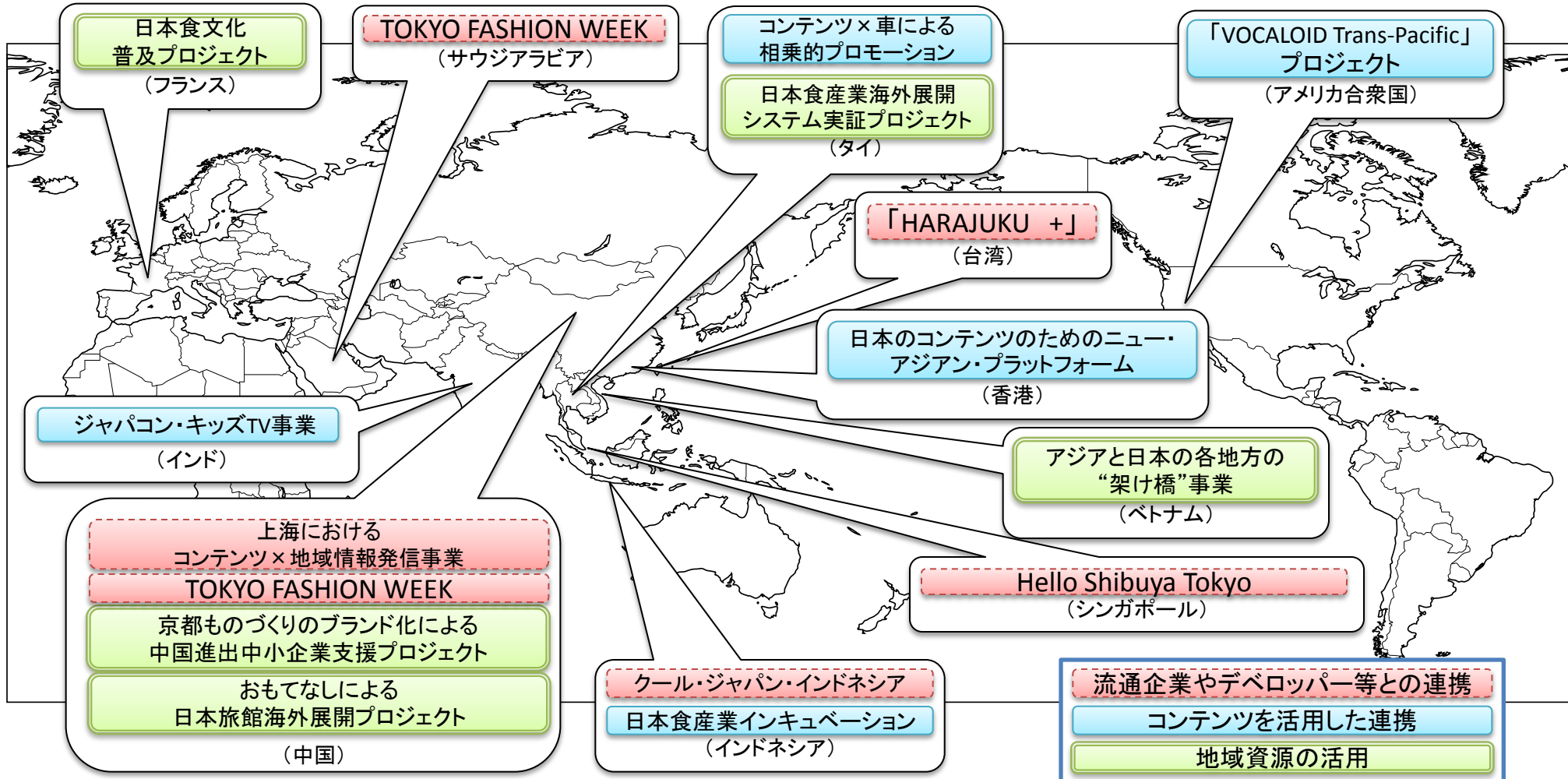


## 24年度事業

- 24年度事業では、コンテンツ×消費財、小売流通業との連携、地域資源の発掘と国際発信と3つのフェーズを一体感を持って進める効果的な仕組みを構築。全世界で15事業を実施。
- 具体的には、ターゲット国と分野を決め、「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」という中小企業や若いデザイナーの一貫した海外展開の取組を支援。また、コンテンツ、ファッション、テキスタイル、食、ライフスタイル雑貨、伝統工芸等の産業が現地で継続的ビジネス展開を行う仕組みを構築する。



# 平成24年度クール・ジャパン戦略推進事業(採択案件)

## 平成24年度クール・ジャパン戦略推進事業(採択案件)

### I. 流通企業やデベロッパー等との連携

	プロジェクト	事業者	対象国	対象分野	概要
1	Hello Shibuya Tokyo	株式会社パルコ	シンガポール	アパレル・ファッション × 現地流通 × 地域情報発信	アパレル・ファッション業界の中小企業・クリエイターとパルコ(流通企業)の連携により、シンガポールで日本の渋谷のファッションを発信するプラットフォームを提供するプロジェクト。 具体的には、参加ブランドを募集し、1月からシンガポールのオーチャードエリアでBtoCショップ、BtoB展示受注会、ファッションショー等を開催。
2	「HARAJUKU +」	アッシュ・ペー・フランス株式会社	台湾	アパレル・ファッション・デザイン × 現地流通 × 地域情報発信	表参道の商店街(櫛会)や原宿、裏原宿の若手クリエイターがラフォーレ原宿(流通企業)と連携して、台北で原宿の街のカルチャーを発信する場を提供するプロジェクト。 具体的には、参加ブランドを募集し、10月から2ヶ月間ポップアップショップ「LAFORET HARAJUKU in Taipei」「HARAJUKU+ in Taipei」を台北で展開。
3	TOKYO FASHION WEEK	一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構	サウジアラビア 中国	ファッション及びライフスタイル商品群 × 現地流通	東京ファッションウィークと伊勢丹三越、ファッションデザイン関係者等が連携し、日本のハイエンドファッションを中国、サウジ等に展開。中小企業・クリエイターの海外進出を支援するプロジェクト。サウジアラビアでは1月、中国では3月にファッションショーを開催する。
4	クールジャパン・インドネシア	楽天株式会社	インドネシア	中小企業の海外進出プラットフォーム構築	インドネシアで、オンラインを活用し、日本の地域産品や食、ファッションといった中小企業の海外進出のプラットフォーム確立を図る。インドネシア進出の課題となっている「物流」「翻訳」「決済」を解決するワンストップ機能を提供することで、中小企業の海外進出スキームを構築する。
5	上海におけるコンテンツ×地域情報発信事業—地域への富裕層インバウンド促進—	森ビル株式会社	中国(上海)	コンテンツ × 地域情報発信 インバウンド	中国(上海)で、コンテンツ業界とデベロッパー等の連携により、アニメ等のコンテンツを活用した富裕層の市場拡大を図るプロジェクト。 具体的には、マンガ雑誌「サムライエース」とのコラボによる、和をテーマにしたカフェとコンテンツのコラボレーションショップを11月から上海市内に出店する。

# 平成24年度クール・ジャパン戦略推進事業(採択案件)

## II. コンテンツを活用した連携

	プロジェクト	事業者	対象国	対象分野	概要
6	「VOCALOID Trans-Pacific」プロジェクト: VOCALOIDを活用した音楽ビジネス基盤創出プロジェクト	ビープラッツ株式会社	アメリカ合衆国(西海岸及びハワイ州)	コンテンツ × 消費財	今年度に発売を予定している「VOCALOID」英語版を核として、アパレル、流通業との連携により、楽曲発表・正規配信・放送・関連グッズ販売やコラボレーションに至るビジネス基盤を整備するプロジェクト。具体的には、VOCALOID英語版の試験販売と平行して、niconico.com等でのプロモーション曲の配信、来年1月にラスベガスで開催される、世界最大の民生用電子機器見本市CESへの出展等を通じてPRを行い、米国からアジア等環太平洋地域にかけて、コンテンツビジネスの事業基盤を広める。
7	インド市場 ジャパコン・キッズTV事業	株式会社 ビーエスフジ	インド (ムンバイ、デリー、バンガロール他)	コンテンツ × 消費財	インドの子供層をターゲットに、日本のキッズ・コンテンツと関連市場を広げるプロジェクト。 具体的には、インド国内のテレビ局と連携して「パパー&モジーズ」、「ご当地ヒーロー」等のコンテンツをパッケージ化した「ジャパコン・キッズTV」を放送するとともに、ライセンス企業各社(玩具、文具、子供用製品、アパレル等)が展開する戦略商材を販売促進する。
8	日本のコンテンツのためのニュー・アジア・プラットフォーム	株式会社ティ・ジョイ	香港	コンテンツ × 消費財(キッズ向け)	映画興行会社(ティ・ジョイ)とコンテンツ企業、ファミリーマート等の小売・流通企業が連携。中国(香港)の映画館を活用し、日本の正規版コンテンツについて、映像コンテンツと関連商品の双方を日本国内と同時に展開。秋頃から翌3月にかけて、コンテンツ放映、テスト販売を行う。
9	「料理の鉄人~Iron Chef」等日本のコンテンツを梃子にしたインドネシア日本食産業イノベーション	株式会社インドネシア総合研究所	インドネシア	コンテンツ × 食	フジテレビの「料理の鉄人」と現地TV局等のメディアと現地流通企業、日本の食品・外食企業が連携し、シェアドサービスなどのインフラを確立しつつ、インドネシア版「料理の鉄人」をてこにブランディングを行い、食関連商材の販路を広げる。12月にはテストマーケティングの場としてレストランを出店。
10	クール・ジャパン流コンテンツ×車による相乗的プロモーション	トヨタモーターセールス&マーケティング(株)	タイ(バンコク)他	コンテンツ × 車	トヨタ自動車のプロモーションをテーマに、日本のプロダクションが、アニメーション、SNS、携帯向けのゲームなど多彩なコンテンツをローカライズ展開。具体的には、12月から1月にかけて、タイの販売店、インターネット等でトライアル展開を行う。またその先駆けとして、秋にアジア各地で開催されるジャパンフェア等のイベントへの出展を行う。

# 平成24年度クール・ジャパン戦略推進事業(採択案件)

Ⅲ. 地域資源の活用					
	プロジェクト	事業者	対象国	対象分野	概要
11	日本食産業海外展開システム実証プロジェクト	株式会社ぐるなび	タイ	食 × 地域	全国のご当地グルメを束ねる「B1グランプリ(愛Bリーグ)」、外食の「ぼてじゅう」、農業生産・流通の「和郷」、流通の「大井山本商店」、情報ネットワークの「ぐるなび」が連携し、タイ・バンコクでご当地グルメを束ねた外食を展開。具体的には、国内のB1グランプリ(今年は10月に北九州で開催)と連携してPRを行うとともに、12月からバンコクにてテストマーケティングを行う。
12	日本食文化普及プロジェクトin France ～日本テーブルアート展～	在日フランス商工会議所	フランス	食、地域産品 × 現地流通	在日フランス商工会議所と、料亭青柳の小山裕久氏、三越伊勢丹など日本企業が連携。フランス人プロデューサーの「外の目」を取り入れつつ、日本の食関連商材をパリに展開。10月～11月にかけて商材を選定し、翌年2月にギャラリー・ラファイエット等の大型店舗で展示商談会を行う。
13	「知られざる日本」アジアと日本の各地方の“架け橋”事業	株式会社ブレインワークス	ベトナム (ホーチミン)	地域産品 地域情報発信 インバウンド	「知られざる日本」の地方文化をアピールするための物産館をアジアに展開。日本に憧れる富裕層の観光誘客を図る。具体的には、秋から来年3月にかけて、ベトナム・ホーチミンのショッピングモール内の「ジャパンスタイルショップ」でテスト販売を行う。
14	京都ものづくりのブランド化による中国進出中小企業支援プロジェクト	株式会社 細尾	中国(上海)	地域産品、すまい、 × 現地流通	京都を中心に日本の伝統産業を束ね、中国向けの高付加価値商材として編集。中国(上海)のラグジュアリーホテルのインテリア需要を取り込むべく、現地の有力家具会社と連携し流通を確保。11月の上海でのデザイン展「100%デザイン上海」でコレクションを発表、以降、森ビルに店舗を構える「ステラワークス」で展示商談を行う。
15	おもてなしによる日本旅館海外展開プロジェクト	株式会社加賀屋	中国 (大連市・瀋陽市)	おもてなし・食・工芸品 インバウンド	日本旅館の加賀屋を中心とした金沢の旅館、伝統工芸、食関連の企業が連携し、「日本旅館のおもてなし」をコアとする日本旅館の運営事業とともに、建築、伝統工芸、食材などを中国(大連・瀋陽)に展開。

※この情報は採択時のものであり、事業の進捗を踏まえ、内容に変更があり得ます。