

# 令和 3 年度 公益財団法人フォーリン・プレスセンター事業計画書

令和 3 年 3 月

公益財団法人フォーリン・プレスセンター

## 1. 基本方針

令和 3 年はフォーリン・プレスセンター(FPC)の創立 45 周年に当たる。折しも世界はコロナ禍との戦い、気候変動、デジタル・トランスフォーメーション(DX)等のメガ・トレンドへの待ったなしの対応を迫られている。このような数々のチャレンジに世界が立ち向かう中、FPC は、これを好機と捉え、FPC のミッションに掲げる①日本に関する多様で正確な報道が世界中で行われるよう、外国メディアの取材活動を積極的に支援する、②日本各地や様々な分野からの価値ある情報を発信するとの活動方針のもと、FPC が「more reliable」(もっと頼りになる)、「more pro-active」(もっと積極的/機動的に)、そして「more visible」(もっと存在感のある)な組織を目指して、以下に述べる具体的な方向性のもとに公益目的事業を行う。

### (1) 創立 45 周年記念事業

FPC が外国メディア並びに日本国内の情報発信者のニーズに可能な限り応え、「頼られる橋渡し役」であることの認知度の向上を目指し、45 周年記念事業を開催して FPC のビジビリティを高める。3 月に主催した国際ウェビナーを始めとして、10 月頃を目途に同様のウェビナーを開催するほか、メガ・トレンドをテーマとしたプレスブリーフィング・シリーズ実施など様々な事業を 45 周年記念事業と位置づけ、対外的に幅広く広報していく。

### (2) オンラインを活用した事業展開

昨年から続くコロナ禍は、外国メディアの取材活動において、対面式の現場取材から非対面式のデジタル通信技術を活用したオンラインによる活動へと大きな変化を生じさせた。それに伴い、FPC もプレス・ブリーフィングのライブ配信や国際ウェビナーの開催などオンラインを活用した事業を展開し、その有用性と更なる可能性を実感した。令和 3 年度も引き続きオンラインによる事業を積極的に展開しつつ、コロナの感染防止に最大限配慮しつつも対面式現場取材との併用も行う。

### (3) 重点的な情報発信テーマ

コロナを除いて、今年の国際社会が対処すべき最大のアジェンダは気候変動だと言われる。バイデン米大統領が 4 月にこの問題でサミットを主催するほか、11 月には英国スコットランドで COP26 が開催される。我が国でも令和 2 年秋に発足した菅政権が「2050 年カーボン・ニュートラル」を宣言し、この問題への在京特派員の関心も高まっている。また、今年はバイデン大統領によるデモクラシーサミット、ジョンソン英首相による D10(G7 にインド、豪州、

韓国を招待)など、「民主主義」をめぐる国際社会での議論が活発に行われることとなっており、民主主義国が協調し巻き返しをはかる動きが本格化する。FPC では、こうした動きを踏まえて、以下の事項を重点的な情報発信テーマとし、時宜をとらえた発信に努める。

- ・気候変動、脱炭素社会
- ・岐路に立つ民主主義と国際協調
- ・DX(デジタル・トランスフォーメーション)
- ・感染症対策、人口動態(少子高齢化)、格差問題など、上記以外の国際社会が抱える共通の課題(メガ・トレンド)への我が国の対応

#### (4)東京オリパラを通じた対日理解・共感の増進

1年延期となった東京オリンピック・パラリンピックが7～9月に開催される予定である。コロナ禍の中での世界最大のスポーツイベント開催という前例のない事態に、日本は、国と自治体、企業など民間組織、そして国民が如何に連携し、どのように安全安心な大会をホストすることができるのか、外国メディアをはじめ世界が注視している。FPC は、各大会組織委員会や東京都等とも可能な範囲で連携し、プレス・ブリーフィングやプレスツアー等の事業を通じて様々な協力を行い、各国における対日理解のみならず、対日共感の増進に努める。

#### (5)情報発信パートナーとの連携による対外発信

事業の実施に当たっては、FPC が中核的な役割を担いつつ、情報発信パートナーである外務省はじめ政府関係機関や FPC 賛助会員を中心に、自治体、企業、大学、その他各種団体等とも連携し、対外情報発信活動の強化を図る。具体的にはこれらの団体が主催する外国メディア招聘事業やプレスツアーへの協力、またこれら団体が行う対外情報発信活動(とりわけデジタル通信技術の活用)の支援など、国際広報支援事業(受託事業)を強化することで、事業の拡大と経営基盤の強化を目指す。

## 2. 具体的な事業の展開

### (1)プレス・ブリーフィング事業

日本の政治、経済、外交・安全保障、環境・エネルギー、先端技術、企業活動、社会問題、文化等の時事テーマについて、有識者や閣僚を含む政府関係者によるブリーフィングをタイムリーに実施し、1週間に1回、年間40～50回程度の実施を目指す。

令和2年5月に始まったオンライン・プレスブリーフィングは、同年度10か月半で37回開催し、令和元年度(12か月間)を上回る記者が参加した。オンラインの拡張性を活かして、中国など近隣諸国に駐在する欧米記者などにもアプローチし参加を得たほか、ブリーファーマも首長が地元からオンラインで登壇するなど、アウトリーチの面で大きなメリットを生み出した。この流れをさらに進め、海外在住記者へのアプローチの強化を図るとともに、特筆すべき取り組みを行っている首長や地域活性化に貢献する中小企業など多様性にも配慮してブリーフィングテーマを選定する。形式はオンライン・ブリーフィングを中心に、状況に応じて、現場とオンラインのいずれでも参加を可能にするハイブリッド型も実施する。

令和3年度の具体的なブリーフィングテーマとしては、2020東京オリンピック・パラリンピックとコロナ対策のほか、メガ・トレンドへの日本の対応といった重要かつ多層的な取り組みをシリーズとして取り上げる。国際情勢では米新政権の対外政策と日本を含む国際社会の対応、朝鮮半島情勢や中国の海洋上の動向など安全保障をめぐる動き、二国間関係では日米、日中、日韓、日ロなど。またG7並びにG20、APEC、ASEMなど多国間協力の枠組みにおいては、その中での我が国の役割、多国間主義と国際経済連携の動き、さらには巻き返す民主主義と国際協調等。国内テーマとしては、コロナ禍と日本経済の動向、財政健全化問題、働き方改革の行方と外国人材受け入れ拡大、さらに東日本大震災から10年を過ぎた被災地と復興五輪、福島第一原発の廃炉進捗とALPS処理水の問題などをテーマとする。

## (2) プレスツアー事業

在日外国特派員を対象に、日本各地における様々な課題への取り組みや多様な魅力を直接取材する機会を提供するため、特派員の関心や、2020 東京オリンピック・パラリンピック、第9回太平洋・島サミット(開催地:三重県志摩市)、東日本大震災から10年といった機会をとらえつつ、プレスツアーを企画し、政府や自治体等からの受託に努める。また、政府や自治体に対し、具体的なテーマと適切なタイミングなど効果的なツアー実現のためのアドバイスをを行うなど積極的に協力し、日本各地からの価値ある情報発信強化に貢献する。実施回数はコロナ禍の影響で例年よりも減少することも想定されるが、年間10~15回程度を目指す。

テーマ案としては、菅政権の重要政策課題である脱炭素(カーボンニュートラル)社会の実現、DXをはじめ、被爆地における非核と平和への取り組み、風評被害対策と福島第一原子力発電所の現状、日本の質の高いインフラ、少子高齢化、多様な人々が共生する社会のほか、グローバル課題(新型コロナウイルス感染症への対応、環境・エネルギー問題、防災・減災、保健・衛生等)への取り組み、地方創生、日本各地の特色ある産業や文化・スポーツ、観光資源等を検討する。

なお、コロナ禍においては、プレスツアーの参加人数を減らす、実施日数を短縮するなど形式を若干変更し、参加記者、取材受け入れ先、主催団体など関係者との間で、準備段階から当日の取材現場に至るまで、できる限り万全の感染予防対策を講じた上で、企画運営、実施していく。

## (3) 外国メディア招へい事業

米国、カナダ、英国、オランダ、フランス、北欧、豪州等のメディアに所属し、プレスコード等の理由で政府招へいを受けることができない記者を招へいし、各人の関心に基づいて我が国の実情を取材し報道してもらおう。被招へい候補者の選考に当たっては、在外公館をはじめ様々な関係協力機関、有識者等からの推薦を得る。優先取材テーマは、日本の政治、経済、外交・安全保障、社会、防災・減災、環境、加えて上記1.(3)及び(4)に沿ったものも検討する。令和3年度は、新型コロナウイルスの世界的感染拡大の影響等により、前年度訪日を希望するも招へいできなかった記者10名(全体の招へい枠は13名)を引き続き招

へい候補として持ち越し、感染状況の推移を見極めつつ招へいの実現を目指す。コロナ禍が続く、招へいが困難となる場合は、状況が改善された際の招へいを前提としたプレ招へいプログラムの位置づけで、オンラインでの取材(有識者インタビュー、省庁によるブリーフィング等)の希望を聴取する。招へい記者には、FPC のオンライン・プレスブリーフィングへの参加や報告動画の視聴を積極的に働きかける。また、招へい事業の費用対効果や PDCA サイクルの強化が求められている状況に鑑み、本件事業の効果や評価をより詳しく把握する観点から、招へい後の記事発出の有無、記事内容の評価、読者の反響や世論への影響について、関係協力機関と連携して確認・検証し、より多角的に事業の効果を計り、その後の記者との関係維持・強化や事業の更なる改善に役立てる。

#### **(4)外部団体の招へいによる訪日外国メディアへの取材協力事業**

外部団体が主催する外国メディア招へい事業については、FPC の経験と知見、ネットワークを活用して積極的に協力する。令和元年度に新たに受託した東南アジアの記者を対象としたフェロシッププログラム(年間16名程度)については、令和2年度は、コロナ禍により訪日が困難となったため、代わりに、元年度に招へいした主要メディア編集責任者、中堅記者によるオンライン会議をそれぞれ開催し、複数メディアの共同による国境をまたぐ課題について取材・記事執筆・報道するためのグラントを立ち上げ、10案件が採用された。令和3年度は、編集責任者(10名)及び中堅記者(6名)の招へい、並びにオンライン会議の開催を予定。

#### **(5)個別取材協力事業**

短期訪日外国記者及び在日外国特派員からのニュース報道を目的とした個別の取材協力要請に対しては、上記1.(3)のテーマ案に沿った取材内容のものを中心に、積極的に支援する。2020東京オリンピック・パラリンピックなど国際的に注目される大規模イベントも迫る中、国内の各主催団体とも連携しつつ、的確かつ迅速に対応する。

#### **(6)オンライン(ホームページ)による情報提供事業**

外国メディア関係者を主たるターゲットに、FPC が実施する各種事業の案内や実施報告記事のほか、自治体や企業、団体、大学等と連携しながら、日本の様々な分野からの価値ある情報を取材や報道につながるタイミングで効果的に発信する。また、モバイル端末にも対応し、YouTube やフェイスブック、ツイッター等 SNS の一層の活用で、コンテンツの拡散効果を高める。また、令和2年度から取り組んでいる在外公館を通じたアウトリーチの強化についても継続して取り組み、海外での活用と組織としての認知度を高める。令和元年9月に立ち上げたオリパラ関係の情報発信サイト「What's Up Japan」については、オリパラの動きを注視しつつコンテンツの充実を図るとともに、外国メディアと地方の双方にメリットのある地方情報発信サイトとしてオリパラ後も活用すべく、その運用方針を上半期に固め、下半期で実行に移す。

### **(7)外国メディアと国内関係者との交流事業**

FPC の活動を支援・協力する賛助会員を始めとするパートナーを広く求めるとともに、ミッションの実現に向けてパートナーとともに外国メディアへの情報発信を強化していく。また、外国メディア関係者を招いたセミナー開催など、パートナーと外国メディアとの交流・意見交換の場も設ける。こうした取り組みを通じて、日本からの情報発信者のネットワークを強化し、多層的で効果的な外国メディアへの情報発信を進めていく。なお、賛助会員は長期減少傾向にあるが、これに歯止めをかけるため、賛助会員向けサービスの見直しやトップセールスを含むより積極的な営業努力を行う。

### **(8)海外メディア事情調査及びメディア関連機関等との交流事業**

FPC のミッションを達成するため、在日メディア・特派員や世界各国のメディアの状況や関心事項や取材動向、対日論調等を的確に把握し、日本からの効果的な情報発信に努めるとともに、その報道ぶり概要及び対日論調について取りまとめ、FPC のホームページで広く紹介することで公の利益に資する。そのため、日本関連報道のモニタリング・論調分析体制を強化するとともに、外国メディアに関する情報を整備する。また既に協力関係にある米国、カナダ、韓国、ニュージーランド等のメディア関係機関との交流・協力関係を強化するとともに、新規の協力機関を開拓する。

### **(9)国際広報支援事業**

近年、自治体、企業、大学等においては、海外発信の必要性が強く認識されるようになってきているものの、コロナ禍で対面式や現場取材・視察型のイベントが開催できなくなっている。そうした中で FPC がこれまでの活動で蓄積してきた経験、とりわけデジタルネットワークを活用したオンライン事業や外国メディアとのネットワーク、情報発信の知見を活かして、これら団体等に対して効果的な国際広報に関する相談、具体的事業実施のための助言等を行う。また、必要に応じて、外国メディアや在日外国大使館へのプレスリリースの配信、オンラインでの会見・プレゼンテーションなどのイベントの開催支援、プレスツアーや外国メディア招聘・誘致事業への協力、外国メディアを通じた情報発信についてのセミナー等を開催することで、国内の諸団体の国際広報活動を支援する。企業広報については、FPC が公益法人であることに鑑み、特定の商品・製品の発売やサービス開始の宣伝といった案件への協力は引き続き慎重に対応が必要であるが、企業の CSR 活動のほか、その優れた技術やアイデアが国内外の社会的課題解決につながるもの、またや文化発信の観点から公益性が高いと認められるものについては、情報発信する際の切り口等を提案するなど積極的に対応する。

(了)