

政府における文化戦略の現状と課題をめぐって

文化戦略に関する研究会 (2025 年 10 月)

目次

はじめに	1
I. 文化と経済の関わり	3
II. 文化戦略の政策的特色	8
III. 政府全体としての文化戦略の重要性の視点	9
IV. 関連の政策分野と政策手段	10
1. 政策分野	10
(1) 文化の一般的振興及び産業としての振興	10
(2) 文化財保護とまちづくり・観光政策	11
(3) 地域振興と文化	11
(4) 食文化の振興	11
(5) スポーツ	12
2. 政策手段	12
(1) 省庁横断的な政策検討・形成の仕組みの構築	12
(2) 法制等による制度的整備	14
(3) 予算、税制、資金支援による経済的支援	15
(4) ガイドライン等を通じた環境整備	17
V. 文化戦略を構築する上での課題	18

はじめに

各国の文化や芸術は、その国のシンボルやアイデンティティを含めた広く重要な表現や資産として、親しまれ、畏敬され、社会的紐帯の強化に貢献する等の役割を果たしてきている。

一方で、独創や奔放さを本質に含む文化芸術的な営みと公正な予見性や合理的規律との深い関わりにおいて展開される社会的秩序、とりわけ利潤を介在させる経済活動との緊張関係から、そのいわば距離をどのように捉えてよりよき関係を発展させていくのかという吟味をしにくい背景、時として相互に対立的ないし無関係と見なすような立場も歴史的に存してきたことも認められる。

このため、現時点では、この点をめぐる関連の政策的戦略についての議論の蓄積は相対的に手薄と言わざるを得ない。

しかしながら、最近では、その段階から脱却し、文化や芸術を国や地域の魅力に一層つなげ、積極的に新たな産業や市場を創出することにより、社会の発展に資するとともに、その成果をもって文化の一層の発展に還元する循環的方途の探索と実現を目指す動きが世界的に広がっている。(種々の試みが見られる中でも、例えば、欧州ではフランスの戦略的蓄積、また近年では韓国の取組等が特に注目される。)

そのような中で、日本は、和食から現代アートまで多様な文化資源を有し、世界に誇るべき幅広く魅力あるコンテンツ群を生み出しており、足下の地域や国の社会経済の(再)活性化の面でも、世界的な平和と安定、繁栄の面でも多くのポテンシャルを持ち、またその発揮が多方面から期待される位置にある。しかし、その幅広さや多様さも相まって、かえって政府全体としての取組、戦略の全体像や総合的で効果的なアプローチ等は明らかに描かれていたとは言えない憾みがある。

こうした内外の状況に照らして、文化の価値を活かして地域や産業の活力を生み出し、その成果を活動の担い手に還元し、さらなる文化的価値やイノベーションの創出につなげるエコシステムを構築すること、また、海外にその価値をより広く深く発信し、世界的な視野における文化発展にアプローチしていく方策を磨くことにより、とりわけこれまで距離のあった文化と経済の好循環をも実現する政府全体としての文化戦略が求められている。

また、これと密接に関連して、戦後、世界人権宣言や国際連合憲章等において、いわゆる「文化的権利」がずっと掲げられていながら、「経済的権利」、「社会的権利」ともこれまで積極的な関連付けがなされてきたとはいえないことに着目すべきである。

すなわち、精神的・社会的要素の強い領域(文化に係る活動や営為もその典型である)と

経済産業活動との好循環の発展は、手許の利便性や利潤性を越えた人間共通の生活、生業や人倫の基盤の次元において多くの人々の価値観の共有や公益観念の獲得に依拠するところ
が大きい。このことは、例えば世界中で人口に膾炙するのに成功した「SDGs」戦略が、その
普及定着に向けた諸種の工夫との相乗効果によってさまざまな経済ビジネスや社会活動の
創出や拡大の契機となり、それがまた「SDGs」への積極的な関心や共感に還元されるという
エコシステムの好例となったことにも典型的に示されている。あるいは観光分野も含め「世
界遺産」への国際的関心にも同様の志向が見て取れる。

こうしたいわば「世界公共的ブランディング」効果は、日本の文化戦略全体の構想上にお
いても有力な参考となるであろう。「文化的権利」とりわけ「文化にアクセスする権利」の
確立に向けた国としての政策的努力やその戦略については、日本がその立ち位置を活かし
たソフトパワーとしての国際的貢献やそれとも連動する世界市場におけるリーダーシップ
の発揮等多角的な取組を行っていく土台固めとして大いに重要なはずである。

なお、「MDGs」から発展を見た「SDGs」自体は、次の段階に向けてさらなる見直しや更新
が行われることが見込まれるが、その動向に照らしても、この観点からの対応は一つの具体
的な政策課題と考えられる。

翻って日本の現状を見ると、日本は、長く深い文化の継承と革新の伝統を有しつつ、例え
ば、明治維新以降、軽工業、重工業等と世界が瞠目する産業発展を示してきたが、ソフトウ
ェアやそれを土台としたプラットフォーム発展等が駆動する社会・経済構造へのシフトの
場面においては、そのような軌跡は描けているとはいえないまま今日を迎えている。

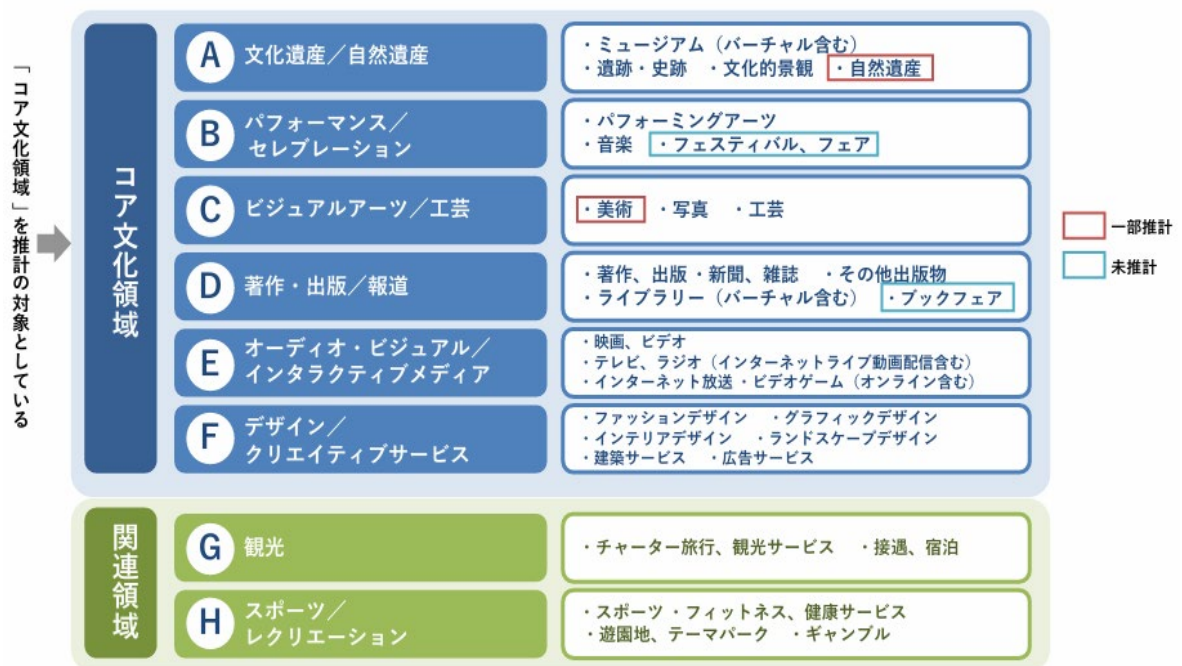
これを踏まえれば、日本初の情報プラットフォームの開発普及をこれから追及するとい
った政策にも意義があるとしても、過去型のキャッチアップの発想とは別途、その先を意識
し、今後ますます混迷が見込まれる内外情勢で求められる国としての牽引力を発揮する上
で、国際社会でなお比較的未開拓な領域である柔軟な文化へのアクセス環境の充実を先導
しつつ、広く海外に認められている強みを持つ文化の分野、視点を軸に政府全体としての政
策展開力の強化を図ることは、国家戦略的に重要と考えられる。

その際、ここでは、その一環として、万遍ない考察ではなく、上述の通り、これまで手薄
な文化と経済との好循環について特に焦点を当てつつ考えることとする。文化活動による
価値の創造及びそれと結びつきたいわば「超ソフトウェア」「超ソフトパワー」関連とでも
捉えるべき持続・発展可能な経済活動への裏付けとなる俯瞰的な戦略追求は、日本の将来に
関わる重要な事柄と考えられるからである。

I. 文化と経済の関わり

文化関連の経済活動の国の経済への寄与を示す試みとして、文化 GDP の推計があるので、まずこれを取り上げる。これはユネスコの推奨する枠組みに基づきつつ、日本の文化事情や文化関連の経済統計の状況も勘案して推計したものであり、その対象範囲は図 1 の通りである。

図 1 日本の文化 GDP 推計の対象範囲

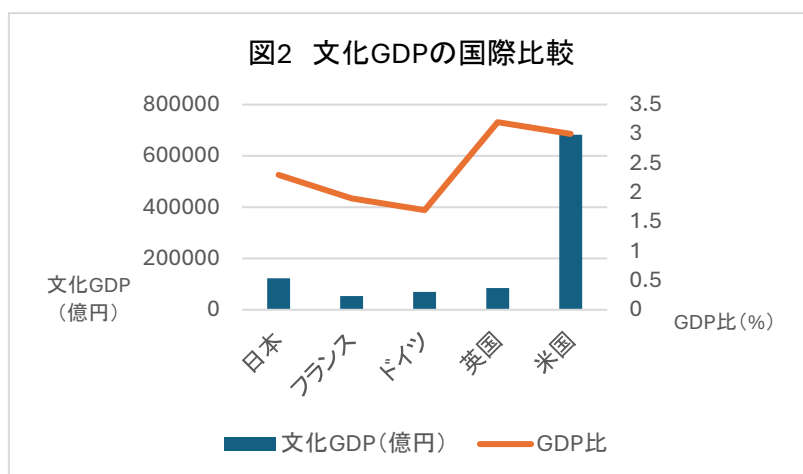


出典：文化庁「文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究」（令和 7 年 3 月）

文化 GDP を国際比較したものが図 2 である。これからは次のような 2 つの特徴が見てとれる。日本の文化 GDP（2020 年）は金額にして約 12.3 兆円であり、フランスやドイツの約 2 倍、英国の約 1.5 倍である。また、国の GDP における比率は 2.27% であり、フランス、ドイツを少し上回るか同程度、英国の 7 割程度である。このことから、日本は欧州の主要国との比較においては、国全体の GDP 規模との関係でおおむね同様の寄与度となっていると言える。今後、日本の国情に合わせて、さらに文化 GDP を伸ばしていく上での工夫が論点となろう。

他方、アメリカの文化 GDP は日本を大きく上回る約 68.3 兆円であり、国の GDP との比較においても、アメリカは日本を上回っている。アメリカの文化 GDP については、とりわけ出版・ウェブ出版・ストリーミングや放送・映画の額が大きいことが特徴である。これは歴史的文化遺産等には恵まれているとは言えないにもかかわらず、その構造が民間の多様なエンターテインメント産業の隆盛、国際的な IT 情報プラットフォーム自体の支配的な地位等、業種複合的で分野を超える活発な相互関連を示唆するものと考えられる。日本としてこの特色との相違点と類似点の双方を勘案しつつ、将来的な戦略の見通しを立てていくことが論点となろう。

（※なお推計枠組みや手法は国によって異なる部分もあり、比較には注意が必要。）

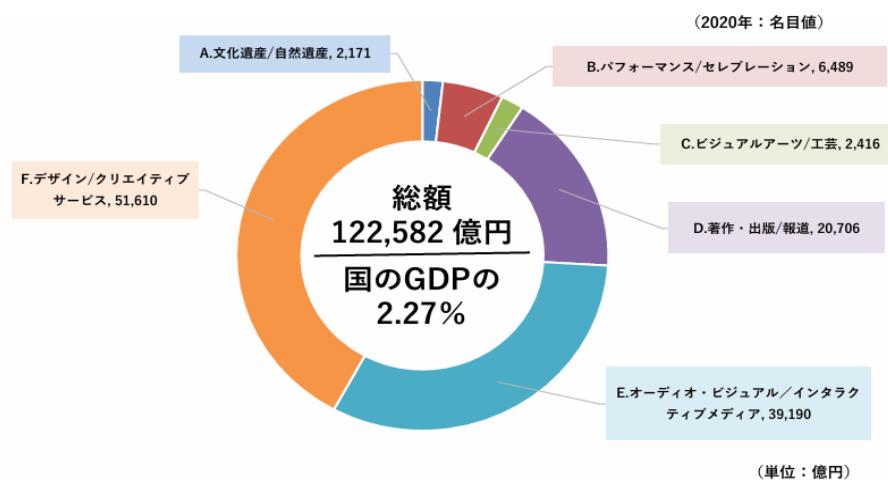


出典：文化庁「文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究」（令和 7 年 3 月）をもとに作成

さらに日本の文化 GDP の内容を見ると、二つの特色が見てとれる（図 3 参照）。
日本の文化 GDP のうち額が大きいものは以下のとおりである。

- ・「デザイン／クリエイティブ・サービス」に含まれる建築サービス（建築設計業等）、
広告・広告制作
- ・「オーディオ・ビジュアル／インタラクティブメディア」に含まれる放送事業関連、
アニメ制作を含む映像・番組制作関連、ゲーム関連
- ・出版

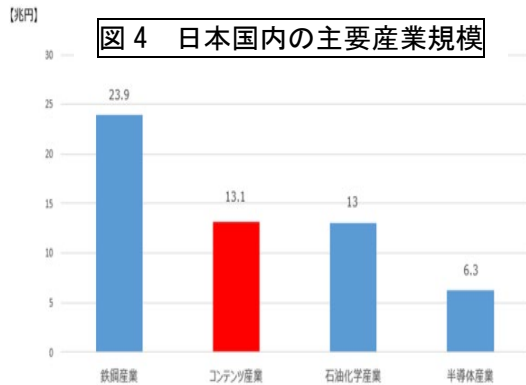
図 3 日本の文化 GDP の規模と構成



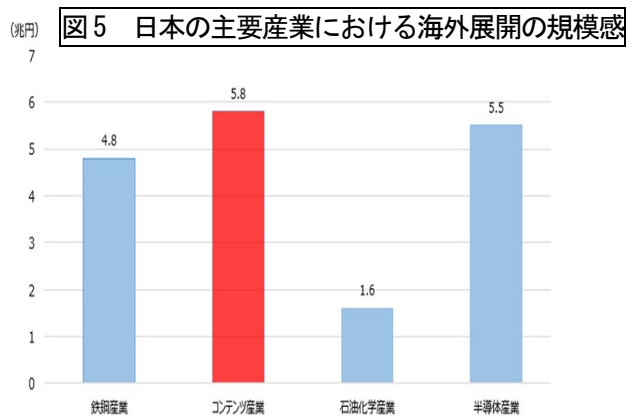
出典：文化庁「文化芸術の経済的・社会的影響の数値評価に向けた調査研究」（令和 7 年 3 月）

これによれば、従来、日本の強みとされてきたアニメやゲームを含む映像関連、マンガを含む出版に加え、建築設計や広告等を含む広範な創造的活動が付加価値を生み出していることが分かる。

また関連して、図 4 において日本のコンテンツ産業（アニメ、ゲーム、出版等）の産業規模、図 5 においてその海外展開の規模感を示している。これらによると、日本のコンテンツ産業の市場規模は約 13.1 兆円（2022 年）であり、石油化学産業と並び、半導体産業よりも大きい。また、日本のコンテンツの海外市場規模は 5.8 兆円（2023 年）であり、鉄鋼産業や半導体産業の輸出額を上回る規模である。内訳をみるとゲームとアニメが牽引しており、海外展開を含めた産業活動が付加価値を生み出す好事例となっている。この強みを活かす上で障害となっているものは何か、将来的な弱体化の種となりかねないものは何か等が論点となろう。



(注 1) 2022年のデータ
(注 2) コンテンツ産業、半導体産業については市場規模、鉄鋼産業、石油化学産業については出荷額。



(注) 2023年のデータ

出典：知的財産推進計画 2025（令和 7 年 6 月 3 日 知的財産戦略本部決定）

他方で、文化 GDP では、文化遺産／自然遺産やビジュアルアーツ／工芸の寄与度は小さい。これはこうした文化資源を豊富に有している日本としてはその優位性が活かされていないという可能性を示しており、どう取り組むかが論点である。しかしながら、この点については別の観点から見る必要もある。例えば、ある国際指標（図 6）によれば、文化遺産、食、伝統文化、パフォーミングアーツ等を用いた旅行・観光開発指標において、日本は世界最高水準の評価となっている。すなわち前出の文化 GDP において文化遺産等の占める割合は高くないが、観光誘客要因という視点からは、非常に強い力を持っているということができよう。

図 6 ワールドエコノミックフォーラム 旅行・観光開発指数 2024

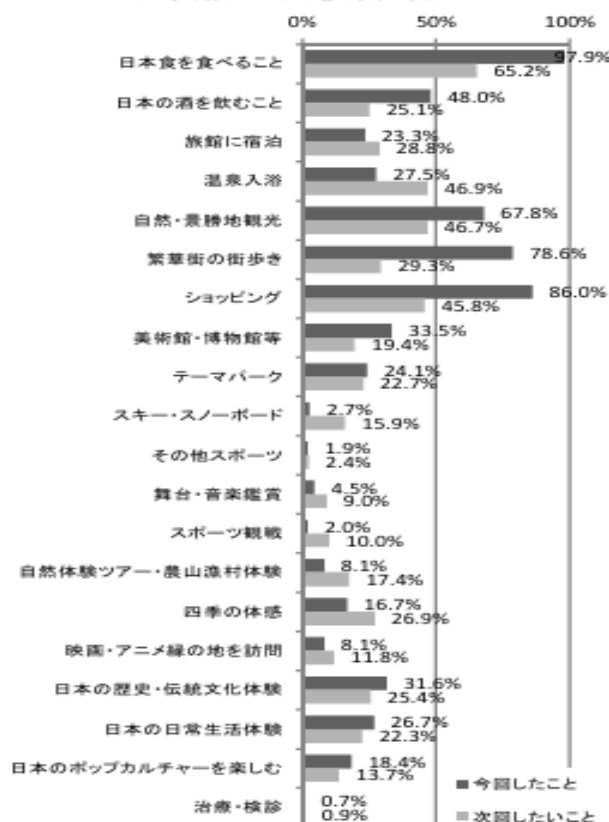
	全体	文化資源部門（※）
1 位	アメリカ	イタリア
2 位	スペイン	<u>日本</u>
3 位	<u>日本</u>	スペイン

※「文化資源」の指標

- ・ユネスコ世界遺産、無形文化遺産の数
- ・文化・エンターテインメントに関するネット検索数（ガストロノミー（食）、史跡、博物館・美術館、伝統文化、パフォーミングアーツ、都市のランドマーク（景観）、特別なイベント等）
- ・ユネスコ創造都市の数 等

図7は訪日外国人に関する調査であるが、これを見ても文化の力の大きさと可能性がよく示されている。こうした傾向は、地方公共団体における行政・民間を通じた種々の取組が「文化」という領域や意識によらず、地場産業振興等も含めた地域振興として広く認識されているという実態とも深く関係すると言えよう。

図7 訪日外国人が今回の日本滞在中にしたことと次回に日本を訪れた時にしたいこと
(全国籍・地域、複数回答)



出典：観光庁「訪日外国人の消費動向 2024 年 年次報告書」(2025 年 2 月改定)

こうした複合的な視点は、近年、強まる傾向にあり、省庁横断的な政策検討・形成の場の設置や、議員立法を含む関連法制度の整備、政府予算等資金面での省庁間連携等が進んでいる。このような潮流において、例えば、平成 29 年に閣議決定された未来投資戦略 2017 及び文化経済戦略（内閣官房・文化庁策定）においては、文化 GDP を 2025 年までに 18 兆円（GDP 比約 3%）に拡大することを目指すこととされている。このような発想も十分に活かし、今後どのようにして文化と経済の好循環における付加価値の実現に向けて取り組んでいくか、政府一体となった戦略が必要であろう。

これらから読み取れる示唆は、文化と経済の間の緊張関係や問題意識の蓄積はもとより視野に入れつつも、少なくとも従来の行政区分としての「文化」を含む各政策領域を常に総合的に把握して展開される文化戦略の必要性、重要性であると考えられる。以下に示す政府における文化戦略の現状と課題は、その基礎としての把握を目指す観点に立つものである。

Ⅱ. 文化戦略の政策的特色

「文化」は、国や時代を問わず一義的な定義の困難な分野でもあり、人によって「文化」という言葉の用法そのものにも開きがある。

例えば、その一領域である芸術の分野一つをとっても、それ自体に古代の様々な表現から現代メディアを中心とする最先端の技術、意匠、発想に支えられた創造までに及ぶ幅がある。また、文化は、地域における日常生活から世界場裡での動きにまでまたがり、その生まれ育つ基盤として、生業、地域、まちづくり、観光、食等々人間の生活活動全般にわたる広がりがある。

しかし、それにも拘らず文化という言葉には、一定範囲の社会的な共通イメージがあり、それに沿う形で現実に関連政策が実施され、その充実が求められている。これを踏まえ、ここでは抽象的な定義を行うのではなく、施策等の実際から出発し、今後の政府全体としての文化戦略に有意義な知見を探究する方針とする。その際の核として、特に距離を生じやすい文化と経済の間に循環システムに焦点を当てる。

文化の分野については、次の2つの大きな特色が指摘されており、政策展開の際の独自性となる。

○ 捉え方の多様性と範囲の広がり

人によって捉え方が非常に多様であり、製品、サービス等に係る一般的な産業政策、社会保障や租税・給付政策等に関わるそれぞれの政策的特色とは別に、異なる価値観、感覚尊重それ自体と関わって、極めて特色のはっきりした芸術的な作品の創造等から身の回りの生活様式等までが広汎に含まれる。

○ 重点の置き方及び施策の多角性

重点を異にする次のような3つの大きな視点を中心に多様な要素が相互に関連しあっており、例えば政策効果を一定の基準等で測ることになじみにくい。

- ・美的、情操的な価値の創造と提示そのもの（価値創造重視）

- ・ 人間同士の個性と普遍性や社会的な伝統と革新への影響（社会機能重視）
- ・ マクロ的、ミクロ的な視点にわたる経済的な持続性・発展性・影響力（経済効果重視）

Ⅲ. 政府全体としての文化戦略の重要性の視点

これらのことから、文化に関わる各領域での施策は、例えば、優れた文化資源のつくり手や保有者への支援、地域社会の活性化や国際的なソフトパワーの充実、そして関連分野への経済的波及の促進など、重点とする政策目的が多義的・多面的に分岐しやすい。

このため、日本におけるこれまで文化に関わる施策は多くの府省庁において、それぞれの行政目的に基づき取り組まれ、それぞれの行政分野で、一定の成果や試行錯誤の結果が蓄積されてきている。そのことは、今後に向けての貴重な政策資源の形成にも資しているとともに、政府全体として文化戦略の形成の観点からは、いわば各種の要素技術的な強みと課題という微妙な面も含んでいるといえよう。

しかしながら、同時に、これらの間の相互関連は、活動及び政策の当事者においても必ずしも明確に意識されておらず、（様々な試みは行われつつあるものの、）どのような政策手段や推進体制が取られているかの現状把握すら必ずしもよくできているとは言えない段階にある。このため、それを踏まえてどのような共通基盤を構築していくことが望まれるかについても、議論や検討の素地は未だ薄い状況にある。

他方において、国内施策と言っても、内外における社会経済の変化が速度を増し、国際情勢及び地域課題双方の対応を迫られる中で、全体を俯瞰した日本の政府全体の共通基盤をなす文化戦略として、総合的な観点からの取組の機能の強化やそのための一定の調整機能の充実の必要性（分野によっては「司令塔機能」の必要性）が指摘されてきている。

海外においても、同様な状況に直面する各国でそれぞれの国情に合致した独創性と持続可能性、発展性の充実を目指す様々な試みが既に行われている。こうした動きが益々顕著になってきている世界情勢にあって、日本としても、これらも参考にしつつ世界で高く評価され愛好されている日本の文化価値を総合的な文化戦略に結び付けていく取組が急がれる課題となる。それはまた、国際社会における日本の立場からの特色ある貢献力の発揮という視点からも、重要な戦略追求といえよう。

IV. 関連の政策分野と政策手段

※本章については別添「政府における文化戦略関連施策の概要」参照

以下には、文化戦略に係って不可欠となる政府機能、行政作用を有効に活用する観点から、特に重要な「政策分野」の特徴や動向及び「政策手段」を整理することとする。

1. 政策分野

文化を対象とした政策の範囲は広範にわたるが、(狭義の)文化振興、文化財保護、文化産業振興、地域振興、文化外交、まちづくり、観光、食文化、スポーツといった一定のまとまりのある政策群に分けることが可能である。

ただし、以下に見るように、それぞれの政策群は完全に独立したものでは必ずしもなく、特に近年では相互連携の上、取り組まれる例が増えている傾向は注目され、今後に向けた政策志向の前提とされるべきである。

(1) 文化の一般的振興及び産業としての振興

文化の一般的な振興政策は、明治初期より取組が始まった文化財保護政策に比べ、比較的、近年に取組が進んだ。とりわけ、産業としての振興策については、一部の伝統工芸品の輸出振興策等を除くと、歴史は比較的浅い。戦時中の国家主義的施策の反省のもと、文化の海外展開や発信についても慎重であった側面もあると考えられる。

特に、マンガやアニメ、ゲームといった国際的訴求力の高い分野は、過度な規制や介入のない自由な創作・競争環境の中で、創作活動にいそしむクリエイターやファンが作り上げてきた部分が大き。政府主導ではなく民間のボトムアップで成長してきた産業であることもあり、効果的な振興策や課題への対応策について模索が続けられている状況と言える。しかしながら、近年、マンガ、アニメ、ゲーム等の分野は、近隣国においても、技術、ノウハウの摂取、消化から応用、発展も見られ、世界市場における日本の強みは競争にさらされている。

韓国のコンテンツ振興政策やフランスのブランディング戦略など、各国の国情に応じて特に経済的観点から伝統や新興の文化戦略への挑戦が目を見くく、日本として日本の国情に即した文化戦略をどのように持ち、展開するかは、文化産業に係わって重要な政策的視点となっている。

（２）文化財保護とまちづくり・観光政策

政策領域としての文化財保護行政の歴史は長く、文化資源を活用したまちづくり・観光政策との関わりを深めながら発展してきた。とりわけ、近年は文化資源を活用したまちづくりや観光誘客など、文化財の活用面にも重点が置かれる傾向がある。

（３）地域振興と文化

地域の伝統工芸や芸能、生活芸術と呼ばれるような身近で幅広い制作、販売については、地方創生における経済的側面やそれと深く関わる観光産業とも密接に結びついており、世界的に注目されるとともに、最先端技術をも駆使するコンテンツ産業の基盤をもなし、生活行動様式、産業形態それ自体に至る「文化の塊」としての日本とも捉えられる独自の国民的資産とも地域資産ともなっている。

地域振興の観点からは、交流人口の増加や町並み・伝統工芸等の文化資源の維持や新たな文化的価値づくりの導入といった喫緊の課題への対応を背景とした取組が見られる。

映像、出版、音楽等のコンテンツ産業は首都圏に集積する傾向があるが、地方での製作拠点設立や、コンテンツツーリズム・イベント開催を通じた観光誘客・交流人口増加に向けた取組も見られる。

これらについては、各地域により事情が様々に異なりつつ、人口減少、世代間バランスの偏り、情報環境の変化等が多くの地域で共通に進行する中で、国の政策としてよりは、地域毎の地方行政によって取り組まれている。

その際、必ずしも文化振興の観点に絞られることなく、まちづくり、まちおこし、特産品に係る産業振興等から取り組まれることにより、他領域の取組みとの相乗効果が見られる例も多々あることから、この観点を活かす政策の展開が有効との指摘もある。

（４）食文化の振興

食（酒を含む）はユネスコ無形文化遺産登録等を契機に文化政策の対象として一層鮮明にとらえられるようになった。衣食住といわれるように、食は人間の根本的な日常生活活動、生命活動に根差し、世界共通の関心事項であることから、経済、政治に限らず、文化の持つソフトパワーにも複合的な関わりと意義を持っていることが知られている。日本食を食べることを楽しみに訪日する外国人旅行者は多く、観光誘客との関わりも深い政策領域である。また、海外における日本の食文化に対する考え方、食材の素となる農水産物の価値、需要の向上、ひいてはそれらを通じた日本のイメージ向上に資するといった好循環への寄与が期待される。

(5) スポーツ

スポーツは、独自にその振興政策の体系的な展開が図られる領域であると同時に、広い意味での文化的資源ととらえることができ、政策分野として文化との親和性が高い。

2. 政策手段

政策手段としては、知的財産法や文化財保護法、まちづくり関連法等の制度（規制含む）が大きく関わる領域と、主に予算事業を通じた補助金等による支援が中心となる領域が特に大きな位置づけを占めるが、他に幾つかの重要な行政手段があり、具体的には次のとおりである。

- (1) 省庁横断的な政策検討・形成の仕組みの構築
- (2) 法制等による制度的整備
- (3) 予算、税制、資金支援による経済的支援
- (4) ガイドライン等を通じた環境整備
- (5) その他、各事業及び実施主体に係る情報交流プラットフォーム等の形成・提供／支援、事業共催、事業参加、広報活動等

上に述べた政策手段を軸としつつ、これまでの政府の取組を横断的に概観すると、次のような状況が認められる。

(1) 省庁横断的な政策検討・形成の仕組みの構築

文化行政については、19 世紀後半の明治初期以来、約 150 年にわたる歴史があるが、当初は文化財保護を中心に発展してきた。ようやく今世紀初頃より約 20 年の間に、文化、産業、国際交流、まちづくり、観光等の領域の連携を推進する体制が、局面に応じた形で順次整備されてきている。（具体的には、例えば、平成 15 年（2003 年）の知的財産戦略本部の設置や平成 29 年（2017 年）の文化芸術推進会議の設置に至る過程等）

他方、その体制の特色は各設定の時期や領域の影響を反映して相当多様である。（具体的には、以下の例にも見るとおり、プログラム法的な立法に根拠を持つ省際的なもの、国家行政組織法に規定されるもの、各省庁に置いて策定されそれぞれの形で閣議を経るもの等）

○ 文化芸術推進会議

「観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業その他の各関連分野の施策との調整」を範囲に含む最も包括的な法律として、超党派衆参の議員連盟の検討を基にした議員立法である文化芸術基本法に基づいて、各省庁を構成員とする文化芸術推進会議が平成 29 年（2017 年）に設けられているとともに、閣議決定により、「文化芸術推進基本計画」（5 年計画、現在 2 期目）が策定されている。

○ 知的財産戦略本部

産業の国際競争力の強化の観点から、全国務大臣等により、知的財産の創造、保護及び活用に関する施策の「集中的」、「計画的」な推進を目的に平成 15 年（2003 年）に内閣に設置。クールジャパン戦略や知的財産推進計画を策定している。

○ 国家安全保障会議

行政組織法（国家安全保障会議設置法）に基づくもので、平成 25 年（2013 年）に設置。構成は、基本的に、首相、官房長官、外務大臣、防衛大臣の 4 大臣ないし総務大臣、財務大臣、経済産業大臣、国土交通大臣、国家公安委員長が加わる 9 大臣会合によるが、同会議策定の国家安全保障戦略（閣議決定）は、文化について、平和と安全維持の重要な要素と位置づけている。

○ 社会資本整備審議会

国土交通省の審議会であり、社会資本整備重点計画法（平成 15 年（2003 年））に基づき、道路、交通、公園・緑地、上下水道、河川等々にかかる整備事業の重点目標を定める「社会資本整備重点計画」策定（閣議決定）。施策の方向性として、「歴史・文化・風土を活かしたまちづくり」などが位置付けられている。

○ 観光立国推進閣僚会議

平成 25 年（2013 年）の閣議口頭了解により全閣僚を構成員として設置。国際観光旅客税の用途に関する基本方針の決定や観光立国推進基本法に基づく「観光立国推進基本計画」（閣議決定）の報告等が行われる。「観光立国推進基本計画」では、地域における「自然、文化の保全と観光の両立」を図り、「アート・文化芸術のコンテンツの整備」、「文化観光の推進」等の項目を含め政策面での文化との関係を述べる。

○ スポーツ推進会議

スポーツ基本法（平成 23 年（2011 年））に基づき、文部科学大臣がスポーツに関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るための「スポーツ基本計画」を定める。その際、同法に定める「スポーツ推進会議」において関係省庁間の連絡調整が図られる仕組みとなっている。

○ 対外発信関係機関

海外との関係では、次のような機関が設けられている。

- ・ 外務省：在外公館、日本文化会館、ジャパンハウス、国際交流基金
- ・ 総務省：自治体国際化協会（CLAIR）
- ・ 観光庁：日本政府観光局（JNTO）
- ・ 経済産業省：日本貿易振興機構（JETRO）

（２）法制等による制度的整備

① 文化の一般的／総合的な振興

文化の一般的／総合的な振興について、国の政策や体制を定める文化芸術基本法が定められている。同法については、平成 29 年に、文化芸術そのものの振興にとどまらず、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業その他の関連分野における施策を法の範囲に取り込むとともに、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などを趣旨とする改正がなされている。

また、文化の創造、普及活動は、国の一律な給付、規制等の外で、民間、地方の個人、団体の自由闊達な発想、発露を基本に進展することが重視され、法令制度、規制については慎重に受け止められる傾向が強い環境の下で、文化活動の成果物の公開提供、研究教育に係る拠点文化施設に関し博物館法（美術館等を含む）の体系及び美術品独自の経済的・社会的性質や文化活動へのアクセスの公平等に着目した美術品損害補償法、障害者文化芸術推進法等が制定されているといった構造がみられる。

さらに、創作者の保護を図り、文化の発展に寄与することを目的とした著作権法や、知的財産基本法、コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律が定められている。

② 文化財の保護（保存と活用）とまちづくり

文化財の保存と活用について、文化財保護法の体系がある。文化財行政の歴史は長く、特にまちづくり、市街地開発、建築等の政策領域との接点が多い。歴史的風土の保存に関する古都保存法、自治体での独自条例や計画策定が盛んになる期間を経て制定された景観法、歴史上価値の高い建造物や周辺の市街地の良好な環境を維持・向上するための歴史まちづくり法などが関連法としてあげられる。かつては都市開発との行政利害の対立面が強調される傾向もみられたが、近年の動きにおいては、この面についても国の政策として両者を架橋する総合性の熟度が高まっていると見ることができ、今後のさらなる工夫が見込まれてい

る。

文化財保護法は文化財の修理等に関する国庫補助などの支援について定めるとともに、現状変更や輸出の制限などの規制を課している。まちづくりに関する古都保存法、景観法、歴史まちづくり法についても、建築物の建築、宅地の造成等に関する規制を課するとともに、費用の補助等の支援を行っている。

国際的には、文化遺産を保護する枠組としてユネスコ世界遺産条約、ユネスコ無形文化遺産保護条約等がある。日本も、国を代表する文化遺産の中から顕著な普遍的価値を有するものなどをユネスコに推薦・申請し、登録を推進している。

（３）予算、税制、資金支援による経済的支援

① 国による予算事業

○文化の一般的振興及び産業としての振興

近年の文化庁予算はおおよそ 1000 億円で推移している。令和 7 年度当初予算額は約 1063 億円である。なお、この中には後述する国際観光旅客税財源充当事業約 84 億円が含まれている。内訳は文化資源の保存・活用に約 583 億円、文化芸術振興に約 480 億円となっており、文化財等の保存・活用に充てられる予算が文化芸術振興に充てられる予算を上回っている。

当初予算に加え、政府の予算編成においては、過去数年にわたり、大規模な補正予算が組まれるようになってきている。令和 6 年度にも文化庁の補正予算として約 569 億円が計上されている。特筆すべきことは、令和 6 年度の補正予算において、文部科学省・経済産業省で要求してきたクリエイター支援・事業者支援双方を束ね、「クリエイター支援基金」に統合したことである。新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画 2024 年改訂版（令和 6 年 6 月 21 日閣議決定）において、クリエイター・コンテンツ産業に対する一貫的で強力な支援体制を構築するため、既存事業の主要なものについて、文部科学省・経済産業省の両省庁の施策を統合して執行する体制へと変革することが記載されたことによる。同実行計画では、クリエイター支援の強化を念頭に、教育・人材育成、労働環境整備、製作支援、国際展開支援、国内流通機能強化、国際プレゼンス向上等のカテゴリごとに実行するよう、体制を刷新することについても記載されている。

経済産業省では、上記のクリエイター支援基金のほか、令和 6 年度補正予算により、事業者による海外展開支援や海賊版対策、JETRO の海外支援拠点の強化を実施している（約 95 億円）。令和 7 年度当初予算では、映画祭支援や民間事業者が海外進出しやすい環境整備等

を実施している（約 7 億円）。

コンテンツ産業のうち、放送コンテンツに関わる支援については、総務省が「製作・権利処理・流通」の好循環による放送コンテンツの製作力強化・海外展開推進（令和 7 年度当初予算額約 3 億円・令和 6 年度補正予算額約 26 億円）を実施している。

○まちづくり

まちづくりの観点から文化的資産の維持や再生を推進する取組として、古都保存事業、街なみ環境整備事業、都市公園事業、都市再生整備計画事業があり、社会資本整備総合交付金の対象となっている（令和 7 年度当初予算額約 4874 億円の内数）。このほかにも歴史まちづくりに関する予算事業が国土交通省により実施されている。

○観光

観光政策を所管する観光庁の令和 7 年度当初予算額は約 530 億円であり、うち約 441 億円について国際観光旅客税財源を充当していることが特徴である。国際観光旅客税財源充当分のうち、約 84 億円については文化庁が執行している。観光庁の令和 6 年度補正予算は約 543 億円である。

○食文化

食文化の振興に関わる予算事業としては、農林水産省による郷土料理・伝統食のデータベース化、和食文化継承リーダー研修、SAVOR JAPAN 地域の認定、農林水産物・食品の輸出促進策がある。

○文化外交

世界各国において在外公館が構築しているネットワークや、外務省が所管する独立行政法人国際交流基金は、海外との文化交流や日本の魅力を発信する上で重要な政策手段である。外務省は在外公館文化事業や大型文化事業を実施しているほか、国際交流基金に運営費（令和 7 年当初予算額約 117 億円）を交付している。

○スポーツ

スポーツを所管するスポーツ庁の令和 7 年度当初予算は約 363 億円であり、スポーツツーリズムやスポーツコンプレックスの推進等に取り組んでいる。

② 地方公共団体における予算事業

上記(1)の国による予算事業のうち、文化財保護やまちづくり、観光等の領域を中心に、少なからぬものは地方公共団体における取組を支援するものである。

これに加えて、総務省等が実施する地域おこし協力隊、JETプログラム、地域活性化企業人制度といった事業も、地域における文化資源の掘り起こしや文化交流等に活用されている。

文化庁は地方公共団体における文化関連経費（決算額）を年度ごとに調査している。文化関連経費には芸術文化経費（芸術文化事業費、文化施設経費、文化施設建設費）及び文化財保護経費（重要文化財等保存・活用事業経費、埋蔵文化財保存・活用事業経費、地方公共団体指定文化財保存・活用事業経費）が含まれる。令和4年度における都道府県・市区町村の合計額は約5553億円である（国支出金及び地方公共団体支出額の両財源が含まれる）。

なお、基準財政需要額が基準財政収入額を超える団体に対し、普通交付税が国から交付されるが、基準財政需要額の算定項目には、文化財保護、地域文化・スポーツ振興、地域文化財・歴史遺産活用による地域おこし等に要する経費が含まれるほか、上述の地域おこし協力隊、地域活性化起業人等に要する経費は、特別交付税の算定項目とされている。

③ 税制優遇措置

さらに文化に対する寄付の促進や文化財保護等の政策目的の実現のために税制上の優遇措置が設けられている（地方公共団体等に対する寄付に関する優遇措置、重要文化財等の所有や相続における優遇措置、文化施設等に関する優遇措置等）。

④ 政策融資・出資等の資金支援

コンテンツビジネスの海外展開やまちづくりといった一部の領域においては公的な性格を持つ資金支援の手法も用いられている（例えば、前者についてはクールジャパン機構、後者については民間都市開発推進機構による融資・出資事業）。

（４）ガイドライン等を通じた環境整備

映像分野においては、複数の領域で法的拘束力のないガイドラインが活用されている。とりわけ、多重下請等の業界構造を背景とした労働環境や契約管理の課題に対応するため、下請法等に基づく放送コンテンツ製作やアニメーション制作下請、映画制作の適正取引に関

するガイドラインが策定されている。なお、このうち映画制作に関するガイドラインは映画関連企業・団体による自主的な取組の一環である。このほか、ロケ撮影の円滑な実施に関わる指針として、自治体関係者や製作者等を対象としたハンドブックが策定されている。

V. 文化戦略を構築する上での課題

以上から見て取れるように、政府横断的な連携を図る体制は、政策領域や政策手段の種類によっては、構築や発展も近年見られる一方、政府一体的に戦略を構築し、基本的な目標を共有するには至っていない。

この点は、今回、主に焦点を当てている需給、市場、嗜好等の枠組みを比較的共通に活用し易い経済との関係にあっても、同様である。

しかしながら、既に述べたとおり、激動する世界情勢において、主に文化と経済の相互補完的な発展の関係の形成、文化産業の育成は、急がれる課題と認識される。

その際、冒頭にも触れた通り、次のような論点に留意する必要があると考えられる。

- － 文化活動による付加価値をさらに伸ばすにあたり、日本の文化事情の特色を勘案しつつ、どのような将来的な戦略の見通しを立てていくか。
- － 日本の強みであるコンテンツ産業をいかに維持・発展させるとともに、その阻害要因を取り除くか。
- － 文化遺産等、日本が豊富に有する文化資源の優位性をいかに活かすか。

これらを踏まえて、政府全体の文化戦略の観点から取り組まれるべき政策課題には、以下のようなものが挙げられる。これらについては、引き続き、全体の文化戦略を俯瞰する観点に立ちつつ、考察を深める必要がある。

- － 文化が生み出す経済的価値を文化に再投資する意義について、多様な関係者間における認識の形成、共有、発展を促す政策環境作り
- － 今後の文化産業を左右する「担い手」の質、量の確保の問題と関わって、創作等に従事する人の処遇や制作環境、適正な取引、資金調達、商慣行、ネット配信の普及、海外プラットフォームの存在等の関連業界の構造的課題についての効果的な政策実施
- － 文化産業の基盤を支える取組として、経済活動の後押しに有効ながら採算性が見込めないもの（例えば美術館・博物館をはじめとするアーカイブの形成・提供、文化財や伝統技術の継承）等があるなど、自律・自走を目指す部分と公が支えるべき部分の分担と連

携の考え方及び対応方策の整理

- － 地域における取組について、個別性が大きく、個々の地域で試行錯誤する中、「横展開」や「ノウハウの共有」を図るための仕組みづくり（人材の育成強化を含む）