

「クールジャパン戦略」の 課題から見た ポストコロナの日本文化戦略

国際文化研究科 国際文化専攻
国際文化研究分野 博士前期課程
2024年3月修了

田上真帆

主査 酒井順一郎 副査 呉紅華 松原岳行

研究背景

「クールジャパン戦略」とは、「クールジャパン」という非常に曖昧な概念に定義付けを行ったうえで、2019年に内閣府知的財産戦略本部が打ち出した日本の文化戦略である。先行研究は、地域や業界を絞ってのクールジャパンにまつわる現象についての記述が主立っている。戦略の内容を明らかに、体系的に検証することは、特にCovid-19の世界的流行以後重要性が再確認されたコンテンツ産業、今後の日本の文化戦略のあり方、および国際社会における日本の立ち位置を考えていく上で意義がある。

研究目的

本研究は、内閣府知的財産戦略本部の「クールジャパン戦略」に着目し、その正体を明らかにすることを目的とする。まず定義や由来が曖昧な「クールジャパン」という語の再考察、および未だ開拓の余地がある国の文化戦略としての「クールジャパン戦略」の体系的な研究を確立すべく、その様相に迫る。さらに、2019年後半から世界的に流行したCovid-19による生活への影響を受け変容した生活、また流行以後、ポストコロナの社会における日本の文化戦略について考察する。

研究概要

先行研究で示された研究的視点、現在の日本の政治・経済やそれに伴う社会情勢を確認しながら、様々な角度からクールジャパン戦略について考察を重ねた。

端的ではあるが、以下に得られた結果を述べる。

<クールジャパンの成り立ち>

「クールジャパン」という語の定義を改めて確認、その由来を辿り、これまで先行研究等でこの語の出典とされていたDouglas McGray (2002) 「Japan's Gross National Cool」には登場しないことを明確にした。また、その文中で「ジャパニーズ・クール」という表現が使われていることに着目、その意味も、世界で日本文化が評価されている現象を指す言葉であること、「クールジャパン戦略」において再定義された「クールジャパン」とは異なり、単に日本の文化的な香りや雰囲気を目指す概念であったことを示した。

<「クールジャパン戦略」の概要と考察>

内容・構成に破綻の兆しがあることを示した。特に、失策や現在と異なる政権内閣が作成した事物については意図的に削除されているような箇所が見受けられた点などから、過去のクールジャパンにまつわると考えられる事象すべてを拾いきれていないことが明白となった。

また、内閣府知的財産戦略推進事務局長の発言を元に、内閣府知的財産戦略本部の方針として今後もクールジャパン戦略を推進していくことが示されていることを明確にした。

成果・まとめ

内閣府知的財産戦略本部の「クールジャパン戦略」は、これまでのクールジャパンにまつわる施策をまとめた「新たなクールジャパン戦略」である。しかし、これまで行われたクールジャパン関連施策をすべての事象を網羅しているわけではなく、各省に点在する資料を一括化できていない。連携の詳細、省ごとにいつ、誰が何を実施し、いくら予算を使い、またその結果どうなったのか。主導たる内閣府による現状把握、および国民に向けての開示を早急に求める。

「クールジャパン」は文化戦略の軸とされる以上、日本のソフトパワーにおいて重要な役割を担うことが示唆されており、存在意義が明確かつ発展性も見込める。その定義についての検証は都度なされるべきものである。



指導教員コメント

国家が推し進めた文化戦略の問題点を多くの資料から分析し、批判的に考察したことは大きな意味がある。そもそも文化というのは大衆のものであり、自由に創作されるべきものであり、これに対し経済的な視点を中心に語られるものではない。本研究は、この基本を再考させる革新的な研究である。

酒井順一郎