

これからの文化庁と 文化芸術コンテンツの海外展開

文化庁長官

都倉俊一
とくくら しゅんいち



文化庁におけるこれまでの取り組み

2021年4月に文化庁長官に就任し、この4月に2期目を迎えた。2023年3月には、文化庁の京都移転に伴い京都庁舎での勤務を開始。この2年間は、コロナ禍で危機にひんする文化芸術の立て直しに奔走してきたが、その中で逆に、文化芸術の力——人々の魂に潤いをもたらす魅力——を再認識したと感している。文化芸術に携わる人々の生活を守るために、着任まもなく、これまでの文化庁予算を考えると前例がないほどの金額を補正予算で獲得して支援を行った。しかし、文化芸術に携わる人々にとって本当に必要なのは、対症的な生活費支援ではなく、彼らが表現し、作品を発表する場の確保である。

文化庁は1968年の創設以来、長い歴史を紡ぐ我が国の文化・芸術を再興し、それらを修復・保存してきた。最近では、2017年に内閣官房・文化庁において「文化経済戦略」を策定、政府として「文化と経済の好循環」の実現を目指すことを宣言する等、我が国経済における文化芸術の重要性は日に日に高まっている。

この「文化と経済の好循環」を進めるため、先の言葉に言い換えれば「文化芸術関係者が表現し、その作品を発表する場を拡大するため」の取り組みとして私が着任以来進

めているのが、CBX (Cultural Business Transformation) : 日本の文化芸術の国際発信強化とグローバル展開を、ビジネスの考え方を取り入れつつ効果的・戦略的に進める取り組み)である。

2022年夏には、この取り組みの一環として、千葉で3年ぶりに開催されたロックフェスティバル「Summer Sonic」において現代アートを展示する企画を実施、音楽と現代アートという他分野との連携・融合を通して、コロナ禍で弱体化を余儀なくされた「表現の場」の回復に新たな視点から取り組んだ。また、2025年の大阪・関西万博に向けて我が国の文化芸術の魅力をPRする「日本博

2・0」を開始、国際的なアートフェアの誘致に向けた機運醸成にも取り組み等、多角的な取り組みを進めている。

さらに、物理的な場にとられないコンテンツの海外展開の一施策として、我が国の活字文化の発信も進めている。文学作品や漫画等の活字コンテンツは、他のコンテンツの根幹となる「ストーリー」の源泉であり、海外に展開されるべき潜在的な文化資源として蓄積されてきている。文化庁は、文学作品等を海外に発信していくうえで重要となる海外の翻訳家の発掘・育成と、出版社等による海外展開の支援を行っているところだが、今後はこれを、我が国が強い競争力を有する漫画にも拡大していくべきと考えている。

インバウンド、グローバル展開の今後

こうした取り組みの加速に加え、表現の場の確保・拡大を考える時に我が国が今後持たなければならないのが、「インバウンド」と「グローバル展開」の二つの視点である。

一つ目のインバウンドに関して言えば、コロナ禍からのV字回復を果たしているインバウンド需要をどう取り込み、文化芸術の成長のレバレッジとするか。以前から各所で話していることではあるが、日本は欧米諸国に比

べるといわれるナイトタイムエコノミーが弱く、その機会損失は1兆円以上になるといわれている。この問題の解決に向け、文化庁はまず、美術館の夜間開館や文化財のユニークな活用等、取り組みを進めていく。この点に関しては、例えば観光や地域創生等、他分野との連携も非常に重要な要素であり、文化行政を一層推し進めるべく、リーダーシップをとっていく必要があると考えている。

二つ目の「グローバル展開」については、我が国が持つパワフルなコンテンツを国として戦略的・計画的に発信する仕組みづくりを進めることが重要である。我が国のキャラクターIP（知的財産）は非常に強力であり、ある調査によると世界の人気IPの第1位は「ポケットモンスター」、第2位が「ハローキティ」、第6位が「アンパンマン」だと聞く。最近では、映画『すずめの戸締まり』や『THE FIRST SLAM DUNK』『ザ・スーパーマリオオブラザーズ・ムービー』等のグローバルヒットも記憶に新しい。この分野については、ぜひ業界内各社の取り組みを集約し、産業構造的な課題解決を行うなどして企業・業界における取り組みを進めていただくとともに、文化庁としては、政府が持つリソースを最大限活用し、ロードマップ等を策定してグローバル展開を効果的に進めるための組織・人材

の育成を行うことが必要であると考えている。

文化芸術の基幹産業化へ

さらにいえば、こうした取り組みを通して文化芸術の力で東南アジア諸国連合（ASEAN）、ひいては環太平洋の国々を惹きつけ、この地域の文化芸術をリードしていく姿が、これからの我が国のあるべき姿ではないだろうか。私が日頃アジアの国々の関係者と交流する中で感じるのは、日本に対する憧れや畏敬の念を抱いてくれる人がまだまだ多いということである。これはもちろん、長く我が国の産業をリードしてきた製造業等の影響も大きいですが、それに加え、我が国が長い年月をかけて培ってきた唯一無二の伝統文化や、それを背景に多様なクリエイターが生み出してきた漫画・アニメ・ゲーム・映画・音楽等の豊富なクリエイティブの力があることは言うまでもない。

今後、インバウンドの受け皿として国内での「表現の場」が確保され、グローバル発信によって世界にそれが広がることにより、我が国の文化芸術に経済的な成長のみならず質的・量的な深化・発展がもたらされると考える。コロナ禍からの回復期の今こそ、文化庁は「文化芸術の基幹産業化」に向けて気概を持って政策を進めていかなければならない。