

高橋 衛（たかはし・まもる）先生

株式会社三菱総合研究所
戦略コンサルティング本部 主席研究員

【略歴】

神奈川県出身。1958年生まれ、55歳。

1981年に早稲田大学政治経済学部卒業、

日本ビクター（現：JVC ケンウッド）を経て、

1989年に株式会社 三菱総合研究所に入社。

現在、戦略コンサルティング本部・主席研究員。

職場では流通、マーケティングなどの調査・コンサルティング業務に従事しているが、専門分野の一つに「音楽産業」があり、ICタグをCD/DVDに貼り付ける実験や、日本の音楽産業の欧州進出調査などを担当。テレビニュースで音楽産業（AKB、嵐・・・）にコメントをつけることもあり、「趣味で仕事をしている」と社内でもからかわれている。



《講義概要》

株式会社三菱総合研究所戦略コンサルティング本部主席研究員として流通やマーケティングなどの調査・コンサルティング業務に携わり、日本の音楽産業の欧州進出調査なども担当している高橋衛氏が、コンテンツ産業の海外展開について講義を行った。

講義ではまず、海外で展開されている見本市を通して見える日本のコンテンツ人気の実態や急速にコンテンツ輸出で躍進する韓国の動向を紹介。また、音楽業界が政府の「クールジャパン」に注目し、海外マーケットの開拓に力を入れている背景について説明し、若年層の減少や国内需要の飽和状態等の問題を指摘した。さらに、他産業に対する政府支援「國酒プロジェクト」について紹介し、音楽産業が海外進出する際のビジネス戦略のヒントを示した。

続いて、海外にみるジャパン・コンテンツの進出状況について、フランスやイギリス、ドイツ、北欧諸国を例に現地調査の写真を多数提示しながら詳しく説明し、音楽コンテンツを更に海外へ浸透させるための課題を示した。また、日本のコンテンツの輸出を促進する政策の一つであるローカライズ&プロモーション支援について紹介し、政府がこれまで以上に力を入れて日本ブームを生み出そうとしている現状を伝えた。最後には、日本の音楽産業の可能性と課題について言及し、英米が主流の音楽業界において、どのように日本の音楽を広めていくべきなのか、今後の海外展開のあり方について学生に考えるきっかけを与えた。

《受講生の感想》

●日本でのコンテンツ産業が伸び悩むなかで、いかにして日本のブランドを海外に発信していくかが今後の大きな課題であると感じた。その際には国による支援は欠かすことができず、官民一体となって、プロモートしていかなければならないと思う。日本の得意分野であるマンガ、アニメコンテンツを主軸として、それに付随させていく形で、音楽コンテンツなどを海外に浸透させていくことが必要なのではないかと感じた。

立命館大学・法学部・3 年生

●フランスでの Japan Expo、イギリスでの Hyper Japan が開催され、海外からの日本への注目度が高まっていると知った。最近政府からコンテンツのローカライズとプロモーションへの支援金制度ができたこと知り、日本のコンテンツの海外展開の積極的な動きも見られる。可能性と課題をクリアして、海外における日本コンテンツの確固たる地位を固めていくことが必要だと分かった。

立命館大学・産業社会学部・2 年生

●日本の様々な産業が海外へ展開されている現状や内容など細かい部分まで学ぶことができました。日本のアーティストやアニメなどが海外で人気なのは知っていましたが、各国への進出状況を学べて勉強になりました。また、政府による産業支援など様々な PR 活動があるという事を初めて知って、今後の課題も見えてきて、とても勉強になりました。

立命館大学・産業社会学部・2 年生

●海外にみるジャパン・コンテンツの進出状況を分かりやすく話していただけて勉強になりました。フランスは日本のポップカルチャーを受け入れている国というのはよく聞いていましたが、その他の国の状況について実際に現地取材された感想や印象はとても興味深かったです。日本のコンテンツは良くも悪くも国内メインの流通が主流であり、それで成り立ってしまっているの、本当に本気で海外進出するつもりなら、考え方を考える必要があると感じました。

立命館大学・映像学部・5 年生

●クールジャパンに代表されるアニメや漫画、音楽などの輸出だけでなく日本酒なども国が力を入れて輸出しているという内容は大変興味深かったです。日本の文化や飲食物は海外でも人気が高く、これからもこれらの輸出による経済発展を望むことができると思います。日本文化が海外から好かれていることを武器に政府の支援とともにどんどん進出をしていくべきだと思います。

立命館大学・産業社会学部・3 年生

●コンテンツ産業を海外展開していく上で重要なのは、政府がきちんと政策として盛り込み、海外に売り込んでいくということだと思います。日本のコンテンツは質の高いものだと思うし、世界に売り込む価値のあるものだと思います。また、政府による「國酒のプロジェクト」はとても興味深かったです。

立命館大学・産業社会学部・4 年生

