

組織概要

◆ 国際交流基金は、我が国の国際文化交流を中核的に担う専門機関として昭和47年10月に設立。平成15年10月1日に独立行政法人に移行（外務省所管）。

【人員】 役職員数：267名（役員6名、職員261名）（平成30年4月1日現在）

【予算】 222.5億円（平成30年度当初予算等）

【組織】 国内： 本部、京都支部、日本語国際センター／関西国際センター（附属機関）

海外： 24か国に25の海外事務所を設置（うち2か所はアジアセンター連絡事務所）



活動領域

文化芸術交流



豊かで多様な日本の文化や芸術を様々な形で世界各地に向けて発信します。文化芸術を通じて日本のこころを世界の人々に伝え、言葉を超えた共感の場を創り出し、また、共に創造する喜びを分かち合っ、人と人との交流を深めていきます。

<担当部門>

- 文化事業部
- 映像事業部
- 日中交流センター
- ジャポニスム事務局

海外における日本語教育



より多くの人々に日本語を学ぶ機会が与えられるように、そして、日本語学習を長く継続できるように、日本語をより学びやすく、より教えやすいものとするため、日本語教育の基盤や環境の整備を行います。

また、各国・地域の政府や自治体、教育機関等と連携して、それぞれの教育環境、教育政策、学習者の目的や関心に十分に対応した事業を行います。

<担当部門>

- 日本語事業部
- 日本語試験センター
- 日本語国際センター/関西国際センター

日本研究・知的交流



海外での日本研究を支援し、その振興を図ることで、世界の各国で人々により日本が深く理解されることを目指します。また、国際的な重要課題、共通の関心事項について、日本と海外の人々の間で対話する機会を作ることで、日本の対外発信を強化すると共に、将来の対話や交流事業の中心的な役割を担う人材を育てるための事業を推進します。

<担当部門>

- 日本研究・知的交流部
- 日米センター

アジア文化交流強化事業概要

- ◆ 平成25年（2013年）12月に開催された日・ASEAN特別首脳会議において表明された『文化のWA（和・環・輪）プロジェクト～知り合うアジア』に基づいて、国際交流基金内に平成26年4月にアジアセンターが新設されました。

日本語学習支援



“日本語パートナーズ”派遣事業

ASEAN諸国の日本語教師やその生徒のパートナーとして、授業のアシスタントや日本文化の紹介を行う人材を現地の教育機関に派遣。被派遣者自身も現地の言語や文化を学び、相互理解を深め、各国との交流の拡大を図ります。平成32年（2020年）までの7年間で3,000人以上の日本人をASEAN諸国の教育現場に派遣予定。

芸術・文化の双方向交流事業



JFA×Jリーグ連携サッカー交流

2020年の東京オリンピック・パラリンピックを視野に入れた、サッカーを通じた交流を、日本サッカー協会（JFA）とJリーグとの連携事業として実施。



東京国際映画祭との連携交流事業

アジア映画の紹介、アジア映画人の交流促進、特別賞の授賞等、多面的な交流事業を実施し、相互理解を深め、アジアの才能を世界に発信。



『HANDs! – Hope and Dreams Project! –』

インドネシア、タイ、マレーシア、フィリピン、日本等から選抜された若手リーダーが、防災教育に取り組むグループ交流・研修事業。

ジャポニスム2018概要

- ◆ 2018年7月から2019年2月まで、フランスのパリを中心に展覧会、舞台公演、日本映画上映等様々な文化事業を大規模に実施。柔道企画の他、日本の祭りや和食・日本酒紹介などの企画を通じ、地方の魅力や日本製品の発信も実施。
- ◆ 2018年12月末現在、250万人以上の来場を記録。



『京都の宝—琳派300年の創造』展
国宝〈風神雷神図屏風〉
俵屋宗達筆 京都・建仁寺蔵



『teamLab : Au-delà des limites
(境界のない世界)』展



『地方の魅力—祭りと文化』企画



ジャポニスム2018開会式
(河野外務大臣とニッセン仏文化大臣)



皇太子殿下の御点灯により
ライトアップされたエッフェル塔



©PierreGROSBOIS2018
『若冲—〈動植綵絵〉を中心に』展
(皇太子殿下御視察)



©Hiroyuki Sawada
『縄文—日本における美の誕生』展
(安倍総理視察)

事業概要

- ◆ 日本のコンテンツが放送されにくい国・地域を中心に、日本のドキュメンタリー、ドラマ、映画、アニメ、バラエティ等の無償提供を集中的に行い、海外の一般市民に向けて、地方を含む日本の魅力を発信することにより、対日理解促進や親日感醸成のほか、日本企業の進出に向けた基盤作り、インバウンド観光の促進を目指します。

対象国・地域

ロシア・中央アジア
ロシア、ウズベキスタン、
カザフスタン等

東欧
ブルガリア、ハンガリー、
チェコ、セルビア等

中東・アフリカ
エジプト、イラン、
ナイジェリア、ガーナ等

アジア
モンゴル、カンボジア、
インド、スリランカ等

大洋州
フィジー、マーシャル、
パプアニューギニア等

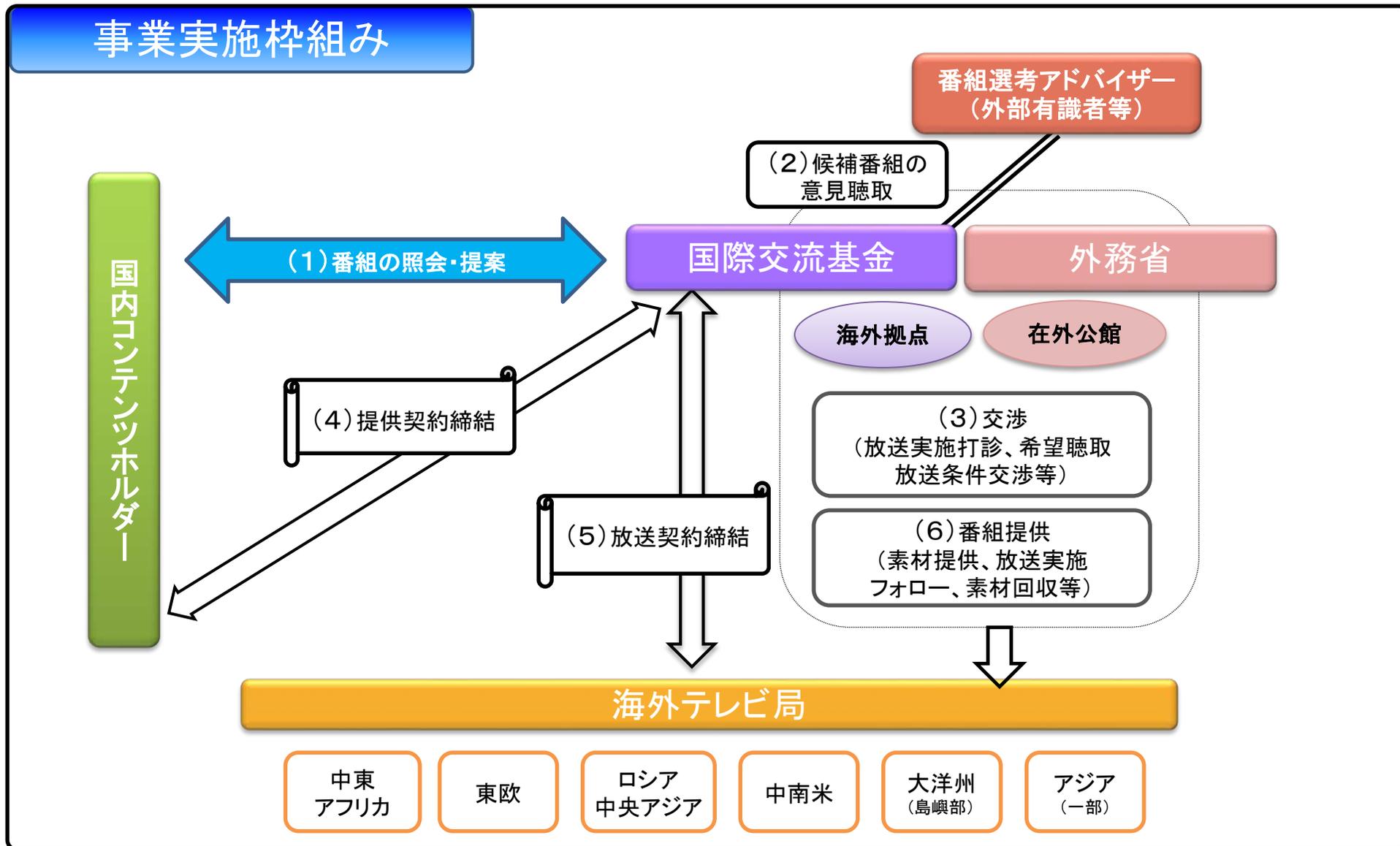
中米
メキシコ、キューバ、
ジャマイカ、パナマ等

南米
ブラジル、アルゼンチン、
チリ、ペルー等

対日理解促進
親日感情醸成

現地進出日本
企業への裨益

将来的な商業的
海外展開への
地盤形成



国・地域別放送番組数実績

アジア	インド	143	中米・カリブ	アンティグア・バーブーダ	442	中米・カリブ	プエルトリコ	東欧	アゼルバイジャン	194	アフリカ	アルジェリア
	カンボジア			英領アンギラ			仏領グアドループ		アルメニア			アンゴラ
	スリランカ			英領ヴァージン諸島			仏領マルティニーク		ウクライナ			ウガンダ
	ネパール			英領ケイマン諸島			米領ヴァージン諸島		ウズベキスタン			エジプト
	バングラデシュ			英領タークス・カイコス諸島			ベリーズ		エストニア			エチオピア
	東ティモール			英領バミューダ			ホンジュラス		カザフスタン			カメルーン
	ブータン			英領モントセラト			メキシコ		キルギス			ケニア
	モンゴル			エルサルバドル			蘭領アルバ		クロアチア			ザンビア
	ラオス			キューバ			蘭領キュラソー		スロバキア			ジンバブエ
				グアテマラ			蘭領サバ島		スロベニア			タンザニア
大洋州	キリバス	249	中米・カリブ	グレナダ	134	南米	アルゼンチン	中東	セルビア	7	ナイジェリア	
	クック諸島			グアテマラ			蘭領シント・マルテン		トルクメニスタン		ナミビア	
	サモア			グアテマラ			蘭領ボネール島		ハンガリー		ベナン	
	ソロモン			グレナダ					ブルガリア		マダガスカル	
	ツバル			グアテマラ					ボスニア・ヘルツェゴビナ		マラウイ	
	トンガ			グレナダ					モルドバ		モーリタニア	
	ナウル			グレナダ					ラトビア		モザンビーク	
	ニウエ			グレナダ					リトアニア		ルワンダ	
	バヌアツ			グレナダ					ルーマニア			
	パプアニューギニア			グレナダ					ロシア			
	パラオ			グレナダ					イラン			
	フィジー			グレナダ					カタール			
	米領サモア			グレナダ					クウェート			
	マーシャル			グレナダ					レバノン			
	ミクロネシア			グレナダ								

(注) 上記は、事業対象国・地域のうち、実績のあった国・地域のみを記載。

詳細実績公開中：<https://www.jpff.go.jp/j/project/culture/media/tv/index.html>

〈成果1〉日本文化へのアクセスが困難な国での日本ファン獲得

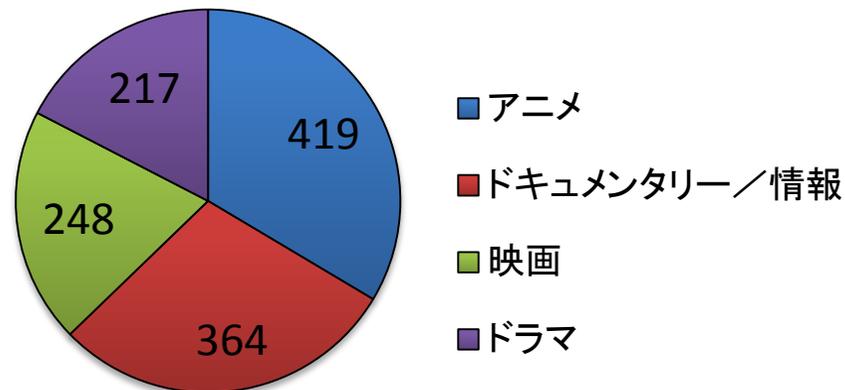
- ◆ ザンビア、ジャマイカ、マーシャル、ウズベキスタン、エルサルバドル、ベネズエラ、モーリタニア他
⇒日本への好意や親しみが高まったとの多くの反響
- ◆ モンゴル
⇒提供番組に対する現地テレビ局からの圧倒的な高評価
⇒ドラマ『カーネーション』の視聴者から、『韓国ドラマに飽き飽きしていたので非常に興味深く、もっと見たい』等のコメント
- ◆ キューバ
⇒海外番組中心の編成で国民の人気も高いチャンネルで日本の朝ドラ(NHK連続テレビ小説)が視聴率40%超を記録
- ◆ ベネズエラ
⇒ドラマ『カーネーション』視聴者から、『勤労と倫理についてのメッセージは見習うべき』等のコメント、SNS上でも話題
- ◆ アルゼンチン
⇒アニメ『フルーティー侍』、『モノノ怪』、『銀魂』の字幕放送視聴者より『アニメの背景にある日本の伝統文化に対して興味が増した』『日本語学習への関心が増した』等のコメント
- ◆ スロベニア
⇒日本に旅行に行く前に、以前放送していた『極上の京都』、『夢・見る・ピノキオ』の番組をもう一度見たい。ダウンロードするなどできないか。

〈成果2〉番組購買意欲の醸成～日本番組のプロモーション

- ◆ メキシコ
⇒メキシコ国内の多くの放送局で番組放送が実現。
その結果、国内2大民放局より放送の希望あり
- ◆ 放送実施テレビ局の約6割
⇒『将来的に日本番組の購入を検討する可能性がある』
(平成29年度現地テレビ局に対するアンケートより)
- ◆ 番組提供・外国語版制作を行ったコンテンツ
⇒外国語版、外国語台本の存在が、その後の海外番組販売につながる

〈成果3〉ドラマ・教養番組へのニーズを発掘

◆ 番組ジャンル別放送実績



<現地で高まる需要1>

海外で望まれている内容

- ✓ 日本の生活や日本人の考え方が十分に伝わるもの
- ✓ コンセプトが明確で日本の知識がなくても分かりやすいもの
- ✓ インバウンドに繋がるもの
- ✓ 日本の自然や風景を美しい映像で伝えるもの
- ✓ 日本独自の文化や先進技術を伝えるもの
- ✓ 子ども向けコンテンツ
- ✓ 受賞作品
- ✓ シリーズ・話数が多いもの

採用事例

- ◆ **ドラマ**
『ドクターX～外科医・大門未知子～』『カーネーション』
『天皇の料理番』『花嫁のれん』等
- ◆ **アニメ**
『ヤマノススメ』『鉄腕アトム』『銀魂』『フルーティー侍』等
- ◆ **映画**
『秒速5センチメートル』『男はつらいよ』
『なつやすみの巨匠』等
- ◆ **情報／バラエティ／ドキュメンタリー**
『日本の世界遺産』『Legend of Ninja』
『Aritaは再び世界へ！～有田焼創業400年 奇跡のコラボ～』
『スカイアイ』『みんなの家庭の医学』等

<現地で高まる需要2>

インターネット放送に柔軟に対応できるコンテンツ

- ◆ 事業実施対象国・地域に所在する現地テレビ局からの放送希望の約半数がインターネット放送を希望(平成30年度)
⇒ インターネット放送への対応が現地ニーズに応える大きなカギ



番組提案

締切:2019年4月15日(月)

- ★多くの番組の御提案をお待ちしております
- ★募集詳細・様式ダウンロード(1月下旬公開予定)
<https://www.jpff.go.jp/bc/index.html>

優先して提供候補とするコンテンツ

- インターネット放送へ対応可能なもの
- 暴力シーン、性描写、飲酒・喫煙シーンの控えめなもの
- 過去5年以内に制作された新しいもの
- 外国語版(字幕・吹替・外国語台本)の用意のあるもの
- 海外テレビ局への提供に権利上問題のないもの