

グローバル化するマンガ・アニメ・ゲーム
再構成される「日本文化」

東京大学文学部
行動文化学科社会学専修課程

遠藤 裕

目次

目次	2
序 何を問題にするか	3
「世界と戦える」文化産業	3
「日本文化」としてのマンガ・アニメ・ゲーム	4
本論文の内容	6
第一章 マンガ・アニメ・ゲームの「世界進出」	8
日本の文化産業の意図と行動	8
アジア	9
アメリカ	15
ヨーロッパ	18
「文化的無臭性」とローカルな文化産業による現地化	23
第二章 グローバリゼーションの中のマンガ・アニメ・ゲーム	28
文化帝国主義論	28
グローバリゼーションの理論へ	33
文化の「脱領土化」	35
文化の「所有意識」の問題と「再領土化」	38
第三章 文化ナショナリズムの言説	40
岡田斗司夫の言説	40
村上隆の言説	47
再構築型文化ナショナリズム	52
「オタク文化」を巡る日本人論の消費	55
第四章 文化的アイデンティティの構築	60
アイデンティティ構築の鏡としての世界市場	60
「オタク」とナショナリズムの親和性	63
終わりに：適正な文化的アイデンティティの構築に向けて	65
引用・参考文献	68

序 何を問題にするか

「世界と戦える」文化産業

1999年11月10日、『ポケモン』のアニメ映画（『Pokémon The First Movie』）が全米約2800ヶ所の劇場で公開された。そして公開から4日間で約5210万ドルの売り上げを記録し、その週のアメリカでの興行収入ランキング一位になった。これは日本映画としては初めてのことであり¹。『ポケモン』のこうした人気ぶりは突然のものではなく、1998年の9月に全米の都市部111局で始まったアニメのテレビ放送は、1999年2月には全米ネットワークでの放送が開始されており、直後の平均視聴率が2.6%と子供向け番組の視聴率として一位になっていたし、1998年中の任天堂アメリカによる『ポケモン』関連のゲームソフトの売り上げ本数は130万本にのぼっていた²。

『ポケモン』がこうした人気を得る以前から、『ポケモン』ほどの人気には遠く及ばないにせよ、数多くの日本のマンガやアニメ、ゲームが世界でかなりの人気を得ているということは日本国内のマスメディアでしばしば取り上げられて来ており、特に90年代後半になってからは非常に頻繁にそうした話題が登場するようになった³。この背景には、1995年から1996年にかけて日本国内で放映されたアニメ『新世紀エヴァンゲリオン』について、その人気ぶりが「社会現象」とか「300億円アニメ」⁴といった表現を用いてマスメディア上で語られたことでアニメそのものやその市場価値に再び注目が集まったこと

¹ 『産経新聞』「Cinema Clip」1999年11月15日

(http://www.sankei.co.jp/databox/paper/9812/25/mov/db/99c/1116backup_pkmn.html)。

² 『日本経済新聞』1999年2月16日「米でも『ピカチュウ』大好き」、『毎日新聞』1999年11月1日「ポケモン 米で大受けの秘密は？」。

³特に盛んに取り上げられていたのはアニメについてである。例えば、『キネマ旬報』1995年10月上旬号の特集「ジャパニメーション・スブラッシュ！」や、『ユリイカ』1996年8月号の特集「ジャパニメーション!」、『ニューズウィーク日本版』1997年7月30日号の特集「日本アニメ、世界へ」、『オタクになれないアニメ好きの本』（『流行批評』SPECIAL EDITION 1997年9月）の特集「アニメが社会に認められる日」、『ワイアード』1998年2月号「『もののけ姫』は世界市場を席巻するか？」など。アニメとマンガ、ゲームは相互に密接に関連して発展して来たので、アニメが取り上げられるとマンガやゲームについても言及されることが多い。「ジャパニメーション」というのは、アメリカなどで「日本のアニメーション」を指して使われていた語だが、現在はその意味では単に「アニメ」という語が使われる。

⁴ 『日経エンタテインメント!』1997年8月号の特集「エヴァンゲリオン&もののけ姫」における表現。

や、そうしてアニメが注目される状況の中で、押井守監督『攻殻機動隊』(1995年)¹が日本の映像作品としては初めて『Billboard』誌の1996年8月24日付けのセルビデオ部門のチャートで全米一位になった²り、日本国内での映画の興行収入記録を更新した宮崎駿監督『もののけ姫』(1997年)がウォルト・ディズニー社の配給により大々的に世界で公開されることになる³など、日本のアニメが外国でも注目されていることをわかり易く示す事例が相次いだことがあると言える。そして、マンガやアニメ、ゲームの産業は「日本が世界と戦える数少ない文化産業」⁴であり、「日本最大」の「輸出ソフト産業」⁵であるという認識が日本のマスメディア上で喧伝され、人々の間に広まった⁶。

「日本文化」としてのマンガ・アニメ・ゲーム

こうした中で、マンガやアニメ、ゲームを「日本文化」として捉え、それらの言わば「世界進出」を積極的に肯定し、さらには推進していこうとする主張があらわれる。

1993年に設立された「ストーリーマンガ家中心の親睦の会」である「マンガジャパン」は、その「めざすもの」として「日本のマンガ文化を世界的に発展させ、マンガ界の国際交流を図る」ことを謳っている⁷が、彼らは1996年9月に中国・香港・韓国・台湾・日本のマンガを題材に、東京といわき市で「東アジア MANGA サミット」としてシンポジウムとマンガの原画展を開催した⁸。この「サミット」は、「マンガは世界の共通語」を標語とし、「日本のストーリーマンガはアジアをはじめヨーロッパ、アメリカで数多くの

¹ 士郎正宗のマンガを原作にした劇場公開向けアニメ映画。

² ただし全米一位といっても、「単純計算では総売り上げ438万9000ドル」で、1996年に「公開された米国映画の興収トップだった『インデペンデンス・デイ』のビデオ売上高2億5200万ドルとは比べるべくもない」(斉藤1997:48)のであり、後のポケモンのように一般的な人気を得ていたわけではない。

³ ただし実際には、全米公開に当たっては当初は全米100都市の1000館で上映する予定だったものの、暴力や流血のシーンが問題にされてPG-13の年齢制限指定を受けることになり、20館程度での上映にとどまった(久保2000:81)。

⁴ 久保雅一氏への同上インタビュー記事での前文における表現。

⁵ 「研究 滑落する日本製アニメ・マンガ 最大の輸出ソフト産業は今」『中央公論』2000年9月号、201-231頁、の序文における表現。

⁶ このように言うことは、註の上記二つの特集記事が、いずれも明らかにそうした認識が喧伝され読者に共有されていることを前提にして書かれていることから妥当である。

⁷ 「マンガジャパンがめざすもの」『The Manga Japan Official Home Page』(『マンガジャパン』の公式WWWサイト内: <http://www.mangajapan.gr.jp/ayumi/ayumi-top.html>)

⁸ この「東アジア MANGA サミット」は、韓国、台湾、香港と場所を移しながら以降毎年開催されている。

人々に読まれ、大きなムーブメントを巻き起こしている¹ という認識を前提にその状況を発展させようとするものであった。原画展の実行委員会事務局長だったマンガ家の里中満智子は、原画展の開幕式での挨拶で「ストーリー漫画については、日本が発信地になっています。漫画によって日本は、日本人の心の在り方、ものの考え方、感性、そして理性までも発信している」と述べ²、マンガが「日本人」や「日本文化」を表現する媒体として機能しているという認識を示した。

また、多くのヒット作を持つアニメ・ゲームの制作会社であるガイナックスの設立者で、「オタク」の「王」という意味の「オタキング」を自称していた岡田斗司夫は、「オタク」を肯定的に再定義しようとする試みの中で、マンガ、アニメ、ゲームをまとめて「オタク文化」と呼び、それは日本の「サブカルチャー方面」の中で唯一例外的に世界中の人々に求められているものであるとしてその「世界進出」を積極的に肯定した。岡田はさらに、「日本文化」について、それは子供のまま大人になることを許容する「子供文化」や、「粋」を大事にする江戸の「職人文化」を特徴とするものだと規定し、マンガ、アニメ、ゲームを好む「オタク」はそうした「日本文化」の「正統後継者」であると述べた³。岡田はこれと同様の主張を、日本のマンガやアニメ、ゲームがいかにアメリカ等で人気を得ているかという報告と共に 1995 年頃からマスメディア上で繰り返し、一定の支持を得ていた⁴。

また、東京芸術大学美術学部で日本画を専攻して博士号を取得した経歴を持ち、1993 年頃から日本のマンガやアニメ、ゲームのデザインや動きを素材にした作品を発表して欧米で高い評価を得て来たアーティストの村上隆は、自身がアニメ的デザインを使っていることについて、それは欧米のアートシーンを頂点としたヒエラルキーの中で、「日本人である私」⁵ にとっての「自分たちの文化」を主張することであり、自身の作品を売り込む為の効果的な戦略でもあると自覚的に考えている⁶。つまり、村上は、マンガやアニメ、ゲームを彼にとっての「日本文化」の拠り所としており、それを欧米のアートシーンの中

¹ 「東アジア MANGA サミット'96」の会場で配付されていたパンフレットの序文より。

² 『朝日新聞』1996 年 9 月 17 日「ことば抄」。

³ 岡田 1996a: 221-231。

⁴ 岡田 1995a、1995b、1996b、1997 など。日本のアニメ等が外国で人気が出ているといった内容の記事等に頻繁に岡田が登場することから、記事を作成する人間やそれを読む人間から一定の支持を得ていたと言って良いだろう。

⁵ 渋谷パルコのロゴスギャラリーでの『村上隆展 DOB in the Strange Forest ふしぎの森の DOB 君』（1999 年 4 月 23 日～5 月 24 日）の宣伝チラシにおける村上の表現。

⁶ 村上・森村 1999 での村上の発言を参照。

で巧妙に押し出していくことは「日本」を主張することだと考えていて、また、そのように「日本」を表現したいと考えている。また、村上は、日本のマンガやアニメ、ゲームが世界に広がることを期待し、広がったことを喜ぶ発言を繰り返して来た¹。

このように、日本のマンガ・アニメ・ゲームの「世界進出」について日本国内のマスメディアで取り上げられることが多くなった頃、それに並行して、マンガやアニメ、ゲームを「日本文化」の産物あるいは表現物として捉え直し、それらが世界で受け入れられることを積極的に肯定し推進しようとする言説があらわれてきた。つまり、日本のマンガやアニメ、ゲームが世界中で一定の人気を得ている中で、その事実を拠り所にして、「日本」あるいは「日本人」というナショナルな共同体に帰属する文化としての「日本文化」を、世界中に受け入れられるという意味で非常に魅力的なものとして立ち上げる役割を果たす言説があらわれ、一定の支持を得ていたのである。この「日本文化」を立ち上げる言説は、いわゆる「サブカルチャー」であるが故に従来の「ハイカルチャー」的な「日本文化」の捉え方（例えば歌舞伎や能、茶道など『伝統文化』と呼ばれるものをその代表的要素とするもの）では「日本文化」を構成する要素として考えられることがなかったマンガやアニメ、ゲームを、逆に「日本文化」の非常に重要な中心的要素として肯定的に捉え直している点で、新しいものに見える²。

本論文の内容

本論文で問題とするのは、ナショナルな文化的アイデンティティを立ち上げるこのような言説が、グローバリゼーションのプロセスが進行する中で力を得て流通する理由と、その意味である。世界中で人気を得ているということは、マンガやアニメ、ゲームが「日本」というネーションに帰属する文化ではなく、むしろ世界的な「グローバル文化」のようなものであると考えられる可能性もあったはずなのに、まさに世界での人気は日本で気付かれた頃に、その人気を喜びつつも、それらを新たにナショナルな「日本文化」の要素として取り込もうとする言説が力を得て来たように見えるのは何故なのか。国民国家の枠組みを超えた文化のグローバリゼーションのプロセスが進行していると言われる中で、その典型的な現象とも言えるようなマンガやアニメ、ゲームの「世界進出」が、何故ナショナルな言葉で語られるのか。また、その事実からグローバリゼーションや文化的アイデンティティについて何が言えるのか。

¹ ムラカミ 1996、村上 1996、1997、村上・森村 前掲など。

² 但し、第三章で詳しく述べるが、これもマンガやアニメ、ゲームを「伝統文化」に連結させようとする傾向を持っているので、その新しさは仮構的なものである。

本論文では、グローバリゼーションと呼ばれる状況について特に文化的な側面から検討し、マンガやアニメ、ゲームの「世界進出」はグローバリゼーションの中でどのような現象として捉えられるのか明らかにしつつ、「日本文化」を立ち上げる言説がその中でどのように位置づけられるのかを検討する。まず第一章では、日本のマンガやアニメ、ゲームがどのように世界に広がっていると考えられるのか、議論の前提として現状を把握する。そして第二章では、現代のグローバリゼーションについて分析する理論的枠組みを検討し、第一章で明らかにされた現状がそれによってどのように分析できるのか、あるいは分析できないのかを検討する。第三章では、マンガやアニメ、ゲームによって「日本文化」を再構成しようとする言説について、文化ナショナリズムの概念を利用して分析し、グローバリゼーションの中で「日本文化」を再構成しようとするその言説がどのようにナショナルな文化的アイデンティティに影響を与えていると考えられるのか明らかにする。そして最後に第四章では、議論を集約する形で、第三章までに論じ残した点を論じ、本論文の内容がどのような議論に発展する可能性があるのか明らかにする。

マンガとアニメ、ゲームを一括りにして論じているのは、それらが互いに強く関連し合っていて、白石さやがキャラクターイメージによってマンガとアニメが相互補完的に結びつけられている産業構造を「イメージ同盟」と呼んだ¹ように、それらが全体でひとまとまりの文化的イメージを形成しているように見えるからであり、そのイメージで媒介される文化的アイデンティティを問題にしたいからである。ゲームについては他の二つとはやや異なる「世界進出」の仕方をして来たのだが、最近ではゲーム会社がアニメの制作を行ったり、アニメの原作となるゲームの増加などがあって特にアニメとの関連の度合いが高くなっていて、ゲームはマンガとアニメの「イメージ同盟」に組み込まれたと言って良いだろう。岡田斗司夫はマンガとアニメ、ゲームをまとめて「オタク文化」と呼んだが、この呼び方は「オタク」を特権化しようという意図が多分に含まれていて呼び方としては使いにくいので、多少煩雑になるが三つをくくる呼び方は特に採用しない。

¹ 白石 1998: 325-329。