

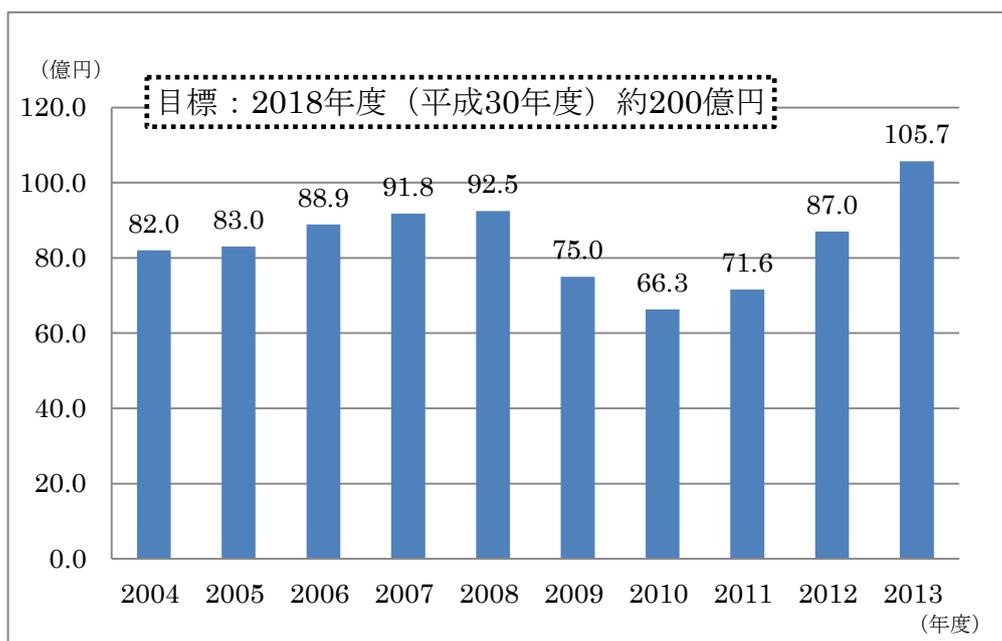
(案)

クールジャパンの推進に関する政策評価

(関 連 資 料)

1. 日本の放送コンテンツの海外輸出額	1
2. 農水産物・食品の輸出額の推移	1
3. 酒類の輸出金額の推移（品目別）	2
4. 訪日外国人旅行者数の推移	2
5. 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＞	3
6. 日本再興戦略（平成 25 年 6 月 14 日閣議決定）＜抜粋＞	5
7. 「日本再興戦略」改訂 2014（平成 26 年 6 月 24 日閣議決定）＜抜粋＞	8
8. 「日本再興戦略」改訂 2015（平成 27 年 6 月 30 日閣議決定）＜抜粋＞	9
9. 訪日外国人増加に向けたビジット・ジャパン、クール・ジャパン、 インベスト・ジャパンに関する取組の連携について（観光庁・JNTO、 経済産業省・ジェトロ共同計画）（平成 25 年 6 月 20 日）	11
10. クールジャパンの推進に関する主な関連事業と関連 KPI	16

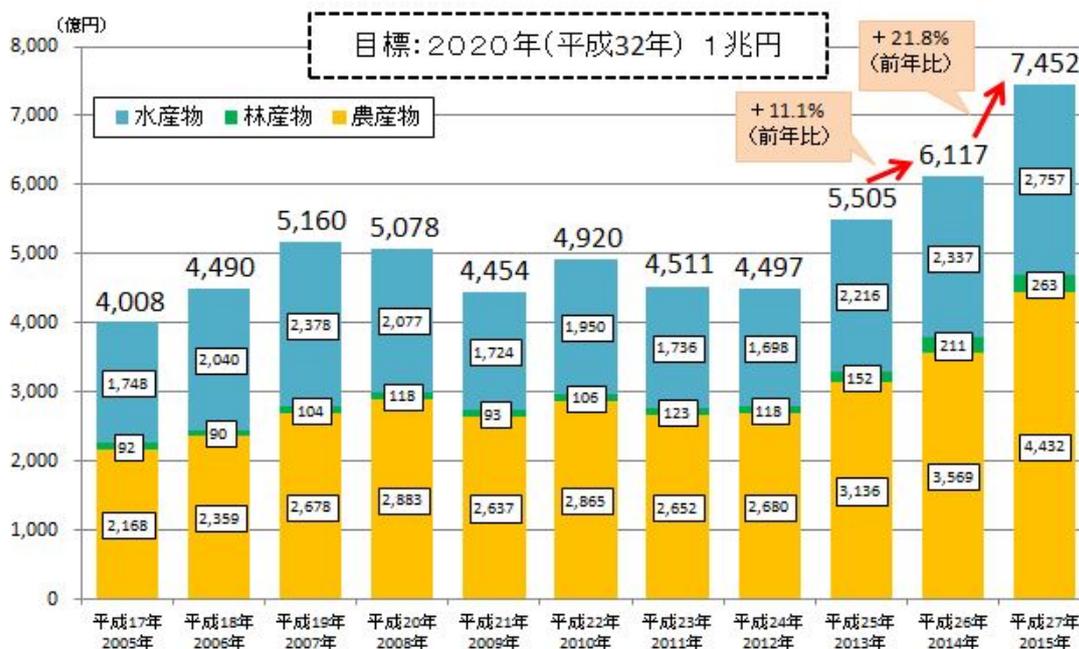
1. 日本の放送コンテンツの海外輸出額



(注1) 総務省情報通信政策研究所の資料に基づき総務省行政評価局が作成した。

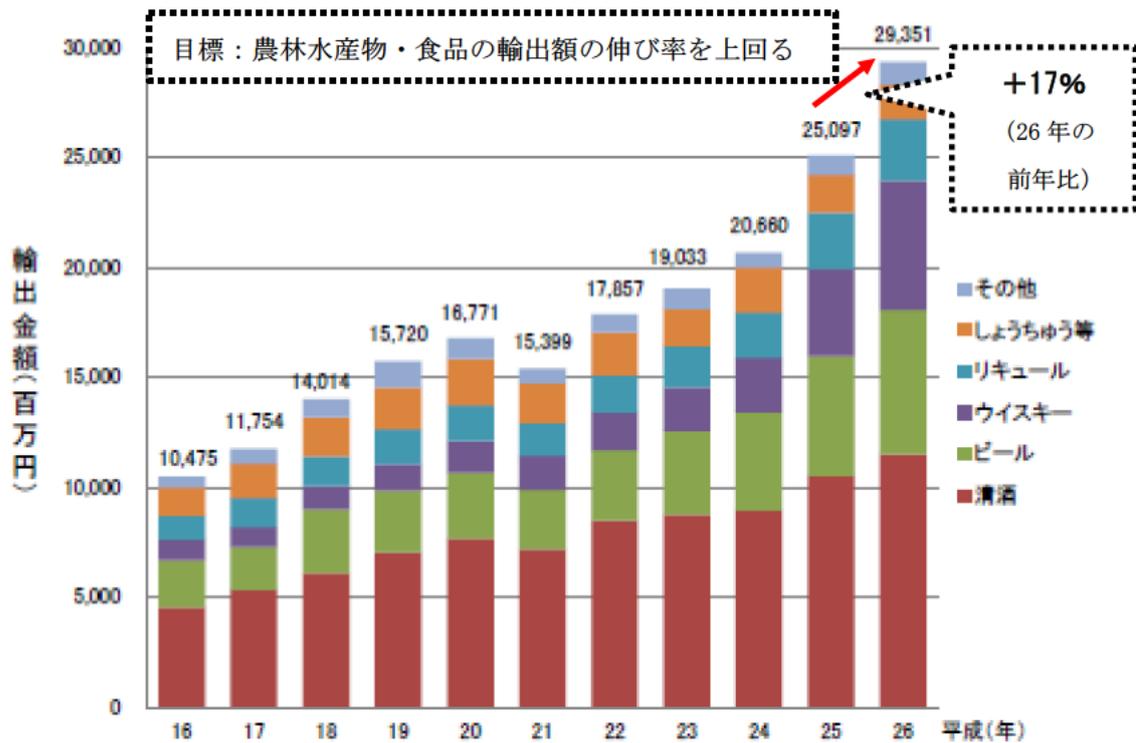
(注2) 2004年度から2009年度までは、番組放送権のみの輸出額。2010年度以降は番組放送権以外の関連輸出額を含む。

2. 農林水産物・食品の輸出額の推移



(注) 農林水産省の資料に基づき総務省行政評価局が作成した。

3. 酒類の輸出金額の推移（品目別）



出典：内閣官房 日本産酒類の輸出促進連絡会議資料（2015年9月17日）
（※図中の目標、前年比に係る記述は総務省行政評価局で追記）

4. 訪日外国人旅行者数の推移



(注) 国土交通省の資料に基づき総務省行政評価局が作成した。

5. 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。

3 デジタル・ネットワーク社会に対応した環境整備

この数年、多様な表示デバイス、クラウドネットワーク、ソーシャルサービスといったメディアの刷新が起こるとともに、スマートテレビのような新しい機器・端末の市場が生み出されている。コンテンツ自体の利用方法も多様化し、また、コンテンツ自体のプラットフォーム化、すなわち利用の度にクラウド上のコンテンツにアクセスする形態などが生まれており、それに伴い、新たなビジネスモデルが構築されつつある。さらに、コンテンツ自体についても、従来のようにクリエイターが作成するコンテンツのみならず、ユーザーが作成するもの、教育コンテンツ、公共セクターが保有する公共データ、ビッグデータに含まれるコンテンツにまでその範囲が広がるとともに、コンテンツが活用される場面も、教育・医療・電子商取引にまで広がるなど、従来の文芸やエンターテインメントにとどまらない変容・拡大を見せている。

しかしながら、コンテンツに係る流通プラットフォーム構築のグローバル競争において、我が国は他国に遅れを取っており、今後世界最高水準のプラットフォームを見据えた取組を強化する必要がある。また、中小・ベンチャー企業の割合が高いという特徴を有するコンテンツ産業の市場拡大に向けた環境醸成が求められている。さらに、近年急激に市場が成長している電子書籍などについて、より一層の普及拡大に向けた支援の必要性が高まっている。

ビッグデータの活用の進展により大量の情報が産業の様々な分野で利用され、情報端末や機器の間におけるコンテンツの流通量が急激に拡大している。このような状況においては、コンテンツ政策が産業競争力と直結することから、コンテンツ政策の立案に当たっては、コンテンツ産業のみならず関連産業全体を見通した視点が不可欠となっている。新しい産業の創出を促し、文化の発展を続けるためには、コンテンツに係る権利者と利用者の利害対立の構造を超えた柔軟な制度設計を構築することにより、コンテンツの活用と再生産につながるサイクルを生み出す必要がある。

このような状況を踏まえ、コンテンツの世界展開を支えるデジタル・ネットワーク社会に対応した環境整備に関する施策を総合的に展開するとともに、特に以下の施策に重点的に取り組むこととする。

- (1) 消費財産業など他産業への波及効果が高いコンテンツ産業に対して、資源配分の重点化や施策の充実を図る。
- (2) 放送番組の二次利用などを促進するため、複雑な権利処理手続を一元的に管理する窓口機関を整備するなど、権利処理の円滑化のための取組を推進する。
- (3) インターネットを活用したユーザーが作り出す新たなコンテンツの創造と自由な利用の促進や新たな産業の創出環境の整備を図るため、著作権関連制度の見直しや円滑なライセンス体制の構築など制度の在り方等について検討を行い、必要な措置を講ずる。
- (4) (略)

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。

6. 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】

7. 「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・重要性の高いテーマ・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。

8. 「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。

9. 訪日外国人増加に向けたビジット・ジャパン、クール・ジャパン、インベスト・ジャパンに関する取組の連携について（観光庁・JNTO、経済産業省・ジェトロ共同行動計画）（平成25年6月20日）

I. 海外での訪日観光促進に関する連携

1-1 観光庁・JNTOが作成した映像集の放映・活用

観光庁・JNTOが作成した日本の魅力を発信する映像集「DISCOVER the SPIRIT of JAPAN」について、ジェトロのホームページにリンクを張るとともに、国内外のジェトロ事務所にDVDを送付し、イベント等で随時放映・活用する。

経済産業省は、コ・フェスタやJAPACON等で設置するホームページにおいて映像集のリンクバナーを張るように促す。加えて、「コ・フェスタ留学生アンバサダー」に映像集を視聴してもらい、映像の効果的な活用方法や併せて発信すべき情報等を観光庁・JNTOに対してフィードバックする。

1-2 観光庁・JNTOが実施する在外公館等連携事業での連携強化

観光庁・JNTOが、在外公館及びジェトロをはじめとする日本の関連機関等との連携により実施する在外公館等連携事業について、ジェトロの参加を促進する。

平成25(2013)年度は外務省と観光庁との案件採択後、採択事業を両者で共有し、事業実施地での連携の可能性を検討する。

平成26(2014)年度以降はジェトロとJNTOの事務所間で案件形成時からより密接に相談し、ジェトロの参加を促進する。

※平成24(2012)年度は23市場44件のうち、7件にジェトロが参加。

1-3 観光庁・JNTOが実施する官民連携事業案件形成へのジェトロの協力

観光庁・JNTOが在外日系企業のブランドやプラットフォーム等を活用し、官民連携して訪日観光をPRする官民連携事業について、ジェトロは同事業に関心を持つ、あるいは持ちそうな企業を観光庁・JNTOに紹介する。

1-4 海外見本市やイベントにおける訪日観光PR

ジェトロは、出展する海外の見本市、イベント等において、訪日観光PRのための映像放映やパンフレット配布、ポスター展示等を行う（広報素材はJNTOより送付）。また、観光庁・JNTOは、必要に応じ、ジェトロの出展ゾーンに訪日PRブースを設置し、PR活動を行う。その際、一般的な情報提供に留まらず、可能な限り当該見本市やイベントのテーマに沿った観光情報提供を行う。

観光庁・JNTOは、参加する旅行博等において、クール・ジャパンと観光情報が一体となったPRを行う。

1-5 インセンティブ旅行（報奨旅行）のPR

ジェトロは、在外日系企業、あるいは進出予定の日系企業に対し、JNTOがインセンティブ旅行の目的地としての日本をPRする機会の設定を働きかける。機会が得られた際には、JNTOが当該企業に対してPRを行う。

II クール・ジャパンとビジット・ジャパンの連携による訪日観光促進

※クール・ジャパンの推進は、第1段階として、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し、第2段階として、現地で関連商品、サービス等を販売し、第3段階として、日本に関心をもっていた外国人を実際に日本に呼び込むことで消費を促す段階の3つに分けている。この3段階の流れを実現するため、両者は連携し、訪日観光を促すための情報提供等を行う。

2-1 クール・ジャパンとビジット・ジャパンの国内（海外メディア、バイヤー招聘事業等）における連携

観光庁・JNTOは、クール・ジャパン事業実施地域に関連する情報発信を行い、クール・ジャパンコンテンツから想起される観光地（総本山、聖地）への訪日を促す。

ジェトロが行うメディアやバイヤー等の招聘事業において、招聘者に対し、経済産業省はクール・ジャパン採択事業案件の情報提供や視察等の支援を行うことで、クール・ジャパンコンテンツの情報発信を促す。また、観光庁・JNTOは、こうした機会を訪日観光に活用するため、必要に応じ、これら招聘者に観光情報の提供等の支援を行う。なお、戦略的な事業実施のため、観光庁・JNTO、経済産業省・ジェトロ（以下、「四者」という。）は招聘事業にかかる情報共有を可能な限り行う。

経済産業省は、観光庁・JNTOが実施するイベントが、コ・フェスタのパートナーイベント化することを奨励、支援する。

観光庁・JNTOは、メディア招請のうち、可能なものについて実施時期をコ・フェスタ開催期間と合致するよう調整し、コ・フェスタの海外PRを支援する。観光庁・JNTOは、メディア招請の実施にあたって、コンテンツ特区等と連携を検討し、可能なものについてコンテンツ特区等が制作した映像コンテンツを活用した訪日観光PRを実施する。

多様なクリエイティブ産業の発展を支援・促進し、東京をアジアの重要なクリエイティブ・ハブに育成することを目的とした「クリエイティブ東京」の取組について、観光庁・JNTOは情報発信を行い、訪日を促す。

2-2 クール・ジャパンとビジット・ジャパンの海外展開における連携

経済産業省は、コンテンツ事業者が制作したプロモーション効果の高い魅力あるコンテンツを観光庁・JNTOに提供し、観光庁・JNTOはこれらの素材を訪日プロモーションにおいて活用する。また、経済産業省が実施するクール・ジャパンの海外展開事業において、可能な範囲で、ジェトロは、海外事務所を通じた現地情報の提供や、主催する展示会等でのプロモーションの実施等の支援、協力をを行い、観光庁・JNTOは映像放映やパンフレット配布、ポスター展示等の訪日観光プロモーションを行う。その際、一般的な情報提供に留まらず、可能な限り当該事業のテーマに沿った観光情報提供を行う。

経済産業省は、コ・フェスタに参画するイベント等が出展する海外の国際見本市、イベント等において、訪日観光PRのための映像放映やパンフレット配布、ポスター展示等を行う。

経済産業省は、コ・フェスタにおいて開催するイベントの出展ゾーンに訪日PRの機会を提供し、観光庁・JNTOによるPR活動の支援を行う。

経済産業省は、「ジャパン・コンテンツ・ローカライズ&プロモーション支援助成金（J-LOP）」のプロモーション事業に関係するコンテンツ関連企業に対して、観光庁の映像や各種関連の支援策の利用を促すため、J-LOP事務局のホームページにリンクをはり、コンテンツ関連企業が活用できる観光庁の映像や、観光庁・JNTO・ジェトロの関連支援策を紹介する。

経済産業省は、クール・ジャパン戦略推進事業の事業者が海外での販路開拓に向けて 現地で 行うテストマーケティング等の機会を通じて、事業者に対して可能な範囲でインバウンド誘致にも資する取組を行うよう働きかける。

2-3 観光庁・JNTO・ジェトロ実施事業とクール・ジャパンの相互連携

観光庁は、ビジット・ジャパンに関係する事業者に対して、J-LOPのプロモーション支援等に関する情報提供を行う。

ジェトロは、J-LOP事務局と協力し、J-LOP助成案件を進出日系企業に紹介する等、連携を促進する。

観光庁・JNTO・経済産業省・ジェトロは、在外公館と協力して、J-LOP助成案件と各種のイベント間の連携を促進する。

2-4 クール・ジャパンと一体となった日本ブランドの発信

日本関連コンテンツのローカライズ・プロモーション支援、新たに創設される株式会社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、四者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。

Ⅲ. 国内の地域資源の海外展開に合わせた訪日観光促進

3-1 地域資源、クール・ジャパン関係製品を取り扱う生産者、企業等に対する訪日旅行促進と合わせた取組の啓発、働きかけ

ジェトロの輸出促進活動の顧客である生産者、企業等（特に農産物や伝統産品等の地域資源、ファッション、コンテンツ、デザイン等クール・ジャパン関係製品を取り扱う者）に対して、ジェトロは、コンサルティングやセミナー等の場を通じて、海外販路開拓活動と地域の観光資源の海外PRを一体化して実施することで、地域資源の海外展開及びインバウンド誘致の両方に資する旨を啓発するとともに、こうした活動の実践を働きかける。

JNTOは、コンテンツ特区等が出展する国際見本市等の機会において、JNTOの持つ現地旅行関係事業者とのネットワークを紹介することで、インバウンドに向けた取組を支援する。

3-2 ジェトロとJNTOの協働による観光地域づくりと海外展開

ジェトロの国内事務所が取り組む輸出促進の活動のうち、観光と結びつけた地域振興に繋がる事案について、JNTOは訪日促進に関するアドバイスを実施するなどの協力を行う。こうして得られた地域づくりの成果について、ジェトロ、JNTO双方が国内外に発信する。

3-3 ジェトロが招聘する海外バイヤーに対するビジット・ジャパンの支援

地域資源やクール・ジャパン関連製品等の海外販路開拓支援のため、ジェトロが招聘するバイヤー、メディア、ブロガー等が滞在延長等を希望する場合、観光についても発信力がある者について、可能な範囲で、訪日観光の情報発信を条件として、観光庁・JNTOが各種アレンジメント等のメディア支援を行う。

また、ジェトロがバイヤー招聘のプログラムの一環としてエクスカージョンを実施する場合、観光庁・JNTOは、必要に応じ、情報提供や日本の魅力についてのバイヤーへの説明等の支

援を行う。

3-4 ジェトロとJNTOの協働による国内の産業観光、テクニカルビジット資源等の発掘

ジェトロは、国内事務所を通じて、海外からの視察や観光客の受入に関心のある企業や工場等の情報を収集し、ジェトロ、JNTO双方が協力して、当該企業等と調整し、それらを産業観光、テクニカルビジット、ユニークベニュー等の資源として海外にPRする。

IV. ビジット・ジャパンとインベスト・ジャパンの連携による訪日観光促進

4-1 ジェトロが行う観光インフラ関連企業誘致における連携

観光関係企業の誘致において、必要に応じ観光庁・JNTOが日本のインバウンド観光施策や取組の紹介、ビジット・ジャパンによる支援の可能性を紹介する。また、JNTOは、ジェトロの要請により、対日投資に関心のある観光関連企業に対して、必要に応じ観光関係情報や業界関係情報を提供する。

更に、ジェトロは、こうした企業に対して、インセンティブ旅行の目的地としての日本をJNTOがPRする機会の設定を働きかける。

V. 日本を国際的なプラットフォームとする取り組み

5-1 国際的な見本市の活用

ジェトロは、日本が競争力を有する産業分野を対象に、国内外の関係者が一同に介する国際的な専門見本市を活用し、日本企業の商談機会の拡大・提供を支援する。シンポジウムなど多種の併催イベントも含めて定期的を開催することにより、日本がその分野の“メッカ”として世界的に認知され、人、技術、情報など総合的な結節点（プラットフォーム）となることを目指す。観光庁・JNTOは、併催イベント開催を検討するとともに、海外でのPRを行うことで、より多くの集客に協力する。

5-2 海外からの撮影隊誘致

映画やテレビを見た人がその撮影された場所を実際に訪問したり、映像で取り上げられた商品を購入するといった波及効果が大きいことから、海外からの撮影隊誘致に積極的な地域のフィルム・コミッションを支援すべく、ジェトロでは、コンテンツ関係者が集まる商談会等の海外のイベントを活用したPRの場を提供する。JNTOは、海外からの問い合わせに対応して、コンテンツ特区に指定された地域など熱心な地域の自治体やフィルム・コミッションの紹介を行う。

VI. 組織間の連携促進のための各種協議体制

6-1 四者会合の実施

四者は随時会合を開催し、連携状況の確認及び更なる推進を図る。（事務局はJNTOとジェトロが協力して務める。）

6-2 ジェトロの国内事務所長会議、海外地域別の所長会議へのJNTOの参加

JNTOは、上記会議において、訪日旅行の現状、ビジット・ジャパン等の施策の説明を行い、更なる連携を協議する。

6-3 地方運輸局と経済産業局・ジェトロ国内事務所間の連携

経済産業局、ジェトロ国内事務所は、複数の自治体等が連携した地域の観光推進組織や地方運輸局が開催する観光関係会議等に参加し、情報共有や連携を進める。

VII. 組織間連携担当窓口

観光庁 国際交流推進課

JNTO 海外マーケティング部

経済産業省 商務情報政策局 クリエイティブ産業課、メディアコンテンツ課

ジェトロ 生活文化・サービス課

10. クールジャパンの推進に関する主な関連事業と関連KPI

クールジャパン関連予算：平成28年度政府予算案 376億円
 平成27年度予算 353億円
 平成27年度補正予算 107億円

施策	主な関連事業	関連KPI(日本再興戦略)
①分野横断	<ul style="list-style-type: none"> ・クールジャパン機構への出資(平成27年度100億円・平成28年度170億円、経) ・ビジットジャパン関連事業(平成27年度80億円の内数・平成28年度85億円の内数、国) 	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 実績：2015年約1,974万人 ・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。
②コンテンツ等	<ul style="list-style-type: none"> ・放送コンテンツの海外展開総合支援事業(平成27年度補正12.0億円、総) ・放送コンテンツ海外展開助成事業(平成28年度新規2.2億円、総) ・コンテンツ産業強化対策支援事業(平成27年度7億円・平成28年度7億円、経) 	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 実績：2013年度105.7億円 (「日本再興戦略」改訂2015記載の実績)
③食	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出総合サポートプロジェクト事業(平成27年度14億円・平成28年度15億円、農) ・日本食・食文化魅力発信プロジェクトのうち日本食・食文化普及推進総合対策(平成27年度11億円、農) ・食文化発信による海外需要フロンティア開拓加速化事業(平成28年度新規8億円、農) 	<ul style="list-style-type: none"> ・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。) 実績：2014年6,117億円→2015年7,452億円(22%増) ・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。 実績：2013年251億円→2014年294億円(17%増)
④文化等	<ul style="list-style-type: none"> ・在外公館文化事業(平成27年度4億円・平成28年度3億円、外) ・国際交流基金事業(平成27年度135億円の内数・平成28年度129億円の内数、外) ・対日理解促進交流プログラム(平成27年度新規29億円・平成28年度33億円、外) ・芸術家・文化人等による文化発信推進事業－文化庁「文化交流使」の派遣等－(平成27年度0.7億円・平成28年度0.7億円、文) 	

(注)「クールジャパン関連予算」については、内閣官房知的財産戦略推進事務局調べによる。クールジャパン関連の施策を含むものの金額を明確に分離できないものは除いている。