



私の思い出写真館

最高の物語を 世界中のこどもたちへ



深澤 恒一

セガサミーホールディングス
上席執行役員

マーザ・アニメーションプラネット
取締役社長

陶器を china と呼ぶことは有名だが、漆器が japan と呼ばれることを人間国宝蒔絵師の室瀬さんに教えていただいて初めて知った。日本の伝統工芸については、日本人よりヨーロッパの方々の方が詳しいとも教えられた。Cool Japan と呼ばれる日本の Pop Culture は世界中で多くの人に支持を得ているが、ビジネスとして海外で成功した例は少ない。

この写真は、10年くらい後に“思い出の写真”になると良いなと思い掲載した。昨年11月にサンタモニカで開催された American Film Market で開いた当社戦略会議での一コマで、当社のアドバイザーボード・メンバーを中心とする、映画産業の聖地ハリウッドビジネスのプロフェッショナルたちである。彼らだけではないが、外国人に日本のデザインやアート、コンセプトの何が良いと思うかと質問すると、シンプルなデザイン・色彩感覚や構図の取り方などの具体例を示して意見してくる。ところが日本人に同じ質問をすると、抽象的なコトバで日本の良さを



アドバイザーボード・メンバーと一緒に

一生懸命説明することが多い。これは単に語彙力やコミュニケーション・スキルの問題ではなく、抽象的なものを可能な限り定量化するスキルと、人に教えることができるレベルにまで標準化するスキルの差である。

当社が目指しているのは、世界をコントロールし続けるハリウッドフィルムの間隙を突くことである。そのために、品質分析可能なグローバル・ストーリーテリングというハリウッドで確立された手法を取り入れることと、デザインやコンセプトといった Japan's Magic を融合させることで、民族観念や宗教観念を超越して観客を魅了する物語を創るのだ。

300億ドルの世界市場のうち200億ドルを押さえるハリウッド人も、日本の小さなスタジオのエキセントリックなチャレンジに興味津々のようである。日本人にしか創れないクリエイティブがあるからだ。近い将来、世界中のこどもたちに日本発の最高の物語を贈りたい。