

中国文化に溶け込んだ日本のアニメ文化

Japanese anime culture blending into Chinese culture

王建康 (Jiankang WANG)

Tel & Fax: 0123-27-6031 E-mail: o-kenkou@photon.chitose.ac.jp

The animation market in China reached 4 trillion yen in 2015. Among them, the proportion of Japanese anime work is 60%. Japanese anime culture is blending into Chinese culture.

「日本動漫」、「哆啦A門」、「柯南」という言葉を見ると、日本人はピンとこないが、中国の若者なら「日本アニメ」、日本アニメの代表的人物「ドラリアモン」、「柯南」(名探偵コナン)ということが誰でもすぐわかる。日本アニメの中国進出につれてアニメ関係の日本語はどんどん中国語訳され、広まり、そして定着していく。「日本動漫」、「哆啦A門」、「柯南」はその例である。

2015年中国のアニメ市場規模は2500億元(約4兆円)に達した。6年前の2009年はまだ368億元(約5888万円)だったが、6年でほぼ7倍も拡大した。その勢いであと数年後5000億(8兆円)になる見通しである。2015年中国アニメ市場の比例として、中国のアニメ作品はまだ11%で、日本のアニメ作品は60%である。

日本アニメ文化の中国進出は1986年に遡る。それまで中国では1960年代まで本土の中国アニメ文化がかなりの盛況を呈していた。代表的作品の漫画『三毛流浪記』とアニメ『孫悟空大鬧天宮』(孫悟空天国大暴れ)は国民の人気を集め、老若男女に愛読された。しかし、1966年からの11年にわたる文化大革命の動乱が起きた。すべての文化が否定され、アニメ文化も悪運から免れず、ついに姿が消えた。1976年動乱後の中国本土はまさに文化の廢墟となり、国民は文化に対しては甚だしいハングリー状態に陥っている。その最中、異国日本の多彩なアニメ文化がまるで嵐のように中国全土を席卷した。その時の代表的作品は『鉄腕アトム』(中国名:『鉄臂阿童木』)と『一休さん』(中国名:『聰明仔一休』)。中国語訳された作品の挿入歌は子供たち好んで歌われ、テレビの放送時間になると賑やかな町はひっそり静まり、皆家でテレビに釘づけになった。これが空前の日本アニメ文化ブームの時代背景であり、幕開けであった。

中国人にとって日本アニメ文化の魅力がどこにあるか、まず優れた人物像、しかもアジアの黄色人種に拘らず、東、西洋融合の人種まで作り出し、個性豊かで美しく人々を魅了することである。また、ストーリーに変化万端、紆余曲折、予想外の展開で人々に刺激、感動を与える。モチーフが多様化、多次元であり、青春、スポーツ、冒険、SFなど演出し、多様な価値観を反映し、ジャンルが分かれて各年齢層に楽しめるなど、と中国で評価されている。

今日、80年代、90年代、00年生まれで、合わせて5.5億人いる。その中、日本のアニメファンの若者が圧倒的に多い。一人っ子に生まれた彼らは幼いころ、「天才教育」のため、親から、学校からも過度な知識、趣味、教養の習得を強いられ、疲れ切って、日本アニメのフィクションの世界は彼らにとって絶好な逃避場、息抜き場また好奇心を満足させる空間である。この中国独特な国の事情も日本アニメの中国進出、一世風靡を促す要因と考えられよう。

1 世紀ごろ、中国の漢字文化が長い時間の流れを経て、日本文化の一部に溶け込んだ。2000 年後、日本のアニメ文化が中国に進出し、広がり、今中国文化に溶け込みつつある。



(注：左から図 1、2 は 1960 年代流行った中国漫画『三毛流浪記』、アニメ『孫悟空大闹天空』、図 3、4 は 1986 年初めて中国に進出、風靡した日本アニメ『鉄腕アトム』と『一休さん』)