

外務省参考資料



東アジア共同体と東アジア首脳会議

平成18年11月 外務省

東アジアは歴史的变化の時代を迎えている。

・急速な経済発展

- ・交流の急速な拡大と相互依存の拡大
- ・各種機能的協力の進展(FTA、金融、国境を越える犯罪等)
- ・地域の一体感の醸成(共通の生活様式(IT・携帯電話の普及、「新中間層」、ポップカルチャー等)
- ・中国・インドの台頭は地域にとって大きな機会。

・各国・地域で多様な脅威認識

- ・普遍的価値の未定着
- ・冷戦の残滓＝朝鮮半島問題
- ・ナショナリズムの台頭
- ・テロ、海賊、大量破壊兵器の拡散等の新しい脅威

こうした変化を背景に、将来の東アジア共同体形成が地域の共通目標に。

この中で日本外交のねらい

①地域の平和・安定の基盤たる日米同盟に基づく米国の関与・プレゼンスを確保。

②中・印も巻き込んで地域全体として透明性の向上、信頼醸成を図る。

③経済、社会、非伝統的安全保障を中心に地域協力を促進することで、中国を責任ある建設的パートナーとして地域に関与させながら、アジアの繁栄・安定・協調を確保。

こうした考え方のもと、東アジア首脳会議(EAS)に向けて、以下の外交努力を展開した。

・地域協力の基本原則を主張。

- ①開かれた地域主義(開放性、透明性、包含性)、②自由、民主主義等の普遍的価値やグローバルな規範の尊重・遵守、
- ③具体的協力の促進を通じた地域協力の深化(機能的アプローチ等)
- ④安全保障については、当面は非伝統的分野(テロ、海賊等)において協力を促進
- ・普遍的価値を共有するインド・豪州・ニュージーランドが参加するEASが共同体形成に重要な役割を果たすべきとの点でコンセンサスが得られるよう主張。

2005年12月：一連の首脳会議の成果

第1回EAS

首脳宣言等に日本の主張の主要部分が取り入れられ、適切な成果を収めた。

- ①EASは、この地域における共同体形成において「重要な役割」を果たし得る。
- ②EASは、開放的、包摂的、透明な枠組みである。
- ③EASでは、グローバルな規範と普遍的価値の強化に努める。
- ④EASでは、政治・安保、経済、社会・文化の幅広い領域に亘る分野に焦点を当てて活動。
- ⑤EASは毎年開催。ASEANが主催・議長。ASEAN年次首脳会議の機会に開催。

ASEAN+3首脳会議

- ・首脳宣言に、ASEAN+3協力が引き続き東アジア共同体形成の「主要な手段」であり、2007年に東アジア協力に関する第二共同声明等を作成するための努力を開始することを明記。
- ・小泉総理が、アジアの鳥インフルエンザ対策に1.35億ドルを拠出することを表明。

日ASEAN首脳会議

- ・「日ASEAN戦略的パートナーシップの深化・拡大」に向けた政治的決意を再確認する首脳共同声明を発出。今や日ASEANは、対等の立場で共通の課題に取り組んでおり、ASEANは地域協力の中心（「運転手」）として、東アジア協力に一層活発に貢献しているとの認識を確認。
- ・小泉総理が、総額75億円のASEAN統合支援拠出金を拠出すること、鳥インフルエンザ対策として50万人分の抗ウイルス薬提供などの支援を行うこと等を表明。

今年12月の首脳会議に向けた課題

EASが東アジア共同体形成に真に重要な役割を果たす枠組みとなるよう、EASが単なる対話の場ではなく、他の既存の枠組みではなしえないような有為な貢献を地域に提供できる枠組みであることを具体的に示していく。

ASEAN+3協力は8年の歴史と17分野にわたる協力実績を有するものの、引き続きこれに積極的に貢献。

「日ASEAN戦略的パートナーシップ」に則った協力を進めると共に、EAS等東アジア地域協力の文脈でも協力を強化。

様々な分野でEAS16か国による具体的協力を進めていく。（例：科学技術、新型インフルエンザ、エネルギー対策、テロ対策等）

「第二共同声明」作成作業に向け、これまでの協力実績のstocktakingやASEAN事務局の機能強化を支援していく。

ASEAN統合支援拠出金の効果的な活用を図ると共に、EASをはじめとする協力の発展に向けた連携を充実させる。

➤背景①：域内諸国の経済発展とグローバル化により相互依存関係が深化

- この10年で、貿易額は、日中間は4倍、中韓間は8倍、中ASEAN間は6倍に増加。
- 域内貿易依存度の拡大（'80年 33.6%→'04年 55.9%）（'04年NAFTA:43.5%, EU:65.7%）

➤背景②：地域協力の重要性の認識の高まり

- アジア通貨危機(97年)／米国同時多発テロ(01年)

➤相互依存関係の深化に伴い各種機能的協力が進展

- 貿易・投資（FTA網の発達）
- 金融（チェンマイ・イニシアティブ、アジア債券市場育成イニシアティブ等）
- IT（アジアITイニシアティブ、アジア・ブロードバンド・イニシアティブ等）
- 開発支援（IAI、メコン地域開発、BIMP-EAGA、人材育成等）
- エネルギー
- 環境保全
- 食糧
- 知的財産
- 国境を越える問題（テロ、不正薬物取引、海賊、人身取引、不拡散等）
- 津波等自然災害による被害への対処及び防災
- 保健（SARS、鳥インフルエンザ等）

→ASEAN+3の枠組みが中心的な役割。

17分野、48協議体が存在。ASEAN+3次官級による東アジアスタディグループ(EASG)諸措置は地域の機能的協力の相当分をカバー。

→他方、他の諸国（特に、豪州、NZ、印、米等）も各分野で不可欠の貢献。

FTA網、アジア海賊対策協力協定交渉、密入国・人身取引に関する「バリプロセス」、「スマトラ沖大地震」の際の「コア・グループ」等。

➤ASEANをハブとする地域協力が進展

➤日、中、韓：ASEAN+3協力の進展。ASEANとのFTA/EPA締結に向けた動き。日中韓三国間協力も進展。

➤豪州、NZ：ASEAN+CER首脳会議。FTA締結に向けた動き。

➤印：ASEAN+印首脳会議。FTA締結に向けた動き。

➤A R F：安全保障問題に関するフォーラム。信頼醸成、予防外交、更に将来的には紛争解決を目指す。

➤東アジア首脳会議：昨年12月にマレーシアで初めて開催。

東アジア共同体構築が地域の共通の目標に。

東アジア共同体構築に係る我が国の考え方

首脳レベルでのコミットメント

- 小泉総理シンガポールスピーチ(02年):「共に歩み共に進む」共同体の構築、及び地域の安定と繁栄を確保するために広範な分野で協力を進めるべきことを提唱。
- 日ASEAN特別首脳会議東京宣言(03年)等:将来の東アジア共同体構築へのコミットメントを表明。
- 第59回国連総会一般討論演説(04年):ASEAN+3の基礎の上に立って、「東アジア共同体」構想を提唱。
- 第162国会施政方針演説(05年):多様性を包み込みながら経済的繁栄を共有する、開かれた「東アジア共同体」の構築に積極的な役割を果たしていく決意を表明。

基本的立場

➢ 「開かれた地域主義」の原則に基づく。

- 東アジアでは、ASEAN、日中韓に加え、豪州、NZ、インド、さらには米国等が各種機能的協力で重要な役割を果たしている。
- 開放性・透明性・包含性を確保し、これら幅広いパートナーと緊密な協力を確保。

立場①

➢ 機能的協力促進が中心(「機能的アプローチ」)。

- 地域の多様性(経済発展水準、文化、民族、宗教、政治理念、安保政策等)に鑑みれば、EUのような政治的な制度や枠組みの導入は未だ将来的目標。
- 当面は、広汎な分野で機能的協力(FTA/EPA、金融、国境を越える問題等)を推進することを中心に共同体形成を目指す。

立場②

➢ 普遍的価値の尊重、グローバルなルール遵守。

- 民主主義、自由、人権等の普遍的価値、WTO等のグローバルなルールを重視する。

立場③

第一回東アジア首脳会議(EAS)の成果は、日本の主張のかなりの部分を反映。

- ① 首脳宣言に 開放性・透明性・包含性や 普遍的価値の強化などの原則が盛り込まれた。
- ② EAS16ヶ国による 具体的協力進展の契機となりうる鳥インフルエンザ対策宣言を发出。

東アジア地域協力の進展

東アジア共同体関係

ASEAN+3協力

➤ 1997年第1回ASEAN+3首脳会議

➤ 1999年東アジアにおける協力に関する
共同声明（第3回ASEAN+3首脳会議）

➤ その後、毎年首脳会議、閣僚
会合を開催（2005年はクアラ
 Lumpur プール）、協力分野は17
にも及ぶ。

2006年第10回ASEAN+3
首脳会議（フィリピン・セブ島）

→ 2007年東アジア協力を
関する「第二の共同声明」
の作成に向けた準備。
（これまでの協力実績の包括
的レビュー、改善策の検討）

日・ASEAN協力

• 1998年新宮沢構想
（300億ドルの資金支援）

• 2002年小泉総理シンガポールスピーチ
「共に歩み 共に進むコミュニティ」

• 2003年日・ASEAN特別首脳会議「東京宣言」

• 2005年日・ASEAN首脳会議
「戦略的パートナーシップ」

2006年第10回日ASEAN
首脳会議（フィリピン・セブ島）

→ 「戦略的パートナーシップ」の深
化・

拡大」という理念の具体化へ。
・ ASEAN統合に向けた支援の実施（域内
格差の是正等）

・ EAS等での地域協力における連携強化

東アジア首脳会議(EAS)

• 1997年アジア通貨危機

• 2001年米国同時多発テロ事件

2005年第1回EAS
（クアラルンプール）

2006年第2回EAS
（フィリピン・セブ島）

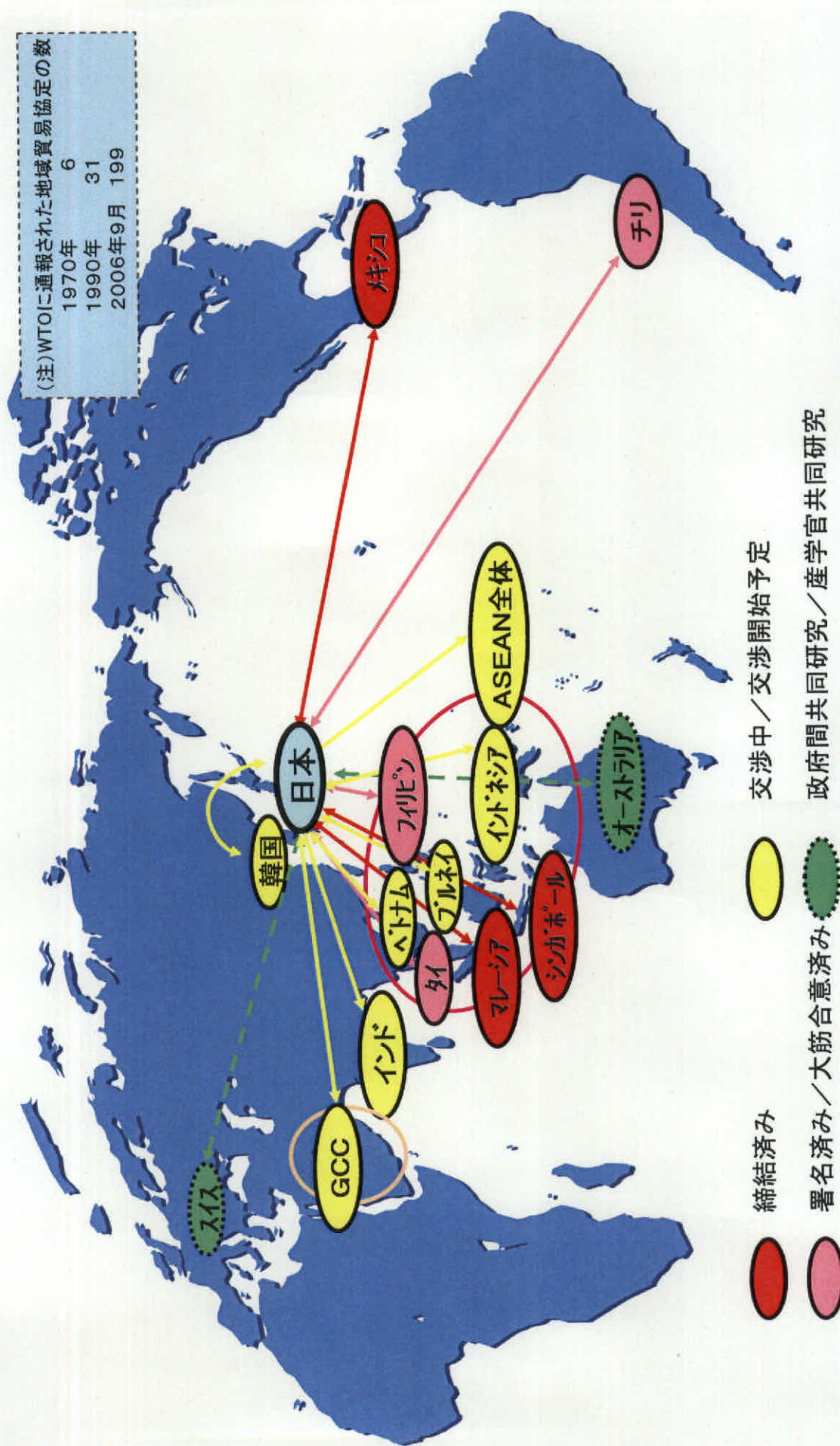
首脳間の対話のみならず、
具体的協力（エネルギー、
防災、感染症等）をいかに
推進していくかが課題。

経済連携強化に向けた取組:スケジュールのイメージ

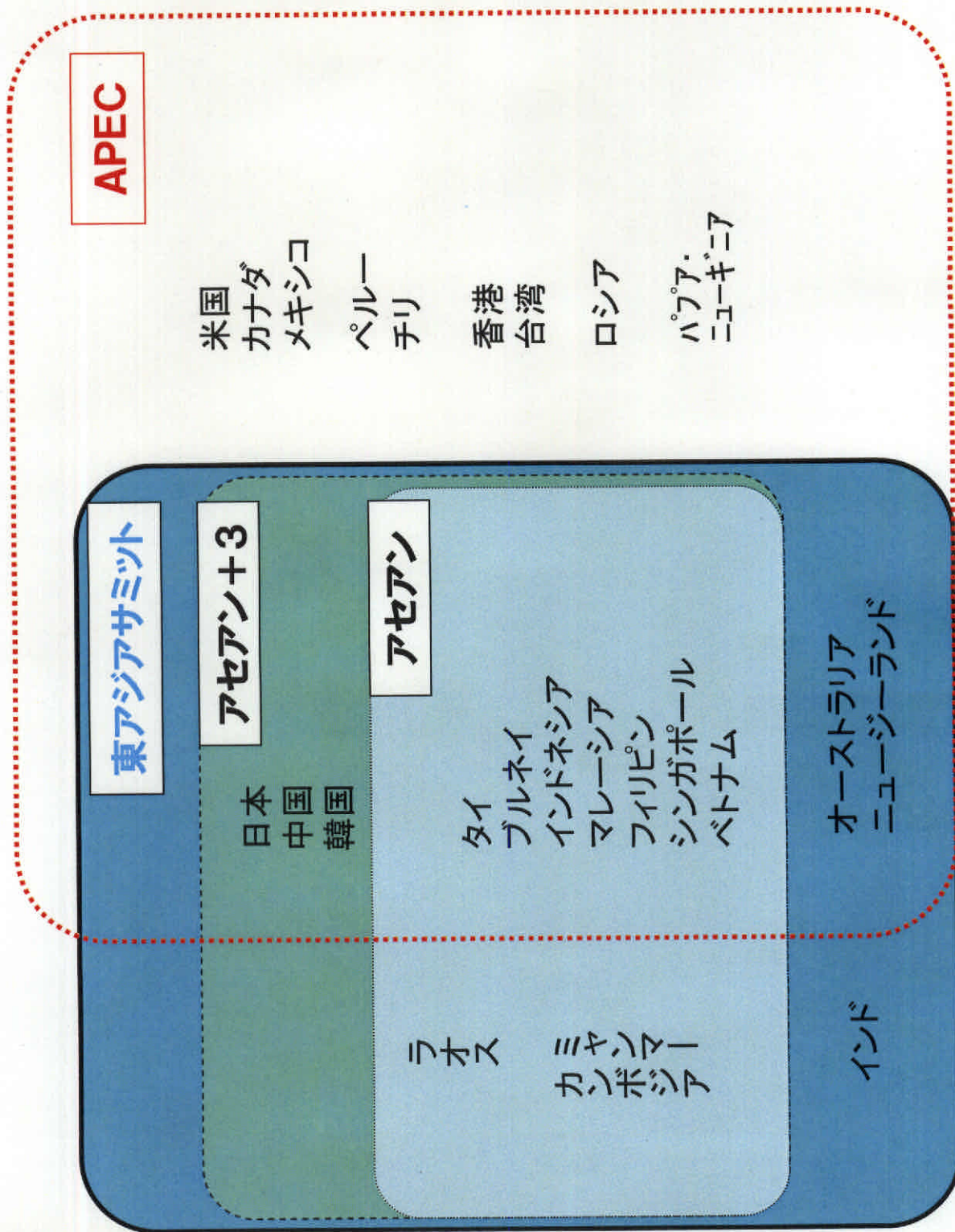
平成18(2006年)11月

	2004年	2005年	2006年	2007年	経緯と現状
シンガポール			4月 見直し交渉開始		・2002年1月署名、同年11月30日発効。 ・我が国初のEPA。包括的内容。 ・貿易・投資拡大などの経済効果あり。 ・2006年4月に協定の見直し交渉開始。
メキシコ		4月発効			・2004年9月署名、2005年4月1日発効。 ・貿易拡大、日本企業対メキシコ投資拡大等の経済効果あり(往復貿易額、2004年度→2005年度38.4%増)、(対メキシコ投資、242%増(2004年→2005年)) ・一部製品の関税割当の枠内税率等を定める協定書につき、臨時国会にてご審議をお願いしている。
マレーシア	1月 交渉		7月発効 国会審議		・2005年12月署名。2006年7月13日に発効。 ・2005年の日本の製造業の対マ投資は、2004年比3.7倍の37億リンギ(約1,110億円)。過去5年間で最も高い水準。協定発効を見越した日本企業の投資増大とも見られる。主な分野は電機・電子。
フィリピン	2月 交渉		9月署名 国会審議		・2006年9月署名。臨時国会にてご審議をお願いしている。
タイ	2月 交渉			?	・協定の内容及びテキストは基本的に確定済み。 ・タイの政治状況が許す可能な限り早期の署名を目指す。
チリ		1月 産学官共同研究会 11月	2月 交渉	?	・チリは銅などの鉱物資源が豊富な資源国。 ・本年9月、大筋合意。 ・11月6～14日に第5回交渉を開催。
インドネシア		1月 6月 7月 共同研究会	交渉	?	・2005年7月に交渉開始。分野毎に交渉は進展中。 ・日本からの投資(累積ベース)がASEAN域内最大。 ・天然ガス、鉱物資源等が豊富な資源国。 ・本年10月10～13日に第6回交渉会合を開催。
ブルネイ			2月 準備協議 4月 6月 交渉	?	・本年10月30日～11月2日に第3回交渉会合開催。
ベトナム			2月 4月 共同検討会合	1月 交渉	・ズン首相の訪日時の日越首脳会談(10月19日)にて、来年1月からの交渉入りを決定。
ASEAN全体	経済連携委員会	4月 交渉			・ASEAN各国との二国間協定をおおむねASEAN全体との協定を交渉中。 ・2005年4月の交渉開始から2年以内に交渉を終えるよう最善の努力をする旨首脳間で合意。
GCC (湾岸協力理事会:サウジ、アラブ首長国連邦、クウェート、バーレーン、オマーン、カタール)			5月 準備会合 9月 交渉	?	・本年4月、GCC諸国全体との間で物品とサービス貿易の分野を対象としたFTA交渉を開始することで合意。 ・そのための準備会合を本年5月にサウジアラビアで開催。9月21～22日に第1回交渉会合を開催。
韓国	12月 交渉			?	・2004年11月以来交渉中断。
インド		7月 共同研究会			・2006年12月 シン首相訪日予定。
スイス		4月 政府間共同研究開始合意 10月 共同研究			・11月20・21日に第5回共同研究会合を開催。
豪州		4月 政府間共同研究開始合意 11月開始 共同研究			・これまでに5回の共同研究会合を開催。 ・本年11月6～7日に日豪次官級の合同協議委員会を開催。「最終報告書」作成中。

我が国と各国とのEPA／FTA取組の現状



アジア太平洋における国際的枠組み



(内閣官房作成)

アジア・ゲートウェイ構想のイメージ (たたき台)

1. アジア・ゲートウェイ構想推進のねらい

～今、日本に何が求められているか～

長い停滞のトンネルを抜け出し、未来への展望が開ける中で、「創造と成長」を目指して、世界に開かれた魅力と活力にあふれた「美しい国」を創る。

次の4つの観点からアジア・ゲートウェイ構想を推進。

1. 発信する日本 (日本の魅力、強みを高める)

～日本の「カントリーアイデンティティ」の確認・発信～

- ・ 日本には世界に誇れる自然、歴史、文化、伝統の資源が全国に豊富に存在。これらの魅力や強みを高め、「美しい国、日本」の魅力を世界にアピール。

2. 開かれたアジアの成長を支える

～日本がアジアや世界にとっての中核となる～

- ・ アジアが「世界の成長センター」として世界経済の発展に貢献するべく、自由と規律のある「開かれたアジア」に向け、日本は責任ある役割を果たすことが必要。
- ・ 企業の経済活動を原動力に、人・モノ・サービス・資金・文化・情報の流れにおいて、世界・アジアの中でしっかりと位置づけを確保することが重要。
- ・ 日本が先行している環境、エネルギー、防災等の分野でもアジアへの貢献が重要。

3. アジア・世界の成長を日本に取り込む

～「オープン」なくして「成長」なし～

- ・ 日本を「オープン」な経済社会にすることにより、アジア等海外の成長や活力を日本に取り込み、人口減少の局面でも経済成長を実現。
- ・ 日本において、国際的に遜色のない制度改革を進め、世界中の人々から、訪れたい、住みたい、働きたいと思われる協調的で開放的な国づくりに繋げる。

4. 日本の各地域が直接アジアとつながる

～官民一体となった地域戦略の構築～

- ・ 日本の各地域がそれぞれの資源を活用し、アジアとの交流を深め、その成長や活力を取り込む。魅力と活力ある地域活性化を推進。

11. アジア・ゲートウェイ構想を実現するために必要なこと

《横断的視点》

1. 日本の魅力、強みを高める ～日本らしさを世界に発信する～

- ◎ 国際間の交流の源となる日本文化の再生と創造
- ◎ クリエイティブな活動を促進する「日本文化産業戦略」の策定
- ◎ 国際的な競争力強化を目指した日本ブランドの確立
- ◎ 日本の金融資産の有効活用 など

【アイディアの例】

- デザイン・建築・アニメ・音楽等のコンテンツの海外発信
- 食文化、伝統文化等の国際競争力・情報発信力の強化

2. 「開かれたアジア」の成長を支える

～オープンなアジアづくり～

- ◎ 対外経済戦略の強化 (WTO, FTA, EPA, ODA 等)、双方向のオープンな環境づくり
- ◎ 会計基準などのビジネス環境や技術、標準、環境、安全等、各分野でのアジア公共財 (共通のインフラ) の提供
- ◎ 営業活動 (Doing Business) や投資の環境整備
- ◎ 環境、エネルギー、防災等日本が先行している分野における協力の推進
- ◎ 日本とアジア諸国との相互理解・信頼醸成のための情報発信と交流拡大 など

【アイディアの例】

- 経済連携協定の取組強化、WTOラウンド交渉の早期再開等
- 政府による海外進出企業の一層の支援

3. 「オープン」な日本を構築し、新たな創造と成長を目指す

～国内の諸制度の改善・インフラ機能の強化～

- ◎ 場としての日本の魅力を高めるための「オープン」な日本の構築
- ◎ 国際金融機能の強化など、国内の人・モノ・サービス・資金・文化・情報の流れに関係する諸制度の改善
- ◎ 利用者の視点に立った、ソフト施策を含めた空港、港湾、道路等のインフラ機能の強化 など

【アイディアの例】

- 日本国内における国際会議の開催件数の増加（5年以内に5割増）
- 国際空港等のインフラ機能の強化
- 海外からの投資の倍増（2010年にGDP比倍増）
- 世界への情報発信力の強化

4. アジア・ゲートウェイ構想を推進するための地域戦略

～官民が一体となった戦略的な地域活性化～

- ◎ 官民一体となった地域の知恵と工夫を活かした取組により、広くアジア・世界を視野に入れた地域の活性化を推進 など

【アイディアの例】

- 地域の優れた農林水産物や食品の輸出拡大、地域の特色を活かした海外からの観光客誘致等

5. アジアで、世界で活躍できる日本に向けて

～人材育成、社会・組織カルチャーの変革～

- ◎ 政府、企業その他の組織、個人の全てのレベルにおいて、アジア・世界を意識した人材育成の推進
- ◎ アジアにおける機動的な意思決定システムの構築
- ◎ 社会・組織における行動様式や組織風土の確立 など

【アイディアの例】

- 国際的に活躍できる人材養成、国際機関への人材派遣の促進（大学の国際競争力の強化等）
- 外国人受け入れのための担い手支援（地方企業、NPO等）

アジア・ゲートウェイ構想推進のポイント

- あるべき姿だけでなく、できるだけ具体的な内容についても、議論の対象とする。
- 官邸主導により、横断的な視点で課題解決に取り組む。
- また、構想を「画餅」とすることなく、世界の動きを踏まえてスピーディに実効性のある政策として実現するよう、機動的、戦略的に取り組む。

成功事例

外国企業が「世界の中の地域」の視点から地域の資源・資産を有効活用し、産業基盤の高度化、国民生活の質向上など、地域経済の自律的発展に貢献。

研究開発拠点の設置

企業集積、研究開発人材、R&D税制等の投資環境を求めて世界の主要なIT企業が次々にR&D拠点を日本に設置。



デジタル家電分野における研究開発拠点の設置
〔神奈川県大和市〕



豪州客を見込んだリゾート施設〔北海道ニセコ〕

国民生活の質の向上

外国企業のノウハウにより、公共施設を活用した景観整備や、地域の自然を活用した海外客にも人気のリゾート施設の構築など、新たなビジネスモデルを創出。



広告付バスシェルの設置〔横浜市、岡山市〕

外資を活用した成功事例を幅広く地域で展開し、「世界の中の地域」として地域経済の活性化を図るとともに、我が国全体の生産性向上を目指す

さらに倍増以上

(GDP比で倍増となる5%程度)

倍増計画の目標

目標達成は目前

13.2兆円

(GDP比2.5%程度)

倍増

GDP成長

「対日直接投資促進自治体フォーラム」の結成など自治体の自主的な誘致の取組

対日投資促進プログラム

< 地方と国の体制・制度の整備 >

- ・ジェトロの自治体支援
- ・特区を活用した地域の誘致環境整備

< 企業の事業環境の整備 >

- ・会社法の制定
- ・R&D税制の創設

< 行政手続きの見直し >

- ・Invest Japan窓口の設置

< 雇用・生活環境の整備 >

- ・優秀な外国人研究者や外国人IT技術者の在留期間を延長する特区の特例措置の全国展開

< 内外への情報発信 >

- ・総理CMを海外で放映
- ・国内外の対日投資セミナー等を開催

施策の充実・強化

① 地域への投資を促進

- ・地域の資源を活用した新事業の創造を促進するため、誘致から企業設立・事業展開等すべてのプロセスをシームレスに支援する(外国企業の技術やノウハウの活用を図る観点から中小企業施策をはじめ地域関連施策と連携、企業設立等にかかるノウハウ等の提供、地域と外国企業との情報交流の推進)
- ・地域の自主的な誘致環境整備を進めるため、対日投資促進特区を推進する(特区制度の見直し)

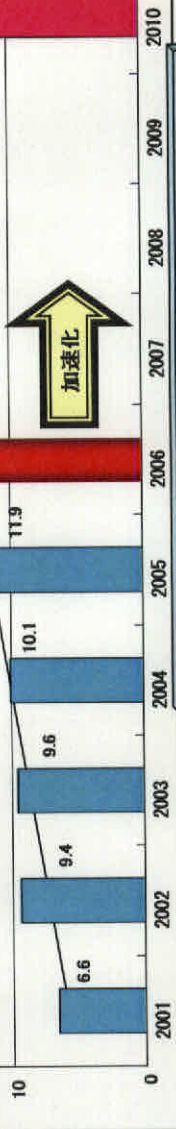
② スピード感をもった包括的な投資環境整備

- ・海外企業による日本への展開を進めるため、国境を越えたM&Aを含めた組織再編の柔軟化に関して残された課題に迅速に対応する(三角合併に関する制度整備)
- ・国際的な経済・産業の拠点として、海外との人流・物流の効率化・円滑化を進める(空港・港湾の整備、海外高度人材の受入円滑化)
- ・世界のイノベーション・センターを目指し、人材育成、研究開発基盤の強化を進める(研究・教育拠点整備、産学官の人材交流推進)
- ・海外人材に魅力ある国に向けて、外国人人材の生活しやすい環境を整備する(外国人に対する医療環境や子弟の教育環境整備)

③ 広報活動を通じた一層の理解促進

- ・地方自治体首長が地域住民への理解促進等をはかり、地域の活動を強化する取組を支援する(地方対日投資会議の開催)
- ・海外企業に日本の取組を強く印象づけるため、大規模な海外セミナーの開催や関係・自治体首長によるトップセールスを実施する

対日直接投資加速プログラム



倍増目標の達成とさらなる課題

- ・五年間（平成13年末～平成18年末）の対日直接投資残高倍増目標は達成が目前。
- ・新たな課題である少子高齢化や国際間の投資誘致競争に対応するためにも、対日投資が益々重要に。

少子高齢化への対応と対日投資

高齢化し成熟化する我が国にとって、海外からの直接投資の増大は、新たな発展と繁栄の可能性を拓く戦略的意義がある。

①家計貯蓄率の低下

・家計貯蓄率は、人口の高齢化に伴い、貯蓄率の低下の見込み。

（97年11.5%→2003年4.1%）

・家計貯蓄率の低下により、企業の投資、政府の財政を支えた日本経済の資金循環構造が変容。

➡対日直接投資による外からの安定的な資金導入の必要性の増大

（金利の上昇を通じて国外から資金流入があり得るが、企業の投資環境を悪化させる要因）

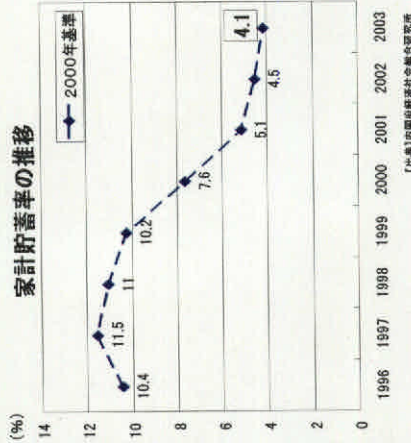
②労働力人口の減少

生産年齢人口 1995年の約70%
→2015年約61%、2050年約53%

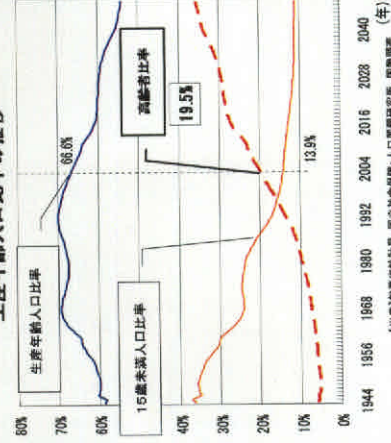
➡労働力を補完するため対日投資を通じて資本蓄積と生産性の向上が必要

➡地域経済の空洞化を避けるため企業誘致による自律的発展を図ることが必要

家計貯蓄率の推移



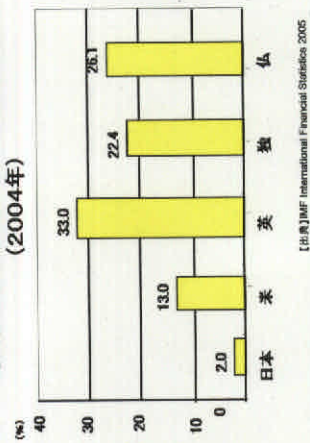
生産年齢人口比率の推移



国際的誘致競争

国際競争の中で一層の取組が必要

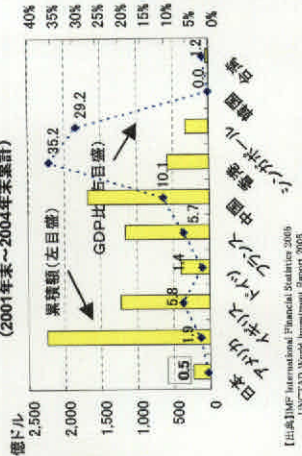
対内直接投資残高/GDPの国際比較 (2004年)



欧米諸国の投資残高はGDP比で比較すると日本の5～15倍程度

倍増期間の間に、欧米に加え、アジア諸国においても、日本以上に対内投資を引きつけている

フローベースの累積額及びGDPに占める割合 (2001年末～2004年末累計)



対日投資は21世紀における新たな発展と繁栄の条件

- 新たな技術・人材・経営ノウハウの導入を通じ生産性の向上に寄与
- ・労働力の縮小と高齢化を克服するためには、生産性の向上が不可欠。
- 国民生活の質の向上に寄与
- ・多様な商品やサービスが提供されることによって消費の選択肢が拡大し、人々の生活の質の向上が促進。
- 構造改革に寄与
- ・諸外国からの直接投資の大幅な増大は、構造改革を促進するうえで極めて重要な役割。
- 直接投資は、長期の安定的な資金
- ・長期の直接投資が増加し、安定的な資金が潤沢に供給されることが必要。
- 地域の活性化に寄与
- ・人口減少地域にあらたな経済活動を生み地域の活性化の可能性。

新たな目標「平成22年（2010年）に対日直接投資残高を対GDP比で倍増となる5%程度」の達成に向けて、取組の加速が不可欠

広報文化交流

平成18年11月
外務省広報文化交流部

1. 基本的発想

広報、文化・人物交流

国際世論形成 = 外交の基礎造り

- 「攻める」広報、「発信する」日本の実現
- ターゲット層別に目標・戦略を設定

○評価の重視

- 主要国別・地域別戦略を本目細かく策定

2. 今後の施策

内容面

○社会のニーズの変化に対応

- ポップ・カルチャー：動員力、広く若い人を中心とした共感に対応
- 次世代リーダーの育成：特に米国、東南アジア、インド

○コスト・ベネフィットの重視(投資としての広報、交流)

- 焦点を定めた対応（薄く広く→目的に照らしてメリハリ(例：若手指導者)）
- 我が国の利益と働きかけの効果が大きい地域でイニシアチブ
- 韓国—東南・南アジア—中央アジア—中東へとつながる地域での対日理解増進

地域戦略

○アジア＝最重点努力地域

- 中・韓：若年層を重点的に交流事業推進。
- 東南アジア：知的交流にシフト。

○米国：最重要国。

知的交流の見直し。

- イスラム：2020年頃、世界人口の3分の1。中長期戦略を考えていく。

手段面

○媒体の現代化

- ①TV国際放送の推進
- ②インターネットの活用

○日本語教育の推進

○各種交流の促進

○日本ブランドのアピール

外務省

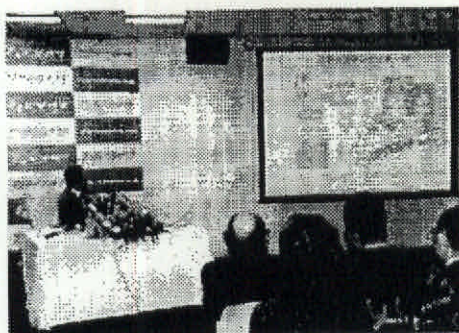
The Ministry of Foreign Affairs of Japan

演 説

麻生外務大臣演説

文化外交の新発想—みなさんの力を求めています

平成18年4月28日
於・デジタルハリウッド



1. 無形遺産条約の発効
2. コンテンツ業界の皆さんへ
3. ポパイとアトムの力
4. ポップカルチャーに本気
5. 外交、イメージ、ブランド
6. テレビ海外放送への期待
7. 官民のパートナーシップ
8. オールジャパンの取り組み
9. 「賞」をつくります
10. 日本の夢を売りましょう

1. 無形遺産条約の発効

デジタルハリウッドというところ、一度来てみたいと前々から思っておりました。

今日は日本が目指す新しい文化外交というものについて、いろいろとお話するつもりですから、これほどふさわしい場所はありません。会場をご提供下さった学校関係者の皆様に、心よりお礼申し上げます。

文化外交に関しては、最近ひとつ良いことがありました。

日本が長いこと先頭に立って進めてきた、ある新しい国際条約が発効したということです。

「無形遺産条約」というもので、ユネスコが呼びかけ、2003年にできた条約です。このたび晴れて締約国が規定の30カ国に達し、4月20日に発効したのです。

名前からお察しの通り、我が国にある無形文化財とか、いわゆる人間国宝を保護する仕組みに似た制度を、世界に広めていこうとする条約です。

「人形浄瑠璃」ですとか、「備前焼」のような、「形」を生み出す以前の「無形」の「わざ」とその担い手を、我が国は戦後長いこと守ってきました。それを、世界中でやりましょうというものです。

伝統的芸能のような「わざ」とか、形のないもので保護の必要がある文化遺産は、その多くがアジアや途上国にあります。そういうものを守っていく仕組みとして、今度の条約はいわば日本の着想を大きなヒントとして作られたものと言えます。

日本は1993年からユネスコで運動を始め、これまでに、消えてなくなりそうな言語の世界地図を作るとか、率先して進めた実績がいろいろあります。

それを条約という姿で、きちんとした国際ルールにすることができました。これなど日本の文化外交として文字通り「無形」のものではありますが、特筆に価する貢献であろうと思っています。

2 コンテンツ業界の皆さんへ

さて、本日ここには、コンテンツ業界の皆さんが大勢おいでのことでしょう。皆さんこそは、現代日本の文化を世界に広めていく、新時代の担い手だと思っております。

例えば中国の街で、若い人が行くオタッキーな店を覗いてみるとよくわかります。日本のアニメグッズ、ありとあらゆるフィギュアが、所狭しと並んでおります。

Jポップ、Jアニメ、Jファッション。これらの競争力は、ミッキーとドナルドには悪いですが、実際聞きしに勝るものがあります。

皆さんが好きでやってきたこと、外務省はおろか、誰に頼まれたのでもなく打ち込んでこられたこと。それが着実に、日本のファンを増やしております。若い人たちのハートを、中国始め、いろんな国でつかんでいます。

われわれ外務省の者には逆立ちしてもできない仕事を、皆さんたちこそがしてくれています。だから皆さんは、日本の文化を世界へ広める新たな担い手だと言うのです。

外務省として、皆さん方とこの先よいパートナーシップを築いていきたい。それこそは、今日イの一番に申し上げたいことです。

3. ポパイとアトムのか

「ポパイ」というアメリカのアニメをご存知でしょう。日本のテレビで、戦後長いこと放送されておりました。船乗りポパイが、缶詰のほうれん草を飲み干します。とたんに力こぶが出て、悪漢ブルートから恋人オリーブを取り戻すというお話です。

あれを見た日本の子供たちに、どんな印象が植えつけられたと思われますか。アメリカの水兵さんというのは、正義の味方なのだ、というイメージでした。

若い方にはなじみがないかもしれませんが、「ブロンディ」という、アメリカのコミックもありました。ブロンディというのは主婦の名で、ほかに夫と息子、娘が出てきます。

このコミックは、1940年代から50年代にかけて、日本の新聞で連載されました。

実は大して面白くもない、この漫画を通じてです、日本の主婦が、お姑さんに気をつかわないでいい、夫婦と子供だけの郊外型一戸建て、家庭電化の行き届いたアメリカン・ウェイ・オブ・ライフを、夢見るようになったのは、戦後日本の夢は、あそこに全部詰まっていたわけです。

ポパイとブロンディは、まだ米国が日本を占領していた時代、日本の子供やお母さんたちの心をつかみました。ついこの間まで、鬼か何かのように嫌っていたアメリカに、戦後の日本人は強い憧れを持ちますが、アメリカン・コミックは、その際

無視できない影響力を発揮したのだと思っています。

実は日本だって負けてはいないので、私は鉄腕アトムにこそ、「国民栄誉賞」をやるべきではないか、と。

ロボットという言葉の元になった「ロボータ」というのは、チェコ語で「労働」とか、時には「苦役」というマイナスの意味を表す言葉なのだそうです。

ところがそんなロボットを、日本のアトムや、それに猫型ロボットのドラえもんが、「人間を助けてくれる優しい友だち」という意味の言葉に変えました。アジアを始めいろんなところに、ロボット、イコール善玉という意識を根づかせました。

そのせいで労働者が産業用ロボットを拒否しないから、ドラえもんが好きな国では、生産性が上がる。日本製の産業用ロボットも、よく売れることになります。

溶接や塗装に使うタイプのロボットでは、安川電機とか、日本の大手3社だけで、世界市場のシェアを半分握っているといえます。背景に、アトムや鉄人28号がいるわけで、つまりこういう風土をつくったのは、日本文化の大いなる業績だろうと、私など常々言っております。

4. ポップカルチャーに本気

漫画の話をし始めますと、私の場合きりがなくなるのでここでやめておきますが、外交というものは外交官同士、秘密の交渉をし、おしゃれな会話をして進めることだという古い固定観念は、この際きれいさっぱり捨ててください。

「日本」とか、「ジャパン」と聞いて、「ぱっ」と浮かぶイメージ。それが明るい、暖かい、あるいはカッコいいとかクールなものですと、長い目で見たとき、日本の意見はそれだけ通りやすくなります。つまり、日本の外交がじわりじわり、うまく行くようになるわけです。

だいたい日本はこの点で、昔からそう捨てたものではありません。お茶は、「禅」の文化とあいまって、今でも関心を集めております。歌舞伎やら、文楽やら。「フジヤマ・ゲイシャ」というワンパターンのイメージにしても、考えてみたら攻撃的なところのない、平和なものです。

そのせいでポーランドなどでは、これは先日ポーランドの外務大臣からじかに聞いた話ですが、「日本」というと、「桜の花咲く」という言葉が、いつも枕詞のようにセットで出てくるのだそうです。日本とポーランドの外交がうまくいっているとしたら、日本文化に対する良いイメージが下地になり、支えてくれているのだと思っています。

ですからわれわれ、こういう素晴らしい伝統文化をこれからもどしどし広めていくつもりですが、お能や文楽、お茶、お花というアイテムに加え、たいへんアピール力のある新しい文化というものが、幸いなことに日本には備わっております。

それがアニメや音楽、ファッションといったポップカルチャーでして、これをいわゆる「売り込んでいく」ということに、外務省としてはいよいよ本腰を入れて参ります。

例えば「犬夜叉」という漫画、ご存知の方がおいででしょう。これにはポーランド語版というのがあります。

わたしも知らなかったのですがね。先日ポーランドの外務大臣が、わざわざ持ってきてくれ、わたしに下さったのです。日本の漫画、そのくらい普及していますよ、という話です。

そんな次第だということもあり、ポップカルチャーを上手に使える文化外交などは、もはやその名に値しないとさえ言っているんじゃないでしょうか。

5. 外交、イメージ、ブランド

なぜかといえば、世界がどんどん民主化したからです。国民大衆の世論が、外交に与える影響力が大きくなったからです。

落語に出てくる「熊さん、八つつあん」は、昔なら外交なんかと無縁だったかもしれませんが。今そんなことを言うと、笑いものです。

ごく普通の人々がつくる世論というもので、一国の外交が、大きく影響を受ける時代になりました。だからこそ、大衆に浸透するたくましい力をもったポップカルチャーを、われわれ味方につけたいし、ついてほしいわけです。

言い換えますと外交は一面、ブランドイメージの競争になっています。外交官の占有物では、ますますもってあり得ませ

ん。広く日本文化に携わる人々の力を借りずしては、できなくなりました。

皆さんどうか一緒になって、ニッポン印のブランドを磨いていきましょうと、この場を借りて訴えたいゆえんであります。

わたくし外務大臣になって、日本のブランドというもの、日本とは、どんな国かということのをいろいろ考え、今までのスピーチでも取り上げて参りました。

皆さんにご紹介しておきますが、日本のブランド力は決して弱くありません。

それどころか、最近米国のある大学とイギリスのBBCが、世界のいったいどの国が「良い影響力を持っているか」についてアンケートを取ったところ、調査対象33カ国中、31カ国までが、日本を挙げたという事実があります。これだけ圧倒的多数の国に支持された国というのは、この調査による限り他にありません。日本はダントツの1位です。

国を、一種の企業のようなものと見て、そのものずばり、ブランド力を計る調査というものもありまして、英国の専門家がやっております。

それでも日本はドイツの次、フランスの上で、第7位です。アジアからは唯一、10位以内に入る国です。こういう土台のうえに、古いものから新しいものまで、日本文化をいろいろとアピールしていかなければならないと、思っております。

6. テレビ海外放送への期待

さて残りの時間に申し上げたいことを、簡単にまとめておこうと思います。

第一には今も申しましたとおり、日本の現代文化を、もっと積極果敢、大いに売り込んで参りましょうということです。

第二は、そのため民間の皆様と、外務省との役割分担を明らかにして、上手な互恵関係を築きたいということでありま

す。

第三に、その延長上に伸びていく新しい文化外交は、オールジャパンの取り組みになる、ということとして、以上を踏まえておしまいに、いくつか新機軸を申し上げようと思います。

まず、第一の、「現代日本を売り込む」という点について、ご報告申し上げておきたいことがあります。まさしくそのためのやり方をどうするか、何から手をつけるかということをご検討いただくため、このほど外務省に、「海外交流審議会」というものを設けたということであります。

会長には、トヨタ自動車副会長の張富士夫さんにご就任いただいたほか、東映社長で元俳優の岡田祐介さん、小学館取締役の亀井修さん、それにポニーキャニオン会長の佐藤修さんと、正直言って普段外務省にはあまりご縁のなかった方々にもお力を貸していただくことになりました。

私の希望としては、英語で日本のことを知らせるテレビ海外放送の進め方を、初めのうち集中してご議論いただきたいと思っております。

わたしも海外へ行ってホテルでやれやれ、と。ああNHKが見られるんだとやたらテレビのスイッチを入れますと、流れてくるのが「のど自慢」だったりします。隣のチャンネルはBBCやCNNですから、コントラストというのがあまりにも鮮やかです。

NHKさんも努力をして海外向け番組では英語放送の比率を増やしているのですが、受信料を取って、日本の人に番組を流すというのがNHK元来の仕事ですから、海外向けコンテンツも、在留邦人を念頭に置いたものにならざるを得ませんでした。

ここはどうしても、日本人以外の視聴者を対象とした英語のチャンネルを作らないことには、文化外交のツールになりません。

中国や韓国では、とっくに取り組みが始まっております。フランス語第一で来たフランスでさえ、海外向けに英語テレビを作ろうというご時勢です。われわれも、24時間週7日、英語で日本を伝えるテレビチャンネルをぜひ早く作りたい、と。

そう思いますのは繰り返しになりますが、いま現在の、等身大の日本と日本人の姿というものを、広く世界に知ってもらうということが、回り回って日本外交の支持層を増やすことになるからです。

わたしどもみな、シェークスピアやベートーベンといった西欧発の文化を糧として成長しました。しかし今では、マンガやアニメ、あるいは日本食や相撲といったメイドインジャパンの文化が、負けず劣らず世界の人々の、特に若い世代の糧になっています。それを、生かさない手はないということなのです。

7. 官民のパートナーシップ

そしてここからが第2の、官と民の役割分担という話になるのですが、外務省の本職はもともと、世界のルールづくりに携わることです。日本発のコンテンツをもっと世界に流せるよう、わたしども、知的財産権の保護を始め、国民から期待されるプロとして、制度づくりに邁進しなくてはなりません。

もう一つ、日本語教育の抜本強化という方針を打ち出したいと思っています。

日本文化を外国に広めていく王道は、なんといっても日本語の学習者を増やすことです。皆さん世界中で日本語を勉強しようとする人の数は、増えていると思われますか、減っていると思われるでしょうか。

日本経済は長いこと低迷したので、それに連れて日本語に興味を持つ人も減っただろうと思いきや、実は増えております。

外務省関連の独立行政法人、国際交流基金の調べによると、1990年に98万人だった世界の日本語学習人口は、2003年に235万人と、倍以上になっております。

なぜかと思ったら、テレビから流れてくるアニメの主題歌が、日本語なのです。それで自然に、日本語に関心をもつ子供たちが増えてきた…。日本のポップカルチャーが、今までとはまったく違う関心を日本語に対して生んでいるからなのです。

ここでは、国際交流基金に働いてもらわないといけません。日本語能力試験を受けやすくするとか、各国でお手本となる日本語教室を実施したり、標準教科書を作るなど、日本語教育の伝道師として、本格的に再出発してほしいというのが私の希望です。

他方で民間の皆さんには、もっと外務省を活用してくださいと申し上げます。外務省は、日本最大の国際企業だと思ってください。

海外支店は——大使館とか、総領事館のことですが——その数116カ国、189拠点に上ります。働いているのは、現地の事情と言葉にも通じた専門家でして、大手商社にひけを取りません。ウルドゥー語とかスワヒリ語とか、そういう言語の専門家を少なからず抱えておりますし、なんといっても取り扱うのは単品というか、ニッポンそのものです。

わたしどもも実は、日本の新しいコンテンツを使って現地に食い込みたいと、手ぐすね引いて待ち構えておりますから、きっとここでは、いわゆるウィン・ウィン関係が築けるはずですよ。

8. オールジャパンの取り組み

第三の、オールジャパンの取り組みが必要だということは、もう申し上げなくてもお分かりいただけるでしょう。

日本のテレビドラマを世界に売り出していくにはどうすればいいのか。人と人との交流を増やしていったって、日本人の友人を世界に広げることはいわば文化外交にとって究極の目標ですが、それには自治体関係者や、NPO、NGOとどんな関係を作ればいいのか。

とても外務省一人のできる仕事ではありませんし、縦割り・タコツボでやっていたのでは、非効率極まりありません。

例えばこのごろでは、大きい日本企業は皆と言っていいくらい、進出先各国で社会貢献事業に取り組んでいます。そこにネットワークを作り、官民によりパートナーシップを築いて、一緒にジャパンプランドを磨いていくべきだとは思われませんか。

審議会がその触媒となり、知恵袋となってくれと期待しています。外務省にひきつけて言うと、ポップカルチャー、アニメ関係者などとのチームワークをどう作ったらいいか、これから真剣に考えて参りたいと思っています。

9. 「賞」をつくります

さておしまいに新機軸をいくつか申し上げ、本日のお話をしめくろうと思います。

1つは、新進気鋭の外国人の漫画家を対象として、まだいい名称が思い浮かばないのですが、登竜門に当たるような賞をこしらえるということです。

マンガという日本に生まれたジャンルは、表現形式として独特なものです。人生が描けるし、思想を書くことができる。

「外交とは交渉の芸術である」という人がおりますが、私に言わせれば、それを知りたければ真刈信二という作家の「勇午」をお読みなさい、です。

「イブニング」という雑誌に載っている漫画で、言葉を唯一の武器として世界を相手にするタフ・ネゴシエーターのお話です。

ともあれ今や世界各国に現れつつある若きマンガの旗手たちに、マンガの本家本元である日本から、権威のある賞、いわばマンガのノーベル賞のようなものをあげたい。日本との絆を、それによって意識していただきたいものです。

もう1つは逆方向の試みです。

日本のクリエイターたちが作る映像・アニメ作品のうち優れたものが、言語や文化の壁をやすやすと越えられるということは、宮崎駿(はやお)さんが立証して見せました。

「千と千尋の神隠し」など、よく見ると、「穢れ(けがれ)」と「浄め(きよめ)」という神道の考えですとか、一神教とは違う多神教ならではの雰囲気まで伝えることに成功しておりますから、大変なものです。

そんなわけで日本の映像・アニメ作家の若者を発掘し、第2、第3の「宮崎駿」となるのを期待しつつ、賞を贈りたいと思います。

「アニメ文化大使」とでも呼びまして、彼らの作品を、我が国が持つ大使館、総領事館のネットワークを総動員し、世界のお客さんに見てもらいたいと思います。

そしてそういう仕事は、できれば現地で育ち、現地の若者の感性を共有する、同世代の職員にさせたいものです。

そこで第三に、「文化交流インターン」というものを始めようと思っています。

つまり現地の学生さんを一定期間インターンとして受け入れ、大使館や総領事館で、文化交流の仕事に携わってもらいます。

外交機密に触れさせようというわけではありません。インターンは無給ですから、コストもかかりません。1カ月、2カ月、日本人と一緒に働き、日本文化を売り込んでくれた若者には、例えば大使や総領事の名前で、修了証書を出してもいいかもしれません。

10. 日本の夢を売りましょう

ワールドカップがある年だから言うわけではありませんが、フランスのジダン、イタリアのトッティといったヨーロッパの有名選手の共通点、皆さんならご存知かもしれません。「キャプテン翼」、略称「キャプつば」です。もともと「少年ジャンプ」が連載し、あとでテレビアニメになりました。

あの番組を見てサッカーに憧れたのが、ジダンであり、トッティなのです。

「うっそー」と思う人は、フランスで、いま日本の大黒将志(おおぐろ・まさし)選手が所属しているプロ・チーム、「グルノーブル」のウェブサイト(<http://www.grenoblefoot38.fr/htm38/3p.shtml>)を見てください。キャプつばの作者、高橋陽一さんが、選手のキャラを描いております。

そのキャプつば、イラクでは「キャプテン・マージド」といいます。

ムサンナー県という、日本の自衛隊が復興支援しているところでは、日本がODAで提供した給水車が、「キャプつば」の大きなステッカーを貼って走り回っています。先月初めには、国際交流基金が、「キャプつば」第3シリーズ、全52話のアラビア語吹き替えフィルムを、イラク最大のテレビ局に無償提供する約束をしました。

皆さんの作り出すコンテンツは、世界の少年少女に、夢見る力を与えました。いま、体制づくりに苦闘しているイラクで、子供たちに明るい未来を教えています。

外務省に、それをもっと押し進める手助けを、どうかさせてください。一緒に夢を売り、ニッポン印を磨いていきましょう。
ご清聴ありがとうございました。