

海外展開の戦略全体構想

我が国の文化芸術の芸術性・創造性の向上

海外市場でのビジネス展開へ

グローバルな評価形成

価値付け

CBX (Cultural Business Transformation) の観点から、文化庁が国内で育成支援した海外で活躍が期待される若手クリエイター・アーティストなどを戦略的に選抜。世界で高い評価を得ることを目標とする。

連携

経済産業省

外務省

グローバルに活躍する人材の輩出

クリエイター等育成
・文化施設高付加価値化
支援事業
(基金)

海外展開へ

文化庁人材育成事業

メディア芸術人材育成事業

新進芸術家の海外研修

「土壌」づくり

若手映画作家等育成

芸術家等人材育成 (舞台芸術)

1 海外のニーズを踏まえた 展開における若手育成

- 海外のニーズを踏まえた新作・新制作・演出等における若手登用（実演家、作曲家、脚本家、演出家、監督、プロデューサー等の育成）
- ターゲットを設定した交渉・プロモーション・分析（ネット含む）（コーディネーター、スタッフ等海外との交渉担当者等の育成）

2 世界的認知度が高い 場での展開・評価

- 世界的な音楽祭・芸術祭、映画祭・フェスや劇場・音楽堂、美術館・博物館等との交渉による公演・展示活動の実現
- 海外・国内の批評家、専門家等の招聘・派遣による高評価獲得（当該分野の専門家・批評家、代表的なメディア等の招聘）

3 戦略的な海外展開 ネットワーク形成 ・人脈づくり

- 現地の人脈を生かしたプロモーション、要人等招聘（外務省、国際交流基金、JETRO等へ協力依頼。現地の邦人・企業関係者ネットワークの活用）
- ショーケース・ワークショップ等に文化担当関係者（在外・在京大使館・記者等）などを通じた事業提携・人材交流・拠点形成などへ

各分野の海外ニーズの特性・状況を踏まえた展開が必須