

クールジャパンのミッション宣言

世界の課題を

クリエイティブに解決する日本

私が初代クールジャパン戦略担当大臣に就任し1年半以上が過ぎた。

1990年代以降、私たち日本人が長引く景気低迷などで自信や元気を失って内向きになってしまった間にも、日本のアニメ、マンガ、ゲームなどのコンテンツは多くの国々で親しまれ、おいしくヘルシーな日本食もファンをどんどん増やしてきた。私は、そうした日本の持つ様々な素晴らしさを今一度私たち一人一人が再発見し、世界に発信していく社会的な運動（ムーブメント）としてクールジャパン戦略を位置付け、政府は、総理によるトップセールスなどムーブメントの盛り上げを図ると同時に、「クールジャパン機構」によるファイナンスなど意欲ある民間の取組を応援することを進めてきた。大臣就任以来、米国、欧州、アジアの国々を訪れたが、各国でクールジャパンに対する非常に強い関心を実感した。

しかし、様々な日本の良さをバラバラと発信するのではピントが甘くなり、メッセージが弱くなってしまいうのも事実であり、現状は十分とは言えない。2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催が決定し、クールジャパン戦略に対する追い風が吹いているこの好機を逃すことのないよう、CJムーブメント推進会議において更なる発信力強化に向けた議論を重ねてきた。気鋭の若手デザイナーである太刀川英輔氏をコンセプト・ディレクターに迎え、日本のみならず、世界の第一線で活躍する多彩なアーティスト、アスリート、クリエイターにもゲストとして多数参加いただき、従来の政府のお堅い会議ではあり得ない顔ぶれと自由な雰囲気で大いに議論し、私も楽しみながら意見を言わせてもらった。

議論で見えてきたのは、クールジャパンに期待されることは単に日本文化の紹介や発信を通じた経済効果を期待するものではないということである。日本は少子高齢化、環境・エネルギー問題、財政再建など世界の多くの国々がこれ

から直面するであろう困難な課題を既に抱え、その解決に取り組んでいる「課題先進国」である。日本は古来より、狭い国土、乏しい資源といった厳しい環境の中で、外国の文物を柔軟に受け入れ、我が国独自の文化として発展させてきた伝統を持つ、イノベーションの国である。今こそ、日本らしい創意工夫で率先して困難な課題を解決していき、世界の先頭に立つ。そして世界の国々が同様の課題に直面した時、日本のやり方を参考にできるようになれば、日本という国のブランド価値をより一層高めていくことにつながる。つまり、「世界の課題をクリエイティブに解決する日本」こそ、新たなクールジャパンのミッションであるとここに宣言したい。

この宣言を踏まえて、会議のコアメンバーを中心に魅力的なアクションをまとめてもらった。政府もこれまで様々な取組を行っているが、これだけ第一線の方々がまとまってクールジャパンの提言を行うことは例のないことである。提言には新事業の創出や、既存事業を加速させるアイデアが詰まっており、是非各省庁にはそれぞれの取組に生かしてもらいたい。また、この会議に参加いただいたメンバーやゲストの方々という人財を築くことができたことも大きな成果である。今後の各省庁の事業の実施にあたり、アドバイスの提供や、イベントへの協力など、メンバーやゲストの方々には引き続きの御協力をお願いしたい。

クールジャパン戦略は次のステージに入った。「日本」というブランドの価値を高めることに終わりはない。これからも新たなチャレンジをどんどん行っていきたい。

2014年8月26日
クールジャパン戦略担当大臣

稲田朋美