

在外公館でのレセプション等における日本産酒類の活用

【H28予算：84百万円 (H27予算：84百万円)】

- 在外公館では、任国要人との会食で提供したり、天皇誕生日祝賀レセプション等の大規模行事の際に**日本酒で乾杯**する等、日本産酒類を積極的にアピールしており、行事参加者から高い評価を得ている。東日本大震災後は、特に被災地の日本酒・日本ワインを積極的に活用。
- 外務省では「**インターナショナル・ワイン・チャレンジ (IWC)**」日本酒部門で受賞した日本酒を、また「**日本ワインコンクール (JWC)**」で受賞したワインを、在外公館からの調達希望を受けて調達・送付している。
- ★ 平成23年からこれまで**約53,700本のIWC受賞日本酒**を、また、平成20年から**約23,800本のJWC受賞ワイン**を送付。(平成26年度購送数は日本酒約12,000本、日本ワイン約4,800本。)

(注) IWCは、毎年ロンドンで開催される世界最大のワインコンテスト。2007年、日本酒 (sake) 部門創設。JWCは、日本で唯一の日本ワインのコンクール



天皇誕生日祝賀レセプションでの日本酒の試飲
(在ナイジェリア大使館、平成26年12月3日)



天皇誕生日祝賀レセプションにおける日本
ワインの展示
(在パキスタン大使館、平成26年11月27日)



大使公邸のレセプションにおいて
東北産等の日本酒を提供
(在ウィーン代表部、平成27年6月25日)

日本ブランド発信事業

【H28予算：48百万円 (H27予算：59百万円)】

- 「日本ブランド発信事業」は、日本の強みや日本的な価値観、伝統、現代日本を形作る文化的背景等、日本の多様な魅力を海外に発信し、日本全体のブランド向上に資することを目的としている。そのため、発信力のある様々な分野の専門家を個別に海外に派遣し、それぞれの特性を生かした講演会及びワークショップ又はデモンストレーション等を実施する。
- 事業の実施を通じて以下の実現を目指す。

①聴衆と価値観や体験を共有し、日本の魅力に対する関心や共感、日本文化に対する理解を促進する。

②日本の良さに共感する外国人による再発信を促し、波及効果の拡大を目指す。

③将来的には、日本の製品の海外における消費・流通が拡大し海外ビジネス展開に繋がること、価値観を共有する人々の国際交流の端緒となること、日本への観光客が増加することなども視野に入れる。

平成27年度事業例

西陣織～西陣織とファッションの融合について～

(於：アラブ首長国連邦(ドバイ, アブダビ), サウジアラビア(リヤド))

派遣専門家：細尾真孝 株式会社細尾取締役

能面にみる日本の伝統工芸と仮面文化(於：スロベニア, クロアチア, オーストリア, ルーマニア)

派遣専門家：北澤秀太 北澤木彫所 能面師/伝統工芸師

日本伝統工芸とデザイン～日本伝統工芸の輝きを次の世代へ～(於：スペイン(バルセロナ))

派遣専門家：矢島里佳 株式会社和える(aeru) 代表取締役

平成26年度事業例

日本酒セミナー～進化を続ける日本酒醸造のすばらしい世界～(於：オーストラリア(メルボルン))

派遣専門家：大塚真帆 招徳酒造株式会社社氏

ショートフィルム上映・講演会

(於：サウジアラビア(リヤド), オマーン(マスカット), マレーシア(クアラルンプール))

派遣専門家：別所哲也 ショートショート実行委員会代表(マレーシア)

東野正剛 同実行委員会フェスティバル・ディレクター(サウジアラビア, オマーン)

■町屋文化と再生～危機の時代の文化 市民参加のあり方～(於：イタリア(ミラノ))

派遣専門家：宗田好史 京都府立大学大学院生命環境科学研究科教授



インターネットを利用した日本事情発信（Web Japanの運営）【H28予算：30百万円（H27予算：30百万円）】

「Web Japan」（<http://web-japan.org>）とは

- ・日本の社会，文化，科学技術，流行など，日本の様々な魅力を英文（一部多言語）で発信するウェブサイト。
- ・下記の6つのサブサイトからなる。
- ・メインターゲットは海外の一般層（特に若年層）
- ・日本への関心を惹起し，親日感情の醸成，親日派・知日派の育成を目的とする。



「Web Japan」 6つの主要サブサイト

1. Trends in Japan



概要：最新の日本事情（ファッション、科学技術、ライフスタイル、ポップカルチャー、フード&トラベル）の紹介。

言語：英語のみ

2. Kids Web Japan



概要：海外の小中学生を対象に我が国を紹介。日本語学習者用に日本語版も有り。

言語：英・日

3. Japan Video Topics



概要：日本紹介短編動画集（世界100局以上のテレビ局でテレビ放映も実施）。

言語：7言語（英・仏・西・ア・中・葡・日）

4. Niponica



概要：年3回発行する日本紹介雑誌「にぽにか」のWeb版。PDF形式でも掲載されているので印刷配布も可能。

言語：7言語（英・仏・西・ア・中・露・日）

5. Japan Fact Sheet



概要：日本の政治、経済、社会、文化等46項目について百科辞典的に紹介。PDF形式なので印刷配布も可能。

言語：5言語（英・仏・西・中・韓）

6. Japan Links



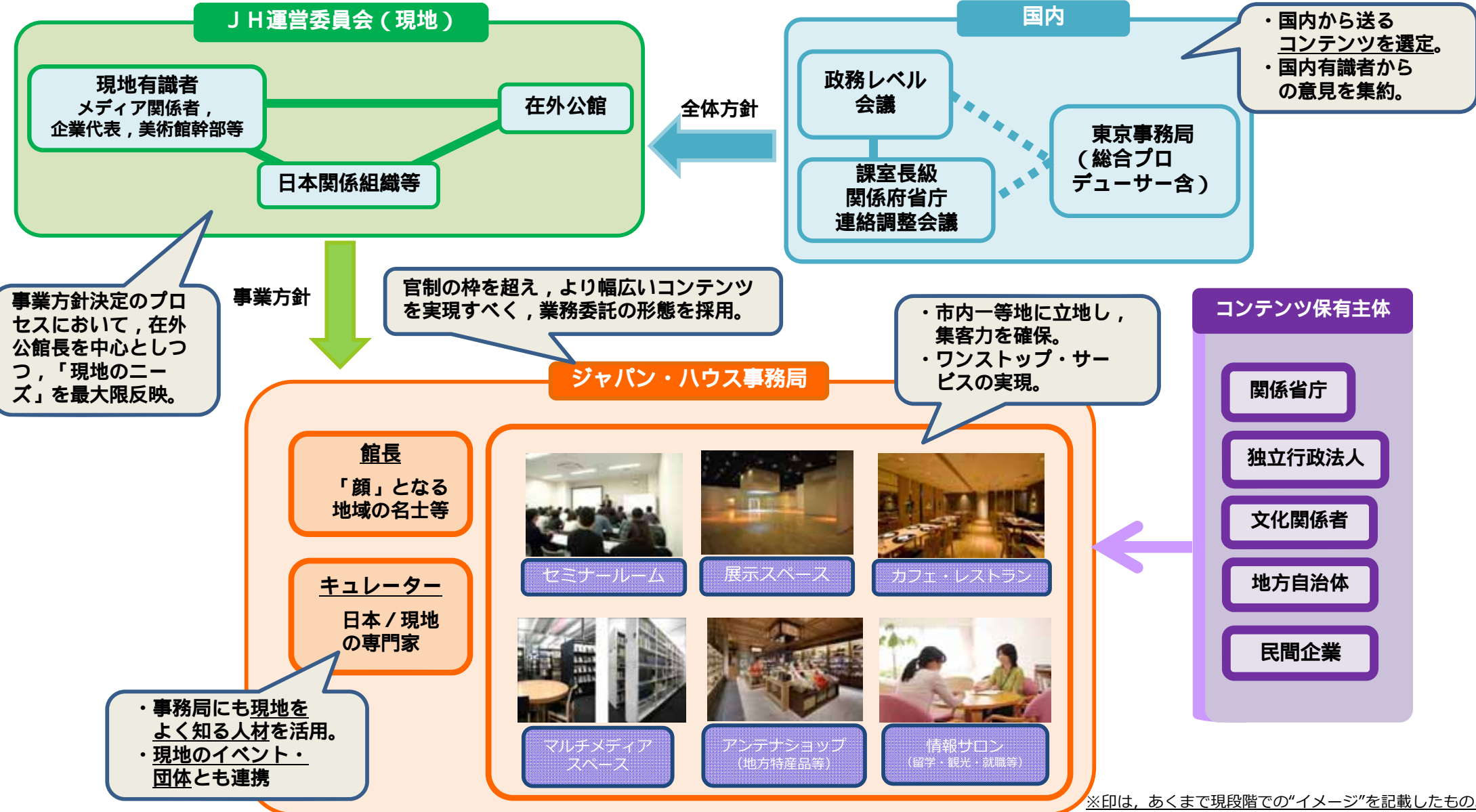
概要：日本関連情報を英語で発信しているウェブサイトのリンク集。

言語：英語のみ

ジャパン・ハウス（仮称）の創設

【H28予算：4,223百万円の内数 (H27予算：3,590百万円の内数)】

現地在「知りたい日本」を、プロの意見を活用し、「オールジャパン」で発信する拠点。



※印は、あくまで現段階での“イメージ”を記載したもの。

在外公館文化事業

【H28予算：309百万円 (H27予算：441百万円)】

在外公館が管轄地域における対日理解の促進や親日層の形成を目的として、外交活動の一環として開催する総合的な日本文化の発信事業。映画上映会、音楽演奏会、武道デモンストレーション、陶芸・郷土玩具・折り紙作品・生け花等の展示事業、俳句コンクール、日本語弁論大会等を企画・実施する。近年では、アニメ・マンガ等の「ポップカルチャー」や日本の食文化PR等を積極的に奨励。



トルクメニスタン 「日本食普及事業」

日本食料理人が現地テレビ局の料理番組に出演し、現地食材を活用した調理実演を行った。同番組は、現地テレビで繰り返し放映。また、ホテル料理人等に対する日本食調理のレクチャー・デモンストレーションを実施。



中国・南京 「カワイイファッション・ メイクレクチャー」

メイクアップ界の第一人者であるトニーナカ氏によるレクチャー・デモンストレーションに加え、「全国理美容学校kawaii選手権大会」の優秀賞受賞者によるカワイイファッション・メイクのデモンストレーションを実施。



インドネシア・ジャカルタ 「ジャカルタ日本祭り」

大使館、国際交流基金、日本人会、日系企業、NGO等の官民が一体となり、現地政府の協力も得て、アニメ映画祭、伝統文化パフォーマンス等の大規模な日本文化紹介事業を実施。2015年9月に開催された「ジャカルタ日本祭り」では、Japan Week Eventでのステージには約3万人もの観衆が詰めかけた。

国際交流基金事業

【H28予算：12,949百万円の内数 (H27予算：13,451百万円の内数)】

外務省が所管する（独）国際交流基金では、展覧会や音楽や舞台芸術の海外公演、様々な分野の専門家の海外派遣、日本映画上映等を実施。他機関とも連携しながら、海外で人気の高い日本のポップカルチャー等への関心を、多様な日本の社会、文化、言語への関心に結びつけ、より深い日本理解に導くことにより、「日本ブランド」の定着を目指す。



フランス（パリ） 「北斎」展

フランス国立美術館連合・グラン・パレとの共催により、葛飾北斎の画業を700点の作品により総合的に紹介する特別展を開催。芸術都市パリの中心部、国立ギャラリーの前には連日長蛇の列ができるほど大人気を博す。会期中36万人が来場。



スイス（チューリッヒ）/ ポーランド（クラクフ）/ドイツ（ハレ） 「ロジカル・エモーションー日本現代美術」展

日本・スイス国交樹立150周年を記念し、ハウス・コンストラクティヴ美術館との共催により、「論理的な」要素と「情動的な」要素とが内在する日本の14人の美術家・建築家・デザイナーの作品をジャンル横断的に紹介する企画展を開催。講演会、ワークショップ等の関連イベントも併催。欧州2都市にも巡回し、高い評価を得た。



コスタリカ（サンホセ） 「水木一朗ライブ・コンサート」

日・中米交流年を記念し、「アニメソング界の帝王」水木一朗氏のライブを開催。コスタリカ人気バンドとの共演には大勢のアニメファンが集い、その様子は現地紙・テレビ、ソーシャルメディアを通じて広く共有された。隣接会場では「キャラクター大国、ニッポン」展を開催。

【H28予算：7百万円 (H27予算：8百万円)】

国際漫画賞

国際漫画賞



- **創設**：世界に広がる漫画文化を通じて国際交流と相互理解の輪を広げることを目的として、平成19年に麻生外務大臣（当時）が創設
- **概要**： 海外での漫画普及に貢献する漫画作家を顕彰するもの。27年度は第9回目。
- **実施方法**： 応募作品から最優秀1作品、優秀な3作品を表彰。さらに第3回からは特別賞を設置。
- **招聘**： (独)国際交流基金が、受賞者を10日間程度招聘。漫画家との懇談及び関連団体を訪問。

佐藤卓氏デザイントロフィー



招聘事業（京都訪問）
写真提供：(独)国際交流基金



第8回授賞式で最優秀賞の賞状を受け取るナンバル・エルネバヤル氏（モンゴル）

第9回より国際漫画賞フェイスブック開始



	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回	第7回	第8回	第9回
国・地域数	26	46	55	39	30	38	53	46	46
作品数	146	368	303	189	145	245	256	316	259

対日理解促進交流プログラム

【H28予算：3,327百万円 (H27予算：2,877百万円)】

目的

- 日本とアジア大洋州，北米，欧州，中南米の各国・地域との間で，対外発信力を有する人材を招へい・派遣し，我が国の政治，社会，歴史及び外交政策等に関する理解促進を図るとともに，親日派・知日派を発掘することで，我が国の外交基盤を拡充する。
- 被招へい者・被派遣者に，日本の外交姿勢，日本の魅力等を積極的に発信してもらい，国際社会における対日イメージ向上や日本への持続的な関心の増進に寄与する。

対日理解を深める

親日派・知日派の発掘

外交基盤の強化

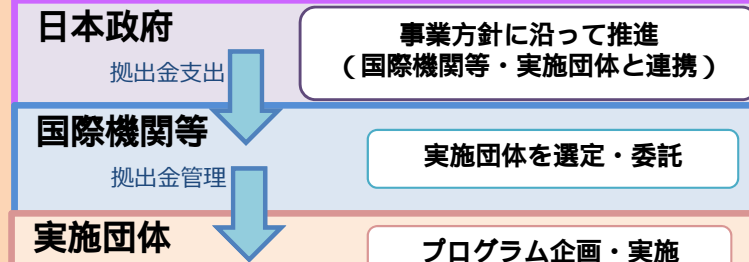
概要

- 対象者： 招へい：高校生～社会人等
派遣：高校生～大学院生等
- 期間： 10日間程度（平成28年度内に実施）
- 招へい対象地域：アジア大洋州，北米，欧州，中南米
- 派遣対象地域： アジア大洋州，北米，中南米

事業の特徴

- プログラムには，我が国の基本外交についての説明を含む。
- 被招へい者・被派遣者を通じた我が国の外交姿勢・魅力についての対外発信を強化。
- 事業目的達成のため在外公館のノウハウやリソースを最大限に活用。
- フォローアップとして参加者のネットワークを確立し，事業の効果を継続させる。

事業の実施形態



外国報道関係者招へい

【H28予算：59百万円の内数 (H27予算：46百万円の内数)】

- 外国報道関係者を個別又はグループで日本に招へいし、現地視察、インタビュー、政府関係者によるブリーフィング等の取材機会を提供。
- 訪日取材に基づき、外国メディアが日本の状況を正確に報道することによって、海外における正しい対日理解の増進、ひいては日本に対する好感度の向上を図る。

報道例



2015年9月13日付デイリー・ニュース紙(タイ)

「地域と産業が共生する三重」(三重)

“三重県では、「四日市公害と環境未来館」を設置するなどして、過去の経験を次世代に語り継ぎ、環境を守る教育を行う他、コンビナートの夜景をコンテンツにした新たな観光産業の開発を図るなど、新たな街作りをすすめている。四日市市では毎月四のつく日に、農産品・水産品の市場が開催される。また伊勢志摩市は来年のG7サミットの会場となる。”

2015年12月25日付ハアレツ紙(イスラエル)

「魚と人々について」(三重)

“日本人にとって重要な魚はまずマグロだ。市場の様子を見られる三崎漁港の展示部門には、毎週多くの小学生達が見学を訪れて、マグロの仕入れ、セリの様子、冷凍されるまで等を学習している。

近年では新技術が発達している。マグロの養殖だ。近畿大学でのマグロ養殖の過程についてや、養殖マグロを食してもらうため同大が東京にレストランを開店したり、また天然マグロでは通常年1回の産卵を、養殖マグロでは年数回に増やそうという試み等、同大は様々な努力を行っている。”

2015年11月30日付聯合早報(シンガポール)

「九州臼杵市の異なる魅力」(大分)

“温泉の町である日本九州大分県には、入りきれない程の温泉や、見切れない程の59体の国宝の石仏がある。天然の石壁に彫られたこれらの仏像はそれぞれ異なる表情をたたえているが、作者は分かっておらず、何のために彫られたのかも謎のままである。九州大分県は多くの人に温泉の町として知られている。大分県は、実際には、多くの温泉以外にも魅力を具えている。上述した国宝の磨崖仏や優雅さと素朴さを兼ね備えた古い町並み、更に親切で客好きなおばさんがうどんの作り方を教えてくれる。”

日本特集番組制作支援

【H28予算：16百万円の内数 (H27予算：15百万円の内数)】

- 世論形成に影響力のある諸外国のテレビ局取材チームを招へいし、日本事情について、有識者へのインタビュー、主要都市・施設の視察など、取材の機会を提供する。
- 諸外国において日本の社会、経済、文化、対外政策などをテーマとした日本特集番組の制作・放映を目的に実施。
- 訪日取材に基づいて制作されたテレビ番組を通じて、幅広く、日本の状況を正確に伝えることにより、海外における正しい対日理解の増進、ひいては日本に対する好感度の向上が期待される。

TVチーム招へい例



国営文化放送カナル2 2 (メキシコ) 日メキシコ交流年記念番組「太陽の国」 シリーズ (宮城・広島・京都・奈良)

メキシコ人の視点から現代日本に関する番組を放送。宮城では支倉常長ゆかり地や東日本大震災からの復興状況取材した他、広島・京都・奈良取材した。

マレーシアTV 3 (マレーシア) 【新幹線の50年 - 日本をカブける弾丸】

マレーシア・シンガポール間的高速鉄道敷設に際する日本の新幹線インフラ売り込みを企図して招へい。
新幹線の安全性や利便性、新幹線にまつわるヒューマンドラマで新幹線の魅力をアピール。

フィリピンABS-CBNニュースチャンネル (フィリピン) 人気科学番組【Future Perfect】シリーズ デジタル放送特集 (2回/延べ300分)

地デジが防災や生活の向上にどのように資するかを訪日取材。
日本式の地デジ導入広報という招へい目的を達成。

地域の魅力海外発信支援事業

【H28予算：97百万円（新規）】

外務省・在外公館

外務省の強み（人脈，情報等）を活用するとともに地方自治体（被災地含む）と連携し，政府，政財界要人等への直接の働きかけ。
 【風評被害対策海外発信・地域の情報発信支援】

外国政府

政財界要人

メディア，有識者

青少年，市民等

- 政府，地方自治体等によるプレゼン説明
- 地方自治体，団体，専門家によるブースPR
- 地域の観光資源，地場産品PR
- ワークショップ
- 人脈構築・マッチング

事業実施

複数の自治体と連携

地方自治体

アウトバウンド・インバウンドを活性化

- 地方の県産品・地場産業の海外展開支援。
- 観光・企業・投資等の誘致

- 地方の人の流れの創出と拡充。
- 地域交流の促進と重層的な対日理解の深化。
- 地方と連携した力強い外交の展開。