

人間 文化

Vol. 6
2008

人間文化研究機構 第6回公開講演会・シンポジウム
国際日本文化研究センター創立20周年記念事業

世界に広がる日本のポップカルチャー ——マンガ・アニメを中心として

現状報告

世界に広がったマンガ・アニメ 山田奨治

基調講演

漫画、MANGA、コミック 夏目房之介

愛着の条件——アメリカにおける日本のマンガ マット・ソーン

パネル・ディスカッション

マンガ・アニメと日本研究——世界の日本研究者の視点から

陸留弟／チャワーリン・サウェッタナン／ジェームズ・バスキンド／マティアス・ハイエク／山田奨治（司会）



人間文化 vol. 6

特集

人間文化研究機構 第6回公開講演会・シンポジウム

国際日本文化研究センター創立20周年記念事業

世界に広がる日本のポップカルチャー ——マンガ・アニメを中心として

日時:2007年6月2日(土)

場所:有楽町朝日ホール

目次

あいさつ

石井米雄	1
片倉もとこ	2

司会あいさつ 松田利彦	3
-------------	---

現状報告

世界に広がったマンガ・アニメ 山田奨治	4
---------------------	---

基調講演

漫画、MANGA、コミック 夏目房之介	9
愛着の条件——アメリカにおける日本のマンガ マット・ゾーン	20

パネル・ディスカッション

マンガ・アニメと日本研究——世界の日本研究者の視点から

陸留弟／チャワリーン・サウエットタナン／ジェームズ・バスキンド／ マティアス・ハイエク／山田奨治(司会)	34
---	----

閉会のあいさつ 五味文彦	42
--------------	----

世界に広がる日本のポップカルチャー ——マンガ・アニメを中心として

あいさつ

石井米雄
(人間文化研究機構長)

人間文化研究機構は、まだ一般にはなじみのない機関だと思います。日本全国に十六の国立の大学共同利用機関がありますが、法人化される際に四つのグループに分けられ、そのうちの一つ、人間文化に関するグループが人間文化研究機構となりました。

人間文化研究機構を構成しているのは、本日、シンポジウムの中心である京都の国際日本文化研究センター、千里にあります国立民族学博物館、京都にあります総合地球環境学研究所、千葉の佐倉にあります国立歴史民俗博物館、東京の国文学研究資料館の五つです。人間文化研究機構は年に二回シンポジウムをやることになっており、今回で六回目となります。また、国際日本文化研究センターができて今年でちょうど二十年になりますので、その二十周年の記念事業を兼ねております。

日本文化を世界に向けて発信する場合、どうしても古いもの、たとえば『源氏物語』やフランスの印象派に影響を与えた「浮世絵」など古典的なものになることが多いのですが、今回は思いきってマンガやアニメを取り上げてみました。日本のマンガやアニメは、現代日本の代表的な文化として、いま世界的にたいへん注目されているのです。なぜ日本のマンガやアニメが世界に向かって大きくアピールをすることができたのか、それはどういう意味を持つのかという点が、今日のシンポジウムの核心になると思います。

私は国際日本文化研究センターがこのような斬新なテーマを選んでくださったことをとてもうれしく思っております。皆様も今日は存分に耳を傾けていただければと思います。

私ども国際日本文化研究センターは、二〇〇七年五月二十一日に創立二十周年を迎えました。人間でいえば二十歳、成人になったわけですが、人間と違って研究所の二十年というのは研究成果が熟してきた時期といえます。今日はその一端を、皆様にご披露させていただきたいと思っております。

先ほど石井機構長からお話がありましたように、つい最近まで、日本の文化というと歌舞伎や能、生け花や茶道などが取り上げられがちでした。日文研も、そのような日本の伝統文化を研究する機関というイメージが一般にはまだ強くなるような感じがいたします。そのなかで、創立二十周年記念事業に、ポップカルチャーをテーマとしてとりあげたことを意外に思われた方もいらっしゃるかもしれません。もちろん、今日ここにいらしてくださった方はそうではないと思いますが。

いまや海外の人びと、とくに若い人たちが日本に関心を向けるきっかけになるのは、圧倒的にマンガやアニメによっているといわれております。日文研では二〇〇六年十一月にカイロ大学と一緒にエジプトでシンポジウムを開きましたが、そこでも、日本のポップカルチャーが現代文化に大きな影響を与えていることが盛んに議論されました。

ご承知のとおり、日本が発信したポップカルチャーの代表であるマンガやアニメは、アメリカやヨーロッパ、アジア各国などいろいろな地域で受け入れられ、たいへん人気を呼んでいます。アラビア世界の人びとも日本のアニメが大好きなようで、イスラームの戒律がもっとも厳しいといわれているサウジアラビアの首都リヤドにも、アニメ専門の映画館ができたりしております。日本でも、マンガが大好きだという麻生

世界に広がる日本のポップカルチャー ——マンガ・アニメを中心として

あいさつ

外務大臣（当時）がアニメ文化大使や日本マンガ大賞などを創設し、外交政策にポップカルチャーを使おう、文化外交をしようという流れも出てきております。

今日はアメリカ、中国、タイ、フランス、もちろん日本からも、さまざまな文化圏の研究者の方々のお話や議論をうかがって、日本から世界へ発信している新しい日本文化の姿を考えることができることを、私も楽しみにしております。

司会

松田利彦

（国際日本文化研究センター・准教授）

本日は多数の方々においでいただき、まことにありがとうございます。総合司会を務めます国際日本文化研究センターの松田利彦です。

今回のシンポジウムは、いま石井機構長、片倉センター所長のごあいさつにもありましたように、これまでの人間文化研究機構のシンポジウムのテーマとは少し違い、マンガ・アニメという実験的なテーマをご用意しております。

そこで、講演に入る前に、この世界の現状報告として日文研の専門家が簡単なレクチャーをいたします。「世界に広がったマンガ・アニメ」というタイトルです。山田奨治先生、よろしく願います。

世界に広がった マンガ・アニメ

山田奨治

(国際日本文化研究センター・准教授)

マンガ・アニメの現在

マンガ・アニメの専門家とのご紹介をいただきましたが、私は日本と外国の文化交流の歴史などを研究しており、マンガ・アニメに詳しいわけではありません。最初に言い訳をさせていただきます。

今回のシンポジウムのタイトルは「世界に広がる日本のポップカルチャー——マンガ・アニメを中心として」ですが、私個人の意見としては、「広がる」という進行形よりも、むしろ「広がった」という過去形のほうが現状を言い当てているように感じます。さらに言うなら、「広がった」よりも「広がってしまった」と、より受け身の表現のほうが適切かもしれません。

よくいわれることですが、ある文化についてシンポジウムなどが開かれるころには、すでにその文化は転機を迎えているものです。九〇年代には、電車の中でマンガを読む学生や若いサラリーマンが大勢いましたが、最近あまり見かけません。「オタク」と呼ばれるマンガ・アニメのファンは現在もたくさんいて、メディアでもてはや

されていますが、日本人とマンガ・アニメのつきあい方には変化が生じてきているようです。

日本のマンガとアニメは世界中に広がりました。マンガとアニメを日本のソフトパワーと位置づけ、いっそう育成して、産業面あるいは外交面で積極的に活用しているという動きもさかんです。その一方で、日本のマンガやアニメの奥底には、暴力や過度な性表現があると外国から根強く批判されており、そうした批判に、現時点では日本側は十分な答えを示せていないと思います。

また、マンガやアニメを輸出産業として育てたいという日本側の思惑とは裏腹に、日本のマンガやアニメはさまざまな国で現地の文化と融合し、日本とのつながりを消されつつ浸透していつています。

マンガ・アニメの海外進出

戦後の日本のマンガ・アニメは、ディズニーをはじめとするアメリカの作品の模倣、場合によっては海賊版を作ることから始まりました。そこから育った日本のマンガと

アニメは、やがてある面ではデイズニーを凌駕するほどに成長しました。そして、いまや、そんな日本のマンガやアニメを見て育った外国の人たちが、自分たちなりの作品を作り、日本の作品に追いつき追い越そうとしているような状況だと思っています。

私はいまマンガとアニメを一緒に語っていますが、両者は似ているようで、じつはまったく異なる表現形態を持つ文化です。これらを同時に語ることはたいへん乱暴なのですが、今回の報告ではあえてそこには踏み込まず、マンガとアニメを厳密に区別せずに広義にお話させていただきます。

日本のマンガやアニメがいつから海外で見られるようになったのか、その系譜を正確にたどるのは簡単なことではありません。たとえば、日本での『ドラえもん』の連載は一九六九年、ちょうど私が幼稚園のころに始まりました。しかし、七〇年代にはすでに、台湾で『ドラえもん』の模倣作品が出まわっていたことが知られています。七〇～八〇年代には、台湾と香港を中心に日本のマンガの模倣作、あるいは海賊版がさかんに出版され、現地に浸透していきました。八〇年代になると、そうした海賊版の出版社の中から正規に版權を取得する会社が登場し、日本のマンガの普及に一定の役割を果たすようになりました。アメリカに日本のアニメが入ったのは、一九六〇年代といわれています。手塚治虫の『鉄腕アトム』は、『Astro Boy』とごうタイトルで一九六五年に全米で放映され、都市によつては三〇～六五%もの視聴率を稼いだ

といわれています。

八〇年代末ごろまでは、日本語に堪能なアメリカ人が日本のマンガの翻訳をしておりましたが、商業ベースに乗るようになるまでにはいろいろと曲折があったようです。八〇年代後半になると、日本の出版社の子会社がアメリカに設立され、そのあたりから日本のマンガの本格的な輸出が始まったといわれています。

日本のマンガ・アニメの世界進出には主に二つのルートがあり、一つは、アメリカで英語になったマンガやアニメがイギリスに行き、そこからさらにフランス語、ドイツ語、スペイン語、イタリア語等々、欧州の各国語に翻訳されるという東回りの経路です。もう一つは、日本から西へ、あるいは南へと向かうアジア経路です。

アジア進出の中でも、韓国の場合は日本文化の段階的な開放という事情があり、単純ではありませんが、台湾や香港などを発信基地として、中国本土、マレーシア、タイ、ベトナム、インドネシアといった東アジアや東南アジアの国々にも日本のマンガやアニメが広がっていきました。

その過程で決定的な役割を果たしたのが、九〇年代に普及した無料の衛星放送と、ビデオCDというコピー制限の効かない安い映像メディアでした。

ハードの進化がもたらしたもの

多チャンネル衛星放送のおかげで、東南アジアの国々でもアニメ専門チャンネルが楽しめるようになりました

た。九〇年代、衛星放送を通して『ドラえもん』『一休さん』『美少女戦士セーラームーン』『名探偵コナン』『ちびまる子ちゃん』『ドラゴンボール』『クレヨンしんちゃん』などが放映され、さらに、それらがビデオCDに無断複製された海賊版になって広がるというパターンをとりました。

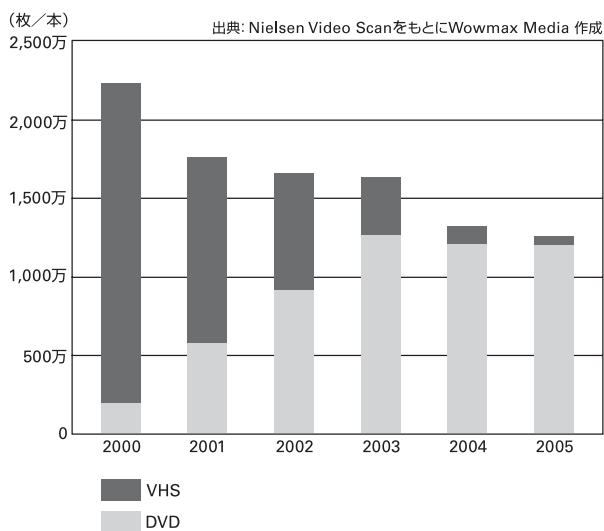
二〇〇〇年を過ぎてから、メディアの主力はビデオCDから、日本でもおなじみのDVDへと変わっていきました。ここ二、三年は、アメリカと日本が海賊版の撲滅をWTOを通して中国などに働きかけた結果、海賊版とともに日本製のアニメ・コンテンツそのものが街から消えていくという状況が観察されています。これは事態が改善されたというより、アジアでの日本製アニメの流通が、海賊版のDVDからインターネットでの無断ファイル交換という、目に見えにくい形に変化した結果のようです。

マンガについては、二〇〇四年ないし二〇〇五年ごろから、「マンファ (Manhwa)」と呼ばれる韓国製マンガが、日本のマンガを押しつけるようにアジア各国の書店の棚を奪っていく現象が起きています。

欧米の場合は、家庭用ビデオ機が普及した八〇年代半ばごろから、熱心なファンたちが、日本製のアニメに独自の字幕をつけて交換する動きが見られました。これらのファンがつける字幕は、ファンサブ (ファン・サブタイトル) と呼ばれています。インターネットと映像を自在に操れる高性能パソコンが一般に普及したいま、ファンサブは全盛期を迎え、日本で放送されたアニメは即座に動画ファイルとなり、世界中に送られ、およそ一週間以内に、

さまざまな種類のファンサブがついた動画ファイルがファンのサイトにアップされるといいます。もちろん、これは違法行為にあたるのですが、そうした行為をしている人びとこそが、日本製アニメの人気を支えている人たちでもあるという皮肉な現象です。

ファンサブのような現象が起こるのには、それなりに理由があります。日本製アニメが欧米の公共の電波やケーブルテレビで放送される場合、現地適応化の名のもとに深刻な内容改竄が当たり前のように行われてきた歴史があるのです。ここで、朝日新聞総合研究所の草薙聡志さんの著書 (『アメリカで日本のアニメは、どう見られて



図① アメリカでの日本製アニメのホームビデオ販売数 2000～2005年)



図② タイのマンガ 1996年

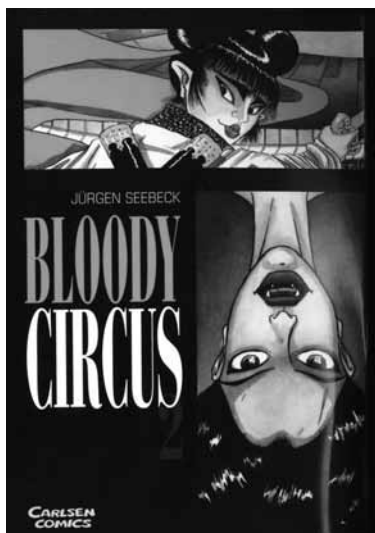


きたか?』に紹介されている悪名高い例をいくつかあげてみたいと思います。

一つ目は、私も好きだった『超時空要塞マクロス』という一九八二年の作品にまつわる話です。この作品は、文化の力が軍事力を超えるという、いま思えばジョセフ・ナイが言ったソフトパワー論をかなり先取りするようなストーリーだったと思います。しかし、アメリカでは『超時空要塞マクロス』の映像をばらばらにし、ほかの二種類



図③ アメリカ (左)とドイツ (右)のマンガ



のロボットもののアニメとリミックス編集し、『Robotech』という作品として放映されたそうです。

二つ目は、松本零士さんの『宇宙戦艦ヤマト』の場合です。『宇宙戦艦ヤマト』は、人類の危機を救うために戦艦大和を改造して復活させるという基本ストーリーが消され、ヤマトはArgoという名前になり、日本的な要素をことごとく抹消されて放送されたといわれています。

三つ目は、宮崎駿監督の『風の谷のナウシカ』です。

日本公開より二十一分カットして環境問題のテーマを消し、ごく単純な善悪の戦いのストーリーに作り替えられたそうです。

これらの事例からもわかるように、日本製アニメが欧米で人気があるといっても、日本人が見ているアニメと欧米人が見ているアニメは決して同じではありません。この問題は、アニメ作品を文化として、あるいは作品として論じる際の大きな問題になっています。

違法な動画配信やファンサブが広がる背景には、よりオリジナルに近い作品を早く見たいというファンの心情があるようです。

先に申し上げたように、ある面では、日本製のマンガ・アニメはピークを少し過ぎようとしているといえます。図

①は、日本貿易振興会がまとめた、アメリカでの日本製アニメの販売数の推移です。現在、二〇〇〇年の販売数の半分近くにまで落ち込んでいることが見てとれます。

ここで少し、海外に広がった日本のマンガスタイルの実例を見ていきたいと思います。こちらは一九九六年にタイ人が書いたタイのマンガです。絵のタッチは日本のものと見間違えるほど似ていて、日本の影響が強く感じられます(図②)。

こちらは、アメリカとドイツのマンガ家が描いた日本の影響が感じられるスタイル、ハイブリッドスタイルといえるような作品です(図③)。

ボストンにある有名なマンガ・アニメ専門店では、韓国製マンガの英語版を目にしました。韓国製マンガにも

日本の影響を感じとれます。こうした韓国製マンガが英語圏に広がり始めていることも、ごく最近の見逃せない状況であると思います。

これらの事例からも、マンガやアニメはもはや日本から離れて、さまざまな文化圏で拡散と融合を続けている状況だといえます。

私がお話ししたことは、あくまで概略の現状報告です。で、より正確な状況につきましては、夏目房之介先生、マツト・ソーン先生のご講演にゆだねたいと思います。簡単ではありますが、以上で終わらせていただきます。

松田 ありがとうございます。短時間ながら、日本のマンガ・アニメが、広がった」という過去形に変わろうとしていることや、

今後の可能性など、密度の濃いお話をしてくれました。それでは、講演に移りたいと思います。本日はお二人の先生に講演をいただくことになっております。初めに夏目房之介先生のご講演です。夏目先生はマンガ・コラムニスト、マンガ批評家として有名な方で、おそらくここにいらっしゃる皆様も著書

を手にとられたことがあるかと思います。私の専門は日本と韓国・朝鮮の近代史で、今日のテーマからはいささか離れた研究をしています。戦後の日本人の戦争認識という問題を考える際に、夏目先生の『マンガと「戦争」』などを読み、勉強させていただきました。

今日は、「漫画、MANGA、コミック」という題目で、ご講演くださることになっております。

漫画、MANGA、コミック

夏目房之介
(マンガ・コラムニスト)

マンガと呼ばれるもの

そもそも、いまわれわれがマンガと呼んでいるメディアは近代になって登場し、基本的には西洋の印刷技術を使った紙の媒体として発達してきたものです。ごく大ざっぱに言うと、十九世紀後半の明治維新、つまり、日本の近代化以降に生まれたメディアです。もちろん、印刷そのものはもともと古くから東洋にもありました。中国では非常に早い時期から活字が存在しますし、日本でも江戸時代には木版印刷が異常なまでに発達し、それなりに量産されました。しかし、いまわれわれが印刷と呼んでいるものは、ヨーロッパから輸入された印刷技術によるものです。その印刷技術と近代化した社会に伴って成立したメディアが、いまわれわれがマンガと呼んでいるものの源流だと思っています。

巨視的に言えば、西洋の衝撃(ウェスタン・インパクト)によって起きた現象の中で、戦前・戦後を通じて非常に特異な発達をしたものの一つがマンガであると言ってもいいでしょう。

幕末から明治にかけて、ヨーロッパの風刺漫画が日本に上陸し、『ジャパン・パンチ』という雑誌が出版されま

した。ヨーロッパで有名な『パンチ』というマンガ雑誌の日本版ということで、この名がつけました。この影響で、明治前半期にはマンガのようなものを「ボンチ絵」と呼びました。ところが、ボンチ絵というのはあまり褒めた呼び方ではなく、どちらかというとばかにした呼称だったので、それを嫌って、作者たちみずから「マンガ」と称するようになったのです。

大正・昭和は日本の近代出版業の規模が急速に大きくなった時期で、円本ブームなども起こりました。その中でマンガはメディアとして発達し、だんだん子ども向けにシフトしていきました。

この時期、『正チャンの冒険』という有名な作品が誕生しましたが、ここで、のちの手塚治虫さんをはじめとする戦後のマンガにつながるような、マンガ様式の確立が起こったと考えられています。その原因は、欧米の新聞マンガ、いわゆるコミック・ストリップの影響です。

「コミック」というのはおかしな、滑稽な、といった意味で、「ストリップ」は帯のことですから、おかしさが帯になっている、コマでつながっているという意味だろうと思います。フランス語圏でもほぼ同様で、「Bande」が帯、「Dessinée」が絵ということで、新聞マンガは「Bande Dessinée」と

いう制作様式を意味する名称で呼ばれました。英語圏の「カートゥーン」という言い方もマンガを意味しますが、こちらは風刺マンガをはじめとしたさまざまなマンガを表すだけでなく、場合によってはアニメーション映画も含むようです。海外で自分はカートゥニストであると言っていると、アニメを作っているのかと聞き返されることがあります。

これらの言葉は、いまでこそ比較的厳密に使うようになりましたが、私たちが若いころは、アニメもマンガも分けて使っていませんでした。とくにあまりマンガを知らない大人たちは、マンガと言いながらマンガ映画（アニメ）の話をしていたくらいです。マンガという言葉は、それくらいあいまいに使われていました。恐らくカートゥーンもそのような多義性のある言葉なのだと思います。もともと言葉というのは大衆の中で、あいまいに使われ、あいまいに流通するものなのでしょう。

いわゆるマンガは、英語圏では本来、コミックあるいはコミックス、あるいはコミック・ストリップ、またはカートゥーンなどと呼びます。それに混じって、世界的にMangaという呼称も流通しています。日本のマンガの進出先の国の人びとが、自分たちの既成のイメージとは少々違うので、区別してそう呼ぼうということになったようです。加えて、最近では「グラフィック・ノベル」という言い方もあります。これは単行本になったマンガを指します。

欧米、とくにアメリカでは、連続したコマによる物語

形式の本が一般書店に並ぶことはまずありませんでした。しかし、スピーゲルマンの『マウス』という作品が一般書店に並んだことにより、「いわゆるコミックとは異なるコミックの存在」が認識されるようになりました。つまり一般書店で扱っても不自然ではない、絵で描かれた長編小説を意味する呼称が生まれたのです。日本のマンガの多くは、アメリカの一般書店ではグラフィック・ノベルと呼ばれています。

われわれはつい、何でもかんでも「マンガ」と一言で言ってしまうですが、いまお話したように、「マンガは語る場所によってその呼称を変えなければならない」のです。コミックなのかマンガなのか、あるいはBDなのか、加えてカートゥーンとの違いをどう説明するのか。いざ明確にしようとする、元来それぞれがきちんと定義されたことではないので、非常に混乱するわけです。

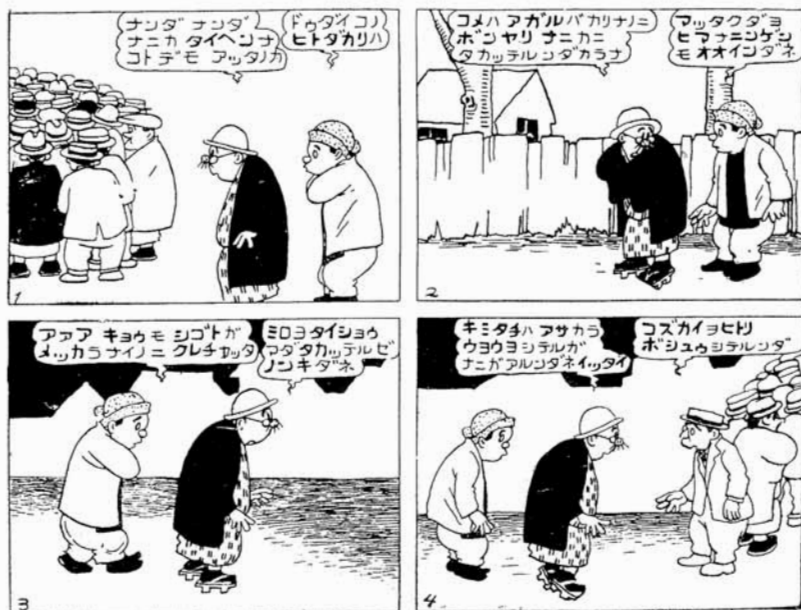
アメリカ生まれのマンガ

十九世紀末のアメリカでは、のちにジャーナリズムの有名な賞の名前となるピューリッツァなどが、熾烈な新聞の売上競争を繰り広げていました。『The Yellow Kid』という大人気作品を各紙が奪いあうなど、マンガと新聞は切っても切れない関係にあり、そのころのマンガはとても大きな影響力を発揮していました。

大衆文化、あるいはポップカルチャーは、二十世紀においてほぼ世界同時と言っていいくらい、すばやく海外

に伝播しました。時を同じくして、コマをいくつも並べ、時間軸に沿ってお話を作るという形式が、日本にも入ってきたのです。

図①は、麻生豊の『ノンキナトウサン』という大正期に大人気だったマンガです。よく見ると、左上のコマが一番目で、右上が二番目です。つまり左から右へ読んでいきます。これは、いまの日本のマンガではありません。じ



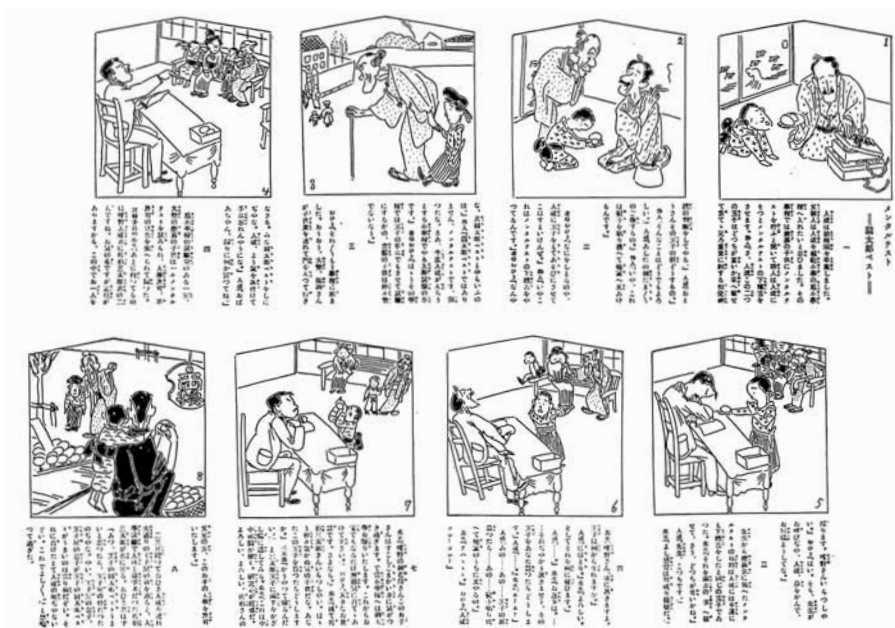
図① 麻生豊『ノンキナトウサン』より

つは、右から左にコマを読んでいく形をとっているのは日本と香港と台湾くらいで、世界標準としては逆なのです。左から右へ読む理由は、世界の文字の大半が横書きだからです。この『ノンキナトウサン』も横書きで、吹き出しの描き方はアメリカないしヨーロッパの新聞漫画の描き方に似ています。たぶん真似をしたのでしょう。

岡本一平のマンガ(図②)は、絵物語形式です。日本のマンガは明治のころからあって、縦書きの作品もたくさん存在します。その中でわざわざ文字を横書きにした『ノンキナトウサン』は、たいへんにヒットしました。おそらくモダンで、格好よかったのだと思います。ところが、その『ノンキナトウサン』も時間を経るにしたがい縦書きになり、コマの読み方も変わります。アメリカから入ってきたカッコいいマンガの描き方が、次第にローカライズ(地域化)されていったのです。

これはとてもわかりやすい例で、ローカライズ、つまり日本化するとき、当然ながら日本固有の要素がマンガの中に生まれます。それを強調すると、マンガ・アニメは日本固有の表現文化であるという言い方になります。が、とらえ方としては、おそらく間違っていると思います。大衆文化というものは、他国からの衝撃によつて生まれたものがローカライズされていく際、当然のようにその国の伝統的なものと融合を起すからです。つまり、マンガというのはローカライズ現象の一つであり、それだけを単線的、一義的に結びつけて、日本が源流であるとはいえないと私は考えています。

二十世紀になって、近代産業社会が大衆消費社会化してゆくという現象が世界中で起きました。その中で大衆的な表現メディアとして誕生したのが、マンガや映画でした。マンガと映画は最初からかなり深い関係にあるといえます。



図② 岡本一平 漫画小説 人の一生より

山田先生も触れておりましたが、映画というジャンルに入るはずのアニメは、本来、表現の仕組みがマンガとはまったく違うため一緒に語ることはできません。しかし、発生の時点から両者は切っても切れない関係にあります。この現象は日本だけでなくアメリカでも同様で、アメリカの有名な新聞マンガの多くが映画になり、アニメーションになり、逆にディズニーの『ミッキーマウス』のように大人気のアニメーション映画が新聞でマンガ連載されるようになりました。

おそらく、コマを連続させて台詞の吹き出しを作り、ナレーションの枠を作り、画像を工夫して時間を作るという制作方法自体が映画の成立とパラレル（平行的）な関係を持っているためだといえます。

ところが、吹き出しなど、マンガで使われる一つ一つの要素を個別に調査していくと、近代より前からヨーロッパにも日本にもあったのです。伝統に起源を求めたい人は、必ずそれらの要素をあげて根拠としますが、マンガの場合は要素の有無よりもむしろ、それらを組み合わせでどう表現するかという様式に注目すべきだと思います。

近代マンガの様式は、媒体技術と流通のありようによって決まってきました。映画やマンガのような大衆的なメディアは、他のメディアとの混交、越境性を特徴とします。それは、国と国、ジャンルとジャンル、メディアとメディアの越境性でもあり、これらが並行混在して発展し、進んでいったものがマンガなのです。

マンガ・アニメの成長

日本の場合、戦争という大きな出来事を挟んでマンガの世界は非常に変化し、戦後、手塚治虫さんのマンガが生まれました。一九六〇年代、七〇年代になると、世界的な若者文化および消費文化の高まりと深い関係を持ちながら、マンガとアニメの青年化現象が起きました。つまり、マンガやアニメを消費する人たちの年齢が上がったのです。

これは戦争のあった国で見られる現象の一つで、戦後のベビーブーマーが人口の中で大きな比率を持ち、彼らが非常に大きなマーケットになったことと深く関係します。日本ではマンガもその流れに加わり、若者文化の一翼を担った、つまり青年化をとげたのです。

一九六三年に、手塚治虫はみずからマンガである『鉄腕アトム』を三十分のテレビアニメ化し、大ヒットして海外にも流れていきました。この作品が画期的だったのは、それまでとは異なる手法でアニメ化されたことにあります。

普通、マンガをフルアニメーションという手法で作るためには、そのキャラクターは立体として矛盾のない造型でなければなりません。横顔と正面顔に立体として矛盾があると、アニメーションで動かしたときにゆがんでしまうのです。

たとえば『あしたのジョー』のジョーの髪型などは3Dとして矛盾があり、これを3Dで動かすことは本来で

きません。ではマンガを立体化したフィギュアはどうかという意見もあるかと思いますが、あれはかなり特殊な面白い文化で、無理やり3D化したものなのです。今回は触れませんが、アニメ化できないものをアニメ化しようとする場合は、動かさないようにするしかない。つまり、正面の絵と横向きの絵を間髪入れずに入れ替えるという形のアニメにする。『鉄腕アトム』はそうした手法でアニメ化され、以後その手法が、日本独自のアニメ手法となっていました。

その手法は、当時はたんなる経済的な問題で用いていたにすぎませんでしたが、やがてアニメの美意識の様式として確立していきました。と同時に、その手法は番組を受容した十代以降の若者たちに強く支持され、アニメのほうもマンガよりやや遅れて青年化しました。『宇宙戦艦ヤマト』がまさにそうです。それ以降、青年化したアニメが次々と誕生していったのです。その結果、日本のマンガ・アニメは思春期以降の人間のテーマを深く取り込み、そのことが国際的な競争力の要素の一つになりました。

戦時中、日本の植民地であった台湾や韓国をはじめとした東アジア地域では、早いところでは一九六〇年代すでに「海賊版といわれるもの」が横行していたといえます。香港でも、七〇年代にはそれらの出版がさかんになりました。海賊版といわれるもの、あるいは模倣版は、日本のマンガそっくりのものを描く、つまりパテント料を払わない産業の技術移転のようなものです。

海賊版という言い方は、著作権法があつて初めて成立します。国と国の間にちゃんと著作権契約がない場合、その国からすれば海賊版ではない場合があります。いま、「海賊版といわれるもの」という言い方をしたのはそのためです。

日本のマンガは海賊版という形で世界、とりわけ東アジア各国に浸透しましたが、その結果、各地でいろいろとおもしろい現象を生みました。何十年前は、香港やタイに行くと、耳のあるドラえもんや、ひげ以外にはおの毛がふさふさと立っているドラえもんなど、さまざまなドラえもんを見ることができ、海外における私の楽しみでもありました。

また、日本では『少年ジャンプ』『少年サンデー』『少年マガジン』と、それぞれ別誌に連載されている大人気のマンガが、向こうでは一冊の雑誌にまとめて出版されていたりしました。これは消費者としてはたいへん楽しい状況ですが、権利者からすればとんでもないことでしょう。

そのような時代ののち、一九九〇年代、日本のマンガはアジア、ヨーロッパ、アメリカのいずれでも正規契約を経たのちに流通する時代に入りました。

また、それまでは多チャンネルのテレビ文化を持っている国はアメリカと日本ぐらいで、そのほかにはそう多くありませんでした。しかし、ヨーロッパと東アジアにも八〇年代に衛星やケーブルの時代が到来し、急にチャンネルが増え、ソフトが不足する事態に直面しました。そこに格安なソフトとして進出したのが、日本のアニメで

した。これを見て育った子どもたちが、後追いでマンガを読み始めたというのが、九〇年代以降の世界的なマンガブームの背景といえます。

ローカライズという問題

いまマンガはすでに日本人だけが描くものではないという状況にあります。山田先生も紹介されましたが、私も例を少しお見せします。

図③はアメリカ製のマンガです。TOKYO POPという日本マンガの出版で有名なアメリカの出版社が出しており、フェリペ・スミスというアメリカ人が描いた『MBQ』②という単行本からの引用です。このような日本人以外の人が描いたマンガスタイルの作品が、アメリカでもかなり描かれるようになっていきます。

この現象は、日本におけるジャズやロックンロールの歴史を考えればさほど不思議なことではなく、ポップカルチャーとしてごく自然な流れであるといえます。

私がジャズを聴き始めた一九六〇年代当時、ジャズはアメリカの黒人音楽なので日本人には演奏できないという議論が大真面目にされていました。日本人だけではなく、たとえばビル・エヴァンスというたいへん優れた白人のジャズ・ピアニストがいたのですが、彼は白人なのでジャズではないとか、軽んずる傾向がそのころあったのです。いまではまったくナンセンスな物言いですが、そういうことがまじめに論じられる時代がありました。



図④ フェリポプス MBQ』②より (TOKYO POP刊)

ロックンロールもジャズ同様、アメリカの黒人音楽から出発し、白人を取り入れ、エルビス・プレスリーなどが発展させて、白人のロックンロールができた。やがてそれがヨーロッパに伝播し、イギリスでビートルズという若者たちが生まれ、ビートルズの世界化を通じて、「あんな音楽を自分もやってみたい」という人たちが世界中に現れました。そのころ、ジャズ同様に日本人には無理だといわれながら、やがてYMOなどが登場してきたのです。

おそらく日本のほとんどの方は、マンガは日本人が描

くものだと考えているでしょう。しかし、大衆的な文化というものは、ローカルなものがだんだん世界化してゆき、あちこちに種をまくと、またそれがローカライズされて、さらに新しいものになって世界に伝播していくという循環性を持っています。アニメは非常に産業的なものなので、マンガと同じようなローカライズ化が起きるかどうかわかりませんが、少なくともマンガはジャズ同様の現象が起きていると思います。

渋谷のキャラクターグッズなどを売っている店で発見した面白い本をご紹介します。『Kingdom Hearts』というタイトルで、コンピュータ・ゲームの「お話」をマンガ化した本のようです。作者はShiro Amanoという日本人で、TOTKO POP 刊です。日本のアニメ系の絵と明らかに異質であるデイズニーのキャラクターが併存し、英語の本なので当たり前ですが、左から右、つまり日本のマンガと逆方向に読みます。普通なら違和感があつて当然のはずですが、ご覧のように非常に違和感なく併存しているほか、日本のマンガ・スタイルの特徴的な動線 (Speed Line) が描かれています (図④)。この動線は日本のオリジナルというわけではありませんが、アメリカやヨーロッパで日本のマンガのパロディを描く際に必ず描かれます。

また、マンガの描き方の知識がある方が見ると驚かれると思いますが、かなり特徴的な日本のコマ割りを見事に再現しているだけでなく、モノクロが一般的である日本のマンガの特徴をふまえ、白黒で描かれています。

いまやマンガは、日本のマンガ的なコマ割りをしつつ、左から右に読んでいく欧米形式をとり、かつディズニーのキャラクター商品のひとつとして外国で出版される時代になったわけです。このように日本のマンガスタイルを取り入れ、ディズニーのキャラクターという他国のマンガを違和感なく混然と描くなど、ローカライズされたマンガがさらなる進化をとげつつある状況は、見事というほかありません。



図4 Shiro Amano『Kingdom Hearts』より (TOKYO POP刊)

「伝統」を求める気持ち

これらをマンガと呼んでいいのかという議論をする前に、そもそもマンガという言葉のオリジン（起源）について考えてみたいと思います。

このあたりは宮本大人という研究者の論文から引用しつつお話しします。マンガとは本来、中国語です。マンガは日本の読み方で、中国語ではマンファと読みます。韓国でもマンファといいますが、これは中国語読みと同じです。マンファとは、ヘラサギという鳥の名前であるといわれています。私はヘラサギに知り合いはいないので本当かどうかはわかりませんが（笑）、口が大きくて悪食で何でも食ってしまう、あるいはそういうイメージがあるらしく、「何でもかんでもつまんでくる」という意味合いが転化したようです。

絵が描かれたものを含め、雑文、エッセイなど、雑学形式でいろいろなものをつまんできたものを漫画といったようです。日本でも、江戸時代にはすでにそのような使い方がありました（『漫画』概念の重層化過程——近世から近代における『美術史』二〇〇三年三月号所収）。

江戸時代の『北斎漫画』を思い浮かべてください。『北斎漫画』とはそういう意味のマンガで、いまわれわれがマンガといっているものとはまったく違います。当時は「まんかく」と呼び、一ジャンルを形成していたといわれています。

それがいかにしてマンガという名になったのか。さきは

ど明治期にポンチ絵になった由来をお話しましたが、近代化の過程でメディアが純化する際、メディア自身を価値づけしようという現象が起きます。そのとき、「これは伝統的に見ても価値のあるものだ」と主張したい欲求によつて選ばれた言葉がマンガなのです。おそらく、マンガ家自身が名乗りだしたことが発端だったと思います。

明治から大正にかけてのマンガ家の多くは、美術学生やきちんと美術教育を受けたにもかかわらず絵で食べていけない人たちで、現状とプライドにだいぶ落差があったと思われる。そんな彼らのプライドにとつて重要だったのは、自分たちの仕事と国宝とされた『鳥獣戯画』のような日本の伝統との関係でした。

そもそも国宝とは、欧米を基準に日本が近代化していく中で、自分たちに価値を見いだす必要性から制定したものです。その中の『鳥獣戯画』を自分たちの祖とし、『北斎漫画』という素晴らしい作品を経たものが現在の漫画なのだという意味で、彼らは漫画という言葉を使ったのです。北斎はヨーロッパの知識人の間でも人気高く、漫画という言葉が流通した背景は、このあたりにあったと思われる。

戦後になり、手塚治虫が登場します。戦後ベビーブーマーが手塚をはじめ多くの子どもマンガを読み、大人になるにしがいい、大人向けのマンガが生まれてきます。が、以前から大人漫画というものがあつたので、話が複雑になりました。

そもそも子ども向けのマンガ・ジャンルが生まれるま

では、マンガは必ずしも子どもが読むものではありませんでした。大人向けの絵入りの風刺である大人漫画というジャンルが強固に存在していたためです。しかし、日本では手塚治虫らの登場が大人漫画を駆逐し、ストーリーを基調としたマンガが主流になっていきました。

子どもマンガからの連続で大人マンガへと成長をともしてきた私のような世代には、子どもマンガから青年化していったマンガこそが「マンガ」であり、戦前・戦中に存在した大人漫画とはつきりと区別したいという欲求が非常に強くありました。漢字の「漫画」はどうしても古い大人漫画を連想するので、私はとくに必要がないかぎり、ほとんど「マンガ」のほうを使います。

これは日本特有の込みいった現象で、「漫画」も「マンガ」も存在し、どちらも平気で使う人もいれば、私のように分けて使う人もいます。それ以外に海外 *Manga* が登場し、劇画という呼び方もあつたりします。これは、マンガの青年化革命が起きたときに標榜された呼称の一つで、それまでのマンガよりもリアルでシリアス、映画に近いものという意識で選びとられました。歴史的には存在しますが、現在、劇画という呼び方はほとんど使いません。

呼び名の変遷の背景にあるもの

いま、海外から日本のマンガやアニメの研究にこられる方は、これらの言葉の使われ方にとっても混乱すると思いますが、これをうまく説明することはなかなか難しい

のが実情です。たとえば、フランスのBDを劇画と訳す人もいるので、混乱に拍車がかかります。さらに日本ではコミック、コミックスという言い方もありますが、アメリカのそれとは違います。

戦後の日本、とくに一九六〇年代から七〇年代ごろは、アメリカに対する強いコンプレックスと憧れから、マンガよりもコミックと言ったほうが格好がよく、大人向けであるという風潮がありました。個人的には賛同できませんが、マンガ本を青年化するとき、マンガという言葉を使わずにコミックと言いたい人たちが結構いたのです。小学館ではいまだに『ビッグコミック』など、好んでコミックという言葉を使っていますが、当時創刊された雑誌には、『ヤングコミック』など、たいていコミックという言葉がついています。いまのアメリカなどから見るとこれは妙な現象で、マンガのほうがむしろクールなのに、と感じると思います。

言葉というのは不思議なもので、ほかの文化の文脈に置かれた途端にまったく違うものに感じられます。考えてみれば、アニメーションという英語から発したアニメは、いまは「アニメ」(Anime)という名詞になっています。もともと言葉は変化してゆくものです。

中国に日本のマンガスタイルが入ったとき、中国にはマンガという風刺漫画が厳然と存在していました。そこで、言い方が同じでは都合が悪いという事態になり、いろいろな呼称を作り、なんとか日本のマンガと自分たちがもともと持っていた漫画とを区別しようという努力

が払われました。『北京カートゥーン』という北京の雑誌の場合、カートゥーンは日本マンガのことを指すようです。また「動漫」と書いた場合は、マンガ・アニメをひっくるめた概念を意味するようです。

中国では、日本のマンガやアニメのファンをファンジンといいます。彼らが作っている出版物に『動漫』というものがあり、こちらは広義の普通名詞的に使われているようです。ストーリーマンガをさす故事漫画や新漫画という言葉もありますが、台湾や香港では、そのままマンガでおっていますので、これらは過渡的な現象かもしれません。

いずれにしても、このような混乱をまねくのは、マンガやアニメに関する言葉自体が大衆文化的な越境性を持っているためだと思います。つまり、学術用語のように厳密に考えられた言葉ではなく、勝手に流通し、いろいろなニュアンスを含み込んでしまうのです。大衆的な文化、ポップカルチャーを研究する場合、このような言葉の問題は避けて通れませんし、そこに分け入っていくことにより、いろいろな構造が理解できるといえます。

昨今のジャーナリズムが使っている「マンガ・アニメは日本固有の文化であり、伝統的なものである。それが世界に進出しているとは、なんと素晴らしいことだろうか」というニュアンスの枠組みでは、マンガの歴史をきちんと踏まえ、その世界化をとらえることができません。

大衆的な文化は非常に越境性が高く、つねに異文化衝突の側面を持ちます。そして、その衝突した側面で新た

な創造が起きます。ですから、マンガの世界進出について考えるとき、「二十世紀の非常に世界越境性の高い文化が、伝播していく中でローカライズした後、再び世界化する循環現象」という枠組みでとらえることが必要だと私は思います。おそらくその意味では、マンガはポップミュージックやロックンロール、ジャズとよく似ているのではないでしょうか。

大衆文化の流通は、社会の特性と深く関係します。日本には江戸時代から近代にかけて赤本という伝統がありました。赤本は、近代出版の中で完全に近代化されない部分を含んだメディアで、戦後大きく発達した「貸本マンガ」という貸本専門のマンガとも深い関係にありました。貸本マンガは、マンガ全体に影響を与えました。私が調査したところ、これと似たような現象をタイやインドネシア、韓国などアジアのさまざまな国で見出すことができました。これらが日本の場合のような特異な発展をするかどうかは別として、社会形態が変化し、世界化していく過程で起こした多彩な異文化衝突の現象の一つがマンガであるといえるでしょう。

これらに関して、私は論文を書いていますので、もしよろしければご参照ください（『東アジアに広がるマンガ文化』『メディア 言論の表象の地政学』岩波書店、二〇〇三年所収）。

松田 どうもありがとうございます。漫画、マンガ、Manga、そしてコミックというそれぞれの言葉の中に秘められた歴史、また思惑といったものについて興味深くうかがいました。

ジャズを例として、ローカルに生まれた文化が世界に広がり、受け入れられた先で再度ローカライズされていくというお話が出てきましたが、次に登場されるマット・ソーン先生は、アメリカで日本のマンガを英語に翻訳する作業を担った方でもあります。

先生は文化人類学の視点から日本の少女マンガを中心としたマンガ研究をされている、京都精華大学マンガ学部の特任教授です。よろしく願います。

愛着の条件

Terms of Endearment

アメリカにおける日本のマンガ

マツト・ゾーン

(京都精華大学マンガ学部・准教授)

「バカ売れしている日本の MANGA」

まず、Terms of Endearment というタイトルですが、Endearment というのはダーリンやハニーと同じように愛情を込めた呼び方です。Terms はフリーズとも訳されますが、条件という意味もあります。本日は「愛着の条件」というテーマで、日本のマンガがアメリカで受け入れられた条件と、その条件がどのようにそろうたのかについて、お話したいと思います。

いまアメリカで大手チェーンの書店に行くと、大きなグラフィック・ノヴェルのコーナーがあり、その八割ぐらいは日本のマンガの英訳です。十年前はグラフィック・ノヴェルのコーナーはとても小さく、日本のマンガの量も少なかったのですが、現在ではアメリカでのマンガ発行部数の八割を占め、販売率に置き換えると約六八%になると

いわれています。日本のマンガは現地のマンガより圧倒的によく売れているのです。

日本の三大マンガ出版社といわれる集英社、小学館、講談社は、それぞれアメリカの出版社と提携しています。集英社と小学館は姉妹会社で、その二社は Viz Comics という子会社的な出版社をアメリカに立ち上げています。最近、講談社は、ランダムハウスというアメリカの大手有名出版社の傘下にあるデル・レイ・ブックスと提携しました。

Manga、Anime の表示のとおり、いまではこれらの単語は翻訳されることなく、普通にアメリカの若者の間で使われています。たとえば、「Manga are cool」といった具合です。Mangas というように、複数形にする人もいて、個人的にはやめてほしいと思いますが、そんな話ができるほど、アメリカでは「Manga are cool」という現象が起きているのです。

六〇年代に始まった テレビアニメ

まずは戦後に、日本のマンガやアニメ、そしてわずかでしたが特撮がアメリカに入ってきた経緯を、僕の個人的な経験を交えながらお話ししたいと思います。

『Astro Boy』（邦名『鉄腕アトム』）（図①）のアニメが初めてアメリカで放映されたのは、僕が生まれる二年前の一九六三年のことで、NBCというアメリカの大手放送局で放映されました。当時のアメリカ人は、日本人が『Astro Boy』を作っているとは思っていなかったと思います。おそらくいかにアニメーションの製作国は簡単に隠せてしまうのです。とくに、『Astro Boy』のような近未来的なSF系、あるいはファンタジーと呼べるような作品は出身国を隠すのが簡単で、日本の作品であることは公にされていませんでした。

『Astro Boy』が有名放送局のゴールデンタイムに放映されていたのに対し、特撮はどちらかというとマイナー



図① Astro Boy 1963年



図② Johnny Sokko and His Flying Robot 1969年



図③ Ultraman 1966年

なローカル局で土・日の朝に放送されていました。地域によっては放送されていなかったところもあります。

皆さんご存じの『ジャイアントロボ』（図②）は『Johnny Sokko and His Flying Robot』というややこしいタイトルで、一九六九年に放映され、当時四、五歳だった僕は、これが大好きでした。

『ウルトラマン』（図③）の吹き替え版も同様で、これにもぼくは熱中しました。この中にフジ隊員という女性キヤクターが登場しますが、彼女はたぶん僕の初恋の人だと思っています（笑）。大人は、人種というものを自然なカテゴリーだと思っていますが、これは社会が人工的に作り出した区別に過ぎません。小さい子どもには人種の認識はほとんどないので、僕は何の疑問もなく見ていました。『マグマ大使』（図④）も見えていましたが、英語のタイトルはなぜか、『Space Giants』という不思議なものでした。

僕のいちばんのお気に入り、なんといっても『Speed Racer』（邦名『マッハGo Go Go』）（図⑤）でした。日本で



図④ Space Giants 1972 1978年



図⑤ Speed Racer 1967年



図⑥ Star Blazers 1978年

どのくらい人気があったかはわかりませんが、アメリカの同世代の男性は、この絵を見ただけ胸が熱くなるはず（笑）。僕の研究室には主人公が乗っている車のおもちゃが飾ってあるのですが、子どもが研究室に遊びに来るたびにこれで遊ぶので、壊されるんじゃないかいつもヒヤヒヤしています。

先ほどから何度も紹介されていますが、七〇年代に入ると『宇宙戦艦ヤマト』が、『Star Blazers』（図⑥）という題名で放映されました。もちろん、これもどこの国のものなのかさっぱりわからないように加工されていました。

当時のアメリカは、子ども向けの低俗なテレビアニメと、ディズニーが作る高品質なクール・アニメーションという両極端な二つしかない時代でした。少しさかのぼると、その中間的な作品ももってありましたが、僕の子どものころはそうでした。『宇宙戦艦ヤマト』はそのような時代に登場した中間的アニメのよい例で、当時のアメリカ

力の基準から考えると、ややお色気のある場面や暴力描写など、「子どもに見せるのはどうか」というような場面もけっこうあり、それらは大幅にカットされたのですが、それでもかなり人気がありました。

『ガッチャマン』は『Battle of the Planets』（図⑦）という意味不明な題名で、いろいろな部分がカットされた状態で放送されていました。

先ほど山田先生のお話にもあった『Robotech』（図⑧）は、『超時空要塞マクロス』『超時空騎団サザンクロス』『機甲創世記モスピーダ』をこちゃ混ぜにしたものです。これに関してファンたちは「Robotechは邪道だったのか、許されるものなのか」と、いまだに熱く議論しているようです。二十数年前の話なのだからどうでもいいと思うのですが、いまだに無視できない問題とされています。

九〇年代になると、『AKIRA』のアニメが多くの映画館で上映され、そこから「日本の長編アニメーションは、ひょっとしたらアメリカでも売れるかもしれない」と真

剣に議論されるようになりました。『AKIRA』の成功に続き、『となりのトトロ』(図9)の吹き替え版も登場し、とても好評でビデオもよく売れたと思います。

ただし、特撮については事情が異なり、不思議なものもありました。『Power Rangers』(図10)は、もともとは日本の戦隊ものなのですが、これをかなりアレンジした番組が登場したのです。最初に放送されたのは一九九三年ですが、この時代にはまだ、日本製であることを隠さないとアメリカの子どもたちは買ってくれない、見てくれないという考えが根強くありました。そのため変身していない場面は、アメリカのムキムキした若者が演じるアメリカ版オリジナル撮影に差し替えたのです。ですから、変身すると急にスリムになり(笑)、フジテレビの屋上にいるのです。初めて見たとき、僕は爆笑したのですが、この作品はものすごく売れました。いまでもとても人気があります。

日本のアニメ作品がアメリカに入ってきた当初は、売

れるかもしれないという期待感と、海外の作品であることに視聴者が抵抗を感じるのではないかと不安が拮抗していました。とくに八〇年代、バブル期の日本はアメリカにとって脅威で、アメリカの車が売れないのは日本人のせいだというような偏った見方がありました。このような感情が、日本の大衆メディアがアメリカ国内に入ってくる際に反映されたのではないかと思います。

アメリカにおける マンガの誕生と変遷

一方、マンガのほうはアニメとは異なる発展経路をとりました。複数のコマや吹き出し、効果線や擬音を使うといった、いわゆる現代風のストーリーマンガの基本的な要素は、百十年ほど前に全部アメリカの新聞で誕生しました。しかし、それが日本に渡った後、アメリカとはかなり違った進化を遂げたのです。



図7 Battle of the Planets 1978年



図8 Robotech 1985年

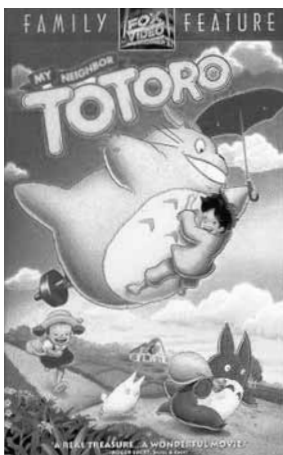
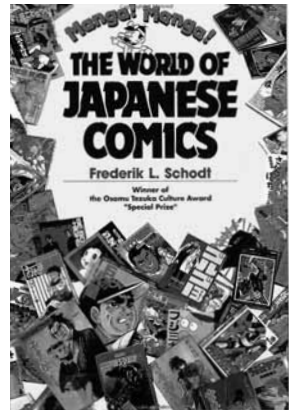


図9 My Neighbor Totoro 1993年



図⑩ Power Rangers 1993年



図⑪ Frederik L. Schodt Manga! The World of Japanese Comics 1983年



図⑫ Lone Wolf and Cub 1987年

日本のマンガをアメリカで最初に本格的に紹介したのは、Frederik L. Schodt の『Manga! Manga! The World of Japanese Comics』(図⑪) という本で、一九八三年に出版されました。Frank Miller はアメリカの有名なマンガ家で、『シン・シティ』という映画や、もうすぐ日本で公開される『300』という映画の原作を描いた人です。彼は『子連れ狼』が大好きで、なんとかアメリカでも紹介したいと、ファースト・パブリッシングという出版社から一九八七年に『Lone Wolf and Cub』(図⑫) というタイトルで出版しました。

表紙は Frank Miller が描いています。彼の本をきっかけとして、日本のマンガに影響を受けるアメリカのマンガ家がこのころから少しずつ増えていきました。かくいう僕自身も、そのような流れを受けて日本のマンガの英訳にかかわるようになったのです。当時まだ小学館の子会社だった Viz Comics という出版社が、一九八七年に『カムイ伝』(図⑬) の英訳を出しました。『AKIRA』(図⑭) も一九八九年ごろにカラー印刷で出版されました。

アメリカのコミックブック、つまり『Superman』などスーパーヒーロー系のマンガは、全部カラー印刷で出版されています。とにかく、アメリカではマンガはカラーでないと手に取ってもらえないのです。『AKIRA』はなかなかいい印刷で、翻訳は僕がやった方がよかったと思っていますが(笑)、大変好評でした。『風の谷のナウシカ』(図⑮) も一九八七年ごろに出版されました。前半は別の人が翻訳しましたが、後半は僕が翻訳しました。こういう作品も徐々にではありますが、評価されるようになったのです。

僕が日本のマンガの英訳を始めたのは、このようなアメリカにおける日本マンガの黎明期で、マンガの評価が高まる一方、いろいろな問題も抱えていました。

日本のマンガを阻む壁

このころのマンガの出版は、コミックブックという体裁に縛られていました。コミックブックというのはB5ぐ



図18 The Legend of Kamui 1987年

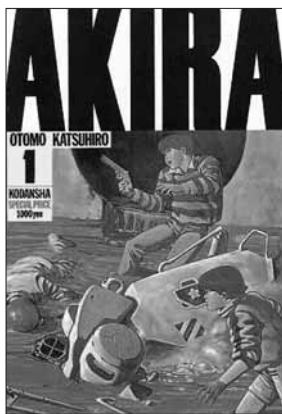


図19 Akira 1989年

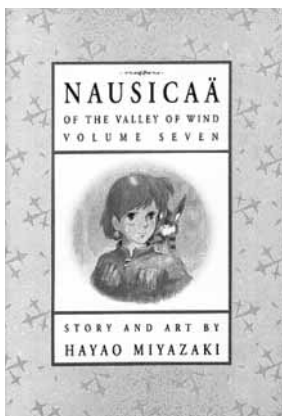


図20 Nausicaä of the Valley of Wind 1987年

らしいの大きさの三十ページ程度の中とじの冊子、つまり、リーフレット型のマンガのことです。日本でコミックスといえど単行本のことですが、アメリカでは、コミックブックがマンガの一般的な体裁で、これ以外の体裁ではマンガを取り扱っている書店が置いてくれなかったのです。日本のアメコミ（アメリカン・コミック）ファンたちは、こういった体裁を「リーフ」と呼んでいるらしいのですが、アメリカの『Superman』（図21）『Batman』『Spider-Man』などは全部リーフです。

また、アメリカの出版側は日本のマンガを売り出すとき、生まれたときから左から右へ読んできた人たちに、右から左に読ませるのは無理があると考えました。読者になるべく受け入れられやすいようにする必要があったのですから、当時の日本のマンガは絵がすべて左右反転され、日本語の効果音も消されて売られました。

このときの翻訳者としての僕の悩みは、効果音をどう訳すかということでした。この悩みにおそらく人生の百時間ぐらいいは費やしたと思います。日本のマンガは効果音がと

ても優れているうえ、種類が豊富なのです。たとえば、風が木を通るときの「サワサワ」などです。しかし、なんといつてもいちばん困ったのは「シーン」という効果音です。「シーン」という音はないので消すしかありませんでしたが、こんなふうに効果音に悩みながら翻訳作業をやっていたのです。

カラー印刷の問題も常についてまわりました。先ほども言ったようにアメリカではマンガはカラーというのが常識だったからです。僕が翻訳したものなかでも、『らんま1/2』はカラー出版したことがあります。しかし、印刷がひどかったうえ、日本のマンガ通の読者から邪道として叩かれ、すぐ白黒に戻した経験があります。

また、先ほどコミックブックの体裁にしないと書店に置いてもらえないことがいちばんのネックだったと言いましたが、二番目の問題は販売店でした。アメリカではつい最近までコミックブックはマンガ専門店で売れるものであり、一般書店ではとり扱わないのが通例だったのです。

マンガ専門店の客層は、いわゆるオタクやマニア、英語

でNerdといわれる全身タイツに燃えるかなり特殊な人たちです。そんな店には女性は入れませんし、店のほうも女性や一般人は受けつけないような雰囲気がありました。ですから、コミックブックの読者には女性もいるにはいたのですが、全体の5%ぐらいだったと思います。そのような場所でもマンガを売らなければならなかったわけですから、初期の翻訳マンガは、どうしてもSFや時代劇などの少年マンガが中心となりました。

読者は基本的にスーパーヒーロー系を好む人たちと、アンダーグラウンド系やアート系のマンガを好む、ちよつとインテリぶった人たちに二分されていました。この二種類の読者は本当に両極端で、スーパーヒーロー系の愛読者たちは、マンガはカラー、全身タイツでないとその時点でアウトという感性、アート系の人たちは、ダークで知的なもの、皮肉っぽいものを好みました。

しかし、日本のマンガは、こうしたコミックブックとはあまりにも違いすぎました。印刷や流通が難しい状況であるうえに、内容的にも二分した読者の狭間に落ちてしまふ。『らんま 1/2』のような娯楽性の高い日本のマンガをどうやったら売り込めるのか。この時代はまだ、明確な方法をみつけない時期でした。

アメリカと日本の違い

ここで、日本とアメリカのマンガの違いについてお話します。

ストーリーマンガの基本形式は、ラジオ放送もない十九世紀末にアメリカの新聞で誕生しました。その時代、マンガは新聞社同士の激しい競争の中で、たいへん重要な位置にありました。当時アメリカ人は、マンガを読むために新聞を買っていたようなものだったからです。優れた作者たちを奪い合う中でマンガは切磋琢磨され、かなりハイレベルな作品が誕生しました。ラジオもテレビもない、映画はあってもひんぱんには観に行けない時代、新聞マンガはとても人気のある娯楽だったのです。

新聞マンガは最初、日曜日付けのカラー付録のまるまる一ページを使つて掲載され、じっくり読まれるように描かれました。当時の子どもたちは、親が起きる前に走るように新聞をとりゆき、暖炉の前に広げて二十分ぐらいかけてじっくり読んだのです。いまはスピードの時代で、何でもかんでもぱつぱつと展開しないといけないような風潮ですが、アメリカのマンガのそもそもの原点は、「おお、なんて美しい絵なんだ」と目を留めることが目的だったのです。

たとえば、一九〇五年に連載された『Little Nemo』(図⑦)などがよい例です。とても優れた新聞マンガの一つです。子どもが毎晩夢を見る話で、最後に必ずベッドから落ちるオチがあります。デッサン力が素晴らしく、発想もたいへん豊かです。

一方、コミックブックという媒体はパルプ雑誌業界で誕生し、最初からかなり軽視されていました。新聞マンガは大人も子どもも楽しめる立派な文化として認めら

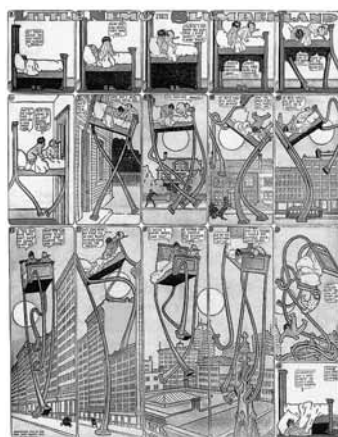
れましたが、コミックブックは新聞の二番煎じで、低俗な子どもだましとされたのです。その代表的な作品が『Superman』です。アメリカのマンガの主人公は、たいいてい大人です。それは、読者が大人の力と自由にあこがれる子どもだったからです。そこが、日本とはだいぶ違います。一九三八年に初登場した『Superman』は、記念すべき全身タイツのヒーローものの第一号で、これを製作した二人の青年は、もともと新聞マンガとして売り込もうとしたのですが、「何で全身タイツなのか、変だ」と言われ、どこも買ってくれなかったそうです。

日本の場合アメリカと異なり、ストーリーマンガの主な発表の場は児童雑誌でした。児童雑誌は、よい子のためのよい読み物を載せるものだったので、マンガに悪いイメージはありませんでした。そして、主人公は、必ず大人がイメージするよい子どもでした。

日本のマンガが転機を迎えたのは一九六〇年代。本格的なマンガブームが始まり、マンガが大量生産型になった時



図⑯ Superman 1938年



図⑰ Little Nemo 1905年



図⑱ 1910年代の少女誌

代でした。マンガは読者の目を留めさせるのではなく、次から次へと目を送らせるようなコマの描き方になりました。つまり、大量生産に合った描き方が誕生したのです。それゆえ日本のマンガは、コマ割りはとてもダイナミックなのに、読み方は大変わかりやすく、交通ルールのように整理されています。この転機は画期的なできごとでした。その証拠に、授業のときに学生に五十年、六十年、七十年前の日本のマンガを読ませるとコマの順番がわからない、読みづらいと言い、一九六〇年代のマンガブームあたり以降の作品は読みやすいと言います。これは読み方の交通ルールができあがっているからです。

日本のマンガのいちばんの特徴は、この時期に誕生した大量生産にあった描き方であるといえます。おそらく

これは、起承転結という日本のストーリーの作り方に関係していると思います。日本の場合、長編マンガも基本的にいつかは終わるという大前提があります。もちろん、『ゴルゴ13』など例外的な作品もありますが、たとえば、『Superman』は二〇〇七年で六十九年を迎えましたが、主人公は年を取らないまま延々と続くという構成をとっています。このような構成をとる作品が少ないということも、日本のマンガの特徴であるといえるでしょう。

少女マンガの登場

しかし、日本のマンガの最大の特徴であり最大の魅力は、なんといつても「少女マンガ」というジャンルだと僕は思っています。明治時代の少女誌（図⑬）にも、ページの端に少女マンガが登場しています。

マンガにおいて、ジェンダー（性別）、もしくは男らしさや女らしさという概念は、かなり重要な要素だと思えます。アメリカでは、一九五〇年代に十代の女の子や二十代の女性の間でロマンスコミックというものがたいへんはやりました。日本でいうレディコミ（レディスコミック）のようなものです。しかし、原作者もマンガ家もほとんどが男性でしたから、どうしても男性の視点からの話になっていた。日本の少女マンガも同様で、五〇年代に少女マンガというジャンルが成立してから六〇年代半ばまでは、作者の九割以上が男性でした。しかし、日本の場合は六〇年代後半以降、女性作家が急増しました。これ

に対してアメリカの場合は、女性作家が登場しなかった。ですから、ロマンスコミックはあまり発展せず、六〇年代以降、コミックブックは完全に男の子のものになり、全身タイツオンリーとなったのです。

日本の場合には最初から児童雑誌が少年用と少女用に分かれていたので、マンガもそれぞれに発展していきました。日本人にとって少年マンガ、少女マンガという分け方はごく自然ですが、海外で日本のマンガの話をすると、「どうして少年と少女に分けているのか」とよく聞かれます。これは、教育制度の歴史が大きく関係していると思われます。

ここでアメリカにおける日本のマンガの普及の話を思い出していただきたいのですが、アメリカではアニメには一定の理解があったものの、マンガは五千部売れたら万歳、まれに一万部売れるものが出たならば万々歳という状況であるうえに、販路も客層が限られたマンガ専門店しかないという、拡大のチャンスが見つけにくい状態でした。

しかし、一九九〇年ごろ、大手のレンタルビデオチェーン店が登場したために風向きが変わりました。

いまでこそソフトはあふれんばかりにありますが、そのころのレンタルビデオ店の棚は寂しいもので、ポルノ以外なら何でもいから置きたいという状況でした。店は、子どもしか見ないようなテレビアニメや特撮も棚にならべ、マンガやアニメにまったく興味のない一般の人が普通にやってきて、「へえ、こんなのがあるんだ」と手にとりました。これで日本のアニメにはまった人がたくさん出

て、アメリカではマンガより先にアニメがやりだしたのです。

ポケモン・ブームが もたらしたもの

アメリカで翻訳マンガを読んでいたのは、長い間「am an otaku」という人たちだけで、翻訳ジャンルはどうしても限られていました。僕はずっと少女マンガを出すことを提案していたのですが、「アメリカの女性はマンガを読まない」と、いつも拒否されていました。

ところが、これを激しく変える事態が起きました。『ポケットモンスター』によるポケモン・ブームです。これを見ると、ぼくはいつも複雑な気持ちになります。というのも、一九九七年か一九九八年に小プロ（小学館プロダクション）から電話がかかってきて、アメリカでポケモンを売り出すのを手伝ってほしいと頼まれたのです。

そのとき僕は、「いま、とても忙しくて手伝えない。で

も、正直なところ、ポケモンはアメリカでは売れないと思いますよ」と言ってしまったのです。しかし、その予想は見事に外れてポケモンは大ヒットしました。それまで何度か一緒に仕事をすることがあった小プロでしたが、それっきり電話はありません。僕の言うことはあてにならないと思われてしまったようです。

当時のアメリカの女の子たちは、ピンク色や虹色のかわいい感じのものを好みました。それに加え、アニメーションは基本的に幼い子ども以外は見ないのが普通でしたから、バトルシーンがあるようなアニメは、女の子には受けないと思ったのです。

男の子も同様で、『Ninja Turtles』に代表されるような、グロテスクでマッチャョな感じのものがはやっていましたから、ポケモンのキャラデザインは、かわいらしすぎて中途半端だと思ったのです。ですからぼくは売れないと言ったのですが、結果は違いました。

ポケモンの後、『ドラゴンボール』と『セーラームーン』が入ってきましたが、最初はどちらも苦戦気味でした。



図19 TOKYO POP刊のマンガ



図20 Sailor Moon 1998年



図21 Viz刊の『Shojo Beat』

テレビ局も最初は、売れるか売れないか半信半疑だったようで、『セーラームーン』は朝五時半という時間帯に放映していました。しかし、カナダでのヒットをきっかけに、子どもが普通に見られるような時間帯に移動され、アメリカでもヒットしました。どの作品も徐々にヒットするようになり、ようやく日本のマンガが主流から注目されるようになりました。

このように、子どものころに『ポケットモンスター』や『ドラゴンボール』『セーラームーン』などを見てきた人たちが、アメリカにおける最初の日本のマンガ読者世代なのです。日本のGNPが下がった途端に日本のGNC (Gross National Cool) は上がり、かつては日本製であることを必死に隠していたのに、今度は逆に日本製であることをアピールするような逆転現象が起きたのです。

この現象は制作現場でも起きていて、アメリカでも「日本のマンガのスタイル」で描いているマンガ家がたくさんいます。なかには日本の作品ではないのに、日本の作品のように見せかけて売ろうとしているものまで登場し、いまでは認識が百八十度変わっています。

少女マンガの普及と単行本

十五年ぐらい前に、編集者にコミックブック専門店では売れないような体裁で出版するより、単行本として出版し、一般書店の少年少女小説と同じ棚に置いたら売れると主張したことがありました。そのときは、「そんな

ことできるはずがない」と一笑に付されました。また、アメリカの出版業界は、女の子はマンガを読まないという考えがとて根強く、売ってみようという気さえありませんでした。全身タイツでムキムキの筋肉マンのマンガしか出していないのですから、当然です。よほど変な趣味の女の子でなければ、読みたいはずがありません。

ところが、女の子が楽しめるようなマンガをじつさいに出してみたら、飢えていたかのように飛びつき、ものすごく売れるようになった。小さいころ『セーラームーン』をテレビで見ていた女の子たちが、マンガを支持したのです。

九〇年代後半に登場したこの世代は、コミックブックをまったく読んでいなかった全身タイツ経験ゼロの人たちで、マンガに対する偏見や先入観がありません。ですから、普通の本の表紙にあたるどころに「Stop. You are going a long way」、すなわち「これは最後のページです。反対側から読んでください」という説明を読んだだけで、日本と同様のマンガのコマ割りを何の抵抗もなく、当たり前のようにすらすらと読むのです。かつて僕がやっていた左右反転は、もはや必要ありません。素晴らしいものです。

また、インターネットの普及もマンガをはやらせた大きな要因でした。九〇年代初期あたりから、インターネットでのマンガの情報交換は普通に行われていましたが、いまではファンサブ、スキャンレーション (Scantlation) という、さらに発展したかたちをとっています。ファンサブというのは、ファンが勝手にマンガをスキャンし、独自のいいかげんな翻訳をつけて無断でネットに載せることで、

いまや一般的になっています。こうして日本のマンガに関する情報は、瞬時に世界に発信される時代となりました。僕が日本のマンガの英訳をしていたのは一九九九年まで、僕と入れ替わるように少女マンガが売れるようになってきたことには、やや複雑な思いがあります。しかし、日本のマンガはかつて僕が提案した通りの流通や拡大を上げました。だから、ポケモンの予測こそ外れましたが、僕は時代を先取りしていたと自負しているのです(笑)。

日本はマンガのハリウッド

グラフィック・ノヴェルが一般書店に販路を拡大した経緯は、日本のマンガの普及なしには語れません。冒頭で日本のマンガは大手の書店において、グラフィック・ノヴェルの売り上げの大半を占めていると言いましたが、そのうちの約六割は少女マンガです。僕は一九九〇年ごろから少女マンガのエバンジェリスト(伝道者)として活動しており、一九九四年に日本の少女マンガを紹介するホ

ームページを立ち上げ、現在も続けています。そのころ、少女マンガの大家である萩尾望都、西炯子などを集録した短編集や、日本でも人気のある『のだめカンタービレ』などを出版し、とても好評だったのですが、あまり売れませんでした。

僕が翻訳していたころの本は一冊十七ドル(約千七百円)ぐらいで、日本の単行本の何倍もの値段でした。日本の単行本の定価が安いのはたくさん売れるからであって、五千部程度しか発行できないアメリカでは、マンガの単行本は子どもが手軽に買えるような値段ではありませんでした。

そこへ、ほかの出版社が無視した、女の子市場を意図的に狙ったTOKYO POP(図19)やVIZという出版社が登場しました。これらの出版社は、少女マンガをはやるのにじつに大きな役割を果たしたといえます。経緯は不明ですが、TOKYO POPは『セーラームーン』(図



図18 “Amerimanga”(アメリカ人の素人が描いた日本風のマンガ)



図19 “Amerimanga”(アメリカ人の素人が描いた日本風のマンガ)



図20 Ultimate Spider-Man



図② アメリカでのマンガオタクのコンベンション



図③ 「タキシード 仮面」に扮した参加者



図④⑤ コスプレをした少女たち

⑳ の英訳出版権を入手し、出版しました。

その際、彼らが何より重視したのは本の値段でした。TOKYO POP は大幅な経費削減として、翻訳者の原稿料を格安に抑えたのです。これは最近知ったのですが、これまで史上最高の翻訳原稿料をもらっていたのはどうも僕のようなのです。現在、翻訳に携わっている人たちの原稿料を聞いたら、僕がもらっていたころの五分の程度でした。そのような賭けともいえるほどの経費削減の結果、ようやく一冊の値段を十ドル以下に下げることが成功し、若い子たちが手軽に買えるような値段にすることができたのです。

しかし、無理な経費削減の結果、翻訳の質が下っては大人の読者が離れてしまうので、この点についての結論が出るには、まだしばらくかかることでしょう。

図②は、集英社、小学館系の出版社の VIZ が出している『Shojo Beat』という少女マンガ雑誌です。『NANA』

などが掲載されており、よく売れています。

日本のマンガの読み方がわからない世代、日本のマンガが買いたくても高くても買えなかった世代、何の抵抗もなくマンガを読める世代、安価になったことにより読者が急増した世代など、アメリカのマンガ読者にとって、世代の違いは非常に大きな問題です。

いまでは、Amerimanga (図②③) といいますが、日本人以外の作者による日本のスタイルのマンガも登場しています。顔の描き方など表面的なことをなぞるだけのタイプのマンガ家もいますが、本物のプロは、コマ割りやアクションの見せ方など、より重要な日本のマンガの構造などをよく研究したうえで、あえて自身の作品の中で表面的な要素を真似ずに制作しています。『Ultimate Spider-Man』(図④) はその典型的な作品で、日本のマンガの構造的な影響がかなり見られます。

また、マンガファンにも変化が見られるようになりま

した。こちらはよくゲストとして呼ばれたオタクのコンベンションのときの写真(図②⑤)ですが、タキシード仮面(図②⑥)など、半分以上の人たちが、コスプレをしています。

十年ほど前にも、同じようなコンベンションに呼ばれたのですが、その時は十代、二十代の男の子が中心で、二十代らしき女性が何人かいるという程度でした。しかし、今回は圧倒的に女の子が多くびっくりしました。なにより感動したのは、普通の中学生、高校生の女の子、そして、小学生までもがコスプレ(図②⑦②⑧)をしてイベントに来ていたことです。本当に感無量でした。

ただ、このような少女マンガの広まりは、思わぬ波紋も呼びました。マンガ世代ではない三十代のフェミニスト系の女性評論家たちが、日本の少女マンガの英訳を見て、女性の描き方や男女関係に「フェミニズムの観点から見えて問題がある」と、かなり批判的な指摘をしたのです。

しかし、読者にとってこれらの意見は取るに足らないことだったようで、混乱はありませんでした。女の子たちはおばさんの意見より、自分たちのためのマンガが存在するという事実を支持したのです。日本の少女マンガは、十代の女の子にとって大事な問題をいねいに取り上げていると思います。それは、女の子にとって万国共通の問題であり、文化の違いよりはるかに大きく重要なことでした。アメリカの女の子たちが少女としてそのことに価値を見出してくれたことは、少女マンガ宣教師の僕にとって、なによりうれしいことでした。

ではなぜ、他国のマンガを抑え、日本のマンガだけが爆発的に世界で愛読されるようになったのか、なぜアメリカのマンガはこのように世界的に広まらなかったのか。これについては、歴史のいたずらといえますか、偶然によるところがかかなり大きいと思います。

たまたま関西にできた赤本という媒体を、手塚治虫が自身のライフワークとしたストーリーマンガの発表の場にしたことに、その発端があると思います。彼はその後、自身の作品を日本の出版の本拠地である東京の出版社に売り込むことに成功し、全国規模の媒体を手に入れることができた。巨大な発表の場の有無、これこそが、日本のマンガを世界的規模にまで拡大することができた大きな理由であると思います。

日本はマンガのハリウッドなのです。そこでは、マンガの描き方、読み方が統一され、一度それを学んだら、だれでもすらすらと読むことができる。そして、内容はたいそう幅広く、起伏に富んで読者が感情移入しやすいなどの特徴を生み出しました。これこそが、日本のマンガが成功した理由だと思っています。

＊本稿は、マット・ソーン氏の講演記録を人間文化研究機構「第6回公開講演会・シンポジウム実行委員会」の責任において整理したものである。

松田 マット・ソーン先生、どうもありがとうございます。

日本のマンガがアメリカに受け入れられていく中で、いかなる障害に出会ったのか、また、それを通じて生まれた日本とアメリカの文化の差というものをうかがわせてくれる内容でした。

人間文化研究機構 第6回公開講演会・シンポジウム

マンガ・アニメと日本研究——世界の日本研究者の視点から

パネル・ディスカッション

パネリスト

陸留弟

(華東師範大学外国語学院日本語学部・教授)

チャワリーン・サウエッタナン

(チュラーロンコーン大学・専任講師)

ジエームズ・バスキンド

(国際日本文化研究センター・プロジェクト研究員)

マテイアス・ハイエク

(国際日本文化研究センター・リサーチアシスタント)

司会

山田奨治

(国際日本文化研究センター・准教授)



シンポジウム会場風景

欧米における日本のマンガ・アニメの影響

山田 夏目房之介先生、マット・ソーン先生のお話にもありましたように、日本のマンガ・アニメが各国に広がり、それを見た若い人たちが、海外の大学の日本語科に入ってくるという事態が起こっています。いま、それぞれの国ではどんな状況になっているのか、またこれから先どうなっていくのかなどについて、討論してみたいと思います。

壇上にいる五人には二つの共通点があります。一点は、どの方もマンガ・アニメの専門家ではないということですが、それぞれの専門で日本研究をしている中に、マンガ・アニメを見て育ってきた学生や知り合いが増えている状況を、若干の戸惑いと期待を持ちつつ見ている立場だとうご理解ください。二点目は、現在、国際日本文化研究センターに在籍中の研究者だということです。

本来ですと、日本のマンガ・アニメについて議論するのに、韓国、台湾、香港などの方を抜かしてはならないのですが、諸事情により、はなはだ不完全な形にならざるを得ない

ったことを、最初におわびさせていただきます。重要な国と地域が抜けてはいませんが、ピンポイント的に国を押さえて、現在の状況について討議していきたいと思っています。

研究を進めていくうえで感じられるマンガ・アニメの影響と、日本のマンガ・アニメがそれぞれの国にどのように入ってきたのかという現状認識を、手短かに順番にお話いただきましたと思います。ジェームズ・バスキンDさんからお願いします。

バスキンD 先ほどのマット・ソーン先生の講演はとてもよかったと思いますが、一つだけ問題があります。私の言うことがなくなってしまう（笑）。ですから、一、二点だけ、ポイントをしばってお話したいと思います。

僕の友人や学生などは、日本のアニメの魅力はアメリカの『Superman』や『Batman』と違い、キャラクターに多面性や立体感があること、そして、人間くさく、単純すぎない点であると思っています。『Batman』や『Superman』は、正義の味方で確にかっこいいのですが、あまりにも単純で、手ばなしで共感できないというのです。ぼくはマンガの専門家で

はありませんが、たしかに『AKIRA』などには興行きがあり、人間の明暗部をこまやかに描く日本のアニメやマンガの方が、アメリカのマンガより自分の人生観に近いかもしれません。

また、注目したいのは、ハリウッドへの日本のマンガやアニメの影響が、ようやく広く認識されてきたことです。アメリカの『マトリックス』という大ヒット映画は、アニメ『攻殻機動隊』に強く影響されたと、監督のウオシャウスキー兄弟たちも認めています。ウオシャウスキー兄弟はいます。『Speed Racer』（邦名『マッハGo Go Go』）のリメイクを制作しており、二〇〇八年に公開予定です。その他にもハリウッドでは『AKIRA』のリメイクも計画中ですし、『タイタニック』のジェームズ・キャメロン監督も『Battle Angel Alita』という『銃夢』に基づいた映画を製作中です。マンガ・アニメの父である手塚治虫の『鉄腕アトム』のハリウッド版も製作中です。

これらのことから、アメリカと日本

本のアニメやマンガは決して一方通行ではなく、本当の意味での文化交流になっていることがわかります。たとえば、一九八二年に公開されたハリ

ソン・フォード主演のハリウッド映画『ブレードランナー』は、『AKIRA』にかなりの影響を与えました。また、『AKIRA』と『攻殻機動隊』は、『マトリックス』に多大な影響を与えました。ポピュラーカルチャー・レベルの文化交流で日本とアメリカは、本来に切っても切れない関係にあると思います。

もう一つだけ申し上げますと、『Speed Racer』は僕も七〇年代によく見ていました。おそらく、ぜんぶ見たのではないかと思うぐらい熱心なファンだったのですが、恥ずかしながら、ごく最近まで日本の作品であることを知りませんでした。いまの若い人たちはアニメやマンガが日本のものであるということを意識している

ので、そこが僕たちの時代と大きく異なり、マンガ・アニメは日本の文化という理解につながっていると思います。

山田 マティアス・ハイエクさん、フランスの状況はいかがでしょうか。

ハイエク 私からは、アメリカとフランスの状況の違いについて二三点を取り上げたいと思います。

フランスにおけるマンガの普及は、アメリカ同様、八〇年代から始

まりました。アメリカより少し遅れたかもしれませんが、八〇年代にテレビ放送アニメという形で入ってきました。初期の段階では、極端に改変された作品がアメリカルートで入ってきましたが、やがて、日本との直接交渉によって入ってくるようになりしました。『ドラゴンボール』は一九八八年か一九八九年、続いて『セーラームーン』なども登場し、子どももみんなそれに夢中になりました。私も当時子どもでしたから、いわゆるマンガ・アニメの普及の影響を受けた世代です。

また、アメリカ同様、アニメは日本のものだという意識はほとんどありませんでした。ただフランスの場合、アメリカほどローカライズ、現地適応化はされていなかったと思います。節約のためだったのか、内容を生かしたかったのかという疑問は残っています。単なる設定の違いという感じでした。

子どもに見せてはならない場面があつても、設定をちよつといじってOKというような感じでした。たとえば、『シティーハンター』によく出てくるラブホテルとかソープランドは、フランスではなぜか菜食料理店にな

っていました。冴羽獠が菜食料理店につれて行くとするのを、どうして女性たちはそんなに嫌がるのか、子ども心にも疑問はありましたが、よほど肉が好きなのだろうと納得するような、その程度の違いでした。

九〇年代に入ると、やがて単行本が出てきました。そこで初めて、マンガというのは日本のものなのだという認識もできました。最初に入ってきた作品のほとんどはアメリカ経由で、『AKIRA』などがそうでした。その後テレビ放送の延長線で、子どもが楽しめるような『ドラゴンボール』や『らんま1/2』が、フランスの大手コミック出版社から出版されました。

フランスとアメリカとの大きな違いは、大都会、とりわけパリには、日本語のオリジナル版のマンガをとりあつかっていた書店があつたことだと思っています。後にその書店は、自社で評価するマンガを出したくなり、出版社として先ほどのお話にあつたTOKYO POPのような、なるべく安く提供できる商品を出版するようになりしました。それまでは、マンガは一種のオリエンタリズム——という誤差があるかもしれませんが——、浮世



絵のような異文化商品で、あくまで日本の産物として評価されていました。子どもや青少年の中の、ある種のインテリ層だけが、好んで読んでいる状況だったのです。

しかし、現在ではその境界がほとんど崩壊し、日本と同様の市場を形成しているといえます。同様というのは、私のように文化としてマンガに親しんだ世代に代わって、ポケモン世代といいますが、もっと若い人たちがマンガに熱狂するようになり、出版社も急激に増え、一か月に百点くらいの商品が出版されるようになったのです。よく言われるように、「フランスはマンガ消費の世界第二位に立っている」というのが実状だと思います。第一位はもちろん日本ですが、二位はフランスです。年間の売り上げ部数は一千万部を超えています。

しかしその一方で、マンガ研究については遅れぎみです。去年はようやく、フランスのマンガ研究が初めて公式に披露されました。テーマはさまで、経済的な視点のもの、文学的な視点といいますが、手塚治虫などをめぐる研究などがなされていますが、残念ながら、はつきりした

研究法がまだ確立されてはいません。個人的には、その方法論の統一を期待しています。

アジアの状況

山田 ありがとうございます。次は、アジアの話をうかがいたいと思います。チャーリー・サウエッタナンさん、タイはいかがでしょう。

サウエッタナン タイにおける状況は、西洋とは大きな違いが見られます。日本への憧れのせいなのか、今までタイに入ってきた日本マンガ・アニメの影響はかなり一方的だと思います。

日本のマンガ・アニメがタイに入ってきたのは、ちょうど私が中学生だったころ、つまり、八〇年代後半から九〇年代前半の間でした。その当時、よく知られていた日本のマンガ・アニメは、夏目先生がおっしゃったように、正規の著作権を取得していないタイ語の海賊版や模倣版が大半でした。対象とする読者が中高生に限られていたため、値段的勝負で紙質も悪く、翻訳の面も大体的内容が通じればそれでいいという程度のかかなり適当な出版物がほとんどでした。

ですから、中高生の間ではかなり

人気がありましたが、一般の市場までは広がっておらず、まだブームと言えるほどではありませんでした。そのころ、人気が高かった作品は、『ドラえもん』『キャプテン翼』『忍者ハットリくん』『ドラゴンボール』などです。これらの作品のほとんどはアニメ番組として、土・日の午前九時から十二時ぐらいまでの間、タイのフリーテレビで放送されていたもので、マンガを読まない私にとってもけっこうなじみ深いマンガ・アニメでした。

マンガに対する若者の興味はまだ限られていたため、日本語教育にも影響が薄かったし、日本研究にも影響を及ぼすほどでもありませんでした。これは私の実際の経験ですが、大学に入って日本語を専攻にしようとした一九九三年当時には、マンガに興味があつて日本語を専攻にしたという学生は、全体の三分の一もいませんでした。一つの学年には学生が約三十人いましたが、マンガが大好きで日本語を勉強しようとした学生は五、六人ぐらいしかいませんでした。日本語を専攻とするきっかけは、主にタイにおける高給の日系企業で働きたい、日本へ行つてみたい、両親の

仕事の関係で日本人の知り合いが多いなどというようなことでした。

ところが、その十年後に状況はまったく変わりました。まず、九〇年代後半から、著作権を得て正規のタイ語版を出版する会社がぐっと増えてきました。マンガ市場も大幅に拡大し、競争率も高まり、質の悪い用紙や翻訳も随分と改善されました。読者は以前のように中高生だけではなく、大学生や社会人まで幅広くなってきました。その大きな原因は、九〇年代に中高生だったマンガ世代の若者たちが、十年後も大学生や社会人になってまだマンガを読み続けるのかもしれないが、とりわけ、ここ二、三年はマンガブームと呼ばれるようになった時代を迎えました。

私の生徒や知り合いの若者たちに聞いてみたところ、少女マンガや少年マンガはもちろんのこと、「やおいマンガ」「百合マンガ」などといった特殊なジャンルの人気作品が次第にタイ人の間によく知られるようになりました。特殊の後者の方には触れないことにおきますが、前者の人気作品は、たとえば『NARUTO』『アスノート』『二〇世紀少年』のだ

めカンタービレ』『ママレード・ボーイ』などが挙げられます。

また、夏目先生のお話にもありましたように、マンガという言葉は、タイ語で「日本のカートゥーン（＝日本の漫画）」と前からよく呼ばれてきたが、現在では、日本語の「マンガ」とそのまま呼ばれるようになる傾向が見られます。

九〇年代との大きな違いはそれだけではありません。マンガは、二十一世紀の読者にとって、単に趣味として楽しむものではなく、マンガ家やアニメーターなど、マンガやアニメに関わるような専門的な職業を目指すため、マンガを読む人も多くなってきました。大学においても、マンガ・アニメの原理や技術について学ぶマンガ・アニメ学という専門も急激に追加されたようです。

日本語教育については、影響というより転機を迎えたと言ったほうが正確なのでしょう。ちょうどその時期、私は日本から帰国してタイの大学で教えるようになったのですが、驚くことに、日本語を専攻にした学生の三十人中、二十人以上はマンガ・アニメがきっかけとなって、日本語を専攻にしたのです。まったくマンガを

読まずに日本語を勉強することにした学生は、多くても五、六人、あるいはそれ以下で、同じクラスの友達の会話についていけないとよく文句を聞いています。これは私の学生時代のころとまったく反対の状況です。

このような現状にいたって、マンガ・アニメ研究はもろろんのこと、日本研究についても変化がありました。マンガ・アニメをテーマにして日本について研究したいという学生は次第に増えてきましたが、学術的な研究対象として認められず、指導教官や教育関係者に否定されたり、奨学金を与える政府機関などにもあまり支援されなかったりしているというような問題に直面しています。

山田 なかなか学術分野として認めてもらえないことや、ここ十年で激しい変化が起きているという話は重要な問題で、さらに掘り下げてみたいところですが、時間の都合で、陸留弟さんから中国の状況をお話いただきしたいと思います。

陸 夏目先生のお話にもありましたように、中国ではマンガ・アニメのことを「動漫」と言います。「動」は「動画片」でアニメーションのこと、「漫画」はマンガのことです。

子どもを含めた中国の若者たちは、いまアニメに傾倒していると思います。簡単なデータを調べてきましたが、中国では五〇%近くの小学生、あるいは中学生の子どもたちが、アニメを見ていると言われています。その程度については「ほとんどいつも見ている」「たまたま見ている」を合わせると八〇%近くです。作品数でいえば、十五作品を見た人が三四%、六十作品を見た人が三〇%になります。

中国には、「連環画」などを含む「小書」という児童文学のようなジャンルがあり、観念的な作品が多いのですが、それに比べて日本のマンガやアニメは、ファンタジーやロマンなど幻想的な世界が溢れています。中国の子どもを含めた若者たちは、そのような世界に新鮮な驚きをもって熱中しているのではないかと思います。憧れや好奇心はさらなる文化発信力を生み出しますから、他の映像文化や活字文化、とくに児童文化に与える影響は、はかり知れないと思います。

現代に生まれた子どもたちは、アニメを見ないで成人することはありえないと言っても過言ではありませ

ん。正確に調査したわけではありませんが、若者や子どもたちは、アニメキャラクター商品からかわいさや癒しなど、メッセージ性を強く感じとっています。それらのことから、私はアニメの発信力という点に注目したいと思います。とくに発信力という点では、アニメ・マンガを媒介とした異文化理解につながるのではないかと考えています。

中国では映像メディアを通して、和服や中高生の制服、靴箱などが入ってきました。中国人にとって、学校に靴箱があるのはとても不思議なことと、なぜそこで靴を履き替えるのだろうと疑問に思っています。それは給食についても同様で、もちろん、中国と日本の学校や給食の形態が違ふことはわかっています。しかし、実際に映像メディアで見るとより鮮烈で、他国の理解に対する期待が深まります。これらのことから、日本はアニメやマンガの発信力を積極的に活用し、作品そのものにとどまらず、ファッションや食文化などを世界に発信していくのではないかと、私は考えています。

また、タイの方もおっしゃいましたように、アニメ、あるいはマンガ

という映像が、日本語教育においてどのような役割を果たしていくかは、言語教育者、文化研究者の一人としてたいへん興味深い問題であると思います。

山田 ありがとうございます。各国それぞれにマンガ・アニメを通して日本の文化が広がっているというご報告でした。マンガ・アニメというのは多分にファンタジックな要素があり、日本社会の現実を反映しているとしてもいいえ、微妙な性質があるように思います。

日本のマンガ・アニメの表現、あるいはその広がり方から、日本の何が見えるかというところに焦点をしぼり、より日本研究にひきつけて、後半の討議をしたいと思います。先ほど陸さんのほうからマンガを媒介にして日本文化に接することができるといってお話がありました、そのことに関連してサウエッタナンさん、いかがですか。

サウエッタナン タイも中国に似ていると思います。タイ人の読者に、どうして日本のマンガ・アニメが好きなのかと聞いてみたところ、画線や複雑なストーリーが大好きで、読みたくてしかたがないという答えが多

かったです。さらに、豆知識として、日本にはタイと異なつて都道府県という行政区があるというような答えもありました。地名や名所、難しい日本の歴史を知ることができたという答えも多かったです。マンガからの勉強で、織田信長とか戦国時代とかについて私より詳しい学生もいたようです。

このように、マンガ・アニメを通して、日本人の生活・習慣・歴史・文化などについて理解するという人も少なくないと言えるでしょう。タイから日本に遊ぶにきた友人が、家に置いてある「こたつ」を見たとき、「あ！これは『ドラえもん』に出ていたやつだ」と言っていました。他の人と一緒に温泉に入るときも、わくわくしながら、「日本人はこつやつて入るとマンガで知っていたよ」という人もいます。また、マンガを通して、日本人における孤独感や努力の精神を学んだり、独創性や厳しいしつけなどに感心したりする人も少なくありません。

私から見ると、マンガやアニメによつて媒介された日本文化に対するタイ人読者の認識は、誤解や単純な理解から始まるとはいえ、そのよう

な表面的な理解こそが学問的な興味となり、将来、より深い日本研究につながつてゆくのではないかと思います。

山田 陸さんもサウエッタナンさんも、どちらかというとマンガ・アニメの中に表現された日本の個別的要素に学習の手がかりがあるというお立場かと思いますが、違う意見の方はいらつしゃいますか。

マンガ・アニメによる文化理解は可能か

ハイエク 先ほど文化という言葉が出てきましたが、サウエッタナンさんの話をうかがいますと、マンガに出てくる日本的な習慣や風習を文化と呼んでよいかが、まず問題となると思います。

マンガというのは、日本人の作家が日本人のために作ったものです。それにもかかわらず、作品をいじらなくても世界各国の人びとに通じる現実を見ますと、夏目先生もおっしゃっていました、マンガには日本文化を超えた何かがあると思います。

マンガがこれほど世界中に浸透する以前の日本像について、思いめぐら

せてみてください。かつて、米米クラブの「FUNK FUJIYAMA」という歌がヒットしました。そこには、外国人、とりわけアメリカ人が考える日本像が箇条書き的にあげられています。たとえば、「サムライ、スシ、ゲイシャ、ハラキリ、フジヤマ、キモノ」といった具合です。「FUNK FUJIYAMA」にならって、マンガ世代の日本像を言葉にしてみれば、「サムライ」の替わりにオタクかサラリーマン、「スシ」の替わりにラーメン、「ゲイシャ」の替わりにメイド、「ハラキリ」の替わりに引きこもり、「フジヤマ」の替わりに原宿、キモノの替わりにゴスロリファッションというような感じになるのではないのでしょうか。

つまり、マンガによって知りえたものは、文化というより新しい日本のステレオタイプではないかと私は思うのです。

山田 日本のマンガ・アニメは日本特有の要素と世界共通の要素のどちらが多いのか、アジアのお二人とは対照的なご意見でした。ここから、アジアとヨーロッパでは見解が異なるというてよいのか、バスキンンドさんのご意見をうかがいたいと思います。

バスキンンド それは難しい問題で一

言ではいえませんが、個人的には、マンガやアニメによって新たな日本のステレオタイプが拡大したという意識はありません。どちらかというと、アニメやマンガによってさらなる日本像などが生まれてきたのではないかと思います。サムライなどはいまでもマンガの中に登場しますし、日本の格闘技や武道はアメリカ人にとって、今も昔もたいへん魅力ある日本の一面です。

アメリカの映画監督であるタランティノーは『キル・ビル』の中で、マンガやアニメの要素を取り入れ、新しい日本像とハリウッド映画の融合を試みていました。確かにある種固定観念といえますが、できあがった日本のイメージがあることは事実ですが、それに加えてさらに新しい日本像が積み重ねられている印象を受けます。二十一世紀の感性による新しい融合体が形成されつつあると言っているかと思っています。

山田 アメリカでは、マンガ・アニメを通して新しい日本像が形成されつつあるというご意見でしたが、アジアではどうでしょうか。陸先生、学生たちと接していて、マンガ・アニメから何か違う日本像が形成されつつ

ある印象はありますか。

陸 私は日本のマンガやアニメを介して、異文化理解を育むことは可能であるという立場から、お話ししたいと思います。先ほども例として靴箱などをあげましたが、畳、桜、日本料理なども映像から認識が高まっています。なかでも、さしみ、すし、天ぷら、しょうゆはだいたい知られており、上海では、最近日本のしょうゆが多く使われるようになりました。しょうゆと関連して、わさび、豆腐、たくあんなど、もともとは日本の方しか召しあがらない日本食が映像を通して広く知られつつあること自体、新しい日本像が芽生えたゆえといえると思います。そこからさらに一歩進んで、日本料理を生み出した日本の精神や思考について考える人たちが育っていくことも、情報の拡大の規模から考えて期待できると思います。

また、日本語学者としての視点から考えてみると、マンガでは特殊な言葉が使われているように思います。元東大出身の橋本進吉先生が、言葉を「一区切り」ごとに切りながら整理していく「文節」というものを説かれました。たとえば、「木の上で小

鳥が楽しそうにさえずっている」でしたら、「木の上で」「小鳥が」「楽しそうに」「さえずって」「いる」と、五つの文節に分かれるという考え方です。マンガの中には、このように一区切りになった言葉をよく見かけます。私はアニメーションを見たことはありませんが、マンガの言葉の組み立てには特殊な要素があるように思います。それらの言葉の使われ方を通じて、今後、日本人の発想法について何か知ることができるのではないかと考えています。

山田 日本語の教育者としての観点
が色濃く出ているご意見でした。アジアの方と西洋の方では意見に違いがあり、それが個人的な差なのか、専門分野の特質によるものなのか、あるいはアジアと西洋の違いであるのか、今日のところは判別がつかねますが、アジアと西洋で日本のマンガ・アニメがどうとらえられているのかという問題は、今後の重要な研究テーマの一つになるだろうと思われる討議でした。

時間が短く、講演者のわれわれも

会場の皆さんも消化不良な感じが残っていると思いますが、マンガ・アニメの影響によって、ここ十年で日本研究を取り巻く状況もかなり変化し、マンガ・アニメとかかわりのなかった日本研究者たちも困惑しつつ、将来を模索している最中ようです。また、これから五年、十年たつうちに、より若い世代の中から新しい日本像や、さらに無国籍かつグローバルに広がる図像・映像文化についての優れた知見が出てくるのではないかと期待し、討論会を閉めたいと思います。

閉会のあいさつ

五味文彦

(人間文化研究機構・理事)

私は『鳥獣戯画』などが描かれた日本の中世が専門ですが、そのことから、日本では児童文化というものが非常に発達していました。江戸時代になりまずと、児童文化の中でも、とくに少女文化が広く発達しました。今日の話を聞いていますと、世界的に少女、あるいは児童を中心とした何か新たな文化が、アニメあるいはマンガを通じて起こっているのではないかという気がします。日本固有というのではなく、児童あるいは少女を中心として、これから

社会が大きく変化していく。そんな予感がいたしました。

もう少し討論時間が欲しいところでしたが、これをもちましてシンポジウムを閉会させていただきたいと思えます。

人間文化研究機構は今後もさまざまなテーマをご用意してシンポジウムを開催したいと思っております。皆様もぜひお運びいただければと思います。本日は本当にどうもありがとうございます。



夏目房之介 (なつめ・ふさのすけ)

マンガ・コラムニスト

東京都出身。青山学院大学文学部卒業。マンガ・コラムニスト、マンガ批評家、漫画家。花園大学客員教授。夏目漱石の孫で、父は漱石の長男の純一氏。著作やメディアへの出演などによって、幅広い視野からマンガ評論を展開している。主な著書に『手塚治虫はどこにいる』『マンガと「戦争」』『マンガはなぜ面白いのか——その表現と文法』『夏目房之介の漫画学』『デキゴトロジー イラストレイテッド』『おじさん入門』などがある。



マット・ソーン (Matt THORN)

京都精華大学マンガ学部・准教授

アメリカ・ペンシルバニア出身。文化人類学者。イリノイ大学東アジア研究修士号(M.A.)修得。コロンビア大学人類学部文化人類学科修士号(M.A.)修得。同大学哲学修士号(M.Phil.)修得。現在、京都精華大学マンガ学部准教授。日本のマンガをアメリカに広めた草分け的存在。手塚治虫文化賞の選考委員などを歴任。日米をはじめ世界中のマンガ文化を研究しつつ、多彩な活動をしている。宮崎駿の作品など、日本のマンガの英訳多数。

陸留弟 (LU LiuDi)

華東師範大学外国語学院日本語学部 教授

中国 上海出身、大阪外国語大学で修士課程修了(文学)。1994年、華東師範大学外国語学院日本語学部教授に就任。2001年～04年まで同学院長を務める。茶道史本の中国語翻訳など、中国茶芸・日本茶道の相互交流に尽力している。2006年9月より国際日本文化研究センター外国人研究員(2007年9月まで)。「茶の芸道観から見た中日茶文化の違い」をテーマに研究を進めている。主な著書に『中日茶文化の相違論考』(上海市茶葉学会季刊誌 上海茶報)、『中日茶文化の比較——茶芸と茶道、楽感の茶と苦寂の茶などを中心に』(『日中の経済社会文化研究論文集』)、『中国茶』(CD-Rom、李建等共作)、訳書に『日本茶道史話——叙至千利休』などがある。

ジェームズ・バスキン (James BASKIND)

国際日本文化研究センター プロジェクト 研究員

アメリカ・シカゴ出身、イェール大学で博士課程修了(宗教学)。博士論文のテーマは「江戸初期の禅や日中交流」。研究分野は江戸禅宗史、日中交流。その他に比較文化論、宗教、思想、迷信の概念と受容、江戸 明治の怪談や妖怪学と現代のアニメ、マンガ、ホラー映画との関連性など。現在の研究テーマは「明治の啓蒙思想の中の仏教思想、西洋哲学、科学思想との衝突と融合」。2006年8月より現職。現在、鳥山石燕の『画図百鬼夜行』を英訳中。

山田奨治 (やまだ・しょうじ)

国際日本文化研究センター 准教授

大阪府出身、筑波大学で修士課程修了(医科学研究科)、京都大学博士(工学)。日本アイ・ビー・エム株式会社、筑波技術短期大学情報処理科助手を経て1996年、国際日本文化研究センター助教授就任。2007年4月より現職。専門分野は情報学。現在「芸芸の情報学」をテーマに研究を進めている。主な著書に『文化としてのテレビコマーシャル』(編)、『日本文化の模倣と創造』(禅という名の日本丸 情報のみかた)などがある。

チャワーン・サウエッタナン (Chavalin SVETANANT)

チュラーロンコーン大学 専任講師

タイ・バンコク出身、京都大学で博士課程修了(言語学)。博士論文のテーマは「心のあり方を表現する語彙の対象研究——日本語とタイ語の場合」。2003年、チュラーロンコーン大学専任講師就任。2006年10月より国際日本文化研究センター外国人研究員(2007年9月まで)。「タイと日本のメディアにおける青少年をめぐるディスコース」をテーマに研究を進めている。主な論文に「Good or Evil?: A Perspective from Japanese Proverbs and Expressions」(2006)、「タイにおける古代日本文学受容の実態とタイ古典文学教育の紹介」(2005)、「Japanese Tea and Sa-ke in Thailand」(2005)などがある。

マティアス・ハイエク (Matthias HAYEK)

国際日本文化研究センター リサーチアシスタント

フランス・トゥールーズ出身。総合研究大学院大学大学院生。陰陽道を中心に、中世・近世における「占い」「占術」の実体やその社会的役割、機能を研究。マンガ・アニメに関しては、コミックや映画の仏訳のほか、専門雑誌に記事を掲載した経験もある。主な著書に「中世説話における病因と陰陽師の役割」(『アジア遊学』79)などがある。

松田利彦 (まつだ・としひこ)

国際日本文化研究センター 准教授

徳島県出身。京都大学大学院文学研究科博士後期課程退学。京都大学文学部助手、兵庫県立神戸商科大学商経学部専任講師を経て、1998年、国際日本文化研究センター助教授。2000年4月、韓国ソウル大学社会科学部経済研究所特別研究員(2001年3月まで)。専門分野は「近代日朝関係史」。現在の研究テーマは「植民地期朝鮮における警察機構の形成と展開／近代日本におけるアジア主義と朝鮮／戦前戦後の在日朝鮮人史」など。

編集後記

数年前のことになるが、ドイツのフランクフルトで毎年開催されているブックフェアを久し振りに訪れたことがある。現今あちこちで取り沙汰されている出版不況の影が差しはじめていたせい、日本の出版社に割り振られたコーナーはかつての賑わいがなく閑散としていた。そこには日本を代表する大出版社のブースすら見かけることがなかったので、出展の世話をしている日本側の事務局に尋ねるとアニメやコミックを展示しているホールに行くように指示された。フランクフルト中央駅に隣接する巨大な会場にはホールがいくつも存在しているが、正面ゲートに近いホールに行ってみると賑やかに飾り立てられた展示会場にはK社やS館を中心にして世界中からアニメとコミックに関わる出版社が目白押しに並び、多くの人々が群がっていたのである。

世界最大のブックフェアの目玉がアニメとコミックであることはまさに驚き以外のなにものでもなかったが、その後、欧米の大都市を訪れるたびに大型書店に足を踏み入れてみると、アニメやコミックのコーナーが設けられていることに気づかされた。そして、そこには日本発の作品の現地語訳が数多く並べられているのだ。

いまや日本が世界に誇ることができる文化はアニメとコミックであると言われて久しいし、実情を見ても国際化していることに間違いはないのだが、断片的な情報に振り回されている傾向もある。人間文化研究機構のシンポジウムを国際日本文化研究センターが担当する機会に、粗々であってもその全体像を描いてみたいというのが今回の企画の趣旨であった。シンポジウムの実現にご協力いただいた方々に感謝したい。

人間文化研究機構

第6回公開講演会 シンポジウム実行委員長
合庭 慎 国際日本文化研究センター・情報管理施設長)

大学共同利用機関法人

人間文化 vol.6

特集

人間文化研究機構 第6回公開講演会 シンポジウム
国際日本文化研究センター創立20周年記念事業
世界に広がる日本のポップカルチャー
——マンガ・アニメを中心として

2008 平成20)年1月30日発行

編集 発行人 五味文彦
発行 大学共同利用機関法人
人間文化研究機構
〒105-0001
東京都港区虎ノ門4-3-13
秀和神谷町ビル2階
TEL 03-6402-9200 代)
<http://www.nihu.jp/>

編集 山内編集事務所
デザイン 緒方裕子
印刷 協和リソアート株式会社



大学共同利用機関法人 人間文化研究機構

〒105-0001

東京都港区虎ノ門4-3-13 秀和神谷町ビル2階

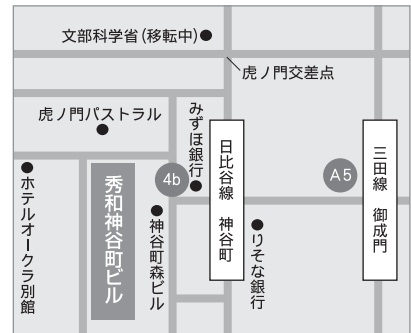
TEL:03-6402-9200 (代表)

<http://www.nihu.jp/>

(最寄り駅)

地下鉄日比谷線神谷町駅 (出口4b徒歩約2分)

地下鉄三田線御成門駅 (出口A5徒歩約10分)



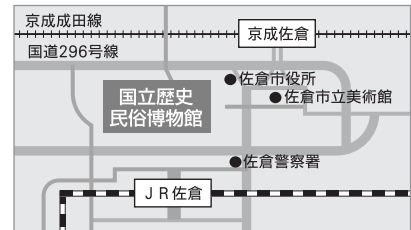
国立歴史民俗博物館

〒285-8502

千葉県佐倉市城内町117

TEL:043-486-0123 (代表)

<http://www.rekihaku.ac.jp/>



国文学研究資料館

〒142-8585

東京都品川区豊町1-16-10

TEL:03-3785-7131 (代表)

<http://www.nijl.ac.jp/>



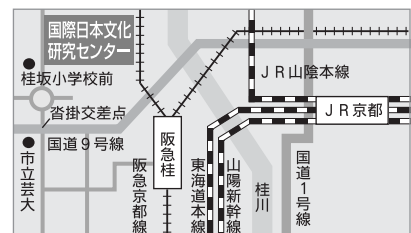
国際日本文化研究センター

〒610-1192

京都市西京区御陵大枝山町3-2

TEL:075-335-2222 (代表)

<http://www.nichibun.ac.jp/>



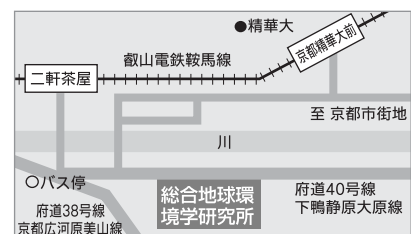
総合地球環境学研究所

〒603-8047

京都市北区上賀茂本山457-4

TEL:075-707-2100 (代表)

<http://www.chikyu.ac.jp/>



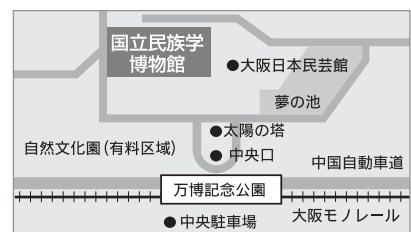
国立民族学博物館

〒565-8511

大阪府吹田市千里万博公園10-1 (万博記念公園内)

TEL:06-6876-2151 (代表)

<http://www.minpaku.ac.jp/>





大学共同利用機関法人
人間文化研究機構

国立歴史民俗博物館 国文学研究資料館 国際日本文化研究センター 総合地球環境学研究所 国立民族学博物館