海外展開>

①日本ブーム創出

日本の魅力の効果的発信

日本に対する興味・関心を高める機会の創出

- (1)コンテンツ海外展開支援（経産省・総務省）
・ローカライズ・プロモーション支援基金(J-LOP)
・BEAJ((一社)放送コンテンツ海外展開促進機構)

(2)日本食の魅力発信と輸出促進
(農水省)

(3)日本の芸術文化の海外発信
(文化庁)

(4)広報文化外交(外務省)

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

(1)製品開発・チームづくり
(プロデューサー派遣等)(経産省)

(2)CJ関連企業へのリスクマネーの供給
・クールジャパン機構の設立

(3)農林漁業の6次産業化支援
(農林漁業成長産業化支援機構A-FIVE)
(4)海外展開のための融資

③日本で消費

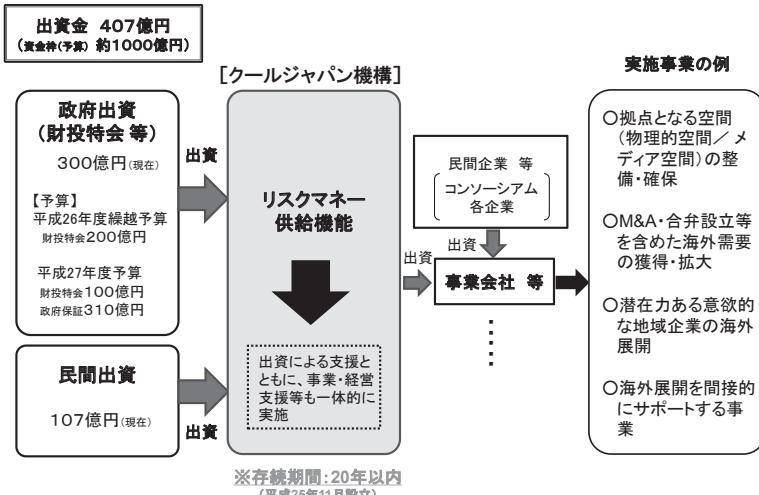
日本に呼び込み大きく消費を促す

ビッグ・ジャパンをはじめとする外国人観光客・ビジネス客の集客

(1)訪日外国人観光旅行者数の拡大(日本政府観光局:JNTO)

3

3. 機構の事業スキーム



4

4. 機構の活動方針(概要と事業類型)

- 機構は「民業補完」の徹底の下、民間投資の「呼び水」としてリスクマネーを供給し、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)の整備等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、地域の中小・中堅企業や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する地盤を整える。

<基本とする事業類型>

① **プラットフォーム**
整備型事業

- ✓ 日本の魅力ある商品・サービスが、世界競争を勝ち抜き、ブランドを創出し、市場での地位を獲得するための販売プラットフォームを構築。



物理的空间型の流通拠点
(ジャパン・モールやフードコート)



メディア・ネット空間型の流通拠点
日本のTV番組・アニメ等のコンテンツ
放送・配信
玩具等
販売
テレビ放送・配信等
+ グッズ等販売
© BAKUGAN PROJECT

② **サプライチェーン整備型事業**

- ✓ 川上から川下までの周辺企業が連携し、海外マーケットで日本の高品質な製品・サービスを継続して提供できる流通の幹線を構築。



※例えば、食の
コールドチャーン、
住宅・生活雑貨、
グッズ、トレン
ダリー等が考
えられる

③ **地域企業等支援型事業**

- ✓ 上記①、②とのタイアップ等により、地域の魅力を世界へ展開する。

“地域クール・ジャパン企業”応援



5

(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	①海外向け 日本教材 ネット販売 衣・食・住・コ	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) 
	②ジャパン チャンネル 衣・食・住・コ	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開設し、 地域物語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) 
	③海外向け 番組等製作 衣・食・住・コ	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 地域物販等を開設
	④正規版日本 アニメ配信 二	全世界	アニメソースアム ジャパン (総事業費 50億円) (10億円)	正規版日本アニメのサブライ ム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)
	⑤ジャパン ローカライズ 二	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
	⑥海外でのクリ エイター育成 三	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 本の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
メデイア・ コンテンツ				
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				
SDI MEDIA				
コンテンツの 海外展開の ためのサブ ライセンス や人材基盤 の整備				

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

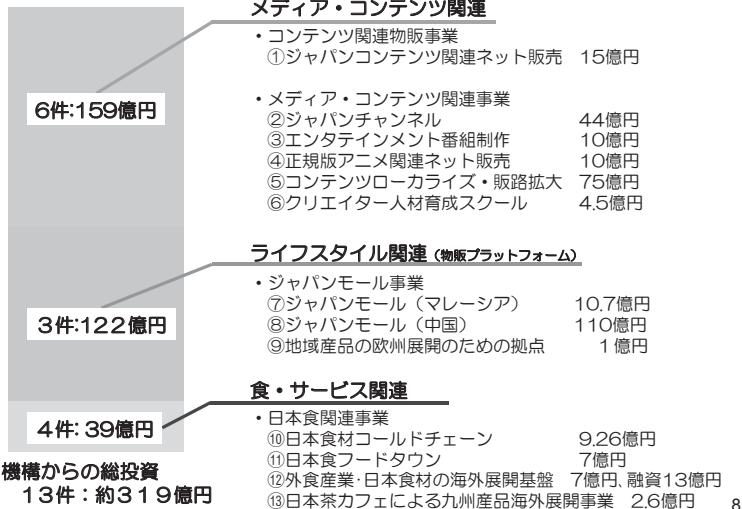
6

→(続き)(参考)クールジャパン機構の投資決定案件

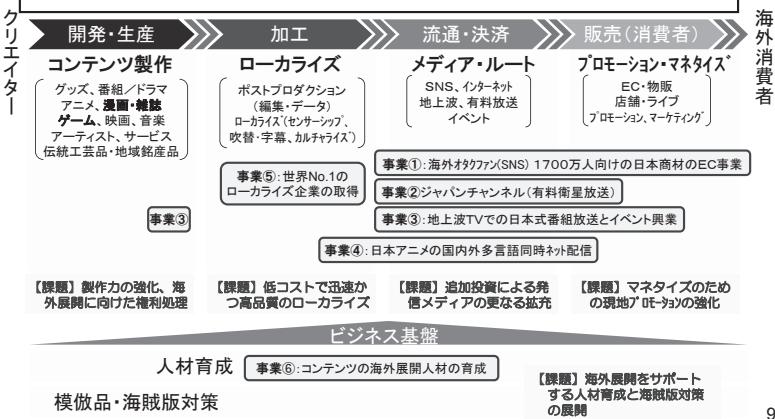
類型	内容	対象国	実施企業 (機構の出資枠(注))	概要
ショーケース型 プラットフォーム	⑦ジャパン モール 衣・食・住・コ	マレーシア (クアラン ブル)	ICJ Department Store(Malaysia) (総事業費 20億円) (10.7億円)	ASEAN初の全館クールジャパンの 「ショーケース」を構築し、日本の最先端 のライフスタイルを発信 
	⑧ジャパン モール 衣・食・住・コ	中国 (寧波市)	寧波阪急商業 有限公司 (総事業費 510億円) (110億円)	中国のアッパー・ミドル層に向け、地方 有力都市で、過去最大級の規模 の先駆的な百貨店モデルを構築
	⑨地域産品 ショーケース 衣・住	欧州 (パリ)	Sas Enis (1 億円)	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 ※Sasは株式会社(仮語) 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	⑩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) 
	⑪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
	⑫外食産業 海外展開基盤 食・	欧米豪 (豪)	力の源HD (7億円) (融資枠13億円)	出店ハーダルの高い欧米豪の主要都市で、 ランディング形式の店舗展開を通じ、現地製 造工具や日本酒・焼酎等の食の流通網を構築
サービス	⑬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、米国と日本茶カフェ の展開を通じて、長崎県産品等の販売 を構築
	(注)外資による出資の場合、機構の出資枠は為替変動分を考慮し、計上			日本食普 及と日本 食材の流 通支援 

7

機構の投資ポートフォリオ(全13件)



(参考)メディア・コンテンツ分野の投資の現状



事業①: 海外向けジャパンコンテンツ関連通信販売(コンテンツ分野)

概要・意義

- ベンチャー企業のTOM社(「Tokyo Otaku Mode」)は、Facebook上で漫画・アニメ関連コンテンツを1800万人の海外ユーザーに発信(英、中、スペイン、インドネシアの4言語)。
(参考)同社は、Facebookサイトの登録者数で、Eコマース分野で世界第三位にランクインされた実績あり。
- 米国を中心とする各国でキャラクターグッズ等のマーケティング及び物販事業を本格化。
- 我が国の誇るクールジャパンを体現するクリエイターがオリジナル作品を海外市場に直接発表・販売できるプラットフォーム化を目指す。
- 有名コンテンツの正規品の販売を通じた海賊版・模倣品駆逐の効果も期待。

事業内容



10

事業②: 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)。
- 番組放送を通じ、①国内コンテンツホルダーへの新たな収益獲得、②地域・中小企業などのPR・物販、③日本への観光PR等の機会を提供することで、多方面への波及効果を狙う。併せて、日本のコンテンツ輸出を増加させ、コンテンツを活用した企業間連携が次々と生まれる好循環を創出。

事業内容



11

我が国のクールジャパン戦略と官民ファンド

事業③：日本型番組の現地放送・ライブ・物販等のエンタメ事業（メディア・コンテンツ分野）

衣食住ニ

概要・意義

- 日本のエンターテインメント・コンテンツ産業（テレビ番組制作産業等）の、ビジネスとして初の多面的な海外展開。展開先是、台湾、タイ、インドネシア、ベトナム。
- 各国視聴者の嗜好にマッチした日本に関する新規番組を現地企業と共同制作。現地テレビチャンネルのゴールデンタイム等の番組枠を確保し、市場浸透力の強い現地地上波TVチャンネルで放送。
- 番組に連動した大型イベントの開催、番組タイアップの日本製品物販等も実施。日本の食材・観光地についての宣伝効果が大きく、現地日本ファンの拡大を通じて日系企業の市場開拓に貢献。

事業内容



12

事業④：多言語によるアニメ動画のインターネット配信・物販事業（メディア・コンテンツ分野）

概要・意義

- バンダイナムコ、ADK、アニプレックス等のアニメ制作会社が主体となり、オールジャパン体制で正規版アニメの海外向け配信事業を本格展開する新会社を設立。
- 人気の高い多様なアニメを一つのプラットフォームに集結し、世界一の新作配信数・多言語で事業展開。アニメファンを囲い込むとともに、正規版商材の物販事業も実施。
- 中小制作会社にとっても魅力的な海外展開プラットフォームとして機能するとともに、日本国内放送と同時に世界に向けた独占配信を行い、海賊版の排除、正規版流通の拡大に貢献。

事業内容



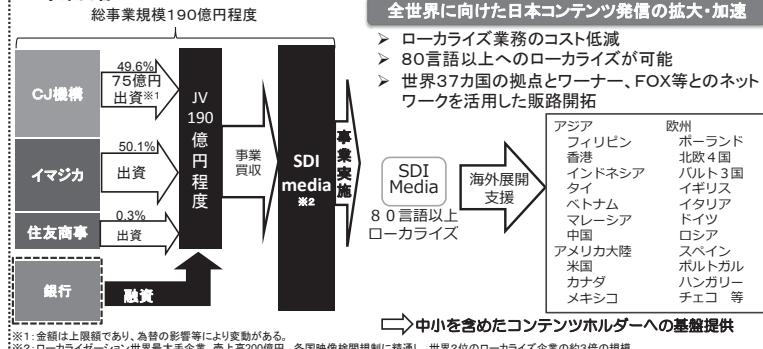
13

事業⑤：ジャパンコンテンツローカライズ・海外販路拡大事業（メディア・コンテンツ分野）

概要・意義

- ローカライズ世界最大手のSDI Media社（米国）の全株式を取得し、同社の80言語以上に対応したローカライズノウハウと、37カ国の拠点および150か所の自社スタジオ等による現地メディア・放送局等との流通網を活用する。
- ローカライズ、映像編集、販路開拓機能を一括提供するサプライチェーンを整備し、世界各国で日本のコンテンツを大規模に放送・配信する。

事業内容



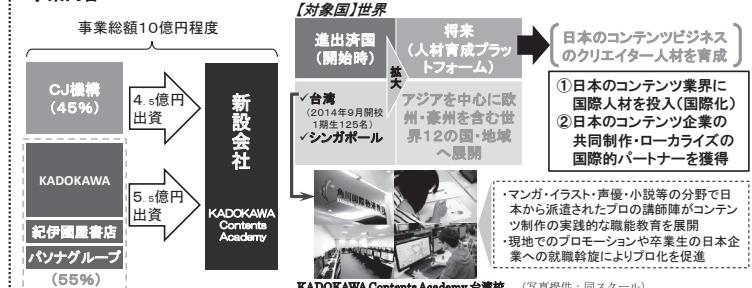
14

事業⑥：クリエイターハウス事業（メディア・コンテンツ分野）

概要・意義

- 日本のコンテンツ業界は海外展開が課題。多くの海外ファンは存在するものの、①海外市場に精通した人材の不足と、②日本のコンテンツを理解し現地の文化やニーズを踏まえて作品に繋げる現地クリエイターの不足、が相俟って海外展開が進まない要因。
- こうした課題に対応するため、日本コンテンツのクリエイターを育成するスクールを世界12の国・地域で展開し、マンガ・イラスト・声優・小説等の分野で日本コンテンツの海外へのビジネス展開を支える高度なクリエイター人材を育成する。
- 卒業生の日本企業への就職や、現地企業での日本コンテンツの共同製作等を通じて、日本のコンテンツが海外展開するための人材育成のプラットフォームとしての機能を担う。

事業内容



15

我が国のクールジャパン戦略と官民ファンド

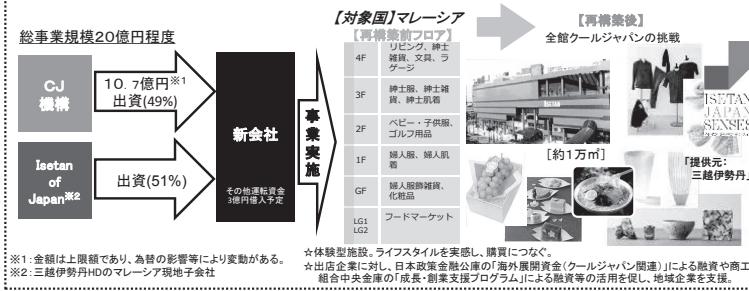
事業⑦: ジャパンモール(マレーシア・クアラルンプール)(ファッション・ライフスタイル分野)

衣 食 住 ニ

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。
- ※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通して、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。地域・中小企業の海外展開の足がかりとする。
- 同国でハラル対応等のノウハウを蓄積し、イスラム圏進出の足掛かりとする。

事業内容



16

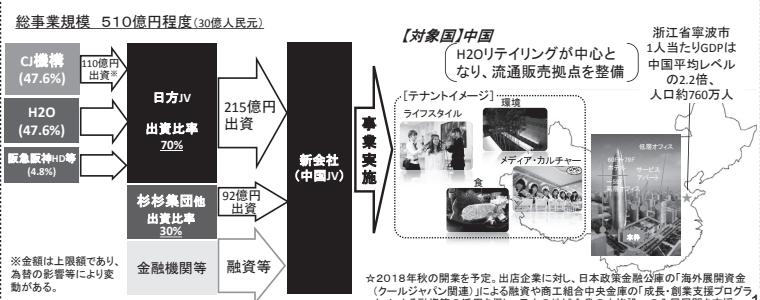
事業⑧: ジャパンモール(中国:寧波市)(ファッション・ライフスタイル分野)

衣 食 住 ニ

概要・意義

- 中国寧波市における、日系百貨店世界屈指の規模(約16万m²: 東京ドーム3個分)で、日系商材を前面に出した商業施設の新規出店支援。
- 富裕層の多い中国親日都市の大規模都市開発(1,600ha: 山の手線内の4分の1相当)に併せた、日系百貨店による過去最大級の商業拠点整備であり、日本ブランドの中国浸透に取り組む。
- アーニャやイベントスペース等を設け「体験」できるジャパン・エンターテインメント型のコンセプトで、年間を通じ毎日複数、日本各地をテーマにした物産展・文化行事等のイベントを実施。日本企業100社以上の参加を目指し、地域企業の海外展開の足がかりに。

事業内容



17

事業⑨: 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



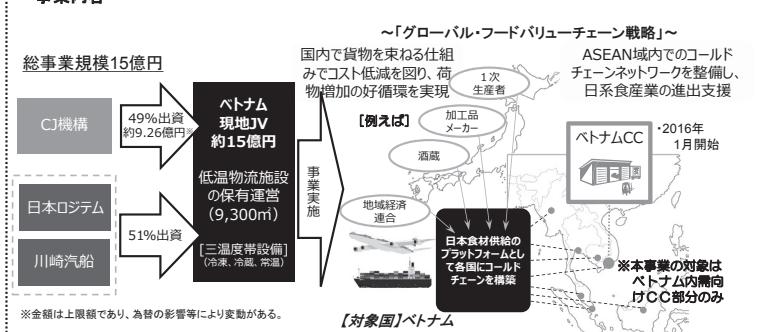
18

事業⑩: 日本食材コールドチェーン(ベトナム: ホーチミン)(食・サービス分野)

概要・意義

- 日本からベトナムへの精肉・生鮮食品・日本酒等の輸送を円滑化し、日本食を普及するため、冷凍・冷蔵・常温の温度管理を実現する高品質・大量物流サービスを提供する。
- 海外展開を狙う日系小売企業の物流基盤として機能し、他産業の競争力向上にも効果。
- 日本の食産業の海外展開を促進する、政府の「グローバル・フードバリューチェーン戦略」の一環として、ベトナム市場においてコールドチェーン(CC)を整備する。

事業内容



19

事業⑪: 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

- 東南アジアで1人あたりGDPが最も高く、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、集客力を高めて展開。
- 外食ベンチャーによる単独の海外進出では、一等地の確保は困難。このため機関の投資を通じて、海外展開が初の企業も含め、複数の外食ベンチャーが事業を行うプラットフォームを現地に整備する新会社を設立。当該新会社が競争力のある個別テナントと出店契約を結び、パラエティに富んだ日本食事業を展開。
- 広く地域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

総事業規模10億円

CJ機構

外食ベンチャー協会^{*1}

サポート企業^{*2}

約7億円

出資

新会社

テナント募集

国内の地域外食ベンチャーが出店



(シンガポールのオーチャード地区)

【対象国】シンガポール

今後、新会社が機関と協会と連携し、全国を対象として外食ベンチャーに出店を呼びかけ、15~20店舗を選定



*1 一般社団法人「日本外食ベンチャー海外展開推進協会」(JAOFF)のこと。日本食材を利用した海外展開を企図する企業で構成される、日本の食文化を世界に広げるための一般社団法人。

*2 今後、サポート企業からの出資を拡充。

20

事業⑫: 外食産業・日本食材の海外展開基盤(欧米豪)(食・サービス分野)

概要・意義

- 欧州・北米等では、日本食レストランの多くが非日本人経営であり、営業権等の商習慣や原料調達等でのリスク等により、日本人経営の外食企業の本格的展開に遅れ。このため、欧米での日本酒等の普及及び調達困難な日系食材の提供による日系外食産業による海外展開の基盤整備を行う。
- 具体的には、力の源HDの外食店(一風堂)の主要都市における出店を促し、①日本酒の海外展開に取り組む団体等と協力し、日本酒・焼酎等の販売を行うほか、②現地の法規制等により日本からの調達が難しい食材の製造や日系レストラン等への販売事業等を行い、日本酒等の食品や日系外食産業の海外展開のプラットフォームの機能を担う。

事業内容

【対象国】欧米豪

CJ機構

民間企業群

出資7億円

必要に応じ、最大13億円の融資

力の源HD

(海外展開資金にのみ使用)

事業実施

酒イベント等の日本食の発信協力

日本酒等の日本食関係団体

①欧米への外食店舗展開を通じた日本食ダイニングの発信

LA, パリ, シドニー等主要都市に一風堂を展開。
ラーメンダイニングの高い発進力を活用しつつ、日本酒等の関係団体との連携を模索し、多くの銘柄の日本酒や焼酎等の販売等を狙う。



②各地域工場(セントラルキッチン)からの食材供給

豚骨スープなど、法規制等により日本からの調達困難な食材を製造し、日系外食等企業に供給

21

事業⑬: 日本茶カフェによる九州産品の海外展開(米国)

(食・サービス分野)

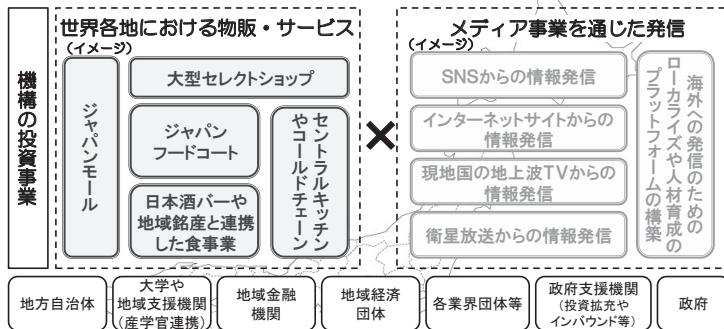
概要・意義

- 米国で約30年間の日本茶ビジネスの実績があるMAEDA-EN USAの親会社(株マエタク)と長崎県の企業が中心となり地域コンソーシアムを組成。
- 米国で「日本茶カフェ」を展開し、長崎県の波佐見焼等の茶器の活用やサイドメニューとしてのお菓子の展開、更には地域産品のお皿や雑貨を提供するなど、長崎県をはじめとする地域名品の販売プラットフォームを構築。
- 健康志向からくる緑茶を中心とする米国のお茶ブームを活用して日本茶を発信するとともに、地域産品を販売して「日本のライフスタイル」を提案する地方創生モデルを構築する。

事業内容

7. 投資事業の相互連携による日本ブランドの発信

- 投資案件の組成を加速するとともに、投資したそれぞれの事業間で相乗効果を発揮し、ターゲット市場の消費者の生活に日本ブランドを効果的に根付かせ、インパウンドに繋げる。(例えば、メディア事業による情報発信とモール事業展開との連携など)



⇒地域機関や政府機関と一丸となって地域企業の世界展開を加速し、現地消費者が日本に注目するインパウンドの流れをつくる。

23



8. 支援基準の概要(個別プロジェクト)

○機構の支援基準は、「**民業補完の徹底を原則**」とし、「官民ファンドの運営に係るガイドライン」を踏まえて策定。

■出資を受けようとする企業が満たすべき基準

(1)政策的意義

我が国の生活文化の特色を生かした魅力ある商品又は役務(例えば、コンテンツ、衣食住関連商品、サービス、先端テクノロジー、レジャー、地域産品、伝統産品、教育、観光等)の海外における需要を開拓するとともに、海外における日本の魅力を高め(ブランド化)、更なる需要を開拓し、日本経済に新たな付加価値を付与し、我が国の経済成長に繋げる等の政策的意義を踏まえたものであること。

(2)収益性等の確保

- ①適切な執行体制が確保されていること
- ②民間企業からの協調出資等があること
- ③**EXITの蓋然性が高いこと**

(3)波及効果

国内産業に裨益し、我が国経済に対して新たな付加価値をもたらすとともに、例えば次のような波及効果を一つ又は複数有する事業であること。

- ①様々な企業・業種との連携、②発信力、③市場開拓の先駆け、④共同基盤の提供

24

9. 機構の投資の基本方針(個別プロジェクト)



○機構は、支援基準を踏まえ、以下の基本方針で出資を検討する。

項目	概要
案件あたり 投資金額	<ul style="list-style-type: none"> ■ ポートフォリオ管理の観点から、全体のバランスを考慮し、案件ごとの投資額を判断
バリュエーション	<ul style="list-style-type: none"> ■ 投資先の事業計画を慎重に精査し、DCF・マルチプルなど、汎用的な手法を使った公正な評価を実施
出資比率	<ul style="list-style-type: none"> ■ 民業補完に徹することを踏まえ、機構からの出資は民間事業者との協調出資を条件とし、民業補完の観点から適切な出資比率
用いる 投資手法	<ul style="list-style-type: none"> ■ 投資先の事業の成功のために最適な手法をとるものとし、普通株、転換社債、劣後ローンなど各種手法を活用
支援完了まで の期間	<ul style="list-style-type: none"> ■ 対象事業が軌道に乗るまでの期間を基本とし、中長期となる場合においても支援
EXITの形態	<ul style="list-style-type: none"> ■ 共同投資をするパートナー事業者主導による買取・償還やIPOなど案件毎の最適策を選択

25

10. 地域企業のグローバル支援ネットワーク(業務提携協定)



- 日本企業の海外展開支援のため、クールジャパンに関わる関係機関と提携し、各国の規制情報の収集や人的ネットワークの活用、各事業の川上から川下まで一気通貫での支援を実現する、グローバル支援ネットワークを構築する。

【JETRO※】(平成26年3月13日に業務提携)

- ①国内外における事務所を起点とする地元密着型の広範なグローバルネットワーク
(海外事務所56カ国74事務所、国内事務所 東京・大阪の本部のほか40の地方事務所)
 - ②投資支援活動の中で蓄積された貿易投資に關わる各国の規制情報やノウハウ、投資事業者の紹介
- 業務提携により、各国地域の規制情報・市場情報を活用したグローバル支援ネットワークを構築

【BEA※】(平成26年3月24日に業務提携)

- ①国内の全ての放送事業者等によるオールジャパンのネットワーク(地上放送6社、衛星放送2社のほか、日本音楽事業者協会等の権利者団体及び商社や広告会社等の関係業界が参画)
 - ②放送コンテンツ(番組等)の海外展開の促進に向けた広範な実証事業の展開
- 業務提携により、放送コンテンツを中心制作・発信・物販の一気通貫の支援体制を構築

※独立行政法人日本貿易振興機構

【日本政府観光局※】(平成26年9月5日に業務提携)

- ①国内外における日本のインバウンド政策の要(14の海外事務所)
 - ②国をあげたVisit Japan事業として、国内外でイベントやプロモーションを開催し、訪日支援策の幅広い実績とネットワーク
(海外の旅行博覧会等30箇所)
- 業務提携により、イベント・プロモーションと出資事業との相乗効果を發揮

※独立行政法人国際観光振興機構(JNTO)

地域から世界へ!

～地域の自治体や経済団体～

【九州経済連合会】

(平成26年10月8日に業務提携)

【北海道】

(平成27年1月28日に業務提携)

- ①アジアへのゲートウェイとして地域企業の国際展開を支えてきた実績
- ②特に農作物の集中的な展開(産直市場構想等)

- ①アジアを魅了する多様な地域資源
- ②地元経済界・北海道等のクールHOKKAIDOネットワークの取組

- 地域との連携を加速し、「地域から世界へ」を実践するクールジャパン企業の支援体制を抜本的に強化

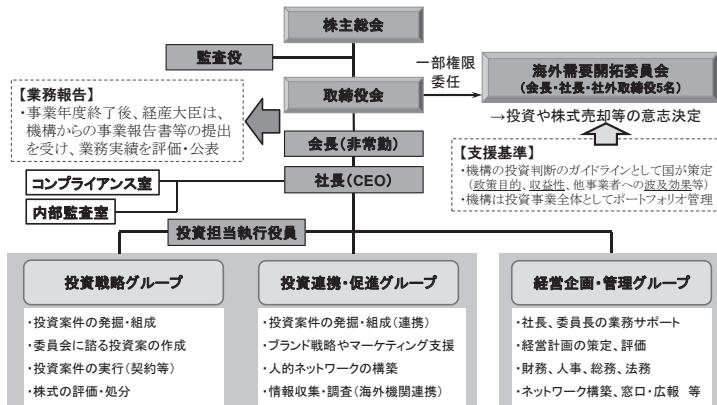
26

参考資料

27

参考1. 機構の組織

- 会社法のガバナンスに則った体制が基本。具体的には、株主総会の下に、取締役会を設置し、経営責任を負う形式。民間人材を積極的に活用する
- 投資決定については、民間人社外取締役等により構成される海外需要開拓委員会が、中立的な観点から投資決定を判断する



28

参考2. 機構の役員一覧

○代表取締役

会長 飯島 一暢 (株)フジ・メディア・ホールディングス 元常務取締役、(株)サンケイビル 代表取締役社長(現職)など
(非常勤)
※元総務省インターネット高度化利用委員会委員、スカパー!JSATホールディングス取締役(非常勤)、GREE社外取締役

社長 太田 伸之 (株)イセキヤケ 元代表取締役社長、(株)松屋 常務執行役員など
(常勤)
※元内閣官房知的財産戦略本部コンサルタント、日本ブランド専門調査会委員、一般社団法人 日本ファッションウイーク推進機構理事

○執行役員(常勤)

専務執行役員 小糸 正樹
専務執行役員 廣川 孝司

執行役員 杉内 信夫
執行役員 橋本 泰

○社外取締役(非常勤)(=海外需要開拓委員会委員)

檜田 松瑠 三井物産(株)顧問
川村 雄介 (株)大和総研副理事長
高須 武男 元(株)バンダイナムコホールディングス取締役会長
林 いづみ 桜坂法律事務所/弁護士
村岡 隆史 (株)経営共創基盤パートナー/取締役マネージングディレクター

○監査役(非常勤)

木下 俊男 日本国公認会計士協会理事

29

参考3. 機構の株主

出資金 407億円（うち民間出資 107億円）

○アサツー ディ・ケイ	○電通	○日本政府
○ANAホールディングス	○凸版印刷	
○エイチ・ツー・オー リテイリング	○博報堂DYグループ	
○大垣共立銀行	○パソナグループ	
○京葉銀行	○バンダイナムコホールディングス	
○ジェイティービー	○フジ・メディア・ホールディングス	
○J.フロントリテイリング	○みずほ銀行	
○商工組合中央金庫	○三井住友銀行	
○大日本印刷	○三井住友信託銀行	
○太陽生命保険	○三越伊勢丹ホールディングス	
○大和証券グループ本社	○LIXILグループ	
○高島屋		

30

参考4. 支援基準の概要(機構全体)

■機構が努めるべき事項

- (1) **投資事業全体としての長期収益性の確保**
- (2) 目的の範囲内における適切な**分散投資**
- (3) **民業補完の徹底、民間資金の確保**
- (4) 民間のノウハウを最大限活用した運用、ガバナンス確保
 - －事業を見極める機能と事業性を判断する機能のバランスによる投資規律の確保
 - －**EXITを含めた事業計画等の十分な検討**。ハンズオン支援を含むフォローアップ
 - －サブファンドへ投資する場合にはその適切な管理
 - －**情報公開**(国民に対する説明責任、機構に出資する国や民間事業者等への説明)
 - －機構の役職員の賞与等を対象事業者の業績と連動など
- (5) 政府の関係施策等との連携

31

参考5. 我が国企業が抱えるボトルネックの解消

我が国企業が抱えるボトルネック		
資金不足	拠点不足	戦略不足
金融機関、投資家からの資金供給不足 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 企業に海外展開の経験・蓄積が乏しいため収益モデルに係る不透明感が払拭できず、自社単独での投資には躊躇 ✓ 金融機関、投資家等もリスクマネーの供給に慎重 	足がかりにすべき海外の拠点がない <ul style="list-style-type: none"> ✓ 現地の商業拠点等での「場の確保」が困難(厳しい交渉) 	✓ 情報／ノウハウ不足 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 現地での消費者への訴求力(ブランド力)が弱い、「点」の戦い(総合発信力の欠如)

クールジャパン機構(「株式会社海外需要開拓支援機構」)を創設

対応策
<ul style="list-style-type: none"> ■ ①拠点となる空間(物理的空間)の整備・確保 ■ ②拠点となる空間(メディア空間)の整備・確保 ■ ③潜在力のある意欲的な地域企業の海外展開等を支援 <p>⇒ 民間投資の呼び水として國からリスクマネーを供給</p> <p>⇒ 海外におけるビジネスモデルの構築や海外展開を実行できる人材の育成に寄与</p>

32

参考6. 成長戦略等における機関の位置付け

■『日本再興戦略』改訂2015』－未来への投資・生産性革命－(平成27年6月30日閣議決定)

第二 3つのアクションプラン <ul style="list-style-type: none"> 二 戰略市場創造プラン テー馬4:世界を惹きつける地域資源で稼ぐ地域社会の実現 テー馬4-② 観光資源等のボテンシャルを活かし、世界の多くの人々を地域に呼び込む社会 (3)新たに講すべき具体的な施策 ①インバウンド新時代に向けた戦略的取組 「地域経済活性化に資する放送コンテンツ等海外展開支援事業」や株式会社海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)による出資により、地域の魅力を伝える放送コンテンツの海外展開を関係省庁が協力して支援することにより、日本の旅番組や、地方の銘菓や地酒など地域ならではの特産品を紹介する素材等の発信を一層強化し、地方への誘客を図る。」

三. 国際展開戦略 <ul style="list-style-type: none"> (3)新たに講るべき具体的な施策 ④コンテンツを核としたクールジャパンの推進 <p>「内閣官房知的財産戦略推進事務局を中心として、クールジャパン関係省庁・機関、関連団体等をメンバーとするクールジャパン推進のための官民連携プラットフォーム(仮称)を本年秋を目途に立ち上げ、コンテンツを核とした海外発信やコンテンツと周辺産業の一的な海外展開にオールジャパンで取り組むための基本方針の策定、情報収集・共有、必要な制度改革・支援策の検討、連携プロジェクト組成のためのマッチング等を行。マッチングを図る具体的手段として、このプラットフォームの下で、コンテンツ分野のみならず、食・観光・製造等、非コンテンツ分野も交えた多様な関連事業者が参加するマッチングフォーラム(仮称)を開催する。同じオーラムを活用して、クールジャパン機構、BEAJ、NPO 法人映像産業振興機構(VIPO)、JETRO 等の協力も得つつ、プロダクトブレイスマントや、海外における企業広告とコンテンツの連携等、相乗効果・波及効果の高い業界横断的な連携案件を継続的に創出していく。」</p>

33

(続)成長戦略等における機構の位置付け

■「日本再興戦略」改訂2014—未来への挑戦—(平成26年6月24日閣議決定)

第二 3つのアクションプラン 三、国際展開戦略

(2)施策の主な進捗状況

(クールジャパン・機構の設立等)

クールジャパンについては、昨年11月に(株)海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)が設立され、関係機関等との連携を強化しているところ。(略)

(3)新たに講すべき具体的な施策

②新たな政府横断的のクールジャパン推進体制の構築

官民連携によるオールジャパン体制によりコンテンツ、文化芸術等の「日本の魅力」を効果的に発信し、産業化に結び付けていくことが重要である。…(略)…クールジャパン・機構によるリスクマネーの供給を呼び水として、海外における商業施設展開、コンテンツ配信等の事業に分野・業界横断的に取り組むとともに、放送コンテンツの継続的放送と連携して周辺産業の海外展開につなげるなど、新たな成功モデルの創出・展開を行っていく。…(略)…

■第186回国会における安倍総理施政方針演説(平成26年1月24日)

六 オープンな世界で日本の可能性を活かす

世界に目を向けることで、日本の中に眠る様々な「可能性」に改めて気づかされます。オープンな世界は、日本が成長する大きなチャンスです。急成長する新興国では、道路も鉄道も必要です。水道や電気のインフラを整え、災害に強い都市開発が課題です。…(略)…

昨年シンガポールで、日本専門チャンネル「Hello JAPAN」が開局。インドネシアでは、仮面ライダーが子供たちのヒーローに加わりました。

日本のコンテンツやファッション、文化芸術・伝統の強みに、世界が注目しています。ここにも「可能性」があります。クールジャパン・機構を活用し、コンテンツの海外展開や、地域ならではの商品の海外の売り込みなどを支援してまいります。

34

参考7. 機構の活動方針(対象国(地域)と業種)

- 市場規模・市場ポテンシャルが大きい対象国(地域)における事業を重点的に支援し、核となる成功モデルを世の中に発信していくことで、大きな波及効果を狙う。
 - ～アジア地域(東南アジア、中国・台湾等東アジア、南アジア)等やブランド戦略の観点から重要な欧米市場、中東市場等に取り組む～
- 生活文化に係る幅広い業種が投資対象。**①メディア・コンテンツ、②食・サービス、③ライフスタイル・ファッションの3つの業種エリアを中心としつつ、「観光・インバウンド」「インターネット」など、切り口の違う業種横断エリアも、並行して検討を進める。**

＜市場規模・市場ポтенシャルが大きい対象国(地域)の考え方＞

- ①対象国(地域)および経済圏・文化圏の広がり
も含めた経済規模が意義ある大きさを持つ。
- ②日本の生活文化の特色を生かした魅力ある商品・サービスの主たる購買対象となる中間層／富裕層が成長している。
- ③嗜好性から日本の商品・サービスが受け入れられやすい。



35

我が国のクールジャパン戦略と官民ファンド

クールジャパン機構の連絡先等



ご質問やご意見など、下記まで、是非ご連絡下さい。

クールジャパン機構 投資連携・促進グループ

TEL : 03-6406-7675
(<http://www.cj-fund.co.jp/>)

受付時間：平日9時～18時
(土日・祝祭日・年末年始を除く)