

Contents *****

特集：ソフトパワーとしての「スターウォーズ」論 1p

<今週の The Economist 誌から>

”Star Wars, Disney and myth-making”

「スターウォーズとディズニーの神話づくり」 7p

<From the Editor> 米国が動かす世界経済 8p

特集：ソフトパワーとしての「スターウォーズ」論

いよいよ「良いお年を」の季節を迎えています。今年最後の溜池通信の本号を送り出すと、筆者も今年は「仕事納め」となります。

本来はここで、来年の経済予測をまとめるつもりだったのですが、どうもありきたりな内容になってしまいそうです。どうせなら、この師走に見た「スターウォーズ」をきっかけに、「最近の米国」について書いてみよう、と思いつきました。こういうコンテンツを生み出す力こそ、米国ならではのソフトパワーではないかと考えるからです。

「米国の没落」や「内向き化」を指摘する声が多い昨今ですが、個人的には「まだまだ米国が世界を動かしている」と感じているところです。

●『スターウォーズ』は時代を超えて

話題作『スターウォーズ／フォースの覚醒』を見てきた。12月18日の封切り直後の週末、いつもはガラガラのご近所のシネコンは満席状態だった。たぶん筆者と同様に、「映画館に行くのは年に数回だけ」という人たちが大挙して出かけていたのであろう。

もっとも印象的であったのは、ハリソン・フォードが登場するシーンである。その瞬間、会場内には「おおっ」というどよめきと安堵感が流れた。映画館によっては、拍手が生じることもあるらしい。

思えば、スターウォーズ『エピソードIV／新たな希望』（1977年）が初公開されてから今年で38年もたつ。さすがにハン・ソロの顔には年輪が刻み込まれている。が、それは映画を見ている客席側も同じことである。

筆者の場合は、スターウォーズ第1作を封切りで見たのは高校生の時であった。それを見た富山市内のタカラ劇場は、今ではもう存在しない。38年もたつと、たとえ劇中の人物であっても、とにかく無事に再会できること自体がうれしいのである。

そんな感じであるから、到底、普通の映画として評価することは出来なくなっている。正直な所、『フォースの覚醒』はエピソードIVからVIのキャラやアイデアが使い回しされているし、だいたい見る側が予想している通りの展開になるし、エンディングの余韻も「まあ、こんなところだろうな」である。とにかく「裏切られた」という感じだけではない。この調子だと、きっと次回作以降も見てしまうだろう。

「スターウォーズ」を初めて見るという観客にとっては、なんのことだか分からない部分が少なからずあったことだろう。が、過去38年間にはTVで何度も再放送しているし、「フォースって何のことだ？」という人はたぶん見に来ないはずである。ゆえに「古くからのお馴染みさん」に焦点を絞って映画を作ったのは合理的な判断なのであろう

そもそも J.J.エイブラムス監督は、「スターウォーズが大好き」で映画界に入ったような人である。「ひとつジョージ・ルーカスの鼻を明かしてやろう」などという冒険心を起こさず、どうしたら観客がご機嫌になって帰ってくれるかを最優先に考えて、この映画を撮ったものと推察する。

ところでこの映画は、興行収入で史上最高を記録した『アバター』（27.9億ドル／2009年）を抜くかどうか注目されている。たぶん無理なのではないかと思う。昨今の映画ビジネスにおいては、米国内の売り上げは3~4割程度である。成功不成功は海外での反響に懸っていて、特に大票田は中国市場である。ところが中国では、エピソードIVからVIが公開されていない。当時はまだ改革開放路線が始まったばかりで、日本が『スターウォーズ』に沸いていた頃、彼らは高倉健主演の『君よ憤怒の河を渉れ』に感動していたのだ。

すなわち中国の映画ファンは、1999年の『エピソードI／ファントムメナス』以降に「スターウォーズ」シリーズを知ったことになる。「エピソードIV～VIを同時代に体験して、SF映画の常識がすっかり変わる」という記憶を共有していない。だとしたら、今の日本の若い世代と同様に、「ハン・ソロに再会して懐かしい」という感覚はないだろう（彼らにとって、ハリソン・フォードとは「インディ・ジョーンズ」である）。

とはいうものの、今回の映画が巨大な利益を上げることは間違いあるまい。しかもスターウォーズのエピソードは、まだ「VIII」と「IX」が残っている。ジョージ・ルーカスから権利を買い取ったディズニーは今後この2本を製作し、さらに3本のスピンオフ作品を加えて 2020年まで毎年「スターウォーズ」を供給し続けるとのこと。

たまたま今週の The Economist 誌が、このスターウォーズ新作に関する記事を掲載している。"Star Wars, Disney and myth-making"（スターウォーズとディズニーの神話づくり）と"The force is strong in this firm"（ディズニー、フォースの強い会社）で、合計4ページもある（前者は本号のP7に抄訳を掲載）。さて、ディズニーは何を考えているのか。

●ディズニーの必勝パターン

The Economist 誌によれば、これまでディズニーはM&Aを繰り返して危機を乗り越えてきた。アニメ作りのデジタル化に遅れをとったときには、2006年にスティーブ・ジョブズからピクサー社を買い取り、それで『トイ・ストーリー』や『アナ雪』を作り上げた。物語のネタが足りなくなってくると、2009年にマーベル社を買収して、同社の作品群から『アイアンマン』や『アベンジャーズ』などのヒットを連発してきた。

あらためて、歴代映画の興行収入成績を調べてみると以下のようなラインナップになる。なんと 10億ドルを超える上位23本のうち、実に8本をディズニー作品が占めている¹。しかもうち7本は、直近5年以内に公開された映画ばかりである。

○ディズニー作品の上位興行収入

*【】内は「米国内と海外の売上比率」

4位	アベンジャーズ (2012年)	15.2億ドル	【41%対59%】
6位	アベンジャーズ/エイジ・オブ・ウルトロン (2015年)	14.0億ドル	【33%対67%】
8位	アナと雪の女王 (2013年)	12.8億ドル	【31%対69%】
9位	アイアンマン3 (2013年)	12.2億ドル	【34%対66%】
16位	パイレーツ・オブ・カリビアン/デッドマンズ・チェスト (2006年)	10.7億ドル	【40%対60%】
17位	トイ・ストーリー3 (2010年)	10.6億ドル	【39%対61%】
18位	パイレーツ・オブ・カリビアン/生命の泉 (2011年)	10.4億ドル	【23%対77%】
21位	アリス・イン・ワンダーランド (2010年)	10.3億ドル	【33%対67%】

近年のディズニー映画が、いかに快進撃を続けているかが思い知らされる。もっとも個人的には、やや疑問を感じることもある。果たして時代を超えてファンに愛され、古典になるような作品は上記に含まれているだろうか？²

企業の論理としてはきわめてわかりやすい。映画産業は石油を掘るような仕事である。当たれば大きい、外れればゼロになって何も残らない。だから映画会社は確実にヒットする作品を狙うし、一度当たったらシリーズ化してとことん柳の下のドジョウを追う。

さらにヒット作が続いて手元資金が増えてくると、新たな大作映画を撮って次のヒットを目指さなければならない。米国のことであるから、映画を撮らずに内部留保を蓄えていると、株主から「配当せよ」と責められる³。とはいえ、いつもヒットが続くとは限らない。

こうして考えてみると、ディズニーがジョージ・ルーカス監督から「スターウォーズ」の権利を買い取った理由が良くわかる。同社は、大型の投資案件と確実に稼げるコンテンツの両方を必要としていたのである。

¹ 「日本企業」であるところのソニー・ピクチャーズの作品は、13位に『007/スカイフォール』（2012年）の11.1億ドルを数えるのみである（これは文句なしの名作だと思う）。

² 筆者は8本とも見ていない。『アナ雪』はともかく、他はたぶん今後見ることはないだろう。

³ 本来、企業に配当を求めるのは株主、賃上げを求めるのは労働組合の仕事であって、どこかの国のように政府が求めるのはお門違いというものである。

ディズニーが2012年にルーカスフィルムを買い取った費用は、実に41億ドル（約5000億円）である。巨額のM&Aではあるが、たぶん今回の『フォースの覚醒』だけで回収できてしまうのではないか。なにしろディズニーは、TVシリーズやテーマパークはもちろん、グッズの販売に書籍や音楽までいろんな形式で稼ぐことができる。さらに言うと、ルーカスフィルムは『スターウォーズ』に関するすべての権利のほかに、業界最高峰の特殊効果スタジオも保有していたという。何とも商売上手なのである。

余談ながら、先に合意に至ったTPP交渉において、米国政府が「著作権の保護期間を50年から70年への延長」をゴリ押ししたのは、ディズニーのロビイングによるものと言われている。なんとなれば、ウォルト・ディズニーが死んだのは1966年12月であり、間もなく死後50年になってしまうからである！

●日本における映画産業のお寒い現状

ディズニーがかくも盛大な成功を収めている中で、日本の映画産業はどうなっているのか。調べてみると、拍子抜けするくらいに小さな市場なのである。米国映画は興行収入10億ドルを超える作品がゴロゴロしているのに、日本の映画市場は邦画と洋画を全部合わせても年間で2000億円（17億ドル）程度に過ぎない。

2014年、日本の映画市場は1億6111万人の観客を動員して、2070億円の興行収入を挙げている。この年は消費増税があったけれども、映画は前年比6.6%増と好調であった⁴。これはもっぱらディズニー映画『アナと雪の女王』人気のお蔭である。『アナ雪』は入場人数2000万人を突破し、興行収入254.8億円を記録した。これは『千と千尋の神隠し』（2001年）、『タイタニック』（1998年）に継ぐ日本歴代3位の記録である。

トップ作品の売り上げが、全体の1割以上を占めてしまうという寡占体質であるが、こういう「勝者総取り」は、エンターテインメント産業の宿命であるとも言える。観客というものは、つまらない映画はお金をもらっても見たいと思わないからだ。

2014年は邦画615本、洋画569本が公開されている。しかるに全国のスクリーン数は限られている。これでは上映機会のない映画が増えるのも無理はあるまい。「レジャー白書2015」（日本生産性本部）は、この現象を「邦画バブル」と呼んでいる。つまり、この国には映画を作りたい人は意外と多くて、最近では地方自治体がお金を出して「町興し」映画を作ったりもするけれども、見たい人はそれほど多くはない、ということになる。

加えて、たかだか2000億円市場であるところへ、売り上げを製作会社と配給会社と劇場で分けなければならないという事情がある。そう考えると、製作予算はどうしても多くはつぎ込めない。必然的に小粒な作品が増えるという悪循環になる。

⁴ 2014年は、「玩具市場」も業界全体で7367億円と前年比9%増を達成し、過去10年で最高を記録している。日本玩具協会によれば、「アナ雪」および「妖怪ウォッチ」効果によるという。映画や玩具のような産業においては、面白ければ消費税率はあまり関係ないのである。

最近は、「クールジャパン」とか「日本のソフトパワー」といった勇ましい意見をよく聴く。ただし、これだけ需給バランスが崩れている日本の映画市場で、全世界で通用するような作品が数多く生み出されるとは考えにくい。

こんな計算をしてみよう。以下のデータは日本映画製作者連盟による。

***全国のスクリーン数：3,364**

***1人当たりの平均料金：1,285円**

スクリーン1軒当たりの平均座席数を200と考えて、1日の平均上映回数を4回と仮定する。1年に365日上映するとすれば、こんな計算になる。

$$\text{単価} \times \text{客席数} \times \text{上映回数} \times \text{日数} \times \text{スクリーン数} = \text{総売り上げ}$$
$$1,285 \times 200 \times 4 \times 365 \times 3,364 = 1,262,240,080,000$$

もしも全国の映画館が連日連夜、満員御礼の大賑わいとなるならば、映画は1.2兆円(100億ドル)産業となる。それが2000億円にとどまっているということは、劇場の入りは平均2割以下に過ぎないということになる。

ということは、仮に映画館の客の入りを10%上げて3割にすることができれば、それだけで1000億円の増収が期待できる計算になる。映画市場全体としては5割増しとなる。面白い作品を作り、新たな客を映画館に呼び込むことさえ出来れば、この業界は青天井であると言っても過言ではないだろう。

●拡散する米国の「ソフトパワー」

もちろん日本国内に、優れたコンテンツを生み出す力がないというわけではない。確かに日本文化には、外国人を惹きつけてやまない魅力はあるし、秋葉原や宮崎アニメや日本酒が「日本のソフトパワー」であることは間違いないだろう。ただし、日本文化のベクトルは基本的に「プル」(Pull)であって、それぞれの分野で奥深い魅力を持つてはいるのだが、外に向かって発信する力は弱い。

逆に米国文化には、強い「プッシュ」(Push)のベクトルがある。「自分たちが良いと思うものは、世界中の人が良いと思うはずだ」と言わんばかりに、ハリウッド映画やベースボールを世界に伝播させていく。近年のSNSなどの通信技術の進化とともに、その傾向はますます強まっている。多くの外国人はそれらを受け入れつつも、心の中でどこか反発を抱く、という構図がある⁵。

⁵ TPP反対論の根底には、その手の米国への反感があることは容易に想像がつく。

「物語」を作り出して、「感動」を売ることで成長を続けているディズニーの手法は、その典型例と言っていいだろう。そのための技術や物語のネタが足りなければ、M&A で他所から買ってきてしまう。いわば米国文化が本来持っている対外的な伝播力を、グローバル資本主義で強化しているようなものである。The Economist 誌はディズニーの戦略を好意的に取り上げているが、「そこまでするか」的な感慨を覚える向きは（筆者を含めて）けっして少なくはないだろう。

この手の米国発ソフトパワーは、今日ますます勢いを強くしているのではないか。そのことを指摘しているのが、渡辺靖・慶応大学教授の近著『沈まぬアメリカ～拡散するソフト・パワーとその真価』（新潮社）である。

本書が米国発のソフトパワーとして取り上げているのは、「ハーバード大学」「ウォルマート」「メガチャーチ」「セサミストリート」「ロータリークラブ」などのユニークな事例である。誰でもすぐに思いつくような「ハリウッド映画」は出てこない。

ウォルマートの本社は、米国南部のスモールタウンにある。今日のグローバル展開をもたらした原動力は、「毎日安売りをを行うことで、人々の暮らしを助ける」といういかにも米国らしい、道徳的なポピュリズムであった。しかるにそのことが極限まで流通のコスト削減を求め、「消費者は豊かになっても労働者は貧しくなる」という今の米国経済の悩みを招いているのではないか。

あるいは「米国一極体制の終焉」を口にしたがる中国人エリートが、内心では切実にハーバード大学の学位を欲していたりする。ハーバードは米国型高等教育の完成形だが、経済のグローバル化とともにそのブランド価値を高めている。それと同時に、「自分の頭で考え、解を導き、弁論する」という米国流の教育スタイルも世界に広がっていく。この魅力から、中国人は逃れることができるのだろうか。

著者はまた、ウガンダやシンガポールや韓国で広がっているメガチャーチを訪れ、「その信仰の OS はまさに行商人的情熱を以て海を越え、巧みにローカライズされながら、着実に世界に拡散しつつある」と評している。これはもう 19 世紀にアレクシ・ド・トックビルが、名著『アメリカのデモクラシー』で発見したのと同じ行動原理である。

つまるところ『沈まぬアメリカ』という本の表題は、一見すると「米国衰退論への異議申し立て」のように思えるが、著者の思惑は少し違っている。米国は確かに衰退しているのかもしれない。渡辺教授が投げかけているのは、「米国が衰退した後も、われわれは米国的なるものに支配され続けるかもしれない」という逆説である。さらに言えば、「その時に、われわれはいかなる代替案を持ち得るのか？」という問いかけである。

さあ、困った。どうしたらいいのだろうか。さしあたって、次の『スターウォーズ／エピソードVIII』を見ないで済ませる、という選択肢は筆者にはなさそうだ。主演のレイ（ダイジー・リドリー）が気に入ってしまったし、ルークとレイアを最後まで見届けられないことには気が済まないからである。似たような人は少なくないと思うのだが。

<今週の The Economist 誌から>

”Star Wars, Disney and myth-making”

「スターウォーズとディズニーの神話づくり」

Cover story

December 19th 2015

*たまたま『スターウォーズVII フォースの覚醒』を見た直後に、この記事を読んでショックを受けました。「そこまでするか」と思うんですけどね。

<抄訳>

「スターウォーズ」新作は今年のクリスマスに欠かせない。全商業権を持つルーカスフィルムは、ディズニーが2012年に41億ドルで買収したが、単なる人気SF映画の復活ではない。この10年間に同社が繰り返してきた成功劇の最新版だ。ピクサー社、マーベル社、そしてルーカスフィルムを買収し、その知的財産権を現金化し、市場で揺るぎない地位を固めてきた。現代の物語作りの要諦は、言葉、技術、そして玩具の3要素からなる。

初めに言葉ありき。ディズニーの財産は物語である。創始者ウォルト・ディズニー自身が寓話を作ってきた。ジョージ・ルーカスもまた、英雄が天命に応え、師匠に助けられ、宇宙を旅して多くの試練に耐え、最後は勝利する物語を描いてきた。これらが知的財産権を守ろうとするディズニーの熱意につながっているのは、どこか皮肉っぽくもある。

物語を生み出す作業は不変だが、技術の進化はある。これもディズニーが得意とするところで、ホメロスの時代には長詩で伝説を残したが、今はコンピュータや特殊効果、3Dやネット配信などが使われる。ディズニーがデジタルアニメ化に出遅れた際は、ピクサーを買収して切り抜けた。さらに現代の物語は複数のメディアで頒布される。「アベンジャーズ」や「スターウォーズ」は、映画、TV、本、ゲームなどで売り出されてきた。

さらに今日では、物語は玩具やグッズ、テーマパークにも形を変えて収益源となる。ディズニーは1930年代にミッキーマウスをライセンス化し、1955年にディズニーランドを開業した。ルーカスは監督料の一部で商品化権を取得し、億万長者になった。その権利は今やディズニーのもので、『フォースの覚醒』の収益は50億ドルと見られている。1977年以來のスターウォーズ商品化総額は320億ドルで、ジェームズ・ボンドも遠く及ばない。

ディズニーが巧みなのはその権利を再生産することだ。ピクサー作品は世代を超え、スターウォーズも親から子へ受け継がれ、スピンオフ作品でファンを広げることができる。

現代の物語作りは技術とマーケティングで武装している。だがヒットは常に時代の気分を反映している。初代スターウォーズにおける反乱軍の勝利は、ベトナム戦争を象徴していた。アベンジャーズは、政府や軍が当てにならない9/11後の世界に適合している。メディアが対立を煽る時代に、物語は世代や文化や人種を超えて人々を一致させる力がある。

現代の物語作りは新しい道具や技術を使ってはいるが、実は石器時代から変わらない人間の頭脳の同じスイッチを押しているに過ぎない。それはウォルト・ディズニーが本能的に理解していたことで、彼が設立した会社は今もそれを見事に運用しているのである。

<From the Editor> 米国が動かす世界経済

このところ「米国衰退論」や「米国が内向きに向かう説」には事欠きません。

米国を代表する国際派論客であるはずのイアン・ブレマー氏（ユーラシアグループ代表）までもが、近著『スーパーパワー～Gゼロ時代のアメリカの選択』（日本経済新聞出版社）においては、「米国はもう国外の課題解決に手を出すべきでない」というリバタリアンの主張に肩入れをしています。思わずこんな風に突っ込みを入れてやりたくになります。

「お宅の場合、部活（対外関与）を辞めても、学校の成績（国内統治）は良くなると思うよ」——そもそも今みたいに国内の世論が割れているときに、内政に専念しようとしたところで、与野党がまとまりっこないでしょう。今まで通り部活で活躍する方針を続ける方が、長い目で見て米国の得になるのではないかと思うのですが。

確かに今の米国は、外交や軍事面で行き詰っているように見える。ところが経済活動について言えば、米国の対外関与の能力は見事なくらいです。世界における GDP のシェアや、ドルの地位などは相対的に低下しているのですが、相変わらず米国が世界経済をリードしている。それは単にソフトパワーに留まるものではありません。

ひとつは金利です。2015年の世界経済にとって、最大の注目点は米国の金融政策でした。中国などは景気対策のために利下げを繰り返し、ブラジルは逆に通貨防衛で利上げをしましたが、新興国が一様に気にしていたのはFRBの動向。「今かいまか」と注目を集めていた「米国の年内利上げ」は、とうとう12月になって実現しました。

それでは来年はどうなるのか。イエレン議長は「Gradualに」と言っています。意識すれば、「1年に4回程度」、もっと言えば「3月と6月と9月と12月のFOMCで0.25%ずつ」という腹積もりなのでしょう。とはいえ、「これで新興国からのマネー逆流が本格化する」と怯える人も居れば、「全部足しても年間1%だし、きっと年間2回か3回止まりになるだろう」とタカをくくる向きもある。さて、どうなるのか。確実なことは、来年も世界経済のカギを握っているのはFRBの判断であるということです。

もう一つは石油価格です。師走になって「米国が40年ぶりに石油輸出を再開」とのニュースが飛び込んできました。来年になればイラン産原油も市場に出回るでしょうし、これで国際的な石油価格低迷はさらに深まりそうです。おそらくプーチン大統領は、「米国はなんという悪辣な手を打って来るのか…」と腸が煮えくり返っていることでしょう。

では、いったいなぜそういう決定が飛び出したのか。ここがあまり知られていないのですが、答えは「米国議会で2016年度オムニバス歳出法案を通すために、与野党の取引の材料の一つになったから」に過ぎません。新任のライアン下院議長が、共和党保守派が望んでいた「妊娠中絶機関への補助金撤廃」や「環境保護局の規制権制限」を諦めさせる一方で、オバマ政権と民主党が反対していた「原油輸出解禁法案」を抱き合わせで盛り込んだから、というのが真相です。つまり「妥協の産物」と言うわけ。

米国産原油の輸出禁止は、1970年代の石油ショックに対する過剰反応ですから、「解禁は遅きに失した」というのが業界内の評判です。ところが外部から見れば、「弱り目に祟り目の産油国に、さらにダメージを与えるための米国の陰謀」に見えてしまう。ところが当の米国議会にはさっぱりその自覚がない。こういう対比が面白いですね。

ついでに言えば、今回の予算の妥協においては「IMF 組織改革承認法案」（これも共和党が反対していた）が盛り込まれたので、長年にわたって中国などが求めていた「IMF 出資金における新興国のシェア拡大」が認められることになりました。これもいかにも深い意図がありそうで、単なる国内政治のアヤで決まった、というのが愉快なところですよ。

ポイントは今年 10 月にバイナー議長が辞任し、共和党内の騒動の末に「若いけれども、予算協議については大ベテラン」であるライアン新議長が誕生していた、というところがありました。それにしても今回の新予算、筆者はなかなか見事な手際であったと思うのですが、共和党保守派内には新議長への不満を募らせる向きも少なくないようで、このことは大統領選挙の候補者選びにも影響しそうです。

要するに「米国の時代は終わった」などと言われつつも、「米国ウォッチング」の重要性はいささかも減じていないのであります。来年は米大統領選挙が控えています。本誌としては、まことに楽しみな年ということになります。

* 来年最初の号は 2015 年 1 月 14 日（木）にお送りします。

編集者敬白

本レポートの内容は担当者個人の見解に基づいており、双日株式会社および株式会社双日総合研究所の見解を示すものではありません。ご要望、問い合わせ等は下記までお願いします。

〒100-8691 東京都千代田区内幸町 2-1-1 飯野ビル <http://www.sojitz-soken.com/>

双日総合研究所 吉崎達彦 TEL:(03)6871-2195 FAX:(03)6871-4945

E-MAIL: yoshizaki.tatsuhiko@sojitz.com