

当面の政府の国際広報活動の基本方針について

平成 24 年 6 月 26 日

国際広報連絡会議

東日本大震災によりもたらされた困難を乗り越え、我が国の国際的なプレゼンスを高め、日本ブランドを世界に発信すべく、日本の強みと魅力、日本的な「価値」を体現する重点領域を設定し、それらの領域について広報手段を充実させ、政府一体・官民連携で、国際広報を積極的に展開する。

発信にあたっては、誰に向けて発信するのかを意識し、一方的な売り込みではなく、受け手のニーズや関心に合わせた発信内容とする。

1 日本ブランドの積極的発信

国際的風評被害を乗り越え、国家戦略として、日本ブランドのさらなる海外展開・強化、多様な日本の強みと魅力、日本的な「価値」の発信に積極的に取り組む。

2 重点領域の設定

日本の強みと魅力、日本的な「価値」を体現する領域として、当面、以下の重点領域について、集中的に国際広報を行うこととする。

(1) 日本の強み： 日本は、世界最長の健康寿命と、先進国で最低水準の GDP 当たりの CO₂ 排出量を誇る。今後、世界が高齢化し、各国の環境問題が深刻化すると、日本で開発されたライフ・イノベーションやグリーン・イノベーションは、世界の課題解決に寄与し、我が国の今後の経済成長を牽引する産業群となる。こうした技術・サービス・社会システムについて、需要の大きな地域に向けて、重点的に国際広報を行う。

(2) 日本の魅力： 我が国の食、ファッション、音楽、アニメといった生活・文化に対する関心は、東洋・西洋を問わず世界中で高まっている。また、東日本大震災の結果発生した訪日観光客の減少や日本製品の輸出に対する諸外国・地域による規制措置の導入を含む風評被害を乗り越え、日本食や日本での観光・医療等への海外における潜在需要を掘り起こすためにも、これらの商品・サービスの魅力について重点的に国際広報を行う。

- (3) 日本的な「価値」：日本の強みと魅力を支える日本的な「価値」を国際的に発信する。日本は、経済・環境・社会が相互に高め合う「新しい成長」のモデル国として、また、人間の安全保障を外交の柱の一つとし、ODA等を通じて国際貢献を行う国として、世界に存在感を確立する。

3 政府一体・官民連携による国際広報の実現

重点領域で国際広報を展開する上では、政府が一体となり、官民連携して取り組むこととし、以下の方向性に基づき、各府省庁等の施策実施と合わせ戦略性を持って広報を実施する。

- (1) 限られた政府の国際広報の資源を有効活用すべく、府省庁・関係機関間の情報連携を徹底し、重複を避け、共同で取り組むことにより効果が高まるものについては資源を集中化させ、政府が一体となり国際広報を推進することとする。
- (2) 海外における日本のイメージは、日本企業、日本の商品・サービス、著名な日本人など、民間部門によって形成される要素が大きいことを踏まえ、重点領域の発信においては、官民連携して国際広報を推進する。
- (3) 国際広報を効果的に行うための政府の広報能力・手段の拡充に向け、以下の取組を実施する。
- プレス対応の強化：欧米に加えアジア新興国の主要メディアへの広報の強化、プレス対応の知見強化・人材育成（外国語（特に英語）のスポークスマン、プレスオフィサー等）
 - 国際会議等の機会の活用：国際的に影響力のある大規模な会議やシンクタンクを活用したコミュニケーションの展開（サイドイベント含む）
 - 政府の情報発信の強化：HP や SNS、記者会見、国内外のメディアなどを通じて迅速に適切な外国語で発信される体制の構築