

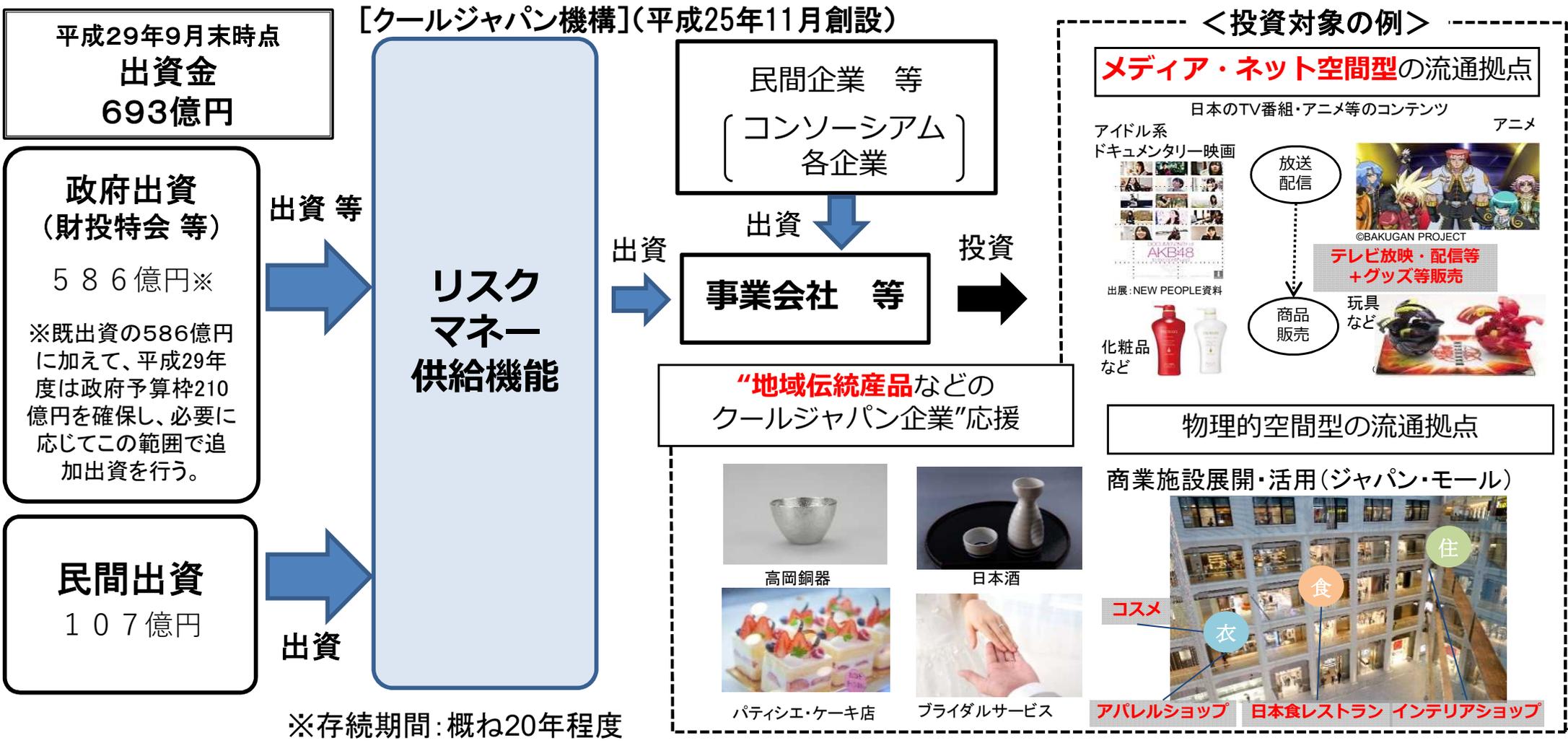
経済産業省の取組について

平成29年10月

経済産業省

クールジャパン機構による出資【平成30年度予算概算要求額(産業投資)：250億円（210億円）】

- 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し、現在23件の投資案件を支援している。

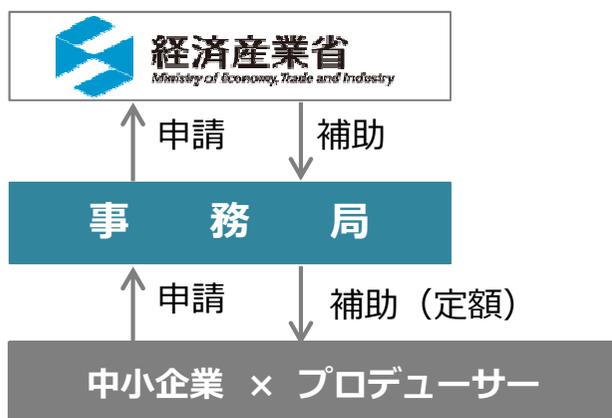


JAPANブランド等プロデュース支援事業

平成29年度ふるさと名物応援事業 予算額 13.5億円の内数

- **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、P R・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。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



■ 補助対象経費

プロデューサーの旅費・謝金等

■ サポート

- ① アドバイザリーボード
(国内外の有識者からのアドバイス等)
- ② ビジネスマッチングイベント
- ③ W E B 等の情報発信

BrandLand JAPAN

（参考）平成29年度採択例

タニハタ（間仕切などの製造・販売） × IMMUNORIUM 飯塚真弓



飛鳥時代から**続く伝統木工技術**で欧州に挑む！（富山）

釘を使わず、0.1ミリ寸法が違うだけで木の組み付けができなくなるほど微細な世界であり、かつアジアの祥文様18種を駆使した和風の欄間である「組子」を**欧州の建築市場に売り込み**、新たな需要の開拓を目指す。

瑞穂（化粧筆・洗顔筆などの製造・販売） × AMD 小泉 堅太郎



日本の**伝統的工芸品熊野筆**で世界を魅了！（広島）

180余年の歴史を持つ「熊野筆」を化粧筆としてブランディングし、洗練されたプロダクトデザインを際立たせた従来の「静的」なプロモーション表現から、機能や体験価値を訴求する「動的」な方向性へ転換すべく、海外販促のための新たな表現を開発する。

増田桐箱店（桐箱の製造・販売） × トランセント 大滝 敦



日本の**伝統的な桐素材・桐加工技術**を活用した桐製品をアメリカに展開！（福岡）

古来より日本の生活で取り入れられ、高級品として知られる桐筆筒や桐箱に代表される桐製品をトランセントのネットワークと昭和4年創業の増田桐箱店が誇る高い製造技術を生かして、米国のニーズに合わせた商品開発も行う。

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)

1. 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。

2. 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。

3. 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各産地に国内外の有識者（バイヤー、メディア等）を招聘。産地や技術を海外にPR**するとともに、有識者の評価を参考に、各事業者が販路開拓や観光客誘致に向けたブランドを形成していくためのコンセプト作りを支援。

4. 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、**一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会が実施する振興事業**を補助。

5. 伝統的工芸品産業支援補助金

・・・3.6億円（3.6億円※）

- 「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、**産地組合等が実施する産業の振興・活性化事業等**を補助。

6. 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。

7. 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。

8. 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。

平成30年度経済産業省クールジャパン関連予算要求状況

(※括弧内の数字は、平成29年度予算額)

1. 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250.0億円（210.0億円）

- 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。

2. 専門家招聘型商品開発・プロデュース支援事業

ふるさと名物応援事業16.0億円の内数（13.5億円の内数）

- 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。

3. 産地ブランド化推進事業

ふるさと名物応援事業16.0億円の内数（13.5億円の内数）

- 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

4. 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の支援。

5. 伝統的工芸品産業支援補助金

・・・3.6億円（3.6億円）

- 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、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。

6. コンテンツ産業新展開強化事業

・・・4.5億円（6.0億円）

- 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②国際見本市等を通じた海外展開基盤整備を実施。

7. 産業界・教育関係者・地域等と連携したクールジャパン需要喚起事業

・・・7.5億円（1.0億円）

- 我が国の展示会・イベント産業及びインフルエンサー産業の成長・自立化やクールジャパン商材の磨き込みの機会を創出することによるクールジャパン産業の自立化を支援。

ふるさと名物応援事業

平成30年度概算要求額 **16.0億円** (13.5億円)

事業の内容

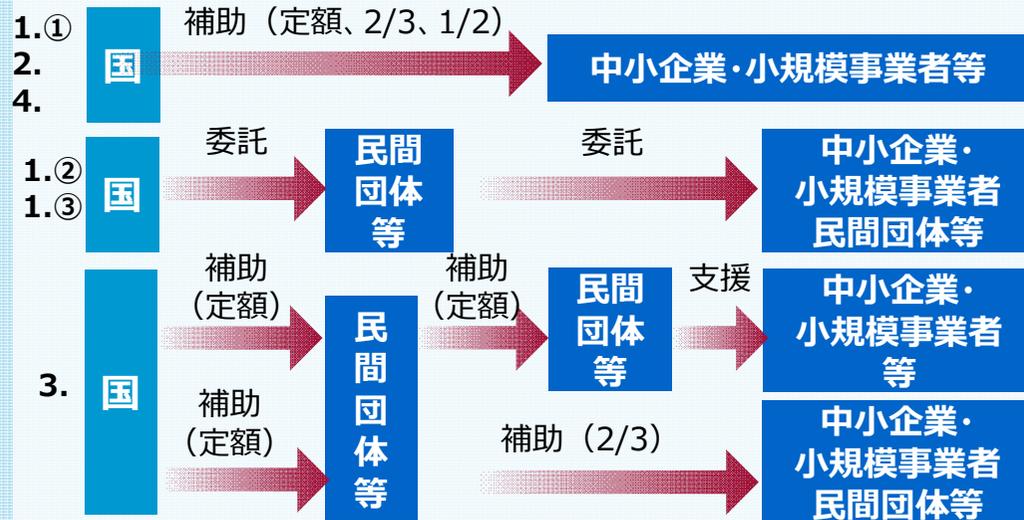
事業目的・概要

- 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。
- 地域の団体等による農商工等連携体構築の機会の創出等を支援します。
- 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」人材を育成します。
- 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。
- 隠れた魅力を秘めている地場産品等を改めて海外の視点で再評価することで、新たな切口での産地のブランド化に向けた取組を支援します。

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事業計画の認定を受けた中小企業・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新商品・新サービスの開発や販路開拓等に係る費用の一部を支援します。（補助率：1～2回目2/3、3回目1/2、補助上限：原則として500万、ただし4者連携2,000万、支援事業者1,000万、機械化・IT化1回目1,000万、2～3回目500万）
- ②中小企業者と農林漁業者のそれぞれのニーズ・シーズを把握し、マッチングさせることで新商品・新サービスの開発、販路開拓等の農商工が強く連携した取り組みを促進します。
- 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研修等により育成するとともに、その活動を支援します。

2. JAPANブランド育成支援事業

- 「ふるさと名物」などの地域産品が持つ素材や技術等の強みをいかした海外展開戦略の策定を支援します（補助上限200万円、定額補助）。また、海外販路開拓に向けたブランド確立のため、新商品開発や海外展示会出展等のプロジェクトを支援します（補助上限2,000万円、補助率2/3）。

3. 専門家招聘型商品開発・プロデュース支援事業

- 各分野ごとのクールジャパン商材の掘り起こしと顧客視点からの磨き上げの強化、海外専門家招聘等を通じたマーケットイン思考の商品開発等の支援を行います。
- 支援事業の活動を公開し、地域商材・サービスの包括的なデータベースを構築するとともに、外部人材を活用した海外展開支援と新たなプロデューサー育成に取り組みます。

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）。

伝統的工芸品産業振興補助金

平成30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、225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）

補助（定額、2/3、1/2）

国

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）

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。 【デザイナーとのマッチングの例】



紙箱
【越前和紙】



照明器具
【京表具】



テーブルウェア
【高岡漆器】



キャニスター
【備前焼】

伝統的工芸品産業支援補助金

平成30年度概算要求額 **3.6億円（3.6億円）**

事業の内容

事業目的・概要

- 現在、225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）



事業イメージ

意匠開発事業

和菓子職人やデザイナーなどの各専門家を招聘し、専門技術や感性を活かし、現代生活に合う「和菓子のための食器」を開発するなど、伝統技術を取り入れた新規意匠開発を支援します。



【高岡銅器の技術を活かした和菓子のための食器およびチェス道具】

活性化事業

新たに漆塗りガラス製のテーブルウェアを開発し、海外展示会等に出展、海外からの評価をもとに商品のブラッシュアップを行い、国内でも新たな市場拡大を目指すなど、伝統的工芸品産業による海外展開等の活性化を目的とした事業を支援します。



【木曽漆器の漆塗りガラス器】



【京くみひもの海外展示会での出展の様子】

コンテンツ産業新展開強化事業

平成30年度概算要求額 **4.5億円（6.0億円）**

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、「未来投資戦略2017」においても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。
※文化GDP：文化関連産業によって生み出された付加価値
- また、海外イベント等において我が国のコンテンツを活用した演出が好評を得るなど、我が国のコンテンツ輸出のための環境が整ってきている。
- 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、国際連携強化及び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GDP18兆円（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）



事業イメージ

（1）国際連携強化

- 国際連携強化に向けて、コンテンツの国際制度動向等の調査を行うとともに、日中韓文化コンテンツ産業フォーラム等の官民連携会議を開催し、各国との対話を通じて制度の調和や、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。



（2）国際見本市等を通じた海外展開基盤整備

- 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・資金調達スキームに関する仕組みを整備・検証する。同時に、新たなスキームに対応するための人材育成も行う。
- 日本を代表するコンテンツに係る祭典に際し、映画・アニメ・音楽や先進技術など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。



産業界・教育関係者・地域等と連携したクールジャパン需要喚起事業

平成30年度概算要求額 **7.5億円（1.0億円）**

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年の大阪万博誘致に向けて、クールジャパン（我が国独自の製品・サービス）を海外発信・展開して日本のブランド構築を図り、経済活性化につなげていくことが我が国の成長のために必要不可欠です。
- また、学校休業日の分散化（キッズウィーク）とそれに合わせた保護者等の有給休暇取得、学校休業日を活用した地域振興を、国内消費マインドの醸成を図るプレミアムフライデー等の効果を活用しつつ、一体的に進めていくことも重要です。
- 2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催、2025年の大阪万博誘致を見据えて、我が国の展示会・イベント産業及びインフルエンサー産業の成長・自立化を実現することやプレミアムフライデー・キッズウィークの機会を活用した需要喚起やクールジャパン商材の磨き込みの機会を創出することで、クールジャパン産業の自立化を支援します。

成果目標

- 2025年度までに、文化GDPを約18兆円（GPD比3%程度）にすることに貢献します。
- 地域中小企業の有給休暇取得率の向上により、2020年までに年次有給休暇の取得率を70%に向上させ、日本人国内旅行消費額21兆円を目指します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）

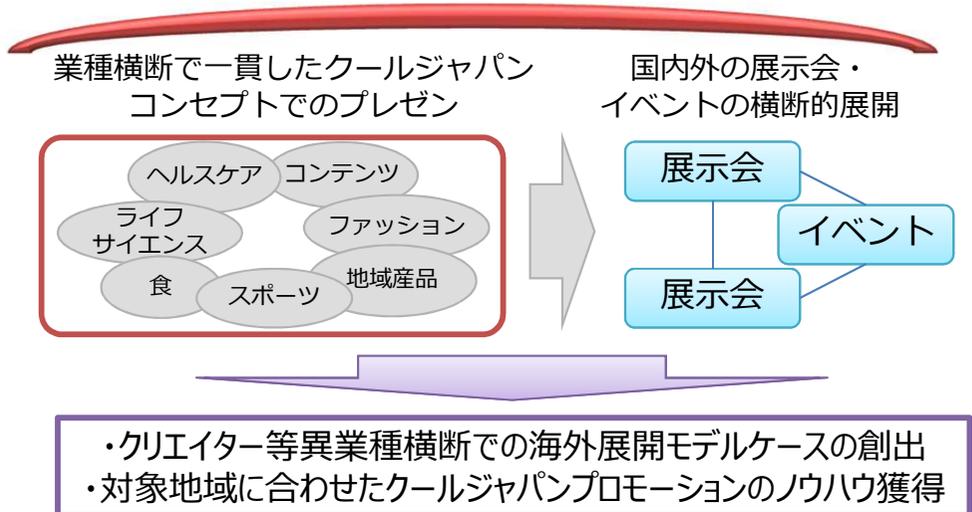


事業イメージ

①異業種連携型クールジャパンプロモーション事業

- 世界の主要な展示会・イベントと連携しつつ、海外バイヤー等の来日を促し、展示会・イベント産業の振興を図る。

国内外の展示会・イベントの連携



②業種連携インフルエンサー発信自立化支援事業

- 海外インフルエンサーと国内インフルエンサーとのマッチングによるコンテンツの共同制作を通じて、インフルエンサー産業の振興を図る。この中で、VRやクリエイター等の活用により、より高度なコンテンツの製作にもつなげていく。

③消費需要喚起対策事業

- 市区町村において、関係者による「キッズウィーク協議会（仮称）」を設置し、地域振興策等についての協議を促すとともに、学校休業日の機会を捉えた、子供の受皿整備にも資する、地域経済活性化のための試行事業を実施する。