

クールジャパン推進会議の開催について

平成 25 年 2 月 26 日
内閣総理大臣決裁

1. 趣旨

クールジャパンの推進方策及び発信力の強化について検討するため、「クールジャパン推進会議」（以下、「会議」という。）を開催する。

2. 構成

（1）会議は、別紙に掲げる者により構成し、クールジャパン戦略担当大臣を議長とし、クールジャパン戦略担当大臣を補佐する内閣府副大臣を副議長とする。ただし、議長は、必要があると認めるときは、構成員を追加し、又は関係者に出席を求めることができる。

（2）会議は、議長が主宰し、必要に応じ、副議長が代行する。

3. その他

（1）会議の庶務は、関係行政機関の協力を得て、内閣官房知的財産戦略推進事務局において処理する。

（2）この決裁は、決裁後 1 年が経過した日限り、その効力を失う。

（3）前各項に定めるもののほか、会議の運営に関する事項その他必要な事項は、議長が定める。

(別紙)

クールジャパン推進会議構成員

- 議長 クールジャパン戦略担当大臣
- 副議長 クールジャパン戦略担当大臣を補佐する内閣府副大臣
- 議員 内閣官房副長官
- 知的財産戦略を担当する大臣を補佐する内閣府副大臣
- 総務大臣が指名する総務副大臣
- 外務大臣が指名する外務副大臣
- 財務大臣が指名する財務副大臣
- 文部科学大臣が指名する文部科学副大臣
- 農林水産大臣が指名する農林水産副大臣
- 経済産業大臣が指名する経済産業副大臣
- 国土交通大臣が指名する国土交通副大臣
- クールジャパン戦略担当大臣を補佐する内閣府大臣政務官
- 秋元 康 作詞家、プロデューサー
- 角川 歴彦 (株)角川グループホールディングス取締役会長
- 金 美齡 評論家、学校法人J E T日本語学校理事長
- コシノ ジュンコ デザイナー
- 佐竹 力総 (社)日本フードサービス協会理事、
(株)美濃吉代表取締役社長
- 千 宗室 茶道裏千家家元
- 依田 巽 ギャガ(株)代表取締役会長兼社長CEO、
(一社)日本経済団体連合会産業問題委員会エンターテインメント・コンテンツ産業部会長

(参考)

第1回産業競争力会議の議論を踏まえた
当面の政策対応について（抜粋）

平成25年1月25日
第3回 日本経済再生本部
本部長 内閣総理大臣 安倍晋三

第1回産業競争力会議での議論を踏まえ、関係大臣におかれては、喫緊の重要政策課題に関する当面の対応として、以下の事項について対応されたい。

（クールジャパンの推進）

クールジャパン戦略担当大臣は、関係大臣と協力して、日本のコンテンツやファッション、文化・伝統の強みを産業化し、それを国際展開するための官民連携による推進方策及び発信力の強化について検討すること。特に日本食を世界に広め、日本食材の海外展開を進めることを検討すること。

クールジャパン推進会議の今後の進め方(案)

3月4日

第1回クールジャパン推進会議

- ・クールジャパンに関する発信力強化についての意見交換
- ・自由討議

3月下旬
(予定)

第2回クールジャパン推進会議

- ・有識者委員／ゲストスピーカー計2～3名よりプレゼンテーション

4月中～
下旬(予定
)

第3回クールジャパン推進会議

- 発信力強化のための提言(案)の作成
 - ・発信力強化のための提言(案)についての議論

平成24年度補正予算（クールジャパン関連予算）

（日本経済再生に向けた緊急経済対策より抜粋）

- ・クールジャパン・コンテンツの海外展開等の促進（経済産業省、総務省）
【別紙1】
約170億円
- ・訪日外国人旅行者の誘致強化：個人旅行の促進、東南アジアからの誘致強化、
ビジネス観光（MICE）への取組強化等（国土交通省）【別紙2】
約10億円
- ・観光立国推進のための出入国審査の迅速化（法務省）【別紙3】
約6億円
- ・21世紀東アジア青少年大交流計画（JENESYS）の拡充によるアジア大洋州
地域及び北米地域との青少年交流（外務省）【別紙4】
約150億円
- ・輸出拡大及び日本食・食文化発信緊急対策事業（農水省）【別紙5】
約7億円の内数

計343億円

（※ 平成25年度財政投融资（政府決定））

- ・クール・ジャパンを体現する日本企業の支援：産投出資を活用した新たな機
関を設立し、リスクマネーを供給（経済産業省）【別紙6】
500億円

○映像コンテンツの海外流通を促進するため、今般の補正予算で以下3点の支援を実施。

- ① 海外展開に必要な映像素材のローカライズ（字幕、吹き替え等）コストの補助
- ② プロモーション（PRイベントの開催、渡航費等）コストの補助
- ③ 海外放送局等との国際共同製作への支援

○①・②については、海外におけるコンテンツ流通の状況に柔軟に対応しつつ、ある程度の期間、継続的かつ安定的に講じるため、基金を設立。

（交付決定：平成26年3月まで。補助金の支払い：平成26年12月まで。）

《事業イメージ》

補正におけるコンテンツ海外展開支援施策：**170億円程度**
（うち 経産省：123億円程度、総務省：47億円程度）

基金：155億円程度

①ローカライズ支援 （経産省・総務省の共同要求）

クールジャパン戦略に役立つ番組、映画等の映像コンテンツのローカライズ（字幕付与、吹替え等）につき、その制作費の一部を、民間団体等を通じてコンテンツホルダー等に対して補助する。

【補助率】 1 / 2

95億円程度

②プロモーション等支援 （経産省の単独要求）

クールジャパン戦略に役立つコンテンツのプロモーションにつき、その活動費の一部を、民間団体等を通じてコンテンツホルダー等に対して補助する。

【補助率】 1 / 2

60億円程度

③国際共同製作支援 （総務省の単独要求）

アジアの重点対象国等において、日本の放送局等と海外の放送局が連携してコンテンツを製作・発信するモデル事業を行い、効果や課題を検証する。

【請負】

15億円程度

「桜」の季節及びその後の需要喚起や地域経済の活性化を図るため、主要市場からの個人旅行の促進と、東南アジア市場の拡大を通じた送客元の多様化、またビジネス観光のうち、短期的に効果の出やすい会議分野等について積極的な取組を図ることにより、リスクに強い訪日外客構造への転換を促進。

①個人旅行者向け情報発信 (ウェブ広告等)

5大市場

《中国、台湾、香港、米国、韓国》



情報サイトの旅行面への
バナー広告

②個人旅行特化型共同広告 (航空会社、クルーズ会社 や宿泊・旅行予約サイト)

《航空路線や航路の
拡大が見込まれる市場》



オンラインエ
ージェントサイト
のトップページに
バナー広告

③旅行会社及びメディア招請、 共同広告

《ASEANの有望6ヶ国
(タイ、シンガポール、マレーシア、
インドネシア、ベトナム、フィリピン)》

旅行会社・メディア招請



観光地視察、商談会

共同広告



④ビジネス観光の促進

● ミーティングプランナー、インセンティブキーパーソン等に対するプロモーション

専門誌等への広告掲載、招請等を実施し、ミーティング(M)&インセンティブ(I)の開催適地としての日本に対する興味・関心・理解の向上を図る。

● モニターツアーの実施

日本への誘致段階にある会議やインセンティブ旅行等に対して、モニターツアーの提供を契機として誘致の実現を図るとともに、参加者等に対するアンケート等を実施することにより顧客ニーズの情報収集等を行い、今後の受入拡大に向けての誘致施策や体制等の強化を図る。

● ユニークベニューの利用促進

ユニークベニューを利用しようとする会議等の主催者を募集し、モデルとなるような施設におけるイベント実施等を通じて、新たなユニークベニューの開拓を推進する。

※ これらに加え、ゴールドルート以外の訪問地の多様化を促進するため、地域の主体と連携して実施する地方連携事業を実施。

観光立国推進のための出入国審査の迅速化

施策の概要

全国の空海港の整備に伴って審査機器等の整備を行うことにより、訪日外国人旅行者の出入国審査の厳格化を維持しつつも円滑化・迅速化を図る。

所要額計

589百万円

出入国審査機器の増配備

(所要額:456百万円)

○ 大型クルーズ船への対応

- ・ 大型クルーズ船の増加等に対応するため、出入国審査機器57式を増配備。
- ・ 配備先:博多港及び長崎港



○ 成田空港ビジネスジェット専用ターミナル

ビジネスジェット専用ターミナルの開設に伴う出入国審査機器3式の増配備。



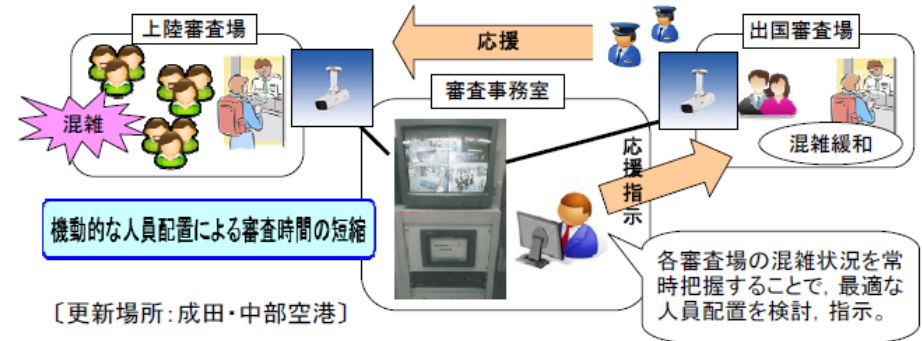
○ パスポートリーダーの増設

- ・ パスポート情報を読み取るパスポートリーダーの不足分69台を増配備。
- ・ 配備先:成田空港など12空海港



出入国審査場モニタリングシステムの更新

(所要額:133百万円)



効果

訪日外国人旅行者による経済波及効果、新規雇用拡大の下支え効果に寄与。

目的・意義

- 日本経済の再生に向けて、我が国に対する潜在的な関心を増進させ、**訪日外国人数の増加**を図る。
- クール・ジャパンを含めた我が国の強みや魅力等の**日本ブランド、日本的な「価値」への国際理解を増進**。

経済効果等

- 実施段階の被招へいの国内消費（予算額の8割程度）とともに、これに伴う国内経済への波及効果が見込まれる。
- 被招へい者の帰国や派遣事業を通じた発信の結果、旅行者が順次増大し、経済的効果が継続的に現れると見込む。
- **効果測定**については、新設した「アジア青少年交流室」の下、以下の取組を徹底。
 - ✓ 各在外公館に**青少年交流担当官**を指名。参加者情報の管理及び事業の進行管理等の**ガバナンスの強化**。
 - ✓ **外部有識者評価制度を導入するとともに、その意見も取り入れつつ具体的な数値目標を事前に設定**するなど**フォローアップや効果測定を強化**。

事業概要

【対象】 中学生，高校生，大学生等

【規模】 約35,000人 [アジア大洋州(約30,000人), 北米地域(約5,000人)]

【予算】 150億円

【プログラム構成】

観光庁や地方自治体等の関係機関と連携の上、経済効果が最大限発現できるよう、以下の要素等を盛り込む。

- ① 我が国企業の製品・技術等の優位性に関する広報も兼ねた日本企業視察等。
- ② 外国人訪問者の誘致に積極的な地方自治体への訪問。
- ③ 歴史的建築物・世界遺産、最先端技術の展示施設訪問等の日本ブランドの体感。

事業の実施形態

日本政府

拠出金支出

基本計画策定

国際機関等

承認額を送金

各国のニーズ把握・反映
実施団体の選定

実施団体

事業の実施

検討課題

～農林漁業者等の輸出拡大支援～～日本食・食文化の世界への発信～

- 国内の食の市場が縮小する中、日本の雇用・所得を守るため、世界の食のマーケットを目指した、日本産農林水産物・食品の輸出の拡大や、国内企業の海外展開が必要
- 輸出拡大にあたっては、輸出に取り組む事業者等をきめ細かに支援することが必要
- 日本産農林水産物・食品の輸出拡大にあたっては、世界に高く評価されている日本食文化とあわせて世界に発信し、海外の需要を広げるとともに、国内外の食の市場を開拓することが重要
- そのため、スポット的な普及活動だけでなく、継続的かつ波及効果的に世界で正しく伝播させる仕組みの構築が必要

戦略 1. 輸出に取り組む農林漁業者等のきめ細かな支援

〈要求額：216百万円(24当初：429百万円)〉
補助率：1/2、定額 事業実施主体：民間団体等

輸出に取り組む農林漁業者や食品事業者に対して以下の取組を支援

地域・地方の製品の輸出拡大を目指した、海外市場開拓調査、国内産地への海外バイヤーの招聘等

品目別の全国的な輸出振興



農林水産物・食品の輸出拡大を加速



戦略 2. 日本食・食文化の世界的普及プロジェクト

〈要求額：425百万円(24当初：-)〉
補助率：定額 事業実施主体：民間団体等

海外において以下の取組を一体的、戦略的に展開するプロジェクトを実施

日本食フェスティバル、
日本食文化週間等の実施等

海外メディアに対する国内の取組紹介等の情報発信



日本食・食文化の更なる普及・継承、
国内外の市場開拓を加速



戦略 3. 日本食・食文化の普及推進

〈要求額：75百万円(24当初：-)〉
補助率：定額 事業実施主体：民間団体等

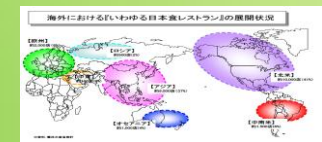
海外レストラン、日本食の料理人等のネットワークを活用した日本食の魅力の発信

海外の日本食レストランによる
レストランウィークの実施

日本食の料理人による料理デモ等



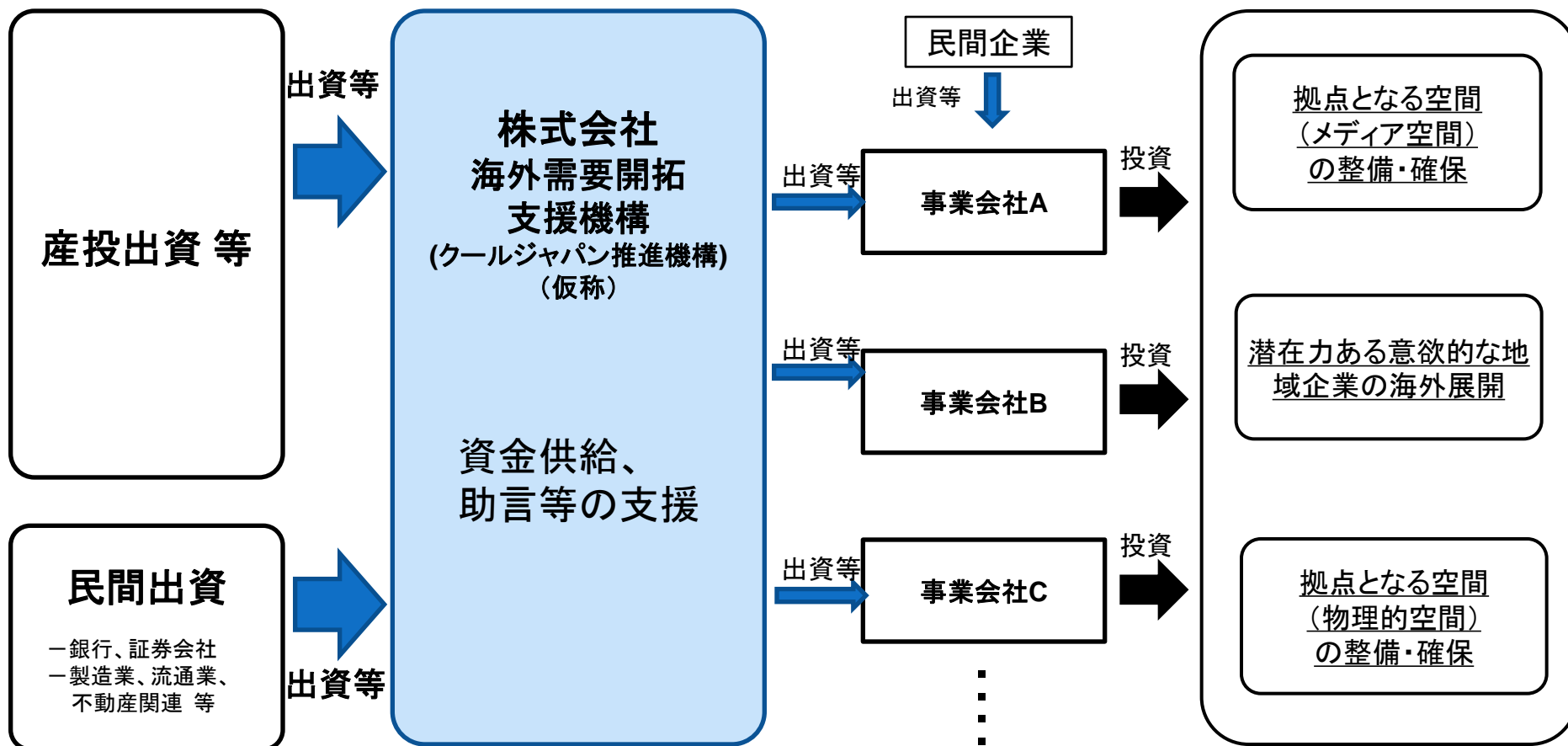
世界的ネットワークを活用した
日本食等への理解の深化



— 来年度財投と法律で対応 —

○「日本の魅力」の「事業展開」に向けたリスクマネーを供給するため、産投出資を活用(平成25年度500億円要求)してクール・ジャパン推進機構(仮称)を設立することとし、必要な法案を通常国会に提出予定。

平成25年度産投出資(予算額): 500億円



※存続期間: 概ね20年程度を想定

平成25年度の主な予算案状況（クールジャパン関連予算）

○予算案額（合計）・・・約173億円（知的財産推進計画上の予算）

- ・ クラウド時代に対応したコンテンツ流通環境整備推進事業（総務省）約3億円
（放送コンテンツ流通に向けた課題に対する調査等）
- ・ 在外公館における日本文化発信（外務省）約2億円（※）
（在外公館が、現地機関と協力の上実施する日本文化紹介事業）
- ・ 模倣品・海賊版拡散防止拠出金（財務省）約1億円
（世界税関機構で途上国に技術協力）
- ・ 東アジア文化交流推進プロジェクト（文部科学省）約1億円
（東アジア文化都市の開始に向けたイベントの実施等）
- ・ 文化芸術の海外発信拠点形成事業（文部科学省）約2億円
（外国人芸術家の受け入れ等による拠点形成等）
- ・ 文化遺産オンライン構想の推進（文部科学省）約1億円
（WEB上での情報公開、英語版作成への着手）
- ・ 日本の食を広げるプロジェクト（農林水産省）約40億円（※）
（日本食・食文化の発信による輸出の促進等）
- ・ JAPANブランド育成支援事業（経済産業省）約5億円
（開発支援、海外展示会への出展支援等）
- ・ クールジャパンの芽の発掘・連携促進事業（経済産業省）約10億円
（プロデューサー人材による芽の発掘等）
- ・ コンテンツ産業強化対策支援事業（経済産業省）約8億円（※）
（国際見本市、国際共同制作の推進等）
- ・ クール・ジャパン戦略推進事業（経済産業省）約5億円
（中小企業等の海外展開のためのプラットフォーム構築等）
- ・ 訪日旅行促進事業（国土交通省）約55億円（※）
（オールジャパン体制による訪日プロモーション、MICE誘致等）

（※）の事業は当該額の内数がクールジャパン関連予算

クールジャパン関連イベントカレンダー(2013年)

	国内	海外		
		アジア	ヨーロッパ	北米、その他
周年事業等		(2013年周年)・日・ASEAN交流40周年(ASEAN) (2013年周年)日カンボジア友好60周年(カンボジア) (2013年周年)日本ベトナム友好年(日本ベトナム外交関係樹立40周年)(ベトナム)	(2013年周年)日本スペイン交流400周年	
3月	・ファッションウィーク東京	・MATTAフェア(マレーシア) ・香港フィルマート2013(香港) ・J series FESTIVAL(タイ) ・Asian Side of the DOC 2013(マレーシア) ・在中大使館フードサービスセミナー&食イベント(中国) ・北京国際木構造展覧会(中国)	・MITT(露) ・MAP[Le Monde a Paris](仏) ・ITBベルリン(独) ・IFE 2013(英) ・日本食文化週間(仏)	・シカゴホーム&ハウスウェア・ショウ(米) ・GC(ゲーム・コネクション)(米)
4月		・WTTCグローバルサミット(アラブ首長国)		
5月		・SIAL China 2013(中) ・THAIFEX 2013(タイ) ・韓国国際観光展(韓)	・カンヌ映画見本市(仏)	
6月	・第5回アフリカ開発会議(TICAD V)	・香港国際旅遊展(香港) ・北京国際旅遊博覧会(中) ・上海国際映画祭(中) ・FOOD TAIPEI(台湾)		
7月			・Japan Expo(仏)	・FancyFoodSHOW(米)【7月】
8月以降に想定されるもの	・JAPANコンテンツフェスティバル【時期未定】 ・食と農林漁業の祭典【時期未定】	・サマーダボス会議【時期未定】 ・FoodExpo(香港)【8月】 ・日韓交流おまつりinソウル【10月】		・第125次IOC総会(アルゼンチン)【9月】

(注)実施するか否かは予算措置次第というものもある。

クールジャパン推進会議（第1回）における主な意見

- ・ 人を集める仕組み、きっかけが必要であり、それをこの会議で作るべきである。
 - ・ ワインに負けないような最高の日本酒を作るといった話題作りが必要ではないか。
 - ・ 日本のパンとスイーツは世界一である。このように広く人々に受け入れられる日本の良さに目を向けるべき。
 - ・ イタリアンのように日本の食材を海外でも広く普及させていくべきではないか。
 - ・ 日本のファッション文化を世界に発信するためには、ファーストレディに日本ブランドを着ていただくのが良いのではないか。
 - ・ 日本文化の良さを失わずに海外文化を受容しつつ、海外では日本の文化を体現できる人材の育成が重要。
 - ・ 若者など広く受け入れられる日本の良さに目を向けるべきではないか。
 - ・ 韓国の成功事例をもっと参考にすべき。
-
- ・ 「クールジャパン」という言葉があまり定着していないのではないか。
 - ・ 「クールジャパン」という言葉そのものが分かりにくい。日本語で日本の良さを海外にアピールすべき。

クールジャパン推進会議（第1回）安倍総理ご発言

我が国の伝統や文化、あるいは、健康的な日本食は、世界ではブームになっているにもかかわらず、その食材自体は残念ながら日本から出て行っているという状況になってはおらず、そこに戦略の必要性があるのだろうと思うわけでございます。

本日、具体的なご議論をいただき、海外に日本の素晴らしさや良さを、要約して言えばクールジャパンを売り出すための基金として、来年度の予算で出資金を500億円用意し、このファンドをつくるための法案を近々国会に提出することになりました。しかし、役所というのは命令すればこういう器を作るんですが、どうやって使うかというところが役所にはなかなかうまくできないわけでありまして、クールジャパンを売り出していく上においても、政府のやっている官制のにおいのするものはうまくいかないこともございます。そこで今日は皆様にお集まりいただいた次第でございます。

日本の閉塞感を打ち破って、日本はこれからどんどん発展していく、日本の伝統と文化を含めて、日本は素晴らしいのだと日本人自身が自信を持つ、そして、やはり日本のものが素晴らしいと思ってもらえるというのは、日本に対する尊敬の目が芽生えてくるということにもなりまして、この安倍内閣における重要な政策的課題の一つでございます。

皆様に期待しているのは、何かきれいな文章を最後にまとめるというのではなく、具体的な戦略を作っていくって、実際に日本のものが今日から3年、5年の間にずいぶん日本は、戦略によって、世界にたくさんモノが進出したな、世界からたくさん人が来たなという結果を出していけるように、是非ともよろしくお願ひしたいと思います。