

平成23年6月16日

## クール・ジャパン、海外展開支援プロジェクト公募開始

経済産業省では、去る5月12日に発表されたクール・ジャパン官民有識者会議の提言を受け、クール・ジャパンを担う中小企業の海外展開を後押しするプロジェクト提案の公募を開始します。

公募は、ファッション、コンテンツ、食、地域産品等の分野で、ターゲット国を決め「業種を越えたチームづくり→市場調査→市場開拓→成果の検証→実際の事業展開」という民間の一貫した取組が対象となります。本プロジェクトを通じて、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し、併せて東日本大震災の被災地の復興と傷ついた日本ブランドの再生にも貢献します。

※本プロジェクトの応募方法等について、説明会を開催いたします。詳細は下記をご参照ください。

## 1. 目的・背景

我が国を取り巻く環境が大きく変化する中、海外からの収益をこれまで以上に獲得できる新たなビジネスモデルの構築や海外展開を行うことが急務となっています。海外に対して、直接的にも間接的にも日本文化の魅力を伝え、新たな産業構造や新たなライフスタイルを背景としたクール・ジャパンの要素を取り入れることで、グローバル競争の中で日本の産業の付加価値を高め、競争力を強化する必要があります。これは、新興国がコスト競争力を武器に市場獲得を進めつつある中で、日本の製品やサービスが競争優位性を保つ、あるいは市場を創造していく上での重要な要となっています。

また、東日本大震災や原発事故により日本製品の安全・安心といったイメージは傷つきましたが、クール・ジャパンの海外展開は、被災地の復興と日本ブランドの再生にも貢献します。

本事業では、ファッション、コンテンツ、食、地域産品等クール・ジャパンを担う中小企業、職人、クリエイター、海外の販路開拓を担う内外の企業、メディア等がチーム（コンソーシアム）を組み、プロジェクトを統括しながら海外市場を開拓する事業を支援します。これにより、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し、雇用を創出することを目的としています。

※クール・ジャパン官民有識者会議提言

[http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/k\\_7.html](http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/k_7.html)

## 2. 海外展開支援プロジェクトの概要

ファッション、コンテンツ、食、地域産品等クール・ジャパンを担う中小企業、職人、クリエイター、海外の販路開拓を担う内外の企業、メディア等がチーム（コンソーシアム）を組み、「業種を越えたチームづくり→市場調査→市場開拓→成果の検証→実際の事業展開」という民間の一貫した諸活動の提案を受け付けます。

※詳細な内容や条件については、公募要領をご参照ください。

（公募要領）<http://www.meti.go.jp/press/2011/06/20110616001/20110616001-2.pdf>

### <プロジェクト対象領域（カテゴリー）>

ファッション（関連素材を含む）、コンテンツ、すまい（インテリア製品及び住宅設備を含む）、食、地域産品、デザイン

### <プロジェクト対象国>

（アジア）中国、香港、台湾、韓国、台湾、東南アジア及びインド

（欧州）イギリス、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン

（米州）米国、ブラジル

（その他）ロシア、中東

※下記以外の対象国でのプロジェクトの提案も受け付けます。

### <応募期間>

平成23年6月16日（木）～7月6日（水）正午必着

### 【説明会の開催】

日時：平成23年6月21日（火）10:00～11:00

場所：経済産業省本館17時 第2共用会議室

※公募要領、様式等の資料は一式持参してください。

なお、提案された事業の採択は、第三者の有識者によって構成される委員会  
会で審査を行い決定されます。

（本発表資料のお問い合わせ先）

製造産業局クール・ジャパン室長 渡辺 哲也

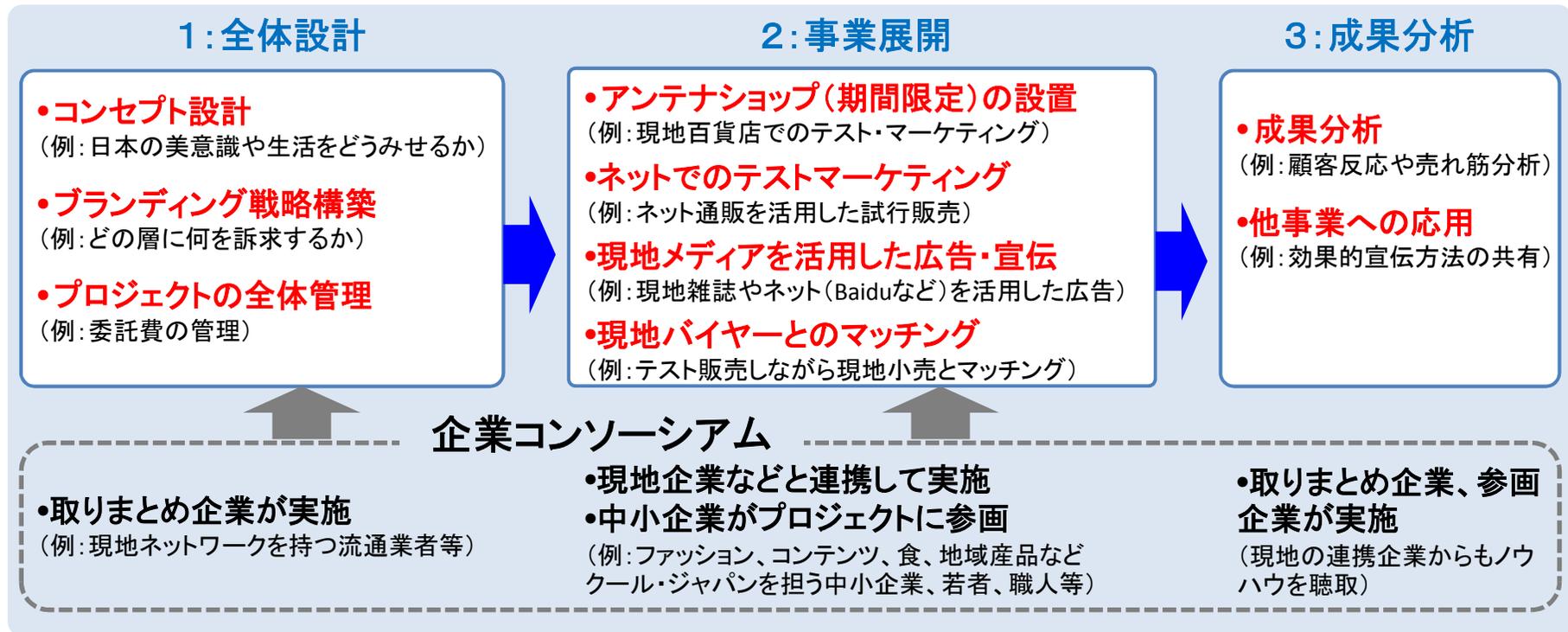
担当者：渡邊 郷 室長補佐

電話：03-3501-1511（内線3651～2）

03-3501-1750（直通）

# クール・ジャパン戦略推進事業(海外展開支援プロジェクト)

○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。



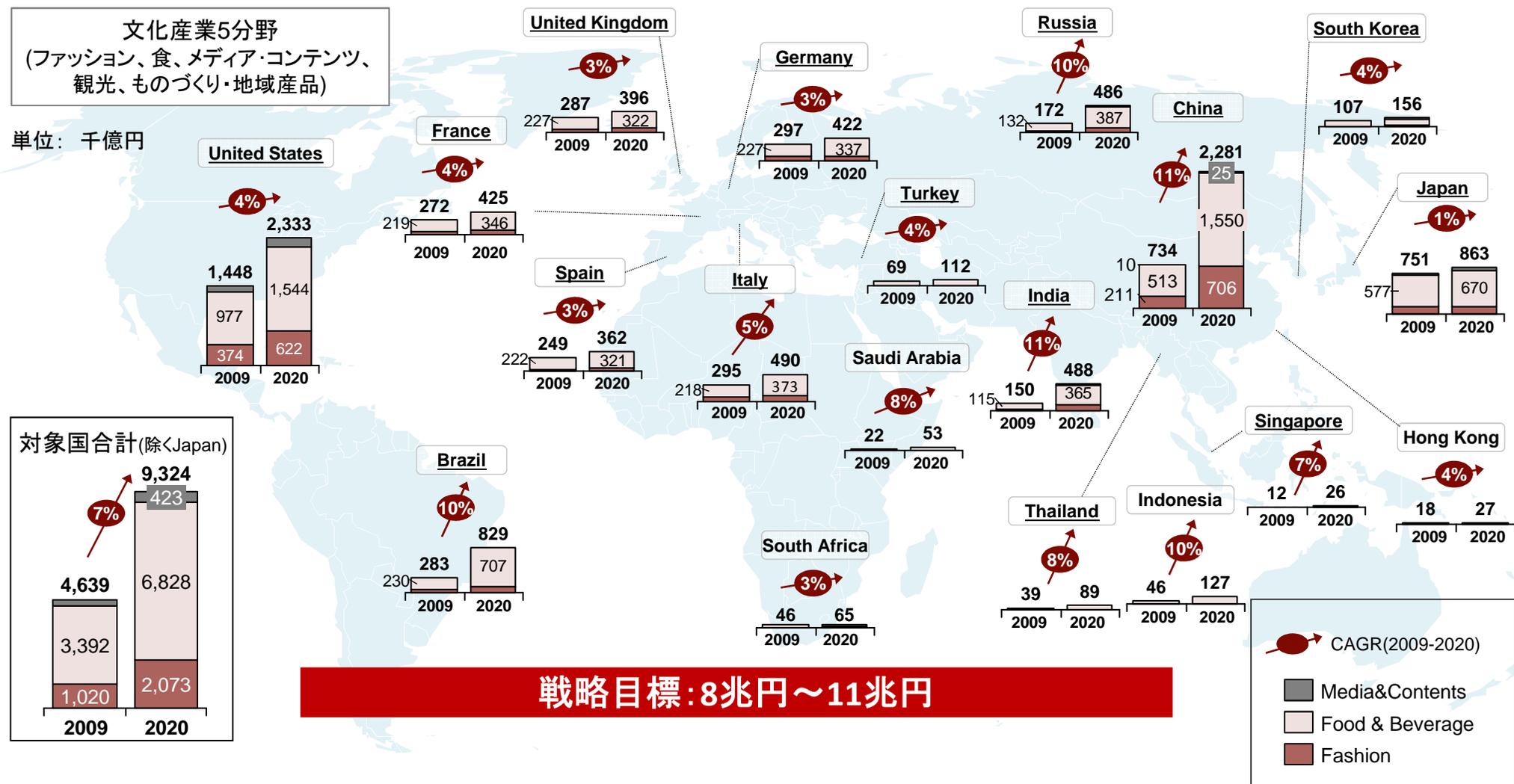
# 目標規模

2020年までに、世界において約8兆～11兆円を獲得できる規模への成長を目指す

	市場規模 <sup>(1)</sup> (2020年)	現状の規模 <sup>(2)</sup>	目標規模(2020年時点)
ファッション	207兆円	0.3兆円 <sup>(3)</sup> (シェア0.1%)	2兆円 ~ 4兆円 (シェア1.0%) ~ (シェア1.9%)
コンテンツ	42兆円	0.7兆円 <sup>(4)</sup> (シェア1.7%)	2兆円 ~ 3兆円 (シェア4.7%) ~ (シェア7.1%)
観光	<ul style="list-style-type: none"> <li>他カテゴリーと性質が異なるため、訪日外国人の国内消費額を参考として記載</li> </ul>	(参考)国内消費額 1.3兆円 <sup>(5)</sup>	(参考)国内消費額 4.1兆円 <sup>(5)</sup>
合計	932兆円	3.2兆円 (シェア0.3%)	8兆円 ~ 11兆円 (シェア0.9%) ~ (シェア1.4%)

(1) 1\$=94.6円(2009年平均値)で換算。日本市場は含めていない。(2) 各カテゴリーにおける主要企業の海外売上高を概算。(3) 主要企業の海外売上高を概算。(4) METI試算。(5) 「旅行・観光消費動向調査」による平成20年度の訪日外国人による国内消費額は1.3兆円。また、観光庁の試算によると、訪日外国人観光客が2,500万人が達成した場合の訪日外国人による国内消費額は約4.1兆円。

# 世界の文化産業市場の全体像(現状及び2020年の潜在市場規模)



出典: A.T.カーニー分析

注: 観光カテゴリーは他カテゴリーと性質が異なるため、各国の市場を記載していないまた、ものづくり・地域産品カテゴリーは市場規模が小さいため、一旦は規模の目標は設定していない。

出所: クール・ジャパン官民有識者会議資料