

アニメと音楽の関係性

「アニメ」という用語は、日本発のアニメーション（伝統的には手描だが、コンピューターで制作されるケースが増加傾向にある）を指すために使用され、特定の芸術的な「スタイル」として、多様なジャンルを網羅している。日本のアニメの最初の例は1917年に遡り、一般的に「アニメ」と見られるものの始まりは、一般的には1960年代のアニメーター手塚治虫の作品であると言われている。60年代から70年代にかけて、アニメは日本でブームとなり、最も人気のあるシリーズはマンガとして登場した。現代では人気のあるマンガシリーズがテレビ用にアニメ化され、原作アニメの露出と販売が増加している。

80年代後半以降、アニメは「グローバル」な製品としてますます消費され、「アキラ」や「攻殻機動隊」などの象徴的な映画は、ミニシアターとVHSリリースの両方でカルト的な人気を誇り、暴力的で性的なコンテンツを好むファンを中心に現在にも至るステータスを獲得した。英国のManga Entertainmentや米国のADV Filmsは、アニメの字幕付きバージョンと英語吹き替えバージョンの両方を提供し、本質的には日本のオリジナルコンテンツを西洋の視聴者向けに「リミックス」することで、西洋のファン層の拡大に貢献した。00年代初期のDVDの採用により、字幕版と吹き替え版の両方を同じディスクに収めることができるようになり、2010年代には、アニメの消費は主にデジタルストリーミングプラットフォームに移行した。「僕のヒーローアカデミア」や「進撃の巨人」など、現在人気があるテレビアニメは、日本での放送から数時間以内にネットで「同時放送」され、合法的に視聴することが可能だ。

アニメは現在、国内の映画の興行収入を独占している。2014年、2015年、2016年には、年間の映画トップ10の内、6つがアニメだった（MPPAJ 2016）。これは世界においても見られる現象で、2016年の「君の名は」はこれまでに世界で最も売り上げの高いアニメ映画となり、収益は3億6,100万ドルを超えた。このため、アニメは、特に日本の文化的製品としてだけでなく、翻訳と消費のグローバル化されたメディアネットワークの一部として理解できる。海外の視聴者は、国内の視聴者と同じくらい重要なのだ。

本研究では、アニメに関連した音楽の重要性を検討するための理論的枠組みを提示し、また、アニメ音楽の使用を創造的かつ商業的なツールとして「価値」を精査することで、アニメ業界が現代的な「メディアミックス」において重要になった、その歴史的基盤を提示することを目指す。そのために、アニメ用に作曲された伝統的な「映画スコア」のバックグラウンドミュージックと、歌詞主導のオープニングとエンディングのテーマ「アニソン」の台頭の両方を考察する。

アニメ音楽を論じる最も重要な先行研究、Toru Mitsui編「Made In Japan」に収録の、「The Interaction between Music and Visuals in Animated Movies - A Case Study of Akira」において、Hideko Haguchiは「音楽がアニメ研究の主な焦点であったことはない」と言及し、「[アキラの]ビジュアルと音楽の洗練された相互作用」を映画の魅力の核心部分として挙げている。作曲家、制作プロセス、音楽と映画との相互作用を分析することで、アニメに関連したサウンドトラックを議論するための優れたフレームワークを提示している。この方法論では、作曲家のインスピレーションや、楽器や制作技術等の作業方法を詳細に調べること

で、映画監督の「スタイル」を考察するのと同様に、作曲家の音楽そのものを「テキスト」として分析する。音楽は映画の一部ではあるが、「別物」として考察することで音楽そのものの「価値」を判断することが可能である。

音楽そのものの良さと、音楽が映画のビジュアルとシンクロすること、両方の観点から、アニメ音楽の共生芸術的機能を分析することが、本研究の背後にある方法論の中核となる。これには、アニメ映画やテレビシリーズの重要なシーンの分析的な説明と、これらのビジュアルに合わせて音楽を使用する方法の説明、また、記号論的分析が含まれる。例えば、特定の楽器、歌詞、速度等、シーンの「雰囲気」または感覚に影響する要素を分析する。そして、分析をより広く、業界全体のスケールに拡大し、有名な作曲家がアニメの制作に携わることで、視聴者の認知度を高まる点についても考察できるだろう。

Fred Pattenの論文集「Watching Anime, Reading Manga」には、80年代後半に書かれた、アニメのサウンドトラックの当時の歴史的調査を示す作品が含まれている。ジョン・ウィリアムズのスター・ウォーズのスコアの成功に続く70年代のブームと、宇宙戦艦ヤマト等のシリーズを含む、アニメ内での同様のSFサウンドトラックの人気の高まりについて言及している。Pattenはこれに続き、主要なアニメサウンドトラック作品のディスコグラフィを作成し、業界研究に貢献した。サウンドトラックは、日本の音楽産業とアニメーション産業をリンクする商品であるため、アニメのメディアミックスの一部として理解することが重要である。メディアミックスとは、複数の関連するチャンネルを介してコンテンツを分散させる戦略のことで、トランスメディアーションまたはメディアシナジーとも呼ばれる。例えばアニメ番組では、キャラクターおもちゃ、音楽CD、トレーディングカードの商品販売や、ファストフード店との連携により、作品のファンが関連する商品を購入することでより深く作品の世界を「体験」することができる。

近年、Clementsの「Anime: A History」等の研究において、アニメの研究者とファンの双方が「テキストとしてのアニメ」だけでなく「製品としてのアニメ」について議論することが代表的なアプローチとなっている。年間65億ドルを超えるマルチメディア産業の一部として、アニメ等のポップカルチャー製品の価値は理解され、アニメに対するよりビジネス指向の分析が広まっている。これは、アニメシリーズが初期生産コストをどのように回収するか等の観点から、アニメシリーズを国際的に配信するか、どのような関連商品を販売するか等の生産における戦略決定が考察される。「製品サイクル」は、CDやDVDなどの「物理的な商品」から離れ、オンラインストリーミングサービスによって定義されるデジタルベースの経済に向かう現代の傾向によってさらに複雑になっている。

アニメ業界の全体像を示すには、音楽がアニメに対して果たす役割を研究することが不可欠である。数々の作曲家の作品と、その代表的な作品が芸術的利益と経済的利益の両方をどのように満たしているかを考察する。映画監督や代表的な映画の個別研究を超えて、数々の個々のクリエイターがシステムの一部となって共同して作成する「製品としてのアニメ」を議論することで、私の研究がアニメ研究に音楽の観点から貢献することを願う。

私の研究において、中心となるリサーチ・クエスチョンを下記に示す。

- 歴史的な先例に目を向けると、アニメ音楽の台頭とその後の永続性を、アニメや日本の音楽業界の特定のサブジャンルやシステムとしてどのように特定できるか。
- 他のスタッフと比較して、アニメ制作にかかわる作曲家の特定の役割と力をどの程度まで特定可能か。
- アニメ音楽は、アニメのより広範な「メディアミックス」の一部としてどのように存在するか。また、これにより、その存在は「アート」または「製品」のいずれかとして問題になるか。
- さらに、アニメ音楽の重要かつ商業的な「価値」を評価する上で、重要な基準をどの程度確立できるか。
- 将来を見据え、アニメ音楽、そのクリエイターや消費者がグローバル化等現在のトレンドに応じてさらに変化することをどのように予測できるか。

これらの中心的な問いに答えるために、「メディアミックス」等の概念を活用し、アニメ音楽のトピックに具体的に関連付ける。本研究の理想的な最終結果は、アニメ音楽と日本の音楽業界全般の将来の議論のため、強固な基盤となることである。アニメと同様に、音楽は「ポップカルチャー製品」の幅広いパッケージの中心的な要素であり、日本特有の「メディアミックス」で世界的に視聴者を増やしている。また、本研究を通して、現代の「グローバル」な音楽と映画のシーンにける幅広い議論の中で、視聴者が音楽をアートフォームとして認識し、関わるため一助となることを望んでいる。

Bibliography

The Motion Picture Producers Association of Japan (MPPAJ) (2016)
<http://www.eiren.org/toukei/index.html> (accessed December 20 2019)

Annett, S. (2014) *Anime Fan Communities: Transcultural Flows and Frictions*. New York: Springer.

Bourdagh, M.K. (2012) *Sayonara amerika, sayonara nippon: A geopolitical prehistory of J-pop*. Columbia University Press.

Clements, J. and McCarthy, H. (2015) *The Anime Encyclopedia: A Century of Japanese Animation*. Berkeley: Stone Bridge Press.

Condry, I. (2006) *Hip-hop Japan: Rap and the paths of cultural globalization*. Durham: Duke University Press.

Condry, I. (2013) *The soul of anime: Collaborative creativity and Japan's media success story*. Durham: Duke University Press.

Craig, T.J. (2015) *Japan Pop: Inside the World of Japanese Popular Culture*. Routledge.

Denison, R. (2015) *Anime: A Critical Introduction*. London: Bloomsbury Publishing.

- Haguchi, H. (2014) "The Interaction between Music and Visuals in Animated Movies - A Case Study of Akira", in T. Mitsui, *Made in Japan: studies in popular music*. Abingdon: Routledge.
- Iwabuchi, K. (1998) Marketing 'Japan': Japanese cultural presence under a global gaze. *Japanese studies*, 18(2)
- Iwabuchi, K. (2002) *Recentering globalization: Popular culture and Japanese transnationalism*. Durham: Duke University Press.
- Kress, G. and Mavers, D. (2005) "Social semiotics and multimodal texts", in Somekh, B. and Lewin, C. eds., *Research methods in the social sciences*. London: Sage.
- Kumar, R. (2005) *Research methodology*. London: Sage.
- Matsue, J.M. (2015) *Focus: Music in Contemporary Japan*. Routledge.
- McGray, D. (2002) Japan's gross national cool. *Foreign policy*, 130
- McLeod, K. (2013) Afro-Samurai: techno-Orientalism and contemporary hip hop. *Popular Music*, 32(02)
- Mitsui, T. (2014) *Made in Japan: studies in popular music*. Abingdon: Routledge.
- Napier, S. (2005) *Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Japanese Animation*. New York: Palgrave Macmillan.
- Neale, S. (2000) *Genre and Hollywood*. Abingdon: Psychology Press.
- Patten, F. (2004) *Watching anime, reading manga: 25 years of essays and reviews*. Berkeley: Stone Bridge Press.
- Schilling, M. (1997) *The encyclopedia of Japanese pop culture*. New York: Weatherhill Inc
- Shacklock, G. and Thorp, L. (2005) "Life history and narrative approaches", in Somekh, B. and Lewin, C. eds., *Research methods in the social sciences*. London: Sage.
- Small, C. (2011) *Musicking: The meanings of performing and listening*. Middletown: Wesleyan University Press.
- Steinberg, M. (2012) *Anime's media mix: Franchising toys and characters in Japan*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Stevens, C.S. (2008) *Japanese popular music: Culture, authenticity, and power* (Vol. 9). Routledge.
- Ueno, T. (1999) Techno-Orientalism and media-tribalism: On Japanese animation and rave culture. *Third text*, 13(47)
- Wade, B.C. (2014) *Composing Japanese Musical Modernity*. Chicago: University of Chicago Press.