

中村伊知哉氏 日本が世界に誇る ポップカルチャー

今、世界のテレビアニメの60%が日本製で、ゲームソフトは年間2億本以上が海外に出荷されている。今や日本のイメージはニートやトヨタでなく、ピカチュウやドラゴンボールに取って代わった。著者の中村氏は語る。本書は日本のポップカルチャー産業がどのような形相を呈しているかを分析し、その実像に迫っている。

——出版の経緯を教えてください。

4年前に、あるアメリカ人から日本のポップカルチャーのシンポジウムを開きたいので講師を紹介してくれと頼まれました。その頃、海外では既に日本のアニメやゲームが大変に注目されていました。しかし、日本では市場をきちんと調べている組織や人がいませんでした。そこで研究会を立ち上げ、その活動から得たデータやエピソードをまとめました。

——なぜ日本のアニメなどは質が高いと言われるのでしょうか。

ソース トピックのための情報源

いろいろな原因はあると思いますが、日本人は平均的に絵が上手いと思うんです。実はそれが隠れた競争力じゃないかと。私がアメリカにいたとき、道を教えるために地図を書いただけで驚かれたことがあります。「お前は絵が描けるんだ！」って(笑)。

——今後この分野を発展させるための課題は何ですか。

日本にはアメリカのような大手資本がないし、上手に海外に売るプロデューサーも少ない。それで有能なクリエイターが海外に流れているのは勿体ないと思います。あと、私達の身の回りには海外に知られていない面白いコンテンツ、例えばお笑いなどがまだたくさんあります。デジタル化が進み、アマチュアでも自由に作品をHP



Profile

●1961年静岡県生まれ。京都大学経済学部卒。大阪大学大学院博士課程単位取得退学。ロッキンボ「少年ナイフ」ディレクター、郵政省、MITメテオエアラボ客員教授を経て、現在スタンプナー日本センター/国際IT財団 研究所長

などで発表できるようにになりました。受け手はそれらを見極める審美眼を持ち、作り手をより鍛えていくことが大切です。

政府は2004年にコンテンツ促進法を成立させるなど、この分野を成長産業として重視しています。さらに産業としてだけでなく、海外の人々がこれまで以上に日本のコンテンツに触れ認めることで、日本に好意的なイメージが浸透文化交流や外交にも大きくプラスに生きてくると思います。



『日本のポップ文化』

中村伊知哉・小野打 恵／編著
1785円(税込のみ) 日本経済新聞社