

平成 17 年 2 月 3 日

物語消費の考察

香川大学経済学部経営システム学科

01E426 三宅 裕

物語消費とは

大塚英志（1989）が『物語消費論』で提唱した「物語消費」はコミックやアニメ、あるいは玩具といった商品に見られる消費形態である。コミックやアニメにしる、それ自体が消費されるのではなく、これらの商品をその部分として持つ 大きな物語 が商品の背後に存在することで、個別の商品は初めて価値を持ち初めて消費されるというのが、物語消費の考え方である。

大塚（1989）は、一九八七年から八八年にかけて子供達の間で爆発的なヒットとなった「ビックリマンチョコレート」や「機動戦士ガンダム」を「物語消費」の象徴的な商品として挙げている。

・ 「ビックリマンチョコレート」

「ビックリマンチョコレート」において、実際に消費の対象となっている モノ はチョコレートではなく、子供たちが、集めることに熱中していた オマケシール だった。テレビやまんがなどで子供たちに人気のあるキャラクターに便乗する形で商品に付加価値をつけることは、差異化の最も古典的な手法であり、珍しくはない。ビックリマン もアニメやコミックが存在するが、しかしそれは「ビックリマンチョコレート」がヒットした後につくられた二次商品である。つまり「ビックリマンチョコレート」は便乗すべき原作が存在しなかったのである。原作が存在しないのに子供たちが ビックリマン に熱中しチョコレートを買いあさった動機は何なのか。「ビックリマン」には以下の仕掛けがほどこされていた。

シールに一枚につき一人のキャラクターが描かれ、その裏面には表に描かれたキャラクターについての「悪魔界のうわさ」と題される短い情報が記入されている。

この情報は一つでは単なるノイズでしかないが、いくつかを集め組み合わせると、漠然とした 小さな物語 キャラクター A と B の抗争、C の D に対する裏切りといった類の が見えてくる。

予想だにしなかった 物語 の出現をきっかけに子供たちのコレクションは加速する。

さらに、これらの 小さな物語 を積分していくと、神話的叙事詩を連想させる 大きな物語 が出現する。

消費者である子供たちは、この 大きな物語 に魅了され、チョコレートを買い続けることで、これにさらにアクセスしようとする。

消費者である子供たちは、この 大きな物語 の体系を手に入れるため、その微分化さ

れた情報のかけらである シール を購入していたわけである。そしてこのような消費行動を反復することによって自分たちは 大きな物語 の全体像に近づけるのだ、と消費者を信じこませることで、同種の無数の商品(「ビックリマン」のシールなら七七二枚)がセールス可能になる。(大塚, 1989)

・ 「機動戦士ガンダム」

アニメーションの分野では、背後で商品を支える 大きな物語 ないし秩序のことを 世界観 と呼んでいる。「機動戦士ガンダム」に譬えるなら、一話ないしは一シリーズのアニメは断片的な商品、シールに相当する。そしてこの一話ないしは一シリーズでは、アムロなりシャアなりのキャラクターを主人公とした表向きの物語が描かれている。一般の視聴者はこの 表向きの物語 のみを見ている。ところがアニメの作り手は、こうした一回性の物語のみを作っているわけではない。「ガンダム」なら主人公たちの生きている時代、場所、国家間の関係、歴史、生活風俗、登場人物それぞれの個人史、彼らの人間関係の秩序、あるいはロボットにしても、そのデザインなり機能をこの時代の科学力にてらしあわせた場合の整合性、といった一話分のエピソードの中では直接的には描かれない細かな 設定 が無数に用意されている。そしてこれら一つ一つの 設定 は全体として大きな秩序、統一体を作り上げていることが理想であり、 設定 が積分された一つの全体を 世界観 と呼びならわしている。これまでの消費者は、一話分の中で展開されるドラマを消費することで満足していた。その背後にある 大きな物語 (世界観)は、本来、不可視の存在で、消費者の目に触れる性格のものではなかった。ところがアニメマニアは、一話一話のドラマの中に含まれたドラマ以外の情報を手懸りに背後に隠された 世界観 を探り出そうとした。アニメ作品の特集ムックを見ると、作品の表面には出てこない設定資料を多数収録しているが、これは、マニアがテレビ放映の映像をもとに推理し、彼らなりに再構成した 世界観 を補足しないしは追認してやるために必要なのである。



<http://bikkuri-man.mediagalaxy.ne.jp/CGI/search/search.cgi?key=syousai&story=30&num=004> より

・ R P Gに見られる物語消費

これは、大塚が挙げた例ではないが、R P Gにも物語消費が見られる。R P Gとは、ロールプレイングゲームの略で、「ファイナルファンタジーシリーズ」や「ドラゴンクエスト」のシリーズが、その代表作に挙げられる。ロールプレイングゲームとは、「役割を演じるゲーム」である。ゲームのプレイヤーが演じるのは、そのゲームの主人公である。演じるというよりは操作すると言う方が、妥当だという人もいるかもしれない。プレイヤーは、主人公を操作して、物語を進めていく。その物語を進めていく中で、モンスターを倒したり、主人公が目的とすることを達成したりするのである。このR P Gの舞台となるのがファンタジーの世界である。剣で戦い、魔法を操り、奇怪で神秘的な生物が当然のように存在する世界。人間ではない他の種族、例えばホビットや、エルフも登場したりする。プレイヤーは、そんな世界観を楽しむのである。R P Gの楽しみ方は一つではない。物語を純粋に楽しんだり主人公を強く育てたり、またアイテムやモンスターを集めたりと人によってさまざまである。しかし、異世界に憧れていて、そのゲームの世界観を楽しんでいるなら、その人は物語消費をしていると言える。そしてもう一つある。世界観ではなく、ゲームの設定を楽しむ方である。先に言ったが、アイテムを集めることに執着するプレイヤーもいる。ゲーム中には隠しアイテムが多数あるので、なかなか全部集めるのは簡単ではない。メーカー側は、「完全ガイド」「徹底攻略」などといった、そのテのプレイヤーを助けるためにゲームのガイドブックを出す。それには、アイテムのある場所、手に入れ方などが書いてあるが、このガイドブックが出る前に、インターネットの個人のサイトで、自分が見つけたアイテム、手に入れ方を載せているところもある。この個人の攻略サイトもガイドブック並みに正確で多くの情報が得られる。攻略サイトは、そのサイトの管理人だけでなく、別のプレイヤーからも情報が提供されている。だから、ガイドブックが出るより早くガイドブック並みの情報が揃うのである。R P Gに限らず、テレビゲームの攻略サイトは多くある。この個人の攻略サイトの存在が、プレイヤーがゲームの設定を欲している証拠であり、物語消費がなされているといった理由である。

「ビックリマンシール」を集めていた子供たちが、本当に、「大きな物語」を求めているのかはわからない。「大きな物語」が、ただ単に、シールに描かれていたキャラクターが、カッコよかったから、おもしろかったから集めたという理由に勝るものであるという論証はなされていない。ビックリマンチョコレートを買っていた子供たちが物語消費を行っていたというのは、大いに疑問があるが、確かに、設定や世界観が消費されているという事実は、R P Gの例でわかるように存在する。