

分野2：海外広報の実施

中期目標

海外における対日理解の増進、親日感の醸成及び日本の政策への理解を促進する。

過去3年度（令和4～6年度）の主な成果	課題及び今後の方向性
1 【海外広報の推進】 （1）政策広報の実施 ● 講演、セミナー、招へい事業等を通じた日本に関する第三者発信を延べ1,597回実施し、日本の有識者による日本の重要政策に関わる発信が実現した。また、戦略的対外発信の強化のための環境整備として、在外公館における外部専門家の活用を進め、延べ179件の業務の委託を通じてSNSも活用した直接発信等を強化し、多くの公館でSNSアカウントのフォロワー数が増大する等、発信力の強化が達成された。 ● 発信力の強化が図られた要因としては、国際社会における日本のイメージや日本の外交政策に対する理解等についての対日世論調査を定期的に実施・観測し、そこから得られる国・地域別動向を分析し、平成12年度から蓄積されたノウハウをも積極的に活用したこと等が挙げられる。 ● TICAD閣僚会合、「中央アジア+日本」対話などに関する「政策広報動画」を18テーマにわたり制作し、YouTubeやテレビを通じた放映を実施した結果、YouTube 再生回数は英語版で8,400万回を達成した。さらに、ウェブ誌「Discuss Japan - Japan Foreign Policy Forum」を英語と中国語で発信することにより、毎年500万ページビューを超えるアクセスがあり、同サイトのFacebookのフォロワー数は1.2万を超え、ウェブサイトを通じた対日理解の増進に寄与した。	1 【海外広報の推進】 （1）政策広報の実施 ● 地政学的な競争が激化する中で、情報操作などを通じた認知領域における情報戦が恒常的に生起していることも踏まえ、情報空間の状況や日本に対する見方を把握した上で、訴求対象に合わせた戦略的対外発信を強化することが重要である。外部専門家やコンサルタントを活用し、これらに対応しながら政策やターゲットに合わせた発信内容や手段において質及び量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。 ● 国際世論調査等の各種世論調査では日本に対する好意的な評価は高い水準を維持しているが、厳しい国際情勢を踏まえ、日本とは立場を異にする発信が現地で浸透することなどによって日本のプレゼンスの低下につながらないように引き続き政策広報を実施していくとともに、国際世論調査等の各種世論調査を鋭意観測していく必要がある。 ● 日本の基本的立場、政策、取組等について、国際社会から、客観的事実関係に基づく適切な理解を得るために、政策広報動画の制作及び広報を行う。

過去3年度（令和4～6年度）の主な成果（続）

（2）一般広報の推進

- 日本事情発信誌『にぽにか』は年2号(各号16万部以上)発行した。日本紹介映像資料ジャパン・ビデオ・トピックスは、毎年Web配信再生回数300万回を超え、世界約60か国、100を超えるテレビ局を通じて放映した。ウェブサイト「Web Japan」は毎年1,000万ページ・ビューを越えるアクセス数を獲得、同サイトのFacebookのフォロワー数は20万以上を記録した。日本ブランド発信事業において、伝統文化、産業・科学技術、食文化、ポップ・カルチャー等に関する10件のオンライン・対面形式の講演会、デモンストレーション等を実施した。これらの一般向け広報施策を通じ、日本の魅力に対する関心等を促進し、親日感の醸成及び日本の政策への理解に貢献した。

2 【ジャパン・ハウスを通じた海外広報の実施】

- これまで必ずしも日本に関心がなかった人々を含む幅広い層を惹きつけ、親日派・知日派の裾野を拡大するため、ジャパン・ハウス3拠点（サンパウロ、ロンドン、ロサンゼルス）において、企画展等を実施した。日本の多様な魅力や政策・取組の発信を行った結果、ジャパン・ハウスに関する認知度を向上させ、来館者数の増加につなげ（令和4～6年度3拠点来館者数累計約322万人、【参考】令和3～5年度同約278万人）、親日派・知日派の裾野を広げる効果があった。
- ジャパン・ハウスの3つの工夫（日本に関するまとまった情報が入手できるワンストップ・サービス、民間活力・地方の魅力も取り入れたオールジャパンでの情報発信、現地ニーズへの対応・現地の人々の共感）が裾野を広げる効果を生み出している要因と考えられるほか、平成27年度からの事業活動により蓄積されたノウハウや3拠点横断的な情報共有から得られた教訓、知見の集約等を過去3年間にも活用したことが事業の推進に寄与した。

課題及び今後の方向性（続）

（2）一般広報の推進

- 様々な媒体を活用した一般広報の実施に関しては、従来から実施している紙媒体、テレビ、ウェブサイトを利用した発信の直接的な成果に加えて、ソーシャルメディアを連動させて質的・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。また、地域別の特性を分析し在外公館とも調整の上、地域ごとのターゲットの特性を考慮した広報アプローチに努める。

2 【ジャパン・ハウスを通じた海外広報の実施】

- 戦略的対外発信の必要性が高まる中、引き続きジャパン・ハウスにおける企画展等を通じ、これまで必ずしも日本に関心がなかった人々を含め、親日派・知日派の裾野を広げる。来館者数の推移を継続的に把握するとともに、長期的に来館者の認識変容・行動変容等の分析を通じて、取組の効果的かつ効率的な実施を促進していく。
- 物理的な来館者に加え、デジタルコンテンツ視聴者の一層の獲得や横展開（設置国内外へのジャパン・ハウスコンテンツの展開）の一層の拡充を目指していく。

(主な取組)

1 【海外広報の推進】

(1) 政策広報の実施

海外広報	事業等	令和４年度	令和５年度	令和６年度	合計 (件数)
講演、セミナー、 招へい事業を通じ た日本に関する第 三者発信	講師派遣事業（オンライン・対面式での講演会） （注１）（括弧内：総聴衆数）	70 （5,460人以上）	68 （4,380人以上）	49 （3,240人以上）	338
	在外研究機関等への戦略的対外発信支援事業 （注２）	64	34	16	
	在外日系団体等への戦略的対外発信支援事業 （注３）	14	12	11	
招へい事業を通じ た第三者発信	内外発信のための多層的ネットワーク構築事業 （注４）（ウェビナー・オンライン講座２件を含む）	297	131	161	1,259
	ソーシャルメディア発信者招へい事業（注５）	163	324	183	
インターネットを 通じた第三者発信	ウェブ誌「 Discuss Japan – Japan Foreign Policy Forum 」	英語版 60 中国語版 19	英語版 55 中国語版 19	英語版 51 中国語版 15	219
		英語版のみでも年間50本以上（週1回以上）の論考を掲載。 海外への発信の機会の少ない若手研究者へ発信の機会を与え、海外でも通用する研究者の育成に寄与。			
計					1,816

(注1) 講師派遣事業：日本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講演を行う事業。

(注2) 在外研究機関等への戦略的対外発信支援事業：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) 在外日系団体等への戦略的対外発信支援事業：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) 内外発信のための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）を招へいする事業。日本の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つなげていくことを目的として実施している。

(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、SNS（Facebook、X等）で発信力・影響力のある者を招へいし、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 SNS を用いた日本の発信を行う事業。

（２）一般広報の推進

- 日本事情発信誌『[にぽにか](#)』は、在外公館を通じて配布しているほか、国際線エアラインでのオンデマンド配信、後述のWeb Japanへの掲載により、紙媒体のみならず、ウェブサイト等を融合した有機的な配信を実施。
- ウェブサイト「[Web Japan](#)」は、小中学生向けの Kids Web Japan など、子どもから成年まで幅広い層に対応する５つのサブサイトから成っており、海外一般市民の間で日本事情に関するウェブサイトとして定着。
- 日本ブランド発信事業は、発信力のある様々な分野の専門家を海外に派遣し、講演会、デモンストレーション等を実施することで、日本の魅力に対する関心や共感、日本文化に対する理解を促進する事業。

２【ジャパン・ハウスを通じた海外広報の実施】

- 外務省HP

[ジャパンハウス](#)

- ジャパン・ハウス実施報告書

（[2022年度](#)、[2023年度](#)、[2024年度](#)）

- 主な企画展、イベント事業例

日本の多様な魅力を発信するに当たり、各地域のニーズ等を踏まえつつ企画を実施。

企画展は３か年度３拠点累計35件実施した（現地企画展及び巡回企画展）。

【サンパウロ】

現代アートや科学技術を扱うコンテンツ等が人気

- － 令和５年度「ミニチュア」展
- － 令和６年度「もったいない」展等

【ロンドン】

日本伝統工芸や地方の魅力を扱うコンテンツ等が人気

- － 令和５年～６年度「アイヌ」展
- － 令和５～６年度「Spotlight on Local Japan」事業
- － 令和６年度「食品サンプル」展等）

【ロサンゼルス】

日本の映画作品や食文化等に関するコンテンツ等が人気

- － 令和５年度「ポケモン」展
- － 令和６年度日本食イベント「Movie and Bites」展等）