

1 ポップカルチャーの意味

マンガやアニメやビデオゲームといった日本のポップカルチャーが国際的な関心を呼んでいる。アジアでは、J-Pop やテレビドラマも人気が高い。戦前の軍事国家、戦後の産業国家のイメージは、90年代からの文化プレゼンスによって変貌し、ニッポンは「クール」な国だという認識さえ漂わせている。

そこでこの関連産業の成長に期待が寄せられている。しかし、コンテンツ市場がGDPに占める比重は、日本は世界平均より小さく、コンテンツ売上に占める海外の比重も低い。しかも、エンタテインメント産業はここ数年、縮小傾向にある。ハリウッドの本格的な取組や韓国のゲーム・アニメ強化政策による追い上げも激しい。

他方、ポップカルチャーの表現技法は、電子商取引、遠隔教育といったバーチャル空間の非エンタテインメント領域において生きる。ロボットや自動車など、リアルな商品の構想やデザインにも強い影響を与える。ソフトパワーの重要性が注目を集める中、外交、安全保障面での効果にも着目すべき。

2 産業特性とデジタル技術

日本のマンガ、アニメ、ゲームは、近代以降、欧米から技術が導入され、日本で独自の開花をみせた。ジャンルの多様性と細分化が極度に進んでいる。デジタル化を通じたメディアミックスも手伝って、産業分野としての融合も進んでいる。

産業構造としては、ベンチャー的な多数のクリエイター層と、寡占的な流通資本による少数プロデューサーが基本ユニットをなす。ツールのダウンサイジングで制作部門への参入は容易になったが、流通の硬直的構造、国際プロデューサーの不足などの問題を抱える。

デジタル技術の普及により、音楽における不正コピーの横行などの問題が露呈している。デジタル対応に起因する開発費の高騰（ハリウッド的な大作主義）や採算性の悪化も指摘される。

しかし、デジタル技術はインタラクティブ、CG、3Dなど新しい表現様式を生み出した。ウェブ、ケータイネット、着メロ、写真メールといった新しいジャンルを開拓している。特に、日本の若年層は、ケータイ文化や「2ちゃんねる」文化を築き、P2P型とも呼べる情報行動を形成している点に注目すべきである。

3 政策アプローチの転換

コンテンツに関する政策は、エンタテインメント産業支援と伝統芸術振興に重心が置かれている。だが、より効果的で長期的な取組として、

- ・エンタテインメントから非エンタテインメント、個人間コミュニケーションへ
- ・伝統芸術からポップカルチャーへ

政策の重心を移行させることが求められる。

特に、日本の表現技法は近世以前から庶民文化として連綿と培われてきたもの。年齢や性別を問わずポップな文化に入り浸る風土が発達の基盤をなしている。子どもの購買パワーが強いこと、大人の積極参加がみられること、コアなマニアである「オタク」層が重要な機能を果たしていること、性表現や暴力表現が氾濫していることなども特徴として挙げられる。

これら特徴が日本の強みを形成する反面、政策として支援しにくく、他国と共有することが難しい面でもある。各国の文化的な多元性の維持・発展を前提としながら、共有と協調のデジタル時代にふさわしいグローバルな政策を考えるべきである。

しかし日本には産業文化・社会・技術などにまたがるトータルなコンテンツ政策は構成されていない。RIETIは、Project-Pという研究プロジェクトを通じて、ポップカルチャーの観点から、この問題に取り組んでいく。