

クールジャパン推進及び発信力強化のためのアクションプランの実施について

別紙4

目標(想定される実施時期等)	実施するイベント・事業等	関連する予算・額等	担当省庁	アクションプランの内容
具体的実施内容が決まっているもの				
平成25年4月以降	<ul style="list-style-type: none"> ・Enjoy Washoku Reception 春の宴～日本のおいしい～ (平成25年4月30日 在ロシア日本国大使館：ロシア側VIPなどを招いた食イベントの開催(安倍総理・江藤農林水産副大臣が臨席)) ・UAE(アラブ首長国連邦)における日本UAEビジネスフォーラムでの食イベントを行う。(5月2日) ・トルコにおいて、日本トルコ合同経済委員会に合わせた食イベントを行う。(5月3日) ・米国シカゴNRA SHOW 2013において、百貨店での料理デモを行う(5月18日～21日) ・イタリア・ミラノの百貨店において、料理デモを行う(5月26日) ・「食と農林漁業の祭典」に係る高校生料理コンテストの募集開始(5月) ・横浜で開催されるTICADにおけるマスコミに対する日本食の提供(6月) ・オランダ大統領訪日に合わせた食イベントの実施(6月) ・ポーランドにおいて、日本の食文化の発信を中心にトータルコーディネートした日本ブランドの発信を行う。 ・イタリア・ミラノにおいて、日本食レストランウィークの開催(6月～12月の毎月3週間) 	<p>日本食・食文化の世界的普及プロジェクト事業(24年度補正事業(補助)のうち「海外における日本食・食文化フェスティバルを通じた日本食・食文化の理解促進事業」[152,000千円の内数]</p>	農林水産省	<p>① クールジャパンの発信の先駆として、世界で高く評価されている日本の食文化の発信イベントを海外で順次行う。その際、食材の発信やスイーツなどの活用にも配慮する。また、クールジャパンの発信に当たっては、相手国の文化等を理解した上で、食、日本産酒類、ファッション、ものづくり、コンテンツ等の連携の可能性を検討し、経済的効果に文化的価値を加えたトータルコーディネートも含めた日本ブランドの効果的発信を模索する。その際には、民間の優れた人材の活用等を通じて柔軟な発想を活かすことができるよう努める。(外務省、経済産業省、総務省、農林水産省、内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、内閣官房(国際広報室))</p>

<p>平成25年4月以降</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・米国・シカゴ、NRA SHOW2013において、日本食レストランウィークの開催。(6～7月) ・平成25年7月、イギリス最大の日本文化総合見本市であるHYPER JAPAN にファンション、トラベル、伝統文化等と連携した日本食・日本産酒類のブース出展することで、日本ブランドの効果的発信に努めるとともに、観光庁等との連携を模索する。 ・「食と農林漁業の祭典」に係る「地場もん国民大賞」の募集開始(7月) ・香港におけるFood Expoilに合わせた食イベントの実施(7月) ・「食と農林漁業の祭典」に係る地域食材を利用した高校生料理コンテスト地方大会の開催(札幌市、仙台市、越谷市、名古屋市。大阪市、広島市、福岡市)(8月) ・タイ・バンコクにおけるJapan Festa in BANGKOK2013に合わせた食イベントの実施(8月) ・インドネシア・ジャカルタにおける大相撲巡業に合わせた食イベントの実施(8月) ・フィリピン・マニラにおける日本食レストランウィーク(8月～9月) ・フィリピン・マニラ百貨店における料理デモの実施(8月下旬) ・ブラジル・サンパウロにおけるEquipotellに合わせた食イベントの実施(8月) 	<p>日本食・食文化の世界的普及プロジェクト事業(24年度補正事業(補助)のうち「海外における日本食・食文化フェスティバルを通じた日本食・食文化の理解促進事業」[152,000千円の内数])</p>	<p>農林水産省</p>	<p>① クールジャパンの発信の先駆として、世界で高く評価されている日本の食文化の発信イベントを海外で順次行う。その際、食材の発信やスイーツなどの活用にも配慮する。また、クールジャパンの発信に当たっては、相手国の文化等を理解した上で、食、日本産酒類、ファッション、ものづくり、コンテンツ等の連携の可能性を検討し、経済的効果に文化的価値を加えたトータルコーディネートも含めた日本ブランドの効果的発信を模索する。その際には、民間の優れた人材の活用等を通じて柔軟な発想を活かすことができるよう努める。(外務省、経済産業省、総務省、農林水産省、内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、内閣官房(国際広報室))</p>
------------------	---	---	--------------	---

<p>平成25年4月以降</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「食と農林漁業の祭典」に係る郷土料理をテーマとしたイベントの開催(北海道、福島、福岡)(9月) ・サマーダボス会議(中国)における食イベントの実施(9月) ・ベトナム・ホーチミンにおけるVietfood & Beveragielに合わせた食イベントの実施(9月) ・インド・デリーにおける日印グローバルパートナーシップ会議に合わせた食イベントの実施(9月) ・インドネシア・ジャカルタにおける日本祭りに合わせた食イベント実施(9月) ・インドネシア・スラバヤにおける日本文化祭に合わせた食イベントの実施(9月) ・ロシア・モスクワにおけるPIRIに合わせた食イベントの実施(9月) ・ドイツにおけるOktoberfestに合わせた食イベントの実施(9月) ・日本・ASEAN友好協力40周年にあたるシンガポールにおいて、JAPAN月間(仮称)を開催。Oishii JAPANへの日本食・日本産酒類のブース出展を中心に日本食・食文化イベントを企画するとともに、観光庁(JNTO)のビジット・ジャパン等と連携するなど、日本ブランドの効果的発信に努める。(10月) ・上海におけるFood & Hotel Chinaに合わせた食イベントの実施(10月) 	<p>日本食・食文化の世界的普及プロジェクト事業(24年度補正事業(補助)のうち「海外における日本食・食文化フェスティバルを通じた日本食・食文化の理解促進事業」[152,000千円の内数])</p>	<p>農林水産省</p>	<p>① クールジャパンの発信の先駆として、世界で高く評価されている日本の食文化の発信イベントを海外で順次行う。その際、食材の発信やスイーツなどの活用にも配慮する。また、クールジャパンの発信に当たっては、相手国の文化等を理解した上で、食、日本産酒類、ファッション、ものづくり、コンテンツ等の連携の可能性を検討し、経済的効果に文化的価値を加えたトータルコーディネートも含めた日本ブランドの効果的発信を模索する。その際には、民間の優れた人材の活用等を通じて柔軟な発想を活かすことができるよう努める。(外務省、経済産業省、総務省、農林水産省、内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、内閣官房(国際広報室))</p>
------------------	---	---	--------------	---

<p>平成25年4月以降</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・シンガポールにおけるOishii JAPANに合わせた食イベントの実施(10月) ・インド・ムンバイにおける食イベントの実施(10月) ・イタリア・ミラノにおける日本食ブース出展(10月11日～13日) ・「食と農林漁業の祭典」に係る日本食の魅力発信イベントの開催(11月2日～3日) ・ファーマーズ&キッズフェスタの開催(東京都内)(11月) ・実りのフェスティバルの開催(東京都内)(11月) ・輸出促進全国協議会の開催(11月) ・「食と農林漁業の祭典」に係る日本食シンポジウム及び展示(11月) ・「料理マスターズ」の表彰(東京都内)(11月) ・インドネシア・メダンにおける日本文化祭に合わせた食イベントの実施(11月) ・サンフランシスコにおけるWinter Fancy Food Show に合わせた食イベントの実施(1月) ・スペイン・マドリッドにおけるMadrid Fusion に合わせた食イベントの実施(1月) ・フランスにおけるSIAと合わせた食イベントの実施(2月) 	<p>日本食・食文化の世界的普及プロジェクト事業(24年度補正事業(補助)のうち「海外における日本食・食文化フェスティバルを通じた日本食・食文化の理解促進事業」〔152,000千円の内数〕</p>	<p>農林水産省</p>	<p>① クールジャパンの発信の先駆として、世界で高く評価されている日本の食文化の発信イベントを海外で順次行う。その際、食材の発信やスイーツなどの活用にも配慮する。また、クールジャパンの発信に当たっては、相手国の文化等を理解した上で、食、日本産酒類、ファッション、ものづくり、コンテンツ等の連携の可能性を検討し、経済的効果に文化的価値を加えたトータルコーディネートも含めた日本ブランドの効果的発信を模索する。その際には、民間の優れた人材の活用等を通じて柔軟な発想を活かすことができるよう努める。(外務省、経済産業省、総務省、農林水産省、内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、内閣官房(国際広報室))</p>
------------------	---	--	--------------	---

平成25年5月31日	クールジャパン担当大臣が、第5回TICAD(アフリカ開発会議)のサイドイベントである「アフリカン・フェア2013」において、アフリカ諸国の政財界幹部に対する発信を行う。	-	内閣官房(知的財産戦略推進事務局)	⑦ 総理大臣、ファーストレディ、クールジャパン戦略担当大臣などが公式行事などの場で率先して日本ブランドを発信する。(内閣官房(知的財産戦略推進事務局)、関係各府省)
平成25年5月～6月	第5回TICAD(アフリカ開発会議)のサイドイベントである「アフリカン・フェア2013」において、クールジャパンをテーマとした企画展示を行い、我が国のアニメ、伝統工芸品、カメラ、地デジ送信機まで幅広い分野で連携した発信を行う。	平成25年度アフリカン・フェア2013日本製品展示等事業:1.0億円の内数	経済産業省	① クールジャパンの発信の先駆として、世界で高く評価されている日本の食文化の発信イベントを海外で順次行う。その際、食材の発信やスイーツなどの活用にも配慮する。また、クールジャパンの発信に当たっては、相手国の文化等を理解した上で、食、日本産酒類、ファッション、ものづくり、コンテンツ等の連携の可能性を検討し、経済的効果に文化的価値を加えたトータルコーディネートも含めた日本ブランドの効果的発信を模索する。その際には、民間の優れた人材の活用等を通じて柔軟な発想を活かすことができるよう努める。(外務省、経済産業省、総務省、農林水産省、内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、内閣官房(国際広報室))
平成25年9月～10月(予定)	○日本ゲーム大賞 ゲーム産業の発展に寄与された人物への顕彰 ○NHK日本賞 革新的なメディア活用に挑んでいる最もイノベティブなコンテンツを製作した人物への顕彰 ○デジタルコンテンツEXPO 日本の優れたコンテンツ技術を発掘・評価する顕彰 ○東京ドラマアワード 海外に通用する市場性の高いドラマについて、優秀な番組を顕彰	-	経済産業省	⑩ 漫画、アニメ、ゲームなどのポップカルチャーのクリエイターが励みとなるよう顕彰事業を充実する。(文部科学省、外務省、経済産業省)

平成25年秋目途	我が国のポップカルチャーを代表するキャラクターについて国際的なインターネット投票を実施し、上位のキャラクターによるキャンペーンを実施する。	-	内閣官房(知的財産戦略推進事務局)	⑨ 我が国のポップカルチャーを代表するキャラクターについて国際的なインターネット投票を実施し、上位のキャラクターによるキャンペーンを実施する。(内閣官房(知的財産戦略推進事務局)、関係各府省)
【サマーダボス】 平成25年9月中旬(予定) 【冬ダボス】 平成26年1月後半(予定)	サマーダボス(於:中国大連)およびダボス会議(於:スイスダボス)において、サイドイベント「ジャパンナイト」を開催。政府広報と連携し、クールジャパン(お弁当や日本産酒類を始めとする日本の食文化等)を含む日本の強み、魅力を発信。	<平成25年度> 対外広報諸費(内閣府)のうち、サマーダボス・冬ダボスにおける「ジャパンナイト」は、上限5,000万円(税込)とする。	内閣官房 (国際広報室)	① クールジャパンの発信の先駆として、世界で高く評価されている日本の食文化の発信イベントを海外で順次行う。その際、食材の発信やスイーツなどの活用にも配慮する。また、クールジャパンの発信に当たっては、相手国の文化等を理解した上で、食、日本産酒類、ファッション、ものづくり、コンテンツ等の連携の可能性を検討し、経済的効果に文化的価値を加えたトータルコーディネートも含めた日本ブランドの効果的発信を模索する。その際には、民間の優れた人材の活用等を通じて柔軟な発想を活かすことができるよう努める。(外務省、経済産業省、総務省、農林水産省、内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、内閣官房(国際広報室))日本産酒類の輸出促進連絡会議、内閣官房(国際広報室))
平成26年1月頃	海外で漫画文化の普及活動に貢献する外国人漫画作家を顕彰する「国際漫画賞」の第7回を開催し、平成26年1月頃にその授賞式を行う。	第7回国際漫画賞 (5百万円)	外務省	⑱ 漫画、アニメ、ゲームなどのポップカルチャーのクリエイターが励みとなるよう顕彰事業を充実する。(文部科学省、外務省、経済産業省)
随時	日本産酒類等を紹介する各種海外イベント等において、ロゴ(例"Kampai" to the world)の使用を推奨する。	-	内閣官房 (国際広報室)	⑥ 「かわいい」、「おいしい」、「カンパイ」などの外国人にとって魅力的な日本語の発掘を進めると共に、クールジャパン発信イベントにおいて、そのような日本語のローマ字表記と適切な外国語を組み合わせ、国際通用語となるコピーやロゴ(例"Kampai" to the world)を作成するなど、クールジャパンを知るきっかけを世界に発信する。(内閣官房(国際広報室)、文部科学省、関係各府省)

<p>平成25年度以降</p>	<p>日本産酒類に関しては、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、ダボス会議等の国際イベント、外交上のレセプション・会食に加え、新たに、主要な国際空港や、「酒蔵ツーリズム」などを活用した日本のお酒の魅力の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、本年3月にクールジャパン推進の一環として設置した「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。</p>	<p>内閣官房としての予算措置はなし。</p> <p>※関係府省における25年度予算措置の例 日本ブランド発信事業(外務省) 輸出総合サポートプロジェクト事業(農水省) 「日本の食を広げるプロジェクト」関連事業(農水省) クール・ジャパン戦略推進事業(経産省) クール・ジャパンの芽の発掘・連携促進事業(経産省) JAPANブランド育成支援事業(経産省) 「地域人材ネット」事業(総務省) 訪日旅行促進事業(観光庁) 「酒蔵ツーリズム推進協議会」(観光庁) 農林水産物・食品業界等海外販路開拓支援事業(ジェトロ) 海外展示会事業(ジェトロ)、国内商談会事業(ジェトロ)、海外販路拡大促進事業(ジェトロ) 海外マッチング商談会事業(ジェトロ)</p>	<p>内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)</p>	<p>① クールジャパンの発信の先駆として、世界で高く評価されている日本の食文化の発信イベントを海外で順次行う。その際、食材の発信やスイーツなどの活用にも配慮する。また、クールジャパンの発信に当たっては、相手国の文化等を理解した上で、食、日本産酒類、ファッション、ものづくり、コンテンツ等の連携の可能性を検討し、経済的効果に文化的価値を加えたトータルコーディネートも含めた日本ブランドの効果的発信を模索する。その際には、民間の優れた人材の活用等を通じて柔軟な発想を活かすことができるよう努める。(外務省、経済産業省、総務省、農林水産省、内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、内閣官房(国際広報室))</p>
-----------------	---	--	-----------------------------	---

<p>平成25年度以降</p>	<p>日本産酒類に関しては、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、ダボス会議等の国際イベント、外交上のレセプション・会食に加え、新たに、主要な国際空港や、「酒蔵ツーリズム」などを活用した日本のお酒の魅力の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、本年3月にクールジャパン推進の一環として設置した「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。</p>	<p>内閣官房としての予算措置はなし。</p> <p>※関係府省における25年度予算措置の例 日本ブランド発信事業(外務省) 輸出総合サポートプロジェクト事業(農水省) 「日本の食を広げるプロジェクト」関連事業(農水省) クール・ジャパン戦略推進事業(経産省) クール・ジャパンの芽の発掘・連携促進事業(経産省) JAPANブランド育成支援事業(経産省) 「地域人材ネット」事業(総務省) 訪日旅行促進事業(観光庁) 「酒蔵ツーリズム推進協議会」(観光庁) 農林水産物・食品業界等海外販路開拓支援事業(ジェトロ) 海外展示会事業(ジェトロ)、国内商談会事業(ジェトロ)、海外販路拡大促進事業(ジェトロ) 海外マッチング商談会事業(ジェトロ)</p>	<p>内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)</p>	<p>⑤ 外国の要人・著名人への働きかけや、内外でのイベント、在外公館の活動等を通じて、日本国内に滞在する外国人に対してはもとより、広く外国においても日本産酒類の魅力をも日本産農林水産物・食品と併せて発信するとともに、輸出環境の整備を図る。(内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、財務省(国税庁)、外務省、農林水産省、経済産業省、観光庁)</p>
-----------------	---	--	-----------------------------	---

<p>平成25年度以降</p>	<p>○日本ブーム創出に伴う関連産業の海外展開の拡大、観光等の促進につなげることを目的として、日本のコンテンツのローカライズ・プロモーションや海外放送事業者との放送コンテンツの国際共同製作等の支援を行い、日本の魅力の発信を行う。</p> <p>○平成25年度予算によるクール・ジャパン戦略推進事業などの実施に当たり、単発の事業よりも、他の分野とのコンソーシアムを組む事業を優先する。</p>	<p>①クールジャパン・コンテンツの海外展開等の促進：170億円（経済産業省、総務省）</p> <p>②平成25年度クールジャパン・戦略推進事業4.6億円（経済産業省）</p>	<p>経済産業省、総務省</p>	<p>① クールジャパンの発信の先駆として、世界で高く評価されている日本の食文化の発信イベントを海外で順次行う。その際、食材の発信やスイーツなどの活用にも配慮する。また、クールジャパンの発信に当たっては、相手国の文化等を理解した上で、食、日本産酒類、ファッション、ものづくり、コンテンツ等の連携の可能性を検討し、経済的効果に文化的価値を加えたトータルコーディネートも含めた日本ブランドの効果的発信を模索する。その際には、民間の優れた人材の活用等を通じて柔軟な発想を活かすことができるよう努める。（外務省、経済産業省、総務省、農林水産省、内閣官房（日本産酒類の輸出促進連絡会議）、内閣官房（国際広報室））</p>
<p>平成25年度以降</p>	<p>○日本ブーム創出に伴う関連産業の海外展開の拡大、観光等の促進につなげることを目的として、日本のコンテンツのローカライズ・プロモーションや海外放送事業者との放送コンテンツの国際共同製作等の支援を行い、日本の魅力の発信を行う。</p> <p>○出資等を活用した日本企業の海外展開支援を効果的に行う。</p>	<p>①クールジャパン・コンテンツの海外展開等の促進：170億円（経済産業省、総務省）</p> <p>②平成25年度財政投融资特別会計（投資勘定）500億円（経済産業省）</p>	<p>経済産業省、総務省</p>	<p>③ 平成24年度補正予算を活用した日本関連コンテンツのローカライズ、プロモーション、国際共同製作支援によるクールジャパンの発信及び株式会社海外需要開拓支援機構（仮称：クール・ジャパン推進機構）による出資等を活用した日本企業の海外展開支援等を効果的に行い、インバウンドの推進につなげるサイクルを実現する。（経済産業省、総務省、観光庁）</p>

平成25年度以降	<p>○JAPAN国際コンテンツフェスティバル(コ・フェスタ)の開催等を通じ、地方の放送局や番組制作会社を含めた映像コンテンツの海外発信を支援する。</p> <p>○日本ブーム創出に伴う関連産業の海外展開の拡大、観光等の促進につなげることを目的として、日本のコンテンツのローカライズ・プロモーションや海外放送事業者との放送コンテンツの国際共同制作等の支援を行い、日本の魅力の発信を行う。</p>	<p>①コンテンツ産業強化対策支援事業:7.9億円の内数(経済産業省)</p> <p>②クールジャパン・コンテンツの海外展開等の促進:170億円(経済産業省、総務省)</p> <p>③上記による支援の他、地域の企業や地方自治体等との協力やメディアミックスによる発信の重視等の視点を加味し、海外への発信を通じた地域の活性化を進める取組の支援に向けて平成26年度予算要求を行っていく(総務省)</p>	経済産業省、総務省	<p>④ 地域の放送局や番組制作会社等が能力と意欲のある中小企業、自治体等と協力して食や観光資源等の情報を放送やネットを通じて海外に発信し、地域活性化を進める取組やポップカルチャーの映像コンテンツの発信を支援する。(総務省、経済産業省、農林水産省)</p>
平成25年度	<p>在外公館や(独)国際交流基金の海外事務所主催にて、和菓子や日本食文化に関するレクチャーデモンストレーション(調理実演等を伴う講演)、関連シンポジウムや展覧会の開催、映画上映等の日本食文化発信イベントを実施予定。(具体的な実施事業については、現在調整中。)</p>	<p>・在外公館文化事業費(241百万円)の内数</p> <p>・国際交流基金運営費交付金(12,495百万円)の内数</p>	外務省	<p>① クールジャパンの発信の先駆として、世界で高く評価されている日本の食文化の発信イベントを海外で順次行う。その際、食材の発信やスイーツなどの活用にも配慮する。また、クールジャパンの発信に当たっては、相手国の文化等を理解した上で、食、日本産酒類、ファッション、ものづくり、コンテンツ等の連携の可能性を検討し、経済的効果に文化的価値を加えたトータルコーディネートも含めた日本ブランドの効果的発信を模索する。その際には、民間の優れた人材の活用等を通じて柔軟な発想を活かすことができるよう努める。(外務省、経済産業省、総務省、農林水産省、内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、内閣官房(国際広報室))</p>
平成25年度	<p>在外公館や(独)国際交流基金の海外事務所等のネットワークを活用し、海外において、展覧会、公演、映像、出版、セミナー・シンポジウム等により、日本の現代に息づく伝統や、伝統文化とポップカルチャーのコラボレーション等を多様に紹介予定。</p>	<p>・国際交流基金運営費交付金(12,495百万円)の内数</p>	外務省	<p>② アニメーション等のメディア芸術をはじめとする芸術文化の総合的な振興を図るとともに、伝統文化やポップカルチャーとの融合を含めた日本発の芸術作品を海外に発信する。(外務省、文部科学省)</p>

平成25年度	日本ブランド発信事業による、日本酒関連講師の派遣(回数・場所・内容は未定)	平成25年度日本ブランド発信事業 1800万円の内数	外務省	⑤ 外国の要人・著名人への働きかけや、内外でのイベント、在外公館の活動等を通じて、日本国内に滞在する外国人に対してはもとより、広く外国においても日本産酒類の魅力をも日本産農林水産物・食品と併せて発信するとともに、輸出環境の整備を図る。(内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、財務省(国税庁)、外務省、農林水産省、経済産業省、観光庁)
平成25年度	在外公館における任国要人との会食や国内の外交行事等で提供したり、天皇誕生日祝賀レセプション等の大規模行事において日本酒で乾杯する等、日本産酒類を引き続き積極的にアピールしていく。	国産酒類振興のため、国産酒類購入費(約2000万円)及び輸送費(約3000万円)を通常の会食経費に加え特に計上。	外務省	⑤ 外国の要人・著名人への働きかけや、内外でのイベント、在外公館の活動等を通じて、日本国内に滞在する外国人に対してはもとより、広く外国においても日本産酒類の魅力をも日本産農林水産物・食品と併せて発信するとともに、輸出環境の整備を図る。(内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、財務省(国税庁)、外務省、農林水産省、経済産業省、観光庁)
平成25年度	JENESYS2.0にて、日本のポップカルチャーに関心を有するASEAN諸国の若者を日本に招へいし、クールジャパンを含め我が国の強みや魅力を体感するようなプログラム内容とする。	JENESYS 2.0 123億円(アジア大洋州地域対象)	外務省	⑭ 我が国の魅力あるコンテンツの創造や発信を担う人財の育成を強化するとともに、ポップカルチャーの現地での市場を形成するために、アジアを中心に、例えばアーティストを講師として派遣又はアニメやゲームの教材の制作・海外への提供など、学校等を通じた人財育成を展開する。また、クールジャパンを学ぶ若者を支援するため、日本文化ファンの若者を日本に招聘する。(文部科学省、外務省、経済産業省)
平成25年度	KAKEHASHI Project -The Bridge for Tomorrow-にて、米国・カナダの青少年を日本に招へいし、クールジャパンを含め我が国の強みや魅力を体感するようなプログラム内容とする。	KAKEHASHI Project -The Bridge for Tomorrow- 27億円(北米地域対象)	外務省	⑭ 我が国の魅力あるコンテンツの創造や発信を担う人財の育成を強化するとともに、ポップカルチャーの現地での市場を形成するために、アジアを中心に、例えばアーティストを講師として派遣又はアニメやゲームの教材の制作・海外への提供など、学校等を通じた人財育成を展開する。また、クールジャパンを学ぶ若者を支援するため、日本文化ファンの若者を日本に招聘する。(文部科学省、外務省、経済産業省)

平成25年度	(1)文化交流使事業(芸術家、文化人等を一定期間「文化交流使」に指名し、海外において、日本文化紹介活動を展開) (2)国際芸術フェスティバル支援(中核的な国際芸術フェスティバルに対し戦略的かつ重点的に支援) (3)メディア芸術の振興(メディア芸術の創造・発信、人材育成事業の実施) (4)海外映画祭出品等支援事業(日本映画を海外映画祭へ出品する際にかかる字幕制作費や渡航費を支援)	(1)文化交流使事業:76百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (2)国際芸術フェスティバル支援:70百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (3)メディア芸術の振興:1,102百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (4)海外映画祭出品等支援事業:71百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定	文部科学省	② アニメーション等のメディア芸術をはじめとする芸術文化の総合的な振興を図るとともに、伝統文化やポップカルチャーとの融合を含めた日本発の芸術作品を海外に発信する。(外務省、文部科学省)
平成25年度	(1)文化芸術の海外発信拠点形成事業(外国人芸術家を招へいして行う滞在型の芸術創造支援プログラム、いわゆるアーティスト・イン・レジデンスプログラムを支援) (2)東アジア文化交流推進プロジェクト(東アジア文化都市関連事業の実施等) (3)海外メディア芸術クリエイター等招へい事業(海外の若手クリエイターを招へいし、研修・研究の機会を提供するとともに、交流によって国内の若手クリエイターに刺激を与える)	(1)文化芸術の海外発信拠点形成事業:177百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (2)東アジア文化交流推進プロジェクト:121百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (3)海外メディア芸術クリエイター等招へい事業:16百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定	文部科学省	⑩ 次世代を担う子供や若者が、文化交流のワークショップなどを通じて、特に外国のアーティストなどとの交流により、外国人の目から見た我が国の魅力を認識できるようにする。(文部科学省、外務省)
平成25年度	東アジア文化交流推進プロジェクト(東アジア文化都市関連事業の実施等)	東アジア文化交流推進プロジェクト:121百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定	文部科学省	⑪ インバウンドの推進に際しては、おもてなしなど各地のストーリーを強調した魅力を発信するとともに、ポップカルチャー愛好者に向けた日本ブランド発信に併せて訪日情報を発信し、来訪時には日本の文化・産業の体験、交流機会の提供などを行うことにより、満足度を高め、インバウンドの拡大へつなげる。また、クールジャパン戦略とビジット・ジャパン事業とを効果的に連携させる必要があることから、クールジャパン戦略とビジット・ジャパン事業を併せて発信するように図るほか、双方の関連イベント等の情報共有を通じて、具体的な連携を計画的に図ることができるようにする。(観光庁、関係各府省)

<p>平成25年度</p>	<p>(1)文化財建造物等を活用した地域活性化事業(地域の文化財建造物等を活用し、地域活性化を推進する取組について支援) (2)地域の特性を活かした史跡等総合活用支援推進事業(史跡、名勝、天然記念物や埋蔵文化財等を活かした魅力ある地域づくりを支援) (3)地域と共働した美術館・歴史博物館創造活動支援事業(地域との共働の下、美術館・歴史博物館が有する多面的な可能性を生かした事業の展開を支援) (4)文化遺産を活かした地域活性化事業(地域の文化遺産を活用した伝統行事・伝統芸能の公開や伝統文化に触れる体験事業等の総合的な取組を支援) (5)文化遺産オンライン構想の推進(インターネット上で我が国の文化遺産に関する情報を公開する「文化遺産オンライン」の英語化を推進) (6)文化財海外交流展(我が国の歴史と文化に対する理解の増進と国際親善の推進に寄与することを目的として、日本古美術品の海外展を実施) (7)文化芸術創造都市推進事業(文化芸術の持つ創造性を活かした産業振興、地域活性化等の取組を支援(フォーラム等)) (8)東アジア文化交流推進プロジェクト(東アジア文化都市関連事業の実施等) (9)トップレベルの舞台芸術創造事業(我が国の芸術水準向上を牽引するトップレベルの芸術創造活動を支援) (10)国際芸術交流支援事業(我が国の芸術団体の海外公演や諸外国の芸術団体との共同制作公演等を支援) (11)劇場・音楽堂等活性化事業(劇場・音楽堂等が行う優れた実演芸術の創造発信等を支援) (12)地域発・文化芸術創造発信イニシアチブ(地方公共団体が企画する優れた文化芸術の創造発信事業を支援) ※ 別途、日本の文化財を効果的に発信するための方策について検討中。</p>	<p>(1)文化財建造物等を活用した地域活性化事業:1,700百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (2)地域の特性を活かした史跡等総合活用支援推進事業:3,200百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (3)地域と共働した美術館・歴史博物館創造活動支援事業:1,010百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (4)文化遺産を活かした地域活性化事業:3,384百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (5)文化遺産オンライン構想の推進:83百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (6)文化財海外交流展:64百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (7)文化芸術創造都市推進事業:11百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (8)東アジア文化交流推進プロジェクト:121百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (9)トップレベルの舞台芸術創造事業:3,152百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (10)国際芸術交流支援事業:862百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (11)劇場・音楽堂等活性化事業:3,003百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (12)地域発・文化芸術創造発信イニシアチブ:2,936百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定</p>	<p>文部科学省</p>	<p>⑬ 国宝、重要文化財の呼称も含めた検討のほか、世界文化遺産を目指すものについて「日本遺産(仮称)」として位置づけるなど、文化財の保存・整備や活用・発信、伝統芸能・工芸を含む文化芸術の創造・発信を通じて、インバウンドを推進するためのストーリーが各地域において作られ、文化芸術創造都市機能の強化等につながるような措置を講じる。(文部科学省)</p>
---------------	--	--	--------------	---

平成25年度	文化交流使事業(芸術家、文化人等を一定期間「文化交流使」に指名し、海外において、日本文化紹介活動を展開)	文化交流使事業:76百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定	文部科学省	⑰ クールジャパン発信イベントの機会を捉えて、茶道の披露の場を設けることなどによって、伝統文化から芸術文化まで総合的に日本文化・産品を集めて発信又はその支援をする。(文部科学省、外務省、経済産業省、農林水産省)
平成25年度	(1)文化庁メディア芸術祭(優れたメディア芸術作品の顕彰及び受賞作品展の開催) (2)芸術選奨(芸術各分野において優れた業績をあげた者、新生面を開いた者の顕彰)	(1)メディア芸術祭:230百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (2)芸術選奨:20百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定	文部科学省	⑱ 漫画、アニメ、ゲームなどのポップカルチャーのクリエイターが励みとなるよう顕彰事業を充実する。(文部科学省、外務省、経済産業省)
平成25年度	(1)文化芸術の海外発信拠点形成事業(外国人芸術家を招へいして行う滞在型の芸術創造支援プログラム、いわゆるアーティスト・イン・レジデンスプログラムを支援) (2)文化交流使事業(芸術家、文化人等を一定期間「文化交流使」に指名し、海外において、日本文化紹介活動を展開) (3)新進芸術家海外研修制度(新進芸術家の海外研修を支援) (4)国際芸術交流支援事業(我が国の芸術団体の海外公演や諸外国の芸術団体との共同制作公演等を支援)	(1)文化芸術の海外発信拠点形成事業:177百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (2)文化交流使事業:76百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (3)新進芸術家海外研修制度:418百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (4)国際芸術交流支援事業:862百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定	文部科学省	⑲ 新たな才能あるクリエイター等を活用できる優秀なプロデューサーや若手クリエイターが海外での経験を積めるように、海外での研修及び海外での交流、国内外での国際共同制作を通じて育成するための支援を行う。(文部科学省、経済産業省)
(1)平成25年度 (2)平成25年度 (3)平成26年度	(1)次代の文化を創造する新進芸術家育成事業(新進芸術家等の育成に資する研修や発表機会となる公演・展覧会等を支援) (2)新進芸術家海外研修制度(新進芸術家の海外研修を支援) (3)メディア芸術分野等のASEAN諸国等への専門人材の派遣・現地の文化芸術機関等との連携の推進方策について検討中	(1)次代の文化を創造する新進芸術家育成事業:1,181百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (2)新進芸術家海外研修制度:418百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (3)検討中	文部科学省	⑳ 我が国の魅力あるコンテンツの創造や発信を担う人材の育成を強化するとともに、ポップカルチャーの現地での市場を形成するために、アジアを中心に、例えばアーティストを講師として派遣又はアニメやゲームの教材の制作・海外への提供など、学校等を通じた人材育成を展開する。また、クールジャパンを学ぶ若者を支援するため、日本文化ファンの若者を日本に招聘する。(文部科学省、外務省、経済産業省)

<p>(1)平成25年度 (2)平成25年度 (3)平成25年度 (4)平成25年度 (5)平成26年度</p>	<p>(1)文化交流使事業(芸術家、文化人等を一定期間「文化交流使」に指名し、海外において、日本文化紹介活動を展開) (2)国際芸術交流支援事業(我が国の芸術団体の海外公演や諸外国の芸術団体との共同制作公演等を支援) (3)海外メディア芸術祭等参加事業(海外のメディア芸術関連フェスティバル等で我が国の優れた作品の展示・上映等を実施) (4)海外映画祭出品等支援事業(日本映画を海外映画祭へ出品する際にかかる字幕制作費や渡航費を支援) (5)美術、音楽の国際的フェスティバル・フェア等への参加・出品について、新たな支援施策を検討中</p>	<p>(1)文化交流使事業:76百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (2)国際芸術交流支援事業:862百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (3)海外メディア芸術祭等参加事業:53百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (4)海外映画祭出品等支援事業:71百万円(平成25年度)※来年度予算要求予定 (5)検討中</p>	<p>文部科学省</p>	<p>⑮ クールジャパン発信イベントを世界で定期的実施されるよう支援するとともに、マンガ、アニメ、美術、音楽などの国際的フェスティバル・フェア等への参加・出品や、優れた日本の舞台芸術等の海外公演等に対して、総合的に支援する。(内閣官房(知的財産戦略推進事務局)、文部科学省、関係各府省)</p>
<p>平成25年度</p>	<p>・訪日外国人旅行者へのグリーン・ツーリズム普及に向けた以下の取組。 ①グリーン・ツーリズムを実施する団体のトラベルマートへの参画 ②訪日外国人旅行者への情報発信手法の検討 ③訪日外国人旅行者のグリーン・ツーリズムの実態調査</p>	<p>・都市農村共生・対流総合対策交付金 1,950百万円の内数</p>	<p>農林水産省</p>	<p>⑩ インバウンドの推進に際しては、おもてなしなど各地のストーリーを強調した魅力を発信するとともに、ポップカルチャー愛好者に向けた日本ブランド発信に併せて訪日情報を発信し、来訪時には日本の文化・産業の体験、交流機会の提供などを行うことにより、満足度を高め、インバウンドの拡大へつなげる。また、クールジャパン戦略とビジット・ジャパン事業とを効果的に連携させる必要があることから、クールジャパン戦略とビジット・ジャパン事業を併せて発信するように図るほか、双方の関連イベント等の情報共有を通じて、具体的な連携を計画的に図ることができるようにする。(観光庁、関係各府省)</p>
<p>平成25年度以降</p>	<p>・諸外国・地域が講じる輸入規制の緩和・撤廃に向けた働きかけを行う。</p>	<p>輸入規制緩和の働きかけのための科学的データの整備【81百万円】</p>	<p>農林水産省</p>	<p>⑤ 外国の要人・著名人への働きかけや、内外でのイベント、在外公館の活動等を通じて、日本国内に滞在する外国人に対してはもとより、広く外国においても日本産酒類の魅力を日本産農林水産物・食品と併せて発信するとともに、輸出環境の整備を図る。(内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、財務省(国税庁)、外務省、農林水産省、経済産業省、観光庁)</p>

<p>平成25年度以降</p>	<p>○若手映像等人材海外研修・国際ネットワーク構築事業において、海外の教育機関への留学支援を通じて、世界に通用するコンテンツプロデューサーの育成を行う。</p> <p>○JAPAN国際コンテンツフェスティバル(コ・フェスタ)の開催を通じ、関連イベントに日本コンテンツファンである海外留学生を招聘し、ソーシャルネットワーク等を活用した情報発信を行う。</p>	<p>コンテンツ産業強化対策支援事業:7.9億円の内数</p>	<p>経済産業省</p>	<p>⑭ 我が国の魅力あるコンテンツの創造や発信を担う人材の育成を強化するとともに、ポップカルチャーの現地での市場を形成するために、アジアを中心に、例えばアーティストを講師として派遣又はアニメやゲームの教材の制作・海外への提供など、学校等を通じた人材育成を展開する。また、クールジャパンを学ぶ若者を支援するため、日本文化ファンの若者を日本に招聘する。(文部科学省、外務省、経済産業省)</p> <p>⑰ 新たな才能あるクリエイター等を活用できる優秀なプロデューサーや若手クリエイターが海外での経験を積めるように、海外での研修及び海外での交流、国内外での国際共同制作を通じて育成するための支援を行う。(文部科学省、経済産業省)</p>
<p>平成25年度</p>	<p>○ビジット・ジャパン事業において、海外旅行会社や海外メディアを日本へ招聘する際に、行程に酒蔵見学を取り入れる等により、日本産種類の魅力を発信する。</p> <p>○酒蔵ツーリズム推進協議会による取組を通して、関係者のネットワーク化、先進的な取り組み事例等に係る情報の収集・発信、地域における取り組みの促進などを図るほか、各地域の有力な観光資源となりうる日本産酒類の魅力を訪日外国人観光客に体感してもらうとともに、ソーシャル・メディア・ネットワーク等を活用し、日本産酒類及び酒蔵ツーリズムの魅力を海外も含めて情報発信していく。</p>	<p>訪日旅行促進事業(ビジット・ジャパン事業) 5,491百万円の内数 ※個別事業については調整中</p>	<p>観光庁</p>	<p>⑤ 外国の要人・著名人への働きかけや、内外でのイベント、在外公館の活動等を通じて、日本国内に滞在する外国人に対してはもとより、広く外国においても日本産酒類の魅力を日本産農林水産物・食品と併せて発信するとともに、輸出環境の整備を図る。(内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、財務省(国税庁)、外務省、農林水産省、経済産業省、観光庁)</p>

<p>平成25年度</p>	<p>○ビジット・ジャパン事業においては、海外6ヶ国8人の外国人を含む11人の委員による検討会で取りまとめられた「訪日観光の3つの価値(3つのC)」をベースにプロモーションを展開する。その価値は、震災時に賞賛を浴びた「日本人」に着目し、日本人の気質(Character)、日本人の作品(Creation)、日本人の生活(Common Life)を取り上げたものである。日本人の気質を代表する「おもてなし」や観光資源を各地のストーリーへと描き上げるためには、いずれも「日本人」が鍵となるものであり、他国にはない、日本独自の魅力を効果的に発信することにより、訪日需要の拡大を図る。</p> <p>○また、外国人が好む日本文化の体験等の提供など、様々な観光コンテンツを発掘し、磨き上げることにより、訪日観光の魅力を向上させるとともに、海外旅行会社や海外メディアの招請の際には、実際に文化体験を提供することなどにより、その魅力をダイレクトに発信する。</p> <p>○各市場におけるマスコミ招請等の機会を活用し、継続的かつ積極的な情報発信を図る。</p> <p>○各市場における旅行博等にVJブースを出展し、訪日旅行情報を積極的に発信予定。具体案件形成中。</p>	<p>訪日旅行促進事業(ビジット・ジャパン事業) 5,491百万円の内数 ※個別事業については調整中</p>	<p>観光庁</p>	<p>⑪ インバウンドの推進に際しては、おもてなしなど各地のストーリーを強調した魅力を発信するとともに、ポップカルチャー愛好者に向けた日本ブランド発信に併せて訪日情報を発信し、来訪時には日本の文化・産業の体験、交流機会の提供などを行うことにより、満足度を高め、インバウンドの拡大へつなげる。また、クールジャパン戦略とビジット・ジャパン事業とを効果的に連携させる必要があることから、クールジャパン戦略とビジット・ジャパン事業を併せて発信するように図るほか、双方の関連イベント等の情報共有を通じて、具体的な連携を計画的に図ることができるようにする。(観光庁、関係各府省)</p>
---------------	--	--	------------	---

具体的実施内容が決まっていないもの				
平成25年度	海外で在外公館と官民の関係機関が参加するクールジャパンタスクフォース等を通じて、活用すべき行事等の情報を関係者に共有する。	-	外務省	① クールジャパンの発信の先駆として、世界で高く評価されている日本の食文化の発信イベントを海外で順次行う。その際、食材の発信やスイーツなどの活用にも配慮する。また、クールジャパンの発信に当たっては、相手国の文化等を理解した上で、食、日本産酒類、ファッション、ものづくり、コンテンツ等の連携の可能性を検討し、経済的効果に文化的価値を加えたトータルコーディネートも含めた日本ブランドの効果的発信を模索する。その際には、民間の優れた人材の活用等を通じて柔軟な発想を活かすことができるよう努める。(外務省、経済産業省、総務省、農林水産省、内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、内閣官房(国際広報室))
平成25年度	現在省内で関連する事業を検討中であるが、一例として、各府省が主導する個別事業が単発で終わらないための多彩なフォローアップを強化するため、現地のニーズを踏まえた形でクールジャパンの国際展開が可能になるよう、現時点で11カ国13都市に設置されているクールジャパン支援タスクフォース(各府省の要望を勘案しながら今後増加を計画)をこれまで以上に活用し、タスクフォースがない国・地域に於いては、公邸の利用、海外メディアへの発信等を通じて支援する。	複数の予算の組み合わせを検討中	外務省	⑫ 在外公館等の積極的な活用を図ることで、海外における日本の文化・価値に対する理解や好感度を高め、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。その際には、継続的なフォローアップを行うなど、取組の成果をより効果的なものとするように努める。(外務省、関係各府省)
平成25年度	パリにおける仏の民間事業であるJAPAN EXPO(平成25年7月)への参加等、海外におけるクールジャパン発信イベントへの協力を計画。(実施事業については、現在調整中。)	・在外公館文化事業費(241百万円)の内数 ・国際交流基金運営費交付金(12,495百万円)の内数	外務省	⑬ クールジャパン発信イベントの機会を捉えて、茶道の披露の場を設けることなどによって、伝統文化から芸術文化まで総合的に日本文化・産品を集めて発信又はその支援をする。(文部科学省、外務省、経済産業省、農林水産省)

<p>継続的に実施</p>	<p>1. 貿易障壁等の見直しに向けた働きかけ <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災後に導入された輸入規制の解除に向けた働きかけ ・米国・EUにおける蒸留酒の容量規制の見直しに向けた働きかけ </p> <p>2. 業界との関係 <ul style="list-style-type: none"> ・酒類業関係団体との意見交換 ・日本酒造組合中央会における検討に対する助言 ・各地域における輸出セミナーの実施 ・酒類製造者等の輸出状況・意見の把握 </p> <p>3. 国際イベントへの対応 <ul style="list-style-type: none"> ・各種国際会議等での日本産酒類の提供に関する助言や職員の派遣 </p> <p>4. 関係府省等との連携強化 <ul style="list-style-type: none"> ・外務省、農林水産省、観光庁、JETRO等との意見交換 ・各地域における国税局と地方自治体・各省出先機関等との情報共有・協力 ・在外公館へ赴任する大使等を対象とした、日本酒に関する研修(外務省主催)への国税庁職員の講師派遣 </p>	<p>-</p>	<p>財務省(国税庁)</p>	<p>⑤ 外国の要人・著名人への働きかけや、内外でのイベント、在外公館の活動等を通じて、日本国内に滞在する外国人に対してはもとより、広く外国においても日本産酒類の魅力をも日本産農林水産物・食品と併せて発信するとともに、輸出環境の整備を図る。(内閣官房(日本産酒類の輸出促進連絡会議)、財務省(国税庁)、外務省、農林水産省、経済産業省、観光庁)</p>
<p>平成26年度</p>	<p>海外でクールなイメージで使用されている日本語についての調査研究や研究者等によるシンポジウム等を検討中。</p>	<p>検討中</p>	<p>文部科学省</p>	<p>⑥ 「かわいい」、「おいしい」、「カンパイ」などの外国人にとって魅力的な日本語の発掘を進めると共に、クールジャパン発信イベントにおいて、そのような日本語のローマ字表記と適切な外国語を組み合わせ、国際通用語となるコピーやロゴ(例"Kampai" to the world)を作成するなど、クールジャパンを知るきっかけを世界に発信する。(内閣官房(国際広報室)、文部科学省、関係各府省)</p>