

『鬼滅の刃』大ヒットの「わからなさ」

渡邊大輔／『Real Sound』2020年10月25日

<https://realsound.jp/movie/2020/10/post-642853.html>

(省略や修正を加えた)

10月16日公開のアニメーション映画『劇場版「鬼滅の刃」無限列車編』がもはや社会現象と呼べるほどの記録的大ヒットとなっている。公開3日間での興行収入は史上最高の46億円を突破した。この勢いは、4年前に興行収入250億3000万円を記録し邦画歴代2位のヒットとなった新海誠監督『君の名は。』(2016年)、さらにはもしかすると、19年間破られていない日本映画史上最高の興行収入308億円という宮崎駿監督『千と千尋の神隠し』(2001年)の持つバケモノ級の記録を抜くことも不可能ではなくなっている。

[中略]

『鬼滅の刃』や今回の劇場版『無限列車編』が、いったいなぜここまでの大ヒットにいたったのか。ぼくは映画批評やアニメ論を専門としているが、それでもその理由は「わからない」というのが率直なところだ。[中略]

作品自体はジャンプマンガの「優等生」

そもそもぼくの眼から見た『鬼滅の刃』の感想は、率直に言えば「ジャンプの王道マンガの上手なパッチワーク」というものである。[中略]

物語の設定やキャラクターのデザイン、あるいは名称や作画のディテールは、以前に『週刊少年ジャンプ』の名作のどこかで見た記憶のあるような要素が多い。一例を挙げれば、「十二鬼月」という名称、あるいは鬼殺隊の「柱」と「十二鬼月」という対立構図は、和月伸宏『るろうに剣心』(1994年～1999年)の剣心一派と「十本刀」、藤崎竜『封神演義』(1996年～2000年)の「崑崙十二仙」と「十天君」、そして久保帯人『BLEACH』(2001年～2016年)の「護廷十三隊」と「十刃」……などなどのテンプレ化した同種の無数の先行例が脳裏に浮かんでくる。[中略]『鬼滅の刃』の「王道感」溢れる世界観と物語展開が、むしろ

現在の小中学生の眼に新鮮に映るだろうことはわからなくはない。

しかし、王道路線のマンガは他にいくらでもあった。王道路線というだけでは、その中で『鬼滅の刃』だけがここまでの記録的大ヒットに結びついた理由は説明できないだろう。

『鬼滅の刃』批評の難しさ

かつての映画批評や文芸批評では、作品に「時代的な意味」を見出すという手法がよく用いられた。『鬼滅の刃』であれば、平成から令和への元号の端境期と作品世界との連動に注目する、といったものになるだろうか。[中略]

『鬼滅の刃』は大正時代を舞台にした鬼が登場する「偽史」として、一種の「伝奇ロマン」の趣向も含んでいる。実際に近代日本の大衆的な伝奇小説はまさにその大正期に華開いたのだった。またその後、伝奇ロマンは昭和末期の1980年代にふたたび一大ブームを迎えるが、その旗手のひとりでもあった笠井潔がかつてライトノベル『空の境界』(2001年)をめぐる論じたように、伝奇ロマンというジャンルは天皇制との時代的な緊張関係(改元)のうちに書かれ、読まれていたといえる。つまり、新たな近代伝奇の起源の時代(大正)を舞台にし、21世紀に現代的な伝奇ロマンとして描かれた『鬼滅の刃』が、この令和への改元の時期に大きな支持をえたのはまさしく必然だったのだ……。

このような作品と時代とのこじつけは、いくらでもみつかる。しかし、そうしたこじつけをいくら並べてみても、『鬼滅の刃』だけが突出した大ヒットを記録した理由の説明にはならないだろう。ヒットの要因は、作品の内部ではなく、外部にあるように思われるのだ。

SNSと映画興行の関係性

ぼくがここ1週間ほどの『鬼滅』の常識破りの興行的快進撃を眺めていてあらためて思い出したのは、過去のやはり同じような2本の映画の大ヒットぶりである。ひとつは、2014年の日本国内でのディズニータ

アニメ『アナと雪の女王』（2013年）の大ヒットであり、もうひとつは、2019年の『アベンジャーズ／エンドゲーム』の世界的な大ヒットである。

『アナ雪』では、動画サイトやSNSに、関連するネタや二次創作的なコンテンツが自生的に増殖し、それらのロコミや関連動画などが次々と拡散していくことで、従来の映画興行ではありえないほどの短期間で爆発的な動員を可能にしていた。[中略]

こうした現象は、昨年の『アベンジャーズ／エンドゲーム』においても正確に反復されていた。SNSで話題になる。話題に遅れないよう映画館に見に行く人が出てくる。さらにSNSで話題になる。さらに映画館に見に行く人が増える。この繰り返りで、『アベンジャーズ／エンドゲーム』は、瞬く間に全世界で約28億ドルの興行収入を稼ぎ出した。[中略]

そして、まさにいま、このコラムを書いている瞬間にも、『鬼滅の刃』についてつぶやいたぼくの何気ないツイートが、とくに意味もなくバズっている。現代の映画興行をひっぱるSNSでのTwitterの「バズリ」

（アテンション）は、このように脊髓反射的で情動的、そして投機的（タイミングがたまたま良ければバズる）である。

今回の『鬼滅の刃』の大ヒットも、おそらくはたまたまSNSでバズったことがきっかけで起きたのであろう。ヒットの理由はSNS、つまり作品の外部にある。作品の内容自体を掘り下げていっても、ヒットの理由はみつからないだろう。

フラット化するメガヒットの構造

この点が、20世紀までの大ヒット映画、たとえば『ジュラシック・パーク』（1993年）や『タイタニック』、そして『千と千尋の神隠し』などと、SNS登場以降の21世紀の映画、たとえば『アナ雪』や『アベンジャーズ／エンドゲーム』、そして『鬼滅の刃』との決定的な違いである。

スピルバーグや宮崎駿には、替えがたい作家的個性があり、それが彼らの興行的な成功とも必然的に結びついてきた。したがって、作家・作品を批評することとその興行的な成功の理由（意味）とを重ねあわせて

考えることが自然に繋がる感触があった（たとえば、『千と千尋』で宮崎が「カオナシ」に込めた意図から時代の要請を解釈してヒットの構造を説明するなど）。いいかえれば、かつてだったら作品にヒットの理由（解釈）を読み込みうるような意味の「起伏」が存在した。

しかし『アナ雪』や『アベンジャーズ』、そして『鬼滅の刃』に、そのような作品批評のとっかかりを見つけることは難しい。作品の内部には、ヒットにつながる要因がみつからないのだ。

ヒットの要因は、先ほども述べたように作品の外部、SNSでの「バズリ」にある。しかし、これも先ほど述べたように、SNSの「バズリ」はきわめて投機的である。タイミングがたまたま良かったのでバズった、とはいうものの、そのタイミングとは何だったのか、バズった後での後付けの説明しかできない。最終的には、ヒットしたからヒットしたのだ、としか言えないようなトートロジーに絡めとられてしまうのだ。

いや、言い方を代えれば、今日のメガヒット作品の条件とは、むしろそうした過剰な「意味づけ」（深さ）こそを受け付けない、あらゆる「投機」のチャンスに開かれた「フラットさ」にあるのかもしれない。

映画『鬼滅の刃』が、なぜこれほどまでの爆発的な大ヒットとなったのか、結局のところはぼくには「わからない」。ただ、21世紀カルチャーのヒットの動向を俯瞰したとき、その「わからなさ」がひるがえって『鬼滅の刃』ヒットの重要な部分を担っていることは確かなように思える。