

第2回沖縄感性・文化産業研究会議事録

日 時	平成 22 年 11 月 2 日（火）14:00～17:00
場 所	内閣府沖縄総合事務局 10 階会議室
出席者	<p>座 長 富川 盛武（沖縄国際大学 学長）（敬称略）</p> <p>委 員 大城 玲子（沖縄県観光商工部 新産業振興課長）〈代理〉</p> <p>〃 久万田 晋（沖縄県立芸術大学付属研究所 教授）</p> <p>〃 真栄城香代子（沖縄県文化環境部 文化生活統括監）〈代理〉</p> <p>〃 仲川 和宏（株式会社よしもとラフ&ピース 代表取締役社長）</p> <p>〃 長嶺 栄子（株式会社かりゆしエンターテイメント 代表取締役社長）</p> <p>〃 ミゲール・ダルーズ（株式会社沖縄メディア企画 経営企画部長）</p> <p>プレゼンター 生越 由美（東京理科大学専門職大学院 教授）</p> <p>島中 敏成（株式会社マブヤー企画 代表取締役）</p> <p>高宮城 繁（沖縄伝統空手道振興会 理事長）</p> <p>オブザーバー 勝山 潔（内閣府沖縄総合事務局 運輸部長）</p> <p>山内 徹（内閣府沖縄総合事務局 経済産業部長）</p> <p>事務局 広瀬 行久（内閣府沖縄総合事務局 運輸部企画室長）</p> <p>〃 野原 広邦（内閣府沖縄総合事務局 運輸部企画室 観光振興官）</p> <p>〃 濱田 直春（内閣府沖縄総合事務局 経済産業部 政策課長）</p> <p>〃 仲宗根君枝（内閣府沖縄総合事務局 経済産業部 商務通商課長）</p> <p>〃 小渡 勲（内閣府沖縄総合事務局 経済産業部 商務通商課 課長補佐）</p> <p>〃 山口 一（内閣府沖縄総合事務局 経済産業部 商務通商課 商務係長）</p> <p>〃 森田 綾乃（内閣府沖縄総合事務局 経済産業部 商務通商課 通商第一係）</p> <p>〃 屋良 直樹（株式会社開発計画研究所 研究員）</p> <p>〃 石井 宏和（株式会社開発計画研究所 研究員）</p>
配布資料	<p>[資料1] 第1回沖縄感性・文化産業研究会における論点</p> <p>[資料2] 知的財産を活用した文化産業の振興方策</p> <p>[資料3] マブヤー成功方程式と地域との連携</p> <p>[資料4] 沖縄の空手の国際化への道</p> <p>[資料5] ケーススタディ - 沖縄空手 -</p> <p>[資料6] 沖縄感性・文化産業研究会報告書骨子（案）</p> <p>[参考資料1] 第1回沖縄感性・文化産業研究会議事録</p> <p>[参考資料2] 沖縄伝統空手道振興会及び4団体</p>

1. 開 会 (略)

2. あいさつ (略)

3. 議 事

(1) 第1回沖縄感性・文化産業研究会における論点 (事務局より資料1に基づき説明)

(2) 知的財産を活用した文化産業の振興方策 (生越氏よりプレゼンテーション)

今回お話をさせていただくのは3点ある。①知財 (知的財産) 政策を国はどのように進めているか、②私の研究テーマでもある文化産業について成功事例・失敗事例を踏まえながらのご紹介、③文化産業育成の戦略を簡単に述べる。

まず、知財政策について。我が国の国際競争力は2002年に27位に落ちたことを契機に、当時の小泉政権は、国際競争力を上げるために、大量生産・大量消費に適合していた国から、創作物やイノベーションを大切にす国へと国の形を変える大幅な政策が取られることとなった。具体的には、知的財産専門の裁判所をつくり、明治以来初の裁判所改革を行ったことなどが挙げられる。推進体制としては、内閣に知的財産戦略本部が立てられ、毎年、知的財産推進計画が発表されている。

今年の「知的財産推進計画 2010」においては、目的として、「知を使う知」の競争が激化する中、日本が強みを持つ分野の技術力や「クールジャパン」として世界から評価される文化力について、潜在力を発揮させ、国際競争力を強化する、としており、重点戦略が3本立てられている。そのうちの一つの「戦略2：コンテンツ強化を核とした成長戦略の推進」では、コンテンツを核とした海外収入を約1.2兆円から約2.6兆円へと約2倍に増加させることや、海外からのコンテンツ関連の留学生数を約3,000人から1万人へと約3倍に増加させること、デジタル・ネットコンテンツビジネスの市場規模を約1.4兆円から約7兆円の約5倍に増加させるといった目標を立てている。具体的には、「製作・発表の機会の創出」、「海外に通用する人材の育成」、「クリエイターの裾野拡大、ユーザによる創造活動の促進」が挙げられている。ポイントは、こういった政策に国から金が出ていても、民間からは分かりにくい点が多いということである。最近では、国と県とのコラボレーションが進められているケースがあり、政策のワンストップ・サービス化が推進され、より使い勝手を良くしようと努力されているところである。

続いて、文化産業について。過去から遡ると、農業社会から、蒸気機関車や印刷技術の開発により工業社会へと移っていったことで大量生産・大量消費の時代へと突入していき、現在は、知識社会へと変化していったと言える。国連のデータからもGDP比率において第三次産業の比率が高くなっていることから説明できる。この第三次産業というのは、観光やエンターテインメントといった、まさに沖縄が今強化を進めていこうとしている部分である。観光は観光の分野だけのものではなく、製造業などにも大きく関連してくる。例えば、フランスで話題になったのは、ルイヴィトン本店の工事現場である。工事中の本店の側面に、巨大なルイヴィトンのトランクを模した目隠しを取り付け、話題を呼んだ事

例である。この目隠しも時々デザインを変えるなどの工夫がなされていた。一方、第二次産業についてみると、日本とドイツは **GDP** が下げ止まっている。やはり、日本の「メイド・イン・ジャパン」は強力な武器であり、沖縄においても、これをどう活かすかという点についてはポイントとなるだろう。また、農業や水産業はどうかというと第一次産業の **GDP** はイタリア、フランス、カナダが下げ止まっている。イタリアのパルマハムや、フランスのボルドーワイン、カナダのカナダ・ポークなど、世界が認めるブランドを確保している国々である。日本は現在のところ、まだ農業や水産業において世界的なブランド確保ができていない。農業はまだまだチャンスがある分野でもある。特に沖縄においては、健康的な食糧が豊富な地域であるから、検討すべき点であると考ええる。

ここで、知識社会の中心価値である豊かな時間を実現するための文化資本について紹介すると、美術品や歴史的建造物などの歴史資源、地域の農林水産品や伝統工芸品、自然などの地域資源、音楽や小説、伝統芸能などのコンテンツ資源の3つが挙げられる。さらに、こうした資源に付加価値を与える源泉は「技術」と「文化」であり、この付加価値とは知的財産であり、守るべき重要なものである。

知的財産を活用した成功事例をご紹介します。水木しげる氏の人気漫画「ゲゲゲの鬼太郎」でまちおこしを進めた鳥取県境港市。この境港市に建設された水木しげる記念館は現在1時間半待ちになるほどの盛況ぶりである。鳥取県のアンテナショップのオープンイベントにゲゲゲの鬼太郎の着ぐるみが登場するなど、地域おこしに効果的に活用されている。水木しげる氏は、本市と東京都調布市には、著作権などについて、フレンドリーな契約を結んでおり、それも強みとなっている。

また、デザインの例では、米国・メジャーリーグに在籍した井口選手のアドバイスでアシックスが製作した手の甲部分に歌舞伎の隈取を配置したバッティング用手袋がある。アシックスでは他にも、欧州市場からの要望に応じて、金襴緞子の着物生地で作ったシューズなどもある。クリスチャン・ディオールは、富嶽三十六景を大胆に配置したドレスを発表し、エルメスやルイヴィトンのデザイナーは日本の半年単位で研修に来ているなど、日本のデザインが、欧米から見たときにはまた違った感覚や価値観で映る例がある。日本の伝統的なデザインには素晴らしいものが埋まっているということであろう。日本国内でも、そうした動きはあり、日本人デザイナーが、菊柄に目を付けてさまざまな物を製作し、模倣されないように商標登録を行った事例もある。他にも、彦根市では、国宝「紙本金地著色風俗図」の商標登録を行い、商標使用に関する条例も制定している。

このように商標登録や著作権などの知的財産権は、無体物を誰が使用できるかをコントロールする権利であり、単なる排他的独占権ではない。この性質を理解して、上手に利用していく必要がある。

これら成功事例とは反対にやや失敗事例もある。例えば、最近で話題になったものでは、彦根市のキャラクター「ひこにゃん」は、デザイナーとの裁判になってしまった。彦根市がキャラクターの性格を後付したことがデザイナーの逆鱗に触れてしまったというものである。当初の契約が非常に重要であることを知らしめる事例となっている。他に、農産物での事例では、山形名産のさくらんぼ「紅秀峰」の苗をオーストラリアへ不法に持ち出さ

れてしまった事例や、江戸時代には特定階層向けに献上品として利用されていた「下仁田ねぎ」の歴史的ストーリーを上手く活かさきれていないという事例などもある。海外の例では、イブ・サン＝ローランが香水に「シャンペン」という名前を付けたら、シャンパーニュ地方でつくられるスパークリングワインの知名度を利用したものだということで訴えられたという事例もある。この事例からも分かります、「地名は財産である」という認識を理解しておく必要がある。これと同様な事例では、中国の企業が「青森」を商標登録しようとして、それは何とか阻止したが、「青森（チンミャオ）」という酷似した名前で登録されかけている事例もある。沖縄の地名についても同様に注意しておかなければならない。また、ブランドの管理システムの重要性を知らしめる事例としては、名古屋コーチンの事例がある。管理体制が甘かったために2割が偽物だと新聞報道がされた事例もある。また、良いモノは模倣されるという事例としては、A乳業から「おいしい牛乳」が販売され話題となった後、B乳業からも「おいしい牛乳」が販売されたという事例である。これは新商品発売の3年以内に似たような商品が販売された場合には、その権利が主張でき、不正競争防止法に触れるだろうと考えていたが、実際には全国各地から「おいしい牛乳」が多数販売されていたというオチもある。自分の商品を守る難しさを示した事例である。ウルトラマンの円谷プロダクションの事例もある。

最後に、文化産業育成の戦略について。地域の固有性が非常に重要になってくる。地域にしか存在しないもの、地域に行かなければ味わえないもの、地域でしか作れないものといった付加価値が生き残りの要となる。沖縄でも地域の食文化や、今回の議論のテーマでもある沖縄空手、マブヤーなどどのように守っていくかは重要な視点となる。

また、世界競争の生き残りのキーワードとしては、「デジタルコンテンツの活用」が挙げられる。例えば、ソニーと松竹のコラボレーションによる事例で、高性能カメラで撮影した歌舞伎をスクリーンで上映する試みがあった。世界で歌舞伎の公演を行う場合には、数億円が必要となるが、デジタルコンテンツを活用することで安価に、そして国内外に広く発信することができるというメリットを発揮できる。また、簡単に字幕を加えられることも大きなメリットである。

様々な事例を交えてご紹介をしたが、全体的に訴えたいこととしては、沖縄の感性・文化産業の創造していく際には、合わせて、知的財産権を守りながら、収益を確保していくことの視点も欠かさないようにするべきである、ということである。

(3) マブヤー成功方程式と地域との連携（畠中氏よりプレゼンテーション）

2008年に多くの方々の多大なるご協力を頂き、琉神マブヤーが沖縄に誕生し、多くの県民に支持され、2010年には、3作目にあたる琉神マブヤー2をRBCより10月より1クール放映している。

弊社の企画としては、当初より沖縄発のキャラクターとして県外・海外に向けた展開を目指している。そのためには、弊社のような零細企業はそのスケールと体力を考えた場合、幾つかのステップを踏まえ段階的な目標を設定して、その時々の問題をクリアしていく事が必要とされる。現状での琉神マブヤーの成功もスタート時点では、一つの企画に多くの

企業の参加協力を頂き、マスメディアを巻き込みながら多くのサプライズを重層的に仕込み、そして県内にポイントを絞り込み継続させていくという部分であったと考えている。

現段階において、想定されるクリアすべき問題点（ポイント）としては、①多くの企業を一つの企画に多く参加して頂くための仕組み作り、②メディアミックスを仕掛けるためのコストパフォーマンスとスポンサー契約、③重層的なサプライズの演出、④企画を継続させていくための維持経費の手当などであり、さらに、県外・海外に進むとなると、さらに多くのクリアすべき問題点がある。それは、①コンプライアンス及び知的所有権をいかにどの段階まで守っていくのか？②大手の企業様と企画を進める上での先行投資の資金手当、③提携企業様及び進出エリアの選定、④沖縄発のキャラクターのステータスと世界観の維持などが挙げられる。今回は、この中でも2つのテーマに沿って話を進めていきたいと思っている。

一つ目には、琉神マブヤーのビジネスモデルとそこでの商標戦略について。これまで沖縄というエリアの中で、コンテンツやキャラクタービジネスと呼べるものは、ライセンスとしては存在しても、ライセンサーとしてのビジネスは残念ながら存在していなかったと思う。従って多くの内地におけるビジネスパターンをモデルに沖縄のライセンスビジネスを考える必要があると考えている。まずは沖縄というエリアにおけるスケールとコストパフォーマンスである。勿論コンプライアンスや商標登録は完全を目指すべきであるが、様々な設定の中で現実的な選択をするしか無いのが現状である。沖縄という130万人のエリアでコンテンツを仕掛けライセンスビジネスを継続していくためには、トータルでのライセンスビジネスにおける希望総額と先行投資額の設定があり、県内エリアでの展開と、県外・海外とエリアが変わっていくたびに異なるビジネスモデルを設定すべきと考えている。国内には、商標登録として45の分類が設定されており、多くの分類を取得するほど多額のコストが必要とされ、一方、後々のコンプライアンスを考えると商標登録のメリットも厳然と存在する。ただ、日本で商標登録をすれば守られるが、世界では各国に申請していく必要があり、それはさらに膨大な費用を要するものである。資料で琉神マブヤーのビジネスモデルを図案化しているが、やはり沖縄というエリアの中での設定であり、現実的には、「キャラショー興業事業」、「コンテンツ開発事業」、「物販事業」の三つの事業の組み合わせを売上、利益ともにプールする以外に、初期段階において継続するという点では難しいと考えている。一方で、この三つの事業をプロジェクトとして進行できたことで、他の地域に例のない可能性があるということで、海外からも興味を持たれ、オファーも頂いている。

二つ目に、多くの企業を一つの企画に参加してもらうための仕組み作りについて。琉神マブヤーの企画を始める段階で、沖縄という地域で立ち上げるためには、弊社のような零細企業にとって、すべての企画を自己完結型で進めるということは非現実的だと思っていた。また、一方では、他社の規模を考えてもあまりに過大な先行投資を要求することも不可能だと思い、それぞれの会社の得意分野を持ち寄り現実的に可能な分野での規模に合わせた先行投資の形をコントロールしていければと考えた。現状、零細企業にとってそれぞれの独自商品開発の必要性は感じていても、コストパフォーマンスや先行投資としての企画開発には慎重にならざるを得ない。さらに、それぞれの企業の体力を考えても、独自でメディアミックスする様な企画開発は、非常にリスクなものとして敬遠しがちなものと

なってしまう。まず、他社の協力を得て企画を進めていくためには当初大きく三つのクリアすべき課題を設定した。

第一に、広く納得させうる公共性もしくは企業の社会貢献に矛盾しないビジネスプランの作成である。これは、ヒーローキャラクターということで、子供を中心にした顧客の絞り込みができるため教育的な落とし込みが可能である。沖縄の子供たちの笑顔を見たい、沖縄の元気をまもる、ということである。その他に、プロジェクトとして企画が進んでいく内に「沖縄の文化・歴史伝承を目的としたキャラクターヒーローの創出」という形へ加わっていった。

第二に、ビジネスプランとして、継続していくための仕組み作りである。土産業界においては、ここ数年、地域限定のキャラクターライセンスビジネスがかなりの売り上げのウェイトを占めているが、ライセンス主導で行われるため地域経済に対する貢献度はそれ程には大きくはない。あくまでもライセンスが主導する企画であるため他地域に本当に密着した企画にはなりにくいのである。我々の取り組みは、沖縄発のキャラクターを顕在化させ、沖縄主導のキャラクタービジネスを展開し、ショービジネスや、県内企業を中心とした関連グッズの製作販売により、製造を含めた観光関連産業の活性化を目的とした。沖縄の弱小企業の連合体を意識し独自の土俵づくりと、それぞれの得意分野でのコラボレーション、ビーチパーティ型の持ち込みビジネスプランを模索していった。また、企画参加の企業の体力も考えると、立ち上げまでの時間の短縮のためにも、メディアミックスによる認知の徹底という部分が同時に要求された。

第三に、コンプライアンスの問題である。企画を進めていく上で、法的な制約が掛かったりしては、他社に対して多大の迷惑がかかるし、前提から覆ってしまう。2007年、大手映画配給会社による地域キャラクターに対する訴訟問題が紙面に昇っていた。商標登録等々、あくまでもオリジナルのデザイン、企画にする必要性があった。その他、前述の通り、どの段階でどこまでのコンプライアンスを意識し、どこまでの商標登録を含めた防御策を講じていくかについては、零細企業の体力を考えると限界が存在することから、先行投資の中でのコストパフォーマンスを意識して進めるしかないと思っていた。

2008年に今回の琉神マブヤーという企画を立ち上げ、関係者には多大な苦勞を掛けながらも、多くの県民を含むたくさんのファンに支えられながら、キャラクタービジネスとしては、現在も順調に進展している。企画を継続させていく為にはビジネスを意識しながら、種を蒔いていく様な企画（マブヤーと踊ろう）の必要性もあり、そして何より、その地域の豊かさと活力を生み出すためにも、その地域の文化を育み継承していくことこそが最も重要な要素であると考えている。

琉神マブヤーは沖縄のヒーローであり、沖縄の文化をバックボーンとして子供向けの入り口として、階段の始まりとして継続していく事に一つの沖縄における価値観が存在すると考えている。その土地の豊かさと活力を生み出すためには、その土地の文化を育み継承することが重要である。本土と異なった歴史を歩んだ沖縄は、幸いにも日本文化を相対化する程の独立性の高い文化を誇ってきた。近年は、全国的な価値観の画一化が進み、沖縄においても固有の文化や歴史の伝承が困難になりつつあるのが現状としてある。このような状況に歯止めをかけるには、次世代の子供たちに沖縄の文化や歴史を平易に理解してもら

う為に、子供たちに親しまれ認知されるキャラクターが必要とされ、そのヒーローの活躍する物語に沖縄独自の文化、歴史等をふんだんに盛り込むことで、子供たちや大人たちにも沖縄の原風景やルーツというメッセージを送り続けたいと思っている。これが沖縄における琉神マブヤーの存在意義の一面であると考えている。

また、ビジネスとして沖縄の可能性を考えていく上では、次のステージが必要とされる。これは今後の問題点であるが、海外を含む他地域においてのヒーローの存在意義、キャラクターの設定、琉神マブヤーの世界観との摺り合わせについて、具体的に進出していく地域において作り上げていくことが、その地域に定着し継続していくために必要とされ、沖縄から発信していく意義にもつながると考えている。

【(2)～(3)について討議】

〈生越氏〉琉神マブヤーの事例は今回初めて知るものでしたが、子供たちに琉球の言葉を教える役割も担っているという点でも、非常に有意義なキャラクターであると感じた。お聞きしたいのは、このキャラクターの漫画や絵本、塗り絵などの商品はつくられているか？

〈畠中氏〉漫画等々に関しては、企画当初から意識しているところである。私の息子もそうだが、子供は自分の興味のあるところではとてつもない集中力を発揮するものであるから、琉神マブヤーの裏話などのストーリーなどを考えているところである。ただ、発行部数やコスト面での制約から、企画が進行していないのが現状である。2千部作ってもコストが合わない。やはり3～5万部程度は必要となる。このリスク負担の課題が解決できないと、企画も進めることができない。書籍に関しては、意識はしているが、現在の状況では、これからということになる。

〈生越氏〉先ほどの私のプレゼンテーションでも取り上げたが、水木しげる氏は商標を取っていないが、書籍の場合には作った時点から著作権で守ってくれる。さらに、ベルヌ条約や万国著作権条約があり、それに加盟している世界150カ国に関しては、自動的に著作権が発生することになっている。そういった意味でも、琉神マブヤーについても、書籍にすると世界的な保護がしやすくなると考える。宇宙戦艦ヤマトも最初は映像からスタートしたが、それを漫画に落とし込んだ作品である。琉神マブヤーもそのパターンは有効かもしれないと考える。

また、例えばポケモンというキャラクターは世界で3兆円を稼いでいるという情報もある。このキャラクターのポイントとしては、日本に特化していない、地域性を抱えていないということが挙げられる。それぞれの国の子供たちは、それぞれの国のキャラクターだと思っている。その点においては、沖縄色の強いキャラクターである琉神マブヤーは、海外展開していく際には、かなり戦略的に考えていく必要があるように感じた。

〈富川座長〉商標登録の場合、海外の各国において登録申請を行わなければならないと理解したが、著作権の場合には自動的に権利が確保されるということであれば、琉神マブヤーにおいても必要な取組ということと考えられる。

〈生越氏〉著作権の場合、漫画のカットや表紙タイトルロゴなどを守ることができる。商標の場合には、権利がそれとはまた違い、商標登録をしていない別の区分の製品である場合には守れない。ただ、区分が異なっても、こちらで制作した漫画のキャラクターと類似しているという観点で訴えることはできる。ただ、水木しげる氏の事例を見ていると、最低限

- の著作権は保持しているので、そういった意味でも参考になると考える。
- 〈島中氏〉 商標登録については、コスト面やコンプライアンス面でも、なかなか手が出せない。慎重になるべき側面をもっているのが現状である。
- 〈生越氏〉 過去に、少林寺拳法が商標登録で争った事例がある。少林寺の権利者は誰かというところで争いがあったようである。権利を取る前に、まず組織の中でしっかりと話し合っておかないと、うまく展開していかない。ルールづくりは非常に重要である。琉神マブヤーのように会社で権利を持っているケースでは問題は起きないが、沖縄空手の場合には、そういった部分での細心の注意が必要なところであると言える。
- 〈長嶺委員〉 私は、琉神マブヤーを東京で観て知った人間である。当時、アイドルグループのスピードが琉神マブヤーのファンで、そのときに全国放送で紹介されたと記憶している。沖縄の感性というのがなかなか伝わりにくいという点がある。笑いについても、沖縄の笑いを本土の人間にはなかなか理解されないという現状がある。今後、エリア拡大を進めていく際に、琉神マブヤーに含まれる沖縄の固有の文化をどう域外の人々に理解させるか、その手法について教えてほしい。
- 〈島中氏〉 琉神マブヤーは県内認知を最優先して進めていった。流している言葉も昔の言葉であり、今の沖縄の子供では理解できない言葉が多く含まれ、テロップを付けるべきだという話も一時あった。ただ、そこで我々が取った戦略としては、「何を言っているかわからない」と子供に思わせたいということからテロップ等の補助はあえて加えなかった。これによって、子供は親に聞き、親も分からないから祖父母に聞く、といった三世代交流のきっかけを狙っていった。しかし、DVDを発売する際には、そこまで不親切にはできないため、多少のテロップとネット上での検索機能を加えてある。
- 〈富川座長〉 今後、エリアを拡大していく上ではどのような展開が考えられるか。その点において専門家である仲川委員に是非伺いたい。
- 〈仲川委員〉 私も琉神マブヤーを拝見したことがあるが、一般論として、沖縄色が強いことから、本土で受け入れられるかという点、なかなか難しいと考える。沖縄方言や、その背景に抱えている文化を、視聴者はどこまで理解しようとするかという問題がある。私どもが、北谷町の方々と「ニライの丘」という映画を制作した際、あえて沖縄方言にこだわって脚本を起し、映画化した。本土でも上映を掛けた際には、全てに標準語の字幕を付けたこともあり、浸透力は高かった。この「沖縄県固有の方言に標準語の字幕を付ける」という手法は、一方で諸刃の剣の側面もあり、琉神マブヤーの狙いにあった家族の会話や周辺のコミュニケーションができるという機会を切ってしまうかもしれない傾向において、果たしてそれが良いのか悪いのかは分からないところである。見る側の、受け入れやすさを考えるという面では、そういった手を加える必要はあるかもしれない。〇〇レンジャーやウルトラマン、仮面ライダーなどの戦隊モノが、どこの地域の子供でも受け入れられていたその理由には（世界観やドラマには）普遍性があったからだと思われる。同様に、琉神マブヤーにおいても、世界設定については普遍的なものを、どこかのタイミングで考える必要はあるのかもしれない。沖縄の強いエッセンスは残しつつも、普遍性を保っていく検討である。逆に、開き直ってしまうということも考えられ、琉神マブヤーは沖縄のキャラクターであり、それが全国に進出するというスタンスもあるのかもしれない。

(4) 沖縄空手の国際化への道（高宮城氏よりプレゼンテーション）

沖縄空手の国際化の端緒は昭和初期になるため、約 83 年前ということになる。空手は、首里手や那覇手とも呼ばれて、最近ではその名称を復活させる動きもある。陸軍中尉屋部憲通が 1919（大正 8）年に渡米し、各種学校・体育関連機関の視察を行い、その帰路で、1927（昭和 2）年にハワイに立ち寄った際に 9 ヶ月間の空手の講話と実技指導を行った。また、宮城長順は私財を投げ打って空手の指導を行った人物で、1934（昭和 49）年にハワイで 8 ヶ月間の空手指導を行った。この二人の人物の活動が国際化の始まりとされている。日中・太平洋戦争の間は、空手の国際化が一時中断となったが、戦後には空手のメッカづくりが進められ、主に駐留米軍将兵によって空手の米国への普及が進み、その後、ヨーロッパ諸国へ普及が進んだ。現在では、普及発展の時代から質的深化の時代へ移行し、競技空手ではなく、ルーツである沖縄空手の精神と技法を学びたい、極めたいということで、海外から沖縄に来るといったケースが多くなっている。現在の伝播先は 180 カ国余りで、これは柔道とほぼ同じである。現在の空手人口は最小でも 5,000 万人余りと言われている。

また、データ上整理できているのが、1970 年以降からであるが、教士八段以上の外国人指導経験者は 587 人で 78 カ国に及ぶ。さらに今後の空手、21 世紀の空手で問われているのは量から質の時代へと転換し、空手の伝統的形質に注目を集めつつあると言える。

また、参考情報を紹介する。沖縄空手道協会（上地流系昭平流）の場合では、国内有段者は 12,813 人で有段者になれるのは 10 人に 1 人である。一方、国外有段者は、10,825 人で有段者になれるのは 100 人に 1 人となる。そのため、先ほどの外国人空手人口が 5,000 万人というのは低めに見積もった数字ということになる。

研修会館（沖縄空手道協会研修会館）は 1993 年に創設されたが、建立資金は 3,000 万円だった。この金額は約 1 年間で集めることができたものである。また、私どもの道場である北谷道場の外来研修生は 489 人であるが、初めの 5 年程度の記録がないため、実質は 600 人前後になるのではないかと考えている。事実とは記録に残さなければ、歴史になり得ないということから記録に残している人数としての 489 人という数字である。今度の日曜日に選手権大会があるが、当道場には 8 名ほどの大会参加の外国人が来ている。通年では 20 人程度が参加するので、今年は若干少ないと言える。また、当道場入門者は、1981 年に創設して約 29 年間で 1,147 人となっており、小中高校生が 435 人、日本人成人が 350 人、外国人成人が 210 人となっている。外国人成人入門者のほとんどは沖縄駐在者となる。当道場有段者は、日本人が 90 人、外国人が 35 人となっている。当道場の支部道場は全部で 18 道場あり、そのうち国外に 12 道場ある。米国に 6 道場、イギリス、スイス、ギリシャ、セルビア、スロバキアといったヨーロッパに 6 道場という内訳になっている。

沖縄県における沖縄空手全体の取組目標としては、①空手会館の建設、②世界大会の定期化、③無形文化財指定へ、④再来年から学校教育への導入などを掲げている。課題になるのが、現場で指導できる人材の確保となるだろう。

主な国際大会は、今年で 33 回目を迎える全沖縄空手道世界選手権大会、4 年に 1 度開催される世界武道祭、5 年に 1 度開催される沖縄伝統空手道世界大会などがある。世界武道祭は、演武大会あり、シンポジウムあり、講習会あり、観光ありの盛り沢山の内容で、参

加者は1,200人程度参加し、その家族等を加えると、さらに2,400人が加わる大きなイベントである。

今後、沖縄空手を普及させていくためにも、前述したとおり、21世紀は量的拡大ではなく、質を高めていくことにあり、知力、体力、技術力だけでなく、英語力も必要であり、そのためにも、小学校からの英語教育には是非注力していただきたいと思っている。インターネットで動画等を配信すれば、海外から人は入ってくるだろうが、それを受け入れるための人材確保が難しい。そういった意味でも英語教育はマストであると考えている。

当協会では、日本語だけでなく、英語版のビデオ、テキストも製作している。300万円の予算を組み、300枚売ればトントンのところ、実際には630本売れた。

(その後、山内部長より参考資料2に基づき説明)

(5) ケーススタディ —沖縄空手— (事務局より資料5に基づき説明)

【(4)～(5)について討議】

〈大城委員〉文化の産業化については、県でも制度も含めて検討を進めているところである。

空手に関しても、沖縄の文化の重要な一つであるという位置づけの下、知事からも産業化の方策を検討するよにということ、内部検討を進めているところではあるが、現段階では具体的にはなっていない状況である。

〈高宮城氏〉一番の難点は受け入れ体制、宿舎の問題である。道場はいっぱいあるので、空手指導における受け入れ体制はまったく問題ないと言ってよい。

〈ミゲール委員〉DVDに出演していた英国人夫婦は、どのようにして道場に辿り着いたかという、那覇市の観光案内所に最初に訪ねた。観光案内所の職員は、私に電話を寄こした。私が仲介して先生を紹介した。そういった経緯があったのである。ここで問題なのは、外国人を受け入れる窓口がないことである。そのための専用組織を立ち上げる必要があると考える。振興会も伝統や文化の継承を担う組織として重要であり、必要であるが、産業化という点を考えた場合には、そのための組織が必要になってくると思われる。外国人が沖縄空手で学びたいのは、技と精神。沖縄の道場はたくさんあるけれども、すべての先生がそのニーズを満たすことができるとはいき切れない。このニーズを満たすためのパイプ役が必要となるのではないだろうか。沖縄空手そのものをビジネス化するのではなく、沖縄空手の技と精神を学びたいという外国人と、沖縄空手の伝統性と精神を継承していきたいと考える道場とをマッチングする役割、宿泊や観光案内などの道場以外での時間をサポートする体制をつくっていく必要があり、今回の沖縄空手の産業化についてはその点の検討を進めるべきであると考えている。現状において、仕事をしながら、道場を運営している方が多い中で、道場の先生に全ての世話は難しい。

〈生越氏〉沖縄空手の素晴らしさを感じた。個人的な話ではあるが、私の中学校の英会話の先生が合気道を学ぶために来日していたという方だった。そういった意味でも、日本の魅力の一つなのだと再認識したところである。参考資料2での説明もあったが、流派がそれぞれあり、型も違うわけで、同じものを強いるということは不可能である中で、それをまとめる沖縄空手道振興会では何ができるか、というところがポイントとなるのだろう。茶道

でも裏千家、表千家とあるが、海外に普及を進める流派もあれば、国内に留めている流派もある。ミゲール委員の発言の通り、仕事を抱えながら道場運営を行っている先生のサポートができるということは非常に重要なことで、大学の研究者とも同様であると感じた。

〈ミゲール委員〉商標登録の話があったが、フランスの文部科学省が認める唯一のフランス空手連盟では、「段」を商標登録している。例えば、沖縄で稽古したフランス人が、沖縄で段位を取得し、フランスに帰国した際、自分は有段者であると主張した場合、仏連盟から訴えられる。そこまで徹底した商品化をしている。それが良いとも悪いとも言えないが、それを分かった上で、どうしていくかということは検討すべきである。沖縄空手の立場を固めていく必要があると考える。

〈富川座長〉空手だけでなく文化系の視点から少しコメントをいただきたい。

〈久万田委員〉当大学の学長は空手家の佐久本嗣男氏だが、当大学で空手家を養成できるかと言われれば、そう簡単なことではない。外国人に指導できる指導者を育てていくということは、並大抵のことではない。県立芸大でやるかどうかは別にして、長期的な観点から大学に武道指導者養成のコースを設置して進めていくぐらいのことを考えるべきではないか、とも感じた。

空手についてもそうだが、文化と産業の間の溝は非常に深く、そう簡単に伝統文化としてあるものを横滑りさせて産業に仕立てることはできないと考えている。「文化の産業化」という問題は、産業化することを主眼とするのではなく、産業化が文化にどうフィードバックするのかという視点も必要である。例えば、琉神マブヤーで、沖縄の方言を導入する試みがなされているが、「沖縄は地域、字によっても方言が異なる。その中で、いったいどこの方言を標準的方言として子供達に教えるべきなのか。」という、沖縄で百年前から続いている言語学上の議論になってしまう。

これはたぶん空手の流派においても同様の問題があると思われる。当大学にも琉球舞踊をハワイや南米から学びに来る外国人がいる。それぞれの土地で琉球舞踊を学んできて、本場の沖縄で開催されるコンクールでの入賞が目的で訪れる外国人である。沖縄のコンクールで入賞すれば、自国に戻ったときに指導者として一定の地位が築けるのである。こうした外国人はそれほど裕福な訳ではなく、彼らを目当てに観光産業を開拓してゆくのはなかなか難しいという印象を持っている。

ともかく、「文化の産業化」においては、文化の側からの視点も含めた長期的な戦略が必要なのではないかという感想を持った。

〈高宮城氏〉沖縄空手を考える場合、スポーツ空手と武道空手では、武道空手の方が圧倒的に勢力が大きい。沖縄空手そのものが武道空手であり、スポーツ空手は1960年代に流行りだしたものであり、まだまだ歴史が浅いものであるからである。久万田委員の意見にもあったが、沖縄空手の場合、大学で即戦力となる指導者を養成するのは不可能であると考えている。4ヵ年という短期間で養成するのは不可能である。町道場に権威者が多く、生涯武道という観点からも納得である。そして、75歳を越してもなお、瞬発力を保っている現役の方々が多数いるのである。

〈富川座長〉せっかくの機会であるので、傍聴席の方からもご意見をいただきたいと思う。

〈傍聴席（宮城会長）〉先日、国体を観に行ったが、競技空手の盛り上がりを感じ、沖縄空手においても、競技空手に力を入れないといけないと感じた。ただ、その一方で、競技空手

に力を入れることで、沖縄空手の伝統を薄くしてしまわないかという不安もある。そういったジレンマもある。

〈傍聴席（喜友名事務局長）〉今回の会議で、特に印象に残ったのは琉神マブヤーである。私も幼少の頃には祖母によくマブイ込みされたものだった。沖縄の生活と琉神マブヤーとの関係や、マブヤーという言葉が商標登録になるのか、教えていただきたい。

〈畠中氏〉商標登録する際には、指導も受けたことでもあるが、マブヤーという単品の登録はできないと思われる。私どもも「琉神マブヤー」としての商標登録となっている。そのようなおこがましい事は考えてもいない。

（6）沖縄感性・文化産業研究会報告書骨子（案）（事務局より資料6に基づき説明）

〈仲川委員〉骨子のまとめ方については、問題ないと思うが、ビジネスをやる側の立場から考えると、提言の部分において、県内の事業者の方々が自分の事業と睨みながら何ができるのか、その具体的なヒントになるようなものとなるとよろしいかと思う。それぞれの実業の部分や社会貢献活動との関連性を見出せるような具体案を含んだ提言となっていると、受け止めやすい。また、私どもも何かでお手伝いをさせていただける可能性があるのではと思っているところである。

〈山内部長〉本研究会は、今回は1月の開催予定であり、それで最後となるが、今回のテーマはそれで終わりということは全く考えていない。ご指摘の通り、長期的な視点を持って進めていく必要があり、また、県の文化観光政策とも連携しながら、腰を据えて進めていくべきものであると考えている。文化を残していくためにも、ビジネスモデルとして回る仕組みが必要であるという認識を持ってもらえるような取組が必要だと考えており、今回の事業の中でもシンポジウムの開催を予定しているため、そこで対外的にも周知活動ができたらと考えている。各論については、琉神マブヤーや現代版組踊については動いているものであり、知的財産関連も含めて、沖縄総合事務局としても協力をしていきたいと考えている。また、今回のテーマである沖縄空手については、すぐに産業化に向けた組織を立ち上げるというよりは、もう少し議論を煮詰めていく必要があると考えており、沖縄総合事務局として後押しをしていきたい。こちらも同様に、沖縄県の政策と連携していきながら、沖縄空手の振興を進めていければ幸いと思っている。

〈勝山部長〉観光行政の立場から発言させてもらおうと、観光庁の政策の中でもインバウンド（海外誘客）の地域づくりによる地域発信型の観光地づくりを目指しているところである。今回の話題となった沖縄空手や、琉神マブヤーは非常に魅力的なものであるので、是非交流していただきながら観光振興を進めていければ幸いと思っている。

〈真栄城委員〉県では伝統芸能公演を仕掛けているが、やはり琉球の伝統芸能と観光客の間に立つ人材であるプロデューサーの育成を検討・推進していくことが非常に重要であると痛感した。是非、機会があれば、伝統芸能公演にも足を運んでいただければ幸いである。

〈富川座長〉まだまだ議論がし尽くされていない部分もあるだろうが、そろそろまとめていきたい。先ほど、山内部長からも、今回のテーマについては、中長期的に、腰を据えて取り組んでいきたいという力強い意見もあったが、文化産業の発展を推し進めていきたいと考えている。

6. 閉 会（略）