The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	ディズニーにおける物語の循環システム：アダプテーション、トランステクスト性、ハイパーリアル
Author(s)	川村, 明日香
Citation	大阪大学, 2020, 博士論文
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/76256
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

2019 年度博士学位申請論文

ディズニーにおける物語の循環システム：アダプテーション、トランステクスト性、ハイパーリアル

大阪大学大学院言語文化研究科
言語文化専攻
川村明日香

目次

1. 序論 1
1.1. 本研究の目的 1
1.2. 先行研究における本研究の位置づけ 3
1.3. 研究方法 5
1.4. 研究対象 11
1.5. 本稿の構成 12
2. ディズニーコンテンツ消費の歴史 14
2.1. マルチメディア企業ディズニー社におけるメディア拡大の歴史 14
2.1.1. 1920 年代から 1960 年代：ウォルト・ディズニーの「ディズニー」 22
2.1.2. 1970 年代から 1980 年代初め 26
2.1.3. 1980 年代後半から 1990 年代：ディズニー・ルネサンス 28
2.1.4. 2000 年代以降：ネオ・ディズニー、ピクサー、ディズニー・リバイバル 31
2.2. 日本におけるディズニー消費 33
2.2.1. 東京ディズニーリゾートは「アメリカ」か「日本」か 33
2.2.2. 現代日本の東京ディズニーリゾート 38
2.2.3. ディズニーコンテンツの変容と東京ディズニーリゾート：「毒」りんごは「悪」か？ 41
2.2.3.1. ヴィランズの台頭 41
2.2.3.2. 「ディズニープリンセス」の成立 43
2.3. まとめ 45
3. テクストの並列によって生じる機能：ハイパーリアル 45
3.1. 東京ディズニーランドの空間構造：テーマランドと時空間のレトリック 46
3.2. 「地図」の現実性 50
3.3. 「言語」と「歴史」の現実性 59
3.4. まとめ 66
4. アダプテーションによる物語変容：移動する物語の舞台 66
4.1. メディア横断による舞台の変遷 67
4.1.1. 映画『ライオンキング』 67

4.1.2. ミュージカル『ライオンキング』 68
4.1.3. テーマパークにおける『ライオンキング』 71
4.1.3.1. ウォルト・ディズニー・ワールド の *Festival of the Lion King* 71
4.1.3.2. 東京ディズニーランド「ジャングルクルーズ：ワイルドライフエクスペディション」 73
4.1.4. 移動する「プライドランド」 75
4.2. 翻訳によって変更されるパラテクスト：ミュージカルの日米比較 77
4.2.1. ブロードウェイで創出された「アフリカ」: 各民族文化の個別性 78
4.2.2. 日本で創出された「アフリカ」:
「1 地域＝1 言語、1 文化」と「ジャングル」 80
4.2.2.1. パンフレット 80
4.2.2.2. インターネット上の「日本製アフリカ」 80
4.2.3. 発信者の移行によって移動する「プライドランド」 84
4.3. まとめ :「プライドランド」はどこか 86
5. 複数のテクストを通した構造変容：役割解体と「真実の愛」の行方 87
5.1. グリム童話「白雪姫」のアダプテーションに見るおとぎ話のディズニー化 87
5.1.1.『グリム童話』の「白雪姫」における「毒りんご」 88
5.1.2. ディズニー版「白雪姫」の「毒りんご」が持つ両義性 89
5.2. ディズニー映画のおとぎ話構造 91
5.3. ディズニー作品における善悪のゆらぎとハッピーエンドのゆらぎ：役割を越境する「王子」と「悪役」 103
5.3.1. 「悪役」＝「主役」:『シュガーラッシュ』 104
5.3.2. 「王子」像の解体 :『マレフィセント』、『アナと雪の女王』 105
5.3.3. 解体される「主人公」:『イントゥザウッズ』 107
5.3.4. 役割の解体とキャラクターの多面性：映画の枠を超えた記号化 108
5.4. まとめ：変化した「毒りんご」像 110
6. 結論 111

参考文献 117

参考ウェブサイト 124
参考記事 127
参考資料 128
映像資料 128
音楽資料 129

1. 序論

1.1. 本研究の目的

ディズニー社のコンテンツは、すべて物語に起因する。すなわち、グッズ販売においてはディズニー映画の物語をどのように消費させるかを、選択し規定して消費を生み出す。ディズニーのテーマパークは、過去から未来を総括する「アメリカの歴史」や、子供たちが触れて育ってきた冒険譚、ディズニー映画などの物語を空間的に配置し、体験させることを意図する。ディズニー映画は、過去のディズニー映画の物語構造や消費戦略（「ディズニープリンセス」など）の規定を受け、そこから新たな物語を作り出す。グッズやアトラクションの背後には必ず物語が存在し、想起され、それらを媒介として物語が消費されるのである。ディズニー映画『白雪姫』に登場する毒りんごの形をしたバッグを肩にかけた少女は、単なるりんごモチーフとして意識するのではない。バッグは『白雪姫』に登場する、肌が白くて美しいお姫様の姿やハッピーエンドの記号である。

ディズニー社は、マルチメディア企業として多くのメディアを有しており、テーマパーク、アニメ、ドラマ、グッズ、ブロードウェイミュージカルなど、あらゆるメディアに作品を発表しているが、作品群は主に自社のアニメ映画のアダプテーションであるという特質を持つ。過去に制作したアニメ映画は、過去のものとして時代の流れの中に放置されるのではなく、再上演や DVD や VHS の販売によって新しい世代における消費を期待し、促すものである。同時に、自社傘下のテーマパークやミュージカル、実写映画、グッズショップ、ホテルなどにアダプテーションされ、再解釈によって新たな製品となり、現代においても消費の対象であり続ける。すなわち、1 つの物語が、同一の製作資本のもとで何段階にもわたってアダプテーションを繰り返され、その都度新たな解釈が与えられ、変容を続けるというディズニー社独自の物語流動体系とも呼べるものが成立しているのである。

ディズニー社の主要な製品は映画であるが、テーマパークはそれらをアダプテーションする場として中心的である。テーマパークでは、最も初期のアニメ作品である『白雪姫』や実写映画『スイスファミリー・ロビンソン』、ウォルト・ディズニー亡き後に製作された『くまのプーさん』、『ライオンキング』、『リロ＆スティッチ』など、ディズニー社の映画というテクストが空間的に再分配され、併置され、ゲストが「映画の世界に入り込むことのできる」空間が成立する。テクストは、「ファンタジー」や「アドベンチャー」といったジャンル別に設置される空間が決定され、隣り合ったテクスト同士は相互に影響を与え合う。テーマパークにおいては映画のアダプテーションが行われ、ハイパーリアルな演出が加えられる。ア

ダプテーションに伴ってテクストの再分配が行われ、そこにはテクスト間の相互関係が生まれるのである。すなわち、映画で語られた物語が、実際に体験可能な世界として空間上に出現する際に、ゲスト[1]を空間に引き込むために現実以上に現実らしい演出が必要となる。ゲストは実在の世界以上に本物らしいカリブの海賊に出会い、ジャングルの探検をし、ヨーロッパの古城を訪れ、宇宙旅行に出る体験をするのである。本物では体験できないような「リアルな」映画の世界に入り込む。では、海賊たちの戦いとジャングル探検、あるいはピーター・パンとピノキオといった一見全く別物の物語はどのように「リアルさ」を保持しつつ併存し得るのだろうか。テーマパークでは、それぞれのエリアごとに時空間の設定が設けられている。例えば、海賊とジャングルは冒険の世界、ピーター・パンとピノキオはファンタジーの世界、宇宙旅行は未来の世界といった具合である。時空間の設定ごとに、ディズニー社がこれまで扱ってきた物語を再分配して設定に沿ったものを集めて配列しなおすことで、現実以上の「リアリティ」が保持される。また、それぞれの物語に、さらに詳細な設定が設けられており、ゲストはアトラクションを待つ間にこれから体験する物語の設定を演出する「セット」の中に入り込む。物語世界の地図、登場人物が受け取った手紙や愛用のおもちゃ、その国の言語で書かれた看板や広告、窓辺に映る町の住人の影、ラジオから流れるニュース、「当時」の新聞記事など、アトラクションの「本編」だけでなく、取り囲むさまざまなテクストによって「リアル」な物語世界が成立する。テーマパークにおいては、個々の映画、それを取り巻く設定、時空間の設定といったいくつものテクストが並列され、相互に影響を与え合っている。ディズニーテーマパークはアダプテーションと、同時に生じる物語の再分配とテクスト同士の相互作用によって構築されたハイパーリアルの空間である。

しかし、ディズニー社の映画に基づいたアダプテーション、テクスト間の関係性やハイパーリアル、物語の再分配はテーマパークにおいてのみの現象ではない。テーマパークに隣接したホテルのイベントや内装、ディズニーストアのグッズ、劇場でのショーやミュージカル、ディズニーチャンネルのテレビアニメ、同系列のテレビ局のドラマ、最新の映画に至るまであらゆるメディアにおいて販売戦略として同時並行的に行われているのである。例えば後に詳述する、「ディズニープリンセス」という概念は 2005 年ごろから生まれ、今日一般化しつつある。ディズニー映画に登場する王女や女性の主人公たちである。彼女たちはそれぞれの物語の枠を超えて「プリンセス」というジャンルに再分配される。これは、後に詳述する、

[1] ゲストとは、ディズニーテーマパークにおける来園者のことを指す。これに対し、パークの従業員はキャストと呼ばれる。

テクストの相互関係「トランステクスト性」の 1 つ、「アルシテクスト性」によるものである。そして、ディズニープリンセスをテーマにしたグッズが販売され、アイスショー、コンサートが企画されている。加えて「プリンセス」像は、現実の王族像ではなく、ハイパーリアルな「アメリカ式のプリンセス」である。

映画では、ディズニーテーマパークと同様のハイパーリアルの演出手法がとられている。アメリカのディズニーランドで最も初期から人気があるアトラクション「イッツ・ア・スモールワールド」では、世界中の子供たちが同じ歌を歌う中をゲストが船で進み、進むにつれて空間に配置される自然や文化の表象が移っていくと同時に、歌われる言語が変わる。東京ディズニーシーでは、イタリアをイメージしたエリアでは挨拶や看板にイタリア語が使用され、南米エリアではスペイン語が使用される。言語によって地理に「リアリティ」が与えられているのである。アニメ映画でもこの方法は用いられており、アフリカ大陸を舞台とした映画『ライオンキング』では、南アフリカ共和国（以下、南アフリカとする。）の公用語であるズールー語とアフリカ東部で使用されるスワヒリ語が聞かれる。美術的にフランスのロココ美術を代表する画家フラゴナールやブーシェに影響を受けた（スミス 2008: 46）映画『美女と野獣』では、歌の歌詞や町の看板にフランス語が使用されている。

本稿では、以上のようにマルチメディア企業であるディズニー社におけるアダプテーションとそれに伴ってテクスト間に生じる相互関係を分析し、考察する。

1.2. 先行研究における本研究の位置づけ

ディズニー社のコンテンツについての先行研究は、映画やミュージカル、テーマパークなど各メディアに特化して分析しており、映画とテーマパークについての研究が非常に多い。

映画については、Pallant（2011）が 2000 年代初期までのディズニー映画を技術面、内容面、経営との関連面から詳細に分析している。また、エスニシティやジェンダー等文化的側面に関する研究も広くなされており、その中でもウォルト・ディズニーがディズニー社設立以前から扱ってきたおとぎ話というテーマは頻繁に研究の対象となっている。ディズニー映画におけるおとぎ話の形式は、1937 年の『白雪姫』で出来上がり、その後の同ジャンルの映画構造の基礎になっているといわれる（Zipes 1995: 34）。すなわち、苦境に陥りながらも前向きに生きる善良なヒロインとそれを助ける森の動物たち、王子による救出、そして悪役の敗退である（Mollet 2013: 122）。このようなおとぎ話のディズニー化された構造について賛否はあるものの、先行研究における考察はおおむね、ヨーロッパ産のおとぎ話のアメリ

カナイゼーションとそこに創出されるアメリカンドリームであるとの見解で一致している（Mollet 2013: 122; Zipes 1995: 35）。特に『白雪姫』が公開された 1930 年代は、アメリカ市民は大恐慌に苦しんでおり、苦難を乗り越えるヒロイン像が必要とされた（Mollet 2013: 114-115）。

『白雪姫』と同様、映画『ライオンキング』についても、その舞台「プライドランド」は想像上の土地にアメリカ社会を反映したものであるとする先行研究が複数見られる。

一方で、Byrne/McQuillan（1999）はディズニー社を「中世ヨーロッパ的価値観を固持する者」と位置付けている。そのうえで、『ハムレット』についてのデリダの考察を引用しつつ、『ライオンキング』はアパルトヘイトを脱却した南アフリカに対してディズニー社が王権君主制を勧めるものである、と分析しており（Byrne/McQuillan 1999:83-93）、物語をアメリカ社会とする見解とは別れたものとなっている。

テーマパークに関しては、日本でも東京ディズニーリゾートを対象として、経済学的側面、技術的側面、社会学的側面などあらゆる観点からの研究がなされている。Yoshimi（2001）は、ディズニー漫画への帝国主義的批判である『ドナルドダックを読む』（ドルフマン／マトゥラール 1984）に対する日本人学生の反発には、日本におけるアメリカ文化受容の文化帝国主義的な部分が反映されているとし、東京ディズニーランドを例に考察を行っている。東京ディズニーリゾート研究では、それが「日本」か「アメリカ」かという議論がなされている。第 2 章で述べるが、関口（2004）や新井（2016）、ブライマン（1995）らはその上で東京ディズニーリゾートにおける日本化について考察を行っている。

以上のように、メディアごとのディズニーコンテンツについての研究は広く詳細に行われてきた。しかし、ディズニー社の最大の特徴は、他に類を見ないほど傘下に複数のメディアを有した上で、それを最大限活用してアダプテーションを繰り返している点である。本研究では、ディズニー社を多メディアが集合した 1 つの物語の流動システムと捉え、その構造に着目したい。方法としては、分析対象の作品とメディアを限定するのではなく、1 つの作品をめぐるあらゆるメディアを通してのテクスト的・解釈的変容について考察すると同時に、複数の作品同士の関係についても観察する。ディズニー映画で繰り返し語られるおとぎ話は、漫然と同じ形を維持し続けているわけではなく、ディズニー映画史の中で一時途絶えかけ、よみがえった。そこにはマーケティング手法としての「プリンセス」というジャンル的枠組みの導入が関係していると考えられる。一方、おとぎ話の構造のみを分析すれば、実は時代ごとに変化が生じており、最も初期の作品である『白雪姫』も現代でのアダプテーシ

ョンや語り直しにおいてその影響を受けている。

また、『ライオンキング』はほぼ同時代中であっても、メディアを変えてアダプテーションされる中で、時代・空間的ハイパーリアルな演出や他のテクストとの関わりという制約から、舞台である「プライドランド」の形を変えている。これを先行研究でなされてきたようなアメリカ社会の反映という文脈でとらえてしまうと、アフリカという土地や文化に向けられるディズニー社の視線や、そこから観客が得るイメージが研究対象から取り残されてしまう。よってディズニーコンテンツにおけるおとぎ話や表象を、テクストの構造についての操作システムと見做し、そのメカニズムを分析する。

1.3. 研究方法

本研究でいう「テクスト」とは、通常使用される「テクスト」の定義の範囲を拡大し、次の2つを指すこととする。1つは、地図や看板のような印刷されたり書かれたりしたもので、文字だけでなく絵や記号など、その一連のものから意味を読み取れるものとする。2つ目はテーマパークに設定されているストーリーやアトラクションのストーリー、アトラクションのもととなった映画のストーリーなどゲストとパークないしディズニー社の間で語られて暗黙に共有されているものとする。加えてそれらのテクストを表現する言語にも目を向ける。

このようなテクスト分析を行うにあたって、いくつかの用語を定義しておきたい。

テクスト同士の関係に着目した「インターテクスト性」という概念は、ジュリア・クリステヴァによって提唱された。クリステヴァは『セミオイチケI』（1983）において次のように「インターテクスト性」を定義する。

> あらゆるテクストは引用のモザイクとして構築されている。テクストはすべて、もう1つ別なテクストを吸収、変形したものである。
>
> （クリステヴァ 1983: 61）

ジュネットはクリステヴァの理論を受け、さらに上位の概念「トランステクスト性」があるとする。トランステクスト性（transtextuality、超テクスト性、超越テクスト性）[2]とは「公

[2] ジュネットが提唱したトランステクスト性やそれに含まれる5つの用語は、翻訳が分かれているため、英訳といくつかの邦訳例を載せる。

然とであれ秘密裡にであれ、そのテクストを他の種々のテクストに関係づけるあらゆるもののこと」（ジュネット 1986: 145）である。以下で説明する、5 つの細分化された性質を持つ、あるテクストとそれに先行するテクスト、テクスト群との相互関係性といえる。

ジュネットはこのようなテクストの関係を文学的テクストの分析に用いた。ディズニーコンテンツは、映画、テーマパーク、グッズと多岐に渡り、文学的テクストとしては表出しない。しかし、いずれにおいても、映画的テクストとして語られる物語が別の形式でテクストとして現れ、同様に現れた他のテクストとの関係性によって成立している。テーマパークで再現される際にはその背後に必ず暗黙の了解としてゲストとテーマパーク運営者の間には共有されており、これはグッズ等においても同様である。さらに、テーマパークでは先に示したハイパーリアルを作り出すために、映画のアダプテーションとしてのアトラクションを取り囲む、地図や看板といった新たなテクストが設定される。加えてそれらのアトラクションを配置するやり方の中にもテクストは意識される。テクスト同士の関係が齟齬を来せば、テーマパークのハイパーリアルが成立しなくなるためである。ディズニーコンテンツは直接的にも間接的にも映画のテクストを媒介しており、よってジュネットが用いたトランステクスト性のパラダイムはディズニーコンテンツ分析にも十分に適用できると考えられる。本稿におけるテクスト間の相互関係分析のため、以下にトランステクスト性の細分化された要素の定義を示す。

インターテクスト性（intertextuality、相互テクスト性、間テクスト性）は、クリステヴァの議論を受けたもので、「2 つもしくはそれ以上のテクスト間での共存関係によって、言い換えると形相的には、（中略）あるテクスト内での他のテクストの実際上の存在」（ジュネット 1995: 16）であり、引用や剽窃といった形式的に明白なものから、ある言表から別の言表を連想させるような暗示も含まれる（ジュネット 1995: 16-17）。ディズニーテーマパークにおける映画のアダプテーションの共存・並列は「テーマパーク」という形式に合わせた一種の「引用」とも捉えられる。アダプテーションの並列は、インターテクスト性によって関連づけられるが、テーマパークのインターテクスト性はそれとはまた別の文法的なものによって制御されていると考えられる。例えば、「未来」を表す空間であるトゥモローランドに『白雪姫』のアトラクションは配置できない。このようにテーマパークにおいてインターテクスト性は、ハイパーリアルを指向し、そのために制御される。

パラテクスト（paratext）とは、「表題・副題・章題、序文・後書き・緒言・前書き等々、傍注・脚注・後注、エピグラフ、挿絵、作者による書評依頼状・帯・カヴァー、およびその

他数多くのタイプの付随的な、自作または他者の作による標識など」で、「テクストにある種の（可変的な）囲いを、そして時には公式もしくは非公式のある注釈を与える」ものと定義される（ジュネット 1998: 18）。ディズニーテーマパークで、アトラクションとして再現される映画の世界はいくつもの並列するテクストに囲まれている。映画の内容がゲストの実体験として再現されるにあたり想定される映画のストーリーとそれを演出するために伴う空間設定やそれに沿った建造物の装飾、看板や地図といった小道具である。それらはアトラクションにとってのパラテクストと捉えることができる。このパラテクストを取り出し、アトラクションそのものとどのような影響関係にあるのか、また、空間的配置によるアトラクション同士の関係についても考察を行う。

メタテクスト性（metatextuality）は、「あるテクストを、それが語っている他のテクストに、かならずしもそれを引用することなしに、それどころか極端な場合にはその名を挙げることすらなしに結び付ける関係であり」（ジュネット 1999: 19）、すなわち注釈や批評の関係である（ジュネット 1999: 19）。ディズニー映画では、『魔法にかけられて』（2007 年、原題：*Enchanted*）や『シュガーラッシュ：オンライン』（2018 年、原題：*Ralph Breaks the Internet*）が挙げられる。これらの作品はディズニー映画に登場する歴代「プリンセス」に言及するものである。また、東京ディズニーランドのアトラクションの 1 つである「ミッキーのフィルハーマジック」や東京ディズニーシーの水上ショー「ファンタズミック！」がディズニーコンテンツにおけるメタテクスト性に相当すると考えらえる。

アルシテクスト性（architextuality）は個別のテクストではなく、それらが属する「言説のタイプ、言表行為の様式、文学ジャンル等、一般的ないし超越的なもろもろのものの範疇の全体」（ジュネット 1999: 15）である。

イペルテクスト性（hypertextuality、ハイパーテクスト性、超テクスト性）とは、あるテクスト（イペルテクスト）を接ぎ木される先行テクスト（イポテクストと呼ばれる）に注釈ではない方法によって結び付けるあらゆる関係のことであり、より一般的には第二次のテクスト、先行テクストから派生したテクストということができる（ジュネット 1999: 20-21）。メタテクストが「語る」ような直接的な記述としての派生現象とは異なり、当該テクストがある先行テクストなしには存在しえないといった関係としての派生現象である（ジュネット 1999: 21）。本稿で分析対象とする、ディズニー映画史における過去作を受けて作られた新作の踏襲・変容関係がこれにあたるといえる。

以上 5 つのトランステクスト性はテーマパークを始めとしてあらゆるディズニーのメデ

ィア内で確認できる。これらのメディア間で、物語を流動させる原動力となっているのが、アダプテーションという行為である。アダプテーションとは、一般的に翻案や脚色を意味する。すなわち、ある作品が異なるメディアや目的に適応するように再解釈される行為とその結果としての新たな作品である。新たな作品は、元の作品とは全く別物としてではなく、元の作品との相互関係の中で受容される傾向がある。つまり、アダプテーションとしての新たな作品は、元の作品に対しての再解釈であることを自ら主張するものである。たとえば、コナン・ドイルの小説『シャーロック・ホームズ』シリーズをアダプテーションしたドラマや映画ではタイトルや主人公の名前、キャラクターの性格、プロットの構造等原作のなんらかの特徴を踏襲することによって必ず受容者に原作を連想させるように作られる。このような場合、原作は一種の記号体系として捉えられ、その記号体系に沿いながら新たな意味が与えられてアダプテーションが作られるため、受容者は新しい作品の中に原作と同様の記号を読み取り、自分が鑑賞しているものがアダプテーションであると認識する。しかし、原作の中にどのような記号体系を見出すかはある程度翻案者に委ねられている。ディズニー社の場合は、企業内で戦略的にアダプテーションを行うため、実際の翻案者は原作者と異なりつつも同一主体的側面も持つ。

ハッチオン（2012）はアダプテーションを「特定の芸術作品への広範で意図的な公表された再訪」（ハッチオン 2012: 210）と定義した上で、パロディはアダプテーションに含まれるが、他の作品への言及や楽曲の一部を引用して新たな楽曲を再構築したものはアダプテーションには当てはまらないとしている。

また、アダプテーションに伴って、パラクストも変更される。本稿では映画『ライオンキング』を取り上げ、その舞台となる「アフリカ」の架空の国「プライドランド」がアダプテーションによって変容する様相についてアフリカ文化のどのような要素が演出に用いられているかを分析するが、テーマパークへのアダプテーションにおいては「テーマ」という空間的なパラテクストが観客の体験に影響する。ミュージカルにおいては翻訳によっても、パラテクストが変容し、それに伴って観客が抱く「プライドランド」像には変化が生じている。よってブロードウェイと日本における広告やパンフレットといったパラテクストの比較とそれによる本編への「アフリカ」イメージの影響も考察が必要となる。

加えて、テーマパークや映画においては「ハイパーリアル」な演出が試みられ、それがトランステクスト性にも影響を与える。ボードリヤールは現代の記号は、「ハイパーリアル」であるとする。『象徴交換と死』では、次のように述べられている。

現実は、ハイパー・リアリズム、すなわち現実そのものを緻密なコピーにしてしまう過程で崩壊するのだが、（中略）現実は崩壊することによってさえも、かえってみずからを強めてゆき、現実のための現実、つまりハイパー現実となる。これは、失われたものへのフェティシズムだ—表象作用の対象へのフェティシズムではなく、自己否定儀式化された自己破壊の陶酔である。（中略）シュルレアリズムは、想像力の世界で現実を二重化することによって、リアリズムと決別しようとしたのである。ハイパー現実は、現実界と想像界との間の矛盾が消滅してしまうような、もっと先に進んだ段階を代表している。この段階では、非現実は、もはや夢や幻覚、あの世やこの世のそれではなくて、現実が現実そのものに、錯覚を起こさせるほどよく似ていることを意味している。

（ボードリヤール 1992: 171）

つまり、ハイパーリアルとは、現実とそのコピーとしての非現実や想像界という関係を逆転させたものである。想像界が現実のための「現実」となっていく。

次に、『シミュラークルとシミュレーション』でボードリヤールは「シミュレーションとは起源も現実性もない実在のモデルで形作られたもの、つまりハイパーリアルだ」（ボードリヤール 1984: 1）と述べる。そして、ディズニーランドはアメリカとロサンゼルスの街そのものがハイパーリアルとシミュレーションであることを覆い隠すための装置であるとする（ボードリヤール 1984: 18）。すなわち、「ハイパーリアル」な記号が意味するのは現実のものではなく、現実をそのコピーとし、さらに現実のイメージを強化するような想像のものである。

また、ディズニー映画史で連綿と語られてきた「おとぎ話」という主題とその物語構造は、イペルテクスト性を形成しているといえる。初期の『白雪姫』や『シンデレラ』を受けてその構造を踏襲しつつ『リトル・マーメイド』などが作られ、さらにそれらの構造が近年変容を見せている。この変容は現代にも行われている『白雪姫』のアダプテーションにまで影響をもたらしている。よって物語の流動システムを考察する上でディズニーおとぎ話におけるイペルテクスト的構造にどのような変化が生じているかを明らかにする必要がある。その方法として、プロップの提唱したおとぎ話における機能と役割の関係を採用する。

プロップの『昔話の形態学』では、民話を機能としての行為の連続と捉えて分析しており、その行為者である各登場人物には機能の行動領域があると述べている（プロップ 1987: 125）。すなわち、英雄には英雄がとるべき行為があり、悪役には悪役にしかできない行為があると

いうことである。しかし、近年のディズニー映画では、「悪役」を主人公にする傾向が見られる。よって、この逸脱を示すために、プロップの議論において「典型」となる悪役やその他の登場人物たちが「とるべき」行動領域を提示し、それを越境していくディズニー映画のキャラクターの機能の展開の仕方を明らかにする。以下に、プロップが定義した、それぞれの登場人物の種類とそれに対応する行動領域について記す。なお、本稿の分析においては、映画全体のプロットを上位プロット、そこに含まれる細分化されたプロットを下位プロットと呼ぶ。

（1）敵対者（加害者）…加害行為、主人公との格闘その他の闘い、追跡
（2）贈与者（補給係）…魔法物品贈与のための予備交渉、主人公への魔法物品の贈与
（3）助手…主人公の空間移動、不幸・欠如の解消、追跡からの救出、難題の解決、主人公の変身
（4）王女（本稿では王子）…難題を課すこと、主人公に標をつけること、偽主人公・敵対者の正体の暴露、主人公の発見・認知、敵対者の処罰、主人公に結婚やそれに伴う即位、その他の報酬を与える
（5）派遣者…主人公の派遣
（6）主人公…探索に出立すること、贈与者の求めに応ずること、結婚
（7）偽主人公…探索に出立すること、贈与者の求めに否定的に応じること、不当な要求をする

（プロップ 1987: 126）

これらの行動範囲は、1 人ずつに 1 つの行動領域が与えられる場合もあれば、1 人が複数の行動領域に関わる場合や、複数の人物が分担して 1 つの行動領域を担うこともある（プロップ 1987: 127-132）。

プロップは、登場人物に割り振られている行動領域について分析しているが、すなわち、任意のプロットの中で、ある登場人物の機能がどの行動領域に属しているかを調べることによって、その登場人物がどの役割を担っているかを特定することが可能であると考えられる。このようなプロップの議論は汎用性が高いが、製作側のディズニー社も参照している可能性が高く、また同一の製作主体におけるイペルテクスト的構造変容を役割の面から分

析する方法としては、特に適しているといえる。よって本稿で対象とする映画のプロットに関して、各登場人物がどの行動領域に関わっているのかを調査し、その役割の越境を示す。

1.4. 研究対象

1 つのアニメ映画が何段階にもわたってアダプテーションされ、それが過去から現在まで繰り返されることによって複数のアダプテーションがテーマパークやグッズ展開において並列されるようになる。加えて、過去に作られてきた作品のプロット構造の傾向が「ディズニー流」ともいえる定型を作り出し、しかしその定型は徐々に変化を加えられ、近年明らかな逸脱も試みられる。

本稿では、1 つの作品についてのメディア越境の例として映画『ライオンキング』を取り上げる。『ライオンキング』はアフリカにある架空の国を舞台とする物語であるが、作品に接する観客に、その物語がいかにも実在するアフリカのどこかの場所で展開されているような印象を与える。この作品を扱った先行研究では、描かれる内容を分析したものは見られるが、作品をめぐって表象される「アフリカ」という場所に関する分析は行われていない。よって、そのような想像上のリアルな「アフリカ」らしい世界はどのようにして創造されているのかという点に着目して『ライオンキング』におけるアフリカ表象から、舞台となった場所の分析を行う。また、作品がアメリカから日本にもたらされたとき、アメリカで解釈された「場所」は同じものとして受容されるのか、という点に関しても考察を加える。

あらゆるテクストが並列される場としては、ディズニーテーマパークを分析対象として取り上げる。日本でディズニー消費の中心的存在となっている東京ディズニーリゾートや、東京ディズニーランドの構造のもととなったウォルト・ディズニー・ワールドのマジック・キングダムを主な対象とするが、『ライオンキング』のアダプテーションが見られるテーマパーク、アニマル・キングダムについても分析を行う。

物語構造については、ディズニー社が長年にわたり、中心産業であるアニメ映画において題材としてきたおとぎ話に目を向ける。最初の長編アニメ映画である『白雪姫』（1937 年）以降、『シンデレラ』（1950 年）、『眠れる森の美女』（1954 年）などをアニメ映画化してきた。後述するが、現在でもおとぎ話を題材とする傾向は受け継がれている。新しいものだけではなく、過去に創られたディズニーのおとぎ話映画は実写化されたり、舞台化されたりして、時代を超えて消費され続けている。しかし近年、ディズニー社の各メディアで発表される物語の構造は、従来のおとぎ話の物語構造を解体するような再解釈がなされていると考えら

れるものが多数見られる。

物語構造の解体は、過去のおとぎ話映画の消費にも影響を及ぼす。例えば、『白雪姫』は最初のディズニー長編アニメ映画である。1937 年に『グリム童話』を原作としたディズニー映画『白雪姫』がアメリカで公開された。その後、世界各地でディズニー版『白雪姫』は大ヒットし、日本でも幅広い世代に受け入れられてきた。その中で、主人公を殺す道具として映画に登場する毒りんごがディズニー版『白雪姫』のシンボルとして受容されるようになる。2017 年に販売されたグッズには、りんごに唇を寄せる白雪姫のシルエットがデザインされたパッケージやラベルが施されているというものが見られる。「毒りんご」は「かわいい」アイテムとして解釈されている。『白雪姫』は現在でも東京ディズニーランドのアトラクションとしても人気があり、近年ディズニー社の傘下である ABC のドラマでも題材となった。ディズニーが伝説やおとぎ話を「ディズニー化」した映画として再生産し、それがさらにグッズやアトラクションという形で新たな消費を生むという流れの中で、物語は変容しているのである。

よって、おとぎ話構造の変化を追いながら、同時に過去の作品が現在どのように需要されているかを分析する。最も広く受容されている過去の作品として、本稿では『白雪姫』を中心に据えながら、他のおとぎ話を題材とした映画についても構造分析の対象とする。

1.5. 本稿の構成

第 2 章では、ディズニー映画史を中心に、ディズニー社がどのように傘下のメディアを拡大してきたのかを、時代を追って概観した後、日本におけるディズニー消費について、それを支える東京ディズニーリゾート（東京ディズニーランド、東京ディズニーシー、ディズニーホテル）を中心に考察を加え、近年ディズニー社が形成した「プリンセス」、「ヴィランズ」というジャンルについて日本での受容がどのような影響を受け、形作られているかについても述べる。

Pallant（2011）は、ディズニー史を 1938 年から 1949 年の Disney Formalism、1960 年から 1988 年の Disney Transition、1999 年までの Disney Renaissance、2008 年までを Neo Disney としており、2009 年以降については明確な定義をしていない。これらの分類は、ディズニー長編アニメ映画を制作するウォルト・ディズニー・アニメーション・スタジオ作品の評価と興行成績、使用技術をもとに定められている。しかし、Pallant がウォルト・ディズニー自身の製作指揮からの離脱期であると指摘する Disney Transition の作品も「ウォルト・ディズニ

ー」の代表作とされており、ディズニー社の歴史に関する文献ではウォルト・ディズニーの生前と没後で分ける方法も見られる。近年では長編アニメ映画制作部門が扱ってきた「おとぎ話」という主題は実写映画やドラマの部門とも関連が見られ、アニメ映画作品の実写化も連続して行われているため、ウォルト・ディズニー・アニメーションスタジオの隆盛だけでディズニー社の歴史を分ける方法は適していないといえる。ただし、Disney Renaissance はディズニー社の経営体制の移行によってもたらされたため、この分類がアニメ映画の変遷だけと関連しているとも言い切れない点もある。よって本研究では、ディズニー・ルネサンスやネオ・ディズニーと呼ばれる用語は採用しつつ、それ以前の時期はウォルト・ディズニーが運営に関わっていた時代（以下、初期とする。）とその後、ルネサンス以前の旧体制の時代（以下、移行期とする。）に分けることにする。

第 3 章から第 5 章では、いずれのディズニーコンテンツにも見られる、ハイパーリアル、アダプテーション、テクストの構造的影響関係を、その様相を明確に示すために便宜上分けて分析を行う。

第 3 章では、ディズニーコンテンツにおけるハイパーリアルの在り方をディズニーテーマパーク、特に東京ディズニーランドとウォルト・ディズニー・ワールドを例に挙げ、分析する。ディズニーテーマパークでは、アトラクションの配置、演出、建造物の外観など、全ての演出がハイパーリアルを指向している。また、パークと同様の演出手法が映画などその他のコンテンツでも見られるため、テーマパークはディズニー社のハイパーリアルのつくり方を考察する上で好例といえる。そこでは、地図、言語、歴史という日常の世界で「現実」と結びついて認識されている記号が非現実のものに対して与えられ、現実性を主張するための要素となっている。客観的なはずの「時間」は主観的時間感覚として空間を支配し、それに沿って並べられたアトラクションはハイパーリアルな過去・未来・ファンタジーを演出する。

第 4 章では、『ライオンキング』という特定の 1 作品を取り上げ、1 つの物語があるメディアから異なるメディアへと順応しながらどのように姿を変え、循環していくかを観察する。新しいメディアで再生成される物語は、テーマパークやブロードウェイ、劇団四季などの物理的なメディアの条件だけでなく、求められる「ハイパーリアル」にも従って変容していると考えられる。

第 5 章では「おとぎ話」映画に着目し、第 2 章で触れたディズニー史（初期、移行期、ルネサンス期、ネオ・ディズニー期、現代）の中で各時期において、前時期に定型化された映

画の主題や形式の中から踏襲・逸脱を選択し新たな構造を生み出し続けてきたというイペルテクスト的観点から、構造がどのように変容していき、それが現在の新作制作あるいは過去作品新たな解釈に影響しているかを分析する。

第 6 章では、以上の分析を通して、マルチメディア企業としてのディズニー社における物語が如何にしていくつものメディア間を循環しているかについて、アダプテーション、トランステクスト性、ハイパーリアルという要素との関連から考察を行う。

2. ディズニーコンテンツ消費の歴史

2.1. マルチメディア企業ディズニー社におけるメディア拡大の歴史

ディズニー社は、傘下にいくつものメディアを持っている。そのため本章では、ディズニー社のメディアシステムを理解するため、当初映画製作のみを行っていた時代から、どのようにそのシステムが構築され、拡大していったかを歴史を追って確認する。

以下に、ディズニー社のメディア拡大と日本における受容の歴史に関する年表を載せる。なお、この年表は 2018 年 2 月 12 日に東京ディズニーリゾートでディズニーのファンイベント D23 Expo が開催されたことに伴って東京ディズニーシー・ホテル・ミラコスタで行われた「ディズニー・アーカイブス展」[3]ならびに同年 4 月から 5 月に大阪大丸梅田で開催された同展示会[4]の展示資料の年表に基づくものである。ただし、写真撮影が禁止されている展示であったため、主に展示内容に関する筆者のメモから書き起こした。ウォルト・ディズニー・アーカイブスは、カリフォルニア州バーバンクに、1970 年に設立された。ディズニーの歴史資料や、映画、テーマパーク等の資料を保管・保護・研究する施設であり、多くの研究者がウォルト・ディズニー・アーカイブスで調査を行っている。なお、一部情報を補足するために、ウォルト・ディズニー・アーカイブスが公式に出版している、デイヴ・スミス著『Disney A to Z: The Official Encyclopedia オフィシャル百科事典』、ディズニー本社とウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社の公式ホームページを参照した。

年表では、ディズニー本社のメディア事業拡大について明確にするため、どのメディアに関連して生じた内容であるのかを事象ごとに記号で記している。また、各用語に関して、一部略語を用いている。凡例は以下の通りである。

---

[3] 2018 年 2 月 12 日に筆者が行った調査による。
[4] 2018 年 4 月 13 日、同年 4 月 27 日に筆者が行った調査による。

凡例

【映】…映画　【TV】…テレビ番組　【遊】…テーマパーク　【販】…グッズ販売

【展】…展示会、美術展等　【演】…ショー、ミュージカル　【書】…書籍　【音】…音楽　【他】…その他　☆…事業拡大　※…内容詳細

DL…（アメリカ、カリフォルニア）ディズニーランド

WDW…（アメリカ、フロリダ）ウォルト・ディズニー・ワールド

TDL…東京ディズニーランド　TDS…東京ディズニーシー

TDR…東京ディズニーリゾート

表 1. ウォルト・ディズニー・カンパニーの歴史と変容

西暦	アメリカ、その他海外	日本
1922	【映】ウォルト・ディズニーが *Little Red Riding Hood* 制作	
1923	【映】*Alice's Wonderland* ※ウォルト・ディズニー制作の *Alice's Comedies* のパイロット版	
1924 -1927	【映】*Alice's Comedies*	
1927 -1928	【映】*Ozwald the Lucky Rabbit*（『しあわせうさぎのオズワルド』）制作 ※版権はユニバーサル	
1928	【映】ミッキーがスクリーンデビュー。『蒸気船ウィリー』等公開	
1929	☆【販】初のミッキーマウスグッズ発売※ノートパッド	【映】4 本のミッキーマウス作品公開
1930s 初期		【販】ニューヨークのジョージ・ボーグフェルド社がアメリカで販売するグッズを日本で制作 ※ミッキー、ミニー、ドナルドダックの置

		物や子供用ティーセット
1937	【映】*Snow White and the Seven Dwarfs*（『白雪姫』）公開	
1940	【映】*Pinocchio*（『ピノキオ』）、*Fantasia*（『ファンタジア』）公開	
1941	【映】*Dumbo*（『ダンボ』）公開	
1942	【映】*Bambi*（『バンビ』）公開	
1946 -1948		☆【書】日本でディズニーの漫画を販売
1950	【映】*Cinderella*（『シンデレラ』）公開 ☆【TV】初のテレビ番組、“One Hour in Wonderland”が NBC 放送でクリスマス特番として放送された（スミス 2008: 345、Wasko 2001: 20）。	【書】「ディズニーのまんがえほん」シリーズ発売 ※「ミッキーマウス」、「ドナルドダック」、「七人のこびと」、「プルートパップ」 ※アニメをもとに新たに書き起こしたもの。英文を並列しており、造本は当時のアメリカのゴールデンブックス版を忠実に再現 【販】アメリカのルイス・マーク社がディズニーのブリキのおもちゃを作るために日本支社を設立
1951	【映】*Alice in Wonderland*（『不思議の国のアリス』）公開	【書】『ミッキーマウスのピクニック』、『サンタクロースのおもちゃ』、『3 びきのこぶた』
1952		【書】えほん『ふしぎの国のアリス』、『ドナルドダックのきしゃあそび』、『こぐまのボンゴ』
1953 -1960	【映】世界の土地と人々にまつわるドキュメンタリー短編映画シリーズ“People and Place”公開	

1954	【TV】ディズニーランドへの投資を条件に、ABC（＝アメリカン・ブロードキャスト・カンパニー）のテレビシリーズ制作を契約 【TV】テレビ番組『ディズニーランド』が ABC で放送開始	
1955	【TV】テレビ番組『ミッキーマウス・クラブ』が ABC で放送開始 ☆【遊】カリフォルニアに DL がオープン	【遊】DL オープン時、日本からは他国よりも多くのゲストが訪れる 【TV】ウォルト・ディズニーが『ミッキーマウス・クラブ』の撮影隊を日本に送り、日本の行事を撮影
1958	【映】“People and Place”シリーズ 13 本目 *Ama Girls* 公開 ※日本の漁村を映したもの。1959 年アカデミー賞短編ドキュメンタリー映画部門受賞	
1959		☆【他】ザ・ウォルト・ディズニー・カンパニーが現地日本法人設立 ※2000 年関連子会社統合 2002 年にウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社に名称変更（ウォルト・ディズニー・ジャパン）
1960	【映】日本の文化・風習を映したドキュメンタリー*Japan* 公開	【遊】明仁皇太子、美智子皇太子妃が DL 訪問 【展】「漫画の歴史と動画芸術　ウォルト・ディズニー展」が日本 17 か所を巡回 【遊】オリエンタルランド設立
1961		【展】東京国立近代美術館「アニメーションの芸術」展

1964		【書】講談社が雑誌『ディズニーランド』を刊行
1970	☆【他】ウォルト・ディズニー・アーカイブス設立	
1971	【遊】WDW オープン	
1972	☆【他】ウォルト・ディズニー・トラベル・カンパニー設立	
1975	【遊】WDW パークの 1 つ、エプコット建設発表	【遊】昭和天皇・皇后 DL 訪問
1977	【映】*the Many Adventures of the Pooh*（『くまのプーさん』）公開	
1980	☆【販】ブエナビスタ・ホーム・エンターテイメントから初めてビデオシリーズ発売	
1981	☆【演】ワールド・オン・アイスの上演開始 ※1996 年に「ディズニー・オン・アイス」に改称	
1983	☆【TV】ディズニーチャンネル開局 ※ケーブルテレビ。ディズニー作品、オリジナル作品、他社の家族向け娯楽作品を放送 ☆【映】大人向け第 2 レーベル、タッチ・ストーン・ピクチャーズを発表 ※作品例）トム・ハンクス主演『スプラッシュ』	☆【遊】TDL 開園
1985		【遊】TDL、エレクトリカル・パレード開始
1986		【演】ワールド・オン・アイス（＝ディズ

		ニー・オン・アイス）の上演開始。以後、毎年日本で公演
1987	☆【販】ディズニーストア 1 号店がカリフォルニア州グレンデイル・ギャレリアにオープン	
1988	☆【他】ディズニーランド・ホテルを所有するラザー社を買収	
1989	【映】*Little Mermaid*（『リトル・マーメイド』）公開 【遊】ディズニー・MGM スタジオ（＝現ハリウッド・スタジオ）開園	
1990		【書】講談社の雑誌『ディズニーファン』創刊
1991	【映】*Beauty and the Beast*（『美女と野獣』）公開	【映】『リトル・マーメイド』公開
1992	☆【遊】ユーロ・ディズニーランド（＝現ディズニーランド・パリ）開園 【映】*Aladdin*（『アラジン』）公開	☆【販】日本初のディズニーストアがオープン ※2001 年オリエンタルランドに売却
1994	【映】*The Lion King*（『ライオンキング』）公開 ☆【演】ブロードウェイミュージカル *Beauty and the Beast*（『美女と野獣』）公開	
1995	【TV】3 大ネットワークの ABC を買収 ☆【映】*Toy Story*（『トイ・ストーリー』）公開 ※ピクサーとの業務提携により、世界初の全編 3DCG の長編アニメ映画	☆【演】劇団四季、ミュージカル『美女と野獣』初演

	を製作 ☆【他】ゲーム、ソフトウェアを開発する事業部の 1 部門として、ディズニー・オンライン設立	
1996	【他】ディズニー・オンラインが映画、書籍、グッズ、テーマパーク等の情報を提供するオンラインサービス Disney.com を開始	☆【映】スタジオ・ジブリと世界配給で提携
1997	【演】ブロードウェイミュージカル *The Lion King*（『ライオンキング』）公開 【音】マンモス・レコード買収発表	
1998	【遊】WDW パークの 1 つアニマル・キングダム開園 ☆【他】ディズニー・クルーズラインのクルーズ船が就航	【演】劇団四季、ミュージカル『ライオンキング』の上演を開始 【遊】東京ディズニーシー着工
2000	【映】*Fantasisa 2000*（『ファンタジア 2000』）公開	☆【他】TDR 宣言を発表。初のディズニー・ブランドホテルであるディズニー・アンバサダーホテルがオープン 【映】『ファンタジア 2000』公開
2001		【遊】東京ディズニーシー開園
2002	【映】*Lilo & Stitch*（『リロ＆スティッチ』）公開 【映】*Pirates of Caribbean: The Curse of the Black Pearl*（『パイレーツ・オブ・カリビアン／呪われた海賊たち』）公開	☆【演】ディズニー・オン・クラシック初公演
2003	【映】*Finding Nemo*（『ファインディング・ニモ』）公開	【TV】ディズニーチャンネルの放送開始

2004	【演】ミュージカル *Mary Poppins*（『メリー・ポピンズ』）の上演がロンドンで開始	
2005	☆【遊】香港ディズニーランド開園	
2006	【他】ピクサー・アニメーション・スタジオ買収 【他】『しあわせうさぎのオズワルド』の版権をユニバーサルから取得	
2007	【映】*Enchanted*（『魔法にかけられて』）公開	
2008		☆【TV】映画『リロ＆スティッチ』をもとにした日本オリジナルテレビシリーズ『スティッチ！』放送開始 ☆【他】ディズニー・モバイルサービス開始
2009	☆【映】マーベル・エンターテイメント買収	
2010	【映】実写映画 *Alice in Wonderland*（『アリス・イン・ワンダーランド』）公開 【映】*Tangled*（『塔の上のラプンツェル』）公開	【映】『アリス・イン・ワンダーランド』公開 【映】『塔の上のラプンツェル』公開
2011	☆【遊】アウラニ・ディズニーリゾートがハワイにオープン	
2012	☆【映】『スターウォーズ』シリーズを製作したルーカス・フィルムを買収 【映】*The Avengers*（『アベンジャーズ』）公開　※マーベル作品	☆【TV】無料の BS テレビ局 Dlife 開局
2013		☆【演】・【展】・【販】D23 Expo Japan 日本

		初開催
2014	【映】*Frozen*（『アナと雪の女王』）公開	☆【他】LINE がディズニーツムツムのサービス開始 【演】劇団四季が『アラジン』を上演
2015	【映】『スターウォーズ』新シリーズ公開　※前シリーズはルーカス・フィルム	
2016	☆【遊】上海ディズニーランド開園	
2018		【演】・【展】・【販】D23 エキスポジャパン開催 ※同日ディズニーランド・ホテルで TDR35 周年記念展示、ディズニーシー・ホテル・ミラコスタで「ウォルト・ディズニー・アーカイブス展」開催 【展】「ウォルト・ディズニー・アーカイブス展」が全国巡回

「ウォルト・ディズニー・アーカイブス展」の展示は、ウォルト・ディズニー・アーカイブスの資料の中から、ミッキーマウス誕生 90 周年に関わる資料、映画の撮影資料、日本とディズニーの関係に特に焦点を当てた展示であった。ただし、本稿ではその情報をもとに、ディズニー社運営におけるメディア拡大の経過、そして現在のようなグローバルな生産と消費がどのように展開されていったのかを日本との関係を通して考察したい。

2.1.1. 1920 年代から 1960 年代：ウォルト・ディズニーの「ディズニー」

ディズニー社は、ウォルト・ディズニーとその兄ロイ・ディズニーが 1920 年代に創業し、当時はディズニー・プロダクションという名称で主に映画の製作をしていた。初期の作品としては、ウォルト・ディズニーがカンザスで制作した無声アニメ映画 *Little Red Riding Hood* や、アニメと実写を融合させた *Alice's Comedy* シリーズがある。また、短編アニメ『幸せうさぎのオズワルド』はウォルト・ディズニーの制作ではあるが、版権はユニバーサルのものとなっていた。その後、現在のディズニーの主要キャラクターであるミッキーマウスを主人

公とした映画が登場する。日本でも、1929 年にはミッキーマウスの映画が公開された。ミッキーマウスは 1929 年に最初のグッズであるメモパッドが販売されるようになり、ここに、映画とそのキャラクターグッズを販売するというディズニー社のマーケティング手法が成立しはじめる。1930 年代初期になると、ディズニーグッズを制作するニューヨークのジョージ・ボーグフェルド社がアメリカで販売するディズニーキャラクターグッズを日本の工場で作るようになる。グッズはこども向けのティーセットや、ミッキー、ドナルド、白雪姫の置物があった。

1937 年には、初の長編アニメーション映画『白雪姫』(原題 : *Snow White and the Seven Dwarfs*) がアメリカで公開されて大ヒットとなり、その後数多くの長編アニメーション映画が公開された。1940 年に『ピノキオ』(原題 : *Pinocchio*)、『ファンタジア』(原題 : *Fantasia*)、42 年に『ダンボ』(原題 : *Dumbo*)、43 年に『バンビ』(原題 : *Bambi*) が製作された。第二次世界大戦中には、ディズニー社も軍からの要請により、戦意高揚のためのフィルムを作り、ミッキーやドナルドが出征するアニメも生まれた (スミス 2008: 508)。日本では『白雪姫』以降、戦時中にアメリカ公開された数作品はすぐには公開されず、戦後立て続けに上映されるようになる。

戦後、アメリカでは映画市場が縮小しており、ディズニー社も影響を受けたが、一部にアニメーションを使用した『南部の唄』(1946 年、原題 : *Song of the South*) や *True Life Adventure* シリーズ、*Seal Island* などの実写映画が人気の作品となった (Wasko 2001: 20)。その後、1950 年に『シンデレラ』が公開されディズニー社はかつてのようなおとぎ話をアニメにアダプテーションした映画製作に回帰する (Wasko 2001: 20)。日本では 1950 年からアニメをもとに書き起こした絵本が講談社によって販売されるようになり、絵本の造本はアメリカのゴールデンブックス版を忠実に再現したものであった。同年、アメリカのルイス・マーク社がディズニーのブリキのおもちゃを制作するために日本支社を設立した。つまり、この頃にはディズニー社では、映画をもとに、キャラクターグッズ、漫画、絵本を作っており、それがグローバルな生産と消費を生み出していた。講談社の絵本は日本語と英語を並列したものであり、『ミッキーマウスのピクニック』や『サンタクロースのおもちゃ』など、アメリカ文化を日本の子供たちに伝えるメディアとしても機能していた (「ウォルト・ディズニー・アーカイブス展」展示内容より)。

1950 年代には、テレビ番組の制作が始まる。1950 年の 12 月 25 日に、コカ・コーラがスポンサーとなり、クリスマス特番として初のテレビ番組である“One Hour in Wonderland”が

NBC で放送された（スミス 2008: 345; Wasko 2001: 20）。内容は、翌年公開のアニメ映画『不思議の国のアリス』のプロモーションであった（スミス 2008: 345）。1954 年にアメリカン・ブロード・キャスト（以下、ABC とする。）は投資を条件にディズニー社が ABC のテレビシリーズを制作する契約をした（スミス 2008: 23）。そして同年、10 月に初めてのテレビ番組『ディズニーランド』の放送が開始した。番組の司会はウォルト・ディズニー本人で、ミッキーマウスのスクラップブックを広げて「すべてはこの 1 匹のネズミから始まった」とミッキーマウスを紹介した。この番組は日本でも、1958 年から放送された。同じ時間枠で放送されるプロレス中継と交互に 2 週間に 1 回の放送であった（新井 2016: 53）。子供向けテレビ番組『ミッキーマウス・クラブ』も 1955 年にアメリカで放送が開始し、人気を集めた。同番組は、カメラクルーが世界中から撮影した映画フィルムを特集するコーナーがあり（スミス 2008: 302）、1955 年に日本の行事を撮影するために撮影隊が日本を訪れた。

1955 年には、カリフォルニア州アナハイムにあるディズニーランドも開園した。アメリカ国外から訪れたゲストの中で、日本人がもっとも多かったという（「ウォルト・ディズニー・アーカイブス展」展示内容より）。テレビ番組が ABC との契約のもとにスタートし、その収入がディズニーランド建設の資金となった（スミス 2001: 302）。また、ABC はディズニーランドへの投資により、3 分の 1 のオーナーとなっており、1955 年 7 月のディズニーランド開園時にはその様子を生中継した（スミス 2001: 23）。後述するが、ディズニー社は 1995 年に ABC を買収し、正式に自社の傘下とした。つまり、テーマパークの経営には、当時受容が広がっていたメディアであるテレビが資金の面でも、販売促進の面でも大きく関わっていたといえる。さらに、1950 年代から 1960 年代にかけては、「人気のあるアニメ映画を再上映することでも収入を得ており、『白雪姫』は 1952 年、1958 年、1967 年の再上映で 5000 万ドルを得た」（Wasko 2001: 30）。

1960 年代は映画においても、テーマパークにおいてもディズニー社が新しい技術を提案した時期といえる。1964 年公開の実写映画『メリー・ポピンズ』（原題：*Mary Poppins*）は一部でアニメーションと実写を合成させており、色彩トラベリングマットによる合成の撮影方法や多くの特殊効果技術が使用された（スミス 2008: 295）。そのため、アカデミー賞主演女優賞、歌曲賞などに加え、特殊視覚効果賞と特別技術賞を受賞した。また、オーディオ・アニマトロニクスが開発された。オーディオ・アニマトロニクスとは動物や人間の形のフィギュアが本物の生物のように動き、話し、歌う技術である。この技術は、1963 年にアメリカのディズニーランドにおいて、アトラクション「魅惑のチキルーム」で歌うオウムのセッ

トとして初めて使用された（Wasko 2001: 23）。その後、1964 年から 1965 年に開催されたニューヨーク万国博覧会（以下、ニューヨーク万博とする。）で、世界中の子供たちが歌う中を船で進むアトラクション「イッツ・ア・スモールワールド」と本人のような姿をしたリンカーン大統領の人形が話す「リンカーン大統領の感動の演説」の展示にオーディオ・アニマトロニクスが使用された。オーディオ・アニマトロニクスは現在でも人気を集めている多くのアトラクション、「カリブの海賊」、「ホーンテッドマンション」、「ジャングルクルーズ」などでも見られる。

「ジャングルクルーズ」に関しては、ウォルト・ディズニーは当初、生きた野生動物をアトラクション内に飼育することを計画していたが、動物のコントロールが難しいため、オーディオ・アニマトロニクスが使用されることになった（Wright 2008: 36）。のちに、ディズニーランドでは、パレードにもオーディオ・アニマトロニクスの技術を用いた『ライオンキング』のフロートを登場させた。その後フロリダのウォルト・ディズニー・ワールドではこのフロートを再利用したショー*Festival of the Lion King* が制作され、現在でも上演が続いている。

ニューヨーク万博で、ウォルト・ディズニーは、ペプシ・コーラとユニセフの提供による「イッツ・ア・スモールワールド」や自動車会社フォードの「マジック・スカイウェイ」他にゼネラル・エレクトリックの「プログレスランド」、イリノイ州の「リンカーン大統領の感動の演説」を担当した（スクラー 2014: 118; スミス 2008: 138）。これらの展示[5]は、ディズニーテーマパークのアトラクションの実験にもなっていた。フォードの展示は、ウォルト・ディズニーが中心となって手掛けたものであるが、アメリカのディズニーランドにあるアトラクションの 1 つ「おとぎばなしのカナルボート」をもとにしており、のちに新しく作られるアトラクション「ホーンテッドマンション」に用いられる「ペッパーズ・ゴースト」という視覚トリックが使用された（スクラー 2014: 115）。「イッツ・ア・スモールワールド」はその後、ディズニーランドを含む世界各地のディズニーパークのアトラクションとなった。両展示の楽曲は『メリー・ポピンズ』の音楽を担当したシャーマン兄弟による作曲であ

[5] 当時ウォルト・ディズニーと彼の家族が株式の 100%を保有する WED エンタープライズと、ウォルト・ディズニーとロイ・ディズニーが中心となって経営する株式会社ウォルト・ディズニー・プロダクションズに分かれており、WED エンタープライズは主にディズニーランドに関係する仕事をしていた（スクラー 2014: 78、スミス 2008: 493）。ニューヨーク万博では、「ディズニー・プロダクションズはゼネラル・エレクトリックとフォードとイリノイ州のパビリオンには参加せず、それらは WED の名義で設計された」（スクラー 2014: 79）。WED エンタープライズは 1965 年にウォルト・ディズニー・プロダクションズに売却された（スミス 2008: 493）。

る。よって、映画制作で活躍した人材が万博の展示にも参加しているという点で、映画と万博には関連性があり、万博とテーマパークは技術面でのつながりを持つ。

ウォルト・ディズニーは当時、東海岸へのテーマパーク進出を計画しており、ニューヨーク万博は東海岸でのパークの成功を試す機会でもあった（スクラー 2008: 112）。そのため、カリフォルニアのディズニーランドとフロリダのウォルト・ディズニー・ワールドをニューヨーク万博が仲介する形となった。

以上の時期において、ディズニー社は、アニメ映画を中心に、グッズ、テーマパーク、テレビ番組へと拡大した。では、それらの中で物語はどのように流動していたのだろうか。アニメ映画の物語から、グッズが生まれ、アトラクションが生まれた。テーマパークの設立の背景には、観客がアニメ映画で親しんだ物語があり、当時最新のメディアであったテレビ番組による経済効果があり、ニューヨーク万博を成功させたアトラクションの技術があった。一方で、テーマパークオリジナルの、映画に根差していないアトラクションも生まれた。後に、そのアトラクションの 1 つが実写映画化され、新たな流れを見せ始める。

しかし、ウォルト・ディズニー・ワールドの完成を前にした 1969 年、ウォルト・ディズニーが他界する。ディズニー社はその後、テーマパークのようなレクリエーション施設が運営の中心となり、アニメ映画が衰退を見せ始める。

2.1.2. 1970 年代から 1980 年代初め

1970 年代は、レクリエーションを中心に拡大した。1971 年には、現在 4 つのパークが存在するウォルト・ディズニー・ワールドの最初のパークであるマジック・キングダムとそれに併設するホテルやゴルフ場、ウォータースポーツのエリアなどがアメリカのフロリダ州オーランドに開園し、翌年、フロリダに旅行会社ウォルト・ディズニー・トラベル・カンパニーを設立した。1975 年には 2 つ目のパーク、エプコットの建設を発表した。

エプコットは 1982 年に開園した。ワールド・ショーケースという世界のさまざまな国ごとの食事、民芸品やその他の文化を展示するエリアと、環境や医療といった人間生活全体に関する展示を行うフューチャー・ワールドに分かれている。ワールド・ショーケースには各国のパビリオンに複数のスポンサーが付き、旅行代理店や土産物屋が参加しており、モロッコ館はモロッコ政府が直接主催している（スクラー 2014: 180）。エプコットでは、各国のパビリオンがその国の伝統的な建築スタイルをとっている。たとえば日本館では、厳島神社のように鳥居が水辺に立ち、日本庭園や五重塔が見られるが、その中に焼き鳥の店が入ってい

る[6]。この企画は 1960 年代後半から進められた。日本館、ドイツ館、イギリス館のデザインコンセプトと、エプコット全体のデザインは、ディズニーランドのアトラクション「ジャングルクルーズ」や実写映画『海底 2 万マイル』(1954 年、原題 : *20,000 Leagues Under the Sea*) の潜水艦ノーチュラス号のデザインを担当したハーパー・ゴッフが中心となった (スクラー 2014: 181-182)。エプコットの企画には著名な作家も参加しており、スポンサーへのプレゼンテーションの際には、『華氏 451 度』の作者レイ・ブラッドベリがパビリオンの 1 つの紹介文を書き (スクラー 2014: 171)、アフリカ館のアドバイザーとして『ルーツ』の著者であるアレックス・ヘイリーが参加した (スクラー 2014: 251)。ただし、アフリカ館は実現しなかった。

エプコットの建設中には、初めての海外パークである、東京ディズニーランドの企画も行われ、1983 年に開園した。東京ディズニーランドは基本的にはウォルト・ディズニー・ワールドのマジック・キングダムを踏襲しており、アトラクションやその配置などは大部分が類似している。

テーマパークの成功の一方で、1970 年代から 1980 年代初めの映画興行成績は芳しくなく、以前ほどの大ヒット作に恵まれなかった。ディズニー社のヒット作品とアメリカ国内の興行収入を例に挙げると、1953 年の『ピーター・パン』は 8,740 万ドル、1955 年の『わんわん物語』は 9,360 万ドル、1959 年の『眠れる森の美女』は 5,160 万ドルである。これに対して 1970 年『おしゃれキャット』は 3,545 万ドル、1979 年の『ブラックホール』は 3,584 万ドルとなった。ただし、ヒットした作品もあり、1977 年『ビアンカの大冒険』は 7,121 万ドル、1981 年『きつねと猟犬』は 6,345 万ドルの興行収入を上げている。

「1980 年代初期までに映画興行におけるディズニー社のシェアは 4%以下になった」(Wasko 2001: 31)。1980 年代は、アメリカで家族向け映画の需要が減少し、ディズニー社もそれに対応するため、大人向けレーベルであるタッチ・ストーン・ピクチャーズを創設した。タッチ・ストーン・ピクチャーズの最初の代表的な作品は 1984 年に公開された『スプラッシュ』(原題 : *Splash*) である。

同時期に、ディズニー社の買収競争が始まる。ディズニー社は敵対的買収を避けるため、フロリダの土地開発会社を所有する投資家シッド・バースと取引を行い、バースが筆頭株主になる (有馬 2001: 41-55; Wasko 2001: 31-32)。バースは直接的な経営を行わなかったが、

[6] 2017 年 5 月 13 日に筆者が行った調査による。

買収競争を招いた経営首脳陣が一新されることになり、パラマウント・ピクチャー・コーポレーションの会長兼 CEO であったマイケル・アイズナーが CEO に就任し、ワーナーブラザースの元バイスプレジデント、フランク・ウェルズがアイズナーの補佐に就いた。1986 年にディズニー社の名称は、ウォルト・ディズニー・プロダクションズから、ウォルト・ディズニー・カンパニーに変更された。

2.1.3. 1980 年代後半から 1990 年代：ディズニー・ルネサンス

アイズナーの下で経営の立て直しが図られ、有料テレビチャンネルである「ディズニーチャンネル」の放送が開始されるなどテレビのコンテンツが拡大し、ディズニー・クラシックス映画[7]のビデオ販売も行われた。1989 年にはディズニー・ピクチャーズ、タッチ・ストーン・ピクチャーズに加わる 3 つ目のレーベルとしてハリウッド・ピクチャーズが事業を開始する。このレーベルは大人向けの作品を製作する（有馬 2001: 121; スミス 2008: 224）。

60 年代後半以降低迷していたアニメ映画の再興も試みられた。1988 年公開の『ロジャーラビット』（原題：*Who Framed Roger Rabbit*）は大ヒットし、『メリー・ポピンズ』以来のアカデミー賞最多部門受賞となった（スミス 2008: 499）。監督は『バックトゥザフューチャー』（1985 年、原題：*Back to the Future*）のロバート・ゼメキスで、タッチ・ストーン・ピクチャーズとスティーブン・スピルバーグの共同制作である。実写とアニメを合わせた映画であるが、ミッキーマウスをはじめとして『白雪姫』や『ダンボ』、『くまのプーさん』など過去のディズニー作品の登場人物に加え、ワーナーブラザースのキャラクターであるバックス・バニーなどが登場し、彼らが暮らす「トゥーンタウン」が描かれる。翌年公開の『リトル・マーメイド』（原題：*The Little Mermaid*）は 1959 年『眠れる森の美女』以来の「プリンセス」が主人公となるアニメ映画である。アカデミー作品賞と作曲賞を受賞し、作曲を担当したアラン・メンケンはその後ディズニー映画『アラジン』、『美女と野獣』、『ポカホンタス』、『ヘラクレス』、『ノートルダムの鐘』、『ホーム・オン・ザ・レインジ／にぎやか農場を救え！』、『魔法にかけられて』などで作曲を行っている他、東京ディズニーシーのアトラクション「シンドバッドのストーリーブック・ヴォヤッジ」のテーマ曲も書いている。『リトル・マ

[7] ディズニー社の長編アニメーション部門ウォルト・ディズニー・フィーチャー・アニメーション（2007 年にウォルト・ディズニー・アニメーション・スタジオに名称変更）によって制作された長編アニメ映画。オリジナルビデオの長編作品やテレビ部門のディズニー・テレビジョン・アニメーション制作のもの、ストップモーション・アニメ長編作、コンピューター・アニメ長編作は含まれない（スミス 2008: 27）。

ーメイド』は、1992 年から 1995 年まで映画の続編にあたるテレビアニメが放映され、2007 年にブロードウェイミュージカル化されている。

『リトル・マーメイド』以降、1999 年までの間に公開された長編アニメ作品は、商業的にも、作品的にも成功を収めた（Pallant 2011: 89）。この時期はディズニー映画研究において「ディズニー・ルネサンス」と呼ばれる（Pallant 2011: 89）。「ディズニー・ルネサンス」という用語は、特にウォルト・ディズニー・アニメーション・スタジオ[8]によって制作された長編アニメ映画に対して使用される。ディズニー・ルネサンス期の作品は以下のものである。『リトル・マーメイド』（1989 年）、『ビアンカの大冒険／ゴールデンイーグルを救え！』（1990 年、原題：*The Rescuers Down Under*）、『美女と野獣』（1991 年、原題：*Beauty and the Beast*）、『アラジン』（1992 年、原題：*Aladdin*）、『ライオンキング』（1994 年、原題：*The Lion King*）、『ポカホンタス』（1995 年、原題：*Pocahontas*）、『ノートルダムの鐘』（1996 年、原題：*The Hunchback of Notre Dame*）、『ヘラクレス』（1997 年、原題：*Hercules*）、『ムーラン』（1998 年、原題：*Mulan*）、『ターザン』（1999 年、原題：*Tarzan*）。

また、ディズニーランドの入場料値上げによる収入と、東京ディズニーランドから入るライセンス料を資金として、ウォルト・ディズニー・ワールド内に直営ホテルが建設されることになった（有馬 2001: 86-85）。ホテルの建設の際には、マリオット社の財務・土地開発担当者のゲーリー・ウィルソンが引き抜かれ、設計はディズニーテーマパークのデザイン・開発を担当したイマジニア[9]と設計事務所が中心となった（アイズナー 2000: 349-360）。エプコットの建設を請け負ったジョン・ティシュマンが建設を行った。1989 年にはディズニーランドに隣接するディズニーランド・ホテルを所有するラザー社を買収した（スミス 2008: 128）。

ウォルト・ディズニー・ワールドには、1989 年に 3 つ目のパークであるディズニーMGM スタジオ（＝現ディズニー・ハリウッド・スタジオ）がオープンした。映画の撮影場所も兼ねており、ゲストがスタジオを見ることができるようになっていた。

その他の経営戦略としては、コンピューターアニメーションなどの新しい技術を取り入

---

[8]1980 年代にディズニーの長編アニメーション部門としてウォルト・ディズニー・フィーチャー・アニメーションが設立され、2007 年にウォルト・ディズニー・アニメーション・スタジオに改称された（スミス 2008: 486）。

[9] WED エンタープライズ（1986 年に「ウォルト・ディズニー・イマジニアリング」となる）でディズニーテーマパークのデザイン・開発に携わっていたスタッフは「イマジネーション」と「エンジニア」を足した造語で「イマジニア」と呼ばれる（スミス 2008: 237）。

れること、ジョージ・ルーカスやフランシス・コッポラ、マイケル・ジャクソンとの協力によって新しいアトラクションを作ることなどが挙げられる。ジョージ・ルーカスとのコラボレーションによって、ディズニーランドに新しいアトラクション「スター・ツアーズ」がオープンし、のちに東京ディズニーランドにも設置される。

グッズ販売の分野では、1987 年にパーク外でディズニーグッズを専門に販売するディズニーストアの第 1 号店がカリフォルニア州のグレンデイル・ギャレリアにオープンする（スミス 2008: 125）。1988 年にはおもちゃの通販会社であるチャイルドクラフトを買収した。

1990 年代は、アイズナー率いる新体制が「ディズニーの 10 年」と呼ぶ年になった。前述した、ディズニー・ルネサンスといわれる映画の成功に加え、ディズニー社のメディアはさらに多様になる。1990 年から、劇場公開された長編アニメ映画の続編シリーズをテレビアニメ部門（＝現ディズニー・トゥーン・スタジオ）が制作し、それをビデオ販売するようになる（スミス 2008: 28）。主な作品には『グーフィーとマックス／ホリデーは最高！』（1995 年、原題：*A Goofy Movie*）、『ライオンキング 2／シンバズ・プライド』（1998 年、原題：*The Lion King II: Simba's Pride*）、『ピーター・パン 2／ネバーランドの秘密』（2002 年、原題：*Return to Never Land*）、『ジャングル・ブック 2』（2003 年、原題：*The Jungle Book 2*）などがある。

1991 年にはディズニー社初の出版社 Hyperion が創設される（D23）。ディズニー関連の出版物だけでなく、フィクションや料理本、旅行ガイドなど様々なジャンルを扱い、1999 年にディズニーエディションズが大人向け出版物を引き継ぐ（スミス 2008: 234）。

テーマパークも拡張する。ディズニーランド・パリ（＝現ユーロ・ディズニー）が 1992 年に開園し、ウォルト・ディズニー・ワールドでも 1995 年に新しいパークとしてアニマル・キングダムが生まれた。

ブロードウェイに進出を遂げたのも、90 年代である。それ以前、ニューヨークのタイムズスクエアは風紀上好ましくない店が並ぶ場所であったため、当時のジュリアーニ市長は家族連れが訪れることのできる場所にするため「クリーン化」を目指し、ディズニー社を誘致した（Bagli/Kennedy 1998; Wickstrom 1999[10]）。1994 年に、ブロードウェイで最初のミュージカル『美女と野獣』が公開され、1997 年にはニューアムステルダム劇場で『ライオンキング』、2000 年からはパレス・シアターで『アイーダ』が上演された。『美女と野獣』は、1991 年からディズニーパークの 1 つ、ディズニーMGM スタジオ（現ハリウッド・スタジ

[10]電子ジャーナルのため、詳細なページ数の記載がない。

オ）で、キャストが映画のストーリーを演じるショーが上演されて人気を呼び、ブロードウェイの舞台化への起爆剤となった（スミス 2008: 46）。

1995 年に、テレビ局、ラジオ局、新聞社等を有するキャピタルシティ／ABC 社を買収する。2004 年には、ディズニー社の世界的なメディアネットワークであるディズニー・ABC・テレビジョン・グループが形成され、その中には ABC テレビネットワーク、ディズニー・チャンネル・ワールドワイド、タッチストーン・テレビジョン、ウォルト・ディズニー・テレビジョン・アニメーション、ブエナ・ビスタ・インターナショナルが含まれる（スミス 2008: 120）。

2.1.4. 2000 年代以降：ネオ・ディズニー、ピクサー、ディズニー・リバイバル

2000 年代初めになると、ウォルト・ディズニー・アニメーション・スタジオのアニメ映画が再び低迷する。Pallant（2011）によると、この時期は「ネオ・ディズニー」と定義される（Pallent 2011: 111）。ネオ・ディズニー期の作品は『ファンタジア／2000』（2000 年、原題：*Fantasia 2000*）、『ラマになった王様』（2000 年、原題：*The Emperor's New Groove*）、『アトランティス／失われた帝国』（2001 年、原題：*Atlantis: The Lost Empire*）、『リロ＆スティッチ』（2002 年、原題：*Lilo and Stich*）、『トレジャー・プラネット』（2002 年、原題：*Treasure Planet*）、『ブラザーベア』（2003 年、原題：*Brother Bear*）、『ホーム・オン・ザ・レインジ／にぎやか牧場を救え！』（2004 年、原題：*Home on the Range*）の 8 作である。ネオ・ディズニー期は、それまでの制作手法を変化させるための実験の時期であった（Pallent 2011: 125）。手書きを中心としたアニメ制作から離れ、CG と手書きを併用した手法を採用した。また、「ネオ・ディズニー」という用語は、クラシック長編アニメ映画のみを対象とするため、厳密にはあてはまらないが、ディズニー社が初めて単独でフル・レングスの CG アニメ映画『ダイナソー』（2000 年、原題：*Dinosaur*）を製作したのもこの時期である（スミス 2008: 117）。題材も、それまでになかったものが取り上げられた。『リロ＆スティッチ』と『トレジャー・プラネット』は、ディズニー・アニメーション・スタジオの長編映画としては初めての SF 作品であり（Pallent 2011: 124）、『ホーム・オン・ザ・レインジ／にぎやか牧場を救え！』はマカロニウエスタンを参考にしている（Pallant 2011: 119-120）。

一方、ディズニー社の提供・配給によって全編 CG のアニメを制作したピクサーのアニメ作品が成功を収めた。1992 年の『トイ・ストーリー』（原題：*Toy Story*）をはじめとして、『バグズ・ライフ』（1998 年、原題：*A Bug's Life*）、『トイ・ストーリー2』（1999 年、原題：

Toy Story2）、『モンスターズ・インク』（2001 年、原題：*Monsters, Inc.*）、『ファインディング・ニモ』（2003 年、原題：*Finding Nemo*）、『Mr.インクレディブル』（2004 年、原題：*The Incredibles*）と、ヒット作を連続して発表した。『ファインディング・ニモ』は、もっとも多くの収益をあげた映画の 1 つである、『ライオンキング』を超える興行収入を記録し、『Mr.インクレディブル』はアカデミー賞を受賞した。

1967 年にディズニーランドにオープンしたアトラクション「カリブの海賊」が 2003 年に『パイレーツ・オブ・カリビアン／呪われた海賊たち』（原題：*Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl*）として実写映画化された。プレミア上演は、ディズニーランドで行われた（スミス 2008: 363）。ディズニーランドのアトラクションは、映画や小説からのアダプテーションが多く、また映画の題材としては小説やドラマ、ゲームが用いられることが一般的であるため、これは稀な例といえる。アトラクションをもとに作られた映画としては他に『カントリー・ベアーズ』（2002 年、原題：*The Country Bears*）や『ホーテッドマンション』（2003 年、原題：*The Haunted Mansion*）が挙げられ、いずれも実写映画である。

2010 年代になると、過去に人気を博したアニメ映画が実写化されるようになる。2010 年公開の『アリス・イン・ワンダーランド』（原題：*Alice in Wonderland*）では、同社製作のアニメ映画『不思議の国のアリス』を下敷きとしながらも、新しい解釈が与えられている。主人公のアリスは、結末では結婚を避け、自ら貿易のために海外に赴くという、より自立した女性像として描かれる。

2000 年代後半からは、ファンの間では「ディズニー・リバイバル」と呼ばれる時期に入り、ディズニー・アニメーション・スタジオの映画が再び勢いを取り戻し始める。2007 年には、実写とアニメを融合させた映画『魔法にかけられて』が登場する。この映画には、過去のディズニーアニメ映画に登場したプリンセスたちへのオマージュがちりばめられており、主人公のジゼルは複数のプリンセスに共通する特徴を備えた人物像として描かれる。アニメで描かれる「おとぎ話の世界」に住むジゼルが、それと対立するように実写で登場する「ハッピーエンドのない世界」、現代のニューヨークへ、王子との結婚式の日当日に悪役である悪い魔女によって飛ばされるというストーリーである。『魔法にかけられて』は、結果としては典型的な「ハッピーエンド」を迎えるため、作品そのものの物語構造はそれまでのディズニー映画のおとぎ話とあまり変わらない。

これ以降、ディズニー社では、おとぎ話の構造を変容させようとする解釈をとる作品が相次いで登場する。

2.2. 日本におけるディズニー消費

前節では特にアメリカのディズニー本社の歴史について述べた。日本は、ディズニーの公式ファンクラブ D23 のホームページでも“a country that had always loved anything Disney”（D23）と言われるほど、ディズニーコンテンツの積極的な消費者である。特に、アメリカ以外の国で初めてのディズニーパークとして 1983 年開園した、東京ディズニーランドを含む東京ディズニーリゾートは、現在では日本のディズニー消費を支える存在である。よって、本節では、東京ディズニーリゾートを中心に、現在の日本のディズニー消費の在り方について考察する。

2.2.1. 東京ディズニーリゾートは「アメリカ」か「日本」か

ディズニーリゾートが千葉県浦安市に出現する以前から、日本では「ディズニーランド」という場所の消費が始まっていた。1950 年代から、日本におけるディズニーコンテンツの受容は成長を見せていたし、その中には「ディズニーランド」という夢と魔法の国も含まれており、またそれを作り上げた「アメリカ」という場所の存在そのものが、どこか夢と魔法を帯びていたといえる。戦後、急速にアメリカ文化を消費し始めた日本に、ディズニー映画が輸入された。ディズニー映画のポスターには、「文部省選定」や「青少年映画審議会推薦」の文字が並び[11]、大人たちが積極的に子供にディズニー映画消費を促した（新井 2016: 52-56）。

ディズニー社に関する日本人の知識は順調に蓄えられ、1955 年にディズニーランドが開園したとき、海外からの観光客の中で、日本人が最も多く、皇族もディズニーランドを訪れた（ウォルト・ディズニー・アーカイブス展展示内容）。1958 年には、日本のテレビで隔週に『ディズニーランド』が放送されるようになる。これは、ABC からの投資を条件にディズニー社が制作、提供したテレビ番組で、1954 年にアメリカで放送が開始した。すなわち、アメリカでの放送開始時期からそれほど経たないうちに、放送されるようになったのである。1960 年には、講談社が雑誌『ディズニーランド』を創刊する。メディアによってディズニーランド＝アメリカというイメージが日本で形成された。

そして 1983 年に東京ディズニーランドが開園する。日本人はアメリカに行かなくても、

---

[11] 2018 年 2 月 12 日に東京ディズニーシー・ホテル・ミラコスタで開催された「ウォルト・ディズニー・アーカイブス展」、2018 年 4 月から 5 月にかけて大丸大阪梅田店で開催された同展示会での調査による。

ディズニーランドを経験できるようになったのである。東京ディズニーランドは、カリフォルニアのディズニーランドやフロリダのマジック・キングダムといったディズニーテーマパークを踏襲して造られた。この日本に出現したアメリカの巨大な文化装置は、日本人の消費とどのように結びつき、またどのような文化的意味を持っているのだろうか。これに関しては、日本のディズニー研究者の中でも多くの議論がなされている。

日本で東京ディズニーランドや東京ディズニーリゾート全体を論じる際、広く参照されているのは、ボードリヤールによるディズニーランド論である。『シミュレーションとシミュラークル』では、次のように述べられている。

> ディズニーランドとは、「実在する」国、「実在する」アメリカすべてが、ディズニーランドなんだ、ということを隠すためにそこにあるのだ。ディズニーランドは、それ以外の場こそすべて実在だと思わせるために設置された。
>
> （ボードリヤール 1984: 17-18）

つまり、アメリカ社会の虚構性を覆い隠すためのさらなる虚構としてディズニーランドを捉えている。それを輸入した日本の東京ディズニーリゾートの存在をめぐっては、ではどのように論じるべきであるのか。日本の研究者を中心に、東京ディズニーリゾート論は、「アメリカ」性とそれを取り囲み、ときにはその中に出現する「日本」性の力学についての議論が主になされている。東京ディズニーリゾートは、日本において「アメリカ」であるのか、「日本」であるのか、そして両者はどう関係するのか、という問題が生じるのである。なお、東京ディズニーランドは 1983 年、東京ディズニーシーは 2001 年に開園しており、最初のディズニーブランドのホテルであるディズニー・アンバサダーホテルは 2000 年にオープンのように各施設の成立時期に幅があることと、アメリカの施設形態を踏襲した形をとっているのが東京ディズニーランドであることから、先行研究においてアメリカとの比較は主に東京ディズニーランドに関して行われている。よって、本節では東京ディズニーランドを中心に考察を行う。

能登路（1990）は、東京ディズニーランドが日本で広く受け入れられた理由について、日本にディズニーランドが持ち込まれた 1983 年から 1990 年代の日本の文化的状況と、アメリカにディズニーランドが造られた際の文化的状況が類似していたことを指摘する（能登路 1990: 229）。55 年当時、アメリカでは、ベビーブームにより子供や若者向けの市場が生

まれ、消費の中心になり始めていた（能登路 1990: 230）。対して 83 年以降の日本では高度経済成長以前の 50 年代にベビーブームで生まれた団塊の世代が、次のベビーブームで若者を生み、彼らが消費の影響力を持っていた（能登路 1990: 231）。2 つの社会では、ともに中産階級が台頭し、文化の多様化が支持されていた（能登路 1990: 231）。しかし、日本とアメリカのディズニーランド消費で決定的に違う部分もある。それは、ノスタルジーやアイデンティティの有無である。能登路（1990）が、「共通の伝統や歴史感覚の欠如したこの国の人々に対して、映画などの大衆メディアはつねにアメリカ人とは何かについての最大公約数的なモデルを提供してきたが、種々雑多なアメリカ人たちを統合する場として、ディズニーランド以上に効果的な場所はない」（能登路 1990: 204）と述べるように、ディズニーランドをアメリカにおいて「聖地」たらしめたのは、共通の原風景を持たないアメリカにおける「ノスタルジー」というファンタジーである。一方で、東京ディズニーランドでは、ノスタルジーや原風景のような「精神性をともなわない巨大な娯楽・消費空間」（能登路 1990: 234）であった。

新井（2016）は、近年の東京ディズニーランドが「脱（ウォルト）ディズニー化」していると指摘する。アメリカのディズニーランドが家族向けサービスを目指すのに対し、日本では「D ヲタ」と呼ばれる、自身の好きなキャラクターやグッズ、ショーの情報を収集しようとする大人たちがゲスト層を多く占めるという。また、「アメリカ的」なものを目指したパークの中に、おにぎりや丼のような和食、ギョウザ、ラーメンといったアジア的なものが多くちりばめられ、それらはディズニーランドが当初目指していたテーマ性から逸脱していると主張する。

「D ヲタ」に関しては後述するが、東京ディズニーランドの日本的なものについて関口（2004）は、日本人がアメリカ的視点に立って、日本を「エキゾチック」とみなす構造が東京ディズニーランドに存在しているためであると読み解く。

ディズニー側は、日本進出当時、テーマパークの多様化を図るためサムライや桃太郎を題材とすることを計画していたが、日本の経営母体であるオリエンタルランドがそれを拒否したという（関口 2004: 59; ブランネン 1995: 262）。

開園当初から 2002 年まで運営されていたアトラクション「ミート・ザ・ワールド」は、アメリカ的空間である東京ディズニーリゾートの中でも、唯一日本の歴史を取り上げたアトラクションであった。このアトラクションはディズニーワールドのテーマパークの 1 つであるエプコットに展示される予定であった（Raz 1999: 59）。エプコットには世界各地の文

化を集めたパビリオンがあり、そこで日本文化を紹介するために「ミート・ザ・ワールド」が作られたが、東京ディズニーランドに設置されることになった（Raz 1999: 59）。日本の過去の偉人を精巧に模したロボットが置かれおり、日本の歴史を学ぶものとなっていたが、あまり人気はなく、閉鎖を余儀なくされた（関口 2004: 73-76）。閉鎖されたため、その内容を知るための公式なデータはないが、Raz（1999）が調査し、記録した内容によると、島国日本の海外との接触を歴史と「発展」という文脈に置き、遣唐使や黒船来航を描く。途中、サムライや浮世絵などが登場する。アメリカが作り上げた、エキゾチックな島国としてのファンタジーな日本像がそこにある。アトラクションが見せる「歴史」の中では、アメリカが開国を求めたことで、日本が「ミート・ザ・ワールド」に「成功」したことが語られ、それをめぐって生じた動乱などにはほぼ触れていない。また、Raz（1999）の調査によると、遣唐使のシーンでは“It’s an expedition to China. Tang Dynasty. More than a thousand years ago. Shotoku Taishi is the official ambassador of Japan.”（Raz 1999: 53）とアナウンスが入ったという[12]。聖徳太子が自ら「唐」を訪れたという誤った歴史が語られ、Raz（1999）自身もそのように認識している（Raz 1999: 54）。

関口（2004）は、東京ディズニーランドでは、「日本＝自己」、「アメリカ＝他者」という構図が崩れており、その内部では、日本がエキゾチックなものとして扱われていると指摘している（関口 2004: 73-74）。そのうえで、園内にアメリカ的な記号と、それに対するエキゾチックで日本的な記号を併置することで、アメリカ的なハレの世界としての「東京ディズニーランド」と、ケの世界である日本文化の日常を保証しているという（関口 2004: 77）。しかし、「ミート・ザ・ワールド」の閉鎖が物語るように、東京ディズニーランドのゲストは、アメリカが作り出した日本を完全な他者とも見做してはいない。

これらの議論を対比させると、アメリカにおけるノスタルジーが東京ディズニーランドでは抜け落ち、一方で「日本的なもの」が入り込もうとしたことがわかる。関口（2004）や新井（2016）はいずれもその「日本的なもの」に対しての読解を試みているといえる。

東京ディズニーランドにおける「日本的なもの」については、他にも見方が存在する。ブランネン（1995）は、「アメリカ的」なはずの空間に出現した和食レストランについて、アメリカ風のレストランだけの場合、「遠足では『弁当』を楽しむというスタイルに慣れていた客からの不満があまりにも多かった」（ブランネン 1995: 274）ことが要因であるとする。

[12] ショーでは日本語が使用されたが、Raz（1999）は英語翻訳を聞いていた（Raz 1999: 52）。

また、「餞別」やそれに対する返礼としての「土産物」という日本独特の文化が、グッズ販売にも影響しており、ゲストには特段「日本的」には見えない購買システムそのものが実は「アメリカ的」なものの日本風アレンジであるという（ブランネン 1995: 271-272）。

ここで、アメリカのディズニーランドを対照させると、ディズニーランドを日本版として文化的「翻訳」を施すうえで、「エキゾチック」な日本はアメリカ版の「直訳」であるともいえる。アメリカでディズニーランドが目指したのは、アメリカ人にとってノスタルジーという「原風景」の構築であった。さまざまな文化が交錯するアメリカには、共有可能な「原風景」は存在していないはずであるが、アメリカのディズニーランドでは、フロンティアランド（日本では「ウエスタンランド」と名称が変更されている）や、アドベンチャーランド、メインストリート USA などあちこちでアメリカの「昨日」が「再現」される。そこでは、19 世紀のアメリカ先住民像と開拓者の姿が描かれたり、ニューオーリンズのフレンチ・クオーターの街並みが見られたり、ウォルト・ディズニーが幼少期を過ごした 20 世紀初頭の古き良きアメリカの町が現実以上にノスタルジックに作られていたりする。この情景は消費者たるアメリカ人にとっては「ノスタルジー」を感じるものであり、一種の「原風景」である。つまり、アメリカ人が作り出した原風景としての「昨日」を日本版に「直訳」すると、それは開国して海外文化を取り込もうとした明治時代の日本であり、サムライであり、桃太郎であった。しかし、これは日本人には受け入れられなかった。東京ディズニーランドにおいては、ノスタルジーの再現やステレオタイプでエキゾチックなアメリカ制作版の「日本的」アイデンティティ構築は要求されず、他者としての「アメリカ的記号」が求められたのである。すなわち、ディズニー社は日本への進出過程でディズニーランドが持つ機能の「意訳」が必要となった。「アメリカ的」なものからそこにつきまとうノスタルジーを排除して、「ハレのもの」として消費することこそが、クリスマスやバレンタインデーといった消費にも見られるように、ディズニーランドを輸入した日本人にとってのアイデンティティであったと考えられる。

アメリカのディズニーランドでは、入り口に“Here you leave today and enter the world of yesterday, tomorrow, and fantasy.”と書かれている（Wright 2008: 25）。ここでは、来園したゲストに共通の「昨日」、「明日」、「ファンタジー」を提供する。アメリカにおいては、これが「ノスタルジー」となる。一方で、過去にアメリカ文化を積極的に取り入れ、それを「日本化」してきた日本において、これらすべてが「アメリカ」と「日本」という、いずれも完全な「自己」でも「他者」でもない混沌としたエキゾチシズムが演出する「ハレ」の世界になるので

ある。日本では、ディズニーランドが本来持っていた「共通した昨日と明日とファンタジー」を提供する機能がエキゾチシズムの消費に飲み込まれ、希薄化した。

2.2.2. 現代日本の東京ディズニーリゾート

東京ディズニーリゾートは「アメリカ的空間」というだけではなく、日本にアメリカ文化を伝える機能も持っていた。1983 年に開園して以来、毎年クリスマスのイベントが行われ、1997 年からはハロウィーンにもイベントが始まった。関口（2004）の調査によると、1990 年代後半では日本の若者のハロウィーンの認識は浅く、実際に何かを行うことも少なかったようである（関口 2004: 32-33）。ハロウィーンの受容が広まるにつれて東京ディズニーリゾートではイベントの期間は徐々に長くなり、2001 年からは 10 月 31 日限定でゲストによるディズニーキャラクターの仮装が許可されるようになった。仮装が可能な期間も次第に拡大し、2013 年時点でイベントの最初と最後の 1 週間となり、現在はイベント開催期間中すべてで仮装をすることができる。仮装をするゲストも、ディズニーのテーマパークやグッズ等の情報を扱った専門雑誌『ディズニーファン』で確認できる範囲では、当初は子供が主な対象であったのに対し、大人の仮装も「普通」になっていった。

このような機能を持ちつつ、しかし開園から 20 年が経過した 2003 年時点で、他者であり虚構でもあった「日本の中のアメリカ」という位置づけは変化し、東京ディズニーランドは日本を代表する存在として捉えられていることが指摘されている（関口 2004: 77-78）。「完全な『他者＝虚構』としてのアメリカの象徴ではなく、また日本が完全に『他者＝アメリカ』化したことを示す象徴でもな」（関口 2004: 78）く、日本特有の文化装置となっているという。例えば、ディズニーリゾートは近年、日本の修学旅行先としても人気の場所となっている。また海外から訪れるゲストは、2010 年時点で 3.3%であったのが、2017 年には 9.8%と年々増加している（株式会社オリエンタルランド）。すなわち、東京ディズニーリゾートは、日本の観光地として消費されているのである。

客層も、日本は海外の他のパークとは異なる。日本の経営母体であるオリエンタルランドが公開したゲストの統計によると、2010 年から 2017 年の間には、毎年女性が 7 割、18 歳以上が 7 割で、女性を中心とした大人が消費の中心となっている一方で、「小人」の割合は減少傾向にある（株式会社オリエンタルランド）。つまり、日本では家族向けという本家のディズニーランドが目指したターゲットとは異なり、大人や女性が主な消費者となっているのである。雑誌『ディズニーファン』で若い女性向けのディズニーファッションを特集した

記事が組まれ、衛星放送の番組「Disney Next」[13]は、「Otona ディズニー」がコンセプトになっている。ディズニーグッズを専門に販売するディズニーストアも、日本では若い女性をターゲット層としている。加えて、ディズニーランドを訪れる大人たちは、特徴的な消費の様相を見せている。新井（2016）が指摘するところでは、年齢にかかわらず制服を着て楽しむ「制服ディズニー」や、それぞれの好きなキャラクターグッズやぬいぐるみを大量に身に着けたゲストも頻繁にみられる [14]（新井 2016: 27-28）。「D ヲタ」、「ディズニーヲタク」と呼ばれるゲスト層も出現した。彼らは「ファミリー・エンタテイメントを目的としないゲスト」（新井 2016: 30）で、それぞれにお気に入りの目的がある。それは、テーマパークの本来の機能であるアトラクションの体験だけではなく、ポップコーンバケットなどの限定グッズの収集であったりもする（新井 2016: 31）。

このような各ゲストのお気に入り消費を刺激する要素として、ディズニー映画に登場する個々のキャラクターや物語の再編成がある。再編成とはつまり、個別の映画作品という枠組みを外し、未来やファンタジーといった新たな枠組みとしてのジャンルによって、複数のストーリーを組み合わせるということである。ディズニーリゾートやディズニーストアのグッズ等において、異なる映画のキャラクター同士が、「ファンタジー」、「未来」、「宇宙」や「ウエスタン」というジャンルのもとで同一空間に集まる。ディズニー社はその主要産業として映画を発表するが、さらにジャンルという別の分類方法を導入し、それに沿って映画のストーリーやキャラクターが再分配されていく。

特にテーマパークは、ジャンルの提供において中心的な役割を果たしているといえる。テーマパーク自体が、テーマという一種の分類をもとに空間を分け、あらゆるディズニー映画を再分配するメディアとなっている。例えば、東京ディズニーランドには 7 つのテーマランドがあり、7 つそれぞれに時代や空間の設定がある。ゲストは、アドベンチャーランドではカリブの海賊やジャングルの世界を冒険し、トゥモローランドでは未来の技術によって宇宙を旅する。このような設定に沿って、ディズニー映画のストーリーやキャラクターは配置される場所が決定されており、アフリカのサバンナを描いた『ライオンキング』はアドベン

---

[13] ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社の子会社であるブロードキャスト・サテライト・ディズニー株式会社が 2009 年に開局した衛星放送チャンネル。ディズニー社傘下の ABC が製作したドラマを中心に放送している（ディーライフ公式）。「Disney Next」では、ディズニーテーマパークやディズニーストアのグッズ情報が企画されたが、2019 年 11 月現在では放送を終了している。

[14]2018 年 2 月、5 月、6 月等の筆者による調査でも同様の傾向が観察された。

チャーランドのアトラクション、宇宙飛行士のキャラクターが登場する『トイ・ストーリー』はトゥモローランドに再分配されるのである。設定に沿って映画を再編成するメディアという性質上、テーマパークは新たな再編成の枠組みであるジャンルの提供に適していると考えられる。ジャンルには様々なものがあり、テーマパークのアトラクションの配置や設定は時代や場所をもとに「テーマ」としてのジャンルを決めているが、ショーなどにおいては、「冒険」、「ロマンス」といった物語の種類別にジャンルが分けられ、ハロウィーンのイベントでは「ヴィランズ（悪役）」というジャンルが登場する。ただし、近年のパレードでは特定のジャンルに基づく統一性がないようなものも存在する。

グッズ等のディズニー消費において特によく見られるジャンルとしては「プリンセス」と「ヴィランズ（悪役）」が挙げられる。『ディズニーファン』では、「プリンセス」や「ヴィランズ」のアイテムが特集され、いずれも 2005 年から 2008 年ごろに登場し始めた。同誌では、結婚指輪を「ヴィランズ」デザインにしたカップル等が紹介され、その魅力が語られる。このようなジャンルの形成とそれに伴う物語の再分配・再編成は、消費者による仮装によっても生成され、促進される。アメリカのディズニーテーマパークで子供たちが「プリンセス」の衣装を着ることが流行し始め（『ディズニーランド　ストーリー&マジック　限定保存版』）、それが日本でも引き継がれている。東京ディズニーランドや隣接するホテルでは、「ビビディバビディ・ブティック」と呼ばれるサービスが開始した。ディズニー映画『シンデレラ』に登場する妖精「フェアリー・ゴッドマザー」に扮したキャストが受付をし、子供たちは「プリンセス」に変身することができる。しかし、日本では「プリンセス」消費は子供だけに留まらない。東京ディズニーリゾートのハロウィーンには「プリンセス」や「ヴィランズ」の仮装をする大人が多く、友人同士で異なるプリンセスを演じたりする。仮装のルールとしてマーベル[15]作品を除くディズニー映画のキャラクターであることが指定されており、ゲストはディズニー映画の中から物語を選び、ジャンルを形成して友人との「統一感」を演出し、自ら再編成する。

また、東京ディズニーシーで消費される、クマのぬいぐるみ「ダッフィー」は日本で特に人気を誇るキャラクターである。ダッフィーは 2004 年に海外のパークから「ディズニーベア」として輸入され、2005 年に名称を「ダッフィー」に変更し、大流行した（新井 2016: 101）。現在、パークの中ではダッフィーグッズを扱う店舗が広い面積を占める。ディズニー

[15] アメリカンコミックの出版・映画化を行ってきた会社。2009 年にディズニー社が買収した。

ベアは海外ではあまり見られない[16]のに対し、日本では東京ディズニーシーを代表するキャラクターとなっており、彼の「友人」も現在 3 人登場している。ダッフィーと友人に関連したグッズやショーは「ケープコッド」と呼ばれる、漁村をイメージしたエリアに配置されている。ただし、猫のジェラトーニはイタリアをイメージした「メディテレーニアンハーバー」に住む設定で、うさぎのステラ・ルーはニューヨークがテーマのエリアでダンサーを目指す設定になっている。つまり、彼らはパーク内のエリアごとのテーマとも結びついているのである。ぬいぐるみは、少しずつ顔が異なっているため、購入の際に「お顔選び」をするゲストが少なからずいたり、季節やイベントごとに発売されるコスチュームを着せ替えて自分専用のダッフィーにアレンジしたりする。このように、「自分流」を作ることのできるメディアであるダッフィーは新たなジャンルとして成立し、日本のパークで「土着化」を遂げた。

2.2.3. ディズニーコンテンツの変容と東京ディズニーリゾート：「毒りんご」は「悪」か？

以上に見てきたように、東京ディズニーリゾートは時代とともに日本のシンボルとして発展を遂げてきたが、日本国内の消費潮流による影響だけでなく、ディズニー社が提供するコンテンツの変容にも影響を受けている。ここで、そのような要素によって東京ディズニーリゾートに与えられた影響を考察したい。

2.2.3.1. ヴィランズの台頭

1920 年代後半から始まるディズニー映画史では善悪の対立が描かれることが多かった。これは、プロップが『昔話の形態学』で提示したように、多くのおとぎ話において主人公は悪役と戦う存在であり、ディズニー映画はそのようなおとぎ話のアダプテーションを得意としていたからである。しかしながら、2000 年代に入ると、『リロ＆スティッチ』（2002 年、原題: *Lilo & Stitch*）や『ブラザーベア』（2004 年、原題：*Brother Bear*）など、明確な悪役が登場しない映画が発表されるようになり、2010 年代になると「悪役とは何か」というテーマ性を持つ作品が見られるようになる。『シュガーラッシュ』（2012 年、原題: *Wreck-It Ralph*）では、架空のゲームの悪役が映画の主人公となる。また、実写映画『マレフィセント』（2014 年、原題 : *Maleficent*）では、1959 年のアニメ映画『眠れる森の美女』に登場する悪い妖精・マレフィセントが主人公となる。2015 年にはディズニーチャンネルのオリジナルムービー

[16] 2016 年 5 月 12 日から 15 日にウォルト・ディズニー・ワールドで筆者が行った調査による。

として、マレフィセントの娘マルを中心としたヴィランズの子供たちが主役の『ディセンダント』（原題：*Descendants*）が公開される。

2000 年代以降の映画における悪役に対する意識の変化は、テーマパークではより早い時期から生じていた。カリフォルニアのディズニーランドでは、1991 年に「ディズニー・ヴィランズ」というヴィランズ（悪役）専門のグッズ店がオープンした。1996 年にクローズしたが、同じ場所に 1998 年から 2004 年まで「ヴィランズ・レアー」という名称でヴィランズアイテムを扱う店が開かれていた。同じ店が 1991 年から 1996 年まで、フロリダのディズニーMGM スタジオ（現ハリウッド・スタジオ）にもあった（スミス 2008: 126）。映像メディアでは、2005 年に販売された DVD、『ディズニー・ヴィランズ　悪者コレクション決定版』（原題：*Once Upon A Halloween*）がある。『白雪姫』の魔女が、ディズニー作品のあらゆるヴィランズを召喚するというストーリーになっており、原題からもわかる通り、ヴィランズはハロウィーンとの結びつきを見せ始める。この頃からテーマパークのハロウィーンイベントにヴィランズが登場するようになる。『ディズニーファン』2007 年 11 月号では、表紙にハロウィーンの夜に「勢ぞろい」（7）したヴィランズが描かれ、海外テーマパークでのハロウィーンの様子も紹介されている。香港ディズニーリゾート、カリフォルニアのディズニーランド、フロリダのマジック・キングダム、ディズニーランド・パリで、ハロウィーンにヴィランズ消費が見られる（56-61）。記事からは、ヴィランズがパレードに登場したり挨拶に訪れたりしてゲストと触れ合える存在となっていることがうかがえる。

日本でも、2008 年、2009 年、2015～2018 年にヴィランズを中心に置いたハロウィーンのショーが見られる。2008 年のハロウィーンでは、東京ディズニーランドで「レッツ・ゴー・ヴィランズ！」（昼）・「バンザイ！ヴィランズ」（夜）というタイトルのパレードが行われた。ミニーが『白雪姫』の魔女の顔型フロートで登場し、魔女本人が現れた後、『アラジン』の悪い魔法使い、『不思議の国のアリス』からハートの女王、『眠れる森の美女』の悪い妖精、『ピーター・パン』のフック船長、『ノートルダムの鐘』のフロロー、『ヘラクレス』の冥界の王が現れる（『東京ディズニーリゾート 35 周年　アニバーサリー・セレクション』）。『ディズニーファン』2008 年 11 月増刊号でその様子が報じられているが、「ミッキーvs.ヴィランズ　大バトル！」と見出しが付けられているように、ヴィランズはミッキーの敵として「やっつけ」（12）られる存在である。昼のパレードでは、ヴィランズは煙とともに消え、ミッキーと仲間たちはパレードを続ける。夜のパレードでは、「やっつけ」られ、意気消沈したヴィランズにミッキーが主役の座を譲る（『東京ディズニーリゾート 35 周年　アニバ

ーサリー・セレクション』)。ハロウィーンの主役はヴィランズという現在の構図が出来上がり始めてはいるが、ミッキーやゲストたちにとっては敵対者であり、まだ完全な主役とはなってない。2009 年も同様の傾向は続き、ハロウィーンのパレードは 2008 年と同じである。

2010 年のハロウィーンは、東京ディズニーランドではおばけの世界、東京ディズニーシーではマスカレード・パーティーが中心となり、一旦ヴィランズから離れる。ただし、海外のテーマパークではヴィランズが登場し続けており、香港ディズニーリゾートでは、「マレフィセントがパークを乗っ取」り、ディズニーランド・パリでもヴィランズが現れる(『ディズニーファン』2010 年 11 月号: 74-75)。

2015 年から 2018 年には東京ディズニーシーのハロウィーンでヴィランズがテーマとなる(『東京ディズニーリゾート 35 周年　アニバーサリー・セレクション』)。このイベントでは、ヴィランズの立ち位置は 2009 年までのそれとは大きく異なる。悪役のヴィランズが主役の座を「乗っ取った」という加害行為的設定ではなく、ヴィランズは主役となる。そして、ミッキーマウスという「善」の存在と戦うのではなく、ともにショーでゲストをもてなすのである。

ディズニー社ではあらゆるディズニー映画の悪役を集合させて「ヴィランズ」として定着させるべく、傘下にある各メディアが同時並行的に「ヴィランズ」を取り巻く作品やショー、グッズを展開していた。時代とともに、ヴィランズの立場も悪役から主人公的存在へと変化していき、東京ディズニーリゾートもその影響を受けている。イベントやショー、グッズの内容において、脇役ではない中心的役割としてのヴィランズが定着していく。

2.2.3.2. 「ディズニープリンセス」の成立

ディズニー社は、「ヴィランズ」以外にも「プリンセス」というジャンルを作り出した。ディズニー映画に登場する王女たちや、ムーランのように王女ではなくても主人公として活躍する女性たちである。『ディズニーファン』では 2003 年ごろから、プリンセスのグッズ展開が確認できる。女児向けのネームホルダーやポリレンジフィギュア、ステッカーは、子供たちが好きなプリンセスのものを選べるようになっており、シンデレラにはガラスの靴、白雪姫には毒りんごというアイコンが使用されている。

プリンセスを扱うディズニー映画が増えたのは比較的最近のことである。ウォルト・ディズニー存命期には、「プリンセス」ものの作品はあまり多くなく、『白雪姫』(1937 年)、『シンデレラ』(1950 年)、『眠れる森の美女』(1959 年)の 3 作品のみであった。1980 年代後半

から 1990 年代のディズニー・ルネサンスと呼ばれる時期に「プリンセス」をヒロインとする作品がさらに製作され、ディズニー映画でプリンセスが重要な存在となっていく。人魚姫を題材とした『リトル・マーメイド』(1989 年)、『美女と野獣』(1991 年)、『ポカホンタス』(1995 年)、『ムーラン』(1998 年)である。また、『アラジン』(1992 年)の王女、ジャスミンも同時期に登場した「ディズニープリンセス」である。日本では 2005 年ごろ[17]から、「ディズニープリンセス」と題した女児向けの DVD(『ディズニープリンセス : 憧れのバースデイ・パーティー』等)が販売され始めた。2007 年にはアイススケートショー、ディズニー・オン・アイスでプリンセスを集めたショーが企画され、ムーラン、シンデレラ、白雪姫、アリエル(『リトル・マーメイド』)、ベル(『美女と野獣』)、ジャスミン(『アラジン』)、オーロラ(『眠れる森の美女』)と、それぞれのプリンスが登場する。さらに、ディズニープリンセスへのオマージュという形で、「プリンセス」物語を類型化した実写映画『魔法にかけられて』が公開される。この映画では、過去作品の「プリンセス」要素が散りばめられており、『リトル・マーメイド』の人魚の歌が BGM に使用されていたり、主人公のジゼルが白雪姫と同様に、悪い女王から何度も毒りんごで命を狙われたりする。また、ジゼルは白雪姫やシンデレラ、アリエル、オーロラと同じく「真実の愛」を信じており、王子に一目ぼれをし、1 日で結婚を決めてしまうという物語構造上の典型的な「ディズニープリンセス」の傾向も踏まえている。

映画やグッズだけでなく、公式のディズニーホテルでも「プリンセス」の企画が見られる。ディズニー・アンバサダーホテルでは 2008 年に「ビー・ア・ディズニー・プリンセス」というイベントが開かれた。期間限定でアメニティが白雪姫デザインになっており、白雪姫が森の動物たちやこびとたちと楽し気に笑う様子が描かれる(『ディズニーファン』2008 年 3 月号: 35)。2009 年 11 月号の『ディズニーファン』では、ディズニー・アンバサダーホテルのウェディング特集が組まれている。ドレスには、ベル、オーロラ、白雪姫、シンデレラの 4 種類の「プリンセス」モチーフが使用されている。「結婚」という、おとぎばなしの典型的なハッピーエンドの構造が、そのヒロインである「プリンセス」を媒介として実際の結婚に関わる消費に当てはめられるようになっている。

以上に挙げた「プリンセス」、「ヴィランズ」という 2 つのジャンルは、一対として扱われることがしばしばある。2017 年に映画『白雪姫』公開 80 周年を記念して販売されたグッズ

[17]アメリカでは、同種のビデオ作品は 2004 年から発売されている(IMDb a)。

には、毒りんごがデザインされたものが多く見られたが、髑髏柄が描かれた「毒」としての「クールな」毒りんごと、白雪姫が手にして微笑む「かわいい」毒りんごの 2 種類が店頭に並べられた。すなわち、同じ毒りんごでも「ヴィランズ」バージョンと「プリンセス」バージョンが作られ、消費者はどちらか好きな方を選べるようになったのである。

現在の日本におけるディズニー消費のキーワードは「オトナディズニー」と「マイディズニー」であるといえる。「オトナ」なゲストは、身に着けるファッションや集めるグッズによって、ディズニーコンテンツを自分流にカスタマイズする。ディズニー社は、「かわいい」プリンセスになるか、「クール」なヴィランズに自分を重ねるか、という選択肢をゲストに与え、「オトナ」にとって自分の個性に合わせた「マイディズニー」を提供する。

2.3. まとめ

現在、東京ディズニーリゾート消費の在り方は、アメリカで当初目指されたものとは異なる様相を示している。すべてのゲストに共通したノスタルジーを見せるはずであったテーマパークは、日本では「個」の消費空間へと変貌した。エキゾチシズムに彩られた「ハレ」の世界で、ゲストのそれぞれが、自分のお気に入りを見つけてそれを探し求める。その遊戯は、子供よりもむしろ、昭和から平成初期の時代にかけてディズニー映画に触れて育ち、ストーリーやキャラクターを理解した上でお気に入りを見つけた大人が嗜むものである。日本のディズニー受容は 1950 年代から映画を通して本格的に始まり、1983 年の東京ディズニーランド開園以降はディズニーリゾートが日本における重要な文化装置となっていった。「ディズニー」について知識を得ながら育った大人たちは、自分流のストーリーを見つけ、テーマパークという空間の中で再編成していくのである。

そこには「善」や「悪」はない。キャラクターは映画のストーリーを離れてゲストの前に挨拶に現れ、ゲストの求めるゲスト自身のストーリーに参加する。「ファミリー」という決まった 1 つのテーゼは存在しない。ポストモダンな探求が、東京ディズニーリゾート消費の中で形成されたともいえるだろう。

3. テクストの並列によって生じる機能：ハイパーリアル

ディズニーテーマパークでは、あらゆるテクストが氾濫している。テーマパークの中にある、テーマランドの設定というテクスト、ショーやアトラクションのもとになった映画というテクスト、アトラクションを演出するための看板や展示品、キャストと呼ばれるスタッフ

が演じる役柄など、数えきれない。それらのテクストは、ほとんど唯一ともいえる目的に向かって、相互に影響しあう。それは、訪れるゲストのハイパーリアルな没入体験である。映画や小説の世界が忠実に再現された 3 次元空間に、ゲストが身体的にも精神的にも入り込むことができ、現実には存在していないはずの空間を「本物らしい」ものとして体験するのである。

ディズニーテーマパークにおけるハイパーリアルの手法については、多くの研究がなされているが、おおむね、詳細なバックグラウンドストーリーの設定と時代性を感じさせるための建築スタイルや、それらに施された「劣化」の演出、あるいは小説や映画で表象されたイメージの再生成という点から説明がなされている（新井 2016: 89-96; 粟田／高成田 1987: 59-61, 101; 能登路 1990: 156-166; 山口 2009: 29-61）。本稿では、少し視点を変え、以上に述べたような数多くのテクストたちが関係することで、ファンタジーの世界に与えられる現実らしさに着目する。そして、テーマパークにおけるハイパーリアルを演出するためのテクストのいくつかを取り出し、どのようなメカニズムを持って働いているのかを明らかにする。

3.1. 東京ディズニーランドの空間構造：テーマランドと時空間のレトリック

東京ディズニーランドで、エントランスを進むと、ワールドバザールというストリートがある。ワールドバザールを抜けると正面にシンデレラ城が見え、向かって左側にアドベンチャーランドがあり、右側にトゥモローランドがある。一番奥にファンタジーランドがあり、こことアドベンチャーランドの間にウエスタンランドとクリッターカントリー、ファンタジーランドとトゥモローランドの間にトゥーンタウンがある。城を中心として、円形に 7 つのテーマランドが配置されている。

図 1. 東京ディズニーランド地図、周遊用地図（2019 年現在）

（東京ディズニーランド）

各テーマランドの設定について簡単に説明を加えておく。ワールドバザールは「古き良きアメリカ」の世界である。アーケードゲームやヴィクトリア時代の建物が並ぶ。

アドベンチャーランドには、19 世紀半ばの古いニューオーリンズの街並みが広がるエリアと、ジャングルのエリアが並ぶ。ニューオーリンズの街の中に「カリブの海賊」のアトラクションがあり、アトラクションの横には海賊たちの「宝」や海賊の服を売る店や、ニューオーリンズの料理を提供するレストランがある。ジャングルエリアに入ると、ジャングルを通る川や、ハワイの鳥たちが歌うショー、ディズニー映画『スイスファミリー・ロビンソン』のロビンソン一家が暮らした木の家がある。ウェスタンリバー鉄道は、それぞれの汽車にアメリカにある川の名前が付けられており、隣接するウエスタンランドの鉱山付近とインディアンの住むジャングル、さらに昔の恐竜の世界を旅する。

ウエスタンランドは、19 世紀のアメリカ西部開拓の世界で、「ゴールドラッシュが過ぎて数十年が経つ」設定である（東京ディズニーリゾート b）。廃鉱となった赤い鉱山の横をアメリカ河が流れる。アメリカ河を一周するクルーズがあり、いかだで渡ってトムソーヤー島を探検することもできる。廃鉱を鉱山列車で巡るアトラクションがあり、劇場ではクマたち

がカントリーやウエスタンの音楽を歌う。西部のガンマンを目指すシューティングゲームも見られる。

クリッターカントリーでは、小動物たちが暮らす。アライグマのラケッティは密造酒を造ろうとしたり、ビーバーはアメリカ河をカヌーで探検に出ようしたりする（東京ディズニーリゾート）。密造酒製造は失敗し、それがきっかけで大洪水が起きるものの、そこで急流下りができるようになっている。現在ラケッティはスナックの店を開いている。

ファンタジーランドは、あらゆる「おとぎの世界」が集まっている。ディズニー映画『不思議の国のアリス』のマッドハッターのティーパーティーが開かれており、ハートの女王のバンケットホールがレストランになっている。同じくディズニー映画である『ダンボ』の主人公、ゾウのダンボが空を飛ぶ。『くまのプーさん』が住む 100 エーカーの森にもつながっている。その他、ディズニー映画『ピノキオ』でのピノキオの冒険をトロッコに乗って体験したり、『ピーター・パン』の主人公たちとともに子供部屋からロンドンの上空を飛んでネバーランドに行ったり、『白雪姫』が経験した暗い森での恐怖や、毒りんごを売りに来る魔女の恐ろしさを経験する。『ピーター・パン』の悪役であるフック船長の名前が付いたピザ屋もある。1000 人目を探す 999 人の幽霊がパーティを催すゴシック風洋館があり、また世界中の子供たちが民族衣装を着て歌う世界に入ることもできる。シンデレラ城の後ろでは、白馬が人々を背に乗せる。

トゥーンタウンにはディズニーアニメのキャラクターが住み、ミッキーや彼の友人たちの家、郵便局や工場がある。実写とアニメを合わせた映画『ロジャーラビット』に登場する「トゥーンタウン」がある。映画の「トゥーンタウン」には白雪姫やダンボ、ディズニー映画以外のキャラクターであるトゥイーティー、バックス・バニーも住んでいるが、パークでは白雪姫やダンボはファンタジーランドに配置されている。

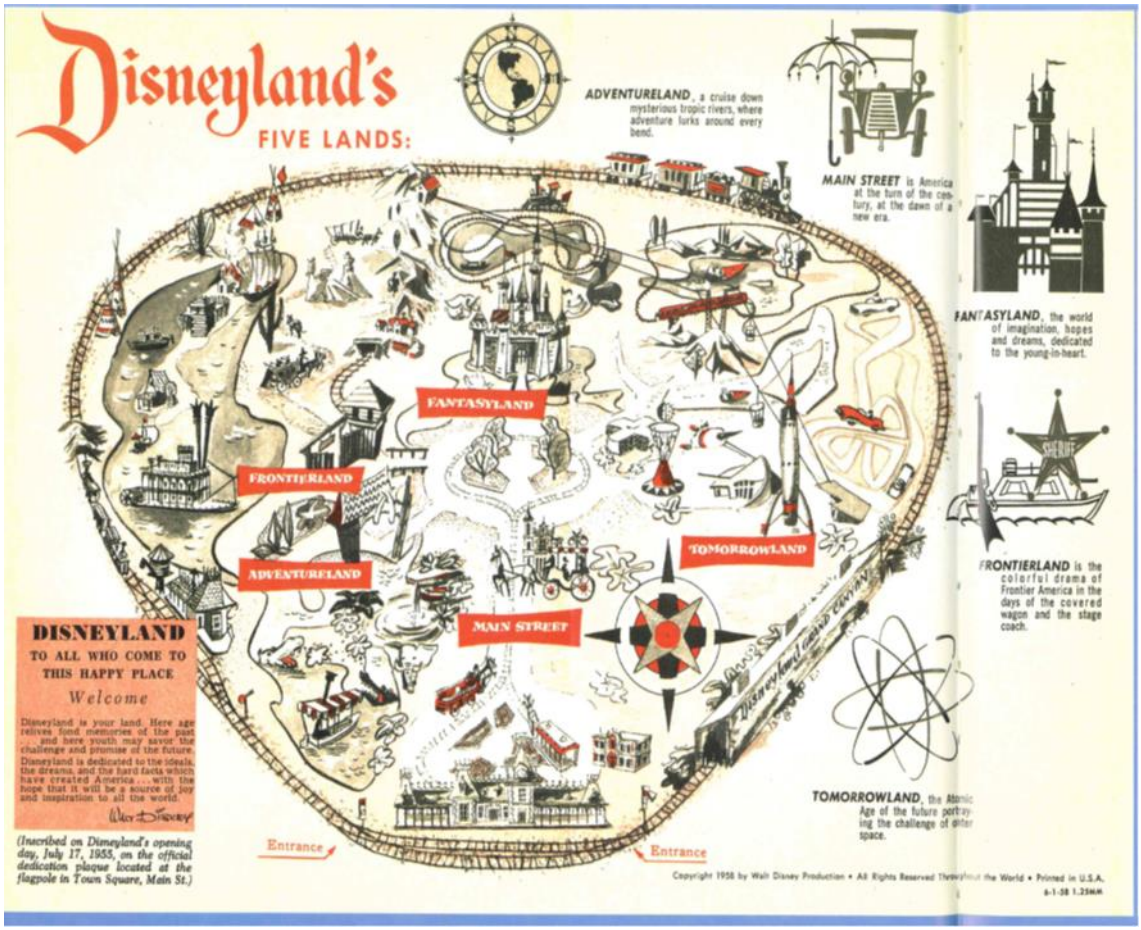
トゥモローランドは、未来の世界である。宇宙の新型ロケットに乗ったり、映画『スターウォーズ』の乗り物で宇宙を冒険したり、ピクサー映画『トイ・ストーリー』の宇宙戦士・バズとともに敵のザーグを退治する。また、ディズニー映画『モンスターズ・インク』のモンスターと人間が共存する世界や、宇宙飛行士のイタリア人が開いたピザ屋の太陽系 1 号店、宇宙人プラズマ・レイがオーナーの地球初出店のレストランがある。

東京ディズニーランドだけではなく、アメリカのパークもほぼ同じテーマランドの配置となっているが、アメリカでは日本のウエスタンランドにあたるものはフロンティアランドと呼ばれている。フロンティアランドでは西部開拓時代に開拓者が訪れる一方で、先住民

も生活しており、アメリカ人のゲストにとってはノスタルジーを感じる世界となっている。

アメリカのディズニーランドでは当初、19 世紀アメリカをモデルにしたメインストリート USA とファンタジーランド、アドベンチャーランド、フロンティアランド、トゥモローランドによってのみ構成されていた。

図 2. 1958 年　ディズニーランド、“Welcome to Disneyland” 広告



（Neary/Neary/Hunt 2016: 30）

マラン（1983）によると、アメリカのディズニーランドでは、テーマランドは意味論的構造を持っており、ファンタジー、過去、未来という空間設定の中で、「ファンタジー」は現実の世界に至るエントランスと配置的に対立構造を成し、「過去」にあたるアドベンチャーランドとフロンティアランドは「未来」のトゥモローランドと相対する空間配置がなされている（マラン 1983: 233）。この基本構造は、東京ディズニーランドでも踏襲されており、すなわち「過去」対「未来」、「現実」対「ファンタジー」という対立も存在する。これら 2

つの対立が併存することによって、「過去」と「未来」は、必然的にファンタジーではないという論法が成立しているように見える。では、「過去」と「未来」にあたるそれぞれのテーマランドは現実か、というとそうではない。「過去」は、ジャングルや先住民の住む「未開の場所」、あるいは西部開拓時代の「昔のアメリカ」として描かれる。「未来」では宇宙との交流がある。いずれも、空想の世界である。客観的時間に対してここでの「過去」や「未来」は詩的なノスタルジーである。それが客観的空間における対立構造によって時間経過の数直線上に置かれて認識され、さらにそれを十字型に横切る「ファンタジー」と「現実」というもう一つの対角線の中で現実寄りに位置することで「過去」と「未来」はハイパーリアルな記号となって、現実性を伴わない想像上のノスタルジックな時間感覚に対して「現実」をそこに呼び寄せようとする。いずれのテーマランドも、あらゆるハイパーリアルの演出によって現実らしく見える、ファンタジーの世界である。映画や小説を通して過去に蓄積された知識としての想像の世界は、それぞれのテーマランドにおいて空間的に再現され、ゲストにとっては「想像していた通り」の本物以上に本物らしい空間として体験されるのである。

3.2. 「地図」の現実性

ディズニーパークでは、あらゆる場所で地図が見られる。周遊用の地図に加え、アトラクションの演出の一部としても使用されている。すなわち、全く架空の地図がハイパーリアルを作り出すための小道具として登場するのである。

そこでまず、現実世界で実際に使用されている地図という装置について、どのような性質を持っているかを確認する。地図が語る地理は、現実性を持って見える。「現実の空間における人間の経験を直接的には描きとらないが、地図という図示表現は、その記号体系のなかに、間接的に都市の経験の仕方をあらわしているものである」（多木 1983: 31）。すなわち、普段使用される地図は客観的空間を映しながら、さらに主観的経験を書き込んだものである。

ここで、地図が示す地理は現実かという問題が生じる。地図は得てしてイデオロギー的である。多木（1983）は、地図がどの方位を上にして置くかによって中心と周縁を描いていたり、地位による居住区域の分断を示していたりと、「政治支配の道具であった」（多木 1983: 32）ことを指摘する。つまり、地図には想像が付きまとう。座標によって示される地理は、それだけでは地図にはなり得ない。緯度や経度といった客観的空間表示だけでは人間は地図を使用して目的地にたどり着くことは不可能であり、そこにランドマークや通りの名前、

足を踏み入れてはいけない場所、どういった店があるかなど、使用する人間の主観的視点が入り込んでこそ、目的の場所を探し当てることができる。実は、地図には主観的要素によるファンタジー性も少なからず含まれているといえる。

サイード（1993）は現実世界の地理と時間の認識における空想の反映を指摘している。

> 事物のなかには、精神によって弁別され、客観的に存在しているように見えながら、実は虚構の実在性しか有していないものがある。（中略）数エーカーの土地に住む一群の人々は、自分の土地やその周囲と、その向こう側の領域とのあいだに境界線を設け、向こう側の土地を「野蛮人の土地」と呼ぶ。言い換えれば、なじみ深い「自分たちの」空間と、その自分たちの空間の彼方にひろがるなじみのない「彼ら」の空間を心のなかで名付け区別する、というこの普遍的習慣は、実は地理的区分を行う一つのやり方なのであり、それはまったく恣意的なものでも一向にかまわないわけである。
>
> （サイード　1993: 129-130）

つまり、客観的地理を描きとった図にさらに境界線を１本引くだけで、線の手前と向こう側では全くイメージが異なってしまう可能性がある。そしてそのイメージは恣意的な、作られたファンタジーにもなり得る。

> 家―隅っことか廊下、地下室、部屋など―の客観的空間はそこに詩的に賦与される性質に比べれば、さして重要なものではない。そして、そこで詩的に賦与される性質とは、通常我々が名付けたり感じたりできる想像上の価値、あるいは比喩的な価値を帯びた性質のことであり、それゆえに家がお化け屋敷になったり、家庭的であったり、監獄のようだったり、魔法にかかったように見えたりするのである。（中略）同様のプロセスは、我々が時間を問題にする際にも生ずる。「大昔」とか「そもそもの始まり」あるいは「終末」といった時期から我々が連想すること、いやそれらについてもっている知識でさえ、その大部分は詩的なもの、つくりあげられたものである。
>
> （サイード 1993: 131）

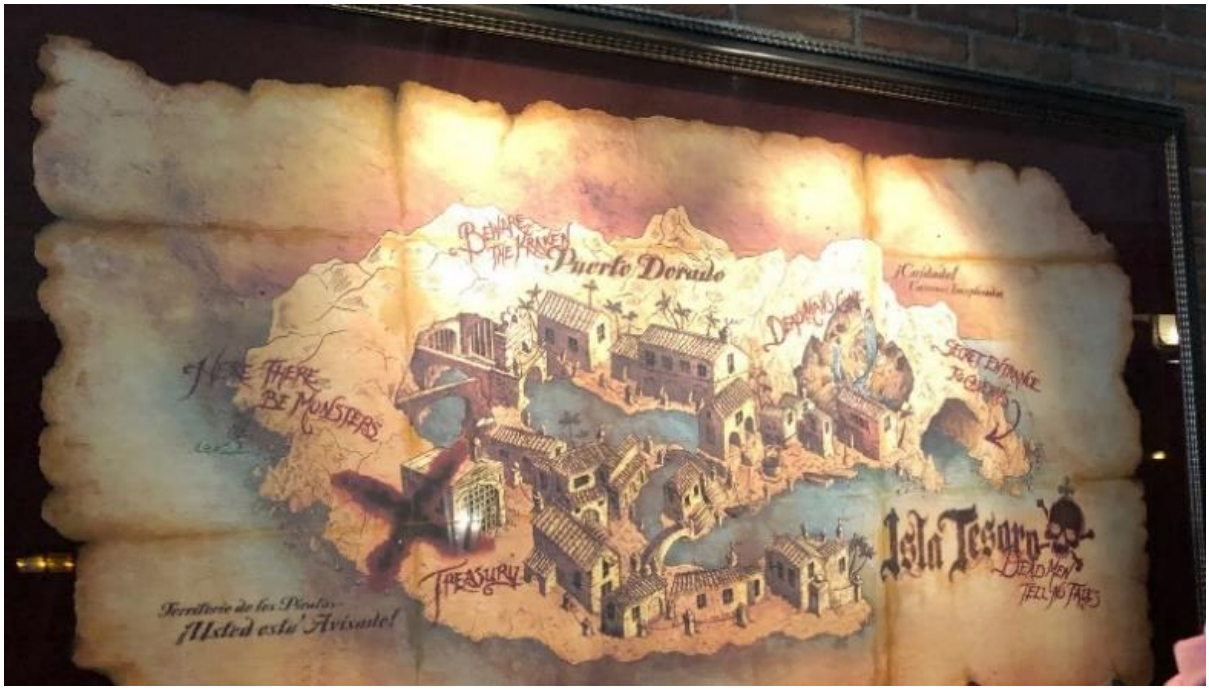
『オリエンタリズム』においてサイードが提示したのは、人間の知覚認識によって現実に付きまとうファンタジー性であった。現実に対してファンタジー性・詩的性質が付与され、

ある空間が「魔法がかかったように」、「お化け屋敷のように」認識された時点で、その空間はハイパーリアルな記号となり、現実の空間をさらに「現実らしく」する。

ディズニーテーマパークはこのプロセスを逆手に取り、ファンタジーをいかにも現実であるかのように認識させようとする。テーマパークには、映画に登場した架空の空間が再現される。最初から詩的な非現実の空間を単純にコピーするのではなく、現実性を与えてハイパーリアルな記号を作り出す。現実にはファンタジー性が付きまとうということは、このメカニズムを使用して現実性を持たないファンタジーも現実らしさを持つことが可能といえる。

具体的に、地図がパーク内でどのように使用されているか例を挙げる。東京ディズニーランドのアドベンチャーランドにある、船に乗って海賊の世界を冒険するアトラクション「カリブの海賊」に入ると、海賊が訪れた島の地図がある。

図 3. 「カリブの海賊」地図



（2018 年 12 月 20 日に筆者が撮影したもの）

地図には、“Isla Tesoro”と島の名前や“Puerto Dorado”という町の名前が書かれており、「金庫」の場所が記されていたり、スペイン語で“¡Cuidado!（気を付けて！）”という記述の他、“Secret entrance to cavern”、“Be aware the Kraken”、“Here there be monsters”といった書き込み

が入っている。島の名前は、「宝の島」という意味があると考えられる。Isla Tesoro は、架空の島であるが、地図は島についての一種のテクストとなっている。地図は、書き込みから、海賊の視点から描かれたものであることがわかる。Isla Tesoro を襲う海賊たちの目的は町の金庫であり、秘密の入り口から侵入する。そこには、危険が待ち受けており、島にはクラーケンが現れる入江や、化け物がいる場所がある。アトラクションに乗るゲストたちは、地図に描かれた冒険の世界を実際に旅する。

アトラクションに設定されている、宝を探して呪われた海賊たちや襲われた島の町長が拷問を受けるといったストーリーは体験によって知ることができるものである。これに地図がパラテクストとしてアトラクションの世界に地理と言語、町に伝わる伝説や、住人とそこを襲う海賊の関係といった情報を補完する。それらはいずれも、架空のものである。

同じアドベンチャーランドに配置されている「ジャングルクルーズ : ワイルドライフエクスペディション」でも、順番待ちのゲストが並ぶ場所に地図が描かれている。

図 4. 「ジャングルクルーズ : ワイルドライフエクスペディション」地図

（2018 年 6 月 30 日に筆者が撮影したもの）

地図には、“Jungle River Map”という文字とともに、これからゲストが探検するジャングル

の世界が描かれている。「ジャングルクルーズ：ワイルドライフエクスペディション」は、アマゾン川、ナイル川、メコン川が舞台となっているが、この地図ではそれらが合わさっている。川に沿って独特の生態系が作られており、「アジア」、「アフリカ」、「南米」の境目があいまいであるが、動物の生態によってその変化が読み取れる。アマゾン川ではピラニアや蝶、ワニが描かれ、ナイル川沿いはライオンやキリンといったサバンナの動物が生息し、メコン川には水牛が登場する。

ゲストの持つ心象地理世界では、「現実」にあるナイル川流域とアマゾン川流域とメコン川流域は、「ジャングル」という括りの中で変化があいまいで、すべてが「ジャングル」なのである。このイメージは、映画『アフリカの女王』や小説『ジャングル・ブック』、欧米の探検小説など、以前から存在していた「探検者」が向かう想像上の「ジャングル」表象の蓄積によって形成されたものである。実在性のない「ジャングル」がアトラクションの地図と一致したとき、地図はイメージを指し示し、現実をそのコピーにしてしまう。地図とそこに書き込まれたジャングルはハイパーリアルになる。

一般的な地図は現実の空間を編集して客観的空間に対する心象認識を媒介することや、現実の認識そのものに想像性が伴っていることが、架空の地図によるハイパーリアルに対して効果的に働きかける。前述した、サイードの言う「心象地理」的なものが、ゲストの現実認識にも存在している。それに対し、ディズニーリゾートではディズニー社がテーマパークとして作り上げた空間を、ゲストが現実の経験において蓄積してきた心象認識と一致するものと説き、そこに地図を導入することで、目の前に広がる空間を客観的空間として現実らしいものに見せているといえる。

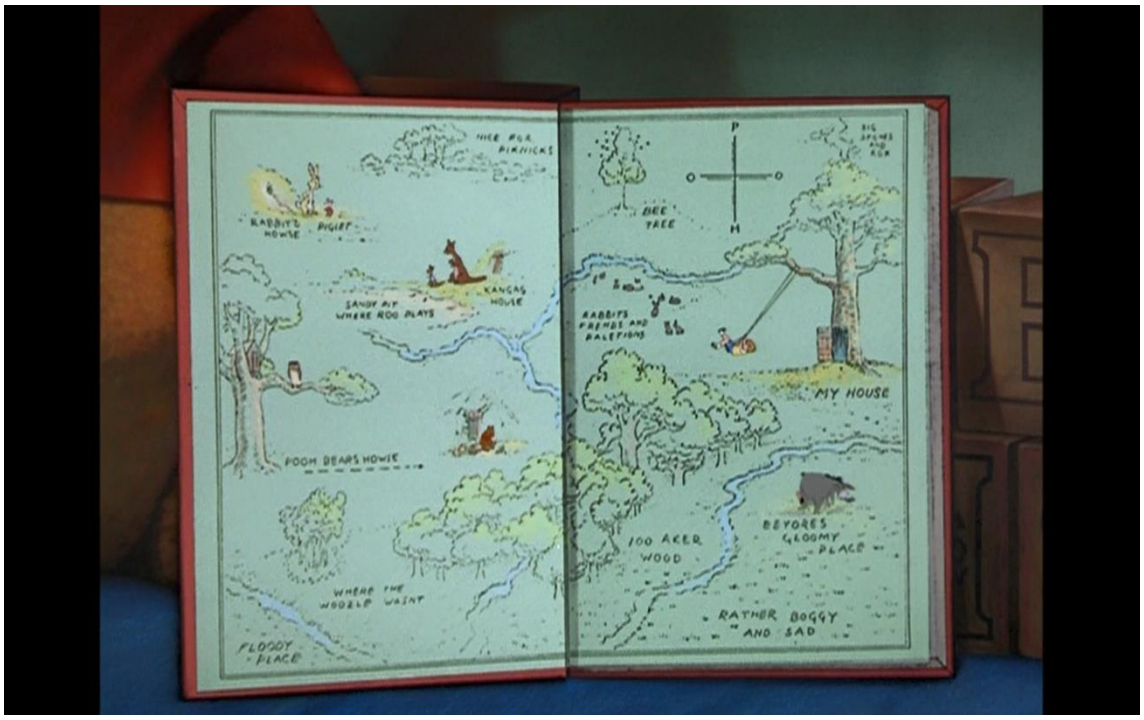
この地図が指し示すものは、現実の世界には存在しない。実在の空間に出現したオーディオ・アニマトロニクスの動物たちや滝などを描いているが、実在の空間には無いはずのその外側の環境も表記上存在する。地図は現実のものではなく、想像上の世界を意味する記号となる。「ジャングルクルーズ：ワイルドライフエクスペディション」においても、「カリブの海賊」と同様、世界の 3 つの川が一体化した架空の空間に対して、地図が「地理」を与える。

ファンタジーランドにあるアトラクション、「プーさんのハニーハント」でも地図が登場する。原作本に描かれている地図をアニメ映画でも踏襲しており、アトラクションでも地図が登場する。ここで、映画からアトラクションにどのようにアダプテーションされたかを見

るために、ディズニー映画『くまのプーさん』シリーズ[18]に共通する構成の型を確認しておく。

映画はクリストファー・ロビン少年の部屋と“Pooh”の本が置かれた本棚、彼が集めているものと親友のぬいぐるみたちを映し、それを紹介するナレーションが入るところから始まる。そのあと「とりわけ仲の良い」くまのプーとその横にある“*Winnie the Pooh and the Honey Tree*, A. A. Milne”と書かれた原作の絵本のクローズアップから、絵本がめくられ、原作と同じく表紙をめくったところに描かれる地図が現れる。

図 5. 映画『くまのプーさん』地図



（『くまのプーさん』DVD）

[18]映画 『くまのプーさん』（原題：*The Many Adventures of Winnie the Pooh*）は 1977 年公開。中編アニメ映画『プーさんとはちみつ』（1966 年）、『プーさんと大あらし』（1968 年）、『プーさんとティガー』（1974 年）で構成されている。1999 年にウォルト・ディズニー・ワールド内マジック・キングダムに同映画をもとにしたアトラクションが作られ、東京ディズニーランドにも 2000 年に同様のアトラクションが設置された（スミス 2008: 292, 370）。1997 年にオリジナルビデオのアニメ映画『くまのプーさん／クリストファー・ロビンを探せ！』（原題 : *Pooh's Grand Adventure: The Search for Christopher Robin*）が公開されて以降、2000 年、2003 年、2004 年にプー以外の登場キャラクターを主人公とした続編が製作された。いずれも子供部屋にあるミルンの原作本を開いて地図が映し出されるところから映画が始まり、その中で動くキャラクターたち、ナレーターがページをめくり彼らと会話するという形式を踏襲している。

図 5 は、映画『くまのプーさん』で冒頭に登場する地図である。ストーリーは、地図の中の絵が動いて始まる。“My House”と書かれた木の下でクリストファー・ロビンがブランコに乗り、木の陰からプーが顔をのぞかせ、地図上で“Pooh bears howse[19]”と書かれた矢印の文字の上をスキップする。地図は子供が描いた設定のものなので、ところどころスペルを間違えており、方角を指す記号には N や S ではなく、P/O/O/H と書かれている。さらにページがめくられ、地の文と絵が並ぶ中で、絵が動く。ナレーターが本を読み上げ、ときにはナレーターと登場人物が会話をしたり、ページが数十ページ分いちどにめくられることで場面が転換されたり、登場人物による回想のためにナレーターがページをめくって話を過去に戻したりする。

すなわち、本を読むナレーターは絵本のストーリーを俯瞰しつつ、その中に部分的に出入りできる存在であり、映画の観客は「クリストファー・ロビンの部屋にある絵本」を読み聞かせられながら、本の中の世界に感情移入する。よってこの場合、物語世界は二重に設定されている。くまのプーたちとクリストファー・ロビン少年が冒険する 100 エーカーの森の物語世界と、それを読む子供部屋の物語世界である。ただし、その二重性は子供部屋にあるプーのぬいぐるみが映されることとナレーターが両方の世界に接触しているため、境界があいまいになっている。原作でも同様の二重性が見られるが、父親が 100 エーカーの森のお話を息子のクリストファー・ロビンに読み聞かせるストーリーになっている。語り手である父親がその様子を俯瞰しており、読者は子供部屋の物語世界も俯瞰することなる。

アトラクションは、ディズニー映画『くまのプーさん』に収録されているうちの「プーと風船」、「プーとおおあらし」を合わせたストーリーとなっており、映画特有の演出であった本のページの中に入り込むという形式をゲストに実体験させる造りである。アトラクションのある建物は、養蜂をしているイギリスの田舎風になっており、ゲストは蜜蜂の巣箱が置かれた庭を通り抜け、クリストファー・ロビンの自転車や風船が置かれた物置を通って、『くまのプーさん』の絵本のページの間へと入っていく。

[19] 原文ママ。

図 6. 「プーさんのハニーハント」100 エーカーの森　地図

（2019 年 1 月 20 日に筆者が撮影したもの）

図 6 は、物置の壁に画用紙大で登場する地図である。この先にゲストと等身大の本のページが並んでおり、その中のアトラクションの乗り場に同じく等身大の地図が描かれている。

アトラクションの出口にはクリストファー・ロビンの子供部屋が再現されており、おもちゃやぬいぐるみが並ぶ。ゲストの通る道順に沿って、映画で提示される世界の重層性をそのまま体験できるようになっている。すなわち、子供部屋がある民家の世界から本のページの間の世界に入ってプーたちが冒険するアトラクションを体験し、再び子供部屋の世界に戻る。絵本のページがいくつも配置されるアトラクションの入り口と乗り口に「100 エーカーの森」の地図が載せられている。この地図は原作本でも映画でも、導入部分に描かれるため、その構図を踏襲しているといえるが、原作や映画とは異なり、クリストファー・ロビンの家 “My House”が描かれない。原作や映画では、「100 エーカーの森」はクリストファー・ロビンの家から外に出たものと捉えられているのに対して、アトラクションでは子供部屋にある絵本の世界と捉えられていると考えられる。

「100 エーカーの森」の地図は、ファンタジーの場所を示す。さらに、地図に書かれる絵そのものが空想である。ボードリヤールは、実在の記号が非現実のものを示し、それが現実を強化することを指摘した。しかしこの場合の地図は、すべての記号表現が非実在のファンタジーであり、対象物もファンタジーである。方角を示す地図記号は架空のもので、北も南

も指さず、「P/O/O/H」とクマの名前の文字でできている。使用言語もスペルミスが各所に見られる子供の言語である。もはや非現実と逆転したりそれによって強化されるような現実すらもなくなる。

では、「100 エーカーの森」の地図は、ハイパーリアルの形成に全く寄与していないか、というとそうではない。地図は「100 エーカーの森」の現実性ではなく、ゲストが入り込める本の現実性を示そうとする。ミルン作の『くまのプーさん』を開けたときに必ず描かれている地図が、クリストファー・ロビンの物置には画用紙大で登場し、次に乗り場でその何倍もの大きさになって目の前に現れ、そこからアトラクションがはじまる。その場所でゲストは、地図の中に入り込める存在となる。

「カリブの海賊」や「ジャングルクルーズ：ワイルドライフエクスペディション」では、地図の持つ主観的要素と地理的客観性とをハイパーリアルな空間の演出に使用し、「現実性」の根拠とする。アトラクションの入り口にある地図は、これからゲストが体験する主観的な体験を示す一方で、その体験に対して、大陸や川のような地理的客観性らしきもの（実はこれらも架空である）を描く。アトラクションに登場する建物や人物像が陸地を与えられ、それが如何にも地球上に座標を持っているかのように配置される。地図は客観的空間に対して、想像性を与えるものであるというのは前述した通りであるが、テーマパークではこの関係が反転するのである。地図があることによって、野生動物や海賊の姿をしたロボットが並ぶ水路に、観客は大陸の存在やその大陸の生態系を思い描く。

「プーさんのハニーハント」では、地図は想像上の記号によって想像上の空間を示す。しかし、その地図は「本の 1 ページ目」の記号となる。現実の本に登場する想像上の地図は、想像上の本の世界に入るため入り口を想起させる。

ディズニーテーマパークにおいて、地図はハイパーリアルを演出するための重要な道具となる。通常は主観を通して現実を描くはずの地図が、主観のファンタジーを描きながらそこに現実性を与える根拠となる。すなわち、地図は客観的であれ主観的であれ空間に詩学を与えるのである。東京ディズニーランドのものが普段使用するものと異なるのは、自然にもとから存在していた空間が詩学をまとうのではなく、まっさらな空間に詩学を詰め込むために記号を操作するという点である。つまり、普段使用される地図は大陸や住居のある場所にイデオロギー性を与えるのに対して、東京ディズニーランドの地図は、大陸も川も住居のようなものが何もない場所に地図を置くことで、それらが実は存在しているかのようなファンタジーを生み出す。

3.3. 「言語」と「歴史」の現実性

ディズニーコンテンツにおいて地図以外にファンタジーの世界に現実性を与える要素として、言語と歴史が挙げられる。

ウォルト・ディズニー・ワールドにある 4 つのパークの 1 つ、アニマル・キングダムは、アフリカエリア、アジアエリア、ディスカバリーアイランド、ダイノランド USA、ラフィキズ・プラネットウォッチの 5 つのエリアから成るテーマパークである。全体を通して自然やサファリ、探検というテーマがあり、ミッキーやミニーもサファリルックの衣装を着ている。シンボルであるツリー・オブ・ライフは、大木の幹にさまざまな動物のシルエットが彫刻されたオブジェであり、映画『ライオンキング』の呪術師ラフィキの木と同様にバオバブに似た形をしている。

アフリカエリアに入ると、スワヒリ語が広く使用されるようになる。キャストの挨拶が“Jambo（こんにちは）!”になる。飲み物のワゴンには “Baridi kama barafu inaburudisha（氷のように冷たくて気持ちいい）”、 “Vinywaji baridi（冷たい飲み物）”という看板が掛けられている。

アトラクションにはサバンナツアーの Kilimanjaro（タンザニア北部の山の名前）Safari、ジャングルのゴリラや魚、植物を観察する Pangani（タンザニアの地名） Forest Exploration Trail がある。ショーには映画『ライオンキング』をもとにした *Festival of the Lion King* や、通りで繰り広げられるアフリカンミュージック（太鼓など楽器の演奏やポップスのライブ）の生演奏やダンスもある。

Festival of the Lion King については後述するが、Kilimanjaro Safari では、“Simba（ライオンの意味）1”などと名前がついたトラックに乗ってサファリを巡る。トラックの乗車を待つ人々が通るアーケードには、スワヒリ語で動物の名前が紹介され、“Karibuni Harambe risavu ya wanyama ya porini[20]（ハランベ野生動物保護区へようこそ）”というフレーズが書かれている。ハランベとは、アフリカエリア全体で演出されている架空の港町の名前である。名前の由来はスワヒリ語の“Harambee（重いものを持ち上げたり引っ張ったりするときの掛け声）”であると考えられる。ゲストの中には実在の町を再現したものだと思っている人もいるようである。サファリでは、バオバブの木が植えられたサバンナが作られており、キリンやライオン、ゾウなどの「野生動物」に遭遇するようになっている。

---

[20] 原文ママ。正確には“Karibuni kwa mbuga ya wanyama pori ya Harambe”。

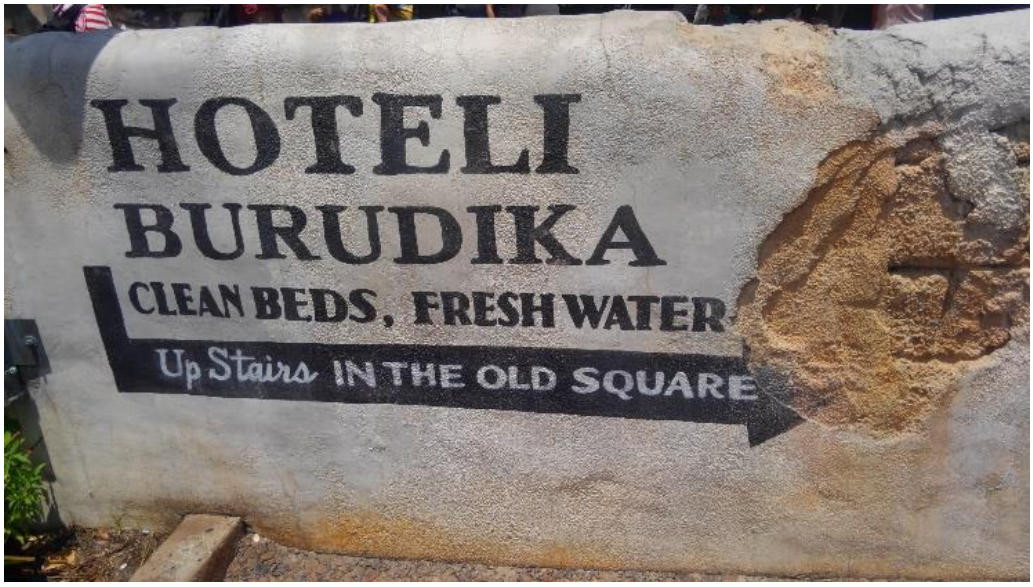
ハランベ・マーケットにもスワヒリ語の名前のついた店が並ぶ。お菓子やビールの店には“Tamu Tamu（菓子）”、ワインやアフリカ産ビールを提供するバーには“Dawa（薬）”、パンやサンドイッチを扱うコーヒーショップには“Kusafiri （旅すること）”という言葉が充てられている。

また“Mombasa（ケニアの町）Marketplace”ではアフリカをイメージした民芸品、彫刻、楽器、アクセサリーなどが販売されている。“Zuri’s Sweets Shop”というスナックの店もある。Zuri には「美しい、かわいい、良い」などの意味がある。

町には、他にもスワヒリ語で書かれた落書きや注意書きがあり、いかにもスワヒリ語が古くから使われていて現在も公用語になっているかのような演出がされている。ここを訪れたゲストは、アメリカのテーマパークに来たのではなく、ハランベというアフリカの町に来たかのような感覚になる。

東京ディズニーリゾートで異文化の空間が演出されるとき、建物そのものの空間における役割（外観が全体の世界観に合うものであるかということ）と、実際の機能が異なることがある。例えば、東京ディズニーシーにある、イタリアの町をイメージした空間で、その建物の表には「郵便屋」と書かれていて、いかにもイタリアの郵便局のような外観をしているが、実際に入ってみると文房具を扱う土産物のショップ、という具合である。ハランベでもそのような現象が起きている。

図 7. アニマル・キングダムで見られるスワヒリ語の看板



（2017 年 5 月 14 日に筆者が撮影したもの）

図 7 は、ハランベにある看板で“Hoteli burudika（居心地の良いホテル）”という表記があるが、この「町」に実際にホテルの機能を果たしている建物はない。アニマル・キングダム内のアフリカエリアというスペースにホテルの機能は必要ない。しかし「ハランベの町」にはホテルはあるはずである。そのためハランベという空間における外観的な役割と、テーマパークにおける機能の二重性が生じ、見た目と中身が違うという状態になっているが、このような細かい演出が、「町」の本物らしさの精度を上げている。

ハランベには、公用語としてのスワヒリ語に加え、歴史背景も設定されている。ハランベは架空の漁村であり、明確なモデルを持っていないが、町にはイギリスやポルトガルの影響を受けた建物もあり、ここには 1961 年に独立したという設定が付加されている。アトラクションのサファリツアーは「ハランベの野生保護区」で行っていることになっている。海もある設定で（実際には見えない）、ハランベ・シアターはハランベ港の近くにある。ディズニーの公式ガイドブックによれば、このような設定は特定の場所に基づいておらず、アフリカのさまざまな国の要素を含むものであり、架空の場所を作ることによって実際の政治や経済と関連させないようにしているという（Wright 2007: 66）。スワヒリ語の使用については、アフリカの中でも特に広範囲で話されている民族語であるため、「国境のない言語」（Wright 2007: 66）として捉えた上でのことであると説明されている。しかし、キリマンジャロやパンガニのように、タンザニアの地名が付いたアトラクションが隣接しており、市場にはケニアの港町モンバサの名前が付いている。また、ケニアのラム島の建物に使用されている色を真似てレストランのデザインに軽石のブロックを使用したという（Wright 2007: 67）。スワヒリ語はアフリカ全土ではなくタンザニアやケニアを中心としたアフリカ東部で使用されているため、イメージの中心はアフリカ東部にしぼられる。

アニマル・キングダムに隣接するホテル「アニマル・キングダム・ロッジ」でも、東アフリカをイメージの中心においたうえでのスワヒリ語の使用が見られる。このホテルは、2001 年にディズニーワールド内に開業し、コンセプトは「ゲストに本場のアフリカを体験してもらう」というものである（日経アーキテクチュア）。敷地内にある約 13 万 4000 ㎡のサバンナではキリンやフラミンゴをホテル内で見ることができ、配置設計は「クラール」という半円形の集落をモデルにしているという（日経アーキテクチュア）。ロビーはロープで組み合わされた木材をイメージしたデザインの柱と黄色や赤の鮮やかな羽をモチーフにした照明が飾られる。アフリカ音楽が流れており、アフリカ各地の民族の美術品や民芸品が展示されている。

仮面や彫像などが多く、化粧室の女性用の前には女性の仮面、男性用の前には同じ民族の男性の仮面を置くなどの工夫もされている。

図 8. コートジボワール　グロの仮面

（2017 年 5 月 14 日に筆者が撮影したもの）

図 8 はロビーに並んでいるアフリカ美術の 1 つで、コートジボワールのグロの人々のアンテロープと人間の仮面である、というキャプションがついている。

では、ホテルの空間においてスワヒリ語はどのように使用されているのか。以下に挙げる。

表 2. アニマル・キングダム・ロッジのスワヒリ語表示一覧

	スワヒリ語	意味	使用場所 ※（）内は現地マップの記載
1	Jambo	こんにちは	ホテル施設名　Jambo House
2	Kidani	ネックレス	ホテル施設名　Kidani Village
3	Jiko	キッチン、調理場	Jambo House 内レストラン（The cooking place）
4	Mara	すぐに、突然	Jambo House 内レストラン（Quick service restaurant）
5	Sanaa	芸術、手工芸品	Kidani Village 内レストラン（Restaurant and lounge）
6	Boma	要塞、城壁、原住民の家の骨組み	Jambo House 内レストラン（Flavors of Africa）
7	Zawadi	土産、贈り物	グッズショップ
8	Asante	ありがとう	Jambo House 内テラス
9	Uzima	健康、生命	Jambo House 内フラミンゴの池、サバンナ観賞場所、プール
10	Pembe	動物の角	Kidani Village 内　サバンナ観賞場所
11	Zahanati	医務室	Jambo House 内（massage & fitness center）
12	Simba	ライオン	Jambo House 内　子供向け施設
13	Pumbaa	ばかな	Jambo House 内　子供向け施設
14	Johari	宝石	Kidani Village 内　Johari treasure
15	Maji	水	Kidani Village 内　プールバー
16	samawati	空色	Kidani Village 内　プール
17	Uwanja	中庭	Kidani Village 内　施設

ホテルの客室は Jambo House と Kidani Village の 2 棟に分かれており、表 2 にこれらを含む、ホテル内の各施設でどのようなスワヒリ語が使用されているのかをまとめた。スワヒリ語の意味と施設の内容を対照させると、あらゆる場所に使用が見られ、内容的に妥当なもの

と、そうでないものがある。グッズショップが Zawadi（贈り物）、レストランの 1 つが Jiko（キッチン）いうのはそのままの意味であるし、ファストフードを提供するレストランが Mara（すぐに）となっている。子供向け施設の Simba と Pumbaa はそれぞれ映画『ライオンキング』の主人公のライオンとイボイノシシの名前で、スワヒリ語を知らないゲストも子供の遊び場ということがイメージしやすくなっている。スワヒリ語を使用しているというのは、この場所がスワヒリ語を話す地域を意識したものであると考えらえる。サバンナを見ることのできる場所の 1 つに Arusha Rock という名前が付いていることや、客室の洗面所の壁には地図が描かれており、Ngorongoro、Mwanza、Kondoa、Dodoma、Biharamulo、Kibondo といった地名が見られることからタンザニアであると考えらえる。

グッズショップの Zawadi には、アフリカをイメージしたグッズが販売されている。民族楽器のジェンベ、木製の仮面、カバやサイの置物などがあり、店内の装飾にはミュージカル版『ライオンキング』で使用されたものと同じデザインのムファサの仮面が用いられている。スワヒリ語のグッズもあり、Kiboko（カバ）や Punda milia（シマウマ）という言葉とそれらの絵、“Karibu（ようこそ）”、“Kua macho kwa wajangili!（密猟者に注意せよ！）”というフレーズとともにデザインされたバッグなどがある。

同様の傾向がアメリカのウォルト・ディズニー・ワールド内にある別のパーク、エプコットでも見られる。エプコットではモロッコ、イギリス、フランス、イタリア、日本、ノルウェーといった世界各国のパビリオンが並ぶ。つまり、1 つの場所の中に異なるいくつかの文化を並列して「展示」する。いずれの空間においても、表象される国の言語がキャストの挨拶や看板に使用される。

東京ディズニーシーでは、海というテーマに基づいたテーマポートが存在する。大航海時代の南地中海をイメージした「メディテレーニアンハーバー」、20 世紀のニューヨークやケープコッドと呼ばれる漁村をテーマにした「アメリカンウォーターフロント」、1930 年代の中央アメリカのジャングルや遺跡を再現した「ロストリバーデルタ」、『アラビアンナイト』の世界に入り込める「アラビアンコースト」を含めた 7 つのポートがある。全く異なる文化イメージが空間的に接合されており、文化・歴史空間の異なりはエリアごとに使用される言語の変更や、歴史背景の変更によって演出される。メディテレーニアンハーバーでは、看板やキャストの挨拶がイタリア語になり、船に乗ってロストリバーデルタに行くと、スペイン語が使用される。

ディズニー映画にも、言語によって登場する場所に現実性を与えているものがある。映画

『美女と野獣』で、主人公ベルが住む村にはフランス語で看板が書かれており、村人たちもフランス語で挨拶を交わす。映画『ライオンキング』については映画の冒頭で、南アフリカの公用語の 1 つ、ズールー語が歌われ、キャラクターたちはアフリカ東部で使用されるスワヒリ語のフレーズが含まれる歌を歌う。同映画のミュージカル版では、ズールー語が特に強調される。『美女と野獣』にも『ライオンキング』にも、地図は登場しない。ストーリーを追っただけでは、彼らがどこをその舞台としているのかは判別不可能である。言語によって、観客は彼らが舞台とする場所がフランスでありアフリカであると認識することができるし、そこにリアリティを感じるのである。

後述するが、ミュージカル『ライオンキング』でも南アフリカの公用語の 1 つであるズールー語でアパルトヘイト撤廃をイメージさせる歌が歌われ、南アフリカ出身の作曲家が、主人公たちが住む世界と南アフリカ共和国の歴史を重ねてイメージしたと証言する。

歴史も言語も、本来は現実の世界において発生するものであるが、テーマパークやディズニー映画などにおいては、その関係性が逆転する。架空の存在に対して、架空の歴史や、現実世界から借りてきた言語が与えられ、存在がリアリティを持つ。ただし、ディズニーテーマパークに出現したハイパーリアルな架空の都市やそれを演出する歴史や言語は、アメリカ視点に基づくものである。

前述した東京ディズニーランドのアトラクション「ミート・ザ・ワールド」が表象する歴史は、日本人から見たものではなく、アメリカ側の視点を反映している。日本の歴史を「開国」という視点から創造し、アメリカによって促された開国がすなわち日本の未来を形作るものであると演出する。

アニマル・キングダムが作る「アフリカの漁村」は架空である。よって、その場所にどのような詳細を与えてもいい。そこでスワヒリ語が選択され、詳細が作られていくプロセスの中で、「アフリカ」という場所はアメリカから見た「アフリカ」らしい 1 つの形にシェイプされていく。隣接するアジアエリアとの差異が明確に作られ、スワヒリ語が公用語の「アフリカの町」が作られる。「異文化」と「異文化」が陳列されて、展示されて、体験される世界において「アフリカ」は「1 地域＝1 言語」の場所になる。そして、他のアフリカの言語は観客には見えなくなるが、目の前に広がる「アフリカ」は確かに「アフリカ」らしい。ハイパーリアルの仮想空間は、スワヒリ語を話しながら真実味を持っているのである。

3.4. まとめ

地図や歴史や言語は、いずれも日常のどこにも存在しており、実在するように見えるものである。しかしそこには必ず一種のファンタジー性がつきまとっている。地図に反映される空間には、バシュラールの言うような「詩的なもの」が付与されている。歴史と言語は、土地に根付いているようで、その実「整備」されている。ディズニー社は、このファンタジー性と「実在性」を巧みに組み合わせてハイパーリアルを提供しているのである。

ただし、特に言語によるハイパーリアルにはその理解の深度に重層性があることも付言しておく必要がある。その言語の理解が可能でないゲストや観客には、「外国語」として意味が生成されない未知の音が伝わり、「異国情緒」を生み出す。パンフレットやサウンドトラックの解説によって、そこにさらに情報が与えられ、現実らしさが増す。言語を理解することができれば、非現実性が透けて見えてくる。映画『ライオンキング』のセリフ“Hakuna matata”はケニア方言であって標準語ではない（米田信子氏[21]より私信）し、アニマル・キングダムのサファリツアーに書かれた“risavu ya wanyama ya pori”は正確ではない。おそらく英語母語話者による演出であろうと考えられるが、「保護区」を英語の“reserve”に由来させた外来語風に演出しており、これは実際には “mbuga ya wanyama pori”と表記するべきなのである。

4. アダプテーションによる物語変容：移動する物語の舞台

ディズニー社は、自社傘下の複数のメディアにおいて、同一作品をアダプテーションし、新たな消費を生み出している。アニメ映画として発表された作品が、ミュージカルになったり、テーマパークのショーになったりする。元のテクストに対する解釈は、演出家の意図だけでなく、テーマパークの空間設定など、テクストを取り巻く環境によってもよっても変化する。加えて、演出家が特に意図した演出については、パンフレットやポスター本編のテクストに隣接した、しかし外側に付け加えられた別のテクストによってそれが観客に伝えられる。これらはパラテクストと捉えることができる。パラテクストは、テクスト自体ではないが、テクストに付きまとい、観客や読者の体験を大いに左右する。トランステクスト性の1要素であるが、ディズニー作品を見る限り、他のものに比べて翻訳やアダプテーションによって大きく変化しているといえる。本章では、ディズニー映画『ライオンキング』を例に

[21] 大阪大学言語文化研究科教授。専門はバントゥ諸語の記述研究とアフリカにおける言語政策（大阪大学）。

とり、アダプテーションによって変化したテクストとパラテクストのそれぞれと、作品解釈に生じた変容について観察・分析する。

4.1. メディア横断による舞台の変遷

4.1.1. 映画『ライオンキング』

映画『ライオンキング』は 1994 年に、ディズニー社によって製作・公開された。その後、1997 年にブロードウェイミュージカル化され、同年にウォルト・ディズニー・ワールドのアニマル・キングダムでショーとして上演が開始する。2014 年には、東京ディズニーランドのアトラクションでも、『ライオンキング』を取り入れた演出が始まる。

物語の舞台はアフリカの架空の国「プライドランド」である。あらすじを次に載せる。

アフリカのサバンナにある架空の国、プライドランドで国王ライオン・ムファサの第一子・シンバが生まれ、サバンナの動物たちが祝福に訪れる。その一方で、ムファサの弟・スカーは王位継承権をシンバに奪われて苛立っている。スカーはハイエナと手を組み、ムファサを殺害してシンバにその罪を被せる。シンバは、プライドランドから逃げ出し、行き倒れていたところをイボイノシシのプンバアとミーアキャットのティモンに助けられて生き延びる。

王座についたスカーの悪政により、プライドランドは荒廃する。シンバの幼馴染の雌ライオン・ナラはシンバを探す。ジャングルでシンバはナラと再会し、故郷の様子を教えられ、帰るか悩む。そこにヒヒの呪術師・ラフィキが現れ、シンバにムファサの亡霊を見せ、ムファサはシンバの中に生き続けていることを教える。シンバは自分が王になるべきだと決意して国に戻り、スカーと対決する。スカーの自白によって無実を明らかにしたシンバは、スカーに勝利し、新たな国王となる。

物語の内容のみで伝えられるアフリカイメージに着目した場合、展開される場所が「アフリカ」であると断定可能な要素は主人公を含むキャラクターたちがアフリカに多く分布する動物であるということ以外にない。ただしブロードウェイの演出家ジュリー・テイモア氏の『ライオンキング—ブロードウェイへの道—』の日本語翻訳版出版時に、「出版案内」で東北大学教授藤田みどり氏は、「ミーアキャットっていうのはアフリカ南部にしか分布していませんし、マンドリルは森林性、サイ鳥は熱帯林の気候帯というように、ここに登場する

動物が全部 1 つのところに集まることはあり得ない」（出版案: 3-4）と指摘している。そのため、「プライドランド」が架空の国であることに加えて、ストーリーそのものに場所がアフリカのどこであるかを特定する要素はないといえる。

では、映画に見られる「アフリカ」らしい演出とはどのようなものであるのだろうか。まず、映画の冒頭、シンバ誕生のお披露目に向かうサバンナの動物たちの姿が描かれるシーンで流れる音楽“Circle of Life”のコーラス部分は南アフリカの公用語であるズールー語で歌われる。そして、“Circle of Life”とともに流れる映像はタンザニアのケニア国境付近にあるキリマンジャロ山と、アフリカ南部のザンビアとジンバブエの国境にあるヴィクトリアの滝である。ティモンとプンバアが歌う“Hakuna Matata”はケニアやタンザニアなどアフリカ東部を中心に使用されるスワヒリ語で「心配ないさ」という意味である。ヒヒの呪術師ラフィキも“Asante sana（ありがとう）. Squash banana. Wewe nugu, mimi hapana（お前はヒヒで私は違う）.”と、一部にスワヒリ語を使用した歌を口ずさむ。

すなわち、映画では言語や風景に見られるように、アフリカ東部、南アフリカを中心に、アフリカ各地のイメージが混合していた。

4.1.2. ミュージカル『ライオンキング』

1997 年にブロードウェイミュージカル『ライオンキング』が公開された。前衛的演出家ジュリー・テイモアが演出を手掛け、トニー賞を 6 部門受賞した。1998 年からは日本で劇団四季による翻訳公演が始まり、2019 年現在でもロングランが続いている。

基本的なプロットは変更されなかった。演出家のジュリー・テイモアが舞台演出を依頼された際、当時の新聞報道では、ディズニー側は、プロットを変更しなければどのような演出をしても良いという条件を出していたという（内野 1998: 97）。映画では、動物がことばを話し、動物のみが存在する世界が描かれる。これをミュージカル化するにあたり、動物のパペットが話す人形劇的形式を全体に使用するのではなく、動物のキャラクターに人間との二重性を与えるという演出もなされた。ライオンを演じる俳優たちは、人間の衣装をまといながら、一方で頭上にライオンの仮面を載せ、直立した姿勢をとったり、杖を使用して表現された前足を用いたりする。サイチョウの執事であるザズーは、基本的にはパペットを人間が持って話すという形式であるが、パペットを持つ人間も執事の服装の型にタイダイ染めを施した衣装を身に着けている。キリンやゾウのようなサバンナの動物たちの衣装やパペットも、演じる人間を完全に隠すのではなく、道具や仮面を操る姿を観客に見せる構造にな

っているが、観客はそれらが動物を表現していると十分に読み取ることができる。

また、観客を物語が演じられる空間に参与させる演出が加えられている。冒頭にズールー語のコーラスを歌いながら登場するサバンナの動物たちは、舞台の横や客席の背後から登場し、客席の間を抜けて舞台にたどり着く。ラフィキは観客に直接語りかけることのできる役になった。映画での呪術師としての役割をさらに拡大し、アフリカの言語を唯一流暢に話すことのできるラフィキは、観客に「分かるかね？」と問いかけ、その言語を知らない観客たちを舞台で展開される世界に巻き込んでいくのである。この演出に伴って、ラフィキ役にはブロードウェイにおいては南アフリカ出身の俳優がキャスティングされ、日本でも南アフリカ共和国大使館の言語指導を受けた俳優が演じるようになった。

楽曲にもズールー語が多く使用されており、特に第 2 幕の冒頭で 歌われる“One by One”の歌詞は 次のようなものである。

Ninga dinwa［弱気にならずに］
Siya ba bona［私たちには分かるの］
Bebe fun’ ukusi xeda［彼らが私たちを抑え込みたがっているのが］
Sizo nqoba［勝つのは私たち］
Ibala lami［私の肌の色］
Elimnyama［それは黒］
Ndiya zidla ngalo［それは私の誇り］
Kumnandi kwela kith Eafrica［美しいアフリカの色］[22]

この歌詞では抑圧する者に対する勝利を歌っており、南アフリカのアパルトヘイト終結をイメージしている可能性が高いと考えられる。次節で詳述するが、ブロードウェイの劇場[23]では、ロビーに衣装の展示があり、呪術師・ラフィキに関しては衣装とともに「南アフリカの薬草使い、医師、真実を告げる者であるサンゴマをモデルにしている」と書かれている。パンフレットには楽曲制作の 1 人で南アフリカ出身のレボ・M が自らの境遇とシンバを重ね合わせ、またネルソン・マンデラをムファサと重ねて語るコメントも載せられている。すなわち、キャラクターに動物と人間の両方の側面を与えるという演出に伴って、実際の歴史

[22] 劇団四季『ライオンキング』サウンドトラックブックレットより引用。
[23] ミンスコフ劇場。2015 年 5 月 12 日に筆者が行った調査による。

をイメージさせるような変化が加えられたといえる。「プライドランド」という動物の国のイメージと、南アフリカという人間の世界のイメージを重複させるようなストーリー解釈がなされた。ただし、パンフレットで「演出のもととなった」として言及されるアフリカの民族文化については、南アフリカに限定されていない。シンバやムファサのメイクはケニアやタンザニアの民族のものを参考にしており、ザズーの衣装に使用されたタイダイ染めはコンゴの民族の布がモデルであることなどが解説される。

映画の要素のうち、削除されたものもある。ラフィキが話すスワヒリ語の台詞はなくなり、具体的なアフリカの土地を限定する風景は描かれなくなった。つまり、キリマンジャロ山やスワヒリ語といったアフリカ東部を連想させる要素が減少したといえる。

南アフリカでは 1991 年にアパルトヘイトが法的に全廃、1994 年にマンデラ大統領が就任しており、1997 年のミュージカル公開時期には強い印象を持つテーマであったと考えられる。現実世界と並行した同時代性も、『ライオンキング』に「本物のアフリカ」らしさを与える要素となったのである。

このようなストーリー解釈は、ディズニー社がミュージカル界に進出した当時のブロードウェイの変容にも影響を受けていると考えられる。タイムズスクエア、7 番街と 8 番街の間の 42 丁目では、それまでの風紀上好ましくない状況を改善し、夜でも家族連れが訪れられるような「クリーン」な街づくりを目指していた（内野 1998: 97; 柳生 2013: 13; Wickstrom 1999）。そこで政策としてディズニーが誘致され、タイムズスクエアに造られたディズニーストアと、ディズニーミュージカル作品がその中心となった（内野 1998: 97; 柳生 2013: 13; Wickstrom 1999）。最初のディズニーミュージカル『美女と野獣』は、アニメをそのまま舞台化したもので（内野 1998: 97）、トニー賞衣装デザイン賞のみの受賞に留まった。ディズニーのブロードウェイ進出を印象付けたのは、2 作目の『ライオンキング』である。内野（1998）の指摘によると、『ライオンキング』は「映画との差異—演劇としての差異—を、そのアイデンティティとするような画期的なミュージカル」（内野 1998: 97）であったことが、トニー賞 6 部門受賞という「勝利」の要因であったという。

映画のように、言語と風景が乖離するような、あいまいな汎アフリカ性よりは、時代性も含めて「現実に根差した」、リアルな「アフリカ」の演出が、子供向けの作品であった『ライオンキング』を、芸術作品として大人たちが評価するディズニーミュージカルへと成長させたといえよう。

4.1.3. テーマパークにおける『ライオンキング』

4.1.3.1. ウォルト・ディズニー・ワールド の *Festival of the Lion King*

Festival of the Lion King[24]は 1998 年 4 月にウォルト・ディズニー・ワールド）のテーマパークの 1 つ、アニマル・キングダムのキャンプ・ミニー・ミッキーで上演を開始した。2014 年からアニマル・キングダム内アフリカエリアのハランベ・シアターに上演場所を移し、現在でも人気のショーである。

このショーは、カリフォルニアのディズニーランドでパレードのフロートに初めて導入されたオーディオ・アニマトロニクスの人形を再利用するために制作されたものである。オーディオ・アニマトロニクスとは、人形を本物の動物や人間のように動かすことのできる技術である。登場するのは、大人に成長したシンバと、ティモンとプンバア、キリン、ゾウであり、いずれもオーディオ・アニマトロニクスが使用されている。ティモンは着ぐるみとしても登場し、ショーの中でダンスを披露する。大人に成長したシンバがプライドロックにいる姿の人形を再利用するため、映画のような子供時代からのシンバの成長を描くストーリーは使用できず、ショー自体には明確なストーリーは存在していない。ただし、設定という形で、ショーの外部にストーリーがある。ショーの監督と脚本を担当したリード・モーガン・ジョーンズによると、制作時のコンセプトは、「映画のストーリーよりも音楽に焦点を当てること」であり、ショーの最後に登場するのは「シンバともに民族の祝いをしながらあらゆる場所を旅しているアフリカ風のパフォーマーの一団」（*Festival of the Lion King* サウンドトラックブックレット）であるという。シンバの率いる劇団が、キャンプをする人たちとともに音楽やダンス、アクロバットなどを楽しむために訪れたというストーリーが新たに設定された。

ショーの中心的な役割を担うのは、動物役ではなく人間として登場するパフォーマーたちである。彼らは全員アフリカ系のキャストが演じ、それぞれにスワヒリ語の名前がある。Kiume （男性性、強さ）、Nakawa （見た目が良い）、 Kibibi （お姫様）、 Zawadi（贈り物）というスワヒリ語の名前とその意味を自己紹介し、進行役を担うと同時に歌を披露する。ショーで使用される楽曲は、映画で使用されたものが中心となっており、ミュージカルで追加された楽曲は含まれていない。また、映画のコンテクストから独立したものとして使用される。キャラクターたちは、トリックスターの役割をするティモンを除いて、物語の進行に関

[24] 2017 年 5 月 14 日に筆者が行った調査による。

わることはなく、映画内でキャラクターが自ら歌う演出となっていた楽曲（“I Just Can't Wait to Be King”、“Be Prepared”、“The Lion Sleeps Tonight”）やバックグラウンドで使用されていた楽曲（“Circle of Life”、“Can You Feel the Love Tonight”）はティモンが歌う“Hakuna Matata”を除いていずれも進行役の 4 人の生歌とものが併用される。曲順はショーの前半部分では、映画で楽曲が使用された順番を大まかに追っているが、ショーの後半部分はあえて曲順を変えたメドレーが歌われる。映画ではシンバの幼少時代という、ストーリーの前半で歌われた“I Just Can't Wait to Be King”がショーの最後にリプライズとして流れる。他にも、“Sing, Sing, Sing”や“Yes! We Have No Bananas”など、ディズニーの楽曲以外のものも挿入されている。

映画において気楽な暮らしを歌っていた“Hakuna Matata”の楽曲とともに、猿の衣装を着たダンサーたちが空中ブランコや鉄棒で飛び跳ね、スカーが謀反を企てる際に歌っていた“Be Prepared”はハイエナ姿のキャストによるファイヤーダンスの BGM となった。シンバとナラのロマンスを表現した“Can You Feel the Love Tonight”に合わせて鮮やかな羽の鳥のようなパフォーマーがバレエを踊る（*Festival of the Lion King* サウンドトラックブックレット）。よって、シンバの成長後にシンバやティモンとプンバア、サバンナの動物たちや人々が集まり歌って踊るという舞台設定の中で、もとの映画のプロットは解体され、音楽が使用されていた場面のストーリーや歌詞よりも、曲調や観客にとって親しみのある音楽という側面が強調されている。

当初このショーが行われていたキャンプ・ミニー・ミッキーは、子供のころの夏休みに行ったキャンプがテーマであった。そこでは、子供のころに親しんだディズニー映画『ライオンキング』や『101 匹わんちゃん』に登場する動物たちや、ミッキーマウスや彼の友人など、人間のように話したり歩いたりする動物のキャラクターの世界に入ることができる（Wright 2007: 56-57）。そのため、ミュージカルで演出家のジュリー・テイモアが試みたような動物と人間の二重性の演出は必要なくなり、人間の言葉を話すライオンやミーアキャットという映画のキャラクター像をそのまま持ち込むことのできる空間である。サマーキャンプというエリアの設定に基づき、ゲストたちは舞台をキャンプファイヤーのように円形に囲んで、“festival”に参加し、楽しむことができた。

ハッチオン（2012）によれば、テーマパークは受容者の参与形態が相互作用的であり、物語の世界への身体的没入が可能なメディアである（ハッチオン 2012: 28, 65）。ショーの設定自身がキャンプ・ミニー・ミッキーの設定と合致することによって「動物たちが人間のよう

に振る舞うアニメの世界」に没入可能なものであることに加えて、4 人のパフォーマーは、ゲストの参与を促す役割も行う。自己紹介のあと、ゲストをキリン、ゾウ、ライオンの 3 つのグループに分け、各グループから 1 人ずつ選び出し、その動物の鳴き声を提案させる。ゲストによって提案が異なるため、ショーの演出は公演ごとに変化する。彼らの提案した鳴き声を会場のゲストが全員で真似ると、そこにシンバやプンバア、ゾウ、キリンのフロートが登場し、“festival”が始まる。

アニマル・キングダムではキャンプ・ミニー・ミッキーは『アバター』エリア建設により廃止となったため、ショーの上演場所は 2014 年に同じパーク内のアフリカエリアにある架空の街ハランベ[25]のハランベ・シアターに移された。ショーの演出そのものは変化していないが、ショーを取り巻く環境は「動物が言葉を話す」空間から「アフリカの架空の街」へと変化した。この変更は、ゲストにとっては間テクスト的体験の差異を生じさせると考えられる。すなわち、*Festival of the Lion King* のパラテクストが変更される結果となった。前章で述べたように、ハランベは架空の漁村であり、明確なモデルを持っていないが、言語・歴史・地理の設定が与えられており、イメージの中心はアフリカ東部であると考えられる。

上演場所がキャンプ・ミニー・ミッキーからハランベ・シアターに移動したことで、*Festival of the Lion King* もこの設定の影響を受ける。語り部たちの名前はハランベの公用語と同一であるため、彼らが演じる役は単なるパフォーマーではなく、「アフリカの街ハランベの人」にもなる。また、語り部の登場が作品にとってより自然なものとなる。また、ショーの前提として観客が持っている映画『ライオンキング』のイメージの中心はアフリカ東部であるため、上演空間と映画の舞台のイメージが一致するのである。物語の舞台となる「プライドランド」はキャンプ場という空間ではシンバの「旅」という設定が必要なように、イメージ的に遠い場所であったが、ハランベにおいてはほぼ同一の設定の空間上にあるといえる。

4.1.3.2. 東京ディズニーランド「ジャングルクルーズ : ワイルドライフエクスペディション」

東京ディズニーランドのアトラクションは、大まかにはフロリダのウォルト・ディズニー・ワールドのパークの 1 つ、マジック・キングダムを踏襲している。「ジャングルクルーズ」はカリフォルニアのディズニーランドに最初に造られ、同じものがマジック・キングダムにも設けられたため、東京ディズニーランドもその流れを継いでいる。

---

[25] 「ハランベ」の詳細については第 3 章を参照。

「ジャングルクルーズ」では、ゲストたちは小舟に乗ってアフリカ、インド、南米のジャングルを巡る。アトラクション全体のストーリーとしては、ゲストは「探検家」として「危険な」ジャングルの旅に出て、どう猛な野生動物の住処やゾウの神が宿るインドの神殿などを「冒険」し、ジャングルの先住民族や探検家を相手に商売をしているサムらと出会い、最後は無事に帰還するというものである。「ジャングルクルーズ」は構想当時ハリウッドで流行していた、ジャングルを船で旅する映画、特に映画『アフリカの女王』（1951 年、原題：*The African Queen*）に影響を受けている（Wright 2005: 40）。また、能登路（1999）はスタンリーなど西欧人のアフリカ「探検」のイメージからの影響を指摘している。カリフォルニアの「ジャングルクルーズ」の出口付近にある、アフリカの槍と盾をデザインしたジュース店の看板には、19 世紀にスタンリーがタンザニアの西端タンガニーカ湖畔でリヴィングストンに遭遇した際の台詞、“Dr. Livingstone, I presume.”をもじって、ジュースメーカー「サンキスト」の名前を当てはめた「サンキスト、アイ・プリズーム」というフレーズが書かれている（能登路 1999: 184）。（能登路 1999:184）。つまり、「ジャングルクルーズ」はディズニー映画をもとにしていないアトラクションの 1 つであり、欧米における「探検」イメージをゲストに体験させるものである。

アトラクションには、アフリカ、南米、東南アジアをイメージしたいずれも架空のジャングルが登場する。特にアフリカに関しては、映画『アフリカの女王』はアフリカ東部を舞台としており、スタンリーがリヴィングストンを捜索しに訪れたのもアフリカ東部であるため、アフリカ東部をイメージして作られた可能性が高い。

東京ディズニーランドでは、同アトラクションを 2014 年に「ジャングルクルーズ：ワイルドライフエクスペディション[26]」としてリニューアルし、アメリカのディズニーパークでは見られなかった演出を加えた。クルーズする各エリアで流れる音楽も追加された。アフリカのサバンナではキリンやシマウマ、シマウマの狩りをしたライオンが登場し、このエリア横を船が通る際には、映画『ライオンキング』の“Circle of Life”が流れる。「ジャングルクルーズ」は東京ディズニーランドにおいて、アトラクションの一部分ではあるが、『ライオンキング』のアダプテーションとなった。

もともと、『ライオンキング』を題材にしたものではないため、ゲストが目にする風景は映画の物語世界ではなく、映画には登場していない、ライオンが他の動物を狩るシーンが描

[26] 2016 年 11 月 6 日に筆者が行った調査による。

かれている。しかし、“Circle of Life”が流れることで、ゲストにとってはサバンナと野生動物の様子が「ディズニー映画『ライオンキング』を思わせる壮大な風景」(『ディズニーファン』2014 年 11 月号: 34）となる。映画『ライオンキング』の風景と「実際のアフリカらしい」風景が重層的にイメージされる。

映画『ライオンキング』は動物のみが登場するため、アトラクションとして物語世界への身体的没入を可能にするには、人間が存在し得る物語を新たに作り出す必要がある。このアトラクションの場合は、「探検家」であるゲストが主人公の物語世界がもとから存在しているところに、映画『ライオンキング』の物語世界が付加された。「探検家」は、探検される場所にとっては外部の存在であり、外側からその場所を観察する視線の持ち主である。よって、結果的に映画の世界をゲストが「探検家」の視点から身体的没入を体験するアトラクションとなった。

映画『ライオンキング』は、アトラクション全体に設定されている「探検」の物語に対する下位プロットとして存在し、無関係なものとして作られた風景と重ねられているため、映画のプロット自体はアトラクションにおいて希薄化している。しかし、ゲストの視線は音楽によって「映画『ライオンキング』らしさ」になり、ゲストにとっての映画の世界への身体的没入体験が成立する。

4.1.4. 移動する「プライドランド」

『ライオンキング』の物語が展開される舞台である「プライドランド」は架空の場所であるから、どのように演出されても良い。しかし、「アフリカ」という設定がある以上、受容者にとって「アフリカ」らしくある必要がある。そのようなリアリティの要求に対して、ディズニーは実際のアフリカや別の想像上の「アフリカ」から言語、風景、歴史、音楽などを借りてきて、ハイパーリアルな「アフリカ」としての「プライドランド」を作り上げる。では、本稿で取り上げた、映画からミュージカル、映画からテーマパークといったそれぞれのアダプテーションにおいて、「プライドランド」はどのような場所として捉えられているのだろうか。

原作となった映画では、タンザニアやアフリカ南部の風景とともに南アフリカの言語が歌われるが、キャラクターたちはアフリカ東部の言語を話す。イギリス版の DVD パッケージには“In heart of the Serengeti, experience the majestic coming-of-age tale acclaimed by audiences and critics alike!”とのキャッチコピーが見られ、タンザニア北部、キリマンジャロ山近くの

「セレンゲティ」を舞台と想定していることがわかる。よって、映画の「プライドランド」はアフリカ東部を中心にしながら、そこに風景や音楽によってアフリカ各地の要素を加えられていると考えられる。

ミュージカルでは、アフリカ各地の要素を取り込むという原作の傾向を引き継ぎながら、南アフリカという原作よりも明確なモデルを持っており、このモデルの選択には時代性とブロードウェイにおけるディズニーの存在意義も影響している。原作の冒頭でズールー語が歌われており、この要素が拡大されたといえる。ミュージカルにおける「プライドランド」は特にアパルトヘイト撤廃に成功した当時の南アフリカと重なる。

Festival of the Lion King では、シンバが率いる一団がキャンプを訪れたという設定であるが、映画の『ライオンキング』には人間は登場しない一方で、この集団には動物の人形、動物役のダンサーと人間役のダンサーがシンバとともに旅をしてきた仲間として出演する。つまり、動物だけが住む世界であったはずの「プライドランド」はショーの物語世界においては人間の世界が共存しており、住人同士で交流があることになる。

テーマパークでは各エリアの設定に沿って、アトラクションやショーが配置される。すなわち、その題材となる映画の要素から、エリアの設定に見合うものが強調され、そこから外れたりそぐわなかったりする部分は、新たなストーリーを設けることによって補完される。*Festival of the Lion King* の場合、キャンプ・ミニー・ミッキーの設定において、映画『ライオンキング』に登場するキャラクターたちが人間と同じように言葉を話し、行動する動物である、という点においてエリアの設定と合致するため、その点が強調される。しかし、アフリカにあるはずの「プライドランド」は、空間的にキャンプ・ミニー・ミッキーにはそぐわないため、シンバはキャンプに旅をしてきたというストーリーが設けられ、「プライドランド」はキャンプから離れた場所にあることになった。「プライドランド」像は映画に登場するものを引き継いでいるものの、そこにはさらにキャンプをする人間との距離感も存在するようになった。

一方、ハランベはアフリカ東部をイメージの中心としてデザインされており、映画『ライオンキング』も同様である。すなわち、映画の舞台である「プライドランド」はハランベの設定と同じ性質を持つ空間上にある。シンバの移動というストーリーは変更されていないが、「プライドランド」はゲストがショーを鑑賞する場所と隔てられない空間にあることになる。よって、この時点での「プライドランド」は、想像上のアフリカ東部の漁村付近に想定される。

「ジャングルクルーズ：ワイルドライフエクスペディション」では、ゲストの前に現れるのは、スタンレーの探検記や映画『アフリカの女王』などによって主に欧米人の記憶の中に集積された「アフリカ探検」のイメージ上にある「アフリカ」世界である。スタンレーの探検記も『アフリカの女王』もアフリカ東部をイメージしているため、アトラクションにおいても特にアフリカエリアではアフリカ東部の「探検」が意識されている。そこに、新たな演出として“Circle of Life”の音楽が加えられる。この音楽は投錨[27]の役割をし、「探検記のアフリカ」をさらに「プライドランド」らしいものとして規定する。

つまり、このアトラクションにおいて「プライドランド」は「探検記のアフリカ」の物語世界に存在することになる。「探検記のアフリカ」とは、すなわち映画『ライオンキング』の登場人物たちが持つような内部から見る視点ではなく、外側からよく知らない場所を観察する視点によって見られる場所である。

以上のことから、映画『ライオンキング』のアダプテーションにともなって、物語の舞台となった「プライドランド」もその姿や位置を変えたといえる。映画ではあらゆる「アフリカ」的要素を持った動物の国であったが、ミュージカルでは南アフリカ独立の歴史を表現する場所となった。テーマパークのショーでは人間も存在する場所となり、さらに同様に架空のアフリカの漁村と並ぶ位置に想像される。日本のアトラクションにおいて、「プライドランド」は探検の行先に出現する。

4.2. 翻訳によって変更されるパラテクスト：ミュージカルの日米比較

前節では、メディアを越境したことによる「プライドランド」像の変容を分析した。本節では、ミュージカルという同一のメディアにおいて翻訳が行われた際に物語の舞台への解釈がどのように変容するかを見ていく。

ミュージカル『ライオンキング』は、1998 年から現在まで、劇団四季が翻訳公演を行っている。ここで伝えられる「アフリカ」らしさは、観客に「アフリカ」らしいというイメージを抱かせる要素が相乗的に組み合わさり、形成されている。ミュージカルの演出は、ブロードウェイと劇団四季ではほとんど違いが見られない。では、テクストとしてのミュージカルを取り巻くパラテクストは、テクストが示すアフリカイメージに対してどのように言及し、観客のイメージに影響を与えているのだろうか。またその言及にブロードウェイと劇団

[27] 記号の受容者による意味解釈を特定の方向に導くための操作（バルト 2005: 20-25）。

四季で差異があるのだろうか。本節では、パンフレットや広告などをテクストの解釈に影響を与えるパラテクストと捉え、そこに見られる「翻訳」の影響を分析する。

4.2.1. ブロードウェイで創出された「アフリカ」: 各民族文化の個別性

ブロードウェイのパンフレットでは、作品の中で使用されているアフリカイメージの基となったアフリカ文化についての記述が見られる。ズールー語やコサ語を中心とした 6 つのアフリカ言語が使用されていることが述べられ、さらに、主要登場人物の演出に用いられたアフリカ文化について、登場人物ごとに紹介されている。

シンバとムファサには、首から胸にかけて赤く塗るという、マサイ[28]の戦士が儀式で使用するメイクが用いられ、主人公の父親が王冠のように頭上に載せている仮面は鬣が左右対称の円形で、太陽神をイメージしているとある。雌ライオンのナラには、美しいことで知られるウォダベ[29]の人々のメイクが使われ、衣装にはマサイの戦士が身につける「ハープ」型の装飾、仮面には「アフリカンスタイル」の彫刻が施されていると書かれている。

執事のサイチョウの衣装は、形は西洋の執事の服であるが、生地はアフリカのタイダイ染めの布地にクバ[30]の人々の布を基にした幾何学的なパターンが描かれている。また呪術師のヒヒのモデルはアフリカ南部の「スピリチュアルな癒しを行う人、呪術師」である「サンゴマ」で、メイクはマンドリルをイメージしたものだが、ビーズ装飾が特徴的な服の形や持ち物はサンゴマを基にしているとある。

パンフレットにはこれに加え、制作スタッフの中にアフリカ出身者がいることも述べられている。例えば舞台装置のデザインはアフリカ南部の国ジンバブエで生まれ育ったイギリス人デザイナーが担当していること、音楽制作の 1 人であるレボ・M は南アフリカ共和国出身であり、『ライオンキング』の合唱曲は、南アフリカの文化、音楽、歴史に影響を受けていることなどが述べられている。

『ライオンキング』は 1994 年にアニメ映画として発表され、1997 年にはミュージカル化されている。レボ・M はアニメ映画の制作からスタッフとして携わっているが、彼の故郷である南アフリカ共和国は 1991 年にアパルトヘイトを撤廃し、1994 年にはネルソン・マンデラが黒人初の大統領に就任するという歴史を辿っており、レボ・Mによると、アニメ映画制

[28] ケニア南部からタンザニア北中部の民族（The University of Iowa Museum of Art a）。
[29] ニジェール南西部からナイジェリア北部の民族（The University of Iowa Museum of Art b）。
[30] コンゴ民主共和国の民族（The University of Iowa Museum of Art c）。

作当時は「人生にとっても、祖国にとっても厳しく、重大な時期」であったという。彼は主人公の父親で国の王でもあるムファサにネルソン・マンデラを重ね、国外に出た自分自身に主人公のシンバを重ねていたと語っている。南アフリカという実在するアフリカの国の出身者が祖国の歴史と『ライオンキング』のイメージを重ねて語ることで、作品には衣服や化粧など文化の表面だけでなく、作品制作時のアフリカの歴史的背景に関する情報も与えられ、より本物のアフリカらしいイメージが創られている。

劇場内のロビーに[31]は、ムファサの亡霊の仮面や、ムファサ、シンバ、シンバの母親サラビ、スカー、ラフィキのコスチュームが展示されている。また、子供のころのシンバが想像した生きもので、アフリカ美術をモデルにした「トリックスター」のデザイン画や、ラフィキが南部アフリカの「薬草使い、治癒者、真実を告げる人」であるサンゴマをモデルにしていることを記した掲示もあり、ロビーはアフリカ美術的なもので満たされた空間となっている。

つまり、ブロードウェイでは架空の国であるプライドランドに、さまざまなアフリカの民族文化のイメージを足し合わせて汎アフリカ的な「伝統的なアフリカ文化」らしさを与えながら、一方でその基となった実際の文化の参照元を示すことで「本物に根差した」イメージを付加している。また、観客には明確に示されていないが、映画からミュージカルへのアダプテーションによって、あらすじやキャラクターなどストーリー上の主要な要素は維持されつつも、演出のもととなるアフリカイメージの中心地は、スワヒリ語やキリマンジャロ山で表象されるアフリカ東部から、ズールー語やサンゴマなどの南アフリカに移動している。

インターネット上でも同様の傾向が見られる。YouTube のディズニーブロードウェイ作品専門チャンネルでは“Rafiki Costume Anatomy”として、ラフィキのメイクは「アフリカの伝統的な化粧」であり、彼女が身につけている首飾りは“SAMBURA”の女性のビーズ装飾をモデルにしたもので、「その民族の女性は恋人からビーズを受け取る」ということが書かれている。これは“SAMBURU”（ケニアの民族）の誤表記ではないかと考えらえる。サンブルはケニアの民族であり、パンフレットなどで伝えられる南部アフリカの「サンゴマ」とは文化の地理的分布が異なる。よってラフィキというキャラクターは異なる民族文化を合わせて「アフリカ」らしく創られた実在しないファンタジー的なアフリカ表象であるが、このビデオではサンブルの女性についての詳しい民族文化について述べることで見る人にそのファンタ

[31] 2015 年 5 月 12 日に筆者が当地で実施した調査による。

ジー性を感じさせず、むしろ「本物のアフリカ文化」という印象を与えるものとなる。

また、歌詞付きのオフィシャルミュージックビデオが公開されており（YouTube h）、歌詞に含まれるズールー語の英語対訳付となっている。そのため、ミュージカルで流れていたアフリカの言語が、実際にどのような意味を持つのかを知りながら歌を聴き、口ずさむことができる。

4.2.2. 日本で創出された「アフリカ」:「1 地域＝1 言語、1 文化」と「ジャングル」

4.2.2.1. パンフレット

2015 年 4 月の大阪公演[32]のパンフレットでは南アフリカ共和国大使が家族とともに東京公演に来場し、「ラフィキの第一声を聴いた瞬間に故郷を思い出し感慨深かった」と述べたこと、南アフリカの子どもたちで結成されたコーラスグループ「レインボースターズ」が福岡公演を観劇後、出演者と交流したことが記載されており[33]、日本での上演が南アフリカとの交流のきっかけとなっていることがうかがえる。

アフリカの描写は「雄大な」場所で、「独特の」打楽器がある場所となっており、さらに「アフリカ」という 1 つのまとまりとして表現されている。また、観客が「聞いたことのない言葉」はすべてズールー語であるかのように書かれている。これは、スワヒリ語など他のアフリカの言語が使用されている実際の演出とは異なる印象を与える表現である。

劇場ロビーについては、大阪公演（2015 年 4 月）、東京公演（2016 年 7 月）ともに上演内容に関係する掲示や展示は見られないが、売店では、商品の陳列の際に広葉樹の葉を使用した装飾があり、「ジャングルらしさ」が演出される。以上のことからも明らかなように、日本の劇場内の空間において伝えられるアフリカイメージは、『ライオンキング』のキャラクターのような野生動物が生息するジャングルがあり、「ズールー語」という 1 つの言語を使用する広大な場所となっている。

4.2.2.2. インターネット上の「日本製アフリカ」

劇団四季のウェブサイトにも「アフリカ」に関する言及が見られる。「もっと知りたい『ライオンキング』！」のページには、衣装のモチーフに「アフリカの民族衣装」が使用されて

---

[32] 2015 年 4 月 30 日に大阪の劇場で筆者が実施した調査による。

[33] 2016 年 7 月 14 日の東京公演で筆者が調査を行った際に販売されたパンフレットには、南アフリカとの交流についての記述はない。

いるという記述がある。これはパンフレットには記載のなかった民族文化について述べているものの、それがどの民族であるかというような詳しい情報はない。加えて、「舞台各所に込められたアフリカの魂」というタイトルで「サークル・オブ・ライフ」の冒頭で聞こえる「聞き慣れない」、「まじないのような言葉」は「アフリカ現地で使われている『ズールー語』という言語」（劇団四季 a）という説明と、「『ライオンキング』の劇中の台詞やミュージカルナンバーには、所々でこのズールー語が使用され、アフリカの熱気と息遣いを私たちの体にダイレクトに伝えてくれます」（劇団四季 a）という記述がある。ここでは、ズールー語は「まじないのよう」と形容され、異国性が強調されている。また「ミュージックナンバー」のページでは「ハクナ・マタタ」のところに、「アフリカの言葉・スワヒリ語で『どうにかなるさ』『くよくよするな』という意味」（劇団四季 b）であるという記述がある。ズールー語に関する記述がパンフレットやホームページの各所で記述が見られるに対して、スワヒリ語についてはこのページの 1 箇所のみである。よって劇団四季においてもブロードウェイと同様にアフリカ東部のイメージが弱くなっているといえる。ズールー語の歌「ワン・バイ・ワン」については「アパルトヘイトで抑圧されたアフリカ民族たちの歌」という説明がつけられており、汎アフリカ的な表象の傾向は維持しつつ、全体としてパンフレットに比べてアフリカに関する記載が増えている。

さらに「ウェブシアター」として、劇団四季が『ライオンキング』の登場人物をパロディ風に使用した動画を第 1 話から第 5 話まで公開している。監督はコメディー映画やテレビコマーシャルの監督をしている英勉である（共同通信 PR ワイヤー）。本稿では特に第 5 話を取り上げ、分析する。第 5 話では、夜の都会の一角に出ているおでんの屋台で、『ライオンキング』の登場人物の一人であるスカーがおでん屋の主人と隣の客に、「自分はナンバーワンになれないうえにリストラされて独身」と愚痴を言う。

図 9.「ウェブシアター 第 5 話」

（YouTube e）

この広告では、「日本のサラリーマン」を示す記号と、「ライオンキング」を示す記号の両方が存在し、それらが合わさることで、1 つのメッセージを形成している。
「日本のサラリーマン性」を示す記号を挙げると、以下のようになる。

・都市の風景の中にある屋台のおでん屋とその赤提灯
・上司への不満を持ちながら、それを第三者（＝おでん屋の主人、客）に漏らす行為とそれを聞き、なだめたり慰めたりするおでん屋の主人の行為
・台詞の口調、言葉遣い
「ナンバーワンはほんと、王様だもん。超ワンマン」
「頑張って、我慢して、頑張って、俺もいよいよ王様だー、と思ったらなんだと思います？息子に王の座を譲るって」
「俺なんて、リストラですよ、リストラ」
「そのガキっていうのがシンバっていうんですけどね、お気楽モノのガキ」

おでんの屋台と赤提灯は、日本の都市空間に見られるもので、そこには、客層は男性を中

心としたサラリーマンというイメージが付与されやすい。「リストラ」という言葉もまた、サラリーマンのイメージと結びつきやすいといえる。

次に、『ライオンキング』を表す記号を挙げると次のようになる。

・スカーの衣装、メイク
・仮面の動き
・バックグラウンド・ミュージック「シャドウランド」
・スカーの台詞に見られる設定
・スカー自身は「ナンバーツー」であり、「ナンバーワン」が「王様」であること
・「ナンバーワン」の息子の名前が「シンバ」であること

前述したように、スカーの台詞に見られる言説は日本のサラリーマン特有のものである。しかし、それを語っているスカー自身は「日本のサラリーマン」の衣装、つまりスーツやネクタイは身につけておらず、ビーズや子安貝を使用してアフリカ的なパターンを描いた衣装とライオンの頭部の仮面を頭につけている。これは、『ライオンキング』の舞台で実際に使用されるスカーの衣装である。そのため、「リストラされた」という言説を本当の意味で語っているのはサラリーマンではなくスカーである。

ミュージカル『ライオンキング』はアフリカが舞台であるため、その中には「アフリカ性」を示す記号が使われている。それは衣装、音楽、言語などである。しかし、広告として、あえて「日本の日常」の中にあてはめられることで、ミュージカルにおける「アフリカ性」を示していたものは「日本のものとは異なる」印象を与えるものとなる。

同時に、ミュージカルの舞台上で「アフリカ性」を伝えていたビーズや子安貝の装飾を使用してアフリカ的なパターンを描いた衣装とメイクはミュージカル『ライオンキング』に特有の「アフリカ性」の演出であるため、舞台を離れた日本の風景の中では「『ライオンキング』に属するもの」となる。よってスカーは、舞台上では「アフリカのライオン」であったはずが、広告上では「『ライオンキング』のライオン」となる。

つまり、「ライオンキング」を日本人の世界に置いて表現し、広告する過程で、ミュージカル中で表現される「アフリカ性」は「ミュージカル『ライオンキング』らしさ」となってしまい、さらに日本的な言説と組み合わさって、新しい「日本的なライオンキング」を創り出している。

以上の広告では日本的な空間の中で、「アフリカ性」や「ライオンキング性」が異質な存在として、図像的には一見独立して見える。しかし、言説によって両者が関連付けられ、互いに異質なもの同士が共存する物語が成立する。

このような、本来の創作者が作ったキャラクターや設定を使用して新しく物語を創作し、発信しなおす手法は、日本のサブカルチャーによく見られる二次創作と類似する。二次創作によって創作しなおすことで、物語の発信者は、実際の創作者であるアメリカのディズニーもしくはブロードウェイではなく日本の劇団四季になる。ここで、『ライオンキング』が「アメリカ人が発信する物語を日本人が正確に翻訳したもの」ではなく「日本人が発信する物語」になる。つまり、広告によって『ライオンキング』という物語の発信者が劇団四季に移行したことを示していると思われる。発信者の日本人への移行は日本人の観客に親近感を持たせるのである。

日本人が日本の文脈の中で語る二次創作の物語は一次的な物語が「アフリカ」という文脈で語られているものであるために、一次と二次の差異がより強調されたものになり、見る人の目を引く。また、もとの物語にも興味を持たせることができる。また主体的な発信者が「アメリカ、ブロードウェイ」から劇団四季に移行することで、劇団四季の発信者としての権威づけにもなっているといえる。同時に、パンフレットで提示された、1 つのまとまりとしての「アフリカ」世界は、実は日本と共通の言説を持ち得る世界として描かれ、日本人消費者の共感も促している。

4.2.3. 発信者の移行によって移動する「プライドランド」

テクストとしてのミュージカル『ライオンキング』が示すアフリカイメージは、創造されたファンタジーである。同一の場所に生息し得ない動物たちが集まり、ケニアで使用される言語と南アフリカの複数の言語が同時に使用され、複数の民族文化が合わさって、1 つのアフリカ像が形成されている。そこで形成されるアフリカイメージは、ストーリーと表現方法、パラテクストのそれぞれのレベルで異なり、パラテクストはテクストで示されたファンタジー的アフリカ表象にさらに規定を加える。ジュネットによれば、パラテクストとは「テクストのより正しい受容と妥当な読みのために大衆に働きかけるより特権的な」（ジュネット 2001: 12）機能をもつものである。

ブロードウェイのパラテクスト群は、テクストが示すファンタジー的「アフリカ」についてそれが「本物のアフリカに根差している」ことを観客に納得させようとしているのである。

パンフレットでは「実際のアフリカ文化」がインスピレーションになっていることが示される。さらに、南アフリカ出身のスタッフが『ライオンキング』の物語世界と南アフリカの歴史を重ねて語っている。つまり彼等の経験した実際の歴史が、架空であるはずの物語世界と重複するという証言がなされているのである。

それに対し日本では、ファンタジー的アフリカ表象が即ちアフリカそれ自体であるように語られる。パンフレットでは「アフリカ」は「雄大」で「独特の打楽器がある」場所、つまり「アフリカ」という 1 つのまとまりとして描かれ、聞きなれない言語は全て「ズールー語」であり、ズールー語は「アフリカのことば」となる。南アフリカ共和国大使の「ラフィキの第一声で故郷を思い出した」というコメントは、ズールー語が南アフリカで使われていることを示すか、あるいは劇団四季の俳優が演じるラフィキの発音の正確性を示すものとなっている。彼の言葉は汎アフリカイメージに反するものではなく、観客に唯一伝えられている「アフリカのことば」の実在性と品質保証を証言しているのである。

ウェブサイトでは、ズールー語は「まじないのような言葉」として異国性が強調される。広告では、日本社会の風景の中に汎アフリカ的イメージの衣装を身につけた『ライオンキング』の登場人物たちが、ユーモアを含んだ言説の仲介によって日本社会に関連付けられる。ここでも、『ライオンキング』の持つイメージは汎アフリカ性であり、日本社会の中に登場することで、日本文化に対する異文化性が強調される。この二次創作的広告は、劇団四季が独自に創作した物語であり、劇団四季は単なるブロードウェイの翻訳者ではなくなり、主体的に物語を創造し発信する者となる。パンフレットや広告において日本的『ライオンキング』や日本の観客向けの汎アフリカイメージが生成された 1 つの要因として、発信者の移行が挙げられる。日本の発信者が、主体性を示すために汎アフリカイメージをより強調する形で物語を新しく作り、再生産しているのである。

加えて、この汎アフリカイメージは、テクスト内で示されるアフリカイメージと矛盾しないことに注目する必要がある。即ち、劇団四季はミュージカルの物語の内容や表現方法に描かれる汎アフリカ性を実際のアフリカとして観客に伝えることで、目前で演じられる架空のアフリカ世界をリアルなものとして感じさせる。

以上のように、ミュージカル『ライオンキング』におけるアフリカイメージは物語の内容・表現方法とパラテクストによって重層的に伝達される。そして主にパラテクストにおいて、翻訳者はその主体性を主張しながら、日本人向けのアフリカイメージを発信し直し、「劇団四季の『ライオンキング』」を創り出しているのである。

4.3. まとめ :「プライドランド」はどこか

空想上の場所は、不確かである。創造者の意図や、受容者の解釈によって揺れ動く。アフリカのように多言語・多文化の場所をもとにしている場合は特に、移動可能な範囲が広くなり、アダプテーションによって変化する姿もさまざまである。映画『ライオンキング』における汎アフリカ性は、「1997 年のブロードウェイ」という時代と場所に合わせて、南アフリカ性を強く持ち始めた。キャンプ・ミニー・ミッキーでは、使用するべき装置や場所の設定により、「アフリカ」は観客にとって遠くなり、汎アフリカ性が映画以上に強くなる。ハランベでは、「プライドランド」は場所の設定から、実際のアフリカではなく、架空のアフリカに近くなる。東京ディズニーランドのジャングルクルーズは、別の想像上のアフリカ像に重ねられた。

また、ミュージカル『ライオンキング』はブロードウェイから発信され、現在では日本を含む世界の各地で上演されている。ここで注目すべきは、日本はアメリカ作の『ライオンキング』をそのまま受容したのではないという点である。ミュージカル本編を自由に改作することは許されないという条件下で、広告などのパラテクストをメディアとして用いて、いかに日本的であるかという方向性が発現する。その中で日本の『ライオンキング』が示す「アフリカ」は単一の「1 地域＝1 文化」の場所であって、そこに個別の民族文化は判別し得ない。しかし、このブロードウェイとの差異は日本の観客にリアルな「アフリカ」を感じさせる装置となる。

『ライオンキング』は、ファンタジーの「アフリカ」を描く。それを「ファンタジー」と観客に捉えさせない仕掛けが、パラテクストによってなされており、ブロードウェイでは「本物性」を示すことでファンタジーを覆い隠し、翻って日本ではファンタジーがアフリカそのものであるかのように演出してリアルさを示しているといえよう。

アダプテーションとは、原作との間に生じる「間テクスト的」な読みにおいて受容者の目を引く。つまり、原作との比較の中で、何か同じで、何が変わったかという点が受容されるのである。多くのメディアを擁するディズニーが『ライオンキング』のアダプテーションを繰り返す際に、キャラクターや音楽は維持され、それぞれの作品が『ライオンキング』であることを主張する。その一方で、メディアの変容と翻案者の再解釈は場所に反映されてい

シンバは、王国を逃げ出し、しかし故郷を救うために帰還した。彼が帰還する先は一体どこにあるのだろうか。世界中で受容されるこの物語によって、広大なアフリカ大陸のどこかに「プライドランド」の場所は消費者に想像され続けている。

5. 複数のテクストを通した構造変容：役割解体と「真実の愛」の行方

ディズニー映画におけるおとぎ話のアダプテーションは最も初期の長編映画『白雪姫』から始まった。その後、おとぎばなし映画は数多く公開され、前述したようにそれらの映画のキャラクターたちを集めた「ディズニープリンセス」というジャンルも消費戦略として用いられるようになっている。

2007 年に発表された映画『魔法にかけられて』では、それまでのディズニー映画に登場した「プリンセス」を類型化したキャラクター「ジゼル」が描かれた。すなわち、この時点でディズニー社は、自社が制作してきたおとぎ話を題材とした映画のパターンを認識しはじめたのである。その後、ディズニー社のおとぎばなし映画では、パターンからの意図的な逸脱が図られるようになる。変容が見られるのは新しい映画ばかりではなく、最初の『白雪姫』も同様である。2017 年にはディズニーストアで、真っ赤なりんごをモチーフとした『白雪姫』グッズが山のように並べられた。パッケージでは、白雪姫は毒であるはずのりんごに唇を寄せる。1937 年の映画では毒として描かれていた「毒りんご」に異なるイメージが付与されている。

本章では、ディズニー社におけるおとぎばなし映画の構造変容の在り方について、近年の作品を取り上げつつ、同時にその流れに沿って最も初期のおとぎばなし映画『白雪姫』がどのように変化したかも交えて分析する。第 1 節でグリム童話「白雪姫」がどのようにディズニー化されているのかを確認した上で、第 2 節でディズニーおとぎ話映画における物語の構造を初期からディズニー・リバイバル前半までさらに詳しく分析する。第 3 節では、ディズニー・リバイバル以降、現代でどのような変化が生じ、それがディズニー版『白雪姫』にも与えている影響について考察する。ただし、本稿で扱う「おとぎばなし」は、「プリンセス」と「ヴィランズ」という近年のディズニー社が形成したジャンルと比較するため、ディズニープリンセスが登場するものに限定する。

5.1. グリム童話「白雪姫」のアダプテーションに見るおとぎ話のディズニー化

5.1.1.『グリム童話』の「白雪姫」における「毒りんご」

毒りんごとは、『グリム童話』[34]の「白雪姫」に登場する魔法の道具の 1 つであり、現在で

---

[34] 池内紀訳（1989）『グリム童話』、金田鬼一訳（1979）『完訳 グリム童話集』を参照した。いずれも *Kinder-und Hausmarchen* の 1857 年版を底本にして翻訳されたものである。ディズニー映画

は、それを下敷きとした映画やドラマでは必須のアイテムになっている。しかし、原作では毒りんごは中心的な存在ではなかった。毒りんごが『白雪姫』のストーリーの中で重要な位置を占めるのは、ディズニー映画『白雪姫』が受容され始めてからのことであると考えられる。本節では、まず『グリム童話』の「白雪姫」のプロットと、そこで毒りんごがどのような役割をしていたのかを検討する。

『グリム童話』に収録されている「白雪姫」では、毒りんごは殺害方法のうちの 1 つでしかなかった。悪い后は、自分より美しく成長していく継子を殺そうと企て、狩人に命じて白雪姫を殺させ、証拠としてその内臓を持ち帰らせて食べようとする。それがうまく行かなかったと知ると、次に自らの手で白雪姫を 3 度殺そうとする。1 度目は、美しい紐で胸を締め付けて殺そうとする。2 度目は、毒を塗った櫛を髪に挿す。3 度目に、毒りんごを食べさせる。グリム童話には特に記述はないが、こびとたちがあらゆる手を尽くしても白雪姫が息を吹き返さなかったという内容が書かれているため、この毒に解毒剤はないものと考えられる。

王子は最後に唐突に登場し、白雪姫を王国に連れ帰り、結果的に意図せずして 4 度目の殺害を阻止することになる。王子が王国に棺を持ち帰る途中で、臣下のひとりがつまずいたために、白雪姫の喉につまっていたりんごの欠片が飛び出す。すなわち、ディズニー版『白雪姫』で物語の展開上重要となる、「真実の愛のキス」による呪いの解消はここでは存在していなかった。

そして、白雪姫と王子の結婚式の日、城を訪れた悪い后は焼いた鉄の靴で死ぬまで踊らされるという刑に処される。これには白雪姫の復讐であるという見方、あるいは中世ヨーロッパにおいて魔法を使うという行為は魔女裁判として裁かれる対象であり、そのため魔法の被害者である白雪姫が証言者となって悪い后が魔女として捕らえられたという見方がある（有馬 2003: 25-26）。

本来、「白雪姫」において毒りんごは主人公を害するための手段の 1 つという役割しか与えられてはいなかった。それほど目立った存在でもなく、魔女が使う黒魔術の 1 要素に過ぎなかった。現在の、毒りんごを「白雪姫」のシンボルとし、王子の「真実の愛のキス」で姫

『白雪姫』では、白雪姫が倒れた後に笑って喜び、捨て台詞を言う継母の様子が描かれており、これは『グリム童話』1857 年版の特徴である（小沢 1999: 181-279）。したがってディズニー映画は 1857 年版、あるいはそれをもとにした英語訳を参考にしたものと考えられる。

が目覚めるというイメージは、ディズニーによって生み出されたといえる。

5.1.2. ディズニー版「白雪姫」の「毒りんご」が持つ両義性

『グリム童話』の「白雪姫」は 1937 年にディズニー初の長編アニメーションとして映画化された。映画化に際して、「白雪姫」の物語は、子供向けの映画を製作するディズニー社によって、親子連れに見せても無害な内容にするという目的で変更を加えられた。

ディズニー版『白雪姫』において最も重要な変更点は、継母（日本のディズニー関連のメディアではウィックドクイーンと呼ばれるため、特にディズニーにおける白雪姫の継母を、以下ではウィックドクイーンと表記する。）が白雪姫の命を狙うのが 2 度になった、という点である。

狩人がウィックドクイーンの命令によって白雪姫の殺害を試みる部分は残されているが、ウィックドクイーンが自ら白雪姫に手を下す方法は、毒りんごを食べさせることのみとなった。グリム版に描かれる 3 つの方法の中で、最も子供に与える恐怖感が少ないものが、毒りんごによる毒殺であった（有馬 2003: 28）ためである。

しかも、ディズニー版ではウィックドクイーンが白雪姫の死に直接的に関与しない方法をとる。白雪姫に「永遠の眠りにつく」毒を盛り、こびとたちが「死んだと勘違いして生き埋めにする」ことを期待する。それを阻止する唯一の方法として「真実の愛のキス」が残されている。すなわち、ディズニーの場合の毒りんごには、グリム版とは異なり、「真実の愛」という解毒剤が用意されているのである。

加えて、映画の冒頭、ぼろをまとって掃除をさせられていた白雪姫は「願いが叶う井戸」の横で、“I’m Wishing”を歌いながら、素敵な人が自分を迎えに来てくれることを願った。そのとき、彼女の歌声を城の塀の外で聞いた王子が、彼女のもとに現れる。このような「王子との出会い」はグリム童話では見られない。「出会い」が描かれることによって、白雪姫は生きた状態で、自らの意思で王子に恋をするというストーリーになった（有馬 2003: 29）。そして映画の最後、永遠の眠りについてしまった白雪姫を探し出した王子と白雪姫が出会うシーンは別離状態からの回復・再会となり、さらにその場面で「真実の愛のキス」が毒りんごの解毒剤として使用される。毒りんごという一種の魔法の道具に対抗する手段として新しい魔法の道具が作られたのである。

以上のエピソードが加えられたことによって、主人公が「一度出会っただけの王子に恋をし」、「真実の愛のキス」を経て、最後に「願いは叶」い、「いつまでも幸せに暮らし」たと

いうディズニー式ロマンスの構成要素が成立した。この要素は、多少変化はあるものの、その後の女性を主人公に描いた作品（『シンデレラ』、『眠れる森の美女』、『リトル・マーメイド』、『美女と野獣』）の中で繰り返し使用されることになる。

加えて、原作にある、継母が白雪姫と王子の結婚式で、焼いた鉄の靴で復讐されるエピソードはカットされた。映画は目覚めた白雪姫がこびとたちに見送られながら、王子とともに白馬に乗って王子の城に向かうところで終わる。そのため、「白雪姫」の「継母による継子殺し」の側面よりもロマンスの部分がより強調されることになった。

このようにして「白雪姫」は子供向けに改変され、原作に見られるような残酷な部分が徹底して削られた。その結果、ディズニー版『白雪姫』は、主人公の願いが叶うというロマンスとしての傾向を強め、また毒りんごという魔法のアイテムが、観客にとってストーリーの中でひときわインパクトを持つ存在となった。このディズニー版において毒りんごは、殺害のための道具という役割と物語の展開を王子との結婚につなげるための役割の両方を担う。物売りの老婆が白雪姫にりんごを手渡すとき、それは願いが叶うりんごであり、願をかけるように言う。王子との再会を願った白雪姫が毒りんごを口にして倒れた瞬間、毒りんごの毒としての役割は果たされ、同時に唯一の解毒剤である「真実の愛」を喚起するものとなる。毒りんごは「毒」という善に対立する悪の性質だけではなく、ハッピーエンドを生み出すための要素も備えており、両義的なものになったといえる。

グリム版「白雪姫」では、継母は加害行為と主人公の追跡を行うため「敵対者」である。こびとは、継母の追跡から白雪姫を救い、何度かの殺害の試みという難題を解決したため、「助手」であるが、それと同時に家事と引き換えに白雪姫に避難の場所を与える「贈与者」でもある。死からの目覚めという「欠如の回復」を、偶然つまずいて白雪姫の口からりんごの欠片が飛び出させることによって行った臣下も「助手」に含まれると考えられる。狩人は、主人公を森に派遣した「派遣者」である。王子は白雪姫を発見して結婚し、敵対者である継母の処罰を行う。

ディズニー版『白雪姫』では、グリム版と比べてウィックドクイーンや白雪姫、こびとは概ね変化がないが、王子の行動領域である「結婚」には、前段階が含まれる。すなわち、白雪姫との恋愛関係である。白雪姫が毒りんごに倒れたあとの「発見・認知」以前に、王子は白雪姫に出会い、しかしウィックドクイーンの加害により、白雪姫にとって王子が欠如した状態になる。グリム版のプロットでは欠如の機能にあたるのは白雪姫の死と実母の不在であるが、さらに王子の不在が追加され、王子の「欠如」が「結婚」と対を成すものとなり、

「結婚」は「欠如の回復」と同等となる。また、「結婚」には「真実の愛」が伴い、「王子」の行動領域には「真実の愛」が追加される。これが、ディズニー版の特徴である。

5.2. ディズニー映画のおとぎ話構造

ディズニーテーマパークではプリンセスが度々登場し、ディズニーストアのグッズにもプリンセスモチーフのものは現在欠かせない存在となっている。しかし、「プリンセス」とされるキャラクターを描いた映画が作られていない時期もあった。第 2 章で述べた歴史の中で、ウォルト・ディズニーが映画制作から徐々に手を引き、テーマパークの運営に力を入れ始めた 1960 年代以降からディズニー・ルネサンスと呼ばれる時代に至るまで、「ディズニープリンセス」は登場しなかった。またディズニー・ルネサンスのその後、SF やマカロニウエスタンといった新しいテーマを扱っていたネオ・ディズニーと呼ばれる時代にも「プリンセス」は描かれない。詳細は第 4 節で後述するが、2007 年の『魔法にかけられて』で再びプリンセスが登場する。初期、ルネサンス、2007 年以降の、この 3 つの時期を通して、おとぎばなしの構造はどのような形をとっていたのだろうか。

本節では、プロップが提唱したおとぎ話の形態に照らし合わせながら、ディズニー映画が描くおとぎ話の形態とその系譜について特徴を分析する。分析にあたって、プロップの『昔話の形態学』（1987）で示された登場人物の機能と役割の関係を形態分析の基準とし、対応する機能の行動領域に対してどの登場人物それを担っているかを調査した。前述したように、1 人ずつに 1 つの行動領域が与えられる場合もあれば、1 人が複数の行動領域に関わる場合や、複数の人物が分担して 1 つの行動領域を担うこともある（プロップ 1987: 127-132）。つまり、いくつかの役割を組み合わることによって、登場人物の行動領域を広げることが可能である。ただし、登場人物の役割とそれに対応した機能上の行動領域は、役割同士の対立や利害関係から、一般的にはある程度の限界点、言い換えれば組み合わせることのできる役割間の親和性や非親和性が定められていると考えられる。例えば、「敵対者」の役割を担う登場人物は、同時に「助手」の役割を担えるか、という問題である。プロップが定義した機能には、「王女（もしくは王）」による「敵対者の処罰」が含まれているため、潜在的に「王女」と「敵対者」は対立する役割として捉えられているが、理論上は両方の役割を同一の登場人物が担う可能性も否定できない。そのため本章では、ディズニー映画において、1 人の登場人物が複数の役割を担う、あるいは 1 つの役割を複数の登場人物が分担する場合に、どのような行動範囲の限界点（誰がどの役割を担うことができ、どの役割を担うことができな

いのか）や親和性（登場人物を媒介としてどの役割同士を組み合わせることができるのか）、非親和性（どの役割が他のどの役割と対立するのか）が見られるのかも、分析の対象とする。

機能は常に一定の形式で現れるのではなく、バリエーションが見られる場合もあり、特に欠如や加害を主人公が修復する方法については、被害者型と探索者型がある（プロップ 1987: 57-60）。例えば、王女が敵対者によって受けた加害を主人公が修復するために森などに派遣される場合、主人公は探索者型である。探索者型は欠如の修復を承諾したのち、旅立つ。一方、主人公自身が加害を受けた場合は、被害者型と分類することができる。この型の主人公は逃げたり追い出されたりする（プロップ 1987: 57-60）。

以下に、ディズニーおとぎ話映画に見られる主人公の加害修復のタイプと、プロップが示した機能の範囲から導かれる、各役割に対応する登場人物を表にして示す。部分的な機能の逸脱が見られる場合は右の欄に記載する。該当する役割を担う登場人物が存在しない場合は「×」と記載する。

次の 3 作品は、最も初期に製作されたものである。

表 3.『白雪姫』（1937 年）登場人物の行動範囲

役割	登場人物	機能の逸脱
主人公による加害修復のタイプ	被害者型	
主人公	白雪姫	
敵対者（加害者）	ウィックドクイーン（＝魔女）	
贈与者（補給係）	こびと	
助手	森の動物	
王女／彼女の父親	王子	・「敵対者の処罰」は行わない。 ・「敵対者の正体の暴露」はこびとが担う。
派遣者	兵士	
偽主人公	×	

表 4.『シンデレラ』（1950 年）登場人物の行動範囲

役割	登場人物	機能の逸脱
主人公による加害修復のタイプ	被害者型	
主人公	シンデレラ	
敵対者（加害者）	継母・姉	
贈与者（補給係）	フェアリー・ゴッドマザー	
助手	ネズミ、小鳥、犬	
王女／彼女の父親	王子／大公（王子の遣い）	・「敵対者の処罰」は行わない。 ・王子が派遣した大公が「偽主人公」（姉）の「正体の暴露」を行う。
派遣者	フェアリー・ゴッドマザー	
偽主人公	姉	

表 5.『眠れる森の美女』（1959 年）登場人物の行動範囲

役割	登場人物	機能の逸脱
主人公による加害修復のタイプ	被害者型	
主人公	オーロラ姫 フィリップ王子	・オーロラ姫が眠って以降、王子が与えられた難題を助手の力を借りて解決するため、「主人公」と「王女」の役割が交替する。
敵対者（加害者）	マレフィセント	
贈与者（補給係）	良い妖精	
助手	良い妖精	

王女／彼女の父親	フィリップ王子 オーロラ姫	・前半部分は王子が「王女」の役割を行うが、後半部分はオーロラ姫と主人公の役割を交替する。
派遣者	国王（「主人公」の父親）	
偽主人公	×	

この時期に制作されたストーリーでは、複数の役割を担う登場人物がほとんどいない。また、プロップが「王女とその父」として定義した役割は王子が担っていることがわかる。「助手」は動物たち、「贈与者」はこびとや妖精など、それぞれ人間ではない存在が担っている。

「主人公」たちはいずれも被害者型である。ただし、『眠れる森の美女』においては、前半部分で「主人公」と「王子」であったキャラクターが後半部分で互いに役割を交替する。前半に悪い妖精マレフィセントによって「永遠の眠りにつく」呪いをかけられたオーロラ姫が被害者型の主人公として森に隠れ住む。しかし、呪いによってオーロラ姫が眠りについたあと、その呪いを解消することのできる王子がマレフィセントによって監禁され、「助手」である善い妖精の力を借りてマレフィセントを退治する。彼が後半部分の「主人公」であることは、難題を解決したうえで「真実の愛」によってオーロラ姫の呪いを解くことで証明される。「王女」は「主人公」が真の主人公であることを開示することができるのである（プロップ 1987: 95-96, 126）。オーロラ姫が目覚めて以降は、彼女が森に住む少女から王女になるという「変身」が生じ、交替されていた「主人公」と「王女（この場合は王子）」の役割が戻る。

以上 3 つの作品においては「主人公」と「王女（もしくは王子）」、「助手」と「贈与者」の行動領域がそれぞれ重なることはあっても、「敵対者」の行動領域はいずれの役割とも重なることはない。ただし『シンデレラ』では、「偽主人公」である主人公の義理の姉と「敵対者」たる継母が共謀関係にあり、両者に親和性が認められる。しかし、それ以外全ての役割と対立関係にある。『白雪姫』では、ウィックドクイーンの部下である兵士が「派遣者」の役割を担うが、これはウィックドクイーンから白雪姫を逃がそうとした結果によるため、彼は「敵対者」と対立する存在と見做される。

いずれの作品においても、「助手」と「贈与者」には親和性がある。『眠れる森の美女』のでは同一人物が両方の役割を担っており、『白雪姫』や『シンデレラ』では「贈与者」であ

るこびとやフェアリー・ゴッドマザーが「助手」の動物たちと協力関係にあり、森の動物たちがこびとたちに「主人公」の危機を知らせる場面や、フェアリー・ゴッドマザーの命令によって「主人公」が舞踏会に行くのを手伝う場面が描かれる。

「派遣者」に充てられる登場人物は、流動的である。『シンデレラ』のように、「贈与者」と同一人物であったり、『眠れる森の美女』のように「加害」の対象となった「主人公」を心配した父親であったりする。

また、これらの作品においては「王女」の役割は王子や彼の父親である王が担っているため、これ以降は「王子・王」（プロップの議論における「王女／彼女の父親」）と呼ぶことにする。

次の 4 作品は、ディズニー・ルネサンスと呼ばれる時期に発表されたものである。

表 6.『リトル・マーメイド』（1989 年）登場人物の行動範囲

役割	登場人物	機能の逸脱
主人公による加害修復のタイプ	探索者型	
主人公	アリエル（人魚姫）	
敵対者（加害者）	アースラ（海の魔女）	
贈与者（補給係）	アースラ	
助手	セバスチャン（カニ）、フランダー（鯛）	
王子・王	エリック王子	
派遣者	アースラ	
偽主人公	アースラ	

『リトル・マーメイド』以降、登場人物と役割の対応が複雑化している傾向がある。『リトル・マーメイド』の悪役である、海の魔女アースラは主人公の人魚姫アリエルの声を奪い、彼女を人質にトリトン王から王権を奪おうと企み、一時成功する。一方で、アリエルが当初抱えていた人間界へのあこがれや王子との別離を解決するための手段として、一種の魔法道具でもある「足」を与える契約をするため、「贈与者」でもある。また、アリエルが王子

による「真実の愛のキス」を得られない場合は身柄がアースラのものとなる、という契約を交わしたため、妨害工作としてアリエルの声を利用して王子と結婚しようとするなど、「偽主人公」としての役割も行う。加えて、自らが与えた加害を「賭け」としたうえでその修復（王子から「真実の愛のキス」を得る）のためにアリエルを人間界へ送り出す「派遣者」でもある。よって「敵対者」が「偽主人公」と「贈与者」、「派遣者」を兼任する形となっている。アリエル自身は、直接的な加害を受け、積極的に修復を試みるため、探索者型の主人公であるといえる。

表 7.『美女と野獣』（1991 年）登場人物の行動範囲

役割	登場人物	機能の逸脱
主人公による加害修復のタイプ	探索者型	
主人公	ベル	
敵対者（加害者）	魔女（王子を野獣に変えた）・ガストン（町の英雄）	
贈与者（補給係）	野獣	
助手	野獣の城の召使たち	
王子・王	野獣	
派遣者	ベルの父（「主人公」の父親）	
偽主人公	ガストン	

『美女と野獣』では、「主人公」はさらに探索者型としての特徴を強める。冒頭で王子が、老婆に扮した魔女の要求を受け入れず（機能としては「禁止、命令」に対する「違反」）、その報いとして野獣にされるという「欠如」を抱えることになる。野獣の魔法を解く方法として「真実の愛」が残されており、意図的ではないが、そのために「主人公」のベルが派遣される。

「敵対者」のガストンは、悪役としては特殊なキャラクター設定である。町の英雄で人気者、自信家でベルに好意を寄せている。しかし、ベルを手に入れるために彼女の父親が病気だと嘘をついて病院に入院させようとし、野獣が悪者だという噂を町に広めて野獣の城を

襲撃する。よって、「敵対者」の行動領域は、野獣に魔法をかけた魔女とガストンによって分担されている。

野獣も、ベルの父親が城のバラを無断で摘んだとして監禁しているが、これは機能としては「主人公の呼び出し」と捉えることができる。その後、父親と交換にベルの軟禁を提案する行為は「贈与のための試練」であり、その後ベルには城の広い図書館など彼女が求めていたものが与えられることになる。

表 8.『ポカホンタス』（1994 年）登場人物の行動範囲

役割	登場人物	機能の逸脱
主人公による加害修復のタイプ	被害者型	
主人公	ポカホンタス	
敵対者（加害者）	ラトクリフ総督（イギリス人入植者）	
贈与者（補給係）	ジョン・スミス	
助手	ジョン・スミス	
王子・王	ジョン・スミス 父親（ポウハタン族長）	・スミスが「敵対者」による虚偽の主張を退け、正体を露見させる。 ・スミスが「敵対者」の処罰を行う。 ・父親が主人公を受け入れるという「褒美を与える」。
派遣者	柳の木のおばあさん ミーコ（アライグマ）、フリット（ハチドリ）	
偽主人公	×	

『ポカホンタス』の形態は非常に特殊である。「入植者と先住民の戦いを阻止した」とい

う伝説を語るため、「敵対者」との闘いやそれに伴う「標付け」の機能も存在しない。また、入植者の 1 人であるジョン・スミスは「敵対者」であるラトクリフ総督と同様に開拓を行い共犯ではあるものの、「主人公」との接触によって、ラトクリフ総督の主張が間違っていることに気づく。彼は「主人公」と恋愛関係にはあるが、それまでのディズニー映画で王子が担ってきた機能を部分的にしか担っておらず、最後は「結婚」も行わない。スミスはむしろ、新しい何かを求めて周囲に馴染めずにいた主人公にコンパスを贈ることによって、別の世界を提示するという、一種の「魔法物品の贈与」を行うため、「贈与者」としての役割を強く見せている。

ポカホンタスの父親であるポウハタン族長が、「王子」の役割をスミスと分担している。また、他のディズニー映画では「助手」や「贈与者」の位置にあった、森の動物や柳の木のおばあさん（ポカホンタスと話すことができる）のような「主人公」に協力的な脇役のキャラクターは、その役割を機能の上でスミスにとって代わられている。

「主人公」は、イギリス人入植者による一方的な開拓という加害に対して積極的な修復行為、つまりイギリス人入植者や彼らを代表する「敵対者」であるラトクリフ総督との闘いなどは見せない。一方で、スミスとの交流を理由に入植者と先住民の戦いを防ぐことにより彼らから土地を守ることに成功する。よって欠如修復のタイプは被害者型の亜種といえる。

表 9. 『ムーラン』（1998 年）登場人物の行動範囲

役割	登場人物	機能の逸脱
主人公による加害修復のタイプ	探索者型	
主人公	ムーラン	
敵対者（加害者）	シャン・ユー（フン族）	
贈与者（補給係）	ムーシュー（守り神の龍）、クリキー（幸運のコオロギ）	
助手	ムーシュー、クリキー、カーン（馬）、同期の友人たち	
王子・王	皇帝、リー将軍	
派遣者	「主人公」の父親	

偽主人公	×	

ムーランも探索者型の主人公である。異民族によって国境が襲撃されるという加害が生じ、父親が徴兵されるも、足が不自由なためムーランが男装して修復に向かう。よって、「王子・王」の役割は皇帝とその命令によってムーランの指揮官となるリー将軍が担っており、父親が「派遣者」である。「王子」の役割は、主人公と結婚するか褒美を与える機能にかかわるが、ムーランはリー将軍と恋愛関係になるが結婚までは至らず、皇帝が加害の修復に対する褒賞を与える。

ディズニー・ルネサンス期のおとぎばなし映画は、初期の傾向を引き継ぎつつも変容している。『リトル・マーメイド』と『美女と野獣』では呪いを解く方法として「真実の愛」が登場する。しかし、初期作品では「王子」の行動領域であったのに対して、『リトル・マーメイド』では敵対者の妨害によってエリック王子はその機能を実行するまでは至らず、『美女と野獣』では主人公ベルが担う機能となっている。

また、「助手」のキャラクター設定が確立される。これは『白雪姫』、『シンデレラ』、『眠れる森の美女』でも見られた傾向で、脇役である森の動物たちや妖精たちがいずれもコミカルなキャラクターとして登場する。どの作品でも、ストーリーの流れとは関係なく彼らのドタバタ劇やじゃれあう様子が数分から数十分にわたり挿入される。『白雪姫』や『シンデレラ』、『眠れる森の美女』、『ムーラン』など[35]では「贈与者」もここに加わる。『眠れる森の美女』と『ポカホンタス』では、森の動物たちは「助手」でも「贈与者」でもないが、やはりコメディー要素を持って描かれる。『美女と野獣』、『ムーラン』では、彼ら自身もそれぞれ夢を持っており、最後に「主人公」が加害を修復し終えると同時にそれが叶う。

「主人公」像や役割同士の関係にはより変化が見られる。探索者型の「主人公」が増え、「主人公」と恋愛関係にある登場人物が必ずしも「王子・王」の役割を担うとは限らず、「贈与者」や「派遣者」として登場したり、上司である皇帝や「主人公」の父親と役割を分担したりする。

登場人物が担う機能は初期のものと比べて複雑化している。1 人の登場人物が複数の役割をしたり、1 つの役割が複数の登場人物によって分担されたりしている。役割どうしの関係

[35] 本稿で取り上げたおとぎ話だけでなく、『アラジン』や『ライオンキング』などのディズニー・ルネサンス期作品も同様の傾向を持つ。

については、『リトル・マーメイド』のように「敵対者」が「贈与者」と同一人物であるようなタイプも見られる。また『ポカホンタス』のように「王子」が「敵対者」と同じ組織に属しているというタイプも見られる。よって、「敵対者」は「主人公」や「王子」、「助手」と対立する存在であるが、「加害」を加えるために、一時的に「主人公」が望むものを与える「贈与者」になることや、自らが「加害」をもたらしたことを隠しながらその修復のために「探索」させるような「派遣者」にはなり得る。

次に、ディズニー・ルネサンス以降、ネオ・ディズニー期の後に発表された 2 作品を見ていく。これらの作品では、徐々に構造の逸脱が始まっていく。

表 10.『プリンセスと魔法のキス』（2009 年）登場人物の行動範囲

役割	登場人物	機能の逸脱
主人公による加害修復のタイプ	探索者型	
主人公	ティアナ	
敵対者（加害者）	ドクター・ファシリエ（ブードゥーの魔術師、王子をカエルにする）	
贈与者（補給係）	ママ・オーディン（ブードゥーの魔女）	
助手	ルイス（ワニ）、レイ（蛍）	
王子・王	ナヴィーン（マルドニア王国の王子）	
派遣者	ナヴィーン	
偽主人公	ローレンス（王子の召使）	

『プリンセスと魔法のキス』は、グリム童話の「蛙の王様　鉄のハインリヒ」を題材として書かれたベイカーの小説『カエルになったお姫様』（原題：*The Frog Princess*）をもとにしている。原作からは多くの変更が加えられたものの、カエルにされた王子に主人公がキスをすると彼女もカエルになってしまうという点は採用している。グリム童話「蛙の王様　鉄のハインリヒ」では、カエルは王女によって壁にたたきつけられた際に王子に戻っており、グリム童話の類似のもの「蛙の王子」では、姫が結婚の約束をしてカエルを枕の下で寝せてや

るようになって三日目の夜が明けたあとに王子に戻る[36]。魔法を解くための「キス」という要素はグリム童話にはないが、そのような話型で語られる場合も見られるようで（レファレンス共同データベース）、映画の冒頭でも幼少時代の主人公が「キス」で魔法が解ける話型を読み聞かせられている。ディズニー映画では、過去に『白雪姫』、『眠れる森の美女』、『リトル・マーメイド』、『美女と野獣』において加害によって与えられた魔法を解く方法として「真実の愛のキス」が使用されているが、『プリンセスと魔法のキス』はそれまでのパターンを踏まえたうえでの逸脱を図っているといえる。加害を解決するための方法が、さらなる加害を引き起こし、主人公がその修復のために探索に出るという二重構造になっている。ただし、主人公と王子が初対面の段階での「キス」は解決には至らなかったが、最後には主人公と王子の結婚式が行われ、「真実の愛のキス」によってともにカエルから人間に戻っているため、この方法が無効になったわけではない。

初期、ルネサンス期のディズニー映画に見られた「助手」としてのコミカルな動物のキャラクターも登場する。ワニのルイスは人間とともにジャズ演奏をする夢を持っており、蛍のレイは空の星「エヴァンジェリーン」と結ばれることを夢見ている。最後にはそれぞれ夢を叶えてハッピーエンドを迎えるため、特に、前述した『美女と野獣』、『ムーラン』に見られる「助手」と同様の型を継いでいる。

初期、ルネサンス期と大きく異なる点は、加害を受けたあと「修復の開始」、「出発」、「贈与者による試練」、「贈与者による援助の受け取り」、「助手との旅」など（プロップ 1987: 41-101）、「主人公」であるティアナがたどる機能を「王子」の役割であるナヴィーン王子もともに行っている点である。カエルになってしまったティアナとナヴィーン王子は、人間に戻る方法を探すため旅に出る。途中でルイスとレイに出会いともに旅をする。4 人は「贈与者」であるブードゥーの魔女、ママ・オーディのもとを訪れ、助言をもらい、「敵対者」ドクター・ファシリエと闘う。つまり、ナヴィーン王子の役割は「王子」ではあるものの、「主人公」にも非常に近い。

---

[36] 池内紀訳（1989）『グリム童話』、金田鬼一訳（1979）『完訳 グリム童話集』を参照した。いずれも *Kinder-und Hausmarchen* の 1857 年版を底本にして翻訳されたものである。

表 11.『塔の上のラプンツェル』（2010）登場人物の行動範囲

役割	登場人物	機能の逸脱
主人公による加害修復のタイプ	探索者型	
主人公	ラプンツェル	
敵対者（加害者）	ゴーテル（魔女）	
贈与者（補給係）	明確には存在していない。	ゴーテルが執着していた魔法の花を王妃が煎じて飲んだため、ラプンツェルは魔法の髪を手に入れる。
助手	マキシマス（馬）	
王子・王	フリン（泥棒）	
派遣者	国王	

映画『塔の上のラプンツェル』には、明確な「贈与者」が存在していない。「主人公」のラプンツェルが持つ「魔法物品」は、魔法の力を持った髪であるが、これは彼女が生まれる前、魔女ゴーテルが若さを維持するために密かに使用していた魔法の花を、王妃が薬として飲んだためである。よって、贈与のための予備交渉等は行われず、主人公の魔法の髪の所有は贈与によるものではない。作中でこの髪の力を使用することできるのは主人公に限定されており、魔法を使う対象は、髪を通して魔法の効力を得ようと誘拐し育ての親となったゴーテルと、「主人公」の「探索」に同行する「王子」役のフリン・ライダーである。そのため、「主人公」自身が他人に対して「贈与者」的役割を果たしているといえる。

『プリンセスと魔法のキス』と共通する点は、主人公の修復行為のパターンが探索者型であり、その探索の旅」に「王子」の役割を担う登場人物が同行する点である。よって、フリン・ライダーも『プリンセスと魔法のキス』のナヴィーン王子同様、「主人公」の役割に近くなる。この 2 作品以前の『白雪姫』や『眠れる森の美女』、『リトル・マーメイド』などでは、「王子」とは旅の行き先で出会う。よって、「王子」と「主人公」の関係は初期とルネサンス期のものを変化させている。

一方、「王子」や「贈与者」、「助手」は「敵対者」と対立する構造にあり、「派遣者」は流動的である。役割の対立関係とそれに伴う行動領域の限界点は変化していない。

『プリンセスと魔法のキス』以降から現在までの時期については、ディズニー映画史研究では明確な定義がなされていないが、ファンの間では「ディズニー・リバイバル」と呼ばれている（FANDOM）。しかし、次節で分析するように、ディズニー・リバイバルの前半となった、以上 2 作品とこれ以降の作品では役割の行動領域が大きく変化していく。

ディズニー映画史において、おとぎ話を題材として採用した時期が隆盛の中心となっている。その中で、それぞれの時期に取り入れられている物語構造には一定の形式があり、時期ごとに変容が見られる。各映画作品の監督やスタッフは異なっているが製作資本やマーケティングの戦略が同一企業によってなされているため、1 つの「作家」の作品体系として見做すことのできる側面も持っている。また、おとぎ話映画の製作は、ディズニー社の消費戦略としてのジャンル形成とも密接に結びついていると考えられる。前述したように、2005 年ごろから「プリンセス」やそれに対立する「ヴィランズ（悪役）」というジャンルが提示されるようになる。別個のディズニー映画をジャンルにあてはめ、ストーリーの枠組みを超えて彼らを「集合」させ、テーマパークのショーの演出やグッズとして描き出す。次節で、ディズニー・リバイバル期中期以降に「プリンセス」である「主人公」や「敵対者」である「ヴィラン」を含めた役割の行動領域がどのように構造解体されていくのかを見る。

5.3. ディズニー作品における善悪のゆらぎとハッピーエンドのゆらぎ : 役割を越境する「王子」と「悪役」

現在では悪役たちは必ずしも「悪」として虐げられる存在ではなく、また「ハッピーエンド」は「末永く続く」ものではないことが、ディズニーの世界で描かれているといえる。すなわち、かつて毒りんごの持っていた両義性はゆらぎはじめ、新しい像を結びつつある。興味深い点は、善悪のゆらぎが生じている作品には、ハッピーエンドのゆらぎも同時に生じている場合が多いということである。なぜ、善悪がゆらげばハッピーエンドがゆらぐのだろうか。次節では、プロップによる民話の構造分析を参照しながら、「悪」の担い手である敵対者たちと、ハッピーエンドの担い手である王子たちが近年のディズニー作品でどのように描かれるようになったのかを分析し、彼らの変容を物語内の行動領域の変化という点から考察する。

5.3.1. 「悪役」＝「主役」:『シュガーラッシュ』

2012 年の『シュガーラッシュ』（原題 : *Wreck-It Ralph*）以降、2013 年に『アナと雪の女王』（原題 : *Frozen*）、2014 年には『マレフィセント』（原題 : *Maleficent*）と『イントゥ・ザ・ウッズ』（原題 : *Into the Woods*）が公開された。また、2011 年にはドラマ『ワンスアポンアタイム』（原題 : *Once Upon A Time*）の放送が米国で開始した。公開時期が連続したこれらの作品の中でディズニーは「悪（役）とは何か」というテーマを提示している。

『シュガーラッシュ』は、おとぎ話を題材にした作品ではないが、2018 年公開の続編『シュガーラッシュ：オンライン』（原題 : *Ralph Breaks the Internet*）では、主要登場人物であるヴァネロペが「ディズニープリンセス」として扱われており、「プリンセス」のジャンル形成に大きく関わっている作品であると見做すことができるため、本稿での分析対象とする。

本作では、*Fix-It Felix Jr.* というゲームの中で悪役を演じてきたラルフが、悪役を続けることが嫌になり、同様の不満を持つ他のゲームの悪役たちとともにその状況に対して愚痴を言い合うミーティングに参加するところから物語が始まる。*Fix-It Felix Jr.* でラルフは、町の建物を壊すという「悪」が仕事であり、対してゲームの主人公であるフェリックスは魔法のハンマーでそれをもとに戻す。ヒーローになりたいと願うラルフは偶然入り込んでしまった *Sugar Rush* というゲームの中で、「プログラムの不具合」のために他のキャラクターから仲間はずれにされているヴァネロペに出会う。彼女は実は不具合ではなく、本来の *Sugar Rush* の世界での主人公で、女王であったが、現在の *Sugar Rush* の国王であるキャンディ大王がヴァネロペの地位に入れ替わるためにプログラムを書きかえ、ヴァネロペを「不具合」にしていた。ラルフが *Sugar Rush* の世界を壊すことで、ヴァネロペは救われることになる。ラルフは本来、「悪」であった破壊という行為によって不正な構造を解体したのである。すなわち、*Fix-It Felix* というコンテクストにおいては「悪」であったことが、*Sugar Rush* という別のコンテクスでは必ずしも「悪」ではなかったといえる。ここで注目したいのは、原題が *Wreck-It Ralph* であるということである。これは、ラルフが悪役を務めるゲームのタイトル *Fix-It Felix Jr.* の構造をそのままラルフに充てたものであるが、ラルフの wreck（破壊する）という行為が物語の展開の中で重要な位置を占めていることも示唆する。fix（修理する）ではなく、wreck によって *Sugar Rush* の世界が救われるのである。

『シュガーラッシュ』では、誰が「主人公」かという問題がある。映画全体を通した上位プロットの中に、*Fix-It Felix Jr.* や *Sugar Rush* など複数の下位プロットが存在し、それら下位プロットのそれぞれに主人公がいる。*Fix-It Felix Jr.* の中では、ラルフは「加害行為」を行い、

「主人公と格闘」するため「敵対者」の役割である。しかし、*Sugar Rush* の中ではヴァネロペのためにレースカーを作る手伝いをするなど「魔法道具の贈与」を行っており、「贈与者」の役割を担う。また、キャンディ大王がからの追跡を受けたヴァネロペを救出したり、不具合を抱えながらレースで優勝するという、ヴァネロペにとっての「難題の解決」に貢献したり、ヴァネロペが元の女王の姿に「変身」することにも関わったりしているため「助手」でもある。さらに、キャンディ大王が *Sugar Rush* の偽の主人公であることを暴いているため、「王子」の機能も一部果たしている。

映画全体では、ラルフは他人から憎まれることへの不満という「欠如」を抱えており、その修復のために他のゲームへ「旅立ち」、ヴァネロペからヒーローのメダルを受け取るために彼女の要請に応じるため、「主人公」の役割である。つまり、映画全体を通しての主人公はラルフであり、ヴァネロペは「贈与者」の立場をとる。ヴァネロペは、自分がレースで優勝できるようにする、という「難題」をラルフに課し、最後に報酬を与えているので、「王女」の役割も担っている。キャンディ大王は、*Sugar Rush* の偽主人公であると同時に、全てのゲームに対する加害を企てているので、上位プロットにおける「敵対者」である。

5.3.2. 「王子」像の解体：『マレフィセント』、『アナと雪の女王』

『アナと雪の女王』はアンデルセンの『雪の女王』を原作としているが、原作では悪役であったはずの「雪の女王」に相当するキャラクターのエルサは、悪役ではない。登場人物に対して悪行を行うのは、当初、妹のアナが結婚を望んだハンス王子の方であった。女性を主人公にしたディズニー映画で「王子」が描かれる際には、多くの場合（『白雪姫』、『シンデレラ』、『眠れる森の美女』、『リトル・マーメイド』、『美女と野獣』）、彼らは善良な人格の持ち主かつ「悪者」に対立する存在である。また、『白雪姫』や『眠れる森の美女』では主人公にかけられた悪い魔法を解くための、「真実の愛」という一種の魔法の道具を使用することのできる人物でもある。しかし『アナと雪の女王』ではアナにかかった魔法を解いたのは王子による「真実の愛のキス」ではなく、エルサの「真実の愛の涙」であった。王女であるアナの結婚相手という、過去のおとぎ話のプロットにおいては「善」であるべき条件を満たしている王子に「悪」の性質が与えられ、意図していなかったとはいえ魔法によってアナに危害を加えてしまうという、これも過去のプロットでは「悪」であるはずのエルサに「善」の性質が与えられたのである。

『アナと雪の女王』では、上位プロット上での「主人公」はアナである。アナは、エルサ

が魔法の力という「欠如」を抱えていることを知り、その魔法によって王国が雪と氷に覆われたあと、回復を求めてエルサを探す旅に出る。その途中で、クリストフと出会い、トナカイのスヴェンという移動手段を与えられる。移動手段を与えたクリストフは、エルサが作った氷の城でアナを追い出そうとした巨大な雪だるまのマシュマロウによる追跡からアナを救うことから、「助手」の役割をしているといえる。映画の最後にクリストフはアナと恋人関係になるが、結婚までは至っていないので、「王子」の役割は担っていない。

エルサは、上位プロットでは「敵対者」かつ「王子」の行動領域にある。まず、子供のころのアナに、魔法によって髪のひと房の色を変えてしまうという「標」をつける。そして王国に冬をもたらし、意図せずしてアナに「難題」を与える。また、2 度目にアナに魔法の影響を与えたことで、アナは「真実の愛」を探すことになり、それがハンスの「偽の王子」であるという「暴露」につながる。さらに、アナを魔法の影響から救うために「真実の愛」を与える。「真実の愛」は、ディズニー映画に特有の機能であり、これは「王子」の行動領域である。映画の最後には「偽の王子」ハンスを追放して「処罰」を与える。以上の行動領域を持つエルサは、「王子」の役割を担っているのである。一方で、「敵対者」の役割も果たしている。自らの意思に反してではあるが、王国に加害行為を行ってしまう。偽の王子としてエルサを追ってきたハンスと闘い、アナを氷の城から追い出すためにマシュマロウに追跡させる。

ハンスは、アナと結婚の前段階にある。「結婚」の機能に前段階を加えるディズニーに特有のプロットの傾向から考えれば、ハンスは「王子」の役割を担っているはずであるが、のちに、ハンスが王国の乗っ取りを計画していることが判明するため、彼は「偽の王子」でり、かつ真の「敵対者」である。

これまでのディズニー映画では、「敵対者」と「王子」の役割は相互に対立する存在であった。「敵対者」は意図的に主人公に加害行為を行い、それに対して「王子」は「敵対者」を処罰するのである。しかし、『アナと雪の女王』では、エルサがこの両方の行動領域に関わっている。そして、「主人公」のアナと結婚の前段階にあったハンスが、偽の王子で、真の加害者といえる。このような行動領域の越境によって、過去に繰り返し語られてきたプロットにおける悪役像と王子像が解体されている。

ディズニー映画『眠れる森の美女』の悪い妖精マレフィセントを主人公にした実写映画『マレフィセント』でも、同様の傾向が見られる。かつて恋人であった国王がマレフィセントを陥れたことに対する復讐として、彼女はその娘を呪うが、間違いに気づき呪いを解こう

とする。そして「真実の愛のキス」は、王子ではなくマレフィセントによって与えられる。

5.3.3. 解体される「主人公」:『イントゥ・ザ・ウッズ』

『イントゥ・ザ・ウッズ』は、同名のブロードウェイミュージカルを原作とした実写映画である。ミュージカルの初演は 1987 年（ディズニー）と、映画化された 2014 年よりはかなり前のことである。映画化の時期が 2014 年となったのは、ディズニーが 2011 年以降続けてきた、「悪役」ならびに「ハッピーエンド」の再解釈の流れに沿ったものであると考えられる。公開時のキャッチコピーは「ディズニーが大人のために贈る【アフターハッピーエンド】ミュージカル」である。あらゆるおとぎ話の登場人物たちが暮らす、おとぎの世界が物語の舞台となり、シンデレラ、ジャック、赤ずきん、ラプンツェル、ラプンツェルの弟であるパン屋の主人とその妻、ラプンツェルの魔女が主な登場人物である。本来悪役であるはずの魔女は、実はラプンツェルの両親による盗難が原因で呪いにかかっている。またシンデレラの王子は浮気をする。同様に「アフターハッピーエンド」を、複数のおとぎ話を組み合わせて描いたテレビドラマも見られる。ディズニーの関連会社 ABC スタジオ製作のドラマ『ワンスアポンアタイム』では、「ハッピーエンド」のその後、白雪姫の継母によって呪いをかけられたおとぎ話の登場人物たちの世界が描かれる。

『イントゥ・ザ・ウッズ』では、原作のミュージカルにオリジナルの登場人物であるパン屋の夫妻に加え、『グリム童話』の「シンデレラ」、「ラプンツェル」、「ジャックと豆の木」、「赤ずきん」の主人公たちが「おとぎの国」に集まっており、『シュガーラッシュ』と同様に、上位プロットの中に下位プロットが複数存在している。ただし、『シュガーラッシュ』では下位プロットが場所という形で明確に分けられていたのに対して、『イントゥ・ザ・ウッズ』では、下位プロットが「森」という同一の場所で相互に関係しており、これらが合わさって上位プロットを構成している。よって、映画全体を通しての 1 人の「主人公」が存在していない。下位プロットの主人公たちは、そのまま『イントゥ・ザ・ウッズ』という上位プロットの主人公たちである。

シンデレラとジャック、赤ずきん、パン屋はそれぞれ、冒頭の歌“Prologue”において‘I wish…’と、自分の抱える「欠如」について歌い、その回復のために森の中に「探索」に出かける。途中、シンデレラは「贈与者」である、母親の亡霊の求めに応じてドレスと金の靴をもらう。他の主人公たちも「贈与者」に出会う。ジャックはパン屋の主人から、牛と引き換えに魔法の豆を渡される。赤ずきんは狼に食べられたところを、パン屋の主人に救われる。

パン屋の夫妻は各主人公たちから贈与を受けるので、シンデレラ、ラプンツェル、ジャック、赤ずきんらもまた「贈与者」である。彼ら全員が「探索に出立」し、「贈与者の求めに応じ」るため、上位プロットでの「主人公」となる資格を持つ。

「ラプンツェル」の魔女は、ラプンツェルの親（＝パン屋の主人の親）、ラプンツェルとその王子に対しては加害行為と戦闘、追跡を行うため、「ラプンツェル」という下位プロットでは「敵対者」である。しかし、魔女の求めに応じてずきんと牛、靴を集めてきたパン屋の夫妻に見返りとして子供を授けた「贈与者」でもある。加えて、パン屋の夫妻の「贈与」によって自分にかけられた呪いを解く薬を手にし、彼らの求めに応じて子供を与えるので、「主人公」の資格もある。

また、魔女以外の登場人物も相互に加害行為を行う。ラプンツェルとパン屋の主人の両親は、隣家に住む魔女の庭の野菜と魔法の豆を盗み、それによって魔女が自身の母親によって呪いにかけられてしまう。ジャックは巨人の家から金貨を盗み、追跡してきた巨人を殺害する。赤ずきんはパン屋からパンとお菓子を盗む。パン屋の夫妻は、ジャックの親友である牛を、彼が買い戻そうとしたときに殺してしまう。ただし、上位プロットにおける「敵対者」は、巨人の妻である。ジャックによって夫を殺された彼女は、おとぎの国を破壊する。ジャックの母親を殺害し、ジャックや彼をかばう主人公たちを追跡して闘う。

『イントゥ・ザ・ウッズ』には 2 人の王子が登場し、兄がシンデレラ、弟がラプンツェルと結婚する。しかし、兄はパン屋の妻と浮気をするため、シンデレラへの「加害」が生じる。よって、兄の王子には「敵対者」の性質も付与されている。

5.3.4. 役割の解体とキャラクターの多面性：映画の枠を超えた記号化

本稿で例に挙げた『シュガーラッシュ』、『アナと雪の女王』、『イントゥ・ザ・ウッズ』では、いずれも「敵対者」となりうる登場人物が「敵対者」以外の役割も行っていることが特徴であるといえる。『シュガーラッシュ』と『イントゥ・ザ・ウッズ』は、複数の下位プロットを用意することによってそれが可能となっている。そして、これらの「敵対者」に与えられた他の役割は、「贈与者」、「助手」、「王子」など、通常の民話のプロットでは「主人公」に利益をもたらし、「敵対者」とは対立する存在である。また、『イントゥ・ザ・ウッズ』では登場人物が相互に加害行為を行うため、彼らは全員互いに「敵対者」の性質も持っている。

一方で、『アナと雪の女王』と『イントゥ・ザ・ウッズ』では「王子」の役割の解体が見られる。『アナと雪の女王』では、そもそもハンス王子は「王子」の役割を果たしていなか

ったし、『イントゥ・ザ・ウッズ』の王子は、「結婚」を自ら破壊するという行為を行う。「王子」の役割が変容するということは、その行動領域である「結婚」による物語の結末、すなわちハッピーエンドも同時に変容することになる。

ディズニー映画は、自らある種の権威となって長年構築しきたアメリカ版「おとぎ話」の形態を解体しながら新しい形を提示する。それによってキャラクターは１つの役割から解放され、あらゆるジャンルに適応することが可能となる。多様な解釈による物語の再生産の中で、キャラクターたちは『シュガーラッシュ』でいくつものゲームに入ったラルフのように、細分化された複数のプロットを行き来し、そこに合わせて役割を変える。映画の中では「敵対者」であったウィックドクイーンは東京ディズニーランドのアトラクションでは同じく「敵対者」ではありながらも、こどもたちを怖がらせるお化け役になる。ハロウィーンのイベントでは「主人公」となり、「美しく、クール」な姿を披露する。

彼らが入ることのできるジャンルは「プリンセス」や「ヴィランズ」に固定されておらず、「ロマンス」、「アドベンチャー」、「ファンタジー」など様々である。ジャンルは、基本的には対立構造を成しており、「ロマンス」に分類されたキャラクターは「アドベンチャー」には入らないことが多い。よってジャンルとは一種の記号体系であり、消費者に選択の可能性を与える。そしてこの記号体系に沿って配列されることで、想像上の登場人物たちはハイパーリアルを強化する素材となる。

例えば、東京ディズニーシーで見られる夜のショー「ファンタズミック！」[37]では、前半部分で魔法使いのミッキーが見る夢、後半部分で夢を壊しに来たヴィランズとの戦いが描かれる。「夢」としては「海」、「ジャングル」、「プリンセス」などのシーンが見られる。「海」のところで、映画『リトル・マーメイド』やピクサー映画『ファインディング・ニモ』のシーンや、『ピノキオ』に登場するコオロギのジミニー・クリケットがゼペットを探しに出た海で泡に包まれるシーンが映される。「ジャングル」では映画『ライオンキング』の冒頭で流れる音楽とともにサバンナに太陽が昇り動物が駆けるシーンが映り、「バージ」と呼ばれる船に乗って『ライオンキング』のキャラクターや『ジャングル・ブック』のキャラクターが登場する。「プリンセス」のところでは、『白雪姫』、『シンデレラ』、『リトル・マーメイド』、『眠れる森の美女』のプリンセスと王子がそれぞれ描かれる。後半に登場するヴィランズは、『白雪姫』のウィックドクイーンが使う魔法の鏡に映し出される。『白雪姫』、『眠れる森の

[37] 2018 年 5 月 21 日に筆者が行った調査による。

美女』、『リトル・マーメイド』などの悪役が次々に鏡に描かれる。

ここでは、ジャンルに沿って、ストーリーや製作年代に関係なくディズニー映画のキャラクターが再分配され、ハイパーリアルな「海」や「ジャングル」が描き出される。

5.4. まとめ：変化した「毒りんご」像

『グリム童話』では、毒りんごは「敵対者」が使う道具の 1 つとして機能する。ディズニー版では、ウィックドクイーンの道具でありながら、唯一の解毒剤である「真実の愛」の提供者である「王子」の召喚も準備するため、「主人公」の「助手」という機能も一部担っている。よって、ディズニー作品において毒りんごは、「敵対者」に属しながら、「主人公」と「王子」の関係が成立することを前提として機能するものとして定義される。すなわち、毒りんごの機能を「敵対者」（＝「悪役」）と「王子」が構成している。

しかしながら、本稿でこれまで見てきたように、「敵対者」と「王子」の役割は近年その機能を解体され、新たな解釈が与えられている。『シュガーラッシュ』では、「敵対者」は「主人公」であり「贈与者」であり、「王子」的役割もする。『アナと雪の女王』では、「敵対者」は「王子」の役割と同一である。『イントゥ・ザ・ウッズ』では、登場人物たちが互いに「敵対者」となり、かつ「贈与者」となる。

そのため、ディズニー版『白雪姫』を、映画というメディアを離れて現代に再解釈し、新たなグッズなどのイメージを作るに際しては毒りんごの役割に対する解釈も変化していると考えられる。ディズニー映画『白雪姫』公開 80 周年を記念してディズニーストアで販売されたグッズには、毒りんごを使用したアイテムが多数見られた。りんごを手に持って微笑む白雪姫ぬいぐるみ、りんご型のハンドバッグ、りんご型のケースに入ったハンドクリームやりんごモチーフのアクセサリーなど、「プリンセス」を連想させるような「かわいい」イメージの毒りんごである。一方で、りんごの中に白い髑髏の柄が浮かび上がり、その毒性を強調した、「悪女」のような「クール」で「かっこいい」イメージを与えるような毒りんごアイテムも販売された。ディズニーストア・ジャパンのメインターゲットは YAF（Young Adult Female）と呼ばれる 18～29 歳の女性である（東洋経済オンライン）。世界の他のディズニーストアが子供や家族をターゲットとしていることを考慮すると、日本のターゲット層は特徴的である。よって、毒りんごデザインのアイテムは、子供向けというよりは若い女性向けである。購買層である若い女性たちは、ディズニーによる再解釈、すなわち「悪役」像と「ハッピーエンド」像を解体した作品の影響を子供以上に受けている可能性が高く、毒

りんごの解釈も多様になっていると考えられる。つまり、毒りんごは、ディズニー映画『白雪姫』で表象されるような加害のための道具でもなく、また王子を召喚するものでもない。そして、「悪役」は、「悪」ではなくなる。毒りんごは、ディズニー映画のテーマとは分離された存在となり、キャラクター性に還元される。購買者たちにとって、ディズニーストアという空間に置かれた赤いりんごは白雪姫、髑髏のりんごはウィクッドクイーンを連想させる。白雪姫は「かわいい、美しい主人公」、ウィックドクイーンは「美しく、強く、クールな悪役」であり、購買者は自分のお気に入りのキャラクターグッズとして、毒りんごのアイテムを消費する。そこには、「ウィックドクイーンは老婆に変身して白雪姫の毒殺を試みた」という、もともとの物語は存在しないのである。

ディズニー映画は、世界でもっとも多くそのアダプテーションが見られる作品群であろう。1 つの映画作品はミュージカル、コンサート、テーマパークのアトラクションやショー、グッズなど多様なメディアを横断し、その都度新しい解釈が与えられる。また、ディズニー作品そのものでなくても、「おとぎ話」という、ディズニーが扱う主題の構造に対して新しい解釈が加えられることもある。過去に公開されたディズニー作品に対しても消費者にとっての解釈が更新される。このようにして、ディズニー映画は何度も再生産が繰り返される。

ディズニーは、ヨーロッパのおとぎ話を子供向けに変更することで、ロマンスに基づく新たなハッピーエンドを生み出した。しかし、近年、ディズニー流のおとぎ話はさらなる変容を遂げている。2012 年以降の映画に見られるようなプロット上の役割に対する新解釈によって、過去に「悪役」として扱われていたキャラクターたちは、新たな魅力を見出されている。「ハッピーエンド」は、必ずしも結婚ではないという解釈も現れた。悪役も、王子も、主人公ももはや永続的に「悪」や「善」を演じる必要はなくなった。彼らにまつわる複数のアダプテーションの中で複数の物語が生まれ、彼らは多面的な存在となった。消費者たちは、それぞれどの解釈を採用しても良く、キャラクターのあらゆる側面から、自分が共感できたり、魅力を感じる面を見出したりして、そのキャラクターのグッズを消費する。毒りんごは、「毒」としては機能しなくなり、白雪姫、あるいはウィックドクイーンのキャラクターを表すアイコンとなった。こうして、毒りんごは「毒」から「かわいい」、「クール」になったのである。

6. 結論

ディズニー社において、過去の作品は傘下のあらゆるメディアにおいてアダプテーショ

ンされ、一種の循環とも呼べる様相を見せる。ある物語は、映画というメディアからグッズやテーマパークのショーなどに流動し、そこで新たな姿を形成する。また、流れ着いた先で、他の物語と相互に影響を与え合いながら再分配され配置される。

ディズニー社ではメディアごとに、ジュネットが提示した 5 つのトランステクスト性が組み合わさったシステムが成立している。『パランプセスト』においてジュネットはトランステクスト性に含まれるそれぞれの要素同士の関係は多数あるという（ジュネット 1995: 25）。自明のことながらジュネットが分析対象とした文学テクストは本の装丁（パラテクスト性）、ジャンル（アルシテクスト性）、引用（インターテクスト性）など各要素を含んだものであり、これらが 1 つの作品を取り囲み、相互に影響しているのである。同様のことがディズニーコンテンツでも生じているといえる。トランステクスト性を各メディアにおいてテクスト配列を決定する要因として見做した場合、各要素の優先順位が異なり、より強力に優先される要素によって物語の配置や発現の仕方が決定されていると考えられる。

テーマパークでは、ショーの中でアルシテクスト性によって「ジャンル」として作品を統合し、「魔法使いの弟子」すなわち創設者ウォルト・ディズニーの代弁者たるミッキーや彼の魔法の帽子がメタテクスト性としてそれらをつないでいる。テーマパークにおけるトランステクスト性の優先順位は次のようなものである。なお、A＞B と表記する場合は A の方が B より優先順位が高く、A≧B の場合は A の方が強力であるか同等の優先順位であること、A≒B であればほぼ同等であることを示す。

図 10. テーマパークにおけるトランステクスト性の優先順位

インターテクスト性（テクストの引用と並列）

≧パラテクスト性（並列したもの同士の影響、取り囲むテクスト）

＞メタテクスト性（ショーを統合するストーリー、映画への解釈付与）

＞アルシテクスト性（個別の映画テクストを統合するジャンル）

≧イペルテクスト性（過去のディズニー映画を受けて作られた新しい映画と役割構造の変容）

アルシテクスト性とイペルテクスト性はインターテクスト性や他の要素に比べて強力ではなく、最も優先されるのは空間内に映画や小説のテクストを導入するインターテクスト性である。インターテクスト性によって「引用」されたテクストは、他の並列されるテクス

トや新たに演出を加えるようなテクストに取り囲まれ、そこにパラテクスト性が生じる。テクストを「引用」する方法の中に、ショーやアトラクションとして取り込むというやり方がある。その一部では魔法使いミッキーや彼の魔法の帽子が全体のストーリーを作りながら、アルシテクスト性によってジャンルを形成し、いくつかの映画テクストをまとめたうえで配列する。このジャンル形成にはイペルテクスト性によって近年登場した「プリンセス」を主人公とした映画や「ヴィランズ（悪役）」を中心に据えた映画に見られるような役割の解体も影響している。または、アトラクションやショーにすることによって映画に新たに解釈を加える場合もある。これはメタテクスト性であるといえる。

映画やグッズでは、トランステクスト性の優先度はそれぞれ異なる様相を示す。

図 11. ディズニー映画におけるトランステクスト性の優先順位

イペルテクスト性（主題・手法の決定）

≧アルシテクスト性（ジャンルの決定）

＞インターテクスト性（セリフ・音楽の引用）

≧メタテクスト性（ディズニー映画史）

＞パラテクスト性（公開時の広告・キャッチコピー）

映画では、イペルテクスト性とアルシテクスト性が優位になる。作り手と観客はディズニー映画史を踏まえた上で制作・受容を行う。観客のディズニー映画史の認識には DVD やグッズ販売、動画配信サービス、ゲーム化、テーマパークなどの多メディアにおける消費が影響している。過去作品の共通認識が存在することを前提として、新作映画は主題・手法の選択時に過去作品と同類の、あるいはあえて外れたものを想定することになる。これがイペルテクスト性であるといえる。映画におけるイペルテクスト性の成立には、アルシテクスト性が関係する。すなわち、どのジャンルを作るか、という問題である。インターテクスト性は、頻繁には発動せず、時折顔を出す程度である。映画のテクスト内で、過去の作品に使用された音楽やセリフがパロディ的に登場したりする。これがメタテクスト的になる場合もあり、それが先に例を挙げた『魔法にかけられて』や『シュガーラッシュ：オンライン』である。つまり、インターテクスト性によって引用された内容が、ディズニー映画史を俯瞰するような批評になるのである。そうして出来上がった映画は、パラテクストとしての公開時の広告やキャッチコピーによって、付加価値や「読み」を与えられて観客の読みをさらに誘導する。

例えば、『シュガーラッシュ：オンライン』公開時のテレビやインターネット広告では、「ディズニー、ここまでやる！？」というキャッチコピーで過去作品の「ディズニープリンセス」やその他ディズニーキャラクターが「ディズニーのウェブサイト」を模した空間に集合するシーンが中心的に映され、メタテクスト的側面、さらに言えばメタ・ディズニー的側面がことに強調された。

グッズも先述した通り、背後にはテクストが想定されており、グッズを通してテクストが消費される。すなわち、デザインによって映画やアトラクションなどのテクストを「引用」する。東京ディズニーランドのアトラクション「モンスターズ・インク“ライド＆ゴーシーク！”」近隣のショップで販売されているグッズは、アトラクション内で使用する懐中電灯やヘルメットを模したデザインであったり、アトラクションやもととなった映画に登場するキャラクターであったりする。これらのデザインを通して、映画やアトラクションのテクストが一部再現され、消費者の手元に届く。ショップに陳列されたヘルメットはただのヘルメットではなく、先ほどアトラクションとして体験したテクストを「引用」する媒介物である。

また、グッズはそれ自体がパラテクストとなる。テーマパークではアトラクションにとってのパラテクストであるし、映画やミュージカルにおいても同様である。ショップで他のグッズと並べられることによって相互にパラテクストともなる。2019 年 7 月の『トイ・ストーリー4』公開時にディズニーストアで主人公ウッディと友人バズ・ライトイヤーの人形が販売された。彼らはそれぞれ劇中でのセリフを話すが、2 体並べると会話を始める。つまり、映画で語られる「おもちゃが動いて話す」という設定を互いに強化する存在であり、互いに相手のパラテクストとなっている。さらに、映画に対する一種の注釈となる場合もある。ディズニーストアで販売されているクマのぬいぐるみ「ユニベアシティ」シリーズの「プリンセスベア」は、ディズニープリンセスをモチーフとしているが、白雪姫モチーフのクマの名前にはドイツ語でりんごを意味する「アプフェル」、人魚姫モチーフのものにはデンマーク語で人魚を意味する「ハウフゥ」、『美女と野獣』モチーフのクマはフランス語を使用して「ルージュローズ」と名付けられている（ディズニーストア）。それらの名前の由来がホームページで紹介されており、原作となったグリムやアンデルセン、ペローのおとぎ話が語られている国のイメージを新たに物語に付け加える効果を持っている。クマたちは「プリンセス」というジャンルを形成し、それを踏襲して「新作」のグッズが生まれる。これをまとめると次のようになる。

図 12. グッズにおけるトランステクスト性の優先順位

インターテクスト性（背後にテクストを「引用」する）

≧パラテクスト性（他のグッズとの並列、アトラクションや映画にとってのパラテクスト）

＞アルシテクスト性（ジャンルの形成）

＞メタテクスト性（映画への新たな解釈の付与）

≧イペルテクスト性（過去の映画やグッズを受けて作られた新しいもの）

ミュージカルでは若干複雑な影響関係が見て取れる。

図 13. ミュージカルにおけるトランステクスト性の優先順位

メタテクスト性（映画との差異）

≒イペルテクスト性（他のブロードウェイミュージカルとの関係）

≒インターテクスト性（ディズニー音楽の引用、映画からのセリフの引用）

≒パラテクスト性（作品情報の補足）

＞アルシテクスト性（ディズニーミュージカル）

ミュージカルへのアダプテーションは、他のメディアへのアダプテーションに比べて、より自己言及的である。すなわち、アニメ映画からの差異が如何に生まれるかという点が劇評に大きな影響を及ぼす。さらに、子供向けのディズニー作品が大人向けであった伝統的なブロードウェイミュージカルに対してトニー賞のレースで評価を受け得るかという点も重要となる。よって、アニメ映画をどのように解釈し人間の俳優が再現するかというメタテクスト性と、ブロードウェイミュージカルとしての価値を生じさせるイペルテクスト性、「ディズニーらしさ」を残しつつ差異を前景化するための映画からの引用としてのインターテクスト性はほぼ同等の優先順位を持っているといえる。また、作品を取り巻くパラテクストとしての広告やパンフレットも映画との差異を生み出す要素となっており、優先順位はほぼ同等である。ディズニーミュージカルというジャンルを形成するアルシテクスト性は他に比べて優先順位はあまり高くないといえる。

以上、ディズニーコンテンツにおけるトランステクスト性とその関係について整理した。物語はアダプテーションによってこの中を循環する。では、ここにハイパーリアルはどのように関わってくるのだろうか。

テーマパークでは、空間演出そのものがファンタジーの世界を現実らしく見せるためにハイパーリアルを指向しており、テーマパークのすべてのテクストはハイパーリアルを生み出すように形成されているといえる。ハイパーリアルな空間の保持は、アトラクションの配置を制御する役割もしている。そのため、例えばディズニー社が比較的最近に買収したルーカス・フィルムの『スターウォーズ』に関するアトラクションは、東京ディズニーランドでは中世ヨーロッパ風のおとぎ話の世界であるファンタジーランドや、アメリカの西部開拓の世界であるウエスタンランドには配置されない。代わりに、宇宙旅行などの「未来」の世界を描いたトゥモローランドに設置されることで、トゥモローランドとアトラクション、双方のハイパーリアルを担保し、さらに加速させている。

映画やミュージカルでは、テーマパークと同様の手法として物語の舞台となる空間に言語や地理を与えることで、架空の物語をハイパーリアルにする。ただし、ミュージカルの翻訳によって表象されるアフリカイメージに差異が生じたように、ハイパーリアルの在り方はそれを受容する文化や演出する主体の移行によっても変容するといえる。

ディズニー社におけるハイパーリアルの生成によって、空想の世界は現実らしく見えるものとなるが、この「空想」は概して 2 種類認められる。1 つは『ピーター・パン』における「ネバーランド」や『くまのプーさん』の「100 エーカーの森」のような現実に全く地理的・文化的対応物を持たないものである。2 つ目は同じ作品の中でも「現実」として登場する「ロンドンの街」や「子供部屋」、『美女と野獣』で主人公が暮らす「フランスの田舎町」や『ライオンキング』に登場する「プライドランド」などである。これは「現実世界」を素材とした空想であって、現実世界における文化的イメージが反映されている。

ハイパーリアルの素材である文化的イメージは、他の文化との相対の中で差異化され、形成される側面もある。東京ディズニーシーでは、「海」というテーマを介して、南ヨーロッパの街並み、20 世紀初頭のアメリカ、1930 年代の中央アメリカ、『アラビアンナイト』の世界などが並列されており、建造物や使用言語に明確な差異がある。同様のことが、アニマル・キングダムにおけるアフリカとアジアの空間設定、エプコットの各パビリオンでもいえる。

映画においてもこのような傾向が見られる。映画『プリンセスと魔法のキス』は、ディズニー映画史上初のアフリカ系プリンセスが主人公となったことでも注目された。現在、「プリンセス」というジャンルにおいて、「文化的多様性」が生まれており、映画『モアナと伝説の海』（2016 年、原題 : *Moana*）ではポリネシアが舞台となり、2016 年から放送が開始したテレビシリーズ『アバローのプリンセス　エレナ』（原題 : *Elena of Avalor*）の主人公は「プ

リンセス」初のラテン系である。

本稿では、マルチメディア企業であるディズニー社において、あらゆるメディアごとに作品同士がどのように関連し、変容していくかを分析した。アダプテーションとは、生物学用語では生物の形態や機能が環境に適応した特徴を持つようになることを指す（内田／菅原1977）。小説や映画などにもこの用語が用いられ、ある作品は「環境」の変化に適応して、変容するのである。芸術作品にとって、この「環境」とは発信されるメディアであったり、翻案者の解釈の方法であったり、受容者の文化的・時代的背景である。アダプテーションによって、1 つのテクストは複数のメディア、時代、文化を横断する。そして物語は越境のたびに、新しい翻案者によって新しい解釈を与えられ、形式を変えていく。ディズニー作品の場合は、この「環境」が特殊である。一般に、メディア横断によって作家は交替するものであるが、ディズニー社の作品という意味では制約を受け、結果的に「作者」は異なりつつも同一主体としての側面も持つ。さらに他のディズニー作品との関わりも影響する。ディズニー作品を取り巻く「環境」は、他の企業における作品と大きく異なり、その中で流動するのである。しかし、この特殊なシステムが世界で広く受容され、大きな消費を生み出している。

以上の研究により、世界で広く受容されているディズニーコンテンツの特殊な構造において、どのような力学のもとで物語が生まれ、循環しているかを明らかにすることができた。これは、一企業の消費戦略というだけではなく、異文化受容の在り方や時間、空間、言語といった記号の生成システム、「善」対「悪」というテーゼに対する現代の新たな反応への分析でもあるといえる。その中でディズニー社が形成した新しい物語や記号は、今後、他の文化形成にも影響を与えていくであろう。

現在、過去のディズニーアニメ映画が立て続けに実写映画化されている。2019 年に公開された『ライオンキング』に至っては、「実写」と呼ばれているものの、本物の動物は登場せず、全編 CG で作り込まれたハイパーリアルな「アフリカ」の「実写」である。「実写」化作品はアニメ映画の続編や、さらに新しい解釈を与えるものである。ディズニー社が数十年の時間をまたいで行ったこの「実写」化を通して、過去のディズニー作品にどのような再解釈を施したのか、さらに分析を加えることを今後の課題としたい。

参考文献

アイズナー、マイケル（2000）『ディズニー・ドリームの新発想　上』（布施由紀子訳）、徳間書店。

（Eisner, Michael D. &Tony Schwartz（1998）*Work in Progress*, Random House.）
アダン、ジャン＝ミシェル（2004）『物語論：プロップからエーコまで』（末松壽・佐藤正年訳）、白水社。
（Adam, Jean-Michel（1984）*Le récit,* Presses Universitaires.）
新井克弥（2016）『ディズニーランドの社会学　脱ディズニー化する TDR』、青弓社。
荒井健二郎（2006）「90 年代のブロードウェイミュージカルの特色」『文化女子大学紀要. 文・社会科学研究』第 14 号、pp.153-161。
有馬哲夫（2003）『ディズニーの魔法』、新潮社。
粟田房穂／高成田亨（1987）『ディズニーランドの経済学』、朝日新聞社。
岩田和男／武田美保子・武田悠一（編）（2017）『アダプテーションとは何か　文学／映画批評の理論と実践』、世織書房。
岩本一（2001）「間テクスト性―その展開と関連性について―」『dialogos』第 1 号、pp.39-57。
内田清一郎／菅原浩（1977）『適応の生物学』、講談社。
内田隆三（2002）「シミュラークル」（北川高嗣／須藤修／西垣通／浜田純一／吉見俊哉／米本昌平編）『情報学辞典』p.102、弘文堂。
内野儀（1998）「ディズニフィケーションと『ライオン・キング』のポストモダニティ―ニューヨーク 1997～98(5)」『テアトロ』8 月号（通巻 671 号）、pp.96-99、カモミール社。
大塚英志（2012）『物語消費論改』、アスキーメディアワークス。
小沢俊夫（1959）「グリム童話“白雪姫”のテクスト変遷」『東北薬科大学紀要』第 6 号、pp.85-91。
――――（1999）『グリム童話考　「白雪姫」をめぐって』、講談社。
川村明日香（2018）「アフリカ表象探検記―スワヒリ語を探してディズニーテーマパークへ―」『アフリカ文学研究会会報 Mwenge』第 44 号、pp.76-80。
――――（2018）「アフリカイメージの創られ方：ミュージカル『ライオンキング』を通して」『大阪大学言語文化学』第 27 号、pp.55-68。
――――（2018）「ディズニー版『白雪姫』のりんごをめぐる物語の変容：「毒」から「かわいい」への変遷」『表象と文化 XV』言語文化共同研究プロジェクト 2017、pp.21-32。
――――（2019）「東京ディズニーリゾート 35 周年を考える」『表象と文化 XVI』言

語文化共同研究プロジェクト 2018、pp.31-42。
――――――（2019）「プライドランドはどこか：―映画『ライオンキング』のアダプテーションと「場所」の変容―」『比較文化研究』第 136 号、pp.233-245。
キプリング、ラドヤード（2016）『ジャングル・ブック』（田口俊樹訳）、新潮社。
（Kipling, Rudyard, Joseph, （1893, 1894）*The Jungle Book*.）
キャットムル、エド／エイミー ワラス（2014）『ピクサー流　創造するちから―小さな可能性から、大きな価値を生み出す方法』（石原薫訳）、ダイヤモンド社
（Catmull, Ed &Wallace, Amy（2014）*Creativity, Inc.*, Random House Canada.）
クリステヴァ、ジュリア（1983）『記号の解体学ーセミオイチケ 1』（原田邦夫訳）、せりか書房。
（Kristeva, Julia（1969）*Séméiôtiké: recherches pour une sémanalyse*, Édition du Seuil.）
グリム、ヤーコプ・ヴィルヘルム グリム（1979）『完訳　グリム童話集（二）』（金田鬼一訳）、岩波書店。
――――――――――――――――――――――――――（1989）『グリム童話（下）』（池内紀訳）、筑摩書房。
劇団四季編集部（編）（2015）『ライオンキング　10000』、劇団四季編集部。
サイード、W、エドワード（1992）『オリエンタリズム　上』（板垣雄三・杉田英明訳）、平凡社。
（Said, W. Edward（1978）*Orientalism*, Georges Borchardt Inc.）
清水知子（2019）「姫と魔女のエコロジー」（塚田幸光編）『映画とジェンダー／エスニシティ』、pp.4-28、ミネルヴァ書房。
ジュネット、ジェラール（1985）『物語のディスクール　本法論の試み』（花輪光・和泉涼訳）、水声社。
（Genette, Gérard（1972）“Discours du récit” in *Figures III*, Éditions du Seuil.）
――――――――――――――（1986）『アルシテクスト序説』（和泉涼一訳）、水声社。
（Genette, Gérard（1979）*Introduction à l'architexte*, Éditions du Seuil.）
――――――――――――――（1998）『パランプセスト　第二次の文学』（和泉涼一訳）、水声社。
（Genette, Gérard（1982）*Palimpsestes*, Éditions du Seuil.）
――――――――――――――――（2001）『スイユ　テクストから書物へ』（和泉涼一訳）、水声社。
（Genette, Gérard（1987）*Seuils*, Éditions du Seuil.）

スクラー、マーティー（2014）『ディズニー　夢の王国を作る／夢は実現する―世界のディズニーパークはいかに創られてきたか』（矢羽野薫訳）、河出書房新社

（Sklar, Marty（2013）*Dream It! Do It!: My Half-Century Creating Disney's Magic Kingdoms*, Marty Sklar Creative, Inc.）

スタンリー、H・M（1995）『緑の魔界の探検者―リビングストン発見記』（仙名紀訳）、小学館。

（Stanley, Henry Morton（1872）*How I Found Livingstone*.）

スミス、デイヴ（2008）『Disney A to Z: The Official Encyclopedia オフィシャル百科事典』（山本美香・IPI（ジョンソン貴子・小田のりこ・加来真由美）・松井史子・谷敷志乃・藤林ベッキー・高橋かおる訳）、ぴあ株式会社。

（Smith, David, R.（2006）*Disney A to Z: The Official Encyclopedia* -Third Edition, Disney Editions.）

関口英里（2004）『現代社会の消費空間』、世界思想社。

舩田クラーセンさやか（2010）「アフリカ×日本の現在-遠くて近いアフリカ」舩田クラーセンさやか（編）『アフリカ学入門-ポップカルチャーから政治経まで』、pp.11-33、明石書籍。

多木浩二（1983）「大地のエクリチュール　都市の経験（二）」『現代思想』1983 年 2 月号、pp.28-35。

テイモア、ジュリー（1998）『ライオンキング　ブロードウェイへの道』（藤田みどり訳）、日之出出版。

（Taymor, Julie（1997）*THE LION KING:PRIDE ROCK ON BROADWAY*, Hyperion.）

テロッテ、J. P.（2009）『ディズニーを支えた技術』（堀千恵子訳）、日経 BP 社。

（Telotte, Jay.P.（2008）*the Mouse Machine: Disney and Technology*, the University of Illinois Press.）

ドルフマン、アリエル／アルマン マトゥラール（1984）『ドナルドダックを読む』（山崎カヲル訳）、晶文社。

（Dorfman, Ariel / Armand Mattelart（1975）How to Read Donald Duck: Imperialist Ideology in the Disney Comic, International General.）

戸田真紀子（1994）「日本人のもつアフリカのイメージ」川端正久（編）『アフリカと日本』龍谷大学社会学研究所叢書 XXV、pp.37-49、勁草書房。

能登路雅子（1990）『ディズニーランドという聖地』、岩波書店。
ハッチオン、リンダ（2012）『アダプテーションの理論』（片渕悦久・鴨川啓信・武田雅史訳）、晃洋書房。
（Hutcheon, Linda（2006）*A Theory of Adaptation*, Routledge.）
バルト、ロラン（2005）『現代社会の神話』（下澤和義訳）、みすず書房。
（Barthes, Roland（1957） *Mythologies,* Éditions du Seuil.）
――――――――（2005）「イメージの修辞学：パンザーニの広告について」『映像の修辞学』（蓮實重彦・杉本紀子訳）、pp.7-47、筑摩書房。
（Barthes, Roland（1964）“Rhétorique de l’image” in *Communications*, No.4, pp.40-51.）
藤田みどり（2005）『アフリカ「発見」日本におけるアフリカ像の変遷』、岩波書店。
ブライマン、アラン（2008）『ディズニー化する社会―文化・消費・労働とグローバリゼーション―』（能登路雅子監訳、森岡洋二訳）、明石書店。
（Bryman, Alan（2004）*The Disneyizaton of Society*, Sage Publicatoins）
ブランネン、ヨーコ・メアリ（1995）「『ミッキー』－東京ディズニーランドを文化的消費の場とすること」、トービン、J、ジョーゼフ（編）『文化加工装置ニッポン：「リ＝メイド・イン・ジャパン」とは何か』（武田徹訳）、pp.261-287、時事通信社。
（Brannen, Yoko Mary（1992） ‘“Bwana Micky:” constructing cultural consumption at Tokyo Disneyland,’ in Joseph J. Tobin (ed.) *Re-Made in Japan*, Yale University Press.）
プロップ、ウラジミール（1987）『昔話の形態学』（北岡誠司・福田美智代訳）、水声社。
（Пропп, В. Я.（1969）*Морфология сказки*, 2-е изд, Наука.）
ベイカー、E. D.（2004）『カエルになったお姫様』（務台夏子訳）、角川書店。
（Baker, E. D. (2002) *The Frog Princess*, Bloomsbury Children’s Books.）
ボードリヤール、ジャン（1992）『象徴交換と死』（今村仁司／塚原史訳）、筑摩書房。
（Baudrillard, Jean（1976）*L'échange Symbolique et la Mort*, Éditions Gallimard.）
――――――――――――（1984）『シミュレーションとシミュラークル』（竹原あき子訳）、法政大学出版局。
（Baudrillard, Jean（1981）*Simulacres et Simulation*, Éditions Galilée.）
松澤淳（2017）「第三帝国のアニメーション―『ドイツ・アニメーション映画有限会社』を巡って―」明治大学教養論集刊行会（編）『明治大学教養論集』第 528 号、pp. 29- 55。

マラン、ルイ（1983）「ディズニーランドの記号論—ユートピアの終焉—」（内藤俊人訳）『現代思想』1983 年 2 月号、pp.219-237。

（Marin, Louis（1973）“Dégénérescence utopique : Disneyland” in *Utopiques : jeux d'espaces*, Les Éditions de Minuit.）

村井健（1999）「Long Long Critic(4)四季劇場 春 こけら落とし公演ーアメリカン・テイストに彩られた『ライオンキング』の秘密 (劇評)」『テアトロ』3 月号（通巻 679 号）、pp.81-83。

柳生すみまろ（2013）「『ライオンキング』は正真正銘の《ミュージカル・キング》だ。」劇団四季編集部『Disney ライオンキング　大阪四季劇場』、2013、pp.10-13（プログラム）。

ヤーコブソン、ローマン（1973）『一般言語学』、みすず書房。

（Jakobson, Roman（1973）*Essais de Linguistique générale*, Misuzu Shobo.）

山口有次（2009）『ディズニーランドの空間化学—夢と魔法の王国のつくり方』、学文社。

吉見俊哉（1996）『リアリティ・トランジット』、紀伊国屋書店。

————（1997）「アメリカナイゼーションと文化の社会学」（井上俊・上野千鶴子・大澤真幸・見田宗介・吉見俊哉編）『現代社会の社会学』、岩波講座・現代社会学第 1 巻、pp.157-231、岩波書店。

リヴィングストン、デイヴィド（1877）『アフリカ探検記』（菅原清治訳）、河出書房。

（Livingstone, David（1857）*Missionary Travels and Researches in South Africa*.）

Bagli, Charles V. / Randy Kennedy（1998） “Disney Wished upon Times Square and Rescued a Stalled Dream” *New York Times,* 5 April 1998.

Bell, Elizabeth / Lynda Haas / Laura Sells (ed.)（1995）*From Mouse to Mermaid: the Politics of Film, Gender, and Culture*, Indiana University Press.

Brode, Douglas（2005）*Multiculturalism and the More: Race and Sex in Disney Entertainment*, University of Texas Press.

Byrne, Eleanor / Martin McQuillan（1999）*Deconstructing Disney*, Pluto Press.

Chew, Johnson (eds.)（2013）*Diversity in Disney Films: Critical Essays on Race, Ethnicity, Gender, Sexuality and Disability*, McFarland.

Davis, Amy M.（2006）*Good girls and wicked witches: women in Disney's feature animation*, John Libbey.

Finch, Christopher（1999）*The Art of Walt Disney from Mickey Mouse to the Magic Kingdom*, Harry N. Abrams, Inc., Publishers.

Flower, Joe（1991）*Prince of The Magic Kingdom: Michael Eisner and Re-Making of Disney*, John Wiley and Sons, Inc.

Gooding-Williams, Robert（1995）"Specificities: Cultures of American Identity Disney in Africa and the Inner City: On Race and Space in The Lion King", *Social Identities,* Vol.1, No.2, pp.373-379.

Hutcheon, Linda / Siobhan O'Flynn（2012）*A Theory of Adaptation*, Routledge.

Inge, M. Thomas（2004） "Walt Disney's Snow White and the Seven Dwarfs: Art, Adaptation, and Ideology", *The Journal of Popular Film and Television*, Vol.32, No.3, pp.132-142.

Milne, A. A.（1926）*Winnie-the-Pooh*, Puffin Books.

Mollet, Tracy（2013）""With a Smile and a Song…": Walt Disney and the Birth of the American Fairy Tale" *Marvels & Tales,* Vol.27, No.1, pp.109-124.

Neary, Kevin / Susan Neary / Vanessa Hunt（2016）*Maps of the Disney Parks*, Disney Enterprises, Inc.

Pallant, Chris（2011）*Demystifying Disney: A History of Disney Feature Animation*, Bloomsbury Publishing.

Raz, Aviad E.（1999）*Riding the Black Ship: Japan and Tokyo Disneyland*, Harvard University Asia Center.

Taasisi ya Uchunguzi wa Kiswahili, Dar-es-Salaam（2004）"halambe! / harabee! " *Kamusi ya Kiswahili Sanifu*, 2nd ed., p.106, Oxford University Press.

Ward, Annalee R（1996）"*The Lion King*'s mythic narrative" *Journal of Popular Film & Television* Vol.23, No.4, pp.171-178.

Wasko, Janet（2001）*Understanding Disney: The Manufacture of Fantasy,* Polity.

Wickstrom, Maurya（1999）"Commodities, Mimesis, and *The Lion King*: Retail Theatre for the 1990s" *Theatre Journal* 1999, Vol.51, No.3, pp. 285-298. https://muse.jhu.edu/article/34642（2019.2.5）

Wright, Alex（2005）*The Imagineering Field Guide to the Magic Kingdom at Walt Disney World*, Disney Enterprises, Inc.

――――――（2007）*The Imagineering Field Guide to Disney's Animal Kingdom at Walt Disney World*, Disney Enterprises, Inc.

Wright, Terri Martin（1997）"Romancing the tale: Walt adaptation of the Grimms' "Snow White"", *Journal of Popular Film & Television*, Vol.25, No.3, pp.98-10.

Yoshimi, Shunya（2001）"America in Japan/Japan in Disneyfication: The Disney Image and Transformation of 'America' in Contemporary Japan" Wasko, Janet / Mark Phillips / Eileen R. Meehan（ed.）*Dazzled by Disney? The Global Disney Audiences Project*, pp.160-181, Leicester University Press.

Zipes, Jack（1995）"Breaking the Disney Spell" Bell, Elizabeth / Lynda Haas / Laura Sells (ed.) *From Mouse to Mermaid: the Politics of Film, Gender, and Culture*, pp.21-42, Indiana University Press.

参考ウェブサイト

ウォルト・ディズニー・ジャパン「採用情報」
https://jobs.disneycareers.jp/（2018.7.11.）

大阪大学「研修者詳細」
http://www.dma.jim.osaka-u.ac.jp/view?u=7399（2016.12.27）

株式会社オリエンタルランド「ゲストプロフィール」
http://www.olc.co.jp/ja/tdr/guest/profile.html（2019.1.26）

共同通信 PR ワイヤー「劇団四季「ライオンキング　ウェブシアター」　東北新社グループの英勉が監督！」
http://prw.kyodonews.jp/opn/release/201003238265/（2016.11.11）

劇団四季　(a)「もっと知りたい『ライオンキング』!」
https://www.shiki.jp/applause/lionking/learn_more/more_lk.html（2016.12.21）

劇団四季　(b)「ミュージックナンバー」
https://www.shiki.jp/applause/lionking/musicnumber/index_2.html（2017.4.26）

ディズニー「作品情報　イントゥ・ザ・ウッズ」
https://www.disney.co.jp/movie/woods/about.html（2019.11.14）

【公式】ディズニーストア「プリンセスベアとは」
https://store.disney.co.jp/special/unibearsity/princessbear/about.aspx（2019.11.20）

ディーライフ公式「Disney Next」
https://dlife.disney.co.jp/program/disney/disneynext.html（2019.1.26）
東京ディズニーランド「【公式】マップ」
https://media2.tokyodisneyresort.jp/home/download/map/L_map_1910.pdf（2019.10.19）
東京ディズニーリゾート（a）「【公式】7 つのテーマランド」
https://www.tokyodisneyresort.jp/tdr/facility/themeland.html（2019.10.22）
東京ディズニーリゾート（b）「【公式】ビッグサンダーマウンテン」
https://www.tokyodisneyresort.jp/tdl/attraction/detail/160/（2019.1.5）
東京ディズニーリゾートブログ【公式】「2015.06.04. 『ディズニーハロウィーン』東京ディズニーランド／東京ディズニーシー」
https://www.tokyodisneyresort.jp/blog/pr150604/（2019.2.5）
東洋経済オンライン「日本発の大人戦略　ディズニーストアが復活」
http://toyokeizai.net/articles/-/12792?page=2（2018.2,18）
レファレンス共同データベース「グリム童話の「蛙の王子」は、蛙が王女に壁に叩きつけられると蛙から王子に変身するというエンディングだが…」
http://crd.ndl.go.jp/reference/detail?page=ref_view&id=1000065594（2019.6.13）
ABC Home Page “About Once Upon A Time TV show series”
https://abc.com/shows/once-upon-a-time/about-the-show (2019.10.31)
D23 “Disney History”
https://d23.com/disney-history/（2018.7.27）
FANDOM “Disney Revival”
https://disney.fandom.com/wiki/Disney_Revival（2019.8.10）
IMDb（a）“*Disney Princess Stories Volume One: A Gift from the Heart* (2004)”
https://www.imdb.com/title/tt1779803/?ref_=fn_al_tt_3（2019.11.20）
IMDb（b）“*Lady and the Tramp* (1955)”
https://www.imdb.com/title/tt0048280/?ref_=nv_sr_2?ref_=nv_sr_2（2019.11.1）
IMDb（c）“*Night Crossing* (1982)”
https://www.imdb.com/title/tt0082810/?ref_=nv_sr_1（2018.7.24）
IMDb（d）“*One Hundred and One Dalmatians* (1961)”
https://www.imdb.com/title/tt0055254/?ref_=nv_sr_1?ref_=nv_sr_1（2019.11.1）

IMDb（e）“*Peter Pan* (1953)”
https://www.imdb.com/title/tt0046183/?ref_=nv_sr_2?ref_=nv_sr_2（2019.11.1）
IMDb（f）“*Robin Hood* (1973)”
https://www.imdb.com/title/tt0070608/?ref_=fn_tt_tt_3（2019.11.1）
IMDb（g） “*Sleeping Beauty* (1959)”
https://www.imdb.com/title/tt0053285/?ref_=nv_sr_3?ref_=nv_sr_3（2019.11.1）
IMDb（h）“*Something Wicked This Way Comes* (1983)”
https://www.imdb.com/title/tt0086336/?ref_=nv_sr_1（2018.7.24）
IMDb（i）“*The Apple Dumpling Gang* (1975)”
https://www.imdb.com/title/tt0072653/?ref_=nv_sr_1（2018.7.24）
IMDb（j）“*The Aristo Cats*(1970)”
https://www.imdb.com/title/tt0065421/?ref_=nv_sr_1（2019.11.1）
IMDb（k）“*The Black Hole* (1979)”
https://www.imdb.com/title/tt0078869/?ref_=nv_sr_1（2018.11.1）
IMDb（l）“*The Fox and the Hound* (1981)”
https://www.imdb.com/title/tt0082406/?ref_=nv_sr_1（2018.11.1）
IMDb（m）“*The Jungle Book* (1967)”
https://www.imdb.com/title/tt0061852/?ref_=fn_al_tt_31（2018.7.24）
IMDb（n）“*The Rescuers* (1977)”
https://www.imdb.com/title/tt0076618/?ref_=nv_sr_1（2018.7.24）
IMDb（o）“*The Sword in the Stone* (1963)”
https://www.imdb.com/title/tt0057546/?ref_=fn_al_tt_1（2019.11.1）
IMDb（p）“*Tron* (1981)”
https://www.imdb.com/title/tt0084827/?ref_=fn_al_tt_2（2018.7.24）
The University of Iowa Museum of Art（a）「Maasai」
https://africa.uima.uiowa.edu/peoples/show/Maasai（2016.12.27）
The University of Iowa Museum of Art（b）「Wodaabe」
https://africa.uima.uiowa.edu/peoples/show/Wodaabe（2016.12.27）
The University of Iowa Museum of Art（c）「Kuba」
https://africa.uima.uiowa.edu/peoples/show/Kuba（2016.12.27）

YouTube（a）「劇団四季『ライオンキング』 :: 第一話 ホームルーム」
https://www.youtube.com/watch?v=9VaNXMZA4po（2016.11.12）
YouTube（b）「劇団四季『ライオンキング』 :: 第二話 校庭」
https://www.youtube.com/watch?v=l0BpAhguCSA（2016.11.12）
YouTube（c）「劇団四季『ライオンキング』 :: 第三話 校庭 その 2」
https://www.youtube.com/watch?v=4axXEH8A4sY（2016.11.12）
YouTube（d）「劇団四季『ライオンキング』 :: 第四話 三者面談」
https://www.youtube.com/watch?v=bsZgB4fTWsM（2016.11.12）
YouTube（e）「劇団四季『ライオンキング』 :: 第五話 屋台のおでん」
https://www.youtube.com/watch?v=fDf7MNJs8u0（2016.11.12）
YouTube（f）「劇団四季：『ライオンキング』ヒストリー特別編 【前編】」
https://www.youtube.com/watch?v=hnhuYcao_xI（2016.11.12）
YouTube（g）「劇団四季：『ライオンキング』ヒストリー特別編 【後編】」
https://www.youtube.com/watch?v=QNpyN1GLqUs（2016.11.12）
YouTube（h）「Circle of Life - Disney's THE LION KING (Official Lyric Video)」
https://www.youtube.com/watch?v=WtN8_9Jc1I8&list=PL494D375DFA8E737E&index=48&t=0s（2019.10.30）
YouTube（I）「Rafiki Costume Anatomy - THE LION KING」
https://www.youtube.com/watch?v=Xwqrg7efGnI&index=1&list=PL494D375DFA8E73（2019.10.30）

参考記事

『日経アーキテクチュア』「ディズニー・アニマルキングダム・ロッジ（米国・フロリダ州）“アフリカ”の要素で埋め尽くす（インテリア　地域性を創出するホテル―テーマを絞り込んで空間演出を徹底）」 2001 年、 第 698 号、pp.118-121。
『ディズニーファン』2003 年 3 月号、講談社。
『ディズニーファン』2006 年 8 月号、講談社。
『ディズニーファン』2007 年 11 月号、講談社。
『ディズニーファン』2008 年 3 月号、講談社。
『ディズニーファン』2008 年 11 月増刊号、講談社。

『ディズニーファン』2009 年 11 月号、講談社。
『ディズニーファン』2010 年 11 月号、講談社。
『ディズニーファン』2014 年 11 月号、講談社。

参考資料

劇団四季編集部『Disney ライオンキング　大阪四季劇場』、2013。（プログラム）
――――――――『Disney ライオンキング　四季劇場春』、2016。（プログラム）
「出版案内」（1998）「『ライオンキング―ブロードウェイへの道』発刊記念対談」、テイモア、ジュリー『ライオンキング―ブロードウェイへの道』付録、日之出出版。
ディズニーファン編集部（編）（2013）『東京ディズニーリゾート　クロニクル 30 年史』、講談社。
Minskoff Theatre（2013）*The Lion King*.（プログラム）

映像資料

アナキン、ケン監督『スイスファミリー・ロビンソン』（Swiss Family Robinson, 1960）ジョン　ミゲルズ ; ドロシー　マクガイア出演、ブエナ・ビスタ・ホーム・エンターテイメント、2003。（DVD）
アラーズ、ロジャース／ロブ　ミンコフ監督『ライオン・キング』（*The Lion Ling*, 1994）スペシャルエディション。ジョナサン　トーマス　テイラー ; マシュー　プロデリック出演、ウォルト・ディズニー・スタジオ・ジャパン、2011。（DVD）
キッツィス、エドワード／アダム　ホロウィッツ製作総指揮『ワンスアポンアタイム』（*Once Upon A Time*, 2011）ジェニファー　モリソン ; ジャレッド　ギルモア出演、ウォルト・ディズニー・ジャパン、2015。（DVD）
ストロンバーグ、ロバート監督『マレフィセント』（*Maleficent*, 2014）アンジェリーナ　ジョリー ; エル　ファニング出演、ウォルト・ディズニー・スタジオ・ジャパン、2014。（DVD）
『ディズニー・ヴィランズ / 悪者コレクション決定版』（*Once Upon A Halloween*, 2005）、ブエナ・ビスタ・ホーム・エンターテイメント、2005。
『ディズニープリンセス：憧れのバースデイ・パーティー』（*Princess Party: Birthday Celebration*, 2004）、ブエナ・ビスタ・ホーム・エンターテイメント、2005。（DVD）

『ディズニーランド　ストーリー&マジック　限定保存版』、ウォルト・ディズニー・スタジオ・ホーム・エンターテイメント、2010。（DVD）
『東京ディズニーリゾート 35 周年　アニバーサリー・セレクション』、ウォルト・ディズニー・ジャパン、2019。（DVD）
バック、クリス／ジェニファー　リー監督『アナと雪の女王』（*Frozen,* 2013）クリステンベル；イディナ　メンゼル出演、ウォルト・ディズニー・スタジオ・ジャパン、2014。（DVD）
ハンド、デヴィッド監督『白雪姫』（*Snow White and the Seven Dwarfs,* 1937）アドリアナ　カセロッティ；ハリー　ストックウェル出演、ウォルト・ディズニー・ジャパン、2016。（DVD）
ヒューストン、ジョン監督『アフリカの女王』（*The African Queen*, 1951）、ハンフリー　ボガート；キャサリン　ヘプバーン出演、ファーストトレーディング、2011。（DVD）
マーシャル、ロブ監督『イントゥ・ザ・ウッズ』（*Into the Woods,* 2014）メリル　ストリープ；エミリー　ブラント出演、ウォルト・ディズニー・スタジオ・ジャパン、2018。（DVD）
ムーア、リッチ監督『シュガーラッシュ』（*Wreck-It Ralph,* 2012）ジョン C.　ライリー；シルヴァーマン、サラ出演、ウォルト・ディズニー・スタジオ・ジャパン、2018。（DVD）
ムーア、リッチ／フィル　ジョンストン監督『シュガーラッシュ：オンライン』（*Ralph Breaks the Internet,* 2018）ジョン C.　ライリー；サラ　シルヴァーマン出演、ウォルト・ディズニー・ジャパン、2019。（DVD）
ライザーマン、ウルフガング／ジョン　ラウンズベリー監督『くまのプーさん』（*The Many Adventures of Winnie the Pooh,* 1977）セバスチャン　キャボット；スターリング　ホロウェイ出演、ウォルト・ディズニー・ジャパン、2017。
リマ、ケヴィン監督『魔法にかけられて』（*Enchanted*, 2007）エイミー　アダムス；パトリック　デンプシー出演、ウォルト・ディズニー・スタジオ・ジャパン、2010。（DVD）
Minkoff, Rob / Roger Allers dir. *The Lion King,* 2-Disc Special Edition. Jonathan Taylor Thomas; Matthew Broderick, Disney, 1994.（DVD）

音楽資料

劇団四季『ライオンキング』サウンドトラック、2011、Walt Disney Records。（CD）
Original Broadway Cast, *The Lion King*, 1997, 2007. Walt Disney Records.（CD）

Stamper, Dan, *Festival of the Lion King,*（サウンドトラック）Montego Glover; Tim Cain, 1998, Buena Vista Records.（CD）