

中国「80后」世代にとっての日本アニメ

須 藤 健 太 郎

Japanimation in the eyes of the “post 80s generation” in China

SUDO Kentaro

Abstract

In recent years, Japanimation, which has been well received around the world, has grown into a powerful wave and given birth to a growing number of “otaku”, and China is no exception. At the same time, the Chinese and Japanese governments have also felt the power of this trend. A range of policies and regulations have emerged one after another regarding creation of national brands and revitalization of industry. However we must admit that some difficulties still exist in implementing those policies, because it is the anime fans themselves who create the Japanimation trend.

Why is the China’s younger generation so deeply fascinated with Japanimation? Let us use the Japanimation fans’ view of Japan and their real feeling on Japanimation as the starting point in exploring the psychological realm of Chinese youth.

はじめに

2008年夏開催のヴェネツィア映画祭では、コンペティション部門に日本映画が3作品もノミネートされた。これは異例なことだという。そのうち二つの作品が、アニメーション映画である¹⁾。国内でも日本映画興行収入ランキングの上位は、アニメ作品がずらりと並ぶのが近年の傾向となっている。

こうした日本のアニメ映画、テレビのアニメ番組が、「ジャパニメーション」と呼ばれ、世界中の若者から支持されていることは周知のとおりである²⁾。単にアニメを鑑賞するばかりでなく、フィギュアをはじめとする様々な関連グッズを買い集めたり、自身もキャラ

¹⁾ 押井守「スカイ・クロラ」、宮崎駿「崖の上のポニョ」の2作品。

²⁾ 経済産業省（2005）によれば、「世界のテレビアニメ放送の6割は日本製」であるという。

クターになりきるコスプレに夢中になったりと、日本アニメのグローバルな普及は、日本国内とはほぼ同様に、「オタク系文化」の広がりをも見せている。

中国も例外ではない。多くの若者が日本のアニメを愛好している。アニメ視聴をきっかけとして、日本語を学び始めた学生も少なくないという。日本アニメが絶大な人気を博し、オタク的嗜好をもつ若者も増えていることは、他の国々と変わりはない。しかし一方で、中国の場合には、日本アニメがもたらした、現代の中国ならではの問題も浮き彫りになってきているのである。

本稿では、アニメオーディエンスとしての中国の若者を取り巻く環境と、日本アニメが彼／彼女らに及ぼした影響を考えてみたい。

I. 中国における日本アニメ視聴のツール

国際交流研究所が実施した2002年集計のアンケート調査によると、中国で日本語を勉強している学生の16.2%が、「日本語学習のきっかけ」として「日本の漫画、アニメ、テレビドラマ、ゲーム、映画、歌などが好き」だからと回答している。(国際交流研究所(2002)) 筆者は、2004年から中国天津市の大学で教鞭を執っているが、現場での感触から言っても、日本語を学んでいる学生は、確かに日本アニメをよく見ている。この調査は、正規の大学、大学院の学生を対象としたものであり、近年順に増加している民間の語学学校、成人教育機関や大学の夏期・冬期講習などの方が、アニメ・漫画などをきっかけとして日本語を学び始めた学生の比率は、高くなるであろう。

中国での日本アニメ視聴のツールは、海賊版DVDとインターネットの動画サイトからのダウンロードである。もちろんテレビ放送もあるが、後述のように、中国政府の強い規制により現在の中国では、日本アニメ視聴の主要メディアとなっていない。

海賊版は中国で「^{ダオバン}盗版」と呼ばれ、DVDは一枚4～5元程度(約60～75円)で手に入る。では、どのような場所で購入が可能なのであろうか。筆者の住む天津を例にとれば、「ミニ秋葉原」といった風情のIT街で、パソコン、携帯電話、電機部品などに混じって並べられていたり、道端の屋台(日本のお祭りの屋台風のものや、リヤカーの荷台を利用したものなど、スタイルは様々)、果ては大学構内の書店、売店でも平然と売られていたりする。遠藤(2008)では、北京の地下道で、警察の摘発に備え、いつでも素早く逃走できるよう、地面に敷いた布の上にDVDを並べて売る露天商からの海賊版DVD購入体験が紹介されているが、売り手も買い手も、もっと堂々としているケースは、いくらかもある。こうしたところの商品は、粗悪なビニール袋に入った、一見してそれと分かる「B級海賊版」であ

るが、音楽CDの専門ショップなどでは、見栄えのいいプラスチック製のケース入りで、「正規版」のホログラムシールまでついた「A級海賊版」が出回っている³⁾。「B級」に比べ値段はやや高めである。

海賊版取り締まりよりも、むしろ正規版日本アニメの輸入制限の方が厳しく、人気タイトルでも正規版DVDは、購入不可能となっている。そんな中、輸入制限が強化された2006年以降、唯一当局から輸入が認可された「テニスの王子様」（中国名：「網球王子」）だけは、正規版DVDが6万巻売れ、正規関連グッズ販売も好調であり、すでに7,600万元（約12億円）を売り上げているという⁴⁾。これまで多くのアニメファンは、よほどのマニアでない限り、「B級海賊版」で十分満足していたところが、コアなファンの増加とその消費購買力の向上により、アニメ視聴のツールにも変化の兆しが見え始めているようである。

一方のインターネットの動画サイトは、日本からの視聴者も増えている「土豆網」、「優酷網」をはじめ、大小様々なサイトが無数に存在する。DVDに比べ、タイトル数も豊富である上、日本とのタイムラグをほとんど感じさせずに、最新の作品がアップされる。サイトには、アメリカや中国国産のアニメもあるが、圧倒的大多数は日本のアニメである。「崖の上のポニョ」（中国名：「懸崖上的金魚姫」）も、海賊版DVDの登場より早く、2008年7月19日の日本での劇場公開開始から1週間余りで、中国の動画サイトに全編がアップされた⁵⁾。

テレビ放送の人気アニメ、ドラマの場合、日本での放送から3、4日ほどで、中国語字幕付きがアップされる。驚異的なスピードでの字幕製作は、その早さと引き換えに、翻訳の質が犠牲となっているのも事実である。セリフの誤訳と省略により、ストーリー展開が正確に追えなくなってしまうケースも珍しくない。もとより海賊版なのだから仕方がないといえば、それまでだが、中国では「海賊版が日本動漫ブームをつくった」（遠藤（2008））と言えるほどの影響力をもち得ているのも確かである。

海賊版については、制作サイドから大塚英志が、「日本ではまだコミックスが刊行され

³⁾ 「A級」、「B級」の他に、店頭に並べた正規版DVDを客のオーダーに応じてその場でコピーする「DIY方式」も存在する。DIYはDVDだけでなく、中国では入手困難な雑誌をネット上で注文販売する方式としても普及している。

⁴⁾ 数土直志『「テニスの王子様」正規版DVD中国で6万巻発売 ADKのアニメビジネス』に掲載の、日本貿易振興機構（JETRO）開催セミナー「中国コンテンツ・ビジネス動向と契約の実務」（2008年9月5日）紹介記事による（株式会社アニメアニメジャパンのアニメ情報サイト「アニメ！アニメ！」2008年9月6日記事）。

⁵⁾ 海賊版DVDの「崖の上のポニョ」は、8月初旬には中国で海賊版が出回っている。パッケージを見る限り、日本国内向けに発売予定のDVDからのコピーだと思われる。

ていない部分が勝手に単行本にしてあって、しかし、怒るより先に自分の書いたまんががアジアの片隅で現地のこどもの、なけなしの何パーツかをきちんとまきあげる魅力があることがうれしかった」と、海賊版というかたちではあっても「自分の作品」を求めてくれるファンがいることに、原作者としての喜びを語っている⁶⁾。ただ、海賊版が「自分の作品」から著しくかけ離れてしまった場合にはどうであろうか。

従来、海賊版の問題というと、著作権の侵害による経済的損失ばかりが指摘されてきた。中国では、アニメ視聴をきっかけに日本語学習者が増えたとはいっても、字幕の中国語を頼りにストーリー展開をたどっている視聴者が、やはり大多数である。海賊版が日本アニメを支え、日本アニメが中国の若者にとっての「教科書」的役割⁷⁾をも果たしているという影響力の大きさを考えるとき、セリフの誤訳、省略による作品の「破壊」は、ある意味で経済的損失以上の損失であるといえる。

しかし、後述のように、テレビという正規のメディアから日本アニメが締め出されてしまっている以上、たとえどんなに「破壊」されたものであろうと、中国のアニメファンは海賊版に頼らざるを得ないのが現状なのである。上記「テニスの王子様」の成功は、例外中の例外的事例である。日本のアニメ関係者、そして何より中国の日本アニメファンたちが事態の改善を待ち望んでいる。

Ⅱ. 「80后」世代の変容

1. 日本アニメファンの嗜好

上記のような、海賊版 DVD、インターネット動画サイトを利用して、中国のアニメファンたちはどのような日本アニメを、どのようなスタイルで受容しているのだろうか。中国での人気アニメランキング調査では、「トムとジェリー」を除いて、ベスト10はすべて日本のアニメが占めている。ランキング上位に位置するのは、「名探偵コナン」、「スラムダンク」、「ドラえもん」、「ドラゴンボール」、「ポケットモンスター」、「クレヨンしんちゃん」、「美少女戦士セーラームーン」、「爆走兄弟レッツ & ゴー」、「一休さん」といったところである⁸⁾。しかし、こうした「公式発表」は、必ずしも現在の中国における日本アニメ受容の実態を、正確に映し出したものとなっていない。ここに挙げたアニメ作品には、ざっと見ただけでも共通点のあることに気付く。これらは、どれも日本では小学生以下を主な視

⁶⁾ 大塚, 大澤 (2005) p.283.

⁷⁾ 遠藤 (2008) p.431.

⁸⁾ 中国投資資詢網 (2008) 『2008年中国動漫産業分析及投資資詢報告』を参照。

聴対象とし、過激な暴力シーンや性的描写も含まない「健全」な作品だということである（ちなみに「クレヨンしんちゃん」が中国で放映される際には、しんちゃんがパンツを脱いでしまうシーンはカットされる）。そして、「健全」であるがゆえに、いずれも中国当局の厳しい審査をパスして、テレビで放映できたものなのである。

さきに紹介した動画サイトで人気の高い作品、一押しとなっている作品は、これら「健全」な作品を含みつつ、しかし、これらとはまた別の傾向を示す作品も並ぶ。いろいろな意味で「大人向け」の作品が目立つのである。以下にいくつか挙げてみる。例えば「機動戦士ガンダム」（中国名：「高達」）のシリーズ。もちろん「ガンダム」は、日本では小学生も見ているアニメであるが、一方で大人のフリークが多い作品の代表でもある。ストーリー展開や背後にある世界観など、大人のファンも惹きつけてやまない。日本では先だって「国際ガンダム学会」（橋爪紳也会長）の設立も話題となった。「攻殻機動隊」も中国で人気の大人向けアニメ作品である。中国の大学では、「攻殻機動隊」を中心とする押井守のアニメをテキストとして研究した修士論文も登場している⁹⁾。ストーリー、映像ともに非常に完成度の高い作品であるが、義体化された主人公草薙素子の裸身が水中を流れてゆくオープニングシーンだけで、中国のテレビでは放映不許可であろう。「AKIRA」は、日本での人気はもちろん、「アメリカやヨーロッパでもリリースされ、批評家の絶賛を博したのみならず、カルト的ファンを生み、さまざまな点で欧米のアニメブームの火付け役となった。この作品は、ディストピアと終末という大人向けのテーマと、きわめて細密で真にせまる表現スタイルで、欧米の観客の度胆を抜いた」¹⁰⁾ 作品とされるが、暴走族やテロリストという設定だけで、これも中国のテレビ放送は無理である。「新世紀エヴァンゲリオン」（中国名：「新世紀福音戦士」, 「Eva」）は、極めて難解な作品として知られる。中国のファンもその難解さを十分感じているようで、「エヴァンゲリオン」マニアが集うネットの専用掲示板には、「エヴァンゲリオンは何歳以上でないと理解できないか?」という問いかけのスレッドが立っている。そこでの回答は、「高校生以上」や「18歳以上」が多数を占めた。「エヴァンゲリオン」のオーディエンスについては、東浩紀が興味深い指摘をしている。もちろん日本の「オタク系文化」を読み解いた論考であるが、中国のアニメ受容を探る上でも示唆に富むものであるので、参照しておきたい。

東は「エヴァンゲリオン」ファンを「ガンダム」ファンと対比する。「ガンダム」ファ

⁹⁾ 例えば、寧可（2008）「押井守影片中的器物形象与文化内涵」（南開大学大学院文学研究科文学専攻2007年度修士学位論文）がある。近年、中国の大学院では、文学理論、美学などの専攻で、日本アニメを取り上げる研究が増えているという。

¹⁰⁾ スーザン・J・ネイピア（2002）p.80.

ンがガンダム世界を精査し充実させようとしたのに対し、「エヴァンゲリオン」ファンは、エヴァンゲリオン世界の全体にはあまり関心を向けなかったという。「ガンダム世界のような大きな物語＝虚構は、もはや幻想としても欲望されていなかった。『ガンダム』のファンは『宇宙世紀』の年表の整合性やメカニックのリアリティに異常に固執することで知られている。それに対して、『エヴァンゲリオン』のファンの多くは、主人公の設定に感情移入したり、ヒロインのエロティックなイラストを描いたり、巨大ロボットのフィギュアを作ったりすることだけのために細々とした設定を必要としていたのであり、そのかぎりでパラノイアックな関心は示すが、それ以上に作品世界に没入することは少なかったのである」¹¹⁾と、サブカルチャーを支える設定や世界観としての「大きな物語」さえ必要としなくなった世代の登場について分析している。

東は、日本のオタクを、80年代のオタクと90年代のオタクとに分け、それぞれの典型として「ガンダム」ファン、「エヴァンゲリオン」ファンを考察しているのである。中国の日本アニメ受容状況から見て、80年代、90年代というカテゴリーをそのまま用いることはできないが、それでもなお東の指摘は、中国のアニメファン分析に有効性をもつ。上述の中国「エヴァンゲリオン」ファンの掲示板には、「エヴァンゲリオンのすべての笑顔を集めよう！」と題されたスレッドが立ち、海賊版からペーストされた「エヴァンゲリオン」キャラクターたちのほほ笑むシーンが並んでいる。また「綾波レイ専用板」には、「永遠の女神 綾波レイ」などのスレタイのもと、まさに作品世界とは切り離されたところで、主観的・個人的な綾波レイへの思い入ればかりが止めどなく語られている。

こうした日本の90年代オタクと符合する行動は、何を意味しているのであろうか。作品世界に没入することのないパラノイアックな関心は、中国における日本アニメファンの消費行動の随所に見てとることができる。アニメショップでは200元(約3,000円)もするキャラクターフィギュアがよく売れるという。また日本アニメがテレビで放映される場合には、中国語の吹き替えになるが、海賊版では字幕は中国語であるものの、音声は日本語のままである。そこで日本同様に、中国でも声優がファンの注目を集めている。人気声優の顔写真、インタビュー、プロフィールデータの紹介は、いまや人気アニメ雑誌には欠かせない特集記事となっている。日本のアニメキャラをあしらった「痛車」まで、中国の街中を我が物顔で疾駆するようになった¹²⁾。「原作の物語とは無関係に、その断片であるイラストや設定だけが単独で消費され、その断片に向けて消費者が自分で勝手に感情移入を強めて

¹¹⁾ 東 (2001) p.59-60.

¹²⁾ 「痛車」は「いたしゃ」と読み、アニメやマンガなどのキャラクターのステッカーや塗装を施した改造車を意味する。

いく」タイプの新たな消費行動は、「キャラ萌え」と呼ばれている¹³⁾。

新たな消費行動としての「キャラ萌え」繁殖に与かって力あるのがアニメ雑誌である。現在、中国では実に夥しい数のアニメ雑誌が発行されている。特に人気の高いものに、『動感新勢力』、『最動漫』、『動漫前線』、『動漫基地』、『動漫迷城』、『動漫快典』、『新視点』等がある¹⁴⁾。価格は平均15元（約225円）ほどで、作品紹介のDVDやポスター、うちわなどのグッズがおまけについているが、何ととっても表紙に始まりオールカラーページの基調をなすのは「萌え」である。『萌動漫』なる萌え系に特化した雑誌も出版されている。ページを繰ってみれば、全編所謂「着エロ」のオンパレードである。ここまで扇情的な出版物がよく当局の取り締まりを受けないものだと、逆に感心してしまうほどだが、ネット上の書き込みからも、こうした雑誌の購読者は頗る多く、売れ行きも好調であることが分かる¹⁵⁾。萌え系アニメ雑誌はなにも特別なところへ行かなくとも、大学構内の売店や街角の新聞スタンドで購入することができる。しかし、至るところで売られていることを以て、萌え系アニメが社会的承認を得ていると考えるのは早計である。新聞スタンドで購入した雑誌は、そそくさと鞆に入れてしまわなければならない雰囲気は厳然としてある。家に持ち帰ったあとも、親には絶対に見つからないよう、自室の安全な場所に隠しておく必要がある。そんなことはどこの国でもどこの家庭でも、思春期の男の子がいれば普通のことだ、と思われる向きもあろうが、こと中国に関していえば、そう簡単に済ませることのできない“家庭の事情”がある。つぎに日本アニメと中国の家庭、親子との関係について考えてみたい。

2. 中国の親子関係と日本アニメ

周知のとおり、現代中国のこどもは原則として一人っ子である。「ジーフワションユ計画生育（一人っ子政策）」が1979年に施行されてのちに生まれたこどもを、中国では「バーリンホウ80后」（80年以降の出生者）という。中国の幼稚園では必ず入口の門の上に「イーチエウエイラハイズ一切為了孩子（すべてはこどもの

¹³⁾ 東（2001）p.58.

¹⁴⁾ 「動漫」は「動画（アニメーション）」と「漫画」を合わせた中国語の新語である。従って元来は、「アニメ・マンガ」を意味するはずであるが、「動漫産業」、「動漫基地」等の常用語の含意や、「動漫迷」と呼ばれるマニアの関心がほぼアニメのみに向けられていることからすれば、現在では「動漫」≒アニメと見てよいであろう。

¹⁵⁾ 「萌え系」以上に過激なアニメが「成人動漫」、「H動漫」と呼ばれ、中国でも多くのファンを集めている。アメリカでの、所謂「Hentai Anime」人気を考えあわせると、どこの国でも過激な性的描写が日本アニメ普及の一要素となっていることが知られる。

ために)」の標語が掲げてあるが、この意気込みは各家庭内においても同様である。親の過保護が原因で、自分では何ひとつできないこどもが増加し、早くも90年代に大きな社会問題となった。

80後のこどもたちの成長は、まさに改革開放政策後の中国経済の発展と歩を同じくする。「平房（平屋の小さな家）」で「兄弟姐妹」が一つの部屋に押し込められていた70年代が過ぎ、80後の一人っ子たちの時代になると、2LDK、3LDKのマンションに自分の部屋をもつようになった。ここまでは、日本の家庭環境と大差ないであろう。しかし、中国の親たちはちょっと違う。何も用事はなくとも、こどもの部屋へぶらりとやって来ては、こどもと戯れようとする。こどもが気になって仕方ないのだ。こどもが小学生以下の時分ばかりでなく、高校生、大学生になっても同じである。

この問題をテーマに、日本のある大学の「コミュニケーション論」の講義で討論を試みたことがあるが、日本人学生は、用もないのに親が自室に入ってくることに對し、一様に「ウザい」という反応であった。それに対し、中国からの留学生たちは男女問わず、「中国ではそういう親の方が普通だし、こどもの方も嫌だとは思わない」という意見だった。親が一方的に溺愛しているのではなく、こどもも親とのコミュニケーションを欲しているのである。中国にいる親への連絡についても、「特に用事はなくとも、1週間に一度は、国際電話を掛けて親と話をする」という留学生が最も多かった。中には「毎日電話をする」という学生もいた。ちなみに調査対象は4回生である。まだ日本の生活に慣れない1回生ではない。

このように親子の距離が非常に近い彼／彼女ら80后世代が幼い頃、80年代末から90年代初期に中国で人気のあったアニメは、「一休さん」（中国名：「聰明的一休」）、「ドラえもん」（中国名：「機器猫」）、「哆啦A夢」）、「花の子ルンルン」（中国名：「花仙子」）などであった。これらはテレビで放映されたアニメである。インターネットはおろか、都市部でもテレビの普及率が高くなかった頃、親子、親戚、隣近所等で一緒にテレビを見る機会も多く、「一休さん」など「健全」なアニメは親子で楽しむのに適していたのであった。つぎの90年代後期から2000年になると、「スラムダンク」（中国名：「灌籠高手」）、「クレヨンしんちゃん」（中国名：「蠟筆小新」）などが登場してくる。この二つは、こどもからは大変な人気を得ているが、「下品」だという理由で親の世代の評価は著しく低かった作品である。これらもテレビでの放映であるが、親がこどもと一緒に見ることは少なくなっていく。2000年以降、特にこの3年ほどの都市部での様々な変化の最大の要因は、パソコン、インターネット、携帯電話の一般家庭、こどもたちへの普及にある。親はコミュニケーションをとろうと、相変わらずこどもの部屋に入ってくる。こどもの方もそれを拒むわけではないが、目はパ

ソコンの画面に釘付けである。「おっ、アニメか。どれどれ」と親が覗いてみると「DEATH NOTE」（中国名：「死亡筆記」）であったりする。かつては「一休さん」で親子団欒の時間をつくることができたアニメも「DEATH NOTE」では些か難しい。

それまでは互いの家の行き来や電話の取次ぎから、親もこどもの交友関係を把握していたが、こどもの交際ツールがケータイ、チャット、出会い系サイトとなつてはそうはいかない。日増しに日本の親子関係に近付いていると見てよい。唯一の救いは、親が何とはなしに部屋に入ってきて、中国のこどもは「ウザい」とは思わないことだろうか。しかし、それとていつまで続くかはわからない。外から持ち帰った「萌え系」のアニメ、雑誌、フィギュアの類は、親に見せられるものではなく、それらに没頭しているときには、さすがに親の侵入は歓迎されず、部屋のドアを閉めておくのだという。日本の大学の留学生だけでなく天津の大学生にもこの点をヒアリングしてみたが、普段は自室のドアを開け放っているという。無論、すべての若者が「萌え系」に夢中になっているわけではない。しかし、少なくとも親子で共有することのできない新たな文化の出現が、こどもにドアを閉めさせ、従前の親子関係に変化をもたらし、その結果、こどもが自分だけの空間に閉じこもる傾向が芽生えてきたことだけは確かなようである。そして、現時点では、「萌え系」アニメがその新たな文化の代表となっているのである。自宅でのネット接続に加えて、「^{ワンバ}网吧（ネットカフェ）」という、親の知らない、もう一つのこども部屋の存在を考え併せるとき、今後この傾向はさらに強まり、中国の親子関係も大きく変容していくと思われてならない。

日本アニメの「悪影響」を看過できなくなった中国政府は、「青少年の健全な育成」を掲げ、ついに規制に乗り出したとされる。その厳しすぎる規制には、ある思惑が看取される。一方で、日本政府もアニメには大きな期待を寄せている。

つぎに政策を機軸に、アニメをめぐる日中両国政府の動向を確認しておきたい。

Ⅲ. アニメをめぐる日中両政府の思惑

1. 中国政府の外国アニメ規制とアニメ産業振興政策

ここまで、日本アニメの中国における受容の諸相について述べ来た。他方、中国国産のアニメに目を向けると、一つ二つの作品を除いて、ファンからはまったく見向きもされていない状況にある。国産アニメ作品はほとんどすべてが、幼児向けであり、幅広い消費者層のニーズに対応できていないため、日本アニメの海賊版需要は一向に衰える気配がない。海賊版も含め、中国で視聴されているアニメのおよそ9割が、日本アニメだという。中国の歴史を題材としたアニメ「三国志」まで、人気があるのは日本製である（横山光輝

原作, 1991年～1992年, 日本ではテレビ東京系列で放映)。また, 欧米でも高い評価を受けている日本アニメであるが, その制作過程において下請けとして下流工程を担当しているのは, オフショア先の中国企業なのである。これでは中国政府も面白いわけがあるまい。60年代の中国アニメ産業は, 日本に勝るとも劣らない全盛期であったという¹⁶⁾。過去の栄光の復活への思いに加えて, 前述のような, 日本アニメの若者への「悪影響」の懸念もある。「青少年の健全な育成」と「アニメ産業振興」という二つの大きな目標を掲げ, 中国政府が動き出したのは2004年早春のことであった。

2004年2月26日, 「中共中央國務院關於進一步加強和改進未成年人思想道德建設的若干意見」(「中国共産党中央, 國務院による未成年者の思想道德建設のさらなる強化と改善についての若干の意見」という通達)が下された。「未成年者の思想道德建設」なる広汎なテーマが掲げられているが, 核心部分は外国アニメの規制と国内アニメ産業の振興にある。巧みに名指しを避けているものの, 日本を「国際的な敵対勢力」と位置付けた上で, 「様々な手口で未成年者の思想文化への浸透を図っており, その腐敗墮落した生活習慣が未成年者に及ぼす悪影響は, もはや看過し得ないものがある」(第二項)と, 過激な表現で“文化侵略者・日本”を非難している。その第二十項に見える「児童, 少年向け映画作品, テレビ番組制作の強化を図り, 国産アニメの制作・放送を積極的にバックアップする。民族的な特色を具え, 未成年者にふさわしい, 中華民族の優れた伝統を表現するアニメ作品を, 着実に作り上げていかなければならない」という文言が, この通達の骨子となっている。その後, 2004年4月6日から2006年8月まで, わずか2年あまりの間に, 外国アニメ規制を明確にうたった通達が7本立て続けに出されていることから, 「未成年者の思想道德建設」の核心部分が外国アニメ規制・国産アニメ産業振興であったことがよくわかる。しかもすでに記したとおり, 当時中国で放送されていたアニメの内, 日本アニメは約9割に上る。外国アニメ規制とは, すなわち日本アニメ規制に他ならないのである。

一連の通達の主たる目的は二点ある。第一に国産アニメの制作資金の確保である。国産アニメ放送基金設立により, CM収入の一部を国産アニメ制作に当て, 海外のアニメ産業との協業で, 資金の吸収も促進するという。第二に放送時間の確保である。17:00～19:00の時間帯での国産アニメの放送について, ゴールデンタイムのCM増加が認められた。つぎに各放送局におけるアニメ放送の割合が, 国産アニメは60%以上と定められ, 最終的には70%以上まで引き上げられた。さらに外国アニメ規制の決定打ともいえるのが, ゴールデンタイム(17:00～20:00)の外国アニメの放送禁止令である。その後, 期待した成

¹⁶⁾ 秦 (2006) p.51.

果が得られなかったためか、2008年5月1日からは禁止時間がさらに延長され、17:00から21:00までとなった。

同時に、全国に20か所以上のアニメ産業基地を設け、財政的にも優遇措置を講じ、基地内のアニメ制作企業には年間生産3,000分間のノルマも課した¹⁷⁾。こうした措置により、確かに中国国産アニメのテレビでの放映時間は飛躍的に増加した。毎日4時間も日本アニメを締め出し、規制時間帯以外でも全アニメ放送時間の3割以下に制限しているのだから当然である。

しかし、それでもなお、人気には結びついていない。巨額の国家予算を費やし、あからさまな日本アニメバッシングを行っても、日本アニメのもつ魅力と海賊版市場の大きさには勝てなかったのである。ネット上では「国産アニメはクズアニメだ!」というアニメファンの憤りの声が目立つ。楽しみに見ていた日本アニメが規制されたことと、国家が本腰を入れてもろくなアニメも作れず、この体たらくか、という二重の憤りである。

「日本はアメリカの用いたミッキーマウス文化戦略に心酔し、お得意の模倣に努め、自らの世界アニメ攻略計画を実行に移したのであった。戦後長きに渡って、日本は『世界の工場』であった。日本人は世界に認められたい、世界に日本製品を買ってほしい、と願っていた。だからこそ、世界アニメ攻略も強烈なビジネス的色彩を帯びていたのであった。例えば『鉄腕アトム』が日立電機のイメージキャラクターであったように。」（『環球時報』2006年6月2日第20面）『環球時報』は人民日報社が発行する国際問題専門紙である。この記事の「日本」を「中国」に読み替えると、中国政府の思惑がよくわかるのではないだろうか¹⁸⁾。

2. 日本アニメ「国策化」の動き

平成18年9月29日、第165回国会において所信表明演説に立った安倍晋三内閣総理大臣は、「活力に満ちたオープンな経済社会の構築」として「アニメや音楽などのコンテンツ、食文化や伝統文化などについて、国際競争力や世界への情報発信力を強化する『日本文化産業戦略』を策定します」と述べている¹⁹⁾。翌19年5月、総理大臣を議長とするアジア・ゲートウェイ戦略会議により発表された「日本文化産業戦略～文化産業を育む感性豊かな土壌の充実と戦略的な発信～」では、文化産業の経済的利益、ソフトパワーのもつ外交的

¹⁷⁾ このノルマを達成するため、「下品」とされた「クレヨンしんちゃん」をはじめとする多くの日本アニメの盗作が作られている。遠藤（2008）p.183-186参照。

¹⁸⁾ 秦（2006）p.283-285。

効果を基本的視点とし、就中、「『ジャパングル』として広く世界で評価」されたポップカルチャーに重点を置いた戦略を打ち出している。この中でアニメ、ゲーム、マンガについて、「失われた10年と呼ぶ90年代に、日本のイメージは刷新され、世界の若い世代から、日本はポップでクールという評判」を贏ち得たと、その功績を称えている²⁰⁾。

同時期、外務省でもポップカルチャー専門部会がもたれ、「諸外国における対日イメージの改善等」の文化外交を目的としたポップカルチャーの活用が検討されている。部会報告書では、ポップカルチャーの中身として、「アニメ、マンガ、ゲーム、J-POPのほか、ファッションや食文化等の分野が対象になる」と規定している²¹⁾。

遡れば、コンテンツ産業が日本の「国家戦略」として位置付けられ、ビジネス政策のカテゴリーで動きを見せ始めたのは、2003年の「日本経団連エンターテインメント・コンテンツ産業部会」発足からである。その後、「コンテンツビジネス振興政策」(2004年3月)、「コンテンツ促進法」成立(2004年6月)を経て、コンテンツ産業を先端的な新産業分野と位置付けた「新産業創造戦略」が、所謂「骨太の方針」にも反映された(2004年6月)。その土台に乗って、アニメ、マンガの文化外交ツールとしての役割が期待されるようになっていくのである。

このように、＜政治の場＞で「国家戦略」としてアニメ・マンガが俄かに組上に上るようになった起点は、「『ジャパングル』として広く世界で評価」されていることにある。世界の若者から「ポップでクール」と評価される「日本」、しかし、それはあくまで彼／彼女らのとらえたところの(言わば括弧付きの)「日本」に過ぎず、本来＜政治の場＞が世界へ発信しようとしている日本とは、似て非なるものである。この乖離の構造について

¹⁹⁾ 安倍首相のこの所信表明演説は、ネット上でアニメファンに歓迎された。またこれに先立ち、小泉首相は第159回国会(平成16年1月19日)における施政方針演説で「世界で高く評価されている映画、アニメ、ゲームソフトなどの著作物を活用したビジネスを振興し、文化・芸術をいかした豊かな国づくりを進めてまいります」と述べ、アニメを文化産業として活用する方向性を打ち出している。安倍首相の所信表明は、この路線を継承し、アニメに「Jブランド」を担わせる方針を明確にしたものと見ることができる。同様の立場から、アニメ、マンガのソフトパワー外交の意義を主張しているのが、麻生太郎である。麻生(2007a)、麻生(2007b)の他、「自称・秋葉原オタクの皆さん」と語りかけ話題となった2006年自民党総裁選秋葉原駅前街頭演説等でも、イラク復興支援活動において日本の自衛隊が使用する給水車に「キャプテン翼」のステッカーを貼り、地元住民とのコミュニケーションに役立てた話等、同様の主張が繰り返されている。「オタク系の若者」による「ローゼン麻生」への絶大な支持から、オタクたちもアニメ外交に賛同しているかに見えた。

²⁰⁾ アジア・ゲートウェイ戦略会議(2007) p. 2.

²¹⁾ 外務省(2006)「2.『ポップカルチャー』とは」.

は、「フランスを捨て、日本に回帰」した福田和也への浅田彰の批判、「表層的な模倣（シミュラクル）としての日本への回帰——『J回帰』だった」ということばを参照しておくべきであろう。浅田はさらに、「このような回帰の対象は、あくまでもサブカルチャーや『おたく文化』の日本なのであって、伝統の日本ではない」と切り捨てる²²⁾。

しかし、ポップカルチャー外交を提唱する〈政治の場〉も、この乖離は踏まえているようだ。外務省(2006)は、アニメ・マンガが「諸外国の日常に入り込みつつある」ものの、「必ずしもその底流にある日本人の感性・考え方が理解されていない」と現状を認識した上で、「多くの国で共通の関心を獲得するために、日本的なものが表現されていないことも多く、アニメ・マンガへの関心が日本そのものへの関心に高まるような工夫が望まれる」と述べ、なんとかそのギャップを埋めようとしているのである²³⁾。

日本の〈政治の場〉が目指すポップカルチャー外交について、アニメ・マンガ業界の意見は割れている。大塚英志は、「まんがやアニメが世界に通じる、それは日本の国力の証だ、だから、日本の『伝統』と関係なくてはならないという思考回路なのだろうけどそれは全く間違っています」と、真っ向から反対する。「日本アニメが世界に通じるのも、所詮はディズニーの延長にあるから」という理由からだ²⁴⁾。一方、杉山知之は「国策としてのコンテンツビジネス」推進派の立場から、「本来なら『海外のアニメファンは日本のサポーターだ』と言えるような政策をとるべきだと思うのだ。国策として『日本のファンを作る』イメージだ。海外のアニメファンは、日本の文化は素晴らしいと感動し、日本に好感を持ってきているのだから、まぎれもなくサポーターである。彼・彼女たちは、アニメだけでなく、さまざまな日本製品も買ってくれるはずだ」という²⁵⁾。

ここでいう「海外」を、本稿のテーマである中国に引きつけて考えてみたい。中国で日本製品は確かに売れている。ただ、アニメファンが買っているのかどうかはわからない。さらに言えば、中国のアニメファンが、日本の文化は素晴らしいと感動し、日本に好感を持っているのかどうか……。実際のところ、かくも単純に事が運んでいるのだろうか。日中両国政府の思惑も、アニメファンのこうしたシステムティックな指向を前提としているはずである。中国のアニメファンは、日本アニメと日本をいかように見ているのだろうか。章を改めて考えてみたい。

²²⁾ 浅田 (2000) .

²³⁾ 外務省 (2006) 「3. 現状と課題」.

²⁴⁾ 大塚, 大澤 (2005) p.12, p.15.

²⁵⁾ 杉山 (2006) p.220.

Ⅳ. 中国ネット空間のアニメ言論 —— 反日感情と“拿来主義” ——

これまで、中国のアニメファンを取り巻く環境を見てきたが、ここでは中国のアニメファンが日本アニメから何を感じ取っているのか、そして日本アニメの祖国・日本をどのように見ているのか、といった問題について考えてみたい。考察対象として参照したアニメファンの声には、筆者が直接話を聞いた学生たちも含まれるが、主としてネット上のアニメ掲示板での議論である。極めてデリケートな問題も含む議論は、一切のしがらみを消去したネットという匿名性の保証される空間でこそ、本音が語られるからである。

複数の掲示板を適宜参照したが、いずれも議論のテーマは「日本アニメを排斥すべきか」というものである。そのうち主たる分析対象としたのは「中国博客網」に立ったスレッドで、2007年1月29日から2月8日の11日間にわたり、書き込みがされている。このうち「排斥すべき」が54件（以下、「排斥派」とする）、「排斥すべきでない」が171件（以下、「支持派」とする）、「どちらともいえない」が18件となっている。

まず、「排斥派」の典型的な意見を見ておこう。

《断固排斥》（ハンドル名：flyyy）

「日本アニメなんて、だいたい殴り合いと殺し合いばかりじゃないか。俺たちは中華民族だ。日本の侵略を忘れてはならない。奴らの文化を宣揚するな！中国文化市場への奴らの侵略を断固として排斥すべきだ！」

このflyyy氏のような「排斥派」の論点は、「日本は軍国主義だ」の一言に尽きる。そしてアニメ論議のスレッドであるにもかかわらず、日本アニメをほとんど見ていないで批判するのがひとつの特徴である。何よりも「排斥派」に共通するのは、感情的に口汚く罵る言葉づかいである。「排斥派」はその根底に反日思想のみが煮えたぎっているため、アニメ論議の場でもサッカースタジアムでも、鬱憤さえ晴らせればいいのだろう。

つぎに「支持派」である。「支持派」は二つに分類される。一つ目は、所謂「^{ハーリースー}哈日族（日本マニア）」である。哈日族は日本のポップカルチャーをこよなく愛する一方、歴史問題・政治問題にはまったく関心をもたない一群である。この哈日族の書き込みにも、本稿の論点からはさして見るべきものはない。

二つ目は、筆者が「^{ナーライ}拿来主義派」と呼ぶ日本アニメファンである。いくつかその声を聞いてみよう。（傍線：引用者）

① 《優れた日本アニメを支持します》(sindy1519)

「多くの日本の熱血アニメは、若者がいかに努力して自己の理想を実現するかということを描いていると思います。人生の道理を教えているものも多いし。外国の優れた作品が中国に入ってくることは、思想の面でも文化の面でも、中国アニメ産業の発展にとってプラスになるのではないのでしょうか。かつて中国の古典的文化が世界中の国々に影響を与えていました。影響を受けた国にとっては、それが『文化的侵略』だったとでもいえるのでしょうか？」

② 《排斥だって？惨憺たる中国アニメの現状を見てから言いたまえ》(fandaoqinglan)

「私は哈日族ではない。ああいった輩は私とは関係ない。それでも日本アニメはもう500本くらいは見ただろう。ま、はっきり言えば、私は日本アニメが大好きなのだ。日本アニメは、世界的に見ても、かなり成熟している。だから性的、暴力的な描写もあるし、普通の人から見ればちょっとおかしなものもあるにはある。だが大部分は非常に素晴らしい作品なのだ！見る者に慈しみの精神を教え、人生の諸相を示し、努力の大切さを説き、そして生活に彩りを添える。いったいどんな不都合があるというのか？」

③ 《日本アニメを公平に見るべきだ》(gnc)

「『藍猫』（引用者注：児童向け中国国産アニメ「藍猫淘气3000問」のこと）には確かに「知識」に関する出てくるけど、ああいった化学や物理に関する知識って本当に必要なのかな。見ている子どもたちだってどれだけ理解できてるんだろう。そんなことよりももっとも大事なのは、ある種の精神的なものなんじゃないのかな。例えば『スラムダンク』のように理想や目標に向かって続ける努力とか、『聖闘士星矢』みたいに女神を守るために戦い続ける勇敢さとか、あるいは『となりのトトロ』の夢のような世界のほのぼのとした温かさとかね。日本アニメは確かに暴力とかエッチな場面とかもあるけど、でもそれはほんのちょっとだと思う。そんな悪いところは見ないで、いい面だけを学んでいけばいいんだと思う。まして色眼鏡で見て日本アニメを評価すべきじゃないと思う。戦いのシーンがあるだけで暴力作品ってことになっちゃうわけ？だったら『西遊記』はどうすんの？戦いばかりじゃん。」

④ 《内省2》(imchuanqi)

「日本アニメを見すぎると、子どもが日本好きになってしまうと心配しているみなさん、それは杞憂というものです。私は『聖闘士星矢』を見て育ちました。私たちの世代はみんな『聖闘士星矢』を見て育ったはずですが、でも、日本と聞いただけで、私たちは齒ざしりするほど怨念が湧きあがってきます。戦争の時代に生まれず、日本の鬼どもの首を切り落とせなかったことを残念に思っています。『聖闘士星矢』を見てもこれといって

得た知識はありません。せいぜい12の星座が言えるようになったくらいのもので。でも、精神的なパワーが心の奥底に注ぎ込まれたように感じています。あきらめさえしなければきっと希望がある。それからというもの、どんな逆境や困難にみまわれたときでも、女神のために戦うあの青年たちを必ず思い起こし、齒を食いしばってがんばってききました。

こどもたちの問題は、ただ日本アニメを禁止すればいいという問題ではありません。私たち自身の文化の喪失が、今の若い世代を、身のほど知らずの傍若無人に育ててしまったのです。私たちの礼儀やマナーはどこへ行ってしまったのでしょうか。こんな社会がまるごと次の世代へまたその次の世代へと続いていくことでしょうか。民族が本来持つ精神的土台がないのですから、外国かぶれが増えるわけです。韓国フリークとか日本マニアとか、この手の若者たちは決してアニメを見たからこうなったというわけではないのです」

⑤ 《そもそもこのスレ主が過激派だし》(ciphercipher)

「政府の日本アニメ禁止令ってどうよ？こんなんで効果あるわけないのにw どんだけ排斥したって、どんな手つかったって、見たけりゃ見る方法あるしね。政府のエライさんたちって、実は大ベテ師？それともこんな禁止令でイケる！とか思ってるヘタレ？文化とかって地球の人類みんなのもんっしょ？日本のもんだから中国人は排斥しなきゃなんないってオカシクネ？」

これらアニメファンの声の中でも特筆すべきは、④のように日本に対して嫌悪感を抱いている者でさえ、日本のアニメに惹きつけられ影響を受けている点である。その影響とは、「精神的パワー」だと、④は強調する。且つその精神的パワーを糧に、苦しいときも努力を続けてきたという。まさしく自分の実感であり、自分の体験に他ならない。①②③が語るアニメの魅力も、自身の琴線に触れた、借り物ではない実感である。もっといえば、自己のアイデンティティの在り処である。だからこそ、それを否定され奪われることに対する発憤がこうした言葉に結実し得るのであろう。⑤は、否定し奪い去ろうとする主体としての政府に対する異議申し立てである。

アイデンティティの在り処といっても、無条件に日本アニメを肯定しているわけではない。②③④のように、問題点を認識した上で、魅力ある部分のみを享受すると言っている。「拿来主義派」というネーミングは、この思考に基づく書き込みの多くが、魯迅の一文「拿来主義」を引用することに基づく。「すばらしいものは持ってきて学べ。その粕は捨てよ。精華のみ取り入れるのだ」という“拿来主義”の含意は、巧みに取捨選択を行う日本アニメファンの受容態度を形容するにふさわしいことばと言えよう²⁶⁾。

ここに紹介した日本アニメファンの声はごく一部である。しかし、これらは多くの中から少数派に過ぎない意見を選んだわけでも、断章主義的に取り出してきたわけでもない。ここまでの率直な意見が語られるのも、上述のようなネットの特性もあるが、それよりも日本アニメから得た借り物でない実感を、銘々が心の中で大切にしているからであろう。同じネット上の書き込みでも、政治・外交問題をメインに扱う掲示板ではこうはいかない。「小日本（注：日本人の蔑称）を皆殺しにせよ！」といった暴言の飛び交うさなか、「みんな冷静になろう」などと呼びかけようものなら、瞬く間に集中砲火を浴びる。当然、このアニメ板でも同様に集中砲火を浴びる可能性はあったはずである。しかし、彼／彼女らにはその危険性をも顧みず、語らずにはいられない“何か”があったのである。

掲示板に自分の意見を弁舌巧みに書き込めるアニメファンばかりではない。あるいはこの手の掲示板の存在すら知らないファンも多いだろう。さらに、アニメは大好きだというファンでも、自分がアニメに惹かれている理由など考えたこともない者も多いだろう。しかし、そうした掲示板に現れてこないファンも、アニメから得た、借り物でない実感をもっているはずである。もしもっていないのなら、あるいは借り物に過ぎないのならば、厳しさを増す政府の規制策の前に早々と屈していただろう。

筆者がここで「借り物」という表現にこだわっているのは、以下のような中国の学生に対する自身の理解による。2005年4月の反日デモは天津でも行われた。事前に情報をキャッチしていた筆者は、さらに計画の詳細を知ろうと、ある学生に電話を掛けた。学生は「明日一日、先生はとにかく外出しないでください」と言うばかりで詳細は教えてくれなかった。筆者の身を案じてのことだろう。この学生は学生会の幹事である。日本でいうところの高校の生徒会役員のようなものだ。日本の報道では、ネットや携帯電話がデモの連絡に威力を発揮したとされているが、事実はそればかりではない。デモに参加した学生の多くは、各大学の学生会から動員されたのであった。学生会が組織として動くには、さらにその上の、より大きな組織が指示を出しているのであり、学生会幹部らには、およそ拒否権などない。件の学生も、もちろんこの大学のデモ責任者として参加、天津イトキンデパート前でもシュプレヒコールをあげた。一方で、この学生は大学からある日系企業へ推薦され、卒業後は予定通りその企業に就職した。この学生は、成績優秀で日本語の能力も高かつ

²⁶⁾ 本文に引用の一節は、魯迅「拿来主義」（1934年6月7日「中華日報」副刊に発表。『魯迅全集』第六卷「且介亭雜文」所収）の原文には見えない。しかし、“拿来主義”の精神を的確に要約したものとして、広く巷間に流布するものであり、ネット上で日本アニメファンも繰り返し用いていることから、本稿でもそのまま掲出した。

たが、そもそも日本語を専攻するつもりはなかったという。大学入試の点数が思わしくなく、日本語学科に回されてきたのであった²⁷⁾。入学後も心の底から日本語の勉強を楽しいと思ったことはないが、いい成績を取りたい一心で、期末テストと日本語能力試験1級合格に向けて「真面目に」勉強を続けた。日本人の親しい友人はいない。

学生会の幹事であるという点を除けば、日本語を学ぶ中国人学生の平均像とは、およそこのようなものである。これに加えて、学科専攻を問わず、中国の学校では、「マルクス主義政治経済学」、「毛沢東思想概論」、「鄧小平理論」等の政治思想科目が、必修科目となる²⁸⁾。各学科の専門科目もほとんどすべてが必修科目である。

こうしたおよそ自己の選択の余地のない大学生活を送る学生に、政治、勉強、将来等についての質問を投げかけて、その回答に、借り物でない実感を求めるのは酷であろうと思う。日本語専攻の学生に対する日本語・日本文化・日本についての質問も同様である²⁹⁾。

彼／彼女らの日常すべてが借り物であるとは言わないが、学科専攻決定時の「^{フンベ}分配」から始まり、政治思想教育や反日デモ、そして試験のための日本語学習等々、多くのことがどこかいつも自分の外側を流れて行くような、当事者感覚の希薄な学生生活の中であって、日本アニメから得たあの実感の重さ、確かさだけは、決して借り物でない手応えを以て、自分の内側に輝いている。“集中砲火”をも恐れぬ果敢な真情の吐露からも、それは知られる。その実感とは、「理想」、「努力」、「希望」というきわめて普遍性をもつものへの実感であり、いずこの偏狭なナショナリズムも寄せ付けられない実感なのであった。

オーストラリアの作家ピーター・ケアリーのインタビューに、「機動戦士ガンダム」の生みの親・富野由悠季はつぎのような制作の姿勢を示したという。

「『ガンダム』から民族性を排除しようとはしました。代わりにどんな人間にでも共通する感覚に基づくことにしました。あなたが国家のアイデンティティにこだわるのはあなたの個人的な問題です。」³⁰⁾

²⁷⁾ 中国の大学入試は、日本のセンター試験に類似する全国统一試験であるが、自己採点の後、志望大学・学部学科を3つまで申請できる。しかし総得点が低く、尚且つ「専業分配」制度に従う意思表示をした場合には、思いも寄らぬ学科に振り分けられることも多い。

²⁸⁾ この他に、「軍事理論」、「軍事技能訓練」も必修である。人民武装部教官による「理論」講義では、「中国周辺軍事環境」の項目で「日本侵略中国釣魚島」等のテーマも扱われ、学生の日本に対するある種のステレオタイプが再生産され続けていることを懸念する声も上がっている。

²⁹⁾ 注27に記したように、不本意な学科専攻に「分配」される学生が大量に産み出されている現状を目の当たりにすると、第I章に引用した「日本語学習のきっかけ」なるものの調査意義そのものに疑問を感じざるを得ない。

³⁰⁾ パトリック・マシアス (2006) p.178.

日本に恨みを抱く若者さえ魅了し、日本アニメが強い影響を与えているのも、決して偶然ではないことがよく分かるであろう。

(2008年9月12日)

参考文献

- 青崎智行, 財団法人デジタルコンテンツ協会編著 (2007) 『コンテンツビジネス in 中国』 翔泳社。
- 浅田彰 (2000) 「『J 回帰』の行方」『VOICE』2000年3月号 PHP 研究所。
- アジア・ゲートウェイ戦略会議 (2007) 「『日本文化産業戦略』～文化産業を育む感性豊かな土壌の充実と戦略的な発信～」。
- 東浩紀 (2001) 『動物化するポストモダン オタクから見た日本社会』 講談社。
- 麻生太郎 (2007a) 『自由と繁栄の孤』 幻冬舎。
- 麻生太郎 (2007b) 『とてつもない日本』 新潮社。
- 阿部潔, 難波功士編著 (2004) 『メディア文化を読み解く技法——カルチュラル・スタディーズ・ジャパン——』 世界思想社。
- 五十嵐暁郎編 (1998) 『変容するアジアと日本 アジア社会に浸透する日本のポピュラーカルチャー』 世織書房。
- 石井健一編著 (2001) 『東アジアの日本大衆文化』 蒼蒼社。
- 伊奈正人 (1999) 『サブカルチャーの社会学』 世界思想社。
- 遠藤誉 (2008) 『中国動漫新人類』 日経 BP 社。
- 王敏 (2005a) 『ほんとうは日本に憧れる中国人』 PHP 研究所。
- 王敏 (2005b) 『中国人の愛国心 日本人とは違う5つの思考回路』 PHP 研究所。
- 大石裕, 山本信人 (2006) 『メディア・ナショナリズムのゆくえ』 朝日新聞社。
- 大塚英志, 大澤信亮 (2005) 「『ジャパニメーション』はなぜ敗れるか』 角川書店。
- 外務省 ポップカルチャー専門部会 (2006) 「『ポップカルチャーの文化外交における活用』に関する報告」。
- 経済産業省 商務情報政策局 文化情報関連産業課 (2005) 「コンテンツ産業の現状と課題～コンテンツ産業の国際競争力強化に向けて～」。
- 国際交流研究所 (2002) 『中国の1万2967人に聞きました。』 日本僑報社。
- 財団法人デジタルコンテンツ協会編 (2007) 『デジタルコンテンツ白書2007』。
- スーザン・J・ネイピア (2002) 『現代日本のアニメ——「AKIRA」から「千と千尋の神隠し」まで』 中央公論新社。
- 杉山知之 (2006) 『クール・ジャパン 世界が買いたがる日本』 祥伝社。
- 高原基彰 (2006) 『不安型ナショナリズムの時代 日中韓のネット世代が憎みあう本当の理由』 洋泉社。
- 田島英一 (2007) 『弄ばれるナショナリズム——日中が見ている幻影』 朝日新聞社。
- 21世紀中国総研編 (2008) 『中国情報ハンドブック2008年版』 蒼蒼社。

- 日中コミュニケーション研究会, (株) NICCS (2004) 『日本イメージ・中国イメージの形成に関する日中共同研究』 (平成15年度 外務省知的交流支援事業)。
- 日中コミュニケーション研究会, 社団法人国際善隣協会 (2005) 『日中相互理解とマスメディアの役割に関する日中共同研究』 (平成17年度 外務省知的交流支援事業)。
- 日本貿易振興機構 (2005a) 「中国コンテンツ業界に関わる行政機関・業界団体および法令調査」。
- 日本貿易振興機構市場開拓部 (2005b) 「中国アニメ市場調査」。
- パトリック・マシアス (2006) 『オタク・イン・USA 愛と誤解の Anime 輸入史』 太田出版。
- 李萍, 沈浩, 涂雄悦 (2006) 『網絡与孩子教育——献给中国所有的父母与孩子』 上海教育出版社。
- 秦喜傑 (2006) 『中国动画片的産業経済学研究』 中国市場出版社。