

ワシントン情報、裏 Version  
2005年2月11日  
竹中 正治  
「日本ポップ・カルチャーのダイナミズム」

【なぜ日本の漫画、アニメ、ゲームソフトが人気を得ているのか？<sup>1</sup>】  
少し前のことである。Washington Post が “We’re Playing Their Toons. Japanese Anime Moves Out of the Fringe and Onto the Red Carpet” (Dec.6,2004) と題した一面ぶち抜きの特集記事で、近年の日本アニメの米国での著しい人気、普及について採り上げたことがある。同様の記事は昨年 Business Week 他、複数の雑誌でも見られた。昨年2月に日本の外務省がアニメ製作の巨匠りんたろうさんを招いてワシントン DC で講演会が開かれた時も、アメリカ人の参加者の方が日本人よりも多いくらいの大盛況で、参加した私は驚いた<sup>2</sup>。アニメに限らず、漫画、ゲームソフト、(音楽も?) などポップ・カルチャーの世界での「日本製品」は、アジアや米国を始め世界に急速に広がっている。

WPの記事によると、「ポケモン」は世界 68 カ国で放映され、米国での日本アニメ関連のロイヤリティと商品売上げは 2003 年に 44 億ドル (4600 億円、JETRO) に達し、日本の米国向け鉄鋼輸出額を抜いた。更に同記事は、映画アニメでは宮崎駿の最新作「ハウルの動く城」「となりのトトロ」「千と千尋の神隠し」、TV アニメでは「ポケモン」「遊戯王」、そして米国でアニメ化されてヒットした「パフィー」などを採り上げて次のように問う。日本アニメはどうして米国の子供から大人にまで人気を広げているのか？日本アニメはディズニーに代表される米国のアニメ映画や TV アニメと何が違うのか？残念ながら、同記事は要領を得た回答に達していない。しかし、アメリカ映画と日本の漫画、アニメ、ゲームソフトなど双方のユーザーである私には理由が判るような気がする。

【文化的要素の雑多性、多様性が生み出すダイナミズム】  
アニメに代表される日本ポップ・カルチャーに見られるひとつの特徴は、文化的要素の雑多性、多様性である。宮崎駿の作品集を例にしてみよう。「魔女の宅急便」は欧州風の海浜街を舞台にした魔女の修行物語で、おそらく欧米の子供達が最も違和感なく溶け込める要素で構成されている。一方「となりのトトロ」では純然たる日本の田舎を舞台にしながらも、文化の違いを超えて子供心を捉える普遍的な要素、あるいは大人にも「自分も子供の頃はこういう感じ方をしていた」と想起させる要素に満ちている。ところが「天空の城、ラピュタ<sup>3</sup>」や「風の谷のナウシカ」になると、東洋でも西洋でもないコスモポリタンの別世界が展開する。更に面白いのは「千と千尋」で、「神隠し」、「八百万(やおろず)の神々」、「湯屋」など日本の文化要素の中に、黒柳徹子をデフォルメしたような「湯婆婆」という魔女(西洋風の要素)や「竜」という中国的な要素が混在して展開される。

また、鳥山明の漫画・アニメ「ドラゴン・ボール」は、「ポケモン」と並んでアメリカで知らない少年はいないほどの人気であるが、登場するキャラクター達の多種多様さは、古今東西のおもちゃ箱をひっくり返したような賑わいだ。

<sup>1</sup> このショート・レポートは、ほぼ同様のテーマを扱ったブログ(weblog)の若い友人「やじゅんさん」にそそのかされて書いたものです。

<sup>2</sup> 「りんたろう、日本アニメ職人の心意気を語る」2004年2月 <http://www.geocities.jp/takenakausa/sub1index.html>

<sup>3</sup> 「天空の城、ラピュタ」は、「ガリバー旅行記」に出てくる飛行都市国家「ラピュタ」とアトランティス伝説をミックスしたようなイメージであり、西洋的な色彩が濃いかもしい。

これだけのバリエーション、多様性を生み出せるのは宮崎駿ら製作者の才能であろうが、同時に東西の文化要素が混然とした日本の文化土壌の産物でもあろう。勿論ディズニー・アニメにも「アラジン」や最近では中国史に題材を採った「ムーラン」などもある。しかし、異なる文化的要素を混在させて、ジャンクではなく、完成度の高い統一された虚構世界を展開する力はディズニーには見られない。

以前別のレポートで述べたが<sup>4</sup>、松平健の「マツケン・サンバ」は、時代劇とラテン・サンバをフュージョンした「ハイブリッド突然変異体」とでも呼ぶべき恐るべき文化的モンスターだ。異なる文化的要素がフュージョン（融合）し、突然変異的な新機軸を生み出す文化的ダイナミズムを日本のポップ・カルチャーは発揮しているのだ。

#### 【「マクドナルド・ビジネス・モデル」と「ラーメン屋ビジネス・モデル」】

もう一つの特徴は、日本のポップ・カルチャーの創出が、米国に比べると相対的に小規模な資本と職人的価値観を持つ人々によって担われていることにあると思う。先述の WP の記事も述べているが、米国に比べると一作品の売上高に示される日本のアニメ・ビジネスの規模は小さい。調べてないので正確に言えないが、担い手の企業の規模も米国よりかなり小さいはずだ。実はこれが幸いしている。

ビッグ・ビジネスは大きな興行収益を目標に掲げなくてはならないので、必然的に市場の最大公約数的な需要・好みを対象にして製作される。それを繰り返していれば、必然的にパターンマンネリや標準化に陥る。これはマクドナルド的ビジネス・モデルでアニメを製作したらどうなるかを想像すれば判ることだ。

ところが日本のアニメや漫画には、「ラーメン屋的供給構造」が根強く残っているのだろう。最大公約数の需要（好み）よりも、製作者が自分らのセンスにこだわって、多種多様なものを創出、供給している。従って、ひとつ毎のビジネス規模（売上）は小さいが、多様でユニークなものが供給される。その結果、意外性や驚きのあるものが多く、面白い。

タランティーノやウォシャウスキー兄弟など、ハリウッドの映画監督で日本の漫画、アニメ、映画からインスピレーションを得て、自らの作品に利用して成功している人が多いことは今や有名なことである。ビッグ・ビジネスの中でマンネリに陥るのを回避するために、日本の作品群から新しいインスピレーションを補給しているのだ。

また、日本で作られた映画やアニメは、原作を米国の市場に載せても大ヒットにはなり難い。ところが日本版映画を米国でリメイクしてヒットする作品が増えている。「ゴジラ」やホラー映画の「リング」、「呪怨」が米国でリメイクされてヒットした。周防監督の「シャルウィーダンス？」もリメイクされて“Shall We Dance?”で登場し、好評らしい。日本版のままだと米国ではニッチな層にしか受けないが、米国の監督がアメリカ人にも「食べやすい」ようにリメイクして成功しているのだ。マクドナルドのハンバーガーに飽きたアメリカ人が寿司を食べて喜んでるようなものだ。

日米のビジネス・モデルの相違に着目すると、日本のポップ・カルチャーの発展が、なぜ映画よりも漫画、アニメ、ゲームソフトなどの分野に強く現れているのかも判る。映画も様々であるが、総じて今日の市場を席捲しているのは巨大資本を必要とするビッグ・ビジネスである。巨額の資本を要する映画では、特に米国においては、市場の最大公約数の需

<sup>4</sup> 「ハリウッドと刀～映画に見る cultural fusion～」2005年1月 <http://www.geocities.jp/takenakausa/sub1index.html>

要を獲得して売上を伸ばすビッグ・ビジネス・モデルが支配的になった。一方、漫画、アニメ、ゲームソフトの分野では必要となる資本が小さく、日本の「ラーメン屋の供給構造」に適しているので、職人達のニッチな創作が可能になるのではなかろうか<sup>5</sup>。

#### 【ひとつの文化的な豊穡期を迎えた日本】

日本のポップ・カルチャーの世界的な人気、以前からではなく、なぜ近年に高まっているのか？ 極めて大雑把な見方で言うと、歴史のサイクルには、経済・産業的な勃興、あるいは軍事的な勃興の後に、文化的な豊穡期が到来する傾向が見られるのではなかろうか。文化的な豊穡のためには、それを創出し、かつ需要する有閑階級の増大、あるいは大衆の余暇時間の拡大が必要だ。経済（あるいは軍事的）な勃興期には、富の蓄積や戦争に社会は多忙である。戦後日本で「エコノミック・アニマル」「猛烈社員」という言葉が流行った時代がそれに相当する。ところが、富の蓄積が一定の度合いを超え、有閑層や大衆の余暇時間の拡大をベースにポップカルチャーへの需要が増加し、需要と供給の相互連鎖的な拡大が本格化したと考えることができよう<sup>6</sup>。

更に創作・供給者側の事情から考えると、戦後、漫画やアニメを愛好した私を含む世代が大人になり、その中から、製作、供給者になる人達が増えて来たことも見逃せない。彼らが自分が子供時代には夢物語だったほどの経済資源とこだわりの技法を駆使して、日本のポップ・カルチャーの質的、量的な発展を担うようになったのだ。

私達は日本の文化的土壌と言うと、直ぐに「単一民族性」「閉鎖性」「権威主義」など従来繰り返されてきたステレオタイプなイメージに自ら呪縛されてしまいがちである。しかし、そろそろこうした呪縛イメージから目を覚ましても良い頃だろう。日本の歴史を鳥瞰すれば、我々の祖先は異文化要素をフュージョンしてハイブリッドなものを産み出して来たことが判る。その文化的なダイナミズムは今も脈々と生きていることを、日本ポップ・カルチャーの興隆が物語っているのだ。

以上

---

<sup>5</sup> 日本のアニメ業界では、アニメ職人達が、下請けレベルで安い報酬で酷使されていると聞いた。職人技能を大切にしないと日本は伸びないぞ～！

<sup>6</sup> しかし日本は90年代のバブルの崩壊で経済的な富を大きく損なったのではないかと問う人がいるだろう。とんでもない勘違いだ。90年代の10年間で日本の家計の保有する金融資産は1000兆円から1400兆円に400兆円も増加した。株や土地の時価総額は90年前後のバブルのピークから合計で1000兆円も減ったという試算があるが、それを実態的な富の喪失と思うのはとんでもない間違いである。90年前後に年収の10倍にもなった東京の住宅価格はバブルの産物だったと今では誰でも同意する。経済合理的に維持不可能な水準まで膨張したのがバブル時の時価総額だったのである。その水準から大きく減少したからと言ってもマクロ的に実態的な富が失われたわけではない。バブルという幻想が失われ、価格水準が正常化しただけだ。実際、現在の若い世代は、東京なら年収の5倍程度で通勤距離30分の範囲に立派なマンションが買える。高く買った人がいると同時に高く売った人がいる。安く買える人がいると同時に安く売る人がいる。マクロではゼロサムだ。