

クールジャパン推進に関するアクションプラン(案)

平成23年3月17日決定
平成23年5月27日改定
知的財産戦略本部
企画委員会

I 総論

グローバル・ネットワーク時代が到来し、世界が垣根なくつながるようになると、逆に、コピー不可能な地域固有のアイデンティティに根ざした、その土地・地域にしかないものの価値が高まるようになる。

こうした中、「クールジャパン(素敵な日本)」という言葉に代表されるように、日本固有のアイデンティティへの憧れや関心が、草の根から静かな広がりを見せている。我々が日本の日々の生活で当たり前と思っていることが、外国人の目には極めて新鮮かつ魅力的に映る。タタミ、ハシに始まり全自動トイレまで、我々の気付かない新たなクールジャパンの可能性が無限に広がっている。

我が国の歴史・文化の中で培われた美意識や創意工夫に基づくクールジャパンは、世界に通用する知的資産である。戦後、自由な精神活動を保障する環境の中で、才能溢れるクリエイターたちが、自由な発想と創造力を駆使して、魅力的なコンテンツを創り出してきた。一見乱雑にも見える原宿・渋谷の若者ファッションもアジアや世界の若者を惹き付けている。

このように、クールジャパンは、グローバル展開を通じ、我が国の新たな経済成長の原動力となるものである。特にアジア諸国は経済伸長が著しく、観光を含むクールジャパン関連産業にとって大きな可能性を有している。また、我が国全体のイメージを高め、他産業への波及効果も期待される。

一方、世界に目を向ければ、例えば韓国は映画、ドラマ、音楽の海外展開を積極的に支援するとともに、そのイメージを活かした電気製品の輸出ビジネスや観光を促進し、官民を挙げての振興を図っている。

我が国がクールジャパンを推進するためには、これまでの知的資産を活かしながら、海外に通用する価値を新たに創造し、国際的なビジネス展開につなげていくことが求められる。これまでは、こうした知的資産を持ちながらも、国内志向が強く、海外においては潜在的な魅力を十分に発揮できていなかった。官民が一体となって、クールジャパンの魅力を高め、アジアをはじめとするグローバル市場に対して総合的に施策を展開するとともに、日本に関心を持つ観光客やビジネス客を引き寄せ、それに伴う内需増大による国内経済の活性化につなげていくことが重要である。

このためには、クールジャパンについて、地域に埋もれている状態から発掘し、

又は新たに創造して、それらをグローバルに発信し、更に日本に呼び込み、人気を拡大させていくという好循環のサイクルを確立するとともに、そのための基盤整備を図っていくことが重要である。

クールジャパンの推進は、東日本大震災からの日本の復興を加速させるために重要である。コンテンツ、ファッション、各地の祭りといったクールジャパンは、日本全体を覆いかねない自粛ムードや負のイメージを打ち破り、国内外の人々を明るく元気にする力を持っている。例えば、日本からコンテンツを海外に対して積極的に発信すること自体、日本が以前と同様の経済活動を行い、復興に向けて元気に立ち上がっているという大きなメッセージとなる。

このように、我が国の歴史・文化の中でこれまで培われた知的資産に基づくクールジャパンは、未来に向けた創造的復興において、大きな役割を果たす。そして、国民が相互扶助の精神をもって取り組む姿は正にクールジャパンであり、こうしたプロセスを積極的に発信していくことが重要である。厳しい状況にある今だからこそ、日本が再び立ち上がり、知的資産を活用して世界で輝けるよう、官民が一体となってクールジャパンを強力に推進する必要がある。

過度の自粛による悪循環に陥ることなく、クールジャパンに関する活動を通じて、国内を明るく元気にし、復興を加速することが求められる。

政府はクールジャパン推進に関する関係府省連絡会議を立ち上げ(2010年10月)、一体となって取り組む体制を構築し、3月17日にクールジャパン推進に関するアクションプランをとりまとめた。その後、東日本大震災を踏まえて見直し、このたび改定することとする。本プランに盛り込まれた各府省の施策は、短期(1~2年)で実施すべきものであり、各府省は、その実施に向けて全力で取り組むこととする。また、大震災に関する追加措置を含め、今後、大きな状況変化があった場合には、適時適切に見直すこととする。

こうした取組を通じ、日本にとってのクールジャパン関連産業の市場規模を約4.5兆円(2009年)から17兆円(2020年)にすることを目指す。

Ⅱ 各論

1. クールジャパンを発掘・創造する。

「クールジャパン」は、ゲーム・マンガ・アニメといったコンテンツ、ファッション、産品、日本食、伝統文化、デザイン、更にはロボットや環境技術などハイテク製品にまで範囲が広がっている。しかし、日本人が想定するクールジャパンと実際に外国人が感じるクールジャパンにはギャップが存在している。あらかじめクールジャパンの定義をするよりも、何が真にクールジャパンなのかを模索しつつ、多くの試行錯誤の中でクールジャパンを確立していくことが重要である。

グローバル・ネットワーク時代には、コピーできない固有のアイデンティティこそが外国人の目にクールに映る。我が国独自の文化、伝統、ライフスタイルに深く根ざしたのものや、日本人独特のこだわりや丁寧さに基づくもの、「軽薄短小」を得意技とする省エネ・省資源型の先端技術、自由な心に育つクリエイティブなコンテンツのように日本人にとって「当たり前」のものの中にこそ、真のクールジャパンが潜んでいる。

すなわち、海外の視線を意識することのないまま日本各地に「埋もれていたもの」を発掘・創造し、グローバルにビジネス化していくことが重要である。また、各々の魅力は受け手により異なることから、各国の市場構造やクールジャパンの内容に応じて戦略的かつ柔軟に展開していくことが重要である。

特に、映画・テレビといった映像は、言葉の壁を超えて日本の魅力を総合的に伝える上で影響力が極めて大きい。グローバルに発信できる優れた映像コンテンツを創造していくことが重要である。

《主な施策》（取組内容の詳細は別表のとおり。【 】は主担当官庁。）

(1) 映像コンテンツの製作強化

① 日本の強みを活かしたコンテンツの映像製作【総務省、外務省、経済産業省】

多様な地域・人々の魅力を含むクールジャパンを伝える映像コンテンツや3Dをはじめとする高い技術力・企画力を活かした映像コンテンツを製作し、海外放送局、インターネット、イベントを通じてグローバルに発信するとともに、3D映像製作技術に係る人財育成を行う。

② 国際共同製作の推進【経済産業省】

国際共同製作への支援を行うとともに、アジア諸国をはじめとする諸外国との国際共同製作を推進する枠組みを構築する。

③ デジタル・アーカイブの構築・連携推進【文部科学省、総務省】

マンガ、アニメ、映画、図書といった様々なコンテンツのアーカイブの活用を促進するため、各機関におけるアーカイブ充実のための支援を行う。また、諸外

国のアーカイブとの連携も視野に入れつつ、各アーカイブをネットワーク化し、一元的なデータベースを整備する。

(2) 対象国のニーズに即した展開戦略の策定

○ 特定分野に関する発掘及び海外展開についての戦略策定【経済産業省】

コンテンツ、ファッション、食、すまい、観光、地域産品を効果的に組み合わせ、各国のニーズに基づくグローバルな展開戦略を策定し、推進する。

2. クールジャパンをグローバルに発信する。

クールジャパンをグローバルに広めるためには、戦略的な情報発信が不可欠である。その際には、対象国のニーズに即した展開戦略を構築することが重要である。

また、単独のモノやサービスだけではなく、様々なアイテムの有機的な組合せによって、効果的に発信する必要がある。例えば、映画・ドラマ番組とファッション、食、ライフスタイルのように各地方の独特な魅力を伝え、一体的に発信して、我が国に外国人を呼び込む取組が重要である。

さらに、国内外でのイベントにおける発信を強化するとともに、インターネットを含め、様々なチャネルを使った発信を強化することが重要である。

加えて、東日本大震災を踏まえ、日本の復興について、適切に情報発信する必要があるが、海外では、我が国に関する状況が必ずしも正確に伝わっていない。海外への情報発信に当たっては、従来からの新聞・放送メディアに加え、ソーシャルネットワークワーキングサービスが大きな役割を果たしてきており、国際的なクールジャパン関連イベントを含む多様なチャネルを通じた多言語による正確かつ迅速な情報発信が重要となっている。

また、コンテンツをはじめとするクールジャパンを海外に展開していくこと自体が、世界に対して日本の力強い復興の意思を発信していく点にも留意が必要である。

過度の自粛による悪循環に陥ることなく、クールジャパンに関する活動を通じて、国内を明るく元気にし、復興を加速することが求められる。

《主な施策》（取組内容の詳細は別表のとおり。【 】は主担当官庁。）

※別添：イベントカレンダー参照

(1) 国内のクールジャパン関連イベントの強化

① JAPAN国際コンテンツフェスティバル(コ・フェスタ)の機能強化と海外発信【経済産業省】

ジャパン・ファッション・ウィークやデザイナーズ・ウィークその他のクールジャパン関連イベントを集中的に開催するほか、イベントを活用したコンテンツの海外展開を推進するなど発信力強化を図る。特に、東京国際映画祭及び併設マーケットの海外への発信力を強化する。

② メディア芸術祭の機能強化と海外発信【文部科学省】

質の高いメディア芸術作品を発信するフェスティバルとして一層の充実を図るとともに、海外展の実施、広報面での発信強化や海外関連イベントとの連携を強化し、国際的認知を高める。また、海外展をドイツ（ドルトムント）で実施する（2011年9～10月）。

(2) 国際的なイベントを活用したクールジャパンの発信

① 周年事業・大型国際イベントを活用したクールジャパン発信

周年事業・大型国際イベントにおいて文化・コンテンツ・観光を含むクールジャパン発信事業を行う。現地のニーズを踏まえ、文化芸能関係団体の派遣、物産展の開催、政府広報による情報発信事業を行う。

(ア) ジャナドリヤ祭におけるクールジャパンの発信【外務省】《※2011年4月13日～29日開催済み》

サウジアラビアにおける唯一最大の文化祭典「ジャナドリヤ祭」(2011年4月)への日本館出展の機会を通じ、日本の伝統文化・現代生活様式・先端技術を総合的に紹介し、サウジアラビアのみならず周辺中東諸国地域も含め、クールジャパンを発信する。

(イ) 日米桜寄贈 100周年事業としてのクールジャパン発信【外務省】

2012年は日本から米国に桜を寄贈、植樹してから100年に当たり、この節目に日米交流の重要性を確認すべく、対日理解増進のための行事を行う。日本の文化紹介や地域コンテンツの上映、観光情報の発信、日本食・食品の紹介を行う。

(ウ) 今後開催予定の以下の周年事業における同様のクールジャパンの発信【外務省】

2011年：日独交流150周年、日本・クウェート国交樹立50周年、
日本・バルト三国新たな外交関係開設20周年

2012年：日米桜寄贈100周年(※再掲)、日イスラエル外交関係樹立60周年、
日アルジェリア外交関係樹立50周年、日中国交正常化40周年、
日本・東ティモール外交関係樹立10周年

② ロンドンオリンピックを活用したクールジャパンの発信【文部科学省】

ロンドンオリンピック(2012年7～8月)の会場、日本選手団の活動拠点(ジャパンハウス)において、日本食・食品の紹介をはじめとするクールジャパンを発信する。

③ 世界経済フォーラム(ダボス会議)を活用した発信【内閣官房】

世界経済フォーラム(ダボス会議)を活用し、日本文化紹介をはじめとするクールジャパンの発信を行う。(例年1月)

④ 「Japan Expo」を含む海外のイベントを活用した発信【外務省】

パリで開催される「Japan Expo」(例年7月)を含む海外のイベントの機会を活用し、コンテンツ、ファッション、食、観光情報をはじめとする日本の魅力を、関係府省が連携して、総合的に発信する。

⑤ 日中間での「映画、テレビ週間」、「アニメ・フェスティバル」の開催【外務省、経済産業省】

映画、アニメ、放送業界との連携により、日中映像交流事業（「映画、テレビ週間」、「アニメ・フェスティバル」）を日中両国で開催する。

⑥ クールジャパン関連イベントにおける関係府省の連携の促進【内閣官房】

クールジャパン関連イベントの開催状況について情報収集を行い、イベントカレンダーを作成・提供する。クールジャパンに関連する国内外のイベントに関係府省が連携して取り組むため、各府省が提供する展示物や日本のプロモーション映像といった各府省が提供できるメニューを作成して提供する。

(3) クールジャパンのイメージ戦略

① 共通ロゴマークによる統一的な発信【内閣官房、経済産業省】

クールジャパンをイメージしたロゴマークを作成し、共通的に使用することで、統一イメージによる発信を行う。

② クールジャパンのポータルサイトによる多言語発信の強化【内閣官房、経済産業省】

クールジャパンに関するポータルサイトにより多言語で情報を発信する。

③ ネット上の新しい広報手段を活用した発信【国土交通省、内閣官房、総務省、外務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省】

ソーシャルネットワーキングサービスをはじめとする新しい広報手段を活用してクールジャパンの発信を行う。

④ 文明に関する有識者国際会議の日本開催【文部科学省】

世界的な有識者により、文明に関する意見交換を行う国際会議を日本において開催し、世界に向けて新たな価値を発信する。

⑤ 対日世論調査でのクールジャパン浸透度に係る調査【外務省】

対日世論調査において、日本文化を含むクールジャパンに関連する質問項目を盛り込み、対象国の動向を把握する。

(4) 多様なメディアを活用した発信

① 国際放送の強化【総務省】

クールジャパンの対外情報発信の強化を図るため、各国・地域の衛星放送やケーブルテレビを通じた国際放送の普及に向けた取組を支援する。

② **映像や放送番組の海外展開の促進【総務省、文部科学省】**

放送番組を含む映像コンテンツの海外展開を促進するため、官民が連携するコンソーシアムを設置するとともに、現地語対応も含め、民間による海外発信のための取組を支援する。また、権利処理を円滑化するため、ガイドラインの策定を含む検討の場を設置し、必要な措置を講ずる。

③ **国際線での情報提供【農林水産省、内閣官房、総務省、外務省、文部科学省、経済産業省、国土交通省】**

我が国発着の国際航空路線へのクールジャパンに関する映像の提供を進める。

④ **コンテンツを活用したクールジャパンの発信強化【経済産業省】**

影響力が大きい映画・ドラマ・ゲームを活用し、作品中にファッションや食といったクールジャパンを登場させるよう民間の取組を促す。

⑤ **映像・ポスターによるクールジャパンの発信【外務省】**

クールジャパン関連映像資料及びポスターを作成し、各在外公館に配布する。現地で開催されるクールジャパン関連イベントや、現地放送局での放映、ポスターの掲示を通じて、クールジャパンをPRする。

⑥ **クールジャパンの発信と連携した訪日観光促進【国土交通省】**

訪日観光を促進するビジット・ジャパン事業において、キャンペーンサイトや旅行博、ソーシャルネットワークワーキングサービスを通じてクールジャパンと連携したプロモーションを展開する。

(5) **様々な機会を活用した発信**

① **文化交流使を通じた日本の魅力の発信【文部科学省】**

我が国の第一線で活躍する文化人を「文化交流使」として外国に派遣し、現地における日本文化に関する講演、ワークショップ、実演とともに、国際的なイベントとの効果的な連携を通じて日本の魅力を発信する。

② **「クリエイティブ・ディレクター」や「アンバサダー」による戦略的な情報発信【経済産業省】**

クールジャパンに関するコミュニケーション戦略を担う「クリエイティブ・ディレクター」を設置するとともに、海外においてクールジャパンを発信する人財（「アンバサダー」）をネットワーク化し、戦略的な情報発信を行う。

③ **日本の文化財や映画を活用した海外交流【文部科学省】**

我が国の文化財を外国に紹介し、日本の歴史や文化に対する理解を深め、国際

文化交流を推進するため、海外で国宝・重要文化財を含む日本古美術展を開催するほか、アジアにおいて日本映画の特集上映を実施する。

④ 在外公館による関連事業の実施【外務省】

重要拠点国・地域において、在外公館でクールジャパン関連分野の専門家によるセミナーや講演を実施し、日本企業のビジネス展開に繋げるほか、対日理解の促進や親日層の形成を目的とした日本文化紹介事業を行う。

⑤ メディア芸術情報拠点・コンソーシアムの構築【文部科学省】

メディア芸術に関する情報収集・発信や国内外の関連施設、教育機関、業界、府省との連携拠点となる「メディア芸術情報拠点・コンソーシアム」の構築を推進し、シンポジウムの開催をはじめとする連携促進事業を推進する。

[以下、震災復興関連施策]

(6) 日本の復興についての情報発信

① 日本の復興キャンペーンの実施【内閣官房、経済産業省】（※前記(3)①②関連）

国内外のあらゆるメディアを活用して、クールジャパンによる日本の復興について情報発信する。具体的には、

- i 多言語ポータルサイトや、震災からの復興メッセージを盛り込んだロゴマークを作成して発信するほか、ソーシャルネットワーキングサービスを含む各種メディアを活用して日本の復興イメージを発信する。
- ii 国内においてクールジャパン推進による創造的復興に向けた意識を醸成するための情報発信を行う。

② 国内イベントを通じた発信強化

(ア) 国内イベントの被災地域での開催【総務省、文部科学省、経済産業省、国土交通省】（※前記(1)関連）

国内で開催されるクールジャパン関連イベントについて、被災地域・関係者の要望も踏まえつつ被災地域での開催に配慮する。

(イ) 国内イベントにおける日本の復興メッセージの発信【総務省、文部科学省、経済産業省、国土交通省】（※前記(1)関連）

国内で開催されるクールジャパン関連イベント・ビジネスイベントにおいて、日本の復興をテーマとして取り上げることも含め、復興メッセージを発信する。

※具体例：文明に関する有識者国際会議において復興関連のテーマを取り上げ。

東京国際映画祭、コ・フェスタ、「OECD/Japan セミナー 教育の質の向上－PISA から見る、できる国・頑張る国－」において発信

③ **海外イベント・広報文化行事での日本復興の情報発信【外務省、総務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省】**（※前記(2)関連）

海外イベント・広報文化行事において、日本の復興メッセージを発信する。

※具体例：ジャパン・エキスポ（パリ）、周年事業（例、「日米桜寄贈100周年事業」）、メディア芸術祭海外展、日中映像交流事業（「映画、テレビ週間」「アニメ・フェスティバル」）開幕行事（北京、上海）において発信

④ **様々な機会・手段を活用した発信**

(ア) **文化交流使を活用した情報発信【文部科学省】**（※前記(5)①関連）

海外に派遣した文化交流使を通じ、日本の復興について情報発信する。

(イ) **「クリエイティブ・ディレクター」や「アンバサダー」を活用した情報発信【経済産業省】**（※前記(5)②関連）

「クリエイティブ・ディレクター」や「アンバサダー」を通じ、日本の復興について情報発信する。

(ウ) **教職員交流・留学生を通じた発信【外務省、文部科学省】**

教職員招へいプログラムにより来日した海外の教職員や日本から派遣する教職員、留学生を通じ、日本の復興について情報発信する。

(エ) **震災・防災に関する国際会議を活用した発信【文部科学省】**

震災・防災に関する国際会議を国内で開催し、日本の復興について情報発信する。

(オ) **海外見本市・展示会におけるイメージの増進【農林水産省、経済産業省】**

国別・品目別の市場分析を行い、それに基づき、海外の見本市・展示会において日本食や農林水産物・食品、日本製品の魅力をアピールすることにより、イメージの増進を図る。

(カ) **海外の旅行博やメディアを活用した情報発信【国土交通省、外務省】**

（※前記(4)⑥関連）

海外で開催される旅行博に日本の観光に関するブースを出展するほか、海外のテレビ・新聞や在外公館を通じ、現地消費者、旅行代理店、メディアに対して日本の正確な情報を発信する。

(キ) **クールジャパン関連コンテンツによる海外発信強化【総務省、外務省、文部科学省、経済産業省】**

日本の伝統文化や様々なコンテンツ（例：アニメ、映画）を日本の復興イメ

ージに資する形で発信する。特に、地域の魅力や震災からの復興を伝える地域コンテンツを、海外放送局との共同製作やソーシャルメディアを含むインターネットと放送との組合せにより発信する。

(ク) 文化芸術に関するアーカイブ及び展示・公開への支援【文部科学省】

文化芸術に関する資料の収集・保存や、展示・公開など復興に向けた国内外への発信を支援する。

3. クールジャパンの人気を拡大させる。

クールジャパンを発信した後、人気を更に拡大させていくことが必要である。このためには、熱心なリピーター層を形成し、訪日外国人の増加を国内経済の活性化に結び付けていくことが重要である。その際に、観光客のみならずビジネス客も含めることでその効果はより増大する。例えば、ラスベガスは、大規模見本市によって今やカジノよりも多くのビジネス客を集めている。我が国においても、国際見本市への外国人入場者数を大幅に拡大することが重要であり、現在の約 6.5 万人を 2020 年までに 30 万人に増やすことを目指して取り組む必要がある。また、特に影響力が大きく、中核となり得るオピニオンリーダー的な外国人の「ファン」の一群を創り、クールジャパン人気を連鎖的に拡大していく仕組みを構築する必要がある。

さらに、クールジャパンの優れた取組を顕彰し、関係者の意欲を高めつつ、世界にクールジャパンの発信を強化することにより、人気を拡大する基盤を確立することが重要である。

加えて、東日本大震災は、日本の食、観光、製品への信頼性に短期的なショックを与えており、日本のブランドイメージの回復を早急に図ることが喫緊の課題であることから、その取組に直ちに着手する必要がある。

《主な施策》（取組内容の詳細は別表のとおり。【 】は主担当官庁。）

(1) 「クールジャパン大賞(仮称)」による顕彰

○ 「クールジャパン大賞(仮称)」による顕彰【経済産業省】

クールジャパンの取組のうち、特に優れたものやクールジャパン推進に顕著な功績を残した人物・団体を顕彰することを通じて、クールジャパンの人気の拡大を図る。

(2) クールジャパンのリピーターの拡大

① クールジャパンをテーマとした訪日旅行ルートの開発推進【国土交通省】

日本のファンとなる観光客やビジネス客の増加を図るため、国際見本市とも連携させながら、クールジャパンをテーマとした訪日旅行ルートを開発を推進する。

② 日本各地におけるクールジャパンの発信拠点形成【文部科学省】

アーティスト・イン・レジデンスなど、各地域において取り組まれている特色ある国際文化交流事業を総合的に支援することによりクールジャパンの発信拠点形成を図る。

③ 文化遺産を活かした観光振興・地域活性化【文部科学省】

地域の活性化や観光客の増加を図るため、史跡の復元・公開や地域の伝統芸能といった日本各地の特色ある文化遺産を活かした取組を支援する。

④ 国際見本市の活性化【経済産業省】

国際見本市は、グローバルに情報発信する優れた場であるとともに、経済活性化につながるビジネス客を引き寄せる有効なツールである。このため、各地の観光資源との相乗効果を高めながら、我が国で開催される国際見本市の活性化を支援する。

⑤ 情報リーダーの招へい【外務省、文部科学省、経済産業省、国土交通省】

海外プレス、著名ブロガー、クリエイターを招き、クールジャパン人気を拡大する。

(3) 日本ブランドの保護強化

① ACTA(模倣品・海賊版拡散防止条約(仮称))の参加促進【外務省】

ブランドの価値を国際的に守るため、アジアをはじめとする諸外国に対し、ACTAへの参加拡大を促す。

② 農林水産物・食品の地理的表示(GI)を支える仕組みの構築【農林水産省】

高品質な我が国の農林水産物・食品について、そのブランドイメージを保護し、その輸出促進を図るため、農林水産物・食品に係る地理的表示(Geographical Indications、GI)の保護制度の導入に向けた検討を行い、結論を得る。

③ 農林水産物の知的財産保護【農林水産省】

(ア) 地域ブランドの保護【農林水産省】

海外での我が国の地名を利用した不当な商標出願に対する利害関係者による対応や、地域の食材を活用した特徴ある料理の地域団体商標をはじめとする知的財産権の取得を目指す取組を支援する。あわせて、日本産果実や和牛の海外での商標登録や普及を図るなど、農林水産物に係る知的財産の保護を総合的に実施する。

(イ) 東アジアにおける植物新品種の保護【農林水産省】

植物品種保護制度の未整備な東アジア諸国に対して、制度整備を促進するとともに、植物の新品種に関する国際的な審査基準の策定をリードする。

④ 知財権侵害対策の強化【外務省、文部科学省、経済産業省、農林水産省、警察庁、総務省、財務省】

侵害発生国・地域の政府に対し、協力関係を深めつつ、具体的な侵害状況を踏まえた模倣品・海賊版対策の強化を働き掛ける。

(4) クールジャパン関連製品の輸出促進

① クールジャパン関連製品の輸出促進【経済産業省】

コンテンツ、ファッション、食、地域産品・ものづくりなどにおける日本の強みの担い手である中小企業などが海外市場に展開できるようにするため、現地の販路を開拓できる企業が中心となってチームを組み、実際に販路を構築することを支援する。関連製品の商談会や海外での販促活動を総合的に支援し、海外市場獲得の促進を図る。

② 農林水産物・食品の輸出促進【農林水産省】

アジアを中心に、輸出先国・地域別の戦略的マーケティングの強化、官民合同ミッションの派遣、商談会の開催を実施するとともに、民間による産地への海外バイヤーの招へいや海外での販促活動、外食産業の海外展開の取組を総合的に支援し、海外市場獲得を目指す。また、日本の食文化の発信の強化と連携した形で食品製造・流通業の現地生産・販売の取組を支援する。

[以下、震災復興関連施策]

(5) 震災後の日本のブランドイメージの回復

① 日本の食に関するイメージの回復

(ア) 国内の検査体制の強化【農林水産省】

農林水産物・食品に対する放射性物質の検査を行うために必要な検査機器や検査体制の整備・充実を図る。

(イ) 輸出に必要な証明書発行体制の構築【農林水産省】

輸出先国との協議・調整の結果に基づき、産地証明書又は放射性物質の検査証明書を発行するため、電子メールや郵送といった手続も含めて利用者の利便に配慮した枠組みを構築する。

(ウ) 海外当局による輸入制限措置に対する働きかけ【外務省、農林水産省】

農林水産物・食品について、在外公館、在京大使館やWTOをはじめとした国際的な場を通じ、我が国の採った措置や検査結果を説明し、過剰規制とならないよう働きかける。

(エ) 輸出する農林水産物・食品への安全イメージの回復【農林水産省】

農林水産物・食品は国内措置により基準値を下回ったものしか流通していないことを含め、正確な情報を提供し、農林水産物・食品の安全イメージの回復を図る。

(オ) 海外における風評被害の防止【外務省、農林水産省】

海外における農林水産物・食品の安全性に関して放射線量のモニタリング結果の公表を含めて適切な情報発信を行うとともに、不適切な報道への対応を在外公館を通じて行う。

(カ) 輸出業者の貿易取引支援【経済産業省】

海外の輸入関連規制の迅速な把握、輸出業者への情報提供と、貿易相談対応による円滑な貿易取引・通関支援を行う。

(キ) 輸出業者が負担する検査費用の軽減【農林水産省】

農林水産物・食品に対する放射性物質の検査を受ける際に輸出業者が負担する費用の軽減を図る。

② 日本への観光に関するイメージの回復

(ア) 正確な情報発信による安全・安心な訪日旅行の回復【国土交通省、外務省】

(※前記(2)①関連)

海外における訪日旅行に対する受け止め方に関する分析を行う。その結果を基に正確な情報発信を行い、訪日旅行の本格的な再開に向け安全・安心なイメージの早期回復を図る。

(イ) 海外における風評被害の防止【外務省、国土交通省】

海外における日本への観光の安全性に関して放射線量のモニタリング結果の公表を含めて適切な情報発信を行い、不適切な報道への対応を在外公館を通じて行うとともに、過剰規制とならないよう外交ルートを通じ海外当局に働きかけを行う。

(ウ) 観光イベントへの支援強化【国土交通省、外務省】

震災の影響で観光客が減少している地域で開催される観光イベントの支援や国内外に向けた広報を行う。

③ 日本製品に関するイメージの回復

(ア) 海外における風評被害の防止【外務省、経済産業省】

海外における日本製品の安全性に関して放射線量のモニタリング結果の公表を含めて適切な情報発信を行うとともに、不適切な報道への対応を在外公館を通じて行う。

(イ) 輸出業者の貿易取引支援【経済産業省】

海外の輸入関連規制の迅速な把握、輸出業者への情報提供と、貿易相談対応による円滑な貿易取引・通関支援を行う。

(ウ) 輸出業者が負担する検査費用の軽減【経済産業省】

風評被害による物流の停滞を防ぎ貿易の円滑化を図るため、国が指定した検査機関が行う輸出品に対する放射線量検査の検査料を補助する。

④ 招へい・派遣・イベント招致を活用したイメージの回復

(ア) 海外メディア、影響力のある著名人の招へい【総務省、外務省、経済産業省、国土交通省】（※前記(2)⑤関連）

海外メディア、影響力のある著名人を招へいし、日本の復興について理解を深めてもらい、海外発信の強化を図る。

(イ) 海外事業者の招へい及び国内事業者の派遣【経済産業省、農林水産省、国土交通省】

海外の輸入業者や旅行業者の招へい、国内事業者の派遣を通じ、日本の食・製品、観光の安全性を説明して輸出促進や旅行者数の回復を図る。

(ウ) ビジネスイベント(MICE)の招致推進【国土交通省、外務省】

(※前記(2)④関連)

国際会議や展示会・見本市といったビジネスイベント(MICE: Meeting, Incentive Travel, Convention, Event/Exhibition)の招致を推進する際、被災地域への中期的な支援策として、被災地域・関係者の要望も踏まえつつ、被災地域の復興に配慮する。

4. クールジャパンの基盤を整備する。

東日本大震災により被害を受けたクールジャパン関連基盤の復旧・復興を速やかに進めていく。今後の復興に当たっては、被災地域の要望を踏まえながら、クールジャパンを活用した復興が重要となる。

加えて、クールジャパンのグローバル展開を進めるに当たり、分野によって諸外国の規制が障害となる場合がある。例えば、コンテンツ分野では、従来から一部の国で他国の映画や放送番組に関する数量規制やゲーム機の輸入規制などの障壁が引き続き存在しており、国として緩和・撤廃に向けた取組が不可欠である。

また、海外においては、在外公館を中心に、クールジャパンに関する取組をサポートする体制を強化する必要がある。

《主な施策》（取組内容の詳細は別表のとおり。【 】は主担当官庁。）

(1) クールジャパンに関する諸外国の規制の緩和・撤廃

○ 海外における日本発コンテンツや食に関する規制の緩和・撤廃【外務省】

アジアをはじめとする諸外国におけるコンテンツや食に関する規制の緩和・撤廃を強く働きかけ、実現する。

(2) 官民連携の推進

○ 在外公館を中心とする民間との連携の推進【外務省、経済産業省】

クールジャパンに関する民間の海外での活動の際に、在外公館を中心として、施設の提供や大使をはじめとする外交的なプレゼンスや現地ネットワークを活用した支援を行う。

(3) 地方公共団体との連携強化

○ 地方公共団体との連携強化【総務省、外務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省】

日本国内や海外で開催される各種イベントにおいて、地方自治体と連携して地域に根ざしたクールジャパンを発信する仕組みを確立する。

(4) 在外公館を中心とする関係機関の連携強化

○ 在外公館を中心に現地関係機関、民間企業が連携する「クールジャパン支援タスクフォース(仮称)」の設置【外務省】

現地ニーズを踏まえた海外展開を促進するため、重点国・都市を選定し、在外公館を中心に、現地関係機関（国際交流基金、日本貿易振興機構、国際観光振興機構を含む。）や民間が連携する「クールジャパン支援タスクフォース(仮称)」を創設し、各地でのクールジャパン展開を強化する（2011年6月～）。

(5) クールジャパンに関する人的ネットワークの構築

① 文化人・芸術家のネットワーク形成(「東アジア文化芸術会議」の開催)【文部科学省】

東アジア諸国の文化人・芸術家が一堂に会する会議を日本において開催し、人的ネットワークを構築するとともに東アジア諸国の文化交流を促進することを通じ、クールジャパンの発信のための基盤を強化する。

② 現地バイヤーとのネットワーク構築【経済産業省】

日本企業が現地ニーズをリアルタイムで把握することができるよう、現地バイヤー、産業界との交流を促進する。

③ 新進芸術家の海外研修【文部科学省】

我が国の将来の文化芸術の振興を担う人財を育成するため、各分野の若手芸術家に、海外で実践的な研修に従事する機会を提供し、研修費用の一部を支援する。

(6) クールジャパンに関する拠点の整備

○ クールジャパンに関する拠点の整備【経済産業省、農林水産省】

日本をアジアや世界におけるクリエイティブ分野の中核的な発信地とするため、クリエイティブ拠点を整備する。具体的には、首都東京のブランドを再確立するとともに、各地の食、観光、伝統工芸や地域産業といった地域リソースを活用したまちづくりを支援し、地域の特徴・魅力を最大限に活用したクリエイティブ拠点を整備する。

また、農林水産物・食品の輸出に当たって検疫条件を満たすための施設を整備する。

[以下、震災復興関連施策]

(7) クールジャパン関連基盤の復旧・復興

① 復旧に向けた支援

(ア) 中小企業対策【経済産業省】

東日本大震災に対応して抜本的に内容を強化した公的融資・保証により、中小企業の資金繰り対策を強化するとともに、被災した中小企業の施設復旧のための人材・資金面での支援を実施する。

(イ) 文化資源・観光資源の復旧・活用【文部科学省、国土交通省】

被災地域や周辺地域の伝統芸能を含む文化財、文化施設、社会教育施設をはじめとする文化資源・観光資源の速やかな復旧を図り、その活用を支援す

る。

(ウ) 被災地域における公共図書館の活用【文部科学省】

公共図書館の蔵書に含まれる医療・健康・生活に関する情報を権利者の協力を得て被災地域にFAXや電子メールで送信する効果的な情報提供、被災者の心のケアを図るための児童・高齢者への読み聞かせ、被災地域や避難所における移動図書館サービスの提供といった公共図書館の取組を促進する。

(エ) 情報通信基盤の復旧【総務省】

被災地域における携帯電話基地局、テレビジョン放送中継局、ブロードバンドサービス施設、ケーブルテレビ放送施設及び公共施設間を結ぶ地域公共ネットワーク施設をはじめとする情報通信基盤の速やかな復旧を図り、情報格差の是正を支援する。

② 復興に向けた支援

(ア) 被災地域の伝統工芸のブランド価値の再構築(「工芸ルネッサンス」運動)

【経済産業省】

被災地域の伝統工芸のブランド化や販路開拓をデザイナーや世界の有名ブランドが支援し、世界に売り込む。

(イ) 「コミュニティ再生・産業再生プラン」の策定、実施への支援【経済産業省】

被災地域におけるコミュニティ・産業の再生について、再生プランの公募、地域住民と域内外のデザイナーや建築家との協力による再生プランの策定及び当該プランの実現に向けた取組に対する支援を行う。

(ウ) 被災地域におけるクリエイティブ拠点の整備【経済産業省】(※前記(6)関連)

被災地域の要望を踏まえ、地域の特徴・魅力を最大限に活用したクリエイティブ拠点を整備する。

(エ) 被災地域におけるコンテンツ制作・流通実証実験の実施【総務省】

被災地域の要望を踏まえ、被災地域のコンテンツを支援する観点から、放送を含む世界最先端のデジタルネットワークを活用し、バーチャルリアリティや3D映像といった高度なコンテンツの制作・流通に関する実証実験を実施する。

(オ) クールジャパン関連施策実施の際の被災地域への配慮【総務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省】

クールジャパン関連施策を実施する際、被災地域の要望も踏まえ、被災地域の復興に資するよう配慮する。

※具体例：アーティスト・イン・レジデンス事業により、外国人の東北・関

東地方への滞在を促す。

(カ) **被災地域での雇用維持・促進【総務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省】**

中小企業支援、文化資源の復旧・活用、観光振興、被災地域でのクールジャパン推進拠点整備といったクールジャパン関連事業を通じて、被災地域における雇用の維持・促進を図る。

東日本大震災を踏まえたクールジャパン関連施策（再掲）

下記は、「クールジャパン推進に関するアクションプラン」のうち、東日本大震災を踏まえた施策を再掲したものである。

1. 直ちに着手する施策

(1) 日本の食に関するイメージの回復

① 国内の検査体制の強化【農林水産省】（※3(5)①(ア) [P.14]）

農林水産物・食品に対する放射性物質の検査を行うために必要な検査機器や検査体制の整備・充実を図る。

② 輸出に必要な証明書発行体制の構築【農林水産省】（※3(5)①(イ) [P.14]）

輸出先国との協議・調整の結果に基づき、産地証明書又は放射性物質の検査証明書を発行するため、電子メールや郵送といった手続も含めて利用者の利便に配慮した枠組みを構築する。

③ 海外当局による輸入制限措置に対する働きかけ【外務省、農林水産省】

（※3(5)①(ウ) [P.14]）

農林水産物・食品について、在外公館、在京大使館やWTOをはじめとした国際的な場を通じ、我が国の採った措置や検査結果を説明し、過剰規制とならないよう働きかける。

④ 輸出する農林水産物・食品への安全イメージの回復【農林水産省】

（※3(5)①(エ) [P.14]）

農林水産物・食品は国内措置により基準値を下回ったものしか流通していないことを含め、正確な情報を提供し、農林水産物・食品の安全イメージの回復を図る。

⑤ 海外における風評被害の防止【外務省、農林水産省】（※3(5)①(オ) [P.15]）

海外における農林水産物・食品の安全性に関して放射線量のモニタリング結果の公表を含めて適切な情報発信を行うとともに、不適切な報道への対応を在外公館を通じて行う。

⑥ 輸出業者の貿易取引支援【経済産業省】（※3(5)①(カ) [P.15]）

海外の輸入関連規制の迅速な把握、輸出業者への情報提供と、貿易相談対応による円滑な貿易取引・通関支援を行う。

⑦ 輸出業者が負担する検査費用の軽減【農林水産省】（※3(5)①(キ) [P.15])

農林水産物・食品に対する放射性物質の検査を受ける際に輸出業者が負担する費用の軽減を図る。

(2) 日本への観光に関するイメージの回復

① 正確な情報発信による安全・安心な訪日旅行の回復【国土交通省、外務省】

(※3(5)②(ア) [P.15])

海外における訪日旅行に対する受け止め方に関する分析を行う。その結果を基に正確な情報発信を行い、訪日旅行の本格的な再開に向け安全・安心なイメージの早期回復を図る。

② 海外における風評被害の防止【外務省、国土交通省】（※3(5)②(イ) [P.15])

海外における日本への観光の安全性に関して放射線量のモニタリング結果の公表を含めて適切な情報発信を行い、不適切な報道への対応を在外公館を通じて行うとともに、過剰規制とならないよう外交ルートを通じ海外当局に働きかけを行う。

(3) 震災復旧に向けたものづくり支援

① 中小企業対策【経済産業省】（※4(7)①(ア) [P.18])

東日本大震災に対応して抜本的に内容を強化した公的融資・保証により、中小企業の資金繰り対策を強化するとともに、被災した中小企業の施設復旧のための人材・資金面での支援を実施する。

② 海外における風評被害の防止【外務省、経済産業省】（※3(5)③(ア) [P.15])

海外における日本製品の安全性に関して放射線量のモニタリング結果の公表を含めて適切な情報発信を行うとともに、不適切な報道への対応を在外公館を通じて行う。

③ 輸出業者の貿易取引支援【経済産業省】（※3(5)③(イ) [P.15])

海外の輸入関連規制の迅速な把握、輸出業者への情報提供と、貿易相談対応による円滑な貿易取引・通関支援を行う。

④ 輸出業者が負担する検査費用の軽減【経済産業省】（※3(5)③(ウ) [P.16])

風評被害による物流の停滞を防ぎ貿易の円滑化を図るため、国が指定した検査機関が行う輸出品に対する放射線量検査の検査料を補助する。

(4) 文化資源・観光資源・情報通信基盤の復旧・活用

① 文化資源・観光資源の復旧・活用【文部科学省、国土交通省】

(※4(7)①(イ) [P.18])

被災地域や周辺地域の伝統芸能を含む文化財、文化施設、社会教育施設をはじめとする文化資源・観光資源の速やかな復旧を図り、その活用を支援する。

② 被災地域における公共図書館の活用【文部科学省】(※4(7)①(ウ) [P.19])

公共図書館の蔵書に含まれる医療・健康・生活に関する情報を権利者の協力を得て被災地域にFAXや電子メールで送信する効果的な情報提供、被災者の心のケアを図るための児童・高齢者への読み聞かせ、被災地域や避難所における移動図書館サービスの提供といった公共図書館の取組を促進する。

③ 情報通信基盤の復旧【総務省】(※4(7)①(エ) [P.19])

被災地域における携帯電話基地局、テレビジョン放送中継局、ブロードバンドサービス施設、ケーブルテレビ放送施設及び公共施設間を結ぶ地域公共ネットワーク施設をはじめとする情報通信基盤の速やかな復旧を図り、情報格差の是正を支援する。

2. 今後の復興に向けた施策

(1) 日本の復興についての情報発信

① 日本の復興キャンペーンの実施【内閣官房、経済産業省】(※2(6)① [P.9])

国内外のあらゆるメディアを活用して、クールジャパンによる日本の復興について情報発信する。具体的には、

- i 多言語ポータルサイトや、震災からの復興メッセージを盛り込んだロゴマークを作成して発信するほか、ソーシャルネットワークサービスを含む各種メディアを活用して日本の復興イメージを発信する。
- ii 国内においてクールジャパン推進による創造的復興に向けた意識を醸成するための情報発信を行う。

② 国内イベントを通じた発信強化

(ア) 国内イベントの被災地域での開催【総務省、文部科学省、経済産業省、国土交通省】(※2(6)②(ア) [P.9])

国内で開催されるクールジャパン関連イベントについて、被災地域・関係者の要望も踏まえつつ被災地域での開催に配慮する。

(イ) 国内イベントにおける日本の復興メッセージの発信【総務省、文部科学省、経済産業省、国土交通省】(※2(6)②(イ) [P.9])

国内で開催されるクールジャパン関連イベント・ビジネスイベントにおいて、日本の復興をテーマとして取り上げることも含め、復興メッセージを発信する。

※具体例:文明に関する有識者国際会議において復興関連のテーマを取り上げ。
東京国際映画祭、コ・フェスタ、「OECD/Japan セミナー 教育の質の
向上—PISA から見る. できる国・頑張る国—」において発信

③ 海外イベント・広報文化行事での日本復興の情報発信【外務省、総務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省】(※2(6)③ [P.10])

海外イベント・広報文化行事において、日本の復興メッセージを発信する。

※具体例:ジャパン・エキスポ(パリ)、周年事業(例、「日米桜寄贈100周年事業」)、メディア芸術祭海外展、日中映像交流事業(「映画、テレビ週間」「アニメ・フェスティバル」)開幕行事(北京、上海)において発信

④ 様々な機会・手段を活用した発信

(ア) 文化交流使を活用した情報発信【文部科学省】(※2(6)④(ア) [P.10])

海外に派遣した文化交流使を通じ、日本の復興について情報発信する。

(イ) 「クリエイティブ・ディレクター」や「アンバサダー」を活用した情報発信【経済産業省】(※2(6)④(イ) [P.10])

「クリエイティブ・ディレクター」や「アンバサダー」を通じ、日本の復興について情報発信する。

(ウ) 海外メディア、影響力のある著名人の招へい【総務省、外務省、経済産業省、国土交通省】(※3(5)④(ウ) [P.16])

海外メディア、影響力のある著名人を招へいし、日本の復興について理解を深めてもらい、海外発信の強化を図る。

(エ) 教職員交流・留学生を通じた発信【外務省、文部科学省】

(※2(6)④(エ) [P.10])

教職員招へいプログラムにより来日した海外の教職員や日本から派遣する教職員、留学生を通じ、日本の復興について情報発信する。

(オ) 海外事業者の招へい及び国内事業者の派遣【経済産業省、農林水産省、国土交通省】(※3(5)④(オ) [P.16])

海外の輸入業者や旅行業者の招へい、国内事業者の派遣を通じ、日本の食・製品、観光の安全性を説明して輸出促進や旅行者数の回復を図る。

(カ) 震災・防災に関する国際会議を活用した発信【文部科学省】

(※2(6)④(カ) [P.10])

震災・防災に関する国際会議を国内で開催し、日本の復興について情報発信

する。

(キ) 海外見本市・展示会におけるイメージの増進【農林水産省、経済産業省】

(※2(6)④(オ) [P.10])

国別・品目別の市場分析を行い、それに基づき、海外の見本市・展示会において日本食や農林水産物・食品、日本製品の魅力をアピールすることにより、イメージの増進を図る。

(ク) 海外の旅行博やメディアを活用した情報発信【国土交通省、外務省】

(※2(6)④(カ) [P.10])

海外で開催される旅行博に日本の観光に関するブースを出展するほか、海外のテレビ・新聞や在外公館を通じ、現地消費者、旅行代理店、メディアに対して日本の正確な情報を発信する。

(ケ) クールジャパン関連コンテンツによる海外発信強化【総務省、外務省、文部科学省、経済産業省】(※2(6)④(キ) [P.10])

日本の伝統文化や様々なコンテンツ(例：アニメ、映画)を日本の復興イメージに資する形で発信する。特に、地域の魅力や震災からの復興を伝える地域コンテンツを、海外放送局との共同製作やソーシャルメディアを含むインターネットと放送との組合せにより発信する。

(コ) 文化芸術に関するアーカイブ及び展示・公開への支援【文部科学省】

(※2(6)④(ク) [P.11])

文化芸術に関する資料の収集・保存や、展示・公開など復興に向けた国内外への発信を支援する。

(2) 被災地域の復興・再生

① クールジャパン関連施策実施の際の被災地域への配慮【総務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省】(※4(7)②(オ) [P.19])

クールジャパン関連施策を実施する際、被災地域の要望も踏まえ、被災地域の復興に資するよう配慮する。

※具体例：アーティスト・イン・レジデンス事業により、外国人の東北・関東地方への滞在を促す。

② ビジネスイベント(MICE)の招致推進【国土交通省、外務省】

(※3(5)④(ウ) [P.16])

国際会議や展示会・見本市といったビジネスイベント(MICE: Meeting, Incentive Travel, Convention, Event/Exhibition)の招致を推進する際、被災地域への中期的な支援策として、被災地域・関係者の要望も踏まえつつ、被災地

域の復興に配慮する。

③ 被災地域の伝統工芸のブランド価値の再構築(「工芸ルネッサンス」運動)【経済産業省】(※4(7)②(ア) [P.19])

被災地域の伝統工芸のブランド化や販路開拓をデザイナーや世界の有名ブランドが支援し、世界に売り込む。

④ 「コミュニティ再生・産業再生プラン」の策定、実施への支援【経済産業省】

(※4(7)②(イ) [P.19])

被災地域におけるコミュニティ・産業の再生について、再生プランの公募、地域住民と域内外のデザイナーや建築家との協力による再生プランの策定及び当該プランの実現に向けた取組に対する支援を行う。

⑤ 被災地域におけるクリエイティブ拠点の整備【経済産業省】

(※4(7)②(ウ) [P.19])

被災地域の要望を踏まえ、地域の特徴・魅力を最大限に活用したクリエイティブ拠点を整備する。

⑥ 被災地域におけるコンテンツ制作・流通実証実験の実施【総務省】

(※4(7)②(エ) [P.19])

被災地域の要望を踏まえ、被災地域のコンテンツを支援する観点から、放送を含む世界最先端のデジタルネットワークを活用し、バーチャルリアリティや3D映像といった高度なコンテンツの制作・流通に関する実証実験を実施する。

⑦ 被災地域での雇用維持・促進【総務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省】(※4(7)②(カ) [P.20])

中小企業支援、文化資源の復旧・活用、観光振興、被災地域でのクールジャパン推進拠点整備といったクールジャパン関連事業を通じて、被災地域における雇用の維持・促進を図る。

⑧ 観光イベントへの支援強化【国土交通省、外務省】(※3(5)②(ウ) [P.15])

震災の影響で観光客が減少している地域で開催される観光イベントの支援や国内外に向けた広報を行う。

別 表

(取組内容の詳細)

以下の表は、クールジャパンに関する関係府省の具体的な施策を記載したものであるが、関係施策はこれに限られるものではない。関係府省は、掲載のない施策についても、積極的に参加協力し、クールジャパンの推進を図るものとする。

1. クールジャパンを発掘・創造する。

(1) 映像コンテンツの製作強化

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
① 日本の強みを活かしたコンテンツの映像製作	
(ア) 地域コンテンツ製作【総務省】 取組内容: 3Dをはじめとする高い技術力や多様な地域の魅力など日本の強みを活かした、クールジャパン映像を製作し、海外放送局、インターネット、イベントを通じてグローバルに発信する。平成 23 年度内に、日本の強みを活かしたコンテンツ 10 本以上によりクールジャパンを発信する。	【経済産業省】 ・3D 映像製作技術の普及及び人財育成を実施する。 【国土交通省】 ・旅行博においてコンテンツを放映する。
(イ) 日本のプロモーション映像製作【外務省】 取組内容: クールジャパン 6 分野(ポップカルチャー、工芸工業デザイン、食文化、科学技術・産業、建築・構造物、総合編)の映像資料を、11 言語で製作の上、100 か国以上で放映する。(2011 年 4 月～)	【国土交通省】 ・旅行博においてコンテンツを放映する。
(ウ) 若手有望クリエイターの製作に対する支援【経済産業省】 取組内容: 若手有望クリエイター発掘事業において、若手クリエイターの創作能力を表現する短編映像製作を支援する。	
② 国際共同製作の推進【経済産業省】	
取組内容: 国際共同製作への支援を行うとともに、アジア諸国をはじめとする諸外国との国際共同製作を推進する枠組みを構築する。	【外務省】 ・諸外国の国際共同製作協定に係る制度について情報収集を行いつつ、協定の締結を含め、枠組み作りを支援する。
	【総務省】 ・地域の放送局や番組制作会社と海外の放送局との共同製作を支援する。 〔平成 23 年度予算:92 百万円〕
	【文部科学省】 ・国際共同製作に係る費用を一部支援する。 〔平成 23 年度予算:200 百万円〕

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
	【国土交通省】 ・訪日旅行促進に資する映像作品について、シナリオ作成・撮影に係る費用を一部支援する。
③ デジタル・アーカイブの構築・連携推進	
(ア) メディア芸術のデジタル・アーカイブ 【文部科学省】 取組内容: 我が国のメディア芸術作品の保存及び利用を促進するため、作品の所在情報などのデータベースを整備し、アーカイブ間の連携を推進するとともに、デジタル・アーカイブ化に関する検証を行う。 〔平成 23 年度予算:228 百万円〕	
(イ) 知的資産のデジタル・アーカイブの構築・連携【総務省】 取組内容: 国内に眠っている公共的な知的資産(図書・出版物、公文書、美術品・博物館、歴史資料)の総デジタル化を進め、インターネット上で電子情報として共有・利用できる仕組み(=デジタル・アーカイブ)の構築に向けて、「知のデジタル・アーカイブに関する研究会」を開催し、デジタル・アーカイブの構築・連携を推進する。 〔平成 23 年度予算:36 百万円〕	

(2) 対象国のニーズに即した展開戦略の策定

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
○ 特定分野に関する発掘及び海外展開についての戦略策定【経済産業省】 取組内容: コンテンツ、ファッション、食、すまい、観光、地域産品を効果的に組み合わせ、各国のニーズに基づくグローバルな展開戦略を平成 23 年 5 月に策定し、推進する。 〔平成 23 年度予算:1,004 百万円〕	【総務省】 ・地方の放送局や番組制作会社などが製作した地域の観光資源や産品を紹介するコンテンツ(地域コンテンツ)について海外の放送局との共同製作を支援する。 【外務省】 ・専門家を大使館に派遣し、セミナーなどのイベントを実施する。 【文部科学省】 ・日本文化を紹介するコンテンツを提供する。 【農林水産省】 ・農林水産物・食品と各種コンテンツを組み合わせ、国際見本市を活用した取組を実施する。 ・海外展開に取り組もうとしている企業と日系

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
	<p data-bbox="826 197 1444 275">食品関連企業(食品製造業、外食事業者、流通業者)の連携を推進する。</p> <p data-bbox="826 282 1007 315">【国土交通省】</p> <ul data-bbox="826 322 1278 353" style="list-style-type: none"> ・訪日旅行のプロモーションを行う。

2. クールジャパンをグローバルに発信する。

(1) 国内のクールジャパン関連イベントの強化

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>① コ・フェスタの機能強化と海外発信【経済産業省】</p> <p>取組内容: ジャパン・ファッション・ウィークやデザイナーズ・ウィークその他のクールジャパン関連イベントを集中的に開催するほか、イベントを活用したコンテンツの海外展開を推進するなど発信力強化を図る。 [平成 23 年度予算:864 百万円]</p> <p>・ 東京国際映画祭の強化【経済産業省】</p> <p>取組内容: 東京国際映画祭及び併設マーケットの海外への発信力を強化する。</p>	<p>【内閣官房】 ・政府広報による情報発信を行う。</p> <p>【総務省】 ・国際ドラマフェスティバルを支援する。</p> <p>【外務省】 ・在外公館を通じて広報面で支援する。</p> <p>【文部科学省】 ・東アジア文化芸術会議と連携する。</p> <p>【国土交通省】 ・観光情報の発信を行う。</p> <p>【文部科学省】 ・国際芸術フェスティバル支援事業により支援する。 [平成 23 年度予算:100 百万円]</p>
<p>② メディア芸術祭の機能強化と海外発信【文部科学省】</p> <p>取組内容: 質の高いメディア芸術作品を発信するフェスティバルとして一層の充実を図るとともに、関連イベントや海外フェスティバルとの連携強化により、国際的認知を高める。また、海外展をドイツ(ドルトムント)で 2011 年 9～10 月に実施する。 [平成 23 年度予算:553 百万円]</p>	<p>【内閣官房】 ・政府広報による情報発信を行う。</p> <p>【外務省】 ・在外公館を通じて広報面で支援する。</p> <p>【国土交通省】 ・観光情報の発信を行う。</p>

(2) 国際的なイベントを活用したクールジャパンの発信

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>① 周年事業・大型国際イベントを活用したクールジャパン発信</p> <p>(ア) ジャナドリヤ祭におけるクールジャパンの発信【外務省】</p> <p>取組内容: サウジアラビアにおける唯一最大の文化祭典「ジャナドリヤ祭」(2011 年 4 月)への日本館出展の機会を通じ、日本の伝統文化・現代生活様式・先端技術を総合的に紹介し、サウジアラビアのみならず周辺中東諸国地域も含め、クールジャパンを発信する。</p>	<p>【内閣官房】 ・「Highlighting Japan」(アラビア語版)を配布する。</p> <p>【総務省】 ・地域コンテンツを提供する。</p> <p>【外務省】 ・和太鼓、武道など多様な日本文化を紹介する。</p> <p>【農林水産省】 ・日本食・食品の紹介を行う。</p> <p>【経済産業省】 ・「暮らしの中の創造力～現代日本のヒト・モノ・コト～」というテーマで現代の日本人の多彩なライフシーンを最新のデザイン製品と共に紹</p>

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
	<p>介する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・映像を用いてクールジャパン関連情報を紹介する。 <p>【国土交通省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・訪日旅行のプロモーションを行う。
<p>(イ) 日米桜寄贈 100 周年(2012 年周年事業)でのクールジャパン発信【外務省】</p> <p>取組内容:</p> <p>2012 年は日本から米国に桜を寄贈、植樹してから 100 年に当たり、この節目に日米交流の重要性を確認すべく、対日理解増進のための行事を行う。</p>	<p>【内閣官房】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・政府広報による情報発信を行う。 <p>【総務省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域コンテンツを提供する。 <p>【外務省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際交流基金を通じ、日本美術展関連シンポジウムへの協力、公演関係の主催事業、公演関係の助成事業を行う。 <p>【文部科学省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・文化芸能関係の著名人・団体の派遣や日本文化を紹介するコンテンツを提供する。 <p>【農林水産省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本食・食品の紹介を行う。 <p>【経済産業省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツや関心のある日本企業を紹介する。 ・クールジャパンに関する製品展示を行う。 <p>【国土交通省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・訪日旅行のプロモーションを行う。
<p>(ウ) 日独交流 150 周年(2011 年周年事業)でのクールジャパン発信【外務省】</p> <p>取組内容:</p> <p>文化・コンテンツ・観光を含むクールジャパン発信事業を行う。</p>	<p>【内閣官房】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・政府広報による情報発信を行う。 <p>【総務省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域コンテンツを提供する。 <p>【外務省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各種文化事業を実施する。 <p>【文部科学省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・メディア芸術祭海外展をドルトムントで開催する(2011 年 9~10 月)。 ・文化芸能関係の著名人・団体の派遣や日本文化を紹介するコンテンツを提供する。 <p>【農林水産省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本食・食品の紹介を行う。 <p>【経済産業省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クールジャパンに関する製品展示を行う。 <p>【国土交通省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビジット・ジャパンのキャンペーンサイトを活用してPRする。 ・キャンペーンサイトにおいて「日独交流 150 周年ロゴ」を掲載する。

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>(エ) 日本・クウェート国交樹立 50 周年(2011 年周年事業)でのクールジャパン発信【外務省】</p> <p>取組内容: 文化・コンテンツ・観光を含むクールジャパン発信事業を行う。</p>	<p>【内閣官房】 ・政府広報による情報発信を行う。</p> <p>【総務省】 ・地域コンテンツを提供する。</p> <p>【外務省】 ・各種文化事業を実施する。</p> <p>【文部科学省】 ・文化芸能関係の著名人・団体の派遣や日本文化を紹介するコンテンツを提供する。</p> <p>【農林水産省】 ・日本食・食品の紹介を行う。</p> <p>【経済産業省】 ・伝統工芸品の即売会を実施する。</p> <p>【国土交通省】 ・観光パンフレット、グッズの提供を行う。</p>
<p>(オ) 日本バルト三国新たな外交関係開設 20 周年(2011 年周年事業)でのクールジャパン発信【外務省】</p> <p>取組内容: 文化・コンテンツ・観光を含むクールジャパン発信事業を行う。</p>	<p>【内閣官房】 ・政府広報による情報発信を行う。</p> <p>【総務省】 ・地域コンテンツを提供する。</p> <p>【外務省】 ・各種文化事業を実施する。</p> <p>【文部科学省】 ・文化芸能関係の著名人・団体の派遣や日本文化を紹介するコンテンツを提供する。</p> <p>【農林水産省】 ・日本食・食品の紹介を行う。</p> <p>【経済産業省】 ・クールジャパンに関する製品展示を行う。</p> <p>【国土交通省】 ・観光パンフレット、グッズの提供を行う。</p>
<p>(カ) 日イスラエル外交関係樹立 60 周年(2012 年周年事業)でのクールジャパン発信【外務省】</p> <p>取組内容: 文化・コンテンツ・観光を含むクールジャパン発信事業を行う。</p>	<p>【内閣官房】 ・政府広報による情報発信を行う。</p> <p>【総務省】 ・地域コンテンツを提供する。</p> <p>【外務省】 ・各種文化事業を実施する。</p> <p>【文部科学省】 ・文化芸能関係の著名人・団体の派遣や日本文化を紹介するコンテンツを提供する。</p> <p>【農林水産省】 ・日本食・食品の紹介を行う。</p> <p>【経済産業省】 ・クールジャパンに関する製品展示を行う。</p> <p>【国土交通省】 ・観光パンフレット、グッズの提供を行う。</p>

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>(キ) 日アルジェリア外交関係樹立 50 周年 (2012 年周年事業)でのクールジャパン発信【外務省】</p> <p>取組内容: 文化・コンテンツ・観光を含むクールジャパン発信事業を行う。</p>	<p>【内閣官房】 ・政府広報による情報発信を行う。</p> <p>【総務省】 ・地域コンテンツを提供する。</p> <p>【外務省】 ・各種文化事業を実施する。</p> <p>【文部科学省】 ・文化芸能関係の著名人・団体の派遣や日本文化を紹介するコンテンツを提供する。</p> <p>【農林水産省】 ・日本食・食品の紹介を行う。</p> <p>【経済産業省】 ・クールジャパンに関する製品展示を行う。</p> <p>【国土交通省】 ・観光パンフレット、グッズの提供を行う。</p>
<p>(ク) 日中国交正常化 40 周年(2012 年周年事業)でのクールジャパン発信【外務省】</p> <p>取組内容: 文化・コンテンツ・観光を含むクールジャパン発信事業を行う。</p>	<p>【内閣官房】 ・政府広報による情報発信を行う。</p> <p>【総務省】 ・地域コンテンツを提供する。</p> <p>【外務省】 ・各種文化事業を実施する。</p> <p>【文部科学省】 ・文化芸能関係の著名人・団体の派遣や日本文化を紹介するコンテンツを提供する。</p> <p>【農林水産省】 ・日本食・食品の紹介を行う。</p> <p>【経済産業省】 ・クールジャパンに関する製品展示を行う。</p>
<p>(ケ) 日本・東ティモール外交関係樹立 10 周年(2012 年周年事業)でのクールジャパン発信【外務省】</p> <p>取組内容: 文化・コンテンツ・観光を含むクールジャパン発信事業を行う。</p>	<p>【内閣官房】 ・政府広報による情報発信を行う。</p> <p>【総務省】 ・地域コンテンツを提供する。</p> <p>【外務省】 ・各種文化事業を実施する。</p> <p>【文部科学省】 ・文化芸能関係の著名人・団体の派遣や日本文化を紹介するコンテンツを提供する。</p> <p>【農林水産省】 ・日本食・食品の紹介を行う。</p> <p>【経済産業省】 ・クールジャパンに関する製品展示を行う。</p> <p>【国土交通省】 ・観光パンフレット、グッズの提供を行う。</p>

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>② ロンドンオリンピックを活用したクールジャパンの発信【文部科学省】</p> <p>取組内容: ロンドンオリンピックの会場、日本選手団の活動拠点(ジャパンハウス)において、日本食・食品をはじめとする日本の紹介を行い、クールジャパンを発信する。(2012年7月～8月)</p>	<p>【農林水産省】 ・日本食・食品の紹介を行う。</p> <p>【内閣官房、総務省、文部科学省、経済産業省、国土交通省】 ・引き続き検討を行い、クールジャパン発信に貢献する。</p>
<p>③ 世界経済フォーラム(ダボス会議)を活用した発信【内閣官房】</p> <p>取組内容: 世界経済フォーラム(ダボス会議)を活用し日本文化紹介をはじめとするクールジャパンの発信を行う。(例年1月)</p>	<p>【内閣官房】 ・政府広報による情報発信を行う。</p> <p>【総務省】 ・地域コンテンツを提供する。</p> <p>【外務省】 ・日本紹介ビデオを提供する。 ・在外公館を通じて広報面で支援する。</p> <p>【文部科学省】 ・文化芸能関係の著名人・団体の派遣や日本文化を紹介するコンテンツを提供する。</p> <p>【農林水産省】 ・日本食・食品の紹介を行う。</p> <p>【経済産業省】 ・クールジャパンに関する製品展示を行う。</p> <p>【国土交通省】 ・観光情報の発信を行う。</p>
<p>④ 「Japan Expo」を含む海外のイベントを活用した発信【外務省】</p> <p>取組内容: パリで開催される「Japan Expo」(例年7月)を含む海外のイベントの機会を活用し、コンテンツ、ファッション、食、観光をはじめとする日本の魅力を、関係府省が連携して、総合的に発信する。</p>	<p>【内閣官房】 ・政府広報による情報発信を行う。</p> <p>【総務省】 ・地域コンテンツを提供する。</p> <p>【外務省】 ・日本文化紹介事業を実施する。</p> <p>【文部科学省】 ・文化芸能関係の著名人・団体の派遣や日本文化を紹介するコンテンツを提供する。</p> <p>【農林水産省】 ・日本食・食品の紹介を行う。</p> <p>【経済産業省】 ・パリにおけるクールジャパン関連イベントの一体的な広報を実施する。</p> <p>【国土交通省】 ・観光情報の発信を行う。</p>
<p>⑤ 日中間での「映画、テレビ週間」、「アニメ・フェスティバル」の開催【外務省、経済産業省】</p>	<p>【総務省】 ・日本の放送業界と連携する。</p> <p>【文部科学省】 ・文化芸能関係の著名人・団体の派遣や日本文化を紹介するコンテンツを提供する。</p>

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
取組内容: 2011年に日中映像交流事業(「映画、テレビ週間」、「アニメ・フェスティバル」)を日中両国で開催する。	【国土交通省】 ・観光情報の発信を行う。
⑥ クールジャパン関連イベントにおける関係府省の連携の促進【内閣官房】	【内閣官房】 ・政府広報による情報発信を行う。
取組内容: クールジャパン関連イベントの開催状況について情報収集を行い、イベントカレンダーを作成・提供する。クールジャパンに関連する国内外のイベントに関係府省が連携して取り組むため、各府省が提供する展示物や日本のプロモーション映像といった各府省が提供できるメニューを作成して提供する。	【総務省】 ・地域コンテンツを提供する。
	【外務省】 ・在外公館を通じて広報面で支援する。
	【文部科学省】 ・日本文化を紹介するコンテンツを提供する。
	【農林水産省】 ・日本食・食品の紹介を行う。
	【経済産業省】 ・クールジャパンに関する製品展示を行う。
	【国土交通省】 ・観光情報の発信を行う。

(3) クールジャパンのイメージ戦略

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
① 共通ロゴマークによる統一的な発信【内閣官房、経済産業省】	【外務省】 ・周年事業での「ロゴ」作成のノウハウを提供する。
取組内容: クールジャパンをイメージしたロゴマークを作成し、共通的に使用することで、統一イメージによる発信を行う。	【国土交通省】 ・ビジット・ジャパンのキャンペーンサイトでロゴマークを掲載する。
	【総務省、外務省、文部科学省、農林水産省、国土交通省】 ・ロゴマークの普及を促進する。
② クールジャパンのポータルサイトによる多言語発信の強化【内閣官房、経済産業省】	【外務省】 ・日本事情を海外に発信するサイトとポータルサイトを連携させる。
取組内容: クールジャパンに関するポータルサイトにより多言語で情報を発信する。	【国土交通省】 ・ビジット・ジャパンのキャンペーンサイトとの相互リンクを実施する。
	【総務省、外務省、文部科学省、農林水産省、国土交通省】 ・関係府省のクールジャパン関連ホームページとの連携を図るとともに、関係団体にポータルサイトを広く周知する。
③ ネット上の新しい広報手段を活用した発信	【国土交通省】 ・ソーシャルネットワーキングサービスを通じた観光情報の発信を行う。
取組内容:	【内閣官房、総務省、外務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省】

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>ソーシャルネットワーキングサービスをはじめとする新しい広報手段を活用した発信を行う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい広報手段を活用してクールジャパンを発信する。
<p>④ 文明に関する有識者国際会議の日本開催【文部科学省】</p> <p>取組内容: 世界的な有識者により、文明に関する意見交換を行う国際会議を日本において開催し、世界に向けて新たな価値を発信する(2012年2月頃)。</p>	<p>【外務省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・参加者の人選に係る情報収集・提供に協力する。 ・在外公館を通じて広報面で支援する。
<p>⑤ 対日世論調査でのクールジャパン浸透度に係る調査【外務省】</p> <p>取組内容: 対日世論調査において、日本文化を含むクールジャパンに関連する質問項目を盛り込み、対象国の動向を把握する。</p>	

(4) 多様なメディアを活用した発信

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>① 国際放送の強化【総務省】</p> <p>取組内容: クールジャパンの対外情報発信の強化を図るため、各国・地域の衛星放送やケーブルテレビなどを通じた国際放送の普及に向けた取組を支援する。</p>	<p>【外務省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・NHKワールドを各国で紹介して視聴者数の増加のための支援を行う。
<p>② 映像や放送番組の海外展開の促進【総務省、文部科学省】</p> <p>取組内容: 放送番組を含む映像コンテンツの海外展開を促進するため、官民が連携するコンソーシアムを設置するとともに、現地語対応も含め、民間による海外発信のための取組を支援する。また、権利処理を円滑化するため、ガイドラインの策定を含む検討の場を設置し、必要な措置を講ずる。</p>	<p>【外務省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・文化交流事業の一環として、現地 TV 局の希望に応じて日本の TV 番組を提供する。
<p>③ 国際線での情報提供</p> <p>取組内容: 我が国発着の国際航空路線へのクールジャパンに関する映像の提供を進める。</p>	<p>【農林水産省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本食・食材を紹介するコンテンツを提供する。 ・航空会社への映像提供に係るノウハウを提供する。 <p>【内閣官房、総務省、外務省、文部科学省、経済産業省、国土交通省】</p>

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
	・クールジャパンに関する映像の提供について検討する。
<p>④ コンテンツを活用したクールジャパンの発信強化【経済産業省】</p> <p>取組内容: 影響力が大きい映画・ドラマ・ゲームを活用し、作品中にファッションや食といったクールジャパンを登場させるよう民間の取組を促す。</p>	
<p>⑤ 映像・ポスターによるクールジャパンの発信【外務省】</p> <p>取組内容: クールジャパン関連映像及びポスターを作成し、各在外公館に配布する。現地で開催されるクールジャパン関連イベントや、現地放送局での放映、ポスターの掲示を通じて、クールジャパンをPRする。</p>	
<p>⑥ クールジャパンの発信と連携した訪日観光促進【国土交通省】</p> <p>取組内容: 対象 15 市場で実施しているビジット・ジャパン事業において、キャンペーンサイトや旅行博、ソーシャルネットワーキングサービスを通じて、クールジャパンと連携したプロモーションを展開する。</p> <p>〔 ※対象 15 市場 韓国、台湾、中国、香港、タイ、シンガポール、豪州、米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、マレーシア、インド、ロシア 〕</p>	<p>【総務省】</p> <p>・地域コンテンツを活用した情報発信を行う。</p>

(5) 様々な機会を活用した発信

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>① 文化交流使を通じた日本の魅力の発信【文部科学省】</p> <p>取組内容: 我が国の第一線で活躍する文化人を「文化交流使」として外国に派遣し、現地における日本文化に関する講演、ワークショップ、実演とともに、国際的なイベントとの効果的な連携を通じて日本の魅力を発信する。 〔平成 23 年度予算:83 百万円〕</p>	

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>② 「クリエイティブ・ディレクター」や「アンバサダー」による戦略的な情報発信【経済産業省】</p> <p>取組内容: クールジャパンに関するコミュニケーション戦略を担う「クリエイティブ・ディレクター」を設置するとともに、海外においてクールジャパンを発信する人財(「アンバサダー」)をネットワーク化し、戦略的な情報発信を行う。</p>	
<p>③ 日本の文化財や映画を活用した海外交流</p> <p>(ア) 文化財海外交流展の開催【文部科学省】</p> <p>取組内容: 我が国の文化財を外国に紹介し、日本の歴史や文化に対する理解を深め、国際文化交流を推進するため、海外で国宝・重要文化財を含む日本古美術展を開催する。 〔平成 23 年度予算:64 百万円〕</p>	
<p>(イ) アジアにおける日本映画特集上映事業【文部科学省】</p> <p>取組内容: アジア各国において、ニーズを踏まえ、日本映画の特集上映を実施する。 〔平成 23 年度予算:58 百万円〕</p>	
<p>④ 在外公館による関連事業の実施</p> <p>(ア) クールジャパン関連発信事業【外務省】</p> <p>取組内容: 重要拠点国・地域において、在外公館でクールジャパン関連分野の専門家によるセミナーや講演を実施し、日本企業のビジネス展開に繋げる。 〔平成 23 年度予算:18 百万円〕</p>	
<p>(イ) 在外公館文化事業【外務省】</p> <p>取組内容: 対日理解の促進や親日層の形成を目的とし、外交活動の一環として日本文化紹介事業を行う。 〔平成 23 年度予算:232 百万円〕</p>	
<p>⑤ メディア芸術情報拠点・コンソーシアムの構築【文部科学省】</p>	

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>取組内容: メディア芸術に関する情報収集・発信や国内外の関連施設、大学などの高等教育機関、関係業界・企業、関係府省との連携拠点となる「メディア芸術情報拠点・コンソーシアム」の構築を推進し、シンポジウムの開催をはじめとする連携促進事業を推進する。 〔平成 23 年度予算:217 百万円〕</p>	

(6) 日本の復興についての情報発信

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>① 日本の復興キャンペーンの実施【内閣官房、経済産業省】（※前記(3)①②関連）</p> <p>取組内容: 国内外のあらゆるメディアを活用して、クールジャパンによる日本の復興について情報発信する。具体的には、</p> <ul style="list-style-type: none"> i 多言語ポータルサイトや、震災からの復興メッセージを盛り込んだロゴマークを作成して発信するほか、ソーシャルネットワークワーキングサービスを含む各種メディアを活用して日本の復興イメージを発信する。 ii 国内においてクールジャパン推進による創造的復興に向けた意識を醸成するための情報発信を行う。 	
<p>② 国内イベントを通じた発信強化</p>	
<p>(ア) 国内イベントの被災地域での開催【総務省、文部科学省、経済産業省、国土交通省】(※前記(1)関連)</p> <p>取組内容: 国内で開催されるクールジャパン関連イベントについて、被災地域・関係者の要望も踏まえつつ被災地域での開催に配慮する。</p>	
<p>(イ) 国内イベントにおける日本の復興メッセージの発信【総務省、文部科学省、経済産業省、国土交通省】(※前記(1)関連)</p> <p>取組内容: 国内で開催されるクールジャパン関連イベント・ビジネスイベントにおいて、日本の復興をテーマとして取り上げることも含め、復</p>	

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
興メッセージを発信する。	
<p>③ 海外イベント・広報文化行事での日本復興の情報発信【外務省、総務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省】(※前記(2)関連)</p> <p>取組内容: 海外イベント・広報文化行事において、日本の復興メッセージを発信する。</p>	
④ 様々な機会・手段を活用した発信	
<p>(ア) 文化交流使を活用した情報発信【文部科学省】(※前記(5)①関連)</p> <p>取組内容: 海外に派遣した文化交流使を通じ、日本の復興について情報発信する。</p>	
<p>(イ) 「クリエイティブ・ディレクター」や「アンバサダー」を活用した情報発信【経済産業省】(※前記(5)②関連)</p> <p>取組内容: 「クリエイティブ・ディレクター」や「アンバサダー」を通じ、日本の復興について情報発信する。</p>	
<p>(ウ) 教職員交流・留学生を通じた発信【外務省、文部科学省】</p> <p>取組内容: 教職員招へいプログラムにより来日した海外の教職員や日本から派遣する教職員、留学生を通じ、日本の復興について情報発信する。</p>	
<p>(エ) 震災・防災に関する国際会議を活用した発信【文部科学省】</p> <p>取組内容: 震災・防災に関する国際会議を国内で開催し、日本の復興について情報発信する。</p>	
<p>(オ) 海外見本市・展示会におけるイメージの増進【農林水産省、経済産業省】</p> <p>取組内容: 国別・品目別の市場分析を行い、それに基づき、海外の見本市・展示会において日本食や農林水産物・食品、日本製品の魅力</p>	

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
をアピールすることにより、イメージの増進を図る。	
<p>(カ) 海外の旅行博やメディアを活用した情報発信【国土交通省、外務省】</p> <p>取組内容: 海外で開催される旅行博に日本の観光に関するブースを出展するほか、海外のテレビ・新聞や在外公館を通じ、現地消費者、旅行代理店、メディアに対して日本の正確な情報を発信する。</p>	
<p>(キ) クールジャパン関連コンテンツによる海外発信強化【総務省、外務省、文部科学省、経済産業省】</p> <p>取組内容: 日本の伝統文化や様々なコンテンツ(例:アニメ、映画)を日本の復興イメージに資する形で発信する。特に、地域の魅力や震災からの復興を伝える地域コンテンツを、海外放送局との共同製作やソーシャルメディアを含むインターネットと放送との組合せにより発信する。</p>	
<p>(ク) 文化芸術に関するアーカイブ及び展示・公開への支援【文部科学省】</p> <p>取組内容: 文化芸術に関する資料の収集・保存や、展示・公開など復興に向けた国内外への発信を支援する。</p>	

3. クールジャパンの人気を拡大させる。

(1) 「クールジャパン大賞(仮称)」による顕彰

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>○ 「クールジャパン大賞(仮称)」による顕彰【経済産業省】</p> <p>取組内容: クールジャパンの取組のうち、特に優れたものやクールジャパン推進に顕著な功績を残した人物・団体を顕彰することを通じて、クールジャパンの人気の拡大を図る。</p>	<p>【総務省】 ・受賞作品映像をイベントで紹介する。</p>
	<p>【外務省】 ・受賞作品、産品などをPRする。</p>
	<p>【文部科学省】 ・受賞者を文化イベントで紹介する。</p>
	<p>【農林水産省】 ・大賞となった食材の輸出を促進する。</p>
	<p>【国土交通省】 ・大賞となった作品・産品について、訪日旅行プロモーションにおいて活用する。</p>

(2) クールジャパンのリピーターの拡大

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>① クールジャパンをテーマとした訪日旅行ルートの開発推進【国土交通省】</p> <p>取組内容: 日本のファンとなる観光客やビジネス客が増加するよう、国際見本市とも連携させながらクールジャパンをテーマとした訪日旅行ルートを開発を推進する。</p>	<p>【文部科学省】 ・日本文化を紹介するコンテンツを提供する。</p>
	<p>【農林水産省】 ・訪日外国人によるグリーン・ツーリズムを対象とした旅行商品の開発支援を行う。</p>
	<p>【経済産業省】 ・クールジャパンイベントに関連した旅行商品の情報を提供する。</p>
<p>② 日本各地におけるクールジャパンの発信拠点形成【文部科学省】</p> <p>取組内容: アーティスト・イン・レジデンスなど、各地域において取り組まれている特色ある国際文化交流事業を総合的に支援することによりクールジャパンの発信拠点形成を図る。 [平成 23 年度予算:161 百万円]</p>	<p>【外務省】 ・在外公館を通じて広報面で支援する。 ・関連事業に係る情報収集・提供に協力する。</p>
	<p>【国土交通省】 ・ビジット・ジャパンのキャンペーンサイトでPRする。</p>
<p>③ 文化遺産を活かした観光振興・地域活性化【文部科学省】</p> <p>取組内容: 地域の活性化や観光客の増加を図るため、史跡の復元・公開や地域の伝統芸能といった日本各地の特色ある文化遺産を活かした取組を支援する。 [平成 23 年度予算:7,068 百万円]</p>	<p>【国土交通省】 ・文化遺産に関連する観光情報を発信する。</p>
<p>④ 国際見本市の活性化【経済産業省】</p> <p>取組内容: 国際見本市は、グローバルに情報発信す</p>	<p>【国土交通省】 ・M I C E (Meeting , Incentive Travel , Convention , Event/Exhibition) の開催・誘致に係る支援を行う。</p>

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>る優れた場であるとともに、経済活性化につながるビジネス客を引き寄せる有効なツールである。このため、各地の観光資源との相乗効果を高めながら、我が国で開催される国際見本市の活性化を支援する。</p>	
<p>⑤ 情報リーダーの招へい</p> <p>取組内容: 海外プレス、著名ブロガー、クリエイターを招き、クールジャパン人気を拡大する。</p>	<p>【外務省】 ・招へいプログラムの中に、クールジャパンに 関係する取材先・訪問先を盛り込む。</p> <p>【文部科学省】 ・クリエイターを招へいする(アーティスト・イン レジデンス)。</p> <p>【経済産業省】 ・東京国際映画祭といった大型イベントに合わ せて、海外プレス、著名ブロガーを招へいす る。</p> <p>【国土交通省】 ・ビジット・ジャパン事業において、海外プレス、 著名ブロガーを招へいする。</p>

(3) 日本ブランドの保護強化

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>① ACTA(模倣品・海賊版拡散防止条約(仮称))の参加促進【外務省】</p> <p>取組内容: ブランドの価値を国際的に守るため、アジアをはじめとする諸外国に対し、ACTAへの参加拡大を促す。</p>	<p>【経済産業省、文部科学省、総務省、法務省、財務省】 ・各府省と協議の上、二国間協議を含む様々な交渉を通じて、対象国の理解を深めるよう取り組む。</p>
<p>② 農林水産物・食品の地理的表示(GI)を支える仕組みの構築【農林水産省】</p> <p>取組内容: 高品質な我が国の農林水産物・食品について、そのブランドイメージを保護し、その輸出促進を図るため、農林水産物・食品に係る地理的表示(Geographical Indications、GI)の保護制度の導入に向けた検討を行い、結論を得る。</p>	<p>【経済産業省】 ・農林水産省が、農林水産物や食品の地理的表示の保護制度の導入を検討する際に、経済産業省所管法令(商標法、不正競争防止法)との整合性を確保するために協力を行う。</p>
<p>③ 農林水産物の知的財産保護</p> <p>(ア) 地域ブランドの保護【農林水産省】</p> <p>取組内容: 海外での我が国の地名を利用した不当な商標出願に対する利害関係者による対応を支援するとともに、地域の食材を活用した特徴ある料理の地域団体商標を含む知的財</p>	<p>【外務省】 ・海外での我が国の地名を利用した第三者による商標出願に関し、相手国当局に対して適切な対処を要請する。</p>

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>産権の取得を目指す取組を支援する。 〔平成 23 年度予算：196 百万円〕 あわせて、日本産果実や和牛の海外での 商標登録や普及を図る。 〔平成 23 年度予算：7 百万円〕</p>	
<p>(イ) 東アジアにおける植物新品種の保護 【農林水産省】</p> <p>取組内容： 「東アジア品種保護庁」創設を見据え、 「東アジア植物品種保護フォーラム」を活用し、 植物品種保護制度の未整備な東アジア 諸国に対して、制度整備を促進するとともに、 植物の新品種の保護に関する国際条約 (UPOV条約)の作業部会を我が国で開催し、 国際的な審査基準の策定をリードする。</p>	
<p>④ 知財権侵害対策の強化【外務省、文部 科学省、経済産業省、農林水産省、警察 庁、総務省、財務省】</p> <p>取組内容： 侵害発生国・地域の政府に対し、協力関 係を深めつつ、侵害状況を踏まえた模倣品・ 海賊版対策の強化を働き掛ける。</p>	

(4) クールジャパン関連製品の輸出促進

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>① クールジャパン関連製品の輸出促進 【経済産業省】</p> <p>取組内容： コンテンツ、ファッション、食、地域産品・も のづくりなどにおける日本の強みの担い手 である中小企業などが海外市場に展開でき るようになるため、現地の販路を開拓できる 企業を中心にチームを組み、実際に販路を 構築する。関連製品の商談会や海外での販 促活動を総合的に支援し、海外市場獲得を 目指す。</p>	
<p>② 農林水産物・食品の輸出促進【農林水 産省】</p> <p>取組内容： アジアを中心に、輸出先国・地域別の戦 略的マーケティングの強化、官民合同ミッシ ョンの派遣、商談会の開催を実施するととも</p>	

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>に、民間による産地への海外バイヤーの招へいや海外での販促活動、外食産業の海外展開の取組を総合的に支援し、海外市場獲得の促進を図る。また、日本の食文化の強化と連携した形で食品製造・流通業の現地生産・販売の取組を支援する。</p> <p>[平成 23 年度予算:1,384 百万円]</p>	

(5) 震災後の日本のブランドイメージの回復

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>① 日本の食に関するイメージの回復</p> <p>(ア) 国内の検査体制の強化【農林水産省】</p> <p>取組内容: 農林水産物・食品に対する放射性物質の検査を行うために必要な検査機器や検査体制の整備・充実を図る。</p> <p>(イ) 輸出に必要な証明書発行体制の構築【農林水産省】</p> <p>取組内容: 輸出先国との協議・調整の結果に基づき、産地証明書又は放射性物質の検査証明書を発行するため、電子メールや郵送といった手続も含めて利用者の利便に配慮した枠組みを構築する。</p> <p>(ウ) 海外当局による輸入制限措置に対する働きかけ【外務省、農林水産省】</p> <p>取組内容: 農林水産物・食品について、在外公館、在京大使館やWTOをはじめとした国際的な場を通じ、我が国の採った措置や検査結果を説明し、過剰規制とならないよう働きかける。</p> <p>(エ) 輸出する農林水産物・食品への安全イメージの回復【農林水産省】</p> <p>取組内容: 農林水産物・食品は国内措置により基準値を下回ったものしか流通していないことを含め、正確な情報を提供し、農林水産物・食品の安全イメージの回復を図る。</p> <p>(オ) 海外における風評被害の防止【外務省、農林水産省】</p>	

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>取組内容: 海外における農林水産物・食品の安全性に関して放射線量のモニタリング結果の公表を含めて適切な情報発信を行うとともに、不適切な報道への対応を在外公館を通じて行う。</p>	
<p>(カ) 輸出業者の貿易取引支援【経済産業省】</p> <p>取組内容: 海外の輸入関連規制の迅速な把握、輸出業者への情報提供と、貿易相談対応による円滑な貿易取引・通関支援を行う。</p>	
<p>(キ) 輸出業者が負担する検査費用の軽減【農林水産省】</p> <p>取組内容: 農林水産物・食品に対する放射性物質の検査を受ける際に輸出業者が負担する費用の軽減を図る。</p>	
<p>② 日本への観光に関するイメージの回復</p>	
<p>(ア) 正確な情報発信による安全・安心な訪日旅行の回復【国土交通省、外務省】 (※前記(2)①関連)</p> <p>取組内容: 海外における訪日旅行に対する受け止め方に関する分析を行う。その結果を基に正確な情報発信を行い、訪日旅行の本格的な再開に向け安全・安心なイメージの早期回復を図る。</p>	
<p>(イ) 海外における風評被害の防止【外務省、国土交通省】</p> <p>取組内容: 海外における日本への観光の安全性に関して放射線量のモニタリング結果の公表を含めて適切な情報発信を行い、不適切な報道への対応を在外公館を通じて行うとともに、過剰規制とならないよう外交ルートを通じ海外当局に働きかけを行う。</p>	
<p>(ウ) 観光イベントへの支援強化【国土交通省、外務省】</p> <p>取組内容:</p>	

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>震災の影響で観光客が減少している地域で開催される観光イベントの支援や国内外に向けた広報を行う。</p>	
<p>③ 日本製品に関するイメージの回復</p>	
<p>(ア) 海外における風評被害の防止【外務省、経済産業省】</p> <p>取組内容: 海外における日本製品の安全性に関して放射線量のモニタリング結果の公表を含めて、適切な情報発信を行うとともに、不適切な報道への対応を在外公館を通じて行う。</p>	
<p>(イ) 輸出業者の貿易取引支援【経済産業省】</p> <p>取組内容: 海外の輸入関連規制の迅速な把握、輸出業者への情報提供と、貿易相談対応による円滑な貿易取引・通関支援を行う。</p>	
<p>(ウ) 輸出業者が負担する検査費用の軽減【経済産業省】</p> <p>取組内容: 風評被害による物流の停滞を防ぎ貿易の円滑化を図るため、国が指定した検査機関が行う輸出品に対する放射線量検査の検査料を補助する。</p>	
<p>④ 招へい・派遣・イベント招致を活用したイメージの回復</p>	
<p>(ア) 海外メディア、影響力のある著名人の招へい【総務省、外務省、経済産業省、国土交通省】(※前記(2)⑤関連)</p> <p>取組内容: 海外メディア、影響力のある著名人を招へいし、日本の復興について理解を深めてもらい、海外発信の強化を図る。</p>	
<p>(イ) 海外事業者の招へい及び国内事業者の派遣【経済産業省、農林水産省、国土交通省】</p> <p>取組内容: 海外の輸入業者や旅行業者の招へい、国内事業者の派遣を通じ、日本の食・製品、観光の安全性を説明して輸出促進や旅行者数の回復を図る。</p>	
<p>(ウ) ビジネスイベント(MICE)の招致推進</p>	

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p data-bbox="215 203 783 275">【国土交通省、外務省】（※前記(2)④関連）</p> <p data-bbox="183 324 331 360">取組内容:</p> <p data-bbox="183 367 783 607">国際会議や展示会・見本市といったビジネスイベント（MICE：Meeting, Incentive Travel, Convention, Event/Exhibition）の招致を推進する際、被災地域への中期的な支援策として、被災地域・関係者の要望も踏まえつつ、被災地域の復興に配慮する。</p>	

4. クールジャパンの基盤を整備する。

(1) クールジャパンに関する諸外国の規制の緩和・撤廃

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>○ 海外における日本発コンテンツや食に関する規制の緩和・撤廃【外務省】</p> <p>取組内容: アジアをはじめとする諸外国におけるコンテンツや食に関する規制の緩和・撤廃を強く働きかけ、実現する。優先度の高い対象国、撤廃を要望すべき規制内容とともに相手国の対応を引き出すための協力を含めて日本側の措置を広く検討し、相手国に提案する。</p>	<p>【総務省】 ・地域の放送局や番組制作会社と海外の放送局と共同制作した放送コンテンツの規制を有する諸外国での放送を通じた日本発コンテンツの認知度を向上する。 ・二国間協議を含む交渉の場において協議する。</p> <p>【文部科学省】 ・二国間協議を含む様々な交渉の場を活用した対応方策を関係府省と協議する。</p> <p>【経済産業省】 ・「アジア・コンテンツ・ビジネスサミット」、「日中韓文化産業フォーラム」、日中映像交流事業（「映画、テレビ週間」、「アニメ・フェスティバル」）といったアジア域内の交流の場を通じ、規制緩和、撤廃の促進を図る。</p> <p>【農林水産省】 ・各種証明書の発給体制を整備する。 ・我が国食品関連企業が海外で事業展開するために必要な食品に係る各種基準、イスラム市場への参入に不可欠なハラール認証制度^(*)に係る情報を収集するとともに、食品関連企業間での共有を促進する。 <small>(*)ハラール認証制度:イスラム教義に従った食品の規格の管理を行う制度。</small> ・東アジア諸国の植物品種保護制度の高位平準化を推進する。</p>

(2) 官民連携の推進

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>○ 在外公館を中心とする民間との連携の推進【外務省、経済産業省】</p> <p>取組内容: クールジャパンに関する民間の海外での活動の際に、在外公館を中心として、施設の提供や大使をはじめとする外交的なプレゼンスや現地ネットワークを活用した支援を行う。</p>	<p>【外務省】 ・大使や在外公館職員がイベントに参加・協力する。 ・在外公館施設を活用した民間支援への取組（在外公館における民間との共催によるレセプションの開催、製品紹介のためのワークショップや展示会の開催、日本料理・日本酒の専門家による講習会）を行う。</p> <p>【国土交通省】 ・ビジット・ジャパンのキャンペーンサイトでPRする。</p>

(3) 地方公共団体との連携強化

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>○ 地方公共団体との連携強化</p> <p>取組内容: 地方自治体と連携して地域に根ざしたクールジャパンを発信する仕組みを確立する。</p>	<p>【総務省、外務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本国内や海外で開催される各種イベントにおいて、地方公共団体との連携を強化する。

(4) 在外公館を中心とする関係機関の連携強化

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>○ 在外公館を中心に現地関係機関、民間企業が連携する「クールジャパン支援タスクフォース(仮称)」の設置【外務省】</p> <p>取組内容: 現地ニーズを踏まえた海外展開を促進するため、重点国・都市を選定し、在外公館を中心に、現地関係機関(国際交流基金、日本貿易振興機構、国際観光振興機構を含む。)や民間が連携する「クールジャパン支援タスクフォース(仮称)」を創設し、各地でのクールジャパン展開を強化する(2011年6月～)。</p>	<p>【農林水産省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品産業海外連絡協議会メンバーの参画を促進する。 ・JRO(日本食レストラン海外普及推進機構)海外支部メンバーの参画を促進し、現地における支援体制を強化する。 <p>【経済産業省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・民間企業の参画を促進し、現地における支援体制を強化する。

(5) クールジャパンに関する人的ネットワークの構築

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
<p>① 文化人・芸術家のネットワーク形成(「東アジア文化芸術会議」の開催)【文部科学省】</p> <p>取組内容: 東アジア諸国の文化人・芸術家が一堂に会する会議を日本において開催し、人的ネットワークを構築するとともに東アジア諸国の文化交流を促進することを通じ、クールジャパンの発信のための基盤を強化する。</p>	<p>【経済産業省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コ・フェスタとの連携を図る。 <p>【国土交通省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビジット・ジャパンのキャンペーンサイトでPRする。
<p>② 現地バイヤーとのネットワーク構築【経済産業省】</p> <p>取組内容: 日本企業が現地ニーズをリアルタイムで把握できるよう、現地バイヤー、産業界とのより活発な交流を促進する。</p>	<p>【農林水産省】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・バイヤー情報の共有を行う。
<p>③ 新進芸術家の海外研修【文部科学省】</p> <p>取組内容: 我が国の将来の文化芸術の振興を担う人</p>	

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
財を育成するため、各分野の若手芸術家に、海外で実践的な研修に従事する機会を提供し、研修する際の渡航費・滞在費を支援する。 〔平成 23 年度予算：438 百万円〕	

(6) クールジャパンに関する拠点の整備

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
① クリエイティブ拠点の整備【経済産業省】 取組内容: 日本をアジアや世界におけるクリエイティブ分野の中核的な発信地とするため、クリエイティブ拠点を整備する。具体的には、首都東京のブランドを再確立するとともに、各地の食、観光、伝統工芸や地域産業といった地域リソースを活用したまちづくりを支援し、地域の特徴・魅力を最大限に活用したクリエイティブ拠点を整備する。	
② 農林水産物・食品の輸出のための施設整備【農林水産省】 取組内容: 中国への米輸出のための検疫条件を満たす施設を拡充する。	

(7) クールジャパン関連基盤の復旧・復興

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
① 復旧に向けた支援	
(ア) 中小企業対策【経済産業省】 取組内容: 東日本大震災に対応して抜本的に内容を強化した公的融資・保証により、中小企業の資金繰り対策を強化するとともに、被災した中小企業の施設復旧のための人材・資金面での支援を実施する。	
(イ) 文化資源・観光資源の復旧・活用【文部科学省、国土交通省】 取組内容: 被災地域や周辺地域の伝統芸能を含む文化財、文化施設、社会教育施設をはじめとする文化資源・観光資源の速やかな復旧	

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
を図り、その活用を支援する。	
<p>(ウ) 被災地域における公共図書館の活用【文部科学省】</p> <p>取組内容: 公共図書館の蔵書に含まれる医療・健康・生活に関する情報を権利者の協力を得て被災地域にFAXや電子メールで送信する効果的な情報提供、被災者の心のケアを図るための児童・高齢者への読み聞かせ、被災地域や避難所における移動図書館サービスの提供といった公共図書館の取組を促進する。</p>	
<p>(エ) 情報通信基盤の復旧【総務省】</p> <p>取組内容: 被災地域における携帯電話基地局、テレビジョン放送中継局、ブロードバンドサービス施設、ケーブルテレビ放送施設及び公共施設間を結ぶ地域公共ネットワーク施設をはじめとする情報通信基盤の速やかな復旧を図り、情報格差の是正を支援する。</p>	
② 復興に向けた支援	
<p>(ア) 被災地域の伝統工芸のブランド価値の再構築(「工芸ルネッサンス」運動)【経済産業省】</p> <p>取組内容: 被災地域の伝統工芸のブランド化や販路開拓をデザイナーや世界の有名ブランドが支援し、世界に売り込む。</p>	
<p>(イ) 「コミュニティ再生・産業再生プラン」の策定、実施への支援【経済産業省】</p> <p>取組内容: 被災地域におけるコミュニティ・産業の再生について、再生プランの公募、地域住民と域内外のデザイナーや建築家との協力による再生プランの策定及び当該プランの実現に向けた取組に対する支援を行う。</p>	
<p>(ウ) 被災地域におけるクリエイティブ拠点の整備【経済産業省】(※前記(6)関連)</p> <p>取組内容: 被災地域の要望を踏まえ、地域の特徴・魅力を最大限に活用したクリエイティブ拠点</p>	

主要施策 ※【 】は主担当官庁	関係府省の施策
を整備する。	
<p>(エ) 被災地域におけるコンテンツ制作・流通実証実験の実施【総務省】</p> <p>取組内容: 被災地域の要望を踏まえ、被災地域のコンテンツを支援する観点から、放送を含む世界最先端のデジタルネットワークを活用し、バーチャルリアリティや3D映像といった高度なコンテンツの制作・流通に関する実証実験を実施する。</p>	
<p>(オ) クールジャパン関連施策実施の際の被災地域への配慮【総務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省】</p> <p>取組内容: クールジャパン関連施策を実施する際、被災地域の要望も踏まえ、被災地域の復興に資するよう配慮する。</p>	
<p>(カ) 被災地域での雇用維持・促進【総務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省】</p> <p>取組内容: 中小企業支援、文化資源の復旧・活用、観光振興、被災地域でのクールジャパン推進拠点整備といったクールジャパン関連事業を通じて、被災地域における雇用の維持・促進を図る。</p>	

別 添

(イベントカレンダー)

クールジャパン推進関連イベントカレンダー(平成23年度)

※下線は中核的なイベント

	海外				その他
	内	アジア	ヨーロッパ	北米	
周年事業等	(2011年周年)・ <u>日独交流150周年</u> [外]	(2012年周年)・ <u>日中国交正常化40周年</u> (中) [外]	(2011年周年)・ <u>日独交流150周年</u> (独) [外]	(2012年周年)・ <u>日米桜審議100周年</u> (米) [外]	(2011年周年)・ <u>日クウェート国交樹立50周年</u> (クウェート) [外] (2011年周年)・ <u>日パルト三国新たな外交関係樹立20周年</u> (パルト三国) [外] (2012年周年)・ <u>日アルジェリア外交関係樹立50周年</u> (アルジェリア) [外] (2012年周年)・ <u>日イスラエル外交関係樹立60周年</u> (イスラエル) [外] (2012年周年)・ <u>日本・東ティモール外交関係樹立10周年記念平和年</u> (東ティモール) [外]
4月			<ul style="list-style-type: none"> 《<u>日独交流150周年事業</u>》 各地大学における<u>ジャパン・ウィーク</u> (独) [外] 		<ul style="list-style-type: none"> ・<u>ジャナドリヤ祭</u> (サウジアラビア) [外] [JF] [官] [総] [経] [JETRO] [国] 《<u>日クウェート国交樹立50周年事業</u>》 ・(1-6月) <u>ヘルシー&ビューティー・アジア</u> <u>パシフィック</u> (クウェート) [外]
5月	<ul style="list-style-type: none"> 海外バイヤー等招聘・商談会開催 (東京/繊維) [JETRO] 	<ul style="list-style-type: none"> ・高雄国際旅展[KITF] (台) [国] ・上海世界旅行資源博覧会(WTF) (中) [国] 	<ul style="list-style-type: none"> 《<u>日独交流150周年事業</u>》 ・<u>アムステルダムに日本週間</u> (独) [外] ・<u>カンヌ国際映画祭・見本市</u> (仏) [外] [JETRO] 	<ul style="list-style-type: none"> ・ニューヨーク国際現代家具見本市 (米) [JETRO] 	<ul style="list-style-type: none"> 《<u>日クウェート国交樹立50周年事業</u>》 ・<u>観光促進イベント</u> (クウェート) [外]
6月		<ul style="list-style-type: none"> ・日中映像交流事業開幕式 (中) [外] [経] ・韓国国際観光展[KOTFA] (韓) [国] ・香港国際旅遊展[ITE] (香港) [国] ・International Luxury Travel Market Asia [LTM Asia] (中) [国] ・北京国際旅遊博覧会[BITE] (中) [国] ・上海国際映画祭フィルムマーケット (中) [JETRO] ・FOOD TAIPEI 2011 (台) [JETRO] 	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>Japan Expo</u> (仏) [外] [文] [総] [国] [JF] ・トラノイ・オム6月展 (仏) [JETRO] 		
7月	<ul style="list-style-type: none"> 海外バイヤー等招聘・商談会開催 (大阪/山形/繊維) [JETRO] 	<ul style="list-style-type: none"> ・ソウル国際漫画アニメーションフェスティバル[SICAF] (韓) [国] 	<ul style="list-style-type: none"> 《<u>日独交流150周年事業</u>》 ・<u>ミュンヘン日本祭り</u> (独) [外] 		
8月	<ul style="list-style-type: none"> 《<u>横浜トリエンナーレ</u>》 [文] 	<ul style="list-style-type: none"> ・NATAS Holidays (シンガポール) [国] ・FOOD EXPO 2011 (香港) [JETRO] 		<ul style="list-style-type: none"> ・ニューヨーク国際ギフトフェア2011-夏展 (米) [JETRO] 	

		海外			
国内		アジア	ヨーロッパ	北米	その他
9月	<p><u>JAPANコンベンションフェスティバル</u> [総]</p> <p>・東京国際ドラマフェスティバル [総]</p> <p>・海外バイヤー等招聘・商談会開催 (沖縄/デザイン) [JETRO]</p> <p>・海外バイヤー等招聘・商談会開催 (岐阜/佐賀/デザイン) [JETRO]</p>	<p>・釜山国際観光展 [BITF] (韓) [国]</p> <p>・Discovery World (タイ) [国]</p> <p>・MATTAFエア (マレーシア) [国]</p> <p>・台中国際旅展 [TIFT] (台) [国]</p>	<p>・<u>日独交流150周年事業</u></p> <p>・<u>メディア芸術祭海外展</u> (独) [文]</p> <p>・<u>ベルリン・アジア太平洋週間</u> (独) [外]</p>	<p>北米</p>	<p>《<u>日クウェート国交樹立50周年事業</u>》</p> <p>・<u>日本映画祭</u> (クウェート) [外]</p> <p>・<u>日本製品販売促進活動</u> (クウェート) [外]</p> <p>・<u>伝統工芸展示会</u> (クウェート) [外]</p>
10月	<p>・第13回東京発 日本フェアッションウィーク [総]</p> <p>・<u>東京国際映画祭</u> [総] [文]</p> <p>・海外バイヤー等招聘・商談会開催 (東京/繊維) [JETRO]</p> <p>・海外バイヤー等招聘・商談会開催 (関西地域/デザイン) [JETRO]</p> <p>・海外バイヤー等招聘・商談会開催 (東京/コンテンツ) [JETRO]</p>	<p>・日韓交流おまつり in SEOUL (韓) [国]</p> <p>・台北国際旅展 [ITF] (台) [国]</p>	<p>・Ski & Snowboard Show (英) [国]</p> <p>・アトモスフェアール10月展 (仏) [JETRO]</p> <p>・トラノイ・フアム10月展 (仏) [JETRO]</p>	<p>・Salon International Tourisme Voyages (加) [国]</p>	
11月		<p>・中国国際旅游交易会 [GITM] (中) [国]</p> <p>・World Food of INDIA 2011 (印) [農]</p> <p>・Cosmopof Asia 2011 (香港) [JETRO]</p>	<p>・World Travel Market [WTM] (英) [国]</p> <p>・<u>日独交流150周年事業</u></p> <p>・<u>ジャパン・ウィーク</u> (独) [外]</p>	<p>・アメリカン・フィルム・マーケット (米) [JETRO]</p>	
12月				<p>・Luxury Travel Expo Las Vegas (米) [国]</p>	
1月	<p>・海外バイヤー等招聘・商談会開催 (東京/群馬/繊維) [JETRO]</p>		<p>・<u>世界経済フォーラム (ダボス会議)</u> (スイス) [国]</p> <p>・FITUR (西) [国]</p> <p>・トラノイ・オム1月展 (仏) [JETRO]</p> <p>・メジ・エ・オブジェ (仏) [JETRO]</p> <p>・MIDEM (仏) [JETRO]</p>	<p>・ニューヨーク国際ギフトフェア2011-冬展 (米) [JETRO]</p> <p>・Winter Fancy Food Show 2012 (米) [JETRO]</p>	
2月	<p>・<u>メディア芸術祭</u> [文]</p> <p>・<u>文明に関する有識者国際会議</u> [文]</p>	<p>・TTAAトラパルフェア (タイ) [国]</p> <p>・Outbound Travel Mart (OTM) (印) [国]</p> <p>・NATAS Travel (シンガポール) [国]</p> <p>・香港インターナショナルジュエリーショウ (香港) [JETRO]</p>	<p>・BITT (伊) [国]</p> <p>・ambiente 2012 (独) [JETRO]</p> <p>・World Mobile Congress (西) [JETRO]</p>		
3月	<p>・<u>第14回東京発 日本フェアッションウィーク</u> [総]</p> <p>・海外バイヤー等招聘・商談会開催 (東京/繊維) [JETRO]</p>	<p>・MATTAFエア (マレーシア) [国]</p> <p>・中国華東輸出入商品交易会 (中) [JETRO]</p> <p>・香港フィルムマーケット2012 (香港) [JETRO]</p>	<p>・MITT (露) [国]</p> <p>・MAP [Le Monde a Paris] (仏) [国]</p> <p>・ITBベルリン (独) [国]</p> <p>・アトモスフェアール3月展 (仏) [JETRO]</p>	<p>・Los Angeles Times Travel & Adventure Show (米) [国]</p> <p>・GC (ゲーム・コネクショ) (米) [JETRO]</p> <p>・<u>《日米探査100周年》</u></p> <p>・<u>大型日本文化事業等</u> (米) [外]</p>	<p>・Travel Xpo Sydney (豪) [国]</p>
その他	<p>・<u>東京文化芸術会議</u> [文]</p> <p>・第5回国際漫画賞 [外]</p>	<p>・G-STAR国際ゲーム展示会 (韓) [国]</p>			<p>・在外公館文化事業 [外]</p> <p>・文化交流使事業 [文]</p>