

第四に、輸出の一層の振興を図ってまいります。昨年は、テキスタイル、アパレルそれぞれの海外展示会において、日本の繊維産業がまとまった形での出展（ジャパン・パビリオン）を実現しました。今後は、単に見せるだけの展示会ではなく、できるだけビジネスの場としていくことが重要であり、これまでの事業における問題点を十分に検討し、商談につながる工夫を凝らしていくこととしております。

第五に、その重要性が一段と高くなってきているのが、ファッションビジネスの振興です。日本は、素材技術は世界一流であり、クリエイション力も健闘していますが、トータルで見ると、衣類の輸出額が、日本はイタリアの25分の1であるなど、競争力が不十分な感は否めません。日本のファッション産業は、これまで国内市場に恵まれてきたこともあり、日本製品の海外への発信を視野に入れた戦略は、まだ緒に就いたばかりです。しかし、精緻で丁寧な質の高い日本のものづくりに対しては、海外からの評価も高く、海外の著名ブランドと取引をする例も少なくありません。

しかし最近、中国・韓国などのアジア諸国が、技術面でもデザイン面でも急激に向上し、気が付くと日本のすぐ後ろまで来ている状況となっており、日本の優位性を確固たるものにする上で、極めて危機的な状況になりかねません。日本においてもクリエイションについて、海外のコレクションなどを基点に世界へ挑戦されるデザイナーも引き続き出ているようですが、日本から海外への発信力を高めることが、国際競争力の強化のためにも不可欠です。

特に、デザインについては、当省が中心となって進める「新産業創造戦略」においても、コンテンツ分野の振興の一環として、ファッション分野も視野に入れたソフト資産の活用を積極的に進めているところであります。こうした観点からも、「創」・「匠」・「商」が三位一体となり、互いに連携して素材からデザイン、そして製品まで一貫して、感性豊かで高付加価値なブランドの発信に向けて、関係者が一丸となって取り組まれることを通じ、ファッションをはじめとして、ライフスタイルに根差すソフトの力を活かした、消費者の真の満足につながるものづくりが一層発展し、ひいては我が国経済全体の活性化につながることを期待されます。

最後になりましたが、ファッションについては、今後の繊維産業を担う非常に大きな力であることから、テキスタイルデザインの果たす役割は益々重要となります。今後、日本テキスタイルデザイン協会の益々のご活躍を祈念しまして、私のご挨拶とさせていただきます。