

令和3年度行政事業レビューシート (内閣府)

| | | | | | | | | | |
|--|--|-----------------|---------|----------------|--|-----------|---------|--------------|----------------|
| 事業名 | クールジャパン戦略推進経費 | | | 担当部局庁 | 知的財産戦略推進事務局 | 作成責任者 | | | |
| 事業開始年度 | 平成27年度 | 事業終了 (予定) 年度 | 終了予定なし | 担当課室 | - | 参事官 川上 敏寛 | | | |
| 会計区分 | 一般会計 | | | | | | | | |
| 根拠法令 (具体的な 条項も記載) | | | | 関係する 計画、通知等 | クールジャパン戦略(R1.9.3)、知的財産推進計画2021(R3.7.13)、成長戦略フォローアップ(R3.6.18閣議決定) | | | | |
| 主要政策・施策 | クールジャパン | | | 主要経費 | その他の事項経費 | | | | |
| 事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内) | ゲーム・マンガ・アニメといったコンテンツ、ファッション、日本食、伝統文化、デザイン等、外国人にとって「クール(かっこいい)」と受け取られる日本の魅力を世界に向けて総合的かつ効果的に発信し、日本の魅力に対する認知度を向上させるとともに、官民、異業種間の連携の強化を図ることにより、インバウンド・アウトバウンドの活性化を後押しすることを目的とする。 | | | | | | | | |
| 事業概要 (5行程度以内。別添可) | クールジャパン発信イベント、クールジャパン戦略の推進に資する調査・検討、「クールジャパン官民連携プラットフォーム」の運営等を実施する。また、新型コロナウイルス感染症による社会の変化や人々の価値観の変化を踏まえて、終息後のインバウンド需要の回復等を図るため、海外等と連携してアフターコロナにおけるクールジャパン戦略を強化するための取組を推進する。 | | | | | | | | |
| 実施方法 | 委託・請負 | | | | | | | | |
| 予算額・ 執行額 (単位:百万円) | | | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度 | 令和3年度 | 令和4年度要求 | | |
| | 予算 の 状 況 | 当初予算 | 58 | 56 | 82 | 65 | 90 | | |
| | | 補正予算 | - | - | 17 | - | - | | |
| | | 前年度から繰越し | 20 | - | 4 | 32 | - | | |
| | | 翌年度へ繰越し | - | ▲ 4 | ▲ 32 | - | - | | |
| | | 予備費等 | - | - | - | - | - | | |
| | | 計 | 78 | 52 | 71 | 97 | 90 | | |
| | 執行額 | | 58 | 33 | 44 | - | - | | |
| | 執行率 (%) | | 74% | 63% | 62% | - | - | | |
| | 当初予算+補正予算に対する執行額の割合 (%) | | 100% | 59% | 44% | - | - | | |
| 令和3・4年度 予算内訳 (単位:百万円) | 歳出予算目 | 令和3年度当初予算 | 令和4年度要求 | 主な増減理由 | | | | | |
| | 諸謝金 | 36 | 30 | 新たな成長推進枠:41 | | | | | |
| | 庁費 | 15 | 15 | | | | | | |
| | 職員旅費 | 10 | 40 | | | | | | |
| | 委員等旅費 | 4 | 5 | | | | | | |
| | その他 | 0 | 0 | | | | | | |
| | 計 | 65 | 90 | | | | | | |
| 成果目標及び 成果実績 (アウトカム) | 定量的な成果目標 | 成果指標 | | 単位 | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度 | 中間目標 - 年度 | 目標最終年度 - 年度 |
| | | | 成果実績 | - | - | - | - | - | |
| | | | 目標値 | - | - | - | - | - | |
| | | | 達成度 | % | - | - | - | - | |
| 根拠として用いた 統計・データ名 (出典) | | | | | | | | | |
| 成果目標及び成果実績(アウトカム)欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙1】に記載 | | | | | | | チェック | | |

| | 定量的な目標が設定できない理由 | | | 定性的な成果目標と平成30～令和2年度の達成状況・実績 | | | | | | |
|--------------------|--|--|--|-----------------------------|---|----------|--------|---------|--------------|----------------|
| | 定量的な成果目標が設定できない理由及び定性的な成果目標 | 日本の魅力の総合的かつ効果的な発信に資するため、クールジャパン発信イベント、クールジャパン戦略の推進に資する調査・検討、「官民連携プラットフォーム」の運営等を実施するものであり、定量的な成果目標、成果指標を設定することが困難である。 | | | 日本の魅力に対する認知度の向上や、官民、異業種間の連携の強化を図ることにより、インバウンド・アウトバウンドの活性化を後押しすることを目的とする。 令和2年度は、自然や風土、文化等の日本の魅力を発信する動画とキャラクターを募集する2つのコンテスト等を実施し、日本の魅力に対する認知度向上や官民、異業種間の連携強化による新規事業の創出に寄与した。しかし、新型コロナウイルス流行の影響により、一部で表彰式等のイベントが延期・中止となったため、事故繰越が発生。 | | | | | |
| 定量的な成果目標の設定が困難な場合 | 事業の妥当性を検証するための代替的な達成目標及び実績 | 代替目標 | 代替指標 | | 単位 | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度 | 中間目標 - 年度 | 目標最終年度 - 年度 |
| | | クールジャパン担当大臣等の海外出張を活用したクールジャパン発信イベント参加者の日本の魅力への理解度(27年度)又は理解度が向上した割合(28年度以降)60%以上 | クールジャパン担当大臣等の海外出張を活用したクールジャパン発信イベント参加者の日本の魅力への理解度又は理解度が向上した割合(%) | 実績 | % | 91 | - | - | - | - |
| | | 目標値 | % | 70 | 70 | 70 | - | - | | |
| | 達成度 | % | 130 | - | - | - | - | | | |
| | 事業の妥当性を検証するための代替的な達成目標及び実績 | 代替目標 | 代替指標 | | 単位 | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度 | 中間目標 - 年度 | 目標最終年度 - 年度 |
| | | 異業種連携による、ビジネス組成のための商談会及び先進的なビジネスプロジェクトの表彰式への参加企業の満足度が、80%以上 | 異業種連携による、ビジネス組成のための商談会及び先進的なビジネスプロジェクトの表彰式への参加企業の満足度(%) | 実績 | % | 100 | - | - | - | - |
| | | 目標値 | % | 80 | 80 | 80 | - | - | | |
| | 達成度 | % | 125 | - | - | - | - | | | |
| | 活動指標及び活動実績(アウトプット) | 活動指標 | | | | 単位 | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度 | 3年度活動見込 |
| 海外イベント参加者数 | | | 活動実績 | 人 | 345 | - | - | - | - | |
| | | | 当初見込み | 人 | 300 | 300 | - | - | - | |
| 活動指標及び活動実績(アウトプット) | 活動指標 | | | | 単位 | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度 | 3年度活動見込 | 4年度活動見込 |
| | 「官民連携プラットフォーム」の事業として実施する「マッチングイベント」の参加者数(オンラインを含む) | | | 活動実績 | 人 | 861 | - | 229 | - | - |
| | | | | 当初見込み | 人 | 500 | 500 | 100 | 100 | - |
| 活動指標及び活動実績(アウトプット) | 活動指標 | | | | 単位 | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度 | 3年度活動見込 | 4年度活動見込 |
| | クールジャパン戦略の推進に関する調査の件数 | | | 活動実績 | 件 | 5 | 1 | 2 | - | - |
| | | | | 当初見込み | 件 | 1 | 1 | 1 | 1 | - |
| 活動指標及び活動実績(アウトプット) | 活動指標 | | | | 単位 | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度 | 3年度活動見込 | 4年度活動見込 |
| | クールジャパン関連コンテストメディア・SNS掲載件数 | | | 活動実績 | 件 | - | - | 126 | - | - |
| | | | | 当初見込み | 件 | - | - | 100 | 100 | - |
| 単位当たりコスト | 算出根拠 | | | | 単位 | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度 | 3年度活動見込 | |
| | 執行額(X)／マッチングイベント参加者数(Y) | | | 単位当たりコスト | 万円 | 1.4 | - | 2.8 | | |
| | | | | 計算式 | X/Y | 1224/861 | - | 644/229 | | |
| 単位当たりコスト | 算出根拠 | | | | 単位 | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度 | 3年度活動見込 | |
| | 執行額(X)／調査の回数(Y) | | | 単位当たりコスト | 万円 | 494.4 | 492 | 875 | | |
| | | | | 計算式 | X/Y | 2472/5 | 492/1 | 1750/2 | | |
| 単位当たりコスト | 算出根拠 | | | | 単位 | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度 | 3年度活動見込 | |
| | 執行額(X)／クールジャパン関連コンテストメディア・SNS掲載件数(Y) | | | 単位当たりコスト | 万円 | - | - | 5.1 | | |
| | | | | 計算式 | X/Y | - | - | 644/126 | | |

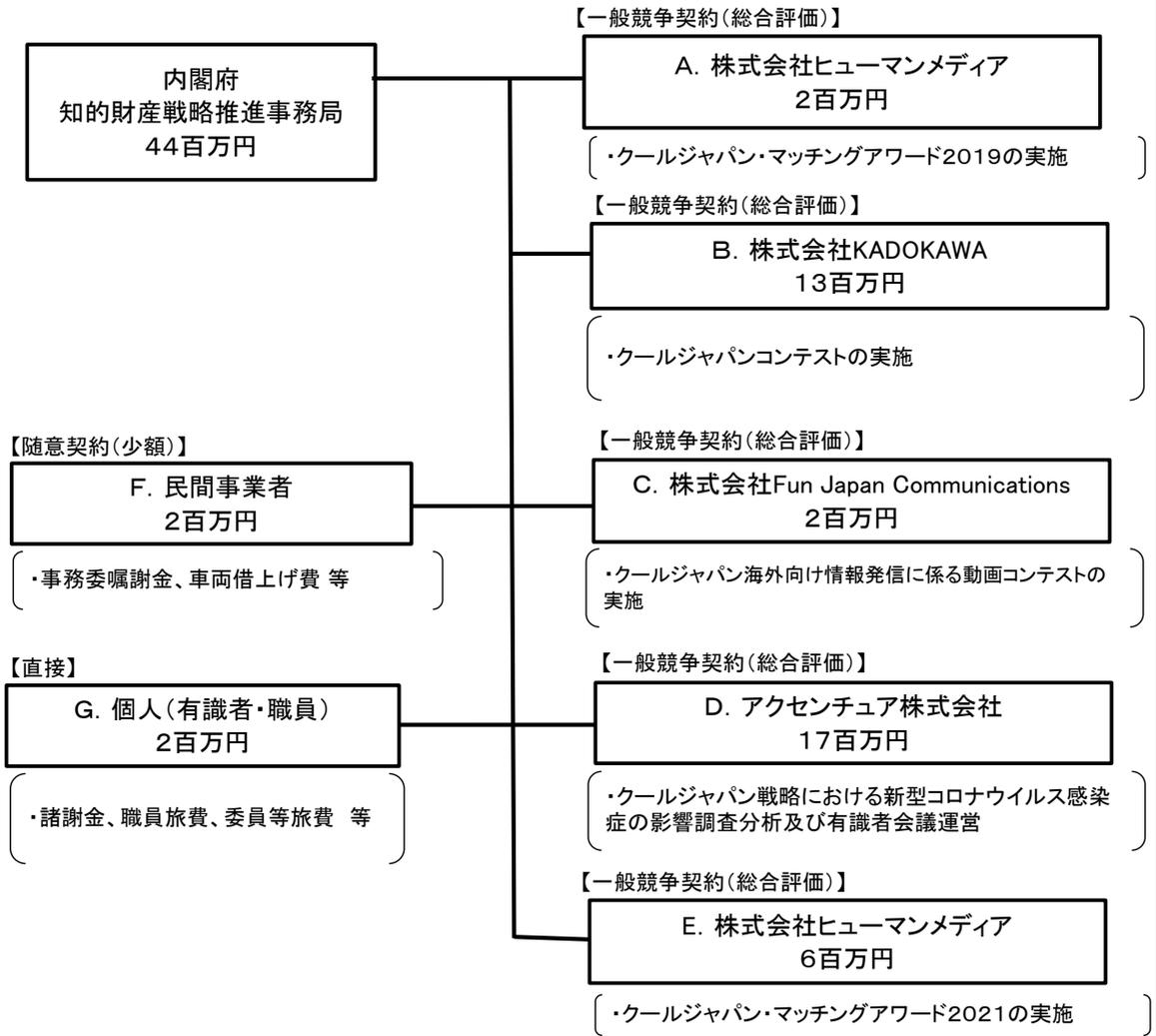
事業所管部局による点検・改善

| | 項目 | 評価 | 評価に関する説明 | |
|------------------------------|--|---|---|-----|
| 国費投入の必要性 | 事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。 | ○ | 日本の魅力を外国人の心に響くような形で国内外に発信することで、我が国の持続的な経済成長につなげるためのクールジャパン戦略を推進するに当たっては、日本の魅力やブランドイメージを統一的に発信し、その展開を支援する必要があることから、政府が主体的に行うことが必要であり、国民や社会のニーズを的確に反映している。 | |
| | 地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。 | ○ | 特定の分野・地域に偏らず、日本全体に広く深く効果を波及させる観点から、政府として日本の魅力やブランドイメージを統一的に発信し、その展開を支援する必要があることから、地方自治体、民間等に委ねることはできない。 | |
| | 政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。 | ○ | クールジャパン戦略は、我が国のブランド価値向上と経済成長に繋げていく国家戦略であり、優先度の高い事業である。令和2年7月17日に閣議決定された「成長戦略フォローアップ」においても、海外の成長市場を獲得し、我が国の経済成長につなげる観点から、優先度の高い事業としてクールジャパン戦略の推進が盛り込まれている。 | |
| 事業の効率性 | 競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。 | ○ | 支出先の選定に当たっては、基本的には一般競争入札を行うことにより競争性のある調達方式としている。費用対効果の高いイベント・調査となるように仕様書を作成しており、コスト削減に努めている。 | |
| | 一般競争契約、指名競争契約又は随意契約(企画競争)による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。 | 無 | | |
| | 競争性のない随意契約となったものはないか。 | 無 | | |
| | 受益者との負担関係は妥当であるか。 | - | - | |
| | 単位当たりコスト等の水準は妥当か。 | ○ | 複数社の参考見積による市場価格調査を行った上で、一般競争入札を行うなどして、妥当性のある支出を行っている。 | |
| | 資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。 | - | - | |
| | 費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。 | ○ | 支出先の実施内容を精査し、支出内容が事業目的に即して真に必要なものであることを確認している。 | |
| | 不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載) | - | - | |
| 繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載) | ○ | 新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、クールジャパンコンテストの審査会及び表彰式を延期したものである。 | | |
| その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。 | ○ | 一般競争入札又は見積合わせを行うことにより、コスト削減に努めている。 | | |
| 事業の有効性 | 成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。 | - | - | |
| | 事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。 | ○ | 事業実施に当たって、効果的に実施している。 | |
| | 活動実績は見込みに見合ったものであるか。 | - | 新型コロナウイルスの影響によりイベント等が延期・中止となったため、実績が図れなかった。 | |
| | 整備された施設や成果物は十分に活用されているか。 | ○ | 調査等の成果物は、HPを通じて、広く各省庁・関係団体等への情報提供を行っている。 | |
| 関連事業 | 関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。(役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載) | - | | |
| | 所管府省名 | 事業番号 | | 事業名 |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| 点検・改善結果 | 点検結果 | 日本の魅力に対する認知度の向上や、官民、異業種間の連携の強化を図ることにより、インバウンド・アウトバウンドの活性化を後押しするために必要な事業を計画。事業評価については、これまで参加者・企業のアンケート等により把握し、次年度の事業計画の参考としている。前年度の見直しを経て、効率的かつ効果的な予算執行を予定していたところ、令和2年度においても、新型コロナウイルスの影響により、イベントの中止等が発生し、一部事故繰越を行うこととなった。 | | |
| | 改善の方向性 | 事業のフォローアップ等を通じて、必要な見直しを行いつつ、効果的・効率的な予算執行に努める。 | | |

| 外部有識者の所見 | | | | |
|-------------------------|---|--|--|--|
| 点検対象外 | | | | |
| 行政事業レビュー推進チームの所見 | | | | |
| 現 状 通 り | 事業の有効性・効果について適切に検証するとともに、予算の効率的執行に努め、不用額が生じていることも踏まえ、執行実績を適切に概算要求に反映させること。 | | | |
| 所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況 | | | | |
| 現 状 通 り | 執行実績を適切に概算要求に反映させるとともに、新型コロナウイルス感染症による社会の変化や人々の価値観の変化を踏まえて、終息後にインバウンド需要の回復等が図られるよう、海外等と連携してアフターコロナにおけるクールジャパン戦略を強化するための取組に係る予算等を概算要求している。 | | | |
| 備考 | | | | |
| | | | | |
| 関連する過去のレビューシートの事業番号 | | | | |
| 平成22年度 | | | | |
| 平成23年度 | | | | |
| 平成24年度 | | | | |
| 平成25年度 | | | | |
| 平成26年度 | | | | |
| 平成27年度 | 内閣官房(新27-0001) | | | |
| 平成28年度 | 0149 | | | |
| 平成29年度 | 0155 | | | |
| 平成30年度 | 0162 | | | |
| 令和元年度 | 内閣府 - 0171 | | | |
| 令和2年度 | 内閣府 - 0178 | | | |

※令和2年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。

資金の流れ
(資金の受け取り先が何を
行っているかにつ
いて補足する)
(単位: 百万円)



| 費目・使途 (「資金の流れ」においてブロックごとに最大の金額が支出されている者について記載する。費目と使途の双方で実情が分かるように記載) | A.株式会社ヒューマンメディア | | | B.株式会社KADOKAWA | | |
|--|--------------------------------|----------------|-----------------|----------------|--------------|--------------|
| | 費目 | 使 途 | 金 額 (百万円) | 費目 | 使 途 | 金 額 (百万円) |
| | 事業費 | 謝金、外注費、印刷・製本費等 | 2.1 | 事業費 | 謝金、広告費等 | 8.5 |
| | 消費税 | | 0.2 | 人件費 | 事務局運営等 | 3.1 |
| | | | | 消費税 | | 1.2 |
| | 計 | | 2.3 | 計 | | 12.8 |
| | C.株式会社Fun Japan Communications | | | D.アクセント株式会社 | | |
| | 費目 | 使 途 | 金 額 (百万円) | 費目 | 使 途 | 金 額 (百万円) |
| | 事業費 | コンテスト管理、広告費 | 1.7 | 人件費 | 調査の実施、分析等 | 12.6 |
| | 消費税 | | 0.2 | 事業費 | 会議運営費、謝金等 | 2.4 |
| | | | 消費税 | | 1.5 | |
| 計 | | 1.9 | 計 | | 16.5 | |
| E.株式会社ヒューマンメディア | | | F. 民間事業者(百万円未満) | | | |
| 費目 | 使 途 | 金 額 (百万円) | 費目 | 使 途 | 金 額 (百万円) | |
| 事業費 | 謝金、外注費、印刷・製本費等 | 3.9 | | | | |
| 人件費 | 総合企画等 | 1.9 | | | | |
| 消費税 | | 0.6 | | | | |
| 計 | | 6.4 | 計 | | 0 | |
| G.個人(有識者、職員) | | | H. | | | |
| 費目 | 使 途 | 金 額 (百万円) | 費目 | 使 途 | 金 額 (百万円) | |
| | | | | | | |
| 計 | | 0 | 計 | | 0 | |
| 費目・使途欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙2】に記載 | | | | | | |
| | | | | | チェック | |

支出先上位10者リスト

A.

| | 支出先 | 法人番号 | 業務概要 | 支出額 (百万円) | 契約方式等 | 入札者数 (応募者数) | 落札率 | 一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上) |
|---|---------------|---------------|--------------------------|--------------|------------------|----------------|-----|---|
| 1 | 株式会社ヒューマンメディア | 4010401091583 | クールジャパン・マッチングアワード2019の実施 | 2 | 一般競争契約 (総合評価) | 2 | -- | |

B

| | 支出先 | 法人番号 | 業務概要 | 支出額 (百万円) | 契約方式等 | 入札者数 (応募者数) | 落札率 | 一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上) |
|---|--------------|---------------|-----------------|--------------|------------------|----------------|-----|---|
| 1 | 株式会社KADOKAWA | 2010001163289 | クールジャパンコンテストの実施 | 13 | 一般競争契約 (総合評価) | 2 | -- | |

C

| | 支出先 | 法人番号 | 業務概要 | 支出額 (百万円) | 契約方式等 | 入札者数 (応募者数) | 落札率 | 一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上) |
|---|------------------------------|---------------|------------------------------|--------------|------------------|----------------|-----|---|
| 1 | 株式会社Fun Japan Communications | 3010701032949 | クールジャパン海外向け情報発信に係る動画コンテンツの実施 | 2 | 一般競争契約 (総合評価) | 2 | -- | |

D

| | 支出先 | 法人番号 | 業務概要 | 支出額 (百万円) | 契約方式等 | 入札者数 (応募者数) | 落札率 | 一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上) |
|---|-------------|---------------|---|--------------|------------------|----------------|-----|---|
| 1 | アクセンチュア株式会社 | 7010401001556 | クールジャパン戦略における新型コロナウイルス感染症の影響調査分析及び有識者会議運営 | 17 | 一般競争契約 (総合評価) | 2 | -- | |

E

| | 支出先 | 法人番号 | 業務概要 | 支出額 (百万円) | 契約方式等 | 入札者数 (応募者数) | 落札率 | 一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上) |
|---|---------------|---------------|--------------------------|--------------|------------------|----------------|-----|---|
| 1 | 株式会社ヒューマンメディア | 4010401091583 | クールジャパン・マッチングアワード2021の実施 | 6 | 一般競争契約 (総合評価) | 2 | -- | |

F

| | 支出先 | 法人番号 | 業務概要 | 支出額 (百万円) | 契約方式等 | 入札者数 (応募者数) | 落札率 | 一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上) |
|---|----------------------|---------------|--------------------------|--------------|--------------|----------------|-----|---|
| 1 | スターマーク株式会社 | 7011001071956 | クールジャパン戦略における「老舗」の現状調査事業 | 1 | 随意契約 (少額) | - | -- | |
| 2 | 株式会社ANDCO | 8300001011958 | 会議実施に係る配信業務 | 0.6 | 随意契約 (少額) | - | -- | |
| 3 | 東武トップツアーズ株式会社 | 4013201004021 | 大臣国内出張に係る車両借上げ | 0.2 | 随意契約 (少額) | - | -- | |
| 4 | 株式会社C&G Value Design | 5290001056322 | 会議実施に係る昼食代 | 0 | 随意契約 (少額) | - | -- | |

G

| | 支出先 | 法人番号 | 業務概要 | 支出額 (百万円) | 契約方式等 | 入札者数 (応募者数) | 落札率 | 一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上) |
|----|-----|------|----------|--------------|-------|----------------|-----|---|
| 1 | 個人A | - | 国内出張(佐賀) | 0.1 | その他 | - | -- | |
| 2 | 個人B | - | 国内出張(佐賀) | 0.1 | その他 | - | -- | |
| 3 | 個人C | - | 国内出張(佐賀) | 0.1 | その他 | - | -- | |
| 4 | 個人D | - | 国内出張(佐賀) | 0.1 | その他 | - | -- | |
| 5 | 個人E | - | 国内出張(佐賀) | 0.1 | その他 | - | -- | |
| 6 | 個人F | - | 国内出張(佐賀) | 0.1 | その他 | - | -- | |
| 7 | 個人G | - | 国内出張(佐賀) | 0.1 | その他 | - | -- | |
| 8 | 個人H | - | 国内出張(佐賀) | 0.1 | その他 | - | -- | |
| 9 | 個人I | - | 国内出張(佐賀) | 0.1 | その他 | - | -- | |
| 10 | 個人J | - | 国内出張(佐賀) | 0.1 | その他 | - | -- | |