

นโยบาย Cool Japan

Cool Japan คืออะไร

คำว่า “Cool Japan” ไม่มีคำจำกัดความที่ชัดเจน เป็นคำเรียกโดยรวมถึงสินค้าและบริการของญี่ปุ่น ที่คิดว่ามีความ “Cool” เริ่มแรก สินค้าและบริการส่วนใหญ่เป็นสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมคอนเทนต์ เช่น มังงะ(การ์ตูน) ภาพยนตร์ ดนตรี เกม เป็นต้น แต่ปัจจุบัน เริ่มขยายวงกว้างสู่กลุ่มอุตสาหกรรมอื่น เช่น อาหาร แฟชั่น ดีไซน์ วัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ท่องเที่ยว เป็นต้น

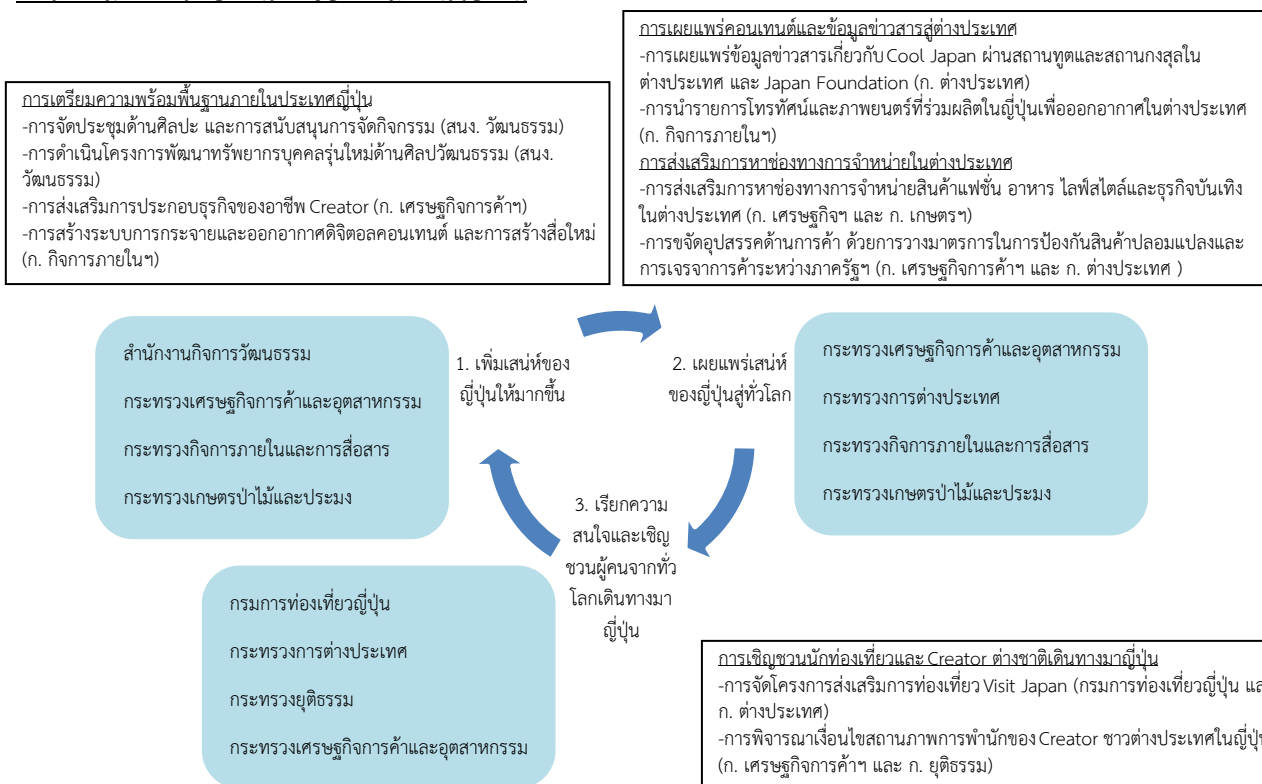
ความเป็นมาและวัตถุประสงค์

ปัจจุบัน จำนวนประชากรของญี่ปุ่นลดลงอย่างต่อเนื่องและอุตสาหกรรมที่เคยรุ่งเรืองในอดีตถดถอยลงทำให้การบริโภคภายในประเทศลดลง ด้วยการเติบโตของเศรษฐกิจที่พึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่กำลังประสบปัญหา ทำให้รัฐบาลต้องเปลี่ยนทิศทางการค้าด้วยการเจาะตลาดที่กำลังเติบโตเช่นในกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ ด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการของญี่ปุ่นที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศ เช่น คอนเทนต์ แฟชั่น ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และบริการ บุคคลต่างประเทศซึ่งจะเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของญี่ปุ่นให้เติบโตขึ้น การส่งเสริมของรัฐบาลญี่ปุ่นด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการที่ “Cool” ของญี่ปุ่นสู่ต่างประเทศ (Outbound) และการเชื้อเชิญชาวต่างชาติท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นเพื่อเกิดการบริโภคขึ้นในประเทศ (Inbound) จะนำไปสู่การเติบโตของเศรษฐกิจและการเพิ่มการจ้างงานในประเทศญี่ปุ่นต่อไป

การแบ่งหน้าที่ของแต่ละกระทรวง

เมื่อเดือนธันวาคม ปี 2555 รัฐบาลอาเบะได้แต่งตั้ง รัฐมนตรียุทธศาสตร์ Cool Japan (Minister in charge of “Cool Japan” Strategy) เป็นนโยบายการนำทีมโดยรัฐบาลซึ่งหน่วยงานและกระทรวงต่างๆทุกภาคส่วนร่วมมือกันแบบ All Japan โดยเฉพาะกระทรวงเศรษฐกิจ การค้าและอุตสาหกรรม ที่มุ่งมั่นที่จะเชื่อมโยงนโยบาย Cool Japan กับธุรกิจของเอกชนเพื่อขยายการบริโภคสินค้าและบริการของญี่ปุ่น

ตารางแสดงการแบ่งหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน



ภาพรวมโครงการ

1. สร้างกระแสนิยมญี่ปุ่น	2. สร้างรายได้ในต่างประเทศ	3. ส่งเสริมการบริโภคในญี่ปุ่น
ประชาสัมพันธ์เสน่ห์ของญี่ปุ่นอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างโอกาสเพื่อเพิ่มความสนใจเกี่ยวกับญี่ปุ่น (1) ส่งเสริมการเผยแพร่คอนเทนต์สู่ต่างประเทศและการทำ Localize ของคอนเทนต์ (2) จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในญี่ปุ่นและเผยแพร่ข่าวสารสู่ต่างประเทศ (3) มาตรการการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์	สร้าง Platform เพื่อทำรายได้ในต่างประเทศ การสร้างช่องทางสำหรับคอนเทนต์ญี่ปุ่น โดยเฉพาะ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องในศูนย์การค้า (1) พัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างทีมงาน (2) จับคู่ธุรกิจกับผู้ประกอบการในต่างประเทศ (3) ทดสอบการตลาด (4) ป้อนเงินทุนที่มีความเสี่ยง (Risk Capital)	เชิญชวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและส่งเสริมการบริโภคในญี่ปุ่น การเชิญชวนทั้งนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจชาวต่างชาติภายใต้โครงการ Visit Japan เยือนญี่ปุ่น - จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในญี่ปุ่นและเผยแพร่ข่าวสารสู่ต่างประเทศ

1 โครงการเพื่อสร้างกระแสนิยมญี่ปุ่น

(1) Japan Contents Localization and Promotion (J-LOP)

สนับสนุนเงินช่วยเหลือเพื่อประชาสัมพันธ์รายการ การปรับคอนเทนต์ให้เข้ากับท้องถิ่น ฯลฯ เพื่อเพิ่มคอนเทนต์ที่สามารถออกอากาศได้ในต่างประเทศ (งบประมาณ 15,000 ล้านบาท หรือราว 3,000 ล้านบาท)

(2) จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในญี่ปุ่นและเผยแพร่ข่าวสารสู่ต่างประเทศ

- CoFesta : เป็นโครงการเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์คอนเทนต์ เช่น เกม แอนิเมชัน มังงะ(การ์ตูน) คาแรคเตอร์ ดนตรี ภาพยนตร์ สู่ต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังรวมถึงอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์กับคอนเทนต์ เช่น แฟชั่น ดีไซน์ ฯลฯ ปี 2558 มีงานอีเวนต์ที่ร่วมโครงการ CoFesta รวมทั้งหมด 15 งาน
- การเผยแพร่ข้อมูลผ่าน KOL (Key Opinion Leader) ต่างชาติ : เชิญ KOL (เช่น มีเดียบายเออร์ บล็อกเกอร์ ฯลฯ) มาร่วมงานจัดแสดงสินค้าและบริการ รวมทั้งเยี่ยมชมศูนย์การค้าที่น่าสนใจของญี่ปุ่น เพื่อรายงานข่าวและเผยแพร่สู่ประเทศของตนเอง

(3) การรณรงค์เรื่องมาตรการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์

2 โครงการเพื่อสร้างรายได้ในต่างประเทศ

(1) พัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างทีมงาน

เช่น “โครงการสนับสนุน Japan Brand Produce” เป็นโครงการที่ช่วยผู้ประกอบการ SMEบุกเบิกช่องทางการค้าในต่างประเทศ ด้วยการสร้างทีมโดยมี “โปรดิวเซอร์” ผู้เข้าใจความต้องการของตลาดและไลฟ์สไตล์ของคนท้องถิ่นร่วมกับผู้ประกอบการ SME ซึ่งรัฐบาลจะช่วยเหลือในเรื่องค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเครื่องบิน ค่าจ้างโปรดิวเซอร์ เป็นต้น นอกจากนี้ รัฐบาลยังช่วยสนับสนุนด้านการกระจายข้อมูลข่าวสารและบุกเบิกช่องทางการค้าอีกด้วย “โครงการ Cool Japan Matching Grand Prix” เป็นโครงการที่ให้ผู้ประกอบการ SMEที่ต้องการขยายธุรกิจสู่ต่างประเทศนำเสนอในรูปแบบพรีเซนเทชันให้กับกลุ่มผู้ประกอบการหลายกลุ่ม เพื่อเกิดการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการต่างอุตสาหกรรม

(2) จับคู่ธุรกิจกับผู้ประกอบการในต่างประเทศ

ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการเข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้าในต่างประเทศ (ช่วยเหลือค่าค่าเช่า) นอกจากนี้ ยังมีการจัดงานสัมมนา การจัดงานเจรจาจับคู่ธุรกิจ และการช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น รัฐบาลจะให้การสนับสนุนในแต่ละประเทศทั่วโลก โดยให้ความสำคัญกับตลาดประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ (ที่ผ่านมาเคยให้การสนับสนุนในประเทศ เช่น อินโดนีเซีย เวียดนาม ไทย มาเลเซีย อินเดีย จีน แม็กซิโก รัสเซีย ตุรกี ฝรั่งเศส อิตาลี เป็นต้น)

(3) ทดสอบการตลาด

สำหรับผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของญี่ปุ่น เช่น แอนิเมชัน แพชั่น อาหาร สินค้าท้องถิ่น ที่ต้องการขยายธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ ด้วยการร่วมมือกับบริษัทในท้องถิ่นนั้นๆ รัฐบาลจะช่วยเหลือค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่งเพื่อสนับสนุนการสร้างช่องทางจำหน่ายด้วยการทดสอบการตลาด (ที่ผ่านมาเคยให้การสนับสนุนในประเทศไทยและประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จีน ไต้หวัน ฮองกง รัสเซีย ฝรั่งเศส อเมริกา เป็นต้น)

(4) ป้อนเงินทุน Risk Capital¹

Cool Japan Fund คือ กองทุนที่รัฐบาลร่วมกับเอกชนก่อตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนด้านการเงิน การสนับสนุนนี้จะมีรูปแบบการสนับสนุนที่แตกต่างจากการสนับสนุนเงินช่วยเหลือแบบให้เปล่า เพราะรัฐบาลร่วมลงทุนในธุรกิจด้วย เช่น เมื่อได้กำไรก็ต้องปันผลให้รัฐบาล กองทุน Cool Japan จึงเป็นไฮไลท์ของนโยบาย Cool Japan

ความเป็นมาของการก่อตั้งกองทุน Cool Japan (Cool Japan Fund)

ทุกฝ่ายเห็นพ้องกันว่า ทางรอดของเศรษฐกิจญี่ปุ่นอยู่ที่การขยายตลาดสู่ต่างประเทศเท่านั้น แต่มีปัญหาในการขยายตลาดของบริษัทญี่ปุ่นหลายประเด็น (โดยเฉพาะบริษัท SME) ซึ่งสรุปประเด็นหลักได้ดังนี้

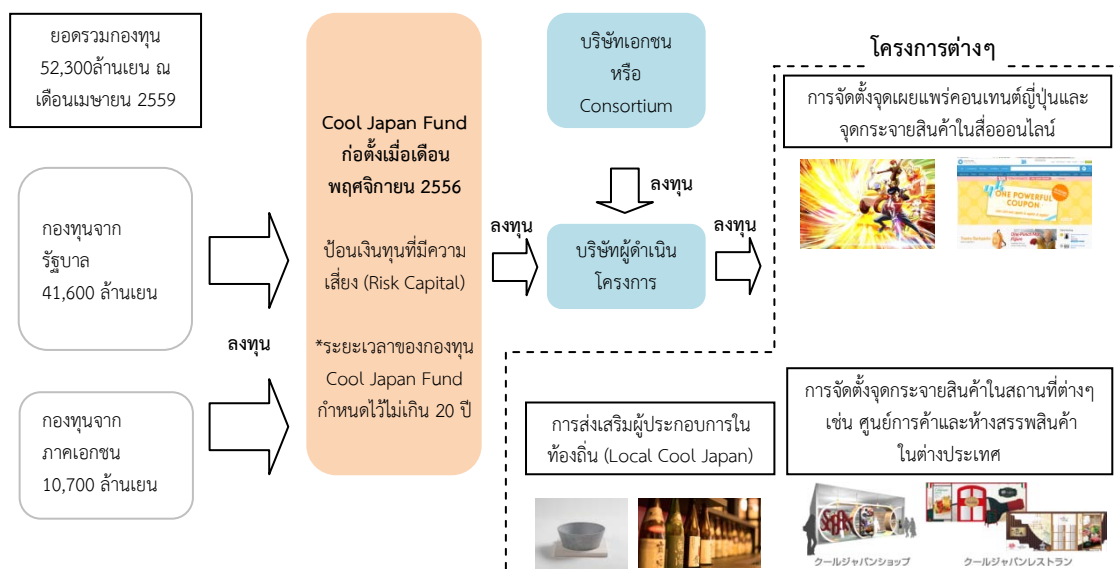
¹ หมายถึง เงินทุนที่ลงทุนไปแล้วมองเห็นผลตอบแทนในอนาคตไม่ชัดเจน

- **ขาดเงินทุน :** เนื่องจากผู้ประกอบการไม่มีประสบการณ์ในการขยายธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศ ทำให้เป็นเรื่องยากที่จะลงทุนด้วยตนเอง อีกทั้ง สถาบันการเงิน หรือนักลงทุนมักจะไม่นักกล้าตัดสินใจลงทุนในธุรกิจที่มีความเสี่ยง
- **ขาดฐานธุรกิจ :** เป็นเรื่องยากที่จะหาพื้นที่ในการทำการค้า หรือมีฐานเพื่อการทำธุรกิจภายในท้องถิ่นนั้น
- **ขาดกลยุทธ์ :** ขาดข้อมูลและโน้วฮาว ไม่สามารถสร้างแบรนด์ให้เข้าถึงผู้บริโภคท้องถิ่นได้ด้วยปัญหานี้ รัฐบาลจึงได้ตั้งกองทุน Cool Japan ร่วมระหว่างรัฐบาลและเอกชนขึ้นเมื่อปี 2013 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาต่างๆดังกล่าว ปัจจุบัน (เดือนเมษายน 2016) กองทุน Cool Japan มีเงินทั้งหมด 52,300 ล้านบาท (ราว 17,400 ล้านบาท) เป็นเงินจากรัฐบาล 41,600 ล้านบาท (ราว 13,900 ล้านบาท) และเอกชนจาก 21 บริษัทรวม 10,700 ล้านบาท (ราว 3,500 ล้านบาท)

รูปแบบกองทุน Cool Japan

กองทุน Cool Japan ช่วยผู้ประกอบการด้านเงินทุน โดยเน้น “การเติมเต็มธุรกิจของเอกชน” (ช่วยเหลือในส่วนที่เอกชนไม่สามารถทำได้) โครงการที่เอกชนตัดสินใจที่จะลงทุนได้ยากและเป็นโครงการที่ตรงกับนโยบาย Cool Japan กองทุน Cool Japan ช่วยป้อนเงินทุนที่มีความเสี่ยง (Risk Capital) เพื่อเป็นผู้นำเอกชนในการร่วมลงทุนต่อไป กลุ่มอุตสาหกรรมที่กองทุน Cool Japan สนับสนุนเป็นหลัก ได้แก่ 1) สื่อมีเดีย, คอนเทนต์ 2) อาหารและเซอรัวิส 3) แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ สินค้าและบริการที่มีเสน่ห์ของญี่ปุ่นซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ ประเทศเป้าหมายได้แก่ กลุ่มประเทศในเอเชีย ยุโรป อเมริกาและตะวันออกกลาง โดยพิจารณาจาก ขนาดเศรษฐกิจ จำนวนประชากรที่มีรายได้ระดับกลางถึงสูงซึ่งจะเป็นกลุ่มผู้ซื้อสินค้าและบริการ ความชอบในสินค้าและบริการของญี่ปุ่น

โครงสร้างกองทุน Cool Japan

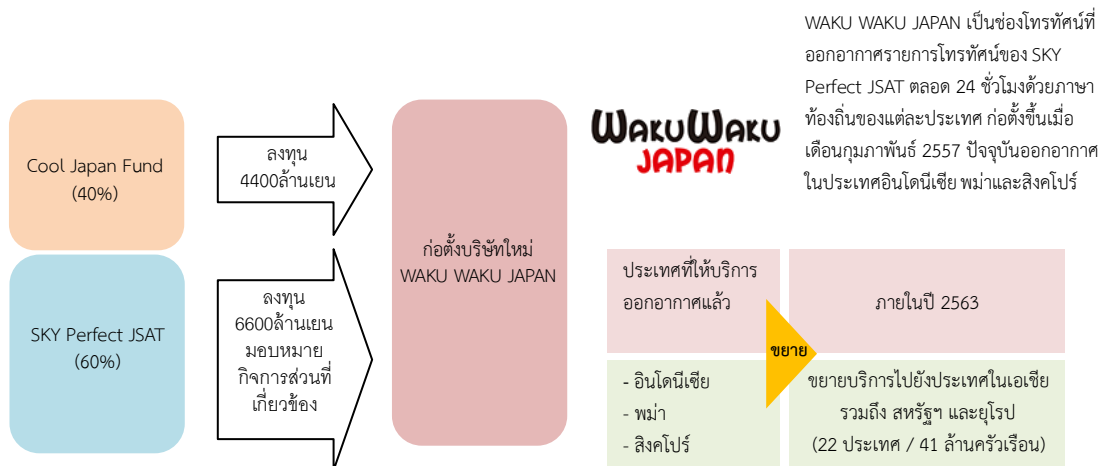


ตัวอย่างโครงการภายใต้กองทุน Cool Japan

➤ โครงการจัดตั้ง Japan Channel โดยบริษัท SKY Perfect JSAT Corporation

ภาพรวมและวัตถุประสงค์ของโครงการ

- > ออกอากาศรายการโทรทัศน์ของญี่ปุ่นในต่างประเทศ เช่น แอนิเมชัน ละครเรื่องฮีโร่ ละครซีรีส์ กีฬา ดนตรี และภาพยนตร์ เป็นต้น ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวันด้วยภาษาท้องถิ่นของแต่ละประเทศ โดยออกอากาศผ่าน "WAKU WAKU JAPAN" ซึ่งเป็นช่องโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (มีค่าบริการ) ในต่างประเทศของบริษัท SKY Perfect JSAT Corporation สามารถรับชมได้โดยผ่านทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวี
- > ภายในปี 2020 ตั้งเป้าขยายการออกอากาศไปยังต่างประเทศ 22 ประเทศรวมถึงสหรัฐอเมริกาและยุโรป คาดการณ์จำนวนครัวเรือนที่รับชมรายการโทรทัศน์ประมาณ 41 ล้านครัวเรือน มากกว่าประมาณ 150 ล้านคน (ปัจจุบัน สามารถรับชมได้ในประเทศอินโดนีเซีย พม่าและสิงคโปร์)
- > การออกอากาศรายการโทรทัศน์สามารถเห็นผลประโยชน์ในหลายด้าน ดังนี้ 1.เพิ่มรายได้ให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ในประเทศญี่ปุ่น 2.ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการ SME 3.ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวญี่ปุ่น นอกจากนี้ ยังเป็นการส่งเสริมการส่งออกคอนเทนต์ของประเทศญี่ปุ่น อีกทั้งทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกลายเป็นวงจรที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง



➤ โครงการจำหน่ายสินค้าคอนเทนต์ญี่ปุ่นทางไปรษณีย์ (Mail-order) โดยบริษัท Tokyo Otaku Mode Inc.

ภาพรวมและวัตถุประสงค์ของโครงการ

- > Tokyo Otaku Mode Inc. เป็นบริษัท Start up ดำเนินธุรกิจการเผยแพร่คอนเทนต์การ์ตูนและแอนิเมชันเป็นภาษาอังกฤษให้ผู้ชมในต่างประเทศจำนวน 18 ล้านคนผ่าน Facebook
- * บริษัทฯ เคยได้รับการจัดอันดับจำนวนผู้ถูกใจเพจสูงสุดใน Facebook ด้านธุรกิจ E-Commerce เป็นอันดับที่ 3 ของโลก
- > สนับสนุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำการตลาดและขยายธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์คาแรคเตอร์ใน

สหรัฐอเมริกา และอินโดนีเซีย

- > วางแผนสร้าง Platform เพื่อให้ Creator ที่ถ่ายทอดแนวคิด Cool Japan ออกมาอย่างเป็นรูปธรรม สามารถเปิดตัวและจำหน่ายผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้น (ผลงาน original) ออกสู่ตลาดต่างประเทศโดยตรง
- > การจำหน่ายสินค้าที่ได้รับลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง อาจเป็นช่องทางหนึ่งที่จะช่วยขจัดสินค้าปลอมแปลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์

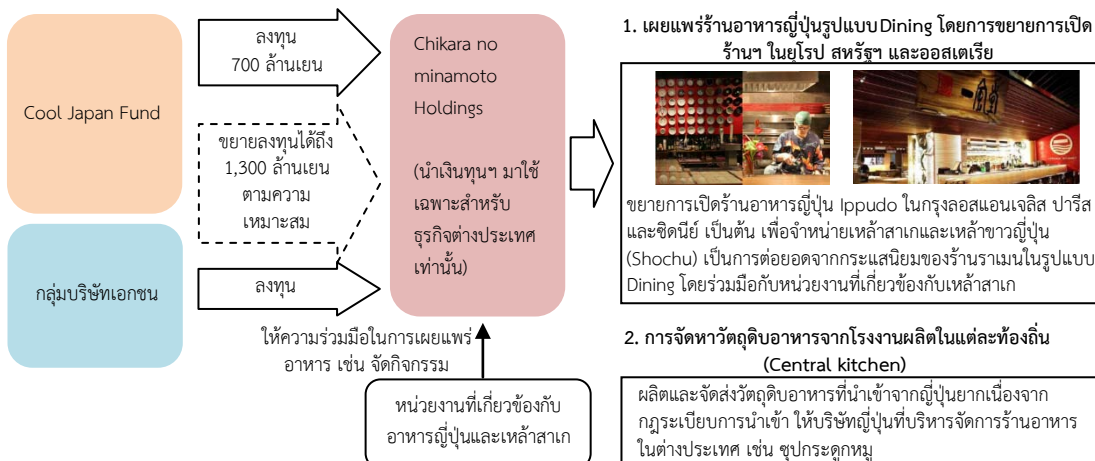


➤ **โครงการจัดตั้งฐานการขยายธุรกิจร้านอาหารและวัตถุดิบอาหารญี่ปุ่น**

ภาพรวมและวัตถุประสงค์ของโครงการ

> ร้านอาหารญี่ปุ่นในยุโรปและอเมริกาเหนือส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การบริหารไมใช่คนญี่ปุ่น เนื่องจากเรื่องการขอใบอนุญาต ประกอบร้านอาหารมีข้อจำกัดและเรื่องการจัดหาวัตถุดิบอาหารญี่ปุ่นมีความเสี่ยง จึงทำให้การขยายธุรกิจร้านอาหารของคนญี่ปุ่นล่าช้า โครงการฯ นี้ จะสนับสนุนธุรกิจร้านอาหารที่บริษัทญี่ปุ่นเป็นเจ้าของ เพื่อจัดตั้งฐานการขยายธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในต่างประเทศที่บริษัทญี่ปุ่นเป็นเจ้าของ เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายสาเกญี่ปุ่นและการจัดหาวัตถุดิบหายาก

> รายละเอียดโครงการฯ ได้แก่ การสนับสนุนการเปิดร้านอาหารในเมืองใหญ่ของบริษัท Chikara no Minamoto Co., Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทผู้บริหารจัดการร้านอาหารญี่ปุ่น Ippudo เพื่อวัตถุประสงค์ดังนี้ 1.) จำหน่ายเหล้าสาเกและเหล้าชาวญี่ปุ่น (Shochu) โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่ส่งเสริมการจำหน่ายเหล้าดังกล่าวในต่างประเทศ 2. จำหน่ายวัตถุดิบอาหารญี่ปุ่นที่นำเข้ายากเนื่องจากกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศนั้นๆ หรือผลิตวัตถุดิบดังกล่าวในประเทศนั้นเพื่อส่งให้ร้านอาหารญี่ปุ่นในท้องถิ่นและทำหน้าที่เป็น Platform ในการขยายธุรกิจจำหน่ายเหล้าสาเกและธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในต่างประเทศ



3 โครงการเพื่อกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศญี่ปุ่น

- การเชิญชวนทั้งนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจภายใต้โครงการ Visit Japan เยือนญี่ปุ่น เป็นต้น

การดำเนินนโยบาย Cool Japan ที่ผ่านมา

มิถุนายน 2010	รัฐบาลสมัยนายนาโงโตะ คัน ลงมติเห็นชอบกลยุทธ์เพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจครั้งใหม่และได้นำนโยบาย Cool Japan เป็น 1 ในโครงการแห่งชาติ 21 โครงการ
มีนาคม 2011	Intellectual Property Strategy Headquarters เป็นหน่วยงานหลักที่จะดำเนินแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับ “การผลักดัน Cool Japan” และมีเป้าหมายเพื่อขยายมูลค่าตลาดที่เกี่ยวข้องกับ Cool Japan จาก 4.5 ล้านล้านเยน (ปี 2009) เป็น 17 ล้านล้านเยน (ปี 2020) และค้นหา สร้าง เผยแพร่ เสริมสร้างความนิยม เตรียมความพร้อมพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับ Cool Japan อย่างเป็นรูปธรรม
ธันวาคม 2012	แต่งตั้ง รัฐมนตรียุทธศาสตร์ Cool Japan (Minister in Charge of “Cool Japan” Strategy) ในสมัยรัฐบาลอาเบะ
พฤศจิกายน 2013	ก่อตั้งกองทุน Cool Japan

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว

มิถุนายน 2559