



政策としてのクールジャパン

メディアデザイン研究科 教授

なかむらいちや
中村伊知哉

リオ五輪の閉会式では、ドラえもんやキティちゃんらに率いられ、安倍首相がスーパーマリオ姿で登場した。戦後、軍事大国を捨て、経済大国の道をたどったものの、失われた20年を経て、今や日本のイメージはそれらポップな文化となり、2020Tokyoはその路線で行くことを世界に宣言した。

アニメ、マンガ、ゲームの人気は定着した。世界各地で開催される日本好きオタクイベントの年間動員数は2000万人にのぼるといふ。そして最近では、コンテンツだけではなく、食やファッションなどモノづくりやサービスも海外から注目されている。

外国人が日本のクールなものを取り上げるNHK「cool Japan 発掘!」



「こいいニッポン」。12年目の長寿番組だが、ネタは尽きない。私が出演したテーマは、マンガ、アニメ、ゲーム、音楽、カラオケ、秋葉原、ファッション、フィギュアといった流行文化ばかりではない。麺、どんぶり、居酒屋、家庭料理といった「食」に加えて、友達、子育て、女子、恋人、礼儀、歳、出会い、宅配便、といったものもある。「クール」の幅は広い。

国内コンテンツ市場は12兆円だが、これを利用したキャラクター商品等のビジネスや、そこから派生するデザイン、建築、観光などの関連市場や波及効果を合わせれば100兆円以上の産業領域が広がる。

政府はクールジャパン政策と称し、文化産業の海外展開に熱心に取り組んでいる。かつて規制の対象でしかなかったポップカルチャーは今や国の宝なのだ。少子化で国内市場が縮小する中、世界市場に成長の活路を見出す尖兵として期待している。

私は内閣官房知的財産戦略本部の座

長やクールジャパン推進会議の「ポップカルチャー分科会」の議長としてその政策に携わり、政府の本気度の高まりを感じている。エンタテイメントの競争力を活かしつつ、ファッション、食、家電といった日本の強みを組み合わせる。コンテンツというポップな文化力と、テックなモノづくりの技術力をかけ合わせる戦略だ。

その力を強化するため、慶應義塾大学を軸に産官学連携の構想が進められている。東京都港区のベイエリア、竹芝地区にポップ×テックの集積拠点を創るC.i.P (Contents innovation Program)。国家戦略特区の認定を受け、研究・教育や起業支援を推進する場を50の企業・団体とともに整備している。開業は2020年。超人スポーツ、世界オタク研究所など魅力的なプロジェクトがその地で広がる計画だ。

2020Tokyoには世界の視線が集まる。ポップ×テックの文化産業力を発揮するチャンスだ。新拠点をショウケースとして活かし、発信したい。