

シンポジウム

「韓流再考 - アジア文化交流の開花に向けて」

日程：2009年10月17日（土）

場所：韓国文化院ハンマダンホール

モデレーター（土佐昌樹・国士舘大学）

日本では、韓流は2003～2004年くらいに始まったといわれている。東南アジアではもっと早い時期からはじまっていて、音楽やドラマを家族全体で楽しむ傾向にある。一方、日本では主に女性が圧倒的な存在感を示している。今日は日本の事例を中心に、韓流のいい面だけではなく悪い面を含めて、これからの未来にどうつなげていくかを、韓流を内部から支えてきた方のお話を伺いながら、ざっくばらんな形で議論できればと思う。

黒田福美（俳優、エッセイスト）

「韓流はいつ終わるか」ということをよく言われるが、日本の中で韓流という文化が一つのジャンルとして定着したということではないか。これから韓国の文化がますます日本の中で発展、認知されるためには、功罪を振り返る必要がある。

韓流の良かった点は、これまで伝えることができなかった韓国の情緒が日本に細やかに伝わったということ。ドラマという形式で、一気に韓国人の暖かさ、情愛などが日本人の中に浸透していった。また、韓国語が耳慣れたものになったことは、目立たないが大きな成果である。更に、韓国が観光国として再認識され、都市部ではなく地方のロケ地を訪問する観光客が増えた。韓国への理解と愛情が増し、日韓の歴史に目を向ける人も増えた。映画、音楽、料理だけでなく、文化や言語、日韓の歴史をもう一度確認したいという気持ちになり、日韓がお互いに理解しあう上で大きな要素になった。

反面、ドラマに比べて韓国映画では大きな興行成績をあげることができなかった。残念ながら、作品を日本に紹介する人達の目安になったのは韓国での興行成績、動員数、四天王の出演などで、内容よりもスターシステムで日本に入ってきた。その結果、日本人にはなかなか理解しにくく、それぞれの映画が日本人に咀嚼しきれなかった。また、韓流スターのコンサートでは日韓の考え方や準備の仕方の違いで問題がおきたり、お互いのシステムをわかっていない同士で仕事をしたため完成度の低いものがあったりした。これは共有されることがなく、プロジェクト毎で起こっている。

韓国ではビジネスになると思うと後のことを考えず、売れるチャンスやブームにのってどんどん売ってしまう。スターのコンサートなどは、お金の換えていくことで質が低下し、一度つまらぬ印象をもった人には韓国のイメージがくすんだものになる。日韓が文化や旅行を通して友好と理解を深めるためには、市場を大切にしていかなければならない。

関谷元子（音楽評論家）

韓国の音楽は、チョー・ヨンピル、ケイ・ウンスクなど、日本語で演歌を歌った方達がヒットしたのが最初で、90年代前半にはソテジワアイドルが日本語版をリリースしたが、ブレイクしたとはいえなかった。その後に来たのが韓流で、日本だけではなくアジア全体で大変な韓流ブームがおきていた。『冬のソナタ』などのブームは、決してメディアが押しつけたものではなく、見た方達が心からこのドラマに感動して作られたものである。

ただ、俳優側に趣旨が伝わっていないファンミーティング、高額ツアーやディナーショーなど、トラブルも多い。基本的にファンミーティングというのは、アーティスト側がファンに感謝するのが発想のはずだが、日本人のファンが大金を払って韓国まで行くと、韓国のファンは無料で来ていたりする。

韓国のアーティストが日本にくと、日本語で話して、日本語で歌う。日本語で歌わないとチャートに入らないためだが、本当は韓国語で歌ったものが日本で受け入れられるべきではないか。日本はシステムがきちんとしているぶん制約があり、韓国のほうがのびのびと魅力ある音楽を作っているように思えるので、韓国の音楽がもっと日本に入ってきて、市場を席卷する可能性がある。韓国では映画やドラマが大変な力をもっており、それに関連した歌手がたくさん来日する。これはいいチャンスではあるが、ただ、良いパフォーマンスをするにもかかわらず、ドラマや映画に関わっていないため来日する機会がない歌手がいるのも現実。そういう方達がもっと来日してくれることを希望する。

韓流は日本に大変な力をもたらしたもので、私たち日本女性が造り上げたものという意味で誇りに思う。韓流が終わったかと聞かれると、私はそういうことではないと答える。韓流という言葉が、いい意味で今後なくなっていけばいい。

金容範（株式会社アミューズ）

89年から日本に3年間留学し、その後97年に再び日本にきた。留学していた当時は、運動会などで万国旗を目にしても韓国の国旗は見あたらず、淋しくおもったが、97年に再来日したときには雰囲気は全然違うと感じた。韓国人にとって日本は、歴史的な問題や苦手意識と、韓国より洗練されていておしゃれであることに対するライバル意識の二重構造をもっているように見える。

韓流を意識して仕事をしているわけではないが、幸いにもいい作品に恵まれ、『シュリ』や『JSA』、『猟奇的な彼女』や『シルミド』などの映画に携わってきた。当時はハリウッド的なプロモーションをしていたが、それだけではなく、映像やメッセージ、音楽を知らせようという地道な努力をしていた。そういう映画に対する愛情をもっていたプロモーションがドラマにシフトされ、ドラマもメディアの力で知られてしまったために、今は商売的なことばかりを考えている業界人が多い。

国のバックアップも含めて、コンテンツに産業という言葉がついたのが98年。そこから、「曲さえ広がればいい」、「営業で儲かればいい」というような、文化を深く考えずにお

金ばかりを考える風潮が生まれてしまった。これは非常に残念で、結果的にいうと音楽産業が崩壊したという文化的に大きな問題になっている。また、映画に対して日本のバイヤーは「キャスティングは誰ですか」という質問ばかりする。結果として韓国映画が遠ざかり、業界がダウンしてしまう。まずは日本の業界人も文化的なアプローチを含めて、愛情をもった宣伝をしてほしい。

韓国国内の、マネージメントを含めての業界人は、何よりもここまで韓流が大きくなって愛されていることに感謝しなければならない。韓流は結果として大きな文化の流れになっているが、意図的に調整しようという雰囲気もある。それをとりやめて自然の流れに任せ、何ができるのか、根本的なことを考えていかなければいけない。そのためには韓国サイドのアーティストの努力や、業界の人達の企画力を高めるような努力が必要と思う。

片岡朋行（弁護士）

2000年～2002年までの2年間、ソウルの法律事務所に出向し、それを機会に日本で韓国関係の仕事をしている。また、日本で所属していた事務所でも、テレビ局や映画業界の契約関係の仕事をすることも多く、『冬ソナ』が入った以降の韓流の中でのエンターテインメントの法律上の問題、韓流の問題を多く担当した。

まず、私が経験した中では俳優のパブリシティ権の二重許諾がある。韓国法人が、俳優から日本でのファンミーティングを行う独占的な権利の許諾をうけたが、その俳優が韓国の事務所でトラブルを抱え込み、その事務所が日本の会社に同様の権利を許諾してしまった。ライセンスを受けた韓国法人は、相手方にイベントの中止を求めたりしてはいけない関係になっているため、結局は俳優に責任を追及するしかないが、今後のビジネスの関係が崩れてしまうので法的な手続きをするのは難しいというのが現状。このような二重の譲渡の関係というのは、映画の劇場配給権や、DVDの製造・販売権でも同じである。韓流の権利ビジネスの落とし穴というのは、本来は行わなければいけない権利チェックを十分行わないために起きることが多い。これから売れていくアーティストにおいてもこういう問題が起きてしまうと、韓流という全体の中での、日本のファンへの悪影響は計り知れないのではないかと。

「韓国のものはよく揉めますね」、「韓国のものは権利が怖くて手を出せません」というように、韓流コンテンツはトラブルが多いという印象を持っている日本の業界人は多い。欧米のコンテンツと比べた場合に権利意識の甘さがあり、それを克服するにはきちんとした当たり前の契約をするしかないが、韓流コンテンツはトラブルが多いという認識をあたえているということも、もう少し韓国の業界の方々にも理解してもらいたい。

今後、韓流コンテンツは多様化していかないといけない時代と思うが、スポーツコンテンツにおけるエンターテインメントが広がることで、今後日本でも女性だけでなく男性へも広がればいいのではないかと。

玉置直司（日本経済新聞）

80年代から6~7年韓国で生活し、韓流を実際の生活で感じていることもあるので、今の先生方のお話を踏まえながら少しコメントさせていただきたい。

80年代初めに韓国へ行ったときには、成田空港も仁川空港もなく、搭乗者のほとんどが男性だった。ところが、2001年から駐在したときにはほとんどが日本の女性のグループになっていた。去年の統計だと日韓を往復する旅行者は500万人にのぼり、1日1万4000人が行き来している計算になる。外交の力をはかるときに、最近はソフトパワーという言葉をよく使う。それは軍事力や、単に物理的な経済力だけではなく、ソフトの力によってその国に対する印象を変えたり、国と国の関係を変えたりする。韓流だけで500万人が行き来しているわけではないにしても、一つの大きなきっかけを日本人に提供したという意味では、韓国にとってはソフトパワーをつける部分になったと思うし、日本人が韓国の文化や国のことを理解する大きなきっかけになったことは間違いないと思っている。また、韓流ブームはいつまで続くのかということ。広義の韓流、狭義の韓流、いろいろとあるが、韓国のコンテンツが日本で流行ることという「韓流」という意味でいうと、これから先も活発になっていくのではないかと。

コンテンツの面においても、韓流のマーケットが大きくなれば大きくなるほど、いろいろな面で改善される。そういう意味では、韓国が持つソフトパワーはこれからも更に強くなっていくと思うし、それによって日本人も韓国に対する理解が深まっていく。韓流というのは一つの入り口だから、これを契機にいろんな関心を持ってもらえればいいし、そうなことを期待し、信じている。

申景浩（国士舘大学）

本日の韓流シンポジウムを行うことそのものが韓流であり、素晴らしいものであると実感している。そもそも大学で企画するとき、これだけのパネリストをラインアップするのはそう簡単ではない。そういった意味で、韓日の友情があって参加して下さったこと、韓国文化院の新しいホールで日本の教育機関である本学とシンポジウムを共同開催して下さったことに感謝申し上げたい。

長い歴史のバックグラウンドを持っている私たちの地域だが、現代国家としては短い。88年のオリンピックで初めて韓国語、韓国の食文化が注目されるなど、80年代は韓国が国際舞台に登場する時代だった。90年代に入ると日本はバブルがはじけて不況となり、韓国も冬の時代に入った。2000年代に入ると若者達により活気があふれ、2002年の韓日共催ワールドカップの勢いで韓流というものが今日まで続いているのではないかと。20世紀の日本は軍国主義だったし、韓国も大変な時期で、そのときの軍事政権によって日本との関係が結ばれてきた。21世紀はまさにここにおられるパネリストの方々、また土曜日にもかかわらず関心をもって来て下さったの方々による真のパワー、文化的なパワーが、今日みなさんがおっしゃっているソフトパワーに繋がるものではないかと思う。

韓国は政治的にも経済的にも海外依存が非常に高く、およそ 80%を海外に依存しなければならない。韓国の良さが失われて文化までも海外依存度を高めてしまうと、本当の良さというのはどういうものになるのか、そういうことを考えてしまう。また、今年ほど国連で日本、中国、韓国が世界から注目を集めた時代はないだろう。日本の総理は CO² の 25% 削減を世界に提示し、中国は消費大国、経済大国として台頭し、そして韓国からは国連事務総長が誕生した。

アジアが 21 世紀のハード面で中心的な役割をし、そこでアジア共同体という言葉が自然に出てくる。広い意味で国益を考えていくことが、韓流のみならず、アジア文化交流の開花にもつながる。今まで一方通行的にヨーロッパやハリウッドの文化を受け止めて、それを楽しんできたものが、いつか韓国のコンテンツを見て、楽しむことになればいいと思う。

ディスカッション

黒田福美

結局大切なことは「人間は知的な動物だ」ということ。韓流でドラマや映画が取りざたされたが、韓国でも日本でも、より韓国的なもの、より日本的なものこそが国際的なものになりうるし、そういうものをお互いの国が提供していくことが大切ではないか。争わず、欺かず、ビジネスから理解を促すような交流になっていって欲しいと思う。そのために文化というものが大きな役割を果たすのではないか。

知識をもって何かをみる。どういう建物で、どういう歴史があって、どういう背景があるのか、それがわかるともっとよくわかる。そういった知的なアプローチをしていく努力がこれから必要と思うし、それが私たちの責任なのかなと認識を新たにした。

関谷元子

一度原点に帰って、文化としての韓国文化をとらえ、ビジネスの部分でのレベルを韓国も日本もきちっとあげるということが大切なのではないか。時々韓国の俳優の記者会見がファンミーティングかと思うほど携帯で写真とっている。韓国文化を暖かく見守り、応援し、時にはきちっと書けるメディアでいたいと思う。

アジアでの韓国文化としては、中国人は非常に合理的でそこが韓国とぶつかっているという気がする。例えば、韓国のアーティストが来た際に大きなリムジンを用意した方がメンツを保てるが、中国関係の人は全員一緒に行けるワンボックスでいいという。そういうこともあって韓国ブームがおさまった感じが若干あるが、反対に韓国の人達や文化をすごく認めている部分もある。これが今のアジアでの韓国の状況かと思う。

金容範

今日は非常に愛情を込めたご指摘があった。僕も「爆弾発言」が期待されているようだ

が、逆に弁明にまわっているような気もする。

たとえば、ある映画があって、プロモーションで女優を一人呼ぶ際に、ハリウッド女優でも3~4人の付き添いがやってくる。これが韓国では友達や兄弟も入れて10人以上来るという現象が一時期あり、いまだなくならない。スタッフのギャラも高額を要求するというのも続いている。国からのバックアップで、映画業界に若くて優秀な人材がたくさん入り、ある意味日本より国際化されているが、一番の問題がマネージメント。経験もなく、ボディガード的要素で入ってくる人も多いため問題が多い。著作権の問題等もあるが、業界の常識に対する認識が非常に足りないというのは恥ずかしいこと。

若者はインターネットを通じてどんな情報も手にいれられる。彼らは韓流というアジアのマーケットの土台が作られたあとに出てくるので、何かいい模範となってくれるのではないか。少なくとも日本の業界を経験している人間として、日本における韓国のコンテンツや、日本のアーティストが中国や韓国でも活躍できるような関係にならなければならないと思う。

片岡朋行

韓流も中国ではニッチマーケットという話があったが、どんどん海外に出て行くという部分での積極性は、日本人にとっては非常に学び取れることと思う。外に出て行く推進力は、日本が真似なければいけないところ。

日本の政府はコンテンツの海外輸出をやっているが、ソフトのブームでの力というのは、世界でみればニッチなものでしかないというのは現実。一つの例として、韓流の海外へ出て行き方や売り方というものを、業界の方々はもっと参考にすべき。韓国には若い優秀な人材が多い。そういう人達のやりかたや熱気を学ぶことが日本人にとっては重要かと思う。

申景浩

韓国人が自分たちのエゴで、あるいは国際的に通るような契約、ビジネスが欠けているために、どんぶり勘定をやっておかしくなっていくということを聞いて、非常にはずかしき思い、そういったものを改善すべきと思う。

韓国には素晴らしい文化がたくさんあるが、日本では大衆文化だけに偏っているイメージがある。韓国の文学なども日本に紹介するべきで、そうしたほうが大学などのアカデミックな人間の生きる道もある。韓国人の根性、スタイル、習慣をみると、非常におおらかで、独特の魂をもっており、それが今日本のみなさんに受け入れられている。ただ、韓国はマニュアル通りに芝居を演じると、ドラマが生まれにくい。そういった意味で、あまり政府が干渉したり、政策をいじったりすることは極めてよくない。もう少し韓国は素直になるべきだ。国際認識、ルールを、政府ではなくアーティストに任せるということを提案したい。

モデレーター

韓流ビジネスでいろいろな問題が起こしているというのはまさにその通りだし、それを正していかないとグローバルなマーケットでは許されないと思う。ただ、文化交流というものをビジネスや文化産業の論理だけでやっていけるのだろうか。おそらくアジアでそういう理屈が通用するのは日本だけであろう。日本のファンは自分の好きな歌手や映画のCDやDVDを正規料金で買うと思うが、アジアのほとんどの国では海賊版が横行している。日本のファンは、実は自分が気づかないうちにある種のお布施をしているのではないか。日本のファンだけがお金を払って、韓流がビジネスとしては日本だけで成り立っている。ただ、ビジネスの論理を超えた形でつながっているアジアの大衆という存在はとても大きい。そういうところを見据えながら、これからアジアでの文化交流がどういう形で成立しうるかというのは、頭の痛い問題でもあるし、面白い問題とも思う。

今日は具体的な問題点も指摘いただいたし、提言もいただいたので、これがまとまったものが韓国政府に届けられて、是非将来の「新・韓流」を生み出す元になってくれればと願っている。