コピーされる「日本」

アジアの海賊版から

＜3＞

山田　奨治

加速化

昨年十月初めに、香港の秋葉原ともいえる旺角（モンコック）を歩いた。オタクが集まるビルのエスカレーターの脇で、海賊版のDVDが売られていた。

日本のアニメやドラマがいくつかあったが、そのなかにドラマ版「電車男」の海賊版DVDが目にとまった。パッケージは、美しいが妙だった。上半分はドラマ版の伊藤美咲と伊藤淳史なのだが、下半分は映画版の中谷美紀と山田孝之がデザインされている。

ちょうど香港では、その日から二日後が映画版「電車男」の公開日だった。パッケージの下半分と同じ図柄のポスターが、地下鉄のホームなどに、たくさんはり出されていた。あきらかに映画のポスターに便乗したパッケージデザインだ。現地の事情に精通した者でないとできないことだ。

「電車男」に目が止まったわけは、パッケージだけではない。ドラマ「電車男」の最終回放映は、ほんの十一日前のことだったからだ。手持ちのパソコンで中身をチェックした。最終回まで入っている。中国語の字幕が入っていて、どうやら台湾製だ。

放映直後に流通、人気の証

動画データの作成日は最終回放映の翌日だった。わずか一日で中国語の字幕入りマスターが完成し、おそらく台湾で量産され、美しいパッケージがつけられ、短期間で香港のマーケットで売られたことになる。じつに、驚くべきスピードというしかない。

日本でドラマ「電車男」の正規版DVDが発売されたのは、十二月二十二日だ。香港の海賊版は約千八百円だったが、日本の正規版は、定価で二万五千円にもなる。ずいぶん値段が違うが、それに見合うほど正規版の画質が良いとは思えない。

もちろん外国語に翻訳もされていない。おそらく、正規版をアジアで売るつもりもないだろう。

正規版と海賊版、どちらが消費者によいサービスをしているか、火をみるよりもあきらかだ。少しくらいの「特典映像」をつけたからといって、この差は埋められない。消費者サービスの点では、正規版は海賊版に完敗している。

ドラマの放送終了からDVDを量産し、台湾から香港へと国際流通に載せるのは十日もあればできることを、海賊版は立証している。製品化が遅く、値段が高く、海外販売もしない日本の業界が、彼らの不正をどれほど非難できるだろうか。

日本の対策は、はっきりしている。海賊版で人気が確かめられたコンテンツを集中的に取り締まり、正規版に置き換えて、その収益を日本に還流させることだ。

日本の権利者は表立っていわないが、海賊版をこのようにマーケット・リサーチとして「活用」することが、すでにビジネスモデルになっている。ドラマだけでなく、アニメ、マンガ、音楽、すべて海賊版の出回り具合が人気の指標になる。海賊版も出ていない商品は、正規版を出しても売れないのだ。

海賊版をただ非難するだけでは、文化のダイナミズムを読み解くことはできない。

（国際日本文化研究センター助教授）

香港にあった映画「電車男」の広告