

5-6月の動き

日本のソフトパワー@スタンフォード
小泉構造改革は着実に進行中
中国経済・人民元、そして日中関係
日本ポップカルチャーブームの行方

日本のソフトパワー@スタンフォード

先日、カリフォルニアのスタンフォードに出向き、情報発信機構のソフトパワー・プロジェクトの参加メンバーである小林寛三氏(GLOCOMフェロー)と一緒に、日本のソフトパワーについて何人かの専門家にインタビューする機会を得た。まずスタンフォード大学のアジア太平洋研究所(APARC)の原田志保副所長を訪ねたが、そこでは日本研究者の減少傾向は続いているものの、寿司を始めとする日本の食文化は完全に海外で根付いており、また日本のポップカルチャーの人気も高まって、研究者の関心も出てきたとのことであった。

その後、シリコンバレーのビジネスマンで以前GLOCOMフォーラムにも参加された林幹雄氏のお話をうかがったが、日本人のベンチャーへの取り組みはまだ不十分だが、アニメや最近の映画などでの日本の海外市場への浸透度には見るべきものがあるとの指摘であった。

さらにスタンフォード大で日本企業などとの連携の窓口をされている金松洋子メディアXパートナーズ・プログラム・コーディネーターを訪問し、日本企業やサラリーマンの発想や日本社会の子供の育て方などに関する問題点をお聞きし、日本のポップカルチャーの人気を「ソフトパワー」に転換する難しさを改めて実感させられた。

ただし、ジョン・デボアGLOCOMリサーチ・アソシエイト(スタンフォード大学ポストドクトラル・フェロー)は彼の専門の切り口から、日本がイラクや中東地域で「ソフトパワー」として貢献しつつあり、今後ともその面で日本の役割りは大きいという期待を表明されたのが印象的であった。ジョン・デボア氏とのインタビューは以下を参照されたい。

http://www.glocom.org/special_topics/colloquium/20040524_deBoer_interview/

- 宮尾尊弘(情報発信機構長)



ジョン・デボア氏と宮尾機構長
(於:スタンフォード大学)

目次

5-6月の動き	1
日本のソフトパワー@スタンフォード	1
山澤国際大学学長、ビデオで持論を語る	1
小泉構造改革は着実に進行中	2
中国経済・人民元、そして日中関係	2
日本ポップカルチャーブームの行方	3

山澤国際大学学長、ビデオで持論を語る

東アジアの経済協力は、単に経済合理性や、欧州モデルを追従するのではなく、特に日本にとっては、失いつつある活力を維持するために、アジアからの刺激が必要である、という持論をはじめ、アジア経済の第一人者である山澤氏が、論文とはまた違った切り口で東アジアの経

済統合への展望を語っている。日本と中国の立場の違い、ASEANの機能などにも触れつつ、「背後からのリーダーシップ」と言われる日本の果たし得る役割にも言及している。

http://www.glocom.org/interviews/s_inter/index5.html#0521yamazawa

小泉構造改革は着実に進行中

経済財政政策に関し、民間有識者の意見を政策形成に反映させつつ、内閣総理大臣がそのリーダーシップを十分に発揮することを目的として、内閣府に設置された経済財政諮問会議、そこに実業界から関わっている二人のうち一人、牛尾治朗ウシオ電機会長が、小泉改革を大筋としては高く評価するコメントを寄せている。

牛尾氏によれば、小泉首相はこの二年間、わかりやすい言葉で構造改革の必要性と方向を明示し、実行して、ある程度の成功を収めているという。例えば、財政改革・構造改革を通じた経済活性化、日米同盟と国際協調を基本とした外交、安全保障政策などはうまく舵取りしている。しかし、長年のしきたりを急に変えることは困難で、その結果改革が遅すぎないように見える面もある。ただし、年金改革にみられるように、小さな効率の政府をつくり、民間主導で経済を活性化させるという路線のなか

で、社会保障だけは小さな政府にする方向性を小泉政権は示せていないと、牛尾氏は感じている。

長期的観点からも、例えば、雇用形態が多様化していることがあげられる。また、大学も変わりつつあり、国立大学の独立行政法人化は、日本の戦後教育におけるもっとも大きな変革といえる。

日本経済も着実に良くなってきており、国際競争力を取り戻しつつある。競争力のあるグローバルな企業が今後とも伸び続けていくが、そのとき必要なのは、法人税や所得税を減税して成長を加速させることである。一方、消費税率を引き上げて十分な税収を確保する。ただし、それは小泉首相が任期を満了し、小泉改革が完了するまで待ってからだろうと、牛尾氏は述べている。

http://www.glocom.org/opinions/essays/20040510_ushio_koizumi/



独立行政法人に

中国経済・人民元、そして日中関係

行天豊雄国際通貨研究所理事長が、中国経済の分析と人民元の見通しの上に、日本の採るべき施策提言を行っている。

この包括的な論文の中で、同氏はまず、中国経済の目覚ましい発展に注目し、その要因を列挙した上で、懸念にも触れている。今後、計画経済としての限界、とくに国有銀行の脆弱性や貧富の格差の拡大、急激な成長を支えるための原油をはじめとする資源の確保、そして、政治・社会的自由と経済発展の矛盾、例えば社会保障制度が不備な中で、大きな貧農層がそのまま巨大な失業者層に転じる懸念等、中期的な問題が指摘される。また、短期的には、経済バブルをいかにコントロールできるかが大きな課題である。

人民元については、短期的には輸出と外貨準備の急増、特に対米黒字の増加が問題となっ

ていること、中期的問題として、資源の非効率の配分を促す要因となっていることから、相場の調整は早晚必要になると指摘される。中国政府はこの問題に気付いているようであるが、好調な輸出を維持しつつ銀行の破綻を回避しなければならぬことから、相場の自由化等、伝統的な手段が必ずしも採用できないところが難しい。

最後に日中関係について、日本と中国は、世界的にも稀有な長い関係を有する二国であり、その間の様々ながらみを背負って居ることはやむを得ないが、だからこそ、改めて広い視野に立って対応する必要がある。日本としては、中国に対する偏見を解消し、相応の敬意と展望を持って接して行く必要がある、と行天氏は強く提言する。

http://www.glocom.org/opinions/essays/20040524_gyohten_chinese/



上海リニア空港連絡線

日本ポップカルチャーブームの行方

ラリー・クボタ (GLOCOMフェロー)

海外で日本のアニメ、ゲーム、映画、ポップミュージックなどが注目されていることはよく知られている。しかし、これが一時のブームなのか、それとも今後とも長続きするものなのかについては議論が分かれるところである。これについて私の意見を述べてみたい。



一世紀前にも日本文化に注目

歴史を振り返ると、この問題についてのヒントが得られるかもしれない。それは100年以上前にパリで創設された Jingle Society と呼ばれるグループの活動についてである。このグループは19世紀後半に起こり20世紀初頭まで続いたジャパニズムへの興味を高めることに貢献した。この日本文化への関心は、印象派の運動や新しい芸術活動、近代米文学、20世紀の近代建築などさまざまな分野に大きな影響を及ぼしたといえる。

このように日本文化への強い関心は西欧文明に多大な影響を与えたが、はたしてそれは日本にも何か利益をもたらしたであろうか。その答えは「否」、あるいは少なくとも西欧社会への効果ほどは日本に利益をもたらさなかったといわざるをえない。つまり、この日本文化ブームはかなりの期間続き、おそらく40年も50年も続いたであろうが、日本ではそのような海外での関心や人気を取り込んで自らを利するという態勢ができていなかった。他方、西欧の貿易商、デザイナー、建築家、絵画商、画家、作家などはこの極東で発見した文化から多大の利益を手にしたのである。



ハリウッド - 日本のプレゼンスは？

当時の状況を100年後の今日と比べてみると、再び日本の文化 といっても今度は現代のポップカルチャーやファッションへの興味や関心が高まっている。は

たしてこれがいつまで持続するかは、日本がそれをどれだけ続けて更新していけるかにかかっている。さらに以上で指摘した歴史から学ぶものがあるとすれば、日本はその文化のコンテンツを西欧人による再解釈ではなく、直接に国際市場で理解されるような形で製品化しプログラム化するためのよりよい方法を必要としているということである。日本の製造業の製品についてはそのようなことはあまり要求されないが、コンテンツ・プログラムについては英語に訳してより多くの人々に届けるようにしなければならない。

しかし現実には、日本人だけの組織では英語の問題があり、海外でどのような日本文化が受け入れられるかについての感触が得られにくい。しかも既存の日本の組織はコンテンツを海外に輸出したり、海外から投資家を募ったりする必要性をあまり感じておらず、積極的に英語でコンテンツを作成したり、日本語のコンテンツを英語に翻訳したりする意欲に欠けているといわざるをえない。したがって、私の考えでは、日本人と外国人の混成チームがそれを行なうのにもっとも適していると思う。

いずれにしても、今日本政府が知的財産戦略本部で「コンテンツビジネス振興政策」を検討しているが、その3つの柱として、(1)コンテンツ産業の近代化・合理化、(2)コンテンツ分野の社会的・経済的評価、(3)国内外の市場へのビジネス展開が挙げられている。これらはいずれも大切であり、相互に関連しているが、そのうち特に海外市場へのマーケティングは長期的にコンテンツ産業が日本の戦略産業に育つかどうかを決定づけるカギとなるであろう。



月報・日本から発信！

月 1 回月末発行
発行人・宮尾尊弘
編集人・浦部仁志

国際大学グローバル・コミュニケーション・センター
106-0032 東京都港区六本木 6-15-21 ハークス六本木ビル2F
TEL: 03-5411-6714 / FAX: 03-5412-7111

ウェブサイトにもぜひ
<http://www.glocom.org>

山澤国際大学学長のインタビュービデオを最初のページでご照会しましたが、情報発信では、従来から、各界の方々に、英語でインタビューを行い、ウェブサイト上からご覧いただけるように掲載しています。このシリーズも二十回あまりを数え、このたび、シリーズ全体についての、いわばプロモーションビデオを作成しました。これまでのインタビューでの場面を織り込みながら、情報発信の活動の一つを効果的に紹介しています。一分あまりの短いものですので、まずは下記のサイトからご覧下さい。そして、改めて興味を持たれた個々のインタビューを視聴いただければと存じます。

今後も、様々な方々のインタビューを掲載して行く予定です。ご期待下さい。

http://www.glocom.org/interviews/s_inter/index6.html#0521glocom

後記

情報発信機構の母体とも言うべき国際大学の山澤逸平学長には、昨年の就任以来、情報発信の意義を高く評価され、これまでもご指導ご支援を多々頂いているが、五月は特に、第一頁でご照会したビデオ出演、それに続く情報発信セミナーでの講演を頂き、さらにその趣旨をまとめた論文「東アジア共同体と日本の戦略」をサイトに掲載した。

折りしも、欧州ではEUが25カ国に拡大し、アジアの経済協調・統合が喧伝されて居り、そして一方では日中両国の関係とそれぞれのアジアへの関わり方が議論される中、東アジアで唯一成熟してしまった日本経済が今後も

繁栄を維持することが可能であるのか、という日本人としての危機意識を携えつつ、これまで多くの学術的・学際的・そして準実務的な経験を豊富に踏まえて来られた山澤学長の提言は、より一層アジアの一員としての立場を自覚して行く必要がある日本の進路に対する、貴重な示唆を与える。

学長の論旨の全貌を理解するのはもとより容易なことではないが、今般、情報発信ウェブサイトに掲載された論文、さらにそれを噛み砕いた形で提示したビデオが、何れも英語で発信されたことは、そのエッセンスを理解して貰うための一助となったと自負するところである。

GLOCOM情報発信機構

親委員会メンバー
公文 俊平（委員長）
青木 昌彦
猪口 孝
牛尾 治朗
行天 豊雄
小林 陽太郎

親委員会特別顧問
中山 素平

運営委員会
宮尾 尊弘（委員長）
佐治 俊彦
中馬 清福
勝又 美智雄