

日本のアニメ文化

動画リンク : <https://youtu.be/mXbJ4tFGBxY>

今回は「日本のアニメ文化」を学びながら、日本語を勉強しましょう。

この動画は、前半は少しゆっくりのスピードで、漢字には「ふりがな」があります。

後半は少しだけ速く (+20%) なり、漢字に「ふりがな」はありません。

学習にお役立てください。

日本人にとって日本のアニメは、ごらくやコンテンツであるだけでなく、産業であり PR 手法であり文化です。

日本のアニメは世界中で観られ、キャラクターは世界中を飛び回っています。日本のアニメはもう日本人だけのものではありません。

日本のアニメを①作品、②歴史、③世界の目、④ごらく、⑤コンテンツ、⑥産業、⑦PR 手法、⑧文化、の観点からみていきます。

【1】日本のアニメの作品

日本のアニメの作品を紹介します。そのバリエーションの多さにおどろくと思います。日本人はなんでもアニメにしてしまいます。

日本のアニメのジャンルはアクション、SF、恋愛、青春、スポーツ、ホラー、コメディ、ミステリー、日常と、ハリウッド映画並みです。

幼児向けのアンパンマンは、人間の格好をしたパンが主人公です。コンビニで売っているアンパンや食パンが空を飛びます。

アンパンとは、中に甘いあんこを詰めた日本の菓子パンです。「菓子パン」とは甘いパンのことです。

アンパンの発祥は「木村屋總本店」です。

「あんぱん」とひらがなで表記したり「あんパン」とひらがなとカタカナが混在する場合があります。

ちなみに、「總」は「総」という漢字の古い文字です。今ではもう「総」を使うことになっており、この漢字は小学5年生で習います。

古くから続く木村屋の歴史をアピールするためにわざと古いほうの漢字である「總」を使用しています。

アンパンマンは正義のヒーローで、お腹をすかせた人のところに行って自分の顔(アンパン)を食べてもらいます。

中学生と高校生向けのアニメでは部活を題材にしたものが多い傾向にあります。部活とは学校で行う授業以外のスポーツ・文化活動です。

SLAM DUNK(スラムダンク)は、高校に入学したばかりの少年が生まれて初めてバスケットボールに触れて、のめりこんでいく話です。

SLAM DUNKのみりよくは、バスケットボールの試合の迫力だけでなく、友情物語や恋の話にもあります。青春を描いているのです。

「ちはやふる」は日本の伝統的カードゲーム、競技かるたを題材にしています。主人公の千早が高校に入って競技かるた部をつくります。

競技かるたとは、百人一首の100枚の札のうち50枚を使い、自分の前と対戦相手の前に25枚ずつ札を分けて並べ、読み手が半分を読み上げたら、それにつながる残りの半分が書かれた札を取り合う日本の伝統的なゲームです。

大人も子供も性別も関係なく楽しめるのがファンタジー・アニメです。鬼滅の刃は、家族を鬼にやられた主人公が鬼に復しゅうする物語です。

鬼は日本の伝統的なモンスターです。主人公の炭治郎は剣を使って鬼を退治します。鬼のきみょうな姿もファンをみりようしています。

進撃の巨人は、人を食べる巨人と人類が戦う物語で、ゾンビ映画のような恐さがあります。戦士たちの勇かな姿がこの作品のみりよくです。

ロボットは日本のアニメの最重要ジャンルです。鉄腕アトムは子供タイプのロボットでありながら 10 万馬力もあり AI をとうさいしています。

「10 万馬力」がどれだけすごいのかというと、軽自動車が 60 馬力、新幹線が 1,000 馬力と知れば、そのすごさがわかるのではないのでしょうか。

猫型ロボットのドラえもんは、タイムマシンに乗って未来からやってきました。

「ドラえもん」という文字にはカタカナとひらがなが混ざっています。

猫型ロボットは自分で自分の名前を登録するのですが、ロボット戸籍調査員に名前を聞かれた際、ドラえもんは最初の「ドラ」までしかカタカナがわからず、「えもん」はひらがなで書いた結果、「ドラえもん」になりました。

ドラえもんは、のび太という少年の家に住むことになります。

ドラえもんは未来の道具を使いますが、一部は現実のものになりました。日本のアニメを観ると未来がわかります。

ここでいくつかドラえもんの未来の道具を紹介します。

お医者さんカバン

ちょうしんきのセンサーを当てることで病名を診断し、ちりょう薬などを出してくれるひみつ道具です。人間だけでなく動物などの病気も治せるそうで、まさに一家に一台置いておきたい道具ですね。

アンキパン

教科書やノートなど暗記したいものを転写して食べると、内容をそのまま覚えることができる食パンです。ただし、暗記できる量はパンの分量と比例するため、自分が食べられるだけのキャパシティーも考慮しなければなりません。

ほんやくコンニャク

これを食べることにより、相手の言葉がほん訳されて聞こえ、自分の言葉も相手にほん訳されて聞こえるようになります。人間だけでなく、動物やロボットとの会話にも有用。会話だけでなく文字も分かるようになります。異世界での冒険や異星人との交流などがメインとなる映画版では、特に活やくする道具の一つですね。

タケコプター

ドラえもののひみつ道具の中でも代表的な道具の一つ。竹とんぼをイメージした外観で、多少の練習は必要ですが、頭部などに装着することで簡単に空を飛ぶことができます。実は、空中だけでなく水中でも使用できるそうですよ。

タイムふろしき

包んだ物の時間を進めたり巻き戻したりするふろしきで、表面は時間の進行、裏面は時間の巻き戻しの機能があります。使用できる対象は、無機物と生物の両方です。人間のケガを治したり、古い物を新品にしたりと、さまざまな使い道があります。

グルメテーブルかけ

これを広げて、食べたいものを注文すると、その料理が出現するテーブルクロス。料理の味もとてもおいしいとのこと。料金が発生しないようで、これさえあれば一生食べるのに困りませんね。

人生やり直し機

その名の通り、記憶や能力を保持したまま、戻りたい年齢に戻って人生をやり直せる機械です。「人生をやり直したい」と一度は思ったことのある人も決して少なくないでしょう。誰しもが思い描く願望なのかもしれません。

タイムマシン

ドラえもののひみつ道具の代表的なものの一つで、その名の通り、時空を自由に移動する乗り物です。操縦はそれほど難しくないので、劇中ではドラえもんやのび太以外にもさまざまなキャラクターが操縦しています。未来の自分を見たい、歴史上の人物と会ってみたい、そんな願いを叶えてくれますね。

もしもボックス

公衆電話ボックスのようなひみつ道具で、受話器に向かって「もしも○○の世界になったら」と言うと、その言葉どおりの世界に変わります。自分が望む世界を実現させ、体験することが可能です。

どこでもドア

タケコプターやタイムマシンと並ぶ、ドラえもんの代表的なひみつ道具の一つ。使い方はシンプルで、行きたい場所をイメージしてドアを開けるだけで、目的地に到着できます。学校や会社に遅刻しそうになった際、「こんな時、どこでもドアがあれば」と思ったことのある人も多いのではないのでしょうか。

ドラえもんは個人的にもとても好きなアニメのため、少し長く説明してしまいました。引き続き、その他のアニメを紹介します。

機動戦士ガンダムと新世紀エヴァンゲリオンは人間が巨大ロボットを操縦して敵と戦う物語です。いずれも少年少女が活やくします。

宮崎駿が率いるスタジオ・ジブリのアニメは世界的な評価を得ています。最新作「君たちはどう生きるか」は米アカデミー賞を受賞しました。

日本のアニメのおどろくべき性質に、外国の要素の吸収があります。アルプスの少女ハイジはスイス、キングダムは中国が舞台になっています。

進撃の巨人の舞台は架空の世界ですが、服装や建物は古いヨーロッパのものです。紅の豚は第1次世界大戦前後のイタリアを描いています。

世界中の要素で作品をつくるので、日本のアニメは無限の広がりを持つことができました。

【2】日本のアニメの歴史

日本のアニメの質は1961年にテレビ放映された鉄腕アトムから向上しました。アメリカのディズニー・アニメより20年遅れのスタートです。

アニメは長い間、子供向けの幼稚なものと思われてきました。小説や映画より劣っていると思われていたのです。

しかし鉄腕アトムを作成した手塚治虫は医師免許を持ち、宮崎駿は天皇陛下が通い首相を輩出している学習院大学を出ています。

つまり日本のアニメの基礎の一部は、知的エリートたちがつくりました。作者の知性が作品のポテンシャルを高めた一面もありそうです。

アニメが大人に観られるようになった背景にオタクの存在があります。大人になってもアニメからはなれられない人たちです。

オタクたちは当初、大人になり切れない大人、未成熟な人と思われていました。しかしオタク人口が増えアニメを支える存在になりつつあります。

アニメの質も向上しました。環境保護などのテーマ性、高度な心理描写、美しい絵、ちみつな未来予測を持つ作品が増えたのです。

才能の流入もアニメ文化を支えています。手塚治虫のもとで学んだ富野由悠季、宮崎駿と一緒に仕事をした庵野秀明などです。

富野は機動戦士ガンダムを、庵野は新世紀エヴァンゲリオンを生み出しました。

さらに若い世代では、「君の名は。」の新海誠、「サマーウォーズ」の細田守、「攻殻機動隊」の押井守がいます。

【3】世界の目でみた日本のアニメ

宮崎駿は米アカデミー賞長編アニメ賞を2003年の「千と千尋の神隠し」と2024年の「君たちはどう生きるか」で2度受賞しています。

日本のアニメは世界中で観られています。ONE PIECEは中国、台湾、ドイツ、フランス、湾岸諸国で放送されました。

NARUTOは世界80の国・地域で放送され、コスプレの題材にもなっています。コスプレとはファンがキャラクターの格好の真似をする楽しみ方です。

任天堂のキャラクターをアニメ映画にしたザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービーは、アメリカのアニメ会社と共同制作しました。

ザ・スーパーマリオブラザーズ・ムービーは60以上の国・地域で上映され、興行収入1,789億円はアニメ作品で世界2位を記録しました。

ちなみにアニメ映画興行収入世界1位はアナと雪の女王2で、3位はアナと雪の女王です。

日本のアニメのファンは世界中に少なくとも7.5億人いるという指摘もあります。

外国にもアニメファンへの偏見がありましたが、それが薄れつつあるようです。

Amazon Prime Video は日本のアニメを世界中に放送しています。**Netflix** は日本のアニメ会社と一緒にアニメをつくっています。

【4】ごらくとしての日本のアニメ

日本人はアニメをどのように消費しているのか。多くはごらくです。教養を身につけるといふより、楽しいから観ているのです。

あまり知られていないアニメにも多くのファンがいます。無名のアニメはしちよう者が少ないものの作品数が多く、それでファン数が増えます。

無名のアニメには、アイドルを目指す少女を描いた作品、動物タクシー運転手の話、犯罪を予防する秘密組織のストーリーなどがあります。

無名のアニメはニッチなジャンルを狙ってつくられるのでメジャーになりにくいのですが、ニッチなファンを確実にとらえています。

日本のアニメは質が向上したことで世界的になりましたが、その一方でコストをかけずごらくや趣味だけを追求した作品も多く存在します。

【5】コンテンツとしての日本のアニメ

コンテンツとは情報の内容のことです。みりよくあるコンテンツには広告がつくため、ネット業界でもコンテンツ産業は盛り上がっています。

日本のアニメはコンテンツとしての価値が高いため、アニメ業界にたくさんのお金流れ込んでいます。ここにはとても考えられた戦略があります。

アニメ業界の戦略とはメディアミックスです。同じコンテンツを複数のメディアに登場させる手法です。

例えばポケットモンスター（ポケモン）はゲームで生まれたキャラクターをアニメや漫画にしました。ゲーム、アニメ、まんがのメディアをミックスしています。

メディアミックスにすることで同じコンテンツでゲーム業界でもアニメ業界でも映画業界でもテレビ業界でも売上をあげることができます。

日本のアニメは当初からメディアミックスでした。60年前に生まれた鉄腕アトムアニメ版は、その10年前に生まれたまんががベースです。

宮崎駿の『風の谷のナウシカ』も先にまんがが出てから映画ができました。まんがの成功を確認してから、予算がかかるアニメをつくれればリスクが減ります。

テーマパークもメディアミックスで、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンはスーパーマリオ、ポケットモンスター、進撃の巨人、新世紀エヴァンゲリオンといった日本のアニメを使っています。

アニメのコンテンツとしての魅力は一般企業も注目しています。食品メーカーはパッケージにアニメのキャラを描いた商品を発売します。

【6】産業としての日本のアニメ

政府はアニメをアニメ産業と呼び、日本経済の原動力の一つとみなしています。日本のアニメ産業の経済規模は年1兆円を超えます。

アニメ会社の売上高は年2千億円ですが、ファンが使うお金を含めると1兆円を超えます。ファンの購買力はすさまじいものがあります。

アニメ会社の年平均売上高は40億円、最高はバンダイナムコの600億円。ゲーム会社は平均100億円で最高は任天堂の5千億円です。

アニメ業界は従業員100~199人、資本金1億~3億円、売上高10億~50億円の中堅企業が多い、という特徴があります。

アニメ会社の自社開発コンテンツ数(作品数)は1社平均20作で、ゲーム会社は10作。ゲーム会社のほうが1作の売上高が高いようです。

大きな規模のアニメ映画やテレビ・アニメの場合、製作委員会がつくられます。これは出資社グループで、リスクの分散をしています。

アニメは制作費に多額の費用がかかりますが、面白くないと観られません。アニメ・ビジネスはかなりリスクなのです。

製作委員会にはアニメ会社、テレビ局、大手広告代理店、大手出版社、音楽会社、DVD販売会社、グッズメーカーなどが参加します。

伊藤忠商事や三菱商事もアニメ業界に進出しています。アニメなどのコンテンツは知的財産と呼ばれビジネスの種になるからです。

アニメ・ビジネスには映像販売、グッズ販売、音楽、放送といった商売があり、お金をたくさんもうけるための構造ができています。それでたくさんお金を持っている大きな会社がアニメのビジネスに入ってきます。

アニメの平均単価 (= 1社平均売上高 ÷ 1社平均自社開発コンテンツ数) は 2億 ~ 3億円で、とてもたくさんのお金が必要になることがわかります。

アニメはまんがを動かしたものとイえるのですが、まんがは紙とペンがあればできるのにアニメは億単位のお金が必要になります。

宮崎駿の「君たちはどう生きるか」は制作費は 50 億円超、興行収入は 280 億円 (日米中のみ)。これが世界トップクラスのアニメの収支です。

アニメのロボットは空想の産物ですが、工場のロボットは産業です。つまりロボット・アニメは産業になるポテンシャルがあります。

経済産業省は本気で、ガンダムのがい念が宇宙産業に役立つと考えています。ガンダムは人類が宇宙に進出した時代を描いているからです。

ガンダム・オープンイノベーションとはアニメのなかで描かれた架空の新らしい技術を実現しようという取り組みです。

ちなみに、東京都江東区お台場の「ダイバーシティ東京プラザ」の2階(2F)にあるフェスティバル広場では実物大のユニコーンガンダムを見ることができます。

アニメで描かれるSFはこれまで科学技術をリードしてきました。SFには想像した未来を見える化する力があるからです。

【7】PR手法としての日本のアニメ

アニメのなかにはビジネスで使われるものもあります。企業などが商品やサービスをPRするときアニメが使われます。

ゼネコンの大成建設はアニメ監督の新海誠に自社PRアニメの制作を依頼しました。若手社員の仕事を紹介する短編作品です。

「ゼネコン」とは、ゼネラルコントラクターの略称で、総合建設業者のことです。

日清製粉のイメージキャラクターの猫のコニヤラは宮崎駿のスタジオ・ジブリが描きました。創業110周年記念としてつくられました。

厚生労働省は労働条件を学ぶアニメ「労働条件パトロール！」を作成しました。アニメキャラが法令違反を摘発します。

PRアニメはアニメ業界の貴重な収入源です。テレビ・アニメやアニメ映画は多額の予算が必要なので数多くつくれず副収入が必要なのです。

PRアニメで実力をつけたアニメ関係者が、本格的なアニメ作品をつくっていくわけです。PRアニメはアニメ人材を育てます。

企業などは、アニメで説明すると消費者がよく理解できるのでPRアニメの作成を依頼します。アニメ大国ニッポンならではの現象です。

【8】文化としての日本のアニメ

文化とは、地域や社会で共有される価値観、行動パターン、芸術表現、生活などのことです。だからアニメは日本の文化になっています。

アニメは子供のごらくから、大人も楽しめるものに進化しました。アニメの価値は日本で高まりました。

アニメを観て職業を決めたり音楽を始めたりする人がいます。アニメは日本人の行動パターンに影きょうを与えています。

一部の日本のアニメは芸術作品とみなされています。同じ絵でも油絵は上、アニメは下という考え方はもう古いでしょう。

アニメはごらくとしても、商品やサービスのPR手段としても生活に溶け込んでいます。以上のことからアニメは日本の文化といえます。

あなたが好きな日本のアニメは何ですか？

コメント欄から是非みんなに教えてくださいね。

「日本のアニメ」は、いかがでしたか？

今後の動画制作に活かしますので、感想を是非コメント欄から教えてください。

それでは、また別の動画でお会いしましょう。



Japanese-listening-SUSHI

