

## クールジャパンの推進に関する政策評価の概要

### <資料内訳>

資料 2-1 平成 28 年度第 1 期 政策評価計画（案）

資料 2-2 クールジャパンの推進に関する政策の脈絡図（未定稿）

資料 2-3 クールジャパンの推進に関する政策評価の評価チャート（未定稿）

## 平成28年度第1期 政策評価計画（案）

名 称	クールジャパンの推進に関する政策評価（総合性確保評価）
目 的	<p>1 クールジャパンの推進に関する政策は、知的財産戦略の一環としてのコンテンツビジネス振興政策に端を発し、その後、コンテンツビジネス振興政策にとどまらずその裾野を広げてきた。</p> <p>2 「日本再興戦略 - JAPAN is BACK -」（平成25年6月14日閣議決定）においては、「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」とされた。</p> <p>また、「2020年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会の準備及び運営に関する施策の推進を図るための基本方針」（平成27年11月27日閣議決定）においては、オールジャパンで日本の魅力を発信し大会の開催に向けた機運の醸成を図る等とされた。</p> <p>3 日本再興戦略で2018年度までに現在（2010年度：約66億円）の約3倍にするとされた放送コンテンツ関連海外市場売上高をみると、2013年度には約106億円となっているなど目標達成に向けて一定の進捗がみられる一方、クールジャパンに関する各種取組については、官と民、あるいは業種間の連携はいまだ十分でなく、単発の取組にとどまっていることは否めないとの指摘もなされている（「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」（平成27年6月17日クールジャパン戦略推進会議））。</p> <p>4 以上の状況を踏まえ、本調査はクールジャパンの推進に関する政策・施策を総合的に評価する。</p>
調 査 項 目	<p>1 クールジャパンの推進に関する政策・施策の実施状況</p> <p>2 クールジャパンの推進に関する政策・施策の効果の発現状況</p>
調査等対象機関	内閣府、総務省、外務省、財務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省
関連調査等対象機関	独立行政法人、都道府県、市町村、関係団体等
調査実施時期	平成28年4月～平成29年3月（予定）
担当評価監視官等	財務・経済産業等担当評価監視官 管区行政評価局等

クールジャパンの推進に関する政策の脈絡図(未定稿)

知的財産政策に関する基本方針 (H25.6.7閣議決定)

※関係部分のみ

〇デジタル・ネットワーク社会に対応した環境整備  
 ・他産業への波及効果が高いコンテンツ産業への資源配分の重点化  
 ・権利処理一元化窓口の整備 等

〇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。」  
 ・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  
 ・リスクマネー供給機関の設置による企業への継続的支援  
 ・国際的に通用するクリエイター・プロデューサーの育成  
 ・ソフトパワーと連携したビジット・ジャパン事業の推進 等

日本再興戦略 (H25.6.14閣議決定)

※関係部分のみ

**戦略市場創造プラン**  
 ◎世界を惹きつける地域資源で稼ぐ地域社会の実現  
 ◆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

〇国別・品目別輸出戦略の策定  
 〇食文化・食産業のグローバル展開

◆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

〇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  
 ・地域の文化財について、観光資源として積極的に国内外へ発信等

**国際展開戦略**  
 ◎海外市場獲得のための戦略的取組

◆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。」

〇発信力の強化  
 ・クールジャパンを支える優れた「人材」の育成 等

〇(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

〇コンテンツ等の海外展開の促進  
 ・権利処理一元化窓口の整備  
 ・コンテンツのローカライズ(字幕等)支援の本格化  
 ・海外市場へのプロモーション強化  
 ・日本コンテンツの流通チャンネルの確保 等

〇日本食、食文化の海外展開(再掲)、日本産酒類の輸出促進

〇海外広報体制の強化

〇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)

クールジャパン発信力強化のためのアクションプラン (H25.5.28クールジャパン推進会議取りまとめ)(注)  
 (注) 内閣総理大臣決裁による会議

「日本再興戦略」改訂2014 (H26.6.24閣議決定)

※「新たに講ずべき具体的施策」

**戦略市場創造プラン**  
 ◎世界を惹きつける地域資源で稼ぐ地域社会の実現  
 ◆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

〇ジャパンブランドの推進  
 ・ジャパンブランドの下での農林水産物・食品の輸出促進  
 ・日本食、食文化のブランド化 等

**国際展開戦略**  
 ◎海外市場獲得のための戦略的取組

〇新たな政府横断的なクールジャパン推進体制の構築  
 ・「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た新たな各省連携プロジェクトの創出  
 ・在外公館を活用した発信の強化 等

クールジャパン提言 (H26.8.26CJムーブメント推進会議取りまとめ)

「日本再興戦略」改訂2015 (H27.6.30閣議決定)

※「新たに講ずべき具体的施策」

**戦略市場創造プラン**  
 ◎世界を惹きつける地域資源で稼ぐ地域社会の実現  
 ◆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

〇ジャパンブランドの推進  
 ・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た日本食と日本産酒類の海外展開の推進 等

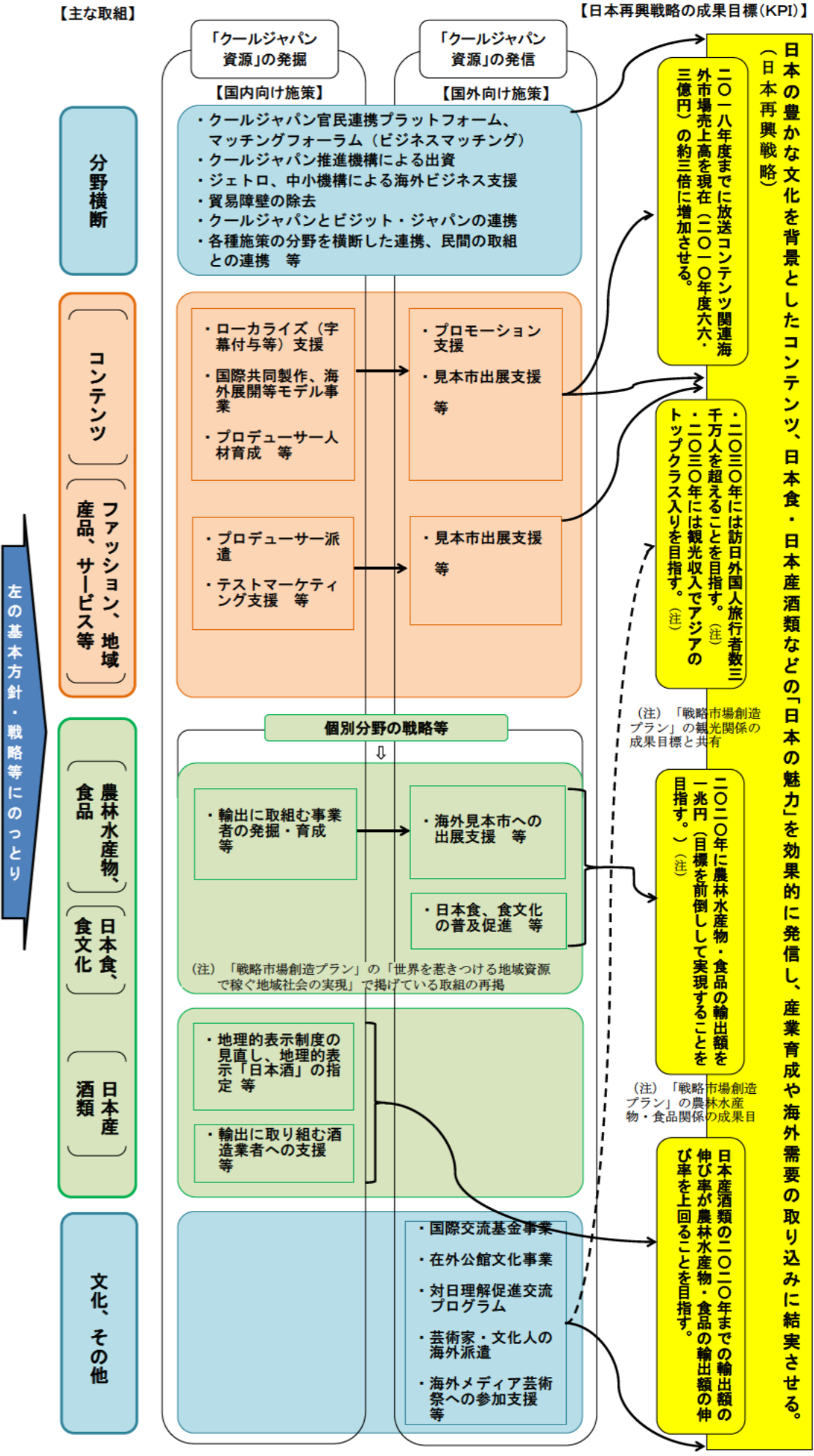
◆観光資源等のポテンシャルを活かし、世界の多くの人々を地域に呼び込む社会

〇インバウンド新時代に向けた戦略的取組  
 ・地域の魅力を伝える放送コンテンツの海外展開支援による地方への誘客 等

**国際展開戦略**  
 ◎海外市場獲得のための戦略的取組

〇コンテンツを核としたクールジャパンの推進  
 ・官民連携プラットフォームの立ち上げ  
 ・非コンテンツ分野の事業者も交えたマッチングフォーラムの開催 等  
 ・クールジャパン機構、JETRO等の協力も得つつ、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

クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ (H27.6.17クールジャパン戦略推進会議取りまとめ)(注)



我が国の経済成長につなげる。(クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ)

クールジャパンの推進に関する政策評価の評価チャート（総合性確保評価）（未定稿）

評価の対象とする政策	日本再興戦略、知的財産政策に関する基本方針等に基づき各府省が講じているクールジャパンの推進に関する各種施策・事業		
対象とする政策の目的	クールジャパンの推進		
評価の観点	評価の対象とする施策・事業		主な着眼点・調査内容
	日本再興戦略等における各種施策・事業【関係府省庁部局】		
	日本再興戦略における成果指標		
<p>クールジャパンの推進を図るための各種施策が、総体としてどの程度効果を上げているか。</p> <p>【有効性】 ○クールジャパン機構、ジェトロ等による事業者支援は有効に機能しているか。 ○クールジャパンとビジット・ジャパンの連携は有効に機能しているか。 ○各種施策の分野を横断した連携、民間の取組との連携は有効に機能しているか。 ○ローカライズ、プロモーション、プロデューサー派遣等による事業者支援は有効に機能しているか。 ○国自らが行う日本の魅力の発信、芸術文化等の発信、人材交流等の事業は有効に機能しているか。</p> <p>【効率性】 ○より少ない財政負担で狙った効果を得られているか。</p>	<p><b>1 分野横断的施策・事業</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>クールジャパン機構による出資【経済産業省商務情報政策局】</li> <li>ジェトロ、中小機構による海外ビジネス支援【経済産業省、農林水産省食料産業局】</li> <li>貿易障壁の除去【国税庁課税部、農林水産省、経済産業省商務情報政策局等】</li> <li>クールジャパンとビジット・ジャパンの連携【経済産業省商務情報政策局、観光庁国際観光課】等</li> <li>各種施策の分野を横断した連携、民間の取組との連携【各省庁】</li> </ul> <p><b>2 個別分野における施策・事業</b></p> <p><b>(1) コンテンツ等</b></p> <p>ア コンテンツ（映像、音楽、ゲーム、書籍等）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ローカライズ（字幕付与等）支援【総務省情報流通行政局、経済産業省商務情報政策局】</li> <li>プロモーション支援【経済産業省商務情報政策局】</li> <li>国際共同製作、海外展開等モデル事業等【総務省情報流通行政局、経済産業省商務情報政策局、外務省大臣官房、観光庁国際観光課】</li> <li>見本市出展支援【経済産業省商務情報政策局】</li> <li>プロデューサー人材育成【同上】等</li> </ul> <p>イ ファッション、地域産品、サービス等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>プロデューサー派遣【経済産業省商務情報政策局】</li> <li>見本市等出展支援【同上】</li> <li>テストマーケティング支援【同上】等</li> </ul> <p><b>(2) 食</b></p> <p>ア 農林水産物・食品の輸出の拡大などグローバルな「食市場」の獲得【農林水産省食料産業局】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>輸出に取り組む事業者の発掘・支援等</li> <li>日本食、食文化の普及推進等</li> </ul> <p>イ 日本産酒類【国税庁課税部等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地理的表示制度の見直し（H27.10.30 施行）、地理的表示「日本酒」の指定（H27.12.25）</li> <li>輸出に取り組む酒造業者への支援等</li> </ul> <p><b>(3) 文化</b></p> <p>ア 日本の魅力の発信、交流【外務省大臣官房】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>国際交流基金事業</li> <li>在外公館文化事業</li> <li>対日理解促進交流プログラム等</li> </ul> <p>イ 芸術文化・伝統文化の発信、交流</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>芸術家・文化人の海外派遣【文化庁長官官房】</li> <li>海外メディア芸術祭への参加支援【文化庁文化部】等</li> </ul> <p><b>(4) その他</b> 【各省庁】</p>	<p>◆2030年には訪日外国人旅行者数3千万人を超えることを目指す。</p> <p>◆2030年には観光収入でアジアのトップクラス入りを目指す。</p> <p>◆2018年度までに放送コンテンツ関連海外市場売上高を現在（2010年度66.3億円）の約3倍に増加させる。</p> <p>◆2020年に農林水産物・食品の輸出額を1兆円（目標を前倒して実現することを目指す。）</p> <p>◆日本産酒類の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す。</p>	<p>【主な着眼点】</p> <p>I 成果目標についての進捗状況等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>成果目標については進捗しているか。</li> <li>成果目標に寄与する関連施策及びそれを構成する事務事業はどのように構成されているか。</li> <li>ロジックモデルを作成し、政策意図の明確化、成果目標の再設定を行うことが必要ではないか。</li> </ul> <p>II 事務事業の有効性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>成果目標への寄与度が高いと考えられる事務事業を選定し、その分析を通じて有効性を検証。</li> </ul> <p><b>1 分野横断的施策・事業</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>官民の出資によって設立されたクールジャパン機構の活動はどのように行われているかなど、クールジャパン機構を通じたクールジャパン推進に関する施策が有効に機能しているか。</li> <li>ジェトロ等による輸出に取り組む事業者の発掘・支援はどのように行われているか。</li> <li>貿易障壁の除去に対する取組はどのように行われているか。進捗しているか。</li> <li>「訪日外国人増加に向けた共同行動計画」（H25.6.20 観光庁・JNTO、経済産業省・ジェトロ）に基づくクールジャパンとビジット・ジャパンの連携は有効に機能しているか。更に連携する余地はないか。</li> <li>各種施策の分野を横断した連携、民間の取組との連携は有効に機能しているか。更に連携する余地はないか。</li> </ul> <p><b>2 個別分野における施策・事業</b></p> <p><b>(1) コンテンツ等</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>支援を受けた事業者は海外販路開拓に成功したか。成功していない場合その理由は何か。支援を受けていない事業者と比べてどうか。</li> </ul> <p><b>(2) 食</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>輸出に取り組む事業者の発掘・支援はどのように行われているか。更に工夫する余地はないか。</li> <li>日本食、食文化の普及推進はどのように行われているか。更に工夫する余地はないか。</li> </ul> <p><b>(3) 文化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>日本の魅力、芸術文化の海外発信、交流及び対日理解促進のための人材交流はどのように行われているか。更に工夫する余地はないか。</li> </ul> <p>【主な調査内容】</p> <p>(本省)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>成果目標に寄与する関連施策及びそれを構成する事務事業の把握、ロジックモデルの作成試行</li> <li>各府省等による海外販路開拓に取り組む事業者の発掘・支援策等の把握、有効性の評価</li> <li>国際交流基金事業、在外公館文化事業、対日理解促進交流等の有効性の評価</li> <li>芸術家・文化人の海外派遣等の有効性の評価</li> <li>クールジャパンとビジット・ジャパンの連携の実態、各種施策の分野を横断した連携の実態等の把握、有効性の評価</li> </ul> <p>(局所)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>各府省の出先機関、ジェトロの地方事務所、地方公共団体等による事業者の発掘・支援状況を把握</li> <li>支援を受けた事業者の海外販路開拓状況を把握。海外販路開拓に成功していない場合、その理由（貿易障壁を含む。）の把握（支援を受けずに海外販路開拓に成功した事業者がいる場合、それとの比較を実施）。事務事業の有効性の評価</li> <li>クールジャパンとビジット・ジャパンの連携の実態、各種施策の分野を横断した連携の実態等の把握、有効性の評価</li> </ul>
	<p>・成果目標に比して国費の投入額が過大となっていないか。</p> <p>・関係機関において重複する取組はないか。</p>		