

実施報告書

【2020年度】

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)

2021年7月30日

外務省

はじめに

我が国と米国は、自由、民主主義、基本的人権、法の支配などの基本的価値を共有する同盟国です。経済関係においても、日本企業による広範な対米投資は約6,450億ドル(2019年)に達しており、英国を抜き初めて世界第1位となりました。また、約95万人(2018年)の米国国内での良質な雇用を生み出し、米国経済の成長や各地域社会にも貢献してきています。

「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」は、このような経済面での強固な「協力」を基盤として、日米関係の重要性に対する理解を連邦レベルの議会及び政府関係者のみならず、米国各地の州・地方議会など政府関係者、さらにはより広く米国の一般国民にも行き届くような形で深めていくため、2017年以降3回の会合及び3回のフォローアップ会合を実施し、議論を重ねてきました。

引き続き、在外公館のみならず、関係省庁、独立行政法人日本貿易振興機構(JETRO)及び独立行政法人国際交流基金等の関係団体や、在米日本企業及び日本経済団体連合会(経団連)等と連携し、米国の国民の中での我が国の文化・伝統に対する関心・理解の裾野を広げながら、日米両国の緊密な協力関係について、わかりやすく訴えかける草の根レベル(グラスルーツ)での活動を強化していくことが重要です。

2020年度は新型コロナウイルス感染症のまん延、それに伴う米国における経済・社会のロックダウンという、草の根レベルの取組を実施するには非常に困難な状況が続きました。そのような中でオンラインを通じた活動を続けるべく様々な工夫が行われました。結果として実施件数は大きく減少したものの、延べ参加人数を増やすことができ、また、オンラインという新たな活動の手法が開拓された有意義な一年となったと考えています。2021年1月にバイデン新政権が誕生し、日米関係は新たな局面を迎えています。更なる交流・協力の強化に向けて、これまでの活動実績・ノウハウを活用して行くことが重要だと考えています。

本報告書は、このような背景の下、本タスクフォースの方針に基づき、2020年度に米国各地において実施した様々な関連の取組をまとめたものです。

実施期間	: 2020年度
実施件数	: 107件
のべ参加人数	: 約88万人

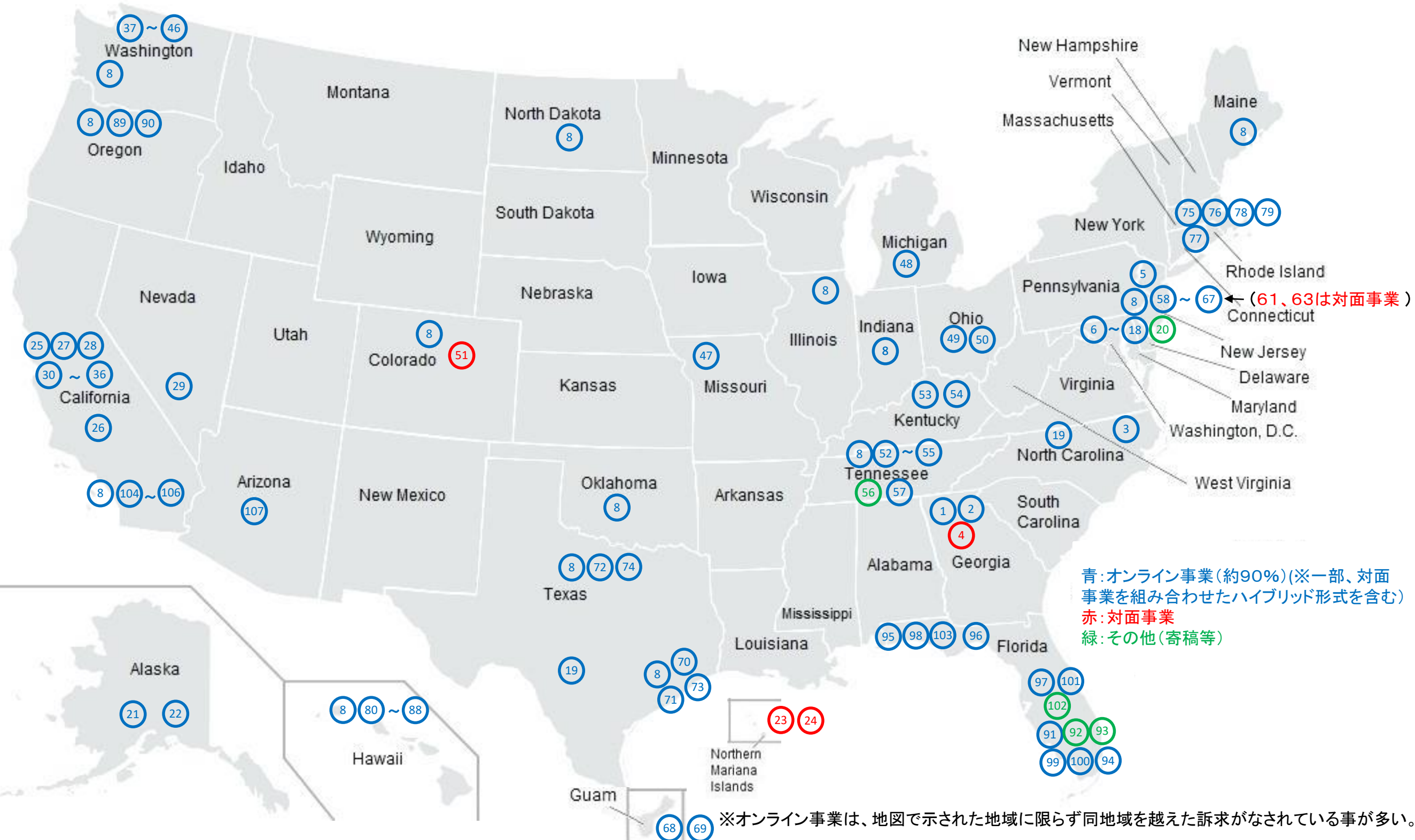
目次

在アトランタ総領事館	P1
在アメリカ合衆国大使館	P6
在アンカレジ領事事務所	P21
在サイパン領事事務所	P23
在サンフランシスコ総領事館	P25
在シアトル総領事館	P37
在シカゴ総領事館	P47
在デトロイト総領事館	P48
在デンバー総領事館	P51
在ナッシュビル総領事館	P52
在ニューヨーク総領事館	P58
在ハガツニャ総領事館	P68
在ヒューストン総領事館	P70
在ボストン総領事館	P75
在ホノルル総領事館	P80
在ポートランド領事事務所	P89
在マイアミ総領事館	P91
在ロサンゼルス総領事館	P104

米国各地における グラスルーツの取組

実施件数：107件

延べ参加人数：約88万人



1

日本祭り「ジャパンフェスト」(オンライン)における 日本文化紹介(アトランタ総領事館)

- 実施時期 2020年6月～9月27日
- 実施場所 オンライン
- 関係機関 ジョージア日米協会、
ジョージア日本人商工会
- 訴求対象 ジョージア州議会議員等
地元要人とその家族
- 開催規模 約1,200名



■概要・効果 【概要】

米国南東部最大かつ全米でも有数の日本紹介行事である日本祭り「ジャパンフェスト」は、1986年より毎年実施されており、34周年目となる令和2年度は新型コロナウイルス感染症の拡大防止対策のため、オンラインでのバーチャル祭りを4ヶ月間実施。また、9月26日および27日はグランドフィナーレと捉え、日本在住の和太鼓グループ「黒拍子」による和太鼓演奏をオンラインで実施。

【効果】

州、郡、市レベルの公選職をはじめ、経済・教育関係のキーパーソンやVIP向けの公演(招待制)のほか、一般市民向けの公演(自由参加)を実施することで、米国南東部における日本文化および日米交流への理解と認識を促進することができた。また、オンラインでの実施により、遠方(州外のみならず日本からの参加など)からの参加が容易になり、比較的長期間の開催期間も相まって昨年度に比べて来場者数が倍増した。

広島長崎原爆平和祈念ベル・リング (アトランタ総領事館)

■実施時期 2020年8月5日、6日

■実施場所 オンライン

■関係機関 全米国際姉妹都市協会、アトランタ市

■訴求対象 一般市民



■概要・効果

【概要】

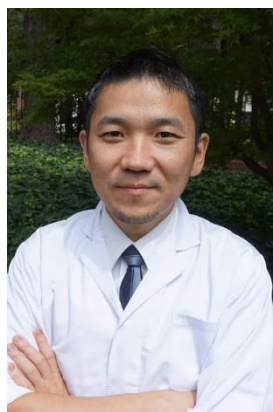
日本と米国の多くの姉妹都市において、広島及び長崎への原爆投下75年に際し、鐘を鳴らすイベントが開催され、竹内総領事がアトランタ市企画のビデオクリップに参加。

【効果】

広島で開催された原爆投下75年祈念式典の開催に合わせ、日米両国が原爆の犠牲者への慰霊を行うと同時に、核廃絶、平和教育という観点から世界に向けて平和をアピールすることを目指し実施した。録画動画はYouTubeで発信され、常時視聴できるようになっている。

公邸料理人による和食デモレクチャー・日本酒ウェビナー (アトランタ総領事館)

- 実施時期 2020年10月22日
- 実施場所 オンライン
- 関係機関 日米協会ノースカロライナ
Sake school of America
- 訴求対象 現地の日本食、
日本文化関心層
- 開催規模 60名



■概要・効果

【概要】

Sake & Soul Food: Pairing Sake with Anything but Sushi!と題した日本酒と和食のペアリングを紹介するウェビナーでは、公邸料理人が日本酒に合う肴4種類(唐揚げ、ポテトサラダ、豚角煮、ぬか漬け)を実演調理して紹介。

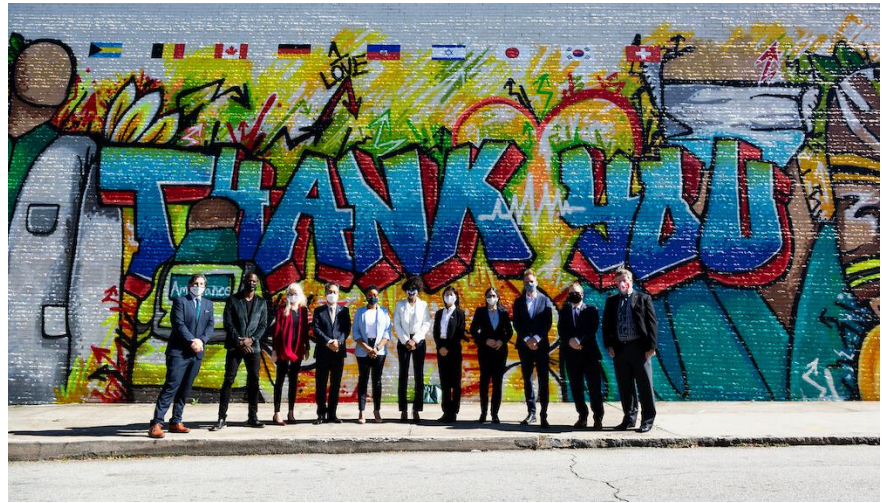
いずれも米国南部料理(フライドチキン、ピクルス)に類似した和食を選び、現地調達可能な食材で、自宅でも再現できるように企画段階から工夫を凝らした。日本酒はノースカロライナ州で酒ソムリエとして活躍するGuterbock氏が担当し、紹介した4種の日本酒はSake school of Americaの協力により、事前にウェビナー参加者の自宅に宅配される仕組みを構築。

【効果】

参加者の多くは従前から日本酒を飲む層であり、日本食にも精通していたため、公邸料理人に寄せられる和食に関する質問は具体的でハイレベルな内容であった。しかしながら、公邸料理人自身の経験に基づくエピソードを披露することで、参加者からの満足度も高かったと思料。本事業実施後も、フェイスブックやYouTubeで動画配信を行っているところ、一般人からの問い合わせ等フォローを続けている。和食を通じて親日層の更なる増加に貢献できた。

在アトランタ9カ国領事団による医療従事者への感謝を示す壁画制作(アトランタ総領事館)

- 実施時期 2020年10月30日
- 実施場所 アトランタ市
- 関係機関 在アトランタ外交領事団(9カ国)、アトランタ市
- 訴求対象 一般市民



■概要・効果 【概要】

在アトランタの外交領事団9カ国(日本、イスラエル、カナダ、韓国、スイス、ドイツ、ハイチ、バハマ、ベルギー)とアトランタ市の共同制作により、医療従事者を労い、感謝を示す壁画が完成。地元で活躍するデザイナーのJoseph McKinney氏が、制作のアートディレクションを務めた。

【効果】

アトランタ市および複数の外交領事団との共同による壁画制作を通じて、アトランタ市のメディアにも同活動が取り上げられ、これまで日本とジョージア州との関係に馴染みがなく、経済的繋がりがあまりなかった一般層に対しても、ジョージア州における日本のプレゼンスを印象づけることができた。

新年挨拶タイムズスクエア(福岡市、アトランタ市) (アトランタ総領事館)

- 実施時期 2020年12月31日
- 実施場所 オンライン
- 関係機関 アトランタ市、福岡市
- 訴求対象 一般市民



高島福岡市長

■概要・効果

【概要】

アトランタ市長の主導により、ニューヨーク市タイムズスクエアで行われる大晦日カウントダウンイベント(New Year's Eve Ball Drop)において、世界各国の自治体首長メッセージをスクリーンに映すイニシアティブが実施された。アトランタ市と姉妹都市関係にある福岡市長からのビデオメッセージが放映された。

【効果】

各国自治体から集まったメッセージがタイムズスクエアの大スクリーンに映写されるとともに、米国内の生中継やwebcastで報じられ、世界中のメディアにも提供された。

2020年は、福岡市とアトランタ市の姉妹都市締結から15周年の節目であったが、新型コロナウイルス感染症の拡大により、記念式典や市長の往来等が中止となったため、本イベントの機会に両市の連帯がより強化されたと思料。

動画を用いた和牛のプロモーション (在米国日本大使館)

■実施時期 2020年9月～3月

■実施場所 ワシントンDC、バージニア州

■関係機関 Nasime(日本食レストラン)
SushiTaro(日本食レストラン)
minibar(スペインレストラン)



■訴求対象 シェフや食関係のインフルエンサー

■開催規模 23名

■概要・効果

【概要】



日本の和牛の魅力と、その料理方法とともに現地のシェフや食関係のインフルエンサーに対してPRし、レストランなど外食において和牛の活用が進むよう、SNSによるビデオの発信(3種類)とともに、レストランにおける小規模試食イベントを実施(2回)。

ミシュランの一つ星や二つ星、現地において高評価を得ているレストランなど、シェフに対して十分に訴求効果があると考えられる相手と連携。

【効果】

YouTubeを中心としたSNSでの発信については、TwitterやInstagramとも連携してそれぞれのメディアで最適な動画を発信したことにより、累計で約1万5千回の再生回数を獲得した。特に、kenzo estateやizumibashiなど、現地の食関係メディアが注目している媒体がリツイートやシェアをしたことにより、一般消費者のみならず、狙いとしていた食関係のインフルエンサーにも波及したと考えられる。

イベントでは、和牛そのものの評価に加え、高級食材と小規模な形での試食会がマッチしており、継続的な実施がより効果的である旨指摘があった。今後、和牛をメニューに加える又はメニューを拡張する意向を示したレストランが5件あった。

日本産食品の輸出促進に向けた周知イベント (在米国日本大使館)

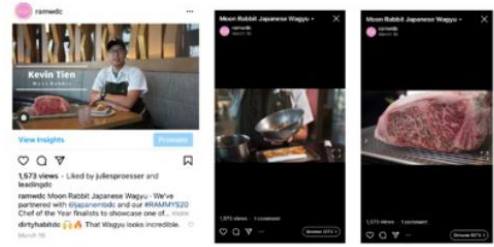
- 実施時期 2020年9月20日(Rammys Awardへの出展)
2021年3月27日(ピンクタイパーティー)
2021年3月29日(ペアリングディナー)

- 実施場所 オンライン開催

- 関係機関 ワシントン都市圏レストラン協会、
全米桜祭り、日本政府観光局(JNTO)

- 訴求対象 ワシントンDC近辺在住一般市民、レストラン関係者

- 開催規模 約4,000名(Rammys Award)
728名(ピンクタイパーティー)
25名(ペアリングディナー)



■概要・効果

【概要】

ワシントンDC近郊における和牛や日本酒に対する理解を深め、ワシントンDCにおける今後の消費を促進することを目的として、現地を代表する二つの団体と協力して事業を展開した。

＜レストラン協会＞

レストラン協会が主催する年間アワード(Rammys)の最優秀シェフのセクションにて、大使館より15秒間のビデオを放映。その後、協会を通してノミネートシェフに和牛を用いたオリジナルメニューを考案してもらい、協会のSNSより発信してもらった。これをきっかけに一部のレストランでは考案メニューが定番化した。

＜ピンクタイパーティー＞

ワシントンを代表するイベントである全米桜祭りの公式イベント、ピンクタイパーティーにて提携レストランを通じて日本酒を配布。3名の日本酒専門家を招き、日本酒の魅力、生産地域の特色、ペアリングなどについて説明してもらった。本事業では日本政府観光局(JNTO)とも協力し、生産地へのインバウンド増加も狙った。

＜ペアリングディナー＞

本事業に協力してくれたシェフ、関係者、インフルエンサーなどを招き、和牛と日本酒の仕出しセットを配布した上で、バーチャルペアリングディナーを実施。在米国日本大使館館員が和牛と日本酒を合わせることの魅力についてレクチャーを行った。

【効果】

ワシントンの有力団体と連携することにより、大使館がいままでリーチできていなかった層に訴求できた。メニューの定番化や日本酒卸売り業者との取引関係があるレストランが増えるなど、今後のビジネスにつながる動きを生み出すことができた。



全米日米協会連合(NAJAS)主催イベント (在米国日本大使館)

■実施時期・実施場所

- (1) NAJASによる全米各地(38日米協会)対象プログラム
2020年10月NAJAS主催(年次総会)・駐米大使公邸で開催しオンラインで発信
- (2) 各日米協会主催の各地域に重点をおいた広報文化プログラム
 - ①2021年1月13-14日 ワシントンDC日米協会主催
 - ②2021年2月10日 ダラス・フォートワース日米協会
 - ③2021年2月10日 ワシントン州日米協会
 - ④2021年2月11日 オレゴン日米協会
 - ⑤2021年2月11日 コロラド日米協会
 - ⑥2021年2月24日 ハワイ日米協会
 - ⑦2021年3月4日 インディアナ日米協会
 - ⑧2021年3月9日 ヒューストン日米協会
 - ⑨2021年3月11日 テネシー日米協会
 - ⑩2021年3月11日 シカゴ日米協会
 - ⑪2021年3月17日 南カリフォルニア日米協会
 - ⑫2021年3月17日 フィラデルフィア日米協会
- (3) 日米交流プログラムが少ない地域に重点を置いた広報文化プログラム
 - ①2021年3月6日 オクラホマ日米協会主催
 - ②2021年3月9日 ミネソタ日米協会主催(ノースダコタ)
 - ③2021年3月30日 ポストン日米協会主催(メイン)



- 関係機関 全米日米協会連合(NAJAS)
- 訴求対象 地元有力者・若年層を含む一般参加者
- 開催規模 各イベントにつき70~200名程度



■概要・効果

【概要】

新型コロナウイルス感染症の影響で、本年はハイブリッドで実施したNAJAS年次総会を除き、オンラインで実施。具体的な内容は、今後の日米関係、経済、貿易、社会保障、女性活躍、スポーツ、現代文化、草の根の団体間交流等と多岐に渡った。

【効果】

新型コロナウイルス感染症の影響で、オンラインでの発信に移行する中、各日米協会の尽力により、日米交流プログラムを維持・発展することができた。高い発信力を有する地元有力者や、SNS上で影響力を有する若年者層を含む幅広い一般参加者について、日本に対する理解を深めることができた。また、既に日本への関心を一定程度有する関係者(JETプログラム参加者、日本留学経験者、日米協会関係者等)に対して、集中的に情報提供することにも繋がり、日本の応援団となる人々に新たな活力、情報を与えることにもなった。次年度以降は対面プログラムへの回帰が望まれる。

「日系アメリカ人と日本：遺産」映像プログラム (在米国日本大使館)

■実施時期 2020年11月～2021年3月

■実施場所 オンライン

■関係機関 米日カウンシル



■訴求対象 日米の一般市民、政府関係者等

■開催規模 2,258名(2021年3月末時点)



■概要・効果

【概要】

日米関係の強化に貢献した12名の日系アメリカ人に焦点を当てたオンラインコンテンツを作成し、米日カウンシルのウェブサイト、SNS等を通じて発信。5本のオンラインインタビュー及び7本の録画動画を作成し、一般向けに公開。2021年3月末現在、2,000名を超える観客がオンラインコンテンツを視聴。

【効果】

各分野で活躍する日系アメリカ人の生涯を振り返りつつ、日系アメリカ人の貢献によって強化されてきた日米政治・経済関係を発信することで、より具体的でストーリー性のある発信が可能となり、多くの視聴者を惹き付け、日米関係の豊かさを印象づけることができた。日本とのつながりが希薄になりつつある4世日系人を始め、多くの日系アメリカ人に訴求し、将来の日米関係を担うことへの関心を喚起することができた。参加者からは好意的な反応が多数寄せられ、YouTubeチャンネルで配信中のコンテンツの視聴数は2021年3月現在、順調に増加を続けている。

- 実施時期 2021年1月～3月
- 実施場所 オンライン
- 関係機関 ハートマウンテン財団
- 訴求対象 米国の一般市民
- 開催規模 再生・閲覧数計2,881回

■概要・効果

【概要】

日本文化の継承・発展という切り口から20世紀の日系人の歴史を振り返るオンラインプログラムを実施。3本のポッドキャスト、3本のオンラインビデオ、4本の教育記事、1本のドキュメンタリービデオを作成・発信。

【効果】

戦後の日系人のアメリカ社会への貢献や、日系移民を通じた日本文化の浸透について発信することを通じ、アメリカの一般市民による日米関係の理解の深化を促すことができた。また、故郷の文化を支えに暗い時代を乗り越え戦後成功を収めた日系人のたくましさ、日本的精神の強さや日本文化の豊かさを発信することができた。



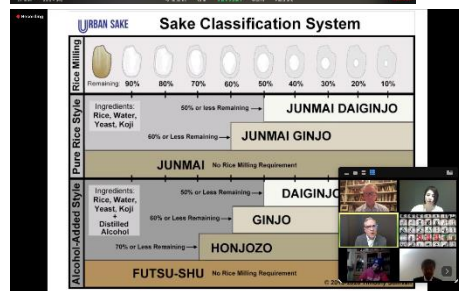
Issei Arts & Culture at Heart Mountain
17 views • Apr 1, 2021



Japanese American Pioneers in the Bighorn Basin
38 views • Mar 30, 2021

ワイン専門家・愛好家等への日本産酒類周知を目的としたウェビナー(在米国日本大使館)

- 実施時期 2021年(1/7、1/21、2/4、2/8、3/4、3/18)
- 実施場所 オンライン
- 関係機関 キャピタルワインスクール
- 訴求対象 米国首都ワシントンDC及び近郊
ワイン専門家・愛好家・醸造家、レストラン関係者
アルコール飲料小売業者・輸入業者・メディア
- 開催規模 218名



■概要・効果

【概要】

米国の首都であるワシントンDC及び近郊の上記訴求対象に、清酒・焼酎・泡盛・日本産ウイスキーの基礎情報、魅力、取り扱い方法、販売促進のための知識等について啓蒙するため、ワシントンDCで関係者との人脈、ビジネス関係を幅広く有し、講義実績、サンプル配布等のノウハウのあるキャピタルワインスクールと協力し、計6回のウェビナーを実施した。

(①清酒に関する初心者向け、②焼酎・泡盛に関する初心者向け、③ワインと日本酒の違いに関して、④日本の地域的特性に関して、⑤日本産ウイスキーに関して、⑥多様な日本酒の味わい方について)

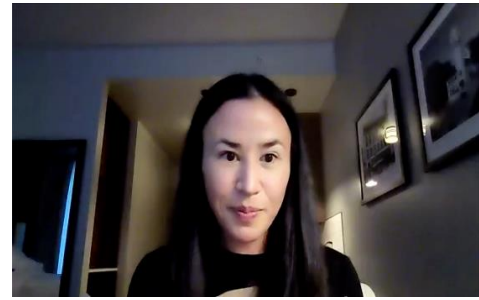
【効果】

ワシントンDCは国際的な都市であり、食文化には活気があり、人々の関心が高い。日本食、日本酒等の日本産酒類もさらなる注目を集めつつある。本ウェビナーには、現役のソムリエや高級レストランの飲料担当者、大手小売店のマーケティング担当、フードジャーナリスト等の積極的な参加が得られ、各日本産酒類について、質の高い情報を提供するとともに、実際にテイastingサンプルを提供して、本格焼酎やプレミアム日本酒等の魅力を十分に伝えることができた。参加者からは、顧客へのサービスに関して非常に有益な知識を得ることができた、今後レストランや店舗で日本産酒類を導入したい、扱う量や種類を増やしたい等のコメントも相次ぎ、ワシントンDCでの日本産酒類を巡る機運を高め、販売量の増加が期待できるとともに、我が国の食文化について効果的な対象にアピールできた。

■実施時期 2021年2月9日-15日

■実施場所 オンライン開催

■関係機関 ボルチモア川崎姉妹都市委員会、
JETRO神奈川オフィス、NHK World-Japan
タウソン大学アジア芸術部門



■訴求対象 メリーランド州在住一般市民

■開催規模 約430名

■概要・効果

【概要】

ボルチモア川崎姉妹都市委員会との共催で、ボルチモア近郊の一般市民に日本酒に関する理解を深めてもらうための複数のイベントを実施した。

・バーチャル試飲会

日本酒の専門家を招聘し、主に神奈川県産のお酒2本、および後述の映画と関連の深い広島のお酒1本を紹介。イベント登録者にはボルチモアにある三つのレストランにおいて日本酒試飲セットを無料配布。

・バーチャル映画祭

日本酒に関する映画を2編、期間限定でオンライン上映をおこなった。一つは日本酒のプロモーションに尽力する3名の女性をとりあげたドキュメンタリー「カンパイ: 日本酒に恋した女たち」、もう一つは広島酒蔵を舞台にした映画「恋のしずく」。また、NHK World-Japan作成の日本酒に関する番組も同時に案内した。

【効果】

本イベントは2019年に同地の美術館で行ったイベントの続編と位置づけ、当時の参加者にまず優先的に声をかけた。一つの土地で同様のテーマを扱ったことにより、人々の記憶に日本酒を定着させることに成功した。現地のレストランを通じて日本酒を配布したことにより、卸売業者との取引関係を構築することにも成功した。



酒器に通じた日本酒の味わい方に関するPR事業 (在米国日本大使館)

■実施時期 2021年2月15日-19日

■実施場所 オンライン開催

■関係機関 ジャパンハウスLA、
日本政府観光局(JNTO)、ワシントン日米協会、
ワシントン日本商工会

■訴求対象 ワシントンDC近辺在住一般市民

■開催規模 約984名

■概要・効果

【概要】

伝統工芸としての酒器を取り上げ、その酒器の生産地である土地の日本酒もとり上げることで、いままで別々に訴求していた日本酒ファンと器のファン双方からの乗り入れ効果を狙った3つのウェビナーを実施した。

- ・岐阜県・美濃焼と岐阜のお酒：織部焼の酒器ができるプロセスについて、現地の職人と直接つないで紹介。岐阜を代表する日本酒三種を紹介するレクチャーも行った。
- ・岩手県・浄法寺漆器と岩手のお酒：漆器づくりの工房につなぎ、漆器ができるプロセスについて現地の職人から直接レクチャーを受けた。また岩手県二戸市の酒蔵・南部美人にもつなぎ、漆器で日本酒を嗜むことの魅力について説明をうけた。
- ・座談会：米国で酒器を販売する専門家にそれぞれの酒器の魅力と可能性について議論してもらった。

【効果】

本イベントの狙いは日本酒ファンに器に興味を持ってもらうこと、器に関心のある層に日本酒についても興味をもってもらうこと。各地の風土との関係や職人の手によって丁寧に作られていることなど、共通点を見出してもらった。販売店からはイベント後には美濃焼・浄法寺漆器に関する問い合わせが多くあったとの声も聞いている。現地に新たな岐阜のお酒の販路を作ることもできた。



メリーランド州と神奈川県友好提携40周年事業 (在米国日本大使館)

- 実施時期 2021年2月23日
2021年3月25日
- 実施場所 オンライン開催
- 関係機関 メリーランド・神奈川県姉妹州委員会、神奈川県庁
メリーランド州政府、神奈川県私学協会、
メリーランド大学ボルチモア校(UMBC)、
World Artists Experiences
- 訴求対象 メリーランド州在住一般市民

- 開催規模 15名(映像制作交流)
120名(ヴァーチャル映画祭)

■概要・効果

【概要】

<ヴァーチャル映画祭>

メリーランド州内の芸術団体(World Artists Experiences)が主催するオンラインの映画祭において、日本酒に関する映画「恋のしずく」を上映した。

<映像制作交流>

メリーランド州・神奈川県両地域の学生が自分の地域の魅力を相手国の言語で紹介する映像を制作し、オンライン上でお互いに批評する機会を設け、交流機会を創出した。県内高校生は県内観光地を英語で紹介する映像を制作し、UMBCの大学生はメリーランド州内の観光地を日本語で紹介する映像を制作。当日は両地域の学生がそれぞれの場所について感想を述べあった。

【効果】

バーチャル映画祭では共催団体を経由して、今まで日本の文化に触れたことは無かったが、芸術に関心のあるメリーランド州民に日本の存在感をアピールすることができた。映像制作交流では、今後の活躍が期待される学生同士の交流を促進することができ、まさに草の根レベルでの国際交流を実現することができた。



北米酒造組合によるウェビナー (在米国日本大使館)

■実施時期 2021年2月25日-3月23日

■実施場所 ウェビナー

■関係機関 北米酒造組合

■訴求対象

米国における日本酒消費者

米国市場に関心がある日本酒関係者



■開催規模 505名(3回のウェビナーの合計参加者)

■概要・効果

【概要】

2月25日から3月23日にかけて、北米酒造組合(Sake Brewers Association of North America)に委託する形で、米国における消費者に対する日本酒知識の啓蒙及び日本酒関係者に対する米国市場(日本酒に関する規制を含む)の状況の紹介を目的として、3回にわたるウェビナーを実施した。それぞれのウェビナーは録画した模様をネット上で公開しており、第3回においては日本酒の魅力を米国の消費者向けに紹介する3分弱の短いアニメを放映した。日本政府として米国における日本酒文化振興を支援していることを示すため、第1回ウェビナーで在米日大使館大石公使による冒頭挨拶を行ったほか、アニメのエンディングに在米国日本大使館ロゴを盛り込んでいる。

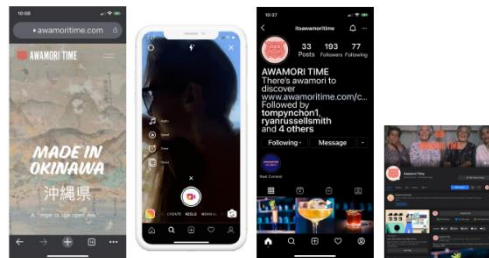
日本酒に関心がある北米の消費者に対して、日米の酒蔵の酒造りに対する思いや米国市場の状況を学ぶ機会を提供することができ、足元で成長している米国の日本酒市場の更なる拡大につながるものとなった。イベント後の視聴者からの感想も非常にポジティブなものが多かった。また、ウェビナーという形で実施したことにより、日本からも参加することができ、日本の参加者からも米国市場について学ぶ機会となったという感想が寄せられており、有意義な企画となった。

米国における琉球泡盛を中心とした沖縄PR事業 (在米国日本大使館)

■実施時期 2021年3月2日から31日

■実施場所 オンライン開催

■関係機関 沖縄県、沖縄DC事務所
沖縄観光コンベンションビューロー
沖縄県酒造組合、日本政府観光局(JNTO)
ジャパンハウスLA、HIS



■訴求対象 米国の一般市民

■開催規模 70,000視聴数

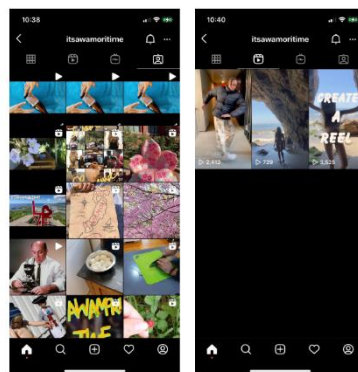
■概要・効果

【概要】

泡盛に関するブランディングウェブサイトを立て、沖縄県関連団体の支援の下、泡盛に関する動画を複数作成し、InstagramおよびFacebookで拡散した。同時に泡盛をテーマにしたInstagram Reels(テーマソングを用いた18秒の動画)を募集するコンテストを実施し、ウェブサイトへの関心を引き付けるとともに、ユーザーとの双方向のインタラクションを試みた。審査員には在米国日本大使館より次席公使、ジャパンハウスの海部館長をはじめ、多数のアーティストや泡盛焼酎のアメリカ人専門家が名前を連ねた。コンテストには47のエントリーがあり、いずれの動画も趣向を凝らしたもので、こちらの動画自体にも関心が集まっていた。

【効果】

泡盛はまだ米国市場で十分に認知度があるとは言い難い。本プロジェクトにおいては、特に新しいものに敏感な都市部の若者層にターゲットを絞り、ソーシャルメディアを用いて音やヴィジュアルを重視したPR活動を行うことによって、泡盛の存在について一定程度の関心をターゲット層から喚起することに成功した。また泡盛という製品を通して、生産地である沖縄そのものに対する関心も同時に喚起することができたと考える。



- 実施時期 2021年3月10日
- 実施場所 オンライン(日米同時配信)
- 関係機関 米日カウンシル
- 訴求対象 日米政府関係者、
日米の一般市民
- 開催規模 約800名



■概要・効果

【概要】

東日本大震災10年の機会を捉え、歴代の日米大使8名が参加するライブ対談イベントを開催。震災時の米国による支援を振り返るとともに、震災を契機に一層強化された日米関係を振り返り、今後の協力強化について議論。大使館からは富田大使が出席。米日カウンシルが主体となり、日本大使館及び米国国務省が共催。日米協会、笹川財団、カルコン等の協力を得て実施。

【効果】

歴代の日米大使による深い知見と経験に基づく議論、トモダチイニシアティブ(米日カウンシルが復興支援のため在京米国大使館と共に立ち上げた人的交流プログラム)の被災地出身の参加者によるスピーチ等を通じ、東日本大震災で示された米国からの温かい支援、震災後に更に強化された両国関係を改めて強調し、草の根レベルまで浸透した日米の真の友好関係を発信することができた。また、被災地の市長が参加し、被災地の現状を紹介することで、東北地方の強靱性と力強い復興の姿を印象づけることができた。参加者からは非常に好意的な反応が寄せられるとともに、SNSにおいてもポジティブな反応を得られた。NHK、朝日新聞等で報じられるなど、日本においても良い反響を得られた。

日米女子スポーツにフォーカスを当てたPR事業 (在米国日本大使館)

■実施時期 2021年3月19日

■実施場所 オンライン開催

■関係機関 ワシントン・スピリット、WEリーグ、
経団連USA、富士通、NEC、NTT、
日米協会ワシントンDC、
ワシントン日本語学校、
継承センター

■訴求対象 ワシントンDC近辺在住一般市民

■開催規模 440名

■概要・効果

【概要】

日米草の根交流の一環として、ワシントン・スピリット(ワシントンDCを拠点とする女子プロサッカーチーム)で活躍する日本人女性プレイヤー横山久美選手、宝田沙織選手と、2021年に開幕する日本初の女子サッカープロリーグ「WEリーグ」のチェアである岡島喜久子氏を招聘してオンラインイベントを開催した。WEリーグの米国への紹介、両選手への日米両国からの応援と共に、日本における女性エンパワメントの状況や日本のスポーツ技術を紹介し、スポーツを通じた日米友好の形を探った。イベントでは日系企業の持つ技術がサッカーを始めとして様々なスポーツで活用されていることを示す動画も上映した。

【効果】

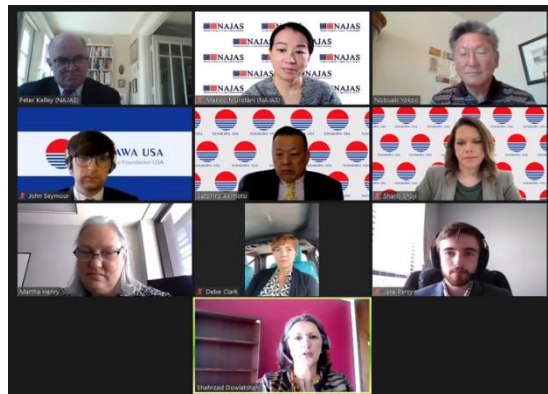
アメリカのチームで活躍する女子プロサッカー選手がいることは、現地では必ずしも十分に浸透していなかったが、本イベントを契機に認知度が上がった。それをきっかけに日本社会における女性の活躍、日系企業の多様な技術など多様な日本の魅力を発信することができた。大使館、民間企業、市民団体が一つの目的に協力できた事例を作れたのも成果。



ササカワ平和財団主催、米軍コミュニティーを通じた日米関係強化(在米国日本大使館)

■実施時期 2021年3月23日、24日

■実施場所 ・テキサス州
サン・アントニオ市(3月23日)
・ノースカロライナ州
ローリー市(3月24日)
(いずれもオンラインで実施)



■関係機関 ササカワ平和財団USA、全米日米協会連合(NAJAS)

■訴求対象 サン・アントニオ圏及びローリー圏における軍関係、日本関係に人脈を有する地元有力者

■開催規模 各イベントにつき約10名

■概要・効果

【概要】

本プログラムは日米の軍関係者を始めとする日米市民における草の根レベルでの相互のネットワークの機会を提供し、強固な日米同盟を維持・強化するための基盤を提供するもの。令和2年度はテキサス州サン・アントニオ市とノースカロライナ州ローリー市で講演会等を通じてネットワークの機会を提供することで調整していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により対面事業キャンセルのため、オンラインでの小規模イベントを実施することとなった。

【効果】

サン・アントニオ市(テキサス)及びローリー市(ノースカロライナ)の当局者(国際関係、現役・退役軍人関係)や日本関心層といった地元関係者との間で、現在の日米関係の状況、日米同盟の重要性といったテーマについて議論することができ、将来の対面での日本関連活動への協力について弾みをつけることができた。本件のようなネットワーク構築・強化を目的とする事業は、対面での面会やレセプション等における交流を通じて相互の信頼感が醸成され、深い交流に繋がりが得ることもあって、今後は対面事業を追求するか、オンラインであっても一層の事業内容の工夫を検討したい。

ワシントンDCにおける女性活躍に関する記事広告 (在米国日本大使館)

■実施時期 2021年3月26日から

■実施場所 オンライン

■関係機関 Politico、在サンフランシスコ総領事館、
北米酒蔵同業者組合

■訴求対象 ワシントンDCの政治・メディア関係者

■開催規模 約12,000名

■概要・効果

【概要】

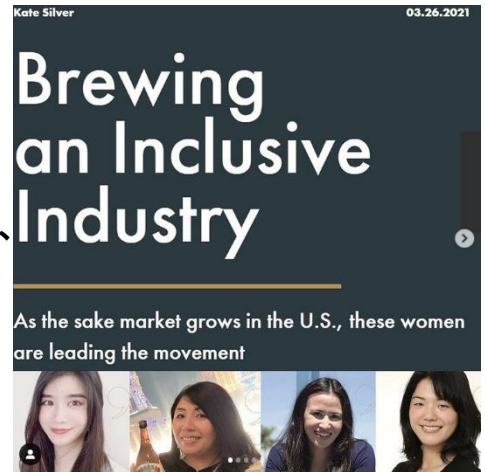
ワシントンDCの代表的なメディアであるポリティコに業務委託し、北米の日本酒市場における様々な女性の活躍を取り上げる記事広告を制作。ポリティコのサイトにおける広告および在米国日本大使館SNSなどを利用し、作成した記事がワシントンDCにおける意思決定者層(ワシントン・インサイダー)を含む多くの人々の目に触れるように広報した。

本事業においては、伝統的には女人禁制であった日本酒の世界で活躍する様々な女性を取り上げる。自家醸造キットを北米の酒蔵と協力して販売している伝統ある酒蔵の14代目、デザイナーから転身して日本酒PR会社を立ち上げ酒蔵ツーリズムや爛酒の普及などを行う起業家、ワインの輸入会社で日本酒のプロモーションを行い、日本酒のシェアを同社の50%にまで引き上げたプロモーターなど魅力的なストーリーを提供することによって、普段日本酒についての情報に触れることのなかった人々に日本酒の魅力を伝え、さらには日本社会のイメージを改善することを目的とする。

記事のヘッダーには在サンフランシスコ総領事館で作成した動画を使用。

【効果】

ポリティコの目標値は1万のページビューであったがそれを大きく上回る12,310を達成。また、通常同種の事業の平均ページ滞在時間は3分30秒から4分であるが、本事業では5分50秒。コンテンツがポリティコの読者の関心を強く引き付けていたことを示唆している。



<https://www.politico.com/sponsored-content/2021/03/brewing-an-inclusive-industry?cid=202103in>

日アラスカ友好ビデオキャンペーン (アンカレジ領事事務所)

- 実施時期 2020年12月1日～
2021年3月5日
(審査会は3月23日実施)
- 実施場所 日本・アラスカ州姉妹都市
- 関係機関 日本・アラスカ州姉妹都市
(8組)
- 訴求対象 日本・アラスカ州
姉妹都市市民
- 開催規模 約80名
(ビデオ応募者、ビデオ制作協力者、審査会出席者等)



■概要・効果

【概要】

日アラスカ間の姉妹都市関係を促進すべく、2020年11月から12月にかけて「日アラスカ姉妹都市フォーラム」設立の作業を行い、2021年1月に第1回の合同会合を開催した。

フォーラム設立と同時期に日アラスカ間姉妹都市8組の市民を対象に「日アラスカ姉妹都市を通して続く友好」をテーマとする本ビデオ・キャンペーンを実施した。フライヤーを作成の上、姉妹都市関係者に送付し、キャンペーン広報や応募奨励への協力を依頼した。

本キャンペーンには11作品の応募があった。内容的には質が高く、ストーリー性に富み姉妹都市交流を盛り上げるものが多く、応募者たちの姉妹都市交流に向けた意欲・熱意が伝わるものばかりであった。

【効果】

応募数こそ控えめな水準に止まったものの、長い姉妹都市交流の歴史に裏付けられた内容豊富なビデオ作品が多かった。本キャンペーンの審査結果や応募作品は在アンカレジ領事事務所のホームページやフェイスブックに掲載中である。今後、作品リストを市民を含む関係者に積極的に配布しつつ、日アラスカ間の姉妹都市交流を盛り上げて行く予定である。

本キャンペーンは「日アラスカ姉妹都市フォーラム」の活動としては最初のものであった。今後も同フォーラム関係者の協力を得ながら類似の行事を企画実施し、関係者の結束をより強固なものにしていきたい。更に姉妹都市の市民、特に若年層にとって姉妹都市交流がより身近な存在となるよう、フォーラムの活動を促進していきたい。

- 実施時期 2021年1月21日
- 実施場所 アラスカ州アンカレジ市
(オンライン)
- 関係機関 アラスカ州政府、民間団体
- 訴求対象 州政府・アンカレジ市幹部職員、
邦人団体関係者、
知日米国人等
- 開催規模 約50名



■概要・効果

【概要】

1970年に設立された在アンカレジ領事事務所開設50周年を記念するオンライン行事を約50名の出席を得て実施した。本行事では予め出席者に日本関連飲食品詰め合わせを「福袋」として送付した。

主な来賓(ミード・トレッドウェル元州知事、グレッグ・ウルフ・ワールド・トレード・センター事務局長、デービッド・ヘンリー・アラスカ大学フェアバンクス校准教授)より、政治・経済・文化面でのこの50年間の日アラスカ関係の促進について、各分野ごとに説明がなされた。

更に、アラスカ州の日米のセミプロ芸術家(パイプライン・ボーカル・プロジェクト、原田・アラスカ大学アンカレジ校教授、トモダチ太鼓)による合唱や演奏がオンラインで実施された。

【効果】

開設以来、これまで50年に亘る在アンカレジ領事事務所の地道な活動や、これからの展望が述べられた他、同事務所に協力してきた来賓による活動の発表を通じて、日アラスカ間の交流に関する認識が深まったほか、アラスカ州・アンカレジ市要人に日米協力が緊密であることを強く認識してもらうことができた。

日本のお菓子や飲料、「福袋」フライヤーの送付を通じて日本の魅力についての発信においても効果があった。

北マリアナ諸島「餅つき大会」 (サイパン領事事務所)

■実施時期 2020年12月28日
午後4時～6時

■実施場所
北マリアナ諸島サイパン市
ガラパン地区パセオ・デ・マリアナ

■訴求対象
在留邦人及び現地住民

■開催規模
約80名

■概要・効果

【概要】

北マリアナ日本人会では、毎年年末に日本の伝統行事である「餅つき」をホテル等が集中するガラパン地区のパセオ・デ・マリアナにおいて実施している。在サイパン領事事務所と共催で「餅つき大会(餅つきだけでなく、会場の一隅に特設コーナーを設け、竹馬や駒回し等の日本文化を実体験してもらうことで、日本人文化に理解を深めるよう配慮。)」を開催した。なお、参加者は原則邦人コミュニティに限ること、万全の感染対策(マスク着用、社会的距離をとること)を講じることを条件に当局の許可を得て、対面にて実施した。

【成果】

現地住民の参加者の一部に対し、任意のアンケートを実施したところ、過半数が満足度5段階中最上位である、5の評価をするとともに、同様のイベントに是非参加したいとの回答も過半数を超えた。また、①日本文化について理解を深めるきっかけとなった、②餅を食べて日本の文化をより知る機会となった、③もっと日本の文化を見たいとの感想も寄せられた。



日本産酒類の魅力発信支援 (サイパン領事事務所)

- 実施時期 2021年2月24日(水)
18時～19時半
- 実施場所 サイパン市サンロケ地区
アクア・リゾート・クラブ
- 訴求対象 北マリアナ諸島政府関係者等
- 開催規模 121名



■概要・効果

【概要】

天皇誕生日祝賀レセプション会場でブースを設け、招待者のVIPを始め、財界関係者に関心を持ってもらうために、日本酒・梅酒の試飲及び広報活動を行った。

【効果】

来場者の多くが日本酒・梅酒を実際に試飲し、味も非常に好評だった。各酒類の情報をまとめた資料を実際に手にとって持ち帰る方々もたくさんおり、日本産酒類への興味を高めることができた。今般事業により、日本産酒類の販路開拓の一助となり、日米経済の更なる緊密な関係構築の促進に繋がった。

北カリフォルニア・ジャパンソサエティとスタンフォード大学共催による「日米イノベーションアワードシンポジウム」 (サンフランシスコ総領事館)

■実施時期 2020年7月14、16、21日

■実施場所 Zoomオンライン会議

■関係機関

北カリフォルニア・ジャパンソサエティ
スタンフォード大学米国アジア技術経営研究センター
サンフランシスコ総領事館



■訴求対象 シリコンバレー及び日本のスタートアップ関係者、投資家、産学交流関係者、有識者等

■開催規模 7月14日259名、同21日228名が参加

■概要・効果

【概要】

日米間の相互理解を深めることを目的とした非営利組織である北カリフォルニア・ジャパンソサエティとスタンフォード大学の共催で、破壊的イノベーションを起こすスタートアップを取り上げるイノベーションアワードを開催。優れた日米のベンチャー企業を選出・表彰することで、両国のイノベーション活動の活性化やビジネスの一層の発展を促進させているところ、この機会を捉え、米国市場を狙う日本発スタートアップの事業内容をシリコンバレーのビジネス関係者にプレゼンする機会を創出するとともに現地有力者とのオンラインでのネットワーキング機会を創出。

【効果】

スタートアップ関係者、産学交流関係者、大学関係者、在サンフランシスコ総領事などが参加し、日本発で米国進出を目指すスタートアップ等が活動内容をプレゼンした。

日本発スタートアップの活動が具体的事業を通じ注目され、日本のプレゼンスを示す好機となった。



原爆投下以後75年間の平和を記念するベル・リングング式典(オンライン)(サンフランシスコ総領事館)

■実施時期 2020年8月5、6日

■実施場所 カリフォルニア州クパチーノ、オークランド、フレズノ

■関係機関 全米国際姉妹都市協会

■訴求対象 日本との姉妹都市を持つ自治体の住民

■開催規模 カリフォルニア州内22自治体

■概要・効果



【概要】

全米国際姉妹都市協会の呼びかけにより、日本と米国の多くの姉妹都市において、広島及び長崎への原爆投下以後75年間の平和を記念して鐘を鳴らすベル・リングング式典が開催された。カリフォルニア州では、22の自治体で式典が実施された。在サンフランシスコ総領事館では、イベントの事前周知活動に協力するとともに、前田総領事が、クパチーノ及びオークランドでのオンライン式典にビデオメッセージを寄せ、また、フレズノでの対面の式典に出席した。

【効果】

グラスルーツ団体である全米国際姉妹都市協会が日本との関係に焦点を絞って全米各地で実施したベル・リングング式典に参加したことで、カリフォルニア州の自治体及び姉妹都市関係有力者と草の根の関係を深めることができた。米国側の市民が主導してこうしたイベントが企画され、新型コロナウイルス感染症の感染拡大が続く最中にもかかわらずそれらが広範囲に無事執り行われ、総領事のメッセージを発信する多くの機会を得られたことは、日本に対する理解をさらに強化していく観点から、大変有益なことであった。

■実施時期 2020年8月28日

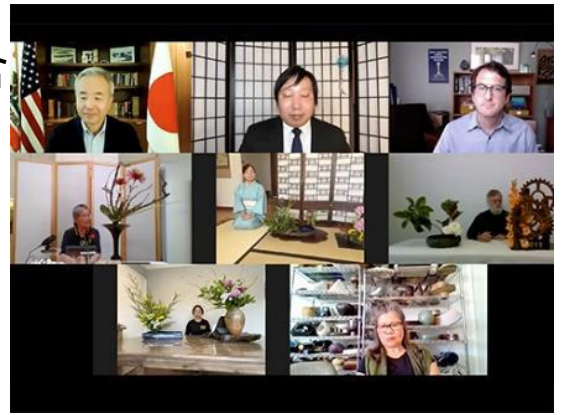
■実施場所 オンライン
(総領事館フェイスブックアカウントにて
ライブ配信)

■関係機関 生花教授連盟



■訴求対象 一般の若年層並びに生花を含む
日本文化及びフラワーアレンジメント等に
関心を有する一般市民

■開催規模 250名



■概要・効果

【概要】

生花教授連盟からの代表として、4流派(池坊、小原、草月、和風)の生花教授ら4名を講師とし、レクチャー及びデモンストレーションを実施した。1時間のプログラムの中で、日本文化や歴史に関するレクチャーと生花のデモンストレーションを行い、後半には聴衆との質疑応答の時間を設けた。

【効果】

ライブ配信の他、その後の録画配信により、動画のリーチやエンゲージメントも非常に高く、また、ゲストとして参加したサンフランシスコ市議からも高い評価を得た。オンラインイベントとして、北カリフォルニア以外の地域からの参加者も多く得られ、ハワイ、東海岸など幅広い地域に向けた生花の紹介としても効果的であった。

■実施時期 2020年10月14日～18日

■実施場所 オンライン

■関係機関 Center for Asian American Media (CAAM)

■訴求対象 北カリフォルニア在住の一般市民(特にアジア系住民及びアジア系アメリカ人若年層)等

■開催規模 300名

■概要・効果

【概要】

全米最大規模のアジア系映画祭「CAAMFest」が感染症拡大の影響で中止となったことを受け、オンラインで開催されることになった本イベントに参加し、日本酒をテーマとした長編を始めとする4作品を取り上げ、様々な角度から日本を紹介した。また、参加者の日本への関心をより深めてもらう観点から、上映前後に監督インタビュー等を併せて配信した。

【効果】

映画の題材に関連した文化団体に広報する等、必ずしもこれまで日本に関心を持っていなかった層に対しても、日本文化や日本への観光に幅広い興味を持ってもらうきっかけを与えることができた。テーマの一つであった日本酒の購買意欲を増進することができたほか、メディアでの広報や関係団体への広報に対する反響も多く得られた。



ラスベガスバーチャル秋祭り(日本祭り)における 日本産酒類需要拡大事業 (サンフランシスコ総領事館)

- 実施時期 2020年10月17日(土)、18日(日)
- 実施場所 ラスベガスにてオンラインライブ配信
- 関係機関 ネバダ州日本祭り実行委員会
(Japanese Festival Association of Nevada(JFAN))、
国際交流基金ロサンゼルス日本文化センター
- 訴求対象
日本食・食文化に興味がある米国人等
- 開催規模 約12,000名(延べ人数)



清酒試飲レクチャー



泡盛カクテル実演

■概要・効果

【概要】

ネバダ州において最大の日本文化発信の場であるラスベガス秋祭り(日本祭り)において、國酒(清酒、焼酎、泡盛)に関するレクチャーや参加者が事前に購入した清酒の試飲、また、焼酎及び泡盛をベースとしたカクテルの作り方の実演をオンライン配信。日本産酒類等のプロモーションによる需要創出・輸出促進を図る。國酒に興味のある多数の参加者が視聴し、熱心にレクチャーに耳を傾けつつ、数種類の銘柄の試飲を体験した。地元シェフによる清酒とのペアリングに適した料理レシピの紹介を組み込んだ他、著名なミクソロジストによる焼酎や泡盛をベースとするカクテルレシピの紹介・作り方の実演も行い、米国人に対して國酒の魅力がより効果的に伝わるような内容とした。

【効果】

本事業により、参加者のほぼ全てが本イベントをきっかけに日本食文化に対して良いイメージを持ったと回答した他、「酒と食事のペアリングに関しては新型コロナウイルス感染症の影響でレストランが一時閉業する中、自宅でも手軽に楽しめそうな内容で自身で試してみたい」、「焼酎や泡盛がカクテルのベースとしても使えるのは知らなかった。面白い内容であった」などといった反応が得られた。

また、本事業の実施により、一般消費者に対する日本産酒類等に関する知識啓発及び需要創出、輸出促進に繋がった。

■実施時期 2020年11月6日(金)

■実施場所 オンライン配信

■関係機関 北加ジャパソサエティ

(Japan Society of Northern California (JSNC))

■訴求対象

日本食・食文化に興味がある米国人等

■開催規模 254名(参加人数)

■概要・効果

【概要】

米国料理界のインフルエンサーである日系人テレビシェフ・ライターのカンディス・クマイ氏及びビームサントリー社社員によるレクチャー、クッキングデモンストレーション、聴衆とのディスカッションを通じて、日本産酒類、日本食・食文化の楽しみ方・魅力を発信した。

【効果】

本イベントではクマイ氏による蕎麦の作り方や抹茶の楽しみ方のプレゼンテーションの他、ビームサントリー社の玉屋氏による日本ウイスキーの魅力、ハイボールカクテルの作り方、食事との合わせ方のプレゼンテーションを組み込み、日本食・食文化に興味のある多数の参加者が参加した。

日本産酒類及び抹茶はカリフォルニア州での消費量、日本からの輸出量が近年増加している。また、カリフォルニア州における新型コロナウイルスの感染拡大に伴って、これらの主要な消費場であったカフェやレストラン、バー等の営業縮小措置が長引いている一方、オンラインによる販売量は大幅に増加している。

本オンラインイベントを契機として、このような状況が更に促進され、カリフォルニア州日系飲食企業支援、日本食・食文化の普及や日本産飲食品の輸出促進に繋がった。



クマイ氏による蕎麦のクッキングデモ



玉屋氏による日本ウイスキーのプレゼン

- 実施時期 2020年11月13日
- 実施場所 オンライン
- 関係機関 日カリフォルニア姉妹都市ネットワーク、在ロサンゼルス総領事館
- 訴求対象 カリフォルニアに所在する日本との姉妹都市の関係者(市政府及び姉妹都市協会)
- 開催規模 約170名



■概要・効果

【概要】

カリフォルニア州における日本との姉妹都市活動の活性化を目的として関係者間の連携を企図する日カリフォルニア姉妹都市ネットワーク、前田在サンフランシスコ総領事、武藤在ロサンゼルス総領事との3者共催オンラインワークショップを開催。



【効果】

開催3年目となる本年は、初めて南カリフォルニアに所在する日本との姉妹都市を招待し、過去最大となる54の姉妹都市からの参加があった。パネルディスカッションでは、姉妹都市関係を結んでいるクレセントシティ市、デルノルテ郡及び陸前高田市から、インスコア市長、ハワード郡議会議員、及び戸羽市長によるプレゼンテーションが行われ、姉妹都市関係者のみならず、日米自治体政治家を含めた交流が促進され、連携が深められた。

■実施時期 2021年2月17日

■実施場所 オンライン
(Zoom Webinar)

■関係機関 なし

■訴求対象 北カリフォルニア及びネバダ州の日本文化や音楽に興味・関心を有する一般市民

■開催規模 230名

■概要・効果

【概要】

オークランド市の箏奏者シャーリー・カズヨ・ムラモト氏と、サンタクルス市の三味線奏者カイル・アボット氏が、古典から現代、西洋音楽のジャンルにわたる楽曲を演奏し、楽器の歴史や、自身の演奏スタイルについて説明。

【効果】

北カリフォルニア及びネバダ州に限らず、米国各州、カナダ、英国を含む世界中から参加者が得られた。出演者による演奏の披露や説明のみならず、参加者が演奏者に質問する機会を設けたことにより、参加者の日本文化への関心をより高めることができた。一部の参加者は、新たに三味線や箏を習い始めることに関心を示す等、草の根レベルで今後さらに日本文化を広げていく契機とすることができた。



オンラインイベント「テックブリッツライブウェビナー」 (サンフランシスコ総領事館)

■実施時期 2021年2月17日、3月15日

■実施場所 Zoomオンラインイベント

■関係機関 スタンフォード大学
Ishin USA, Inc.
サンフランシスコ総領事館

■訴求対象

シリコンバレーのスタートアップ企業を始めとするビジネス関係者・現地有力者(投資家、大企業、大学研究者等)、シリコンバレーのスタートアップ企業との協業を狙う日本企業等

■開催規模 2月17日560名
3月15日695名

■概要・効果

【概要】

日米両国のイノベーション活動の活性化やビジネスの一層の発展を目的に、Zoomオンラインイベント「テックブリッツライブウェビナー」を開催した。スタンフォード大学アジア太平洋研究所の櫛田健児リサーチスカラー、同大学アジア・米国技術経営研究センターのリチャード・ダッシャー所長・特任教授らから、シリコンバレー、日本及びアジアにおけるDX(デジタルトランスフォーメーション)をテーマとした講演等を行い、日本市場に関心を持つシリコンバレーのスタートアップ企業を始めとするビジネス関係者・現地有力者やシリコンバレー活用を目指す日系企業に有益な情報を提供。

【効果】

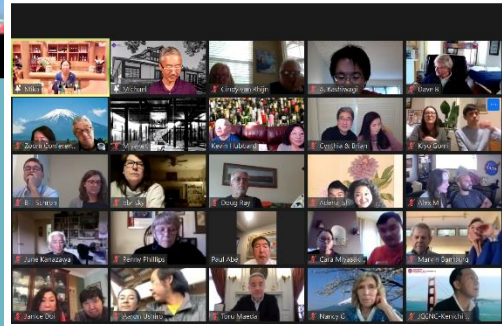
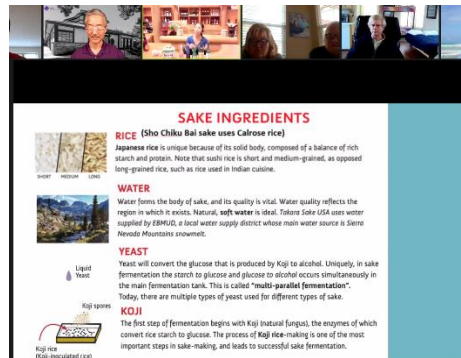
世の中を変えるイノベーションが生まれ続けるシリコンバレーで、日本企業がその中でどう戦うべきか明確な解はないものの、今回のイベントでは実際に事業開発まで進んでいる企業のベストプラクティスも共有され、こうした互いの状況をシェアし、議論を深めることができた点は大変有益であった。



- 実施時期 2021年2月18日(木)
- 実施場所 オンライン配信
- 関係機関 サンノゼ日系人博物館(JAMsj)、北加商工会議所(JCCNC)、米国宝酒造(Takara Sake USA)、米国大関(Ozeki Sake USA)
- 訴求対象

日本食・食文化に
興味がある米国人等

- 開催規模
約120名(参加人数)
- 概要・効果



【概要】

清酒に関するオンラインレクチャー

インタラクティブセッション

新型コロナウイルス感染症の影響により活動縮小の期間が長引くサンノゼ日本町内のレストラン、小売店、文化施設や日系人コミュニティの活性化を図るため、営業中のレストラン、小売店情報や、サンノゼ日系米国人博物館の活動内容を発信。併せて、酒造メーカーの協力によるオンライン酒テイastingを行い、清酒、日本食の楽しみ方・日本食や食文化の魅力を発信。

【効果】

サンノゼでは新型コロナウイルス感染症の影響によりレストランや文化施設等の営業停止又は縮小措置が長引き、経営が成り立たず廃業した店舗も多数あるところであり、サンノゼ日本町においても同様の状況。こうした困難な状況の中でもテイクアウトや屋外スペース活用等で営業を続ける日本食レストランや小売店等のPRを行うことでサンノゼ日本町の魅力の認知度向上が図られた。また、カリフォルニア州の日本企業の酒造メーカーである米国宝酒造及び米国大関の協力によるオンラインサケテイastingを併せて行うことで、サンノゼにおける日本酒文化の普及や日本企業支援が図られた。

動画を用いた清酒需要創出プロモーション事業 (サンフランシスコ総領事館)

- 実施時期 2021年3月
- 実施場所 各種SNSによる配信
- 関係機関 NEW PEOPLE, Inc.、
北加州清酒メーカー、
酒類取扱卸売会社、
レストラン等
- 訴求対象
日本食・食文化に興味がある米国人
- 開催規模 発信開始3日目で1,000名以上
(以降、継続的に増加)



サンフランシスコ総領事館公式Facebookにおける発信

■概要・効果

【概要】

カリフォルニア州の清酒PRのためのショートムービーの作成を行い、ソーシャルメディアを通じてインフルエンサーも活用しつつ発信・拡散を行う。

【効果】

清酒を中心とするアルコール飲料は日本から米国への農林水産物・飲食品輸出額品目別内訳の第一位(2019年実績)であり、とりわけカリフォルニア州では清酒に興味を持つ消費者が近年増加している。

また、カリフォルニア州では約40年前から日系清酒メーカーが現地製造会社を設立し、長年に渡る米国地域社会との信頼関係の構築や経済的な貢献により、米国飲食業界における清酒のプレゼンス向上に寄与している。これが近年の清酒の米国への大幅な輸出額増加・消費量増加に結び付いている。

新型コロナウイルス感染症を契機として、カリフォルニア州レストラン業界では営業情報などをソーシャルメディアを通じて発信を行うケースが増えていることや、飲食品をオンラインショッピングで購入する消費者が増加していることから、オンラインによるソフトコンテンツ発信が効果的である。

こうした状況下において、本事業の実施により、一般消費者に対する清酒に関する知識啓発及び需要創出、輸出促進に繋がった。

■実施時期 2021年3月11日

■実施場所 オンライン
(Zoom Webinar)

■関係機関 北加文化コミュニティセンター、
米日カウンシル、陸前高田市、
クレセントシティ市、
デルノルト郡等

■訴求対象 現地要人・一般市民

■開催規模 約280名

■概要・効果

【概要】

震災を契機に生まれた両国の市民の間の絆を振り返る行事を実施。具体的には、ルース元駐日大使からのビデオメッセージに続き、北加文化コミュニティセンターによる義援金募金活動、米日カウンシル、UCバークレー及びソフトバンク社による「トモダチ・サマー・ソフトバンク・リーダーシッププログラム」、陸前高田市、クレセントシティ市及びデルノルト郡の間の姉妹都市関係を紹介(戸羽陸前高田市長からのメッセージを含む。)

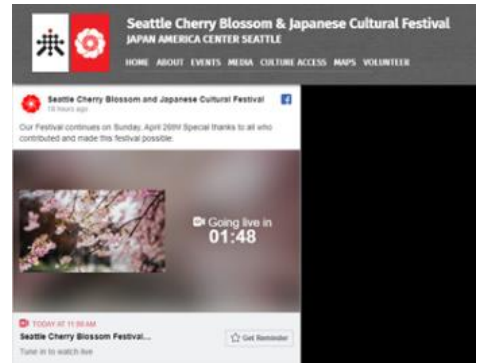
【効果】

東日本大震災に際し寄せられた支援や、これを契機に広がった交流について広く紹介したことは、日本に対する親近感のさらなる醸成につながったと考えられ、また、強固な信頼関係で結ばれた同盟国としての日本の存在感を高め、日米関係に対する関心を高める観点からも有意義であったと考えられる。

アンケートでは、参加者の9割以上が、本事業を通じて、日米関係や交流事業について理解深化や関心が高まったと回答した。姉妹都市関係を始め、日米親善事業や草の根の交流の意義や重要性を強く感じ、理解が深まったという内容のコメントが多く寄せられた。



- 実施時期 2020年4月24日～26日
- 実施場所 オンライン(日・米国)
- 関係機関 シアトル桜祭・日本文化祭
- 訴求対象 シアトル一般市民
- 開催規模 延べ約3,300名



■概要・効果

今回、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う州政府の自宅待機令等により物理的な集会行事が直前で禁止されたことから、急遽Zoomを使用したオンライン上でのライブ動画放送、録画済み動画の放送等により行われた。

実行委員会タズエ・ササキ委員長及び稲垣総領事からのライブでの挨拶、日本文化関係動画放映(JAXA山崎宇宙飛行士のQ&Aセッションなど過去の桜祭りの様子、Seward Park公園の桜、紙芝居、人形を使った民話、生け花、包丁作り、今川焼きクッキング・合気道・蕎麦作り・琴・箏・太鼓・お茶の実演等)などが行われた。

シアトル総領事館からJapan Video Topics映像へのリンク、自作の日本文化紹介動画提供を行うなどの協力を行った。

本行事を通じ、新型コロナウイルス禍においても日本文化を広く紹介することができた。

■実施時期 2020年8月19日

■実施場所 オンライン
(日・米国)

■関係機関 ワシントン州日本
文化市民会館(JCCCW)

■訴求対象 現地一般市民

■開催規模 延べ約300名

■概要・効果

JCCCWは、日本文化の継承・普及を目的に2003年に設立された非営利団体・文化施設。事務所、会議室、武道館、図書館、骨董品店(宝石箱)、金継ぎの庭等からなり、コミュニティにより広く活用されているワシントン州を代表する日系人団体。一年を通して、「子供の日」、「文化の日」等、多彩な日本文化紹介行事を実施している他、数々の歴史保存プロジェクトも行われている。また、同会館では米本土で最古の日本語学校が運営されており、現在、非日本人・非日系人を中心に約160名(大人と子供それぞれ約80名)が日本語を学んでおり、日本語学習者の裾野拡大に一役買っている。

事務所、会議室、武道館、図書館、骨董品店(宝石箱)、金継ぎの庭等からなり、コミュニティにより広く活用されているワシントン州を代表する日系人団体。一年を通して、「子供の日」、「文化の日」等、多彩な日本文化紹介行事を実施している他、数々の歴史保存プロジェクトも行われている。また、同会館では米本土で最古の日本語学校が運営されており、現在、非日本人・非日系人を中心に約160名(大人と子供それぞれ約80名)が日本語を学んでおり、日本語学習者の裾野拡大に一役買っている。

トモダチ・ガーラは同会館最大の年次総会で、毎年、ワシントン州と日本の関係強化に尽力した人物・団体を表彰している。本年は新型コロナウイルス禍のためオンライン開催となったが、シアトル総領事館からは、稲垣総領事によるメッセージ動画を提供し、ワシントン州有力者へもイベントの案内を行った。シアトル総領事館は「トモダチ・ガーラ」へワシントン州有力者を招いたテーブル買い上げを行うほか、JCCCW主催「子供の日」・「文化の日」等の文化行事でブースを出展する等の協力を行っており、シアトル総領事館の人脈拡大に役立っている。



■実施時期 2020年9月28日～10月3日

■実施場所 オンライン(日・米国)

■関係機関

ベルビューカレッジ、シアトル総領事館
シアトル日本商工会、
兵庫県ワシントン州事務所等

■訴求対象 一般市民、学生、地域コミュニティ

■開催規模 延べ約3,300名

■概要・効果

シアトル総領事館が共催する日本文化・教育等紹介を行うオンラインイベントにて、現地日本文化関連団体等の参加団体によるパフォーマンス(日本舞踊、太鼓、日本語人形劇など)、レクチャー・デモンストレーション(茶道、華道、書道、武道、歌舞伎など)の動画をサイトに掲載。参加型の企画として、けん玉、抹茶レシピ、コスプレ、日本トリビアクイズのオンライン作品コンテストが開催され多くの応募があり盛り上がった。

シアトル総領事館は、本行事全体に共催団体として、日本文化紹介動画や稲垣総領事からのビデオメッセージを提供した。

本イベントは、日本文化に関心のあるベルビューカレッジの学生ボランティアや大学等と共に日本の文化を紹介するもので、オンラインで実施したことで45カ国からアクセスがあり、対日理解・関心の向上及び親日家の開拓・育成を図ることができた。また、日本イベントの少ない秋に実施していることから、普段日本文化に馴染みのない一般市民に対し、効果的に日本文化等を対外発信できるイベントであった。

Consul General Inagaki Hisao



オンライン2021年日米友好成人式 (シアトル総領事館)

■実施時期 2021年1月17日

■実施場所 オンライン(日・米国)

■関係機関

JIA Foundation、総領事館

シアトル日本商工会、

国際交流基金ロサンゼルス日本文化センター



■訴求対象

日米新成人及びその
家族・友人、教育関係者

■開催規模

新成人80名、
その他視聴者数延べ約1,400名



■概要・効果

【概要】

NPO団体JIA foundation 主催、シアトル総領事館後援により第二回「日米友好成人式」がオンラインで開催された。参加した日・米の新成人全員の画面が映し出されたほか、日本における成人式文化・着物紹介動画の放映、総領事・現地コミュニティ代表者・著名人から応援メッセージが寄せられ、新成人を見守る多くの視聴があった。式典後は、新成人間でクイズや懇談を通じた交流が行われた。

【効果】

本行事は、成人式という日本の行事を通じて、日本文化の広報、日米その他の国の若者交流を促進するものであり、有意義な機会となった。

■実施時期 2021年1月23日

■実施場所 オンライン(日・米国)

■関係機関

総領事館、ワシントン州日米協会、二世退役軍人(NVC)、笹川平和財団米国、JUMP、全米日米協会連合会



■訴求対象

米軍関係者、自衛隊関係者、NVC関係者他

■開催規模 延べ約250名



■概要・効果

ワシントン州日米協会は当地NVC(二世退役軍人会)の協力を得て、2016年より毎年、当地米陸軍ヤキマ演習場において日米共同訓練「(雷神(Rising Thunder))」(2019年より隔年開催)を行っている我が国陸上自衛隊と米陸軍第1軍団をNVC会館に招き、「Japan-US Military Program (JUMP)」の枠組みの下、懇親会を実施しており、今回で5回目となる。

今回は新型コロナウイルス禍でオンラインでの開催となったが、キーノート・スピーカーとして日米両国の陸海空軍の将官が3名講演し、約240名がライブ視聴した他、一般出席者の中にも、数名の将官級の高官や在日米軍関係者の日本からの参加も見られた。在シアトル総領事から冒頭挨拶を行った。

同イベントは、NVC、我が国自衛隊、米陸軍第一軍団関係者が一堂に会して交流するという画期的な集まりで、年中行事として定着している。日米安全保障関係の重要性を確認する上で、非常に有益なイベントであり、関係者の絆を深められた。

■実施時期 2021年1月28日

■実施場所 オンライン

■関係機関

日米協会、総領事館、
ワシントン州企業関係者

■訴求対象

当地経済・文化関係者

■開催規模 約60名

■概要・効果

【概要】

当日、稲垣総領事より挨拶を行ったほか、地元日系文化団体によるお琴の演奏動画が放映されたほか、地元日本食レストランによる特別メニュー（お弁当）と酒テイastingがアレンジされ、参加者は地元米国人酒製造業者による日本酒についての説明（種類、作り方、楽しみ方）を聞きつつ、活発な交流が行われた。

【効果】

ワシントン州の経済界・文化関係の幹部などが集まる場において、日本文化の広報、日米交流を促進することができ、有意義な機会となった。



JAS-Net 新年会



■実施時期 2021年2月11日

■実施場所 オンライン(日・米国)

■関係機関

総領事館、
日本産食材サポーター制度登録店

■訴求対象

一般市民、レストラン関係者

■開催規模 約175名

■概要・効果

【概要】

現地において、日本産食材サポーター店の協力を得て、毎月11日を日本食を楽しむ日とし、特別メニューの提供などを実施しているところ、このPRを兼ねたお寿司に関するウェビナーを実施。

Sushi Kappo Tamuraの北村シェフをスピーカーに招き、お寿司に関するレクチャーを対談形式で実施したほか、参加者から質問に答えた。冒頭、稲垣総領事からビデオメッセージを提供したほか、作成した日本産食材・日本食文化に関する動画を放映した。

【効果】

シェフから直接話を聞ける機会となり、当日は多くの視聴があった。日本食・寿司に関する詳細な話題があり、米国における理解促進につながったほか、日本食の日行事を通じた日本産食材・日本食文化広報を行うことができた。



■実施時期 2021年2月16日、17日

■実施場所 オンライン(日・米国)

■関係機関

シアトル総領事館、州政府商務局、
イノベーション・ファインダーズ・キャピタル(IFC社)、
JETROサンフランシスコ、大阪産業局、
ベルビュー市、オリック法律事務所、
SWANベンチャーグループ

■訴求対象

米国スタートアップ企業、日系企業、
州政府政策担当者

■開催規模 延べ約380名

■概要・効果

日本のベンチャー・キャピタルであるIFC社が、ワシントン州で米国と日本のIT企業を結びつけるミートアップ会合を2016年から開催しており、今回は新型コロナウイルス感染症拡大防止のためオンラインにて、日米スピーカーから説明、ワシントン州スタートアップからのピッチイベント(AI技術の紹介)が行われた(今回で16回目)。冒頭、稲垣総領事が挨拶。

現地スタートアップ企業10社が参加し、自社の持つAI技術等に関する説明が行われた。日本企業は興味があったスタートアップに個別に連絡をとり商談が進められることとなっている。

本件は、2016年6月に署名された日本とワシントン州の協力覚書に基づくイベントとして、州政府の高い関心を引き寄せステイーヴン・マッシュワリーICT分野経済発展部長が参加。

ワシントン州からの投資・コンサルタント企業も参加し、将来的な日・ワシントン州間のビジネスに関する支援可能性について関心を高めることにつながった。



「日・米国ワシントン州における気候変動対策としての森林保全及び木材製品・木造建築」ウェビナー(シアトル総領事館)

■実施時期 2021年2月18日

■実施場所 オンライン(日・米国)

■関係機関

シアトル総領事館(主催)

ワシントン州商務局(共催)

林野庁(後援)、JETROサンフランシスコ(後援)

■訴求対象

米国及び日本の森林・林業、
木材産業・建築関係者

■開催規模 126名

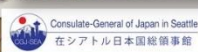
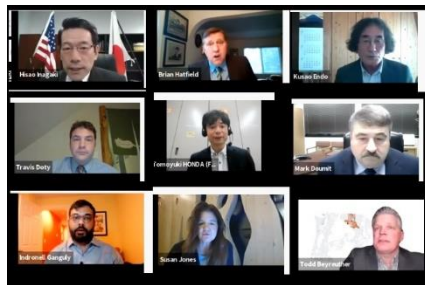
■概要・効果

【概要】

ワシントン州商務局及び林野庁と連携し、近年米国内でも関心が高まっている気候変動と木材利用をテーマに、6名のスピーカーを招き、日本及びワシントン州における持続可能な森林管理及び木材利用の取組を紹介するウェビナーを実施。冒頭、稲垣総領事から挨拶を行ったほか、州商務局から挨拶があった。

【効果】

日米における気候変動への取組をPRすることができた。オンラインの利点を活用し、日本側や米国他地域などに住む、通常の現地集会行事には参加できないような離れた場所にいる関係者までリーチアウトすることができた。また、近年、日本産木材の米国輸出(特にスギのフェンス材)が増加している中、林野庁や日本輸出振興協会からスピーカーを招き、日本の持続可能な森林管理、CLT(Cross Laminated Timber)を含む木材利用を通じた地球温暖化への取組、日本産スギフェンス材に関する正しい情報を米国にPRすることができた。加えて、これまで付き合いの少なかった米国森林・木材製品関係者とのコネクションを強化することができた。



■実施時期 2021年3月6日

■実施場所 オンライン

■関係機関

兵庫県ワシントン州事務所、シアトル総領事館
日米協会、ワシントン州日本語教師会

■訴求対象

ワシントン州の学生、日本語教育関係者

■開催規模 約130名

■概要・効果

【概要】

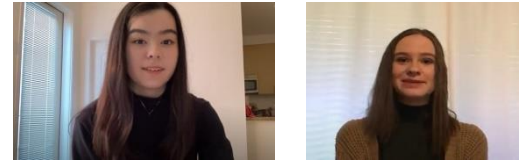
今回が第一回目の開催となる「日本語フェスティバル」は、兵庫県ワシントン州事務所、日米協会およびワシントン州日本語教師会と連携して実施。ワシントン州で日本語を学習する高校生および大学生を対象とした、「ワシントン州スピーチ・スキットコンテスト」、日本に関するクイズ大会、現役のJET参加者による日本からの報告、柳家東三樓氏による落語鑑賞会などを実施。総領事が閉会の挨拶を行った。

【効果】

ワシントン州は全米でも日本語教育が盛んな地域であるが、その一方で学習者が授業外で実際に日本語を使用する機会は限られている。本イベントにより、生徒が日頃の学習モチベーションを維持する上で目標となる場を提供することができた。また、近年は日本語学習を取り巻く環境が厳しくなる中、参加した教育関係者に対して日本語教育に関連した活発な取り組みや関係機関による支援について周知することができた。

また、本イベントでは現役のJET参加者にも協力してもらい、日本での生活やプログラムの紹介を実施。将来JETに参加する可能性が高い層に対して、効果的に広報を実施することができた。

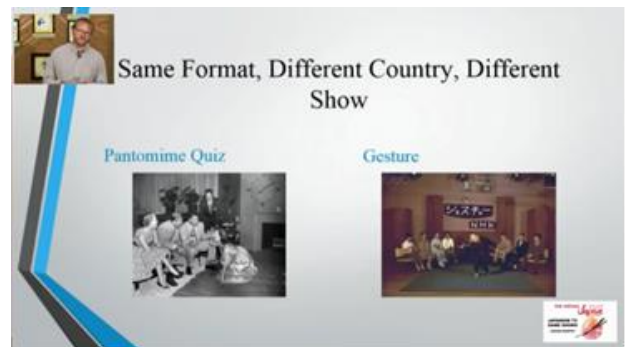
更に、本イベントはオンラインで一般に公開されたことから、広く日本に関心のある層に対しても日本の魅力を改めて発信することができた。



大カンザスシティ日本祭り (シカゴ総領事館)

- 実施時期 2020年9月15日～10月4日
- 実施場所 オンライン
- 関係機関 大カンザスシティ日本祭
実行委員会

- 訴求対象 一般市民
- 開催規模 約2,500名



■概要・効果

【概要】

大カンザスシティ圏及び中西部の住民を対象にした、カンザスシティ及びその周辺で最大規模の日本紹介行事で2020年で23回目の開催。邦楽（和太鼓、ギター、J-POP等）、飴細工、着物、浴衣のデモンストレーション、太鼓、日本語、書道、合気道、居合術、剣道等のワークショップ、ゲームショー、折り紙、日本画、紙芝居等に関する講演等の計21本の動画の特設ウェブサイトで公開。会場開催と変わらぬラインアップ及び質を維持し、日本及び日本文化について幅広く紹介した。

【効果】

参加者へのアンケートの結果、初参加者が30%を占め、カンザス市内や同郊外に限らず幅広い層にリーチすることができ、新たな親日層の開拓につながった。さらに、アンケート回答者全員が、満足5(最高点)の評価をつけ、普段、日本に触れる機会の少ない米国中部における複合的・多面的な日本祭を通じ、効果的に草の根レベルの日本文化発信及び対日理解促進を行うことが出来た。

■実施時期 2021年3月3日

■実施場所 ミシガン州カラマズー市
(オンライン)

■関係機関

ウェスタンミシガン大学
曾我日本研究センター

■訴求対象 大学生、一般

■開催規模 57名



Consulate General JAPAN
DETROIT

WESTERN MICHIGAN UNIVERSITY

How Will Study Abroad and Student Exchange Evolve in Japan during and after COVID-19?

online talk by
Dr. Hiroshi Ota
Hitotsubashi University, Tokyo

9 a.m. Wednesday, March 3, 2021

■概要・効果

【概要】

「新型コロナウイルス感染症の影響下で日本の海外留学と国際学生交流はどう変化するのか」と題する講演会を実施。新型コロナウイルス感染症の感染拡大で大学の海外留学と国際学生交流は大きな打撃を受けている中で、日本の海外留学と国際学生交流をどう再構築するか、また新型コロナウイルス感染収束後の日本の国際学生交流の展望について講演。

【効果】

曾我日本センターは、ミシガン州内に2つある日本研究センターの1つである。本年度は新型コロナウイルスの感染拡大を受け、対面事業を全て凍結せざるを得ない状況となったが、今回、本事業の実現により、曾我日本センターから日本に関する発信を行うことで、日本のプレゼンスを学内外に示し、今後の日本研究と日本との国際交流継続の重要性を発信し、関係者・参加者が共に日米交流の重要性を再認識する貴重な機会とすることができた。

■実施時期 2021年3月6日

■実施場所 オハイオ州(オンライン)

■関係機関

セントラル・オハイオ日米協会、オハイオ日本語教師協会



■訴求対象 学生

■開催規模 50名



■概要・効果

【概要】

チームによるトーナメント方式での日本及び日本語に関連するクイズ大会。2部門に分かれて日本関連知識を競った。

【効果】

日本語学習を継続するためのモチベーションを与えることにより、JETプログラム及び国費留学生への参加等を含めて次世代の知日家の育成に資することが期待できる他、大学での日本語学習希望者の増加も期待できる。新型コロナウイルスの感染拡大のため、オンラインでの開催となったが、参加した学生は難易度の高い問題にも積極的に挑戦し、事業を楽しんだ。

■実施時期 2021年3月13日

■実施場所 オハイオ州(オンライン)

■関係機関

中央オハイオ日米協会(JASCO)、COJAC、
ダブリンテクニカルシステム、HIDAKA USA、
Honda Trading、国際交流基金ロサンゼルス
日本文化センター、
Japan Marketplace、Nissin Travel、
オハイオ大学、オハイオウェズリヤン大学、
オハイオ州立大学、Schneider Downs、
THK、VORYS

■訴求対象 高校生、大学生、日本語学習者、
教師、一般

■開催規模 50名

■概要・効果

【概要】

オハイオ日本語スピーチコンテストの本選。高校生の部に5名、大学生の部に9名、大学生アドバンス部門(1年以上の長期日本滞在経験者)に3名の大学生が出場。それぞれがスピーチを行った後、審査員からの日本語での質問に答えた。

【効果】

日本語学習のインセンティブを与えるだけでなく、JETプログラムや国費留学プログラムへの参加を含め、次世代の知日家を育成することを期待。



コロラド州オーロラ市における節分・柴犬祭りの実施 (デンバー総領事館)

■実施時期 2021年2月13日及び14日

■実施場所 コロラド州オーロラ市
(スタンレーマーケット・プレイスの
巨大なイベントセンター (The Hanger))

■関係機関 南コロラド日米協会、
コロラド日米協会共催

■訴求対象 デンバー、オーロラ、コロラド・
スプリング在住の一般市民(日本に関心を深めるであろう愛犬家)



■開催規模 250名

■概要・効果

【概要】

第2回目となる今回は、節分にあわせ、「鬼/COVIDは外、福/犬は内/家」をテーマに実施。当地で今冬一番の寒波となったにもかかわらず、2日間で100頭以上の犬、200人以上の人々が参加し(事前登録制で実施)、和風グッズを背景に、犬用着物を着用しての写真撮影会、節分・豆まき体験、日本酒の試飲など、様々な日本文化を家族で楽しむことが実現。恵方巻のテイクアウトも提供し、一層の日本食・食文化の促進・普及にも貢献。日本酒の紹介には、デンバーの姉妹都市である岐阜県高山市のお酒3種、一昨年にスタンレーマーケットを訪問したくまモンの地元熊本県の梅酒を使用し、日本の地方文化を紹介。



スタンレーマーケットの積極的な関与により、飼い主が買い物をする間に犬を預かるための犬の遊び場も設置された他、Hartz社(The Hartz Mountain Corporation)からも参加者に犬用おやつなどが配布された。

【効果】

全米の中でもドッグフレンドリーな当地において、新型コロナウイルス感染症禍で新たに犬を迎える家庭が急増する中、「鬼/COVIDは外、福/犬は内/家」をテーマに、安全に配慮しつつ、これまでアメリカで馴染みの薄い日本の節分を紹介し、日本文化の発信とともに、地域の活性化につなげることができた。企業(含:マーケットプレイス、日本食レストラン、日本酒販売店)などの積極的な関与により、コロナで経済活動が低迷するなか、消費活動・経済交流も促進。事後、日本食レストラン訪問客、日本酒の購入が増加中。

- 実施時期 2020年8月18日
- 撮影場所 ナッシュビル日本国総領事公邸
- 訴求対象 米国内の一般消費者
メディア関係者等

■概要・効果

【概要】

ナッシュビル領事館公邸料理人が日本産牛肉(和牛)及び日本産米を使った和食2品(すき煮、ちらし寿司)を調理し、その調理過程を撮影。福鳶総領事挨拶の後、公邸料理人の調理に合わせて食材の特徴や味、調理方法について紹介。併せて、地元米国人製造の日本酒も紹介。

料理の写真と映像は、ナッシュビル総領事館SNS及び外務省×公邸料理人のフェイスブックに掲載。

また、当日は地元記者1名も参加し、食材や日本の和食文化を取材。

【効果】

米国人にはなじみの少ない日本産牛肉(和牛)及び日本産無洗米の特徴や味について詳しく解説したことで、日本産食材の良さや米国产食材との違いを印象付けることが出来た。また、和食2品の調理過程をデモンストレーションしたことで、調理法や日本の食文化についての理解促進に繋がったと評価できる。

ナッシュビル総領事館SNS等を通じ、米国内の一般人を含む多くの人々に対し、日本産牛肉(和牛)や日本産米、そして日本の和食文化を広報発信することが出来た。当プロモーションの様子は、Nashville SCENE(現地メディア)に記事が掲載され、日本産食品の魅力を実効果的に発信することができた。



- 実施時期 2021年1月～2月
- 実施場所 テネシー州・ケンタッキー州
- 対象 上記2州の日系企業5社
(イノアック・パッケージグループ、イノアック・ノースアメリカ、ムラカミUSA、コーワケンタッキー、株式会社タダノ)

■概要・効果

【概要】

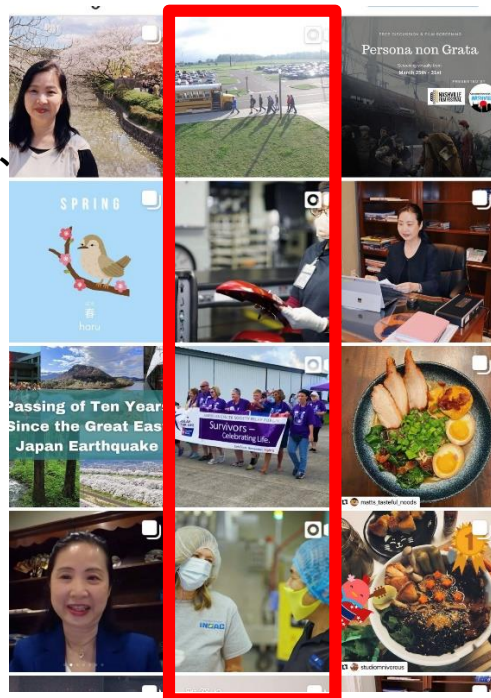
管轄5州(ケンタッキー州、テネシー州、ミシシッピ州、アーカンソー州、ルイジアナ州)の日系企業に対し、各企業における地域貢献や従業員への福利厚生等の取組についてアンケートを実施し、そのうち動画作成希望のあった5社のコンテンツを制作。

動画の制作は、ロサンゼルスに所在する日系企業(映像制作)に委託して、各企業の米国における日本らしさや地元地域・住民へのさまざまな貢献・取組などを取材した動画(各1分)を、ナッシュビル総のソーシャルメディアに投稿した。

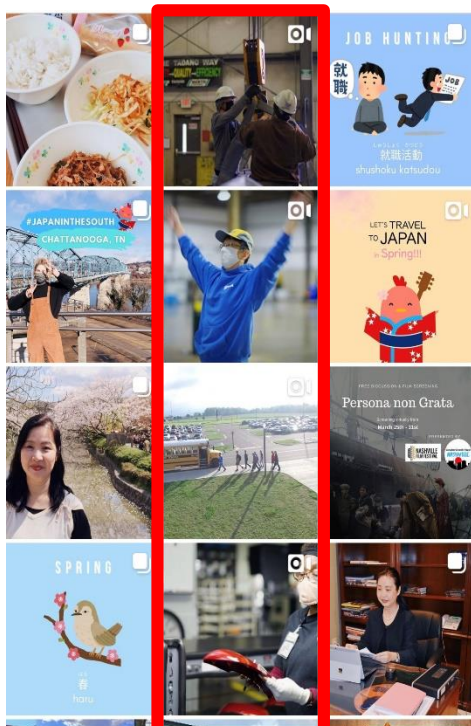
【効果】

ナッシュビル総領事館のインスタグラムやフェイスブックに投稿した動画は、日系企業関係者や在米大等のシェアにより、多くの米国民に各日系企業の取組を知り、日本の文化を理解するきっかけとなった。また、5社・6本の動画は、日系企業が米国において良き市民として、参加した企業の地域だけではなく、各コミュニティとともに所在することを、米国民に対して草の根レベルで広報することができた。

なお、本動画に参加した企業からは、従業員が一致団結して、本動画作成に参加したことにより、新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだムードから一変して社員のモチベーションを上げる副次的な効果も生まれ、社内の雰囲気良くなったという声も複数あった。



ナッシュビル総インス タグラムにおける投稿



- 実施時期 2021年1月
- 実施場所 テネシー州・ケンタッキー州
- 訴求対象 上記2州の一般市民
- 開催規模 約393,000名(米国内)
- 概要・効果

【概要】

日系企業(イノアック・パッケージグループ、イノアック・ノースアメリカ、ムラカミUSA、コーワケンタッキー、株式会社タダノ)の地域貢献や従業員への福利厚生等の日系企業ならではの取組を動画にしたものを、より多くの州民に知ってもらうことを目的に、2州において、オンラインテレビで4週間放映。

結果:各社ともに20万回~32万回のインプレッション(表示回数)・閲覧数は、17万2千回~26万9千回、合計125万9千回となり、多くの州民に視聴された。

【効果】

ナッシュビル総領事館のSNSに投稿し、草の根レベルで広報を行った上、オンラインテレビを通じて公共のツールで放映したことにより、多くの一般米国市民に視聴され、各日系企業への理解促進、及び日本や日本文化を知る機会となり、日系企業や日本(アジア)へのイメージアップに寄与。

また、コンテンツに協力した各企業の従業員から日系企業で働いていることへの感謝や喜びの声が表示された。

さらに、各企業の日本の本社及び各種メディアにも取り上げられ、日本国内においても、米国内の活動について理解が深まり、双方で日米の友好関係強化の一助となった。

Screenshots

Verizon



Screenshots

Fox News



Screenshots

MSN



Screenshots

ABC



Screenshots

AMC



在ナッシュビル総領事館
インスタグラム、フェイスブックに掲載

- 実施時期 2021年1月13日
- 撮影場所 ナッシュビル日本国総領事公邸
- 訴求対象 米国一般人

■概要・効果

【概要】

ナッシュビル総領事館公邸料理人が日本産の和牛、米、及び農産品を使った和食2品(和牛ステーキ丼及びふじりんごどら焼き)を調理し、その調理過程を撮影。公邸料理人の調理に合わせて材料及び調理方法をキャプションにより紹介した。

動画の中では合わせて日本産和牛及び米の写真と特徴についての情報も掲載し、日本産食材の魅力をアピールした。撮影した写真と映像は、ナッシュビル総領事館SNS(インスタグラム及びフェイスブック)及び外務省×公邸料理人のフェイスブックに掲載した。

【効果】

本料理動画で調理した2品は、米国人にとって身近なステーキ肉を使用し、受け入れられやすい部位を選定。デザートには当地で入手できるパンケーキミックスを使用したことで、テネシー州でも入手しやすい食材と日本産食材を組み合わせた。デモンストレーションは、一般の家庭でもより手軽に再現できるように、作り方やレシピを簡易にし、キャプションで補足を行った。日本食材の知名度向上及び日本の食文化についての理解促進に繋げるため、日本産食品及び和食の魅力を効果的に発信することができたと思う。



- 実施時期 2021年2月～3月(1か月間)
- 実施場所 全米(アラスカ州、ハワイ州を除く)
- 訴求対象 米国一般市民
- 概要・効果

【概要】

本案件は、東日本大震災後の東北地方の復興支援と日本産農産物(食材)の広報を目的に、東北産のA5和牛・サーモン・コメを主材料にしたお弁当をロサンゼルスに所在する全農アメリカ及び日本食ケータリング会社(J BENT BOX)の2社の日系企業と協力して、期間限定のお弁当「みちのく重」を全米で販売。本プロジェクトは日米間の友好関係の印として、東北地方の復興の一助となり、日本産農産物の紹介及び認知度をあげることも目的とした。

【効果】

各媒体(ラジオ、SNS、Webサイト等)での広報や管轄州の日米協会、JETRO等の協力により、121セット(726食)を販売することができた。販売内訳は日本人(永住の日系人含む)及び米国人等で約半数ずつとなり、管轄5州(ケンタッキー州、テネシー州、ミシシッピ州、アーカンソー州、ルイジアナ州)やカリフォルニア州のほか、ジョージア州、ニューヨーク州、テキサス州など広範囲からの注文を受けることができた。

購入者からは、高品質の日本の食材で真の日本食を味わうことができた、過去に日本に在住していた米国人から、やはり日本食は美味しい、日本の和牛やコメを初めて食べたが美味しさに驚いた等の高評価を得た。特に中西部・南部州の購入者にとって、日本食レストランや食材店が少ないため、本案件を通じて日本食や農産物を紹介することができた。

なお、J BENTO BOXから、本プロジェクトを通じて、日系人からの新たなニーズを知るきっかけとなり、今後、米国において日本食・農産物を広めていくことが使命であると改めて認識できた、とコメントがあった。



■実施時期 2021年2月～3月

■実施場所 テネシー州

■対象 日系企業7社及び関係者

(北米日産会社(スマーナ)、ブリヂストン・アメリカス、デンソー、カサイノースアメリカ、ユニプレスアメリカ会社、東プレアメリカ、ヤザキ)

■概要・効果

【概要】 テネシー州の日産スマーナ自動車工場及び関連の日系企業(部品製造業)の地域への貢献や従業員への取組について動画を作成。

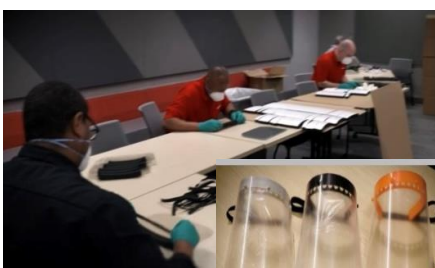
ロサンゼルスに所在する日系企業(映像制作)に委託して、テネシー州における日系企業の活動紹介を通じ対日理解促進に向けた広報を行うため各企業取材した。

【効果】 本動画の制作により、改めて各企業の地域貢献や役割、経済効果等を従業員や各地域の住民に気付いてもらうきっかけとなった。

動画制作にあたっては、日系企業が、米国人従業員だけではなく、その他のナショナリティやジェンダーにも配慮して雇用していること、福利厚生や地域への貢献などを含め、日系企業が米国において、良き市民の一員として各コミュニティの中に溶け込み存在していることを広報した。(注)

また、北米日産会社をテネシー州に誘致した当時のアレクサンダー州知事・元連邦上院議員やロルフ経済開発庁長官も出演し官民の連携による日米経済関係強化への取組をアピールした。

(注)本動画の放映は、令和3年度に実施した。
在ナッシュビル総領事は、ビル・リー・テネシー州知事表敬時に、この動画を活用して日系企業支援の働きかけを行った。



Eatadakimasu! (公邸料理人による日本料理紹介動画) (ニューヨーク総領事館)

■実施時期 2020年5月～9月(計6回)

■実施場所 ニューヨーク州ニューヨーク市
在NY総領事・大使公邸
(オンライン配信)

■訴求対象 一般市民

■開催規模 各回1,500名程度

■概要・効果

【概要】

新型コロナウイルス感染症の影響により外出が難しくなった人々に、自宅で気軽に美味しく日本の味を楽しんでもらうことを目的として、公邸料理人による料理動画「Eatadakimasu!(Eat+Itadakimasu)」を作成し(英語字幕付き)、領事館Facebook及びYouTubeアカウントにて発信。紹介する料理は比較的簡単に作成できるものを選択し、材料もニューヨークにて購入可能なものとした。

【効果】

日本人、米国人を問わず多くの反響があり、特に動画形式で細かく作業風景を映したことに対して、非常に分かりやすいとの好意的な反応が多く見られるなど、日本料理のプレゼンス向上に資するものとなった。また、料理の合間に料理人へのインタビューを取り入れたことに対しても反響があったほか、これまであまり表に立つことのなかった公邸料理人の活動についてニューヨークに広くアピールするよい機会となった。



- 実施時期 2020年5月12日
- 実施場所 ニューヨーク州ニューヨーク市
(オンライン配信)
- 関係機関 Japan Society
- 訴求対象 一般市民
- 開催規模 2,000名程度



■概要・効果

【概要】

“Tea Time”は、ジョシュア・ウォーカー・ジャパン・ソサエティー理事長と各分野の専門家1名が、日米関係の様々なトピックについて比較的カジュアルな雰囲気の中で15分～20分程度会話を行うYouTubeチャンネル番組。当番組に山野内大使が出席し、新型コロナウイルス感染症の危機においてプロフェッショナルとしてどのような対応を行っているか等について自身のこれまでの外交官としての経験等を交えつつ対談を行った。

【効果】

当番組はJapan Societyの有するネットワークを通じて広く広報され、新型コロナウイルス感染症の影響により、ウイルスに関する様々な情報が錯そうしていた当時の状況下において、日本の現状をニューヨーク市民に分かりやすく伝える機会となった。また、ニューヨークの日系企業がニューヨークの医療従事者に対して行っている支援等を紹介するなど、新型コロナウイルス禍における日本の貢献をアピールすることにもつながった。

- 実施時期 2020年9月～2021年3月
- 実施場所 ニューヨーク州ニューヨーク市
- 訴求対象 シェフや食関係のインフルエンサー
- 開催規模 10名(少人数制ディナーイベント)



■概要・効果

【概要】

ミシュラン三つ星のレストランで料理長を務めた経験のあるフランス人シェフ(Laurent Gras)と提携。ヨーロッパの食材・食文化と「和牛」の融合をコンセプトとして、シェフによるメニュー開発、調理シーンのビデオ撮影、SNSでの情報発信を実施。また、現地のシェフや食関係のインフルエンサーを招いた少人数制のディナーイベントを実施。



【効果】

調理シーンのビデオについては、各SNSの特性を踏まえた長さのビデオや記述内容で投稿したほか、各SNSで投稿のタイミングをあえてずらし、和牛関係の雑誌記事のシェアと同時にビデオを再投稿するなどにより、単発ではない息の長いプロモーションを実施した。

ディナーイベントでは、単に料理を提供するだけでなく、調理法や活用法の解説・実演など、参加したシェフらへの教育的要素も盛り込まれた。参加者からは「ステーキよりもバラエティ豊かな調理法が和牛には向いていることが分かった」など今後の和牛の活用につながる具体的な感想が得られたほか、インフルエンサーによるSNS投稿によって、幅広い層に和牛の魅力が訴求された。

日本クラブWEB公募美術展 “Forward Together” 大使賞 受賞作品公邸展示（ニューヨーク総領事館）

■実施時期 2020年10月26日～2021年3月1日

■実施場所 ニューヨーク州ニューヨーク市
在NY総領事・大使公邸

■関係機関 日本クラブ

■訴求対象 政府等関係者、学術関係者、
文化関係者等

■開催規模 150名程度

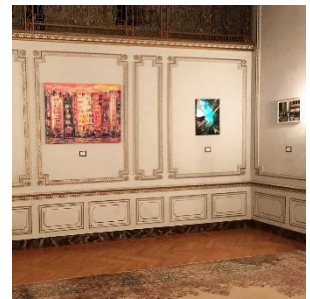
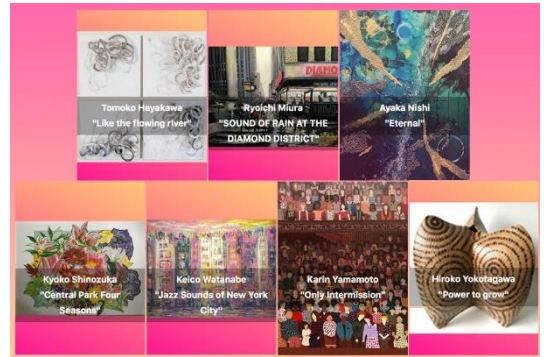
■概要・効果

【概要】

日本クラブ主催により、新型コロナウイルス感染症のパンデミックによって活動の場を制限された米東部ニューヨーク、ニュージャージー、コネチカットの3州に在住の、主に日本人アーティストの創作活動を支援するため、インターネットを活用して作品を公募し、優秀な作品を日本クラブWEBギャラリー上に掲載。総領事館からは、山野内大使が審査員の1人として参加したほか、優秀作品の中からさらに7点を「大使賞」として選び、公邸に展示。

【効果】

新型コロナウイルス感染症の影響のため、公邸への来訪者は限られていたものの、政府関係者や美術館等の文化関係者、大学教授等の学術関係者を中心に大使賞受賞作品を紹介したところ、大変多くの好意的な反応があった。こうした作品紹介をきっかけとして訪問者との会話が弾み、有意義な意見交換に繋がったほか、ニューヨークの日本人アーティストの活動を有識者に発信する価値ある機会となった。



Friday Concert Series at Ambassador's residence (公邸コンサート) (ニューヨーク総領事館)

■実施時期 2020年10月30日(以降、毎月1回実施)

■実施場所 ニューヨーク州ニューヨーク市
在NY総領事・大使公邸
(オンライン配信)

■訴求対象 一般市民

■開催規模 各回2,500名程度

■概要・効果

【概要】

新型コロナウイルス感染症の影響により困難に直面しているニューヨークの日本人音楽家を支援するため、毎月1回金曜日に公邸にて音楽コンサートを実施。新型コロナウイルス対策のため、観客を最小限とする一方で、コンサートの模様をニューヨーク総領事館Facebookアカウントを通じてライブ配信を行い、ニューヨーク市民のみならず、世界中で視聴できるよう整備。また、コンサート実施後はニューヨーク総領事館YouTubeアカウントでも動画を公開している。

【効果】

実施当初から大きな反響があっただけでなく、回を重ねるごとに視聴者数も大幅に増加し、直近の動画ではFacebookで5,000回以上の再生があった。また、12月に行われたピアニストの木川貴幸氏によるコンサートはThe New York Timesの”10 Classical Concerts to Stream in December”で紹介されるなど、ニューヨークでの注目も高まっており、日本人音楽家のプレゼンスの向上に資するものとなっている。



お弁当プロジェクト(日本食弁当を医療従事者などへ配布) (ニューヨーク総領事館)

- 実施時期 2021年2月～2021年3月
- 実施場所 ニューヨーク州ニューヨーク市
- 訴求対象 医療従事者、警察官など、
新型コロナウイルス禍に最前線で働く人々
- 実施規模 計1,059食の日本食弁当を配布
- 関係機関 ニューヨーク日系人会、
ニューヨーク日本食レストラン協会



■概要・効果

【概要】

日本食の普及にかかる広報の一環として、NY市内の日本食レストランが提供するお弁当を、医療機関、警察署、消防署、鉄道会社などに配布する「お弁当プロジェクト」を実施。日系人会のネットワークを活かした配布先の調整、レストラン協会を通じた参加レストランの募集など、各団体と連携した取組となった。

主な狙いを①コロナ禍でも最前線で働く方に感謝と敬意を伝達、②日本食レストランの支援、③お弁当という日本食文化の普及、④日本国内の食品関係者に需要の機会を提供、とした「一石四鳥」の取組となった。



【効果】

弁当を受け取った方へのアンケートでは、平均評価が5段階中4.8と高評価を得た。「食を通して異文化理解が深まった」、「日本食は以前から好きだが、普段レストランで注文しない品目が食べられたのがよかった」などのコメントが寄せられ、日本食・食文化への理解が促進された。

参加レストランのオーナーからも多数の感謝の声が届き、「社会的意義のあるプロジェクトに参加することで、従業員の士気も上がった」などのコメントもあった。

また、日系メディア(テレビ東京、日本経済新聞、時事通信、週間NY生活)でも多く取り上げられたことで、NY市内の在留邦人からも取組を評価する声が寄せられた。

焼酎プロモーション(体験型オンラインセミナー) (ニューヨーク総領事館)

- 実施時期 2021年2月～3月
- 実施場所 ニューヨークよりオンラインで配信
- 訴求対象 バー、レストラン、酒小売店、食メディア関係者
- 開催規模 焼酎・料理付き参加者:30名
録画分の視聴回数:約4,000回(2021年3月時点)

CONSULATE GENERAL OF JAPAN IN NEW YORK
BRINGS YOU

EXPERIENCE
SHOCHU

Japanese craft spirits in America
Classical and Modern

MON, FEBRUARY 22, 2021 |
FROM 3PM TO 4:30PM

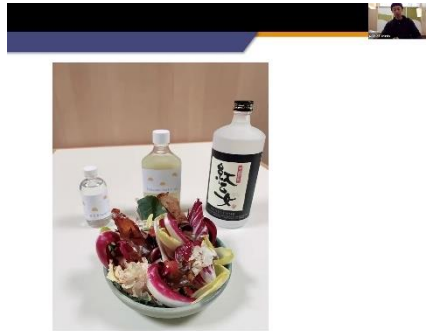


■概要・効果

【概要】

日本を代表する蒸留酒「焼酎」の魅力を伝えるため、「Experience Shochu」と題したオンラインセミナーを実施した。参加者には、焼酎小瓶、焼酎カクテル小瓶、ペアリング用の料理を事前に配送し、実際に試飲、試食ができるような工夫をした。当日のセミナーは、

- ①焼酎の製造工程の特徴など、基本的な説明、
- ②芋や麦など各地の風土にあった原料が使われていることなどを通じて、焼酎にはストーリー、サステナビリティがあることを強調、
- ③日本から参加した焼酎生産者から、各商品の特徴を紹介、
- ④カクテルと料理などを準備したレストランから、ペアリングの狙いを解説など多彩なコンテンツを詰め込んだ内容で実施した。



【効果】

参加者の80%以上がほぼフルで視聴し、アンケートの平均評価は5段階中4.4と、満足度の高いセミナーとなった。質疑応答では、焼酎の入手方法など具体的なビジネスに波及するやり取りも生じた。

録画分の拡散にも成功し、一般消費者も含んだ「焼酎」への関心の高まりと、今後の可能性を示唆するプロモーション事業になった。

- 実施時期 2021年2月25日
- 実施場所 オンライン
- 関係機関 ジャパンソサエティー
- 訴求対象 米国人知識層、一般米国人他

■開催規模 517名

(主催者)

Joshua Walker氏 / Japan Society 理事長

(モデレーター)

James Gannon氏 / 米国法人日本国際交流センター事務局長

(パネリスト)

齋藤智也氏 / 国立感染症研究所 感染症危機管理研究センター
センター長

坂元晴香氏 / 慶應義塾大学医学部医療政策 管理学教室特任助教



■概要・効果

【概要】

モデレーター、パネリスト2名によるオンラインセミナー”Combating COVID-19: Japan’s Response & Efforts”を開催した。新型コロナウイルスに関する日本の最新状況から、ロックダウンをせずとも感染者数を抑えられた理由、高齢化社会でありながら死亡率が他国と比較して低い理由などを、日本の医療体制や、生活習慣をベースに2人の専門家が解説した。

【効果】

オンラインでの実施により、全米各地、日本からの参加が実現した。時世に合ったテーマであったことから、多くの参加者を得ることができ、9割以上の参加者がイベントに満足したと評価した。パネリストやモデレーターに対する評価も高く、質問へのインタラクティブな回答等、視聴者参加型のスタイルも好評。日本に対する印象がよくなったとする回答が大宗を占め、有意義な事業となった。

3・11(東日本大震災)10周年事業 (ニューヨーク総領事館)

- 実施時期 2021年3月
- 実施場所 ニューヨークよりNY総領事館SNS上で配信
- 訴求対象 NY総領事館管轄地域の米国人
- 開催規模 YouTube視聴回数:270,000回
FB視聴回数:57,000回(2021年4月時点)



■概要・効果

【概要】

事前収録型映像(52分5秒)のニューヨーク総領事館YouTube及びFBを通じた配信(ニューヨーク総HP上で2022年3月末まで視聴可能)。震災復興に尽力した日米両国の関係者・著名人(松井秀樹選手及びボビー・ヴァレンタイン元監督)のビデオメッセージや取組の紹介、東北産品・名所の紹介、テレビ局(フジサンケイコミュニケーションズ・インターナショナル)のアナウンサーによるナレーションを通じた説明により、震災から現在に至るまでの10年を振り返りつつ、未来に向けた前向きなメッセージを発信。視聴者がより強い興味・関心を持って視聴するための工夫として著名音楽家グループ3組(ロン・カーターのピアノ・トリオ、アイズリ・カルテット及びYoung People's Chorus)による演奏も追加。



【効果】

3・11関連の過去10年の日米両国の震災復興に関する協力関係・取組を非常に多くの裨益対象者(視聴者)に紹介したことで、将来的な東北観光支援・日本産品の紹介、日米経済関係強化、日米音楽家による演奏を通じた今後の音楽分野における日米間の連携強化、オンライン配信事業の更なる発展の可能性の追求が可能となった。また、映像制作における、ニューヨーク総領事館とテレビ局との連携の形で実績を残し、今後の更なる事業連携の可能性を生むことができた。

在ニューヨーク投資家・金融機関等を対象とする情報発信 (ニューヨーク総領事館)

■実施時期 2021年3月5日

■実施場所 ニューヨーク州
 ニューヨーク市

■訴求対象 在ニューヨーク
 及びニューヨーク近郊の
 投資家・金融機関等

■開催規模 46名

■概要・効果

【概要】

ニューヨーク総領事館は、米国の金融・経済の中心地であるニューヨークにおいて、投資家の関心の高い「世界に開かれた国際金融センターの実現」をテーマに米国投資家向けウェビナーを開催。金融庁による講師からは、外国の金融機関や投資家を日本に誘致することを目的とした省庁・関係機関に横ぐしを刺す取組みを発信した。

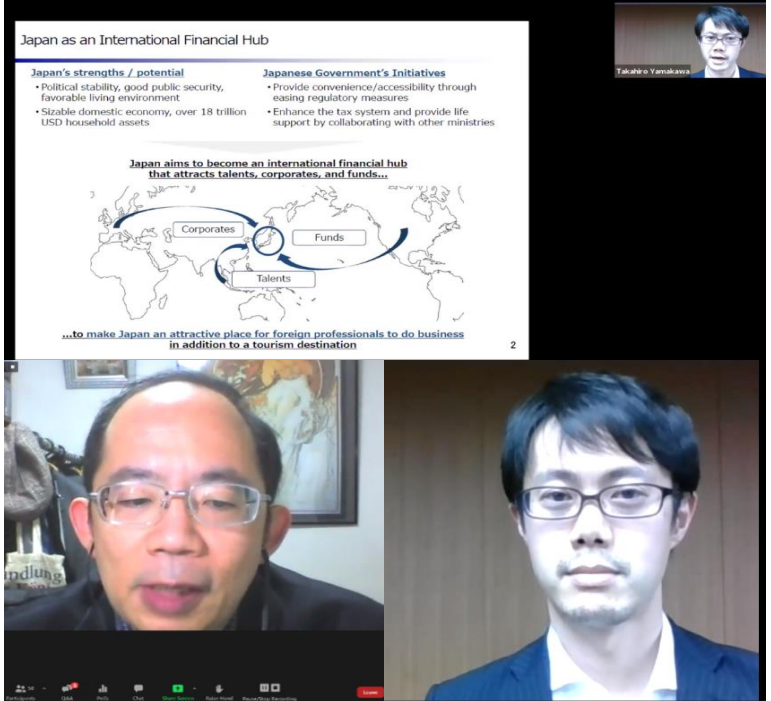
質疑応答では、日本の抱える様々な課題等を指摘する鋭い質問に対し講演者が的確に回答するなど活発な意見交換が行われた。

【成果】

任意のアンケートを実施したところ、新たな政策の方向性を評価する意見が出るなど満足度は5段階評価で平均4.1の評価を得た(有効回答数20名)。また、こうした取組の継続を要望する声も多数寄せられた。

今後のウェビナーで聴講したい(1)テーマ、(2)産業については、以下の回答があり、今後実施にあたり参考としていきたい。(複数選択可)

- (1) テーマ: ①イノベーション・スタートアップ(12票)、②フィンテック(11票)、③労働市場・人口動態の問題(11票)、④マクロ経済情勢(10票)、⑤地方経済・中小企業(8票)
- (2) 産 業: ①金融(19票)、②IT(12票)、③ヘルスケア(11票)、④インフラ(9票)、⑤製造業(7票)、エネルギー(7票)



グアムにおける「オンライン日本映画祭」の実施 (ハガツニャ総領事館)

- 実施時期 2020年12月から
2021年2月まで
- 実施場所 グアム(オンライン開催)
- 関係機関 なし
- 訴求対象 日本語学習者を中心と
する地元住民
- 開催規模 420名

■概要・効果

【概要】

新型コロナウイルス感染症の影響により対面によるイベントが開催できない状況を鑑み、日本の映画を通じた地元住民へのアウトリーチの一環として、オンライン形式による映画祭を開催した。2020年12月から2021年2月までの3か月間、毎月2本の映画をウェブ上の特設プラットフォーム上で公開した。周知については、ハガツニャ総ソーシャルメディアやホームページで実施したほか、地元主要紙の協力により新聞上でも周知を図った。

【効果】

約420名の地元住民から参加申し込みがあり、そのうち約65%に当たる276名が視聴した。イベント後に実施したアンケート(87名が回答)では、約90%が「とても楽しんだ」または「楽しんだ」と回答し、約80%が「日本のことをより深く理解できた」または「日本に好印象を持った」と回答した。また、「コロナ禍においてこのようなイベントを開催したことに対し感謝する」、「心の安らぎとなった」等の好意的なコメントが多数寄せられた。他方、グアムはインターネット環境が安定していない地域も多く、視聴者によっては「満足に映画を再生できなかった」とのコメントも散見されたことから、オンライン上で開催するイベントについて今後の課題となった。ハガツニャ総領事館としては初のオンラインイベントの開催であり、今後のグラスルーツ事業を計画・実施する上で大きな知見となった。



グアムにおける「オンライン日本祭り」の実施 (ハガツニャ総領事館)

- 実施時期 2021年2月8日から
2021年3月2日まで
- 実施場所 グアム(オンライン開催)
- 関係機関 なし
- 訴求対象 地元住民
- 開催規模 オンライン開催



■概要・効果

【概要】

新型コロナウイルス感染症の影響により対面によるイベントが開催できない状況を鑑み、日本文化を紹介する試みとして、「オンライン日本祭り」を開催した。具体的には、けん玉、大正琴、寄席紙切り、パネルシアター、和太鼓の5つの演目を日本在住のプロ演者に依頼してデモンストレーション動画を撮影してもらい、その動画をハガツニャ総領事館のFacebookやウェブサイト上において公開した。また、動画の拡散・エンゲージメント拡大を図るため、動画の公開と併せて「クイズ企画」を実施した。具体的には、公開した動画に関連するクイズ形式のアンケート調査を実施し、回答した参加者の中からランダムで当選者を決定した上で日本産食品の詰め合わせを贈呈した。なお、贈呈式の模様も写真に撮影し、当選者及びハガツニャ総領事館のソーシャルメディア上に投稿して更なる拡散を図った。

【効果】

5本の動画合計で1,620回の再生回数を記録した。イベント後に実施したアンケート(29名が回答)では、9割以上が「日本への理解が深まった」または「日本に好印象を持った」と回答した。また、「コロナ禍の困難な状況であってもグアム社会に日本文化を広めてくれたことに感謝する」、「クイズ企画のおかげで多くの住民が日本文化に触れる機会を得ることができたと思う」等の好意的なコメントが多数寄せられた。

- 実施時期 2020年12月3日
- 実施場所 オンライン・イベント
- 関係機関 ヒューストン日米協会(主催)
- 訴求対象 ヒューストン地域の日本に関心を有する一般市民
- 開催規模 400名(録画視聴者を含む)
- 概要・効果

【概要】

ヒューストン日米協会は、創設52周年記念イベントにおいて、日米同盟の強化に貢献した優れたリーダーを表彰する「トーマス・シーファー・リーダーシップ賞」を福島秀夫在ヒューストン日本国総領事に授与した。福島総領事は受賞スピーチにおいて、テキサス州及びヒューストンの日本コミュニティの偉大な歴史に敬意を表しつつ、ヒューストンの日本人や日本企業は増えており、日本とヒューストンの関係は、新型コロナウイルス禍を乗り越え、輝かしい未来に向かっていと述べた。これに対し、ターナー・ヒューストン市長やハービー・ヒューストン商工会会長のほか、藤崎一郎元駐米日本大使、星出彰彦宇宙飛行士からも祝辞が寄せられた。

【効果】

今回のイベントにおいては、ヒューストン日本商工会もヒューストン・日本友好賞を受賞したが、ヒューストンにおける日本人や日本企業の貢献をアピールする機会として、非常に有益なものとなった。



■実施時期 2021年2月15日～3月31日

■関係機関 ヒューストン日米協会

■訴求対象 日本庭園への来訪者

■概要・効果

【概要】

ヒューストン日米協会(JASH)は、在ヒューストン総領事館との協力により、ヒューストン日本庭園を訪問する地元市民向けに、同日本庭園に関する情報を提供するため、ヒューストン日本庭園アプリを制作した。

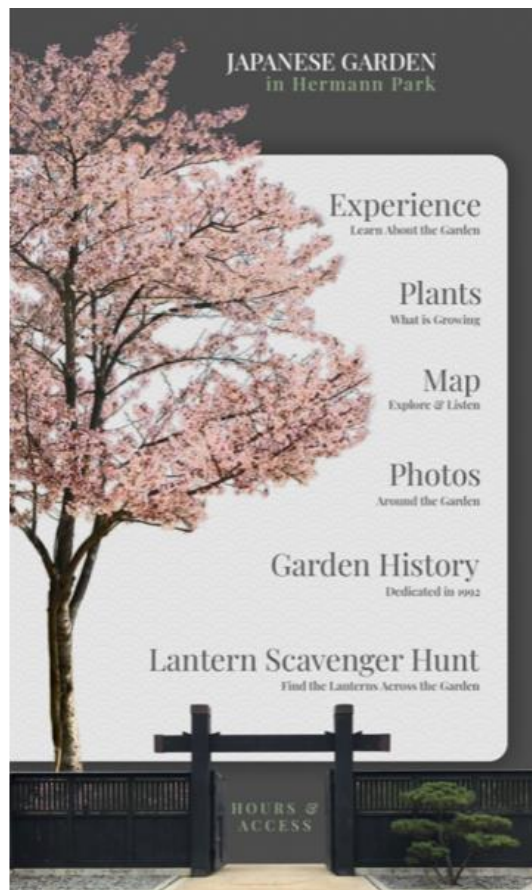
同日本庭園は、1992年の開園以来、ヒューストンにおける日本文化のシンボルとなっているが、ウェブサイトやパンフレットに掲載されている情報が限られていた。

このアプリは、地図の画面から、日本庭園に不可欠な茶室、灯籠、枯山水などの説明ページにアクセスすることができるとともに、ヒューストン日本庭園の歴史のページや、ゲーム感覚で質問に答えつつ学べる工夫もある。

【効果】

今後、アプリを広く宣伝するイベントを企画中であり、多くの地元市民がアプリを活用して日本庭園を体験できるようにする予定である。

毎年5月に2万人規模で開催されてきたヒューストン・ジャパン・フェスティバルは、ヒューストン日本庭園の近くで開催されているので、多くの参加者がアプリを使って改めて日本庭園を訪問することにより、日本の良好なイメージを形成と、日本文化への関心を高めることが期待される。



■実施時期 2021年2月18日～3月16日

■実施場所 オンライン・イベント

■関係機関 ダラス／フォートワース
日米協会(共催)

■訴求対象 日本に関心がある一般市民

■開催規模 計700名(録画視聴者を含む)

■概要・効果

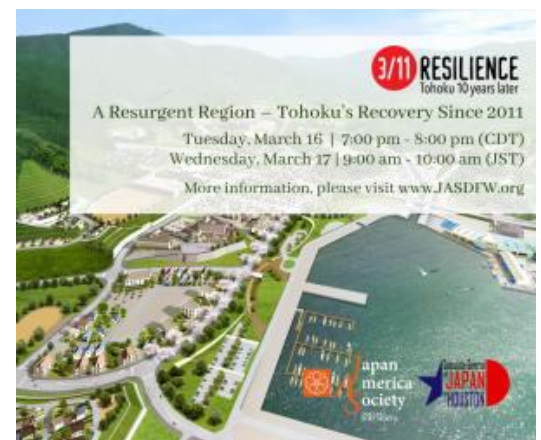
【概要】

ダラス／フォートワース日米協会(JASDFW)は、在ヒューストン総領事館との共催により、東日本大震災10周年を記念し、以下の3つのオンラインイベントを実施した。

- 1 東日本大震災の「語り部」講演会
(佐藤誠悦氏による講演の録画配信)
- 2 映画「風の電話」上映会
(2020年の日本映画の無料配信)
- 3 東北の復興に関するパネル討論会
(福島総領事、郡仙台市長も参加)

【効果】

3回シリーズとして、10年前の東日本大震災を知ってもらおう講演会、被災者の今を伝える映画の上映会、東北の復興をアピールするパネル討論会を組み合わせることで、東日本大震災10周年にふさわしいイベントとなった。ダラス市は、仙台市の姉妹都市であり、東日本大震災に関する関心が高い米国人も多いが、75%を超える参加者から、日本について深い理解を得ることができたとの回答があった。



■実施時期 2021年3月2日

■実施場所 オンライン・イベント

■関係団体 ヒューストン市ほか

■訴求対象 天皇誕生日祝賀レセプションの招待客ほか

■開催規模 300名(事後の視聴者を含む)

■概要・効果

【概要】

在ヒューストン総領事館は、1941年3月2日在ニューオーリンズ総領事館の分館がヒューストンに設置されてから今年で80年となることを記念し、オンライン・イベントを開催した。福島総領事から、「地元社会に感謝し日本との友情をつむいだヒューストン総領事館の80年」と題するスピーチを行った後で、ターナー・ヒューストン市長、ドラム・ヒューストン日米協会会長、地元日系人代表としてゴンドー氏及びコール氏、在留邦人代表として南グ

レーターヒューストン日本人会部長が祝賀メッセージを述べた。事前録画で30分の動画を作成して、YouTubeのライブストリームで配信するとともに、その後、動画をヒューストン総領事館ウェブサイトに掲載した。

【効果】

今回のオンライン・イベントは、新型コロナウイルス感染症の影響で、天皇誕生日祝賀レセプションに代わるものとして実施し、2,000人以上に案内メールを送付していたのに対し、通常はレセプションに出席できない遠隔地からを含め、多くの参加者を得ることができた。また、福島総領事のスピーチの中で歴史資料などの写真も紹介したところ、多くの温かい反響が寄せられた。



- 実施時期 2021年3月18日
- 実施場所 オンライン
- 関係機関 ダラス日米協会
- 訴求対象 米国人知識層、一般米国人他
- 開催規模 240名



(主催者)

Paul Pass 氏 Japan American Society Dallas 理事長

(モデレーター)

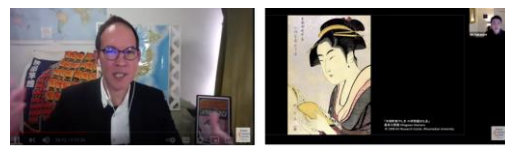
Bill Tsutsui 氏 / 元ハーバード大学教授

(パネリスト)

中西玲人氏 / ポートランド日本庭園財団
総合企画部長

中嶋聖雄氏 / 早稲田大学教授

Roland Kelts 氏 / 作家・評論家・ジャーナリスト



■概要・効果

【概要】

“モデレーター、パネリスト3名によるオンラインセミナー” “Japanese Pop Culture’s Response to COVID-19”を開催した。アニメ映画「鬼滅の刃」が新型コロナウイルス禍に関わらず3カ月という短期間で日本の映画歴代興行収入第一位を達成したことを踏まえ、日本のポップカルチャーは、COVID-19による影響を受けているのか、「鬼滅の刃」はなぜヒットしたのか、エンターテインメント業界はCOVID-19でどのように変化したのか等を3名の専門家が解説した。

【効果】

オンラインでの実施により、全米各地、日本からの参加が実現した。日本のポップカルチャーは関心が高く、COVID-19というタイムリーな視点があったことから、ほとんどの参加者がイベントに満足したと評価。パネリストやモデレーターへの評価も高く、視聴者とのインタラクティブなやりとりも好評。日本文化を知る良い機会となったという声が多数寄せられ、親日感の醸成・強化に繋がった。

75 オンライン・イベント Innovative Solutions to Tackle COVID-19 (ボストン総領事館)

- 実施時期 2020年6月12日
- 実施場所 オンライン、ウェビナー形式
- 関係機関 CIC(ケンブリッジ・イノベーションセンター)
- 訴求対象 ライフサイエンス業界関係者、医学・バイオサイエンス分野の研究者コミュニティ
- 開催規模 約60名

■概要・効果

【概要】

新型コロナウイルス感染症に対する日本企業および現地企業の取組みの紹介と、イノベーションによるパブリックヘルスの強化についての議論を趣旨にオンラインでのパネルディスカッションを開催。

【効果】

ライフサイエンス、および同分野のソフトウェア事業を行う企業における取組から、新型コロナウイルスのパンデミックを機に、事業スピードが一層加速していること、危機への対応が企業間や企業と研究機関との連携を促進していることなどがわかった。また、ニューノーマルに向けた産業界の考えや変化を共有する機会にもなった。

本イベントは、ボストン総領事館として初のオンライン開催であったが、対面で行うイベントと比較しての課題や利点を具体的に把握することもできた。



オンライン・イベント告知のポスター



モデレーター、パネリストの紹介

ボストン日本祭り(オンライン)の開催 (ボストン総領事館)

■実施時期 2020年12月6日
 ■実施場所 オンライン
 ■関係機関 ボストン日本祭り実行委員会、ボストン日本協会、ボストン日本商業会、ニューイングランドJETAA 昭和ボストン、日本航空等

■訴求対象 一般市民

■開催規模 視聴回数 約3,500回

■概要・効果

【概要】

日本からワシントンへの桜の寄贈100周年を記念して始まったボストン日本祭りは、2019年には7万人以上の来場者を集めるニューイングランド最大の日本関連イベントとなったが、2020年は新型コロナウイルスの影響によりオンラインにて実施された。4時間半にわたる動画では雅楽や能などの日本伝統文化、コスプレなどのポップカルチャーなどを紹介。

加えて、北海道マサチューセッツ州姉妹関係30周年を記念し、北海道に滞在中のJET参加者がマサチューセッツと北海道の歴史的繋がりや北海道の魅力を紹介するなどの特集が組まれ、好評を得た。

【効果】

伝統文化や食文化、ポップカルチャーなど幅広いコンテンツを盛り込むことで、当地一般市民に加えボストン市やマサチューセッツ州の関係者、日本研究者や日本語学習者など幅広い層に訴求することができた。また、オンライン化することにより、全体の参加者数は減少したものの、日本からリアルタイムで参加するなど、交流の新しい可能性を感じさせた。



コネティカット州への投資促進に向けた会議の開催 (ボストン総領事館)

■実施時期 2020年12月18日

■実施場所 オンライン

■関係機関 コネティカット州政府、
JETRO・ニューヨーク

■訴求対象 コネティカット州経済
政策当局、企業誘致促進機関

■開催規模 13名

■概要・効果

【概要】

コネティカット州への日系企業の投資促進を図り、同州の経済成長、雇用創出に貢献することを目的に、JETRO・ニューヨークとの共催で実施。ボストン総領事館のグレゴリー・ボイコ名誉総領事のコネティカット州政府への働きかけにより実現。州政府の経済社会開発局長、最高製造業責任者などが出席。ジェトロ・シカゴ事務所長より、日系企業の米国への投資の現状や、オハイオ州における日系企業の投資促進の取組事例を紹介し、日本からの直接投資の効果と州政府のみならず自治体レベルでのプロモーションの重要性について、理解が深まるようにした。

【効果】

州の経済政策当局担当者に、新型コロナウイルス感染症が収まらない中で、まずは州知事レベル、市長レベルで日系企業とのデジタルリレーションを構築することの重要性を認識してもらう機会となった。日本が宇宙産業、消費財、医療機器など幅広い製造業を有していることへの関心は高く、日系企業による投資への期待、ならびに、パンデミック収束後を視野に、ラモント知事の貿易・投資促進を目的とした日本へのミッション派遣の可能性があるとの見解も示された。



オンラインでの映画「杉原千畝」上映会およびトークイベント (ボストン総領事館)

- 実施時期 2021年1月20日～24日
- 実施場所 オンライン
- 関係機関 ビルナ・シュル、Basis Technology社、ボストン日本協会、ボストンユダヤ人映画協会、Sugihara Diplomats for Life Foundation (杉原記念館)、在ニューヨーク・リトアニア総領事館、Jewish Community Center of Japan、Jewish Community Center of the North Shore、Facing History and Ourselves
- 訴求対象 ユダヤ系コミュニティ
- 開催規模 上映会 約2,000名、トークイベント 約600名



■概要・効果

【概要】

当地に多く居住するユダヤ人関係者を対象として「杉原千畝 Persona Non Grata」の上映会を開催。トークイベント(23日)では、チェリン・グラック監督及びリナス・ベンクラウスカス・杉原記念館チェアマンがウェビナー参加者からの質問に答えた。イベント終盤には、杉原千畝の孫である杉原千弘氏及び杉原まどか氏がそれぞれタイ及び東京からイベントに参加、杉原千畝の外交官としての功績や「杉原千畝 Sempo Museum」等について発言した。

【効果】

想定以上の参加者があり、当地ユダヤ系コミュニティにおける日本の人道主義に対する理解の促進、対日親近感の醸成という点で非常に効果的であった。イベント中のチャットでは、数多くの参加者が、杉原千畝のビザで命を救われた者の子孫である旨を発言、杉原千畝への感謝の言葉が述べられた。当地ユダヤ人団体と協力してイベントを開催したことで、在ボストン総領事館と当地ユダヤ人関係者との間の結びつきを一層強化することができた。

- 実施時期 2021年2月11日
- 実施場所 オンライン
- 関係機関 Venture Cafe、CICジャパン
デスク、JETRO
- 訴求対象 起業家、企業関係者、投資家
等のイノベーション関係者
- 開催規模 254名

■概要・効果

【概要】

我が国のイノベーションのPRおよび企業支援のためのイベント「Japan Innovation Night—Future Perspectives on BioTech and Manufacturing」をオンラインで開催。医療・ヘルスケア分野におけるバイオテクノロジーとそれを活用した製造業に焦点をあて、ボストンに拠点を置く日本の製薬企業関係者による座談会、JETROとCICジャパンデスクが共催する、バイオ、メディカル関連機器の日本のスタートアップ企業によるピッチ・イベントを開催。また、高齢者、女性、スポーツに関する新たな事業を行うスタートアップ企業が、ボストン、日本、シンガポールからそれぞれ参加し、パネルディスカッションを行った。

【効果】

医療におけるバイオテクノロジーの先端的活用事例の紹介を通じ、この分野における日本のプレゼンス、日本企業とのコラボレーションの魅力を、ボストンの起業家、投資家など、イノベーション創出に関わる関係者に広くアピールする機会となった。日本との時差を考慮し、夕方から開催したことにより、ピッチイベントやパネルディスカッションに日本から参加するなど、オンライン開催の利点を活かすこともできた。



セミナー「ホノルル市の新型コロナウイルス対策について」 (ホノルル総領事館)

■実施時期

2020年4月3日

■実施場所

ハワイ州ホノルル市
(Webinar)

■関係機関

Maji Connection LLC.

■訴求対象

ハワイ在住の日本人
企業経営者等

■開催規模 約65名

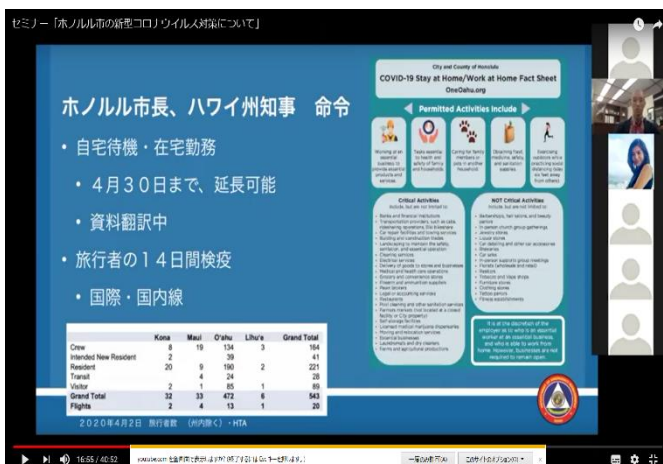
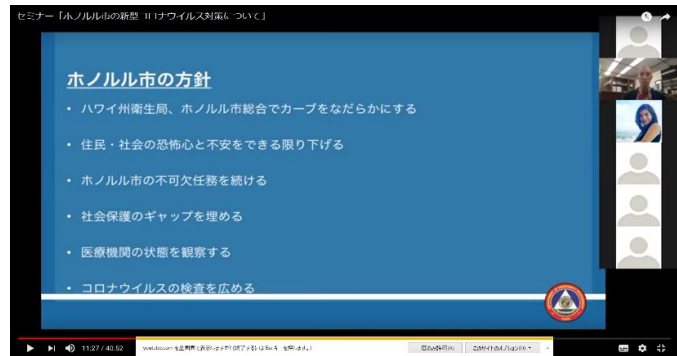
■概要・効果

【概要】

新型コロナウイルス感染症にかかるホノルル市の各種規制等に関し、ホノルル市の非常事態管理責任者である問屋弘和氏 (Mr. Hirokazu TOIYA) より講演を行った。

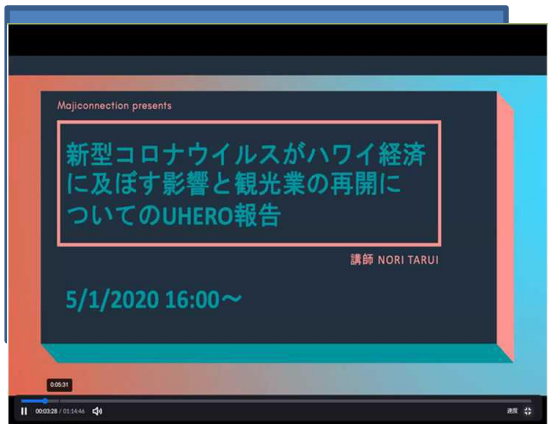
【効果】

現在のホノルル市における規制状況に関し、ホノルル市の責任者からの説明を聴取でき、有益であったとの感想が出席者から述べられた。



セミナー「新型コロナウイルスがハワイ経済に及ぼす影響と観光業の再開」(ホノルル総領事館)

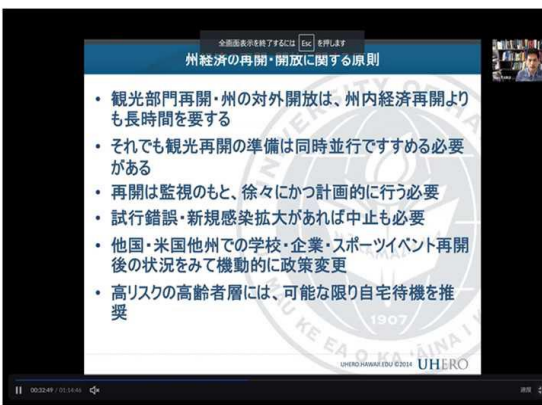
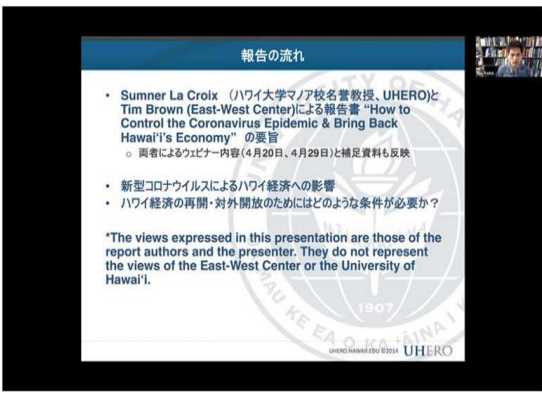
- 実施時期 2020年5月1日
- 実施場所 ハワイ州ホノルル市(Webinar)
- 関係機関 Maji Connection LLC.
- 訴求対象 ハワイ在住の日本人
企業経営者等
- 開催規模 約80名



■概要・効果

【概要】新型コロナウイルス感染症にかかるハワイ州の今後の見通しに関し、ハワイ大学経済研究機構(UHERO)が発表した報告書の概要を、ハワイ大学の日本人教授から日本語で説明。

【効果】有意義であったとのコメントが多数寄せられた。



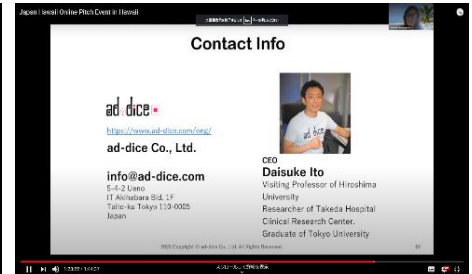
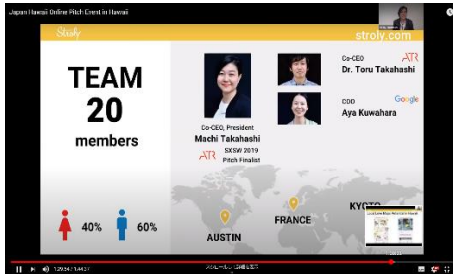
- 実施時期 2020年6月18日
- 実施場所 ハワイ州ホノルル市(Webinar)
- 関係機関 Maji Connection LLC.
- 訴求対象 ハワイの経営者・政府機関・
起業家・スタートアップ・ハワイの地元企業
(銀行系・観光系・農業系)の他、ハワイ大学等の
リサーチセンターやR&D施設等

■開催規模 約180名

■概要・効果

【概要】新型コロナウイルスにより経済的打撃を受けたハワイに、日本のスタートアップ企業のテクノロジーやアイデアを紹介し、地元のパートナーや投資家のサポートを得て、旧世代的な既存観光業の改善、遠隔地における医療・ヘルスケアの課題の解決、農業・食糧/物資自給率の問題などに取り組む。さらにこのイベントでプレゼンテーションをしたMVP(Minimum Viable Product)やPOC(Proof of Concept)をベースに事業化を図り、その日本への逆輸入を図る、あるいは、アメリカ本土進出を行うことで、日本のスタートアップやアントレプレナーのアクセラレート及び国際化を促す。

【効果】「コロナパンデミックが始まって以来の初めての前向きなイベントでよかった。登壇したスタートアップと具体的にプロジェクトの話を進めていきたい。」「もっと女性起業家にフィーチャーしてぜひ第2回目をやってほしい。」「日本のスタートアップについて知識が深められてよかった。」「国境を超えた素晴らしいイベントだった。スタートアップのアイデアはどれもとても面白いものだった。」「どのスタートアップのアイデアもユニークで全体的に多様性があったよかったです。」等のコメントが寄せられた。



- 実施時期 2020年12月3日
- 実施場所 ハワイ州ホノルル市(Webinar)
- 関係機関 First Daughter Media
- 訴求対象 ハワイの政・官・産・学界の女性のリーダー(州議会・市議会議員、政府機関の高級官僚、産業界における女性経営者や投資家、ハワイ大学等の女性教員等)
- 開催規模 約68名

(YouTube視聴約100回)

■概要・効果

【概要】世界最大の女性起業家等のイベントであるWEDO(Women's Entrepreneurship Day)のハワイにおけるイベントの実施として、「アジアパシフィックの女性起業家」をテーマに日本とハワイから、農業関係の事業に従事

する女性起業家をスピーカーに招き、農業分野における女性起業家の事業活動の経験の共有や、この分野における女性の進出の課題等に関し討論するオンラインウェビナーを行った。また、ホノルル総領事館YouTubeチャンネルに録画を掲載した。

【効果】今回のイベントには、イゲ・ハワイ州知事夫人のほか、ハワイ大学、カメハメハスクール、プナホスクール関係者や、ホテル業界や金融業界の関係者等も関心を寄せ、ライブでの配信を視聴した。また、実施後のアンケートでは「わかりやすく面白かった。」「ハワイのスタートアップの事情や現在の様子がわかり、また、チャレンジしているスタートアップの方やモデレータの方の話を聞くことができ、エキサイティングだった。」「ハワイと日本の女性の事業遂行に関する異なる見解を聞くことができた。」「女性のリーダーシップに関して学んだ。」等の感想が寄せられた。特に日本の起業家の意見は参考になった、との意見もあった。以上のとおり、今回のイベントは、ホノルル総領事館とハワイの産業界や教育界、あるいはNPO関係者等との関係を構築する良い機会になった。



オンラインイベント「レインボーハーモニクス」 (ホノルル総領事館)

- 実施時期 2021年1月29日
- 実施場所 ハワイ州ホノルル市(ホノルル総領事館公式YouTube)
- 関係機関 Media Company, Inc.
- 訴求対象 米国人、ハワイ住民、在米邦人等
- 視聴回数 900回(2021年2月15日時点)
- 概要・効果
【概要】

在ホノルル総領事館主催のオンラインイベントに、日本やハワイで活動するミュージシャンたちを招き、この状況におけるそれぞれの音楽への思いを語り合うことで、米国人(特にハワイ地元民)の在ホノルル日本国総領事館に対する認知度を高め、その活動へのご理解を深める。これによって日本とハワイの深い絆を強めるとともに、パンデミック後のハワイにおける日米合同ミュージックフェスティバルなどの可能性にもつながり、日本とハワイにおいて大きく落ち込んでいたショービジネスの再活性化を通じて、日本とハワイの経済再建に貢献する。

【効果】

当日は、日本人ボサノバ歌手・小野リサと、ハワイパブリックラジオのDJでありミュージシャンでもあるサンディ・ツキヤマさんをつなぎ、日系移民のご両親のことや音楽、ハワイ、最近の日本やハワイのエンターテインメント業界の状況なども話して頂いた。

告知活動では、日・英でプレスリリースを作成し、各メディアにアプローチした結果、複数の媒体で掲載されるとともに、リオデジャネイロやサンパウロの総領事館にも協力を仰ぎ、両館のSNS、そして出演者である小野リサさんのSNSにおける情報発信、加えて現地および日本のラジオでも当該イベントに関する告知活動を行った。その結果、当日のライブ放送では常時160~180名の方々に視聴され、その後2月15日時点で900回の視聴回数を上回った。当イベントを通して日本とハワイの深い絆を強めるとともに、パンデミック後のハワイにおける日米合同ミュージックフェスティバルなどの可能性にもつながり、日本とハワイにおいて大きく落ち込んでいたショービジネスの再活性化を通じて、日本とハワイの経済再建に貢献できるものとなった。

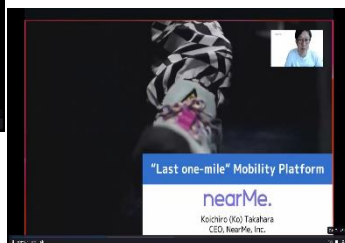


「Island Innovation Demo Day From Japan」 (ホノルル総領事館)

- 実施時期 2021年2月4日
- 実施場所 ハワイ州ホノルル市(Webinar)
- 関係機関 Maji Connection LLC.
- 訴求対象 ハワイの政・官・産・学界の各種産業関係者(州議会・市議会議員、政府機関の高級官僚、各種事業経営者、投資家、ハワイ大学等の研究者等)
- 開催規模 約150名
- 概要・効果

【概要】ハワイ州州民の多くは日本に関心を寄せ、日本に対する理解が深く、アメリカで一番の親日州と言える。また、このようなハワイは、3大産業の2つが農業・観光であること、中小企業が多いこと、アジア人文化が根強いこと、島特有の問題(人材不足、エネルギー問題、環境問題)に直面していること等、ビジネスにおいても日本(特に地方都市)と共通点が多くある。このようなハワイと日本の親密性及び近接性を踏まえ、日本のスタートアップの技術をハワイで生かすことを目的に、今回のイベントを開催した。

【効果】次のような効果が得られた旨のコメントがあった。
 「観光だけでなく「経済」や「イノベーション」で日本とハワイをつなぎ、交流を深めた。」
 「日本のスタートアップをハワイ市場に紹介し、日本のスタートアップとハワイの企業、起業家と一緒に島の課題を解決するための協業の機会を作ることができた。」
 「ハワイの起業家、学生、企業やコミュニティが日本の最新技術やスタートアップについて学ぶ機会をつくり、日本の次のトレンドを知る機会を提供できた。」
 「ハワイでの協業やパートナー探しを支援することによって、日本のスタートアップがハワイを通じて米国市場に展開することを支援することができた。」



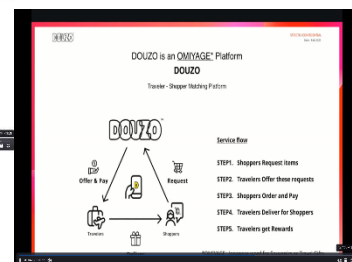
Soki Tokuno

NearMe, Inc.
Business Development

Facebook ↓



nearMe, Inc.



気候変動および海面上昇への適応策に関する 日米共同ウェビナー第1回（ホノルル総領事館）

■実施時期 2021年2月10日

■実施場所 Webinar

■関係機関 太平洋ハイテクセンター
(PICHTR)

■訴求対象 ハワイを中心に気候変動
問題に関心がある政府・
学術界・民間関係者

■開催規模 参加登録者180名

■概要・効果

【概要】

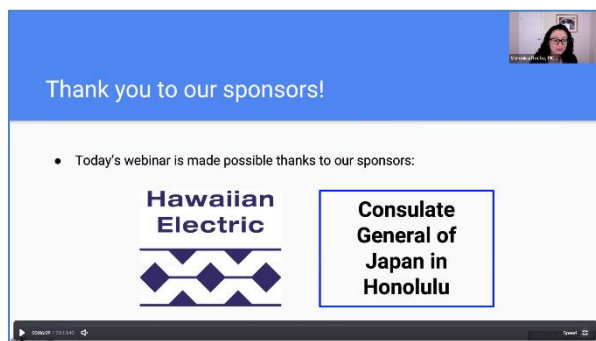
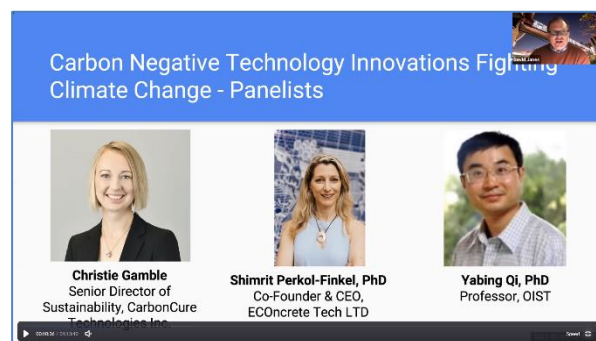
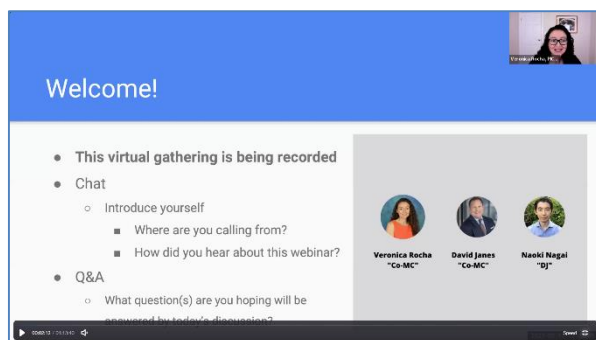
太平洋ハイテクセンター(PICHTR)は、
沖縄科学技術大学院大学(OIST)と共同で気
候変動と海面上昇への適応策に関するウェ
ビナー・シリーズを企画・実施してきている。
(このシリーズにおいて、これまでPICHTRは
3回ウェビナーを実施してきている。)

当該シリーズの一環として今般PICHTRは、
OISTやハワイの諸機関から専門家を招き、
気候変動と海面上昇への適応策を
議論する2回の共同ウェビナーを行うことと
しており、今回のものはその1回目。

今回のウェビナーでは、「気候変動に立ち向かうた
めのカーボンネガティブの技術イノベーション」と題して、CarbonCureおよび
EConcreteのCEOおよび沖縄からはOISTの教授を招き、炭素を削減および隔離す
るために人工的環境と自然環境の両方に応用できる最先端テクノロジーを取り上げ
た。

【効果】

コンクリートを用いた炭素削減テクノロジーやYabing Qi教授率いるペロブスカイト
太陽電池については革新的な技術で興味深いとのコメントがハワイだけでなく様々
な地域の参加者から寄せられた。また協働セミナーの企画段階において、
PICHTR/OISTは沖縄とハワイを通じた両国の気候課題での協力の可能性につい
て、環境問題解決に係る経済協力関係の構築・促進を深める議論が交わされた。



気候変動および海面上昇への適応策に関する 日米共同ウェビナー第2回（ホノルル総領事館）

■実施時期 2021年3月10日

■実施場所 Webinar

■関係機関 太平洋ハイテクセンター
(PICHTR)

■訴求対象 ハワイを中心に気候変動
問題に関心がある政府・
学術界・民間関係者

■開催規模 参加登録者256名

■概要・効果

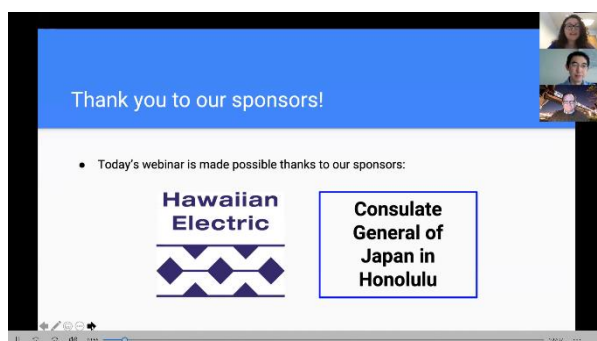
【概要】

太平洋ハイテクセンター(PICHTR)は、
沖縄科学技術大学院大学(OIST)と共同で気
候変動と海面上昇への適応策に関するウェ
ビナー・シリーズを企画・実施してきている。
(このシリーズにおいて、これまでPICHTRは
3回ウェビナーを実施してきている。)

当該シリーズの一環として今般PICHTRは、
OISTやハワイの諸機関から専門家を招き、
気候変動と海面上昇への適応策に関して
議論する2回の共同ウェビナーを行うこととしており、今回のものはその二回目。今回
のウェビナーでは、「人工環境と自然環境における気候変動に向けた計画と適応へ
の国際的アプローチ」と題して、ハワイ電力の気候リスク計画、ニュージーランドのイン
フラ計画、沖縄での海洋生態系への影響モニタリングを通じて、気候変動に対する
計画および適応に対するアプローチを取り上げた。

【効果】

日米だけでなく欧州や東南アジアからも多数の参加者があった。東日本大震災から10年後に開催された本ウェビナーでは気候変動に強いレジリエンスを組み込んだ計画の重要性が再認識された。日本の電力会社によるレジリエンスの取組もQ&Aで議論された。沖縄とハワイを通じた日米両国の気候変動課題での経済協力関係の構築・促進を深めるきっかけ作りのために有意義な議論を行うことができた。



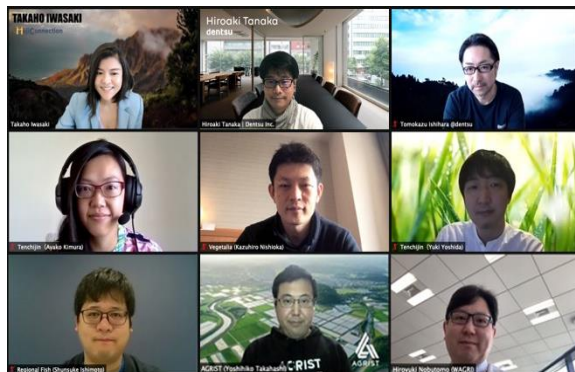
■実施時期 2021年3月18日(木)AM10:00 - 11:30 (ZOOM)
 ハワイ時間2021年3月17日(水) PM15:00 - 16:30

■実施場所 ハワイ州ホノルル市 (Zoom Webinar)

■関係機関 日本の農水産業に関連するスタートアップ4社
 engawa KYOTO (dentsu Inc.) / Maji Connection LLC
 農業データ連携基盤協議会 (WAGRI協議会)

■訴求対象 在ハワイの財界人、政府関係機関、関係者、アクセラレーター、
 大学関係者、農水産業関連事業者

■開催規模 約130名



■概要・効果

【概要】

観光業に経済的依存度が高いハワイ州にあって、新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受けた結果、産業の多角化を目指す動きが活発化している。そんな中、農業・水産業に焦点をあて、ハワイの多角化への一助となり、ハワイが抱える課題解決の糸口を提供することを目的に、日本の農水産業のスタートアップをハワイに紹介するイベントを開催。

また、今回のイベントは、内閣府・戦略的イノベーション創造プログラム(SIP)によって開発された「農業データ連携基盤(WAGRI)」を管理運用する「農研機構/農業データ連携基盤協議会」の後援のもとスタートアップ集めにも同協議会の協力を得て実施。

【効果】

どのような効果が得られたかについて聴講者から以下のコメントがあった。「ハワイの企業やリーダーにイノベーションをもたらす高品質のスタートアップのラインナップであった。」

「今回のようなイベントがますます実施され、ハワイのリーダー、企業経営者、従業員、そして興味を持つであろう多くの市民の目に触れることを希望する。」

「普段接することのないイノベティブな事業、アイデアを知ることができた。」

「自分が持っていた視点とは異なる農水産業のソリューションを知ることができた。」

- 実施時期 2020年10月11日
- 実施場所 オンライン
- 関係機関 韓国名誉領事、オレゴン中国協会
- 訴求対象 オレゴン州一般市民
- 開催規模 400名

在ポートランド
領事事務所
滋賀所長挨拶



Mask Dances of Three Nations

西馬音内踊り



OREGON CHINA COUNCIL,
CONSULAR OFFICE OF JAPAN AND
KOREAN CONSULATE PRESENTS

MASK DANCES OF THREE NATIONS

*A unique chance to view
traditional performances*

PRESENTERS

YU LONG
SAHOMI TACHIBANA DANCERS
SEATTLE SONGPA SANDAE NORI

STREAMED ON
OCTOBER 11, 2020
3 PM FROM PORTLAND, OR USA

REGISTER online bit.ly/maskdancesofthreenations
or Email: bunkaportland@se.mofa.go.jp

ABOUT

This event, Mask Dances of Three Nations is the sixth in a series that began in 2015 with Strings of Three Nations, followed by Dances of Three Nations, Drums of Three Nations, Voices of Three Nations and Flutes of Three Nations. Our goals are to unite the three communities and to educate the public about the music, dance, and culture of China, Japan and Korea.



■概要・効果

【概要】

新型コロナウイルスのマスク→お面に関連させ、日中韓各国の伝統的なお面を使った舞踊の映像と、3カ国の代表者による挨拶を編集した動画をライブストリーム配信。

【効果】

オレゴン州に拠点を持つ日中韓3カ国事務所の共同行事として、初のオンライン開催となったが、無事にイベントを開催することができたことは、米国市民へのアピールに効果があった。アンケートに対しても、Black Lives Matter運動やデモの衝突など不安定化しているオレゴン州での本件友好イベントは意義深く、イニシアティブに感謝する旨のコメントが複数寄せられた。

- 実施時期 2020年12月11日
- 実施場所 PBS(アメリカ公共放送サービス)「The Original Fare」番組FB
<https://m.facebook.com/theoriginalfare/>
- 関係機関 「The Original Fare」、酒サムライほか
- 訴求対象 米国一般消費者
- 視聴者数 約1,600名



■概要・効果

【概要】

自宅で飲食する機会が増えている中、もともと日本や日本酒と関わりのない米国一般消費者に対し、日本酒の分類や作法等の紹介にこだわらず日本酒を気軽に親しみやすい飲料として紹介。主な視聴者層は40代の米国人女性で、バーベキューやピザとの相性についての会話や、著名な料理コメンテーターの出演等に好評が得られた。

【効果】

これまで参加した日本酒に関するセッションで最も良かったとの評価もあり、当地酒類取扱企業の活動活発化を通じた日米経済関係の強化につながった。今回の番組をテーマ毎に短く編集した動画を今後小売店で紹介するなど、引き続き日本酒の需要拡大に活用していく。

■実施時期 2020年6月5日

■実施場所 ビデオ会議

■関係機関 米国ユダヤ人委員会(AJC)
南フロリダ支部主催在マイアミ総領事館協力

■訴求対象 同委員会幹部

■開催規模 約10名

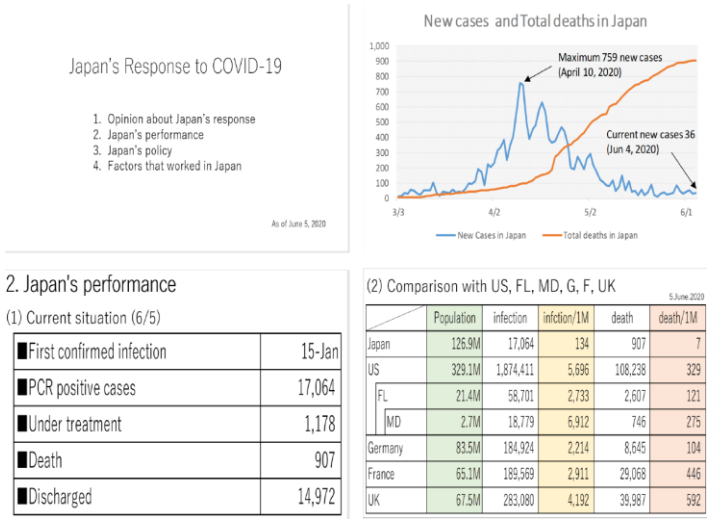
■概要・効果

【概要】

米国ユダヤ人委員会(AJC)南フロリダ支部からの依頼を受け、平田総領事が同委員会の関係者を対象に日本における新型コロナウイルスへの取組について講演を行った。

【効果】

日本における新型コロナウイルスの感染状況(主要先進国と比べると日本の感染者数はかなり少ない点等)について説明を行うとともに、日本政府が行っている感染防止策、医療体制、経済対策等について説明を実施。これに対し、出席者からは日本の対策において学ぶべき点がある等、好意的なコメントが寄せられた。その結果、日本のプレゼンスを示すことができた。



大手メディア(マイアミ・ヘラルド紙)への寄稿 (オリンピック・パラリンピック及び新型コロナへの対応状況について)(マイアミ総領事館)

■実施時期 2020年7月2日

■実施場所 大手新聞メディア
(マイアミ・ヘラルド紙)

■関係機関 マイアミ・ヘラルド社
在マイアミ総領事館寄稿

■訴求対象 一般市民

■開催規模 10万部/日

■概要・効果

【概要】

オリンピック・パラリンピックの延期決定後における日本政府としてのオリンピック・パラリンピック開催に向けた活動状況や、日本における新型コロナウイルスの感染状況や対応状況に係る内容を寄稿。

【効果】

新型コロナウイルスが世界中で猛威を振るっている中、日本における新型コロナウイルスの感染状況(主要先進国と比べると日本の感染者数はかなり少ない点等)や日本政府が行っている感染防止策について当地の大手メディアに寄稿を行うことで、日本政府がオリンピック・パラリンピック開催に向けて前向きに準備をしているといった的確なメッセージをマイアミの多くの人々に伝えることができ、日本のプレゼンスを示すことができた。

MIAMI HERALD
THURSDAY, JULY 2, 2020 \$2.50

Miami Herald

Opinion

OPEN MIC

Japan continues preparing for Olympics and the Paralympics

What will happen to the Tokyo Olympics and Paralympics Games? The fact is, Japan continues to prepare to host the first-ever postponed games next year. Recently, the organizing committee announced three principles for the rescheduled games: the prioritization of health and safety, reduction of cost impact and simplification.

It is natural for health and safety to be the top priority. We have to adapt the world's largest sports event to the new reality of the COVID-19 pandemic. In achieving this, Japan's experience in handling the disease may play a role.

There has been criticism toward Japan's policy to control COVID-19, mainly due to a low number of polymerase chain-reaction tests and lack of compulsory measures. The results are, however, remarkable in comparison with those of other major industrialized countries. The death toll has not yet reached 1,000 — less than one-third of the number in Florida. The mortality rate of seven per 1 million is about 1/50th of that in the United States. This has been called "Japan's paradox." It is not a paradox or a matter of luck.

The government's panel of experts showed three elements that worked: a strong medical system supported by universal access to healthcare and a network of local health centers; effective counter-cluster measures; and highly health-conscious people. Additionally, Japanese willingness to follow government requests and the custom of avoiding physical contact with others may have worked in our favor.

If Japan succeeds in controlling the virus, and other nations do their part in their own ways, the Olympics and Paralympics Games will begin in Tokyo on July 23 and Aug. 24, 2021, respectively. The Games could unite the world through sports and celebrate the resilience of the human spirit.

— Ki Hirata,
Consul General of Japan
for Florida,
Miami

大手メディア(サン・センチネル紙)への寄稿 (オリンピック開催1年前に際しての広報) (マイアミ総領事館)

■実施時期 2020年7月26日

■実施場所 大手新聞メディア
(サン・センチネル紙)

■関係機関 サン・センチネル社
在マイアミ総領事館寄稿

■訴求対象 一般市民

■開催規模 9万部/日、
同紙ウェブサイトアクセス 276万/月間

■概要・効果

【概要】

日本政府として、一年延期されたオリンピック開催に向け前向きに準備を進めている点や新型コロナウイルス感染症への対応について、開催に向けた日本及び参加国の「決意」や「柔軟性」が必要になってくるといった内容について寄稿。

【効果】

新型コロナウイルス感染症が世界中で猛威を振るっている中、日本政府がオリンピック開催に向けて前向きに準備をしているといった的確なメッセージをマイアミの多くの人々に伝えることが出来た。また、オリンピック開催には、日本だけでなく世界中で新型コロナウイルス感染症を克服しなければならないことから、オリンピック開催が世界の団結を祝う祝典となる旨のメッセージを発信・呼びかけを行い、日本のプレゼンスを示すことができた。

Two-time winner of the Pulitzer Prize Gold Medal for Public Service
SOUTH FLORIDA
SunSentinel
SUNSENTINEL.COM SUNDAY, JULY 26, 2020

SunSentinel OPINION

Japan eager to host 2021 Olympic games

July 24 marked dual milestones for the Tokyo Olympic Games. It is the day on which its Opening Ceremony was to be held originally. It also marked one year before the first-ever postponed Olympic Games are rescheduled to start on July 25, 2021.

Even though the worldwide COVID-19 pandemic has altered many aspects of our lives, Japan remains eager and ready to host the Olympics and to promote the messages of unity, resilience, and recovery through sport.

In reorganizing the Tokyo Olympic Games, we have to adapt to the new reality of the pandemic. Determination and flexibility are keywords. It takes determination before the Olympics to curb the spread of the virus. So far, Japan has managed to keep the infection rate low and the death rate even lower. This puts Tokyo in a good position for next year's games. For this global event to be held, however, all countries need to control the disease.

Secondly, we must have the flexibility to work in new and innovative ways. The organizing committee has already announced principles for simplifying the games' complex proceedings and for prioritizing health and safety. With determination and flexibility, we will organize the Olympics to be as safe as possible for the athletes, spectators, staff, volunteers, and people of Tokyo.

If all countries around the world can overcome the challenges posed by the COVID-19 pandemic, the Tokyo Olympic Games will begin as scheduled one year from now. It will become a celebration of resiliency and unity through sports and a testament to the power of the human spirit to overcome challenges.

Kenji Hirata, Miami
The writer is Consul General of Japan for Florida.



This aerial photo shows the New National Stadium in Tokyo. The postponed Tokyo Olympics have again reached the one-year-to-go mark.

マイアミ商工会議所主催のビデオ会議出席 (マイアミ総領事館)

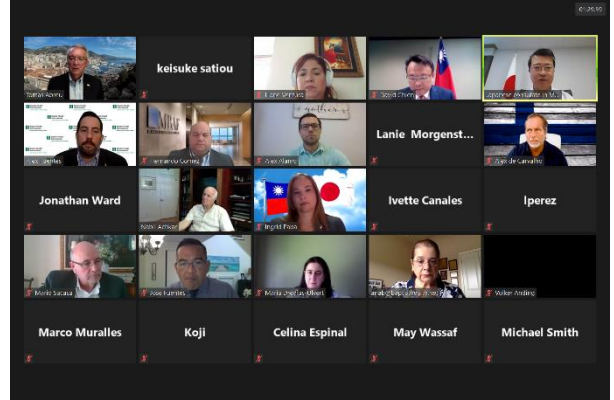
■実施時期 2020年7月30日

■実施場所 ビデオ会議

■関係機関 マイアミ商工会議所主催
在マイアミ総領事館協力

■訴求対象 マイアミ商工会議所
関係者

■開催規模 約35名



■概要・効果

【概要】

マイアミ商工会議所からの依頼を受け、平田総領事が同商工会関係者を対象に日本における新型コロナウイルス感染症への取組について講演を行った。

【効果】

日本における新型コロナウイルス感染症の感染状況(主要先進国と比べると日本の感染者数はかなり少ない点等)について説明を行うとともに、日本政府が行っている感染防止策、医療体制、経済対策等について説明を実施。これに対し、出席者からは日本の対策において学ぶべき点がある等、好意的なコメントが寄せられた。その結果、日本のプレゼンスを示すことができた。

■実施時期 2020年7月30日

■実施場所 ビデオ会議

■関係機関 北西フロリダ日米協会主催
在マイアミ総領事館協力

■訴求対象 北西フロリダ日米協会
関係者

■開催規模 約40名

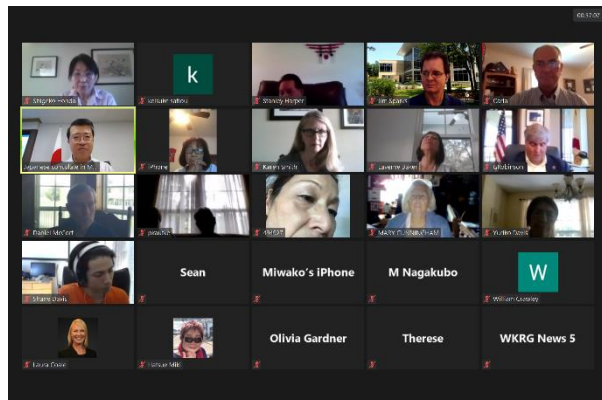
■概要・効果

【概要】

北西フロリダ日米協会からの依頼を受け、平田総領事が同協会関係者を対象に日本における新型コロナウイルス感染症への取組について講演を行った。

【効果】

日本における新型コロナウイルス感染症の感染状況（主要先進国と比べると日本の感染者数はかなり少ない点等について説明を行うとともに、日本政府が行っている感染防止策、医療体制、経済対策等について説明を実施。これに対し、出席者からは日本の対策において学ぶべき点がある等、好意的なコメントが寄せられた。その結果、日本のプレゼンスを示すことができた。



■実施時期 2020年10月3日

■実施場所 オンライン(ビデオ配信)

■関係機関 Asian Coalition of Tallahassee (ACT) 主催、
タラハシー日本人会(JCT)及び
在マイアミ総領事館協力

■訴求対象 一般市民

■開催規模 約600回／視聴回数

■概要・効果

【概要】

フロリダ州都タラハシーにて毎年開催されている「アジア祭」は、新型コロナウイルス感染拡大の影響により今年度はオンラインビデオでの配信となった。開催に当たり、タラハシー市長及び平田総領事よりビデオメッセージによる挨拶が配信された。その後、アジア各国の舞踊や演奏等が配信され、日本からは折り紙やお茶、生け花等の内容のビデオ配信が行われ日本の文化紹介が行われた。

【効果】

はじめてのビデオ配信となった同祭りにおいて、日本文化に関連した映像を多くの人に見てもらうことが出来た。また、日本文化に関する映像をアジア祭に入れることで、関係者や一般米国市民に対して、アジアにおける日本のプレゼンスを示し、対日理解の促進に貢献した。



■実施時期 2020年10月22日

■実施場所 オンライン

■関係機関 中央フロリダ大学(UCF)主催、
在マイアミ総領事館協力

■訴求対象 UCFの学生

■開催規模 zoom 235名
YouTube viewer 575名

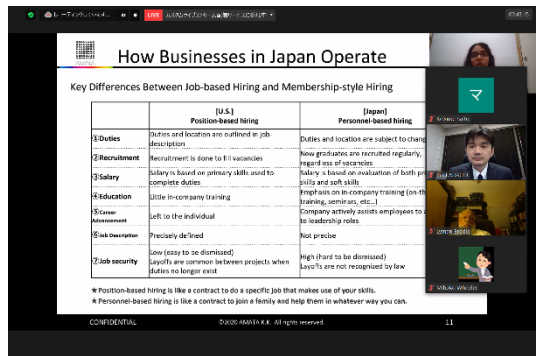
■概要・効果

【概要】

中央フロリダ大学主催で、日本のゲーム会社である株式会社あまたの高橋社長及び外国人社員をゲストに迎え、日本のゲーム業界の現状及び外国人が日本のゲーム業界に就職するためのノウハウ等について講演及び質疑応答が行われた。また、足立首席領事が出席し、冒頭に挨拶を行った。

【効果】

中央フロリダ大学は全米でも最も生徒数が多い大学の一つであり、日本語コースを受講している学生数もかなりの数となる。同オンライン講演会は同大学で日本の文化や生活に興味を持つ学生にとって、日本での就職方法や習慣等について直接聞くことが出来るとてもいい機会となった。特に、講演会には実際に同社で働く外国人の社員が、学生からの質疑に回答し、同じ外国人の視点からの的確な回答を行っており、出席者にとって充実した内容となった。在マイアミ領事館としてもこうした講演会に出席したことで、UCFの学生に対しても日本のプレゼンスを示す良い機会となった。



■実施時期 2020年10月31日

■実施場所 ビデオ会議

■関係機関 北西フロリダ日米協会主催、
笹川国際平和財団協力、
在マイアミ総領事館協力

■訴求対象 在日米軍駐在経験者等

■開催規模 約40名

■概要・効果

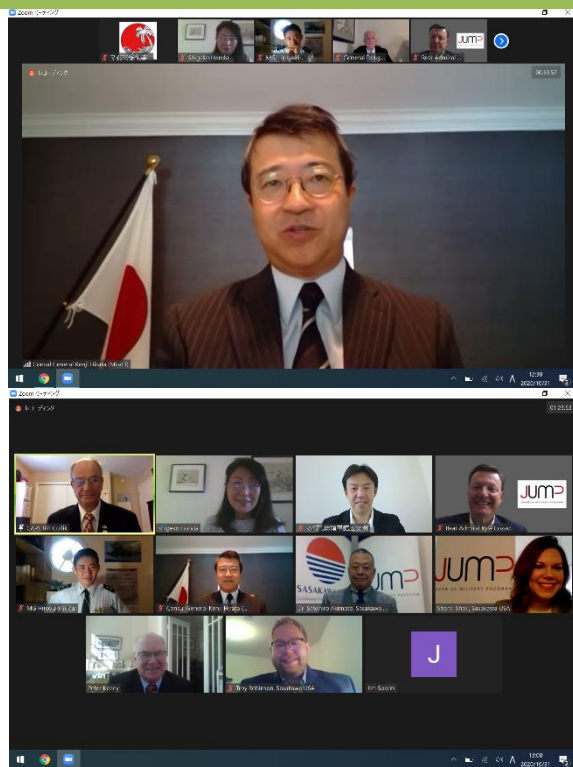
【概要】

はじめに在米国大使館菅井空将補から西太平洋を取り巻く現在の状況等への対応の重要性について、次に、米国南方軍ダグラス・フレイザー元司令官より、日米関係、特に日米の個人的な関係構築の重要性や日米同盟の重要性について、最後に、平田総領事から2020年で60周年を迎えた日米同盟に対しお祝いを述べるとともに、日米同盟維持のために尽力している関係者の方々へ日本政府として感謝を示した。

【効果】

初のオンラインでの開催ということもあり、出席者数は例年に比べ少なかったが、今年で6年連続での開催となり、草の根の交流を毎年定期的実施することでさらに在日米軍関係者との絆を強めることが出来た。

JUMPイベントはこうした人々とのつながりを維持し、強化する方法として非常に有効である。



- 実施時期 2020年11月8日
- 実施場所 オンライン(ビデオ配信)
- 関係機関 マイアミ市、
市村・マイアミ日本庭園
友の会主催
在マイアミ総領事館協力
- 訴求対象 一般市民
- 開催規模 総視聴者数約100回

■ 概要・効果

【概要】

市村・マイアミ日本庭園友の会がマイアミ市にある市村・マイアミ日本庭園で毎年開催する秋祭だが、今年はオンラインでのビデオ配信イベントを実施。在マイアミ総領事館からは平田総領事の挨拶をビデオメッセージにより配信。その他、日本文化に関連する生け花デモンストレーション等の日本文化のビデオ映像が配信された。

【効果】

新型コロナウイルス感染症の影響により、現地でのお祭り開催が困難な状況の中、少しでも日本文化についてマイアミの人々に触れてもらえるようにビデオ配信イベントを行うことで、日本への関心を喚起した。



■実施時期 2020年11月13日

■実施場所 オンライン

■関係機関 フロリダ和歌山文化協会・
和歌山フロリダ会主催、
在マイアミ総領事館協力

■訴求対象 フロリダ・和歌山姉妹都市
関係者

■開催規模 約20名

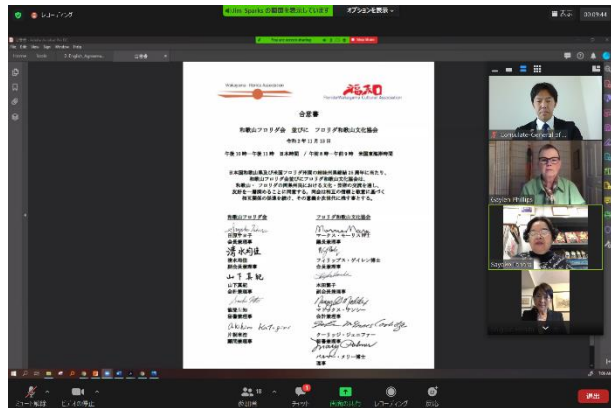
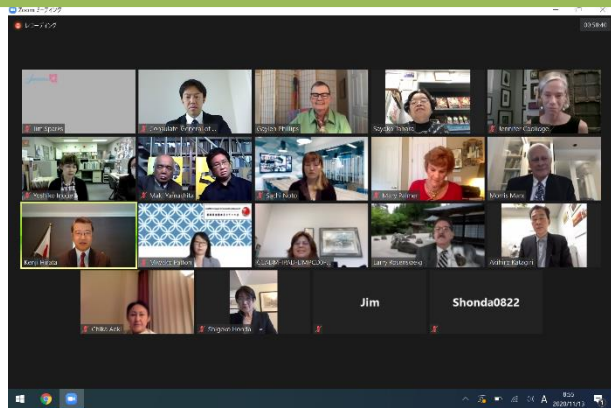
■概要・効果

【概要】

和歌山県とフロリダ州は1995年に姉妹都市締結を行い、2020年で25周年を迎えた。和歌山県及びフロリダ州の両県州における文化・芸術の交流を通し、友好を一層深めることを目的に、日本側(和歌山フロリダ会)及び米国側(フロリダ和歌山文化協会)において、記念品の交換及び合意書の交換が行われた。在マイアミ総領事館からは平田総領事が出席し、挨拶を行った。

【効果】

予定されていた和歌山県及びフロリダ州での公的機関による25周年式典は新型コロナウイルス感染症の影響により実施が困難となってしまったため、和歌山県側、フロリダ州側双方の有志の者が各組織を立ち上げ、今回のオンラインでの式典を実施。こうした草の根の交流が大事であると思われるところ、在マイアミ総領事館としても同式典に出席することで、姉妹都市交流活性化への後方支援を行い、また、関係者の更なる日本への関心を喚起した。



バーチャル・オーランド日本祭2020の実施 (マイアミ総領事館)

■実施時期 2020年11月14日及び15日

■実施場所 オンライン
(オーランド日本人会のYouTubeページ)

■関係機関 オーランド日本人会主催

■訴求対象 フロリダ州在住の日本に
関心を有する一般市民

■開催規模 14日 4,001回再生
15日 1,718回再生
(計5,719回再生)
※いずれも11月30日時点

■概要・効果

【概要】

オーランド近郊に在住の在留邦人及び日系企業で組織されるオーランド日本人会が毎年企画している日本祭。フロリダ州中部の市民にとって日本文化に触れることの出来る貴重な機会となっており、例年11月に開催されている。これまで19回実施。今年は20周年にあたり、いつにも増して盛大に実施予定であったが、新型コロナウイルス感染状況等を踏まえ、現地での開催を断念し初のオンラインで実施。開催にあたり、オーランド都市圏を含むオレンジ郡のデミングス郡長及びマイアミ総領事館平田総領事からビデオメッセージによる挨拶が行われた。

【効果】

日本から遠く離れたフロリダ州の人々に対し、草の根レベルでの交流により日本文化に触れることの出来る貴重な機会を提供し、対日関心向上、対日理解促進、親日感醸成等、草の根からの日米関係強化に資するイベントとなった。また、日系旅行者から日本の観光関連情報等の提供も行われ、将来的な日本へのインバウンド効果や日米経済関係強化の点においても効果が期待できるものとなった。視聴数は両日の配信映像で計5,719となっており、家族等、複数の者で視聴している者も多くいると考えられることから、昨年と同祭の来場者数約8,500名と比較してもそんな数字となった。予定通り現地のたくさんの人々に様々な日本文化関連動画を視聴してもらうことで、対日理解促進等、大きな効果を得ることが出来た。



大手メディア(オーランド・センチネル紙)への寄稿 (宇宙開発における日本及び日本人宇宙飛行士の貢献に係る広報)(マイアミ総領事館)

- 実施時期 2020年11月14日
- 実施場所 大手新聞メディア
(オーランド・センチネル紙)
- 関係機関 オーランド・センチネル社
在マイアミ総領事館寄稿

■訴求対象 一般市民

■開催規模 11万部/日、
同紙ウェブサイトアクセス 340万/月間

■概要・効果

【概要】

フロリダ州ケネディ宇宙センターより打ち上げられた米国民間宇宙船に日本人宇宙飛行士である野口聡一氏が搭乗する機会をとらえ、これまでの宇宙開発における日本及び日本人宇宙飛行士の貢献に係る内容を寄稿。

【効果】

国際宇宙ステーションでのミッションのため、4人の宇宙飛行士が搭乗するクルードラゴン宇宙船初号機「レジリエンス」に、唯一日本人として搭乗する野口聡一氏による宇宙開発分野での国際協力の功績について紹介するとともに、日本の物資輸送船「コウノトリ」の活躍について寄稿を行った。これにより、多くの人々に宇宙開発における日本及び日本人の貢献を知らしめることができ、宇宙開発分野における日本のプレゼンスを示すことができた。

Orlando Sentinel

Japanese astronaut spotlights nation's role in space

ORLANDO SENTINEL | NOVEMBER 14 2020



This weekend, Florida is scheduled to see the first launch of the Crew Dragon spacecraft Resilience on its way to transport four astronauts on the Crew-1 mission to the International Space Station (ISS) from the Kennedy Space Center. It is also the first operational flight of the Commercial Crew Program. In addition to highlighting Florida's special role in space exploration, the launch is a great source of pride for both the United States and Japan.

Among the four-person crew heading to the ISS will be three Americans and Japanese astronaut Soichi Noguchi, whose presence symbolizes a furthering of international cooperation in the field of space development for Japan.

While Japan has relied on the U.S. and Russia to help send astronauts into space, it nonetheless has supported international cooperation in space development in a variety of ways. Most notably, Japan has created and launched the unmanned space cargo ship "Kounotori" to assist in transporting up to six tons of supplies to the ISS. Additionally, Japan has developed the H-II class of rocket. The H-IIB rocket has delivered the Kounotori to the ISS successfully since its first flight in 2009 and is therefore considered to be the most reliable rocket in the world.

Personally, as a Japanese citizen living in Florida, I am excited that Florida is once again at the forefront of Japan-U.S. cooperation, and especially due to an event as important as this one. I extend my best wishes to Soichi Noguchi and the rest of the Crew-1 team and look forward to a successful mission.

Kenji Hirata Miami

Kenji Hirata is the Consul General of Japan in Miami.

- 実施時期 2021年1月23日
- 実施場所 オンライン(ビデオ配信)
- 関係機関 北西フロリダ日米協会主催
在マイアミ総領事館協力
- 訴求対象 ペンサコーラ市在住の日本
に関心を有する一般市民
- 開催規模 約450回再生



■概要・効果

【概要】

北西フロリダ日米協会が主催する新年恒例の行事。例年は現地で実施するが、今年は新型コロナウイルス感染症の影響によりオンライン(ビデオ配信)となった。

冒頭、北西フロリダ日米協会会長のビル氏より、次にペンサコーラ市長のロビンソン氏より、最後に平田総領事より挨拶が行われ、その後、日本文化関連のビデオ映像が配信された。

【効果】

例年ペンサコーラ市長も参加(今年はビデオメッセージ)するなど、ペンサコーラ市民にとっては毎年恒例の行事となっており、在マイアミ総領事館からも例年幹部が出席し挨拶等を行っている。フロリダ州北西部における日米の草の根交流を行う貴重な場となっており、在マイアミ総領事館としても継続的に出席を行うことで、日本のプレゼンスを示すことができた。

日系人の食の歴史と日系企業の関わりに関する周知 日系アメリカ人の食文化をたどるオンラインプログラム 「A Taste of Home」シリーズ(ロサンゼルス総領事館)

■実施時期 第1回2020年11月15日、第2回12月13日、第3回2021年1月17日

■実施場所 カリフォルニア州ロサンゼルス市(オンライン)

■関係機関 在ロサンゼルス総領事館、
全米日系人博物館(JANM)

■訴求対象 一般市民(特に日系人)

■開催規模 第1回163名、第2回156名、第3回182名



■概要・効果

【概要】第1回:「日系アメリカの味の誕生(Building the Flavors of Japanese America)」のテーマで、多様な文化的背景や第二次世界大戦中の強制収容の結果として生まれた日系アメリカ人のハイブリッドでユニークな食文化について講演。さらに全米日系人博物館の所蔵品のなかから日系移民のピクニックや宴会風景の写真、料理道具やレシピを紹介。続いて料理研究家のアズサ・オダ氏が日系人にとっての重要な食文化である「むすび」の料理デモを実施。

第2回:「お祝いのレシピ(Recipes for Celebration)」のテーマで、餅つきなどの日系アメリカ人のお祝いの食文化がどのように変化し、また収容や戦後の生活の再建といった時代の変化の中でもどのように保たれてきたのかを探った。さらに全米日系人博物館収蔵品から本テーマに関連したものを披露し、カリフォルニア州リビングストンのキシ一家の餅つきの伝統を撮影したショートドキュメンタリーを上映。続いて餅米から餅をつき、お雑煮の料理デモを実施。また全米日系人博物館のボランティアの日系人が、日系人の中でも暮らす地域によって違いがある各家庭でのお祝いの伝統をオーラルヒストリーとして紹介した。

第3回:「日系アメリカでの外食(Dining Out in Japanese America)」のテーマで、レストラン「Azay」のシェフであるアキラ・ヒロセ氏とジョアン・マエハラ氏夫妻、「n/naka」のニキ・ナカヤマシェフ、グラフィックノベル作家のサム・ナカヒラ氏を迎え、アメリカにおける日本食レストランの変遷についてパネルディスカッションを実施。移民の心の故郷として懐かしい味を提供した初期から、アメリカの地で独自の進化を遂げ、日本における日本食の変化も取り入れつつ、日本食やアメリカの食文化にも影響を及ぼした日系レストランの役割を各個人の思い出も共有し、時代を追って検証した。

【効果】

視聴者からは「もっとこのシリーズが見たい」といった声や、取り上げてほしいテーマの要望が寄せられるなど、日系アメリカ人コミュニティを中心に大きな注目が集まり3回累計500人を超える方々が視聴。

焼酎・泡盛普及月間「Japanese Craft Spirits」の展開 (ロサンゼルス総領事館)

■実施時期 2021年2月1日～28日

■実施場所 カリフォルニア州
ロサンゼルス市周辺

■関係機関 JETROロサンゼルス事務所

■訴求対象 一般消費者等

■開催規模 約300名

■概要・効果

【概要】

本年2月、カリフォルニア州ロサンゼルスにおける焼酎・泡盛を一般消費者向けに広めることを目的とした月間イベント「Japanese Craft Spirits Month」を展開した。月間イベントの期間中、ロサンゼルスの焼酎メーカーや食品商社、日本酒学校、日系スーパー等と協力して一連の焼酎・泡盛の普及啓発に資するイベントを実施することで、カリフォルニア州ロサンゼルスにおける焼酎や泡盛の認知や関心を高め、消費拡大に繋げることを目標とした。

また、月間イベントで得られた関心を焼酎・泡盛の消費拡大に結び付けるため、2月28日に大規模なオンライン・イベントを実施した。本イベントでは専門家による焼酎・泡盛講座、日本の焼酎酒蔵ツアー、それに焼酎・泡盛を使ったカクテル作りを通じて、多様な魅力を発信した。

【効果】

本イベントはすべてオンラインでの実施となったが、イベントの実施に当たっては、「見るだけ・聞くだけ」ではなく、実際に体験することを通じて関心を高めてもらえるよう工夫した。関係者とも協力して実施した酒蔵ツアーやカクテル作りは、いずれも高い関心が寄せられた。

ロサンゼルスのレストランやスーパー等の関係者と連携し、網羅的にイベントを実施することで、焼酎や泡盛の関心や機運を高めることができた。また、イベントを通じて日系スーパーでの焼酎・泡盛の売り上げ増加につながり連携したEコマースにおける焼酎・泡盛の売り上げ増加に貢献。



「泡盛サンライズ」において、泡盛カクテルを作るバーテンダーChristina Veira氏(2/17)



オンライン・イベントでSNSに投稿された焼酎カクテル(2/28)

■実施時期

勉強会: 2021年3月5日、12日、19日

カルチュラルデイ: 2021年3月26日

■実施場所

カリフォルニア州ロサンゼルス市
(オンライン)

■関係機関

南カリフォルニア日米協会、
オレゴン日米協会、アラタニ財団、
テンプル大学日本キャンパス、
国際交流基金ロサンゼルス日本文化センター、
在ロサンゼルス日本国総領事館

■訴求対象 日本語を学ぶ高校生

■開催規模 学生23名、オブザーバー6名

■概要・効果

【概要】

ジャパン・ボウルは、ワシントンDC日米協会が1992年に設立した、日本語・日本文化の知識を競う大会で、米国をはじめとした諸外国において日本語学習者が参加して行われる。米国各地で、全国大会を目指す地域大会が例年行われるが、本年は、新型コロナウイルス感染症の影響のため、ロサンゼルスでの大会が中止となった。それに代わってオンラインで日本語勉強会及び日本文化を紹介するカルチュラルデイが開催された。当日は、ロサンゼルス総領事館より武藤総領事が冒頭挨拶を行った他、折り紙ワークショップと、和楽器を使ったパフォーマンスを行うグループNeo Japanesqueによる演奏と楽器の解説が行われた。

【効果】

将来日本とのつながりを持つことを望む学生達に継続的な日本語学習を促すきっかけとなった。若年層の知日派・親日派育成及び日本に対する理解の深化に貢献。



アリゾナ州におけるFDIの重要性及び日系企業の活躍の周知ウェビナー(ロサンゼルス総領事館)

- 実施時期 2021年3月18日
- 実施場所 オンライン(Zoom)
- 関係機関 Global Chamber
- 訴求対象 アリゾナ州民及び米国民一般

- 開催規模 210名程度が視聴

■概要・効果

【概要】

アリゾナ州は州都フェニックスを筆頭に、人口及び雇用等の成長率で全米でも上位に位置しており、発展が目覚ましい地域として近年注目を浴びている。こうしたことを背景に、アリゾナ州のFDI(海外直接投資)の重要性及び進出日系企業の活躍を周知するため、ロサンゼルス総領事館とGlobal Chamberが共催でウェビナーを実施。アリゾナ選出連邦上院議員や州内の政府関係機関、大学教授、日系企業関係者をパネリストとしてプレゼンテーションを実施。

【効果】

アリゾナ選出の両連邦上院議員からビデオメッセージの提供があったほか、フェニックス市長にライブで登壇してもらうなど、ハイレベルの政治家からサポートを得られた。視聴者より、アリゾナ州の投資状況や日系企業について理解が深まったとの声を多くいただき、日系企業支援の観点からも一定の成果が上げられた。また、イベント終了後よりパネリストと視聴者の間でビジネス案件の対話が展開されており、アリゾナ州におけるビジネス分野での関係構築をサポートすることに寄与。

