

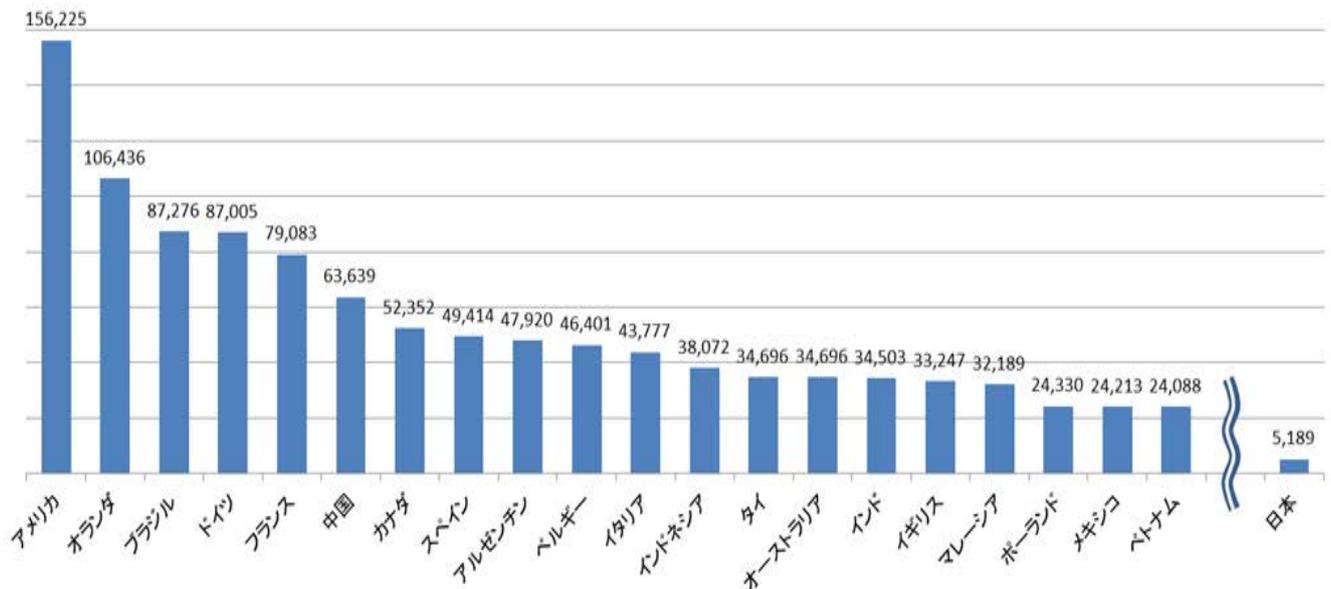
クールジャパンの推進に関する政策評価

(関 連 資 料)

1. 日本の農産物・食料品の輸出額 1
2. 外国人訪問者数 1
3. 知的財産政策に関する基本方針（平成 25 年 6 月 7 日閣議決定）＜抜粋＞ 2
4. 日本再興戦略（平成 25 年 6 月 14 日閣議決定）＜抜粋＞ 3
5. 「日本再興戦略」改訂 2014（平成 26 年 6 月 24 日閣議決定）＜抜粋＞ 6
6. 「日本再興戦略」改訂 2015（平成 27 年 6 月 30 日閣議決定）＜抜粋＞ 7
7. 「日本再興戦略」改訂 2016（平成 28 年 6 月 2 日閣議決定）＜抜粋＞ 9

1. 日本の農産物・食料品の輸出額（世界 53 位（H24 年））

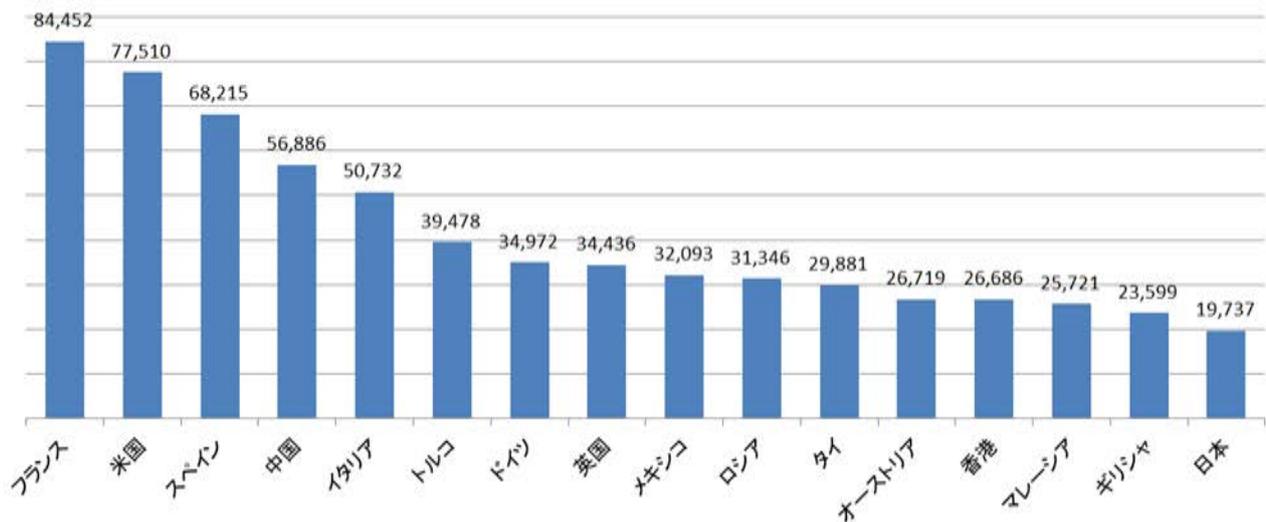
（単位：億円）



（出典：経済産業省「クールジャパン（日本食分野）発掘のための産業分析評価」（国連貿易開発会議） ※\$1=113円で行政評価局が換算

2. 外国人訪問者数（世界 16 位（H27 年））

（単位：千人）



（出典：日本政府観光局（JNTO）作成資料）

3. 知的財産政策に関する基本方針（平成 25 年 6 月 7 日閣議決定）〈抜粋〉

（略）特にコンテンツ関連の施策については、国全体が意識を共有し、実効的な政策を強力に推進していくため、「コンテンツ創造立国」を宣言することにより、官民一体となってコンテンツ産業の国際競争力の強化を志向していく。

4 コンテンツを中心としたソフトパワーの強化

クールジャパンという言葉に代表されるように、マンガ、アニメ、ゲームといったコンテンツにとどまらず、我が国独自の文化としてのファッション、食、伝統芸能・工芸、観光までも含めて、世界における我が国への共感が広がっている。こうした我が国のソフトパワーを経済成長につなげるために、各分野の連携を図りつつ、コンテンツやデザインを生み出す文化の力とものづくりの力を組み合わせた総合力を活用して、海外市場を取り込むことが重要である。

このため、海外に向けてメディアやイベントでの情報発信を強化する「アウトバウンド」の取組について、海外展開を一層重視し、ターゲット国・地域に売り込むために手当すべき制度的対応や分野横断的連携、中小・ベンチャー企業の取組の支援などを戦略的に推進する必要がある。また、世界に通用するコンテンツを生み出していくための創造拠点の整備の支援が重要である。

また、海外から人や技術を積極的に取り込む本場を形成し、新たな消費を生み出すとともに、産業や文化を更に発展させる「インバウンド」について、日本ファンを更に大きく増やすことで日本ブランドの海外展開にも寄与するという好循環を生み出すための取組を推進していく必要がある。

さらに、我が国のコンテンツに係る知的財産権の保護・育成のため、国内外の模倣品・海賊版対策を強化するとともに、コンテンツ創造のための人材育成を進めることが必要である。

このような状況を踏まえ、我が国の経済と文化の成長の原動力となるコンテンツを中心としたソフトパワーの強化に関する施策を総合的に展開し、海外展開の際には在外公館、ジェトロ、国際交流基金などの在外拠点を最大限に活用するとともに、特に以下の施策に重点的に取り組むこととする。

- (1) 関連産業との連携や海外現地放送局・配信事業者との提携などにより、将来のビジネス展開を見据えた各地域の文化やニーズに合わせたコンテンツの現地化、売り込み、海外のチャンネルや放送枠の確保を促進するとともに、産業化に向けたリスクマネー供給を促す機関を設置し、海外展開を行う企業の取組を継続的に支援する。
- (2) 留学・海外研修や海外クリエイターとの交流を通して、国際的に通用するクリエイター・プロデューサーを育成する。
- (3) 訪日外国人旅行者数の拡大や国際会議などの誘致に向けて、地域資源を活用し、日本の多様な魅力を発信するため、ソフトパワーと連携したビジット・ジャパン事業の推進を図る。
- (4) ACTA（偽造品の取引の防止に関する協定）の早期発効及び参加拡大に向け、既署名国を中心とした他国に対して、ハイレベルを含めた働きかけをより積極的に進めるなど、海外における模倣品・海賊版対策の強化を図る。

（注）下線は総務省行政評価局による。

4. 日本再興戦略-JAPAN is BACK- (平成 25 年 6 月 14 日閣議決定) <抜粋>

第Ⅱ 3つのアクションプラン

二. 戦略市場創造プラン

テーマ4 : 世界を惹きつける地域資源で稼ぐ地域社会の実現

① 世界に冠たる高品質な農林水産物・食品を生み出す豊かな農山漁村社会

また、日本の農林水産物・食品の輸出促進等による需要の拡大を図る。2020年に農林水産物・食品の輸出額を、現状の約4千5百億円から1兆円とすることを目指す。このため、国別・品目別輸出戦略を策定する。また、世界の料理界で日本食材の活用推進 (Made FROM Japan)、日本の「食文化・食産業」の海外展開 (Made BY Japan)、日本の農林水産物・食品の輸出 (Made IN Japan) の取組を、日本貿易振興機構 (JETRO) 等とも連携を深めつつ、一体的に推進する。

○国別・品目別輸出戦略の策定

- ・日本食を特徴付けるコンテンツ (水産物、日本酒などのコメ・コメ加工品、牛肉、青果物等) の輸出拡大を図る観点から、品目別の農林水産物・食品の輸出額に係る数値目標、輸出環境の整備等に係る目標を年内に設定する。
- ・植物検疫などの輸出に必要な手続を卸売市場で行うことにより、スピーディーな輸出を実現するとともに、産地間連携による日本の農林水産物を年間を通じて安定的に供給できる体制の構築を実現する。
- ・日本の食品の安全・安心を世界に発信するため、海外の安全基準に対応するHACCP (危害分析・重要管理点) システムの普及を図る観点から、マニュアルの作成や輸出HACCP 取得支援のための体制の整備を来年度までに実施するとともに、輸入手続の際に提出を求められることがある自由販売証明書の発行体制を今年度中に構築する。

○食文化、食産業のグローバル展開

- ・日本食材と世界の料理界とのコラボレーションの促進や、日本食の普及を行う人材育成等を通じ、日本食材の活用を推進 (Made FROM Japan) する。
- ・ビジネス環境の整備、人材育成、知的財産の侵害対策、出資による支援等を通じて、日本の「食文化・食産業」を海外展開 (Made BY Japan) する。
- ・国別・品目別輸出戦略の策定、ビジネス環境の整備、出資による支援等を通じて、日本の農林水産物・食品を輸出 (Made IN Japan) する。
- ・上記の食産業のグローバル展開の実現に向け、官民共同による意見交換の場の設置、専門知識や経験を持つ人材を確保・活用する仕組みの構築、フードシステム全体の海外展開を図る取組を来年度から実施する。
- ・また、「食」がテーマの「2015年ミラノ国際博覧会」等への出展を通じ、我が国農林水産業・食関連産業の強みや日本食・食文化の魅力を発信する。

② 観光資源等のポテンシャルを活かし、世界の多くの人々を地域に呼び込む社会

I) 社会像と現状の問題点

急速に成長するアジアを始めとする世界の観光需要を取り込むことにより、地域経済の活性化、雇用機会の増大などにつなげていく。

現状では、日本の魅力の発信が不十分なこと等により、豊かな文化遺産・自然環境を始め

とした観光資源のポテンシャルを活かしきれていない。

II) 解決の方向性と戦略分野（市場・産業）及び重要施策

こうした現状を打開すべく、コンテンツ、伝統文化や地域文化等の文化芸術、ヒト等を通じたトータルな日本ブランドを確立し、世界各地へと幅広く浸透させ、日本ブームを創出し、「日本」へと数多くの外国人を惹きつけ、引き寄せる。

本年に訪日外国人旅行者数1,000万人を達成し（2012年は837万人）、さらに2,000万人の高みを目指すとともに、2030年には3,000万人を超えることを目指す。これにより観光収入でアジアのトップクラス入りする（2011年はアジア10位）。

○訪日プロモーションに関する省庁・関係機関の横断的計画策定と実行

- ・関係省庁、関係機関等が連携して行う事業の計画を定期的に定めてプロモーションを実施するなど、日本ブランド発信に向けた政府一体的に取り組む体制を本年夏までに構築する。
- ・クールジャパンと一体となった日本ブランドの発信を促進するため、日本関連コンテンツのローカライズ（字幕・吹き替え・現地規格への対応等）・プロモーション支援、テレビ番組の国際共同制作、新たに創設予定の（株）海外需要開拓支援機構等を通じた、海外のテレビ番組枠の確保、海外で日本関連コンテンツの放送等を行ういわゆる「ジャパン・チャンネル」への支援、いわゆる「ジャパンモール」の海外展開への支援等により、関係省庁（経済産業省、総務省、観光庁等）と民間企業が連携して、日本ブランド向上及び観光促進に資する関連コンテンツの継続的海外発信を促進する。
- ・国宝、重要文化財などの地域の文化財について、保存・整備を図るとともに、情報発信・活用方法の検討を今年度内に実施し、観光資源として積極的に国内外へ発信し、活用する。

三. 国際展開戦略

2. 海外市場獲得のための戦略的取組

③クールジャパンの推進

伝統文化・地域文化など、日本の豊かな文化を背景としたコンテンツ、日本食・日本産酒類などの「日本の魅力」を効果的に発信し、産業育成や海外需要の取り込みに結実させるため、クールジャパンを国家戦略と位置付け、官民一体となって取組を強化する。

○発信力の強化

- ・「クールジャパン推進会議」における提言等を踏まえ策定された「アクションプラン」に沿って、食、日本産酒類、ファッション、ものづくり、コンテンツ、伝統文化等の連携により、主要な国際会議・イベント等において「日本の魅力」を効果的に発信し、外国人の共感と参加を得て、クールジャパンを支える優れた「人財」の育成等を推進する。

○（株）海外需要開拓支援機構を活用したクールジャパンの戦略的な推進

- ・「日本の魅力」を産業化に結び付けていくため、（株）海外需要開拓支援機構（クール・ジャパン推進機構）を設立し、リスクマネーを供給することにより、クールジャパンを戦略的に推進していく。

○コンテンツ等の海外展開の促進

- ・2018年までに放送コンテンツ関連海外市場売上高を現在の約3倍に増加させる（現在63億

円)。

- ・コンテンツの権利処理を円滑化するため、映像コンテンツ権利処理機構（aRma）の機能強化等による権利処理一元化窓口の整備、事前に海外展開も含めた許諾を得る権利処理契約を促進するとともに、コンテンツ情報ポータルサイト Japacon の機能強化等による権利情報管理・権利処理・情報発信を集中化する一元化窓口の整備、海外展開も含めた権利処理契約の促進等を図る。
- ・(株) 海外需要開拓支援機構や「ジャパン・コンテンツ海外展開事務局(J-LOP)」等を中心に、コンテンツのローカライズ（字幕・吹き替え・現地規格への対応等）支援の本格化、将来のビジネス展開を見据え現地のニーズに合わせた海外放送局との国際共同製作支援の大規模化等海外向けコンテンツの制作支援の強化、海外市場へのプロモーションの強化、海賊版対策の抜本的強化、海外放送局のチャンネルや放送枠・配信サイトなどの日本コンテンツの流通チャンネルの確保等を図る。

○日本食、食文化の海外展開・日本産酒類の輸出促進

- ・農林水産物・食品の輸出拡大【再掲】
- ・日本産酒類については、2020 年までの輸出額の伸び率が農林水産物・食品の輸出額の伸び率を上回ることを目指し、国際イベント、外交上のレセプション・会食、主要な国際空港、「酒蔵ツーリズム」などを通じた発信に取り組むとともに、日本食とも連動した効果的な商談会の実施などにより海外での販路を充実させ、官民連携による輸出の増加を図る。このため、「日本産酒類の輸出促進連絡会議」を活用し、総合的な輸出環境整備を進める。

○海外広報体制の強化

- ・政府一体となった国際広報活動を強化することを目的に本年4月から開催されている「国際広報強化連絡会議」を最大限に活用し、クールジャパンやビジット・ジャパン、インベスト・ジャパン等の施策について各省庁の広報機会・コンテンツ等を共有するなど、海外広報を強化する。

○訪日プロモーションに関する省庁・関係機関の横断的計画策定と実行【再掲】

(注) 下線は総務省行政評価局による。

5. 「日本再興戦略」改訂2014—未来への挑戦—（平成26年6月24日閣議決定）〈抜粋〉

第二 3つのアクションプラン

二. 戦略市場創造プラン

テーマ4：世界を惹きつける地域資源で稼ぐ地域社会の実現

テーマ4-① 世界に冠たる高品質な農林水産物・食品を生み出す豊かな農山漁村社会

(3) 新たに講ずべき具体的施策

iii) 輸出の促進等

②ジャパン・ブランドの推進

現在、都道府県ごとに行っている輸出振興を、ジャパン・ブランドの下に結集し、ブランドを確立する。このため、品目別に輸出促進の司令塔・マーケティングを行う団体を育成・支援することとし、来年度から、順次、牛肉、茶、水産物等の分野において品目別輸出団体の設立を推進する。また、本年6月に創設する「輸出戦略実行委員会」がオールジャパンの輸出戦略の全体の司令塔として輸出促進に取り組む。

日本食材の輸出促進・食品企業の海外展開を図るため、ジャパン・ブランドの統一やクールジャパン機構等による日本食の海外展開支援と併せ、和食がユネスコ無形文化遺産に登録されたことを踏まえ、戦略的に真の日本食など日本食文化を広めるための司令塔として、官民合同のコンソーシアムを創設し、郷土食や地域食材を含む日本食文化の魅力発信等による日本食のブランド化や、輸出促進・海外展開のための環境整備、日本食文化を普及する料理人等の人材育成・日本食の海外出店支援等を推進していく。また、上記取組の推進に当たっては、JETROによる国際展開支援や輸出振興に関する知見等を活用し、連携して取り組む。

三. 国際展開戦略

(3) 新たに講ずべき具体的施策

②新たな政府横断的クールジャパン推進体制の構築

官民連携によるオールジャパン体制によりコンテンツ、文化芸術等の「日本の魅力」を効果的に発信し、産業化に結び付けていくことが重要である。このため、「クールジャパン関係府省連絡・連携会議」をプラットフォームとして、大規模国際イベントにおける発信事業、日本食・日本産酒類の海外展開、メディア芸術・現代アートの創造・発信など、戦略的重要な高いテーマ・分野を特定し、新たな各省連携プロジェクトを創出していくとともに、日本語教育の普及等も図りつつ、在外公館を活用した発信を強化する。また、クールジャパン機構によるリスクマネーの供給を呼び水として、海外における商業施設展開、コンテンツ配信等の事業に分野・業界横断的に取り組むとともに、放送コンテンツの継続的放送と連携して周辺産業の海外展開につなげるなど、新たな成功モデルの創出・展開を行っていく。あわせて、国際的な情報発信力の強化を図るべく、海外において発信力・影響力のある人の招へい、展示会場の新設・拡張の促進を行う。

(注) 下線は総務省行政評価局による。

6. 「日本再興戦略」改訂 2015—未来への投資・生産性革命—（平成 27 年 6 月 30 日閣議決定） ＜抜粋＞

第二 3つのアクションプラン

二. 戦略市場創造プラン

テーマ4：世界を惹きつける地域資源で稼ぐ地域社会の実現

テーマ4－① 世界に冠たる高品質な農林水産物・食品を生み出す豊かな農山漁村社会

（3）新たに講ずべき具体的施策

iii) 輸出の促進等

②ジャパン・ブランドの推進

- ・オールジャパンの輸出促進の司令塔である輸出戦略実行委員会で輸出拡大方針を策定し、品目別輸出団体、独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）等を通じてジャパン・ブランドとして輸出を一層促進し、潜在的な需要が大きいと考えられる米や、差別化しやすい牛肉など、今後の「伸びしろ」が大きいと見込まれる品目に重点的に取り組み、2020年の農林水産物・食品の輸出額 1 兆円目標を前倒しして実現することを目指す。
- ・2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会等を活用し、日本食と日本産酒類を効果的に連携させた海外展開を推進するとともに、地理的表示保護制度（GIマーク等）を活用して地域特産品の輸出を促進する。

テーマ4－② 観光資源等のポテンシャルを活かし、世界の多くの人々を地域に呼び込む社会

（3）新たに講ずべき具体的施策

① インバウンド新時代に向けた戦略的取組

- ・日本の魅力を海外に力強くPRするため、関係機関が連携を強化し、我が国が誇る和食、地酒、文化等について、ビジット・ジャパン、クールジャパン施策等が一体となって発信し、地方への具体的な誘客を促進する。
- ・「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」や株式会社海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）による出資により、地域の魅力を伝える放送コンテンツの海外展開を関係省庁が協力して支援することにより、日本の旅番組や、地方の銘菓や地酒など地域ならではの特産品を紹介する素材等の発信を一層強化し、地方への誘客を図る。

三. 国際展開戦略

（3）新たに講ずべき具体的施策

④コンテンツを核としたクールジャパンの推進

クールジャパンの推進を具体的な経済成長に結びつけるため、関係省庁による施策を総動員し、分野横断的な政策課題に政府一体で取り組む。このため、本年6月にクールジャパン戦略推進会議において取りまとめた「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」に基づくアクションプランを本年度より迅速に実施していく。

コンテンツの海外展開については、対日イメージの向上、日本文化に対する関心の高まり、日本語の普及といった効果とともに、我が国の特徴ある製品・サービスや、観光、食などの周辺産業と連携させることにより、効果的に「稼ぐ」ことが重要である。その際、魅力ある地域資源を活用し、地域経済の更なる活性化に結び付けていくことも重要である。

このため、始めから海外展開を念頭に置いたコンテンツ制作、権利処理の一層の迅速化、コンテンツの現地化・プロモーション、国際共同製作、及び放送コンテンツの継続的放送を

推進する。また、内閣官房知的財産戦略推進事務局を中心として、クールジャパン関係省庁・機関、関連団体等をメンバーとするクールジャパン推進のための官民連携プラットフォーム（仮称）を本年秋を目途に立ち上げ、コンテンツを核とした海外発信やコンテンツと周辺産業の一体的な海外展開にオールジャパンで取り組むための基本方針の策定、情報収集・共有、必要な制度改革・支援策の検討、連携プロジェクト組成のためのマッチング等を行う。マッチングを図る具体的手段として、このプラットフォームの下で、コンテンツ分野のみならず、食・観光・製造等、非コンテンツ分野も交えた多様な関連事業者が参加するマッチングフォーラム（仮称）を開催する。同フォーラムを活用して、クールジャパン機構、BEAJ、NPO法人映像産業振興機構（VIPO）、JETRO等の協力も得つつ、プロダクトプレイスメントや、海外における企業広告とコンテンツの連携等、相乗効果・波及効果の高い業界横断的な連携案件を連続的に創出していく。

また、在外公館等の積極的な活用や、メディア関係者や発信力の高い若者などのクールジャパン戦略に資する人的交流の推進を通じ、日本の魅力の対外発信の強化を図ることで、外国人の手によるクールジャパンの再発信へとつなげる。さらに、クールジャパンを担う人材の育成を推進する。

(注) 下線は総務省行政評価局による。

7. 「日本再興戦略」改訂2016―第4次産業革命に向けて―（平成28年6月2日閣議決定） ＜抜粋＞

IV 海外の成長市場の取り込み

（2）新たに講ずべき具体的施策

v) クールジャパンの推進

昨年12月に設立された「クールジャパン官民連携プラットフォーム」の下で、魅力あるコンテンツと周辺産業が連携した一体的な海外展開を図るため、相乗効果・波及効果の高い具体的な連携案件の組成を推進する。具体的には、民間のコンテンツ関連イベント等の機会に、ビジネスセミナーを開催し連携事例の紹介等を行うことを通じて、コンテンツ分野のみならず、食・観光・製造等、多様な関連事業者の連携に対する関心を喚起するとともに、連携に関する各分野のニーズ調査を行い、連携案件の事業化の可能性が高い分野・事業者等を特定する。その上で、それら関連事業者と関係機関が参加するマッチングフォーラムを開催し、連携候補案件の発掘を行う。さらに、これら候補案件の事業化を支援するため、クールジャパン機構による連携案件への出資に向けた事業化アドバイスなど、マッチング支援策の強化を図る。

また、アニメなどのポップカルチャーから文化芸術等までの幅広い我が国の魅力を効果的に発信するとともに、文化産業を含めた新たなクールジャパン関連産業を創出する観点から、同プラットフォームの下に検討会を設置し、羽田空港跡地等におけるクールジャパン拠点構築に向けた民間の取組を後押しするとともに、こうした拠点間のネットワーク化に取り組む。一方、海外においては在外公館等のクールジャパン拠点機能の抜本的な強化を行う。

さらに、クールジャパンを担う人材の育成を推進するとともに、クールジャパン機構による支援を積極的にかつより柔軟に展開する。また、コンテンツの国際的な発信力を強化するため、コンテンツ産業の振興のための諸施策を講じる。加えて、地方発のクールジャパン案件の発掘機能を強化し、地域経済の更なる活性化を促進するため、JETRO等の支援機関の連携により、外部人材や海外の有識者を活用し、魅力ある地域資源の磨上げから海外販路開拓までを一貫して支援する。

日本産酒類については、「日本産酒類の輸出促進連絡会議」の下で、日本食等と併せ、在外公館や国内外における多様な人的ネットワークやコンテンツ等を活用した情報発信、訪日外国人旅行者等に対する酒蔵ツーリズム等のプロモーションの充実や免税店制度の活用、地理的表示制度の活用による付加価値の向上等を図るとともに、関係省庁やJETROによる販路拡大支援、輸出先国における環境整備等の課題を整理した上で政府一体となって取り組む。

（注）下線は総務省行政評価局による。