

経済産業省説明資料

平成30年9月3日

第1回国際文化交流の祭典推進会議

観光消費促進に向けたクールジャパン推進事業

平成31年度概算要求額 7.2億円（新規）

事業の内容

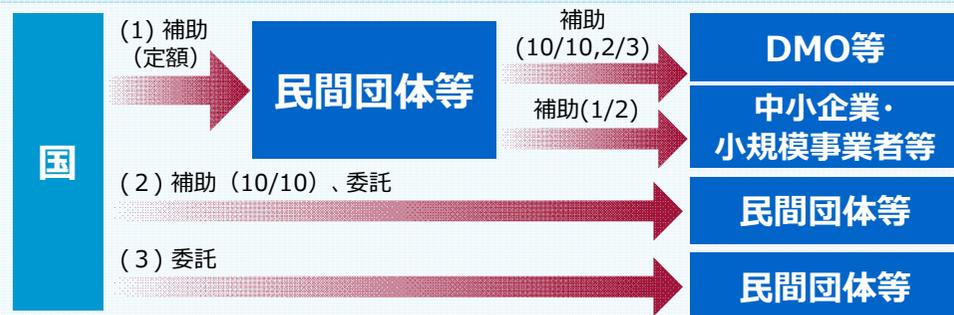
事業目的・概要

- 2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催、2025年の大阪万博誘致は、世界の注目が日本に向け、インバウンドの機会であるとともに、大都市圏への旅行者の集中という問題を抱えています。
- 全国各地には日本らしい魅力ある観光地や商材・サービスがありますが、増加する外国人旅行者のニーズに合った事業展開の知見が少ないため、旅行者の分散や観光消費に繋がっていません。
- 日本版DMO等を中心に外部人材や地域の中小企業者等と連携して、地域のヒト・コト・モノ全体のマーケティング・ブランディングから外国人旅行者に向けたプロモーションまでを支援することで、地方へ人を呼び込む力を高めます。
- 同時に中小企業等が、外国人旅行者をターゲットとした地域らしい商材やサービス等の磨き上げを外部人材と連携等して行う取組を支援することで地方で稼ぐ力を高めます。
- 地方だけではできない人材育成やスマートリゾートの推進を実施するとともに、他地域との連携を支援します。

成果目標

- 平成31年度から36年までの5年間の事業であり、最終的には観光ビジョンに掲げた外国人旅行消費額2030年に15兆円にすることに貢献します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ

(1) クールジャパンプロデュース支援事業

- 地域へ人を呼び込む力を高めるため、DMO等が外部人材とともに、訪日外国人の誘客に向けた地域全体のブランディング・計画・マーケティング・海外PR事業等を実施。
- 地域で稼ぐ力を高めるため、DMO等が行うブランディングと連携し、中小企業等の商材やサービス等の磨き上げの支援を実施。
- 中小企業等に対するアドバイザー支援、メディア招聘・ゲートウェイ空港等における情報発信、連携会議など、地方単独ではできない側面支援を実施。

(2) スマートリゾート推進事業

- 先進的な取組を行っている地域におけるスマートリゾート導入に係る実証試験及びその結果を踏まえたスマートリゾート実施計画の策定を支援。
- 国際リゾートとして有望な地域において、先進的地域とも緊密に連携しつつ、スマートリゾート導入に関するF/S調査を実施するとともに、その結果を踏まえたスマートリゾート導入計画を策定。

(3) 観光イノベーション人材育成事業

- 地域資源を活用したニューツーリズムの需要の高まりを受け、地域と連携しながら、地域資源の掘り起こし、旅行商品の造成及び観光プロモーションに取り組む人材育成を支援。
- 地域の宿泊業・旅行業をはじめとする観光産業における新たなビジネスモデルの構築を目指す上で必要不可欠なイノベーション人材の育成を支援。

中堅・中小企業海外展開支援事業（サービス産業）

平成31年度概算要求額 **0.8億円（3.0億円）**

事業の内容

事業目的・概要

- 海外展開を果たした中小企業は未だ少なく、進出先に至っては大企業含めでも多くが一部のアジアに限られるサービス産業の海外展開の加速に向け、分野・対象地域に応じた支援の継続、拡大を図る。具体的には、特に以下分野について、海外での普及に向けたテストマーケティング、マッチングを実施する。
（教育）経済成長と若年層の多さから、アジアにおける日本型教育の需要増が見込まれるため、新たなサービスであるEdTech等による市場開拓を図ると共に、人材確保にも繋げていく。
- また、2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けインバウンドが加速する中で、外国人観光客の消費額を含めた政府目標の達成に向け、サービスやコンテンツ、地域産品、食、スポーツを含む地域文化資源の発信を進め、日本発のサービスや最新技術等を体感して海外に広め、需要を喚起する機会として活用する。

成果目標

- 2020年までに訪日外国人観光客4000万人を目指す政府目標に貢献
- 2020年までに訪日外国人旅行消費額8兆円を目指す政府目標に貢献
- 2025年度までに、文化GDP1.8兆円を目指す政府目標に貢献
- 2020年までに海外展開支援企業数500社

条件（対象者、対象行為、補助率等）

国

交付

（独）日本貿易振興機構（JETRO）

事業イメージ

① サービス海外展開支援事業

- サービス産業の海外進出に向けた現地ビジネスパートナー候補とのマッチングや、テストマーケティング等を実施。

（教育）遠隔地教育等のため政府がEdTechへの期待を高めるインドネシア、オンライン教育市場の拡大が確実視されるインド等において、EdTech等日本の教育サービスの現地企業との個別マッチングや、テストマーケティングを実施。

【対象地域】中国、インドネシア、インド



② 地域文化資源活用クールジャパン発信事業

- 国内各地で開催されるイベント等に合わせて海外の有力メディア・インフルエンサーを招聘し、サービスや地域産品等を含む地域文化資源を実際に体験、発信することにより、地域への誘客及び地域サービス・産品のアウトバウンド増に繋げる。



- 世界の主要な文化関連イベントと連携して、日本のサービスやコンテンツ等と合わせて地域産品や観光資源を発信し、クールジャパンの浸透と需要拡大を図るとともに、インバウンド誘客と消費を推進。

【対象地域】中国、香港、シンガポール、タイ、フィリピン、欧州、米国、豪州₂

新コンテンツ創造環境整備事業

平成31年度概算要求額 **8.5億円（4.3億円）**

事業の内容

事業目的・概要

- AI、IoTを中心とする第4次産業革命の実現によってクリエイティブな経済活動が高い付加価値を生む経済社会の到来が予想されます。こうした社会においてコンテンツ産業は重要な産業分野であり、日本経済の中長期的な成長を目指すための基幹産業となる潜在的な可能性を秘めています。
- 他方、現在の日本のコンテンツ産業については、
 - I. クリエイターがコンテンツを製作するにあたっての資金調達手段が乏しく、円滑な資金調達が可能な事業環境が整っていない
 - II. 国内市場が伸び悩む一方、拡大する海外市場を開拓できていないという課題が指摘されています。

- これらの課題を解決するため、

1. デジタル技術を活用した新たなマーケット・ファイナンスを通じた資金調達や、権利管理、決済等の仕組みづくりによるクリエイターへの新たな金流の創出
2. 日本のコンテンツの発信力強化や日本のクリエイターと海外マーケットのマッチングによる海外展開

を促進し、クリエイターへの利益還流の好循環を作り出すことで新しく良質なコンテンツを継続的に生み出せる事業環境を整備するとともに、海外市場の開拓によって日本のコンテンツ産業の市場規模拡大を図ります。

成果目標

- 2025年までに、文化GDPを約18兆円（GDP比3%程度）にすることに貢献します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ

1. デジタル技術を活用したクリエイターへの新たな金流の創出

（1）新たなマーケット・ファイナンスを通じた資金調達

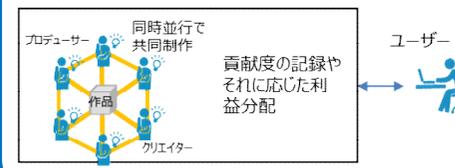
- スポンサー企業と連携した配信等の新たなマーケットや、クラウドファンディング等を通じた金融機関等からの新たなファイナンスの創出により、多様な資金調達が可能とする環境の整備を行います。

（2）権利管理、決済等の仕組みづくり

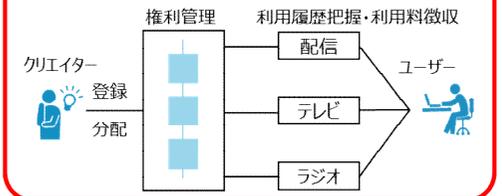
- クリエイターへの金流の多様化を図るため、デジタル技術を活用して、
 - ①適切な利益配分を可能とするための、コンテンツ制作における貢献度の可視化・定量化
 - ②管理コストを削減するための効率的な権利管理体制の構築を実現するシステムの実証を支援します。

<実証例>

実証例 i：適切な利益配分を可能とするための、コンテンツ制作における貢献度の可視化・定量化を実現するシステム



実証例 ii：クリエイターへの利益還流を可能とするための、権利管理体制の効率化による管理コスト低減を実現するシステム



※検討委員会が案件選定、デジタル技術活用の留意点をまとめた報告書作成、サービスモデルの普及・広報を行います

2. 日本のコンテンツの発信力強化等による海外展開

（1）日本のコンテンツの発信力強化

- 日本のコンテンツの発信の土台となるイベントと連携してコンテンツ関連産業の展示会等を開催することで、日本のコンテンツとそのクリエイターが世界で受容される素地を醸成します。

（2）日本のクリエイターと海外マーケットのマッチング

- 単独では海外マーケットとの接点を持つことが困難な日本のクリエイター等と、海外バイヤーをマッチングする見本市を開催し、海外展開を支援します。

伝統的工芸品産業振興補助金

平成31年度概算要求額 7.0 億円 (7.0億円)

事業の内容

事業目的・概要

- 現在、230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・小規模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）



事業イメージ

需要開拓事業（海外展開支援事業）

平成28年10月に、欧州における海外展開拠点としてフランス・パリに常設のショールームを開設。当該拠点と消費財見本市「アンビエンテ」（ドイツ・フランクフルトで開催）等の展示会において、ブランディング・取引サポートを実施し、事業者の海外展開や販路開拓を支援します。



【パリのショールームでの出展の様子】



【アンビエンテでの出展の様子】

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さまざまな分野の専門家とのマッチングによる現代のニーズに合った新商品開発・成果発表展示会を実施します。



ルームシューズ
【京鹿の子絞】



アクセサリ
【山中漆器】



和食器
【備前焼】

伝統的工芸品月間国民会議全国大会（平成29年度 東京大会）

- 昭和59年の開始以降、首都圏で初めて開催。大消費地である東京の強みを活かし、幅広いきっかけ・チャンスの創生と国内外に向けた伝統工芸の魅力を発信。
- 交通利便性の高い丸の内エリア全体で面的に開催。メイン会場において、工芸の実演・販売等のプログラムを実施する他、サブ会場において伝統的工芸品の理解と普及を促す独自企画を展開。

【主催】 経済産業省、伝統的工芸品月間推進会議、（一財）伝統的工芸品産業振興協会、日本伝統工芸士会、東京都伝統的工芸品月間推進協議会

【期間】 平成29年11月2日（木）～6日（月）

【来場者数】 約26万人

【会場】 メイン会場：東京国際フォーラム サブ会場：KITTE、TOKIA、丸ビル

【主な催事等】

■メイン会場

- ✓ 全国くらしの工芸展（展示販売）
- ✓ 伝統工芸ふれあい広場（実演、製作体験）
- ✓ 伝統工芸士作品展、これからを担う職人達の作品展 等

■サブ会場

- ✓ 伝統工芸の技術の凄さや品質の素晴らしさを体感できる展示<KITTE>
- ✓ 伝統的工芸品が使われていた江戸の暮らしを再現するとともに、現代生活への新たな取り入れ方を提案<TOKIA>
- ✓ 全国の逸品を知る展示<丸ビル>

■その他

- ✓ 有名ライフスタイル誌「PEN」特別号を発刊し、広報・PRを実施 等

※平成30年度は福岡県で開催



メイン会場：東京国際フォーラム（くらしの工芸展）



サブ会場：TOKIA

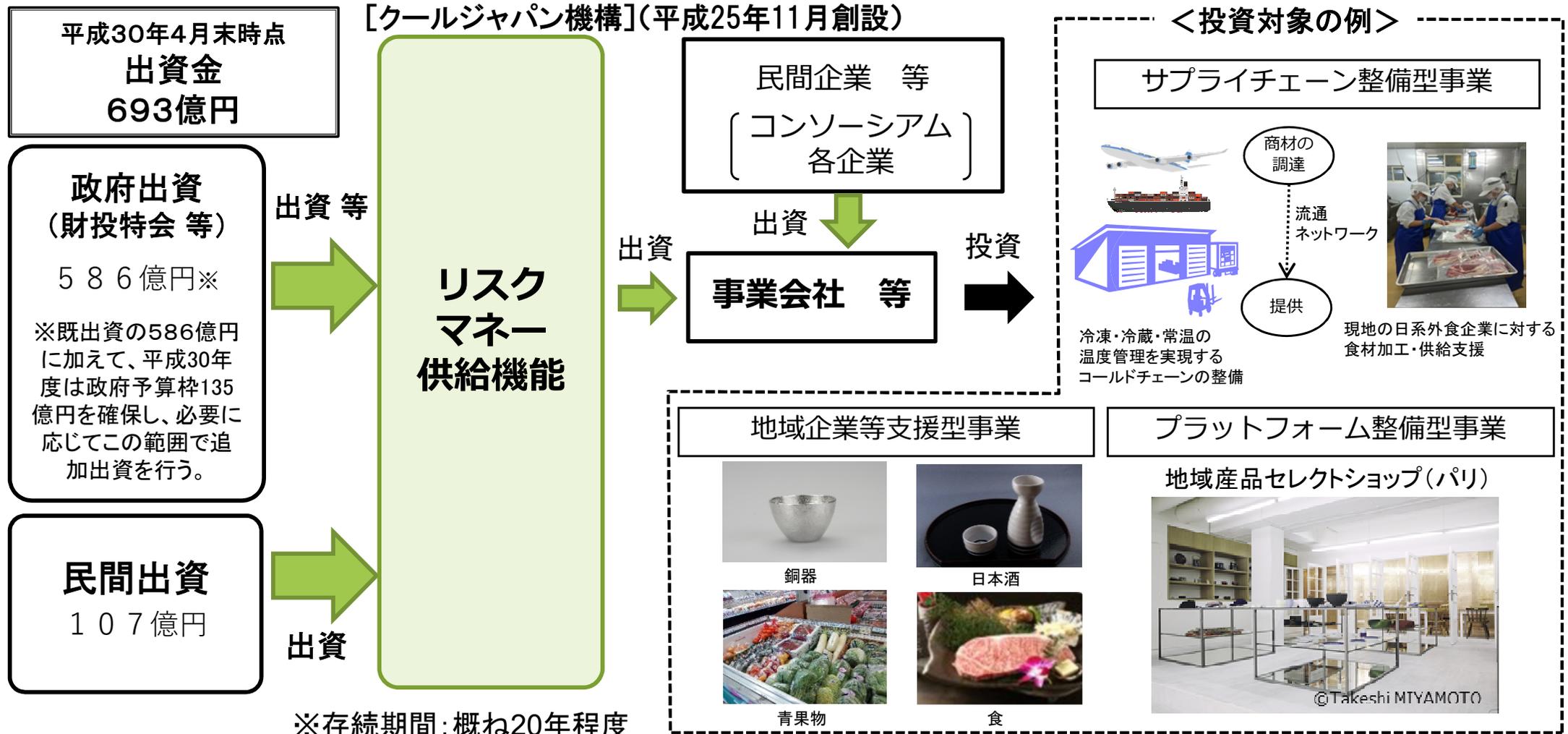


『Pen』特別号

クールジャパン機構による出資【平成31年度要求額(産業投資)：200億円（135億円）】

○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(クールジャパン商材)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。

○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。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。



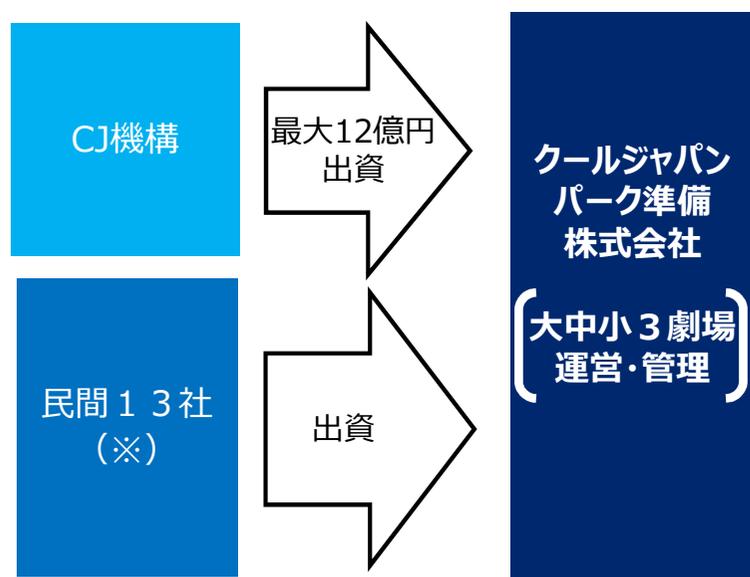
※存続期間：概ね20年程度

クールジャパン機構の出資による訪日外国人向けエンタテインメント発信

概要・意義

- 吉本興業等民間13社とともに、年間を通じて多くの訪日客が訪問する大阪城公園内における**大中小3劇場の運営・管理事業に出資**。
※大阪城公園駅、森ノ宮駅双方から徒歩5分程度。大劇場（座席数1,138+車椅子6）、中劇場（座席数702+車椅子4）、小劇場（座席数300、オールスタンディング時600）収容
- ノンバーバルや多言語対応の演目を含めた多彩な日本のエンタテインメントを夜の時間帯もあわせて年間を通じて発信。**限られた時間の中で予定を組まなければならない訪日客にクオリティの高い日本のエンタテインメントを体験できる機会を提供**。

事業内容



※MBSメディアホールディングス/朝日放送/関西テレビ放送/
読賣テレビ放送/テレビ大阪/エイチ・アイ・エス/JTB/
NTTぷらら/KADOKAWA/滋慶/電通/UFI FUTECH/吉本興業

大劇場



【大劇場】
・劇場の様々な場所にプロジェクション・マッピング投影可。サーカスや宙乗り演出にも対応。
・ショー、ミュージカル、コンサート、演劇、演芸などの上演が可能。

中劇場



【中劇場】
・出演者の細かな表情や動きを観覧者に伝えることができる客席数。
・プロジェクション・マッピングにも対応でき、様々なジャンルのエンタテインメント上演可能。

小劇場

【小劇場】
・舞台と客席を自由に設定可能。
・落語や古典芸能、実験的な演劇、展示会やスタンディング・ライブまで広範に対応する構造。

本件の狙い

- 訪日客にクオリティの高い日本のエンタテインメントを体験できる機会を提供し、その魅力を広く海外に発信し、インバウンド需要拡大を図る
- 関西圏の芸術文化が発展し、更に魅力的な観光地に