

(5) 分野横断

ア 新興国における見本市出展・テストマーケティング等支援（経済産業省）

(7) 施策・事務事業の概要

経済産業省は、新興国（中国、ASEAN、南西アジア、中東、ロシア・CIS、中南米及びアフリカ）における中小企業を始めとした我が国企業の海外展開を支援することを目的に、見本市開催、ミッション（視察団）派遣・招へい、ロビイング活動等を支援する「新興国市場開拓事業」を実施している。

新興国市場開拓事業のうち、クールジャパン関連商材・サービス（コンテンツ、食品、デザイン製品・ファッション等）を取り扱う事業者を支援対象とするものは以下の事業である。

① ミッション・見本市等出展支援事業（平成 26 年度から実施）

成長著しい新興国において、日本の生活文化の特色を生かした魅力ある商品・サービスを総合的に取り扱う事業者向け見本市開催等に必要な経費を補助するものである。平成 29 年度からは、経済産業省が事業者を募集する事業から経済産業省の補助を受けた JETRO が事業者を募集する事業に変更されている。

② テストマーケティング等支援事業（平成 26 年度から 28 年度まで実施）

クールジャパン関連商材・サービスを取り扱う製造・流通・広告等事業者が連携して行うテストマーケティングに必要な経費を補助するものである。平成 28 年度をもって廃止されている。

①事業については、図表 3-(5)-ア-①のとおり、平成 26 年度は 5 か国、27 年度は 7 か国において実施されている。②事業については、図表 3-(5)-ア-①のとおり、平成 26 年度は 4 件、27 年度は 3 件、28 年度は 3 件実施されている。

なお、経済産業省は、①事業の類似の事業である「クールジャパンの芽の発掘・連携促進事業（うちクールジャパン・ワールド・トライアル事業）」を平成 25 年度に委託により実施している。

図表 3-(5)-ア-① 新興国における見本市出展・テストマーケティング等支援の事業実績
(①の単位：国、②の単位：件)

区分	平成 26 年度	27 年度	28 年度
①ミッション・見本市等出展支援事業	5	7	—
②テストマーケティング等支援事業	4	3	3

(注) 経済産業省の資料に基づき、当省が作成した。

(イ) 把握結果

i) 経済産業省の事前分析表・政策評価書及び行政事業レビューシートにおいては、新興国市場開拓事業に係る成果目標はあるものの、ミッション・見本市等出展支援事業及びテストマーケティング等支援事業に特化した成果目標はない。

ii) ミッション・見本市等出展支援事業の実績をみると、図表 3-(5)-ア-②のとおり、平成 26 年度及び 27 年度に延べ 12 か国で開催した見本市等において 131 事業者が出展し、約 1,000 人が来場している。商談件数は約 670 件であるが、成約件数・成約金額は未把握である。この理由について、経済産業省は、同事業は、クールジャパン関連商材・サービスを総合的に取り扱う消費者向け見本市が開催されていない新興国において同見本市を開催することが目的であり、成約率を高めることなどを目的としていなかったためと説明している。

なお、「新興国市場開拓事業（うちミッション・見本市等出展支援事業）」の予算額は、前述の項目第 2 の 2 の図表 5 のとおり、平成 26 年度は 0.8 億円、27 年度は 0.9 億円となっている。

また、テストマーケティング等支援事業はテストマーケティングによりクールジャパン関連商材・サービスに対するニーズや関連規制を把握等することを目的としており海外売上を目的とするものではないが、平成 26 年度及び 27 年度にテストマーケティング等支援事業の支援を受けた延べ 7 案件に係る海外売上高は、図表 3-(5)-ア-③のとおり、合計で約 2,900 万円である。

なお、「新興国市場開拓事業（うちテストマーケティング等支援事業）」の予算額は、前述の項目第 2 の 2 の図表 5 のとおり、平成 26 年度は 1.0 億円、27 年度は 0.6 億円、28 年度は 0.5 億円となっている。

図表 3-(5)-ア-② ミッション・見本市等出展支援事業の実績

(単位：事業者、件、人)

区分	実施国	クールジャパン関連商材	出展者数	商談件数	来場者数
平成 26 年度	インドネシア	コンテンツ、ファッション	9	92	160
	インド	伝統産品、コンテンツ等	11	46	55
	ベトナム	ファッション、食品、生活雑貨等	31	94	150
	ロシア	ファッション、食品、日本酒	23	154	140
	メキシコ	食品、日本酒、雑貨	7	—	115
		計		81	386
27 年度	タイ	コンテンツ、日本食	5	21	45
	マレーシア	ファッション	8	27	45
	中国	ファッション	4	33	50
	インドネシア	コンテンツ	8	50	90
	ベトナム	食品、ファッション、コンテンツ等	11	42	70
	トルコ	食品、伝統産品等	9	41	45
	ロシア	食品、コンテンツ等	5	71	40
		計		50	285
	合計		131	671	1,005

(注) ミッション・見本市等出展支援事業の事業報告会資料及び実績報告書の「補助事業の効果」に基づき、当省が作成した。数値の記載のないものは「－」としている。また、事業報告会資料（毎年3月開催）と実績報告書（毎年4月提出）で数値の異なるものは実績報告書の数値を採用した。

図表 3-(5)-ア-③ テストマーケティング等支援事業の実績 (単位：千円)

区分	実施国・地域	クールジャパン関連商材・サービス	売上額
平成 26 年度	タイ	地域産品	27
	インドネシア、タイ、ベトナム	サッカーグッズ等	－
	ベトナム	美容サービス	6,999
	カンボジア	ファッション、地域産品等	－
27 年度	香港、中国	伝統産品	321
	シンガポール、ASEAN 加盟国	ファッション	5,149
	タイ	ファッション	16,000
合計			28,496

(注) テストマーケティング等支援事業の実績報告書の「補助事業の効果」に基づき、当省が作成した。数値の記載のないものは「－」としている。また、実績報告書において外貨で記載されているものは、当時の為替レートに基づき、当省が邦貨に換算して記載した。

イ クールジャパン機構への出資（経済産業省）

(7) 施策・事務事業の概要

クールジャパン機構は、我が国の生活文化の特色を生かした魅力ある商品又は役務の海外における需要及び供給の拡大を通じて我が国経済の持続的な成長に資することを目的として、株式会社海外需要開拓支援機構法（平成 25 年法律第 51 号）に基づき、政府及び民間企業の出資によって平成 25 年 11 月に設立された認可法人であり、海外における需要の開拓を行う事業活動や当該事業活動を支援する事業活動に対する投資等を業務として行うとされている。

クールジャパン機構に係る財政投融資計画額（注）は、図表 3-(5)-イ-①のとおり、平成 25 年度から 28 年度までの合計で 1,100 億円であり、運用額（政府出資額）は 586 億円である。

（注） 財政投融資とは、税財源によらず、国債の一種である財投債の発行によって調達した資金などを財源とする、国による投融資活動であり、財政投融資計画とは、財政投融資の予定額を財投機関（財政投融資を活用する政府関係機関や独立行政法人等）ごとに計上した計画である。

また、民間からの出資額も合わせたクールジャパン機構への出資額（平成 29 年 10 月末現在）は、図表 3-(5)-イ-②のとおり、693 億円（政府出資 586 億円及び民間出資 107 億円の合計）である。

図表 3-(5)-イ-① クールジャパン機構に係る財政投融資計画及び運用額

（単位：億円）

区分	当初 計画 A	補正 B	補正後 計画 C	前年度 繰越額 D	改定後 現額 E=(C+D)	年度内 運用額 F	翌年度 繰越額 G	運用 残額 H=(E-F-G)
平成 25 年度	500	—	500	—	500	300	200	—
26 年度	300	—	300	200	500	—	200	300
27 年度	100	—	100	200	300	116	—	184
28 年度	170	30	200	—	200	170	19	11
合計	1,070	30	1,100	400	1,500	586	419	495
29 年度	210	—	210	19	229	—	—	—

（注） 1 財政投融資計画に基づき、当省が作成した。

2 財政投融資計画に含まれない政府保証（保証期間が 5 年未満）があり、平成 25 年度から 28 年度までの合計で 775 億円、運用額は 0 円である。

図表 3-(5)-イ-② クールジャパン機構への出資実績

（単位：億円）

区分	平成 25 年度	26 年度	27 年度	28 年度	29 年度	合計
政府出資	300	—	116	170	—	586
民間出資	85	21	1	—	—	107
合計	385	21	117	170	—	693
（参考）株主数	(19)	(24)	(25)	(25)	(25)	(25)

- (注) 1 クールジャパン機構の資料に基づき、当省が作成した。
2 平成 29 年度は、29 年 10 月末現在の実績である。

(イ) 把握結果

i) 経済産業省の事前分析表・政策評価書の「クールジャパン機構への出資」に係る測定指標・目標値については、図表 3-(5)-イ-③のとおり、

- ① 収益性に関するもの（クールジャパン機構全体の長期収益性を平成 45 年度に 1.0 倍強にする。）、
- ② 波及効果に関するもの（一定の方法で算出した波及効果を 45 年度に 70%以上にする。）、
- ③ 民業補完に関するもの（35 年度を目途に民間からの資金が政府からの資金を上回るようにする。）、

が設定されている。

目標に対する実績は、図表 3-(5)-イ-③のとおり、①が平成 28 年度で 0.94 倍（28 年度末時点の暫定値）、②が 28 年度で 104%（処分決定案件のみを評価の対象とする 28 年度末時点の暫定値）、③が 28 年度で民間資金の割合が 75%となっている。

図表 3-(5)-イ-③ クールジャパン機構への出資に係る測定指標・目標及び実績値

測定指標	目標（目標年度）	実績値（年度）
① クールジャパン機構全体の長期収益性	1.0 倍強（平成 45 年度）	0.94 倍（28 年度） （暫定）
② 個別投資案件（EXIT（株式の譲渡等）時）の評価値（企業・業種連携／発進力／市場価値の先駆け／共同基盤の提供）を出資金額で加重平均した値	70%以上（45 年度）	104%（28 年度） （暫定）
③ 民間企業からの協調出資等の事業総額に対する割合	10 年後目処で民間からの資金が政府からの資金を上回る。（35 年度）	75%（28 年度）

- (注) 1 経済産業省の平成 28 年度実施施策に係る政策評価書に基づき、当省が作成した。
なお、官民ファンドの運営に係るガイドラインに基づきクールジャパン機構全体について設定されている KPI は、上記測定指標・目標値と同様となっている。
- 2 測定指標「海外需要開拓支援機構全体の長期収益性」の実績値は、クールジャパン機構の平成 29 年 3 月末の貸借対照表上の純資産を資本金等（資本金及び資本準備金）で除することで算出されている。
- 3 測定指標「個別投資案件（EXIT（株式の譲渡等）時）の評価値（企業・業種連携／発進力／市場価値の先駆け／共同基盤の提供）を出資金額で加重平均した値」の実績値は、「株式会社海外需要開拓支援機構支援基準」に沿って個別投資案件ごとに設定された一つ又は複数の波及効果の目標の達成状況（0 から 1 までで指数化。非公表）を出資金額で加重平均して算出されている。

ii) クールジャパン機構による支援決定実績（平成 29 年 10 月末現在）については、

図表 3-(5)-イ-④のとおり、支援決定額 524 億円、支援決定件数 24 件、処分決定件数 1 件である。

a) コンテンツ分野の投資案件は、図表 3-(5)-イ-⑤のとおり 7 件であり、支援決定額合計は 208.5 億円である。

7 件のうち 1 件（正規版日本アニメの海外向け動画配信等事業。支援決定額 10.0 億円）については、クールジャパン機構が、保有していた全株式を平成 29 年 3 月に譲渡している。

b) 農林水産物・食品分野の投資案件は、図表 3-(5)-イ-⑥のとおり 9 件であり、支援決定額合計は 110.6 億円である。

c) 観光分野の投資案件は、図表 3-(5)-イ-⑦のとおり 3 件であり、支援決定額合計は 63.0 億円である。

d) デザイン製品・ファッション分野の投資案件は、図表 3-(5)-イ-⑧のとおり 4 件であり、支援決定額合計は 130.1 億円である。

e) 分野横断的な投資案件は、図表 3-(5)-イ-⑨のとおり 1 件であり、支援決定額は 11.0 億円である。

図表 3-(5)-イ-④ クールジャパン機構による支援決定額等の実績(単位:億円、件)

区分	平成 25 年度	26 年度	27 年度	28 年度	29 年度	合計
支援決定額	0	318	68	67	70	524
実投資額	0	215	71	24	46	356
年度末借入金残額	0	0	0	0	0	0
支援決定件数	0	12	3	5	4	24
投資実行件数	0	7	6	4	5	22
処分決定件数	0	0	0	1	0	1

(注) 1 平成 29 年 10 月末現在の実績について、クールジャパン機構の資料に基づき、当省が作成した。四捨五入などのため、各年度の金額の計と合計が一致しない場合がある。

2 「支援決定額」・「実投資額」・「年度末借入金残額」・「支援決定件数」・「投資実行件数」については、クールジャパン機構が平成 29 年 10 月末時点で支援決定額を公表している案件に係る実績である。

3 「処分決定件数」については、クールジャパン機構が平成 29 年 10 月末時点で処分決定を公表している案件の件数である。

4 「支援決定額」については、一部外貨建てとなっており、為替の影響により金額に変動がある（以下の図表 3-(5)-イ-⑤・⑥・⑦・⑧・⑨において同じ。）。

5 このほか平成 29 年 12 月に支援決定案件 1 件（支援決定額 5 億円）、30 年 3 月に支援決定案件 2 件（①支援決定額約 16 百万米ドル、②支援決定額 12 億円）が公表されている。

図表 3-(5)-イ-⑤ クールジャパン機構の投資案件（コンテンツ分野）(単位:億円)

件名	支援決定年月	支援決定額	処分実績
① アニメキャラクター商品等海外向けネット販売事業	平成 26 年 9 月	15.0	—

② アジア各国向けエンターテインメント番組製作・発信事業	26年10月	10.0	—
③ 正規版日本アニメの海外向け動画配信等事業	26年10月	10.0	処分済み
④ 映像ローカライゼーション事業	26年12月	75.0	—
⑤ 日本コンテンツの海外向け有料衛星放送事業	27年2月	44.0	—
⑥ 海外におけるアニメクリエイター等育成スクール事業	27年3月	4.5	—
⑦ アジア広域でのライブホール展開事業	29年4月	50.0	—
合計	—	208.5	—

(注) 1 経済産業省の資料等に基づき、当省が作成した。なお、経済産業省は、上記の投資案件を「メディア・コンテンツ」分野の投資案件として整理している。

2 このほか平成30年3月にコンテンツ分野の支援決定案件2件（①支援決定額約16百万米ドル、②支援決定額12億円）が公表されている。

図表3-(5)-イ-⑥ クールジャパン機構の投資案件（農林水産物・食品分野）

（単位：億円）

件名	支援決定年月	支援決定額	処分実績
① 日本食材のコールドチェーン整備事業	平成26年9月	9.3	—
② シンガポールにおけるジャパンフードタウン事業	26年12月	7.5	—
③ 世界主要都市における外食産業・日本食材の海外展開基盤支援事業	26年12月	20.0 (うち融資枠 13.0)	—
④ 米国における日本茶カフェ展開支援事業	27年3月	2.6	—
⑤ 中東向け食品・農林水産物の海外展開インフラ整備事業	28年2月	57.0	—
⑥ 中東における外食・小売店舗展開事業	28年5月	3.0	—
⑦ 台湾・中国における日系外食企業向け食品加工事業	28年9月	3.0	—
⑧ 香港における日本産青果物輸出版売事業	29年4月	3.7	—
⑨ イギリスにおける飲食・小売事業	29年7月	4.5	—
合計	—	110.6	—

(注) 1 経済産業省の資料等に基づき、当省が作成した。なお、経済産業省は、上記の投資案件を「食・サービス」分野の投資案件として整理している。

2 このほか平成29年12月に農林水産物・食品分野の支援決定案件1件（支援決定額5億円）が公表されている。

図表3-(5)-イ-⑦ クールジャパン機構の投資案件（観光分野）

（単位：億円）

件名	支援決定年月	支援決定額	処分実績
① 瀬戸内地域の観光産業振興ファンドへのLP出資	平成28年3月	10.0	—
② 訪日外国人旅行者に対応した民間仲介サービス事業	28年4月	3.0	—
③ 観光・インバウンド関連のICTベンチャーファンドへのLP出資	28年11月	50.0	—
合計	—	63.0	—

(注) 経済産業省の資料等に基づき、当省が作成した。なお、経済産業省は、上記の投資案件を「インバウンド」分野の投資案件として整理している。

図表 3-(5)-イ-⑧ クールジャパン機構の投資案件（デザイン製品・ファッション分野）
（単位：億円）

件名	支援決定年月	支援決定額	処分実績
① マレーシアにおける商業施設（ジャパンモール）事業	平成 26 年 9 月	10.7	—
② 中国における商業施設（ジャパンモール）事業	26 年 9 月	110.0	—
③ パリでの日本の地域産品の欧州展開支援事業	27 年 11 月	1.2	—
④ 日本発ファッションブランド海外事業	29 年 2 月	8.2	—
合計	—	130.1	—

(注) 経済産業省の資料等に基づき、当省が作成した。なお、経済産業省は、上記の投資案件を「ライフスタイル」分野の投資案件として整理している。

図表 3-(5)-イ-⑨ クールジャパン機構の投資案件（分野横断）
（単位：億円）

件名	支援決定年月	支援決定額	処分実績
海外需要開拓を狙うベンチャー企業を支援するファンドへの LP 出資	平成 29 年 6 月	11.0	—
合計	—	11.0	—

(注) 経済産業省の資料等に基づき、当省が作成した。

ウ 日本の魅力の発信（在外公館文化事業）（外務省）

(7) 施策・事務事業の概要

外務省は、対日理解の促進や親日層の形成を目的に、在外公館が管轄地域において外交活動の一環として日本文化紹介を行う在外公館文化事業を実施している。

具体的には、映画会、音楽会、日本食文化紹介（レクチャー・デモンストレーション）、版画・陶芸・郷土玩具・日本人形・書道・カレンダー・折り紙作品・生け花等の展示やワークショップ、スポーツ関連事業（柔道・空手等武道デモンストレーション）、ポップカルチャー関連事業（マンガフェア）、日本語関連事業（作文コンクール、日本語弁論大会）等が行われている。事業数は、図表 3-(5)-ウ-①のとおり、平成 24 年度から 28 年度まででみると、年間 2,342 件から 2,466 件となっている。

なお、在外公館数（実館数）は、平成 29 年 1 月現在で 220 である。

図表 3-(5)-ウ-① 在外公館文化事業の事業数

（単位：件）

平成 24 年度	25 年度	26 年度	27 年度	28 年度
2,425	2,342	2,439	2,466	2,342

（注） 外務省の資料に基づき、当省が作成した。

(4) 把握結果

i) 外務省の事前分析表・政策評価書、行政事業レビューシートにおける在外公館文化事業の定量的な成果目標は、「在外公館文化事業評価における A 評価及び B 評価の総数が総事業件数の 95%以上」である。在外公館文化事業評価とは、在外公館自らが在外公館文化事業について、参加者数、人脈形成への貢献、アンケート結果、参加者コメント、メディアによる評価等を総合的に勘案して、4 段階評価（A（効果が特に大）、B（相当の効果あり）、C（効果が少ない）、D（効果がなく今回限りとする））で事業目的の達成度合いを評価するものである。

成果目標に対する実績は、図表 3-(5)-ウ-②のとおり、平成 24 年度は 95.6%、25 年度は 97.6%、26 年度は 96.9%、27 年度は 92.3%、28 年度は 98.2%であり、27 年度を除いて目標は達成されている。

本事業については、平成 25 年度の「秋のレビュー」で外務省の行う文化芸術交流事業の PDCA サイクルは必ずしも十分に確立されておらず、適切な成果指標を設定する取組等が必要である旨の指摘がされたこと及び「行政事業レビューチーム提言」（平成 28 年 12 月 14 日自由民主党行政改革推進本部行政事業レビューチーム）において事業の成果を測る適切な成果目標を設定すべき旨の提言が行われたことを踏まえ、外務省は、25 年度から 27 年度にかけて評価モデル案の作成と試行を行い、29 年度からは当該成果目標に加え、①「在外公館文化事業への参

加者の対日理解度（5段階評価）における A 評価及び B 評価の総数を 80%以上とする」（注）、②「在外公館文化事業への参加者の初参加率の平均を 30%以上とする」という 2 つの成果目標を在外公館文化事業の成果目標に加えることを決定している。

（注） 外務省は、在外公館に示す在外公館文化事業の手引において、「原則として、やむを得ない事情がない限りアンケートをとり、参加者の反応等を客観的に把握する」よう在外公館に指示しており、アンケート案の様式を示している。同アンケート案には、事業目的である「対日理解の促進」及び「親日層の形成」に対応した質問項目（「今回の事業で日本文化への関心や理解が深まりましたか。」）が設けられている。

なお、在外公館文化事業の予算額は、前述の項目第 2 の 2 の図表 5 のとおり、平成 24 年度は 2.3 億円、25 年度は 2.4 億円、26 年度は 2.4 億円、27 年度は 4.4 億円、28 年度は 3.1 億円となっている。

図表 3-(5)-ウ-② 在外公館文化事業の成果目標と実績

（単位：件、%）

定量的な 成果目標	成果指標		平成 24	25	26	27	28
			年度	年度	年度	年度	年度
A 評価及び B 評価の総数が総事業件数の 95%以上	事業実施後は事業報告で公館による評価を義務付けており、総事業件数に対する A 評価及び B 評価の総数を成果指標とする（A 評価+B 評価/総件数）。	A 評価及び B 評価の総数 (a)	2,319	2,285	2,364	2,276	2,300
		総事業件数 (b)	2,425	2,342	2,439	2,466	2,342
		(a/b)	95.6	97.6	96.9	92.3	98.2

（注） 外務省の平成 27 年度行政事業レビューシート（事業番号 74）、28 年度行政事業レビューシート（事業番号 0095）、29 年度行政事業レビューシート（事業番号 0097）に基づき、当省が作成した。

ii) 今回、当省が、調査対象在外公館（注）7 館における平成 25 年度から 28 年 12 月末までの在外公館文化事業の実施状況を調査したところ、図表 3-(5)-ウ-③のとおり、当該 7 館が実施した在外公館文化事業 646 事業のうち 104 事業（16.1%）が報道で取り上げられており、その総件数は 271 件となっている。

（注） 調査対象とした在外公館は、①在シンガポール日本国大使館、②在中華人民共和国日本国大使館、③在マレーシア日本国大使館、④在アメリカ合衆国日本国大使館、⑤在ニューヨーク日本国総領事館、⑥在英国日本国大使館、⑦在フランス日本国大使館である。

図表 3-(5)-ウ-③ 調査対象在外公館における在外公館文化事業の実施状況（平成
25年4月～28年12月末）（単位：件、％）

調査対象在外公館名	事業数(a)	報道があった 事業数(b)	b/a	総報道件数
在シンガポール日本国大使館	208	51	24.5	117
在中華人民共和国日本国大使館	117	0	0	0
在マレーシア日本国大使館	36	20	55.6	57
在アメリカ合衆国日本国大使館	161	4	2.5	19
在ニューヨーク日本国総領事館	20	10	50.0	22
在英国日本国大使館	68	17	25.0	46
在フランス日本国大使館	36	2	5.6	10
合計	646	104	16.1	271

(注) 1 当省の調査結果による。

2 「事業数(a)」は、平成25年4月から28年12月末までの事業実施件数の合計である。在マレーシア日本国大使館の事業実施件数には、ユタキナバル領事事務所で実施された事業実施件数も含まれる（「報道があった事業数(b)」、「総報道件数」についても同様）。

3 「報道があった事業数(b)」は、平成25年4月から28年12月末までの事業実施件数のうち、報道があった事業件数の合計である。ただし、記録が残っていないなどの理由で報道件数が把握できなかった事業については、報道がなかったものとして整理している。

4 「総報道件数」は、平成25年4月から28年12月末までの総報道件数の合計である。

エ 外務省による日本企業支援（外務省）

(7) 施策・事務事業の概要

外務省は、多くの日本企業が海外市場に向けて国際ビジネスを展開している中、新興国を中心とする海外の経済成長の勢いを日本経済に取り込むことを目的に、日本企業の海外展開を支援している。

具体的には、「日本企業の海外における活動支援のためのガイドライン」（平成 13 年 8 月外務省策定。26 年 7 月改訂）に基づき従前から行ってきた日本企業支援を強化するため、外務省経済局内に平成 27 年 9 月に「官民連携推進室」を設置し、クールジャパンの推進にも関連した以下の取組等を行っている。

① 日本企業支援担当官等による日本企業支援

ほぼ全ての在外公館に置かれた日本企業支援担当官が日本企業からの相談・支援要請に対応し、必要に応じて外務省本省とも連携して情報提供や相手国政府への申し入れ等を行っている。

また、農林水産省が公表した輸出戦略（項目第 3 の 3(2)イ参照）に定められた重点国等 58 か国・地域（平成 29 年 11 月末現在）に日本企業支援担当官（食産業担当）を置き、農林水産物・食品の輸出等についての相談・支援要請に対応している。

② プロモーションイベント等のための在外公館施設の活用

商品展示会、物産展・試食会、ビジネスセミナー、現地企業・関係機関との交流会等の会場として在外公館施設を活用している。

(イ) 把握結果

i) 外務省の事前分析表・政策評価書及び行政事業レビューシートにおいて、日本企業支援に係る定量的な成果目標はない。

ii) 今回、当省が、調査対象在外公館 7 館における平成 27 年度から 28 年 12 月末までの日本企業支援の実施状況を調査したところ、以下のとおり、在外公館による日本企業支援が海外展開につながったと考えられる事例等がみられた。

① 平成 27 年 2 月、在ニューヨーク日本国総領事館において、米国のレストランオーナー、ソムリエ、フードライター等を招いた日本酒 PR イベントを日本酒造組合中央会と連携して実施した。

② 平成 27 年 9 月、在マレーシア日本国大使公邸において日本企業 20 社が農林水産物・食品の魅力をマレーシアの食品関係企業にアピールするレセプションを JETRO と連携して実施し、翌日の JETRO 主催の商談会においては日本企業とマレーシアの企業 40 社との間で 205 件の商談が行われ、このうち 169 件が成約に至った（商談成約率約 82%）。

③ 平成 27 年 9 月、在英国日本国大使館において、JAPAN Tourism Week オープ

ニングセレモニーの機会を利用して伝統工芸品の展示及び和牛・酒等の特産品プロモーションを実施した。

- ④ 平成 27 年 11 月、在フランス日本国大使館公邸において、鹿児島県の焼酎メーカーから依頼を受けて鹿児島料理と焼酎を広めるためのレセプションを実施した。
- ⑤ 平成 27 年 12 月、在アメリカ合衆国日本国大使公邸において、日本企業等と連携し、天皇誕生日祝賀レセプションの機会を利用して日本食、日本酒の PR、訪日プロモーション等を実施した。
- ⑥ 平成 28 年 6 月、在シンガポール日本国大使館において、関東経済産業局及びシンガポールの政府系機関であるデザインシンガポール・カウンシルと連携して、広域関東圏の伝統工芸品を中心とした展示を実施した。
- ⑦ 平成 28 年 7 月から 8 月まで、在中華人民共和国日本国大使館が中国国家観光局等に対し、海外旅行取扱業務の許可について働きかけを行った結果、訪日旅行商品を取り扱う日系旅行会社が上海で初めて海外旅行取扱業務の許可を得た。

なお、「外務省による日本企業支援」の予算額は、前述の項目第 2 の 2 の図表 5 のとおり、平成 24 年度は 0.2 億円、25 年度は 0.2 億円、26 年度は 0.2 億円、27 年度は 0.6 億円、28 年度は 1.1 億円（当初予算 0.7 億円及び補正予算 0.4 億円の合計）となっている。

オ 日本の文化芸術の発信支援（文化交流使の派遣）（文部科学省（文化庁））

(7) 施策・事務事業の概要

文化庁は、諸外国における日本文化への理解及び我が国と諸外国の芸術家・文化人等の連携協力を推進し、もって国際文化交流の振興を図るため、文化交流使を海外に派遣する文化交流使事業を平成 15 年度から実施している。

文化交流使は、芸術家、文化財専門家、文化人、文化関係の研究者その他の国際文化交流の振興に係る活動を行う者のうち一定の要件を満たす者の中から、学識経験者等により構成される文化交流使事業委員会の意見を踏まえて、文化庁長官によって指名される。現行の文化交流使には、i) 長期派遣型、ii) 東アジア諸国に派遣される東アジア文化交流使の 2 類型があり、i) 長期派遣型の場合原則として 1 か月以上 1 年以内、ii) 東アジア文化交流使の場合原則として 1 週間から 2 週間程度、それぞれ活動国において専門分野における実演、実技指導、講演、講義、上映、展示、共同制作、情報交換等を継続的に行うこととされている。活動に当たっては交通費、現地滞在費、現地での活動経費等が支給される。

文化交流使の指名数は、調査対象とした平成 24 年度から 28 年度まででみると、図表 3-(5)-オ-①のとおり、年に 10 人から 14 人となっている。

図表 3-(5)-オ-① 文化交流使の指名数（平成 24～28 年度）（単位：人）

区分	平成 24 年度	25 年度	26 年度	27 年度	28 年度
文化交流使の指名数	13	14	13	10	12
長期派遣型（注 2）	10	8	8	7	6
東アジア文化交流使（注 3）	3	6	5	3	6

(注) 1 文化庁の資料に基づき、当省が作成した。

2 「長期派遣型」の平成 24 年度及び 25 年度については、同類型が設けられる前の類型である「海外派遣型」の指名数を記載している。

3 「東アジア文化交流使」は、平成 26 年 11 月の第 6 回日中韓文化大臣会合での合意に基づき設けられている。「東アジア文化交流使」の平成 24 年度及び 25 年度については、同類型が設けられる前の類型である「短期指名型」の指名数を記載している。

なお、26 年度の「東アジア文化交流使」については、文化交流使事業に係る予算以外の予算により派遣されており、文部科学省の行政事業レビューシート上の指名数は 0 人となっている。

(イ) 把握結果

i) 文部科学省の事前分析表・政策評価書、行政事業レビューシートにおける成果目標は、「文化交流使の活動が、基準（注）を上回って活発に行われること」である。

(注) 基準は「指名数（人）×期間（月）×活動回数（原則月 8 回以上）」であり、活動回数は、活動地間の移動や活動準備に要する時間を考慮し、週に最低 2 回の活動を行うことを想定して設定されている。

同成果目標が設定された平成 26 年度以降の目標に対する実績をみると、図表 3-(5)-オ-②のとおり、26 年度は目標 248 回（派遣期間中に全文化交流使が行う活動回数の合計）に対して実績が 484 回、27 年度は目標 216 回に対して実績が 558 回、28 年度は目標 432 回に対して実績が 603 回となっており、いずれの年度においても目標は達成されている。

なお、「文化交流使の派遣」の予算額は、前述の項目第 2 の 2 の図表 5 のとおり、平成 24 年度は 0.8 億円、25 年度は 0.7 億円、26 年度は 0.7 億円、27 年度は 0.7 億円、28 年度は 0.7 億円となっている。

図表 3-(5)-オ-② 文化庁文化交流使事業の成果目標等

(単位:回、%)

定量的な成果目標	成果指標		平成 24	25	26	27	28
			年度	年度	年度	年度	年度
文化交流使の活動が、基準を上回って活発に行われること <指名数×期間(月)×活動回数(原則月 8 回以上)で測定>	文化交流使の活動回数	成果実績	905	878	484	558	603
		目標値	—	—	248	216	432
		達成度	—	—	195	258	140

(注) 1 文部科学省の平成 27 年度行政事業レビューシート(事業番号 0393)、28 年度行政事業レビューシート(事業番号 0376)、28 年度行政事業レビューシート(事業番号 0376)、29 年度行政評価事業レビューシート(事業番号 0384)に基づき、当省が作成した。

2 「目標値」は平成 27 年度行政事業レビューシートで新たに設定されており、24 年度及び 25 年度の目標値は設定されていない。

ii) 当省において、平成 25 年度から 27 年度までに派遣された長期派遣型の文化交流使 23 人から派遣年度や専門分野に偏りが無いよう 4 人を抽出して調査したところ、図表 3-(5)-オ-③のとおり、25 年度文化交流使である盆栽師 A 氏が 9 か国で盆栽についてのデモンストレーション、ワークショップ等を実施し、延べ約 2,500 人の参加を得ているなど、調査対象とした文化交流使は全て一定の文化交流活動を実施し同活動に一定の参加者を得ていた。

加えて、図表 3-(5)-オ-③のとおり、同氏が、文化交流使の活動について協力を得ていた外務省の在外公館主催の文化事業にて、「盆栽文化」のなかった同国に派遣されて盆栽の展示と解説等を実施するとともに、ブータン王室に招かれて国王に直接盆栽のレクチャーを行うなど、文化交流使としての活動終了後も国際文化交流に積極的に貢献している例がみられた。

図表 3-(5)-オ-③ 調査対象とした文化交流使の主な活動実績等

	活動実績等
A 氏	平成 25 年度、欧州を主な拠点に約 5 か月間の文化交流使活動を行った盆栽師の A 氏は、9 か国で盆栽についてのデモンストレーション、ワークショップ、講演等を実

	<p>施し（実演 33 回、実技指導 66 回、講演 1 回、共同制作 20 回及び情報交換 38 回）、延べ約 2,500 人の参加を得た。</p> <p>また、文化交流使の活動終了後の平成 28 年に、文化交流使の活動について協力を得ていた外務省の在外公館主催の文化事業にて、「盆栽文化」のなかった同国に派遣され、盆栽の展示と解説、デモンストレーション、ブータンの園芸関係者を対象とした研修会を実施するとともに、ブータン王室に盆栽を寄贈するなどした。ブータン王室に招かれ、国王に直接盆栽のレクチャーを行った。</p>
B 氏	<p>平成 25 年度、欧州を主な拠点に約 4 か月間の文化交流使活動を行ったキュレーター（学芸員）かつ大学教授の B 氏は、18 か国で日本の現代美術、建築及びデザインについて講演等を実施し（講演 30 回、情報交換 62 回、視察 9 回）、延べ約 1,300 人の参加を得た。</p>
C 氏	<p>平成 26 年度、欧州を主な拠点に約 2 か月間の文化交流使活動を行った食文化研究者かつ短期大学教授の C 氏は、7 か国で日本の食文化についての講演、実演、試食会等を実施し（実演 8 回、講演 3 回、情報交換 39 回、見学等 60 回）、延べ約 1,000 人の参加を得た。C 氏が任意で実施した参加者を対象としたアンケートでは、532 人から回答が得られ、回答者の約 9 割が文化交流使活動への参加を通して日本文化について興味が持てた（有効回答数 436 のうちの 392）、日本への親近感が深まった（有効回答数 532 のうちの 463）と回答した。</p> <p>また、文化交流使の活動終了後、文化交流使の活動について協力を得ていた国際交流基金ローマ日本文化会館の要請により、同館が平成 29 年に開催した日本の食生活に関する展覧会の監修・同展覧会での講演を行った。</p> <p>加えて、文化交流使の活動で協力を得ていた現地の文化人の協力により、平成 27 年にはイギリス及びスロバキア、29 年にはスウェーデンで講演会等を行った。平成 30 年には在イタリア日本国大使館の要請によりイタリア・ローマで講演会を行うことが決定している。</p>
D 氏	<p>平成 27 年度、メキシコを主な拠点に約 5 か月間の文化交流使活動を行った写真家の D 氏は、3 か国で現地写真家との対談、写真フェスティバルへの参加、文学者会議への参加、現地大学・美術館での講演・講義等を実施し（実技指導 2 回、講演 13 回、講義 3 回、撮影・視察等 91 回）、延べ約 750 人の参加を得た。</p>

(注) 1 当省の調査結果による。

2 文化交流使は基本的に一人で派遣されるため、参加者等数の記録が十分でない場合がある。

iii) 文化庁は、文化交流使に対して、日本文化の効果的な発信につながるとして、在外公館文化事業（前述の項目第 3 の 3(5)ウ参照）や国際交流基金が行う文化事業に積極的に協力するよう、また、活動計画書を作成する段階で在外公館の担当者と緊密に連絡を取るよう依頼している。

また、文化庁は、全ての在外公館及び国際交流基金海外拠点に対して文化交流使の派遣に関するニーズ調査を実施しており、その調査結果を文化交流使の選定に当たって考慮している。

今回、当省が、調査対象とした在外公館 7 館及び国際交流基金海外拠点 5 拠点における平成 25 年度から 27 年度までの文化交流使事業と在外公館文化事業・国際交流基金海外拠点が行う文化事業との連携状況を調査したところ、連携は任意であるものの、図表 3-(5)-オ-④のとおり、調査対象在外公館・国際交流基金海

外拠点が存在する国で活動した文化交流使延べ35人のうち21人(60.0%)が在外公館文化事業又は国際交流基金が行う文化事業と連携等して活動していた。主な連携例は、図表3-(5)-オ-⑤のとおりである。

図表3-(5)-オ-④ 文化交流使事業と在外公館文化事業・国際交流基金が行う文化事業との連携等実績(平成25年度～27年度) (単位:人、%)

調査対象在外公館・国際交流基金海外拠点が所在する国	調査対象在外公館・国際交流基金海外拠点が所在する国に平成25年度から27年度までに派遣された延べ文化交流使数(a)	在外公館文化事業と連携した延べ文化交流使数(b)	国際交流基金の文化事業と連携等した延べ文化交流使数(c)	(b+c) / a
シンガポール	2	2	—	2/2(100)
中華人民共和国	7	0	5	5/7(71.4)
マレーシア	1	0	1	1/1(100)
アメリカ合衆国	8	0	3	3/8(37.5)
英国	7	2	3	5/7(71.4)
フランス	10	0	6	6/10(60.0)
計	35	4	18	22/35(62.9)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 シンガポールに国際交流基金海外拠点は無い。

3 中華人民共和国に派遣された文化交流使7人には、東アジア文化交流使5人が含まれ、香港に平成25年度に派遣された文化交流使1人は含まれていない。

4 アメリカ合衆国に派遣された文化交流使8人には、平成25年度に派遣された短期派遣型の文化交流使1人は含まれていない。

5 アメリカ合衆国に係る「在外公館文化事業と連携した延べ文化交流使数(b)」については、在アメリカ合衆国日本国大使館及び在ニューヨーク日本国総領事館に係る実績を記載している。

6 アメリカ合衆国に係る「国際交流基金の文化事業と連携等した延べ文化交流使数(c)」については、国際交流基金が助成したシンポジウムで上演した文化交流使等の数を含む。

図表3-(5)-オ-⑤ 文化交流使事業と在外公館文化事業・国際交流基金が行う文化事業との主な連携例(平成25年度～27年度)

在外公館、国際交流基金海外拠点名	主な連携例
在シンガポール日本国大使館	・ 平成27年度、文化交流使E氏(振付家、劇作家等)の活動の中心である劇団の活動やその作品等について映像等を交えた講演を行う在外公館文化事業を実施(参加者数56人。報道件数1件)
国際交流基金ニューヨーク日本文化センター	・ 平成27年度、国際交流基金の舞台芸術分野の助成を受けて行われたニューヨーク市立大学大学院の演劇に係るシンポジウムに、文化交流使E氏(振付家、劇作家等)が共同制作者の一人として参加し、同氏の演劇作品を上演
在英国日本	・ 平成26年度、文化交流使C氏(食文化研究者・短期大学教授)を招き、

国大使館	ダーラム大学で開催した在外公館文化事業「ダーラム大学日本週間」において、C氏による和食紹介のレクチャー・デモンストレーションを実施。元文化交流使のH氏（囲碁棋士）の参加も得て囲碁のワークショップも実施（参加者数約700人）
国際交流基金 ロンドン 日本文化センター	<ul style="list-style-type: none"> 平成25年度、文化交流使であるB氏（キュレーター、大学教授）による講演会を同センターがアレンジしてノーリッチやグロスターで実施。また、同氏をパネリストとする日本の美術活動を議論するセミナーを実施 平成26年度、同センターが行う日本映画の巡回上映会で上映が決まっていた映画の主演俳優である文化交流使のF氏（俳優、ダンサー）が中東等に派遣された機会を利用して、同氏を英国に招き、観客との質疑応答や同氏をパネリストとする日本映画産業の現状についての討論会等を実施
国際交流基金 パリ日本 文化会館	<ul style="list-style-type: none"> 平成26年度、文化交流使であるB氏（キュレーター、大学教授）による日本の現代美術に関する講演会を実施 平成26年度、文化交流使であるC氏（食文化研究者、短期大学教授）による長野県の伝統食を紹介する講演会を実施

（注） 当省の調査結果による。

（ウ） 本事業に係る課題

文化交流使事業の実施状況を調査したところ、以下の課題がみられた。

i) 文化交流使事業と在外公館文化事業等との連携状況

平成25年度に派遣された調査対象文化交流使A氏からは、図表3-(5)-オ-⑥のとおり、現地での活動が終了する頃になって大使館や領事館から連携要請が来ることがあり、連携したい意思はあるが予定が詰まっていたため断らざるを得なかった等の意見が聴かれた。

この点について、文化庁では、近年、在外公館及び国際交流基金海外拠点へのニーズ調査の結果を基に、両機関に対する関連情報の早期提供に努めている。例えば、平成29年度文化交流使の内定の際に、29年度には文化交流使として活動できないが30年度には活動可能という候補者の情報を外務省・国際交流基金に提供する等情報の早期提供を行っている。

他方、今回調査対象とした在外公館及び国際交流基金海外拠点のうち、平成25年度から27年度の文化交流使事業と連携実績のなかった5在外公館に対し、連携しなかった理由を調査したところ、図表3-(5)-オ-⑦のとおり、3在外公館（在マレーシア日本国大使館、在アメリカ合衆国日本国大使館及び在ニューヨーク総領事館）から、文化交流使から連携要請がなかったことが挙げられた。また、同3在外公館から、在外公館文化事業の年度計画案を作成する前に文化交流使の内定情報を提供してほしい等の意見が依然として聴かれた。

図表 3-(5)-オ-⑥ 文化交流使事業と在外公館文化事業等の連携に関する調査
対象文化交流使の意見

<p>現地での活動が終了する頃になって大使館や領事館から連携要請が来ることがあり、連携したい意思はあるが予定が詰まっていたため断らざるを得なかった。より早い段階で大使館や領事館から要請があれば活動の幅が広がったかもしれない。また、より早く内定していれば、より内容がある活動計画を立てることができたと思う。</p> <p>加えて、派遣が決まれば、既に決まっていた仕事についてもキャンセルせざるを得ない。派遣期間が終わって日本に帰ってきて仕事があるとは限らず、派遣されるに当たっては「覚悟を決める」必要があった。このような点についても配慮が必要だと思う。</p> <p>(平成 25 年度文化交流使 A 氏)</p>
--

(注) 当省の調査結果による。

図表 3-(5)-オ-⑦ 平成 25 年度から 27 年度の文化交流使事業と連携実績のなかった在外公館における文化交流使事業と連携しなかった理由等

在外公館名	意見
在中華人民共和国日本大使館	平成 25 年度から 27 年度までに派遣された文化交流使 7 人のうち 5 人は東アジア文化交流使である。東アジア文化交流使は、元々国際交流基金等と連携して活動することになっており、文化交流使との連携については国際交流基金に委ねている。
在マレーシア日本国大使館	平成 27 年度に派遣された文化交流使 E 氏（振付家、劇作家等）については、同氏から連携要請がなかったため連携していない。 在外公館文化事業の年度計画立案時に文化交流使は内定していないため、年度計画に文化交流使との連携事業を盛り込むことは難しい。また、年度途中で急きょ、文化交流使事業と連携して在外公館文化事業等を実施することも難しい。
在アメリカ合衆国日本国大使館	平成 25 年度から 27 年度までに米国に派遣された文化交流使 8 人については、ワシントンに来訪がなかったため、連携していない。 在外公館文化事業の年度計画立案時に文化交流使は内定していないため、年度計画に文化交流使との連携事業を盛り込むことは難しい。また、年度途中で急きょ、文化交流使事業と連携して在外公館文化事業等を実施することも難しい。文化庁と外務省本省で調整し、可能な限り前もって文化交流使の情報を提供してほしい。
在ニューヨーク総領事館	平成 25 年度から 27 年度までに米国に派遣された文化交流使 8 人については、連携要請がなかったため、連携していない。 在外公館文化事業の年度計画立案時に文化交流使は内定していないため、年度計画に文化交流使との連携事業を盛り込むことは難しい。在外公館文化事業の年度計画を立案する前に、文化交流使の内定情報を提供してほしい。
在フランス日本国大使館	平成 25 年度から 27 年度までにフランスに派遣された文化交流使 10 人については、滞在期間中に予算上及び日程上適当な案件形成ができなかったため、連携していない。

(注) 当省の調査結果による。

ii) 文化交流使の活動地域

文化交流使の活動地域については、東アジア文化交流使の場合、中国、韓国等の東アジア諸国となっている。また、長期派遣型の文化交流使の場合、文化交流使が、最も効果的に事業を行い得るよう、過去の海外活動実績を踏まえて又は自らのネットワーク等を活用して活動場所等を手配することがある一方、周年事業（注）予定や、在外公館・国際交流基金海外拠点へのニーズ調査結果を基に、文化庁が文化交流使に対し、活動地域や活動内容についての提案を積極的に行い、その提案に基づいて文化交流使が活動地域を選ぶことがある。

（注）周年事業とは、二国間関係強化や対日理解促進を図ることを目的に、我が国との外交関係開設等、相手国との関係における歴史的出来事を記念して、その50周年、100周年といった節目となる機会等を捉えて行われる相手国との集中的な交流事業である。

平成24年度から27年度までの東アジア文化交流使を除く文化交流使の実際の活動地域をみると、図表3-(5)-オ-⑧・⑨のとおり、大洋州、中南米、中東などへの派遣実績もみられる一方、欧州が全体の57.2%、アジアが同18.4%となっており、欧州・アジアで全体の4分の3を占めている。

図表3-(5)-オ-⑧ 文化交流使の活動地域・活動国の内訳（平成24～27年度）

（単位：国、%）

地域名・国名		平成24年度	25年度	26年度	27年度	国計（割合）		地域計（割合）	
アジア	タイ	1	0	2	2	5	(3.3)	28	(18.4)
	大韓民国	0	0	1	1	2	(1.3)		
	中華人民共和国	1	1	2	0	4	(2.6)		
	ベトナム	0	3	1	2	6	(3.9)		
	その他（注3）	0	5	0	6	11	(7.2)		
大洋州		0	1	0	1	2	(1.3)	2	(1.3)
北米	アメリカ合衆国	4	4	3	2	13	(8.6)	15	(9.9)
	カナダ	0	0	1	1	2	(1.3)		
中南米		1	1	4	2	8	(5.3)	8	(5.3)
欧州	イタリア	2	3	2	2	9	(5.9)	87	(57.2)
	英国	2	2	3	2	9	(5.9)		
	ドイツ	2	5	2	1	10	(6.6)		
	フランス	0	4	3	3	10	(6.6)		
	その他（注4）	17	22	5	5	49	(32.2)		
中東		0	3	6	0	9	(5.9)	9	(5.9)
アフリカ		1	2	0	0	3	(2.0)	3	(2.0)
計		31	56	35	30	152	(100.0)	152	(100.0)

（注）1 文化庁の資料に基づき、当省が作成した。

2 平成26年度から設けられた東アジア文化交流使を除く。

3 インド、インドネシア、シンガポール、フィリピン、マレーシア、ミャンマー

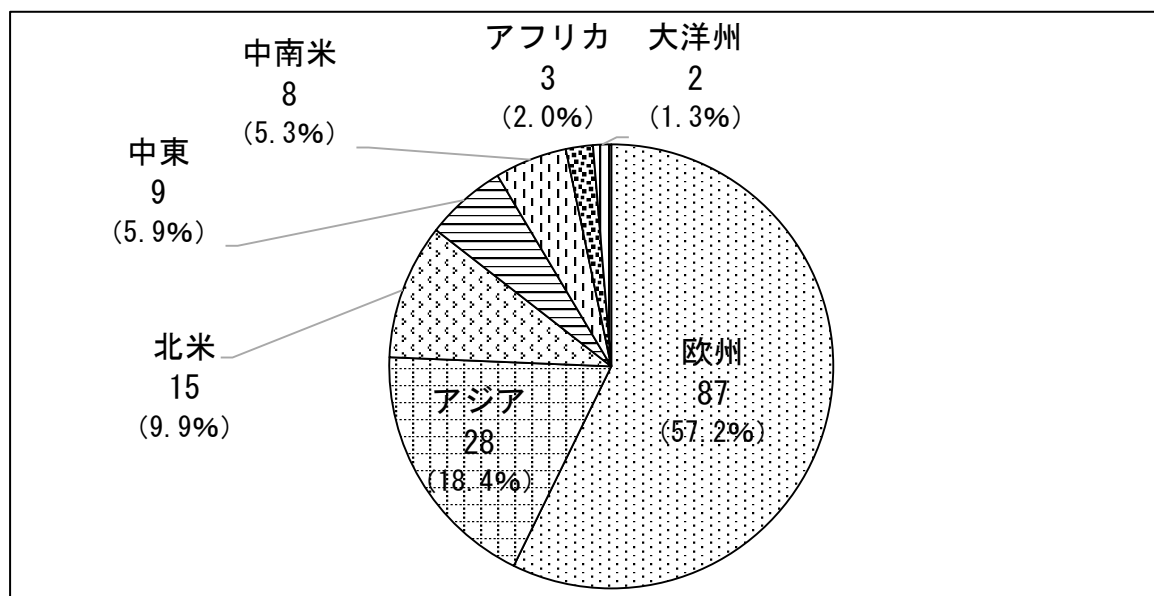
4 アイルランド、アルバニア、アルメニア、エストニア、オーストリア、オランダ、ギリシャ、ジョージア、スイス、スウェーデン、スペイン、スロバキア、スロベニ

ア、セルビア、チェコ、デンマーク、ハンガリー、フィンランド、ベラルーシ、ベルギー、ポーランド、ポルトガル、モナコ公国、ラトビア、リトアニア、ルーマニア及びロシアをいう。

5 「(割合)」は、計を100とした場合の割合である。

図表 3-(5)-オ-⑨ 文化交流使の活動地域 (平成 24～27 年度)

(単位: 国)



(注) 当省の調査結果による。

iii) 文化交流使事業を取り巻く状況

文化芸術の振興にとどまらず、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業その他の各関連分野における施策を法律の範囲に取り込むこと等を改正の趣旨として、文化芸術振興基本法が29年6月に文化芸術基本法として改正された。

文化芸術基本法第7条第1項の規定に基づき定められた「文化芸術推進基本計画」においては、平成32年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機に、「国内外で多彩な文化プログラムが展開され、国際文化交流・協力を推進するとともに、日本の文化を戦略的かつ積極的に発信し、文化芸術を通じた相互理解・国家ブランディングへの貢献を図る」ことが戦略の一つとして位置付けられ、日本の文化の戦略的な発信が改めて求められている。

こうしたことを踏まえると、文部科学省は、日本の文化芸術の発信に資するため、文化交流使の派遣を更に戦略的に進めるための方策を検討し、検討結果を文化交流使事業に反映する必要がある。

カ 海外展開の実現可能性調査等の支援（経済産業省）

(7) 施策・事務事業の概要

経済産業省は、国内需要の減少や国際競争の激化等により中小企業・小規模事業者の経営環境が厳しさを増す中、海外市場に活路を見いだそうとする中小企業・小規模事業者に対し、中小機構と連携して海外展開の様々な段階におけるニーズに応じた支援を戦略的に行うこと等を目的に、「中小企業海外展開一貫支援事業」（平成24年度）、「中小企業海外展開総合支援事業」（25年度）、「中小企業・小規模事業者海外展開戦略支援事業」（26年度から実施）を実施している。

クールジャパン官民連携プラットフォーム（前述の項目第2の3（政策の推進体制）参照）に関係機関として加わっている中小機構は、これらの事業による補助を受け、中小企業・小規模事業者が行う海外展開に関する意思決定に資することを目的に、中小企業・小規模事業者による海外展開事業計画策定に必要な実現可能性調査（F/S調査）に要する経費の一部を当該事業者に補助等する「F/S支援事業」を平成24年度から実施している。

F/S支援事業の採択事業者数は、クールジャパン関連分野（コンテンツ、農林水産物・食品、デザイン製品・ファッション、観光等）に限ってみると、図表3-(5)-カ-①のとおり、平成24年度は46事業者、25年度は42事業者、26年度は45事業者の合計133事業者である。

図3-(5)-カ-① F/S支援事業の実績 （単位：事業者）

区分	平成24年度	25年度	26年度	合計
採択事業者数（クールジャパン関連分野に限る。）	46	42	45	133

（注） 中小機構の資料に基づき、当省が作成した。

(イ) 把握結果

- i) 経済産業省の事前分析表・政策評価書、行政事業レビューシート及び経済産業大臣が定めた平成26年度から31年度までを目標期間とする「独立行政法人中小企業基盤整備機構第3期中期目標」（平成26年2月経済産業省）において、中小機構が行う中小企業・小規模事業者の海外展開支援に関する成果指標として「海外展開に潜在力のある企業の発掘数」は定められているが、F/S支援事業に関する定量的な成果目標は定められていない。
- ii) F/S支援事業は中小企業・小規模事業者が行う海外展開に関する意思決定に資することを目的としており、中小企業・小規模事業者の海外展開を目的とするものではないが、F/S支援事業の支援対象事業者の海外展開成功率をクールジャパン関連分野に限ってみると、図表3-(5)-カ-②のとおり、平成24年度は19.6%、25年度は23.8%、26年度は17.8%となっている。

なお、「中小企業海外展開一貫支援事業」、「中小企業海外展開総合支援事業」、「中小企業・小規模事業者海外展開戦略支援事業」等の予算額は、前述の項目第2の2の図表4のとおり、平成24年度は5.0億円の内数、25年度は31.5億円の内数、26年度は22.8億円の内数、27年度は45.0億円（当初予算25.0億円及び補正予算20.0億円の計）の内数となっている。

図表3-(5)-カ-② F/S支援事業の支援対象事業者の海外展開成功率

(単位：事業者、%)

区分	平成24年度	25年度	26年度	合計
採択事業者数(クールジャパン関連分野に限る。) (a)	46	42	45	133
海外展開に成功した事業者数 (b)	9	10	8	27
海外展開成功率 (b/a)	19.6	23.8	17.8	20.3

(注) 中小機構が平成27年11月に行ったフォローアップアンケートに基づき、当省が作成した。「海外展開に成功した事業者数」は、同アンケートに対して海外販売拠点設立や輸出が完了したと回答があった事業者数である。

iii) 平成24年度から26年度までにF/S支援事業の支援を受けたクールジャパン関連分野の119事業者(事業に採択された133事業者から調査対象としなかった中小機構沖縄事務所管内の14事業者を除く。)から、17事業者(海外展開に成功した8事業者及び海外展開に至っていない9事業者)を抽出して調査したところ、以下のとおり、中小機構の地域本部と検討して海外展開の対象国を変更したことにより海外展開に成功したとしている事業者がみられた。

インドネシアへの海産物輸出の実現可能性を調査するため平成26年度にF/S支援事業による助成を受けた食品製造事業者(助成額約30万円)は、中小機構中部本部と検討して輸入規制がより緩やかで海外展開の可能性が高いと考えられたマレーシアに海外展開の対象国を変更し、海外現地調査を実施した結果、海外展開に成功した。また、当該事業者については、平成27年度の海外売上高がF/S支援事業採択前の25年度と比較して約1.3倍に増加している。