



Title	現代日本における消費文化装置としての東京ディズニーランド：アメリカをめぐる現実と虚構の構図
Author(s)	関口, 英里
Citation	大阪大学言語文化学. 2001, 10, p. 163-177
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/78002
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

現代日本における消費文化装置としての東京ディズニーランド

—アメリカをめぐる現実と虚構の構図—*

関口 英里 **

This paper investigates Tokyo Disneyland (TDL), a cultural “apparatus” that has emerged in the 1980’s Japan, and it also argues the situation of Japanese contemporary culture concerning the presence of “America.” Referring to the former studies on Disneyland in the United States (DL) and TDL, this study reveals the intended mechanism of TDL that contains the binomial concepts of “reality and fiction” as well as “native and exotic.” Through the examination of various cultural “devices” in TDL, one can grasp the role of TDL and the reality of Japanese culture.

TDL is not merely a copy of DL, but it has been arranged and obtained the unique functions in Japanese cultural context. J. Baudrillard asserted that America is no longer real but “hyperreal” and that DL is presented as an imaginary “simulacrum” pretending the rest of America is “real,” when in fact all the surroundings are “hyperreal.” DL and TDL have the same mechanism that guarantees the world of reality by the emphasis of its fictitiousness. However, since TDL was supposed to be “America in Japan” as well as “the world of fantasy,” TDL fundamentally contains more complicated structure and role than DL. Using the technique of “hiding and emphasis,” TDL tried to display America as “fantasy/exotic” and Japan as “reality/native” in post-modern Tokyo. However, it is open to question that such a simple framework could be applied to the 1980’s Japan because the post-war Japan has been deeply influenced by the American culture. In other words, TDL betrays the fact that it cannot necessarily secure the “reality of Japan.” Although the American culture is no longer “fantasy/exotic” for Japanese contemporary culture, it is not equal to the completion of Americanization. On the contrary, TDL shows the possibility that Japan has created the unique pop-

* Tokyo Disneyland as a Cultural Apparatus in Contemporary Japan : Reality and Fantasy of “America”

** 大阪大学言語文化研究科博士課程 3 年

ular culture making the most of the adopted system of American consumer culture. Thus TDL could be a symbol of Japanese popular culture, rather than its primary role of “America in Japan.” The process and the mechanism of reconstruction of cultural identity in the 1980’s Japan would be explained through the further investigations on TDL such as audience analysis and historical studies.

はじめに

1999年、東京ディズニーランド（以下TDL）は開園15周年というひとつの節目を迎えた。一連の記念イベント効果もあり、1998年度の来園者数は延べ17,459,000人で、前年度比4.6%増の過去最高を記録した¹⁾。日本が空前のバブル景気と、戦後最悪の平成不況を体験したこの15年の間、若干の例外²⁾はあったにせよ、TDLはその年間来場者数をコンスタントに増加させ続けている。TDLという存在に対する個人的感情は千差万別であろうが、TDLが現代日本の消費社会におけるひとつの文化装置として機能しているという現実、客観的事実として認めざるを得ないであろう。

TDLは1983年、千葉県浦安市に開園した、総面積約25万坪を誇る日本初の本格的テーマパークである。TDL建設に当たっては、そのテーマ性をめぐり、アメリカのディズニー本社と日本における誘致・経営母体である株式会社オリエンタルランドの間で紆余曲折があったが³⁾、日本の経営側の強い要望により、結果的にアメリカ・アナハイムのディズニーランド（以下DL）と、基本的にはほぼ同様のシステムと構造、アトラクションを備えることになった。

パークの構造はおよそ以下の通りである：TDL唯一の出入口であるメインゲート正面からパーク内部へは、19世紀アメリカの古い街並みを模したアーケード街「ワールドバザール」が伸び、そこから時計回りに、エキゾチックなムードと未開世界の冒険をテーマにした「アドベンチャーランド」、西部開拓時代のアメリカをテーマにした「ウェスタンランド」、夢とメルヘンをテーマにした「ファンタジーランド」、未来・科学・宇宙をテーマにした「トゥモローランド」が逆三角形に配置されている⁴⁾。こうした7つ

¹⁾ 日本経済産業新聞（1999.4.2）による。

²⁾ 1993年に1600万人の大台を越えた後、翌1994年には前年度より入場者数が50万人減少した事実がある。キャパシティの限界と評されたが、新たなパレードや閑散期のイベント開催などで集客を回復した。1995年以降の入場者数は増加の一途をたどっている（藤井1997）。

³⁾ ディズニー本社側は当初、日本風のテーマパークとして「桃太郎パーク」「サムライランド」などの建設を望んでいたという。詳細はブランネン（1995）、リップ（1994）などを参照。

のテーマランドが、創業者ウォルト・ディズニーの設計による DL 開園当初（1955 年）以来の基本構造となっている。更に TDL では、1993 年に小動物の世界「クリッターカントリー」がウェスタンランドとファンタジーランドに挟まれた空間の奥手に、そして、ミッキーと仲間達の住む街「トゥーンタウン」が 1996 年、ファンタジーランドとトゥモローランド間の奥手に増設された。

こうした独特の構造やアトラクションを有する DL/TDL に関しては、人類学や社会学等の視点から示唆に富んだ消費文化分析及び現代日本とアメリカに関する考察がなされてきた。本論文ではそれらの先行研究を視野に入れつつ、「現実と虚構」、日本とアメリカをめぐる「ネイティブとエキゾチック」の二項対立概念といった枠組から文化テキストとしての TDL を分析する。TDL の構造や数々の「仕掛け」を検証することにより、現代日本社会において TDL が果たそうとした独自の役割、そして TDL に反映された、アメリカを媒介とする日本文化像の実態が明らかにされる。

1 TDL が反映する現代日本文化のアイデンティティー：

日本／アメリカ、ネイティブ／エキゾチックをめぐる議論を中心に

まず、TDL にいかなる日本の消費文化独自の意味が織り込まれていたのかという点について、TDL のアトラクションや構造等における「日本／アメリカ」、「ネイティブ（自己）／エキゾチック（他者）」という、それぞれ対をなす二項の概念を軸に考えてみたい。この 2 つの枠組をめぐる TDL の分析では、おもに DL と TDL の様々な相違点から日本文化における TDL 独自の機能に焦点が当てられる。文化移入とその変容は、これまで各文化の性質を固定的で所与のものとして捉える「異文化の土着化」という概念において解釈されることが多かった。しかし本論文では、現代日本の消費文化と TDL の独自性を「日本」や「アメリカ」、そして「自己」や「他者」といった概念を反映するものとして捉え、日本におけるポストモダン的な文化状況の、よりダイナミックな読解を試みる。そうした分析の前提として、日米の自己／他者性をめぐる先行研究について、その特徴と問題点などを確認しておく。

まず第一に挙げられるのがメアリ・ヨーコ・ブランネン（Brannen 1992）による TDL 論である。ブランネンは、TDL 設立時に日本側経営陣が、頑なにまでに日本風のテーマパーク建設を拒み、「DL のコピー」を主張した点、そしてそれに反して実際は園内構造やシステム、アトラクションなどに日本独自の変更が加えられている点に着目する。つ

4) このうち、「ワールドバザール」と「ウェスタンランド」は、アメリカの DL ではそれぞれ「メインストリート USA」および「フロンティアランド」という名称である。また、メインストリート USA は屋根なしの街路である点に大きな違いがあり、両者の様相や雰囲気と全く異なったものになっている。

まりブランネンによれば、TDLのあり方は、「アメリカ（エキゾチック）」を「ネイティブ（日本）」に近付けるという手法と、エキゾチック（アメリカ）はそのままに保つ手法、という2つの異なった原則に基づいているというのである。そしてその姿勢には、欧米との差別化を強調することで日本文化が自己のアイデンティティーを強固にし、異文化をマージナルな存在として再解釈することで、日本文化の優位性を誇示する傾向が認められるという。それはアメリカの文化帝国主義による日本文化の支配とは全く逆の現象であり、むしろアメリカ文化を利用した日本流の帝国主義的なふるまいであると主張している。

ブランネンが論じるTDLの独自性は、日本文化によるアメリカ文化の改変という視点を持ち、異文化変容の展開を巧みに捉えている。またそれ以上に、アメリカ文化による固有文化の「侵略」や改変を問題とする従来のアメリカニズム批判や文化帝国主義の観点を覆した点で意義がある。しかしながら、日本の現代消費文化はアメリカ抜きに語ることはできず、もはや決して「100%オリジナル」な、不変の伝統文化ではあり得ない。つまり、日本文化を固定的で「ネイティブ」な存在とし、「アメリカ」を完全に「エキゾチック」な存在とすることは不可能であろう。この点においては、「土着と外来」をめぐる日本とアメリカの二元論を完全に超えているとは言い難い。

以上の理由から、ブランネンのように「エキゾチック（アメリカ）／ネイティブ（日本）」と捉える視点に疑問を投げかけ、ポストモダン的な日本の消費文化分析に踏み込んだ議論が登場してくる。例えば、アヴィアド・ラズ（Raz 1999）は、TDLでミッキーマウスが着物を着るなど、日本的なイベントや事物が増加してきたことを例に挙げて、ブランネンが述べるネイティブとエキゾチックの関係が徐々に曖昧化していると指摘する。しかし、より鋭いポストモダン的な分析TDLと現代日本の状況を論じたのがヨシモト・ミツヒロである。

ヨシモト（Yoshimoto 1989）は、DLはアメリカにおいて「アメリカ」を象徴する記号であるが、日本という異なった文化文脈において、その作用は当然異なると指摘する。つまりTDLをオリジナルであるDLのコピーとして捉え、日本におけるTDLの成功をアメリカナイゼーションの到達点と考えることは妥当でないというのである。現在の日本は、アメリカナイゼーションを超えたポストモダン状況にあり、TDLは日本という「自己」による、「他者」としてのアメリカの模倣とは短絡的に考えられない。ヨシモトは、日本においてはアメリカナイゼーションという概念に基づく近代化理論は今や無効であると述べ、自己／日本、他者／アメリカという構図が、1980年代日本のポストモダン局面において崩れつつあることを明確に示したといえる。

こうした日本とアメリカをめぐるTDLのポストモダン的議論を更に発展させているの

が吉見俊哉（1997）である。吉見は、日本のアメリカナイゼーション局面と文化的アイデンティティーのあり方は1980年代に転換期を迎えたと述べる。更にマリリン・アイヴィー（Ivy 1995）による、国鉄の「エキゾチック・ジャパン」広告に表象された日本の自己像分析を例に、アメリカナイゼーションの飽和点ともいえる転換期以降、日本は自己をアメリカと一体化し、逆に自己（日本的なもの）を他者（エキゾチック）と見なすに到ったと分析する。また同論文はTDLを「ポストモダン的なアイデンティティーを保証していく舞台装置」（吉見 *ibid.*; 203）と評し、同時に日本社会において日常のTDL化が進行していたことをも指摘している。

戦後日本がアメリカ及びアメリカナイゼーションの進行を媒介として、ナショナルアイデンティティーを形成してきたとする吉見の議論は示唆に富むものである。時代とともに「アメリカ」という存在が、日本文化にとって客観的に単なる「他者」とは呼べない、不可分の存在となってゆく過程の分析には説得力がある。しかし一方で、アメリカ化の進展によって日本が自己の伝統文化を「他者」と見なすに至る、という結論には留保が必要であろう。なぜなら日本がアメリカを鏡として自己文化に向ける視線は、より複雑な構造を有しているはずだからである。そしてその構造に基づく現代日本の自己像こそが、現実／虚構という枠組と重層的に結びついて、TDLに反映されているに他ならない。

2 日本とアメリカを軸としたTDLの「現実／虚構」をめぐる考察：

先行研究からの問題設定

現代消費社会の消費記号論、ポストモダン分析において大きなインパクトを与えたジャン・ボードリヤール（Baudrillard 1981）は、「シミュラクル／シミュレーション」「ハイパーリアル」をキーワードにDLを分析している⁵⁾。ボードリヤールは、DLを、「錯綜したシミュラクルのあらゆる次元を表す完璧なモデル」（ボードリヤール 1984; 16）であると表現する。更に、「ディズニーランドは《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、それ以外の場こそ全て実在だと思わせるために空想として設置された。にもかかわらずロサンゼルス全体と、それをとり囲むアメリカは、もはや実在ではなく、ハイパーリア

⁵⁾ 旧来の文化記号におけるシニフィアンとシニフィエをめぐる一定の原則が解体された物の効用や象徴性がなし崩しにされると、物や記号はオリジナルなきコピーとしての「シミュラクル」と化す。そして果てしなく続く空虚な記号の戯れとしての「シミュレーション」が蔓延する世界は「ハイパーリアル」となる。ハイパーリアルな世界では、メディアによって操作された記号のイメージが現実を構成するため、現実とはもはや虚構に過ぎない。虚構や空想はかつて実在を証明するアリバイであったが、ハイパーリアル世界においては現実の存在自体がすでに虚構のシミュレーションとなっているのである。

ルとシミュレーションの段階にある。問題は、現実（イデオロギー）を誤って表現したというよりも、実在がもはや実在ではなくなったことを隠す、つまり現実原則を救おうとすることにある」(ibid; 17-8) と論じた。つまりボードリヤールは DL を、アメリカにおける日常の虚構性を隠蔽するために設置された「空想世界としてのアメリカ」という文化装置として捉えているのである。

ボードリヤールによるこの論考は、アメリカ及び DL の卓抜なポストモダン分析であり、日本と TDL、日本とアメリカ、更にはそれらを包括した現実と虚構の関係を考える際の大きな手掛りを提供している。吉見（1996; 64）もボードリヤールの分析について、「全く同様のことが、東京とそれをとり囲む日本についても言えはしまいか」と述べ、TDL とポストモダンのかつハイパーリアルな日本の都市文化との関係を巧みに論じている。吉見は、TDL のような平面的、没時間的、セグメント的な非現実性を帯びた虚構空間の都市への現出や、現実を骨抜きにしたディズニー的「かわいらしさ」を至上価値とする若者文化の隆盛を、メディアと現実都市が織り成すハイパーリアル性において捉えているのである。

しかし吉見が述べるように、ボードリヤールの DL 論をそのまま日本と TDL に転用することは実際に不可能である。なぜなら先述の通り、アメリカにおける DL は自国文化であるため、アメリカと DL の関係を論じる際には現実と虚構の 2 局面のみに焦点を当てればよい。しかし日本と外来文化装置である TDL の関係を論じる際には、現実と虚構のみならず、その上に重なり合う「日本とアメリカ」の関係性をも捉え直さねば、問題の半分を見落とすことになる。つまりボードリヤールの枠組みを更に発展させて考える必要が生じるのである。

一方、先述のヨシモト（Yoshimoto 1989）は、ボードリヤールの理論を踏まえた上で、日本とアメリカ、現実と虚構という重層構造にも着目した議論を行っている。ヨシモトは、アメリカ／日本をめぐる記号やイメージが渾沌とするポストモダン期の日本文化の文脈では、TDL は日常の虚構性を肯定し、現実と虚構の境界を更に曖昧にする装置として機能していると述べる。日本社会と TDL をめぐる現状を踏まえれば、結果論的にヨシモトの指摘は妥当であるといえる。しかし、その状況に至る過程から見て問題となるのは、TDL という文化装置が、当初からヨシモトの主張するような日本とアメリカ、現実と虚構の曖昧化を意図して設置されたわけではないという事実である。それでは TDL という文化装置は、「アメリカ」を媒介に、日本社会においていかなる「現実」や、文化的アイデンティティーを保障しようと企図していたのだろうか。

TDL と日本／アメリカ、そして現実／虚構という 2 対の枠組を考える際にまず重要になるのは、TDL が「日本の中のアメリカ」の創出を目指していたという事実である⁶⁾。

TDLは人工的に再現されたアメリカをメインテーマとする非日常的な虚構空間であり、日常かつ現実である日本に対し、アメリカすなわち「他者／非現実」体験をする意図で作られたのである。このように日本側の明確な意図に基づき、TDLがアメリカの象徴として設立された背景から、その虚構性は日本におけるアメリカの存在とも密接な関係を持つのである。

3 現代社会における「日本／アメリカ」「現実／虚構」をめぐる構造分析： 「隠蔽」と「強調」の論理

3.1 「隠されるもの」としてのアメリカ的資本主義システム

TDLをめぐる以上の前提に立ち、ボードリヤールによるDLのハイパーリアル論を發展させた上で日本とTDLの関係を捉え直せば、現代日本は「空想世界としてのアメリカ」であるはずのTDLと何ら変わりはなく、一方のTDLには日本社会の姿がそのまま映し出されているということになる。しかしながらTDLは、「虚構」である「アメリカ」に対立する「日本」という「現実」が、既に「アメリカ」文化が浸透したハイパーリアルな「虚構」のレベルに達している、という真実を隠蔽するための装置であったといえる。その役割ゆえに、TDLは敢えて自らの「非日常性」を強調し、園外には「TDLではない日本」という「現実」が確かに存在しているのだ、と保証してみせる必要が生じるのである。

こうした役割に基づいて、文化装置であるTDL側、つまりメディアを経済的、文化的に操作する側は、いかにして「日本／アメリカ」、「現実／虚構」をめぐるメッセージや概念を内部にコード化し、人々に発信してきたのだろうか。その具体的な考察に当たって特に注目すべきなのが、「隠蔽」と「強調」の論理ともいべき演出方法である。TDLにおける有形無形の事物やサービスにコード化された多様なメッセージには、敢えて隠そうとされる事項と、逆に強調される事項とが混在している。それらが現実原則の救済において、いかに機能してきたのかを解明する必要があるだろう。

DL/TDLと「一步外の世界」とが表裏一体である以上、両者は必然的に同一のシステムのもとで機能していることになる。その根源的なシステムとはすなわち、アメリカ的な資本主義原理である。言い換えるならば、「永遠に完成することのない国」であるDL/TDLの構造自体が、欲望のフロンティアを拡張する資本主義（佐伯1993）そのものの性質を象徴的に体现しているのである。

⁶⁾ この事実に関しては、これまでのTDL関係の研究や書籍などで、TDLの親会社である株式会社オリエンタルランドでTDLの設立に携わった関係者の理念や証言とともに繰り返し紹介されている（栗田・高成田1987、能登路1990、リップ1994、Raz1999など多数）。

ウェスタンランド（DL：フロンティアランド）は19世紀、アドベンチャーランドは20世紀初頭のアメリカにおける未知の世界、つまり外部へと拡大する資本主義の運動とリンクしている。19世紀、アメリカは国内において西部フロンティアに向かって外へ、と漸進運動を行っていた。この姿の現れがウェスタンランドである。そして20世紀になり、アメリカは国内のフロンティア・ラインを制圧し、欲望のフロンティアを国外へと向け始める。つまり、アドベンチャーランドが表象する世界へとアメリカは進出してゆくのである。そして資本主義の次なる局面である、社会や人々の精神内部へ向かう欲望の掘り起こしは、TDLではワールドバザール（DL：メインストリートUSA）に見ることができる。数々のスペクタクルや商品は大衆を惹き付け、相対的な豊かさや幸福のイメージで消費を促すものに他ならない。更に、科学技術の未来へと向かう資本主義の具体的なイメージはトゥモローランドに現出し、メルヘンからオカルトまでの要素を内包するファンタジーランドには、ポスト産業社会における文化的イマジネーション世界への回帰という兆候を見て取ることができるのである。

こうした園内構造に加え、DL/TDLにはスポンサー企業の関係者のみが利用でき、本来園内で禁止されている飲酒の他、一般にはない各種特権が認められる「クラブ33」という施設も存在する。これらの事実からも、DL/TDLにおいて資本主義原理が貫かれていることが理解できよう。しかしながらDL/TDLは、実際には存在しない「現実原則」を救済する空想世界の演出装置である以上、あくまでも「現実らしきもの」から一線を画すことが重要となる。そのためにDL/TDLは、様々な局面を持つ全ての世界、つまり資本主義の構造そのものを、愛らしいキャラクター・イメージによって統一し、魔法のバールをかけることによって人々から見えづらくさせる「隠蔽」の論理を働かせているのである⁷⁾。

そして更に特筆すべきは、こうした資本主義の隠蔽に加え、TDLには独自の「隠蔽のシステム」さえもが存在するという点である。例えば、TDLでは園内には自動販売機が一切設置されていない。自動販売機を排除する根本的かつ最大の理由は、直接対面販売の方が商品単価に上乘せできる利益率が大きいからである。TDLのみならず、全ディズニーランドに適用されているこの原則は、言うまでもなく経済性と利潤追求の論理に他ならない。

しかしながらTDLにおいては、その理由の「公式見解」として、異なった認識が表明されている点が重要である。TDL側は「自動販売機排除」の理由を、自動販売機が日本文化を象徴するものであり、それを園内に持ち込むことで、アメリカであり空想の世

⁷⁾ 「クラブ33」は、その存在自体が一般客には情報公開されていない一種の秘密クラブで、施設建物も一般客の目に触れないような外装の工夫が施されている。

界である TDL に「日本的な日常」が流入することを防ぐため、と考えているという (Raz 1999; 63-4)。この事実は、経営母体オリエンタルランドの広報室次長 (当時) が、地域社会研究所によるインタビューに対し、TDL が「アメリカ」でなくなってしまうことを防ぐために、開園当時としては他に例のない規制を設けたと回答していることから裏付けられる。更に同次長は、一定の文化的規制を設けることもサービスの一部であると述べている (地域社会研究所 1990; 65)。つまり TDL ではファンタジーというベールに加え、日米の「文化的差異」が資本主義原理を隠す仕掛けとして機能しているといえよう。

しかし、ここで更に見逃してはならないのは、自動販売機をめぐる演出に、「日本」の中の「アメリカ」や「非日常性」をめぐる人々の意識や日本の状況が反映されている点である。1970 年代頃までの日本において、コカコーラなど清涼飲料水をはじめとする自動販売機と街頭での立ち飲みは、アメリカナイゼーション及び「アメリカ」そのものの象徴であった (Raz 1999, Fields 1985)。しかしながら TDL の「公式見解」は、1980 年代中期以降の日本において、人々が自動販売機をアメリカの象徴ではなく、今や「日本文化」が有するアイデンティティーの一部として認識している事実を物語っている。つまり TDL において自動販売機は「非日常としてのアメリカ」を象徴するアトラクションにはなり得ず、あくまでも「アメリカ文化が浸透した日本の日常」を象徴する機械と見なされるため、排除されるのである。

こうして本来「アメリカ的・非日常的」であったはずの存在を「日本的・日常的」な象徴として排除しようとする TDL の演出行為は、むしろ逆説的に TDL が救おうとした現実原則、つまり「アメリカ」や、その「虚構性」から隔絶されて存在する「現実」としての「日本」などもはや存在しないのだ、という事実を露呈してしまっているといえよう。

TDL の様々な演出、そしてその成功はそれ自体、アメリカ文化や資本主義システムが、既に 1980 年代中期には日本文化のアイデンティティーにとって分かち難い存在であったことを示している。日米文化をめぐるこうした状況は、後述するように、TDL が「日本における空想世界としてのアメリカ」として機能することの限界を当初から示していたともいえる。

3.2 「強調される」ものとしての「日本文化」

では次に、TDL が積極的に強調しようとしたメッセージやイメージについて注目したい。TDL の根本的なテーマ性や設立意図からも明らかなように、TDL で最もアピールされるべき要素とは、アメリカ的かつファンタジックなイメージであることは当然であ

る。それらはアメリカのDLにおいても同様であり、アトラクションその他の施設においてアメリカを演出するイメージ・テクニクは基本的にDLの踏襲と考えてよい。一方、ここで着目したいのは、TDLがDLには見られない「日本」イメージのアピールによって、その独自性を顕著にしている点である。

TDLがDLにはない日本独自の施設やアトラクション、商品等を展開している事実については、これまでも指摘されている（栗田・高成田 1987 他）。だが先述の通り、TDLへの日本的文化要素の導入は、異文化の土着化や和洋折衷を示す事例と見なされることが多かった。民俗学や文化人類学的な文化比較においてはそうした分析も注目に値するだろう。しかしながら日本文化の不変性に基づいた異文化受容と土着化という単純な枠組では、現代の日本社会において非日常体験の場としての「アメリカ」であろうとしたTDLが、敢えて日本文化を強調する理由や効用について十分に説明することができない。しかも、TDLで強調される日本文化的な要素とは、異文化受容を円滑に行うためという一義的な理由だけではなく、「現実／虚構」「日本／アメリカ」をめぐる、ポストモダンの日本社会において更に大きな役割を果たしていると考えられるのである。

基本的にアメリカのイメージが園内全体に貫かれているTDLにおいて、明らかに日本文化的な要素やイメージが強調されている部分が数箇所存在する。飲食・物販関連では、ワールドバザールに位置し、和服姿の従業員が迎える日本料理店「れすとらん北斎」が最も顕著な例であろう。この他にも、ワールドバザールの物販店や、アドベンチャーランドに位置し、アジア、アフリカ、南米などの民族雑貨を販売する「トレーディング・ポスト」という物販店で販売されている土産物の中には、ミッキーマウスの図柄が入った扇子、着物などをはじめ、ディズニーキャラクターとは全く無関係の日本人形といった和風の伝統工芸品もある。またアトラクションでは、正月などの特定期間には、キャラクターが着物を着て出演するショーなどの特別催事がある他、ファンタジーランドに位置し、世界の子供達をイメージした人形が「文化は違えども世界はひとつ」と呼び掛ける「イツ・ア・スモール・ワールド」では、おかっぱ頭と和服を着た日本人の子供たちが配されている。

このように「伝統的」な日本文化のイメージがいくつかの箇所においてアピールされる中でも最も規模が大きく、またTDLで唯一、日本文化を独立した中心テーマとして扱っているのが「ミート・ザ・ワールド」というアトラクションである。同施設はトゥモローランドの端、ワールドバザールに程近い地点に位置し、建物外観には大きな鶴がデザインされている。また、これはアメリカのDLには存在せず、TDLだけの特別アトラクションである点でも独特の意味付けを担っている。同アトラクションは、古代より現代までの日本の歴史を海外との交流から振り返る筋立てで、世界とともに日本が目指

すべき未来を考えつつ、日本文化を学ぼうという主旨を持ったものである。観客は回転式のシアター席に腰掛け、坂本竜馬や福沢諭吉の精巧なロボットが繰り広げる寸劇を鑑賞する仕組みとなっている⁸⁾。

以上の説明からもわかるように、TDL で扱われている「日本」的な全ての要素やイメージにおいては、あくまでも「伝統的和風文化」や歴史性が強調されている。それらは明らかに外国から見た日本文化のステレオタイプともいべきイメージであり、TDL というアメリカ的な景観の中に配置されているため、一層エキゾチックで、オリエンタリズム的な色彩を放っている。先述した非西洋諸国の民芸品販売店「トレーディング・ポスト」は、「未開」がテーマであること自体、既に西洋のオリエンタリズムの具現化に他ならないといえる。

ではなぜ、日本文化の中に存在する TDL がことさらにこうしたエキゾチックなまでの日本イメージを強調する必要があるのだろうか。ここで吉見ならば、日本人がアメリカ的な視点から日本文化をエキゾチックと見なしていることの表れであると結論するかもしれない。しかしここで再考せねばならないのは、TDL が「日本の中のアメリカ」を意図して設立されたという前提であり、また TDL の日本的な事象に見られるエキゾチシズムとは、日本人の視点よりも、むしろアメリカ人の視点に基づいている部分が大きいという点である。

つまり TDL 側の意図は、アメリカから見たステレオタイプな「日本」像を利用しつつ、敢えて文化的差異性を強調することで日本とアメリカの間に明確な境界線を引き、「自己／他者」、「現実／虚構」、「日常／非日常」の二項対立を保証しようという部分にあったといえる。更に換言すれば、TDL で強調されている日本文化とは、TDL を一歩出た現実には「日本」があり、自分が日本人であることの自覚を促す役割を有していたとも考えられよう。

この事例は、再び先述の「ミート・ザ・ワールド」の存在に立ち戻って考えると理解し易い。TDL 限定と銘打たれたこのアトラクションも、実はアメリカのディズニーワールド（フロリダ州・オーランド）内に存在する「エプコット (EPCOT)」⁹⁾ に展示予定であった日本紹介アトラクションを、ほぼそのまま東京に持ってきたものであるという (Raz 1999; 59)。TDL の公式説明でも同アトラクションはディズニー社が特別に開発したものとされている (株式会社オリエンタルランド 1983; 44)。

⁸⁾ このアトラクションについては、いくつかの批判的分析が行われており、日本がアジア諸国を軽視することで独自の文化帝国主義を展開しているというのが大方の見解である (ブランネン 1995、Raz 1999)。

⁹⁾ Experimental Prototype Community of Tomorrow の略。ディズニー考案の未来型実験都市で、未来生活と技術の進歩を想像する「フューチャーワールド」(Future World) と、世界 11 か国の伝統と文化を紹介するパビリオンが立ち並ぶ「ワールドショーケース」(World Showcase) から成る。

すなわち「ミート・ザ・ワールド」をはじめ、TDLに象徴的に表れる日本文化の「エキゾチックさ」とは、吉見の指摘する日本人の自己観というよりも、アメリカの視点に立った日本文化のエキゾチシズムを強く反映しているのである。つまりTDLでは、DLからの様々な変更点に加えられ、ブランネンが指摘した「アメリカをエキゾチックなものとしてそのまま保つ」レトリックに加えて、「アメリカから見たエキゾチックな日本像をそのまま保つ」というイメージの逆利用もひとつの仕掛けとして導入されているのである。

サムライの扮装や江戸・明治時代の生活に代表されるような、アメリカ文化にとっては「エキゾチックな日本」のステレオタイプも、日本人にとっては「日常的リアリティー」ではないものの、完全にエキゾチックな「他者」イメージとはなり得ない。このようにTDLというアメリカのテーマパークに「日本」が対置されることによって、「日本」の表象をめぐる日本人のアイデンティティーは確保されたまま、TDLの「虚構性、非日常性」も保証されるという、複雑で巧妙な仕掛けが機能していると考えられる。つまり、TDLの「日本」をいかに受け止めるかに個人差はあるものの、TDLではアメリカナイゼーションを乗り越えた、ポストモダン的な日本社会の現実を隠蔽・補完する役割として「見るための日本」、「見せもの（アトラクション）としての日本」が機能していると捉えることも可能なのである。

こうした解釈を裏付ける事実、先述の「ミート・ザ・ワールド」をめぐる来園者の反応にも表れている。粟田・高成田（1987; 29-30）も指摘しているように、このアトラクションは開園後、間もなく人気は落ち始め、観客動員が減少したため、当初は有料であったところを急遽入場無料とし、チケット・ブックに「無料券」まで付けて観客動員を図った。それでも同アトラクションは相対的に人気度が低く、満員になることは稀である（Raz 1999; 51）。そこで粟田・高成田が日本人来園者たちにインタビューを行ったところ、せっかくレジャー気分を満喫しに来ているのに、「ミート・ザ・ワールド」に行くと、ことさらに日本文化に対する自覚を促される、との意見が得られたという（粟田・高成田 *ibid.*）。

つまりこの意見から理解する限り、TDLがアメリカ的かつ空想的な空間に日本文化を敢えて挿入することで、アメリカと対置されるべき日本が「現実＝リアルな日常」に実在しているのだ、という強調を行い、また、日本人来園者にそう思い込ませる働きを担っていると考えられる。また、こうした日本人客の反応は、吉見が述べる「日本（自己）のアメリカ（他者）化」というアイデンティティーの完全な転換が起こっていないことも示している。なぜなら、もし自己をアメリカ人として認識していれば、「日本」も空想世界のアトラクションとして第三者的に楽しめるはずだからである。

ここで改めて TDL における「日本」と「アメリカ」の象徴性を考えれば、TDL すなわち「日本におけるアメリカ」の記号性とは、非日常的ファンタジー、エンターテインメントと快楽、新奇さや若々しさ、といった要素であり、所々に配置された日本的な記号性と対照をなすことで、逆に「アメリカではない日本文化」を保証するように仕掛けられていたといえる。

おわりに： TDL に反映された現代日本消費文化のアイデンティティー

TDL には明確な「日本／アメリカ」という線引きを前提とした「日本の中のアメリカ」としての役割が込められていたことはこれまでに指摘した通りである。だが実際には、TDL が登場した 1980 年代以降の日本社会における「現実」の日常生活では、既に日本とアメリカの明確な文化的境界線がことさらに意識されない段階に至っていたといえる。また、文化装置を利用する消費者／受け手の立場に注目すれば、決して TDL が他者であり、虚構としてのアメリカとしてのみ機能しているわけではないことが鮮明になってくる。例えば多くの日本人が TDL を「日本文化を代表するモニュメントである」と認識している事実の一端は、日本の観光業者による外国人向け TDL ツアーの増加や、TDL が京都を凌ぎ、高等学校の修学旅行目的地において第 1 位となっていることから理解できよう（日本修学旅行協会 1999）。

この現状において、TDL が本当の意味で「日本の中の夢世界」や「アメリカ」旅行の場、という当初設定された役割のみを維持し続けるとは考え難い。むしろ TDL は複雑なプロセスを経ながらも、アメリカをめぐるポストモダン的な日本社会の状況を逆説的に反映する虚構として機能していたと捉えるのが妥当ではないだろうか。しかし一方で、TDL で表現され「現実・自己」の象徴とされる「日本文化」は、もはやどこにも存在せず、現在の日本はアメリカ化が行き着いた状態であると捉えるのは誤りであろう。

つまり現代日本社会における TDL とは、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「他者化＝アメリカ化」した事実やアメリカの文化帝国主義の帰結を示す象徴でもないといえる。すなわち TDL とは、今や現代日本の消費文化そのものとなっているのである。日本は戦後のアメリカナイゼーション局面において、アメリカの複製としての自己像を確立したわけではない。戦後、圧倒的なアメリカ文化の洗礼を受けた日本は、高度経済成長などを経て徐々にアメリカナイゼーションを乗り越えてきたといえる。その延長線上にある TDL の登場及び日本の消費文化としての成功は、現代日本がアメリカを触媒として独自の文化を再構築してゆく決定的な転換点が 1980 年代にあったのではないか、という新たな問いをも提起するものである。ただしそのナショナルアイデンティティーには、消費文化システムとしてのアメリカ文化

が内在している点において、戦前のような、近代的ナショナリズムとは性質を異にするものであることは言うまでもない。また、「グローカリゼーション」という概念においては、グローバル化が進展しても、強力な普及的文化による画一化のみが進むのではなく、逆に地域文化の独自性が保持される事実が説明されている (Robertson 1995 他)。

こうした議論から、現代日本におけるアメリカ文化の受容においても、日本がアメリカのシステムを内部化しつつ、独自の文化創造やアイデンティティーの再構築を行うことは可能であると考えられる。TDL は DL の再現でありながら、実は随所に現代日本社会を背景とした複雑な改変が行われ、DL とは異なった社会的役割を担っている。つまり TDL は、既に日本独自の文化装置であり、消費文化のモニュメントとなっているのである。今後、更にアメリカナイゼーションの乗り越えと日本文化の再構築をめぐるメカニズムについて歴史的な考察を行うことで、そのメカニズムにおける TDL の位置づけが一層明らかになると考える。

本論文においては TDL という文化装置が、現代日本の消費社会において担う役割の分析に焦点が当てられた。しかし先程も触れた通り、そのメッセージを読解し、時に文化装置の企図に反する、自由な消費活動を行なうのは言うまでもなく消費者すなわち来園者である。現代日本独自の文化創造は、文化装置と消費者の相互作用を通して創出されるものに他ならない。TDL をめぐる日本の消費社会システムを更に深く捉え直してゆくためには、現地調査に基づく受け手分析を含めた、立体的な文化研究の発展が課題とされるであろう。

主要参考文献

- 栗田房穂・高成田亨 『ディズニーランドの経済学』朝日文庫 1987
 株式会社オリエンタルランド 『体験学習ガイド』 1983
 佐伯啓思 『欲望と資本主義 終りなき拡張の論理』講談社現代新書 1993
 日本修学旅行協会 『修学旅行のすべて』 1998
 能登路雅子 『ディズニーランドという聖地』岩波新書 1990
 藤井剛彦 『東京ディズニーランドの魔術商法 '98』エール出版社 1997
 吉見俊哉「アメリカナイゼーションと文化の政治学」
 『現代社会の社会学』岩波書店 1997
 『リアリティ・トランジット』紀伊国屋書店 1996
 リップ, ダグラス 『TDL 大成功の真相—ディズニーランド日本上陸記』NTT 出版 1994
 Baudrillard, Jean. 1981. *Simulacres et Simulation*. Paris: Editions Galilée.
 (『シミュラクルとシミュレーション』竹原あき子訳 法政大学出版局 1984)

- Brannen, Mary Yoko. 1992. "Bwana Mickey": Constructing Cultural Consumption at Tokyo Disneyland." in Joseph J. Tobin, ed. *Re-Made in Japan*. Yale U. Press. pp. 216-34.
(『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 時事通信社 1995)
- Fields, George. 1983. *From Bonsai to Levi's*. New York: Macmillan.
- Ivy, Marilyn. 1995. *Discourses of Vanishing*. Chicago: The U. of Chicago Press.
- Raz, Aviad E. 1999. *Riding the Black Ship : Japan and Tokyo Disneyland*. Cambridge: Harvard U. Press.
- Robertson, Roland. et al eds. 1995. *Global Modernities*. London: Sage Publications.
- Yoshimoto, Mitsuhiro. 1989. "The Postmodern and Mass Image in Japan." *Public Culture*. Spring pp. 8-25.