

「クールジャパンの推進に関する政策評価」 取りまとめの方向性

I 政策・施策、総務省調査の概要

- ◆ 「日本再興戦略-Japan is Back-」(H25.6閣議決定)において、「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」として、「放送コンテンツ関連海外市場売上高」等の成果目標(KPI)を設定し、各種事業を実施
- ◆ 今般の総務省による調査(政策評価)においては、①成果目標(KPI)の達成状況の分析、②施策の効果を把握するため、i)海外展開支援の受け手企業に対する調査による実際の海外売上高等の把握、ii)海外展開支援を行う機関(関係府省、独立行政法人等)に対する調査、③日本の魅力を発信する文化事業を行う機関(関係府省、独立行政法人)に対する調査を実施
⇒ 調査結果を踏まえ、今後の政策推進のための課題を把握

II 主な事務事業

(注) 主に H24~27 年度事業について各府省資料に基づき総務省作成 (H24~26 年度: 当初予算と補正予算がある場合は合計額。H27 年度: 当初予算額のみ)



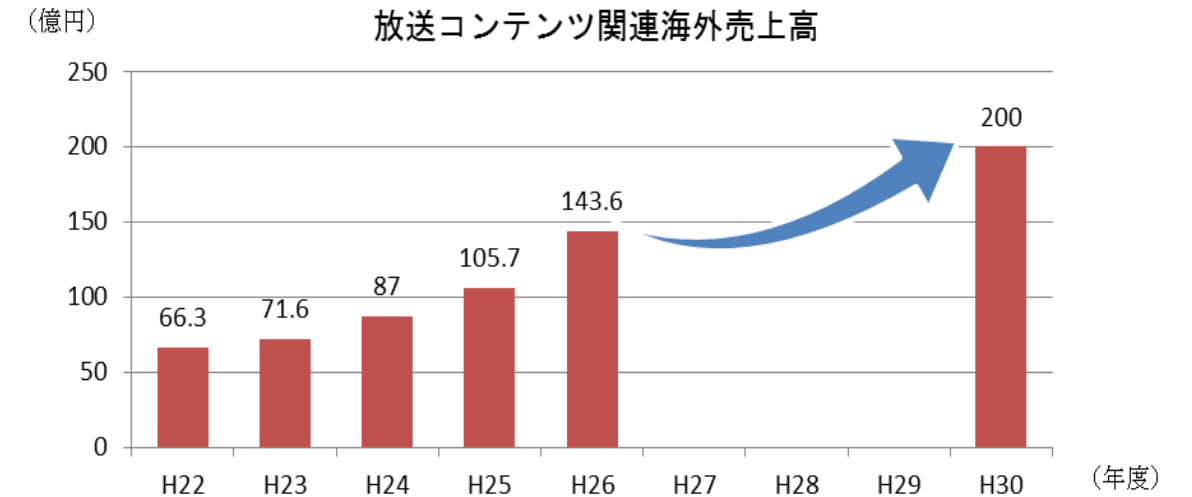
Ⅲ 日本再興戦略の成果目標（KPI）の進捗状況

(1) 放送コンテンツ関連海外売上高

○ 日本再興戦略の成果目標（KPI）：

「平成 30 年度までに放送コンテンツ関連海外売上高を、現在（H22 年度 66.3 億円）の約 3 倍に増加」

→ H26 年度は、目標達成期間に対する経過期間の割合以上に、KPI が目標達成に向けて進捗（H26 年度で必要な値 132.6 億円を上回る）



(注) 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作成

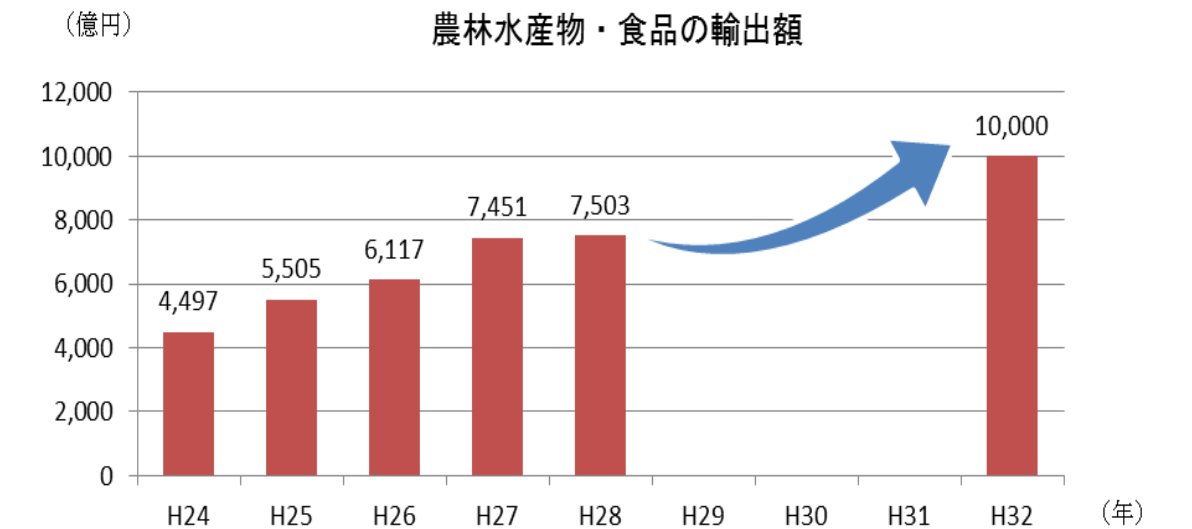
(2) 農林水産物・食品の輸出額

○ 日本再興戦略の成果目標（KPI）：

「平成 32 年に農林水産物・食品の輸出額を 1 兆円」(注)

(注) 「日本再興戦略 2015」において「輸出額 1 兆円目標の前倒し」

→ 目標達成期間に対する経過期間の割合以上に、KPI が目標達成に向けて進捗（H28 年で必要な値 7,249 億円を上回る）



(注) 農林水産省の資料に基づき総務省行政評価局作成。平成 28 年は速報値

(3) 日本産酒類

○ 日本再興戦略の成果目標（KPI）：

「日本産酒類については、平成 32 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。」

→ H24～28 年の伸び率は、農林水産物・食品の輸出額伸び率を上回る（日本産酒類の輸出額（H28）：H24 を 100 とした場合 208.1）
（農林水産物・食品の輸出額（H28）：H24 を 100 とした場合 166.8）

	H24	H25	H26	H27	H28
日本産酒類の輸出額 (単位：億円)	207	251	294	390	430

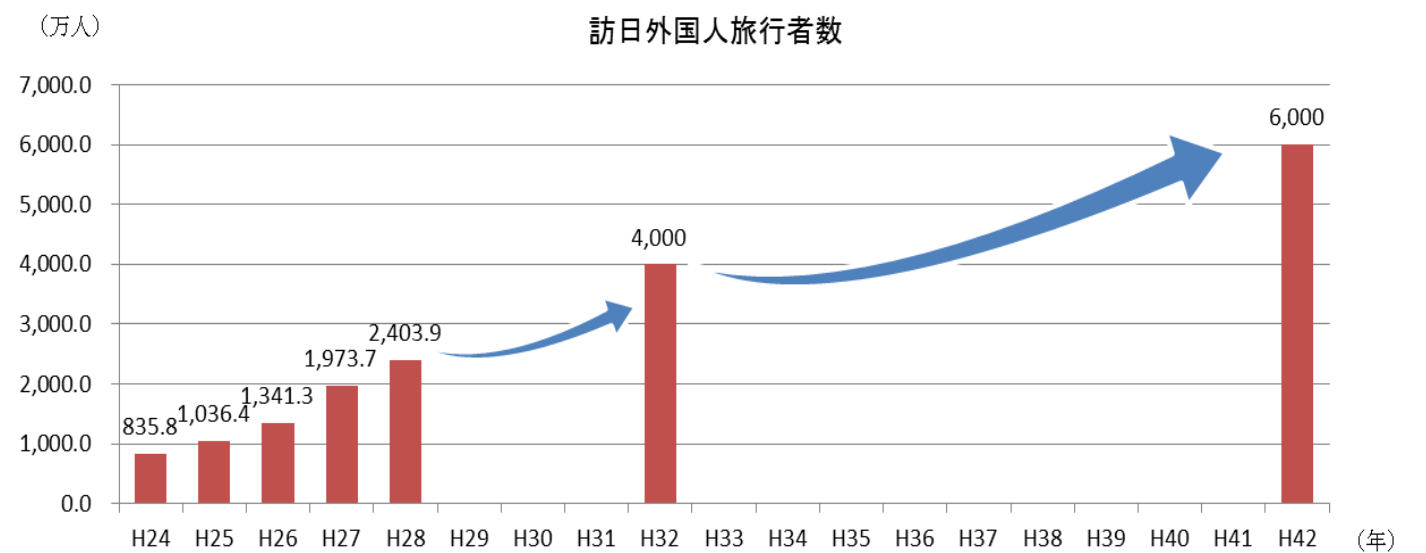
(4) 訪日外国人旅行者数

○ 日本再興戦略の成果目標（KPI）：

訪日外国人旅行者数 H25：1,000 万人、H32：2,000 万人、H42：3,000 万人

→ H25：1,036 万人、H28：2,404 万人で、KPI 達成

→ 「日本再興戦略 2016」において、H32 年：4,000 万人、H42 年：6,000 万人に KPI を引き上げ



(注) 国土交通省の資料に基づき総務省行政評価局作成

(5) 観光収入

○ 日本再興戦略の成果目標（KPI）：

「観光収入でアジアのトップクラス入りする（平成 23 年はアジア 10 位）。」

→ H27 アジア 5 位で、KPI 達成

→ 「日本再興戦略 2016」において、「訪日外国人旅行消費額を平成 42 年に 15 兆円とすることを旨とする」という新たな KPI を設定

産業政策

【評価の観点】

- ・ クールジャパンの政策目標・KPI に関連する施策は、その政策目標・KPI の達成に向けたものとして有効か、効率的か。

【評価手法】

- ・ 支援を受けた事業者の海外売上高の増加を把握し、支援策による海外売上高の増加が KPI の進捗にどの程度寄与したかを分析
この分析や支援を受けた事業者の成功事例等の分析から、支援策がクールジャパンの推進に有効であるか評価
- ・ 支援を受けた事業者の海外売上高が助成額に比してどうなっているかを把握し、助成額に比して売上高が著しく低い場合等に原因を分析
この分析や支援を受けた事業者の海外展開成功事例等の分析から、支援策がクールジャパンの推進に効率的であるか評価
- ・ 関係機関の連携によるクールジャパンの推進が有効に、効率的に行われているか評価

1 コンテンツ

【施策の概要】

- コンテンツ（放送、映画、音楽、ゲーム、電子書籍等）の海外展開：総務省、経済産業省、ジェトロが次の支援策を実施
 - ・ コンテンツのローカライズ（字幕付与等）、プロモーション（PR イベント、広告宣伝等）への助成 ・ 国際共同製作等の支援（モデル事業）
 - ・ 海外展示会への出展支援（出展経費の一部補助、事前説明会、商談支援等）、海外・国内商談会の開催 ・ プロデューサー人材育成（フィルムスクールへの留学支援）等
- 総務省がローカライズ、経済産業省がローカライズ、プロモーションへの助成を実施（215 億円（総務省 32 億円（H24 補正）、経済産業省 123 億円（H24 補正）・60 億円（H26 補正））
- 経済産業省が、フィルムスクールへの海外留学支援によりプロデューサー人材育成を実施（H22 年度 10.0 億円、H23 年度 8.6 億円、H24 年度 9.3 億円、H25 年度 7.9 億円、H26 年度 7.0 億円、H27 年度 6.9 億円（内数））

【調査結果】

(1) ローカライズ・プロモーションの助成対象 766 事業者のうち回答のあった 504 事業者（放送業 69 事業者、放送業以外 435 事業者）に対し、ローカライズしたコンテンツの海外売上高、プロモーションの成果による海外売上高を調査

ア 放送コンテンツ

⇒ 放送業 69 事業者のうち、ローカライズしたコンテンツ等の海外売上高を把握できた 21 事業者をみると、助成対象事業費 5.2 億円（助成額 2.6 億円）。この助成対象事業費 5.2 億円によりローカライズしたコンテンツ等の海外売上高 10.8 億円（注1）（H25～27 年度）。調査した H25～27 年度では海外売上高が助成対象事業費を上回っている。

⇒ KPI（放送コンテンツ海外売上高）（注2）は、H25 年度 105.7 億円（対 H24 年度（基準年度）増加額 18.7 億円）、26 年度 143.6 億円（同 56.6 億円）の計 249.3 億円（同 75.3 億円）。一方、本事業でローカライズしたコンテンツ等の海外売上高（注1）は、H25 年度 0.9 億円、H26 年度 5.3 億円の計 6.2 億円

（注1）放送業事業者が取り扱う放送コンテンツ以外のコンテンツの海外売上高等も含む。

（注2）放送業事業者以外の事業者（プロダクション等）の放送コンテンツ海外売上高を含む。

イ 放送コンテンツ以外のコンテンツ（映画、音楽、ゲーム、電子書籍等）

⇒ 放送業以外の助成対象事業者（注）435 事業者のうち、ローカライズしたコンテンツ等の海外売上高を把握できた 103 事業者をみると、助成対象事業費 30.6 億円（助成額 19.7 億円）。この助成対象事業費 30.6 億円によりローカライズしたコンテンツ等の海外売上高 772.6 億円（H25～27 年度）。調査した H25～27 年度では海外売上高が助成対象事業費を大きく上回っており、理由について今後、業種別に分析

（注）「ソフトウェア業」、「映像情報制作・配給業」、「音声情報制作業」、「出版業」、「広告業」等

⇒ 放送コンテンツ以外のコンテンツに係る成果指標（KPI）は未設定であり、放送コンテンツ以外のコンテンツの海外売上高への本事業の寄与度は不明。今後、各業界団体の統計との比較などにより分析

○日本再興戦略の KPI と本事業でローカライズしたコンテンツ等の海外売上高の比較（単位：億円）

	H24 年度	H25	H26	H27	H25～26 計
放送コンテンツ関連海外売上高	87	105.7	143.6	未公表	249.3
（対 H24 年度増加額）	—	18.7	56.6	—	75.3
本事業による海外売上高	—	0.9	5.3	4.6	6.2

○（参考）放送コンテンツ以外のコンテンツの海外売上高（単位：億円）

	H24 年	H25	H26	H27	計
映画輸出実績	59.9	73.7	87.7	131.8	353.1
（対 H24 年増加額） a	—	13.8	27.8	71.9	113.5
家庭用ゲームソフト出荷規模	—	13.9	15.5	16.2	45.6
（対 H25 年増加額） b	—	—	1.6	2.3	3.9
オンラインゲーム（注1）	7.4	82.5	86.1	88.5	264.5
（対 H24 年増加額） c	—	75.1	78.7	81.1	234.9
オンラインゲーム（注2）	7.5	12.3	16.6	20.1	56.5
（対 H24 年増加額） d	—	4.8	9.1	12.6	26.5
オンラインゲーム（注3）	—	1,641.2	1,501.3	2,358.7	5,501.2
（対 H25 年増加額） e	—	—	-139.9	717.5	577.6
アニメーション	144	169	195	338	846
（対 H24 年増加額） f	—	25	51	194	270
放送コンテンツ（商品化権）	17.3	32.1	38.9	未公表	88.3
（対 H24 年度増加額） g	—	14.8	21.0	—	35.8
a～g の計	—	133.5	49.3	1,079.4	1,262.2

（注）1 各業界団体の統計等による。\$1=113 円で行政評価局が換算したものを含む。

2 暦年で集計（放送コンテンツ（商品化権）のみ年度集計）

3 「オンラインゲーム（注1）」は、海外輸出（ライセンスアウト）関係（自社開発等ゲームタイトルの国外会社へのサービス許諾）。「オンラインゲーム（注2）」は、国内で海外向けのゲーム運営サービス売上。「オンラインゲーム（注3）」は、海外拠点でのゲーム運営サービス売上

4 「放送コンテンツ（商品化権）」は、日本再興戦略の KPI に含まれていない商品化権

(2) ジェトロが行うコンテンツ分野の展示会への出展支援等を調査

- ⇒ コンテンツ分野での展示会・商談会での成約金額は、47 件で 53.5 億円 (H23～27 年度)
(注) ジェトロ把握分の成約金額
- ⇒ 放送コンテンツ以外のコンテンツに係る成果指標 (KPI) は未設定 であり、放送コンテンツ以外のコンテンツの海外売上高への本事業の寄与度は不明。今後、各業界団体の統計との比較などにより分析
- ⇒ ジェトロの支援を受けた事業者の海外展開成功事例等について今後分析
- ⇒ ジェトロが支出している主な事業費は、出展料 (出展者負担分除く)・会場設営費 (一部の展示会について事業費を調査中)
- ※ **現在、ジェトロ海外事務所が行う支援策を調査中**

○ジェトロが行うコンテンツ分野の展示会・商談会での成約金額
(単位：件、億円)

	H23 年度	H24	H25	H26	H27	計
件数	5	12	11	9	10	47
成約金額	2.3	19.4	8.9	15.5	7.4	53.5

(3) 経済産業省が行うフィルムスクールへの海外留学支援を調査

- ⇒ H22 年度以降 10 人留学支援。うち 9 人修了。調査時点において、日本コンテンツの海外プロデュースに直接的に関与していることが分かる者は 9 人中 4 人

2 デザイン・生活用品、ファッション

【施策の概要】

- **デザイン性のある日用品・雑貨・家具・伝統産品、アパレル・テキスタイル製品を扱う中小企業の海外展開支援**：経済産業省、ジェトロが次の支援策を実施
〔・海外プロデュース支援 ・海外展示会への出展支援 (出展経費の一部補助、事前説明会、商談支援等)、海外・国内商談会の開催 等〕
- **経済産業省が、海外プロデュース支援 (事業者とプロデューサーが実施する商材のブランド化や海外プロモーションに要するプロデューサーへの謝金・旅費等を補助) に約 7 億円投入**
(H25 年度 5 億円、H26 年度 1 億円、H27 年度 1 億円)

【調査結果】

- **助成対象 124 のうち生活用品、ファッション等の商材を扱っている 24 事業者を抽出し、支援を受けた商材を扱っている事業部門の海外売上高等を調査**
 - ⇒ 24 事業者のうち海外展開済み 17 事業者、準備中 5 事業者、断念又は休止中 2 事業者
 - ⇒ 小規模事業者・中小企業が主な支援対象であるため、海外売上高は少ないものの (海外展開済み 17 事業者のうち海外売上高が確認できた 15 事業者 (補助額約 0.6 億円) の海外売上高増加額は **2.5 億円** (H27 年度-採択前年度))、有益だったとの意見等あり。支援を受けた事業者の海外展開成功事例等について今後分析。
(例) 某社が自動車産業で培った金属研磨技術を駆使したカクテルシェーカー等のステンレス製酒器を開発。H25. 11 に自社ブランド販売開始。プロデューサーの提案で外国人バーテンダー (優勝経験者) とのコレボレートを実現。本事業による海外展開を契機として、中小企業庁の新商品開発に係る補助 (H27・28 年度)、経済産業省が選ぶ日本が誇るべき優れた地方産品 500 への選定、(独) 中小企業基盤整備機構のプロジェクトマネージャーによる支援を得ることができた。H28 年度中黒字化見込み
 - ⇒ 海外展開に至っていない事業者の中には、海外展開の実現可能性について精査されずに事業採択されたと考えられるものあり (1 事業者。助成額約 350 万円)
食品製造施設が輸出先国・地域から基準認定を受ける必要があり、必要な多額の設備投資を行うことができないことを海外展開に至っていない理由としている。

○ **ジェトロが行うデザイン・生活用品、ファッション分野の海外展示会への出展支援等を調査**

- ⇒ デザイン・生活用品での展示会・商談会等での成約金額は、119 件で 99.3 億円 (H23～27 年度)
ファッション分野での展示会・商談会等での成約金額は、60 件で 34.1 億円 (H23～27 年度)
(注) ジェトロ把握分の成約金額
- ⇒ デザイン・生活用品、ファッション分野に係る成果指標 (KPI) は未設定 であり、デザイン・生活用品、ファッションの海外売上高への本事業の寄与度は不明。今後、関連統計があるか調査
- ⇒ ジェトロの支援を受けた事業者の海外展開成功事例等について今後分析
- ⇒ ジェトロが支出している主な事業費は、出展料 (出展者負担分除く)・会場設営費
(例) 国際現代家具見本市 (H23 年度) にジェトロが支出した主な事業費は約 2,100 万円
同見本市への出展支援を受けた事業者の成約金額は約 4 億 2,000 万円
- ※ **現在、ジェトロ海外事務所が行う支援策を調査中**

○ジェトロが行うデザイン・生活用品、ファッション分野の展示会等での成約金額
(単位：件、億円)

	H23 年度	H24	H25	H26	H27	計
デザイン・生活用品分野	件数	33	23	25	19	119
	成約金額	22.4	22.0	20.8	10.1	99.3
ファッション分野	件数	16	17	10	9	60
	成約金額	6.8	5.7	5.9	7.8	34.1

(注) 展示会・商談会以外にミッション派遣事業 (複数企業による視察団派遣) による成約金額を含む。

3 農林水産物・食品

【施策の概要】

- 農林水産物・食品の海外展開支援：農林水産省（「農林水産業の輸出力強化」）、ジェトロ等が次の支援策を実施 日本産酒類の輸出：国税庁等が支援を実施
 [・海外展示会への出展支援（出展経費の一部補助、事前説明会、商談支援等）、海外・国内商談会の開催 ・品目別団体が行う輸出取組への支援（産地間連携等による海外販路開拓支援）等]
- ジェトロは、事業に農林水産省の輸出総合サポートプロジェクト事業による補助（約36億円（11億円（H25）、11億円（H26）、14億円（H27））等を使用

【調査結果】

- ジェトロ内に農林水産物・食品輸出促進本部設置（H24.1）
 - ジェトロが農林水産物・食品分野の海外展示会への出展支援等を実施
 - ⇒ 農林水産物・食品分野での海外展示会等での成約金額は、625.4億円（H23～27年度）。
 - ⇒ KPI（農林水産物・食品の輸出額）のH24年（基準年）を100とした場合の指数は、H25年122.4、H26年136.0、H27年165.7
 一方、ジェトロが行う農林水産物・食品分野の展示会等での成約金額のH24年度を100とした場合の指数は、H25年度149.5、H26年度246.5、H27年度363.9
 - ⇒ ジェトロの支援を受けた事業者の海外展開成功事例等について今後分析
 - ⇒ ジェトロが支出している主な事業費は、出展料（出展者負担分除く）
 ・会場設営費
 （例）水産物国際見本市（H26年度）にジェトロが支出した主な事業費
 約1千万円。同見本市への出展支援を受けた事業者の成約金額約17億円
- ※ 現在、ジェトロ海外事務所が行う支援策、品目別団体が行う輸出取組への支援等を調査中

○ジェトロが行う農林水産物・食品分野の展示会等での成約金額 (単位：件、億円)

		H23年度	H24	H25	H26	H27	計
海外展示会	件数	10	17	28	24	22	101
	成約金額(a)	29.4	61.8	92.5	141.7	214.0	539.4
海外商談会	件数	13	5	23	27	14	82
	成約金額(b)	0.6	0.1	2.2	7.1	9.5	19.5
国内商談会	件数	21	48	57	55	45	226
	成約金額(c)	5.8	4.9	7.1	19.1	24.1	61
ミッション派遣事業	件数	16	15	2	1	2	36
	成約金額(d)	4.0	1.3	0.0	0.0	0.2	5.5
合計	件数	60	85	110	107	83	445
	成約金額(a+b+c+d)	39.8	68.1	101.8	167.9	247.8	625.4
	指数(H24年度=100)	—	—	149.5	246.5	363.9	—

(注)「ミッション派遣事業」は複数企業による視察団派遣等。派遣先国・地域で商談も実施

○(参考)日本再興戦略のKPI（農林水産物・食品の輸出額）の推移 (単位：億円)

	H23年	H24	H25	H26	H27	計
農林水産物・食品の輸出額	4,511	4,497	5,505	6,117	7,451	28,081
指数(H24年=100)	—	—	122.4	136.0	165.7	—

4 訪日外国人旅行者の誘致

【施策の概要】

- 訪日外国人旅行者数の増加に資する事業（クールジャパン推進関連）：国土交通省が次の施策を実施等
 [・地方への外国人観光客誘致に資する映像コンテンツの制作・放映支援、海外でのプロモーション ・「訪日外国人増加に向けた共同行動計画」に基づく取組 等]
- 国土交通省が、地方への外国人観光客の誘致に資する映像コンテンツの制作・放映支援、海外でのプロモーションに3億円を投入（H26年度）

【調査結果】

- 国土交通省が行う地方への外国人観光客の誘致に資する映像コンテンツの制作・放映支援等を調査
 - ⇒ 東南アジア4か国・地域で計66回の訪日促進CMを放映。アジア・欧州の9か国・地域で、(独)国際観光振興機構が主催する旅行博（VISIT JAPAN FIT Travel Fair 2015 Winter（参加者約46,000人））や他省庁等が実施するイベントなど計12のイベントにおいて訪日プロモーション映像等による訪日促進のPR活動を実施。成果目標は日本再興戦略のKPIと同一。
 - ⇒ 訪日観光への効果については、訪日外国人旅行者数全体の伸び率と、本事業によりプロモーションを行った国・地域からの訪日外国人旅行者数の伸び率の比較などを行うことにより分析
- ※ 現在、「訪日外国人増加に向けた共同行動計画」に基づく取組等を調査中

文化政策

【評価の観点】

- ・ クールジャパンの政策目標に関連する施策は、政策目標の達成に向けたものとして有効か。

【評価手法】

- ・ 日本の魅力の発信、伝統文化の発信に係る施策・事務事業の成果指標は、効果を把握・検証するために有効か。
- ・ 日本の魅力の発信、伝統文化の発信に係る施策・事務事業は、成果目標を達成するために有効に行われているか。
- ・ 関係機関の連携によるクールジャパンの推進が有効に行われているか。

○ 日本の魅力、伝統文化の発信状況

【施策の概要】

- 日本の魅力等の発信に資する事業：外務省、文部科学省、農林水産省、国際交流基金が次の事業を実施
 - ・ 商業ベースで販売困難な途上国等へのテレビドラマ等の無償供与 ・ 在外公館文化事業 ・ 文化庁文化交流使事業 ・ 日本食・食文化の普及事業 ・ 国際交流基金事業（芸術文化交流事業）等
- 外務省が、商業ベースで販売困難な途上国等へのテレビドラマ等の無償供与に 30 億円を投入（H26 年度）

【調査結果】

- 外務省が行う途上国等へのテレビドラマ等の無償供与を調査
 - ⇒ 56 か国・地域延べ 334 番組の放送コンテンツを無償提供。うち 200 番組放映済み・近日放映予定（H29.1 時点）。推定視聴者数 5,183 万人（H27 年度末で放映済み 30 番組のうち推定視聴者数の報告があった 17 番組分）。外務省は、（独）国際交流基金の現行の中期目標では定量的な成果目標を設定せず（次期中期目標では設定予定）
 - ⇒ 本事業により放送コンテンツを無償供与していた国・地域において放送コンテンツの海外展開を企図していた事業者（前掲 1 (1) の経済産業省の助成を受けた事業者）から、「海外展開の支障となるため、放送コンテンツの無償供与を止めて欲しい」との意見あり。外務省事業と放送コンテンツの海外展開を支援する総務省事業、経済産業省事業（前掲 1 (1) の事業等）とで対象国・地域が、右表のとおり一部重複。上記 3 省は「事業の性質上、対象国・地域の重複を完全に排除することは困難であるが、これまでの提供実績、作品の質・ジャンル、放送番組市場の構造・環境等を考慮し、運用方針を必要に応じ見直している」としている。
- ※ 現在、在外公館、国際交流基金海外拠点、文化庁を調査中

国・地域名	外務省事業	総務省事業	経済産業省事業
モンゴル	33	1	3
メキシコ	7	0	1
計	2 か国 40 事業	1 か国 1 事業	2 か国 4 事業

（注）調査時点（H28.12）のもの

クールジャパン機構

○ クールジャパン機構への投資

【施策の概要】

- 株式会社海外需要開拓支援機構法が H25 成立。法に基づき、政府は、官民ファンドである株式会社海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）に出資し、クールジャパン機構は、日本企業の海外における需要開拓事業等に対し、出資等の資金供給、その他支援（助言等）を実施（H25.11 設立）
- クールジャパン機構による支援決定件数 19 件。うち事業開始 17 件（注）（H29.1 現在）（注）サブファンドによる案件組成中のものを除く。

○クールジャパン機構への出資額

（単位：億円）

	H25 年度	H26	H27	H28（～12 月末）	計
政府出資	300	0	116	0	416
民間出資	85	21	1	0	107
計	385	21	117	0	523

（注）単位未満調整などのため、計が一致しない場合あり

○クールジャパン機構が行った支援等実績

（単位：億円、件）

	H25 年度	H26	H27	H28（～12 月末）	計
支援決定額	0	318	68	59	446
実投資額	0	215	71	18	306
年度末借入金残額	0	0	0	0	0
支援決定件数	0	12	3	4	19
投資実行件数	0	7	6	4	17
処分決定件数	0	0	0	0	0

【調査結果】

- 「クールジャパン機構への出資」という政策達成手段の 3 つの測定指標のうち、2 つは投資資金の回収（EXIT）時（H31 年度以降（予定））に測定予定

- ① クールジャパン機構全体の長期収益性 **目標**：1.0 倍強（H45 年度） **実績**：測定中（H26、27 年度）
- ② 個別投資案件（EXIT 時）の評価値を出資金額で加重平均した値 **目標**：70%以上（H45 年度） **実績**：測定中（H26、27 年度）
- ③ 民間企業からの協調出資等の事業総額に対する割合 **目標**：10 年後目途で民間からの資金が政府からの資金を上回る（H35 年度） **実績**：達成（H26 年度 68.2%）（H27 年度 75%）

※ 現在、クールジャパン機構の出資先での事業の進捗状況等を調査中