

「新たなクールジャパン戦略」に係る 外務省の取組

第6回 クールジャパン戦略会議

2026年（令和8年）3月19日（木）

発信力の強化（海外拠点等の活用） 1 在外公館

在外公館の知見や現地機関との関係を活かし、政府関係機関や民間団体、クリエイター等と連携した効果的なプロモーション事業や幅広い分野に関するレクチャー・公演・展示・上映等の文化事業を実施し、発信力を強化する。

在外公館文化事業

●「日本歌謡大会」（在韓国大）（令和7年（2025年）3月）

日韓国交正常化60周年事業の記念行事として、在韓日本大使館の代表的なイベントとして親しまれてきた「日本歌謡大会」を再開。新型コロナウイルスの流行等の影響で2020年を最後に開かれていなかったが、60周年を記念しての再開となった。

日本の大衆文化が段階的に開放された後も、国民感情に配慮し日本語の歌を歌うことについて自主規制が続いていたが、YouTube等の空前の日本歌謡曲ブーム及び周年等の時宜をとらえ、効果的に実施し大盛況。

NHKや現地でも多数の報道がなされ、良好な二国間関係を両国国民に印象づける上でも意義が大きい事業となった。



大型文化事業

●「MIKAGE PROJECTによる公演及びワークショップ」

（在ブラジル大）（令和7年（2025年）6月～7月）

日本から若手三人組和楽器（箏・尺八・三味線）を招聘し、ベレン、マナウス、リオデジャネイロを巡回する形で日本伝統音楽公演及びワークショップを数回実施した。

日伯外交樹立130周年記念事業の目玉として開催した本事業は、各地域で邦楽を含め日本文化に対する理解を促進し、和楽器関係者や日本語学習者のモチベーション向上に大きく繋がった。天候に恵まれない地域もあったもののチケットの配布がわずか1日で終了する等、高い関心が寄せられ「古き良き文化が現代文化と融合し、若い人に継承され、両国間の文化交流に繋がっていることを実感し感銘を受けた」、「学校で日本語の授業を導入してほしい」等、対日理解の促進に寄与した。



「にっぽんの心」語り手派遣事業

二国間関係等の節目の年を迎える国を中心に、日本文化を「語る」人物を外国に派遣し、日本文化に通底する思想等を深く理解させる講演会等を開催。日本の魅力を発信し、日本の好感度、親近感、信頼感、ひいては対日理解の促進につなげる。

●日本文化に通底する調和の精神（在モロッコ大）（2026年2月）

2026年に日・モロッコ外交関係開設70周年を迎える好機を生かし、漫画・文学や食文化を通して現れる日本ならではの物の見方、考え方に対する深い理解を促す講演会等を実施。来場者の過半数が日本大使館主催のイベントに初参加と回答する等、新たなターゲット層を開拓する機会となった。また、大使館SNSに加え、複数の現地メディアでも報道がなされ、高い広報効果が得られた。



発信力の強化(海外拠点等の活用)2 国際交流基金

国際交流基金が、海外拠点も活用しながら各国・地域のニーズに応じたレクチャー・公演・展示・上映等の文化事業や全世界向けのオンライン配信事業を実施して、日本の文化コンテンツを効果的に発信する。

日本映画の上映・配信

日本映画の魅力在海外へ発信するため、70以上の国・地域で日本映画上映会及び大型日本映画祭（JFF）を実施。特に2025年8月のTICAD9を契機として、アフリカにおいて2025年度・2026年度に17か国で大型日本映画祭を実施。エジプトには『映画 えんとつ町のプペル』のプロデューサーである田中栄子氏を派遣し、現地のアニメ関係者等との交流の機会を持った。また、2024年8月より、全世界向けに日本のコンテンツを届ける新しい映像配信サイトを



『映画 えんとつ町のプペル』上映会場の様子（エジプト）

「JFF Theater」(www.jff.jp/go.jp)を立ちあげ、これまでのべ57作品を配信し、登録者数は約18万人、視聴実績のあった201か国・地域における視聴回数は約20万回に及んだ（2026年3月9日時点）。

STAGE BEYOND BORDERS -Selection of Japanese Performances-

現代演劇、伝統芸能、ダンスなど、日本の優れた舞台公演作品を、多言語字幕付きでオンライン配信するプロジェクト。令和2年度末の開始以降、令和6年度末までに158作品を最大11言語の字幕付きで配信し、136か国・地域にて、累計3,540万件の視聴回数を達成。

対面での事業実施の機会が比較的小さい国・地域からもアクセスを得ており、日本の舞台芸術の魅力を広く世界に発信している。



TICAD 9開催記念アニメソング公演

2025年8月に開催されたTICAD 9を契機として、中東・アフリカで高まる日本アニメ・マンガ人気を受け、**2025年10月と2026年1月にエジプトとコートジボワールにて**大ヒットアニメの主題歌を歌う話題のアーティストである、MYTH &ROID、sajou no hana、前島麻由、FLOWなど話題のアニソンアーティストのライブ公演を実施。現地のアーティストとの共演や、現地音楽家向けワークショップ、日本語学習者との交流を通じて、若年層を中心とした対日理解と文化交流の深化を図った。公演参加者は計2,800人を記録し、多くの人々にアニソンの魅力を発信した。



TICAD9開催記念アニメソング公演（前島麻由氏パフォーマンス、エジプト）

海外巡回展

陶芸・工芸・日本人形などの伝統芸術から、現代美術・写真・建築・デザイン・食文化まで日本文化の多彩な姿を分かりやすく伝える約15の展示会セットを世界各地に巡回させている。令和6年度は日本文化に触れる機会が限られている地域等でも開催し、46か国・地域65都市で計45万人以上が来場。

～令和7年度事例～

- ・「現代日本のデザイン100選」（東欧等）
- ・「マンガ・北斎・漫画—現代日本マンガから見た『北斎漫画』」（台湾、東欧、中東等）
- ・「妖怪大行進：日本の異形のものたち」（パキスタン、オーストラリア、東南アジア等）



海外巡回展「妖怪大行進：日本の異形のものたち」ラホール展（パキスタン）

発信力の強化（海外拠点等の活用） 3 ジャパン・ハウス

日本の多様な魅力、様々な政策・取組の発信を行う対外発信拠点として、ジャパン・ハウスを世界3都市（サンパウロ、ロンドン、ロサンゼルス）に設置。ジャパン・ハウスの知見、現地団体等との関係を活かし、日本コンテンツの発信力の更なる強化を図る。

ジャパン・ハウス サンパウロ

漫画サイクル

令和3（2021）年1月～現在

日本文化への「入り口」として、日本の漫画作品を紹介し、参加者間で話し合う事業。
2021年より年間を通じて定期的に開催。
2026年2月までに57回開催し、約1,800人が参加。



ジャパン・ハウス ロサンゼルス

Journey to Japan

令和8（2026）年1月



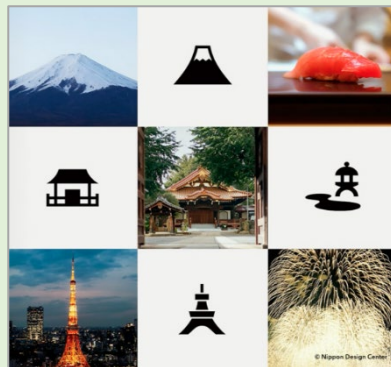
出典：Japan Airlines(From Japanese Art to Fashion: Kevan Hall's Creative Journey with Japan Airlines (JAL))

(右下画像) Photo by Robertino Fonseca

LAで活躍する親日家のファッションデザイナーによる「ファッション × 日本各地への旅 × 日本の伝統工芸」をテーマとしたトークプログラムを実施。

PICTOGRAMS: Iconic Japanese Designs展

令和8（2026）年2月～5月



©Nippon Design Center

ピクトグラムを通じて、日本のデザインや文化の奥深さ、観光体験の豊かさを多角的に捉え、日本の魅力を紹介。3拠点共通の巡回企画展示。

ジャパン・ハウス ロンドン

Looks Delicious! Exploring Japan's Food Replica Culture展

令和6（2024）年10月2日～
令和7（2025）年2月16日

日本人の知恵や工夫が生み出した技術や製造工程、日本の多様な食文化が育んだ歴史と文化的背景、未来に向けた新たな取組など、包括的に「食品サンプル」を紹介。



ハイレベルの外交機会の戦略的活用

首脳・外相会談や周年行事などの外交機会を活用し、コンテンツ分野における連携・協力を推進。首脳による贈呈品や対外広報において、日本発のキャラクターを活用。

イタリア



(写真出典：官邸ホームページ)

2026年1月、東京における日伊首脳会談の機会に、高市総理からメローニ首相に対し、「トゥンクトゥンク」(GREEN×EXPO 2027の公式マスコット)と「サンリオキャラクターズ」のコラボ・グッズを贈呈した。

中央アジア



(写真出典：官邸ホームページ)



©森薫

2025年12月、東京における「中央アジア+日本」対話・首脳会合の対外広報に、日本及び中央アジア各国をイメージしたキャラクターを活用した。