

平成26年度地方連携フォーラム [実施報告書]

日時：平成27年1月8日

場所：三田共用会議所

主催：外務省大臣官房総務課地方連携推進室

I 開催概要

1. 開催日時：平成27年1月8日（木）14：45～19：15

2. 開催場所：三田共用会議所

3. 次第及び内容等：

(1) 第1部 外交政策説明会 14：45～15：30 [講堂（1階）]

○開会挨拶 外務省大臣官房総務課地方連携推進室長 好井正信

○外交政策説明会 「戦略的対外発信」 外務省大臣官房 参事官 水嶋光一

(2) 第2部 分科会 15：45～17：15

ア テーマ：「外国メディアを活用した、地方自治体の海外向け情報発信」

講師：

(ア) 外務省大臣官房国際報道官室 国際報道官 伊藤恭子

(イ) フォーリン・プレスセンター 事務局長 杉田明子

イ テーマ：「インバウンドによる地域の活性化と魅力発信」, 「ASEANからの訪日客とムスリムの受け入れ」

講師：

(ア) 国際交流サービス協会 全国商工会連合会専門家 三木茂樹

(イ) 日本アセアンセンター 観光部長代理 神田瑞穂

ウ テーマ：「文化交流の推進」

講師：

(ア) 外務省大臣官房文化交流・海外広報課 課長 高田真里

(イ) 国際交流基金 企画部事業戦略課 課長 原秀樹

エ テーマ：「官民連携による日本企業・地方自治体の海外展開支援」

講師：

(ア) 外務省経済局政策課 企画官 甲木浩太郎

(イ) 外務省国際協力局開発協力総括課 企画官 品田光彦

(3) 第3部 上月豊久外務省官房長主催レセプション 17：45～19：15

Ⅱ 第1部 外交政策説明会

水嶋光一外務省大臣官房参事官から「戦略的対外発信」について説明した。概要は以下のとおり。

日本の外交にかかる3つの重点課題は、1) 近隣諸国との意思疎通の強化、2) 積極的平和主義の観点からグローバルな課題に取り組む、及び3) 戦略的な対外発信の強化である。安倍総理は、年始のご挨拶において、本年は戦後70年にあたり、日本のこれまでの歩み（戦後一貫して平和国家として世界の平和と繁栄に貢献してきた、そしてこうした歩みは今度も不変であるということなど）を世界に伝えていく姿勢を示した。外務省は、政策広報の重点分野（日本のイメージ、安全保障、歴史認識及び領土保全）において適切なメッセージを構築し、発信相手やタイミングを考慮しつつ、紙媒体や電子媒体の使用、写真や動画の活用といった発信手段、発信言語等を工夫していく。

対外発信は英語でPublic Diplomacy (PD) と言う。これは広報外交と訳され、政府がそれぞれの国益最大化のために他国政府と交渉・協議する伝統的な外交と異なる。政策を発信していく相手に、政府だけでなく一般市民も含め、メディアやITなど多様な媒体を通じて国家の政策の有効性を高めるために戦略的に情報を発信していくことである。PDは、日本のイメージを向上させ、情報の受け手の中で共感者を増やし、日本の政策への理解を得て国益の最大化に寄与する。また、情報を受ける一般市民が、情報の発信者（間接発信）ともなりうる、おもしろい側面もある。

戦略的対外発信実施に向けた来年度の予算要求において、500億円増の案を計上した。主な事業内容は、1) 日本の「正しい姿」の発信、2) 日本の多様な魅力の更なる発信、3) 親日派・知日派の育成、及び4) 在外公館長・在外公館による発信の更なる強化である。具体的には、安全保障に関し、総理が国際会議の場で直接発信したり、中国や韓国による対日批判などに、タイムリーに正しい情報をポジティブに発信したり、動画やパンフレットなど様々な手段を使って、幅広く広報する。また、将来への投資として、青少年交流や招聘事業もある。海外にジャパン・ハウスを設置しオールジャパンで日本の施策を強気に推進していくことも含む。

このような取組を通じて、日本のこれまでの平和に向けての歩みを世界に伝えると同時に、積極的平和主義のもと、今後も世界の平和と安定に貢献していくことを積極的に発信していきたいと考えている。

Ⅲ 第2部 分科会

第2部では、4つの分科会に分かれ、当省員や外部有識者等が説明を行うとともに、意見交換を行った。

分科会ア 『外国メディアを活用した、地方自治体の海外向け情報発信』

1. 講師説明

(1) 伊藤恭子 外務省大臣官房 国際報道官 「外国メディアを活用した対外発信の取組」

外国メディアには、ニューヨーク・タイムズ等の新聞、ブルームバーグ等の通信社、CNN等のテレビがある。こうした外国メディアの記者達は、常に「グッドストーリー」を探しており、彼らに記事として取り上げてもらうためには、地方独自の取組や成功例を紹介する、内容にヒューマンストーリーを含ませる等、彼らの関心に添うような工夫が必要だ。それは地方自治体に限らず外務省でも同じであり、例えば首相や大臣が外国に訪問する際は、現地メディアの関心等を踏まえ、何を売るか、どこに重点を置いて売り込むかを考えて広報する必要がある。

外務省では外国記者招へいプログラムを実施しており、記者の要望に合わせて地方視察・取材をアレンジしている。平成26年度は61カ国165名もの記者の招へいを予定している。外国記者の多くは、観光よりも、先端技術、少子高齢化対策、防災等の分野での日本の取組に強く関心を持っており、こうしたニーズを踏まえた上で広報戦略を考えることが重要だ。

(2) 杉田明子 フォーリン・プレスセンター（FPC） 事務局長「日本からもっと世界に情報発信を！」

世界に目を向けると、日本関連の報道件数は2003年以後中国関連の報道件数に逆転されるなど、政治・経済・社会等に関する日本の海外向け情報発信は、海外主要国に比べ不十分と言わざるを得ない。しかし、情報発信量を増やそうと、果たして国内向けの報道内容を、そのまま海外向けに報道してもよいのだろうか。先日、ベトナムの在京特派員がふぐの調理法を取材したいとして、FPCに取材アレンジを依頼してきた。このように日本では当たり前の事でも、外国記者にとっては非常に興味深い取材対象となり得ることもあり、その逆もまた然り。

外国メディアに売り込むには、四季の風景、温泉や日本酒のアピールでは他との差別化は難しいので、（行政にとって非常に難しいとは承知しているが）その自治体・地域の「一番の売り」を選択し広報する、いわば各地方自治体の「ブランド化」が重要だと考える。

2. 質疑応答

参加自治体からは、FPCの活用方法や、プレスツアーの詳細（経費等）についての質問があった他、ある県からは、実際に行われる予定のイベントに合わせて記者を招聘したいので、コンタクトをとる方法を教えてほしい、グッドストーリーとは具体的にどのようなものか、といった具体的な質問もあった。

分科会イ 『インバウンドによる地域の活性化と魅力発信』・『ASEANからの訪日客とムスリムの受け入れ』

1. 講師説明

(1) 三木茂樹氏 国際交流サービス協会 「インバウンドによる地域の活性化と魅力発信」

国際交流サービス協会の業務内容の紹介の後、訪日外国人旅行者数の増加による経済効果を示し、査証の発給要件の緩和や東京オリンピックの開催等によるインバウンド市場に追い風が吹いている旨の説明。国別に訪日外国人の特徴を簡潔に述べた。

受け入れに際し、必ず準備をしていることとして、「ホームページの充実」（最大の情報収集源はネット）と「レンタカーの整備」（団体旅行よりも個人旅行への移行）の重要性を伝えた。

また、国内の地域事例として、静岡県にて、お茶を活用したブランド戦略や北海道での日本文化を満喫できる付加価値をつけ、多くのタイ人観光客の誘致に成功している事例を紹介。

最後に、地域活性化への取組として、観光まちづくりの主役は、「住民」であるとし、住民を核とした地域と観光客をつなぐ活動組織の形成への提案を行い、旅行者増加による地域のメリットを再度強調した。

(2) 神田瑞穂 日本アセアンセンター 観光交流部長代理 「ASEANからの訪日客とムスリムの受け入れ」

日本アセアンセンターの紹介の後、アセアンからの訪日客に関する現状を説明。その後、アセアンのムスリムに着眼点を移し、ハラール（イスラムの法的に認められているもの）及びハラム（禁忌品）についての説明を行った。日本人には馴染みの薄い礼拝についても説明を行い、礼拝室の設置や備品の準備など、日本国内での事例について紹介を行った。

また、他都市の事例紹介として、横浜市の取組を例示。ムスリム在住者による情報発信（ウェブサイト等を活用）、礼法用のマットとコンパスを市内の施設に設置していることを紹介した。また、お土産用のお菓子は、安心して買い物ができるお土産用英語表記への変更を進めている。

2. 意見交換

北海道と福岡市から、取組事例の紹介があった。ムスリムが利用可能なレストラン等を記載したパンフレットの作成や礼拝室の設置等の可能なことから着手している旨の報告や、シンガポールの調査会社に委託し、ムスリムを受け入れるにあたっての課題や解決策を把握するための調査を来年度に行うとの報告があった

分科会ウ 『文化交流の推進』

1. 講師説明

(1) 高田真里 外務省大臣官房 文化交流・海外広報課長

「地方連携と文化交流」と題して、広報文化外交は、外国政府への直接的な働きかけ・交渉による伝統的な外交と相互補完的な関係にあり、外国や国際社会の国民・世論に直接的に働きかけることにより、対日理解の促進、知日派の育成及び好意的な対日感情・世論の醸成を図るものと説明。

キャンベラで実施した奈良市の文化紹介事業などの具体的な事例を紹介しながら、日本政府の広報文化政策や外務省と地方自治体の連携による文化交流の可能性につき説明。説明の中で、広報文化外交において、外交目的達成のためには、どのグループ（訴求対象、ターゲット）に対してどんな方法（ツール）で働きかけるかを適切に選定することの重要性、「相手の立場に立ったお客様目線」の重要性を指摘するとともに、国際社会に訴求する日本の多面的な魅力を構成しているのは多様で豊かな地方文化である旨述べた。

(2) 原秀樹 独立行政法人国際交流基金 企画部事業戦略課長

「国際交流基金の概要と地域連携の可能性について」と題して、国際交流基金の事業概要を説明しつつ、その中でも、地方の民俗芸能・郷土芸能などの文化芸術を通じた国際交流、日本語普及事業の一環として地方で開催している外国人の日本語弁論大会、国際会議の地方開催や外国人研究者の地方視察、又は日中交流センターによる中国の高校生の留学受入れといった、地方との連携の可能性のある事業例を紹介。

国際交流基金では、上記交流事業を通して、参加・連携した自治体職員が「気づき」を得られるなど具体的に何かに役立つように工夫して取組を進めている。実施を検討している事業について国際交流基金と連携できるかといったことなど、気兼ねなく相談して欲しい旨述べた。

2. 質疑応答

参加者からは、外務省と国際交流基金の役割分担はどのようになっているのかという質問（外務省から、外務省と基金は日頃から連携して文化交流に取り組んでおり、相談先に迷う場合にはどちらでも構わない旨回答）のほか、所属自治体で実際に検討に着手している、地方で実施する文化交流事業につき概要を説明の上、支援を得る可能性があるか（基金から、事業内容によっては可能性もあるので相談して欲しい旨回答）、実施に当たり助言をもらえる適切な窓口はどこかといった質問があった。

分科会エ 『官民連携による日本企業・地方自治体の海外展開支援』

1. 講師説明

(1) 甲木浩太郎 外務省経済局政策課 企画官「外務省による日本企業の海外展開支援について」

日本企業等の海外展開支援は、日本経済の再生に資する経済外交の重要な柱の一つであり、外務省としては、アベノミクスの具体的成果に寄与すべく非常に力を入れているところであり、平成25年12月には、岸田外務大臣を本部長とする「日本企業支援推進本部」を立ち上げ、経済局内に「日本企業支援室」を創設した。在外公館においては、日本企業からの相談窓口となる「日本企業支援担当官」が地方自治体支援を担う「地方連携担当官」とも連携し、日本企業・地方自治体からの相談に柔軟に対応している。また、在外公館による日本企業支援の指針である「日本企業の海外における活動支援のためのガイドライン」を策定しており、平成26年7月には、日本再興戦略策定等の政府の動きも踏まえ改定したところであり、「開かれた、相談しやすい公館」を目指し、日本企業支援に取り組んでいる。

さらに、日本製品のPRのために在外公館施設を積極的に活用しており、地方自治体とも連携し、効果的なPRとなるよう工夫を凝らし、地場産品・産業の魅力を発信しているところである。

また、関係省庁・機関とも緊密に連携しており、中小企業庁による支援制度「中小企業海外展開現地支援プラットフォーム」に外務省・在外公館も支援機関の一員として協力しているほか、平成26年2月から「海外展開一貫支援ファストパス制度」（地方の銀行や商工会等を窓口として、問い合わせ内容に応じて、当該分野に知見のある複数の支援機関から一貫した支援を受けられる制度）を経済産業省と共同で開始している。積極的に両支援制度を活用いただきたい。

(2) 品田光彦 外務省国際協力局開発協力総括課 企画官「ODAを活用した地方自治体の海外展開支援について」

我が国は、「日本再興戦略」等を踏まえ、途上国・新興国の開発に貢献し、これらの国の活力を日本に取り込むことをODAの主な目的の一つとし、中小企業を含む我が国企業・地方自治体等が有する優れた技術・知見を活用しつつ、我が国の制度・システムの普及を図るとともに、ビジネス環境整備に資する支援等を行っている。特に、中小企業を含む我が国企業、地方自治体、NGOといった政府・JICA以外の開発の担い手と連携することが重要と位置づけており、横浜市によるフィリピンでの都市開発支援、大分県及び宮崎県によるタイでの透析医療技術支援、旭川市によるモンゴルでの寒冷地型技術支援を紹介した。

また、企業、自治体等がODAを活用するだけで終わるのではなく、ODAをきっかけとし、人脈及び土地勘等を得て具体的なチャンスを開き起こし、直接、ビジネスへ発展す

ることが重要であることを強調した。

2. 意見交換

地方自治体も海外展開を進める上で成果が求められる昨今、各地方自治体での現状・問題点等の意見交換を行った。ある自治体からは、知事によるトップセールスの成果を議会で聞かれることも多く、目標設定が大事だとの所感が述べられたのに対し、甲木企画官から「数字だけでなく、海外メディアに多数取り上げられた等、視点を変えて成果と考えることも一案。」との提案があった。

また、実際に在外公館を活用しPRを行った自治体からは、「非常に満足している」「日本企業支援担当官に現地のネットワークを紹介してもらい大変助かった」等、好意的な意見が寄せられた。他方、これから海外展開を検討している自治体からは、現地の情報やキーパーソンの紹介等を得たいと要望があったのに対し、講師陣から「(在外公館にいる)日本企業支援担当官に直接連絡を取ってもらっても構わないし、外務省経済局政策課へのご相談も大いに歓迎する。また、JETROのアドバイザーも活用してはどうだろうか。」と回答した。

※当該分科会のオブザーバーとして、横尾浩一郎中小企業庁海外展開支援室長にもご参加いただき、地方自治体からの質問に対し、適宜助言を頂いた。