

政策提言

リーダーシップをもつオープンな日本へ

平成 18 年 9 月

世界の中の日本・30 人委員会

「政策提言 リーダーシップをもつオープンな日本へ」の公表にあたって

世界は、一段とボーダレス化し、中国やインドなど新たなプレーヤーが加わり、本格的な大競争の時代を迎えております。その中において日本は、未曾有の少子高齢社会に突入し、人口の減少すら始まりながらも、「失われた10年」を脱して経済は活力を取り戻しつつあります。

しかし、日本や日本人は、その持てる本来の力を十分発揮し、その経済力などに見合った責任と役割を十分果たしているとは言えない状態にあると思います。例えば、国連での立場を考えてみても、分担率については19.5%と、米国を除く常任理事国4カ国の合計(15.3%)を上回る財政的貢献をしながら、世界の安全保障政策形成には、数年おきに非常任理事国として2年間貢献するに止まっています。先の北朝鮮によるミサイル発射に際して国連安保理決議採択までに日本が確固たる姿勢を示したように、今後、日本は、「リーダーシップ」をもってあらゆる国際秩序形成に関わる責任を果たしながら、世界とともにより力強く繁栄し、同時に貧困撲滅、平和構築など様々な貢献をしていくことができるはずですし、国連の常任理事国としての資格も充分有しているのではないのでしょうか。そのためにも今改めて、足許の日本を見つめ直し、何をなすべきかじっくり考えよう、こうした明日の日本への思いからこの委員会の設立を呼びかけることにしました。

このような外務省からの呼びかけに対し、幅広い英知を代表する方々が応えて下さり、「世界の中の日本・30人委員会」が発足致しました。同委員会においては、6回にわたる会合、インタビューを経て、現行制度上の隘路は何か、政策上何が欠けているかなどを明確にした上で、制度や政策の面で具体的にどのような対応が必要か、従来の外交政策の狭い枠にとらわれない政策実行型の積極的な提言をとりまとめました。

この提言が目指している日本の姿へ向けた取組みは、未知の世界へと向かう旅とも言えます。日本がすでに世界第2位の経済大国の地位にあり、また多様性と発展のダイナミズムに躍動するアジアの中にある以上、これまでのように単に欧米を後追いすることによってのみでは新しい日本の進むべき道は開かれません。もちろんそれは歴史の知恵や、諸外国の経験を鏡として日本を見つめ直すという知的作業を排除するものではありません。予め書かれた処方箋はありませんが、他国の経験なども踏まえて、日本のとるべき行動を前向きに考えていくという作業は必要です。また、躍動するアジア各国の姿から日本を見つめ直すという視点も、今や欠かせません。

必要な行動がこの提言に尽くされているわけではなく、また、ここに掲げられた行動の全

てに委員全員が賛成しているわけではなく、この提言は、むしろこうした視点を踏まえながら、委員の間で行われた活発な議論自体の概要をとりまとめ、国民的な議論の参考に供するものをご理解頂ければ幸いです。ここで示された提言を外務省としても真摯に受け止め、真剣かつ迅速に取り組んで参る所存です。もとより政府全体としての取り組みにも大きな期待をしております。

日本を一層「オープン」にしていくことは、場としての日本の魅力を高めていくために不可欠と言えますが、これら提言が実現していく過程では、日本社会は大きな変化を経験することになります。しかし、変化に対して十分な備えを行いながら、日本が構造改革により「失われた 10 年」から再び新しい姿で蘇りつつあるこの時機を逸することなく、取り組んでいくことが必要ではないでしょうか。そして、日本人は、その長い歴史の中で、変化を恐れるよりこれに凛々しく立ち向かい、新たな時代を切り拓き続けてきました。この提言が明日の日本を築くための国民的な議論の中に一石を投ずるものとなることを期待してやみません。

平成 18 年 9 月
外務副大臣
衆議院議員 塩崎恭久

目 次

I . 「世界の中の日本・30人委員会」参加者及び会合日程	1
II . 総括	3
III . 直面する「静かな危機」から「リーダーシップをもつオープンな日本」へ	11
1 . 「リーダーシップをもつオープンな日本」というビジョン	14
(1) 国際秩序形成への積極的参画に向けた国の意志を明確に	14
(2) 日本が示すべき理念と価値	19
2 . 「リーダーシップをもつオープンな日本」のマーケティング	22
(1) 見過ごされていたマーケティングの必要性	22
(イ) 潜在力の高い日本	22
(ロ) 伝わらない等身大の日本	23
(ハ) マーケティングの導入	24
(ニ) 政府の広報対策要職への民間の専門家の採用	25
(ホ) 「日本の選んだ世界の100人」を選び公表する	25
(2) 日本発テレビ国際放送の強化	25
(イ) 日本に関する国際的報道の少なさ	25
(ロ) 求められる国際的影響力の向上	26
(ハ) 日本発テレビ国際放送の強化	26
(ニ) オープンな取材体制へ	27
3 . オープンな日本社会の確立	29
(1) なぜ今オープンなのか	29
(イ) 危機感を持ちにくい心地よい国内市場	29
(ロ) 市場をオープンに	30
(ハ) 開かれた市場ルールの構築と会計基準の国際化	31
(ニ) 東京をアジアと世界の金融センターに	32
(2) 科学、スポーツ、とビジネスの世界をオープンに	33
(イ) 科学：世界特にアジアとの連携強化	33
(ロ) スポーツ：外国人枠の撤廃	34
(ハ) 企業：外国人管理職人材の受入推進	35
(3) 「世界の中の日本人」を育てるために	36
(イ) 教育	36
(ロ) 大学の国際化、高校生交流の推進	37

(八) 政府と民間における「世界中の日本人育成枠」	39
(4) 外国人も過ごしやすい暮らしやすい日本の実現	39
(イ) Lost in Translation.....	39
(ロ) 外国人の目から見た日本の暮らしやすさの視点を導入する	41
(ハ) 国内における規範設定、運営、執行能力の強化.....	41
4. 実施計画、行動、実施を検証する仕組み	44

I. 「世界の中の日本・30人委員会」参加者及び会合日程

1. 参加者（敬称略、50音順）

明石康	日本国際連合学会理事長
朝比奈一郎	新しい霞ヶ関を創る若手の会代表（（独）日本貿易保険調査役）
大西健丞	特定非営利活動法人ピース ウィンズ・ジャパン統括責任者
小川和久	軍事アナリスト
木村政雄	木村政雄の事務所所長
黒川清	日本学術会議議長
カルロス・ゴーン	ルノー会長兼 CEO、日産自動車株式会社共同会長兼社長兼 CEO
坂元一哉	大阪大学法学部教授
坂本春生	流通システム開発センター会長
櫻井よしこ	ジャーナリスト
神保謙	慶應義塾大学総合政策学部専任講師
アンソニー・ソレンティ	国際銀行協会事務局長
竹内孝次	株式会社テレコム・アニメーションフィルム代表取締役社長
橘・フクシマ・咲江	日本コーンフェリーインターナショナル株式会社代表取締役
田中直毅	21世紀政策研究所理事長
新浪剛史	株式会社ローソン代表取締役社長兼 CEO
野依良治	理化学研究所理事長
藤ジニー	山形県銀山温泉・旅館藤屋女将
ロバート・フェルドマン	モルガン・スタンレー証券株式会社チーフエコノミスト
堀井昭成	日本銀行理事
三木谷浩史	楽天株式会社代表取締役会長兼社長
毛利衛	日本科学未来館館長
茂木友三郎	キッコーマン株式会社代表取締役会長
山田辰己	国際会計基準審議会理事
山本正	日本国際交流センター理事長
塩崎恭久	外務副大臣

なお、この他にも匿名を条件としてご協力頂いた有識者の方々がいらっしゃいます。

2 . 開催日程

第1回 6月20日(火): 日本の規範形成力

第2回 7月 3日(月): 日本人の存在感

第3回 7月12日(水): 日本の訴求力

第4回 7月21日(金): 日本の受容力

第5回 8月 2日(水): 総括

第6回 8月29日(火): 提言とりまとめ

II . 総括

リーダーシップをもつオープンな日本へ

直面する静かな危機

共産主義、社会主義体制の崩壊とともに始まった「市場の爆発」により世界が一つのモノや労働力の市場へと広がりを示す一方、情報通信技術の進展などの技術革新により、経済のグローバル化とボーダレス化が加速し、新たな大競争の時代に突入した。21世紀のダイナミックな世界の動向の中で、少子高齢化を迎えた我が国が、国際秩序形成に参画しつつ、世界の平和と安定、貧困撲滅、民主主義・人権・法の支配などの価値の実現に貢献する、責任ある国家として発展し続けていくことができるのか、という正念場を迎えているのではないかと。こうした問題意識から、30人委員会は発足した。

私たち30人委員会は、日本が世界第2位の経済大国という地位に安住し、内向き思考を続ければ、新興経済諸国が急成長を続ける中で、遠からず日本は国際競争力を失い、いずれは、世界の先端から取り残されていくのではないかと、静かな、しかし確かな危機感を共有した。

そして、日本を一段と外に向かって開くことにより、国際社会での日本の存在感を自らの実力に見合ったものへと高め、日本の素晴らしい伝統と革新性を発信していくとともに、日本が国際社会と協働して、国際秩序形成のリーダーシップを発揮することが必要である。また、日本を、いわば、内に向かって開くことにより、世界から最高のヒト、モノ、カネを集積させる磁力を意識的に生み出し、アジア諸国の目覚ましい発展の中で、多元的な価値観を融合して新たな価値を創出することが必要であるとの認識で一致した。即ち、「リーダーシップをもつオープンな日本」を実現するということである。

リーダーシップをもつオープンな日本へ

日本として必要な取組みは、例えば、4つの柱から整理することができる。第一に、政治指導者が「リーダーシップをもつオープンな日本」という目指すべき新たなビジョンを国の内外に明示する。第二に、こうした日本の姿を世界に広めるマーケティングを推進する。第三に、「オープンな日本社会」と「世界の中の日本」を制度と政策のなかで推進する。そして、第四に、確かな行動を起こし、その効果と結果を検証していくことである。

1. 「リーダーシップをもつオープンな日本へ」というビジョン

(1) 国際秩序形成への積極的参画に向けた国の意志を明確に

戦後日本は、国際社会の責任ある一員として世界の平和と繁栄に積極的な役割を果たす努力を重ね、世界に冠たる経済大国として台頭し、国際社会の一定の評価も得てきた。しかし、国際的な規範、政策、制度や基準あるいは国際秩序を構築するに際してのリーダーシップを発揮していく、との明確な国家ビジョンは必ずしも見えなかった。第二次大戦後の日本は、戦後復興と経済成長政策を最優先課題としつつ、国際秩序を与件として生き残りを図ってきた。そして過去においては、日本の市場開放や国際的な貢献をめぐる「外圧」に対して「too little, too late」と指摘されながら、いわば不承不承に我が国の経済社会を開放してきた。

しかし、日本をとりまく国際環境が大きく変化した今日、過去の延長において日本の更なる発展を目指すことは困難である。今強いものの多くは既に過去のものとなりつつあり、グローバル化とボーダレス化が加速した世界においては、ルール、規格、規範が競争力を決める死活的な要素となり、その世界標準を巡る争いが熾烈になっている。現代の大競争の時代においては「オープンな日本」こそが、経済のイノベーションを生み出し、世界における日本の政策構築力を強化する基盤である。今や国を外に向かって一段と開き、国際環境の形成にも主体的に関与しつつ、国内の活力を高めていくことが必要となっている。もちろん、国をオープンにするということは、独や仏の例に見られる通り、決して容易なことではなく、外国という「異質」を受け入れることにより、摩擦も生じうる。しかし、その可能性を最小限に抑え、きちんとコントロールした上で、今こそ、我が国自身が「オープンな日本」を推進し、またどのようにグローバル化する世界の中で生き残り、未来を切り拓いていくかという問題について、国家の舵取りを担う政治指導者が、信念をもってビジョンを発信することが求められているのではないだろうか。

(2) 日本が示す理念と規範の重要性

日本の指導者が指し示すビジョンは、民主主義、自由、人権、市場経済など普遍的理念に基づき、また、様々な規範やルールが世界標準をめざし競争する中、世界の挑戦に耐える論理的強靱さも持ち合わせなければならない。国益は国際益と沿う形のものとしなければ、国際社会の支持を得られない。そして日本の安全と繁栄は、国際的な安全保障と経済との関わりのなかで成り立っていることを鑑みれば、日本は、近隣諸国への関わりとともに、国際社会への関与を一層積極化しなければならない。他方で、高度な環境基準、治安の良さなど日本の「良き規範」を世界規範とすることは、広く国際社会の利益ともなるはずだ。このような日本らしさの中に普遍的な価値を見出す知的な努力を続ける必要があり、そしてそれが独

りよがりのものとならないよう、国際的な場での対話を求める努力も行われるべきである。即ち、まず、何が国益であり、かつ国際益にもなるのか、しっかり議論し、それを見出していくことが重要である。次に、それを国際的にも議論し、訴えていくということが求められよう。日本が国際社会に判り易い形で、自らの理念と主張をていねいに示していくことは、日本の主張が硬直的とならず、国際社会の意見にも耳を傾ける姿勢を維持する限りは、国際社会にとっても、有意義な貢献となる筈である。このような態度で臨むことにより、日本に対する国際社会の信頼は深まる筈である。

2. 「リーダーシップをもつオープンな日本」のマーケティング

(1) 見過ごされていたマーケティングの必要性

日本は、潜在力が高く、美しく、清潔で、規律があり、グローバル化の波の中でも溶解することのないアイデンティティをもっている。アメリカ、イギリス、フランスなどの掲げる規範や美しさはよく喧伝され、世界中の人々を惹きつけているが、多くの外国人は、日本の土を踏むまでその美しさに気づかない。国家の対外的イメージが国際世論を左右し、そして死活的な政策決定の鍵を握ることすらある。これまでの日本には欠けていたが、他国に対して積極的な広報活動を展開していくことが非常に重要になってきている。日本は、その等身大の姿、ビジョンを、世界にそして日本国内にも訴えるマーケティングを行う必要がある。そのために、政府は広報担当の要職に民間のPR（パブリック・リレーションズ）の専門家を採用し、広報の戦略企画と指揮を行うべきである。また、日本の価値観を象徴的に明らかにするため、毎年、「日本の選んだ世界の100人」といったものを選び、公表することも一案である。

(2) 日本発テレビ国際放送の強化

CNN、BBCといったテレビ国際放送が国際世論形成に与える影響の大きさに鑑み、近年、多くの国が世界の共通言語である英語によるテレビ放送の拡充に力を注いでいる。我が国近隣を見ても、中国、韓国とも外国人を対象とした英語放送を実施している。翻って、日本ではNHKが国際テレビ放送を行っているが、諸外国に比較してその影響力は限定されている。日本の視点から、日本とアジアを発信し、それらの魅力をマーケティングする英語による外国人向け国際テレビ放送の確立が急務である。6月の政府与党合意を受けて、その具体化に向けた検討が始まったところであるが、その早急な実現が強く望まれる。

3. オープンな日本社会の確立

(1) なぜ今オープンなのか

場としての日本の魅力を高めなければならない。我が国市場を一層競争的かつオープンにしなければ、世界から良いヒト、モノ、カネを惹きつけられない。しかし、世界標準を目指した競争を進める上で、日本市場がすでに一定水準の豊かさで満たされ、国内的に危機感をもちにくい心地よい状況にあることが、最大の構造的な障害となっている。

ボーダレスな大競争の時代にあっては、国内のルールを世界標準で築かなければ、世界標準のルールで競われる大競争の中で伍していける個人も企業も育たない。例えば、会計基準については、世界が統合（convergence）を進めている中であって、日本は取り残されかねない状況となっている。将来にわたる日本企業の世界での活動への影響が懸念されており、日本はむしろ積極的に会計基準の統合を進めなければならない。また、東京をアジアと世界の金融センターとするための必要な諸施策を速やかに実施すべきである。

(2) 「世界の中の日本人」を育てるために

国際的な指導力と存在感のある日本人、「世界の中の日本人」をどう育成し、増やしていくかに、日本の新しいビジョンの成否がかかっている。存在感を示すのも、規範形成に携わるのもヒトである。「世界の中の日本人」として、世界の問題に共感・共振し、問題解決のためにビジョンを提示し、他国の人材と協働して解決できる人材が求められている。そのためには、専門分野の識見に加え、コミュニケーションの手段としての英語を使いこなせることが望ましい。また、日本人として誇るべき美德と人間の魅力、そして、国際益化された国益という意識がなければ、世界規範を築くインナーサークルに受け入れられ、世界の規範形成をリードしていくことも難しいだろう。出る杭を「叩く」という文化においては、強力なリーダーシップをもつこのような日本人は育ちにくい、これを創出していかなければならない。

こうした人材の豊富さにおいて日本は他のアジア諸国と比べても見劣りしつつあるのではないだろうか。

しかし、政府内でのヒトの育成・配置から始まり、ビジネス、教育界に至るまで、こうした観点からの取り組みは行われていない。特に、優秀な若者をめぐり世界的競争がある中、「教育鎖国」を続ける時間的余裕はない。日本の大学は研究のためだけ、あるいは日本企業や政府機関のためだけの優秀な人材を育成すればよいという時代は終わった。大学こそ世界に広く人材を求め、国際的な指導力をもつ人材育成の場として、若者に切磋琢磨する環境を

提供すべきである。高校生レベルの交流も極めて重要である。このため、大学の国際化を推進し、高校生交流を強化するほか、人材育成に「世界の中の日本人育成枠」を設ける。

(3) 外国人も過ごしやすく暮らしやすい日本の実現

翻って日々の生活に目を向ければ、コンビニエンス・ストアの発達などで大変便利になった日本を訪問しても、外国人はホテルを一步出れば、英語などによる表示も不十分で戸惑うしかない。グローバル化の進展した現在多くの外国人が日本を訪れるが、「linguistic isolation¹」におかれ、「lost in translation²」となる。誰でも親しめる緑や公園やスポーツ施設が乏しい、居住スペースは狭すぎる、といった点もあわせ、日常生活の便利さ、快適さを日本人の眼だけでなく、外国人の立場から見直す必要がある。

4. 確かな行動を起こし、その結果と効果を検証する

提言に掲げた行動が必要な取り組みの全てとは言えない。また、提言に掲げた行動に委員全てが同意しているわけではない。なぜなら、日本として意識的に「リーダーシップをもつオープンな日本」の構築に向けた取り組みを行ってきた経験が十分でない以上、これらはまさしく新しい未知の世界への旅であり、予め書かれた処方箋は存在しないからである。確かな行動により一つ一つの課題について経験を積み、その結果と効果を検証し、議論を重ねながら、次の一步を進めていかなければならない。

私たち 30 人委員会は、政治指導者のイニシアティブに期待する。同時に、私たち自身、各々の場において自らとれる行動をとり、あるいはその必要性を訴えながら、こうした取り組みに貢献していきたい。この提言が、「リーダーシップをもつオープンな日本」を築くための国民的な議論を活発にし、日本人が明日への一步を踏み出すきっかけとなることを切に希望する。

¹ 「言葉の点での孤立」の意味。本文 p.40。

² 翻訳の際に意味が不明になること。本文 p.40。

5. 「リーダーシップをもつオープンな日本」に向けての主な提言

「リーダーシップをもつオープンな日本」というビジョン

ビジョンの提示

従来の「世界の平和と繁栄に国際社会の責任ある一員として積極的な役割を果たす」という政策を超え、国際的な規範や国際秩序の形成において「リーダーシップをもつ」というビジョンを、政治指導者が国民に明示する。

総理大臣は最低でも5年務める

日本とそのビジョンの国際社会での信頼の源泉は総理大臣。政争によって10年で10人近くもの総理を輩出し、国際社会からの信頼を得ることが難しかった90年代の過ちを繰り返してはならない。

各政権の議会、国民に対する長期戦略ビジョンの提示

外交分野では米国の「ゴールドウォーター・ニコルズ法」(1986年)では、戦略ビジョンの提示を義務づけているが、このような法制を規定することによって、長期にわたる外交政策ビジョンを提示することが必要。

国連常任理事国入りの実現

国際社会でのルール規範形成の主要な舞台である国連において、常任理事国入りをせずに、規範形成の主導権は獲れない。政府として引き続き追求する。

国際会議への日本人の参加の支援

政府・企業は国際会議への日本人の参加を推進・支援する。今後10年は通訳の利用も必要だろう。しかし、会議を超え、最前線で海外の一流の人物のインナーサークルに入るには、道具としての英語を使いこなすことが不可欠な厳しい現実がある。

日本らしさの中に普遍的価値を見出す知的努力の推進

政府・企業は日本らしさの中に普遍的な価値を見出すための知的な努力を支援し、その場としてのシンクタンクの活動を支援する。実務者が研究を行い、研究者が実務を経験する環境を整備する。

「リーダーシップをもつオープンな日本」のマーケティング

1. 見過ごされていたマーケティングの必要性

政府の広報対策要職への外部経験者の採用

政府の広報担当の要職にプロのパブリック・リレーションズ・オフィサーを採用し、プロの目から広報の総合戦略を企画立案、指揮をとるとともに、伝統文化と革新が共存する日本をマーケティングする以下の広報改革を行う。

「日本が選んだ世界の100人」を選び公表する

日本の価値観を世界に象徴的に明示するため、毎年、「日本の選んだ世界の100人」を選び、公表する。

2. 日本発テレビ国際放送の強化

日本発テレビ国際放送の強化

日本とアジア地域の報道番組を中心に、日本の魅力あるコンテンツを組み合わせ、日本の正確な姿を海外に発信する外国人向けの国際テレビ放送チャンネルの設立に早急に取り組む。

主要な政府の会見に同時通訳を

まず、オープンな取材体制を目指す起点として、主要な政府の記者会見に同時通訳を入れ、政府の発信力を強化する措置が必要である。

オープンな取材体制の確立

官邸、各省庁、地方政府、中央銀行、政党などは、オープンにメディアを活用する体制の構築を目指す。こうした取り組みによって、日本の報道体制が真にオープンになるとともに、日本に Investigative journalism が育成されることも期待される。

オープンな日本社会の確立

1. なぜ今オープンなのか

「開かれた市場ルール」の構築

様々なルールが「開かれた市場ルール」として国際標準となるべく競争が行われている中、政府は、規範形成における主導権発揮の基盤として、この構築に邁進を続ける。例えば、情報通信技術での法制の不備を是正する。

会計基準の国際化

特に、日本企業の活動がグローバル化する中、日本の会計基準を国際的な会計基準の方向性に合わせた改正も行い企業の競争力強化を図るとともに、国際的会計基準作りでの主導権発揮にも取り組む。

東京をアジアと世界の金融センターに

世界最大の債権国、米国に次ぐ個人金融資産保有国が、ローカル市場に墮する惧れもある。東京はアジアと世界の金融センターであり続けるとの政治的決断のもと、必要な諸策を速やかに実施。

2. 科学、スポーツとビジネスの世界をオープンに

地球深部探査船「ちきゅう」に世界の科学者の参加

日本が誇るべき国際的科学プロジェクトを、世界のプロジェクトとするためにも、世界の叡智を求め、有能な海外の科学者の参加を募る。その他大型科学研究プロジェクトは、審査・評価を国際パネルとして国際的に開かれたものとする。

スポーツにおける外国人枠撤廃

スポーツは日本を世界に発信できる強力な武器である。そのレベルを高めるため、外国人枠は撤廃する。特に、サッカーやプロ野球はその影響力からも重要。

外国人管理職・研究者の企業、教育・研究機関への受け入れ推進

当該組織を変え、日本社会の受容力の象徴ともなる。民間企業や教育・研究機関は優れた海外の人材の獲得・活用に努力し、政府は外における日本語教育を強化、人材のリクルート支援、在留期間の長期化等に柔軟に対応。

大学の国際化：留学生増加、講義の英語率向上、海外教授招聘、交換留学等

奨学金制度等を整備しつつ、大学の学部定員の20%を優秀な海外学生に開放し、グローバルなエリートの育成をめざす場、そのために海外の優秀な学生と切磋琢磨する場とする。加えて大学の経営基盤の強化も図る。

高校生交流の推進

各国との高校生交流を格段に強化する必要がある。特に、外国人高校生の受け入れのための日本国内の受け入れ態勢を抜本的に強化する。

会話を含む英語力向上のため教員の語学資格制度義務づけ・能力給を導入

国際語である英語を道具として操ることは重要であり、そのため英語教育は、小学校から始めることが望ましい。政府は、小中高教員の語学力の強化を図る。

3. 「世界の中の日本人」を育てるために

政府部内における国際機関幹部及び職員育成枠の設置

各省庁が、基準認証、開発援助など様々な専門分野の人材を枠を設けて採用・育成し、国際機関等に送り込む(任期は最低5年)。JOCVやJICA専門家など海外で活躍する人材の止まり木も提供する。

民間における国際機関幹部及び職員育成プログラム

経済界、大学なども、同様の枠や国際機関転出後にも戻れる「出入り自由」の制度の設定を奨励するなど、民間の人材を国際機関に登用する方策を図る。

4. 外国人も過ごしやすく暮らしやすい日本の実現

外国人の目から見た日本の暮らしやすさの視点を導入する

外国人にとりわかりづらい街区・道路表示を改善、低価格なコンビニや全国の多種多様な食材の宝庫であるデパ地下の利用方法など生活情報の提供、ホテル等における英語での報道情報の入手環境の改善、無料で楽しめる緑・公園・スポーツ施設(テニス、バスケット等)の増設、居住スペースの拡大。地方への観光推進の観点からも新幹線に専用荷物置き場を設置することが必要。

外国人受け入れのための住民組織の普及・支援

ホームステイの受け入れなどに積極的に国際化に取り組む地方自治体の例もある。住民組織も「ご近所つきあい」の受け入れで重要な役割を果たすことも期待。

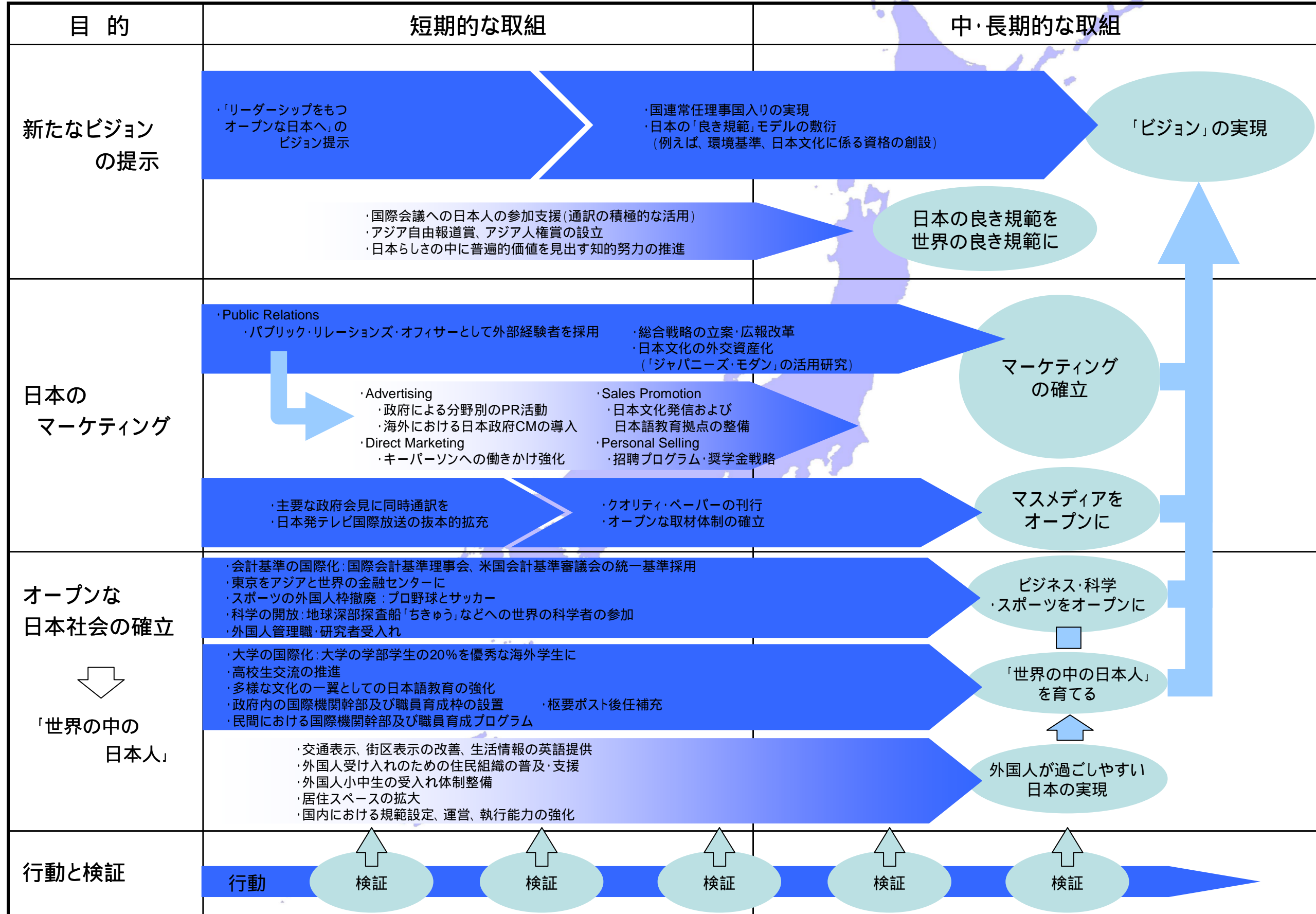
トップを含む外国人管理職人材の住みやすい日本の実現

海外のトップ・エグゼクティブが住みやすい日本を目指し、インターナショナルスクールの増設、ハウスキーパーの入国要件の緩和を図る。

国内における規範設定、運営、執行能力の強化

オープンになった日本において外国という異質の受け入れを拡大し、同時に摩擦を最小限に抑えながら、多元的な価値観を融合して新たな価値を創出することが重要。そのためには規範をきちんと執行していくことが必要。迷惑行為防止条例の厳格運用も必要。

6. 「リーダーシップをもつオープンな日本」に向けての行動計画



III . 直面する「静かな危機」から

「リーダーシップをもつオープンな日本」へ

世界経済のグローバル化・ボーダレス化と新たな大競争の時代

共産主義、社会主義体制の崩壊とともに始まった「市場の爆発」により世界が一つのモノ、カネや労働力の市場へと広がりを示す一方、情報通信技術の進展などの技術革新により、経済のグローバル化とボーダレス化が加速し、新たな大競争の時代に突入した。グローバル化とボーダレス化という国境を越えるヒト、モノ、カネの移動は、20世紀を通じて世界経済を動かした原動力であった。10億人（OECD諸国の人口）であった市場経済圏の規模は、ロシアや東欧等の市場経済化により40億人を超えるようになった。また、この10年で、世界貿易に占める途上国の輸出シェアは10%近く上昇し、中でもBRICsの上昇は顕著で、米国の貿易赤字の約4分の1を対中国貿易が占めていることも注目を浴びている。現在の中国からは、15年ほど前に天安門事件により国際社会から孤立していた姿を想像することは難しい。また、米国企業は、コールセンターや情報通信技術関連研究施設などのインドへの移転（アウトソーシング）を進め、インド経済の発展を支えている。情報通信技術の進展により、世界経済のグローバル化とボーダレス化は加速し、中国やインドが勃興しつつある中で、早くも次の新興諸国グループ「next eleven(11)」³の登場が予測されるなど、世界の大競争は益々激化している。

正念場にある日本

一方、今や日本は、構造改革により「失われた10年」から脱却し、再び新しい姿で蘇りつつある。国内法人設備投資額の増加と海外生産比率の増加傾向からは、日本企業が、国内で高付加価値品の生産、研究・開発に注力し、国内と海外の最適な分業体制を深化させつつ、国内・海外双方での事業を強化・拡大していく動きが伺え、また、内需中心のバランスの良い日本経済の回復によって、国内市場の魅力も一層増してきている。

しかし、本当に日本経済、そして日本に懸念すべき材料はないのであろうか。例えば、グローバル化とボーダレス化が加速した世界においては、ルール、規格、規範が競争力を決める死活的な要素となり、その世界標準を巡る争いが熾烈になっているにもかかわらず、日本は後追いを続けているだけになっていないだろうか^{4,5}。そして、これだけの発

³ 南ア、トルコ、ベトナム等11カ国。BRICsに次ぐ新興国のこと

⁴ 国際標準化機構（ISO）の理事長は日本人で、理事会は永久理事国の日本を含む18の理事国で構成。国際電気標準会議（IEC）においても、日本は常任理事国となっているが、両機関において、規格の承認は技術分野別専門委員会が決定し、914ある委員会の幹事国を占めるのは、米166、独148、英130、仏115の順であり、日本は47しかない。ISOの多くの委員会の審議は欧州主導で行われている。

展をした経済が、後追いに終始することは資源の蕩尽であり、また、国内のルールが世界のルールから孤立したルールのみであるとするれば、競争力を阻害するものにならないだろうか。さらに進んで安全保障をはじめ様々な分野でのルール策定に日本は十分役割を果たしていると言えるであろうか。21世紀の大競争の中でこうした状況を検証する必要がある。

2006年、日本は人口減少が現実のものとなった。90年代以降、児童手当給付費の拡大などの措置も執られたが、少子化の流れに変化はなく、むしろ更に加速した。

我が国は、活力を失うことなく、そして世界にあっても国際秩序形成に関わりつつ、世界の平和と安定、貧困撲滅、民主主義・人権・法の支配などの価値の実現に貢献する責任ある国家として発展し続けていくことができるのか、という正念場を迎えている。

30人委員会の発足

私たち30人委員会は、こうした問題意識から発足し、6月20日の第1回会合から、約2ヶ月、計6回にわたり集中的に議論を重ね、参加できない委員は、インタビューなどにより参加した。

2016年には中国に、2032年にはインドにGDPの規模で追い抜かれるとの予測⁵もあり、21世紀の新たな現実のもとで、日本が世界第2位の経済大国という地位に安住し、内向き志向を続ければ、新興経済大国が急成長を続ける中で、遠からず日本は追い抜かれ、いずれは、世界の先端から取り残されていくのではないか。私たち30人委員会は、このような静かな、しかし確かな危機感を共有し、以下の課題を克服するための総合的な戦略の必要性を痛感した。

日本の規範形成力：わが国が、いかにグローバルな規則や国際標準への形成過程や意志決定過程に実質的に参画し発言力を高めていくか

日本人の存在感：国際機関や最先端の分野で国際的に活動する企業、大学・研究機関、マスコミ、NGOなどの諸活動に対して、日本人を大量に供給し存在感を増していくためには何を行うべきか

日本の訴求力：製造業の強さ、アニメ、伝統美など、わが国の強さや魅力を国際社会に対して訴求するコンセプトやノームの形成をいかに図るか

日本の受容力：日本社会における外国人の受容力をいかにスピーディに高めていくか

⁵ 世界の中央銀行をメンバーとする国際決済銀行（BIS）でも幹部クラスなどにおける我が国のプレゼンスはまだまだ低い。

⁶ 「Dreaming With BRICs : The Path to 2050」ゴールドマンサックス・2003年10月

そして、国を一段と外に向かって開くことにより、国際社会での日本の存在感を自らの実力に見合ったものへと高め、日本の素晴らしい伝統と革新性を発信していくとともに、世界から最高のヒト、モノ、カネを集積させる磁力を生み出すことが必要であるとの認識で一致した。即ち、「リーダーシップをもつオープンな日本」をめざすということである。

リーダーシップをもつオープンな日本へ

日本として必要な取り組みは、例えば、4つの柱から整理することができる。

第一に、政治指導者が「リーダーシップをもつオープンな日本」という目指すべき新たなビジョンを国の内外に明示する。

第二に、こうした日本の姿を世界に広めるマーケティングを推進する。

第三に、「オープンな日本社会」と「世界の中の日本」を制度と政策のなかで推進する。

そして、第四に、確かな行動を起こし、その効果と結果を検証していくことである。

1. 「リーダーシップをもつオープンな日本」というビジョン

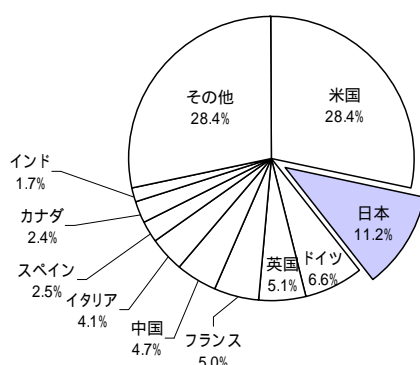
(1) 国際秩序形成への積極的参画に向けた国の意志を明確に

【問題意識】

戦後日本は、一貫して経済重視の政策をとり、度重なる貿易摩擦、石油ショック、ブラザ合意による急激な円高などの多くの困難を克服して、高い経済成長を実現するとともに、安保ただ乗り、あるいは一国平和主義というような批判を受けたこともあるが、国際社会の責任ある一員として世界の平和と繁栄に積極的な役割を果たす努力を重ね、国際社会の一定の評価も得てきた。

しかし、そこには、国際的な規範、政策、制度や基準あるいは国際秩序を構築するに際してのリーダーシップを発揮していく、との明確な国家ビジョンは必ずしも見えなかった。この欠如こそ、国際環境を与件とした上で生き残りをめざし、とりあえずの最優先課題であった経済成長政策を重点的に推し進めるといふ、第二次大戦後の日本の選んだ道であり、ともあれそれは意図した以上の成功はもたらされた(図表1及び図表2)。

図表 1 世界のGDPシェア



資料: World Bank "World Development Indicators 2006"

図表 2 年表

1946年	国際通貨基金(IMF)設立
1947年	GATT成立
1952年	日本のIMF加盟
1953年	日本のGATT仮加入
1955年	日本のGATT正式加入 (一部加盟国はGATT35条を援用)
1961年	OECD設立
1964年	日本のIMF8条国*への移行、日本のOECD加盟 日本との二国間通商協定締結により、英仏はGATT35条援用を撤回(ただし、英は1963年)

* 国際収支を理由として為替管理を行うことができない国

しかしながら、日本の世界との関わり方は、ごく単純化すれば必要かつ可能な分野・程度に限って国を開き世界と関わるというものであった。こうしたあり方は、世界中で日本の存在が未だ小さく、日本にとっての日本市場の重要性が圧倒的である時代には有効なものであった。しかし、既に世界にとっての日本の存在は極めて大きく、一方、少子高齢化により将来にわたって日本自身にとっての世界市場の重要性が拡大していくことが予想されている（図表 3）。このように日本をめぐる内外の実情が大きく変化した今日、過去の延長において日本の更なる発展を目指すことは困難であり、今や国を外に向かって一段と開き、国際環境の形成にも主体的に関与しつつ、国内の活力を増していくことが必要となっている。換言すれば、今強いものの多くは既に過去のものになりつつある、との厳しい認識を持つ必要がある。

図表 3 今後のGDP予測

(1)主要国の長期的成長率と名目GDPの推移(将来推計ケース)

	2004年		2005～2030年平均		2030年	
	GDP (兆ドル)	シェア (%)	実質成長率 (%)	実質為替レ ート変化率(%)	GDP (兆ドル程度)	シェア (%程度)
8ヶ国 ・地域計	30.0	100.0	-	-	116	100
米国	11.7	39.2	3.0	-	37	32
ユーロ圏	9.4	31.3	1.8	-	21	18
日本	4.7	15.6	1%台半ば	-	10	9
中国	1.6	5.5	6.8	3.9	36	31
韓国	0.7	2.3	4.0	-	3	2
インド	0.6	2.1	4.0	0.6	3	2
ブラジル	0.6	2.1	3.6	0.4	3	2
ロシア	0.6	1.9	3.6	1.8	3	3

出典：内閣府編「日本21世紀ビジョン」(平成17年4月)

(2)主要国の一人当たり名目GDPの推移

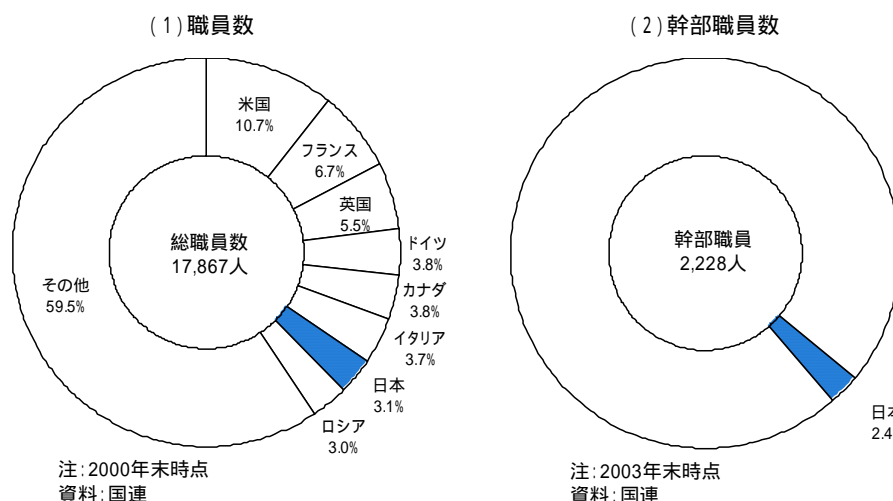
	2004年一人当たり GDP(千ドル)	2030年一人当たり GDP(千ドル程度)
米国	39.7	102
ユーロ圏	30.3	68
日本	36.5	83
中国	1.3	25
韓国	14.3	55
インド	0.6	2
ブラジル	3.5	11
ロシア	4.0	27

出典：内閣府編「日本21世紀ビジョン」(平成17年4月)

他方で、国際環境を所与のものとしてきた日本ではこうした課題に取り組むのに必要な国際的な指導力を持つ人材の育成が行われず、人材は大幅に不足している（図表 4）。こうした人材が育成されてこなかったことには、社会に深く根ざした要因もある。例えば、我が国では「出る杭は打たれる」と言われるが、米国は「デジイは伸びるに委せる」という諺があり、個性の発揮をむしろ後押しする。こうした社会のあり方が、一方で、平均的能力の高い労働力を育て、また、日本の競争力の礎ともなった。電車はダイヤ通りに動き、修理を頼めばきちんと期日通りに実行してもらえるような、極めて快適

な社会が作られてきた。官僚機構も、デジイを伸びるに委せることは望まなかった。NPOへの課税一つをみても、彼らに自由にさせればどうなるかという危惧からか、NPOを厳しく管理しようとしている。

図表 4 国連関係 29 機関における職員数（各国別）と日本人幹部職員の割合



社会のあり方を所与のものとする傾向は国内でもまたしかりであった。例えば、戦時経済体制の象徴であった食糧庁は廃止されたが、同じく戦時体制の要として導入されたサラリーマンの源泉徴収制度は放置されたままである。むしろ欧米で大きな争点となることがある所得税ではなく、争点化されることの少ない消費税の引き上げ論議が、日本では強く社会の反発を浴びるといふ皮肉な結果となった。今も所得税の不均衡な徴収等⁷が放置されたまま、消費税の議論⁸がなされようとしている。

確かに社会に根を張った仕組みや日々の生活を安易に変えることは、社会の混乱を招き、意図せざる結果として、国家の活力の源を傷つける危険性がある。さらに、変えていくこと、特にその中でも規制を撤廃して自由にしていくこと、あるいはオープンにしていくことに対して抵抗感もある。過去においては、日本をオープンにしていくことが、本来は日本のためになることであっても、全体としてみれば「外圧」に抗し、「too little, too late」と指摘されながら我が国経済社会を開いてきた、といえよう。もちろん、今や「外圧」はほとんど死語になったものの、外国資本は日本を食い物にする「ハゲタカ」だ、との誤解は完全に払拭されていないのが実情だ。

⁷ 国家債務の累積による国家財政の破綻が必至であり、それを回避するために消費財の増税が必須不可欠であるかの如き主張が多いが、増税によってではなく、歳出削減と経済成長に伴う税の増収によって財政の立て直しは十分可能である、との経済の活性化に重きを置く主張も根強く存在していることが留意される。

⁸ 10:5:3 (トーゴーサン)、9:6:4 (クロヨン) などのサラリーマンと自営業者、農業従業者の所得税の不均衡な徴収は問題視されて久しいが、数十年間に亘り放置されている。

【 対応策 】

リーダーシップをもつオープンな日本へというビジョンの提示

今こそ、我が国自身の「外」即ち海外にどのように関わっていくのか、どのように国を一段と開き、未来を拓いていくかという問題について国家の舵取りを担う政治指導者が、ビジョンを明示しなければならないときが来ている。例えば、19世紀、自由貿易を推進するため、英国は激しい国内的対立を克服して、穀物条例を廃止した⁹。日本も国際的指導力を発揮するためには、国民に将来目指すべき国の姿の全体像とその実現に至る道筋を示し、国民に変化を受け入れるよう説得し、実行に移す努力を行うことが必要である。

こうした「リーダーシップをもつオープンな日本」を実現していくためのビジョンには、日本の現状を変革する諸政策が盛り込まれるべきであるが、特に、日本のマーケティングとオープンな日本社会と世界の中の日本人の育成のための施策が含まれる必要がある。また、ビジョンの実現のためには、指導者は長期間、最低でも5年間務めるべきである。

とりわけ、外交分野では、長期すなわち、2020年ごろの世界を念頭においた外交政策のビジョンの提示が必要である。米国の「国家安全保障戦略(NSS)」や、欧州の「よりよい世界における安全な欧州(ソラナ・ペーパー)」に匹敵する外交・安全保障の理念と構想力がなければ、急激に変化する世界の中の極のひとつを占める国家になることはできない。そのためには、例えば、米国の各政権が議会・国民に対して長期戦略ビジョンを示すことを求める「ゴールドウォーター・ニコルス法」(1986年)のような法制も参考となる。また、こうしたビジョンの実現のための手足となる外務省の体制は極めて不十分であり、人員、予算、在外公館数、いずれの面でも、主要国中、日本は最低の水準となっている。日本の国益を守っていく為に、外務省の体制を他の先進諸国並みの水準に引き上げることを目指し、可及的速やかに対応する必要がある(図表5~図表8)。

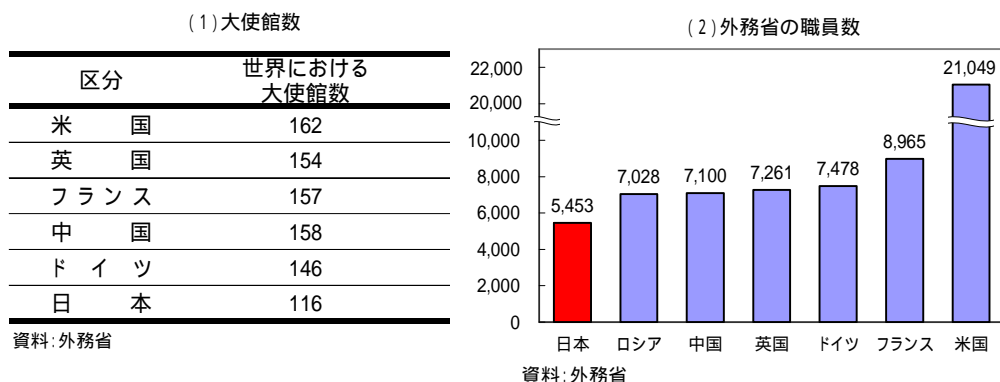
図表 5 外務省予算の国際比較

区分	各国の外務省予算	国民1人当たり外務省予算	対GDP比(%)	国家予算に占める割合(%)
米 国	29,183億円	9,786円	0.22	0.99
英 国	13,442億円	22,517円	0.58	1.23
ド イ ツ	8,438億円	10,204円	0.28	2.42
フ ラ ンス	7,287億円	12,045円	0.33	2.01
日 本	6,912億円	5,396円	0.13	0.87

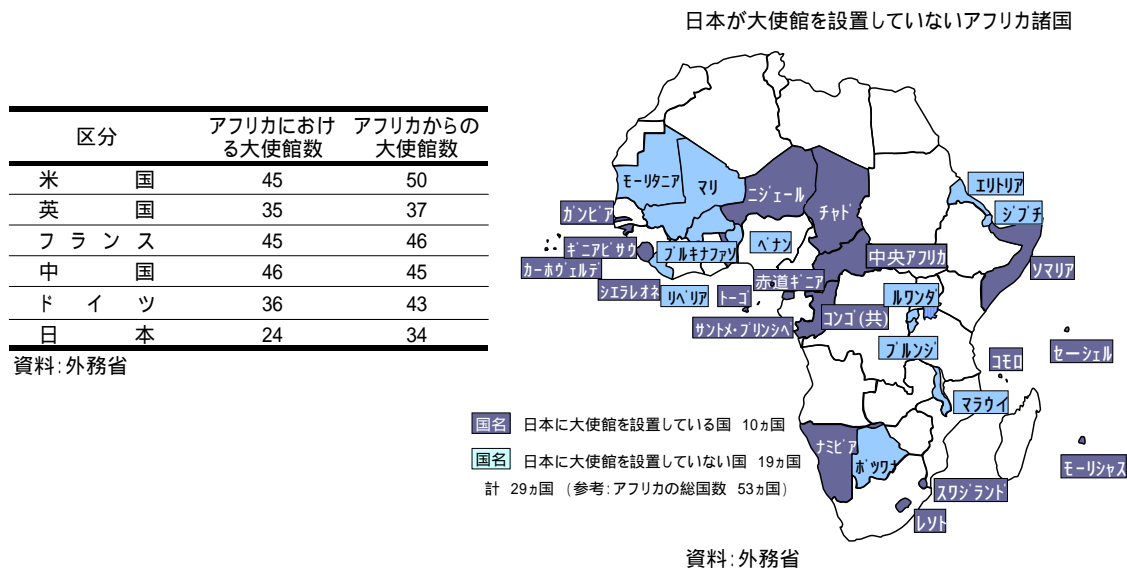
注: 2006年度予算。換算レートは2006年度支出官レートを使用。
資料: 外務省

⁹ 産業革命を成し遂げた英国は、当時「世界の工場」の地位を確立していたが、農業の競争力は弱く、穀物条例によって小麦の輸入に高関税をかけ保護していた。地主階級と自由貿易を求める産業資本家との論争を経た後、1846年に穀物条例は廃止された。

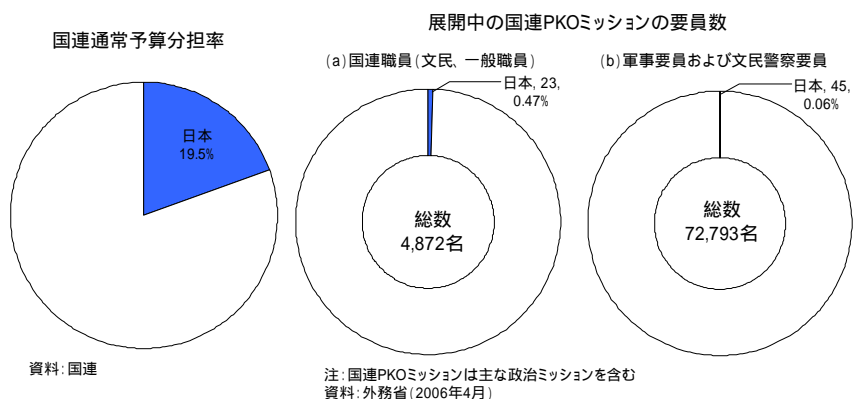
図表 6 大使館数・定員数の国際比較



図表 7 各国のアフリカにおける大使館数とアフリカからの大使館数



図表 8 国連における我が国の分担率と PKO ミッションの日本人要員数



(2) 日本が示すべき理念と価値

【問題意識】

では日本の指導者が指し示すべきビジョンはどのような理念、価値に裏打ちされるべきであろうか。

戦後の世界は例をみない繁栄を実現した。この繁栄を実現したシステムは、民主主義、基本的人権の尊重、自由主義市場経済などという普遍的な価値に支えられている。このような普遍的な価値を広め、このシステムを守ることを、日本は基本的な価値として掲げるべきであろう。こうした普遍的価値の追求と内政干渉との問題については久しく議論もされているが、東アジアの繁栄と安定のためにもこのような価値観は重要であり、日本は、日 ASEAN 特別首脳会談で ASEAN と普遍的価値観に基づいて協力を進めることで合意した。日本はこのように対等の目線で押しつけにならない配慮をしながら、対話と協力により価値の普及を進めていくことができる¹⁰。また、日本はODAそして企業の積極的な投資を通じて、「アジアの奇跡」と呼ばれる経済成長に貢献してきた¹¹。今やこうして新たに発展した国々とも、援助国・被援助国を超えた対等なパートナーとして、このシステムを守り、地域の課題、世界の課題に真剣に取り組む時がきていると言える。

一方、こうしたシステムは、ボーダレス化の進展などにより常に挑戦を受け、新しいルール作りなど不断の努力を持って支えなければならない。そして、ルールの世界標準の座を巡って、さまざまなルール、規範の間で競争が行われている。競争を勝ち抜くには、世界からの挑戦に耐えうる論理的強靱さをもつ必要がある。そのためにも、日本が打ち出していく規範やルールは、それぞれの分野でいわば普遍的価値観ともいえるものに則ったものとする必要がある。自己の利益は他者との共通の利益として追求する必要があり、ベンジャミン・フランクリンはこれを「啓蒙化された自己利益」と呼んでいる。国益は国際益に沿う形のものとしなければ、国際社会の支持を得られない。

そして、日本は、ノーベル平和賞を受賞し「モットイナイ」運動を主導しているマータイ氏の指摘に見られるように、例えば、環境分野で、その歴史的経験と経済力、技術力に裏打ちされた普遍的な価値をもつ規範、技術を持っている。これを世界に広げていくことは国際的な利益となるはずである。こうした日本らしさの中に普遍的な価値を見出す知的な努力がもっと行われてもいい。

「大国の興亡」の著者ポール・ケネディは、リーダーの条件として、ビジョン、勇気、

¹⁰ 2003年に東京で開催。日・ASEAN関係の基本原則、基本認識として、「法の支配」、「人権及び基本的自由の擁護と促進」、「公正で民主的な環境」、「世界人権宣言の尊重」等で一致した。また、日本とASEANは、平等、相互尊重及び相互利益に基づく特別な関係と考慮して、地域の課題及び世界の課題に取り組むことで合意した。

¹¹ 1976年以降、日本は対ASEANのトップドナーであり、60年から03年までの累積額も513億ドルと、第2位を占める米国の162億ドルの3倍強である。

時代に対する洞察力とともに、内外の同盟を作る能力、国際機関を利用する力をあげている。しかしながら、ルールを形成する場又はその礎となるような国際世論を形成している会議の意見交換の場に、日本人、特に民間人の参加者が少ないことが指摘されている。

【 対応策 】

日本らしさの中に普遍的価値を見いだす知的努力の推進

政府、企業は、日本らしさの中に普遍的な価値を見出すための知的な努力を支援する。そしてその場としてのシンクタンクの活動を支援する。こうした価値は決して演繹的抽象的に見いだされるものではなく、具体的な活動の中から生まれてくるものであり、実務者が研究を行い、研究者が実務を経験する環境を整備する。

国際会議の日本人の参加のための環境整備と通訳の利用

日本発の普遍的な理念を生みだし広めていくことは、国際的な場での対話を積み重ねてこそ成果があがることに鑑み、政府・企業は、機動的に運用できる小型の専用機を装備したり、国内の諸活動の運営のあり方においても工夫をこらし、国際会議など国際的な知的な交流の場に日本人がもっと参加できるような環境を整えることが重要である。さらには、普遍的な価値を含む日本らしい価値を正しく伝えることができる日本人の国際会議への参加を大幅に拡大する必要があるが、しかし、英語を自在に操り、日本を代表できる人材は限られており、人材育成を進めるとしてもかなりの時間がかかるという現実がある。従って、今後 10 年位は、通訳の利用の推進などから始めたり、これを併用するのが適当である。

しかし、後で取り上げるように、会議を超え、最前線で海外の一流の人材が集まるインナーサークルにとけ込んでいくには、道具としての英語を使いこなすことが不可欠であるという厳しい現実があり、その点日本は ASEAN 諸国より遅れをとり、更には、中、韓などの国々に激しく追い上げられ、場合によっては引き離されている。人材の育成を急ぐべきである。

本章に関連するその他の提言

国際機関の各種プロジェクト等の能動的な活用

我が国が拠出している国際機関などの組織マネジメントや各種プロジェクトにおいて、日本の理念や考え方がより活かされるような体制を構築する。

我が国における国際会議開催回数 の 倍 増

我が国のセカンド・トラック（民間同士）の国際会議への支援を倍増させ、日本外交の厚みを強化する。

アジア自由報道賞及びアジア人権賞の設立

民主主義、自由等の推進をより明確にする象徴的な手段。政府は、アジア諸国と協力しながら、民間団体がこれを創設しようとする環境を醸成し、また支援する。

日本の「良き規範」を世界に広げる

政府は、高度な環境基準やゴミ分別など、日本の「良き規範」をモデルとして広げるべく取り組み、アニメや寿司職人の国際水準の学校や資格の創設を支援する。

2. 「リーダーシップをもつオープンな日本」のマーケティング

(1) 見過ごされていたマーケティングの必要性

【問題意識】

(イ) 潜在力の高い日本

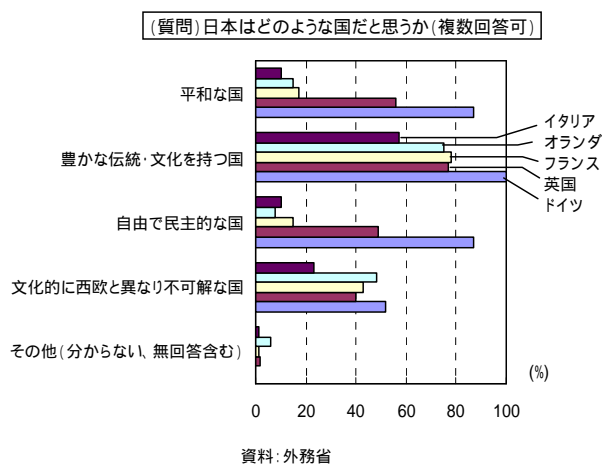
日本の製造業の競争力の高さには定評があり、“カンバン方式”や“カイゼン”など80年代にかけては、日本の経営モデルが最先端として世界を席卷した。そして、「失われた10年」を克服した日本企業の力が今再び見直されている。依然日本は世界第2位の経済大国として、貿易額は世界全体の5.2%を占めており、諸外国に対する影響力は非常に大きい。

また、日本は、自身の国力に見合った国際社会に対する貢献を積極的に行っている。環境技術、人道支援分野での支援をはじめとするODA等、諸外国と比べても遜色はなく、日本が先端を走る分野もある。

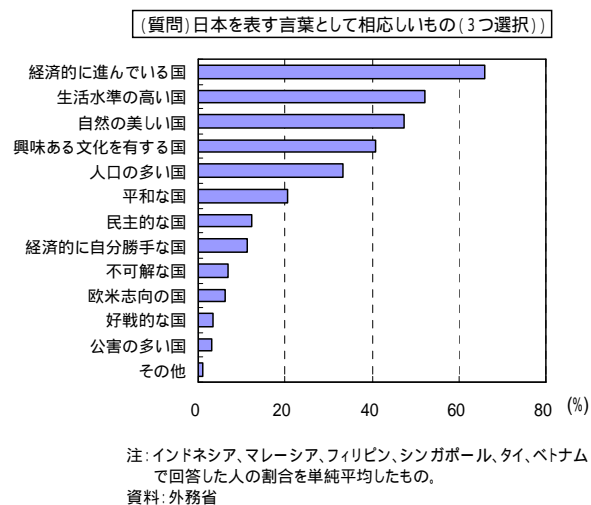
文化面でも、アニメやマンガをはじめ近年はポップカルチャーの発信源となっており、Cool Japanとしての日本の好感度上昇に大きく貢献している。同時に日本には、武士道や食文化などを始めとする古き良き伝統文化が脈々と引き継がれてきており、これは、日本を良く知る外国人の認知するところとなっている。これをソフト・パワーと呼ぶことも可能だが、経済力とあわせれば、日本の総合的な国力は世界の中でも高い水準にあることは間違いなく、また、日本に対する評価も特定国（中国・韓国）を除き、極めて高い（図表9及び図表10）。

図表9 外務省が行った対日世論調査に見る外国人の日本イメージ

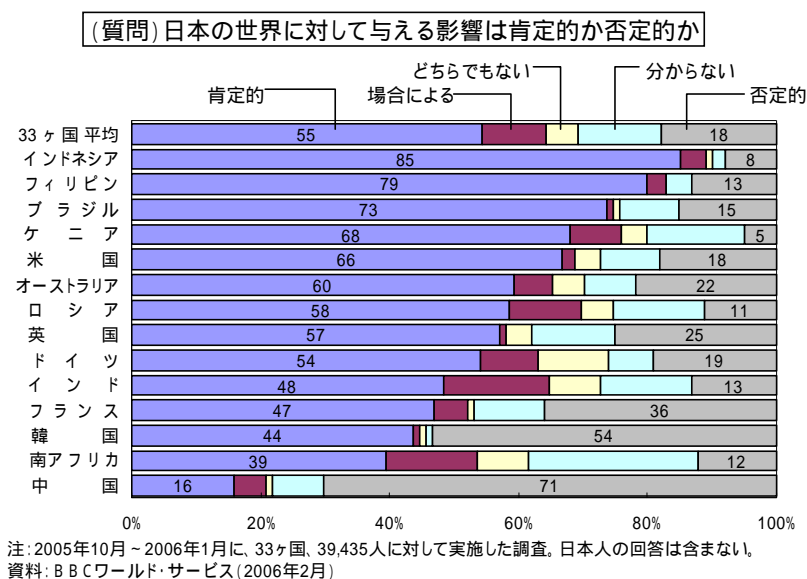
(1) 欧州5ヶ国における世論調査(2002年)



(2) ASEANにおける世論調査(2002年)



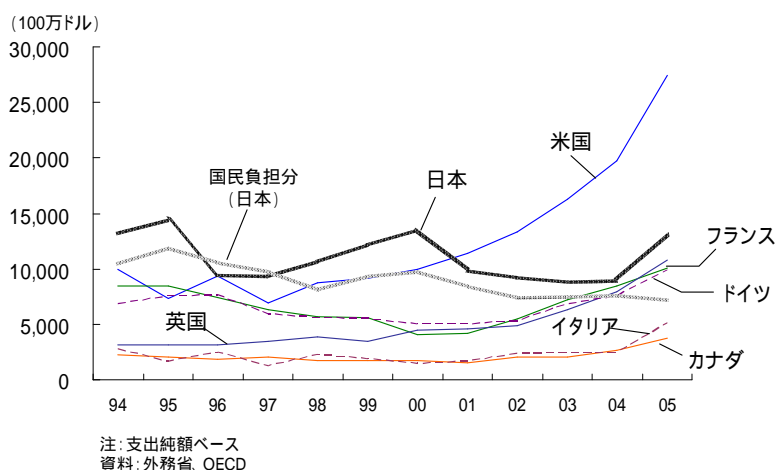
図表 10 英国BBCワールド・サービスによる国際世論調査



(口) 伝わらない等身大の日本

これら諸外国からの全般的に高い評価を手放して喜ぶことはできない。例えば、日本の国際社会への貢献に関しては十分には周知されていない¹²。さらに、ほとんどの先進国が9・11以降ODAを増額している中であって、日本だけが、昨今のようにODAを削減していけば、日本の国際的指導力について疑問視されていく危険性があることは留意すべきである(図表11)。

図表 11 各国ODA実績



¹² 例えば、世界開発センターが公表する先進国の開発に対する貢献度評価によると、開発の与える影響を分析せずに、援助と移民、安全保障を同列に扱うなど、同センターの恣意的な指標づくりに問題はあるにせよ、経済規模に比べて、援助の量が少ないなどの理由により、対象21か国中、日本は21位となっている。

「戦争広告代理店」¹³で明らかにされたように、国家の対外的イメージが国際世論を動かし、そして死活的な政策決定の鍵を握るようになってきている。これまでの日本には欠けていたが、他国に対して積極的な広報活動を展開していくことが非常に重要になってきている。日本は美しく、清潔で、規律があり、グローバル化の波の中でも溶解することのないアイデンティティをもっている。等身大の日本の姿を効果的な方法でアピールすることが、ひいては日本の影響力を強化することにつながる。また、ビジョンの実現の為には、当然国内の支持が得られ、そしてその資源が活用されなければならない。

しかし、アメリカやフランスやイギリスの掲げる規範や美しさはよく喧伝され、世界中の人々を惹きつけているが、多くの外国人は、日本の土を踏むまで美しさに気づかない。このような状況が日本の実力を過小評価させることになっていないだろうか。こうした日本の美しさと強さとともに、ビジョンを世界に、そして日本国内にも訴えていくマーケティングの技を磨かなければならない。

(八) マーケティングの導入

「待っていればおのずと日本の良さを分かってくれるだろう」という時代は終わった。国力や実像と離れたイメージを発信し続ければ、自由な報道が確保されている世界では、それがいずれ虚像であることが露呈するが、市場に任せて自然に広がるイメージ、姿だけに頼ってはいならない。これらに加え、これから日本として大切にしていくものや、イメージ向上に貢献するものも取り込む必要がある。

今、日本が強みを発揮しているものと、これから伸びるものを海外に発信していくシステムと、日本の伝統文化を発信していくシステムを、車の両輪のように機能させる必要がある。日本の今の文化という革新だけではなく、忘れられかけた伝統をあわせて発信していくことが必要である¹⁴。そして、自らが働きかけアピールすることで、日本への支持を獲得し、日本への注目度を高め、世界から最高のヒト・モノ・カネを集めてくることに貢献できる。

一方、アニメーションは、規制官庁がないことにより、日本を代表する産業に成長し、市場に任せることにより、自然に世界に広がった。しかし、アニメーターの低賃金とそれに伴う数の不足など様々な課題も指摘されている。したがって、アニメーションのように市場に任せた産業であっても、産業内の意見に耳を傾け、官側からも民に協力して育成に取り組むことも必要となる。

¹³ 「戦争広告代理店」高木徹・講談社・2002年

¹⁴ 日本が伝統に依拠しながら作り上げた文明の魅力については、日本人必読の書ともいえる「逝きし世の面影」渡辺京二著（平凡社）に詳しい。

【 対応策 】

(二) 政府の広報対策要職への民間の専門家の採用

日本のマーケティングに向けた努力の強化のための象徴的な取り組みとして、政府の要職に、米政府の報道官の例のように、民間からパブリック・リレーションズ（PR）の専門家を登用し、プロの目から、効果的な日本ブランドの発信の検討を含め広報の総合戦略の立案、実施の指揮をとり、広報改革を行う。

(ホ) 「日本の選んだ世界の100人」を選び公表する

日本の価値観を世界に象徴的に明示するため、毎年、「日本の選んだ世界の100人」を選び、公表する。

(2) 日本発テレビ国際放送の強化

【 問題意識 】

(イ) 日本に関する国際的報道の少なさ

一方で、日本の正確な情報が世界に届く環境の整備も必要である。国際的な情報空間における日本の存在感が低いのは、日本に関する国際的報道が絶対的に足りないからなのではないか。また、報道がなされても、一面的であったり不正確であったりするからではないか。

イメージと現実の明確な落差が存在したケースも見られる。10年前の日本企業は、バランスシートが弱いと海外では一般に見られていたが、実際にはバランスシートが弱いのは4分の1程度で、全体の4分の3の企業は、たとえ収益力が低かったとしてもバランスシートは健全であった。こうした状況の改善のためにも世界へ向けたチャンネルの確保という課題に取り組む必要がある。

特に、テレビ放送は、多数の視聴者に対して、リアルタイムで鮮明な映像により情報を提供することが可能であり、国際世論の形成に与える影響力は極めて大きい。CNN（米）やBBC（英）はすでに全世界をカバーする放送ネットワークを持ち、加えて、独立した報道機関であるために、世界の中で幅広い信頼を獲得し、国際世論に影響を及ぼす地位を築いている。こうしたテレビ国際放送の影響力の大きさに着目し、英米だけでなく、仏、独、また、日本の周辺を見れば中国や韓国も、世界の共通言語である英語によるテレビ放送の実施に力を注いでいる。我が国では、NHKが1995年から行っている海外向けテレビ放送「NHKワールドTV」及び「NHKワールド・プレミアム」があるが、「NHKワールド・プレミアム」は在留邦人向けの日本語放送である。「NHKワールドTV」はその一部について英語化を図っているが、在留邦人や邦人旅行者への情報提供を行う役割も兼ねており、外国人を明確に対象としたものとなっておらず、世

界に向けた発信という視点からは全く不十分な取り組みと言わざるを得ない。

(ロ) 求められる国際的影響力の向上

等身大の日本の姿のマーケティングにとって重要なのは日本発の報道であることは論をまたないが、日本のメディアの国際的な影響力にはさらに拡大の余地がある。例えば、日本最大の新聞であれば、1,000万部の発行部数を誇るが、日本の記者・コラムニストで、わずか110万部にすぎないNew York Timesのトーマス・フリードマン、ニコラス・クリストフやWashington Postのドン・オーバードーフアーに匹敵するような、その存在が国際的に知られたジャーナリストがもっといてもいい。また、国際問題に関する報道について、国内政治上の関心事項（例えば靖国参拝）にとどまらず、より国際的、地政学的な視点から分析を行った記事がもっとあってもいい。国際的な影響力との視点から見て日本のメディアが抱える構造問題として自らのマーケットが日本語を使用しているという動かしがたい事実があることは念頭に置くべきであるが、何らかの工夫が求められる。

視聴率1%が約40万人といわれるテレビは、新聞を凌ぐ影響力を持つとも言える。しかし、国民の資産といえる周波数帯域が特定の放送局に無料で使用が許されている中、これら放送局の果たす公的な役割と責任との観点からその放送のあり方については様々な意見がある。例えば、日本のテレビ放送の倫理コードは諸外国と比べれば極めて緩い。また、国民の資産といえる周波数帯域は市場に出すべきとの声もある。

【 対応策 】

(ハ) 日本発テレビ国際放送の強化

我が国では、NHKが1995年から行っている海外向けテレビ放送「NHKワールドTV」及び「NHKワールド・プレミアム」があるが、「NHKワールド・プレミアム」は在留邦人向けの日本語放送である。「NHKワールドTV」はその一部について英語化を図っているが、主に在留邦人と日本人旅行者向けの放送という印象は否めない。

我が国発のテレビ国際放送を拡充することが必要であるが、日本の情報のみでは、世界の視聴者を得ることは難しく、世界、特にアジアがわかる報道を目指す必要がある。同時に、NHKスペシャル等のドキュメンタリーが、すでに多年にわたって海外コンクールの受賞や、欧米の主要放送局を含む各国放送機関への販売など、世界に通じる番組制作・取材の実績があることから、設立されるチャンネルでは、我が国のこうした良質のコンテンツを英語化して発信することも期待される¹⁵。

¹⁵ 平成16年度においては、NHK制作による番組は、21の国際コンクールでのべ27番組が受賞。うち、HD番組（ハイビジョン）はのべ19に上る。

については、日本やアジア地域の報道番組を中心に、日本の魅力あるコンテンツを組みあわせて、日本の正確な姿を海外に発信する外国人向けの国際テレビ放送チャンネルの設立に急ぎ取り組むべきである。その際、我が国には優れた放送技術（ハイビジョン等）がありこれらを活かした放送とすべきである。なお、かかるチャンネルには、報道機関としての独立性を保障することが、国際的に信頼性を勝ち得ることに繋がり、結果として我が国からの発信という国益に沿ったものとなる。

こうした問題意識は関係者でもすでに共有され、「新たに外国人向けの映像による国際放送を早期に開始する」ことが政府与党間で合意されているが、右実現に向けて早急に具体的アクションがとられることが望まれる。新たな放送を我が国内でも受信できるようにすれば、日本にいながらアジアや世界の情勢を正確に把握できる仕組み作りにもつながる。また、こうした取組によって、既存のテレビ番組の知的水準の底上げも期待されるだろう。

(二) オープンな取材体制へ

広い意味での政府部門、すなわち官邸、各省庁、地方自治体、中央銀行、政党などの発信する側の閉鎖性・消極性が正確な情報の伝播を阻んでいる面がある。特に外国プレスへの対応には改善の余地があり、外国報道機関に門戸を閉ざしている政府部門もある。

即ち、政府など情報の発信側が、役所等に常駐してのぶら下がり、「夜討ち朝駆け」の密着的な日本のプレスの取材手法への対応こそが報道対応だと心得て外国プレスに接しても、極めて少ない人数（多くの場合1名）で速報よりもまとまった記事を書くことを主任務とする外国プレスにはニュースバリューがあるとは感じてもらえない。取材手法や関心事項が異なることを踏まえた報道対応が必要になる訳である。政府はより開放的、積極的な外国プレス対応を心がけ、「応答ベース」の木で鼻をくくったような応答要領を英語に「横倒し」して使う、といった発想を転換し、広報手段として積極的に活用し、戦略的なメッセージ発信を行うことが必要である。

一方、日本の発信力強化という点に注目すれば、まず、主要な政府会見に同時通訳を入れ、外国人プレスの便宜をはかることが効果的である。

本章に関連するその他の提言

「カワイイ」等日本の今の文化を外交資産に

例えば「カワイイ」は米国のアニメキャラクターのように、世界の子供たちを魅了する可能性をもつコンセプトであろう。このように、政府は、特に、日本が生み出した最先端のコンセプト「ジャパニーズ・モダン」等を、外交やビジネス分野で生かしていく研究、取り組みを主導して行う。

海外における日本文化発信・日本語教育拠点の整備

政府は、重点国に日本関係書籍、アニメ、映画のソフトを揃えたライブラリーを完備した、対日理解・関心拡大のための拠点を拡充、または創設を支援する。

成田空港の文化発信機能の拡充と利便性の向上

成田空港について、アクセス面等の利便性向上を進めるとともに、トランジットを含む外国人利用者が日本文化への関心を高めるよう、展示物やイベントの企画等を充実させる。

一部国家による日本のソフトウェア規制の撤廃

EU諸国、中国、韓国は日本のソフトウェアの輸入規制を行っている（米国にはこのような規制はない）。この撤廃を求めていく。

世界のキーパーソンへの定期的な働きかけの強化

政府は、定期的に接触し、日本に対する正確な理解・共感をもちえるよう、キーパーソンのネットワークをデータ化し、在外公館等を通じた活動を強化する。

招聘プログラムや奨学金の戦略的重要国への優先的割り振り

政府は、戦略的重要国を決め、各界で影響力のある人物の招聘や奨学金を活用して招聘し、知日派の育成をめざす。

「攻めの広報」の強化

政府は、個別分野にターゲットを絞ってPR会社を活用し、マーケティング手法なども取り入れながら相手国の国民の理解を得る広報の強化を図る。

海外における日本政府CM導入

政府は、日本のイメージを向上させる効果的なテレビCMを海外の特定国・地域向けに導入し、評価を行う。

海外で活躍する日本人の紹介

野茂の活躍がプロ野球を変えた。しかし、基本的に国内市場にしか関心のないマスメディアは海外で活躍する日本人（スポーツ以外）を紹介することは少ない。対策を講ずる。

クオリティ・ペーパーの刊行

日本から発信する土俵として、世界の外交問題を扱うクオリティ・ペーパーの発刊が望まれる。署名記事がない報道の変革を期待。

3 . オープンな日本社会の確立

(1) なぜ今オープンなのか

【 問題意識 】

(イ) 危機感を持ちにくい心地よい国内市場

我が国市場を一層競争的かつオープンにしなければ、世界から良いヒト、モノ、カネを惹きつけられない。例えば、世界のカネはどの程度日本に惹きつけられているのか。

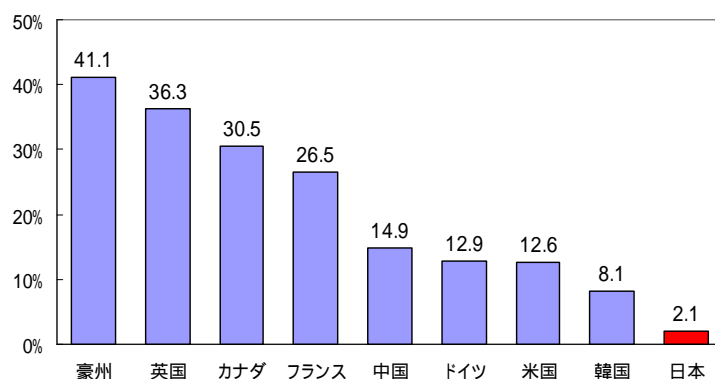
世界から日本への直接投資額(2004年)は78億ドル。これは世界全体の直接投資額の1.2%に過ぎず、中国(606億ドル)の約8分の1、香港(340億ドル)の約4分の1である。対内直接投資残高のGDP比を見ても、英国の36.3%、米国の12.6%に対し、日本は2.1%と極端に少ない(図表12)。

日本への対内直接投資に関しては、日本の貯蓄率は世界的に高い水準にあり、国内に資金が余っているとの指摘もある。しかし、海外からの資金の流入は企業に新しい経営手法をもたらし、経営革新の原動力となると言える。例えば、日産自動車の改革を成し遂げるにあたり、危機意識を共有した従来のスタッフの役割も大きいと言えるが、やはり、ルノーによる資本参加を待たなければ、再生はなかったのではないだろうか。そして、上場企業に占める外国企業の割合についても、ニューヨークの19.9%、ロンドンの10.8%に対し、日本はわずか1.2%である(図表13)。

グローバル化した世界では、あらゆる国々のヒト・モノ・カネが魅力的な市場を求め、国境を超えて自由に移動する。金融市場として香港が東京を凌駕しつつあるという指摘もあり、日本は危機感を持って魅力的な市場となるべく努力を倍化しなければならない。海外から日本に一流の「ヒト」を集め、互いに切磋琢磨することが必要である。世界から一流の「ヒト」を集めるためには、外国人を積極的に「受け入れる」ことにとどまらず、一流の「ヒト」を積極的に「取りに行く」という努力が必要である。

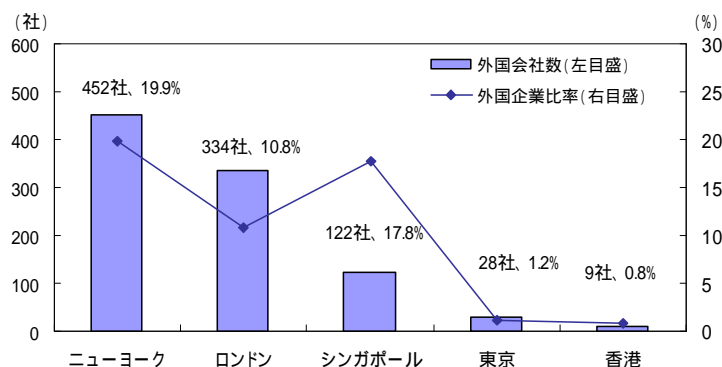
しかし、このように世界第2位の規模を持ちながら、外部のプレーヤーの参加が極めて少ない日本経済においては、市場がすでに一定水準の豊かさで満たされ、国内的に危機感をもちにくい心地よい状況にある。これが世界市場を目指した競争を進める上で、海外に目を向けない、あるいはグローバルな競争に参加していかない日本人及び日本企業を生み出す、という構造的障害となっている。

図表 12 主要国の対内直接投資残高（2004年、対GDP比）



資料：UNCTAD “World Investment Report 2005”

図表 13 上場企業に占める外国企業の割合（2005年末）



注：各証券取引所に上場している外国企業の比率。ただし、外国会社は、外国の法令に準拠し設立された会社。
資料：国際取引所連合(WFE)

（ロ）市場をオープンに

90年代の長期不況があったものの、日本経済の牽引力である製造業においては、いまだに世界のトップクラスの競争力を持つ企業が数多く存在する。一方、ものづくり以外の分野で世界に通用する企業はどれだけあるだろうか。80年代に世界ランキングのトップを独占した銀行業の強さはプラザ合意後の金融緩和と円高によってもたらされたドルベースでの資産の増加であり、その効果がなくなると護送船団方式で守られた競争力の欠如を露呈し、90年代以降統廃合を繰り返すことに追い込まれた。06年7月に発表されたOECDの対日経済審査報告書においても日本のサービス産業の生産性の低さが指摘

されている。国際競争に晒されない産業は相対的に生産性が低下する。

世界から資本や優れた経営システムを導入することは、追加的な需要や雇用の創出のみならず、我が国経済に競争を通じた新たな活力や価値をもたらすことにより、潜在成長力を引き上げ、国民生活の質を向上させるものである。構造改革への支持が定着し、景気回復が幅広い産業に浸透した今こそ、日本の市場を可能な限りオープンにし、我が国産業全体の生産性向上を更に促進すべき時である。

構造改革を継続し、我が国市場を一層競争的かつオープンにしていく為に、「グローバルな金融業による、グローバルな企業のための、グローバルな規制」をベースにした日本の市場を如何に作っていくかが重要である。すなわち、ボーダレスな大競争の時代にあっては、国内の競争ルールを世界標準で築かなければ、世界標準のルールで競われる大競争の中で伍していける個人も企業も育たない。

その象徴的な例が、国際会計基準への対応であると言える。世界が統合（convergence）を進めている中であって、日本は取り残されかねない状況となっている。日本型基準が経済的な海外発展を視野に入れた日本企業の活動を制約し、国際的競争力を損なっている。日本の会計基準は戦後米国の制度を取り入れる形で作られたが、その後の制度の発展は必ずしも国際的な発展に追いついていなかった。現行の制度は日本流にアレンジされ、日本の企業経営者にとって使い勝手の良い会計基準となっているが、財務諸表の透明性を重視する国際的な観点からは、日本の会計基準の品質は低いとみなされており、日本市場に上場する企業の海外での資金調達に困難が生じる懸念がある。また、企業結合会計における欧米との制度的な違い、例えば、「のれん代」の償却の扱いが異なることにより、企業合併・買収（M & A）において日本企業が不利になっていることが指摘されている。

また、ボーダレス化を推進する原動力の一つである情報通信技術においても、日本の法制は遅れている。例えば、企業の情報を書類又はフロッピー・ディスクで持ち出せば窃盗罪になるが、同じ情報の電子ファイルを電子メールで社外に送付しても、不正競争防止法等で実害が特定されない限り、罪に問われない。日本国内の情報通信産業の市場規模は大きいですが、このような法制面の遅れのある国には、欧米の情報通信企業が先端をいく開発拠点をおきたいと思うような魅力に乏しいと言わざるを得ない。

【 対応策 】

（八）開かれた市場ルールの構築と会計基準の国際化

日本企業会計は日本企業の競争力阻害要因となっているだけではない。現在、欧州が採用している国際会計基準（IAS）と米国が採用する財務会計基準（FAS）との間で統合の動きが進んでおり、カナダや中国などもIASの採用に踏み切り、この統合の

動きに合わせている。しかし、国際会計基準審議会（IASB）というIAS設定の機構にメンバーシップを持つにも拘わらず、日本は、日本企業の競争力阻害の要因ともなっている独自の会計基準の正当性を主張し、こうした動きに距離を置いている。

しかし、様々なルールが、「開かれた市場ルール」として国際標準の地位を得ようと競争を行っている中、政府は、規範形成における主導権発揮の基盤として、まず、この構築に邁進すべきである。すなわち、日本の会計基準を国際的な会計基準の方向性にあわせた改正を行い、企業の競争力強化を図るとともに、国際的な会計基準作りでの主導権発揮にも取り組まなければならない。将来にわたる日本企業の世界での活動への影響が懸念されており、日本はむしろ積極的に会計基準の統合を進めなければならない。また、情報通信技術にかかる法制を見直して整備することも必要である。

（二）東京をアジアと世界の金融センターに

東京金融市場がグローバルなカネと情報の取引から孤立し、一ローカル市場に墮すことだけは何としても避けなければならない。

元来金融産業とは、経済成長寄与度の極めて高いセクターである。「スクウェアマイル」と別称され1マイル四方に過ぎないロンドンの金融街「シティ」が生み出す付加価値は、英国GDPの実に3～4割に上るといわれるほどだ。金融産業の成長力に改めて目を向け、東京を、イスラム金融を含む世界の金融機関にとって最も仕事のしやすい場所として変えていくべきである。外国金融機関が中国を含むアジアで業務を拡大していく際、東京こそがその本拠地として選ばれるよう、必要な投資優遇策をとらねばならない。また、インドなど広くアジアの新興国企業の株式上場、起債、更にクロスボーダー、シンジケートローンを始めとする資金調達が我が国の市場で活発に行われるなど、豊富な我が国の貯蓄をアジアの投資機会に還流させるための仕組みをデザインしていくべきである。これまでのODAと企業による直接投資に加えて、このような金融分野での貢献が、アジアの更なる発展のために日本に求められているといえる。そのためには、東京がアジア市場における情報を深く分析し、咀嚼するインテリジェンスの能力を備えていくことが必要である。

世界最大の債権国であり、米国に次ぐ個人金融資産保有国である日本が、一ローカル市場と墮すこととなれば、極めて残念なことである。しかも香港やシンガポールの成長に鑑みて、これが最後の機会であり、猶予期間はもはやない。東京はアジアと世界の金融センターであり続けるとの政治的決断のもと、例えば、アジア開発銀行の金融市場本部を日本に新設する、アジアの中央銀行の協力組織を日本に設立する、我が国証券取引所の国際間の合従・連衡によって我が国市場とアジア市場との相互アクセスをシームレス化する、アジア域内をカバーする資金証券の決済機構を設立するなど、法制、税制を含めた必要な諸施策を速やかに実施すべきである。

(2) 科学、スポーツ、とビジネスの世界をオープンに

【 問題意識 】

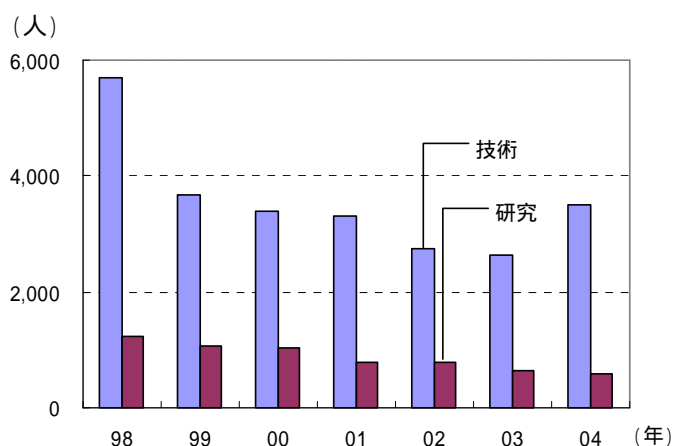
さらに、教育、科学、スポーツ、ビジネス（企業）の世界をオープンにすることが極めて大きな重要性を持つ。それは、科学技術は、日本の発展の基盤であり、政府もそれを踏まえ、科学技術創造立国を目指している、ワールドカップなどで明らかなようにスポーツは世界的な熱狂を呼び起こすものであり、各国のイメージ形成に象徴的役割を果たしている、そして、企業こそ日本の競争力の主な源泉の一つとなっている、からである。

【 対応策 】

(イ) 科学：世界特にアジアとの連携強化

科学技術分野において、現在、我が国は科学技術創造立国を目指し、「第三期科学技術基本計画」(平成18年～22年度)(平成18年3月28日閣議決定)を策定した。政府全体で予算削減の流れがある中、同計画の中では政府研究開発投資の総額規模を約25兆円とするという小泉総理の大英断があった。しかし、例えば、外国人技術者・研究者等の受入れは減少傾向にあり、科学技術創造立国という志を十分に発揮するためにも世界の研究機関との連携強化や、外国人研究者の受入推進は不可欠である(図表14)。

図表 14 技術・研究分野の外国人新規入国者数



資料:法務省出入国管理局統計

また、大量破壊兵器(WMD)を用いたテロや感染症が国境を越えた問題となっている現在の国際関係において、科学技術力が果たす役割は増してきている。日本の科学技術力を、「日本のソフト・パワー」として外交分野においても活用すべきである。また、原子力政策や軍縮・不拡散分野を含め世界標準や国際的ルールの方針に参画すべきである。そのため、外務省と国内関連省庁(総合科学技術会議を含む)外部専門家との協力

関係の強化等が望まれる。

その上で、さらに、アジアの研究機関との連携を強化すべきである。科学技術は国家の存立に関わりうる問題を扱い、日本はエネルギー安全保障、資源獲得の観点でアジアとのつながりが大きいだけでなく、鳥インフルエンザ等の感染症問題はアジアとの共通の課題でもある。しかし、現在、「生物の多様性に関する条約」に基づき、感染症等のウィルスを発見された国から持ち出せず、当該ウィルスの発見国において研究を行わなければならない。そのため、欧米の研究機関では既にマレーシアに branch を作り研究を進めているものもある。このような研究を日本も積極的に行い、日本がアジア各国との間で相互補完的に win-win 関係を築く必要があり、これまで以上に関係を緊密化する必要がある。

特に、地球深部探査船「ちきゅう」のように、日本が世界の最先端を行く分野の研究の場をアジアや世界のすぐれた研究者に開放し、日本を国際的な研究の拠点とすべきである。

(ロ) スポーツ：外国人枠の撤廃

スポーツは日本、又は日本人の存在感を世界に発信できる強力な武器の一つである。例えばメジャーリーグやプレミアリーグは、選手個人と質の高い試合そのものが世界に発信され、多くの人々を惹きつけている。しかし、現在の日本のスポーツ界の外国人枠が障害となっていることが指摘されている。プロ野球においては、「1チーム当たり、一軍出場登録選手は4人まで、試合には同時に3人まで」、Jリーグにおいては、「プロ契約を締結した外国籍選手は1チーム原則3名以内¹⁶」という外国人枠が存在する。

このような国内の外国人枠の維持は国内リーグの国際的な競争力向上を阻害してはいないだろうか。現に、レベルの高い競争を求め、95年に野茂がメジャーリーグに挑戦し、活躍したのを皮切りに、佐々木、イチロー、松井とメジャーリーグに挑戦・活躍する日本人が続いている。反対に、国内リーグが地盤沈下し、人気は低下している。

大相撲における成功例がある。大相撲は日本人にとって外国人に対する抵抗感が最も強い分野であったのではないかと思われるが、実際は、曙が外国人として初めて横綱となったことを契機に、現在、大相撲界では、外国人力士が60名弱、幕内の約30%、三役の約40%、横綱の100%を占めるに至っている。

プロ野球、さらにはサッカーにおいて、国際競争力をつけていくためには、外国人枠の撤廃は急務ではないだろうか。

¹⁶ アマチュア選手または20歳未満のプロC選手（報酬、移籍金の上限等が高いプロA選手、プロB選手となるための契約締結条件に満たない選手）を登録する場合は、5名まで登録できる。

(八) 企業：外国人管理職人材の受入推進

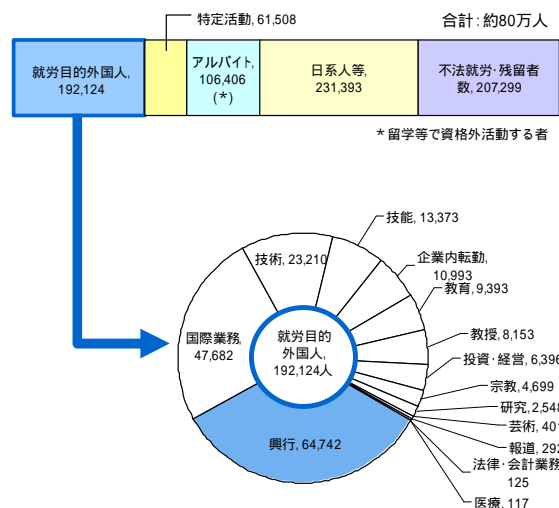
日本にも過去においては、明治時代のお雇い外国人の例に見られるように、外国人を積極的に受容しようとする動きもあった。世界の英知を受け入れるために、外国人を積極的に受容、優遇し、世界の第一線で伍していける日本人の育成に注力を行っていたと言える。

一方、企業内での外国人の割合、特に、企業のトップ・マネジメントや管理職に外国人が少ないことや国内志向の強い日本の企業体質が、世界に通用する企業人の育成を阻害しているとの指摘もある。政府は、「専門的・技術的分野の外国人労働者」の受入れについての基本方針を示しているが、実際には、専門的・技術的な能力の高い外国人の受入れはほとんど増加しておらず、我が国企業人の育成を促進しているとは言い難い状況である（図表 15）。

もはや、「お雇い外国人」を招いて教えを乞うという時代ではない。むしろ彼らの才能を使うという観点から、企業内への受入を推進すべきである。

こうした観点からも外国人トップ・マネジメントや管理職の受入の取組を図らなければならぬ。また、アジアと世界の金融センターを目指すためにも必要である。従って、今後、終身雇用制度といった従来の「日本型成功モデル」については、その美点をよく認識し活かしつつも、これにあまりに固執することは危険ではないだろうか。実際、これらは第二次世界大戦後の日本経済の発展の過程で一般化したものにすぎない¹⁷。

図表 15 我が国で就労する外国人（2004年）



資料：厚生労働省推計データ(原出典：法務省入国管理局データ)

¹⁷ 「イギリスの工場・日本の工場」ロナルド・P・ドーア・ちくま学芸文庫・1993年

(3) 「世界の中の日本人」を育てるために

【 問題意識 】

(イ) 教育

国際的な指導力と存在感のある日本人、「世界の中の日本人」をどう育成し、増やしていくかに、日本の新しいビジョンの成否がかかっている。国際社会で存在感を示すのも、規範形成に携わるのもヒトである。「世界の中の日本人」として、世界の問題に共感・共振し、問題解決のためにビジョンを提示し、他国の人材と協働して解決できる人材が必要とされている。そのためには、専門分野の識見に加え、コミュニケーションの手段としての英語を使いこなせることが望ましい。また、日本人として誇るべき美德と人間の魅力、そして、国際益化された国益という意識がなければ、世界規範を築くインナーサークルに受け入れられ、世界の規範形成をリードしていくことも難しいだろう。こうした人材の豊富さにおいて日本は他のアジア諸国と比べても見劣りしつつあるのではないだろうか。これらの人材を育成することは喫緊の課題である。

しかし、政府内でのヒトの育成・配置から始まり、ビジネス、教育界に至るまで、こうした観点からの取り組みは行われていない。特に、優秀な若者をめぐり世界的競争がある中、「教育鎖国」を続ける時間的余裕はない。外国人の受入に消極的な日本の大学は競争力が低下しており、世界ランキングで東京大学が北京大学より下位になっているとの報道もある¹⁸。日本の大学は研究のためだけ、あるいは日本企業や政府機関のためだけの優秀な人材を育成すればよいという時代は終わった。大学こそ世界に広く人材を求め、国際的な指導力をもつ人材育成の場として、若者に切磋琢磨する環境を提供すべきである。

また、大学レベルのみならず、高校生レベルでの交流も極めて重要である。日本人が高校生時代に海外の高校・家庭での生活を経験することにより、語学の面で将来の大学レベル以上の留学に向けた絶好の準備となるほか、「アメリカのお母さん」といったあたたかい人間関係が形成され、瑞々しい感性にとって海外の人々、文化への理解も血の通ったものとなる。また、逆に、海外の一流のレベルの高校生を日本に招くことも極めて重要である。「日本のお母さん」をもった外国人は将来にわたり日本に対する親近感をもち日本の良き理解者となるであろう、さらに、日本語という資産を生かして日本の大学・研究機関に留学を志す可能性もある。このほか、受け入れ高校の生徒達も優秀な外国人高校生と接することにより、世界に目を向け、自らの生き方を見直すという啓発的な効果も大いに期待できる。

¹⁸ タイムズ紙（2005年10月27日付増刊）の2005年世界大学ランキングでは、1位：ハーバード大学、2位：マサチューセッツ工科大学、3位：ケンブリッジ大学、15位：北京大学、16位：東京大学となっている。

「世界の中の日本人」に、専門分野の技能に加え、日本人として誇るべき美徳、人間的魅力がなければ、そして、国際化された国益という意識がなければ、世界規範を築く一流の人物から認められ、その中に迎えられることは難しいだろう。こうした面での教育も非常に重要である。

【 対応策 】

(口) 大学の国際化、高校生交流の推進

教育は、「世界の中の日本人」の育成の根幹である。教育の閉鎖性は、大学等高等教育機関における閉鎖性、すなわち、留学生・博士号取得者・教員における外国人割合の低さに顕著に表れている。この背景には、日本の博士号は取得が難しいわりに日本の博士号への国際的な評価が低い、講義が英語で行われていない等が理由として挙げられる。

世界のトップクラスの留学生はこぞって、米国、欧州での学位取得を目指し、欧米に留学できない者も英語で講義を受け、卒業ができるシンガポール、インド等の教育機関を目指すようになっている¹⁹。しかも、外国人大学生の受入れは、その国を知ってもらう上で最も有効な手段の一つである。例えば、資源国の留学生を優先的に囲い込む資源需要国の例もある。

しかし、日本のほとんどの大学が英語のみの講義で卒業することができず、海外からの研究者、留学生等の受入が少ない現状(図表 16)においては、これら世界の大学の間で、世界の英知を集め、競争していくことなどできるはずもない。

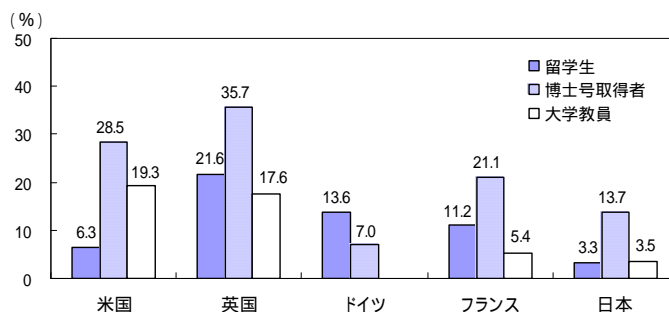
また、帰国子女を中心として、高校 = 大学 = 大学院 = 就職の選択が日本と海外を行き来する傾向が強くなる中で、日本の大学がこれら教育・進学ブリッジとなる仕組みをつくらなければならない。そのためには、欧米圏・アジア圏からの留学生も、日本の学部・大学院で「学びたい」と思うような魅力的な教育体制を構築する必要がある。留学生に加え、帰国子女や在外日本人の高等教育の進路として、日本の大学がその後の就職・進学に有利な環境を提示するようなシステムの構築が急務である。

そのためにもまず、大学学部を留学生に一部(最低でも 20%)開放して、奨学金をつける、交付金制度等での政策的誘導、授業の 30-40%は英語で行う等により思い切った「大学の国際化」を図るべきである。これにより、大学や教授への要求、評価が厳しくなり、日本の大学が海外においても評価されるような競争力強化につながる。また、日本人学生も海外を意識するようになる。このような大学の開放による「大学の相撲化」により、評価の高い大学へは世界の優秀な若者がさらに集まるようになり、好循環が生じる。

¹⁹ 例えば、「過熱する留学生獲得ウォーズ」(Newsweek 2005 年 10 月 19 日号)。

加えて、大学の国際競争力の向上のため、米国等の大学に大きく水をあけられている資金面の強化が不可欠である。例えば、日本の110大学法人の大学基金総額は1,525億円に過ぎないが²⁰、米国最大のハーバード大学基金で254億ドル（約3兆円）第2位を占めるエール大学では153億ドルと、日本の大学基金の総額を軽く超えている。しかもそれを有能なファンドマネージャーが運用し、10億ドル（約1,200億円）を超える大学基金であれば、1年のタームの運用利回りが年率13.8%にも及んでいる²¹。一方、独立行政法人通則法が準用される日本の国立大学法人では、大学内の基金は国債や預金など極めて限定された運用以外は認められていない²²。政府は、国立私立を問わず、大学の財政支援を強化するとともに、基金の運用手段の自由化も検討すべきである。また、このような米国の大学基金の原資では、大学への寄付金が重要な地位を占めており、日本においても、卒業生等による大学への寄付を拡大させるため、寄付に対する税制上の一層の優遇等の措置について検討するときが来ている。さらに、大学のマネジメントにおいても、アリソン・リチャードというエール大学学長がケンブリッジ大学の実質上のトップにスカウトされるなど、国際的競争力や学生へのアピール力をめぐって熾烈な競争が行われている。日本の大学も、海外で活躍する日本人に加えて、外国人の積極的登用を真剣に考慮していかなければならない。

図表 16 研究機関等における外国人の割合



注：留学生（高等教育機関）については、米・独が2000年、英・仏が2002年、日本が2005年、博士号取得者及び大学教員については、米が2001年、英が2003年、独が2004年、仏・日が2003年。なお、ドイツの大学教員については、資料なし。
資料：内閣府「第45回総合科学技術会議・阿部博之委員提出資料(平成17年4月、原出典：文部科学省、文部科学省「文部科学白書2005」。

「世界の中の日本人」には相応の英語力が必要であり、英語教育はできるだけ早期に始めた方がよい。小学校での英語教育の導入、小中高での会話を含む英語力向上のための教員の語学資格制度の義務付け・能力給の導入も検討すべきではないか。小学校における英語教育ではJETプログラム（The Japan Exchange and Teaching Programme）の

²⁰ 出典：「加盟大学財務状況の概要（平成15年度実績）」（社団法人日本私立大学連盟）

²¹ 第30位のニューヨーク大学でも基金は15億ドル（1,800億円）を超えている。出典：2005 NACUBO (National Association of College and University Business Officers) Endowment Study

²² 独立行政法人通則法第47条（余剰金の運用）

活用も効果があるだろう。一方、英語教育を早期に始めることで私たちの伝統を損なうとの危惧も示されているが、日本はグローバル化の中でも溶解しない、アイデンティティを持っているとの自信を持つべきではないか。確かに、日本人としてのアイデンティティなくして「世界の中の『日本人』」とは言い難く、日本文化や日本語への理解が必要である。従って、日本の伝統文化の基盤としての日本語教育も強化する。

各国との高校生交流を格段に強化する必要がある。特に、外国人高校生の受け入れのための日本国内の受け入れ態勢を抜本的に強化する必要がある。高校生は大学生と異なり、未だ成熟しておらず、よりきめ細やかなケアを要する。このための支援のための体制、各高校の啓発が重要である。また、ホームステイ家庭を見つけることが非常に重要となるが、気持ちはあってもどのようにすればよいか分からず、また過重な負担をおそれ、受け入れを躊躇する家庭も多い。こうした家庭へのサポートを充実し、橋渡しを行っていく必要がある。政府、NGO、学校、地域の人々が連携した取り組みを強化する必要がある。

(八) 政府と民間における「世界の中の日本人育成枠」

例えば、日本人が国際機関において、さらに発言力を高めるためには、各省庁が「世界の中の日本人育成枠」として国際機関幹部及び幹部育成枠を設置し、基準認証、開発援助など様々な専門分野の人材枠を設けて採用・育成し、経済界、大学なども同様の枠や国際機関転出後にも戻れる「出入り自由」の制度を設定するなど、国際機関等に積極的に送り込む努力が必要である。

また、政府は送り込んだ人材だけでなく、自ら国際機関等に挑戦した人材、青年海外協力隊（JOCV）や国際協力機構（JICA）専門家を含め、高い意欲と能力を有する人材の国内での就職、転職を種々の方策を持って積極的に支援する必要がある。内閣府国際平和協力本部内に国際的な人材育成の目的で、とまり木の機能を果たす特別研究員制度が昨年発足したが、この種のものをさらに拡大強化することが必要である。

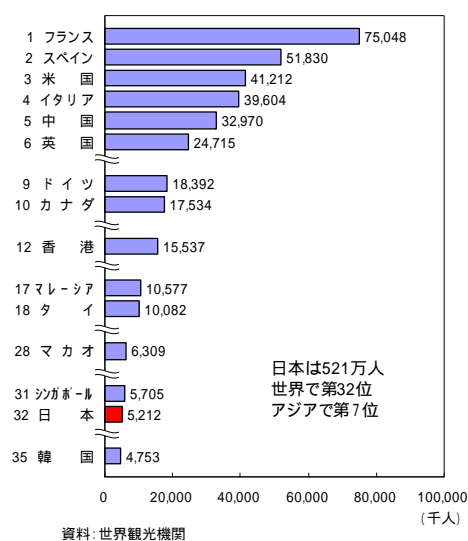
(4) 外国人も過ごしやすく暮らしやすい日本の実現

【 問題意識 】

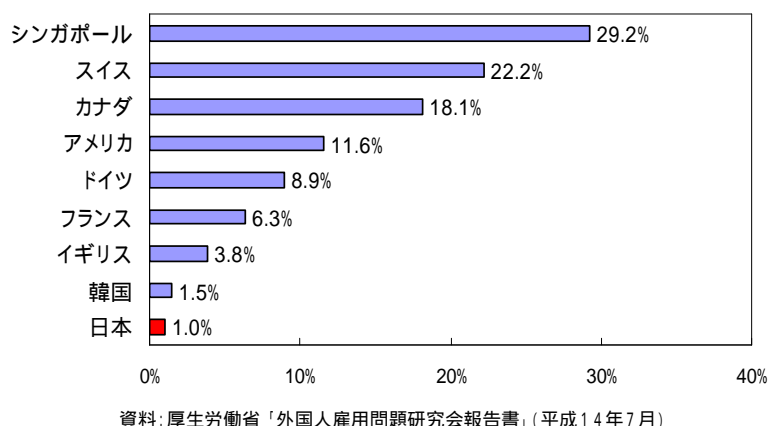
(イ) Lost in Translation

外国から多くの良いヒトを惹きつけるためには、日本が過ごしやすく暮らしやすい国であることが重要である。しかし、現在の日本は、こうした外国人を受け入れる態勢ができていくといえるだろうか。例えば日本を訪れる外国人観光客や、日本で就労する外国人の割合が、海外と比べて非常に少ないのは受け入れ態勢が十分に整っていないためではないだろうか（図表 17～図表 18）。

図表 17 主要国の外国人旅行者受入数（2004 年）



図表 18 各国の外国人労働者の受け入れ状況



かつて、日本の「linguistic isolation²³」が指摘されていたが、グローバル化の進展した現在では、日本を訪れる多くの外国人こそ、「linguistic isolation」におかれ、そして、「lost in translation²⁴」となっている。ビジット・ジャパン・キャンペーンは一定の成功をあげているが、受入側の宿泊施設などはそのキャンペーン開始当初にその存在を知らないなど、キャンペーンによって増加を期待した外国人の受け入れ態勢に改善がなされているとは言い難い。携行荷物の多い外国人旅行者は成田エクスプレスのような荷物置き場のないJR新幹線を快適に利用できるのか、駅などのエレベータは後付で

²³ “The meaning of Internationalism” Edwin O Reichaur, 1998, Tuttle

²⁴ ロスト・イン・トランスレーション（ソフィア・コッポラ監督）。第76回アカデミー賞オリジナル脚本賞、第61回ゴールデン・グローブ賞作品賞他受賞。

動線からは離れた不便なところにある。また、確かに、日々の生活に目を向ければ、コンビニエンスストアの発達などにより、大変便利になっているが、外国人はホテルを一步出れば、英語などによる表示も不十分で戸惑うしかない。このため、外国人にとってはいまだに日本は物価が高いとのイメージが残っている。さらに、日本の主要ホテルの客室においてCNNやBBC等の英語放送が見られず、外国人客にとって英語での報道情報の入手に大きな不便を感じる事が指摘されている。

一方、外国人をより多く受け入れていくことは、ドイツやフランスの例に見られるとおり、決して容易なことではなく、摩擦も生じうる。しかし、その可能性を最小限に抑え、きちんとコントロールすることは、日本人のみならず、日本に滞在する外国人の暮らしやすさのためにも必要である。そのための社会のあり方を見つめ直す必要がある。

【 対応策 】

(ロ) 外国人の目から見た日本の暮らしやすさの視点を導入する

交通表示や街区表示などに英語表記やピクトグラム（絵文字）を加え分かりやすくすること、低価格のコンビニや全国の多種多様な食材が手に入るデパ地下の活用法など生活情報の提供を行うこと、ホテル等における英語での報道情報の入手環境を改善させること、本当の日本としての魅力がある地方へのアクセスの問題を解決するなど、受け入れ態勢の整備として努力すべきことは多い。また、子供や若者を含め誰でも親しめる緑、公園、スポーツ施設が十分に存在するとは言えず、居住スペースも狭すぎる。これらは、日本人にとって自国がより住みよい国となるためにも改善すべき点だろう。

さらに外国人の定住のしやすさとなると、より多くの問題が表面化する。ともに来日する家族の生活面あるいは教育の問題などである。英語での生活情報の提供や、外国人受入れのための住民組織の普及・支援が必要であろう。後者については、既にホームステイの受け入れなどで積極的に国際化に取り組む地方自治体の例もあり、そうした事例を参考に、外国人の暮らしやすい「ご近所つきあい」を広めていくことが肝要である。

また、就業査証や在留資格の申請ないし更新時の困難（取得基準や必要書類の不明確さなど）を軽減するとともに、日本で暮らす外国人とその家族に対して、在日外国人団体との協力なども利用して、国内における日本語教育体制を整備したり、子弟が通えるインターナショナルスクールを増設したりする必要もあるほか、ハウスキーパーなどの入国要件の緩和をはかることも生活面で必要である。

(ハ) 国内における規範設定、運営、執行能力の強化

一方で、オープンになった日本において外国という異質の受け入れを拡大し、同時に摩擦を最小限に抑えながら、多元的な価値観を融合して新たな価値を創出することが重

要である。そのためにも、国内における規範の設定のみならず、設定した規範をいかに運営し、執行していくかという能力（rule enforcement capability）を強化していく必要があるだろう。これは従来のようなムラ的な、「なあなあ」の関係を越えた社会を作り上げていくことである。例えば、規範ともいえる条例の的確な執行という点からは、迷惑行為防止条例があるにもかかわらず、法治国家を標榜する日本として条例違反を放置していることがあるが、これは外国人にとって奇異であるばかりか、日本のイメージを損なっている。極めて残念なことであり、改善が必要である。また、治安の良さは日本の良い規範だが、外国人の住みやすさという点からも、この治安の良さは維持されるべきであり、警察の体制の強化にも取り組まなければならない。

本章に関連するその他の提言

アジア版国際機関の日本への誘致

ASEAN + 3 の金融分野など様々な分野でアジア版国際機関設立に向けた動きがある中、トップは外国人、場所は日本に誘致してアジアの繁栄に貢献すべし。

よいヒトのリクルーティングとスクリーニングの拠点の整備

海外における日本文化発信・日本語教育拠点は、いわば移民学校のように、よいヒトを日本にスカウトするためのリクルーティング及びスクリーニングの機能も果たすことが望まれる。

「良いヒト」受入れ促進のための人材審査制度の導入

高度人材の受入れ促進を図るとともに、入国後も人材の選別を図るため、英国やカナダにあるような、能力に着目した一定の基準に基づく人材審査制度を導入する。

大学生、高校生に加え、小中生での受け入れの体制・制度の整備

将来的な知日派の育成の基盤となる。国のイニシアティブによる受け入れプログラムの作成、国内における日本語教育の整備を行う。

日本の伝統文化の基盤としての日本語教育の強化

グローバル化の進展に伴い、文化の多様性も重要になっている。多様性の一翼を担う日本の伝統と文化、その基盤である日本語の教育を強化する。

小学生の海外サマーキャンプ、中学生・高校生の留学生派遣の促進

意欲ある家庭の子息が、英会話を学び、海外から日本を見直す機会を得ることが推奨される。奨学金・補助金等を整備し、特に中高生の留学を推奨する。

インターナショナル・スクールへの支援と交流の強化

インターナショナル・スクールは、日本国内にあって外国人学生との交流を持てる機会も提供する。外国人受入れ促進の観点から、インターナショナル・スクールを支援するとともに、日本の学校との交流を促進することが日本の小中校生のために望ましい。

途上国支援の現場への二ートの派遣

途上国支援に携わることにより、生きがい、働きがいを見出す若者は多い。就学、就業に意欲を持ってない若者を途上国支援事業に参加させることを通じ、彼らの自己啓発を促す。

枢要なポストの後任の補充

枢要な国際機関ポストの後任候補について、広く官民に人材を求めつつ、維持すべく努力する。当面は、専門的に世界と渡り合える人材を各省庁が戦略的に育成、または即戦力として採用し、最低5年以上の長期間にわたって国際機関に送り込む仕組みを作る。

国際会議への民間の参加の強化

ダボス会議などのように国際的な発信の場に政府が率先して参加をすることで、第一線の経営者や研究者の参加を促すべく、働きかける。

国内の日本語教育の強化

例えば在日外国人団体との協力など、国内における日本語教育体制の整備を国の責任で整備する。

ハウスキーパーに対する入国要件の緩和

日本に必要な人材として現在受入れを推進している看護師、介護福祉士と同様に、日本で暮らす外国人の暮らしやすさを向上させるためにも、ハウスキーパーへの入国要件を緩和することが望ましい。

4．実施計画、行動、実施を検証する仕組み

提言に掲げた行動が必要な取り組みの全てとは言えない。また、提言にあげた行動に委員全てが同意しているわけではない。なぜなら、日本として意識的に「リーダーシップをもつオープンな日本」の構築に向けた取り組みを行ってきた経験が十分でない以上、これらはまさしく新しい未知の世界への旅であり、予め書かれた処方箋は存在しないからである。確かな行動により一つ一つの課題について経験を積み、その結果と効果を検証し、議論を重ねながら、次の一步を進めていかなければならない。

私たち 30 人委員会は、政治指導者のイニシアティブに期待する。同時に、私たち自身、各々の場において自らとれる行動をとり、あるいはその必要性を訴えながら、こうした取り組みに貢献していきたい。そして、例えば 1 年後に、再び 30 人委員会として集まり、どのような進展をとげたのか検証してみたい。この提言が、「リーダーシップをもつオープンな日本」を築くための国民的な議論を活発にし、日本人が明日への一步を踏み出すきっかけとなることを切に希望する。

