

# クールジャパン関係府省連絡・連携会議資料



平成28年3月2日  
外務省

## 在外公館文化事業



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・タ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

外務省が所管する(独)国際交流基金では、海外における展覧会の開催、音楽や舞台芸術の上演、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。



山形花笠まつり

### イタリア 「東北復興祭りパレード in ミラノ万博」

ミラノ万博で開催されるナショナルデー「ジャパネー」において、東北の10祭り(県都6祭りと福島地域の4祭り)と日本を代表するキャラクターによるパレードを実施。推定7万人が観覧。(平成27年7月)



### ロシア 「樂-茶碗の中の宇宙」展

エルミタージュ美術館およびプーシキン美術館において、樂焼450年の粋を集めた展覧会を開催。重要文化財を含む総点数170点を展示。あわせて、茶道についての講演会、金剛流能公演、樂吉左衛門氏他による講演会およびワークショップを実施。2会場あわせて約16万人が来場。(平成27年7月~11月)



### 日本 「三陸国際芸術祭」

郷土芸能の宝庫と言われる三陸地方において、郷土芸能を軸にした「文化芸術による復興支援」として開催される「三陸国際芸術祭」に海外のグループを招へいすることにより、アジアの郷土芸能への理解を促進。芸術祭全体には約43,000人來場。(平成27年9月~10月)

2

## 日本ブランド発信事業



- 様々な分野の専門家を個別に海外に派遣し、講演会及びワークショップ等を実施
  - 日本の多様な魅力(強み、価値観、伝統、現代日本を形作る文化的背景等)を海外に発信
- 日本全体のブランド向上に資する

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。

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、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。



### アラブ首長国連邦, サウジアラビア 西陣織 -More than Textile-

(平成27年11月)

西陣織と、ファッションや高級インテリア、芸術作品とのコラボを進める細尾真孝氏を中東に派遣。ファッション・スクールでの講演や王族とのネットワーキングを行った。最先端のバイオテクノロジーを取り入れた西陣織の新たな可能性も紹介した。



### 中国(北京・上海) 能 - 共有する美の源

(平成27年12月)

能の源流は中国の散楽。梅若ソラヤ氏が、北京と上海の戯劇学院等で講演と体験講座を実施し、奥深い伝統芸能の源を共有。映像作家でもある梅若氏が歴史的画像も含めた動画を使いながら説明、中国の若者からの温かいかけ声で満たされた。



### デンマーク, チェコ, ハンガリー 和菓子の真髄

(平成28年1月)

和菓子の将来を憂える職人・水上力氏が、デンマークの旅行博やチェコのガストロノミー学校等で講演・ワークショップを実施。初めて目にする和菓子に、「日本に対する認識に大きなプラスの影響を受けた」との感想多数。

3

- 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。

- 平成27年度  
31カ国から計42名の記者を招へい予定。2月末時点で合計約130件の記事が掲載された。(個別28名、グループ2件14名、グループ招へいテーマ(日メコン首脳会議、太平洋・島サミット)。
- 平成26年度  
30カ国から計42名の記者を招へい。合計約170件の記事が掲載された。(個別22名、グループ2件20名、グループ招へいテーマ(NPDI 広島外相会合、国連国際防災会議)。

## 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付く日に、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に訪れて、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った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持っている。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。”

## 対日理解促進交流プログラム (Japan's Friendship Ties Programs)

### 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、**将来、各界で活躍が期待される優秀な人材を招へい・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

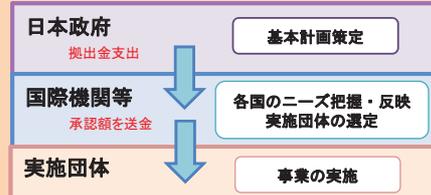
### 概要

- 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27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(1月末実績3,324人)
- 規模： 約29億円、約5,700人

### 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





## 第9回授賞式の概要

- 日時 : 2016年 2月 26日(金)
- 場所 : 外務省 飯倉公館
- 主催 : 山田美樹 外務大臣政務官(外務大臣代理)
- 構成 : 受賞者の表彰, レセプション
- 選考 : 里中満智子氏(漫画家)を委員長とする審査委員会  
が厳正に審査し, 入賞作品を決定。

## 第9回国際漫画賞の特徴

- 第9回(2015年度)は, 46の国・地域から259作品が応募。
- そのうち, カメルーン, コードジボワール, ナイジェリア, ベナンのアフリカ4か国から初めての応募。

### 【参考】第1回から第9回までの応募作品の国・地域及び作品数

	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	317	259

## 第9回受賞作品

(最優秀賞作品)



**"The Divine" (イスラエル)**  
アメリカ人技術者が, 政府の依頼を受け, 少年ゲリラが住む山の爆破を試みるため, クアンロン(仮想国)に赴く。しかし, ゲリラを率いる不思議な力を持った双子ら少年たちとのふれ合いを通じ, 一転, アメリカ政府と敵対することになる。

(優秀賞作品)



**"Holy Dragon Emperor" (ベトナム)**  
古代ギリシャの学者は幼児の脳が情報保存ツールになりうることを発見し, 時の陳王朝は危険な計画をある子供の脳に保存した。時は流れ現代。度重なる質問に意識をなくした少女は, 突如1279年に結婚をすることを嫌い, 自身の婚礼儀式を襲撃させた名主の娘の記憶が蘇る。



**"魚を恐れる男" (台湾)**  
Ichthyophobia(イクティフォビア)とは魚恐怖症の意味であり, 作者の長年の悩みでもあった。このサイレントマンガの主人公は, 魚恐怖症を患い, 魚類と戦いながら, この恐怖心を世間に知らせる, 幻と現実の両方で紡いだ作者の自叙伝ともいえる。



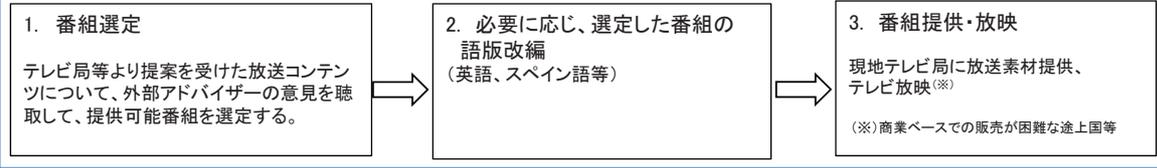
**"無名歌Vol1" (台湾)**  
かつて, バンドのリードボーカルだった太陽は, 今は芸能人を見出すエージェントをしている。バンドを離れ, エージェントとして生きる毎日に鬱々とする中, ある日太陽は公園で, 素晴らしい歌声を聞き, 忘れていたロックへの夢を思い出す。

# 放送コンテンツ等海外展開支援事業(国際交流基金)

## 1 案件概要・目的

・地域活性化、日本ブランドの発信、観光立国の推進、日本食の輸出等を加速化させるとともに、わが国コンテンツ産業の海外展開の基盤作りに貢献するため、和食、地方の魅力、わが国産業の紹介等に資する影響力の大きい放送コンテンツを選定し、TPP参加国を含むアジア太平洋地域を中心に、関係省庁と連携をはかりつつ、商業ベースでは販売が困難な途上国や商業展開が難しい番組が必要とされる国に無償提供する。

＜事業のイメージ＞

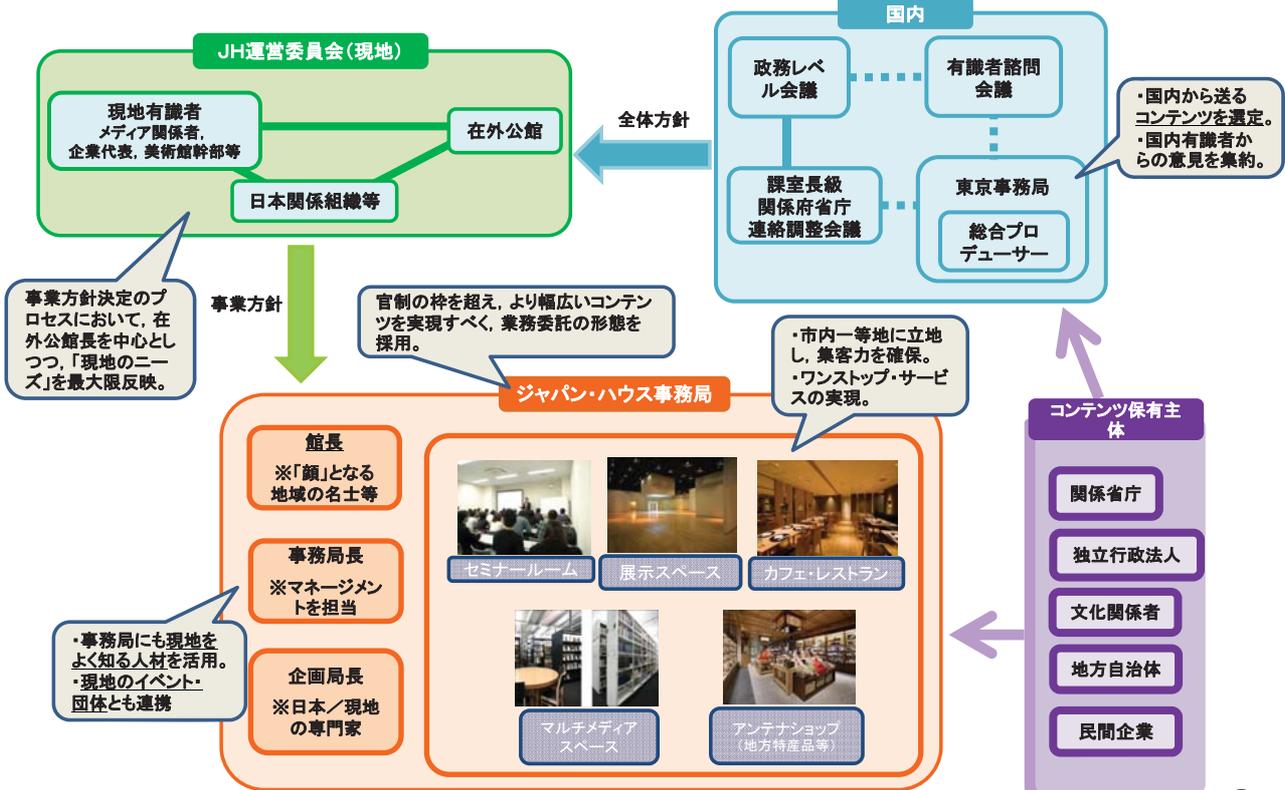


## 2 期待される効果

- ・和食、地方の魅力、我が国産業等の紹介を行う放送コンテンツの放映により、我が国のもつ多様な魅力、産業力や観光の魅力の発信を通じて、対日理解の促進と、我が国産業等の海外展開を促進する。
- ・我が国の放送コンテンツ放映による親日感の醸成により、日系企業の円滑な活動に寄与。
- ・TPPを契機に海外展開への意欲を持つ我が国コンテンツ産業が将来的に進出するための基盤作りに寄与。

- 27年度は中南米・中東・アフリカ・東欧等の約70か国の放送局に対して、アニメ・映画・ドラマなど約330番組(のべ)を提供予定であり、うち28か国84番組(のべ)はすでに契約済み(平成28年2月18日時点)。
- 28年度は提供番組をさらに拡大。

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。