

# 日本産酒類の活用推進（在外公館でのレセプション等における日本産酒類活用）

外務省

【平成30年度予算：133百万円（133百万円）】

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、在外公館からの調達希望を受けてコンクール受賞酒等の日本産酒類を調達・送付。平成23年からこれまで**約101,900本の日本酒**を、また、平成20年から**約41,500本の日本ワイン**を送付。

（平成29年度購送数は日本酒約25,500本、日本ワイン約9,200本。）

平成29年度より、焼酎・泡盛の調達・送付を開始。



初のアフリカ開催となったTICAD（アフリカ開発会議）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）



ドゥテルテ・フィリピン大統領も出席した天皇誕生日祝賀レセプションにおいて、日本酒で乾杯  
（在ダバオ領事事務所、平成28年12月）



レセプションにおける日本酒PR  
（在ハバロフスク総領事館、平成29年6月）

## 事業概要・目的

### 事業概要

日本の強み、価値観、伝統、現代日本を形作る文化的背景等の「日本の多様な魅力」を海外に発信。地方の魅力の発信、伝統と現代の融合、科学技術、新しいライフスタイルの共有など。

多様な魅力を備えた専門家を個別に海外派遣（各人2～3か国、計1週間程度）、講演会及びデモンストレーション/ワークショップを実施。

日本の良さに共感する外国人による再発信を促すことで波及効果を拡大し、日本全体のブランド向上に資する。

【成長戦略：経済財政運営と改革の基本方針2017】(2017) 該当箇所  
第2章 2. (6) 戦略的な輸出・観光促進

「安全」「安心」「高品質」などの日本に対する評価を「日本ブランド化」とともに、国内外の拠点も活用し、食、映画、コンテンツ、文化等の日本固有の魅力の創造・発信・展開などクールジャパン戦略を推進し、輸出・観光を促進する。

【日本再興戦略：未来投資戦略2017】(2017) 該当箇所

海外の第一線で活躍する文化人の参画、在外公館やジャパン・ハウスの活用等により、日本文化の国内外への戦略的な発信を強化し、文化による日本ブランドの構築を図る。

【観光ビジョン実現プログラム2017】該当箇所

（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）

在外公館・国際交流基金による文化事業等を通じて、我が国の多様な魅力を発信することにより、諸外国の日本に対する興味・関心を高め、訪日需要を喚起する。

## 事業イメージ・具体例

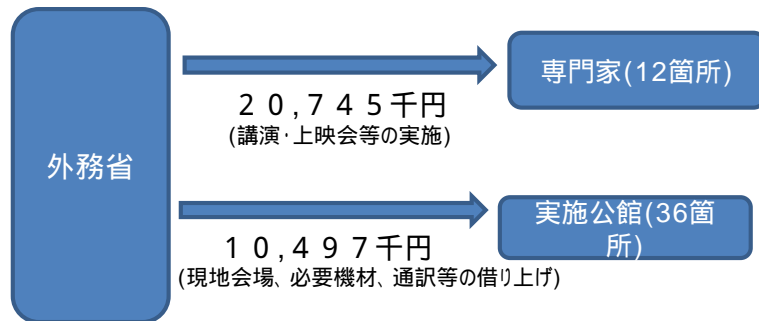
講演会、デモンストレーション、展示会等（事業例）

- JR九州クルーズトレイン「ななつ星」のデザイナー水戸岡鋭治氏を香港・ソウルに派遣。車両や駅舎のデザインを通じた地域振興の立役者が、熊本地震により打撃を受けた九州の観光の回復を目的に、九州の魅力について講演会とパネル展示を実施。

- 元オリンピック選手の為末大氏をガーナ・ケニア・ボツワナに派遣。禅思想の影響を受けた日本ならではの陸上競技トレーニング哲学と手法について、オリンピック関係者・青少年を対象に講演とトレーニング指導を実施。2020年に向けた現地の期待に具体的な形で応える広報となった。



## 資金の流れ



## 期待される効果

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。国際交流の創設に加え、訪日観光客の増加、将来の海外ビジネス展開に繋がること、専門家の対外発信能力の育成も期待される。例えば、平成25年度ショートショート実行委員会代表・別所哲也氏のエジプト派遣による日本短編映画紹介では、感銘を受けた現地映画祭関係者のその後の尽力により、平成28年3月の同ルクソール映画祭及び同9月のガベス国際アラブ映画祭への出展が実現。

## 事業概要・目的

平成7年度より、インターネット上において適切に日本事情を発信すべく、日本事情発信ウェブサイト「Web Japan」を運営している。

諸外国において我が国外交政策に支持を得るための前提として、親日層の形成及び対日親近感の醸成が必要不可欠であり、そのためには魅力的な日本事情をウェブ上でも海外発信する必要がある。

昨今の中国におけるネガティブな対日イメージがインターネットを介して広がったことに鑑み、インターネットを通じ、我が国の包括的かつ平易な情報を提供することは、対日理解の増進と対日親近感の醸成に寄与すると考えられ、諸外国との信頼関係の構築にも資することから、継続的にコンテンツの更新・追加作成をする必要がある。

## 事業イメージ・具体例

### 海外向け日本事情発信ウェブサイト「Web Japan」のコンテンツ制作

< 主な制作コンテンツ >

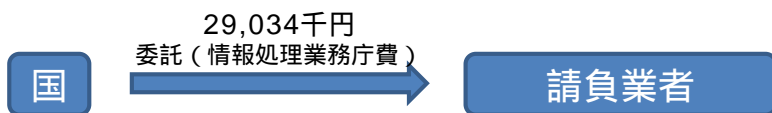
・Trends in Japan 技術、ポップカルチャーなどの最新情報を紹介。

・Kids Web Japan 子供向けに日本の基礎情報及び最新情報を紹介。

・Japan Fact Sheet 政治、経済、社会など46項目について5言語で百科事典的に紹介（英・仏・西・中・韓）。



## 資金の流れ



## 期待される効果

日本の魅力を海外の一般人に伝え、対日親近感の醸成を促進させる。

現在、年間1,700万(PV)を超えるアクセスがあり、日本事情に関する代表的サイトとして定着。更なる親日層の形成が見込まれる。

ジャパン・ハウスの創設【平成30年度予算：2,350百万円の内数（3,178百万円の内数）】

## 「戦略的対外発信の強化」の必要性の高まり

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。

# 在外公館文化事業費【平成30年度予算：261百万円の内数（258百万円の内数）】

## 事業概要・目的

### 概要と目的

- 在外公館が、管轄地域における親日層の維持形成を図ることを目的として、日本文化の紹介事業を主催（共催）にて実施する。現地の指導層・市民層の日本文化への関心度や好みを踏まえ、日本の文化（映画、音楽、華道、茶道、武道、和食、漫画、アニメ、ファッション、日本語等）を、レクチャーやデモンストレーションを交え発信するもの。平成28年度は約2,350件実施。
- 平成30年度は、米国新政権発足を踏まえた対米発信事業と中南米日系社会との連携強化に資する文化事業を新規に要求中。

### 期待される効果

- 在外公館文化事業の実施により、任国・地域における、指導層との人脈の維持形成、親日層の維持形成という効果が期待できる。

## 事業イメージ



「眞子内親王殿下ブータン訪問時における日本週間」（ブータン、2017年6月）

- 眞子内親王殿下のブータン訪問の機会に日本週間を開催し、神楽の舞の披露、武道演武や日本映画の上映会等を実施。
- ワンチュク国王陛下の妹のユフェルマ王女殿下、ドルジ外務大臣等、王室・政府関係者が多数出席。
- 日・ブータン両国で、新聞・テレビで多数報道。



「日豪友好協力基本条約40周年記念ピアノリサイタル」（豪州、2016年10月）

- 大使館と豪外務省の共催で、辻井伸行氏によるピアノリサイタルを連邦議事堂で実施。ターンブル豪首相以下、約200名が出席。
- 日豪両国でテレビを含む報道多数。日豪関係の深化・強化の現状及び将来の更なる関係強化の可能性について、両国で大きくアピール。



ジャパン・ベトナム・フェスティバル・イン・ホーチミン2016（ベトナム、2016年11月）

- ホーチミン最大の日本フェスティバルにおいて、和太鼓公演を実施。
- フェスティバル全体には約22万人（過去最多）が参加。越側から前国家主席、外務副大臣等が、日本側から岸外務副大臣、武部勤・日越友好議連特別顧問が参加。
- ベトナム政府関係者との人脈強化にもつながった。

平成30年度国際交流基金運営費交付金により、以下のような事業を実施予定。

## 1 . 海外における日本語教育の推進

世界各国・地域の日本語教育の状況、学習者の目的や関心を考慮しながら、日本語教育機関への支援、日本語専門家の派遣、海外事務所などにおける日本語教育セミナー・講座、各国日本語教師・学習者の訪日研修、教材の開発などの事業を実施。

## 2 . 文化芸術交流

多様で豊かな日本の文化芸術を、公演・実演・ワークショップ、展覧会、映画・テレビ、翻訳・出版、講演・対話等の形で世界各地に紹介する。また、文化・芸術分野での国際貢献、ネットワーク構築のため、国を越えた専門家同士の共同制作・共同作業・交流事業も実施。

## 3 . 日本研究・知的交流 親日派・知日派の育成

海外での日本研究を支援し、その振興を図ることで、世界の各国で人々により日本が深く理解されることを目指し、世界各地の日本研究の拠点機関への支援、日本研究者への支援（フェローシップ供与）などを行う。また、多層的・多角的な相互理解を目指し、海外と共通の関心事項や課題についてのシンポジウム開催、人的交流などの知的交流事業を実施。

## 4 . その他（海外拠点事業、情報提供事業）

各海外拠点が主導する事業や広報、図書館の運営等日本の情報提供事業等を行う。また、JFICの運営やウェブサイト、メールマガジンの発行などを通じ、国際交流に関する内外情報を提供するほか、国際交流基金賞、地球市民賞等の顕彰事業、市民レベルでの国際交流活動支援などを行なう。

事業概要

**創設：**世界に広がる漫画文化を通じて国際交流と相互理解の輪を広げることを目的として、平成19年に麻生外務大臣（当時）が創設。

**概要：**海外での漫画普及に貢献する漫画作家を顕彰するもの。30年度は第12回目。

**実施方法：**応募作品から最優秀賞1作品，優秀賞3作品を表彰。

**招聘：**（独）国際交流基金が，受賞者を10日間程度招聘。漫画家との懇談及び関連団体を訪問。



招聘事業  
写真提供：  
（独）国際交流基金

過去の実績

	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	第10回	第11回
国・地域数	26	46	55	39	30	38	53	46	46	55	60
作品数	146	368	303	189	145	245	256	316	259	296	326



## 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： JENESYS2018（アジア大洋州），KAKEHASHI Project（北米）

MIRAI Program（欧州），J UNTOS!!（中南米）

規模： 約26.2億円，約5,300人（平成30年度当初予算）

## 事業の実施形態

日本政府（事業方針に沿って推進）  
（拠出金支出）

国際機関等（事業の実施団体を選定・委託）  
（拠出金管理）

実施団体等  
（プログラムの企画・実施）



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。

▶ 外国報道関係者招へい（平成30年度予算 51,953千円）

平成29年度：合計43名の記者を招へい。合計102件の記事が掲載された。

平成30年度：約47名の記者を招へい予定。

▶ 日本特集番組制作支援事業（平成30年度予算 7,106千円）

平成29年度：7カ国7チーム（ガーナ、ブラジル、フィリピン、ロシア、スペイン、パレスチナ、ラオス）を招へい。

平成30年度：1カ国1チームを招へい予定。

報道・取材例

中国記者グループ

「狂言を通じた日中文化交流」の取材で野村万作・萬斎氏へのインタビュー。



インド・ステイツマン紙

「日本，人口減少に対処するため新時代のロボットを開発中」として，日本のロボット開発の最前線を紹介する記事を掲載。



フィリピンTV局 GMA

東京駅で新幹線取材し、同局の長寿ドキュメンタリー番組「I-Witness」（45分）で放映。放映後、同局Facebookに掲載されたYoutube動画は、再生回数120万回以上、シェア3800以上を記録。



## 地域の魅力海外発信支援事業【平成30年度予算：69百万円（72百万円）】

## 外務省・在外公館

外務省の強み（人脈，情報等）を活用するとともに地方自治体（被災地含む）と連携し，政府，政財界要人等への直接の働きかけ  
【地域の情報発信支援】

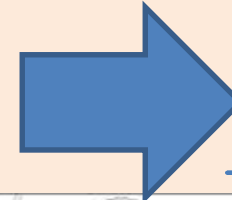
- 政府，地方自治体等によるプレゼン説明
- 地方自治体，団体，専門家によるブースP R
- 地域の観光資源，地場産品P R
- ワークショップ
- 人脈構築・マッチング

複数の自治体と連携

地方自治体

アウトバウンド・インバウンドを活性化

- 地方の県産品・地場産業の海外展開支援
- 観光・企業・投資等の誘致

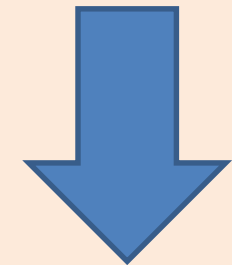


外国政府

政財界要人

メディア，有識者

青少年，市民等



事業実施

- 地方の人の流れの創出と拡充
- 地域交流の促進と重層的な対日理解の深化
- 地方と連携した力強い外交の展開

## 事業概要・目的

文科省が留学中の施策を実施し、外務省は、主に「入口」（来日前）と「出口」（帰国後）を担当。

### 本省経費

国費留学生の募集要項，選考試験問題，留学情報誌等の在外公館への送付費用 等

### 在外経費

留学情報の提供・広報活動

国費留学生の募集選考

留学アドバイザーを配置しての留学相談対応

国費留学生の渡日前オリエンテーション

「帰国留学生会」の組織化及び活動支援

帰国留学生を活用した対外発信事業 等

## 事業イメージ・具体例

全在外公館への国費留学生応募者総数は年間約3万人。

帰国留学生会は世界に195組織。会員数約8万1千人（2017年在外公館調べ）。

帰国留学生のうち、母国等の各界で指導的立場にある者のデータ約6千500人（2015年在外公館調べ）分を把握。

各在外公館から帰国留学生ネットワークを活用して対外発信（在外公館ニュースレターや我が国外交政策ファクトシート等の送付）。

重点地域での発信力のある帰国留学生を活用した対外発信事業の実施。

## 資金の流れ



## 期待される効果

日本留学に関する情報及び幅広い分野での日本の魅力を発信することにより、我が国への留学生数の拡大に貢献する。

優秀な国費留学生を確保し、帰国留学生会等の組織化及び活動支援を行うことにより、我が国との架け橋となる知日家・親日家の人材育成となる。