

【研究発表概要】

人気漫画『DEATH NOTE』にみる 加速するメディアミックス状況

武内 佳代

大場つぐみ原作、小畑健作画による『DEATH NOTE』は、2003年12月から2006年5月までの約二年半、日本で最も有名な漫画雑誌「週刊少年ジャンプ」に連載され、現在、コミック本の発行部数が約2100万冊を超える大ヒット漫画である。すでに完結しているにもかかわらず、とりわけ今年2006年に入り、『DEATH NOTE』は、出版社などによるメディアミックス戦略によって加速度的にファン層を広げている。

はじめに、あらすじを紹介しておこう。

主人公の天才高校生・夜神月(Light YAGAMI)は、ある日、死神が落とした「デスノート(Death Note)」を見つける。「このノートに名前を書かれた人間は必ず死ぬ」というデスノートを使って、月は、犯罪のない理想の世界を創るため、世界中の犯罪者に死の制裁を下しはじめる。世間はその目に見えぬ制裁者を「キラ(KIRA)」(Killerに由来)と呼ぶようになる。犯罪者たちの連続死に不審を抱いたICPOは、「L(エル)」という謎の天才探偵に調査を依頼。二人は、各国の政府・警察・マスコミなどを巻き込みながら、息をもたせぬ頭脳戦を開始する。果たして月＝キラは、世界を救う救世主となるのか、それとも独裁的な殺人者として抹殺されるのか――。

この社会派の漫画について、もちろん倫理学・ジェンダー研究・文学理論といった様々な切り口から分析することは興味深い。だが、ここでは、作品の内部に注目するのではなく、むしろ、この漫画を取り巻く現状について触れてゆきたい。というのは、そこから、サブカルチャー分析における重要な視点が抽出できると考えるからだ。

さて、『DEATH NOTE』は、とりわけ今年6月の実写映画(前編)の大ヒットによって〈デスノート現象〉を巻き起こしたとされる(画像資料1)。この映画の成功により、再び原作コミックスが飛ぶように売れはじめることになる。そして、まさに今日11月3日、はやくも映画の後編が、日本、香港、台湾で同時公開されることになっている。

(画像資料1)



(C) 大場つぐみ・小畑健/ 集英社 (C)2006「DEATH NOTE」FILM PARTNERS

ところで、こうしたヒット映画と互恵的に、ほかにも、多様なメディアミックスが立て続けになされた。今年3月、映画の前売り券が、日本映画界初の完売を記録すると、『DEATH NOTE』出版元の集英社は、4月に7つのグッズが入った高価な「デス・ボックス」を売り出す。ほかにも、この6月以降、キャラクター商品・関連本などは多く出回ったが、画像資料には代表的なものとして、トレーディング・カードや、サウンド・トラック CDなどを挙げておく(画像資料2)。

(画像資料2)



(C) 大場つぐみ・小畑健/ 集英社

さらに、8月にはライトノベル（主に十代の若者の間で流行している、漫画・アニメ風のイラストを配した娯楽小説）の人気作家によってノベライズがなされ、9月・10月には、テレビでアニメや映画前編が放映される。とくにこの家庭単位に向けられたテレビ放映によって、認知度が大幅に拡大したことは想像に難くない。現在、これらのDVD化、およびゲーム発売なども予定されている。このように、『DEATH NOTE』は、今春以降、積極的なメディアミックスの展開によって、そのファン層を急速に拡大してきている。

しかし留意すべきは、こうした〈デスノート現象〉からは見えてこない別のファン層の動きがある、ということだ。それは、おもに「同人誌（Dojinshi）」と呼ばれる、漫画・アニメなどの二次創作物（パロディ）を楽しむ、いわゆる「おたく（Otaku）」などの熱狂的なファン層の動向である。

（画像資料3）



『DEATH NOTE』の同人誌は、その連載時から数多く流通していた（画像資料3）が、2005年以降、漫画の主要人物の死が引き金となり、同人誌ファンは一気

に減少している。つまり、現在のメディアミックス状況下で、一般的なファンが急速に膨れあがる一方で、じつは、その水面下で、熱狂的なファンは急激に減少しつつあるのだ。

ここから言えることは、もし私たちが、『DEATH NOTE』の周辺について、現在の加速度的なメディアミックスが生成する〈デスノート現象〉という文化現象の表層にしか目を向けられない場合、いわゆる「おたく」などの分厚いコアなファン層の動向を取り逃がすおそれがあるということだ。事実、現在、『DEATH NOTE』の人気をマスコミが取り上げる場合、そうしたファン層の存在はつねに不可視化されている。Handoutなどに挙げた無数の二次創作が示すように、一般のファンにくらべて、二次創作物を愛好するファン層のサブカルチャーへの情熱は、極めて熱っぽく、また、多様性に満ちている。そして、その多様性のうちには、水面下でこそ発露できる、ファンたちの正直な欲望のかたちが色彩豊かに映し出されているといっている。それゆえに、このファン層の動向は、漫画ばかりではなく、あらゆる日本のサブカルチャーを支える現在の日本人の欲望のかたち（意識／無意識）を把握するうえで、決して無視できるものではない。どの国の文化を分析対象にする際にも当てはまることだが、〈ファン〉と呼ばれる者たちの欲望のかたちはつねに一律ではないという認識は、より正確にその国の文化現象を把握するうえで、重要な前提となるにちがいない。以上、本報告で述べてきたような、反比例の動向を示す『DEATH NOTE』の二つのファン層のズレの様相が、そうした想像力を喚起する一助になれば幸いである。

【付記】

*本報告中の画像資料は、発表で使用した画像の一部である。

*本報告で言及のある Handout（日本語／英語）については、煩雑さを避けるため、ここでは割愛した。

たけうち かよ／お茶の水女子大学大学院 人間文化研究科 国際日本学専攻