

『鬼滅の刃』からみた日本アニメの文化力

津堅 信之（アニメーション研究家／日本大学芸術学部講師）

≪補足資料（PPT P.3～）≫

PPT. P.3	<p>1. 『鬼滅の刃』 ヒットの実像</p> <p>(1) 興行収入</p> <ul style="list-style-type: none">・ 公開（2020年10月16日）からの10日間で100億円を超えた。・ 2021年2月末現在、約381億円・ 2020年12月末、それまで約20年にわたって日本で公開された映画の興行収入歴代トップの座を維持してきた『千と千尋の神隠し』（宮崎駿監督、2001年、約316億円）を抜いた。
PPT. P.4	<p>(2) 社会現象</p> <ul style="list-style-type: none">・ 2020年の残り2ヶ月あまり、10月半ば公開だったが、「鬼滅の刃」はその年の流行語大賞に入り、また世代を問わず「全集中」が使われた。・ 前年（2019年4～9月）のテレビアニメ版の放送、さらに2016年から漫画（原作）の連載は始まっていた。しかし、アニメファン・漫画ファンの間では話題になったが、日本全体の社会現象には至っていなかった。・ 本来、映画版『鬼滅の刃』は、漫画版やテレビアニメ版のファンのための作品に過ぎなかった。 ⇒ 映画版の大ヒットを事前に予測できた者は、ほとんどいなかった。・ 多くの専門家によってヒットの分析が成されたが、作品で描かれるキャラクターたちの絆、高い作画技術の2点に話題が偏った。
PPT. P.5	<ul style="list-style-type: none">・ COVID-19の感染拡大によって多くの映画の公開が延期になり、映画館に空きが生じて、そこに『鬼滅』が集中的に上映された。 (例 1つの映画館内の4つのスクリーンで、15分おきに上映が始まる)・ 大ヒットの最大の要因は、 「日本映画史上最速で興行収入記録を塗り替えている」 「それほど評判なら一度は見に行こう」 と考えた観客が多かったこと。・ スタジオジブリのプロデューサー・鈴木敏夫は、「(興行収入)100億円までは作品の実力、それ以上は社会現象」と語った。
PPT. P.6	<p>2. 日本のアニメ史からみた『鬼滅の刃』</p> <p>(1) 1960年代</p> <ul style="list-style-type: none">・ 1958年、日本初の本格的長編アニメ『白蛇伝』公開。 ディズニーを手本として、追いつくことが目標・ 1963年放送開始のテレビアニメ『鉄腕アトム』大ヒット 毎週1回・1話30分・連続放映 (先行していたアメリカのテレビアニメは1話5～10分) 1話30分で、キャラクターの感情を豊かに描く ⇒ テレビアニメが非常に多く制作されるようになり、 これが日本では現在まで続く

<p>PPT. P.7</p>	<p>(2) 1970年代</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テレビアニメ『宇宙戦艦ヤマト』(1974年)、『機動戦士ガンダム』(1979年)。子ども向けではない複雑なストーリー、キャラクターの心理描写など。 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 中高生以上の「ヤングアダルト」向け。(世界的に見て希少) ・この頃から、テレビアニメの人気作について、オリジナルのストーリーで長編アニメが制作されて、映画館で公開される作品が出てきた。(『ドラえもん』、『銀河鉄道999』など) <ul style="list-style-type: none"> ⇒ この制作スタイルが、今回の『鬼滅の刃』の原点となる。 <p>漫画の人気作 → それを原作としたテレビアニメ → 劇場版 漫画の読者をアニメの観客として引き込むことができる ⇒ ⇒ ⇒ 日本のアニメ制作における重要なビジネスモデル</p>
<p>PPT. P.8</p>	<p>(3) 1980年代</p> <ul style="list-style-type: none"> ・漫画雑誌「週刊少年ジャンプ」連載漫画のテレビアニメ化の全盛期。『キャプテン翼』『ドラゴンボール』『北斗の拳』『聖闘士星矢』など。90年代には『SLAM DUNK』『幽☆遊☆白書』『るろうに剣心』97年からは『ONE PIECE』の連載が始まる。 ・94年末には「ジャンプ」公称発行部数が650万部を超えた。『NARUTO』『ヒカルの碁』『テニスの王子様』『黒子のバスケ』などが連載 これらもすべてテレビアニメ化、それぞれ異なるブームを形成した。 ・2016年、40年間にわたって連載された『こちら葛飾区亀有公園前派出所』の連載が終了、同じ年に連載が始まったのが『鬼滅の刃』だった。
<p>PPT. P.9</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・1980年代のアニメ界は、スタジオジブリの活動が本格化した時期にあたる。 ・宮崎駿監督の『風の谷のナウシカ』(1984年)は、地球上の環境破壊がもたらす未来を描き、現代を強く批判した社会性を帯びた作品だった。(『天空の城ラピュタ』(1986年)、『となりのトトロ』(1988年)など) <ul style="list-style-type: none"> ⇒ それまでアニメに興味のなかった観客から注目された。
<p>PPT. P.10</p>	<p>(4) 1990～2000年代</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テレビアニメ『新世紀エヴァンゲリオン』(1995年)のヒット。現在まで映画版の制作・公開が続く。(『エヴァ』もテレビアニメ⇒劇場映画版へと発展) ・宮崎駿監督が、『もののけ姫』(1997年)、『千と千尋の神隠し』(2001年)の2作の成功によって、国民的な知名度と人気を得た。 ・特に『千と千尋』が樹立した興行収入約300億円は『鬼滅』に破られるまで20年にわたって日本歴代最高記録を維持し続けた。 ・アニメ制作のデジタル化が進み、日本独自のデジタル技術が発達した。
<p>PPT. P.11</p>	<p>(5) 『鬼滅の刃』の位置づけ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人気漫画を原作として、テレビアニメ化し、映画版として公開する、という流れで制作された『鬼滅の刃』は、1980年代以降の日本のアニメ史の流れに完全に一致する。 ・後で述べるように、ストーリーやキャラクターの演技に加えて、日本のアニメ特有の光や色彩による演出に優れており、普段アニメをあまり見ない観客の「驚き」を多く引き出した。 ・その中で、COVID-19の蔓延による影響が、特定の作品の人気獲得にどのように影響したのかは、アニメ史の中でも初めての出来事。 ・今後の続編の発表を含めて、もう少し長期的に分析する必要がある。(続編が同様にヒットするか、など)

<p>PPT. P.12</p>	<p>3. 日本のアニメの独自性と文化力</p> <p>(1) 独自性</p> <p>①あらゆるジャンル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・『鉄腕アトム』以前は、ディズニーを手本とする流れが強く、ショートギャグ、ファンタジーが多かったが、『アトム』以後、多くのジャンルが登場しアニメで描かれる世界が多様化した。 <ul style="list-style-type: none"> ◦宇宙などを舞台にしたSF作品 ◦巨大ロボットが登場する作品 ◦野球やバレーボールなどスポーツをテーマとする作品 ◦魔法を使う少女が主人公の作品 ◦中学生や高校生の日常生活を描いた作品 ◦現代を舞台にしたサスペンス
<p>PPT. P.13</p>	<p>②ヤングアダルト向け</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界的に見れば、アニメは現在でも「子ども向け」のコンテンツで、日本でも常に子ども向け作品は生み出されてきた。 ・一方、1970年代以降の日本では、民族間の戦争や環境問題など複雑なテーマ、主人公の葛藤や恋愛、そして成長など、子ども向けとはいえない「ヤングアダルト」向けの作品が増加した。 ・結果的に、現在の日本のアニメは、幼児向け、ファミリー向けから、中高生向け、そして大人向けまで、全世代に向けて制作されている。
<p>PPT. P.14</p>	<p>③3DCGではなく2Dデジタル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本のアニメは、セルアニメの技法で発達し、セルに描かれた絵（セル画）に対して独特の美意識、価値観を形成してきた。 ・1990年代半ば以降、アメリカのピクサーによるフル3DCG作品が注目され、欧米で拡大したが、日本では3DCGはあまり受け入れられず、セル画の質感を忠実に再現するためのデジタル技術が独自に発達した。 ・2000年代後半から、こうした技術が安定し、現在でも日本で制作されるアニメの大半は、キャラクターはセル画調の2D、メカニックや背景画には3D、これらを効果的に合成（ハイブリッド）する技術も発達した。 ・近年は、日本国外で制作されるアニメでも、キャラクターは2D、背景画やメカニックは3Dで描かれた作品が増加している。
<p>PPT. P.15</p>	<p>(2) 文化力</p> <p>①国外に対する新たな日本文化としての発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アニメの市場規模は、2019年には2兆円を超え、日本の大衆文化を代表する存在となった。 ・日本から国外に発信される文化としても、アニメは代表的な存在になり、諸外国で日本文化に興味をもち、日本語を学び、また日本を訪問しようとする人々（特に若い世代）は、そのきっかけとして日本のアニメや漫画を挙げる。
<p>PPT. P.16</p>	<p>②既存の事物への付加価値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特に日本国外のアニメファンが、アニメ作品中で描かれたさまざまな事物に興味をもち、その価値が再認識されるようになった。 ・食べ物では、かつての訪日客は寿司、刺身、天ぷらなどを求めたが、現在では、ラーメン、たこ焼き、メロンパン、とんかつなどが好まれ、これらはアニメがきっかけになっていることが多い。 ・アニメの舞台になった町や場所が「聖地」として注目され、国内・国外のアニメファンが訪問するようになったところが数多くある。 ・『鬼滅の刃』をきっかけにして、作中に登場するものとよく似た岩が、日本各地で再発見され、話題になった。

4. 今後の展望

(1) 配信環境の充実

- ・2000年代までは、海賊版の拡大があり、日本はインターネット配信に消極的だった。
- ・日本のアニメ配信事業は諸外国に比べてかなり遅れており、現在もNetflixをはじめとする国外の配信プラットフォームに依存している。
- ・昨年12月、アメリカ配信事業者クラシコがソニーに買収され、話題となった。(今後の展開に注目する必要がある)

(2) 人材育成と労働環境改善

- ・日本のアニメ制作スタジオでは労働時間が長く、また賃金水準が低いとされる。
- ・実際には、スタジオによって相当に差はあるが、低賃金と長時間労働に支えられているスタジオが少なくないのは事実である。
- ・このことが、新たな人材育成を困難にしている。スタジオに投じられる制作資金を増やすのは簡単ではないため、デジタル化をさらに推進し、スタジオ内外の作業を効率化することは求められる。

