

クールジャパン、 ソフトパワー大国・ 日本の文化力

二〇〇二年D・マックレイが「ジヤパンクール」を提唱し、〇四年J・ナイが「ソフトパワー」概念を提唱。文化力に注目が集まり、とりわけ日本のマンガやアニメ、ゲーム、食、ファッション、音楽などが国際的に評価されているにもかかわらず、自覚に乏しかった日本。クールジャパン関連の政策も数多く出されたが、大きなうねりにはならなかった。今、改めて国も「文化産業大戦略」策定に動くなか、「日本の文化力」の現状を見ながら、その源泉と生かし方を考えたい。

奥野卓司

関西学院大学総合図書館長・大学院社会学研究科教授

手塚眞

ヴァンクリスト／ネオネットラ代表

秋元康

作詞家



日本文化の現状をどう見ているか？

高尚な芸術でなくサブカルを売ることに

真剣になれない日本人

奥野 きょうは今をときめく日本のクリエイターお二人と話ができるということで大変楽しみにしています。

テーマは「クールジャパン、ソフトパワー大国・日本の文化力」。つまり、これまで日本人自身あまり注目してこなかった日本のアニメ、マンガ、ポップスなどが世界で高く評価されていて、それを後押しする形で政府もクールジャパン政策として文化を世界に発信しようとしている。背景には、日本の主力産業の自動車や家電など製造業が低迷し、新興国の追い上げもあって産業競争力が低下。だから文化に力を入れようという側面もある。

こうした動きが本場に日本の文化力の向上につながっているかどうかは疑問もありますが、私とお二人の違いは、私はそうした文化なり社会の変容を研究している立場。お二人は直接そういうものをつくられたり演出されたりしているので、その観点から今のよう状況はどうお考えでしょうか。

秋元 まずクールジャパンと言われるもの、つまりコンテンツとは何か、文化的価値なり文化とは何か、の議論がまだ日本では成熟していない。例えばこれは高尚な文化で、これはサブカルだという定義づけがまだあり、マンガやアイドルを大人が真剣に売り出すことへの抵抗が

たわけですよ。それと芸術は全然別だと。けど映画なんかすごく難しく、手塚さんの作品などは芸術に位置するか、サブカルチャーに位置するかは結局、観る人の評価です。ともかくハイカルチャーとサブカルチャーに分類している限り、今クールジャパンと呼び得るものの全体を包括することができない。

韓国や中国はそれに国家的に取り組もうとしていて、大学づくり、人材づくりからビジネスモデルづくりまで国が先頭に立ってやっている。日本もやっていないわけではないが、例えばアニメの殿堂のようにまず外側を考えて、それをつくればとりあえず日本のアニメ制作は進むという考え方。これは基本的に今までの箱物行政と変わっていない。中身のコンテンツなり文化を中心に考え、だから外側はこうしようという考え方ではない。

手塚 コンテンツという言葉は、いろいろな使い方がありますが、今の映画やテレビ番組に限って言えば、実は半分はパッケージの話。売れているマンガがあり、売れているタレントさんがいて、それを組み合わせれば映画ができあがる。これがコンテンツですということになる。しかし、実制作者から言えばそれはあくまでもパッケージ。海外の映画製作では基本はオリジナルストーリーから立ち上げるケースがまだまだ多い。日本では自分たちで中身をつくらうという前に、売れているものを描えればできあがるという誤解がコンテンツ制作に蔓延している気がします。

ある。日本が韓国や中国に負けてしまっているのは、車や家電などの加工貿易から今度はコンテンツだということに考えが切り替わっていない点。韓国は既にコンテンツビジネスにシフトしていて、素晴らしいドラマや映画、音楽、このコンテンツはすごいぞ、資源がなくても輸出できるぞという点に気づいたわけですよ。ところが日本は遅い。そもそも文化とは何かを考えないと、クールジャパンは進まないように思います。

手塚 おっしゃるとおりですね。日本の政策はよく箱物行政だと言われてきたが、箱物というより僕はパッケージ文化という気がするんです。外つっらの飾りをどうするかから固めて、中に入るものは後で考えればいい。こういう人を連れてきて、こういうものがあれば、それで成立するというところで、実際の中身には興味がない。プロジェクトを立ち上げて行政や組織の方と話していると、中身の話以前にどんな形かを最初に問われることが多い。中身は粗末でもパッケージだけきれいであればいい。これはよかれあしかれ日本の包装文化。何でもかんでも包んで、つまらないものですがと差しあげるような、そういう流れの上に文化があるような気がします。

コンテンツよりパッケージに目が向き、箱物行政から脱却できていない

奥野 二つの点を指摘いただいたと思います。要するに今までアニメ、マンガなどはサブカルチャーと呼んでい

「ジャバンクール」

日本のかっこよさ(クール)。米国のジャーナリスト、ダグラス・マッグレイ(1975-)が外交誌「フォーリンポリシー」二〇〇二年五月/六月号に寄せた論文「Japan's Gross national cool」が、日本はGNPの数値ではもはや大国とはいえないが、日本のアニメやゲーム、ポップミュージックやファッション、料理などが「GNP」(Gross National Cool)国民総魅力度)では世界一の大国だと主張。

「ソフトパワー」

米国の国際政治学者で国防次官補などを務めたジョセフ・ナイ(1937-)が〇四年に提唱した概念。軍事力や経済力など対外的強制力のあるハードパワーに対し、文化や政治的価値観、政策的魅力などソフトパワーへの支持を広めることで、国際社会の信頼や発言力を確立しようという考え方。

アニメの殿堂

国立メディア芸術総合センター。〇七年日本政府が設立を提唱したが、〇九年撤回。



日本のマンガが並ぶ韓国・ソウルの書店(奥野卓司氏提供)

目利きがないクールジャパン、文化を規定しすぎると取りこぼしが増える

秋元 クールジャパンに、まだ目利きがないんですね。肌でわかっている人が少ない。行政など、例えば秋葉原の文化が何かすごいことになっているらしい、世界へのコンテンツになるらしいという情報をキャッチしているだけで、体感しているわけではないので、頭で理解しようとしている。

僕は、芸術もサブカルも一緒にいいじゃないかと。歌舞伎や能、狂言は芸術で、アイドルやアニメはサブカルという分類は意味がない。アイドルやアニメは何百年かしたら歌舞伎や能、狂言のようになるかもしれない。だから頭で考えるクールジャパンでなく、もっと目利きを入れて、本当に好きな人たちを加えて進めないと、底の浅さを見透かされます。流行りものだから乗っておこうというのでは、到底、勝てない。

手塚 クールジャパンという言葉自体、外にいる人間が日本のものを見てそう呼んでいるわけですね。それが大体十年前。日本発の映画やマンガを見てクールだ、クールだと外側で言っていた。いざ、彼らが日本にやって来て何と言ったかというところ、日本はクールどころじゃなくエクストリーム（過激）だと。確かに海外のものとは比べると、日本には極端なものが多い。例えば秋元さんのやられている、何十人もいるアイドルのプロジェクトなんて海外にない（笑）。これはまさにエクストリーム。でも、

それが実は面白かったりする。

ただ、海外の人たちは、日本に来るとあまりにもいろんなものがすご過ぎて、自分を見失うと言いますね。そういう海外との温度差を日本は理解できていない。海外がクールジャパンと言って面白がっているところだけに、日本人は接している気がするんです。

奥野 確かにクールジャパンは外から言われた言葉ですね。日本がものづくりで自信を失っていた一九九〇年代以降、意外に海外で受けていたものがあつた。ジブリのアニメなどがそうですが、海外でクールだと言われたから、これは価値があるんだと日本が思っている。

秋元 僕はスタジオジブリの大ファンですが、例えばスタジオリブのものはクールジャパンとして国全体が応援する。でも、それ以外はなかなか国が本気にならないのはおかしいんじゃないか。一流のものに対してはみなさん、これは日本の文化だと言うが、ちょっとおバカなもの、下世話なもの、二流三流なものも含めてクールジャパン。そう腹をくくらないと、いいところだけ見せようとしても難しい。芸術って、危険性も伴うんです。

あるいは韓国はアイドルを国策として売り出している、交通費から宿泊代、出張費を負担して世界へ送り込んでいる。日本も今、Kポップの襲撃に遭っている。一方、日本は文化的なものの海外公演は支援しても、アイドルの出張費までは出さない。でもそこをひっくるめてやっていかないと、クールジャパンは勝てないですよ。

要するに、世界に輸出していくとき、偏見を持たない

奥野 卓司 おくのたくじ
関西学院大学総合図書館長・大学院
社会学研究科教授(情報人類学)
1950年京都市生まれ。京都工芸繊維
大学卒、同大学院修士課程修了。学
術博士。京都芸術短期大学助教授、イ
リノイ大学客員準教授、甲南大学助教
授、教授を経て、97年より関西学院大
学教授。国際日本文化研究センター客員
教授も務める。主な著書『江戸「粋」の
系譜』『ジャパニクルと情報革命』『ジャ
パニクルと江戸文化』『日本発イット革
命—アジアに広がるジャパニクル』『情
報人類学の射程』など。
[http://www-soc.kwansei.ac.jp/
okuno/](http://www-soc.kwansei.ac.jp/okuno/)



でいられるかどうか。あり得ないものが今、世の中に出
ていき、あり得なければあり得ないほど面白いわけです。
例えば『源氏物語』などはフランス語や中国語に訳す際、
国が援助するかもしれない。でも、世の中は思いがけな
いところからヒットが生まれ、ベストセラーになる。こ
れが文化だ、これがクールジャパンだと限定していると、
いろんなものをこぼしてしまう。そこが一番心配です。

日本の文化力を検証し針路を探ると？

GNC、裾野の広がりが高みを支える—— 目利きも数寄者もいた江戸時代

奥野 目利きがないと言われたが、文化というのは評
価しにくいんですね。つまり経済力ならGDPやGNP
がどれだけ伸びたか、自動車や家電製品を何台売ったか
などで評価できた。しかし文化力となるとGNC (Gross
National Cool)、国民総魅力度という概念も提唱されて
いるが、一体どう評価すればいいか。

この前、秋元さんの番組を見ていて同感したのは「自
分は一切マーケット調査をやらなんだ」と。我々社会
学者はマーケット調査をやる側、それを教える立場です。
だけど、実は調査をしても市場がわかるわけではない。
例えばアキバのメイド喫茶に行ったら、目のつけどこ
ろを知らない人は何が大事かわからない。それは教えら
れるものではないんです。

ただ、例えば歌舞伎や黄表紙などは昔は目利きがいた

アイドルプロジェクト

秋元康氏プロデュースで
〇五年デビューした女性
アイドルグループ「AK
B48」。「会いに行けるア
イドル」をコンセプトに、
秋葉原の「AKB48劇場」
でチームごとにほぼ毎日
公演。

ジブリのアニメ

アニメ作家・監督の宮崎
駿(1913)の制作会社
「スタジオジブリ」制作
のアニメ。「天空の城ラ
ピュタ」「もののけ姫」「千と千
尋の神隠し」「ハウルの動
く城」「崖の上のポニョ」
など諸外国でも高い評価
を受けている。

韓国・中国の戦略

韓国はアジア通貨危機後
の九八年文化立国戦略を
打ち出し、〇三年「世界
文化産業五大強国宣言」、
〇八年「国家ブランド委
員会」設置など、クリエイ
ティブ産業振興政策を国
策として展開。「韓流」映
画・ドラマ、Kポップが日
本にも続々上陸。また
〇九年中国が「文化産業
振興計画」を、台湾も「文
化創意産業発展方案」を
打ち出し、「華流」の世界
進出も目覚ましい。

わけです。別に海外から評価されたから歌舞伎や浮世絵が日本で発達したわけではなくて、目利きもいたし、それをサポートする数寄者もいた。それが今、目利きといえばマニアだけ。マニアはマニアの域を出ず、国家政策として進めようとしても、動かない。

秋元 国家政策でやるときに、国民の総意であったり、価値観を一致させなきゃいけない。外からは例えば秋葉原文化が面白い、クールジャパンだと言われているが、日本国内で僕より上の世代は、例えばマンガなんて、アニメなんて、アイドルなんてと思っている人が多い。そのなかで国策としてやる難しさが、まだある気がします。**手塚** もう一つ、かなり誤解があるのは、海外でクールジャパンと言われてヒットした幾つかのコンテンツは決して日本を代表するものではなく、作家のものなんです。優れた作家の作品が評価され、それがたまたま日本人だった。日本のアニメ全般が評価されたわけではない。もちろん素晴らしい作品もありますが、とても売り出すレベルにないものもある。なのに日本は全部一括り。いわばプロ野球も草野球も一緒という考えですね。

奥野 逆に日本の場合、プロ野球も草野球もあり、その間に高校野球もある。草野球の広がりやプロ野球の高みを支えてきた。江戸時代の浮世絵も、広重、歌麿のようにのちに高く評価されるものもあるが、では下のものがダメだったかというところではなく、下の草野的な、庶民の創作意欲がトップを支えている側面もある。そもそも歌舞伎や浮世絵にしても江戸時代のポップカル

チャー、庶民の文化だったわけですからね。

日本にはもともとプロもアマチュアも目利きやサポーターもいて、町民文化の厚い層があったのに、今は韓国や中国に後れをとり、負けているんじゃないでしょうか。

手塚 そんなことはない。というのは中国も韓国も、国は環境づくりに力を入れていますが、作家個人を育てることはないがしろにしている気がするんです。韓国映画は一時期的ものすごく隆盛を見せてきたが、その後、途切れたのは、これぞという作家が出てこなくて、それを応援する雰囲気もなかったから。ざっくりと映画界やアニメ界全体に金は投入しているんですけど、この人を育てようというところまでは行っていません。

今、彼らは頑張っただけで外にどんどん輸出していますから、目立つことは目立ち、日本が負けている気がする。けど中身からすれば別に負けているわけではなく、日本が消極的過ぎるだけなんです。

日本は捨てたものじゃない、

世界戦略で日本人の活躍の場を増やす

秋元 今は過渡期でしょうが、僕はAKB48というアイドルグループを世界に持ち出す試みを始めました。それをするとうるさくなるかなと。つまり昔、野茂さんがメジャーリーグに行ったとき、多くの人は無理じゃないの？と見ていたが、イチロー選手や松井選手が後に続き、メジャーリーグで日本人が活躍することも違和感がなくなってきた。だから日本が今クールジャパンを頑張れば、

数寄者 すきしゃ
芸道に熱心な風流人。

黄表紙
江戸時代の大人向けの絵物語。

AKB48の世界戦略
AKBを海外進出させ、世界規模でAKBというフォーマットのフランチャイズ化を図ろうというもの。つまり「会いに行けるアイドル」○48「十代中心の女の子のチーム制・四十八人編成」
「研究生からの昇格、ファン投票による選抜総選挙」などを基本に、パリ48、ニューヨーク48など各地でフランチャイズをつくり、最終的には選抜による「世界48」をつくらうというもの。



2009年、AKB48のニューヨーク公演。観客たちも大いに盛り上がった ©AKS



舞台上のAKB48(ニューヨーク公演にて) ©AKS

もしかしたら無理だと思われていた欧米の音楽業界や映画界、多様な分野で日本人が活躍できるし、それが高度経済成長期とは違う輸出分野になっていくんじゃないか。**奥野** 僕はインターネットの力がそれをバックアップするように思います。アメリカで日本のクールカルチャーについて講演をしたとき、それを実感した。

一昨年、日本の文楽が十八年ぶりにアメリカ公演を行い、イリノイ州のシャンペーンという大学町へも行った。そこは学生が多いから、文楽とアニメの関連を説明すれば、アニメが好きな学生も文楽を見てくれるだろうと、僕が行ったわけです。そして『涼宮ハルヒの憂鬱』の話をしたら、既に彼らは知っていて、そのコスプレをした学生さえ来るんです。たとえ規制があっても、インターネットで日本のアニメは世界に流れている。

秋元 ですから日本の若者たちに言いたいのは、日本は捨てたものじゃないと。僕らの世代は欧米に憧れていたが、今、世界の若者が日本はすごいと思っているんです。

「Kawaii」、翻訳できない自前の魅力で「何だこれは」と思わせて勝つ

奥野 確かにユーザーというか受け手の側から見ると、やっぱり日本はすごいなと。アイドルにしるアニメにする、そう思う。この魅力って何でしょうね。

手塚 日本って何とかナイズする力がすごい。大昔は国家的に中国ナイズし、明治以降は欧米ナイズ、特に戦後はすごい勢いでアメリカナイズしていった。常に自分た

ちが憧れる存在に全力で化身していく。ところが今、世界でトップクラスの豊かな国になり、その上が見えなくなった。上が見えないということは憧れもなくなって、どうしていいかわからない。これは極端な発想ですが、日本が日本ナイズすることもあるかもしれない。海外の人が見て日本のここは面白いというところに自分たちが倣っちゃうと。よりそれを羨みのあるものに変えていくと。そこに次の日本が見えてくるような気がする。

秋元 そのとおりですね。AKBは今、海外公演を繰り返して、観客は初めは引いているんです。つまりニューヨークでやると、ブロードウェイを観られた人たちは、歌やダンスのあまりのひどさに「何なんだ、これは」と（笑）。ところが三曲目、四曲目になると、十代の子たちが一生懸命汗をかいて歌って踊っている、その何だかわからないパフォーマンスにぐっと惹かれていく。僕はこの「何だ、これは」に勝機があると思う。

つまり今までは欧米ナイズとか、どこかの真似をしたものを輸出しようとしていたので、本場には勝てないわけです。だけど、見たことのないものを持っていくと、それはドンと行く可能性が大きい。だから、日本の文化はすごいということにもっと自信を持つ。みんながそこに気づいたとき本当の意味のクールジャパンが始まる。**手塚** やっぱり翻訳できないニュアンスがあると思う。秋元さんのAKBもそうですが、何と云っていいかわからない、形容詞がない。例えば「かわいい」という言葉はアメリカでは「キュート」、「ヨーロッパだと「スイート」



秋元 康 あきもと やすし
作詞家
1956年東京都生まれ。中央大学文学部中退。高校時代から放送作家として活躍。83年以降、作詞家として、美空ひばり『川の流れのように』、EXILE『EXIT』、ジェロ『海雪』(2008年日本作詞大賞受賞)などヒット曲多数。監督映画『グッバイ・ママ』、企画・原作映画『着信アリ』シリーズなど。アイドルグループ「AKB48」の総合プロデューサーとして、このビジネスモデルを世界に発信するプロジェクトを展開中。京都造形芸術大学副学長も務める。著書『企画脳』『おじさん通信簿』、小説『象の背中』ほか多数。
<http://www.kyoto-art.ac.jp/info/about/vpresident1.html>

かもしれないが、イコールじゃない。どれとも違う「かわいい」がある。アイドルたちのかわいさは、そのまま受けとめてもらうしかなくて、これが日本のかわいさなんだと。わびさびみたいなものですかね。

奥野 かわいいとか、わびさび、粹——など、今や日本語がそのまま国際語になり、それでしか表現できない美意識が世界でも認識されているんですね。

秋元 例えば納豆を輸出しようとする、臭いを消した納豆をつくらうとする。あるいは糸を引く、つまり腐っているイメージが良くないので、糸を引かないようにする。そうするから負けるんです。臭くて糸を引いて、これはあなたたちには理解できないでしょうと、そのまま持っていたほうが当たる可能性が高い。

今までは、僕も欧米に憧れた世代なのでどうしてもアメリカ風、イギリス風にとやり過ぎた。しかし考えてみると、僕が中学・高校時代、ミッシェル・ポルナレフやピートルズにすごく憧れ、原語で聴いていた。AKBの世界戦略でも同じことが起きていて、パリ公演のとき、サードビスで『桜の花びらたち』をフランス語にしたんですが、受けなかった。何でそのまま日本語で歌ってくれないんだと。そこにヒントがある気がするんです。

奥野 かわいいと言えば、僕は、今の世界的課題である「低炭素社会」に向けての先端技術と、「かわいい」「クール」を結びつけたとき、日本の優位性が出てくると思っています。例えば電気自動車を「かわいく」つくる。キャラクターを描いた「痛車」(イタシャ)にすれば、「低炭



「涼宮ハルヒの憂鬱」
谷川流のライトノベルを原作とするアニメ。兵庫県西宮市周辺を舞台に展開される非日常の学園ストーリー。ゲーム化もされている。写真はコスプレをしたイリノイ大学の学生(奥野卓司氏提供)。

ミッシェル・ポルナレフ(1944〜)
フランスのポップ・シンガーソングライター。七〇年代に「シェリー」に口づけ「愛の休日」などがヒット。

素社会」の技術力を「クール」にアピールできるんじゃないか。

実際、クールの根は日本のなかにあります。近頃、日本の若者の間で歴女ブームとか和 문화への関心が高まっている。彼らは日本の伝統に今まで自分が体験したことのない異文化としての魅力を感じていて、そこでクロスカルチャーする面もありますね。

もう一つ、コピーの面白さも日本にはある。江戸時代に西洋から持ってこられた機械時計を日本の時間にあつた和時計にするとか、戦後もアメリカのポップスを日本で坂本九が歌った。しかし坂本九はあくまで歌謡曲。そういう何々ナイズの面白さも日本にはある。

秋元 インドのカレーをカレーライスにしたわけだから**手塚** それは二つの意味があつて、日本人の舌に合わせるという意味と、逆に日本人の舌にすら合っていない何か特殊なものになったりする。

例えば日本人の目はぱっちりしていないというトラウマがあるのか、女の子たちはつけまつけをするんだけど、それがどんどん極端になって、今、三重（！）につけまつけをするようになって。こうなるともう欧米風ですらなくて、それを欧米人が見て驚くわけです、この日本人の女の子の化粧は何なのかと。それがすごいと輸出され、向こうのアイドルやセレブが真似をする。だから単純なコピーじゃなく、何か捻れたものが生まれてくる、そんな面白さがあります。

ソフトパワーの生み方・生かし方は？

「もの」でなく「こと」
情報やソフトは対価の見極めが難しい

奥野 日本は優れた文化力を持ち続けているわけですが、これをもう一步進めるには何が必要でしょう。

秋元 やっぱり出てきた文化を保護して育てられるかどうか。日本がせっかくなつても、日本人は子供の遊びだと見ているから、韓国や中国に真似られて、今度はそれが世界を席卷して強力なコンテンツになってしまいうな不思議な現象が起きている。

奥野 日本人がつくったものが外国でどんどん不正コピーされているという側面もありますが、文化というのは、もともと「もの」ではなくて「こと」ですよ。あるいはソフト。ここで対価を得ること自体が難しい。

先頃亡くなった梅棹忠夫さんが『情報産業論』の中で、情報産業のコンテンツはお布施だと。ご利益があつたと思う人は払うが、別に払わなくてもとがめられない。情報への対価は享受した側の一方的な判断によって支払われるお布施のようなものだから、これをビジネスとして成立させていくことが必要だとおっしゃっていますね。

手塚 文化的価値という言葉がありますが、これは言葉のマジックで、文化そのものに価値はない。コンテンツそのものも、お金の換算できるものじゃない。ただ、それをパッケージに入れて売り買いする、そのパッケージ料は出てくるし、文化を育てる環境やメディアにはお金

手塚眞氏の監督映画「白痴」。主演は浅野忠信、甲田益也子 ©手塚プロダクション



がかかる。映画などは中身をつくるのにある程度の資金力が必要だし、創作にかかる費用はあるので、これをどう保障してつくっていくかだと僕は思うんですよ。放っておいても文化は生まれる。特にサブカルチャーなんて幾らでも生まれてきますが、それを国力にするためには、文化を生み育てる土壌、広い意味での環境をどう整備していくかだと思うんです。

ネットの中に
文化を生み育てる土壌ができてきた

奥野 例えば自動車産業では、部品をつくる人やデザイナーをする人、それぞれの役割によって賃金が安定してきた。なおかつ非常に裾野が広いので多くの人を養えるが、コンテンツなりソフトは値段を決めにくく、なかなかそれで食べていけない。

江戸時代だと「連」があつたり、芝居小屋があつたり、それを支える大店とか数寄者がいたりした。つまり、たとえ幕府が弾圧しようとしても、文化を支える町民の力があつた。だけど今はなかなか支えきれない。

手塚 そうですね。八〇年代頃までは企業がいろんなものに対して援助をしていたが、その後ばたつとやめてしまった。金持ち文化であつてはいけないような——スポンサーになったり、お金を出すこと自体に後ろめたさを感じる雰囲気とか世相になりつつある。文化を育てるのは、一企業一個人でもいいし、自分が面白いと思うところに注げばいいが、それがやりにくい雰囲気がある。

痛車

車体にマンガ、アニメ、ゲームのキャラクターのステッカーを貼ったり塗装をした車。イタリア車「イタ車」に引っかけ、オタクを自認するファンが自らの「痛」い趣味を自虐的に表現したものだとか。

歴女

史跡や時代小説など歴史物が好きな女性。

梅棹忠夫(1920~2010)

日本の文化人類学のパイオニア、生態学者。国立民族学博物館初代館長。六三年の『情報産業論』で、世界で初めて「情報社会、情報産業」の概念を提示した。

連れん

俳諧や狂歌、落しし嗤浮世絵など江戸文化を支えた町民の知的コミュニケーション。

ただ最近、サブカルチャーの現象で面白いと思うのは、結構一般の方々の力で支えられている。草野球からプロになる、まさに一般の中からスターが育つ土壌ができてきた。映像だとインターネットに「ニコニコ動画」というのがあり、みんなが参加する。するとそこからスターなりコンテンツが誕生していく。そういう場をもっと増やしていけばいい。これは今、世界的にも非常に面白い現象ではないか。

奥野 ニコ動や「Uストリーム」などは草の根のものをすくい上げる。その意味ではニコ動に誰でもアップできる環境はいい。その上で淘汰され、良いものが残っていく。**手塚** そう。育てるには段階が必要で、まずはニコ動のような土壌があり、たくさん種があつて、芽が出てくる。自然発生的に目立つ人たちが出てきて、目立つことでどんどんスキルアップしていく。もしかしたら、その中からコンテンツメーカーが出てくるかもしれない。でも、まず最初の土壌、種を蒔ける畑がなければ何も育ちようがない。全員を育てるのは無理だと思うんです。全員に才能があるわけではないが、土壌がないことには芽も出ない。あとは、ある程度芽が出た人たちをどうサポートしていきけるかだと思います。

だから小さい話ですが、僕はニコ動で映画祭をやっています。この映画祭の意味は、ニコ動にアップする人たちの中には作家をめざす人がいるかもしれない。そういう人たちをうまくピックアップして、目立つようにしてあげられないかと。まずはそこまでやる。本当にその中市警の映画課と全米トラック協会の人が通行とか車両をブロックしてくれる。大きな違いは、日本でそれをやると交通を止められたことで文句を言う人が結構多い。でも、向こうでは長い時間止めていても、みんな楽しんで待ってくれている。文化に対する理解度が違いますね。

市警映画課の人たちは撮影にずっと立ち会っていて、もしかすると僕らよりもカット割りなどがわかっているかもしれない。(笑)

手塚 ハリウッドの映画会社がつき合っている銀行の人は、プロの映画人より映画のことをわかっている。企画書を見ただけで、あるいはシナリオを読めば、どのぐらい投資価値があるかが読めると。目利きということでしょうが、そんな人が銀行にいることがうらやましい。

秋元 うらやましいですね。本当に好きな人が、銀行なり行政なりにいないと難しいですよ。

奥野 今の日本の会社や役所にもいると思うんですよ。だけど隠れている。

秋元 そこで隠れてなきやいけないのがダメ。私はアニメが好き、こうすべきだと声高に叫ぶようにならないと。**手塚** ですから行政にもアニメ制作課とかを設けて、予算をとって、興味のありそうな職員を担当にする。少なくともそういう窓口があつて、何かが進みそうだという夢なり希望を持たせる形がないと、何も動けない。

秋元 組織はカタいけど私は映画やアニメが好きですという人たちが行政にも出てくれば、変えてくれるんじゃないか。そこで風穴を開けないと難しい。

で粘って作家になろうと思う人がいたら、さらに上にピックアップしていかうと。そういう順番が要るんです。

制度的には立ち後れが目立つ日本

おカタい組織にもいるはずの文化好きに期待

奥野 制度や政策面ではどうですか。

秋元 僕は、長い間の経験から先に人を集めるのが何より強いと思っっているんです。つまり会議室にこもってのクリエイティブでは発想がすごく小さいものになってしまふ。そうでなく、自由な発想で面白いことを思いつき、まずやってみる。ファンが増えた頃、ビジネスを考える。僕はビジネスが苦手なので、そこにパートナー、つまり画商ですよ、画商を加えるということをやっている。

でも、さらに国がなぜそこに加わってこないのか。例えば、かつて自動車などの関税率を諸外国と話し合ったように、映画なら、韓国も外国映画の上映に制限があったりするが、その規制開放の交渉などをしてほしい。

奥野 その交渉、交流こそが国や行政の仕事ですね。

手塚 コンテンツをつくるにしても、完成までのシステムをスムーズにするサポートがあり得ます。例えば映画、街なかでの撮影をどこまでサポートできるか。日本以外の国だと、大体フィルムコミッションがあり役所がサポートしてくれる。日本でも増えているが、まだ力が弱い。日本では何かやろうとしても非常にクレームを恐れる社会になっていて、スムーズに進まない。

秋元 例えばニューヨークで映画を撮るとき、ニューヨーク

ニコニコ動画

インターネット上で動画共有サイト。ニワンゴ提供で、〇六年サービス開始。愛称「ニコ動」。

Uストリーム

インターネットでのライブ映像共有サイト。米国で〇七年サービス開始。日本語版は一〇年から。

輸入規制

韓国ではスクリーンクォータ制として年間七十三日の韓国映画上映を義務づけると同時に、外国制作番組を六〇%以上放送してはならないという規制もある。外国映画の輸入制限は中国やインドなどにもある。

フィルムコミッション

映画等のロケ地誘致や撮影支援を行う公的機関。自治体や観光協会などが事務局を担当することが多い。

手塚 眞 てづか まこと
ヴァジュアリスト、ネオンテトラ代表取締役
1961年東京都生まれ。日本大学芸術学部中退。ヴァジュアリストとして先鋭的な創作活動を続ける。映像作品に『星くず兄弟の伝説』『妖怪天国』『白痴』(99年ベネチア国際映画祭デジタル・アワード受賞)。2005年『ブラック・ジャック』をアニメ映画化。06年宝塚歌劇団とともにミュージカル『リボンの騎士』プロデュース。著書『夢みるサイコ』『ヴァジュアル時代の発想法』『天才の息子』『父・手塚治虫の素顔』など。
<http://www.neontetra.co.jp/>



インテリがマンガを読む時代 天才クリエイターを育てる教育を

秋元 結局、何が根幹かという教育です。日本は例えれば野球選手でも何でも学歴を気にする。そうでなく、野球バカとか映画バカでいい。今は偏差値教育で平均化された人をつくっている。右へ倣えの大量生産時代ならいいが、すごく変革している時代に、みんなが同じ方向を向いていても新しいものは生まれない。日本は長所を伸ばす教育を子供の頃からしないとけない。そうすれば天才的な映画監督や天才的なマンガ家生まれるかもしれない。そこがまだ弱いんじゃないか。

奥野 僕の頃はマンガを読むのはダメな学生で、マルクスやサルトルを読んでいる人がインテリだったけど、今、マンガを読んでいる学生は本当にインテリなんです。

僕は実家が本屋だったので、ずっとマンガとつき合い続けた。今、大学にマンガ学部や学科ができたりしているが、それだけでマンガやアニメや日本のカルチャーを高めていくことになっているのかどうか。

手塚 単に大学をつくって学生を集めれば、自然に人が育つわけではない。やっぱり育てる環境——場所だけでなく、その人たちが育つのに必要なエネルギーを注ぎ込めるシステムづくり、そこに文化がわかる人間を入れて、一緒に育てていけるかどうかです。

秋元 大学にマンガ科が増えたのも、マンガ家を育てたということより、受験生に人気がありそうだから。むしろ

化を守り続けるからこそ、みんなが真似をする。

手塚 やっぱ西は、革新的な資質があると思うんです。よりエクストリームなものを求める。昔はよくアクション映画やホラー映画、極端な映画をつくると関西では受けると言われていたが、それを受け入れる土壌がある。東京は大もとにある徳川が非常に保守的だったから本当に石橋を叩くような感じ、その勢いの差はやはりある。

だから東京に出版社が多くても、マンガは関西でどつと勢いが出て、その中に手塚治虫もいて余計にそれが広まった。東京の出版社は売れるとわかってからやっとな手をつける。そういう順序だった。

秋元 東京は中心だと思っているので、最大公約数なんです。今、テレビというメディアがそう、最大公約数。だから確かに中心なんだけど、ネットで飛び出してきたものとかには対応できない。関西は逆に独自の文化を守り続ける。こういうのが多分、今日的なんだと思う。だからAKB48もテレビなどメジャーなメディアでなく秋葉原で延々公演を繰り返すという独自性、ぶれない点に勝機があった。特に関西はそこがすごいと思うんです。

奥野 ただ、江戸時代も最初に関西で井原西鶴や近松門左衛門などが出てきても、結局は江戸に蔦屋重三郎が現れプロデューサー制度で広めていった。人形浄瑠璃も関西で始まったが、派手な江戸歌舞伎としてマスカルチャー化していく。確かに何かを生み出す根は関西にあるが、それをマスカルチャー化するプロデューサー制度は江戸時代から東側にあった。

マンガが好きという大人が増えないとダメ。子供がマンガ家になると言うと、大抵の親は食っていけないと止めるが、もつと飛び出していい。それを引き止めている日本の常識がある限り、これからの時代、世界と戦えない。日本人はアニメやアイドルというオタクでしようという見方。僕ら大人が、子供がアニメーターになりたいと言ったときに「いいね」と。アニメはすごいんだよ。みんなが大学を出て企業に就職するだけじゃなく、多様な職業がそれぞれ尊敬を集め、結果的に、アニメをやるうと思っただけで残念ながら才能がなかった。だけど私は今、経産省でアニメを一生懸命売り込む仕事をしているとなつたとき、初めて日本が世界にアニメを輸出できる。

マイペースでエクストリーム、 「生み出す力」が強い関西

奥野 さてクールカルチャーと関西の関係、結構そういう根を関西はつくってきたと思っっているんです。Jポップも根は関西フォークにあつたし、マンガも手塚治虫さんは関西でデビュー。これは近世もそうで、人形浄瑠璃とか浮世草子とか、いろんなものを関西はつくってきた。

秋元 それは関西のマイペースさだと思うんです。例えば吉本のお笑い——僕の妻は福井県出身なので子供の頃から吉本を見て育った。それがあるときから東京を中心に全国に広まり、今に関西弁が標準語になるんじゃないかという勢いで広がっている。これは関西のマイペースさ。つまりよそのものに憧れるのではなく自分たちの文

秋元 例えばロンドンで生まれたミュージカルも、オンブロードウェイになったときメジャーになる。でも、これからどちらが強いかと言えば、生んでいるところ。つまり今後は関西から直接世界に行く時代なので、やっぱり生んでいるところが強いと思うんです。

奥野 今はインターネット、あるいはデジタル技術で直接世界に発信しますからね。

クールジャパンについて語ってきたんですが、特にアニメ、マンガ、アイドルは、近未来の日本の産業・文化として世界に発信される可能性が大きい。それを現実化するには、大人の理解、政府・行政・企業の既成概念と制度の改革、そして若者への新しい教育が必要です。外国に倣うのではなく、日本文化のなかにこそ「クール」の根がある。日本文化の再認識が大切であり、関西はそのための大きなポテンシャルを持っているということですね。日本はものづくり大国として国際的地位を築いたが、今やコンテンツ、つまり「もの語りづくり」で世界に評価されている。従来の「ものづくり」に「もの語りづくり」を加え、他のアジア諸国が真似のできない強みにしていく。それがクールジャパン、日本の針路だと思えます。本日はありがとうございました。■



関西フォーク
六〇年代後半から七〇年代初頭にかけて関西から生まれたフォークソング・ムーブメント。ザ・フォーク・クルセダーズ『帰ってきた酔っぱらい』などが先駆けとなる。

手塚治虫(1928～88)
漫画家・アニメーション作家。代表作に『鉄腕アトム』『火の鳥』『ブラック・ジャック』『ジャング大帝』など。

井原西鶴(1642～83)
江戸時代の浮世草子・人形浄瑠璃作者。代表作に『好色一代男』『日本永代蔵』『世間胸算用』など。

近松門左衛門
(1653～1725)
江戸時代の人形浄瑠璃・歌舞伎作者。代表作に『首根崎心中』『心中天網島』『冥途の飛脚』など。

蔦屋重三郎(1750～97)
江戸時代の版元。作家や絵師の才能を見抜く慧眼で、山東京伝らの黄表紙、洒落本、喜多川歌麿や東洲斎写楽の浮世絵などを世に出した。