

サウジアラビアにおける 日本のライフスタイルビジネス拡大の可能性

みずほ銀行 国際戦略情報部 参事役 井上 陽介



SAUDI ANIME EXPO 2019開催

2019年11月14日から16日の3日間、サウジアラビアのリヤドにおいて日本アニメ・マンガイベント、“SAUDI ANIME EXPO 2019”が開催された。

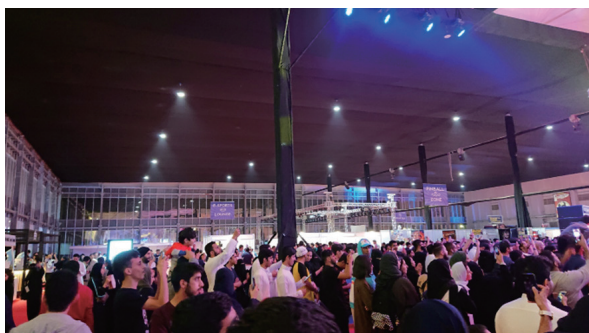
総合娯楽庁 (General Entertainment Authority: GEA) は、サウジアラビアの主要都市において「Saudi Vision 2030」がめざすエンターテインメント産業振興を目的とする総合イベント計画“Saudi Seasons”を推進している。“SAUDI ANIME EXPO 2019”は、“Saudi Seasons”を構成する首都リヤド開催イベント“Riyadh Season”の一環であり、GEAが企画・開催する公式イベントと位置付けられている。

開会式には、主催者GEAのCEOであるファイサル・バフェラット氏をホストに、日本側ゲストとして歌手のささきいさお氏、水木一郎氏らに加え、「キャプテン翼」の作者高橋陽一氏が登壇し喝采を浴びた。

Saudi Vision 2030が発表された2016年以降、サウジアラビアでは何回か“コミックコンベンション”が開催されてきたが、アメコミや映画コンテンツがその中心であったと記憶している。今回の“SAUDI ANIME EXPO 2019”は、サウジアラビアでは初めてとなる日本アニメ・マンガを主要テーマとした点に新味があり、会場には延べ4万人に近い日本アニメファンの男女が訪れ、彼らにとって初めてとなる日本アニメーションの世界を体験し楽しんでいた。



入口(みずほ銀行撮影)



盛況な会場風景(みずほ銀行撮影)



EXPO会場では、サウジアラビアで既に知名度が高い日本アニメコンテンツ(「キャプテン翼」、「ドラゴンボール」、「NARUTO ーナルトー」、「ONE PIECE」、「名探偵コナン」、「進撃の巨人」など)に関する多数の展示が行われていた。来場者は各々がお気に入りの展示を前に、写真撮影を楽しむ姿が多数見受けられた。さらに、多数のイベントが行われた。“進撃の巨人”シリーズの主題歌を歌うLinked Horizonやアニソン界のレジェンド水木一郎氏らによるアニソンライブや、サウジアラビアでは初となるヒーローショー“ULTRAMAN Live”、コスプレコンペティションおよびe-sportsイベント“TEKKEN7 JAPAN VS SAUDI ARABIA TAG BATTLE”などが会場を盛り上げた。

中でも注目すべきは、物販ブース(各種キャラクターグッズ販売)と食事ブース(ラーメン、から揚げ、スイーツなどを提供)で、各ブース前には黒山の人だかりができており、参加者の目当ての一つがアニメのキャラクターグッズの購入やアニメやマンガに頻出する日本食の体験にあったことが見て取れた。

一般参加者としてこのイベントに参加した当行派遣員は、会場ではやや目立つスーツ着用の日本人であったためか、現地人参加者から開催者側スタッフと勘違いされ、「日本アニメーションのイベントを開催してくれてありがとう!」とひどく感謝されたり、他の若者集団からも日本語で話しかけられる経験をしたと笑顔で語っていた。



物販・食事ブースの様子(みずほ銀行撮影)



“SAUDI ANIME EXPO 2019”は、大盛況のうちに終了したが、サウジアラビア人来訪者は共通して、個々のアニメーション以上に、「日本を体験すること」に興味を持っているように思われた。

日本のアニメ・マンガ作品ではそのジャンルに関わらず、日本文化、特有の価値観やライフスタイルがその背景にあり、ときには主題として取り上げられる。日本人にとってそれらは常識であり、舞台設定として説明すらされていない場合が多い。しかし、気候や風土、固有の文化、教育制度、価値観(宗教観)、それらを総合したものをライフスタイルと定義すれば、まだまだ外国情報の流入に制限があるサウジアラビア人にとっては、日本のライフスタイルそのものが、極めて新鮮かつ独特なものと感じられ、日本のライフスタイルを体験することに強い興味と付加価値を感じるのであろう。

日本のアニメ・マンガのサウジアラビア的受容と新たな事業機会

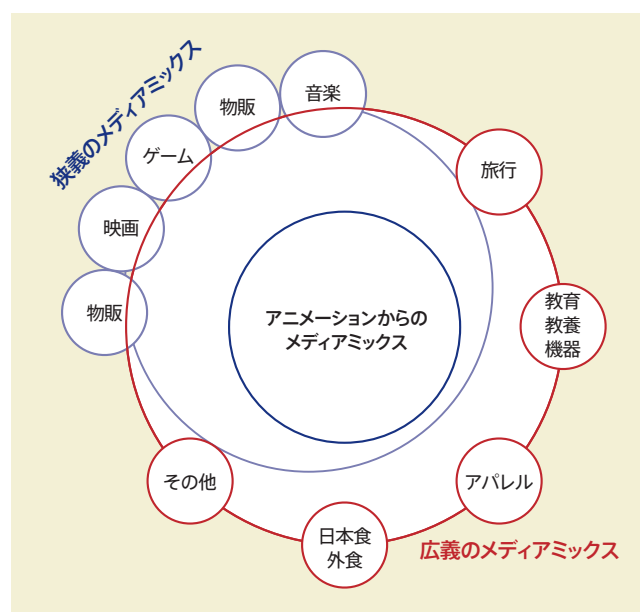
アニメ・マンガ、特定作品(コンテンツ)における世界観を前提として様々な媒体で商品展開がされる事業形態は「メディアミックス」と言われるが、その代表例としてポケモンなどがあげられよう。こうした「メディアミックス」における主要なメディアは、アニメ、映画、ゲームソフト、音楽、キャラクター商品などがラインナップとなる。

ANIME EXPOに参加していたサウジアラビア人が、特定のアニメにおける世界観のみならずアニメが象徴する日本そのものを興味の対象とし、購買動機としていたと考えた場合、日本アニメ・マンガが前提とする日本文化・ライフスタイルをビジネスとして提供することは広義のメディアミックスとは考えられないだろうか。

日本アニメ・マンガが描くジャンルは多様であり、中にはアメコミ同様の冒険・アクション物も存在するが、その真骨頂はごく普通の日常生活を深く掘り下げ、そこから始まるドラマに焦点があたっていく構成にある。さらに言えば、たとえ冒険・アクション物であっても、その世界観における日常生活が丁寧に描写される傾向があり、ピザを食べる描写に終始する亀の物語とはだいぶ趣が異なるといえる。

こうした日本アニメーションの独自性を考えれば、広義のメディアミックスは日本的サービス・製品の新市場としてサウジアラビア開拓を行ううえでのヒントと言える。これが成立する背景として、まず日本とアラブ人の文化・ライフスタイルに極めて大きな隔絶があることがあげられる。実際両国間には、風土、社会、食生活、教育制度、価値観、様々なことに関する文化の幅と深度に大きな違いがある。次に、アラブ人にとり付加価値のある外国とは歴史的に欧米であったことがあげられよう。アニメーションというソフトパワーにより、アラブ人にとって全

図表. 狭義のメディアミックスと広義のメディアミックス



(出所) みずほ銀行国際戦略情報部作成

く目新しい日本文化・ライフスタイルが注目すべき対象として認識されはじめているというトレンドが存在する。すなわち、日本文化ビジネスが、ある意味ブルーオーシャンとなりうる環境が整い始めているとも言えよう。

今回のANIME EXPOの大盛況は、こうした新たなサウジアラビア消費市場のトレンドを示すものとは考えられないだろうか。広義のメディアミックスを考えた場合、対象メディアはコンテンツ関連産業に留まらない。例えば“(ハッジではなくアニメ中に出てきた舞台を巡るという意味での)聖地巡礼”を動機とする旅行需要、アニメコンテンツが主題とする音楽・スポーツを動機とした体験動機を支援する教養・教育関連需要(音楽・スポーツ活動)や関連機器需要(楽器やスポーツ器具)、アパレル需要、日本食に代表される食品・外食への需要やその他では日本風家具などもメディアとの相互性が高いビジネス分野と考えられる。

日本風家具について言えば、サウジアラビアは国土が極めて広く南北に長い砂漠気候にあることから、国土北部では冬にはそれほど長い期間ではないが、降雪もある厳しい寒さとなる。幸いアラブ人は居間(マジョリス)でくつろぐ際には、日本人と同じく絨毯床に座る文化もあることから、例えばリロケータブルな暖房器具としてこたつを紹介してみてもはどうだろうか。日本のアニメーション・マンガに頻出するこたつについて、機能が全く未知な不思議家具と思っている外国人は多い。

実際、サウジアラビアの若者層の中には、日本旅行では観光地の裏道で、我々からすればごく普通の電柱の立つ一般的な街角風景こそが日本アニメーションの世界だとして、喜々として写真撮影をしている人々もいる。そう聞けば、両国を相互に行き来している私の目から見ても、確かにサウジアラビアと日本では都市の構造からして異なり、街角風景も全く違うことに気付かされる。

またアニメーションに影響を受けて、サウジアラビアでは従来メジャーではなかったスポーツ(バレーボールや自転車競技などに取り組むグループ)や音楽活動(ロックバンド)を始める人も現われている。さらには、若者が選択するパートタイムの職業においても、従来の金融・投資会社などでのインターンといった古典的なものとは別に、しばしば日本アニメーションの舞台となるカフェやその他サービス産業(こうした職種は伝統的にサウジアラビアでは“出稼ぎ外国人の仕事”)での就労に興味を持つ若者層も現れている。日本人からすれば当たり前前のライフスタイルは、サウジアラビア人にとって意識改革をもたらす動機やヒントとなっているのだ。

新たなビジネスチャンス獲得のために

毎年米国ロサンゼルスで開催される“ANIME EXPO”は、2020年で28年目という長い歴史を持つ安定した人気を誇るイベントで、参加者総数は世界最大の35万人超である。これに比べれば、SAUDI ANIME EXPO参加者総数は4万人弱と大きく見劣りするとはいえ、サウジアラビアの人口規模と2019年が初開催であることを考えれば、将来的な伸びしろが大きいイベントであり、日本アニメ・マンガの潜在的成長力は高いと考えられる。

本稿では、日本アニメ・マンガのサウジ市場での人気、特定の物語(コンテンツ)とその世界観を共有する関連産業(狭義のメディアミックス)の事業機会であることに加え、日本アニメ・マンガが持つ日本型ライフスタイルがサウジアラビア人の生活文化に影響を与えていく“ソフトパワー”の浸透と捉え、広義のメディアミックスの可能性について拙考してみた。無論こうした“ソフトパワー”の浸透には長い時間が必要となろうが、日本アニメ・マンガがその魅力を更新し続け、かつ“SAUDI ANIME EXPO”といったイベントが継続的に開催される限り“ソフトパワー”の更なる浸透が期待できる。

サウジアラビアにおける日本企業の伝統的なビジネスチャンスは、天然資源関連の重厚長大型の産業か自動車に代表される工業製品であったといえる。しかしながら、Saudi Vision2030以降、サウジビジョンが活力ある多様な社会の創造をめざす中、サウジ市場におけるビジネスチャンスは、豊かな生活を実現に資する全く新しいライフスタイルの提供にあると考えられる。

サウジアラビアにおいて新たな事業を始めるには様々に難しいことや制約・規制対応が必要であることは言うまでもないが、事業化に向けて取り組むにあたっての前提条件は需要の存在であり、日本のユニークなライフスタイルに対する潜在的需要は“SAUDI ANIME EXPO 2019”の盛況が示す通り確かに存在するのだ。

すべてのヒントは日本アニメ・マンガにあるという仮説のもと、今一度マーケティング業務の一環として新たな気持ちで日本アニメ・マンガに目を通して見るのはいかがだろうか？