

J-POPをどうやって輸出しよう？

弁護士知財ネット
ジャパンコンテンツ調査研究チーム
(東京弁護士会所属)
弁護士 小倉 秀夫

1 ポップ・カルチャーは一日にしてならず。

質の高いポップ・カルチャーを生み出すためには、自由な若者文化の積み重ねと国内における重厚なポップ・カルチャー消費層が必要です。これらを欠く社会では、少数の超天才がクローズアップされることはあっても、その先が続きません。この点に関し、日本は、アジア諸国において、明らかに一歩も二歩も先に行っています。したがって、中国を初めとする新興国が工業分野で日本を追い越したところで、ポップ・カルチャーにおける日本の優位性はしばらくは続きそうです。

それどころか、日本のポップ・カルチャーは、欧州諸国よりも先を行っている面すらあります。日本の場合、

- ① 宗教的なタブーが極めて弱いこと、
- ② 「言葉の壁」のおかげで、ポップ・カルチャー消費の大部分を英米系のエンタメ産業に奪われる事態が生じていないこと、
- ③ 低廉な漫画週刊誌やレンタルCD等、購買力が低い若年層でもポップ・カルチャーに触れる機会が豊富に用意されていること、
- ④ ポップ・カルチャーを享受するために相応の支出を厭わない人々の人口規模が比較的大きいこと、

など、ポップ・カルチャーが栄える要因があふれています。

なので、この日本のポップ・カルチャーを世界に「輸出」し、外貨を稼いでいこうという「クール・ジャパン」戦略の方向性自体は、間違っていない。

ポップ・カルチャーの音楽領域、すなわちJ-POPに目を向けたときにも、上記日本の優位性は動きません。とりわけ、世界で唯一と行ってもよい合法的なレンタルCDの存在及び世界でも最高クラスの中古レコード・CD市場の存在は、青春時代に多様な音楽を浴びるように聞くことを可能とし、それが1つは過去の文化的資産を継承して新たな作品を生み出すクリエイターを産む土壌となってきたこと、1つは様々なジャンルのファンが開拓され、彼らが大人になって購買力を付けた時に様々なジャンルのアーティストを経済的に支えることになったことなどが、J-POPの優位性を支えています（このことは、K-POPのスターたちと対比してみるとわかりやすいと思います。K-POPは、容姿端麗な若い男女を鍛えこんで、レベルの高い歌と踊りを披露します。それはそれでエンターテインメントとしてはありなのですが、他方で、「作られた感」が多分に漂ってしまいます。Akadong Musician（学童ミュージシャン）のようにその域を超えたアーティストも出てきてはいますが、まだメインストリームではないように思います。これに対し、