

# 日本ブランドの復活・強化(風評被害の解消)

## 外務省平成23年度第2次補正予算要求概要 15億円

### 1 在外公館等を活用した「地方の魅力発信プロジェクト」 11億円

#### (1) 海外での風評被害アセスメント(0.4億円)

震災、原発事故に関する誤解、貿易や渡航に関する過剰な規制等(風評被害)を解消するための各種施策を効果的に実施するために、諸外国における世論・市場調査を通じて、海外の一般市民が震災後に抱えている、我が国に対するイメージを正確に把握・分析する。

#### (2) 在外公館施設等を活用した、日本及び東北についての各種PR事業(6.5億円)

在外公館等を活用し、関係省庁(経産省、農水省、国交省、観光庁、JETRO、JNTO等)や地方自治体、企業と連携しつつ、以下の事業を実施することを通じて、日本の力強い「復興」、東北を中心とする地方の魅力、日本(被災地)の技術・産品を、積極的に売り込む。

##### ① 日本ブランドのPR活動

在外公館等を通じて、海外産業界に対する説明会、日本食品等PRレセプションや地方文化紹介行事等を実施する。また、東北を含む日本の産品、生活、文化等を訴える画像データを制作し、広告・特集、写真展等に活用。

##### ② 海外におけるイベントへの出展

集客力の高い海外でのイベントに出展し、日本及び東北の観光地や物産の魅力を発信。

##### ③ 震災からの復興をアピールする式典の開催

震災発生から一周年を期に、在外公館にて、鎮魂、感謝、再生をテーマとした記念式典を開催。海外支援団体などを招き顕彰等を行うとともに、物産の紹介、写真展等を通じて復興をアピールする。



### (3) 日本及び東北の魅力を発信するコンテンツの作成(3.6億円)

地方の魅力や日本の技術・産品、東北地方の復興の姿等を発信し、日本ブランド全般の信頼回復を図るため、安全・復興や東北(祭り、文化、食、観光等)をテーマとしたTV用CM等を多言語で制作し、海外TV局やNHKワールド、在外公館、国際線航空便機内等において上映する。また、HPを通じて多言語で情報発信を行う。

### (4)「復興発信使」の派遣(0.2億円)

東日本大震災後のわが国の復興・わが国産品の安全等をアピールするため、海外で開催される行事等に合わせ、被災地住民を含む復興の「語り部」や対外発信力のある著名人等を「復興発信使」として派遣する。

## 2 対日理解促進のための招へい事業 4億円

以下の対象者等を招へいし、日本の安心安全、復興を理解してもらい、誤解を解消することにより、行き過ぎた規制の是正、我が国の状況の変化に即した速やかな規制変更の促進、観光の促進、安心・安全な国とのイメージの発信、留学生の日本離れ防止、海外との経済交流の活発化等を図る。

#### ✓貿易・投資等に関わるビジネス関係者、各国政府・関係団体等の規制担当者、留学・教育等関係者

海外産業界関係者、留学生送り出しに影響のある大学・高校関係者等を招へいし、日本及び日本産品が安全であることへの理解を深める。

#### ✓映像制作チーム

外国の番組制作チームに日本の現在の姿に関する特集番組を制作させ、当該国で放映させる。

#### ✓外国プレス

外国ペン記者に国内を取材させ、記事を執筆・掲載させる。

#### ✓防災関係者

防災分野を中心に途上国で影響力のある行政官等の人材を招へいし、被災地の視察やセミナー等を通じ、日本の復興や防災への理解を深める。

#### ✓海外の著名人やソーシャルメディア等で影響力のある発信者

諸外国の影響力のあるブロガー等を招へいし、SNSを通じた発信をさせる。

#### ✓UNESCO世界遺産にかかる招へい

海外の専門家、世界遺産関係者を招へいし、被災地に位置する「平泉」の視察や記念行事の開催により、再生のシンボルとしての「平泉」の魅力を発信する。