

政策評価調書（個別票1）

【政策ごとの予算額等】

（千円）

政策名		国内広報・海外広報・IT広報・文化交流・報道対策				
評価方式		総合・実績・事業	政策目標の達成度合い	相当程度進展あり	番号	⑪
		27年度	28年度	29年度	30年度	31年度概算要求額
予算 の 状 況	当初予算	21,928,145	21,612,074	20,226,503	19,150,698	25,553,307
						<25,568,440>
	補正予算	2,503,200	4,064,084	2,348,428		
	繰越し等	△1,814,537	△34,274	1,375,639		
	計	22,616,808	25,641,884	23,950,570		
		<0>	<0>	<0>		
執行額	21,861,755	25,363,031	23,653,149			

政策評価調書（個別票2）

政策名	国内広報・海外広報・IT広報・文化交流・報道対策					番号	⑪	(千円)		
	予 算 科 目					予 算 額				
	整理番号	会計	組織/勘定	項	事項	30年度 当初予算額	31年度 概算要求額			
対応表において●となっているもの	●	1	一般	外務本省	広報文化交流及報道対策費	広報文化交流及び報道対策に必要な経費	4,723,508	8,126,670		
	●	2	一般	在外公館	広報文化交流及報道対策費	広報文化交流及び報道対策に必要な経費	1,865,175	1,898,450		
	●	3								
	●	4								
	小計						6,588,683 <>の内数	10,025,120 <>の内数		
対応表において◆となっているもの	◆	1	一般	外務本省	独立行政法人国際交流基金運営費	独立行政法人国際交流基金運営費交付金に必要な経費	12,562,015	15,528,187		
	◆	2								
	◆	3								
	◆	4								
	小計						12,562,015 <>の内数	15,528,187 <>の内数		
対応表において○となっているもの	○	1	一般	外務本省	分野別外交費	金融・世界経済首脳会合の開催等に必要な経費	<	>	< 25,568,440 >	
	○	2					<	>	<	
	○	3					<	>	<	
	○	4					<	>	<	
	小計						<>の内数	<25,568,440>の内数		
対応表において◇となっているもの	◇	1					<	>	<	
	◇	2					<	>	<	
	◇	3					<	>	<	
	◇	4					<	>	<	
	小計						<>の内数	<>の内数		
合計						19,150,698 の内数	25,553,307 <25,568,440>の内数			



**施策Ⅲ-1 国内広報・海外広報・IT 広報・  
文化交流・報道対策**



平成 30 年度政策評価書

(外務省 29-III-1)

施策名(※)	国内広報・海外広報・IT 広報・文化交流・報道対策					
施策目標	<p>諸外国国民の対日理解及び親日感の醸成を図るとともに、我が国外交政策に対する国内外での理解を増進し、日本外交を展開する上での環境を整備するため、以下を戦略的、有機的かつ統一的に推進する。</p> <p>1 外交政策に関する多様な情報提供を通じて、日本国民の我が国外交政策に対する理解と信頼を増進する。</p> <p>2 海外における対日理解の増進、親日感の醸成及び我が国の政策への理解を促進する。</p> <p>3 インターネットを通じ、我が国の外交政策に対する国の内外の理解を促進する。</p> <p>4 文化・人物交流事業を通じて、各国国民の対日理解を促進し、親日感の醸成を図る。</p> <p>5 文化、スポーツ、教育、知的交流の振興のための国際協力、文化の分野における国際規範の整備促進等の文化の分野における国際貢献を通じ、各国の国民が経済社会開発を進める上で必要な活力を与え自尊心を支えることにより、親日感の醸成を図る。</p> <p>6 国内報道機関による報道を通じ、日本国民の我が国外交政策に対する理解と信頼を増進する。</p> <p>7 外国報道機関による報道を通じ、海外における対日理解・対日親近感の醸成及び我が国の政策への理解を増進する。</p>					
施策の予算額・執行額等	区分	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	21,928	21,612	20,227	19,151
		補正予算(b)	2,503	4,064	2,348	
		繰越し等(c)	△1,815	△34	1,376	
		合計(a+b+c)	22,617	25,642	23,951	
執行額(百万円)	21,862	25,363	23,653			

(※)本施策は、個別分野を設定しており、「施策の概要」、「関連する内閣の重要政策」、「測定指標」、「評価結果」（「施策の分析」及び「次期目標等への反映の方向性」）及び「作成にあたって使用した資料その他の情報」については、関連個別分野の該当欄に記入した。

評価結果 (注1)	目標達成度の測定結果	(各行政機関共通区分) 相当程度進展あり (B)	(判断根拠) 主要な測定指標が概ね目標に近い実績を示したことから、左記のとおり判定した。
	測定指標の28・29年度目標の達成状況(注2)	<p>個別分野1 国内広報の実施</p> <p>* 1-1 国民に対する直接発信、ホームページを通じた情報発信 B</p> <p>1-2 広聴活動 B</p> <p>個別分野2 海外広報の実施</p> <p>* 2-1 海外広報の推進 B</p> <p>* 2-2 ジャパン・ハウスを通じた海外広報の実施 B</p> <p>個別分野3 IT 広報の実施</p> <p>3-1 IT 広報手段の強化、多様化 B</p> <p>3-2 IT 広報システムの強化 B</p> <p>3-3 コンテンツの充実及び迅速な情報発信への取組 B</p> <p>* 3-4 外務省ホームページ等へのアクセス件数(ページビュー数)の合計及び外務省公式ツイッター・フェイスブックの閲覧回数の合計 B</p> <p>個別分野4 国際文化交流の促進</p> <p>* 4-1 文化事業の実施、日本語の普及、海外日本研究の促進 B</p> <p>4-2 大型文化事業(周年事業関連)の実施 B</p> <p>* 4-3 人物交流事業の実施 B</p> <p>4-4 在外公館文化事業についての事業評価 B</p> <p>個別分野5 文化の分野における国際協力の実施</p> <p>5-1 文化、教育、知的交流の分野における国際協力・貢献 B</p> <p>5-2 文化無償資金協力を通じた対日理解の向上及び親日感の醸成 B</p> <p>個別分野6 国内報道機関対策の実施</p> <p>6-1 国内報道機関等を通じた情報発信 B</p>	

	6-2 外務大臣, 外務副大臣, 外務報道官による記者会見実施回数	B
	6-3 外務省報道発表の発出件数	B
	個別分野7 外国報道機関対策の実施	
	7-1 日本関連報道に関する情報収集・分析	B
	*7-2 外国メディアに対する情報発信・取材協力	B
	7-3 外国記者招へいの戦略的实施	B

(注1) 評価結果については、各個別分野の「評価結果」-「施策の分析」及び「次期目標等への反映の方向性」欄の記載を併せて参照願いたい。

(注2) 「測定指標の28・29年度目標の達成状況」欄には、各個別分野の測定指標の名称及び28・29年度目標の達成状況を列挙した。「\*」印は、該当する測定指標が主要な測定指標であることを示している。

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p><b>(外務省政策評価アドバイザー・グループ・メンバーの所見)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・過去に比較して外務省の国内・海外広報は、ホームページ・広報媒体・イベント・大臣や幹部の発言・有識者交流・文化事業などを通じて充実を深めている。河野大臣就任後の本人の SNS 等を通じた発信力は外務省の広報の新しいスタイルとして高く評価できる。戦略的広報のために個人の力量が果たす役割は大きく、例えば外務報道官・国際報道官の役割をさらに強化し、独自の SNS も開設し多くのフォロワーを得て、国内・海外での報道で常に注目・引用される存在となることが望ましい。</li> <li>・以前より、諸事業のあいだで目標立てや評価項目の分別が進んだように感ずる。その点、評価したい。</li> <li>・「施策名 国内広報, 海外広報, IT 広報, 文化交流・報道対策」について、「施策目標」だけを見た場合、大きく言えば国内の外交政策の理解促進と海外での理解促進に分かれているようであるが、順序も入り乱れているように見え、わかりづらい。国内、海外で括り直すなど、何らかの表現上の工夫ができるのではないか。</li> <li>・28年度、29年度の評価はすべての指標がB評価ということであるが、顕著な成果があったところ、例年に比べれば取り組みが進んだところなどがあるのではないか。また、外部環境の状況によりやや弱いところなどの濃淡があるのではないか。また、この観点からみて、指標の括りは妥当か。</li> <li>・外交専門誌『外交』の発行（年6回、発行3,000部/年）は、適切に入札の方法を設定し、くるくると発行版元が変わらないように工夫して、以前の外交フォーラムのように月刊に戻し、さまざまに進めている有識者や国際フォーラムとの連携事業と連携して、文面化を推進すべきではなからうか。</li> <li>・個別分野2 海外広報の実施、個別分野6 国内報道機関対策の実施に関連して、我が国の政策に関する理解促進を図るために、NHK国際報道の在り方についても検討すべきではないだろうか。インターネット配信は9言語、ラジオ番組は17言語に翻訳されインターネットでも世界に発信されるが、ドイツ語、イタリア語、日本語はなかったと記憶している。欧州EU諸国では、話者人口が最も多いドイツ語くらいは加えた方がよいと思う。（日・EC・EU科学技術協力協定（2009署名、2011年発効）の際に、NHK国際放送英語ラジオ番組に20分程度出演し、同協定について解説した経験があるが、ドイツ語、イタリア語、日本語（海外在住者向け）では海外発信されないのを知り、奇異に感じた。）</li> <li>・「NHKワールドTV等我が国の国際放送に対する評価を聴取、これにより我が国の国際放送をより魅力的に」とあるが、NHKワールドの退屈さは海外でも評判になっている。SNSの方が安価だというのはあろうが、こうした海外での評価を受けて、次年度以降具体策に踏み込んで、まだまだ観られるテレビという媒体でも、日本の姿や事情を等身大で伝える努力を払うべきではなからうか。</li> <li>・（在外公館人的交流等支援事業について）在外公館のもつネットワークは貴重であるが、「招へい、派遣等人的交流に関する業務を更に効果的に事業を実施」とうたわれる一方、その予算が半減しているのは気になる。</li> <li>・「外国人留学生在籍者数が26万人に、また、帰国留学生会の会員総数が85,000人に増加することを目標に、各種留学広報活動、帰国留学生会支援に努める」とあり、それを推進していただきたい。またJETプログラムのOGOBが未活用に終わるケースが多いと聞く。有効利用の道を探っていただきたい。</li> </ul>
------------------------	--

担当部局名	大臣官房(外務報道官・広報文化組織)	政策評価 実施時期	平成30年8月
-------	--------------------	--------------	---------



## 個別分野 1 国内広報の実施

### 施策の概要

外交政策の遂行に当たって、国民の理解と信頼を得ることが不可欠であることにかんがみ、政策の具体的内容や外務省の役割等について、国内広報の実施により、地方を含む様々な国民層に対して、的確で、タイミング良く、かつ分かりやすい情報発信を行う。

また、外交のあり方についての世論の動向を様々な方途を通じて的確に把握し、外交政策の企画、立案、実施の参考とする。

### 関連する内閣の重要政策（施策方針演説等のうち主なもの）

- ・ 第 196 回国会外交演説（平成 30 年 1 月 22 日）

## 測定指標 1-1 国民に対する直接発信，ホームページを通じた情報発信 \*

### 中期目標（一年度）

我が国の外交政策及び外務省の活動につき、国民の理解を増進する。

### 28 年度

#### 年度目標

我が国の外交政策を円滑に推進していくためには、国民の理解と信頼が不可欠である。このため、我が国の外交政策への国民の理解と信頼を一層得られるよう訴求対象に応じて以下の取組を推進する。

- ・ 我が国の外交政策を直接国民に紹介し、意見交換を行う「外務大臣と語る」の実施。
- ・ 我が国の外交政策や外務省の活動を紹介する各種講演会、プレゼンテーション・コンテスト（年 1 回）、小中高生の外務省訪問事業（年 50 件程度）等の実施。
- ・ パンフレットやインターネットコンテンツ等を通じた、我が国の外交政策や外務省の活動等に関する時宜を捉えた情報発信。
- ・ 様々な角度から外交の実像を発信し、活発な議論の場を提供することをねらいとした、外交専門誌『外交』の発行（年 6 回、発行 3,000 部/年）。

### 施策の進捗状況・実績

- 1 「外務大臣と語る」は、岸田外務大臣が 11 月に宮城県、及び 29 年 3 月に福岡県を訪問して実施した「地方を世界へ」プロジェクトの一環のシンポジウムとして開催し、岸田外務大臣による基調講演とパネル・ディスカッションを行った（参加者：宮城県 168 名、福岡県 148 名（共に主催者、プレスを除く））。
- 2 現下の国際情勢について外務省職員や OB が講演する「国際情勢講演会」（18 回：参加者総数 2,454 名）、外務省職員が高校や大学で講演・講義する「高校講座」（122 件：参加者総数 41,440 名）や「外交講座」（57 件：参加者総数 6,091 名）等各種講演事業、外交課題についてプレゼンテーションを通して理解を深める「国際問題プレゼンテーション・コンテスト」（1 回：参加者総数 65 名）や「小中高生の外務省訪問」（125 件：参加者総数 2,358 名）において、幅広い層の国民に外交課題や外務省の活動について紹介した。「国際情勢講演会」については 92%の参加者から国際情勢についての理解が深まったとの意見があり、「高校講座」については、開催高校の担当教諭の 84%が「非常に良い催し」と回答、同じく 72%の担当教諭から「今後の実施を希望する」との回答があった。「外交講座」については参加学生の 94%から日本の外交政策についての認識が深まったとの回答が寄せられ、全体として肯定的な意見が多かった。
- 3 外務省組織や重要外交政策を紹介するパンフレットや外務省ホームページ「わかる！国際情勢」等のインターネットコンテンツを通じ、海外事情や国際情勢、我が国の外交政策や外交課題について時宜をとらえた情報発信を行ったところ、「わかる！国際情勢」では、月平均約 6 万 8 千件のアクセスがあり、特にサミットに関する解説記事は、5 月に G 7 伊勢志摩サミットが開催されたことから、同月に約 1 万 7 千件のアクセス数となった。
- 4 アメリカ大統領選挙やアフリカ開発等様々な外交課題を特集した外交専門誌『外交』を年間 6 回発行し、読売新聞、朝日新聞の書評等で紹介された。

### 29 年度

## 年度目標

我が国の外交政策を円滑に推進していくためには、国民の理解と信頼が不可欠である。このため、我が国の外交政策への国民の理解と信頼を一層得られるよう訴求対象に応じて以下の取組を推進する。

- ・我が国の外交政策を直接国民に紹介し、意見交換を行う「外務大臣と語る」の実施。
- ・我が国の外交政策や外務省の活動を紹介する各種講演会、プレゼンテーション・コンテスト（年1回）、小中高生の外務省訪問事業等の実施。
- ・パンフレットやインターネットコンテンツ等を通じた、我が国の外交政策や外務省の活動等に関する時宜を捉えた情報発信。
- ・様々な角度から外交の実像を発信し、活発な議論の場を提供することをねらいとした、外交専門誌『外交』の発行（年6回、発行3,000部/年）。

## 施策の進捗状況・実績

- 1 「外務大臣と語る」は岸田外務大臣が4月に北海道、6月に石川県、7月に兵庫県を訪問して実施した「地方を世界へ」プロジェクトの一環のシンポジウムとして開催し、岸田外務大臣による基調講演とパネル・ディスカッションを行った（参加者：北海道294名、石川県466名、兵庫県407名（共に主催者及びプレスを除く））。
- 2 国際情勢や日本の外交政策について外務省の職員やOBが講演する「国際情勢講演会」（18回：参加者総数2,319名）、外務省職員が高校や大学で講演・講義する「高校講座」（120件：参加者総数35,612名）や「外交講座」（58件：参加者総数7,045名）等各種講演事業、外交課題についてプレゼンテーションを通して理解を深める「国際問題プレゼンテーション・コンテスト」（1回：参加者総数71名）、大学生・大学院生が外務省員との意見交換を通じて国際情勢や外交政策について理解を深める外務省セミナー「学生と語る」（2回：参加者総数229名）及び「小中高生の外務省訪問」（204件：参加者総数3,644名）において、幅広い層の国民に外交課題や外務省の活動について紹介した。「国際情勢講演会」については92%の参加者から国際情勢についての理解が深まったとの意見があった。また、「高校講座」については、開催高校の担当教諭の82%が「非常に良い催し」と回答、同じく76%の担当教諭から「今後の実施を希望する」との回答があったほか、「外交講座」については参加学生の96%から日本の外交政策についての認識が深まったとの回答が寄せられ、全体として高い評価を得られた。
- 3 外務省組織や重要外交政策を紹介するパンフレットや外務省ホームページ「わかる！国際情勢」、「キッズ外務省」等のインターネットコンテンツを通じ、海外事情や国際情勢、我が国の外交政策や外交課題について情報発信を幅広い年齢層に対して行ったところ、「わかる！国際情勢」では月平均約5万件のアクセスがあり、「キッズ外務省」は月平均約20万件のアクセス数となった。
- 4 世界経済情勢や北朝鮮危機等様々な外交課題を特集した外交専門誌『外交』を年間6回発行し、講演会・各種行事等の機会に、外交に対する国民の理解・関心を深めるために外務省に納品された見本誌を利用した。また、発行時に外務省ホームページ、フェイスブック、ツイッターで紹介したほか、読売新聞、毎日新聞の書評等で紹介された。

28・29年度目標の達成状況：B（28年度：b、29年度：b）

## 測定指標1-2 広聴活動

### 中期目標（一年度）

我が国の外交政策につき、国民の理解を増進する。

### 28年度

#### 年度目標

メール、電話、FAX、書簡等で寄せられた国民の意見や関心を的確に把握、共有することを通じて、国民の我が国外交政策に対する理解と信頼を増進する。

メール及び電話での意見については、日報を作成し、関係課室に毎日フィードバックする。

#### 施策の進捗状況・実績

外務省ホームページに寄せられたメールの意見、及び電話、FAX、書簡で寄せられた意見は約17,300件となった。意見を取りまとめた報告書を省内関係部局に配布するとともに、関係会議で週間報告を

行うことで、外交等に関する国民の意見や関心を的確に把握、共有した。

#### 29年度

##### 年度目標

メール、電話、FAX、書簡等で寄せられた国民の意見や関心を的確に把握、共有することを通じて、国民の我が国外交政策に対する理解と信頼を増進する。

メール及び電話での意見については、日報を作成し、関係課室に毎日フィードバックする。

##### 施策の進捗状況・実績

外務省ホームページに寄せられたメールの意見、及び電話、FAX、書簡で寄せられた意見は約20,800件となった。意見を取りまとめた報告書を省内関係部局に配布するとともに、関係会議で週間報告を行うことで、外交等に関する国民の意見や関心を的確に把握、共有した。

28・29年度目標の達成状況：B（28年度：b，29年度：b）

#### 参考指標：「外務大臣と語る」事業実施後アンケート結果

①「外交政策に対する理解が深まった」との回答比率	実績値		
	27年度	28年度	29年度
②「今後も継続実施すべき」との回答比率	①－ ②－	①88% ②84%	①83% ②77%

#### 評価結果（個別分野1）

##### 施策の分析

###### 【測定指標1-1 国民に対する直接発信、ホームページを通じた情報発信】

##### 28年度

実施した広報活動のうち、特に、「外務大臣と語る」は、26年度及び27年度、外務大臣の日程確保が困難であったため実施できなかったが、28年度は新たな取組「地方を世界へ」プロジェクトの一環として、11月及び29年3月の2回実施することができた。同プロジェクトは、外務大臣が駐日外交団とともに地方を訪問し地方の魅力を世界に発信し、地元政財界等と意見交換を行う等地方の魅力をグローバルに発信する新たな取組であり、同プロジェクトの一環としてシンポジウム「外務大臣と語る」を開催し、外務大臣の基調講演及びパネル・ディスカッションを実施したことで、地方の注目を集めることができ、有益だった。実施後のアンケートにおいても、参加者の8割以上が、外交政策に対する理解が深まった旨回答しており、広報効果は高かった。（28年度：国内広報（達成手段①））

国民の理解と信頼を得るには今後も継続的な取組が必要であるが、各種講演事業、パンフレットのほか、時宜を捉えた情報発信が可能なインターネット等の様々なツールを通じて、また、一般国民、大学生、高校生、小中学生等それぞれの訴求対象に応じて広報活動を実施したことで、国民の我が国外交政策に対する理解の増進に向け、一定の効果があった。

##### 29年度

28年度に引き続き、29年度も「地方を世界へ」プロジェクトの一環として「外務大臣と語る」を4月、6月及び7月に開催し、外務大臣の基調講演及びパネル・ディスカッションを実施したことで、国内の各地方で我が国の外交政策や外務省の活動を広報することができた。特に28年度は開催回数2回、参加者合計316人であったのに対し、29年度は開催回数3回、参加者合計1,167人に増加し、より多くの、かつ、幅広い国民に対し外交政策について説明する機会となった。実施後のアンケートでは、参加者の8割以上が、外交政策に対する理解が深まった旨回答しており、国内広報上有益であった。（29年度：国内広報（達成手段①））

また、外交政策に対する国民の理解を増進するために、継続的に、一般国民、大学生、高校生、小中学生等の訴求対象に応じて各種講演会・討論会を国内各地で数多く実施するとともに、パンフレットやインターネットを通じた外交政策や外務省に関する情報発信、外交専門誌『外交』の発行を通じた広報活動を実施し、一定の効果があった。

###### 【測定指標1-2 広聴活動】

## 28年度

メール、電話、FAX、書簡等による広聴活動及び外交に関する世論調査の実施を通じて、国民からの多種多様な意見を聴取し、関係部局と共有したことは、我が国の外交政策に対する国民の関心を把握する上で有効であった。

これらの活動は地道な継続が必要だが、28年度は、特に、旅券、査証に関する質問や在外公館に対する要望といった国民からの投稿が多い外交案件について、政府の基本的な立場を説明することで、国民の外交政策への理解促進に一定程度資することができた。(28年度：国内広報(達成手段①))

## 29年度

メール、電話、FAX、書簡等による広聴活動及び外交に関する世論調査の実施を通じて、国民からの多種多様な意見を聴取し、関係部局と共有したことは、我が国の外交政策に対する国民の関心を把握する上で有効であった。

これらの活動は地道な継続が必要だが、29年度においても、日韓関係に関する意見等の国民からの電話には、政府の基本的立場の説明を含め丁寧に対応することで、国民の外交政策への理解促進に一定程度資することが出来た。(29年度：国内広報(達成手段①))

## 次期目標等への反映の方向性

### 【施策(施策の必要性に関する分析を含む)】

外交政策を円滑かつ強力に推進していくためには国民の理解と支持が不可欠であり、外務省の諸活動や外交政策についての国民の幅広い年齢層への積極的かつ継続的な情報発信を通じた国民の理解の増進が必要である。したがって、訴求対象に応じて各種講演事業等やパンフレット、インターネットコンテンツ、外交専門誌等様々なツールや媒体を通じて幅広い年齢層の理解及び信頼醸成に努めることが重要である。以上のことから、外交政策に関する多様な情報提供を通じて、日本国民の我が国外交政策に対する理解と信頼を増進するとの施策目標は妥当であり、今後とも同目標を維持し、その達成に向けた施策を実施していく。

### 【測定指標】

#### 1-1 国民に対する直接発信、ホームページを通じた情報発信

我が国の外交政策につき、国民の理解を増進するため、外務大臣が我が国の外交政策を直接国民に説明する「外務大臣と語る」をはじめ、各種講演会・討論会を実施するとともに、パンフレットやインターネットを通じた外交政策や外務省に関する情報発信、外交専門誌『外交』の発行を通じた広報活動を行っていくとの29年度目標は適切であった。

我が国の外交政策の円滑な推進のために、30年度も、引き続き外務大臣等による外交政策に関する直接発信に加え、外務省員による国民全般、大学生から小学生まで幅広いレベルを対象とした各種講演事業を通じて訴求対象に応じて外交政策や外務省に関して分かりやすい説明を行うとともに、恒常的な関心を得られるようなパンフレットやインターネットコンテンツの充実などに努めていく。

#### 1-2 広聴活動

メール、電話、FAX、書簡等で寄せられた国民の意見や関心を的確に把握、共有することを通じて、国民の我が国外交政策に対する理解と信頼を増進するとの29年度目標は適切であった。本指標については、30年度から参考指標とする。

## 作成にあたって使用した資料その他の情報

- ・外務省ホームページ  
外務大臣と語る  
(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/event/gaikoforum/index.html>)  
国際情勢講演会  
(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/shiritai/kouenkai/ichiran.html>)  
高校講座  
([https://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/page22\\_100005.html](https://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/page22_100005.html))  
外交講座  
([https://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/page3\\_000190.html](https://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/page3_000190.html))  
国際問題プレゼンテーション・コンテスト

(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/event/toron/index.html>)

外務省セミナー「学生と語る」

(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/event/tmst/index.html>)

小中高生の外務省訪問

(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/shiritai/homon/index.html>)

パンフレット・リーフレット

(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/pub/pamph/index.html>)

わかる！国際情勢

(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/wakaru/index.html>)

キッズ外務省

(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/kids/index.html>)

外交専門誌『外交』

(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/gaikou/index.html>)

・平成30年度版外交青書（外交青書2018）

第4章 第3節 各論1 国民への積極的な情報発信 「国民から寄せられた意見」

## 個別分野 2 海外広報の実施

### 施策の概要

海外広報事業として、(1) 我が国の政策についての理解促進を目的とする政策広報、(2) 我が国の一般事情についての理解促進、親日感の醸成及び日本ブランドの発信強化を目的とする一般広報を実施するとともに、(3) 海外における広報文化外交の拠点となる「ジャパン・ハウス」の開設及び認知度向上に努める。

### 関連する内閣の重要政策（施策方針演説等のうち主なもの）

- ・ 第 196 回国会外交演説（平成 30 年 1 月 22 日）
- ・ 「グラスルーツからの日米関係強化に関する政府タスクフォース（各地各様のアプローチ）行動計画」（平成 29 年 7 月 13 日）

## 測定指標 2-1 海外広報の推進\*

### 中期目標（一年度）

海外における対日理解の増進、親日感の醸成及び我が国の政策への理解を促進する。

### 28 年度

#### 年度目標

##### 1 政策広報の実施

(1) 我が国の対外発信を強化すべく各種事業を実施し、我が国の基本的な立場や考えが海外において定着、浸透するよう努める。具体的に、以下の数値目標達成を目指す。

- ①各種事業におけるセミナー・イベント等の実施件数 200 件以上を目指す。
- ②各種事業実施を通じて実現した我が国関連の第三者発信（各種メディアを通じた発信等）が 400 件以上となるように努める。

(2) 各種調査事業や在外公館における外部専門家の活用等、戦略的な対外発信強化のための環境整備を行う。

##### 2 一般広報の実施

(1) 海外において日本ブランドの発信強化のための事業を実施し、参加者アンケートでの高評価が 8 割以上となるよう努める。

(2) 印刷物資料、視聴覚資料を効果的に活用する。特にジャパン・ビデオ・トピックスの Web 配信再生回数 150 万回以上を目指す。

(3) Web Japan による対日理解を促進し、年間 1,400 万ページビューを超えるアクセス数を維持する。

(4) 海外において一般広報の観点から実施する講演会及び特に青少年や学校教員を対象として実施する教育広報の実施回数につき年間 2,000 回以上を目指す。

### 施策の進捗状況・実績

#### 1 政策広報の実施

(1) 我が国の対外発信を強化すべく各種事業を実施し、我が国の基本的な立場や考えが海外において定着、浸透するよう努めた。具体的な実績は以下のとおり。

##### ①講演会、セミナー等合計 316 件を実施

我が国から海外に有識者を派遣して、日本の政策や日本の政治、経済、社会情勢等に関する発信を行う「講師派遣事業」による講演会等 124 件、日本や日本の政策に好意的な世論形成を目指し、シンクタンク等と連携して実施するセミナー等 126 件、現地の研究機関が主催する日本関連のセミナー・講演会等の支援や、日系・親日団体が主催する日本関連行事の支援を行う海外研究機関等支援事業におけるセミナー・講演会等 32 件及び現地対日友好団体の活動活性化のため、在外公館の事業を現地対日友好団体に委託して実施する人的交流等支援事業によるイベント・セミナー等 34 件を実施した。

また、その他印刷物・視聴覚資料を用いた政策広報も行った。

##### ②第三者発信合計 756 件を実現

上記①の講演会、セミナー等 316 件に加え、領土保全等に関する内外発信を強化するために、海外において影響力のある人物（有識者、報道関係者、各国の政策スタッフ等）を招へいし、我

が国有識者との会談等を通じてきめ細かく日本の政策や価値観等をインプットし、帰国後は、メディア等を通じた対外発信やプラットフォーム（ウェブサイト）を活用した有識者の多層的なネットワークを形成し、継続的な第三者発信に繋げていくことを目的として実施している多層的ネットワーク構築事業を138件実施し、340件の第三者発信が実現した。

内閣府からの支出委任を受けて、ソーシャルメディア（ブログ、フェイスブック、ツイッター等）で発信力・影響力のある者を我が国に招へいし、昨今の我が国の領土・領海を含む日本の基本的立場や事実関係についての正しい認識の浸透を図り、被招へい者からソーシャルメディアを用いた日本の発信を行う「ソーシャルメディア発信者招へい事業」を10件（16名）実施し、同事業を通じた第三者発信が100件となった。

(2) 戦略的な対外発信強化のための環境整備として、在外公館の発信力強化のために外部専門家を活用する（在外公館29公館でPRコンサルタントと契約、33公館で業務補助員への業務委嘱を実施）とともに各種調査（主要国における他国の影響力調査・分析や主要なテレビ国際放送に関する評価調査を5か国で実施等）を実施した。

外部専門家の活用の結果、従来接点がなかったメディアとのコネクション形成や、在外公館のウェブサイト及びSNSの発信力拡大が実現し、在外公館の発信力が強化された。また、対外発信の拠点となる主要国に所在する在外公館において、調査研究機関を通じて実施した主要な他国の動向調査・分析や、日本に関連する報道やイベント等に関するモニタリング及び対日世論調査等の結果を活用することで、効果的な発信を行うことができた。

## 2 一般広報の実施

(1) 日本ブランド発信事業として、16名の専門家を30か国・36都市に派遣し、講演会及びワークショップ又はデモンストレーションを通じて、日本の強みや日本的な価値観、伝統、現代日本を形作る文化的背景等、日本の多様な魅力を「日本ブランド」として発信した。同事業の参加者に対して実施したアンケートの結果、高評価が8割以上（85%以上）となった。

(2) 印刷物資料として、写真を効果的に用いた日本事情発信誌「にぽにか」を年3号（各号20万部）発行、定期的に日本事情等を発信する在外公館発行インフォメーション・プレティンは24公館、単発で発行する不定期広報資料は24公館にて作成され、ニーズに合わせた日本の対外発信が実施された。また、視聴覚資料であるジャパン・ビデオ・トピックスは世界約100か国、200を超えるテレビ局に提供され、数多くの海外一般市民に視聴される（Web配信再生回数220万回）とともに、在外公館による上映会、教育広報活動、あるいは学校、日本紹介事業等への貸出しを通じ幅広く活用された。

(3) 諸外国における正しい対日理解の促進、親日感情の醸成を図るために質の高い日本事情を発信するウェブサイト「Web Japan」は、海外一般市民の間に日本事情に関するウェブサイトとして定着しており、28年度は1,700万ページビューとなった。小中学生向けのKids Web Japanや日本紹介動画のジャパン・ビデオ・トピックス等、子どもから成年まで幅広い層に対応する6つのサブサイトを運営している。

(4) 在外公館においては、一般広報の観点から講演会約819件、青少年や学校教員を対象として実施する教育広報約1,181件を含む広報活動を行った（29年8月報告時点）。

(5) 我が国の地方の魅力を世界に発信することを目的に、28年度から「地方を世界へ」プロジェクトを開始した。外務大臣が自ら駐日外交団と共に我が国の地方を訪れてその素晴らしさを共有し、地元の方々と対話を行い、地方の魅力を世界に発信することにより、世界と地方をつなぎ、地域の更なる活性化を目指している。これまでに、本プロジェクトの一環として、宮城（11月）、沖縄（29年2月）及び熊本・福岡（29年3月）を岸田外務大臣が各国の在京大使等と訪問し、現地自治体及び企業関係者との懇談やシンポジウムの開催を通じて、地方の魅力を世界に向けて発信した。

## 29年度

### 年度目標

#### 1 政策広報の実施

(1) 我が国の対外発信を強化すべく各種事業を実施し、我が国の基本的な立場や考えが海外において定着、浸透するよう努める。具体的には、各種事業の実施を通じて実現した我が国に関連する情報の第三者による発信600件以上の達成を目指す。

また、上記第三者発信中の①セミナー・イベント等における発信数250件以上、②招へい事業を通じて実現した発信（各種メディアを通じた発信等）350件以上の達成を目指す。

(2) 各種調査事業や在外公館における外部専門家の活用等、戦略的な対外発信強化のための環境整備を行う。

## 2 一般広報の実施

- (1) 海外において日本ブランドの発信強化のための事業を実施し、参加者アンケートでの高評価が8割以上となるよう努める。
- (2) 印刷物資料、視聴覚資料を効果的に活用する。特にジャパン・ビデオ・トピックスのWeb配信再生回数200万回以上を目指す。
- (3) Web Japanによる対日理解を促進し、年間1,500万ページビューを超えるアクセス数を維持する。
- (4) 海外において一般広報の観点から実施する講演会及び特に青少年や学校教員を対象として実施する教育広報の実施回数につき年間2,000回以上を目指す。

### 施策の進捗状況・実績

#### 1 政策広報の実施

- (1) 各種事業実施を通じて、我が国に関連する情報の第三者による発信830件を実施した。具体的な成果は以下のとおり。また、その他印刷物・視聴覚・マルチメディア資料を用いた政策広報も行った。

##### ①講演会、セミナー等合計332件を実施

「講師派遣事業」(注1)による講演会等145件、海外研究機関等支援事業(注2)におけるセミナー・講演会等43件、人的交流等支援事業(注3)によるイベント・セミナー等13件(実施予定分含む)、日本や日本の政策に好意的な世論形成を目指し、シンクタンク等と連携して実施するセミナー等131件。

##### ②招へい事業を通じた第三者発信合計498件を実現

上記①の講演会、セミナー等332件に加え、多層的ネットワーク構築事業(注4)を135(3月6日時点の実施予定含む)件実施し、218件の第三者発信が実現(30年4月中旬時点)、ソーシャルメディア発信者招へい事業(注5)を13件実施し、280件の第三者発信が実現した。

- (2) 戦略的な対外発信強化のための環境整備として、在外公館において外部専門家を活用する(在外公館25公館でPRコンサルタントと契約、34公館に業務補助員への業務委嘱)とともに各種調査(主要国における他国の影響力調査・分析や主要なテレビ国際放送に関する評価調査を実施等)を実施した。

#### 2 一般広報の実施

- (1) 日本ブランド発信事業については、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を視野に、デザイン、科学技術等を用いてライフスタイルを変革する試みを発信するという目標の下、①地方の魅力の発信(伝統と現代の融合への挑戦)、②科学技術、③新しいライフスタイルの共有を重点分野として事業を組み立て、8名の専門家を17か国・18都市に派遣した。同事業の参加者に対して実施したアンケートの結果、高評価が8割以上(85%以上)となった。
- (2) 印刷物資料として、日本事情発信誌「にっぽにか」を年3号(各号20万部)発行した。また、視聴覚資料であるジャパン・ビデオ・トピックスはWeb配信再生回数270万回を超え、世界約100か国、200を超えるテレビ局に提供され、数多くの海外一般市民に視聴された。また在外公館による上映会、教育広報活動、あるいは学校、日本紹介事業等への貸出しを通じ幅広く活用された。
- (3) ウェブサイト「Web Japan」(注6)は、海外一般市民の間に日本事情に関するウェブサイトとして定着しており、29年度は1,800万ページビューとなった。小中学生向けのKids Web Japanや日本紹介動画のジャパン・ビデオ・トピックス等、子どもから成年まで幅広い層に対応する6つのサブサイトを運営している。
- (4) 在外公館においては、一般広報の観点から講演会1,049件、青少年や学校教員を対象として実施する教育広報801件を含む広報活動を行った(30年8月13日時点集計)。
- (5) 我が国の地方の魅力を世界に発信することを目的に、28年度から実施している「地方を世界へ」プロジェクト(注7)として、青森県及び北海道(4月)、石川県(6月)並びに香川県及び兵庫県(7月)において、駐日外交団と現地自治体及び企業関係者との懇談やシンポジウムを実施した。

(注1) 講師派遣事業：我が国から海外に有識者を派遣して、日本の政策や日本の政治、経済、社会情勢等に関する発信を行う事業

(注2) 海外研究機関等支援事業：現地の大学・研究機関等が主催する日本関連のセミナー・講演会等の支援や、日系・親日団体が主催する日本関連行事の支援を行う事業

(注3) 人的交流等支援事業：在外公館による事業実施が困難な遠隔地における事業について現地事情に精通した対日友好団体に実施委託することで、効果的な対外発信を実現しつつ、同団体



#### の活動を支援する事業

(注4) 多層的ネットワーク構築事業：領土保全等に関する内外発信を強化するために、海外において影響力のある人物（有識者、報道関係者、各国の政策スタッフ等）を招へいし、我が国有識者との会談等を通じてきめ細かく日本の政策や価値観等をインプットし、帰国後は、メディア等を通じた対外発信やプラットフォーム（ウェブサイト）を活用した有識者の多層的なネットワークを形成し、継続的な第三者発信に繋げていくことを目的として実施している事業

(注5) ソーシャルメディア発信者招へい事業：内閣府からの支出委任を受けて、ソーシャルメディア（ブログ、フェイスブック、ツイッター等）で発信力・影響力のある者を我が国に招へいし、我が国の領土・領海を含む日本の基本的立場や事実関係についての正しい認識の浸透を図り、被招へい者からソーシャルメディアを用いた日本の発信を行う事業

(注6) Web Japan：諸外国における正しい対日理解の促進、親日感情の醸成を図るために質の高い日本事情を発信するウェブサイト

(注7) 「地方を世界へ」プロジェクト：外務大臣が自ら駐日外交団と共に我が国の地方を訪れてその素晴らしさを共有し、地元の方々と対話を行い、地方の魅力を世界に発信することにより、世界と地方をつなぎ、地域の更なる活性化を目指すプロジェクト

28・29年度目標の達成状況：B（28年度：b，29年度：b）

### 測定指標2-2 ジャパン・ハウスを通じた海外広報の実施 \*

注：本測定指標は29年度から新たに設定した指標。以下の28年度分については、同年度までの関連する測定指標「2-1 海外広報の推進」から転記。

#### 中期目標（一年度）

海外における対日理解の増進、親日感の醸成及び我が国の政策への理解を促進する。

#### 28年度

##### 年度目標

広報文化外交の拠点となる「ジャパン・ハウス」の創設に向けた準備を推進する。

- (1) 29年の開館を目指し、3都市（ロンドン、ロサンゼルス、サンパウロ）及び日本国内において、体制や施設の整備を進める。
- (2) 各拠点のローカルサイトを立ち上げるとともに、27年度に立ち上げたティザーサイトをポータルサイトに切り替え、ウェブサイトによる情報発信を充実させる。
- (3) プレイメント等の実施を通じ、ジャパン・ハウスの認知度向上に努める。

#### 施策の進捗状況・実績

- (1) 29年の開館を目指し、3都市（ロンドン、ロサンゼルス、サンパウロ）及び日本国内において、事務局体制や施設確保・工事実施等の整備を進めた。
- (2) ティザーサイトにおいて定期的に情報発信（日本語、英語、ポルトガル語）を行うとともに、ニュースレターも発出し、ジャパン・ハウスの活動予定等についての情報を発信した。ニュースレター登録者数は500名を超えた。サンパウロについては、29年2月にローカルサイトが立ち上がり運用を開始し、他の2拠点のローカルサイト立ち上げ時期と同時にティザーサイトをポータルサイトへ切り替えることを予定している。この他、サンパウロのジャパン・ハウスは、28年2月に開設されたFacebookの本格運用も開始した。
- (3) 現地において、ジャパン・ハウスの周知と協力者の開拓を目的としてサンパウロにおける日本祭りやロサンゼルスにおけるジャパン・ナイト等、複数のプレイメントを開催した。

#### 29年度

##### 年度目標

広報文化外交の拠点となる「ジャパン・ハウス」の開設に向け、引き続き準備を推進するとともに、開館後は現地団体等と協力しつつ、発信効果の高い事業を実施していく。

- (1) 29年の開館を目指し、3都市（ロンドン、ロサンゼルス、サンパウロ）及び日本国内において、体制や施設の整備を進める。体制については、事務局の人事体制を充実させ、具体的な開館後の事業計画の立案、定量的指標の設定、事業開催後のデータ収集や分析等を実施していく。さらにオンラインや現地メディアを活用した広報活動を実施していく。

- (2) 各拠点のローカルサイトを立ち上げるとともに、27年度に立ち上げたティザーサイトをポータルサイトに切り替え、ウェブサイトによる情報発信を充実させるとともに、各地においてフェイスブックやインスタグラム等のソーシャルメディアも活用する。また、国内においては国内PRを戦略的に展開し、クリエイターやアーティスト、企業、地方自治体といったコンテンツホルダーと緊密に連携して、ジャパン・ハウスの認知度の向上を図る。特に日本の地域の魅力発信については、ジャパン・ハウス事務局と協議・連携し、現地における効果的な発信のモデルケースを構築することを目指す。
- (3) プレイメント等の実施を通じ、現地におけるジャパン・ハウスの認知度向上に努める。ロンドン、ロサンゼルスについては、食や工芸等、様々なテーマで開館前に複数のプレイメントを開催し、現地メディアやコンテンツホルダーのようなジャパン・ハウスの認知度向上につながる発信力がある主体に対し働きかけを行う。サンパウロについては、開館後、食、技術、建築など、日本の強みをアピールできるテーマの事業を実施する。その際サンパウロ大学など、現地の学術機関とも連携し、企画と連動した形で日本の政策等を取り上げることができるようなシンポジウム、セミナー等も実施していく。
- (4) 開館後は、各年度の年間来館者数として、ロンドンにおいては12.7万人、ロサンゼルスにおいては8万人、サンパウロについては13.6万人、またメディア掲載数として、ロンドンにおいて54回、ロサンゼルスにおいて70回、サンパウロにおいては100回という数値目標をかかげ、事業を実施していく。

#### 施策の進捗状況・実績

- (1) 4月にジャパン・ハウス サンパウロが開館し、現地事務局は事業計画に基づき企画展示、巡回展、セミナー・講演会等の事業を実施した（以下（3）参照）。施設来館者数や現地メディア掲載数のKPI（重要業績評価指標）に関するデータ収集・分析等（下記（4）参照）、SNSを利用した広報活動も実施した。12月にジャパン・ハウス ロサンゼルス2階部分（ギャラリー及び物販ショップ）が先行開館し、引き続き5階部分も含めた全館開館に向けた体制整備や事業計画の立案を進めた。ロndonは、建築工事の遅れから29年には開館せず、引き続き施設の整備を進めた。
- (2) 3拠点ともローカルサイトが立ち上がり、サンパウロ及びロサンゼルスについては、それぞれ29年2月及び9月にポータルサイトに切替えを行った（ロndonは切替えに向け、作業中）。また、各拠点においてSNSアカウントを立ち上げた。日本国内でのジャパン・ハウスに関する認知度向上のための広報活動については、特にロサンゼルス全館開館及びロndon開館に向けてメディアの関心をピークに持っていくべく、国内メディア（専門誌を含む）に対してジャパン・ハウスの基礎情報を提供し、関心を喚起するジャパン・ハウス周知キャラバンを実施した。日本の地域の魅力発信については、地方自治体との協力・連携に関するガイドラインを整備するとともに、30年3月、地域活性化モデルケースとして「燕三条 工場の祭典」展のジャパン・ハウス ロndonでの開催を発表した。
- (3) 7月、ジャパン・ハウス ロndonは大英博物館において、大英博物館の北斎展の開催に合わせ、北斎が生きた時代を再現するとのテーマの下、ちんどん屋のパフォーマンスを行い、日本酒のバーを設置して、ジャパン・ハウスを広報するためのプレイメントを実施した。ジャパン・ハウス ロサンゼルスは、11月、日本のメディアや文化アート関係者等を招へいして日本酒（焼酎）を提供し、開館に向けた働きかけを行うプレイメントを実施し、30年1月に部分開館記念行事を開催した。サンパウロでは、伝統・歴史（竹展：5月～7月）、建築（藤本荘介展：11月～3月）、食（成澤由浩シェフ「里山」展：9月～11月）等の企画展を実施し、それらの企画と連動する形で、日本の環境政策、食文化、技術等に関する講演会やセミナーを行った。また、これ以外にも我が国の政策広報として、東アジアの安全保障、アベノミクス、震災からの復興、日本の経済外交等をテーマに講演会を行った。
- (4) ジャパン・ハウス サンパウロは30年3月25日時点（開館から約11か月間）で来館者数が70万人に迫り、開館後のメディア掲載数は2,598回と目標を大きく上回り、ユナイテッド航空機内誌や米国ニューヨーク・タイムズ紙でも取り上げられた。（ロサンゼルス及びロndonについては全館開館前のため実績なし。）

28・29年度目標の達成状況：B（28年度：b，29年度：b）

参考指標：BBCの国際世論調査における肯定的評価が占める日本の順位

	実績値		
	26年度	27, 28年度	29年度
	5位	(調査の実施なし)	3位

## 評価結果(個別分野2)

### 施策の分析

#### 【測定指標2-1 海外広報の推進】

##### 28年度

他国による積極的な広報活動の強化を受け、今後一層海外広報を強化する必要がある。他方で、上記実績欄記載のとおり、全ての目標値を達成し、主要な事業については目標値の120%以上の実績を達成できたことから、28年度の実績については相当程度進展があったと判定した。

#### 1 政策広報の実施

##### (1) 対外発信強化事業

①各種事業を通じた講演会・イベント等は合計で316件実施し、200件以上という目標を達成した。各種事業のうち、特に効果が高かった事例は以下のとおり。

(ア) 講師派遣事業では、神保謙慶應義塾大学准教授を中東地域に派遣し、シンクタンク、大学等にて「東アジア情勢と日本の安全保障」と題した講演会を計5回実施。政府関係者、研究者、学生等の幅広い聴衆を対象として合計約400名が本講演会に参加するとともに、現地ニュースメディア等にて講演内容や講師インタビュー記事50件以上が掲載されたことは、講演会参加者のみならず、広く一般層へも広報メッセージを伝達する上で有益であった。(28年度：海外広報(達成手段①))

(イ) 人的交流等支援事業では、アルゼンチン元留学生・研修生の会連合会(UBAJ)に委託し、日本留学に関心を持つ若年層及び専門職に従事している者を対象に、様々な体験談を交えた講演を実施した。UBAJが有するネットワークを活用し、講演の広報を行った結果、我が国への高い関心と呼ぶことに繋がった(在アルゼンチン大使館フェイスブックで計3件のUBAJ関連投稿を行ったところ、合計リーチ数が88,196件に及び、リアクション・いいね及びシェア数は3,847件となった)。また、現地二大紙を始めとする主要メディアにより報道が行われ、高い発信効果が得られた。(28年度：在外公館人的交流等支援事業(達成手段⑧))

(ウ) また、各種印刷物資料及び視聴覚資料を用いた政策広報についても、TICADVIに関する広報パンフレットの作成・配布を行ったほか、内閣府から支出委任を受けて、我が国への正しい認識や理解の浸透を図る広報動画(日本のアフリカ支援・水問題を解決する日本の支援等)を計6本、各10言語で作成し、ユーチューブ及び外務省ホームページへ掲載した。再生回数総計は6本で計約436万回(29年5月時点)。またCNNでは「日本のアフリカ支援-感染症」「日本のアフリカ支援-人材育成」及び「水問題を解決する日本の支援」について放映し、全世界で合計232回放映した(29年3月時点)。(28年度：海外広報(達成手段①))

②各種事業を通じて実現した我が国関連の第三者発信(各種メディアを通じた発信等)は合計で756件となり、400件以上という目標を達成した。各種事業のうち特に効果が高かった事業は以下のとおり。

(ア) 多層的ネットワーク構築事業で米国から招へいしたニューヨーク・ポスト紙(発行部数約50万、オンライン版は月間固有訪問者数4,300万)のベニー・アヴェニィ国際情勢担当コラムニストは、訪日中に北朝鮮問題を始め、尖閣諸島をめぐる日中関係など東アジア情勢と厳しさを増す我が国の安全保障環境につき、有益な記事を執筆し、効果的な発信を行った。また、同事業で、当時、中米で唯一中国と国交を有し、中国がプレゼンスを高めつつあるコスタリカから招へいしたウリバリ・ラ・ナシオン紙(同国最有力主要紙：発行部数約9万部)論説委員は、帰国後、東アジアの安全保障と日本の対応や北朝鮮情勢等について、前国連大使としての知見を生かし、極めて質の高い記事の発信を積極的に行っている。(28年度：内外発信のための多層的ネットワーク構築(達成手段②))

(イ) ソーシャルメディア発信者招へい事業でマレーシアから招へいしたカディル・ジャシン元ベリタ出版社編集長は、訪日中に自身のブログを14回更新し、我が国の安全保障政策や、国際法の重要性について発信を行い、ブログビジター(約900万人)に対し広くメッセージを伝達した。

##### (2) 戦略的な対外発信強化のための環境整備

在外公館の発信力強化のための外部専門家の活用の成果として従来接点がなかったメディアとのコネクション形成や、在外公館のウェブサイト及びSNSの発信力拡大が実現しており、特に在英

国大使館においては、契約している PR コンサルタントのアドバイスを踏まえ、英国の EU 離脱に関する国民投票の後、大使インタビューや主要紙への寄稿を積極的に実施した結果、BBC、ブルームバーグ、スカイニュース等の世界的に影響のあるメディアで大使インタビューが放映され、全世界で多数の視聴者が視聴するなど、在外公館の発信力が強化されている。(28 年度：在外公館及び本省における外部専門家の活用(達成手段⑦))

## 2 一般広報の実施

(1) 日本ブランド発信事業については、28 年度は、これまで実現できていなかった新しい分野の事業も実施した。例えば、九州震災支援として、ななつ星 in 九州などの鉄道デザイナー水戸岡鋭治氏を中国及び韓国に、World Baseball Classic(WBC)の直前のタイミングで、元プロ野球選手の古田敦也氏をキューバ、ドミニカ共和国及びプエルトリコに、プログラマーの堤修一氏をイスラエル及びパレスチナに、「ピタゴラスイッチ」(NHK の幼児向け番組)等の映像を制作しているユーフラテスの石川氏をフランス、ドイツ(デュッセルドルフ)及びスペイン(バルセロナ)に派遣するなど、他の事業とは異なる独自の分野で特徴のある事業を実施した。なお、27 年度に行った東野正剛氏(ショートショートフィルムフェスティバル&アジア・フェスティバル・ディレクター)派遣事業とその二次発信をきっかけに、東野氏自身が、28 年にエジプト(ルクソール)及びチュニジアでの映画祭への招待を受け、日本のショートフィルムの紹介をすることができるなどの交流につながった。また、27 年度の下出祐太郎氏(蒔絵師、京都産業大学教授)の派遣は、事業をきっかけに、10 月にポルトガル及びスペインを再度訪問し講演を行うなどの交流に結びついた。また、同じく 27 年度の安永哲郎氏(サウンドアーティスト)派遣をきっかけに、現地での共演者の日本(新潟・金沢・富山)での 29 年 3 月の公演が決定するなどの成果があった。(28 年度：海外広報(達成手段①))

(2) Web Japan は、28 年度は 1,700 万ページビューを超える高いアクセス数を確保したほか、米国 Google.com 等の検索エンジンを用いて「japan technology」「japan pop culture」等の一般的な言葉により検索した場合にも上位表示を確保しており、その広報効果は高かった。(28 年度：海外広報(達成手段①))

## 29 年度

他国による積極的な広報活動の強化を受け、今後一層海外広報を強化していく必要がある。他方で、上記実績欄記載のとおり、ほぼ全ての目標値を達成し、主要な事業については目標値の 130%以上の実績を達成することができた。また、「海外における対日理解の増進、親日感の醸成及び我が国の政策への理解を促進する」という施策目標の達成度合いに関して、参考指標としてあげている BBC の国際世論調査における肯定的評価に占める日本の順位では、直近の調査(26 年度)における 5 位から 29 年度は 3 位と順位を上げており、各種事業の実施を通じた日本の正しい姿を含む政策・取組、多様な魅力の発信、及びその発信を受けた海外における第三者発信の拡大の効果が海外における対日理解の増進、親日感の醸成及び我が国の政策への理解進展に寄与したと評価できる。

以上のことから、29 年度の実績については、相当程度進展があったと判定した。

## 1 政策広報の実施

### (1) 対外発信強化事業

①各種事業を通じた講演会・イベント等は合計で 332 件実施し、250 件以上という目標を達成した。各種事業のうち、特に効果が高かった事例は以下のとおり。

(ア) 講師派遣事業では、岡本行夫・岡本アソシエイツ代表取締役を欧州地域に派遣し、シンクタンク、大学等にて、「安全保障分野における日米欧協力」をテーマとする講演会を計 7 回実施し、合計約 460 名が聴講した。講演会には、現地の外務省及び防衛省関係者、アジア地域研究者、学生のほか、シンクタンク所長、元外務次官、元駐日大使等政策決定において大きな発言力を有する人物の参加を得て、第三者の公平な視点から北朝鮮の脅威を始めとした東アジア情勢や日本の安全保障政策に関する正しい情報を発信することができた。また、上記講演内容や、講師へのインタビュー記事が現地主要紙等 3 件に掲載されたことは、講演会参加者のみならず、一般層へも東アジア情勢及び日欧協力の重要性を伝達する上で有益であった。(29 年度：海外広報(達成手段①))

(イ) 海外研究機関等支援事業では、レネ・カサン財団(フランス・ストラスブール)と欧州評議会の共催により、欧州における関心を高めるべく日本の拉致問題に対する取組を紹介し、理解を深めるための「強制失踪に関するセミナー」を支援し、日本からは、薬師寺公夫立命館大学教授(元国連強制失踪委員会委員)の参加を得て、開催した。想定を超える約 90 名の参加者があり、欧州評議会、欧州人権裁判所関係者及び各国大使等のオピニオンリーダーや知識層、人権問題に

関心のあるジャーナリストに対して、効果的な政策発信を行うことができた。（29年度：海外広報（達成手段①））

（ウ）人的交流等支援事業では、アルゼンチン帰国留学生会に委託し、約1,000km離れた4州5都市18の教育機関で日本留学の紹介及び説明を行うセミナー・講演会事業を実施。合計1,724名の出席者を得たほか、36件の関連報道報道（TV、ラジオ、新聞、デジタルサイト等）がなされ、効果的な発信を行うことができた。（29年度：在外公館人的交流等支援事業（達成手段⑧））

（エ）また、各種印刷物資料及び視聴覚資料を用いた政策広報についても、内閣府から支出委任を受けて、我が国への正しい認識や理解の浸透を図る広報動画（『明治150年：日本の基本的価値観の源流』、『自由で開かれたインド太平洋に向けた日本の取組』等）を計6本、各10言語で作成し、YouTube及び外務省ホームページへ掲載した。再生回数総計は6本で計約209万回。またCNNでは全6本を放映し、全世界で合計221回放映した。このCNNでの放映について、日ラトビア外相会談においてラトビア外相が、日本の取組に感銘を受けた旨、また、日本の開発協力について評価する旨を述べる等、同動画の発信力の高さが示された。（29年度：海外広報（達成手段①））

②各種招へい事業を通じて実現した我が国関連の第三者発信（各種メディアを通じた発信等）は合計で498件となり、350件以上という目標を達成した。各種事業のうち特に効果が高かった事業は以下のとおり。

（ア）多層的ネットワーク構築事業で英国から招へいしたインディペンデント紙（オンライン版一日平均の固有訪問者数が約502万、かつページビューが約1,012万）のキム・セングプタ防衛・外交担当編集長は、尖閣諸島をめぐる日中関係につき「原油と天然ガスが地下に大量に埋蔵されていることが1969年の国際的な調査で明らかになるまで、漁場である以外に島々には興味を引かれるものはほとんど無かった。その翌年に同島を釣魚島と呼ぶ中国、そして台湾が領有権を主張し始めた。」として歴史的経緯を客観的に報道した。英国では、東アジア地域の領土問題について関心が薄く、報道される機会も限られている中、英国の幅広い年代のリベラル層に読まれている高級紙の同紙において、先んじて我が国の主張に沿った報道がなされたことは非常に重要な成果だったといえる。また、豪州から招へいしたオーストラリアン紙（発行部数は、約47万5千部。オンライン版は一日平均の固有訪問者数が約121万、かつページビューが約2,060万）のプリムローズ・リョーダン政治（外交・貿易）担当記者は、尖閣諸島をめぐる現地の漁業関係者の置かれた難しい状況を訪日中の取材及び面談の結果に基づき発信した。豪州全域で発行される全国紙であり、主に高等教育を受けたエリート層が支持する同紙において、同紙が主張する豪州と日本との安全保障協力の強化と絡めて、我が国を取り巻く厳しい安全保障環境について発信がなされたことは、非常に効果が高かったといえる。（29年度：内外発信のための多層的ネットワーク構築（達成手段②））

（イ）ソーシャルメディア発信者招へい事業でアルゼンチンから招へいしたアドリアン・ボノ氏（「infobae」Web TV Host）は、訪日中に自身の様々なSNSアカウントで日本文化や広島原爆ドームなど多岐にわたりコメントと動画を計31回発信した。また訪日後にも、被招へい者が記者を務めるスペイン語圏有数のデジタルニュースサイト「infobae」（FBフォロワー数約236万人、TW約260万人）において、北朝鮮問題、日米韓連携の重要性などの東アジア情勢を含む日本の立場や現状、及び被爆者に対するインタビューを通じた非核化の重要性等が広く発信された。

## （2）戦略的な対外発信強化のための環境整備

在外公館の発信力強化のための外部専門家の活用の成果として、特に在英国大使館においては、契約しているPRコンサルタントのコネクションを活用し、大使館では直接アプローチするのが困難なメディアにおける大使インタビューや主要紙への寄稿を積極的に実施した結果、BBC、スカイニュース等の世界的に影響のあるメディアで放映され、全世界で多数の視聴者が視聴するなど、在外公館の発信力が強化できた。（29年度：在外公館及び本省における外部専門家の活用（達成手段⑦））

## 2 一般広報の実施

（1）日本ブランド発信事業については、特に新しいライフスタイルの共有として実施した元陸上選手・為末大氏のガーナ、ケニア及びボツワナ派遣では、各地における講演会、ワークショップを通じてスポーツ競技における精神面の重要性・日本的なスポーツ競技に対する姿勢等を発信、事前PRも併せて行ったところ、事業前から現地新聞やTVでインタビュー記事やイベントのレポートについて数多く取り上げられるなど高い発信効果が得られた。また、28年度に本事業で派遣した専門家のうち、人工流れ星を開発する株式会社ALE代表取締役社長岡島礼奈氏が、本事業による派遣を一つの契機に注目の女性起業家として、NewsweekのWomen of Futureにノミネートされるなど、世界

的に多くのメディアに取り上げられる活躍を見せており、本事業が日本ブランドの継続的な発信につながった好例といえる。(29年度：海外広報(達成手段①))

(2) Web Japan は、29年度は1,800万ページビューを超える高いアクセス数を確保したほか、米国 Google.com 等の検索エンジンを用いて「japan technology」「japan pop culture」等の一般的な言葉により検索した場合にも上位表示を確保しており、その広報効果は高かった。(29年度：海外広報(達成手段①))

## 【測定指標2-2 ジャパン・ハウスを通じた海外広報の実施】

### 28年度

「ジャパン・ハウス」の各拠点ローカルサイトの立ち上げ・ポータルサイトへの切り替えが一部未達成だったが、29年の開館を目指し、3都市(ロンドン、ロサンゼルス、サンパウロ)及び日本国内において、委託業務内容に基づき立ち上げたジャパン・ハウス事務局を中心にイベントの企画・立案を実施した。特に、サンパウロにおいては、現地で開催されている南米最大の日系イベントである日本祭りにジャパン・ハウスのブースを出展し、3日の開催期間で約14,000人の来場を得たことは、ジャパン・ハウスの認知度の向上を図る上で効果が高かった。(28年度：「ジャパン・ハウス」創設関連経費(達成手段⑤))

また、日本国内においては、3都市を巡回する巡回展3企画を公募にて選定。巡回展は、ジャパン・ハウスのブランディングを統一するために重要であり、今後も毎年度、各拠点を巡回させる予定であることから、ジャパン・ハウスの本格始動にむけた重要な一歩となった。(28年度：「ジャパン・ハウス」創設関連経費(達成手段⑤))

### 29年度

3都市のうち、ロンドンについては建設工事遅延により29年度に開館できず、ロサンゼルスについても5階部分の建設工事遅延により、2階部分だけの一部先行開館となった。しかしながら、ロンドン及びロサンゼルスともに、すでに設立されているジャパン・ハウス事務局を中心に開館後の事業計画の立案、定量的指標の設定、イベントの開催やウェブサイト・SNSを通じた広報活動を開始しており、開館に向けて現地におけるジャパン・ハウスの認知度向上に努めている。

サンパウロについては、現地事務局と東京事務局との連携により日本の多様な魅力や強みをアピールする企画を積極的に実施した。例えば、開館後の企画展第1弾として実施された竹展では、現地事務局から、ブラジルにも多く自生しており人々にとって身近な植物である竹を取り上げることが提案され、これに対して、東京事務局から日本の伝統文化や現代工芸に生きる竹の視点を提案・助言することで、よく練られた質の高い企画展となり、目標を大きく上回る来館者数やメディアへの露出が実現し、現地におけるジャパン・ハウスの認知度を向上する上で効果が高かった。特にメディアへの露出に関しては、ユナイテッド航空機内誌や米国ニューヨーク・タイムズ紙において「サンパウロを訪れたら訪問すべき場所」の一つとして取り上げられるなど、開館から間もないにもかかわらず、高い評価を得ていることが確認された。我が国の政策広報については、田中明彦政策研究大学院大学学長が東アジアの安全保障に関する講演を行い、その中で歴史認識や領土保全について説明した他、内堀雅雄福島県知事が震災からの復興をテーマにセミナーを行うなど、我が国の重要な政策につき、必ずしも我が国の政策・立場に対する理解が十分ではない現地において効果的な発信ができたと考える。

(29年度：「ジャパン・ハウス」創設関連経費(達成手段⑤))

日本国内でも、複数の地方自治体からジャパン・ハウスにおける事業の実施に関心が寄せられており、ジャパン・ハウスにおける地域活性化事業モデルケースとして「燕三条 工場の祭典」展計画をジャパン・ハウス ロンドン現地事務局と協力しつつ構築したことは、今後のジャパン・ハウスにおける地域の魅力発信事業推進にとって重要な一歩となった。

## 次期目標等への反映の方向性

### 【施策(施策の必要性に関する分析を含む)】

BBCによる国際世論調査等の各種世論調査等でも、国際社会における我が国に対する好意的な評価は高い水準を保っている。他方で、中国や韓国等の積極的な広報活動の強化を受け、我が国の相対的なプレゼンス低下が懸念されるとともに、いわゆる慰安婦問題を始めとする歴史認識、日本の領土保全をめぐる諸問題等について、我が国とは立場を異にする発信が多く行われている状況に引き続き留意する必要がある。

このような状況を踏まえ、海外における対日理解の増進、親日感の醸成及び我が国の政策への理解を促進するとの施策目標は、引き続き、国際社会における我が国のプレゼンス向上及び我が国の政策

への理解・支持の増進につながる重要な目標であり、その達成に向けた施策を実施していく必要がある。

### 【測定指標】

#### 2-1 海外広報の推進

海外において我が国の外交政策及び文化を含む強みや魅力、日本人の価値観等について正確で時宜を得た発信を行うことは、正しい対日理解の増進及び親日感の醸成を図る上で非常に重要である。引き続き、海外における政策広報及び一般広報の各種事業における目標達成を目指すとともに、今後はさらに激しく動く国際情勢に照らし、より戦略的に情報発信を行うべく、各種調査・分析を参照しつつ、発信媒体や対象をより具体的にして、また主要外交日程と連動した時宜をとらえた広報文化外交を展開していくべく努める。

また、国ごとに発信効果や対日理解等の浸透が異なる点に関しては、国や地域によって、影響力のある媒体（テレビ・新聞、ネットメディア）や有力なソーシャルメディアが異なることも一因であると考えられるため、戦略的な対外発信の強化に向け、各国の状況や特性を踏まえたアプローチをとっていく必要がある。特に、政策広報に関しては、政策やターゲットに合わせた発信がなされるよう、外部専門家やコンサルタントを活用し、発信内容の質の向上に取り組むとともに、各種事業を通じた第三者発信やシンポジウム等を通じた発信機会の確保及びその成果の普及・浸透に努める。また、様々な媒体を活用した一般広報の実施に関しては、様々な事業やツールを利用した発信の直接的な成果に加えて、質的・量的な広がりを持った広報がどの程度実施できたかを評価すべく努める。

#### 2-2 ジャパン・ハウスを通じた海外広報の実施

上記の施策の分析のとおり、29年度は3都市のうち2都市で全館開館に至らず目標未達成となったが、我が国の政策への理解及び海外における親日感の醸成を促進する上で、戦略的な対外発信を実施することは引き続き重要であり、30年度中のジャパン・ハウス3都市全館開館を目標として取り組む。

ジャパン・ハウス サンパウロは、開館1年目にして設定した重要業績評価指標（KPI）を達成する成果を上げたところ、ロサンゼルス及びロンドンにおいても開館後のKPI達成を目指し、開館前から体制整備等必要な準備を行う。

### 作成にあたって使用した資料その他の情報

- ・ Web Japan ホームページ  
(<http://web-japan.org/>)
- ・ 外務省ホームページ  
日本ブランド発信事業  
([https://www.mofa.go.jp/mofaj/p\\_pd/pds/page22\\_001100.html](https://www.mofa.go.jp/mofaj/p_pd/pds/page22_001100.html))
- ・ ジャパン・ハウス ホームページ  
(<https://www.japanhouse.jp/>)

## 個別分野3 IT 広報の実施

### 施策の概要

IT 広報手段の強化・多様化，IT 広報システム及びコンテンツの充実・強化，時宜をとらえた迅速な情報発信の取組を通じ，我が国外交政策に対する国の内外の理解を促進する。

### 関連する内閣の重要政策（施策方針演説等のうち主なもの）

- ・第196回国会外交演説（平成30年1月22日）
- ・天皇の退位等に関する皇室典範特例法の施行期日を定める政令（平成29年12月8日 閣議決定）

## 測定指標3-1 IT 広報手段の強化，多様化

### 中期目標（一年度）

我が国外交政策に対する国の内外の理解を促進するため，IT 広報手段を強化，多様化する。

### 28年度

#### 年度目標

- 1 本省においては，動画コンテンツのソーシャルメディア発信について，これまでのユーチューブへのリンクではなく，フェイスブックとツイッターに動画をアップロードして自動再生する手法を確立する。
- 2 在外公館においては，引き続きソーシャルメディア発信を行う在外公館の数を増やすとともに，専門家の助言・提言を踏まえて改善を行い，フォロワー数などを増大させる。

#### 施策の進捗状況・実績

- 1 動画コンテンツのソーシャルメディア発信（日本語及び英語）について，本省のフェイスブック及びツイッターにおいて，動画データをアップロードして自動再生する方法を確立した。その結果，従来のユーチューブのリンク掲載に比べ，日本語及び英語双方の公式アカウントにおいて閲覧数が倍増し，拡散力の強化につながった。
- 2 29年3月末までに137公館（28年3月末比15公館増）で当該公館が所属する国・地域におけるソーシャルメディアによる情報発信を実施。特に米国や中国等の重点国・地域の公館においては，28年度に引き続き専門家からの助言・提言を受けて発信方法の改善を行い，在ブラジル大使館及び在メキシコ大使館では，フェイスブックのファン数が10万人を突破した。
- 3 外務本省では，29年1月，インスタグラムによる情報発信を開始し，発信媒体の多様化を図った。

### 29年度

#### 年度目標

- 1 本省においては，情報発信手段が多様化する中，すでに運用しているフェイスブック・ツイッター等に加えて，若年層に人気の写真共有アプリ「インスタグラム」を活用し，国内外の若年層へのリーチ拡大を目指す。
- 2 在外公館においては，引き続きソーシャルメディア発信を行う在外公館の数を28年度（137公館）より増やすとともに，特に重点国・地域においては，専門家の助言・提言を踏まえて改善を行い，フォロワー数などを28年度（2,768,237）より増加させる。

#### 施策の進捗状況・実績

- 1 29年1月から運用を開始した「インスタグラム」は，フォロワー数が29年3月末の589人から645人増加し，1,000人を突破した（30年3月末時点1,234人）。アカウントとして安定軌道にのせるため，国内外に向け日本語・英語併記で発信し，フォロワー属性は国内及び海外双方となっている。
- 2 30年3月末までに156公館（29年3月末比19公館増）で当該公館が所属する国・地域におけるソーシャルメディアによる情報発信を実施した。特に，米国や中国等の重点国・地域の公館においては，28年度に引き続き専門家からの助言・提言を受けて発信方法の改善を実施し，ソーシャルメディア運用公館全体で3,086,116人のフォロワー数に増加した。フェイスブックのファン数において，在ブラジル大使館は30万人を突破し，10万人を超えるファンを持つ在外公館は6公館（在ブラジル大使館，在メキシコ大使館，在アルゼンチン大使館，在米国大使館，在サンパウロ総領事館，



在イラク大使館)となった(30年3月末時点)。

28・29年度目標の達成状況：B(28年度：b, 29年度：b)

### 測定指標3-2 IT広報システムの強化

注：本測定指標は29年度から測定指標3-3とともに再編。28年度の目標・実績の一部を測定指標3-3に移動。

#### 中期目標(一年度)

我が国外交政策に対する国の内外の理解を促進するため、IT広報システムを強化する。

#### 28年度

##### 年度目標

- 1 本年は伊勢志摩サミットが開催されることもあり、外務省ホームページ及びサミット公式ホームページに対するサイバー攻撃の増加が予測されるところ、主要な情報発信手段となっているウェブサイト及び関連システムの安定的な稼働を維持するため、情報セキュリティに対する脅威への対策強化を行う。
- 2 「みんなの公共サイト運用ガイドライン(2016年版)」(総務省作成)を踏まえ、外務省ホームページのウェブアクセシビリティ改善に向けた取組を行う。

#### 施策の進捗状況・実績

- 1 外務省ホームページ及びサミット公式ホームページに対するサイバー攻撃に適切に対処するため、セキュリティ監視体制を大幅に増強し、ソフトウェア等の脆弱性を取り除く修正プログラムの適用頻度を上げる等の対策をとり、安定的に情報発信を行った。
- 2 外務省ホームページのウェブアクセシビリティ改善対応として、ウェブアクセシビリティのJIS規格(JIS X 8341-3:2016)に基づく外務省ホームページ(計40ページ)の試験、同試験で指摘を受けた箇所の修正、外務省ホームページ関連サイト主管課室を対象としたウェブアクセシビリティ研修の実施(外部から講師を招き、ウェブアクセシビリティの背景、概要、公的機関に求められる役割、コンテンツ作業上の注意点などに関する講義を実施)などを行った。

#### 29年度

##### 年度目標

- 1 現行外務省ホームページのより安全かつ安定的な稼働を実現する。また、最新の知見・技術を取り入れてより効果的なサイバーセキュリティ対策を実現し安全なシステムを構築すること、及び、IT広報業務における業務システムの効率化・合理化、運用保守・障害対応等を最適な形で実施することを目的として、30年度から開始する予定のシステム刷新に向けた準備を始める。
- 2 総務省が作成した「みんなの公共サイト運用ガイドライン(2016年版)」を踏まえ、外務省ホームページのウェブアクセシビリティ改善に向けた取組を引き続き行う。

#### 施策の進捗状況・実績

- 1 5月の大規模サイバー攻撃(「ワナクライ」)をはじめとする、世界規模でのサイバー攻撃が発生しているが、外務省ホームページは、多発するサイバー攻撃に対し適切に対処し、安全かつ安定的な運用・稼働を実現した。  
システムの刷新については、今後のサイバー攻撃や情報セキュリティの効果的な対策及びIT広報業務における業務の効率化・合理化を実現するため、コンサルタントを活用し最新の知見・技術を取り入れ、安心かつ安定的な刷新システムの構築のための要件定義を実施し、調達のための意見招請などの事前準備作業を行った。
- 2 ウェブアクセシビリティについては、29年度において、外務省ホームページ(日・英)及び関連サイトの主なページにつき、JIS基準対応試験を実施し、指摘事項に対する修正対応を行った。また、ウェブアクセシビリティについて公共機関に求められる役割、ホームページ作成における注意事項等を学ぶ職員研修を実施した。
- 3 外務省ホームページの閲覧時の通信内容の改ざんやなりすましを防止する、常時TLS化(注)の準備作業に着手することができた。

(注) TLS(Transport Layer Security):インターネットなどでデータを暗号化して送受信するプロ

トコル。

28・29 年度目標の達成状況：B（28 年度：b，29 年度：b）

### 測定指標 3-3 コンテンツの充実及び迅速な情報発信への取組

注：本測定指標は 29 年度から測定指標 3-2 とともに再編。28 年度までの関連する記述は、測定指標 3-2 から転記。

#### 中期目標（一年度）

我が国外交政策に対する国の内外の理解を促進するため、コンテンツの充実及び時宜をとらえた迅速な情報発信に取り組む。

#### 28 年度

##### 年度目標

- 1 外務省ホームページの中で、国内外の関心が高い重要なページについて、発信力を高めるためのリニューアルを行うとともに、英語翻訳コンテンツの充実及び重要な外交政策に関するコンテンツの更なる多言語化に努める。
- 2 外務省ホームページにおいては、引き続き迅速な情報発信に取り組むとともに、時宜をとらえたトップページとするように努める。
- 3 ソーシャルメディアの特性を最大限に活用し、よりタイムリーな発信を行う方策を検討する。

#### 施策の進捗状況・実績

- 1 重要な外交活動（首脳会談、外相会談）については、迅速に英訳を作成の上、ホームページに掲載した。また、「女性が輝く社会」など重要外交政策ページの発信力強化のため、同ページのリニューアルを行うとともに、英語に加え、中国語、フランス語等 8 言語に多言語化した。コンテンツ強化の一環として、TICAD VI や APEC の機会をとらえ、国際社会に対する日本の貢献をアピールする動画を掲載し、ソーシャルメディア上では対象国国民から日本に対する謝意が寄せられ、中にはフェイスブックの閲覧数が約 7 万件に達するなど、反響を得ることができた。
- 2 28 年度においては、G 7 伊勢志摩サミット、TICADVI 等我が国が主催する大規模会議やハイレベル（総理大臣・外務大臣）の外国訪問等が多かったが、これらの会議や外国訪問の際には、前日までに特設ページを作成し、会議直後に概要等を同ページに掲載する等、迅速な情報発信を行った。英訳コンテンツについても同様に迅速な発信に努めた。
- 3 G 7 広島外相会合、G 7 伊勢志摩サミット、TICADVI 等我が国が主催する大規模会議の期間中は、G 7 外相による原爆死没者慰霊碑の献花や、G 7 首脳による伊勢神宮訪問等について会議の現場からもソーシャルメディアで発信することで、タイムリーな情報発信を行った。会議の現場から発信する新しい取組により、慰霊碑献花のツイッター投稿は通常の 30 倍を超える閲覧数を記録した。

#### 29 年度

##### 年度目標

- 1 我が国が抱える領土に係る諸懸案に関する正しい理解を広め、歴史的事実と国際法に基づく解決促進を図るため、26 年 4 月に外務省ホームページに開設した「日本の領土をめぐる情勢」ページの更なる充実を図る。また、外交政策上の重要課題に関する発信強化を行う。
- 2 外務省ホームページにおいては、迅速な情報発信に取り組むとともに、特に、重要な外交政策や外交活動については、日本語・英語両言語でトップページを使ったタイムリーな情報発信を行うよう努める。加えて、外務省ソーシャルメディアにおいても、その特性を生かして、上記案件に関しては、タイムリーな発信を行う態勢を整え、国内外のユーザーに広く情報を伝達させる。
- 3 東京オリンピック・パラリンピックの開催を 32 年に控えていることを踏まえ、外務大臣が地方を訪問する「地方を世界へ」プロジェクト等において、ホームページ及びソーシャルメディアを通して、地方の魅力を海外に発信する取組を行う。

#### 施策の進捗状況・実績

- 1 「日本の領土をめぐる情勢」ページについては、政府機関サイト上で、日本の主張の正当性を担保する新たな資料が掲載された際等の機会に当該ページへのリンクを外務省の「日本の領土をめぐる情勢」ページ内に新たなリンクとして掲載し、利用者の利便性を高めるための充実化を図った。

また、日本海呼称問題ページの一部を8言語に多言語化し、各拠点公館のホームページ配下に掲載した。

「自由で開かれたインド太平洋に向けた日本の取組」、「STEM分野で働く女性の活躍推進」、「日本の国際平和協力」など計6本の、日本の外交政策に関する動画（英語版）をYouTubeにアップし、そのリンクを外務省ホームページに掲載した。新着情報、フォトトピックス、政策広報動画ページと多面的な掲載を展開し、またソーシャルメディアにおいても発信を行った結果、YouTube上で、合計121万を越える閲覧数を得た。

2 外務省ホームページにおける迅速な発信の取組については、関係各課室と綿密に連携のもと、総理大臣及び外務大臣の海外出張時には、事実上の24時間体制を敷くことで、時差や休日・時間を問わず、迅速な対応を行うことができた。

また、外務省ソーシャルメディア（英語発信）においては、行事名タイトル及び写真のみで行う発信を取り入れ、迅速性を向上させた。

3 外務大臣による3件の「地方を世界へ」プロジェクト実施に伴い、地方の魅力を伝える情報を外務省ホームページでタイムリーに発信した（日・英）。また、外務大臣の外国訪問の機会をとらえ、外国要人との会談、国際会議出席、外務大臣スピーチ、会見等を短くまとめた動画コンテンツ（日・英）を制作して外務省ホームページ及びソーシャルメディアでの発信を行った。

28・29年度目標の達成状況：B（28年度：b，29年度：b）

### 測定指標3-4 外務省ホームページ等（注1）へのアクセス件数（ページビュー数）の合計及び外務省公式ツイッター・フェイスブック（注2）の閲覧回数合計 \*

注：本測定指標の②は29年度から新たに設定したもの。

①外務省ホームページ等（注1：外務省ホームページ（日本語・英語、在外公館ホームページ、Web Japan）） ②外務省公式ツイッター・フェイスブック（注2：外務省公式ツイッター（日・英）、フェイスブック（日・英））	中期目標値	28年度		29年度		28・29年度目標の達成状況
	一年度	年度目標値	実績値	年度目標値	実績値	
	—	①2.1億件	① 2.4億件	①2.5億件 ②1.5億回	①2.6億件 ②155,695,283	B (28年度：b， 29年度：a)

## 評価結果（個別分野3）

### 施策の分析

#### 【測定指標3-1 IT広報手段の強化、多様化】

##### 28年度

ソーシャルメディア全体（日本語及び英語公式発信）における動画コンテンツ拡散の強化のため、28年度から日本語及び英語双方の発信においてユーチューブのリンク掲載を取りやめ、ソーシャルメディア上で自動再生される手法を導入した。その結果、日本語及び英語双方の発信において、動画の閲覧数が大幅に増え、政策広報動画「世界が名付けた日本海」はフェイスブックでの再生回数が12万回を超えた。当該手法の導入により、閲覧数の増加という結果が得られたことで中期目標の「我が国外交政策に対する国内外の理解の促進」に一定の効果があつた。

また、在外公館のソーシャルメディアに関しては、活用公館数が増えるとともに、フォロワー数等も27年度比約50%増となった。在イラク大使館を始め各公館が、現地語で語る大使のメッセージ動画をフェイスブックで配信するなど、工夫を凝らした発信を実施したことが、ファン数等増加に効果的に作用した。（28年度：ITを利用した広報基盤整備（達成手段①））

##### 29年度

「インスタグラム」においては、一般からの投稿の反応を分析し、アカウントとして方向性を定期的に検討しつつ運用を進めた。反応が良い分野の投稿を重点的に行うよう努めたほか、使用頻度の高いハッシュタグを調査の上、積極的に使用する等の工夫をし、国内外に向け日本語・英語併記で発信した結果、国内及び海外双方のフォロワーの着実な増加が得られ、若年層への情報発信を拡大できた。

在外公館においては、専門家からの助言・提言を共有しつつ、国・地域毎のソーシャルメディアの

傾向を踏まえた上で運用を行い、在ブラジル大使館では、日々の工夫改善の継続によって、フェイスブックのファン数が30万人を突破し、10万人を超えるファンを持つ在外公館が6公館となるなど、在外公館の発信力を強化することができた。また、9月のメキシコ地震の際は、国際緊急援助隊の活動をタイムリーに発信し、現地メディアで多数紹介される等大きな反響を得て、両国の友好関係に寄与できた。このほか、大使のメッセージ動画を現地語で定期的に発信し非常に反響があった事例（インド、カンボジア等）もあり、日常的に各公館で工夫を凝らした発信を実施し、フォロワー数等の増加につながった。（29年度：ITを利用した広報基盤整備（達成手段①））

### 【測定指標3-2 IT広報システムの強化】

#### 28年度

IT広報システムの情報セキュリティ対策の強化を図り、高度化、大規模化するサイバー攻撃に適切に対処した。特に、28年度はG7伊勢志摩サミット開催に際してサイバー攻撃の脅威が予測されたものの、セキュリティ監視人員体制を大幅に増強し、ソフトウェア等の脆弱性に迅速に対応するために修正プログラムの適用頻度を上げる等の対策を講じたことが効果を発揮した結果、特段のインシデントもなく無事運用したことから、サミット議長国としての情報発信に寄与できた。また、ウェブアクセシビリティに関しても、JIS 基準対応試験による指摘箇所の修正、職員研修の実施等、「みんなの公共サイト運用ガイドライン（2016年版）」に沿った一定の進展があった。（28年度：ITを利用した広報基盤整備（達成手段①））

#### 29年度

システムの刷新について、要件定義を実施する際、掲載業務を行う主管課室の担当者にヒアリングを行い、その意見・要望を取り入れた要件定義書（案）の作成作業を行ったことは、IT広報業務における業務システムの効率化・合理化を最適な形で進めて行く上で有益だった。

外務省ホームページの国民等利用者に対する安心・安全な閲覧環境を提供するため、同ホームページ閲覧時の通信内容を暗号化し、常時TLS化の準備作業に着手することができた。また、ウェブアクセシビリティについても、ホームページ掲載方法の見直しを行うとともに、更なる取組として、知見のあるコンサルタントにウェブアクセシビリティ改善支援業務を委託し、閲覧環境の改善を進めることで、情報発信の強化に寄与した。（29年度：ITを利用した広報基盤整備（達成手段①））

### 【測定指標3-3 コンテンツの充実及び迅速な情報発信への取組】

#### 28年度

外務省ホームページ及びソーシャルメディアにおいて、G7広島外相会合、G7伊勢志摩サミット、TICAD VI 等我が国が主催する大規模会議や、ハイレベル（総理大臣・外務大臣）の外国訪問等の案件について、迅速に情報発信を行うことができた。特に、G7広島外相会合、G7伊勢志摩サミット、TICAD VI の3会議については、会議の現場からもソーシャルメディア発信を行った。現場にいる利点を生かし、会議の進行を把握した上でタイミングよく情報発信を行った結果、通常時を上回る閲覧数を記録し、議長国としての情報発信を効果的に行うことができた。（28年度：ITを利用した広報基盤整備（達成手段①））

また、コンテンツについても、「女性が輝く社会」等重要政策ページのリニューアル及び多言語化や国際社会に対する日本の貢献をアピールする動画の掲載は、国外の理解を促進する上で一定の効果があった。（28年度：ITを利用した広報基盤整備（達成手段①））

#### 29年度

我が国の重要政策に当たるテーマに関する政策広報動画を外務省ホームページ掲載するだけでなく、フェイスブック及びツイッターを活用し、自動再生方式での投稿を維持したことで、動画コンテンツについて大きな投稿閲覧数や動画再生数が得られた。また、外務大臣の外国訪問の機会をとらえ、外国要人との会談や国際会議出席、外務大臣スピーチ、会見等を短くまとめた18回分の動画コンテンツ（日・英）を制作し、動画コンテンツの充実化を図った。

外務省ホームページにおける迅速な発信については、関係各課室との綿密な連携、総理大臣及び外務大臣の外国訪問期間中の24時間体制の徹底により、対応することができた。

外務大臣の地方訪問（「地方を世界へ」プロジェクト）、国際会議（国際女性会議WAW!）においては、他のソーシャルメディアアカウントにおいて先に発信された関連投稿を外務省公式アカウントにて拡散させることで、ソーシャルメディアの特性を生かした情報発信に取り組んだ。また、外務大臣の海外訪問の際には、会談等の概要の発信に先立ち、ツイッターにおいて英語タイトル及び写真の

みを発信する取組を開始し、英語での情報発信の迅速化を進めた。(29年度：ITを利用した広報基盤整備(達成手段①))

### 【測定指標3-4 外務省ホームページ等へのアクセス件数(ページビュー数)の合計及び外務省公式ツイッター・フェイスブックの閲覧回数合計】

#### 28年度

アクセス数の合計が、2.1億件を超えた。G7広島外相会合、G7伊勢志摩サミット、TICAD VI等我が国が主催する大規模会議が開催され、これらの会議は国内外からの注目が高かったことから、会議概要等を迅速に掲載したことで、アクセス増につながった。外務省英語ページのアクセス増に関しては、トップページの掲載案件を増加させ、更新頻度を増やしたことで、及びより見やすくするためにインデックスページ等をリニューアルしたことが効果的だった。(28年度：ITを利用した広報基盤整備(達成手段①))

#### 29年度

外務省ホームページについては、28年度のG7伊勢志摩サミット等のような我が国で主催する大規模国際行事は少なかったものの、総理大臣及び外務大臣の海外出張においてこれまで以上に迅速なホームページ掲載作業を徹底したこと、在外公館ホームページについては、トップページデザイン改善に伴い、アクセスが増加した結果、全体として28年度実績を上回るアクセス数を確保することができた。外務省ホームページ英語版での発信については翻訳内容の迅速な確認に努めたこと、トップページ写真コーナーを積極的に活用したことで28年度並みのアクセス数を得ることができた。

公式フェイスブック及び公式ツイッターにおいて29年度実績値が得られた要因としては、公式アカウントにおいても、フォロワーが関心を持ちそうな案件につき、動画・写真を多用した投稿をする等の工夫のほか、前述のとおり、英語発信の迅速化を行ったことが、多くのユーザーの閲覧につながったと考えられる。(29年度：ITを利用した広報基盤整備(達成手段①))

### 次期目標等への反映の方向性

#### 【施策(施策の必要性に関する分析を含む)】

近年のソーシャルメディアの利用拡大やスマートフォンの普及など、情報の入手手段の多様化・高度化を受け、インターネットを利用した情報発信の重要性はより一層増大しており、日本の外交政策についての正確な情報を、ウェブサイトやソーシャルメディアで内外の幅広い層に発信することが不可欠になっている。様々なメディアのそれぞれの特長を生かして、引き続き迅速・正確かつ分かりやすい情報発信を実施することが必要である。特に、情報発信のスピード感を重視し、ツイッターを始めとするソーシャルメディアの活用、外務省ホームページとの連携強化を図りつつ、迅速な発信に努めていく。

上記のとおりインターネットを通じ、日本の外交政策に対する国の内外の理解を促進するとの施策目標は妥当であり、今後とも同目標を維持し、その達成に向けた施策を実施していく。

#### 【測定指標】

##### 3-1 IT広報手段の強化、多様化

外務省ホームページにすでに掲載されている一部ページ群をリニューアルし、閲覧者がより見やすく分かりやすい構成とする特設ページの設置に取り組む。

現在、外務省ホームページ掲載と外務省公式ソーシャルメディアアカウントとの間に自動連携システムを構築してあるところ、そのスピードアップを図るとともに、自動連携で投稿文を掲載できるようにし、ホームページとソーシャルメディアの連携を強化していく。

##### 3-2 IT広報システムの強化

近年、サイバーセキュリティを取り巻く環境は激化し、サイバー攻撃の手法も巧妙化している。また、32年には東京オリンピック・パラリンピック競技大会が実施され、同大会に伴うサイバー攻撃の脅威の高まりなどに引き続き備える必要がある。

こうした状況において、外務省ホームページの国民等利用者に対して、より一層の安心・安全な閲覧環境を提供するため、31年度に運用を終了する外務省ホームページ及びその関連システムの後継システムを調達・構築する必要がある。30年度に調達業者を決定し、30年度の業者決定後から31年度にかけて構築し、31年度末に運用を開始する。

31年度の改元(年号の変更)に備え、システムへの影響がないように準備を実施する。

また、「みんなの公共サイト運用ガイドライン（2016年版）」（総務省作成）を踏まえ、外務省ホームページのウェブアクセシビリティ改善に向けた取組を引き続き行う。

### **3-3 コンテンツの充実及び迅速な情報発信への取組**

領土保全ページの充実化や政策広報動画など、日本に対する正しい理解を促すための発信を行うことは、今後とも重要である。領土保全関連情報については、交渉の進展状況やその他状況の変化を捉え、時宜にかなったコンテンツを引き続き発信していく。

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向け、観光客誘致に資する地方の魅力に関する情報を、特にソーシャルメディアを活用して行っていく。

IT広報において、タイムリーな情報の発信は依然重要であるので、特に外務大臣の外国訪問に伴うソーシャルメディアでの迅速発信の取組は、今後も続けていく。

### **3-4 外務省ホームページ等へのアクセス件数（ページビュー数）の合計及び外務省公式ツイッター・フェイスブックの閲覧回数**

ホームページのアクセス数（ページビュー数）及びソーシャルメディアの閲覧回数は、本省が行うIT広報の効果・成果を客観的に把握できる重要な指標であるので、今後も目標値とし、29年度実績値を上回る水準を目指すものとする。

### **作成にあたって使用した資料その他の情報**

- ・ 外務省ホームページ（日本語）  
(<https://www.mofa.go.jp/mofaj>)
- ・ 外務省ホームページ（英語）  
(<https://www.mofa.go.jp>)
- ・ 外務省ホームページ（携帯版・日本語）  
(<http://www.mofa.go.jp/mofaj/m>)
- ・ 外務省ホームページ（携帯版・英語）  
(<http://www3.mofa.go.jp/mobile>)
- ・ 在外公館ホームページ一覧  
(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/link/zaigai/index.html>)
- ・ 外務省フェイスブック（日本語・英語）
- ・ 外務省ツイッター（日本語・英語）

## 個別分野4 国際文化交流の促進

### 施策の概要

各国国民の対日理解を促進し、親日感の醸成を図るため、(1)文化事業の実施、日本語の普及、海外日本研究の促進、(2)大型文化事業の実施(周年事業)(3)人物交流事業の実施を行う。2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、(3)においては特にスポーツ分野での人的交流の活性化を図る。

### 関連する内閣の重要政策(施策方針演説等のうち主なもの)

・第196回国会外交演説(平成30年1月22日)

## 測定指標4-1 文化事業の実施、日本語の普及、海外日本研究の促進 \*

### 中期目標(一年度)

文化事業等の実施により、各国国民の対日理解を促進し、親日感の醸成を図る。

国際交流基金を通じて「文化のWAプロジェクト」(注)を32年度まで着実に実施することで、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向け、日本とアジア諸国との双方向の文化交流を強化・促進する。

また、28年5月の日仏首脳会談において実施が合意された大規模な日本文化行事「ジャポニスム2018」について、事務局である国際交流基金を通じ、地方の魅力を発信し、インバウンド観光の促進、和食・日本産酒類等日本製品の海外展開にも貢献するよう配慮しつつ、事業を着実に実施する。

(注)25年12月、日・ASEAN特別首脳会議において、安倍内閣総理大臣から発表した、32年までの7年間を目処とする新しいアジア文化交流政策「文化のWA(和・環・輪)プロジェクト~知り合うアジア~」。

### 28年度

#### 年度目標

1 在外公館や国際交流基金等を通じて文化事業実施、日本語の普及、海外日本研究の促進を行い各国国民の対日理解の促進や親日感の醸成を図る。

#### (1) 在外公館文化事業

特に以下の事業を優先して実施する。

- ・スポーツ関連事業
- ・日本語関連事業
- ・日本研究拠点・日本語教育拠点との連携強化関連事業
- ・大規模イベント活用事業
- ・地方の魅力発信事業
- ・日本の祭り関連事業
- ・周年事業に準じる外交上の節目等の機会に実施する事業
- ・和食を通じた日本の魅力紹介事業

#### (2) 国際交流基金事業

国際情勢の変化に対応した、外交政策に基づき、特に以下の事業を優先して実施する。

- ・「文化のWA」プロジェクト
- ・放送コンテンツ事業

2 第10回国際漫画賞を実施する。

### 施策の進捗状況・実績

1 在外公館や国際交流基金による文化事業等を通じて、各国国民の対日理解の促進や親日感の醸成を促進した。

#### (1) 在外公館文化事業

スポーツ関連事業、日本の祭り関連事業、日本食紹介関連事業等を優先的に実施した。具体的には、ザンビアにおける空手大会(6月、スポーツ関連事業)、第28回全カナダ日本語弁論大会(29年3月、日本語関連事業)、第6回長春日中大学生文化祭(6月、日本研究拠点・日本語教育拠点との連携強化関連事業)、アテネでのポップカルチャーイベントにおける日本マンガ展(4月、大規模イベント活用事業)、サンフランシスコにおける琉球伝統芸能パフォーマンス(7月、地方の

魅力発信事業)、スペインにおけるバルセロナ夏祭り(6月、日本の祭り関連事業)、日ボツワナ外交関係樹立50周年記念事業として実施したボツワナでの和太鼓公演(8月、周年事業に準じる外交上の節目等の機会に実施する事業)、ブラジルにおける和食器を通じた和食レクデモ(10月、和食を通じた日本の魅力紹介事業)等、各国国民の対日理解の促進や親日感の醸成に資する事業を実施した。

なお、自民党行政改革推進本部行政事業レビューチームによる提言(平成28年12月14日)において、定量的目標を厳格に定めるべきとされたこともあり、在外公館文化事業についての事業評価(測定指標4-4)の評価要素に成果指標の追加を検討し、29年度から対日理解度(80%以上)、初参加率の平均(30%以上)の2指標を含めることを決定した。

## (2) 国際交流基金事業

ア 日本語教育支援事業と双方向の芸術文化交流事業の2本柱からなる「文化のWA」プロジェクトを27年度に引き続き着実に実施した。「日本語パートナーズ」派遣事業(注)では、28年度までに12の国・地域、634人を派遣した(28年度は364人派遣)。双方向の芸術文化交流事業においては、東京国際映画祭との連携によるアジア映画交流事業や防災教育を通じた若者リーダー交流事業等を展開し、2020年東京オリンピック・パラリンピックに向け、日ASEANの絆を強化することができた。

(注)「文化のWAプロジェクト」の中核事業として、26年度より、ASEAN諸国等における日本語教育支援を目的として実施している事業。32年までの7年間で3,000人以上のシニア・学生等の人材を、現地の日本語教師や生徒の日本語学習のパートナーとして派遣するもので、日本語パートナーは、現地の高校などで、現地教師のアシスタントとして授業運営に携わり、日本語教育を支援するとともに、派遣先校の生徒や地域住民への日本文化の紹介を通じた交流活動を行う。

イ 27年度に引き続き、放送コンテンツ事業にて、商業ベースでは販売が困難な途上国や商業展開が難しい番組が必要とされる国を中心に、対日理解促進、親日感醸成を目的として日本のテレビ番組の無償提供事業を実施した。120の国・地域、155テレビ局に対して1,734番組を提供済み(28年度は新たに117の国・地域、141テレビ局に対して1,601番組を提供)であり、今後随時各国での放送が開始される。

ウ 27年度行政事業レビュー公開プロセスにおいて、日本語教育事業について、評価システムを検討すべきとされたことを受け、また、自民党行政改革推進本部行政事業レビューチームによる提言において、定量的目標を厳格に定めるべきとされたこと等もあり、より客観的かつ定量的な成果の測定のため、達成すべき業務運営の目標として外務大臣が定めた、29年度から始まる国際交流基金の第4期中期目標において、従来から実施しているアンケート調査に加え、文化芸術交流事業において、公演・展覧会・映画上映の来場者数の目標を設定すること、日本語関連事業において主要国の日本語教師数、日本語教育実施機関数等の目標を設定すること、及び日本研究・知的交流事業において、日本研究フェローシップ受給後の博士論文フェローの博士学位取得率の目標を設定することを検討し、29年度からの多面的な成果指標の導入を決定した。

## 2 日本国際漫画賞の実施

海外への漫画文化の普及と漫画を通じた国際文化交流に貢献した漫画家を顕彰することを目的に第10回日本国際漫画賞を実施し、世界55の国と地域から296作品の応募があった。また、28年は第10回の節目の年であるため、授賞式に先立ち、記念シンポジウムを開催し、基調講演とパネルディスカッションを実施した。基調講演では、里中満智子審査委員長(漫画家)から「日本国際漫画賞の歩み」と題して日本の漫画の歴史や日本国際漫画賞の歴代の最優秀賞作品を紹介した。パネルディスカッションでは、藤本由香里明治大学国際日本学部教授をコーディネーターとして、「日本国際漫画賞が目指すもの～世界の中でMANGAとは?～」をテーマに、フレデリック・L・シヨット氏(作家・翻訳家)、吉田さをり氏(有識者)、倉田よしみ氏(漫画家)が、海外での漫画をめぐる状況について活発に議論した。

## 29年度

### 年度目標

在外公館や国際交流基金等を通じて文化事業の実施、日本語の普及、海外日本研究の促進を行い、各国国民の対日理解の促進や親日感の醸成を図る。

#### 1 在外公館文化事業

特に以下の事業を優先して実施する。

・スポーツ関連事業



- ・日本語関連事業
- ・若年層を対象とした親日層開拓事業
- ・日本のプレゼンスを示す上で効果的な事業
- ・地方の魅力発信事業
- ・日本の祭り関連事業
- ・周年事業に準じる外交上の節目等の機会に実施する事業
- ・和食を通じた日本の魅力紹介事業

## 2 国際交流基金事業

国際情勢の変化に対応した、外交政策に基づき、特に以下の事業を優先して実施する。

- ・「文化の WA」プロジェクト

### (1) “日本語パートナーズ” 派遣事業の実施

29 年度においても、引き続き、地方自治体等との連携及び広報の強化による本件事業への応募者拡大に努め、“日本語パートナーズ” 長期派遣については 320 名程度の新規派遣を行うとともに、50 名程度の短期派遣、230 名程度の大学連携派遣により、計 600 名程度の新規派遣を行う。

### (2) 双方向の芸術・文化交流事業の実施

各国文化紹介、情報提供事業及び市民交流事業については、29 年度において、「ふれあいの場」の運営や、防災・多文化共生といった各国共通のテーマを通じた交流を行うなど、下記「文化芸術・知的交流分野の専門家間の交流事業及びネットワーク構築・強化事業」と合わせて計 200 件以上の事業を実施・支援する。

文化芸術・知的交流分野の専門家間の交流事業及びネットワーク構築・強化事業については、29 年度において、アジア各国からの文化人招へい、文化諸分野の専門家を対象としたグループ交流事業やフェローシップ供与事業を行うなど、上記「各国文化紹介・情報提供事業、及び市民交流事業」と合わせて計 200 件以上の事業を実施・支援する。

文化芸術・知的交流分野の専門家・専門機関による協働事業及びその成果発信事業については、29 年度において、上記目標の達成に向けて、32 年を見据えて取り組む大規模協働事業を実施・支援するとともに、地方と連携した事業の推進によりアジア各国との交流のプラットフォーム強化を進め、計 200 件以上の事業を実施・支援する。

- ・「ジャポニスム 2018」

30 年にパリを中心に開催が予定されている「ジャポニスム 2018」に向け、着実に準備を行う。具体的には、事務局運営及び日仏の関係府省庁・関係機関・関係者と連携・調整しつつ、展覧会・舞台公演・映像・生活文化他様々な分野における諸事業の企画・立案・準備に取り組み、また、それらの準備段階から、2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会へのつながりを意識しつつ、広報を通じて「ジャポニスム 2018」について広く周知するとともに、機運の醸成に努める。

- ・放送コンテンツ紹介事業

商業ベースでは我が国に関するコンテンツの放送が進まない国・地域（南アジア、大洋州、中南米、中東、東欧、アフリカ等）へ我が国のテレビ番組を提供・放送し、対日理解、日本理解の増進を図る。計 54 か国以上、延べ 500 番組以上の放送達成を目標とする。

## 施策の進捗状況・実績

### 1 在外公館文化事業

在外公館による文化事業等では、スポーツ関連事業、日本の祭り関連事業、和食を通じた日本の魅力紹介事業等を優先的に実施した。具体的には、中国における日中国交正常化 45 周年総領事杯青島国際学生柔道選手権（11 月、スポーツ関連事業）、韓国における第 6 回全国高校生日本語スピーチ大会（6 月、日本語関連事業）、スペインにおけるアンダルシア日本文化月間（9 月～12 月、若年層を対象とした親日層開拓事業）、国連代表部における平和をテーマとした各種公演事業である「Peace is...」（4 月～30 年 1 月、日本のプレゼンスを示す上で効果的な事業）、スリランカ阿波踊り公演及び徳島プロモーション（30 年 1 月、地方の魅力発信事業）、カナダにおける Ottawa Welcomes the World（10 月、日本の祭り関連事業）、日アルメニア外交樹立 25 周年記念和太鼓公演（11 月、周年事業に準じる外交上の節目等の機会に実施する事業）、インドにおける日本酒・和食紹介とレクチャー・デモンストレーション（11 月、和食を通じた日本の魅力紹介事業）等、各分野の事業を世界各国で実施。アンケート調査の結果、事業を通じて対日理解度が深まったと回答した者の割合が 93%、在外公館文化事業に初めて参加した者の割合が 60%に達する等、各種事業を通じて、各国国民の対日理解の促進や親日感の醸成に寄与した。

### 2 国際交流基金事業

・「文化のWA」プロジェクト

(1) “日本語パートナーズ”派遣事業の実施

29年度には、埼玉県、静岡県、福岡県、国内16大学から候補者の推薦に関する協力を、また、北海道から事業広報に関する協力をそれぞれ得た。加えて、全国各地における69回の募集説明会の開催、ウェブサイト、Facebook、メールマガジンによる広報を通じて、応募者の拡大に努めた。その結果、29年度には12の国・地域に591人を派遣した(29年度までの累計では延べ1,225人を派遣)。派遣種類別では、長期派遣では309人、短期派遣では69人、大学連携派遣では213人をそれぞれ派遣した。

(2) 双方向の芸術・文化交流事業の実施

双方向の芸術・文化交流事業においては、各国文化紹介、情報提供事業及び市民交流事業、また文化芸術・知的交流分野の専門家間の交流事業及びネットワーク構築・強化事業について、チェンマイ(タイ)、ホーチミン(ベトナム)、ヤンゴン(ミャンマー)における「ふれあいの場」の運営や、クリエイティブな防災教育の担い手育成事業「HANDs! - Hope and Dreams Project!」等の若者リーダー交流事業を展開し、29年度は226件の事業を実施・支援した。また、文化芸術・知的交流分野の専門家・専門機関による協働事業及びその成果発信事業について、国内で過去最大規模の東南アジア現代美術展「サンシャワー：東南アジアの現代美術展 1980年代から現在まで」や、東京国際映画祭との連携によるアジア映画交流事業等を開催したほか、各地の国際芸術祭等と連携した事業の推進によりアジア各国との交流のプラットフォーム強化を進め、計240件以上の事業を実施・支援した。

・「ジャポニスム 2018」

東京オリンピック・パラリンピック競技大会へのつながりも意識した地方の魅力の発信、日本産品の海外展開やインバウンド観光の更なる促進をも目指して、30年7月からの開催に向け、展覧会・舞台公演・映像・生活文化等様々な分野において、地方の魅力を発信する企画を含め50を超えるジャポニスム事務局主催の公式企画の立案を行い、事業全体の広報を行い、準備に取り組んだ。準備にあたっては、ジャポニスム 2018 総合推進会議や、日仏両政府の関係機関による「日仏合同委員会」も年度中4回開催するなど、日仏の関係府省庁・関係機関・関係者が連携・協力して行った。また、事務局主催の公式企画以外に、ジャポニスム 2018 の実施に賛同する企画を広く募集し認定する「参加企画」の枠組みを整備し、申請受付・認定を開始した。

11月には、日仏双方で記者発表会を実施し、ジャポニスム 2018 の趣旨・企画内容の紹介を行って日仏両国において広く報道された他、その後もウェブサイトを通じた広報、個別の企画の広報等を行うとともに、オープニングに向けた広報資料の準備、ウェブサイトのリニューアルやSNSの運用準備などにあたった。

・放送コンテンツ紹介事業

28年度に引き続き、放送コンテンツ事業にて、商業ベースでは販売が困難な途上国や商業展開が難しい番組が必要とされる国・地域を中心に、対日理解促進、親日感醸成を目的として日本のテレビ番組の無償提供事業を実施し、延べ101か国・地域で、908番組の放送が開始された。また、放送にかかるフォローアップを入念に行い、将来的に日本のコンテンツが自立的に海外展開するための先行マーケティングとして、現地市場環境及び現地テレビ局の番組購入意思等の情報収集を実施した。

28・29年度目標の達成状況：B(28年度：b, 29年度：b)

測定指標4-2 大型文化事業(周年事業関連)の実施

中期目標(一年度)

大型文化事業の実施により、各国国民の対日理解を促進し、親日感の醸成を図る。

28年度

年度目標

イタリア、シンガポール、ベルギー、ネパール、フィリピン及び国連における大型文化事業の実施を通じ、日本の多様な魅力を発信し、対日理解の促進、親日感の醸成を図る。

施策の進捗状況・実績

(1) イタリア

日・イタリア国交 150 周年を記念して、ローマ及びフィレンツェのそれぞれを代表する劇場において能楽公演を実施した（9月）。イタリアでは日本の伝統芸能は根強い人気を誇るものの、本格的な能楽公演は 1990 年代以降実施されておらず、いずれの公演もほぼ満席の大盛況となった。また、公演にはローマ市長やトスカナ州副知事のほか、国会議員や閣僚経験者も多数来場し、両国国民の相互理解の増進に大きく寄与した。

#### (2) シンガポール

日シンガポール外交関係樹立 50 周年記念事業の中核事業である祭り「SJ50 まつり」の中心イベントとして 10 月に「阿波おどり公演」を実施した。阿波おどりの本場である徳島のほか高円寺（東京）のプロの踊り手を派遣し、祭り特設会場及び商業施設における公演に加え、公道におけるパレードも行った。本祭りには、シンガポールの閣僚であるテオ上級國務相を始めとする約 11 万人の参加を得た。シンガポール国民も参加する形で日本の祭り文化の紹介を行い、現地の主要メディア等 6 社で大きく報道され、またテオ上級國務相が自らのフェイスブックで発信したほか、インスタグラムで 600 件を越える投稿がなされる等、親密な二国間関係を周知されるとともに、日本文化の多様な魅力への理解を促進できた。

#### (3) ベルギー

日本・ベルギー友好 150 周年の記念事業として、4 月に「ゲント・フローラリアにおけるいけばな公演」と 12 月に「吉田兄弟による津軽三味線公演」を実施した。4 月の「ゲント・フローラリア」は、同国で 200 年以上続く 5 年に 1 度の同国を代表するイベントであり、また、28 年は日本・ベルギー友好 150 周年を記念し、日本が名誉招待国となっていたこともあり、いけばな公演は当地主要紙や日本の新聞（6 紙）でも取り上げられるなど、大きな注目を集めた。「吉田兄弟による津軽三味線公演」はテロの影響で当初予定から時期を変更して 12 月に実施することになったが、伝統的な津軽三味線の力強い演奏は周年事業の最後を飾る素晴らしい公演となった。国王王妃両陛下も臨席されたいけばな公演に対しては、ベルギー国民に対する日本の友情の深さの証であり大変感謝しているとの感想と謝意が寄せられた。

#### (4) ネパール

ネパールでは、近年、「ジャズマンドウ」という国際ジャズフェスティバルの開催に見られるように、若者を中心にジャズへの関心が高まっており、27 年のネパール大地震発生後に、ジャズ演奏家の渡辺貞夫氏が被災地を訪問したことがきっかけで、日・ネパール外交関係樹立 60 周年記念行事として、渡辺氏によるジャズ公演を実施した（10 月）。当日は、ネパール要人をはじめ、ネパールのジャズ学校の生徒、一般市民が 2,000 名以上参加した。現地報道では、国営ネパール放送がコンサートの様子を放映した他、10 社のネパール主要紙がコンサートについて掲載し、大きな反響があった。また、国内報道機関では、テレビ朝日が日本から渡辺氏に同行取材を行い、看板番組「ニュースステーション」で、本件公演の特集を組んだほか、BS 朝日の「熱中世代」で、2 週にわたり計 100 分以上の放映があり、反響は非常に大きかった。

#### (5) フィリピン

フィリピンでは、日フィリピン国交正常化 60 周年記念事業として「J-POP 公演」を実施した（12 月）。日本のアイドルグループ AKB48 チーム 8 及び日本のダンスボーカルグループ STARMARIE を派遣し、商業施設における公演及びファン・ミーティングを実施した。事業にはマニラ首都圏のタギグ市長代理や青少年交流機関代表が出席したほか、現地の若者を中心に約 4,000 人の参加を得た。また、視聴者約 1,000 万人を誇る現地のテレビ番組にも出演し、広くフィリピン国民に日本のポップカルチャーの魅力を紹介した。事業の様子は現地の主要メディア等で計 10 社で大きく報道され、日本文化への理解を促進することができた。

#### (6) 国連

国連においては、日本の国連加盟 60 周年記念行事として、12 月、「左官レクチャーデモンストラーション：土の共感」を実施した。日本から若手有名左官師を派遣し、国連本部内の土を混ぜて日本の伝統的な技法で作られた土壁に参加者が平和へのメッセージを刻むとともに、事前準備から当日までの様子を you tube や SNS で発信した。当日は、潘基文国連事務総長をはじめとする国連幹部（事務次長レベル以上が 8 名）や 10 か国の国連大使が参加した。潘基文事務総長が「平和」という字を刻印する様子や別所国連大使の挨拶内容等について、日本国内地上波放映を含む 10 件の報道がなされるとともに、国連の公式ツイッターアカウント（フォロワー 820 万人）や韓国、オランダ、アフガニスタンの大使によるツイッター（オランダ大使ツイッターのフォロワー数は 3 万人）などで二次発信が実現した。

## 年度目標

デンマーク、モルディブ、タイ、マレーシア及びアイルランドにおける大型文化事業の実施を通じ、日本の多様な魅力を発信し、対日理解の促進、親日感の醸成を図る。

## 施策の進捗状況・実績

### (1) デンマーク

デンマークでは、日デンマーク外交関係樹立 150 周年記念事業として、6 月に日本伝統楽器公演「箏の響き」を実施した。東京藝術大学教授で、山田流箏曲萩岡派第 4 代目宗家であり、文化芸術最優秀賞を含む数多くの賞を受賞している萩岡松韻氏をはじめとする 12 名の同大学所属演奏家による邦楽公演を、デンマーク王立演劇場で実施した。当日は、フレデリック皇太子殿下やメアリー皇太子妃殿下、エリザベス王女殿下をはじめ、外交団や文化人等が多数出席し、また、日本からも皇太子徳仁親王殿下が御臨席された。事業の様子はデンマーク王宮府プレスリリース及び現地王室写真週刊誌でも報道される等反響も大きく、日本文化への理解を促進することができた。

### (2) モルディブ

モルディブでは、日・モルディブ外交関係樹立 50 周年記念行事として、10 月に「和太鼓公演」を実施した。日本から 5 名の若手和太鼓奏者を派遣し、モルディブの中心地である共和国広場で公演を行ったほか、モルディブ国営放送のテレビスタジオでも演奏を行った。モルディブ国営放送が、共和国広場・スタジオでの演奏全編を全国放送で放送したほか、モルディブの新聞・雑誌が本件事業をカラー記事で取り上げ、日本への関心を高めることに貢献した。

### (3) タイ

28 年 10 月のプミポン・アドゥンヤデート国王の崩御から 29 年 10 月の同国王の葬儀までの間、同国における慶事や娯楽行事が自粛ムードとなり、葬儀後も繊細な国民感情に配慮する必要があったため大型文化事業の実施を見送った。

### (4) マレーシア

日マレーシア外交関係樹立 60 周年記念事業として、首都クアラルンプール、地方都市ペナン及びイポーにおいて音楽コンサート等を実施した。具体的には、9 月に、ペナン及びイポーにおいて、日本から民謡音楽家や三味線・和太鼓等楽器演奏家を派遣し音楽コンサートを実施した。事業には、ペナン州政府の青年スポーツ・女性・家族・地域社会開発担当相や保険・公共交通・国家統合担当相ら要人を始めとする約 1,900 名が参加。事業の中で州政府要人によるスピーチも行われ、将来の良好な関係強化への決意が述べられた。また、12 月、クアラルンプールにおいて、日本から和編鐘・篠笛・和太鼓等楽器演奏家や西洋楽器演奏家等を派遣しコンサート及びワークショップ、日本紹介ブースの設置を行った。事業では現地の文化団体との共演も組み入れ両国の友好関係を効果的に演出する工夫も行った。事業には政府関係者、文化関係者、報道関係者、学生等約 1,000 人が参加。事業の際に実施したアンケートによれば、回答した約 7 割の参加者が初めて大使館の事業に参加したことから、親日層の拡大につながった。

### (5) アイルランド

日・アイルランド外交関係 60 周年最後の締めとして「吉田兄弟」による津軽三味線公演を 30 年 3 月末に首都ダブリンで 1 回、地方都市で 2 回の計 3 回実施した。ダブリンでは SNS による広報を行い、一般市民の日本伝統音楽への興味を喚起した。関連地方の有力紙である地方紙に事前広報を掲載することにより、三味線公演のみならず日・アイルランド外交樹立 60 周年と二国関係の重要性を地方一帯へ発信した。地方で日本の一流の文化人が本格的な演奏をすることはまれであり、日本の魅力を発信し、対日理解の促進、親日感の醸成を図った。首都公演にはマクロクリン上院議員兼愛日友好議連会長や歴代の駐日大使などの政府要人も出席した。

### (6) 中国

30 年 1 月 20 日、日中平和友好条約締結 40 周年のオープニングイベントとして、山崎まさよし氏及び竹原ピストル氏による J-POPLIVE を首都北京で実施した。公演の事前広報として、在中国大使館 SNS (フォロワー数約 80 万人) を通じ数度にわたり広報を行ったほか、他の日本関係のメディアや音楽関係のプラットフォーム等計 40 余りを通じて広報を行った結果、一般販売を行った約 550 席は公演前日に完売した。また、1 月 1 日から 23 日までに中国のネット上に掲載された関連の報道・投稿は 1,866 件ののぼり、関連投稿中の頻出キーワードとして「期待」、「人気」、「豪華」といった言葉が挙がるなど、本事業は 40 周年の開幕イベントとして大きなアナウンスメント効果を発揮した。更に本公演の事後の効果として、本事業実施後に在中国大使館 SNS のフォロワー数が約 3,000 人増加したほか、40 周年事業に関わる協力相談が在中国大使館に多く持ち込まれるようになった。

#### (7) インドネシア

30年1月、日・インドネシア外交関係樹立60周年を記念して、首都ジャカルタ、地方都市であるスラバヤ、デンパサール、メダン及びマカッサルにおいて、和太鼓、津軽三味線、篠笛等和楽器演奏家による巡回公演を実施した。ジャカルタにおける公演には、カッタ副大統領を始めとするインドネシア政府閣僚を含む約5,000人が、また、地方都市における公演においても、地方政府要人をはじめ全体で約1万人が参加した。この巡回公演を通じて、60年に亘る両国の友好関係を周知すると同時に、日本の音楽及び和楽器の魅力を紹介することができた。参加者から「日本人音楽家の公演がすばらしかった」、「和楽器に対する理解が深まった」等、本事業に対する好意的な評価が多数寄せられた。また、多数のメディアで本事業の様子が取り上げられたことから、事業参加者のみならず広くインドネシア国民に日本の音楽及び和楽器の魅力、60年にわたる両国の友好関係をアピールできた。

28・29年度目標の達成状況：B（28年度：b，29年度：b）

### 測定指標4-3 人物交流事業の実施 \*

#### 中期目標（一年度）

人物交流を通じて、各国に親日層・知日層を形成し、ネットワークを外交活動に活用する。

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けては、特にスポーツ分野での人的交流の活性化及び、日本人の国際スポーツ界でのプレゼンス向上を図る。

#### 28年度

##### 年度目標

人物交流を促進し、中・長期的な視点から各国の親日派・知日派層を形成・発展させていき、相手国との関係強化の基盤を構築するため、以下を実施する。

#### 1 留学生交流の推進

外国人留学生在籍者数が21万人に、また、帰国留学生会の会員総数が84,000人に増加することを目標に、各種留学広報活動、帰国留学生会支援に努める。

#### 2 招へい事業

招へい実施後の事後調査において、各々の招へいの目的の達成度を、有効回答数のうち「◎、○」とする回答の割合を100%に可能な限り近づける。（注）◎：達成度が特に高い、○：相当の達成度あり、△：達成度が低い、×：達成度なし

#### 3 JETプログラム

行政事業レビュー公開プロセスの提言も踏まえ、拡充に向けた取組を実施する。

#### 4 スポーツ交流事業

スポーツ選手・指導者の派遣・招へい、器材輸送支援を通じて、国内競技連盟（NF）同士の関係構築を促すとともに、Sport for Tomorrow（SFT）の一層の促進を図る。また、招へい及び派遣実施後のフォローアップにおいて、効果が認められる割合を100%に可能な限り近づける。

#### 施策の進捗状況・実績

#### 1 留学生交流の推進

全地域の在外公館所在地及び地方都市において日本留学説明会・フェア等を実施し、日本留学に関する広報に努めた。また、活発な帰国留学生会のある国の在外公館（16公館）が帰国留学生と連携し、SNS発信や母国語による留学広報冊子の作成・配布等（16事業）を行った。これらの効果もあり、外国人留学生在籍者数が23万9,000人に達し、帰国留学生会が新たに6か国で発足し、帰国留学生会所属者数は84,000人を超えた。

#### 2 招へい事業

27年度から開始した招へい実施後の事後調査においては、戦略的招へい及び閣僚級招へいどちらも「◎、○」の割合が27年度（100%）と同様に100%となった。（注）◎：達成度が特に高い、○：相当の達成度あり

#### 3 JETプログラム

28年度は1,946名を新規参加者として日本に招致し、全体としては27年度に比し166名増の4,952名がJETプログラムに参加した。11月にはJETプログラム30周年記念式典等を皇太子同妃両殿下の御臨席を得て関係省庁・自治体国際化協会と共に開催し、30年の歴史と成果を振り返り、

今後プログラムを一層推進するための節目の機会とした。昭和 62 年の事業開始以降の参加国は 65 か国、参加人数は約 65,000 人（28 年末現在）となった。

#### 4 スポーツ交流事業

スポーツ外交推進事業にて、外国人選手、指導者及びスポーツ関係者等の招へい（10 件・11 か国）と、日本人指導者の派遣（9 件・8 か国）を実施し、スポーツを通じた国際貢献・国際交流の促進に貢献した。派遣・招へいの各事業においては参加者に対するフォローアップを実施して達成度を測っており、高い評価を得た。外務省のスポーツ・武道担当大使は、国内競技団体からの求めに応じて、各種スポーツ関連国際団体等の選挙における日本人候補者支援のため、来日した海外スポーツ関係者に対する働きかけを行ったり、国際競技連盟幹部選挙支援における在外公館レセプションの開催要請、国際競技大会における各種対応を行った。

### 29 年度

#### 年度目標

人物交流を促進し、中・長期的観点から、海外の親日層・知日層を活用して各国との関係強化を図るため、以下の事業を実施する。

##### 1 留学生交流

外国人留学生在籍者数が 26 万人に、また、帰国留学生会の会員総数が 85,000 人に増加することを目標に、各種留学広報活動、帰国留学生会支援に努める。

##### 2 招へい事業

招へい実施後の事後調査において、「達成した」と回答する割合（「◎、○」の割合）を前年度並み（100%）とするよう努める。（注）◎：達成度が特に高い、○：相当の達成度あり、△：達成度が低い、×：達成度なし

##### 3 JET プログラム

行政事業レビュー公開プロセスの提言を受けて、引き続き応募者数増加を目指すとともに、非英語圏国及びスポーツ交流員（SEA）の招致者数の増加を図り、JET プログラムの一層の拡充を図る。

##### 4 スポーツ交流

- (1) スポーツ選手・指導者等の派遣、招へい及び器材輸送支援を通じて、スポーツ外交を推進し、親日派・知日派を育成するとともに、2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた Sport for Tomorrow (SFT) の一層の促進を図る。
- (2) 派遣及び招へい事業実施後のフォローアップにて事業の達成度を確認し、より効果が認められるプログラムを継続する。
- (3) 29 年度に予定されている卓球やウェイトリフティング等の国際競技連盟役員選挙における日本人の当選に向け、側面支援を継続する。

#### 施策の進捗状況・実績

##### 1 留学生交流

世界各地、特に中国、韓国、ASEAN 諸国を中心とするアジアにおいて日本留学説明会・フェア等を実施し、日本留学に関する広報に努めた。また、在外公館が帰国留学生と協力して、SNS で留学情報を発信したことや、留学説明会、留学成果報告会等の機会に現地語で日本留学の魅力を帰国留学生から説明してもらう等した。これらの効果もあり、外国人留学生在籍者数が 26 万 7,000 人に達し、帰国留学生会が新たに 7 か国で発足した。帰国留学生会所属者数については、集計対象とする帰国留学生会を精査し、日本の留学先の大学毎の同窓会を対象外としたことから、81,360 人となった。

##### 2 招へい事業

招へい実施後の実施主管課による事後調査においては、戦略的招へい及び閣僚級招へいどちらも「◎、○」の割合が 28 年度（100%）と同様に 100%となった。

（注）◎：達成度が特に高い、○：相当の達成度あり。

- ##### 3 JET プログラム
- では在外公館を通じて募集・選考等を着実に実施し、自治体の要望に応じて新規に 1,906 名の参加者を招致した。29 年度の参加者数は 28 年度より 211 名多い 5,163 人となり、事業開始以来の参加人数は 6 万 6 千人を超えた（29 年末現在）。非英語圏としては新たに 2 か国（クロアチア及びセーシェル）からの招致が実現し、スポーツ交流員（SEA）の参加者数は 28 年より微増（6 人→8 人）となった。

##### 4 スポーツ交流事業

- (1) スポーツ外交推進事業にて、外国人選手・指導者及びスポーツ関係者等の招へい（15 件・14

か国)と、日本人指導者の派遣(6件・6ヶ国)を実施した他、器材供与支援や在外公館レセプションの実施をもってスポーツを通じた国際貢献・国際交流の促進に貢献した。例えば、31年に相撲の国際大会を開催する米国から、相撲の選手・指導者計5名を招へいし、稽古への参加以外にも土俵の作り方や会場設営、運営のノウハウを指導するなど、日本の伝統競技の普及の観点でも交流を実施した。

(2) 派遣・招へいの各事業においては参加者に対するフォローアップを実施して満足度を測っており、離日時に実施している滞在アンケートでは、ほとんどが5段階の4以上(素晴らしい・非常に素晴らしい)と回答しており、貴重な経験になったとの回答が多いなど、高い満足度を得た。

(3) 国際ウェイトリフティング連盟(IWF)の理事選挙では、IWF役員を日本に招へいし、日本ウェイトリフティング協会会長を始めとした協会関係者及び東京大会組織委員会関係者との意見交換や、ジュニア世界選手権の視察、2020年東京大会の会場視察を行うことで、日本の活動や準備状況をアピールし、三宅会長がIWF理事に当選したほか、在外公館レセプションで、東京大会の準備状況や会場を紹介しつつ、成田日本カヌー連盟会長がカヌー競技の成功のために尽力していることをアピールした結果、成田会長は関係者から支援され、満票にてアジアカヌー連盟会長に再選した。

28・29年度目標の達成状況：B(28年度：b, 29年度：b)

#### 測定指標4-4 在外公館文化事業についての事業評価

注：本測定指標の②及び③は29年度から新たに設定したものの。

①在外公館文化事業評価におけるA及びB(注1)の事業の割合 (注1)A：効果が特に大、B：相当の効果あり、C：効果が少ない、D：効果がなく今回限りとする ②対日理解度 A及びB(注2)のアンケート実施総件数に対する割合 (注2)A：関心や理解が深まった、B：関心や理解が少し深まった、C：関心や理解はあまり深まらなかった、D：関心や理解が無くなった、E：変化はなかった ③初参加率 初参加者の割合	中期目標値	28年度		29年度		28・29年度目標の達成状況
	一年度	年度目標値	実績値	年度目標値	実績値	
	—	①A評価・B評価併せて95%以上	①98%(967件(注3))	①A及びB評価の総数が総事業件数の95%以上 ②A及びB評価の総数がアンケート実施総件数の80%以上 ③初参加率の平均が30%以上	①99%(859件) ②93% ③60%	B (28年度：b, 29年度：b)

(注3) 29年度から事業件数の数え方を変更。28年度の事業件数も29年度の方法に従った数値。

#### 評価結果(個別分野4)

##### 施策の分析

##### 【測定指標4-1 文化事業の実施、日本語の普及、海外日本研究の促進】

##### 28年度

28年度は、在外公館や国際交流基金を通じて、日本の祭りやスポーツ関連事業等、各国国民の対日理解の促進や親日感の醸成に資する文化事業を実施することができた。対日理解の促進・親日感の醸成には継続した取組が必要であるが、特に有効性・効率性が高かった取組は以下のとおり。

##### ア 日本の祭り関連事業

6月、在バルセロナ総領事館は、現地在住の日本人有志を中心とする「夏祭り」実行委員会との共催により、「バルセロナ夏祭り」において「どんがら」和太鼓公演を実施した。夏祭り全体では約2万人が参加し、1,000人以上が和太鼓公演を鑑賞、「バルセロナ音頭」をはじめとする盆踊り

に参加し、現地メディアによる報道は 35 件にのぼり、日本の伝統芸能や日本文化の魅力を効果的に発信することができた。

本「夏祭り」は 25 年の日スペイン交流年に「日本の祭りを紹介する」というコンセプトで始まり、今回で 4 回目の開催となるもので、バルセロナ市や現地日本企業の協力も得て、日本の祭りイベントとして定着しつつあり、現地における対日関心・対日理解の向上に大きく寄与している。(28 年度：海外における文化事業等 (28 年度：海外における文化事業等 (達成手段①))

#### イ スポーツ関連事業

「Sport for Tomorrow」(SFT)の一環として、6月、在ザンビア大使館とザンビア格闘技連盟の共催により、「空手日本大使杯」を開催した。ザンビア空手5流派から約200名の選手が参加し、表彰式にはザンビア青年スポーツ省次官が出席。国营放送 ZNBC でも大会の様子が放映され、日本文化に接する機会が限られているザンビアにおいて、スポーツを通じて対日理解を深める機会となった。(28 年度：海外における文化事業等 (達成手段①))

#### ウ 和食を通じた日本の魅力紹介事業

10月、在サンパウロ総領事館は、アジア・ジャパン・フードショーにおいて、「和食器」の観点から和食を紹介するレクチャー及びデモンストレーションを実施し、約1,000人が参加した。それぞれの和食にあった正しい和食器の使い方・形状の背景等を説明することにより、食材や料理そのものだけでなく、より広い意味で正しい和食文化を紹介する機会となった。(28 年度：海外における文化事業等 (達成手段①))

また、10月、在スウェーデン大使館は、大使公邸に現地レストラン関係者、酒類販売関係者、メディア関係者等を招待して、和食と東北産日本酒に関する講演会を実施し、また、福島県の酒蔵の杜氏の参加を得て、東北産日本酒を提供するとともに、東北観光ブースを設けて震災後の東北の復興をアピールした。本事業は、現地における親日層の拡大や和食・日本酒の普及に寄与するとともに、東北復興に対する理解の促進や東北観光の促進にも寄与する事業となった。なお、本事業実施後には、早速福島県産のスパークリング日本酒の注文が入る等の実績につながった。(28 年度：海外における文化事業等 (達成手段①))

#### エ 文化の WA プロジェクト

##### (ア) 日本語パートナーズ派遣事業

ASEAN 諸国をはじめとするアジア地域における日本語教育支援のため、国際交流基金を通じて現地の日本語教師のパートナーとして、28 年度までに 12 の国・地域に対し、延べ 634 人を派遣した。28 年度末までに帰国した 556 人が、東南アジアの高校等延べ 718 校において約 21 万 2 千人の生徒たちを指導し、日本語教育を窓口に草の根レベルで日本への関心を喚起したことは、対日理解の促進及び親日感の醸成を図る上で効果的だった。(28 年度：アジア文化交流強化事業 (達成手段③))

##### (イ) 双方向の芸術文化交流事業

東京国際映画祭との連携によりアジア各国より映画関係者を 28 年度までに 307 人招へいし、更なる交流促進に寄与したほか、アジア 3 か国の監督によりオムニバス製作された映画が東京国際映画祭 2016 にて上映された。

28 年度末までに 1,059 件の事業に 219 万人以上が主催及び助成事業に参加し、アジア諸国との双方向の交流を促進・強化した。(28 年度：アジア文化交流強化事業 (達成手段③))

#### オ 日本国際漫画賞の実施

エストニア、クウェート、コンゴ民主共和国及びパナマの 4 か国から初めて作品の応募があり、応募国・地域数は過去最多となるなど、漫画を通じた文化外交の裾野が広がっていることを確認できた。また、28 年度は、第 10 回の節目の年であることから記念シンポジウムを実施し、日本の漫画について活発な議論が行われたことは、対日理解の促進及び親日感の醸成を図る上で効果的だった。同行事を通して、漫画は日本への興味・関心・親近感を深めるための今後とも有効なツールの一つであることが確認できたことも有益であった。(28 年度：海外における文化事業等 (達成手段①))

### 29 年度

在外公館や国際交流基金を通じて、日本の祭りやスポーツ関連事業等、各国国民の対日理解の促進や親日感の醸成に資する文化事業を実施することができた。対日理解の促進・親日感の醸成には継続した取組が必要であるが、特に有効性・効率性が高かった取組は以下のとおり。

#### ア 日本の祭り関連事業

10月、在カナダ大使館は、カナダ建国 150 周年記念事業「Ottawa Welcomes the World」に 75 以上の他国外大使館とともに参加し、日本文化を紹介するステージ公演(和太鼓公演、武道デモンスト



レーション、コスプレ等)、コミュニティブース(生け花、かるた、俳句、折り紙、書道、盆栽等)、企業ブース・展示等を「日本祭り」として実施。事業当日は雷雨や暴風雨が続く悪天候であったにもかかわらず、想定していた5,000人を大幅に上回る約8,600人が参加。参加者アンケートでも、ほぼ100%が対日関心・理解が深まったと回答したほか、90%が日本に対して好感を持つようになったと回答。参加者からは、他国大使館が開催したフェスティバルに比べて、日本祭りの内容が最も充実しており、クオリティーも高いとの評価が得られる等、現地における対日理解・対日関心の促進に大きく寄与するとともに、我が国のプレゼンス強化にも寄与した。(29年度:海外における文化事業等(達成手段①))

#### イ スポーツ関連事業

11月、在青島総領事館は、日中国交正常化45周年及び日本政府草の根文化無償資金協力によって設立された青島日中友好柔道館開館10周年の機会を捉え、山下泰裕・全日本柔道連盟会長等を講師に迎えて柔道に関する公開座談会・模範演技、総領事杯青島国際学生柔道選手権、大学等における柔道レクチャー・デモンストレーション等を一連のシリーズ事業として実施。地方都市での開催にもかかわらず、約850人が参加し、中国中央テレビ(CCTV)や青島テレビ局等、複数のメディアで取り上げられた。参加者アンケートでは、ほぼ100%が対日関心・理解が深まったと回答したほか、96%が日本語の学習意欲が高まったと回答する等、スポーツを通じて対日理解・対日関心を深める機会となったほか、2020年東京オリンピック・パラリンピックへの機運醸成につながった。

(29年度:海外における文化事業等(達成手段①))

#### ウ 和食を通じた日本の魅力紹介事業

11月、急速な経済発展を背景に日本食への関心が高まりつつあるインドにおいて、在インド大使館がインド政府関係者・経済関係者等の現地有力者や、現地バイヤー・レストラン等事業関係者を対象に、日本の日本酒蔵元5社の協力を得て、日本酒・和食のレクチャー・デモンストレーションを実施。参加者アンケートでは、93%が対日関心・理解が深まったと回答したほか、インド経済関係者から、日本酒の普及及び販路拡大に向けて前向きに検討したい旨のコメントが寄せられた。また、各商談ブースでは、酒蔵と熱心に商談を行う姿が見られ、サンプル商品の輸出につながる等の成果も得られた。(29年度:海外における文化事業等(達成手段①))

#### エ 文化のWA プロジェクト

##### (ア) “日本語パートナーズ”派遣事業

ASEAN諸国をはじめとするアジア地域における日本語教育支援のため、日本語パートナーズを591人、12の国・地域の492機関へ派遣した(29年度末までに延べ1,225人を派遣)。特に、地方自治体及び国内大学との候補者募集に関する連携や、地方都市における募集説明会の開催、ウェブサイト等を通じた広報に努めた結果、29年度は、28年度の364人に比して約1.6倍の派遣人数を達成した。また、29年度末までに帰国した596人の受入校を対象に実施した調査によれば、日本語パートナーズから日本語の指導を受けた学習者数及びパートナーズによる日本文化紹介等に参加した人数は合計42万人と、国際交流基金第4期中期目標で定めた目標値である26及び27年度の実績平均値の4.0倍を達成しており、日本語教育支援、対日理解の促進及び親日感の醸成に貢献した。(29年度:アジア文化交流強化事業(達成手段③))

##### (イ) 双方向の芸術文化交流事業

映画、美術、ダンス、音楽、スポーツ、市民交流、知的交流等の分野で日本とアジア諸国を繋ぐネットワークを拡大するための各種交流事業を展開。特に映画の分野では、東京国際映画祭と連携して、東南アジア映画の特集上映、アジア各国から関係者63名の招へいを行ったほか、アジア3か国の監督によるオムニバス映画共同製作の第2弾を開始するなど、ネットワーク形成を促進・強化できた。ASEAN50周年記念事業としての「サンシャワー展」では10か国より86組の現代芸術家の参加を得、35万人を動員することができたほか、インスタグラムの投稿数が2万件を超えるなどSNS上で大きな反響があり、ASEAN諸国を主対象とするアジアと日本との文化交流を強化することができた。29年度末までに1,525件の事業に360万人以上が主催及び助成事業に参加し、アジア諸国との双方向の交流を促進・強化しており、基金の長年の知見を生かした一過性の事業ではない継続的实施、今までにない大規模な双方向交流の実施は、29年5月の日越外相会談や29年11月の日・ASEAN首脳会議の際など、ASEAN諸国とのハイレベル会談においてたびたび言及・評価されている。

(29年度:アジア文化交流強化事業(達成手段③))

#### オ 「ジャポニスム2018」

公式企画については、日本側の関係政府機関等と協力しつつ、フランス側カウンターパートとなる各文化施設とも緊密に連携を保ち、準備期間が極めて短い中で着実に準備を進めることができた。また、事務局主催の「公式企画」以外に、ジャポニスム2018の実施に賛同する企画を広く募

集し認定する「参加企画」の枠組みを整備し、申請受付・認定を開始し、すでに 10 件以上の申請受付を実施した。

また、広報についても、11 月には、日仏双方で記者発表会を実施し、その後もウェブサイトや SNS を通じた広報に努め、日仏双方で多くの報道がなされた（本格的に広報を開始して以降、各種メディアでの報道件数は日：約 500 件以上、仏：約 30 件以上）。引き続き、事業の着実な実施に努めつつ、日仏両国での広報を行っていくことが重要。（29 年度：独立行政法人国際交流基金運営費交付金（達成手段②））

#### カ 放送コンテンツ紹介事業

対日理解促進、親日感醸成を目的とし、放送コンテンツという媒体を用いることにより、一度失うと獲得するのが困難な放送枠を維持すべく、継続的に日本のテレビ番組の無償提供事業を実施し続けることで、延べ 101 か国・地域で、908 番組の放送を実施し、例えばキューバにおいて、目上の人を尊重する姿勢や家族を大切にしている姿勢を始め日本文化を非常に良く反映していると評されたドラマでは、40%を超える視聴者率を獲得するなど、日本文化へのアクセスが困難な国・地域において爆発的な日本ファンを獲得した。

加えて、商業ベースでは販売が困難な途上国や商業展開が難しい番組が必要とされる国・地域を中心に、現地で提供番組ごとにフォローアップすることで、日本のコンテンツホルダー（注）にとって、現地におけるニーズ把握の足がかりとなる番組提供実績、将来的な市場進出に必要な放送条件及び将来的な有償供与に繋げる現地放送局の意向等を調査・収集した。さらに、それらの情報を、日本のコンテンツホルダーに対して日々提供するのみならず、日本全国各地で 1 か月間集中的に説明会を行うことで、日本のコンテンツホルダー 175 社延べ 225 人に対し情報を提供し、将来的に現地で日本のテレビ番組が商業的に放送されることを狙った効果的な先行マーケティング及びその結果の還元を実践した。引き続き、対日理解の促進、親日感醸成を目的とし、途切れることなく事業を行い、先行マーケティングとしての貢献をすることが重要。（29 年度：独立行政法人国際交流基金運営費交付金（達成手段②））

（注）提供するテレビ番組等の著作権を保持・所有する個人及び法人等。

### 【測定指標 4-2 大型文化事業(周年事業関連)の実施】

#### 28 年度

28 年度は、イタリア、シンガポール、ベルギー、ネパール、フィリピン及び国連における大型文化事業の実施を通じ、日本の多様な魅力を発信し、対日理解の促進、親日感の醸成を図ることができた。引き続き取組が必要であるが、特に有効性・効率性が高かった取組は以下のとおり。

##### ア イタリア

ローマ及びフィレンツェのそれぞれを代表する劇場において能楽公演を実施し、日本文化の効果的な発信と、両国文化交流の一層の活発化及び両国国民の相互理解の増進に寄与するとともに、イタリア政府関係者や各界要人との協力関係の強化にも資するものとなった。（28 年度：海外における文化事業等（達成手段①））

##### イ シンガポール

日本大使館を始めとする政府関係機関及び日本人会等、日本の官民を挙げてオールジャパンで記念事業に取り組んだことから、両国の外交関係樹立 50 周年を日本が盛大に祝う姿勢を示すことができた。また、シンガポール国民が阿波おどりを体験できるよう工夫したため、閣僚である上級国務相自らがフェイスブックで発信したことを始め、一般国民がフェイスブックやインスタグラムで、阿波おどりを初めて見た感動や踊りの素晴らしさについて高く評価し、非常に多く発信されたことは極めて効果が高かった。これは、本事業により日本文化の魅力を十分にシンガポール国民に発信できた証左であると評価できる。（28 年度：海外における文化事業等（達成手段①））

##### ウ ベルギー

28 年 3 月に発生したテロの影響で、多くの人が集まる大型の文化行事の開催そのものを検討する必要が生じ、変更を余儀なくされた面はあったが、4 月のいけばな公演はテロから間もない時期にも拘わらず、日本の著名ないけばな流派がベルギーを訪問し、素晴らしい芸術作品展示と公演を行ったことに高い評価と深い感謝の意が寄せられた。また、同じく吉田兄弟による津軽三味線公演も、時期をずらしてでも開催されたことに感動と感謝が多く寄せられるなど、日本とベルギーの友好関係の進展に資する素晴らしい公演となり、親日感の醸成に寄与した。（28 年度：海外における文化事業等（達成手段①））

##### エ ネパール

渡辺貞夫氏は、世界の「ナベサダ」と評されるように、世界の舞台上で活躍し、世界の要人のファ

ンも多い（4月には、オバマ大統領のホストによりホワイトハウスで演奏、5月にはボツワナ大統領の招待によりボツワナにてボツワナ独立 50 周年記念コンサートを開催）。そうした抜群の知名度と名声を活かした同氏によるジャズ公演を通じて日本のプレゼンスを大きく示すことができた。また、本件公演は、ネパールの国民的な曲「レッサム・フィリリ」を演奏する渡辺氏の姿に涙を流すネパール人が多数見られた等、日本とネパールの絆を示す象徴的なものとなり、親日感の醸成に寄与した。（28 年度：海外における文化事業等（達成手段①））

#### オ フィリピン

フィリピン国民の平均年齢が若いことから、特に若者をターゲットにした J-POP 公演を企画したが、事業参加者の多数から、AKB48 の公演を初めて体験した感動や日本文化を体験するための更なるイベントの開催を求める声が寄せられる等、非常に高い評価が得られた。フィリピンでは、今後 AKB48 の姉妹グループである MNL48 の立ち上げが予定されていることから、本件公演は、日本文化、特にポップカルチャーの魅力の発信に非常にタイミングが良く、効果的な事業であったと評価できる。（28 年度：海外における文化事業等（達成手段①））

#### カ 国連

国連における大型文化事業「左官レクチャーデモンストレーション：土の共感」においては、国連の土を材料として混ぜて「地球の土を共有するように宗教や民族の違いも乗り越えていける」とのメッセージを発信しつつ、参加者が平和のメッセージを土壁に刻む双方向交流の事業とすることで、国連加盟後 60 年の日本の平和への貢献とポジティブなイメージを印象的に発信できた。また、国連広報局への早い段階からの根回しにより、同広報局による事前事後の広報を実現させたほか、参加大使他による二次発信が行われたことは、国際機関の高い発信力を効果的に活かして対日理解の増進を図ることができた。（28 年度：海外における文化事業等（達成手段①））

### 29 年度

29 年度は、タイについては、国王の崩御という国の状況から、大型文化事業の実施を見送らざるを得なかったが、年度目標に掲げていたデンマーク、モルディブ、マレーシア及びアイルランドに加え、中国及びインドネシアにおいても大型文化事業を実施し、同事業を通じ、日本の多様な魅力を発信し、対日理解の促進、親日感の醸成を図ることができた。引き続き取組が必要であるが、特に有効性・効率性が高かった取組は以下のとおり。

#### ア デンマーク

デンマークにおいて実施した大型文化事業「箏の響き」では、デンマークのフレデリック皇太子同妃両殿下を始めとする極めてハイレベルな参加者を得ることができた。それに伴い各種メディアの高い注目を集めることとなり、大きな広報効果を得ることができた。当地では通常まず聞くことができない箏を中心として公演を行ったことで、高い広報効果を得ることができ、事後のアンケートでも参加者から箏の音色を高く評価するコメントが数多く見られた。また、事業実施に当たっては、日本人会やデンマーク・日本協会等日本関連団体からの協力を得て多くの参加者を得ることが出来たが、結果的にこれら日本関連団体との連携を強化することにもつながった。（29 年度：海外における文化事業等（達成手段①））

#### イ モルディブ

モルディブの平均年齢は若いことから（モルディブ国民の 58.8%が 29 歳以下）、国民の間で日本のアニメは人気があっても、日本の伝統文化に触れる機会がなかった。日・モルディブ外交関係樹立 50 周年を機会に、日本の伝統文化である和太鼓公演を実施できたことで、新しい日本の側面を紹介することができた。更に、モルディブでは、28 年 1 月に在モルディブ大使館を開設したばかりということもあり、日本への関心は必ずしも高くなかったが、大型文化事業を実施したことで、現地プレスでも大きく報道され、高い波及効果が得られたことから、日本への関心が高まるとともに、モルディブにおける我が国プレゼンスの促進に貢献し、日本外交を展開する上での環境整備にも寄与できた。（29 年度：海外における文化事業等（達成手段①））

#### ウ マレーシア

日マレーシア外交関係樹立 60 周年記念し、首都クアラルンプール、地方都市ペナン及びイポーにおいて邦楽を中心とした音楽祭を実施したが、日本の音楽の紹介という目的の達成だけでなく、クアラルンプールにおける事業では、アンケートに回答した参加者の約 7 割が大使館の事業に初めて参加したことから、新たな親日層の拡大に効果的だった。また、ペナン及びイポーにおける事業については、出席した州政府高官がスピーチにおいて良好な二国間関係にアピールしたことから、周年を効果的に広報することができた。（29 年度：海外における文化事業等（達成手段①））

#### エ アイルランド

首都1回及び地方2回の計3回の三味線公演を盛況に実施した。首都ダブリンではマクロクリン上院議員兼アイルランド・日友好議連会長、駐日大使などの政府要人が出席し、日本の伝統音楽の素晴らしさを約380人に体験してもらい、その成果のSNSでの拡散といった効果があった。地方では新聞の紙面買い上げにより、既存の親日・知日層以外のアイルランド一般国民にも公館の事業が注目され、他の地方都市での日本文化紹介要望や地元文化人との共演希望が寄せられる等の効果があった。地方において日本の著名文化人が公演したことに関する謝辞、日・アイルランドが60年前から外交関係にあると初めて知った、三味線という楽器を初めて知った等、アイルランドでの新規の知日派層開拓に寄与した。(29年度：海外における文化事業等(達成手段①))

#### オ 中国

30年が日中平和友好条約締結40周年であったことから、首都北京で若者を主な対象としたJ-POPライブを実施し、良質なJ-POPを現地で紹介した。その結果、事後にアンケートやSNSにおいても事業を高く評価する声が多く寄せられ、在中国大使館SNSフォロワーが約3,000名増加するなど新たな親日層を獲得できただけでなく、更に多数のメディアでも好意的に報道されたことから、周年の始まりを効果的に演出することができた。(29年度：海外における文化事業等(達成手段①))

#### カ インドネシア

日・インドネシア外交関係樹立60周年を記念し、首都及び地方都市で和楽器公演を実施したが、副大統領を始めとする政府要人及び州政府要人等全体で約1万5,000人が事業に参加し、また、多数のメディアで本事業の様子が取り上げられたことから、インドネシア国民に日本の音楽及び和楽器の魅力、二国間周年に関して効果的に発信ができ、対日理解の促進に寄与した。(29年度：海外における文化事業等(達成手段①))

### 【測定指標4-3 人物交流事業の実施】

#### 28年度

親日層・知日層の形成・発展には、今後も地道に取り組む必要があるが、特に有効性・効率性が高かった具体的取組は以下のとおり。

#### ア 留学生交流

外国人留学生在籍者数が23万9,000人に達したこと、及び帰国留学生会が新たに6か国(ブルンジ、チュニジア、ベルギー、マケドニア、ラトビア及びベリーズ)で発足し、帰国留学生会所属者数が目標とした84,000人を超えたことは、親日派・知日派の形成の観点から有益だった。(28年度：留学生交流事業(達成手段⑥))

#### イ 招へい事業

戦略的実務者招へいの枠組みで165人、閣僚級招へいの枠組みで21人を招へいし、ハイレベルとの有意義な意見交換や視察を行い、対日理解促進に繋がったことは、相手国との関係強化を図る上で一定の効果があった。(28年度：戦略的実務者(STEP)招へい(達成手段④)、閣僚級招へい(達成手段⑦))

#### ウ JETプログラム

自治体の要望に応え、28年度は4,952人のJET参加者のプログラム参加を実現した(前年比166名増加)。また、28年度行政事業レビュー公開プロセスにおける、応募者数増加を図るべきとの提言を踏まえ、29年度の招致に向けて、在外公館で説明会の開催や新聞・ウェブを通じた広報を行う候補者の発掘に取り組み、この効果として29年度は、800名以上の応募者数の増加につながったと考えられる。(28年度：語学指導等を行う外国青年招致事業(JETプログラム)(達成手段⑤))

#### エ スポーツ交流事業

スポーツ庁やJOCとも連携し、日本人候補者の当選を特に後押ししていた体操、トライアスロン及びボートの各国際競技連盟選挙(IF)において、日本人が幹部に当選したことは、IFと国内競技連盟(NF)の連携及びIFからの情報収集の観点から効果が高かった。IF幹部選挙に日本人が立候補した際、在外公館主催レセプションの開催や、国内競技団体が関係を重視する国との派遣事業や招へい事業での交流を計画的に実施したことで、相手国競技団体との関係構築に寄与し、日本人候補者の当選に結びつけることができた。当選を果たした各競技団体からも効果を認められ、他の競技団体に好事例として紹介されるなどの実績もあった。(28年度：スポーツ外交推進事業(達成手段⑩))

#### 29年度

親日層・知日層の形成・発展には、今後も地道に取り組む必要があるが、特に有効性・効率性が高かった具体的取組は以下のとおり。

#### ア 留学生交流

帰国留学生会が新たに7か国（サモア、ベネズエラ、ポリビア、ボスニア・ヘルツェゴビナ、ルワンダ、ジブチ及びガボン）で発足したことは、全世界における親日派・知日派の形成の観点から有益だった。帰国留学生会所属者数については、集計の対象とする帰国留学生会を精査し、日本での留学先の大学毎の同窓会を対象外としたため、目標に達しなかったが、集計対象とした各帰国留学生会の所属者数は、在外公館による名簿管理、入会呼びかけ、懇親会への招待等により順調に伸びている。（29年度：留学生交流事業（達成手段⑥））

#### イ 招へい事業

戦略的実務者招へいの枠組みで161人、閣僚級招へいの枠組みで26人を招へいし、ハイレベルとの有意義な意見交換や視察を行い、対日理解促進に繋がったことは、相手国との関係強化を図る上で一定の効果があつた。（29年度：戦略的実務者（STEP）招へい（達成手段④）、閣僚級招へい（達成手段⑦））

ウ JETプログラムへの参加者増に向け、関係省庁、機関と連携し、自治体にJETの拡大を呼びかけた結果、参加者数は211名増加した。また、在外公館では大学等での説明会やウェブ広告等募集・広報活動に力を入れた結果、米国、英国を始めとする複数国で応募者増加につながった。新たな非英語圏からの招致も実施した。これらは、優秀で質の高い参加者の確保及び地域における国際交流推進の観点から有益だった。（29年度：語学指導等を行う外国青年招致事業（JETプログラム）（達成手段⑤））

#### エ スポーツ交流事業

スポーツ外交推進事業にて、外国人選手、指導者、スポーツ関係者等の招へい（15件・14か国）と、日本人指導者の派遣（6件・6か国）を実施した。日本で指導を受けた海外の指導者が、その経験を自国に戻ってさらに多くの選手に伝えるなどの二次的な広がりもあり、スポーツを通じた国際貢献（SFT）の促進に貢献している。派遣・招へいの各事業においては参加者に対するフォローアップを実施して満足度を測っており、多くの参加者から、「日本でレベルの高い経験を自国の選手や指導者に還元した」とのコメントを得るなど、意義のあるものとなった。

スポーツ武道担当大使は、定例記者懇談会にてスポーツ外交推進事業の好事例を報告するなど、広報努力を行った。

国際競技連盟関係者を日本に招へいし、国際連盟理事に立候補している日本人候補者やその他協会関係者との懇談や外務省幹部との会食等を実施することで、政府も強力に支援していることをアピールすることができ、日本人候補者の当選につながった。在外公館レセプションでも、海外において現地関係者を招いて日本人候補者の紹介をすることで、日本政府の支援も受けていることをアピールでき、当選につながるなど、一定の効果があつている。日本人がこうした国際競技連盟の理事等の幹部になることは、世界における日本のプレゼンス向上、いち早い情報収集の観点から非常に有効である。

### 【測定指標4-4 在外公館文化事業についての事業評価】

#### 28年度

28年度は、在外公館文化事業評価におけるA及びB評価の事業の割合が95%以上となり、高い事業効果を生み出した。これにより、各国国民の対日理解の促進や親日感の醸成を図ることができた。

いずれの分野（スポーツ、日本語、日本研究拠点等との連携、大規模イベント活用、地方の魅力発信、日本の祭り、周年事業に準じる外交上の節目での事業、和食）においても、在外公館文化事業評価におけるA及びB評価の事業の割合は95%以上を達成しているが、C評価となった事業は、いずれも参加者が予定よりも大幅に減少したものであるところ、原因を究明した結果、会場へのアクセスの悪さや実施時期（学生の試験時期と重なっている等）、悪天候等であることが判明したため、会場選定の見直しや、より集客が高まる実施時期の選定等、現地事情を十分に踏まえた事業の実施を促した。

なお、自民党行政改革推進本部行政事業レビューチームによる提言（28年12月14日）において、定量的目標を厳格に定めるべきとされたこともあり、本指標に、29年度から対日理解度（80%以上）、初参加率の平均（30%以上）の2指標を含めることを決定した。（28年度：海外における文化事業等（達成手段①））

#### 29年度

29年度は、在外公館文化事業評価におけるA及びB評価の事業の割合が99%となったほか、対日理解度93%、初参加率の平均60%を達成し、高い事業効果を生み出した。これにより、各国国民の対日理解の促進や親日感の醸成を図ることができた。特に新たに指標として導入した対日理解度の深

まりについては、事業を通じた対日理解度の変化を把握することが可能となり、また初参加率については、事業実施による潜在的な対日関心層の拡大を把握することが可能となったところ、これら結果を踏まえて、対日理解度や初参加率が高まる事業（ジャンル等）をより多く実施すべく、30年度の事業計画策定や査定に反映させた。

いずれの分野（スポーツ、日本語、親日層開拓、日本のプレゼンス強化、地方の魅力発信、日本の祭り、周年事業に準じる外交上の節目での事業、和食）においても、在外公館文化事業評価におけるA及びB評価の事業の割合は95%以上を達成しているが、C評価となった事業は、いずれも参加者が予定よりも大幅に下回ったものであるところ、原因を究明した結果、広報不足や悪天候等であることが判明したため、在外公館に対して、現地事情を踏まえたより効果的な広報手段（紙媒体、SNS等）の分析・検討を促した。

対日理解度については、現地では普段接触の機会が少ないジャンルを積極的に取り上げることにより、日本への関心・理解度を高めることができたが、アンケート調査を通じて現地のニーズを把握することにより、より効果的な事業を実施すべく、30年度の事業計画策定や査定に反映させた。初参加率については、SNS等を活用し、広報を工夫することによって、一定の初参加率を達成できたが、事業によって初参加率にばらつきがあるため、低い初参加率の事業を見直す等、30年度の事業計画策定や査定に反映させた。（29年度：海外における文化事業等（達成手段①））

## 次期目標等への反映の方向性

### 【施策（施策の必要性に関する分析を含む）】

各国における世論形成や政策決定の基盤となる国民一人一人の対日理解を促進するとともに、日本のイメージを一層肯定的なものとすることは、国際社会において日本の外交政策を円滑に実施していく上で重要である。その際、我が国文化の総合的かつ戦略的な発信及び人物交流を進めることは、対日関心の醸成、対日理解の増進等の観点からも不可欠な施策である。

上記理由により、各国・地域の対日理解を促進し、また、親日感の醸成を図るとの施策目標は妥当であり、今後とも同目標を維持し、その達成に向けた施策を実施していく。

### 【測定指標】

#### 4-1 文化事業の実施、日本語の普及、海外日本研究の促進

在外公館や国際交流基金等を通じて文化事業の実施、日本語の普及、海外日本研究の促進を行い、各国国民の対日理解の促進や親日感の醸成を図るとの29年度目標は適切であった。

各国における世論形成や政策決定の基盤となる国民一人一人の対日理解を促進するとともに、日本のイメージを一層肯定的なものとすることは、国際社会において日本の外交政策を円滑に実施していく上で益々重要になっている。引き続き在外公館や国際交流基金を通じて諸外国において良好な対日イメージを形成し、日本全体のブランド価値を高めるとともに、対日理解を促し、親日派・知日派を育成するため、海外において様々な交流事業の展開・促進・支援を行う。国際交流基金事業は、29年度から5年間にわたる新たな定量的・定性的な中期目標を設定しているところ、29年度に引き続き、同目標に基づき定めた各種基準によって適切に事業評価を行い、その後の事業の計画や実施に活かしていく。

#### 4-2 大型文化事業（周年事業関連）の実施

上記の施策の分析のとおり、選定周年の機会を捉えた大型文化事業の実施により、各国における対日理解の促進と親日感の醸成を図るとの29年度目標は適切だった。外交上大きな節目（周年）を迎える国において、日本文化を大々的にプレイアップする大型文化事業を実施することは、我が国のプレゼンスを高めるとともに、相手国との相互信頼や友好関係の強化において極めて重要であり、今後も引き続き選定周年を対象として、現地のニーズを十分に踏まえて、効果的かつ効率的な事業の実施に努める。

#### 4-3 人物交流事業の実施

留学生交流、各種招へい事業、JETプログラム、スポーツ交流事業を通じて人物交流を促進し、各国の親日層・知日層の形成・発展を図り、相手国との関係強化の基盤を作るとの29年度目標は適切であった。

##### ア 留学生交流事業

中・長期的に親日派・知日派外国人を育成していく観点から、優秀な国費留学生を確保し、帰国後も良好な関係維持に引き続き取り組む。

#### イ 招へい事業

海外で、多様な国の指導的立場にある人物に対し、効率的に対日理解の促進が可能であるため、引き続き取り組む。

#### ウ JET プログラム

日本国内における外国語（英語）教育の強化に伴い、在外公館における募集・広報強化を通じて、より多くの優秀な候補者の発掘を行うことが必要である。28年6月に実施された行政事業レビュー公開プロセスで応募者数の増加、元JETの活用を含め、事業を全般的に一層強化すべきとの提言があったことも踏まえ、引き続き拡充に向け事業を実施する。

#### エ スポーツ交流事業

日本の競技団体関係者が国際競技連盟の幹部ポストを獲得することで、より世界でプレゼンスを高めたり、迅速で正確な情報収集ができるよう、引き続き、国際競技連盟（IF）幹部選挙に立候補する日本人候補者支援のため、スポーツ外交推進事業のスキームを活用した派遣・招へい、器材輸送支援及び在外公館レセプションで側面支援を実施し、当選を側面支援する。

### 4-4 在外公館文化事業についての事業評価

自民党行政改革推進本部行政事業レビューチームによる提言（28年12月14日）において、定量的目標を厳格に定めるべきとされたこともあり、29年度から在外公館文化事業についての事業評価に、新たに対日理解度（80%以上）及び初参加率の平均（30%以上）の2指標を含めることとした。これにより、事業を通じた対日理解度の変化、潜在的な対日関心層の拡大の把握が可能となったため、今後も対日理解の促進及び親日感の醸成を測る適切な定量的指標として、同水準の目標を維持するよう努める。

### 作成にあたって使用した資料その他の情報

- ・平成30年版外交青書（外交青書2018）  
第3章 第4節 各論2 文化・スポーツ外交
- ・国際交流基金ホームページ  
ジャポニスム2018  
(<https://japonismes.org/>)  
国際交流基金アジアセンター（文化のWA関連）  
(<http://jfac.jp/>)  
テレビ番組の海外展開（放送コンテンツ等海外展開支援事業関連）  
(<http://www.jpfa.go.jp/j/project/culture/media/tv/index.html>)
- ・外務省ホームページ  
外務省関連の各種招聘プログラム  
(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/culture/hito/shoutai/index.html>)  
留学生交流  
(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/culture/hito/ryu/index.html>)  
JETプログラム  
(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/culture/hito/sei/jet/index.html>)  
スポーツ・フォー・トゥモロー  
([https://www.mofa.go.jp/mofaj/p\\_pd/ep/page24\\_000800.html](https://www.mofa.go.jp/mofaj/p_pd/ep/page24_000800.html))

## 個別分野5 文化の分野における国際協力の実施

### 施策の概要

文化、スポーツ、教育、知的交流の振興のための国際協力や文化の分野での国際貢献を行うことによって、人類共通の貴重な遺産の保護、新たな文化の発展への貢献、各国の持続的開発への寄与を図るとともに、親日感を醸成するため、(1)ユネスコや国連大学を通じた協力、(2)文化無償資金協力を実施する。

### 関連する内閣の重要政策（施策方針演説等のうち主なもの）

- ・ 経済財政運営と改革の基本方針 2017（平成 29 年 6 月 9 日 閣議決定）  
第 2 章 成長と分配の好循環の拡大と中長期の発展に向けた重点課題  
2. 成長戦力の加速等（5）新たな有望成長市場の創出・拡大②スポーツ立国  
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
- ・ 第 193 回国会外交演説（平成 29 年 1 月 20 日）  
総合的な外交力及び戦略的対外発信の強化
- ・ 第 196 回国会・衆議院外務委員会（平成 30 年 3 月 2 日）及び参議院外交防衛委員会における河野外務大臣挨拶（平成 30 年 3 月 6 日）

## 測定指標 5-1 文化、教育、知的交流の分野における国際協力・貢献

### 中期目標（一年度）

ユネスコの各種会議への積極的な関与・貢献を通じて、途上国の文化遺産の保存・修復や人材育成事業の発掘と円滑な実施を図るとともに、国連大学との連携強化を通じ地球規模課題等についての我が国の政策発信の推進と、途上国を中心とした能力育成事業への協力を図る。

### 28 年度

#### 年度目標

- 1 ユネスコについては、総会、執行委員会、世界遺産委員会、無形文化遺産保護条約政府間委員会等の国際会議に参加し、各種議論や交渉に積極的に関与・貢献するとともに、ユネスコを通じ我が国の知見が活用されるよう協力を図る。
- 2 ユネスコの「世界の記憶」事業について、事業の透明性が確保されるよう、専門家や加盟国への働きかけを通じ、制度改善に積極的に取り組む。
- 3 ユネスコに設置されている3つの日本信託基金（文化遺産保存日本信託基金、無形文化遺産保護日本信託基金、人的資源開発日本信託基金）を通じ、途上国の有形・無形の文化遺産の保存・修復や保護の推進、人材育成事業の実施に貢献する。また、モニタリングの強化に努める。
- 4 国連大学については、我が国政府との協議や、地球規模課題等分野における国際協力に係るイベントの開催等により緊密な意思疎通を図る。

### 施策の進捗状況・実績

- 1 ユネスコについては、我が国は実質的トップドナーとして、第 199 回及び第 200 回執行委員会といった意思決定機関や、第 40 回世界遺産委員会、第 11 回無形文化遺産保護条約政府間委員会等の国際会議に参加し、予算策定を含む各種議論や交渉に積極的に関与・貢献した。
- 2 我が国としては、「世界の記憶」事業が加盟国間の友好と相互理解の促進というユネスコ設立の本来の趣旨と目的を推進するものとなるよう、ユネスコ事務局に対し、制度改善に向けた働きかけを行った。また、我が国を含むユネスコ国内委員会等が制度改善を求めるコメントを提出し、右を踏まえ、国際諮問委員会は制度改善案を進捗報告書に取りまとめ、29 年 3 月にユネスコ事務局に提出した。4 月に開催されるユネスコ執行委員会では、右報告書を歓迎する決定案が協議される予定。
- 3 3つの日本信託基金を通じ計 24 件（うち、有形 12 件、無形 5 件、人的 7 件）の事業を実施中で国際的にも高い水準にある我が国の文化遺産保護の優れた技術や手法を活用し、相手国への技術移転を図りつつ、途上国の有形・無形の文化遺産の保存・修復や振興の推進、教育分野などの人材育成事業の実施に貢献した。実施主体となるユネスコに対しては、事業の有効性や我が国のプレゼンス向上のための各種申し入れを行った。例えば、こうした事業実施を通じ、小島嶼開発途上国（SIDS）諸国において、アフリカ・大洋州・カリブ地域における世界遺産登録申請に必要な管理計画や遺産保存・管理に関する人材育成を行い、その結果、ミクロネシアの「ナン・マドール遺跡」（第 40



回世界遺産委員会)の世界遺産登録という成果を得た。信託基金事業の状況のモニタリングとして、実施期間や予算配分に変更が生じる際にはその都度我が国の承認を得るようにしているほか、レビュー会合を開催したり、定期的実施状況や財務報告書を提出させ、モニタリングを強化した。

- 4 国連大学については、我が国政府との間でハイレベルから事務レベルまでのさまざまな協議を行い、共同行事・事業等について緊密な意見交換を行った。国連大学により我が国の推進する施策等について政府と連携した研究活動が行われ、同大学を通じて、G7伊勢志摩サミット、TICADVI及び我が国の国連加盟60周年等の機会に行事等(28年度には、TICAD関連3件、G7関連2件、SDGs関連1件、生物多様性関連1件、我が国の国連加盟60周年記念関連2件)を通じて広く国内外に情報発信を行った。また、22年に開設された日本のサステナビリティ高等研究所の大学院プログラムは、東京大学とのジョイント・ディプロマ及び同大学を含む日本の大学との単位互換を進めるなど質的な向上にも取り組んでおり、28年の修士、博士課程への出願は402名、うち10名が入学した。
- 5 第40回世界遺産委員会において、我が国がフランスを含む6か国と共同で世界遺産に推薦していた「ル・コルビュジエの建築作品—近代建築運動への顕著な貢献—」(我が国の「国立西洋美術館」が構成資産の一つ)が世界遺産に登録された。

## 29年度

### 年度目標

- 1 ユネスコについては、総会、執行委員会、世界遺産委員会、無形文化遺産保護条約政府間委員会等の国際会議に参加し、各種議論や交渉に積極的に関与・貢献するとともに、ユネスコを通じ我が国の知見が活用されるよう協力を行う。具体的には、総会及び執行委員会において、持続可能な開発目標の4(教育)の各国における実施を促進すること、世界遺産委員会及び無形文化遺産保護条約政府間委員会において、有形・無形の文化遺産の保護を促進すること等が挙げられる。
- 2 ユネスコの「世界の記憶」事業に係る制度改善の取組については、同事業がユネスコ設立の本来の趣旨と目的に沿うものとなり、また、事業の透明性が確保されるよう、責任ある加盟国として積極的に取り組むと同時に、加盟国間の友好と相互理解の促進に向け、引き続き貢献していく。
- 3 ユネスコに設置されている3つの日本信託基金(文化遺産保存日本信託基金、無形文化遺産保護日本信託基金、人的資源開発日本信託基金)を通じ、途上国の有形・無形の文化遺産の保存・修復や保護の推進、人材育成事業の実施に貢献する。
- 4 国連大学については、年1回の我が国政府とのハイレベル協議を通じて緊密な意思疎通を図るとともに、持続可能な開発等地球規模課題の分野における国際会議やシンポジウム等の行事・事業での協力により政策発信を行う。

### 施策の進捗状況・実績

- 1 ユネスコについては、我が国は実質的トップドナーとして、第201回、第202回及び第203回執行委員会といった意思決定機関や、第41回世界遺産委員会、第12回無形文化遺産保護条約政府間委員会等の国際会議に参加し、予算策定や、有形・無形の文化遺産の保存・修復等の各種議論や交渉に積極的に関与・貢献した。11月に行われたユネスコ執行委員会委員国選挙でグループIV(アジア・大洋州地域)においてトップの得票数で当選し、執行委員国として引き続き33年まで任期を務めることとなった。また、12月に河野外務大臣がパリを訪問した際、11月に新しく着任したアズレー・ユネスコ事務局長と会談し、制度改善の必要性及び今後の一層の協力関係の強化を確認した。
- 2 我が国としては、「世界の記憶」事業が加盟国間の友好と相互理解の促進というユネスコ設立の本来の趣旨と目的を推進するものとなるよう、ユネスコ事務局や他の加盟国に対し、制度改善に向けた働きかけを行った。その結果、4月のユネスコ執行委員会においては、制度改善に係る進展を歓迎する旨の決議が、10月のユネスコ執行委員会において、「世界の記憶」事業の包括的な制度改善の継続を求める決議が、いずれも全会一致で採択された。また、同じく10月には、国際諮問委員会(IAC)の審査を踏まえた上で、事務局長により、日中韓を含む9か国・地域の15団体が提出していた慰安婦関連資料についての登録先送りが決定された。同時に、我が国の国内委員会の推薦による「上野三碑」案件の「世界の記憶」への登録も決定された。さらに、12月には、前向きな対話を行うための適切な状況を作り出すため2018—2019年審査サイクルにおける申請・審査を凍結することとした旨ユネスコ事務局長から発表された。
- 3 現在、3つの日本信託基金を通じ計19件(うち、有形14件、無形3件、人的2件)の事業を実施中で、国際的にも高い水準にある我が国の文化遺産保護の優れた技術や手法を活用し、裨益国へ

の技術移転を図りつつ、途上国の有形・無形の文化遺産の保存・修復や振興の推進、教育分野などの人材育成事業の実施に貢献した。持続可能な開発目標 11-4 を促進した実施主体となるユネスコに対しては、事業の有効性や我が国のプレゼンス向上のための各種申し入れを行った。信託基金事業の状況のモニタリングとして、実施期間や予算配分に変更が生じる際にはその都度我が国の承認を得るようにしているほか、レビュー会合を開催したり、定期的に実施状況や財務報告書を提出させ、モニタリングを強化した。

- 4 国連大学については、我が国政府との間でハイレベルから事務レベルまでのさまざまな協議を行い、共同行事・事業等について緊密な意見交換を行った。国連大学により我が国の推進する施策等について政府と連携した研究活動が行われ、同大学の主に持続可能な開発目標（SDGs）に関連する行事（29年には、関連行事15件（うち、持続可能な開発のための教育（ESD）関連2件、生物多様性関連4件））を通じ、広く国内外に情報発信を行った。また、22年に開設された日本のサステナビリティ高等研究所の大学院プログラムは、東京大学とのジョイント・ディプロマ及び同大学を含む日本の大学との単位互換を進めるなど質的な向上にも取り組んでおり、29年の修士、博士課程への出願は444名、うち15名が入学した。
- 5 ポーランドのクラクフにて行われた第41回世界遺産委員会において、我が国が推薦していた『『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群』が世界遺産に登録された。5月のイコモス勧告においては8つの構成資産のうち4資産のみが登録にふさわしいとの勧告がなされていたが、勧告を覆し、8つの構成資産全体での登録を達成することができた。

28・29年度目標の達成状況：B（28年度：b，29年度：b）

## 測定指標5-2 文化無償資金協力を通じた対日理解の向上及び親日感の醸成

### 中期目標（一年度）

被供与国の文化・高等教育振興、文化遺産保全に資することにより、日本の顔が見える援助を通じて対日理解・親日感の醸成に寄与する。

### 28年度

#### 年度目標

ODAの方針等を踏まえた対日理解・親日感醸成に資する案件、我が国との文化面での協力関係強化に資する案件を実施する。特に、2020年東京オリンピック・パラリンピックを見据え、スポーツ案件を積極的に実施する。

#### 施策の進捗状況・実績

28年度も、引き続きODAの方針等を踏まえつつ、対日理解・親日感の醸成や我が国との文化面での協力関係の強化に資する案件の実施に取り組んだ結果、一般文化無償資金協力は7件、草の根文化無償資金協力は25件を実施した。特に2020年東京オリンピック・パラリンピックを見据え、ウクライナ体操連盟に対する体操器材をはじめとしたスポーツ器材や施設の整備（スポーツ案件）のほか、文化遺産保全や放送分野への支援を積極的に実施した。これらの案件実施に係る交換公文や贈与契約署名式の様子は、写真や映像を伴う形で現地主要メディアにより幅広く報じられ、また被供与国政府や関係団体の様々な関係者から謝意が寄せられた。

### 29年度

#### 年度目標

ODAの方針等を踏まえた対日理解・親日感の醸成に資する案件、我が国との文化面での協力関係強化に資する案件を実施する。特に、2020年東京オリンピック・パラリンピックを見据え、スポーツ案件を積極的に実施する。

#### 施策の進捗状況・実績

29年度も、引き続きODAの方針等を踏まえつつ、対日理解・親日感の醸成や我が国との文化面での協力関係の強化に資する案件の実施に取り組んだ結果、一般文化無償資金協力は2件、草の根文化無償資金協力は20件を実施した。特に2020年東京オリンピック・パラリンピックを見据え、ジブチ柔道連盟やルワンダ空手連盟など日本武道案件を中心としたスポーツ分野の器材や施設の整備を行ったほか、音楽教育、文化遺産保全や放送分野への支援も実施した。これらの案件実施に係る交換公文や

贈与契約署名式の様子は、写真や映像を伴う形で現地主要メディアにより幅広く報じられ、また被供与国政府や関係団体の様々な関係者から謝意が寄せられた。

28・29 年度目標の達成状況：B（28 年度：b，29 年度：b）

## 評価結果（個別分野 5）

### 施策の分析

#### 【測定指標 5-1 文化、教育、知的交流の分野における国際協力・貢献】

##### 28 年度

ユネスコの「世界の記憶」事業については、我が国から事務局や関係国への働きかけを行い、29 年 3 月の国際諮問委員会では制度改善に係る進捗報告書が採択され、4 月の執行委員会では制度改善の進捗を歓迎する決議の採択につながるなど、制度改善に向けた動きが進んだ。ユネスコを通じた日本信託基金事業（累計件数：有形文化遺産 44 件、無形文化遺産 107 件、人的 241 件）は、これに裨益する国の国民にとってアイデンティティや誇りと直結する文化遺産に対する支援として関心を集めやすく、同事業は各国で高い評価を受けた。例えば、世界遺産登録されたミクロネシア連邦の「ナン・マドール遺跡」の登録支援事業については、ミクロネシア連邦から我が国に対して謝意が表明された。信託基金の事業実施にあたっては、国際的にも高い水準にある我が国の文化遺産保護の優れた技術や手法を活用して、こうした技術を我が国専門家から相手国の文化遺産保護関係者に移転することに重点を置いており、事業の効果は、事業終了後も長期間継続している。この結果、国際会議等のプレゼンスの高い場で裨益国の閣僚級から我が国への謝意が示されるとともに、これを支える日本人専門家の存在も、我が国プレゼンスの向上に大きく貢献していることから有益だった。（28 年度：ユネスコや国連大学を通じた協力（達成手段①））

我が国が、フランスを含む 6 か国と共同で世界遺産に推薦していた「ル・コルビュジエの建築作品—近代建築運動への顕著な貢献—」（我が国の「国立西洋美術館」が構成資産の一つ）は、建築史上初めて、建築の実践が全地球規模のものとなったことを示す物証であり、近代の社会的、人間的ニーズへ対応した建築の新しいコンセプトを反映し、広い地域に重大な影響を与えてきたことが高く評価され、7 月の第 40 回世界遺産委員会で世界遺産に登録された。（28 年度：ユネスコや国連大学を通じた協力（達成手段①））

##### 29 年度

ユネスコの「世界の記憶」事業については、同事業が加盟国間の友好と相互理解の促進というユネスコ設立の本来の趣旨と目的に沿うものとなるよう、我が国として積極的に取り組んできた結果、10 月の執行委員会において、本件事業の包括的な制度改善を求める内容の決議が全会一致で採択されたほか、国際諮問委員会（IAC）の審査を踏まえた上で、事務局長が、日中韓を含む 9 か国・地域の 15 団体が提出していた慰安婦関連資料の登録先送りを決定した。さらに、12 月には、2018-2019 年審査サイクルにおける申請・審査を凍結することとした旨ユネスコ事務局長から発表された。こうした流れは、「世界の記憶」事業の制度改善を進めるとの観点から、有意義であった。（29 年度：ユネスコや国連大学を通じた協力（達成手段①））

ユネスコを通じた日本信託基金事業（累計件数：有形文化遺産 44 件、無形文化遺産 107 件、人的 242 件）は、これに裨益する国の国民にとってアイデンティティや誇りと直結する文化遺産に対する支援として関心を集めやすく、各国で高い評価を受けた。例えば、30 か国・7 つの国際機関の間でアンコール遺跡救済に関する国際協力についての「東京宣言」を採択した国際会議（5 年）で日仏が共同議長を務め、その中で、アンコール遺跡保存開発国際調整委員会（ICC）設置が決定され、その後、毎年 ICC にて日仏が共同議長を務めており、29 年も各国・機関の支援を調整する重要な役割を果たした。信託基金の事業実施にあたっては、国際的にも高い水準にある我が国の文化遺産保護の優れた技術や手法を活用して、こうした技術を我が国専門家から裨益国の文化遺産保護関係者に移転することに重点を置いており、事業の効果は、事業終了後も長期間継続している。この結果、国際会議等において裨益国の閣僚級から我が国への謝意が示されるとともに、これを支える日本人専門家の存在も、我が国プレゼンスの向上に大きく貢献していることから極めて有益だった。（29 年度：ユネスコや国連大学を通じた協力（達成手段①））

我が国が世界遺産に推薦していた「『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群」は、5 月のイコモス勧告においては 8 つの構成資産のうち 4 資産のみが登録にふさわしいとの勧告がなされていたが、世

界遺産委員国に様々なかたちで働きかけを行い、8つの資産全体としての歴史的価値を認められたため、7月の第41回世界遺産委員会で8構成資産全体での世界遺産登録を達成することができた。(29年度：ユネスコや国連大学を通じた協力(達成手段①))

### 【測定指標5-2 文化無償資金協力を通じた対日理解の向上及び親日感の醸成】

#### 28年度

文化無償案件の交換公文署名式、贈与契約署名式や整備した器材等の引き渡し式にあたっては、いずれも現地メディアに報道され、これらの協力が広く当該国の国民に周知され、対日理解の向上及び親日感の醸成に寄与した。

特に、スポーツ案件を全体の4割以上実施しており、スポーツは国を問わず多くの人々に親しみやすいことから、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を見据えた、我が国のスポーツ分野における国際協力を特に印象づけることができ、親日感を醸成する上で効果があった。(28年度：海外における文化事業等(達成手段②))

#### 29年度

28年度同様、文化無償案件の交換公文署名式、贈与契約署名式や整備した機材等の引き渡し式にあたっては、いずれも現地メディアに報道され、これらの協力が広く当該国の国民に周知され、対日理解の向上及び親日感の醸成に寄与した。

スポーツ案件については引き続き全体の4割近くの割合で実施しており、とりわけ柔道、空手のような日本武道分野の案件を実施することで、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を見据えた、我が国のスポーツ分野における国際協力を印象づけるのみならず、日本武道普及にも繋がることから、親日感を醸成する上で効果があった。(29年度：海外における文化事業等(達成手段②))

### 次期目標等への反映の方向性

#### 【施策(施策の必要性に関する分析を含む)】

グローバル化の進展とともに、インターネットやマスメディアの発達が急速に進み、世界各国は、相互依存を深めると同時に、各国の外交政策に国民が及ぼす影響力が高まっている。このような中、開発途上国の文化の保全及び文化・教育振興を支援する二国間協力(文化無償資金協力)や多国間協力(ユネスコや国連大学を通じた協力)を通じ、文化の分野での国際貢献を行うことは、国際社会において対日理解を促進し、親日感を醸成することに効果がある。これらの分野の事業に適切に我が国の意見を反映していくためにも、引き続きユネスコにおける積極的な意思決定への参画が必要である。中でも、人類共通の貴重な財産である世界遺産等は、一度失われれば回復することが難しいものであるところ、危機にさらされている各国の文化遺産を次世代へ引き継ぐために我が国の高い技術力をもって協力を行うことが引き続き強く求められている。また、東京に本部のある唯一の国連機関である国連大学については、世界13か所にネットワークを有する特性をいかし、様々な分野における我が国の取組を発信する上でこれを活用する必要がある。

上記のとおり文化、スポーツ、教育、知的交流の振興のための国際協力及び、文化の分野における国際規範の整備促進等の文化の分野における国際貢献を通じ、我が国の積極的な議論参画等による親日感の醸成を図るとの施策目標は妥当であり、今後とも同目標を維持し、その達成に向けた施策を実施していく。

#### 【測定指標】

#### 5-1 文化、教育、知的交流の分野における国際協力・貢献

ユネスコにおいては、引き続き委員国として執行委員会をリードするほか、30年6月に行われる無形文化遺産保護条約政府間委員会委員国選挙における委員国選出を目指し、各種議論や交渉において、責任ある加盟国として、ユネスコの脱政治化に向けて積極的な役割を果たすことに努める。また、アズレー事務局長との協力関係の強化に努めるべく、アズレー事務局長の訪日や要人との会談の実現を図る。同時に、現在日本人2名を擁するユネスコの幹部ポストについてさらなる日本人職員の送り込みを目指し、積極的な候補者の発掘及び推薦に努める。

「世界の記憶」事業に関しては、上記の施策の分析のとおり、29年度に制度改善を推進する決議が採択され、進展があった。今後は、具体的な制度改善プロセスについて議論を深めるにあたり、引き続き積極的に取り組んでいく必要がある。30年4月の執行委員会においては、ユネスコ事務局長から行動計画が発表される予定であるところ、制度改善にかかる議論に積極的に参加し、事業が加盟国間の友好と相互理解の促進というユネスコ設立の本来の趣旨と目的を推進するものとなるよう、制度改

善を主導していく。

拠出金事業に関しては、30年度予算から既存の3つの信託基金が国際教育科学文化機関拠出金に統合されることを受け、より幅広い分野での活動に努める。

国連大学に関しては、引き続きホスト国として同大学の運営及び事業を支援するほか、国内外における同大学の認知度向上に努める。

### **5-2 文化無償資金協力を通じた対日理解の向上及び親日感の醸成**

ODAの方針等を踏まえた対日理解・親日感の醸成に資する案件、我が国との文化面での協力関係強化に資する案件を引き続き実施する。特に、2020年東京オリンピック・パラリンピックを見据えて、スポーツ案件を引き続き積極的に実施する。

### **作成にあたって使用した資料その他の情報**

- ・ ユネスコホームページ  
(<https://en.unesco.org/>)
- 世界遺産委員会  
(<http://whc.unesco.org/en/committee>)
- 「世界の記憶」事業  
(<https://en.unesco.org/programme/mow>)
- ・ 国連大学ホームページ  
(<https://unu.edu/>)
- ・ 平成30年版外交青書（外交青書2018）  
第3章 第4節 各論 2 文化・スポーツ外交

## 個別分野 6 国内報道機関対策の実施

### 施策の概要

外交政策の遂行に当たっては、国民の理解と信頼を得ることが不可欠であることにかんがみ、政策の具体的内容や外務省の役割等について、報道対策の実施により、地方を含む様々な国民層に対して、的確で、タイミング良く、かつ分かりやすい情報発信を行う。

### 関連する内閣の重要政策（施策方針演説等のうち主なもの）

- ・ 第 196 回国会外交演説（平成 30 年 1 月 22 日）

## 測定指標 6-1 国内報道機関等を通じた情報発信

### 中期目標（一年度）

国内報道機関を通じ、我が国の外交政策等につき、国民の理解を増進する。

### 28 年度

#### 年度目標

- 1 外交政策に関する多様な情報提供を通じて、国民の我が国外交政策に対する理解と信頼を増進するため、報道関係者に対する、政務レベル及び事務レベルによる会見、事務レベルによるブリーフ及び外務報道官によるオープンルームの適切な実施等、口頭での情報発信の強化に努めるとともに、報道発表の適時・適切な発出に努める。
- 2 有識者や地方メディアに対して、定期的に情報を提供する。

#### 施策の進捗状況・実績

- 1 28 年度においては外務大臣定例記者会見を 74 回（うち英語同時通訳が実施されたのは 14 回）、外務報道官会見を 24 回実施した。また、定例会見以外に、オバマ米国大統領による広島訪問やダッカにおける人質事案等、国民の関心が高いと考えられる外交事案や緊急事態が発生した場合や、報道機関からの要請がある場合等にタイムリーな情報発信を行うべく、外務大臣や外務副大臣による臨時記者会見を 52 回実施した。また、これらの会見の実施後は、国民に対する迅速な情報提供に資するべく、迅速に外務省 HP への会見記録の掲載を行った。

報道関係者に対する事務レベルのブリーフを、計 101 回、外務報道官によるオープンルームを 2 回実施。

文書による情報発信として、「外務大臣談話」を 14 回、「外務報道官談話」を 49 回、「外務省報道発表」を 1,334 回発出した。

外務大臣をはじめとする政務三役によるテレビ・ラジオインタビューを 26 回（うち、地方テレビ 11 回）、新聞インタビューを 3 回（うち、地方紙 2 回）、雑誌インタビューを 2 回、ウェブインタビューを 1 回実施した。

- 2 有識者や地方メディアに対しても、郵送、メール（含む週 1 回のメルマガ計 52 件）等による情報提供を実施。

### 29 年度

#### 年度目標

- 1 外交政策に関する多様な情報提供を通じて国民の我が国外交政策に対する理解と信頼を増進するため、報道関係者に対する記者会見、ブリーフや報道発表の適時・適切な発出に努める。
- 2 有識者や地方メディアに対し、定期的に情報を提供する。

#### 施策の進捗状況・実績

- 1 29 年度においては外務大臣定例記者会見を 73 回（うち英語同時通訳が実施されたのは 5 回）、外務報道官会見を 40 回実施した。また、定例会見以外に、北朝鮮によるミサイル発射やそれに伴う関係各国との電話会談等、国民の関心が高いと考えられる外交事案や緊急事態が発生した場合や、報道機関からの要請がある場合、また外務大臣の地方訪問及び外国訪問に際して、タイムリーな情報発信を行うべく、外務大臣による臨時記者会見を 94 回実施した。また、これらの会見の実施後は、国民に対する迅速な情報提供に資するべく、迅速に外務省 HP への会見記録の掲載を行っ

た。

報道関係者に対する事務レベルのブリーフを、計 110 回、外務報道官によるオープンルームを 5 回実施。

文書による情報発信として、「外務大臣談話」を 26 回、「外務報道官談話」を 48 回、「外務省報道発表」を 1,535 回発出した。

外務大臣をはじめとする政務三役によるテレビ・ラジオインタビューを 48 回（うち、地方テレビ 6 回）、新聞インタビューを 8 回（うち、地方紙 2 回）、雑誌インタビューを 1 回、ウェブインタビューを 3 回実施した。

- 2 有識者や地方メディアに対しても、郵送、メール（含む週 1 回のメルマガ計 50 件等）による情報提供を実施。

28・29 年度目標の達成状況：B（28 年度：b，29 年度：b）

### 測定指標 6-2 外務大臣、外務副大臣、外務報道官による記者会見実施回数

	中期目標値	28 年度		29 年度		28・29 年度目標の達成状況
	一年度	年度目標値	実績値	年度目標値	実績値	
	—	130 回	150 回	130 回	207 回	B (28 年度：b， 29 年度：a)

### 測定指標 6-3 外務省報道発表の発出件数

	中期目標値	28 年度		29 年度		28・29 年度目標の達成状況
	一年度	年度目標値	実績値	年度目標値	実績値	
	—	1,300 回	1,334 回	1,300 回	1,535 回	B (28 年度：b， 29 年度：b)

## 評価結果（個別分野 6）

### 施策の分析

#### 【測定指標 6-1 国内報道機関等を通じた情報発信】

##### 28 年度

27 年度に続き、政務レベル及び事務レベルによる定期的な記者会見、国民の関心が高いと考えられる外交事案・緊急事態が発生した場合等の臨時記者会見の実施、事務レベルによるブリーフやオープンルームの適切な実施といった口頭での情報発信を行った。また、外務大臣談話、外務報道官談話、外務省報道発表の発出等、文書による情報発信を的確に、またタイムリーに実施した。

具体的には、まず定期的な情報発信として、我が国の外交政策等につき国民の理解を増進するためには、記者会見の機会等を活用し外務大臣自らが情報発信を行い、国内報道機関を通じて国民に伝えることが重要であり、特に、28 年度は、我が国が G 7 議長国として広島外相会合、伊勢志摩サミットを開催したほか、オバマ米国大統領の広島訪問、安倍内閣総理大臣の真珠湾訪問、プーチン・ロシア大統領の山口県訪問等、活発な要人往来が行われたところ、これらについても、政務レベル等の記者会見の実施や報道発表の発出を行い、国民に対する分かりやすい政策の発信に努めた。同時に 28 年度は、ダッカにおける人質事案の発生等のほか、日本人が巻き込まれる可能性のある事案も頻発したほか、北朝鮮による核実験の実施、弾道ミサイルの発射等、我が国を取り巻く安全保障環境が一層厳しさを増している中、国民の関心に応えるべく、通常の定期的な会見や報道発表の発出に加えてきめ細かい臨時記者会見を実施し、タイミングの良い、かつわかりやすい情報発信に努めたことは特に効果が高かった。また、これらの実施後は、国民に対する迅速な情報提供に資するべく迅速に外務省 HP への会見記録の掲載を行っており、我が国外交政策に対する国民の理解と信頼の増進がはかられたと考える。（28 年度：国内報道機関対策（達成手段①））。

28 年度には、13 回の地方メディアによるテレビ及び新聞インタビュー（広島テレビ 5 回、中国放送 2 回、広島ホームテレビ 2 回、テレビ新広島 2 回、中国新聞 1 回、西日本新聞 1 回）を実施した。とりわけ、G 7 広島外相会合の機会には広島の地元報道機関による外務大臣へのインタビューを、また、「地方を世界へ」プロジェクトとして外務大臣が九州を訪問した際には地元西日本新聞によるイ

インタビューを受ける等、地元メディアも活用する形で我が国における外相会合の開催や外務大臣の地方訪問の意義等につき、広く国民に広報し、正しい理解を求める上で有益であった。（28年度：国内報道機関対策（達成手段①））。

#### 29年度

29年度においては、国賓・公賓やトランプ米大統領の訪日等多数の外国要人の来日があり、これらについて政務レベル等の記者会見の実施、報道関係者に対するブリーフの実施や報道発表の発出を行い、国民に対する分かりやすい政策の発信に努めた。また、北朝鮮による核実験の実施、弾道ミサイルの発射等が頻発し、我が国を取り巻く安全保障環境が一層厳しさを増している中、国民の関心に応えるべく、通常の定期的な会見や報道発表の発出に加えてきめ細やかに臨時記者会見を実施し、タイミングの良い、かつわかりやすい情報発信に努めたことは特に効果的であった。さらに、29年度は河野外務大臣の就任後、外国出張が急増したが、このような内閣総理大臣・外務大臣の外国訪問（二国間訪問のほか、国連総会、APEC、G20、TICAD 閣僚会合等の国際会議出席）の機会に、集中的に国内報道機関対策を実施したことにより、効率的かつ効果的な情報発信を行うことができた。（29年度：国内報道機関対策（達成手段①））。

29年度は、外務大臣を始めとする政務三役の交代を機会にメディアへの露出が増加し、テレビや新聞等のインタビューを多数実施した。これらのインタビューは、国民の関心の高い分野について直接的に国民に伝えるものであり、国民の理解を確保する上で効果があった。（29年度：国内報道機関対策（達成手段①））

また、3回にわたる「地方を世界へ」プロジェクト（第4回：青森及び北海道（4月）、第5回：石川（6月）、第6回：香川及び兵庫（7月））として、岸田外務大臣が、地元メディアも活用する形でその内容・成果を発信したことは、外務省が地方と連携して取り組む事業や日本外交の現状等について広く国民に広報し、正しい理解を求める上で有益であった。（29年度：国内報道機関対策（達成手段①））

### 【測定指標6-2 外務大臣、外務副大臣、外務報道官による記者会見実施回数】

#### 28年度

28年度においては外務大臣定例記者会見を74回、臨時記者会見を51回、外務副大臣の臨時記者会見を1回、外務報道官会見を24回、計150回の定例及び臨時の記者会見を実施した。記者会見実施回数は、政務日程や緊急事態発生によって左右されるため、回数の多寡を単純比較することは必ずしも適当ではないが、定例の記者会見に加え、5月のオバマ米国大統領による広島訪問や7月のダッカにおける人質事案の発生、9月の北朝鮮による核実験の実施等、国民の関心が高いと考えられる外交事案や緊急事態が発生した場合、また報道機関からの要請がある場合等に、タイムリーな情報発信を行うべく、27年度よりも多い51回の臨時記者会見を実施し、我が国の外交政策について国民の理解を増進するための取組ができたものとする。（28年度：国内報道機関対策（達成手段①））。

#### 29年度

29年度においては外務大臣定例記者会見を73回、臨時記者会見を94回、外務報道官会見を40回、計207回の定例及び臨時の記者会見を実施した。記者会見実施回数は、政務日程や緊急事態発生によって左右されるため、回数の多寡を単純比較することは必ずしも適当ではないが、定例の記者会見に加え、北朝鮮によるミサイル発射やそれに伴う関係各国との電話会談等、国民の関心が高いと考えられる外交事案や緊急事態が発生した場合、報道機関からの要請がある場合、加えて、外務大臣の外国出張の際に、その成果を効果的に、タイムリーに情報発信すべく、94回の臨時記者会見を実施し（28年度比約1.8倍）、我が国の外交政策について国民の理解を増進するための取組ができた。（29年度：国内報道機関対策（達成手段①））

### 【測定指標6-3 外務省報道発表の発出件数】

#### 28年度

28年度においては、外務省報道発表を1,334回発出した。外務省報道発表や談話等の発出件数は情勢に左右されるものであり、発出件数の多寡をもって判断することは必ずしも適当ではないが、要人往来、協議や対話の実施、文書の署名等、国民や国内報道機関の関心に応えるために、新聞記事掲載の締め切りのタイミング等も考慮しつつ、週末を含め、的確にタイミングの良い報道発表の発出に努め、我が国の外交政策についての正しい理解に資する取組ができたものとする。（28年度：国内報道機関対策（達成手段①））



## 29 年度

29 年度においては、外務省報道発表を 1,535 回発出した。外務省報道発表や談話等の発出件数は情勢に左右されるものであり、発出件数の多寡をもって判断することは必ずしも適当ではないが、要人往来、協議や対話の実施、文書の署名等、国民や国内報道機関の関心に応えるために、週末・深夜を問わず、的確にタイミングの良い報道発表の発出に努め、我が国の外交政策についての正しい理解に資する取組ができた。（29 年度：国内報道機関対策（達成手段①））

## 次期目標等への反映の方向性

### 【施策（施策の必要性に関する分析を含む）】

外交政策を効果的に遂行するためには外交政策に対する国民の理解と信頼を得ることが不可欠であり、政策の具体的内容や外務省の役割等についてタイミング良く、包括的かつ分かりやすい説明を積極的に行うことが重要である。そのため、直接広報、間接広報の手段を適切に選択して幅広い国民層に訴求する積極的な情報発信に努める必要がある。

上記のとおり国内報道機関等による報道を通じ、日本国民の我が国外交政策に対する理解と信頼を増進するとの施策目標は妥当であり、今後とも同目標を維持し、その達成に向けた施策を実施していく。なお、測定指標については、当省から情報発信した実績のみならず、右発信がどの程度報道に結びついたかについても分析するため、新たな測定指標として「外務大臣記者会見の報道件数（通信社、新聞、及びテレビ）」を設定する。

### 【測定指標】

#### 6-1 国内報道機関等を通じた情報発信

記者会見等を通じた情報発信の実施は、施策目標を実現する上で重要であり、報道関係者に対する記者会見、ブリーフや報道発表の適時・適切な発出等の 29 年度目標の設定は適切であった。

引き続き、国内報道機関対策の実施を通じて外務省の政策の具体的内容や役割等について、地方を含む様々な国民層に対して、的確で、タイミング良く、かつ分かりやすい情報発信を推進していく。一方、記者会見の実施件数は、政務日程、外国出張日程、緊急事態の発生等により左右されるが、30 年度は、積極的な情報発信を目標とする。

(1) 外交政策に関する報道を質・量ともに向上させるためには、外務省の政策に対し報道機関の関心と正しい理解を得るための努力が必要である。上記「施策の分析」にも記述したとおり、重要な外交案件につき、外務大臣が適時適切に臨時会見を実施したり、外務大臣をはじめとする政務三役が国内報道機関による個別のインタビューを受けたりしたことは、国民の関心の高い分野について、直接的に国民に訴えかけるものであり、国民の理解を確保する上で効果があった。今後もハイレベルを含む情報発信の適切なタイミングでの実施に努める。

(2) 正確な報道の確保は重要な課題であり、重要外交案件やメディアの関心の高い事項について、報道関係者に対し、事務レベルによるブリーフや外務報道官によるオープンルームの実施、文書による情報発信を迅速かつ積極的に行ったことは、外交政策に関する正確な報道を確保する上で効果があったことから、報道関係者に対するブリーフや文書による情報発信を引き続き強化していく。

#### 6-2 外務大臣、外務副大臣、外務報道官による記者会見実施回数

記者会見実施回数は、政務日程や緊急事態発生によって左右されるため、回数の多寡を単純比較することは適当ではないが、28 年度及び 29 年度の実績にかんがみ、30 年度の目標値として、過去二年度より 20 回多い 150 回を設定する。

#### 6-3 外務省報道発表の発出件数

文書による情報発信（外務省報道発表）発出件数は、情勢等に左右されるが、過去の発出件数と同水準、1,300 件を維持していく。内容についても、国民や国内報道機関の関心に応え、我が国の外交政策が正しく理解されるよう、よりの確で、タイミング良く、かつわかりやすい発表となるよう、引き続き努めていく。

## 作成にあたって使用した資料その他の情報

- ・外務省ホームページ  
会見・発表・広報

(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/index.html>)

## 個別分野 7 外国報道機関対策の実施

### 施策の概要

以下を通じて、外国報道機関の日本関連報道を適切に把握するとともに、我が国の政策・立場について、迅速、正確かつ効果的に対外発信する。

- 1 日本関連報道に関する情報収集・分析
- 2 外国報道機関に対する情報発信・取材協力
- 3 報道関係者招へい

### 関連する内閣の重要政策（施策方針演説等のうち主なもの）

- ・ 第 196 回国会外交演説（平成 30 年 1 月 22 日）
- ・ 第 196 回国会衆議院外務委員会における河野外務大臣挨拶（平成 30 年 3 月 2 日）

## 測定指標 7-1 日本関連報道に関する情報収集・分析

### 中期目標（一年度）

外国報道機関の日本関連報道に関する情報収集・分析を行い、外国報道機関を通じた我が国の政策・立場についての対外発信の強化及び我が国外交政策の形成に資するものとする。

### 28 年度

#### 年度目標

以下により、外国報道機関による日本関連報道に関する迅速な情報収集及び的確な分析を行い、分析結果を迅速かつ頻繁に省内、総理大臣官邸、関係省庁に提供する。

- 1 主要英字紙の日本関連報道の要約作成及び配布・提供（月～金、毎日）
- 2 海外論調とりまとめ（週別・テーマ別）の作成及び配布

#### 施策の進捗状況・実績

日本が議長を務めた G 7 伊勢志摩サミット、G 7 広島外相会合、TICAD VI、天皇皇后両陛下のベトナム御訪問及びタイお立ち寄り、総理大臣や外務大臣の外国訪問（米国や東南アジア等）、プーチン・ロシア大統領等海外要人の訪日等安倍政権の積極的な外交に伴う日本関連報道やテロ事案、北朝鮮による核実験やミサイル発射への対応に関する報道等につき、迅速な情報収集及び的確な分析を行い、分析結果を迅速かつ頻繁に省内、総理大臣官邸、関係省庁に提供した。

- 1 主要英字紙の日本関連報道の要約作成及び配布・提供（月～金、毎日）
- 2 海外論調とりまとめ（週別・テーマ別）の作成及び配布（計 143 件）

### 29 年度

#### 年度目標

以下により、外国報道機関による日本関連報道に関する迅速な情報収集及び的確な分析を行い、分析結果を迅速かつ頻繁に省内、総理大臣官邸、関係省庁に提供する。

- 1 主要英字紙の日本関連報道の要約作成及び配布・提供（月～金、毎日）
- 2 海外論調とりまとめ（週別・テーマ別）の作成及び配布

#### 施策の進捗状況・実績

G 7 タオルミーナ・サミット、G 7 ルッカ外相会合、G 20 ハンブルク・サミット、ASEAN 関連首脳・外相会合への出席、総理大臣や外務大臣の外国訪問（米国、ロシア、欧州、中東、東南アジア等）、トランプ米国大統領等海外要人の訪日等、安倍政権の積極的な外交政策を受けた日本関連報道や北朝鮮による核実験やミサイル発射への対応に関する報道等につき、迅速な情報収集及び的確な分析を行い、分析結果を迅速かつ頻繁に省内、総理大臣官邸、関係省庁に提供した。

- 1 主要英字紙の外交関連・日本関連報道の論調と要約の作成及び配信（月～金、毎日）
- 2 海外論調とりまとめ（週別・テーマ別）の作成及び配布（計 394 件）

28・29 年度目標の達成状況：B（28 年度：b，29 年度：b）

## 測定指標 7-2 外国メディアに対する情報発信・取材協力 \*

### 中期目標（一年度）

外国報道機関による報道を通じ、海外における対日理解・対日親近感の醸成及び我が国の政策への理解を増進する。

### 28年度

#### 年度目標

以下の手段を通じ、外部専門家の知見も活用しながら、我が国の政策・立場について、迅速・正確かつ効果的に対外発信する。

- 1 総理大臣の外国訪問時における内外記者会見
- 2 外務大臣記者会見等
- 3 総理大臣・外務大臣・外務副大臣・外務大臣政務官等に対するインタビュー等
- 4 外国プレス向け英文資料の発信
- 5 日本関連報道への対応（反論投稿・申し入れ）
- 6 フォーリン・プレスセンターを通じた情報発信・取材協力

#### 施策の進捗状況・実績

外国メディアに対する正確な対日理解を促進するため、必要に応じて外部専門家の知見も効果的に活用して、以下の各事業を実施することにより、迅速かつ効果的な対外発信に寄与した。

- 1 総理大臣の外国訪問・国際会議出席の際に訪問先において、計5回の内外記者会見を実施した。また、G7伊勢志摩サミット及びTICADVIにおいては総理大臣が、G7広島外相会合においては外務大臣が、議長国会見を実施した。
- 2 外務大臣による本省での記者会見の実施に際し、外国報道関係者のために英語同時通訳を毎回提供した。
- 3 外国報道関係者からの依頼に応じて、国内外において総理大臣、外務大臣、外務副大臣、外務大臣政務官によるインタビューを実施し、総理大臣9回、外務大臣7回、外務副大臣又は外務大臣政務官6回の計22回行った。外務省関係者による記者ブリーフィングは96回実施した。また、G7伊勢志摩サミットやTICADVI、国連総会の開催にあわせ、米ウォール・ストリート・ジャーナル紙、ハフィントン・ポスト、CNNオンラインへの総理大臣寄稿、独ライニッシュ・ポスト紙、仏ル・フィガロ紙への外務大臣寄稿等も9件実施した。
- 4 当省が発出するプレスリリースや談話のうち、外相会談や国際会議等の結果、テロ事件等重大事件に際する日本のメッセージ等外国メディアの関心が高い事案について、その英語版を作成し、在京外国報道機関に対し迅速に発信し、また、外務省ホームページ英語版への掲載を行った。外務省報道発表の英語版を365件、外務大臣及び外務報道官談話の英語版を60件、その他英文の文書122件を発出した。
- 5 海外メディアの報道の中で、明らかな事実誤認や誤解に基づく記事について、掲載メディアの編集部に対して、反論投稿の掲載や訂正の申し入れ等を迅速に行い、我が国の政策や立場についての正しい理解の促進に努めた。28年度は、計21件の反論投稿や申し入れによる対応を行った。
- 6 フォーリン・プレスセンターによる外国メディアに対する情報発信・取材協力を実施。記者ブリーフィングを44件実施し、1,565名が参加した。また、プレスツアーを4件実施し、35名が参加した。

### 29年度

#### 年度目標

以下の手段を通じ、外部専門家の知見も活用しながら、我が国の政策・立場について、迅速・正確かつ効果的に対外発信する。

- 1 総理大臣の外国訪問時における内外記者会見
- 2 外務大臣記者会見等
- 3 総理大臣・外務大臣・外務副大臣・外務大臣政務官等に対するインタビュー等
- 4 外国プレス向け英文資料の発信
- 5 日本関連報道への対応（反論投稿・申し入れ）
- 6 フォーリン・プレスセンターを通じた情報発信・取材協力

### 施策の進捗状況・実績

外国メディアに対する正確な対日理解を促進するため、必要に応じて外部専門家の知見も効果的に活用して、以下の各事業を実施することにより、迅速かつ効果的な対外発信に寄与した。

- 1 総理大臣の外国訪問・国際会議出席の際に訪問先において、計3回の内外記者会見を、また、外務大臣のASEAN 関連外相会合及び国連安保理閣僚級会合の際に訪問先において、計2回の外国記者向け記者会見を実施した。
- 2 外務大臣による本省での記者会見の実施に際し、外国報道関係者のために英語同時通訳を毎回提供した。
- 3 外国報道関係者からの依頼に応じて、国内外において総理大臣、外務大臣及び外務副大臣によるインタビューを実施し、総理大臣10回、外務大臣27回、外務副大臣1回の計38回行った。外務省関係者による記者ブリーフィングは100回実施した。  
また、G7タオルミーナ・サミット、G20 ハンブルク・サミット、国連総会の開催に合わせ、ハフィントンポスト紙、独ハンデルスブラット紙及び米ニューヨーク・タイムズ紙への3件の総理大臣寄稿、外務大臣の外国訪問に合わせ、中央アジア5か国の主要紙、独ライニッシュ・ポスト紙及びブルネイ・ボルネオ・ブレティン等外務大臣寄稿を7件実施した。
- 4 当省が発出するプレスリリースや談話のうち、外相会談や国際会議等の結果、テロ事件等重大事件に際する日本のメッセージ等外国メディアの関心が高い事案について、その英語版を作成し、在京外国報道機関に対し迅速に発信し、また、外務省ホームページ英語版への掲載を行った。  
外務省報道発表の英語版を427件、外務大臣及び外務報道官談話の英語版を69件、その他英文の文書146件を発出した。
- 5 海外メディアの報道の中で、明らかな事実誤認や誤解に基づく記事について、掲載メディアの編集部に対して、反論投稿の掲載や訂正の申し入れ等を迅速に行い、我が国の政策や立場についての正しい理解の促進に努めた。  
29年度は、計102件の反論投稿や申し入れによる対応を行った。
- 6 フォーリン・プレスセンターによる外国メディアに対する情報発信・取材協力として、記者ブリーフィングを46件実施し、1,563名が参加した。また、在京外国メディア特派員向けのプレスツアーを7件実施し、61名が参加した。

28・29年度目標の達成状況：B（28年度：b、29年度：b）

### 測定指標7-3 外国記者招へいの戦略的实施

#### 中期目標（一年度）

外国報道機関による報道を通じ、海外における対日理解・対日親近感の醸成及び我が国の政策への理解を増進する。

#### 28年度

##### 年度目標

発信力の高いメディアや記者の選定・より充実した日程の作成等、より効果的な計画に基づき、外国メディア（テレビチームを含む）を日本に招へいし、主要外交課題等に関する取材機会を提供し、正確な取材と対日理解に基づいた発信を増進する。

### 施策の進捗状況・実績

影響力の高いメディア、記者、広域で放送されるメディアを選定することなどにより、限られた予算の範囲で招へい実施の効果を最大限出せるよう努めた。具体的には、G7伊勢志摩サミットの当日に、インド、フィリピン、マレーシア、バングラデシュ、パプアニューギニア等11か国から記者11名とテレビチーム2チームを招へいし、取材機会を提供し、サミットの主要課題でもある質の高いインフラ、保健や女性の活躍等をテーマとしたサミット開催地を含む日本の魅力の発信にも取り組んだ。また、ケニアでのTICADVI開催に先立ち、事前広報としてアフリカから8人の記者を訪日招へいした他、現地ケニアでアフリカ各国メディアによるプレスツアーを実施し、現地における日本の対アフリカ支援の成果や日本とアフリカのパートナーシップの強化につき好意的な報道を得た。

28年度の招へい記者数は62か国131名、同招へい者による掲載記事は318件（29年4月1日時点）、招へいテレビチームは9か国10チーム、同チームによる現地放映時間は計約30時間（29年4月1日時点）であった。

## 29 年度

### 年度目標

発信力の高いメディアや記者の選定・より充実した日程の作成等、より効果的な計画に基づき、外国メディア(テレビチームを含む)を日本に招へいし、主要外交課題等に関する取材機会を提供し、正確な取材と対日理解に基づいた発信を増進する。

### 施策の進捗状況・実績

影響力が大きい記者、広域で放送されるメディアを選定することなどにより、限られた予算の範囲で招へい実施の効果を最大限出せるよう努めた。具体的には、中央アジア諸国との外交関係 25 周年の機会に中央アジア(タジキスタン、ウズベキスタン、カザフスタン及びキルギス)から記者4名を招へいして「中央アジア+日本」対話・第10回東京対話の取材機会を提供し、同域内国の地域協力に向けた日本の支援の発信に取り組んだ。また、ASEAN 関連首脳会議の事後フォローアップの広報として ASEAN10 か国から 10 人の記者を訪日招へいし、日本と ASEAN 地域との協力の成果やパートナーシップの強化につき好意的な報道を得た。

29 年度の招へい記者数は 48 か国 100 名、同招へいチームによる掲載記事は 270 件(30 年 4 月 1 日時点)、招へいテレビチームは 7 か国・地域 7 チーム、同チームによる現地放映時間は計 338 分(30 年 4 月 1 日時点)であった。

28・29 年度目標の達成状況：B (28 年度：b, 29 年度：b)

## 参考指標：日本関連報道件数(単位：万件)

(記事データベースに基づくもの)	実績値		
	27 年度	28 年度	29 年度
	124	119	97

## 評価結果(個別分野 7)

### 施策の分析

#### 【測定指標 7-1 日本関連報道に関する情報収集・分析】

##### 28 年度

総理大臣外遊中の報道も含め、主要英字紙の日本関連報道の要約作成及び配布について、外遊先における総理大臣他一行の日程・動きに合わせて適時共有すべく、迅速な情報収集及び的確な分析を実施できたことは、分析結果を迅速かつ頻繁に省内、総理大臣官邸、関係省庁に提供する観点から有益であった。また、報道ぶりが視覚的に一目で判るよう、テレビの報道についてもテレビ画像を添付しとりまとめた。(28 年度：外国報道機関対策(達成手段①))

##### 29 年度

主要英字紙の日本関連報道に加え、外交関連の報道についても毎日網羅的に情報収集し、主な論調及び主要記事の要約を官邸及び省内に迅速に共有した。また、総理大臣及び外務大臣の外遊時においては、外遊関連報道を迅速に取りまとめ、外遊中の総理大臣、外務大臣一行に遅滞なく共有すると共に、外遊毎に各紙の論調についてポイントを絞って 1 枚紙に取りまとめ、関係部局に共有した。これら報道ぶりを迅速かつ適時適切に省内、官邸、関係省庁に提供できたことは、我が国外交政策の形成に資するとの観点から有益であった。(29 年度：外国報道機関対策(達成手段①))

#### 【測定指標 7-2 外国メディアに対する情報発信・取材協力】

##### 28 年度

G7 伊勢志摩サミットや TICADVI を始めとする日本が議長を務める国際会議が開催され、国際会議の前後や要人往来のタイミングで行った総理大臣及び外務大臣等のインタビューや寄稿を通じて日本政府の考え方や取り組みを紹介できたことは、外国メディアに対する正確な対日理解を促進するために、迅速かつ効果的な対外発信に寄与する観点から有益であった。(28 年度：外国報道機関対策(達成手段①)、啓発宣伝事業等委託費(各国報道関係者啓発宣伝事業等委託)(達成手段②))

## 29 年度

G7 タオルミーナ・サミットやG20 ハンブルク・サミット、ASEAN 関連首脳・外相会合を始めとする国際会議の前後や要人往来の機会に行った総理大臣及び外務大臣等のインタビューや寄稿を通じて日本政府の考え方や取組を紹介できたことは、外国メディアに対する正確な対日理解を促進するために、迅速かつ効果的な対外発信に寄与する観点から有益であった。特に、外務大臣が外遊先において、現地メディアからのインタビューを受ける際、外務大臣が日本政府の考えを英語で発信することによって、より迅速かつ直接的に発信することができた。また、外国メディアに対し積極的に記者会見を行うことにより、発信した情報の早期拡散と、効果的な浸透を促した。これにより、外国メディアの関心も高まり、闊達な意見交換や積極的な取材協力が可能となり、対外発信に寄与した。(29 年度：外国報道機関対策(達成手段①)、啓発宣伝事業等委託費(各国報道関係者啓発宣伝事業等委託)(達成手段②))

### 【測定指標 7-3 外国記者招への戦略的实施】

## 28 年度

影響力の高いメディア、記者に対する取材機会の提供、及び主要外交課題や地方を含む日本の魅力の発信については、28 年度は、G7 伊勢志摩サミット及び TICADVI 等の国際会議の機会を捉え、記者や TV チームの戦略的な招へい、TICADVI 開催地ケニアでのプレスツアーの実施等を通じて取材機会を提供することによって、日本政府の考え方や取組を積極的に紹介した。これにより、招へいメディア・TV チームによる現地でのサミットや TICADVI に関連する日本関連報道は、130 件発信され、サミット議長国の取組や我が国のアフリカ支援の正確な発信とともに、日本の魅力を発信する上で効果が高かった。(28 年度：外国報道機関対策(達成手段①)、啓発宣伝事業等委託費(各国報道関係者啓発宣伝事業等委託)(達成手段②))

## 29 年度

影響力の大きいメディア、記者に対する取材機会の提供、及び主要外交課題や地方を含む日本の魅力の発信については、29 年度は、「中央アジア+日本」対話・第 10 回東京対話、ASEAN 関連首脳会議のフォローアップなど、戦略的に記者や TV チームを招へいし、取材機会を提供することによって、日本政府の考え方や取組を積極的に紹介した。これにより、招へいメディア・TV チームによる「中央アジア+日本」対話・第 10 回東京対話、ASEAN 関連首脳会合に関連する日本関連報道があり、日本の取組や地域協力の成果に関する正確な発信とともに、日本の魅力を発信する上で効果が高かった。特に、岸田外務大臣のアラブ首長国連邦訪問の前後に、アラブグループ記者招へいで訪日したアラブ首長国連邦のイッティハード記者が大臣インタビューを実施し、タイムリーにインタビュー記事を掲載し、情報発信の効果を最大限に引き出すことができた。日仏外務・防衛閣僚会合(「2+2」)の直前に招へいした仏ル・フィガロ紙の記者は、小野寺防衛大臣インタビューの記事を、「2+2」当日の同紙国際面 1 頁全面を使い報道し、大きな反響があった。また、少子高齢化対策として老人介護施設でのロボット活用(スペイン ABC 紙、チリ・エル・メルクリオ紙、インド・ステイツマン紙等)、過疎地域再生と移住促進政策として京都府南丹市のかやぶき屋根の古民家の活用(ブラジル・バンデイランテス TV 局)、富山市のコンパクトシティ政策(タイ・デイリー・ニュース紙、ブルネイ・ニュー・ブルネイ・デイリー)、顔認証を含むサイバー分野や環境分野(インドネシア・ビジネス・インドネシア紙、ミャンマー・タイムズ紙)、日本産食品の輸出と日本観光促進関連(シンガポール聯合早報紙ほか)、風評被害対策(フィリピン・スター紙ほか)、日本の新幹線の魅力・清掃サービス技術(エクアドル・エル・テレグラフォ紙、パラグアイ abc 紙、フィリピン GMA 局ほか)、再生エネルギーを活用した福島復興(インドネシア・ジャカルタ・ポスト紙、ア首連・ザ・ナショナル紙、南ア・ビジネス・デイ紙、マレーシア・ニュー・ストレーツ・タイムズ紙)、東京オリンピック・パラリンピック関連(ブラジル・ヴァロール・エコノミコ紙)など、安全保障や二国間関係に加え、日本の多種多様な側面が各国主要紙で多数報道された。(29 年度：外国報道機関対策(達成手段①)、啓発宣伝事業等委託費(各国報道関係者啓発宣伝事業等委託)(達成手段②))

## 次期目標等への反映の方向性

### 【施策(施策の必要性に関する分析を含む)】

我が国の立場や取組について国際社会から理解と支持を得るためには、諸外国における我が国の政策や社会、文化などに関する正しい報道を通じて、世論形成や関心、親近感が醸成されることが極めて重要である。

そのためには、海外メディアに対して迅速かつ積極的に情報提供や取材協力を行っていくことが必

要不可欠であり、外務省としては、時宜を得たテーマや内容に応じ、様々な方法を活用して、戦略的かつ効果的な発信を行うことに努めている。

具体的な施策として、海外メディアの論調を的確に分析し、その上で、海外メディアのニーズを踏まえて総理大臣や外務大臣等による記者会見やインタビューなどの取材機会を創出して我が国の政策を戦略的に発信すること、対外発信文書を適切なタイミングで広く提供すること等に引き続き努めていく必要がある。さらに、事実誤認に基づく報道により諸外国の読者に誤解が生じないように、迅速に申入れや反論投稿を行い、事実に基づいた適切な理解を促すことも重要である。

また、情報発信だけでなく、報道関係者招へい事業を通じて、外国の発信力のある報道関係者に、直接日本を取材する機会を提供することで、正確な日本理解に基づいた記事を執筆することを促し、帰国後も日本に関連する記事を継続して執筆させることが必要となる。

上記のとおり外国報道機関による報道を通じ、海外における対日理解・対日親近感の醸成及び我が国の政策への理解を促進するとの施策目標は適切であり、今後とも同目標を維持し、その達成に向けた施策を実施していく。

### 【測定指標】

#### 7-1 日本関連報道に関する情報収集・分析

外国報道機関の日本関連報道に関する情報収集・分析を行い、迅速かつ頻繁に省内、総理大臣官邸、関係省庁に提供するとの 28・29 年度目標は、外国報道機関による報道を通じ、海外における対日理解・対日親近感の醸成及び我が国の政策への理解を増進し、さらに我が国外交政策の形成に資するとの施策目標を実現するために重要であり適切な目標であった。引き続き取り組んでいく。

#### 7-2 外国メディアに対する情報発信・取材協力

外国報道機関による報道を通じ、海外における対日理解・対日親近感の醸成及び我が国の政策への理解を増進するため、会見や寄稿・インタビューによる情報発信や、取材協力等を通じて、外部専門家の知見も活用しながら、日本の政策・立場について、迅速かつ効果的に対外発信するとの 28・29 年度目標は適切であった。今後もこれらの手段を通じ、引き続き取り組んでいく。

#### 7-3 外国記者招へいの戦略的实施

発信力の高いメディアや記者の選定・より充実した日程の作成等、より効果的な計画に基づき、外国メディア（テレビチームを含む）を日本に招へいし、主要外交課題等に関する取材機会を提供し、正確な取材と対日理解に基づいた発信を増進するという 28・29 年度目標は、施策目標を実現する上で重要であり、適切な目標であった。今後も外国記者に日本を訪問して取材をする機会を提供し、正確な情報に基づく記事の執筆・掲載を促進していく。

### 作成にあたって使用した資料その他の情報

- ・ 外務省ホームページ  
会見、報道、広報  
(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/index.html>) (日本語)  
(<https://www.mofa.go.jp/policy/culture/index.html>) (英語)
- ・ 世界が報じた日本  
(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/sekai/index.html>)
- ・ (公財)フォーリン・プレスセンター ホームページ  
(<http://fpcj.jp/>) (日本語)  
(<http://fpcj.jp/en/>) (英語)



