

映画を生む小説の特徴

抄 録

身の回りで映画化する小説を多数見かけたことで、小説が映画化する理由について疑問を抱き、映画化する小説の特徴に興味を持ったため研究テーマとした。本研究は映画化する小説の特徴を明らかにすることが目的である。調査方法は、文献やウェブ調査、出版社の方へのインタビューを行うことである。これらの調査から、映画化する小説には『刺激的』で『推理的要素』が入っており、『感動』し『長く愛される』という特徴があることが分かった。

キーワード：映画化，小説，出版社

1. はじめに

1.1 研究動機

最近、私の知っている小説で映画化するものを、『響け！ユーホニアム』をはじめ多数見かけた。もとより本が好きだった私はその時から、なぜ小説が映画化されるのかという疑問を持つようになった。しかし、このような疑問に対する先行研究は非常に少なく、関連としては大西（2006）や山中（2012）が挙げられるものの私の知りたい内容を見つけ出すことはできなかった。そこで、小説が映画化される理由や、映画化される小説の共通点などを知ることによって『映画化される小説の特徴』について明らかにしたいと思い、研究テーマに設定した。

1.2 研究目的

小説を映画化することで、小説の知名度が上がり、なおかつヒットすれば『原作を読みたい』と考えるファンも出てくるとされる。また、映画化する小説とは面白いものや、感動するもの、人気があるものであると推測される。そこで本研究では、小説が映画化される理由や、映画化される小説の共通点などを調べることによって映画化される小説の特徴を明らかにする。

2. 研究方法

2.1 調査対象

今回研究対象とする小説、及び映画は以下のとおりである。

- ① 2015年1月～2016年9月の期間中に公開された映画のうち、小説を原作としている作品及びその原作小説
- ② ①以外の監督インタビューなど、研究資料の見つかった映画及び原作小説

2.2 調査方法

調査対象の小説の内容などを出版社ホームページなどで調べ、資料を集め分析する。これは、柴田（2012）の方法を参考にした。加えて文献調査をしたり、出版社の方にインタビューを行ったりした。なお、今回インタビューを依頼した出版社5社の内、御回答を下さったのは新潮社、集英社の二社である。

3. 研究結果

3.1 映画化された理由

3.1.1 ストーリー

ストーリーについては、対象期間①を調べたところミステリーやホラー、サスペンスなどストーリーの中に刺激を持つものが多かった。大半のものに共通していたこととして、感動で終わるということも挙げられる。また、インタビュー結果としてジャンルごとに傾向は違うとの事だった。全体の傾向としては、役者が栄えるストーリーという点が共通した傾向であると言える（新潮社の御回答）。

3.1.2 売り上げ

売り上げが高いほど、映画化されやすくなる。よく売れた分、その小説は書名が知られ、知名度が高まるため、映画化されやすくなるのだ。映画のタイトルと書名が一致している場合、その本を読んでいる人が顧客として考えられ、その数が多いほど映画が当たりやすと考えられるからである。また、単行本で数万部以上、文庫では20万部以上売れたものは映画化されやすい傾向にあることも分かった（新潮社の御回答）。

3.1.3 賞受賞作

賞を受賞することで、その小説は知名度が上がる。特に『直木賞』『本屋大賞』『このミステリーがすごい1位』これらの賞を取ると、その本は猛然と売れ始めるそう（新潮社の御回答）。そのため、売り上げ上昇につながり、3.1.2につながるといえる。

3.1.4 映画監督や映画プロデューサーの熱意

極まれなケースとして、映画監督や映画プロデューサーの熱意だけで、またはそれに何らかの追い風が加わって映画化されることもあるようだ。しかし、この場合単館上映や全国20巻程度の小規模な上映となってしまう（新潮社の御回答）。

3.2 小説が映画化する確立

3.2.1 新潮社の出版小説数と映画化小説数

今回時間の都合により、調査対象①が2016年9月までとなってしまったため少し誤差が生じるが、そのまま計算を行う。新潮社で2015年1月～2016年12月に出版された小説の冊数は267冊という御回答をいただいた。調査対象①内で新潮社の小説は6冊ある。これを比べると6冊：267冊となり、計算すると新潮社では小説約44冊に1冊映画化しているといえる。

3.2.2 出版社別の映画化確立

今回調査した中で、新潮社以外の出版社において調査対象①と同時期間の小説出版冊数を調べることができなかつたため、調査対象①の中のそれぞれの出版社の小説の数を比べた。以下が一覧である。冊数が多い順に並べた。(表1)

表1 出版社別の映画化小説数

順位	出版社名	冊数	順位	出版社名	冊数
1位	文藝春秋	11冊	6位	幻冬舎	3冊
2位	講談社	8冊	6位	ポプラ社	3冊
2位	KADOKAWA	8冊	8位	集英社	2冊
4位	新潮社	6冊	8位	光文社	2冊
4位	小学館	6冊			

以下、10社が1冊で同率10位であった。

3.3 小説が映画化される条件

3.3.1 映画化されにくい小説

映画化されにくい小説として、映画化するにあたって予算がかかりすぎる作品が挙げられる。即ち主要登場人物が多すぎる作品、全世界のあちこちが舞台である作品、リアルな市街や巨大なダムが崩壊する場面がある作品等である。また、主演の俳優に適任者が見当たらない作品や、あまり知られていない作品も同様である(新潮社の御回答)。

3.2.2 映画化されやすいジャンル

映画館に人を呼べる人気者、即ち人気のアイドルなどを主演とすると映画は当たりやすい。アイドルは若い方が多いため、自然に『学園もの』『青春もの』『女兄弟もの』などがよく映画化されることになる。アイドル以外にも、映画館に人をあつめる力のある人気俳優を主演にする映画も当たりやすいため、そういう役者をイメージしてそれに合う作品を映画会社は選んでいる傾向にあるようだ(新潮社の御回答)。また、調査対象①のジャンルを調べたところ、以下のような傾向があった。(表2)

表2 ジャンル別の映画化小説数

ジャンル	冊数	ジャンル	冊数
推理もの	12冊	考えさせるもの	6冊
サスペンス	6冊	ホラー	5冊
青春もの	6冊	恋愛もの	4冊
実話	6冊		

(上位7ジャンルのみ掲載)

インタビュー結果で得られた『青春もの』に比べ、実際は圧倒的に推理ものが多かった。『考えさせるもの』はどこかに重いテーマを置いたものであったが、本研究で調査した小説のあらずじで、『謎』と呼べるものが登場するものが多くみられた事から、『推理もの』と

いうより『推理的要素』が入っているものと考えられる。

3.2.3 内容の素晴らしさ

その時点で小説が売れていなくても、内容があまりに素晴らしい場合、映画監督や映画プロデューサーが困難と知りながら映画にこぎつけるそうだ。その例として、『泥の河』『死の棘』が挙げられる（新潮社の御回答）。また、その時点で小説が売れていなくても映画化した作品として、海外の作品だが『The Curious Case of Benjamin Button』（邦題：『ベンジャミン・バトン 数奇な人生』）が挙げられる。山中（2012）によると、原作から基本的な主題を変えることなく、メインストーリーを空虚なものから愛と感動のドラマに変換したことが、観客を感動の渦に引き込むことに成功した理由と述べられている。このことは裏を返せば、いかにほかの映画化理由に当てはまっていなくとも、内容が素晴らしければ映画化される可能性がある、とも言える。このことから、小説の映画化にあたって内容がいかに重要かが読み取れる。

3.4 ノベライズ版との違い

映画から小説に書き下ろされたものをノベライズ版という。このノベライズ版と、映画の原作小説を3つの観点において比べた（表3）。

表3 原作小説とノベライズ版の違い

	原作小説	ノベライズ版
小説の売り上げ	多い	少ない
長く愛されるもの	長い	短い
映画とのズレの大きさ	大きい	小さい

以上のようなことが分かった（新潮社の御回答）。『長く愛されるもの』という観点でノベライズ版が原作小説に比べ短いという結果になった理由の一つとして、ノベライズ版が映画のパンフレットの的な位置づけの商品であることが挙げられる。また、映画とのズレの大きさについては、大西（2006）、平岡（2015）において述べられている。小説が映画化されたものは自分のイメージとズレが生じることが多い、そのズレが嫌でその映画を見ない人がいる、という旨の記述である。このことから、ノベライズ版と原作小説には大きな違いがあるといえる。そして、原作小説の売り上げは高く、長く愛される内容である事、映画化する際精密に原作を映像化することはできない事が特徴として分かる。

3.5 映画化される経緯

小説が映画化される経緯として多いパターンは、映画制作側、プロデューサーや監督から出版社に依頼が来て、映画化が進んでいくというものである。出版社から映画化を進めることはあまりないようだ。まれに映画化するための小説を小説家の方に依頼する場合も他社ではあるそうだが、集英社では行われていないそうだ（集英社の御回答）。また、調査対象②の監督インタビューで映画化された経緯を調べたところ、以下のような結果になった（表4）。

表4 映画化される経緯（監督インタビューより）

映画名	映画化される経緯をまとめたもの	出典
魔女の宅急便	ある企画会社がヤマト運輸とのタイアップを初めから考えて、広告代理店の電通を通じて持ち込まれた	スタジオジブリ作品関連資料集Ⅲ P34より
ちょっと今から仕事やめてくる	最初はシナリオのみを引き受ける予定だったが、伝えたいことがあり映画を作った	JmovieMagazine Vol.23 p24, 25より
サクラダリセット	実写映画の依頼が来た、ライトノベルはアニメーションやCGが適していると思っていた	JmovieMagazine Vol.23 p91, より
十字架	本屋で見つけた、自分が読んで泣いたため映画化したら他にも泣く人がいるのではと思って映画化	実在の人物を描き続けてきた五十嵐匠がノンフィクション映画で実現したリアルとは

『映画を知るための教科書1912~1979』斎藤守彦には、時代とともに企画は外部や関連会社から持ち込まれるものに変化していったことが書かれている。このことから、映画化する経緯として映画制作側から進めることが多いといえ、その場合監督本人から直接ではなく、他の機関が間に入ることが多いといえる。

4. 考 察

5つの項目一つ一つで考えられることを述べる。一つ目の『映画化された理由』からはストーリーが刺激的で感動するものであること、その小説の知名度が高いことが理由として考えられる。二つ目の『映画化する確率』からは約44冊に1冊が映画化されていること、文芸春秋の小説が映画化しやすいことといえるだろう。三つ目の『映画化する条件』からは、予算がかかりすぎないこと、推理的要素が入っていること、内容が素晴らしいことが挙げられる。四つ目の『ノベライズ版との違い』からは、原作小説は売り上げが高く、長く愛されるものと読み取れる。五つ目の『映画化される経緯』からは、映画化は映画制作側から進めることが多く、外部会社が間に入ることが多いと思われる。これらの5つの観点から分かることを総合して考えると、映画化される小説の特徴は『刺激的』で『推理的要素』が入っており、『感動』し『長く愛され』、『知名度の高い』素晴らしい内容であることと言える。

また、本研究で調査を進めるうちに分かったことがある。小説を映画へ変化させるそもそもの理由である。それは、小説の知名度を利用することで映画の売り上げをあげ、収入を増やすことだ。『映画を知るための教科書1912~1979』斎藤守彦によると、映画の黄金時代と呼ばれた1950年代、観客はスターを見る事を目的に映画を見ていた。しかし、家庭にテレビが普及したことで観客数が減り、再び観客を集めるために小説の映画化に乗り出したようだ。これからも、テレビの普及率は上がり、技術も進化していくと思われる。それに伴い、映画化する小説も増えていくだろう。しかし、必ずしも映画化がよいこととは限らない。生じるズレから原作ファンがよい思いをしない場合もある。小説ならではの魅

力、例えば情景描写などを好む読者からしたら、映画化した際不満を感じる場合もあるのではないだろうか。『映画を知るための教科書1912～1979』斎藤守彦においては、安易に「観客に受ける要素」だけを羅列しただけの作品は観客の感情、感性や知性に訴えるものにはならないと述べられている。このようなことを踏まえると、小説の映画化が本来の小説の魅力においていかなるものなのか、今後考える必要がある。

5. 結 論

本研究において、映画化する小説の特徴は『刺激的で推理的要素が入っており、感動し長く愛され、知名度が高い』というものだという研究結果が得られた。しかし、課題もある。一つ目の課題は、今回時間の都合で省略した部分、調査対象①の当初予定していた2016年10月～2016年12月に映画化された小説についてと、新潮社の方のアドバイスによる、2000年1月～2001年12月に出版された小説数と現在までに映画化された数の比率についての研究を完成させることである。二つ目の課題は、出版社による映画化数の違いの理由が明らかにできていないことである。最後に三つ目の課題は、研究途中で生まれた疑問だが、小説とノベライズ版の細かな伏線の重さの違いについてである。この三つの課題を今後解決していきたい。また、将来自分が小説関係の仕事に就くことができれば、小説家の方にこの研究結果を伝えていければと思う。そして、私が小説家になることができれば、本研究を役立て、読者に愛される物語を紡いでいきたい。

参考文献

- 大西舞（2006）『映画が人に与える影響—女子大学生を対象とした面接調査—』
斎藤守彦（2016）『映画を知るための教科書1912～1979』株式会社洋泉社
柴田真希（2012）『本屋大賞受賞の研究』
鈴木敏夫（1996）『スタジオジブリ作品関連資料集Ⅲ』株式会社徳間書店
瀬戸秀一（2017）『パーフェクトメモリワールJmovieMagazine Vol.23』株式会社徳間書店
原口正宏（1996）『ARCHIVES OF STUDIO GHIBLI Vol.23』株式会社リイド社
平岡聡（2015）『あゆーす 私が本を読む理由』
山中祐子（2012）『The Curious Case of Benjamin Buttonの原作とその映画化作品における象徴技法について』
「実在の人物を描き続けてきた五十嵐匠がノンフィクション映画で実現したリアルとは」
〈<http://chubu.pia.co.jp/interview/cinema/2016-02/jyujika.html>〉（2017年6月23日検索）

インタビュー

株式会社新潮社

株式会社集英社 広報担当の方