

# クールジャパン機構の投資方針について

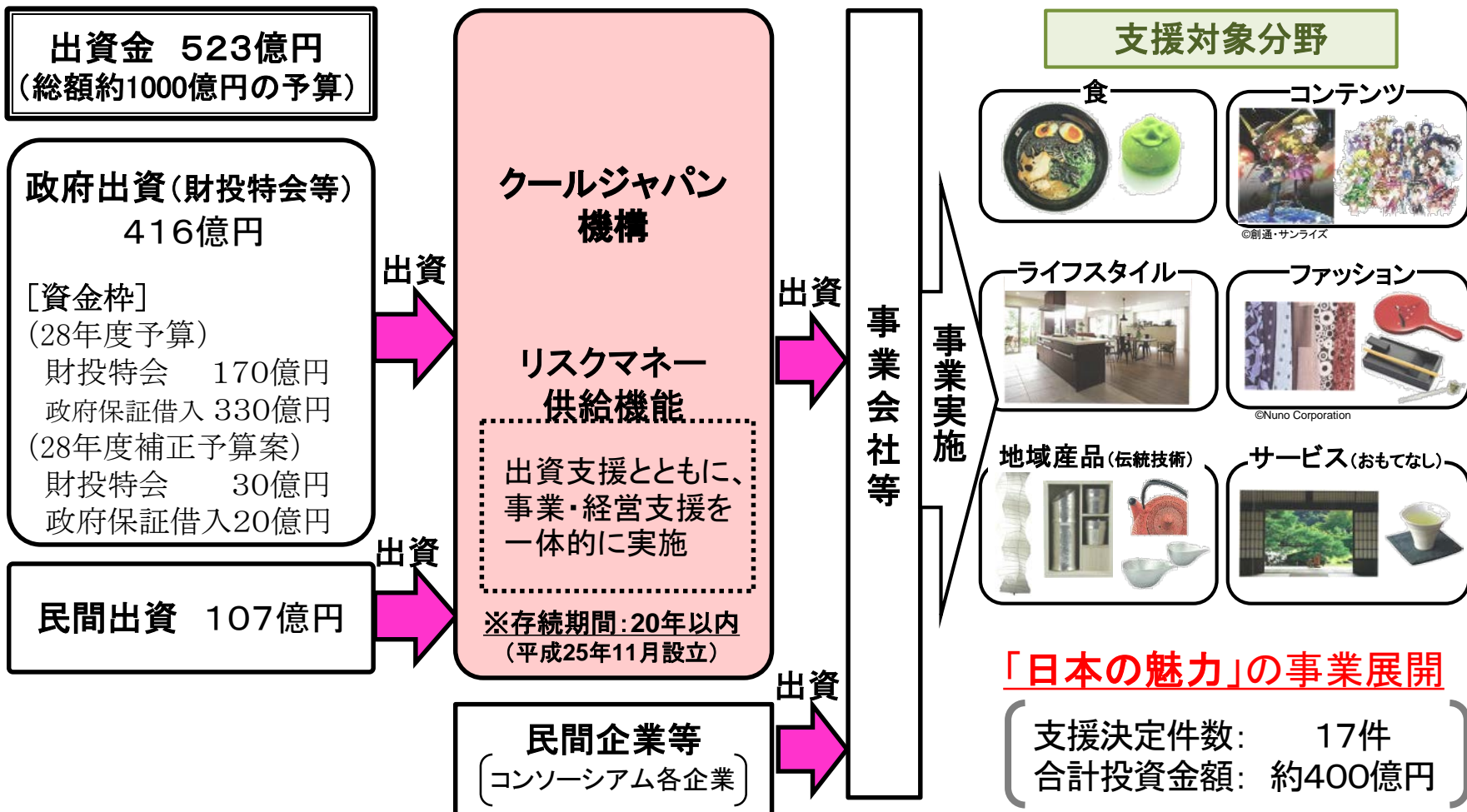
---

～分野を超えた投資案件の連携～

平成28年9月5日  
クールジャパン機構  
代表取締役 太田伸之

# 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需要開拓を支援し、ジャパンブランドの向上を目指す。
- 17件、約400億円の投資事業を実施。



# これまでの投資のポートフォリオ①（産業分野別）

## メディア・コンテンツ関連

6件:約160億円

- ・コンテンツ関連プラットフォーム事業
  - ①ジャパンコンテンツ関連ネット販売 15億円
  - ②ジャパンチャンネル 44億円
  - ③エンタテインメント番組制作 10億円
  - ④正規版アニメ関連ネット販売 10億円
- ・コンテンツビジネス基盤事業
  - ⑤コンテンツローカライズ・販路拡大 75億円
  - ⑥クリエイター人材育成スクール 4.5億円

## ライフスタイル関連

3件:約120億円

- ・ジャパンモール事業（物販プラットフォーム）
  - ⑦ジャパンモール（マレーシア） 10.7億円
  - ⑧ジャパンモール（中国） 110億円
  - ⑨地域製品の欧州展開のための拠点 1億円

## インバウンド関連

2件:約13億円

- ⑩瀬戸内地域の観光産業振興（瀬戸内） 10億円
- ⑪訪日外国人旅行者向け民泊支援 3億円

## 食・サービス関連

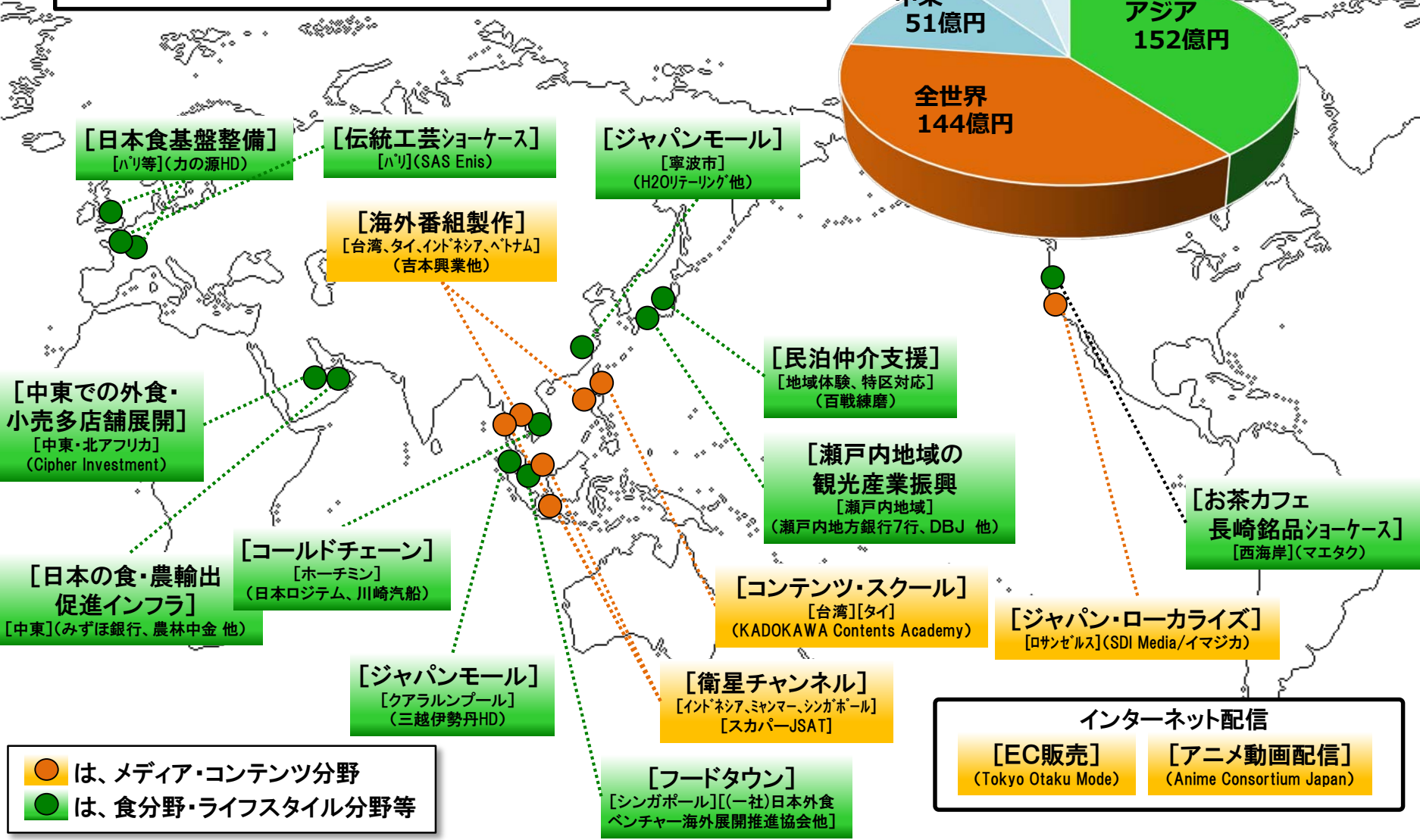
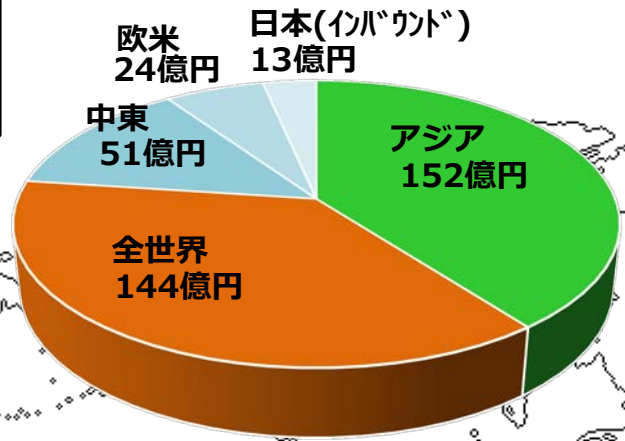
6件:約103億円

- ・日本食サプライチェーン事業
  - ⑫日本食材コールドチェーン 9.26億円
  - ⑬日本の食・農輸出促進インフラ（中東） 40百万ドル
- ・日本食プラットフォーム事業
  - ⑭日本食フードタウン 7億円
  - ⑮外食産業・日本食材の海外展開基盤 7億円、融資13億円
  - ⑯日本茶カフェによる九州産品海外展開事業 2.6億円
  - ⑰中東における日本の食・小売の多店舗展開 10百万AED（約3億円）

機構からの総投資  
17件：約396億円

# これまでの投資のポートフォリオ② (地域別)

○アジア・欧米に続き、中東にも展開。  
○アジア地域では、メディア事業との連携が可能に

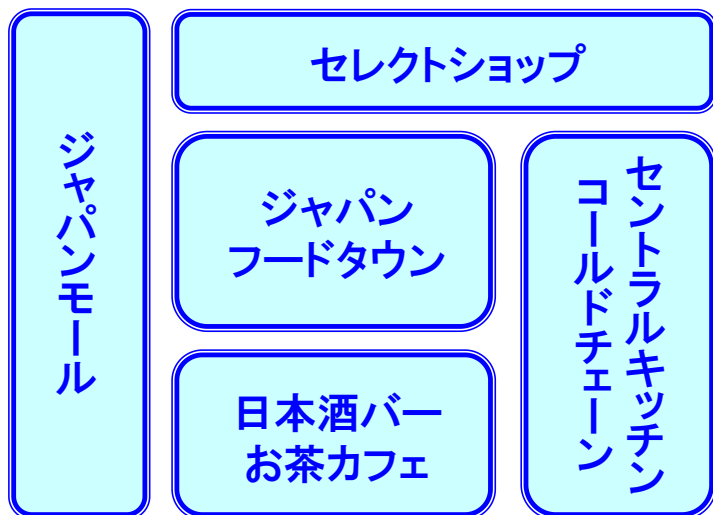


# 物販・小売とメディア発信の組み合わせ

○ジャパンモール等の物販・小売(地上戦)と、メディア・ネットの発信(空中戦)で政策効果を最大化。

## 地上戦

＜物販・サービス等の展開＞



## 空中戦

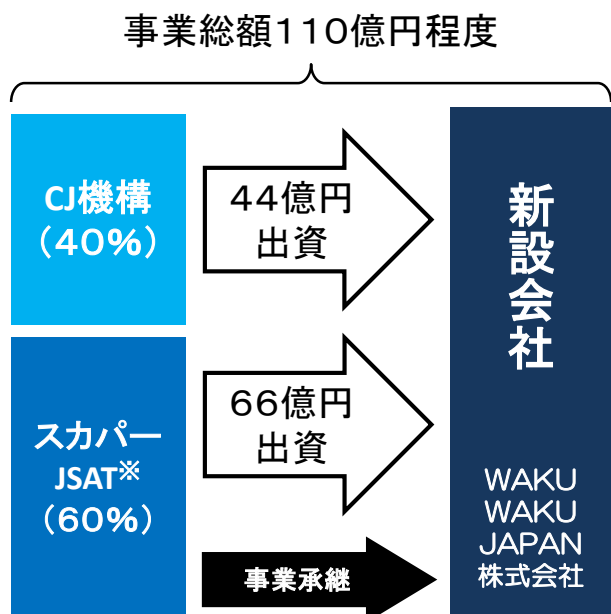
＜メディア・ネットを通じた発信＞



世界各国でメディア発信と物販事業等を組み合わせ、日本の魅力を発信

# ジャパンチャンネル整備事業の例

- 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)。



## WakuWaku JAPAN

WAKUWAKU JAPAN は、スカパーJSATによる日本コンテンツを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

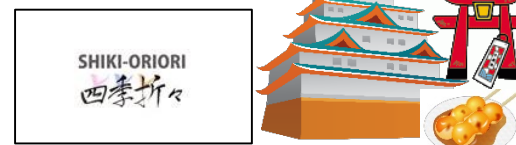


### 放送番組例



「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

※ 同社は伊藤忠フジ・パートナーズ、NTTコミュニケーションズ、住友商事、日本テレビ放送網、東京放送ホールディングス等を株主にもつ(株)スカパーJSATホールディングスの100%子会社

# 物販・外食とメディア放送で日本を発信する例

- SDI社がローカライズしたコンテンツをジャパンチャンネルで複数国に放送・配信。
- ジャパンチャンネルで人気の出た「Tシャツ」や「カワイイグッズ」をECサイトで販売。
- 新設フードタウン(シンガポール)につき、ジャパンチャンネルで集中プロモーション。

## SDI Media (ローカライズ)

80言語以上に対応したローカライズノウハウ

37カ国の拠点および150か所の自社スタジオ等の拠点を活用して日本のコンテンツの発信を底支え



## TOKYO OTAKU MODE (EC事業でグッズ販売)

ウルトラマンTシャツのEC販売

フリーサイズ  
US \$ 49.99



キッズサイズ  
US \$ 39.99

人気グッズ  
をEC事業  
で展開

## ジャパンフードタウン [シンガポール]

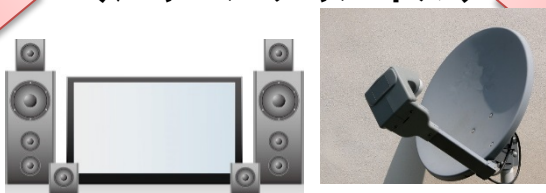


JAPAN  
F  D  
TOWN



## WakuWaku JAPAN (ジャパンチャンネル)

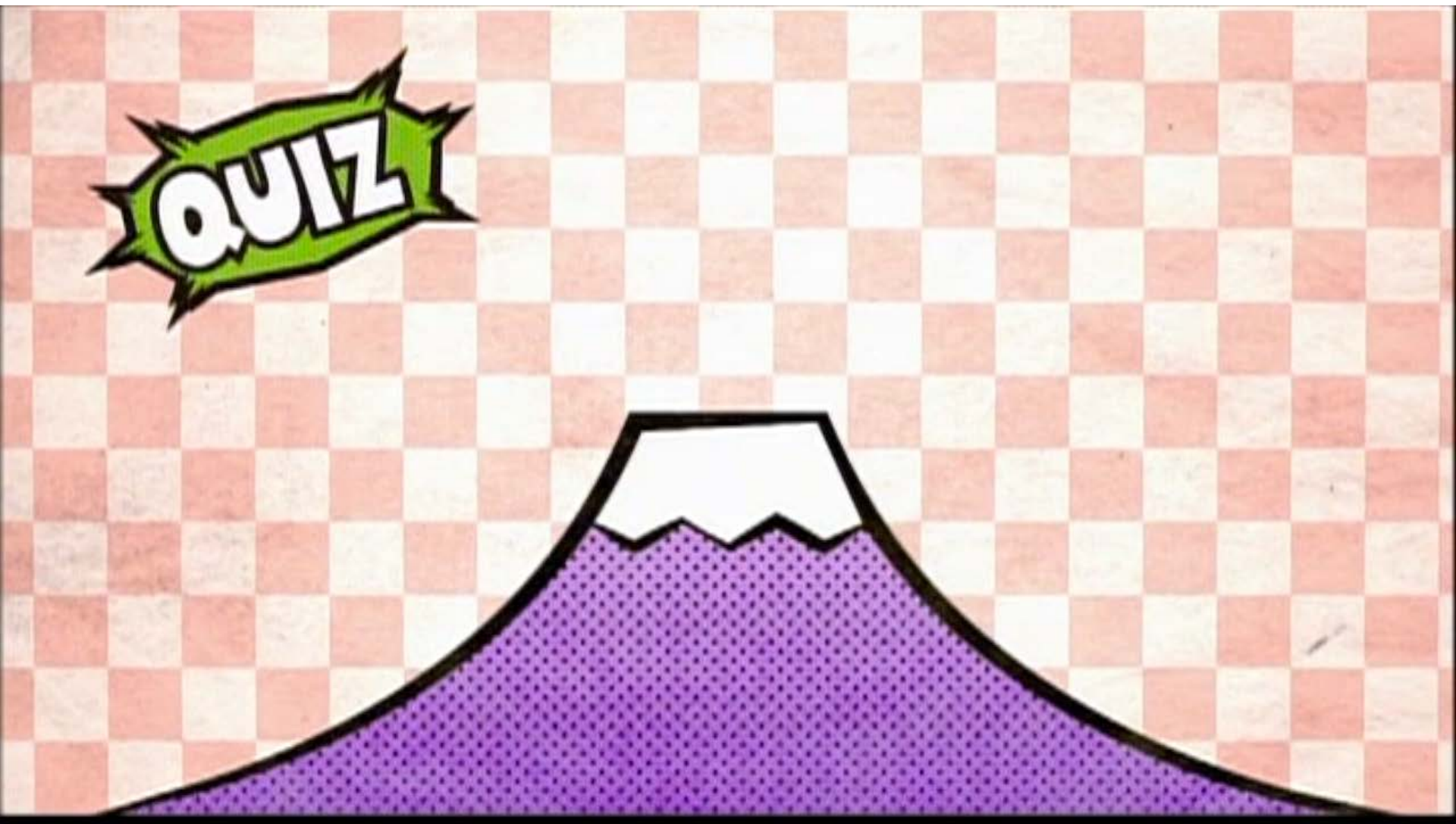
ジャパンコンテンツの  
ローカライズ



ジャパンチャンネルで  
プロモーション

# ジャパンチャンネル（インドネシアでの放送例）

QUIZ



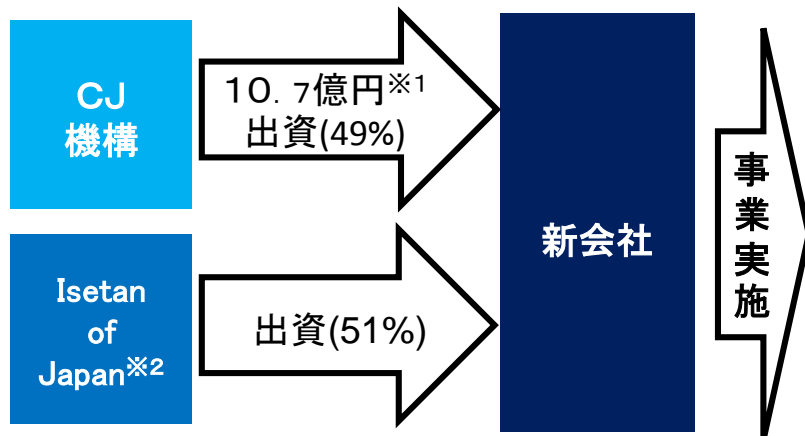


# ジャパンモール整備事業（マレーシア）の例

- 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㎡）を**ASEAN初の全館クールジャパン仕様に刷新**。2016年10月末オープン予定。
- 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。
- **ハラル対応等のノウハウ**を蓄積し、イスラム圏への展開に向けたモデルケースとする。

【対象国】マレーシア

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

## ISETAN The Japan Store Kuala Lumpur

・6層のフロア構成・品揃えは、4つの日本の美意識「雅・粋・織・素」と日々の暮らし「食べる・暮らす・過ごす・楽しむ・学ぶ」を掛け合わせて編集。

4F	「THE TABLE」 レストランフロア（2017年1月オープン予定）
3F	「THE CUBE」 「感じる」「知る」「創る」として日本の様々なカルチャーを体感できるフロア
2F	「THE ROOM」 日本ならではの素材や技術とともに美しく健康的でいられるライフスタイルを提案
1F	「THE STUDIO」 雑貨・ファッションの都道府県開放区など日本のファッションカルチャーを提案
GF	「THE MUSEUM」 全館の品揃えの要素を集約し、ファッション・アート・テクノロジーなど日本の多様性を表現
LG1 LG2	「THE MARKET」 都道府県別・産地別にクローズアップした調味料・食材などを集積させ、本格本物の日本の味やテクノロジーによる新しい食を提案



# 地方の魅力と最先端技術で日本を発信する例

- 海外プラットフォームに「地方」をどうつなげるか。
- ジャパンモールでは、日本の「最先端技術」と「地方」の魅力で、日本を発信。

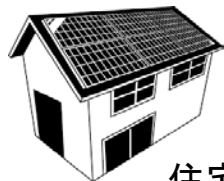
## 日本の「最先端技術」



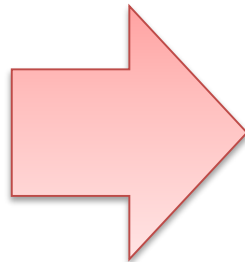
自動車



バイク



住宅



## 「地方」の魅力



ジャパンモール  
で紹介、発信

## ジャパンモールでの展示イメージ (マレーシア:10月31日開業予定)



# インバウンド分野への投資の強化

○JNTO(日本政府観光局※)との業務提携に加え、更に、インバウンドの支援体制を強化。

(参考)JNTO(日本政府観光局)との業務提携契約の締結(平成26年9月5日)

JNTOは、

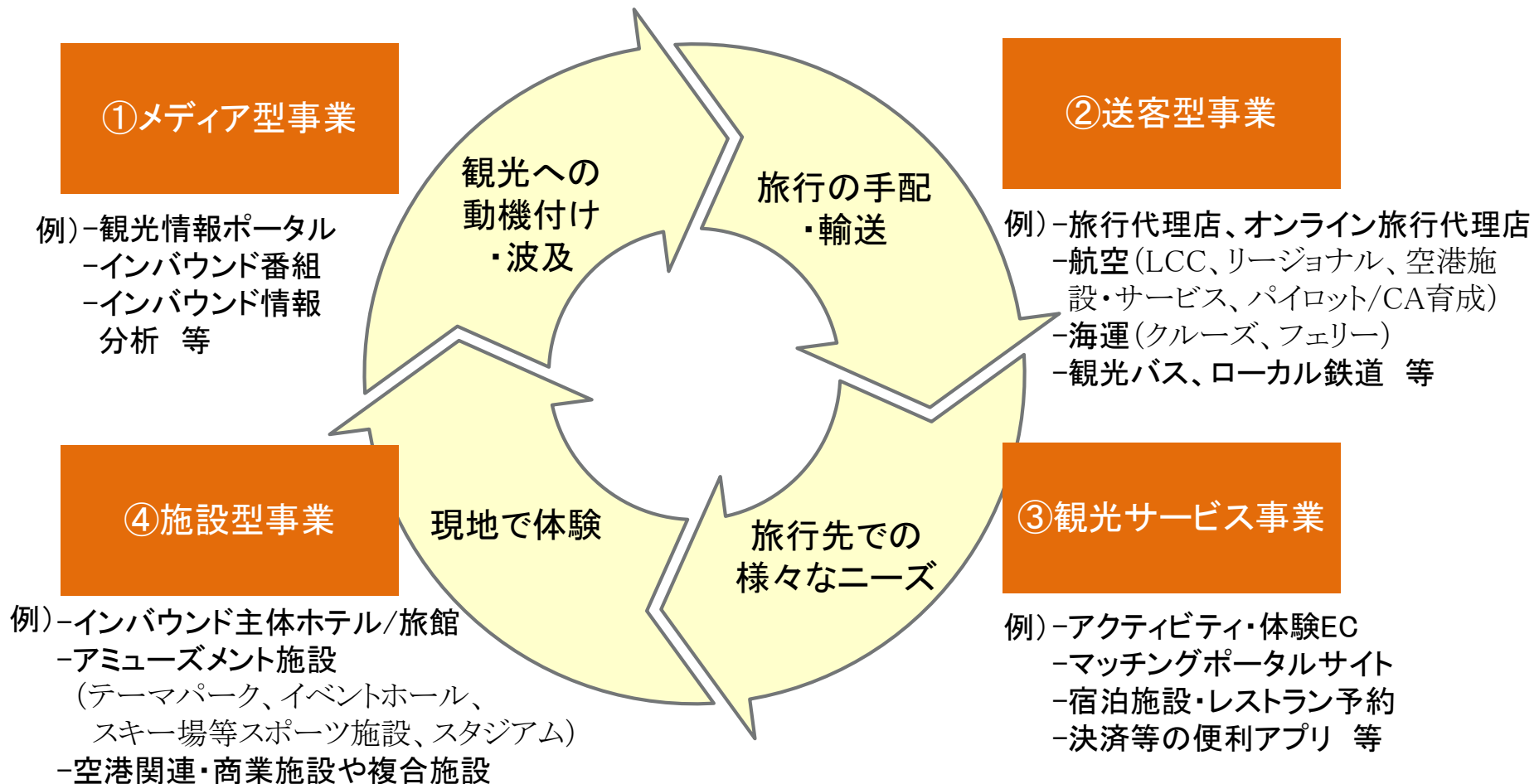
- ①国内外における日本のインバウンド政策の要(14の海外事務所)
- ②Visit Japan事業を推進し、国内外でイベントやプロモーションを展開。
- ③訪日支援策の実績と幅広いネットワーク(海外の重点市場20市場)

⇒JNTOとの業務提携契約の締結により、イベント・プロモーションと当社出資事業との相乗効果の発揮を狙う

※正式名称は、独立行政法人国際観光振興機構

# インバウンド分野における展開

- インバウンド支援は、成長戦略にも位置づけられた機構の重要なミッションの一つ。
- IoTやFinTechの導入で、多様化が進む訪日外国人観光客向けのビジネスを対象に、今後も重点的に投資を展開。



# インバウンドツーリズムの拠点づくり

## スポーツツーリズム

- 「日本再興戦略2016」において、スポーツ市場の規模について2025年に15兆円の目標設定（2015年5.5兆円）。スポーツの成長産業化が急務。
- 地域のスポーツ・健康の拠点を構築し、インバウンドを強化する

## メディカルツーリズム

- 医療・介護など健康に関わる日本の優れたサービスをアジアに発信するとともに、訪日外国人観光客の増加を狙う。

## エンタメツーリズム

- 日本の強みのライブエンタメを海外に発信する環境を整備しつつ、本場、日本へのインバウンドを強化する。

# 「地域から世界へ！」の枠組みを構築

○機構は、海外需要開拓を狙う地域と業務提携契約を締結し「地域から世界」のパイプラインを構築する。

～業務提携契約を締結した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)

## 【北海道】

(平成27年1月28日業務提携)

- 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

地域から世界へ！

## 【四国経済連合会】

(平成28年5月31日業務提携)

- ①四国全域の産業・分野横断ネットワーク
- ②四国の自然・水産物をはじめとした食など豊かな地域資源

## 【鳥取県】

(平成28年3月25日業務提携)

- ①山陰の自然・食など豊かな地域資源
- ②マンガ・コンテンツ等を活用した地域活性化の取組

# 中小企業のコンソーシアムを大手企業と共にサポート

- シンガポールに7月にオープンしたジャパンフードタウンは、外食中小・ベンチャーのコンソーシアムによる海外展開の試み。
- 出店15店舗のうち、12店舗が海外初挑戦。沖縄貨物ハブ拠点から週4日深夜便で発送し、日本食材調達率50%以上を実現。松阪牛、金芽米、近代マグロは海外発輸出。

## Japan Food Town概要



出店場所 : 「シンガポール伊勢丹」  
オーチャード店 4階  
営業時間 : AM11:00-PM11:00  
広さ : 約20,000sqft(約1900㎡)  
座席数 : 600超  
テナント数 : 16店舗(内、15店舗が確定)

## テナントリスト

業態	店舗名(中小・ベンチャー)
★ 1 おにぎり&定食	Bonta bonta
★ 2 ラーメン	Machida-Shoten
★ 3 しゃぶしゃぶ・すき焼き	Shabu Shabu Tajimaya
★ 4 てんぷら	Tempura Tsukiji Tenka
★ 5 寿司	Tsukiji Sushi Takewaka
★ 6 鍋	Nabe Seizan
7 うどんダイニング	Inaniwa Yosuke
★ 8 鉄板焼き	Osaka Kitchen
★ 9 焼肉	Yakiniku Heijyoen
10 とんかつ	Tonkatsu Anzu
★ 11 とろさば・サーモン	SABAR
12 居酒屋	Hokkaido Izakaya
★ 13 日本酒バル	Dassai Bar
★ 14 蕎麦	Yomoda Soba
★ 15 唐揚・サラダ	RANG MANG SHOKUDO

海外初出店には★マーク

# 「Japan Food Town」をオープン

平成28年7月15日(金)、現地オープニングイベント





# 参 考 资 料

---

# 機構の株主一覧

出資金 523億円（うち民間出資 107億円）

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

# 投資決定案件の一覧①

類型	内容	実施地域	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 日本商材 ネット販売 	全世界 (米国・ インドネシア等)	Tokyo Otaku Mode 	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)	 ベンチャー
	②ジャパン チャンネル 	全世界	WAKUWAKU JAPAN (総事業費 110億円) 	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)	
	③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) 	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	
メディア・ コンテンツ	④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) 	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)	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
	⑤ジャパン ローカライズ 	全世界	SDI Media Group, Inc. (総事業費 190億円) 	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 エーター育成 	アジア 欧州 豪州	KADOKAWA Contents Academy (総事業費 10億円) 	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	



(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。


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

# 投資決定案件の一覧②

類型	内容	実施地域	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	⑦ジャパン モール 衣 食 住 コ	マレーシア (クアラル umpur)	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   10月末 オープニング イベント開催
	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   地域商材 の海外展 開を支援
	⑨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   ©Takeshi MIYAMOTO

類型	内容	実施地域	実施企業 (機構の出資枠(注))	概要
インバウンド支援 型プラットフォーム  インバウンド	⑩瀬戸内地域の 観光産業振興 衣 食 住 コ	日本 (瀬戸内地域)	せとうち観光活性化 ファンド (総事業費 90億円※) 〔10億円〕 ※2016/4/1組成時点	瀬戸内7県の瀬戸内ブランド推進の動き (広域DMOの構築等)と連携し、同地域の 地方銀行7行、DBJ等とインバウンドに繋 がる観光産業振興ファンドへのLP出資   *民泊に特化した 宿泊予約のプラットフォーム とまりな
	⑪訪日外国人 向け民泊仲介 支援 衣 食 住 コ	日本 (地域体験や 特区対応)	百戦錬磨 〔3億円〕	訪日外国人旅行者に向けて、地域観 光ツアーや都市部での民泊サービ スを仲介する事業を支援し、4000万 人の訪日外国人旅行者数達成に向 けた宿泊施設の供給増に貢献

# 投資決定案件の一覧③

類型	内容	実施地域	実施企業 (機構の出資枠(注))	概要
<b>食材サプライチェーン／ 外食型プラットフォーム</b>  <b>食・サービス</b>	⑫日本食材 コールドチェーン <b>食</b>	ベトナム (ホーチミン)	CLK Cold Storage Company Limited (総事業費 15億円) <b>( 9.26億円 )</b>	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)
	⑬日本の食・農 輸出促進インフラ <b>食</b>	中東	Gulf Japan Food Fund <b>(40百万米ドル)</b>	中東への日本の食・農の輸出促進を目的とするファンドへのLP出資
	⑭日本食 フードタウン <b>食</b>	シンガポール	Japan Food Town Development (総事業費 10億円) <b>( 7億円 )</b>	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
	⑮外食産業 海外展開基盤 <b>食</b>	欧州 米国 豪州	力の源HD <b>( 7億円 )</b> 融資枠13億円	出店ハードルの高い欧米豪の主要都市で、ラーメンダイニ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
	⑯日本茶カフェ <b>衣 食 住 コ</b>	米国	Green TEA World USA, Inc. (総事業費 5.2億円) <b>( 2.6億円 )</b>	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
	⑰中東における 外食・小売 店舗展開 <b>食</b>	中東 北アフリカ	Cipher Nippon Investment L.L.C. <b>( 10百万AED )</b> (AED:UAEディルハム)	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



7/21  
竣工式

7/15オープニング  
イベント



©Japan Food Town Development Pte. Ltd.

日本食普及と日本  
食材の流通  
支援

7/5 パリ旗艦  
店オープニング  
レセプション

7/7 一号店  
オープニングイベント

11月、ドバイに  
「築地銀だこ」  
1号店をオープン

(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

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)**