

【セッション③】越境する感動を。スポーツコンテンツが創る未来価値

登壇者(敬称略) ※肩書はイベント開催 当時のもの	高橋 陽一 『キャプテン翼』作者／南葛 SC オーナー兼代表 鈴木 晴彦 株式会社 MISAKI 代表取締役／株式会社 TSUBASA 顧問 太田 三音子 内閣府知的財産戦略推進事務局参事官
モデレーター(敬称略) ※肩書はイベント開催 当時のもの	岩本 義弘 株式会社 TSUBASA 代表取締役／南葛 SC 代表取締役専務 兼ゼネラルマネージャー

岩本:株式会社 TSUBASA 代表取締役と、高橋陽一先生がオーナーの南葛 SC というクラブで代表取締役専務兼ゼネラルマネージャーを務めます岩本です。このセッションのトークテーマは「越境する感動を。スポーツコンテンツが創る未来価値」です。それを『キャプテン翼』の話を中心に、スポーツと交えながら話していきたいと思います

まず、『キャプテン翼』がなぜ世界中に広まったのかというところを、作品性と時代背景のところからお話できればと思います。ここのところは、編集者の立場として鈴木さんからお話しいただけないでしょうか。

鈴木:1978 年に少年ジャンプに配属されまして、最初の夏休みに、高橋先生が自分の作品を描いて少年ジャンプ編集部を持ち込まれ、それからのお付き合いです。『キャプテン翼』の連載準備には2年かけたかな。

高橋:そうです。2 年ですね。

鈴木:連載を始めたのは、高橋先生が 20 歳の時でしたね

高橋:はい。20 歳でした。

鈴木:今は 20 歳で少年誌、週刊誌で連載を始められる人はいません。高橋先生は 20 歳の時に少年ジャンプ18号で連載が始まりました。で、あっという間に人気が出て、アニメにもなり、そのアニメが世界中で広まっていきました。地球の裏側でも『キャプテン翼』の作品を知らない子どもたちはいないというぐらい、ものすごい伝播力がある作品です。『ドラゴンボール』とか『ONE PIECE』といった強い漫画もありましたが、ある時まで「世界中で一番有名な漫画は何か」と言われたら、『キャプテン翼』ではないかという自負と確信がありました。

なぜそんなに翼が海外に広まったのか。その当時、漫画といえば、実はスポーツ漫画が主流でした。今はバトルというか、ファンタジーがメインに変わってきましたが、それでも世界中に知れ渡ったスポーツ漫画って結局、そんなにはありませんでした。国内では『ドカベン』とか『あしたのジョー』とか『巨人の星』といった人気のスポーツ漫画はありましたが、外国人は誰も知りません。

じゃあ、『キャプテン翼』がなぜ、海を渡ったのかというと、これは高橋先生がこうしようと言って始めたことなのですが、設定を小学生にする、これが一番大きかったと思います。主人公を小学生にしたことで、当時、海外で大人はあまり漫画を読まないし、アニメーションも子ども

のものでした。今だったら『SLAM DUNK』でも『ONE PIECE』でも、大人も読んでいます。つまり、今は海外の人がどんどんオタク化してって、コンテンツ市場が大きくなっています。でも、当時は本当に子どもたちのものでしたから、そこに『キャプテン翼』が刺さったわけです。主人公を小学生にしたのは、大発明だったと思います。

岩本: 高橋先生、なぜ主人公を小学生にしようと思ったのですか。

高橋: 新人賞で入選して、19歳の時に読み切りの『キャプテン翼』が掲載されました。そこから連載になるまで1年かかりましたが、その1年の間に試行錯誤して、全部ボツになった中から最後に生まれたのが、あの小学生の翼君でした、最初からそう狙ったわけではなくて、結局これが一番、自分の中で描きやすかったのかなという気はしています。

岩本: 高橋先生は、4作目で新人賞を取られたのでしたっけ。

高橋: 5作目です。

岩本: 新人賞を取る前の作品のテーマは、どういうものだったのでしょうか。

高橋: 僕は野球とサッカーが好きで、交互に描いていて、5本目がちょうどサッカー漫画でした。

岩本: じゃあ、サッカー、野球、サッカー、野球、サッカー。野球のほうで採用されちゃっていたら、野球漫画を描いていた可能性もあるわけですね。

高橋: なくはないですね。

鈴木: でも、そうしたら海を渡ってないと思います。

岩本: そうなんですか。

鈴木: 実は『キャプテン翼』も連載としては中学生の設定で考えていました。でも、中学生設定のままOKが出て連載になっていたら、たぶん海を渡ってないと思います。

岩本: 鈴木さんは担当編集者として、高橋先生と二人三脚で、どういうテーマにしようかという話を日々していたわけですね。

鈴木: 本当に高橋先生の内から出る才能で開花した作品なので、あんまり二人三脚とかおこがましくて言いたくないですが、『キャプテン翼』が広まったもう一つの理由がありまして、それは、主人公たちが少年性にあふれたみずみずしいキャラクターだったんですね。これが世界中で愛された理由だと思います。

だから、単にどの漫画家さんが小学生を設定にスポーツ漫画を描いて、それが全部、海を渡っただろうということとはあり得なくて、高橋先生が少年性あふれる翼や岬や日向小次郎を描いていたからこそ、世界中に渡って、地球の裏側のブラジルまで沸かせるスポーツ漫画になったと思っています。

岩本: 『キャプテン翼』のビジネスをやらせていただいている身からすると、この作品が世界中に広まったのは時代背景もあると考えています。当時はまだ著作権管理、ライセンスという考え方が全然整っていませんでした。『キャプテン翼』もアニメになってから、制作会社が倒産してしまったということもありますが、著作権がしっかりしていない中で、世界中に広まっています。本当にタダ同然で広まっている国もたくさんあります。

日本はある程度、集英社さん、テレビ東京さん管理をされていますが、海外に関しては、本当

に権利フリーみたいな感じで広まったというのも、結果的に『キャプテン翼』がこれだけ世界中に広がって、しかも、再放送とかも特に設定されていないような状況で広がっています。やはり日本では『キャプテン翼』の世代って、たまに途切れているところがありますが、海外では最近まで繰り返し、繰り返し流されている。それこそ毎日やっていて、終わるとまた流し始めるみたいな国もあるぐらいです。

だから、とても強いファンができたというのが、時代背景としてあると思っているのですが、集英社の常務もなされていた鈴木さんは、そのところをどのように思われますか。

鈴木:確かに、海賊版かもしれないし、ほとんど権利関係が処理されていないまま世界中ですっと再放送され続けていて、結果的にそれでエバーグリーンになったという側面は確かにあると思います。これからはそういう時代でもないの、しっかり管理しながらやっていかなきゃいけないと思っています。そのためにアニメで新しい『翼』を、前の『翼』を土台にしながら、さらに広めていこうというところにあるのではないかと思います。

岩本:『キャプテン翼』に関しては、もともとの下地があって広まったという部分があると思いますが、鈴木さん、逆に新しいコンテンツを広げていくのはビジネス的にも難しいですね。

鈴木:もちろんそうですね。

岩本:例えば『ONE PIECE』や『鬼滅の刃』は先進国にはかなり広まりやすいと思いますが、経済的な途上国にはお金が出せないの、広まらないという実態もあります。そこは、どのようにしたら広がっていくのでしょうか。

鈴木:今、アニメは本当にお金がかかる時代になっていまして、アニメ先進国がいいものを作って世界中に回していくっていうタームだとは思いますが『キャプテン翼』についても「サッカーがテーマだったから世界中に行ったんですね」と言われることもあります、それほど単純な話ではないと思います。

逆に、同じやり方を世界中で人気のあるバスケットボールやクリケットとか、世界で2番目に人気あるのはクリケットらしいので、そういうスポーツにチャレンジしていくというのも、これからの可能性としてはあるのではないかと思います。

岩本:それでは次のテーマに移らせていただきます。これもよく高橋先生がインタビューで、「45年経っても、なぜ『キャプテン翼』は人気があるのでしょうか」と聞かれて、答えに窮しているのを見ますが、これについては鈴木さんから伺いたいと思います。なぜ、ずっと愛され続けているのだと思われますか。

鈴木:僕は先生の少年性が世界中に伝わったと位置付けています。

岩本:本当ですよ。僕には娘が3人いますが、小学校に上がる前、4歳、5歳のころから『キャプテン翼』を読んで、はまるんですよ。時代はあまり関係ないと思います。

鈴木:あともう一つあります。『キャプテン翼』は連載を始めた時に、当時の漫画評論家さんたちから「絶対これは当たらない」と言われました。なぜなら団体競技だからです。

あの当時、スポーツ漫画は、一対一のボクシングや剣道、野球もピッチャー対バッターの一対一なので、そういう漫画作りが大勢を占めていました。でも、『キャプテン翼』を今読み返すと、

全てのチャプターが一對一にフォーカスされています。翼対小次郎とか若林対翼、そういう形です。だから、『翼』はやはり漫画作りの根本の一對一ってところを、しっかりと団体スポーツに持ち込んだから成功したのだと思います。

岩本: 高橋先生は、その辺をどのように意図していらしたのでしょうか。

高橋: 鈴木さんがおっしゃられたとおり、一對一という場面はスポーツ漫画の醍醐味なので、僕がずっと少年漫画を、少年スポーツ漫画を読んできた中で、そうした体感があったから、自然とそういった描き方をしたのだと思います。そこを一對一でやれば受けるなとか、そういうよこしまな考えはなく、おそらく純粋に面白いものを描こうと思ったからそういう形になったんだと思います。

45 年経っても、僕はまだ連載を続けていて、なぜ連載を続けていられるのかなと思うと、それは僕の中で翼君たちのキャラクターが生きているというか、まだ輝いているので、僕もそれに付き合って描き続けていられるのかなと思います。

岩本: 高橋先生、当時のスポーツ漫画は団体競技も少なかったですし、それぞれのライバルがこれだけ個性的な漫画も、なかなかなかったと思いますが、なぜそういうふうになったのでしょうか。

高橋: やはり翼君が主人公で真ん中にドンといて、それにどういうやつをぶつけたら漫画が面白くなるかという発想で、全部ライバルたちを登場させたのだと思いますね。ですから、その描き方というか、アイデアの出し方みたいなところが肝になっているのではないかと思います。

岩本: 時にはライバルの、日向小次郎が主人公のように思えてくる。中学生編は特にそうだったと思いますが、先生の中では、勝手にそうなっているんですか。

高橋: そうですね。キャラクターが立つと勝手に動いてくれるという部分もあって、特に日向みたいな熱いキャラクターは、自分の中でも感情移入がしやすくて、そういう流れになったと思います。

岩本: 鈴木さんにお聞きしたいのですが、『キャプテン翼』のような作品がある中で、出版社の構造として、連載中でないとライツも動かないといったケースが多いじゃないですか。

鈴木: はい。

岩本: 『キャプテン翼』は最初のジャンプでの連載は何年間ですか。

鈴木: 最初は7年です。

岩本: その7年が終わった後にアニメも一段落して、一時的に皆さんの目に触れないような時期もあったと思いますが、それは、出版社の構造的には仕方がない問題だと思われませんか。

鈴木: 昔はそんなビジネスモデルでしたね。漫画が終わる前にアニメーションが終わってしまいます。アニメーションが漫画に追い付くという部分もありますが、アニメが終わると、やはり漫画のほうも、新しくアニメーションになった漫画のほうに、人气がシフトしていくというようなことが、ジャンプでは繰り返されていたような気がします。

岩本: 僕が高橋先生に出会ったのは、雑誌のインタビューに行った 2001 年でした。その頃すごく不思議だったのが、ちょうどヤングジャンプの連載を始めたぐらいのタイミングで、『キャ

プテン翼』のような強いコンテンツで、世界中で知られているのに、なぜもっといろいろなことをやらないのだろうかということでした。結局、ジャンプで連載してない漫画に関しては、当時は結構難しかったのだろうなと思っていました。

鈴木:最近は逆に『鬼滅』や『ハイキュー！！』のように、漫画の連載が終わっても、アニメは終わらないというケースが増えて、アニメのクオリティーを上げて映画で回していくというビジネスモデルがメインになっています。やはり今は一つのコンテンツに対して、そのコンテンツを支えるチームが、どうやって長く、もっと大きくそのコンテンツを生かしていこうかという取り組みがなされているという状況に変わってきていて、これはライツビジネスの進化だと思います。

岩本:そういう意味では、過去の作品で世界に出ていない作品を掘り起こしていくことも可能ではないでしょうか。

鈴木:もちろんそうです。漫画の人気アンケートは、別の角度で見るとマーケティングです。少年ジャンプは 10 週ごとに人気アンケートで連載の入れ替えをしますが、それは読者が付いた漫画を残すということに他なりません。一種のマーケティングが、優勝劣敗、人気のあるものが残っていくというシステムをずっと作っています。だから、ジャンプに連載された漫画のアニメーションは、ある種のマーケティングが進んでいるので、アニメになっても人気があるということがあったと思います。

岩本:僕自身、『キャプテン翼』の版權管理をやらせてもらっている立場で、なぜ『キャプテン翼』がこれだけ旬の IP になれているのかというところの要素としては、リアルなサッカーと強い結び付きがあると思います。今週も、J リーグの来シーズンの特別大会である「百年構想リーグ」のオフィシャルのボールに、『キャプテン翼』のイラストを入れたボールを使用することになりました。普通に考えたら、45 年前に生み出された作品のイラストが今のリーグのボールに入るとは、あまりないはずですよ。そのほかにもバルセロナやユベントスといった海外のビッグクラブとのコラボもやっていますし、選手とのコラボもやり続けていますが、こうしたリアルなサッカーとの結び付きが、今もアクティブに IP が動いている理由ではないかと思います。鈴木さん、その辺りはどう思いますか。

鈴木:『翼』を読んでサッカーを始めたというスーパースターがいっぱいいるじゃないですか。最近ではエムバペがそうだったと聞きました。でも、彼の世代は、『翼』のアニメの何回目かの再放送で作品に出会ったという一番の最近の例だと思います。

岩本:高橋先生がそういう偉大な選手含めて、日本だけじゃなくて、世界中の選手とコミュニケーションを取っている場に僕もいつも一緒にさせていただいていますが、そうした選手は皆、自分が『キャプテン翼』世代だと思っています。誰も自分が見た番組が再放送だとは思っていません。ほとんどの選手は子どもの頃、小学校に上がる前ぐらいから見てるので、みんな自分が見たタイミングが旬だと思っています。世界には日本のように漫画やアニメコンテンツがまだ行っていないので、だからこそ『キャプテン翼』の価値は、海外でより高いのかなと考えています。

鈴木:つまり、世界中の子どもたちが初めて会ってドキドキするスポーツアニメが、いまだに

『翼』だってことですよね。

岩本:そうですね。先ほど言ったように、他にもたくさん良い漫画、良いアニメもありますが、今のちゃんとしたライツビジネスの中で世界中に出て行くのは、本当に難しいと思います。そういう意味で、『キャプテン翼』は偶然にも、すごく幸せなタイミングで出ていったという可能性もあると思います。

それでは、次はコンテンツ産業の海外展開に関する政府の取り組みというテーマで、内閣府の太田参事官、お話ををお願いします。

太田:私は現在、内閣府で知財部門を担当しております。その中でやはりコンテンツというものが非常に大きいポジションを占めていますので、今日はコンテンツ産業の海外展開についてご紹介できればと思います。

もともと私は経産省の出身でございまして、前職は経産省でスポーツ産業政策を担当させていただいておりました。今日はコンテンツということで取り組みご紹介させていただきますが、スポーツのことも最後に触れさせていただきます。

最初にコンテンツ産業の現在地を、データでお示したいと思います。世界の市場で見ますと、コンテンツ産業はかなり大きな市場規模になっています。重厚長大といわれる産業と比較しても、石油や半導体よりも大きな市場となっております。

このグラフは日本のコンテンツの海外売上を他産業の輸出額と比べたものです。これは2023年のデータですが、2023年に初めて、石油や半導体よりも大きな規模まで成長しました。過去10年で3.7倍と、大きく成長している分野だと捉えています。

政府の考え方を紹介させていただきますと、私の所属する知的財産戦略推進事務局は、総理が本部長を務める知的財産戦略本部の事務局ですが、この本部を毎年開催し、知的財産推進計画という政府全体で知的財産戦略にかかる取り組みをどう進めていくかという計画を出しております。その中で昨年6月に「クールジャパン戦略」を新たに決めました。この戦略でコンテンツ産業を日本の新しい基幹産業と位置付けまして、2033年までに海外市場規模、海外売上高を20兆円にするという目標を定めております。

先ほどご紹介したように、10年間で3.7倍も伸びている海外売上ですが、それでも今は5.8兆円ですから、20兆円というのは非常に高い目標です。こちらについても政府全体、また、民間の方々ともご協力しながら、取り組んでいくということでございます。

この新たなクールジャパン戦略を定めた時は、高市現総理が担当大臣でして、その強いリーダーシップでこの戦略を定めたということでございます。総理になられてからの所信表明演説の中でも「コンテンツ産業を含めた関連産業の海外展開を支援します」とおっしゃっています。

また、内閣に新たに設置された日本成長戦略本部でも、成長投資・危機管理投資の対象となる17の戦略分野が定められ、その中にコンテンツも含まれております。

コンテンツについては、予算規模もかなり大きなものを獲得しております。この資料では「予算案」と書いてありますが、昨日、国会で予算が成立しておりますので、こちらの550億円以上のコンテンツ関連予算は既に成立をしております。これを規模感で申し上げますと、昨年は

200 億円ぐらいでございましたので、倍増以上になっています。ここからも、政府の本気度を感じていただけるのではないかと思います。

次に、補正予算を活用しながらの取り組みもご紹介させていただきます。

1 つ目は人材育成です。コンテンツ産業に限りませんが、人材の不足は非常に大きな課題になっております。政策を実際に担っていただく専門人材もそうですし、先ほど海外展開と申し上げましたが、コンテンツの企画開発だけではなく、それを対外発信、あるいは海外に届けていくビジネス面での視点を持つ人材も不足しておりますので、こういった人材の育成、確保が課題でございます。

二つ目に、海外のビジネス展開の支援ということで、こちらは実際に作品を海外に届けるための流通機能、プラットフォームの強化が必要ですか、実際に海外に届けていく大規模な作品を作る際に国が支援させていただくといったこと、あるいは映画などのロケ撮影を日本の国内でやっていただくことは、コンテンツ産業のみならず、地域への波及効果も非常に大きいものですから、こうしたことも支援をして参ります。

三つ目が、クリエイター等の就業環境の改善でございます。やはりフリーランスで働いている方々が大変多い産業でございますので、あまり強くない立場にいらっしゃるクリエイターの方々に、きちんと対価還元がされるような環境整備をしていくということです。

四つ目が、先ほどの著作権のお話にもございましたが、海賊版対策も非常に大きな課題でございます。日本にとって逸失利益となっているものは、相当に大きな規模でございます。いちたちごっこのようなところもございますが、国もきちんと関与しながら取り組んでいくということを、今後も続けて参ります。

最後はスポーツに関係するところで、経産省では「エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会」というものを開催しております。私も異動前にこちら関与をさせていただいておりました。

ゲームとかアニメ、漫画、いわゆるコンテンツといわれるエンタメの産業でございますが、デザイン、アート、ファッション、あるいは見るスポーツ、こちらも含めた 10 分野を「エンタメ・クリエイティブ産業」と位置付けまして、それぞれの分野にどういった課題があるのか、何にどう取り組んでいくかを議論する研究会でございます。

この6月に中間取りまとめ的に産業戦略というものをを出しております。見るスポーツの部分だけ、ここでご紹介をしております。見るスポーツの部分は八つのアクションということで、海外展開の推進、スポーツ産業の成長に向けた環境整備、今日のお話もありました『キャプテン翼』のような他の IP・ファンダムとの連携による市場の獲得、あるいはスポーツを通じた地域活性化といったところに課題もあり、取り組んでいく必要があるということで、アクションプランを取りまとめております。

岩本: ありがとうございます。鈴木さん、国がこれだけ今やろうとしていることを、集英社の常務でもあった立場からどのようにお考えでしょうか。

鈴木: コンテンツ産業というのは、どうしても民からのエネルギーが根本です。間違いなくこれからもそうだと思いますが、例えば昔の韓流ドラマは、国がしっかり支援をして海外に強く

打って出たことで成功しました。その時、日本のコンテンツは劣勢でしたが、今は何とか頑張っ
てアドバンテージを取り戻したというところにいます。今後、政府がこれだけサポートしてくれ
て、今は非常にハードな状況にあるポジションのプレーヤーを、何とかこの魅力ある産業の中
で支援したいという政策は、僕にはとても響きました。

岩本: 幾つかのプロジェクトは『キャプテン翼』も一緒にやらせていただける可能性あるのでは
ないかと率直に思いました。

次に『キャプテン翼』の放送権ビジネスから見るスポーツ×漫画・アニメ IP の価値』というこ
とをテーマにお話をしたいと思います。これは『キャプテン翼』の新しいアニメーションを世界
にディストリビューションしていく時に、その売り上げを大きくするために、通常のアニメの流
通ではなくて、放映権を、サッカーの放映権を持っている、もしくは買うような企業を相手に、
海外に向けて販売しました。

中東の権利はサウジアラビアの会社を買ってくれましたが、通常の 50 倍以上、アニメで出す
よりも 50 倍以上の金額で購入してくれました。それはちょうどサウジアラビアが 2017 年、
2018 年にエンタメを開放したタイミングとマッチしたということもあります。中国もそうす
ね。普通にアニメで行くような場所じゃなくて、サッカーにも関わっているようなところす
ね。ちょうど中国もサッカーにより力を入れているタイミングだったので、サッカーの放映権を買
うようなところにアプローチもしながらやったところ、通常よりも 10 倍以上の金額で売ること
ができました。

ですから、こういう形、サッカー漫画だけでなく、他のスポーツの漫画もあるので、そうい
うのもうまく絡めていくと、ビジネスとしてより適正な価格になると考えています。今の日本の
アニメ IP の放送権、放映権は、やはりその価値よりもきわめて低いと感じていますので、新し
いコンテンツを作る上でも参考になると思いますので、この情報を伝えさせていただきました。

最後のテーマは、高橋先生がオーナーである南葛 SC というリアルなサッカークラブがありま
す。Jリーグを目指していますが、今は関東サッカーリーグ1部にいて、あと二つ上がるとJリー
グ、J3 入りができるところにいます。そこで、先生に伺いますが、このクラブの運営を始めて
10 年以上たっていますが、どのような思いでやられているかを含めてお話しただけないで
しょうか。

高橋: 一言で言うと、漫画ほど簡単にいかないですね。10 年やっていて、まだ J リーグにたど
り着いていません。現実はなかなか大変だなという思いが一番ですね。

岩本: 『キャプテン翼』と絡めているから、価値が高まっているとご自分で感じられる瞬間はあ
りますか。

高橋: おかげさまで南葛 SC はサポーターも多く、関東1部の中では抜群の集客力もあります。
いろいろな方々から注目されているという部分もありますし、さらにカテゴリーが上がるにつ
れ、クラブの価値というか、注目度も上がります。後々は世界に羽ばたけるクラブチームになっ
ていける可能性が、ある意味、他のどのクラブよりもあるのではないかと感じています。

岩本: 事業の責任者をやらせていただいている私からしても、今の時点でパートナー企業は

400 社を超えていて、その中にはサウジアラビアや中国などの海外のパートナー企業もあります。普通の地域リーグのサッカークラブではあり得ないようなパートナーの数だったり、応援してくれている人の数だったりというところがあって、スタジアム計画も今、新小岩という駅の最寄りのところで進んでいます。そういうことも含めて、こういった漫画・アニメ IP とサッカークラブのコラボ、スポーツクラブとのコラボは、世界でも初めてのケースだと思いますので、ここからも、注目していただければと思います。

最後にまとめになりますが、今後のこの『キャプテン翼』の可能性について、鈴木さんはどんなところを期待していますか。

鈴木:僕は今年 1 年、南葛 SC にどっぷりはまったので、もちろん『キャプテン翼』は先生の中で完結するまで描いて行って、それをずっと後追いでアニメーションにし、先生が 100 年先、200 年先でも、『キャプテン翼』という壮大なドラマがずっと残り続けるというところは、われわれもサポートしていかなくちゃいけないと思います。とにかく南葛が Jリーグに上がってきて、さらには海外遠征に行くようになれば、世界の裏側にも南葛ファン、翼ファンがいますから、彼らがスタジアムに押しかけることを考えると、もうわくわくしてきます。そこまで南葛も強くなってほしいと思います。

岩本:太田さんの立場から、『キャプテン翼』というコンテンツと南葛 SC というサッカークラブをどのように感じられていますか。

太田:コンテンツを見ている今の立場と、前職のスポーツを見ていた立場の両方で思いが錯綜してしまうところがありますが、ものすごく強いスポーツに絡んだ IP だということですね。スポーツだけで海外ファンを引き付けるのが非常に難しい中、『キャプテン翼』という強い、海外にもファンの多い IP も一緒になって外に出ていただく。知的財産戦略担当の小野田紀美大臣もよく、コンテンツの力というのは、親日の方々を世界中に増やす非常に強いソフトパワーなんだとおっしゃっていますが、そういった意味で『キャプテン翼』にも強い期待感がありますし、ぜひスポーツ、南葛 SC 含め、日本のサッカーを世界中に広める、ファンを広める原動力として、ぜひ連携して飛び立っていただきたいなと思います。またその際、政府の支援もぜひご活用いただきたいと思います。こういう支援が必要だという声も、ぜひ政府のほうにお届けいただければ、一緒に考えていけるかなと思い、本当にわくわくしております。

岩本:高橋先生、最後に『キャプテン翼』と南葛 SC という、先生が今、全力で取り組んでいるこの二つに関して、コメントをいただけないでしょうか。

高橋:一つの到達点としては、今、構想にあるスタジアムですね。そして、スタジアムの隣には『キャプテン翼』ミュージアムを作りたいと思っています。それによって本当に漫画と現実のサッカークラブが融合して、世界に誇れるコンテンツになっていくのではないかなという思いがありますので、まずはそこを目指して取り組んでいるところです。

岩本:それでは、今回のトークセッションはこちらで終わらせていただきます。ありがとうございました。