

平成24年行政事業レビューシート (外務省)

事業名	広報文化センターを通じた情報発信活動		担当部局庁	広報文化交流部		作成責任者		
事業開始・終了(予定)年度	-		担当課室	総合計画課		課長 小野 日子		
会計区分	一般会計		施策名	Ⅲ-1 海外広報, 文化交流				
根拠法令 (具体的な条項も記載)	外務省設置法第4条 外務省組織令第3条及び第26条		関係する計画、通知等	-				
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	海外における我が国の情報発信の拠点として、外交政策を始めとする日本関連情報の発信や、各種広報文化事業を円滑かつ効率的に実施するため、広報文化センター(27ヶ所)を設置・維持し、効果的な運営を行う。							
事業概要 (5行程度以内。別添可)	広報文化センターについては、23年度においては①12ヶ所のスペースを借り上げ、②32センターの施設を維持運営(光熱水料、各種消耗品購入、各種機器借上及び保守)している。また、③視聴覚機材(DVD機器、プロジェクター、スクリーン等)、書籍等(各種新聞・雑誌等)を適切に整備・配備し、訪問者の閲覧に供している。また、④広報文化センターのホール等を使用し、講演会、展覧会等の広報文化事業を実施している。							
実施方法	<input type="checkbox"/> 直接実施 <input type="checkbox"/> 委託・請負 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> 負担 <input type="checkbox"/> 交付 <input type="checkbox"/> 貸付 <input checked="" type="checkbox"/> その他							
予算額・執行額 (単位:百万円)	予算の状況	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度要求		
		当初予算	636	544	468	369		
		補正予算	-	-	-	-		
		繰越し等	-	-	-	-		
	計	636	544	468	369			
	執行額	618	506	466				
執行率(%)	97.2	93.0	99.6					
成果目標及び成果実績 (アウトカム)	成果指標			単位	21年度	22年度	23年度	目標値(24年度)
	広報文化センターの効果的な維持運営を図る。1センターあたりの1日平均利用者数		成果実績	人	50	47.3	50.5	50
			達成度	%	100	94.6	101	
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標			単位	21年度	22年度	23年度	24年度活動見込
	広報文化センター設置公館数		活動実績 (当初見込み)	公館	33	32	32	-
					(32)	(32)	(27)	
単位当たりコスト	平成23年度分 1,109(円/利用者1名あたり)		算出根拠	広文センター利用者1名あたりに係る経費 = A÷B÷C÷D A:平成23年度執行額合計(466,050,407円) B:平成23年度1センターあたり1日の平均利用者数(50.5名) C:平成23年度広報文化センター設置公館数(32公館) D:広報文化センター年間稼働日数(5日×52週)				
平成24・25年度予算内訳 (単位:百万円)	費目	24年度当初予算	25年度要求	主な増減理由				
	広報文化センター施設の借り上げに要する経費	285						
	広報文化センター維持運営に要する経費	61						
	広報文化センター施設の移転に要する経費	14						
	広報文化センターに整備する視聴覚機材購入に要する経費	9						
	計	369						

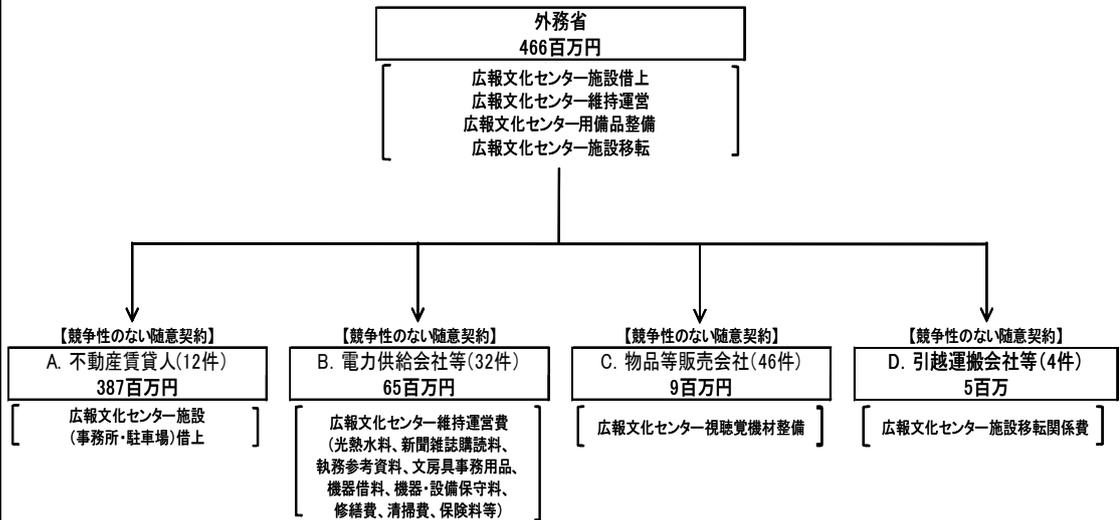
事業所管部局による点検			
	評価	項目	評価に関する説明
目的・状況・予算の	○	広く国民のニーズがあり、優先度が高い事業であるか。	海外における我が国外交政策の遂行において、諸外国民の対日理解・対日イメージ向上が重要となる中、政策発信を始めとする各種情報発信事業や文化事業を実施する拠点の設置は必要不可欠。
	○	国が実施すべき事業であるか。地方自治体、民間等に委ねるべき事業となっていないか。	
	—	不用率が大きい場合は、その理由を把握しているか。	
資金の流れ、費目・	○	支出先の選定は妥当か。競争性が確保されているか。	事業経費については、時宜をとらえ経費支出の妥当性、経費削減の可能性等につき種々各センター設置在外公館に指導しており、確実性・透明性に努めている。特に広文センターの維持運営に掛かる経費(光熱水料、各種消耗品購入、各種機器借上及び保守料)は現地の物価上昇にも影響されるものであるが、上記経費削減努力もあり23年度においては決算額対前年度比11.15%減を実現した。
	○	単位あたりコストの削減に努めているか。その水準は妥当か。	
	—	受益者との負担関係は妥当であるか。	
	—	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。	
	○	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。	
活動実績、成果実績	—	他の手段と比較して実効性の高い手段となっているか。	広報文化センターにおいては、日々変化する外交日程や業務に柔軟で機動的に対応するため独自のイベント実施施設を備えるとともに、恒常的に展示を行うスペースや図書閲覧室等も備え現地国民に対し開放し、利用者数の向上に努めている。また、既設広報文化センターの、施設設置状況等を踏まえた見直しも進めており、23年度末をもって5センターの廃止を実施した。
	○	適切な成果目標を立て、その達成度は着実に向上しているか。	
	○	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	
	—	類似の事業があるか。その場合、他部局・他府省等と適切な役割分担となっているか。 ※類似事業名とその所管部局・府省名	
	○	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	
点検結果	上記の経費削減努力、施設設置状況による見直しを引き続き実施するとともに、「提言型政策仕分け」の提言を踏まえ開催している「広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会」の最終提言を基に広報文化センターの配置・内容の見直しを検討する予定。		
予算監視・効率化チームの所見			
上記の予算監視・効率化チームの所見を踏まえた改善点(概算要求における反映状況等)			
補記(過去に事業仕分け・提言型政策仕分け・公開プロセス等の対象となっている場合はその結果も記載)			
<p>●事業仕分け第1弾 事業番号2-51 在外公館の維持・運営に関する経費</p> <p>・WGの評価結果 見直しを行う(廃止 0名, 自治体/民間 0名, 見直しは行わない 0名, 見直しを行う 15名: ア. 大使館・総領事館のコンパクト化, 事務所化 15名 イ. 広報文化センターと(独)国際交流基金海外事務所の事業を効率化 13名 ウ. その他 7名)</p> <p>・とりまとめコメント 「見直しを行う」を結論とする。 まず、大使館・総領事館については、より一層のコンパクト化に努めていただきたい。また、事務所化についてもぜひ行っていただきたい。広報文化センターや(独)国際交流基金の海外事務所の事業についても、効率化を図っていただきたい。これらは、かなり重複があるため、協力すればもっと効率化、合理化できる。 期限を決めて具体的に何年以内にとどうするかという計画を立てていただきたい。先送りはしないということを求めたい。 在外公館のコスト見直しにおいて、在外公館職員の諸手当について大幅に削減すべきではないかという意見が多く出された。これについても、新政権の下で見直しを行っていただきたい。テニスコートやプール等の福利厚生施設についても見直し、更なる効率化を行っていただきたい。</p> <p>●提言型政策仕分け B2 外交(在外公館): 外交戦略における在外公館の役割</p> <p>・論点 在外公館の仕事は在外公館だけにしかできないものなのか。 ・提言(とりまとめ) 主な意見としては、効率性・統一性の見地から極力広報主体は1つにしていくべき。ODA・経済分野などの戦略の司令塔ではあるものの、具体的な作業などは他の独立行政法人や民間法人に移管を検討すべき。JETROやJNTOなどを含めワンストップサービスを進める仕組みを検討すべきといったものであった。 当ワーキンググループの提言としては、在外公館の業務の一部について独立行政法人や民間法人等にアウトソーシング化を進めるべき、広報文化センターについて(独)国際交流基金「日本文化センター」との業務を整理した上で、配置・内容の見直しを進めるべきとする。</p> <p>●(補足) 海外における我が国の情報発信の拠点として、これまでも政策発信を始めとする各種情報発信事業や文化事業を展開してきたが、近年の戦略環境の変化により、外交政策の遂行において、有識者や一般市民の対日理解・対日イメージ向上の必要性が極めて重要となっており、広報文化センターは情報発信活動の拠点として必要不可欠である。</p>			
関連する過去のレビューシートの事業番号			
平成22年行政事業レビュー	231	平成23年行政事業レビュー	222

個別事業名：

※平成23年度実績を記入

(注)下記契約に関しては、全て海外(現地)での契約であるため、会計法第29条3⑤及び予算決算及び会計令(政令)第99条(15)により随意契約が認められているもの。但し、見積合わせにより経費の削減を図っている。

資金の流れ
(資金の受け取り先が何を
行っているか
について補足
する)(単位:
百万円)



個別事業名：

A. 北京国際倶楽部有限公司			E.		
費目	使 途	金額 (百万円)	費目	使 途	金額 (百万円)
借料	在中国大広報文化センター施設借上経費	63			
計		63	計		0
B. 米国ニューヨーク所在清掃会社等			F.		
費目	使 途	金額 (百万円)	費目	使 途	金額 (百万円)
雑役務費	清掃費, コピー機保守, ケーブルテレビ受信料, 備品修繕費等	3			
消耗品費	新聞・雑誌購読, 執務参考資料, 文房具・事務用品	1			
その他	光熱水料, 物品等借料	2			
計		6	計		0
C. FASTSOLUTION社			G.		
費目	使 途	金額 (百万円)	費目	使 途	金額 (百万円)
物品購入費	在リオデジャネイロ総広報文化センター用複写機購入費	1			
計		1	計		0
D. YAMATO TRASPORT USA INC.社			H.		
費目	使 途	金額 (百万円)	費目	使 途	金額 (百万円)
役務費	在トロント総広報文化センター移転経費	2			
計		2	計		0

費目・使途
 「資金の流れ」
 においてブロックごとに最大の金額が支出されている者について記載する。費目と使途の双方で実情が分かるように記載)

個別事業名：

支出先上位10者リスト

A.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	北京国際倶楽部有限公司	在中国大広報文化センター施設借上経費	63	随意契約	
2	国産産業株式会社	在韩国大広報文化センター施設借上経費	61	随意契約	
3	ACADEMIA BRASILEIRA DE LETRAS	在リオデジャネイロ総広報文化センター施設借上経費	44	随意契約	
4	DMARC 2007-CD5 1150 OFFICE, LLC	在米国大広報文化センター施設借上経費	35	随意契約	
5	DOM DOCHODOWY SP. Zo. O.	在ポーランド大広報文化センター施設借上経費	31	随意契約	
6	Teachers Insurance and Annuity Association of	在サンフランシスコ総広報文化センター施設借上経費	31	随意契約	
7	FORTIS AG S.A.	在ベルギー大広報文化センター施設借上経費	28	随意契約	
8	737 North Michigan Avenue Investors, LLC.	在シカゴ総広報文化センター施設借上経費	27	随意契約	
9	上海国際貿易中心有限公司	在上海総広報文化センター施設借上経費	20	随意契約	
10	The Japanese Canadian Cultural Centre	在トロント総広報文化センター施設借上経費	17	随意契約	

B.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	米国ニューヨーク所在清掃会社等	在ニューヨーク総広報文化センター維持運営費在外送金分	6	随意契約	
2	韓国ソウル所在電力供給会社等	在韩国大宛広報文化センター維持運営費在外送金分	5	随意契約	
3	英国ロンドン所在電力供給会社等	在英国大宛広報文化センター維持運営費在外送金分	5	随意契約	
4	ブラジル・リオデジャネイロ所在電力供給会社等	在リオデジャネイロ総広報文化センター維持運営費在外送金分	5	随意契約	
5	シンガポール所在電力供給会社等	在シンガポール大宛広報文化センター維持運営費在外送金分	4	随意契約	
6	中国・北京所在電力供給会社等	在中国大宛広報文化センター維持運営費在外送金分	3	随意契約	
7	米国ワシントンDC所在電力供給会社等	在米国大宛広報文化センター維持運営費在外送金分	3	随意契約	
8	スイス・ベルン所在電力供給会社等	在スイス大宛広報文化センター維持運営費在外送金分	3	随意契約	
9	フランス・パリ所在電力供給会社等	在仏大宛広報文化センター維持運営費在外送金分	2	随意契約	
10	オーストリア・ウィーン所在電力供給会社等	在オーストリア大宛広報文化センター維持運営費在外送金分	2	随意契約	

C.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	FASTSOLUTION社	在リオデジャネイロ総広報文化センター用複写機購入費	1	随意契約	
2	Willem Smith社等	在米国大広報文化センター用展示関連備品購入費	0.9	随意契約	
3	SDS POLSKA社	在ポーランド大広報文化センター用複写機購入費	0.9	随意契約	
4	リコー・オーストラリア社	在メルボルン総広報文化センター用複写機購入費	0.8	随意契約	
5	CBICI TELECOM社	在カナダ大用プロジェクター購入費	0.6	随意契約	
6	Accel International Company Limited. 社	在ミャンマー大用プロジェクター購入費	0.3	随意契約	
7	MCW社	在米国大広報文化センター用テレビ購入費	0.3	随意契約	
8	EPSON・英国社	在英国大広報文化センター用プロジェクター等購入費	0.3	随意契約	
9	Noel Leeming社	在クライストチャーチ駐在官事務所用プロジェクター購入費	0.2	随意契約	
10	PT.Gobel Dharma Nusantara社	在インドネシア大用プロジェクター購入費	0.2	随意契約	

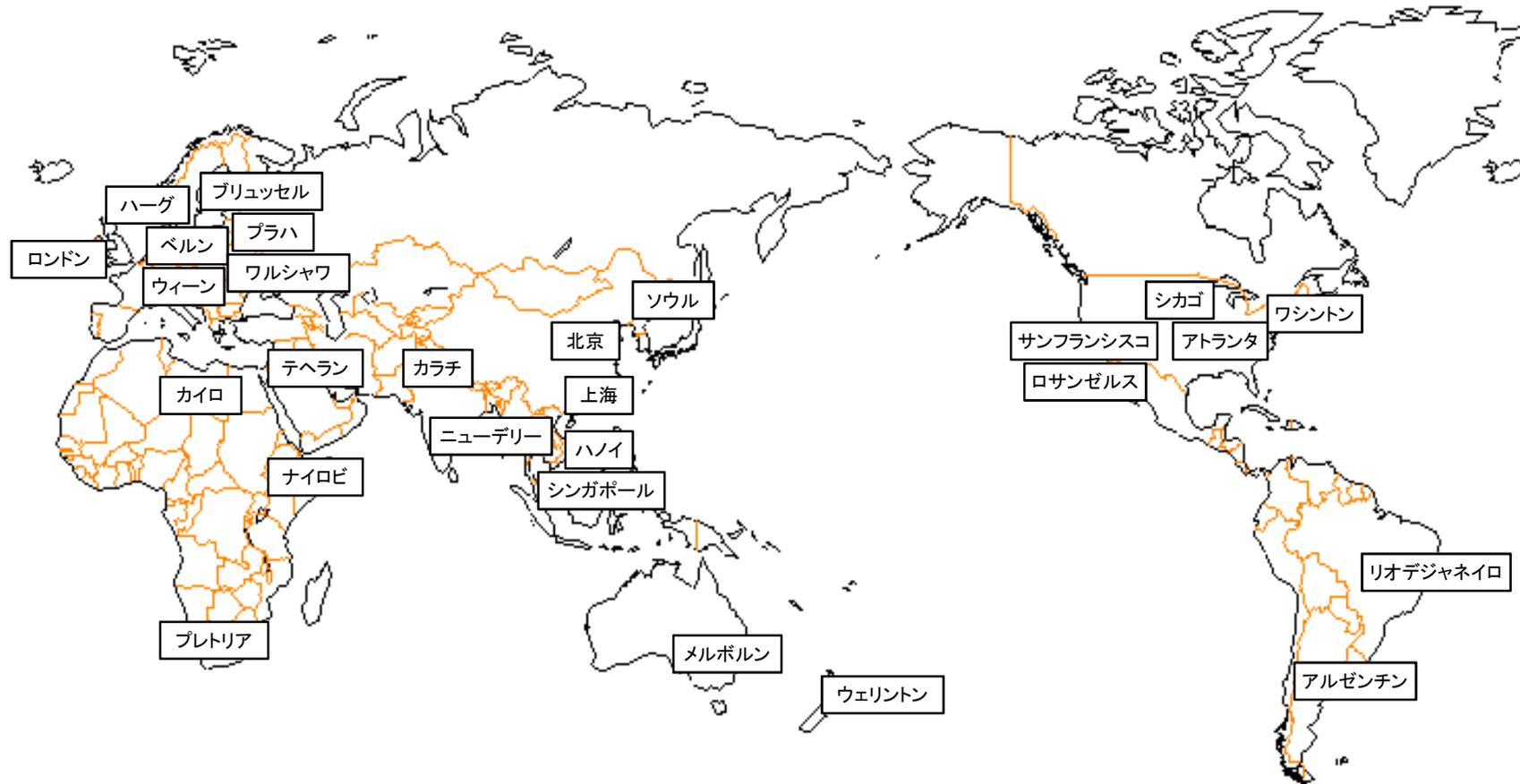
D.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	YAMATO TRANSPORT USA INC.社等	在トロント総広報文化センター移転経費	2	随意契約	
2	日通国際物流(中国)有限公司	在中国大広報文化センター移転経費	2	随意契約	
3	Security Moving Storage Logistics	在米国大広報文化センター移転経費	1	随意契約	
4	弘電社電気工程(北京)有限公司	在中国大広報文化センター移転関係経費(音響機材移設経費)	0.1	随意契約	
5					
6					
7					
8					
9					
10					

(注)上記契約に関しては、全て海外(現地)での契約であるため、会計法第29条3⑤及び予算決算及び会計令(政令)第99条(15)により随意契約が認められているもの。但し、見積合わせにより経費の削減を図っている。

広報文化センターの概要

- 「広報文化センター」は、在外公館の付属施設(※)として専ら広報文化活動を行うことを目的に設置。
- センターは日本関連情報発信事業や各種文化事業実施の拠点としての役割を担い、また近隣地域公館における情報発信事業等を支援することも前提に、地域的バランス、当該国の外交政策上の重要性、広報文化活動に関する現地の環境等の諸条件を総合的に判断した上で、平成24年5月現在世界27都市(平成24年度予算ベース)に設置している。



(※) 法的にはあくまでも大使館(総領事館)事務所の一部。事務所本館から独立した場所に設置される場合でも、センターは、事務所本館と同様に所在国からウィーン条約上の特権及び免除を与えられている。

広報文化センター(現27センターの内訳)

平成24年6月
広報文化交流部総合計画課
(単位:千円)

都市名	同一都市における国際交流基金海外拠点の有無	平成23年度借料実績	平成24年度当初借料予算額	平成21～23年維持運営費実績額(平均値)	平成24年度当初維持運営費予算額(執行予定額)
1 大使館・総領事館事務所とは別にセンターとして建物／フロアを借り上げているもの (借料及び維持運営費(注1)を予算計上)					
ソウル	○	61,157	59,712	4,781	4,458
メルボルン		13,122	14,293	1,373	1,365
ワシントン		34,758	31,796	2,846	2,175
サンフランシスコ		31,401	28,504	1,005	708
シカゴ		27,185	25,354	1,674	1,558
ブエノスアイレス		15,484	17,750	1,591	2,419
リオデジャネイロ		44,334	44,531	4,317	3,658
ブリュッセル		28,107	27,283	2,971	1,864
ワルシャワ		31,471	31,366	1,333	1,075
シンガポール		0	0	3,020	4,203
2 事務所内の一部に市民の利用に供するためのスペースを設け、センターを設置しているもの (センターとして借料は発生せず、維持運営費(注1)のみを予算計上)					
ニューデリー	○			1,698	1,294
北京	○	62,811	0	3,414	4,121
上海		19,887	4,787(注2)	1,094	567
カラチ				1,461	1,175
ハノイ	○			433	301
ウェリントン				1,438	1,193
アトランタ				630	497
ロサンゼルス	○			1,621	1,412
ロンドン	○			5,472	4,736
ウィーン				2,193	1,776
ハーグ				2,017	1,454
ベルン				2,443	1,832
プラハ				891	611
テヘラン				659	469
カイロ	○			1,212	974
ナイロビ				1,253	999
プレトリア				342	391

(注1) 光熱水道費、新聞雑誌購読料・執務参考資料、各種消耗品、清掃代、複写機借料等センターの運営に係る経費

(注2) 総領事館事務所内への移転のため、3ヶ月分のみ借料を予算計上したもの。

(注3) 移転後の総領事館内部の間仕切り工事未実施につき、移転前の面積。

●広報文化センターでは、資料閲覧室や多目的スペース等を活用して、①我が国の外交政策や一般事情に関する広報(講演会や子ども向け教育広報),メディア対応,②留学生,JET関連等人物交流事業,③外交活動の一環として行う文化行事等を機動的・効率的に実施している。



在韓国大使館 公報文化院
(留学生オリエンテーション)



在メルボルン総領事館広報文化センター
(「平和のための詩」コンテスト授賞式)



在エジプト大使館広報文化センター
(教育広報)



在ポーランド大使館広報文化センター
(メンタルコミットロボット「パロ」デモンストレーション)



在ベルギー大使館広報文化センター
(日本食デモンストレーション)



在シンガポール大使館 Japan Creative Centre
(復興写真展)

在外公館（広報文化センター）と国際交流基金海外拠点の活動

- 1 広報と文化交流は、我が国に対する理解を得るという共通する目標はあるが、活動において次のような違いがある。
 - ・ 広報：我が国の政策や事情を発信し理解を得る活動
 - ・ 文化交流：多様な文化人・市民間の交流を通じて相互理解を増進する活動
- 2 一般的に、広報は政策そのものを担う政府の一部として在外公館が、文化交流は、外交上在外公館が実施する必要性があるものを除き、各分野の専門的知見や文化人・文化団体との関係構築を要するため専門の実施機関である国際交流基金が担うことが効果的。
- 3 こうした点を踏まえ、在外公館（広報文化センター）と国際交流基金海外拠点との基本的な役割分担は以下のとおり。

但し、当該地における双方の施設保有状況、具体的な事業において在外公館と国際交流基金のいずれが対外的に前面に出ることがより効果的であるか等の事情に応じて、個別の都市や事業毎に具体的な役割分担を行っている。

在外公館（広報文化センター）	国際交流基金
海外広報（政策広報、教育広報 メディア対応等）	
文化行事（当該地における事情を踏 まえ、事業の目的や効果、外交上の 観点から在外公館が実施すること が必要とされるもの）	文化芸術交流
	日本語教育支援
	知的交流・日本研究支援
留学生・JET 関連等人物交流事業	

（了）

平成 23 年度を以て「廃止」した 5 公館広報文化センターの経緯

平成 24 年 6 月 6 日

外務省広報文化交流部総合計画課

- 広報文化センターは、我が国外交政策上の当該国の重要性、国際情勢の中でのその国の位置づけ、地域的バランス、その国の対日関心の高さ、我が国が政策広報を行う上での特別な事情等を総合的に判断した上で設置。その一方で、国際交流基金海外拠点の設置や広報環境の変化に応じて、センターの契約更改時期や在外公館の移転・新営のスケジュール等現地事情を踏まえながら、見直しを進めてきている。
- 特に国際交流基金の海外拠点との関係については、当該国内において基金事務所の自由な活動が確保され、かつ、日本文化の発信等を実施する上で必要な施設を基金事務所が備えている都市においては、当該国の事情等を踏まえつつ、広文センターを廃止、または、機能の縮小を検討してきた。(ただし、(政治的特殊性から在外公館付属の文化活動拠点の維持が必要で)当該国・都市において政府を代表する在外公館として対外発信活動に重点をおいて実施する必要がある場合は、広文センターを維持。)
- 上記の観点から、平成 23 年度において、以下の 5 都市における広報文化センターを廃止した。

都市名	経緯
トロント	基金拠点多目的ホールを含む十分な施設を備えていることなどから、それまで借り上げていた共同ビル内のスペースを、平成 23 年度の賃貸契約終了後に閉鎖し、総領事館の広報文化センターは廃止した。
パリ	基金拠点多目的ホールを含む十分な施設を備えていることなどから、大使館の広報文化センターに対する維持運営に係る予算を皆減し、センターは廃止した。
モスクワ	基金拠点多目的ホールを含む十分な施設を備えていることなどから、大使館の広報文化センターに対する維持運営に係る予算を皆減し、センターは廃止した。
ニューヨーク	基金拠点は執務室以外のスペースを備えていないが、ニューヨークには文化関連機関の施設が集中しており、総領事館及び基金拠点の、これら関連機関との連携の強まりを受けて、関連施設の活用を図れる目処が立ったことから、平成 23 年度を以て、総領事館の広報文化センターに対する維持運営に係る予算を皆減し、センターは廃止した。
香港	総領事館の契約更改に際し、市民の利用に供するための十分なスペースを確保してセンター機能を維持する費用対効果を改めて検討した結果、平成 23 年度を以て、総領事館の広報文化センターに対する維持運営に係る予算を皆減し、センターは廃止した。

(了)

外務省
Ministry of Foreign Affairs of Japan

本文へ | English | リンクページ | よくある質問集 | サイトマップ

文字サイズを変更

フリーワード検索

詳細検索 | 検索方法

外務省案内 | 渡航関連情報 | 各国・地域情勢 | 外交政策 | ODA | 会談・訪問 | 報道・広報 | キッズ外務省 | 史料・公開情報 | 各種手続き・ご意見

[トップページ](#) > [外交政策](#) > [文化外交\(海外広報・文化交流\)](#) > 広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会について

広報文化外交(海外広報・文化交流)

広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会について

平成24年5月22日

外務省広報文化交流部

外務省として、日本の広報文化外交全体の戦略策定と実施を如何に主導しどのように調整していくべきかについて、平成23年11月の提言型政策仕分けにおいて、1)在外公館の業務の一部のアウトソーシング及び2)在外公館の広報文化センターの配置・内容の見直しが提言されたことも踏まえ、有識者を交えて検討することとした。

今後は、下記の有識者と共に毎月1回開催し、在外公館や他の有識者の意見も取り入れながら5回程度で議論を終えて、本年6月に有識者から広報文化交流部長に提言を行う予定。

有識者(6名)

- 阿川 尚之 慶應義塾常任理事(座長)
- 長 有紀枝 特定非営利活動法人 難民を助ける会 理事長
- 金子 将史 PHP総研 国際戦略研究センター長兼首席研究員
- 道傳 愛子 NHK解説委員
- 南條 史生 森美術館館長
- 渡辺 靖 慶應義塾大学環境情報学部教授

(注)当省からの参加者は下記のとおりとする。

- 村田 直樹 広報文化交流部長
- 齋木 尚子 広報文化交流部参事官
- 小野 日子 広報文化交流部 総合計画課長
- 米谷 光司 広報文化交流部 文化交流課長

国際交流基金の参加は、テーマに応じて随時検討(第一回～第五回は柳澤賢一総務部長)。

- ▶ [第一回会合\(平成24年1月23日開催\)](#)
- ▶ [第二回会合\(平成24年2月9日開催\)](#)
- ▶ [第三回会合\(平成24年3月21日開催\)](#)
- ▶ [第四回会合\(平成24年4月12日開催\)](#)
- ▶ [第五回会合\(平成24年5月22日開催\)](#)

[このページのトップへ戻る](#)

[目次へ戻る](#)

[法的事項](#) | [アクセシビリティについて](#) | [プライバシーポリシー](#)

Copyright© 2012 Ministry of Foreign Affairs of Japan

外務省
Ministry of Foreign Affairs of Japan

本文へ | English | リンクページ | よくある質問集 | サイトマップ

文字サイズを変更

フリーワード検索

詳細検索 | 検索方法

外務省案内 | 渡航関連情報 | 各国・地域情勢 | 外交政策 | ODA | 会談・訪問 | 報道・広報 | キッズ外務省 | 史料・公開情報 | 各種手続き・ご意見

[トップページ](#) > [外交政策](#) > [文化外交\(海外広報・文化交流\)](#) > [広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会について](#) > 第1回「これからの時代におけるパブリック・ディプロマシーはどうあるべきか? — 外務省が広報文化に関与する時代は終わったのか?」

広報文化外交(海外広報・文化交流)

「広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会」 第1回 「これからの時代におけるパブリック・ディプロマシーはどうあるべきか?」 — 外務省が広報文化に関与する時代は終わったのか?」

平成24年1月23日
外務省広報文化交流部

平成24年1月23日、「広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会」の第1回会合が開催され、「これからの時代におけるパブリック・ディプロマシーはどうあるべきか? — 外務省が広報文化に関与する時代は終わったのか?」のテーマの下、議論が行われたところ、概要は以下のとおり。

(1) 外交において広報文化外交が果たし得る役割は何か?

外務省や国際交流基金が行う広報文化活動は、広報と文化の差はあるものの、外交政策を促進する役割を担うべきとの指摘が多く示された。この点に関し、例えば「人間の安全保障」を外交政策の中核に据えるのであれば広報文化外交においても優先的に扱われるべきではないかとの指摘もあった。また、具体的な外交重要課題について広報文化外交がどのような役割を果たしているか、関係性が見えてこないとの指摘もあった。(外交政策を事後的に広報するだけでなく)そもそも外交戦略を策定するときから、個別の外交政策が相手にどのように受け止められるかという視点を盛り込むべきではないかとの指摘もあった。

相手国と政治・経済で微妙な関係にあるとき、広報文化がそれを和らげたり代替チャネルになり得ると評価する意見があった。他方、諸外国との比較において、日本ももっと外交に文化を活用する方向で検討すべきとの意見もあった。

(2) 広報文化外交における「戦略性」とは何か?

誰に対して(訴求対象)、何をどのように見せたいか(訴求内容)、明確にし、次に執るべき手段を模索すべきとの指摘が多く示された。ただし、広報文化活動には、1)明確な目的達成の手段としてだけでなく、2)良好な外交関係を維持・発展させるための基盤づくりとしての役割も期待されているとの指摘があった。広報文化外交の目標として、1)国の存在感を高める、2)好感度(イメージ)を増大させる、3)知識や理解を深める、の3つがあるが、国際社会において日本の好感度は高いが存在感がないとの指摘や、日本について知りたいというニーズは存在するので、相手の共感を呼び起こすような工夫が必要との発言があった。

日本の素晴らしいところだけ発信するのではなく、相手を知りたいことをきちんと伝えることが重要との指摘には複数の有識者が賛同し、発信する際は相手を理解する「双方向性」が重要との意見もあった。この意味で、戦略策定に当たっては、本省のトップダウンと在外公館からのボトムアップの双方のバランスが大切との発言もあった。

また、海外における日本のイメージは、在外公館のみならず青年海外協力隊や民間企業の活動、製品や技術のブランドなどで多面的に構成されていることから、広報文化外交も個別の行事ではなく「面」で伝えていくべきとの意見や、例えば日頃から多様な情報を一括集約し、そこに誰もがアクセスできるようにする、人材をプールしておいて各場面に応じて派遣する、といった具体的な提案もあった。

広報文化外交戦略をいかに構築するかについては、次回以降引き続き検討することとなった。

(3) 広報文化予算が減少する中で優先順位をどうするか?

重要なことは「海外の受け手から日本がどのように見えるか」との視点から優先順位を策定すべき、さらにその順位付けについては定期的にレビューする場が必要との意見が多く出された。

選択と集中を行う場合にも、目的を明確化させて限定的に行う事業のみならず、“ビタミン”のように一定の事業を地道に継続して行うことが必要であるとの指摘があった。

在外公館にあつては、大使及び在外公館の担当者の方針が大きな役割を果たすが、同時に外務省として広報文化の「目利き」を育てて継続的に魅力を発信することが必要との指摘があった。

また、広報は成果も見えにくいので、日本国内の国民の理解や支援を得るための努力や工夫も必要との発言もあった。

(4) 外務省は広報文化外交にどこまで関与すべきか？

日本のNGOもメディアも民間企業も海外では日本の看板を背負っているが、外交を担っているわけではないので、外務省にしかできない広報文化外交があるとの点については多くの有識者が指摘した。

また、総合的な戦略が無いまま、輸出や観光といった個別分野でステークホルダーが別々に動く現状には問題があるとの指摘があった。他方、外交の舞台では、文化交流機関であるがゆえに相手国当局から活動を認められているケースがあり、貿易・投資振興や観光まで文化と一つの組織に統合するには大きなリスクを伴うことになるので、総合的な戦略を練る際には、こうした外交の機微を考慮する必要があるとの指摘もあった。

広報文化をアウトソーシングする場合でも、外交政策の下で整合性ある事業が展開されることを担保する必要があり、現場の実施面の一部を他の機関に依頼することは有効との見地からアウトソーシングのあり方を検討すべきとの意見があった。また、仮に外務省が司令塔の役割を担うにしても、広報文化は人と人の繋がりであり、一定程度は自ら実施する部分がないと実感を伴いにくいのではないかと懸念する声もあった。

[このページのトップへ戻る](#)

[目次へ戻る](#)

[法的事項](#) | [アクセシビリティについて](#) | [プライバシーポリシー](#)

Copyright© 2012 Ministry of Foreign Affairs of Japan

外務省

[本文へ](#) | [English](#) | [リンクページ](#) | [よくある質問集](#) | [サイトマップ](#)

Ministry of Foreign Affairs of Japan

文字サイズを変更 あ あ あ

フリーワード検索

検索

[詳細検索](#) | [検索方法](#)

外務省案内 | 渡航関連情報 | 各国・地域情勢 | 外交政策 | ODA | 会談・訪問 | 報道・広報 | キッズ外務省 | 史料・公開情報 | 各種手続き・ご意見

[トップページ](#) > [外交政策](#) > [文化外交\(海外広報・文化交流\)](#) > [広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会について](#) > 第2回「日本の目指すべき国家ブランド戦略とは何か? —— 韓国の事例を踏まえつつ」

広報文化外交(海外広報・文化交流)

広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会 第2回 「日本の目指すべき国家ブランド戦略とは何か? —— 韓国の事例を踏まえつつ」

平成24年2月9日
外務省広報文化交流部

2月9日、「広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会」の第二回会合が開催され、「日本の目指すべき国家ブランド戦略とは何か? —— 韓国の事例を踏まえつつ」のテーマの下、議論が行われたところ、概要は以下のとおり。

1 韓国の国家ブランド戦略から、日本は何を学び取れるか?

外務省より、韓国コンテンツ海外発信成功の要因として、1)積極的かつ緻密な海外ビジネス展開、2)補助金や人材育成を含む政府の支援、3)大企業との緊密な連携等が考えられると分析した。

これを受けて、韓国の国家ブランド戦略は広報文化外交の枠を超えているのではないかとの問題意識を提起しつつ、「クールブリタニア」の評価が定まらないように国家そのものをブランド化する試みは困難であり、あらかじめ優先テーマやターゲットを絞り込んで戦略を策定する必要がある、韓国のコンテンツ振興院の場合、「コンテンツの強化は輸出産業のサポート」と目的を明確にし、キラーコンテンツを作って市場を占拠しようとする“選択と集中”がはっきりしており、良いモノを作れば売れるという姿勢でやってきた日本にも学ぶべき点があるのではないかとの意見が示された。

また韓国では、自国が正しく評価されていないとの認識から出発しており、国際的な国家ブランド指標での自国の順位をつねに意識し、サムスン経済研究所(SERI)が独自の国家ブランド調査を行うなど、強い国家意識に支えられた政府・企業・業界の連携が韓国ブランド推進の原動力になっていること、韓国における日本コンテンツの魅力(例えば、日本の歌謡曲や90年代のトレンドイ・ドラマなど)が相対的に減退しているので民間・商業ベースに任せただけでは不十分との認識が表明される一方、文化育成に「官」の過剰な関与は避けるべきとの指摘もなされた。

2 日韓関係における広報文化外交の位置づけ(戦略、具体的活動、成果等)

外務省より、外交安保上の重要性、歴史を背景とした日本への複雑な感情、「官」への高い信頼等の韓国の特殊性を指摘し、大使館を司令塔として国際交流基金や日本貿易振興機構(JETRO)、日本政府観光局(JNTO)等とオールジャパンで広い意味での文化発信を行うことが有意義との見解を示した。

これに対し、大使館や国際交流基金の行事に参加するような、すでに日本に関心のある韓国人を対象とするのではなく、むしろ日本に興味のない韓国人へのアウトリーチを工夫すべきではないかとの意見が示されるとともに、国際社会において、ただ単に知日派の数を増やそうとするのは非現実的であり、知日派の質や当該国の外交的重要性をつねに意識すべきとの指摘もあった。

外交において文化が手段か目的かとの論点について、外務省・大使館が関与する以上、日本の安全保障上極めて重要な韓国において日本の味方を増やす、といった外交政策を遂行する手段として文化を位置づけるべきとの指摘が多くなされた。他方で、韓国好きにさせるために作られたわけではない「冬のソナタ」が日本の対韓イメージを好転させたように、「官」の関与を離れた文化の力も大きいとの意見が示された。

ソウルに大使館広報文化センターと国際交流基金事務所が存在することについて、両者の関係を整理し、国民にわかりやすく説明することが重要との指摘が多く示されたが、両者の役割分担という国内の視点だけではなく、韓国に対していかにして総合的に日本文化発信を強化できるかが重要だととの指摘が多かった。また、国際交流基金は、ブリティッシュ・カウンシルやゲート・インスティテュートのように、「官」から距離を置いて文化を伝えるという点で存在意義がある

との意見があった。また、大使館や国際交流基金が行う活動が文化を通じ日本外交に資していることを日本国内にもっと知らしめるべきとの指摘もあった。

3 クールジャパンを超えた「日本的な価値」発信のために何をなすべきか？

玄葉大臣が外交演説で強調した「国家戦略として日本文化を海外展開」させる^(注)には現在の体制は他の先進国と比較しても極めて脆弱であり、文化外交戦略の総合的観点から、各組織の役割分担を明確化しつつ、国際交流基金を増強してこれに充てるくらいの大膽な発想を行うべきとの意見があった。また、「日本的な価値」を定義するのは難しいので、具体的な「モノ」や「コト」を通じて表現する現場での工夫も必要であるとの指摘もあった。

また、ソフトパワーはゼロサムではないので、相手国との協同作業を通じて相互理解を深めていくような工夫も有益ではないかとの意見も示された。

(注)平成24年1月24日第180回国会における玄葉外相の外交演説

「(中略)いわゆる「クールジャパン」を超えて、精神性を含めた多様な日本の魅力を発信し、国家戦略として日本文化を海外展開させ、「日本的な価値」に対する理解の増進に取り組みます。(後略)」

[このページのトップへ戻る](#)

[目次へ戻る](#)

[法的事項](#) | [アクセシビリティについて](#) | [プライバシーポリシー](#)

Copyright© 2012 Ministry of Foreign Affairs of Japan

外務省

[本文へ](#) | [English](#) | [リンクページ](#) | [よくある質問集](#) | [サイトマップ](#)

文字サイズを変更

あ
あ
あ

フリーワード検索

検索

詳細検索

検索方法

外務省案内 | 渡航関連情報 | 各国・地域情勢 | 外交政策 | ODA | 会談・訪問 | 報道・広報 | キッズ外務省 | 史料・公開情報 | 各種手続き・ご意見

[トップページ](#) > [外交政策](#) > [文化外交\(海外広報・文化交流\)](#) > [広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会について](#) > 第3回「これまでの議論の整理」

広報文化外交(海外広報・文化交流)

広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会 第3回 「これまでの議論の整理」

平成24年3月21日
 外務省広報文化交流部

3月21日、「広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会」の第3回会合が開催され、「これまでの議論の整理」のテーマの下、議論が行われたところ、概要は以下のとおり。

1 総論(役割・戦略)

(1)パブリック・ディプロマシーの重要性

軍事力行使の回避や経済面での相互依存関係の緊密化等を背景として、ルール・メイキングやアジェンダ・セッティングを含むソフトパワーの重要性が高まっている。このため各国がパブリック・ディプロマシーを強化している状況にあって、日本こそ大胆な発想で広報文化外交を強化する必要があるとの指摘が多く示された。その際、拙速に成果を求めのではなく、戦略を明らかにし、中長期的な視点に立った取組の必要性に言及すべきとの意見が出された。

(2)3.11の体験を踏まえた取組

3.11の大震災により、日本は忍耐強さといった精神面について賞賛を受けている反面、“地震と放射能の国”というイメージを持たれている現実を踏まえるべき。この原発事故にいかに対応するのか、原発とどう向き合うのか、未曾有の災害の教訓をいかに活かしていくか、減災の発想に基づくまちづくりをいかに実現するのか、といった課題に取り組む課題先進国として、その経験を国際社会と共有し、世界に貢献していく日本ならではのアプローチを提示していく必要があるとの指摘がなされた。

(3)「日本的な価値」の発信の位置づけ

玄葉大臣の標榜する「日本的な価値」を活かした外交について、行き過ぎた日本特殊論は回避すべきだが、日本の独自性を国際的な文脈で理解される形にして売り込むべきとの指摘が示された。パブリック・ディプロマシーの重要性を論じる中で「日本的な価値」の発信の重要性を取り上げることでよいのではないかと意見があった。

(4)交流から「協働」へ

一般に政府の公式発表より信頼のおける第三者の言を信じる傾向があることを踏まえ、NGOや相手国の国民を介して伝えたいことを語ってもらう工夫をしたり、単なる交流ではなく「協働」によって新たな価値の創造に取り組むこと等により、広報文化外交の信頼や影響力を高めるべきとの指摘が多く示された。また、日本が見せたいものと相手側が見たいもののギャップを埋めるためには調整が必要であり、双方の専門家・機関の間で「協働」することが必要との意見があった。

(5)広報文化外交の手法

ITなどを活用することによるイノベーションも奨励し、時代の進展に対応した広報文化外交を推進すべきとの意見が多く出された。

2 広報文化外交の推進体制

(1)官民連携による取組

広報文化外交の「司令塔」を定めて責任の明確化を図るべきとの点で多くの賛同を得たが、同時にマルチステークホルダーとして企業、市民社会、NGOなどが各々の得意な形で貢献する仕組みを検討すべきとの指摘がなされた。また、経済の論理だけで日本文化を促進すれば、コスプレとアニメとマンガだけになるおそれがあり、ビジネスモデルになじまない領域の文化が外交に果たす役割に鑑みれば、「官」が担う役割も大きいと指摘された。

(2) 戦略的な推進体制

クールジャパンについて経済産業省主催の官民有識者会合や内閣官房知的財産戦略推進事務局クールジャパン推進計画が並立し、さらに日本ブランドについては別のプロセスが併存するような状況を整理すべきとの指摘や、今後は「国際広報連絡会議」^(注)を活用することで全政府的な取組が期待できるとの認識が示された。

(3) 在外拠点のあり方

外務省の強みはプラットフォームとしての在外公館であり、在外公館が司令塔の役割を担うとともに、公館長の主導性を尊重すべきとの意見が多く出された。また、貿易、観光、文化といった専門的機関の在外拠点との関係や各専門的機関の在外拠点同士の関係について、コスト削減という経済的論理だけでなく、外交上の戦略的観点も盛り込むべきとの意見がある一方、各分野が別立てで行うのではなく相互乗り入れを行うことで全体として拠点を拡充・強化することも検討すべきではないかとの指摘もなされた。

(注) 国際広報連絡会議

それまでの『国際的風評被害対策・日本ブランド再構築に関する政府・関係機関連絡会議』を発展的解消する形で本年3月1日、国家戦略大臣と外務大臣共催で発足。今後は日本の強みと魅力、「日本的な価値」を重点領域として日本ブランドを発信していくことになった。

[このページのトップへ戻る](#)

[目次へ戻る](#)

[法的事項](#) | [アクセシビリティについて](#) | [プライバシーポリシー](#)

Copyright© 2012 Ministry of Foreign Affairs of Japan

外務省

Ministry of Foreign Affairs of Japan

[本文へ](#) | [English](#) | [リンクページ](#) | [よくある質問集](#) | [サイトマップ](#)

文字サイズを変更 あ あ あ

フリーワード検索 検索

[詳細検索](#) | [検索方法](#)

[外務省案内](#) | [渡航関連情報](#) | [各国・地域情勢](#) | [外交政策](#) | [ODA](#) | [会談・訪問](#) | [報道・広報](#) | [キッズ外務省](#) | [史料・公開情報](#) | [各種手続き・ご意見](#)

[トップページ](#) > [外交政策](#) > [文化外交\(海外広報・文化交流\)](#) > [広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会について](#) > 第4回「広報文化外交の推進体制と多様なアクター:アウトソーシングはどこまで可能か」

広報文化外交(海外広報・文化交流)

広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会 第4回 「広報文化外交の推進体制と多様なアクター: アウトソーシングはどこまで可能か」

平成24年4月12日
外務省広報文化交流部

4月12日、「広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会」の第4回会合が開催され、「広報文化外交の推進体制と多様なアクター:アウトソーシングはどこまで可能か」のテーマで議論が行われたところ、概要は以下のとおり。

1 「アウトソーシング」をめぐる問題

- (1) 在外公館においては、多くの場合、現地の機関や日系企業等に働きかけを行って各々の分担と協力の下に文化交流行事が企画・実施されている。これを「アウトソーシング」と呼ぶかどうかは別として、こうした現実を広く知ってもらう必要があるとの意見があった。
- (2) 「アウトソーシング」という表現は、昨年の提言型政策仕分けの中で用いられた経緯はあるも、「官」の実施する広報文化事業をコスト削減のために「民」に下請けさせるとの印象が強く、適切ではないのではないかと認識も示された。すでにそれぞれのミッションに従って国際交流を行っている市民社会から見て、「官」側の都合で特定の事業を担わされるという考え方は望ましくないとの意見もあった。
- (3) ある広報文化事業を「官」から「民」に委ねるとして、つねに経済的コストが削減されるとは限らないとの問題提起があった。さらに、経済的な理由だけでそうした委譲を進めることは望ましくないとの認識も示された。
- (4) 「官」と「民」とが対等であるとの前提に立てば、例えば民間企業や大学から費用先方負担により広報文化センター内に人員を派遣したり、NGOの活動の場として同センターを活用したりする「インソーシング」が有益であり、導入を検討してはどうかとの意見があった。

2 広報文化外交における官民の役割分担

- (1) 外交活動の観点で、他国の人々にどのような日本認識を持ってもらう必要があるか、他国の人々にどのようなつながりを構築すべきかを優先順位を付けて整理し、現状と対比することが第一歩であり、まず何を訴えていくべきか(Whatの論理)をしっかりと議論すべきとの意見があった。
- (2) 広報文化活動を類型化すると、おおよそ1)国際放送、2)政策広報、3)交流、4)文化芸術の4つくらいに分けられる。このうち政策広報は「官」が自ら実施すべき領域であるのに対して、交流や文化芸術については、国や対象、活動内容等に応じて官民の役割分担が検討されるべきであり、その際には相手国内に日本のシンパを作るといった安全保障上の効果にも配慮すべきとの意見があった。
- (3) 在外公館の長は正当な日本の代表であり、その観点から広報文化外交を主導するのは「官」の役割であるとの認識が示された。また、外務本省で全体的な戦略を立てた上で、在外公館を中心に現地諸機関共通の2年～3年単位の戦略を立案することが望ましく、そのためには公館長の調整機能を強化する必要があるとの指摘があった。その際、例えば、伝統的な文化行事も日本理解の入り口として活用するなどして外交のツールになり得るので、ある程度は各在外公館の裁量に任せるという発想が必要との意見もあった。
- (4) 税金を投入する限りにおいては、事業の成果について、数字を含めて説得力ある説明が求められるのは当然との意見がある一方で、1958年に米ソ交換留学生だったヤコブレフ氏が、30年後にペレストロイカ推進の原動力にな

ったように、広報文化は効果発現に時間がかかり、また計測に馴染みにくい側面もあるので、拙速に結果を求め過ぎないように注意する必要があるとの指摘もあった。

3 協働を実現するための方策

(1) 企業、大学、自治体、NGOと外務省とで意見交換や広報訓練などの領域でコンソーシアムを設置し、それぞれのコア・コンピテンシー(得意分野)を活かした形で連携を強化してはどうかとの意見が出された。

(2) 地方自治体が独自に姉妹都市など国際交流をしている場合もあり、こうした既存の交流をさらに強化する方向で「官」が規制緩和や情報提供など側面支援をしてはどうかとの意見が出された。

(3) 国際協力に関与するNGOは援助活動だけでなく交流事業も実施しているが、ジャパン・プラットフォームを通じて供与される公的な資金は純粋な支援にしか活用できない。途上国との間でNGOが実施する文化交流事業に対する支援策を検討してはどうかとの意見が出された。

(4) 国の役割として、様々な分野において自国のアクターと海外のカウンターパートのネットワーキングを促進するという役割、影響力の高い国際ネットワークへの日本人の参入促進という役割が重視されるべきである。このため、日頃から多様な人材をプールしておいて(人材バンク)、官民の多様なニーズに応じて活用する体制を整備することが大切であるとの意見があった。

(5) 例えば、アジアで今後2,000の美術館が建設予定であることを踏まえれば、美術館の建設(建設会社)、アートマネジメント(人材育成)、コンテンツの提供(展覧会の巡回による手数料収入)という3段階の包括的取組で「美術」の分野においても単なる文化紹介にとどまらず、経済活動に深く関与できるとの指摘があった。

[このページのトップへ戻る](#)

[目次へ戻る](#)

[法的事項](#) | [アクセシビリティについて](#) | [プライバシーポリシー](#)

Copyright© 2012 Ministry of Foreign Affairs of Japan

外務省
Ministry of Foreign Affairs of Japan

本文へ | English | リンクページ | よくある質問集 | サイトマップ

文字サイズを変更

フリーワード検索

詳細検索 | 検索方法

外務省案内 | 渡航関連情報 | 各国・地域情勢 | 外交政策 | ODA | 会談・訪問 | 報道・広報 | キッズ外務省 | 史料・公開情報 | 各種手続き・ご意見

[トップページ](#) > [外交政策](#) > [文化外交\(海外広報・文化交流\)](#) > [広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会について](#) > 第五回「多様な広報文化ツールと広報文化外交の成果の測定:あり得べき形とは何か？」

広報文化外交(海外広報・文化交流)

広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会 第五回「多様な広報文化ツールと広報文化外交の成果の測定:あり得べき形とは何か？」

平成24年5月22日
外務省広報文化交流部

5月22日、「広報文化外交の制度的あり方に関する有識者懇談会」の第5回会合が開催され、「多様な広報文化ツールと広報文化外交の成果の測定:あり得べき形とは何か？」のテーマで議論が行われたところ、概要は以下のとおり。

1. 多様なツールを広報文化外交にいかに関活用すべきか

(1) ITやSNSの積極的な活用

広報文化外交においてITやSNSを活用しないという選択肢はもはやないが、その有効性は年齢層や国・地域などによって異なるので、このことに配慮して他の媒体やツールとのバランスを判断すべきとの認識が示された。第2次補正予算を活用して被災地に海外のブロガーを訪問・発信させたスキームは有意義であり、今後も継続すべきとの指摘があった。また、広報文化交流イベント参加者へのインタビュー動画のYouTubeへの掲載や、大使自身のtwitterでの情報発信等、種々の工夫を通じ、広報効果を高めるべきとの指摘もあった。他方、ITを活用するには専門の担当官が常時有効な発信を継続できる体制を整備すべきとの提案もなされた。

なお、持続性のある好意感情や深い理解については、パーソナルな接触経験に優位性があるとされており、IT化が進めば進むほど、人的交流や現地施設の意義が高まる面があるとの指摘があった。

(2) 情報発信の在り方

現在のWeb Japan(ウェブジャパン)は外務省の運営という事実を明確に出していないが、factsの発信であれば責任の所在を明らかにし、情報の信頼性を高めるためにもっと外務省が前面に出るべきとの意見があった。他方、若者向けのポップカルチャー的な情報提供については政府広報的な色彩が強くない方が効果的との意見もあった。また、事情が許すのであれば、組織として情報を管理するのではなく、顔の見える個人名を明記しながらある程度自由で自立的な発信を確保することが望ましいとの指摘がなされた。米國務省の例を引きつつ、功罪両面あるようだが、有力サイトへの積極的な投稿や現場の活動を支援するポータルサイトの設置を検討してはどうかとの意見もあった。

さらに、factsの発信、特に政府が有するさまざまなデータを分かりやすく提示することは有意義であり、各省庁等で眠っているデータをうまくつないで“情報をデザインする”ことが必要との指摘があった。

(3) 紙媒体の存在意義

データや情報の伝達という観点で見ればウェブやインターネットに劣るが、紙媒体は、つねに相手に一定のイメージを喚起できる、行動を促すという効果があり、保存性も高いこと、また、特にビジュアル性の高い良質のものであれば、希少価値を付して“ギフトとしての紙媒体”としても有効であり、引き続き意義があるとの指摘があった。

2. 広報文化外交の成果をいかに評価すべきか

広報文化外交の成果測定が困難な理由として、1) 目標達成までにかかる時間の長さ、2) 目標(関係改善、信頼増進等)の捉え所の無さ、3) 変化を特定の広報文化活動に帰属させる難しさを挙げる指摘があった。他方、英ブリティッシュ・カウンシルの年次報告書が、予算や来場者数といったインプット、アウトプット指標に加えて、満足度や期待値といったアウトカム指標も用いて、対象地域別のパフォーマンスを数量化してわかりやすい(調査会社による長期的成果に関するインタビュー、参加者アンケート等により、ブリティッシュ・カウンシルとの関係についての満足度、期待に沿っているかどうか等の指標を提示している)との意見があった。

また、JET参加者の対日関心度等に係る調査結果を例示しつつ、長期的な信頼醸成を目的とするプログラムについても指標を工夫することで成果を検証できるのではないか、ただし短期間で拙速に因果関係を求めることのないよう注意が必要との意見もあった。なお、指標の開発を含め、広報文化外交の成果測定には相当程度の時間と資金の投入が必要であるとの認識が示された。

さらに、領土問題や歴史認識、捕鯨などで国際世論の支持を勝ち得ていくプロセスの中で、実施した広報文化活動の成果を問うだけでなく、仮にそうした活動を行わなかったとしたら状況はどうなっていたのか、という観点も検討する価値があるのではないかとの意見があった。

3. 国内へのアカウントビリティにいかに取り組むべきか

日本文化が国際社会に受け入れられることは日本国民も支持しているのではないかと、ただ防災や予防外交と同様に、広報文化外交もその成果が見えにくいいため、例えば行事にあわせてインターネットで参加者等のインタビュー動画をYouTubeで流すといった工夫をして国民にその意義を伝えていく努力を行うべきとの指摘があった。

また、アカウントビリティは重要であり、海外の現場でのベスト・プラクティスやBBC世論調査で日本への信頼が世界一になったことなどを取りまとめて国民に伝えることが必要、他方、それ自体が目的化してはいけないとの指摘があった。

さらに、広報文化活動は争いや戦いではないので、外から日本がどのように見られているかに拘泥しすぎることなく、日本としてアピールしたい理念を整え、国際社会に向けて発信することが重要との意見があった。

[このページのトップへ戻る](#)

[目次へ戻る](#)

[法的事項](#) | [アクセシビリティについて](#) | [プライバシーポリシー](#)

Copyright© 2012 Ministry of Foreign Affairs of Japan