

クールジャパンに係る外務省の取組

クールジャパン戦略会議(第3回)

令和3年9月10日(金)

クールジャパンに係る外務省の取組

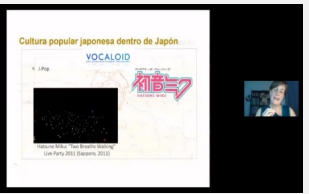
令和4年度概算要求額219億円の内数(拡充)
(令和3年度予算額187億円の内数)

- 在外公館や国際交流基金の海外事務所、ジャパン・ハウスといった海外拠点を活かし、伝統文化からポップカルチャー、和食・日本酒に至るまで、日本の多様な魅力を発信。
- コロナ禍においてもSNSを含むオンラインやデジタル技術を活用して発信を継続。双方向性のあるウェビナーやライブ動画配信、体験型のオンライン企画等により、リアルへの渴望にも工夫して対応。

オンライン発信の強化

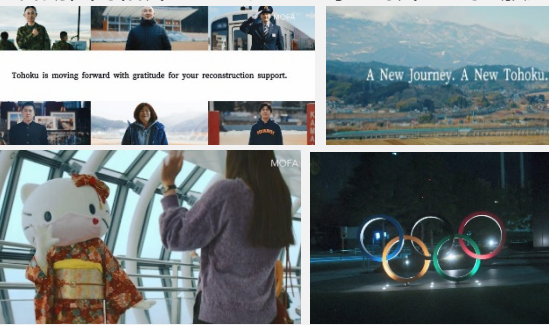
1 アニメについてのオンライン講演

(令和2年7月 於:アルゼンチン)
国際交流基金派遣の専門家が、ジブリ作品を中心に日本アニメの伝統と革新等について講演。質の高い講演が現地メディアでの報道につながり(テレビ番組での告知放送の他、現地紙に22本の記事が掲載され、計約300万人が閲覧)、波及効果の高い文化事業を実現。



2 動画のオンライン配信・TV放送

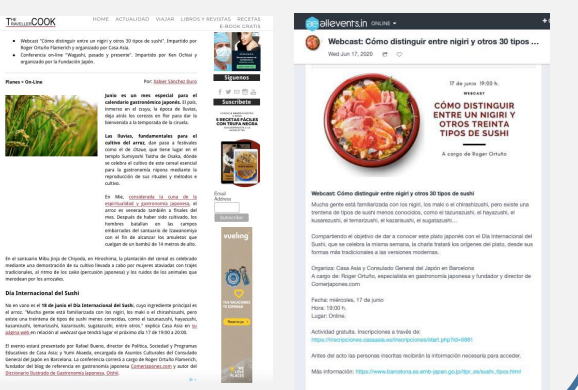
東日本大震災からの復興や地方の観光資源、新型コロナウイルス対策、東京2020で活用された先端技術等を各動画で紹介。BBCやCNN等の海外TVでも放送。



日本食・食文化の発信

日本の食文化に関するオンライン講演

(令和2年6月 於:スペイン)
農林水産省「日本食普及の親善大使」のスペイン人専門家を講師として、寿司文化に関するオンライン講演会を実施。事業実施後、主催した在バルセロナ総領事館のSNSフォロワー数が200人以上増加。関連記事も複数掲載された。



地域の魅力発信

『種草日本Go購够』(令和2年12月 於:中国)

在中国大使館が地方自治体等と連携し、日本各地の観光・文化・食などの魅力を1ヶ月に亘り発信。中国にいながら、日本の地域の魅力を体感してもらい、食・製品の販促・輸出増加を促進。

■ 動画配信で各地の魅力を発信(視聴数362万回強)



■ 中継イベントで各地の魅力発信(視聴数410万回)



■ 現地インフルエンサーが地域の特産品をアピール(視聴数者は青島12万人、大連11万人、成都18万人)



国際交流基金 (JF) は、コロナ禍においても、文化を通じた日本と世界のつながりを維持し、さらに発展させていくため、各種事業を実施。

- ▶ オンラインでの文化発信・対話
(過去のフェローシップ・プログラム概要のウェブ上での公開、日本語ビジネススピーチコンテスト等)
- ▶ オンラインでの日本語教育支援*
(JFにほんごeラーニング「みなと」、ウェブ教材「いろいろ 生活の日本語」、オンライン教師研修等)

*eラーニングやウェブ教材は新型コロナウイルス発生以前から準備・運用していたが、コロナ禍の行動制約の中でも活用できる学習方法として利用を推進

舞台芸術作品動画配信シリーズ STAGE BEYOND BORDERS



(c)猪熊康夫 (c)川島浩之 (c)田村克也

- 2021年2月～
- 現代演劇、ダンス・パフォーマンス、伝統芸能の分野から、新作を含めた多彩なジャンルの優れた作品を厳選して配信
- リアルとは異なる国・地域にもリーチでき、視聴回数約71万回と多数の視聴者を獲得 (8月下旬時点)
- 舞台芸術関係者から、将来的な海外展開への布石となる事業として高い評価

オンライン配信日本映画祭



(オンライン日本映画祭の配信サイト)

- 2020年11月～2021年3月
- 20か国において実施
- 30作品の多様なラインナップ。監督5名がそれぞれ作品について語る動画の配信や作品を題材にしたトークセッション等を開催
- 視聴回数約21万回、ページビュー数約400万回と大きな反響

オンライン風呂敷ワークショップ



(シドニー日本文化センター主催)

- 2021年2月～3月
- 従来、近隣の初等・中等教育機関の生徒を受け入れ実施していた日本語を使い日本文化を体験するワークショップを、豪州の各州教師会等協力の下、オンラインで9回実施し、503人が参加
- 豪州学校教育カリキュラムの理念の一つである「環境」に合致し、現地で人気のある風呂敷にフォーカス

クールジャパンに係るジャパン・ハウスの取組

関連する柱:①②③④⑤

外務省

2020年3月の休館開始から2021年4月末までの3拠点の発信件数

Facebook

1,522件

ロンドン： 投稿 468件
ロサンゼルス：投稿 678件
サンパウロ： 投稿 376件

Instagram

874件

ロンドン： 投稿 375件
ロサンゼルス：投稿 388件
サンパウロ： 投稿 111件

Twitter

1,545件

ロンドン： 投稿 485件
ロサンゼルス：投稿 687件
サンパウロ： 投稿 373件

YouTube

320件

ロンドン： 動画 54本
ロサンゼルス：動画 133本
サンパウロ： 動画 133本

●新型コロナウイルス感染拡大以降、休館期間のみならず、オンライン発信を一層強化。

●SNS、バーチャル展示、ウェブサイト、ウェビナー、オンライン体験キット等を通じ、日々多様な魅力の発信を積極的に行い、幅広い社会層への発信や新たな訴求対象の獲得にも積極的に取り組んでいる。



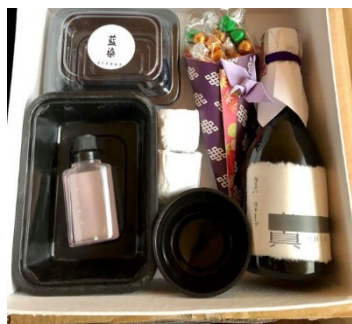
オンライン文化体験イベント「せとうち探訪」(サンパウロ)(令和3年7月)

日本の地域ごとに魅力や文化をとりまわめて、旅行仕立てで紹介するシリーズ企画「オンライン文化体験イベント」を実施。第1弾では「せとうち探訪」として岡山、兵庫、徳島、香川の魅力を紹介し、各地の特産(讃岐うどん、日本酒等)を集めたキットの販売・試食や現地体験企画(阿波踊りのオンライン実演)等も実施。



ソーシャルメディアコンテスト(ロサンゼルス)(令和2年9月~11月)

建築家の藤本壮介氏のジャパン・ハウス巡回企画展から着想を得て開催されたソーシャルメディア「小さな建築」コンテスト。400件以上の応募の中から藤本氏が選んだ3作品をウェブサイト、SNSで公開している。



「体験キット」を使った参加型発信(サンパウロ)(令和2年7月、8月及び12月)

ジャパン・ハウス サンパウロのレストラン、ショップがアイテムをセレクトし、「体験キット」を事前販売。オンライン・セミナーで、酒カクテルの作り方を含む食文化や風呂敷を使った「もったいない」コンセプトを解説。これまで3回実施し、延べ250名以上がライブで参加。参加者からの反応も好評でシリーズ化されている。



ウェビナーによる政策発信(ロンドン)(令和2年7月)

発信力の高いシンク・タンクであるチャタム・ハウスと共催で、全4回シリーズの第1回目として、「日英間の政治・安全保障協力」をテーマに日英の有識者が、「自由で開かれたインド太平洋構想」を含めたアジアの地域課題に対応するための日英協力について議論。29カ国から200名以上が参加。実施後にチャタムハウスTwitterアカウントで短編動画を公開したところ、1か月で約3,800回の閲覧数を得た。