

クールジャパン関係府省連絡・連携会議資料



平成28年10月5日
外務省

- 外務省は、クールジャパン戦略官民協働イニシアティブに13の事業を登録。
- 伝統文化、ポップカルチャーから食、酒にいたるまで、日本の多様な魅力を海外に発信。
- インバウンド観光振興や日本産品・商品の輸出も視野に、クールジャパン戦略推進に努めている。

●代表的な取組としては、

- 1 「在外公館等を活用した海外での発信」
- 2 「派遣、招へいを通じた発信」
- 3 「放送コンテンツを活用した発信」



1 在外公館等を活用した海外での発信(1)

- 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**。【在外公館文化事業】
- 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。【国際交流基金事業】
- 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**。【在外公館でのレセプション等における日本産酒類活用】



スペイン
「エキスポ・マンガ」
(平成28年5月)
「エキスポ・マンガ」はマドリッドで毎年開催。大規模マンガ・フェアとして多くのマンガ・アニメ、日本文化の愛好家を集める。日本のアニメの聖地を案内するアニメマップ(JNTO作成)や日本の観光案内パンフレットも配布し、観光広報と連携。
【在外公館文化事業】



イタリア
「東北復興祭りパレード in ミラノ万博」
(平成27年7月)
ミラノ万博で開催されるナショナルデー「ジャパNDER」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。
【国際交流基金事業】



ロシア
「天皇誕生日祝賀レセプションでの鏡開き」
(平成27年12月)
「在外公館のレセプション」や大規模行事等の際に、鏡開きのパフォーマンスを実施したり、乾杯に使用するなど、日本の文化的側面の紹介と併せ、日本産酒類を積極的にアピール。
【在外公館でのレセプション等における日本産酒類活用】

1 在外公館等を活用した海外での発信(2)

【農林水産物の輸出促進プロモーションイベントの開催】(28年度補正, 29年度要求)

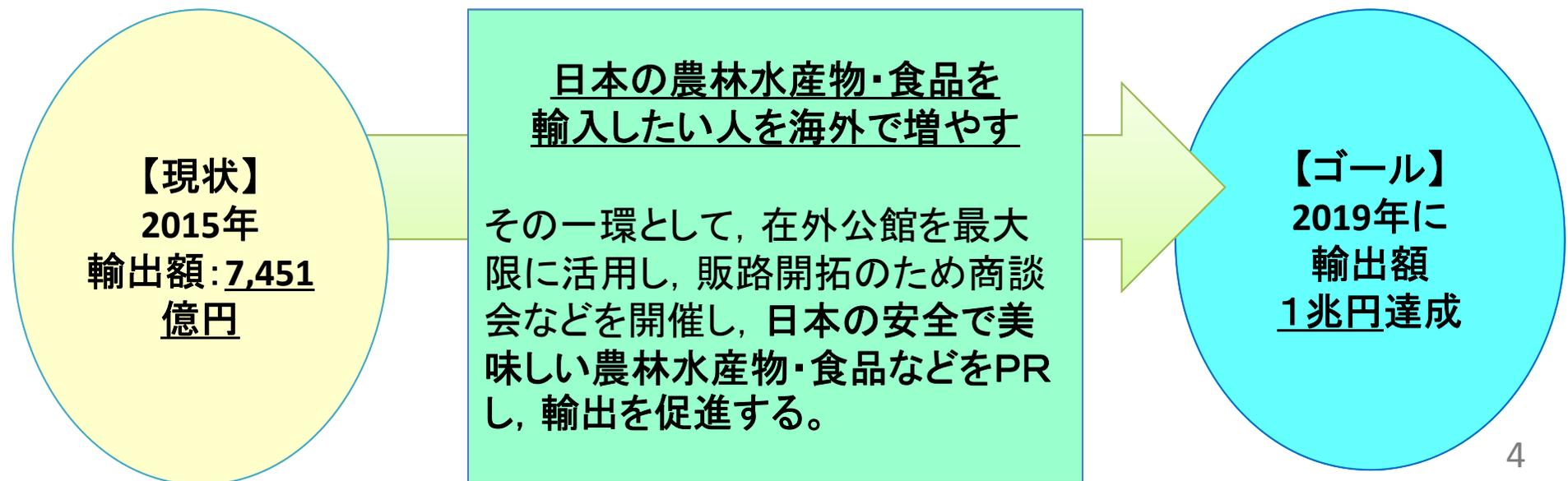
●施策の目的

海外における需要発掘により「2019年の農林水産物・食品の輸出額1兆円目標の達成」に貢献。

●施策の概要

在外公館を最大限活用し, 被災地産品を含む日本の農林水産物・食品などのプロモーションイベントを実施。

●施策のスキーム, 成果イメージ(経済効果, 波及プロセスを含む)等



ジャパン・ハウス

「戦略的対外発信の強化」の必要性の高まり

＝500億円増の戦略的対外発信予算

その一環として、主要国において「**オールジャパン**」の対外発信拠点が必要。



「**ジャパン・ハウス**」をロンドン、ロサンゼルス及びサンパウロの市内一等地に設置(物件を賃借)。運営は民間に委託。

ジャパン・ハウスの機能



トーク・ワークショップ等



エキジビション



書籍・ウェブ等



物販



レストラン

ジャパン・ハウスの3つの工夫

公的機関の拠点を集約し、日本に関する様々な情報がまとめて入手できる**ワンストップ・サービス**の提供。

カフェ・レストラン、ショップなどの商業スペースを設けるとともに、民間の活力、地方の魅力なども積極的に活用した**オールジャパンでの発信**。

専門家の知見を活用しつつ、**現地のニーズ**にきめ細かく対応し、現地の人々の共感を呼ぶよう工夫した発信。

日本の多様な魅力、正しい姿の発信を通し、これまで必ずしも日本に関心がなかった人々を含む幅広い層を惹きつけた上で、**親日派・知日派の裾野を一層拡大**させていく。

2 派遣, 招へいを通じた発信

- **様々な分野の専門家を海外に派遣**。講演会及びワークショップ等を通し, 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)を発信。【日本ブランド発信事業】
- 外国報道関係者(ペン記者)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**。【外国報道関係者招へい】
- 外国のテレビチームを日本に招へいし, 当該国の関心や日本とのつながりを踏まえた**日本特集番組の制作を支援**。【テレビチーム招へい】



イスラエル, パレスチナ
日本のIoTプロダクトとアプリ開発
(平成28年7月)

プログラマーの堤修一氏を「中東のシリコンバレー」イスラエルとIT熱の高まっているパレスチナに派遣。日本ならではのIoTプロダクトをキーテクノロジーのBluetooth Low Energyアプリ開発技術と共に紹介。技術者や企業から協業希望が寄せられた。

【日本ブランド発信事業】



ペルー, チリ
日本のファッションデザイン
(平成28年8月)

BANSANのデザイナー・伴真由子氏を現地の交流希望を踏まえ派遣。着物など日本伝統デザインとものづくり技術を体現したファッションを発信, 現地デザインとの融合ワークショップを実施。著名デザイナーとの共同制作・相互交流創設が期待。

【日本ブランド発信事業】



インドネシア, テンボ紙記者
東京駅プラットフォームでの
新幹線取材【外国報道関係者招へい】

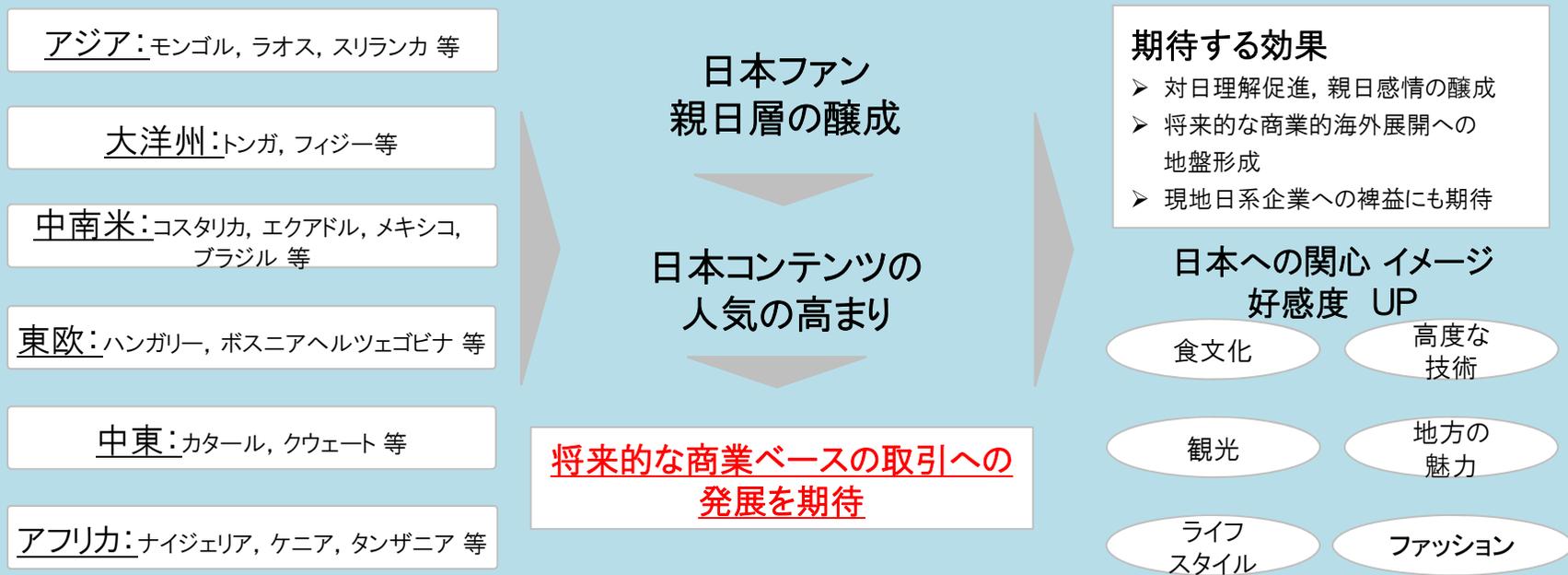


サウジチャンネル2
日本の着物生地を用いて
サウジの伝統衣装アバヤを制作する
ファッションデザイナーを取材
【テレビチーム招へい】

3 放送コンテンツを活用した発信

●国際交流基金の放送コンテンツ等海外展開支援事業を通じて、商業ベースでは日本コンテンツが放送されない国・地域を中心に、日本のドラマ、アニメ、ドキュメンタリー、映画、バラエティ等の無償提供を行う。(平成26年度補正及び平成27年度補正にて予算措置)

●平成28年9月12日現在、46か国の放送局において、**のべ155番組を提供。**



ドキュメンタリー	・ 防災先進国 日本のノウハウ →ネパール, サモア	バラエティ	・ 料理の鉄人 →タンザニア
ドラマ	・ カーネーション →モンゴル, フィジー, トンガ, パプア・ニューギニア, トリニダード・トバゴ, ベネズエラ, セルビア, ウズベキスタン, タンザニア, ザンビア, ジンバブエ, ケニア ・ マルモのおきて →モンゴル, ラオス, バングラデシュ, ブータン, サモア, ジャマイカ, トルクメニスタン, ケニア ・ 福岡恋愛白書 →モンゴル, ラオス, ジャマイカ, トンガ, セルビア	アニメ	・ 鉄腕アトム →エルサルバドル, メキシコ, ボリビア, ボスニア・ヘルツェゴビナ, ナイジェリア ・ 宇宙兄弟 →モンゴル ・ 新海誠アニメ特集 →モンゴル, ベネズエラ, コスタリカ, カタール, エジプト, アンゴラ, モザンビーク