

1 Introduction

2 マンガ

3 アニメ

4 ゲーム

5 リアル

6 総括

1 Introduction

A) 土着の日本

- ・千と千尋の神隠し。
- ・八百万のユビキタスを生き抜く少女の成長物語。アニメで初めて今年のベルリンで金獅子賞を獲得。
- ・現代の土着のニッポンを欧州が評価した。オリエンタル趣味ではない。
- ・97年カンヌ・グランプリの今村昌平「うなぎ」、同じく新人賞の河瀬直美「萌の朱雀」、98年ベネチア・グランプリの北野武「HANA-BI」、いずれも特徴は、現代の日本の土着を映像化したものだという事。
- ・過去最大の興行成績。（最終見込で\$300M）。日本国内で「タイタニック」を破る。「タイタニック」の前の日本の最大興業成績は宮崎駿の前作「もののけ姫」。
- ・日本のポイントは、このような作品を生み出す力というより、この難解なアニメが最大動員となるアニメのオーディエンス層の厚さ。

[千と千尋、うなぎ、萌の朱雀、HANA-BI、その他データ類]

B) バーチャル

- ・日本の産業は死んだ。
- ・日本は90年代を失われた十年とよんでいる。
- ・だが失ったのは百年。
- ・西洋近代文明を導入し、産業合理主義の道をとったが、産業がうまくいかず、国の軸が崩れているのが現状。
- ・だが一方、今ほど日本がカッコイイと思われている時代はない。
- ・ポケモンやドラゴンボールやセーラームーンをみて、アメリカの子供たちは日本をクールとみているが、そのようなことはかつてなかった。
- ・その日本は、子供も大人も、男も女も、マンガやアニメやゲームをしている。
- ・通勤電車でも、学校でも、街角でも、...でも、...でも。

- ・ポピュラーなエンタテインメントも、難解な芸術も混在している。

[工場、自動車、ポケモン、ドラゴンボール、セーラームーン、ドラえもん、キャンディキャンディ、デジモン、マッハGoGoGo、アルプスの少女ハイジ、人狼、ファイナルファンタジー、ゼルダなどなど]

C) リアル

- ・オーディオビジュアルのビット空間以上に、リアル世界がニッポンを表現している。
- ・コンピュータが次々と姿を変えて、キュートな生き物となっている。(ロボット)
- ・それは、何でも擬人化する日本の得意技。
- ・コンピュータは手のひらに入り、ビットを持ち歩く。(ケータイ)
- ・日本では、セルフオンは、聞いたり話したりする電話ではなく、読み書きの道具。目と指のもの。
- ・ケータイ文化を支えるのは若い女性。変身して、外出して、交わり、何でも自販機で手に入れ、エロチック。
- ・日本は、ポップな国である。この国のことは、よくわからない。(無言で見せる。)

[アイボ、プーチ、ケータイ各種、ストラップ各種、電車の中、ガングロ、コスプレ、道頓堀、自販機各種、オモチャ、お面、デコトラ、パチンコ看板、サクラ大戦、どこいつ、ロウ細工、銭湯、いちごとバナナのバイブレーター、キティちゃんバイブレーター、谷岡ヤスジ、つげ忠男、村上隆などなど]

2 マンガ

A) マンガ好き

- ・日本人はマンガが好き。
(Manga/All published in 2000 --- Sales 22%, Copies 37%)
- ・週刊誌や月刊誌であふれている。
(Manga magazines---289 titles)
- ・少年ジャンプや少年マガジンは毎週 300 万部以上。33 人に一人が買い、それを回し読む。

[データ、売り場シーン、読んでるシーン、ジャンプとマガジン]

B) 庶民文化としての歴史

- ・1000 年前からそうだった。マンガ表現は 12 世紀からみられる。カエルや鳥など身近な題材を扱った物語。
- ・アナログの千年をビジュアル表現してきた。同時代のヨーロッパのタペストリーが宗教芸術であるのと異なる。
- ・100 年前には江戸・浮世絵がヨーロッパに刺激を与え、印象派を目覚めさせた。パンク。
- ・日本のビジュアル文化が貴族や武士や宗教のものでなく、庶民文化だった点に注目すべき。
- ・明治に入って欧米から西洋文化が流入。マンガも入ってきた。

[鳥獣戯画ほか、欧州タペストリー、広重、パンチ]

C) 戦後の二潮流

- ・二時大戦後、マンガ人気が発爆した。

- ・それは、40年代後半の手塚治虫の登場と、大衆雑誌の登場に負うところ大。
 - ・手塚は、ディズニーの影響を受け、アクティヴな映画表現をマンガに持ち込んだ。子供を対象としたポップな作風。
 - ・それに多くの作家が追従した。
 - ・だが、日本マンガを特徴づけたのは、60年代に、手塚的な表現に対抗するもう一つのストリームができたこと。
 - ・白土三平、つげ義春、林静一らに代表される、静的で、シリアスで、アートの、哲学的な、大人向けのマンガ表現が続々と登場してきた。
 - ・雪舟・北斎・小津安二郎、あるいはヨーロッパ絵画やヨーロッパ映画のリアリズムを持ち込む。
 - ・白土の「カムイ伝」はマルクスの唯物史観に基づくマンガとされ、60年代、当時の東大生の必読書と言われていた。
 - ・アメリカならハーバードやMITの学生がマンガを読んでいるということ。
 - ・日本のアドバンテージは、トップの学生がマンガを読んでいること。
 - ・日本のディスアドバンテージは、トップの学生がマンガしか読まないこと。
- [手塚、アトム、ジャングル大帝、ブラックジャック、リボンの騎士、ドラえもん、オバケのQ太郎、仮面ライダー、忍者ハットリくん、さるとびエッチちゃん、カムイ伝、ねじ式、きなこ屋のばあさん、ガロつげ忠男特集、花ちる町、花に棲む、赤色エレジー、狩野派・雪舟、北斎]

D) 70-80s

- ・70年代ー80年代には細分化・専門化が進んだ。
 - ・ジャンルとして、SF、スポーツ、ギャグ、ナンセンス、恋愛、学園、料理、歴史、ビジネスなどが確立。
 - ・雑誌も、少年用、少女用、青年用、若い女性用、ビジネスマン向け、大人の女性向け、が登場。
 - ・エロマンガもたくさんあって、どこでも買える。
 - ・ペーパークラフトなどのおまけも充実していた。
 - ・同時に、80年代には国際展開も進んだ。
 - ・アニメで認知されて、原作が翻訳されるケースが多い。
- [アキラ、ドカベン、あしたのジョー、いなかっぺ大将、ガキデカ、ののちゃん、メッタメタガキ道講座、吾妻ひでお、めぞん一刻、タッチ、美味しんぼ、三国志、課長島耕作、サラリーマン金太郎、綿の国星、TOKYO恋愛コレクション、東京大学物語、誘惑の扉、よい子の性教育、コロコロコミック、小学三年生、ビッグコミック、ヤングマガジン、ヤングジャンプ、BE LOVE、花とゆめ、アフタヌーン、f、ドラえもん・めぞん一刻・ドラゴンボールZなどの海外版]

E) 濃い空気

- ・マンガの浸透度が広く、深いことも特徴。何でもマンガにする。空気のような存在。
 - ・政府PRも、法令の解説書も、家電の取扱説明書も。
 - ・科学や歴史を学ぶのも。世界の古典文学も哲学も。
 - ・私は中学卒業まで、理科はマンガだけで勉強した。
 - ・日常生活でも、他国に比べおそらくマンガで表現する場面が多い。
 - ・コミケ：恒例のマンガバザール、マンガ祭。
 - ・子供から大人まで、マンガを読みたがる、かきたがる。
- [政府広報パンフ、法令解説書、家電マニュアル、安寿と厨子王、バカボンD、栄光なき天才たち、マンガ日本経済入門、フロイト 1/2、地球のひみつ、宇宙のひみつ、昆虫のひみつ、ドラえもん列車、ポケモンジェット、コミケ風景]

3 アニメ

A) アニメも好き

- ・アニメも好き。こんなによく見ている。
- ・市場規模はアニメと映画で同程度。

(Anime vs Film = ¥159B vs ¥170B)

(Titles of products 2000 : Anime 7362, Music 5984, Film 3253)

- ・テレビ視聴率が問題。
- ・日本の日常生活を描く「サザエさん」の視聴率 28%は、2000 年米国のサバイバー 2 と同程度。

- ・サザエさんはこれを 30 年以上維持。日曜夕刻の 30%は、全国民に近い。
 - ・パパママじいさんばあさん子供に孫、全員がみている。
 - ・しかも、ひごろ誰もサザエさんのことなど話題にしない。空気である。
- [ポケモン、ドラゴンボールZ、セーラームーン、サザエさん、データ]

B) Japanimation

- ・日本のアニメは **Japanimation** と総称される。
- ・アメリカのアニメと比較すると、
 - アメリカは劇場用。ハリウッド。日本は日本はテレビアニメが中心。
 - アメリカは子供向け。日本は青年向けが多い。
 - アメリカは 1 話完結。日本は基本的に長編。ドラマ。

[ミッキーマウス、101 匹わんちゃん、ピーターパン、シンデレラ、アンパンマン、おじゃる丸、キャプテン翼、エースをねらえ！、うる星やつら、キューティーハニー、ハンナバーバラ作品集、はじめの一步、銀河鉄道 999、ポパイ、トムとジェリー、宇宙戦艦ヤマトほか]

C) アメリカと歴史

- ・しかし、**Japanimation** もマンガと同様、アメリカの影響でスタート。
 - ・アニメ文化は両国とも似てきているが、技術は米国先行で、日本がすぐ吸収。
 - ・1920 年代後半に国産アニメが誕生。
 - ・60 年代に手塚がテレビアニメをスタートさせ、発達していく。
 - ・ただ、アメリカの技法を導入し、消化した基礎は、これもマンガと同様、12 世紀からはぐくんできた表現力。
 - ・「動き」を意識した絵と画面構成の工夫が歴史的に蓄積されてきた。
- [くもとちゅうりっふ、鉄腕アトム、信貴山縁起絵巻]

D) ハリウッド vs テレビ

- ・日本はテレビアニメが中心。もちろん、50 年代からマンガがポピュラーになり、そしてテレビが始まったことが大きい。
- ・もう一つの原因は、日本映画がテレビやハリウッドの影響でパワーダウンしてきたこと。
- ・アメリカは今もテレビを含めてコンテンツはハリウッド中心なのと対照的。
- ・同時に、創世記から独自の技法で非常に低予算でスタートした。
- ・テレビ局側にとって都合のいいコンテンツだった。
- ・マンガ、ゲームに比べ、クリエイターはあまりもうからない構造。
- ・手塚は一大産業を興したと同時に、その産業構造に影も落としている。

[宇宙エース、エイトマン、ゼロ戦はやと、宇宙少年ソラン、少年ケニヤ、オバケのQ太郎、鉄人28号、ワンダー3、リボンの騎士、巨人の星、国松さまのお通りだい、さるとびエッチちゃん、ハクション大魔王、みなしごハッチ、ムーミン、魔法使いサリー]

E) 国際展開

- ・国際進出は、アメリカよりヨーロッパが先行。70年代から人気。
- ・アメリカでは、日本のアクションアニメは暴力的として批判。
- ・以後「ポケモン」「ドラゴンボール」の時代まで空白に。
- ・フランスでも同様の批判。逆にそれが人気の秘密でもある。
- ・アジアでは生活描写がより自分たちに近いものが人気。

[キャンディキャンディ、アルプスの少女ハイジ、マッハGoGoGo、グレンダイザー、セーラーMoon、めぞん一刻、ドラえもん、母をたずねて三千里]

F) オタクと作家主義

- ・大人も見ようようなアニメは70年代から登場。
- ・テレビアニメ世代が成長したことが背景。
- ・作家、監督なども注目されるようになった。
 - ・宮崎、押井、庵野は、監督というアーティスト名で客を呼ぶ。
- ・声優もカルト的な人気を持つようになっている。
- ・顔を見たこともないアニメ専門の声優がCDのヒットを飛ばす。
- ・妙にディープな文化となっている。

[宇宙戦艦ヤマト、ゴルゴ13、エロアニメ、ナウシカ、トトロ、魔女の宅急便、宮崎、押井、庵野、大友、攻殻機動隊、パトレイバー、アキラ、エヴァンゲリオン、VOICE、Virtual IDOL、アニソン、國府田マリ子、フリクリなどなど]

4 ゲーム

A) ゲーム好き

- ・ゲームは日本もアメリカも好き。
(Sales in 2000: US--\$8.5B, JPN--\$4.7B)
 - ・どちらも70年代中盤に市場が成立し、ソフトも最初から international。
- [スペースチャンネル5、the house of the dead 2、データなど]

B) ハード

- ・アメリカはPCゲームも盛んなのに対し、日本はビデオゲーム中心。
- ・85年にアタリが失敗し、アメリカのビデオゲーム業界が消失したあと、任天堂・セガが登場。
- ・日本ではPC普及前にビデオゲームが普及。ハードではもうからず、ソフトでもうけるビジネス。
 - ・米ハードメーカーが参入せず、セガがハードから撤退し、任天堂・ソニーが垂直統合ビジネスを続ける理由。

[ファミコン、スーパーファミコン、ニンテンドー64、プレイステーション、プレイステーション2、ジェネシス、ドリームキャスト、ゲームボーイ、ワンダースワン、ゲーム店、ゲームセンターほか]

C) アメリカからの導入

- ・ソフトは、これもアメリカの技法を導入。
- ・シューティング、アクション、スポーツなどのジャンルが日米で成立。
- ・スーパーマリオもハリウッド的な作品。

[スペースインベーダー、みんなのゴルフ、グランツーリスモ、鬼武者、スーパーマリオなどなど]

D) 日本の特徴

- ・一方、日本では多様なジャンルが発達。マンガ、アニメの影響が大きい。
- ・ストーリー主導のRPG、恋愛シミュレーション、格闘、リズムアクション、育成、対話...

[クレヨンしんちゃん、アンパンマン、ドラゴンクエスト、ファイナルファンタジー、鉄拳、バーチャファイター、パラッパラッパー、たまごっち、ピクミン、シーマン、どこでもいっしょ、信長の野望、ときめきメモリアルなど]

E) ポケモン考

- ・ポケモンは、育成+コミュニケーション+RPGの性格を併せ持つゲームボーイソフト。
- ・育てる、集める、交換する、という子供の興味をひく3要素を綿密に計算したマーケティング成果。

・去年、モロッコの市場を歩いていたら、子供たちはみなピカチュウやリザードンのTシャツ。おじさんはポケモンの国から来たと言ったが、誰も信じない。

だってピカチュウはモロッコ人だから。

イスラムはポケモンに侵されている。イスラム圏でポケモン禁止令が出たのも理解できる。

- ・ポケモンはメディアミックスのモデルでもある。特に海外ではマルチメディアで展開。

日本ではゲーム→マンガ化→アニメ化で大ブレイク。

→さらにカードゲーム、ぬいぐるみ、おもちゃと展開。

・メディアミックスはマンガ発のモノが多いが、最初からアニメ、ゲーム、おもちゃへの展開を前提とした作品づくりが増えている。

- ・もはやわれわれは包囲され、侵されている。

[ポケモン・テレビ映像、ゲームボーイソフト、マンガ、ビデオパッケージ、カード、カード対戦会場、ぬいぐるみ、おもちゃ、コップ、腕時計、カメラ、シャーペン、まくら、リュック、パンツ、ポケモンジェット、遊戯王、ベイブレードほか]

5 リアル物語

A) ロボット

- ・コンピュータは、メインフレーム、パソコンを経て、ユビキタスの時代に突入した。
- ・コンピュータは解体され、あらゆるものに埋め込まれる。
- ・四角四面で高慢なコンピュータは、改心して、我々の友人になろうとしはじめた。
- ・近年ロボットが日本で発達しているのは、マンガの影響も大きい。
- ・ロボットはヒトの道具というより、友達、伴侶という認識が定着している。
- ・ロボットをペットにするのは、動物が飼えない日本の住環境も影響しているのかもしれない。
- ・景気が悪く、いやしを求めているのも背景かもしれない。
- ・ただ、17世紀には機械ロボットの全国ブームがあるなど、近代以前からロボットが身近な存在だったことも事実。

[ENIAC、アシモ、アイボ、プーチ、からくり人形、くいだおれ人形など]

B) 自販機ユビキタス

- ・身近といえば、自販機。日本は自販機大国。
- ・何でも自販機で買える。花も、米も、たまごも。
- ・日本はユビキタスの国で、800万の神々が身の回りに潜んでいると信じられている。
- ・川にも、木にも、石にも、畑にも、神が宿っている。たぶん自販機にもそれぞれ神がいる。
- ・これらをぜんぶネットでつないで、ユビキタスコンピューティングするプロジェクトもある。

[自販機のかずかずとその風景、あったかめんくい亭、おいしい水、ガチャガチャ、米、花、たまご、野原に放置された自販機など]

C) ケータイ

- ・ケータイを財布にして、自販機でコークが買える。
- ・ケータイはみんな持っている。

(Penetration US-54%, JPN-70%)

・アメリカでは、アニメやマンガは子供のもので、ケータイは大人のものだが、日本ではその逆で、ケータイは子供も持っている。

- ・そしてインターネットと結合し、ケータイは電話ではなく、新しいメディアになった。
- ・占い、デート、ゲーム、バンキング、ニュース、テレビ...
- ・若者は歩きながら片手の親指でブラインドタッチでメールを打つ。
- ・写真を撮ってメールする。

・日本の大学生は勉強しないことで有名。この間まで大学の授業は荒れ、教室はうるさかったが、今は静か。

- ・学生は座っているが、みな下を向いてケータイしている。
- ・体はそこにいるが、精神は外に出かけていて、教室は完全に崩壊している。
- ・夜中、電車がなくなると、恋人たちは、マンガ喫茶に行く。
- ・マンガ図書とビデオゲームとインターネットができる。
- ・別々にマンガをとり、黙ってマンガを読み、夜明けをまつ。隣り合って、ケータイでメールしながらコミュニケーションする。
- ・サイレントホラー。

[ケータイでコークが買えるプロジェクト、秋葉原、ケータイ機のかずかず、iMode サイト、J-phone サイト、AU サイト、街角利用シーン、ケータイを読むシーン、写メール、教室、電車、マンガ喫茶など]

D) ガングロ

- ・このような文化をリードしてきたのは、ティーンエイジャーの女性。
- ・平安時代（源氏物語、枕草子）以来、千年ぶりに日本が世界文化をリード。
- ・こいつらは、壊れている。
- ・彼女たちは、黒く塗って、隠したがっているのか？それとも、顕示したがっているのか？それとも、変身したがっているのか？
- ・20年ほど前、似たようなドゥワップ・グループがいた。なぜ「シャネルズ」なのかは知らない。

・壊れているが、購買力はある。「シャネル」で全身を覆う。

[ガングロ、山姥、シャネルズ、シャネラーなど]

E) 恋人のささやき

- ・ただ、こづかいの多くをケータイの通信料に使う。
だから日本のエンタテインメントの売り上げはクラウドイングアウト。

(Teen ager's allowance : Male-cellphone 29%, CD 15%, game 10%, Female-cellphone 34%, CD 10%, karaoke 9%)

- ・コンテンツにカネが回らず、ネット・インフラに取られている。

(Cellphone 98-¥6.0T, 99-¥6.8T, 00-¥8.1T, Manga 98-¥568B, 99-¥534B, 00-¥523B, CD 98-¥608B, 99-¥570B, 00-¥540B)

日本のコンテンツビジネスにとって、これが最大の問題。

- ・プロの作品が、恋人のささやきや友達とのチャットという身近なコンテンツに負けている。
- ・しかしそれは、日本の若い世代が誰でもウェブで情報発信する時代、P2Pの時代を先取りしているということ。

- ・そのコンテンツとしてのビジネスモデルが確立していないだけ。

[ガングロ、厚底、コスプレ、データ]

F) エンコーとラブホ

- ・だから彼女たちはいつもお金が足りない。
- ・夜の町に出たり体を売ったりしてかせぐ者もいる。
- ・コミュニケーションするために、体を張る。
- ・あちこちに城がある。
- ・ラブホは、セックスだけのためのホテル。日本の住宅事情を反映したもの。
- ・隠したり包んだりするのが日本の文化。
- ・このような行儀の悪いポップでぎらぎらした建築物も同居しているのが日本の文化。
- ・茶の世界と、豪華絢爛の安土桃山が同居するのが日本。

[イメクラ、ヘルス、都市の風景、夜、ラブホ外観、ラブホ内装、茶、花、安土・桃山城、金屏風、金の茶器、千と千尋]

G) チョベリバ

・そうだ、ガングロは、隠すのでも顕示するのでもない、コミュニティに忠誠を誓っているのだ。

- ・だから彼女たちだけに通じる符号がたくさんある。
- ・たとえば、チョコベリバ。Ultra Very Badの略。
- ・こうやって言葉を縮めるのが好き。
- ・アニメ、テレビ。イブサンローラン=イブサン。
- ・ブラピ。ネグロポンテ=ネグポン。
ネグポンと書いたポロシャツを作った。
- ・スタバ。
- ・マクドナルド=マクド。マックではない。マックはコンピュータ。間違っではいけない。
- ・しかしビッグマックはビッグマック。
- ・いや、ダブルビッグマックはメガマック。
- ・これがギガマック。テラマック。ペタマック。エクサマック。ゼッタマック。ヨッタマック。
- ・日本のウェブサイトには、へんなお笑い系がたくさんある。
- ・B2CやB2Bは苦手だが、お笑いとおエロは得意。

[ガングロ、チョコベリバ、アニメ、テレビ、イブサンローラン、ブラッドピット、ネグロポンテ、スターバックス、マクドナルド、マッキントッシュ、メガマックなど、カップヌード、侍魂その他]

H) 2ch文化

- そんなサイトをみんなが作る。P2Pになる。大衆の表現能力が重要になる。
- 日本では、2ch という名の BBS が巨大化し、大変なパワーを握っている。
- 匿名により言いたい放題の無法地帯。
- 例年の TIME が選ぶ「今年の人」。
昨年年末の結果、2位は、オサマ・ビン・ラディン。
1位は、田代まさし。断然トップ。
田代まさしは、テレビタレントで、昨年痴漢行為を働き、有罪になった。
- TIME で1位になったのは、2ch の呼びかけによる日本人のジョークの投票が原因。
TIME はこのページを削除した。2ch は TIME を凌駕した。
なお、田代まさしは、さきほどの「シャネルズ」の元メンバー。
- 日本キッズは、これからこういう迷惑な情報を世界中にまき散らしていく。
- インターネットを世界に普及させるというアメリカの戦略はそういう結果を招く。
[2ch、ビンラディン、田代まさし、バカ殿、シャネルズなどなど]

6 So What ?

A) 負け組

- マンガやアニメやゲームは国際的に競争力がある。
だが、国際的にダメな分野も多い。
- 映画は、黒沢、溝口、小津の後、この 30 年以上にわたる凋落。
さいきん、北野武やアニメの宮崎らがようやくヨーロッパで評価を受けた程度。
- ポップミュージックも国際的に通用するものが乏しい。
戦後アメリカのポップスを輸入して、それからオリジナルな歌謡曲を作ってきたが、国際舞台で知られているのは坂本龍一と少年ナイフ程度。
• テレビも同じ。アメリカのドラマやクイズなどの番組を輸入したり真似たりしてきた。
だが輸出はわずか。最近ようやく企画ベースで海外市場に売りに出るものが見られるように。
- これら分野はアジアでは人気が高く、商業的にも成り立つが、欧米には浸透しない。
言葉の問題、顔や姿の見た目の問題、などがあるのは当然。
[小津、黒沢、溝口、阪本、少年ナイフ、料理の鉄人など]

B) ハードソフト

- だがそれだけではアニメやゲームとの違いを説明できない。
おそらく、産業構造の違いも原因。
- 単純に言えば、マンガやゲームは、クリエイターがどかんともうかる構造。
ヒットさせればフェラーリに乗って別荘で遊べる構造。
逆に、映画やテレビは、クリエイターがもうからない。黒沢はずっと貧乏だった。
- ハードとソフトが分離しているかどうか、ということもできる。
コンテンツの制作と、流通が分かれているかどうか。
マンガ家やゲーム作家は、出版社やソニーから独立している。
映画監督やポップミュージシャンの多くは、流通・興業のお抱えで、サラリーマン。
[フェラーリ、バハマ、クルーズなど]

C) アメリカ輸入と独自発酵

- ・このほか、日本の特徴をまとめてみる。
- ・まず、出自は海外文化の流入が大半だということ。
それが日本国内で取り入れられ、独自発酵を加えたモノ。

[ミッキーマウス、スーパーマンなど]

D) 大衆文化性

- ・そして、日本の文化は大衆文化だということ。
これは日本がポップカルチャー好きということと同義。
- ・その源は、コンテンツの制作能力というより、オーディエンスの厚み。
大人がマンガをむさぼり読み、子供がケータイメールする国民訓練。
これは P2P 時代になって力を発揮してくると考える。

[ゲーム、カラオケ、ケータイなど]

E) こども

- ・際だった特徴は、こどもがお金を持っていること。
欧米に比べ、可処分所得が多いと思う。
- ・日本の子供は、親に隠れて子供どうして遊びに行くし、自分でほしいものを買う。
アメリカの子供に比べ、親のコントロールが効いていない。
- ・家族制度やコミュニティのあり方に起因する。
大人と子供の社会が分化しておらず、主従関係にない。

[こどもゴルフなど]

F) 擬人化

- ・擬人化が好き。何でもキャラクター化する。
- ・一神教と多神教の違いが関係しているかもしれない。よくわからない。

G) エロと暴力

- ・エロと暴力が偏在している。
- ・ヘア禁止。警察の取り締まりは厳しい。
ところが、マイルドなエロは、新聞にも、ビジネス週刊誌にも、街角にもコンビニにも氾濫。
- ・なぜだかわからない。

[エッチ本、エッチフィギュアなど]

H) Join us

- ・このプレゼンは、領事館から要請され、あわてて準備した。
調べたところ、日本のポップカルチャーを体系的に総合的に分析したものがほとんどないことがわかった。
- ・そして、日本はわけがわからないことがよくわかった。
検証すべきテーマがたくさんある。
- ・だから、これをきっかけに、研究プロジェクトを始めようと思っている。
日本の専門家たちとコラボレートする。
日米のポップカルチャー構造の比較分析をしたい。
- ・もし興味のある人がいれば、連絡して。