

niponica

Découvrir le Japon
2017

no. **21**

にほにか



Reportage spécial

A l'avant-garde de l'univers pop japonais

niponica est publié en japonais et six autres langues (anglais, arabe, chinois, espagnol, français et russe) pour présenter au monde les Japonais et leur culture. Le titre *niponica* provient de "Nippon", le terme japonais désignant l'Archipel japonais.



En couverture : une illustration originale de KASICO, un artiste graphique à la pointe de la scène culturelle pop japonaise. Cette composition évoque la récurrence, la manière dont les tendances ressuscitent et perdurent. Plus de détails dans l'interview de KASICO en page 17.

Sommaire

Reportage spécial A l'avant-garde de l'univers pop japonais

- 04 ポップ POP ぽっぷ
La culture J-Pop, un lieu de rencontres
 - 08 *Kabukimono*
Des artistes JAPAN POP d'un nouveau style
 - 12 Le cosplay : un langage universel
Les cosplayers du monde entier se réunissent à Nagoya
 - 14 NOUVELLES de la technologie Pop Culture
Les technologies de pointe ouvrent de nouveaux horizons aux divertissements de prochaine génération
 - 17 COVER ARTIST KASICO INTERVIEW
De l'*ukiyo-e* au *sushi* à la RV – la pop japonaise, c'est l'endurance
 - 18 Entre réalité et fiction
Pèlerinage au cœur de l'imaginaire des fans des animes
-
- 22 Délicieux Japon : à table!
Les crêpes
 - 24 Balade au Japon
Hida Takayama
 - 28 Souvenirs du Japon
Pochi Bukuro



© Artist Room Otafuku Face / AKI KONDO



©2016 WCS



© OSAMU AKIMOTO, ATELIER BEEDAMA/SHUEISHA



©Taku Fujii



© 2016 "Your Name." Film Committee



no. 21 31 mars 2017

Publié par le Ministère des Affaires étrangères du Japon
Kasumigaseki 2-2-1, Chiyoda-ku, Tokyo 100-8919, Japon
<http://www.mofa.go.jp/>

Reportage spécial

A l'avant-garde de l'univers pop japonais

L'omniprésent univers culturel pop japonais est en constante évolution.

Le kawaii et le cool ne se contentent pas d'être uniques :
ils offrent également un aperçu des traditions et des styles japonais
et mettent le monde entier, enchanté, sous un charme qui leur est propre.

La culture J-Pop, un lieu de rencontres

Une immersion dans la culture J-Pop
dans cette rue, dans cette ville

ポップ
POP
ぽっふ

C'est comme un coffre à jouets explosant de couleurs
Ouvrons-le pour nous amuser

Vif et coloré
HARAJUKU

KAWAII

Un monstre qui avale tout
sur son passage



Le restaurant KAWAII MONSTER CAFE HARAJUKU a pour ambition de présenter au monde entier la culture kawaii de Harajuku. Dès l'entrée, la première chose que vous remarquerez est le SWEETS GO ROUND, un manège en forme de gâteau. Les MONSTER GIRLS, une troupe de jeunes femmes emblématiques du style du quartier, se feront un plaisir de vous guider à l'intérieur du restaurant. (Photo : Diamond Dining Co., Ltd.)

GRAFFITI

L'art urbain, une explosion de vie



Dans la rue
TENNOZU

ROBOTS

Un spectacle technologique clinquant et flamboyant



Déjanté
SHINJUKU

OTAFUKU

Une muse mythique qui porte bonheur



Un artiste à l'hôtel
SHIODOME

P. 6, en haut : le quartier de Tennozu Isle est un îlot cerné de canaux. Sur Bond Street, un ancien quartier d'entrepôts, l'art urbain vous accueille sous la forme de fresques murales. (Photo : Ishihara Hideki)

P.6, à gauche : au Park Hotel Tokyo dans le quartier de Shiodome, le projet Artist in Hotel, en cours actuellement, offre des chambres entièrement décorées par des artistes. (Photo : Park Hotel Tokyo © Artist Room Otafuku Face/AKI KONDO)

P.7, en haut : le Robot Restaurant, dans le quartier de Kabukicho à Shinjuku, offre un spectacle agréablement innovant et ultra-moderne avec son intéressante rencontre entre robots et humains. (Photo : Robot Restaurant)

P.7, en bas : les villes de Tokamachi et Tsunani du département de Niigata accueillent la Triennale d'Echigo-Tsumari, le plus important festival artistique international de la région. *Tsumari in Bloom* (Tsumari en fleurs) de Kusama Yayoi, artiste saluée par la critique nationale et internationale, est l'une des sculptures de l'exposition permanente et l'œuvre de plein air préférée de l'artiste elle-même. (Photo : Comité exécutif de la Triennale d'Echigo-Tsumari/photo d'Osamu Nakamura)

KUSAMA YAYOI

Le Pop Art dans le vent



Art de plein champ
ECHIGO - TSUMARI



KABUKI ZUKAN (Rouleaux peints de scènes de Kabuki) 2^{ème} rouleau (sur 2) Japon, période d'Edo, 17^{ème} siècle
La danse *kabuki odori* de l'actrice Izumo no Okuni fut un succès immédiat auprès de nombreux admirateurs, comme cette dame de cour dansant au centre de la scène décrite sur ce rouleau peint.
Musée Tokugawa © The Tokugawa Art Museum Image Archives / DNPartcom

Kabukimono

Des artistes JAPAN POP d'un nouveau style

La culture japonaise du spectacle fait montre du plus grand respect pour les traditions anciennes. Pourtant, elle a vu naître nombre d'artistes dont la vision a défié les conventions et qui, avec leur perspective unique, ont fait souffler un vent nouveau sur les arts de la scène.

Au tout début de l'ère d'Edo (1603–1867), dans la capitale, Kyoto, une actrice du nom d'Izumo no Okuni exécuta, accoutrée d'habits masculins et portant sabres longs et courts, une représentation de l'habituellement délicate danse féminine *yayako odori*. Elle était au sens littéral ce que l'on appelle un *Kabukimono*. Sa remarquable performance dans ce costume extravagant époustouffla les citoyens de Kyoto et donna naissance à cet art de la scène spécifiquement japonais connu aujourd'hui sous le nom de *Kabuki*.

Le Japon est un pays qui non seulement a vu prospérer la culture populaire lors de l'ère d'Edo, mais a également su accueillir par la suite des valeurs toutes nouvelles. Ce contexte historique est ce qui sous-tend la continuelle émergence de nouveaux genres d'artistes japonais sous les feux des projecteurs mondiaux.

Les Kabukimono en quelques mots

L'expression fait référence à une tendance ayant vu le jour à l'époque dite « Sengoku » des Provinces Combattantes jusqu'au début de l'époque d'Edo, soit de la seconde partie des années 1590 aux années 1640 et qui a connu son heure de gloire dans les grandes villes d'Edo (ancien nom de Tokyo) et de Kyoto. Ces artistes étaient des comédiens marginaux aux costumes extravagants qui défiaient les conventions. Leur approche peu conventionnelle de l'esthétique et des valeurs traditionnelles constituait une perspective novatrice qui a su trouver faveur chez les gens du peuple.



© Amuse Inc., photo : Dana Distortion

BABYMETAL

Un heavy metal puissant à la basse rugissante accompagnée par la voix claire et retentissante de SU-METAL, qui avec YUIMETAL et MOAMETAL, composent BABYMETAL, un trio connu pour des performances de danse tout aussi adorables qu'endiablées et un rythme unique. Leur fusion innovante de J-POP et de heavy metal continue à charmer les fans de pop et de metal au Japon et dans le monde entier. Leurs concerts ne font pas exception au style et à la philosophie révolutionnaire de BABYMETAL : l'esprit de *Kitsune sama*, incarnation du Dieu Renard et déité du métal, possède les artistes et leur inspire le fameux signe du renard qu'elles reproduisent avec les mains.



© Taku Fujii

Profil de BABYMETAL

Formé en 2010 par SU-METAL (centre), YUIMETAL (à g.) et MOAMETAL (à dr.), ce trio offre un style unique, fusion de chant féminin girly et de sonorités heavy metal, accompagné d'une chorégraphie – une première dans l'univers du metal – qui ne manque jamais de captiver ceux qui les voient sur scène. L'année 2014 les a vues percer grâce à leur premier album, « BABYMETAL » qui s'est placé au classement Billboard des meilleures ventes. Sorti en avril 2016, leur second album, « METAL RESISTANCE », s'est placé au Top 40 du Billboard américain, un succès connu pour la dernière fois par un artiste japonais il y a 53 ans. Le même mois, BABYMETAL s'est produit en un concert sans première partie au célèbre stade de Wembley en Angleterre, une première pour des musiciens japonais. En septembre 2016, elles ont joué en concert solo deux jours au Tokyo Dome et ont attiré 110 000 spectateurs.

WagakkiBand



© MEME TOKYO / TOY'S FACTORY

DEMPAGUMI. inc

DEMPAGUMI.inc est aussi coloré et foisonnant que le contenu d'un coffre à jouets qu'on aurait retourné par terre. Ses six membres sont, chacune dans un genre différent, des *otaku* complètes – des personnes entièrement dévouées aux mangas, animes, jeux vidéo et cosplay – qui affirment leur vision du monde sur les réseaux sociaux. Leurs spectacles, véritables arènes où la personnalité particulière et unique de chacune rivalise avec celle des autres, ainsi que leurs paroles et chorégraphies originales, incroyablement entraînantes, unissent les fans. Leur style musical, de l'electronica saturé d'un flot de paroles, est resté le même depuis leur premier album de chansons de style « Dempa ». Leurs caractéristiques scéniques incluent une musique chaotique aux changements de tempo intempestifs et des échanges où elles se donnent la réplique l'une à l'autre.

Profil de DEMPAGUMI.inc

Groupe formé par 6 jeunes femmes : Furukawa Mirin, Aizawa Risa, Yumemi Nemu, Naruse Eimi, Mogami Moga et Fujisaki Ayane. Le groupe collabore avec de nombreux créateurs, dont Tokyo Collection et le designer Mikio Sakabe. Elles sont populaires au Japon comme à l'étranger et ont participé à des événements consacrés à la mode notamment à Taipei et Jakarta. En 2013, DEMPAGUMI.inc a fait une apparition à JAPAN EXPO en France en tant que représentantes du Japon et entre avril 2014 et mars 2015, ses membres sont devenues ambassadrices de bonne volonté pour Yokohama, ville culturelle de l'Asie de l'Est 2014. Elles ont fait une tournée mondiale en 2015 et en décembre 2016 ont sorti leur premier best of, « WWDBEST~Dempa Ryoko!~ ». En janvier 2017, le groupe a fait une tournée des stades japonais : le Makuhari Event Hall, le World Hall à Kobe, et le Nippon Budokan.



© MEME TOKYO / TOY'S FACTORY

wagakki band 和楽器バンド



© Avex Music Creative Inc.

WagakkiBand

WagakkiBand insuffle une nouvelle vie aux sonorités traditionnelles japonaises en les fusionnant avec les rythmes du rock occidental. Le groupe joue du rock sur des instruments comme le *wadaiko* (percussions japonaises), le *koto* (cithare longue à 13 cordes), le *shakuhachi* (flûte en bambou) et le *Tsugaru jamisen* (instrument à 3 cordes de la région de Tsugaru), produisant une mélodie animée qui évoque les fêtes traditionnelles japonaises avec un son inédit, même pour les jeunes Japonais. Leur popularité a décollé quand le groupe a composé des chansons vocaloid* revues et corrigées à l'aide d'instruments japonais : les voilà maintenant parmi les artistes les plus demandés. Une partie de leur charme réside dans leurs costumes chamarrés tout droit sortis d'un jeu vidéo 3D, ainsi que dans leur présence scénique dynamique. Le groupe met beaucoup d'énergie dans ses tournées à l'étranger et en mars 2016, ils ont joué en concert pour la première fois à New York et ont enchaîné en juillet sur une tournée en tête d'affiche en Amérique du Nord. Ils continuent à captiver les audiences dans le monde entier avec leur impressionnante originalité.

*Chansons créées à l'aide d'un synthétiseur vocal développé par un fabricant japonais d'instruments de musique.

Profil de WagakkiBand

Ce groupe de spectacle rock qui fusionne *shi-gin* (poèmes traditionnels chantés), instruments japonais et rock occidental s'est fait immédiatement remarquer en publiant des vidéos de reprises de vocaloid sur des plateformes de partage. Ils ont fait leurs débuts sur le circuit en avril 2014 avec leur album « Vocolo Zanmai ». Le single « Senbon Zakura » a attiré 52 millions de vues sur YouTube et d'innombrables commentaires de tous les coins du monde. Ce grand ensemble musical est composé de Suzuhana Yuko (chant), Ibukuro Kiyoshi (*koto*), Kaminaga Daisuke (*shakuhachi*), Ninagawa Beni (*Tsugaru jamisen*), Kurona (*wadaiko*), Machiya (guitare), Asa (basse), and Wasabi (batterie). Leur deuxième album, « Yasou emaki », sorti en 2015, s'est placé numéro un au classement Oricon et a gagné le prix du meilleur projet musical de la Japan Record Award. Leur troisième album longtemps attendu, « Shikisai » est sorti en mars 2017.



Photo : KEIKO TANABE (TAMARUYA)



Texte : Tsuchida Takashi Photos : Suzuki Takuya et ©2016 WCS Inc.

Le cosplay : un langage universel

Cosplay : combinaison de « costume » et de « play » (jouer)

Les cosplayers du monde entier se réunissent à Nagoya

« Je n'ai pas ressenti la barrière de la langue. C'est génial de pouvoir se retrouver avec des gens du monde entier autour de nos personnages favoris ! »

Les plaisirs des mangas, des animes et du gaming ne sont pas circonscrits à la lecture, au visionnage ou encore au jeu. Ils invitent également à goûter aux joies du cosplay, une activité au cours de laquelle des fans passionnés imitent leurs personnages préférés. La première édition du Sommet mondial du cosplay (WCS) de Nagoya, qui s'est tenue en 2003, a servi de vitrine aux cosplayers du monde entier.

« Sur scène, il faut savoir divertir et séduire le public, dans le respect des nuances et de l'esthétique de l'original ! »

Le WCS édition 2016, qui a attiré plus de 320 000 personnes, était une fête extraordinaire qui a requis la location d'un parc de loisirs entier pour une séance photo géante, déroulé le tapis rouge pour une soirée à laquelle ont assisté le gouverneur et le

1^{ère}
place

Indonésie
« Trinity Blood »



©2016 WCS

« Nous sommes ravis ! C'est sans doute le tour de magie qui nous a valu la victoire. Nous avons fait beaucoup d'essais et beaucoup d'erreurs pour y arriver. »

2^{ème}
place

Danemark
« L'ange d'Elhamburg »
(Elhamburg no Tenshi)



©2016 WCS

« Tous les accessoires et les détails sont exactement identiques à ceux de l'original. Nous avons cousu à la main chacune des perles. »

3^{ème}
place

France
« Love Live!
School Idol Festival »



©2016 WCS

« Si nous adorons cet anime, c'est à cause de la merveilleuse amitié entre deux personnages principaux. »

« J'ai été impressionné par la qualité ; ça va au-delà du cosplay habituel. »

maire, et organisé un défilé qui a accueilli à bras ouverts la participation même impromptue de tous les cosplayers. Cette année encore, les citoyens de Nagoya ont fait montre d'une remarquable hospitalité envers la foule internationale des cosplayers.

Son apogée a été, comme à chaque édition, le Championnat du monde de cosplay. Cette bataille ultime, celle des finalistes de tous les pays et régions participants, n'est pas une soirée costumée quelconque : les participants forment des duos qui doivent jouer une saynète de deux minutes et demie au cours de laquelle ils interprètent des personnages de mangas, animes, jeux vidéo ou séries tokusatsu japonais. 30 pays et régions y ont participé en 2016, avec l'ajout sur scène d'un tout nouvel écran géant qui rend les performances encore plus passionnantes.

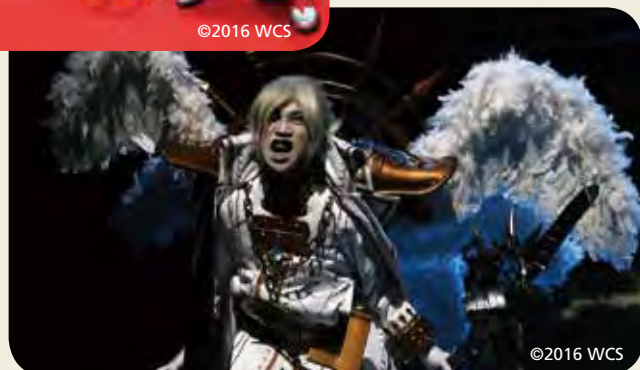
Le championnat évalue la qualité des costumes et de l'interprétation. Tous les aspects techniques et artistiques des costumes sont pris en compte, ainsi que l'exactitude de l'interprétation des personnages sur scène.

Les grands champions de l'édition 2016 ont été les cosplayers indonésiens pour leur représentation du light novel « Trinity Blood ». Les juges et l'audience ont été fortement impressionnés par les costumes et le clou du spectacle : des tours de magie qui ont vu le personnage féminin coupé en deux à la taille et le personnage masculin flotter dans l'air à la fin de la performance.

D'après les champions, « tous les cosplayers représentant leurs pays et régions respectives étaient très sympathiques et ont formé une même et grande famille pendant toute la durée de l'évènement ». Le cosplay a atteint une stature internationale en tant que langage universel. Son universalité provient du fait que les participants partagent une compréhension commune au travers de leurs personnages sans pour autant comprendre le langage les uns des autres. Tous semblent être d'accord pour dire que le moment fort a été la possibilité de se faire des amis dans le monde entier au travers du cosplay.



©2016 WCS



©2016 WCS



Chaussures intelligentes Orphe
L'artiste crée des jeux de lumière avec ses chaussures équipées de semelles électroluminescentes.

NOUVELLES de la technologie Pop Culture



WEARABLE ONE OK ROCK
Représentation visuelle de la vibration ressentie lors de l'écoute de musique avec une veste équipée de haut-parleurs.



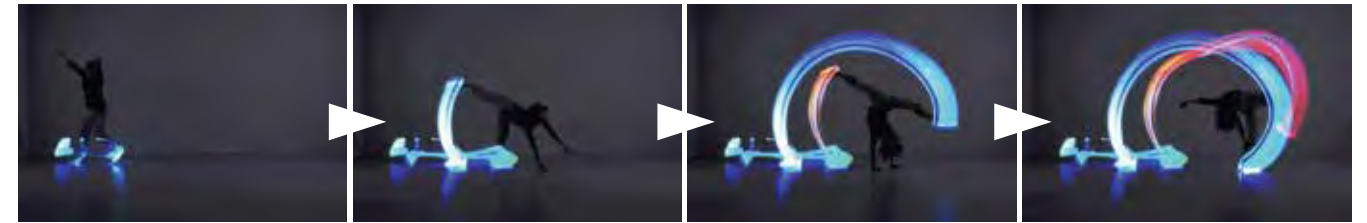
PlayStation®VR
Mettez un casque et vous êtes dans l'univers 3D de la réalité virtuelle (RV).

©2016 Sony Interactive Entertainment Inc.
All rights reserved.

Les technologies de pointe ouvrent de nouveaux horizons aux divertissements de prochaine génération

Du portable au mettable, ces dispositifs connectent et élargissent les champs de la danse, de la musique et du gaming. Ils rendent la culture pop plus fun et créent un univers à la pointe de l'innovation.

1. Orphe Des chaussures intelligentes aux semelles de lumière



Une traînée de lumière tracée par un artiste portant des Orphe. La couleur et le mouvement changeant avec la musique stimulent visuellement l'audience et créent de nouvelles formes d'expression.

Ces sneakers ne sont pas des baskets lumineuses normales : les chaussures intelligentes Orphe sont couplées à une application sur smartphone.

Leurs semelles contiennent une centaine de LED de couleur offrant toute une palette d'effets de lumière ainsi que de multiples capteurs de mouvements qui saisissent les données de mouvement en temps réel et, sur connexion par smartphone, créent une symphonie de lumières et jeux de couleur. Des sons peuvent être joués sur des haut-parleurs externes en harmonie avec les mouvements.

Les membres du groupe d'idols japonaises AKB48 ont dansé, sneakers Orphe aux pieds, lors d'un de leurs concerts. Le groupe populaire Suiyobi no Campanella et le danseur célèbre dans le monde entier Kent Mori portent des Orphe lors de leurs performances et spectacles de danse. Les projets en collaboration avec les chaussures Orphe sont en pleine expansion, avec notamment une installation au musée d'Art contemporain du 21^{ème} siècle de Kanazawa.

Sur le marché depuis septembre 2016, Orphe est l'œuvre du développeur Kikukawa Yuya et la concrétisation de sa vision d'une « expression artistique du quotidien ».



Quelques mots avec le développeur

Kikukawa Yuya

PDG de no new folk studio Inc.



Les chaussures Orphe ont peut-être l'air de sneakers ordinaires, mais ce sont en fait de véritables ordinateurs portables aux fonctions diverses : éclairage, instrument de musique, contrôleur. Je pense qu'avec l'arrivée de nouveaux outils de développement logiciel mis à disposition du public, de nouvelles formes d'expression vont voir le jour et se diffuseront à une large audience en intégrant des éléments du secteur de la mode.

2. Rez Infinite Un nouveau monde issu du visuel et de l'acoustique



L'Area X, un nouveau niveau dans Rez Infinite. Les joueurs peuvent jouir de la beauté unique de l'espace en 3D et de la sensation de flottement que seule la RV peut donner.

En décembre 2016, Rez Infinite, œuvre du concepteur de jeux vidéo Mizuguchi Tetsuya, a gagné le prix du meilleur jeu RV lors de la plus grande cérémonie de remise des prix de l'industrie des jeux, le Game Awards 2016. Le meilleur jeu RV est une nouvelle catégorie de récompense instaurée en 2016. RV* signifie réalité virtuelle. Avec les jeux RV, les joueurs pénètrent dans un monde virtuel qu'ils découvrent grâce au port d'un casque (voir photo en page 14 en bas à droite).

Rez Infinite est un shooter musical compatible avec le système RV PlayStation®VR et qui se synchronise avec la console de jeux la plus populaire au monde, la PlayStation®4. Pendant que

2. Rez Infinite

les joueurs tâchent d'éliminer les virus, qui sont les ennemis dans le jeu, des effets sonores se déclenchent et se transforment en musique. Des effets visuels se produisent également en réaction à la musique et évoluent constamment en créant de nouveaux scénarios. Cette synergie entre effets visuels et musicaux offre aux joueurs, par le biais du visuel et de l'acoustique, une expérience sensorielle d'un nouveau genre.

* La Réalité virtuelle (RV) est une technologie de nouvelle génération développée dans la seconde moitié des années 1960. Le nom fait en général référence à une technologie qui donne naissance à des réalités alternatives : un ordinateur dessine un espace en 3D et utilise un son stéréophonique pour produire une écoute multidirectionnelle à 360°. Les casques sont indispensables à l'expérience RV, et les avancées dans ce domaine accélèrent le rythme de sa diffusion au grand public.

➤ Quelques mots avec le développeur

Mizuguchi Tetsuya
Créateur et concepteur de jeux

L'homme utilise toute une gamme de méthodes - la parole, le dessin, la gestuelle - pour transmettre des images, mais ces méthodes ne transmettent qu'une partie de l'image. La RV est le premier vecteur combinant plusieurs méthodes de communication - la vue, l'ouïe, le toucher - pour en créer une représentation globale. Avec la technologie RV, la communication fait un grand bond en avant.



3. WEARABLE ONE OK ROCK

Une musique portable



Une nouvelle technologie a fait sa première apparition sous la forme de deux vestes équipées d'un total de 20 hauts-parleurs audio lors d'un événement spécial annonçant la sortie d'une nouvelle chanson de ONE OK ROCK, un groupe de rock japonais qui tourne partout dans le monde. Enfilez une veste WEARABLE ONE OK ROCK et les haut-parleurs vont se coordonner pour diffuser la musique à votre corps entier. C'est une expérience musicale radicalement différente d'une

écoute purement acoustique. Seules deux vestes ont été produites à ce jour, leur design audio étant l'œuvre d'un magicien moderne, l'artiste média Ochiai Yoichi. Il a voulu non seulement améliorer la qualité sonore en accordant au plus près la fréquence et la pression acoustique, mais aussi le confort de la veste à l'usage : ainsi, il a rendu les hauts-parleurs aussi légers que possible.



ONE OK ROCK (de gauche à droite)
RYOTA (basse), TORU (guitare), TAKA (chant) et
TOMOYA (batterie)

➤ Quelques mots avec le développeur

Ochiai Yoichi

Professeur adjoint à l'université de Tsukuba

Récemment, la réalité virtuelle, la technologie tactile et l'haptique, bref tout ce que nous transmet notre sens du toucher, sont des sujets de recherche très en vogue. Il y a plus d'un siècle, Edison inventait la première technologie de lecture de musique. Son évolution est en elle-même fascinante. Et aujourd'hui, pour la première fois, l'optique et l'haptique nous permettent de littéralement porter la musique sur nous en tant que mode visuelle, et en même temps, de la ressentir au travers de notre corps. En quelques mots, créer des haut-parleurs au son haute qualité et assez légers pour pouvoir être portés est un défi perpétuel pour tous les ingénieurs ; c'est la raison pour laquelle j'ai été très enthousiasmé par ce projet.



Photo : Shinto Takeshi

COVER ARTIST + KASICO + INTERVIEW

De l'ukiyo-e au sushi à la RV – la pop japonaise, c'est l'endurance

KASICO est un artiste à la pointe de la scène culturelle pop japonaise. La couverture de cette édition est une de ses œuvres inédites.

« Pour exprimer visuellement ce qu'est la scène pop ici au Japon, un vrai tourbillon en évolution constante, j'ai dessiné les couleurs et les motifs que j'ai ressentis à l'instant présent dans l'univers esthétique symbolisé par l'ukiyo-e. Cette fusion est à mon sens l'essence même du "Nippon" (Japon). »

Pour KASICO, la culture pop japonaise est, dans un sens à la fois positif et négatif, « un véritable fouillis ». Il considère également cet aspect comme étant spécifiquement japonais et ce qui la distingue de toutes les autres cultures pop.

« Les buzz partent dans tous les sens, ce qui fait que nous, les Japonais, ne pouvons tous les suivre à la fois. En d'autres termes, notre pop culture est surdimensionnée et elle forme comme une corne d'abondance d'éléments divers, certains provenant de l'étranger et d'autres du Japon, qui viennent s'amalgamer de manière équilibrée. C'est cela qui rend notre scène pop absolument remarquable. »

Dans l'univers pop japonais de petits buzz apparaissent constamment ici et là sans qu'aucun ne



domine les autres, ce qui est peut-être un reflet de la mentalité des Japonais qui favorise l'humilité et répugne à sortir du rang, et pourtant certains mouvements agissent à contre-courant de l'ordre général pour se rapprocher d'une perspective plus individuelle. Est-ce qu'il faut oser, pas oser ? Cette dualité est une autre facette de la réalité de la culture pop du Japon dans laquelle KASICO évolue.

« Ce qui importe, c'est d'être pop.

Et être "pop", c'est savoir durer. Rendre le design plus facile à comprendre permet de consolider la forme de l'expression. Au Japon, de nouvelles tendances voient le jour l'une derrière l'autre, et la plupart font pschitt – et vite. Celles qui survivent sont les plus coriaces et les plus endurantes.

C'est pourquoi la pop japonaise est bien reçue aujourd'hui dans le monde entier. »



Illustration originale : « Récurrence »

KASICO

Directeur artistique/artiste graphique. Prend son indépendance en 2013 après avoir travaillé pour un atelier de design. Il évolue dans l'univers culturel des jeunes filles entre musique, publicité et direction créative, et brille notamment dans des formes d'expression graphiques et nettes incorporant arts graphiques, films, animation et création textile. Il gère un nouveau type de site Internet mode centré sur le visuel, Graphic Girl, offrant des portraits photographiques et des animations GIF.
<http://kasico.jp/> (en japonais)



Générique d'un programme télévisé



Un visuel clé de la HARAJUKU KAWAII !! WEEK 2015



En bref : Wake Up, Girls!

Wake Up Girls! est un groupe composé d'actrices de doublage dérivé de la série d'animation *Wake Up, Girls!* L'anime décrit sept jeunes filles vivant à Sendai, qui forment le groupe Wake Up, Girls! et travaillent dur avec comme objectif de devenir le groupe d'*idols* le plus populaire. La troupe de sept actrices de doublage qui interprètent les sept personnages de l'anime (Yoshioka Mayu, Eino Airi, Tanaka Minami, Aoyama Yoshino, Yamashita Nanami, Okuno Kaya et Takagi Miyu) font également carrière dans le monde réel, avec leur groupe Wake Up, Girls!

P. 18, à gauche : un visuel clé de l'anime *Wake Up, Girls!*. Une nouvelle histoire est programmée à la diffusion en 2017.

P. 18, en haut à droite : le propriétaire de la confiserie Kumagai-ya, une maison de plus de 300 ans qui s'est vue décerner de nombreux prix. La boutique vend des articles issus de la collaboration avec *Wake Up, Girls!* (Photo : Kakizaki Shundo)

P. 18, en bas à droite : la passerelle piétonne de la gare de Sendai. La gare de Sendai est le portail d'accès vers Sendai, la plus grande ville de la région du Tohoku. (Photo : Aflo)

P. 19, en haut : le groupe d'actrices de doublage Wake Up, Girls!

P. 19, en bas : la salle de concert fictive où Wake Up, Girls! se produit régulièrement en concert est une célèbre salle de spectacles à Sendai.

©Green Leaves / Wake Up, Girls! 2 Production Committee
©Green Leaves / Wake Up, Girls! 3 Production Committee

Entre réalité et fiction

Pèlerinage au cœur de l'imaginaire des fans des animes

Texte : Kakizaki Shundo

Les fans de l'anime *Wake Up, Girls!* qui traite du sujet des *idols* considèrent la ville de Sendai, une ville bien réelle de la région du Tohoku au nord du Japon, comme un monde quelque peu fictif. Cette œuvre hors du commun, véritable fusion entre anime et réalité, injecte autant d'éléments de cette ville que possible dans son intrigue. La confiserie Kumagai-ya, une maison établie de longue date dans la rue Kimachi-dori, est ainsi devenue la maison familiale de Hayashida Airi, l'une des héroïnes. L'intérieur et l'extérieur de la boutique fictive, tout comme le père d'Airi, propriétaire de la boutique, sont en tous points identiques à leurs doubles dans la vie

réelle, au point que le vrai propriétaire de Kumagai-ya rit de se voir demander fréquemment par des fans en visite si Airi est à la maison.

L'un des plaisirs de ces pèlerinages est de franchir la ligne qui sépare réalité et fiction. Les fans se rendant dans les villes, les montagnes, les forêts où les histoires fictives de leurs animes et mangas se déroulent, savourent le fait d'être physiquement présents au cœur des panoramas et paysages bien réels, tout en se replongeant intérieurement dans l'univers de fiction de leurs ouvrages préférés.

Prenons par exemple la passerelle piétonne de Sendai.

Cette passerelle suspendue relie des installations commerciales à la gare ferroviaire. A l'époque de sa construction, son dallage aux motifs nets et les courbes élégantes de ses garde-fous ont sans nul doute semblé extrêmement urbains et futuristes. Néanmoins, des années après, cette passerelle fait partie intégrante de la vie normale des gens et plus personne ne la remarque. Or, les œuvres d'animation dont l'histoire se déroule dans des villes ou bourgades réelles superposent un filtre diaphane aux scènes de la vie quotidienne telles qu'elles sont vécues par les habitants. Une fois que vous avez perçu la passerelle, votre esprit imagine une jolie fille, telle qu'évoquée par le créateur de l'anime, passer devant vous en courant. Et si vous placez votre main sur le garde-fou, là où elle a posé la sienne, il vous semblera avoir gardé la chaleur de sa main à elle. Cette scène, si banale, vous la voyez sous un autre jour, avec une histoire toute nouvelle prenant un sens inédit.

Wake Up, Girls! donne une nouvelle vie à Sendai. Ses fans partent en quête de leurs personnages favoris, les *idols*, dans la rue Kimachi-dori, dans les salles de concert et dans la rue Jozenji-dori. Le Sendai tel que les fans le perçoivent est celui de leur imagination. L'ordinaire se transforme en fiction. Les arrière-plans et décors des animes nous apprennent une fois de plus que la frontière entre réalité et fiction, si tant est qu'elle existe, est aisément transcendée.

Kakizaki Shundo

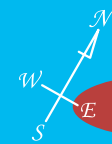
Producteur de tournées des sites ayant servi de décor à des animes, président de Seichi Kaigi Co., Ltd., éditeur du magazine *Seichi Kaigi* spécialisé dans les pèlerinages et le set-jetting. Kakizaki est également en charge de la programmation d'événements locaux, dont l'Anitamasai (festival de l'anime et du manga à Saitama), et du développement de produits dérivés régionaux originaux. Ses principales publications incluent *Seichi Junrei Anime Manga 12-kasho Meguri* (2005) (Pèlerinage : une tournée de 12 sites issus d'animes/mangas).





« Chihayafuru » Otsu

L'histoire suit une jeune lycéenne dans l'univers des compétitions de *karuta* (jeux de cartes japonais sur lesquelles sont inscrites des poésies) et du premier amour. Le sanctuaire Omi Jingu, qui est le théâtre du championnat, est aujourd'hui un lieu de pèlerinage pour les fans.



Voyage sur la carte du Japon

La carte des sites des mangas et des animes

Les histoires des animes et des mangas sont souvent ancrées dans des villes ou bourgades bien réelles. Il est naturel de vouloir visiter le décor des histoires que vous avez aimées. Cette carte pratique vous aidera à vous rendre sur les lieux qui ont hébergé vos mangas et animes préférés.



©Hasetsu Townspeople / Yuri!!! on ICE PROJECT



« Yuri!!! on ICE » Karatsu

Une série d'animation sportive sur l'univers du patinage artistique masculin. Karatsu et son château dans le département de Saga ont servi de modèles à la ville de Hasetsu-cho et au château de Hasetsu de l'anime.



©T/PQP 2016

« POPIN Q » Ville de Nakatosato

Une histoire d'adolescence retraçant au travers de la danse le cheminement vers la maturité d'un groupe de jeunes filles. L'héroïne, Kominato Isumi, vit dans la ville de Nakatosato. Une scène la montre, submergée par l'émotion, se précipitant vers le port de pêche de Kure en hurlant de toutes ses forces. (Photo : PIXTA)



« Gin no Saji Silver Spoon » Obihiro

Cet anime retrace la vie d'un étudiant d'un lycée agricole. La région de Tokachi, sur Hokkaido, est l'un des décors du film d'animation. C'est le seul endroit au Japon où on peut assister aux courses de chevaux Ban'ei au cours desquelles les chevaux tirent d'imposants traîneaux lors de concours de puissance et de vitesse.



Hokkaido

« Wake Up, Girls! » Sendai

Cette série d'animation sur l'univers des *idols* s'est lancée l'ambitieux défi de fusionner réalité et anime. Une fois à Sendai, vous êtes plongé dans l'univers de *Wake Up, Girls!* (Photo : PIXTA)



Département de Miyagi

©ANO HANA PROJECT



« Anohana : The Flower We Saw That Day » Chichibu

Un anime choral basé dans la ville de Chichibu. Les fans y affluent pour admirer ses rues et son environnement naturel ainsi que l'ancien pont de Chichibu. C'est ici qu'est né le phénomène des pèlerinages de fans sur les hauts lieux de leurs animes et mangas préférés.

Département d'Ishikawa

« Hanasaku Iroha ~Blossoms for Tomorrow » Kanazawa

L'histoire de trois jeunes filles travaillant dans une auberge d'une station thermale. Le festival des lanternes (*Bonbori Matsuri*) cité dans l'histoire est devenu réalité, principalement grâce à l'action de l'Association Touristique de Yuwaku Onsen, et est aujourd'hui un événement local populaire dans la station thermale de Yuwaku Onsen. (Photo : Railstation.net)



Département de Tottori

« Détective Conan » Ville de Hokuetsu

Lieu de naissance d'Aoyama Gosho, l'auteur de « Détective Conan » (*Meitantei Conan*). La Gosho Aoyama Manga Factory y a ouvert en 2007.

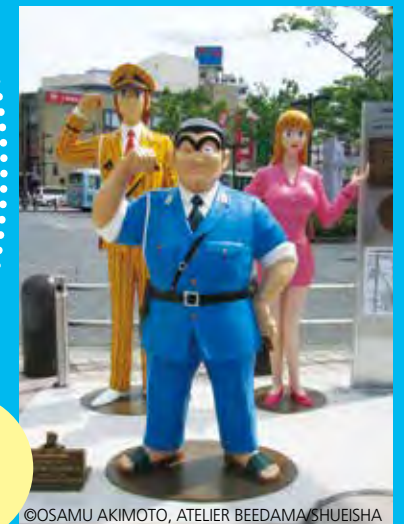


©GOSHO AOYAMA/SHOGAKUKAN

Tokyo

« Kochira Katsushika-ku Kameari Koen-mae Hashutsujo » Katsushika

Katsushika est la ville où est affecté l'audacieux policier Ryotsu Kankichi. Des statues de bronze de Ryo-san et d'autres personnages, disséminées partout dans la ville, y accueillent les fans en visite.



©OSAMU AKIMOTO, ATELIER BEEDAMA/SHUEISHA

Les crêpes

Photos : Ishihara Hideki et Marion, Co., Ltd.

Avec l'ouverture de sa boutique dans la rue Takeshita-dori à Harajuku en 1977, Marion Crêpes est devenu le pionnier des crêpiers japonais. A l'époque, les jeunes branchés avaient l'habitude de flâner le weekend le long de la rue Takeshita, profitant de ce paradis des promeneurs qu'est Harajuku et du spectacle foisonnant offert par ses artistes de rue, tout en grignotant un en-cas acheté à la baraque à crêpes. Harajuku est aujourd'hui un pôle de la culture de la mode japonaise, populaire auprès des jeunes Japonais comme des touristes étrangers.

La crêpe est originaire de la région de Bretagne en France. Depuis son importation au Japon, elle a évolué pour devenir aujourd'hui une nourriture de rue qui n'a plus rien à voir avec son homologue française. Certes, les variétés françaises les plus basiques, comme la crêpe au beurre et sucre ou la crêpe au chocolat, sont sans doute toujours présentes dans le menu japonais qui compte, dit-on, plus d'une centaine de variétés ; il n'en reste pas moins que la crêpe la plus populaire chez les Japonais est encore et toujours la crêpe banane-chocolat-chantilly.

Avant l'arrivée de la crêpe au Japon, les desserts à succès dans les cafés et les restaurants étaient les parfaits et les pancakes agrémentés d'une collection de garnitures sucrées. Cette tendance s'est naturellement adaptée à la crêpe et très vite, cette dernière s'est vue fourrée à la chantilly ou à la crème glacée. Des garnitures telles que la pâte de haricot azuki sucrée ou encore le cheesecake ont récemment fait leur apparition, ainsi que des crêpes salées fourrées au steak haché, au thon ou au fromage, à déguster en repas léger.

C'est toute l'évolution de la culture gastronomique japonaise de ces 40 dernières années que l'on retrouve ainsi, concentrée dans cette sympathique cuisine de la rue. La crêpe japonaise, roulée en forme de cône, est devenue un élément incontournable et respecté dans l'univers de la gastronomie populaire de l'archipel.



En haut à gauche : une femme en pleine séance de lèche-vitrine, crêpe en main, avec en arrière-plan une vue typique de la rue Takeshita-dori à Harajuku.

En haut à droite : en vitrine, une sélection riche et variée de crêpes. Assurez-vous de goûter aux crêpes du menu de saison, qui vous séduira avec son infinité de choix !

En bas : les crêpes les plus populaires, la banane-chocolat-chantilly (au fond) et la fraise-chocolat-cheesecake-chantilly (devant), sont servies roulées en cônes après cuisson.



Hida Takayama

vue par le prisme du film d'animation
« Your Name. »

La région de Hida, située au nord du département de Gifu au centre du Japon, est encerclée de montagnes. Cette belle région offre des promenades magiques dans la nature et dans le passé du Japon. Grâce à un film d'animation à succès dont l'action s'y déroule, elle connaît récemment un regain d'intérêt en tant que destination touristique et lieu de balade.



Sanmachi est reconnue par l'Etat comme zone importante de conservation des bâtiments historiques. Une ancienne rue commerçante qui fait partie de la zone inscrite au registre des zones importantes de conservation des bâtiments historiques du Japon. Prenez un pousse-pousse et c'est parti pour une équipée au fil des cahots ! (Photo : Aflo)

La brasserie de saké Kaba
Une maison ancienne établie en 1704. Elle a été inscrite au registre du patrimoine culturel matériel, au même titre que les greniers aux murs blancs situés au bord de la rivière Setogawa.



L'Okoshi Daiko (tambour du réveil) du festival Furukawa
Les roulements de ce gros tambour se font entendre aux petites heures de la nuit du 19 avril.



En 2016, le film d'animation « Your Name. » (*Kimi no Na ha*) a soudainement rendu Hida incontournable

pour les inconditionnels des animes. L'intrigue débute sur un incident étrange qui voit Taki, un lycéen de Tokyo, et Mitsuha, une lycéenne de la ville fictive d'Itomori, se réveiller à plusieurs reprises dans le corps l'un de l'autre. Ils finissent par réaliser ce qui se passe et réussissent à communiquer, pour finalement se trouver attirés l'un par l'autre. Ils essaient de se rencontrer mais échouent toujours de justesse. Cette intrigue douce-amère a amené au bord des larmes hommes et femmes, jeunes et moins jeunes.

Itomori est une ville certes fictive mais dont nombre de paysages prennent néanmoins modèle sur la ville de Hida. Dès la sortie du film, les fans ont commencé à envahir Hida, parcourant les divers sites pittoresques rendus célèbres par Taki et Mitsuha dans cette fantaisie romantique.

Après avoir quitté Tokyo en Shinkansen, Taki prend une ligne locale à Nagoya. La première gare où il fait escale est inspirée de la gare de Hida Furukawa,

portail d'entrée vers Hida. Il s'y arrête pour faire des recherches dans une bibliothèque qui est

une copie de la bibliothèque municipale de Hida. Ensuite, à la recherche de la ville de Mitsuha, Itomori, il passe devant un sanctuaire inspiré du sanctuaire de Ketawakamiya, célèbre pour son festival Furukawa inscrit le 1^{er} décembre 2016 au registre du patrimoine culturel intangible de l'UNESCO. Ce festival, l'un des trois grands « festivals nus » du Japon, a lieu chaque année les 19 et 20 avril. Plusieurs centaines d'hommes, vêtus d'un seul pagne en coton, transportent des structures de bois supportant les fameux Okoshi Daiko, les tambours du réveil, dans les rues de la ville – quel spectacle !

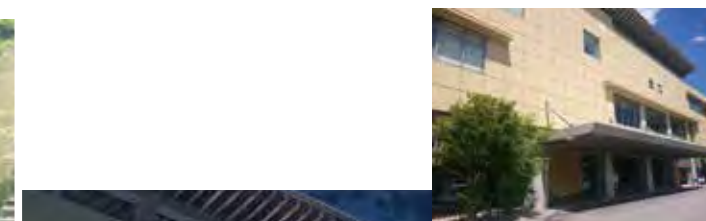
Dans le film d'animation, Mitsuha est lasse de la ville à la campagne et n'aspire qu'à la vie urbaine de Tokyo. A l'inverse, les espaces naturels et le rythme détendu de la vie à Hida sont immensément attrayants pour les spectateurs urbains. Evocateurs du Japon ancien, ils inspirent sans doute une nostalgie qui y attire les visiteurs.



Le sanctuaire de Ketawakamiya Dans la scène où Taki demande son chemin à des gens du coin, on peut voir à l'arrière-plan des escaliers inspirés de ceux du sanctuaire de Ketawakamiya.



La gare de Hida Furukawa La vue depuis le pont ferroviaire au nord de la gare est celle du panorama aperçu dans le film d'animation.



Bibliothèque municipale de Hida* La bibliothèque où Taki fait ses recherches sur Itomori, une ville fictive, est inspirée par la bibliothèque municipale de Hida.



*Une autorisation délivrée par la réception est requise pour pouvoir prendre des photos à l'intérieur de la bibliothèque municipale de Hida. Les photographies sont autorisées uniquement entre 9 h et 17 h. Merci de respecter la vie privée des personnes quand vous prenez des photos.



Le festival d'automne de Takayama (festival Hachiman)
Un festival automnal annuel organisé par le sanctuaire Sakurayama Hachimangu avec une parade traditionnelle de 11 chars. (Photo : ville de Takayama)

Au départ de Hida Furukawa, un trajet de 20 minutes en train vous mènera à la gare de Takayama, où vous descendrez pour rejoindre Hida Takayama. Là, vous remarquerez immédiatement les ruelles antiques du quartier touristique. Cette ancienne ville de château a pour cœur névralgique le château de Takayama, construit par le seigneur Nagachika du clan Kanamori au début du 17^{ème} siècle.

Une atmosphère typique de l'ère d'Edo (1603–1867) persiste aujourd'hui encore dans deux zones de conservation des bâtiments historiques reconnues par l'Etat qui sont des hauts lieux du tourisme local. Un itinéraire touristique classique comprendra la dégustation sur le pouce de spécialités de cuisine de rue locales telles que les *Hida-gyu kushi* (brochettes de bœuf de Hida) et les *Mitarashi dango* (brochettes de boulettes de farine de riz laquées à la sauce soja). Prenez soin de vous écarter du chemin pour éviter les pousse-pousse transportant des touristes ! Les *Mitarashi dango* sont quasiment un repas léger à elles seules ; en cela, elles diffèrent des *Mitarashi dango* rencontrées partout ailleurs dans l'archipel, qui sont recouvertes de sauce soja sucrée et dégustées en guise d'en-cas. D'autres réjouissances locales incluent la dégustation de saké dans une brasserie locale et l'achat de poupées souvenirs à l'effigie d'un bébé singe connu sous le nom de Sarubobo. Dans « Your Name. », on voit un carré de tissu imprimé de motifs Sarubobo utilisé pour envelopper une boîte à *bento*.

Le Takayama Jinya, un ancien avant-poste du

gouvernement, est situé au bord de la rivière Miyagawa, qui traverse la ville. Pendant le shogounat Tokugawa (1603–1867), une soixantaine de ces avant-postes étaient répartis sur le territoire mais celui-ci est le seul existant encore de nos jours. Il offre une vue imprenable du pont Nakabashi qui enjambe la rivière Miyagawa. Le printemps tardif de Hida offre aux admirateurs une longue période de floraison des cerisiers, décorant le pont de leurs bouquets. Les marchés, généralement ouverts chaque matin jusqu'à midi, sont à ne pas manquer. Assurez-vous de bien régler votre réveil pour vous lever tôt et profiter des marchés de Miyagawa et de Jinya-mae, qui sont considérés faire partie des trois meilleurs marchés matinaux du Japon.

Le Festival Sanno est la manière dont Takayama célèbre l'arrivée du printemps, les 14 et 15 avril, avec un défilé de 12 chars majestueux. Lors du festival Hachiman, la fête d'automne, des chars richement décorés transportant des automates paradent dans les rues les nuits du 9 et 10 octobre.

Avec les coloris printaniers de ses cerisiers en fleurs, ses feuillages estivaux d'un vert profond supplantés par les couleurs chamarrées de l'automne, elles-mêmes laissant place à un épais manteau neigeux en hiver, Hida Takayama dévoile la beauté de ses saisons comme autant de féériques cartes postales.



En haut à droite : une poupée Sarubobo
Cette poupée, fabriquée dans la région de Hida depuis des temps reculés, est considérée comme un porte-bonheur qui chasse les mauvais esprits et favorise bonne santé et naissances heureuses. Le nom signifie « bébé singe » en dialecte local, semblerait-il en raison de leur similarité en termes de couleur et de forme.

En bas à gauche : les brochettes *Hida-gyu kushi*
Un délice local qui permet aux visiteurs de déguster le bœuf de Hida, une spécialité de Gifu. (Photo : PIXTA)

En bas à droite : *Mitarashi dango*
L'arôme plaisamment fumé de la sauce soja aiguise l'appétit. (Photo : PIXTA)



Takayama Jinya
Ce bâtiment autrefois utilisé comme résidence par le seigneur Kanamori du château de Takayama est devenu Takayama Jinya après que Hida soit passée sous le contrôle du gouvernement d'Edo.



A gauche : le pont Nakabashi

L'un des symboles de Takayama. Il enjambe la rivière Miyagawa qui traverse le centre de la ville. Le pont rouge entouré de cerisiers en fleurs au printemps est une vision enchantée.

A droite : le marché Miyagawa

Hier comme aujourd'hui, le marché est le compagnon indissociable de la cuisine des résidents. Des légumes aux fruits frais en passant par les produits faits maison comme les légumes marinés et le miso ou encore les objets artisanaux, ses stands s'étirant le long de la rivière Miyagawa s'offrent à la promenade.

Autour de la gare de Hida Furukawa



Autour de la gare de Takayama



Comment s'y rendre

Le trajet de 2 h 15 depuis Tokyo en Shinkansen JR du Hokuriku vous amènera jusqu'à Toyama. Prenez ensuite un train express et en 1 h 15, vous arriverez à la gare de Hida Furukawa. 15 min supplémentaires sur la ligne principale JR Takayama, et vous voilà à la gare de Takayama.

Pour plus d'information

●Ville de Hida

Tél : (+81) 0577-73-2111
<https://www.hida-kankou.jp/kanko/foreign/en/>
(en anglais)

●Ville de Takayama

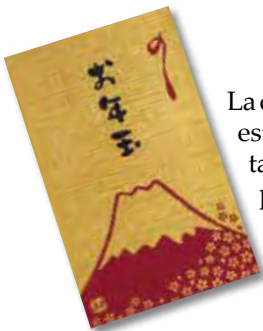
Tél : (+81) 0577-32-3333
<http://www.hida.jp/french/>



Pochi Bukuro

La petite pochette qui entretient les rapports humains

Photos : Kusu Seiko



La célébration du Nouvel An (*O-shogatsu*) est l'un des événements les plus importants du calendrier rituel japonais. Son paroxysme, attendu avec impatience par tous les enfants, est le moment où les parents leur remettent cérémonieusement en main une petite enveloppe ou pochette (*otoshidama bukuro*) contenant leurs étrennes (*otoshidama*).

La tradition des cadeaux du Nouvel An remonte au 14^{ème} siècle. A l'époque, les *otoshidama* n'étaient pas des cadeaux pécuniaires, contrairement à la pratique actuelle où cette forme de cadeau désigne spécifiquement l'argent offert aux enfants et aux jeunes membres de la famille à l'occasion des congés du Nouvel An. Les enveloppes portant l'inscription « *otoshidama* » (お年玉) renfermaient à l'origine un pourboire offert en signe d'appréciation aux geishas ou autres artistes traditionnelles japonaises, ou encore une gratification accordée aux employés.

Les Japonais répugnent à donner ou recevoir ouvertement de l'argent liquide. C'est ainsi que, depuis des temps reculés, il est coutume d'offrir un

ohineri (tortillon de papier renfermant des pièces de monnaie) en pourboire ou cadeau pour célébrer un événement. Ce morceau de papier a évolué et se présente aujourd'hui sous la forme d'une enveloppe où sont glissées des pièces de monnaie, d'où est issu le nom *pochi bukuro*. « Pochi » signifie « un petit peu » : ce nom serait une expression du sentiment d'humilité du donateur face à la modestie de son présent.

Une coutume persistant à ce jour consiste à offrir des enveloppes dites *oiri bukuro* pour féliciter le personnel des événements et des spectacles - tels que les tournois de *sumo* ou les représentations de *kabuki* - pour leurs succès d'affluence. Les enveloppes sont de nos jours disponibles en une variété de modèles allant des plus gais et colorés aux plus classiques, et loin d'être confinées aux cadeaux en liquide, peuvent également contenir des messages à l'occasion de correspondances informelles.

