

No.2512

「クール・ジャパン」の海外進出を支えたのは誰か？

—豪州日本食産業の事例研究—

一橋大学大学院社会学研究科 特別研究員

藤岡 伸明

近年、日本政府は日本の文化に関わる事業の国際展開を促進するための施策（クール・ジャパン戦略）に注力している。なかでも日本の食文化に関わる事業は、すでに一定の成果が出ている先進的事例として注目されている。そこで本研究は、豪州日本食産業の発展を可能にした要因を、日系企業とそこで働く従業員の役割に注目して解明しようと試みた。具体的には、豪州で事業展開する日系の日本食レストラン4社、食品卸売業者5社、飲料メーカー2社に対して聞き取り調査を行い、これらの企業でどのような事業や業務が行われているか、そしてどのような従業員が働いているかを検証した。その結果、日系の日本食関連企業とそこで働く従業員は、以下の4つの形で豪州日本食産業の発展に寄与していることが明らかになった。第1に、日本食レストランは、単に日本食を提供するだけでなく、料理と日本の食文化を顧客に説明することを通じて、日本食ならびに日本文化の普及を草の根レベルで促進している。第2に、食品卸売業者は、同業他社との競争を勝ち抜くために多種多様な商品を市場に供給する過程で日本食の普及と多様化を急速に推し進めている。第3に、飲料メーカーは、20年以上に渡って地道な宣伝・普及活動を継続することにより、日本食や日本文化を現地社会に浸透させてきた。第4に、多くの日本食関連企業で進行しつつある社員の現地化と多民族化は、現地消費者や非日系移民の間に日本食が普及することを促進している。以上を踏まえて、本研究はクール・ジャパン政策に関連する2つの政策提言も行った。第1に、日本から豪州への人材派遣を促進するために、日本政府は豪州政府に対してビジネスビザの発給要件を緩和するよう要請したり、料理人向けのビザを設置するよう交渉したりすべきである。第2に、日本食に関わる事業の国際展開を政策的に支援する際は、現地の市場を熟知した人物や企業の助力を得るべきである。これらの提言を取り入れることにより、クール・ジャパン政策がより効果的なものになることを期待したい。