

平成25年度実施施策に係る政策評価の事前分析表

(経済産業省25-2-3)

施策名	2-3 クールジャパン			担当部局名	商務情報政策局	政策評価実施予定時期	平成26年8月
施策の概要	クールジャパンの推進により、日本の生活文化に根ざした製品・サービスの海外展開を後押しする。					政策体系上の位置付け	2 個別産業
達成すべき目標	2020年時点で市場規模900兆円以上とされている世界の文化関連産業について、相当程度のシェア獲得を目指す。				目標設定の考え方・根拠	平成23年5月12日に策定された、クールジャパン官民有識者会議提言「新しい日本の創造」及び平成25年6月に取りまとめられたクリエイティブ産業国際展開懇談会中間報告書等を踏まえて設定。	
施策の予算額(執行額) (百万円)	23年度	24年度	25年度	施策に関する内閣の重要政策 (施政方針演説等のうち主なもの)	日本再興戦略 三. 国際展開戦略 ③クールジャパンの推進		
	1,240 (1,213)	13,254 (13,203)	794				

【測定指標(項目)】

測定指標	基準値		目標値		年度ごとの目標値 年度ごとの実績値							測定指標(項目)の選定理由及び目標値(水準・目標年度)の設定の根拠
	基準年度	目標年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度			
										24年度	25年度	
1 事業終了後に現地進出を決定(継続)した事業者がいた採択案件の割合	-	24年度	60%	32年度	-	10%	20%	30%	40%	50%	60%	本事業は事業期間中に、特定のクールジャパン商材等の海外展開ビジネスプランに基づき、実際のテストマーケティング(期間限定での店舗開設による試験販売等)を通じて、商材等の価格・質に対する現地の受けを確かめて検証するものであるが、ほとんどの事業では大なり小なりビジネスプランの再考を迫られている。現地進出については、事業者の経営判断の他、現地情勢・事業者の資金調達力、事業パートナーとの協力的体制など種々の要因を総合的に勘案して最終判断を行うことになるため、こうした実情を鑑み、採択案件のうちその過半が翌年度に現地進出を決定することを目標とし、具体的に60%と設定した。
2 海外事業展開に向けた商談や展示会出展等のビジネススペースに乗った事案件数	-	24年度	500件	25年度	-	100%	-	-	-	-	-	海外展開に向けたチーム組成を促す本事業の性質に鑑み、3回実施するビジネスマッチングにおいて、毎回ごとにプレゼンテーションを行う80社が少なくとも2社との商談を進行すること、及び、プロデューサー派遣事業において採択件数100件のうち20件程度がビジネススペースに乗る事を目標として設定。
3 コンテンツ産業の国内外売上高	13.5兆円	22年度	20兆円	30年度	-	-	-	-	-	-	20兆円 100%	我が国コンテンツ産業は、海外での高い人気を経済的利益に転嫁できていない。このため、国際見本市の開催等を行い、2020年までにコンテンツ産業の輸出比率を引き上げ、コンテンツ産業の国内外売上高を拡大することを目標として設定。

【達成手段一覧】

達成手段	予算額計(執行額) (百万円)			開始 年度	関連する 指標	達成手段の概要等	再掲	平成25年 行政事業 レビュー 事業番号
	23年度	24年度	25年度					
1 コンテンツ産業強化対策支援事業	864 (851)	934 (872)	794	平成19年度		映画、音楽等、各業界を束ねた国際見本市(コ・フェスタ(JAPAN国際コンテンツフェスティバル))を実施する。また、コンテンツの海外展開を促進するため、海外展開の際に必要なローカライズの支援や、各国政府と連携して事業環境整備を集中的に行う場の提供を行う。さらに、我が国のコンテンツ産業の基礎力を強化するため、若手人材を発掘・育成するため、短編映像の製作を支援や米国等への留学制度の運用や、コンテンツ制作に必要な共通基盤の整備を行う。総合特区の関連では、札幌コンテンツ特区の活動を支援する。	—	0105
2 クール・ジャパン戦略推進事業	1148 (988)	919 (919)	—	平成22年度		近年、アジアを中心とした新興国では、韓国、中国等による国家主導のブランド浸透政策が進展し、我が国産業全体の国際競争力及びプレゼンスが低下している旨が各方面から指摘されているところ。このため、国主導によりアジアを中心とした新興国における日本ブランドの浸透を図るべく、クール・ジャパン商材(ものづくり、ファッション、デザイン、食、マンガ、アニメなど)の担い手である地域の中小企業、職人及びクリエイター等の海外展開のための民間企業の一貫した取組を支援し、新たな成長産業群を創出する。	—	0106
3 クール・ジャパン戦略推進事業(補助)	—	—	460	平成25年度		平成24年度までのクール・ジャパン戦略推進事業の結果を踏まえ、国が支援する意義を明確化するとともに、より海外展開を促進する観点から以下3点の見直しを行って採択要件を厳格化した。 (1)民間主導による事業化が積極的に進む段階に移行するよう、事業者の自己負担(リスクテイク)を伴う「補助事業」とした。 (2)異業種間の連携を促し、産業横断的なクールジャパン事業の海外展開を促進する広がりをもったものとなるよう、以下3点の事業要件に規定。 ①民間企業間の連携が進みにくい分野の連携を図ること、②連携対象に中小企業が必ず含まれること、③相手国の流通企業等と連携と、その後の事業展開が具体化されていること。 (3)事業を通じて得られる成果やノウハウ等を可能な限り公表すること。	—	新25-0017
4 クール・ジャパンの芽の発掘・連携促進事業	—	—	1,000	平成25年度		海外での事業展開・日本における消費増大を効果的に行うため、地域の中小企業等が持っているクールジャパンの芽(ものづくり、ファッション、デザイン、食、マンガ、アニメなど)をクリエイターやデザイナー等からなるプロデューサー人材の活用によって発掘して磨き上げるとともに、関係者のマッチングを促す場づくりやネットワーク化を図るなど、海外事業展開等に向けた基盤整備を支援する。	4-1 経営革新・創業促進	新25-0025
5 伝統的工芸品産業支援補助金	258 (228)	245 (205)	360	平成16年度		伝産法第2条に基づき指定を受けた伝統的工芸品を対象とし、当該伝統的工芸品を製造する協同組合等が、同法の規定により経済産業大臣の認定を受けた各種事業計画に基づき実施する、後継者育成や需要開拓・意匠開発などの取組に対して補助する。	2-1 ものづくり	0100
6 伝統的工芸品産業振興補助金	677 (613)	615 (551)	500	平成17年度		伝産法第23条に基づき設立された、伝統的工芸品産業の振興を目的とする一般社団法人又は一般財団法人が実施する人材確保事業、技術・技法継承事業、産地指導事業、普及推進事業、需要開拓事業等の経費の一部を、同法第26条に基づき補助する。	2-1 ものづくり	0101
7 株式会社海外需要開拓支援機構への出資(財政投融资)	—	—	50,000	平成25年度		海外需要開拓支援機構法(平成25年法律第51号)に基づき設立された法人。機構は我が国の生活文化の特色を生かした魅力ある商品又は役務の海外における需要の開拓を行う事業活動及び当該事業活動を支援する事業活動に対し資金供給その他の支援等を行うことにより、対象事業活動の促進を図り、もって当該商品又は役務の海外における需要及び供給の拡大を通じて我が国経済の持続的な成長に資することを目的とする。	—	—