



**MINISTÈRE
DE L'EUROPE
ET DES AFFAIRES
ÉTRANGÈRES**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

DIRECTION DES RESSOURCES HUMAINES

SOUS-DIRECTION DE L'ATTRACTIVITÉ ET DES RECRUTEMENTS

Bureau des concours et examens professionnels

**Concours externe, concours interne et troisième concours
pour l'accès à l'emploi de
secrétaire des affaires étrangères (cadre d'Orient)
au titre de l'année 2026**

Épreuve écrite d'admissibilité n°4

Mercredi 26 novembre 2025

Japonais

Section Asie méridionale et Extrême-Orient

Durée totale de l'épreuve : 3 heures - Coefficient : 3

Toute note inférieure à 10 sur 20 est éliminatoire.

Dictionnaire autorisé

Réponses courtes, dans la langue choisie au moment de l'inscription, à des questions à partir d'un dossier composé dans cette même langue permettant d'apprécier les connaissances linguistiques et l'aptitude à formuler des réponses complexes sur les sujets d'actualité en lien avec la section choisie.

Ce dossier comporte 8 pages (page de garde, sujet et sommaire non compris)

Sommaire

Document 1.....	1
Document 2	2
Document 3	5
Document 4	6
Document 5	8

Questions

Question 1 (7 points) :

日米韓協力の共通目標とチャレンジは何ですか？

Question 2 (7 points) :

日本のソフトパワーの長所と短所は何ですか？

Question 3 (6 points) :

地方再生を成功させるためには、どのような政策が必要ですか？

Document 1

日米韓外相会合、日本外務省（2025 年 09 月 22 日）

現地時間 9 月 22 日午後 4 時 5 分（日本時間 23 日午前 5 時 5 分）から約 45 分間、米国（ニューヨーク）を訪問中の岩屋毅外務大臣は、マルコ・ルビオ米国国務長官（The Honorable Marco Rubio, Secretary of State of the United States of America）及び趙顯（チヨ・ヒョン）韓国外交部長官（His Excellency Cho Hyun, Minister of Foreign Affairs of the Republic of Korea）との間で、日米韓外相会合を行ったところ、概要は以下のとおりです。

なお、会合終了後、日米韓外相共同声明が発出されました。

1. 三者は、日米韓を取り巻く戦略環境が厳しさを増す中、三か国が結束を強化し、法の支配に基づく自由で開かれた国際秩序を堅持するとともに、強固な日米同盟・米韓同盟、そしてその戦略的連携を示し続けることの重要性を再確認しました。また、日米韓の行動志向の議論が具体的な取組に繋がってきていることを歓迎しつつ、特に、北朝鮮への対応や、安全保障、経済安全保障分野における協力を一層進展させることを確認しました。
2. 特に、三者は、北朝鮮の増大する脅威について議論し、あらゆるレベルで意思疎通を一層強化していくことを確認しました。具体的には、核・ミサイル開発について、深刻な懸念を表明するとともに、国連安保理決議に従った北朝鮮の完全な非核化に向けての三か国のコミットメントを再確認しました。また、露朝軍事協力の進展及び核・ミサイル計画の資金源となる暗号資産窃取を含む悪意あるサイバー活動等についても、緊密に連携して対応していくことを再確認しました。この観点から、8 月の北朝鮮サイバー脅威に関する日米韓外交当局間作業部会の開催や北朝鮮 IT 労働者に関する三か国の取組の進展を歓迎しました。さらに、拉致問題について、米韓両政府の一貫した支持に対し、岩屋大臣から謝意を表明しました。
3. また、三者は、力又は威圧による一方的な現状変更の試みを含む地域情勢についても意見交換し、日米韓で緊密に連携していくことを確認しました。加えて、重要鉱物を含むサプライチェーン強靱化や、量子・AI を含む重要・新興技術の保護・促進を始めとする経済安全保障等についても意見交換し、これらの分野でも緊密に連携していくことを改めて確認しました。

Document 2

「クールジャパン」再起動：「新たなクールジャパン戦略」の実現性と日本産業に与えるインパクト、PWC（2025 年 2 月 17 日） - Extraits

日本政府（官邸知的財産戦略本部）は 2024 年 6 月初めに「新たなクールジャパン戦略」（以下、「リブート版」）を「リブート（再起動）」という言葉とともに示した。このリブート版では、2022 年時点で 4.7 兆円である日本のコンテンツの海外市場規模を、2033 年にはその約 4 倍にあたる 20 兆円にすることが目標として示されているが、これは達成可能な目標値なのだろうか。またそれが、業界にとってだけでなく、日本に住む私たちにとってどのような意味を持つかについても検証していきたい。

「新たなクールジャパン戦略」は「リブート（再起動）」と位置づけられる

日本政府は、2010 年に国策として「クールジャパン戦略」を初めて提示した。2012 年には担当大臣が内閣に置かれ、2013 年にはクールジャパン推進会議、そして官民ファンド「海外需要開拓支援機構（通称「クールジャパン機構」）」の設立などを経て、クールジャパン戦略は過去 14 年にわたって継続してきた。

最初にクールジャパン戦略が示されて以降、国際収支におけるサービス収支は改善した。中でも、旅行は 2015 年に、コンテンツなどを含む個人・文化・娯楽サービスは 2019 年に黒字化するなど、日本のマクロ経済への貢献は小さくない。だが、昨今、DX の進展によるクラウド利用の急増などを受けて、通信・コンピュータ・情報サービスの国際収支が急速に悪化し、サービス収支全体の赤字が拡大してきた。そのような中、一層の効果を期待しての「リブート（再起動）」となった。

加えて、新型コロナウイルス感染症の世界的流行（コロナ禍）に伴うさまざまな社会変化を考慮し、これまでの政策への反省を込めてクールジャパン戦略をリブートすることで、従前からの最終目標である「日本のソフトパワーの強化」をさらに推し進めようという意図がある。

クールジャパンはコンテンツのみにあらず

[...] 2010 年に当時の民主党政権下でコンテンツだけではなく、より幅広い対象、つまり食やファッション、文化・生活スタイル全般の認知を世界市場で広げ、日本からの輸出品、ひいては日本そのもののブランド力を高めることで、国際競争力（≡ソフトパワー）を高める国策として「クールジャパン戦略」が策定され、コンテンツ海外展開支援策が取り込まれることになった。だが、2011 年の東日本大震災など未曾有の災害の発生とタイミングが重なったこともあり、その報を耳にすることができないままとなった人も多いのではないかと。しかし、その政策としての成果は、物財からサービスや情報へと価値の重心が移っていく世界動向に沿ったこともあり、サービス収支の改善に貢献したのは前述のとおりだ。

[...] 2013 年以降の総力戦としてのクールジャパン戦略では、未だ少ないと思われていた日本ファンを、コンテンツの海外展開を通じて増やすところから始めるとされていた。しかし、コロナ禍で巣ごもり消費を強いられた全世界の家庭で、VOD（ネット経由ビデオ配信）サービスなどを通じて一気に日本のコンテンツに対する認知が高まり、グローバル市場で一大ジャンルとして日本アニメの地位が急上昇した。その結果として日本ファンの激増という状況を反映したのがリブート版クールジャパン戦略である。コンテンツ産業の海外展開も今以上の拡大が期待されており、2022 年時点（4.7 兆円）から 2028 年までに約 2 倍（10 兆円）、2033 年までに約 4 倍（20 兆円）とすることが政府目標として示されている。もちろん①コンテンツに加えて、②食、③ファッションなど生活スタイル、④インバウンドというサービス財（情報財）としての収支を高め、日本の国際競争力を高めることが、クールジャパン戦略の最終目標であることは変わらない。[...]

私たちにとってのクールジャパン効果とは

[...] コンテンツの世界市場を 20 兆円にするためには、それなりの戦略が不可欠だ。独自にコンテンツを作り、広げ続けるだけではなく、リブート版にも示されているとおり、食やライフスタイルなどのジャパン・プロダクト、インバウンドなどジャパン・エクスペリエンスの良循環を幾重にも組み合わせるスコープをコンテンツ産業側から提示していくことが望ましい。[...]

従来、コマースの主体となるグッズなどはモノが中心であり、日本からの輸出が主であった。しかし、現在では 3D プリンターなどの活用により、従来とは異なる流通コストの少ない「輸出」もあり得るだろう。その際、世界各地で生産され当地の創意工夫が加わった再創作商品については、安全や品質などの面から審査し、「プロデュースド・バイ・ジャパン」「デザインド・イン・ジャパン」「ジャパン・クオリファイド」といったデジタル技術を活用した認証を付して積極的・自立的に増大させていくことが考えられる。これにより、日本が得るライセンス収入を増やし、資金の循環を促す。

また、日本を来訪する人々の満足を高めると同時に、そこでの経験を基にしたコンテンツの制作や発信を支援し、さらにはクリエイターを国内へと呼び込み創作の地とするような取り組みも重要だ。あるいは母国に戻って創作されたコンテンツについても、日本をハブとして編集者や日本の読者の評価を得ながら洗練させ、日本メディアの発信でより多くの人々の目に留まるコンテンツへと昇華させていく。そのようなプロセスを作り上げることが、さらなるロイヤリティやタレントの循環を生む。[...]

今やジャパン・コンテンツはリングフランカ（母国語以外の共通言語）となり、今後、世界の Z 世代はアニメを共通語として、さまざまな事柄を語り合えるようになるだろう。このジャパン・コンテンツを通じて「大きな物語」を共有することができるという、これまで（ごく一部の複言語使用者を除くほとんどの）日本人が経験してこなかった機会をどう生かすかが、あらゆる産業

に問われるだろう。そして、ジャパン・コンテンツ同様、ジャパン・プロダクツとジャパン・エクスペリエンスも海外の人にも親しんでもらえるようにすることが、無形資産の活用という点で少子高齢化が進行する日本の未来のエンジンになるのではないか。[…]

Document 3

インバウンド過去最多 生活環境守る視点忘れず、毎日新聞（2025 年 2 月 11 日）

来訪者の数を増やすだけでは、観光地としての魅力を損ないかねない。暮らしを守り、地域の価値を高める施策に軸足を移す時だ。

2024 年の訪日外国人（インバウンド）が約 3687 万人となり、過去最多を更新した。コロナ禍の影響が払拭（ふっしょく）される中、円安で日本への旅行に値ごろ感が強まったことも追い風となった。

外国人が国内で使ったお金は 8 兆円を超える。外貨を獲得できる点では輸出と同じ効果があり、自動車に次ぐ稼ぎ頭となっている。

政府は 30 年に 6000 万人を受け入れる目標を掲げるが、課題は多い。混雑やマナー違反、ごみの増加といった問題が一部地域で深刻化している。旅行者が悪い印象を抱くだけでなく、住民の生活を脅かす。

鉄道・バスの増便や、マナーを説明するピクトグラムの統一化といったオーバーツーリズム対策を、政府は講じている。旅先が特定の地域に偏る状況を是正するため、地方の情報発信も強化する。

だが、初めて訪日する人が増え、東京や京都など定番の観光地に集中する傾向はむしろ強まった。

映画・アニメの舞台を訪れる「聖地巡礼」や、ネットで拡散した情報がもたらす混雑も目に付く。住宅地も含まれるため、来場制限などの対策を取りにくい。

混雑状況を知らせるアプリの開発など、きめ細かな情報を提供し、人出を分散させる必要がある。

旅行者に宿泊税を課す動きも広がっており、既に 11 自治体が導入した。京都市は 1 泊当たりの最高額を現行の 1000 円から 1 万円に引き上げる方針だ。

受け入れ態勢整備の財源となるが、観光の裾野は広く、道路整備なども対象になり得る。むやみに用途を広げれば、混雑緩和などに充てる税の趣旨から離れる。

住民の意見を聞き、旅行者の理解を得られる使い方を考えるべきだ。用途を公開し、透明性を確保することも欠かせない。

観光の魅力の一つに、交流によって旅行者と地域住民が相互理解を深めることがある。摩擦を生むようでは本末転倒だ。

政策の目標を集客数と消費額から、顧客の満足度や生活環境の改善などに切り替えるべきだ。量から質への転換が急務である。

Document 4

地方創生 2.0 政策の 5 本柱、内閣官房 - Extraits

地方創生 2.0 では、その目指す姿である「新しい日本・楽しい日本」をつくり出していくため、次の 5 本の柱に沿った政策を力強く展開していきます。[…]

稼ぐ力を高め、付加価値創出型の新しい地方経済の創生～地方イノベーション創生構想～

- **スタートアップを生み出すエコシステムの形成、地方公共団体によるスタートアップからの調達促進**

スタートアップ・エコシステム拠点都市を 8 都市から 13 都市へと拡大：

- ディープテック分野をはじめとしたスタートアップを一層生み出していく環境を整備するため、スタートアップ・エコシステム拠点都市において、地域の産業や大学等の研究特性を活かした分野・領域の重点化、アントレプレナーシップ教育の充実、オープンイノベーションや公共調達の促進、核となる組織・人材の育成・確保等の取組を強化し、スタートアップの創出から創業後の成長までの一貫した支援を推進する。
- 自治体ニーズとのマッチング・案件組成の支援、トライアル発注や随意契約の促進など契約の工夫、地域間の共同調達の円滑化に関するガイドの作成、知的財産の保護、インセンティブ措置の深掘り等、地方公共団体によるスタートアップからの調達を促進する多面的な取組を新たに実施する。

- **農林水産業の未来を創るスマート技術の開発・普及促進**

2030 年までにスマート農業技術を活用した面積を 50%にすることを目指す：

農林水産業の飛躍的な生産性向上や環境負荷低減を実現するため、農地の大区画化、共同利用施設の再編・集約化、多収性・高温耐性等を備えた品種の開発・導入に加え、AI やデジタル、衛星情報等の宇宙技術など先端技術を利用した高度な管理や出荷手法等の導入、生産者の労働負担を軽減するリモート監視やリモート操作を活用した労働力の外部化・無人化等により、徹底的な効率化・省力化に向けたスマート農林水産業技術の開発・普及を加速化する。将来的には、農業者の指示で AI を搭載したロボット農機が様々な作業を行う姿を実現する。

- **中堅・中小企業に対する地域の支援体制の構築**

中堅企業の付加価値増加率 実質 4%/年（経済成長目標の 4 倍）以上を目指す：

- 「中堅企業成長ビジョン」等で掲げた目標の達成に向け、累計 6,000 億円（令和 5 年度補正及び令和 6 年度補正）の大規模成長投資補助金など、設備投資や海外展開、M&A 等に対する措置を通じて、地域経済を牽引する中堅・中小企業の成長投資を促進する。
- 高度化する経営課題への対応として、地方 9 ブロックごとの広域的な支援の枠組みである「地域円卓会議」を通じて、地産外商に積極的に取り組み地域貢献度の高い企業を重点支援企業として選定し、各省庁の地方支分部局や民間支援機関による省庁横断的なプッシュ型の伴走支援を行うなど、地方での企業支援体制を強化する。[…]

Document 5

町おこし成功例 10 選から読み解く！持続可能な地域づくりのポイント、Web メディア

「Lumiarch」（NTT 東日本）（2025 年 6 月 24 日）- Extraits

[…]

7. 北海道厚沢部町 | 保育園留学で新しいかたちの教育を提供

北海道 渡島半島の日本海側に位置する厚沢部町（あさぶちょう）において、企業が主体となった「保育園留学」プログラムを通じ、地域への人の流れの創出と移住の促進が実現した事例です。

保育園留学とは、子どもを通わせたい保育園がある地域での暮らしを 1～2 週間体験できるプログラムです。株式会社キッチハイクが、厚沢部町で 2021 年より保育園留学事業をスタート。参加する家族に対し、子どもを短期間預かる「一時預かり制度」のほか、移住体験住宅、農作業をはじめとした町での生活体験をパッケージとして提供しています。

事業開始以来、多くの問い合わせと申し込みが寄せられ、2023 年時点ですでに 100 の家族が保育園留学を体験。リピート希望率は 90%以上にのぼります。また、本取り組みは厚沢部町を起点に全国 40 以上の地域にまで拡大し、留学を体験した家族の 1%ほどが移住に至っています。

〈町おこしの成功要因〉

- テレワークが行えるよう移住体験住宅のネットワーク環境を整えたり、慣れない土地での医療との接続をサポートするオンライン診療サービスを導入したりと、滞在中の支援を充実させたこと
- 旅先で寄付が行える「旅先納税[®]※」の仕組みを導入し、寄付金収入を得るとともに電子クーポン（返礼品）による地域での消費促進を行うことで、継続的に事業を運営できる基盤をつくったこと

[…]