

修士学位請求論文要旨

1980年代初期の中国における日本のアニメーションおよびマンガの進出について  
— 『鉄腕アトム』を中心に —

国際日本学研究科  
国際日本学専攻  
ポップカルチャー研究領域  
呂悦 4911141004

## 研究背景

中国において、日本のアニメーションやマンガはこれまで、テレビ放送や海賊版出版物、インターネットでの違法アップロードなど、さまざまな経路により流入してきたが、近年はインターネットでの正式配信が主流になってきている。2011年から、中国の大手動画サイトは数々の日本のアニメ作品の配信権を購入し、字幕付きで中国の視聴者に無料配信を行っている。配信されるアニメ作品は、タイトルや話数によっては再生数が1億回を超えることも珍しくない。一般論として、日本のアニメーションは中国で人気を博している、と言えるだろう。そしてそのような人気は、1980年代に日本のアニメーションが中国のテレビで放送され始めた時から、継続して見受けられ、この間、中国国内で制作されるアニメーションにも影響を与えてきた。

1980年代初期の中国には、文化大革命が終わり、改革開放政策の下で、それまでになかった文化や産業を受け入れようという気運があった。そのような状況の下で、数多くの日本のテレビアニメが中国で放送された。その中でも最初に中国で放送されたのは、日本初の本格的なテレビアニメシリーズとされるモノクロ版の『鉄腕アトム』である。日本では1963年に放送開始され、シリーズ最高視聴率は40.3%（第56話）を記録している。そのモノクロアニメ版の『鉄腕アトム』が中国全土で放送され、後に、マンガの『鉄腕アトム』（本文で詳述するが、手塚の原作マンガを大幅に編集したもの）も中国で出版された。そして『鉄腕アトム』に続き、日本のアニメーションやマンガが次々と放映・出版されることになったのである。

日本のアニメーションやマンガの中国進出に関する研究は、既に数多く存在する。しかしそれらは、日本製のアニメが人気となった状況の分析やコンテンツの需要、海賊版出版物の影響など、産業的・商業的な関心に基づくものがほとんどである。したがって日本のアニメーションやマンガが中国において放映・出版されることになった歴史的な経緯については、まだ十分な研究がなされているとは言い難い。本研究はこの、『鉄腕アトム』の中国における放映・出版に焦点を合わせ、資料調査並びに関係者に対する聞き取り調査という2つの調査方法を通じて、日本のアニメーションおよびマンガの中国への最初の進出の過程やその歴史的背景を明らかにすることを目指すものである。

## 仮説

『鉄腕アトム』の中国進出に関して、原作者である手塚治虫は、朝日新聞に寄稿したエッセイにおいて、その経緯や放送状況を述べている。手塚治虫は原作者であり、当時は関係者として各所と関わっていたため、手塚エッセイ集に記述された下記の経過が、他の記述よりも、より事実在即していたと仮定し、以下の仮説を設定してこれを検証する。

〈中国で初めて放送された日本のテレビアニメ『鉄腕アトム』は、三京企画が計画し、中国系の代理店である向陽社経由で放送が実現し、日本企業のCM付きの番組提供という形式で、1年間に渡って放送された〉

## 研究方法

本研究は、資料調査と当事者に対する聞き取り調査の2つを主軸にして行う。

資料調査は、主に『鉄腕アトム』およびその後の『ジャングル大帝』の中国進出に関する資料の収集によって行う。資料調査の目的は主に2つある。1つは、資料中に書かれている『鉄腕アトム』の進出に関係した人々を探り出し、聞き取り調査が可能な相手を特定することである。2つ目は、仮説の検証に貢献する情報、または聞き取り調査の補助となるものを集めることである。

聞き取り調査は資料調査の結果をもとに、広告代理店や、虫プロダクション、手塚プロダクションなどの関係者に連絡を取り、インタビュー形式で行う。聞き取りに際しては対象者の許可を得て会話をすべて録音し、後に録音の内容を文字起こししたものを本文に付録として収録した。聞き取り調査は、先行研究や資料には十分に書かれていないことを、関係者の証言を通じて明らかにすることが目的である。

また、調査後に以上の調査結果に基づく分析を行う。関係者の証言の曖昧な部分や矛盾する部分に関して、複数の証言や文献を照らし合わせることによって、より事実としての確度が高い内容を抽出することを試みる。

## 研究結果

本研究の調査結果によって浮かび上がった、1980年代初期の中国への『鉄腕アトム』の進出の経緯を、図示する(図1)。

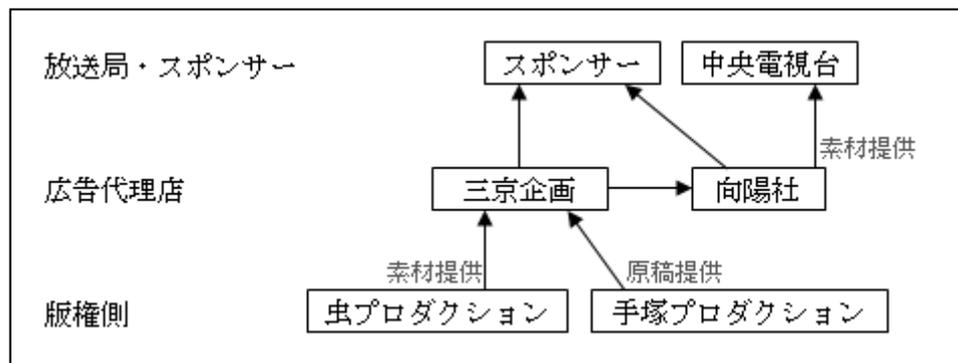


図1：1980年代初期における中国のアニメーション、マンガ進出関係図

『鉄腕アトム』の中国進出に関わった広告代理店は2社ある。主な活動もこの2社を中

心に行なわれた。

広告代理店三京企画は、萬年社という広告代理店に務めていた木村一郎が作った会社である。モノクロ版の『鉄腕アトム』が日本で放送された時、その広告業務を担当したのは萬年社だった。中国で最初に放送された日本のテレビアニメーションとなる『鉄腕アトム』の中国進出を企画したのは、この三京企画の木村一郎である。しかし、木村一郎はその時は中国との繋がりがなかったので、中国で広告事業を展開している向陽社にこの企画を提案した。中国の中央電視台での放送が決まってから、三京企画は中国での『鉄腕アトム』の放送権を虫プロダクションから購入する契約を結んだ。フィルムや台本などの放送素材は、向陽社を通して中央電視台に渡された。

広告代理店向陽社は、『鉄腕アトム』の進出前から、既に雑誌、新聞、ネオンサインなど、さまざまな広告を展開していた。向陽社は中央電視台に対してもテレビCM放送について提案したことがあったが、その際は受け入れられなかった。そこで、社長の韓慶愈は直接CMのみを放送させるのではなく、CM放送を条件とした、CMとアニメーションとをワンセットにした番組の無料提供という方式を考えた。この方式は現在でも一般的であるが、テレビCMが解禁されたばかりの中国にとっては全く斬新な方式だった。韓慶愈は旧友であった中央電視台の副台長に直接提案し、中央電視台の内部で検討された結果、『鉄腕アトム』を中国で放送することが決定された。その決定にともなってスポンサーが必要となり、三京企画と向陽社が日本でスポンサー探しを行った結果、『鉄腕アトム』が最初に放送された時には4社がスポンサーとして参入した。

1980年12月7日から、モノクロ版の『鉄腕アトム』は中央電視台の総合チャンネルで、週1回の放送が始まった。放送は1981年12月6日まで続き、1年間にわたって52話が放送された。『鉄腕アトム』に続き、『ジャングル大帝』が26話放送された。放送期間は1982年1月3日から1982年6月27日までである。『鉄腕アトム』と同様に、三京企画と向陽社経由で放送が実現し、週1回放送された。

『鉄腕アトム』の放送後間もなく、中国伝統の連環画の判型を採った、全15冊の『鉄腕アトム』の中国版マンガが出版された。これは版權者側の了承なしに、科学普及出版社という所から無断で出版されたものである。アニメーションの人気に乗じて、このマンガは多くの人に読まれるようになった。中国版『鉄腕アトム』は日本版の原作をもとに作られていたが、判型に合わせた改編にともない、原作者から見て内容的にも多くの問題を含むものとなった。そこで、『ジャングル大帝』のアニメーションの中国での放送が進められる中、手塚治虫や手塚プロダクションの人々は原作者自身の手による作品を、中国の人々にも見せたいという動機のもとに、連環画の判型に合わせた『ジャングル大帝』の原稿を制作した。その後、全6巻の構成で『ジャングル大帝』のマンガが中国で出版された。

以上のことから、本研究で設定している仮説が事実により即していることを確認することが出来た。