

# 日本からもっと世界に情報発信を！



2014年10月14日

フォーリン・プレスセンター理事長 赤阪清隆

# 外国メディア

情報提供



取材協力

政府

民間企業

地方自治体

フォーリン・プレスセンター(FPCJ)

政府、自治体、民間企業、大学等と連携し、  
オール・ジャパンとしての対外情報発信を促進

大学

## 平成25年度の主要実績

重要政策等に関する  
プレス・ブリーフィング  
57件実施外国メディア、在日外国  
大使館員等1,833人参加

先進国記者招待  
米国・カナダ6人

国内プレスツアー  
(取材ツアー)  
13件実施  
在日外国メディア185人参加

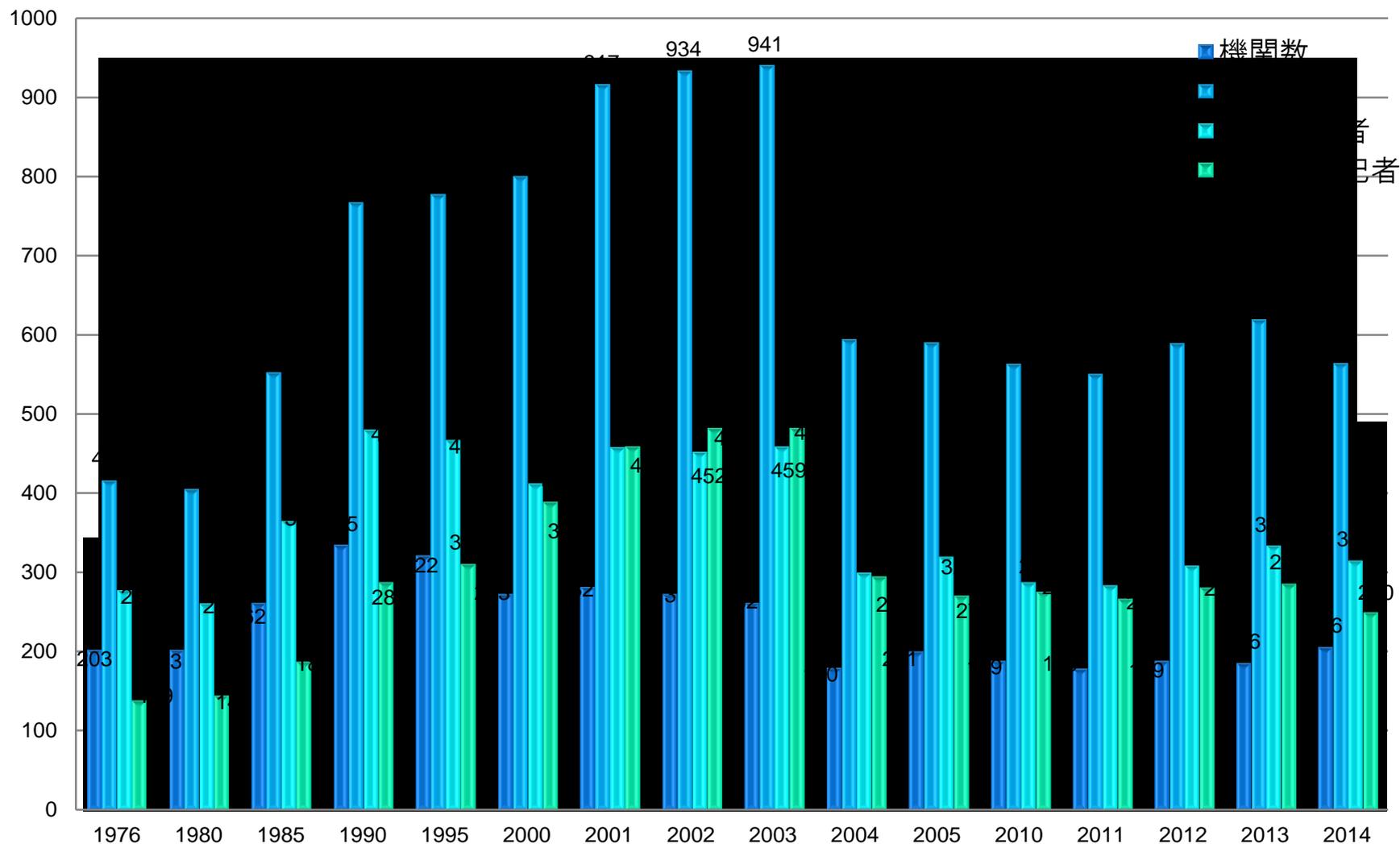
外国記者登録証  
(在日外国特派員数:  
567人(2014.2月現在))

シンポジウムの開催  
「大学のグローバル化と海外への情報  
発信」(2013年10月)  
「ASEANへの情報発信の強化」  
(2014年3月)

個別取材協力  
取材・撮影アレンジ127件  
情報提供108件

ホームページによる情報発信  
「外国記者に聞く」「My Opinion」「首長による情報発信」  
「ウオッチ・ジャパン・なう」「注目の日本報道」

# 在日外国メディア「機関数・記者数」(※)推移



※外務省発行外国記者登録証保有者数、FPCJ調べ(2014年2月現在)

※2004年、2014年の記者合計数の減少は、取得基準や保有者数の大幅な見直しを行ったため。

## 在日外国報道機関 国・地域別 「機関数・人数一覧」

● 39カ国・地域(香港・台湾含む)、機関数206、記者数565名

地域	国・地域	国・地域別 機関数	国・地域別 人数
アジア (11)		68	135
	中国(香港を除く)	17	47
	韓国	16	38
	中国(香港)	8	15
	台湾	8	10
	シンガポール	8	9
	ベトナム	3	8
	その他5カ国	8	8
北米 (2)		47	269
	アメリカ合衆国	43	265
	カナダ	4	4
中南米 (2)		4	9
	ブラジル	3	8
	ペルー	1	1
欧州 (16)		74	131
	イギリス	17	29
	ドイツ	16	31
	フランス	14	32
	ロシア	6	11
	イタリア	5	6
	スペイン	2	6
	その他10カ国	14	16
大洋州 (1)		4	6
	オーストラリア	4	6
中東 (6)		8	12
	イラン	2	3
	トルコ	2	2
	その他4カ国	4	7
その他(1)	南米の日本語新聞	1	3
総計		206	565

※外務省発行外国記者登録証の保有者数。フリーランス、ブロガー等は含まず。  
FPCJ調べ(2014年2月現在) FPCJホームページ:<http://fpcj.jp/faq/>

# 在日外国メディア（アジアのTV局）一覧

国名	媒体名
シンガポール	CNBC
シンガポール	MEDIACORP PTE LTD
ベトナム	Vietnam Television
香港	APV (ASIA PACIFIC VISION)
香港	香港フェニックスTV
香港	台湾テレビ (TAIWAN TV)
香港	中天電視
韓国	KBS (韓国放送公社)
韓国	MBC(韓国文化放送)
韓国	SBS(ソウル放送)
韓国	YTN(ヨンハップTVニュース)
韓国	中央日報、JTBC
中国	香港フェニックスTV
中国	香港衛星テレビ
中国	大連テレビ放送局東京支局
中国	中央電視台 (CCTV)
中国	中央電視台 (CCTV) 財經チャンネル
中国	中国国際放送局

2014年6月現在  
FPC作成

# 外国メディアが関心を持っているテーマ

政治、経済、外交、安全保障のほかにも・・・

## 大規模災害への備え

防災・減災への取り組み、気候変動問題への対応

## 持続可能なまちづくり

廃棄物管理、エネルギー、防犯

## 共生できる社会

少子高齢化対策、多文化、農山漁村の自然と人々の絆、過疎化への対応

## 先端技術開発

ロボット、医療・介護

## 文化

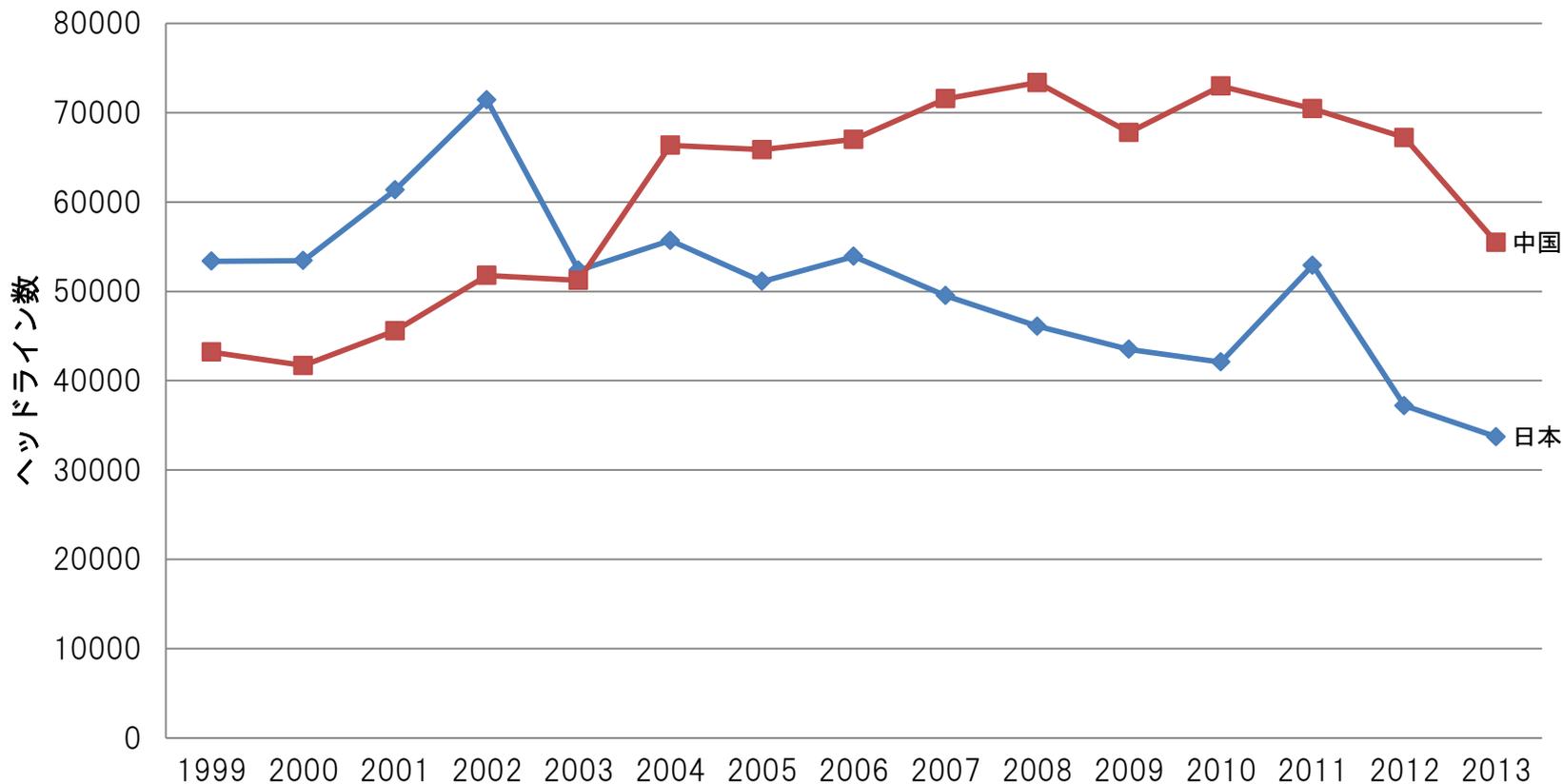
伝統文化、食文化、クールジャパン

## 経済の再生

地域創生、地方活性化、中小企業の再生、女性の活用

# 日本関連報道件数は長期低落傾向

米主要4メディア（注1）による  
日本・中国関連報道件数の推移（注2）



（注1）ニューヨーク・タイムズ、ワシントン・ポスト、ウォールストリート・ジャーナル、ロイター通信

（注2）ダウ・ジョーンズ社の報道データベース(FACTIVA)を”Japan”及び”China”で検索した際の記事ヒット件数

# 政治、経済、社会、文化等に関する 日本の海外向け情報発信は、米、英、 仏、独、中国などに比べて不十分

「日本のメディアは、海外の情報を輸入することに熱心で、それに見合う輸出のことは二の次にしてきた。逆に、外に対しては扉を閉じてきた。」

（「マルチメディアと国際政治」 渡邊光一編）

「日本の記者クラブは、だれのために存在しているのか」

「当局側と余りにも距離が近くなりすぎて、当局が最も嫌がる記事を書けない。それどころか、リークをエサにする当局の思いどおりにコントロールされてしまう」

（マーティン・ファクラーNYT紙東京支局長）

# 日本のブランド力

フューチャーブランド社(米国のブランドコンサルティング会社)  
「カントリーブランドインデックス(国家ブランド指数)」  
(2012-13)ランキング

## 総合ブランド

1. スイス
2. カナダ
3. **日本**
4. スウェーデン
5. ニュージーランド
6. オーストラリア
7. ドイツ
8. 米国
9. フィンランド
10. ノルウェー

## 観光ブランド

1. イタリア
2. **日本**
3. フランス
4. スイス
5. 米国
6. カナダ
7. ドイツ
8. タイ
9. モーリシャス
10. オーストラリア

日本のブランド力は世界トップクラス

「いつか行きたい日本」から  
「今行きたい日本」へ！

(観光ブランドの主な構成要素別ランキング)

## 観光スポット

1. **日本**
2. 米国
3. イタリア
4. フランス
5. スイス
6. カナダ
7. 英国
8. ニュージーランド
9. エジプト
10. オーストラリア

## 食べもの

1. イタリア
2. フランス
3. **日本**
4. シンガポール
5. オーストリア
6. スペイン
7. スイス
8. ドイツ
9. 台湾
10. タイ

## 買い物

1. 米国
2. フランス
3. イタリア
4. 英国
5. **日本**
6. 中国
7. ドイツ
8. アラブ首長国連邦
9. オーストラリア
10. シンガポール

## 費用に見合う価値

1. タイ
2. マレーシア
3. ドイツ
4. カナダ
5. 米国
6. **日本**
9. オーストラリア
8. ニュージーランド
9. フィジー
10. スイス

## Japan's GNC (Gross National Cool)

Japan's global cultural influence has quietly grown. Japan looks more like a cultural superpower today than it did in the 1980s, when it was an economic one.

But can Japan build on its mastery of medium to project an equally powerful national message?

果たして日本は威力あるメディアを駆使して、同様にパワフルな国のイメージを発信できるのか？

- Douglas McGray, Foreign Policy, 2002