

国際広報活動に係る平成25年度当初予算概算要求状況について(当面の政府の国際広報活動の基本方針に資するもの)

資料2

| 名称 | 担当府省 | 予算額 (百万単) | 事業目的 | 事業概要・補助率 | 実施主体 発注先 | 備考 |
|-----------------------------|------|--------------------------|--|--|-------------|----|
| 政府広報予算（啓発広報費（国内及び国際広報）） | 内閣府 | 平成25年度当初 4,301の内 数 | 我が国の重要施策に関する対外広報 | 海外誌広告、海外向けテレビスポット、月刊誌 Highlighting Japan等 | 民間事業者 | |
| 受け手に効果的に届く 国際広報の実施体制強化経費 | 内閣官房 | 41 | 情報の受け手である外国人の心に響く外国語表現を用いたメッセージの構築と、発信主体の国際広報分野における専門的な能力の向上 | 対外発信メッセージの構築と効果的な資料作成、発信チャンネルの多様化と広報実施タイミングの検討、メディア・トレーニングの実施 | 民間事業者 | |
| 官房長官記者会見の同時通訳等経費 | 内閣官房 | 35 | 在京外国プレスへの迅速かつ効果的な情報発信 | 毎日2回実施される官房長官記者会見に日英同時通訳を導入 | 民間事業者 | |
| 対外情報発信経費 | 内閣官房 | 6 | 在京外国プレスへの迅速かつ効果的な情報発信 | 内閣副広報官による在京外国プレス向けブリーフィングの実施 | 民間事業者 | |
| 日本ブランド発信事業 | 外務省 | 18 | 日本の魅力、強み、価値を総合的に発信することで日本ブランドの復活・強化を図る。 | 日本ならではの創意工夫に長じた様々な分野の民間の方を海外に派遣し、ワークショップやプレゼンテーション、現地カウンターパートとの協同作業などを通じて日本の精神性や多様な魅力に対する相手の理解や共感を促進し、以て日本ブランドの浸透に繋げていく。 | 外務省・在外公館 | |
| 主要外交行事等の機会を活用した日本ブランド発信事業 | 外務省 | 193 | 根強く残る風評被害の払拭とそれに伴い震災により落ち込んだ日本ブランドの復活・強化を図る。 | 主要外交行事（我が国外相出席）の機会を活用して、各国要人やプレス等を対象としたセミナー、展示、レセプション等を実施。さらに、きめ細かい発信を行うために有識者等を海外に派遣。 | 外務省・在外公館 | |

| 名称 | 担当府省 | 予算額 (百万円) | 事業目的 | 事業概要・補助率 | 実施主体 発注先 | 備考 |
|-----------------|------|--------------|--|---|------------------------------|---|
| 国際交流基金運営費交付金 | 外務省 | 13,382 | 国際文化交流事業を総合的かつ効率的に行うことにより、我が国に対する諸外国の理解を深め、国際相互理解を増進し、文化及びその他の分野において世界に貢献する。 | 以下の国際文化交流事業を実施。 ・文化芸術交流の促進 ・海外日本語教育・学習の推進 ・海外日本研究の促進及び知的交流の促進 ・国際交流情報の収集・提供及び国際文化交流担い手への支援、他 25年度の新規要求は以下のとおり。 ・ASEAN諸国を対象とした文化協力事業（401百万円） ・海外日本語教育機関日本人教員雇用促進支援（601百万円） ・国際文化交流事業を通じた震災復興に向けた記憶・体験の共有及び国際対話（301百万円） | 国際交流基金 | |
| ホームページ運営費等 | 復興庁 | | 復興施策の全体像及び復興庁所管事業に係わる対外国発信 | 復興庁については、右に必要な経費として、復興庁ホームページや海外メディア等を通じた外国語発信のための事務費を要求。 | 民間企業等 | 国内の広報経費と外国語発信のための経費は切り分けが困難な部分もあり、国際広報活動に係わる経費として明示が困難。 |
| 文化庁メディア芸術祭 | 文化庁 | 240 | 優れたメディア芸術作品を顕彰するとともに、これを鑑賞する機会を提供することにより、メディア芸術の創造とその発展を図り、もって我が国文化の向上と振興に資する。 | アート、エンターテインメント、アニメーション、マンガの4部門において作品を公募し、優れた作品を顕彰するとともに、国立新美術館において受賞作品展を開催する。 | 文化庁（事業委託先：公益財団法人画像情報教育振興協会） | |
| 文化芸術の海外発信拠点形成事業 | 文化庁 | 177 | 日本各地に文化創造と国際的発信の拠点づくりを推進する。 | 異文化交流の担い手となる外国人芸術家の積極的受け入れや、国際的な文化芸術創造など各地域において取り組まれている特色ある国際文化交流事業（アーティスト・イン・レジデンス等）を支援する。また、被災地における取組も積極的に支援する。 補助率：定額 | アーティスト・イン・レジデンスプログラム等を実施する団体 | |
| 文化交流使事業 | 文化庁 | 72 | 諸外国における日本文化への理解及び我が国と諸外国の芸術家・文化人等の連携協力を促進し、もって国際文化交流の振興を図る。 | 我が国の著名な文化人、芸術家等（複数の文化人、芸術家等で構成されるグループも含む。）を一つ若しくは複数の外国に一定期間派遣し、当該国所在の受入れ機関の協力を得つつ、自らの専門分野に関する実演、実技指導、講演、講義、共同制作、情報交換等を行い、日本文化の発信及び諸外国における当該分野の文化人・芸術家等とのネットワーク形成を強化する。 | 文化庁 | |

| 名称 | 担当府省 | 予算額 (百万円) | 事業目的 | 事業概要・補助率 | 実施主体 発注先 | 備考 |
|--------------------|--------------|--------------|---|--|--------------------|----|
| 文化財の海外交流の推進 | 文化庁 | 71 | 我が国の優れた文化財を諸外国に紹介することにより、我が国の歴史と文化に対する理解の増進と国際親善の推進に寄与する | 諸外国の文化関係機関と文化財を通じた国際交流事業に関する調整等を実施するとともに、国宝・重要文化財を含む日本美術の展覧会を、海外の美術館等との共催により諸外国で開催。 | 文化庁 | |
| 第25回東京国際映画祭 | 文化庁 経済産業省 | 70 | 国際芸術フェスティバルを世界的なレベルにまで育成していくことを通じて自国の芸術水準や対外的イメージの向上をはかるとともに、文化情報の海外発信を強化する。 | アジア最大の国際映画祭。日本唯一の国際映画製作者連盟公認の国際映画祭として1986年より開催。新たな才能からベテラン監督の作品まで、厳選した世界の秀作を上映する。六本木ヒルズをメインに都内の各劇場及び施設・ホールで開催。コ・フェスタのオフィシャルイベントの一つ。 | 特定公益財団法人ユ ニジャパン | |
| 東アジア共生会議2012 | 文化庁 | 51 | 東アジア地域で文化交流を通じた相互理解の増進、異質性の受容、信頼感の深化、共生を目指して、多様な文化を尊重しつつ東アジアの新たな共存の姿を追求し、それを世界に対して発信する。 | 東アジア各国が共生する未来に向けた理念を明らかにするため、東アジア諸国の文化人、芸術家、学識経験者、その他の文化に関係する者が一堂に会する会議を開催し、東アジア諸国の文化芸術関係者同士のネットワーク強化を図るとともに、世界全体の共生にも貢献する東アジアからのメッセージを世界に向けて発信する。 | 文化庁等 | |
| アジアにおける日本映画特集上映事業 | 文化庁 | 32 | アジア地域において映画を通じた文化交流を図るため。 | 日本文化への理解を促進するとともに、アジア各国の日本映画の現状を把握し、上映国、作品等について検討したうえで、日本映画の特集上映や人材育成につながる交流事業を実施する。 | 民間事業者 | |
| 文化広報力強化 | 文化庁 | 10 | 日本の国内外の文化広報の在り方について調査研究を行う。 | 日本が有する有形文化財、無形文化財、世界遺産等の魅力を国内外において発信する広報力の強化のための方策を調査研究する。 | 文化庁、民間事業者 等 | |
| 世界遺産普及活用事業 | 文化庁 | 80 | 広く海外に我が国の多種多様な文化を発信し、我が国の世界遺産登録を成功させる。 | 我が国における世界遺産指定一覧表の見直し等の検討、世界遺産保護の包括的指針の策定の検討、広く海外に我が国の多種多様な文化を発信し、対日理解の増進を図るための広報活動など、世界遺産登録を成功させるための事業である。 | 文化庁 | |
| 農産物等輸出回復事業 (復興) | 農林水産省 | 319 | 震災で落ち込んだ輸出の回復・拡大 | 諸外国におけるメディア等を活用して日本産食品等の安全性や魅力を発信するとともに、被災地の産品を支援し、輸出の回復・拡大を図る | 民間団体等 | |

| 名称 | 担当府省 | 予算額 (百万単) | 事業目的 | 事業概要・補助率 | 実施主体 発注先 | 備考 |
|-----------------------|-------|--------------|--|---|----------------|----|
| おいしい日本プロジェクト | 農林水産省 | 3,000 | 農林水産物・食品の輸出額を拡大 (4,511億円(平成23年)→1兆円水準 (平成32年)) | 日本食・食文化をさらに普及・継承していくため、日本食・食文化を発信する伝道師の育成、世界の拠点都市での日本食イベントや情報発信等を一体的、戦略的に展開するプロジェクトなどを実施。また、国内で食を通じた消費者と生産者の絆を深める「食と農林漁業の祭典」を開催。 | 民間企業等 | |
| ミラノ国際博覧会政府 出展委託事業 | 農林水産省 | 760 | ミラノ国際博覧会における日本館来場者数の割合が、上海国際博覧会(7.4%)を上回る10%以上とすること | 国際博覧会条約に基づき、「食」をテーマに開催される2015年ミラノ国際博覧会において、我が国の農林水産物や食品、食文化を出展・公開し、その魅力を発信することにより、農業と食品産業の健全な発展を推進。 | 独立行政法人日本貿易振興機構 | |
| 対内直接投資環境情報 発信等推進事業 | 経済産業省 | 500 | 東日本大震災による悪影響を克服し、対日直接投資を促進することで復興を推進する。 | 外資系企業等に対し、震災後の我が国のビジネス環境に係る安全性や魅力等の正確な情報発信等を行う。 | 民間事業者等 | |
| 訪日旅行促進事業 | 観光庁 | 5,843 | 訪日外国人旅行者数の拡大 | 観光立国推進基本計画に定められた「平成28年：訪日外国人旅行者数1800万人」の着実な達成のため、マーケティング・リサーチや効果測定等を踏まえた市場別プロモーション方針に基づき、関係省庁、国と地方、官と民の連携を強化したオールジャパン体制により、効果的・効率的な訪日促進プロモーションを実施する。 また、震災後の落ち込みが継続する市場における観光客目線での風評被害の軽減に引き続き取り組むとともに、ニューツーリズムのインバウンド展開によるリピーター化の促進やオープンスカイを契機としたエアポートセールスと連携した訪日促進プロモーションに取り組む。 加えて、国際会議等のMICEの誘致・開催についても、都市を中心としたマーケティング戦略の高度化及び誘致対象の掘り起こし等を通じて、国際競争力の強化を図る。 なお、執行にあたっては、観光庁と日本政府観光局の機能の分化を徹底し、より効果的で機動的な訪日促進プロモーション体制の確立を図る。 | 民間事業者 | |
| 東南アジア・訪日100 万人プラン | 観光庁 | 599 | 東南アジアからの訪日旅行者数拡大の強化 | 震災後も高い伸びを示し、今後も大きな拡大が予想される東南アジア市場について、平成25年に「日ASEAN交流40周年」を迎えるのを契機に、オールジャパンによる訪日促進プロモーションを本格的に展開する。 東南アジア市場を韓国、中国等の5大市場に並ぶ主要市場へ成長させることで、「平成28年：1800万人」目標達成のエンジンとするとともに、送客元の多様化により、特定市場に過度に依存しない構造を作り上げ、訪日外客促進のリスク分散を図る。 | 民間事業者 | |