

「ONE PIECE」 メガヒットを紐解く

拝復



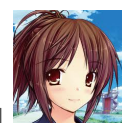
二週間のご無沙汰でした。東京ではこの連休中の大雪が予報されていましたが、なんだかあっけない空振り。金曜日に除雪用のスコップが飛ぶように売っていたのを見ていましたので余計にそう感じました。(これ昨日書いた文章です^^;) 個人的には金曜日にゴルフの予定を入れていたのですが、残念(T_T)。今は、「やりたいさかり」です^^;

さて、今回は何気なく見てしまった「クローズアップ現代」が取り上げた「ONE PIECE」



(ワンピース)について考察します。「ONE PIECE」(ワンピース)はご存知ですよ。はい、少年ジャンプに1997年から連載をされているマンガです。私も子供が中学生くらいまでは一緒に見たりして大体の内容は知っています。しかし、メガヒットと呼ばれるほどの存在であるとは知りませんでした。

単行本の通産販売数は2億冊!を超えています。現在は61巻がリリースをされていま



すので、**単純計算で一冊あたり327万部!**。昨年の書籍で最も多く売れた「もしドラ」が200万部ですから、「**どんだけー!**」というとんでもない売れ行きなのです。アニメもフジテレビで放映中ですが、日曜の朝9:30~という時間にもかかわらず16%という高視聴率を保っています(当初は水曜の19:30から)。映画化された本数は11本、キャラクターを使用したゲームは30本、ついにはドームを借り切ってイベントを実施しています。作者の尾田栄一郎さんはこれまで一回しかインタビューに応じたことがありません。そこで、「ONE PIECE」(ワンピース)に最も影響を与えたものは**黒澤明監督の「七人の侍」**であるとしています。黒澤明、恐るべし、スターウォーズも同様です。

これほどのメガヒット「ONE PIECE」(ワンピース)。話の内容はとてもシンプルです。舞台は16世紀~17世紀の「大航海時代」を思わせます。主人公は少年ルフィ。体がゴムのように自在に伸び縮みする特殊能力を持った彼が仲間を次第に増やしなが**ら「世界一の海賊になる!**」ために世界中を冒険して回ります。

クローズアップ現代では、今、なぜこの作品がこれほどのメガヒットになったのかを解析しようとしていました。もちろん一回視聴しただけなので正確にすべてを再現できるわけではないのですが、ちょっとまとめてみます。

- 1、単行本の売れ行きのうち9割は大人である（これには異論があります）
- 2、子供たちが読んでいるうちに一緒になって大人が夢中になってしまった
- 3、現代の無縁社会、孤立感が深まる中、仲間を信じて決して裏切らないストーリーが受けたと、分析をしています。NHKさん「無縁社会」がお好きなようですね。ま、確かにそういう世の中に向かっていくことは確かなようです。

「無縁社会の中で孤立感を深める現実、その一方で、本音を語り合える仲間たちとの深い絆をマンガに求め涙しながら共感する。ワンピース現象はこうした矛盾した社会を浮き彫りにした」。

ちょっと反論（笑）、「まず購入者の90%が大人」と言うのはやや無理があります。

～18歳 12%、19～29歳 43%、30～49歳 32%、50歳以上 13%

ま、確かに20歳以上を大人と呼べば購入者の割合は9割弱。しかしこのマンガ1997年に開始されています。すでに14年目。現在29歳の方が15歳のときから始まっているのです。そういう意味では子供からの連続を含めると子供が55%、大人が45%と考えるべきだと思います。それにしても30歳以上の大人が約半分。これは大きいし一番びっくりしなければならないのは50代以上が1割以上いることです。

DIMSDRIVEというインターネットの調査会社が面白い調査を発表しています。「あなたにとって泣けるマンガとは？」http://www.dims.ne.jp/rankingresearch/101_150/138/001.html

					20	20	30	30	40	40	50	50
1	ONE PIECE	350	1	1	1	1	1	1	1	7	5	
2	SLAMDUNK	185	4	4	2	3	2					
3		181	3	5	6	8	3	5	2	6	4	7
4		139	2				5		1	8	2	5
5		138		2				4		2	10	1
6		131		3				2	8	3		4
7		109	7				7	9	3	10	7	5
8		107		8				9	9	1		7
9		105		7				3	10	4		
10		95	8		3		5					
11		92		6		2						
12	NANA	92		9	5	4						
13		85	5		9		4	6	6		4	
14		84		10	6	5						
15		74	6						4		1	2

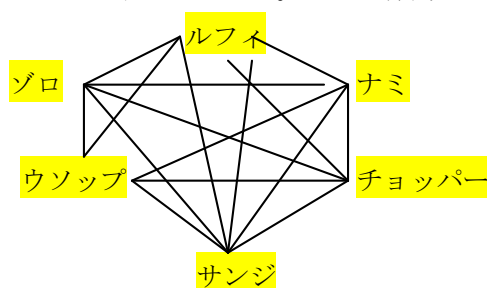
これを見ると、「ONE PIECE」（ワンピース）がダントツであるということがわかります。2位の「SLUM DUNK」の二倍近い得票数。20代、30代では男女を通じてトップです。男女を問わない。これが「ONE PIECE」（ワンピース）の魅力の一つだと言えます。年代別に見る

と 30 代までと 40 代からに大きく二つに勢力が分かれています。40 代、50 代女性といえば「ベルバラ」ですよ^^。40 代、50 代の男性は「巨人の星」と「明日のジョー」で決まりです。

さて「ONE PIECE」(ワンピース)に戻りましょう。

キャラクターが非常にユニーク。主人公のルフィは年齢不詳ながら、昭和の腕白小僧を髭髷させるところがあります。特殊能力を使った戦闘能力は大航海時代では大きな武器です。YouTube で第一回の放映(アニメ)を見ましたが、目標もシンプル「**おれは世界一の海賊になる!**」理由も何にもない(笑)。とにかくなる。連載から 14 年経っていますが、毎回繰り返されるフレーズは全く同じ「おれは世界一の海賊になる!」。

サブキャラクター陣もなかなか魅力的です。だんだん仲間を増やすのですが、一端仲間「**麦わらの一味**」に入れば、とことん信じあい、絆を深めていきます。どんなことがあっても決して裏切らない、そんな仲間。対等で本音でしゃべる。このマンガには独り言や、頭の中での考えは一切ない。考えたことはすべてセリフ。こんな仲間がいたら良いでしょうね。



この関係が非常に強固であって、一切裏切りがない。また、一時的に離れたとしても最終的には戻ってくる。ちょっと絵が下手ですが、**ダイヤモンドの絆**です。

また、ルフィはシンプルですが、主人公以外のキャラクターは何らかの劣等感や心の傷を持っています。それはなにかにつけて物語の中に出現し本人たちを苦しめます。しかし、最終的にはル



フィの「**ごちゃごちゃ言ってないで、世界一の海賊になろうぜ**」というセリフに帰ってくるのです。

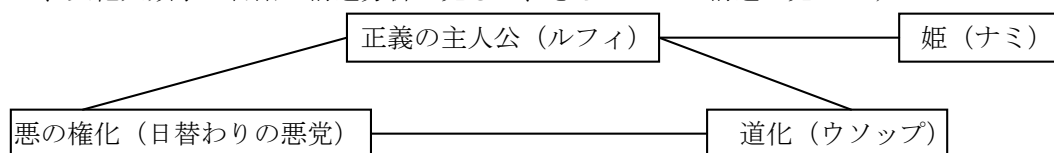
精神的に帰る場所がない。コミュニティと言うものがどんどん小さくなっていく現代。ここにクローズアップ現代が注目したのだと思います。30 分の番組のほとんどを社会背景から説き起こそうとしていました。まあ、こういう世の中だから、と見ていましたが、それだけでこのメガヒットを解説するのは不可能でしょう。話としてとても面白いんです。若者版「水戸黄門」と考え

でも良いかもしれません。「由美かおる」さんの代わりにはグラマーなナミがいます（笑）。
ロングセラーはある意味、「繰り返し」「予定調和」「お約束」なのです。

ここでちょっといたずらをしてみたいのですが、「もしドラ ワンピース版」(笑)。

- ・ 主人公「ルフィ」には明確なリーダーシップがあります
- ・ 彼らには明確な目標があります「世界一の海賊になる」
- ・ 彼らはそれぞれスペシャリティがあり、権限委譲をされています
- ・ お互いを信頼しあい、決して裏切らない強固な絆があります。

また、文化人類学の物語の構造分析で見ると、きちんとした構造が見えます



さらに、彼らのマンガに接し、アニメを見てこれと似た CF があるように感じたのです。
それは「アサヒスーパードライ！」

「イメージ編」と「品質編」がありますが、「イメージ編」です。

- ・ 男性
- ・ ビジネス
- ・ 仲間
- ・ 戦う
- ・ 勝利
- ・ 乾杯

スーパードライのCMはほぼこのパターンを踏襲しています。

それは飲んでもらいたい若手ビジネスマンにターゲットを絞ったからです。



さて、「ONE PIECE」(ワンピース)を見てきましたが、いかがでしたか？私はマンガの読者ではないので異論もあると思います。どしどしお寄せください。お煎餅はもう出ませんが(笑)。偉大なるマンネリはロングセラーの条件ともいえるでしょう。大抵の場合当事者が一番に飽きま
す。だから、CMや商品をいじる。結果はうまくいかない場合が多い。

次回は3月上旬。引越し準備に追われているでしょう。新天地での展開もお楽しみに。

株式会社アール・リサーチ 代表 柳本信一

Tel 047-342-3181 mobile 090-7428-8999 mail: ryubon@kkd.biglobe.ne.jp

ブログ、ほぼ(笑)毎日更新しています→<http://rresearch.blog103.fc2.com>

結構お仕事暇です(T_T)。一声かけてくださるととてもうれしい! m(_)_m。