

Hello!



沖縄

政治 & 経済ラボ

沖縄発「クールジャパン」をつくらう

一般財団法人
沖縄公共政策研究所の
安里繁信さんが、沖縄の「今」を
わかりやすく解説。



Profile

安里 繁信 さん

一般財団法人沖縄公共政策研究所理
事長。シンパホールディングス株式会
社代表取締役会長、早稲田大学総合研
究機構公共政策研究所招聘研究員、公
共経営修士(Master of Public Man-
agement)。沖縄の明るい未来づく
りのため、日々研究、奮闘中。

日本の先を行く
世界の「文化外交」

この3月に開催された第6回沖縄国
際映画祭は、映像をとおして「地域の
交流と振興」の可能性を探り、地域や
ジャンルの垣根を越えて人と人の心が
結び合う文化イベントとして、国内外
メディアを通じて発信されました。

一方、「クールジャパン」を合言葉に、
日本政府・文化庁は日本文化の売り込
み作戦を様々に展開しています。例え
ば、諸外国で日本映画を積極的に上映
したり、国際共同映画制作の支援をし
たりと、日本の伝統やカルチャーをテ
ーマとした映画作品を世界に拡げよう
と活動しているようです。

しかし、今日のアジア地域で出回っ
ているコンテンツ産業の傾向は、イン
ドや中国語圏、韓国等の作品や、ハリ
ウッド発のアジア向け映画のどれをと
っても、売り込み先の伝統的な文化・
価値観と国民性に合わせた興業戦略が

展開されています。つまり、コンテン
ツを売り込む相手国民の「ハートとマ
インド」を掴み、意図する情報・価値観
を快く受け入れてもらうという狙いが
あります。これは「文化外交」という外
交政策の手法。コンテンツ販売の利益
という経済的なメリットだけでなく、
中長期的な視点に立ち、軍事力を使わ
ずに相手国の世論を味方に引き入れ、
国家同士の交渉を有利に運ぶ環境形成
をも意図しているのです。こう聞くと
少し怖い気もしませんか？

実際、先に挙げた国々では、映画制
作をはじめ、自国のエンターテインメ
ントを国家プロジェクトとして国際的
に展開しようと計画が進んでおり、相
手国へのプロモーションが組織的にパ
ックアップされているようです。この
流れでとらえると、日本の「文化外交
政策」は、戦略的にまだまだ手薄かも
知れません。しかし同時に、戦略次第
では日本の「文化外交力」が飛躍的に
向上する可能性もまた、確実に存在し
ているのではないのでしょうか。私達の
誇る日本文化は、アニメや映像コンテ
ンツに限らず、和食がユネスコの世界
文化遺産登録されるなど多くの事例が
ありますから。

ここ沖縄にも、アジア地域の地理的
特性に育まれた歴史や芸能文化、チャ
ンプルー文化を例に、沖縄の文化受容
の奥深さなど、沖縄発「クールジャパ
ン」の可能性がいくつも見つかります。

こうした可能性を一つひとつ発掘し、
ていねいに磨きあげれば、沖縄が「日
本の文化外交」の一つのジャンルとし
て、そのソフトパワーを発揮した日本
外交の拠点となることも夢ではないよ
うに思います。

今月の
業界
用語

クールジャパン

日本のゲーム・漫画・アニメや、J-POP・アイドルなどのポップカルチャーなど、世界的に評価されているコンテンツのこと。最近では、食材や伝統文化、芸術など広い範囲を指すようになってきました。日本のコンテンツを「クールジャパン」として海外に紹介し、日本の経済成長につなげる狙いがあります。第二次安倍内閣の成長戦略においても、「クールジャパンの推進」が掲げられ、アニメ産業や伝統文化などを海外に売り込む「クール・ジャパン戦略」として、官民一体となった取組みが行われています。