

# 文化経済戦略

平成29年12月27日

内閣官房

文化庁

# 目 次

	(頁)
I 基本認識 . . . . .	1
II 戦略策定の背景 . . . . .	2
文化政策の動向	
経済社会の現状と文化芸術とのシナジーの可能性	
III 国家戦略の策定・実行 . . . . .	4
IV 文化経済戦略が目指す将来像 . . . . .	5
V 基本となる「6つの視点」 . . . . .	7
1. 未来を志向した文化財の着実な継承とさらなる発展	
2. 文化への投資が持続的になされる仕組みづくり	
3. 文化経済活動を通じた地域の活性化	
4. 双方向の国際展開を通じた日本のブランド価値の最大化	
5. 文化経済活動を通じた社会包摂・多文化共生社会の実現	
6. 2020年を契機とした次世代に誇れる文化レガシーの創出	
VI 推進すべき「6つの重点戦略」 . . . . .	14
1. 文化芸術資源（文化財）の保存	
2. 文化芸術資源（文化財）の活用	
3. 文化創造活動の推進	
4. 国際プレゼンスの向上	
5. 周辺領域への波及、新たな需要・付加価値の創出	
6. 文化経済戦略の推進基盤の強化	
VII 戦略の推進と不断の見直し . . . . .	34

## I 基本認識

世界を俯瞰すると、グローバル化や情報通信技術の急速な進展、新興国の台頭など、社会の状況が著しく変化する今日、政治力や経済力、軍事力が国の力を規定するという考え方も変容しており、世界の中での国の立ち位置を決定づける要素としての文化の意義や重要性が高まっている。

戦後の経済成長を経て、成熟国家として国際的な地位を確立している我が国においては、地域の文化財をはじめ、世界に誇る魅力ある文化芸術資源を有するとともに、国際舞台で活躍する芸術家やクリエイター等創造性に満ち溢れた人材を数多く輩出しており、さらに、文化に対する国民の関心や造詣の深さなど、他国にはない固有のポテンシャル、国際優位性を有している。

文化は、我が国の国際プレゼンスを高めるとともに、経済成長を加速化する原動力にもなる重要な資産として、無限の可能性を秘めており、心豊かな国民生活や、創造的で活力ある社会を実現し、世界に冠たる文化国家として国家ブランドを形成していく上でも、極めて重要な役割を果たすものである。

とりわけ、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催は、我が国の文化の魅力や素晴らしさを世界に向けて発信する大きなチャンスであり、文化による新たな価値を創出して広く示していく好機でもある。この機会に、我が国が文化国家として新たな歩みを始めていく姿を世界に強くアピールするとともに、2020年以降を見据え、我が国自身が文化国家としての可能性を再認識する機会とすることが重要である。

また、我が国の産業構造の成熟化に伴い、グローバル競争の中でいかに新たな付加価値を創出し、差別化を実現していくかが我が国の産業競争力を決定づける重要な要素となっている。文化を活かした新しいビジネスモデルやイノベーションの創出、自由で創造的な発想に溢れた人づくりなど、我が国の産業競争力の強化という観点からも文化の重要性は増している。

他方、人口減少社会が到来し、特に地方においては過疎化や少子高齢化の影響

等により、地域コミュニティの衰退と文化の担い手不足が指摘されている。昨今の経済情勢などからも、地域の文化を支える基盤の脆弱化に対する危機感が広がっていることから、文化への投資を充実させていくためにも、文化が生み出す価値や社会への波及効果を、こうした諸課題の改善や解決につなげていくことが重要である。

このように、経済社会の持続的な発展を目指す上で、文化に対する投資はこれまでになく重要となっていることから、民間資金による文化への投資を飛躍的に拡充させるとともに、文化への理解が高まることにより寄附の拡大を図っていく必要がある。すなわち、経済的なメカニズムを文化振興のために効果的に活用することによって、文化の有する潜在性を開花させ、文化の継承や発展をより確かなものとすることで、文化芸術立国に向けて国力を高め、国際社会において尊敬される存在としてのプレゼンスを確立していく必要がある。

その際、我が国の文化は、長い歴史を通じて先人達の地道な努力により今に受け継がれてきた価値あるものであり、未来に向けて確実に保存、継承すべきものであるという基本認識が必要不可欠である。

## II 戦略策定の背景

### (文化政策の動向)

こうした中、本年6月に「文化芸術基本法」が成立し、これまでの文化芸術の振興にとどまらず、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業等関連分野における施策との連携や、文化芸術により生み出される様々な価値を文化芸術の継承、発展及び創造に活用することが盛り込まれるなど、従来文化振興を越えた総合的な文化政策の展開が国の基本方針として位置づけられた。

これを受けて、文化芸術に関する施策を強力に推進すべく、また、京都へ全面的に移転することも見据えて、文化庁の組織改革、機能強化を図ることとしており、文化庁が創設されて50年を機に新たに生まれ変わる「新・文化庁」として、文化芸術立国を目指し、今日の政策ニーズに対応しつつ、関連分野における施策との有機的な連携を確保していくための新たな組織体制等の構築が進められて

いる。

また、本年 12 月に文化審議会が答申した「文化財の確実な継承に向けたこれからの時代にふさわしい保存と活用の在り方について」を踏まえ、文化財保護法改正も視野に入れた検討が行われている。

このような状況を背景に、我が国の文化政策は、今、歴史的転換期を迎えている。

### (経済社会の現状と文化芸術とのシナジーの可能性)

我が国の経済社会は、4年半のアベノミクスの取組の下、名目GDPは過去最高の水準に達するなど、大きな成果を生み出しており、雇用・所得環境も大きく改善し、全国で経済の好循環が着実に回り始めているが、これを一時的なものに終わらせることなく、成長し、富を生み出し、それが国民に広く享受される成長と分配の好循環の拡大による 600 兆円経済の実現に向けて、新たな有望成長市場の創出・拡大を図ることが重要である。

こうした中、経済活性化の起爆剤として文化芸術の重要性は一層高まっており、文化に関連した政府の施策の総合的推進など新たな政策ニーズ対応のための文化庁の機能強化等を図るとともに、2020 年までを文化政策推進重点期間として位置づけ、文化による国家ブランド戦略の構築と文化芸術産業の経済規模（文化GDP）の拡大に向けた取組を推進していく必要がある。

また、我が国の文化GDPは、2015 年時点で 8.8 兆円（総GDP比約 1.8%）と欧米諸国に比べて低水準であるが、これを 2025 年までに 18 兆円（同比約 3%）に拡大することを目指しており、例えば、世界のアート市場規模が約 5 兆円<sup>(※1)</sup>と言われている中、我が国のアート市場規模は約 2,400 億円<sup>(※2)</sup>と極めて小規模であることから、今後これを成長させていく取組も重要である。

さらに、政府としては、「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成 28 年 3 月 30 日「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」決定。以下「観光ビジョン」）において、観光を我が国の基幹産業へと成長させて、「観光先進国」という新た

なステージへ進むことを目指すこととしている。本年 12 月 22 日には、観光立国推進閣僚会議において「国際観光旅客税（仮称）の用途に関する基本方針等について」を決定し、平成 31 年 1 月 7 日より創設される国際観光旅客税（仮称）の用途に関する基本方針として、①ストレスフリーで快適に旅行できる環境の整備、②我が国の多様な魅力に関する情報の入手の容易化、③地域固有の文化、自然等を活用した観光資源の整備等による地域での体験滞在の満足度向上、の 3 つの分野に充当することが決定されたところである。観光資源の魅力を極め、地方創生の礎にするため、文化芸術資源を活かした改革も一層力強く推進していく必要がある。

同時に、美術館・博物館の来館者数に関しても、ルーヴル美術館や大英博物館等国际的なミュージアムが世界ランキングの上位を占める中、我が国のミュージアムは、国立美術館・博物館を中心に健闘しているものの（年間入館者数の 2016 年世界ランキングでは国立新美術館 20 位、東京国立博物館 31 位<sup>(※3)</sup>）、さらなる入館者数の増加のための魅力ある美術館・博物館の機能強化など、文化芸術資源を活かした我が国の経済社会の活性化のためにも果たす役割は極めて大きい。

(※1) TEFAF「ART MARKET REPORT 2017」より

(※2) 一般社団法人アート東京「日本のアート産業に関する市場レポート 2016」より

(※3) THE ART NEWSPAPER「SPECIAL REPORT VISITOR FIGURES 2016」より

### Ⅲ 国家戦略の策定・実行

このように、「日本の文化力」は世界に誇る我が国最大の資産であり、未来に向けて着実に維持・継承しつつ、発展・成長させていくべきものであるとともに、文化に対する戦略的な投資は経済成長の起爆剤にもなり得るとの認識の下、従来の文化振興を越えて、文化芸術を核とした「成長と分配の好循環の拡大」による文化芸術振興と経済成長の実現を目指すことが重要である。

このため、関係府省庁の緊密な連携の下、文化芸術と他分野が一体となって新たな価値を創出し、創出された価値が、文化芸術の保存・継承や新たな創造等に対して効果的に再投資されることにより、自立的・持続的に発展していくメカニズムを形成することを目的として、今後 5 年から 10 年先を見据えた「文化経済

戦略」を策定する。

戦略においては、文化芸術を基軸として、国が掲げる成長戦略や観光ビジョン等をはじめ、まちづくりや国際交流、福祉、教育、産業等関連分野の施策とも積極的に連携させていくとともに、国と地方自治体、文化芸術団体、NPO、民間事業者等関係者が相互に連携・協働することにより、様々な主体の創意工夫が発揮され、多様な文化創造活動が展開できる環境を醸成する。

また、現場第一主義に立脚し、提供する側におけるプロダクトアウトの発想のみならず、需要者・消費者の立場から、マーケットインの視点で戦略を策定することにより、真に社会から求められる施策を立案・実行し、市場や国民の多様なニーズに対して的確に応えていく。

さらに、戦略においては、文化GDPのみならず、より広い視点から文化芸術活動を把握することとし、文化芸術により創出される様々な価値やあらゆる波及効果、国民生活への影響等を包括的に捉え、量的な側面のみならず、質的な側面からも充実させていく。

戦略では、創出された新たな価値が、文化芸術の継承・発展に対して効果的に再投資されていく仕組みづくりを重視するが、それだけで文化芸術を巡る全ての政策課題が解決される訳ではない。とりわけ、文化への投資や寄附額に関しては、諸外国と比較しても高い水準とは言えない状況にあることから、文化への理解を促すとともに、戦略においては、官民共同による推進体制を構築することにより、民間資金による文化芸術に対する投資が拡充するよう重点的に取り組む。

こうして、国や地方自治体、企業、個人の各々による投資が促進されることを通じて文化芸術を起点とした創造的な活動のサイクルが回り出し、そこから高い付加価値や新たな需要が創出されることにより、持続的な文化の発展と経済成長に繋がる好循環の構築を目指す。

#### IV 文化経済戦略が目指す将来像

文化に対する戦略的投資を通じて起こる「文化芸術を起点とした価値連鎖」は、多様な分野に対してポジティブなレバレッジ効果を及ぼし、新たな経済的価値、社会的価値、公共的価値を創出する。

まず、文化芸術に関しては、戦略の実行を通じて創出された新たな価値が、文化に対して効果的に再投資されることにより、文化芸術資源の計画的な保存・継承をはじめ、新進気鋭の芸術家・クリエイターや地域の文化継承の担い手育成等人づくりの推進、文化事業に従事する企業や個人の増加、アート市場の拡大等、文化芸術の本質的な発展・成長を目指す。

また、近現代の美術品をはじめ、舞台芸術やポップカルチャーなど、新たに創造される多様な文化芸術資源に関しても、有形・無形を問わず、我が国の貴重な資産として、その価値や可能性を探求する。現代における創造活動やそれを担う人づくり、さらには、活用から保存・継承に至るまで、先見性をもって戦略的な先行投資を行うことにより、潜在的な価値を発掘し、「次世代の文化財」として発展させて、後世へと受け継いでいく。

さらに、産業界においても、文化がビジネス上の課題を解決するための切りどころの一つとなることで、付加価値の高い商品やサービス、イノベーション創出につながる新たなアイデアが生まれるとともに、文化芸術を企業価値につなげる企業経営の推進や文化芸術を起点としたインバウンド拡大をはじめ、文化を中心に、人や企業、情報等、国内外から多様な資源が集積することにより、新たな産業や市場の創出につなげる。

また、社会包摂の観点においても、文化への投資の充実により、子供に対する一流の芸術団体・芸術家等による質の高い文化芸術を鑑賞・体験する機会の拡充をはじめ、年齢の違いや障害の有無、国籍の違い等に関わらず、日本にいる全ての人が芸術文化活動に参加する機会を拡充することにより、多様な能力が発揮されるとともに、消費の拡大や生産性向上等が促進され、経済活動の活性化等へと波及することで、創造的で活力に満ちた経済社会が実現する。

こうした中、多様な文化創造活動が活性化し、文化的環境の充実が図られることで、国民が文化への理解を一層深め、その魅力や素晴らしさに覚醒することにより、「文化を知り、文化を愛し、文化を支える国民層」が形成され、文化芸術の発展の原動力となるとともに、地域や企業などあらゆる場面において、国民の感性や美意識を活かした創造的な活動が広く展開されることにより、文化が有する可能性や潜在性が一斉に開花する。

その結果、多様性に対して理解ある寛容な国民性が育まれ、文化国家に生きる国民一人ひとりの誇りや尊厳に根差した「国民文化力」が醸成され、心豊かな国民生活や、ときめきや感動に満ち溢れた創造的で活力ある社会を実現するとともに、我が国の文化の魅力や素晴らしさが、国際的に広く発信され、日本への理解や憧れが一層深まることにより、我が国が世界の標となり、敬意と共感を集める「文化芸術立国」へと飛躍し、世界に冠たる国家ブランドを確立する。

これらを実現するため、文化経済戦略においては、戦略実行の中核となる文化庁の機能強化を図りつつ、オールジャパンによる推進体制を構築していく。そして、あらゆる政策手段を総動員して戦略を実行するため、その基本となる考え方や重視すべき観点等を「6つの視点」として整理するとともに、これを柱として、特に重点的に推進すべき取組について、「6つの重点戦略」として取りまとめる。

## **V 基本となる「6つの視点」**

### **1. 未来を志向した文化財の着実な継承とさらなる発展**

文化財は、我が国や各地域の歴史や文化を認識させ、魅力あふれる地域づくりの礎となり、コミュニティの活性化に寄与するものである。昭和25年に制定された文化財保護法に基づき、保存技術や材料の確保、伝承者の育成等を含め、先達の尽力により継承されてきた。

文化財は、その歴史的価値、学術的価値、芸術的価値において公共財としての性格を有しており、国民共有の財産であることから、現在のみならず、将来にわたり各世代の国民が広くその魅力や価値を同様に享受すべきものであり、今後、我が国が文化国家として持続的に成長し続けていくためには、文化財を確実に維

持・継承していく必要がある。

しかしながら昨今、社会状況が大きく変化し、過疎化や少子高齢化の進展等により文化財の継承基盤となる地域コミュニティの衰退や担い手の不足等が指摘され、経年劣化等による損傷が激しい文化財が存在する中、計画的な修復や適切な状態で保存を行っていくことが喫緊の課題となっている。

国民の重要な財産を守り、次世代へ継承するため、適切な周期で文化財の保存修理を行うことや、その担い手の卓越した技能や知見を継承すること、さらには文化財の保存に必要な用具や原材料等を確保していくことは、国として必要な戦略的投資であり、文化財の継承を確実にやっていくことは、未来を志向した新たな創造活動の大前提である。

保存修理の計画的な実施により、文化財を守り、次世代へ確実に継承しつつ、公開・活用を通じた新たな価値の創出等が促進されるとともに、保存修理を担う民間事業者や技能者等の保存修復技術・ノウハウ等を活かした新たな展開等、関連市場の活性化による経済効果も期待できる。

また、文化財の価値や重要性を理解するには、国民がそれらを鑑賞する機会を多く作ることも必要であり、特に、その役割を担うのが、美術館・博物館である。美術館・博物館が、各地域の社会的・文化的な背景に適応した形で文化財の収集や調査研究を行い、適切に保存した上で積極的な活用を推進することで、文化財の価値やそれらを継承することの大切さを多くの人々に伝えることができ、保存に対する認識も高まっていくという好循環を生み出すことができる。

このように、文化財にとって保存・活用は一体として考えるべきであり、所有者、国、自治体（地域）、美術館・博物館等文化財に関わる者が各々の役割を果たしつつ、連携して総合的な施策を行うことで、次世代に文化財が確実に継承され日本の文化の更なる発展につながるものである。

## 2. 文化への投資が持続的になされる仕組みづくり

我が国には、世界に誇るべき有形・無形の文化財が数多存在しているほか、伝

統芸能やメディア芸術、ポップカルチャー、食、ファッション等多種多様で世界に類を見ない文化芸術資源が豊富に存在している。

人々の感性に訴え、国内外で高く評価されるこれらの文化芸術資源は、我が国の成長と分配の好循環を拡大することのできる大きな源泉であることから、従来の文化振興を越えて、文化関連施策を横断的に統合強化することにより、文化芸術と観光、産業を一体で捉えた政策を実現し、新たな価値の創出を目指すことが必要である。

また、我が国の文化芸術を未来に継承・発展させていくためには、一過性の支援策を講じるのではなく、持続可能性を伴った新たな政策体系の構築が必須であることから、創出された価値が、新たな文化の創造や、文化芸術分野での人づくり、文化のための基盤の充実に効果的に再投資され、さらなる価値を創出し、自律的・持続的に発展していくメカニズムを構築する必要がある。

例えば、歴史的建造物等のユニークベニュー<sup>(※)</sup>としての利活用や、美術館・博物館の夜間開館、伝統芸能、舞台芸術の夜間公演等、文化芸術資源を活かしたナイトエンターテインメントの充実など、多様な消費者ニーズを踏まえた新たな展開を推進していくためには、文化芸術資源の価値やブランド力を高めながら、魅力あるサービスを提供し続けていく上での基盤となる人材育成や環境整備等に対する投資の仕組みが必要である。

さらに、文化芸術資源を利活用した、他分野や最先端技術等との連携による画期的なサービスやコンテンツの開発など、文化芸術と産業を架橋した革新的な事業展開やイノベーション創出等による新たな市場の開拓を目指し、文化を核としたベンチャービジネスの創出や、それに挑戦する起業家を育成・輩出しやすい環境整備を推進していくことが重要である。

そのため、オールジャパンの視点から、文化芸術資源をより一層戦略的に活用し、民間セクターの創意工夫も活かしながら、新たな需要や新市場の創出や、その牽引役となる人づくり、それに資する資金調達環境の創出を推進していくことが重要であり、文化芸術への投資をはじめ、文化芸術活動に積極的に貢献する企

業経営を推進するための仕組みが必要である。このことは、文化芸術振興のみならず、我が国の持続的な経済成長を実現する上でも極めて大きな意義がある。

(※) 歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場

### **3. 文化経済活動を通じた地域の活性化**

地域における文化財の保存・活用をはじめ、芸術祭の開催や文化施設等における文化芸術活動は、地域の商店街やものづくり企業、レストラン、宿泊施設など関連産業や地域経済との相乗効果が極めて大きいことから、これらの関係者が連携して行う文化経済活動を積極的に推進し、さらに競争力のあるものとして発展させていくことにより、一層大きな経済波及効果を創出することが可能となる。

例えば、地域の文化芸術資源の面的・一体的整備を推進するための新たな仕組みの創設や集中的支援をはじめ、2020年をターゲットイヤーとして、地域の文化芸術資源を活かした文化プログラムを全国各地で展開し、地域活性化や共生社会の構築につなげていくことは、地域の文化芸術振興はもとより、地方創生にも大きく寄与するものである。

そのため、地域における文化経済活動を戦略的に推進するための体制や制度を整備し、地域文化資源を核とした地域活性化・インバウンド拡大の実現を目指して、関係府省庁や地方自治体等関係者相互の連携・協働を一層強化していくことが必要である。

### **4. 双方向の国際展開を通じた日本のブランド価値の最大化**

これまで、クールジャパン戦略における有力な文化芸術資源である映画・アニメ・マンガ・ゲームといったコンテンツや伝統工芸品、日本食、ファッション等をはじめ、国際的にも高く評価されているオペラやバレエ、音楽公演等の舞台芸術など、海外から注目されている我が国の文化芸術資源を活用した海外市場への情報発信・展開に取り組んできたところである。

今後は、これらの取組を一層推進するとともに、2020年に訪日外国人旅行者数4,000万人、さらに2030年に6,000万人とすることも見据え、世界の視点で

日本の文化を捉える取組や、国際発信の基盤となる劇場・音楽堂等の機能強化を図る取組など、世界の文化や芸術家等が日本の社会や市場に集う「双方向の国際展開」を拡大する視点が重要である。

また、地域の文化芸術資源を観光・産業資源と一体的に発展させ、積極的に活用することにより、訪日外国人旅行者数の更なる拡大や滞在日数の増加等による訪日外国人旅行消費額拡大を図り、地方を含めた我が国経済の活性化につなげることも重要である。

これらにより、我が国のブランド価値を最大化してソフトパワーを一層強化し、文化芸術立国としての国際的なプレゼンス向上に資するよう、外国人の視点も取り入れた戦略的な国際発信や文化外交等を推進することにより、我が国のブランド力向上と経済成長につなげていく必要がある。

## **5. 文化経済活動を通じた社会包摂・多文化共生社会の実現**

文化経済活動において、多様性は創造力の涵養やイノベティブな思考の源泉となるものであり、また、社会包摂的な視点も持続的な社会経済の成長を期する上で不可欠なものである。

成熟期を迎えた我が国の社会においては、国民が文化芸術の鑑賞や創作・参加の機会、文化財や伝統的まちなみの保存・整備、地域の美術館・博物館や劇場・音楽堂の運営等といった文化的活動に積極的に関わっていくことは、心豊かな国民生活や活力ある社会の実現に資するとともに、働き方改革によるワーク・ライフ・バランスの改善に伴う質の高い余暇の過ごし方の実現、労働生産性の向上、ひいては、人生100年時代におけるライフステージに応じた人生の充実した過ごし方にもつながる。

また、あらゆる人々の社会参加の機会を創出し、一億総活躍社会を実現していく上でも、多様なニーズに対応した新たな文化産業・サービスの育成や、文化芸術資源等を活かしたまちづくりやネットワーク構築、コミュニティの形成など、効果的な施策を総合的に展開していくことで社会基盤を強化し、新たな経済・社会システムを構築する必要がある。

特に、人生 100 年時代と言われる超長寿社会において、全ての人に開かれた教育機会の確保やリカレント教育の実施等、人づくり革命が国家的な課題とされる中、文化芸術資源を活用した新たな教育プログラムやサービス等を提供することにより、人々が活力をもって時代を生き抜いていくことのできる経済・社会システムを実現することが重要である。

社会包摂型の文化創造活動の実施等、居住する地域、年齢、性別、国籍、言語、障害の有無、経済状況等に関わらず、あらゆる人々が文化芸術活動に参加できる多様性を尊重した社会基盤を整備することにより、消費の喚起や投資の拡大、多様な能力の発揮による生産性向上やイノベーション創出が促進されるとともに、経済活動にも波及することで、新たな価値創出や投資拡大にもつながる。

同時に、美術作品や音楽、伝統芸能や舞台芸術等の鑑賞者など、文化芸術の愛好家が増加することで安定的な需要を創出する基盤が形成され、文化芸術に対する支援者の拡充にもつながっていくことから、多様な主体の積極的な参画による文化経済活動の活性化を通じて、経済成長をより確かなものとしていくことが重要である。

## **6. 2020 年を契機とした次世代に誇れる文化レガシーの創出**

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て様々な主体が取り組む「文化プログラム」については、政府の「2020 年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会の準備及び運営に関する施策の推進を図るための基本方針」（平成 27 年 11 月 27 日閣議決定）において、伝統的な芸術、現代舞台芸術、クールジャパン、ファッション、食文化、祭り等の我が国の地域性豊かで多様な文化を対象とし、日本全国で展開されている。

世界中から注目が集まる 2020 年東京大会は、日本が持つ文化の魅力を発信する絶好の機会である。ソフトターゲットに対するテロへの対策などのセキュリティ面にも十分配慮しながら、我が国の地域性豊かで多様な文化の魅力を十分に活かし、発信力のある質の高い取組を進めていくことが重要である。

同時に、2020 年以降の成熟社会におけるレガシーの創出に資するよう、文化

プログラムの推進に当たっても、インバウンド 6,000 万人時代を見据えた国際化や、障害者を含めあらゆる人が活躍できる共生社会の実現を意識した取組が広がることが期待される。こうした観点から、政府としては現在、全国におけるバリアフリーや多言語への対応に配慮した取組を認証する「beyond2020 プログラム」を推進しているところである。

このような状況の変化を踏まえ、今後、政府としては、文化プログラムの件数ではなく、国際化や共生社会への対応といったレガシーの創出に資する文化プログラムを、大会開催地にとどまらず全国に浸透させることを目標とすべきである。

## VI 推進すべき「6つの重点戦略」

### 1. 文化芸術資源（文化財）の保存

#### 【対応の方向性】

○ 我が国が有する文化芸術資源は、歴史の営みの中で先達の地道な努力により、伝承・発展してきた重要な資産であることを踏まえ、未来に向けて着実に維持・継承していくための体制づくりや文化財保護制度の見直しを行う。

<主な取組（例）>

◆ 文化財保護制度の見直しにより、国・都道府県・市町村間の連携強化はもとより、地域住民や民間団体等の協力も得ながら、地域全体で文化財の保存・活用を推進するための新たな仕組みを創設する。

具体的には、未指定の文化財も含めた地域に所在する文化財について総合的な調査・把握を行った上で、地方公共団体による文化財の総合的な保存・活用に関する大綱や計画の策定を制度上に位置付け、地域住民や関係団体等の積極的な参画を促進しつつ、中長期的視点からの計画的・総合的な保存・活用を推進する。【文化庁】

◆ 個人所有の特定の美術品（重要文化財に指定された美術工芸品又は登録有形文化財（建造物を除く）であって世界文化の見地から歴史上、芸術上若しくは学術上特に優れた価値を有するもの）について、適切な保存・活用や確実な継承を促進するため、美術館・博物館に寄託され、公開されるものについて、相続税の納税猶予の特例を創設する。【文化庁】

○ 社会状況の変容に伴う地域コミュニティの衰退等の影響により、経年劣化等による損傷が激しい文化財が存在する中、文化財の計画的な修復、適切な状態での保存を行う。

<主な取組（例）>

◆ 文化財の保存修理対策を強化するため、関係自治体や所有者、保存修理を行う民間事業者・技能者等と緊密に連携して保存修理対策を講じる。【文化庁】

◆ 建造物の根本修理や美術工芸品の本格修理について、修理が先送りされてきたものや修理すべき時期に達している文化財の修理に着手するとともに、建造物の維持修理や美術工芸品の応急修理についても、文化財としての価値が損なわれないよう計画的に適切な周期で実施する。【文化庁】

○ 文化財が散逸・消滅の危機に瀕している状況を踏まえ、これまで価値付けが明確でなかった未指定の文化財も対象に含めた取組の充実や、文化財継承の担い手を確保し、社会全体で支えていく体制づくりを推進する。

<主な取組（例）>

◆ 文化財保護制度の見直しにより、国・都道府県・市町村間の連携強化はもとより、地域住民や民間団体等の協力も得ながら、地域全体で文化財の保存・活用を推進するための新たな仕組みを創設する。

具体的には、未指定の文化財も含めた地域に所在する文化財について総合的な調査・把握を行った上で、地方公共団体による文化財の総合的な保存・活用に関する大綱や計画の策定を制度上に位置付け、地域住民や関係団体等の積極的な参画を促進しつつ、中長期的視点からの計画的・総合的な保存・活用を推進する。【文化庁】《再掲》

◆ 文化財等の伝承者が有する卓越した技能・知見を着実に維持・継承していくため、伝承者養成やわざの錬磨等に関する取組を行う。【文化庁】

## 2. 文化芸術資源（文化財）の活用

### 【対応の方向性】

- 文化芸術資源の活用については、その特性や適切な保存に十分配慮しつつ、積極的な公開・活用を推進するため、文化財保護制度の見直しを行う。

<主な取組（例）>

- ◆ 文化財保護制度の見直しにより、国・都道府県・市町村間の連携強化はもとより、地域住民や民間団体等の協力も得ながら、地域全体で文化財の保存・活用を推進するための新たな仕組みを創設する。

具体的には、未指定の文化財も含めた地域に所在する文化財について総合的な調査・把握を行った上で、地方公共団体による文化財の総合的な保存・活用に関する大綱や計画の策定を制度上に位置付け、地域住民や関係団体等の積極的な参画を促進しつつ、中長期的視点からの計画的・総合的な保存・活用を推進する。【文化庁】《再掲》

- ◆ 「国宝・重要文化財の公開に関する取扱要項（平成8年文化庁長官裁定）」の改訂により、材質に応じた公開日数の上限（現状、原則年2回、延べ60日以内）を延長するなど、指針としてのきめ細やかな取扱いを可能にする見直しを行う。【文化庁】

- ◆ 個人所有の特定の美術品（重要文化財に指定された美術工芸品又は登録有形文化財（建造物を除く）であって世界文化の見地から歴史上、芸術上若しくは学術上特に優れた価値を有するもの）について、適切な保存・活用や確実な継承を促進するため、美術館・博物館に寄託され、公開されるものについて、相続税の納税猶予の特例を創設する。

【文化庁】《再掲》

- ◆ 文化財の周期的な根本修理、維持修理とともに、文化財を健全で美しい状態に保つために、文化財の美装化を推進することとし、建造物の外観・内装の修繕、漆塗部分の漆がけなどや、美術工芸品の外観のカビ、サビ、埃等の除去や、表具・縁の打ち直しなどにより、その価値と魅力を高め、文化財の活用を促進する。【文化庁】

○ 文化財の観光やまちづくり等への積極的な活用を促進するため、文化財を中核とする観光拠点の形成や、史跡等の大型文化財の公開や活用の機能充実のための整備を促進する。

<主な取組（例）>

- ◆ 文化財を中核とする観光拠点の整備を推進するため、他省庁とも連携し、歴史文化基本構想策定地域や、他の地域のモデルとなる優良な取組に対して支援を実施する。【文化庁】
- ◆ 多くの集客効果が見込まれる史跡等の大型文化財について、損傷が著しく進んでいる個所の修復とともに、観光客が長時間滞在できるようガイド施設等の設置等を行うことで魅力ある環境を創り出す努力を自ら行う所有者等を支援の対象とする。【文化庁】

○ 文化財の公開・活用を促進するため、文化財所有者・管理団体、美術館・博物館等からの相談への一元的な対応・支援等を行うためのセンター的機能を整備する。

<主な取組（例）>

- ◆ 新たな取組として、全国の文化財所有者・管理団体や地方公共団体、博物館・美術館等からの文化財の公開・活用等に関する相談に一元的に対応する文化財の公開・活用に係るセンター的機能を整備する。【文化庁】

○ 公的空間での展示や国際交流、教育での活用等、様々な場面における文化財の活用を促進するため、文化財の高精細デジタルアーカイブ化や、高精細レプリカ、VR等先端技術との連携による取組を推進する。

<主な取組（例）>

- ◆ 文化財の公開・活用に係るセンター的機能を整備し、産学官連携により先端技術と伝統技術を駆使して、文化財の高精細レプリカやVR・AR・MR等を活用したビジネスモデル創出等を推進し、観光や産業、教育等多様な分野における活用を推進する。【文化庁】

○ 文化財を公開する際は、外国人旅行者や障害者を含めた多様な鑑賞者がより深く理解し、親しむことのできる機会の充実を図るべく、多言語や多様な方法による情報発信をはじめ、文化財の有する価値や背景情報等を丁寧に説明する。

<主な取組（例）>

- ◆ 新たな取組として、地域の美術館・歴史博物館を中核とした文化クラスターを創出し、地域の文化財の魅力発信、観光振興、多言語化による国際発信、ユニークベニユーの促進など、地域文化資源の面的・一体的整備を推進する。【文化庁】
- ◆ 国内外の美術館・博物館と連携し、我が国の文化財の海外交流を通じて日本文化の魅力を広く海外に紹介するとともに、諸外国の文化関係機関と文化財の海外交流・協力推進に向けた調整等を実施する。【文化庁】
- ◆ 文化財の魅力をわかりやすく発信するため、文化財の多言語解説等による国際発信力強化の方策に関する有識者会議が取りまとめた「文化財に関する国際発信力強化の方策について（提言）」を踏まえ、各地域における文化財の解説の多言語化対応を促進する。特に、新たな取組として、文化財中核観光拠点 200 か所を中心に、先進的・高次元な多言語解説整備事業を観光施策と連携させつつ実施する。【文化庁・観光庁】

○ 個々の興味や関心等に応じて、文化財の価値等を分かりやすく説明できる人材（美術館・博物館の学芸員等）を育成・配置するとともに、当該人材の活躍の場が広がるような環境整備等を推進する。

<主な取組（例）>

- ◆ 美術館・博物館の魅力向上のため、学芸員等を対象としたミュージアム・マネジメント研修及びミュージアム・エデュケーター研修を実施するとともに、重要文化財等の修理及び保存に関する研修を実施することにより文化財に適した展示・保存環境などに関する新たなカリキュラムの開発・提供等を行う。また、国宝・重要文化財（美術工芸品）の公開に関する企画展の支援等を実施する。【文化庁】
- ◆ 文化財の適切な保存・活用や文化財の魅力を巧みに発信できる人材の育成のため、全国の文化財担当者等を対象とした研修を実施する。【文化庁】

### 3. 文化創造活動の推進

#### 【対応の方向性】

- 伝統工芸、近現代アート、舞台芸術、メディア芸術、生活文化など、人々が様々な文化芸術活動を積極的に鑑賞し、これに主体的に参加し、または創造することができる環境を整備する。

<主な取組（例）>

- ◆ 文化芸術によるナイトエンターテインメント等において、優れた文化芸術活動を鑑賞・参画する機会の創出に取り組む。また、文化芸術と最新のテクノロジーの融合や、伝統芸能と現代舞台芸術のコラボレーションなどによる、新たな文化芸術の創造に取り組む。

【文化庁】

- ◆ メディア芸術の創造活動等の促進や優れたクリエイター等の育成支援を行うとともに、産・学・館（官）によるメディア芸術作品の保存・活用に必要な所蔵情報等の整備、各研究機関等におけるメディア芸術作品のアーカイブ化を推進する。また、メディア芸術の情報拠点等の整備を進める。【文化庁】

- ◆ 国民が障害等の有無に関わらず、文化芸術に親しむ環境を整備するため、障害者等に対応してバリアフリー対策を行い、一定の基準を満たした劇場・音楽堂等（主に実演芸術の公演を行うためのもの）に対し、固定資産税・都市計画税の負担を軽減する特例措置を設ける。【文化庁】

- ◆ 我が国における映画のロケ等の環境整備を図ることを目的として、官民及び有識者を集めた連絡会議を設置し、ロケ撮影に関係の深い許認可に係る最新情報の共有等を実施する。

【内閣府】

- ◆ 地域における障害者の芸術文化活動に係る相談支援、人材育成、ネットワークの構築、情報収集・発信などを行う中間支援の実施等により、地域における障害者の芸術文化活動の基盤作りや振興を図る。【厚生労働省】

- ◆ 日本のエンターテインメントに関するイベント情報が集約され、世界中から訪れる外国人のアクセスが可能でかつ、多言語対応化した情報プラットフォームを創設する。

【経済産業省】

- ◆ 民間企業の海外オフィス・工場における日本の文化芸術のPRの実施をはじめ、美術品に囲まれたイノベティブなオフィス環境の整備や、企業が設置した美術館等を活かした商品開発・販売促進の推進、従業員への文化研修や文化芸術活動支援を通じた「働き方改革」の推進など、企業の本業と文化活動が密着した新たな企業経営を促進する。

【経済産業省】

○ 食文化やファッション等生活文化について、その振興及び普及等を図るとともに、海外発信を推進するなど、多様な活動を総合的に推進する。

<主な取組（例）>

- ◆ 生活文化（茶道、華道、書道、食文化など）及び国民娯楽（囲碁、将棋など）等の暮らしの文化について、調査研究を実施する。【文化庁】
- ◆ ユネスコ無形文化遺産に登録された「和食」を国民全体で保護・継承するため、和食をテーマに次世代継承型の食育活動を推進するとともに、メディア等と連携して、和食の魅力等を効果的に発信する。【農林水産省】
- ◆ 日本食・食文化の魅力発信による日本産農林水産物の輸出促進を加速化するため、海外における日本食・食文化への理解の深化を図るとともに、日本産食材を積極的に活用する海外レストランとの連携等を推進する。【農林水産省】
- ◆ 海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）の出資支援により展開する日本文化の発信・販売拠点（マレーシアジャパンモール等）において、食文化や生活文化等の現地発信のための展示やイベント等を実施する。【経済産業省】
- ◆ 若手ファッションデザイナーの支援のため、官民一体となったコンソーシアムを立ち上げ、経営や産地連携、販路開拓等のサポートを行う。【経済産業省】
- ◆ 我が国で開催されるファッションショー（東京ファッションウィーク）の国際的地位の確立のため、海外のファッションデザイナーやバイヤー、インフルエンサー等のイベントへの招聘を実施する。【経済産業省】

○ 子供や高齢者、障害者など、あらゆる人が文化芸術を積極的に鑑賞したり、文化芸術活動の主体となる環境等を整備することで、多様性に裏打ちされ、創造性に溢れた経済社会の実現を目指す。

<主な取組（例）>

- ◆ 子供たちに対し、一流の文化芸術団体や芸術家による質の高い文化芸術を鑑賞・体験する機会を確保するとともに、実技指導やワークショップ等を実施する。また、子供たちが親とともに、民俗芸能、工芸技術、邦楽、日本舞踊、茶道、華道などの伝統文化・生活文化を体験・修得できる機会の確保を図る。【文化庁】
- ◆ 共生社会の実現を推進するため、障害者芸術の発表や交流の機会を拡大し、障害者や高齢者、外国人など全ての人が芸術文化活動に参加できる施策を展開する。また、国内の外国人に対して、日本文化への理解と関心を深めるため、日本語教育を実施する。【文化庁】

- ◆ 国民の障害に対する理解や認識を深め、障害者の豊かな生活や自立と社会参加を促進するために、全国障害者芸術・文化祭を開催するとともに、障害者による芸術文化活動の裾野が広がるよう、全国各地の障害者による作品展示や公演、文化祭等を連携事業として実施する取組を進める。また、市町村等において障害者の作品展、音楽会、映画祭等の文化芸術活動の機会を提供する。【厚生労働省】
- ◆ 地域における障害者の芸術文化活動に係る相談支援、人材育成、ネットワークの構築、情報収集・発信などを行う中間支援の実施等により、地域における障害者の芸術文化活動の基盤作りや振興を図る。【厚生労働省】《 再 掲 》

○ 新進芸術家・クリエイターや文化伝承の担い手など、国際舞台において文化創造を先導できる人材育成を推進し、国内外における活躍の場の創出等の支援を強化するとともに、文化芸術の価値を最大化できるマネジメント人材・プロデュース人材の育成を推進する。

＜主な取組（例）＞

- ◆ 若手芸術家や演出家、舞台技術者、アートマネジメント人材など、我が国のこれからの文化芸術を担う人材を育成する観点から、実践的かつ、高度な技術・知識を習得するための研修機会（公演・展覧会、ワークショップ・セミナー等）を提供し、文化芸術を支える人材を育成する。【文化庁】
- ◆ 美術館・博物館の魅力向上のため、学芸員等を対象としたミュージアム・マネジメント研修及びミュージアム・エデュケーター研修を実施するとともに、重要文化財等の修理及び保存に関する研修を実施することにより文化財に適した展示・保存環境などに関する新たなカリキュラムの開発・提供等を行う。また、国宝・重要文化財（美術工芸品）の公開に関する企画展の支援等を実施する。【文化庁】《 再 掲 》
- ◆ 日本の「正しい姿」や多様な魅力の発信をジャパン・ハウスや専門家派遣等を通じて行う際に、国際舞台において文化創造を先導できる人材育成を推進し、海外における活躍の場の創出等の支援を強化することに留意する。【外務省】
- ◆ グローバルな集客につながる魅力的なコンテンツ制作の担い手（クリエイター）を中心としたエコシステムを創出すべく、①クラウドファンディング等による新たな資金調達を活用するコンテンツ企画制作や海外プロモーションの取組、②海賊版に対抗する世界同時展開の取組に対して支援を実施する。【経済産業省】
- ◆ 若手ファッションデザイナーの支援のため、官民一体となったコンソーシアムを立ち上げ、経営や産地連携、販路開拓等のサポートを行う。【経済産業省】《 再 掲 》

- ◆ イノベーションを促進するため、高度デザイン教育に取り組む大学等高等教育機関によるプラットフォームの構築等を支援し、モデルとなる教育カリキュラムを検討するとともに、地方大学も含めた横断的な産学連携を図り、高度デザイン人材の育成を図る。また、企業のブランド力向上に資するデザインの保護・活用の在り方を検討する。【経済産業省】

○ 2020年以降の成熟社会におけるレガシー創出を目指し、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、関係者との連携の下、国際化や共生社会への対応といったレガシーの創出に資する文化プログラムを、大会開催地にとどまらず全国に浸透させる。

<主な取組（例）>

- ◆ 2020年以降を見据え、日本文化の魅力を国内外に発信するとともに、共生社会、国際化につながるレガシーを創出する「beyond2020プログラム」を全国展開し、より一層の普及を図る。あわせて、大会の機運醸成に向けて特別に実施される要素（多言語対応・バリアフリー対応等）を含む文化イベントについて、試行プロジェクトを実施し、その効果・課題を分析し、成果を全国へ展開する。【内閣官房】
- ◆ イベント主催者等から、2020年に向けて、文化イベントの実施場所として公共空間を活用したいが、円滑な実施が難しいケースがあるとの声を受け、内閣官房に「公共空間を活用した文化イベント促進相談窓口」を設置し、公共空間を活用した文化イベントの実施に必要な所要の手続き等に関する相談を受け付け、支援概要の公表を通じ、全国各地で同様の取組を促す。【内閣官房】
- ◆ 新たな取組として、文化資源による社会的・経済的な価値を創出し、インバウンドの増加や活力ある豊かな地域社会の形成等に資するため、地方自治体・芸術団体・大学・民間事業者等が連携・協働して実施する芸術祭などを中核とし、文化芸術と観光、まちづくり、食、国際交流、福祉、教育、産業その他関連分野と連携した、国際発信力のある拠点形成を推進する。【文化庁】
- ◆ 世界に誇る日本各地の文化芸術の魅力と各地域の「する」「観る」「支える」スポーツと観光を密接に融合させ、新たな価値を創造していくことを目的に締結された「スポーツ庁、文化庁及び観光庁の包括的連携協定」の下、「スポーツ文化ツーリズム」の掘り起こしや拡大のための政策連携を推進することで、地域ブランドの確立やインバウンド拡大等を図り、日本及び地域経済の活性化を目指す。【スポーツ庁・文化庁・観光庁】
- ◆ 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の機運醸成を図るとともに、文化プログラムで多くの障害者が活躍し、障害者による芸術文化活動の裾野が広がるよう障害者芸術・文化祭のサテライト開催事業を実施する。【厚生労働省】

- ◆ 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催、2025年の大阪万博誘致に向けて、インバウンド拡大につなげるための国内外の展示会・イベントを開催するとともに、国内外のインフルエンサーのマッチングによるコンテンツ制作等を推進する。

【経済産業省】

## 4. 国際プレゼンスの向上

### 【対応の方向性】

- 戦略的な国際展開を推進し、文化芸術を活かしたブランド力の向上を図るため、関係府省庁の連携により、総合的・横断的な推進体制を整備する。

<主な取組（例）>

- ◆ 新たな取組として、関係府省庁の連携による「日本ブランディング戦略タスクフォース」を創設し、2020年をターゲットイヤーとして具体的な調査を実施するとともに、インフルエンサーによる発信の強化等による「戦略的日本ブランド構築事業」を実施する。  
【内閣官房、内閣府、文化庁、外務省、農林水産省、経済産業省、観光庁 他】
- ◆ 「クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ」（平成27年6月クールジャパン戦略推進会議）及びそのアクションプランに基づき、クールジャパンの効果的な発信・展開、インバウンド、人材育成・拠点構築等の基盤整備、官民・異業種間の連携等を促進する。知的財産戦略ビジョンに関する専門調査会（平成29年12月設置）やアドバイザリーボードにおいて、クールジャパンの本質の解明や外国人材の受入れについて検討し、クールジャパン戦略の深化を図る。【内閣府 他】
- ◆ クールジャパン戦略担当大臣・民間企業代表者を共同会長とし、関係府省庁・民間企業等を構成員とする「官民連携プラットフォーム」を基盤とし、マッチングフォーラム、セミナー、国内外の発信イベントや人材育成等の検討会における検討を通じ、新たなビジネスの組成やクールジャパン戦略のより効果的实施を図る。【内閣府 他】

- 我が国の文化芸術を積極的に海外に向けて発信するとともに、世界の文化芸術が我が国の社会や市場へ集う双方向の国際展開を推進することにより、文化芸術を通じたブランド力向上を図り、インバウンド拡大等につなげる。

<主な取組（例）>

- ◆ 我が国の文化芸術各分野のトップレベルの団体の総力を結集するなどして、世界水準と評価される公演等を実施する。【文化庁】
- ◆ 音楽、舞踊、演劇、映画、現代アートなどの各分野における我が国の優れた芸術文化を世界で展開するため、各芸術団体における海外のフェスティバルへの参加・出展をはじめ、国内における国際的舞台芸術イベントの開催、海外の芸術団体との共同制作などに取り組む。【文化庁】
- ◆ 文化対話や対日理解を促進するため、有形・無形の文化遺産保護に係る我が国の高度な知識・技術・経験を活かした国際協力を推進する。【文化庁】

- ◆ 外交上の周年事業や大型スポーツイベント等との連動による相乗効果の高い国際的な文化芸術事業、文化交流使の海外派遣による日本文化の対外発信、アーティスト・イン・レジデンス事業をはじめとする国内外の文化人・芸術家の相互交流事業の実施により、国際文化交流を推進する。【文化庁】
- ◆ 放送事業者等と、他分野・他産業、地方公共団体等の関係者が協力し、放送コンテンツを制作、海外発信する取組等を支援する。【総務省】
- ◆ 我が国の存在感の確保、対日理解の促進、親日層の形成等を目的として、在外公館等を通じて日本文化の紹介・発信を行う。また、選定周年の国を対象とした大型文化事業や、ジャポニスム 2018 やロシアにおける日本年等大規模な文化事業を集中的に実施する。  
【外務省】
- ◆ 国際交流基金を通じて、海外における日本語普及、文化芸術交流、日本研究・知的交流に資する事業を実施する。【外務省】
- ◆ 国際交流基金を通じて、広範な層に対して影響力のある映像コンテンツについて、相手国のニーズも踏まえつつ途上国等の放送事業者に対し素材を提供し、多くの人々がテレビ放送等を通じて我が国の社会・文化等に親しむ機会を拡大する。【外務省】
- ◆ 中核的な国際的フェスティバルとして東京国際映画祭を支援するとともに、国際映画祭など国際芸術フェスティバルへの支援を通じて、日本の優れたコンテンツの海外発信を促進する。また、国際交流基金を通じて、日本映画の認知度向上を図るべく、ASEAN10 か国、中国、ロシア及び豪州を中心に日本映画祭を継続的に実施する。【外務省】
- ◆ 日本の「正しい姿」や多様な魅力の発信を、ジャパン・ハウスや専門家派遣等を通じ、オールジャパンの体制で行う。【外務省】
- ◆ 2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、在外公館による日本文化紹介を天皇誕生日祝賀レセプション等の機会に随時実施する。【外務省】
- ◆ 2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開会式等に、オリンピック・パラリンピックとゆかりのある国において日本文化の発信等を行う。【外務省】
- ◆ 多様な地域の食やそれを支える農林水産業、伝統文化の魅力で、訪日外国人旅行者を誘客する重点地域を農林水産大臣が認定し、「SAVOR JAPAN」（農泊・食文化海外発信地域）というブランドとして、官民連携して農山漁村の魅力を海外に一体的に発信することにより、訪日外国人旅行者の誘客を強化する。【農林水産省】
- ◆ コンテンツ産業が持続的に発展する好循環を創出すべく、国際連携強化・海外発信、国際人材育成・技術発掘、国際見本市等を通じた海外展開基盤整備等を推進する。  
【経済産業省】

- ◆ 海外現地のニーズ等に詳しい外部人材を活用し、日本の特色を活かした商品の開発、ブランディング、PR・流通までのプロデュース活動を推進する。【経済産業省】
- ◆ 海外需要開拓支援機構（クールジャパン機構）の出資支援により、海外向けに日本の文化芸術の興行を行うための拠点（劇場、ホール等）を国内外に整備する。【経済産業省】
- ◆ 訪日外国人旅行者数の目標（2020年に4,000万人）の達成に向けて、既存市場の確保に加え、欧米豪、富裕層、若年層などの新しい市場の開拓のため、日本の伝統文化や歴史的資源等を活用した訪日プロモーションを推進する。【観光庁】
- ◆ 日本の国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化に向け、地域の文化や歴史などとも連携しつつ、国立公園における体験プログラムの充実や基盤的な公園施設の整備等を行うとともに、国立公園の魅力を国内外に広く発信する。【環境省】

## 5. 周辺領域への波及、新たな需要・付加価値の創出

### 【対応の方向性】

- 地域における文化芸術資源と周辺領域（宿泊施設、飲食店、商店街、学校等）との連携を深めることにより面的な広がりを形成し、訪日外国人を含むより多くの人々の関心を喚起するとともに、文化芸術資源の活用による新産業創出等、新たな需要や高い付加価値を創出する。

<主な取組（例）>

- ◆ 新たな取組として、文化資源による社会的・経済的な価値を創出し、インバウンドの増加や活力ある豊かな地域社会の形成等に資するため、地方自治体・芸術団体・大学・民間事業者等が連携・協働して実施する芸術祭などを中核とし、文化芸術と観光、まちづくり、食、国際交流、福祉、教育、産業その他関連分野と連携した、国際発信力のある拠点形成を推進する。【文化庁】《再掲》
- ◆ 新たな取組として、地域の美術館・歴史博物館を中核とした文化クラスターを創出し、地域の文化財の魅力発信、観光振興、多言語化による国際発信、ユニークベニユーの促進など、地域文化資源の面的・一体的整備を推進する。【文化庁】《再掲》
- ◆ ICOM（国際博物館会議）京都大会 2019 に向けた取組を通じた博物館の活性化・国際化により、観光振興や国際交流の拠点としての博物館の機能を強化し、博物館を核とした新たな地方創生につなげる。【文部科学省】
- ◆ 世界に誇る日本各地の文化芸術の魅力と各地域の「する」「観る」「支える」スポーツと観光を密接に融合させ、新たな価値を創造していくことを目的に締結された「スポーツ庁、文化庁及び観光庁の包括的連携協定」の下、「スポーツ文化ツーリズム」の掘り起こしや拡大のための政策連携を推進することで、地域ブランドの確立やインバウンド拡大等を図り、日本及び地域経済の活性化を目指す。【スポーツ庁・文化庁・観光庁】《再掲》
- ◆ 多様な地域の食やそれを支える農林水産業、伝統文化の魅力で、訪日外国人旅行者を誘客する重点地域を農林水産大臣が認定し、「SAVOR JAPAN」（農泊・食文化海外発信地域）というブランドとして、官民連携して農山漁村の魅力を海外に一体的に発信することにより、訪日外国人旅行者の誘客を強化する。【農林水産省】《再掲》
- ◆ 地域で生まれた伝統を有し、その高い品質等の特性が生産地と結びついている農林水産物・食品の名称を知的財産として保護する「地理的表示保護制度」により、国内外の市場における差別化と保護を図ることで、我が国の地域特産品のブランド化を促進する。  
【農林水産省】

- ◆ 伝統的工芸品については、各産地における伝統的工芸品の原材料確保対策や若手後継者の創出育成、観光等異分野との連携や他産地との連携、国内外の大消費地等での需要開拓などを推進する。【経済産業省】
- ◆ 歴史・文化・風土を生かしたまちづくりを進めるため、歴史的風致維持向上計画の策定を促進するとともに、多様な主体と連携しつつ、文化財を核とした良好な市街地の環境の維持・向上に資するソフト・ハード両面の取組を推進する。【国土交通省】
- ◆ 訪日外国人旅行者数の目標（2020年に4,000万人）の達成に向けて、既存市場の確保に加え、欧米豪、富裕層、若年層などの新しい市場の開拓のため、日本の伝統文化や歴史的資源等を活用した訪日プロモーションを推進する。【観光庁】《再掲》
- ◆ 国際会議やミーティング、インセンティブ旅行（※）、イベント等のMICE開催にあたって、博物館や美術館、歴史的建造物等のユニークベニューの利活用を推進する。【観光庁】  
（※）企業等の実施する報奨・研修旅行
- ◆ 各地域への周遊を促進するため、地域の伝統文化、美しい自然、歴史的景観、魅力ある食文化等、地域の観光資源を活かした、DMOが中心となっていく、地域の関係者が連携して観光客の来訪・滞在促進を図る観光地域づくりを推進する。【観光庁】
- ◆ 内閣官房「歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進室」において、文化財等を含む歴史的資源の活用を図るため、意欲ある地域の相談をワンストップで受け付け、専門家派遣や事業者とのマッチングをはじめとした支援を行う。【内閣官房・観光庁】
- ◆ 日本の国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化に向け、地域の文化や歴史などとも連携しつつ、国立公園における体験プログラムの充実や基盤的な公園施設の整備等を行うとともに、国立公園の魅力を国内外に広く発信する。【環境省】《再掲》

○ 各地域の特性を活かし、歴史、風土等を反映した文化芸術資源を基軸にした拠点を形成し、地域における文化芸術活動の活性化や文化芸術水準の向上等を通じて、交流人口の増加や地域の活性化を図る。

<主な取組（例）>

- ◆ 新たな取組として、文化資源による社会的・経済的な価値を創出し、インバウンドの増加や活力ある豊かな地域社会の形成等に資するため、地方自治体・芸術団体・大学・民間事業者等が連携・協働して実施する芸術祭などを中核とし、文化芸術と観光、まちづくり、食、国際交流、福祉、教育、産業その他関連分野と連携した、国際発信力のある拠点形成を推進する。【文化庁】《再掲》

- ◆ 新たな取組として、地域の美術館・歴史博物館を中核とした文化クラスターを創出し、地域の文化財の魅力発信、観光振興、多言語化による国際発信、ユニークベニユーの促進など、地域文化資源の面的・一体的整備を推進する。【文化庁】《再掲》
- ◆ 子供たちに対し、一流の文化芸術団体や芸術家による質の高い文化芸術を鑑賞・体験する機会を拡充するとともに、実技指導やワークショップ等を実施する。また、子供たちが親とともに、民俗芸能、工芸技術、邦楽、日本舞踊、茶道、華道などの伝統文化・生活文化を体験・習得できる機会の確保を図る。【文化庁】《再掲》
- ◆ 歴史的建造物群を中心としたまちなみ整備や、文化イベントを契機とした地域の活性化、名所・観光地・食文化等地域文化資源と連携した空間創出によって、にぎわいを創出し、交流人口を増加させるとともに、これらと連携した中小企業・小規模事業者の事業活性化を図る事業を支援する。【経済産業省】
- ◆ 中小企業地域産業資源活用促進法に基づく事業計画の認定を受けた複数の中小企業・小規模事業者と地方自治体等が連携し、地域文化資源やふるさと名物を活用した新たな商品開発、販路開拓を行う仕組みや、観光客の地域における滞在環境の向上を目指す取組等について支援する。【経済産業省】

**○ 地域の文化芸術の潜在力を掘り起こして新たな価値を創出し、発信するための戦略を企画・立案し、その実行を牽引できる人材を育成・配置するなど推進体制を強化する。**

＜主な取組（例）＞

- ◆ 美術館・博物館の魅力向上のため、学芸員等を対象としたミュージアム・マネジメント研修及びミュージアム・エデュケーター研修を実施するとともに、重要文化財等の修理及び保存に関する研修を実施することにより文化財に適した展示・保存環境などに関する新たなカリキュラムの開発・提供等を行う。また、国宝・重要文化財（美術工芸品）の公開に関する企画展の支援等を実施する。【文化庁】《再掲》
- ◆ 若手芸術家や演出家、舞台技術者、アートマネジメント人材など、我が国のこれからの文化芸術を担う人材を育成する観点から、実践的かつ、高度な技術・知識を習得するための研修機会（公演・展覧会、ワークショップ・セミナー等）を提供し、文化芸術を支える人材を育成する。【文化庁】《再掲》
- ◆ 伝統工芸や繊維等の地場製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、各産地にデザイナー等の外部人材を招聘する取組等を推進する。【経済産業省】

○ 公共空間を活用した文化イベントの実施が促進されるよう、相談窓口を設置し、支援概要の公表を通じ、全国各地で同様の取組を促す。

＜主な取組（例）＞

- ◆ イベント主催者等から、2020年に向けて、文化イベントの実施場所として公共空間を活用したいが、円滑な実施が難しいケースがあるとの声を受け、内閣官房に「公共空間を活用した文化イベント促進相談窓口」を設置し、公共空間を活用した文化イベントの実施に必要な所要の手続き等に関する相談を受け付け、支援概要の公表を通じ、全国各地で同様の取組を促す。【内閣官房】《再掲》

○ 国際的な芸術祭やコンクールの開催、アートフェアの拡大、世界的なアーティストやキュレーター、ギャラリストの誘致等、我が国の文化芸術資源や文化芸術活動とアート市場が共に活性化し、持続的に成長・発展していくための新たな取組を推進する。

＜主な取組（例）＞

- ◆ 新たな取組として、世界のアート市場に比して小規模にとどまっている日本のアート市場の拡大を実現するため、我が国を代表する美術館等を中心に、ギャラリー、アートフェア実施団体、百貨店等アート市場関係者と連携・協力し、日本人アーティストおよび近現代日本美術作品の国際的な評価を高めるための調査研究と実験的な展示企画等を推進する。【文化庁】
- ◆ 個人所有の特定の美術品（重要文化財に指定された美術工芸品又は登録有形文化財（建造物を除く）であって世界文化の見地から歴史上、芸術上若しくは学術上特に優れた価値を有するもの）について、適切な保存・活用や確実な継承を促進するため、美術館・博物館に寄託され、公開されるものについて、相続税の納税猶予の特例を創設する。【文化庁】《再掲》
- ◆ 新たな取組として、文化資源による社会的・経済的な価値を創出し、インバウンドの増加や活力ある豊かな地域社会の形成等に資するため、地方自治体・芸術団体・大学・民間事業者等が連携・協働して実施する芸術祭などを中核とし、文化芸術と観光、まちづくり、食、国際交流、福祉、教育、産業その他関連分野と連携した、国際発信力のある拠点形成を推進する。【文化庁】《再掲》
- ◆ 我が国で開催されるファッションショー（東京ファッションウィーク）の国際的地位の確立のため、海外のファッションデザイナーやバイヤー、インフルエンサー等のイベントへの招聘を実施する。【経済産業省】《再掲》

○ 文化芸術創造活動の担い手と、他分野や先端科学技術等とのマッチングの促進を通じたベンチャー創出等、文化を核とした多様な事業展開や、それを牽引する人づくり・環境整備等を推進する。

＜主な取組（例）＞

- ◆ 文化芸術と科学技術との融合により創出された「クローン文化財」について、大学と自治体、美術館、産業界等による産学官連携基盤を活かしたビジネス展開を図るとともに、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた文化プログラムにおける活用をはじめ、観光や産業、教育等多様な分野における活用を推進する。

【文部科学省・文化庁・経済産業省】

- ◆ 我が国の知的資源・文化芸術資源のデジタル化・活用の円滑化を実現するため、分野・地域を横断して日本の知を集約、検索できるデジタルアーカイブ（「デジタルアーカイブジャパン」）の実現に向けた取組を国立国会図書館の協力も得て推進する。

【内閣府・文部科学省・文化庁・総務省・経済産業省 他】

- ◆ 文化財の公開・活用に係るセンター的機能を整備し、産学官連携により先端技術と伝統技術を駆使して、文化財の高精細レプリカやVR・AR・MR等を活用したビジネスモデル創出等を推進し、観光や産業、教育等多様な分野における活用を推進する。

【文化庁】◀ 再掲 ▶

- ◆ 公益信託制度において、美術品等を信託財産とすることや、信託事務として美術館の運営を行うこと等を許容するなど、文化芸術資源を活かし、公益の増進に資するような制度とする観点から、見直しを進める。【法務省】

- ◆ コンテンツ産業が持続的に発展する好循環を創出すべく、国際連携強化・海外発信、国際人材育成・技術発掘、国際見本市等を通じた海外展開基盤整備等を推進する。

【経済産業省】◀ 再掲 ▶

- ◆ 民間企業の海外オフィス・工場における日本の文化芸術のPRの実施をはじめ、美術品に囲まれたイノベティブなオフィス環境の整備や、企業が設置した美術館等を活かした商品開発・販売促進の推進、従業員への文化研修や文化芸術活動支援を通じた「働き方改革」の推進など、企業の本業と文化活動が密着した新たな企業経営を促進する。

【経済産業省】◀ 再掲 ▶

- ◆ イノベーションを促進するため、高度デザイン教育に取り組む大学等高等教育機関によるプラットフォームの構築等を支援し、モデルとなる教育カリキュラムを検討するとともに、地方大学も含めた横断的な産学連携を図り、高度デザイン人材の育成を図る。また、企業のブランド力向上に資するデザインの保護・活用の在り方を検討する。

【経済産業省】◀ 再掲 ▶

## 6. 文化経済戦略の推進基盤の強化

### 【対応の方向性】

- 文化経済戦略を実行していくための推進基盤強化を図るため、以下の措置の実現に向けて取り組む。
  - ① 京都へ全面的に移転することも見据えて、文化庁の機能強化に向けて文部科学省設置法等を改正し、文化庁に省庁横断的な行政機能を新設する。  
従来の二部制（文化部、文化財部）を廃止し、文化財等の分野別の縦割り型組織から、文化経済や文化創造等の機能重視の組織へ改革する。  
（「文化経済・国際課（仮称）」の新設により、文化経済関連施策の企画・立案機能を抜本的に強化）
  - ② 文化・観光・産業等を一体として捉えた新たな政策を一層展開しやすくするため、現在、教育委員会所管と定められている地方における文化財保護に関する事務について、各地方公共団体の選択により首長部局も担当できる仕組みを導入する。
  - ③ 文化経済活動が自律的・持続的に発展する好循環を実現するため、既存施策を不断に見直した上で、新たな価値創出に資する施策について重点的に推進する。こうした観点から、文化財活用のためのセンター機能の整備や地域の美術館・博物館クラスター形成支援、国際発信力を強化した文化芸術の拠点形成支援等の取組を重点的に強化し、文化資源を生かした社会的・経済的価値の創出を図る。
  - ④ 国は平成 30 年度予算案において、文化経済戦略を着実に進めるとともに、新たに地方財政措置（特別交付税措置等）を講じることにより、文化財の積極的な保存・活用を推進する。また、公立文化施設（美術館、博物館、劇場、音楽堂）の適正管理の取組に対し、引き続き地方財政措置を講じることにより、こうした施設の文化芸術資源の活用に関する機能が一層発揮されるよう取り組む。
  - ⑤ 文化に関する産業・雇用の創出とともに、それに伴うU I Jターン促進などの交流・滞在人口の増加や、インバウンド拡大に資する「まちの賑わい創出」などの大都市以外への人の流れの形成など、文化資源を活かした地方創生の取組を関係府省庁が連携して積極的に促進する。

- ⑥ 国民目線でのきめ細やかな文化政策を実行する。例えば、国立美術館・博物館等における混雑解消対応として、整理券配布、SNSでの情報発信やプレミアム鑑賞機会の提供等を実施するとともに、館内での写真撮影が可能な範囲の拡大やマナーの周知等による観覧環境を向上する取組を実施することにより、来館者サービスの充実を図る。

○ 文化経済戦略を実行していく上で必要となる新たな制度や体制等の推進基盤強化を図るため、以下の課題について検討を進める。

- ・文化芸術への投資等に対するインセンティブを確保することにより、文化経済活動により積極的に貢献する企業経営を推進し、日本製品ひいては我が国自体のブランディングにつなげる仕組みの導入  
(文化経済活動に積極的に取り組む企業を評価・選定する「文化銘柄」の創設)
- ・美術品の蒐集や流通の促進を図り、国内市場を活性化させることを目的とした美術品の寄附の促進方策のあり方
- ・国立美術館・博物館における経営努力認定制度の見直し  
(経営努力を適正評価し、当期利益を後年度事業費として着実に措置)
- ・文化経済活動において多大な貢献が認められる個人や企業等を対象とした新たな顕彰制度
- ・公共空間・施設整備等における1%パブリックアートの導入

等

## VII 戦略の推進と不断の見直し

本戦略が掲げる方針や方向性等を踏まえ、関係府省庁連携の下、施策を速やかに実行していく必要があり、更に、中長期的な視野の下、社会経済情勢等の変化や施策等の進捗状況等に応じて、戦略の改善・充実を図り、必要に応じて新たな施策等を追加しながら軌道修正を行うことで、常に戦略を最適化していく必要がある。

そのため、本戦略を基本として、戦略に関連する他の政策の進捗状況等を踏まえつつ、関係者の意見を広く聴取して施策に反映するなど、内容について不断の見直しを行いながら、戦略を実行していくものとする。

今後、戦略を推進するための主要施策を「文化経済戦略アクションプラン」として、年度内を目途に取りまとめ、これに基づき各般の施策を実施するとともに、毎年度、施策の進捗状況を把握・検証してPDCAサイクルを実行し、施策内容等を充実させていくこととする。

その際、戦略の進捗状況を正確に把握できるよう、施策毎に具体的な指標を設定するとともに、関係府省庁における施策の具体化の状況も含めて進捗等を確認し、必要に応じてこれを継続的に見直しながら一層の重点化を図り、戦略を加速度的に推進していく。