

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年度予算概算要求：157百万円（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95,900本の日本酒**を、また、平成20年から**約38,500本の日本ワイン**を送付。（平成29年10月末現在。平成28年度購送数は日本酒約17,300本、日本ワイン約6,700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27日）



ソヴァレニ副首相も出席したレセプションにおいて、日本酒で乾杯

（在トンガ大使館、平成29年3月30日）



天皇誕生日祝賀レセプションで日本酒紹介ブースを設置し、館員が日本酒を紹介

（在リオデジャネイロ総領事館、平成28年12月6日）

日本ブランド発信事業 【平成30年度予算概算要求：49百万円（24百万円）】

- 革新する現代文化，伝統，価値観等「日本ブランド」を体現する各界の専門家が，海外で講演・ワークショップを実施し，日本の魅力を発信。
- 専門家を個別に海外派遣（各人2～3か国，計1週間程度）し，講演会及びワークショップ等を実施。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を拡大し，日本全体のブランド向上に資する。

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**端緒**となること，日本への**観光客**が増加することに加え，日本の製品の海外における消費・流通が拡大し将来の**海外ビジネス展開**に繋がることなども視野に入れる。



中国（香港），韓国（ソウル） デザインは公共のために （平成28年10月）

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。



マレーシア（クアラルンプール，ペナン）， シンガポール 人工流れ星 （平成29年2月）

株式会社ALE 代表取締役社長の岡島礼奈氏が，人工流れ星の技術やその楽しみ方について，大学，科学博物館などで講演会を行った。また，宇宙関係やエンターテインメント業界関係者との意見交換も複数行った。



ガーナ，ケニア，ボツワナ スポーツに見る日本文化 （平成29年7月）

元オリンピック選手の為末大氏を派遣。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。

「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28年度のアクセス数は1700万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
（平成29年度中に仏・西・ア・中も公開予定。）

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
（平成29年度中に仏・西・ア・中も公開予定。）

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30年度予算概算要求：2,374百万円の内数（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。

「日本を知る衝撃を、世界へ」をテーマに、日本の魅力の諸相を「世界を豊かにする日本」として表現・発信するための体制を整備

在外公館文化事業費【平成30年度予算概算要求：315百万円の内数（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、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する（要望枠）。

【経済財政運営と改革の基本方針2017（いわゆる「骨太の方針」）】

2. 成長戦略の加速等

（5）新たな有望成長市場の創出・拡大

文化芸術立国文化芸術活動に対する効果的な支援や子供の体験・学習機会の確保、人材の育成、障害者の文化芸術活動の推進、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を進める（後略）。

5. 安全で安心な暮らしと経済社会の基盤確保

（1）外交・安全保障

地球を俯瞰する視点から（中略）戦略的対外発信、とりわけ米新政権下での草の根レベルからの日米関係強化の取組、親日派・知日派の育成、企業等の海外展開の支援、中南米等の日系社会との連携強化等に積極的に取り組む。

【未来投資戦略2017（いわゆる「成長戦略」）】

海外日系社会との連携を通じた成長市場の取込み

中南米諸国等の日系社会と連携して、これら諸国の市場を開拓するべく、在外公館やジャパン・ハウス、独立行政法人国際交流基金等も活用し、日本文化・コンテンツ・イベントのPR、日本語教育、在外教育施設の教育機能の強化、日本事情の発信（中略）等を拡充・推進するとともに、地方公共団体等と連携しながら、日本とゆかりのある方々を含む日系社会とのネットワーク強化のための施策等を拡充・推進する。

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

国

契約・委嘱等

事業実施団体
企業、個人等

事業イメージ・具体例

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、在外公館主催（共催）により、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。

平成28年度は約2,300件実施。



「眞子内親王殿下下ブータン訪問時における日本週間」
（ブータン）

眞子内親王殿下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。王室関係者や多数の閣僚が参加した。



「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）

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。豪首相以下、約200名が出席した。

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。

指導層の人脈の維持形成の事例

上記事業例のとおり、ブータンでは王室関係者や外務大臣等が参加、豪州では相手国首相以下、国会議員・政府関係者が参加する等、外交上重要な人物との人脈を維持形成した。

親日層の維持形成

行政事業レビューにおいては、平成29年度より、初参加率等を追加。なお、対日世論調査はその国の親日度を測る指標の一つとして活用しているが、世論調査は、二国間関係の様々な要素の影響を受ける。

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

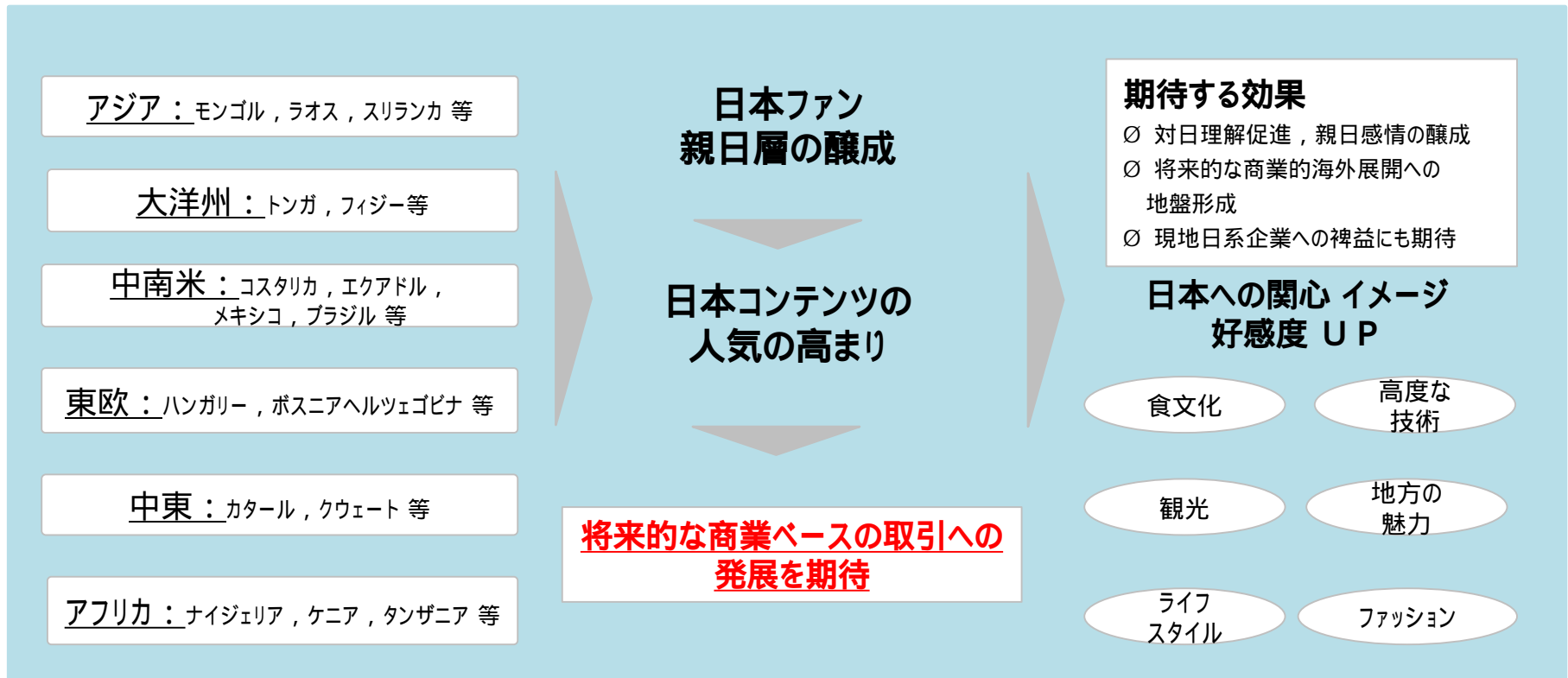
海外での日本研究を支援し、その振興を図ることで、世界の各国で人々により日本が深く理解されることを目指し、世界各地の日本研究の拠点機関への支援、日本研究者への支援（フェローシップ供与）などを行う。また、多層的・多角的な相互理解を目指し、海外と共通の関心事項や課題についてのシンポジウム開催、人的交流などの知的交流事業を実施。

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。

放送コンテンツ等海外展開支援事業 【平成30年度概算要求：15,452百万円の内数（0百万円）】

関係省庁連携の下、海外の広範な層に対し、日本の放送コンテンツ（ドラマ等）を提供。
 外務省分は、独立行政法人国際交流基金が実施。（平成26年度補正，27年度補正）
 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29年8月31日現在，120か国・地域の放送局において，のべ1,734番組を提供。



事業概要

概要

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

平成30年度は、与党の要請により、ノーベル平和賞関連等の大型国際会議に関連する経費を新規に要求する。

注：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、マンガの本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。

【経済財政運営と改革の基本方針2017（いわゆる「骨太の方針」）】

2. 成長戦略の加速等

(5) 新たな有望成長市場の創出・拡大

文化芸術立国文化芸術活動に対する効果的な支援や子供の体験・学習機会の確保、人材の育成、障害者の文化芸術活動の推進、**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を進める**（後略）。

(6) 海外の成長市場との連携強化

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。

5. 安全で安心な暮らしと経済社会の基盤確保 (1) 外交・安全保障

地球を俯瞰する視点から(中略) **戦略的対外発信**、とりわけ米新政権下での草の根レベルからの日米関係強化の取組、**親日派・知日派の育成**、**企業等の海外展開の支援**、**中南米等の日系社会との連携強化**等に積極的に取り組む。

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。

過去の指摘事項： なし

資金の流れ

国

契約・出張命令等

事業実施団体、
企業、個人等

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10回授賞式（平成29年2月）の様子

文化啓発用品

- 日本文化を紹介する物品として、五月人形等の季節飾り、華道、書道具、袴等の着物、ハitekロボット等を各在外公館に備え付ける。
- 用途としては、館内や広報文化センター等での季節飾りとしてのほか、在外公館文化事業、同広報事業におけるデモンストレーションの用に供している。
- そのほか、現地文化団体等からの要望に応え、これらの団体が主催する各種催しにも貸し出している。

期待される効果

日本国際漫画賞

近隣国も漫画を自国文化として発信する中、漫画が日本文化の一つであることを、市民層と漫画家に対し、印象付ける効果が期待される。実際、昨年、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。

文化啓発用品

在外公館、現地文化団体等が日本文化の紹介行事を行う際、文化啓発用品を用いることにより、分かり易く効果的に日本文化を紹介する効果が期待される。

平成30年度(案)

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（平成30年度内に実施）

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： JENESYS2017（アジア大洋州），KAKEHASHI Project（北米）

MIRAI Program（欧州），J UNTOS!!（中南米）

規模： 約28.2億円，約5,800人

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年度概算要求 113,047千円）

平成28年度：37カ国から計57名の記者を招へい。合計156件の記事が掲載された。

平成29年度：合計42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年度概算要求 46,871千円）

平成28年度：ミャンマー、タイ、カンボジアのテレビ局チームを招へい。

平成29年度：7カ国7チームを招へい予定。

報道・取材例

中国記者グループ

江戸切子体験。



タイTV局 MCOT

東京駅で新幹線取材。



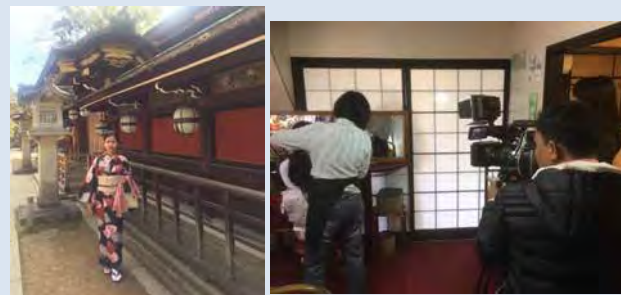
カタール アル・ラーヤ紙

「新幹線は、飛行機よりも優れている」、「東京のタクシー」といった記事を掲載。



ミャンマーMITV

京都市・北野で着物体験。



地域の魅力海外発信支援事業【平成30年度予算概算要求：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】

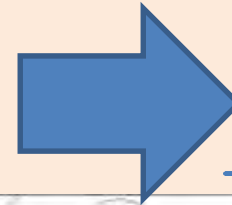
- 政府，地方自治体等によるプレゼン説明
- 地方自治体，団体，専門家によるブースP R
- 地域の観光資源，地場産品P R
- ワークショップ
- 人脈構築・マッチング

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

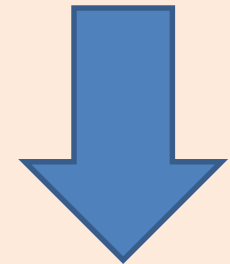


外国政府

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

留学生交流関係経費（日本留学広報及び帰国留学生の活用）

外務省

【平成30年度予算概算要求：83百万円（79百万円）】

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243組織。会員数約8万5千人（2016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

国



委託業者
帰国留学生会等

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。