

## 第4回 (4) 第3次日本文化ブーム

第3次は冷戦終結後から現在。その内容はおもに、アニメ、日本映画、日本食、PC及びデジタルカメラを含めたデジタルコンテンツ産業がその代表と言える。第3次日本文化ブームの皮切りは1990年の大友克洋監督『アキラ』が全米で公開され、その翌年には英仏独でも公開され、世界中のアニメ業界人に衝撃を与えたことだ。国際映画祭でも北野武、宮崎駿、『ラスト・サムライ』の俳優・渡辺謙(1959-)等が活躍したことは周知の通りである。日本映画(アニメ映画を含む)の躍進振りは目覚ましいものがある。また、いわゆる演劇界においても、必ずしも能狂言・歌舞伎だけでなく、欧米において高く評価された蜷川幸雄(1935-)の存在も忘れることはできない。また、マンガ、アニメ、ゲームなどいわゆるデジタルコンテンツ産業が日本から世界中へ発信され、第3次日本文化ブームのうち2002年以降はクール・ジャパンと呼ばれた発信アイテムは特に注目に値しよう。クール・ジャパン関係については第5回～第7回において角度を変えて取り扱う。

### (1) 日本のアニメ

大友克洋監督『アキラ』

大友克洋(1954-)は漫画家、映画監督として知られているが、その代表作は『童夢』(1980-1981 連載)、『AKIRA』(1982-1993 連載)である。特に自作をアニメ映画にした『AKIRA』(1988)は、1990年に全米で、1991年には英仏独でも公開され、一大ブームとなった。日本のアニメ映画を世界に認めさせた先駆者でもある。

Adapted from the early part of the long-running manga by director Otomo, Akira is almost singlehandedly responsible for the early 1990s boom in anime in the English language.<sup>(1)</sup>

その内容は以下の通りである。

1988年7月、東京で核爆発が発生、第3次世界大戦が勃発した。2019年、ネオ東京では軍の指揮下で新兵器・超能力の研究が進められていた。キヨコ(25号)、タカシ(26号)、マサル(27号)ら永久幼年者はエスパーの実験体で、もう一人のアキラと呼ばれる28号は超能力があまりに強大でコントロールできないためカプセルの中で眠らされていた。職業訓練校生の鉄雄は友人の金田らとバイクで走っていたところタカシと遭遇。避けようとしたが、転倒して重傷を負ってしまう。そして鉄雄はタカシと共に軍に連れ去られ、エスパーとしての訓練を受けた。やがて鉄雄は恐るべきパワーを身につけ、周囲を破壊していく。自分にも軍にもコントロールできないのだ。その力はアキラにも匹敵し、またアキラを醒めさせる危険も出てきた。金田はゲリラのケイと手結んで鉄雄を止めようとするが、どうにもならなかった。軍の施設を抜け出し、アキラの眠るオリンピック会場建設場へ進む鉄雄を、軍やゲリラ、金田らが追う。キヨコ、タカシ、マサルは3人の力を合せてアキラを甦らせ、鉄雄を全く別の宇宙へと連れ去るのだった。<sup>(2)</sup>

Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia* (2009)では次のような説明がある。

The ANIME film version of his MANGA *Akira* (1988) about disenfranchised biker teens and political unrest was a major force in establishing “JAPANIMATION” in the United States and putting gritty sci-fi anime on the popular and academic rader.<sup>(3)</sup>

また、Susan J. Napier. *Anime : from “Akira” to “Princess Mononoke”* (2000)には次のような記載もある。

Japanese animation or “animé” as it is now usually referred to in both

Japan and the West, is a phenomenon of popular culture.<sup>(4)</sup>

そのタイトルからもわかるように *Akira* が起点となっている。

大友監督作品としては他にアニメ映画『MEMORIES』(1995)、アニメ映画『スチームボーイ』(2004)、『蟲師』実写映画(2007)等もある。

### 鳥山明『ドラゴンボール』シリーズ

鳥山明(1955-)は『Dr.スランプ』と『ドラゴンボール』シリーズがその代表作として知られている。『Dr.スランプ』は1980年～1984年まで『週刊少年ジャンプ』に連載され、その後アニメ化された漫画である。一方、『ドラゴンボール』は1984年～1995年まで同雑誌に連載され、その後アニメ化され、現在でもフジテレビ系列で放映中である。このアニメの映画の人気は驚異的である。

さて、2009年8月1日～2日に世界15カ国からコスプレイヤー代表が集い、愛知県で「世界コスプレサミット2009」が開催され、オリコンが「世界に通用していると思う「日本のアニメ」」についてアンケートが実施され、その順位が発表された。<sup>(5)</sup>

- 第1位 『ドラゴンボール』
- 第2位 『ドラえもん』
- 第3位 『ポケットモンスター』
- 第4位 スタジオジブリの作品
- 第5位 『新世紀エヴァンゲリオン』
- 第6位 『機動戦士ガンダム』
- 第7位 『ONE PIECE』
- 第8位 『千と千尋の神隠し』
- 第9位 『NARUTO ナルト』
- 第10位 『となりのトトロ』

アンケート方法の詳細はわからないが、宮崎駿監督の作品は個別にランクインしているものもあれば、一作品だけを選ばずにスタジオジブリを回答した

人も多かったようだ。世界各国で合計 1000 人にアンケートした「世界に進出した日本の人気アニメベスト 100」では次のような結果であった。<sup>(6)</sup>

- 第 1 位 『ドラゴンボール』
- 第 2 位 『ポケットモンスター』
- 第 3 位 『美少女戦士セーラームーン』
- 第 4 位 『ドラえもん』
- 第 5 位 『キャプテン翼』
- 第 6 位 『とっとこハム太郎』
- 第 7 位 『アルプスの少女ハイジ』
- 第 8 位 『クレヨンしんちゃん』
- 第 9 位 『鉄腕アトム』
- 第 10 位 『デジモンアドベンチャー』

『ドラゴンボール』シリーズが全く問題なしに、ヨーロッパを中心に欧米社会に manga/anime として受け入れられたわけではない。当初はその暴力的なシーンも非難の対象となることがある。もちろん、こうしたことは『ドラゴンボール』シリーズだけの問題ではない。ちなみに *Cambridge Advanced Learner's Dictionary* (2003)には“manga”の定義が以下の通り掲載されている。

COMIC books or ANIMATION from Japan which often include sex or violence.<sup>(7)</sup>

しかし、“anime”の見出し語はない。これまでの定義を見れば、“manga”も“anime”もどちらも“Japanese”あるいは“Japan”とあることから、日本語から英語へ入った言葉ということは明らかである。“sex or violence”が定義の中で表現されている背景には、日本のマンガなどのポップ・カルチャーに「性表現や暴力表現が氾濫」<sup>(8)</sup>していることが原因であろう。2009 年にはジェームズ・ウォン監督『ドラゴンボール・エボリューション』(アメリカ)として

実写映画が公開された。アメリカ映画になると、孫悟空もアメリカ版となると高校生の青春恋愛物語の部分はかなり誇張されていた。まったく違う別の作品となったという印象を受けた観客は少ないだろう。

### 『ポケット・モンスター』シリーズ

『ポケット・モンスター』は株式会社（以前は任天堂）が1996年2月に発表したゲーム・ソフトであるが、アニメ化され1997年4月よりテレビ東京系列で放映されている。通称「ポケモン」の大きな特徴は、ゲーム アニメ化 キャラクター化 カードゲームとなり、海外でも好評を得ている。Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia* (2009)では次のような説明がある。

*Pokémon* was the first worldwide mainstream breakout success story for Japanese animation and was a turning point for the globalization of anime and manga. In 1999, the *Pokémon* game was selling in seventy countries, the anime was broadcast in sixty-one countries and two territories, the movies and had been shown in forty-four countries, and the card games had been translated into eighty languages. In 2004, the franchise was valued at \$15 billion worldwide.

*Pokémon* opened the door for the COOL JAPAN movement but has also been criticized as promoting materialism. In 1999, Nintendo was unsuccessfully sued on the grounds that the *Pokémon Trading Card Game* caused two nine-year-old boys to become addicted to gambling.<sup>(9)</sup>

ここではやり注目に値することは『ポケモン』がクール・ジャパンの扉を開けたということだ。しかも、単なるマンガ/アニメということではなく、もともとはゲームからはじまり、メディア形態を変えて、さらにはピカチュウという象徴的なキャラクターを得て、大ブレイクしたのである。

『ドラえもん』

『ドラえもん』は藤子・F・不二雄によるマンガ。1969年から1996年に発表され、1973年にはテレビアニメ化され、放映が開始された。TIME aisa.com の“Asian Heroes”によれば、“DORAEMON may be Japan’s cutest export”<sup>(10)</sup>という。

Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia* (2009)には“Doraemon”の項目はないが、“Anime Ambassador”が項目に入っている。その箇所を紹介しておこう。

Anime Ambassador: In 2008, the Japanese Ministry of Foreign Affairs named Fujiko Fujio’s character Doraemon, a loveable robot cat from the future who has been an ANIME icon since 1969, the Anime Ambassador of Japan. Doraemon *taishi* (ambassador) limited his first visits to East Asia because the US Federal Communication Commission used a mascot called “Broad band” a round cat with a striking resemblance to Doraemon.<sup>(11)</sup>

『ドラえもん』は2008年にはアニメ大使に任命されたことにも触れている。この時第1回カワイイ大使として任命されたのは中川翔子であった。

宮崎駿

宮崎駿の映画作品が海外で注目を浴びて、本格的に公開されるようになったのは、『もののけ姫』(1997)あたりからであろうか。その後の活躍は目覚ましいものがあり、『千と千尋の神隠し』(2001)はベルリン国際映画祭金熊賞を受賞、米・アカデミー賞長編アニメ賞を受賞するなど、日本のアニメ映画を世界に押し上げた第1人者であること間違いのない。その後も『ハウルの動く城』(2004)、『崖の上のポニョ』(2008)など話題となる作品を生み出し続けている。Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia* (2009)によれば、宮崎ワールドが『風の谷のナウシカ』(1984)以後、その様相が変容していることを指摘している。

Following this success, Miyazaki cofounded Studio Ghibli with Takahata. Over the years, Miyazaki has turned out a string of hits including *Laputa: Castle in the Sky* (1986), *Kiki's Delivery Service* (1989), *Porco Rosso* (1992), *Princess Mononoke* (1997), *Howl's Moving Castle* (2004), and *Ponyo on the Cliff's by the Sea* (2008). Miyazaki shifted from otaku fantasy to family fare with *My Neighbor Totoro* in 1988, which features the pastoral and elegiac anime for which he is now famous. <sup>(12)</sup>

その他

マンガ&アニメとも連動するが、独特な文化としてアキバ&オタクもここでは取り上げておきたい。

Patrick W. albraith. *The Otaku Encyclopedia* (2009)によれば、それぞれ次のように説明されている。

Akihabara(秋葉原): Tokyo's famous electronics district and the center of the OTAKU world. <sup>(13)</sup>

“otaku”については以下の通りである。

Back in Japan, “otaku” still had negative connotations until the early 2000s. However, the acceptance of anime overseas led the Japanese government to start actively promoting anime, manga, and video games (see COOL JAPAN). Research firms ran the numbers whose enthusiastic spending on hobbies didn't decline during the recession. Otaku were suddenly a bright spot for recessionary Japan.

In 2005, Fuji TV's *DENSHA OTOKO* heralded the beginning of the good-guy otaku image that changed the face of AKIBA. Today it's not uncommon for celebrities like SHOKO-TAN, or politicians such

as ASO TARO, to associate with otaku. <sup>(14)</sup>

「秋葉原」や「オタク」と来れば『電車男』もこの領域に含まれるだろう。最近では“kawaii”あるいは“cawaii”も英語の文章の中で見られるようになった。外務省はファッションリーダーとしてカワイイ大使なども Pop-Culture Diplomacy として活用している。<sup>(15)</sup>

## (2) 日本映画・演劇界

### 北野武

北野武(1947)はお笑い芸人・ビートたけしとして知られているが、大島渚監督『戦場のクリスマス』(1983)で俳優として出演し、その演技で注目を浴びた。その後も映画にも出演している。異業種出身の映画監督としてデビューしたのは『その男凶暴につき』(1989)である。その後、『ソナチネ』(1993)、『キッズ・リターン』(1996)などの作品もあるが、『HANA-BI』(1997)ではベネチア国際映画祭金獅子賞を受賞した。その後も『菊次郎の夏』(1999)、『BROTHER』(2001)、『Dolls』(2002)を発表した。『座頭市』(2003)は「サムライ・ミュージカル」といったような評も海外では出ているように、これまでにないタップを入れた演出となっており、それがラスト・シーンでは見事な効果を発揮した。また、『監督・ばんざい!』(2007)が発表されると、ベネチア国際映画祭では“Glory to the Filmmaker”(監督ばんざい賞)が新設され、北野武はその第1回受賞者となったことはヨーロッパでの北野映画の評価の高さを物語るものと言ってよいだろう。

### 渡辺謙

渡辺謙は舞台俳優として活躍し、1987年のNHK大河ドラマ『独眼竜政宗』で伊達政宗役で注目を浴びた。

エドワード・ズウィック監督『ラスト・サムライ』(2003)で米アカデミー賞助演男優賞にノミネートされたことで話題となり、その後クリストファー・ノーラン監督『バットマン ビギンズ』(2005) ロブ・マーシャル監督『SAYURI』(2005) クリント・イーストウッド監督『硫黄島からの手紙』

(2006) ポール・ワイツ監督『ダレン・シャン』(2010)にも出演している。  
『硫黄島からの手紙』には二宮和也、伊原剛志、加瀬亮、中村獅道等も出演し、話題を呼んだ。渡辺謙は三船敏郎や松田優作の亡き後、ハリウッドで活躍する代表的な日本人俳優である。

#### 蜷川幸雄

演出家。1975年の『ロミオとジュリエット』(日生劇場)での初めて商業演劇を演出し、1979年の秋元松代作『近松心中物語』(帝国劇場)の大ヒットし、1983年のアテネでの『王女メディア』、1987年のロンドンでの『NINAGAWA マクベス』での上演をはじめ、海外でも高い評価を受けている。2005年に歌舞伎を演出し、歌舞伎座で『NINAGAWA 十二夜』を上演史、注目を浴びたことは記憶に新しい。

海外の評価としては、1992年にはイギリス・エジンバラ大学名誉博士号、2002年にはイギリス、CBE(名誉大英勲章第3位)など、特にイギリスでの評価が高い。

#### その他

映画の分野で注目しておきたいのが、日本映画のリメイク版であろう。これには日本のアニメを実写版とした作品もあることは注目に値する。ここ数年のおもなりメイク版を紹介しておきたい。

ゴア・ウォービンスキー監督『リング』(2002)

ピーター・チェルソム監督『Shall We Dance?』(2004)

アンディ・ウォシャウスキー、ラリー・ウォシャウスキー監督『スピード・レーサー』(2008)

ラッセ・ハルstrom監督『HACHI 約束の犬』(2008)

ジェームズ・ウォン監督『ドラゴンボール・エボリューション』(2009)

また、海外における日本文化ブームが端的に現れるのが、外国人監督による日本を舞台にした映画であろう。日本を舞台にした外国映画、あるいは日本

人俳優が出演した外国映画についても注目しておきたい。かつてはジョシュア・ローガン監督『サヨナラ』(1957)をはじめ、TVドラマであるがジェリー・ロンドン監督『将軍』(1980)などの話題となった映画もあった。1989年以降のものに少し注目すると以下の通りである。

リドリー・スコット監督『ブラック・レイン』(1989)は大阪が舞台。松田優作の遺作となったが、高倉健、若山富三郎、神山繁、内田裕也が出演している。

ジェラルド・クラヴジック監督『WASABI』(2001)はジャン・レノ、広末涼子主演の日仏合作映画。日本とフランスが舞台となる。

ソフィア・ Coppola監督『ロスト・イン・トランスレーション』(2003)は東京を舞台にハリウッド・スターと若いアメリカ人妻の淡い出会いと別れのストーリーが中心となっている。

クエンティン・タランティーノ監督『キル・ビル』(2003)では日本が舞台となり、武器として日本刀が使われたり、テーマ曲は『新・仁義なき戦い』(布袋虎泰作曲)が使用された。(当初は深作欣二監督の合作を予定していた)また、服部半蔵役に千葉真一がキャスティングされた。タランティーノ監督は『パルプ・フィクション』(1994)ではブルース・ウィルスに日本刀で殺陣をさせている。

エドワード・ズウィック監督『ラスト・サムライ』(2003)はアメリカ・ニュージーランド・日本合作映画。渡辺謙、真田広之、小雪、小山田真、原田眞人、中村七之助等、多数の日本人俳優が出演している。時代設定は明治初期の近代化に目覚める日本である。

アレクサンドル・ルク ロフ監督『太陽』(2005)は終戦直前・直後の数時間の昭和天皇の苦悩の様子を描いた。皇室を描いた映画だけに日本での公開は難しいとされていたが、公開後は評判となった。昭和天皇にイッセー尾形、香淳皇后に桃井かおり、侍従長に佐野史郎。ロシア・イタリア・フランス・スイス合作映画であるが、台詞は全編日本語と英語である。

ロブ・マーシャル監督『SAYURI』(2005)はチャン・ツィイー主演で話題となったが、第2次世界大戦後の京都が舞台となっている。日本人俳優では、渡辺謙をはじめ、役所広司、工藤夕貴、桃井かおり、大後寿々花が出演。原

作はアサー・ゴールド(Arthur Gold)の *Memoirs of Geisha* (1997)である。また、アンハンドロ・ゴンザレス・イニャリトゥ監督『バベル』(2006)では聾啞の女子高生を演じた菊地凜(1981)は米アカデミー賞助演女優賞にノミネートされたことで話題を呼んだ。役所広司も菊地が演じる綿谷千恵子のおあま父親役で出演している。

フランソワ・ジラル監督『シルク』(2007)は日本・カナダ・フランス・イタリア・イギリスの合作映画。19世紀のフランスの製糸工場をめぐり、日本への蚕の卵の買付けなどの設定が盛り込まれている。マダム・ブランシェ役に中谷美紀、原十兵衛役に役所広司。音楽は坂本龍一が担当。

### (3) 食文化

#### 日本食ブーム

日本食ブームがいつから、どこで始まったかははっきりしないが、アメリカでは1977年の食生活改善指導(マカガバンレポート)ではないか言われている。いわゆるヘルシー志向の結果、日本食が注目されることになり、その代表である寿司は特に注目を浴びた。70年代後半以降は日本の家電製品、自動車等がアメリカでも高く評価されはじめ、80年代には『将軍』やニンジャ・ブームなどの流れから、日本文化ブームが起きたことも追い風であったかもしれない。

農林水産省が2006年11月に発表した「海外における日本食レストランの現状について」によれば、北米約10,000店、中南米約1,500店、ロシア約500店、アジア約6,000-9,000店、オセアニア約500-1,000店、中東約100店、欧州約2,000店である。もちろん、何をもちて日本食レストランと定義するかによってこの店舗数は大きく変動することは言うまでもないことだ。

「参考1(1)我が国の食の特徴」では「現在『日本食』に関する定義はない」と記されている。「(2)海外で評価される日本食のイメージ」では、次のように記されている。

海外において、日本食は「ヘルシー」、「美しい」、「安全・安心」、「高級・高品質」として高い評価を得ている。

さらに、2007年7月には日本食レストラン海外普及推進機構（JRO）が発足し、2008年3月には日本食レストラン国際フォーラムが開催され、2009年7月現在で現地組織の支部は14都市に上る。

「JRO 海外支部活動について」によれば、ソウル支部では「ソフトパワーとしての日本食文化について」、シンガポール支部では「外食産業の経営と課題について」、バンコク支部では「タイにおける日本食レストラン経営戦略について」の講演など、単なる文化理解だけでなく、産業としての日本食など、複合的なとらえ方がなされている。

### ミシュラン・ガイドブック

ミシュランはアンドレ・ミシュラン(Andre Michlin, 1853-1931)が設立したタイヤ会社である。ミシュラン・ガイドはレストランの評価を星の数(3つ星が最高)で表すレストラン、ホテルのガイドブックである。当初はフランス国内だけのものであったが、1956年に北イタリア版が創刊されると、ベネルクス、スペイン、さらにニューヨーク・シティ、ラスベガス、ロサンゼルス、サンフランシスコなども取り上げられた。

2007年11月には東京版、2009年10月には京都・大阪版が出版された。これに加え、日本の観光地を案内するミシュラン・グリーン・ガイドも出版された。日本ではもともといわゆるグルメ本が盛んに出版されていたが、ミシュラン・ガイドブックは世界的なもので、その影響力は大きい。

### (4) PC及びデジタルカメラを含めたデジタルコンテンツ産業

#### ソニー

ソニーは1946年に東京通信工業株式会社として設立、1958年に社名変更してソニーとなった。1957年に世界最初のトランジスタラジオの開発をはじめ、1988年にはアメリカのCBSのレコード部門を買収、1989年にはアメリカのコロンビアピクチャーズを買収し、映像・音響のソフト部門にも参入した。

特に、1979年には「ウォークマン」を発売し、さらに1989年にはパスポ

ートサイズのハンディカム「CCD-TR55」も発売を開始した。ソニー製品はメイド・イン・ジャパンの日本ブランドの代表とも言えるものである。デジタルコンテンツ時代ではオーディオ、オーディオ・ビジュアル、カメラ、コンピュータ分野などがクロスオーバーするだけに、今後の行方が期待される。PCのVAIOシリーズ、ゲームではプレイステーションなどが有名である。

## PC

日本が世界に誇るPCはラップトップ(Laptop computer)である。日本国内では「ノート型パソコン」の愛称で親しまれている。1989年7月に東芝からDynaBook J-3100SS、9月にはセイコーエプソンからPC-286NOEE executive、10月にはNECからPC-9801nがそれぞれ発売された。現在では無線LAN、Bluetoothをはじめとしたワイヤレス接続機能なども組み込まれ、通信機能が格段にアップしている。小型化は日本のお家芸でもあるが、ノート型パソコンはまさにメイド・イン・ジャパンの代表的な日本ブランドであると言える。

## ゲーム

日本文化ブームから「ゲーム」をみると、「ファミリーコンピュータ」と「トレーディングカード」の2つに注目しておきたい。

ファミリーコンピュータは1983年7月に任天堂より発売された家庭用ゲーム機であるが、現在では、デジタルデータ化、さらにインターネットの普及によりダウンロード式のものやオンライン対戦型など、多様化を極めている。さらに、マンガ、アニメ等の融合により、キャラクター化され、多分野にわたる産業に関わるまでになっている。

同じことは、トレーディングカードについてもあてはまる。海外では孤レクタブルカードゲーム、カスタマザブルカードゲームとも呼ばれている。日本ではマンガ、アニメでカード・バトルを取り上げているものがあり、まさにこうしたトレーディングカードと直結している。ゲームからアニメ化された『ポケモン』もあるが、『遊戯王』、『デュエルモンスター』などアメリカでも大ヒットしているものもある。

### (5) クール・ジャパン

第1次から第3次の日本文化ブームに共通して言えることは、国策として戦略的に日本から発信したものではないということだ。特に、第3次のジャパン・クールという日本文化ブームはマンガ/アニメ業界だけでなく、デジタルコンテンツ産業、観光産業等、広範囲にわたる産業との関連があることから、国自体があわててマンガ/アニメに注目したという印象は避けられな  
いだろう。

1997年の文化庁による文化政策推進会議/マルチメディア映像・音響芸術懇談会「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について」、2001年の文化芸術振興基本法により、マンガ/アニメは法的にもメディア芸術の一分野としての地位が与えられた。2002年のダグラス・マクグレイの“Japan Gross National Cool”論文から注目を浴びた「クール・ジャパン」という考え方に、2004年のジョセフ・S・ナイが発表した「ソフト・パワー」という考え方が加わり、マンガ/アニメの位置付けは大きく変化して来た。

経済力や軍事力などで相手に影響をおよぼす伝統的な国力がハードパワーであるのに対して、学術・文化や価値・理念など自らの魅力によって相手を魅了してしまう新しい国力の概念がソフトパワーである。米国は世界最強の軍事力とコカ・コーラから iPod やグーグルまで、他を圧倒するソフトパワーを兼ね備えている。<sup>(16)</sup>

日本はどうあろうか。ソフト・パワーとして、「コカ・コーラ、iPod、グーグル」の代わりに「マンガ、アニメ」がここに入って来ることに違和感はあるであろうか。Matthew Allen and Rumi Sakamoto, editors. *Popular Culture, Globalization and Japan* (2006)はマクグレイ論文(2002)が発表された前後の年代の論文を引用しながら次のように述べている。

Aoki thus suggests that performing 'Cool Japan' serves 'the national

interest' because it helps reduce anti-Japanese feelings in East Asia (Aoki 2004), whilst Ogura argues that Japan needs an active 'cultural diplomacy' of exprting 'Japanese spirit' via popular culture (Ogura 2004; see also Hamano 1999; McGray 2002).

Japan's international prominence, and its high profile in entertainment, fashion, literature and art, has also attracted English-language interest in Japan's relations with popular culture.<sup>(17)</sup>

引用中の原典を念のために紹介しておこう。

(Aoki 2004) 青木保「『クールパワー』国家日本の創造を！」(『中央公論』第119巻第10号、中央公論新社、2004年10月)

(Ogra 2004) 小倉和夫「いわゆる『文化外交国益論』を排す「国際財」の真の価値こそ世界に発信しよう」(『中央公論』第119巻第10号、中央公論新社、2004年10月)

(Hamano 1999) 浜野保樹「日本アニメーション興国論」(『中央公論』第114巻第4号、中央公論新社、1999年4月)

(McGray 2002) Douglas McGray. "Japan's Gross National Cool" (*Foreign Policy*. 2002 May/June)

マンガ/アニメはメディア芸術としての一分野として位置付けられ、その後、クール・ジャパンの国際文化交流のアイテムとなり、さらにソフト・パワーとして文化外交の一翼を担うまでになった。これはマンガ/アニメが国策の戦略アイテムとして取り上げられたことを意味するが、喜ばしいことばかりではない。なぜなら、マンガ/アニメといった文化アイテムが外交の手段として利用されることは、ナショナリズムの喚起につながり、本来その文化アイテムが持っている自由な発想が制約される恐れがあるからだ。<sup>(18)</sup> 外務省は文化外交の名のもとに、国土交通省は観光立国の名のもとにマンガ/アニメを利用しているが、マンガ/アニメが芸術の一表現

であるという原点を忘れてはならない。さらに、マンガ/アニメをデジタル・コンテンツとして捉え、産業アイテムのひとつとして注目を浴びたことも事実である。

これまでのクール・ジャパン論に欠けていたのは、こういった様々な文化的潮流と技術を成長戦略と結びつける、という視点ではなかろうか。アニメなどのコンテンツ産業、着物文化とつながるファッション産業、和食文化につながる農業、観光産業、そして、広い意味での環境関連産業など。これらについて戦略的な政策を立案すれば、日本を活気づける道具だけにとどまらず、日本経済再成長のエンジンになり得るはずなのである。<sup>(19)</sup>

メディア芸術として、コンテンツ産業として、マンガ/アニメを戦略アイテムとしてどう捉えていくかは、日本にとっては今後大きな課題である。第1次から第3次の日本文化ブームに共通して言えることは、国策として戦略的に日本から発信したものではないということだ。

## 注

- (1) Clements, Jonathan and McCarthy, Helen, editors. *The Anime Encyclopedia* (Berkeley, California: Stone Bridge Press, 2001), p.9.
- (2) 「キネマ旬報映画データベース」(<http://www.kinejun.jp/cinema/Id/17979>) (2010年1月29日)
- (3) Galbraith, Patrick W. *The Otaku Encyclopedia* (Tokyo: Kodansha International, 2009), p.180.
- (4) Napier, Susan J. *Anime: from "Akira" to "Princess Mononoke"* (New York: Palgrave, 2000), p.3.

- (5) 「世界に通用していると思う日本アニメランキング」  
(<http://life.oricon.co.jp/68091/full/>) (2009年8月2日)
- (6) 「世界に進出した日本の人気アニメベスト100」  
<http://www.tv-asahi.co.jp/best/updates-dex/ranking/038.html>  
(2010年1月29日)
- (7) *Cambridge Advanced Learner's Dictionary*. (Hong Kong: Cambridge University Press, 2003), p.955.
- (8) 中村伊知哉・小野打恵編『日本のポップパワー』(日本経済新聞社、2006年5月) p.21.
- (9) *The Otaku Encyclopedia*, p.187.
- (10) <http://www.time.com/time/asia/features/heroes/doraemon.html>  
(2010年2月5日)
- (11) *The Otaku Encyclopedia*, p.25.
- (12) *Ibid.*, pp.15-16.
- (13) *Ibid.*, p.13.
- (14) *Ibid.*, p.173.
- (15) 「Pop-Culture Diplomacy」  
(<http://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/index.html>)  
(2010年2月3日)
- (16) 蟹瀬誠一「序」(『[ニッポン学]の現在 GENJI からクール・ジャパンへ』) pp.4-5.
- (17) Allen, Matthew and Sakamoto, Rumi, editors. *Popular culture, Globalization and Japan* (New York: Routledge, 2006), pp.4-5
- (18) 太下義之「ソフト・パワー」(『文化庁月報』通巻476、ぎょうせい、2008年5月) p.21.
- (19) 蔦信彦『日本の「世界商品」力』(集英社、2009年6月) p.22.