

## 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【平成29年度予算概算要求：181百万円（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68,000本のIWC受賞日本酒**を、また、平成20年から**約28,000本のJWC受賞ワイン**を送付。（平成27年度購送数は日本酒約18,800本、日本ワイン約6,100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



初のアフリカ開催となったTICAD（アフリカ開発会議）VIの日本政府主催レセプションにおいて、日本酒で乾杯  
（在ケニア大使館、平成28年8月27日）



自衛隊記念日レセプションにおいて日本酒や日本ワインを提供  
（在パキスタン大使館、平成28年5月31日）



天皇誕生日祝賀レセプションでの鏡開き  
（在ハバロフスク総領事館、平成27年12月5日）

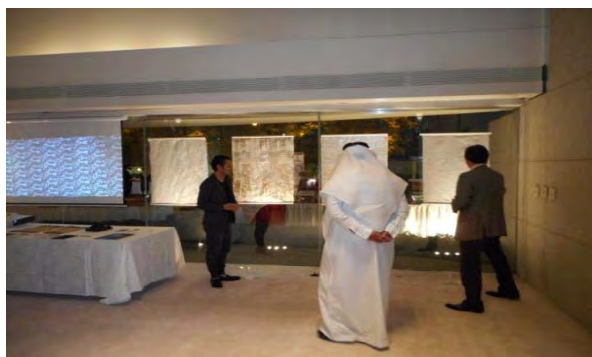
## 日本ブランド発信事業【平成29年度予算概算要求：80百万円（48百万円）】

- 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  
 一→ 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・水上カ氏が、デンマークの旅行博やチェコのカ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。

# インターネットを利用した日本事情発信（Web Japanの運営）【平成29年度予算概算要求：30百万円（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。
- ・平成27年度のアクセス数は1460万ページビューを獲得。Google等の検索エンジンでも上位表示される。



## 「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（例年世界100局前後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



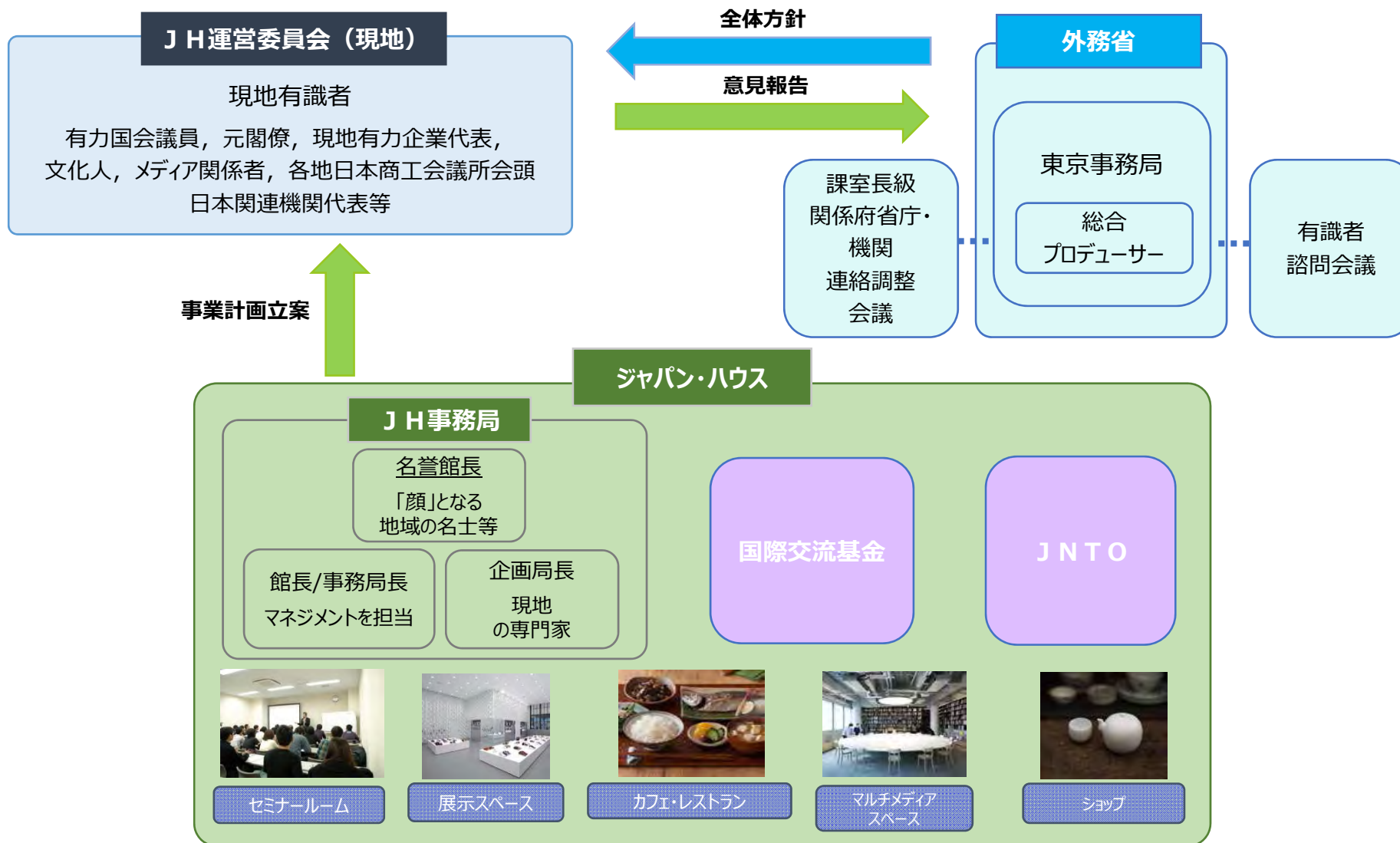
概要：日本関連情報を英語で発信しているウェブサイトのリンク集。

言語：英語のみ



# ジャパン・ハウスの創設 【平成29年度予算概算要求：3,335百万円の内数（4,223百万円の内数）】

ジャパン・ハウスの目的：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、親日派・知日派の裾野を一層拡大すること。



# 在外公館文化事業費 【平成29年度予算概算要求：493百万円の内数（309百万円の内数）】

## 事業概要・目的

### ○ 概要と目的

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図ることを目的として、外交活動の一環として主催（共催）する日本文化の紹介事業を実施するための経費

※ 平成29年度は、我が国の地方の文化を発信する事業を新規に要求する（要望枠）。

### ○ 【経済財政運営と改革の基本方針2016】

（第2章成長と分配の好循環の実現 2. 成長戦略の加速等）

（2）②文化芸術立国・スポーツ立国：文化芸術立国に向けた新たな政策コースへの対応に必要な機能強化等を通じ、コンテンツやデザイン等を含めた文化芸術資源を一層活用して地域や経済の活性化を図るため、（中略）**魅力ある日本文化の発信**，文化財の保存・継承，メディア芸術等の振興を進める。

（3）③在外公館等の活用や民間主導による国内拠点構築等を通じ、日本食・日本産酒類、コンテンツ等の輸出や文化の創造・対外発信などクールジャパン戦略を推進し、輸出・観光を促進する（以下略）。

### ○ 【日本再興戦略2016】

日本文化の対外発信の強化により、文化芸術資源をもとにした経済波及効果を拡大する。  
（4. 観光立国の実現，5-2 文化芸術資源を活用した経済活性化）

### ○ 開始時期／5年以上実施する理由

毎年度、在外公館が管轄地域において文化事業を実施するための基本的経費である。

### ○ 過去の指摘事項

- ・平成22年行政事業レビュー「一部改善」
- ・平成23年度政策提言型事業仕分け「外交・外交戦略における在外公館の役割」  
「一部改善」
- ・平成25年秋の行政事業レビュー「戦略をもとにした具体的な目標等，適切な成果指標の設定，国際交流基金の文化交流事業との役割分担」

## 資金の流れ



## 事業イメージ・具体例

- 在外公館は、管轄地域における対日理解促進や新たな親日層の獲得を図るため、現地のニーズを踏まえ、映画会、音楽会、生活文化（和食文化、華道、茶道等デモンストレーション）、スポーツ（柔道・空手等武道デモンストレーション）、ポップカルチャー（漫画、アニメ、ファッション）、日本語（作文コンクール、日本語弁論大会）等多様な事業を実施。平成27年度は約2,300件実施。



### 「ジャパン祭り」(英国)

毎年、ロンドンのトラファルガー広場では、市民参加型の総合的な日本文化事業「ジャパン祭り」が開催されており、現地在留邦人等と連携し、オール・ジャパンで日本文化を発信。（平成27年9月）



### 「日本由来の武道紹介」(エジプト)

安倍総理エジプト訪問時に発表された日・エジプト共同声明において「武道を含むスポーツ交流の強化」とうたわれていることを受け、現地で活動する複数の武道団体と協力し、レク・デモを実施。（平成27年11月）

## 期待される効果

- 在外公館文化事業の実施により、様々なレベルにおける外交上の人脈の形成・強化，現地の対日理解の促進と新たな親日層の獲得という効果が期待できる。また、在外公館が関与することで、現地在留邦人や日本関係機関，日本企業と一体となったオールジャパンでの事業も可能となる。
- 平成27年度の成果を例示すれば、英国で実施した「ジャパン祭り」（上記）では、現地実行委員会と協力して事業を実施した結果、任国の閣僚，国会議員等の出席も得て、現地における日本のプレゼンスを示すことができました。また、中国で実施した「日本酒と日本の食文化講演会」では、多数の日本側自治体や民間事業者と協力し、日本酒文化の説明・試飲会を実施し、来場者から高評価を得たほか、副次的な効果として、日本酒の商談にも貢献した。

# 国際交流基金事業 【平成29年度予算概算要求：15,105百万円の内数（12,949百万円の内数）】

## 1. 対米事業強化・拡充【2.0億円】

外交上の最重要国である米国との関係強化のため、人材育成・人的ネットワーク構築事業を強化・拡充

- 1-1 日米関係を担う次世代リーダーの育成  
(若手政策実務者・研究者育成プログラム)
- 1-2 日米関係強化のための知日層・親日層開拓  
(有力シンクタンクにおける日本専門家ポストの設置、多様な知的コミュニティとの関係構築)

## 2. 日本語事業の拡充【16.1億円】

海外における対日理解の基盤である日本語学習を推進するため、日本語教育事業を拡充

- 2-1 さくらネットワーク拡充  
(さくらネットワーク機関支援、効果的支援のための基盤整備)
- 2-2 米国における日本語教育の拡充  
(学習者訪日研修、日本語教師謝金助成、日本語教師養成支援)
- 2-3 中国における日本語教育の拡充  
(カリキュラム開発等支援、教師研修、初等教育用教科書制作)
- 2-4 E P A 訪日前研修拡充

## 3. 日本のプレゼンス向上のための文化発信・人材育成【6.0億円】

日本の魅力の発信、親日派・知日派育成のための取組を拡充

- 3-1 文化芸術交流事業  
(中国における日本映画振興、日本祭り開催支援、欧米美術館支援、障がい者芸術の発信)
- 3-2 日本研究・知的交流事業(親日派・知日派の育成)  
(海外中核人材総合育成事業(エリート・プログラム)、現代日本理解特別プログラム)

## 4. 拠点開設(ミャンマー(ヤンゴン))【1.4億円】

### 「経済財政運営と改革の基本方針2016」

#### 第2章

- 2(2)①2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会等の開催に向けた取組：  
2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会やラグビーワールドカップ2019は、日本全体の祭典であり、日本を再興し、レガシーの創出と世界への日本の発信の最高の機会である。(中略)オリンピック・パラリンピックムーブメントの普及など大会の円滑な準備を進める
- 2(2)②文化芸術立国・スポーツ立国：  
文化芸術立国に向けた新たな政策エースへの対応に必要な機能強化等を通じ、コンテンツやデザイン等を含めた文化芸術資源を一層活用して地域や経済の活性化を図るため、(中略)文化プログラムやジャポニスム2018等の機会を捉えた魅力ある日本文化の発信、文化財の保存・活用・継承、メディア芸術等の振興を進める
- 2(3)③「日本ブランド」の下で戦略的な輸出・観光促進：  
日本食・日本産酒類、コンテンツ等の輸出や文化の創造・対外発信などクールジャパン戦略を推進し、輸出・観光を促進する
- 5(1)①外交：  
日米同盟の強化、近隣諸国との関係強化、経済外交の強化という三本柱を軸として、地球儀を俯瞰する視点から戦略的な外交を強力に展開する。(中略)戦略的対外発信を通じた日本の「正しい姿」や多様な魅力の発信及び親日派・知日派の育成、(中略)に積極的に取り組む。

### 「日本再興戦略2016」

#### 第2 具体的政策

I 新たな有望市場の創出、ローカルアベノミクスの進化等

5-2. 文化芸術資源を活用した経済活性化

(2) 新たに講ずべき具体的施策：

芸術家等の海外派遣や受入れ等による国際文化交流を通じた文化外交をはじめ国内外への効果的発信による日本ブランドの向上を図ること等により、文化芸術資源をもとにした経済波及効果を拡大する

### 「観光ビジョン実現プログラム2016」

視点2. 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

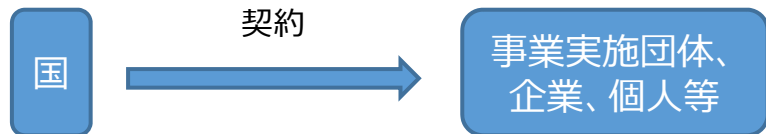
インバウンド観光促進のための多様な魅力の対外発信強化  
日本語教育の拡充を通じて親日層を育成し、潜在的な訪日旅行者層を拡大

# 国際漫画賞 【平成29年度予算概算要求：8百万円（7百万円）】

## 事業概要・目的

- **概要と目的**  
日本国際漫画賞の実施，在外で使用する文化啓発用品の購入等，文化交流事業を展開・促進・支援するために必要な経費
- **【経済財政運営と改革の基本方針2016】**  
(第2章成長と分配の好循環の実現 2. 成長戦略の加速等)  
**(2) ②文化芸術立国・スポーツ立国：**文化芸術立国に向けた新たな政策ニーズへの対応に必要な機能強化等を通じ，コンテンツやデザイン等を含めた文化芸術資源を一層活用して地域や経済の活性化を図るため，(中略) **魅力ある日本文化の発信**，文化財の保存・継承，メディア芸術等の振興を進める。  
**(3) ③在外公館等の活用や民間主導による国内拠点構築等**を通じ，日本食・日本産酒類，コンテンツ等の輸出や文化の創造・対外発信などクールジャパン戦略を推進し，輸出・観光を促進する(以下略)。
- **開始時期／5年以上実施する理由**  
毎年度，文化交流事業を展開・促進・支援するための基本的経費である。
- 日本国際漫画賞は，平成19年度，麻生外務大臣(当時)が，「今や世界各国に現れつつある若きマンガの旗手たちに，マンガの老家本元である日本から，権威のある賞，いわばマンガのノーベル賞のようなものをあげたい。日本との絆を，それによって意識していただきたい。」との考えの下，創設した。
- 過去の指摘事項： なし

## 資金の流れ



## 事業イメージ・具体例

- **日本国際漫画賞**  
海外での漫画普及に貢献する外国人漫画作家を顕彰すると共に，日本の漫画家及び出版関係者との交流の場を提供する。



第9回授賞式(平成28年2月)の集合写真の様子

- **文化啓発用品(五月人形等の季節飾り，華道，書道具等の文化道具，袴等の着物及びハイトクロボット等)**  
各在外公館に日本文化を紹介する物品として備え付けており，館内や広報文化センター等での季節飾り等の展示や，在外での各種文化・広報事業において文化道具や着物，ハイトクロボットを使用したデモンストレーションを実施している。また，現地文化団体等が主催する各種催し物への貸出も行い，広く日本文化の紹介に役立っている。

## 期待される効果

- **日本国際漫画賞**  
マンガは，我が国の文化外交の資産であるポップカルチャーの一形態であるが，これが我が国から発祥していることを認知させると共に，世界のマンガの質的水準を我が国のマンガに近づけるといった効果が期待できる。なお，米ニューヨーカー誌は，第9回国際漫画賞最優秀賞の受賞者の描画を同誌の表紙に採用した際，本賞の受賞を紹介した。第10回日本国際漫画賞は，296作品の応募があった。
- **文化啓発用品**  
普段触れることの少ない日本の季節飾りや文化道具等を実際に見たり，体験してもらうことにより，正しい日本文化を理解してもらうことができる。ハイトクロボットについては日本の先端技術について理解してもらうことができる。



# 対日理解促進交流プログラム 【平成29年度予算概算要求：3,826百万円（3,327百万円）】

## 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，**対外発信力を有し，将来を担う人材を招へい・派遣**し，政治，経済，社会，文化，歴史及び外交政策等に関する**対日理解の促進**を図るとともに，**親日派・知日派を発掘**し，また，日本の外交姿勢や魅力等について被招へい者・被派遣者自ら積極的に発信してもらうことで**対外発信を強化**し，我が国の**外交基盤を拡充**する。

対日理解の促進 ・ 親日派・知日派の発掘

対外発信の強化

外交基盤の拡充

## 概要

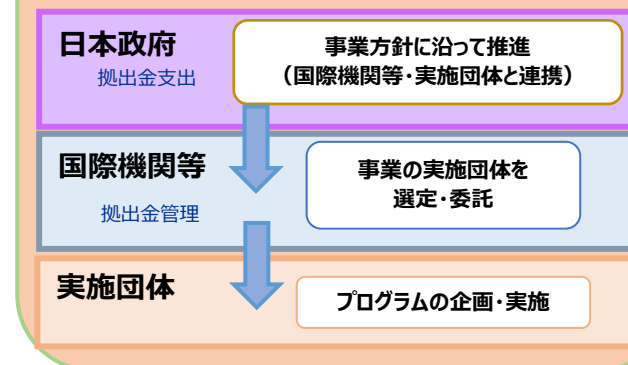
- 対象者： 招へい：高校生～社会人等 / 派遣：高校生～大学院生等
- 期間： 10日間程度
- 対象地域： 招へい：アジア大洋州，北米，欧州，中南米 / 派遣：アジア大洋州，北米，中南米
- 地域別名称： JENESYS2016（アジア大洋州），KAKEHASHI Project（北米）  
MIRAI Program（欧州），日露青年交流事業（ロシア），JUNTOS!!（中南米）  
（約33億円規模，平成28年度当初予算）

## 経済（TPP）をテーマとした招へい事業

TPPを活用した新たな市場開拓の支援とグローバル・バリューチェーンの構築に資するよう，特に，日本のTPP関連産業・製品の魅力や強みについての理解促進と対外発信の強化のために，関係国・地域の地域指導者，報道関係者，投資家，輸入業者，有力消費者団体関係者等を対象とした招へいプログラムを実施する。

（約21億円規模，平成27年度補正予算）

## 事業の実施形態





## 外国報道関係者招へい費 【平成29年度予算概算要求：59百万円の内数（59百万円の内数）】

### 事業概要・目的

- 外国報道関係者を個別又はグループで招へいし、視察、インタビュー、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正確な理解に基づき報道することを通じて、海外における対日理解の増進、ひいては対日好感度の向上を図る。
- 中長期的には、招へいを通じて日本政府とメディア・記者との円滑な関係を構築。知日派・親日派の記者とすることで、将来的にも好意的な記事の掲載を期待。

(参考)

【自民党外交再生戦略会議】

「国際社会を主導する外交を求める決議」（平成28年5月11日）（抜粋）

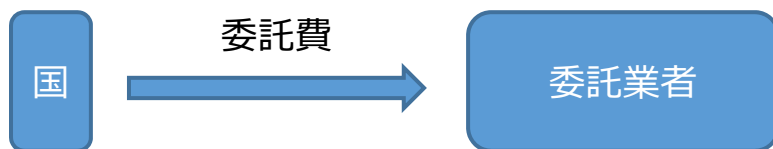
5 戦略的な対外発信の強化

「…わが国への国際社会の理解の促進を通じて外交努力の効果を一層高めるため、予算規模の維持・拡大を含め、戦略的対外発信をさらに強化する。」

『（1）領土・領海・歴史認識・積極的平和主義を含め、…海外テレビの活用等を通じた対外発信を更に強化』

『（2）風評被害対策を含め、わが国の多様な魅力の発信を強化』

### 資金の流れ



### 事業イメージ・具体例

- 平成27年度には、31か国から計42名の記者を招へい。二国間関係、安全保障、インフラ輸出等、様々なテーマについて取材機会を提供。
- うち個別招へいは28名。グループ招へいは2件計14名（テーマは「日メコン首脳会議」及び「太平洋・島サミット」）。



H27年12月9日付  
「ライニツシェ・ポスト紙」（ドイツ）  
「自然災害と恐ろしい隣国は、自衛隊に対する従来のやや控えめの評価の改善に寄与している」



H27年12月2日付  
「聯合ニュース」（韓）  
「アジア女性基金の元理事、慰安婦補償は基金の公的な活動だった」

### 期待される効果

- 訪日取材に基づく報道により、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。
- また、知日派・親日派の記者の育成にも貢献。

# 日本特集番組制作支援事業 【平成29年度予算概算要求：113百万円の内数（16百万円の内数）】

## 事業概要・目的

- 観光ビジョンでは、2020年に4000万人、2030年に6000万人への外国人観光客増が目標。
- 日本に対する海外からの関心も高まっているが、在日外国メディアはほとんどすべてが東京在住であるなど、地方の魅力は十分に伝わっていない。
- 外国メディアの地方取材を支援し、日本の地方の魅力を発信するために、特に世論形成に大きな影響力を有するテレビメディアの地方視察を支援。



札幌雪祭り(モンゴル)

(参考)

【自民党外交再生戦略会議】

『国際社会を主導する外交を求める決議』（平成28年5月11日）（抜粋）

5 戦略的な対外発信の強化

「…わが国への国際社会の理解の促進を通じて外交努力の効果を一層高めるため、予算規模の維持・拡大を含め、戦略的対外発信をさらに強化する。」

『（1）領土・領海・歴史認識・積極的平和主義を含め、…海外テレビの活用等を通じた対外発信を更に強化』

『（2）風評被害対策を含め、わが国の多様な魅力の発信を強化』

## 事業イメージ・具体例

- （1）外国テレビチーム招へい
  - 外国のテレビチームを日本に招へいし、日本特集番組の制作を支援。各国における個別の関心を踏まえ作成。
  - 世界の主要地域カバーすべく、年間10件程度を実施。
- （2）在京外国テレビチーム向け地方取材プレスツアー
  - まだ、海外で取り上げられていない地方の魅力やメディア単独では取材許可が取りにくい箇所（政府関係施設等）等を中心に、地方取材プレスツアーを実施。



和歌山串本市(トルコTV)



熊野(スペインTV)

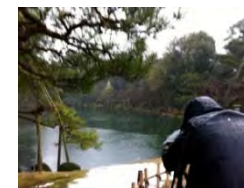


五島列島(葡TV)



(左)南相馬市  
(ブラジルTV)

(右)金沢兼六園  
(ロシアTV)



## 資金の流れ



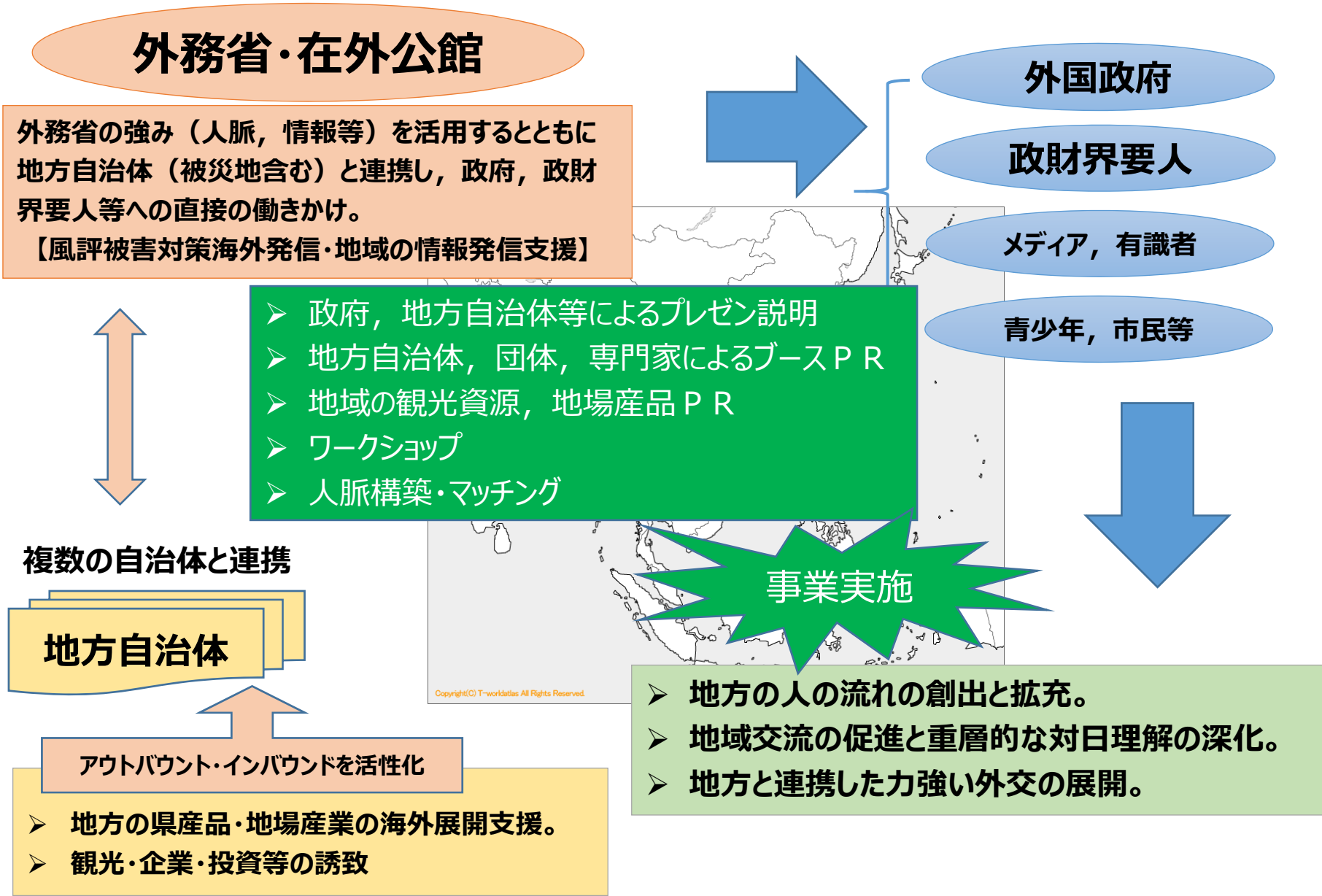
諸謝金



委託業者

## 期待される効果

- 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、地方を含む日本の魅力を正しく伝え、海外における対日理解・対日感情の向上が期待される。



**農林水産物・食品の輸出促進プロモーションイベントの開催**【平成29年度予算概算要求：2百万円（新規）】**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**