

施策名：経済協力

個別分野5：国民の理解促進、開発教育の推進

中期目標

開発協力への国民の理解と支持を得る。

過去3年度（令和3～5年度）の主な取組

開発協力に関する講座

- 中学生以上を対象にオンラインと対面形式で行い、参加者からの発言を促す取組や日本が行う開発協力に関する質問に対して丁寧な回答を行い、主体的な学びにつながるよう実施。
- 主に大学を中心とした教育機関に訪問し、令和3年度から5年度にかけて20回から32回の開催、参加人数は2,823名から3,725名の伸びとなった。
- 参加者からは受講して良かったとの回答を3年連続約9割を維持。また受講したいという回答も約7割あり次の開催希望にもつながった。

開発協力コンテンツを使った情報発信

- アニメ（3、4年度のみ）：ODA広報キャラクター「ODAMAN」を活用し、電車ビジョンや映画館CM放映、WEB広告等を行い、総再生数約98万回、約82万回（[詳細](#)）
- ドキュメンタリー動画（3～5年度）：著名人を活用し、FacebookやYouTube広告等を行い、総リーチ・再生数がそれぞれ約25万回、約6,000万回、約90万回。[令和3年度](#) [令和4年度](#) [令和5年度](#)
- ドラマ（3～5年度）：著名人を活用しプレスリリースや出演者によるSNS発信等を行い、再生数はそれぞれ約2.4万回、約1.7万回（5年度は公開前で集計不可）（[詳細](#) 令和6年3月時点集計値）

SNSを使った情報発信

- X（旧Twitter）を活用した情報発信を継続し、省内の既存のアカウントとも連携しながら、ODAに対する認知度を向上させ、親しみを醸成し、ODAに対する理解と支持を促進した。シンプルかつ関心の引く書きぶりを心がけることにより、フォロワー数はそれぞれ11,640人、12,741人、12,848人の規模を維持（各年3月計測）。（[詳細](#)）

今後の方向性

- 個々の教員から属人的な形での講座依頼から、組織的な継続した依頼につながるよう、興味の持ちやすいテーマの提案や国際協力に関する参加しやすい情報紹介を行い関心を高めていく。受講実績のない団体には積極的に取組紹介を行い受講を促していく。過去3年の取組は一定の成果があり、開催形式と進め方は継続し関心層の拡大と開発協力専門人材の担い手の発掘を進める。
- ODA広報の中心媒体は、外務省ホームページやYouTubeであるが、キャラクターや著名人を活用し、普段政府媒体を見ない方々に対し目が届くように発信を行い、各コンテンツ事業について一定の成果を得ている。しかし、年度によっては広告手法により、数値が想定より伸びなかったケースもあり課題であったため、今後は広告手法の更なる検討と共に一層広報効果の高い媒体等の検討を目標とする。
- フォロワー数は平成31年の創設時（約900人）と比較すれば増加しているものの、令和4、5年度は伸び率に課題が残る。原因として、投稿頻度が低いことが上げられるため、今後は組織内での発信者や在外公館等を含めどのように巻き込むかの検討を目標とする。

過去3年度（令和3～5年度）の主な取組（続）

国際協カイベントを通じた情報発信

- グローバルフェスタJAPAN（3～5年度）では、国際的な潮流や国内の状況をふまえて毎年テーマ設定を行い、ステージやフォトコンテストのほか出展ブース、オンラインセッション等を開催し、参加者・視聴者がODAを含む国際協力の現状や必要性、理解や認識を深める機会に繋がった。来場・視聴者の実績はそれぞれ約1万人以上、約2.2万人以上、約3.9万人以上（[詳細](#)）。

今後の方向性（続）

- 本フェスタの来場に対するアンケート結果によれば、参加後に国際協力に興味を持った人が96%となり、国際協力を好意的に捉え、理解と支持、参画拡大に繋がったが、出展ブースの拡大やオンラインステージ視聴率等に課題が残るため、今後は開催会場の検討、PR方法、協賛企業の新規獲得等を目標とする。



評価結果

- 3年間の取組を踏まえ、令和5年に実施した内閣府世論調査（[詳細](#)）「今後の開発協力のあり方」について、回答者の79.4%が「積極的に進めるべきだ」または「現在程度でよい」と回答し、開発協力に対して前向きな評価が示された。しかし、国内経済が厳しくODAに批判的な声も多いため、ODA広報も既存の手法のみならず、時代に応じた広報戦略を検討する必要がある。
- 特に、グローバルフェスタについては、過去3年間において、毎年参加・視聴者数が倍増しており、令和5年度は、積極的にメディア関係者や学校等に積極的に広報・PRを強化したことにより着実に効果を上げている。しかし、出展ブースの拡大やオンラインステージ視聴率等に課題が残るため、今後も参加・視聴者数を伸ばすべく更なる増加を目指して取り組んでいく必要がある。
- ドキュメンタリー動画については、令和5年度においては過去3年間の中で最も再生回数を獲得した。要因として、「女性・平和・安全保障」（WPS: Women, Peace and Security）という時代にマッチしたテーマ設定を先見したことと、広告手法が効果的だったことが上げられるため、本経験を活かしつつ、今後は広告手法の更なる検討と共に一層広報効果の高い媒体等の検討を目標として取り組んでいく必要がある。



次回評価時（令和9年度）に向けての中期目標

開発協力への国民の理解と支持を得るために広報を強化する。

（注）評価書を作成するに当たっては、外交青書、外務省ホームページを使用した。