

[[英語版はこちら](#)]

## 平成 22 年度の政府の国際広報活動の基本方針

平成 22 年 12 月 16 日  
国際広報に関する政府・関係機関の実務者連絡会議

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、各国のニーズや関心に合わせた発信内容とする。

### 1 日本ブランドの発信

元気な日本を復活すべく、日本の強みと魅力、そしてそれらを支える日本の思想を、世界、とりわけ成長するアジア地域を中心に発信する。内向きな閉塞感を打破し、自信をもって世界と能動的に関わり、課題解決国家として人類のフロンティアを切り拓く国として「日本ブランド」を確立・発信していく。

### 2 重点領域の設定

日本の強みと魅力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CO<sub>2</sub>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。こうした科学・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。日本での観光や医療への海外における

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) 日本の思想：日本の強みと魅力を支える日本の思想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、他国との差別化を訴求し、また、人間の安全保障等我が国が国が国際社会において主唱する概念も示しつつ、世界に存在感を確立する。

### 3 政府一体・官民連携

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、関係機関も含め、府省庁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) 経済関連では、国内での取り組みや輸出・海外展開戦略を踏まえ、発信するイメージやメッセージを関係者間で十分に調整し、統一のとれた情報発信を行う。

### 4 広報手段の充実

国際広報を効果的に行うために、広報手段を充実させる。

- (1) 欧米の主要メディアに加えて、アジアを中心とする新興国のメディアについても広報を行う。メディアは、マスメディアのみならず、ニューメディアについても対応力を高める。
- (2) メディア対応のみならず、国際的に影響力のある国際会議やシンクタンク等を活用した総合的なコミュニケーション戦略を展開する。
- (3) 政府のホームページ等について、国際的な関心が高い事項について、迅速に、適切な外国語で発信される体制を構築する。
- (4) 日本の強みと魅力をより包括的・効果的に発信する方法について検討を行う