

## パリパリ精神で海外に挑む

古家 正亨さん(韓国大衆文化ジャーナリスト)

■韓国ポップス(Kポップ)、バカにしていませんか？この夏、韓国の女性グループ「少女時代」と「KARA」が日本に進出しました。10代の女の子を中心に、日本でも人気に火がつき始めている。軽く見ていると、日本のポップス(Jポップ)はKポップにぼこぼこにされますよ。

■Kポップは今、アジアでヒットチャートを独占しています。2年ほど前まではJポップの天下だったけれど、見る影もなくなった。その姿は、サムスン電子にたたきのめされた日本の電機メーカーの姿と重なります。

■サムスンの液晶テレビは、日本の技術を生かし、多くの部品を日本で調達しています。それを組み立てて独自の製品として磨き上げ、世界の最有力電機メーカーにのし上がった。つまり、技術的には欧米や日本に後れを取っている。だからライバル社製品を徹底研究し、自社で作れるものと外から買ってきたものを組み合わせて、新しい製品に昇華させる。そして海外で勝負をかけるのです。それが、技術を持たず、人口4800万人と国内市場が決して大きくない韓国の戦略なのです。

■Kポップも同じです。基本は欧米の先端の音楽スタイルです。その上で、徹底的に選抜したタレントに歌とダンスを仕込む。必要とあれば美容整形をさせる。外国語もたたき込む。完璧な「商品」に作り上げて海外で勝負する。

■外が起源のものを内で磨く姿勢は、電機産業にも音楽にも共通します。それを日本は「パクリ」だとか言って、どこか見下していたのではないですか。

■韓国では「パリパリ(早く早く)な人々」という表現が良く使われます。日本とは比べものにならない競争社会の韓国では、離職率が高く、勝者は次へ次へとキャリアアップしていく。少女時代もKARAも、細く長く日本で活躍しようとは、たぶん考えてない。スケジュールをパンパンに入れて、短期間に稼ぐだけ稼いで次のビジネスへと昇華させる。見切りの早さに「パリパリ」の精神が見えます。

■韓国は歴史的に外国からの侵略の危険にさらされてきたこともあり、10年先ではなく、今、何ができるかを優先的に考える。1997年のアジア通貨危機で国家破産の瀬戸際に立たされて以降、そうした意識を一層強く持つようになったと思います。

■韓国政府は今、エンターテインメントを世界に売り込むことを国策と位置づけています。そして、それが実を結び始めている。CDなどの産業の規模が大きい日本は、著作権侵害を恐れて、海賊盤や違法ダウンロードが横行するアジア進出をためらった。でも韓国は、最初からCD販売で稼ごうとは考えていません。テレビやCM、イベントなどショービジネスで稼ぐと割り切っている。

■日本政府は何をしているのでしょうか。アジアの著作権問題はともかく、例えば韓国に対して、日本のドラマや音楽の地上波放送解禁を働きかけるなど、まず日韓の芸能界が同じ土俵に立てるよう努力すべきでしょう。

■韓国は、アニメも漫画も海外を視野に入れ始めている。このままでは、すべて持っていかれかねない。韓国エンタメ界の台頭は、日本エンタメ界への警告でもあるのです。

(聞き手: 秋山惣一郎)

古家正亨(ふるや まさゆき)さん (韓国大衆文化 ジャーナリスト)

74年生まれ。韓流情報番組「韓ラブ」(BS11)司会のほかテレビ、ラジオで活躍。

昨年、韓国の文化体育観光部長官褒章を受章。

2010年9月2日(木)朝日新聞 15面より