

no.02

name: **Asma**

qualification:

復興美工 → 東立出版社 → 東京拓殖大學外國人別科 → 東京武藏野美術大學 → 影像製作公司上班 → 編輯事務所工作

experience: 六年級前段班，退伍後在東立出版社擔任漫畫編輯，工作幾年後赴日念書，東京武藏野美術大學畢業後，定居日本，在編輯事務所工作。

about me:

前進東京學動漫



東京是動漫迷心中的聖地，
也是我喜歡日本的原點；
然而不僅如此，日本民族性中的體貼與善意，
才是我決定留在日本生活的主因……

口述＝Asma 採訪・撰文＝侯念宗 照片提供＝Asma

>

我從學生時代開始就很喜歡漫畫、動畫、遊戲，這些都是日本的強項，我會特別蒐集像是《New Type》、《Animage》之類日本進口的動畫雜誌，還有盜版的日本動漫錄影帶，對那時的我來說，東京是類似聖地的地方。

因此退伍沒幾天，我就跑去日本玩了五個星期，把當兵兩年的積蓄花得乾乾淨淨，還欠了家裡一大筆錢。那幾個星期我跑遍日本的Book-off、K-Books這類二手書店，卯起來買，整套整套的搬，尤其是書店中的「百元專區」，雖然書況比較差，但對我而言卻是便宜到不可思議的「原版書」；還有像是DVD、CD、遊戲等二手貨，都非常廉價。我就這樣從東京買到關西，再從關西買回東京，東西帶不走就寄海運，總共寄了七、八箱吧！

我在日本如魚得水、玩得開心，不僅是因為那些便宜的漫畫、影音產品，而是日本的社會性跟我的性格有投合的部分，日本人的民族性中有一種讓我覺得很舒適的距離感與善意。他們不會故意裝熟，但也不會過分冷漠，並且時常抱著體貼他人的善意：「我今天要怎麼對你，會令你感到舒適與順意？」

例如有次我到銀座的文具店「ITOYA」採購，我買的東西又多又重，店員怕大紙袋破掉，特別幫我套了兩層；店員又怕我提這麼重的紙袋手會很痛，細心地在紙袋的把手上包了厚厚一層泡泡紙，這樣的體貼與善意讓我感動了好久。

我也曾經幫朋友到日本的書店買書，那是一間好幾層樓的大書店，我在一樓櫃台交給店員書單，店員馬上打電話到每一層樓詢問，然後由各層樓的負責人找書，一陣子之後，他們就把所有的書整理好交給我，在日本的消費經驗大多都讓人很開心。

武藏野美術大學再進修

復興美工畢業、當兵退伍後，我本來想做廣告，卻因緣際會到東立出版社擔任編輯的工作，工作幾年之後，我一直在想自己還能做些什麼？我覺得自己缺乏很多東西，想要再進修，再加上我對日本的印象一直很好，所以決定去日本唸書。

我剛到日本時，先在東京拓殖大學的「外國人別科」唸了一年書，之後再報考正式的大學。當時我的第一志願是東京武藏野美術大學的視覺傳達設計系，之後也順

利錄取；四年讀下來，我發現日本大學的教育重心並不是教技術，也不是教學生該怎麼設計，而是指導學生發掘、製作自己想要表達的型態；可以說技術性質的教育在武藏野裡所佔得比率是非常低的。

我記得入學考的術科考試之一，是給考生一片像鏡子一樣光滑的軟塑膠板，考生得自由改變塑膠板的形狀，並以「那塊塑膠板所呈現的型態」作為主題，在一張白紙上自由發揮做畫。其實那個東西我並沒有畫完，入學後我問教授，為什麼畫不完還能合格？教授回答：「畫得好不好當然是重點，不過能否從學生的作品中感受到他在創作的過程樂在其中，也是我們挑選學生的考量之一」，我想這是日本美術大學教育裡的重要的關鍵。

日本工作甘苦談

畢業之後，我決定留在日本工作、生活；我在網路上尋找職缺，之後就到一家影像製作公司工作，負責製作客戶需要的影像短片。但我在那個公司待得很不自在，公司無視勞基法的休假、給薪規定，令我幾乎沒有私生活可言；而且公司前輩好像也過著差不多的日子，也就是說就算我再待三年、五年，情況也不會改變。我是因為鍾意這裡的生活所以決定留在日本，然而這樣的日子可說毫無「生活品質」，於是我決定辭職。

現在我在一家編輯事務所工作，公司主要是承接各個出版社委託編輯的案子。本來我是應徵Designer的職位，但因為公司正希望有人可以拓展華語圈的業務，所以我現在的工作內容比較集中在談版權、跟海外負責人溝通，以及其他國際型的專案。

例如今年東京電玩展舉辦第一次官方Cosplay活動，企劃由我們公司負責，其中關於外國人的部分就全交到我手上。我在東京電玩展時聯絡了很多海外人士，有協調、請託、邀請，實際見面的交流也是由我負責。我之前也說過，日本各行各業有種待人的善意，他們總是想辦法把事情做到最好，將各種服務以最理想的形式提供給你，讓你覺得很窩心，而那段期間我覺得自己也在做這樣的事情。工作結束後，來參與活動的朋友都很滿意。正面的回應不只來自華語圈，連英語圈的朋友也對我很高的評價，雖然那幾天辛苦到腳底磨出大水泡，幾乎一個禮拜沒法好好走路，但還是覺得非常值得。這樣的充實感，是我在日本社會中非常珍貴地體驗。

Life:

Asma東京生活日記

日本人在說自己家的時候，用的字眼是「自分の部屋」，意思是自己的房間。在中文的概念裡面，房間只是家的一部分，可是在日本的語境裡，「房間」就是「自己家」，我想這跟日本人居住空間的狹窄有很大的關係。

在東京的市中心，6個榻榻米大的房間加上小廚房、衛浴，每月的房租大約落在6萬到8萬日幣之間。我家空間非常小，扣掉洗衣機、爐子、洗手台、冰箱、衣櫥、廁所、浴室，能夠走動的地方大約只有3.5坪。之前住在池袋那一帶的時候，3坪的空間還要放洗衣機，而且烹調的環境也不好，只是意思一下給個爐子。

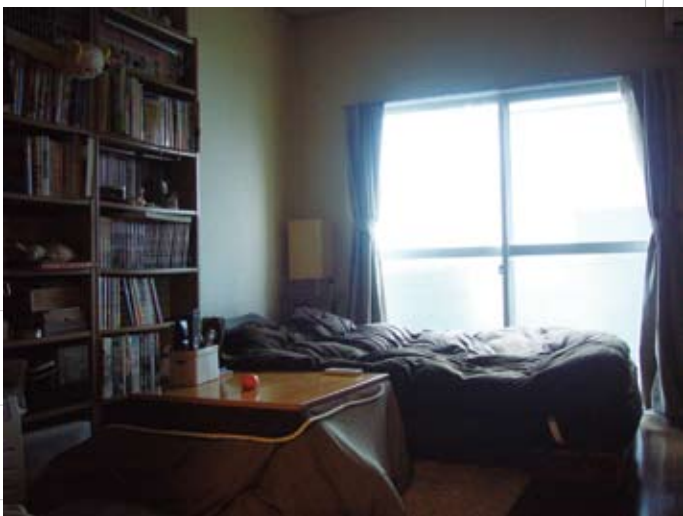


這就是我在日本住了8年多的屋子。小小一棟2層樓的木造公寓，塞了6戶像我家這樣格局的房間，一個月的租金大概可以讓我在台北縣租到兩房兩廳的新屋還有找吧。



在東京市區，最主流的通勤交通工具是電車，當然，屋子離車站愈近房價就愈貴。沒那個預算的窮老百姓，自然寧可每天花個10來分鐘騎車到最近的車站，在站旁的停車場停好了腳踏車再去擠通勤電車上班。照片中的停車場也是我每天的必經之路，從1到3樓，每個月停車費1200~2000日圓不等。

在日本，套房對於單身者來說，可說是最普遍而常見的租屋型態。當然除了這間7張榻榻米（7）大的房間以外，另有廚房與衛浴，不過平常的生活空間大概就是照片中所看得到的全部了。



除了東京靠都心的黃金地段以外，日本一般的住宅區看不到太高的建築物，3、4層樓通常也就是極限了。在這邊有個大家都很重視的權利叫做「日照權」——要是房子蓋太高，擋到別人的陽光，是有可能會被抗議甚至挨告的。也托了這個龜毛民族性的福，讓我更容易貼近在大都會沒什麼機會接觸到的天空。



no.02

距離我家走路約5分鐘腳程的公共澡堂。每天下午大概三點半左右開始燒水，這時就可以看到從煙囪看到黑黑的濃煙。在這裡洗一個澡要花420日圓，這個價錢在東京是公定價。雖然這個年代已經看不太到沒附衛浴的房子了，但在日本人的洗澡文化中，對「大浴場」還是有著一股很深的情懷。我偶爾也會來這裡享受一下大澡堂的開放感，雖然進出的大多是上了年紀的阿公阿伯，但是也總會碰到一兩組和我同世代，或是比我年紀更輕的「澡客」。



Comments:

21世紀日本動漫產業趨勢解剖

或許對國內的讀者而言，日本的優秀漫畫作品總是存在地那麼理所當然，然而自1990年代末期，日本的漫畫產業逐漸萎縮。自從90年初泡沫經濟崩壞之後，近20年來日本的經濟可說從未好轉過，「平成世代」（1989年之後出生的世代）可說自有記憶以來，就持續生活在一個景氣低迷的社會環境裡。

日本漫畫產業想要維持住原有的市場規模已是不可能的任務，漫畫雜誌的平均銷售額從1998年的3200億日圓，掉到2010年的不到2000億。在步入21世紀前，曾締造各項傳說的大作、名作連載結束之後，堪稱接班作品的數量遽減，在漫畫題材多元化的消費環境中，讀者市場已被極度細分，現今可能需費上過去數十倍的心力，才有可能創造出如《七龍珠》、《北斗神拳》等超重量級的鉅作。

對出版社來說，比起實質收益，雜誌為漫畫家提供發表空間、累積原稿，以及為作品單行本作宣傳的意義事實上更被重視。自古以來，日本漫畫的產業結構都是只要讓出版社拱上一部暢銷作，作品本身加上各項跨業界的週邊收益，就足以讓整間公司安泰好些年；因此雜誌銷售量的赤字是可以被容忍的，畢竟單行本的銷售利潤與週邊效益才是出版社的主要財源。然而長年以來的負成長，很明顯地超過了可容忍的範圍，2000年後日本漫畫雜誌休刊、停刊的消息頻頻傳出，特別是最近三年來，許多招牌老、評價高的動漫相關刊物，也在不景氣的衝擊下寫下句點。漫畫刊物的萎縮也讓新世代的創作者失去了發表空間，這樣的惡性循環使得大作、強作更加難以問世。

2010年初，iPad的誕生在日本出版界捲起了一股前所未有的電子書熱潮，所有人都在期待這波熱潮能夠挽救日本逐年下滑的出版市場；其中最頻繁地被拿出來討論的，就是電子版的日本漫畫內容。日本社會一方面以有色眼鏡歧視所謂的「動漫御宅族」，同時卻也期待「日本引以為傲的動漫文化」能開創出新的市場生機。可惜的是，日本根深蒂固的島國保守封閉文化，拖慢了數位內容產業邁向海外的腳步；過度保護傳統出版通路，以及堅持獨立封閉格式的發展方向，很明顯地為日本數位內容國際化帶來了層層阻力。目前已有幾間出版社正式開始經營海外市場的電子漫畫下載平台，電子書是否可以成為日本出版市場的救世主，或許還需要一兩年的時間才可下定論。

Asma推薦之21世紀日本10大漫畫作品

V



1

《バクマン。》

原作・大場つぐみ、作画・小畑健，集英社（《爆漫王》，東立）

《爆漫王》是日本集英社《週刊少年JUMP》上所連載的作品。大場つぐみ與小畑健這對黃金搭檔過去透過《棋靈王》，將《少年JUMP》的關鍵字「友情、努力、勝利」融入「圍棋」這個超冷門題材，讓日本圍棋界的新血瞬間爆增了好幾倍。而《死亡筆記本》則徹底利用非現實的設定，發揮超乎常人想像的邏輯理性架構能力，除了原作漫畫與動畫版的成功，電影版更創下了80億票房的驚人紀錄。這次大場與小畑所挑中的題材不是別的，正是他們活生生所正在經驗的「漫畫界」，且故事的舞台就是《少年JUMP》編輯部！作者不只用真實的漫畫產業勾勒出了一個充滿冒險與夢想的世界，隨著故事的進行，更暴露許多至今為止《少年JUMP》視為機密的編輯營運方針；不但讓讀者認識到日本商業漫畫幕後鮮為人知的一面，其大膽的爆幕尺度也跌破許多同業人士的眼鏡。這部作品最值得讚賞的部份，在於它不停試著告訴我們，身為（商業）創作者該要懷著什麼樣的心情進行創作活動。這麼說或許有些迂腐，或許這也是台灣創作者需要更進一步深思的課題也說不定。



2

《よつばと！》

あずまきよひこ，アスキー・メディアワークス（《四葉妹妹！》，台灣角川）

《四葉妹妹！》為日本「ASCII MEDIA WORKS」於《月刊Comic電撃大王》上所連載之作品。作者あずまきよひこ過去曾經以《笑園漫畫大王》一作在台灣打下相當大的知名度。《四葉妹妹！》描述一個行動力旺盛、充滿好奇心的5歲小女孩「四葉」與他父親「平凡無奇」的日常生活，透過四葉的雙眼與行動，為這個「平凡無奇」的世界帶來了新鮮的解讀空間。身為一個成年人，大家或許已不再對於日常生活感到太多驚喜，然而經由四葉所看到的世界，我們又能夠從數不盡的一成不變中重拾「第一次的感動」。作者刻意以極為嚴謹細緻的筆觸勾勒出這對父女的生活環境，實際存在的商品、店面為這部作品的舞台添增了不少寫實性；而獨樹一格的空景、運鏡以及空間質感的演出，更為《四葉妹妹！》增添視覺上的表現，有別於至今所有的漫畫生活喜劇。本作曾於2006年獲得日本「文化廳Media藝術祭」漫畫部門之優秀獎。



3

《トニーたけざきのガンダムマンガ》

トニーたけざき，角川書店（《湯尼獄崎的鋼彈漫畫》，台灣角川）

湯尼獄崎的科幻喜劇《岸和田博士科學的愛情》曾以奇想天外的創意與無厘頭的喜劇天份，在同好間獲得極高的評價。當這樣一位鬼才將他的才華徹徹底底地拿來「惡搞」鋼彈這個題材時，所引發的化學反應是非常可怕的。曾烙印在每一位鋼彈迷記憶中的名場面、名台詞，都成了湯尼筆下的搞笑工具，作品中登場的角色，也都被賦予全新、另類的演出；每一個笑點與典故都是那麼精準而貼切，讓人不得不佩服作者對原作研究之深刻。在此要強調的是，這是在角川出版社的月刊《GUNDAM A》上所連載的作品，當年負責鋼彈角色設定的巨匠安彥良和，也在這本雜誌上連載漫畫版的「一年戰爭」《機動戰士GUNDAM THE ORIGIN》。湯尼在惡搞鋼彈時同時也發揮了他卓越的作畫能力，120%重現了安彥良和的筆觸風格，不但強化了喜劇效果，說服力也大增。讀者在欣賞這部作品時可以深深體會到，作者湯尼對鋼彈的「愛」是多麼深，才有能力將這部鉅作「摧殘」得如此完美。



4

《げんしけん》

木尾士目，講談社（《現視研》，東立）

喜歡ACG的年輕人進到大學後，大都會加入如卡漫社、漫研社之類的社團，為了度過4年有意義的大學校園生活，不少大學生會在課餘時間，與志同道合的夥伴們一起嘗試業餘的創作活動。然而，若是「喜歡ACG卻沒有創造力」的年輕人，他們是如何面對這四年的新生活呢？儘管日本的ACG文化是如此發達，一般社會大眾對於這項嗜好所抱持的偏見，事實上是比台灣要嚴重許多的。當你擁有創作能力，外界至少還可以認同你「在自己喜歡的領域發展長才」的部份，但是當你光消費而不事生產時，別人就只會當你是個「缺乏社會性，無法融入大環境的御宅族」了。「現代視覚研究社」這樣一個體面社名的背後，事實上就是集合了許多這類同好的社團。他們可以為喜歡的作品徹夜長談、激辯，可以從音樂的前奏辨識出無數的動畫歌曲，其中還有社員擁有超凡的遊戲天份，在校園內締造了格鬥遊戲的不敗傳說。



5

《ラブロマ》

とよ田みのる，講談社（《來戀愛吧》，台灣東販）

戀愛作品，特別是成功的校園戀愛作品，大多以少年少女因為不成熟、害怕受傷害，以至於許多埋在內心的情感無法傳達給心儀的對象作為主要題材；這樣的模式很容易發展出「矛盾」、「誤解」、「衝突」等等戲劇性的發展，某個程度也可說是戀愛作品的王道。《來戀愛吧》卻完完全全反其道而行，故事的舞台是隨處可見的高中校園，男女主角也是最常見的設定——同班同學；不同的是作者賦予男主角一付直腸子，雖然有著高中生的青澀，但是卻絲毫不掩飾自己的心情；喜歡就說喜歡，愛就說愛，嫉妒就說嫉妒，不安就說不安。女主角則是個隨處可見的平凡的高中女生，一個17歲的少女該如何接納這樣毫不包裝掩飾的感情，就是這部作品的主軸。作者在描寫這對小情侶的故事時，徹底排除以「含蓄」所帶來的美感，而以絕對的「直率」來表達所有的情感交流，這是相當特別而且成功的嘗試。

《不思議な少年》

山下和美，講談社（《不思議少年》，尖端）

這位少年沒有名字，沒有一定的性別，沒有年齡的束縛，他在時空中穿梭，以第三者的角度觀望著人類這個「有趣」的種族。透過少年的旅程，人類橫跨數千年的歷史中不斷反覆上演的戰爭、背叛、骨肉相殘、友情、愛、探求……等戲碼，一齣一齣活生生血淋淋地呈現在我們面前。少年對人類所呈現出的種種姿態懷著高度的好奇心，許多時候少年所抱持的疑問，也是我們凡人究其一生不可解的課題。《不思議少年》最能夠觸動讀者共鳴的地方，即在於作者並沒有想要嘗試透過作品，來為這些課題找到解答。我們可以從少年眼中所呈現的世界看到人性的糾葛與矛盾，然而這無關乎善或是惡、正確或是不正確，可以確定的是，我們透過少年的旅程，能深切感受到人性中所蘊藏的「美」。值得一提的是，這部山下和美於日本《週刊MORNING》上所不定期連載的作品，自2001年發表第一回以來，至今已經過了10年，目前日本也僅出到第8集。

6



《PLUTO》

浦沢直樹，小学館（《冥王PLUTO》，東立）

從《怪物》到《20世紀少年》，浦澤洗練的筆觸與敏銳的編劇手法，早已證明了他對驚悚題材超凡的駕馭能力。這部《冥王PLUTO》，事實上是漫畫之神手塚治虫的作品《原子小金剛》中的一個篇章——「地上最大的機器人」的重製版。配合2003年原子小金剛生日（官方設定上小金剛為2003年4月7日誕生），小學館取得了手塚事務所的許可，由浦澤直樹進行改編，以全新的姿態加以二次創作。由於浦澤對原著「地上最大機器人」篇有著極深的情感，在繪製時可以說是將他漫畫創作人生所有的精華都投入了《PLUTO》這部作品。別於原作，《PLUTO》中的主角並非小金剛，而起用了原作戲份極少的德國機械警官。除了重現手塚原作的劇本主軸以外，浦澤還刻意利用故事背景，反映了連載當時伊拉克戰爭的種種荒謬，並且不時在一些不起眼的小段落，插入手塚其他作品的影子。具體表達了本作「向手塚治虫致敬」的訊息，本作得獎連連。

7



《フラワー オブ ライフ》

よしながふみ，新書館（《花漾人生》，青文）

吉永史是最近幾年我個人非常關心的一位作家。坦白說，當年《西洋骨董洋果子店》日劇、電影大紅特紅，或是時代劇《大奧》收視長紅續作不斷之時，這位原作者都沒有勾起我太大的好奇心，然而因為某個機緣巧合，接觸到這部《花漾人生》之後，才勾起我對這位吉永老師相見恨晚之憾。《花漾人生》的主角是一位因治療白血病而休學一年的高中男生，故事即在描寫這位開朗的少年，在他重回校園後如何交上好友，並和他的朋友、同學度過他平凡但是快樂的校園生活。說真的，這部作品中所登場的每一個事件、每一個意外，看在我們這些大人的眼中都是那麼微不足道，然而在微不足道的背後，這些孩子都在用他們僅有的人情世故，認真而努力在試著解決他們所遭遇的困境。「人際關係」這樣一個詞彙並不只存在於大人的世界，孩子們也有他們所必須面對的困境；我們也可以看到劇中所登場的每一個角色，都是那麼認真地在面對他們所被賦予的課題，而曾經因為重病而走過一趟鬼門關的主角，又是用什麼樣的態度在面對自己未來的人生。

8



《カブのイサキ》

芦奈野ひとし，講談社

這次介紹的10部漫畫中，《カブのイサキ》是唯一一部尚未發行中文版的作品。蘆奈野人所構築的未來世界，總與我們所熟悉的未來印象有著不小的差距：被上海海面所淹沒的街道、荒廢的都市、以及一望無際的草原……與其說是未來世界，不如說是末世景象。然而蘆奈野筆下的這片「末世」，卻總是散發著一股悠適祥和、充滿生命力的氣息。《カブのイサキ》與《橫濱購物紀行》相同，也被安排在一個這樣的世界；故事描述住在「木更津」（日本千葉縣沿海）的男主角「イサキ」（ISAKI，可譯為「伊崎」或「井崎」）與雜貨店老闆娘姊妹之間的日常生活，在這個生活圈動輒相距上百公里的未來世界，飛機成為理所當然的代步工具。イサキ三不五時駕著跟老闆娘大姐借來的小飛機「カブ」（Hyper Super Cub，1930年代的輕型飛機）四處翱翔。故事極為平淡。

9



《天体戦士サンレッド》

くぼたまこと スクウェア・エニックス（《天體戰士》，東立）

「這是一部描寫神奈川縣川崎市，正義對抗邪惡之戰的故事」。所謂的「善惡對戰」，也就是弗洛夏姆川崎支部的怪人把桑雷德約到小公園「釘孤枝」。這部作品利用日本特攝作品中「戰隊物」的設定，對日本社會種種的現象做了最大的諷刺。終日游手好閒的桑雷德正反映了日本日漸深刻的就業問題（除了景氣，年輕世代對於工作所抱的進取心也在日漸消退），「弗洛夏姆」川崎支部每個怪人的上下關係，也忠實再現了日本縱型社會的學長學弟制弊病。這部頂著戰隊大招牌惡搞的喜劇作品，其實對整個社會結構有著非常精準的觀察以及解析，我甚至可將它列入近五年最成功的喜劇作品前三名。由於本作的走紅，川崎市市公所與《天體戰士》合作無數媒體企劃，成功開拓了「川崎市」的觀光資源；而川崎市代表的職業足球隊「川崎Frontale」，更邀請「弗洛夏姆川崎支部」的幹部「班普將軍」與「戰鬥員1號」為球隊作形象代言，吸引了大量新球迷。

10

