

「クールジャパン」 Japan. Cool Japan.

text by 滋賀銀行 国際部 太田 憲嗣 (株国際協力銀行にて研修中)

「クールジャパン」—“カッコいい日本”として、日本がコンテンツや文化を海外へ発信・輸出を始めて10年以上が経過した。この間にアニメや漫画、ゲーム、ファッションといったポップカルチャーや和食文化、工芸品などが幅広く海外に発信され、「クールジャパン」現象が世界の各地で広がっている。海外の人たちを惹きつけるその魅力と効果を紹介する。



色彩豊かで見た目も美しい和食は海外でも人気

「クールジャパン」戦略

日本では1990年代ごろから文化面やソフト面の輸出に力を入れ始め、2010年6月には経済産業省製造産業局に「クール・ジャパン室」を開設。コンテンツや伝統文化を積極的に海外に売り込む「クールジャパン」戦略を策定し、文化産業の海外展開支援、輸出の拡大や人材育成、知的財産の保護などを官民一体で行っている。

その後押しもあって、民間企業が行った「アジア主要都市における日・韓・欧米コンテンツ普及度」調査(14年)では、「日本、韓国、欧米のコンテンツ

(アニメ・漫画、ドラマ、音楽など)のうち、どの国のものが好きか」との問いに対し、日本はアニメ・漫画の項目でアジア7都市から支持を受けた。今では、好きな日本アニメのキャラクターに扮装したコスプレイヤーを海外でも目にするほどで、日本コンテンツが人気を博していることが分かる。

世界に広がる「和食」

13年12月に「和食」がユネスコの無形文化遺産に登録され、日本食文化も世界から「クール(カッコいい)」と注目されている。13年には約5.5万店舗あった海外の日本食レストランも15年には約8.9万店舗と1.6倍も増加し

ている。また、15年開催のミラノ国際博覧会・日本館で「日本の食と食文化」が紹介されると、四季折々の農村風景や「いただきます」「もったいない」という日本人の「食」への感謝の精神、農林水産技術の体験型展示物を見ようと、連日多くの人々が訪れた。期間中の総来場者数は228万人と全館の総来場者数(2,150万人)の約1割も占め、海外の人たちの「和食」への関心の高さをうかがわせた。

「オタク文化」にみる日本人気質

では、海外の人々を惹きつける「クールジャパン」の魅力とは何か。その

答えは日本独自の文化と、そこに流れる精神性だといわれる。珍しさや目新しさといった外見上の理由もちろんあるが、一つのモノを洗練していく、他にないものを創り出していく、そんな日本人の内面性が付加価値となって、魅力の源泉になっている。

「匠の技」といわれるように、日本人は一つの技術を徹底的に磨き、物事や道を究めることを良しとするところがある。これは趣味の分野にも共通し、何かを好きになったら、その興味の対象について全部を知りたいし、全部を集めたいと願う。それに熱中する人を表す「オタク」という言葉も生まれ、世界に広がった。海外から見ると日本人はこのこだわりを持った「オタク気質」、つまり、物事を「究める」ことを尊重する精神を持っていると考えられている。

先日訪問した製造業社長の言葉からこの「オタク気質」を感じた。同社は長年タイでモノづくりに携わっているが、社長は「日本人は元来、モノづくりにこだわりを持ち、常に新しい付加価値を生むようにアイデアを出し合って、工夫・改善を行ってきた。ペル

トコンベヤー上の部品の置き方や伝票整理の仕方から作業工具の使い方、従業員の目標管理方法まで、あらゆる場面で工夫を重ね、手直してきた。この『カイゼン』の積み重ねが現在の日本製造業の礎であり、『カイゼン』を突き詰めていく気概を持つことで人も企業も成長する」と、分析。何かを究めようとする「オタク気質」なくしては、カイゼンすべきポイントを見出せず、単なる流れ作業になってしまうのだ。

「クールジャパン」が生み出す効果

「クールジャパン」現象をきっかけとして日本のモノや文化に接し、日本に関心を持つ外国人が若者を中心に増えている。彼らがSNS(ソーシャルネットワークサービス)などを通して日本のモノや文化を情報発信してくれれば、海外でも日本商品の購買につながる。さらに日本へ観光に来てくれれば日本の国内消費も増加する。情報発信はインバウンド(訪日外国人旅行)につながる。「クールジャパン」が生み出すホットな経済効果を期待したい。

ソムキット副首相の訪日

タイ軍事政権が昨年8月下旬に大規模な内閣改造を行った。上向かない国内景気にしびれを切らした形で、経済閣僚を一新。そのトップに、タクシン政権時代に「タクシノミクス」と呼ばれた経済政策を主導したソムキット氏(62歳)が就任した。副首相として、財務省、工業省、商務省などの経済関連省だけでなく外務省も統括する異例の抜擢だ。経済政策と外交政策がソムキット副首相を中心に展開されることになる。

タイは労働力コストの上昇により経済成長の「踊り場」にある。タイが持続的な経済成長を遂げるための柱が「産業高度化」だ。ソムキット副首相は就任後、矢継ぎ早に地方の内需活性化支援策や中小企業支援策を実施。地方の内需活性化の投資総額1,360億バーツ(約4,500億円)と大きな規模で、その効果により産業景況感指数は就任後約2カ月(10月末時点)で2.3ポイント改善した。また「クラスター政策」として、特定の産業に対して土地所有や税優遇を新たに付与する政策も打ち出し、産業集積の高度化を促進している。

副首相は最初の外遊先に日本を選び、11月25日~28日に3大臣およびタイ投資委員会(BOI)長官等を引き連れ訪日した。「産業高度化」のパートナーとして日本を最優先国と位置づけていることの表れだ。日本の製造業が得意とする高い技術への優遇は、進出する日系企業にとって追い風となる。

訪日での大きな動きは「南部経済回廊に関する日タイ鉄道協力覚書」の締結だ。南部経済回廊は、ホーチミン~プノンペン~バンコク、そしてミャンマーのダウエーへとつながる路線である。新興国のインフラ事業で日本と中国は激しい競争を繰り広げている。中国は、価格競争力と相手国の輸出品購入などで政府間交渉を優位に進めていた。しかし、この覚書により、今後タイは日本をパートナーとして計画を進めることになる。ソムキット氏の副首相就任は、日本の製造業そしてインフラ事業にとって絶好の機会であると期待したい。

【しがんアジア月報】12月号より
バンコク駐在員事務所長 河村 正弘

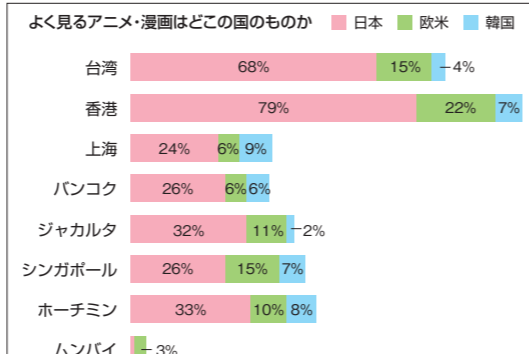


日系企業を前に講演するソムキット副首相(バンコク)



アニメや漫画、ゲームの専門店が立ち並ぶ街、秋葉原。「クールジャパン」の影響で世界から注目を集めている

アジア主要都市における日・韓・欧米コンテンツ普及度



出典：2014年博報堂Global HABIT調査(経産省資料より)(複数回答)