

資料 2

「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」 政府の今後の取組（アクションプラン）

| 大項目 | 中項目 | No. | 小項目 | 関係省庁 |
|-----------------------|--|--|--|--|
| 情報発信 | | | | |
| 日本ファン の外国人との 協働 | 日本ファン外国人等のネットワーク化 | | 日本ファンの外国人などをアンバサダーとしてネットワーク化し、情報発信・フィードバックに係る協力を依頼 | |
| | | 1-1 | 関係府省が任命等している日本ファンの外国人を兼ね、更なる発信の協力を依頼 | 内閣官房(知財事務局) |
| | | 1-2 | 海外において日本産酒類の正しい知識を有した専門家を育成するため、日本で日本酒研修を実施 | 内閣官房(日本酒)、財務省(国税庁)、農林水産省 |
| | | 1-3 | 「日本食・食文化親善大使」について、海外において日本食の普及に努める外国人にも対象を拡大 | 農林水産省 |
| | | 1-4 | 日本コンテンツのファンである外国人留学生を中心に、「コ・フェスタアンバサダー」として組織化 | 経済産業省 |
| | 1-5 | ビジット・ジャパン事業に協力してもらう日本人・外国人等をネットワーク化 | 国土交通省 | |
| | 外国人の招へい | 2-1 | 外国人の招へい、人物交流等を通じて総合的に対日理解を促進 | 外務省 |
| | | 2-2 | クールジャパン資源の効果的な発信に資するよう、影響力のある海外メディアを招へい | 経済産業省、外務省 |
| | | 2-3 | 現地において高い発信力を有する者を招へいし、地方の魅力を海外の隅々まで発信 | 国土交通省 |
| | 各種媒体及び施設を活用した情報発信 | 政府公式メディアの活用 | 3 | 政府公式英文サイト、SNS政府公式サイト等を通じたクールジャパンコンテンツの紹介頻度・機会の向上 |
| 在外公館、ジャパン・ハウス等の活用 | | 4-1 | 在外公館におけるレセプションイベントなどを活用し、官民で連携しつつ日本の魅力を発信 | 外務省、農林水産省、内閣官房(日本酒)、財務省(国税庁) |
| | | 4-2 | ジャパン・ハウス(仮称)の活用等により日本の魅力を発信 | 外務省 |
| 国際空港の利用 | | 5 | 主要な国際空港において、訪日外国人等に日本酒・焼酎の魅力をPR | 内閣官房(日本酒)、国土交通省、財務省(国税庁) |
| 映像コンテンツ等の活用 | | 6-1 | 地域の魅力を伝える放送コンテンツの海外展開支援により、地域ならではのクールジャパン資源の発信を強化 | 総務省、外務省、経済産業省、国土交通省 |
| | | 6-2 | クールジャパン機構の出資事業を活用して、各地のクールジャパン人材や観光情報を発信 | 経済産業省、国土交通省 |
| | | 6-3 | 「全国ロケーションデータベース」において、全国各地域のフィルムコミッションが保有・蓄積する情報を集約し、また、ロケツーリズムに係る先進的な取組を情報提供 | 文部科学省、国土交通省 |
| 6-4 | 海外で開催されるアートフェスティバル等への出展支援や、優れたメディア芸術作品の顕彰を実施 | 文部科学省、外務省 | | |
| イベントの重ね合わせ | 7-1 | クールジャパン関連イベントを取りまとめたイベント・カレンダーを作成し情報共有するとともに、官民連携プラットフォームでイベントの重ね合わせを後押し | 内閣官房(知財事務局)、関係府省 | |
| | 7-2 | 世界最大規模のコンテンツフェスティバル(コ・フェスタ)を開催 | 経済産業省 | |
| アーカイブの構築 | 8-1 | 「メディア芸術データベース」の利活用を促進 | 文部科学省 | |
| | 8-2 | モデル事業を通じたアーカイブの中核拠点の形成支援、ネットワーク化の推進により、アーカイブの構築・運営や共同利用等を促進 | 文部科学省 | |
| 拠点の形成・人材育成 | 人材・情報の集積・発信拠点の形成 | 9 | 世界中から高度人材を呼び寄せ、我が国の人材育成を促進。また、情報の集積・発信機能を有する拠点(ハブ)の構築を目指す民間の取組を、関係府省が連携して支援 | 総務省、文部科学省、経済産業省、農林水産省 |
| | | 10-1 | フィルムスクールへの留学、インターンシップ等の機会提供により、国際的に通用するプロデューサー人材を育成 | 経済産業省 |
| | 10-2 | 実演家やアーティストを、国際的に通用する人材として育成するために海外に派遣し、研修する機会を提供 | 文部科学省 | |
| | 10-3 | CJ機構の出資事業等を通じ、現地における日本コンテンツの海外展開を支える人材育成プラットフォームを構築 | 経済産業省 | |
| | 国際的なコンテンツ人材の育成・活用 | | | |

| 大項目 | 中項目 | No. | 小項目 | 関係省庁 |
|---|---------------------------------|---|---|--------------------------|
| 海外展開 | | | | |
| 連携による 一体的な海 外展開 | 官民連携プラットフォームの創設 | 11 | クールジャパンの取組を効果的に進めることを目的とした官民連携プラットフォームを創設 | 内閣官房(知財事務局)、関係府省 |
| | 放送コンテンツの海外展開 | 12 | 関係府省や周辺産業と連携しながら、地域経済活性化を目的とした放送コンテンツの制作や海外発信を支援 | 総務省 |
| | コンテンツの現地化・PR支援 | 13 | 日本コンテンツの字幕付与・吹替え等の現地化や国際見本市への出展、広告出稿等のプロモーションを支援 | 経済産業省 |
| | 海外ビジネスへの支援 | 14 | ジェトロにおいてビジネスマッチングを行うほか、地域の魅力を海外にPRし、輸出や対日投資、共同開発や人的交流につながる産業観光事業等を実施 | 経済産業省 |
| ジャパン ブランドの 見える化 | 日本食レストランの推奨 | 15 | 日本食材・日本産酒類を積極的に取り扱う海外日本食レストランを民間団体が推奨する体制を創設 | 農林水産省、内閣官房(日本酒) |
| | 日本産食品の認定 | 16-1 | 正しく日本産品の品質を伝えるため、日本産食品の認定制度を検討 | 農林水産省 |
| | | 16-2 | 日本産酒類のブランド向上等を図るために地理的表示制度等の見直し等を検討 | 内閣官房(日本酒)、財務省(国税庁) |
| 商品・デザイン等の品質認定 | 17 | 一般社団法人日本ファッション産業協議会を中心に、織り・編み、染色整理加工、縫製の3工程を日本国内で行っているアパレル商品に対して認証ラベルを付す「J-Quality商品認証事業」を実施 | 経済産業省 | |
| インバウンド振興 | | | | |
| 地方の魅力 発信 | 道の駅等の活用 | 18 | 「道の駅」を「ローカルクールジャパン・ショールーム」として活用。また、「海の駅」における地域資源の発信等を推進 | 国土交通省 |
| | | 19-1 | 訪日外国人旅行者に対する情報発信 | 国土交通省 |
| | 観光資源の 磨き上げと 活用 | 19-2 | 優れた自然資源を有する地域へ外国人旅行者を誘客するため、国立公園ウェブサイトや、「Japan-Guide」内の国立公園特設サイトの情報を充実 | 環境省 |
| | | 20 | 観光資源を活かした地域づくり施策と観光振興施策を一体で実施 | 国土交通省 |
| 観光資源の 磨き上げと 活用 | 食と農山漁村の活用 | 21 | 地方の食と農を「食と農の集勝地」として集積し、観光資源として活用するなど、農山漁村の魅力と観光需要を結びつける取組を推進 | 農林水産省、国土交通省 |
| | 日本酒の活用 | 22 | 酒蔵開放や酒蔵体験、日本酒イベント、スタンブラリーなどの仕組みづくり、外国人向けツアーのプロデュース等を実施 | 内閣官房(日本酒)、国土交通省、財務省(国税庁) |
| | 地域の自然の活用 | 23 | 地域のエコツーリズムの活動支援、外国人の国立公園での活動に関するニーズ把握により、エコツーリズムを推進 | 環境省 |
| 訪日外国人 旅行者の利 便性向上の ための環境 整備 | 文化財等への外国語解説の推進 | 24-1 | 英語での分かりやすい文化財解説表示のあり方等の検討とともに、文化財の英語での情報発信に対して支援を実施 | 文部科学省、国土交通省 |
| | | 24-2 | 2020年までに全ての国立公園における統一性・連続性のある標識・サイン等の整備、トイレ等のユニバーサルデザイン対応を推進。また、2015年度に創設した交付金によって多言語化を推進 | 環境省 |
| | 無料Wi-Fi環境整備 | 25 | 全国20万規模のスポットに一度の登録でサインインできる仕組み構築 | 総務省、国土交通省 |
| 地方の魅力の発掘・発信 | | | | |
| 地方におけ るクール ジャパン相 談・支援体制 の強化 | 地域プロデューサーのリスト化・ネットワーク化 | | 地方における専門知識・ノウハウを持った人材のリスト化を進め、地方への情報提供やネットワーク化を推進 | |
| | | 26-1 | クールジャパン分野で活動実績のある個人・団体を束ねて情報提供 | 内閣官房(知財事務局) |
| | | 26-2 | 日本食・食文化の海外普及の視点に立ち、輸出拡大や海外事業展開の実績を持った人材のリスト化を検討 | 農林水産省 |
| | | 26-3 | 海外消費者のニーズや販路等に知見を有するプロデューサーやデザイナーのリスト化を検討 | 経済産業省 |
| 26-4 | クールジャパン資源の観光への活用に見込める人材のリスト化を検討 | 国土交通省 | | |
| プロデューサー派遣等による地域資源の活用 | 27 | プロデューサー派遣によって地域のクールジャパン資源の発掘・磨き上げ、観光資源としての活用を促進するとともに、テストマーケティングの場を提供。また、それらの資源を活用した観光振興による地域活性化への支援を検討 | 経済産業省、国土交通省 | |
| | 28 | ジェトロ等関係機関と協働しつつ、地方自治体とも連携し、地域のクールジャパン相談窓口を整備 | 経済産業省 | |
| CJ機構と連携した地方の中小企業等への支援 | 29 | CJ機構により新たな出資案件となりうる地域企業を発掘・組成するとともに、CJ機構の出資事業と連携して、地方の中小企業等の情報発信や販路開拓のための支援を実施 | 経済産業省 | |
| 地方の文化 的魅力的な 発信・交流 | 「日本遺産」の拡充 | 30 | 「日本遺産(Japan Heritage)」の認定を、2020年度までに100件程度実施 | 文部科学省 |
| | 文化プログラムの推進 | 31 | 全国各地で開催される文化プログラム等の機会を活用して、文化芸術資源を磨き上げる取組を推進 | 文部科学省、外務省 |
| | ホストシティ・タウン構想の推進 | 32 | 2020年東京オリパラ開催に向け、全国の自治体と参加国との相互交流を図る「ホストシティ・タウン構想」を推進 | 内閣官房(オリパラ事務局) |

【情報発信】日本ファンの外国人との協働（日本ファン外国人等のネットワーク化）

| 省庁等 | No | 取組状況【日本ファンの外国人との協働（日本ファン外国人等のネットワーク化）】 | |
|---------------|-----|--|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 内閣官房 知財事務局 | 1-1 | <p><取組内容> 各省庁やアドバイザリーボードのメンバーから推薦された発信力のある日本ファンの外国人などをクールジャパンのアンバサダーとしてネットワーク化し、更なる情報発信及びそのフィードバックを行うよう協力を依頼（1月現在46名）。</p> | <p><取組内容> 平成28年3月中にクールジャパン戦略担当大臣から協力を依頼。 また、各省庁やプラットフォーム構成員から発信したい情報を募り、アンバサダーに対し定期的に情報を提供。各アンバサダーによる情報発信を通じて日本ファンを拡大。</p> |
| 国税庁 酒税課 | 1-2 | <p><取組内容> 酒類教育機関WSETの日本酒インストラクター養成プログラムが、酒類総合研究所で実施され、国税庁から職員を講師として派遣し、日本酒専門家の育成に協力。</p> | <p><取組内容> 今後とも、外国人に対する教育の機会に積極的に協力し、日本酒専門家の育成に貢献。</p> |
| 農林水産省 | 1-2 | <p><取組内容> 平成27年度日本食・食文化の世界的普及プロジェクトのうち海外の日本食・食文化の普及を担う人材の活用(料理学校等との連携)事業として、ロンドンのWSETとの連携により、日本酒講師候補8名(ドイツ・台湾・カナダ2名・韓国2名・中国・イタリア)を招聘。日本酒講師候補が石川、岐阜、京都、広島において日本食・食文化と日本酒について専門的に学び、8名全員が日本酒講師に認定。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●日本食・食文化の世界的普及プロジェクト(1,130百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 日本食・食文化の普及事業の中で、料理学校と連携した普及人材育成事業を検討。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●食文化発信による海外需要フロンティア開拓加速化事業(800百万円の内数)</p> |

1

| 省庁等 | No | 取組状況【日本ファンの外国人との協働（日本ファン外国人等のネットワーク化）】 | |
|------------------------|-----|---|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 農林水産省 | 1-3 | <p><取組内容> 外務省、在外公館との連携により、初めて海外在住の方々から新たに13名を「日本食普及の親善大使」に任命し、日本食・食文化、日本製品の更なる魅力発信を実施(国内からは8名を追加し、合計21名を追加予定)。</p> <p><関連事業名（H27予算）> -</p> | <p><取組内容> 今後も「日本食普及の親善大使」の追加任命を行うとともに、親善大使と連携した事業も検討。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●食文化発信による海外需要フロンティア開拓加速化事業(800百万円の内数)</p> |
| 経済産業省 文化情報関連 産業課 | 1-4 | <p><取組内容> 約200名の外国人留学生と現地学生をコ・フェスタアンバサダーとして任命。コ・フェスタの各イベントにアンバサダーを派遣、SNS等を活用してアンバサダーの目線からイベントの模様やコンテンツの魅力等を海外に向けて発信。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●コンテンツ産業強化対策支援事業(691百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 日本コンテンツのファンである外国人留学生を中心に「コ・フェスタアンバサダー」として組織化。コ・フェスタの各イベントにアンバサダーを派遣、SNS等を活用してアンバサダーの目線からイベントの模様やコンテンツの魅力等を海外に向けて発信。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●コンテンツ産業強化対策支援事業(650百万円の内数)</p> |
| 観光庁 国際観光課 | 1-5 | <p><取組内容> 外国人旅行者の受入体制に関する「仕組み」の構築や、外国人に対する日本の魅力の「発信」といった、他の関係者の「お手本」となる優れた取組みをされた方々を「VISIT JAPAN 大使」として任命し、意見交換会を実施。また、クールジャパンの発信に協力頂ける「VISIT JAPAN 大使」を「クールジャパン・アンバサダー」として推薦し、知財事務局がSNS上に投稿する情報に対してコメントや、自身のSNSで拡散して頂く等、日本の魅力の発信を促進。</p> | <p><取組内容> 平成27年度に引き続き、「VISIT JAPAN 大使」と意見交換会を実施し、さらなる日本の観光魅力の発信を推進。</p> |

2

【情報発信】日本ファンの外国人との協働（外国人の招へい）

| 省庁等 | No | 取組状況【日本ファンの外国人との協働（外国人の招へい）】 | |
|------------------------|-----|---|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 外務省 対日理解交流 促進室 | 2-1 | <p><取組内容> 平成27年度は5,700人規模の招へい派遣を実施中。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●対日理解促進交流プログラム(2,877百万円)</p> | <p><取組内容> 日本とアジア大洋州、北米、欧州、中南米の各国・地域との間で、対外発信力を有し、将来を担う人材を招へい派遣し、政治、経済、社会、文化、歴史及び外交政策等に関する対日理解の促進を図るとともに、親日派・知日派を発掘し、我が国の外交基盤を拡充。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●対日理解促進交流プログラム(3,327百万円)</p> |
| 経済産業省 生活文化創造 産業課 | 2-2 | <p><取組内容> 情報発信力があり、影響力を有するインフルエンサー(海外メディア等)のベ53メディアを日本各地に招へいし、地域資源計115件の取材を通じて、その魅力を彼らのメディア等で国内外に発信。</p> <p><関連事業名（H26補正予算）> ●ふるさと名物発信等事業(海外情報発信事業)(100百万円)</p> | <p><取組内容> 情報発信力があり、影響力を有するインフルエンサー(海外メディアやブロガー等)を活用し、日本のサービス業を含む地域資源等に関する情報を海外に向けて発信。</p> <p><関連事業名（H27補正予算）> ●サービス産業海外展開基盤整備事業(500百万円の内30百万円)</p> |
| 経済産業省 伝統的工芸品 産業室 | 2-2 | <p><取組内容> 28年度から右記事業を実施のため、実績無し</p> <p><関連事業名> -</p> | <p><取組内容> 伝統的工芸品の産地への観光客誘致・海外販路開拓を後押しするため、伝統的工芸品の産地に外部人材を招聘。平成28年2月以降事業者公募、4月以降事業開始。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●伝統的工芸品の産地ブランド化推進事業(ふるさと名物応援事業(1000百万円)の内数)</p> |

3

| 省庁等 | No | 取組状況【日本ファンの外国人との協働（外国人の招へい）】 | |
|---------------|-----|---|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 外務省 国際報道官室 | 2-2 | <p><取組内容> 訪日取材に基づき、外国メディアが日本の状況を正確に報道することによって、海外における正しい対日理解の増進、ひいては日本に対する好感度の向上を図るため、本年度は、31カ国から計42名の記者を、2ヶ国から計2チームの外国テレビを招へい予定(うち、現時点でそれぞれ記者42名、テレビチーム1件を招へい済み)。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●外国報道関係者招へい(49百万円の内数) ●日本特集番組制作支援(15百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 引き続き、招へいを実施。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●外国報道関係者招へい(59百万円の内数) ●日本特集番組制作支援(16百万円の内数)</p> |
| 観光庁 国際観光課 | 2-3 | <p><取組内容> 海外現地の旅番組や、WEB・SNSにおいて高い発信力を有するブロガー等を各地方に招聘し、番組の放映やWEB・SNSへの投稿等を通じて、日本の各地方の魅力を発信。平成27年9月には、タイ・シンガポール・台湾のブロガーを城崎温泉など日本の地域に招聘し、日本ならではの温泉・食等の美容コンテンツを観光情報と合わせて発信し、訪日を喚起。</p> <p><関連事業名> ●ピジット・ジャパン関連事業(H27予算：8,028百万円の内数) ●ピジット・ジャパン関連事業(H26補正予算：3,416百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 欧米等を中心とした外国人旅行者のさらなる地方誘客を推進するため、現地の旅番組や、WEB・SNSにおいて高い発信力を有するブロガー等を招聘し、番組の放映やWEB・SNSへの投稿等を通じて、日本の各地方の魅力を発信する。</p> <p><関連事業名> ●ピジット・ジャパン関連事業(H28予算案：8,482百万円の内数) ●ピジット・ジャパン関連事業(H27補正予算：4,184百万円の内数)</p> |

4

【情報発信】各種媒体及び施設を活用した情報発信（政府公式メディアの活用）

| 省庁等 | No | 取組状況【各種媒体及び施設を活用した情報発信（政府公式メディアの活用）】 | |
|---------------------------------|----|--|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 内閣府 政府広報室 (内閣官房 国際広報室) | 3 | <p><取組内容> 日本政府国際広報誌“We Are Tomodachi”を4月、6月、8月、11月、1月に発刊。電子書籍のウェブページPV数は平成27年4月から平成28年2月15日までに累計68,000PV。紙冊子は首脳会談時や国際会議開催時に積極的に配付。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ● 対外広報マテリアル作成・発信(250百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 日本政府国際広報誌“We Are Tomodachi”を年6～8回程度発行予定。政府公式ウェブ英文サイト「JapanGov」とも連携して情報拡散。紙冊子は首脳会談時や国際会議開催時に積極的に配付。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ● 対外広報マテリアル作成・発信(250百万円の内数)</p> |

5

【情報発信】各種媒体及び施設を活用した情報発信（在外公館、ジャパン・ハウス等の活用）

| 省庁等 | No | 取組状況【各種媒体及び施設を活用した情報発信（在外公館、ジャパン・ハウス等の活用）】 | |
|-----------------------|-----|---|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 外務省 文化交流・海 外広報課 | 4-1 | <p><取組内容> 在外公館や国際交流基金を通じ、伝統文化、アニメ・漫画等ポップカルチャーのほか、和食も含む多様な日本文化を海外で紹介。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ● 国際交流基金事業(13,451百万円の内数) ● 在外公館文化事業(441百万円)</p> | <p><取組内容> 引き続き、左記の事業を行う。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ● 国際交流基金事業(12,949百万円の内数) ● 在外公館文化事業(309百万円)</p> |
| 外務省 広報文化外交 戦略課 | 4-1 | <p><取組内容> 発信力のある様々な分野の専門家を個別に海外に派遣し、講演会及びワークショップ又はデモンストレーション等を実施することによって、日本の多様な魅力を海外に発信し、日本全体のブランドを向上。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ● 日本ブランド発信事業(59百万円)</p> | <p><取組内容> 発信力のある様々な分野の専門家を個別に海外に派遣し、講演会及びワークショップ又はデモンストレーション等を実施することによって、日本の多様な魅力を海外に発信し、日本全体のブランドを向上。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ● 日本ブランド発信事業(48百万円)</p> |
| 外務省 広報文化外交 戦略課 | 4-1 | <p><取組内容> 日本事情発信ウェブサイト「Web Japan」を運営。日本への関心を惹起し、親日感情の醸成、親日派・知日派の育成を目的に、6つの主要サブサイトを用いて若者層を中心とする海外の一般層に向けて、日本の様々な魅力を英文(一部多言語)で発信。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ● インターネットを利用した日本事情発信(30百万円)</p> | <p><取組内容> 引き続き、日本事情発信ウェブサイト「Web Japan」を運営。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ● インターネットを利用した日本事情発信(30百万円)</p> |

6

| 省庁等 | No | 取組状況【各種媒体及び施設を活用した情報発信（在外公館、ジャパン・ハウス等の活用）】 | |
|-------------------|-----|--|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 外務省 在外公館課 | 4-1 | <p><取組内容> 在外公館における任国要人との会食や天皇誕生日祝賀レセプション等で提供する等、日本産酒類を積極的にアピール(平成27年度は、平成28年1月末までに日本酒で約1万5,800本、日本ワインで約5千本を本省から在外公館に購送)。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●在外公館でのレセプション等における日本産酒類の活用(84百万円)</p> | <p><取組内容> 引き続き、在外公館における任国要人との会食や天皇誕生日祝賀レセプション等、効果的なタイミングをとらえて提供すること等を通じ、日本産酒類を積極的にアピール。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●在外公館でのレセプション等における日本産酒類の活用(84百万円)</p> |
| 農林水産省 | 4-1 | <p><取組内容> 在外公館と連携しレセプション等を在サンパウロ総領事館、在トロント総領事館、在メキシコ大使館、在パラグアイ大使館で実施。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●日本食・食文化の世界的普及プロジェクト(1,130百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 今後も在外公館等と連携し、セミナー、レセプション等を活用して日本食・食文化や日本産品のPR実施を検討。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●食文化発信による海外需要フロンティア開拓加速化事業(800百万円の内数)</p> |
| 国税庁 酒税課 | 4-1 | <p><取組内容> 在外公館及び国際機関日本代表部等において開催された日本食PRイベントに、関係府省等と連携し、職員を派遣して日本産酒類の魅力をPR。</p> | <p><取組内容> 国内では伊勢志摩サミット、国外ではリオ五輪ジャパンハウスをはじめとした国際会議やイベント等を活用し、日本産酒類の魅力をPR。</p> |
| 外務省 戦略的対外発信拠点室 | 4-2 | <p><取組内容> ロンドン、ロサンゼルス、サンパウロの3都市にジャパン・ハウスを創設すべく、国内外の体制整備、ウェブサイトのシステム構築、物件の確保等を実施。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●「ジャパン・ハウス」(仮称)創設関連経費(3,589百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 開館に向けて、イベントの実施や事業計画の策定、ウェブサイトにおけるコンテンツ発信及びメンテナンス・更新作業、内装の設計デザイン・施工等を実施予定。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●「ジャパン・ハウス」(仮称)創設関連経費(4,223百万円の内数)</p> |

7

【情報発信】各種媒体及び施設を活用した情報発信（国際空港の活用）

| 省庁等 | No | 取組状況【各種媒体及び施設を活用した情報発信（国際空港の活用）】 | |
|--------------|----|---|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 観光庁 観光資源課 | 5 | <p><取組内容> 国・空港会社・酒造業界が一丸となり、日本の食文化を発信する取組として、国際空港(成田・羽田・中部・関西)で、平成25年より「ニッポンを飲もう！日本の酒キャンペーン」を実施。これまで、延べ734の蔵元とともに延べ15万人以上(平成25年10月～平成28年1月31日)の外国人旅行者に対してお酒の魅力を発信。観光庁は本キャンペーンの後援及び外国人旅行者が見学可能な酒蔵情報等を紹介。(実施主体は、日本酒造組合中央会及び各空港会社)</p> | <p><取組内容> 平成27年度に引き続き、外国人旅行者に対して、我が国の国際空港(成田・羽田・中部・関西)において、日本酒造組合中央会及び各空港会社が日本産酒類の魅力を発信する本キャンペーンに協力。また、外国人が見学可能な酒蔵情報等を訪日外国人旅行者に紹介することも継続。</p> |
| 国税庁 酒税課 | 5 | <p><取組内容> 国土交通省や空港関係者と連携し、展示・配付する資料等を提供することで、国際空港での日本産酒類のPRに協力。</p> | <p><取組内容> 引き続き、関係各所と連携し、展示・配付する資料等の提供により、国際空港での日本産酒類のPRに協力。</p> |

8

【情報発信】各種媒体及び施設を活用した情報発信（映像コンテンツ等の活用）

| 省庁等 | No | 取組状況【各種媒体及び施設を活用した情報発信（映像コンテンツ等の活用）】 | |
|----------------------|-----|---|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 総務省 情報通信作品 振興課 | 6-1 | <p><取組内容> 関係省庁(総務省・経産省・外務省・観光庁)が連携して、コンテンツ製作・現地化(字幕付与等)から発信・プロモーションまで、一体的、総合的かつ切れ目なく戦略的に展開する事業を実施(総務省事業では、33件の事業企画を採択)。</p> <p><関連事業名 (H26補正予算)> ●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(1,650百万円)</p> | <p><取組内容> 放送関係者等と他分野・他産業の関係者が幅広く協力し、「クールジャパン戦略」、「デジタルジャパン戦略」、「地方の創生」、「TPP協定の活用促進による新たな市場の開拓」等に資する放送コンテンツを制作、発信等する取組を支援。</p> <p><関連事業名> ●放送コンテンツ海外展開助成事業(H28予算案：225百万円) ●放送コンテンツの海外展開総合支援事業(H27補正予算：1,200百万円)</p> |
| 国際交流基金 | 6-1 | <p><取組内容> 商業ベースでは日本コンテンツが放送されない国・地域に対し、日本のドラマ、アニメ、バラエティ等を無償提供しており、本事業対象地域である中南米・中東・アフリカ・東欧等の約70か国の放送局に対して、アニメ・映画・ドラマなど約330番組(のべ)を提供予定であり、うち28か国84番組(のべ)はすでに契約済み(平成28年2月18日時点)。</p> <p><関連事業名 (H26補正予算)> ●放送コンテンツ等海外展開支援事業費(3,035百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 引き続き、日本コンテンツの無償提供を継続。</p> <p><関連事業名 (H27補正予算)> ●放送コンテンツ等海外展開支援事業費(2,503百万円の内数)</p> |

9

| 省庁等 | No | 取組状況【各種媒体及び施設を活用した情報発信（映像コンテンツ等の活用）】 | |
|------------------------|-----|---|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 経済産業省 文化情報関連 産業課 | 6-1 | <p><取組内容> 日本コンテンツの字幕・吹き替え等の現地化(ローカライズ)や国際見本市への出展、広告出稿等のプロモーション費用に対する支援を855件実施。</p> <p><関連事業名 (H26補正予算)> ●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(5,997百万円)</p> | <p><取組内容> 権利情報の集約化等、著作物の利用の円滑化を実施。併せて、コンテンツの字幕・吹き替え等の現地化や国際見本市への出展等のプロモーション費用の補助等を総合的に支援。</p> <p><関連事業名 (H27補正予算)> ●地域発コンテンツ海外流通基盤整備事業(6,694百万円)</p> |
| 観光庁 国際観光課 | 6-1 | <p><取組内容> 総務省、経済産業省、外務省と連携し、日本の旅番組やドラマ等の放送コンテンツの海外展開に併せて、地方の魅力を発信する訪日促進CMを放映する等訪日プロモーションを実施。平成27年6月には、インドネシアにおける日本ドラマの放映に併せて、訪日促進に資するCMを制作・放映。</p> <p><関連事業名 (H26補正予算)> ●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(300百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 平成27年度に引き続き、総務省、経済産業省、外務省が実施する日本の地方を紹介するテレビ番組やJ-POP等のコンテンツ等の海外展開と連携して、日本の観光魅力を発信することにより、日本各地への外国人観光客の誘致促進を図る。</p> <p><関連事業名> ●デジタル・ジャパン関連事業(H28予算案：8,482百万円の内数) ●デジタル・ジャパン関連事業(H27補正予算：4,184百万円の内数)</p> |
| 経済産業省 生活文化創造 産業課 | 6-2 | <p><取組内容> CJ機構が、マレーシア・中国のジャパンモール事業に加え、平成27年11月にフランス・パリに地域産品のショーケースとなる店舗を整備するとともに、商材のプロモーション、欧州小売事業者との交渉、通関等の輸入業務の支援をする「地域産品セレクトショップ事業」へ1億円の出資決定を公表。 ジャパンチャンネル整備事業については、インドネシア・マレーシアに加えて、平成27年7月にシンガポールでの事業を開始。</p> | <p><取組内容> マレーシアのジャパンモールは平成28年秋、中国のジャパンモールは平成30年秋にオープン予定。 ジャパンチャンネル事業については、平成32年までに世界22カ国へ拡大する予定。</p> |

10

| 省庁等 | No | 取組状況【各種媒体及び施設を活用した情報発信（映像コンテンツ等の活用）】 | |
|--------------|-----|---|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 観光庁 国際観光課 | 6-2 | <p><取組内容> マレーシアにおける三越伊勢丹ホールディングスとの連携事業を検討していたが、クアラルンプール店舗のリニューアルオープンが来年度に延期されたことにより、今年度実施が厳しくなり、来年度以降の実施を検討。</p> <p><関連事業名> -</p> | <p><取組内容> 平成28年秋以降にリニュアルオープン予定のマレーシアにおける三越伊勢丹クアラルンプール店舗との連携事業を実施し、ジャパンモールの機能を活用した訪日旅行促進プロモーションを展開。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●デジタル・ジャパン関連事業(8,482百万円の内数)</p> |
| 文部科学省 | 6-3 | <p><取組内容> 「全国ロケーションデータベース」において、全国各地域のフィルムコミッションが保有・蓄積している情報を集約し、国内外に向けて日本の魅力あるロケ地情報の発信を実施。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●ロケーションに係るデータベースの運営(16百万円)</p> | <p><取組内容> 「全国ロケーションデータベース」において、全国各地域のフィルムコミッションが保有・蓄積している情報を集約し、引き続き、国内外に向けて日本の魅力あるロケ地情報を発信。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●ロケーションに係るデータベースの運営(16百万円)</p> |
| 観光庁 観光資源課 | 6-3 | <p><取組内容> ロケ地を活用した観光振興の取組の情報共有のため、平成24年度に観光庁が主体となって「ロケツーリズム研究会」を立ち上げ、その後、平成25年度には自治体、ロケ地提供者、制作者側、旅行会社等と共に「ロケツーリズム連絡会」を発足(年3回程度開催)。 また、これまで連絡会で議論してきたロケツーリズムによる地域振興について広く情報共有を図るため、「ロケツーリズム連絡会」が主体となり、全国の自治体関係者を対象とした「ロケツーリズムセミナー」を開催。</p> | <p><取組内容> 平成27年度に引き続き、「ロケツーリズム連絡会」のメンバーとして連絡会(年3回程度開催)及び、「ロケツーリズムセミナー」(年1回開催)を開催し、関係者とロケを契機とする地域に根差した観光振興のあり方及び他の地域への展開の可能性について検討。</p> |

11

| 省庁等 | No | 取組状況【各種媒体及び施設を活用した情報発信（映像コンテンツ等の活用）】 | |
|-------------------|-----|--|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 文部科学省 | 6-4 | <p><取組内容> ●美術、音楽、舞踊、演劇、映画等を世界に発信するため、海外のフェスティバルへの参加・出展、国内における国際フェスティバルの開催、海外の芸術団体との共同制作などの取組に対し支援。平成27年度は48件の事業を採択。 ●アート、エンターテインメント、アニメーション、マンガの4部門において優れた作品を顕彰するとともに、受賞作品の鑑賞機会を提供するメディア芸術の総合フェスティバル(文化庁メディア芸術祭)を実施。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●芸術文化の世界への発信と新たな展開(962百万円) ●メディア芸術祭(メディア芸術祭等事業(355百万)の内数)</p> | <p><取組内容> ●引き続き、海外のフェスティバルへの参加・出展、国内における国際フェスティバルの開催、海外の芸術団体との共同制作などの取組を支援。 ●引き続き、「文化庁メディア芸術祭」を実施するとともに、メディア芸術祭20周年企画展を開催。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●芸術文化の世界への発信と新たな展開(962百万円) ●メディア芸術祭(メディア芸術祭等事業(375百万円)の内数)</p> |
| 外務省 文化交流・海外広報課 | 6-4 | <p><取組内容> 平成19年度に創設された国際漫画賞は、日本から世界に広がるマンガ文化を通じ、国際交流と相互理解の輪を広げることを目的として、海外でマンガ文化の普及に貢献する漫画作家を顕彰。第9回を迎えた本年度も46の国と地域から259作品の応募があり、最優秀賞1作品、優秀賞3作品が決まり、2月末に表彰式を実施。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●国際漫画賞関連費(8百万円)</p> | <p><取組内容> 引き続き、左記の事業を実施。平成28年度は第10回目の節目の年であることから、国際漫画賞HPの改定や広報に工夫を凝らし、応募者の増加を図り、各国におけるマンガ文化拡大の機運を醸成。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●国際漫画賞関連費(7百万円)</p> |

12

【情報発信】 イベントの重ね合わせ

| 省庁等 | No | 取組状況【イベントの重ね合わせ】 | |
|------------------------|-----|--|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 内閣官房 知財事務局 | 7-1 | <p><取組内容> 関係省庁が実施するクールジャパン関連イベントを取りまとめの上、共有し、省庁間連携を促進。また、民間企業・団体からの連携提案も可能となるよう、ホームページ上でも公開(27年度は5月公開、10月更新)。</p> | <p><取組内容> 引き続き、クールジャパン関連イベントを取りまとめの上、関係省庁間での共有、HP上での公開を実施。28年度は、早い段階での連携を可能とするため、昨年より早い4月中に公開予定(5月頃・秋頃に更新予定)。</p> |
| 経済産業省 文化情報関連 産業課 | 7-2 | <p><取組内容> 4つのコアイベントをはじめとした20のイベントの相互連携により、海外に効果的にアピール。</p> <p><関連事業名 (H27予算) > ●コンテンツ産業強化対策支援事業(691百万円の内数)</p> | <p><取組内容> コンテンツやコンテンツ関連産業の各種イベントの連携により、世界最大規模のコンテンツフェスティバル(コ・フェスタ)を開催。デジタル・オンライン時代に即した効果的な情報発信を行うほか、2020年オリンピック・パラリンピックとも効果的に連携。</p> <p><関連事業名 (H28予算案) > ●コンテンツ産業強化対策支援事業(650百万円の内数)</p> |

13

【情報発信】 アーカイブの構築

| 省庁等 | No | 取組状況【アーカイブの構築】 | |
|-------|-----|---|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 文部科学省 | 8-1 | <p><取組内容> 我が国でこれまで創造されてきたメディア芸術作品を保存・活用するために必要な基盤となるデータベースの構築・運用を実施。</p> <p><関連事業名 (H27予算) > ●メディア芸術所蔵情報等整備事業 (メディア芸術連携促進等事業(287百万円)の内数)</p> | <p><取組内容> 引き続き、我が国でこれまで創造されてきたメディア芸術作品を保存・活用するために必要な基盤となるデータベースの構築・運用を実施。</p> <p><関連事業名 (H28予算案) > ●メディア芸術所蔵情報等整備事業 (メディア芸術連携促進等事業(337百万円)の内数)</p> |
| 文部科学省 | 8-2 | <p><取組内容> 歴史的・文化的価値のある我が国の貴重な文化関係資料が散逸・消失することのないよう、アーカイブの構築に向けた資料の保存及び活用を図るための望ましい仕組みの在り方について調査研究を実施。</p> <p><関連事業名 (H27予算) > ●文化関係資料のアーカイブの構築に関する調査研究事業(83百万円)</p> | <p><取組内容> 引き続き、歴史的・文化的価値のある我が国の貴重な文化関係資料が散逸・消失することのないよう、アーカイブの構築に向けた資料の保存及び活用を図るための望ましい仕組みの在り方について調査研究を実施。</p> <p><関連事業名 (H28予算案) > ●文化関係資料のアーカイブの構築に関する調査研究事業(98百万円)</p> |

14

【情報発信】拠点の形成・人材育成（人材・情報の集積・発信拠点の形成）

| 省庁等 | No | 取組状況【拠点の形成・人材育成（人材・情報の集積・発信拠点の形成）】 | |
|-------|----|--|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 農林水産省 | 9 | <p><取組内容> 平成27年度日本食・食文化の世界的普及プロジェクトのうち海外の日本食・食文化の普及を担う人材の活用(料理学校等との連携)事業として、ロンドンのWSETとの連携により、日本酒講師候補8名(ドイツ・台湾・カナダ2名・韓国2名・中国・イタリア)を招聘。日本酒講師候補が石川、岐阜、京都、広島において日本食・食文化と日本酒について専門的に学び、8名全員が日本酒講師に認定。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●日本食・食文化の世界的普及プロジェクト(1,130百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 日本食・食文化の普及事業の中で、料理学校と連携した普及人材育成事業を検討。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●食文化発信による海外需要フロンティア開拓加速化事業(800百万円の内数)</p> |

15

【情報発信】拠点の形成・人材育成（国際的なコンテンツ人材の育成・活用）

| 省庁等 | No | 取組状況【拠点の形成・人材育成（国際的なコンテンツ人材の育成・活用）】 | |
|------------------------|------|---|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 経済産業省 文化情報関連 産業課 | 10-1 | <p><取組内容> 海外教育機関(フィルムスクール)への留学を支援、インターンシップへの派遣を合計5名に実施。この他、短期セミナー・ワークショップ等を数百名に実施。将来の共同制作等の担い手として国際的に通用するプロデューサー人材の育成を実施。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●コンテンツ産業強化対策支援事業(691百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 海外教育機関(フィルムスクール)への留学、インターンシップ等の機会を提供することにより、共同制作等の担い手として国際的に通用するプロデューサー人材の育成を支援。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●コンテンツ産業強化対策支援事業(650百万円の内数)</p> |
| 文部科学省 | 10-2 | <p><取組内容> 美術、音楽、舞踊、演劇、舞台美術等、映画、メディア芸術の各分野における新進芸術家等の海外研修を支援し、平成27年度は長期研修、短期研修を合わせて82名の研修生を採択。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●新進芸術家海外研修制度(351百万円)</p> | <p><取組内容> 引き続き、新進芸術家等の海外研修を支援。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●新進芸術家海外研修制度(345百万円)</p> |
| 経済産業省 生活文化創造 産業課 | 10-3 | <p><取組内容> CJ機構が、平成26年3月に、日本コンテンツのクリエイター・プロデューサーを育成するスクールを世界12カ国に展開し、人材育成のプラットフォームを整備する「クリエイター人材育成スクール事業」へ4.5億円の出資を決定。</p> | <p><取組内容> 今後、アジアを中心に欧州・豪州を含む世界12カ国・地域へ展開。</p> |

16

【海外展開】連携による一体的な海外展開（官民連携プラットフォームの創設）

| 省庁等 | No | 取組状況【連携による一体的な海外展開（官民連携プラットフォームの創設）】 | |
|---------------|----|--|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 内閣官房 知財事務局 | 11 | <p><取組内容> 官民や異業種の連携を加速させてオールジャパン体制によるクールジャパン戦略の推進を図るため、関係府省・関係機関、民間の団体・企業・機関・有識者を構成員(121名)とする「クールジャパン官民連携プラットフォーム」を設立(平成27年12月15日に設立総会を開催)。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●クールジャパン戦略推進経費(30百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 業界・企業のニーズ把握、テーマの絞り込み等を行い、平成28年秋を目標に異業種連携によるビジネスプロジェクトの創出を推進するためのマッチングフォーラムを開催。また、並行して、平成28年3月以降、セミナー・ワークショップの開催、民間イベントへの協力、情報共有等を実施。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●クールジャパン戦略推進経費(60百万円の内数)</p> |

【海外展開】連携による一体的な海外展開（放送コンテンツの海外展開）

| 省庁等 | No | 取組状況【連携による一体的な海外展開（放送コンテンツの海外展開）】 | |
|----------------------|----|--|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 総務省 情報通信作品 振興課 | 12 | <p><取組内容> 関係省庁(総務省・経産省・外務省・観光庁)が連携して、コンテンツ製作・現地化(字幕付与等)から発信・プロモーションまで、一体的、総合的かつ切れ目なく戦略的に展開する事業を実施(総務省事業では、33件の事業企画を採択)。</p> <p><関連事業名（H26補正予算）> ●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(1,650百万円)</p> | <p><取組内容> 放送関係者等と他分野・他産業の関係者が幅広く協力し、「クールジャパン戦略」、「ビジットジャパン戦略」、「地方の創生」、「TPP協定の活用促進による新たな市場の開拓」等に資する放送コンテンツを制作、発信等する取組を支援。</p> <p><関連事業名> ●放送コンテンツ海外展開助成事業(H28予算案：225百万円) ●放送コンテンツの海外展開総合支援事業(H27補正予算：1,200百万円)</p> |

17

【海外展開】連携による一体的な海外展開（コンテンツの現地化・PR支援）

| 省庁等 | No | 取組状況【連携による一体的な海外展開（コンテンツの現地化・PR支援）】 | |
|------------------------|----|---|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 経済産業省 文化情報関連 産業課 | 13 | <p><取組内容> 日本コンテンツの字幕・吹き替え等の現地化(ローカライズ)や国際見本市への出展、広告出稿等のプロモーション費用に対する支援を855件実施。</p> <p><関連事業名（H26補正予算）> ●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(5,997百万円)</p> | <p><取組内容> 権利情報の集約化等、著作物の利用の円滑化を実施。併せて、コンテンツの字幕・吹き替え等の現地化や国際見本市への出展等のプロモーション費用の補助等を総合的に支援。</p> <p><関連事業名（H27補正予算）> ●地域発コンテンツ海外流通基盤整備事業(6,694百万円)</p> |

【海外展開】連携による一体的な海外展開（海外ビジネスへの支援）

| 省庁等 | No | 取組状況【連携による一体的な海外展開（海外ビジネスへの支援）】 | |
|----------------|----|--|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 経済産業省 農林水産省 | 14 | <p><取組内容> ジェトロにおいてクールジャパン関連の海外見本市に約50回出展し、海外バイヤー招へいを約40回実施。また、地場のものづくりや食などをテーマに、国内4地域(新潟、三重、宮崎、栃木)にビジネス関係者やメディア等のインフルエンサーを招へいし、生産現場の視察や地元企業との交流を行い、海外へ地域の魅力の発信を行うとともに輸出や共同開発等につなげる産業観光事業を実施。</p> | <p><取組内容> 今後もクールジャパンに関連する企業の海外展開を支援するため、ジェトロにおいてクールジャパン関連の海外見本市への出展や海外バイヤー招へいによるビジネスマッチングを行うほか、産業観光事業等を実施。</p> |

18

【海外展開】 ジャパンブランドの見える化（日本食レストランの推奨）

| 省庁等 | No | 取組状況【ジャパンブランドの見える化（日本食レストランの推奨）】 | |
|-------|----|--|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 農林水産省 | 15 | <p><取組内容> 昨年9月に有識者による「日本食・食文化の普及検討委員会」を立ち上げ、海外における「日本産食材サポーター店の認定」及び「日本料理の調理技能の認定」に関するガイドラインについて取りまとめ。</p> <p><関連事業名（H27予算）> -</p> | <p><取組内容> 海外における「日本産食材サポーター店の認定」及び「日本料理の調理技能の認定」に関するガイドラインを年度内に取りまとめ、平成28年度中に運用を開始する予定。両ガイドラインの適切な運用・管理、効果的な普及等を図るため、28年度予算による支援を実施。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●食文化発信による海外需要フロンティア開拓加速化事業(800百万円の内数)</p> |

【海外展開】 ジャパンブランドの見える化（日本産食品の認定）

| 省庁等 | No | 取組状況【ジャパンブランドの見える化（日本産食品の認定）】 | |
|------------|------|--|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 国税庁 酒税課 | 16-2 | <p><取組内容> 平成27年10月に、酒類の地理的表示制度の更なる活用促進のため、指定を受けるための要件を明確化するなど制度を改正。 平成27年12月に、国レベルの地理的表示として「日本酒」を指定。</p> | <p><取組内容> 海外においても地理的表示「日本酒」をはじめとする日本産酒類の地理的表示が保護されるよう国際交渉を通じて働きかけ。 また、地域レベルの地理的表示について指定を推進。</p> |

19

【海外展開】 ジャパンブランドの見える化（商品・デザイン等の品質認定）

| 省庁等 | No | 取組状況【ジャパンブランドの見える化（商品・デザイン等の品質認定）】 | |
|--------------|----|--|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 経済産業省 繊維課 | 17 | <p><取組内容> 一般社団法人日本ファッション産業協議会を中心に、織り・編み、染職整理加工、縫製の3行程を日本国内で行っているアパレル商品に対して認証ラベルを付す「J∞QUALITY商品認証事業」を実施。 昨年9月には、制度の立ち上げを消費者に発信するための商品展示イベントを実施。これまでに、165品番の商品を認証。</p> | <p><取組内容> 消費者への制度の認知拡大を図るため、来年度、関係機関と連携の上、複数回プロモーションイベントを実施予定。</p> |

20

【インバウンド振興】地方の魅力発信（道の駅等の活用）

| 省庁等 | No | 取組状況【地方の魅力発信（道の駅等の活用）】 | |
|--------------------|----|---|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 国土省 道路局、 海事局 | 18 | <p><取組内容></p> <p>道の駅については、道の駅を訪日外国人旅行者に対する地域の魅力の発信拠点とするため、道の駅の外国人対応を推進。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ JNTO認定外国人案内所：6箇所(H26.12時点) → 83箇所(H27.12時点) ・ 免税店：12箇所(H26.12時点) → 19箇所(H27.12時点) <p>また海の駅については、海の駅ネットワークが主体となって、語学に長けたスタッフの配置、外国語版のパンフレットの設置等による外国からのポート受入体制の整備を推進。</p> | <p><取組内容></p> <p>平成27年度に引き続き、道の駅については、道の駅を訪日外国人旅行者に対する地域の魅力の発信拠点とするため、道の駅の外国人対応を推進。</p> <p>また海の駅については、海の駅における外国人受入体制の整備及び地域資源の発信等の取組を引き続き推進。</p> |

21

【インバウンド振興】地方の魅力発信（訪日外国人旅行者に対する情報発信）

| 省庁等 | No | 取組状況【地方の魅力発信（訪日外国人旅行者に対する情報発信）】 | |
|-------------------------------|------|--|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 観光庁 国際観光課 | 19-1 | <p><取組内容></p> <p>平成27年度にはイタリア、スペイン向けのFacebookページを新規開設(Facebook対応市場が計18市場)。また、Facebookを活用したキャンペーンの実施等、ファン数獲得の取組を実施(その結果、全体のファン数は平成28年1月末現在で350万人を突破)。</p> <p><関連事業名 (H27予算) ></p> <ul style="list-style-type: none"> ● デジタル・ジャパン 関連事業(8,028百万円の内数) | <p><取組内容></p> <p>訪日外国人旅行者のリピーター獲得に向けて、平成27年度に引き続き、既存のFacebookページやSNS(中国の微信・微博)を活用して定期的な日本の観光魅力の発信に努めるとともに、更なるファン数獲得を目指し、新たな市場向けFacebookページの開設を検討。</p> <p><関連事業名 (H28予算案) ></p> <ul style="list-style-type: none"> ● デジタル・ジャパン 関連事業(8,482百万円の内数) |
| 環境省 国立公園課 国立公園利用 推進室 | 19-2 | <p><取組内容></p> <p>国立公園ウェブサイトの全面改訂により、アクセスや見どころ情報等英語ページの充実を図ったほか、「Japan-Guide」内の国立公園特設サイトにおいて情報発信を実施。</p> <p>また、ビジターセンター等の利用拠点において、外国人に訴求するプログラムの検討を行うなど、受入れ環境の整備を推進。</p> <p><関連事業名 (H27予算) ></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 日本の国立公園と世界遺産を活かした地域活性化推進費(617百万円の内数) | <p><取組内容></p> <p>更に、国立公園ウェブサイトにおいて宿泊地やアクティビティ情報の充実を図ることで、国立公園の魅力を国内外に発信し、特に、滞在型の誘客を促進。</p> <p><関連事業名 (H28予算案) ></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 国立公園におけるユニバーサルデザインプロジェクト事業(40百万円の内数) |

22

【インバウンド振興】観光資源の磨き上げと活用（観光資源の一体的な磨き上げ）

| 省庁等 | No | 取組状況【観光資源の磨き上げと活用（観光資源の一体的な磨き上げ）】 | |
|--------------|----|--|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 観光庁 観光資源課 | 20 | <p><取組内容> 地域の観光資源を世界に通用するレベルまで磨き上げるため、それを活かした地域づくりと観光振興のための施策を行っている協議会を公募し、30の協議会を支援。さらに補正予算において新たな協議会の支援を検討中。</p> <p><関連事業名> ●地域資源を活用した観光地魅力創造事業 (H27予算：290百万円の内数、H27補正予算：42百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 平成27年度に引き続き、市町村、観光協会、交通業者等により構成される新たな協議会の支援を行い、地域の観光資源を活かした地域づくり施策と、マーケティング、受入環境整備、二次交通の充実等の観光振興のための施策を一体的に実施。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●地域資源を活用した観光地魅力創造事業(338百万円の内数)</p> |

【インバウンド振興】観光資源の磨き上げと活用（食と農山漁村の活用）

| 省庁等 | No | 取組状況【観光資源の磨き上げと活用（食と農山漁村の活用）】 | |
|-------|----|---|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 農林水産省 | 21 | <p><取組内容> 農山漁村に外国人旅行を迎えることに意欲あるグリーン・ツーリズム実施地域関係者を支援するため、外国人旅行者向けの受入体制構築及びプロモーション推進事業を実施。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●都市農村共生対流・総合対策交付金(2,000百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 農山漁村に外国人旅行を迎えることに意欲あるグリーン・ツーリズム実施地域関係者を支援するため、外国人旅行者向けの受入体制構築及びプロモーション推進事業を実施。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●農山漁村振興交付金(8,000百万円の内数)</p> |
| 農林水産省 | 21 | — | <p><取組内容> 今後、更なる増加が見込まれる訪日外国人を農山漁村に呼び込み、訪日外国人による農林水産物の購入等の増大を図るための受入体制の構築に係る取組を支援。</p> <p><関連事業名（H27補正予算）> ●農山漁村おみやげ農畜産物販売促進事業(400百万円の内数)</p> |
| 農林水産省 | 21 | — | <p><取組内容> 外国人旅行者が直売所などで購入した農畜産物を、動植物検疫を経て、空港やクルーズ船の寄港地等で円滑に受け取ることができるよう、産地の状況に応じた円滑な輸出検疫手続きの構築等を実施。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●おみやげ農畜産物検疫受検円滑化支援事業(45百万円)</p> |

| 省庁等 | No | 取組状況【観光資源の磨き上げと活用（食と農山漁村の活用）】 | |
|----------------|----|--|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 農林水産省 | 21 | <p><取組内容> 昨年9月に有識者による食と農の景勝地(仮称)検討委員会を立ち上げ、地域の食や食文化の魅力をもっと強力に発信していくための仕組みを整備。今後、3月の検討会を経て、年度内に制度を創設する予定。</p> <p><関連事業名（H27予算）> -</p> | <p><取組内容> 食と農の景勝地(仮称)の認定を進めながら、地域の食の魅力を発信する基盤づくりを支援するとともに、訪日外国人に日本の食を楽しんでもらうための環境整備を推進。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●食によるインバウンド対応推進事業(70百万円の内数)</p> |
| 観光庁 観光地域振興課 | 21 | <p><取組内容> 農山漁村の魅力と観光需要を結びつける取組を推進するため、農水省にて「食と農の景勝地」検討委員会を設置し議論しており、観光庁としても、同検討委員会のメンバーとして出席。</p> | <p><取組内容> 今後認定される「食と農の景勝地」の魅力を発信し、日本各地への外国人旅行者の誘致を促進。</p> |

25

| |
|---------------------------------------|
| 【インバウンド振興】観光資源の磨き上げと活用（日本酒の活用） |
|---------------------------------------|

| 省庁等 | No | 取組状況【観光資源の磨き上げと活用（日本酒の活用）】 | |
|--------------|----|--|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 観光庁 観光資源課 | 22 | <p><取組内容> 日本産酒類をもちたてること等を目的に、酒蔵ツーリズム推進協議会を観光庁の呼びかけで平成25年に設立し、毎年度協議会を開催。全国の自治体、酒造業界、観光業界等をメンバーとした協議会の場を通じて、日本産酒類等の産地を観光資源として活用した観光旅行の、外国人旅行者に対するプロモーション手法について共有し推進。</p> | <p><取組内容> 平成28年3月14日に、第4回酒蔵ツーリズム推進協議会を新潟にて開催予定であり、引き続き酒蔵ツーリズムのあり方を考察するとともに、先進的な取り組みの情報の収集・発信、本件に関わる様々な関係者の連携強化や地域における取り組みを促進。</p> |
| 国税庁 酒税課 | 22 | <p><取組内容> 日本酒造組合中央会と連携し、在京大使等向けに酒蔵ツアーを実施し、9カ国の大使等を酒蔵に招き日本文化と日本酒の魅力をPR。 酒蔵ツーリズム推進協議会において、酒蔵を観光資源として更に活用すべく関係各所と情報を共有。</p> | <p><取組内容> 左記の取組を継続的に実施し、各国要人への日本産酒類PRにより、当該国への日本産酒類輸出促進を図るほか、観光資源としての酒蔵の情報を発信。</p> |

26

【インバウンド振興】観光資源の磨き上げと活用（地域の自然の活用）

| 省庁等 | No | 取組状況【観光資源の磨き上げと活用（地域の自然の活用）】 | |
|-------------------------------|----|---|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 環境省 国立公園課 国立公園利用 推進室 | 23 | <p><取組内容> 国立公園等において、自然観光資源を活用した地域活性化を推進するため、大雪山国立公園及び奄美大島においてモデル事業を実施。 また、エコツーリズムに知見のある有識者のアドバイザー派遣や、ガイド等の人材育成、魅力あるプログラムの開発等の事業に対する交付金等により、エコツーリズムを通じた地域振興に取組む地域への支援を実施。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●エコツーリズム総合推進事業費(24百万円の内数) ●エコツーリズムを通じた地域の魅力向上事業(84百万円)</p> | <p><取組内容> 引き続き、エコツーリズムに知見のある有識者のアドバイザー派遣や、ガイド等の人材育成、魅力あるプログラムの開発等の事業に対する交付金等により、エコツーリズムを通じた地域振興に取組む地域への支援を実施。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●エコツーリズムを通じた地域の魅力向上事業(39百万円)</p> |

27

【インバウンド振興】観光資源の磨き上げと活用（文化財等への外国語解説の推進）

| 省庁等 | No | 取組状況【観光資源の磨き上げと活用（文化財等への外国語解説の推進）】 | |
|-------------------------|------|---|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 文部科学省 | 24-1 | <p><取組内容> 観光庁と合同で、「文化財の英語解説のあり方に関する有識者会議」を開催(平成27年10月、同12月、平成28年2月)するとともに、文化財総合活用戦略プランの支援事業により、文化財の英語での情報発信に対する支援を実施。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●文化財総合活用戦略プラン(8,367百万円)</p> | <p><取組内容> 観光庁と連携し、「文化財の英語解説のあり方に関する有識者会議」の成果を優良事例集として取りまとめる。また、平成28年度新規事業である「文化遺産を活かした地域活性化事業（日本の歴史・伝統文化情報発信推進）」を通じて、地域の文化財に対する外国人旅行者のニーズに合わせた、正確で分かりやすい情報発信や体制整備等の取組をモデル事業として支援。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●文化財総合活用戦略プラン(9,626百万円) ●文化遺産を活かした地域活性化事業（日本の歴史・伝統文化情報発信推進：30百万円）</p> |
| 観光庁 観光資源課 | 24-1 | <p><取組内容> 英語での分かりやすい文化財解説のあり方について検討するため、観光庁と文化庁が合同で、自治体、社寺などの文化財関係者、通訳ガイド等をメンバーとした有識者会議を平成27年10月に設立。</p> | <p><取組内容> 文化庁と連携し、有識者会議の報告書を取りまとめ、その報告書を基に、国の支援事業などの周知を図り、文化財所有者による英語での分かりやすい文化財解説の取組を支援。</p> |
| 環境省 自然環境整備 担当参事官室 | 24-2 | <p><取組内容> 多言語標記に関する事例等を反映した「自然公園等施設技術指針」の改定を平成27年8月に実施し、関係機関へ周知。全ての国立公園における統一性・連続性のある標識・サイン等の整備及びトイレ等のユニバーサルデザイン対応を図るとともに、交付金により自治体における多言語化を推進。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●自然公園等事業(8,788百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 2020年までに全ての国立公園における統一性・連続性のある標識・サイン等の整備及びトイレ等のユニバーサルデザイン対応を図るとともに、交付金により自治体における多言語化を推進。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●自然公園等事業(8,588百万円の内数)</p> |

28

【インバウンド振興】観光資源の磨き上げと活用（無料Wi-Fi環境整備）

| 省庁等 | No | 取組状況【観光資源の磨き上げと活用（無料Wi-Fi環境整備）】 | |
|-------------------------------------|----|---|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 総務省 総合通信基盤局 電気通信事業部 データ通信課 | 25 | <p><取組内容> 利用しやすく安全な公衆無線LAN環境の実現に向けて、訪日外国人に対する無料公衆無線LANサービスの利用開始手続の簡素化・一元化の実現等に向けた取組方針を策定し、本年2月19日に公表するとともに実証実験を本年2月22日から開始。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●無料公衆無線LANの利用開始手続等の簡素化・一元化に係る実証実験(30百万円)</p> | <p><取組内容> 利用開始手続の簡素化・一元化に関し、全国各地に必要な取組が進むように、電気通信事業者や地方公共団体、観光関係者等に対して普及を促進していくとともに、その周知・広報を全国的に行う。</p> <p><関連事業名> -</p> |
| 観光庁 参事官 (外客受入) | 25 | <p><取組内容> 総務省と連携して、利用しやすく安全な公衆無線LAN環境の実現に向けて、訪日外国人に対する無料公衆無線LANサービスの利用開始手続の簡素化・一元化の実現等に向けた取組方針を策定し、本年2月19日に公表するとともに実証実験を本年2月22日から開始。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●無料公衆無線LANの利用開始手続等の簡素化・一元化に係る実証実験(30百万円)</p> | <p><取組内容> 総務省と連携して、利用開始手続の簡素化・一元化に関し、全国各地に必要な取組が進むように、電気通信事業者や地方公共団体、観光関係者等に対して普及を促進していくとともに、その周知・広報を全国的に実施。</p> <p><関連事業名> -</p> |

【地域の魅力の発掘・発信】地方におけるクールジャパン相談・支援体制の強化（地域プロデューサーのリスト化・ネットワーク化）

| 省庁等 | No | 取組状況【地方におけるクールジャパン相談・支援体制の強化（地域プロデューサーのリスト化・ネットワーク化）】 | |
|--------------|------|--|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 内閣府 知財事務局 | 26-1 | <p><取組内容> 地方におけるクールジャパン資源を海外展開やインバウンド振興に結び付けていける専門知識・ノウハウを持った人材のリスト化に向け候補者の選定を実施(1月現在候補者40名)。</p> | <p><取組内容> 地域プロデューサーをリスト化し、ホームページ上に公開するとともに、適宜、マッチングフォーラム等のクールジャパン関連イベントへの参加を呼びかけ、地域プロデューサーと個別案件とを結び付け。</p> |
| 農林水産省 | 26-2 | <p><取組内容> 平成27年度日本食・食文化の世界的普及プロジェクトのうち海外の日本食・食文化の普及を担う人材の活用(料理学校等との連携)事業として、ロンドンのWSETとの連携により、日本酒講師候補8名(ドイツ・台湾・カナダ2名・韓国2名・中国・イタリア)を招聘。日本酒講師候補が石川、岐阜、京都、広島において日本食・食文化と日本酒について専門的に学び、8名全員が日本酒講師に認定。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●日本食・食文化の世界的普及プロジェクト(1,130百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 日本食・食文化の普及事業の中で、料理学校と連携した普及人材育成事業を検討。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●食文化発信による海外需要フロンティア開拓加速化事業(800百万円の内数)</p> |
| 農林水産省 | 26-2 | <p><取組内容> 外務省、在外公館との連携により、初めて海外在住の方々から新たに13名を「日本食普及の親善大使」に任命し、日本食・食文化、日本産品の更なる魅力発信を実施(国内からは8名を追加し、合計21名を追加予定)。</p> <p><関連事業名> -</p> | <p><取組内容> 今後も「日本食普及の親善大使」の追加任命を行うとともに、親善大使と連携した事業も検討。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●食文化発信による海外需要フロンティア開拓加速化事業(800百万円の内数)</p> |

| 省庁等 | No | 取組状況【地方におけるクールジャパン相談・支援体制の強化（地域プロデューサーのリスト化・ネットワーク化）】 | |
|------------------------|------|---|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 農林水産省 | 26-2 | <p><取組内容> 農林水産物・食品の輸出の輸出促進に関わる官・民の関係者が会員となっている農林水産物等輸出促進全国協議会の総会において、日本産農林水産物・食品の海外での紹介、普及等に多大に貢献してきた日本食海外普及功労者(5名)に対し、農林水産大臣賞を授与。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●日本食・食文化等の世界的普及プロジェクト(957百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 引き続き、日本産農林水産物・食品の海外での紹介、普及等に多大に貢献してきた日本食海外普及功労者に対し、農林水産大臣賞を授与する計画。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●食文化発信による海外需要フロンティア開拓加速化事業(800百万円の内数)</p> |
| 経済産業省 生活文化創造 産業課 | 26-3 | <p><取組内容> 28年度から右記事業を実施のため、実績無し</p> <p><関連事業名> -</p> | <p><取組内容> 日本の技術や生活文化の特色を生かした魅力ある商材を有する中小企業が、海外市場を獲得するために「市場調査、商材改良、PR活動、海外販路開拓」を一貫してプロデュースする取組み等を行うにあたり、①プロジェクトマネージャーやデザイナーに関する情報、②その他の情報(中小企業の販路開拓に資するプロジェクトの参考情報等)の提供を行うデータベースを構築し、当該中小企業がワンストップで情報を取得できる環境を構築。</p> <p><関連事業名（H27補正予算）> ●JAPANブランド等プロデュース支援事業(150百万円)</p> |
| 観光庁 観光資源課 | 26-4 | <p><取組内容> DMOを担う専門人材の育成に向けて、観光地経営の視点を持った観光地域づくりを推進する人材を育成するプログラムを、DMAI(Destination Marketing Association International)との協力関係のもとで検討。</p> <p><関連事業名> -</p> | <p><取組内容> プログラムの実施にあたり、講師となる専門家の発掘とともに、参加者への呼びかけを行い、意欲ある観光の担い手を育成。その上で、育成した人材と地域のニーズをマッチングするシステムを構築する等、育成した人材が活躍できる仕組みを検討。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●地域資源を活用した観光地魅力創造事業(338百万円の内数)</p> |

【地域の魅力の発掘・発信】地方におけるクールジャパン相談・支援体制の強化（プロデューサー派遣等による地域資源の活用）

| 省庁等 | No | 取組状況【地方におけるクールジャパン相談・支援体制の強化（プロデューサー派遣等による地域資源の活用）】 | |
|------------------------|----|---|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 経済産業省 生活文化創造 産業課 | 27 | <p><取組内容> 海外販路・PRの知見を持つプロの目利き(プロデューサー)からの推薦と全国からの公募を通じ、世界にまだ知られていない、日本が誇るべき優れた地方産品を発掘・選定するとともに、将来的な海外販路開拓に向けた取り組みを支援。 30人のプロデューサー推薦と全国公募で500商材を選定・公表。以降、国内7カ所、海外8都市でPRイベントを開催。</p> <p><関連事業名（H26補正予算）> ●ふるさと名物発掘・連携促進事業(500百万円)</p> | <p><取組内容> 補助事業者が中心となって、500商材を有する中小企業の海外展開を支援。2020年までに海外20カ国・地域で展開。</p> <p><関連事業名> -</p> |
| 経済産業省 生活文化創造 産業課 | 27 | <p><取組内容> 日本の技術や生活文化の特色を生かした魅力ある商材「JAPANブランド」を有する中小企業が海外のライフスタイルやニーズ等に詳しい外部人材「プロデュースチーム」を活用して海外販路開拓に向けて「市場調査、商材改良、PR・流通」まで一貫してプロデュースする取組等を支援。13件のプロジェクトを採択。海外10程度の国・地域で販路開拓。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●JAPANブランドプロデュース支援事業(98百万円)</p> | <p><取組内容> 日本の技術や生活文化の特色を生かした魅力ある商材「JAPANブランド」を有する中小企業が海外のライフスタイルやニーズ等に詳しい外部人材「プロデュースチーム」を活用し、TPPI協定に参加している国の市場獲得を目指して「市場調査、商材改良、PR活動・海外販路開拓」を一貫してプロデュースする取組等を支援。13件程度のプロジェクトを採択予定。</p> <p><関連事業名（H27補正予算）> ●JAPANブランド等プロデュース支援事業(150百万円)</p> |

| 省庁等 | No | 取組状況【地方におけるクールジャパン相談・支援体制の強化（プロデューサー派遣等による地域資源の活用）】 | |
|------------------------|----|--|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 経済産業省 生活文化創造 産業課 | 27 | <p><取組内容> 28年度から右記事業を実施のため、実績無し</p> <p><関連事業名> -</p> | <p><取組内容> 中小企業や団体等が外部人材を活用し、「魅力ある地域資源の磨き上げ、地域ブランディング、海外での誘客プロモーション・セールス等」を一貫してプロデュースするプロジェクトを支援することにより、インバウンド消費拡大を通じた地域中小企業の売上拡大や地域経済の活性化等を実施。 ・募集開始(予定)：4月 ・採択件数(予定)：8件程度</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●JAPANブランド等プロデュース支援事業(100百万円)</p> |
| 観光庁 観光資源課 | 27 | <p><取組内容> クールジャパン資源と考えられる、富岡製糸場などの観光資源を活用して地域づくりに取り組む地域に対して、観光振興のための支援を実施。</p> <p><関連事業名> ●地域資源を活用した観光地魅力創造事業 (H27予算：290百万円の内数、H27補正予算：42百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 平成27年度に引き続き、受入環境整備による施設の魅力の向上や、歴史・文化施設の二次交通の充実等、地域の観光資源を活かした地域づくり施策と、観光振興のための施策の一体的な支援を実施。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●地域資源を活用した観光地魅力創造事業(338百万円の内数)</p> |

33

【地域の魅力の発掘・発信】地方におけるクールジャパン相談・支援体制の強化（地方におけるクールジャパン相談窓口の整備）

| 省庁等 | No | 取組状況【地方におけるクールジャパン相談・支援体制の強化（地方におけるクールジャパン相談窓口の整備）】 | |
|-------|----|--|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 経済産業省 | 28 | <p><取組内容> 従来から、ジェトロの地方窓口である貿易情報センターにおいて、地域企業の海外展開支援を実施しているほか、クールジャパン機構においても地域毎の担当者を設置し、地方経済産業局とも連携しつつ、地方発・インバウンド案件の発掘・組成一掃を積極的に実施。</p> | <p><取組内容> 左記について引き続き取り組むと共に、JETRO、中小機構、NEDO等の支援機関を幅広く結集した「新輸出大国コンソーシアム」を活用(クールジャパン機構も支援機関として参加)し、中堅・中小企業の海外展開を支援。</p> |

【地域の魅力の発掘・発信】CJ機構と連携した地方の中小企業等への支援

| 省庁等 | No | 取組状況【CJ機構と連携した地方の中小企業等への支援】 | |
|------------------------|----|--|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 経済産業省 生活文化創造 産業課 | 29 | <p><取組内容> CJ機構が、マレーシア・中国のジャパンモール事業に加え、平成27年11月にフランス・パリに地域産品のショーケースとなる店舗を整備するとともに、商材のプロモーション、欧州小売事業者との交渉、通関等の輸入業務の支援をする「地域産品セレクトショップ事業」へ1億円の出資決定を公表。 ジャパンチャンネル整備事業については、インドネシア・マレーシアに加えて、平成27年7月にシンガポールでの事業を開始。</p> | <p><取組内容> マレーシアのジャパンモールは平成28年秋、中国のジャパンモールは平成30年秋にオープン予定。 ジャパンチャンネル事業については、平成32年までに世界22カ国へ拡大する予定。</p> |

34

【地域の魅力の発掘・発信】 地方の文化的魅力の発信・交流（「日本遺産」の拡充）

| 省庁等 | No | 取組状況【地方の文化的魅力の発信・交流（「日本遺産」の拡充）】 | |
|-------|----|---|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 文部科学省 | 30 | <p><取組内容> 「日本遺産」として18件を認定。平成27年6月に、東京国立博物館において「日本遺産フォーラム」を、同年11月にはフランス・パリで「日本遺産展」を開催する等、日本遺産及び認定された地域の魅力ある文化財の国内外への発信を実施。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●日本遺産魅力発信推進事業(807百万円)</p> | <p><取組内容> 2020年までに全国各地に「日本遺産」を100件程度認定。「日本遺産」の認知度を高め、「日本遺産」を通じた地域活性化や国内外への発信を実施。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●日本遺産魅力発信推進事業(1,275百万円)</p> |

35

【地域の魅力の発掘・発信】 地方の文化的魅力の発信・交流（文化プログラムの推進）

| 省庁等 | No | 取組状況【地方の文化的魅力の発信・交流（文化プログラムの推進）】 | |
|--------|----|--|---|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 文部科学省 | 31 | <p><取組内容> 平成27年7月に、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機とした文化芸術立国の実現のための「文化プログラムの実施に向けた文化庁の基本構想」を発表するとともに、文化庁が進める文化プログラムの概要や取組の方針等を取りまとめ。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●文化芸術による地域活性化・国際発信推進事業(2,621百万円) ●舞台芸術創造活動活性化事業(3,152百万円) 等</p> | <p><取組内容> 文化庁が取り組む文化プログラムである「文化カプロジェクト(仮称)」のコンセプト等について、2016年リオデジャネイロ大会前までに策定し、同年10月に開催される「スポーツ・文化・ワールド・フォーラム」をプロジェクトのキックオフとすべく準備を実施。 また、リオデジャネイロのジャパンハウスや開催されるシンポジウム等で「文化カプロジェクト(仮称)」の広報・PRを行うとともに、東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会の文化プログラムと連動し、民間団体等が2020年の機運を活かした文化的な取組が促進されるスキームを構築。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●文化芸術による地域活性化・国際発信推進事業(2,790百万円) ●舞台芸術創造活動活性化事業(3,287百万円) 等</p> |
| 国際交流基金 | 31 | <p><取組内容> ミラノ万博に東北の10祭りを派遣したり、三陸国際芸術祭に海外のグループを招へいするなど、地方文化の発信・交流を実施。</p> <p><関連事業名（H27予算）> ●国際交流基金事業(13,451百万円の内数) ●アジア文化交流強化事業(3,580百万円の内数)</p> | <p><取組内容> 28年度も27年と同様、地方を含む日本文化の発信を継続実施。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●国際交流基金事業(12,949百万円の内数) ●アジア文化交流強化事業(未定)</p> |

36

【地域の魅力の発掘・発信】地方の文化的魅力の発信・交流（ホストタウンの推進）

| 省庁等 | No | 取組状況【地方の文化的魅力の発信・交流（ホストタウンの推進）】 | |
|--|----|---|--|
| | | これまでの取組 | 今後の取組 |
| 内閣官庁 東京初代*97 競技大会・東 京第2期代*97 競技大会推進 本部事務局 | 32 | <p><取組内容> 「ホストタウン関係府省庁連絡会議」で全国の自治体と大会参加国・地域の相互交流の推進について検討を平成26年7月に開始。平成27年9月に第2回連絡会議を開催し、事業を推進するための要綱を決定し、全国の自治体に通知。同年11月2日から12月11日までの間、第一次登録の申請を受け付け、平成28年1月の第3回連絡会議において44組の登録を決定。</p> <p><関連事業名（H27予算）> —</p> | <p><取組内容> 平成28年中にホストタウンの第2次及び第3次登録の実施を予定。また、ホストタウンの円滑な立ち上げを図るため、モデル団体を選定し、調査研究を行い、取組をモデル化。その成果を他団体に展開するためのプロモーション活動を実施。</p> <p><関連事業名（H28予算案）> ●ホストタウンの推進(22百万円)</p> |