漫画の実写化に対する受け手の意識変容について

06140091 後藤 大介 (河村ゼミナール)

近年実写化作品が数多く輩出されるようになったが、その中でも漫画からの実写化作品の数は急速に増え始めている。本研究ではこの点に着目し、漫画原作の実写化作品が増える要因は何であるのか、そこには受け手のどのような変化があったのかを探り、これからの実写化作品の動向についての考察などを行う。

1. はじめに

メディアという一つの文化は今や私達の生活の一部だけでなく、娯楽としても欠かせないコンテンツである。現在では製造技術も発展したことによって、様々な表現が可能になってきた。そして、その技術を活かそうと実写化作品として映画やドラマを制作する会社が増え始め、その中でも漫画を原作とした実写化作品は年々増加している。

2. 研究背景

ここでは、研究背景について述べる。

2.1 メディアの発展に伴う実写化作品の普及について

事前調査を行ったところ、2003年付近から実写化作品の作品数が急激に上昇していることが分かり、2006年ではおよそ2倍の数に達していた。この要因は何であるのか、そしてこの中で受け手のニーズがどのように変化していったのかを探ると共に、近年消費者の消費行動が低下している要因を探る糸口を掴み、改善案を挙げることが本研究の目的である。

2.2 漫画とは

漫画とはどのようなものを指すのか、その定義は大きく以下の4つに分けられる。

- ① 視覚情報を絵として提示する (文章による説明ではない)
- ② 絵の描写によるストーリー展開が本質的内容である
- ③ 聴覚的な情報を登場人物のセリフは吹き出し文字として、音は擬音や擬音語として表現される
- ④ コマや吹き出しなど独特の形式が使われている

2.3 実写化作品とは

制作側が何故実写化作品に力を入れているのかについて考えられる要因をいくつか挙げてみる。

- ①脚本を原作とした作品からのヒットが少ない
- ②実写化するにあたり、漫画はすでに受け手に読みやすい、見やすいように内容なども完成されている

つの作品であること

③映画やドラマ等でヒットしているジャンルのものから人気の出ている漫画を選ぶことによって、より安易にヒット作品を生むことができる

以上のような点から実写化作品の制作される傾向が強まったと考えられる。また、国内向けに制作するのか国外向けに制作するのかによってもそれぞれ発生するメリットやデメリットが違ってくる。

視聴率の調査資料¹⁾をもとに、日本ドラマにおける漫画原作の実写化作品についての視聴率推移について調査したところ、2006年以降から実写化作品が高視聴率を取っている一方で、一般ドラマも含めた全体的な視聴率が年々平均的に下がっていることや作品数が減少していることが分かった。

これより、実写化作品において成功する作品の条件とは何であるかを突き止めるべく調査を行うこととした。

3. アンケート調査

ここでは、アンケートの実施内容および結果と考察について述べる。

3.1 アンケート調査の目的

研究背景での問題点を踏まえて、アンケート調査を行った。今後の動向を探る上で若い年代の意識変容についてのデータが不可欠であり、今回は10代～20代にターゲットを絞り、日本の実写化作品に関するアンケート調査を行った。

3.2 アンケート調査概要

- (1) 実施日時
2010年9月14日
- (2) 実施場所
学内の実習室および教室にて実施
- (3) 実施対象及び人数
学内のゼミ生15人(うち男性12人、女性3人)
- (4) 実施内容
漫画を原作とした日本の実写化作品を観たことが

あるかどうかについてのアンケートを行い、視聴者がどのような意識を持っているのかを調査

(4) 実施形態

CGI を使用した Web アンケート調査とした。
その URL は以下の通りである。

<http://www19.atpages.jp/anke/we/enq.cgi?id=enq>

3.3 調査結果と考察

今回の調査から得られたデータ全体を通して考察をしていくと、人気の出る実写化作品に関しては以下のような要因が挙げられる。

- ① 広告、宣伝がうまくできている
- ② 原作作品自体がすでに人気のある作品である
- ③ 男性、女性が好むジャンルである
- ④ キャスティング、内容がうまくまとめられている

とくに知っている作品ではなく、読んだことがある作品であれば認知度は前者よりも明らかに高い上に、2 作目、3 作目へと継続して作品を制作することもできる。

キャストについて悪い印象を持つ回答が少なかったのは原作とのキャラクターのギャップが作品の評価へ影響が出てしまうことも考えられるが、役者の演技力などでカバーされることによって、逆に好印象を与えるケースもあるためだと考えられる。

3.4 考察

映画全体に関して動員数の伸び悩みは作品数が増えただけではなく、不況によって仕事量なども増え、社会人が娯楽を楽しむ時間が減っていることが原因である。それにより、自宅で休暇を過ごす人が増え、娯楽に関しても自室で楽しめるゲームや DVD による映画・ドラマ観賞が定着し始めている。

そこで、その点を踏まえた改善案を上げていく。

- ① 最新映画のネット配信
- ② プロジェクターなどの映像機器を自宅で映画を楽しむ人へレンタルとして提供するサービス
- ③ メールによる情報提供サービス

まず、最新映画のネット配信という形で提供する。これについては映画館という特定の場所から外れるため映画という根本そのものを否定してしまうことになってしまうが、映画館に行く時間がない人、自宅で楽しみたいという人に対しては良い手段であると考えている。

映画館に行くことが難しいのであれば、手軽に立ち寄れる場所などに自分で持ってきた DVD 等を設備が整っている個室で視聴できる施設を作ることにも有効である。

そして、メールによる情報提供サービスであるが、これは Amazon のように受け手が欲しい

情報や作品についてメールでの情報を提供することで（実際に同様のサービスを開始している企業もある）、宣伝もより明確に、欲しい人に向けて提供していくことができる。

4. おわりに

人気作品を作りたい、それによって楽に利益を得たいという理由で安易に制作されてしまうことの多い実写化作品ではあるが、現在までの技術の発展があったからこそ可能になった1つの文化だと考えると共に、その一方でもし実写化作品という1つの文化の流行が終わった時に果たして受け手はその先どのような作品を求めていくのか、そして提供側はどのような作品を提供してくべきなのであろうか。これからの実写化作品の進展に期待したい。

謝辞

本卒業研究活動においてアンケートにご協力して下さった皆様、また様々なご指導とご助言をいただいた東京国際大学商学部教授の河村一樹先生に感謝の意を表します。

参考文献

- 1) Audience Rating TV (ドラマ視聴率サイト)
<http://artv.info/>
- 2) アニメ・漫画の実写化映画化作品一覧
<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%A2%E3%83%8B%E3%83%A1%E3%83%BB%E6%BC%AB%E7%94%BB%E3%81%AE%E5%AE%9F%E5%86%99%E6%98%A0%E7%94%BB%E5%8C%96%E4%BD%9C%E5%93%81%E4%B8%80%E8%A6%A7>
- 3) アニメ・漫画のテレビドラマ化作品一覧
<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%A2%E3%83%8B%E3%83%A1%E3%83%BB%E6%BC%AB%E7%94%BB%E3%81%AE%E3%83%86%E3%83%AC%E3%83%93%E3%83%89%E3%83%A9%E3%83%9E%E5%8C%96%E4%BD%9C%E5%93%81%E4%B8%80%E8%A6%A7>
- 4) 吉本隆明: 全マンガ論 表現としてのマンガ・アニメ 小学館 2004年
- 5) 中野晴行: マンガ進化論 コンテンツビジネスはマンガから生まれる! ブルース・インターアクションズ 2009年