

3 クールジャパン関連施策等の実施状況

(1) コンテンツ分野

ア 放送コンテンツの国際共同制作等への支援（総務省）

(7) 施策・事務事業の概要

総務省は、放送コンテンツの海外展開を強化することにより、我が国の重要な政策課題である「地域の活性化」、「日本ブランドの発信」、「観光立国の推進」、「日本食の輸出」などを加速化させ、経済の好循環の波を全国に広げ、日本経済の再生に貢献すること等を目的に、日本の放送局等に放送コンテンツの国際共同制作等をモデル的に実施させ、その効果や課題の検証・報告等を請け負わせる以下の事業を実施している。

- ① コンテンツ海外展開促進事業（平成 24 年度補正予算により 25 年度に実施）
- ② 放送コンテンツ海外展開強化促進モデル事業（25 年度補正予算により 26 年度に実施）
- ③ 地域活性化に資する放送コンテンツ等海外展開支援事業（26 年度補正予算により 27 年度に実施）
- ④ 放送コンテンツの海外展開総合支援事業（27 年度補正予算により 28 年度に実施）
- ⑤ 放送コンテンツ海外展開基盤総合整備事業（28 年度補正予算により 29 年度に実施）

また、同趣旨の内容の補助事業として、放送コンテンツ海外展開助成事業（平成 28 年度当初予算により同年度から開始）を実施している。

今回調査対象とした①から③までの事業の事業実績をみると、①事業は 67 件、②事業は 41 件、③事業は 33 件となっている。

(イ) 把握結果

②事業の行政事業レビューにおいて、外部有識者から波及効果について分析を行う必要がある旨の指摘（注）を受けた総務省は、②から④までの事業の直接効果及び生産誘発効果を計測している。このうち生産誘発効果をみると、図表 3-(1)-アのとおり、②事業では 42.6 億円、③事業では 39.5 億円、④事業では 45.0 億円であり、合計で 127.1 億円となっている（①事業の生産誘発効果等は計測されていない。）。また、国際共同制作等をモデル的に実施するために放送局等に支出された予算額（直接効果及び生産誘発効果の計測に使用）は、それぞれ約 10 億円、約 8.4 億円、約 8.8 億円であり、合計で約 27.1 億円となっている。

（注） 「放送コンテンツ関連海外市場の売り上げ内容にもよりますが、その増加が周辺産業や各地方の地場産業等に対して幅広く波及効果を生み出す経路についても推移を見守る必要があります」（②放送コンテンツ海外展開強化促進モデル事業に係る平成 27 年度行政事業レビューシート（事業番号 0087））

図表 3-(1)-ア 放送コンテンツの国際共同制作等への支援の生産誘発効果等

(単位：億円)

事業	区分	直接効果 (a)	生産誘発効果 (b)	a+b
②	インバウンド効果	28.0	25.1	53.1
	アウトバウンド効果	22.7	17.5	40.2
	計 (c)	50.7	42.6	93.3
③	インバウンド効果	31.6	28.3	59.9
	アウトバウンド効果	14.6	11.2	25.8
	計 (d)	46.2	39.5	85.7
④	インバウンド効果	41.7	36.0	77.7
	アウトバウンド効果	13.6	9.0	22.6
	計 (e)	55.3	45.0	100.3
合計 (c+d+e)		152.2	127.1	279.3

- (注) 1 知的財産戦略本部検証・評価・企画委員会コンテンツ分野会合の平成 28 年度第 4 回 (平成 28 年 3 月 22 日) 配布資料、平成 29 年度第 4 回 (平成 29 年 4 月 4 日) 配布資料に基づき、当省が作成した。
- 2 「事業」欄の②は放送コンテンツ海外展開強化促進モデル事業を、③は地域活性化に資する放送コンテンツ等海外展開支援事業を、④は放送コンテンツの海外展開総合支援事業を指す。
- 3 総務省情報流通行政局は、「インバウンド効果」は事業で制作した番組の放送によって訪日等インバウンドに寄与して関連産業にもたらした生産誘発効果等、「アウトバウンド効果」は事業で制作した番組の放送によって日本製品の輸出等アウトバウンドに寄与して関連産業にもたらした生産誘発効果等であるとしている。また、「直接効果」は②・③事業で制作した番組の視聴者へのアンケート調査結果 (訪日意向、日本製品・サービスの購入・利用意向等) 等に基づき推計したものであり、「生産誘発効果」は直接効果を最終需要と捉え、それぞれ内訳の費目の性質に応じて、総務省「平成 25 年度情報通信産業連関表」の対応する産業へ投入し、誘発される生産額 (一次波及効果) 及び雇用者所得増加に伴う誘発効果 (二次波及効果) を推計したものであるとしている。

イ 放送コンテンツの無償供与（外務省）

(7) 施策・事務事業の概要

外務省は、放送コンテンツの海外展開が商業的に成り立ちにくい途上国の放送局に日本文化紹介になり得る放送コンテンツを無償供与することで、当該国における対日理解の促進や親日感の醸成を図るほか、将来的には有償での放送コンテンツの海外展開に発展することを期待して、以下の事業を実施している。

- ① 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（平成 26 年度補正予算により 27 年度から番組提供開始）
- ② 放送コンテンツ等海外展開支援事業（27 年度補正予算により 28 年度から番組提供開始）

具体的には、外務省が所管する国際交流基金が、外務省・関係団体の協力を得て、i) 日本の放送局・プロダクション等が提供可能とする放送コンテンツから無償供与の候補となるものを外部有識者による選考を経てリスト化し、ii) 国際交流基金の海外拠点（注）又はこれがない途上国においては在外公館が途上国の放送局に同リストを提示して放送希望を調査し、iii) 放送希望が多かった放送コンテンツについて、通常であれば途上国の放送局が支払わなければならない放送権料、放送素材費を国際交流基金が日本の放送局等に支払う等して、途上国の放送局に無償供与するものである。

（注）平成 29 年 11 月 1 日時点で、国際交流基金の海外拠点は 23 か国に 24 拠点あり、このうち、①及び②の事業の実施国に所在する海外拠点は 6 拠点（インド、メキシコ、ブラジル、ハンガリー、ロシア及びエジプトに所在する海外拠点）である。

①及び②の事業（以下「外務省事業」という。）は 120 か国・地域を対象に実施されており、平成 29 年 11 月 1 日時点で、80 か国において延べ 638 番組が放映（放映予定を含む。）されている。

(イ) 把握結果

i) 外務省は、平成 29 年度から 33 年度までを目標期間とする「独立行政法人国際交流基金第四期中期目標」（平成 29 年 3 月外務省）において、29 年 1 月末までの放映実績を踏まえ、「放送コンテンツ等海外展開支援事業において、54 か国以上、延べ 500 番組以上の放映を達成する。（平成 29 年 1 月末実績 51 か国／延べ 200 番組）」との成果目標を設けている。これは、前述の①と②の事業を合わせた成果目標である。前述のとおり、平成 29 年 11 月 1 日時点で、80 か国で延べ 638 番組が放映（放映予定を含む。）されており、成果目標は達成されている。

なお、前述の項目 2 の 2 の図表 1 のとおり、①事業の予算額は 30.4 億円、②事業の予算額は 25.0 億円となっている。

ii) 放送コンテンツの海外展開については、外務省のほか、総務省が放送コンテンツの国際共同制作等への支援（前述の項目第 3 の 3(1)ア参照。以下「総務省事

業」という。)を、経済産業省がコンテンツのローカライズ・プロモーションへの支援(後述の項目第3の3(1)ウ参照。以下「経済産業省事業」という。)を、国土交通省(観光庁)が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等の支援(後述の項目第3の3(3)参照。以下「国土交通省事業」という。)を実施している。

これら関係4省は、平成27年6月に、関係部局の局長等を構成員とする「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連絡協議会」を設置し、「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」の執行に関する基本方針」を定めている。同基本方針では、予算を最大限効率的かつ効果的に執行するとの基本的な考え方の下、各省庁間で緊密に情報共有の上、総合的かつ切れ目のない形で一体的なものとして本事業を執行することに努めるものとするとしている。

当省で調査したところ、平成28年11月末時点で、外務省事業により、①総務省事業で制作された番組を無償供与したもの(13番組)、②経済産業省事業で既に外国語版が制作済みの番組を無償供与したもの(12番組)、③無償供与した番組(6番組)の放送に合わせて、国土交通省事業で制作された訪日プロモーションCMを放送したものがあつた。

iii) 今回、当省において、経済産業省事業によりローカライズ・プロモーションへの支援を受けた766事業者に対して調査を行ったところ、回答があつた504事業者のうち、外務省事業の対象国での海外展開を検討していた1事業者から、国の支援策に対する意見として、放送コンテンツの海外展開に支障があるため放送コンテンツの無償供与をやめてほしいとの意見が聴かれた。

放送コンテンツの無償供与は本来一事業者ごとの海外展開の意向に配慮して行うものではないものの、放送コンテンツの無償供与を行う事業と放送コンテンツの商業展開等を支援する事業との間では、それぞれの事業の特性を十分に発揮させる等の観点から、事業対象国・地域について一定の調整を行うことが必要であると考えられる。

このため、放送コンテンツの海外展開に係る関係省の事業の主な対象国・地域を確認したところ、原則として、図表3-(1)-イ-①のとおり、外務省事業は放送コンテンツの海外展開が商業的には成り立ちにくい国・地域を対象としており、総務省事業及び経済産業省事業は放送コンテンツの海外展開が商業的に成り立つ国・地域を対象にしていた(さらに、放送コンテンツの国際共同制作等をモデル的に実施させる総務省の請負事業は、ASEAN加盟国を中心としたアジアの新興国を対象を限定していた。)。3省は、事業者の意向を踏まえ例外を認める場合もあるものの原則としてそれぞれの事業対象国・地域について重複がないよう互いに情報を提供し、調整を行っているとしている。

実際に重複がないか確認するため、当省において、外務省事業の事業対象国、

総務省事業の事業対象国及び経済産業省事業（放送コンテンツを対象としたものに限る。）の事業対象国を、平成 28 年 12 月時点で調査したところ、重複しているのは、図表 3-(1)-イ-②のとおり、外務省事業と総務省事業とで 1 か国、外務省事業と経済産業省事業とで 2 か国重複しているのみであり、大幅に重複している状況はみられなかった。

iv) 国際交流基金は、無償供与された放送コンテンツを評価した途上国の放送局から他の放送コンテンツの有償取引の意向が示された場合には、その意向を日本の放送局等に伝えている。平成 27 年度以降 30 年 2 月 14 日までの実績をみると、国際交流基金は、途上国の放送局からの有償取引の意向を日本の延べ 45 放送局等に対して 69 回情報提供している。

v) 外務省・国際交流基金は、総務省が主催するコンテンツ海外展開に係る各省施策説明会において、日本の放送局・プロダクション等に対して外務省事業を説明するとともに途上国の放送番組市場の情報を提供等している。

また、途上国の放送局に対して放送コンテンツの提供を行った放送局・プロダクション等に対しても面談等により途上国の放送番組市場等に関する情報提供を適時行っている。

図表 3-(1)-イ-① 放送コンテンツの海外展開に係る関係省の事業の主な役割

区分	市場性が見込まれる国・地域	市場性が見込まれない国・地域
新規制作	総務省事業（国際共同制作等の支援）	外務省事業（無償供与）
既存作品	経済産業省事業（ローカライズ等への支援）	

(注) 総務省情報流通行政局の資料に基づき、当省が作成した。

図表 3-(1)-イ-② 外務省事業、総務省事業、経済産業省事業の事業対象国の重複状況
(単位：件)

国名	外務省事業	総務省事業	経済産業省事業
モンゴル	33 (アニメ 8、ドラマ 6、ドキュ 17、その他 2)	1 (その他 1)	3 (ドラマ 3)
メキシコ	7 (アニメ 2、ドラマ 1、ドキュ 1、教育 2、その他 1)	0	1 (ドキュ 1)
合計	2 か国 40 件	1 か国 1 件	2 か国 4 件

(注) 1 総務省、外務省及び経済産業省の資料に基づき、当省が作成した。

2 「総務省事業」、「経済産業省事業」欄には、外務省事業と重複している事業の件数を記載している。カッコ内の数値は、各事業の対象となった放送コンテンツのジャンル別の件数である。「ドキュ」は、ドキュメンタリーを指す。

ウ ローカライズ・プロモーションへの支援（総務省、経済産業省）

(7) 施策・事務事業の概要

総務省及び経済産業省は、経済不況等で伸び悩むコンテンツの海外展開を促進するとともに、コンテンツの海外発信を通じて我が国の国際的プレゼンスの向上や海外における日本製品・サービスの販売拡大等を図ることを目的として、コンテンツのローカライズ（字幕作成・音声吹き替え等）やコンテンツを活用した海外プロモーション（PR・イベントの実施等）に要する費用の一部を助成する以下の①の事業を実施している。

また、経済産業省は、海外展開に必要なローカライズやプロモーションへの支援等、日本コンテンツの海外発信に対する総合的な支援を実施することにより、日本ブーム創出に伴う関連産業の海外展開の拡大、観光等の促進による地域経済活性化につなげることを目的として、①と類似の内容の②から④までの事業を実施している。

① コンテンツ海外展開等促進事業（J-LOP）

平成 24 年度補正予算により基金を造成し、25 年度から 27 年度にかけて実施している。助成額は助成対象経費の 2 分の 1 以内である。

② 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（J-LOP+）

平成 26 年度補正予算により 27 年度に実施している。補助額は原則補助対象経費の 2 分の 1 以内であり、地域経済活性化に特に資する事業であって、かつ、申請者が会社法（平成 17 年法律第 86 号）第 2 条第 6 号に規定する大会社に該当しない等の場合は補助対象経費の 3 分の 2 以内である（③・④の事業も同様）。

③ 地域発コンテンツ海外流通基盤整備事業（JLOP）

平成 27 年度補正予算により 28 年度に実施している。

④ コンテンツグローバル需要創出基盤整備事業（J-LOP4）

平成 28 年度補正予算により 29 年度に実施している。

今回調査対象としたのは J-LOP 及び J-LOP+であり、J-LOP 及び J-LOP+の助成及び補助（以下この項目において「補助」という。）件数は、図表 3-(1)-ウ-①のとおり、計 3,894 件となっている。

図表 3-(1)-ウ-① J-LOP 及び J-LOP+の補助件数

（単位：件）

J-LOP	J-LOP+	合計
3,112	782	3,894

(注) 1 経済産業省の資料に基づき、当省が作成した。

2 J-LOP 又は J-LOP+に採択された件数のうち実際に補助がなされた件数を記載している。

(イ) 把握結果

当省が、今回調査対象とした J-LOP 又は J-LOP+により補助を受けた全 766 事業者（注）を 書面調査したところ、504 事業者から回答が得られた。

（注） 当省が調査した時点（平成 28 年 7 月末）での J-LOP 又は J-LOP+の全補助対象事業者数である。

このうちコンテンツ等の海外売上を目的とし、海外売上高の有無について回答があった 257 事業者についてみると、図表 3-(1)-ウ-②のとおり、

- ① 「海外売上高あり」と回答し、かつ、その金額を回答している 114 事業者への補助額は 16.8 億円であったのに対し、同事業者の J-LOP 又は J-LOP+の補助の対象となったコンテンツ等の平成 25 年度から 27 年度までの海外売上高の合計は 447.6 億円であった。
- ② 「海外売上高なし」と回答している 58 事業者への補助額は 1.0 億円であった。
- ③ ①の 114 事業者と②の 58 事業者を合わせた 172 事業者への補助額は合計で 17.8 億円であったのに対し、海外売上高の合計は 447.6 億円であった。

なお、「海外売上高あり」と回答し、かつ、集計困難等を理由としてその金額を回答していない 85 事業者への補助額は 26.7 億円であった。

図表3-(1)-ウ-② J-LOP又はJ-LOP+により補助を受けた事業者のうち、コンテンツ等の海外売上を目的とし、海外売上高の有無について回答があった事業者の補助を受けたコンテンツ等の平成25年度から27年度までの海外売上高等
(単位:億円)

事業者の内訳	補助額	海外売上高
「海外売上高あり」と回答し、かつ、その金額を回答している事業者 (N=114)	16.8	447.6
「海外売上高なし」と回答している事業者 (N=58)	1.0	0
「海外売上高あり」と回答し、かつ、その金額を回答していない事業者 (N=85)	26.7	不明
合計 (N=257)	44.5	—

(注) 1 当省の調査結果による。

2 「海外売上高」は、J-LOP 又は J-LOP+の補助の対象となったコンテンツ等の海外売上高である。

3 複数の補助を受けている事業者については、いずれかの補助で海外売上高ありと回答している場合は「海外売上高あり」と回答している事業者としてカウントした。いずれの補助についても「海外売上高なし」と回答している場合は「海外売上高なし」と回答している事業者としてカウントした。

(ウ) 本事業に係る課題

本事業の実施状況等を調査したところ、以下の課題がみられた。

- i) 事業の主目的（「我が国の国際的プレゼンスの向上」や「日本ブーム創出」）の達成に資する「コンテンツ等の海外展開の促進」に関して、今後同様の事業を実

施する際にどのような見直しの観点があるかを検討するために、J-LOP 又は J-LOP+の補助を受けた事業者の今後のローカライズ・プロモーションの実施意向等について調査したところ、

- ① 当省の調査に対して回答した 504 事業者のうち「補助によりローカライズを実施」と回答した 220 事業者についてみると、図表 3-(1)-ウ-③のとおり、このうち 121 事業者（注）（55.0%）が本事業の補助により初めてローカライズを実施し、121 事業者のうち 88 事業者（40.0%）が今後補助を受けなくてもローカライズを実施予定としている。

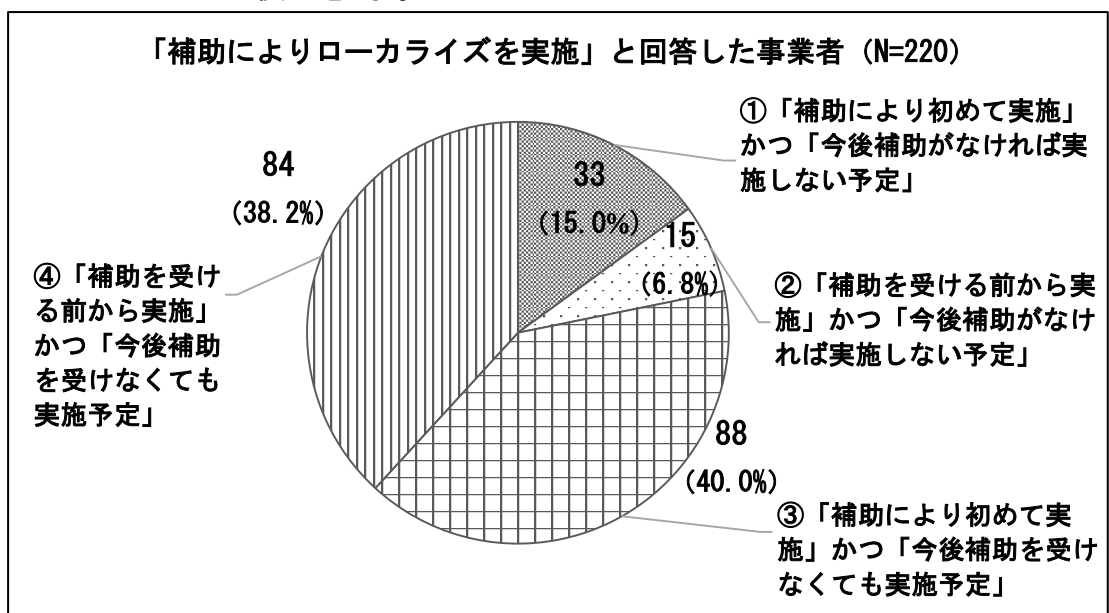
このように、J-LOP 又は J-LOP+によるローカライズ支援については、これらの事業者が新規に取り組んだコンテンツ等の海外展開に対する高い「呼び水効果」を発揮し得る施策であると考えられ、今後ともこのような新規の取組等に対する支援を行っていくことが重要であると考えられる。

（注） 「補助により初めてローカライズを実施」かつ「今後補助がなければ実施しない予定」と回答した 33 事業者及び「補助により初めてローカライズを実施」かつ「今後補助を受けなくても実施予定」と回答した 88 事業者の合計である。

一方、220 事業者のうち 99 事業者（注）（45.0%）が本事業の補助を受ける前からローカライズを実施し、99 事業者のうち 84 事業者（38.2%）が今後補助を受けなくてもローカライズを実施予定としており、結果として、新規性が低い事業が補助対象となっていた実態もあった。

（注） 「補助を受ける前からローカライズを実施」かつ「今後補助がなければ実施しない予定」と回答した 15 事業者及び「補助を受ける前からローカライズを実施」かつ「今後補助を受けなくても実施予定」と回答した 84 事業者の合計である。

図表 3-(1)-ウ-③ 「補助によりローカライズを実施」と回答した事業者の今後の意向等



（注） 当省の調査結果による。

② 504 事業者のうち「補助によりプロモーションを実施」と回答した 289 事業者についてみると、図表 3-(1)-ウ-④のとおり、このうち 129 事業者（注）（44.6%）が本事業の補助により初めてプロモーションを実施し、129 事業者のうち 87 事業者（30.1%）が今後補助を受けなくてもプロモーションを実施予定としている。

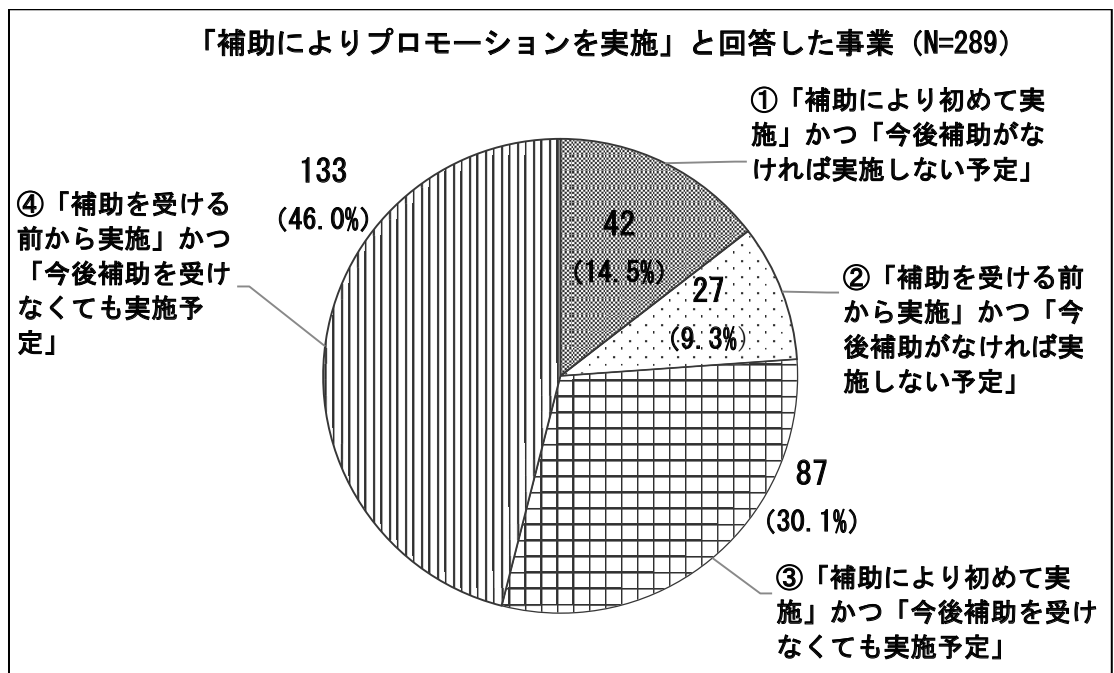
このように、J-LOP 又は J-LOP+によるプロモーション支援についても、これらの事業者が新規に取り組んだコンテンツ等の海外展開に対する高い「呼び水効果」を發揮し得る施策であると考えられ、今後ともこのような新規の取組等に対する支援を行っていくことが重要であると考えられる。

（注） 「補助により初めてプロモーションを実施」かつ「今後補助がなければ実施しない予定」と回答した 42 事業者及び「補助により初めてプロモーションを実施」かつ「今後補助を受けなくても実施予定」と回答した 87 事業者の合計である。

一方、289 事業者のうち 160 事業者（注）（55.3%）が本事業の補助を受ける前からプロモーションを実施し、160 事業者のうち 133 事業者（46.0%）が今後補助を受けなくてもプロモーションを実施予定としており、結果として、新規性が低い事業が補助対象となっていた実態もあった。

（注） 「補助を受ける前からプロモーションを実施」かつ「今後補助がなければ実施しない予定」と回答した 27 事業者及び「補助を受ける前からプロモーションを実施」かつ「今後補助を受けなくても実施予定」と回答した 133 事業者の合計である。

図表 3-(1)-ウ-④ 「補助によりプロモーションを実施」と回答した事業者の今後の意向等



（注） 当省の調査結果による。

ii) 経済産業省は、ローカライズ・プロモーションへの補助について見直しを行い、クラウドファンディング等による新たな資金調達を活用するコンテンツ企画製作等への取組やコンテンツの世界同時展開の取組等に対する補助を平成 30 年度に行うこととしている（平成 29 年度補正予算 30.0 億円）。

同省は、この見直しがコンテンツ等の海外展開にも効果を発揮するかについて注視するとともに、コンテンツ等の海外展開の支援策として引き続き多額の予算措置が講じられるコンテンツ等の海外展開への補助がより効果的・効率的なものとなるよう検討を進める必要がある。

こうしたことを踏まえると、経済産業省は、コンテンツ等の海外展開に資するため、その支援策について、「呼び水効果」が高いと考えられる新規事業への支援を中心とするなど、より効果的・効率的な支援となるよう検討を進める必要がある。

エ 札幌コンテンツ特区における規制の特例措置・財政上の支援措置（内閣府）

(7) 施策・事務事業の概要

札幌市は、札幌におけるロケ撮影等映像制作の誘致・実施に伴う経済効果の増大、映像コンテンツ視聴者が観光に訪れることによる観光産業等への波及効果の増大等を目的に、総合特別区域法に基づき、平成 23 年 12 月に地域活性化総合特別区域（注）である「札幌コンテンツ特区」の指定を、24 年 6 月に総合特別区域計画の認定をそれぞれ受けている。

（注） 総合特別区域法に基づく総合特別区域制度は、我が国の経済社会の活力の向上及び持続的発展を図ることを目的に設けられたものであり、内閣総理大臣による総合特別区域の指定及び総合特別区域計画の認定を受けると、当該総合特別区域において規制の特例措置、税制上の支援措置、財政上の支援措置、金融上の支援措置等が講じられる。総合特別区域には、①産業の国際競争力の強化に資する国際戦略総合特別区域と、②地域の活性化に資する地域活性化総合特別区域の 2 種類がある。

札幌コンテンツ特区では、以下の規制の特例措置及び財政上の支援措置が講じられた。

① 通訳案内士法の特例

通訳案内士法に基づく通訳案内士のみが報酬を得て外国人旅行者の案内をできるとされていたところ（注）、札幌市の通訳案内士の研修を受けた者も「地域活性化総合特別区域通訳案内士」（以下「特例通訳案内士」という。）として報酬を得て外国人旅行者の案内ができる。

（注） 通訳案内士法及び旅行業法の一部を改正する法律（平成 29 年法律第 50 号）の施行（平成 30 年 1 月 4 日）により、通訳案内士でない者に対する業務の制限は廃止（名称の使用制限は存続）。

② 財政上の支援措置

札幌市が行う映像分野の商談会等の事業に対して、総合特区推進調整費（内閣府）による助成が行われている。

札幌コンテンツ特区については、札幌市によれば当初見込んでいたロケ撮影に係る規制緩和が得られなかったこと等を理由として、札幌市からの申出により、平成 28 年 4 月 1 日に地域活性化総合特別区域の指定が解除されている。

(イ) 把握結果

i) 通訳案内士法の特例

札幌市は、特例通訳案内士がロケ地等の案内を行い札幌の魅力を的確に観光客に伝えることにより更なる観光客の増加につなげることを目的に、図表 3-(1)-エ-①のとおり、平成 25 年度から 27 年度までに 125 人の特例通訳案内士を育成している。

これら特例通訳案内士の中には、①テレビ放送番組において外国人へのインタビューとして採用された者（平成 25 年度及び 27 年度）、②札幌雪祭り期間中

に市内の観光案内を行う通訳者として採用された者（26年度）、③タイのテレビ局が市内で撮影する際の通訳者として採用された者（27年度）などがある。

また、これらの特例通訳案内士は、平成30年1月4日から通訳案内士法により設けられた「地域通訳案内士」とみなされている。

図表 3-(1)-エ-① 特例通訳案内士の育成状況

(単位:人)

平成 25 年度	26 年度	27 年度	合計
49 (英語 32・中国語 11・韓国語 5・タイ 語 1)	40 (英語 27・中国語 6・韓国語 6・タイ語 1)	36 (英語 27・中国語 4・韓国語 4・タイ語 1)	125 (英語 86・中国語 21・韓国語 15・タイ 語 3)

(注) 1 札幌市作成の地域活性化総合特別区域評価書に基づき、当省が作成した。

2 括弧内は、特例通訳案内士が専門とする言語別の内訳である。

ii) 財政上の支援措置

札幌市は、総合特区推進調整費の助成により、以下の取組等を実施している。

① 平成26年3月、アジア最大規模の映像コンテンツの国際見本市である香港フィルムアートに、12道府県の45社のテレビ局、映画配給会社等と共同で札幌及び北海道を核とした国内地域連合による出展を実施している。参加した北海道関係のテレビ局等の商談件数は106件、成約件数(見込みを含む)は60件である。

② 平成26年6月、札幌市で映像コンテンツの国際商談会、交流会、フォーラム等を内容とするイベント「RE:J Sapporo (リジェイサッポロ)」を開催している(25年度予算の繰越しにより実施。商談件数及び成約件数は非公表)。

総合特区推進調整費の予算額は、前述の項目第2の2の図表1のとおり、平成24年度は1.6億円、25年度は1.7億円の合計3.3億円となっている。

iii) 総合特別区域計画上の数値目標の達成状況

札幌市は、総合特別区域計画において、①「札幌におけるロケ撮影等映像制作の誘致・実施に伴う経済効果」25.02億円(注)、②「札幌の事業者が制作した映像の海外輸出額」2.3億円、③「映像コンテンツ視聴者が観光に訪れることによる観光産業等への波及効果(札幌市への外国人宿泊者実人数)」115万人を平成27年度に達成するという数値目標を設定していた。

(注) 札幌市は、当初、ハリウッド級の海外大規模作品の誘致を目指して144億円という数値目標を設定していたところ、海外においてみられる大規模なロケーション誘致の取組(巨額の税制優遇措置等)のような誘引策を見いだせないこと、総合特別区域の評価を行っている有識者委員から数値目標の見直しについて意見があったことなどを踏まえ、内閣府とも協議し、平成26年度に、最終年度における数値目標を25.02億円に下方修正している。

平成27年度の実績をみると、図表3-(1)-エ-②のとおり、①札幌におけるロ

ケ撮影等映像制作の誘致・実施に伴う経済効果は7.8億円(目標の進捗度31.2%。なお、24年度は141.0%、25年度は117.8%、26年度は118.7%である。)、②札幌の事業者が制作した映像の海外輸出額は3.6億円(目標の進捗度156.5%)、③札幌市への外国人宿泊者実人数は192万人(目標の進捗度167.0%)となっている。

①札幌におけるロケ撮影等映像制作の誘致・実施に伴う経済効果に関する目標を平成27年度に達成できなかった理由について、札幌市は、国内外での積極的なロケ撮影等の誘致や札幌市独自の事業である「映像制作助成事業」(札幌等を舞台とした作品を制作し海外で放映する場合の映像制作に係る経費の一部を助成等する事業)の実施により平成24年度から27年度までに38件の映像制作を助成するなどの取組を行ったが、大きな経済効果を見込める映画やテレビドラマなどは、相談から映像制作の企画の実現には相当の時間を要する場合があったこと、当初期待していた規制緩和を得ることができず、他国や他地域と比べてロケ撮影に係る許認可手続等が簡素化されるなどによりロケ撮影がしやすくなるといった優位性を確立することができなかったことなどから、27年度は目標を達成できなかったとしている。

②映像の海外輸出額に関する目標を平成27年度に達成した理由について、札幌市は、総合特区推進調整費の助成により実施していた映像関係の国際見本市への大規模な共同出展支援を、同助成がなくなった27年度も継続して札幌市独自の取組により実施したためなどを挙げている。

③札幌市への外国人宿泊者実人数に関する目標を平成27年度に達成した理由について、札幌市は、映像制作助成事業による助成や映像関係への国際見本市への出展支援などにより海外での札幌市に係る映像コンテンツの露出機会が増えたことが一定程度寄与したためなどを挙げている。

札幌市は、札幌コンテンツ特区の指定の解除後は、同特区の趣旨を踏まえつつ、「映像の力により世界が憧れるまち札幌を実現するための条例」(平成26年札幌市条例第36号)に基づき策定した「札幌市映像活用推進プラン」(平成28年6月札幌市)により、映像を活用したまちづくりに関する施策を総合的かつ戦略的に実施していくとしている。

図表3-(1)-エ-② 総合特別区域計画上の数値目標の達成状況

(単位：億円、%、万人)

評価指標	数値目標・実績	平成22年度 (基準年度)	24 年度	25 年度	26 年度	27 年度
①札幌市におけるロケ撮影等映像制作の誘致・実施に伴う経済効果	数値目標(a)	—	11.23	11.87	18.87	25.02
	実績(b)	10.6	15.83	13.98	22.40	7.8
	進捗度(b/a)	—	141.0	117.8	118.7	31.2

②札幌の事業者が制作した映像の海外輸出額	数値目標(a)	—	1.0	1.3	1.7	2.3
	実績(b)	0.2	0.4	0.2	2.8	3.6
	進捗度(b/a)	—	40.0	15.4	164.7	156.5
③映像コンテンツ視聴者が観光に訪れることによる観光産業等への波及効果(札幌市への外国人宿泊者実数)	数値目標(a)	—	75	87	100	115
	実績(b)	50(注2)	68	105	142	192
	進捗度(b/a)	—	90.7	120.7	142.0	167.0

(注) 1 札幌市作成の地域活性化総合特別区域評価書に基づき、当省が作成した。

2 「基準年度」とは、総合特別区域計画において数値目標を設定する際に基準とした実績を測定した年度である。なお、評価指標③については、平成22年度ではなく、21年度が基準年度となっている。

オ 日本の文化芸術の発信支援（海外映画祭出品等支援、優れた現代美術の海外発信促進、海外メディア芸術祭等参加及び国立美術館による文化芸術の海外発信）（文部科学省（文化庁））

(7) 施策・事務事業の概要

文化庁は、日本の文化芸術の海外発信を支援するコンテンツ分野の施策・事務事業として、主に以下の取組を行っている。

① 海外映画祭出品等支援

我が国の優れた映画の海外映画祭への出品等を支援し、もって日本映画の発展と世界への我が国文化の発信に資することを目的として、i) 海外映画祭に出品する際の外国語字幕制作費、映画製作者の海外渡航費の補助、ii) 主要な海外映画祭の見本市における展示施設の設置・運営等を行う「海外映画祭出品等支援事業」を、平成 15 年度から委託により実施している。

海外映画祭出品等支援は、図表 3-(1)-オ-①のとおり、調査対象とした平成 24 年度から 27 年度まででみると、年間 66 件から 85 件実施している。

② 優れた現代美術の海外発信促進

我が国の現代アート作家やキュレーターに活動・発表の場を提供し、もって我が国の現代アートの国際発信力・競争力の向上等を図ることを目的として、i) 海外で開催される国際的なアートフェスティバルや国際的なアートフェアに我が国の現代アート作家の作品を出展する活動（海外アートフェスティバル等出展）、ii) 我が国で開催される国際発信力を有する国際アートフェスティバルや我が国の現代アート作家の作品の展示を中心とする展覧会等の活動（国際発信力のある国内企画展）に対して補助を行う「優れた現代美術の海外発信促進」を、平成 26 年度から補助金により実施している。

優れた現代美術の海外発信促進は、図表 3-(1)-オ-②のとおり、調査対象とした平成 26 年度及び 27 年度でみると、それぞれ 27 件実施している。

③ 海外メディア芸術祭等参加

メディア芸術の発展と我が国文化の世界への発信に資することを目的に、優れたメディア芸術作品の出品等が適切と認められる海外のメディア芸術関連フェスティバル等において、文化庁メディア芸術祭の受賞作品等の上映・展示を行い、我が国の優れたメディア芸術の鑑賞機会を提供するとともに文化庁メディア芸術祭の周知を海外で行う「海外メディア芸術祭等参加」を、平成 9 年度から委託により実施している。

海外のメディア芸術関連フェスティバル等への参加は、図表 3-(1)-オ-③のとおり、調査対象とした平成 24 年度から 27 年度まででみると、17 件から 20 件実施している。

④ 国立美術館による文化芸術の海外発信

文化庁は、日本が世界に誇る総合的芸術表現にまで発展を遂げたマンガ・アニメ・ゲームを国立美術館が分野横断的・歴史的・体系的に海外に向けて発信する海外巡回展「ニッポンのマンガ*アニメ*ゲーム」（ミャンマーのヤンゴンで平成28年2月14日から3月6日まで実施。タイのバンコクで平成28年7月16日から8月28日まで実施）に事業費の一部を委託費として支出（ミャンマー展に3,000万円）している。

図表 3-(1)-オ-① 海外映画祭出品等支援の実績 (単位:件)

区分	平成24年度	25年度	26年度	27年度
3大映画祭など海外映画祭への出品支援数	79	76	66	85

(注) 文部科学省の資料に基づき、当省が作成した。

図表 3-(1)-オ-② 優れた現代美術の海外発信促進の実績 (単位:件)

区分	平成26年度	27年度
①海外アートフェスティバル等出展	20	24
②国際発信力のある国内企画展	7	3
合計	27	27

(注) 文部科学省の資料に基づき、当省が作成した。

図表 3-(1)-オ-③ 海外メディア芸術祭等参加の実績 (単位:件)

区分	平成24年度	25年度	26年度	27年度
海外のメディア芸術関連フェスティバル等への参加	20	20	19	17

(注) 文部科学省の資料に基づき、当省が作成した。

(イ) 把握結果

① 海外映画祭出品等支援

- i) 海外映画祭出品等支援を事業メニューに含む文化庁の「日本映画の創造・交流・発信」事業(注)に係る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、「国内の邦画・洋画における上映数の割合について、邦画が洋画を上回ること」等であるが、海外映画祭出品等支援に特化した成果目標はない。

(注) 文化庁の「日本映画の創造・交流・発信」事業は、①日本映画の製作等への補助、②ロケーションデータベースの運営、③文化庁映画賞の実施等、④海外映画祭出品等支援、⑤アジア地域における日本映画の上映、⑥「日本映画情報システム」の運用を内容としている。

日本での映画公開本数における日本映画の占める割合は、図表 3-(1)-オ-④のとおり、平成24年度から28年度まででみると、51.1%から56.4%であり、毎年度、目標値を上回っている。

なお、前述の項目第2の2の図表1のとおり、「海外映画祭出品等支援」に

係る予算額は、平成 24 年度から 28 年度までそれぞれ 0.7 億円となっている。

図表 3-(1)-オ-④ 海外映画祭出品等支援に係る成果指標及び実績

(単位：%)

定量的な 成果目標	成果指標		平成24年度	25年度	26年度	27年度	28年度
			国内の邦画・洋画 における上映数 の割合について、 邦画が洋画を上 回ること	日本での映 画公開本数 における日 本映画の占 める割合	成果実績	56.4	52.9
		目標値	50	50	50	50	50
		達成度	113	106	103	102	106

(注) 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 0356)、28 年度行政事業レビューシート (事業番号 0336)、29 年度行政事業レビューシート (事業番号 0345) 等に基づき、当省が作成した。

- ii) 調査対象とした平成 24 年度から 27 年度まででみると、本事業による支援を受けた年間 66 件から 85 件の作品のうち、海外映画祭での受賞実績があるものは、表 3-(1)-オ-⑤のとおり、年間 5 件から 13 件である。

図表 3-(1)-オ-⑤ 出品支援を受けた作品の海外映画祭での受賞実績

(単位：件)

区分	平成 24 年度	25 年度	26 年度	27 年度
出品支援を受けた作品の海外映画祭での受賞実績	5	13	6	13

(注) 文部科学省の資料に基づき、当省が作成した。

- iii) 文化庁は、(ア)の①で前述したとおり、主要な海外映画祭の見本市において展示施設の設置・運営を行っている。平成 24 年度以降でみると、文化庁は、カンヌ、香港、アヌシー、ベルリン及びトロントの映画見本市で展示施設の設置・運営を行っている。

他方、JETRO は、経済産業省の中小企業・小規模事業者海外展開戦略支援事業費補助金等の交付を受けて、日本映画産業の振興とその海外展開を支援することを目的に、映画見本市への出展支援を行っている。具体的には、映画見本市にブースを設置してセールス作品の映像放映、商談を行うためのスペースの提供を行うとともに、出展者が支払う出展料の一部負担等を行っている。平成 24 年度以降でみると、JETRO は、カンヌ、サンタモニカ、香港及び上海 (24 年度のみ) の映画見本市への出展支援を行っている。

文化庁は文化振興的な目的により、JETRO は産業振興的な目的により、別個に展示施設又はブースの設置・運営等を行う映画見本市を選んでいるところであるが、文化庁及び JETRO は、日本映画を海外に発信する上でより効果的であるとの判断に基づき、平成 17 年度からカンヌ及び香港の映画見本市におい

て共同でジャンプブースを設置・運営している。

② 優れた現代美術の海外発信促進

i) 優れた現代美術の海外発信促進に係る文部科学省の行政事業レビューシートにおける成果目標は、「世界中の展覧会、オークションデータ等により、約 10 万人の世界のアーティストのランキングを作成している ARTFACTS.NET の 500 位までに入る日本人アーティストが 10 人となることを目指す」である。目標に対する実績は、図表 3-(1)-オ-⑥のとおり、平成 26 年度 7 人、27 年度 8 人、28 年度 9 人となっている（注）。

（注） ARTFACTS.NET のアーティストランキング 2017 には、草間彌生氏（34 位）、杉本博司氏（66 位）、オノ・ヨーコ氏（71 位）、河原温氏（108 位）、荒木経惟氏（170 位）、イケムラレイコ（池村玲子）氏（256 位）、村上隆氏（447 位）、森村泰昌氏（487 位。27 年度からランクインしている。）及び森山大道氏（493 位。28 年度からランクインしている。）の 9 人がランキングされている。

ランキングされている日本人アーティストのうち「優れた現代美術の海外発信促進」の支援対象となったのは、草間彌生氏（平成 26 年度）、杉本博司氏（26 年度）、荒木経惟氏（26・28・29 年度）、イケムラレイコ氏（26・28 年度）、森村泰昌氏（26・27・28・29 年度）及び森山大道氏（26・29 年度）である。

なお、文部科学省の事前分析表・政策評価書では、優れた現代美術の海外発信促進に関連する目標値は設定されていない。

図表 3-(1)-オ-⑥ 優れた現代美術の海外発信促進に係る成果目標及び実績
（単位：人、％）

定量的な成果目標	成果指標	成果実績		
		平成26年度	27年度	28年度
世界中の展覧会、オークションデータ等により、約 10 万人の世界のアーティストのランキングを作成している ARTFACTS.NET の 500 位までに入る日本人アーティストが 10 人となることを目指す。	ARTFACTS.NET の 500 位までに掲載されている日本人アーティストの数	7	8	9
	目標値	10	10	10
	達成度	70	80	90

（注） 文部科学省の平成 28 年度行政事業レビューシート（事業番号 0380）及び 29 年度行政事業レビューシート（事業番号 0388）に基づき、当省が作成した。

ii) (ア)の②で前述した「海外アートフェスティバル等出展」の支援対象となる展示会としては、出展作品の売買を目的としない海外アートフェスティバルと出展作品の売買を目的とする海外アートフェアの 2 種類があるところ、支援を受けた団体は、いずれも海外アートフェアに出展している。文化庁によれば、支援を受けた団体の出展作品の売上額合計は、平成 26 年度は約 3.3 億円、27 年度は約 2.9 億円となっている。「優れた現代美術の海外発信促進」に係る予算額は、前述の項目 2 の 2 の図表 1 のとおり、平成 26 年度は 11.0 億

円の内数、27年度は9.6億円の内数、28年度は9.6億円の内数となっている。

なお、(ア)の②で前述した「②国際発信力のある国内企画展」については出展作品の売買を目的とするものは支援対象外となっているため、出展作品の売上はない。

③ 海外メディア芸術祭等参加

海外メディア芸術祭等参加を事業メニューに含む文化庁の「メディア芸術の創造・発信」事業（注）に係る文部科学省の事前分析表・政策評価書及び行政事業レビューシートにおける成果目標は、「文化庁メディア芸術祭への作品の応募数が過去3年間における応募数の平均を超えること」等であるが、海外メディア芸術祭等参加に特化した成果目標はない。

（注）文化庁の「メディア芸術の創造・発信」事業は、①文化庁メディア芸術祭及び地方展の開催、②海外メディア芸術祭等参加、③メディア芸術作品に係るデータベースの運用等、④優れたアニメーション映画の製作活動への補助等を内容とする。

目標に対する実績は、図表3-(1)-オ-④のとおり、平成24年度から27年度でみると109%から147%と目標値を上回っている一方、28年度は95%と目標値を若干下回っている。

なお、「海外メディア芸術祭等参加」事業に係る予算額は、前述の項目2・2の図表1のとおり、平成24年度は8.7億円の内数、25年度は8.3億円の内数、26年度は7.6億円の内数、27年度は7.6億円の内数、28年度は9.1億円（当初予算8.3億円及び補正予算0.8億円の合計）の内数となっている。

図表3-(1)-オ-④ 海外映画祭出品等支援に係る成果指標及び実績（単位：件、%）

定量的な成果目標	成果指標		平成24年度	25年度	26年度	27年度	28年度
過去3年間における文化庁メディア芸術祭への応募数の平均値	文化庁メディア芸術祭への応募数	成果実績	3,503	4,347	3,853	4,417	4,034
		目標値	2,650	2,954	3,521	3,901	4,206
		達成度	132	147	109	113	95

（注）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0358）、28年度行政事業レビューシート（事業番号0338）、29年度行政事業レビューシート（事業番号0347）等に基づき、当省が作成した。

④ 国立美術館による文化芸術の海外発信

海外巡回展「ニッポンのマンガ*アニメ*ゲーム」のミャンマー展の入館者数は、1万2,304人、バンコク展の入館者数は1万7,197人となっている。同海外巡回展の入館者数の目標について、国立美術館は、以前に類似の展覧会はなく初めての試みであったため立てていないとしている。

なお、同海外巡回展に係る予算額は、前述の項目2の2の図表1のとおり、平成27年度は0.8億円、28年度は0.6億円となっている。

カ 国際見本市の開催・プロデューサー人材育成等支援（経済産業省）

(7) 施策・事務事業の概要

経済産業省は、我が国のコンテンツ産業の国際展開を促進すること等を目的に、以下の①、②等を事業内容とする「コンテンツ産業強化対策支援事業」（平成 19 年度から 28 年度まで実施）及び「コンテンツ産業新展開強化事業」（29 年度から実施）を委託により実施している。

① 国際見本市の開催支援

我が国のコンテンツ産業の国際展開を促進すること等を目的に、毎年 10 月に東京で開催される映画・テレビ番組、音楽、アニメ等のコンテンツの総合国際見本市「Japan Content Showcase (JCS)」(注)の会場費、運営費、広報費等の一部を負担している（平成 19 年度から実施）。

(注) JCS は、①東京国際映画祭併設コンテンツマーケット (TIFFCOM)、②東京国際ミュージックマーケット (TIMM)、③東京国際アニメ祭 (TIAF) から成る。

② プロデューサー人材育成等支援

資金調達・契約・マーケティングといったプロデュース業務を担う人材を育成し、もってコンテンツ産業の国際展開を促進すること等を目的に、映像製作関連企業に原則として 3 年以上従事した経歴があり、将来的に日本のコンテンツ製作に関わる国際プロデューサーになることを目指す者等を対象に、最長 2 年間、原則として年間 1 人当たり 3 万米ドルを上限に、海外教育機関(フィルムスクール)への長期留学に要する費用(授業料等)を支給等する海外留学支援(平成 22 年度から実施)や、海外のコンテンツビジネス関連企業における実務研修(インターンシップ)に必要な費用を支給等する海外企業実務研修(27 年度から実施)等を実施している。

平成 22 年度から 29 年度までに、10 人がフィルムスクールへの長期留学に要する授業料等の支給を受けている。

(イ) 把握結果

i) 国際見本市の開催支援

国際見本市の開催支援に係る経済産業省の行政事業レビューの成果目標は、「2020 年度の国際見本市における成約金額を 100 億円にする」である。各年度の目標も設定されており、目標に対する実績をみると、図表 3-(1)-カのとおり、平成 25 年度は目標 56.5 億円に対して実績が 63.7 億円、26 年度は目標 62.3 億円に対して実績が 54.1 億円、27 年度は目標 68.9 億円に対して実績 63.0 億円、28 年度は目標 74.9 億円に対して実績 57.7 億円となっている。経済産業省の事前分析表・政策評価書では、国際見本市の開催支援に関連する目標値は設定されていない。

国際見本市の開催支援に係る予算額は、前述の項目第2の2の図表1のとおり、平成25年度は7.9億円の内数、26年度は7.0億円の内数、27年度は6.9億円の内数、28年度は6.5億円の内数となっている。

また、国際見本市の開催支援については、平成28年6月に行われた経済産業省の行政事業レビューの公開プロセスの対象となっており、「現在実施している事業の中で、国費負担すべき事業や経費の範囲を改めて精査し、民間がひ益する部分については適切に負担させるよう検討すべき」との指摘を受けている。この指摘を受けて、経済産業省は、これまで国費で負担していた会場費等の民間負担割合を増やしている。

図表3-(1)-カ 国際見本市の開催支援に係る成果目標及び実績 (単位:億円、%)

定量的な 成果目標	成果指標		平成	25	26	27	28	目標最終年度 32年度
			24年度	年度	年度	年度	年度	
2020年度の国 際見本市におけ る成約金額を 100億円にする	国際見本 市におけ る成約金 額	成果実績	—	63.7	54.1	63.0	57.7	—
		目標値	—	56.5	62.3	68.9	74.9	100
		達成度	—	113	87	91	77	—

(注) 経済産業省の平成27年度行政事業レビューシート(事業番号0142)、28年度行政事業レビューシート(事業番号0142)、29年度行政事業レビューシート(事業番号0126)に基づき、当省が作成した。平成24年度については、国際見本市に係る成果目標は設定されていない。

ii) プロデューサー人材育成

- ① 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、プロデューサー人材育成に特化した成果目標はない。

また、プロデューサー人材育成については、平成28年6月に行われた経済産業省の行政事業レビューの公開プロセスの対象となっており、「現在の事業の中で、海外研修制度など、国費投入の必要性の薄い事業への支援を見直すべき」との指摘を受けている。この指摘を受けて、経済産業省は、研修成果のみならずビジネスの事業成果のフォローアップを行い、業界全体へのフィードバックの充実を図るとしている。

なお、プロデューサー人材育成に係る予算額は、前述の項目第2の2の図表1のとおり、平成25年度は7.9億円の内数、26年度は7.0億円の内数、27年度は6.9億円の内数、28年度は6.5億円の内数となっている。

- ② フィルムスクールへの長期留学支援の対象者には、支援期間終了後、日本に関連したコンテンツの国際共同製作又は国際展開に関連する事業に従事するなど日本のコンテンツ産業の国際化に対して貢献を行うことという支援条件が課せられている。

この点に関して、平成 28 年 3 月に開催された知的財産戦略本部検証・評価・企画委員会（注）コンテンツ分野会合において、同委員会委員から、フィルムスクールへの長期留学支援の対象者が海外に残ってしまわないようにすることが求められておりフォローアップすることが必要という趣旨の指摘がなされ、経済産業省は、フィルムスクールへの長期留学支援の対象者について、そのまま海外に残っている者が多く、日本のコンテンツ産業の国際化に活発に貢献するところまではまだ至っていないと回答している。

（注） 知的財産戦略本部令（平成 15 年政令第 45 号）第 4 条の規定に基づき、「知的財産政策ビジョン」（平成 25 年 6 月 7 日知的財産戦略本部決定）に係る各種施策の実施状況の検証・評価を行い、その実効を確保するために必要な措置を検討するため知的財産戦略本部の下で開催されている。

当省がフィルムスクールへの長期留学支援の対象者が支援期間終了後に日本のコンテンツ産業の国際化に貢献しているかについて平成 29 年 1 月末時点で調査したところ、10 人のうち 9 人が支援期間を終了しており、当該 9 人のうち、日本のコンテンツを原作とするハリウッド映画の製作にプロデューサー等として参加している等日本のコンテンツ産業の国際化に貢献していると認められる者は 3 人、今後日本のコンテンツ産業の国際化に貢献する可能性はあるが、現時点では貢献しているか不明な者は 6 人であった。

こうした状況を踏まえ、経済産業省は、プロデューサー人材育成等支援のうちフィルムスクールへの長期留学支援については、平成 29 年度をもって終了している。

キ 海外展示会への出展等支援（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、JETRO 及び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、「中小企業海外展開等支援事業」（平成 16 年度から 24 年度まで実施）、「中小企業海外展開総合支援事業」（25 年度に実施）、「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。

これらの事業による補助を受け、JETRO は、コンテンツ分野の中小企業・小規模事業者に対する支援として、①海外展示会への出展支援（出展料の一部負担等）、②海外・国内商談会の開催（海外バイヤーの招へい等）等を行っている。

JETRO が出展支援したコンテンツ分野の海外展示会及び JETRO が開催したコンテンツ分野の海外・国内商談会は、図表 3-(1)-キ-①のとおり、調査対象とした平成 24 年度から 27 年度まででは年間に 9 件から 12 件となっている。コンテンツのジャンル別にみると、映像（映画・放送番組、アニメ等）分野が年に 5 件から 6 件、音楽分野が年に 2 件から 3 件、ゲーム分野が年に 2 件から 3 件となっている。

図表 3-(1)-キ-① JETRO によるコンテンツ分野の海外展示会への出展等支援実績

（単位：件）

区分	平成 24 年度	25 年度	26 年度	27 年度
映像（映画・放送番組、アニメ等）	6	5	5	5
音楽	3	3	2	3
ゲーム	3	3	2	2
合計	12	11	9	10

(注) 1 JETRO の資料に基づき、当省が作成した。

2 ①JETRO が出展支援した海外展示会、②JETRO が開催した海外・国内商談会の合計の件数を記載している。

(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、経済産業大臣が定めた平成 27 年度から 30 年度までを目標期間とする「独立行政法人日本貿易振興機構第四期中期目標」（平成 27 年 4 月経済産業省）において、中堅・中小企業を始めとする日本企業の海外展開の促進に関する成果指標として分野を特定しない形で「新たな輸出・投資等の海外展開成功社数」や「輸出・投資等の海外展開支援件数（延べ社数）」は定められているが、JETRO によるコンテンツ分野に限定した海外展示会への出展等支援に関する定量的な成果目標は定められていない。

ii) 当省において、JETRO が出展支援したコンテンツ分野の海外展示会等の平成 24 年度から 27 年度までの商談成約率を調査したところ、図表 3-(1)-キ-②のとおり、24 年度は 21.6%、25 年度は 20.6%、26 年度は 16.9%、27 年度は 14.9%となっている。成約金額は、平成 24 年度は 19.4 億円、25 年度は 8.9 億円、26 年度は 15.5 億円、27 年度は 7.4 億円となっている。

経済産業省の「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 1 のとおり、平成 24 年度は 27.6 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。

コンテンツのジャンル別にみると、図表 3-(1)-キ-②のとおり、ゲーム分野の海外展示会等の商談成約率が平成 24 年度は 21.3%（成約金額 12.2 億円）、25 年度は 3.9%（同 0.9 億円）、26 年度は 3.7%（同 0.7 億円）、27 年度は 4.9%（同 1.5 億円）となっている。特に、毎年開催される「東京ゲームショウ」に合わせて JETRO が行っている国内商談会の商談成約率は、図表 3-(1)-キ-③のとおり、平成 24 年度 4.3%（成約金額 30 百万円）、25 年度 0.9%（同 1 百万円）、26 年度 0.8%（同 5 百万円）、27 年度 0.0%となっている。

この点について、JETRO は、同商談会では現在ほとんどの商談がモバイルゲーム関連となっているところ、モバイルゲーム配信における商談は一般的な商品の売買と異なり、共同開発、共同運営、マーケティング協業などが中心で、「成約（輸出、進出及び進出先での販売・調達）」の定義に合致しにくい状況にあり、成果は出ても「成約件数」への計上につながらないと説明するとともに、交渉は長期にわたることも多く、具体的な交渉は秘密保持契約（NDA）締結後となることが一般的なため、NDA 締結件数（見込み含む。）を確認し、一定の事業効果が得られていると判断していると説明している。

「東京ゲームショウ」に合わせて JETRO が行っている国内商談会の NDA 締結率をみると、図表 3-(1)-キ-③のとおり、平成 25 年度は 14.7%、26 年度は 31.2%、27 年度は 7.1%となっている。

JETRO は、①東京ゲームショウは経済産業省が支援する「CoFesta（コ・フェスタ）」（JAPAN 国際コンテンツフェスティバル）のコアイベントの一つに位置付けられており、日本のゲームコンテンツを海外に発信し海外とのビジネス促進を国内において実施できる数少ない機会であること、②事業者及び業界団体からの実施要望が多いこと等から、同商談会を今後とも実施する予定であるとしている。

図表 3-(1)-キ-② JETRO が出展支援したコンテンツ分野の海外展示会等における商談成約率等 (単位: %、億円)

ジャンル	区分	平成 24 年度	25 年度	26 年度	27 年度
映像 (映画・放送番組、アニメ等)	商談成約率	16.8	18.3	14.8	18.6
	成約金額	4.6	4.6	11.3	4.8
音楽	商談成約率	29.7	30.0	27.4	11.2
	成約金額	2.6	3.3	3.5	1.2
ゲーム	商談成約率	21.3	3.9	3.7	4.9
	成約金額	12.2	0.9	0.7	1.5
コンテンツ分野全体	商談成約率	21.6	20.6	16.9	14.9
	成約金額	19.4	8.9	15.5	7.4

(注) 1 JETRO の資料に基づき、当省が作成した。

2 小数点以下第 2 位を四捨五入したため、各ジャンルの合計とコンテンツ分野全体の値が一致しない場合がある。

図表 3-(1)-キ-③ 東京ゲームショウに合わせて JETRO が行った国内商談会における商談成約率 (単位: 社、件、%、百万円)

区分	事業名	参加数	商談件数 (a)	成約件数 (b)	成約率 (b/a)	成約金額	NDA 締結件数 (c)	c/a
平成 24 年度	Mobile World Congress 2013	15	1,843	441	23.9	1,147	未把握	—
	ゲームビジネス商談会 in 東京ゲームショウ 2012	18	94	4	4.3	30	未把握	—
	Game Connection America 2013	7	221	15	6.8	46	59	26.7
	合計	40	2,158	460	21.3	1,223	—	—
25 年度	オンラインゲーム商談会	11	42	0	0	0	未把握	—
	ゲームビジネス商談会 in 東京ゲームショウ 2013	18	109	1	0.9	1	16	14.7
	Game Connection America 2014	13	384	20	5.2	94	82	21.4
	合計	42	535	21	3.9	95	—	—
26 年度	ゲームビジネス商談会 in 東京ゲームショウ 2014	29	125	1	0.8	5	39	31.2
	Game Connection America 2015	11	445	20	4.5	64	未把握	—
	合計	40	570	21	3.7	69	—	—
27 年度	ゲームビジネス商談会 in 東京ゲームショウ 2015	27	182	0	0	0	13	7.1
	Game Connection America 2016	11	326	25	7.7	8	114	35.0
	合計	38	508	25	4.9	8	—	—

(注) 1 JETRO の資料に基づき、当省が作成した。「NDA」は、秘密保持契約を表す。

2 小数点以下第 1 位を四捨五入したため、合計と内訳の計が一致しない場合がある。