

F2-30

GDP 下位国で日本国大使館が提供する情報と取り組みに関する研究
日本文化に関する情報発信

Research on information provision and efforts by Japanese embassies in low GDP countries
Dissemination of information on Japanese culture

○鈴木彩加¹, 田中賢²

*Ayaka Suzuki¹, Yasushi Tanaka²

It is extremely difficult to reflect the opinions of foreigners visiting Japan from countries other than the 20 major countries that account for 90% of Japan's inbound tourists. Therefore, we conducted a questionnaire survey and a website survey targeting Japanese embassies in countries with low GDP. As a result, the Japanese embassy turned out to be an important source of information. Before and after the COVID-19 pandemic, there were differences in the density and frequency of information provision by country.

1. はじめに

日本へのインバウンドは主要 20 か国で 90%を占めており、日本国内では、さまざまな配慮が行われている。しかし、インバウンド 10%を占めるその他の国の人々に対しては、人数が少数であることから配慮が疎かになっているのではないかと疑問に思った。

このインバウンド 10%の国の人々が、日本を訪れる際の情報入手の方法や、各国で日本文化について触れる手段や情報発信の方法について明らかとし、その対応策を検討することを目的とする。

2. 研究の方法

研究概要を Table 1 に示す。

Table 1. アンケート調査・HP調査の概要

(1) アンケート調査 1	GDP下位の国々にある日本国大使館へのアンケート調査
調査期間	2020年8月~12月末
調査対象	国連加盟国GDP下位80か国にある日本大使館
回答	有効回答26か国 (回収率32.5%)
調査項目	当該国民の訪日の際の事前情報入手について ①当該国民の訪日に向けた情報収集の方法について ②大使館側の情報発信ツールやイベントの取組について
(2) HP調査	GDP下位の国々にある日本国大使館のHPの掲載情報調査
調査期間	2020年12月~2021年1月末 (コロナ以前) 2022年8月~9月 (コロナ以降)
調査対象	国連加盟国GDP下位80か国、その管轄国にある日本国大使館HP
調査項目	①日本文化をひろめる活動報告・予定の掲載の有無 ②留学志望・訪日に関心のある人向けの情報掲載の有無 ③外務省HPや政府関係機関HPへのリンクだけでなく観光情報や文化情報などの載るサイトへのリンクの有無
(3) アンケート調査 2	GDP下位の国々にある日本国大使館へのアンケート調査
調査期間	2022年3~6月
調査対象	HP調査のうち特徴的な取組をしている日本大使館
回答	有効回答4か国
調査項目	当該国民の訪日の際の事前情報入手について ①コロナ禍による情報発信ツールの変化 ②コロナ禍によるイベント等取組みの変化

3. 調査結果と考察

3-1. アンケート調査1の結果と考察

日本に関する情報はインターネットでの収集が中心である。日本の web サイトは日本語だけの紹介や連絡先にメールの記載がないことが多く、問い合わせができない場合があり、当該国にある日本国大使館に助力を求める依頼もあるとの回答を得た。インターネットの普及が一般的ではない国では、訪日経験者から話を聞くなど、その他さまざまな方法で情報を収集している。当該国の情勢をしっかりと見極めた情報発信が重要であることがわかる。情報発信のツールとして、HPを挙げた大使館は26か国中19か国(73.0%)、フェイスブック(以下FB)を挙げた大使館は同17か国(65.4%)と多い。その他にはTwitterやInstagram、YouTubeなどを挙げる大使館もあった。

日本情報掲載雑誌「にっぽにか」などパンフレット配布を積極的に行う大使館(同3か国)もあった。

紙ベースでの情報(ガイドブックや書籍)はあまり普及しておらず、市販されている書籍は高価格のため利用している者が少ないとの回答が多かったため、HPやFBなどの取り組みは当該国民に対し貴重な情報提供の手段といえる。

3-2. HP調査の結果と考察

各国にある日本国大使館のHPを分析すると、取組は「資料提供型」と「イベント型」の大きく2つに分けられることがわかった。

資料提供型: 資料室などを当該国の大使館内に設け日本の資料や物品を一般公開・貸出している。

イベント型: 当該国民に向けて日本文化などを紹介するイベントを一定期間で行う(常設ではない)。

1: 日大理工・学部・まち 2: 日大理工・教員・まち

イベント数や SNS の有無、リンク先の充実度にも大使館毎に差異が見られた。これらの情報を基に 80 か国の HP を 7 ランクに分類した (Table 2、3)。

HP 上で「資料提供型」と「イベント型」の情報発信の両方、または片方を行っている大使館は 35 か国 (S~B ランク) であり 80 か国中 43.8% であり、半数以上の大使館の情報発信は十分でない。D~F ランクの大使館はナミビアを除き、他国の日本国大使館に管轄されており、HP の充実度が低い傾向がある。一方で、他国の日本国大使館が管轄していても A ランクに位置している国 (ベリーズ、ブータン) や、C ランクに位置している国もあり、自国からの独自の情報発信をおこなっている国もある。在インド日本国大使館に管轄されているブータンでは、ブータン王国政府の協力を得て、毎年「日本週間」というイベントを開催している。2021 年はオンライン開催となり、日本の伝統的な和菓子の製作、和歌や舞踊の披露、折り紙ワークショップ、生け花デモンストレーション、盆踊りワークショップなど様々な日本文化に関する情報発信をした。管轄国でも政府や他団体との協力でイベント型の取組みを行うことが日本の情報発信において重要であると考えられる。

コロナ禍前後で日本国大使館の HP で情報発信の方法や内容について比較、考察した。「資料提供型」につ

いては、コロナ禍前後で大きな変化は見られず、資料の提供や物品の貸出しなどを継続的に行っている。「イベント型」については国によって変化に差異が見られた。多くの国がコロナ禍による影響を受けており、開催されるイベント数が激減することで、HP から発信される広報情報も必然的に減少している。ハイチでは 2019 年以降はイベントの開催がない。ジャマイカでは、2021 はコロナ禍の影響で開催されなかった「ジャパン・ウィーク」が 2022 年にオンラインで開催され、アルメニアでは、2022 年に入りコロナ禍の終息が見えてきたことから映画祭を 2 年ぶりに行うなどの活動がある。ジョージアでは、コロナ禍以前は飲食を伴う魅力的なイベントが行われていたが、現在はコロナ禍の影響で飲食を伴わないイベントで日本の情報を発信する工夫をしている。

4. まとめ

日本文化などの情報発信に関して、イベントの告知や報告などの HP 運営方法にコロナ禍での変化はない。しかし、イベント数の減少に伴い、HP での広報の密度や頻度が必然的に低下している。オンライン開催や、飲食を伴わない企画など、継続的に行う工夫を期待したい。低下した広報の密度や頻度をコロナ禍以前と同レベルに保つ、またはより向上させるためには、このような従来のイベント開催に加え、ジョージアのような YouTube チャンネルでの情報発信や、コロナ禍によって普及したオンラインという特徴を活かした新たな情報発信の方法が求められる。

そこで、当該国の日本国大使館と日本にある当該国大使館の連携、各国の日本国大使館同士の連携の 2 パターンの連携を推進すべきだと考える。これにより、より効率的にニーズに合致した情報提供を可能とし、より各々の国に合致した日本の情報発信方法を確立することが容易になると考える。

また、日本文化を始めとする日本に関する情報発信は、より日本での生活スタイルに関する情報発信密度の向上と、日本で生活する当該国民のために、日本国大使館との情報共有を参考とした、ハード・ソフトの両面で配慮を行う必要があると考える。

5. 参考文献

[1]ELEMENIST 【2022 年】世界 GDP ランキング 上位 4 か国は前年と変わらず (2022 年 9 月 閲覧)

<https://elemenist.com/article/2110>

[2]調査対象 90 か国の日本国大使館 HP (2020 年 10 月~2022 年 9 月 閲覧)

Table 2. HP の充実度分類

大 ↑ 充実度 ↓ 小	S ランク 9 か国	広報文化のページがあり、「資料提供型」「イベント型」双方の情報発信がある。
	A ランク 23 か国	広報文化のページがあり、「資料提供型」または「イベント型」の情報発信がある。
	B ランク 3 か国	広報文化のページは無いが、「イベント型」の情報発信がある。
	C ランク 15 か国	HP に日本文化に関する情報発信が無いが、当該国日本国大使館の SNS がある
	D ランク 13 か国	HP に日本文化に関する情報発信が無いが、管轄されている大使館の SNS がある
	E ランク 11 か国	HP に日本文化に関する情報発信が無く、SNS での情報発信も行っていない。
	F ランク 6 か国	HP に日本文化に関する情報発信が無く、SNS での情報発信、リンクの掲載も行っていない。

Table 3. GDP 順位 (低位) と HP の充実度

GDP 順位 (低位より)	S ランク 9 か国	A ランク 23 か国	B ランク 3 か国	D ランク 13 か国	E ランク 11 か国	
8	トンガ	4 バラオ	40 バルバドス	11 (88) セントビンセント	1 (86) ツバル	
39	モルディブ	5 マーシャル	49 モーリシャス	13 (88) セントトマス・プレンティス	2 (88) ナウル	
56	モルドバ	6 ミクロネシア	68 モザンビーク	14 (88) グレナダ	3 (88) キリバス	
61	ジャマイカ	9 ドミニカ		15 (88) コモロ	26 (88) レソト	
66	ラオス	21 東ティモール		16 (88) アンティグア・バーブーダ	27 (88) エリトリア	
69	モンゴル	22 (88) ベリーズ		17 (88) ギニアビサウ	28 (88) 中央アフリカ	
71	ボツワナ	29 (88) ブータン		23 (88) カーボヴェルデ	37 (88) エスワティニ	
75	ジョージア	35 ジブチ		24 (88) セントルシア	42 (88) モンテネグロ	
78	ボスニアヘルツェゴビナ	38 フィジー (資料)	10 サモア	25 (88) ガンビア	45 (88) トーゴ	
			43 タジキスタン	12 バヌアツ	30 (88) スリナム	53 (88) チャド
			46 キルギス	18 ソロモン	32 (88) アンドラ	60 (88) ニジェール
			47 モーリタニア	20 セーシェル	52 (88) パナマ	
			48 コソボ	31 アルバ	55 (88) ガイアナ	F ランク 6 か国
			57 アルメニア	33 (88) ブルンジ		7 (88) セントメ・プリンスペ
			58 北マケドニア	34 (88) リベリア		19 (88) サンマリノ
			62 ニカラグア	36 (88) シェラレオネ		44 (88) ソマリア
			67 アルバニア	41 南スーダン		54 ナミビア
			70 ベナン	50 マウライ		63 (88) コンゴ共和国
			73 ブルキナファソ	51 ルワンダ		64 (88) 赤道ギニア
			74 ハイチ	59 マダガスカル		
			76 ギニア	65 (88) マルタ		
			77 ガボン	72 マリ		
			80 ゼンビア	79 トリニダード・トバゴ		

左欄の GDP 順位の数値は、国連加盟国のうち GDP 低位の順で示している。GDP 最下位から 80 番目がザンビアとなる。31 位のアルバはオランダ王国の一部であるため日本大使館が設置されていない。
(88) 他国の日本国大使館が管轄している