

# 「クールジャパンの推進に関する政策評価」の結果の政策への反映状況 (2回目のフォローアップ)のポイント

【勧告先】文部科学省、農林水産省、経済産業省 【勧告日】平成30年5月18日  
 【回答日】(1回目)平成30年12月4日～12月6日(改善状況は11月19日現在)  
 【回答日】(2回目)令和2年6月29日～7月1日(改善状況は3月31日現在)

## ポイント

- 文部科学省、農林水産省及び経済産業省に対して、勧告として指摘した3事項のうち2事項は、おおむね必要な対応は講じられている。

(注) 必要な対応が講じられていない1事項(コンテンツ分野)については、令和元年度の事業を対象に今年度中に検証等を実施予定

- 主な勧告事項とこれに対する政策への反映状況の概要については、以下のとおり

### 勧告事項

#### 1 コンテンツ分野

コンテンツ等の海外展開について、より効果的・効率的な支援(「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等)となるよう検討を進めること

※ 補助によりコンテンツ等のローカライズ等を実施した事業者が、今後補助がなくてもローカライズ等を実施するようになること

【経済産業省】

### 政策への反映状況

- コンテンツ等の海外展開に対する支援が、より効果的・効率的となるよう以下の取組を実施

1回目

- ◎ 平成28年度以降に実施した事業において、応募された事業の審査に当たっての審査項目を見直し、加点ポイントとして事業内容の新規性の項目を追加
- ◎ 今後、本事業の「呼び水効果」の把握を含む効果測定を実施予定

2回目

- ◎ 平成30年度に実施した事業について効果検証を行った結果、同事業において補助を受けた事業者に占める新規事業者の割合は28年度及び29年度に実施した事業より増加  
また、平成30年度に実施した事業における新規事業者の平均商談件数は、補助を受けた事業者全体の平均件数を上回っており、「呼び水効果」につながる意欲的な事業者に対する支援を促進
- ◎ 今後、令和元年度に実施した事業を対象に、改めて新規事業の「呼び水効果」の検証等を行い、それを踏まえた審査項目の見直し等を検討予定

## 勧告事項

### 2 農林水産物・食品分野

農林水産物・食品等のジャパンブランドの確立に資するため、地理的表示保護制度の更なる活用を促進するための取組を行うこと

【農林水産省】

## 政策への反映状況

### ○ 地理的表示保護制度の更なる活用を促進するため、以下の取組を実施

1回目

- ◎ 地理的表示（GI）保護制度の更なる活用の促進を図るため、今後、各地方農政局等において産地へのGI申請の働きかけをGIサポートデスクと連携して行うとともに、そこで得た情報を本省、地方農政局等、GIサポートデスク（※）で共有していくことを検討
  - ※ GI保護制度の普及啓発に係る情報提供や登録申請に係る産地からの相談を一元的に受け付ける相談窓口

2回目

### ◎ 上記内容の通知文書を平成30年12月に地方農政局等宛てに発出

この通知に基づく取組により、GI保護制度の創設（平成27年6月）から通知発出前までに登録されたものは69産品に対し、通知発出後のGIの登録申請件数が44件となるなど、GI保護制度の活用が促進

## 勧告事項

### 3 分野横断

日本の文化芸術の発信について、文化交流使の派遣を更に戦略的に推進するための方策を検討し、当該事業に反映すること

【文部科学省】

## 政策への反映状況

### ○ 文化交流使の派遣を更に戦略的に推進するため、以下の取組を実施

1回目

- ◎ 文化交流使を重点的に派遣する地域及び分野を定めた文化交流使の派遣を更に戦略的に推進するための方策を平成30年5月に策定

2回目

- ◎ 令和元年度文化交流使については、重点的に派遣する地域としている周年事業対象国等に派遣するとともに、重点分野としている生活文化分野（折り紙、和食等）の関係者を文化交流使として指名するなど、策定した方策を踏まえた派遣を実施

「クールジャパンの推進に関する政策評価」の結果の政策への反映状況

テーマ名	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） （勧告・公表日：平成 30 年 5 月 18 日）
関係行政機関	文部科学省（回答日：平成 30 年 12 月 6 日） （その後の政策への反映状況に係る回答日：令和 2 年 7 月 1 日） 農林水産省（回答日：平成 30 年 12 月 4 日） （その後の政策への反映状況に係る回答日：令和 2 年 7 月 1 日） 経済産業省（回答日：平成 30 年 12 月 5 日） （その後の政策への反映状況に係る回答日：令和 2 年 6 月 29 日）

政策の評価の観点及び結果

○ 評価の観点

クールジャパン関連施策等について、総体としてどの程度効果を上げているかなどの総合的な観点から評価

○ 評価の結果

日本再興戦略（平成 25 年 6 月 14 日閣議決定）においては、「クールジャパンの推進」について 5 つの成果目標が設定されており、その達成状況（①放送コンテンツ関連海外売上高、②訪日外国人旅行者数及び③観光収入のアジアでのランキングに係る成果目標は目標達成。④農林水産物・食品の輸出額に係る成果目標は中間目標達成。⑤日本産酒類の輸出額の伸び率に係る成果目標は目標達成に向けて進展。）及びクールジャパン関連施策等の実施状況を踏まえると、クールジャパンの推進に関する政策は全体として相当程度進展していると認められる。一方、一部のクールジャパン関連施策等については改善すべき課題がみられた。

(1) コンテンツ等のローカライズ・プロモーションへの支援

総務省及び経済産業省（注1）は、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補助する「ローカライズ・プロモーションへの支援」を平成 25 年度から実施している。

同事業の補助を受けた 766 事業者に対して書面調査したところ、504 事業者から回答が得られた。このうち、「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、補助により初めてローカライズを実施し、かつ、今後補助を受けなくてもローカライズを実施予定とした事業者は 88 事業者（40.0%）であった。

一方、補助を受ける前からローカライズを実施し、かつ、今後補助を受けなくてもローカライズを実施予定とした事業者は 84 事業者（38.2%）であり、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。

また、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 事業者についても同様の傾向がみられた。

(2) 農林水産物・食品等の輸出環境整備

農林水産物・食品等の地理的表示（注2）については、高いレベルでの相互保護を行うことでEUと交渉妥結しているところ、地理的表示の相互保護に係る国際約束を交わした輸出先国においては我が国の真正な製品の地理的表示が保護されることにより他国の製品との差別化が図られることなどから、地理的表示保護制度は海外におけるジャパンプランドの確立にも非常に有効な制度である。

一方、地理的表示保護制度と並んで地域ブランドの確立に有効な制度として、地域団体商標制度（注3）がある。

地域団体商標制度については平成 18 年 4 月の開始からおおむね 12 年経過しているのに対し、農林水産物・食品等の地理的表示保護制度は 27 年 6 月の開始からおおむね 3 年しか経過していないことなどから、単純な比較はできないものの、例えば、①茶に関連す

る地理的表示の登録が 2 産品であるのに対し、茶に関連する地域団体商標制度の登録は 16 商標となっており、また、②牛肉に関連する地理的表示の登録が 8 産品であるのに対し、牛肉に関連する地域団体商標制度の登録は 51 商標となっていることから、国内の有名産地で生産される茶や牛肉などについて、地理的表示保護制度の更なる活用の余地があると考えられる。

(3) 日本の文化芸術の発信支援（文化交流使の派遣）

文化庁は、芸術家等の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。

文化交流使の活動地域については、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、在外公館・国際交流基金海外拠点へのニーズ調査結果等を基に、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、その提案に基づき、文化交流使が活動地域を選ぶことがある。

平成 24 年度から 27 年度までの文化交流使の実際の活動地域をみると、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。

(注) 1 「ローカライズ・プロモーションへの支援」には、平成 24 年度補正予算事業、26 年度補正予算事業、27 年度補正予算事業、28 年度補正予算事業があるところ、総務省は平成 24 年度補正予算事業のみを実施しており、経済産業省はいずれの事業も実施している。

2 特定農林水産物等の名称の保護に関する法律（平成 26 年法律第 84 号）に基づく「農林水産物・食品等の地理的表示」とは、農林水産物・食品等（酒類、医薬品等を除く。）の名称で、その名称から①当該産品の生産地を特定でき、②産品の品質等の特性が当該生産地と結びついているということ特定できる名称の表示である。

同法に基づく地理的表示保護制度（平成 27 年 6 月 1 日施行）においては、農林水産大臣による地理的表示の登録が行われると、一定の基準を満たさない農林水産物・食品等については原則としてその地理的表示を使用することができなくなる。

3 地域団体商標制度とは、例えば「〇〇牛」など、地域ブランドとして用いられている一定の要件を満たした「地域の名称及び商品・サービスの名称等」のみからなる商標を、商標法（昭和 34 年法律第 127 号）に基づき、事業協同組合等が商標登録できるようにした制度である（平成 18 年 4 月 1 日施行）。

この制度において、地域団体商標の不正使用への対応は商標権者に委ねられている一方、地理的表示保護制度においては、地理的表示の不正使用は行政によって取り締まることができる。

勧告	政策への反映状況
<p>1 コンテンツ分野 （ローカライズ・プロモーションへの支援） 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。</p>	<p>→ : 1 回目の回答 ⇒ : 2 回目の回答（令和 2 年 3 月末の政策への反映状況） （経済産業省） → 平成 28 年度補正予算により 28 年度及び 29 年度に実施した「コンテンツグローバル需要創出基盤整備事業」において、応募された事業の審査に当たっての審査項目を見直し、加点ポイントとして事業内容の新規性の項目を加える変更を行っている。本事業による補助を受けた 968 事業の事業内容をみると、新規事業の割合は約 4 割（397 事業）となっている。 平成 29 年度補正予算により 30 年度に実施している「インバウンド型クールジャパン推進事業（クリエイターを中心としたグローバルコンテンツエコシステム創出事業）」においても、応募された事業の審査に当たっての審査項目に加点ポイントとして事業内容の新規性の項目が含まれており、平成 30 年 9 月末までに本</p>

勧告	政策への反映状況
	<p>事業による補助を受けた392事業の事業内容をみると、新規事業の割合は約4割（150事業）となっている。</p> <p>この事業完了後には、「呼び水効果」の把握を含む効果測定を実施予定であり、また今後同様の事業を実施する場合は、効果測定の結果やこれまでの事業の成果も踏まえ、必要に応じて「呼び水効果」を高めるための審査項目の見直し等についてあらためて検討してまいりたい。</p> <p>⇒ 平成29年度補正予算により30年度に実施した「インバウンド型クールジャパン推進事業（クリエイターを中心としたグローバルコンテンツエコシステム創出事業）」について、補助を受けた261事業者（採択した事業は合計484事業）に対してアンケート及びヒアリングを実施し、事業の効果検証を行った。</p> <p>この効果検証の結果、上記261事業者のうち、33事業者（約13%）（※）については今回の補助金を契機に初めて海外展開を開始しており、審査項目の見直し等により、新規事業者の採択の増加につながっている。</p> <p>※ 平成28年度補正予算での実績は、398事業者のうち、36事業者（約9%）が初めて海外展開を開始。</p> <p>また、この33事業者については、平均商談件数19.1件の成果が上がっており、補助を受けた事業者全体の平均商談件数16.9件と比較して高い数字になっている。初めて海外展開に挑戦した事業者であるため、平均契約件数や売上額は補助を受けた事業者全体と比較して高いわけではないが、「呼び水効果」につながる意欲的な事業者への支援が行われたと考えている。</p> <p>さらに、今回の検証においては、新規事業は「呼び水効果」が高いという前提のもと、新規事業者の割合等に関する分析を行ったため、新規事業者（又は新規事業を実施した事業者）が、今後、補助を受けなくても当該事業を実施するようになるようになったかという観点からの「呼び水効果」の効果測定はできていないが、平成30年度補正予算により令和元年度に実施した「コンテンツグローバル需要創出等促進事業」において、改めて新規事業の「呼び水効果」について分析を行い、その結果を踏まえ、今後も同内容の後継事業を実施する場合には、必要に応じて審査項目の見直し等を行うなど、より効果的・効率的な事業となるよう改善等を行っていく。</p>
<p>2 農林水産物・食品分野 （農林水産物・食品等の輸出環境整備） 農林水産省は、農林水産物・食品等のジャパンプランドの確立に資するため、地域で育まれた農林水産物・食品等</p>	<p>（農林水産省）</p> <p>→ 知的財産制度である地理的表示（GI）保護制度の活用を促進するためには、生産者団体等への同制度の普及や、相談・申請をしやすい環境作りが重要と考えている。このため、これまで地理的表示の登録申請に係る相</p>

勧告	政策への反映状況
<p>への地理的表示保護制度の更なる活用を促進するための取組を行う必要がある。</p>	<p>談・申請、生産者団体や関係団体等への説明会開催、国内外の流通関係者や消費者等への普及活動、GI 産品をPR するための海外展示会への出展、海外での侵害対策、不正監視に対する支援等の取組を行ってきたところである。</p> <p>この制度の更なる活用を促進するためには、潜在的にGI 候補となりうる産品の産地の取組を促すことが重要であり、各地方の農産物・食品の情報が集まる地方農政局等を活用して、相談・申請に至っていない地域のGI 候補産品の掘り起こしや、各地方農政局等とGI 登録申請の相談窓口であるGI サポートデスクとの間で情報共有を図り連携を強化することが必要である。そのため、今後、各地方農政局等において産地へのGI 申請の働きかけをGI サポートデスクと連携して行うとともに、そこで得た情報を本省、地方農政局等、GI サポートデスクで共有していく予定であり、その旨の通知を年内に地方農政局等宛てに発出することとしている。</p> <p>⇒ 地方農政局等を活用して地理的表示の登録申請に係る相談・申請に至っていない地域のGI 候補産品の掘り起こしや、各地方農政局等とGI 登録申請の相談窓口であるGI サポートデスクとの間で連携・情報共有を図り産地へのGI 申請の働きかけの状況報告を実施するよう、平成30年12月に各地方農政局・サポートデスク事務局等宛てに通知を発出した。</p> <p>この通知に基づき、地方農政局等が、産地に赴いてGI 保護制度の説明を実施する等の働きかけを行った結果、GI 保護制度の活用が図られた（GI 保護制度が創設されてから通知発出前までに登録されたものは69産品に対し、通知発出後の申請件数は44件となっている）。</p> <p>また、令和元年11月から、ふるさと納税サイトと連携し、GI 保護制度の説明及び登録産品の返礼品を紹介した特設ページを設置する等、GI 保護制度の普及・啓発を図った。</p>
<p>3 分野横断 （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。</p>	<p>（文部科学省） → 文化庁文化交流使の派遣等は、文化庁文化交流使事業委員会の助言を踏まえ、文化庁長官が決定するものである。この委員会における検討に資するため、総務省の勧告を受け、「文化芸術推進基本計画」（平成30年3月6日閣議決定）など政府が定める方針を踏まえて、世界の幅広い地域に対する、我が国が有する多様な文化芸術への理解促進を目的としつつ、特に外国人が「クール」と捉える日本固有の魅力等我が国の優れた文化芸術を発信し、対日理解の醸成さらにはインバウ</p>

勧告	政策への反映状況
	<p>ンド観光の促進につなげるため、文化交流使の派遣を戦略的に進めるための方策を平成 30 年 5 月に策定した。</p> <p>具体的には、派遣地域として、特に派遣年度ごとに高い裨益効果が見込まれる周年事業対象国及び地域を派遣地域として重視するとともに、インバウンド観光の促進の観点を踏まえ、アジア地域及び欧米豪地域にも重点的に派遣することとした。また、派遣分野としては、在外公館、国際交流基金海外拠点へのニーズ調査を基に分野の選定を行うとともに、生活文化を始めとする文化体験が可能な分野及びポップカルチャー分野を重点分野とすることとしている。</p> <p>本方策については、平成 30 年 7 月 23 日に開催された平成 30 年度第 1 回文化庁文化交流使事業委員会において、各委員に伝達しており、これを踏まえて 31 年度文化交流使の選定等を行うことを予定している。</p> <p>⇒ 平成30年5月に策定された文化交流使の派遣を戦略的に進めるための方策に沿って、以下のとおり令和元年度文化交流使を派遣した。</p> <p>派遣地域については、日メコン交流10周年に合わせて、文化交流使（大学教授）1名をタイ、ミャンマー及びベトナムへ派遣し、「折り紙」についての講演やワークショップ、展覧会等を実施した。</p> <p>また、上記を含め、文化交流使6名のうち、アジア地域へ3名、欧米豪地域へ5名派遣した。</p> <p>派遣分野については、在外公館から歌舞伎のレクチャーデモンストレーションを実施したいとの要望を受け、当該国に文化交流使（歌舞伎俳優）1名を派遣した。</p> <p>また、文化体験が可能な分野及びポップカルチャー分野を重点分野とする戦略を踏まえ、上述のとおり、今年度初めて文化交流使による「折り紙」についての講演等を実施したほか、和菓子、和食、盆栽といった生活文化分野の関係者を文化交流使として各国に派遣し、ワークショップや講演会等を実施した。</p>