情報通信学会シンポジウム

“地域発コンテンツ等海外展開支援事業（JLOP）
及び
インバウンド等への波及効果”

平成28年6月25日

特定非営利活動法人　映像産業振興機構
事務局長　市井三衛

- 設立年：2004年
- 設立経緯：経団連のエンターテインメント部会の発案
- 従業員数：約70名
- 理事長：　松谷 孝征　（株式会社手塚プロダクション 代表取締役社長）
- 事務局長：市井三衛
- 会員：日本を代表するコンテンツ企業、非コンテンツ企業
- 目的：　優良な映像コンテンツ作品に係る創作、事業化、内外市場への提供を支援することを通じて、映画、放送番組、アニメーション、ゲーム、音楽等**わが国の映像コンテンツ産業を国際競争力ある産業とするため**に、関係企業・団体・職能者組織の協力と政府、地方公共団体による政策・施策を有機的に組み合わせて、教育機関と連携した**人材育成支援、作品の制作支援、内外の市場開拓**などに関する事業を行い、**映像コンテンツ産業の発展を通じて日本経済の活性化に寄与すること**を目的とする。

オールジャパンでコンテンツ業界をサポートしています。

人材育成

- ndjc: 若手映画作家育成プロジェクト
  （省庁受託事業）
- 京都事業
  （地方自治体受託事業）
- VIPOアカデミー及び各種セミナー
  （自主事業）

市場開拓

- コ･フェスタ（省庁受託事業）
  JAPAN国際コンテンツフェスティバル
- JLOP（省庁受託事業）
  地域発コンテンツ等海外展開支援事業
- 各種セミナー（自主事業）

『人材育成』と『市場開拓』を活動の中心としています。

クールジャパン戦略

- クールジャパン戦略の狙いは、アニメ、ドラマ、音楽等のコンテンツや「衣」「食」「住」をはじめ、日本の文化やライフスタイルの魅力を付加価値に変え、新興国等の旺盛な海外需要を獲得し、日本の経済成長（企業の活躍・雇用創出）につなげること。
- このため、海外需要を取り込む段階を3つに分け、①日本の魅力を発信することにより、海外において日本ブームを創出する段階、②現地で関連商品、サービス等を販売する段階、③観光政策などと連携しつつ、日本に関心を持った外国客を実際に日本に呼び込むことで消費を促す段階、それぞれの段階での支援を講じていく。

＜戦略的海外展開＞

①日本ブーム創出	②現地で稼ぐ	③日本で消費
日本の魅力の効果的発信	**現地で稼ぐためのプラットフォーム構築**	**日本に呼び込み大きく消費を促す**
日本に対する興味・関心を高める機会の創出 （1）コンテンツ海外展開支援（ローカライズ等） ・J－LOP （2）日本でのイベント開催及び海外情報発信 ・コフェスタ ・インフルエンサー招聘	日本のコンテンツ専用チャンネルの確保や商業施設等における関連商品の販売 （1）製品開発・チームづくり ・プロデューサー派遣 （2）現地企業とのマッチング （3）テストマーケティング （4）リスクマネーの供給 ・クールジャパン機構	ビジット・ジャパンをはじめとする外国人観光客・ビジネス客の集客 ○日本でのイベント開催及び海外情報発信 （再掲）

経済産業省が実施するコンテンツ振興施策

流通フェーズ

①ローカライズ・プロモーション支援（Ｊ－ＬＯＰ）
他産業への波及効果が強い各種コンテンツの海外展開を促進するため、ローカライズ(字幕付与や吹き替えなど)･プロモーション等の支援を実施。

②コ・フェスタ
コンテンツとコンテンツ関連イベントを束ねた「コ・フェスタ」を開催。日本コンテンツを海外にアピール。

③クールジャパン機構
財政投融資特別会計（投資勘定）を活用（平成25年度500億円）してファンドを設立し、産業化に向けたリスクマネーを供給。

④政府間対話
「アジア・コンテンツ・ビジネスサミット（ACBS）」等を官民連携により開催し、国際間の課題解決に向けて議論。

⑤海賊版対策
コンテンツ海外流通促進機構（CODA）を通じて、中国を始めとする著作権侵害が特に多発する国における違法コンテンツ削除要請を推進。

マーケティング支援

⑥留学生アンバサダー
日本の文化やコンテンツを深く理解する日本の大学または大学院在学中の外国人留学生を通じて、日本のコンテンツの魅力を自国をはじめ、海外に広く紹介。

ビジネスを支える基盤整備

⑦プロデューサー人材育成
バリューチェーン全体を統括し、コンテンツ産業の海外展開の中核となる人材を育成するため,海外トップフィルムスクールへの留学等を支援。

⑧コンテンツ技術戦略
CGやVFX等デジタルコンテンツ技術の高度化と普及を推進。制作工程管理やクラウドサービス活用のための取り組みを実施。

①ローカライズ・プロモーション支援

- 日本コンテンツの海外展開促進のため、**字幕・吹き替え等の現地化（ローカライズ）や国際見本市への出展、広告出稿等のプロモーション費用 の補助（補助率：1/2、特に地域経済活性化に資する案件については補助率2/3 ）**を実施（平成26年度補正60億円）。
- 平成24年度補正予算（155億円、総務省・経済産業省の共同予算）において同様の支援を実施（補助率:1/2）。これまで約2年間で約3,800件の案件を支援、**コンテンツを活用したビジネスモデル革新を牽引**。

ローカライズ

アニメ

『ちびまる子ちゃん』
発信国・地域：中国
日本アニメーション・インターナショナル株式会社

© SAKURA PRODUCTION / NIPPON ANIMATION

電子コミック

『ドラえもん』
発信国・地域：英語圏（全世界）
株式会社藤子・F・不二雄プロ

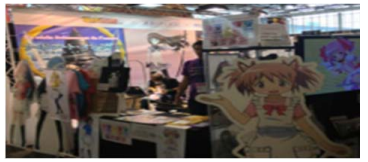
© Fujiko-Pro

プロモーション

ドラえもんを有効活用した企業プロモーション実施例
SHARP×ドラえもん

ASEAN諸国向けに制作した、ドラえもんが家電製品の高性能・高品質をアピールするCMを各国主要メディア向けに放送。

海外見本市への出展例
JAPAN EXPO



パリで開催されるヨーロッパ最大のイベント「JAPAN EXPO」において日本コンテンツの共同出展、プロモーションを支援。

地方発コンテンツの海外展開事例

北海道テレビは、地域の魅力を発信する番組を制作し、J－LOPにより質の高いローカライズを実施できたことで海外での放送を次々と実現。

番組と連動したキャンペーンを行うことでアンテナショップの売上は前年比で約3割向上。

②コ・フェスタ

- コンテンツ産業およびファッション、デザイン等コンテンツと親和性の高い産業に関わる各種イベントが連携して開催する世界最大規模の統合的コンテンツフェスティバル。
- コンテンツ業界が連携し,発信力を高めながら広く海外にアピールすることで,日本のコンテンツの海外展開を促進。

	［全イベント］	［TIFFCOM］
CoFesta2007 オフィシャルイベント(18)、パートナーイベント(6)	動員数:約80万人	成約金額:約15百万ドル
CoFesta2008 オフィシャルイベント(15)、パートナーイベント(10)、オリジナルイベント(11)	動員数:約82万人	成約金額:約19百万ドル
CoFesta2009 オフィシャルイベント(18)、パートナーイベント(16)、オリジナルイベント(6)	動員数:約100万人	成約金額:約45百万ドル
CoFesta2010 オフィシャルイベント(17)、パートナーイベント(9)、オリジナルイベント(2)	動員数:約130万人	成約金額:約38百万ドル
CoFesta2011 オフィシャルイベント(18)、パートナーイベント(14)、オリジナルイベント(2)	動員数:約230万人	成約金額:約45百万ドル
CoFesta2012 オフィシャルイベント(18)、パートナーイベント(12)	動員数:約180万人	成約金額:約52百万ドル
CoFesta2013 オフィシャルイベント(17)、パートナーイベント(11)	動員数:約200万人	成約金額:約65百万ドル
CoFesta2014 オフィシャルイベント(18)、パートナーイベント(15)	動員数:約134万人	成約金額:約51百万ドル

コ・フェスタ２０１４オフィシャルイベント

TOKYO GAME SHOW 2014 東京ゲームショウ 2014 9/18 Thu.−21 Sun.	日本ゲーム大賞 日本ゲーム大賞 2014 9/18 Thu.−21 Sun.	KYOTO CMEX KYOTO CMEX 2014 9/19 Fri.−2015.2	CEATEC JAPAN CEATEC JAPAN 2014 10/7 Tue.−11 Sat.	Mercedes-Benz Fashion Week TOKYO Mercedes-Benz Fashion Week TOKYO 2015 S/S 10/13 Mon.−19 Sun.
第6回 ロボット大賞 第6回 ロボット大賞 10/15 Wed.−17 Fri.	JAPAN PRIZE 2014 第41回「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール 10/15 Wed.−21 Tue.	TIMM 第11回 東京国際ミュージックマーケット 10/21 Tue.−23 Thu.	TIFFCOM 2014 TIFFCOM 2014 for Film & TV in Asia 10/21 Tue.−23 Thu.	Tokyo International Anime Festival 東京国際アニメ祭2014秋 10/21 Tue.−23 Thu.
INTERNATIONAL DRAMA FESTIVAL in TOKYO 国際ドラマフェスティバル in TOKYO 2014 10/23 Thu.	DIGITAL CONTENT EXPO デジタルコンテンツEXPO 2014 10/23 Thu.−26 Sun.	文化庁映画週間 第11回 文化庁映画週間 10/23 Thu.−30 Thu.	TOKYO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL 第27回 東京国際映画祭 10/23 Thu.−31 Fri.	MANGA Festival in Indonesia マンガフェスティバル in インドネシア 10/31 Fri.−11/9 Sun.
Inter BEE 2014 Inter BEE 2014 11/19 Wed.−21 Fri.	31th ATP Awards TV Grand Prix 第31回 ATP賞テレビグランプリ 11/27 Thu.	AnimeJapan 2015 AnimeJapan 2015 2015.3/20 Fri.~3/22 Sun.		

OFFICIAL SITE:
http://www.cofesta.jp

③クールジャパン機構

経済産業省
Ministry of Economy, Trade and Industry

- 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１２件の投資案件を行っている。

[クールジャパン機構]（平成25年11月創設）

平成27年3月末時点
出資金
406億円

政府出資
（財投特会 等）
300億円※

※既出資の300億円に加えて、平成27年度は政府予算枠300億円を確保し、必要に応じてこの範囲で追加出資を行う。

出資 等

民間出資
106億円

出資

リスクマネー供給機能

※存続期間：概ね20年程度

民間企業　等
（コンソーシアム各企業）

出資

出資

事業会社　等

投資

＜投資対象の例＞

メディア・ネット空間型の流通拠点

日本のTV番組・アニメ等のコンテンツ

アイドル系ドキュメンタリー映画

出展：NEW PEOPLE資料

アニメ

©BAKUGAN PROJECT

放送配信

テレビ放映・配信等＋グッズ等販売

商品販売

玩具など

© BAKUGAN PROJECT

化粧品など

“地域クールジャパン企業”応援

高岡銅器

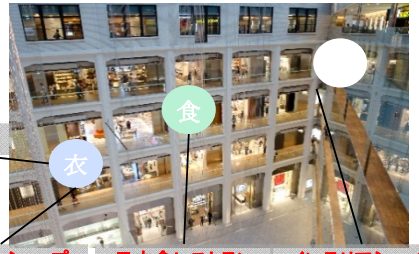
日本酒

パティシエ・ケーキ店

ブライダルサービス

物理的空間型の流通拠点

商業施設展開・活用（ジャパン・モール）



③クールジャパン機構の投資決定案件

※平成27年4月6日時点
※支援決定額については、上限額となっており、為替の影響等により金額に変動がある。

類型	内容	対象国	事業主体（機構の出資規模）	概要	
コンテンツ	海外向けジャパンコンテンツ関連ネット販売	全世界（米国・ｲﾝﾄﾞﾈｼｱ等）	Tokyo Otaku Mode 等 15億円	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	地域・中小企業やクリエイター等の海外展開のプラットフォーム
	正規版アニメ関連ネット販売	全世界	ﾊﾞﾝﾀﾞｲﾅﾑｺHD等（総事業費 50億円） 10億円	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	日本アニメ産業の海外展開でアニメータの出口を拡大
	ジャパンコンテンツのローカライズ	全世界	イマジカ・ロボットHD等（総事業費 190億円） 75億円	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	日本コンテンツの対外発信を加速
	海外でのクリエイター育成	アジア・欧州・豪州	KADOKAWA Contents Academy 等（総事業費 10億円） 4.5億円	アジア等で日本コンテンツを活用したビジネスを支えるクリエイター人材を育成するスクール事業	
	エンタテインメント	アジア（台湾・タイ等）	吉本興業等（総事業費 21億円） 10億円	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	地域企業等の商品・サービスの海外展開
	ジャパンチャンネル	全世界	スカパーJSAT（総事業費 110億円） 44億円	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	

⑥留学生アンバサダー

- 日本コンテンツのファンである海外の若者を、留学生・現地学生を中心に「コ・フェスタ アンバサダー」として組織化。
- 本組織を活用し、コンテンツホルダーと海外消費者を結ぶ、効果的な「マーケティング」と「プロモーション」の機能をコ・フェスタに付与。コンテンツ業界に対する海外展開支援を行うことで、日本の魅力を効果的に発信する。
  - ① コンテンツの海外進出事業の企画・立案に直結する消費者ニーズの把握・提供（マーケティング機能）
  - ② 現地におけるインフルエンサー・メディア・バイヤー向けのイベント等の開催を通じて、発信力の高い関係者とのネットワークを構築（プロモーション機能）

		内容	報告形式
マーケティング	消費トレンド調査	■コンテンツ分野において海外で何がどのように流行しているのかを現地にてヒアリング調査しレポートにまとめる。	■報告書(随時) ■セミナー ■年度末発表会
	消費者反応調査	■海外進出を検討しているコンテンツや、マーケットへの出展を予定しているコンテンツについて、消費者に当て、反応を調査する。	■イベントに参加した後、イベント主催者に報告書を提出。
プロモーション	現地PRイベント	■海外イベントへの出展に際して、現地アンバサダーと連携しPRイベントを実施。 ■コンテンツへの集客やパブリシティに貢献する。	■イベントに参加した後、イベント主催者に報告書を提出。
	海外インフルエンサーの招聘	■アンバサダー認定した海外のインフルエンサーのうち、影響力のある方々を合同マーケットに招待。 ■SNS等を通じて発信。	■JapanContentsShowcaseにて招聘ツアー実施 ■報告書(年度末)

約150名を任命（平成27年6月末）

J-LOP+とは

J-LOP＋は、平成26年度補正予算による「地域経済活性化に資する放送コンテンツ等海外展開支援事業費補助金」を活用し、海外展開に必要な「映像素材等のローカライズやプロモーション」をおこなう事業者に対し、補助金を交付することにより、日本のコンテンツの海外展開を支援し、「日本ブーム創出」にともなう「関連産業の海外展開の拡大」や「訪日観光等の促進」による地域経済活性化につなげることを目的としています。

「地域発コンテンツ海外流通基盤整備事業」とは

経済産業省の平成27年度補正予算による「地域発コンテンツ海外流通基盤整備事業費補助金」（約66.9億円）を受け、①地域発コンテンツ等海外展開支援事業に加え、②著作権の権利関係情報集約化事業を実施するもので、地域発コンテンツ等の海外展開を促進し、日本ブーム創出に伴う関連産業の海外展開の拡大、観光等の促進につなげることを目的としています。

事業の概要

①地域発コンテンツ等海外展開支援事業（JLOP）

地域発コンテンツ等の海外展開を行う際のローカライズ及びプロモーションを行う事業に対し、その費用負担を軽減するため、当該事業を主体となって実施する企業・団体に必要経費の一部を助成します。

■名称

JLOP（読み：ジェイロップ）

②著作権の権利関係情報集約化事業

地域発コンテンツ等の権利関連情報の集約化等、著作物の利用の円滑化を行い、著作物を活用したビジネスを行う国内外の事業者とのマッチングを行います。

映像コンテンツの活用

観光資源である「蜃気楼」をフックに、魚津市のインバウンド施策を実施。

2015年11月開催の「台北国際旅行博覧会」（ITF）に出展し、魚津の観光資源である「蜃気楼」を中心に富山湾の四季を映し出すPR映像や、蜃気楼をモチーフとしたご当地キャラクター「ミラたん」を活用し、富山県内を訪れる台湾人観光客の行程に同市を含む旅行商品化を促すことで、台湾からの観光客の増加を図った。

台湾国内で「蜃気楼」が見られないことによる珍しさや、占いや神秘性を好む国民性に合わせた「見ることができれば運が良い」などのストーリーを設定し、ローカライズした映像とともにアピールしていくことで、他の観光地と差別化を狙った。

（魚津市）

映像コンテンツの活用

農業を中心に、茨城県の観光や文化を PRするアニメ「あぐかる」を、ベトナムで放送。

茨城県の観光、文化をPRすることを目的に制作されたアニメ「あぐかる PLAY WITH IBARAKI編」。近年茨城県と農業提携を結び、交流が深まっているベトナムにアニメを通じて日本の文化を伝えるため、翻訳・吹替えなどベトナム語へのローカライズ作業を行った。

アニメは、2015年12月に現地の日系TVチャンネル「View TV」にて放送された。

（株式会社メディクリエ）

出版コンテンツの活用

漫画『銀の匙』を活用した「北海道・十勝ブース」が香港ブックフェアに初出展。

2015年7月15日～21日、100万人を超える来場者が集うビッグイベントである「Hong Kong Book Fair 2015」に、北海道を舞台にした香港でも人気の漫画『銀の匙 Silver Spoon』を中心とした「北海道・十勝ブース」を展開。

作品に描かれた北海道十勝の映像紹介、世界で唯一のばんえい競馬の模擬レースや「ばん馬」（大型馬）の等身大バルーンの展示などを行い、香港・中国本土からのインバウンドを呼び込むためのPRを実施した。

（株式会社 新生）

台湾漫画博覧会で、
知多半島のPRにご当地キャラクターを活用。

2015年8月、台湾・台北で開催された「台湾漫画博覧会」に、愛知県の知多半島をイメージした16人のキャラクター「知多娘。」を活用してブースを出展。

「知多娘。」主演の観光PR動画「デートde知多あるき」の放映や知多半島の観光パンフレットの配布、また、キャラクターの声優によるステージイベントなどを行い、「知多娘。」の知名度向上と知多半島への観光誘致を図った。

（特定非営利活動法人エンド・ゴール）

キャラクターコンテンツの活用

日本を漫画で楽しくガイドし、興味のある旅行を予約できる「旅行アプリ」を、中国やアメリカ等へ向けＰＲ。

外国人にマンガで日本を紹介するスマートフォン向けアプリ「Ms.Green」のキャラクターを活用し、アジア、アメリカ等へ向けた訪日インバウンドプロモーションを実施。中国、台湾、東南アジアおよびアメリカ、カナダ、オーストラリア等へ向けたSNS・ブログ上でのPR、および現地の旅行会社等と連携したWEB広告展開により、各地でアプリの認知拡大を図った。

また、既に当アプリの多くのダウンロードが実現している台湾では、「台湾国際旅行博」（2015年11月）でのブース出展によるパンフレット等の配布によりさらなる認知を獲得する共に、マンガのキャラクターのフィギュアや商品化へ向け、商標調査等を行った。

（株式会社JTBグローバルマーケティング＆トラベル）

Visual Industry Promotion Organization 映像産業振興機構

J-LOP+

【昨年度実施した「J-LOP＋」にて採択された事業において、地域 PR で活用されたコンテンツ（一部抜粋）】

表記例　▼コンテンツの名称等（概要）／コンテンツ活用により PR する地域／コンテンツの出展先

※『 』内は、コンテンツのタイトル、「 」内は、キャラクターやアイドル等の名称を表記。
※ 展示会や見本市、コンベンション等のイベントにて活用されたコンテンツには、イベントの開催国名を表記。
（日本で開催されたコンテンツの国際見本市等も含む）
※ 海外の TV 局、ケーブル TV 等で放送、配信されたコンテンツには、放送された主な国を表記。

東北エリア

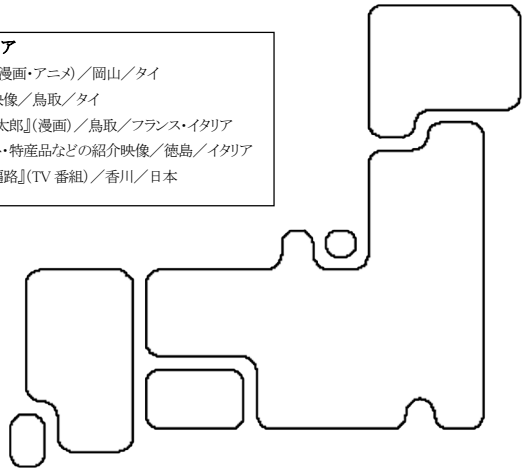
▼ドラえもん、ハロー・キティ等による東北復興祭りパレード
（キャラクター）／宮城／イタリア
▼「シージェッター海斗」（ヒーロー）／宮城／フランス
▼「みちのく仙台 ORI☆姫隊」（アイドル）／宮城／フランス
▼『旅歩き from 岩手』（TV 番組）／岩手／日本
▼『わんらーメン王国 激戦！厳選！やまがた 20 麺』
（TV 番組）／山形／日本
▼『会津侍若松っつんが行く！ 会津の四季 冬の陣』
（TV 番組）／福島／日本

北海道エリア

▼『LOVE HOKKAIDO』（TV 番組）
／中国、インドネシア、ベトナム等
▼『銀の匙 Silver Spoon』（漫画）／中国
▼「コアックマ」、「アックマ」（ご当地キャラ）／アメリカ
▼『プレミアム北海道コレクション』（PR 映像）／フランス

中国・四国エリア

▼『NARUTO』（漫画・アニメ）／岡山／タイ
▼山陰の観光映像／鳥取／タイ
▼『ゲゲゲの鬼太郎』（漫画）／鳥取／フランス・イタリア
▼アニメイベント・特産品などの紹介映像／徳島／イタリア
▼『特選うどん遍路』（TV 番組）／香川／日本



関東エリア

▼『日常』（漫画・アニメ）／群馬／ドイツ
▼『魔法少女まどか☆マギカ』（アニメ）
／群馬／ドイツ
▼「ころとん」（ご当地キャラ）／群馬／ドイツ
▼「花野 小町」・「笹 団五郎」
（ご当地キャラ）／新潟／中国
▼『あぐかる PLAY WITH IBARAKI 編』
（アニメ）／茨城／ベトナム
▼『不思議な岬の物語』（映画）／千葉／タイ
▼「ORANGE PORT」（アイドル）
／静岡／フランス

中部エリア

▼『Ishikawa Kau Memang Lawa』
（PR 番組）／石川／マレーシア
▼『恋旅～True Tours Nanto～』
（アニメ）／富山／フランス
▼魚津市の観光映像＆
キャラクター／富山／台湾
▼「知多娘。」（キャラクター
兼アイドル）／愛知／台湾
▼『アイドリぃむ！TV』&「7☆3」
（TV 番組＆アイドル）／愛知／中国

九州・沖縄エリア

▼九州7県をまとめた観光映像／九州７県／日本
▼『福岡恋愛白書』（ドラマ）／福岡／韓国
▼「LinQ」（アイドル）／福岡／ベトナム
▼「さなせなぼな」（ご当地キャラ）／長崎／アメリカ
▼『アリエル王子と監視人』（映画）／熊本／フランス
▼「水中ブランコ」（音楽バンド）／鹿児島／カナダ
▼『シネマ組踊』（伝統芸能の映画）／沖縄
／イギリス、フランス、ロシア、ブラジル、中国等

近畿エリア

▼『僕は友達が少ない』（映画）／滋賀／タイ
▼『攻殻機動隊 新劇場版』（アニメ）
／兵庫／日本
▼「ちっちゃいおっさん」（ご当地キャラ）
／兵庫／アメリカ
▼『太秦ライムライト』（映画）／京都／フランス
▼『有頂天家族』（アニメ）／京都／フランス
▼「Chaw Chaw」（アイドル）／大阪／フランス

2016 年 2 月 15 日時点の情報です。（特定非営利活動法人映像産業振興機構 作成）