

グラスルーツからの日米関係強化に関する政府タスクフォース（各地各様のアプローチ） 行動計画（概要）

平成29年7月13日
政府タスクフォース

日米間の紐帯を確かなものとするため、連邦議会及び政府関係者等の要路のみならず、米国の一般国民にも行き届く草の根レベル（グラスルーツ）での取組を打ち出していくことが重要。日本企業の投資によって多くの雇用が米国内に生み出されており、両国経済関係についての理解を更に広げるとともに、我が国の文化・伝統に関する理解の裾野を広げるべく、在外公館、ジェトロ、国際交流基金等や在米日本企業とも連携し、活動を強化していくことは喫緊の課題。こうした問題意識の下、官民を挙げた州・地方レベルにおける取組の具体的方策について検討する本タスクフォースを立ち上げ、本年4月以降、萩生田内閣官房副長官の下で議論を重ね、米国各地における取組を進めるに当たっての指針を示すことを企図し、本行動計画を取りまとめた。

1 地域の特徴に応じたアプローチ

広大でかつ多様性に富む米国においては、各地域の特徴に応じた「テイラー・メイド」のアプローチが必要。

(1) 進出日本企業数が多い地域

⇒在外公館、ジェトロ等関係機関、民間企業などが連携し、役割を分担しながら米国経済への貢献について積極的な理解促進活動を行う。

(2) 日本語学習者が少ない地域

⇒日本語学習者が少ない中西部においては、まずは日本について良いイメージや関心を持ってもらうことを企図した取組を行う。

(3) 特定の産業分野や研究開発領域などに特色を有する地域

⇒特定の産業や研究開発領域に着目した上で、地域の企業、大学等の研究機関と関連の日本企業、更には学术界が連携した取組を行う。

(4) 地方間交流が存在する地域

⇒地方自治体レベルでの交流、大学・高校での留学生の相互受入れ等の交流事業に連携した取組による相乗効果を図る。

2 訴求対象の関心度に応じたアプローチ

訴求対象の日本への関心の程度に応じて、それぞれの対象につき注力すべき点や目標におのずから違いが生じることから、場合分けを行い、きめ細かなアプローチをとる必要がある。

(1) 現時点で日本への関心度が必ずしも高くない訴求対象

⇒米国の一般市民の日常生活との密接性を重視した、日本を身近に感じる機会作りを追求。また、グラスルーツへの情報発信力に着目した地元有力者との関係維持・強化、グラスルーツに届くメディア等発信源の特定及び活用。

(2) 日本への関心が一定程度ある訴求対象

⇒日本滞在・留学経験者（元JET等）やメディア関係者、現地交流団体（日米協会等）関係者等について、グラスルーツでの「日本応援団」の形成や体制支援を図る。

(3) 日本への関心が高い訴求対象

⇒日本への正しい理解を普及させる担い手となるため、最新の日本の立場・状況について時宜を得た形で情報発信を行う。

3 今後の展開：モデルプロジェクトの展開

上記1及び2を念頭に置いた上で、今後のグラスルーツに係る取組を進めるに当たり、次の展開を検討する。

(1) 重点地域の選定と現地連携団体の発掘・支援

⇒特に日本の関心度について改善の余地がある州・地域を対象に、連携可能な団体の発掘を行った上で、在外公館による積極的な「巡業」を通じて日本企業の貢献をアピールする。

(2) オールジャパン（官民連携）での取組体制と米側団体との連携体制の構築

⇒現地進出日本企業（商工会議所等）、在外公館、ジェトロ、国際交流基金等との緊密な連携体制、更には米側日米交流団体（ジャパン・ソサエティを含む日米協会、元留学生、在日米軍における勤務経験者他）との連携体制を構築する。

(3) 適切な時期を選定した取組の実施

⇒各議員が来年秋の中間選挙に向けて地元からの声に耳を傾ける局面において、日本企業の地域経済への貢献についての認識を更に浸透させる。本行動計画の内容は、すぐに着手できるものについて迅速に実行に移す。

(4) モデルプロジェクトの企画・実施

⇒単発のお祭やセミナーではなく、イベントの定例化、日本語教育の拠点作り、日本関連講座の設置、訪日招へい等を組み合わせた事業のパッケージ化を行う。



具体的アプローチ例*

- 日本企業が複数進出している地域を回る「地方キャラバン」の実施。（インディアナ州、イリノイ州。各地においてセミナーやレセプションを実施。）
- ロボットコンテストの実施。（ミシガン州デトロイト。同州ではエンジニア・技術者養成に注力。毎年開催されている同コンテストにテコ入れし、日本企業による支援、ブース出展等を行い、日本の高いロボット技術も紹介。）
- 地元有力者（SNS上で影響力を有する若者層含む。）を招待した在外公館主催複合的日本紹介イベント（運動会の実施や和食紹介、日本ブランド発信等を含む「Japan Festival」など。）
- 地元メディア向けコンテンツの充実化（地元のラジオ・パーソナリティや地元紙記者の訪日招へいを含む。）
- 日本庭園（茶室等を含む）の整備とこれらを活用した日本文化紹介事業の実施と関連人材の育成。

*具体的アプローチ例は、いずれも例示であり、実施が確定しているものではない。