

令和 3 年 8 月 20 日現在

機関番号：64302

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2018～2020

課題番号：18K11833

研究課題名（和文）戦時下の〈二次創作〉と〈共栄圏〉メディアミックスの研究

研究課題名（英文）"Alternative Fiction" and the "Co-Prosperity" in Wartime Japan: Media Mix Research

研究代表者

大塚 英志 (OTSUKA, EIJI)

国際日本文化研究センター・研究部・教授

研究者番号：20441355

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,400,000円

研究成果の概要（和文）：メディアミックスなる語は戦後の造語だが、その提唱者らは戦時下の国家広告の理論化を行った報道技術研究会等の広告関係者で、彼らが戦後その枠組みを黎明期のテレビを軸とする広告理論として援用した。大政翼賛会は「翼賛一家」というキャラクターを用い、大東亜共栄圏の最小単位である隣組のプロパガンダを、日本国内だけでなく「外地」、即ち台湾・朝鮮・上海・華北・満州で、現地に派遣されたまんが家、外地出身のまんが家を起用しトランスメディア展開をした。朝鮮では「翼賛一家」の現地事情に合わせたローカライズ作品「金山一家」を制作した。その過程で各地に漫画家協会を組織化、宣伝工作用まんが家の育成のための教育も行われた。

研究成果の学術的意義や社会的意義

現在のアニメ・まんが・ゲームなどメディア産業に広汎に用いられるビジネスモデルであるメディアミックスの様式や考え方が、従来研究では名称の使用にとらわれ、戦後起源とされてきたが、戦時下に理論化、実践されたプロパガンダ技法であることを明らかにした。特に現在の「版權」のもとに、作り手や二次創作者の参与を統治するというビジネスモデル自体が、戦時下プロパガンダのフレームであり、その対象は「外地」に及び、大東亜共栄圏の形成に寄与するための戦時下のクール・ジャパン政策とさえ形容できる性格のものだと示した。そのことを通じ、一見、非政治的に見えるメディア理論が、実は戦時下に通底する政治性を持つことを明らかにした。

研究成果の概要（英文）：The word "media mix" was coined after the war. However, its proponents were people involved in advertising such as the Press Technology Study Group, which theorized national advertising during the war. They quoted from this framework produced in the postwar period and used it as advertising theory in the early days of television. The Imperial Rule Assistance Association used the characters called "Yokusan Family" to bring the propaganda of the Tonarigumi, which is the smallest unit of the Greater East Asia Co-Prosperity Area, not only to Japan but also into the "outside areas", that is, to Taiwan, Korea, Shanghai, Huabei, and Manchuria. The dispatched manga artist and the manga artist from these "outside areas" were appointed to develop transmedia as means to spread the "Yokusan Family" propaganda. In Korea, it was produced a localized work, "Kanayama Family," which suits the local circumstances of "Yokusan Family."

研究分野：まんが表現史

キーワード：メディアミックス 大政翼賛会 報道技術研究会 翼賛一家 金山一家 植民地まんが研究 プロパガンダ クール・ジャパン

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属します。

1 研究開始当初の背景

「メディアミックス」という、1960年前後に形成された和製英語で示される広告及びコンテンツ産業に於けるマーケティング技術は、実践の場以外で議論されることは殆どなかった。「メディアミックス」を研究対象として「発見」したのはMarc Steinberg “Anime's media mix: Franchising toys and characters in Japan” (2012)であり、大塚英志は同書の日本語版(スタインバーグ,2015)刊行に当たって、自身の関与した角川書店に於けるメディアミックス資料やインサイダーとのヒアリングの場をスタインバーグに提供した。原著ではマテリアルを重視する方法論によって対象が1960年代・TVアニメ黎明期の「鉄腕アトム」に於ける「シール」を中心とする「ユビキタス的」マーチャンダイジングが中心的に論じられ、そこに新たに1990年代の角川メディアオフィスに於ける、TRPGの枠組を援用したトランスメディアストーリーテリングのケーススタディが加わる構成となった。追加部分は、企業としての角川書店がプラットフォーム化していく過程の興味深い報告となっているが、「それ以外」のメディアミックスへの言及がないとしばしば批判された。しかし、「それ以外」とは、戦後に於ける東映動画作品や円谷プロ作品などと児童向けまんが、及び、おもちゃ会社との連動からなる種々のマーチャンダイジングなど「戦後」の事象をもっぱら指し、それ以前、即ち、戦前、戦時下に遡っていないという批判は皆無であった。スタインバーグは、昭和初頭の「正ちゃんの冒険」の周辺で偶発的に起きたメディアミックスについて言及してはいるが、そのリサーチの対象や問題系は戦時下には及んでいない。

他方、戦時下プロパガンダ、あるいは大正後期の大衆メディアの「宣伝」に於ける多メディア展開の所在は、研究領域ごとに個別に指摘されてきた(佐藤2002、難波1998、志村2013)。また、本研究の基調を成す「翼賛一家」の事例もその概要については豊富な資料を踏まえ参加したまんが家のキャリアを丹念に追う在野の先行研究(桜本,2000)があり、アカデミックなまんが研究にも断片的言及がないわけではない。

そもそも、まんが・小説・映画・舞台などのトランスメディア展開も昭和初頭にはレーティンと化していた。

しかし、メディアミックスが「戦時プロパガンダ」の中核的な手法であること、そして同作が国家宣伝目的でトランスメディアストーリーテリングを想定して作られた事例として「翼賛一家」を検証する視座はなかった。同作は、大政翼賛会が「著作権」を管理し、アマチュアの「投稿」を含む複数作家、複数のメディア様式によるメディアミックスとして大政翼賛会の発足とほぼ同時に仕掛けられた。大塚は「翼賛一家」におけるスキームを改めて分析、自身がインサイダーとして関与した1990年代の角川メディアオフィスにおけるメディアミックスのスキームとの酷似を指摘、先行研究としてある戦時下プロパガンダ研究や、分断された戦時下メディア研究を接合する概念として「メディアミックス」の有効性を指摘した(大塚2017)。

「翼賛一家」の特徴は、現在で言う「二次創作」、即ち、受け手の創作的参加をトランスメディアストーリーテリングの一つに組み込む「ファン参加型」にあり、このような現象を扱ったファン文化論の初期理念として大塚、Henry Jenkinsの1990年前後の論考があるが(大塚1989、Jenkins1992)、大塚の論考が広告代理店向けのマーケティング理論であったのに対し、Jenkinsはファン参加文化に新しい政治参加の形を見出したこともあり、ゼロ年代以降、メディアミックスの一部と化している「二次創作」を「おたく」の文化生産への参加という文化の民主化論で捉えられる傾向が強く、その影響もあり、そのスキームが大政翼賛会の参加型動員と相似することへの批判的検証には乏しかった。

2、研究の目的

目的は3点。

一つめは、「メディアミックス」の「語」に留まらず、他メディアを接合し、トランスメディア的な情報発信を行う方法がいかにか戦時下、意識され、洗練されていったのか、その来歴を徹底して辿ることで、「戦後」、そして「1980年代以降」に議論と研究のスパンが留まりがちなアニメ・まんが研究に、「戦時下の歴史」を接合し直す試みとして、「メディアミックス」に於ける戦時下・戦後の連続性を明らかにすること。

二つめは、サブカルチャーやおたく文化が「研究」としてアカデミズム化することで領域ごとに分断され、また戦時下のメディア研究も映画・広告・文学などそれぞれの領域内に豊穡な達成がありながら、領域

を超えた研究の参照や調査さえ行われていない状況に対する処方箋として「メディアミックス」研究がある可能性を示すこと。まんが研究内で散発的にある「翼賛一家」への記述も、もっぱら「まんが」領域に言及が限定され、当時の新聞記事で確認し得る範囲でも、アニメ、映画、演劇、紙芝居、音楽などの多メディア展開が計画されていた様子がうかがえるが、全体像を俯瞰していない。また、それらを「繋ぐ」原理についても、露論として言語化された部分、されていない部分、プロパガンダとして実践された部分、頓挫した部分を含めて明らかにする。そのためには必然的に分断された研究領域を総合化する必要がある。

三つめは、予備調査で、「外地」新聞に「翼賛一家」広告が確認できているが、トランスメディアストーリーテリングが戦時下の場合、「内地」に留まらず、リアルタイムで拡大していく「外地」でも試みられたことへのアプローチ。つまり「大東亜共栄圏」を接合する方法論として「メディアミックスが援用された可能性があり、その検証。

以上の三つを介して、時代・領域・国/地域に分離されたメディア研究を接合し直す端緒とする。

3、研究の方法

徹底した一次資料の蒐集を以下の四つの論点において行う。

一つめは、「翼賛一家」をケーススタディとする可能性が高いので、国内に於ける「まんが」以外の領域の資料発掘を行い、いかなる領域で、誰によって、どの程度の期間、どのように、「それぞれの翼賛一家」がつくられたのか、国内での全体像の再構成のための調査を行う。

二つめは、「翼賛一家」の外地に於ける展開の具体的な作品や参加した媒体、作家などの一次資料の発掘。国内の図書館等からアクセスできない資料、電子化されていない資料へのアプローチを現地に赴き、外地日本語雑誌・新聞を手がかりに行う。

三つめは、「翼賛一家」以外の内地、あるいは内外地間での「メディアミックス」の事例を洗い直すこと。その場合、キャラクターやストーリーテリングといった枠組にとらわれない、多メディア展開による宣伝・プロパガンダの事例に目を向けることに留意する。

四つめは、多メディア展開、あるいは多様なメディアの接合といった「メディアミックス」に関わる根本的な思考そのものがいかに成立し、戦後に持ち越されたかを戦時下の国家プロパガンダ周辺の理論と実践に関わる一次資料から洗い出す。

4、研究成果

1、「翼賛一家」については、研究期間の後半がコロナで国内外図書館の調査が途中で困難となったが、上海・満州等で広告などが確認できた中国では、中国国家図書館（北京）、外書楼（上海）で、日本の国会図書館に所蔵されていない新聞を中心に調査した。また予備調査時点では痕跡の発見はできなかった韓国の国家図書館（ソウル）でも、マイクロフィッシュを中心に日本統治下の日本語、ハングルの双方の新聞・雑誌を調査した。

国内に於ける展開

従来知られていた新聞・雑誌等のまんがは、歌劇「朝日」「読売」「毎日（日日）」などの主要新聞、「アサヒグラフ」「写真週報」といった週刊誌のみならず、少女雑誌、婦人雑誌などの女性向けの媒体による比較的多く見られ、新聞連載も家庭欄に掲載が多く、主婦・女性向けの隣組を軸とした新体制生活のプロパガンダとして目論まれていることが資料から鮮明となった。まんが以外の領域としては、アニメ、ラジオドラマ、舞踏、国民歌謡、浪曲、新作落語、小説、紙芝居、あるいは玩具や子供用の浴衣生地にまで及び、脚本の公募のみで終わった映画を除き、その時点で存在したほぼ全てのメディア様式に及び、文字通り「メディアミックス」であったことが俯瞰できた。それが1940年11月から短期間で準備され、短期間で終了したという定説に対し、展開は1941年前半に集中するものの、それ以降の事例も多く確認できた。「翼賛一家」は、まんが連載が短期で終わることで作品的に失敗と見なされてきたが、翼賛会のプロパガンダのテーマが短期的なサイクルで入れ替わる中、翼賛会発足直後の最初の多メディア展開の実験として位置づけられるべきものだと評価できる。

「参加型」という問題

「翼賛一家」の特徴は翼賛会発足当時、「下意上達」「協同」などと呼ばれた参加型のプロパガンダである点

で、初代翼賛会文化部部长岸田国土の「素人演劇」の考え方が基調にある。まんがに於いて二次創作的な読者参加を試みたのは「朝日新聞」であり、同新聞は、関西以西では新日本漫画家協会メンバーによる、台湾を含む地域向け作品、東京版では「素人」投稿形式による作品掲載を行った。朝日の投稿募集記事からは「描き方」そのものがアマチュアの参加障壁を低くするべく設計されていた意図が読みとれる。この「素人」参加型動員は「構成演劇」用の脚本の所在や、特に人形劇に於いては、脚本・人形制作・上演の三種類のマニュアルが駅の売店等で広く販売されただけでなく、地方巡業を兼ねた「講習会」などでそのノウハウが啓蒙されたことを裏付ける資料が収集できた。翼賛体制下、標語、国民歌謡、国史さえ「投稿」によって応募されており、「素人」は動員のキーワードとあってさしつかえないが、「翼賛一家」に於いてはそういう「投稿する素人」の動員として投稿形式だけでなく、マニュアルの出版やノウハウの指導といった体制がナチスドイツの文化工作を参照しつつ、作られていたことが確認できた。

公開されていた手塚治虫の戦時下の私家版が「翼賛一家」の二次創作であったことも確認、「参加型」の実態が垣間見えた。こういった「素人」動員の枠組はファンの参加型文化性と近似しているが故に、そこは民主主義的な文化創造を夢見る議論とは対極にある。

このことは、ゼロ年代以降、「二次創作」を「協働」と形容する議論に於いて、その「協働」が「協同（働）主義」からの語の援用であることへの無自覚さを含め、参加型プロパガンダがSNSという「投稿」のインフラの普及とあいまって容易になった時代の参加型メディアミックスの政治的なリスクを示すといえる。

大東亜共栄圏のメディアミックス

予備的研究の時点で、台湾に於いて皇民化運動と結びつき、内地の「笑話運動」の台湾版として「ニコニコ共栄圏」の語さえ用いられたこと、外地居住者を含む複数のまんが連載と広告への援用があったことが確認できていた。上海・満州では単行本の広告、ラジオ放送が確認できていた。内地の主要新聞は地域版頁を外版に差し替え発行されているので、内地の掲載はそのまま転載されていた可能性が高い。

今回の調査で中国・華北に於いて日本語新聞『東亜日報』の陣中漫画欄で北京漫画協会との「合作」形式で特集が組まれていたことの詳細が新たに確認できた。

また大きな発見は、朝鮮に於ける「ローカライズ」である。即ち、「翼賛一家」そのものではなく、新たな朝鮮漫画人協会が設立され、「内地」家族「敷島一家」、創始改名した「外地」家族「金山一家」の二家族が設定され、愛国班（隣組）のプロパガンダ、及び、日本語の「教化」と結びつき、新聞、雑誌に複数の作家で多メディア展開されていたことを資料から確認できた。

これらの事例から「翼賛一家」は、外地で結成された漫画家協会を動員して、隣組を最小単位とする「八紘一宇」的な「家族」をアジア圏の支配の比喩とすること、より具体的な皇民化教育に用いることなどで共通の方向性を持つことが、暫定的に仮説できる。

地域間の「翼賛一家」がどこまで内地で一元管理されていたかを裏付ける資料は現状ないが、「翼賛一家」が、内地・外地を横断するメディアミックスとして目論まれ実践されていた事実が確認できた。

2、その他の戦時下メディアミックス事例としては以下のものが確認できた。

本研究の調査の過程で映画史家・牧野守氏所蔵の資料から、東宝プロデューサー松崎啓次が上海で文化工作として偽装中国映画制作を行ったことが詳細に裏付けられたが、その際、松崎は、一緒に行動した台湾出身の映画人・劉燦波の暗殺に遭遇、自らの文化工作の顛末を『上海人文記』（1941）としての出版、それを「原作」に劉の追悼映画として、成瀬巳喜男監督「上海の月」（1941）が中・日の合作としてつくられるという文化工作それ自体のメディアミックス的展開がなされた。同一の俳優によるラジオドラマが上海から日本向けに放送され、また中華電影会社の社員多田裕計が「大陸往来」1941年3月号に小説「長江デルタ」を発表、芥川賞を受賞するなど、「文化工作」そのものを題材にメディアミックスが行われた事例。

日米開戦の「十二月八日」を大詔奉戦日と定めた1942年初頭、「十二月八日」という日付を含む小説や詩、国民歌謡が同時に発表され、かつ、この日付のフォント統一まで目論まれる「日付のメディアミックス」が行われた事例。フォント選定の過程やフォント清刷りも確認できた。太宰の戦時下小説「十二月八日」もこの日付のメディアミックスの一環として考えられる。

1947 48年に内地・外地を中心に映画・演劇を中心に「桃太郎」メディアミックスが行われ、その中で柳田國男『桃太郎の誕生』の復刊や、アニメ『桃太郎 海の神兵』の制作が着手されている流れがあること。

このように「メディアミックス」の連動の範囲は一見すると無関係に見える文学作品や民俗学上の著作の刊行のタイミングと正確に一致し、「ユビキタス化」(スainバーク2015)しているだけでなく、メディア間の連動が意識されない形でリンクする「ステルス化」している戦時下メディアミックスの特徴が明らかとなった。

3、メディア理論としての「編集」

複数のメディア・表現形式の接合は、板垣鷹穂、堀野正雄の写真論で萌芽し、報道技術研究会の理論的中心となっていく今泉武治によって広告理論へと援用され、「編集」概念に収斂していくことが、今回入手した今泉の1930年代後半のノートや切り抜き、写真アルバム、報道研究会機関誌全巻からその筋道を辿ることが可能であることが見えてきた。報道研究会は、翼賛体制の下、領域ごとに表現者の統一的組織が作られる中、各領域を国家宣伝のために接合していく思考と方法を発展させたグループであり、そのメンバーの一部によって戦後、「メディアミックス」の語の使用が始まっていく。このような戦時下・戦後の連続性は事実としても確認できた。

「鉄腕アトム」が「まんがのメディアミックス」でなく「アトム」という宣伝のアイコンを、メディア様式を横断させることで行うユビキタス的「宣伝」である、という本質がこれらの文脈から改めて鮮明となり、黎明期のTVアニメの主人公が「スポンサーのアイコン」として提示されたことの意味も再確認でき、スainバークの研究に歴史的裏付けも可能となった。

4、今後の課題

「翼賛一家」については「内地」で地方紙、「外地」では旧・満州の調査が実行できておらず、今後、全体像の捕捉、修正が予想される。現在のトランスメディアストーリーテリングやキャラクターマーチャンダイジングの先入観からは見逃してしまう、ステルス化されたメディアミックスについては、戦時プロパガンダの新たな特性としてより詳細に検証が必要である。

メディアミックス的思考が戦時下に成立、戦後に展開し、想定外分野・表現者を結びつけ、「大東亜共栄圏」を結ぶ手法としても意識されたその概要は明らかになった。メディアミックス研究が分断された「知」の再統合で初めて可能になることが確認できたのが何よりの収穫である。

【参考文献】

- Jenkins, Henry . “Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture. Studies in culture and communication.” Routledge ,1992
- Marc Steinberg “Anime's media mix: Franchising toys and characters in Japan” 2012, U of Minnesota Press
- マーク・スainバーク(著),大塚英志(監修),中川譲(翻訳)『なぜ日本は メディアミックスする国なのか』2015,KADOKAWA
- 大塚英志『物語消費論』1989,新曜社
- 大塚英志「戦時下のメディアミックス 『翼賛一家』と隣組」大塚英志編『動員のメディアミックス 創作する大衆 の戦時下・戦後』2017,思文閣出版
- 桜本富雄『戦争とマンガ』2000,創土社
- 佐藤卓己『『キング』の時代 国民大衆雑誌の公共性』2002,岩波書店
- 志村三代子『映画人・菊池寛』2013,藤原書店
- 難波功士『撃ちてし止まむ 太平洋戦争と広告の技術者たち』1998,講談社

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計1件（うち査読付論文 0件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 0件）

1. 著者名 大塚英志	4. 巻 4
2. 論文標題 「外地」の翼賛一家	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 TOBIO Critiques	6. 最初と最後の頁 61-81
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計2件（うち招待講演 2件 / うち国際学会 0件）

1. 発表者名 大塚英志
2. 発表標題 メディアミックスの起源
3. 学会等名 日本デジタルゲーム学会（招待講演）
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 大塚英志
2. 発表標題 『翼賛一家』とメディアミックスの日本ファシズム起源
3. 学会等名 SGRA チャイナ・フォーラム（招待講演）
4. 発表年 2019年

〔図書〕 計3件

1. 著者名 大塚 英志、牧野 守	4. 発行年 2018年
2. 出版社 星海社	5. 総ページ数 464
3. 書名 手塚治虫と戦時下メディア理論 文化工作・記録映画・機械芸術	

1. 著者名 大塚 英志	4. 発行年 2018年
2. 出版社 平凡社	5. 総ページ数 304
3. 書名 大政翼賛会のメディアミックス	

1. 著者名 大塚 英志	4. 発行年 2021年
2. 出版社 筑摩書房	5. 総ページ数 352
3. 書名 「暮し」のファシズム	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------