

海外に向けた日本文化の発信 (国際交流基金運営費交付金)

令和元年11月13日

国際交流基金 文化芸術交流事業の目的と事業構成

多様な日本の文化及び芸術の海外への紹介や、双方向型の事業の実施により、文化や言語の違いを超えた親近感や共感を醸成し、海外における**対日関心の喚起**と**日本理解の促進**を図ることで、日本の外交の推進に寄与。

造形美術

舞台芸術

出版・人物交流

映像

大型文化フェスティバル
(ジャポニスム2018)

国・地域の状況に応じて、事業を効果的に組み合わせる実施

外交上重要な機会への対応

外交政策上の必要性を踏まえつつ、舞台公演、展覧会などの事業を複合的に組み合わせ、インパクトと波及効果の大きい事業を実施

広く全世界に向けた事業展開

巡回展やテレビ番組提供などを通じて、幅広い国々の一般市民への働きかけ

放送コンテンツ事業

主要実績 (H30年度)

ジャポニスム2018

日仏首脳会談の合意に基づき、企画・実施の中核を担う事務局として、政策要請に機動的に対応。多様な分野、古典から現代までの幅広い日本の芸術と文化を複合的に紹介する事業として、公式企画・特別企画(105件)と参加企画(204件)を実施。来場者・観客**350万人**以上。

舞台芸術(主催公演/日本祭り開催支援)

「Japan 2019」の皮切りとして、「全米桜祭り」にアーティストを派遣したほか、「ロシアにおける日本年」、日インドネシア国交樹立60周年などの機会に開催支援した「日本祭り」は計6か国7件/**5.8万人**の来場者。また、日中平和友好条約締結40周年、日・ポーランド国交樹立100周年等の機会に主催公演を計4か国で4件実施/**1.1万人**が来場。

造形美術(国際展参加)

世界的に注目度の高いヴェネチア・ビエンナーレ国際建築展において日本館展示を主催(来場者**17.3万人**)。

映像(日本映画上映)

日中平和友好条約締結40周年の機会をとらえ、中国で日本映画祭を開催。上記を含め日本映画上映会主催事業を67か国・地域で実施。約**12万人**の観客。

造形美術(基金巡回展)

陶芸・工芸・日本人形など日本の伝統美を紹介する展覧会から、現代美術・写真・建築・デザインなど現在の日本を伝える展覧会まで、多岐に亘る内容の巡回用展覧会19セットを、54か国・地域、91都市で展示。**41.4万人**来場。

出版(国際図書展参加)

8か国での国際図書展において日本ブースを出展。約**21万人**がブースを訪問。

放送コンテンツ事業

112か国・地域で累計1,249の多種多様な日本のテレビ番組を放送。

中期目標
(定量指標)

来場者数
(1公演あたり)

実績
956人

(目標500人以上)

映画上映会
来場者数
(1プロジェクトあたり)

実績
2,390人

(目標1,600人以上)

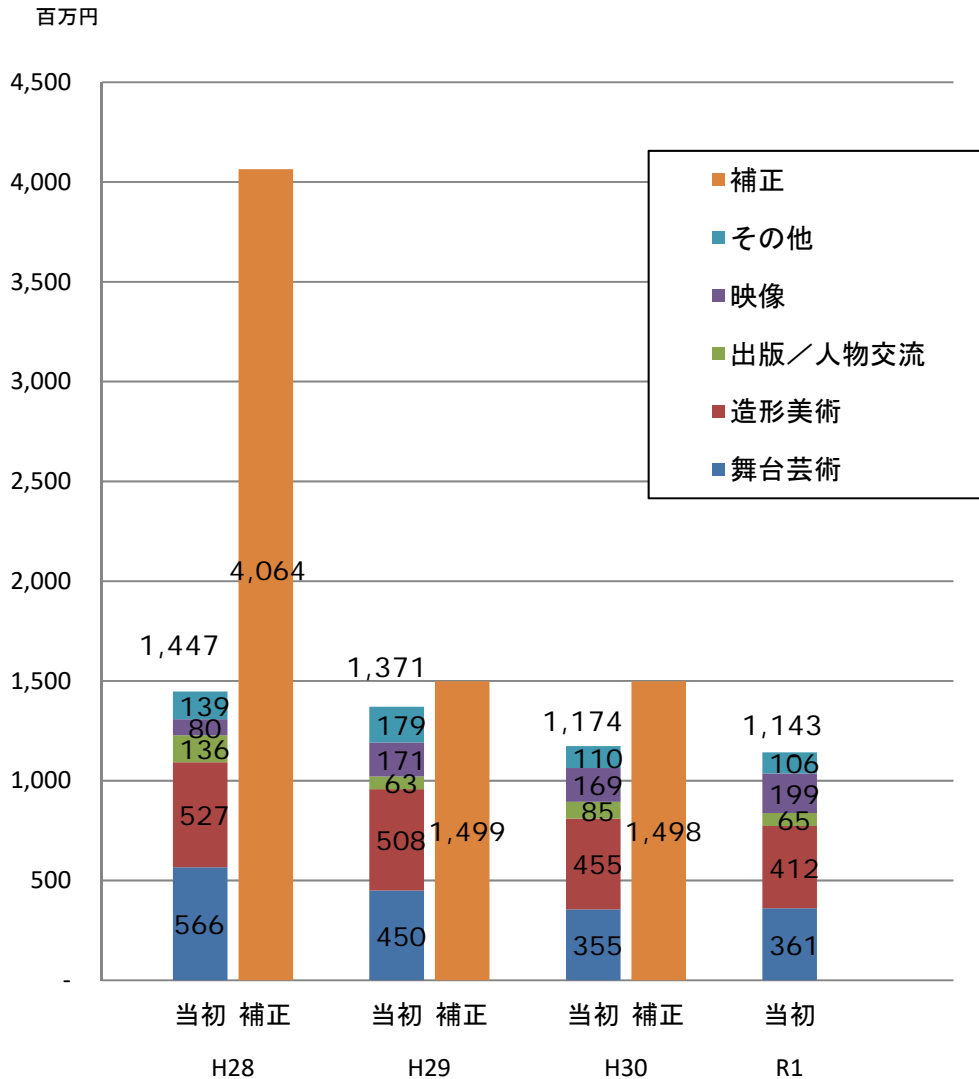
放送コンテンツ等
海外展開支援事業

実績
112か国・地域/
累計1,249番組
(今中期計画
期間中)

(目標: 54か国以上、
累計900番組以上)

国際交流基金文化芸術交流事業の実施状況：分野別予算・事業実施件数

分野別 予算額推移

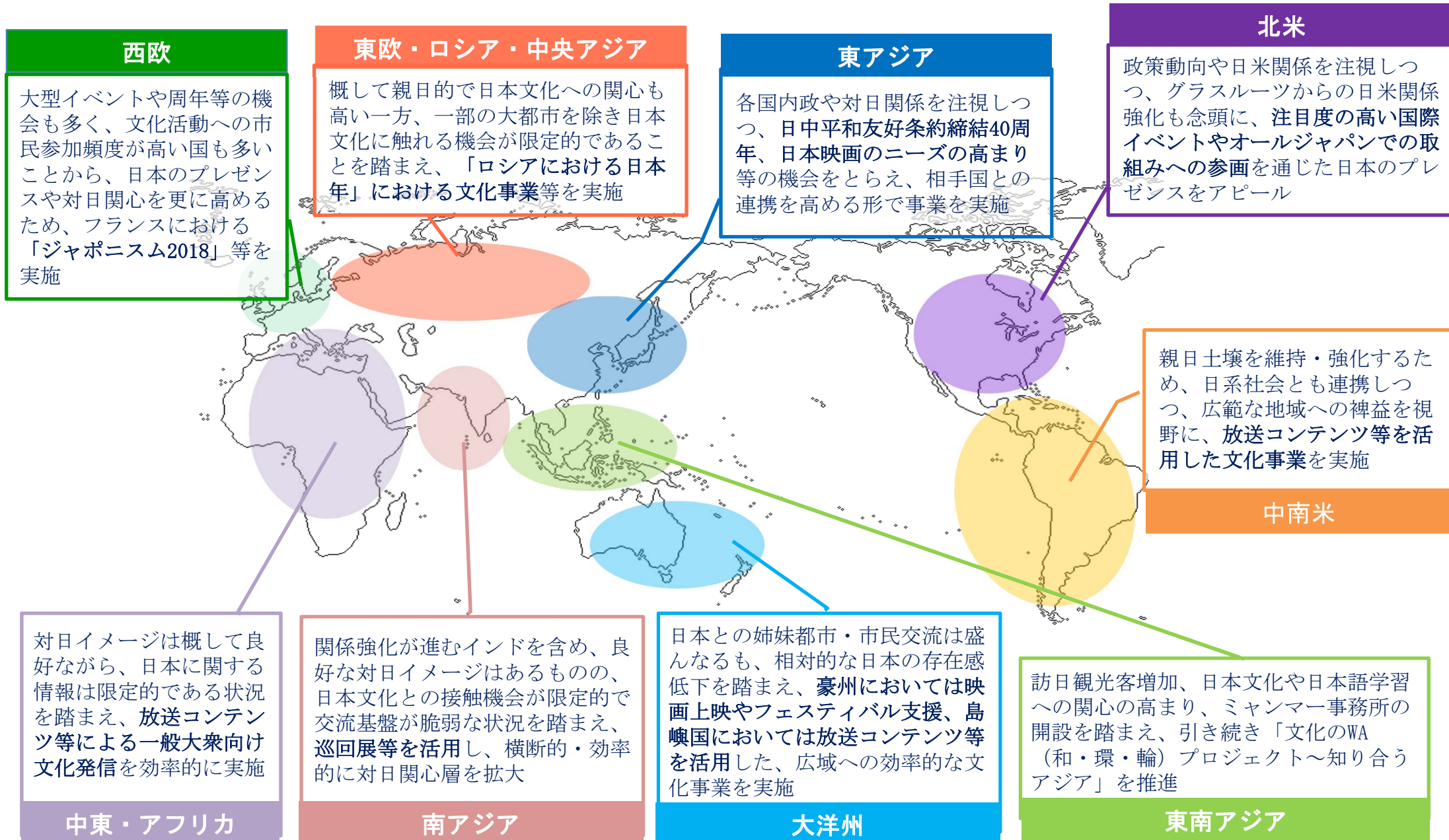


分野別 主要事業実施件数

プログラム名		H28	H29	H30	R1 (計画)
舞台芸術	主催公演	8	4	4	8
	日本祭り支援	8	5	7	3
造形美術	国際展参加	2	1	1	1
	企画展	6	7	2	4
	基金巡回展	83	91	91	71
出版	国際図書展参加	17	12	8	8
映像	日本映画上映	114	94	98	123
ジャポニスム2018		公式企画・特別企画 105			
放送コンテンツ		309	908	341	400

国際交流基金文化芸術交流事業の実施状況：平成30年度地域別方針

(国際交流基金平成30年度計画より)



国際交流基金文化芸術交流事業の実施状況：地域別事業実施件数

※令和元年度は計画値

地域		西欧				東欧・ロシア・中央アジア				東アジア				北米				中南米			
		H28	H29	H30	R1	H28	H29	H30	R1	H28	H29	H30	R1	H28	H29	H30	R1	H28	H29	H30	R1
プログラム		H28	H29	H30	R1	H28	H29	H30	R1	H28	H29	H30	R1	H28	H29	H30	R1	H28	H29	H30	R1
舞台芸術	主催公演	0	2	0	1	3	1	1	0	1	0	2	0	0	0	0	4	3	1	0	1
	日本祭り支援	1	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	1	2	1	2	1	3	0	1	0
造形美術	国際展参加	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	企画展	4	4	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	3	1	1	1	0
	基金巡回展	8	9	8	7	15	20	20	11	11	9	13	7	5	6	8	5	14	16	15	17
出版	国際図書展参加	1	1	0	0	3	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	4	3	4	4
映像	日本映画上映	24	16	16	19	21	20	26	26	6	9	8	8	15	8	11	12	16	17	13	21
	放送コンテンツ	-	-	-	-	62	121	64		37	15	6		-	-	-	-	81	487	127	

地域		中東・アフリカ				南アジア				東南アジア				大洋州			
		H28	H29	H30	R1	H28	H29	H30	R1	H28	H29	H30	R1	H28	H29	H30	R1
プログラム		H28	H29	H30	R1	H28	H29	H30	R1	H28	H29	H30	R1	H28	H29	H30	R1
舞台芸術	主催公演	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	日本祭り支援	1	2	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0
造形美術	国際展参加	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	企画展	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
	基金巡回展	9	5	12	8	5	6	6	3	12	13	6	9	4	7	3	4
出版	国際図書展参加	5	4	4	4	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
映像	日本映画上映	16	13	14	18	5	5	5	8	3	0	1	2	8	6	4	9
	放送コンテンツ	36	44	43		16	50	2		1	22	18		76	169	81	

国際交流基金文化芸術交流事業のPDCAサイクル



中国：日本映画上映会事業/主催公演

経緯・背景（事業開始前の中国における状況認識）

- ・既に日本の文化・芸術等に対する関心が高まり周年等の機会も続いたことにより、これまでとは違った形で事業を実施し広く中国国民の関心を引きつけることが必要
- ・中国で映画の訴求力が高い中、外国映画の上映作品数に制限があるなど、**日本映画の商業公開機会が限られており**、アニメ以外の日本映画（実写）の知名度が（特に地方都市において）低い。また、外国映画の上映会開催に関する許諾取得が容易でない（当局による検閲等）ことにより大型の日本映画上映会が開催困難。

映像 <若年層を主なターゲットとしたアプローチ>

- ✓ 日中国交正常化45周年
- ◆ 上海国際映画祭と連携し、映画館観客の85%（H28）を占める若年層の「最新の日本映画を観たい」「ネットではなく本物を劇場で見たい」等のニーズへの対応
- ◆ **若年層をターゲットにし、日本からゲスト派遣を行うと同時に、地方都市展開を企画**

- (1) 都市： 広州、上海+深セン+昆明
(共催：上海国際映画祭)
- (2) 上映回数： 17作品、65回
- (3) 派遣ゲスト： 8名
- (4) 来場者数： 18,845人
- (5) 報道件数： 102件（中国82件、日本20件）

- ✓ ターゲット層の来場確保、高い満足度を達成（34歳以下が88%、95%が満足）。
- ✓ 地方での上映開催の成立。新作のみならず過去秀作への関心の高さを把握。
- ✓ 上映許可取得の困難。力のある現地共催機関の更なる発掘の必要性を認識。

- ✓ 日中平和友好条約締結40周年
- ◆ 上海以外での上映会開催を増やす
- ◆ **新たな共催機関の発掘**
⇒重慶 青年映画祭、深セン ブロードウェイ
北京 中国電影資料館
- ◆ 過去秀作も交えた作品選定

- (1) 都市：広州、重慶、深セン、北京
上海+成都（共催：上海国際映画祭）
- (2) 上映回数： 16作品、71回
- (3) 派遣ゲスト： 5名
- (4) 来場者数： 17,973人
- (5) 報道件数： 90件（中国78件、日本12件）

- ✓ ターゲット層の来場確保、高い満足度を達成（34歳以下が89%、94%が満足）
- ✓ 上海の規模を縮小することで開催都市数を増やすための財源を捻出する等の効率化を図った結果、経費を削減しつつ、開催都市を増やし、来場者数を維持。（経費実績 H29 16.6 → H30 15.0百万円）

成果・課題

- ✓ 中国における日本映画の商業公開数の増（H29 9作品 ⇒ H30年 15作品 ⇒ R1年 22作品（11月1日現在））
- ✓ 中国各地での上映会開催に向けた足掛かりを得た。引き続き共催機関を発掘し地方都市への展開を狙う。
- ✓ 政府間の「日中映画共同製作協定」締結（H30.5月）を受け、現場における日中の映画交流が進展。今後も、交流活発化の機運を捉え、協定、上映を両輪として、共催機関の協力も得つつ上映を効率的、効果的に実施。



(H29) 日本映画広州上映ウィーク (H30) 上海における日本映画上映会『翔んで埼玉』の武内英樹監督を囲んで

舞台芸術 <周年を捉えた多様な側面の紹介による対日理解の増進>

- ✓ 舞踏グループ・山海塾とアーティスト集団・東京ゲゲゲイによるダンス公演をそれぞれ中国国内2都市（上海・北京）で実施。
- ✓ （舞踏）日本発の「舞踊」表現を中国で初めて本格的な大型公演の形で紹介。
- ✓ （ダンス）ストリート・ダンスの分野で高い評価を得、若年者層に絶大な人気を誇る東京ゲゲゲイの公演に中国のダンサーを起用して新作を発表。

- ✓ 舞台芸術関係者のネットワーク構築を促進。
- ✓ アンケート回答者のうち、**約90%が鑑賞後に肯定的対日観が増したと回答。**

- ✓ 高い芸術性とエンターテインメント性の組み合わせが、中国において肯定的対日観を増やす効果を生むことに繋がった
- ✓ この点を踏まえ、今後も中国においては、他ジャンルの企画に際しても同様の手法を検討。

フランス：ジャポニスム2018

日仏友好160年に、両国首脳会談での合意に基づき、大規模な日本文化・芸術の祭典をフランスで開催。数多くの多様で質の高い文化企画を集中的に実施。日本の芸術と文化を複合的、総合的に紹介し、大きな社会的インパクトを創出。文化諸分野の様々な関係者・機関を巻き込み、今後の交流促進に繋がる新たなネットワークも生んだ。



エッフェル塔特別ライトアップ



DRUM TAO和太鼓パフォーマンス公演（上）
伊藤若冲展（下）



ジャポニスム2018開幕時のシャンゼリゼ道

経緯・背景

- ✓ 安倍総理の下に2016年10月に設置された「『日本の美』総合プロジェクト懇談会」が日本の持つ文化芸術の力を結集し、海外の主要都市で、様々な角度から大規模に日本文化を紹介する行事を実施する構想を提言。
- ✓ 2016年5月の日仏首脳会談で、日仏友好160年に当たる2018年の7月から翌2019年2月まで、大規模な日本文化・芸術の祭典をパリを中心にフランスで実施することで合意。
- ✓ 美術展や舞台公演、映画・テレビ特集、更に食文化から各地の祭り等まで含め、日本の芸術と文化を古典から現代まで幅広く紹介。インバウンド観光促進や日本産品海外展開への一歩に繋げる機会とすることも期待された。

事業実施

- ✓ 公式企画・特別企画 **105件** 参加企画 **204件**
- ✓ 観客動員数：**総計353万人超**
 <例>
 - ・teamLab展（4か月間）：30万人
 - ・若冲展（1か月間）7.5万人
 - ・舞台公演：ほぼ全公演 満席
 - ・エッフェル塔ライトアップ：40万人
 - ・地方の魅力-祭り（3日間）：6万人
- ✓ 要人参加：**皇太子殿下（当時）・安倍総理・河野外相（当時）・マクロン仏大統領・ニッセン仏文化相（当時）・アズレー ユネスコ事務局長** 他



皇太子殿下（当時）とマクロン仏大統領



安倍総理の縄文展視察

成果

- ✓ 来場者アンケート：
 「満足」95% 「日本に親近感を持った」96%
 「日本文化をもっと知りたくなった」85%
- ✓ 会期中**報道総計10,000件以上**。各種新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、ウェブ等。日仏主要紙による特集、総括記事複数件。加えて、中国、ロシア、英国、米国、ブラジルなど、日仏以外の国でも報道あり。
- ✓ フランスからの**訪日観光客数（2018年）、初の30万人超え。**<前年比13.5%増>
- ✓ フランス側からの反応例：
 - ・仏文化相「**2021年日本における仏文化季間**」開催表明。
 - ・「我々は日本の豊かさを発見し、再発見する喜びを味わった。日仏が互いに互いに魅力を感じているか示された」（ラング元文化相、アラブ世界研究所所長）
 - ・「ジャポニスム2018は、文化関係のみならず、**日仏関係全般に好影響を与えた**」（シュヴェツェール日仏パートナーシップ仏外相特別代表、ルノー名誉会長）
 - ・「これほど日本文化の真髄が集まる機会は今後もないだろう。日本でもこれだけのものを見ることほぼ不可能」（テレラマ誌）
 - ・「日本の文化の過去と現在を理解するこの上ない機会」（ボザール誌）

今後の課題

広報、経済産業・観光・地方創生・教育等他分野との連携協力といった面も含め、ジャポニスム事務局を担うことで培われた**知見、ノウハウ、ネットワークの蓄積、維持拡充と共有**、今後の他の文化芸術交流事業への活用が最重要課題。2019～2020年は特に専門家交流、青少年交流等人的交流事業を重点的に行い、ジャポニスム2018の成果であるネットワークを途切れさせることなく一層強化して、次なる優れた文化事業の企画立案に繋げる。

ハンガリー・ポーランド：東北神楽の紹介



黒森神楽のブダペスト公演



○井田裕基



ワルシャワ工科大学舞踊団との交流ワークショップ

日本文化に触れる機会が限られている中、日本の伝統的な文化を紹介することで、関心層の拡大のきっかけを与える。そのため、外交関係開設150周年（ハンガリー）、国交樹立100周年（ポーランド）の機会を捉え、一般市民・青少年を対象とした事業を対象に東北神楽を紹介。

舞台芸術

<日本文化関心層の深掘り・裾野の拡大>

経緯・背景

- ✓ ハンガリー・ポーランドは伝統的に民俗音楽・舞踊が根付いており、また現地主導でオリジナル能が創作されるなど日本の伝統文化への深い関心・理解の素地があることを踏まえ、歌舞伎や能の祖ともされる「神楽」を両国で初めて紹介することを決定。
- ✓ 東日本大震災を契機に岩手と宮城の被災した高校生がポーランドを訪問する等の交流が育まれてきていることや、特色を考慮し、岩手（黒森神楽）、宮城（上町法印神楽）の神楽を選定。

事業実施

- ✓ 効率性も勘案し、ブダペスト（ハンガリー）、ワルシャワ及びグダンスク（ポーランド）の2か国3都市を巡回。舞台公演に加え、レクチャー、パネル展示やドキュメンタリー上映も行い、神楽の歴史、文化、地域社会の中での位置づけ、芸術的意義等を、多角的に紹介。現地舞踊団や学生との交流ワークショップも実施。小・中規模劇場の特性を生かして舞台の演者と客席とが直接交流。
- ✓ 全公演満席（来場者数：ブダペスト580人、ワルシャワ500人、グダンスク250人）。ワークショップ参加者計220人。全公演で熱狂的なスタンディングオベーションを受ける。
- ✓ 要人出席：ポーランド元国防大臣、ハンガリー外務貿易省最高顧問、元駐日ハンガリー/ポーランド大使、両国主要劇場・美術館・博物館等館長・大学学長 他。

成果

- ✓ 来場者アンケート：
 「満足」99% 「日本理解が深まった」100%
 「日本文化紹介事業参加は初めて」30%
 「日本文化事業にまた参加したい」99%
 = 日本文化に触れる機会がなかった層を満足させると同時に、既に日本文化に馴染みのある層にもより深い理解を促した。
- ✓ アンケート回答者のうち、29歳以下28%、30歳～39歳15%=>比較的若い客層にもアピール。
- ✓ 報道：新聞、テレビ、ラジオ計48件に加え、極めて多くのウェブニュースで好意的に報道。
 ・特にハンガリーを代表するニュースチャンネルHirTVは、若者主体の協働事業として交流セッションに焦点を当てて特集。
 ・日本国内の報道のうち、2割近くは事業実施前の報道。宮城、岩手の地元メディア中心に事前の働きかけに注力した結果、「地元で根差した我々の神楽がはるばるハンガリーとポーランドで公演し、東日本大震災時の支援への感謝を伝える」との報道が数多く露出。渡航前から日本国内でも友好ムードを醸成。

改善課題

相手国の状況やニーズを把握し事業企画立案に的確に反映できたことにより、幅広い層を満足させる事業を実施できたが、小～中規模の劇場を会場に選定したため、結果的に要人の出席は確保できたものの裨益者数そのものは多くない。大規模会場が馴染まない性格の事業を実施する場合は、公演回数ができる限り増やす、公演のパブリック・ビューイングやテレビ収録・放送を現地で働きかける等の工夫を検討する。



【中南米】

親日土壌を維持・強化するため、日系社会とも連携しつつ、広範な地域への裨益を視野に、放送コンテンツ等を活用した文化事業の実施

メキシコ：質の高い日本の放送コンテンツを現地放送局と連携して展開し、幅広い層へアプローチ



©NHK(Japan Broadcasting Corporation) (C)NHK



©2015 Tokyo Broadcasting System Television, Inc

【現地テレビ局の反響：『カーネーション』】
予想を上回る視聴者等からの反響があり、魅力的な番組であったため、朝と晩の再放送を決定。

【視聴者の反響：『天皇の料理番』】
・「毎回、泣いてます。」
・「すごく良いドラマ。食事により自分を磨き、人を幸せにする、とても独創的。すごくおススメ」

- ・ 商業ベースでは日本のテレビ番組の放送が困難な国・地域が対象
- ・ 国際交流基金が放送用素材複製費及び放送権料を負担し、海外の放送局がテレビ番組を放送
- ・ メキシコの首都圏公営テレビ等を中心に始めた事業が、地方局や他のスペイン語圏まで拡大

放送コンテンツ事業 <一般市民など幅広い層へのアプローチ>



首都圏公営テレビ局中心

- ✓ メキシコではインターネットが普及しても、引き続きテレビの影響力が大きいという現地情報を踏まえ、積極的に本事業を推進することを決定。
- ✓ 確実な放送を実現するため、平成27・28年度当初は首都圏の公営テレビ局を中心に事業展開

地方局への展開

- ✓ 日系企業の進出が著しいバヒオ地区にあるテレビ局など、事業の評判を聞きつけたメキシコ国内の地方局からも番組要請が殺到。
⇒平成29年度からは地方局でも多数の番組が放送
- ✓ メキシコで放送されるドラマは恋愛ドラマが主流であったが、平成29年度に『カーネーション』や『天皇の料理番』などを放送したことで、日本のドラマは多様なテーマを扱っていて面白いとの評価が高まる。

スペイン語圏への放送拡大

- ✓ 平成30年度にはスペイン語圏最大のマルチメディア企業であるテレビサとの関係も構築。
- ✓ テレビサへの番組提供により、令和元年度には『ドクターX～外科医・大門未知子～』の放送がメキシコを越えて、49か国・地域で実現（衛星放送等を含む）。

【国内コンテンツホルダーから寄せられた反響等】

NHK『カーネーション』
現地テレビ局（カナル22局）や視聴者の反響がよく、放送後の平成30年4月に、同局がNHKに対し番組を購入したいとの連絡を寄越した旨、NHKから国際交流基金に報告が寄せられた。

テレビ朝日『DOCTORS～最強の名医～』
国際交流基金がスペイン語版の共同制作を行いメキシコなどで放送を実施。テレビ朝日から国際交流基金がスペイン語版を制作してくれたおかげで、他の中南米諸国での商談を進めることができている旨謝意が寄せられた。

【検証／改善】

メキシコでは全国放送を行うテレビ局のほかに多数の地方テレビ局があること、およびテレビ局によって好みの番組があることが分かったため、日本のコンテンツホルダーに対して、子供向け番組や映画、ドラマなど、テレビ局側の好みに応じた応募を要請。

例：カナルオンセ（全国放送）：文化的な番組。主にドキュメンタリー、映画、子供向け
テレビサ（全国放送）：アニメ、ドラマ、サン・ルイス・ポトシ州局：ドラマ、ケレタロ州局：アニメ

放送コンテンツ事業、日本映画上映、展覧会セット巡回、図書展の複合的活用

経緯・背景

- ✓ 日本からの長時間の渡航や現地移動手段の制限、現地治安状況、不十分なインフラ設備などにより、アーティストや専門家を日本から派遣しての事業実施は難度が高く、域内巡回も難しい地域であることから、映像等のコンテンツを活用した効率的な事業展開に注力。
- ✓ 宗教上の制約から、事業内容に特別の留意を要する国が多いため、適切な配慮をしつつ、現地に根付いた国際図書展等の場を活用して日本文化発信。

事業実施

H30年度実績

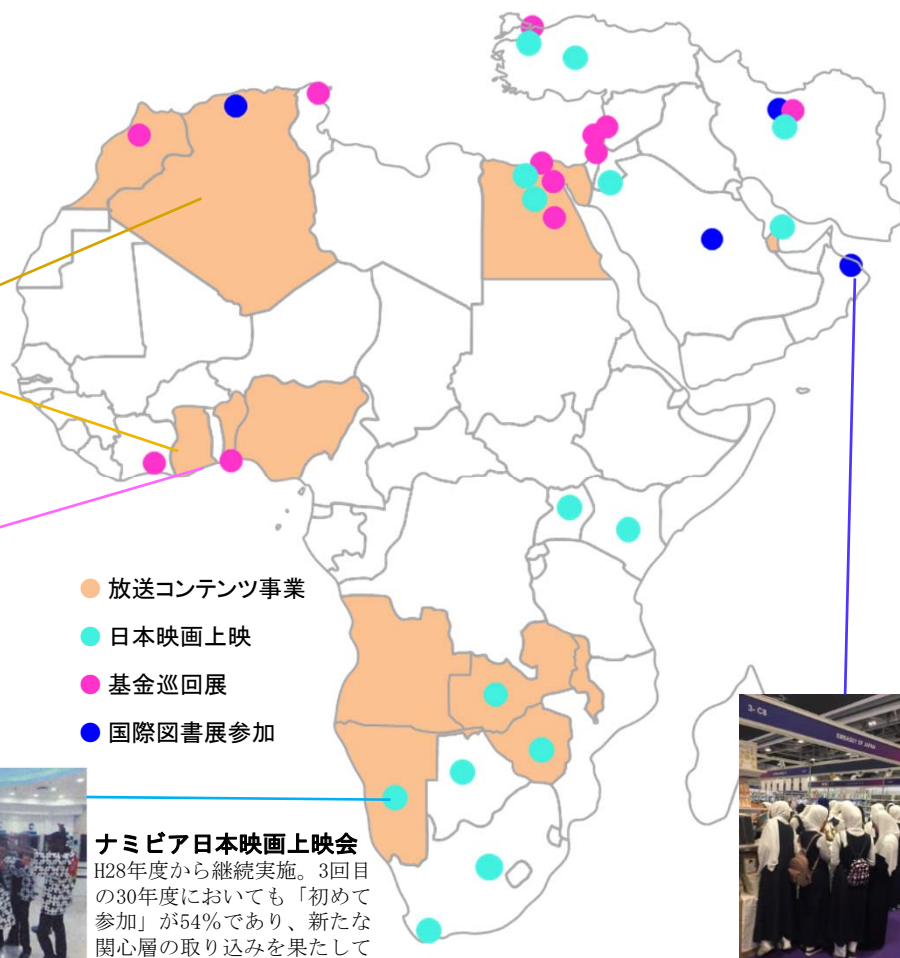
- ✓ 放送コンテンツ事業：12か国14局、のべ43番組放送
- ✓ 日本映画上映：12か国15都市、来場者数計7,967人
- ✓ 基金巡回展：9か国12都市、計4セット巡回、来場者数計9,957人
- ✓ 国際図書展参加：4か国4都市、来場者数計22,424人

成果

- ✓ 放送コンテンツ事業：H27年度4か国4局のべ6番組で始まり、累計のべ129番組を放送
- ✓ 日本映画上映：アンケート「満足」95%、「日本留学を考える良い機会になる」等の感想
- ✓ 基金巡回展：アンケート「有意義」90%、「初めての日本文化事業」57%
報道件数計135件
- ✓ 国際図書展参加：アンケート「有意義」89%報道件数計41件

改善課題

- ✓ 日本文化紹介事業をもっと行いたいという現地機関からの声を踏まえ、専門的な知識や経験がなくても実現でき、また開催場所を選ばない等実施条件の比較的緩い展示セットや映画パッケージを国際交流基金で制作。
- ✓ 特に非イスラム圏向けを想定して、わかりやすく、設営難度も低い「日本の人形展」セットを、耐久性にも留意しながら新規制作中。現地要望に応え、外国語による説明資料を充実させるとともに、セットには伝統的な人形のほかフィギュアやリカちゃん人形なども含め、楽しみながら日本の人形文化を体系的に理解できる展示とする。
- ✓ 中東・アフリカ地域では地上波放送と同時にネット配信を行うTV局が多いことが判明したことから、日本のコンテンツ・ホルダーにネット放送対応番組の応募を要請。



アルジェリア及びガーナにおける『鉄腕アトム』のテレビ放送

アルジェリアではアラビア語で、ガーナでは英語で、それぞれ吹替放送を行った。



©Tezuka Productions



ベナンにおける巡回展「東北一風土・人・暮らし」
来場者の半数以上が本展が初めて参加した日本文化事業だと回答。展覧会開催は大きな話題となり、現職の大臣が4人も来場した。



ナミビア日本映画上映会

H28年度から継続実施。3回目の30年度においても「初めて参加」が54%であり、新たな関心層の取り込みを果たしている。



オマーン・マスカット国際図書展の日本ブース

中東の国際図書展は、多くの場合、日本の図書事情を紹介する場であると同時に、日本文化全般を体験できる貴重な場。出版関係者のみならず、多くの学生たちを含む一般市民が来場した。