

我が国の発信力強化のための施策と体制  
～「日本」の理解者とファンを増やすために～

平成20年2月  
海外交流審議会  
答申

## 目次

はじめに	2
1. 現代の日本外交における発信強化の必要性	3
2. 発信強化に向けた基本的な考え方	4
(1)豊かな日本の発信リソースの活用	4
(2)企業や市民の活動、海外の親日家の力の活用	4
(3)対日関心の二極化：有識者向け対策の必要性	5
(4)予算・体制の抜本的拡充及び戦略に基づく重点化・合理化の必要性	6
(5)フォローアップ及び新たな要素を加味したモデル事業の導入	7
3. 発信力強化のための提言	8
(1)テレビ国際放送の拡充	8
(2)日本語教育	10
(3)ポップカルチャー等の現代日本文化の活用及び文化交流貢献者の顕彰	13
(4)有識者層における対外発信	15
(イ)日本の有識者、研究機関等を通じた発信強化の必要性	16
(ロ)インターネットを通じた発信強化	17
(ハ)メディアを通じた発信強化	18
(ニ)留学生等に対する支援	18
(5)重要地域に対する対応	18
(イ)近隣諸国に対する対応	18
(ロ)米国	20

### 【添付】

開催実績・議題

委員名簿

参考資料

## はじめに

外務省組織令に基づく外務大臣の諮問機関である海外交流審議会は、平成18年3月、「我が国の発信力強化のための施策と体制」を諮問事項とする審議を開始した。この答申は、これまでの約2年間に亘る議論をまとめたものである。

現在、国際社会は、軍事力や経済力に加えて国家の発信力が国力に直結するという新たな潮流の中にある。この国際環境の下で、対外発信を抜本的に強化していくことは我が国の対外関係において喫緊かつ死活的な課題である。

また現代においては、インターネットやマス・メディアの発達、各国における民主制度の進展等を背景に外交政策に及ぼす国民の影響力が高まっている。このようななかで、外交は、相手国の政府だけではなく、相手国国民に向けた直接の働きかけ、いわゆるパブリック・ディプロマシー抜きにその目的を達成できない。

そのような強い認識の下、本審議会は、我が国の経済・産業界、学界等をリードする有識者を委員として、どのようにすればうまく日本を発信できるか、現状では何が足りず、何をなすべきかについて議論してきた。また、その際には、外交はもはや外交当局だけが担うものではないとの前提に立ち、広く世の中を見渡して、活用できる資源を最大限活用し、様々なプレーヤーによる取組と効果的に連携すべきという発想で、何が対外発信のために活かせるかについて幅広く意見交換した。

これまでの約2年間の具体的な議論については、節目節目で会長サマリーや専門部会報告書として発表するとともに、平成19年6月には、早期に発表することが必要と考えられる具体的な施策を「日本の発信力強化のための5つの提言」という形でまとめてきた。今回の答申は、それらの提言も包含し、日本の対外発信の地平を広げる、新たな弾みを与えるための施策を提言しようとするもので、外務省にとって初めてのパブリック・ディプロマシーに関わる包括的提言となる。

今や日本の企業や個人を含む国民活動は海外との関わりなしには成り立たず、外交はそのような国民活動のインフラを提供している。グローバル化の荒波が一層激しさを増す中で、新たな国際社会の潮流を捉え、対外発信を強化することにより日本外交を効果的に展開していくことは、我が国全体の利益を増進する上で不可欠である。

本答申が発信力強化という観点から日本外交の道標となり、抜本的に強化された対外発信のための具体的行動を呼び起こすものとなることを期待してやまない。

## 1. 現代の日本外交における発信強化の必要性

伝統的な国際社会においては、外交政策は主に国際社会の情勢や各国との国家関係を中心に決められるものであり、冷戦時代には軍事力を背景としたイデオロギー対立や貿易摩擦のような経済的利益の対立などが外交政策の主要な決定要因であった。これに対し、現代国際社会においては、冷戦という東西対立構造が消え、安全保障、政治、経済等の分野において、国連、G8、WTO等様々な多国間の枠組での議論が重要となり、国家間の主要な対立の多くは話し合いの中で解決されるようになってきている。このため、外交政策は、単に力の対立構造の中で決まるのではなく、自国の立場を諸外国にわかりやすく説明すること、また、相手に聞いてもらえるような環境作りを行うことにより重点を置くようになってきている。

同時に、現代国際社会においては、インターネットやマス・メディア等の発達に伴い、一般の個人やNGO、NPO、企業を含む民間セクターの間で、国際的な関心事項に対する世界的な情報共有が進むとともに、容易に世界に情報発信し、意見交換することが可能となっている。さらに、冷戦後新たな民主国家が増加し、また、従来の民主国家においても情報公開が進み、市民活動も活発化することにより、国家統治に対する民主的コントロールの度合いが高まっている。こうした中で、国家の外交政策の決定過程において、国民の世論や世論を導く有識者の論調の影響力が大きくなっている。

これらの現代国際社会の流れの中で、外交政策を効果的に展開するためには、外国の国民や有識者に対して、自国の政策を理解してもらい、また、種々の交流事業を通じて他国から親近感と信頼を得られるように働きかけることの重要性がより強く認識されている。そのため、主要国は、外国の国民が自国の主張に耳を傾ける環境を整えるべく、日頃から自国の文化的魅力を伝え、外国の有識者、青少年等様々な国民層との交流強化及び人脈構築を図り、種々の国際会議や意見交換の機会に自国の立場を積極的に説明するといった取組を強化している。

実際に、主要国は、積極的に海外における自国語普及を図り、文化交流事業を展開しており、また、自国の魅力を発信するための予算を増加させるなど取組を強化している。例えば、英国のブリティッシュ・カウンシルの2006年度予算は前年度比5.4%増、ドイツのゲーテ・インスティテュートの2007年予算は前年度比24%増である。他方、我が国の取組は控え目にすぎ、予算も遞減傾向にある。このような状態が続くようでは国際社会における国際世論獲得の戦いにおいて劣後を占め、様々な意思決定において影響力を失っていくことになりかねない。

我が国は、これまで、経済面では、日本企業が海外に進出し活発に活動することによって、特にアジアにおける経済成長に貢献し、また、発展途上国への経済協力、国際機関に対する協力等を通じて様々な国際貢献を行ってきた。また、平和協力国家として地域と世界の安定にも貢献してきた。今後、各国の魅力や説得力が益々重視される国際社会において、こうした我が国の実績を踏まえた影響力を海外で遺憾なく発揮していくためには、我が国の魅力や考え方を積極的に海外に伝えていくための取組を抜本的に強化する必要がある。特に、次世代を担う若年層に対して日本の魅力を伝え対日関心を高めていく未来志向の発信、そして、国際世論への影響力が高い有識者に対して日本の考え方や魅力を伝えるための重点的な取組が必要である。

## 2. 発信強化に向けた基本的な考え方

### (1) 豊かな日本の発信リソースの活用

上述のように対外発信の抜本的強化を実現するにあたり、我が国の有している条件は、本来決して悪いものではない。即ち、現在、我が国の国際的なイメージは総じて良好であり（参考資料1）、また、最近のポップカルチャー人気にも見られるが、伝統文化を含む日本文化に対する関心も世界的に高く、日本語学習者数には顕著な増加傾向が見られる（参考資料2）。

しかし、我が国は、こうした恵まれた条件を対外発信のために十分に活用できていない。今後、従来手法にとらわれず、現在の国際環境に対応した対外発信を効果的に展開していくため、新たな発想で知恵を絞り、工夫していく必要がある。個別の分野の提言については後述するが、まず、議論全体を俯瞰し、各分野に共通する発信強化に向けた基本的考え方について説明していく。

### (2) 企業や市民の活動、海外の親日家の力の活用

日本の文化やものの考え方を外国人に伝えるという働きは、外交当局だけではなく、多くの日本企業や日本人が担っている。例えば、高い品質を誇る日本製品は日本の勤勉さや信頼性といったイメージの源となっている。こうした発信源を広く見渡し、うまく活用して、あらゆる発信リソースを効果的に対外発信に動員することが重要である。後述のとおり、近年効果が高いと期待されるものの典型はマンガやアニメなどのポップカルチャーや食文化であり、また、工業製品のデザインやファッションも可能性が広がる分野である。

また、日本企業は少なからず社会貢献活動を行っており、こうした活動の中には、外国人留学生に対する奨学金、フェローシップその他の招待事業、各種文化

交流事業に対する支援等様々なものが含まれている。また、地方自治体、公益法人、NGOその他の市民団体が行う国際交流活動も多岐にわたる。さらに、外国においても、親日団体、日本での留学やJETプログラムの経験者、在留邦人、日系人など、日本の対外発信に貢献し得る主体は多数存在する。こうした外交当局以外が行う活動が有する対外発信機能は、総量としては相当大きなものになる。

こうした様々な主体による活動が発信リソースとなり得る中で、政府が担うべき役割は、次の三点が考えられる。第一に、企業や団体による活動が外交上の必要性に対応した形で行われるよう、重点地域を示すなど外交政策上のニーズを明示し、官民連携の枠組を構築することである。例えば、日中両国は2007年（平成19年）を日中文化・スポーツ交流年と指定し、300件以上の市民団体等による文化交流事業が実施された。このような民間活力の活用は様々な形態があり得るものと考えられる。

第二に、政府自身が官民連携のモデル的な事業を実施し、新たな官民連携のあり方を提示することである。例えば、シンガポールに設置が予定されるジャパン・クリエイティブ・センターでは、最先端の日本のデザインやファッションなどの展示を行うことが想定されており、これまでにない官民連携が求められている。こうした事業を通じて、官民連携手法について試行錯誤しながら、効果的な方法を生み出す取組を繰り返すことが重要である。

第三に、特に海外において、日本からの情報発信に貢献し得る活動を行う日本留学やJETの経験者、親日団体、日系人等を増やしていくために、各種訪日招聘事業、同窓会やニュースレターの発行等フォローアップ事業等を実施し、対外発信の担い手となる外国人のネットワークの拡大に取り組むことである。

また、民間の力を十全に活用し、協力し合っていくためには、企業や団体が協力しやすい制度の改善・構築が必要である。例えば、税制面での手当、民間からの寄贈・寄付を受けやすくなることが望ましい。

なお、個々に行われている民間活動を総力として外交に活かしていくためには、その全体像を把握することが重要である。文化関連予算という切り口から企業活動の内容を掴む方途もあり、検討に値する。

### (3) 対日関心の二極化：有識者向け対策の必要性

前述のとおり、総じて対日イメージは良好ではあり、一般層においてはポップカルチャーをはじめとする日本文化に対する関心は世界的に高い。その一方、中

国経済の成長等を背景に、有識者層においては対日関心が相対的に低下し、特に米国等の政策決定の中枢に入るような有力者の中で日本に対する強い関心を抱く者が相対的に減少していることが懸念される。世論調査結果を見ても、米国有識者の対日認識は非常に良好である反面、「アジアにおける米国のパートナーはどの国か」との問に対して日本と答える有識者数には若干の減少傾向が見られ、反面、中国と回答する者の割合は増加している（参考資料6）。こうした状況を座視することなく、アジア各地に進出している日本企業の活動がアジア経済全体を支えており、中国の躍進の影に日本の貢献があることについては、世界の有識者層の間でより認識を高めるべきである。同時に、日本がアジアへの貢献を今後とも持続させる意思を明確に発信し続けることが肝要である。

有識者層の論調は各国の政策決定に直結しやすいだけに、早急な対策を講じる必要がある。そのため、外国の有識者の中に対日理解を有する人材を増やすとともに、米国等主要国と日本の有識者及び政策担当者が政策課題を共に議論し、対策を検討していく場と機会を増大させることが必要である。また、日本人有識者で国際会議等の場で積極的に発言でき、さらには国際会議の議題設定を主導できる者を在外経験のある有力な学者、企業人などから選び協力を得るとともに、今後育成していくことが必要である。

このことは、特に最近、国際的に有識者間のネットワーク網が発達し、政策面で国際世論形成を行う場で欧米の有識者に加え、中国、インド、韓国等の有識者が日本人に比し相対的に影響力を示し始めているなかで喫緊の課題になりつつある。

加えて、現代の世界的な有識者間の論調形成の特徴として、国際的に活動するメディアの影響力が高まるとともに、インターネットを通じた情報収集及び意見交換が進んでおり、このような時代の流れに対応した取組が必要である。この詳細については後述する。

#### （４）予算・体制の抜本的拡充及び戦略に基づく重点化・合理化の必要性

新たな時代の要請に合わせて効果的に対外発信を行っていくためには、上述のとおり対外発信を抜本的に強化し、我が国の豊富な対外発信リソースを効果的に対外発信に動員できるようにする必要がある。そのためには、従前の考え方にとられずに、この答申の提案を含め必要な施策を実施していくために必要とされる財政面及び組織面の手当を行う必要がある。

そのためには予算・体制の抜本的拡充が不可欠であるが、その際、不用意な政府の予算や組織の拡大につながらないように、新規リソースの投入の可能性を追求

するだけでなく、政府部内の予算及び体制における優先順位の見直しを行い、予算の再配分及び組織の再編を図る必要がある。

また、対外発信施策は、全体として戦略にもとづいて重点化・合理化し、限られた予算や体制を有効に活かして最大の効果を上げるものとしなければならない。

#### (5) フォローアップ及び新たな要素を加味したモデル事業の導入

本答申の政策提言には、実現に向けて中長期的に取り組むことが必要な項目が多く、今後、時間をかけてフォローアップし、一定期間ごとに各項目の進捗を評価する必要がある。

また、答申の提言の中には、前例のない実験的な要素を含む事業が含まれるが、こうした取組の中から成功例を抽出して、他の施策にも活かしていくことが重要であり、こうした事業を新たな要素も加味したモデル事業と位置づけ、本答申発表後、その進捗を把握し、当該施策そのものの発展の可能性及び他の施策への応用を検討していくべきと考える。

このような観点から、海外交流審議会において、本答申のフォローアップを継続的に行っていくことが望まれる。

本答申の提言におけるフォローアップ5項目及び各項目における新たなモデル事業は次のとおりである。ただし、このリストは発表後も状況に応じて見直すこととし、加除修正することを妨げない。

- ①テレビ国際放送（後述3.（1））
- ②日本語教育（後述3.（2））
  - （イ）日本語拠点の拡充（100カ所以上）
  - （ロ）日本文化発信プログラム
- ③ポップカルチャーを含む現代日本文化の活用（後述3.（3））
  - （イ）国際漫画賞
  - （ロ）アニメ文化大使
  - （ハ）ジャパン・クリエイティブ・センター（シンガポール）
  - （ニ）ポップカルチャーを活用した市民参加型事業の促進
- ④有識者向け対外発信（後述3.（4））
  - （イ）世界の主要な国際会議・シンポジウム及び主要なシンクタンク主催事業への日本人の参加確保
  - （ロ）我が国の政策に関する日本人有識者による解説記事等のホームページ掲載
  - （ハ）テレビを含む主要外国メディア関係者の訪日招聘



(二) 日本留学経験者及びJET経験者に対する帰国後支援（同窓会、ネットワーク化等）

⑤重要地域に対する対応（後述3.（5））

(イ) 中国、韓国、東南アジアにおける未来志向の青少年・市民交流の促進

(ロ) 米国等主要国のシンクタンク、大学等に対する日本関連講座・研究支援

### 3. 発信力強化のための提言

#### (1) テレビ国際放送の拡充

リアルタイムで鮮明な映像により多数の国の視聴者に情報を提供できるテレビ国際放送が、当該国の世論、国際世論の形成に与える影響はきわめて大きい。現在のNHKテレビ国際放送は外国人向けに特化しておらず、また、外国の一般視聴者にとり受信が容易ではないため、主要国の国際放送と比較しても受信可能国が少ない（参考資料4）。CNNやBBCが先行し、中国などの国際放送新興国が国策として強化している熾烈な国際競争に参入するには、早急に、外国人をターゲットに定めた外国語（英語）による日本関連情報の提供を行う専門チャンネルを設立し、受信環境を改善することが望まれる。

かかる問題意識については、本審議会の第2回総会（平成18年5月）において議論し、会長サマリーに明記したところであるが、同年6月には、政府与党合意において、外国人向けの映像による国際放送を行うため、新たにNHK子会社を設立することの方針が示された。この方針を受けて、総務省情報通信審議会において具体的な検討がなされ、平成19年8月、平成20年度後半中にNHK及びその子会社による国際放送開始を目指す旨の内容が答申された<sup>1</sup>。また、放送法等の一部を改正する法律が第168回国会において成立しており、NHK及びその子会社が行う外国人向け映像国際放送について法制面での整備が進められている。

こうしたテレビ国際放送の拡充に向けた動きの立ち上げに当たっては、本審議会も大きく貢献することができたが、その上で、NHK及びその子会社が行う国際放送が、我が国の対外発信にとって真に必要とされる規模と内容を備えたものとなるように、具体的には次の諸点を実現していくことが望まれる。

○発信力が重視される新時代の国際環境においては、外交の推進にも資する情報の効果的な発信媒体として十分に機能する日本発の国際放送を整備することが不可欠である。そのため、NHK及びその子会社による国際放送は、例えば海

<sup>1</sup> 総務省情報通信審議会答申（平成19年8月2日）においては、運営経費について「BBC等とほぼ同レベルの番組編成を実現するためには、現段階、135億円程度が必要とのシミュレーション結果もあり、引き続き精緻な検討及び積算が必要である」とされている。

外放送局のニュース等で引用され得るような世界的な国際放送マーケットで十分な浸透力をもつものとなることが望まれる。

- 世界のできるだけ多くの国の人々に視聴してもらえるように、容易に受信可能な現地事業者による配信を拡充することが望まれる。この点、外務省予算により米国ワシントンDC地域の現地ケーブルテレビ等による「NHKワールドTV」の配信が平成19年7月より開始されたことは歓迎すべきである。今後とも、国際放送の実施に責任を負うNHK、同放送に係る制度を所管する総務省及び在外公館ネットワークを有する外務省が緊密に協力し、効果的に配信網の拡充を図ることが望まれる。
- 十分な国際競争力をもたせるため、BBCなど海外の主要な国際放送に比肩する事業規模を実現することが望まれる。そのため、新たな国際放送に十分に国費を投入するとともに、民間からの資本参加を得られるようにすることが望まれる。
- 国費を投入する際には、NHK及びその子会社の行う国際放送の編集の自由に配慮する必要がある。また、新たなNHK子会社が自主性を発揮し、番組内容が魅力的なものとなるよう配慮する必要がある。
- 放送される番組の内容が外国人にとって十分魅力的なものとなるよう、番組制作・編成担当者、出演者等に有為な人物を充てることが望まれる。また、定期的に視聴者の視点に立った客観的な評価を行い、視聴者のニーズに常に応えて、番組内容を恒常的に改善する制度を構築することが望まれる。
- 我が国の文化・社会・経済・政治について広く効果的に情報発信できるよう、ニュース・報道を中心に、日本の有識者の見方を伝える英語の討論番組、さらに日本文化や現代日本社会に関する洗練された番組や、良質の教養・エンターテインメントを加味した番組編成とすることが望まれる。
- 我が国に関する情報にあわせて、アジアの動きが広く把握できるような情報発信を行い、アジアの発信拠点としての新放送の価値を高め、国際放送マーケットにおける差別化を図ることが望まれる。
- 新たな国際放送は、これまで国際放送に取り組んできたNHKの知見と経験を中心に、これを抜本的に拡充させつつ、民放の参加を得て、特にNHK子会社が行う独自放送では、エンターテインメントの分野において魅力的な番組を制作することが望まれる。また、広告収入が得られるよう、スポンサーにとって魅

力ある放送としていくなど、民間参加の促進に配慮することが望まれる。

- 充実した国際放送実現のためには、国際放送の実施に責任を負うNHK、同放送に係る制度を所管する総務省及び在外公館ネットワークを有する外務省が、互いの強みを活かしながら連携協力し、相乗効果を高めることが不可欠である。新たな国際放送の実施・運営に当たっては、これらの関係者の恒常的な連携・協力を確保することが望まれる。
- なお、我が国における外国人労働者等の登録数が200万人を超え、訪日外国人旅行客も大幅に増加している中、海外のみならず、日本国内の外国人に対して、英語情報を提供することの意義が高まっている。このため、国際放送の日本国内への発信強化についても、検討することが望まれる。

## (2) 日本語教育

外国人に対する日本語教育の推進は、日本理解者の育成を通じて我が国と諸外国との友好関係の基盤を強化するとの観点から重要であり、外務省をはじめ政府・関係機関が連携・協力して、海外及び国内における日本語教育を一層積極的に推進していくことは喫緊の課題である。

日本語学習者数は、世界的に見て近年顕著な伸びが見られ（参考資料2）、潜在的な日本語学習者も少なくないと思われるが、その背景には、アニメ、マンガ等のポップカルチャーやデザイン、ファッション等日本の現代文化に対する関心の高まりもあると考えられる。こうした関心の高まりは、何もしなければ一過性のものに終わってしまう可能性も高いが、日本語を学ぶきっかけがあれば、日本語学習者として永く日本に関心を持つようになることが期待される。このように、初学者に対して日本語教育機会を提供し、日本語学習者の裾野を拡大することは、対日関心を高める上で非常に効果的である。

また、東南アジア諸国等との経済連携協定（EPA）の締結が進むのに伴い、日本での又は現地日本企業での就業希望者の増大が見込まれ、今後とも日本語学習ニーズの拡大が予想される。このようなニーズに対して日本語教育を提供することは、日本の経済成長に貢献しつつ対日関心を高められるという副次的な効果があり、意義が高い。一方で、ニーズの内容が、例えば看護・介護分野等特定の分野に特化することもあり得るため、一般的な日本語教育では十分に対応できない可能性がある。このため、複数の関係機関や産業界に広くまたがる協力体制を構築し、迅速に対応していく必要がある。

上述のとおり、近年の日本語教育に対するニーズは、量的な増加が顕著であるばかりでなく、質的に多様になっており、このようなニーズの量的・質的増加に対しては、既存の取組だけでは対応できない。まず、主要な日本語普及機関である国際交流基金において、現地教育機関を支援して間接的に日本語教育支援を行うという従来の考え方では、既存の現地機関で対応し切れていない現在の多様なニーズに真正面から応えることができないため、国際交流基金自身が直接的に現地教育に参画すべく抜本的に取組を拡充する必要がある。また、新たなニーズに対応するために、国際交流基金以外にも日本語普及に活用しうるリソースを活用するための施策を打ち出し、また、関係機関や民間企業等の連携・協力を進めていく必要がある。

なお、世界的な傾向とは対照的に、米国においては日本語学習者の減少が著しい（参考資料3）。これは、主に米国における教育制度及びその運用の変更によって、特に初中等教育における教育機会（日本語クラス）が減少したことによるものである。潜在的な日本語教育ニーズは依然高いと考えられるので、早急な対応が必要である。

上記を踏まえ、具体的には次の諸点を実現すべきである。

- 民間のメディア産業が有するコンテンツの一層の活用、民間団体による企業OB等のシニア・ボランティア派遣制度との連携、大学との連携、海外の民間語学学校との協力など様々な側面で官民連携を図り、オールジャパンの体制で日本語普及に取り組んでいく。かかる観点から、国際交流基金が提案している関係機関、団体・企業等の連携・協力の場である「コンソーシアム」の設立は有益であり、速やかな実現に向けて取り組む。
- 外国人に直接日本語教育の機会を増加させる主要な手段として、現在10箇所にはすぎない国際交流基金の海外日本語教育拠点数を2～3年以内に主要国並みの100箇所以上にする。その際、現地の日本語教育機関と連携・協力することにより、効果的かつ効率的に拠点拡充を図るべきである（例えば、国際交流基金の日本語教育専門家派遣先機関との連携・協力の促進など）。
- 各国の大学の日本語学科をはじめとした既存の日本語学習機関を継続的に支援するとともに、入学試験制度や教育課程における制度的なテコ入れも行うべき。さらに、初等・中等教育における日本語科目導入を促進すべきである。
- 先進国を含む海外の教育現場に、日本語教師等の日本語教育を担う人材を派遣する。特に、初学者や草の根レベルでの教育機会を増大させ、ポップカルチャ

一等日本文化に関心を有した外国人に日本語を学ぶきっかけを提供する。その際、青年海外協力隊、JETプログラム等の成功例を参考にして、新たに日本語教育の担い手を効果の高い方法で派遣していく。

○新たな日本語教育の担い手として、ボランティアの活用を進める。本審議会が平成19年6月に発表した「日本の発信力強化のための5つの提言」において提案した「日本文化発信プログラム」の新設については、現在、必要な予算措置が盛り込まれた平成20年度予算案が国会において審議されているところであるが、今後、これを実現させるとともに、派遣人数、派遣地域の両面において是非拡充していくべき。また、シニア・ボランティアへの展開も検討すべきである。

○ポップカルチャーに魅かれて日本語に興味を持った層を積極的に取り込むことで日本語学習者の底辺を拡大するため、例えば民間のメディア産業等の有するマンガやアニメのコンテンツを活用した魅力ある教材を制作する。また、テレビ国際放送を、一部日本語・英語二重音声の番組を流したり、英語による日本語講座を放送するなど、日本語教育媒体として活用することが有効である。

○国際交流基金、JETRO及び主要大学等これまで各種日本語試験を実施してきた関係機関は、政府と緊密に連携しつつ、国際的な日本語能力の指標となり、留学・就職等に役立つ試験となるよう見直しや改善を行う。特に、TOEICやTOEFLのように成績を得点表示する等により、信頼性や汎用性の高い評価結果が得られる試験とし、試験作成や採点を効率化する。また、年複数回実施することによって受験者の利便を図る等の工夫を行うべきである。

○日本語学習者に継続的な学習のインセンティブを与えるべく、日本語を学ぶメリットをより明確にする努力を行うことが重要である。例えば、スピーチコンテストの優勝者の本邦招待等といった事業を充実させる。また、特に、産業界の協力を得て、日本語習得者のキャリア形成に繋がる「出口戦略」を構築する。

○増加する外国人定住者・永住者の社会統合の必要性や、経済連携協定(EPA)の締結に伴う専門的・技術的分野の外国人労働者の受入など、新たな日本語教育のニーズに対応すべく、他の先進国の例を参考にしつつ、検定試験等も活用しつつ国内での取り組みを強化するとともに、こうした国内での事業と連動する形で、我が国への日系人等や専門的・技術的分野の外国人労働者の送り出し国となっている海外での日本語教育に取り組む。

○特に、増加する外国人労働者が円滑に社会に統合され、日本文化の担い手として

活躍し社会に活力を与えたり、定住者資格等の長期在留外国人が我が国で適法に在留し、生活の質を高め、社会に貢献する存在となるためには、日本語能力を高めることが重要であり、当該外国人の日本語学習意欲を高めることにつながるよう、入国や在留に係る手続において日本語能力を重視すること等を検討すべきである。

○国内の日本語学校等で学ぶ留学生等を対象とした日本語教育環境の改善をはじめ、留学生の受け入れ体制の充実を図る。

○米国における日本語学習者の減少については、原因が現地の教育制度及びその運用に関する問題であることを踏まえて、現地教育関係者に対する日本語教育に対する理解を醸成するよう取り組む。

### (3) ポップカルチャー等の現代日本文化の活用及び文化交流貢献者の顕彰

アニメやマンガをはじめとするポップカルチャー、デザイン、ファッションといった日本の現代文化は、世界的に魅力があり、これらの分野における日本人・日本企業の活躍は対日認識の向上に大きく貢献している。従来日本の伝統文化や芸術の魅力は世界に認められているが、ポップカルチャーなどの現代文化に対する関心の高まりは比較的新たな潮流であり、また、基本的には日本という国には関係なく個々の企業や個人の活動を通じて魅力が発信されてきたことから、これまで必ずしも外交に活かしていくという発想での検討はなされてこなかった。

アニメやマンガ等のポップカルチャーは、ある国の中で一度表現形式として馴染み定着すれば、浸透力が非常に高く、効果的な対外発信ツールとなり得る。しかし、これまで、個人や企業による個々の活動を通じて人気を広まってきたこともあり、日本発のアニメやマンガであっても、それが必ずしも日本文化や日本という国に結び付いて認識されていない面もある。

このため、ポップカルチャー人気そのものが、日本文化や日本という国を連想させ、また、ポップカルチャーへの関心を契機として日本語学習や日本文化に対する関心や理解につながるように工夫することによって、日本の伝統文化、固有の文化の紹介に加え、ポップカルチャーを日本の対外発信に役立てていく必要がある。

ただし、ポップカルチャー等の文化的魅力は、政府から独立した、個人の自由闊達な表現活動の発露から生まれるものであるため、政府の関与によってそのような魅力を削ぐことのないよう留意しなければならない。また、かかる文化的活動の担い手の協力を得るためには常日頃から連携・協力関係を築いていかなければ

ばならない。

これらを踏まえた上で、具体的には次の諸点を実現すべきである。

- 日本のポップカルチャーの人気はこれまで個々の企業が個人の活動を通じてその魅力が発信されてきたが、これを日本文化全体の中に位置付け、その背後にある日本人の感性・考え方を整理・体系化した上で海外に紹介するよう努める。これにより、ポップカルチャーが日本文化の一部として理解され、ポップカルチャーに対する関心の高まりが、自然に日本ないし日本文化に対する関心に結びつくようにする。
- 海外において、マンガの中心地が日本であることを印象付けることができるよう、昨年から開始された「国際漫画賞」を継続して実施していく。その際、同賞が国際的に認知されるよう、授賞式、受賞者に対する接遇、広報等を適切に実施していく。
- 海外における日本のアニメに対する認識及び評価を国内外で高めるため、海外で人気の高いアニメ作品等を「アニメ文化大使」として、在外公館等において活用する制度（平成18年4月28日外務大臣政策スピーチにおいて提案）を早期に実現する。
- 周年事業など外務省や在外公館が実施する文化事業の中で、ポップカルチャーを積極的に取り入れていく。また、海外の広報文化センターをはじめとした文化交流拠点が、現代日本文化を体現し、若者をはじめ幅広い層が集う場となるよう、図書、雑誌、マンガ、音楽CD、最新映画DVD等のコンテンツを充実化させ、容易なアクセスを確保する。また、フランスのジャパン・エキスポのような現地ポップカルチャー・イベントとの連携を図ったり、現地メディアにおいて、J-POP、アニメ、マンガ、現代日本文化等のポップカルチャーの最新情報を定期的に発信していく。
- 日本においてポップカルチャーを実感できる施設と連携を強化し、ビジット・ジャパン・キャンペーンや各種招聘事業などの政府施策において積極的に活用する。
- ポップカルチャーに対する関心をきっかけに外国人の日本語学習を促進するよう、マンガやアニメ等を活用した教材を開発する。また、同じ趣旨から、日本のポップカルチャー等の文化を紹介しながら日本語を教えるための日本人ボランティアを派遣する「日本文化発信プログラム」を展開・拡充する（上述の（2）

日本語教育も参照)。

- シンガポールに開設が予定されている「ジャパン・クリエイティブ・センター」(平成19年11月の日シンガポール首脳会談で早期設置に向け協力していくことで合意)は、ポップカルチャー、デザイン、ファッション等日本の現代文化の魅力を効果的に発信するための新たな取組であり、関連企業の参加を広く得て、効果の高い官民連携の在り方を模索するとともに、そこでの成功例を今後の対外発信に反映させていく。
- ポップカルチャー関連産業の海外における活動環境を整備するため、知的財産保護(海賊版対策)及びコンテンツ規制の除去等、文化の流通に対する障害要因の除去に向けた相手国政府への働きかけを行う。
- 外務省をはじめとした関係省庁と国内のポップカルチャー関係者及び研究者が意見交換を自由に行う場を設け、関係者や研究者同士の情報交換・意見交換を行う「サロン」としても活用し、官民のネットワークを構築する。また、そのような場において、今後の「ポップカルチャー」に関する政策・施策の方針や文化外交の方向性、更に国家ブランド・イメージ政策の可能性等につき意見交換を行う。
- さらに、ポップカルチャー等の現代日本文化に限らず、文化交流に特に貢献した国内外の個人や団体を評価し、彼らの叡智を広く活用していくシステムを構築することが、オールジャパンによる日本文化の発信に大きく寄与するものと考えられ、例えば文化交流貢献者を顕彰することも検討に値する。

#### (4) 有識者層における対外発信

有識者層の論調は各国の政策決定の担い手に直接影響力を持つとともに、世論を一定の方向に誘導する牽引力を有することから、各国の有識者層において対日関心・理解が低下しているという現状は、我が国の外交に深刻な影響をもたらしかねない。

したがって、各国の有識者層に対して我が国からの発信を強化することは急務であるが、そのための施策を講じるにあたり、国際社会における有識者層の論調形成について、近年、特に次のような変化が生じていることを踏まえる必要がある。

- (イ) 各国の有識者間のネットワークが国際的に緊密化し、欧米を中心に知的コ



コミュニティが形成され、そこでの議論が国際的な論調、各国の世論及び政策決定に大きな影響を及ぼしている。近年、中国、韓国、インド等アジア諸国はこの点を意識して積極的に知的コミュニティへの参加に努めているが、日本は政・官・学界ともに十分に参加できておらず、国際会議等における日本のプレゼンスが欠如している。

(ロ) インターネットの発達に伴い、有識者（特に研究者）の間ではホームページを通じた情報収集・発信が進んでおり、有識者に働きかけるにはホームページ上で効果的に発信していくことが不可欠となっている。

(ハ) テレビ、新聞、雑誌等の国際メディアの発達は目覚しく、各国とも対外発信を行う上で、全世界に読者・視聴者がいる国際メディアを活用することは不可欠となっている。

こうした最近の変化に対応して、具体的には次の諸点を実現すべきである。

#### (イ) 日本の有識者、研究機関等を通じた発信強化の必要性

○世界的に影響のある国際会議・シンポジウム及び主要なシンクタンクを対象に、重点的に、日本の有識者、特に若手研究者が参加できる機会を増やすため、我が国有識者の派遣や大学・シンクタンク等に対する支援等の施策を講じる。特に、将来、積極的に日本から発信を行う若手有識者の育成を意識的に強化していく。

○世界的に影響のある米国等主要国のシンクタンクや大学等に対して、恒常的に対日関心を醸成できるよう、日本関連の講座や研究を支援する。

○各国の政策形成に影響を与え得る有力な有識者は、多くの場合ジェネラリストであり、グローバルな広い視点でものを考え発言することが多い。このため、親日的な日本専門家に限ることなく、ジェネラリストへの働きかけを強化し、に、意見交換会、レセプション等の機会を通じて、日本の有識者との人脈構築の機会を増やすための施策を講じる。また、積極的に訪日招聘し、日本に対する関心・理解を涵養していく。

○企業が実施する奨学金、招へい・フェロウシップ事業、各種団体への寄付・助成事業等の活動の意義は非常に大きく、かつ、政府が果たすことのできない役割を担っている。こうした活動が、景気の波に左右されずに継続されるよう、政府においては、(i) 公益目的の活動に対する寄付を一層促すように税制及びその運用を改善するなど環境整備に努め、(ii) 費用対効果が高い場合には

民間活動を支援するとともに、(iii)発信強化に繋がる官民全体の活動戦略を描き、相互の活動の効果を高めていく。

- 政府は、日頃から意見交換や協力関係を通じて、国内有識者との連携を強め、有識者が国際会議等の場において政府の見方を理解した上で発言できるようにしていく。また、外務省としても、国際的な論調に対して反論が必要になるような場合に、政府の立場を踏まえて効果的に外国語で発信できる有識者をリストアップし、継続的な協力者チームを形成するよう努める。
- 将来的に政策決定の中枢を担うことが期待される諸外国の若手指導者に対して、訪日招聘プログラム等を活用して日本の政策や考え方に対する理解を長期的に涵養していくプログラムの導入を図る。その際、当該プログラムの対象に日本研究者のみならず、政治・経済・メディア・文化等の分野からのジェネラリストも含めるようにする。

#### (ロ) インターネットを通じた発信強化

- 国際問題を議論する有識者は、毎日世界中の主要なインターネット・サイトをチェックして情報収集を行うことが日常となっていることを踏まえ、国際社会において関心の高い事項に関する我が国の立場を、インターネットを通じて、迅速かつ十分な量の情報をわかりやすく、かつ、外国語で発信する。
- 国際世論において関心の高い事項について、記者会見や外相会談の概要等の一次資料を迅速・タイムリーに外務省ホームページに掲載することに加え、受け手にとってわかりやすいように、解説的なコンテンツを掲載する。
- 重要な政策スピーチが行われるような場合には、予め内容に関連したファクト・シート等背景資料を外務省ホームページに掲載する。
- 国際的に関心の高い又は日本から対外発信する意義が高い我が国の政策に関して、日本人有識者による解説記事や論評をホームページで外国語発信する。
- 世界各国においては、現地語での情報に対するニーズが高い事情に鑑み、我が国の政策や考え方が広く速やかに伝わるよう、在外公館ホームページを通じた現地語発信を強化する。
- 政策を発信する上で、政府だけではなく、外部シンクタンク等から多層的に発信することは効果的であり、有識者による政策提言、政府が公式に発信しにくい情報の発信等に活用する。その際、我が国シンクタンクの財政基盤は

強くなく、情報発信力にも限界があるので、政府による支援が望まれる。

#### (ハ) メディアを通じた発信強化

- 総理、官房長官及び外務大臣の記者会見に同時通訳を付す。
- 外務省の外国メディア向け発信機能を高めるため、若手を含む外務省職員に対する英語でのメディア・トレーニングをはじめとするメディア対策スキルの向上を図る。
- 東京に支局を置く外国報道機関が減っている現状を踏まえ、政府又は非政府の招待であるかを問わず、正しい対日理解に基づいた報道がなされるよう、外国記者の訪日招待を強化・促進する。
- 欧米メディアを通じて内外にメッセージを発する際には、無味乾燥なものではなく、できるだけ経験談や具体例を盛り込んだヒューマン・タッチな内容にして受け手の心に伝わるよう配慮する。

#### (ニ) 留学生等に対する支援

- 留学やJETプログラム等によって日本に滞在する外国人が、帰国後、日本に好印象を持ち続け、日本に対する関心を失わず、また、母国で日本の良き理解者・発信者となるよう、宿舎対策、大学における日常的な生活支援等日本において快適に生活できる環境を整備する。また、帰国後も同窓会、就職支援等様々なフォローアップを行う。
- 企業が社会貢献活動の一環として行う留学生奨学制度その他の交流事業は重要であり、現地における官民一体となった協力等を通じて、事業連携による相乗効果、継続性の確保、広報努力による認知度の向上等を図っていく。

#### (5) 重要地域に対する対応

我が国外交上の重要地域の一つである中国や韓国を含むアジア、及び、同盟国である米国に対する対外発信は、特に外交上意義が高いと考えられる。これらの地域においては、それぞれ地域的特徴を捉え、効果の高い施策を重点的に実施していく必要がある。

#### (イ) 近隣諸国に対する対応

中国、韓国、東南アジア等の近隣諸国との関係強化は、我が国の外交の柱の一つであるが、これら諸国の対日認識には未だ歴史問題等の影響もあり、相互理解を通じて改善する必要がある。これら近隣諸国との二国間関係は、政府レベルで

波があったとしても、市民レベルで交流が進み、相互理解があれば長期的には良好になると考えられる。このため、市民間交流の果たす役割は大きい。これまでも様々な取組は行われてきたが、今後一層市民間交流を促進し、わが国への信頼と親しみが生まれるよう、ポップカルチャーの発信施設・拠点の整備、文化事業及び日本留学等を活用した継続的な取組に努める必要がある。そのため、具体的には次の諸点を実現すべきである。

○音楽、マンガ、アニメ等の日本文化発信に資する商業ベースの活動については、中国や韓国におけるコンテンツ規制の除去をはじめ、政府も積極的に環境整備に取り組む。

○韓国に対しては、民主主義・市場経済といった基本的価値を我が国と共有しているとともに、既に日韓両国の往来者数が約450万人（平成18年）に達するなど、緊密な市民間交流が存在し、両国関係を支える基盤となっていることを踏まえ、市民レベルの交流を一層促進していく。特に、未来志向の関係を築くべく、若年層をターゲットとした市民参加型の事業に重点的に取り組んでいく（例：「日韓交流おまつり」（平成17年9月、18年9月、19年10月。於：ソウル）、教育（修学旅行等）や観光分野の交流促進）。

○中国に対しては、中国政府の権限は強い一方、市民社会の成熟も見られることから、政府を巻き込んだ形での市民交流促進に取り組んでいく。特に、日中文化・スポーツ交流年のように、政府のサポートを得て市民レベルの交流事業を促進していくことが有効であり、かかる交流事業を官民一体となって一層盛り上げていく。その際、次世代を担う青少年に、中国では把握しにくい日本のありのままの姿を伝えていく。また、省エネ、環境といった日中両国共通の社会問題について、両国が協力、意見交換をするなど建設的な方法で交流を深める。

○東南アジア諸国に対しては、経済成長とともに都市中間層家庭が増え、ポップカルチャーを活用した事業や商業ベースによる交流が進みやすい環境が生まれてきていることから、かかる交流促進に資する企業活動の円滑化を図りつつ、ポップカルチャーを活用した交流事業を強化していく。

○シンガポールに設置予定のジャパン・クリエイティブ・センターは、日本のデザイン、ファッション、ポップカルチャー等の現代文化の魅力を東南アジアに向けて発信する拠点としてモデル的な事業であり、そこでの成功例を他の対外発信拠点に活かしていく。

## (ロ) 米国

米国における世論調査において、日本を信頼できるとする米国人の割合が平成19年において戦後最高の74%となる(参考資料5)など、日米関係は戦後最も良好といえる様相を呈している。一方、両国間に大きな懸案が存在しないため、実際には、交流が空洞化・先細りしている側面もある。例えば、日本語学習者は世界中で増加している一方、米国では減少しており(参考資料3)、また、日本研究機関数も減っている。近年、中国が存在感を高める中で、米国の有識者の日本に対する関心は相対的に低下し、特に、政治・安全保障といった分野でそうした傾向が顕著である。

この状況を背景として、平成19年11月の福田総理訪米時に、日米両国は、知的交流、草の根交流、日本語教育の3つの分野における支援を柱とするイニシアチブを発表したが、今後とも良好な日米関係を堅持する上で、こうした意識的な取組を不断に継続していくことが必要である。具体的には、青少年交流や有識者との交流拡充に加え、例えば次のような施策を実現すべきである。

- 米国の政策決定に影響力の大きいシンクタンクや大学に対して、恒常的に対日関心を醸成できるよう、日本関連の講座や研究を支援する。できるだけ多くの有力な米議会議員及び議会スタッフを日本に招待し、対日関心を向上させていく。
- 近年、日本から米国への留学生も減少しており、新たな日本人向け奨学金制度を設ける等の支援策を検討する。姉妹都市など地方自治体レベルでの日米間の交流ネットワークの充実化を図る。
- 米国における日本語学習者の減少については、原因が現地の教育制度及びその運用に関する問題であることを踏まえ、現地教育関係者に対する日本語教育に対する理解を醸成するよう取り組む。

以上

## 開催実績・議題

### 平成18年

- 3月22日 第1回総会 諮問及び外務省事業の現状説明
- 5月16日 第2回総会 テレビを通じた対外発信の強化
- 6月20日 ポップカルチャー専門部会第1回会合
- 7月10日 第3回総会 日本理解者の育成:日本語教育
- 7月31日 ポップカルチャー専門部会第2回会合
- 9月15日 ポップカルチャー専門部会第3回会合
- 9月26日 第4回総会 ポップカルチャーの文化外交における活用  
(第1回)
- 10月12日 ポップカルチャー専門部会第4回会合
- 11月9日 第5回総会 ポップカルチャーの文化外交における活用  
(第2回)
- 12月15日 第6回総会 広報文化交流を通じた近隣諸国との関係強化  
(第1回)

### 平成19年

- 2月20日 第7回総会 広報文化交流を通じた近隣諸国との関係強化  
(第2回)
- 3月15日 政策広報専門部会第1回会合
- 3月29日 政策広報専門部会第2回会合
- 4月13日 第8回総会 日本の発信力強化～政策広報～
- 5月8日 第9回総会 日本の発信力強化～総合的な日本文化紹介、人物・知的交流～
- 6月14日 第10回総会 日本の発信力強化～提言の検討～
- 6月20日 「日本の発信力強化のための5つの提言」発表
- 11月19日 第11回総会 日米交流の強化
- 12月20日 第12回総会 答申の検討

### 平成20年

- 2月14日 第13回総会 答申の採択・発表

## 海外交流審議会委員名簿

張 富士夫	トヨタ自動車株式会社社長【会長】
(以下50音順)	
岡田 裕介	東映株式会社取締役社長
岡本 真佐子	桐蔭横浜大学文化政策研究所教授
亀井 修	株式会社小学館常務取締役
熊谷 一雄	株式会社日立製作所顧問
佐藤 修	株式会社ポニーキャニオン代表取締役会長
白石 さや	東京大学大学院教授
杉山 恒太郎	株式会社電通上席常務執行役員
高島 肇久	学習院大学特別客員教授
辻 亨	丸紅株式会社取締役会長
手塚 和彰	青山学院大学教授
遠山 敦子	新国立劇場理事長
中満 泉	一橋大学大学院客員教授
橋本 元一	日本放送協会前会長
浜野 保樹	東京大学大学院教授【会長代理】
日枝 久	株式会社フジテレビジョン代表取締役会長
渡辺 修	石油資源開発株式会社副社長