

鯨とびりびりゾリンズもん

作家 都築隆広

日韓のメディア産業で働く青年たちの夢

日本と韓国では、映画やドラマ、マンガやアニメといった分野で、互いの国の文化への「相思相愛」人氣が続いている。日本のレンタルビデオチェーンTSUTAYAの貸し出し人氣ジャンルでは、韓国映画・ドラマ部門が、邦画・洋画を抜いて人氣トップを走り続ける。また、韓国で若者相手に実施された人氣キャラクター調査では、人氣第一位に日本のハロースキティが選ばれ、ベストテンにはドラえもんなど五つの日本のキャラがランクインした。いま韓国と日本で、メディア産業の現場で働く若い世代は、どんな実感や夢を抱いているのだろうか。日韓の二人の青年を訪ねた。

今どきのソウルっ子

雪になりかけた二月の雨。待ち合わせ場所のソウル、龍山駅に傘をさしてあらわれた大元メディア社員、

パク・ジョンヒョさん(三三歳)は洒落た黒い鞆を肩に掛け、ダウンジャケットを着込み、漫画業界人というよりは、今どきのソウルっ子といった外見。この日は日曜だったが、パクさんは休日返上で取材に応

じてくれた。

韓国最大手のアニメーション会社、大元メディアは一九七三年設立。二〇〇九年の韓国の新刊漫画部数は約一三〇〇万部で、そのうち大元メディア系列の出版社、大元CI、HAKS AN文化社が市場の約五〇%を占めている。巨大な新館社屋の通用口から入って長い通路を抜けると、キャラクターグッズを展示しているショーケースが並んでいた。

「私が勤務しているキャラクターライセンス事業部では弊社で開発したアニメーションのキャラクターライセンスはもちろん、日本の人気作品

も多く扱っております」

パクさんはキャラクターグッズを指差しながら、流暢な日本語で教えてくれた。『プリキュア5』や戦隊モノなど、日本のヒロイン・ヒーロー達の姿がプリントされた弁当箱やペンケースを眺めているうちに、自分にもこういった商品を使っていた時代があったなど、童心にかえって

しまう。

ライセンス事業とはいわば、日本のキャラクター作品の著作権を大元メディアが持つていて、それをパレル、玩具、文具など様々なキャラクターグッズメーカーに渡し、そのロイヤリティ収益を取る事業である。ライセンスとの契約、デザイン監修など、韓国のライセンスと日本の原作者の間で必要とする業務を一手に引き受ける。

「猫の手も借りたいほど忙しかったりもしますが、日本と同じく韓国社会も不景気により晩婚化・少子化が進み、キャラクター消費層は年々、薄くなってきたのが現実です」

場所を会議室に移し、和やかな雰囲気取材が始まった。好みの女性のタイプを尋ねると、パクさんは『少女時代』のテヨンちゃんです。小柄で可愛いので」と恥ずかしげに

答える純朴そうな青年だった。しかし、話が漫画業界全体に及ぶと、彼の口ぶりは重い。

日本文化を受け入れた韓国社会

現在、韓国の漫画市場の八〇%以上は日本漫画で占められている。一九九〇年代初めまで、『恐怖の外人球団』といったヒット作にも恵まれていた韓国漫画だが、九八年に始まった日本文化開放により、『スラムダンク』『ドラゴンボール』『北斗の拳』などの日本作品が、たちまち全国的なヒットになり、漫画市場を完全に奪ってしまった。

日本文化開放とは、金大中政権主導のもと、九八年〜二〇〇六年までに、これまで禁止してきた映画や漫画、アニメなどの日本文化を続々と解禁させていったことである。パク



大元メディア社手がけるキャラクターグッズ