

広島大学学術情報リポジトリ

Hiroshima University Institutional Repository

Title	世界で流行している新しい日本文化：日本アニメの魅力
Author(s)	郁, 継亮
Citation	日本語・日本文化研修プログラム研修レポート集, 20期: 23 - 33
Issue Date	2006-03-31
DOI	
Self DOI	
URL	https://ir.lib.hiroshima-u.ac.jp/00038835
Right	
Relation	



世界で流行している新しい日本文化 -日本アニメの魅力-

郁 継亮(ユク・カイロン)

1. はじめに

現在は、アニメーション全盛時代と言える。テレビでは毎週数多くの作品が午後6時から8時のゴールデンタイムを独占しており、映画館でも夏休みや冬休みには、アニメーション映画の放映が定着している。アニメーション関係の雑誌はどこでも見られる。こうした現象は、一時の社会現象というよりも、人々の生活の一部であると感じられる。また、外国においても、『千と千尋の神隠し』『もののけ姫』などの、スタジオジブリ、宮崎駿監督の作品をはじめ、名作と呼ばれるアニメーション、『GHOST IN THE SHELL 攻殻機動隊』『アキラ』『新世紀エヴァンゲリオン』など、多くの日本製アニメーションが好評のうちに放映されている。

ところが、アニメはもともと「子供の物」という位置づけがなされ、文化・芸術的に低く見られてきた。大人になってもアニメや漫画に夢中になっている人たちは「オタク」という言葉を用いて、特別視されている。ましてや国が文化の一つとして賞を与えるなど考えられず、完全なサブカルチャー扱いだった。外国においても、最初の頃は、日本製のアニメーションはただ番組の編成上の穴埋めとして扱われ、もう一方ではキャラクターが好まれていなかった。大き過ぎる目、アニメ絵と呼ばれるリアリティのない人形のような容姿、過激な暴力描写なども批判を受けて、「人気」や「流行」という言葉にはまだほど遠かった。

近年になって、日本政府は文化庁メディア芸術祭を立ち上げ、アニメ、漫画、ゲーム、CGアートの優れた作品に賞を設けるようになった。東京都は2002年2月に第1回新世紀東京国際アニメフェア21というアニメフェスティバルを主催し、アニメマーケットにおける世界の中心地となるべく名乗りをあげた。ついにアニメは漫画やビデオゲームと並び、日本の新しい文化として確実に世界に定着するようになった。やがて、「ジャパニメーション」という特別の名称で呼ばれて区別されるまでに至った。

なぜ日本製のアニメーションは今までのような変化を遂げてきたのか。私も日本のアニメを見ながら成長してきた一人として、日本のアニメーションの発展や今もっとも流行している作品の特徴、そして他のメディアとの関係を通じて、日本のアニメーションを普段と違う角度からより深く理解し、研究したいと思う。

2. 日本アニメーションの歴史と日本社会

日本で初めてアニメーションが公開されたのは、1909年のことだ。当時は「動画」または「漫画映画」と呼ばれ、劇場で放映する物だった。内容も『桃太郎』や『兔と亀』のような昔話がほとんどだった。そして、1933年に始まった日中戦争をきっかけに、映画は戦意高揚を目的としたPR映画の上映のみを義務づけられるようになり、日本アニメの内容も次第に軍事色を帯びた物となっていた。戦後になって、1958年に公開された初のフルカラーアニメーション『白蛇伝』は日本の商業アニメのスタート地点と言われた。また、後のアニメ史に大きな影響を与えた作品もこの時代に次々登場し始めた。

1960年代に、初の国産アニメーション『鉄腕アトム』がテレビで放映されて以来、すでに50年以上の時間が経っている。それは現在よく観られている「日本アニメ」の原点となり、そして日本アニメの潮流が定着し始める時期である。

日本アニメの大きな潮流

- 1960年代 初の国産アニメ『鉄腕アトム』放映
宇宙SFアニメが主流に
スポ根ブーム
- 1970年代 『宇宙戦艦ヤマト』大ヒット（第一次アニメブーム到来）
アニメから生まれたキャラクターグッズが人気に
永井豪作品が続々アニメ化
『機動戦士ガンダム』放映スタート（第二次アニメブーム到来）
魔法少女ブーム
- 1980年代 さわやかラブコメ路線が主流に
『週刊少年ジャンプ』連載作品がアニメ枠を独占
少女漫画のアニメ化浸透
- 1990年代 深夜枠出現 テレビアニメ本数激増
JAPAN ANIME が世界に流行
『新世紀エヴァンゲリオン』放映（第三次アニメブーム到来）
- 2000年代 『千と千尋の神隠し』大ヒット

1960年代、日本は高度成長期の真っ只中であつた。家電が猛烈な勢いで普及していくとともに、贅沢品だったテレビも一般家庭に浸透し始めており、『鉄腕アトム』が時代の波にうまく乗った形になった。家電が普及の一途をたどったことで、日本アニメの

一つ定番が生まれた。それは夕方 6:00~7:30 という学校から帰宅した子供たちが食事までの時間を持て余しているスポットのことである。子供がテレビのチャンネルを自由にできる「キッズタイム」の登場だ。『サザエさん』や『ドラえもん』などのファミリー向けロングラン番組のほとんどが、キッズタイムの時間枠で放送されていた。

60年代前半に放映されたテレビアニメ作品の最大の特徴は宇宙・近未来をテーマにしたものが多いことである。進化し続ける生活環境に影響され、科学技術の進歩に憧れを抱いていた少年たちが、アニメの支持層となっていたことが大きな理由である。

60年代後半から70年代にかけては、『巨人の星』『タイガーマスク』『キャプテン翼』を中心とするスポ根アニメブームが到来した。経済成長期とはいえ、また裕福とは言えない家庭が主流の日本において前向きに生きていく主人公は多くの日本人の共感を得た。

70年代の終わりに登場し、80年代に社会現象にもなった作品が『機動戦士ガンダム』である。ガンプラなるプラモデルが大流行し、現在でも根強い人気を誇っている。また、同時期に放映された『魔法使いサリー』により、新しいアニメジャンル「変身系美少女」が生まれるようになった。

80年代、バブル経済のスタートとともに、世間ではトレンドドラマが大流行した。この流れを受けて、アニメもさわやかラブコメ路線に移行する。代表作としてあげられるのが、あだち充の『タッチ』であるが、他にも『ストップ!! ひばりくん!』『きまぐれオレンジ☆ロード』など、続々とラブコメ作品が登場した。また、80年代後半は「週刊少年ジャンプ」の連載作品が次々とテレビアニメ化され、高視聴率をマークした。この時期に“漫画→アニメ”の構図が完成する。

バブル経済が崩壊した90年代は、劇場映画の動員数が激減し、ビデオ産業も不景気となった。裏を返せば、アニメであればどれもが視聴率を取れる時代ではなくなり、視聴者の好みをつかんだ作品だけが生き残る時代に変化してきた。そこで出てきたのが『美少女戦士セーラームーン』であり、少女たちの支持だけではなく、コスプレという文化を世に広めた。また、この時代から「深夜枠」というアニメの放送時間も用意され始めた。大人向けテレビアニメ、実験色の強いテレビアニメもこの時間で放送された。昔からアニメを見ていた子供たちも今や30~40代の大人になり、彼らのアニメに対する要求も今の子供と違っていたので、彼らの要求に合わせるため、この「深夜枠」の出現となったのである。さらに90年代後半は、作品を盛り上げる重要なアイテムである主題曲も変化した時期であった。それまでアニメ主題曲を歌うのは大抵声優かマイナー歌手であり、歌詞の内容を覚えやすいのがポイントだったアニメソングだが、90年代後半になると作品のテーマや雰囲気合った曲が選ばれるようになった。今やトップアーティストが楽曲を提供する場として受け入れるようになったのである。このことは、

アニメ作品に欠落していたメジャー感の獲得に大いに貢献することになったと言えるだろう。

このアニメの潮流から見れば、日本のアニメは常に時代・社会の流れに合わせて進化し続けていることがはっきりしている。どんな時代においても、アニメはその時代の社会の特徴に合わせて新しい物を作り出し、変化していく。この柔軟性があるからこそ、今日まで大人・子供を問わず、人々は日本アニメに引かれてきたのである。

3. 宮崎駿とスタジオジブリ

1997年7月に公開された『もののけ姫』は、それまで日本映画の興行成績において1982年以来スティーブン・スピルバーグ監督の『E.T.』が独占し続けた最高記録（配給収入96億円）を興行収入193億円、配給収入113億円という驚異的な記録で塗り替えた。そして、2001年に公開された『千と千尋の神隠し』は、4年前公開されたハリウッドの超大作『タイタニック』が一年かけて作った最高記録、観客動員数1680万人、興行収入260億円を4か月で抜き去った。年末には観客動員数が2100万人に達し、興行収入は283億円を超えた。配給会社である東宝が観客にアンケートを取ったところ、見に来た理由（複数回答）として最も多かったのが、「宮崎駿の作品だから」（64.2%）、次いで「スタジオジブリの作品だから」（43.0%）という答えだった。観客の年齢層を調べたところ、一番多いのは20～34歳で、観客の三分の一をその年齢層が占めている。また、「誰と観たか？」という質問では、「親子」で観たよりも、「友人」や「恋人」など親子以外と答えた観客が圧倒的に多かった。ここまでの観客動員数と興行収入をあげられ、子供から大人まで幅広い年齢層に支持され、そしてこのような厚い信頼感を築き上げられるとは、宮崎駿とスタジオジブリの作品にはどのような魅力があるのだろうか。

まず、宮崎アニメは飛ぶシーンが多い。そして、どんな実写映画よりも、映像よりも「飛ぶ」ことを体感させてくれる。メーヴェに乗って風になるナウシカ、海上をストレスレに飛んだ後空に向かい上昇する『赤の豚』のポルコの飛行艇。とにかく主人公たちは風を感じ、空高く舞い上がり、突き抜ける。宮崎の描く空は限りなく広く感じられ、外で見上げる空そのものより、私たちの持つ空に対するイメージに近い。主人公たちが飛ぶ時、私たちもまた現実から一瞬にして解き放たれた感動を味わうのである。

次に、宮崎アニメが世代を超えて親しまれる理由の一つは「子供の視点から紡ぎ出される懐かしさ」である。『となりのトトロ』の舞台になる場所は、宮崎駿がかつて働いていた東京の聖蹟桜ヶ丘の日本アニメーションの近くだったり、子供の頃見た神田川の流域、現住所の埼玉県の風景と混じって、美術担当の故郷である秋田の風景が混ざり合った緑豊かな田舎だ。そして、主人公のサツキとメイの日常と行動、緑溢れる田舎で駆

け回るシーン、見たものが同じではなくても、自分が昔彼女たちと同じくらいの子供だった時に自然の中で目にした光景、その時の反応が、逐一懐かしく甦ってくるのだ。

そして、宮崎アニメはどのような架空の世界で起こった物語にしても、そのキャラクターたちが表現してきた人間性も観客に感動を与える。例えば、『もののけ姫』で、シン神に命を救われたアシタカに、サンが干し肉を与える。しかし、体力を消耗しきったアシタカには噛む力もなく、肉は口からぼとりと落ちてしまう。それを見たサンは自分で肉を噛みくだし、口移しでアシタカに与える。その時アシタカ目から流れ落ちる涙のシーン。『千と千尋の神隠し』で、ハクは食事を摂っていない千尋におにぎりを渡す。初めはいらないといていた千尋だが、一口二口と食べるうちに止まらなくなり、やがて声を上げて泣き出してしまふシーン。これらの心の自然な流れに、私たちは主人公たちがまるで生きてるように感じ、架空の世界でも一層のリアリティを感じるのだ。

宮崎駿以外で、スタジオジブリを代表するもう一人は高畑勲である。彼は宮崎とともに、いくつもの名作を生み出してきた。後に彼らは各自の嗜好に合わせて別々の方向へと歩み出す。『火垂るの墓』『おもひでぽろぽろ』『耳をすませば』など、高畑の作品は冒険活劇でファンタジーの想像世界へ向かった宮崎作品に対し、人間の生活を描くことで現実を直視するという、スタジオジブリの世界を担うもう一つの顔である。

4. アニメアーティストと作家性

1988年、大友克洋の監督作品『AKIRA』が公開され、日本はもとより海外でも高く評価された。以後、劇場用アニメは海外へ次々に進出するようになり、押井守の『GHOST IN THE SHELL 攻殻機動隊』でひとつの結果を出した。アメリカ「ビルボード」誌（1996年8月24日号）のビデオ売り上げランキングで1位となった。そして、第3次アニメブームの代表作と言われる『新世紀エヴァンゲリオン』が放映された。大友克洋や押井守、宮崎駿、庵野秀明といったクリエイターたちの名前が、ジャパニメーション作家代表として挙げられるようになり、彼らの作品がそのままジャパニメーション作品として人々に認識されるに至った。元来、アメリカを始めとした海外アニメーションの対象は子供、もしくはファミリーに限定されていることが多く、大人が楽しむアニメという考え方がまだ普及していなかった。彼らのような作家性の強いアニメアーティストの存在そのものが、日本アニメの特徴的なところである。

動きで面白さを伝えるアメリカのアニメーション的な魅力だけではなく、強いメッセージ性に溢れた彼らの作品は「リアル・アニメーション」として高く評価されている。そしてそのメッセージ性が強く表れるのが各アニメアーティストの未来観であり、一番多く用いられる舞台がSFである。

例えば、『新世紀エヴァンゲリオン』は主人公である碓シンジの「自分探し」が核になって構成されており、莫大な情報の渦に飲み込まれ、自分のアイデンティティがなかなか見つけられないデジタル世代の縮図が描写されている。そして、最終作品たる『劇場版・Air/まごころを、君に』で、作品の後半に「映画館でスクリーンを観ている青少年たち」の実写を挿入し、「主人公たる碓シンジ＝映画館に足を運んだ観客自身」という強烈なメッセージを発していた。

『GHOST IN THE SHELL 攻殻機動隊』の背景は2029年のネットワーク社会である。通信回線を利用した高度な犯罪に対処するため、超法規特殊部隊「攻殻機動隊」が結成された。リーダー・草薙素子は電腦へのハッキングにより記憶や体験が作り替えられてしまう世界で任務をこなしながら、やがて自分の存在について疑問を抱くようになる。監督・押井守はこの作品を通して、やがて来るべきのネットワーク世界（1995年の時点では、インターネットはまだ大衆に普及していなかった）によって生み出されるデジタル空間と現実世界の間の虚と実、そしてこれによる人間自身のアイデンティティ変化への疑問を現している。

5. アニメの二大潮流：ロボットと美少女

アニメのジャンルは、SF、スポーツ、ファミリー、アクション、冒険、ファンタジーなど多岐に渡るが、中でも常に一定の支持率を得ているジャンルが「ロボット」と「美少女」である。どちらもアニメ黎明期から放映され、現在でも世代を超えて多くのアニメファンに受け入れられている。ロボットは、男の子の憧れとして、美少女は女の子からコアな男性ファン層を中心に人気を得てきた。実は、この二つのジャンルには共通点がある。一つには、どちらもフィギュアなどの造型物が大量に市場に出ていることである。そして、何より「オタク」と呼ばれるコアなファン層に熱狂的受け入れられていることである。『機動戦士ガンダム』は30年経った今も、ラジコンになり、等身大プラモデルになり、劇場映画も公開された。『美少女戦士セーラームーン』、『新世紀エヴァンゲリオン』といった少女たちのフィギュアは今でも売れ筋商品である。

なぜ、いつの時代でも日本ではロボットは人気があるのか。一つには、日本初のテレビシリーズが『鉄腕アトム』であり、翌年には『鉄人28号』が放映されたことなど、テレビアニメがロボットアニメから始まったことが多く影響している。作者である手塚治虫、横山光輝はそのロボットたちを決して「電子制御で無機質に動く機械」として描くことはなかった。鉄の塊である物にキャラクター性を与え、時には我々の友だちとなり、時には自分たちを守ってくれるヒーローとして強くアピールしていった。そんな巨大なヒーロー＝ロボットに男の子は憧れ、いつしか我々は空想世界のロボットを人間の

パートナーであり、よき友だちであると認識するようになっていた。

パートナーであるロボットだが、彼らの一番の役割は「武器」「防具」である。ただの友だちでいいのならば、会話できる程度のアンドロイドでいい。でも、男の子は大きいものが好きであり、強大な力を手に入れたいという願望がある。ロボットが大きければ大きいほど、強ければ強いほど、そしてアニメという空想の世界で描かれる嘘が大きければ大きいほど、それなりの“カッコよさ”を感じるのだ。

ロボット人気を築いてきた歴史の中で、ターニングポイントとなったのはロボットが乗物になったことである。乗物に乗り込み、自分の手で思うままに操ることができる。これが男の子たちに大いに受け入れられた。視聴者である男の子たちはパイロットに同化し、自由に動き回る。この一体感は、何物にも換えられない快感がある。『マジンガーZ』に始まり、『機動戦士ガンダム』『機動警察パトレイバー』などはその最たるものだ。

また、男の子は変形できる物や多機能なものが大好きだ。ある一つの物がいろいろな機能を持ち、それ一つで何でもこなせる。その多機能性を備えたのが可変ロボットである。作品でいえば1974年の『ゲッターロボ』、そして1982年の『超時空要塞マクロス』。可変というのは、人形のロボットが飛行機型になったり、車型に変形する形態を指す。一つの物に飽き足らず、欲張りな男の子たちにはうってつけの形態だったわけだ。

存在感、影響力の面においても、アニメ作品に今や欠かせない存在となった美少女キャラクターである。彼女たちは環境、特性に合わせ、独自の進化を遂げた。まず一つ目は「変身系美少女」。男の子が強大な力を欲するように、女の子も強さに対して憧れがある、ただ表現する方法は違っている。だがこの系に属するキャラクターたちは女の子の変身によって力をもたらす願望を刺激するために作られた。通常の彼女たちは明るく、元気で少しおちょこちょい。しかしトラブルに遭遇すると、魔法や超能力といった特別な力で「変身」する。変身後の彼女たちは魔法などを駆使して大活躍を見せ、見事にトラブルを解決する。

変身系美少女が女の子たちの変身願望を徹底的に刺激したのに比べ、考え方や生き方など、精神的な部分を刺激したのがノーマル系美少女だ。時代背景や世界設定は違っても、どの作品にも登場するノーマル系美少女たちも、目の前の困難にくじけそうになっても持ち前の明るさや優しさ、負けん気、根性などで乗り越えていくという共通の強さを持っている。

美少女キャラクターを語る上で重要なファクターになってくるのが「男性キャラクター」の存在である。男性キャラクターが存在することで、自らの存在感を発揮できるのが男性共存系美少女だ。例としては、『超時空要塞マクロス』のリン・ミンメイ。さらに男性キャラクター寄りになると『うる星のやつら』のラムのようなラブコメ路線にシ

フトし、逆に男性キャラクターから一步離れると『銀河鉄道 999』のメーテルのように一人で生きていける大人の女性へとシフトする。

また、美少女キャラクターもう一つの特徴はその描き方である。大部分のアニメにおいて、大きい目、細身、巨乳の女性、或いは胸は大きくないが髪が極端に長かったり、眉毛が長かったりするお嬢様系ヒロインが登場する。このような外観を強調し、もしくは誇張する女性キャラクターの存在は、美少女キャラクターが女の子のみならず、男の子も吸引され、アニメに欠かせない存在となる原因である。

6. アニメと漫画、テレビゲーム、そしてコンテンツ・ビジネス

アニメ自体はいくら魅力があっても、一つのチャンネルのみで生きていけば、今までの人気とポピュラー性を得ることは到底ありえなかつただろう。アニメが今日の成功を収められた大きな理由として指摘できることは他のメディアとの関係である。特に、漫画とテレビゲーム、そしてコンテンツ・ビジネスの関係に注目しておきたい。

80年代の後半から、漫画でヒットした作品は必ずアニメ化され、そしてこの“漫画→アニメ”というパターンが始まった。例えば『ドラゴンボールZ』、『聖闘士星矢』、『キャプテン翼』、『うる星のやつら』など、漫画で相当の人気を得た作品は次々とアニメ化された。それから、毎年漫画もアニメに大量な人気テーマを提供し続けている。漫画ですでに一定の人気を得た作品は、アニメ化されて、大抵その作品のファンたちをそのまま吸収する。だから、このパターンに沿って、アニメと漫画の依存関係が生み出された。アニメのテーマを支える原作漫画がなければ、アニメは今ほどの人気はないだろう。

そして、90年代に入ってから、テレビゲームの普及をはじめ、特に90年代後半ソニー製の家庭用ハード機「プレイステーション」の大ヒットにより、アニメを普及させるもう一つのチャンネルが出てきた。人気漫画がアニメ化されるように、人気があるアニメもテレビゲーム化され、或いは大ヒットしたゲームはアニメ化される。これにより、ゲームから初めて接触し、後にアニメ化されたゲーム、原作アニメを見るようになった人は多く存在している。だから、このパターンを通じて、アニメは一層普及するようになった。

また、コンテンツ・ビジネスもアニメが人々に受け入れられることに大いに貢献した。コンテンツ・ビジネスとは、アニメキャラクターを色んなキャラクターグッズにして売り出すことである。例えば、ぬいぐるみ、トレーディングカード、プラモデルなどが挙げられるが、これらはアニメキャラクターの人気から出発した、ビジネスの延長上にある物である。しかし、もう一方では、これらの商品のおかげでもっと人気を得られたこともしばしばある。例えば、『ドラえもん』はすでに相当人気があるキャラクターであ

るが、そのファンは主に親子である。1997年にドラえもんをイメージした新しい商品が発売された。文具や雑貨、食器などを中心にモノトーンや線画、CGを使った絵柄の商品が多く登場する。中でも余計な装飾は極力排除し、スマートなイメージをしたMDはOLやサラリーマンを中心とした新たな市場を獲得した。

アニメと漫画、テレビゲーム、そしてコンテンツ・ビジネス。この四つのメディアの間には現在互いにかけてえのない共生関係が生まれている。アニメは他の三つのメディアを通じて自己をさらに普及させ、もう一方では他のメディアを普及させているのである。

7. 外国における日本アニメ

今の日本アニメが1963年放送された『鉄腕アトム』から始まったように、日本アニメの海外への輸出もその時期から始まった。そして、輸出先はアメリカとヨーロッパの国々が中心であった。しかし、国内の状況と異なり、日本アニメの海外での普及はかなり厳しかった。最初の頃、日本アニメの様式はアメリカの漫画を見慣れた人々に好まれていなかった。海外で放映された日本アニメは、大抵アメリカの会社からの下請けで、アメリカの観客が好むテーマで日本の会社にアニメを作らせた。あるいはシンジケーション形式、つまり日本製のアニメが放映される前に色々なところに改修を加え、アメリカ人向きにすることが行われた。例えば、アニメに登場するキャラクターの名前を英語の名前に変えるなどである。しかも、それらの安い日本製アニメは単なる番組の穴埋めとして放映され、リミテッドアニメーションと呼ばれた。

もう一方で、アニメはやはり子供向けの番組と見なされ、その内容は子供にとって暴力過ぎたという批判も受けて、『鉄腕アトム』をはじめ、『スピードレーザー』、『マリンボーイ』など、それから放映された日本アニメはアメリカのテレビ番組監視組織に厳しくチェックされていた。その結果として、アニメの中の暴力シーンは全部消されるまでに至った。

そして、80年代後半、一部のアダルトアニメ、例えば『超神伝説うろつき童子』シリーズや映画『妖獣都市』などが注目されたことにより、もともとイメージのあまりよいとは言えない日本アニメが性と暴力の広場だという印象を作り上げた。このような状況の中で、なぜ日本アニメは今日のように流行しているのだろうか。

本質から言えば、まず、日本のアニメ作品はファンタジーの世界および無国籍の世界を背景にしている作品がほとんどを占めている。このような設定は有国籍の物と比べれば、他の文化を背景している人々にとっては受け入れやすくなった。とにかく、台詞を翻訳し、英語に吹き替えれば、文化の差はそれほど感じない。加えて、アニメ化された

作品の多くは漫画を原作にしている。日本では、漫画専門の週刊誌や月刊誌が 300 種類、漫画単行本は新作だけで年に 4000 タイトルもあり、その中から成功した選りすぐりの作品のみがアニメ作品になるという日本独特の構図がある。アニメとしての品質は保証つきというわけである。

また、日本アニメが表舞台で評価を受けるようになった外的な理由として、90 年代の初め頃、アメリカでレンタルビデオが流行し始めたことを挙げることができる。チェックが非常に厳しいテレビに対し、ビデオはそれほどではなかったので、このことをきっかけとして、アメリカの人々がついに本物の日本アニメを観るようになったのである。子供向けの物以外、大人向けのアニメも輸入され、アメリカで新しいファン層を作った。そのファン層は主に 20~30 代の青年である。彼らは幼い頃からすでに日本アニメに接触していたから、十数年前のような日本アニメの絵などに対する反発感がなかった。そして、90 年代後半になって、アニメは他のメディアと力を合わせ、特に『ポケットモンスター』のコンテンツ・ビジネスの大成功のおかげで、日本アニメのアメリカでの子供の市場も開拓され、前と比べられないほどの注目を集めてきた。

8. 結論

総括的に言えば、日本アニメは日本の新しい文化として確実に世界に浸透し続けている。それは一時的な現象ではなく、これからもなお進んでいくと考えられる。日本アニメが今日の成果を収められたのは一瞬の間にできたことではない。それは長い年月の間に積み重ねられた成果である。日本アニメはその誕生した頃から、数十年の間、常に時代・社会の変化に合わせて、人々の需要をつかみ、さらに進化してきた。もちろん、この結果をもたらしたのは、アニメに対して自分の情熱と努力を注ぎ込んで、世代に渡って次々に良質なアニメを作ったアニメクリエイターたちの功労である。

そして、何よりも大切なのはアニメの本質である。どんな実写映画でも、その映画に出演する俳優と撮影する場所、台詞の表現によって、観客たちに文化的な差を感じるのだ。しかし、今の日本のアニメ作品はほとんど架空、或いは無国籍の世界を背景にしている。キャラクターも実際に存在している人間ではないから、台詞を適当に翻訳して吹き替えれば、観客たちにとって文化的な差はそれほど感じないだろう。

また、実写映画は資材、撮影できる場所にその表現能力を制限されることがよくある。だが、アニメならセル画、もしくは CG 絵一枚で、どんな架空の世界も作られる。だから、アニメの表現能力は限りなく広いと言えるだろう。たとえ限界があっても、それはアニメを作るクリエイターたちの想像力次第だ。それに、日本のアニメアーティストた

ちが我々に示したのは彼らの豊富な想像力だけではなく、観る者に伝えたい色々なメッセージである。『もののけ姫』の人間と自然への反省、『GHOST IN THE SHELL 攻殻機動隊』の未来世界への探求と疑問。これらのメッセージが存在することで、日本アニメはただのエンタテインメントではなく、観る者にとっては思考するためのいい題材となっている。だからこそ、日本アニメは子供のみならず、大人までもが引かれているのである。私も、日本アニメが好きな一人として、今後の発展を期待している。

参考文献

- 『アニメディア 2002年1月号』学習出版社 2002年
『アニメ・ビジネスが変わる』日経BP社技術研究部編 1999年
『アメリカで日本のアニメは、どうみられてきたか?』草薙聡志 徳間書店 2003年
『このアニメがすごい! 絶対観たい“超名作”編』宝島社 2004年
『コンピュータアニメーション』安居院猛/中嶋正之/大江茂 産報出版 1983年
『世界を席卷する新しい「日本文化」日本のアニメ』宝島社 2002年
『世紀末アニメ熱論』氷川竜介 キネマ旬報社 2000年
『Japanese Animation 日本のアニメ～終わりなき黄金時代』ネコ・パブリッシング
『Pop Culture Critique 宮崎駿の着地点をさぐる』青弓社