

現状

・日本には1.2億人の市場があり、リスクを取って海外に打って出るインセンティブが生じにくい
が、人口減少の中、このままでは高い成長潜在力を持つコンテンツ市場の衰退の危機。

課題

・我が国の文化芸術の海外展開を視野に入れた若手クリエイターやアーティスト等の挑戦支援、
育成体制を強化するとともに、国内活動拠点として博物館・美術館、劇場等の文化施設が新た
な価値を付加できるよう機能強化し、若手クリエイター等を支える場として確立することが急務。

本事業
の目的

・次代を担うクリエイター・アーティストを育成するとともに、その活躍・発信の場でもある文化施設
の次世代型の機能強化を、独立行政法人日本芸術文化振興会に設置する基金を活用して弾
力的かつ複数年度にわたって支援する。

(現状・課題を示すデータ)

・世界・日本のコンテンツ市場の規模(1ドル=109円)

H30(2018):

世界 128.8兆円 日本 10.6兆円(8.25%)

R5(2023):

世界 141.6兆円 日本 11.3兆円(7.98%)

世界市場の拡大に伴い、日本市場が占める割合は
減少傾向にある。

(経済産業省「コンテンツの世界市場・日本市場の概観」より)

インプット
(資源)

アクティビティ(活動内容)

アウトプット(活動目標)

初期アウトカム
(成果目標)【3年】

長期アウトカム
(成果目標)【5年】

[参考]アウトカム
(成果目標)【10年程度】

R5年度
補正予算額
総額
60億円/3年

うち
<文化施設による
高付加価値化機能
強化支援>
15億円/3年

対象施設
博物館・美術館等
劇場・音楽堂等

・文化施設において、
長期雇用や複数年契
約などにより、若手ク
リエイター等が継続し
て創造発信する場を
提供

・地域・企業・個人等
の様々なステークホ
ルダーを巻き込み、
若手クリエイター等の
新たな活躍の場を提
供

・世界的な活躍が見込ま
れる若手クリエイター等
の育成

<博物館・美術館等>
・育成対象者の作品のデジ
タル・アーカイブ化、世界に
強力に発信

<劇場・音楽堂等>
・芸術性の高い作品の創作
・国内外における公演活動
・育成対象者を海外展開に
向け強力に発信

・国内公演・展示
プログラムの高
評価の獲得

KPI
①

・文化施設が持つ
価値(コンテン
ツ)のデジタル・
アーカイブ化、発
信による価値の
向上

KPI
②

・若手クリエイター等
の国際的活躍・
評価の向上を通じた、
文化施設の国際的価
値の向上

KPI
③

・若手クリエイター等
の国際的活躍・評価
の向上

KPI
④

・支援対象文化施設
の芸術文化拠点とし
ての機能向上

KPI
⑤

・文化芸術活動の活
性化(若手クリエ
イター等の海外での
活躍を含む)

・コンテンツ市場の
維持・拡大

KPI
⑥

・我が国の文化芸術
の国際的なプレゼ
ンスの向上

KPI
⑦

・海外を通じた
相互理解の促進

KPI
⑧

インパクト

・日本が生み出す優れたコンテンツや人材を自発的に発信し、国際的に高い評価を得て、新たなコミュニティやファン層を獲得するとともに、
訪日外国人観光客の増加や相互理解を促進し、我が国の文化と経済の好循環に向けた文化芸術によるソフトパワーが形成・展開される。

主な測定指標と目標値

KPI
①

・若手クリエイター等を企画段階から登用・育成し、作品等
の企画・制作・展示等を行った結果、国内外における専門
誌・専門家・批評家等により高評価を得た施設数 (R8年
13件)

KPI
②

・当初計画通りにデジタル作品を発信した施設数
(R8年4件)

KPI
③

・支援対象文化施設が国内外の賞の受賞・ノミネー
トや世界的に認知されている国内外の芸術祭等から
の招へい・出品などの依頼を受けた件数
(R10年48件)

KPI
④

・展示・公演の成功により、若手クリエイター等が新た
にオファーを獲得し参加する国内外における新たな
プロジェクトやコンテンツの数 (R10年64件)

KPI
⑤

・支援文化施設における入場者数の増加(令和元年度比)

KPI
⑥

・[参考]世界のコンテンツ市場に占める日本の割合
(R5年7.98%→R15年までの平均値増)

KPI
⑦

・[参考]訪日外国人のうち、「舞台・音楽鑑賞」「美術館・博物館等」
を目的とした人の割合 (R5 7-9月期2.8%、22.3%
→R15年までの平均値増)

KPI
⑧

・[参考]日本と諸外国との文化交流の推進が「日本と諸外国との間の相互理解や
信頼関係が深まり、国際関係の安定につながる」意義があると回答した人の
割合 (R5 53.6%→R15年までの平均値増)