

日本の ナラティブ・パワー

「2025」とその先への戦略

提言報告書

2023年2月

PHP「日本のナラティブ・パワー」研究会

政策シンクタンク

PHP総研

日本のナラティブ・パワー

「2025」とその先への戦略

2023年2月

PHP「日本のナラティブ・パワー」研究会

エグゼクティブ・サマリー

劣後する日本のナラティブ・パワー

「すべての秩序は力の体系であると同時に価値の体系である」と述べた高坂正堯^{まさたか}の言をひくまでもなく、国際関係において「言葉」や「言説」の重要性は以前から指摘されてきた。

しかし、新興国の台頭やテロとの戦い、リーマンショックなど世界秩序の変化や政治的・経済的危機の頻発を背景として、ナラティブ（物語・語り）が果たす役割の重要性が近年改めて注目されている。

新たな世界秩序や気候変動などの世界的課題（グローバル・アジェンダ）についてはダボス会議、シャングリラ・ダイアログ（アジア安全保障会議）など様々な国際会議等において議論され、一定の方向づけがなされている。だが、そうした場において日本のナラティブが十分な存在感を發揮してきたとは言いがたい。

ナラティブ・パワーの有無は、時に文化的価値や市場の評価にも影響を及ぼす。例えば、中国の現代アーティストたちの作品は近年、世界のアート界で評価を上げて注目を集めており、美術市場でも高値で取引されるようになってきている。その大きな要因として、中国政府が「文化大国」を目指して積極的に美術分野における海外からの留学生・研究者を招聘^{しょうへい}し、彼らを通して中国美術・アートを価値づけるナラティブを世界へ発信し、国家としてバックアップを行なっている背景がある。

中国の台頭などを背景に、相対的に日本の地位が低下する中で、日本の対外発信の姿勢も見直しを迫られている。ナラティブが再び重要視される今こそ、これまで日本で培われてきた豊かな知的蓄積や価値を見つめ直し、改めて世界へ問いかけることが求められているのではないだろうか。

最重要課題は日本発「グローバル言論人」の輩出

ナラティブは多くの場合、「語り手」とともに人口に膾炙^{かいしゃ}する。ポール・クルーグマンやユヴァル・ノア・ハラリなど、世界の論壇をリードし、その発言が耳目を集める知識人は世界に相当数存在する。しかし、こうした「グローバル言論人」とも称しうる人材の層が日本において厚いかと言えば、決してそうではない。

重要な国際会議において毎年存在感を發揮する、あるいは有力な海外メディアに継続的に登場するなどの影響力を持つ「グローバル言論人」の輩出は、日本のナラティブ・パワーを左右する最重要課題と言えるだろう。

これまでも有為の人材の育成支援は公的・私的に行なわれてきたが、単年度の短期的な助成であったり、世界の知識産業においてスケールアウトさせるプロデューサー的な視点が欠けていたり、十分なものではなかった。

また、かつての『茶の本』のような、世界水準の日本文化論が長らく世に出ていないことも問題として改めて認識すべきだ。

必要な施策

本報告書では、日本から「グローバル言論人」を輩出し、日本のナラティブ・パワーを伸長するための方策を提言している。必要な施策は以下の通りである。

- グローバル言論人候補に長期的視点での支援を行なう
- 日本のナラティブのプロモーターやエージェントのプロフェッショナルリズムを確立する
- ナラティブ流通における「目詰まり」を解消し、海外のナラティブ・コミュニティへの接続を容易にする
- 影響力を持つ海外インフルエンサーをマッピングし、戦略的に働きかける
- 日本文化の全体的な文脈を解き明かす現代版『茶の本』で世界を触発する
- グローバル言論人を見出し、世に出すための民間プラットフォームを創出・強化する
- 2025年に開催される大阪・関西万博を日本のナラティブ・パワーを伸長させるモメンタムとして活用する

自由民主社会においては、ナラティブの主役は独立した言論人であり、それを支えるべきは民間のイニシアティブである。他方で、政府は自国の方向性や政策に関しては強力なナラティブの担い手であるとともに、グローバル言論人を輩出する土壌づくりに寄与する役割を担うべきである。政府においては、以下のような取り組みが求められよう。

- 人材育成支援、機会提供や知識・情報の共有支援など、市場原理でカバーできない分野を後方支援する
- 日本の文化広報戦略を策定する中長期的な枠組みをつくり、予算単年度主義と省庁縦割りを克服する

2025年の大阪・関西万博は、国際社会から日本に注目が集まる絶好の機会である。また、2023年には広島でG7サミットも開催される。2025年までを日本のナラティブ・パワーを伸長させる「ゴールドenイヤー」と捉え、志ある主体が本提言を超えるような実践を力強く展開することを期待したい。

日本のナラティブ・パワー

目次

目次

エグゼクティブ・サマリー

劣後する日本のナラティブ・パワー	2
最重要課題は日本発「グローバル言論人」の輩出	2
必要な施策	3

はじめに	8
------	---

1 世界を左右するナラティブの力

1-1 ナラティブとは何か——ナラティブの定義	10
1-2 なぜ今ナラティブに着目すべきか	10
1-3 ナラティブ流通の構造変化	11

2 日本のナラティブ・パワーの現状

2-1 日本の相対的位置づけとナラティブ・パワー	13
2-2 日本のナラティブ・パワーの課題	13
① グローバル・アジェンダへの知的貢献の弱さ	13
② 現代の文脈に即した世界水準の日本文化論の欠如	14
③ ナラティブのチューニング不足	15
④ 英語等他言語による発信量	16
⑤ グローバル言論人の不在	16

3 目指すべき方向性

3-1 求められるナラティブのあり方	18
3-2 具体的な領域——unique solution for global issuesがカギとなる	19
① テクノロジーと人間の共存	19
② アジアに位置する民主主義国	20
③ 深い独自の視野からの中国像、文明観	20
④ 課題先進国（少子高齢化、地方の衰退、頻発する激甚災害など）	20

⑤ 千差万別、百花繚乱の地域の姿	21
⑥ 生活哲学やライフスタイル	22
⑦ 資本主義を再構築する視点	22
⑧ 日本の自然観	23

4 2025大阪・関西万博を、世界と日本のナラティブを接続する契機に

4-1 あるべき万博の姿とは——「20世紀の遺物」たる万博から脱せよ	24
4-2 2025大阪・関西万博と日本のナラティブ	26
4-3 世界的に有名な日本の“ニッチタレント”との協働を視野に	27

5 提言——日本発ナラティブをどう高めていくか

5-1 「グローバル言論人」候補を長期的視点で支援する	28
5-2 日本のナラティブをグローバルに流通させる経路をアップデートする	29
① 日本発の国際メディアを重層的に拡充する	29
② 日本のナラティブのプロモーターやエージェントのプロフェッショナリズムを確立する	30
③ ナラティブ流通における「目詰まり」を解消し、ナラティブ・コミュニティの接続を容易にする	30
④ 影響力を持つ海外インフルエンサーをマッピングし、戦略的に働きかける	31
⑤ 日本文化の全体的な文脈を解き明かす現代版『茶の本』で世界を触発する	32
5-3 ナラティブ流通のプラットフォーム創出に向けて——世界への架け橋をつくる	33
5-4 政府が果たす役割	34
5-5 世界の価値あるナラティブのキュレーターとして	35
5-6 「ゴールデンイヤー」の好機を見逃すな	36
PHP「日本のナラティブ・パワー」研究会開催経緯	37

はじめに——研究会設立趣旨

我々は今、新型コロナウイルスによるパンデミック、気候変動、民主主義の危機、国際秩序の不安定化など、一国のみならず全世界に共通する難問に直面しています。こうしたグローバル・アジェンダについては、世界の様々な場において議論が交わされていますが、国際的な言論の場において、日本発のナラティブ（物語・語り）が存在感を発揮し、世界をより良い方向に動かしているとは言いがたい状況にあります。

加えて、米中対立やロシア・ウクライナ戦争などを契機として、国家間におけるナラティブの競争は激しさを増しています。SNS等の普及によりナラティブの流通構造が大きく変化していることも見過ごすことはできません。

これまで政策シンクタンクPHP総研は、外交や国際政治におけるコミュニケーションや発信の重要性にいち早く着眼し、『パブリック・ディプロマシー 「世論の時代」の外交戦略』（2007年）、『パブリック・ディプロマシー戦略 イメージを競う国家間ゲームにいかにか勝利するか』（2014年）を刊行するなど、政府が行なう広報文化外交や国際広報についての理解を深めるとともに、具体的な強化策についての提言を行なってきました。

近年は日本政府も当該分野において様々な取り組みを行なうようになってきています。そうした政府の活動は引き続き重要ですが、グローバルな諸課題について問題提起し、アジェンダ・セッティングをリードしていくべきは、日本社会に根差しながら世界に伸び上がっていくような民間の知の力であり、個々の言論人の力なのではないでしょうか。

こうした問題意識のもと、政策シンクタンクPHP総研は、ナラティブの力が改めて注目を集める現在の時代状況において国際場裏における日本のナラティブ・パワーのあり方を検討するため、2021年10月にPHP「日本のナラティブ・パワー」研究会を立ち上げました。本報告書はその成果を取りまとめたものです。

本研究会では2021年11月から2022年10月まで、計13回にわたって研究会の開催と、ヒアリングを実施してきました。各分野の専門家による報告と討議を行うとともに、本報告書の取りまとめに向けて検討を重ねてきました（研究会の開催経緯は37頁の通り）。

本報告書の概要は下記の通りです。

第1章では、「世界を左右するナラティブの力」と題して、ナラティブの定義及び、今ナラティブに着目すべき理由と近年起きているナラティブの構造変化について指摘しています。

第2章では「日本のナラティブ・パワーの現状」と題して、日本のナラティブ・パワーの相対的位置づけと主な課題について論究しています。

第3章「目指すべき方向性」では、第2章で指摘した課題を顧慮しつつ、日本がナラティブを発信していくうえで目指すべき方向性及び、具体的な領域について検討しています。

第4章「2025大阪・関西万博を、世界と日本のナラティブを接続する契機に」では、日本のナラティブ・パワーを伸長させる機会として2025年の大阪・関西万博に着目し、万博を契機にどのよ

うなナラティブを発信していくべきかについて考察しました。

締めくくりとなる第5章「提言——日本発ナラティブをどう高めていくか」では、以上の検討をふまえて、6つの観点から具体的な方策を提言しています。

新型コロナウイルスのパンデミックによる「鎖国」を経て、ようやく各国は国境を開き、国をまたいだ往来が活気を取り戻してきました。短期・長期を問わずグローバルな課題が山積する中、今こそ日本人は国際的な視座に立ち、日本国内における知的蓄積を見つめ直し、その叡智^{えいち}を国際社会へ鋭角的に問いかけるべきでしょう。

本報告書が、日本のナラティブ・パワーをめぐる議論や活動の端緒を開くことに繋がれば、望外の喜びです。ぜひご一読いただき、忌憚^{きたん}なきご意見、ご批判をお寄せいただければ幸いです。

2023年2月

PHP「日本のナラティブ・パワー」研究会

1 世界を左右するナラティブの力

1-1 ナラティブとは何か——ナラティブの定義

「なぜナラティブか？」。国際政治学者A・ミスキモンらは、この問いに対し、こう続ける。「物語の語りは世界中を結束させるものだからだ」と¹。

ナラティブ（物語・語り）という概念は、従来は主に文芸批評や歴史学などの分野で用いられてきたが、近年、新興国の台頭、テロとの戦い、リーマンショックなど世界秩序の変化や政治・経済的危機が起きる中で、外交・安全保障・経済・政治などの分野でもナラティブを重要視する向きが高まっている²。

ミスキモンらによれば、ナラティブは人間関係の中心にあり、世界を形作り振り舞いを制約するものである。人間は「ナラティブの中で思考し、周囲の世界を理解するためのストーリーを語る」のだ。ナラティブは歴史や類比、メタファー、シンボル、イメージなどのディスコース（言説）により誘発・形成される³。また、国際政治において政治的アクターが発する「戦略的ナラティブ」については「過去、現在、未来における共有された意味を構築し、国内外の主体の意見や行動を形作るための方策」であるとする⁴。

端的には、ナラティブは「ある事象や課題について読み手や聞き手の認識に働きかけ行動を変えるチカラを持つ」ものと言えらる⁵。

ナラティブは新たな秩序の構築など「世界中を結束させる」方策になる一方で、様々な混乱を引き起こす引き金にもなりうる。例えば、イスラム国などテロの誘発・激化や、トランプ前大統領支持者たちによる暴動、情報戦によるロシアのクリミア侵攻の正当化などが挙げられる。

国際政治学者P・W・シンガーと米ブルッキングス研究所E・T・ブルッキングスは、ナラティブを「自分自身、他者、周囲を見るレンズ」とし、強力なナラティブを形作る3つの要素を「シンプルさ、共鳴、目新しさ」にあると整理したうえで、バイラルされる強力なナラティブ——特に怒りの感情がその引き金となる——が時に悪用され、ソーシャルメディアが「兵器化」している現状に警鐘を鳴らす。

ナラティブの定義は論者によって異なり、しばしば言説（discourse）やストーリー（story）などの言葉と同義で使われることもある⁷。しかし、多くの場合共通するのは、ナラティブは相手を説得し行動変容させ、また時間・因果関係が重要視されている点である。

1-2 なぜ今ナラティブに着目すべきか

「すべての秩序は力の体系であると同時に価値の体系である」と述べた高坂正堯の言や「ワード・ポリティクス」を提唱した田中明彦の論を引き合いに出すまでもなく、国際政治においては軍事力などの物質的な力だけでなく、言葉や言説が果たす役割の重要性が以前から指摘されてきた。

しかし、現在ナラティブが国際政治において改めて重要視されてきた背景には、中国の台頭や国際秩序の不確実性・流動性がある¹⁰。R・クレブスは、国際政治が不安定である時、人々は物語の語

り（ストーリーテリング）を求めると指摘する¹¹。さらに、ソーシャルメディアの急激な普及等、メディア環境の変化も見逃せない¹²。

2014年のイスラエルのガザ侵攻においては、SNSを使ったナラティブによる情報戦が展開され、新型コロナウイルスによるパンデミック下では、アメリカと中国による激しい「ナラティブの応酬」が展開された¹⁴。さらに、2022年2月に勃発したウクライナ戦争では、ロシア側、ウクライナ側双方からの激しい情報戦や、戦争における「正当性」をめぐる認知戦が展開され、それらはSNS等のプラットフォームを通じて瞬時に世界中に拡散された¹⁵。

経済学においてもナラティブが及ぼす影響が注目されている。行動経済学の泰斗J・シラーはナラティブについて「文化や時代精神、経済行動における急変の大きなベクトル」であると述べる¹⁶。彼が自著の中で暗号資産や不動産バブルなどの例を挙げて指摘したように、大きな経済・金融の潮流が生じる際には、しばしば新たなナラティブが人々の行動変容の動因となっている¹⁷。

目下世界が直面している大きな危機——気候変動、パンデミック、そして米中対立とウクライナ戦争といった地政学的危機——も新たなナラティブやナラティブをめぐる競争を活性化せずにはおかないだろう。より大きな視点で見れば、これらの危機は、グローバルな工業化社会の最終盤とデジタル社会の端緒たる時代という「2つのパラダイムの並存¹⁸」という文脈において生起しているものでもある。世界が転形期を迎え、人類の未来を左右するグローバルなリスクが顕在化する中で、移行期を理解し、取るべき行動を指し示す新たなナラティブが求められていると言えよう。

1-3 ナラティブ流通の構造変化

ナラティブ・パワーを考えるうえで、近年のナラティブ流通の構造変化を捉えることは必要不可欠である¹⁹。メディアのグローバル化、デジタル化の潮流は、ナラティブの流通にも計り知れない影

1 Alister Miskimmon, Ben O'Loughlin, and Laura Roselle, *Forging the World: Strategic Narratives and International Relations* (University of Michigan Press, 2017) p.viii

2 Alister Miskimmon, Ben O'Loughlin, and Laura Roselle, *Strategic Narratives: Communication Power and the New World Order* (New York and London: Routledge, 2013) p.vi

3 Miskimmon et al, *Forging the World: Strategic Narratives and International Relations*, p.7では、ディスコース(言説)は科学や法律、歴史などの知識体系・コミュニケーションの素材の一つであるとする。一方、フレーム(枠組み)は、ある事柄や問題などのある一面を取り上げ、それらを接続し、特定の解釈・価値づけ・解決を促すものと定義する。ディスコースとフレームには、ナラティブが有している時間・因果関係がない。例えば、ニュース報道は「フレーム」ではあるものの、過去の因果関係や未来への結果を必ずしも内包するわけではない。長沼加寿巳「安全保障や防衛におけるナラティブ」(NIDSコメンタリー第155号)も参照。

4 Ibid., p.176

5 安部憲明「ナラティブ」とは何か:共通の作戦図面のチカラ」(世界経済評論IMPACT、2020年8月17日)

6 P・W・シンガー、エマーソン・T・ブルッキング『「いいね！」戦争 兵器化するソーシャルメディア』(NHK出版、2019年)pp.240-246

7 山本吉宣「言説の対抗と米中関係—歴史、理論、現状」(PHP総研特別レポート、2021年)

8 高坂正堯『国際政治 恐怖と希望』(中公新書、1966年)

9 田中明彦『ワード・ポリティクス グローバリゼーションの中の日本外交』(筑摩書房、2000年)

10 山本「言説の対向と米中関係—歴史、理論、現状」

11 Ronald R. Krebs, *Tell Me a Story: FDR, Narrative, and the Making of the Second World War* (Security Studies, Mar.11,2015)p.146

12 Miskimmon et al, *Forging the World: Strategic Narratives and International Relations*, pp.10-11, p.184

13 デイヴィッド・パトリカコス『140字の戦争 SNSが戦場を変えた』(江口泰子訳、早川書房、2019年)。イスラエルのガザ侵攻に際し、ガザに住む16歳の少女が空爆を受けてSNSに投稿した内容がバイラルし、各国メディアにも取り上げられ全世界的に反・イスラエルの気運が高まった。これに脅威を覚えたイスラエル軍がSNS上で対抗的なナラティブを発信することで応戦した経緯が描かれている。

14 山本「言説の対向と米中関係—歴史、理論、現状」

15 藤田直哉「ナラティブ戦、「共感」が世論を動かす」(『朝日新聞』、2022年4月16日夕刊)

16 ロバート・J・シラー『ナラティブ経済学 経済予測の全く新しい考え方』(山形浩生訳、東洋経済新報社、2021年)p.6

17 同上、第1部第1章

18 御立尚資「コロナ後の世界を創る意志」(『Voice』、2020年6月号)pp.110-118

19 Miskimmon et al, *Strategic Narratives: Communication Power and the New World Order*, p.177

響を及ぼしている。1980年代頃から加速した映像・出版等のコンテンツの国際化に加え、90年代から本格化したインターネットの普及はメディア環境に激変をもたらした。デジタル化された情報は瞬時に世界を駆け巡るようになり、世界各国のニュース情報の入手や動画の視聴も容易になった。

さらに2000年代以降にはSNSの普及によりピアツーピアのコミュニケーションが日常的になり、大手メディアをも凌ぐ発信力を持つ個人が出現した。従来のマスメディアの地位が相対的に低下し、ナラティブ流通におけるパワーシフトが生じている。

こうした構造変化は、「#MeToo」運動や「Black Lives Matter」など、マイノリティの声を可視化し社会変革のムーブメントをもたらす一方で、SNSによるフェイクニュースの拡散、フィルターバブル現象による社会的分断の拡大、情報戦・認知戦といった新たな課題を生み出している。

ナラティブのグローバルな流通にあたっては今なお英語が圧倒的に優位にあるが、CCTVなどの中国系メディアやアルジャジーラなど新興国メディアの台頭に伴い、これまで覇権的地位を築いてきた欧米メディアの優位が揺らぎを見せている点も見逃せない²⁰。引き続き言語の壁やメディア構造によりナラティブの流通が形作られる一方で、将来的には自動翻訳技術の普及により、言語がナラティブ流通に及ぼす影響が大きく変化する可能性にも留意しておく必要があるだろう。

メディア環境の変容や人類がグローバルな移行期を迎えている時代状況は、今後ともナラティブのあり方を大きく変えていくと思われる。そうした中で、ナラティブが持つ両面性にも改めて注意を向けることが必要になっている。ナラティブは協調を呼ぶものであると同時に、対立を誘発するものにもなりうる²¹。国家や企業などによる「正しさをめぐる争い」の手段となりうると同時に、権力を批判する手段ともなる²²。自由民主体制においては、体制批判をも含めた「複数のナラティブ」が存在すること自体がその国家の寛容性を体現するものであった²³。自由民主体制が自己批判力、自制力——国際政治学者ジョセフ・ナイがメタ・ソフトパワーと称する力——を放棄すれば、権威主義国家との境界線は限りなく曖昧になると渡辺靖は指摘する²⁴。ナラティブ流通の構造変化が、ナラティブの両面性を新たな形で顕在化させつつある中、自由民主体制が開かれたナラティブの場を保持し、公正かつ優れたパフォーマンスを示せるかどうか改めて問われていると言えるだろう。

20 古嶋雅史「パブリック・ディプロマシーにおける国際放送とは」金子将史・北野充編著『パブリック・ディプロマシー戦略 イメージを競う国家間ゲームにいかにか勝利するか』第6章(PHP研究所、2014年)、渡辺靖『文化と外交 パブリック・ディプロマシーの時代』(中公新書、2011年)pp.i-xiv,4-28

21 ジョナサン・ゴットシャル『ストーリーが世界を滅ぼす』(月谷真紀訳)の中でゴットシャルは「物語はかつて私たちを中道に引き寄せて似た者同士にした。今(中略)物語は私たちが似通わせるかわりにそれぞれの自分らしさを先鋭化させている」とし、近年アメリカで起きている保守とリベラルの激しい対立は、それぞれが自分たちの物語しか見ないようになったためだと述べている。(東洋経済新報社、2022年)

22 Miskimmon et al, *Forging the World: Strategic Narratives and International Relations*, p.5

23 渡辺靖『アメリカン・センター アメリカの国際文化戦略』(岩波書店、2008年)pp.160-165

24 渡辺靖『アメリカとは何か 自画像と世界観をめぐる相克』(岩波新書、2022年)pp.195-200

2 日本のナラティブ・パワーの現状

2-1 日本の相対的位置づけとナラティブ・パワー

かつて「ジャパン・アズ・ナンバーワン」と言われた時代には、日本経済・日本企業の隆盛と歩を合わせる形で、日本発のナラティブが一定程度、国際社会で注目を集める土壌があった。日本社会を取り上げた書籍が世界で多くの読者を獲得し、『MADE IN JAPAN』（盛田昭夫）、『THE BORDERLESS WORLD』（大前研一）などが注目され、世界的な発言力を持つ日本人有識者も現れた。しかし、グローバルなアジェンダ・セッティング、知的共同体の中で一極を確立するまでには至らず、日本経済が長い停滞に陥ると、日本発のナラティブもまた勢いを失っていく。さらに、近年では新興国、なかんずく中国の台頭により、グローバルな言論空間における日本の存在感は相対的に低下しがちである。

象徴的な例は、「三極委員会」の変遷である。これはもともと1973年に日本・北米・欧州の代表的民間指導者が集まり発足した民間非営利の政策協議グループ「日米欧委員会」であったが、2000年以降アジア太平洋地域からの参加者が増加し「三極委員会」と改称された。「日・米・欧」という括りから「アジア・米・欧」へという変化は、この間の日本の存在感の低下とアジア諸国の興隆を如実に表している。

とはいえ、悲観的な面ばかりではない。「自由で開かれたインド太平洋」「アベノミクス」など、日本政府のイニシアティブで一定程度影響力を持ったナラティブもある。また、各種の指標²⁵などを見ても、各国が抱く日本への「信頼」は高い数値を保っている。ナラティブ流通において「信頼」は重要な要素であり、日本発のナラティブが受け入れられやすい土壌はある。文化や生活哲学、各分野での知的蓄積等のナラティブ資源は日本社会に豊富に存在しており、今後期待できる要素は多い。

2-2 日本のナラティブ・パワーの課題

日本のナラティブ・パワーの現状をふまえて整理すると、克服すべき課題として以下の5点を挙げることができるだろう。第一に「グローバル・アジェンダへの知的貢献の弱さ」、第二に「現代の文脈に即した世界水準の日本文化論の欠如」、第三に「ナラティブのチューニング不足」、第四に「英語等他言語での発信量の不足」、最後に「グローバル言論人の不在」である。

① グローバル・アジェンダへの知的貢献の弱さ

先に述べたように、「ジャパン・アズ・ナンバーワン」の時代と異なり、日本だから、日本人だからというだけで注目される、あるいは日本の特殊性を強調するだけで耳目を集める時代はすでに

25 2021年11月に開催された本研究会における野村ホールディングス執行役員ロス・ローブリー氏の発言より。世界的なPR会社エデルマンが20年以上実施している信頼度調査において、日本に本社を置く企業に対する「信頼」のスコアは高いものになっている。

26 シンガー、ブルッキングス『「いいね！」戦争』p.254

過去のものとなっている。アジアにおいても、中国を筆頭に発言力を増す国が現れ、日本は「アジアの中の一国」に過ぎなくなっている。にも関わらず、旧来のマインドセットを引きずっているところに問題の根本があるのではないだろうか。一方で、日本社会が長年育んできた知的蓄積や知見を過小評価し、日本からナラティブを発信することすら諦めてしまう向きもしばしば見られる。日本語で培われてきた豊かな知的蓄積を過大評価も過小評価もすることなく、冷静に認識することが肝要だ。

これから世界において日本がナラティブ・パワーを発揮するには、グローバル・アジェンダへの貢献が不可欠である。日本国内の課題や取り組みをストレートに国際場裏で語っても、一部の「日本ファン」や「日本に関心が高いオーディエンス」にしか届かない。ダボス会議などの国際的言論の場で、えてして日本人は「日本では～」と自国中心に語りがちだが、それでは各国の参加者には耳を傾けてもらえないと、世界経済フォーラムで長年アジェンダ作成に携わった高橋雅央氏は述べる。「世界が直面する課題構造はこのようなものであり、それに対して日本はこのように貢献ができる」と世界を起点に語るマインドセットに転換しない限り、グローバルなオーディエンスに響くナラティブを編み出すことはできない。

カギとなるのは、「unique solution for global issues」（グローバルな問題に対する独自の解決法）である。気候変動や格差、地政学的リスクといったグローバル・アジェンダを新しい視点で鋭角的に提起し、日本がどのような貢献をなしうるか、日本の経験や実践の価値はどういった点にあり、それを世界と共有することにどのような意義があるのか、といった文脈を明確にして発信することが、今後の日本のナラティブ・パワーに求められている姿勢だと言える。

日本国内に留まっていて、世界に伝えられていない知的資産を共有することは、国際益にもなる。世界のナラティブの場で切磋琢磨^{せつさたくま}し、多様な反応を得ることで、日本国内の知的活動やナラティブに新たな活力がもたらされることも期待できるだろう。

② 現代の文脈に即した世界水準の日本文化論の欠如

かつて、海外のオーディエンスに対して日本の文化や国民性を紹介する優れた論考が立て続けに世に出た時代があった。19世紀末から20世紀初頭にかけて刊行された『代表的日本人』（内村鑑三著、原題：Representative Men of Japan、1894）、『武士道』（新渡戸稲造著、原題：Bushido, The Soul of Japan、1899）、『茶の本』（岡倉天心著、原題：The Book of Tea、1906）などである。当時の日本は急速な西洋化・近代化を推し進めている時期であり、他国に対して自国の文化を説明する言葉を持つ必要があった。さらに日清戦争（1894-95）、日露戦争（1904-05）の勝利により、国際的にも日本への注目が集まった時期である。

これらは、日本人が英語で著した優れた日本文化論であったが、その後、『武士道』『代表的日本人』『茶の本』を超える世界水準の波及力を持つ日本文化論は見当たらない²⁷。当時と異なり、日本が国際社会の耳目を集めるライジング・パワーではなくなったからこそ、自らの文化を今日のグローバルな文脈において再定義し、その全体像を国際社会に示していくことが必要である。その際、日本の魅力を他国にPRする、海外での日本に対する理解不足を是正する、（よくある日本論、日本人論のように）日本の特殊性を解説する、といった次元に留まらず、日本文化に蓄積されているユニークな認識や実践を人類共通の財産として広く世界に共有する構えが求められよう。世界が日本文化を本格的に再発見する呼び水となり、みずみずしい知性や感性を刺激する現代版『茶の本』の登

場が待たれる。

優れた日本文化論の書き手は必ずしも日本人である必要はない。例えばオハイオ州立大学のトマス・カスリス名誉教授、ロヨラ大学メリーランド校のブレット・デービス教授らの著作は、日本哲学の内在的な理解に努めつつ、世界の哲学の潮流にそれを位置づけようとしている。日本語を母語とする知性とそうでない知性の交流を通じて、普遍性や全体観のある日本文化論が生まれる可能性は高いだろう。

③ ナラティブのチューニング不足

広く受け入れられるナラティブを形成するためには、ナラティブの構造や伝え方などに適切なチューニングをほどこすことが必要であるが、現状において、こうしたチューニングが十分になされているとは言いがたい。

言うまでもなく、コミュニケーションのスタイルは国や文化によって異なる。英「Financial Times」紙に出向していた日本経済新聞の秋田浩之氏によれば、同社の「オピニオン」面においては、具体的なエピソードよりも、シャープなロジック展開がナラティブを作るうえで最重視されるという²⁸。同じ結論・事象を扱っていても、ロジック展開を重視したナラティブか、エピソードを重視したナラティブかで訴求できる対象は異なり、特に英語圏に向けてはロジック重視のナラティブづくりを意識的に採用する必要がある²⁹。

さらに、国際広報の専門家であり、エデルマンの元日本支社長を務めたロス・ローブリー氏は、日本を含めアジアのコミュニケーションスタイルは「聞き手責任・読み手責任」の文化であると指摘する³⁰。対して欧米、特に英語圏でのコミュニケーションは「語り手責任・書き手責任」の文化である。

聞き手責任の文化においては、解釈は聞き手に委ねられる。「あうんの呼吸」や「忖度」といった文化もここから生まれてくる。そのため、日本語でのコミュニケーションは、多くの情報を提供し、そこから重要な点を読み取ってもらうというスタイルになりがちだ。

語り手責任の文化においては、伝わらなかった場合の責任は話者にある。そのため、ポイントを明確にし、そのポイントを何度も繰り返し、ロジックとレトリックを使って訴求するスタイルになる。日本のナラティブの伝え方においても、このような「コミュニケーションスタイルの違い」を十分に理解したうえで発信しなければ、広く受け入れられるナラティブにはならない。

「日本への関心が高い、日本に関する知識が共有されている」という前提に立ったナラティブは受け入れられないという点も、強く意識するべきだろう。日本に関する知識のないオーディエンスにも伝わるようにすることが、国外のオーディエンスを対象にしたメッセージ創造における基本中の基本であるが、それが十分になされているとは言いがたい。新聞やウェブの記事などにおいても、日本語で書かれた既存のコンテンツを翻訳するだけでは不十分である。例えば記事中に「憲法9条」

27 例外として特筆すべきは、『禅と日本文化』(原題:Zen and Japanese Culture)に代表される、鈴木大拙の一連の著作だろう。1950年代、コロンビア大学で客員教授を務めた大拙の元にはジョン・ケージなどの新進芸術家が集い、ジャック・ケルアックやJ・D・サリンジャー、ナム・ジュン・パイクなどの作家やアーティストにも影響を及ぼしたとされる。当時アメリカ社会が謳歌していた工業化・近代資本主義・物質主義に疑念を抱き、ヒッピームーブメントや新たな芸術運動の源流ともなった彼らにとって、大拙が説く禅の思想は西洋思想を超越する精神的支柱となるものであった。

28 2022年1月に開催した本研究会での秋田浩之氏の発言より。

29 ロジックに加えて、感情を動かすストーリーがあれば、よりパワフルなナラティブになるだろう。説得に関して「良くも悪くも受け手に要点を感じてもらうためには物語を使わなければならない」(ゴットシャル『ストーリーが世界を滅ぼす』)からである。

30 2021年11月に開催した本研究会でのロス・ローブリー氏の発言より。

とあった場合に、日本の読者ならば説明は不要だが、海外読者に読んでもらうためには補足説明が必要である。人名や地名など固有名にまつわる知識を前提にすることもできない。情報の出し方の順序、タイトルの作り方も変える必要があるだろう。総じて「日本で受け入れられているコンテンツの内容・様式をそのまま翻訳して発信するだけではパワフルなナラティブにはならない」ということを強く認識しなければならない。

④ 英語等他言語による発信量

英語等他言語による発信が、質量ともに絶対的に不足していることも憂慮すべき点である。日本語という比較的参入障壁が高い言語を約1億2400万人が解し、さらに世界的、歴史的に見ても高い識字率を誇る日本においては、日本語ですべての議論が完結することが多い。また、高等教育においてもほぼすべての分野において日本語での博士号取得が可能である³¹。こうした言語状況は、質的・量的に優れた学術的・文化的成果を生み出すことに繋がってきた³²。

しかし、日本語で議論が完結し、国内の主要メディアも日本語のものが主流であるがゆえに、世界的共通言語である英語の言論空間と接続しにくくなっており、そのことが十分自覚されてもいない³³。英語で発信することへのインセンティブが弱い³³ためか、SNS等を通じて日常的に英語で発言する知識層の数も圧倒的に少ない。英語を母語あるいは日常語とする国と比して大きなハンディがあるばかりでなく、日本語は英語との言語間距離が大きいため相対的に不利な状況にあることは否定できない。現状、世界の共通言語が英語である以上、英語での発信力をいかに恒常的に強化していくかは日本のナラティブ・パワーを考える際に乗り越えねばならない課題である。

⑤ グローバル言論人の不在

最後に指摘したいのが、国際的なナラティブ空間で活躍する人材、すなわち「グローバル言論人」の不在である。日本人は国際会議などの場で交渉力や存在感を発揮できていないとたびたび指摘されている。もちろん、「グローバル言論人」と称すべき人材が皆無なわけではなく、言語や機会の壁を乗り越え、国際的なナラティブの場で活躍する人材は一定数存在する。しかし、日本においてそうした人材の層が厚いかと言えば、自信を持って首を縦に振ることは難しい。実際、ダボス会議、シャングリラ・ダイアログ（アジア安全保障会議）など、グローバルなアジェンダ・セッティングに関わる主要な国際会議の場での議論を日本からの参加者が主導できているとは言いがたい。G7、G20などの公式枠組みにおいては、主催国が設置する賢人会議などからのインプットが重要な役割を果たしているが、そうした場についても同様の傾向が指摘できる。

ナラティブのアリーナともいべき国際会議や知的対話を牽引し、より良い未来を実現するうえで有益なグローバル・アジェンダの設定に寄与するグローバル言論人の層を厚くすることは、日本のナラティブ・パワーを左右する重要課題であり、そのための仕組みづくりを考えるべきだろう。

とはいえ、対外発信強化や人材育成について日本政府も手をこまねいてきたわけではない。必ずしもナラティブ・パワー強化に繋がるものばかりではないが、広報文化外交、国際文化政策、コンテンツ振興策の面から日本文化や日本社会の魅力、日本の立ち位置などを対外的に発信する数々の取り組みが行われてきた。在外文化拠点である「Japan House」の設立（外務省）や、日本のアニメや漫画、ゲーム等を海外へ輸出する「Cool Japan」の取り組み（経産省）はその代表例である。³⁴

ナラティブと直接的に関わるプロジェクトとしては、日本語の書籍を英訳して出版する「Japan Library」³⁵プロジェクト（官邸）が意欲的な試みであり、数多くの良書を継続的に世界へ送り出したことには一定の意義があった。しかし、流通や翻訳面での困難などもあり、海外での認知度には課題がある。1970年代に日米貿易摩擦の影響から設立され、一貫して日本語教育の普及や知的交流を実施している国際交流基金の活動も、発信力の強化と人材育成の両面から特筆される。

こうした政府による対外発信や人材育成の取り組みは一定の効果を上げており、日本理解の促進や日本への関心の拡大に寄与するものではあった。しかし、日本のナラティブの力弱さを克服するには課題が残る。そもそもナラティブ・パワーの担い手として政府ができることには限界があり、日本社会の各界各層による取り組みが必要不可欠である。

31 松井孝典「国際化の時代 真に必要なのは英語力より国語力」(『Wedge』、2022年1月号)では、アジアでは博士号を英語で学び取得しなければならない国が多い一方で、「日本は、日本語で教育を受け、論文を執筆し、博士号まで取得することができる数少ない国の一つである」と述べられている。

32 水村美苗『増補 日本語が減びるとき』(ちくま文庫、2015年)において、水村は「すぐれた世界的業績を残した日本人研究者の成果は日本語で思考することによって導かれたのではないか」という持論を展開している。
また、ノーベル化学賞受賞者の白川英樹(筑波大学名誉教授)などは日本からノーベル賞受賞者が多く輩出されている理由の一つに「日本語の教科書で、日本語で科学を学べることの重要性」を挙げている。(白川英樹「日本語で学び、考える科学」『読売新聞』、2016年2月18日)

33 白川方明「日本の対外情報発信の不足と経済論議の混迷」(『東洋経済オンライン』、2021年8月10日)など参照。元日本銀行総裁の白川は日本の経験が海外で十分に理解されていない理由として「英語で日本経済や日本の金融政策についてリサーチや情報を海外へ発信することが質・量とも圧倒的に少ないことが大きく関係している」と指摘し、金融政策に関する情報発信の主要なツールである、中央銀行総裁の記者会見について「主要国で会見を英語で行っていないのは日本と中国だけ」と警鐘を鳴らす。

34 ジャパン・ハウスは「戦略的対外発信の強化に向けた取組の一環として、外務省が世界3都市(サンパウロ、ロサンゼルス、ロンドン)に設置した対外発信拠点」であり、「これまで日本に興味のなかった人々も含め、幅広い層に向けて日本の多様な魅力、政策や取組を伝え、親日派・知日派の裾野を拡大していく」ことを目的にしている。(外務省HPより。https://www.japanhouse.jp/)

35 https://japanlibrary.japantimes.co.jp/about/

3 目指すべき方向性

3-1 求められるナラティブのあり方

そもそも、日本のナラティブとは何か。それは、端的に言えば「日本語による知的営みを背景とするナラティブ」である。日本人によるナラティブ、日本語起点のナラティブはもちろんのこと、日本語による知的営みやそれと分かちがたく育まれてきた文化的蓄積をもとに、日本語を母語としない識者が語るナラティブも含めてよいだろう。

では、日本から世界に伝えるべきナラティブには具体的にどのようなものが考えられるだろうか。ミスキモンらは、国際政治におけるナラティブを以下の3点に類型化している³⁶。

1. 国際的な世界システムに関するナラティブ
2. 自己のアイデンティティに関するナラティブ
3. 個別の政策イシューや出来事に関するナラティブ

日本のナラティブの影響力を強めることが国際政治上の効果を持つことは確かであり、パブリック・ディプロマシー上の重要課題であるが、日本のナラティブの価値をその次元に狭く限定すべきではない。まずは、人類が転形期を迎える中で、日本のナラティブが自国を超えた普遍的な知見を提供し、新たな視座を提起しうるかどうかという発想から出発すべきである。そうであって初めて、国際政治、国際社会を方向づけるようなインパクトを持ちうるだろう。

哲学者の小林康夫は、海外での日本文化への関心の高さや期待の大きさに言及しつつ、それは「西欧文化がある種の限界点に達したという認識が広まっている」ことを意味するのではないかと指摘している。そして、日本文化への関心の高さは「日本文化のなかに、未来を開くまだ知られていない『鍵』があるのではないかと、という興味関心、いや呼びかけなのです」と問題提起する³⁷。気候変動、パンデミック、ポピュリズム、資本主義の行き詰まりなど、西欧が牽引してきた近代文明の限界が噴出する今こそ、世界へ「問い」を投げかけ、人類に寄与する新たなナラティブを紡ぐ一端を日本が担っていかなければならない。

第2章で、日本の課題として「グローバル・アジェンダへの知的貢献の弱さ」を挙げたが、既存のグローバル・アジェンダに対して貢献するだけでは、今や十分とは言えない。日本から新たなグローバル・アジェンダを提起し、「問い」を世界へ投げかける姿勢が求められよう。

これらを鑑みると、世界に投げかけるべき日本のナラティブは以下の3点に整理することができる。

1. 世界理解、グローバルなアジェンダ・セッティングに寄与する日本発のナラティブ
2. 現代のグローバルな文脈に即して日本の文化や社会を語るナラティブ
3. 国際社会における日本の立ち位置を示すナラティブ

いずれについても、日本語の知的蓄積に根差しつつ、人類史的な視座に立ち、グローバルな文脈をふまえたナラティブであることが肝心である。日本特殊論でもなく、グローバリズム礼賛一辺倒でもなく、さらに「排外」でも「拜外」でもない、しかも説得力のあるナラティブが求められていると言えるだろう。³⁸

3-2 具体的な領域——unique solution for global issuesがカギとなる

では、日本のナラティブが世界を触発し、人類に寄与しうるのは特にどのような領域においてであろうか。近年グローバルなアジェンダ・セッティングをリードしてきた世界経済フォーラムでは「一国、あるいは一産業では解決できない構造課題を扱うこと」「未来の課題を解決する、あるいは夢のある未来社会をゴールに設定すること」を重視しているという。³⁹こうした観点から、日本の実践や知見がunique solution for global issuesをもたらしうる分野を見出すことはできそうだ。

ただし、世界を触発し動かすには、よくある議論を繰り返したり、事実を並べ立てたりするだけでは不十分である。unique solution for global issuesに富む素材を、世界の多様な文脈に落とし込み、驚き、発見、洞察をもたらす、共感を呼ぶ「刺さるナラティブ」へと洗練させることが必要になる。茶道や座禅がそうであったように、言語を超えた手触り感のある体験や実践と組み合わせられる分野は有望だろう。成功物語を示すだけでなく、日本が様々な課題やトレードオフに直面し、いかに試行錯誤してきたかを、他国と比較可能な形で示すことも必要になる。

以下ではこうした点に留意しつつ、いくつかの領域について日本のナラティブの可能性を考えてみたい。

① テクノロジーと人間の共存

バイオテクノロジーやヘルステック、AIやロボットオートメーションなど、進化するテクノロジーと人間がどう共存していくかは世界的な課題である。日本政府はリアル空間とバーチャル空間が融合する人間中心の社会をSociety5.0と表現したが、社会の将来ビジョンとして、世界経済フォーラムの第四次産業革命、ドイツ政府のインダストリー4.0ほどの広がりを見せられてはいない。テクノロジーが人間の尊厳に与える影響についての視点を深掘りし、日本の産業やテクノロジーの実践とともに示すことができれば、説得力のある、世界を動かすナラティブとなりえよう。

海外において「日本＝テクノロジー大国」という評価はいまだ健在である。デジタル化、ソフトウェア化では日本は立ち遅れ気味であり、こうした評価が過去の遺産である面も否定はできないが、日本の製造業は今なお一定の競争力を有しており、リアル空間を形作るテクノロジーでは存在感を維持している。工業化の最終段階とデジタル化が同時並行して進む「並存の時代」(御立尚資)に、工業化のトップランナーの側から切り込み、デジタル化を統合していくところに日本の活路はあり、日本が世界に貢献できるのはまずこの領域においてだろう。⁴⁰そうしたビジョンを含むナラテ

36 Miskimmon et al, *Strategic Narratives: Communication Power and the New World Order*, p.7

37 小林康夫、中島隆博『日本を解き放つ』(東京大学出版会、2019年)p.2

38 牛村圭「次代を考える東京座会」からの提言(2)「拜外」と「排外」の精神史—日本は外来思想の束縛をいかに克服するか」(『Voice』、2007年9月号) pp.134-143

39 2022年2月開催の本研究会における、元世界経済フォーラム・高橋雅央氏(現Gavi, the Vaccine Alliance)の発言より

40 安宅和人『シン・ニホン AI×データ時代における日本の再生と人材育成』(NewsPicksパブリッシング、2020年)

ィブを具体的な実践とともに世界に提示することを考えるべきである。

② アジアに位置する民主主義国

ポピュリストの台頭や国内社会の分断など、民主主義の機能不全が世界的に囁かれて久しいが、日本は比較的国内が安定し、社会的分断も相対的に少ない。小泉・安倍内閣を除いて短命内閣が多く、政権交代を通じた変革のダイナミズムを欠くなど、日本政治が理想的な状態にあるとは言えないが、現代世界において安定した民主政を成り立たせていることは、防勢にある自由主義的国際秩序において日本発のナラティブの価値を高めている。ただし、政治や社会が安定していても、日本が著しく衰退していくようであれば日本からの発言に説得力がない。日本が自由で機能する社会であることを示し続けることがパワフルなナラティブの前提でもある。

今後の世界は米欧日vs中露の二極化が全面化するのではなく、どちらにもつかない第三勢力の帰趨^{きすう}によるところが大きい。とりわけアジアにおいては、比較的若い民主大国であるインドやインドネシア、非自由民主国家であるが力による現状変更^{げんじょうへんぎょう}に反対するベトナムのような国々が興隆しつつある。自由民主主義vs権威主義という対立軸が前景化する中、多様なアジアのダイナミズムのただ中にありつつ、先進国との強固な共通基盤を有する日本の立場は貴重である。「自由で開かれたインド太平洋」やQUADといった枠組みを牽引してきた日本は、次代の国際秩序についての建設的で、説得力のあるナラティブを生み出しうる立ち位置にあることを自覚するべきであろう。

③ 深い独自の視野からの中国像、文明観

中国が経済大国となり、台頭する中国の動向が国際政治上の関心事となる中、中国についての冷静な理解が世界に求められている。古来より中国から大きな影響を受け、漢学や支那学など中国研究の長い伝統を持ち、学問の自由が保障されている日本から、世界で十分知られておらず、中国自身も十分自覚しえていない中国の様々な側面についての知見を共有する意義は大きいだろう。歴史的に見た中国の行動様式、中国文化の世界的な位置づけなどについて、日本ならではの着眼をグローバルな文脈を意識しながら、公平に世界に伝えていくことが重要である。

それはアカデミックな領域に留まらない。ピュエット『ハーバードの人生が変わる東洋哲学⁴¹』のような中国思想の現代的意義を語るナラティブは、長らく中国思想を生き方の指針として親しんできた日本人なればこそ、広く一般向けに展開できるのではないか。地政学や安全保障の領域でも、日本に中国の行動がどのように映っているかのみならず、グローバルな文脈でそれがどのような意味を持つかを明確にした発信が求められる。

中国研究のみならず、日本では欧米などとも異なる独自の地域研究や文明研究が育まれている。米国、中国、欧州、インド、ロシア、イラン、トルコといった「文明的⁴²大国」が自己主張を強める今日、日本で培われてきた知的営みをもとにした巨視的な世界認識を示す意義は大きいだろう。

④ 課題先進国(少子高齢化、地方の衰退、頻発する激甚災害など)

高齢化や人口減少、激甚災害の多発など、日本は世界が遠からず直面する課題を先んじて経験する「課題先進国」であり、世界が学ぶうる教訓に満ちている、と指摘されるようになって久しい。英経済誌「The Economist」は、2021年12月11日号で“*What the world can learn from Japan*”と題した記事を掲載し、⁴²「日本は“外れ値”ではなく、先駆者である」として、急速な少子高齢化 (rapid

ageing) や長期経済停滞、自然災害という先進各国がいずれ見舞われる課題に先んじて直面している日本から学ぶべきだと述べている。

とりわけ少子高齢化や人口減少、それに伴う各種の社会変化に対処することは、多くの国にとって死活問題となっている。日本社会もいまだ試行錯誤の途上にあるが、日本の経験を世界に共有していくことはきわめて有意義と考えられる。その際、日本のみに関わるナラティブとして提示するのではなく、世界の人口動態とそのインパクトを俯瞰したうえで、日本の経験をそれぞれの社会と比較可能な形で位置づけ、当事者性を喚起するナラティブを組み立てていくことが重要である。例えば、高齢者が高い割合で働き続けることで社会との繋がりを維持し、社会保障依存を一定程度抑制していることを、他の主要国における参加率でのシミュレーションと比較してみる、といった工夫が必要だろう。日本モデルの弊害とあわせてトレードオフに満ちた全体像を明確に示せば、世界に対する骨太な問題提起となりえよう。

世界的な関心事である激甚災害対応についても同様である。気候変動や地殻変動と都市化が相まって、地球規模で災害リスクが高まっている。地理的に自然災害が多発する環境にある日本では、治水灌漑や耐震化等で一定レベルの自然災害に備えてきた。福島第一原発事故で示されたように、想定外の事態への備えについては課題が多いものの、災害発生後は、国民レベルの理性的な行動で被害の拡大防止に成功している面もある。

阪神淡路大震災や東日本大震災については海外での報道も多く、書籍や報告書が英語等で刊行され、海外での防災教育支援が行なわれるなど、教訓を世界に伝える努力は行なわれているが、ナラティブとしての浸透は限定的ではないだろうか。災害大国日本から世界へ、というストーリー展開では限界があり、同じ環境を共有する環太平洋やインド太平洋地域とともにナラティブを展開していくことを考えてもよいかもしれない。日本企業が、プラットフォーム・サービスや保険、サプライチェーン・レジリエンスなど、災害対応と表裏をなす事業活動を展開し、災害を巡るナラティブとの相乗効果で、リージョンワイドのレジリエンスの向上に寄与することが理想的である。

⑤ 千差万別、百花繚乱の地域の姿

東西南北に広がる日本列島は、地理や自然環境の多様性と相まって、長い時間をかけてそれぞれに特色のある地域が形作られているが、各地域の文化や歴史が海外に十分知られているとはいえない。東京、京都、広島など世界的にその名が知られる都市であっても、その奥深い個性が十分表現されているかという点、疑問符がつく。海外から見て魅力的なナラティブとして日本の地域や都市の多様な個性を表現することを、より一層試みるべきだろう。ワインがその典型だが、地域に根差した食や文化は、地域と密接に結びついたナラティブとともに受容される面が大きい。

環境問題や災害対応、高齢化など、世界共通の課題への対応でも、地域はインスピレーションの源泉となる。住民に近い自治体レベルの多様な取り組みは、国境を越えた気付きをもたらしやすい。国政レベルの政策は停滞している場合でも、自治体レベルでは機動的に政策イノベーションが実行に移されていることも珍しくない。国際会議の場で、リーダーシップを発揮する日本の首長が国政政治家より高い評価を受けることもしばしばある。地方の首長は、日本発ナラティブの担い手

41 マイケル・ピュエット、クリスティーン・グロス＝ロー『ハーバードの人生が変わる東洋哲学 悩めるエリートを熱狂させた超人気講義』熊谷淳子訳(早川書房、2016年)

42 “What the world can learn from Japan – The oldest big country has lessons for those that will soon age and shrink” (The Economist, Dec.11,2021)

としても有望である。

様々な地域や都市のナラティブが世界に流通することで、日本は多様で創意工夫に富む地域の集合体としてイメージされるようになるだろう。

⑥ 生活哲学やライフスタイル

環境問題への意識の高まりやコロナ禍など複数の要因により、主に先進国においてサステナブルな暮らし方が注目されている。The Future Brand Country Index 2019においても、日本の高いブランド力の一因として、マインドフルネス・サステナビリティ時代に即したシンプルな生活哲学、素材の味を活かした健康的な和食など、日本の日常生活・文化から垣間見える魅力が挙げられている。また、「こんまり」こと近藤麻理恵氏の片付け術が、世界中で一大ブームを巻き起こしたことは記憶に新しい。日本語での「断捨離する」にあたる新たな動詞として「Kondo」という新語が生まれたほどである。⁴³ 日本語での「生きがい」という概念に焦点を当てた、スペイン人ジャーナリスト・作家の共著書『Ikigai』⁴⁴もまた、世界的なベストセラーとなっている。日本伝統文化における「匠」の技や長寿の村として知られる沖縄・大宜味村での現地調査などを織り交ぜながら、「生きがい」によって幸福な人生を送る秘訣を説いた本書は、約70カ国で翻訳されているという。⁴⁵ 東洋思想・禅哲学にも通じる日本のライフスタイルを、モノや情報の過剰がもたらす世界共通の物心両面の副作用への個人レベルの対応法と位置づけるナラティブは、世界的に喚起力を持つのではないだろうか。日常生活の中での美に焦点を当てる「民藝」の思想をグローバルな視点で再発見することもできるかもしれない。

無論、取り上げうる対象や議論の立て方は様々に開かれている。重要なことは、日本文化や生活様式への関心をテコにして大きな問題提起を世界に投げかけることだ。こうした分野から先に述べた現代版『茶の本』が登場することも期待される。

⑦ 資本主義を再構築する視点

世界的に格差が広がり、行き過ぎたグローバル化、株主至上資本主義への疑義が呈されている。日本における資本主義のあり方は長引く低成長や賃金の伸び悩みなど大きな課題はあるものの、一方で欧米諸国に比べてまだ格差は小さく、失業率も低い。世界経済フォーラム代表のクラウス・シュワブと、共著者のティエリ・マルレは「日本は人口減少とゼロ成長の両方に見舞われている絶望的なケースとして語られることが多い」が、実はGDP1人あたりの数値（人口動態調整後）を見れば経済は健全であり、日本の高い生活水準と幸福度指標に注目すれば、全体の経済成長率の伸びはごくわずかでも「希望をなくす必要はない」と述べ、日本を成熟社会の一つのモデルとして見る論を展開している。⁴⁶ 米国資本主義の生き残りにとっての最大の脅威である格差問題については、日本型資本主義に学ぶうる、との指摘もある（グレン・S・フクシマ）。

日本型資本主義は、格差を広げない点ではある程度有効でも、同じ要因が経済や社会のダイナミズムを損なっている面もある。あらゆるシステムにはトレードオフが付き物であり、何が解決すべき問題とされるかによって、システムの有効性の評価は変わりうる。アメリカなどとは異なる過程を経てきた日本の資本主義が、今後の世界の中心課題や関心事に適応できている面に光を当て、トレードオフとともにナラティブとして示していけば、資本主義の未来についての世界的な議論に貢献できるだろう。

欧米先進国ではステークホルダー資本主義が注目を集めており、「日本的経営」がステークホルダー資本主義と親和性が高いとも言われるが、まだ世界的な説得力を持つ議論には至っていないのではないだろうか。夜郎自大ではなく、比較可能な形でその長短を示していくことが肝心だろう。

一言で「日本経済」「日本型資本主義」と言っても、どこをどのように切り取るかによって見え方は変わってくる。日本全体では成長していないように見えても日本のトップ企業は見事な自己変革で成果を上げているとする議論（ウリケ・シェーデ）、高齢化要因を除けば日本の生産性上昇率は他の先進国と変わらないとする議論（門間一夫）、東京よりも地方の実質成長率が高いとの指摘（飯田泰之）など、焦点の絞り方によって、日本経済の多様な可能性を浮き彫りにすることもできるだろう。

⑧ 日本の自然観

気候危機や環境問題が深刻度を増す中、人類が自然とどのように関わっていくべきか、世界的な課題となっている。和辻哲郎が日本と欧米の自然観の違いを「日本—共生」「西欧—自然は征服すべき存在」と表現したように、日本の自然観は、産業革命以来の人間と自然の関係性を見つめ直し、再構築するうえで一助になりうるかもしれない。世界を引き付ける日本文化や日本の生活に込められた自然観を言語化していくことの可能性は大きい。

例えば、日本庭園は日本の自然観を総合的に具現化しており、茶道や華道などとの親和性も高い。米国では日本庭園は高く評価されており、米国各地に存在する日本庭園は様々な日本文化イベントの「場」としての潜在力を有している。日本庭園についての各種プログラム整備に取り組むポータランド日本庭園などとの連携により、日本庭園に込められた自然観を言語化し、米国を始めとして世界に共有することも考えられよう。

他方で、日本が欧米よりも環境問題への取り組みに熱心であるとも言えない。日本の自然観をグローバル・アジェンダに寄与するものとしていくには、グリーン社会の構想や実践を自然観と統合する首尾一貫したナラティブが必要になるだろう。

43 Ben Zimmer, "Kondo-ing: A Guru of Organizing Becomes a Verb" (THE WALL STREET JOURNAL, Jan. 17, 2019)

44 エクトル・ガルシア、フランセスク・ミラージェス『外国人が見つけた長寿ニッポン幸せの秘密 (IKIGAI)』(齋藤慎子訳、エクスマレッジ、2017年)

45 2022年12月時点。エクトル・ガルシア「日本人が知らない「IKIGAI」の価値」(『Voice』、2023年2月号)pp.74-83

46 クラウス・シュワブ、ティエリ・マルレ『グレート・ナラティブ「グレート・リセット」後の物語』(北川蒼訳、日経ナショナルジオグラフィック、2022年)pp.43-45

47 和辻哲郎『風土』(岩波文庫、1979年)

4 2025大阪・関西万博を、世界と日本のナラティブを 接続する契機に

世界中からキーパーソンが集結し、メディアの関心を引く国際的なメガイベントは、日本のナラティブを世界に接続する絶好の機会でもある。折しも、2023年にはG7サミット、2025年には大阪・関西万博が日本で開催される予定であり、また、2023年には日本ASEAN友好協力50周年といった周年行事もある。G7や万博をマイルストーンとして、日本のナラティブを世界に向けてチューニングし、発信基盤を強化し、グローバル言論人を輩出する機会を積極的に創り出していく必要がある。その場限りの取り組みではなく、世界的な国際イベントのモメンタムを活用するべく中長期的かつ戦略的に取り組むことで、ナラティブの流通における課題を抜本的に改善していくことも期待される。

以下、本章では、来る2025年に開催される大阪・関西万博を取り上げ、日本と世界のナラティブが交通する契機としての万博の可能性を考えてみたい。パンデミックという災禍を経て、オンラインでの国境を越えた交流が定着する一方で、人と人が「集まる」ことの意義が改めて見直されている。「万博は前世紀の遺物」といった声も聞かれるが、今こそ万博のあるべき姿を再定義し、世界と日本のナラティブを繋ぐ場としていかに再・創造／想像するかを考えることは、人類の良き未来にとっても意義のある作業と言えるだろう。

4-1 あるべき万博の姿とは——「20世紀の遺物」たる万博から脱せよ

1970年に開催された大阪万博では、立ち上げ段階から民間の知的蓄積に基づく自由な発想の力が寄与している。70年の大阪万博の開催決定に先立ち、梅棹忠夫・加藤秀俊・小松左京らが1964年に自主的に立ち上げた勉強会「万国博を考える会」は、それまでの万博の歴史や問題点、ケーススタディなどを自発的に検討するものであった。⁴⁸その後、日本での大阪万博の開催が正式決定し、その過程で梅棹や小松は委員の選定やテーマの設定などに深く関わることになる。⁴⁹

当時、大阪万博の開催については芸術家たちによる反対運動が展開されるなど、決して歓迎ムードではなかった。⁵⁰しかし「人類の進歩と調和」をメインテーマに掲げ、当時の新進気鋭のアーティストや識者を結集して造られたパビリオンや展示は最終的に6400万人超の来訪者を集め、高度成長を象徴する存在ともなった。⁵¹

このように大きな成功を収めた大阪万博であったが、当初、加藤・小松は大阪万博を、その発足の段階から国際的な叡智を集めた「知的国際協働作業」たらしめようとしていた。この「野望」は予算やスケジュールの問題などから残念ながら潰えたが、この夢は「かなり長い間、私たちの中で生きつづけ、何かの場面で実現させられないか、と思いつづけた」と小松は回想記でしるしている。⁵²

2020年から世界中で猛威を振るったパンデミックを経て、ようやく世界は段階的に日常を取り戻し始めた。コロナ禍により、かえってリアルの場で集まり、言葉を交わすことの貴重さを実感した人も多いだろう。一方、世界ではパンデミック、ウクライナ戦争の勃発後ますます分断が進み、

各国の国内、国家間で問題は山積している。

今こそ、万博を「知的国際協働作業」の場たらしめようとした小松や梅棹らの問題意識が改めて求められているのではないだろうか。

ここで参照されるべきは、鈴木大拙の事例である。1960年代にアメリカで起こった「ZEN」(禅)ブームは、コロンビア大学で教鞭をとっていた鈴木大拙の英語による一連の著作や、大拙の元に集ったビートニク世代の芸術家たちの影響を強く受けていると言われる。実は大拙が世界に向けて禅を発信する最初の契機となったのが、1893年にシカゴ万国博覧会(世界コロンビア博覧会)の関連事業として行なわれたシカゴ万国宗教会議であった。大拙の師である釈宗演がシカゴ万国宗教会議で行なった近代仏教に関する演説原稿の英訳を、大拙が手がけたのである。

釈宗演はシカゴ万国宗教会議に出席したのち、1週間ほどアメリカの宗教者ポール・ケーラスの元に滞在した。ポール・ケーラスは釈の演説に感化され、近代仏教の可能性を追求すべく仏教啓蒙活動を開始、釈の弟子である大拙を助手としてアメリカに呼び寄せた。大拙はその後、ケーラスのオープン・コートという出版社で編集者・翻訳者としてのキャリアをスタートさせた。この経験が、大拙の後の主著『Zen and Japanese Culture』(邦題:禅と日本文化)に結実することとなる。⁵³

シカゴ万国博覧会の関連事業として開催されたシカゴ万国宗教会議に釈宗演が出席することがなければ、鈴木大拙という偉大な「グローバル言論人」は誕生していなかったかもしれない。当時、個人の海外渡航や海外の識者との交流には物理的に大きな障壁があり、万博などの国家イベントが果たす役割は現代よりも大きかったと考えられる。しかし、それらを差し引いても、万博が持つ「知と知の出会いの場」としての機能は改めて注目されるべきであり、2025年の大阪・関西万博においてもこうした視座は欠かせないだろう。

万博が単なる大型展示会、国威発揚の一過性イベントで終わることがないように、「万博を契機に、万博を超える」ことが求められている。

2021年に開催された東京オリンピック・パラリンピックは、当初日本のナラティブ・パワーを強化する好機として大きな期待を集めていた。しかし、コロナ禍の影響で日本への渡航やメディア取材が制限された影響は大きく、期待したほどの成果が得られなかったのは日本にとって不運だった。また、その後の東京オリパラをめぐる醜聞については、遺憾としか言いようがない。大阪・関西万博が同じ轍を踏まないよう他山の石とし、その教訓を2025年へ活かすべきだろう。

気候変動、ウクライナ戦争などをめぐってナラティブは対立しがちであり、現実政治に照らしてやむを得ない面もあるが、世界のナラティブ空間が対立のための対立に終始することは望ましくない。2025年の大阪・関西万博の機会を活かして日本を含む多様なナラティブを開花させ、人類の視点に立つ開放的なナラティブの場を創造し、発展させることを目指すべきだろう。

48 五月女賢司「一九七〇年大阪万博の基本理念 「万国博を考える会」による草案作成の背景と経緯」『万博学 万国博覧会という、世界を把握する方法』(佐野真由子編、思文閣出版、2020年)pp.251-252

49 小松左京『やぶれかぶれ青春記 大阪万博奮闘記』(新潮文庫、2018年)

50 「熱風の日本史(19)未来都市へ“民族大移動”(昭和)」(『日本経済新聞』、2014年1月5日)

51 橋爪紳也「一九七〇年日本万国博覧会の先進性と評価をめぐって」『万博学』、p.351

52 小松『やぶれかぶれ青春記 大阪万博奮闘記』

53 那須理香「1893年シカゴ万国宗教会議における日本仏教代表 釈宗演の演説―近代仏教」伝播の観点から―(日本語・日本学研究第5号、2015年)

4-2 2025大阪・関西万博と日本のナラティブ

2025大阪・関西万博（以下、大阪・関西万博）のテーマは「いのち輝く未来社会のデザイン (Designing Future Society for Our Lives)」である。⁵⁴「いのち」が表すものは、人間の命や自然界に存在する命など字義通りの「生命」はもちろんのこと、狭義の意味での生命に留まらず、「生そのもの」「人間という存在」を問うキーワードであると言えるだろう。⁵⁵

また、大阪・関西万博の日本館は、「いのちと、いのちの、あいだに」をテーマとして定めた。「人間とそれ以外の生命や、無機物まで含め「いのち」と捉える考え方をもとに」、「他のいのちと共創しながら大きな循環を生み出す大切さを学」び、さらに「SDGsに代表される社会課題を自分たちのこととして咀嚼し、未来社会のづくり手としての行動変容を促す」ことをコンセプトに掲げている。

日本館のテーマは、環境問題などのグローバル・アジェンダに日本人の自然観・死生観を反映させたものであり、日本から世界へ投げかけるメッセージとして相応しいものであろう。しかし、日本のナラティブを世界に届ける、あるいは日本のナラティブと海外のナラティブを相互交流させる観点からの取り組みは今のところ目立たない。

大阪・関西万博を、いのちや人間存在の本質、未来について、人類がより良いナラティブを創造する機会と捉えるべきだろう。2025年をマイルストーンとして、日本の識者が普遍的・グローバルな課題に鋭く切り込み、世界に問題提起するパワフルな論考や書籍を英語などの他言語で次々と発表し、日本の識者と海外識者との対話が集中的、重層的に行なわれることが理想的だ。日本館やシグネチャーパビリオン、日本企業の企業館の問題設定をナラティブとして磨き上げていくことも意識すべきだろう。万博の強みはなんと言っても強烈な身体体験を提供できる点にある。ナラティブとの相乗効果により、体験のインパクトがより深められ、持続することになるだろうし、ナラティブの説得力、訴求力が増すことも期待できる。8人のテーマ事業プロデューサーはすでにグローバルに活躍しており、彼ら彼女らを軸として新たな「グローバル言論人」が登場する素地は十分あるだろう。

大阪・関西という地域性も活かしたい。すでに大阪大学を中心に複数のプロジェクトが始動しているが、関西に拠点を置く大学が知的国際協働作業の推進役となり、万博と並行して世界に対して問題提起する仕掛けを考えるべきだろう。関西でユニークな実績を積んでいる企業の経営者や自治体の首長もナラティブの担い手として有望である。大阪船場の商哲学や京都の伝統工芸・民藝など、関西で培われてきた文化的資産を、サステナビリティが求められる世界に相応しい経営やライフスタイルの提案として、グローバルな文脈に位置づけていくことも必要だ。

転形期にある人類の課題を問い直し、より良い未来を展望するナラティブを世界とともに築いていく場とすることで、大阪・関西万博は真に有意義なものとなるはずだ。万博開催期間前後だけに留まらず、人類が直面する大きなテーマについて衆知を結集し、新しい人間観について継続して語り合う場を万博以降もレガシーとして残すことを考えてはどうだろうか。

4-3 世界的に有名な日本の“ニッチタレント”との協働を視野に

ここまでの議論は、「グローバルなアジェンダに日本がどのように貢献できるか」という視座から、万博を契機にグローバル言論人やグローバルなインフルエンサーを日本から輩出するという視座に立っているが、ナラティブ流通の構造が変化する中で、こうした「大きなナラティブ」とは少し異なるアプローチも必要かもしれない。

TikTok、YouTube、InstagramなどのSNS上で、世界中に何十万人、何百万人ものファンを持つ日本人は実は少なくない。こうしたグローバルなフォロワーを持つ日本人は多くの場合、ある特定の趣味やスポーツ、エンターテインメントなどの分野で熱狂的なファンを獲得している「ニッチタレント」である。

万博といった国際的なイベントは元来、政府や大企業、大学などが主導して行なわれてきたが、大阪・関西万博においては、こうしたニッチタレントたちと協働し、多方面からナラティブを発信する試みを考えることも必要だと思われる。少数のビッグネームが強力なナラティブ・パワーを発揮することを目指すのも重要だが、「ニッチなドットの集積」として日本のナラティブ・パワーを捉え、後押しする方が現実的でもあり、日本らしさを体現しているとも言えるかもしれない。Z世代など国内外の若い世代にも訴求することが期待できるだろう。

54 なお、サブテーマは「Saving Lives(いのちを救う)、Empowering Lives(いのちに力を与える)、Connecting Lives(いのちをつなぐ)」である。

55 「大阪・関西万博の理念とテーマ事業の考え方」では以下のように説明されている。「いのちそのものを改編するまでの高度な科学を築き上げた私たちには、人類が生態系全体の一部であることを真摯に受けとめるとともに、自らが生み出した科学技術を用いて未来を切り開く責務があることを自覚し、行動することが求められる。自然界に存在するさまざまないのちの共通性と相違性を認識し、他者への共感を育み、また多様な文化や考えを尊重しあうことによって、ともにこの世界を生きていく。そうすることによって、私たち人類は、地球規模でのさまざまな課題に対して新たな価値観を生み出し、持続可能な未来を構築することができるにちがいない」。

<https://www.expo2025.or.jp/overview/philosophy/>

5 提言——日本発ナラティブをどう高めていくか

日本には、日本語による豊かな知的営為が蓄積されており、知的な議論も相応に行なわれている。にもかかわらず、様々な障壁により、日本語を通じて培われた知的蓄積がナラティブとして世界のオーディエンスに届く体制になっていないことは、日本にとってのみならず世界にとっても大きな損失ではないだろうか。

日本のナラティブを世界に届けることで、対日理解を促進し、人類文明を豊かにし、より良い方向を見出す一翼を担うものとするにはどうしたらよいか。以下ではまず日本のナラティブが世界で流通するための基本条件である「ナラティブの担い手」「ナラティブの流通経路」について、具体的な改善策を提示する。次いで、日本のナラティブ・パワーの増進を加速するための方策を「プラットフォームの創造」「政府の役割」「世界のナラティブのキュレーション」「メガイベントの活用」という切り口で示していく。

5-1 「グローバル言論人」候補を長期的視点で支援する

世界で受け入れられるナラティブは日本を起点にしたものではなく、「世界にはこのような課題があり、日本はこうした形で貢献できる」といった、世界を起点にしたものである必要がある。そのうえで、「私は世界の課題についてこう考える」「私は世界の課題に対してこのような取り組みをしてきた」と、一人称で世界の課題を議論し伝えるナラティブこそが、真にパワフルなナラティブたりうる。コミュニケーションの場において、人は一般論よりも個別の経験や考察を求めるもので、そこに信頼や共感が生まれ、ナラティブとしての力が宿るからだ。⁵⁶

世界の課題を一人称で語れる見識・経験とともに、人としての魅力や周囲を動かす熱意、それを伝えうる技量を持ち合わせた人材を見出し、長期的に国際的な舞台で「場数」を踏む機会を提供するなどして支援していくことが必要だ。ダボス会議、シャングリラ・ダイアログ（アジア安全保障会議）、SXSW（サウス・バイ・サウスウエスト）などの国際会議の場でパワフルなナラティブを展開できるのは、こうした人材である。

往々にして、こうした国際会議に出席する大企業の幹部・経営者や大臣、官僚といった日本のリーダーたちは個人としてというよりも、組織を代表して出席していることが多い。⁵⁷ また、そうした人材の任期は数年であることも多く、国際的な場で培われた人的繋がりを長期的に継続していくことが困難な傾向にある。⁵⁸

アカデミズムの分野では、別種の^{かんせい}陥穽が存在する。分野において濃淡はあるものの、学会等においても多くの場合、自国語で議論が完結しうる日本においては、知識人は海外から最新の知識を取り入れることには熱心である一方で、海外で競争にさらされることへのインセンティブは働きづらい。アカデミアにおいて国際的に評価される知識人や海外の大学で活躍する日本人は一定数見られるものの、大学の予算規模の制約や言語の壁などもあり、グローバル人材の層は厚いとは言えない。また、権利関係など様々な商習慣・制度的理由によって、諸外国に比べて文化の輸出が困難な面もある。

世界を舞台にして議論することを念頭に置いた場を創出すること、世界での活躍を評価するインセンティブ設計、才能を見出して長期的に「場数」を踏める機会を用意する仕組みなどが、政官財学を問わず必要不可欠である。

5-2 日本のナラティブをグローバルに流通させる経路をアップデートする

① 日本発の国際メディアを重層的に拡充する

一部の例外を除き、日本発の情報を継続的に世界へ発信する有力なメディアが限られていることは、日本のナラティブ流通にとって不利な条件である。中国のように大量の資源を投入して国際メディアを強化することは現実的ではないが、日本としても効果的な対策が必要である。

英語など国際言語を用いていても日本発の国際放送や紙の定期刊行物（新聞、雑誌）を海外で流通させることは敷居が高い。オンラインの徹底活用を最優先すべきだろう。実際、「The Japan Times」や「Nikkei Asia」はこの方向で一定の成果を上げつつある。ただし、BBCやアルジャジーラなどがオンラインでの配信に力点を置き、「The New York Times」や「The Economist」などの新聞、雑誌も全体としてオンライン化する^{すうせい}趨勢にある中、人々の「注目」を奪い合うグローバルな競争は激化している。日本発のメディアが世界的に存在感を持って受け入れられるには、単に日本に関する記事を提供するのみならず、グローバルな関心事に対する独自の視点やテーマ設定で差別化し、勝負することが不可欠になる。日経新聞による「Financial Times」紙の買収のようにM&Aやアライアンスを通じて事業強化をはかることも選択肢の1つである。

日本発「グローバル言論人」が世界の課題についてパワフルな議論を展開し、日本の企業や自治体等による画期的な解決策や、海外の関心が高い日本文化についての信頼できるリファレンスを提供できるなら、日本発国際メディアの訴求力は増すだろう。それは同時に、日本のナラティブをチューニングし、世界に飛躍させるインキュベーターとしての役割を果たすことにもなりうる。日本の広告主は、日本の文脈をよく理解し、世界標準でのコミュニケーションに通じる日本発のグローバルメディアを後押しすることを考慮に入れるべきだろう。

書籍については、翻訳か現地語ではじめから書かれたものかを問わず、海外の出版社を經由した流通が今なお主流だが、電子書籍やPOD（プリントオンデマンド）、越境Eコマースにより、日本の出版社が現地語での出版を手がける技術的ハードルは低下しつつある。一部のコミック市場ではすでに実現していることではあるが、海外読者に向けた編集やプロモーションのノウハウを獲得することで、日本発のグローバル出版社が登場することが理想的である。大学が自らのアカデミックな使命の一環として研究成果を世界に共有するべく大学出版局を強化し、英語等での出版を行なうことも一案である。日本の大学の競争力強化に繋がる施策でもあり、少なくともはじめての段階では公的

56 シンガー、ブルッキングス『「いいね！」戦争』pp.256-259

57 グレン・S・フクシマ「人との繋がりが日米関係の未来をつくる」(『Voice』、2022年10月号)。在日米商工会議所会頭を務めたフクシマによれば、欧米の大学等で日本に関するセミナーへの登壇者紹介を要望される際に、条件として英語力に加えて「議論ができること」「日本政府の代弁者ではないこと」が条件として挙げられるという。また、国際的な場で個人としての多様な意見を発信できる人材を輩出するために、英語教育の抜本的な改革と「自分の意見を論理的に説明したり議論したりする教育」の必要性を挙げている。

58 秀島弘高『バーゼル委員会の舞台裏 国際的な金融規制はいかに作られるか』(金融財政事情研究会、2021年)。秀島は、各国の中央銀行・金融規制当局の代表が参加するバーゼル銀行監督委員会では、日本からの参加者には「常連」がいないと指摘する。日本の担当者は任期が目立って短期間であり、「この短期間の異動は日本人代表者たちがバーゼル委員会の作業に提供できる貢献度合いを制限している」と言われる。

な資金助成を考えてもよいだろう。

政府や企業、大学・研究機関のオウンドメディアまで広げて考えれば、英語や他言語で発信する日本発のメディアはそれなりに存在するとも言える。だが、これらオウンドメディアでは受け手視点でのナラティブ創造ができていないどころか、日本語で書かれた文章を直訳していたり、稚拙な外国語表現を用いていたりする場合も多い。グローバルなオーディエンスを意識したメッセージ創造、コミュニケーションスタイルの採用を徹底することで、世界への架け橋としての潜在力を発揮することが期待される。

ナラティブの担い手が個人メディアを活用することも効果的かもしれない。SNSを駆使して様々な領域で世界的に知られている日本人は相当数存在する。その成功例に学び、ノウハウを確立していくことで、マスメディア型でないナラティブ流通のあり方を見出せる可能性もある。

いずれにおいても、第2章で指摘したように、メッセージ創造におけるナラティブのチューニングを強く認識し、コミュニケーションにおける文化的差異やギャップに十分に留意することが必要不可欠だ。

② 日本のナラティブのプロモーターやエージェントのプロフェッショナリズムを確立する

国内外におけるプロモーターの存在はナラティブの流通にとってきわめて重要な役割を果たすが、この分野での人材も不足している⁵⁹。約1億2400万の人口を擁する日本では、量的にも質的にも豊かな市場と産業基盤が国内で築かれる一方、言語の壁と相まって、書籍や新聞、雑誌などナラティブと一体的な商品を海外へ輸出する必要性に駆られなかった⁶⁰。結果として、知識産業において日本のナラティブの魅力を世界に向けて「通訳」し「売り込む」ことのできる人材が圧倒的に不足している。

媒体・作品の質の高さや作家・識者本人の語学力、現地での人脈なども当然重要だが、日本のナラティブやナラティブの担い手の魅力を伝えるうえで、プロフェッショナルなプロモーターやエージェントが果たす役割は大きい⁶¹。

日本文化の蓄積を考えれば、国際的なプロモーターやエージェントが職業として成立する可能性は十分ある。起業という形はもちろんのこと、メディア企業の内部で、こうした分野でのグローバル人材を育成することの将来的な意義は大きい。有為の個人や組織の起業家精神に期待したいところだが、過渡的には公的機関や財団等による人材育成支援なども必要かもしれない。

これまで、芸術家や広義の作家本人の文化交流・海外進出支援は継続的に行なわれてきた。他方で、異なる文化に対してナラティブの価値を代弁し、スケールアウトさせる職業——プロモーターやプロデューサー、エージェントなど——におけるグローバル人材育成支援は、美術におけるキュレーターなどで萌芽がある程度で、十分であったとは言いがたい。文化庁では、今後「トップ人材発掘・国際的活動支援事業」においてこうした分野の人材への育成支援が予定されており、より本格的な取り組みに期待したい。また、こうした分野におけるプロフェッショナリズムを確立し、関連する大学院等の教育プログラムに組み込んでいくことも必要だろう。

③ ナラティブ流通における「目詰まり」を解消し、ナラティブ・コミュニティの接続を容易にする

日本の作家に海外のエージェントがアプローチする際に障壁となることのひとつが「日本人作家へのアクセスポイントが見つけれられないこと」だ⁶²という。通常、日本人作家の窓口は国内の各版元が

務めており、さらに日本語でしか対応していないことが多い。そもそも日本語がわからなければ、どこにどのような作家がいるか、どのような作品があるか想定することもできないだろう。作家に限らず、日本におけるアクセスポイントを明確にし、海外からのアプローチを受け入れやすくするだけでも、ナラティブ流通における「目詰まり」はある程度改善されるのではないかと考えられる。

より直接的に現地のナラティブ・コミュニティに働きかけることも効果的だろう。韓国の文化体育観光部⁶³は、アジア各国のエディターを韓国に招聘し、現地のエディターとの対話や交流を促進するプロジェクトを実施している。日本としても、各国のエディターやプロデューサー招聘を行ない、国をまたいだ対話や交流を活性化して、自国の文化人・知識人や作品の魅力、先駆性を見出し、とも努力を倍加させるべきである。

日本在住の外国人人材——留学生・研究者・起業家・ジャーナリストなど——も、海外と日本のナラティブ・コミュニティを接続するうえで重要な役割を果たしうるだろう。また、外国人留学生の積極的な受け入れや高度人材の招聘、日本人の海外留学の促進などをより一層推し進めていくことも、ナラティブ・コミュニティの接続に大きな意義を持つであろう。

④ 影響力を持つ海外インフルエンサーをマッピングし、戦略的に働きかける

現地インフルエンサーとの協働も大きな課題である。日本人識者やアーティスト・言説・作品・政策などが海外に受容されるにあたって、現地のインフルエンサーは架け橋として重要な役割を果たしうる⁶⁴。

なお、ここでのインフルエンサーとは、SNSなどで多数のフォロワーを持つ狭義のインフルエンサーのみならず、特定分野の権威や専門家、文化人など、ナラティブの世界で強い影響力を持つ広義のインフルエンサーをも含む。分野によるものの、こうしたインフルエンサーに対する日本からのアプローチはあまりないようであり、改善の余地がある。かつては、エドワード・サイードと大江健三郎、ミシェル・フーコーと蓮實重彦、ドナルド・キーンと三島由紀夫、ドナルド・リチーと小津安二郎など、日本の識者と知的交流を持ち、友人として日本のナラティブの担い手を現地コミ

59 NYと東京で文学作品のエージェント会社を営む寺田悠馬氏は、「作家と伴走し、海外でのビジネス面でのサポートや権利関係を扱えるプロデューサー・マネージャーが日本にはほとんど存在しない」と指摘する(2022年6月開催の本研究会での発言より)。

60 対照的なのは韓国のコンテンツ産業である。韓国コンテンツ振興院院長・金英俊氏は韓流コンテンツの隆盛と韓国企業が積極的に海外進出する理由について「韓国は国内市場がそれほど大きくないため、企業が収益を上げ、成長するには海外市場に目を向けなければならない」とし、こうして必要に迫られて海外市場に出た結果、幸いにも良い反応が起り韓流コンテンツが世界各国で受け入れられていると述べる(「『K』から世界へ」の舞台裏——韓国のコンテンツ戦略」Yahoo! ニュースオリジナル、2018年12月3日)。また、韓国の政府機関である韓国コンテンツ振興院は、米・欧・日・中や中東・東南アジアなど各国に現地機関であるビジネスセンターを設置し、同国のコンテンツの輸出に力を入れている。

同センターは韓国のコンテンツ企業が海外進出する際のサポートを主な業務としており、現地国のビジネスパートナーとのマッチングやイベント等の開催のみならず、コンテンツのメディアミックス・売り方の提案など、現地でのプロデューサー・キュレーターとしての役割を果たしているという(2022年8月に実施した前韓国コンテンツ振興院日本ビジネスセンター長、黄仙恵氏へのヒアリングより)。

61 日米両国で長年文化交流や国際広報に携わった経験を持つ渡邊裕子氏は「文学などの作品であれ、言説であれ、その価値を現地のマーケットで、その言語で伝えられる『通訳』的な役割の人材がいなければ、いくら内容がよくても、なかなか伝わらない」と述べる。(2022年3月開催の本研究会での発言より)

また、寺田悠馬氏は、村上春樹作品が海外で広く読まれるようになった大きな要素の1つとして、「村上氏の海外の著作権が全てICMというNYのエージェント会社に集約されたこと」を挙げる。(2022年6月開催の本研究会での発言より)

62 2022年6月開催の本研究会における寺田悠馬氏の発言より。

63 韓国において、日本における文科省、観光庁、スポーツ庁等の役割を果たす省。

64 日本の小説家・川上未映子氏の小説は『TIME』誌や『The New York Times』紙の必読書リストで紹介され、作品『ヘヴン』は2022年「ブッカー国際賞」の最終候補6作品に入るなど海外で広い認知と高い評価を得ている。彼女の作品が広く受け入れられたきっかけの一つが、ハリウッド俳優であるナタリー・ポートマンが川上未映子氏の作品『乳と卵』を大絶賛したことだと渡邊裕子氏は述べる(2022年3月開催の本研究会での発言より)。ナタリー・ポートマンは自身のSNSやブッククラブでも川上氏の作品を取り上げ、川上氏との対談も行なっている。「代弁者」でありインフルエンサーでもある人物の重要性は見逃せない。

ユニティやメディアに紹介する知識人たちの組み合わせがあった。現在こうした動きがあまり見られないのは憂慮すべきことである。現地のインフルエンサーとしては、海外在住の日本人研究者や日系人コミュニティとの連携強化も考えられるだろう。

日本に関心のあるインフルエンサーを分野ごとに特定し、様々な形でアプローチする必要がある。そのうち代表的な100人を「Friends of Japan 100」と位置づけて、数年単位で複数のプログラムに参加を求めてもよいかもしれない。

さらに、日本発のナラティブの紹介に留まらずインフルエンサーが自ら日本を経験し、日本に関するナラティブを語ってもらう機会を積極的に創り出すことも必要だ。様々な枠組みで行なわれているインフルエンサー招聘を型通りのものに終わらせず、日本のカウンターパートとの有意義な出会いや触発的な日本体験の機会として充実させていかねばならない。

大規模な国際会議やイベントは、世界的な認知を獲得し、有力な知識人やインフルエンサーとの偶発的な出会いを可能にする場として重要である。国際会議出席のきっかけは実は出席者や主催側の個人的な推薦であることも多く、その意味でもインフルエンサーが果たしうる役割は大きい。海外で開催される大規模な国際イベントを「Opportunity 100」などとしてマッピングし、日本のナラティブの担い手が世界のカウンターパートと交わる機会を積極的に創り出していくことも有効であろう。

⑤ 日本文化の全体的な文脈を解き明かす現代版『茶の本』で世界を触発する

伝統文化やポップカルチャーなど日本の多彩な文化に対する世界の評価、関心は高い。しかし、それらは個別の事物や現象への注目に留まっており、人類文明における日本文化の貢献や日本文化の奥深さ、広がりや総体が理解されているとは言いがたい。特にアート作品などの文化市場においてはナラティブとの組み合わせで市場価値が決定される側面があり、経済的な観点からも、日本文化の全体的な文脈を海外のオーディエンスを前提にしたナラティブとして言語化することが必要である。言ってみれば、現代版の『茶の本』『武士道』が求められているのである。

そのような言語化のアウトプットの形としては、必ずしも書籍でなければならないことはなく、ウェブやSNS上での発信など、様々な形式が考えられるであろう。しかし、インターネットによって多くの情報が得られるようになった現在においても、「ナラティブを伝えるチャンネル」として書籍が有する力は軽視すべきではない。『21世紀の資本』のトマ・ピケティや『サピエンス全史』のユヴァル・ノア・ハラリなど、書籍が世界的ベストセラーとなることで、グローバルな知識人として認知されるケースは数多くある。書籍は広く議論を喚起し、深い理解をもたらすチャンネルとして優れている。

かつて『茶の本』や『武士道』が海外で広く読まれたのは、欧米中心の国際政治に現れた未知の新興国に対する異国趣味的な関心に、欧米に理解しやすいナラティブで応えたからであろう。日本文化や関連情報が世界で相当程度流通している現代においては、日本文化や日本という国を弁証し、広報するという段階からさらに一步踏み出し、日本文化の重層的な蓄積の全体を人類共通の財産として共有し、世界の感性や知性を触発することを目指すべきではないだろうか。

そもそも日本人自身、人類史の中での日本文化の位置づけや日本の「深層的価値」（佐伯啓思）を十分に理解し、言語化できているわけではない。グローバルな視点で日本文化を捉え直し、海外の知識人の洞察に学ぶことで、内在的な理解を鍛え上げ、世界に問いかけていく姿勢が必要だろう。

世界との応答の繰り返しを通じて、日本文化はさらに奥深く豊かなものになるはずである。

5-3 ナラティブ流通のプラットフォーム創出に向けて——世界への架け橋をつくる

国際政治学者のイアン・ブレマー、歴史学者のニール・ファーガソンなど、自国以外でも活躍している知識人に多く共通するのは、自身のナラティブを継続的に流通させるための「仕組み」を有しているということだ。ブレマーは自身が創業したユーラシアグループの代表であり、ファーガソンもまた、コンサルティング会社のディレクターを務め、ともに自身や自社を広く知らしめるためのPRパーソンを擁している。日本人では、1980年代から海外でも名前を知られた大前研一氏は当時マッキンゼー・アンド・カンパニーの日本支社長であり、米国本社を経営幹部でもあった。本人の資質はもちろんのこと、マッキンゼーというグローバルコンサルティングファームが大前氏のナラティブ流通に一役買っていた面にも着目すべきであろう。

才能あるナラティブ創造者が手持ちの「仕組み」を駆使できるならそれに越したことはないが、それを前提にはできない。自らの仕組みを持たない才能を世界に橋渡ししていけるようなプラットフォームを創出することが望ましい。プラットフォームが担うべきは、具体的には「優れた才能や世界にとって価値あるナラティブの発掘・スカウト」「メッセージのチューニング支援」「世界のナラティブ・コミュニティへのアクセス確保」といった機能である。

この観点から見てプラットフォームの有望な候補の一つは、「The Japan Times」やNHK国際放送等、海外発信を行なうメディアである。これらのメディアは、日本に関する情報提供役に留まらず、オリジナリティある日本のナラティブを見出し、チューニングして世界に届けるパワフルな媒介者としての役割も果たしうるだろう。

NetflixやAmazon、TEDx、Googleなどグローバル・プラットフォームとの協働も、大きなインパクトをもたらしうる。国内外でブームを巻き起こした『鬼滅の刃』『呪術廻戦』などのマンガ・アニメ作品は、Netflixなどでの配信が一般的となり、時間・場所の制約を受けない視聴が可能になった。このことが海外での爆発的人气に一役買ったと言われる。また、先に言及した「こんまり」と近藤麻理恵氏の海外での認知度を決定的なものにしたのもまた、Netflixのリアリティ番組であった。グローバル・プラットフォームとの連携は、実現すれば大きなインパクトをもたらす可能性を有している。

稲盛財団の京都賞や国際科学技術財団の日本国際賞（Japan Prize）、STSフォーラム（科学技術と人類の未来に関する国際フォーラム）、サントリー文化財団が行なっている翻訳助成事業など、民間財団・民間組織がそれぞれの問題意識で行なっている関連した試みを日本発のナラティブの流通を意識して発展させ、うまく組み合わせることでインパクトを最大化していくことも有益だろう。

シンクタンクや研究機関がオウンドメディアや主催する国際会議においてナラティブのチューニングを意識的に行ない、世界のナラティブ・コミュニティへのアクセスを開拓することで、プラットフォーム機能を部分的に担うことも考えられよう。

人類共通の大きなテーマについてのプラットフォーム形成を考えてもよいだろう。70年の大阪万博が国立民族学博物館を知的レガシーとして残したように、広島で開催予定のG7であれば、核問題やあるべき国際秩序、2025大阪・関西万博であれば、持続可能な未来や人類とテクノロジーの共存をテーマとする知的協働のフォーラムを形成し、日本や世界のナラティブを育み鍛え合う

場、総合知を結集し世界に循環させるコミュニティとして、会期終了後も継続・発展させていくことも一案である。

様々なパターンが考えられるが、いずれにしても自己完結的な強力なプラットフォームを創設するのは現実的ではない。日本に存在する豊かなナラティブを流通させるという目的を共有する多様なアクターが自らの機能を強化しつつ、補完し合ってインパクトを生み出すネットワーク型のプラットフォームを考える方が近道ではないだろうか。

各メディア企業、財団、シンクタンクなどは、自らが日本からグローバル言論人を輩出するという気概を持ち、互いに連携してインパクトを最大化していくことが求められる。

プラットフォームの運営に関して、政府の支援があるに越したことはないが、むしろ民間財団や志ある経営者、さらにはクラウドファンディングなどによる市民のバックアップで、日本と世界のナラティブが会おう場を作り、継続させ、それに対して公的機関が後押しするのがあるべき姿であろう。

5-4 政府が果たす役割

ナラティブの担い手は多くの場合、民間の個人や組織であり、自由で開かれた社会においてはとりわけそうである。政府や特定国の利害から一定の距離をおいていればこそ、民間の知識人・専門家の知見や発言は普遍的、客観的な洞察をもたらすものとして尊重される。他方で、「自由で開かれたインド太平洋」といった外交構想や、Society5.0などの社会構造の将来ビジョンについては、政府は実践を背景にした強力なナラティブの担い手でありうる。政府のナラティブをめぐる知的コミュニティで議論が交わされることや、政府関係者と内外の民間の知識人や専門家との意見交換も日常的に行なわれている。政府はナラティブ・コミュニティの一角を占める存在であり、本提言で述べてきた人材の重要性やナラティブのチューニングの必要性などは多くの場合、政府が行なう国際広報やパブリック・ディプロマシーについても当てはまる。かねて指摘されているところであるが、国際会議等でナラティブを駆使して議論をリードできる政府人材の層を厚くする仕組みづくりにただちに着手する必要がある。

政府は実践的な「ナラティブの担い手」であるとともに、日本発の豊かなナラティブをグローバルに流通させる土壌づくりにおいても大きな役割を果たしうる。民間のナラティブは政府のナラティブとは独立しており、往々にして対立する場合もあるが、日本発の優れたナラティブが世界で流通することは、国際貢献にもなり、総合的に日本という国の影響力を増進させるだろう。世界水準の民間ナラティブと国内外で切磋琢磨することで、政府のナラティブもより力強いものとなるはずである。

政府はこうした視座に立ち、グローバル言論人候補への支援や、彼ら彼女らを支える人材——国際的なプロモーター、プロデューサー、キュレーターなど——の育成支援、知的交流事業の実施、ナラティブの海外展開に対する金銭面での支援優遇、関連情報やノウハウの共有支援など、日本の民間ナラティブを世界に接続するにあたってのボトルネックを解消する施策を倍加させることが期待される。

こうした施策の多くは複数の省庁の領域にまたがっており、また1年単位で成果が出るものではない。現状でも官邸国際広報室を中心に、総理などの外国訪問や主要国際日程を念頭に置いて、テ

一マごと、対象国・地域ごとの国際広報方針を定めているが、より中長期的に日本のナラティブ・パワーを強化することに特化して横串を通す仕組みを作り、大胆な発想と資源投入で単年度主義と省庁縦割りを乗り越えることが望ましい。

なお、外交上の目標や目的を達成するために政府が意図をもって情報発信を行なう「戦略的コミュニケーション」(Strategic Communication)についてはかねてより重要性が指摘されており、日本政府においても戦略的コミュニケーションに対応した組織体制づくりや人材育成が急務であることは論を俟たない。戦略的コミュニケーションについては本提言のスコープ外であり、本提言では詳しく論じてはいないものの、日本のナラティブ・パワーを高めることは、日本の戦略的コミュニケーションが効果的に機能する土壌づくりにも繋がるであろう。

5-5 世界の価値あるナラティブのキュレーターとして

本提言はここまで、日本のナラティブを世界に接続していくための方向性について示してきたが、言うまでもなく潜在力を発現できていないのは日本のナラティブだけではない。まだ脚光を浴びていない世界の価値あるナラティブを見出し、日本のナラティブとともに世界に問うという視点も必要ではないだろうか。近年変化を見せ始めてはいるものの、国際的な英語メディアや論壇に登場する知識人はいまだ白人男性が主流である。日本を始めとした様々なアクターが国際的なナラティブの場で活躍することは、世界にいっそうの多様性をもたらす契機ともなるだろう。また、多様なナラティブの担い手との出会いに刺激されて、日本のナラティブの創造性がさらに花開くことも期待される。そうした営みそのものが、世界の多様性に対する日本社会や日本の知識人の姿勢を示すメッセージともなり、日本に対する信頼の源泉ともなるだろう。

紀伊國屋書店の事例はその点で参考になる。周知の通り紀伊國屋書店は国内有数の書店チェーンだが、近年海外での多角展開を積極的に行なっており、海外での大学図書館等の書籍流通に加え、ドバイやシンガポール、オーストラリア、アメリカなど世界各国で直営の書店・文具店を経営する。同社の強みは「日本からの視点」「世界を俯瞰して見た視点」「現地の視点」の3点を商品ラインナップに揃えた「クロスカルチャー」性にある、との指摘は日本のナラティブ・パワーのあり方を考えるうえでも示唆に富む。⁶⁵

日本のナラティブのみならず、世界の価値あるナラティブを見出し、全体観とともに提示する「キュレーター」としての機能を日本で発展させることができれば、それ自体国際社会に対する貢献であり、日本のナラティブが正當に位置づけられる余地も高まるだろう。具体的には、国際会議や知的交流の企画において、欧米とは異なる日本の地域研究の視点や蓄積を研究対象地域におけるナラティブと意識的に組み合わせて、その成果を英語等で発信していくことなどが考えられる。“The voice of the Asian century”をスローガンとする「Nikkei Asia」や“The Independent Voice in Asia”をタグラインとする「The Japan Times」のように、アジアという土俵でポジショニングするメディアが、アジアのナラティブのキュレーターとしての役割を担うことも期待できるだろう。⁶⁶

65 米津香保里「市場半減の出版不況でも、紀伊國屋書店は「11期連続黒字」のワケ」(現代ビジネス、2019年10月15日)

66 近年アメリカでは「アジア系ヘイト」が大きな社会問題となっているが、これはアメリカ社会全体でアジア系が存在感を増していることと表裏一体の現象であると渡邊裕子氏は指摘する(2022年3月開催の本研究会での発言より)。実際にこの10年間アメリカで最も人口が急増しているエスニックグループはアジア系であり、米国ピュー・リサーチセンターによれば、アジア系人口は2019年の2240万人から、2060年には4620万人にまで増大すると予測されている。アジア系がアメリカ社会における影響力を増大させていくことは日本のナラティブ・パワーにとっても見逃せない現象であり、今後も注視していく必要があるだろう。

戦後日本の国際文化交流は、一方的な発信ではなく、双方向的な交流を重視しており、その点が広く評価を受けている。世界のナラティブのキュレーターとしての役割はその発展形ともみなしうるだろう。

5-6 「ゴールデンイヤー」の好機を見逃すな

この先の数年、日本は2023年にG7サミット、2025年に大阪・関西万博と重要な国際イベントを主催することが決まっている。2023年のG7は、今後の国際秩序やグローバルな課題に関して日本がアジェンダをセッティングしうる貴重な舞台である。とりわけロシアによる核恫喝や原発攻撃、中国の核大国化の趨勢など、核・原子力をめぐる国際環境が緊張を増す中、首脳会議が被爆地広島で開催されることは重要である。核被害の悲惨さを改めて訴えつつ、核軍縮、軍備管理、抑止、原子力の民生利用を総合的に視野におさめたビジョンを提示する機会とすべきだろう。その他のテーマも含め、G7の首脳会合や大臣会合と並行して時宜に^{かな}適ったテーマ設定で賢人会議や国際会議を企画運営し、内外の知識人の協働により、人類的課題に応えるナラティブを創造し、世界に示していくことが望ましい。

2025年の大阪・関西万博は6カ月間にわたって開催され、多くの海外ビジターが訪れることが想定される。万博を一過性のイベントで終わらせるのではなく、有形無形の知的レガシーを残す機会とするべきだろう。第4章で述べたように、万博のテーマに即した知的協働のフォーラムを設置し、万博後も継続する知のプラットフォームとしていくことが望ましい。2025年にかけて日本の識者が世界に対して「いのち輝く未来社会のデザイン」にまつわる鋭角的な問いを論説や書籍の形で世界に対して投げかけ、万博時に来日した世界の知識人と応答する、といった「万博を契機に、万博を超える」ダイナミックな展開を目指したい。関西における様々な蓄積を活かしていくことも考えるべきだろう。

2023年は日本ASEAN友好協力50周年にあたり、2025年には第9回TICAD（アフリカ開発会議）も日本で開催される。米国、ロシア、インド、インドネシア、台湾で国政選挙が行なわれる2024年をはさむ2023年から2025年までの3年間を、日本のナラティブ・パワーにとってのゴールデンイヤーと位置づけ、志ある主体が本提言を超える実践を展開することを期待したい。

PHP「日本のナラティブ・パワー」研究会開催経緯

(主なテーマ、講師)〈敬称略、所属と肩書は当時のもの〉

準備会合(2021年9月29日)

研究会趣旨・課題の検討

第1回(2021年11月11日)

日本のナラティブ・パワー

ロス・ローブリー(前エデルマン日本支社長、野村ホールディングス執行役員)

第2回(2021年12月14日)

官邸国際広報と広報戦略

松本好一郎(内閣副広報官)

第3回(2022年1月19日)

ナラティブパワー～国際ジャーナリズムの現場から

秋田浩之(日本経済新聞コメンテーター)

第4回(2022年2月22日)

「ダボス」の潮流と日本——グローバル・アジェンダを率いる心技体

高橋雅央(元世界経済フォーラムエグゼクティブコミティメンバー、Gavi, the Vaccine Alliance新規連携推進室長)

第5回(2022年3月16日)

日本のナラティブ・パワー向上に向けて

渡邊裕子(元Japan Society, Eurasia Group日本営業担当初代ディレクター、Greenmantleシニア・アドバイザー)

第6回(2022年6月17日)

「日本のナラティブパワー」と「マネージメント、エージェンツ、プロデューズ」ビジネス

寺田悠馬(株式会社CTB代表取締役)

第7回(2022年6月30日)

研究会の提言骨子検討

第8回(2022年11月2日)

研究会の提言案議論

ヒアリング実施

紀伊國屋書店専務取締役 大野繁治(2022年3月1日)

元クールジャパン室長 渡辺哲也(2022年8月1日)

前韓国コンテンツ振興院日本ビジネスセンター長 黄仙恵(2022年8月4日)

国際交流基金国際対話部部長 小島寛之(2022年8月9日)

文化庁文化経済・国際課グローバル展開推進室室長 星野有希枝(2022年10月25日)

※本報告書は、各研究会での議論などを基に、大岩央(PHP総研プログラム・オフィサー)が取りまとめ役となって作成したものである

PHP「日本のナラティブ・パワー」研究会メンバー（敬称略、順不同）

御立尚資 京都大学経営管理大学院特別教授

渡辺 靖 慶應義塾大学SFC教授

金子将史 政策シンクタンク PHP総研代表・研究主幹

大岩 央 政策シンクタンク PHP総研プログラム・オフィサー

メンバー・プロフィール

御立 尚資 みたち たかし（京都大学経営管理大学院特別教授）

京都大学文学部米文学科卒。ハーバード大学より経営学修士(MBA with High Distinction, Baker Scholar)を取得。日本航空株式会社を経て、1993年BCG(ポストンコンサルティンググループ)入社。2005年から2015年まで日本代表、2006年から2013年までBCGグローバル経営会議メンバーを務める。京都大学経営管理大学院にて特別教授を務めながら、楽天グループ株式会社、DMG森精機株式会社、東京海上ホールディングス株式会社、住友商事株式会社などでの社外取締役、ドナルド・マクドナルド・ハウス・チャリティーズ・ジャパン専務理事、大原美術館理事なども務めている。経済同友会副代表幹事(2013-2016)。

渡辺 靖 わたなべ やすし（慶應義塾大学SFC教授）

ハーバード大学大学院博士課程修了(Ph.D.)。ハーバード大学国際問題研究所、オクスフォード大学シニア・アソシエート、ケンブリッジ大学フェローなどを経て、99年より慶應義塾大学SFC助教授、2005年より現職。専門はアメリカ研究、パブリック・ディプロマシー論。2004年度日本学士院学術奨励賞受賞。

金子 将史 かねこ まさふみ（政策シンクタンク PHP総研代表・研究主幹）

東京大学文学部卒。ロンドン大学キングスカレッジ戦争学修士。松下政経塾塾生等を経て現職。株式会社PHP研究所取締役常務執行役員。著書に『パブリック・ディプロマシー戦略』（共編著、PHP研究所）、『日本の大戦略—歴史的パワーシフトをどう乗り切るか』（共著、PHP研究所）、『世界のインテリジェンス』（共著、PHP研究所）等。「国家安全保障会議の創設に関する有識者会議」議員等を歴任。

大岩 央 おおいわ ひさ（政策シンクタンク PHP総研プログラム・オフィサー）

大阪大学文学部卒。2008年、PHP研究所入社。2021年より現職。2022年4月より、政府広報アドバイザーを務める。各種研究提言プロジェクトの企画運営を担当。副編集長を務めたPHP新書編集部で「世界の知性」シリーズを創刊（累計57万部超）。マルクス・ガブリエル氏、エマニュエル・トッド氏など海外識者の語り下ろしインタビューから構成する「新しい翻訳書」の分野を確立した。同シリーズは日本国内のみならず、中・韓・台ほかアジア各国で翻訳されている。

日本のナラティブ・パワー

—「2025」とその先への戦略—

2023年2月発行

政策シンクタンク PHP総研

発行責任者：金子将史

プロジェクト担当：大岩 央

株式会社PHP研究所

〒135-8137 東京都江東区豊洲 5-6-52

NBF 豊洲チャンネルフロント

政策シンクタンク PHP 総研ホームページ：<https://thinktank.php.co.jp/>

E-mail：think2@php.co.jp

© PHP Institute, Inc. 2023

All rights reserved

Printed in Japan

日本の ナラティブ・パワー

「2025」とその先への戦略