

# 跡見マネジメント

跡見学園女子大学マネジメント学部卒業生優秀論文集

第15号 (第15期卒業生)

2020年3月

## 目次

巻頭言

卒業生表彰論文部門受賞者と選考の経緯

宮崎 正浩

教育・研究支援委員会

〈最優秀論文賞〉

介護職員のストレスマネジメント—人材確保と定着促進に向けて—

山下 紫織

5

〈優秀論文賞〉

ファッションが女性の痩せ思考に与える影響—

—外国人との比較から見る日本人女性特有の痩せ思考—

石澤 香朱

18

〈入賞〉

若者の心を救うクリープハイプの音楽

角田 佑衣

31

日韓アイドル比較論

大畑 詩帆

51

—日本でK-POPアイドルが成功する理由とアイドルのこれから—

佐藤 桃子

68

日本にeスポーツは浸透するのか—海外と比較した日本の未来—

公共交通を維持していくために

田中 優衣

85

—「新たな公」による新しい交通の形で交通空白地帯を無くす—

〈横山文野賞〉

アニメ作品にみるジェンダー観の変化

竹内 里実

97

## 巻頭言

マネジメント学部長

宮崎 正浩

マネジメント学部の第15期卒業生の皆さん、ご卒業おめでとうございます。

マネジメント学部では、急速に変化する現代社会の中で、皆さんが企業や様々な団体の中で自律し自立し、活躍できるための基礎的な知識と実践力を身に付けることができるよう、様々な学びの機会を提供してきました。その中で「卒業論文」は、皆さん自身が興味を持つテーマ（課題）を選び、指導教員の助言を得ながら、先行文献やインターネットなどからの様々な情報を得てそれを整理し、それらを基に論理的に考察し独創性のある結論を導き出すものです。その意味で、卒業論文は4年間の学びの総まとめということになります。卒業論文を提出した皆さん、大変お疲れ様でした。

この「優秀論文集」に収録された論文は、学部内に設置した委員会の担当教員全員が読んで評価し、優秀論文としてふさわしいものとして選んだものです。それぞれの論文のテーマは異なりますが、いずれの論文も、指導教員から様々な指導や助言を受け、苦労に苦労を重ねてできた成果だと思います。このたびの優秀論文の受賞者の皆さん、誠におめでとうございます。

さて、皆さんは、これから社会に羽ばたきます。社会に出ればその職業分野に必要とされる専門知識を身に付け、直面する様々な問題の解決に取り組まなければなりません。そのためには、最初先輩に付いて指導・助言を受けながら仕事をすることで、いずれは皆さんが中心となって、職場の問題点を見つけ出し、解決するための方法を考え、提案することが求められます。その提案が認められれば、仲間と協力して実行に移し、その成果を評価し、次の段階での改善に結びつけていくことになるでしょう。このようなプロセスは皆さんが大学で学んだマネジメントというPDCAにほかなりません。

では、皆さんがこの4年間大学で学んだ知識は社会では役にたつでしょうか。

現実の社会で仕事をするためには専門的で高度な知識が必要です。また、毎年変化する社会環境に応じて新しいことを学ばなければなりません。その意味で、皆さんが大学で学んだ知識は社会では通用しません。もっともっと深く学び、新しいことに挑戦し、実践し、その経験を基にさらに学ぶ必要があります。しかし、社会でこのように学ぼうとしても、そのための基礎的な力がないと思うように進めません。皆さんは、そのような基礎力をこのマネジメント学部で身に付けたと、私は確信しています。

皆さんが、卒業後も学び続け、社会の中で様々な新しいことに挑戦し、社会のために役立つ人としてご活躍されることを心から祈念いたします。

## 2019 年度 卒業生表彰論文部門受賞者と選考の経緯

マネジメント学部 教育・研究支援委員長

石塚 正敏

### ■最優秀論文賞

山下 紫織 介護職員のストレスマネジメント—人材確保と定着促進に向けて—

講評：

この論文は、マズローの欲求 5 段階説を介護職問題に上手に取り込み、欲求という観点から一貫して介護職員の問題を論じており、論旨をわかりやすくまとめている。介護職員のストレスの現状を踏まえたうえで、1 施設の調査によるものの、介護施設長取材による一次情報を得て議論を展開している点が高く評価できる。介護職員の確保は喫緊の課題であり、施設長へのインタビューで実際の取り組みからストレスマネジメントの解決策を提案している点も意義があり高く評価できる。上記のように非常に高い評価を受け、最優秀論文賞としてふさわしいと判断された。

### ■優秀論文賞

石澤 杏朱 ファッションが女性の痩せ思考に与える影響

—外国人との比較から見る日本人女性特有の痩せ思考—

講評：人が痩せようとする理由について論理的に仮説を立て、定量調査によりこれの実証を試みた点が大いに評価できる。仮説立案の仕方や結論の導き方が妥当であり、説得力がある。外国人という大雑把な括りではあるものの、国際アンケートを実施した点、痩せとファッションの関連性における日本人女性の特異性を論じている点に独創性がある。日本人女性の痩せに対する問題提起に寄与する考察といえる。上記のように高い評価を受け、優秀論文賞としてふさわしいと判断された。

### ■入賞

角田 佑衣 若者の心を救うクリープハイプの音楽

大畑 詩帆 日韓アイドル比較論

—日本で K-POP アイドルが成功する理由とアイドルのこれから—

佐藤 桃子 日本に e スポーツは浸透するのか—海外と比較した日本の未来—

田中 優衣 公共交通を維持していくために

—「新たな公」による新しい交通の形で交通空白地帯を無くす—

### ■横山文野賞

竹内 里実 アニメ作品にみるジェンダー観の変化

講評：既存研究を参照し、自ら丹念にデータを取得し分析している。1990 年代と 2000 年代の比較にとどまるものの、アニメ作品におけるジェンダー観の変化がよくまとまっており、オリジナリティは高いと思われる。上記のように高い評価を受け、横山文野賞としてふさわしいと判断された。

## 《選考経緯》

2020年1月17日（金）論文提出（優秀論文賞応募13編、横山文野賞応募3編）

### 1月22日（水） 第1回選考審査会

横山文野賞応募論文3編を5名の審査委員全員で査読し、横山文野賞を選出する旨合意した。優秀論文賞応募論文は、第1次審査と第2次審査を行うこととし、第1次審査では1編につきそれぞれ3名の委員が査読することを決定した。優秀論文賞は4つの項目（論文の形式性、論文の論理性、これまでの研究の到達点をふまえているか、独創性・発想のユニークさ・オリジナリティ・個人的見解等があるか）で、横山文野賞は5つの項目（上記の4つに、女性政策、女性問題の分野における貢献を追加）で評価するとともに、4段階の総合評価を行うことを決定した。

### 1月29日（水） 第2回選考審査会

横山文野賞応募論文3編について、議論の結果、1編の内定を決定した。優秀論文賞応募論文13編について、審査委員の評点を集計し、議論した結果、8編を第2次審査に進めるものとした。この8編につき、5名の審査委員全員が査読し、最優秀論文・優秀論文を選出する旨合意した。優秀論文賞の第2次審査は、同じ項目で評価し、4段階の総合評価を行うことを決定した。

### 2月5日（水） 第3回選考審査会

議論の結果、最優秀論文賞1編、優秀論文賞1編、入賞4編の計6編の受賞者をそれぞれ内定し、教育・研究支援委員会、教授会へ提出することとなった。

2月5日（水）教育・研究支援委員会にて審議・決定

2月5日（水）教授会にて受賞者の決定

3月18日（水）表彰式（学位記授与記念会にて）

## 《横山文野賞について》

2002年4月のマネジメント学部創設に際し着任された横山文野専任講師は、同年『戦後日本の女性政策』（勁草書房）を上梓し、日本における女性政策研究をリードしていくことが期待される若手研究者・教育者でありましたが、2005年7月に病気のため逝去されました。社会における女性の活躍を支援することを使命とするマネジメント学部では、この分野に関わる優秀論文に「横山文野賞」を贈り、それを称えることにしました。

以上

# 介護職員のストレスマネジメント

—人材確保と定着促進に向けて—

マネジメント学部 マネジメント学科

山下 紫織

## 1. はじめに

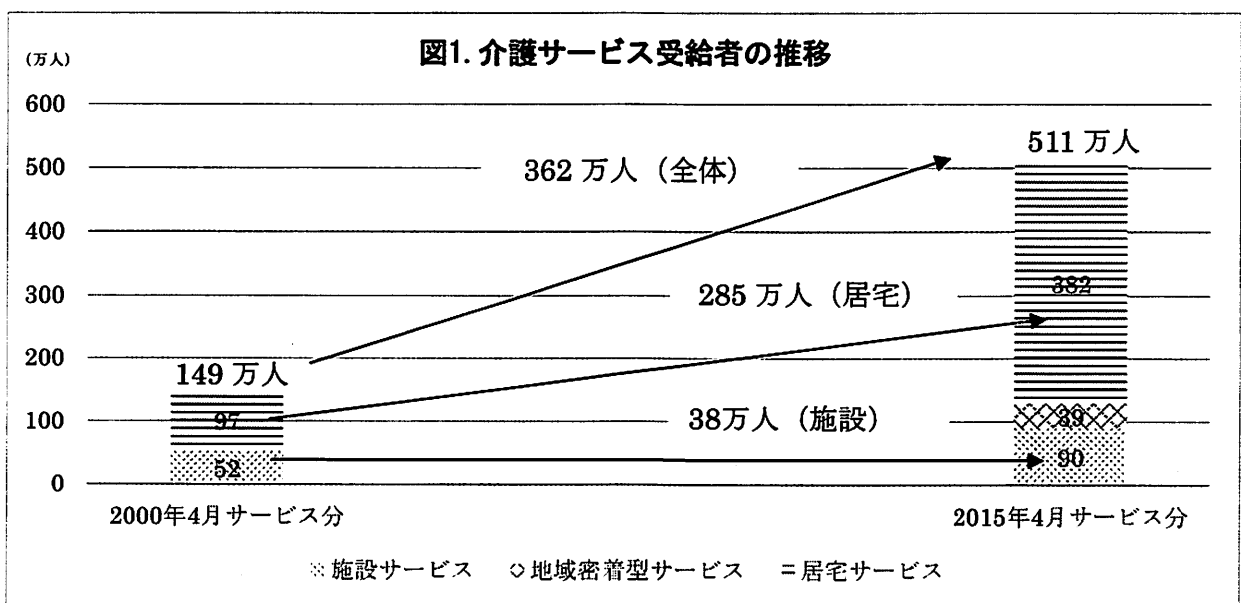
近年、我が国の高齢化率は上昇を続け、介護業界は成長産業としての期待が高まっている。介護業界は、高齢化によってサービス受給者数が2000年から2015年の15年間で約362万人増加している。その中でも訪問介護やデイサービスを行う居宅サービスは285万人増加し、特別養護老人ホームなど入居施設サービスも38万人増加している（図1）。今後も介護サービスの需要が増え続けることは明らかである。

一方で、介護業界の人手不足が問題となっている。少子高齢化のみならず、ネガティブなイメージと採用の困難、離職率が高いことも問題として挙げられる。介護職に対するイメージに「3K（きつい、汚い、危険）」という言葉があるが、こうしたイメージから就職を希望する若者が少ないため、採用すること自体が困難となり人手不足が続く。そして「仕事量の多さ」、「低賃金」、「結婚・出産・育児」、「職場の人間関係」などの理由から離職する人が出てしまうということが、さらなる人手不足を引き起こしていると考えられる。

介護サービスの需要の高まりとは裏腹に、人手不足が加速する現状に対して、政府は主な取組として、介護職員の「処遇改善」を始めとし、「多様な人材の確保・育成」、「離職防止・定着促進・生産性向上」、「介護職の魅力向上」、「外国人の受け入れ環境整備」を挙げた。しかしながら、「人手不足」を悩みやストレスの原因として回答する介護職員が最も多く、成長産業である介護業界で働くには、人材確保と合わせて職員一人一人の健康管理を徹底し、職への定着促進が重要であると考えられる。

そこで、人材を確保し、定着率を上げるためには、まずは介護職員のストレスマネジメントを徹底することで、介護の質を向上させ、介護職員自身が仕事の魅力を理解し、これから就職を控えている若者に伝えていくことが重要ではないだろうか。

本論文では介護職員のストレス原因となっている人材不足の現状と原因と理由を明らかにし、人材確保の対策と事例を挙げる。加えて職場が職員の為に行っているストレスマネジメントの事例を挙げ、介護職は人と人の連携で成り立つ仕事であること、やりがいや魅力があることを明らかにしていく。



出所：厚生労働省「公的介護保険制度の現状と今後の役割（平成27年度）」より筆者作成

## 2. 介護職員とストレスマネジメントの関係性

厚生労働省 e-ヘルスネットによると、ストレスマネジメントとは、ストレスとの上手な付き合い方を考え、適切な対処法をしていくことである。ストレスは日常的に誰でも受けるものだが、その症状は様々であり、ストレスが高いと心身ともに疲れてしまうことがある。そのように心身に悪影響を起こすストレスに対し、どのように対処してどのように付き合っていくかを考えることをストレスマネジメントと呼ぶ。ストレスマネジメントでは、ストレスがかかった時の対処法やストレスに対する認知の変容を中心に指導していく。

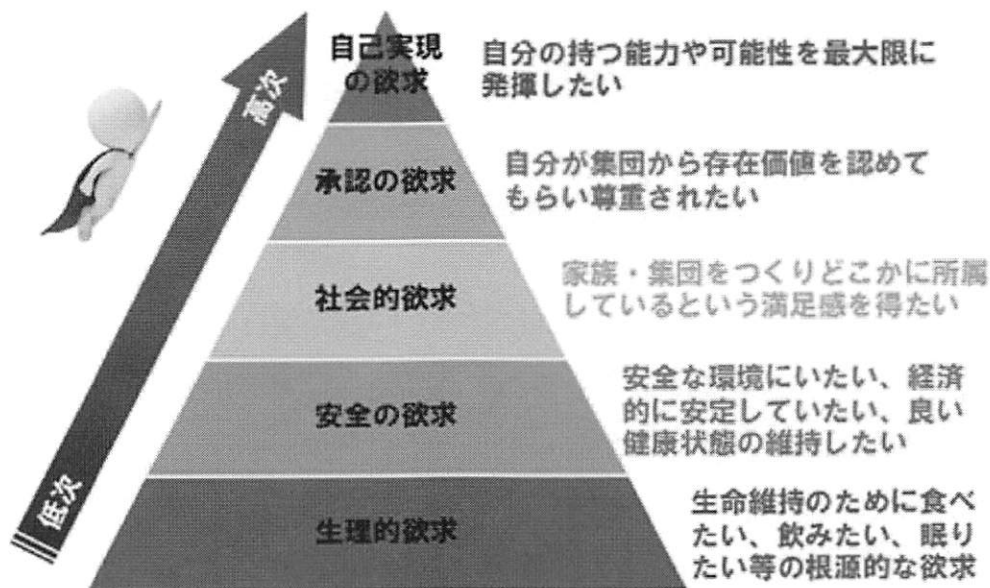
ところでなぜ介護職員にとってストレスマネジメントは必要なのだろうか。それは、介護職員の健康管理が介護の質に直接繋がるからである。例えば、介護職員が頻繁に体調を崩してしまうと、仕事を休みがちになり、良いサービスを提供できなくなる。そうすると、利用者は頻繁に担当者が変わることや、サービスの質のばらつきなどに馴染むことが出来ず、常に不安を抱えることになる。また、利用者をリスクにさらすことにも繋がってしまう。ひいてはクレームにも繋がりがかねない。

ここで、ストレスにはいくつか種類がある。「物理的・肉体的ストレス」、「心理的ストレス」、「社会的・人間関係的ストレス」などである。介護職は体を使うことが主であり、腰痛や体力などに気を配る必要がある。また、利用者の認知能力の低下による、介護の拒否や暴言などにも直面することが多い。さらには利用者のターミナル期には、間もなく訪れる死に直面する場合や日常の中での不安や悲しみなどが常に隣り合わせである。利用者や連携をとる多職種との人間関係も考えると、特にストレスを受けやすい環境であることは明らかである。こうしたストレスと密接している介護職員は健康管理を怠ることで余裕を持った対応が出来なくなることにも繋がるのである。

また、このように、ストレスと向き合うことが重要となる介護業界は、マズローの欲求 5 段階説に当てはめて考えることができる。マズローの欲求 5 段階説とは、心理学者アブラハム・マズローが人間の欲求を 5 段階に理論化したもので、一番下から「生理的欲求」、「安全欲求」、「社会的欲求」、「承認欲求」、「自己実現欲求」で構成されている。「生理的欲求」は、睡眠や食事など人の生命維持に関わるものである。「安全欲求」は、寝床や貯金があるなど生命維持が安定に行えるように、より安全な状態を求める欲求である。「社会的欲求」は心地のいい家族や友達や職場があるなど、社会とのつながりや帰属意識に関わる欲求である。

「承認欲求」は仕事で認められる、褒められるなど、承認されることへの欲求である。「自己実現欲求」は、自分の持っている力を最大限に発揮したい、活躍したいなど、高い水準で理想的な状態を目指したいという欲求である（図 2）。

図 2 マズローの欲求 5 段階説



出所：KAIZEN BASE(マズローの欲求 5 段階説)

これらを介護職員に当てはめて考えると、「生理的欲求」は睡眠や食事、「安全欲求」は経済的な安定や安全な職場環境、「社会的欲求」は社会・職員同士の人間関係、職場へのポジティブな所属意識、「承認欲求」は認められることにより自信を得ること、「自己実現欲求」は自己裁量でどこまで仕事に取り組めるか、ということに当てはまると考えられる。介護職員が職場に定着するためには、6. で述べるように賃金などの処遇改善が難しいために、「社会的欲求・承認欲求・自己実現欲求」を満たすことがより重要である。ここで介護職員の実際の声を紹介する（表 1）。

表 1 介護職の実際の声

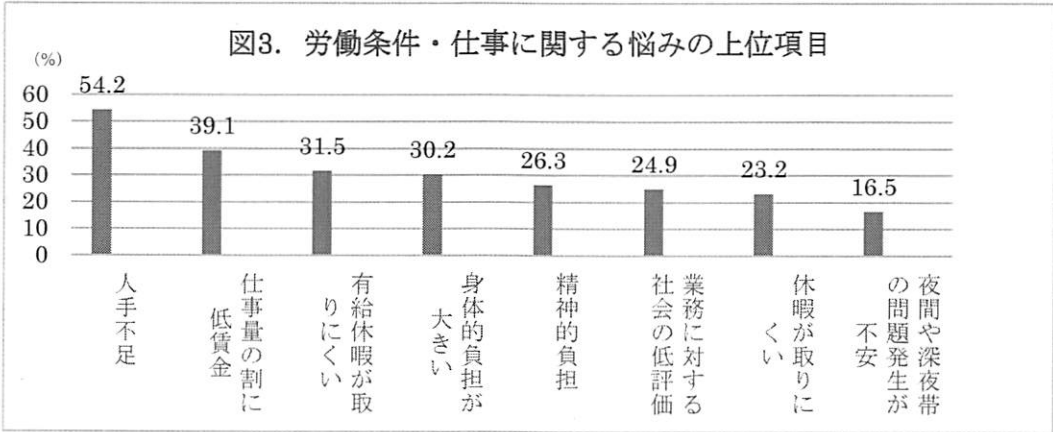
|                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ・利用者のことが心配で眠れないこともある。私自身も少し疲れが出てきている。のめり込まないように常に気をつけていつつも、少し入りすぎていないかもしれない。(43 歳・女性・訪問介護員)                                                                            |
| ・自分自身の疲れがとれない。常に利用者のことが頭から離れない。(38 歳・女性・訪問介護員)                                                                                                                         |
| ・これほどストレスの多い職業とは考えていなかったため、体調不良となり入院してしまった。(40 歳・女性・訪問介護員)                                                                                                             |
| ・ご夫婦両方の介護に入っているが、2 人の中が悪いので会話などに気を付けているせいかストレスがたまる。また、事務所にいる間には出来ないことが多く、自宅に仕事を持ち帰ってすることも多い。訪問介護員たちとの連絡が夜でないととれないので、自宅で電話をしているが、夜遅いので訪問介護員の家族に迷惑をかけている。(29 歳・女性・訪問介護員) |
| ・精神的ストレスが多くなった（制度と利用者とのズレで訪問介護員が困ることが多い。）。休みがとりづらいので、肉体が休まることがない。(41 歳・女性・訪問介護員)                                                                                       |
| ・仕事のときは必要以上にがんばってしまうので、ときどきストレス性の吐気、頭痛、目まいなどに襲われることがある。仕事中はこのような症状はないが、訪問宅を離れた直後によくある。(35 歳・女性・訪問介護員)                                                                  |

出所：篠崎良勝『介護職という禁断の木の实』八戸大学、2006 年

このように、仕事をしている時間も休みの時間も利用者のことや仕事のことに気が休まらず、心身を壊してしまう介護職員が多く存在していることから、身体的疲労のみならず精神的疲労も蓄積されやすい職業といえる。ストレスを抱えたまま利用者へのサービス提供は事故やトラブルを起こしかねないため、介護職員ひとりひとりのストレスマネジメントが大切なのである。

3. 介護職員のストレスの原因

続いて介護職員のストレス原因について見ていく。平成 30 年度に介護労働安定センターが介護労働実態調査を行った。その結果、労働条件や仕事の負担に関する悩みの原因（複数回答）として、「人手が足りない」が 54.2%と最も多く、次いで「仕事内容の割に賃金が低い」が 39.1%、その他に「有給休暇が取りにくい」31.5%、「腰痛や体力など身体的負担が大きい」30.2%、「精神的にきつい」26.3%、「業務に対する社会的評価が低い」24.9%、「休憩が取りにくい」23.2%、「夜間や深夜帯に問題が生じる不安」16.5%と続いた（図 3）。

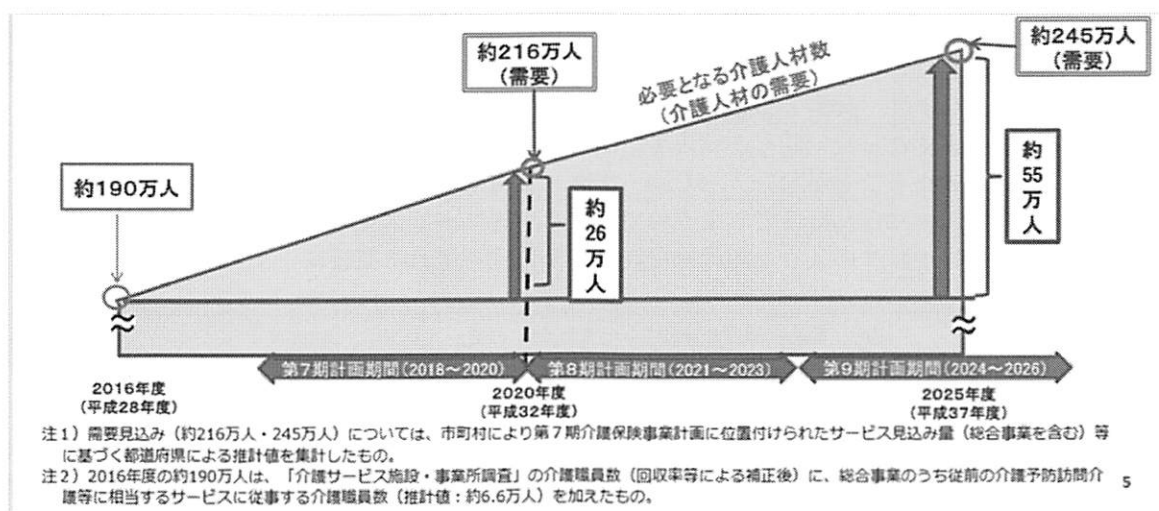


出所：介護労働安定センター（平成 30 年度介護労働実態調査）より筆者作成

#### 4. 人手不足の現状

ストレスの原因には「人手が足りない」が一番多く挙げられたが、実際どのくらい人手が足りていないのだろうか。厚生労働省の「福祉・介護人材の確保に向けた取組について」によると、介護職員の有効求人倍率は平成25年6月から平成30年6月にかけて増加し続けている。全産業と比較しても、全産業の有効求人倍率が1.5倍であるのに対し、介護職員有効求人倍率は3.5倍以上であり、介護職員が不足していることが分かる。また、介護職員確保の必要数は厚生労働省によると、「第7期介護保険事業計画の介護サービス見込み量等に基づき、都道府県が推計した介護人材の需要を見ると、2020年度末には約216万人、2025年度末には約245万人が必要<sup>1)</sup>。」とされている。また、2016年度の介護職員は約190万人であるが、2020年度末までにさらに約26万人、2025年度末までに約55万人を増やす必要がある。つまり、年間6万人程度の人材を確保しなければならないということがいわれている（図4）。

図4 介護人材の必要数の予測



出所：厚生労働省 「福祉・介護人材の確保に向けた取組について」

#### 5. 人手不足の背景：少子高齢化

人手不足の背景には「少子高齢化」の問題が挙げられる。少子高齢化の影響により人手不足になっている業界は介護職のみならず、飲食やITの業界でもメディアに取り上げられるなど大きな問題となっている。令和元年の高齢社会白書によれば「総人口は、平成30（2018）年10月1日現在、1億2,644万人となっている。65歳以上人口は3,558万人となり、総人口に占める割合（高齢化率）も28.1%となった。65歳以上人口を男女別にみると男性は1,546万人、女性は2,012万人で、性比（女性人口100人に対する男性人口）は76.8%であり、男性対女性の比は3対4となっている。また65歳以上人口のうち、「65～74歳人口」は1,760万人（男性840万人、女性920万人、性比91.3）で総人口に占める割合は13.9%、「75歳以上人口」は1,798万人（男性706万人、女性1,092万人、性比64.6）で総人口に占める割合は14.2%であり、65～74歳人口を初めて上回った（図5）。65歳以上人口は昭和25（1950）年には総人口の5%に満たなかったが、昭和45（1970）年に7%を超えた。高齢化率はその後も上昇を続け、平成30（2018）年10月1日現在、28.1%に達している。また、15～64歳人口は、その後減少に転じ、平成30年には7,545万人と、総人口の59.7%となった」。

図 5 少子高齢化の現状

単位：万人（人口）、％（構成比）

|            |               | 平成30年10月1日 |            |       |
|------------|---------------|------------|------------|-------|
|            |               | 総数         | 男          | 女     |
| 人口<br>(万人) | 総人口           | 12,644     | 6,153      | 6,491 |
|            |               |            | (性比) 94.8  |       |
|            | 65歳以上人口       | 3,558      | 1,546      | 2,012 |
|            |               |            | (性比) 76.8  |       |
|            | 65～74歳人口      | 1,760      | 840        | 920   |
|            |               |            | (性比) 91.3  |       |
| 人口<br>(万人) | 75歳以上人口       | 1,798      | 706        | 1,092 |
|            |               |            | (性比) 64.6  |       |
|            | 15～64歳人口      | 7,545      | 3,818      | 3,727 |
|            |               |            | (性比) 102.4 |       |
|            | 15歳未満人口       | 1,542      | 789        | 752   |
|            |               |            | (性比) 104.9 |       |
| 構成比        | 総人口           | 100.0      | 100.0      | 100.0 |
|            | 65歳以上人口（高齢化率） | 28.1       | 25.1       | 31.0  |
|            | 65～74歳人口      | 13.9       | 13.7       | 14.2  |
|            | 75歳以上人口       | 14.2       | 11.5       | 16.8  |
|            | 15～64歳人口      | 59.7       | 62.1       | 57.4  |
|            | 15歳未満人口       | 12.2       | 12.8       | 11.6  |

資料：総務省「人口推計」平成30年10月1日（確定値）  
 (注)「性比」は、女性人口100人に対する男性人口

出所：内閣府『高齢社会白書（令和元年版）』

また、令和元年版『高齢社会白書』によれば「65歳以上人口は、「団塊の世代」が65歳以上となった平成27（2015）年に3,387万人となり、「団塊の世代」が75歳以上となる令和7（2025）年には3,677万人に達すると見込まれている。その後も65歳以上人口は増加傾向が続き、令和24（2042）年に3,935万人でピークを迎え、その後は減少に転じると推計されている。

総人口が減少する中で65歳以上の者が増加することにより高齢化率は上昇を続け、令和18（2036）年に33.3%で3人に1人となる。令和24（2042）年以降は65歳以上人口が減少に転じても高齢化率は上昇を続け、令和47（2065）年には38.4%に達して、国民の約2.6人に1人が65歳以上の者となる社会が到来すると推計されている。総人口に占める75歳以上人口の割合は、令和47（2065）年には25.5%となり、約3.9人に1人が75歳以上の者となると推計されている。これから新たに介護職に就く若者が減り、高齢者だけが増えていけば今後も人手不足が加速していくことは明らかである。

## 6. 人材不足の原因

介護業界の人材不足の原因は、一つ目に採用が困難であることが挙げられる。理由は事業者と求職者の両方の立場から考えられる。まず求職者から見ていく。冒頭で述べたように、介護職のイメージは「3K」と表現されている。「きつい」、「汚い」、「危険」である。介護を必要とする人は自分の体格よりも大きい人もいる。そういった人達を移動介助するために体を持ち上げたりすることで腰や背中を痛めてしまうことがある。そして仕事時間は早朝から深夜帯の中で区切られているため生活リズムが不規則になり、体力的にも限界を感じてしまい「きつい」と言われてしまう。また、介護職の仕事には排泄介助があり、尿や便を始末することが含まれる。そして、食事介助では、介護を必要とする方が食べこぼしてしまう時の介助や口が閉じずよだれが止まらない方などいるため、そうした時のことを考えると「汚い」と思ってしまう人がある。そして介護には仕事の中で転落や転倒の巻き込み、ウイルスの感染のリスクが高く「危険」だということが懸念されている。こうした「3K」のイメージが払拭できていないことから就職希望者が少ない。

次に、介護職員の仕事が賃金と比例していないことも理由に挙げられる。介護職員の賃金は、公定価格である介護報酬を事業者が受け取り、そこから設備運営費などを差し引いたお金で支払われる仕組みとなっている。そのため、介護報酬が大幅に増額することで給料は引き上げられる。しかし、介護報酬は、1～3割を利用者が負担し保険料と公費で賄う介護保険から支払われているため、介護報酬を増額することは国民の負担額に繋がってしまい安易に増やすことが出来ないのである。こうした理由が就職活動の中で介護職という選択を除外してしまう根源となっていると考える。

次に事業者側を見ていく。事業者側が採用困難だと述べる理由は人手不足によって、同業他社との人材獲

得の競争が厳しいことが挙げられる。介護業界は共通して人手不足が起きているため、その事業所ならではの魅力を伝えることが大切であるが、難しいというのが現状である。二つ目に他の業界に比べて労働条件が良くないという理由が挙げられる。勤務時間や賃金の低さなど、他の業界に比べてしまうと選択してもらえないということが現状である。

二つ目に離職者が多いことも理由として挙げられる。介護労働安定センターの平成 30 年度介護労働実態調査によると、採用率が 18.7%、離職率が 15.4%と採用率が多少上回っているが、その差はおよそ 3.3%しかなく、採用した人数に近い人数が離職していることが分かる。パーソナル総合研究所とベネッセ・シニア・介護研究所が行った介護人材の離職実態調査によると、主な退職理由は二つあり、一つ目が「給与の低さ」21.3%、二つ目が「キャリアの見通しのなさ」17.3%である。「給与の低さ」は特に男性が多く、結婚などのライフステージの変化により家計を支える大黒柱としては厳しい現実であるという理由が挙げられている。また、介護労働センターによる平成 29 年度介護労働実態調査（複数回答）によると、多くの回答がある中で「職場の人間関係に問題があったため」20.0%が最も多く、「結婚・出産・育児のため」18.3%、「法人や施設・事業所の理念や運営の在り方に不満があったため」17.8%と続いて上位を占めた。女性もライフステージの変化があり、職員同士や介護を必要とする人とその家族、地域など人間関係が重要視される介護職員は、こうした厳しい現実「辞めたい」と感じ離職してしまう人がいることがわかる。

## 7. 人材確保のための政府の対策

ここでは、人材確保のために行われている政府の主な取組について述べる。冒頭で 5 つの取組があることを述べたが、ここで一つずつ説明していこう。一つ目「介護職員の処遇改善」は、事業所が、介護職の為にキャリアアップの仕組みを作る、環境の改善を行うなどの計画を都道府県や市町村などの自治体に報告する。そしてその報告に基づいて自治体が介護報酬に給料の上乗せ費用を追加し支給する、支給されたお金を介護職員へ支給することによって給料が上がる仕組みとなっている。このように、事業所が介護職員の為に行っていることを自治体が評価することによって上乗せ費用が支給される制度である。しかし、この制度には問題点も挙げられる。それは、勤続年数 10 年以上の介護職員が対象になることである。厚生労働省の平成 29 年賃金構造基本統計調査によると、理学療法士や介護支援専門員などの専門的立場から見ると 10 年以上を上回っているが、介護職員の平均勤続年数は 10 年を下回っているのである。

二つ目「多様な人材の確保育成」は、介護福祉士等を目指すために養成機関の修学資金を必要とする学生を対象に月額 5 万円の修学金、入学準備金・就職準備金 20 万円の貸付を行っている。また、一度離職している介護人材のうち一定の知識や経験を有する者を対象に、再就職をする際に必要な準備金を貸付し、潜在介護人材の呼び戻しを促進している。上限額は 20 万円であるが、人材確保が特に困難とされる地域には貸付額を倍増で 40 万円を貸付する。

三つ目「離職防止・定着促進・生産性向上」は、これまでの主な対策として、介護ロボット・ICT の活用推進、介護施設・事業所内の保育施設の設置と運営の支援、キャリアアップのための研修受講負担軽減や代替職員の確保支援を行っている。今後さらに介護ロボットの導入支援や生産性向上のガイドラインの作成など、介護ロボット・ICT 活用推進の加速化と認証評価制度の普及に向けたガイドラインの策定を講じている。

四つ目「介護職の魅力の向上」は、これまでの主な対策として学生やその保護者、進路指導担当者等への介護の仕事の理解促進を行い、今後さらに介護を知るための体験型イベントの開催を講じている。

五つ目「外国人材の受入れ環境整備」は、在留資格「介護」の創設に伴う介護福祉士国家資格の取得を目指す外国人留学生等の支援（介護福祉士就学資金の貸付推進、日常生活面での相談支援等）を行う。

## 8. 事例：ストレスマネジメントに取り組む「扇の森 WEST」

これまでのことを踏まえて、筆者は令和元年 11 月 18 日に社会福祉法人永寿社の「扇の森 WEST」の施設長を勤めている能登谷典子氏にインタビューを行った。扇の森 WEST は埼玉県さいたま市に立地し、現在 90 名が従業員として働いている。また入居者数は 29 名である。

質問の内容は「人手不足がストレスになるのはなぜか」、「職員を定着させる工夫」、「精神面でのサポート」等、全 12 項目である（表 2）。以下で一つずつ述べていく。

表2 質問リスト

|                         |
|-------------------------|
| 1.「人手不足がなぜストレスになるのか」    |
| 2.「平均的な勤続年数」            |
| 3.「職員を定着させる工夫」          |
| 4.「離職させない工夫」            |
| 5.「自己裁量でどこまでできるか」       |
| 6.「受講制度について」            |
| 7.「チームワークが生まれる取組について」   |
| 8.「所属意識をどう持っているか」       |
| 9.「精神面でのサポートと休暇について」    |
| 10.「職員が働き続けたいと思ってくれる工夫」 |
| 11.「就職希望を増やす工夫」         |
| 12.「仕事を通してのやりがい・魅力について」 |

出所：筆者作成

#### 8-1.「人手不足がなぜストレスになるのか」。

第一にこの質問をした理由は、先に述べたように、介護職員のストレス原因に最も多い理由が「人手不足」であるが、人手不足がストレスに繋がる理由は実際に現場で働く人しかわからないためである。

人手不足がストレスになる理由は、「自分の仕事が大変になるということ以上に、施設を利用している方々に良いケアが出来なくなってしまうのは良くないのではないかという不安」に直結しているため、ストレスになりやすいということが分かった。

例えば、入居者が100人いたとして人手不足により入居者を80人にするから20人は他の施設へ行ってください。という対処は出来ない。介護職は人がいないと成り立たず、命にかかわる仕事なのだ。そのため、人手不足になると、利用者に食事を提供できなくなり、清潔なケアが行えなくなる。つまり、直接介護が出来なくなってしまい、利用者が最低限送る権利のある生活を送れなくなってしまうのである。生活の最低ラインを支えているのが介護の現場であり、人手不足になると生活が脅かされることに繋がる。介護業界の人手不足は高齢者を抱えた家族が仕事を辞めざるを得ない状況にもなりかねない。社会に大きな影響を与え、施設に入居してくる人たちの命に関わるかもしれないという不安や責任感抱えていることでストレスに繋がっているのだ。

#### 8-2.「平均的な勤続年数」

扇の森WESTは創立7年であるが、能登谷施設長は法人の立ち上げから新卒で携わっているため17年勤続している。その他に10年以上勤めている幹部が2名、立ち上げスタッフも多く残っていることが分かった。また新卒離職者数を調べてみると、2016年は6名が離職しているが、2017年と2018年には各1名しか離職していないことが分かった。

#### 8-3.「職員を定着させる工夫」

社会福祉法人永寿荘では「雰囲気大事にしている」そうで、「利他の心溢れる地域をつくる」という揺るぎないグループミッションを掲げている。「利他」とは自分よりも他を考えようという思いやりの心であり、そういった心の溢れる地域を作りたいという想いが込められている。そして、謙虚な姿勢でありながらも、愛情深く必要ところはしっかり介入していくことを大事にしている。そういう雰囲気を作るためには謙虚でありながら笑顔で明るく優しい気持ちを持って思いやりの精神があるのが第一だということだ。福祉は、最終的に思いやりと温かい気持ちあってゆったりと過ごすことが出来る。仕事を行いながらも笑顔でいることは温かい雰囲気をつくり、居心地がいいと思える、自分が働いていても気持ちがいいと思えるため、そういった雰囲気を大切にしている。

また、勤務時間が様々で疲れがたまりやすいため、職員には様々な役割を持たせている。介護の仕事だけだとマンネリ化し、体よりも心が疲れてしまうこともある。そこで、外向けの仕事や法人内でも委員会の活動をしてもらうなど、違う仕事を入れることで気分転換となり、役職を与えられると自分のステップアップ

にも繋がる。こうして必要な人に役割を適宜与えることをコントロールしている。同じ場所に居続けると人はストレスを感じやすいため、適宜ステップアップや、そのための面談を年に2回行い、悩みや今後の目標について一緒に考える時間を設けている。

#### 8-4. 「離職させない工夫」

離職する人は、介護という仕事に疲れてしまったという理由があるが、これは深い悩みであるそうで能登谷氏自身も経験している。そのため、そういった職員たちには外の研修に行ってもらうことで、自分の働く場所の良いところ直すべきところを見つけてもらうようにしている。そうすることで、自分のところはこんなことを頑張っているのか、と良さに気づき自信を持ってくれる。直すべきところを見つけた場合には、もっと施設を良くしたいと、前向きな気持ちになってくれる。自分が働く場所しか知らないことで不安が大きくなるため、その不安を解消するために外を知ってもらうことを大切にしている。

#### 8-5. 「自己裁量でどこまでできるか」

能登谷氏は、福祉の業界で自分自身が何をやりたいのか探しているかどうか、与えられることを待つばかりではなく、自分がこれからやりたいことを本気で目指すことをするのであれば、それを発揮する環境はありと自信をもって断言している。例えば、国家資格を持つことは自信や給料アップに繋がり、もっと頑張らなければならないという自分への戒めにもなる。そのため、国家資格を皆が取れるような仕組みを法人内で作っている。社会福祉士は学校を出なければならぬが、介護福祉士やケアマネジャーは学校を出ていなくても3年働き実務者研修を終えれば取得資格を得られるため、そうした道を目指せるだけのバックアップをしっかりと行うことで誰でも目指せる道を作っている。

また、ステップアップについて考える面談シートがあり、自分の実現したいことを書くことによって必要な研修に行かせ、ポジションアップ（ユニットリーダー・主任・課長・施設長等）の意欲がある人がスキルを身につけたのちにその職に就けるようになっている。現在働いている役職の人たちも自ら望んで就いた人が多くいるそうだ。能登谷氏は「なったポジションに給料はついてくるもの」と述べており、意欲のある方々のためにポジションを用意できるように事業展開をしていると仰っていた。頑張っている若者を良いポジションに就かせてお給料をたくさんあげたいという副理事長の想いを胸に、働く若者の意欲を引き出し、上を目指したいと思えるようにすることを大切にしていることが分かった。

#### 8-6. 「受講制度について」

8-5. で述べたように社会福祉法人永寿荘では資格支援のバックアップを行っている。例えば、介護福祉士を目指すとなれば、3年間働き実務者研修を終えると試験を受けることができる。そこで、法人内の研修に参加すれば、授業料の約20万円が無償となり、シフトの調整まですべて行ってくれる。さらにお祝い金5万円が支給されるということで、モチベーションの向上と職員の負担削減を図っている。その他に、ユニットリーダー研修、ステップアップ研修への積極的な参加を呼びかけ、内部での研修制度として、新卒の為に介護を教える研修会や中途採用の方が働きやすくなるように、法人の仕事を教わる2日間の研修を年4回設けている。そのため、遅くとも3か月以内で研修を受けられるという強みがある。そしてパワーアップ研修といい、相談員のスキルアップのためにお金のまわり方や介護保険について、マネジメント能力や相談業務、対外的な相談援助方法のポイントを習得させることにも努めている。月に一度の勉強会は、感染症防止などをテーマに、給料が支給される範囲で行われ、残業になったとしても30分程度であるため、仕事の枠内で行うことで、個人で勉強するストレスを軽減させている。

#### 8-7. 「チームワークが生まれる取組について」

まず、同じ職種のチームワークを良くするために同じ目標を持つことを大切にしている。ユニットごとで目標を設定し、そのためにどうしていくかという目標を持ち、職種ごとにも目標を持つようにしている。その職種がどうあるべきか、ということを主にし、施設全体がまとまる為に施設全体での目標を設定している。施設全体での目標は「カフェで楽しむまちの老人ホーム」である。こうした全体の目標から施設内でも職種ごとに細分化して同じ目標を掲げている。

また、一人ではできない仕事を与えるようにしてチームワークを生み出している。例えば、社会福祉法人永寿荘では、新卒者が利用者一人を対象に研究発表を行う。その時、新卒者一人では決して出来ず、チューターやユニットリーダーやパートの人などの周囲に協力してもらって初めて出来るような仕組みにしている。

一人でも二人でもなく「みんな」でやることによってチームワークが生まれている。加えて、介護職員は看護・理学療法士・相談員・調理師・栄養管理士などと「多職種連携」することが大切なため、この時も、各職種では出来ないように仕事を与えている。なぜなら、介護職が頑張っても看護職が病気に気づけなければ、その人は悪化する可能性があることや、介護と看護が連携していてもその場に食事が伴わなければ栄養が偏って悪化してしまうかもしれないなどの場合があるためである。そういった状況を未然に防ぐためにも、カンファレンスを開き、申し送りで多職種が集まる時間を故意に作ることで連携をスムーズにさせている。永寿荘では、朝礼をユニットごとで行うのではなく、必ず全員が集まって顔を合わせるようにし、他の職種にもお願いしないといけないような仕事を与えている。それほどコミュニケーションを重要としているのだ。

#### 8-8. 「所属意識をどう持たせているか」

これについて能登谷氏は、「永寿荘の一員として逃げたくない、逃げる人間になりたくないという想いを持っている。一つのところで長くやるのが大切であって、仕事をしながらどう疲れを癒すかを考えることが最も大切だ。それが出来れば辞める理由は見つからない」と述べた。また、施設長としては、「所属していることを誇りに思ってもらいたい。法人内でたくさんの施設があるがそれぞれがこだわりを持ってほしい。」と述べており、同じ法人で施設同士みんな仲良しだが、ライバルでもあるという意識を持ち、毎年4月1日に行われる表彰制度ではどの施設が一番良いか決まるため、負けられないという熱い意気込みも語った。評価されることで自分の評価も高くなり、賞与に反映される可能性もあるからだ。そういった仕組みを職員全員に分かってもらっていることはありがたいことであると施設長は考えている。人に認められることを大切にし、そのことが所属意識のさらなる向上へと繋がると強く感じている。

#### 8-9. 「精神面でのサポートと休暇について」

精神面でのサポートは、常日頃から声を掛け合うことを大切にしている。施設長が普段から現場を歩き回することでスタッフが話しかけやすい雰囲気を作っている。そこで行われる会話からその人が豊かな気持ちでいるか、今悩んでいることがあるのか、ということが分かるからだ。すぐに気づける雰囲気を作っていることは面談と同じように大切なことなのだ。休暇は、希望の日程がほぼ叶うようになっている。それは、リーダーの持つシフト調整能力が高いからである。緊急時以外は、休暇中に出勤させることを絶対にしない。それが可能であるのは職員みんなが休みを大事にしているからだ。なかなか有給を取りづらい介護職であるが、計画的有給付与といい、有給を連休で消化させるため6連休を取得でき、それが年に2回時期を選べることも強みである。

#### 8-10. 「職員が働き続けたいと思ってくれる工夫」

給料面が他の業種に比べて少ない分、働きやすさ、休暇制度、資格取得の取組を応援するなど付加価値を大きくしている。中でも、女性が多い職場であることから、子育てをしながらでも働けるように保育園を作ったことがその象徴である。保育園は事業所枠があり、枠内であれば、保育料も無料である。特に0～2歳は本来有償で何万円とかかる保育料も無料になり、時短制度も取り入れているため、女性が働きやすい環境となっている。そして正社員であれば育児休暇から戻ったとしてもランクが下がることないため、復帰しやすい環境となっている。

#### 8-11. 「就職希望を増やす工夫」

介護のマイナスイメージを払拭するためには見て知ってもらうことが一番良いので、イベント開催時に地域の住人や学生など全体での交流を心がけ、誰もが立ち寄れる場所としてカフェを運営している。そうすることで、現在の施設は綺麗で明るい場所であることが伝わるように努めている。

#### 8-12. 「仕事を通してのやりがい・魅力について」

能登谷氏は「立ち上げから現在に至るまで様々なポジションを経験してきた中で、後輩が成長する姿が嬉しい」と述べた。後輩のやる気を引き出すために日々悩んでいるが、やりたい仕事が出来ようになり、ステップアップした後輩を見るとやりがいに繋がるのだそうだ。また、介護の仕事でいうと、ターミナル期のケアで利用者が亡くなってしまうことは悲しいことだが、やりがいを感じているそうだ。老人ホームに入る人は死を見据えて来ている。そして最期の場所を家、施設、病院という選択肢の中から施設を選んでもらえたということだ。家で看取ることが一番良いのではあるが、ご家族が辛いから施設でお願いしますと、生き

てきた中で最も大事なことを任せてくれる。責任は重いが同様に嬉しさも大きく、選んでもらったからには手厚く介護したいと日々考えている。利用者が亡くなると若いスタッフは気持ちが悲しくなる人も多く、もちろん自分も悲しくなるが、それ以上に亡くなった時の表情を安らかに眠ったようにしたいという思いがある。そのために、医療面以外で苦しめないようにケアをすることで本人の表情もよくなり、やりがいとなり、ご家族が「いい顔をしている」と安心する。最期のご遺体は「ケアの通信簿」と言われるが、ご遺体が綺麗だと、丁寧に苦しみもなく眠るように亡くなることが叶ったということを示すため、そういった状況を心掛けている。施設のみならず、利用者をしっかりと支えて苦しめない看取りを行い、ご家族が「ここで良かった」と言ってくれることが何より嬉しく、出来る範囲で最大限介入するがご家族を超えない匙加減のもと良い看取りが出来た時、悲しいけれども最高のやりがいにもなるそうだ。

写真 1：施設長の能登谷典子氏



写真 2：社会福祉法人永寿壮「扇の森 WEST」



出所：筆者撮影（2019 年 11 月 18 日）

## 9. 考察

ここまで本論文では、介護職員とストレスマネジメントの関係について述べ、ストレスの原因である人材不足の現状、それに対する政府の対策、そして事例として扇の森 WEST における取組について述べてきた。

現在、介護サービスの需要は増えている一方で、業界は常に人手不足に悩まされている。そして人手不足がなぜストレスの原因となるかという点、人の命に関わる仕事で、直接的なケアを出来ないことは利用者の生活を脅かすことになるという不安と介護サービスを必要とする人たちの家族の生活を守る責任も背負っていることが理由だと分かった。そして介護業界の人手不足の要因には、少子高齢化が背景にあり、需要が伸びているにも関わらず、マイナスイメージや賃金の問題から就職希望する若者が少なく採用が困難となっていることが分かった。

そのため、介護職員の仕事量や心配が増えて人手不足がストレスとなり離職してしまったりすることを防ぐためには、人材確保を行うことも大切であるが、現在働いている介護職員を定着させ離職させないことも重要になってくる。それが社会福祉法人永寿壮のようなコミュニケーションや職員一人一人のバックアップを大切にしている取組であるといえる。介護職員が常に向上し続けるために資格支援を行い、精神面でも働くうえでも常にコミュニケーションをとること、想いを共有する機会があることが良いケアに繋がり、職員一人一人の心のケアにも繋がっていることが明らかとなった。

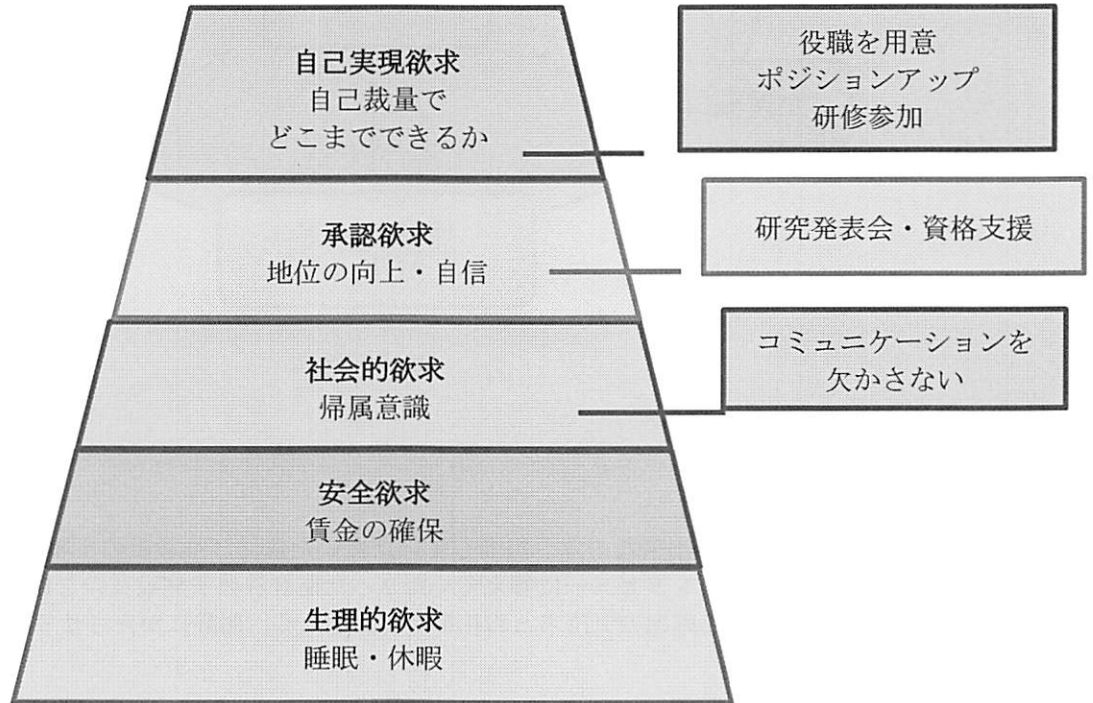
これらは第 2 章で述べたマズローの 5 段階欲求説と繋がっており、「生活の最低ラインを支えているのが介護の現場である」という能登谷氏の言葉から、介護職員は利用者の「生理的欲求・安全欲求」を満たす仕事であることがわかった。利用者の生活を担っているからこそ、責任感や不安も大きい。そうした介護職員の「生理的欲求」と「安全欲求」は不規則な勤務時間の中で睡眠確保をすること、賃金の確保をすることであるが、これらについてはまだまだ課題が残っており、これらで職員を定着させることは簡単なことではない。そのため、コミュニケーションを欠かさないことは職員が安心できる環境を作り上げ、「社会的欲求」を満たし職員にポジティブな所属意識を持たせている。次に新入社員の研究発表会や資格支援等、周囲と協力して成し遂げられるような機会、自分の成長を確かめる機会があることで「承認欲求」を満たし、自信を持つことに繋がっている。そして様々な役職を用意し、一人一人が持つ力を発揮できるよう法人で取組を行

うことが職員のやる気を引き出し「自己実現欲求」を満たすことに繋がっていることが分かった（図7）。

冒頭で介護職員のストレスマネジメントを徹底することで、介護の質を向上させ、介護職員自身が仕事の魅力を理解し、これから就職を控えている若者に伝えていくことが出来ると考えると述べたが、そのためには周囲の協力が必要不可欠であり、悩みや不安を抱え込まず上手に解消するためにチームでコミュニケーションをとってお互いに会話をすることが大切である。

介護業界では賃金の改善や人手不足等、改善しなければならない課題が残っているが、社会福祉法人永寿壮・扇の森のように、自らのやる気を引き出し、積極的に行動を起こす機会を設け、チーム全体で協力をして目標を達成できるような取組を行うことで「社会的欲求」・「承認欲求」・「自己実現欲求」が満たされ、離職防止、定着促進に繋がっている。

図7 介護職員のマズローの欲求5段階解説



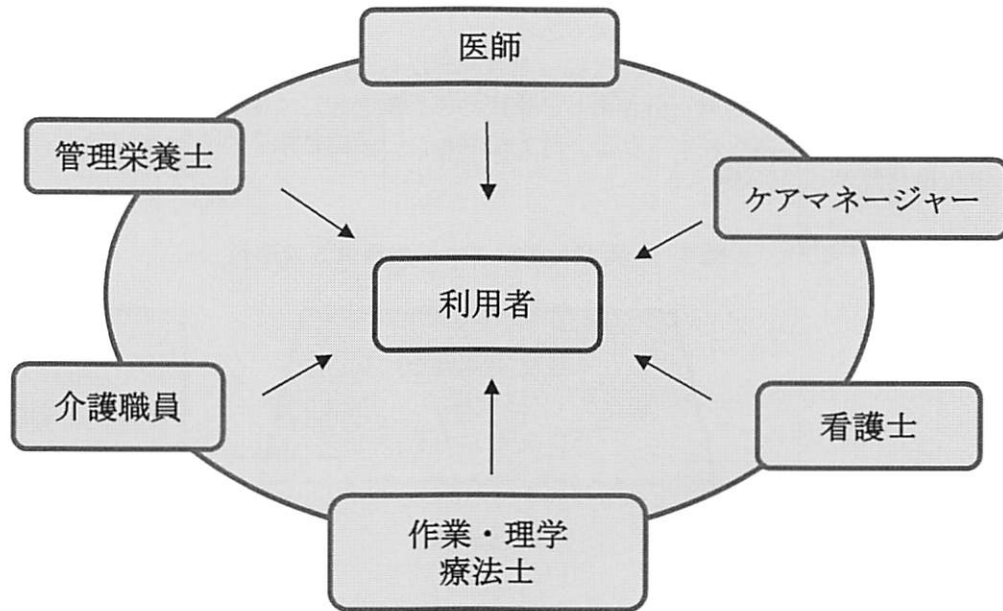
出所：筆者作成

## 10. 結論

以上の考察から、介護職員のストレス原因である人手不足を解消するためには、介護職員の処遇改善やマイナスイメージの払拭を図るために、施設が地域と交流して現在の様子を目で見て知ってもらうことが重要であり、多職種で連携して常に顔を合わせ会話してコミュニケーションを図ることが大切であることが分かった。介護職員の中でも様々な職種があるため、それぞれが持っている情報を出来る限り共有し、よりよいケアをするために常に考えなければならない。そして、チームでコミュニケーションを図ることは健康状態の異変に気付くこともできるため、連携することは欠かせず、人と人の繋がりで成り立っていることが分かる（図8）。

そうした環境が築けている組織だからこそ、やりがいや魅力があることを実感するのである。そのために、これからも人と人の繋がりを大事にしている組織は働きたいと思える組織となり、介護業界の先駆者となるのである。そして介護業界はマズローの欲求5段階解説に当てはめると生理的欲求と安全欲求、つまり生きていくための最低限の欲求を満たす仕事であり、とても重要かつ尊いものである。そして意欲をもって取り組むことや、組織がその環境を整えてサポートすることで、職員自身の「社会的欲求」・「承認欲求」・「自己実現欲求」を満たすことへ繋がるということが明らかになった。つまり、事業者側の様々な取り組みや自分次第で、魅力があり、やりがいのある職になるといえるだろう。このことを本論文の結論としたい。

図 8. 多職種との連携



出所：筆者作成

#### 謝辞

本論文を形にすることが出来たのは、担当していただいた許伸江准教授の丁寧なご指導や、「社会福祉法人永寿社の採用担当及びインタビューに答えてくださった能登谷典子施設長のご協力のおかげです。協力してくださった皆様へ心から感謝の気持ちとお礼を申し上げたく、謝辞にかえさせていただきます。

#### 注

1) 都道府県及び市町村は、基本指針に即して、3 年を一期とする都道府県介護保険事業支援計画及び市町村介護保険計画を定めることとされている。

#### 参考文献

- ・介護求人かいご畑「介護職員処遇改善加算とは？介護職の給料・年収が上がる制度を解説！」  
<https://kaigobatake.jp/column/shoguukaizen.php> (最終閲覧日 2019/11/07)
- ・介護労働安定センター『平成 30 年度 介護労働実態調査』  
[file:///C:/Users/shior/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/RT025USV/2019\\_chousa\\_kokka.pdf](file:///C:/Users/shior/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/RT025USV/2019_chousa_kokka.pdf) (最終閲覧日 2019/11/03)
- ・カイゴ WOKER「介護職人材不足解消ために」  
<https://kaigowoker.jp/sp/column/11/> (最終閲覧日 2019/11/03)
- ・KAIZEN BASE「マズローの欲求 5 段階説」  
<https://www.kaizen-base.com/contents/mgal-42356/> (最終閲覧日 2019/11/15)
- ・厚生労働省 e-ヘルスネット「ストレスマネジメント」  
<https://www.e-healthnet.mhlw.go.jp/information/dictionary/tobacco/yt-049.html>  
(最終閲覧日 2020/01/16)

- ・厚生労働省「介護分野の ICT 化、業務効率化の推進について」  
<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/miraitoshikaigi/suishinkaigo2018/health/dai6/shiryo4.pdf>  
(最終閲覧日 2019/11/07)
  - ・厚生労働省「介護分野の最近の動向」  
[https://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-12601000-Seisakutoukatsukan-Sanjikanshitsu\\_Shakaihoshoutantou/0000163525.pdf](https://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-12601000-Seisakutoukatsukan-Sanjikanshitsu_Shakaihoshoutantou/0000163525.pdf) (最終閲覧日 2019/11/07)
  - ・厚生労働省「公的介護保険制度の現状と今後の役割（平成 27 年度）」  
[https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-12300000-Roukenkyoku/201602kaigohokenntoha\\_2.pdf](https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-12300000-Roukenkyoku/201602kaigohokenntoha_2.pdf)  
(最終閲覧日 2019/11/06)
  - ・厚生労働省「福祉・介護人材の確保に向けた取組に向けて」  
<https://www.mhlw.go.jp/content/12201000/000363270.pdf> (最終閲覧日 2019/11/03)
  - ・篠崎良勝『介護職という禁断の木の実』八戸大学、2006 年
  - ・内閣府『高齢社会白書（令和元年版）』  
[file:///C:/Users/shior/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/I3AV687K/1s1s\\_01.pdf](file:///C:/Users/shior/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/I3AV687K/1s1s_01.pdf)  
(最終閲覧日 2019/11/03)
  - ・BRAVE「介護職員の給料・年収の目安はどれくらい？年収をアップする方法」  
<http://www.braves.co.jp/column/nursing/nursing-salary.html#section2> (最終閲覧日 2019/10/20)
  - ・ferret「マズローの欲求 5 段階説を図付きで解説！」  
<https://ferret-plus.com/5369> (最終閲覧日 2019/11/14)
-

# ファッションが女性の痩せ志向に与える影響

—外国人との比較から見る日本人女性特有の痩せ志向—

マネジメント学部 生活環境マネジメント学科

石澤 杏朱

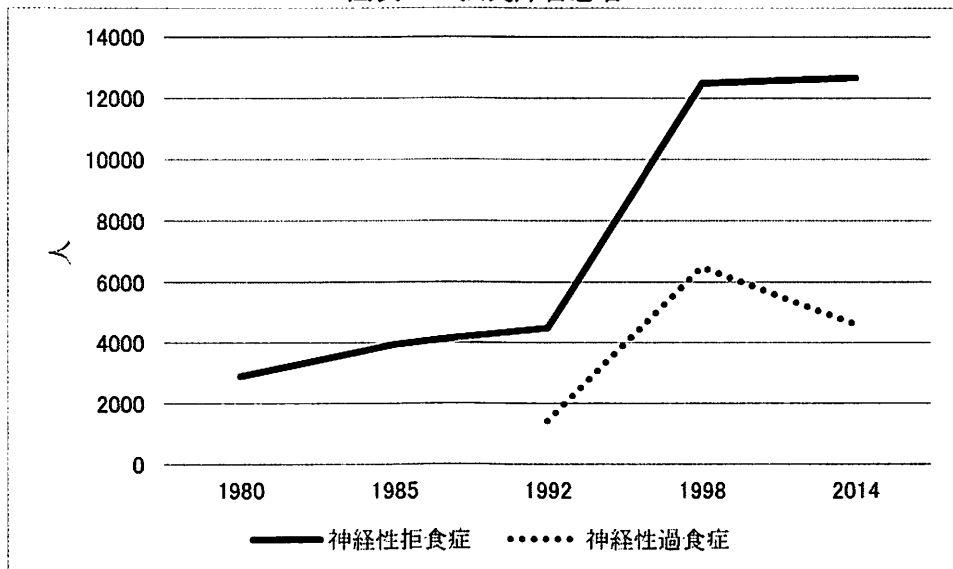
## 1. はじめに

近年、日本では摂食障害が問題となっている。患者数は年々増加傾向にあり、それは無視できない潮流である（図表1）。過食症と共に、健康的ではないダイエットが原因で拒食症が問題にもなっている。本来、女性の理想的な体型は程よい筋肉と程よい脂肪がついた健康的で、病気へのリスクが少ない体である。しかしながら、今日の若い女性は痩せたいという願望が強く、摂食障害の予備軍となっている人も少なくない。大勢の日本人女性は自分の体型を見て「もっと痩せたい」と考えたり、標準体重であるのにも関わらず、「痩せた」「太った」と周りの人から言われ一喜一憂したりした経験があるのではないだろうか。痩せ過ぎは病気へのリスクを高くする。実際に、モデルが痩せ過ぎで死亡した事例が世界ではある。これを受け、近年、ファッション業界では痩せ過ぎモデルの起用を禁止する規則が作られた。しかし、日本のファッション業界ではそのような規則は作られておらず、痩せ過ぎモデルがあまり問題視されていないように思われる。

一步日本を出て海外へ行くと日本人は「細すぎる」「もっと太ったほうがいい」と言われることがある。しかしながら一方で、日本では「ダイエットは女性の永遠のテーマ」という言葉を聞く。日本人女性の平均 BMI は低いにも関わらず、なぜこのようなことを「永遠のテーマ」にしなければならないのかと疑問に思った。

そこで、本稿では「痩せ」に焦点を当て、日本人と外国人女性の「ファッションへの関心」と「痩せ志向」との関係を研究する。研究方法として日本人と外国人女性を対象にアンケートを実施した。また、アンケート結果から実際に数値として裏付けできるのかを BMI とファッショントレンドを照らし合わせながら確認し、これらの結果を基に考察していく。

図表1. 摂食障害患者



「摂食障害全国基幹センター」・「全国の病院の受診患者数の推定値の推移」より筆者作成

## 2. BMIについて

### 2-1 BMIとは

まず、BMIとはBody Mass Indexの略でボディマス指数とも呼ばれ、体重と身長から算出することができる（体重 kg÷（身長 m）<sup>2</sup>=BMI）肥満度体格指数である。判定基準は、日本肥満学会とWHO（世界保健機関）より低体重 18.5 以下、普通体重 18.5～25 未満、肥満度 1、25～30 肥満度 2、30～35 肥満度 3、35～40、肥満度（4）40 以上とされている（図表 2）。

健康的な適正 BMI は 22 とされているが、日本人女性の平均 BMI は 20 となっており、「平成 29 年国民健康・栄養調査」では、肥満度（BMI）が 18.5 未満の低体重に分類される人は、20 歳代では約 2 割と、高い数値であることが示されている。

図表 2. BMI 判定基準

|       | BMI       |
|-------|-----------|
| 低体重   | ～18.5     |
| 普通体重  | 18.5～24.9 |
| 肥満度 1 | 25～29.9   |
| 肥満度 2 | 30～34.9   |
| 肥満度 3 | 35～39.9   |
| 肥満度 4 | 40～       |

日本肥満学会の判定基準より筆者作成

### 2-2 健康への影響

低体重(BMI18.5 以下)は、体に大きな負担がかかり病気になる危険性が高い。貧血を起こしやすく脳が委縮することで集中力の低下、そして、乳がんになる確率が上がる。さらに、若い頃に低体重であった人は高齢になってからも影響を及ぼす。骨粗鬆症や筋肉減弱症を発症しロコモティブシンドロームになってしまう確率が高い。ロコモティブシンドロームとは、運動機能が低下してしまうことで歩いたり自分で体を動かすことが難しく、日常生活を送ることが困難になってしまうことである。

卵巣機能の低下によって生理がこなくなったり、妊娠糖尿病になりそれが原因で胎児の大きくなり過ぎや妊娠高血圧症候群、早産になったりする可能性がある。（東京新聞夕刊、2012）また、低出生体重児を出産する恐れがあり、その子供も後遺症として障害を負う確率が高く、自分だけではなく子孫にも影響を及ぼし得る。

摂食障害者の死亡率は約 1 割で、低体重は過体重よりも死亡リスクが高い。実際にこのような体への負担が多くあることを知った上でダイエットをしている若者は少ないだろう。

健康への悪影響があると言われているが具体的に対策がなされているわけではない。では、外国ではどのような動きがあるのかをみてみる。

### 2-3 世界の対策

1970 年後半から欧米のメディアによって「痩せていることが美しい」という認識が広められた。ファッション業界では宣伝で細身のモデルを重視する姿勢（流通新聞 2017）が強くなり、このような風潮から拒食症患者が次第に増加し始めた。「痩せていることが美しい」という固定観念により、痩せていることが一般的となった。それに伴い、各ブランドが作る服も徐々に小さなサイズのものへと変わり、細身のモデルさえも着ることが難しくなっていった。そのため多くのモデルは、ブランドが作る極端に小さいサイズの服を着こなす必要に駆られ、更なるダイエットを迫られた。

カースティ・クレメンツ（2013）によると、空腹を紛らわすためにティッシュを食べるモデルもいたという。劣悪な環境の中で痩せ過ぎによって死亡するモデルもいたが、大々的に報道されることはなかった。転機となったのは 2006 年のモデルの死亡事件である。21 歳のブラジル人モデルが拒食症をきっかけに死亡した（東京新聞朝刊 2007）のである。これが多くのメディアにより報道され、摂食障

害への議論が高まると同時に、一般人にもファッション業界の悲惨な環境が明かされていった。この死亡事例を機に、欧米では「痩せていることが美しい」というような考えが少しずつ変わっていき、ファッション業界が動き始めた。フランスでは、医師の診断を受け健康な体であることを証明してからでないモデルをすることができず、また、写真修正した場合は記載が必ず必要である。イタリアやマドリードはBMI18.5以下のモデルはショーに出ることができず、この規定によってファッションショー直前に出場停止になるモデルもいる。他にも、それぞれの国によって様々な取り組みが行われている。さらに、健康と労働環境改善のために、高級ブランドで世界最大手の仏 LVMH モエヘネシー・ルイヴィトン (LVMH) と同3位で「グッチ」を持つ仏ケリングは、やせすぎているモデルを起用しないと定めた自主基準を導入すると発表した（流通新聞 2017）。また、VOGUE でも健康的なモデルを起用するという「ザ・ヘルス・イニシアティブ」という声明が 2012 年発表された。

国がモデルに対して規定を定めている国もあれば、業界団体が主体となり規定を定めている国もある。欧米は、摂食障害者を少しでも減少させるためにこのような措置をとっているにも関わらず、未だ日本のファッション業界では規則が作られていない。

### 3. 女性がダイエットする理論的背景

海外では実際に、若い女性がモデルへの憧れから摂食障害者が増加したということは分かった。では、日本人女性にもファッションへの関心やモデルへの憧れに起因する痩せ願望が本当に存在するのか、先行研究を基にしながら見ていく。

山本（2004）によると、中学生から大学生に身体状況やダイエットなどについてアンケートを行ったところ「痩せ」・「普通」の体型認識の女性はどの年代も「ファッションのため」「タレントやモデルへの憧れ」のためにダイエットを行っているということが示された。また、濱口、山本、森

（2016）の研究では、2010 年 8 月から 2011 年 7 月号までの 1 年間に 12 冊発行された女子大学生が多く読んでいる雑誌を分析したところ、ファッション情報以外に 12 冊中 10 冊がダイエット情報の記事が記載されていることが判明した。雑誌を開けば「美しい」とされる芸能人・モデルが並び、テレビ番組でもダイエットの特番が組まれる。「美＝痩せ」のイメージが擦り込まれている（日経プラスワン 2015）。つまり、日本では「女性は痩せていなければならない」というような傾向がやはり存在していることがわかる。

前述したように、メディアから若い女性に与える影響は大きく、掲載されている内容はすべて正しいと思ってしまうだろう。しかしながら、それは正しい情報ばかりではない。健康的に痩せるための情報ではなく、簡単に楽にできる科学的根拠のないものも多々存在する。ファッション誌ゆえからか、外見上の美しさやかわいさといった、おしゃれのためにやせることは是であることが前提としてあつかわれていると推察される（濱口、山本、森 2016）。

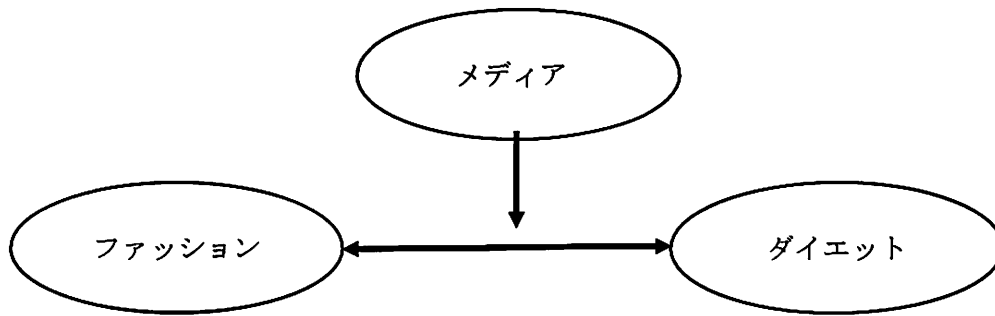
そこまで日本人がダイエットに対して敏感になり強い興味をもつ理由として、赤坂、飯塚（2018）は、ソーシャルネットワークが発達した現在、芸能人を見るため、また、ファッション情報を得るためのツールとしてインスタグラムを使用している若者が増加していることを挙げている。そのように身近にファッション情報を得ることができる環境にあるため、それまでファッションに無関心だった若者は服に興味を持ち始め、もともとファッションに興味があった若者は以前にも増してファッションへの関心が高まった。

以上のことから、若者がファッションに対して強い関心を持っていることが分かり、日々の生活に溢れる芸能人の写真、そして彼らへの憧れの感情が痩せ志向への拍車をかける一因であると考えられる。

これらの先行研究により、実際に日本ではファッションへの興味は非常に高く、メディアからも大きく影響を受けていることが分かった。またメディアによって、おしゃれを楽しむためには“痩せていてこそ可愛く美しい”ということが必要条件として扱われており「痩せなければいけない」といった、ある一種の洗脳のような内容がメディアや雑誌では多く見られることが分かった。

図表 3 では、先行研究からわかったファッションとダイエット、メディアの関係を示している。ファッションとダイエットは別として考えられていたが、メディアによってファッションとダイエットは近いものとなり、ファッションとダイエットの強いつながりを作り上げていると考えられる。

図表 3



先行研究に基づき筆者作成

#### 4. メディアとダイエットの関係に対する仮説

##### 4-1 仮説導入

ここまで、主に痩せ志向とファッションへの関心に軸を置きながら、それらの影響力について述べてきた。そこから見えてきたのは、日本人も外国人も共通して、ファッションへの関心が痩せたいという考えに結びついているということだ。それに加え、現代ではソーシャルネットワークが盛んに使われるようになり、生活の身近なところからファッションの情報収集（赤坂、飯塚 2018）が可能になった。

ここで注目したいのは、日本人と外国人の違いである。世界の痩せ対策として前述したとおり、欧米ではファッションが与える影響は大きいとされ規則が作られた。しかし、日本では規則は作られていない。それは一見すると、外国人の方が服をモデルのように着こなす楽しむためのダイエットをする傾向があり、逆に日本では規則を作るほどファッションとダイエットの関係性は強くないように思われる。

日本では、あまり痩せ過ぎについて注目されず、「ダイエットは女性がやらなければならないこと」と当たり前のように捉えられがちであるが、そこに目を向けることによって、新しい事実が見つかるかもしれない。

##### 4-2 仮説の導出

ここでは仮説を導出する。理論的背景で前述したソーシャルネットワークが発展したことにより、さらに日本人女性のファッションへの関心が非常に高くなっているということやメディアによる洗脳が存在していることが根拠となっている。

世界の「ファッション都市」と言えば、パリ、ニューヨーク、ロンドン、ミラノなどであるが、多くのファッション都市では女性の痩せ過ぎが問題となり社会的に注目されている。前述したように、女性はファッションから受ける影響は大きいことから、欧米は、規則を設けることでファッションのために痩せようとする女性を事前に防ごうとしている。つまり、日本人より外国人の方がファッションの関心から痩せたいという志向が強いように思われる。

だが日本人も外国人もファッションへの関心に大差はない。むしろ、先述の通り日本人女性が雑誌やテレビといったメディアから受ける影響は直接的で大きく、実は外国人に比べ日本人女性がファッションのために痩せたいと考える傾向は強いのではないだろうか。なぜならば、日本では痩せ過ぎている女性が多いにも関わらず、若い女性に「痩せていることが可愛く美しい」とダイエットを促すような情報をメディアでは流している。情報を得やすい環境であるからこそ、さらに痩せようとする女性が増加していると考えられる。

仮説：日本人の方が外国人よりもファッションのために痩せたいという考えが強い

5. ダイエットに関する国内外調査  
5-1 調査目的

調査を実施する目的は、ここまで述べてきたファッションがダイエットに与える影響が、実際の現象として本当に存在するのかを確認することが1つの目的である。さらに、先行研究において、日本人のみを対象とした検証はあるが、外国人との差異に注目した検証は行われていない。そのため、日本人女性特有の考え方や意識が存在するのかを明らかにしたい。

上記の目的のもと、調査を実施した。図表4に本調査の概要を記す。

図表 4. 調査概要

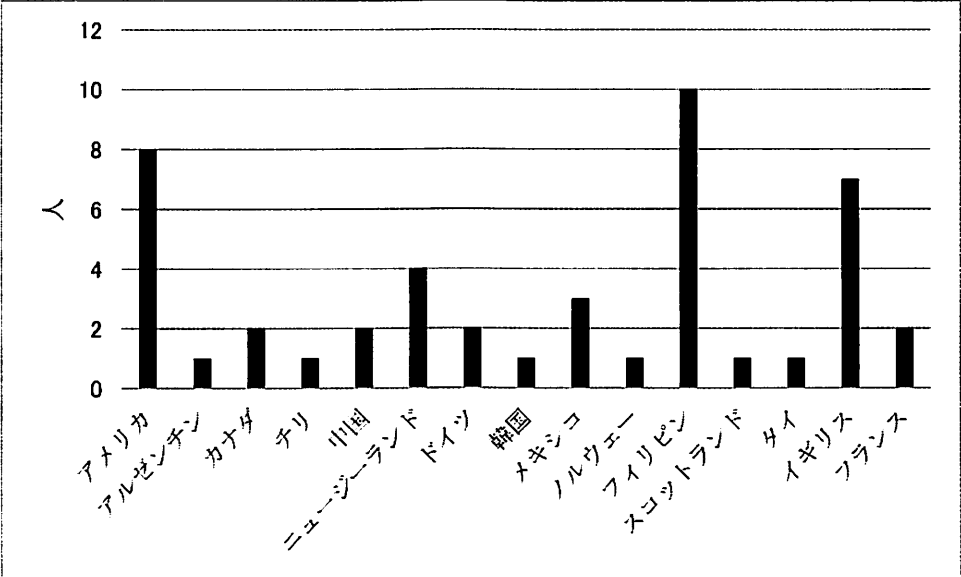
|      | 日本人                        | 外国人 |
|------|----------------------------|-----|
| 調査期間 | 2019 年 10 月 31 日～11 月 16 日 |     |
| 回答人数 | 242                        | 51  |
| 対象者  | 女性                         |     |
| 調査方法 | WEB 調査                     |     |

今回の調査では、日本人女性の特徴を浮き彫りにするため、回答者を日本人とそれ以外の外国人という2つのグループで捉えた。

実施期間は、2019 年 10 月 31 日から 2019 年 11 月 16 日で、回答者数は日本人 242 人、そのうち 10 代は 21 人、20 歳～29 歳は 130 人、30 歳～39 歳は 27 人、40 歳～49 歳は 17 人、50 歳～60 代は 47 人。外国人は回答者 51 人のうち、20 歳～29 歳は 35 人、30 歳～39 歳は 6 人、40 歳～49 歳は 4 人、50 歳～60 代は 6 人である。

回答者は女性のみとし、24 問の質問に答えてもらった。調査方法は、WEB 調査である。インターネット上で日本語と英語のアンケートを作成し、そのリンクを配布し回答を収集した。WEB 調査にすることで、筆者の知人だけでなく様々な県や国、年齢の人からの回答が可能になり調査範囲を拡大することができるためである。

図表 5. 外国人回答者出身国内訳



図表5は、回答者の出身国の内訳を示している。出身国の有効回答数は47件であった。15カ国の出身者から回答を得ることができた。

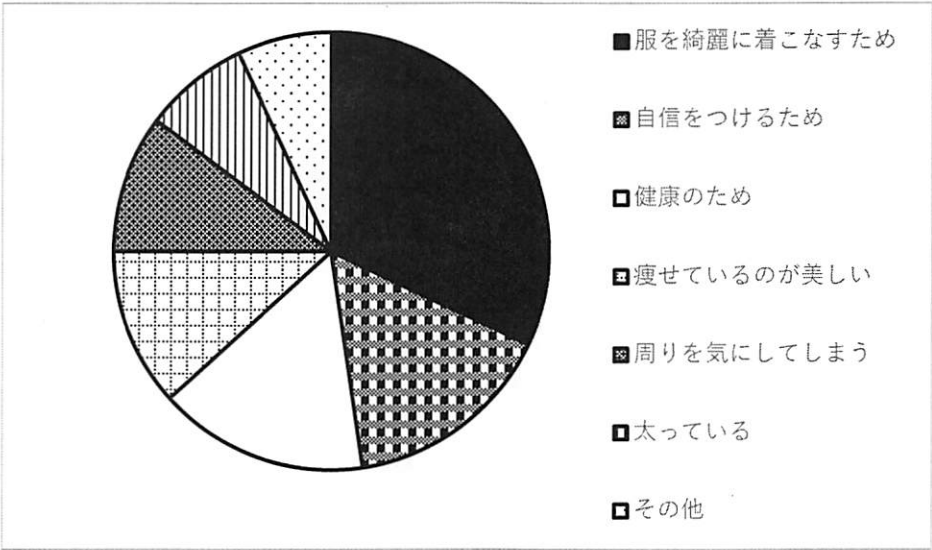
5-2 結果

調査では、24つのファッションとダイエットに関する質問をした。出身国を問わずやはり大多数の女性がファッションに興味があることが分かった。一方で、日本人と外国人で大きく意見の分かれる点が存在した。それは、ダイエットの目的である。

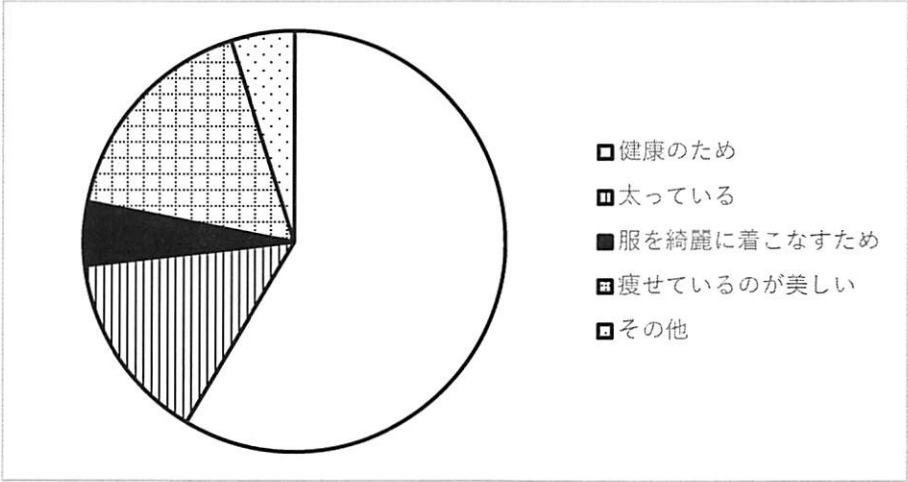
まず、ダイエット経験者は日本人・外国人共に約7割と大半の女性がダイエットを経験したことがある。だが、「ダイエット方法」や「何のためにダイエットをするのか」という設問に対する回答で大きな違いが生じた。

日本人はダイエット方法として、多くの人が食事の量を減らしたり断食をしたりするなど、食事を中心になるべく簡単に痩せることができる方法で行っていた。ダイエットを行う理由として図表6から明らかなように、一番多かった回答が「服を綺麗に着こなすため」という理由であった（図6）。一方、外国人のダイエット方法は運動をするという回答が大多数であった（図表7）。健康のためにダイエットを行っている人が多く、いかに健康的に痩せるかを重視していた。そのため、中には、運動しながらも食事面でも気を付け、日本人のように食事の回数を減らしたり断食をしたりするのではなく、カロリーを計算しながらカロリーを減らし、スナックなどを控えるという回答もあった。

図表 6. 日本人のダイエット理由



図表 7. 外国人のダイエット理由

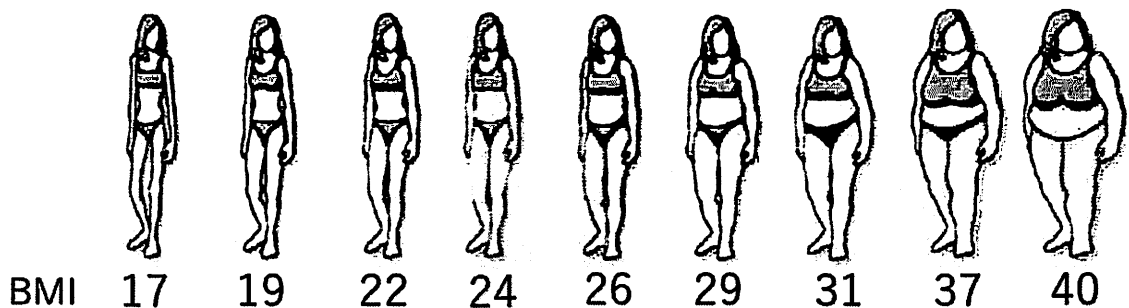


図表 6 の日本人女性の結果の中でも 30 代 40 代 50 代女性は服を綺麗に着こなしたいという意見と同時に健康志向も比較的強く、健康的に痩せようとする傾向があった。これは年齢の増加とともに現代のメディアとして人々の痩せ志向に大きな影響力を持つ SNS との関りが低くなっていることが一因であると考えられる。また、30 代から健康志向が強くなっていく傾向は、30 代半ばを過ぎると卵巣の老化が進み、体に影響が出てくる年齢であり、健康に気を遣う人が増えることも一つの要因であると推測できる。

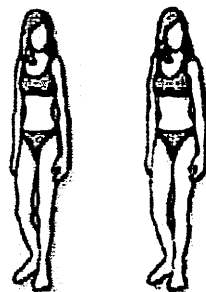
加えて、ダイエットへの動機の違いだけでなく、見た目や体型に関する意識の違いからも同ような傾向が観察された。

それは図表 8 の BMI17~40 の体型図を見て、「どの体型が理想体型であるか」を聞いた質問である。回答してもらった際は、先入観を持たせずに直感的に答えてもらうために BMI は分からないように隠した。それぞれ一番多かった回答は、日本人は BMI19 のものを 45.5% の人が選び、外国人は BMI22 のものを 52.1% の人が選んだ。つまり、日本人は服を綺麗に着こなすことができる痩せ型美容体型の BMI19 の図を選び、外国人は最も健康的でいられるとする BMI22 の図を選んだのだ（図表 9）。ここからも日本人と外国人が体型で重視するポイントが違うことが示唆される。

図表 8



図表 9. (左) 日本人理想体型 (右) 外国人理想体型



Healthy Weight Forum より

以上、これらの結果からわかるように日本人の方が外国人よりもファッションのために痩せたいという考えが強いという仮説は支持される。仮説の通り、日本人のダイエットの意識にファッションが与える影響は大きく、場合によっては健康を顧みないダイエットの実施は日本人の痩せ志向を強く反映していると言える。

### 5-3 考察

5-2 の結果から、ファッションに対する関心は日本人外国人共に高く、ここで大きな差異は見られなかった。しかしながら「何のためにダイエットを行うのか」という設問によって明らかになったことは、日本人は「服を綺麗に着こなしたいから」、外国人は「健康でありたいから」という大きな違いが示された。これらは仮説が正しかったことを示唆している。

そして、日本人は痩せていないと自分自身に自信が持てず周りを気にしてしまう傾向であるということが調査ではわかった。つまり、日本人は自分のためはもちろんだが、他人からどう見られるのかもダイエットを行う大きな要因の 1 つであると推測する。

また図表 10 のアンケート結果の通り、「痩せている人が美しいと思う」という設問に対し、「当てはまる」「やや当てはまる」と回答した割合は約 5 割である。

図表 10. アンケート結果

|                          | 当てはまる | やや当てはまる | どちらともいえない | やや当てはまらない | 当てはまらない |
|--------------------------|-------|---------|-----------|-----------|---------|
| 痩せている人が美しいという考えが日本には存在する | 62.8% | 29.3%   | 5.4%      | 1.7%      | 0.8%    |
| 痩せている人が美しいと思う            | 18.6% | 35.1%   | 24%       | 11.5%     | 10.7%   |

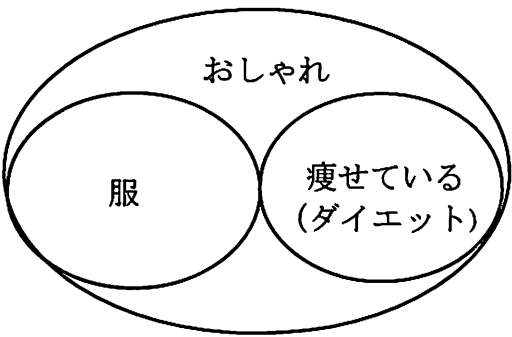
つまり、「痩せている人が美しい」と思っているため日本人はダイエットに励む。「細い」ということが誉め言葉になっている今日、細いということが女性のステータスと言えるのではないか。つまり、日本人は「おしゃれをする」ということは、服を着こなすことのみでなく痩せていることが条件なのではないかと考えた。このような考えがある限り日本人は痩せることをやめられないのではない。

一方、外国人はモデルのように服を着こなしたいという理由でダイエットする人は少なく、健康のためにダイエットする人が多いため、ファッションとダイエットは日本人ほど関わりが大きいものではない。

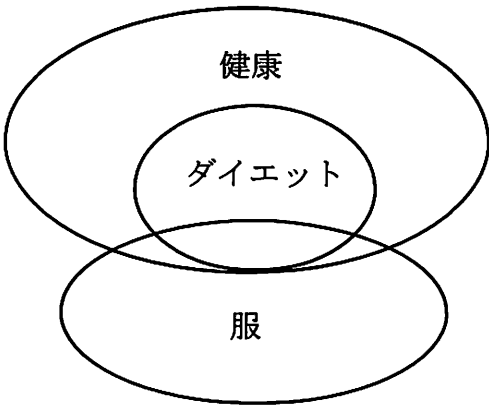
これらの意識の違いを図にまとめてみた（図表 11）。

図表 11

（日本人）



（外国人）



## 6. ファッショントレンドと BMI の関係

アンケートによって日本人は外国人よりもファッションのために痩せたいと考える女性が圧倒的に多いということが分かった。それでは、実際に、この結果がデータによって裏付けできるのかを BMI の平均とファッショントレンドを見ながら検証していく。

外国のデータはアメリカの数値を扱うものとする。

図表 12 でアメリカ人は右上がりに平均 BMI が上がっているのがわかる。つまり、ファッショントレンドに左右されていないということだ。一方、日本人は戦後の BMI 回復から次第に右下がりになっていく。それでは、この数値がファッションブームと比例しているのかみてみる。

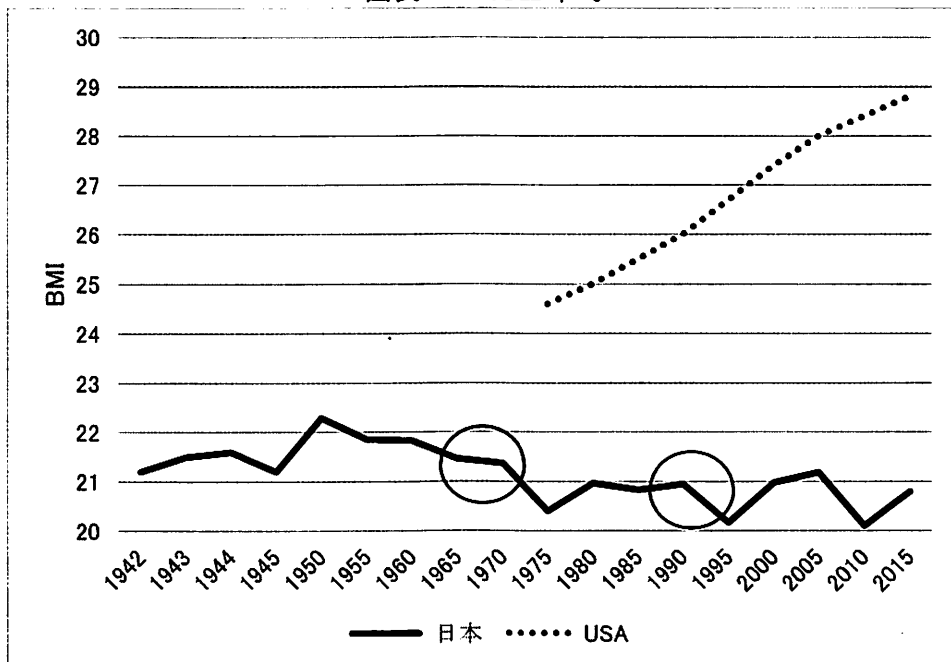
まず、日本人に大きな影響を与えたファッションブームとして2例挙げることができる。

1 例目は 1960 年代に流行したミニスカートである。ミニスカートの火付け役であったツイッギーが 1967 年に来日したことで日本人女性は大きな影響を受けた。それまで痩せるという概念は日本人には無く、ふっくらした健康的な体型女性が多かった。しかしながら、ミニスカートから出る脚を、ツイッギーのように細い脚にしたいと憧れ “ダイエット” をはじめた。これが日本人女性の “ダイエット” をする発端だったのである。

2 例目は 1990 年から流行したギャルブームである。「ギャル」は、ファッションだけでなく、社会的、経済的な影響が大きく（嵩岡 2009）また、ギャルのロコミでブームになる商品が後を絶たなかった（嵩岡 2009）ほど、全世代に影響を与えていた。ギャルも短いスカートから細い脚を出すことから、さらに女性はダイエットをし、ファッションだけでなく女性の体型への考えを大きく変えていったのではないだろうか。影響力の大きいギャルがダイエットをすることで、社会的に「痩せている女性が可愛い」という考えが社会に浸透し、ダイエットが当たり前になっていったと考えられる。

ツイッギーの影響でダイエットの概念ができた 1967 年頃、痩せることを当たり前にした 1990 年代のギャルブームで数値が変化していることが図表 12 に示されている。

図表 12. BMI 平均

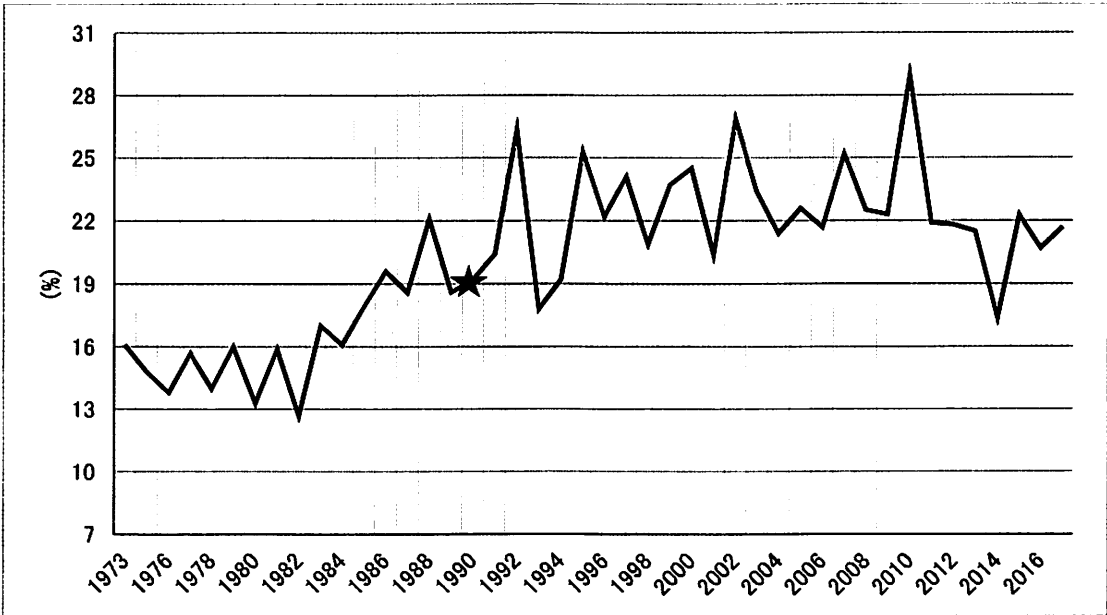


国立健康・栄養研究所と WHO 調査より筆者作成

日本ではファッションブームが実際に女性への体型に変動を与えることが分かった。図表 13 で、さらに詳しく見てみる。図表 13 は、20 歳～29 歳女性の BMI18.5 以下のパーセンテージを示している。尚、20 歳～29 歳の女性が一番ファッションや体型に気を付けているというデータがアンケート調査により明らかになったため、20 歳～29 歳のデータを使用した。

1973年の16.1%より割合が徐々に増えていき、ギャルブームが始まった1990年には19.2%となり、その後の1993年、1994年、2014年以外は20%を下回ることがなくギャルブームが女性の体型への意識を変えたと言える。

図表 13. BMI18.5 以下の日本人女性の割合



国立健康・栄養研究所調査より筆者作成

これらの数値により日本人はファッショントレンドと BMI は深く関係していることが分かった。

7. 結論  
7-1 まとめ

当論文は、ファッションが若い女性に与える影響に主眼を置いている。

まず、世界ではファッション業界が一般人女性に与える影響は大きく、また、ファッション業界の劣悪な環境により痩せ過ぎモデルが死亡したことを受けダイエットに関する自主基準が設けられた。これにより、一見すると規則がない日本人より外国人の方がファッションの関心から痩せたいという志向が強いのではないかと考えられる。しかしながら、実際に日本では、摂食障害患者が増え続けている。なぜならば、今日の日本人女性はファッションへの関心が非常に高く「痩せている人が美しく可愛い」というような概念が未だメディアによって訴求され、「おしゃれ」とは、“おしゃれな服を着る”ことだけでなく“痩せている”ということが同意語化されているのではないかと考えられる。手軽さや科学的根拠のないメディアの情報により、女性は断食や食事の回数を減らすという健康的ではない痩せ方をする人が多いため摂食障害予備軍や摂食障害になる女性が多くいるのであろう。

本論文で実施した、調査により日本人と外国人の考えの相違を知ることができた。日本人も外国人も共にファッションへの関心は高いものの、ダイエットを行う理由として痩せているからこそ服を綺麗に着ることができ、おしゃれであると考えている日本人は、「服を綺麗に着こなしたため」と答える人が多かった。一方、外国人はファッションとダイエットとの関係はあまり強くなく、健康のためにダイエットをするという回答で主であった。この調査により、ファッション業界で痩せ過ぎることが問題視されている欧米であるが、この問題はモデルの問題であり、一般人は健康のために程よく痩せ、ファッションはファッションで楽しんでいる人が多いことがわかった。そして、日本人は外国人よりもファッションのために痩せたいという考えが強いということが明らかになった。

日本人の BMI はファッショントレンドによって変動があるということもわかりファッション業界の与える影響が非常に大きく、今後の日本のファッション業界が抱える課題が見えてきたのではないだろうか。

## 7-2 本稿の貢献

当論文は若い女性の痩せ志向に関する研究において、これまであまり注目されてこなかったファッションとダイエットの関係を外国人と日本人の差異という視点から着目したことに意義がある。ファッションやダイエットに対する考えの外国人との相違が、これからの日本のファッション業界と健康機関にもたらす影響の可能性を示唆するものになることを望む。

ファッション業界に従事する人は服だけでなく女性の健康に大きな影響を及ぼすことをしっかりと認識すべきである。また正しい情報をファッション業界が発信することで、女性は健康的な体型でファッションを楽しむことが可能になるであろう。とりわけ日本人は同調志向が強いと言われる。同調志向とは、無意識に他人と同じことをしようとする心理である。島国である日本は、戦敗後、欧米諸国と経済面での競争に敗れないために（榊原・野口 1997）同調し結束しなければならなかった。そのため、高野・纓坂（1997）によると、今でも日本人の特質は集団主義である。つまり、同調行動の頻度が高いため周りと同じ意見や行動をとる傾向が強く、社会全体での変化が起きやすい。一方、欧米人は、個人主義の世界であるため自身の意思が日本人よりも強い。上記の理由により、日本のファッション業界でも規則をつくりメディアから発信する「細い人が美しい」という情報を変化させていくことで、日本人の考えは大きく変化していくに違いない。

## 7-3 本稿の課題・今後の展望

本稿の課題として、調査に関して出身地・住んでいる県・年収を回答してもらうことで違う見識を広げることが可能になり、より深い研究になったであろう。また、日本人に比べ外国人回答者が少なかったため、外国人により多くの回答を得ることができればより一層正確な結果を得ることが期待できる。また日本人と外国人という比較だけでなく、アジアや欧米といった地域ごとの違いにも着目することで更なる興味深い見聞を広めることができるであろう。

## 7-4 おわりに

この論文で示した通り、今日の女性の間ではファッションとダイエットは切り離すことはできない。摂食障害を1つの問題として捉えるのではなく、ファッションから与えられる影響が大きいということをはっきりと理解した上で、ファッション業界と健康機関が協働するべきだと考える。

## 参考文献論文

赤坂貴志・飯塚佳代（2018）『ファッションの購買行動における Instagram の影響について』 P. 07-09

クローズアップ現代 2015 年 10 月 5 日放送  
『ニッポンの女性は“やせすぎ”～“健康で美しい”そのコツは～』

公益財団法人長寿科学振興財団 2019 年 11 月 26 日アクセス  
<https://www.tyojyu.or.jp/net/byouki/locomotive-syndrome/yobou.html>

国立健康・栄養研究所 2019 年 10 月 15 日アクセス  
[http://www.nibiohn.go.jp/eiken/kenkounippon21/eiyouchousa/keinen\\_henka\\_shintai.html](http://www.nibiohn.go.jp/eiken/kenkounippon21/eiyouchousa/keinen_henka_shintai.html)

榊原英資・野口悠紀雄（1977）『大蔵省・日銀王朝の分析 総力戦経済体制の終焉』中央公論 8 月号 P. 96-150

摂食障害全国基幹センター-NCNP- 2019 年 12 月 6 日アクセス  
[https://www.ncnp.go.jp/nimh/shinshin/edcenter/pdf/business\\_report\\_h31\\_08.pdf](https://www.ncnp.go.jp/nimh/shinshin/edcenter/pdf/business_report_h31_08.pdf)

嵩岡陽子（2009）『「ギャル文化」に見る新しい消費特性』 P. 01, P. 03

高野陽太郎・櫻坂 英子（1997）『“日本人の集団主義”と“アメリカ人の個人主義” 一通説の再検討一』 P. 312-323

高村是州『ファッションスタイル・クロニクルイラストで見る“おしゃれ”と流行の歴史- [初版]』  
（グラフィック社, 2018 年）

東京新聞「妊娠糖尿病：20 歳「痩せ過ぎ」は注意 インスリン分泌量増えずー筑波大センター分析」  
2012 年 6 月 27 日夕刊

東京新聞「2007-08 年秋冬ミラノコレクション開幕 モデルの大半、やはり細身」2007 年 2 月 19 日夕刊

日経プラスワン「摂食障害に向き合う-失敗しても学ばばいい（ヘルスこの一手）-」2015 年 4 月 25 日

日経MJ（流通新聞）「痩せ過ぎモデル起用しません、LVMH やグッチ、自主基準導入発表」2017 年 9 月 25 日

日本経済新聞 2019 年 11 月 28 日アクセス  
<https://www.nikkei.com/article/DGXLZ007684650X20C16A9SHE000/>

日本肥満学会 2019 年 9 月 20 日アクセス  
[http://www.jasso.or.jp/data/magazine/pdf/chart\\_A.pdf](http://www.jasso.or.jp/data/magazine/pdf/chart_A.pdf)

濱口郁枝・山本存・森由紀（2016）『ファッション雑誌におけるダイエット情報の分析』 P. 119

久野譜也『寝たきりの老人になりたくないならダイエットはおやめなさい「筋肉減らし」が老いの原因だった [初版]』  
（飛鳥新社, 2015 年）

ヘルスケアラボ 2019 年 9 月 20 日アクセス  
<http://w-health.jp/bmi/>

ベルメゾン生活スタイル研究所 2019 年 9 月 20 日アクセス  
<https://www.b-desse.jp/report/1223/>

山本真貴（2004）『若年者の痩せ、痩せ願望と食習慣及び自覚症状に関する研究ファッション雑誌におけるダイエット情報の分析』 P. 01-02

読売新聞 痩せ過ぎモデルが禁止されるワケ 2019 年 11 月 15 日アクセス  
<https://www.yomiuri.co.jp/fukayomi/20171114-0YT8T50117/>

渡辺直樹, 城一夫『日本のファッション 明治・大正・昭和・平成 Japanese Fashion [初版]』（青幻舎, 2007）

e-ヘルスネット 2019 年 10 月 16 日アクセス

<https://www.e-healthnet.mhlw.go.jp/information/food/e-02-009.html>

Healthy Weight Forum 2019 年 10 月 10 日アクセス

<https://www.healthyweightforum.org/eng/calculators/bmi-visual-graph/>

Kirstie Clements 『The Vogue Factor』 (ReadHowYouWant.com Ltd, 2013)

National Heart ,Lung ,and Blood Institute 2019 年 9 月 15 日アクセス

[https://www.nhlbi.nih.gov/health/educational/lose\\_wt/BMI/bmi-m.htm](https://www.nhlbi.nih.gov/health/educational/lose_wt/BMI/bmi-m.htm)

NEWYORK TIMES 2019 年 12 月 1 日アクセス

<https://www.nytimes.com/2006/12/30/world/americas/burst-of-highprofile-anorexia-deaths-unsettles-brazil.html?searchResultPosition=3>

OMRON HEALTHCARE Co., Ltd. 2019 年 11 月 25 日アクセス

<https://www.healthcare.omron.co.jp/resource/column/topics/103.html>

Sweet 編集部 『女優に学ぶオシヤレの秘密 [初版]』 (宝島社, 2012 年) P.102-105

unicharm 2019 年 12 月 15 日

<https://www.sofy.jp/ja/advice/period-changes/01.html>

WHO 2019 年 11 月 16 日アクセス

[https://www.who.int/gho/ncd/risk\\_factors/overweight\\_obesity/bmi\\_trends\\_adults/en/](https://www.who.int/gho/ncd/risk_factors/overweight_obesity/bmi_trends_adults/en/)

World Health Organization 12 月 1 日アクセス

<http://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/nutrition/a-healthy-lifestyle/body-mass-index-bmi>

# 若者の心を救うクリープハイプの音楽

マネジメント学部 マネジメント学科  
角田 佑衣

## はじめに

クリープハイプというバンドをご存知だろうか。私がクリープハイプと出逢ったのは高校生の頃だった。聴き始めた頃はメロディや言葉の遣いまわしが癖になり、なんとなくカッコいいなと思っていた。そして私は大学生になり、20代になった。10代ではなんとなく聞いていたクリープハイプの歌詞に「こういうことを言っているのかな」と、歌詞に込められたメッセージを自分なりに解釈することが多くなり、クリープハイプの音楽に共感するようになった。

大学4年生となり、就職活動が始まった。予想以上に忙しく大変で、心が苦しくなることばかりだった。私は音楽を聴くことで癒され、励まされた。その中でも特に励みになったのがクリープハイプの音楽だった。

上手いかなかった面接の帰り道、イヤホンから流れてきたのはクリープハイプの『二十九、三十』だった。最後に繰り返される「前に進め前に進め 不規則な生活リズムで」という歌詞を聴き、すぐそばでクリープハイプが寄り添いながら歌い、応援してくれているようなあたたかさが染みわたり、嬉しさで心が震えた。

この経験から、クリープハイプの音楽には若者の心を救う強い力があるのではないかと感じられるようになった。だからクリープハイプは若者を中心に人気を集めているのではないかと考えられる。また音楽を聴くことでリラックスできたり、勇気をもらえたりするという人は多く存在する。“音楽には力がある”とよく耳にするが、その力とは具体的にどんなものなのだろうか。本論文では現代の若者の性格や特徴、抱えやすいストレスの傾向を参考にし、クリープハイプの歌詞や音楽に込められた感情やメッセージを分析し、若者の心を動かす力を明らかにしていくことを目的とする。

本論文は全3章から構成されている。まず第1章ではこれまでのクリープハイプの活動について概観した後、第2章でクリープハイプの楽曲を分析する。第3章では現代の若者の特徴をクリープハイプの音楽の特徴と絡めて研究し、クリープハイプが若者を救う理由について考察する。

## 第1章 クリープハイプについて

本章では2019年にクリープハイプが出版した書籍『バンド』を参考にしながら、クリープハイプのこれまでの活動について概観し論じていく。

クリープハイプとは、2001年に結成されたロックバンドで、尾崎世界観(Vo・G)、小川幸慈(G)、長谷川カオナシ(B)、小泉拓(Dr)の4人のメンバーで構成されている。バンド名は、バンドを結成した当時尾崎が好きだったニルヴァーナのカート・コバーンが歌詞の中で使っていた“クリープ”と、映画の『ナイト・オン・ザ・プラネット』のセリフにあった“ハイプ”を掛け合わせたものである。その2つの言葉が“気持ち悪いやつ”と“誇大宣伝”というネガティブな意味であることを知るのはずっと後のことだった<sup>1)</sup>。

結成当初は尾崎と他2名で組まれた3ピースバンドで、2005年には下北沢を中心にライブ活動をしていた。この頃のクリープハイプの音楽は当時の流行からは程遠く、どこのライブハウスに出演しても周りからは浮いてしまっていた。周りの人からの「世界観はすごく良いのだけど…」という慰めの言葉や曖昧な評価に、自分たちが軽く見られているのではないかと疑問を抱いた尾崎は、あらかじめ先手を打つように自らを“世界観”と名乗るようになる<sup>2)</sup>。そして2008年にメンバー2名が脱退し、尾崎世界観の一人ユニットとなる。

その後、2009年11月には現在のバンドメンバーである、ギターの小川、ベースの長谷川、ドラムの小泉が正式に加入し、現体制のバンドとしての本格的な活動を始めることとなった。

小川、長谷川、小泉の3名はクリープハイプに加入するまで、アルバイトをしながらバンドマンとして活動し下積み時代を送っていた。それぞれが「この先音楽で飯が食えるのか」「自分自身には“家”

のような居場所がない」などの不安や悩みを抱えながら過ごしているときに、尾崎から小川・長谷川へ直接「サポートメンバーになってくれないか」と声かけられた。違う界限で活動をしていた小泉にはレコード会社から「おもしろいボーカルがいるんだけど、そのバンドのドラムをやってみない？」と声かけられていた。他のバンドとは明らかに“異質”であったクリープハイプの“尾崎世界観”という人物に圧倒されていた3名は彼のサポートを引き受け、後に正式なメンバーとして加入することになったのだ。

現体制のクリープハイプが誕生した後、2012年4月にはアルバム『死ぬまで一生愛されてると思ってたよ』でメジャーデビューを果たす。その後も人気CMソングに『憂、燦々』が起用されるなど、話題を呼び人気を博していった。2014年には初めての日本武道館公演を2日間開催。2018年9月にメジャー5thアルバム『泣きたくなるほど嬉しい日々』をリリースし、2020年には現体制10周年を記念し幕張メッセや大阪城ホールを含むツアーを行うなど、現在も精力的に活動をしている。

現体制となってからその約3年後にはめでたくメジャーデビューが決定。その後、現在まで様々な音楽フェスに出演し、ワンマンライブツアーを開催するなど音楽シーンで活躍し続けているクリープハイプだが、その道のりは全てが上手く進んでいたわけではない。彼らは今に至るまで大きな苦悩を乗り越えてきたのだ。以下3つの大きな出来事に触れながら見ていこう。

### (1) 東日本大震災

2011年になる頃、彼らは『待ちくたびれて朝がくる』という作品を制作していた。前年に発表した『踊り場から愛を込めて』のおかげでお客さんが集まるようになり、新たな試行錯誤を重ねながら、自分たちの音楽がやりやすい状況となっていた。この時期は尾崎が音楽をつくる人間としても、表現している人間としても“いちばん”と言えるくらい心が満たされていたが、そのとき訪れたのが同年3月11日に起きた“東日本大震災”だった。繋がらない電話、混乱する交通機関、テレビに映し出される悲惨な光景、節電のために行われる計画停電、原発や放射能の話題などにより、街に漂う雰囲気は視覚的にも暗くなり、人々は“恐怖”や“不安”を抱きながら生活をしていた。尾崎自身も一市民として、表現者として、心が揺れて落ち着かなかった。被災地や被災者のために行動をしているのは、自分たちよりも結果を出しているミュージシャンだけで「自分にはまだ全精力がない」と現状に対して「悔しい」という気持ちを抱えた。また、震災後には他人を蔑み騙すことで生き残ろうとするような人間の悪い部分がSNSやネットで目につくようになった。

そのとき尾崎は改めて「地に足のついた音楽をちゃんとやりたい」と心に誓った。震災の直前まで、非常に心が満たされ、上手くいっていると思っていた。だからこそ“叩き落された”感覚が拭えず、気持ちを立て直すのも大変だったという。しかし東日本大震災をきっかけに、それまで表現者として考えていなかったことや、心細さや温もり、非常時における人間の悪意などについて考えさせられ、その後の成長につながったのだ。

### (2) メンバーとの溝・移籍騒動

2012年にメジャーデビューが決まるとバンド活動は一気に忙しくなった。作詞や作曲だけでなく、メディアからの取材を中心に引き受けていた尾崎と、他3人のメンバーたちとの距離は徐々に開いていった。尾崎自身はメンバーに対して「もっと必死になってほしい」と思いつつも、その思いが伝わらなかつたら嫌だと考え話しかけられず、小川、長谷川、小泉も「ぶつかり合うことで悪循環が生まれてしまうのではないかと考え、尾崎に話しかけることができず、メンバー間の溝は深くなり、上手にコミュニケーションを取れない状態が続いた。

そんな中、2014年にクリープハイプと当時契約していたレコード会社の間で“移籍騒動”が起こった。きっかけはクリープハイプが別のレコード会社への移籍が決まっていたときに当時所属していたレコード会社が彼らの了承を得ずに、ベストアルバムを発売することを決めてしまったことだ。クリープハイプは「ベストアルバムの発売はバンドの意思ではなく、レコード会社が勝手に決めてしまったということを説明したい」という2つの考えで悩んだが、クリープハイプはファンのためにもバンドのためにも誠実に説明することを選んだ。

クリープハイプが声明を発表すると、理解してくれる人もいたが世間からは“もめごとを起こしているバンド”と非難された。SNSでも起きている騒動の真相を知らずに、興味本位やおもしろがる人た

ちの勝手な解釈で“移籍騒動”は“もめごと”としてどんどん広まっていき、風評被害を受ける形となってしまったのだ。尾崎は、レコード会社を移籍した後、しばらくはテレビにも出られなくなると話している。

### (3) 声が出ない・演奏ができない

移籍した直後は、フェスでの集客が目に見えて減っていたり、周りも彼らにどう接していいのかわからず、まるで腫物に触るように気を遣われたり、毎日嫌なことばかりが続いた。その影響なのか、2014年頃から尾崎の体に不調が出るようになった。声が出なくなってしまったのだ。必死に練習しても歌うことができなかった。様々な病院に行くも「声帯に異常はありません」と言われた。声帯に異常が見つければ音楽をやめられたかもしれないが、異常が見つからないのなら原因がわからないままでもやり続けるしかなかったのだろう。フェスでは他のバンドの歓声が気になって出番まで耳栓をして過ごしたり、ネットには「声が出ていない」と悪い評判が書かれ続け、見たくなくても見ることをやめられなかったりと、尾崎は徐々に“声が出ないこと”“うまくいっていたことがなくなる”ということに悩まされ追い詰められていった。頑張れば頑張るほど、声は一向に治らないままだった。

同じ時期にドラムの小泉も突然ドラムが叩けなくなっていた。精神的なものから来ているのか、小泉自身の体質や体格が変わったからなのか原因はわからないが、思うように体が動かせず、上手く演奏ができない状態になってしまったのだ。この頃から尾崎は音楽を続けることに対し「死ぬほどつらい」と感じ、もう音楽をやめるしかないと考えようになった。

しかし、自分たちがダメな状態でも心を動かし喜んでくれているお客さんの姿や声に救われたという。陰湿なムードになることもあったメンバー同士の距離も徐々に近づいていった。そして2015年に小説の仕事を引き受けた尾崎は「音楽という場所から一度離れ、外に出かけて、音楽に触れない仕事をするのが、どういうわけか、結果的には声のリハビリになっていましたね。」と話している<sup>3</sup>。音楽以外に表現の幅を広げたことで、精神のバランスを安定させることができたのかもしれない。不調であった尾崎の声は良くなっていった。またドラムが思うように叩けなくなっていた小泉も、ドラムの叩き方を再確認し、ベースの長谷川と音やタイム感を合わせることを追及したり、ドラムとボーカルの呼吸法の違いを勉強したり、バンドの中でドラムをどのように演奏すればよいのかを細かくチェックしたことで、尾崎との演奏が合うようになり、調子が良くなっていった。そしてライブでの演奏に対し「うまい」と言われるようになったという。

以上の3点の苦悩を、バンドメンバー4人は共に乗り越えてきた。困難にぶつかったとき、それぞれがどうしたら良いのか考え模索し“クリープハイプ”というバンドに向き合ってきたからこそ、現在までバンドを続けられてきたのだろう。尾崎は、「いまだに、発狂しそうになるぐらい『できない時』もあるけれど、ネットには『歌がダメだ』と書かれなくなっていました。」「『それでも、やっていくんだ』と決めたら、書かれなくなっただけです。」と話している<sup>4</sup>。自分のダメな部分や、うまくいかないことも受け入れることで、気持ちから前を向くことができ、メンバー1人の調子が良くなれば周りのメンバーにもその調子の良さが伝わり、バンド全体の空気が良くなるのかもしれない。

## 第2章 クリープハイプの楽曲分析

多くの若者を魅了するクリープハイプの音楽には、どのような特徴があるのだろうか。本章では歌詞やメロディ、ボーカルの尾崎世界観の歌声などに着目し、矛盾した感情を歌った楽曲、人には言えない気持ちを歌った楽曲、前向きになれる楽曲の3点に着目して楽曲分析を行う。分析を行う楽曲は表1に示した全21曲である。

表1：対象楽曲（収録CDの欄には、最初に収録・発売されたものを記載した）

| 楽曲番号 | 曲名      | 収録CD          | 作詞    | 作曲    | 発売日        |
|------|---------|---------------|-------|-------|------------|
| 楽曲1  | あの嫌いのうた | 『待ちくたびれて朝がくる』 | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2011.07.06 |

|       |             |                                          |       |       |                         |
|-------|-------------|------------------------------------------|-------|-------|-------------------------|
| 楽曲 2  | 身も蓋もない水槽    | 『死ぬまで一生愛されてると思ってたよ』                      | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2012. 04. 18            |
| 楽曲 3  | 明日はどっちだ     | 『おやすみ泣き声、さよなら歌姫』                         | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2012. 10. 03            |
| 楽曲 4  | 社会の窓        | 『社会の窓』<br>(『吹き零れる程のI、哀、愛』にも収録)           | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2013. 03. 06            |
| 楽曲 5  | 二十九、三十      | 『エロ』<br>(『一つになれないなら、せめて二つだけでいよう』にも収録)    | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2014. 07. 23            |
| 楽曲 6  | 百八円の恋       | 『百八円の恋』<br>(『一つになれないなら、せめて二つだけでいよう』にも収録) | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2014. 11. 05            |
| 楽曲 7  | 大丈夫         | 『一つになれないなら、せめて二つだけでいよう』                  | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2014. 12. 03            |
| 楽曲 8  | リバーシブルー     | 『リバーシブルー』<br>(『世界観』にも収録)                 | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2015. 09. 30            |
| 楽曲 9  | ただ          | 『もうすぐ着くから待っててね』                          | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2017. 02. 22            |
| 楽曲 10 | 陽           | 『もうすぐ着くから待っててね』                          | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2017. 02. 22            |
| 楽曲 11 | ゆっくり行こう     | 『泣きたくなるほど嬉しい日々に』                         | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2017. 04. 26            |
| 楽曲 12 | 愛す          | 『愛す』                                     | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2019. 12. 11<br>(配信開始日) |
| 楽曲 13 | バンド         | 『世界観』                                    | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2016. 09. 07            |
| 楽曲 14 | ボーイズENDガールズ | 『一つになれないなら、せめて二つだけでいよう』                  | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2014. 12. 03            |
| 楽曲 15 | 一生のお願い      | 『泣きたくなるほど嬉しい日々に』                         | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2017. 04. 26            |
| 楽曲 16 | 君の部屋        | 『百八円の恋』                                  | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2014. 11. 05            |
| 楽曲 17 | 愛の標識        | 『死ぬまで一生愛されてると思ってたよ』                      | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2012. 04. 18            |
| 楽曲 18 | 手と手         | 『死ぬまで一生愛されてると思ってたよ』                      | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2012. 04. 18            |
| 楽曲 19 | HE IS MINE  | 『踊り場から愛を込めて』                             | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2010. 09. 08            |

|       |             |                 |       |       |              |
|-------|-------------|-----------------|-------|-------|--------------|
| 楽曲 20 | SHE IS FINE | 『踊り場から愛を込めて』    | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2010. 09. 08 |
| 楽曲 21 | ラブホテル       | 『吹き零れる程の I、哀、愛』 | 尾崎世界観 | 尾崎世界観 | 2013. 07. 24 |

(1) 矛盾した感情

矛盾した感情を抱いたり、つい本心とは真逆の態度をとってしまったりすることはないだろうか。そして矛盾した態度をとったことを後悔した経験はあるだろうか。クリープハイプは、相反する感情を抱いているときのもどかしさや、本当の気持ちとは真逆の態度を取ってしまった後悔・葛藤に悩まされ、むしゃくしゃした気持ちなどの“矛盾”について歌った楽曲が多い。その特徴がわかる4曲を例に説明していく。以下の表2は、その例を示したものである。

表2：「矛盾した感情」の例

| 歌詞番号 | 歌詞                                                                                           | 楽曲名<br>(表1に記載した楽曲番号に対応) |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 歌詞1  | 「ただ ただちゃんと<br>ただ 伝えたいのに」                                                                     | 楽曲9                     |
| 歌詞2  | 「もうやめた もうやめた もうこんなことやってられるかよ<br>もう決めた もう疲れた 今日でやめてやるよ クソ クソ クソ<br>あっ、嘘 こっちみて<br>ねえ、ただ好きなんだ」  |                         |
| 歌詞3  | 「いつも曖昧な不安定なありきたりな<br>『君と世界を』とかそんな気持ちとは真逆のアレでも<br>会いたくない会いたくない会いたくない<br>そんな気持ちとは真逆の気持ち」       | 楽曲8                     |
| 歌詞4  | 「嫌い 嫌い 嫌い 嫌い 嫌い<br>突き放したって結局ここに帰ってくるんだよ<br><br>だけど<br>キライキライキライキライキライ<br>キライキライキライキライキライキライ」 | 楽曲1                     |
| 歌詞5  | 「逆にもうブスとしか言えないくらい愛しい<br>それとも言えなかった」                                                          | 楽曲12                    |
| 歌詞6  | 「いつもほらブスとか言って素直になれなくて ちゃんと言えなかった<br>ごめんね 好きだよ さよなら」                                          |                         |
| 歌詞7  | 「肩にかけたカバンのねじれた部分がもどかしい<br>何度言っても直らなかった癖だ<br>もう元に戻してあげられなくなるんだな<br>自分でその手を離したくせに」             |                         |

①『ただ』(楽曲9)

歌詞1では「ただ ただちゃんと ただ 伝えたいのに」とあるように、まっすぐ伝えたい気持ちをなかなか伝えられずにいる葛藤に悩まされている気持ちが歌われている。

また、歌詞2ではただ相手のことが好きなのに“好き”という感情に恥ずかしくなり、素直になれない自分にも苛立ってしまい、つい本心とは“真逆”の投げやりな態度をとってしまう。

しかし相手にそっぽを向けられそうになると「あっ 嘘こっちみて ねえ、ただ好きなんだ」と簡単に言ってしまう(思える)素直さがなんと人間らしく愛おしさを感じる。素直になりたいのに素直になれないと思っている人や、本当の気持ちを知られるのが恥ずかしくてつい真逆の態度をとってしまうという経験をした人はこの曲に共感するのではないだろうか。

## ②『リバーシブルー』（楽曲8）

歌詞3では“会いたい”の一言を相手に素直に言えない気持ちが表現されている。「いつも曖昧な不安定なありきたりな『君と世界を』とかそんな気持ちとは真逆のアレでも」は、曖昧でありきたりな夢見がちな恋愛の感情とは逆の少し冷めてしまった気持ちではあるけど、という意味だと捉えられる。そして「会いたくない会いたくない会いたくない そんな気持ちとは真逆の気持ち」の、会いたくないと真逆の気持ちとは、つまり“会いたい”という意味である。ストレートに“会いたい”の一言が言えず、どうしても捻くれた言い方しかできないのだ。恥ずかしさや少し冷めた間柄になってしまったからこそ、素直に気持ちを伝えられないもどかしさが歌われている。

## ③『あの嫌いのうた』（楽曲1）

楽曲1は、嫌いなはずの存在を突き放しても結局その存在から離れることができないという矛盾を歌っている。なかなか離れることのできない嫌いな存在とは、例えば家族や恋人、友人、または自分自身などであろうか。心を許せて自分自身を受け入れてくれる存在だからこそ、嫌いなところがあっても完全に嫌いになることができないのだろう。

歌詞1では最後に「だけど キライキライキライキライキライ キライキライキライキライキライキライ」とあるように「嫌い」という言葉を連呼している様子から、何度も言うことで心底嫌いになるうとしていることが窺える。嫌いなのに結局縋ってしまう矛盾が一番もどかしく苦しいから、それならいっそ心底嫌いになってしまったほうが楽だと考えているようにも感じられる。尾崎の突き放すような歌い方からもそう感じられるのだ。

また「僕は君が嫌いです」「僕は僕が嫌いです」という歌詞があるように、嫌っている存在は“君”という特定の相手と、自分自身である“僕”だと解釈することができる。嫌う要素が多数ある“君”と、君を嫌いきれずに結局離れられない“自分”が情けなくて悔しくて「嫌い」と感じているのではないだろうか。

そして、曲中では「嫌い」という言葉がカタカナ表記のものも含めて、50回出てくる。そのくらい「嫌い」の感情を前面に押し出している楽曲だということがわかる。

## ④『愛す』（楽曲12）

『愛す』と書いて「ブス」と読むこの楽曲は、楽曲8・9のように、大切な人に素直になれないことを歌っている。しかし楽曲12では主人公が大切な人に素直になれなかった結果、その人を失うことになってしまうのだ。

歌詞5・6にあるように、彼女に対して「愛しい」「好き」という愛のある感情を抱いているのに、照れくささからなのか大切な人の特別な関係性に安心していただけなのか、素直になれず「ブス」と言ってしまう。「ブス」という言葉は「愛しい」や「好き」とは対照的な言葉であり、どう考えてもかけ離れた意味合いである。悪口と捉える人もいるだろう。そして主人公は「ブス」と言うことでしか愛情表現ができなくなってしまう。このことがきっかけで、主人公と彼女は別れることになる。

歌詞7では、大切な人はカバンを肩にかけるとショルダーストラップがねじれてしまう癖があるようで、主人公はその癖を見つけるたびに直していた。しかし、別れることで会えなくなるため、もう彼女のねじれたカバンの紐を元に戻してあげられなくなることを嘆く。「自分でその手を離したくせに」と、大切な人を離すようなことをした自分に皮肉を言うところから、素直に気持ちを伝えなかったことを非常に後悔しているのだろう。また歌詞6の「ごめんね 好きだよ さよなら」では、今までのことを謝って今更本心を伝えても離れ離れになることは避けられないということがわかる。

思ったことは素直に相手に伝えるべきで、本心と裏腹な態度に出るとあまり深く考えずに思わず取ってしまう行動でも積み重なれば、いずれ大切なものを失ってしまうのだろう。

### （2）人には言えない気持ち

人はみな、なかなか周りの人には言えない感情や思いを抱いているだろう。特に“怒り”や“悲しみ”は誰にでも話せる内容ではないと考えられる。その気持ちをまるで代弁してくれるような楽曲をクリープハイプは歌っている。その中でも特徴がわかりやすい3曲を挙げ説明していく。その例を示したものが以下の表3である。

表 3 : 「人には言えない気持ち」の例

| 歌詞番号  | 歌詞                                                                                                                | 楽曲名<br>(表 1 に記載した<br>楽曲番号に対応) |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| 歌詞 8  | 「バイト先のクソが バイト先のクソが<br>バイト先のクソが バイト先のクソが<br>ある バイト先のクソが バイト先のクソが<br>バイト先のクソが<br>クソが クソが クソが クソが」                   | 楽曲 2                          |
| 歌詞 9  | 「知らない奴が何か言ってる<br>知らない奴が何故か知ってる」                                                                                   |                               |
| 歌詞 10 | 「ばーか ばーか」                                                                                                         |                               |
| 歌詞 11 | 「誰にでも出来る昼の仕事と誰にも言えない夜の事<br>どこにも行かない悲しみとどこにも行けないあたしの事は<br>アルバムの 7 曲目位で歌われる位がちょうど良い<br>だからあたしのこの気持ちは絶対シングルカットさせないし」 | 楽曲 4                          |
| 歌詞 12 | 「涙なんて邪魔になるだけで<br>大事な物が見えなくなるから<br>要らないのに出てくるから<br>余計に悔しくなる」                                                       | 楽曲 6                          |
| 歌詞 13 | 「ねえどうして うまくできないんだろう」                                                                                              |                               |

## ①『身も蓋もない水槽』(楽曲 2)

あまり話したことの無い人に自分の噂話をされ、あることないこと言われていた経験や、特定の人だけに打ち明けた話は何故か他の人にも知られていたという経験はあるだろうか。歌詞 6 の「知らない奴が何か言ってる 知らない奴が何故か知ってる」は、自分のことを何も知らないくせに噂をする人に対しての怒りや、知られたくない話を広められてしまったときの絶望、憤りを歌っているのだ。

また、歌詞 5・7 では「クソが」「ばーか」など、憤りの感情がダイレクトに表現されている。

この楽曲は、イライラした感情から段々と胸の奥にしまい込んでいた特定の人たちに対する怒りの感情が溢れてきてしまう様子が伝わってくる一曲となっている。例えば、歌詞 5 では最初は呟くように控えめに歌っているのだが「ある バイト先のクソが」から吐き捨てるように歌い、次第に歌声が大きくなっていき、最後の「クソが」では心の奥底から絞り出すような声で叫ぶように歌っているのだ。しまい込んでいた怒りの感情が抑えきれず、ついにぶちまけてしまうような描写が目につかぶほどである。また、歪んだバンドサウンドや大胆にうねるようなエフェクトで、ドロドロと渦巻く怒りの感情を音でも色濃く表現されているのだ。まるで“怒り”をそのまま“音楽”にしたような一曲となっている。

## ②『社会の窓』(楽曲 4)

会社で働く“あたし”が大好きなバンドのメジャーデビューシングルがオリコン初登場 7 位になったことをきっかけに、“あたし”の抱いている感情がどんどん加速していくような楽曲である。

歌詞 10 の「誰にでも出来る昼の仕事と誰にも言えない夜の事 どこにも行かない悲しみとどこにも行けないあたしの事は アルバムの 7 曲目位で歌われる位がちょうど良い」とは、楽曲 4 に出てくる“あたし”の気持ちや日々の生活は堂々と人に言えるようなものではないから、音楽として CD に収録するとしたらアルバムの後半の 7 曲目位、あまり目立たない位置で歌われる位がちょうどいい、という意味なのだろう。そして「だからあたしのこの気持ちは絶対シングルカットさせないし」では、人々が注目する CD シングルのメイン楽曲のように万人受けするようなものとして“あたし”の気持ちは誰にも言えない、周りの人にわかってもらってたまるか、という誰にも譲れない強い気持ちが歌われているのではないかと筆者は考えた。

また「だからあたしのこの気持ちは絶対」で少しサウンドが強くなりメロディが盛り上がるのだが、「シングルカットさせないし」で楽器の音がフェードアウトするように消える。音が消え、ボーカルの声のみになるため非常に歌詞が強調される。このことから“あたし”の気持ちは万人受けするような楽曲として歌われたくないという、人には言えない強い気持ちや誰にも知られたくない大切な日々を抱えていることがより一層伝わってくるのだ。

③『百八円の恋』（楽曲6）

楽曲6でも楽曲4のように“あたし”が登場し、女性目線で思い通りにいかないことや上手に生きられないことに対しての悔しさや悲しさを、疾走感のあるメロディに乗せて勢よく歌っている。

歌詞 11 では、涙を流す度に余計に悔しくなる様子が描かれている。あることをきっかけに泣いてしまっただけなのに、段々と泣いている自分に対しても悔しくて情けなくて、悲しい気持ちになってしまい涙が止まらなくなったという経験は、きっと誰もが経験したことがあるのではないだろうか。

そして歌詞 12 では「ねぇどうして うまくできないんだろう」と問いかけている。うまくできない原因を自分自身に問いかけその答えを探っているようにも、誰かにうまくできないことについて問いかけ、この苦しみに助けをほしいと訴えているようにも捉えることができる。

筆者自身、思い通りにいかず悔しい思いをした時に『百八円の恋』を聴き、歌の中の“あたし”と自分自身を重ね、感情をリンクさせることで思いっきり泣くことがある。悲しさや悔しさの感情を爆発させるような疾走感のあるメロディを聴いていると、不思議と涙がどんどん溢れてくる。また、尾崎の歌声も聴いていて泣けるポイントである。歌詞によって歌い方を変えており、声が枯れてしまいそうなほどの叫びに近い歌い方や感情を噛み締めるような歌声など、抑揚をつけている。他にも歌詞と歌詞の間で、泣き声のような悲痛な声をあげている。このように歌い方に変化があることで楽曲に込められた感情がより一層押し寄せるように伝わってきて、自身の気持ちと合致し涙が溢れてしまうのだ。

（3）前向きになれる

クリープハイプの楽曲を聴いていると、寄り添うような優しさを感じ前向きな気持ちにさせてもらえることがある。前向きになれる楽曲はどのようなものなのか、例となる5曲を挙げ説明していく。その例を示したものが以下の表4である。

表4：「前向きになれる」の例

| 歌詞番号  | 歌詞                                                                                                       | 楽曲名<br>(表1に記載した<br>楽曲番号に対応) |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| 歌詞 14 | 「言いたい放題言われて 言い返す言葉も無いけれど<br>イライラするよりキラキラしてたいから<br>感情の行き着く先は満員電車で揺られて<br>がんばれアタシ 明日はどっちだ」                 | 楽曲 3                        |
| 歌詞 15 | 「前に進め 前に進め 不規則な生活リズムで<br>ちょっとズレる もっとズレる 明日も早いな<br>前に進め 前に進め 不規則な生活リズムで<br>ちょっとズレる もっとズレる 明日も早いな<br>前に進め」 | 楽曲 5                        |
| 歌詞 16 | 「大丈夫、あたし今日は暇だから<br>あんたの側に居てあげるから<br>大丈夫、あたしに電話くれたら<br>もっと大事な物あげるから」                                      | 楽曲 7                        |
| 歌詞 17 | 「あー、辛くてたまらないなら<br>酒飲んで酔っ払ってそのまま朝になるまで寝てれば良いよ<br>もう大丈夫だから」                                                |                             |

|       |                                                                                                              |       |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 歌詞 18 | 「今日はアタリ 今日はハズレ そんな毎日でも<br>明日も進んでいかなきゃいけないから<br>大好きになる 大好きになる 今を大好きになる<br>催眠術でもいいからかけてよ<br>明日も進んでいかなきゃいけないから」 | 楽曲 10 |
| 歌詞 19 | 「そんなに焦るなよ ゆっくり行こう」                                                                                           | 楽曲 11 |
| 歌詞 20 | 「くだらない妬みや 変わらない痛み<br>傷ついて気づく日も<br>この先いつだって 君の味方だよ<br>だからなに うるせーよ」                                            |       |

### ①『明日はどっちだ』(楽曲3)

働く女性目線の楽曲で、働いている中で苦しいことや悔しいことがあっても、なんとか毎日前を向いて頑張ろうとしている女性の健気な思いが歌われている。

特にサビの歌詞 14 では、聴いている自分自身も頑張ろうと思うことができる。「言いたい放題言われて 言い返す言葉も無いけれど イライラするよりキラキラしたいから」という歌詞は非常に素敵で、どんな人が聴いても自然と前向きになれる魔法の言葉だ。この女性は、言いたい放題言ってきた人を恨んだり憎んだりせず、言い返せなかったことに対して腹を立てることもしない。彼女は「イライラするよりキラキラしたい」と怒りの感情に囚われず、自分自身が少しでも幸せに生きられるよう努めるのだ。その心意気に感動させられる。

「感情の行き着く先は満員電車で揺られて がんばれアタシ 明日はどっちだ」では、毎朝会社に行くため満員電車に乗り、仕事が終わったら疲れた体で再び満員電車に乗り揺られる女性の姿が思い浮かぶ。ただでさえ窮屈で乗っているだけで疲れる満員電車で揺られながら「がんばれアタシ 明日はどっちだ」と考えている女性の健気さ、前向きな姿勢に心を動かされる。また「明日はどっちだ」という言葉には明日はどんな日になるだろうという漠然とした考えと、自分の気持ち次第でいい日になるはずだと気持ちを強く持っているような印象を持つ。

楽曲に出てくる女性を応援したくなると同時に、「自分も頑張ろう」と前向きな気持ちになるのだ。筆者も高校生時代、楽曲の女性に自分を重ねることで「がんばれアタシ」と自分に言い聞かせ、学校に行きたくないときでも自分を奮い立たせ毎日登校していた。それほどに楽曲3には、聴き手を前向きな気持ちにさせる力がある。

### ②『二十九、三十』(楽曲5)

報われない気持ちで日々を生きている人に、特に刺さる1曲だと思われる。曲中では「いつかはきっと報われる いつでもないいつかを待った もういつでもいいから決めてよ そうだよなだから『いつか』か」や「嘘をつけば嫌われる 本音を言えば笑われる」「現実を見て項垂れる 理想を聞いて呆れかえる」など、報われず本当の自分もさらけ出せないもどかしさ、苦しい思いが歌われている。

そして、曲の最後に歌詞 15 が尾崎の優しく力強い声で歌われる。「前に進め 前に進め 不規則な生活リズムで ちょっとズレる もっとズレる 明日も早いな」では、不規則な生活を送っていてもいいから、周りと歩幅が合わなくてもいいから、自分のペースで前に進めと、クリープハイプが横にいて一緒に歩きながら励ましてもらっているような感覚になる。

また曲調も全体を通して、あたたかなバンドサウンドでゆったりと歩くようなテンポで進むため、まるで歩幅を合わせて共に歩んでくれているような優しさを感じるのだ。そして最後の「前に進め」では音が鳴りやみ、尾崎の歌声が強調される。背中を押してくれるような歌声に、聴いた者は自然と前向きな気持ちにさせられるだろう。

### ③『大丈夫』(楽曲7)

「大丈夫」という言葉には、緊張や不安な気持ち、落ち込んだ気持ちを溶かしてくれる力がある。

歌詞 16 のように楽曲7では「大丈夫」と何度も歌い、聴き手を励ましてくれるような言葉を歌っている。尾崎の「大丈夫」と微笑むように優しく落ち着いた口調や、小川の温もりを感じるギターメロディ、ベースとドラムのリズム隊である長谷川、小泉の2人が奏でる心地よい音色やリズムに、自

然とリラックスさせられ、音楽だけに集中してゆらゆら揺れて聴きたくなるような楽曲となっている。

また歌詞 17 は、精神的に不安定なときや誰かに慰めてもらいたいときに聴くと非常に救われるような思いになるのではないだろうか。辛いときは「頑張れ」の一言よりも、「酒飲んで酔っ払ってそのまま朝になるまで寝てればいいよ」というような、たまには肩の力抜いて無理に頑張らなくてもいいという言葉に救われることもある。「もう大丈夫だから」という言葉にも、演奏しているクリープハイプが寄り添って背中をさすってくれているようなあたたかさを感じる。歌詞、メロディ、歌声からあたたかさや優しさが溢れていて、その優しさが聴き手の心に浸透し安心できる素敵な楽曲なのだ。

#### ④『陽』（楽曲 10）

歌詞 18 の「今日はアタリ 今日はハズレ そんな毎日でも 明日も進んでいかなきゃいけないから」で、いいことがあった日もいいことがなかった日もあるなかで明日も生きていかなければならないことが歌われているのだが、いいことがあった日を「アタリ」、いいことがなかった日を「ハズレ」と、一日一日をまるでくじを引いた結果で表すような歌詞に尾崎独特の可愛らしさが感じられる。

そして「大好きになる 大好きになる 今を大好きになる 催眠術でもいいからかけてよ 明日も進んでいかなきゃいけないから」では、今の状況を好きになろうと自分自身に言い聞かせている様子が伝わってくる。憂鬱な気分になるような“今”だったとしても、明日も元気に生きていくために今の状況を前向きに考えようとしたことはないだろうか。また落ち込んでいる暇もないから、今を好きになるしかないのかもしれない。「大好きになる 大好きになる 今を大好きになる」という言葉は前向きになれる魔法の呪文のようで、聴きながら心の中でこの歌詞を一緒に唱えることで心が少し明るくなるのだ。心が折れそうなときに聴くと前向きになれる一曲である。

#### ⑤『ゆっくり行こう』（楽曲 11）

周りの人と自分を比べることで焦ったり、自分だけ浮いているのではないかと不安になったりしたことはないだろうか。

歌詞 19 の「そんなに焦るなよ ゆっくり行こう」という言葉を聴くと、自然と心が落ち着く。焦りを感じているときに「ゆっくり行こう」と言ってもらえることで、焦りの気持ちを抑えリラックスすることができるのだ。

歌詞 20 の「くだらない妬みや 変わらない痛みで 傷ついて気づく日も」では、周りに対して妬みの感情を持ったり、逆に周りから妬まれたり、また傷ついた心の痛みが続いたり、人間関係が上手くいかずもがいている様子を歌っているのではないかと捉えられる。そして「この先いつだって 君の味方だよ」と力強く歌う尾崎のこの言葉に、聴き手が孤独を感じていたとしても、自分は一人じゃないと思うことができ孤独感から救われるのではないだろうか。「だからなに うるせーよ」の、気に食わない周りの声に突っぱねるような尾崎の歌い方も非常に印象的で、周りの声に流されるなという尾崎のメッセージと捉えることもできる。この曲を聴くことで本来の自分のペースを取り戻し、前を向いて進むことができると考えられる。

また楽曲 11 は本田技研工業株式会社とクリープハイプがコラボレーションしたことで生まれた楽曲であり<sup>5</sup>、同社が製造し販売しているスーパーカブというオートバイを利用し通学している種子島の高校生に感謝の思いを込めて書き下ろされたものだ。「ゆっくり行こう」には、多感な時期である高校生に対して焦らずに“ゆっくり行こう”という意味と、種子島の高校生が利用しているスーパーカブを安全に運転し“ゆっくり行こう”という意味の2つのメッセージが込められていると思われる。

そして、アコースティックギターで奏でられる落ち着いたメロディと尾崎世界観の歌声のみで進んでいくシンプルな演奏であるため、楽曲に込められたメッセージがまっすぐ伝わってくる。周りに流されず、自分のペースでゆっくり進むことの大切さを改めて確認させられ前向きになれる一曲だ。

### 第3章 クリープハイプと若者たち

クリープハイプの客層は子どもから中高年までと幅広い。その中でも圧倒的に多いのが10～20代の若者だ。筆者がフェスやワンマンライブに行った際、どの会場でも10～20代と思われる若い男女が多いと感じた。

なぜ彼らはクリープハイプに心を奪われ、魅了され続けるのだろうか。本章では、客層の中でも最も多いと思われる若者に注目し、彼らが経験する事や特徴について考察する。そして、前章で論じたクリープハイプの楽曲や特徴を照らし合わせ、10～20代の若者がクリープハイプを好きになる理由を明らかにしていく。

### 3-1 現代の若者が経験すること

クリープハイプの楽曲が若者の心を動かす理由の一つは、若者が経験する代表的なイベントに大きく作用するような楽曲の作られ方にあると考えられる。本節では若者が経験するイベントやそれによって生まれる感情を3点にまとめて分析し、そこにクリープハイプの楽曲がどのように作用しているのかを考察する。

#### (1) 学校・アルバイト・会社

若者は、学校やアルバイト、会社などの組織に入り、様々な経験をする。例えば学校であれば体育祭、合唱祭、学園祭などの行事や部活動、アルバイトや会社であれば仕事での失敗や成功などである。

以下、その中でも特に大きな経験と考えられることを2つ挙げていく。

#### ①友人との出会い

学生時代に信頼できる友人と出会えることは、非常に大きいことだと筆者は考える。筆者自身、中学時代に仲良くなった友人がいるが、筆者が困ったときはすぐに助けてくれて、悩みがあるときにはじっくり話を聞いてくれて、その友人がそばにいてくれるだけで嬉しかった。そして一緒に過ごしているうちに信頼できる関係になったのだ。その友人とは別々の高校に行くことになり、毎日会えなくなることは悲しく寂しいと思っていたが、卒業後も年に数回会い、互いに近況やその時抱えている悩みを話し合う関係が現在も続いている。そんな中で一度、友人に言われた一言が気に入らず、筆者が一方的に不機嫌になり怒ってしまったことがあった。しかし友人はそんな時でも筆者の話を聞き、友人自身の気持ちを冷静に伝えてくれたのだ。時間が経つにつれ友人に対し、一方的に怒ってわがままな態度を取ってしまったことを申し訳なく思うと同時に、今まで友人に対して筆者自身の負の感情を露わにして、嫌われてもおかしくない態度を取ってしまったことは初めてだったため、そんな自分にも驚いていた。

その際に聴いたクリープハイプの楽曲13『バンド』のある歌詞に気づかされたことがあった。それが以下の歌詞である。

ギターもベースもドラムも全部 うるさいから消してくれないか  
今はひとりで歌いたいから 少し静かにしてくれないか  
こんな事を言える幸せ 消せるということはあるということ  
そしてまた鳴るということ いつでもすぐにバンドになる

ついわがままな態度を取ってしまったのは相手が信頼できる仲間だから、ということに気付いた。信頼し何でも話し合える相手だからこそ、嘘は言いたくないし、本音を伝えたい。時に感情が昂りがままなことを言ってしまったとしても、その思いを友人は受け止め、冷静に返答してくれる。そしてまた仲良くしてくれるのだ。わがままを言えるということは、わがままを受け止めてくれる仲間がいるということであり、それは幸せなことなのだと楽曲13の歌詞に気づかされたのだ。この曲を聴いて、信頼できる仲間や家族、支えてくれる人たちの存在に改めて感謝や愛を感じ、これからも感謝の気持ちを忘れずに接したいと考えさせてくれた。

#### ②人間関係の問題

“いじめ”や“ハラスメント”を経験したことはあるだろうか。また、その現場に居合わせたことはあるだろうか。現在学校や会社などで起きているいじめやハラスメントは、社会でも問題視され続けている。

学校でのいじめに関しては年々数が増えており、平成 30 年度では認知された数だけでも 5 万件を超えるいじめが発生している<sup>6</sup>。この他に認知されていないいじめがまだ存在していると考ええると非常に恐ろしい話である。

被害を受けた人は、必ず何かしらの傷を負う。物理的に暴力を振るわれれば体に傷を負い、酷い言葉をかけられたり無視されたりと目に見えない暴力を受ければ心に傷を負うのだ。その結果、大きな悲しみや怒りなどの負の感情を抱くことになる。いじめやハラスメントの他にも、表面上では仲良くしていても自分のいないところで陰口を言われていたり、周りとの馴染めないことで本当の自分ではいられなかったり、孤立してしまったりすることもある。

クリープハイプの音楽は、負の感情を抱くもどうしたらいいのかわからず苦しむ人たちや、過去に傷ついた人たちの大きな味方になると考えられる。

例えば前章で“人には言えない気持ち”を歌った楽曲について説明したように、楽曲 2 には「クソが」「ばーか」と気持ちいいくらい露骨に怒りをぶつける歌詞がある。いじめやハラスメントなどの被害を受けた人は傷ついた悲しみもある一方で、怒りの感情も抱いている。また組織の中にいると、様々な面で不満を募らせることもあるだろう。しかし、イライラした気持ちや怒りの感情を実際にぶつけることはせず、胸の中にしまい込んでしまう人が多いと思われる。感情を表に出したいが、多くの人にとってそれは簡単なことではないのだ。いじめられている人が怒りの感情を露わにしても、負け犬の遠吠えのように扱われ、笑われ、いじめがエスカレートする可能性だってある。ハラスメントを受けている人が同様のことをしたとしても、まともに取り合ってもらえず、さらに悔しい思いをするかもしれない。このように、怒りや悔しさ、イライラした感情に蓋をして生きている人は、クリープハイプの“人には言えない気持ち”を歌った楽曲を聴くと、自分の中に溜まっていた負の感情を代弁してくれているように感じられ、聴いた後は非常にスッキリした気分になるのではないだろうか。

さらに楽曲 4 には、周りからの評価に対して、怒りを込めながらも呟くように「余計なお世話だよ」と反発する歌詞がある。周りからの勝手な評価に対して不満を抱いているときに、この食って掛かるような表現を聴くと、周りの意見なんかに振り回されないでいようと強い気持ちにさせられるのだ。

クリープハイプの“人には言えない気持ち”を歌った楽曲は、若者が抱えるストレスに共鳴し、負の感情を発散させてくれる力がある。そして聴いた後には、気持ちが強くなり、また日々を頑張ることができるようになるのだ。いじめやハラスメント、人間関係の問題に正面から歯向かうことはできなくても、クリープハイプの音楽が味方となり、傷を負った人々の逃げ場所となることで、傷ついた人たちのストレスが発散され、楽曲と自分の気持ちを重ね共感することで傷が癒され、明日もなんとか生きる活力を得ることができるのではないだろうか。

## （2）就職活動

学生生活を過ごした後は、自分自身でお金を稼いで生活していかななくてはならない。どのようにお金を稼ぐのかは人それぞれだが、大抵の人は企業に就職し生活していくことになる。そのため大学 4 年生になると、一斉に新卒の就職活動が始まる。

筆者も大学 4 年生であるため、今年 2019 年の春から秋にかけて就職活動をしていたのだが、それは予想以上に大変なものだった。就職することを夢見ていた企業からはエントリーシートや筆記試験の時点でことごとく落とされ、面接にすら漕ぎつけることができなかった。周りの友人たちがどんどん解放感に満ちた表情で就職活動を終えていく中、筆者は終わりの見えない就職活動を続けていた。また、就職活動は基本的に一人で行うものなので“孤独の戦い”であった。夏休みになると友人と会う機会も減ったため、より“孤独”を感じながら就職活動を進めた。上手くいかない日々、増していく不安と孤独感に負けないように生きていた。

しかし、SNS で就職活動が終わった友人たちの楽しそうな写真や内定をもらえたことを報告する投稿を見るたびに心が苦しくなり、筆者は SNS のアカウントを消した。友人の幸せそうな姿に嫉妬し落ち込んでいては、気がおかしくなりそうだと感じたからだ。大袈裟に思うかもしれないが、そのくらい“就職活動”というものに追い詰められていた。

そんな状況を救ってくれたのが、クリープハイプの音楽だった。前章で挙げた“前向きになれる”楽曲を聴くことで、荒んだ心が癒され、就職活動に一生懸命取り組み続けることができたのだ。例えば、歌詞 16（楽曲 7）の「大丈夫」「あんたの側に居てあげるから」や、歌詞 19（楽曲 11）の「そん

なに焦るなよ ゆっくり行こう」、歌詞 20 (楽曲 11) の「この先いつだって 君の味方だよ」などの慰め励ましてくれるような言葉に、まるでクリープハイプがそばで寄り添い応援してくれているように感じ、自分は一人じゃないと思えた。

また、歌詞 14 (楽曲 3) では楽曲内に出てくる日々を頑張っている“アタシ”と筆者自身の感情を重ねて聴いたり、歌詞 15 (楽曲 5) を聴き「前に進め」とクリープハイプに背中を押してもらっているような気持ちになったりすることで、より一生懸命就職活動に取り組むことができ、辛い思いをしながら頑張っている人はたくさんいるから私も頑張れるはずだと自分を奮い立たせることもできた。

心に寄り添い、そっと背中を押してくれるような優しいクリープハイプの楽曲のおかげで、筆者は孤独な戦いであった就職活動をなんとか前向きに乗り越えることができたのだ。

そして尾崎(2019)は、「クリープハイプの音楽は、自分にとって大切でなくてはならないものだ」というファンの声に対し『みなさんの応援歌にしてほしくて』とか、『時代の空気を探って、現代の課題に対して答えを出してやろう』という下心を持たないでつくるからこそ、結果的に強い表現になって『そう思ってもらえる』んですね。」と話している<sup>7</sup>。聴き手に「褒められたい」「応援歌にしてほしい」という“下心”のような考えは持たず、書きたいと思ったことをそのまま素直に書いた歌詞だからこそ尾崎の歌に込めたメッセージは聴き手にまっすぐ届くのだ。

就職活動は、履歴書の作成や筆記試験の勉強、企業研究、自己分析、面接準備・練習などやることが多いうえに、就職活動に関する予定で毎日のスケジュールが埋め尽くされるため、段々と心に余裕がなくなり疲れてしまうことが多い。また上手いいかないことが続き、それが積み重なると心が病んでしまうこともある。そのような状況になった就活生の方には、是非クリープハイプの楽曲を聴いてほしい。楽曲を聴くことで一人でも多くの就活生が、就職活動での疲れを癒し、また前を向いて頑張れるように願っている。

### (3) 恋愛

両想いや片想い、失恋、遊びの恋など、恋愛には様々な形がある。そして恋によって、楽しい、嬉しい、恥ずかしい、照れくさい、悲しい、腹立たしい、虚しいなど、様々な感情を経験する。

クリープハイプの楽曲には、恋愛について描かれたものが多くある。様々な恋や愛の形にリンクするような内容のものや生々しくリアルな表現が用いられた楽曲が多く、それらの曲は聴く者の心を驚掴みにするのだ。なかなか人には言えない恋愛についての思いを代弁してもらえているような感覚を得て強い共感を覚える人もいれば、クリープハイプの楽曲を通してこういう恋愛をしている人もいるのかと、恋愛の知識の幅が広がったという人もいるだろう。また男性目線のものだけでなく、女性目線の楽曲もあるため、男女双方からの共感を得ている。

#### ①片想い

恋をすると、好きな気持ちがバレないようにしたいという思いや、恥ずかしさ・緊張から好きな人と接するときに素直な気持ちで話せなかったり本心とは裏腹な態度を取ってしまうたりすることはないだろうか。このように思わず矛盾したことをしてしまう感情も、クリープハイプの楽曲には見つけることができる。例えば前章で説明した“矛盾した感情”を歌った楽曲 8・9 のように、照れくささから“好き”という本心とは裏腹な態度を取ってしまう人の心の中を音楽にしたような楽曲がある。実際にこのような経験をした人や矛盾した態度をよく取ってしまう人が聴くと、非常に共感するのではないだろうか。

#### ②両想い

好きな人と両想いになれると、誰でも幸せに感じるだろう。また相手のことを大切に思うがゆえに非常に純粋な気持ちになるのではないだろうか。その例となる歌詞を以下の表 5 に示した。

表5：両想いの例

| 歌詞番号  | 歌詞                                                            | 楽曲名<br>(表1に記載した楽曲番号に対応) |
|-------|---------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 歌詞 21 | 「いつでもあなたのそばに居たいとか同じキーホルダーぶら下げて<br>離れていても心は近くだって思っていたいの」       | 楽曲 14                   |
| 歌詞 22 | 「おんなじ空を見上げたい今日もおんなじ空を見上げたい<br>あなたとあなたと」                       |                         |
| 歌詞 23 | 「居れば居るほど 入れ歯要るほど<br>ずっと続くだろうこの暮らし」                            | 楽曲 15                   |
| 歌詞 24 | 「それもほどほどにそれはそうと<br>いつも楽しいこの気持ちは<br>ありのままわがままあるがまま<br>早口言葉みたい」 |                         |

## (1) 『ボーイズ END ガールズ』(楽曲 14)

歌詞 21 からは、同じキーホルダーをつけることでいつでも彼氏のことを思い、心は近くにあると思っていたいという彼女の純粋で強い愛が感じられる。彼氏とは遠距離なのか、なかなか会えない関係であることがわかる。また曲調もどこか切なく、彼女が大好きな彼氏に会いたくても会えない悲しさがより一層伝わってくる。

歌詞 22 では、同じ時間帯に空を見上げたいという意味なのか、一緒に同じ空の景色が見たいという意味なのかはわからないが、彼女が彼氏に対して欲深くならず、ただ「おんなじ空を見上げたい」と思っているという純粋な気持ちが伝わってくる。

考えようによっては、この楽曲は両想いではなく、主観視点の女性が一方的に男性に恋心を寄せているという捉え方もできるのだが、筆者は両想いなのではないかと考えている。

## (2) 『一生のお願い』(楽曲 15)

仲の良い恋人同士の関係性が彼女目線で歌われている、非常にキュートな楽曲である。

歌詞 23 では、2人で一緒に居れば居るほど、入れ歯が必要になる年齢までこの暮らしが続くことが表現されている。入れ歯が必要になる年齢という表現で、高齢を表すところが可愛らしい。また「居れば居るほど」と「入れ歯要るほど」で、読み方は一緒なのに違う意味で歌われているところが、尾崎ならではの言葉遊びがされていておもしろい。歌詞を見てからでないと本格的に理解ができないところもクリープハイプのおもしろさであり、聴き応えがあるため若者の心を掴んでいると考えられる。

歌詞 24 では、いつも楽しい2人は「ありのままわがままあるがまま」とあるように、自分をよく見せたり我慢したりせず、ありのままの自分で、わがままも言える関係で、あるがままの2人であることがわかる。恋人同士で素を曝け出し、わがままも言い合える楽しい関係はどんな人も理想だと考えるのではないだろうか。また「ありのままわがままあるがまま」の後に「早口言葉みたい」と歌詞が続くのだが、話の途中で内容が脱線してしまうようなお茶目さが伝わってくる。彼女の可愛さと幸せな気持ちが爆発している楽曲で、聴き手はこんな幸せな思いをしたいものだと考えさせられる。

## ②失恋

失恋をしたときの悲しい気持ちを歌った曲も多い。ここでは例となる3曲を挙げ説明していく。その例となる歌詞を以下の表6に示した。

表 6：失恋曲の例

| 歌詞番号  | 歌詞                                                  | 楽曲名<br>(表 1 に記載した楽曲番号に対応) |
|-------|-----------------------------------------------------|---------------------------|
| 歌詞 25 | 「僕の喜びの 8 割以上は僕の悲しみの 8 割以上は僕の苦しみの 8 割以上はやっぱりあなたで出来た」 | 楽曲 16                     |
| 歌詞 26 | 「死ぬまで一生愛されてると思ってたよ 信じていたのに嘘だったんだ」                   | 楽曲 17                     |
| 歌詞 27 | 「しばらく考えて しばらくして泣いて しばらくして泣き止んだ 僕は鼻詰まり」              |                           |
| 歌詞 28 | 「一段低い所に置き換えたシャワーが たまらなくこの上なく愛しかったよ 簡単に水に流せない思い出」    |                           |
| 歌詞 29 | 「大切なものをなくしたよ 今になって気づいたのが遅かった なんてよくある話で笑っちゃうよな」      | 楽曲 18                     |
| 歌詞 30 | 「もう要らないよ もう要らないよ 君の他には何も要らないよ そんなこと言えないけど」          |                           |

## (1) 『君の部屋』(楽曲 16)

楽曲 16 はヒモとして彼女に養ってもらっていたバンドマンのことを歌った曲だと思われる。歌詞に「君が飼ってたあのブサイクな犬は今でも元気ですか」や「やっぱりあなたで出来た」など、過去形の言葉が使われているため、楽曲内に出てくる“君”や“あなた”と呼ばれている女性とはもう別れていると捉えることができるからだ。

歌詞 25 では、僕の喜びも悲しみも苦しみも「8 割以上」は“あなた”で出来ていたと歌っている。喜び、悲しみ、苦しみという多くの感情の多くを“あなた”が占めているのだ。つまり“あなた”という存在は“僕”にとって非常に大きく、“あなた”はもう過去の人なのに、今でも“僕”の感情を抱く部分である“心”に棲み付き、ずっと忘れられない人物であることがわかる。別れた後もずっと引きずってしまうほど忘れられない人がある人は特に共感する歌詞だと思われる。

しかし、この楽曲は失恋以外にも様々な捉え方ができ、完全に失恋曲であるとは一概には言えない。楽曲の後半に「君が稼いできたお金でノルマを払って今から帰るね」という歌詞があるが、これを歌詞 25 で出てきた“あなた”と楽曲内に登場する“君”が同一人物であると仮定して考えると、別れているとは考えにくいのだ。「今から帰るね」という歌詞が“あなた”の部屋なら彼女と男性の関係は現在も続いていると考えられ、別れていないことになる。しかし、すでに失恋しているとしたら“僕”が昔彼女と生活していたときのことを思い出している描写と捉えることもできる。

その他にも「好きな映画も好きな小説も好きな漫画も好きな音楽も 全部君の部屋全部君の部屋にあったんだ 僕はバカだな」という歌詞があるが「全部君の部屋」という言葉を二回言っていることから、昔一緒に暮らしていた一人の女性が忘れられず、共に住んでいた部屋は“僕”にとって大切なものだということを強調しているように捉えることができる一方、ここで言っている“君”もそれぞれ別の人物のことを指しており、“僕”はヒモとして生活するために養ってくれる女性の部屋に転々としているバンドマンなのではないかと考えることもできる。また、“あなた”と“君”は別の人物だと考えることもでき、歌詞を深く読み込むことで様々な解釈が可能になるのだ。

筆者は初めて楽曲 16 を聴いたときからこの曲は失恋曲だと思っていたのだが、改めて歌詞をよく読み直すと、失恋以外の捉え方もできることに気づいた。この曲のみならず、クリーブハイブの楽曲は聴く人によって解釈や感じ方が異なってくるのだろう。「下心を持たずに音楽を作る」と話していた尾崎は、この音楽はこういうメッセージとして聴いてほしいと強制するのではなく、聴き手がそれぞれ感じたままに音楽を聴いてほしいと考えているのではないだろうか。楽曲 16 に込められた本当の内容を知るのは楽曲内の“僕”と作り手である“尾崎”の 2 人だけなのかもしれない。

## (2) 『愛の標識』(楽曲 17)

楽曲 17 では男性視点で、別れた彼女のことを思い、悲しみに暮れ嘆く姿が表現されている。

歌詞 26 では、別れるまでは非常に仲の良い恋人同士だったことが窺える。死ぬまで一生愛され、ずっと一緒に居られると思っていたのに、と嘆く男性。別れた彼女自身は彼に嘘をついていたわけではないと思うが、付き合っていたときのあの楽しく愛おしい日々は何だったのかと、あっけなく終わってしまった恋に落胆し「信じていたのに嘘だったんだ」と、裏切られたような気持ちになっている男性の心情が歌われている。

歌詞 27 に「しばらく考えて しばらくして泣いて しばらくして泣き止んだ」とあるように、付き合っていた彼女のことや付き合っていたころの 2 人について考えていたら、涙が溢れてきて泣いてしまい、そしてしばらくして泣き止むという描写が歌われている。彼女と別れた悲しみに暮れる過程がわかりやすく描かれているため、自然と楽曲の主人公の男性視点になって聴くことができ、曲の世界に浸れるのだ。また「僕は鼻詰まり」と歌われていることから、鼻を詰まらせるくらい泣いたと捉えることができる。失恋や別れたショックで、鼻が詰まって呼吸が苦しくなるほど泣いた経験をした人もいないのではないだろうか。

歌詞 28 の「一段低い所に置き換えたシャワーが たまらなくこの上なく愛しかったよ」では、彼女は男性よりも小柄なため、お風呂に入るときにはシャワーの位置を一段低くして使っていたことがわかる描写だ。シャワーの位置ですら彼女を愛おしく思っていた男性が、どれだけ彼女のことを愛していたかがわかる歌詞でもある。また、付き合っていたころの 2 人の生活のリアリティさが伝わってきて、恋人と同棲している人や過去に恋人と同棲していた人は特に共感できる部分なのだろう。「水に流せない思い出」の歌詞からもすぐに忘れられるような恋じゃなく、彼女のことが心の底から好きだったことがわかる。

筆者は初めてこの楽曲を聴いたとき、歌詞 28 の意味が分からなかったのだが、シャワーを一段低い所に置き換えたのは彼女で、そのことを男性は愛おしく思っていたという意味が分かった瞬間、込められたメッセージの大きさに鳥肌が立った。シャワーの位置で付き合っていたころの男性の気持ちを表現する尾崎の歌詞はやはり独特で、少し捻られたような表現がおもしろいと感じた。

そして楽曲 17 の歌詞は「元気でね」で締めくくられており、男性は彼女と別れたことが非常にショックで悲しみに暮れているが、何を嘆いても元の関係には戻れないことはわかっているながらも、故郷に帰ってしまう彼女に「元気でね」と、最後まで彼女のことを大切に思う男性の優しさ、また「元気でね」と言うしかない切なさが伝わる楽曲である。

### (3)『手と手』(楽曲 18)

歌詞 29 では、別れてから“君”の大切さに気付いた主人公だったが、別れてから大切さに気付いてもその気持ちを伝えることもできず、別れる前に戻りたくても戻れないもどかしさや後悔が表現されている。「なんてよくある話で笑っちゃうよな」と、思わず笑ってしまうほどの自分の愚かさに皮肉を言っている様子もまた切ない。

歌詞 30 でも、“君”以外のものは何も要らないほど“君”が必要だと思うけれど、「そんなこと言えないけど」と、別れてしまったためにもう思いを伝えることができない悲しみを歌っている。

以上の失恋曲では、失恋したときの悲しさや切なさだけでなく、失恋した後に相手の大切さに気付く、別れたことを後悔する様子なども描かれている。若さゆえに恋人に対して、些細なことで大人気ない態度を取ってしまい、そのことがきっかけで恋人と別れることになり後悔したことがある人もあるのではないだろうか。クリープハイプの曲を聴くことで、失恋したときの悲しさや切ない思いに共感し、自分が抱えている気持ちに向き合うことができるのだ。そうすることで暗い気持ちが段々と晴れていき、徐々に前向きになると考えられる。また、恋人と一緒にいるときは安定した関係性に安心してしまい相手の大切さに鈍感になってしまうことがあるが、そのため別れた後に相手の大切さに気付いてももう遅いということがわかる。クリープハイプの失恋曲からは、思ったことは素直に相手に伝え、相手を大切に思い接することで、別れた後になるべく後悔しないようにすべきだということが学ぶことができる。

### ③遊びの恋

“若気の至り”という言葉があるように、恋愛でも若さゆえに勢いで行動し、恋人ではないけれども一線を越えた関係となり、側から見たら“遊びの恋”と思われるような恋愛をしたことがある人もいるだろう。ここではその例となる楽曲とその歌詞を挙げて説明していく。その例となる歌詞を以下の表 7 に示した。

表 7：遊びの恋の例

| 歌詞番号  | 歌詞                                                                                                                      | 楽曲名<br>(表 1 に記載した楽曲番号に対応) |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| 歌詞 31 | 「みつつ数えて冷たくなって よつつ数えて元に戻ったよ<br>なんか君がわかんなくなった もうこれで終わりかもな」                                                                | 楽曲 19                     |
| 歌詞 32 | 「君はホント不謹慎でどんな時でもヤリたがるから<br>僕はちょっと困ってるよ でもでも好き」                                                                          | 楽曲 20                     |
| 歌詞 33 | 「愛ではないのに恋でもないのに<br>そうでもないのに そうでもないのに<br>愛ではないのに恋でもないのに<br>そうでもないのに そうでもない<br><br>君のその愛がいつか届きますように<br><br>その恋がいつか叶いますように |                           |
| 歌詞 34 | 「『えっ、そんなつもりじゃなかったんだけどとか今更言われても困るよ。』<br>とか今更言われても困るよ」                                                                    |                           |
| 歌詞 35 | 「今でも<br>忘れられないよ」                                                                                                        | 楽曲 21                     |

#### (1) 『HE IS MINE』(楽曲 19)

彼氏と彼女ではないけれども一線を越えた関係である男女のそれぞれの思いを、楽曲 19 では女性目線で、楽曲 20 では男性目線で歌われている。

歌詞 31 はその女性目線の歌詞なのだが、「みつつ」「よつつ」がどのような意味なのかはわからないが、例えば「みつつ」を会って 3 回目、「よつつ」を会って 4 回目と仮定する。そうすると 3 回目に会ったとき男性は女性に対して冷たかったのに、4 回目に会ったときは男性の機嫌が良かったと捉えることができる。態度が変わる男性に対して女性は「なんか君がわかんなくなった もうこれで終わりかもな」と、男性との関係が終わることに対して非常にライトに考えているように感じられる。それは男性と女性が恋人関係で結ばれておらず、自分たちの関係は軽いものだとして女性自身わかっているからだろう。その軽い関係性を楽観的に捉えているのか、絶望的に捉えているのかは聴く人次第で意味が変わるのかもしれない。

#### (2) 『SHE IS FINE』(楽曲 20)

楽曲 20 では、楽曲 19 で歌われていた女性と一線を越えた仲である男性の思いが歌われている。

歌詞 32 では女性の強引なところに困りつつも、そんなところも好きだと思っている男性の気持ちが表されている。そして歌詞 33 の「愛ではないのに恋でもないのに そうでもないのに そうでもないのに」で、女性とは愛でもない恋でもない関係性で結ばれていることが歌われており「君のその愛がいつか届きますように その恋がいつか叶いますように」の歌詞から、女性が愛や恋が実るように願っている。この描写から、男性は女性の恋愛を応援できるほどその女性のことが本気で好きではないのか、それとも、男性は女性のことが本気で好きだけど、女性には本命の相手がいて男性は本気で相手にされていないのか、筆者はこの 2 つの捉え方ができると考えた。男性が女性を弄んでいる“下衆な人”なのか、女性に弄ばれている“純粋な人”なのか、これも人によって捉え方が異なるのかもしれない。どちらにせよ男性も女性も切ない結末になってしまうことはわかる。

### (3) 『ラブホテル』(楽曲 21)

楽曲 21 でも、一線を越えた関係にある男女の女性目線の思いが歌われている。

歌詞 34 では、女性が男性に対し「そんなつもりじゃなかったんだけど」と言うと、男性が「そんなこと今更言われても困る」と女性に言っていることがわかる。最初は好きになるつもりではなかったけれど、女性は男性のことを本気で好きになってしまったのだ。遊びの恋のつもりが、会っていくうちに相手に惹かれていき本気で好きになってしまったという経験した人もいるだろう。そうなると大抵の場合は、割り切った関係でいたいと思っている相手は面倒に思ったり、困ったりしてしまう。そして楽曲の後半で「別れたあの日は 403 です」と、男性と別れたことがわかる歌詞がある。曲の最後では歌詞 35 の「今でも忘れられないよ」という言葉で締めくくられる。今でも忘れられないほど、男性のことが好きだったのにもう会えない切ない思いが伝わってくる。

以上の遊びの恋について歌った 3 曲では、軽い関係性だからこそ切ない思いが伝わってくる。このような経験がある人には、特に響くのかもしれない。またそれぞれの楽曲で様々な恋愛ドラマが描かれているため、恋愛の知識の幅が広がることもあるだろう。若気の至りでしてしまった切ない恋愛も、若さゆえにあることだと伝えてくれているようにも考えられる。

## 3-2 承認欲求が高い現代の若者たち

現代の若者にはどのような特徴があるのだろうか。本節では 2010 年代の若者の特徴は“承認欲求が高い”ことにあると考え、世代が近いクリーブハイプのどのような部分が若者たちを共感させるのかを分析する。

Instagram や Twitter、Facebook などの SNS には“いいね機能”というものがある。誰かが SNS に発信した言葉や情報などに対し、共感やおもしろいと感じたものに“いいね”のボタンを押すと発信者に“いいね”が届くシステムだ。“いいね”をもらえると人から軽く褒めてもらえたような感覚がする。その数が多ければ多いほどたくさんの人から褒めてもらい認めてもらえているように感じるだろう。そして“いいね”の数が多いアカウントは“人気”と捉えられるようになり、自然とフォロワーも増えていく。

しかし人によって個人差があるが、SNS で承認欲求を満たそうとすると逆効果を生んでしまうこともある。“いいね”が多くもらえれば承認欲求が満たされるかもしれないが、思ったより“いいね”が少ない場合が続くと「見ている人に良いと思われていないのではないか」「友達はこれだけもらえているのにどうして私は少ないのだろうか」などと、周りの人と比べて自分の評価は低いと落ち込んだりと、ネガティブな考えに陥り、“SNS 疲れ”を発症してしまうこともあるのだ。

このような状況を受け Instagram では“いいね”の数ではなく写真や内容を重視してほしいという思いから、日本を含めた 7 か国で“いいね”の数を非表示にするテストを行っている<sup>8</sup>。

以上の特徴から、現代の若者の多くが“周りの人の評価や意見を気にする”傾向にあると考えられる。スマートフォンが普及し、手軽にネットに繋がれる便利な世の中になったからこそ、今世間で話題になっている情報や交流のある人の近況などがすぐにわかるようになった。またネットの空間でメッセージのやり取りをしたり、ボタン一つで高評価をしたりシェアしたりと周りからの評価も目に見えてしまう。周りの人たちに敏感になり、知らなくてもいいことを知りすぎてしまう世の中となってしまうように思われる。

もちろん、作り上げられてきたネット社会は悪いことばかりではない。元々交流のある人たちと SNS を通してより深い交流ができたり、ネット内で出逢った人と実際に会って仲良くなったりと良い点もあるのだ。

しかし、ネットや SNS を利用する多くの若者は“周りの人の評価や意見を気にしている”のは確かで、現実で交流のある人たちから様々なネットユーザーの声にまで敏感になり気にするだけでも気疲れしてしまうこともあるのだ。

それでは、このような若者の特徴にクリーブハイプのどのような部分が影響を与え、共感を呼んでいるのだろうか。

それはクリープハイプのメンバー自身の人柄だ。特に作詞作曲をしている尾崎と長谷川の2人はネットをよく利用しているのだが、このことが若者たちを魅了するヒントになっている。

尾崎はTwitterでエゴサーチをし、バンドや自分自身に対しての人々の反応を確認している<sup>9</sup>。また、尾崎はTwitterで自身の公式アカウントを利用していたのだが、2013年3月27日に「そして突然ですがTwitter辞めます。」<sup>10</sup>と発信しアカウントは残したままだが、自ら発信することを辞めてしまったのだ。原因は“Twitterに振り回されてしまうから”とのことだった。そしてファンに向けて感謝の言葉を述べた後、「興味も無い奴に外から面白がってどんな事言われても気にしないでください。」<sup>11</sup>と発信していた。この言葉から現代の若者を始めSNSやネットを利用する人たちの“周りの人の評価や意見を気にする”傾向を尾崎はよく理解していて、大切なファンが傷つくようなことを書き込む人たちの言葉に“流されないでほしい”と願いを込めて投稿したのだと考えられる。一方長谷川は「昔からインターネット上の言葉のやりとりが好き」「ネットの流行りすたりを観察することも好き」と話しており、ブログやTwitterで発信することも得意だという<sup>12</sup>。

彼らはネットやSNSを利用し若者たちと感覚が近い。また、ネットの良い部分も悪い部分も、若者の特徴もわかっている2人だからこそ、ネット社会を生きる若者たちはクリープハイプのメンバーの人柄にも魅了させられ、共感するのだ。

また、ドラムの小泉はライブで見かける20代のお客さんに対して、「そのぐらいの年齢だった頃の自分には『不安しかなかった』から、ファンの人たちもそうなんだろうとは想像するんです。きっとオトナから心配されたり、ああしなさい、こうしなさいと言われてたりしているんだろう。」と話している<sup>13</sup>。高校を卒業してからアルバイトをしながらバンド活動をする生活を選んだ小川も、20代前半でうまくいかない日々追い詰められていたという<sup>14</sup>。長谷川もお客さんの中でかつての自分のような20代前後の世代を見かけると話し「そういう年齢の方たちで、クリープハイプの音楽を聴いてくれているというのは……『勝ってないけど、負けたくない』という人たちなんじゃないかな」と述べている<sup>15</sup>。3-1で論じたように、若者たちは様々なイベントで不安な気持ちになったり、思い通りにいかない日々涙したり、悔しい思いをしながらも生きているのだ。メンバーも20代の頃、不安を感じながら生活していたからこそ、今の20代の若者の不安や思いを汲むことができ、若者たちの思いに応え、それ以上の感動を与えているのかもしれない。

## 終わりに

ここまでの分析から、クリープハイプの楽曲では様々な感情が赤裸々に歌われていることが明らかになった。それゆえ、その素直さや人間らしさに共感し、心動かされる若者が多いのではないだろうか。また英語を用いた歌詞を歌うバンドも人気を集める中で、クリープハイプは英語をあまり使わず、日本語で歌っている。日本語で歌われている楽曲であれば、耳から頭に自然と歌詞が入ってきて楽曲に込められたメッセージが理解しやすいため、胸に刺さりやすい。そしてリアリティのある歌詞や、楽曲の世界に思わず引き込まれるようなメロディやリズム、込められた思いが痛いほどに表現されている尾崎の歌声に、聴き手は曲の情景や物語をわかりやすく捉えることができ、まるで曲の世界に没入するような感覚で聴くことができる。その結果、様々な面で聴き手の感情とクリープハイプの楽曲がリンクする瞬間が生まれ、寄り添ってもらえているような感覚がしたり、自分自身を理解してくれているように感じたりして聴き手の心が救われるのだ。

第1章で論じたようにクリープハイプは様々な困難を乗り越え、バンドを続けていく中で焦りや怒りを受け入れ、許すことの大切さを学んだ。そんな彼らが経験した出来事やそこから生まれた思いや得たことが楽曲に反映されており、その楽曲を若者たちが聴くことで不安や迷っていたことに対し楽曲の内容がアドバイスになったり道標となったりするのである。10～20代の若者にとって、クリープハイプは人生の先輩と呼べる存在なのかもしれない。「クリープハイプの楽曲は人生の教科書のようなだ」と思えるほど、私たちの日常生活と近いと感じられる楽曲たちから学ぶことが多く、日々を上手に生きていくヒントや困難にぶつかったときの対処法が得られるのだ。

これからも多くの若者たちがクリープハイプの楽曲を聴くことによって、どんなときも前向きに自分らしく生きていけることを願っている。

## 参考文献

クリープハイプ『バンド』ミシマ社、2019年

麦倉正樹「現代の肖像 ミュージシャン 尾崎世界観 クリープハイプ ねじれながらも真っすぐに」.  
『AERA』(2017年2月27日)

M-ON!MUSIC.「クリープハイプ×スーパーカブ。“種子島”の高校生たちに思いを馳せ書き下ろされた、心揺さぶる新曲&MVが完成」<https://www.m-on-music.jp/0000296981/> (2019年12月11日アクセス)

文部科学省.「平成30年度 児童生徒の問題行動・不登校等生徒指導上の諸課題に関する調査結果について」[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/houdou/31/10/\\_icsFiles/afieldfile/2019/10/17/1410392.pdf](http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/31/10/_icsFiles/afieldfile/2019/10/17/1410392.pdf) (2019年12月9日アクセス)

NHK WEB NEWS.「“いいね”非表示～インスタを守れるか」  
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20191106/k10012166151000.html> (2019年11月21日アクセス)

rock'on.com.「尾崎世界観が『アウト×デラックス』で見せたアウトな素顔はロックアーティストとしての原動力でもあった」<https://rockinon.com/news/detail/168889> (2019年12月3日アクセス)

尾崎世界観. Twitter <https://twitter.com/ozakisekaikan/status/316636321655451648> (2019年12月3日アクセス)

## 注

---

<sup>1</sup> 「現代の肖像 ミュージシャン 尾崎世界観 クリープハイプ ねじれながらも真っすぐに」49ページ

<sup>2</sup> 同書50ページ

<sup>3</sup> クリープハイプ(2019)、365ページ

<sup>4</sup> 同書370ページ

<sup>5</sup> M-ON!MUSIC 「クリープハイプ×スーパーカブ。“種子島”の高校生たちに思いを馳せ書き下ろされた、心揺さぶる新曲&MVが完成」<https://www.m-on-music.jp/0000296981/> (2019年12月11日アクセス)

<sup>6</sup> 文部科学省「平成30年度 児童生徒の問題行動・不登校等生徒指導上の諸課題に関する調査結果について」  
[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/houdou/31/10/\\_icsFiles/afieldfile/2019/10/17/1410392.pdf](http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/31/10/_icsFiles/afieldfile/2019/10/17/1410392.pdf) (2019年12月9日アクセス)

<sup>7</sup> クリープハイプ(2019)、246ページ

<sup>8</sup> NHK WEB NEWS 「“いいね”非表示～インスタを守れるか」  
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20191106/k10012166151000.html> (2019年11月21日アクセス)

<sup>9</sup> rock'on.com 「尾崎世界観が『アウト×デラックス』で見せたアウトな素顔はロックアーティストとしての原動力でもあった」  
<https://rockinon.com/news/detail/168889> (2019年12月3日アクセス)

<sup>10</sup> 尾崎世界観 Twitter <https://twitter.com/ozakisekaikan/status/316636321655451648> (2019年12月3日アクセス)

<sup>11</sup> 同サイト <https://twitter.com/ozakisekaikan/status/316639775710904321> (2019年12月3日アクセス)

<sup>12</sup> クリープハイプ(2019)、140ページ

<sup>13</sup> 同書22ページ

<sup>14</sup> 同書175ページ

<sup>15</sup> 同書93ページ

# 日韓アイドル比較論

—日本で K-POP アイドルが成功する理由とアイドルのこれから—

マネジメント学部 生活環境マネジメント学科

大畑 詩帆

## 1. はじめに

今、日本は第3次韓流ブームの真っ只中にある。BTS(防弾少年団)やTWICE、BLACKPINK らをはじめとした K-POP アイドルが若者を中心に絶大な人気を誇っており、東京の新大久保にあるコリアンタウンには毎日大勢の人が訪れる。しかし、現在 K-POP が大人気なのとは裏腹に、日本と韓国の関係は日に日に悪化しており、第2次韓流ブームが静かに幕を閉じた 2012 年ごろから K-POP アイドルの日本メディアへの露出はなかなか見られなくなった。ところが、第2次韓流ブームが幕を閉じた以降も K-POP 人気は鳴り止むことがなかった。毎年 NIKKEI STYLE が発表するコンサート動員力ランキングでは毎年多くの K-POP アイドルがランクインしている。下記の表 1～表 7 は、2013 年から 2019 年までのコンサート動員力ランキング 50 にランクインした K-POP アイドルの一覧だ。

表 1 2013 年度の「コンサート動員力ランキング」K-POP アイドル  
出所 NIKKEI STYLE

| 順位   | アーティスト名      | 動員力<br>(万人) | 公演数 |
|------|--------------|-------------|-----|
| 2 位  | 東方神起         | 89.3        | 18  |
| 5 位  | BIGBANG      | 71.9        | 15  |
| 15 位 | 少女時代         | 36.8        | 20  |
| 17 位 | G-DRAGON     | 36.1        | 8   |
| 21 位 | 2PM          | 28.3        | 14  |
| 29 位 | SHINee       | 22.9        | 17  |
| 36 位 | FTISLAND     | 16.8        | 11  |
| 40 位 | SUPER JUNIOR | 15.3        | 5   |

表 2 2014 年度の「コンサート動員力ランキング」K-POP アイドル  
出所 NIKKEI STYLE

| 順位   | アーティスト名      | 動員力<br>(万人) | 公演数 |
|------|--------------|-------------|-----|
| 3 位  | BIGBANG      | 92.7        | 29  |
| 7 位  | 東方神起         | 69.1        | 29  |
| 20 位 | EXO          | 31.8        | 14  |
| 21 位 | 少女時代         | 30.8        | 18  |
| 27 位 | SUPER JUNIOR | 27.5        | 5   |
| 29 位 | SHINee       | 25.4        | 33  |
| 34 位 | 2PM          | 20.2        | 14  |
| 39 位 | FTISLAND     | 17.7        | 16  |
| 41 位 | D-LITE       | 16.9        | 15  |
| 48 位 | TEAM H       | 15.6        | 8   |
| 49 位 | 超新星          | 15.3        | 14  |

表3 2015年度の「コンサート動員ランキング」K-POPアイドル

出所 NIKKEI STYLE

| 順位  | アーティスト名      | 動員力<br>(万人) | 公演数 |
|-----|--------------|-------------|-----|
| 6位  | 東方神起         | 78.6        | 16  |
| 8位  | BIGBANG      | 70.8        | 14  |
| 11位 | 2PM          | 45.5        | 30  |
| 12位 | EXO          | 44.5        | 13  |
| 26位 | SUPER JUNIOR | 28.8        | 21  |
| 47位 | CNBLUE       | 18.1        | 18  |

表4 2016年度の「コンサート動員ランキング」K-POPアイドル

出所 NIKKEI STYLE

| 順位  | アーティスト名    | 動員力<br>(万人) | 公演数 |
|-----|------------|-------------|-----|
| 1位  | BIGBANG    | 185.9       | 60  |
| 11位 | EXO        | 46.5        | 20  |
| 12位 | SHINee     | 45.8        | 28  |
| 20位 | iKON       | 34.1        | 30  |
| 25位 | 2PM        | 30.7        | 17  |
| 39位 | 防弾少年団(BTS) | 20.1        | 16  |
| 42位 | CNBLUE     | 18.7        | 18  |

表5 2017年度の「コンサート動員ランキング」K-POPアイドル

出所 NIKKEI STYLE

| 順位  | アーティスト名    | 動員力<br>(万人) | 公演数 |
|-----|------------|-------------|-----|
| 2位  | BIGBANG    | 102.2       | 20  |
| 7位  | 東方神起       | 57.1        | 11  |
| 8位  | SHINee     | 53.9        | 29  |
| 12位 | iKON       | 46.3        | 33  |
| 26位 | 防弾少年団(BTS) | 30.9        | 15  |
| 30位 | D-LITE     | 27.3        | 43  |
| 34位 | G-DRAGON   | 25.9        | 5   |
| 42位 | CNBLUE     | 20.2        | 20  |

表6 2018年度の「コンサート動員ランキング」K-POPアイドル

出所 NIKKEI STYLE

| 順位  | アーティスト名    | 動員力<br>(万人) | 公演数 |
|-----|------------|-------------|-----|
| 1位  | 東方神起       | 128.0       | 48  |
| 19位 | BTS(防弾少年団) | 37.5        | 11  |
| 31位 | SHINee     | 27.5        | 5   |
| 35位 | EXO        | 25.9        | 9   |
| 41位 | iKON       | 22.7        | 19  |
| 44位 | SEVENTEEN  | 19.9        | 11  |
| 50位 | TWICE      | 17.0        | 20  |

表 7 2019 年度の「コンサート動員力ランキング」K-POP アイドル

出所 NIKKEI STYLE

| 順位   | アーティスト名    | 動 員 力<br>(万人) | 公演数 |
|------|------------|---------------|-----|
| 9 位  | 東方神起       | 57.1          | 11  |
| 13 位 | BTS(防弾少年団) | 53.1          | 12  |
| 14 位 | SEVENTEEN  | 44.5          | 29  |
| 19 位 | TWICE      | 39.9          | 16  |
| 38 位 | iKON       | 25.1          | 44  |
| 44 位 | テミン        | 22.6          | 17  |

この結果を見ると日韓関係が悪化しても K-POP アイドル文化には影響が及ばないことが分かるだろう。むしろ第 3 次韓流ブームの訪れにより、年々日本における K-POP マーケットは拡大してきているようにも思える。では何故ここまで K-POP アイドルは日本で高い人気を誇るのか。本論文では、日本と韓国のアイドルを比較することで K-POP アイドルが日本で成功する理由を考察し、今後のアイドル産業のあり方と日韓関係改善への期待についてまで論じていきたいと思う。

## 2. 韓国のアイドル

この章ではまず韓国のアイドルについて考えるため、K-POP アイドル誕生の歴史を辿っていこう。日本で韓国のアイドルの存在が知られるようになったのはおそらく「ヨン様」でお馴染みの俳優のペ・ヨンジュン主演の韓流ドラマ「冬のソナタ」が日本でも大ヒットした 2003 年頃の第 1 次韓流ブームがきっかけではないだろうか。2003 年に冬のソナタがヒットした頃、音楽界では 2001 年に BoA が日本デビューを果たし、2004 年には現在も愛される大ヒット曲「メリクリ」をリリースしている。そんなヨン様や BoA の活躍により 2000 年代から日本でも親しまれるようになった K-POP だが、では K-POP はどのようにして誕生したのか、どのようにして現在のような日本をはじめとした各国から支持されるポピュラー音楽へと変化していったのか、多くの人はその経緯を知らない。そこで改めて歴史を振り返り、今に至る経緯を分析していく。

### 2-1. 最初の K-POP

K-POP が誕生したのはいつなのか遡ってみると、1987 年にデビューした男性 3 人組グループ「ソバンチャ(소방차)」が韓国で「初のアイドル・ボーイバンド」と称されている。彼らは「K-POP アイドルの原型」とも呼ばれており、ビジュアル、歌唱力、パフォーマンス全てを売りにしていることから、現在の K-POP アイドルと限りなく近い形が形成されていたことが分かるだろう。そんな彼らがデビューする以前の韓国、つまり K-POP が誕生する以前の韓国では、「トロット」が主な商業音楽であった。日本でいう「演歌」のようなものと考えると分かりやすいだろう。今まさに K-POP アイドルの日本(世界)での活躍が目覚ましいが、かつてトロット歌手も日本で大きな功績を収め、日本人に親しまれていた。NHK 紅白歌合戦に出場したトロット歌手だけでもチョー・ヨンピル、ケイ・ウンソク、キム・ヨンジャ、パティ・キムの 4 名が挙げられ、とりわけチョー・ヨンピルは 1987 年から 1990 年まで 4 年連続での出場を果たしている。(1990 年以降はテレビ出演を中止し、コンサート活動に専念しており、韓国でコンサート文化の定着にも貢献したとされている。) このことから、日本と韓国の音楽の繋がりには K-POP の誕生以前から密接に存在していたことが分かる。

では、主な韓国歌謡がトロットから K-POP へと流れがシフトしたきっかけは何なのであろうか。そ

れには韓国における環境の変化に加え、アメリカのブラックミュージックと、日本のアイドルが密接に関わっていたと考えられる。

## 2-2. ブラックミュージック（ラップを中心として）

K-POP アイドルの原型と呼ばれるソバンチャがデビューした 1987 年頃、アメリカの音楽市場ではブラックミュージックがチャートを占めるようになっていた。このブラックミュージックの特徴の 1 つである「ラップ」が韓国の人々を熱狂させた。韓国語は息を強く吐くものと弱く吐くものがあり、リズムカルに強弱をつけながら発音するラップに向いている原語だと言われており、またハングルが表音文字であるためリズムに言葉をあてはめやすいということから<sup>(1)</sup>、韓国歌謡でもすぐに取り入れられた。また当時、韓国の高度成長に伴いアメリカへ移住していた韓国人が逆移民として韓国に帰国し、本場のブラックミュージックを直接持ち帰ったことも要因の 1 つに挙げられる。そして高度成長期真っ只中の韓国は中流階級の人々が急増し消費社会化への移行により、新しい音楽を生み出し世に流通させるには最適なタイミングと環境が整った。

## 2-3. 観るアイドル

そして K-POP の誕生を語るのにもう 1 つ忘れてはならないのが日本のアイドルの存在だ。1970 年代後半から 1990 年代頃の日本はまさにアイドル文化全盛期であり、テレビでも歌番組やオーディション番組が多数放送されアイドル産業が大いに盛り上がっていた。当時の韓国では日本の音楽を輸入することが禁止されていたのにも関わらず、近藤真彦、松田聖子、少年隊らの音楽が海賊版として流通し、若者を中心に人気を集めていた。また、1989 年以降インターネットが普及してからは SMAP や SPEED など人気を集めた。当時の日本のアイドルは歌唱力やパフォーマンス面よりもビジュアル面を最も重視している傾向があり、1975 年にカラーテレビの普及率が 90%を超えた頃から<sup>(2)</sup>、人々にとって音楽はただ聴くのではなく、観て楽しむものへと徐々に変化していったことが裏付けられている。

また、日本の観るアイドルと同時に韓国の音楽界を刺激したのは、ブラックミュージックに続きまたアメリカだった。アメリカの観る音楽は、高いパフォーマンス力が重視された。とりわけ誰もがその名を知るマイケル・ジャクソンがその代表と言えるだろう。この日本とアメリカの 2 つの観る音楽を韓国は同時に取り込んだ。そして前節で述べたアメリカのブラックミュージック(ラップ)を掛け合わせ、そこに「韓国らしさ」が加わり、K-POP として形になっていく。韓国では 1980 年にカラーテレビ放送が本格的に開始され、いよいよ韓国の音楽市場がトロットから K-POP へと急速に転換していった。

観るアイドルの時代に突入した頃、最初に述べた「ソバンチャ」がいよいよ 1987 年にデビューを果たす。ソバンチャの時代はまだアメリカのアイドルの影響は少なく、日本のアイドルを模倣した形だった。金成玟著の「K-POP 新感覚のメディア(2018)」では、ソバンチャは歌、ファッション、ダンスは日本の少年隊を連想させるものだった、と紹介されていることから日本のアイドルの影響が色濃く現れていたことが分かる。ソバンチャの他にも同時期にデビューした韓国アイドルからは近藤真彦や光 GENJI、Wink、工藤静香らの雰囲気を感じとることができたそう。このような日本のアイドルを模範した形から脱却した先駆けとされるのが、1992 年にデビューをした男性 3 人組グループ「ソテジワアイドル(서태지와 아이들)」だ。彼らは韓国語ラップや洗練されたファッションなど、現在の K-POP により近い音楽表現を用い、若者層を中心としたファンを魅了した。金成玟著の「K-POP 新感覚のメディア(2018)」では彼らの音楽を、『10 代から 20 代向けの「大衆性」を失うことなく、ヒップホップとロックの混ざったサウンドに韓国の伝統楽器とラップを接合するなど、さまざまな音楽に挑

みつづけた。』と紹介し、「K-POP の基準点」に値するとも述べている。

しかし、ソテジワアイドル以降全く日本のアイドルの影響を受けなかったわけではない。インターネットを通じて X-JAPAN や安室奈美恵、LUNA SEA などの人気ミュージシャンたちは韓国でも広いファンダムが成立していた。このように、韓国人たちがトロットのような韓国歌謡ではなく新しいポピュラー音楽を求めるようになっていたことが、当時消費されていた音楽を見ていくとよく分かる。

## 2-4. マネジメントシステム

1990 年代半ば、複数のアーティストをまとめて運営管理し統括する新しいマネジメントシステムが確立した。このマネジメントシステムにより、音楽の方向性やパフォーマンス、ファッションなどが「その芸能事務所の色」を色濃く示すようになっていった。そのシステムをいち早く取り入れたのが、BoA、東方神起、SUPER JUNIOR、少女時代、SHINee、f(x)、EXO、Red Velvet、NCT など数々のスターを輩出してきた SM エンターテインメントだ。SM エンターテインメントのマネジメントシステムもまた、アメリカと日本の影響を強く受けている。

まずアメリカにおいては、モーリス・スターがプロデュースした 5 人組ボーイズバンド「ニュー・エディション」のプロセスが挙げられる。アメリカ全域から才能のあるアーティストの卵を集めて育成し、10 代の女性をターゲットに「観る音楽」を徹底したメディア戦略をとった。このプロセスを SM エンターテインメントも取り入れ、現在では K-POP アイドルがデビューを果たすためには必ず通らなくてはならないようなプロセスになっている。

次に日本においてはジャニーズ事務所の育成システムを取り入れた。ジャニーズ事務所ではデビュー候補生たちを「ジャニーズ Jr.」と呼び、デビューグループのバックダンサーを担当するなどある程度経験を積んでからデビューを果たす。韓国アイドルではこれを「練習生」とし、デビューまでの数年間ダンスや歌、芝居、語学など様々なトレーニングを積み、デビューしていく。他にも類似点として、歌手や役者、バラエティなど幅広く活動する形式をとる点もジャニーズ事務所の影響を色濃く受けていると考えられる。

このようにアメリカと日本のマネジメントシステムを組み合わせ、競争社会と呼ばれる韓国独自の手法が加わり、現在の K-POP アイドルにおけるマネジメントシステムが確立していった。

## 2-5. ファンダム

1990 年代、ソテジワアイドルがブレイクし、K-POP アイドルのマネジメントシステムも確立した。そして K-POP アイドルを語るのに忘れてはならない点がもう 1 つある。それは K-POP のファンダムについてだ。ファンダムとは、ある特定のものや人に対して熱意を持ち消費するファンとはまた違った意味合いを持つ。金成玫著の「K-POP 新感覚のメディア(2018)」によると、『ここではファンダムを、「ポピュラー文化において、ある特定の対象やテーマに魅了された人びと(ファン)のあいだで築かれた能動的かつ生産的なネットワークとその文化」と定義しておきたい。』と綴られている。つまり、K-POP アイドルにおけるファンダムとは、同じアイドルのファンが集まり集団、組織化して応援活動をすることである。このようなファンダムが注目され、韓国社会にファンダムの存在について示すきっかけとなったのが、前節でも述べたソテジワアイドルだ。そして、ソテジワアイドルが築き上げたファンダムをより発展させ、「K-POP ファンダム」という形を築き上げた存在が 1996 年に SM エンターテインメントからデビューした男性 5 人組グループ「H.O.T.」だ。(日本では「韓国の SMAP」という愛称でも呼ばれた)彼らは主に 10 代を中心とした女性に圧倒的な支持を得て、2001 年の解散までに発売されたアルバム計 5 作は約 600 万枚も売り上げた。そして H.O.T.は今では当たり前になっているマネジメント事務所が運営する有料ファンクラブのシステムを確立させたのだ。H.O.T.の有料フ

ファンクラブ「Club H.O.T.」の会員は 10 万人を超えており、その会員たちは献身的にファン活動を行なった。その献身的な活動とは例えば、コンサートや歌番組などでファンクラブを象徴する色の応援道具を持つことや、曲の合間にメンバーの名前や歌詞などのコールを入れて応援するなど、これらも今ではアイドルを応援するのには当たり前のこととなっている。このようにして自分たちファンダムの存在を視覚的に、聴覚的にアピールし、アイドルの人気度までも表すようになっていった。そしてその様子がテレビやインターネットを通じて全世界の人々へと拡散され、現在のグローバルな K-POP ファンダムの形へと繋がっていく。このようなファンダムの活動も含め、H.O.T.は K-POP を「総合エンターテインメント」という新しい形に形成していったのである。

## 2-6. K-POP 文化の発展

2000 年、H.O.T.が所属する SM エンターテインメントから新たに BoA がデビューした。そして翌年 2001 年には日本デビューを果たし、両国で現在も活発に活動が続いている。BoAこそ日本活動においても大きな成功を収めたが、実はソテジワアイドルや 1997 年に SM エンターテインメントからデビューした女性 3 人組グループ「S.E.S.」らも日本進出に挑んでいた。ではなぜ BoA は成功したのか。それは K-POP を J-POP として歌い上げる活動方式をとったためだ。ソテジワアイドルらが日本進出を図ったときはあくまで韓国ポップとしてであり、韓国語の音楽を日本版アルバムにそのまま収録し、発売する形式をとっていた。しかし、BoA の日本進出は、元々あった韓国語の歌に日本語の歌詞を当てはめて歌い日本語盤として CD を発売する新しい形式をとったのだ。今でこそ K-POP アイドルが日本語盤の CD を発売することは当たり前になっているが、この形は BoA から始まったのである。

また、BoA から日本のマネジメント事務所と業務提携を交わすようになったことも成功の要因としてあげられる。BoA の所属する SM エンターテインメントは日本の avex と業務提携を果たし、BoA を共に育て上げた。その後も BoA の後輩にあたる男性グループ「東方神起」が 2004 年に韓国で、2005 年に日本でデビューし、BoA と同様の活動方式を用いて日韓で活躍した。東方神起は今もなお毎年ドームツアーを行なう根強い人気を誇るアイドルだ。

## 2-7. グローバル化

2000 年代半ば頃に独自の形へと形成した K-POP はいよいよグローバルへと広がりを見せるようになる。そしてこのタイミングと同時期に音楽業界にも変化が起こった。それは音楽のデジタル化だ。しかも韓国はアメリカよりも早くからデジタル音楽を消費していたのだ。その理由としては、韓国政府がアジア通貨危機から脱却するため「IT 強国」を掲げ、インターネット普及と IT 産業の拡大が急速に広がったことにある。金成玖著の「K-POP 新感覚のメディア(2018)」によると、早くも 2003 年の時点でデジタル音楽市場がレコード市場の規模を上回っていたと記されており、その市場の大きさがよく分かる。これにより K-POP 業界では CD よりもデジタルマーケットを中心とし、海外市場をターゲットとした戦略を行なうようになる。そして数々のアイドルたちが iTunes を通じて世界デビューを果たし、中でも 5 人組男性グループ「BIGBANG」はアジア以外では正式活動を行なっていなかったにも関わらずアメリカの iTunes アルバムチャートで 6 位にランクインした。この頃から iTunes は K-POP を拡張させるプラットフォームとなっていった。

そしてもう 1 つ K-POP のグローバル化に欠かせないメディアがあった。それが YouTube だ。元々 K-POP は曲だけでなくパフォーマンスやファッション、献身的なファンダムの存在など「観る音楽」として発展した。そんな K-POP の魅力を存分に伝えられるメディアは YouTube の他にない。今では YouTube で K-POP アイドルのミュージックビデオがアップロードされると一気に世界中に拡散されるようになった。YouTube により世界的な成功を収めた例として Psy の「江南スタイル」が有名であ

る。K-POP のグローバル化にはソーシャル・ネットワーク(SNS)の存在が、密接に関わっていることに異論をはさむ余地はない。

## 2-8. 日本における韓流ブーム

日本ではこれまでに計 3 回にわたって大きな韓流ブームが起こった。まず 2003 年頃の第 1 次韓流ブームは K-POP アイドルというよりも韓流ドラマや俳優がメインであった。「冬のソナタ」で人気を集めたペ・ヨンジュンをはじめ、イ・ビョンホン、チャン・ドンゴン、ウオンビンらは「韓流四天王」とも呼ばれ大人気になった。ドラマでは「宮廷女官チャングムの誓い」など NHK で放送されたテレビドラマが人気に火をつけた。

そして 2010 年頃の第 2 次韓流ブームではいよいよ K-POP の人気に火がつく。2010 年以前は東方神起や BIGBANG などの男性アイドルグループが人気を集めていたが、第 2 次韓流ブームでは女性アイドルグループが日本デビューを果たし一躍話題となった。中でも女性 9 人組グループ「少女時代」と女性 5 人組グループ「KARA」はダンスパフォーマンスが話題となり、2011 年の紅白歌合戦に揃って出場した。(この年の紅白歌合戦には東方神起も出場)しかし、その後歴史問題の解釈などで日韓関係が悪化し、K-POP アイドルのメディア露出は大きく減少した。にも関わらずその後第 3 次韓流ブームへと繋がったのは、日本人が政治と文化は分別化する考え方をするからだと筆者は考えている。

そして 2018 年頃から現在、第 3 次韓流ブームが到来し主に BTS(防弾少年団)、SEVENTEEN、TWICE、BLACKPINK らが若者を中心に高い人気を得ている。彼らは日本デビュー前から YouTube に公開されたミュージックビデオ等を通してある程度のファンを獲得しているケースが多い。TWICE の日本デビューショーケースは当初 1 回を予定していたがファンからの要望が殺到し 2 回公演に変更されている<sup>(3)</sup>、BLACKPINK の初来日公演も 1 万 4000 人のキャパシティに対してそれを遥かに超える申込数があつたという<sup>(4)</sup>。

第 3 次韓流ブームではアイドルだけでなく、韓国グルメの人気も熱い。韓国発のお洒落なカフェやチーズダッカルビ、チーズハットグ、チーズボールなど流行りの「インスタ映え」するグルメを求めて東京最大のコリアンタウンである新大久保には多くの若者が集まり、夏季休暇中などの繁忙期には新大久保駅が入場規制になるほど賑わう。また、日韓関係が悪化する中 2019 年 3 月の訪韓日本人の数は過去最多となり<sup>(5)</sup>、政治の壁を超えて韓国文化を楽しんでいることがわかる。

以上のことから分かるように、若者を中心とした第 3 次韓流ブームが巻き起こった背景には、アイドルにおいてもグルメにおいても SNS が重要な発信源となっており、政治に左右されない 1 つの文化として韓流を受け入れる姿勢が見受けられる。

## 3. 日本のアイドル

この章では日本のアイドルについて述べる。元々日本で「アイドル」という言葉は主に日本国外の芸能人を対象にした呼称として用いられていた<sup>(6)</sup>。また、日本で最初のアイドルはというと岡崎友紀や南沙織ら諸説あるが、2017 年 12 月 8 日放送の『爆報! THE フライデー』で「日本初のアイドル」と紹介されていることや<sup>(7)</sup>、年齢から考えると明日待子である説が濃厚だ。やがて 1970 年代に入り、可愛らしさや親しみやすさを売りとした日本独自の「アイドル」が誕生していく。

### 3-1. 「日本独自のアイドル」確立

1971年に小柳ルミ子、南沙織、天地真理からなる「新3人娘」がデビューすると絶大な支持を得て国民的アイドルに上り詰めた。特に天地真理の人気は凄まじく、彼女の活躍により「アイドル＝若くて可愛い歌手」という日本独自のアイドル像が確立した。そして1971年10月3日から日本テレビで視聴者参加型歌手オーディション番組「スター誕生!」が放送開始された。この番組から新3人娘に代わる新たな国民的アイドル「花の中三トリオ(山口百恵、桜田淳子、森昌子)」が誕生し、他にも岩崎宏美、ピンク・レディーなど数々のアイドル(スター)を輩出し、番組は1983年まで12年間続いた。

番組外からもキャンディーズや男性では「新御三家(郷ひろみ、西城秀樹、野口五郎)」らがデビューし活躍した。新御三家は中性的で可愛らしさが残るルックスが若い女性を魅了し絶大な人気を誇った。このことから男女関係なく日本のアイドルには「可愛らしさ」が何よりも求められていたことがわかる。今でこそ日本の「Kawaii文化」が世界的にも注目されているが、実は1970年代頃から、あるいはそれ以前からかわいい文化があったのかもしれない。

### 3-2. 音楽市場の拡大

1970年代はレコードがよく売れた年代でもあった。オリコンが1967年にレコードの売り上げランキングを発表し始めて以降、未だに歴代1位をキープしている楽曲が1975年にリリースされた「およげ!たいやきくん」の457万枚である。歴代2位も1972年にリリースされた「宮史郎とびんからトリオ」の「女のみち」で325万枚を記録している<sup>(9)</sup>。また、1978年にTBS系列局で当時最高視聴率41.9%を記録した「ザ・ベストテン」もスタートしており<sup>(9)</sup>、音楽市場がみるみると拡大していったことがわかる。

そしてオーディション番組「スター誕生!」の監修を担当した作詞家の阿久悠は、「きれいごとでない詞」を書いて昭和のヒット曲を多数送り出し昭和の音楽産業を支えた<sup>(10)</sup>。その楽曲は現代まで長期的に親しまれている。彼はアイドル歌謡曲も多く担当し、これまで述べてきたアイドルたちはもちろん、石野真子や近藤真彦、シブがき隊、平成時代のももいろクローバーZまで数々のアイドル歌謡曲を生み出しており、スター的な作詞家だと言える。

### 3-3. 1980年代

1980年代には「スター誕生!」から小泉今日子、中森明菜、松本明子らがデビューしている。中森明菜は、1980年にデビューした松田聖子とともに人気を争うほどの絶大な支持を誇った。街には2人のヘアスタイルを真似た若い女性が急増し憧れの的でもあった。また、松田聖子や中森明菜の時代から「アイドル＝かわいい」は当たり前で、徐々に歌唱力などのスキルも人気を得るためには必要になってきていたようだ。

そして男性陣の方では、現在もお絶大な人気を誇る「ジャニーズ事務所」から次々に人気アイドルが誕生していった。1980年に「たのきんトリオ(田原俊彦、近藤真彦、野村義男)」、1981年にシブがき隊、1985年に少年隊、1987年に光GENJIがデビューし活躍した。彼らは70年代のアイドルとは差をつけ、アクロバティックなパフォーマンスをするようになった。少年隊はメンバー3人全員がバク転・バク宙をし、光GENJIはローラースケートを履いて踊る今までにないクオリティの高いパフォーマンスをしたことで人気が発した。

1980年代のアイドルにおいて言えることは、ビジュアルだけのアイドルでは長続きしなくなってきたということだ。ビジュアルに加えて、歌唱力やパフォーマンス面など人々を圧倒させる表現力が求

められる時代に突入したのである。

### 3-4. おニャン子クラブ

1985 年にフジテレビで「夕やけニャンニャン」がスタートし、その番組内から派生し秋元康プロデュースで女性アイドルグループ「おニャン子クラブ」がデビューした。秋元康といえば現在は AKB48 などの 48 グループや乃木坂 46 などの坂道グループのプロデューサーとして有名である。おニャン子クラブは中高生を中心とした若者から絶大な人気があり、またメンバーにはそれぞれ会員番号が付けられており「おニャン子クラブ会員番号〇〇番」を付けて自己紹介をしていた。現在活躍するアイドルの中でも「私立恵比寿中学」のように出席番号が付けられていたり、「ももいろクローバーZ」のように担当カラーが決められているケースは多くあるが、そもそもの始まりはおニャン子クラブからであった。また、これまでは比較的ソロや少人数グループのアイドルが多かったが、おニャン子クラブは新メンバーが続々と加入し解散時には 52 番までという多数のメンバーがいた。

しかし、一時は絶大な人気を誇ったのにも関わらず 1987 年、結成から約 2 年で解散してしまう。その原因となったのは前説で述べたように、この時代頃からかわいいだけのアイドルでは長続きしないようになってきたからではないだろうか。おニャン子クラブのコンセプトはどこにでもいそうな親しみやすい子であり、素人感覚のメンバーを集めていた。それよりも実力のあるアイドルグループが台頭し、人気が低迷したと考えられる。

### 3-5. アイドル氷河期

1980 年代後半からアイドルにも実力を求められるようになったためか、1990 年代前半は「笑わないアイドル」として有名になった「Wink」の他にはあまり目立ったアイドルがいなかった。更に 1991 年 3 月から 1993 年 10 月にかけてバブルが崩壊し、不景気が続いたこともあり日本のアイドル産業は氷河期を迎えることとなる。その後景気が回復の兆しを見せると、日本の音楽市場を沸かせていたのは小室哲哉が手掛ける小室ファミリーのアーティストたちだった。TRF や篠原涼子、globe、安室奈美恵、華原朋美など可愛らしい女性よりもかっこ良さを売りにしたアーティストたちが人気を集めた。その理由の 1 つとして 1986 年に男女雇用機会均等法が施行され、女性も本格的に社会へ出て働くようになったことからかっこいい女性への憧れが強まったことが考えられる。かつて松田聖子や中森明菜のヘアスタイルを真似する女性が急増したが、90 年代当時はスタイリッシュで洗練された安室奈美恵のファッションを真似る「アムラー」が大流行した。

男性陣では 1990 年代半ば頃からバラエティでも活躍していたジャニーズ事務所の SMAP が人気を伸ばしていた。次いで KinKi Kids や TOKIO、V6 らも徐々に活躍していき冠番組を持つようになるなど、アイドルが歌手活動以外にもマルチに活躍するようになっていった。

そして 1997 年に人気オーディション番組「ASAYAN」からつんく♂プロデュースの女性アイドルグループ「モーニング娘。」が誕生し、アイドル氷河期時代を終結させた。モーニング娘。は 1999 年に発売した日本の未来を明るく歌う歌詞が特徴的な楽曲「LOVE マシーン」を 164 万枚売り上げ、一躍大ヒットした。バブル崩壊後の日本にポジティブなメッセージを綴った歌詞がヒットの鍵となったのだろう。その後も「恋のダンスサイト」「ハッピーサマーウェディング」「恋愛レボリューション 21」など数々のヒット曲をリリースし、国民的アイドルへと登り詰めた。彼女たちが人気になった要因は楽曲だけでない。モーニング娘。はメンバーの卒業・加入が頻繁に行われるグループであり、また新メンバーがいきなりセンターポジションを任されることもあるような常に緊張感のあるグループだった。視聴者はこのドキュメンタリー的な物語にも夢中になっていったのだろう。

### 3-6. ジャニーズ好調

2000年代前半頃はモーニング娘。と彼女たちが所属する「Hello! Project」(通称ハロプロ)のアイドルグループが活躍した。中でもモーニング娘。からの派生ユニット「ミニモニ。」は子どもたちから絶大な人気を誇り、また新たなアイドルの道を切り開いた。しかしそれ以降はBerryz工房や℃-ute、スマイレージなど個性豊かなアイドルグループがデビューを果たすものの当時はあまり注目されることはなかった。AKB48も2005年に結成されているが、注目され始めたのは2010年に差し掛かる頃なので2000年代の女性アイドルの活躍はミニモニ。で終わったと思われる。

その一方でジャニーズ所属のアイドルたちは勢いを落とすことはなかった。嵐、タッキー&翼、NEWS、関ジャニ∞、KAT-TUN、Hey!Say!JUMPなど現在も人気のアイドルが次々とデビューし、歌手活動の他にもバラエティ、俳優、司会など90年代よりも更にマルチな活動を見せた。

### 3-7. AKB48

選抜総選挙やじゃんけん大会などで盛り上がりを見せた女性アイドルグループ「AKB48」の活躍は記憶に新しいだろう。2005年に秋元康プロデュースでデビューしたAKB48は2008年リリースの「大声ダイヤモンド」から徐々に人気上がり、2010年にリリースした「ヘビーローテーション」は累計売り上げ異数84万枚を突破し、オリコン週間カラオケチャート81週連続1位などの記録を残した<sup>(11)</sup>。このような記録を残した要因は、彼女たちが新たに「会いに行けるアイドル」というアイドル文化を築き上げたからである。これまでのアイドルといえばあくまで「テレビの中の人」であり、気軽に会いに行くことなどできなかった。しかしAKB48は秋葉原にある専用の劇場でほぼ毎日公演を行ったり、CDを購入してくれたファンの人にお礼として握手会や写メ会を開催するなど今までのアイドルでは考えられなかった活動を展開した。これに伴いAKB48のファンたちは自分の1番好きなメンバー(推しメン)に会うために、中には大金を注ぎ込み同じCDを何枚も購入するほどのめり込む者もいた。元々CD購入特典の握手会は、デジタル配信などが参入したことによるCD音盤の売り上げが減少することを防ぐために始まったことだが、今ではアイドル文化の1つになった。この今までにない感覚が世間に大ヒットし、今ではアイドルが握手会を行なうことなど当たり前と言えるくらい握手会文化をAKB48は浸透させた。このAKB48が大ヒットした2010年以降から急速にアイドルが増加し、「地下アイドル」とも呼ばれるいわゆるインディーズで活動するアイドルも誕生した。現在お台場で毎年開催されている日本最大規模のアイドルイベント「TOKYO IDOL FESTIVAL」も2010年からスタートした。AKB48を筆頭に、日本のアイドル文化が急速に進んでいったのである。

### 3-8. 現在の日本アイドル

2010年以降「アイドル戦国時代」とも呼ばれるくらい更に多くのアイドルが活動している。女性アイドルではAKB48などの48グループに代わって、乃木坂46などの坂道グループがアイドル界をリードしている。坂道グループもAKB48のように握手会などのイベントは開催しているが専用の劇場は持たない。しかし、「乃木坂46」の楽曲は大人数でもピタリと揃ったダンスパフォーマンスが話題となり、音楽番組に出演するとたちまち反響を呼んでいる。現代のアイドルには高いパフォーマンス力が求められているのだ。視聴者を圧倒させるフォーメーションダンスが武器の「モーニング娘。'19」、アメリカやヨーロッパなどでも高い人気を誇りアイドルとメタルの融合をテーマにする「BABY METAL」、楽器を持たないパンクバンドアイドル「BiSH」、歌唱力に定評のある「Little Glee Monster」などパ

パフォーマンス技術があるアイドルこそがトップに立てるという厳しい時代でもある。それほど現在のアイドル市場は飽和状態になってしまっているのだ。

そして、男性アイドルでもこれまでジャニーズの1人勝ち状態が続いていたが他の男性グループも存在感を示すようになった。中でもスターダストプロモーションの若手俳優集団「EBiDAN」には超特急、DISH//、M!LK、PRIZMAX、SUPER★DRAGON、ONE N' ONLY、原因は自分にある。など多数の男性グループが所属し、それぞれフェスなどに参加しながら知名度を上げてきている。それ以外にも BOYS AND MEN や Da-iCE、祭 nine.などのメジャーアイドルのほか、男性アイドルもインディーズアイドルが増えてきている。また 2020 年 1 月、新たにジャニーズから 2 組のアイドルがメジャーデビューを果たすことから、男性アイドルもこれまで以上に負けられない生き残りを懸けた戦いになってくるだろう。

#### 4. 日韓アイドルの比較

ここまで 2 章では韓国、3 章では日本のアイドルについて歴史を振り返りながらそれぞれの特色を見てきたが、この章では両者を比較しながら K-POP が日本進出に成功した理由や価値観の違い、問題点を順番に考えていきたいと思う。

##### 4-1. なぜ日本で成功したのか

K-POP アイドルの日本進出成功の理由として、あげられることが以下の 2 点だと考える。

- ①徹底されたマーケティングリサーチ
- ②総合エンターテインメント性

まず、①「徹底されたマーケティングリサーチ」とは何か述べる。1990 年代韓国で高い人気を誇り、実力もあったはずの「ソテジワアイドル」や「S.E.S.」が日本でヒットしなかった背景には、韓国で発売した楽曲をそのまま輸出しただけであったからだ。当時の日本では彼らの歌う新しいサウンドをすぐには受け入れられず、聴き慣れた J-POP のサウンドを好んでいた。そして当時の日本の市場を徹底的にマーケティングリサーチし、日本人に好まれるアイドルとして送り出されたのが「BoA」だった。日本語の習得はもちろん、ヘアスタイルやファッションも日本のものに寄せてきていた。その後デビューした「東方神起」も同様に、日本人好みのアイドルとして韓国で発売した歌ではなく日本オリジナルの J-POP の歌を歌い上げた。すなわち BoA や東方神起は韓国では K-POP、日本では J-POP と歌い分けをし、それぞれの市場に特化した活動方式をとっていたのである。このことから彼らの成功は K-POP というよりは J-POP としての成功だったかのようにも思える。

しかし、その後 K-POP は大成功を収める。東方神起が 2008 年に韓国で発売された楽曲「Purple Line」の日本語盤 CD をリリースし、オリコンウィークリーチャート 1 位を獲得したのである。これは韓国人グループとしてはもちろんアジア出身のグループを含めても初の快挙だった<sup>(12)</sup>。下積み時代の努力の結果と、耳に残るダンスミュージックが日本人にもヒットしたのだろう。それもそのはず、2000 年代以降からエレクトロニック・ダンス・ミュージック(EDM)が日本でも流行し、徐々に馴染みのある音楽になっていったのだ。このタイミングで韓国の楽曲を日本でもリリースするようになったのも、徹底したマーケティングリサーチがあったのかもしれない。この徹底されたマーケティングリサーチは楽曲に対してだけでなく、2010 年以降日本では AKB48 をはじめとした「会いに行けるアイドル」が大人気になり、そしてそれが当たり前になった。これに伴い現在 K-POP アイドルは日本で活動をする際、握手会やハイタッチ会、お渡し会などファンとの交流も積極的に行なうようになった。

(もちろん CD 購入者全員ができるものではなく抽選制をとる場合も多い)これも現地のマーケットをよく理解した取り組みだと思われる。

次に K・POP の②「総合エンターテインメント性」について述べる。日本のアイドルは今でこそビジュアルだけでなくパフォーマンススキルが求められるような時代になってきたが、元々はビジュアルが良ければそれで良し、というような風潮であった。スキルよりもとにかく見た目がかわいいことが重要視されるのである。しかし K・POP アイドルはビジュアルが良いだけでは通用しない。ビジュアルが良い事は前提でそれに加えて歌唱力、ダンススキル、外国語スキル、演技力、トーク力など多くのスキルが求められる。パク・チョンヒョン著の『KARA、少女時代に見る「韓国の強さ」(2011)』によると、「朝鮮日報」が取材した練習生のある日の時間割が以下のようになっている。

10:00-11:00 ストレッチ

11:00-12:00 筋力トレーニングとダンス基本練習

13:00-15:00 個人踊り練習

15:00-18:00 ボーカル練習

19:00-22:00 踊り練習

22:00-25:00 個人復習

25:00-26:00 補充練習

これを見て分かるように、韓国の練習生たちには1日に休憩時間はほんの僅かしかなく、かなりの練習量をこなしている。この日韓のアイドルの練習量の差は近年メディアでも公開されていた。2018 年に韓国で大人気のオーディション番組と、AKB48 がコラボレーションをして「Produce48」という企画を行なったことがある。AKB48 の中でも実力のあるメンバーが韓国へ行き、現地の芸能事務所に所属する練習生たちと一緒にレッスンを行なった。すると、みるみると実力の差を見せつけられ、審査員のトレーナーからは「基礎すらできていない」と辛口のコメントを浴びせられるほど悲惨な結果になった。この結果に AKB48 のメンバーたちからは「ボイトレなんてやったこともない」「普段は 1 か月でステージに立つ」「先輩を見よう見まねでやってた」などの発言があり、日本と韓国の実力の差を痛いほど知らされることになったのだ。韓国のアイドルは基本的にそれぞれ事務所に所属してからも、何年間かの練習生期間を経なければデビューすることができない。今ではカリスマ的存在と言われる BIGBANG の G-DRAGON だが、彼はなんと約 11 年もの間練習生としてスキルを積み、デビューしている。日本のアイドルはスカウトやオーディションを経て事務所に入り、そこからはとんとん拍子でデビューできるケースも多い。日本と韓国ではデビューまでにかかる時間が全くもって違うのだ。このようにして長い長い血の滲むような努力の結果、それぞれのアイドルが高いスキルを習得し、今日私たちファンを楽しませているのだ。

#### 4-2. 価値観の違い

アイドルのビジュアルに対する価値観も日本と韓国では異なる点がある。日本が可愛らしさを求めるならば韓国は美しさを求める。しかもただ美しいだけではなく、細くて長身で美肌な完璧な美しさが求められるのだ。その完璧なビジュアルを手に入れるため元々美形の人でも、整形をして手直しをすることが当たり前のような環境にある。それに対し日本では昔よりは抵抗がなくなったとはいえ、整形にネガティブな反応を示す人がまだまだ多い。その理由としては、日本では低身長であったり、少し欠点があったとしても、それを個性として受け入れて可愛がる傾向があるため整形による美をそこまで必要としていないからだと考えられる。ちなみに韓国では就職活動の面接試験に向けて、両親が整形を進めるケースも少なくないそうだ。

また、日本ではビジュアルにしろスキル面にしろ、未熟なままデビューしても成長過程が見られれば応援し甲斐があり、むしろ受け入れられやすい傾向がある。それこそ韓国で実力の差を見せつけられた AKB48 は元々そういうコンセプトが売りのアイドルだった。しかし韓国では受け入れられないのが現実だ。不細工だとか、下手くそだとか容赦ないバッシングが起こる。こうして比べてみると日韓のアイドルに対する価値観は想像以上に違うことがわかる。逆に言うところの価値観の違いがあるために、日本のアイドルが韓国で成功することは極めて難しいことなのだと実感する。

#### 4-3. K-POP アイドルの限界

これまで述べてきたように韓国のアイドルにはとにかく「完璧」が求められる。しかし、この「完璧」が求められるが故にアイドルたちの心を苦しめてしまう現実がある。多大なお金と時間を費やして作られた会社の「商品」としてマニュアル通りの振る舞いを要求されることから本来の自分を見失ったり、自分の限界を更に更にと追い求め、その限界に耐えられなくなり自分を潰してしまうなど、アイドルたちにうつ病状態が見られることが多くなってきた。近年、芸能人の自殺者が後を絶たないことも話題になっている。また、小野田衛著の「韓流エンタメ日本侵攻戦略(2011)」によると、韓国の芸能事務所が練習生 1 人を育成するのに年間 2000 万～4000 万ウォン(日本円で約 140 万～280 万円)を投資しているそうだ。これが 1 年で済むはずもなく、練習生期間は最低でも 3 年、長くなると 10 年にも渡り、これに加えてボディケアや整形などの費用がプラスされるとかなりの巨額になる。そのため長い練習生期間を経てようやくデビューできても、実質借金とも言える自分にかかった育成費用を返還するために 7 年～13 年に及ぶ長期契約を結ばなくてはならない。これは事実上、独立や移籍を不可能にするものであり「奴隷契約」とも呼ばれている。この奴隷契約から逃れられない環境に、不満やストレスを抱えるアイドルも多い。

更に、SNS による被害も深刻だ。韓国では早い次期から国のスローガンとして「IT 強国」が掲げられており、インターネット大国である。そして「Global Digital 2019 reports」によると SNS の普及率が日本では 61%なのに対し、韓国では 85%とかなりの高水準であることが分かる<sup>(13)</sup>。そのため SNS での誹謗中傷で苦しむ人は日本よりも更に多いのだ。各メディアに露出するアイドルや芸能人たちはそのターゲットにされやすく、たった 1 つの発言や行動でも何かにつけて文句を言い、SNS 上に悪口を書き込む。SNS 上では本名を明かさず匿名で書き込みができるため誹謗中傷が収まることはなく、どんどん深刻化している。ではなぜここまで韓国は SNS による誹謗中傷が多いのかというと、韓国の「競争社会」という環境が原因の 1 つにあげられるだろう。特に大学受験は毎年パトカーまでもが出勤して受験生を試験場まで送り届けるくらい韓国の人たちからすると一大行事だ。パクチョンヒョン著の『KARA、少女時代に見る「韓国の強さ」(2011)』によると、韓国では基本的に大学入試は年に 1 度の日本で言うセンター入試のみで、応募できる大学も 3 校までとかなり厳しいシステム。大学入試で人生が決まるとも言われている。このような受験戦争により、毎年浪人をする人も大勢いるし、大学へ無事入学できてもその後には就職活動という新たな戦争も待ち受ける。この超競争社会により世への不満やストレス発散口の 1 つとしてメディアへの露出が目立つ芸能人が標的になってしまうのだろう。

そんな中 2019 年 10 月、韓国媒体メディアによると悪質なコメントを防止する法案が議会に提出される予定だと報じられたそう<sup>(14)</sup>。先日 SM エンターテインメント所属の f(x) の元メンバーソリが長年に渡って悪質コメントなどの誹謗中傷に苦しみ、自らの命を絶ったことからこのような動きが現れたのだ。(同様な理由で先月には日本でも人気の高かった元 KARA のメンバーハラも自ら命を絶っている)この法が一刻も早く施行され、誹謗中傷に苦しむ人が 1 人でも早く減ってくればと願うばかりだ。

## 5. まとめ

元々K-POP アイドルは 1970 年代頃の日本の昭和のアイドルを模範とする形から始まった。日本のアイドルの存在がなければ今の K-POP はなかったと言っても過言ではないだろう。そんな日本的なアイドル要素にアメリカのブラックミュージックや韓国独自の価値観が加わり、現在のような K-POP アイドルの形に進化してきた。K-POP の表向きの舞台は非常に華やかなものであるが、実は舞台裏ではアイドルたちの過酷なストーリーが隠れている。そして年々 K-POP アイドルに求められるレベルが上昇する中でアイドルたちの苦しみは限界を超えるまでになってしまった。しかしこれまでに、韓国の MBC テレビで放送されているあるバラエティ番組では東方神起のユノが「自分に関心があるんだと思うことにしている。時間が経てば、ファンになることも多い」という発言もしている<sup>(15)</sup>。今議論されている悪質コメント防止法が施行されることが 1 番望ましい解決策になると思うが、彼のように事を考えすぎずに自分を強く持つ精神力の強さも K-POP アイドルを続ける上で大事になってくるだろう。強い精神というと、常に限界を追い求めるトップアスリートの世界に似ている。日本のプロフィギュアスケーター羽生結弦を見ていると、五輪で金メダルを獲得した後も常に国民から期待を寄せられ、いつも 1 位を取らなくてはならないというプレッシャーがのしかかる日々はかなり精神的に参ってしまうのではないかと思う。しかし羽生は、プレッシャーに押し潰されることなく(本人の本当の心情は分からないが)シーズンを重ねる度にアップグレードした演技を見せてくれる。同じ人間とは思えないほどの精神力の高さだが、これがプロの世界なのである。今 K-POP 界ももはや同等のプロフェッショナルの世界だ。毎年数々のアイドルがデビューしているが、この世界で生きていくという強い覚悟がなくては生き残れない。これは韓国のアイドルに限らず、日本のアイドルにも言えることだが現代のアイドル産業は飽和状態に陥っているため、生き残りをかけた競争はますます激しくなるだろう。アイドルになることへの「憧れ」だけでは乗り越えられない、アイドルになるのにもプロ同様、挑戦する覚悟のある人だけが門を叩ける時代だ。

そして芸能事務所におけるマネジメントシステムも見直す余地があるのではないかと思う。新人アイドルを次々にデビューさせることよりも、既存アイドルをより磨くことに時間を割いても良いのではないだろうか。新人を次々にデビューさせれば、アイドルたちは使い捨てのような悪循環に陥る。役者やタレントよりも若さが売りの 1 つであるアイドルは寿命が短いとも言われるが、デビュー 10 年を超えても長期にわたって愛されるアイドルは少なからずいる。東方神起はデビュー 15 周年を迎えても人気は衰えないし、日本においては嵐が今年 20 周年を迎えたがその人気は留まることはない。この成功例があるように、常にスキルアップを求めることも良いが、いかにしてファンに飽きさせないかを追求した売り出し方があっても良いのではないか。

多方面においてアイドルの在り方について見直さなければならないことがあるが、アイドル産業の市場は年々増加傾向にあるためまだまだ需要は高いと言える。アイドルはファンを喜ばせるものだが、今後はアイドルの幸せも報われることを切に願いとめたい。

## 6. おわりに

今回の論文では自分の趣味の 1 つである「アイドル」について取り扱ったが、アイドルを通して日韓の歴史や社会問題を学ぶ良い機会にもなった。アイドルは総合エンターテインメントという娯楽だが、社会や文化との関わりが非常に強い。日本ではバブル崩壊、韓国ではアジア通貨危機など、社会の流れと密接に絡み合い影響されながらその形は変化を遂げてきた。その結果、韓国では今ストレス社会によってもたらされた芸能人に対する誹謗中傷問題が深刻化しているが、これを機に議会が実際に動き出しているのも事実だ。つまり、エンターテインメントは社会や文化までも動かすことのできる強力なパワーを秘めており、社会にとって重要な存在であると言えるだろう。アイドルはファンを喜ば

せるだけの単なる娯楽ではない。今回の研究でそう気づくことができ、新たな学びとなった。

そしてなんとも都合の良いことに、アイドルは政治問題に関して直接関わることがない。それを如実に物語るのが現在第3次韓流ブーム真っ只中の日本だ。徴用工問題の膠着などにより、日韓関係は悪化し続けているのにも関わらず、K-POP の人気は留まらない。その理由として考えられるのは日本側では若者たちの政治への関心の低下が、一方韓国側としては日本が K-POP 輸出の市場として魅力的であることが挙げられよう。私は日本のアイドルも韓国のアイドルも違った魅力があって両方好きだ。だからこそどちらも楽しめるこの今の日本の環境が有難いし、今後も両者のよき理解者であり支援者でありたいと思う。だが、日韓関係がこのままで良いとは思わない。政治問題に左右されないアイドルを絆として上手く活用して、政治問題も相互理解に立った良好な関係に改善されていけば良いと信じている。「アイドル」というエンターテインメントは国境を越えて愛され、よって国境を作らない。世の中がもっとエンターテインメント性に溢れ、誰もが笑って過ごせるような明るい世界になってほしいと願いを込め結語としたい。

## 注

- (1) 60分500円の韓国語スクール K Village Tokyo 韓国語コラム 「韓国アイドルのかっこいいラップとキレキレのダンス！ 韓国語のラップの魅力とは？」 <https://kvillage.jp/column/25509> (閲覧日:2019年12月3日)
- (2) 社会科教科書・地図帳の出版社 帝国書院 統計資料 公民統計 「耐久消費財の世帯普及率の変化」 [https://www.teikokushoin.co.jp/statistics/history\\_civics/index13.html](https://www.teikokushoin.co.jp/statistics/history_civics/index13.html) (閲覧日:2019年12月4日)
- (3) Kstyle NEWS 「TWICE、日本デビューショーケースが大成功！ファン1万5千人が熱狂」 2017年7月3日 [https://www.google.co.jp/amp/news.kstyle.com/m/article\\_amp.ksn%3farticleNo=2073364](https://www.google.co.jp/amp/news.kstyle.com/m/article_amp.ksn%3farticleNo=2073364) (閲覧日:2019年12月5日)
- (4) 女性自身 「BLACKPINK に武道館 1万4千人熱狂！日本活動に意気込みも」 2017年7月21日 <https://jisin.jp/international/knews/1627732/> (閲覧日:2019年12月5日)
- (5) 朝日新聞デジタル 『韓流、SNS 世代が「第3の波」訪韓日本人が過去最多』 2019年6月4日 <https://www.google.co.jp/amp/s/www.asahi.com/amp/articles/ASM614CD6M61UHBI018.html> (閲覧日:2019年12月5日)
- (6) Wikipedia 「アイドル」 <https://ja.m.wikipedia.org/wiki/アイドル> (閲覧日:2019年10月4日)
- (7) Wikipedia 「明日待子」 <https://ja.m.wikipedia.org/wiki/明日待子> (閲覧日:2019年12月7日)
- (8) MUSIC&MOVE 「日本で最も売れた曲ランキング (平成、昭和のヒットソング)」 <http://hit-song.jp> (閲覧日:2019年12月7日)
- (9) BS-TBS 音楽 「復活！ザ・ベストテン」 <https://www.bs-tbs.co.jp/music/bestten2019/> (閲覧日:2019年12月7日)
- (10) 東洋経済オンライン 「阿久悠——闇の中の光を歌う、異才の作詞家 戦後日本の大衆文化に一時代を画した革新者」 2017年8月3日 <https://toyokeizai.net/articles/amp/182889?page=2> (閲覧日:2019年12月7日)
- (11) ORICON MUSIC 『【オリコン】AKB 大島初センター曲「ヘビロテ」がカラオケ歴代新記録』 <https://www.oricon.co.jp/news/2012705/full/> (閲覧日:2019年12月8日)
- (12) BARKS JAPAN MUSIC NETWORK 「東方神起、アジアグループ初のオリコンウィークリーチャート1位に輝く」 2008年1月23日 <https://www.barks.jp/news/?id=1000037308> (閲覧日:2019年12月11日)
- (13) 訪日ラボ インバウンド総合ニュースメディア 「韓国の SNS・インターネット利用状況を解説 | カカオトーク、Facebook、Instagram が人気の SNS」 2019年4月1日 <https://www.google.co.jp/amp/s/honichi.com/news/2019/04/01/snskorea/amp/> (閲覧日:2019年12月14日)
- (14) Danmee 『「ソルリ法」発議予定..「悪質コメント遮断・削除」悪質なネットユーザーを撃退』 2019年10月25日 <https://danmee.jp/knews/k-pop/sulli-death-10/> (閲覧日:2019年12月15日)

(15) 文春オンライン

「『韓国アイドルまた自殺』犬野郎、伝染病患者、セックスアイドル...BTS、東方神起も被害の“悪プル”社会」  
2019年10月25日 <https://bunshun.jp/articles/-/15000?page=1> (閲覧日: 2019年12月15日)

## 参考文献

- ・安西信一「ももクロの美学〈わけのわからなさ〉の秘密」廣済堂新書 2013年
- ・井ノ原快彦「アイドル武者修行」日経ビジネス人文庫 2009年
- ・小野田衛「韓流エンタメ 日本侵攻戦略」扶桑社 2011年
- ・君塚太「日韓音楽ビジネス比較論 K-POPとJ-POP 本当の違い」アスペクト 2012年
- ・金成玟「K-POP 新感覚のメディア」岩波新書 2018年
- ・小林よしのり 中森明夫 宇野常寛 濱野智史「AKB48 白熱論争」幻冬舎 2012年
- ・酒井美絵子「なぜ K-POP スターは次から次に来るのか?韓国の恐るべき輸出戦略」朝日新聞社 2012年
- ・西森路代「K-POP がアジアを制覇する」原書房 2011年
- ・パクチョンヒョン「KARA、少女時代に見る『韓国の強さ』」講談社 2011年
- ・三浦文夫「少女時代と日本の音楽生態系」日本経済新聞出版社 2012年
- ・渡辺裕「聴衆の誕生 ポスト・モダン時代の音楽文化」中公文庫 2012年
- ・現代ビジネス『「PRODUCE 48」で露呈した、日韓アイドルの決定的な違い』2018年8月17日  
<https://www.google.co.jp/amp/s/gendai.ismedia.jp/articles/amp/57011>  
(閲覧日: 2019年12月14日)
- ・東洋経済オンライン『「アイドルの作られ方」が激変した根本理由 平成アイドル史、この30年で何があったのか』  
2018年04月06日 [https://toyokeizai.net/articles/amp/214814?display=b&\\_event=read-body](https://toyokeizai.net/articles/amp/214814?display=b&_event=read-body)  
(閲覧日: 2019年12月7日)
- ・東洋経済オンライン『3 度目の「韓流ブーム」を牽引する若者の関心事 政治への関心は薄いがグルメに興味津々』  
2019年6月10日 <https://toyokeizai.net/articles/amp/285402?page=2>  
(閲覧日: 12月5日)
- ・日経エンタテイメント!『「韓流」はなぜ世界に広がったのか』2012年11月19日  
[https://style.nikkei.com/article/DGXNASFK1302U\\_T11C12A1000000/](https://style.nikkei.com/article/DGXNASFK1302U_T11C12A1000000/)  
(閲覧日: 2019年12月9日)
- ・年代流行「歴代ジャニーズグループ一覧」  
<https://nendai-ryuukou.com/article/021.html>  
(閲覧日: 2019年12月7日)
- ・文春オンライン『元 KARA ク・ハラも 韓国の”高すぎる自殺率”の理由「日本の芸能人とはストレスのレベルが違う」』2019年11月30日  
<https://bunshun.jp/articles/-/16449?page=1>  
(閲覧日: 2019年12月7日)
- ・asianbeat FUKUOKA JAPAN 「アイドル特集～アイドルの歴史～」  
[http://asianbeat.com/ja/feature/issue\\_idoll/history.html](http://asianbeat.com/ja/feature/issue_idoll/history.html)  
(閲覧日: 2019年12月6日)
- ・BEST TIMES「日本は“未熟、なアイドルが売れ、韓国では“完璧、なアイドルが求められる」2019年10月7日  
<https://www.kk-bestsellers.com/articles/-/10735>  
(閲覧日: 2019年12月15日)
- ・BUSINESS INSIDER NEWS 「それでもなぜ K-POP は世界を制したのか。韓国アイドルが政治を語り始めた理由」  
2018年11月25日 <https://www.google.co.jp/amp/s/www.businessinsider.jp/amp/post-180133>  
(閲覧日: 2019年12月9日)
- ・CINRA.NET 「米ビルボード記者に聞く K-POP の躍進 防弾少年団はなぜ人気？」2017年9月17日  
<https://www.cinra.net/column/201709-jeffbenjamin2>  
(閲覧日: 2019年12月9日)

- ・Forbes JAPAN 「K-POP はなぜ世界で勝てるのか。BLACKPINK を手がけたプロデューサーが語る」  
2019 年 4 月 19 日 <https://www.google.co.jp/amp/s/forbesjapan.com/amp/26783>  
(閲覧日：2019 年 12 月 9 日)
- ・KOREAN TIMES コラム「韓流ブームの歴史とは？KPOP 人気は捏造・終焉・終わったという情報は嘘」  
<https://kpop-times.com/2018/12/12/hanryu-history/>  
(閲覧日：2019 年 12 月 3 日)
- ・KOREA STYLE MAG 「【BTS のリメイクで話題！！】Come back home の原曲を歌っていた伝説のソテジワアイドルとは??」 <https://bebe.jp.com/68971>  
(閲覧日：2019 年 11 月 29 日)
- ・Kstyle NEWS 『H.O.T.、17 年ぶりの完全体コンサート「Forever H.O.T.」が大盛況… “信じられない瞬間” にメンバー&ファン感動』 <http://news.kstyle.com/article.ksn?articleNo=2102822>  
(閲覧日：11 月 29 日)
- ・K-POP MONSTER 『IZ\*ONE、「韓国の SMAP」とよばれたアイドルグループ「H.O.T.」のメンバーと共演！ 驚くべきジェネレーションギャップが明らかに』 <https://www.kpopmonster.jp/?p=7373>  
(閲覧日：2019 年 11 月 29 日)
- ・NAVER まとめ 「アイドルの始まり！ 70 年代アイドル一覧と現在の様子」  
<https://matome.naver.jp/m/odai/2144208927952591201>  
(閲覧日：2019 年 12 月 7 日)
- ・navicon 「韓流ブームの始まりは K-POP から♪【特集／韓ドラここが知りたい／韓ドラを 2 倍楽しむ】」  
<https://navicon.jp/osusume/cid358021/>  
(閲覧日：2019 年 12 月 6 日)
- ・NIKKEI STYLE エンタメ！エンタランキング「コンサート動員力 1 位は東方神起、女性は安室奈美恵」  
<https://style.nikkei.com/article/DGXMZO38332660Z21C18A1000000?channel=DF010320183446>  
(閲覧日：2019 年 11 月 8 日)
- ・Real Sound MUSIC 「TWICE、BLACKPINK、BTS K-POP ブーム再燃に至った理由 日本における歴史を振り返る」  
[https://realsound.jp/2019/09/post-411080\\_2.html](https://realsound.jp/2019/09/post-411080_2.html)  
(閲覧日：2019 年 12 月 3 日)
- ・Spin The Earth 「韓国アイドルと日本のアイドルの 8 つの異なる特徴とは？」  
2019 年 8 月 9 日 [https://www.spintheearth.net/korean\\_idol\\_feature/?amp=1](https://www.spintheearth.net/korean_idol_feature/?amp=1)  
(閲覧日：2019 年 12 月 15 日)
- ・UtaTen 無料歌詞検索サイト【特集】超特急が不遇の時代を乗り越えた理由には「ダサかつこよさ」があった  
<https://utaten.com/specialArticle/index/3320>  
(閲覧日：2019 年 12 月 8 日)
- ・Wikipedia 「アイドル」 <https://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%A2%E3%82%A4%E3%83%89%E3%83%AB>  
(閲覧日：2019 年 10 月 4 日)
- ・Wikipedia 「おニャン子クラブ」 <https://ja.m.wikipedia.org/wiki/おニャン子クラブ>  
(閲覧日：2019 年 12 月 8 日)
- ・Wikipedia 「新御三家」 <https://ja.m.wikipedia.org/wiki/新御三家>  
(閲覧日：2019 年 12 月 7 日)
- ・Wikipedia 「スター誕生!」 <https://ja.m.wikipedia.org/wiki/スター誕生!>  
(閲覧日：2019 年 12 月 7 日)
- ・Wikipedia 「K-POP」 <https://ja.wikipedia.org/wiki/K-POP>  
(閲覧日：2019 年 10 月 4 日)
- ・Yahoo! JAPAN ニュース「時空を超えた「オジャパメン」——K-POP 歌手・IU が見せたポップカルチャーの将来像」  
<https://news.yahoo.co.jp/byline/soichiromatsutani/20171030-00077570/>  
(閲覧日：2019 年 11 月 29 日)
- ・Yahoo! JAPAN ニュース  
「日本をターゲットに“輸出”された BoA ～売れるための韓国のマーケティングリサーチ～」 2019 年 10 月 13 日  
<https://headlines.yahoo.co.jp/article?a=20191013-00010751-besttimes-soci>  
(閲覧日：2019 年 12 月 11 日)

# 日本に e スポーツは浸透するのか

—海外と比較した日本の未来—

マネジメント学部 マネジメント学科  
佐藤桃子

## はじめに

ゲームという言葉聞いて思い浮かべるものは何だろうか。パソコンゲームやテレビゲームなど、古くから親しまれているゲーム機は多数あり、小さなころから娯楽として触れてきた人も多いのではないだろうか。また、スマートフォンの普及により、端末が 1 台あれば誰でも気軽にゲームをすることが可能になったため、昔よりもゲームは私たちの生活にとっても浸透してきており、スマホゲーム人口は 2017 年の時点で 3,480 万人を突破したといわれている<sup>1</sup>。

ところが、娯楽として認識されていたゲームが最近スポーツ化され、新たに e スポーツという名で生まれ変わったことはあまり知られていない。しかし同じアジアでもすでに韓国では 2000 年の時点で e スポーツという言葉が使われ始め、2003 年には中国で中国国家体育総局が e スポーツを 99 番目の正式種目に指定しているなど、海外ではすでに浸透している言葉である<sup>2</sup>。

一方日本は海外に比べるとゲームのスポーツ化が遅れたものの、ゲームがスポーツ化したことにより大会を現地で観戦出来るようになるなど、自分自身でプレイを楽しむだけでなく、観戦を楽しむというゲームの新しい楽しみ方も増えている。

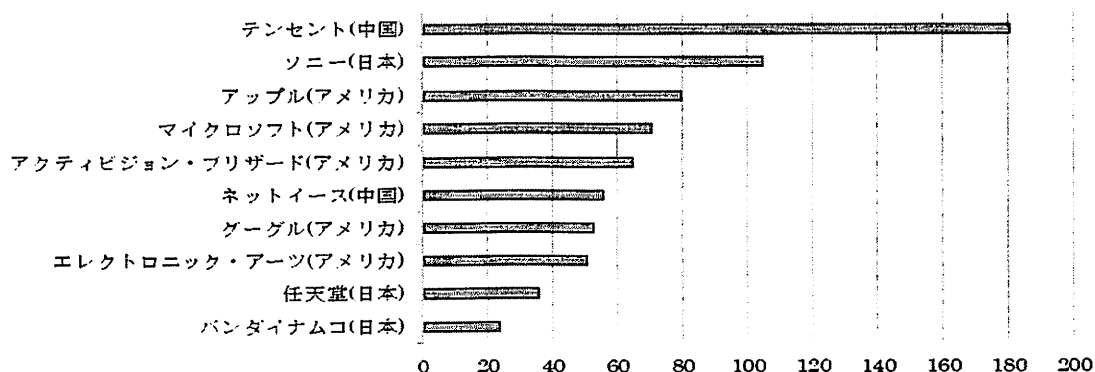
なぜ娯楽として知られていたゲームがスポーツ化したのだろうか。そして、e スポーツは日本に浸透するのだろうか。本論文ではこれらの問いについて、筆者自身が実際に e スポーツを観戦した経験を交えながら考察していくことを目的とする。

本論文は全 4 章から構成される。まず第 1 章ではゲームの歴史について概観した後、第 2 章では海外と日本の e スポーツを比較・考察する。そして第 3 章では一般的なスポーツとの観戦方法の違いと問題点を挙げる。最後に第 4 章では日本における e スポーツ普及の障害となっている諸問題をもとに、日本で e スポーツは浸透するのか筆者の考えを述べていく。

## 第 1 章 ゲームの歴史

図表 1 は世界のゲーム業界売り上げランキングをまとめたものである。上位 10 位以内に日本のゲーム会社であるソニー・任天堂・バンダイナムコの 3 社がランクインしているように、日本はゲーム大国と呼ばれている。本章ではゲーム大国といわれるようになった日本の代表的なゲーム機を中心に、その歴史を見ていくことにする。

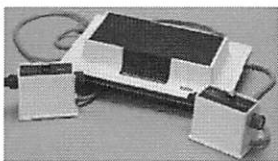
図表 1：ゲーム事業売上ランキング(億ドル)



出典：ForbesJAPAN「ゲーム事業の売上高トップはテンセント 日本の 3 社も上位入り」  
をもとに筆者作成

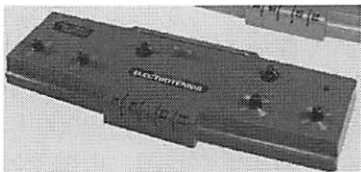
家庭用ゲーム機において最も古いものは 1972 年にアメリカのマグナボックス社から発売されたオデッセイである(図表 2)。このゲーム機はドイツ生まれのラルフ・ベアが開発に取り掛かり、家庭用ゲーム機の起源となるオデッセイを作り上げたのだ<sup>3</sup>。このゲーム機は日本では発売されていないが、その 3 年後の 1975 年にエポック社が日本で初めてテレビテニスという家庭用ゲーム機を発売した(図表 3)。

図表 2：オデッセイ



出典：電ファミニコゲーマー

図表 3：テレビテニス



出典：高橋名人 16 連射のつぶやき

それから日本の家庭用ゲーム機は瞬く間に進化し、ゲーム界に革新をもたらした任天堂のファミリーコンピュータや、ゲームボーイ、シリーズ累計販売台数が世界一であるとギネスに登録された SONY のプレイステーション、ニンテンドーDS、Wii、最新のものとニンテンドーSwitch が 2017 年に発売された。日本で発売されたゲーム機は世界で 1 億台以上売り上げているものが多数存在しており、日本のゲーム産業は世界中から注目されている(図表 4)。

図表 4：各ゲーム機全世界類型売上台数(任天堂：2019 年 9 月時点 SONY：2012 年 3 月時点)

|                                             |                                           |                                             |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------|
|                                             |                                           |                                             |
| 任天堂(1983 年発売)<br>ファミリーコンピュータ<br>6,191 万台売上  | 任天堂(1989 年発売)<br>ゲームボーイ<br>1 億 1,869 万台売上 | SONY(1994 年発売)<br>プレイステーション<br>1 億 240 万台売上 |
|                                             |                                           |                                             |
| 任天堂(2004 年発売)<br>ニンテンドーDS<br>1 億 5,402 万台売上 | 任天堂(2006 年発売)<br>Wii<br>1 億 163 万台売上      | 任天堂(2017 年発売)<br>ニンテンドーSwitch<br>3,687 万台売上 |

出典：任天堂、ソニーインタラクティブエンタテインメント公式 HP をもとに筆者作成

図表 4 は特に話題となったゲーム機を挙げたものであるが、e スポーツでは家庭用ゲームの他にアーケードゲームやパソコンゲーム、スマートフォンゲームなども使用されている。特にパソコンゲームとスマートフォンゲームは無料でプレイできるものが多いため、どんな人でもプロゲーマーを目指すことができる環境が整っているのである。

## 第2章 eスポーツの起源

これまでeスポーツという言葉は何度も挙げてきたが、eスポーツとはコンピュータゲームやビデオゲームを使ったスポーツ競技のことで、正式名称はエレクトロニック・スポーツ(electronic sports)という。

1997年にアメリカでサイバーアスリート・プロフェッショナル・リーグ(CPL)が発足したことをきっかけに、ゲームをプレイし賞金を得る“プロゲーマー”という職業が誕生し、これによってゲームのプロ化が本格化、ゲームがスポーツ化する第一歩となった。一般的にスポーツと聞くと肉体的な運動をイメージする人が多いだろう。しかし英語のスポーツという言葉には運動という意味だけでなく、“楽しむ”や“競技”という意味も含んでおり、長時間の集中力や体力、反射神経が必要とされるものであるため、従来のスポーツと同じ要素が含まれていることからゲームはスポーツと呼ばれるようになった<sup>4</sup>。

eスポーツが本格的に始まったのは、2000年に韓国でeスポーツ協会(以下 KeSPA)が設立されたことがきっかけである。アメリカや韓国、中国ではこの時点でeスポーツとプロゲーマーというものが徐々に認知されていったが、日本でeスポーツが認知され始めたのは2018年に一般社団法人日本eスポーツ連合(以下 JeSU)が設立されて以降、つい最近のことである。実は2000年に韓国が KeSPA を立ち上げたのと同時期に日本で初のプロゲーマーが誕生していたのだが、「HALO WORLDWIDE チャンピオンシップ日本予選」で優勝し世界大会へ進出を決め、日本人として過去最高の5位という成績を収め株式会社 ASK とスポンサー契約を結ぶも<sup>5</sup>、その活動は長続きせず、世間に知られないうちに終了してしまった。

従来のスポーツにもサッカーや野球などの種目があるように、eスポーツにもさまざまなジャンルのゲームが種目登録されている。特に注目を集めているジャンルが、MOBA(マルチプレイヤーオンラインバトルアリーナ)と呼ばれるチーム等に分かれて互いの拠点の制覇を目指すもので、その代表的なゲームとして「League of Legends」が挙げられる。MOBAは賞金が高額であることで知られており、「DOTA2」というゲームでは2019年8月に行われた大会では3000万ドル、日本円で約32.3億円もの賞金を用意された。過去の大会も含めると約140億円もの賞金総額となっており、eスポーツ大会の中で1番賞金総額が高いゲームである<sup>6</sup>。

ほかにも、図表5はJeSUが公認しているタイトル一覧である。その中でも「TEPPEN」は2019年11月に新しく公認されたもので認定タイトルは13タイトルとなった。JeSU非公認のものだと、無料で誰でもプレイが出来るサバイバルゲーム「Fortnite」や、デジタルカードゲームで知られている「Shadowverse」など、eスポーツに登録されているゲームはこのほかにも多数あり、今後も増えていくと予想されている<sup>7</sup>。

しかし、上記で挙げたゲームのほとんどが、海外で盛り上がりを見せているものばかりで、海外と比べると日本の大会の規模はとても小さい。以下、海外におけるeスポーツの現状について概観したあと(2-1)、日本のeスポーツの状況についてみていくことにしよう(2-2)。

図表5：JeSU公認タイトル(2019年12月時点)

| タイトル                       | IPホルダー                       | 主なプラットフォーム                  |
|----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| ウィニングイレブン                  | 株式会社コナミ<br>デジタルエンタテインメント     | PlayStation®4/PlayStation®3 |
| GUILTY GEAR Xrd REV2       | アークシステムワークス<br>株式会社          | PlayStation®4/PlayStation®3 |
| コールオブデューティー<br>ブラックオプス4    | 株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメント    | PlayStation®4               |
| ストリートファイターV<br>アーケードエディション | 株式会社カプコン                     | PlayStation®4/PC            |
| 鉄拳7                        | 株式会社バンダイナムコ<br>エンターテインメント    | PlayStation®4/Xbox/STEAM    |
| TEPPEN                     | ガンホー・オンライン・<br>エンターテイメント株式会社 | iOS/AndroidOS               |

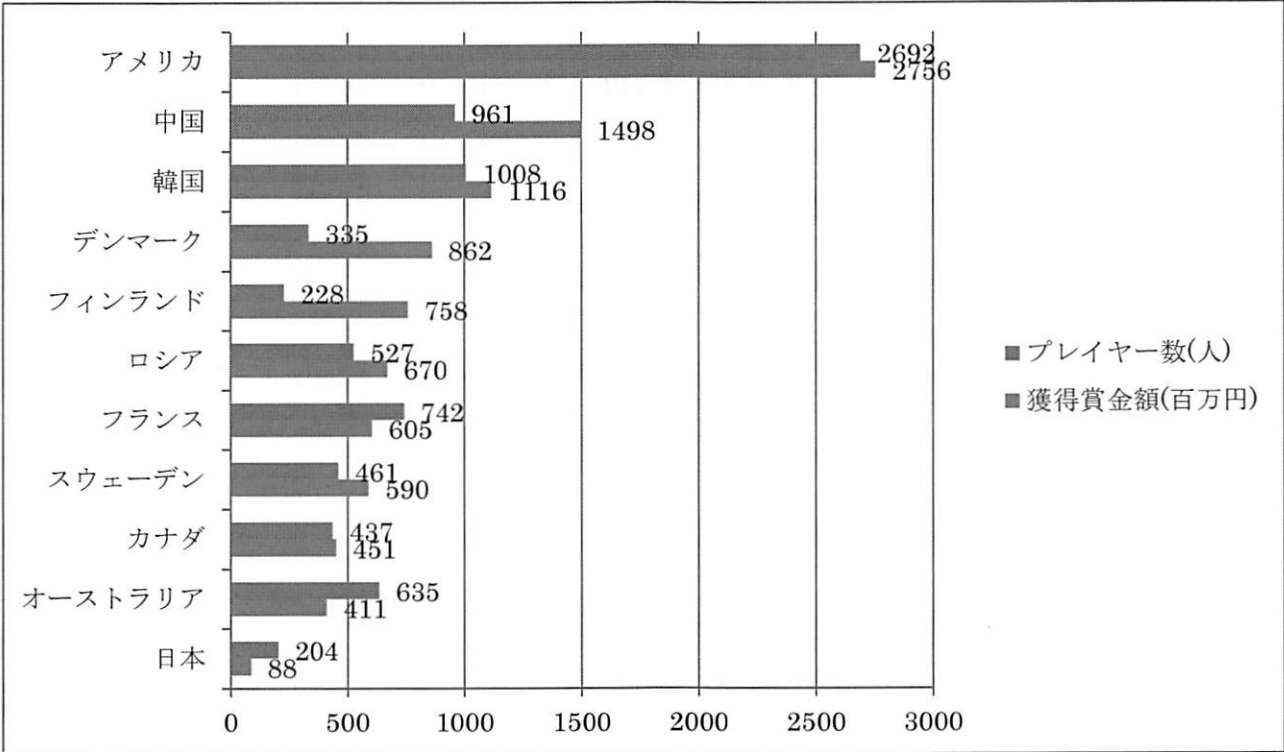
|                              |                              |                                     |
|------------------------------|------------------------------|-------------------------------------|
| DEAD OR ALIVE6               | 株式会社<br>コーエーテクモゲームス          | PlayStation®4/XboxOne/<br>STEAM     |
| パズル&ドラゴンズ                    | ガンホー・オンライン・<br>エンターテイメント株式会社 | iOS/AndroidOS                       |
| BLAZBLUE<br>CROSS TAG BATTLE | アークシステムワークス<br>株式会社          | PlayStation®4/<br>NintendoSwitch/PC |
| BLAZBLUE<br>CENTRALFICTION   | アークシステムワークス<br>株式会社          | PlayStation®4/ PlayStation®3        |
| ぷよぷよシリーズ                     | 株式会社セガゲームス                   | PlayStation®4/<br>NintendoSwitch/PC |
| モンスターストライク                   | 株式会社ミクシィ                     | iOS/AndroidOS                       |
| レインボーシックスシージ                 | ユービーアイソフト<br>株式会社            | PC                                  |

出典：JeSU 公式 HP をもとに筆者作成

2-1 海外のeスポーツ

図表 6 はe スポーツプロアスリートの国籍別獲得賞金額とプレイヤー数をまとめたものだが、これを見てわかるようにe スポーツのプレイヤー人口が最も多い国は、アメリカ・中国・韓国の3カ国である。

図表 6：プロe スポーツアスリートの国籍別獲得賞金額とプレイヤー数(2018 年 11 月時点)



出典：BizArts「データで見るeSports / eスポーツ業界・市場動向レポート（日本・海外）」  
をもとに筆者作成

何と言っても海外のe スポーツは規模が大きく、賞金が高額であるため、年収1億円以上のプロゲーマーは珍しくない。図表 7 はe スポーツが発展している上位3か国と日本のプロゲーマーの年収を比較したものである。どの国も最低年収は400万円ほどと、それほど大きな差はないが、最高年収ではアメリカ・中国・韓国は数億円であるのに対し、日本は数千万円と海外のほうが高額であることが分かる。

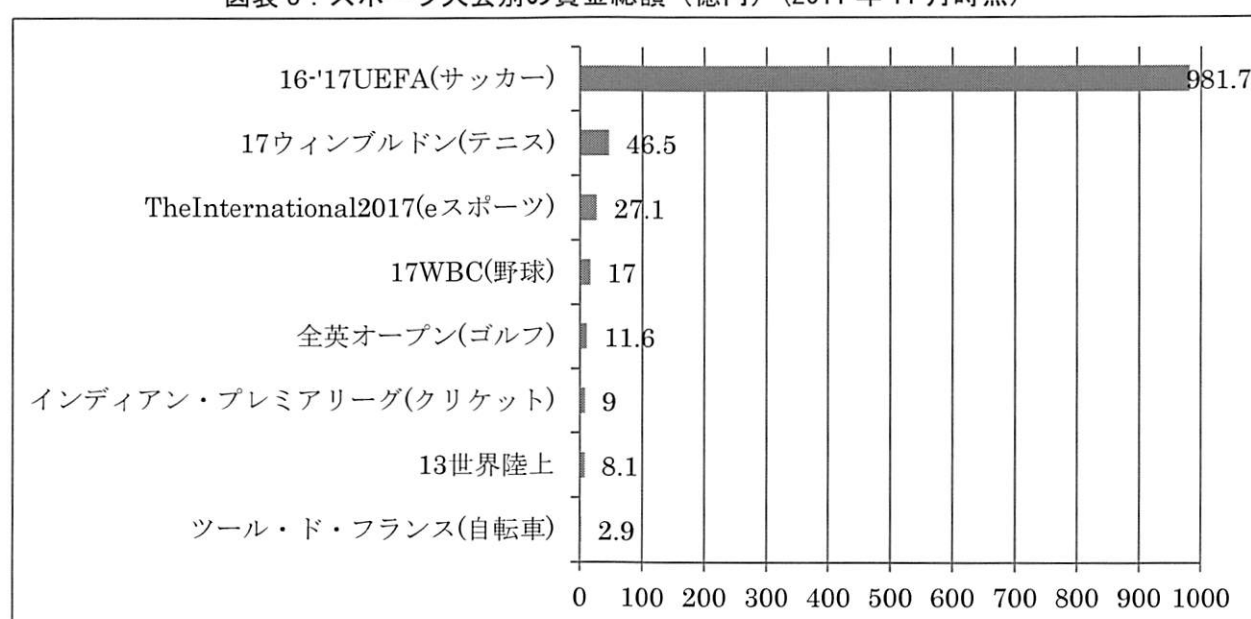
図表 7：国別 e スポーツプロ選手の年収 (2018 年 11 月時点)

| 国    | 年収            |
|------|---------------|
| アメリカ | 460 万円～数億円程度  |
| 中国   | 370 万円～数億円程度  |
| 韓国   | 420 万円～数億円程度  |
| 日本   | 450 万円～数千万円程度 |

出典：BizArts「データで見る eSports / e スポーツ業界・市場動向レポート（日本・海外）」  
をもとに筆者作成

スポーツ大会別に見ても、e スポーツは一般的なスポーツの賞金と比べてサッカー・テニスと続いて 3 番目に賞金が高いスポーツとなっており、野球やゴルフよりも賞金が高い（図表 8）。

図表 8：スポーツ大会別の賞金総額（億円）（2011 年 11 月時点）



出典：BizArts「データで見る eSports / e スポーツ業界・市場動向レポート（日本・海外）」  
をもとに筆者作成

次に、e スポーツ上位三カ国の特徴を国別に見ていこう。

まずアメリカでは e スポーツによる大学推薦が設けられ、学生には e スポーツ専用の奨学金が付与されるなど、ゲームがうまい人は良い待遇を受けることができる仕組みが整備されている。2018 年には全米州立高校協会(NFHS)が e スポーツを高校の公式スポーツとして認定し、これによってクラブ活動でもゲームを行うことが出来るようになり、その活動は世界中から注目されている<sup>8</sup>。ほかにも、地上波で e スポーツの大会が放送されるなど、図表 6 から明らかなようにプロゲーマーの人口や観戦者数も群を抜いて多いのがアメリカの e スポーツの特徴である。また、大きなコンテンツ力にも関わらず、競技施設や e スポーツプレイヤーの獲得、維持にかかるコストが比較的安価であることから、元プロスポーツ選手が引退後にセカンドキャリアとして e スポーツ産業に投資家として参入する道を選ぶケースもあるという<sup>9</sup>。

続いて韓国の e スポーツの特徴は、ゲームに特化した施設がほかの国に比べてとても多いことだ。例えば私たちにとってとても身近な存在であるインターネットカフェは日本では漫画や雑誌、映画鑑賞などのために活用されているが、韓国では漫画などはほとんど置いておらず、オンラインゲーム目的で利用する人が圧倒的に多い<sup>10</sup>。このように充実したゲームの練習環境が整っている韓国人プレイヤーは大

規模な世界大会で何度も優勝しており、2016年には「League of Legends」「Starcraft2」「Overwatch」「ストリートファイターV」「鉄拳7」の5タイトルで韓国人が優勝を飾っているほどである。また、すでに述べたようにeスポーツ協会を世界で初めて立ち上げたのも韓国である。24時間eスポーツを放送する専門チャンネルが存在しているなど社会的における認知度も高いため、韓国では子供になりたい職業ランキング8位にプロゲーマーがランクインしているほど、子供たちの憧れの職業となっているのだ<sup>11</sup>。

最後に中国は、2017年の時点で7億6000万ドルだったeスポーツ市場が、2020年には15億ドルと約2倍になると予想されている。そのeスポーツ人口は全世界の約6割を占めるといわれており、中国では多くの人々がeスポーツを好意的に受け入れているのではないかとされていた<sup>12</sup>。しかし2019年10月25日、中国では18歳未満の青少年は深夜のオンラインゲームを禁止にするという制限が設定された。2002年時点で中国ではオンラインゲーム中に高校生が急死する事件が発生していることや、オンラインゲームが原因で18歳未満の間で視力が急激に落ち、学業成績も低下しているなど、その存在が問題視され、批判的な意見がとて多かったため、若者のゲーム中毒を抑制するために、プレイ時間も平日は90分、休日は3時間までと規制され、実名登録と公民身分番号で管理されるようになったのである。

eスポーツ3大発展国である中国でこのような制限がされたことにより、今後中国のプロゲーマーが衰退していくのではないかとされている。現にこのような規制は中国のみではなく、既に2011年に韓国でも実施されているが、その結果韓国のゲーム会社は2010年からの4年間でおよそ30%減少し、経済的にも大きな打撃があった。この規制は2014年に緩和されたものの、規制が厳しかったたった4年の間に韓国のゲーム業界はある程度衰退してしまったため、今後中国でも韓国と同様に衰退していくのではないかとされている<sup>13</sup>。

ここまで論じたように、以上3カ国はいずれもeスポーツの市場規模が大きく、プレイヤーへの待遇が良いことや将来有望な選手を育てる環境も整っていることなどから、問題を抱えながらも今後も規模の拡大が予想される。果たして日本のeスポーツは海外のような環境となっているのだろうか、次節では日本のeスポーツについて考察していく。

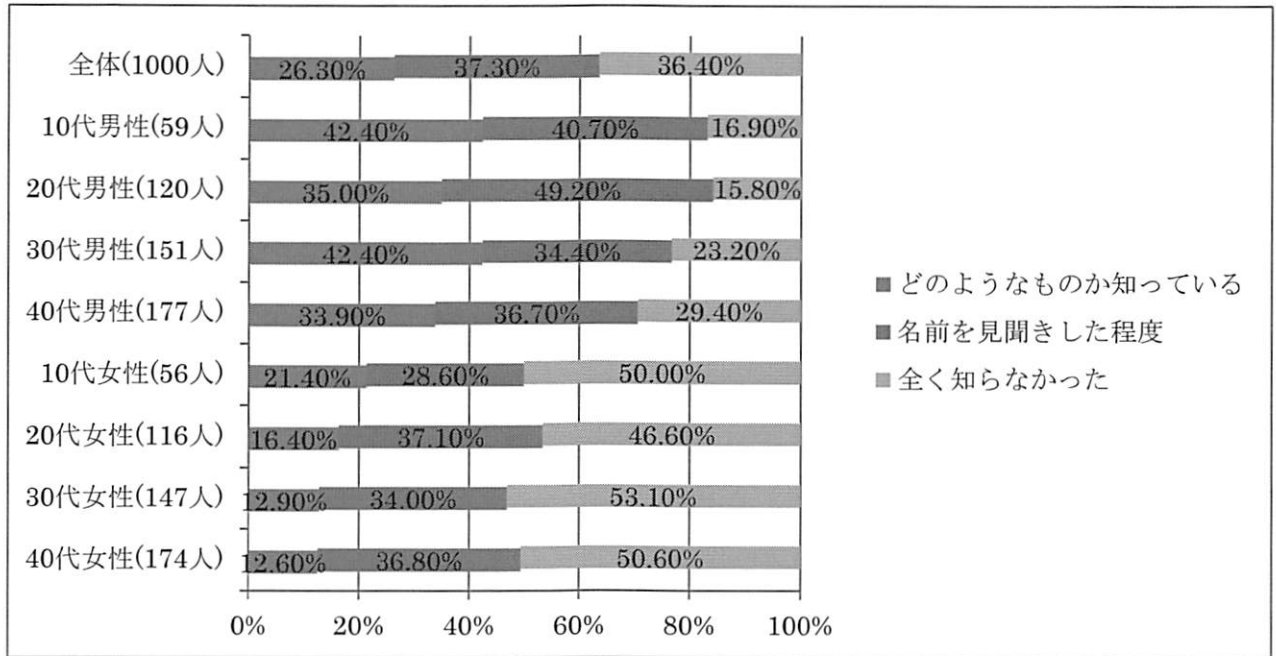
## 2-2 日本のeスポーツ

第1章で確認したように、日本は世界に誇るゲーム機を多数生み出しているほどのゲーム大国であるが、eスポーツについていえば後進国であるといえる。

海外では2000年に初めてeスポーツという言葉が使われ始めてから、2003年にはESWC(Electronic Sports World Cup)がフランスで開催され、その翌年にはロシア政府が後援したRussian Cupが開催された。2年後の2006年にはOCA主催第2回アジア室内競技大会でeスポーツが正式種目として採用が決定された<sup>14</sup>など、一足早くゲームをスポーツ化し盛り上がりを見せていたが、これらの大会で使用されていたのはパソコンゲームであり、同時期の日本では家庭用ゲーム機の普及により、eスポーツの種目になっていない家庭用格闘ゲームが流行していた。パソコンゲームは日本では馴染んでおらず海外から大きく遅れを取った日本であったが、その後2007年に日本eスポーツ協会設立準備委員会(JeSPA)を設立し、「フリスタ! Street Basketball」「ワールドサッカーウィニングイレブン2008」「鉄拳Vダークリザレクションオンライン」の3タイトルで日韓戦を開催するなど、徐々にeスポーツの名を広げていった<sup>15</sup>。そしてJeSUが発足した2018年はeスポーツ元年と呼ばれ、日本でもJeSU公認eスポーツプロライセンスが発行できるようになり、国際大会への参加の窓口となるなど大きな歴史を刻んだ<sup>16</sup>。

しかし日本では長年、ゲームは娯楽として知られてきたため、eスポーツの存在は少しずつ認知されているものの、株式会社マクロミルの調査によると、女性を中心にゲームのスポーツ化を認知していない人々が多数いる現状である(図表9)。

図表 9 : e スポーツの認知度状況 (2018 年 11 月時点)



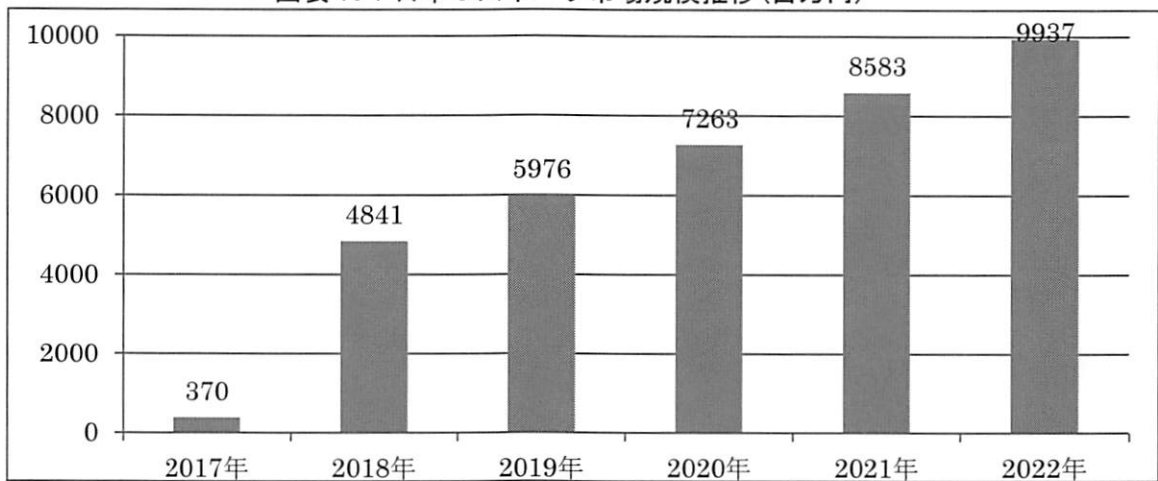
出典：株式会社マクロミル「e スポーツは日本で浸透するのか？15～49 歳 1,000 人調査 (マクロミル調べ)」をもとに筆者作成

また、JeSU 公認 e スポーツプロライセンス所有人口も 2019 年 12 月時点で 211 人と少なく、第 4 章で論じるように日本国内では高額な賞金も簡単に出すことが難しいため、海外よりも盛り上がりを見せているのが現状である。

そんな中、2019 年に茨城県で開催された国民体育大会の文化プログラムでは「eFootball ウイニングイレブン 2020」「グランツーリスモ SPORT」「ぷよぷよ e スポーツ」の 3 タイトルで都道府県対抗 e スポーツ大会が開催され、総合成績にて茨城県が 1 位を獲得しスポーツの復興や県の発展に貢献するなど、少しずつではあるが日本でも賑わいを見せている。

図表 10 は株式会社 KADOKAWA から発表された日本の e スポーツ市場規模推移のデータである。2019 年現在では約 60 億円であるが、2022 年には日本の市場規模は約 100 億円になると予想されており、今後日本の e スポーツは今以上に盛り上がりを見せてくれるのではないかとされている。

図表 10 : 日本 e スポーツ市場規模推移 (百万円)



出典：株式会社 KADOKAWA「2018 年日本 e スポーツ市場規模は 48.3 億円と推定 ~Gz ブレイン発表~」をもとに筆者作成

海外では e スポーツの番組が放送されている影響もあり認知度も高いが、実は日本でも「有吉い eeeee!」や「eGG」「いいすぽ!」など地上波で放送されている e スポーツテレビ番組が存在している。しかし、このほとんどが深夜番組であることもあり、認知度の増加にはあまり繋がっていない。

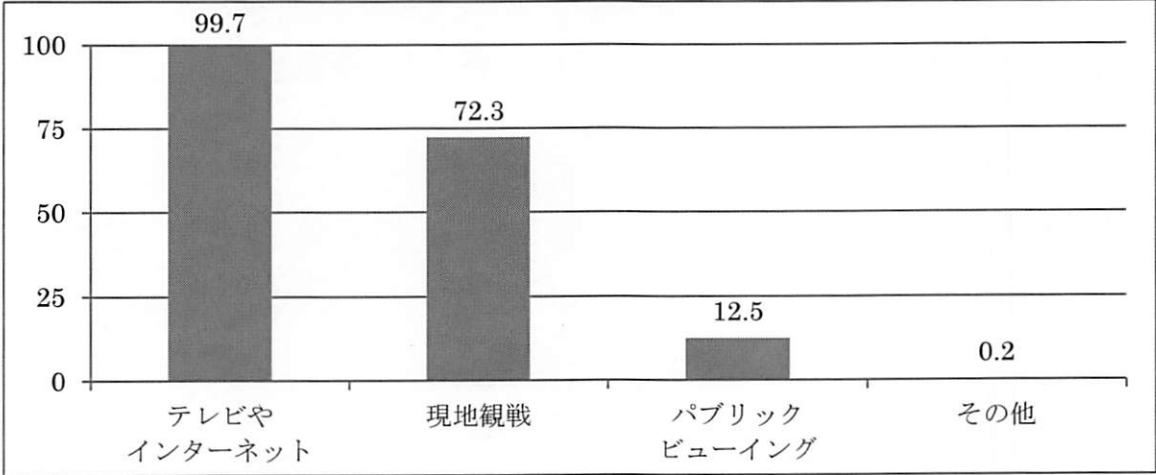
ところで e スポーツが普及していることの大きな理由の一つには一般的なスポーツの観戦方法と違う独特な観戦方法の存在がある。次章では、一般的なスポーツと e スポーツの観戦方法の違いを現地とインターネットの 2 つに分けて比較していく。

第 3 章 観戦方法の違い

2019 年にラグビーワールドカップが日本各地で開催され、2020 年にも東京オリンピックが開かれるなど、スポーツに対する熱意が高くなっており、e スポーツもオリンピックの新種目として採用が検討されている現在、日本人はスポーツをどのようにして観戦しているのだろうか。まずオリンピックが東京で開催されることをきっかけにして、20 代から 50 代の男女は観戦の意識がどう変化したのかをまとめたグラフが図表 11 と図表 12 である。

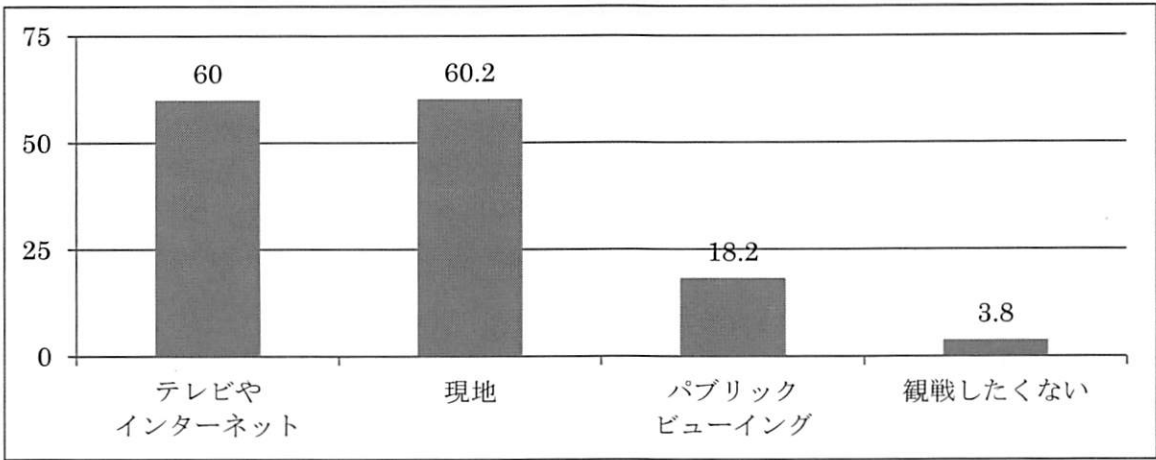
アンケートに回答した 600 人のうちテレビやインターネットで観戦する人が約 99%と一番多く、次に多いのが現地観戦の約 70%という結果となっているが(図表 11)、2020 年に東京で開催されるオリンピックでは、現地で観戦したいと考えている人も、テレビやインターネットで観戦する予定の人も約 60%とほぼ同数となる結果となった(図表 12)。

図表 11：一般的なスポーツの観戦方法 (2015 年 4 月時点)



出典：株式会社マーシュ「スポーツ観戦に関する調査」をもとに筆者作成

図表 12：東京オリンピック 2020 をどのように観戦したいと思うか (2015 年 4 月時点)



出典：株式会社マーシュ「スポーツ観戦に関する調査」をもとに筆者作成

このように日本ではオリンピックの影響もあり、一般的なスポーツでは現地観戦が人気になってきているが、e スポーツの観戦方法は一般的なスポーツとどのように違うのだろうか。本章では一般的なスポーツとe スポーツの観戦方法の違いを現地観戦(3-1,3-2)とインターネット観戦(3-3,3-4)という2つの異なる観戦方法に着目することで比較していく。

### 3-1 一般的なスポーツの現地観戦

まずは一般的なスポーツの現地観戦として、サッカーの試合をスタジアムで観戦することを想像してみよう。図表 13 は浦和レッドダイヤモンズの試合観戦の様子である。図表 13 を見てわかるように、スタジアムすべてを見渡すことが可能で、試合の流れを一目で把握することが出来る。スタジアム内にモニターが設置されているため、観戦する席が悪くフィールドまでの距離が遠い場合でも、選手の表情を大画面で確認でき、フィールドに目を向ければ、活躍している選手を生で見ることが出来る。しかしテレビやインターネットでの観戦とは違い、実況解説がないため、そのスポーツをよく知らない人は理解できない場面が出てくる可能性がある。その一方、ハーフタイムや様々なタイミングでチアリーダーなどのパフォーマンスが行われるため、試合が行われていない時間も退屈せず、そして何と言っても、他の観戦者と一緒に応援し同じグッズを身に着けることで一体感を得て、会場の盛り上がりを生身体感出来るため、スポーツに詳しくない人でも楽しめる魅力が詰まっている。

図表 13 : 浦和レッドダイヤモンズの試合観戦の様子



出典 : URAWA RED DIAMONDS 公式インスタグラム(2019 年 11 月 23 日)より

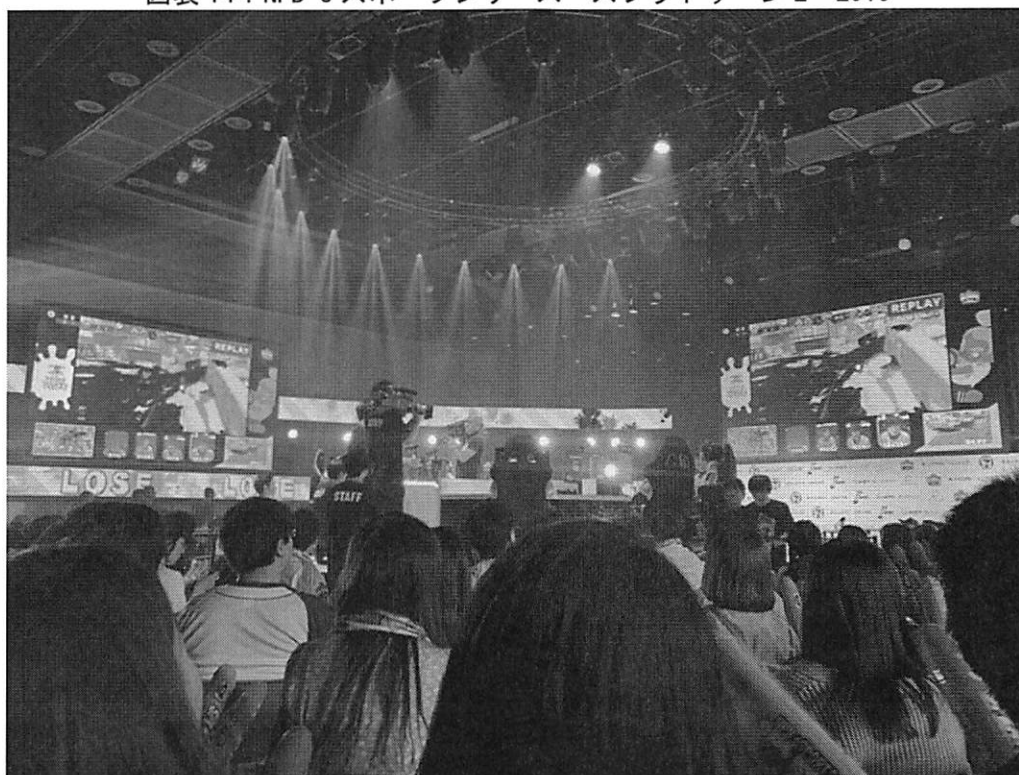
### 3-2 e スポーツの現地観戦

では、同じ現地観戦でもe スポーツの現地観戦とはどのようなものだろうか。図表 14 は日本プロ野球機構(以下NPB)が主催したNPBe スポーツシリーズプラトゥーン2の試合を筆者が実際に現地観戦したときの画像である。e スポーツ、所謂ゲームは画面を通じてでないとプレイすることができないため、図表 14 の両端に写っているようなモニターのみでしか試合の状況を把握できない。1 対 1 の対戦であれば、モニターひとつで試合の状況を把握することは可能だが、複数人での対戦になるとモニターに映すことのできる人数に限界があるため、現地で観戦していたとしても一目で試合状況を把握することは不可能に近い。しかし、e スポーツの現地観戦は一般的なスポーツの現地観戦とは違い、実況解説があるため、多少状況把握は出来るが、試合内容に興味を持っている人にとっては物足りない観戦にな

ってしまう。

日本にはeスポーツの大会を開くことが出来る会場が少なく、収容できる人数も少ない。NPBe スポーツシリーズスプラトゥーン2が開催された会場である東京ビックサイト TFT ホールの収容人数は約900人と、浦和レッドダイヤモンズの活動本拠地である埼玉スタジアム 2002 の収容人数が63,700人であることと比べるとeスポーツの会場となる場所は収容人数が圧倒的に少ないことがわかる。最近では選手との交流会が開かれる大会も増えており、選手に手紙や差し入れを手渡すことが出来るなど選手との距離が近いという利点があるため、現地観戦は“生で選手を見たい”“現地の熱気を感じたい”という人向けだと実際に観戦して感じた。

図表 14 : NPBe スポーツシリーズ スプラトゥーン2 2019



2019年5月19日に筆者撮影

### 3-3 一般的なスポーツのインターネット観戦

次に、一般的なスポーツのインターネット観戦はどうだろうか。ここでは DAZN というスポーツ映像配信サービスにおけるインターネット観戦を事例にして比較していく。

今まで、従来のスポーツはテレビか現地観戦の2択であったが DAZN が参入したことによってインターネットでのスポーツ観戦が一般化されつつある。DAZN はインターネット環境が整っていれば、130以上のスポーツコンテンツが見放題で、年間一万試合以上が配信されており、ライブ中継やハイライト、見逃し配信などに対応しているスポーツコンテンツ配信プラットフォームである。スマートフォンやパソコン、テレビなど最大6つまでのデバイスが登録でき、2つのデバイスで同時視聴が可能であるため、いつでもどこでもスポーツが楽しめるのだ<sup>17</sup>。Jリーグの放映にあたって観戦体験の高度化を進めた DAZN はカメラの台数を増やし、スポーツマニア向けの多様なアングルの映像も放映している。しかし、DAZN の月額料金は税抜1750円と設定されており、学生などの若年層は視聴までのハードルが高くなっている。また、受信したデータを一時的に視聴機器内に保存しておくキャッシュ機能が搭載されていないため、通信環境が不安定なところでは映像が途切れ、またテレビよりも大幅に中継に遅延が生じているため、SNS等で試合結果をネタバレされてしまうなどの課題を抱えている。

一般的なスポーツをインターネットで鑑賞できるプラットフォームは DAZN の他にも複数あり、それらの料金と視聴可能内容をまとめたものが図表15である。

図表 15 : サッカーコンテンツ放送局一覧(2019 年 9 月時点)

|                        | DAZN    | スカパー    | WOWOW   | フジテレビ<br>NEXT | G+    | 日テレ<br>NEWS24 | TV5<br>MONDE |
|------------------------|---------|---------|---------|---------------|-------|---------------|--------------|
| 月額料金                   | 1,750 円 | 2,759 円 | 2,300 円 | 1,296 円       | 900 円 | 480 円         | 1,250 円      |
| J リーグ                  | ◎       |         |         |               |       |               |              |
| YBC<br>ルヴァンカップ         |         | ◎       |         |               |       |               |              |
| 天皇杯                    |         | ○       |         |               |       |               |              |
| AFC チャンピオンズ<br>リーグ     |         |         |         |               | ○     | ○             |              |
| UEFA チャンピオンズ<br>リーグ    | ◎       |         |         |               |       |               |              |
| UEFA ヨーロッパ<br>リーグ      | ◎       |         |         |               |       |               |              |
| ラ・リーガ<br>(スペイン)        | ◎       |         | ○       |               |       |               |              |
| ラ・リーガ<br>2 部           | △       |         | ○       |               |       |               |              |
| プレミアリーグ<br>(イングランド)    | ◎       |         |         |               |       |               |              |
| セリエ A<br>(イタリア)        | ○       | ○       |         |               |       |               |              |
| ブンデスリーガ<br>(ドイツ)       |         | ◎       |         |               |       |               |              |
| リーグ・アン<br>(フランス)       | ○       |         |         |               |       |               | ○            |
| リーガ・NOS<br>(ポルトガル)     |         | ○       |         |               |       |               |              |
| ジュピラー・プロ・<br>リーグ(ベルギー) |         | ○       |         | ○             |       |               |              |
| スュペル・リグ<br>(トルコ)       | ○       |         |         |               |       |               |              |
| エールディヴィジ<br>(オランダ)     | △       |         |         |               |       |               |              |
| コパ・デル・レイ<br>(スペイン)     |         |         |         |               |       |               |              |
| FA カップ<br>(イングランド)     | ○       |         |         |               |       |               |              |
| コッパイタリア<br>(イタリア)      |         |         |         |               |       |               |              |
| DFB ポカール<br>(ドイツ)      | ○       |         |         |               |       |               |              |

◎全試合放送 ○一部の試合を放送 △一部のハイライトのみ

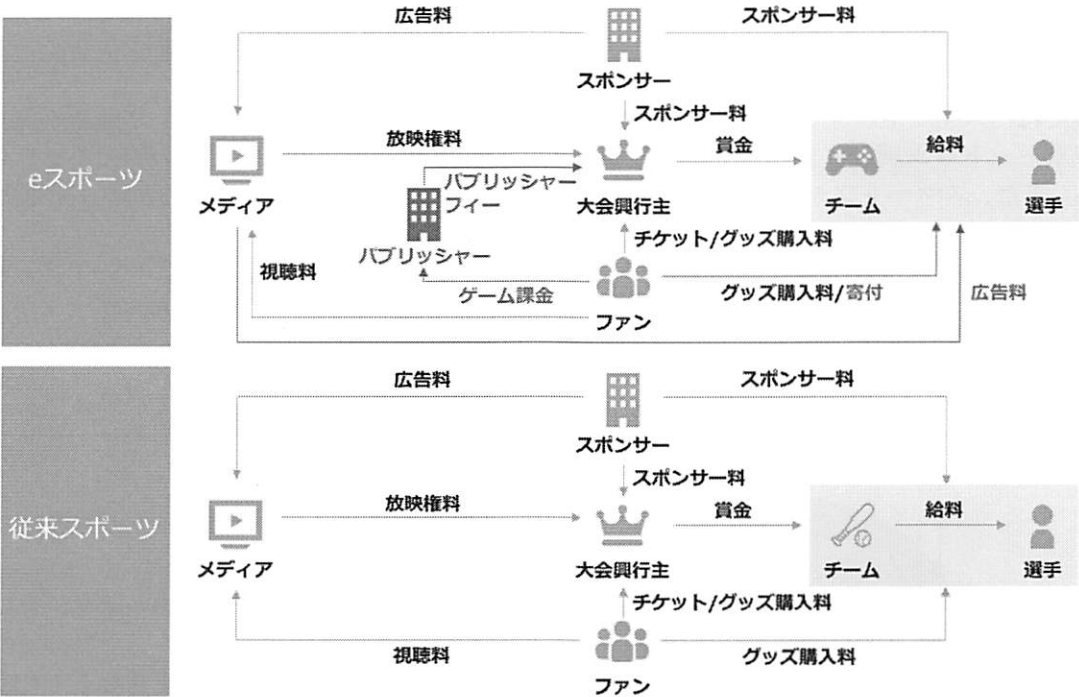
出典：サッカーキング「【2019 年最新版】DAZN（ダゾーン）の“今”をユーザー目線で紹介。  
コンテンツ、視聴環境、機能、料金は？」をもとに筆者作成

これを見て分かるように、他のプラットフォームと比べると、DAZNはサッカーだけでも放送内容が充実しているのにもかかわらず、他社よりも低価格で提供されている。一般的なスポーツの配信プラットフォームの中では群を抜いて優秀だが、eスポーツの配信プラットフォームと比べるとどうなのだろうか。

3-4 eスポーツのインターネット観戦

eスポーツ大会は、ゲーム配信に特化した Twitch や OPENREC.tv という配信サイトで放送されることが多い。これらの配信サイトは先述した DAZN とは違い、無料で会員登録が可能でインターネット環境が整っていれば誰でもリアルタイム視聴やタイムシフト視聴が出来る。他にも、現地で観戦している人とほぼ変わらない時間で観戦できる超低遅延モードという視聴方法が備わっていることや、リアルタイムでコメントをできる機能、“エール”や“スーパーチャット”という、配信者に直接お金を送ることが出来る投げ銭機能が備わっていることがeスポーツのインターネット観戦の独特な視聴方法と言える。金額の幅はサイトによってさまざまだが、100円分から15万円分の金額を配信者やプロゲーマーに送ることができ、お金を送ると自分が投稿したコメントが目立つようになり、配信内でコメントを読んでもらえる確率が高くなるなど、プロゲーマーや配信者との距離が近くなる利点がある。図表16は一般的な従来のスポーツとeスポーツのビジネスモデルを比較したもので、従来のスポーツにはないゲーム配信や動画などを視聴する際に流れる広告料が選手に入るためインターネット配信は配信者の収入源にもなっていることはeスポーツ独自の特徴でもある。

図表 16： 従来スポーツと e スポーツのビジネスモデル比較



出典：BizArts「データで見る eSports / e スポーツ業界・市場動向レポート（日本・海外）」

また、eスポーツの現地観戦のデメリットとして述べた試合状況に関して、インターネット観戦では、さまざまな視点を映した放送がされている場合もあるので、現地で観戦している人よりも試合状況を把握しやすくなっている。図表17はこれまでに述べた従来のスポーツとeスポーツの観戦方法の違いをまとめたものである。

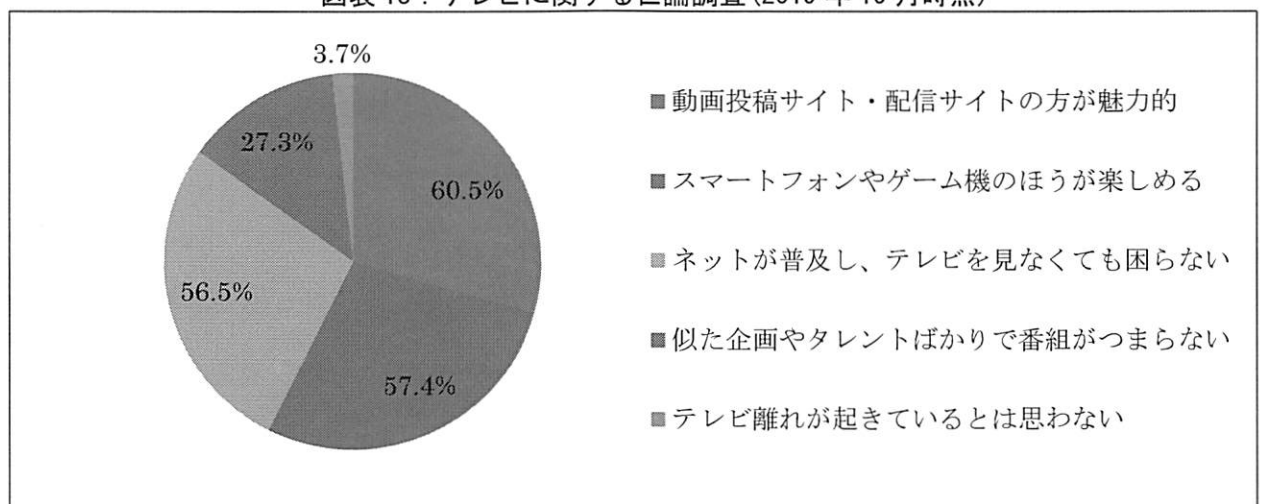
図表 17：従来のスポーツと e スポーツの観戦方法の違いまとめ

|           | 従来のスポーツ                                                                                                                                                                                                               | e スポーツ                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 現地観戦      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 一目で試合状況が分かる</li> <li>・ モニターで選手を見られる</li> <li>・ チアリーダーなどのパフォーマンスがある</li> <li>・ チームの応援席に座るため他の観戦者と一体感を得られる</li> <li>・ 選手との距離が遠い</li> <li>・ 実況解説がない</li> <li>・ 会場が広い</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 試合状況をモニターのみでしか把握できない</li> <li>・ パフォーマンスがない</li> <li>・ チームごとの応援席がないため一体感は得られにくい</li> <li>・ 選手との距離が近い</li> <li>・ 実況解説がある</li> <li>・ 会場の熱気を感じられる</li> <li>・ 会場が小さい</li> </ul>                                                                 |
| インターネット観戦 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ さまざまなアングルで試合を観戦できる</li> <li>・ 登録は有料</li> <li>・ ダウンロード機能がある</li> <li>・ タイムシフト視聴が出来る</li> <li>・ データ使用量を制限できる</li> <li>・ 中継に遅延が生じる</li> </ul>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ さまざまなアングルで試合を観戦できる</li> <li>・ 登録は無料</li> <li>・ ダウンロード機能がない</li> <li>・ タイムシフト視聴が出来る</li> <li>・ 高画質, 中画質, 低画質など通信環境によって自分で画質を設定できる</li> <li>・ 超低遅延モードがある</li> <li>・ 投げ銭機能がある</li> <li>・ リアルタイムでコメントを送ることが出来る</li> <li>・ 広告料が選手に入る</li> </ul> |

最近では、スマートフォンやインターネットの普及により日本人の若者のテレビ離れが深刻化している。時事ドットコム調査によると、動画投稿サイトや配信サービスのほうが魅力的であるという若者が 60.5%。また、スマートフォンやゲーム機のほうが楽しめるという若者が 57.4%という結果となった(図表 18)。

この結果から、投げ銭機能や動画を視聴した際に流れる広告を収益化することで、ファンが選手を支えることができる独特なビジネスモデルとインターネット観戦が備わっている e スポーツがより話題となっていくのではないだろうか。

図表 18：テレビに関する世論調査(2019 年 10 月時点)



出典：JIIJ.COM「若い世代でテレビ離れ進む 約1割「見ていない」—時事世論調査」  
をもとに筆者作成

### 3-5 eスポーツのインターネット観戦における問題点

一般的なスポーツのインターネット観戦と、eスポーツのインターネット観戦を比較した結果、eスポーツではインターネット観戦環境が容易にアクセス可能であり、また独特な機能が備わっているかが分かった。しかし、このように充実したeスポーツのインターネット観戦にもまだまだ改善の余地はある。

例えば、ダウンロード機能である。この機能は一度ダウンロードすればオフラインや機内モードの場合でも動画コンテンツが視聴できるというものだ。既にDAZNなどの一般的な動画配信プラットフォームには実装済みであるが、eスポーツの配信プラットフォームではいまだ実装されていない。今の時代、スマートフォンなどのタブレット端末を使用していると、誰でもギガ不足に悩まされるだろう。その悩みを解消する手助けとなるのが、ダウンロード機能だ。eスポーツは“現地よりもインターネット”ということがはっきりとしている。つまり、このダウンロード機能を導入させれば、よりインターネット観戦が充実するに違いない。また2020年には5Gと呼ばれる第五世代移動通信システムが大手通信会社で導入される予定であり、4Gと比べると通信速度は約20倍速くなり、遅延は10分の1に軽減され、同時接続数は約10倍になる<sup>18</sup>。これによってスマートフォンで動画を視聴することがより当たり前になると予想されているため、DAZNなど一般的なスポーツの動画配信プラットフォームで実装されている優れた点をeスポーツのインターネット観戦に導入することで、より充実した観戦が出来るようになるのではないだろうか。

## 第4章 eスポーツの問題点

第2章で論じたようにアメリカや中国、韓国にくらべると大きく遅れをとっている日本のeスポーツであるが、発展の妨げとなっているものに日本における法的な問題がある。以下具体的に3つの法的問題について見ていこう。

まず1つ目は、景品表示法である。これは過大な景品類の提供を防ぐために景品類の最高額を制限する法律であり、景品表示法に違反があった場合は一般消費者に与えた誤認の排除、再発防止策の実施、今後同様の違反行為を行わないことなどを命ずる措置命令が行われる<sup>19</sup>。これと関連する2つ目は、刑法第185条で規定されている刑法賭博罪である。偶然の要素がある遊戯について金品を賭けて勝敗を争うことで成立する罪で、金銭を賭博の対象とした場合には、少額でも賭博罪の対象となるものである<sup>20</sup>。このため、eスポーツにおいても、大会の参加者から一定の参加料を徴収した上で、その総額の一部を賞金として参加者に提供した場合、賭博行為に該当する可能性がある<sup>21</sup>。この2つの法的問題によって日本は海外のように高額な賞金を用意することが出来ず、これらの法律により景品類の限度額は10万円以内と定められていたため、図表6や図表7のように日本の順位は下位となっていたのだ。

しかしJeSUは、この問題を解決すべく消費者庁に2019年8月5日付けで、民間企業等国民が、その事業活動に関係する具体的行為が特定の法令の規定の適用対象となるかどうか、あらかじめ当該規定を所管する行政機関に確認するノーアクションレター<sup>22</sup>を提出した。これに対する消費者庁の回答には「賞金の提供が仕事の報酬等の提供と認められる場合には景品表示法に違反しない」と記されており、プロライセンスを取得したプレイヤーや、賞金の提供先に資格制限を設けず、一定の方法で参加者を限定した大会であれば自らのゲームプレイで観客や視聴者を魅了し、大会等の競技性及び興行性を向上させることを仕事にしているということで、景品表示法に違反しないという結果となり、賞金の受け取りが可能となった。しかし、配信や観戦のいずれも行わず、興行的性質が認められないイベントにおいて、参加者の実力やプレイの魅力に相応しない高額な賞金が提供される場合は景品表示法に違反する場合もあるという<sup>23</sup>。

このように、eスポーツ大会の賞金が景品表示法に違反しないことが確認され、場合によってはプロライセンスの有無は関係ないとされた。しかしそれにも関わらず、ジュニアライセンスを所有している“ゆわ選手”は「ドラゴンブースト presents パズドラチャンピオンズカップ TOKYO GAME SHOW 2019」にて優勝を飾ったものの、ジュニアライセンス規約上、優勝賞金である500万円を受け取ることが出来なかった。JeSU公認プロライセンス規約によると、「ジュニアライセンス保持者は、JeSUがIPホルダーその他関係者と協議の上で別に定める場合を除き、予め賞金（報酬）を受領する権利を放棄するものとするが、JeSUにおいて相当と認める範囲のものに限り、賞品を受領することができるものと

する。ただし、金券に類するものとして JeSU が別途判断するものは賞品としても受領することはできないものとする。」<sup>24</sup>と書かれており、このまま適用されるとすれば賞金は受け取れない。しかしこの大会が開催される 2 日前にライセンスの有無に関わらず、仕事の報酬として受け取ることが可能であると大会開催者から発表されていたため、賞金の贈呈がされなかったこの出来事は大きな波紋を呼んだ。

ほかに、2018 年 2 月にアメリカで開催された「ストリートファイターVアーケードエディション」の成績上位者のみが参加できる「カプコンカップ」で優勝した“ももち選手”は当時プロライセンスを取得していなかったため、本来受け取れるはずだった金額ではなく景品表示法の限度額である 10 万円しか受け取ることが出来なかった。しかし 2019 年 2 月に開催された「EVOJapan」では“ももち選手”が優勝し、ここでは優勝賞金である 150 万円を受け取っている。この大会は「ストリートファイターVアーケードエディション」と同じ大会であるが、景品表示法に違反しているといった消費者庁からの指導はなく、ライセンスの有無による賞金額の規定が曖昧であることが分かる<sup>25</sup>。

3 つ目の問題は風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律(以下風営法)である。この法律はキャバレー、クラブ、パチンコ店などの適正化のために存在するものだが、1982 年の改正により非行防止の観点から全国のゲームセンターの営業も含まれてしまったことによって、家庭用ゲーム機や携帯ゲーム機、パソコンゲームなどのモニターを使用して遊ぶ場所を有料で提供する行為はすべて風営法に違反するものとなった<sup>26</sup>。このため e スポーツに関しても、ゲームをプレイするための練習場所や大会会場にゲーム機を多数設置した上で、入場者から料金を徴収してプレイする場合、風営法のゲームセンター営業に該当してしまう可能性がある。景品表示法や刑法賭博罪の問題は解決に近づいたものの、この風営法は未だに解決しておらず、e スポーツの大会はこれによって簡単に開催できない状態にある。しかし 1954 年には、風営法で管理されていたビリヤード場が健全なスポーツを行う場所として認められ、風営法の範囲から外されたという前例もある<sup>27</sup>。これと同様に e スポーツも健全なスポーツであると世間に認知され、e スポーツが風営法の範囲から外されることになれば、問題の解決に近づくのではないかとされている。

これら 3 つの法的問題によって日本の e スポーツは発展を阻まれており、特に風営法の問題を解決することが今後の課題である。また法的な問題以外にも様々な問題がある。例えば JeSU の地方支部が設置されていない東北と四国に展開することで大会を各地域で開催可能にし、e スポーツの発展と普及復興、認知度の向上に努めること。さらに現在は JeSU 公認タイトルの大会にて好成績を収めたものだけがプロライセンスを発行できるが、大会に参加する以外にもゲームセンターやインターネットカフェなどで好成績を収めた場合は JeSU 公認プロライセンスの取得を可能にすることで、プロプレイヤーの人口を増加させ、注目される選手にスポンサー企業が付くことによって e スポーツの市場規模が拡大するのではないかと予想される。また、学校に協力を要請しクラブ活動でゲームを行えるようにすることで今後注目される選手の育成の場にするなど、日本に e スポーツを浸透させるためには課題が多数残されている。

## おわりに

本論文を通して、海外に比べて日本の e スポーツが遅れを取っている現状が明らかになった。現時点の日本で仮に e スポーツの認知度が上がったとしても、法的問題や練習施設、大会を開催できる大きさの会場の少なさや、ゲームに対する偏見の多さ、娯楽としてのイメージが強く残っていることなど課題は多く残されている。2018 年に世界保健機関がゲーム障害を正式に認め、最近の日本でもゲーム依存が問題視されるなど、現在世界的に e スポーツを浸透させる動きよりもゲームが与える悪い印象の方が目立っていると筆者は考える。この問題によって、2-2 で述べた中国や韓国のように日本でも未成年のゲームプレイ時間が制限されてしまう可能性もゼロではない。このような状況のままでは、ゲーム大国と呼ばれている日本のゲーム産業も衰退し、e スポーツを浸透させようにも準備が万全に整わないままであることから、日本に e スポーツが浸透していくことは難しいと筆者は考える。

また、e スポーツに認定されているゲームの大半がパソコンゲームであるのに対して、日本では家庭用ゲーム機が人気であり、e スポーツの種目に認定されているパソコンゲームのプレイ人口が少ない。そのため、海外プレイヤーが参加する大会でよい成績を残すことが難しく賞金を手に入れにくいことから、ニュースなどで話題になることも多くない。

しかし、2020 年に 5G が導入されることによって、スマートフォンで動画を視聴することがより当た

り前になれば、第3章で論じたようにeスポーツをインターネット観戦で目にする人の数は増えるのではないだろうか。そして今後eスポーツの大規模大会で日本人選手が優勝を飾り、高額賞金を手にする出来事が起こった時に、その認知度はさらに上がり、日本におけるeスポーツの発展はようやくスタート地点に立つことが出来るのではないだろうか。

## 【参考文献】

- AZrena. 「インターネット配信がスポーツを変える!? “現地観戦以上” の魅力への期待感」  
<https://news.livedoor.com/article/detail/13195183/> (2019年12月5日アクセス)
- Bauhutte. 「eスポーツとはどんなスポーツ? 話題のオリンピック新種目「eスポーツ」を丸裸!」  
<https://www.bauhutte.jp/bauhutte-life/e-sports/> (2019年12月5日アクセス)
- BizArts. 「データで見るeSports / eスポーツ業界・市場動向レポート (日本・海外)」  
<https://biz-arts.com/2018/11/07/e-sports-market/> (2019年12月5日アクセス)
- DAZN. <https://watch.dazn.com/ja-JP/sports/> (2019年6月20日アクセス)
- ELECOM. 「世界で競技人口が爆発的増加! eスポーツの歴史と日本の現状」  
[https://www.elecom.co.jp/pickup/column/esports\\_column/00001/](https://www.elecom.co.jp/pickup/column/esports_column/00001/) (2019年12月5日アクセス)
- ForbesJAPAN. 「ゲーム事業の売上高トップはテンセント 日本3社も上位入り」  
<https://forbesjapan.com/articles/detail/21322> (2019年12月5日アクセス)
- G-HARD.NET ゲーミングウェア総合情報サイト「管理人について」  
<http://www.g-hard.net/html/sigma.html> (2019年12月5日アクセス)
- JIIJ.COM. 「若い世代でテレビ離れ進む 約1割「見ていない」一時世論調査」  
<https://www.jiji.com/jc/article?k=2019112500129&g=soc> (2019年12月5日アクセス)
- KDDI IOT. 「5Gとは?」<https://iot.kddi.com/5g/> (12月9日アクセス)
- Midworks. 「ゲーム業界の現状・動向とは | 市場規模や将来性」  
<https://mid-works.com/columns/freelance-career/engineers/1074354> (2019年12月5日アクセス)
- NHK NEWS WEB 「プレステ 据え置き型でギネス世界記録に認定 発売から25年」  
<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20191203/k10012200731000.html> (2019年12月9日アクセス)
- OPENREC.tv 公式HP. <https://www.openrec.tv/user/rage-esports> (2019年12月5日アクセス)
- RedBull. 「eスポーツとプロスポーツの賞金総額を比較してみた」  
<https://www.redbull.com/jp-ja/dota-international-prize-pool-vs-real-sports> (2019年12月5日アクセス)
- SEGA Games. 「セガゲームス、「スマートフォン・スマホゲーム利用動向調査 2017年12月」を発表 -15~69歳男女におけるスマホゲーム利用者推計3,480万人、前回調査から横ばい-」  
[https://sega-games.co.jp/release/180228\\_1.html](https://sega-games.co.jp/release/180228_1.html) (2019年12月9日アクセス)
- STARTUP DB. 「視聴者数9960万人に達するゲーム大会も!? 新産業「eスポーツ」を分析」  
<https://media.startup-db.com/research/e-sports> (2019年12月5日アクセス)
- URAWA RED DIAMONDS 公式Instagram.  
<https://www.instagram.com/urawaredsofficial/?hl=ja> (2020年2月11日アクセス)
- 久保田圭一. (2019)『究極の「コト消費」であるスポーツビジネス成功のシナリオ  
メッシの踏んだ芝生は何故売れるのか』日経BP社 191-193頁
- サッカーキング. 「【2019年最新版】DAZN(ダゾーン)の“今”をユーザー目線で紹介。コンテンツ、視聴環境、機能、料金は?」<https://www.soccer-king.jp/news/world/cl/20190920/903382.html>  
(2019年12月5日アクセス)
- 埼玉スタジアム2002 公式HP.  
<https://www.stadium2002.com/stadium.html> (2019年12月5日アクセス)
- ソニーインタラクティブエンタテインメント公式HP.  
<https://www.sie.com/corporate/data.html> (2019年12月5日アクセス)
- 一般社団法人日本eスポーツ連合公式HP. <http://jesu.or.jp/> (2019年12月5日アクセス)
- 岡安学. 「eスポーツ大会の高額賞金が「グレーな理由」」  
<https://toyokeizai.net/articles/-/212044?page=2> (2019年12月5日アクセス)
- 岡安学. (2019)『みんなが知りたかった最新eスポーツの教科書』株式会社秀和システム
- 株式会社KADOKAWA. 「2018年日本eスポーツ市場規模は48.3億円と推定 ~Gzブレイン発表~」  
<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000005308.000007006.html> (2019年12月5日アクセス)
- 株式会社NTTデータ. 「平成28年度コンテンツ産業強化対策支援事業(オンラインゲームの海外展開強化等に向けた調査事業) 報告書」[https://data.go.jp/data/dataset/meti\\_20170510\\_0024](https://data.go.jp/data/dataset/meti_20170510_0024)  
(2019年12月12日アクセス)
- 株式会社マーシュ. 「スポーツ観戦に関する調査」  
[https://www.asmarq.co.jp/pdf/marsh\\_research\\_20150513.pdf](https://www.asmarq.co.jp/pdf/marsh_research_20150513.pdf) (2019年12月12日アクセス)
- 株式会社マクロミル. 「eスポーツは日本で浸透するのか? 15~49歳1,000人調査(マクロミル調べ)」  
<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000468.000000624.html> (2019年12月12日アクセス)
- 全国都道府県対抗eスポーツ選手権2019 IBARAKI 公式HP. <http://culture-ibaraki.jp/esports2019/>  
(2019年12月12日アクセス)
- 電子政府の総合窓口. 「昭和二十三年法律第二百二十二号 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律」  
[https://elaws.e-gov.go.jp/search/elawsSearch/elaws\\_search/lsg0500/detail?lawId=323AC0000000122](https://elaws.e-gov.go.jp/search/elawsSearch/elaws_search/lsg0500/detail?lawId=323AC0000000122)

- (2019年12月12日アクセス)
- 電ファミニコゲーマー。「世界初の家庭用ゲーム機は、プレイヤーが画面にフィルムを貼り付けて遊ぶもの—ファミコン以前のテレビゲーム機の系譜を語ろう」  
<https://news.denfaminicogamer.jp/kikakuthetower/190104> (2019年12月12日アクセス)
- 東京ビックサイト公式HP. <http://www.bigsight.jp/facilities/tft/hall/tfthall/>  
 (2019年12月12日アクセス)
- 読売新聞。「観戦はネットが主流」(2019年5月14日朝刊)
- 任天堂公式HP. [https://www.nintendo.co.jp/ir/finance/hard\\_soft/index.html](https://www.nintendo.co.jp/ir/finance/hard_soft/index.html)  
 (2019年12月12日アクセス)
- 樋口進(2018).『スマホゲーム依存症』 内外出版社
- 平岩康佑。「ゲーム大国日本に「eスポーツ」が本格的に普及していない3つの理由」  
<https://bunshun.jp/articles/-/10041> (2019年12月12日アクセス)
- 野村大地. 野村総合研究所コンサルタント「今さら聞けない「eスポーツとは何か」？ゲームがオリンピック種目になり得るワケ」  
<https://www.sbbi.jp/article/cont1/36046#head6> (2019年12月12日アクセス)
- 野澤正毅。「ゲーム業界の世界ランキング：アリババも恐れるテンセント ソニーや任天堂の行方は？」  
<https://www.sbbi.jp/article/cont1/29102> (2019年12月12日アクセス)
- 
- 1) SEGAGames「セガゲームス、「スマートフォン・スマホゲーム利用動向調査 2017年12月」を発表「—15～69歳男女におけるスマホゲーム利用者推計3,480万人、前回調査から横ばい」  
[https://sega-games.co.jp/release/180228\\_1.html](https://sega-games.co.jp/release/180228_1.html) (2019年12月9日アクセス、以下注に示すURLはすべて同日に最終アクセス)
- 2) JeSU公式HP [https://jesu.or.jp/contents/about\\_esports/](https://jesu.or.jp/contents/about_esports/)
- 3) 電ファミニコゲーマー「世界初の家庭用ゲーム機は、プレイヤーが画面にフィルムを貼り付けて遊ぶもの——ファミコン以前のテレビゲーム機の系譜を語ろう【新連載：ロード・トゥ・ファミコン】」  
<https://news.denfaminicogamer.jp/kikakuthetower/190104>
- 4) livedoorNEWS「eスポーツはゲームなのか？ スポーツなのか？ 誤解を生む理由と止まらない世界の普及」  
<https://news.livedoor.com/article/detail/14351314/>
- 5) G-HARD.NET ゲーミングウェア総合情報サイト「管理人について」<http://www.g-hard.net/html/sigma.html>
- 6) DOTA2公式HP <http://www.dota2.com/international/battlepass/>
- 7) ALIENWAREZONE「いま世界で最も盛り上がっているeスポーツゲーム(PC版)10選！【2019年改定版】」  
<https://alienwarezone.jp/post/1305>
- 8) ミュゲムス「eスポーツがアメリカの高校で広がる導入の背景とは」  
<https://mugemus.com/e-sports-about/esportsusa>
- 9) 笹川スポーツ財団「アメリカのeSportsの現状」  
<http://www.ssf.or.jp/report/international/us/tabid/1249/Default.aspx>
- 10) EDEN「韓国はeスポーツに強い？韓国での大会や施設の規模等ゲーム先進国の歴史を紐解く！」  
<https://eden-esports.jp/archives/3609>
- 11) 産経WEST「韓国の人気No.1職業は「教師」だが…なりたい子供の夢を欺く高給、安定、過重労働の「虚実」」  
<https://www.sankei.com/west/news/180121/wst1801210001-n1.html>
- 12) THE ESPORTS OBSERVER「Market Size in China to Reach \$1.5B in 2020」  
[https://esportsobserver.com/tencent-report-china-market/?\\_fsi=0NU9EaGY](https://esportsobserver.com/tencent-report-china-market/?_fsi=0NU9EaGY)
- 13) Gages park「【特集】中国未成年ゲーマーの「制限」に効果はあるのか？日本と異なるゲーム文化から考えてみる」  
<https://www.gamespark.jp/article/2019/11/11/94520.html>
- 14) JeSU公式HP [https://jesu.or.jp/contents/about\\_esports/](https://jesu.or.jp/contents/about_esports/)
- 15) ファミ通.com「日本と韓国のトッププレイヤーたちが激突！eスポーツ日韓戦が開催」  
[https://www.famitsu.com/game/news/1212253\\_1124.html](https://www.famitsu.com/game/news/1212253_1124.html)
- 16) 岡安学(2019)『みんなが知りたかった最新eスポーツの教科書』12頁
- 17) DAZN公式HP <https://watch.dazn.com/ja-JP/sports/>
- 18) KDDI IOT「5Gとは？」<https://iot.kddi.com/5g/>
- 19) 消費者庁「景品表示表」[https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair\\_labeling/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/)
- 20) 弁護士法人中村国際刑事法律事務所「「刑事法のひろば」に関する刑事弁護コラム」  
<https://www.t-nakamura-law.com/column/>
- 21) GAME Watch「日本eスポーツ界に画期的な進展！日本eスポーツ連合の報告会が開催」  
<https://game.watch.impress.co.jp/docs/news/1207014.html>
- 22) 消費者庁「法令適用事前確認手続(ノーアクションレター制度)」<https://www.caa.go.jp/law/nal/>
- 23) JeSU公式HP [https://www.caa.go.jp/law/nal/pdf/info\\_nal\\_190805\\_0001.pdf](https://www.caa.go.jp/law/nal/pdf/info_nal_190805_0001.pdf)
- 24) JeSU公式HP <https://jesu.or.jp/wp-content/themes/jesu/contents/pdf/agreement-license.pdf>
- 25) 岡安(2019)『みんなが知りたかった最新eスポーツの教科書』59-61頁
- 26) 日経XTREND「日本で立ち上がるeスポーツ 発展の真の壁は風営法だ」  
<https://xtrend.nikkei.com/atcl/trn/pickup/15/1003590/121801497/?P=2>
- 27) 企業法務ナビ「改正風営法施行、その改正概要について」<https://www.corporate-legal.jp/>

# 公共交通を維持していくために

## —「新たな公」による新しい交通の形で交通空白地帯を無くす—

マネジメント学部 マネジメント学科

田中 優衣

### 1. はじめに

日本は現在、少子高齢化の影響で長期的な人口減少が起きている。国立社会保障・人口問題研究所の調査によれば、2010年に約1億2800万人あった総人口が、2050年には約9,700万人に、2100年には約4,960万人になると推測されている。日本全体で人口が減少しているが、特に地方で人口減少が進んでいることには課題が多い。というのも、地域の人口が減ると地域経済が衰退していくことに加え、自治体の税収入の減少により、医療や交通、水道、インフラ整備などのあらゆる行政サービスが提供できなくなるという問題が発生するからである。また、地域経済が衰退することで地域産業も衰退し、働き場を求め若者が都心部へ流出し、地域の人口減少と高齢化が進み、さらに地域経済・産業が衰退し、行政サービスが低下するという悪循環に陥ることになる。現在、日本の地域はすでにこの悪循環に陥っており、地域全体が衰退しているといわれている。

地域が衰退することで維持が困難になる行政サービスの1つに、公共交通サービスがある。公共交通機関は地域経済の基盤であり、公共財的役割が大きい。公共交通機関があることは、地域住民の移動のしやすさなど、生活の質に大きく関わることである。しかし、地域の公共交通機関は、現在、モータリゼーションの進展と人口減少により、利用者が長期的に減少していることで廃線・撤退をしている。そのため、地域、特に地方の公共交通機関の経営は悪化し、鉄道やバスなどの交通事業者が不採算線路から撤退するようになった。その結果、公共交通機関を維持することが困難となり、交通空白地帯が出現し、地域の公共交通サービスが低下している。

交通空白地帯が出現することで、地域住民や観光客の移動が困難になることに加え、移動が困難であるため住みにくいという地域の魅力低下に繋がる。つまり、交通空白地帯が出現することは地域に悪影響を与えるのである。現在、交通事業者は経営状況が悪化しているため、新たな施策を行うことで交通空白地帯の問題を解決することは難しい。さらに、人口減少による税収入の低下により、地方自治体の財政状況も悪いため、自治体が主体となって交通空白地帯の解消を行うことが出来ないという状態になっている。

そこで、このような地方交通の問題を改善することを目的に、「新たな公」による交通を導入することで、交通の再生を試みる地域がでてきた。国土交通省（2008）によると、「新たな公」とは「住民、NPO、企業などの様々な民間主体を地域づくりの担い手として捉え、民間と行政が連携する仕組みをとることで地域の課題に対応する可能性が高まる」という考え方である。つまり、行政と民間が協力することで、公的機関でも私的機関でもない中間の機関をつくり、行政だけでは供給することが困難なサービスなどを地域に提供することを目的としている。地方の公共交通の現状では、行政や事業者のみで公共交通の維持と交通空白地帯に交通サービスを供給することが困難である。そのため、自治体では「新たな公」を使って、交通空白地帯の解消を目指している。地域交通の「新たな公」として住民やNPOが運営するコミュニティバスやデマンドバス、乗り合いタクシーなどがある。

そこで本稿では、日本の地域交通の現状を述べるとともに、新たな公による交通の特徴や問題点を明らかにしながら、「新たな公」による交通を地域に導入する試みとして、デマンドバスとライドシェアを事例に挙げ、「新たな公」による交通を導入することで地域の公共交通を維持することが出来るのかについて考察していく。

## 2. 日本の地域交通の現状

### 2-1 地域交通の現状

まず、日本の地域交通がどのような状態なのか述べていく。先ほど述べたように、モータリゼーション化と人口減少により、地域の公共交通機関の利用者は長期的に減少傾向である。国土交通省（2018）によると、1990年から2015年までの25年間で、乗り合いバス事業の利用者は23億人減（35%減）、地域鉄道の利用者は1億人減（20%減）となっている。また、利用者減少に伴い、地域公共交通サービスが低下している。鉄道やバスを含め利用者が減少することで、多くの交通事業者の経営が困難になっていき、事業撤退や赤字路線の廃線などがおき、公共交通サービスが供給できない地域も存在している。国土交通省（2018）によると、一般路線バス事業者の6割以上、地域鉄道事業者の7割以上が赤字経営となっている。また、一般路線バスについては2007年度から2015年度までの9年間に約13,100キロメートル、軌道鉄については2000年度から2015年度までの15年間に39路線、約770キロメートルが廃線となっている。その結果、交通空白地帯の面積は、日本の可住地面積の約30%にあたる36,477平方キロメートル、交通空白地帯の人口は日本の人口の5.8%にあたる735.1万人となっている。今後、人口減少により公共交通機関を利用する人がさらに減少すると考えられ、廃線や撤退の交通事業者の増加、それに伴い交通空白地帯がさらに増えると考えられる。

このように、公共交通機関の利用者は減少傾向だが、他方で日本の公共交通事業者は独自採算で経営を成り立たせている。坂本（2017）によると、日本で交通事業者がこれまで独自採算で経営を成り立たせられたのは、日本の経済のインフレ基調が続き初期投資の回収の見込みが立てやすかったことと、人口が増加傾向であり、今後需要が長期的に拡大する見込みがあったことの2つが要因であると述べている。資本主義社会である日本では、人口減少などによる交通利用者の減少は交通事業者の経営に大きな悪影響を与え、公共交通の維持も困難となるといえる。

### 2-2 交通空白地の出現による地域への影響

地域の交通空白地の出現し、公共交通サービスが低下することは、地域にとってどのような影響を与えるのであろうか。公共交通機関が空白化してしまうことによって起こる問題として2つ挙げられる。1つ目は地域住民の移動が困難になること、2つ目は地域の魅力低下につながることである。

交通の空白地が出現することで、まず自動車を運転できない人の移動が困難になるという問題が発生する。公共交通機関がないと、自動車を運転することが出来ない高齢者や子ども、免許を持っていない人、加齢や事故により自動車の運転が困難になった人の買い物や通院、通学の移動手段が無くなってしまう。タクシーを使うという選択肢もあるが、買い物や通院などの使用頻度の高い施設への送迎であるとタクシー料金が高額になってしまう恐れがある。また、利用場所によっては、買い物などの金額よりもタクシー料金のほうが高額になるという場合もあるため、気軽にタクシーを利用することが出来なくなる。移動への金額が高額になることで、その他の費用を節約しなければならないことや、外出頻度を減らさなければならないことなど、その地域住民に大きな影響を与える。

2018年度国土交通省国民意識調査によると、現居住地の将来的な不安に「公共交通が減り自動車が運転できないと生活ができない」が29.3%と最多で多いことがわかる。いつまでも自動車を運転できるわけではないため、公共交通機関が空白化してしまうと、生活できない人が多くなり、特に人口減少が進んでいる地方では多くなることが予想されるのである。

さらに、大塚（2019）は「普段は自家用車を利用している年齢層の人であっても、車の運転が不可能または困難な家族がいる場合、送迎の負担が発生することがあるだけでなく、自身も将来車の運転が困難となる時も来る」と述べている。自分自身は自動車の運転が出来ていても、家族に自動車の運転が困難な人がある場合、自動車の運転が可能な人への負担が大きくなる。交通の空白地帯があることで、自動車の運転が困難な人だけでなく、その家族も大きな影響を受けることとなる。

また、坂本（2017）は、「生活に自動車が不可欠な地域において自動車は一人一台が当たり前であり、公共交通としての移動手段が確保されれば交通弱者の移動確保に加え車の所有による住民の家計支出の軽減策にもなる」と指摘している。ガソリン代や税金などがかかる自動車を複数所有することは家計に響くことであり、タクシーの利用だけでなく車も所有するために、その他の経費を削減するなど地域住民に影響を与えるのである。

2つ目に挙げられる問題は、地域の魅力の低下である。大塚（2019）は「対策を講じてない地域で

は、車の運転が不可能または困難な家族を抱える市民や、現在は運転に問題のない年齢でも将来運転が困難となる不安を抱える市民が、交通の俚諺性<sup>1</sup>の高い地域へ流出する事態を招来するリスクがある」、「公共交通機関の有無は地域の魅力につながる」と述べている。現在は自動車の運転ができ、生活に支障がなくても、将来的に自動車が運転できなくなることを想定して、生活のために公共交通機関がある都市部へ住民が流出ことにより、地域の人口減少とそのことによる交通機関の利用者の減少、さらに交通事業者が赤字になり交通空白地の解消ができないという、負のスパイラルに陥ることになる。

また、公共交通機関がないことは地域に住んでいる人だけでなく、その地を訪れる観光客の移動も同時に困難となる。地域内では採算できない部分を、観光客などの外部で賄おうとしても、交通が不便であると観光客への地域の魅力の低下につながり、観光客を呼び寄せることが困難となる。地域の魅力低下により、観光客の呼び寄せが困難になると、地域経済が活発にならないという問題が発生する。

このように地域交通を守らなければ移動が困難な交通弱者だけでなく、自動車の運転が可能な住民にも大きな影響があり、さらに地域の魅力低下による人口流出と観光客の減少、地域経済の衰退などを招く恐れがある。そのため、地域の交通を確保・維持することは地域経済の活性化や維持に大きく関わる。しかし、地方の交通事業者の多くは赤字であり、自治体も財政悪化のため、交通事業者と自治体だけでは地方の交通を維持・回復することは難しい現状となっている。

このような地方交通の状況を受け、地方自治体は「新たな公」による交通の導入で地方交通の問題を解決することを試みるようになった。次章では「新たな公」について述べていく。

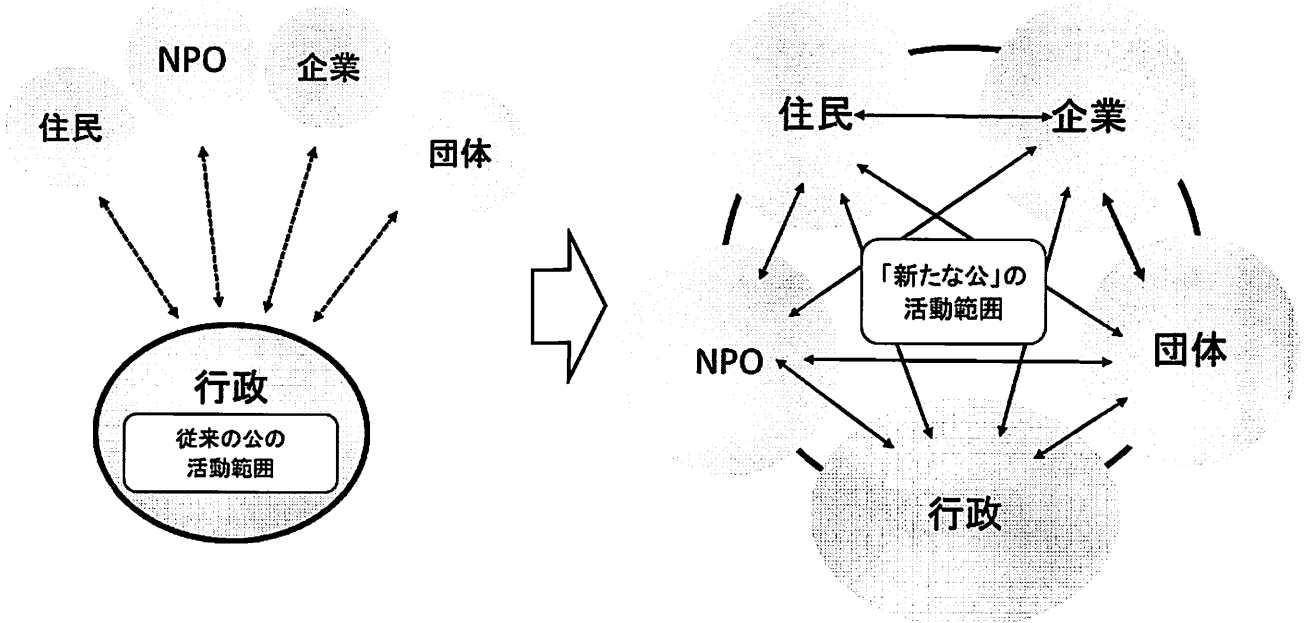
### 3. 「新たな公」による交通

#### 3-1 「新たな公」とは

国土交通省（2008）によると、「新たな公」とは「2008年に閣議決定された国土形成計画において、今後の地域経営の機軸となるべきものと位置付けられている考え方」のことで、行政が提供していたサービスを行政に代わって提供していく、というだけではなく、従来行政が行ってこなかったような公共的な仕事を行っていくもの、さらには、もともと民間の仕事であったものに公共的な意味を与えて提供するものなど、多様な活動に係る「担い手」になるものである。図1のように従来の公共の活動範囲は行政が行うことだけであったが、人口減少、少子高齢化など様々な社会状況の変化により、行政だけで公共サービスを提供することが困難となってきた。そのため、住民やNPOなどの民間と協力して公共の活動範囲を広げることで、きめ細かい公共サービスを地域住民に提供できるようにすることを目的としている。つまり、財政悪化などで提供が出来なくなっているサービスや、今まで提供してなかったサービスを、地域住民やNPO、地元企業などの民間主体も地域の担い手として行政と協力することでできるようにし、さらに今まで以上にきめ細かい公共的サービスを提供できるようにすることで、地域づくりの軸とする考え方である。「新たな公」による地域づくりとは、多様な民間主体と行政が協働することで、地域住民の生活を支え地域活力を維持することである。

人口減少により多くの自治体の税収入が減少し、行政サービスを維持することが困難となってきている。自治体だけでは解決できない地域の問題を、民間主体と協力することで解決することを目的とするのが「新たな公」である。次節ではその「新たな公」での地域交通を見ていく。

図1 新たな公のイメージ



国土交通省 (2009) 『「新たな公」による地域づくりと「新たな公」によるコミュニティ創生支援モデル事業』について』より作成

### 3-2 「新たな公」の地域交通

「新たな公」による地域交通の形の1つに、デマンドバスなどの「デマンド交通」がある。国土交通省によると、「デマンド交通」とは、電話予約などの利用者のニーズに応じて柔軟な運行を行う公共交通形態の1つである。利用者が利用したい時間と目的地を予約し、予約を受けた事業者が利用者を目的地まで送るというシステムである。電話予約などで家の前や病院の前などの、利用者が来てほしい場所に来てくれるというタクシーの面を持ちながら、バスと同じような価格で利用できるという面を持っているのがデマンド交通である。野村(2015)によると、日本で初めてデマンド交通が導入されたのは1972年に運航開始、1997年に廃止された大阪府能勢町の「能勢デマンドバス」であり、50年ほど前からデマンド交通と言うのは日本で存在している。デマンド交通の導入市町村数は2013年度で311件となっている。デマンド交通システムには「IT活用型」と「非IT型」の2つがあり、自治体は自分たちの地域の需要に合う方を選んでデマンド交通を導入する。デマンド交通の需要が高く登録者が多い場合はIT型のほうが適しており、利用登録が必要ない場合と登録者が少ない場合は非IT型のほうが適している。

デマンド交通と似ているもので、「ライドシェア」も近年注目されている。「ライドシェア」とは言葉通りの自動車の相乗りのことである。アメリカを中心にライドシェアサービスを提供しているウーバー・テクノロジーズ社ではライドシェアを「プラットフォームを介して、時間と車が空いている一般ドライバーが、移動サービスを求める乗客に対して移動サービスを提供する」と定義している。ウーバー・テクノロジーズ社は2009年に設立された会社であり、自動車配車サービスを提供し、個人での配車サービスの提供を始めた会社である。ウーバーでは自動車で移動したい人が専用のアプリを通じて行き先を設定し、ウーバーに登録されている自動車や価格、運転手の情報を確認したうえで配車の予約をする。運転手側は位置情報をもとに予約者のもとへ行き、予約者を目的地まで送り届ける。金額は距離に応じてあらかじめ決まっており、支払いはアプリ上で行うため、タクシーのように車内で支払いをすることはなく、価格はタクシーより安い。

両者とも利用者が配車を依頼し、利用者が行きたい時間に行きたい場所へ低価格で行けるという面は同じである。

ここまで新たな公による地域交通を2つ見てきた。では、実際にデマンド交通とライドシェアはどのように運行されているのか。次節ではそれぞれの事例を見ていく。

### 3-3 長野県安曇野市「あづみん」

ここでは長野県安曇野市のデマンド交通の「あづみん」について述べる。長野県安曇野は松本市と隣接しており、2005年に豊科町、穂高町、明科町、堀金村、三郷村が合併し、現在の安曇野市になった。合併する以前は、旧5町村がそれぞれ別の交通形態をしており、合併し安曇野市になってから旧町村全体を結ぶ交通形態がなかったため、利用者も伸びなかった。今までの交通形態を新たに变えるため、2006年に新たな交通機関の導入を検討し、翌年の2007年にデマンド交通の「あづみん」が運行開始した。

「あづみん」の事業主体は長野県安曇野市の安曇野市地域公共交通協議会であるが、委託運行しているため運行主体は安曇野市にあるタクシー事業者である。2019年3月まで南安タクシー（有）、安曇観光タクシー（株）、明科第一タクシー（株）、（株）バイタルの4社のタクシー事業者が「あづみん」の委託運行を担ってきたが、2019年4月から（株）バイタルが運行事業から撤退し、現在は3社で「あづみん」を運行している。「あづみん」にはデマンド交通と定時定路線の2つの運行形態がある。デマンド交通の「あづみん」には時刻表は無く、土日祝日・年末年始を除いて1時間に1~2便バスを運行している。停留所は無く、原則自宅から目的地までを直接運行し、利用するには利用登録と電話予約が必要である。運行エリアは豊科・穂高・三郷・堀金・明科であり、豊科・穂高には共通乗り合いエリアがあるため、他のエリアから乗り入れが可能である。タクシーとの違いとして、価格が大人（中学生以上）の利用で300円、小学生・障害者の利用で100円など手軽に利用できる金額であること、他の利用者との乗り合いであるため時間に余裕をもって利用する必要があることである。また、定時定路線の「あづみん」は朝と夕方の決まった時間に決まった路線を運航する。主な運行期間は穂高駅・明科駅路線、豊科・田沢駅路線、明科スクールバス兼定時定路線で、利用料は大人が200円、障害者・小学生~高校生が100円である。定時に決まった線路を運行し、鉄道駅を結んでいるため、通勤・通学に利用されている。

デマンド交通の「あづみん」の利用状況として、まず利用者数は、2007年に導入して以来増加傾向であったが、2015年を境に現在は減少傾向である。2016年の利用者数は約8万5000人で、ピーク時よりも約6000人減少している。利用者は減少傾向だが、1人当たりの平均利用回数は増加傾向である。登録率は全エリア合わせて31%であり、地域別でみてもどの地域も20%以上の登録率となっている。利用者の年代で最も多いのは70歳以上の高齢者だが、若い年齢層も障害者施設への通所利用等で一定数利用している。よく利用される目的地を見ると、病院とスーパーが上位を占めている。病院とスーパー以外にも、福祉施設や鉄道の駅などの交通機関までの移動手段としても使われている。デマンド交通の「あづみん」の利用者数は減少傾向と述べたが、定時定路線の「あづみん」の利用者数は増加傾向である。

### 3-4 デマンドバス「あづみん」のまとめ

これまでのことを踏まえてデマンドバス「あづみん」についてまとめる。デマンドバス「あづみん」には時刻表と停留所は無い。配車をするには事前に利用登録が必要であり、配車予約は電話で行う。運行日は土日祝日と年末年始を除くすべての日で、1時間に1~2本運行する。運行エリアが決まっており、また一部共通乗り合いエリアがあるため、そこで他のエリアから乗り入れが可能である。小学生などを除いて1回の利用料金は300円であり、これは同一地域内または共通乗り合いエリアまでの区間での料金である。バスは他の利用者との乗り合いを原則としている。

これらをもとにデマンドバス「あづみん」のメリットとして3つ挙げられる。1つ目は料金が低価格であること、2つ目は自宅から目的地まで直接運行してくれること、3つ目は配車予約が電話でできることである。デマンドバス「あづみん」の料金は同一エリア内または共通乗り合いエリアまで300円と安く、旧町内であれば1回300円で移動ができる。また、回数券を利用すれば1回の利用料が300円より安くなる。旧町外への移動でも乗り換えの際に追加で300円を支払えば移動ができ、タクシーを利用するよりは大幅に安く安曇野市内を移動することが出来る。また、停留所がないため原則自宅から目的地まで直接運行してくれる。タクシーと同じように自宅から目的地まで直接運行してくれるため、重たい荷物があるときや、足腰が悪い高齢者などがバス停まで移動するという負担が無くなる。加えて、配車予約が電話でできることもメリットの1つとして考えられる。インターネットでの予約の場合、若い世代は予約しやすいが、インターネットをあまり利用しない高齢者が利用しにくくなる。しかし、電話予約であれば、インターネットを利用しない世代もデマンドバスを利用することができる。

反対にデメリットとしては2つ挙げられる。まず本数が少ないために、利用の予約の打ち切りをしていることがあること、次に利用には事前予約が必須であることである。デマンドバス「あづみん」は運行本数が少なく、乗り合える人数にも限りがあるため、一定以上の予約を申し込まれた際に予約を断ることがある。安曇野市(2018)によると、2017年8月22日～25日までの利用者の調査で利用者のうち50.5%が「予約を断られた経験」が「ある」と回答しており、また断られた時の対応として43.8%の人が「時間を変更して予約をした」と回答している。このように運行本数と乗り合いの人数の関係で利用者が希望する時間にデマンドバスを利用できない時がある。さらに、デマンドバス「あづみん」を利用するためには、事前に予約しないとデマンドバスを利用することが出来ず、急用の際に配車を依頼することが出来ない。また、基本的に他の利用者との乗り合いであるため、時間に余裕をもって利用することを、市からも注意を促している。そのため、急用の場合はタクシーや既存の路線バスなどを利用することとなり、時と場合によっては利用者にとって負担がかかってしまう。

ここまで長野県安曇野市のデマンド交通の事例を見てきた。次節ではライドシェアの事例を見ていく。

### 3-5 京都府丹後市丹後町 「支え合い交通」

ここではライドシェアの事例として、京都府京丹後市丹後町の「支え合い交通」について述べる。京都府京丹後市は京都府北部の丹後半島に位置しており、平成16年4月に峰山町・大宮町・網野町・丹後町・弥栄町・久美浜町が合併し、京丹後市となった。丹後町のバスはモータリゼーション化と人口減少の影響で公共交通機関の利用者が減少していた。そのため、運行される便が減り、町内の利便性が低下、それによる利用者の減少という悪循環をもたらしていた。また、2004年に丹後町、2012年には久美浜町、2014年には網野町からタクシー会社が撤退した。そのため、京丹後市の沿岸の3町はタクシーがない地域となっていた。このような状況の中、2014年に丹後町では市から委託されたNPO法人「気張る！ふるさと丹後町」によってデマンドバスが運行されるようになった。このデマンドバスは利用金額の上限が200円という利用者にとっての利点もあったが、1台のみの運行や事前予約が必須であることなどの不便な点もあった。そのため、2016年5月から京丹後市丹後町で道路運送法に基づく「公共交通空白地有償運送」、通称「支え合い交通」の運行を開始した。これはスマートフォンアプリ「Uber（ウーバー）」を利用した自家用車によるライドシェアサービスのことであり、ドライバーは登録されている地域住民である。このようなスマートフォンアプリ「Uber」で利用者とドライバーをマッチングさせ、GPSを用いており、加えて自家乗用車を使った配車システムは、京丹後市丹後町が日本初である。

ここで「支え合い交通」の詳しい内容を見ていく。運行主体はNPO法人「気張る！ふるさと丹後町」であり、2016年5月から支え合い交通の運行を開始している。運行区域は乗車が丹後町からのみであり、降車は京丹後市内全域となっている。運賃は乗車1.5キロメートルまで480円、1.5キロメートル以降は1キロメートルごとに120円を加算する方法であり、おおむねタクシー料金の半額である。運行開始当初の料金支払い方法はクレジットカード支払いのみであったが、2016年12月21日以降は利用時に現金払いも可能になった。運行時間は年中無休で午前8時～午後8時までである。配車する際、事前予約はできず、スマートフォンアプリの「Uber」を使って配車する。ボランティアの登録ドライバーは18名であり、ドライバー所有のマイカーで配車する。支え合い交通の車両には各車両の側面に認可標識が標示されている。地元住民だけでなく観光客も「Uber」のアプリをダウンロードすれば利用が可能である。支え合い交通の運営方法について、佐口（2018）は「支え合い交通の運営上の特徴は、徹底した合法性の担保」と述べている。支えあい交通では運行管理者を設置している。運行管理者は当日運行する予定の運転手のアルコール検査や健康状態を直接対面して確認する。これは7時半から8時と12時半から13時の間に行われ、場合によっては運行管理者の代理人が行う。また、車両整備に関しては、半年に1回、2000円程度の運転手の自己負担で行うことをNPOが運転手に義務付けている。運転手は公募では無く、NPOから依頼された人のみであり、運転歴3年以上・年齢上限は75歳・普通第2種免許を所持または国土交通省指定の講習を受けることを前提としている。

### 3-6 ライドシェア「支え合い交通」のまとめ

これらのことを踏まえ、ライドシェア「支え合い交通」についてまとめる。「支えあい交通」はスマ

ートフォンアプリ「Uber」を使って配車を依頼するため、「Uber」のアプリを登録していればだれでも利用することが出来る。また、今、自分がいるところから目的地までの移動を依頼することが出来る。料金はタクシーの約半額であり、利用距離によって金額が変わる。午前8時～午後8時までであったら年中無休で利用することができる。

これらをもとに「支え合い交通」のメリットとして2つ挙げられる。まず事前予約がなくても配車を依頼することが出来ること、次にシステム維持にコストがかかりにくいことである。「支え合い交通」は配車モードを ON にしているドライバーがいないという時を除き、地域住民が急に配車を依頼したくなったときでも利用することができる。また、観光客も「Uber」の配車アプリのダウンロードと登録さえしていれば予約など関係なく利用できる。そのため、地域住民だけでなく観光客も利用できる。

「支え合い交通」では配車システムアプリ「Uber」を利用しているため、配車システムの維持にコストがかかりにくいメリットもある。運行主体が Uber Japan にシステム手数料を支払うことで、配車サービスのアプリの提供を受けているため、アプリの管理がしやすい。また、配車に使う自動車は運転手のマイカーであるため、保険など一部運行主体が負担している部分はあるが、配車をする自動車自体の管理コストがかからない。

反対にデメリットは2つ挙げられる。まず丹後町からしか乗車ができないこと、次に運転手の収入が安定しないことである。「支え合い交通」では丹後町以外の京丹後市内であればどこでも降車することが出来るが、乗車は丹後町からしかできない。例えば、丹後町から久美浜町まで利用しても、久美浜町から丹後町まで「支えあい交通」を利用して戻ることができない。「支えあい交通」を使って往復できる範囲に限りがあり、市内全体で利用したい人にとっては不便である。さらに、運転手側のデメリットとして「支えあい交通」での運転手の収入が安定しないことが挙げられる。アプリで配車モードを ON にした際に配車の依頼が来た場合、配車を断ることが出来ないが、配車モードを ON にする時間は運転手によってバラバラであり、支えあい交通での実働時間が短いため、支えあい交通だけの収入では生活を成り立たせることは難しい。さらにガソリン代や車内での清算や、自動車点検費用などは運転手が賄うため、これらの費用と生活費を支えあい交通だけの収入で賄うことはできない。佐口（2018）によると「郷土愛に支えられているボランティアの延長と思わないと続かない」（東氏）労働なのである」と述べられている。

4. デマンドバスとライドシェアの特徴  
4-1 デマンドバスとライドシェアの特徴のまとめ

これまでの議論を踏まえて、両者の特徴をまとめたものが表1である。

表1 デマンドバス「あづみん」と「支え合い交通」の特徴

|            | デマンドバス「あづみん」               | 「支え合い交通」(ライドシェア)                                  |
|------------|----------------------------|---------------------------------------------------|
| 時刻表・停留所の有無 | 無し                         | 無し                                                |
| 利用登録       | 必要                         | アプリ登録                                             |
| 配車予約方法     | 事前に電話で予約                   | 事前予約不可、アプリで配車依頼                                   |
| 運休日        | 有り（土日祝日、年末年始）              | 無し（しかし、午前8時～午後8時の間のみ利用可能）                         |
| 運行本数       | 1時間に1～2本                   | 運行本数に決まり無し                                        |
| 運行エリア      | 有り                         | 有り                                                |
| 料金         | 300 円（同一エリア・共通乗り合いエリア内まで）  | 利用距離によって変動（1.5km まで 480 円、1.5km 以降は 120 円/1km 加算） |
| メリット       | ・低価格      ・直接運行      ・電話予約 | ・事前予約なしでも配車依頼が可能<br>・システム維持が低コスト                  |
| デメリット      | ・本数の少なさ<br>・事前予約が必須        | ・乗車エリアが限定<br>・運転手の収入面                             |

著者作成

2つの交通形態に共通していることは時刻表・停留所がないこと、運行エリアが決まっていること、登録方法は異なるが事前に利用登録が必要なこと、基本的に目的地まで直接運行してくれることの4つである。デマンドバス「あづみん」は利用には事前予約が必須であり、運行本数も限られているため、支え合い交通のように地元住民以外の人が利用するのは難しい。また、デマンドバス「あづみん」は電話で配車予約をするため、スマートフォンアプリよりも電話を利用する年齢層、つまり地域に住む高齢者が利用しやすいシステムになっている。乗り換えが必要だが、約 600 円で市内を移動できるため、デマンドバス「あづみん」の利用の対象は地域住民、特に自動車の運転が困難な高齢者層をターゲットにしていると考えられる。

一方、ライドシェアの支え合い交通は、アプリをダウンロードし、利用登録すれば居住地に関係なく利用することが出来る。アプリのダウンロードにはスマートフォンが必要であり、スマートフォンを電話よりも使う若い世代が利用しやすいシステムとなっている。地域住民だけでなく、観光客などの地元住民以外の若い世代を利用者のターゲットにしていると考えられる。

全てのデマンド交通がそうだとは言えないが、デマンド交通は地域住民以外が利用することを視野に入れておらず、主に地域住民が利用することを想定していると考えられる。反対にライドシェアは地域住民以外も簡単に利用することができ、スマートフォンアプリを利用するため、若い世代が利用しやすい。若い世代が使いやすいことは、地域に住む若い世代が交通の不便さで市外に流出することを、将来的に防ぐ効果があるかもしれない。また、地元住民以外の人でも簡単に利用できるため、観光客の誘致に利用できる可能性があると考えられる。これらのことから、デマンド交通は地域住民の需要に合わせた交通形態であると考えられ、ライドシェアは地域住民だけでなく外部の利用者の需要にも応えられる交通形態ではないかと考えられる。

#### 4-2 デマンドバスとライドシェアの問題点

デマンドバス「あづみん」とライドシェアの「支え合い交通」のそれぞれの現在の問題として、デマンドバス「あづみん」は本数が少ないこと、他方でライドシェアの「支え合い交通」は乗車エリアが決まっていることが挙げられる。デマンドバスでは本数が少なく、予約が集中すると利用者からの予約を断ることが起きてしまう。安曇野市（2018）でも利用者の約 6 割が「あづみん」に対して満足しているが約 4 割の人がデマンドバスの配車予約などについて不満があるとアンケート調査で明らかになっている。また、利用者が全市民の約 5%と低く、市民の多くは自家用車で移動しているためであると、安曇野市のアンケート調査で明らかになっている。安曇野市自体、自動車での移動が主流であり、デマンドバス「あづみん」を利用している人が少ないのではないかとと思われる。しかし、前に述べたように自動車をいつまでも運転できるわけではないため、今後は利用者が伸びていく可能性があり、デマンドバスが今よりも普及し運行本数も増えるのではないかと考えられる。

ライドシェアでは丹後町以外の場所から配車依頼することができない。スマートフォンアプリ「Uber」の配車可能エリアが丹後町のみであり、京丹後市全体ではないため、乗車できる範囲が決まってしまう。なぜ配車のエリアが決まっているのかと言うと、京丹後市が NPO でのライドシェアサービスを導入しようとした際、タクシーがなかった久美浜町と網野町にタクシーを復活させ、導入に反対したため、丹後町のみライドシェアサービスの導入となったからである。したがって、京丹後市全体にライドシェアサービスが普及していないため、乗車する際に気を付けなければならないという状態になっている。しかし、久美浜町と網野町に復活させたタクシーも台数が少なく、今後タクシーが無くなる地域が京丹後市内で出てくる可能性がある。

デマンドバス「あづみん」もライドシェアの「支え合い交通」も市内全体に普及しているとは言えないと思われる。普及がもっと進めば、利用者が増え、不便と感じる部分が減るのではないだろうか。

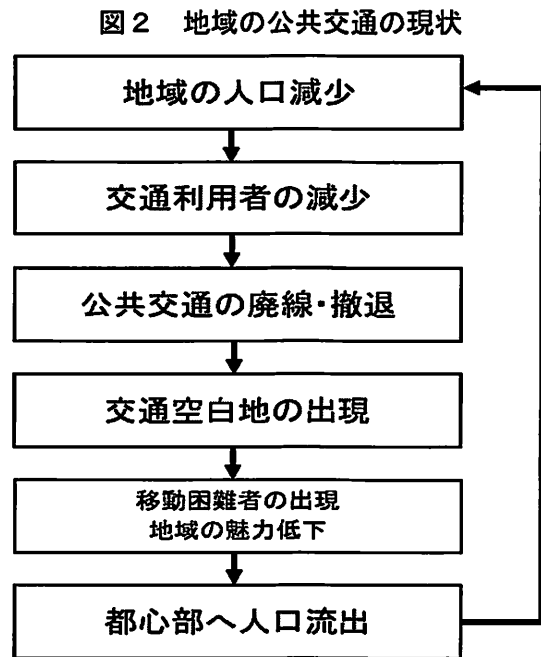
運営・運行側の面でみると、デマンドバスを運行するタクシー会社3社は「あづみん」の運行事業について「収益は大きくないが社会責任として自社で担うべき事業」と答えていることが、安曇野市のアンケート調査で明らかになっている。デマンドバス「あづみん」の運行主体は地元のタクシー会社だが、事業主体が安曇野市地域公共交通協議会であるため、デマンドバス「あづみん」の財源の多くは市の負担で賄われている。安曇野市（2018）によると、2018 年度のデマンドバス「あづみん」の財源の市の負担率は 71.6%であり、必要な財源は 2015 年度から増加しているが、運賃収入が減少していることがわかる。さらに国庫補助金が今後大幅に削減されることが予定されているため、市の負担が増加することが予想されている。ライドシェアのほうも、前に述べたように「郷土愛に支えられ

ているボランティアの延長」と思わないと続かない仕事であることが分かっている。

両者とも、現段階では普及しきれていないため利用者の需要に応えられていない部分がある。また、運営・運行側から見ても、問題点があり長期的に維持できる交通形態とは断言できないのである。

## 5. おわりに

ここまで、日本の地域・公共交通の現状と「新たな公」の交通について述べてきた。日本は今、少子高齢化により長期的な人口減少が起きている。このことは地域の衰退を招き、生活に必要な行政サービスの提供とインフラの維持が困難となっている。交通に注目すると、多くの地域で交通事業者の経営悪化により廃線・撤退が起き、交通空白地帯が出現するようになった。公共交通サービスが低下することは地域住民の移動が困難となることに加え、地域の魅力低下につながる。この2つは住民が交通の便の良い都心部へ流出させてしまう要因となり、結果として人口流出による地域住民の減少、さらに地域が衰退してしまうという図2のような悪循環に陥ってしまう。



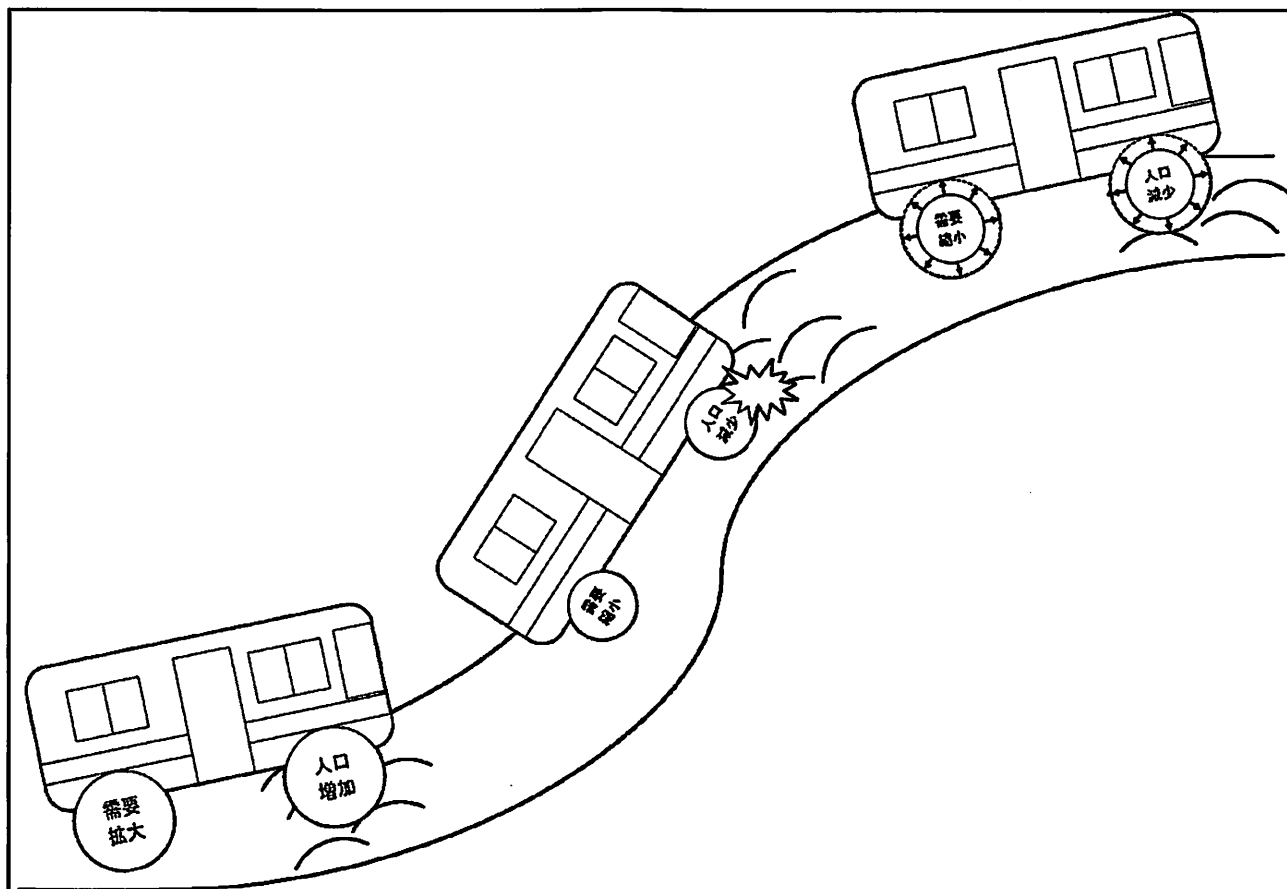
著者作成

このような状況の中、公共交通を維持するため地方自治体が行っているのが、行政でも民間でもない中間に位置する「新たな公」を利用した交通である。本稿で例に挙げたのは長野県安曇野市のデマンドバス「あづみん」と、新たな交通の形として注目されている京都府京丹後市のライドシェアの「支え合い交通」である。どちらも時刻表・停留所がなく、事前または利用前に配車予約をして利用するシステムである。また、料金は既存のタクシーを使うより低価格であり、利用者の負担は少ない。デマンドバスは主に地域住民が利用しやすい特徴があり、ライドシェアは利用者だけでなく観光客などの地元住民以外の人も利用しやすいという特徴がある。それぞれ、低価格であることや自分が乗りたい場所から配車できるなど地域の需要に応えている部分があり、今後の公共交通の維持に繋がる可能性がある。

両者は地域の交通維持を目的として運行されているが、まだ課題が多く、運行本数の少なさや乗車可能エリアの制限など地域住民の需要に応えられていない部分がある。また、運営側の面でも、デマンドバスもライドシェアも利益を求めようとしても、実働時間の短さなどにより利益は少なく、地域への貢献やボランティアの延長と思わないと続かない形態のサービスとなっている。さらにデマンドバス「あづみん」の例のように、今後、市の負担が増加していき、持続的な供給が難しくなる可能性がある。このように「新たな公」による交通というのは現段階で持続的に維持できるか不確かで、

郷土愛やボランティア精神で支えられている、ある意味、不安定で曖昧な位置にいる公共交通機関である。日本の地域はそのような不安定で曖昧なものに頼らないと、交通サービスを維持できないという局面に来ているのである。

図3 従来の地域交通から、これからの地域交通のあり方への変化



著者作成

図3は、従来の交通とこれからの交通のあり方を、バスに例えて著者が作成したものである。この図を使って本稿で明らかになったことをまとめる。バスは地域公共交通を表し、タイヤは地域公共交通であるバスを動かすために必要なもの、供給に必要な利用者などを表している。従来のバスは人口増加と需要の拡大が見込めたため、タイヤが大きく、何か特別の施策を行わなくても運行本数の多さや運行するエリアなどといった地域住民の需要（でこぼこ道）を乗り越えることができた。しかし、現在は、人口減少とモータリゼーション化で需要が縮小し、タイヤが小さくなってしまった。そのため、以前は越えられていた地域の需要（でこぼこ道）を乗り越えることができず、地域に交通サービスを供給することが困難となってしまった。これからの地域交通は小さくなったタイヤを大きくするため、「新たな公」による交通を利用すること（つまり、タイヤに空気をいれること）で地域の需要に 대응していく。「新たな公」による交通という新しい交通形態の利用でタイヤが大きくなることで、地域の需要（でこぼこ道）を乗り越えることができ、地域の公共交通を維持することができる。

しかし、「新たな公」による交通は、利用者の面と運営側の面の両方から見ても不安定で曖昧な交通形態であるため、しっかりとした表面のタイヤではない。いつパンクし、破たんしてもおかしくないタイヤである。今後、長期的に地域の公共交通を維持していくためには、タイヤに空気を補充する「新たな公」による交通を、安定しており明確な交通（タイヤの表面が頑丈）にしていける必要がある。そのためには地域での認知度向上や配車可能エリアの拡大を図ることが大切であると考えられる。認知度の向上と配車エリアの拡大で利用者が増加し、それにより運営側の収益の安定や運行本数が増加し、

安定的で明確な交通（頑丈な表面のタイヤ）になり、公共交通を維持できると考えられる。

地域にとって公共交通は大きな役割を果たしており、地域を守っていくために公共交通を維持していく必要がある。しかし、日本の地域の交通は「新たな公」による交通のような、不安定で曖昧なものに頼らないとサービスの提供ができないというところまで衰退している。人口が増え続け、何も施策を行わなくても収益が見込めていた時代のままの交通のあり方では、地域交通を維持することはできない。今後、さらなる人口減少によって、地域はさらに衰退し、地域の問題がより深刻化する可能性がある。このような状況の中、地域の交通を維持していくためには、交通のあり方を地域の状況に合わせて柔軟に変化していくことが必要である。そして、行政と民間が協力しながら運営する「新たな公」による交通は行政と民間が協力しているからこそ、行政だけの範囲よりも広い範囲でサービスを提供できるため、地域の変化と需要に合わせて柔軟に対応することができるのである。

「新たな公」による交通は地域の需要と変化に対応できるため、地域に「新たな公」による交通を導入することで、地域の公共交通を維持することは可能であると考えられる。しかし、「新たな公」による交通は導入し始められたばかりであり、課題が多く、現段階では長期的に公共交通サービスを維持できるとは断言できない。また、「支え合い交通」のように導入しようとしたら、既存の交通事業者からの反対にあう可能性もある。「新たな公」による交通を地域に導入するときは、既存の交通との兼ね合いを考えながら導入することが大切であるとする。さらに公共交通を長期的に維持していくために、導入した「新たな公」による交通をもっと安定で明確なものにする必要がある。地域への認知度を上げ、もっと地域住民や観光客の利用を促すことで、運営・運行側が安定した収益の元、より地域の需要に応えた交通サービスを提供することができるようになると考えられる。

小さくなったタイヤに空気を入れるだけでは、現在の地域交通の問題には対応できても、公共交通を長期的に維持することはできない。「新たな公」による交通を導入することに加え、「新たな公」による交通をもっと安定した交通形態にする必要がある。「新たな公」による交通を利用することで、現在存在する地域の公共交通を、今後も維持することが可能となる。さらに、交通空白地帯に新たに公共交通を通すことができ、交通空白地帯を減らすことができる。「新たな公」による交通は不安定ではあるが、そのような可能性を秘めている交通形態ではないだろうか。

## 6. 参考文献

- 青木真美 (2018) 「公共交通支援はなぜ必要か」 同志社大学 『同志社商学』 第 69 巻 5 号 833～846 頁
- 安曇野市ホームページ <http://www.city.azumino.nagano.jp/> (最終閲覧 2019 年 9 月 20 日)
- 安曇野市 (2018) 『安曇野市地域公共交通網形成計画』
- NPO 法人 気張る！ふるさと丹後町公式ホームページ <http://kibaru-furusato-tango.org/about-sasaiai/> (最終閲覧 2019 年 10 月 3 日)
- 大塚良治 (2019) 「公共交通の意義と持続的運営実現の論理」 江戸川大学 『江戸川大学紀要』 第 29 巻 369～381 頁
- 京丹後市ホームページ <http://www.city.kyotango.lg.jp/> (最終閲覧 2019 年 10 月 3 日)
- 国土交通省 (2009) 『「新たな公」による地域づくりと「新たな公」によるコミュニティ創生支援モデル事業』について』
- 国土交通省 (2018) 『地域を担う公共交通の現状と支援施策』
- 国土交通省 (2018) 『公共交通政策の現状と課題』
- 交通政策審議会 交通体系分科会 地域公共交通部会 (2007) 『地域による地域のための公共交通の活性化・再生を目指して～交通政策審議会 交通体系分科会 地域公共交通部会 報告書』
- 是川晴彦 (2013) 「安曇野市のデマンド交通システムの実態と考察」 山形大学 『山形大学紀要 (社会科学)』 第 43 巻第 2 号 145～165 頁
- 佐口和郎 (2018) 『日本におけるライドシェア問題のインパクト—Uber を事例として』
- 坂本誠 (2017) 「自律と支え合いによる農村の再生—都市と農村の二項対立を越えて」 神野直彦 井手英策 編 『「分かち合い」 社会の構想—連帯と共助のために』 岩波書店 139 頁～170 頁
- 高橋愛典・野木秀康・酒井裕規 (2017) 「京丹後市の道路公共交通政策—上限 200 円バスからシェアリング・エコノミーへ?—」 近畿大学商経学会 『商経学叢』 第 63 巻第 3 号 77～99 頁
- 野村実 (2015) 「高齢社会における地域公共交通の再構築と地方創生への役割—三重県玉城町と長野県安曇野市に

おけるデマンド交通の事例から― 立命館大学産業社会学会 『立命館産業社会論集』 第 51 館第 2 号 157~176 頁  
水越康介 (2019) 「チャネル戦略の拡張：ウーバー」 西川英彦 澁谷覚 編 『1 からのデジタル・マーケティング』  
第 1 版 碩学者 139~151 頁

---

<sup>1</sup> 世間に言い伝えられてきたことわざ。

# アニメ作品にみるジェンダー観の変化

マネジメント学部 マネジメント学科

竹内 里実

## 1. はじめに

日本では「女性活躍推進法」が2015年に施行され、女性の社会進出を政府も後押ししているといわれている。しかし、本当に女性が活躍しているといえるのだろうか。厚生労働省の『平成30年版働く女性の実情』のデータによると、女性の労働力人口は3,014万人と前年に比べ77万人増加している。他方で男性は3,817万人と33万人の増加にとどまっており、女性の増加が多いことがわかる。また、労働力人口総数は、前年より110万人増加し6,830万人となり、労働力人口総数に占める女性の割合は44.1%となった。これらのデータから、女性の社会進出が進んでいると分かる。しかし、世界経済フォーラムが公表している「ジェンダー・ギャップ指数2019」では、日本は153カ国中、121位という結果になり、前年よりも順位が下がった。確かに、日本国内で見れば、過去と比べると男女間格差の改善に向かっているといえるが、世界全体の男女平等の進展の速度と比べると、日本における変化の速度が遅く、世界的に見ても日本は男女間にさまざまな格差が残っている国となってしまっている。

内閣府が行った「令和元年度男女共同参画社会に関する世論調査」では、「夫は外で働き、妻は家庭を守るべきである」という考えについて、「賛成」の割合が35.0%、「反対」が59.8%という結果になった。全体の数字を見ると「反対」の意見が多かったが、性別で見ると「反対」の割合が女性は63.4%なのに対し、男性は55.6%となっている。この結果から、女性のほうが反対の意識が高いことが分かる。さらに興味深いことは、「賛成」とした意見をみると、その多くは、「家事・育児・介護と両立しながら、妻が働き続けることは大変だと思うから」、「夫が外で働いた方が、多くの収入を得られると思うから」などと回答している。社会が男は外で働き、女は家事をするというステレオタイプなジェンダーによる役割分担が依然として根強いといえるのではないだろうか。

こうしたジェンダー観を形成する背景には、何があるのだろうか。本稿ではアニメを題材に取り上げ、分析する。日本のアニメは世界でも優れた評価を受けている。また子どもから大人まで幅広い世代がジェンダーを意識して見るのではなく、好んでコンテンツに触れることから、大勢の目に留まりやすく、いわば「無意識のうちに」形成されるジェンダー観が表現されているのではないかと考えられるからである。

本稿ではアニメを通して女性の描かれ方に注目し、アニメ作品の作り手のジェンダー意識や、社会におけるジェンダー意識をどのように反映し、そして変化してきているのかを分析する。この分析を通じて、日本におけるジェンダー観がどのように変化したといえるのかについて考察したい。

## 2. 問題関心と先行研究の検討

### 2-1 ジェンダーについて

ジェンダーとは社会的・文化的に形成される性別とされている。オス・メスが示す性の違いは、身体的な違いを表すのみであり、ジェンダーとは、社会の中で男性として、あるいは女性として「こうあるべきだ」と文化・社会の中で後付けされた性のことである。

例えば、身体的な違いだけでオス・メスは、女性は子どもを妊娠することができるが、男性は現代の医療技術をもってしても妊娠することができない。しかし社会的・文化的性別とはこのように元々持っている特性を指すのではなく、女性はピンク、男性はブルー、女性はスカート、男性はズボ

ンというように、文化の中で後付けされた性別による違いのことをジェンダーという。

このジェンダーとは、性別に全く関係ないことであったとしても、文化のなかで「男はこうあるもの」、「女はこうあるもの」という考え方を人々の中に定着させ、それが社会の中で「当たり前」になっていくことである。さらに、生まれた時から、まるでそれが一般論であるかのように言われ続けられれば、社会的・文化的なものに過ぎないものを、あたかも「普遍的」なものだと錯覚してしまうことになる。

例えば、ひろく日本に浸透している性別役割分業について、改めて考えてみれば、男性はみんな仕事ができるわけではなく、女性もみんなが家事が得意なわけではない。にもかかわらず、得意でない人は男性あるいは女性として劣っているとみなされ、社会的評価が低くなってしまう。もちろんそれは正しいこととは言えない。人は誰しも得意・不得意があり、一人一人違う個性を持っている。日本は今までのジェンダー観がいわゆるステレオタイプとなってしまうっており、自分たちの人生の選択肢を狭めている問題があるのではないだろうか。そして、こうしたジェンダー観の形成にあたり、アニメや漫画は一定の影響を持っているのではないだろうか。

## 2-2 なぜアニメ・漫画に注目するのか

では、日本におけるアニメや漫画は、どのような位置にあるだろうか。日本におけるアニメ視聴者数は約 3,124 万人で、日本の人口 9,754 万人のおよそ 32%がアニメを視聴している。大衆的な人気を得た作品はそれだけ多くの人の共感を得た作品となっている。つまり、アニメ・漫画は多くの人々の共感を写し取った、その時代の鏡だともいえるだろう。

多くの人の「共感」が詰まっているアニメや漫画であるが、この「共感」には2つの意味がある。

1 つは人の欲求や願望に対しての「共感」である。「魔法が使えるようになったらいいな」、「素敵な恋愛がしたい」、「異世界に行って冒険したい」などといった、現実では叶えられないものの、誰もが憧れるような願望がアニメ・漫画の世界なら実現でき、そうした人々の願望を反映した世界観によって作られているという側面である。

2 つ目は、主人公の取り巻く環境が普遍的であることに対しての「共感」である。例えば『ひみつのアッコちゃん』のような、「普通の女の子」がある日突然魔法が使えるようになったという物語ならば、その女の子の家族や周りの状況が、その時代にあった一般的な環境でなければ、魔法が使えるというメインのストーリーに集中できない。

また、アニメ・漫画の人物描写について、長年言われ続けている批判がある。それは、登場人物が「ステレオタイプ」的に描かれているというものである。藤田由美子（1996）は『テレビ・アニメ番組にあらわれた女性像・男性像の分析—ステレオタイプの描写の検討を中心に』において、次のように述べている。(1)ほとんどの作品において、男性の登場人物が多く見られた。この傾向は、子どもの登場人物についても同様であった。(2)大人の登場人物の職業については、男性は何らかの職業を持つ者が多く、職種も多様であった。他方で女性は主婦・母親として登場する者が多い。しかし、1990 年代の番組では、1990 年代以前のアニメ番組に比べると女性の職種は多様になっていた。(3)主要な登場人物の特徴をみると、女の子は、最近では腕力などが強い者も登場するが、全体としては「かわいい」者が多い。しかし、男の子の主人公は、ヒロインがあこがれるハンサムで優しい男の子と、外見が普通で失敗をよくする男の子に二分されている。(4)男の子が強く女の子が優しい、または弱い、という組合せは、放送年代を問わずみられた。1990 年代の番組においては、男の子より強い女の子も登場していた。しかし、この女の子は、好きな男の子の前では「かわいい」存在であった。以上のように、藤田は、アニメ作品の登場人物を分析した結果、その特徴をまとめているのである。

藤田の研究では、そもそも男性の登場人物が多く、男性は職を持ちかっこいい対象であり、女性は主婦でかわいい対象であることが明らかになっている。1990 年までの結果であるが、この時代の時点で「男性はこうあるべし」、「女性はこうあるべし」といったステレオタイプに沿って描かれていることが分かった。

しかし近年では、アニメ・漫画におけるジェンダー観の変化を示す動きも見られた。2018 年 11 月にアニメ『美少女戦士セーラームーン Crystal』とゲームアプリ『モンスターストライク』のいわゆる「コラボ CM」が話題となった。この CM のテーマは「ジェンダーフリー」であった。タレントのりゅうちえる、メープル超合金、モデルの多屋来夢がセーラー戦士に扮し、「セーラームーンは女の子のもの。モンスターは男のもの。そんなのもう古いでしょ?」、「変身願望に男も女もない」などのメッセージを発

信し、「楽しいことも、ジェンダーフリーに。」と字幕で終わる 30 秒ほどの内容の CM であった。

また、テレビ朝日系列放送の東映アニメーション制作『HUG っと！プリキュア』2018 年 6 月 10 日放送、第 19 話では、主人公の野乃はなの「男の子だってお姫様になれる！」というセリフが登場し、ジェンダーの多様性に踏み込んだ、歴史に残る回として話題になった。

これらのアニメ・漫画を通じてステレオタイプのジェンダー観について言及する論考も増えてきた。今までアニメや漫画はステレオタイプで、物語に関係のないジェンダー観を排除してきたとされているが、女性の就業者が増え、女性の社会的地位が確立されてきた近年では、アニメ・漫画で描かれる女性たちは変化しているように思われる。では具体的にはどのように変化してきているのだろうか。

2－3 先行研究の検討

本稿では実際に、アニメ作品の登場人物の調査を行い分析する。先行研究においてどのように調査・分析されているだろうか。ここでは代表的な研究を 2 つ取り上げる。

まず、斎藤美奈子（2001）『紅一点論』をとりあげる。まず斎藤氏によるとテレビアニメに登場する女性キャラクターの描かれ方は 3 つの類型に分けられるという（表 1）。

この表は主にアクションやバトルをジャンルとするアニメの戦う女性を分類したものである。

表 1 戦う女性のタイプ

|           | 魔法少女               | 紅の戦士             | 悪の女王               |
|-----------|--------------------|------------------|--------------------|
| 生息地       | 女の子の国              | 男の子の国            | 悪の帝国（敵国）           |
| 中心年齢      | 子供（10 - 14 歳）      | 若い女（18 - 20 歳）   | 大人（年齢不詳）           |
| 日常業務      | 小中学生               | 補助労働要員           | トップまたは幹部           |
| 有事の役割     | よい魔法使い             | 通信士・看護婦          | 司令官・妖術使い           |
| 外見的特徴     | 愛らしい少女             | 清純派の美女           | 派手な化粧と衣装の女         |
| 原イメージ     | お姫様・アイドル           | お姫様・マドンナ         | 魔女・悪魔の手下           |
| 隠されたメッセージ | 親の庇護下にある娘<br>花嫁予備軍 | 職場の花的 OL<br>花嫁候補 | 出世したキャリアウーマン・行かず後家 |

斎藤美奈子『紅一点論』p63 より作成

この 3 つのタイプの類型を詳しく説明していこう。まずアニメ作品の登場する女性は、「魔法少女」、「紅の戦士」、「悪の女王」の 3 種類にわけられている。「魔法少女」であるが、幼女向けのテレビアニメの主人公達に多くみられるタイプで、『魔法使いサリー』や『ひみつのアッコちゃん』などが代表例である。「魔法少女」の特徴は 10～14 歳くらいの女の子で見た目も愛らしく、お姫様やアイドルのようなイメージで描かれている。また、将来お嫁さんになることを夢見ている事が多い。そして視聴者の父親からみた「理想のうちの娘」として書かれることも多い。さらに、「魔法少女」が主人公に取り上げられる作品は、「女の子の国」という特徴がある。それは、女の子の国はチームが発達していないが、ファミリーが発達しているものとして描かれている。加えて、必ずマスコットキャラのペットが登場し、ボディガードまたはお目付け役として主人公を守っている。こうして周りの人から大事に守られる、姫的な存在である。

第 2 類型の「紅の戦士」はどのような特徴があるだろうか。「紅の戦士」は、男の子向けのアニメに出てくる紅一点のキャラクターである。例えば、実写特撮シリーズである『ウルトラマン』シリーズも放映を開始し、そこでフジアキコ隊員（『ウルトラマン』）や友里アンヌ隊員（『ウルトラセブン』）が紅一点の戦う人物として登場している。紅の戦士の特徴は、10 代後半から 20 代前半の若い女性で、戦闘場面では看護婦や通信士といった補助労働要員として、男性が中心のいわば「男の子の国」で勤務している。そして外見的特徴は、清純派の美女でお姫様やマドンナをイメージとして持っている。彼女たちの働き方は OL や秘書のようで、職場のマドンナ的存在であり、主人公の将来の花嫁候補、よき理解者のような描かれ方をしている。

最後に「悪の女王」タイプだが、高飛車な口調で、どぎついメイクで顔面に施した「大人の」女として描かれている。イメージとしてはおとぎ話に出てくる悪い魔女のような女だ。彼女たちは魔法少

女への嫉妬や対抗意識で行動することが多く、私的感情で動くものとしてされている。

以上をまとめるとアニメに出てくる女性は（1）魔法少女：親の庇護下で遊びながら結婚を夢見る少女、（2）紅の戦士：男に囲まれて働きながら婿を物色する若い女、（3）悪の女王：嫁にも行けず母にもなれない後家の女の、3 タイプに分けられることが分かった。しかし、斎藤の考察は 1990 年代の作品が主となっている。本稿では 2000 年代の作品を分析することによって、斎藤の類型がどの程度残り、あるいは変化しているのかを明らかにできると考えられる。

さらに、先行研究の二つ目として藤田由美子による『テレビ・アニメ番組にあらわれた女性像・男性像の分析』が挙げられる。藤田（1996）は、1960 年から 1990 年のアニメ番組 13 作品を取り上げ研究した。

研究項目は、第一に、登場人物の男女別人数、大人の職業分析が行われている。そしてその際、セリフのある登場人物を、大人、子どもを含めてすべてカウントしている。

第二に、登場人物の外見的特徴、性格特性、行動の分析が行われている。外見的特徴をみるため、登場人物の服装および髪型の特徴が書き出されている。また性格特性については、他の登場人物または本人のセリフの中に含まれている登場人物の性格をあらわす言葉を抜き出している。行動についても、その登場人物に典型的にあらわれる行動が挙げられている。

第三に、物語展開にあらわれた「関係性」としてのジェンダーの分析が行われている。各話の物語展開においてみられる女性と男性の関係性を、攻撃行動および恋愛関係に注目して検討している。

藤田はこうした分析を通じて、第一に、登場人物数は男性が多く、女性が少ないこと、大人の男性は職業を持ち、女性は専業主婦として登場するキャラクターが多いことを明らかにした。また、第二に、女性像と男性像の変化について、1990 年代の番組では「かわいい」外見的特徴を持つ女の子が力で男性を打ち負かす場面がみられたこと、わずかではあるが職業を持つ女性の増加がみられたことから、女性像には変化がみられたことも指摘している。一方、男性像については、女性像ほど顕著な変化がみられなかった。このことより、アニメ番組においては多様な女性像が提示されつつあるのに対し、男性像に関しては相変わらず一定のパターンしか提示されていないことが考えられる。最後に、第三として、「関係性」、特に恋愛関係からみた女性像・男性像についてである。恋愛の対象となる男の子はカッコよくて優しいといった特徴がみいだされた。また、具体的場面の検討においても、女の子が男の子に「ふりむいて」もらうために、「かわいい」特徴を持つ必要があると感じる場面がみいだされた。この結果より、アニメ作品には女性性・男性性に関するステレオタイプの観念が提示されていることが推測される。

しかし、この研究には斎藤と同様に、2000 年以前のアニメ作品を対象に分析している点に課題がある。本稿では、藤田の調査手法を踏襲し、2000 年代の作品を実際に分析する。それでは本稿の調査対象とした作品や、調査項目について次の章で詳しく述べていきたい。

### 3. 本稿の調査の概要

#### 3-1 調査作品の概要

本稿では、昔と今の作品を比べるために 2000 年代以前・以降に時代分けをし、各 6 作品計 12 作品を対象に調査する。具体的には〈表 2〉のとおりである。対象とされるアニメは男向けや女向けといったことに関係なく、なるべく対象年齢が異なるものを選んだ。調査する作品は後に主要人物が登場することも考慮し、放送開始から 1 年以内の中から各番組 5 話ずつを選出し調査する。また、どの番組も 30 分で放送されたアニメを対象とする。調査する作品の選定の仕方や、調査項目は藤田由美子（1996）『テレビ・アニメ番組にあらわれた女性像・男性像の分析—ステレオタイプの描写の検討を中心に』を参考にした。

なお、以下の本文中に掲載される図表はすべて自ら調査した結果をもとに作成したものである。

表 2 調査作品一覧

|         | 作品名               | 放送期間          | 放送日時        |
|---------|-------------------|---------------|-------------|
| 1990 年代 | ひみつのアッコちゃん        | 1969 年～1970 年 | 毎週月曜日 19:00 |
|         | 科学忍者隊ガッチャマン       | 1972 年～1974 年 | 毎週日曜日 18:00 |
|         | タイムボカンシリーズ ヤッターマン | 1977 年～1979 年 | 毎週土曜日 18:30 |
|         | 機動戦士ガンダム          | 1979 年～1980 年 | 毎週土曜日 17:00 |
|         | シティーハンター          | 1987 年～1988 年 | 毎週月曜日 19:00 |
|         | 美少女戦士セーラームーン S    | 1992 年～1997 年 | 毎週土曜日 19:00 |
| 2000 年代 | もへっと！おジャ魔女どれみ     | 2001 年～2002 年 | 毎週日曜日 8:00  |
|         | NARUTO - ナルト -    | 2002 年～2007 年 | 毎週木曜日 18:30 |
|         | 進撃の巨人             | 2013 年～2019 年 | 毎週日曜日 1:58  |
|         | 妖怪ウォッチ            | 2014 年～2018 年 | 毎週金曜日 16:25 |
|         | 僕のヒーローアカデミア       | 2016 年～放送中    | 毎週土曜日 17:30 |
|         | HUG っと！プリキュア      | 2018 年～2019 年 | 毎週日曜日 8:30  |

### 3-2 本稿の調査項目

本研究の対象とした作品は、30 分で放送されたアニメの各番組の 5 回分を対象としている。また調査する作品すべて DVD やアニメ配信コンテンツ等<sup>1)</sup>で視聴可能な作品であり、これらを利用し調査した。

主な調査項目としては次の 6 項目である。(1) キャラクターの人数・男女別の人数（セリフのあった人の数）：ここでは、作品のキャラクターの数とその男女比をセリフがある人、全てをカウントした。

(2) 性役割分業（職業・家庭）：大人のキャラクターが就いている職業について、家庭での役割を取り上げた。(3) キャラクターの外見（髪型・服装）性格：キャラクターの外見の特徴を捉える為、髪型や服装に注目した。また内面的な特徴をみるため、キャラクターの性格をあらわす言葉や行動に注目した。(4) キャラクターの関係性（力関係・恋愛）：物語における男女の関係性を攻撃的な行動と恋愛に関する行動また主人公たちが起こす行動の目的についてセリフや行動から考察した。(5) 行動（攻撃パターン、行動目的）：キャラクターが攻撃する手段と行動の目的についてセリフや行動から考察した。(6) 女性のタイプ：作品に出てくる女性キャラクター（ヒロイン）は斎藤氏の考察に当てはまるのかどうか検討した。

これらの 6 項目に注目し、人数や傾向をメモし、分析することとした。

## 4. 調査結果の概要

それでは本稿の行った調査の結果をここで紹介する。

### 4-1 キャラクターの性別

まずは、調査項目の「(1) キャラクターの人数・男女別の人数（セリフがある人をカウント）」の結果をここで紹介する。

30 分番組の中で登場するセリフのある全てのキャラクターを、1 話ずつ男女別でカウントし、5 回分カウントした数の「合計」と 1 作品の中で登場する平均の人数を〈表 3〉にまとめた。

その結果、1990 年代は男性 64%、女性 36%で、男性の登場人物が多いことがわかる。2000 年代は男性 59%、女性 41%であった。どちらも男性の割合が高いものの、2000 年代の方が男女の割合の差が縮まっている。男性より女性が多く登場する作品は 90 年代では 1 作品、2000 年代では 2 作品となった。どの作品も主人公が女性の少女向けの作品であった。このことから、主人公の性別と、作品内によく登場するキャラクターの性別は一致する場合が多いことがわかる。

表3 各作品のキャラクターの数

|        | 作品名               |      | 男性  | 女性  |
|--------|-------------------|------|-----|-----|
| 90年代   | ひみつのアッコちゃん        | 合計   | 59  | 30  |
|        |                   | 1話平均 | 12  | 6   |
|        | 科学忍者隊ガッチャマン       | 合計   | 68  | 9   |
|        |                   | 1話平均 | 14  | 2   |
|        | タイムボカンシリーズ ヤッターマン | 合計   | 46  | 21  |
|        |                   | 1話平均 | 9   | 4   |
|        | 機動戦士ガンダム          | 合計   | 53  | 23  |
|        |                   | 1話平均 | 11  | 5   |
|        | シティーハンター          | 合計   | 31  | 19  |
|        |                   | 1話平均 | 6   | 4   |
| 2000年代 | 美少女戦士セーラームーンS     | 合計   | 19  | 50  |
|        |                   | 1話平均 | 4   | 10  |
|        |                   | 合計   | 276 | 152 |
|        |                   | 割合   | 64% | 36% |
|        | も〜っと！おジャ魔女どれみ     | 合計   | 22  | 54  |
|        |                   | 1話平均 | 4   | 11  |
|        | NARUTOーナルトー       | 合計   | 65  | 25  |
|        |                   | 1話平均 | 13  | 5   |
|        | 進撃の巨人             | 合計   | 62  | 29  |
|        |                   | 1話平均 | 12  | 6   |
|        | 妖怪ウォッチ            | 合計   | 63  | 28  |
|        |                   | 1話平均 | 13  | 6   |
|        | 僕のヒーローアカデミア       | 合計   | 62  | 31  |
|        |                   | 1話平均 | 12  | 6   |
|        | HUGっと！プリキュア       | 合計   | 33  | 44  |
|        |                   | 1話平均 | 7   | 9   |
|        |                   | 合計   | 307 | 211 |
|        |                   | 割合   | 59% | 41% |

## 4-2 性別による違い

### ①職業での男女差

次に、アニメの大人たちの就業状況を知る為、作品の中に登場した大人のキャラクターの職業をカウントした。割合で表すと1990年代の男性は全体の72%、女性は34%と女性の方が大幅に低い結果になった。しかし2000年代になると男性は全体の92%、女性は88%と男女の差が縮まり、ほとんどの大人が何らかの職業を持っていることが分かった。また男性だけにみられた職業は医者、博士、パイロット、歌手、会社員が挙げられる。女性では看護師、デザイナーなどが挙げられた。

表 4 大人の職業

|        | 男性    |         | 女性    |         | 計     |         |
|--------|-------|---------|-------|---------|-------|---------|
| 職業     | 人数    |         | 人数    |         | 人数    |         |
|        | 90 年代 | 2000 年代 | 90 年代 | 2000 年代 | 90 年代 | 2000 年代 |
| 教師     | 1     | 10      | 1     | 3       | 2     | 13      |
| 警官     | 6     | 5       | 1     | 0       | 7     | 5       |
| 店員     | 5     | 2       | 0     | 3       | 5     | 5       |
| 管理職    | 16    | 10      | 3     | 7       | 19    | 17      |
| 組織の組合員 | 25    | 22      | 9     | 9       | 34    | 31      |
| その他    | 11    | 7       | 1     | 2       | 15    | 6       |

## ②家庭での男女差

では、家庭での性別役割分業はどのように描かれていたのだろうか。どちらの時代にも作中に登場するのは母親が多く、みな主婦として家事を行っているシーンが多かった。一方で、父親は存在を確認できるものの出張で登場しないことや（例『ひみつのアッコちゃん』のアッコの父親）、スーツを着て仕事に出かけるシーンはあるものの、家庭内で家事をすることはなく、新聞を読んだり、夕食時母親が食事を配膳するのを待っているシーンがあった。例外として『HUG っと！プリキュア』の主人公の野乃はなの父親は、朝ご飯を母親と娘に振舞っていたが、多くの作品は母親が家事、父親が仕事と性別役割分業されていた。

しかし、家庭のシーンがあった作品は 12 作品中 7 作品のみであったが、その内 5 作品は 2000 年代の作品であった。このことから 1990 年代の作品では、そもそも家庭のシーンがあまりないことが分かる。他方で、2000 年代は女性も仕事を持つ人が多い中、仕事をしつつ家事をこなしていることが分かる。『HUG っと！プリキュア』のような例外もあったが、時代によっての違いはなく、母親が家事、父親が仕事と性別役割分業されていた。

表 5 母親・父親が登場した作品と人数

| 90 年代   | 作品名           | 母親 | 父親 |
|---------|---------------|----|----|
|         | ひみつのアッコちゃん    | 3  | 2  |
|         | 科学忍者隊ガッチャマン   | 1  | 1  |
| 2000 年代 | も〜っと！おジャ魔女どれみ | 3  | 2  |
|         | 進撃の巨人         | 1  | 1  |
|         | 妖怪ウォッチ        | 2  | 1  |
|         | 僕のヒーローアカデミア   | 1  | 2  |
|         | HUG っと！プリキュア  | 1  | 1  |

#### 4-3 登場するキャラクターの特徴

キャラクターの外見と性格に男女の差があるのかを明らかにするために、髪型、服装、性格も項目に分けそれぞれカウントした<sup>2)</sup>。

##### ①髪型

まずはキャラクターの髪型に注目し、年代別、男女別に表に集計した。髪型をショート<sup>3)</sup>、セミロング<sup>4)</sup>、ロング<sup>5)</sup>、不明<sup>6)</sup>に分け分析した。

調査の結果、女性はほとんどの作品にショート、セミロング、ロングなど一定数いたので、時代によっての変化は感じられなかった。一方、男性はほとんどの人物は髪がショートだったが、例外として『NARUTO』のシカマル、イルカ、大蛇丸や、『進撃の巨人』のエレンの父親はロングヘアで、髪を後ろで束ねていた。また男性だけにみられた髪型は坊主だった。

その為、1990 年代の作品より 2000 年代の作品の方が、男性の髪型に変化が見られたことがわかった。

表 6 女性の髪型

|         | 作品名               | ショート | セミロング | ロング | 不明 |
|---------|-------------------|------|-------|-----|----|
| 90 年代   | ひみつのアッコちゃん        | 1    | 1     | 2   | 0  |
|         | 科学忍者隊ガッチャマン       | 1    | 1     | 0   | 0  |
|         | タイムボカンシリーズ ヤッターマン | 0    | 1     | 1   | 0  |
|         | 機動戦士ガンダム          | 3    | 1     | 0   | 3  |
|         | シティーハンター          | 1    | 0     | 1   | 0  |
|         | 美少女戦士セーラームーン S    | 2    | 2     | 4   | 1  |
| 2000 年代 | も〜っと！おジャ魔女どれみ     | 7    | 3     | 6   | 2  |
|         | NARUTOーナルトー       | 2    | 1     | 1   | 0  |
|         | 進撃の巨人             | 1    | 0     | 4   | 1  |
|         | 妖怪ウォッチ            | 0    | 1     | 1   | 0  |
|         | 僕のヒーローアカデミア       | 2    | 1     | 2   | 0  |
|         | HUG っと！プリキュア      | 1    | 1     | 4   | 1  |

表 7 男性の髪型

|         | 作品名               | ショート | セミロング | ロング | 不明 |
|---------|-------------------|------|-------|-----|----|
| 90 年代   | ひみつのアッコちゃん        | 4    | 0     | 0   | 0  |
|         | 科学忍者隊ガッチャマン       | 5    | 0     | 0   | 0  |
|         | タイムボカンシリーズ ヤッターマン | 0    | 1     | 0   | 2  |
|         | 機動戦士ガンダム          | 16   | 0     | 0   | 4  |
|         | シティーハンター          | 2    | 0     | 0   | 0  |
|         | 美少女戦士セーラームーン S    | 2    | 0     | 0   | 0  |
| 2000 年代 | も〜っと！おジャ魔女どれみ     | 17   | 0     | 0   | 0  |
|         | NARUTOーナルトー       | 3    | 3     | 1   | 2  |
|         | 進撃の巨人             | 10   | 1     | 0   | 0  |
|         | 妖怪ウォッチ            | 4    | 0     | 0   | 0  |
|         | 僕のヒーローアカデミア       | 13   | 2     | 0   | 5  |
|         | HUG っと！プリキュア      | 2    | 1     | 1   | 0  |

## ②服装

次に、服装に注目した。『ひみつのアッコちゃん』では唯一登場した女性は全員スカートであった。それ以外の作品の女性はスカート以外にもズボンを履いている人もいた。

また、調査した作品の中で、普段の私服とは違い、変身や戦闘服に着替えた場合、服装が変わる作品が 12 作品中 9 作品あり、変身前と変身後でスカートからズボンに代わるキャラクターがいた為、〈表 8〉にまとめた。また、戦闘服がズボンの場合であっても、『進撃の巨人』は男性も女性も関係なく統一されていたが、『ヤッターマン』、『ガンダム』は女性の戦闘服の色がピンクであったり、ハートが付いていたりと、男性と同じズボンであったとしても、男性との差別化が図られていることもわかった。

例外として『セーラームーン S』の天王はるかは、女性のキャラクターではあるが、学校の制服が男性用でズボンを履いていたり、私服も男性と間違えられるような恰好をしていた。反対に、『HUG っと！プリキュア』の若宮アンリは男性のキャラクターではあるが、制服に男性が付けるネクタイではなく女性用のリボンをつけていたり、女性用のドレスを着用したりするシーンがあった。このことから 2000 年代の作品の方が服装に性差がない作品が多いことが分かった。

表 8 女性キャラクターの戦闘服と私服にズボンがある作品

| 作品名                                       | 服装         |
|-------------------------------------------|------------|
| ヤッターマン、機動戦士ガンダム、進撃の巨人                     | 戦闘服がズボン    |
| シティーハンター、セーラームーンS、も〜っと！おジャ魔女どれみ<br>妖怪ウォッチ | 私服がズボン     |
| HUG っと！プリキュア、NARUTO、僕のヒーローアカデミア           | 戦闘服も私服もズボン |

### ③性格

では、作中の言動や行動、さらに番組のホームページのキャラクター紹介などから分かる、登場人物の性格はどのように描かれているだろうか。調査の結果、2人以上該当する性格的特徴を〈表 9〉にまとめた。

その結果、どちらの時代も男女関係なく「クール」、「やさしい」、「明るい」が多かった。

男性だけに見られた性格は「熱血」だった。反対に女性だけに見られた性格は「わがまま」と「心配性」であった。また男女両方ともに見られた「負けず嫌い」は、2000年代のアニメに見られる特徴であった。

また性格の種類は、1990年代のアニメは男性が8種類、女性が6種類であったが、2000年代のアニメは男性が9種類、女性は9種類だった。

表 9 年代別、性別にみた性格の分類と数

|       | 男性   |        | 女性   |        |
|-------|------|--------|------|--------|
|       | 90年代 | 2000年代 | 90年代 | 2000年代 |
| クール   | 8    | 15     | 6    | 9      |
| やさしい  | 4    | 12     | 6    | 6      |
| 明るい   | 5    | 10     | 5    | 7      |
| 頭がいい  | 0    | 5      | 3    | 0      |
| お調子者  | 1    | 5      | 2    | 1      |
| 熱血    | 1    | 3      | 0    | 0      |
| シャイ   | 1    | 1      | 1    | 4      |
| 負けず嫌い | 0    | 1      | 0    | 3      |

#### 4-4 キャラクターの関係性（力関係・恋愛）

調査した作品の様々なシーンから、キャラクターの関係性を力関係、恋愛から分析した。

##### ①力関係

まずは、キャラクター間の力関係に注目したい。作品の中には「敵」または「悪者」が他の登場人物を腕力で征服しようとする場面や、主人公が敵や悪者を懲らしめる、またはピンチの仲間を助けるといった場面がしばしばみられる。このような場面において、性別によるパターンの違いは見いだされるか、男の子が女の子より強いパターンと女の子が男の子より強いパターンのそれぞれについて述べる。

##### a. 男性＞女性の場合

〈1990年代〉

1990年代はいじめっ子の男性が女性を攻撃する、男性の「敵」が女性を攻撃する、「敵」から攻撃を受ける女性を男性が助けるといった3パターンがあった。

例として『ひみつのアッコちゃん』（第1話）で、いじめっ子のガキ大将の大将が自分のカバンを持つように主人公のアッコに迫り、嫌がるアッコを追いかけるシーンが描かれていた。『ヤッターマン』（第11話）で、ヒロインのアイがドロンボー一味のボヤッキーから銃を撃たれる場面がある。『シティーハンター』（第1話）で、通り魔に妹を殺された菜摘が、犯人から車で轢き殺されそうになった時、冴羽リョウ（主人公）が車のタイヤを銃で打ち抜き車体を菜摘から逸らせ助けるといったシーンがあった。基本的に、男性は女性より力が強いことが前提であり、攻撃から女性を守ることが多い。男性の「敵」が女性を攻撃するパターンでは、多くの場合、実際に女性に攻撃はするものの、攻撃が当たる前に女性が避けたり、または反撃をする為、実際に男性からの攻撃によって女性が傷つくことはなかった。

〈2000年代〉

男性が女性のピンチから守る、男性が女性に攻撃する2パターンが存在した。

例として『進撃の巨人』（第7話）で、巨人に襲われそうになっていたミカサのピンチに巨人化したエレンが駆けつけるという描写がみられた。『僕のヒーローアカデミア』（第10話）男性の敵が蛙吹梅雨に襲い掛かるシーンがある。

しかし、男性の方が力が強いから助けたというよりは、女性が目の前で襲われそうになっていたからなど、偶然現場に居合わせたという意味合いが強い。また2000年代の作品では男性の「敵」から女性が攻撃を受け、身体的にダメージを受けるシーンが何度もあった。

##### b. 女性＞男性の場合

〈1990年代〉

女性が敵を倒す、仲間のピンチを助けるために攻撃する、男性の行動を叱るために攻撃する、といった3パターンがある。

『科学忍者隊ガッチャマン』（第1話）ジュンが敵に攻撃をするシーンがあった。『セーラームーンS』（第102話）うさぎが敵に捕らわれたタキシード仮面を助けに向かう描写がみられた。『シティーハンター』（第36話）冴羽リョウの依頼人の女性へのセクハラに、香がハンマーで殴るという表現がある。戦士として戦闘する機会のある『科学忍者隊ガッチャマン』のジュンや『セーラームーンS』のセーラー戦士たちが攻撃をするシーンは、男性と比べると少ない。

〈2000年代〉

女性が敵を倒す、仲間のピンチを助けるために攻撃する、男性の行動を叱るために攻撃する、言葉で攻撃する、の4パターンがある。

『進撃の巨人』（第5話）ハンナが巨人と戦うシーンがある。『NARUTO』（第32話）サクラはナルトとサスケのピンチに自ら敵に向かっていった。『も〜っと！おジャ魔女どれみ』（第15話）自分の行動を理解しない息子に平手打ちをする母の描写がみられる。『HUGっと！プリキュア』（第19話）では、ヒー

ローになりたいと考えたえみるが、その兄に「女の子はヒーローにはなれない」と責められるが、登場人物のはなが「人の心を縛るな」という言葉を、えみるの兄に言い放つ場面があった。

物理的な攻撃以外にも、言葉を使って感情に訴えかけるようなシーンが、2000年代の作品には見られた。これは女性の性格が多様化したことと関連し、戦う女性のスタイルも多様化していった結果だと考えられる。

## ②恋愛

男性と女性の「関係性」を検討する際に、作品に、恋愛がどの程度登場するのか、また、恋愛を通して表現される女性性あるいは男性性には、どのようなものであるかを検討する必要があると考えられる。

結果、今回調査した作品全てに恋愛の要素があったことが分かった。例として『セーラームーン S』のうさぎと衛のように恋人同士の関係や、『科学忍者隊ガッチャマン』のジュンが健に片思いをしているなど、様々な形で恋愛が取り上げられていた。作中の恋愛に関するシーンを分類すると、好きな人の恋愛対象になるために好かれようとすることが多い。また、登場人物の中には、恋愛対象となるためには一定の「女らしさ」が必要ではないだろうか、と悩む者もいた。

恋愛場面において「好きな人のために何かをする」という思いは特に女性に多く表れ、またそれが「女っぽい」と形容される場面もあった。例えば、好きな男と同じ習い事に通ったり、太ってしまった彼氏に嫌われるのではとダイエットに励んだりする姿などが見られ、その姿が「女っぽい」と形容される。また戦う女性、男性よりも力が強い女性は、好きな男性の前だと、かわいい存在であろうとするシーンが多い（例『セーラームーン S』のうさぎ、まこと、『進撃の巨人』ミカサの例がある）。

## 4-5 キャラクターの行動分析（攻撃パターン、行動の目的）

ここではキャラクターの行動パターンや行動の目的に注目したい。バトルやアクションシーンがある作品のキャラクターたちの攻撃する際の手段と、作中の主人公達の目的などを分析した。

### ① 攻撃パターン

男性の攻撃パターンは時代による違いはなく、『科学忍者隊ガッチャマン』のケンが武器も使うが、拳やキックで敵と戦う場面も見られたように、主に肉弾戦で応戦することが多い。では女性はどういうように戦うのであろうか。

戦う女性は16作品中9作品に登場した。1990年代には6作品中5作品に、2000年代には6作品中4作品とどちらの時代にも多く登場した。調査した際に、女性が戦っているシーンがあるキャラクターを、時代ごとまた作品ごとに分類し、攻撃の仕方を分析した。〈表 10〉にその結果を示したが、これを見ると、1990年代は魔法や武器、ロボットなどを使って間接的に攻撃しているキャラクターがほとんどだった。しかし2000年代にはいると、魔法や武器などを使っただけの攻撃に加え、パンチやキックなどの肉弾戦で戦うシーンが増えたことがわかる。

表 10 戦う女性の攻撃パターン

| 90 年代   | 作品名            | 戦う女性のキャラクター例  | 攻撃方法                     |
|---------|----------------|---------------|--------------------------|
|         | 科学忍者隊ガッチャマン    | ジュン           | ヨーヨーのような武器を使い攻撃          |
|         | ヤッターマン         | アイ、ドロンジョ      | 電気ショックを与える棒状の武器で攻撃、部下に指示 |
|         | 機動戦士ガンダム       | セイラ、クラウレ、キリシア | パイロットとしてガンダムで攻撃          |
|         | シティーハンター       | 香、野上冴子        | 銃を用いて攻撃する                |
|         | 美少女戦士セーラームーン S | セーラー戦士×7 人    | 魔法のような特殊な技、ステッキで攻撃       |
| 2000 年代 | NARUTOーナルト     | サクラ、イノ、キン・ツチ  | 忍術、クナイなどの武器、肉弾戦          |
|         | 進撃の巨人          | ミカサ、サシャ、アニ    | 剣、肉弾戦                    |
|         | 僕のヒーローアカデミア    | お茶子、耳郎、八百万    | 魔法のような特殊な技、肉弾戦           |
|         | HUG っと！プリキュア   | プリキュア×5、パップル  | 魔法のような特殊な技、肉弾戦           |

また、上記のキャラクター以外にも戦場にはいるものの、自ら戦うのではなくサポートをする女性も多くみられた。例えば『機動戦士ガンダム』のミライ・ヤシマとフラウ・ボゥは、それぞれ操縦士と医療や生活面でのサポートを役割としていた。なお、この役割は男性にも見られる。『科学忍者隊ガッチャマン』、『機動戦士ガンダム』、『NARUTO』では職場の大半は男性で、少数の女性がいる環境の中でオペレーターや操縦士などの職業は男女ともにいたが、フラウ・ボゥのように医者といえるほど専門的なことはできないが、軽い怪我を手当てするような人物は、男性にはほとんど登場しなかった。

〈表 4〉では男性にのみ医者という職業に就いているものはいたが、軍の中などの組織の中に属していると、女性は戦闘員ではなく、救護や治療する役割になることが多いのかもしれない。

## ②行動の目的

では、主人公やその仲間たちは何を目的に行動しているのか、またその行為は誰に向けて行っているのかを分析した。

〈表 11〉、〈表 12〉は、主人公やその仲間たちの行動理由をまとめたものである。1990 年代には、悪の組織から地球を守るために戦うので、対象の人物は人類という漠然とした作品が半分を占めていたことがわかる。また男女ともに作品内でなぜ戦っているか、戦うことになった経緯を語ることがない作品もある（例『科学忍者隊ガッチャマン』、『ヤッターマン』）。それゆえ、戦うことになった自分に疑問を持たず、むしろ宿命かのように受け止めていると感じる。（例『セーラームーン S』）。

一方、2000 年代の作品は世界平和に加えて、自分の叶えたい夢に向かって行動するキャラクターが多くなった。例えば『NARUTO』のうずまきナルトが火影になるためや、『僕のヒーローアカデミア』の緑谷出久が最高のヒーローになるためになど、自分の夢を叶えるための過程を描く作品が増えたようにみえる。2000 年代の作品は男女ともになぜ戦うのか、または戦うことを自らの意思で選択していることがはっきりと分かる作品が多い。これは登場人物の行動目的が自分の夢や目標の為とはっきりしているからだと考えられる。

また、どちらの時代も『ひみつのアッコちゃん』、『セーラームーン S』、『も〜っと！おジャ魔女どれみ』、『HUG っと！プリキュア』のいわゆる少女向けの作品は、自分の周りの人たちの悩み事やピンチのために行動した結果、世界平和に繋がるパターンが多かった。

表 11 1990 年代の作品の行動目的

| 作品名         | 目的            |
|-------------|---------------|
| ひみつのアッコちゃん  | 自分の願望、周りの人、友情 |
| 科学忍者隊ガッチャマン | 世界平和          |
| ヤッターマン      | 世界平和          |
| 機動戦士ガンダム    | 世界平和          |
| シティーハンター    | 依頼人（美女）       |
| セーラームーンS    | 好きな人、周りの人     |

表 12 2000 年代の作品の行動目的

| 作品名           | 目的           |
|---------------|--------------|
| も〜っと！おジャ魔女どれみ | 友情、周りの人      |
| NARUTOーナルトー   | 友情、自分の夢      |
| 進撃の巨人         | 世界平和、友情      |
| 妖怪ウォッチ        | 周りの人         |
| 僕のヒーローアカデミア   | 世界平和、友情、自分の夢 |
| HUG っと！プリキュア  | 友情、周りの人、自分の夢 |

#### 4-6 女性像の類型

先述した斎藤氏の『紅一点論』（2001 年）の女性の類型を用いて、本稿が行った調査対象作品に登場する女性を当てはめ分析した。

斎藤氏によるアニメの戦う女性を分類した結果、従来の「魔法少女」、「紅の戦士」、「悪の女王」の 3 タイプの他に、今回の調査では、斎藤氏の女性の類型に当てはまらないキャラクターが多く出てきた。本稿ではそれらの女性を新たに「自立した戦士」と名付けた。

「自立した戦士」とは、目標が明確で、目的に向かって自分で選択し行動できる女性のことを指す。このタイプは 2000 年代の作品に登場する。従来の 3 タイプは、漠然とした行動目的や主に異性のために行動することが原因であり、多くの場合、恋愛が絡んでいたが、2000 年代に入ると、物語に恋愛要素は含まれてはいるものの、戦う理由は恋愛感情ではなく、自分の夢や目標、周りの人の為にといった明確ではっきりとしていることから、従来のパターンとは違う女性のタイプなのではないかと考えた。この新たな「自立した戦士」を加えまとめたものが〈表 13〉である。

表 13 1990 年代と 2000 年代のアニメの女性のパターン

| パターン                                 | キャラクター（作品名）                                                                                                           |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 魔法少女<br>親の庇護下で遊びながら結婚を夢見る少女          | アッコ（『ひみつのアッコちゃん』）、どれみ、はづき、あいこ、おんぶ、ももこ（『も〜っと！おジャ魔女どれみ』）、うさぎ、あみ、れい、まこと、美奈子、はるか、みちる（『美少女戦士セーラームーンS』）                     |
| 紅の戦士<br>男に囲まれて働きながら媚を物色する若い女         | ジュン（『科学忍者隊ガッチャマン』）、アイ（『ヤッターマン』）、セイラ・マス、ミライ・ヤシマ、フラウ・ボウ（『機動戦士ガンダム』）、香（『シティーハンター』）、フミ（『妖怪ウォッチ』）                          |
| 悪の女王<br>嫁にも行けず母にもなれない後家の女            | ドロンジョ（『ヤッターマン』）、クラウレ・ハモン、キリシア・ザビ（『機動戦士ガンダム』）、パップル（『HUG っと！プリキュア』）                                                     |
| 自立した戦士<br>なりたいたい自分になるために自ら選択し行動できる女性 | サクラ、イノ、ヒナタ（『NARUTOーナルトー』）、ミカサ、アニ、サシヤ、ヒストリア、ユミル（『進撃の巨人』）、お茶子、耳郎、八百万（『僕のヒーローアカデミア』）、はな、さあや、ほまれ、ルールー、えみる（『HUG っと！プリキュア』） |

## 5. まとめ

本稿で行った調査に基づき分析した結果をまとめると、以下の通りである。

(1) 1990 年代と 2000 年代の作品とも、男性キャラクターが登場する割合が高かったが、2000 年代の方が男女の割合の差が縮まっている。また主人公と作品内によく登場するキャラクターの性別は一致する場合が多い。

(2) 1990 年代と 2000 年代の作品の大人のキャラクターの職業について、男性の方が有職者の割合が高かったが、2000 年代になると男女の差が縮まり、ほとんどの大人が何らかの職業を持っていることが分かった。次に、家庭での性役割分業は、どちらの時代にも作中に登場するのは母親が多く、みな主婦として家事を行っているシーンが多かった。

(3) 女性の髪型は時代によっての変化は感じられなかったが、男性はほとんどの人物は髪がショートだったが、例外として 2000 年代の作品にロングのキャラクターが登場した。

服装をみると、女性の場合、普段の私服とは違い、変身や戦闘服に着替えた際に服装が変わるキャラクターが多く登場した。また、1990 年代の作品には、男性と同じズボンであっても衣服のどこかにハートやピンクを使うことで男性との差別化を図っていた。このことから 2000 年代の作品の方が服装に性差がない作品が多いことが分かった。性格ではどちらの時代も男女関係なく「クール」、「やさしい」、「明るい」が多かった。男性だけに見られた性格は「熱血」だった。反対に女性だけに見られた性格は「わがまま」と「心配性」であった。また男女両方ともに見られた「負けず嫌い」は 2000 年代のアニメに見られる特徴であった。また、性格の種類は 1990 年代のアニメより、2000 年代の方が種類が多様であった。

(4) 男女の力関係に注目すると、2000 年代の作品の方が、女性が戦いに参加し、力も強くなっていることが分かる。恋愛においては、女性が好きな人のために女らしくなろうとしたり、それが強い女性にも表れることから、女性と恋愛は切っても切り離せない密接な関係であるといえる。

(5) キャラクターの攻撃パターンでは、男性は時代によっての違いはなく、『科学忍者隊ガッチャマン』のケンが武器も使うが、拳やキックで敵と戦う場面もあるように、主に肉弾戦で応戦することが多い。では女性はどうのようにして戦うのかに注目すると、1990 年代は魔法や武器、ロボットなどを使

って間接的に攻撃しているキャラクターがほとんどだった。しかし 2000 年代にはいると、魔法や武器などを使つての攻撃に加え、パンチやキックなどの肉弾戦で戦うシーンが増えた。

また、キャラクターたちの行動目的に注目すると、1990 年代の作品は悪の組織から人類を守る、世界平和の為などの理由から戦う為、どこか漠然としている。また、なぜキャラクターたちは戦士になったのか理由が不明確な作品が多い。

一方、2000 年代の作品は、自分の夢を叶える為、自分の大切な人を守る為といったはっきりとした理由が多い。また、キャラクターたちは自ら望んで戦士になることが多く、戦う理由が明確な作品が多いこともわかった。

(6) 斎藤 (2001)『紅一点論』の女性のタイプに調査した作品を当てはめた結果、従来のタイプとは別に、新たに「自立した戦士」が登場したことが分かった。「自立した戦士」とは、目標が明確で目的に向かって自分で選択し行動できる女性のことを指す。このタイプは 2000 年代の作品に登場する。従来の 3 タイプは漠然とした行動目的や主に異性のために行動することが原因で、多くの場合恋愛の要素が絡んでいたが、2000 年代に入り、物語に恋愛要素は含むものの戦う理由は恋愛感情ではなく、自分の夢や目標、周りの人の為にといった明確ではっきりとしていることから、従来のパターンとは違う女性のタイプなのではないかと考察した。

以上の点からアニメ番組は全体の傾向として、男女のキャラクターの描きかたは時代と共に変化してきたことが明らかになった。

今回の研究で、人数、就業、服装、性格は顕著に表れたものもあれば、家庭での性役割分業、女性の髪型は従来と変わらない項目もあった。また数字だけでは読み取れない男女の関係性や女性の攻撃のパターン、行動理由も変化はしているが、その要因は総じて女性の性格の種類の増加や女性が男性並みに戦闘に参加し戦う女性が増えたからであると考ええる。

今回、1990 年代と 2000 年代のアニメにはこのような多くの戦う女性が登場したが、戦う女性にこそ変化が生まれているのではないかと考える。1990 年代の『科学忍者隊ガッチャマン』、『機動戦士ガンダム』では組織の中に大勢の男性と少しの女性という、性別にみた比率が偏っている環境で、女性は男性とは違う方法で戦ってきた。他方で、2000 年代『進撃の巨人』、『僕のヒーローアカデミア』、『HUG っと！プリキュア』では組織の中には、男性も女性も同じ数だけ存在し、男女同じ環境、状況で、同じ戦い方をしていた。これを現代社会に置き換えてみたらどうなるだろうか。

昔は社内で事務職に女性が多かったが、現在では、事務はもちろん営業やその他さまざまな職に就き、男性と同じ条件で働いている。こうした状況を指し、女性の社会進出が進んでいるといわれているのではないだろうか。とはいえ、現実の職場を見ると、『平成 30 年度雇用均等基本調査(確報版)』によると、管理職に占める女性の割合は 11.8%で、前年度に比べ 0.3%増加している。しかし、国際労働機関 (ILO) が 2018 年に発表した『Women in Business and Management: Gaining momentum』の報告書によると、世界の管理職に占める女性の割合は 27.1%だった。日本国内だけでみると女性の管理職の割合は増加しているが、世界と比べるとまだ低いということが分かる。このことから日本の企業は、依然として男性を中心に構成されているといえる。

また、女性が働く上で、女性だけに課されるルールについて近年問題に挙げられている。例として仕事場でヒールのあるパンプスの着用を強いられているという問題が挙げられる。この問題に異を唱える「#KuToo (クートゥー)」運動が働く女性の間で共感を生んだ。「女性だけに命じるのは性差別」、「健康被害に苦しんでいる」との声が上がる中、「ヒールがある靴の方が女性が美しく見えるから」と仕事の効率性よりも、見た目の良さを重視する理由から、ヒールのある靴の着用を強制する企業もある。靴以外にも化粧の強制や、華やかに見えないという理由から眼鏡・マスク禁止などの業務とは全く関係のない容姿に関するルールに、見た目の美しさや華やかさを女性だけに求められることから、まるで「マネキン」の様だと苦痛を感じる女性が多く存在している。

こうして考えてみると、現在という時代は、ジェンダー観の変化の途中段階であると考ええる。法や政策で女性活躍を推進するなど、目に見えて分かる変化があるものの、実際に女性が働く現場では、男性にはない容姿に関するルールがあるなど、完全に変化しきっているとは言えないのが現状である。

しかし、日本が世界に誇るアニメというコンテンツにおいて、今までのジェンダー観が変わろうとしていることが、今回の分析結果で明らかになった。その一方で、この現状の進展に伴って「ジェンダーの違いに踏み込んでいて画期的な作品だ！」とメディアで取り上げられ騒がれているものが、いくつも見られるようになった。今回の分析する対象作品にもなった『HUG っと！プリキュア』は「なん

でもできる、なんでもなれる」をテーマに、「女の子だってヒーローになれる」、「男の子だってお姫様になれる」など、自分の好きなこと、なりたい自分を否定しない生き方を提唱する内容が、子どもを対象にした番組でありながら、大人にも反響を呼ぶ作品になった。

しかし、プリキュアシリーズの企画部長にして初代作のプロデューサーである鷲尾天は、「大人たちがジェンダーフリーな表現を特別視して騒いでいても、子どもたちはそれを自然なものとしてあるがままに受け取って欲しい」と語っている。したがって、これからのアニメ作品においては、その作り手は、ステレオタイプのジェンダー観に固執せず、人それぞれ個性があることを理解し、受け止められる作品にすることが重要であるのではないだろうか。そしてそのような価値観が多くみられるようになっていくことが大切であり、ジェンダー観に固執しないキャラクター達を、視聴者が当たり前に受け止め、それが「一般化」されていると思えるようになることが必要なのではないかと考える。

## 注

- 1) レンタルビデオ店でレンタル可能なアニメ作品と、有料動画配信サービスを使い調査した。
- 2) 髪型、服装に関しては、名前がついてなくてもセリフのあるキャラクター全てカウントした。
- 3) ショートとは髪の長さが肩より短いものをさす。
- 4) セミロングとは髪の長さが肩にかかる程度～胸当たりのものをさす。
- 5) ロングとは髪の長さが胸よりも下のものをさす。
- 6) 不明とは帽子やヘルメットなどの被り物や、髪を結いあげており髪の長さが分からない場合をさす。

## 参考文献

斎藤美奈子 『紅一点論』(ちくま文庫、2001年)

藤田由美子 『テレビ・アニメ番組にあらわれた女性像・男性像の分析—ステレオタイプの描写の検討を中心に』  
[http://www.js-cs.jp/wp-content/uploads/pdf/journal/02/cs1996\\_03.pdf](http://www.js-cs.jp/wp-content/uploads/pdf/journal/02/cs1996_03.pdf) (2019. 12. 16)

『I 働く女性の状況』<https://www.mhlw.go.jp/bunya/koyoukintou/josei-jitsujou/dl/16b.pdf> (2019. 9. 12)

『男女共同参画白書』[http://www.gender.go.jp/about\\_danjo/whitepaper/h29/gaiyou/html/honpen/b1\\_s00\\_01.html](http://www.gender.go.jp/about_danjo/whitepaper/h29/gaiyou/html/honpen/b1_s00_01.html)  
(2019. 9. 12)

『平成28年版働く女性を取り巻く実情』<https://www.mhlw.go.jp/bunya/koyoukintou/josei-jitsujou/15.html> (2019. 9. 12)

『平成28年度雇用均等基本調査(確報版)』<https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/dl/71-28r-02.pdf> (2020. 1. 8)

『共同参画』2019年1月号』[http://www.gender.go.jp/public/kyodosankaku/2018/201901/201901\\_04.html](http://www.gender.go.jp/public/kyodosankaku/2018/201901/201901_04.html) (2019. 9. 12)

『(フォーラム) #KuToo』(2019. 8. 25) <https://www.asahi.com/articles/DA3S14151738.html>

『日本におけるアニメ視聴の概況』[https://www.fism.net/report/anime\\_mkt\\_2017\\_summary.html](https://www.fism.net/report/anime_mkt_2017_summary.html) (2019. 9. 12)

『謎のセーラー戦士が解禁! 『モンスター』x 『セーラームーン』コラボCMにてカズレーザーさんがセーラー戦士に変身!』[https://news.biglobe.ne.jp/entertainment/1116/nij\\_181116\\_4781087809.html](https://news.biglobe.ne.jp/entertainment/1116/nij_181116_4781087809.html) (2019. 9. 15)

『赤塚不二夫公認サイトこれでもいいのだ!』<http://www.koredeiinoda.net/manga/akkochan.html> (2019. 12. 16)

『タツノコプロ』<http://www.tatsunoko.co.jp/> (2019. 12. 16)

『機動戦士ガンダム』<http://www.gundam.jp/tv/index.html> (2019. 12. 16)

『シティーハンター』[https://s.mxtv.jp/anime/city\\_hunter/](https://s.mxtv.jp/anime/city_hunter/) (2019. 12. 16)

『セーラームーン25周年プロジェクト公式サイト』<http://sailormoon-official.com/> (2019. 12. 16)

『も〜っと! おジャ魔女どれみ』[http://www.toei-anim.co.jp/tv/doremi\\_m/](http://www.toei-anim.co.jp/tv/doremi_m/) (2019. 12. 16)

『テレビ東京あにてれ NARUTO - ナルト - 疾風伝』<https://www.tv-tokyo.co.jp/anime/naruto/index2.html> (2019. 12. 16)

『TVアニメ進撃の巨人公式サイト』<http://shingeki.tv/season1/> (2019. 12. 16)

『TVアニメ僕のヒーローアカデミア公式サイト』<https://www.heroaca.com/> (2019. 12. 16)

『HUGっと!プリキュア 東映アニメーション』<http://www.toei-anim.co.jp/tv/hugtto-precure/> (2019. 12. 16)

『プリキュア: 我が道15周年 女兒を魅了し続ける理由』<https://mantan-web.jp/article/20181019dog00m200026000c.html> (2019. 12. 16)

『Dアニメストア』[https://anime.dmkt-sp.jp/animestore/tp\\_pc](https://anime.dmkt-sp.jp/animestore/tp_pc) (2019. 12. 18)

---

『跡見マネジメント』

跡見学園女子大学マネジメント学部卒業生優秀論文集

第 15 号（第 15 期卒業生）

2020 年 3 月 17 日発行

発行者：跡見学園女子大学マネジメント学部

〒112-8687 東京都文京区大塚 1-5-2

電話 03-3941-7420

印刷・製本：跡見学園女子大学生活協同組合

---

