The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	イメージとしての「日本」
Author(s)	伊藤, 公雄; 金水, 敏
Citation	
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/13192
rights	(c) 大阪大学21世紀COEプログラム インターフェイスの人文学 / Interface Humanities
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

Osaka University
The 21st Century COE Program
Interface Humanities
Research Activities 2004-2006

イメージとしての〈日本〉

Osaka University The 21st Century COE Program Interface Humanities Research Activities 2004-2006

大阪大学21世紀COEプログラム「インターフェイスの人文学」研究報告書2004-2006

文学研究科　人間科学研究科　言語文化研究科　コミュニケーションデザイン・センター

第5巻
イメージとしての〈日本〉

Imagined Japan

007 プロジェクトとしての「イメージとしての〈日本〉」
伊藤公雄

第I部 イメージとしての〈日本〉——論文編——

017 サブ・カルチャーの異質性とクール・ジャパンの実態
前田雅司

039 『あの旗を撃て』(1944) と『桃太郎・海の神兵』(1945) に映し出されるイメージとしての〈日本〉
池田淑子

061 俳句が海外に与えた影響
日本語残留孤児としての台湾日本語俳句
染川清美

089 芸術社会学・試論
新世界の「創造の現場」から
吉澤弥生

109 「ハイブリッド・オリエンタリズム」
「テクノ(ロジー) ミュージック」と「ジャパニメーション」を事例に
太田健二

131 「ご主人様」のいない場所
男装コスプレ喫茶をめぐるジェンダー論的考察
東 園子

153 「ゴシック・ロリィタ」コミュニティにおけるセルフ・アイデンティティ
水野 麗

第II部　イメージとしての〈日本〉——方法編——

187　イメージとしての〈ポピュラー・カルチャー研究〉
古川岳志

209　「イメ日」班における方法論の実験報告
研究ネットワークの構築のために
真鍋昌賢／伊藤 遊／山中千恵

219　呉智英氏講演録
「ポピュラー・カルチャー研究の課題と可能性」

245　「イメージとしての〈日本〉」活動彙報

265　「イメージとしての〈日本〉」報告書総目次2002-2007

271　執筆者・研究協力者一覧

274　「イメージとしての〈日本〉」研究プロジェクトメンバー

プロジェクトとしての「イメージとしての〈日本〉」

伊藤公雄

はじめに

本報告書は、大阪大学21世紀COEプログラム「インターフェイスの人文学」におけるプロジェクト「イメージとしての〈日本〉」班の活動を（主に2006年度のCOE授業「インターフェイス社会学」を通じて）まとめたものである（本プロジェクトの全体像については、巻末の資料を参照していただきたい）。

本研究プロジェクトは、これまで人文学の主要な対象であった「文化」を軸に、それを媒介して構成される対外的・対内的な「日本」のナショナル・イメージを、動的な視座から研究しようと企画された。初年度は、主にハイカルチャーとしての日本の古典文学の海外受容を軸に研究が展開され、それ以後は、近年注目を集めつつある日本のポピュラーカルチャーの海外での受容を通した日本イメージの形成に光をあてる形で展開された。

このプロジェクトの最終年にあたり、ここでは本プロジェクトのめざしたもの（研究モデルとしての特徴）を簡単に整理した上で、本プロジェクトのなかで議論されたポピュラーカルチャー研究の方法と意義、また、本研究プロジェクトが模索した若手研究者を含めた共同研究のあり方について述べてみたい。

「イメージとしての〈日本〉」プロジェクトの目指したもの

本研究プロジェクトの特徴は、以下のようなものであると考えられる。

第一に、従来、ほとんど交渉のなかった、大阪大学における文学研究科・日本学・国文学・日本語学を始めとする人文学的「知」と、人間科学研究科におけるソフトな社会科学である社会学やメデイア研究などの知見とを、意識的に架橋するなかで今回のプロジェク

トが進められた点である。両者の「出会い」は、相互の刺激のなかで、これまでにない新たな発見を生み出すことに成功したと考えられる。

第二に、「文化」の枠を、従来のハイカルチャーのみならず、マンガやアニメなどポピュラーカルチャーにまで拡大した点をあげる必要がある。従来の文学研究や芸術学などの知見を、ポピュラーカルチャー分析に活用する工夫や、ポピュラーカルチャーのもつ人間の「生」「生活」に対する「影響力」を考察することで、人文学の新たな対象としてのポピュラーカルチャーの位置づけをすることが可能になったと判断している。

第三に、「イメージ」という不定形でありながら、現代人にとって重要な問題について、積極的にアプローチした点も、本プロジェクトの重要なポイントのひとつである。従来の人文・社会科学が対象にしてきた一定の首尾一貫性を持った「理念」や「イデオロギー」だけでなく、より把握が困難な対象でありながら、現代人の「判断」や「評価」の基盤としてはより重要性を増しつつある「イメージ」をとりあげ、それをナショナル・イメージという、現代の国際関係・国内政治にとってきわめて重要な課題と結び付けて考察した作業は、今後、参照されるべき多くの問題提起を可能にしたと考える（このことについては伊藤、2005a参照）。

第四に、本プロジェクトの特徴として、国内外の若手研究者を招待して開催された国内および国外でのワークショップの実施をあげることができる。ワークショップにおいては、報告者は、作成途上にある原論文であるディスカッション・ペーパーをあらかじめ準備し、参加者はそれを熟読した上で参加する形をとった。こうすることで、討論の内容を深めることが可能になったばかりでなく、報告者は、討論の成果を、より精緻な形で論文として完成することができた。この方法は、若手研究者の育成という点で多くの成果を生み出したものと自負している。

最後に、ワークショップにおいても見られたように、本プロジェクトにおいては、つねにオープンエンドの形での共同発表、共同研究を実施することで、異なる世代間の相互刺激を意識的に生み出す形を追求したことをあげておきたい。何よりも研究のプロセスを重視し、研究過程で生じる齟齬や対立を大切にすることで、世代を超えたダイナミックな共同研究の形を生み出したこともまた、本プロジェクトのもつモデル研究としての特色であったと考えられる。

なぜ日本のポピュラーカルチャーだったのか

以上、本研究プロジェクトの特徴を述べてきたが、ここからは、そのなかでも重要な課題であったポピュラーカルチャー研究についてふれてみたいと思う。

私たちがポピュラーカルチャーに注目したのは、海外における日本のナショナル・イメージが（さらにいえば、そのイメージを介した日本側のそれもまた）、日本産のポップカルチャーを軸に形成されつつあると感じたからである。

実際、われわれの調査によっても、若手の欧米の日本研究者の多くが、日本のポピュラーカルチャーに注目していることは明らかである。また、海外の大学におけるアジア系講座の受講における一定の日本離れ状況（つまり中国ブーム）にあっても、日本語や日本文化に興味をもってこれらの講座を選択する学生がかなり存在しており、しかも、その多くが、日本のポップカルチャーをきっかけに日本語・日本文化を専攻していることもはっきりした事実であると考えられる（報告書『イメージとしての〈日本〉05』参照）。

なぜ日本のポップカルチャーが、これほどまでに海外で受容されるに至ったかについては、さまざまな議論がある。しかし、少なくともその「文化」としての水準が、相対的に「魅力的」なものだったのは明らかだろうと思う。

その背景には、戦前から続いてきた日本の「子ども文化」（それが日本のポップカルチャーの源流を構成していたことは明らかだろう）のもつ独特の性質があるのではないかと思う。つまり、欧米のそれと異なり、日本の商業的子ども文化は（学校的な子ども文化とは異なり）、「子どもを子ども扱いしない」とでもいえる傾向をもっていたのではないかと思われるからだ（伊藤、1985, 2005aなど）。この傾向は、戦後子ども文化のなかにも受け継がれた。その結果でもあるアニメやマンガにおけるストーリー性の複雑さや豊富さ（単純なストーリーの多いアメリカンコミックスやヨーロッパのコミックスと比べても、際立っていると思う）は、そのひとつの証拠になるだろう。

そしてたぶん、もうひとつの社会的背景に、1970年前後の日本型消費社会の成立という問題があると思う。つまり、1960年代から70年代のカウンターカルチャーやサブカルチャーの時代に続く時代状況のなかで、日本のメデイア産業が、ここで生み出された若い世代の多様なアイデアやエネルギーを、「脱政治化」しつつ巧みに「商品化」したと考えられるのである。

政治から「自由」な（つまり政治から疎外された）若者文化は、ある意味で、きわめて爛熟した様相を80年代以後みせ始める。「純粋に楽しみのためだけの生産物」と日本マンガを位置づけたフランスの研究者がいる（Bouissou, 2006）が、1980年代以後、日本のポップカルチャーあるいはサブカルチャーは、全体として、明らかに無臭の（脱政治的な）豊穣さをもって展開したことは、あの時代を振り返ってみれば直ちに理解できることだろう。その背景には、この時代の「文化」の徹底した「商品化」「消費化」という日本社会の動きが控えていたはずだ（つまり、サブカルチャーを支える経済的資源が強力に作動したということだ）。そして、経済的な資源に裏打ちされた高度に「複雑な」性質をもった文化的無臭性（脱政治性）は、明らかに日本のポップカルチャーの海外受容をスムーズに展開させたといえるだろう（この課題については、現在、新たに調査研究を進めつつある）。

ポピュラーカルチャー研究の新たな方法の模索

それでは、この新たな学問的対象としてのポピュラーカルチャー（当初、ここでいうポピュラーカルチャーについて、マスカルチャーやサブカルチャーのみならず、民衆文化も含む幅広い意味で位置づけてきたことはおさえておきたい）を、私たちはどのように研究すればいいのか。これもまた、本プロジェクトが継続して議論してきたことである。

その前に、もう一度「なぜポップカルチャー研究か」という問に答えておく必要があるだろう（伊藤、2004, 2005b）。

人文学の主要な対象が広い意味での「文化」であったことは明らかだろう。また、なぜ「文化」を研究するかといえば、「文化を通じて、私たちの『生』をより豊かに、生き生きとしたものにするために」という当然の答えが返ってくるのだろうと思う。

それなら、ここでいう「文化」とは何か。かつて人文学の対象とする「文化」は圧倒的にハイカルチャーであった。しかし、今、多くの人々が気づいているように、ハイカルチャーとポップカルチャーの境界が流動化し始めている。ポピュラーカルチャーと呼ばれるもののなかにも、深い知識や難解な解釈を要請するものが多数存在しているというだけではない。そもそも、私たちの「生」の経験にとって、ポピュラーカルチャーは、今や、日常的にも多くの深い影響を与えているのだ。この新たな「文化」をどう扱うかという課題は、今後の人文学、社会科学にとって重要な問題提起をなげかけているはずだ。

それなら、いかにしてポピュラーカルチャーは研究される必要があるのか。

私たちは、今回のプロジェクトでの共同作業を通じて、このポピュラーカルチャー研究を進めるための、いくつかの視点を提示することができると思う。

まず、当然の作業として、ポップカルチャーの生産、流通、消費をめぐる研究があげられるだろう。ここでは文化産業論、メディア論、受容者論（利用と満足研究）をはじめ、さまざまな視座がすでに存在している。ポップカルチャーの社会的機能をめぐる研究もまた、この分野に含まれることだろう。

ポピュラーカルチャーを「作品」として考察するという作業をあげることもできる。ここには、従来の文学理論や美学理論の成果が適用可能であるはずだ。さらに、この研究スタイルは、学際的な研究の交錯のなかで新たな視座を生み出す可能性を秘めていると思う。

また、ポップカルチャーに映し出された社会や人間性の分析という切り口もまた、柔らかい社会科学である社会学や人類学にとっては、すでになじみの深いものだろう。これもまた、今回、私たちの研究のなかにはしばしば見出された方法だった。

これと深い関連性をもつ課題であり、私たちの研究プロジェクトのなかで新たに浮上したテーマとして、「学術資料としてのポップカルチャー」という視点がある。今後、現代社会・文化を考察するために不可欠なものとして、こうした資料を収集し、蓄積する方法（アーカイブ等も含めて）もまた問われざるをえない。

さらに、ポップカルチャーを利用した教材開発や授業での利用法をめぐる研究もまた、今後、さらに深めていかざるをえない課題として、プロジェクトを通じて認識されるようになった。

最後に、ポップカルチャーの創造／制作論というテーマも考える必要がある。テクノロジーの発達は、「文化創造」を身近なものにしつつあるからだ。文化の「創作」「創造」を研究するということは、文化産業の発達と結びつくという意味で、産学協同的な側面をもつことも多い。しかし、それだけではないはずだ。創造する作業は、そのこと自体が個々の「生」の豊かさを保証するからだ。もっといえば、「創造」への参与は、学び手を、単なる「受け手」だけの立場から、「創り手」の視点を所有させることを可能にさせる。それは、メディアリテラシーの経験が示しているように、「文化」の解釈や分析を大衆的に深化させることとつながっていくはずだ。

「過程」「媒介」としての共同研究

すでにふれたことだが、ポピュラーカルチャーを対象にするという今回のプロジェクトは、共同研究のスタイルという点でも多くの新しい成果をもたらしたと思う。

というのも、今回のプロジェクトにおいては、基本的に研究の「過程」を大切にするという方向性をとったからだ。ワークショップ等においても、その場で直接的な「成果物」をめざすことはしなかった。むしろ、「成果」については、原則としてオープンエンドにし、何よりも共同作業のプロセスを重視した。ディスカッションペーパーという方式の採用も、明らかに、こうした研究「過程」重視のために行なわれたものである（もちろん、共同研究を通じて、多くの成果物が個人の名前のもとで発表、公刊されていることは言うまでもない）。

また、若手育成という視座から、年上の教員は基本的に「媒介者」の立場をとるという選択をした（どこまで意識的であったかはともかく、結果として、上の世代の「媒介者」としての役割遂行は、それなりの効果をもたらしたと思う）。また、こうした対応のなかで年長世代は若い世代から新たな知的刺激を受けたのも事実である。

もちろん「論文」という成果は個人に所属する。しかし、本プロジェクトにおいては、その成果へ至るプロセスを、できるだけ「共同化」させることで、参加者の「経験」を自発的に掘り起こさせ、相互に刺激を与えあうなかで生じるものを大切にしようと努めたといえるだろう。

それがどこまでうまく機能したかには疑問も残る。しかし、そうした方向を、本プロジェクトが、選択しようとしたのは間違いないところである（ポピュラーカルチャー研究と共同研究については、『イメージとしての〈日本〉05』に掲載されているパネルディスカッションの記録なども参照されたい）。

おわりに

今回の報告書をもって、COEのプロジェクトとしての「イメージとしての〈日本〉」は終了する。しかし、今回のプロジェクトにおいて形成された国内的・国際的なネットワーク

と共同研究型のワークショップは、今後も姿を変えて継続していく予定である。

今後とも、新たな参加者も含めて、多くの方々の協力を心より希望したいと思う。

［いとうきみお・京都大学大学院文学研究科教授］

［文献］

Bouissou, J-M., 2006 "Japan's Growing Cultural Power: Manga in France" in J. Berndt & S. Richter(eds.), *Reading Manga:Local and Global Perceptions of Japanese Comics*, Leipziger Universitätsverlag.

伊藤公雄　1985「『開かれた』イデオロギー装置――メディアとしての少年軍事愛国小説」、京都大学新聞社編『口笛と軍靴』、社会評論社

――――2004「インターフェイスの人文学に向けて―ポピュラーカルチャー研究とのかかわりで」、大阪大学21世紀COEプログラム「インターフェイスの人文学」『岐路に立つ人文学』

――――2005a「戦後日本のポピュラーカルチャーの中の『戦争』と『死』」、阪大フォーラム2004委員会編『日本、もうひとつの顔』

――――2005b「解釈と実践―カルチュラルスタディーズの射程」盛山和夫・土場学・野宮大志郎・織田輝哉編『〈社会〉への知／現代社会学の理論と方法（下）』、勁草書房

――――2006「はじめに」大阪大学21世紀COEプログラム「インターフェイスの人文学」『イメージとしての〈日本〉05』（責任編集者・伊藤公雄）

第I部
イメージとしての〈日本〉
——論文編——

サブ・カルチャーの異質性とクール・ジャパンの実態

前田雅司

1. 日本のサブ・カルチャーの現状から

今日、日本のサブ・カルチャー、特にマンガやアニメ、テレビ・ゲーム等があたかも日本を代表するポピュラー・カルチャーであるかのごとく、諸外国に受け入れられている。そして、欧米では、そうしたサブ・カルチャー等を通じて見出される日本文化なるものを「クール・ジャパン」として評価がなされている。ここで捉えられる「クール」とは、「冷たい」という意味ではなく、「知的でかっこいい」という意味であり、こうしたサブ・カルチャーの作品性、表現性がグローバルな形で高く評価されているといえるだろう。

このことは、これまで日本文化においてある意味日陰者扱いされてきたサブ・カルチャーとしてのマンガやアニメ、テレビ・ゲームが世界的に流通する文化的コンテンツとして注目されてきていることになる。近年の動向を見ても、士郎正宗原作・押井守監督『GHOST IN THE SHELL 攻殻機動隊』が『ビルボード誌』(1996年8月24日号)においてホームビデオ部門で週間売り上げ第一位として取り上げられただけでなく、その世界観、すなわちコンピュータ等のハイ・テクノロジーと東洋的エキゾティシズムが混交した近未来イメージは、テクノ・オリエンタリズムとしてウォシャウスキー兄弟監督『マトリックス』シリーズ等に影響を与えているといわれる程である。日本を舞台にした映画『キル・ビル』を監督したクエンティン・タランティーノが、日本のマンガやアニメ等のファンであることは有名であり、映画の一部に用いられたアニメ・シーンは、タランティーノのたっての希望で日本のアニメ制作会社、プロダクション I.G(『イノセンス』等の制作で知られる)が制作を担当している。また、宮崎駿原作・監督『千と千尋の神隠し』が、2002年にベルリン国際映画祭で金熊賞とアカデミー賞(最優秀長編アニメーション賞)を受賞している。テレビ・ゲームでは、ハードとソフトを通じて日本が先進的な地域として国際市場を牽

引しているのが現状である。特に任天堂が出した『ポケットモンスター』は、ゲーム・ソフトとしてだけでなく、アニメやキャラクター・グッズ等メディア・ミックス展開が行われ、『ポケモン（Pokémon）』としてアメリカを始めとして世界的にテレビ放映されているだけでなく、アニメ映画『劇場版ポケットモンスター　ミュウツーの逆襲』は興行的に成功を収めてもいる。

このことから窺えるように、これまで国内的に評価されてきたとはいえないサブ・カルチャーが、バブル崩壊後の低迷する日本経済の状況と相反する形でグローバルに評価されていることは皮肉な出来事であるといわざるを得ない。それ以前においては、マンガやアニメ等は、子供の教育上悪影響を与えるものとして批判の対象とされてきた。最近では、テレビ・ゲームがゲーム脳という形でゲームのやりすぎは脳に悪影響を与えるという不当な評価がまかり通っていた位であり、青少年による暴力事件の発生の度毎にそこにテレビ・ゲーム等の暴力表現の影響があるかのごとくマスコミを通じて根拠もなく報道されてもいる。こうしたサブ・カルチャーが若者文化と結びついて広がっていく一方、オタク現象との絡みの中で位置付けられる時、そこにある種の偏見・偏向――そこにはM事件の陰が大きく関わってくる――が伴わざるを得ない一面があったことは確かである。だが、ここ最近の動向を見ると、日本のサブ・カルチャーは、オタク化の流れと相まって、若者文化との絡みの中で裾野を拡げ、多様化してきたことも確かである。それは、マイナーな領域であるが故に見過ごされ、メインのポピュラー・カルチャーとは異なる形で独自の異質性＝異文化性を持ってきたためであるもといえよう。商品＝モノを記号として消費する消費社会の進展に伴い、相反する形で弱体化する伝統的な規範的文化に対して、いかがわしさ故にマイナス・イメージで周辺化されてきたサブ・カルチャーがマス・カルチャーを補完する意味で市場に取り込まれると共に、更に今日若者文化との絡みの中でプラス・イメージに転換し、マス・カルチャーとの共犯的な関係性から逸脱する形で、サブ・カルチャーの更なるサブ・カルチャー化が進展してきたのが現状であるといえる。それが、結果的に皮肉な形でグローバルに評価される事態となってきているのである。

そして、現在は日本独自の形で発展してきた文化的コンテンツとしてマンガやアニメ、テレビ・ゲームが注目され、重要な文化資源としていかに世界に向けて育成し発信していくかが問われるようになってきている。それ故か、キャラクター・グッズ等で、これまでこうしたサブ・カルチャー分野をスポンサーとして支えてきた玩具メーカーだけでなく、例えば総合商社等がファンドといった形でアニメ制作に関わるようになってきているし、

また、国も経済産業省を始めとして、将来性を持ったビジネス・コンテンツとして育成・支援といった施策を行っていこうとしている。確かに、ひとつの作品がヒットすれば、メディア・ミックスによる二次的、三次的な形での展開が図られ、それがひとつのキャラクター・コンテンツとしてのビジネス・モデルが現在確立していることは無視できない事実である。

しかし、こうした形でワールド・ワイドの形でコンテンツ・ビジネスとして位置付けられていくことは、本来こうしたサブ・カルチャーが持つ異質性、ある意味いかがわしさ故の周辺性を縮減させ、誰にでも受容でき、消費できる平準化された文化資源へと変質、変容していくことにつながりかねないのではないだろうか。これまでは、マイナーな周辺文化故に、ある文化的コンテクストあるいはメディア的な約束事さえ果たしていれば、ある程度の自由が享受でき、異質な才能を発揮する余地＝余剰性を留保することができてきたといえるだろう。そのことが日本独自のサブ・カルチャーの魅力を醸成することにつながってきたともいえるが、それが、コンテンツ・ビジネスとして組み込まれていくことは、そうした余剰としての異質性、それに伴ういかがわしさを付加価値のないリスクとして排除していく方向に進められていくことは容易に想像することができる。

2. 海外における異質性＝異文化性の排除と再評価

それでは、新たな固有の文化コンテンツとして日本のサブ・カルチャーはどのように海外で見なされ、受容されているのだろうか。

アメリカでは、手塚治虫原作の『鉄腕アトム』が1963年『アストロ・ボーイ（Astro Boy)』としてテレビ放映されて以降、様々な日本製のアニメが今日に至るまでテレビ放映されている。その間、アメリカでのテレビ放映において問題になったのが日本製アニメの暴力表現、性表現であることはいうまでもないが、それ以上に日本という異文化性＝異質性を排除することによってアメリカ的な文脈に即した形式や内容に合わせようとする意図が働いていたことである。すなわち、日本製のアニメは、暴力と性の表現の問題をクリアするだけでなく、作品内容の物語性を損なってまでもアメリカナイズの洗礼を受けることなくしてはアメリカ市場に受け入れられることはなかったということである。それ故に、今日でも日本製アニメのオリジナリティを損なう形での再編集やカットが当り前の如く行

われている。その背景としては、日本ではマンガやアニメが子供だけでなく、深夜アニメのように一般成人層向けのマンガやアニメが制作され、流通しているのに対して、アメリカではアニメーションは、先ず子供向けのものとして位置付けられ、「カートゥーン」として括られてテレビ放送され、受容されている文化的な相違があるためといえよう。そのため、日本のような一部の熱狂的なオタク層を対象とするのではなく、一般的なアメリカ大衆向けの内容であることを前提とせざるを得ない面があることも、その受容のされ方の相違として見ておかなければならない。

こうした状況が大きく変化していくのは、アメリカ製のアニメーションとして見てきた作品の中に、一般向けに複雑な物語性を持った日本製のアニメが多く含まれていることに気づいた世代、1970年代から80年代に子供であった世代が成長し、日本製アニメを再評価するようになってきたためであるといえる。彼らは、日本製アニメのファン層（Fandom）として、再編集の結果、アメリカナイズされ平均化＝平準化された内容のものではなく、本来のオリジナルな内容のアニメ作品を求めるようになっていく。そこにビデオ機器の普及が相まって、日本製アニメがビデオ・ソフトやOAVを通して流通・市販されるようになると共に、日本からオリジナル内容のアニメを入手し、仲間内でビデオ上映会を催すようなことが行われるようになっていく。更に、ファンサブ（Fansub）という形で、輸入等で手に入れたオリジナルの日本製アニメ作品に自作の英語字幕を入れたり自前で吹き替えを行ったりして、愛好者の間に配ることが当り前のようになっていく。こうしたファンサブの行為は、著作権侵害にもなるのだが、とはいえこうしたアンダーグラウンド的な現象を通じてファン層が拡大していったことは確かであり、そうした日本製アニメの再発見・再評価を通じて、現在の日本のサブ・カルチャーあるいはオタク文化への関心が高まっていくことになる。

では、こうしたアメリカのファン層は、日本のマンガやアニメ等のどういう面に魅力を感じ、評価しているのであろうか。アメリカにおいて日本のアニメ等を研究対象にしているスーザン・J・ネイピアは、アメリカの大学生を対象にした調査の結果から、その魅力として「異質性」「複雑性」「美的なクオリティ」の三点を挙げている〔Napier 2001=2002: 431 − 442〕。

これらの三点は相互に絡まりながら日本のアニメを構成しているといえるが、そこに見なければならないのは、アメリカ製のアニメーションが子供向けのカートゥーンであるが故に、子供から青年、成人へと裾野が広がっていくアメリカのファン層にとって飽き足ら

ない面を感じさせるようになってきていたことである。それに対して、日本のアニメは、多様な題材に基づきながら複雑な物語性＝世界観あるいはテーマ性を表現し、更に手法的にフル・アニメーションではなく、テレビ放映に合わせた量産化可能なリミテッド・アニメーションを採用せざるを得なかったために、表現上の様々な工夫や手法を考案しなければならなかった。そのことが、結果的に日本製アニメ独自の表現や内容を成立させる事態に至り、それがアメリカ等のアニメ・ファンにとって迫真的かつ斬新的な表現、異質なアニメとして迎え入れられることになったのである。

ネイピア自身は、日本のアニメの魅力を三つの視点、すなわち「終末（アポカリプス）モード」「祝祭（フェスティバル）モード」「挽歌（エレジー）モード」から分析を行い、次のように述べている。

「この魅力は、現代社会においてますます重要になりつつある問題——たとえばテクノロジーの進歩、ジェンダーアイデンティティ、男女関係、過去の歴史上の問題が現代的な文化で取り上げられている点——と強く関わっている。／その理由は、アニメーション映画全般——特にアニメ——が、不安定な現代社会の希望や悪夢を表現するための理想的な芸術的手段だからだろう。アニメーションは、実写映画も及ばないほど、テクノロジーとアートが絶妙に混ざりあっており、その二つの要素の連動が内容的にも、スタイル的にも具現化されている。」〔Napier 2001=2002: 28〕

そこで見出されている「終末モード」とは、物質的なカタストロフあるいは精神的な内奥の崩壊を含む葛藤や摩擦を表す物語性とされ、「祝祭モード」とは、価値観の転倒と逸脱における死と再生に基づく変化を表現するものとされている。また、「挽歌モード」とは、失われたものに対する日本独特の叙情詩的（リリカル）な哀悼、あるいは伝統文化の衰退とその喪失を暗示する表現のモードとして見なされている。ネイピアは、以上のような三点にアメリカ等のアニメーションに見られない日本製アニメの独自性を見出し、更に「商業的かつ文化的な勢力として、まさにグローバルな特殊形態」〔Napier 2001=2002: 24〕であり、「潜在的な文化抵抗勢力として聳え立っているユニークな芸術的な産物であり、日本に根ざしたローカル版ポップカルチャーの一形態」〔Napier 2001=2002: 25〕であると位置付けようとする。

だが、そこで見落としてはならないのは、そうした日本製アニメの異質性＝独自性といった特徴は、アメリカ的なるものの鏡像としての異質性＝他者性であり、その限りでの東洋的なエキゾティシズムであるかもしれないことである。それはあくまでも普遍的な西

欧的モデルから見た異質性なのであり、日本製アニメ等で問題にされる暴力表現や性表現も、普遍的モデルから逸脱した日本の文化的特徴、その異質性＝異文化性として読み解かれている面を見逃す訳にはいかないだろう。そして、そうした面が日本特有のオタク現象と結び付けられて捉えられることは避けられないように思われる。その意味では、日本のアニメは、日本のサブ・カルチャーという特殊性＝特異性——そこには創り手＝送り手と受け手との奇妙な共犯的な関係性が介在し、それ故に重層的な読み込みが可能ともなる過剰性を内包してもいる——から生じたものであり、アメリカでは、その異質性の故に排除——アメリカ的なコンテクストに合わせた形でのカットや再編集を経ることなくしては受容されないという意味で——され、逆にその異質性の故に今日再評価されるようになったともいえるのである。

3. クール・ジャパンとサブ・カルチャー

3－1. クールの意味するもの

以上のように「クール・ジャパン」という形で現在日本のサブ・カルチャーが評価されているとしても、ネイピアが捉えるように、そこにはグローバル化、その普遍的モデルに対する異質性＝特殊性への評価という側面があるといわざるを得ない。それを単純に受けとめ、コンテンツ・ビジネスという形で育成し、世界市場に発信することは、結果的に本来日本的土壌においてマイナーな周辺性から生じた特異なサブ・カルチャーというあり方をグローバルな市場へと回収させ、普遍的なモデルへと平準化させることにもつながりかねないのではないだろうか。そこには、もはや特異な異質性をはらんだ日本のサブ・カルチャーといったオルタナティヴな自由な場等はありえないように思われる。

最近のマンガやアニメ、テレビ・ゲームの動向を見ても、キャラクター・コンテンツとしてのビジネス・モデルが確立したためか、最初にキャラクターありきの状況の中で作品が創られる傾向が強まり、その結果作品そのものの形骸化や空洞化が進む一方、過剰な読み込みを可能にする重層的な物語性＝世界観を持った作品が生まれにくくなる現状にある。また、そうした状況が一部のオタク達との馴れ合いを生み出し、本来あった創り手＝送り手と受け手との緊張関係が希薄になりつつあることも、日本のサブ・カルチャーとい

う特異性＝異質性を矮小化させていく要因になってきている。

では、こうした現状にある日本独自のサブ・カルチャーとしてマンガやアニメ、テレビ・ゲーム等が「知的でかっこいいクールなもの」としてどのような文脈の下に位置付けられているのであろうか。アメリカの雑誌『Foreign Policy』(2002年5・6月号）に「Japan's Gross National Cool」という論文を掲載し、日本のサブ・カルチャーをクールという視点から捉え、新たなソフト・パワーとして位置付ける先鞭を付けたジャーナリスト、ダグラス・マッグレイは、次のような序文からその論文を始めている。

「日本は、またもや、新たな超大国の地位を築きつつある。広く報じられている政治、経済上の落ち込みにも打ちのめされることなく、日本のグローバルな文化的勢力は静かに力を増してきた。ポピュラーミュージックから家庭用電子機器、建築からファッション、アニメーションから和食にいたるまで、今日の日本は、経済大国だった1980年代と較べて文化大国と言うのが正しいようだ。しかし、はたして日本はメディアの素晴らしい力をベースに、同様にパワフルなナショナル・メッセージをはっきりと発信することができるのだろうか？」〔Mcgray 2002: 1=2003: 132〕

マッグレイは、2001年に3ヶ月かけて日本に滞在し、同人誌やフィギュア等のオタク専門店「まんだらけ」への取材や様々な日本のアーティスト、映画監督、文化系の専門家等にインタビューを行い、日本のサブ・カルチャーがソフト・パワーとして新たな可能性を持って立ち現れてきている現状を分析しようとする。しかし、その過程で見出されたのは、インタビューの対象者の多くの、日本文化が海外で勢力を持っていることへの驚き、外国の観客への無関心、外国からのインスピレーションの強調と、現代日本に日本的な要素がほとんどないという謙遜であった。そこには、取材を受けた上野俊哉が言うようにポストモダン的な折衷主義、すなわち他国の文化的要素を融合し、筋が通ったまとまりのある文化を創り上げていく日本の姿であったといえるだろう。マッグレイは、そこにジャパニーズ・クールのキー・ポイントを見ようとする。

更にマッグレイは、こうしたソフト・パワーの視点から、GNP（Gross National Products＝国民総生産）に対して、GNC（Gross National Cool＝国民文化力）という指標を提示し、Cool（知的なかっこよさ）の度合いから日本文化の底力を再評価し、世界に影響を与える文化力を備え、今日発信しつつある文化大国として日本を位置付けし直そうとする。だが、その一方、日本がマンガやアニメ、テレビ・ゲーム等のサブ・カルチャーを通じてソフト・パワーを蓄えてきているのに反して、以下のように、海外に向けてコミュニケー

ションの流通経路を十全に使いこなし、人材を育成しながら自ら培ってきた文化資源をソフト・パワーとして発信し、流通させていくことが今後大きな課題となってくることも指摘してもいる。

「しかし、恐るべきソフトパワーを蓄えてはきたものの、まだ日本には栓を抜いてそれを出す手段がほとんどない。ナショナル・クールがあれば、日本の大学、研究室、企業、芸術は、才能ある外国人に満ちているはずである。ところが、1990年代後半にアジアで大々的に行われた世論調査でわかったことは、日本文化や日本製品をたたえる回答者でも、日本に留学したり仕事をしに行こうと考える人はほとんどいなかったことだ。ましてや永住希望者など皆無に近かった。日本の文化は外国からの影響にオープンであるが、日本への移住や移民に対するサポート体制は政治的にも社会的にもない。」〔Mcgray 2002: 9=2003: 140〕

「目を見張るような日本の復活の歴史を物語るのは、その変容の帰結には、おそらく破滅ではなく再生が待っているだろうということだ。コミュニケーションの流通経路を握る日本には、可能性に満ちたソフトパワーが大量に蓄えられている。そして、超大国としてふさわしい地位を築いた日本が、その文化を広める時、あふれるようなメディアがありながらメッセージのない状態に、満足しつづけるとは考えにくい。」〔Mcgray 2002: 9=2003: 140〕

以上のように、マッグレイは、日本のサブ・カルチャーを彩るマンガやアニメ、テレビ・ゲーム等が世界に流通し、受容されている現状を踏まえて、そこに新たな日本独自の土壌から培われた文化資源＝ソフト・パワーを捉えると共に、新たな指標としてクール（知的なかっこよさ）という要因を見出そうとしたといえる。だが、そこで見落としてはならないのは、こうした第三者、すなわち西欧のまなざしを通じて始めて、日本のサブ・カルチャーがクールなものとして世界的に注目され、海外で大きな影響力を持つに至っていることが知らしめられたということである。逆に、いかにこうした日本のサブ・カルチャーが自国の中で軽視され続けていたかの証左といえるのではないだろうか。そして、そこで捉えておかなければならないのは、ネイピアやマッグレイ等に見られるように、外部からの視点＝欧米のまなざしによって再発見される日本なるものは、西欧を主体にして構築された視点が介在した、あくまでも西欧の普遍的な文化的モデルを通じて見出される異質性＝異邦性なのであり、その限りにおける鏡像としての他者＝幻想としての日本であることを見逃す訳にはいかない。他方、そうした西欧のまなざしを内面化した形で受容される日

本独自のサブ・カルチャーなるもの、その「クール・ジャパン」というイメージは、二重に捩れた形での鏡像的な他者なるイメージを安易に受容し、あたかも最初から価値があったかのように内面化し再受容しているだけかもしれないのだ。

自閉化していく日本の若者を取り巻くサブ・カルチャー現象について、「オタクや引きこもりといった「現象」にも、(……) 個が自分ならびに他への「愛着を失い無関心になること」ひいては個が「廃されてしまうこと」という現象に通じるものがあるのかもしれません」〔Stiegler 2004=2006: 2〕というある面正鵠を射た評価を行うメディア論者ベルナール・スティグレールがいる一方、「OTAKU」や「HENTAI」という言葉がある種の偏見・偏向を伴いながら世界的に流通し、また、例えば、日本のサブ・カルチャー／オタク文化に詳しいタランティーノでさえ映画『キル・ビル』で描く日本なるものは、日本人から見ると違和感を覚えざるを得ない位、日本のある一面が誇張され、歪められた形でのどこにもない日本であるといえ、そうした特殊性＝異質性が介在した形での「クール・ジャパン」という評価が成り立っていることを押さえておく必要がある。

3－2. クールとパワー

ともかく、オタク現象との絡みの中で、これまでいかがわしい周辺的なものとして見なされ、ある一面顧みられることがなかったともいえるマイナーなサブ・カルチャーが、世界に流通する日本発の文化資源であるということを海外、特に欧米というまなざしの指摘によって認識させられたことは、バブル経済崩壊後、「失われた十年」ともいわれる長期に渡る経済的低迷を余儀なくされてきた日本にとって、ある意味皮肉な出来事であることは間違いないだろう。むしろ、バブル崩壊後、リストラ等で流動化する人とモノの動きの中で、いかがわしさ故の周辺性がかえって自由な場として、様々な能力のある人材を集約し得ることを可能ならしめた結果であるともいえるかもしれない。また、海外への視点を欠落させながら、国内の限られたキャラクター市場／オタク市場を対象にしてきたこと——テレビ・ゲーム業界も、国内市場の安定があって初めて、アメリカ等の海外市場への進出が可能であった——が、結果的に経済的動向に左右されることなく、安定したオルタナティヴな市場基盤を持ったマイナーな文化として成り立ち得ていたともいえよう。そうした国内市場の文化基盤に安住してきた状況が、海外からの評価の高まりと共に、捩れた形で崩れてきたのがサブ・カルチャーを取り巻く現状ということになる。

そのためか、「クール・ジャパン」という形で評価されるサブ・カルチャーは、低迷する経済の最中において、新たな日本経済を牽引する市場分野として、一般的に次のような論調でデジタル・コンテンツ化の流れと相まって注目されるようになってきている。

「これまで、新聞、出版、放送、音楽、映画、ゲームなど、それぞれが独自に発展してきた産業は、今、デジタル化によって融合しつつある。通信や放送、家電、自動車などあらゆる産業も横に串刺しして再編する「コンテンツ産業」が出現しようとしている。従来の「メイド・イン・ジャパン」を一新させる、高度に文化と技術の融合した新産業である。／この産業が、少子高齢化や国家財政の行く末に不安を感じている現在の日本を、新しい次元へと牽引することは間違いない。」〔杉山 2006: 4 − 5〕

だが、それは、あくまでも国際的な競争力を持ち、将来性を期待できる新たな市場分野としての側面に留まる限りにおいてといわざるを得ず、マイナーな周辺性＝特異性といったオタク的ないかがわしさが払拭された訳でないことはいうまでもない。むしろ、そうした側面が更に歪んだ形で強調され、興味本位に取り上げられる風潮さえ見られるのが現状ではないだろうか。

しかも、そこには、マッグレイが指摘するように、マイナーな周辺文化として追いやられてきたが故に、マンガやアニメ等における人材育成や情報発信等といったマーケティングによる戦略的な視点がこれまで欠落してきたことを見落としてはならないだろう。そのため、海外への供給・進出において、日本のサブ・カルチャー作品が不利な契約を結ばざるを得ないケースだけでなく、アメリカ等では、マンガやアニメ等における暴力表現、性表現が問題にされ、作品性を損なう形での編集やカット等が今日も当り前の如く行われているのが現状なのである。「クール・ジャパン」という文化イメージだけが先行している現状を顧みると、今後海外での流通経路、供給のあり方等が大きな課題になってくることは避けられない事態であるといえよう。特に、アメリカ・ハリウッドの映画資本やディズニー・プロダクション等のエンターテインメント産業が普遍的な文化モデルとして支配する世界市場の中で、日本のサブ・カルチャーがその異質性＝独自性を損なわれることなく、その作品性が発揮される余地があり得るのかどうかが問われることになる。むしろ、現状を見ると、そうした巨大なアメリカ資本が支配する普遍化＝平準化された文化的モデルへと回収される傾向が強まっているといわざるを得ないのではないだろうか。例えば、『リング』や『バイオハザード』、『ドラゴンボール』といった映画やアニメ、テレビ・ゲーム等日本で話題になった国産の作品がアメリカ等でリメイクされたり、版権が取得された

りするところにその傾向を読み取ることができるだろう。だが、裏返せば、そこには、アメリカ・ハリウッド等における企画力、プロデュース力の低下という側面、あるいはパターン化され型に嵌ったシナリオ展開、その硬直化といったものも見逃す訳にはいかない。だからこそ、外部から新たな文化資源を巧妙に囲い込むことによって、自らの市場基盤の活性化を図らざるを得ないのが、肥大化したアメリカのエンターテインメント産業／映画資本の現状であるともえいえよう。

ところで、クールという視点から日本のサブ・カルチャーを読み解こうとしたマッグレイは、日本のアート・プロデューサー、山口裕美との対談において、対談中クールという言葉がほとんど出てこず、その代わりにパワーが多く使われていることを指摘され、更に「グローバル・ナショナル・クール」のクールとはパワーのことを指すのかと尋ねられて、以下のように答えている。

「全くその通りです。私はクールという言葉をパワー、つまり力という意味で使いました。文化＝振り向かせる力だと思っています。人々を魅了するということは、人々を自分の方へ向かせること。あえてGNPに模してGNCという言い方をしたのは、数値的にも人を振り向かせるパワーがあると考えたからです。」〔山口 2005: 49〕

このことからも窺えるように、「クール・ジャパン」のクールとは、単純に知的でかっこいいという意味で済まされ得ない面を持ち合わされているといえ、だからこそ、マッグレイは、日本でも話題になった論文「Japan's Gross National Cool」の中で、クールと共にソフト・パワーという言葉を併用して使っていることを見落としてはならない。むしろ、パワー（人々を魅了し、引き付ける力）としての側面が裏表の関係として始めて、クール（知的でかっこいい）という側面が意味を持ってくるといえるのである。だからこそ、人々の需要を喚起し、消費へ結び付けていくために、いかにコミュニケーションの流通経路を支配・管理し、メディアの中に露出させていくかが重要になるのはいうまでもない。そして、そこに絡んでくるのが文化的ヘゲモニーの問題であることを見逃してはならないだろう。そうした文化的ヘゲモニーを巧妙に隠蔽しながら、市場の流通を支配し、文化的な囲い込みを行なっているのが、ハリウッドに代表されるアメリカのエンターテインメント産業であるということになる。

その意味では、「クール・ジャパン」という表面的な評価だけではなく、日本におけるサブ・カルチャーも、こうしたアメリカの文化的ヘゲモニーとの関係の中で、どのような影響を受けて今日に至っているのかを捉え直す必要があるのではないだろうか。このこと

は、例えば、ウォルト・ディズニーに対する手塚治虫の憧憬とコンプレックス、あるいはアメリカのフル・アニメーションに対する日本製アニメでのリミテッド・アニメーションの採用、その結果としての特異な表現形式の発展や物語内容の複雑化、相対化といった独自の展開がアメリカの文化的ヘゲモニーとの絡みの中でどのように生じ得たかを見ておく必要がある。それが、日本のサブ・カルチャーの土壌を培い、今日のオタク現象を醸成する条件となったことは見逃せない事実である。その上で、日本発のサブ・カルチャーの独自性＝特異性をいかに活かし、人々を魅了する文化資源のあり方を模索していくかが問われなければならない。

4. コンテンツ・ビジネスと国の施策

以上のような「クール・ジャパン」という評価と共に、これまで顧みられることのなかったマンガやアニメ、テレビ・ゲーム等が日本を代表する文化資源であり、世界市場に通用し、今後日本の文化を情報発信していく上でなくてはならないコンテンツとして遅まきながら現在見直しが行われつつある。日本政府も、コンテンツ・ビジネスの進展を図る上で、マイナーな周辺性に追いやられていたサブ・カルチャーに注目し、その育成を進めていく方針を打ち出すと共に、2003年に「知的財産戦略本部」を設置し、様々な施策が行われようとしている。

次いで、国の施策等がどのようにマンガやアニメ等のサブ・カルチャーを位置付け、日本独自のコンテンツ・ビジネスに組み込もうとしているかを見てみることにする。

先ず、コンテンツそのものについて、経済産業省によるコンテンツ産業国際戦略研究会は、2003年にそれまでの議論を集約した中間とりまとめの中で「コンテンツとは、人の精神（心）に充足感を与える「情報」であり、経済的取引が可能な「財」でもある。」〔経済産業省コンテンツ産業国際戦略研究会 2003: 4〕と定義し、以下のように現状を分析している。

> 「しかしながら、日本コンテンツには、他国にはないハンディキャップもある。／それは、多くの日本人自身が、日本コンテンツ産業の価値や国際的競争力を信じてこなかったことである。残念ながら、「マンガ」や「アニメ」等素晴らしいコンテンツを生み出す制作者達は決して十分な経済的還元を受けていない。社会からの認知度は決して高いものではなかった。（……）政府においても、ここ数年を除き、コンテンツ産

業の重要性を政府の公式文書で謳ったことはなかった。／更に何よりもコンテンツ産業自身が自らの力を過小評価していたのではなかろうか？市場規模や海賊版の氾濫等多くの要因があるにせよ、全体として見た場合、コンテンツ産業の国際展開が積極的であることは困難である。」〔経済産業省コンテンツ産業国際戦略研究会 2003: 4〕

その上で、研究会は、知的財産を新たな成長のメカニズムの中核に据えた構造変換の中で、コンテンツ産業は、日本のリーディング・インダストリーへと発展する可能性を有し、その国際展開を促進することは急務な課題であるとしている。そして、研究会の提言の骨子は次のようになっている。

『コンテンツ産業国際戦略研究会中間とりまとめ』提言骨子

1. 国際展開に向けた提言

①情報収集能力の向上・蓄積を図る国際展開拠点等の整備を図る。

②情報発信力強化とともに国際取引市場の創設を図る。

③積極的に「攻め」の海賊版対策強化を図る。

④人材育成、人材交流の促進により、信頼できるパートナーづくりを図る。

⑤新しい海外流通モデルの確立を図る。

⑥国際展開を困難にしている制度的要因の解消を図る。

⑦国際展開に向けた官民共同による行動計画の策定と業界横断的な課題の解決に向けた検討体制の継続を図る。

2. 我が国コンテンツ創造力強化に向けた提言

⑧安全・安心なデジタルコンテンツ市場の確立を図る。

⑨生産部門を活性化し世界に通用するコンテンツ創造力の強化を図る。

上記のように、コンテンツ産業国際戦略研究会の中間とりまとめの内容を見ると、コンテンツを経済的側面から捉えているといえ、その上で、情報収集と発信能力の向上、人材の育成、海外流通モデルの確立等によるデジタル・コンテンツ創造力の強化を図ることが提言の主要の内容となっている。だが、ここで挙げられていることは、すでに10年以上も前からオタク化の流れの中で、サブ・カルチャーが構造的に抱える問題とされてきたことであるといわざるを得ない。また、提言の内容自体も、こうした施策にありがちな内容の域を越えるものではないといえよう。それが、何ら解決されることなく、一部ではアニ

メ等の制作現場での空洞化——制作費の低予算化、それに伴う韓国や中国等人件費の安い海外に制作の一部を依存せざるを得ない構造上の問題——が進んでいるともいわれ、それだけ、これまでこうしたサブ・カルチャーという分野がコンテンツ＝文化資源としてなおざりにされてきたことの表れであるともいえよう。

次いで、国の施策の中核となる知的財産戦略本部の『知的財産推進計画2006』について見てみると、総論において、情報革新によって知的財産戦略、すなわち価値ある情報の創造、保護、活用の循環（知的創造サイクル）が求められる知識社会が到来したと位置付け、日本においても国際競争力を強化する上で、知的財産立国を目標とすることが国家戦略として必要となっていると見なしている。そのためにも、「知財を有効に活用して国富を増大させるためには、研究開発部門やコンテンツの製作現場において質の高い知財を生み出し、それを迅速に権利として保護し、経済活動としてその実用化・商品化を行うことが求められる。」〔知的財産戦略本部 2006: 2〕としている。内容的にコンテンツについて関係してくるのは、「第4章　コンテンツをいかした文化創造国家づくり」であり、その章の序文は以下のような認識でまとめられている。

> 「我が国には、映画、音楽、ゲーム、アニメなどのエンターテインメント・コンテンツだけでなく、食、地域ブランド、ファッション等の知的・文化的資源が大きな広がりを持って存在している。／こうした知的・文化的資産も含めたコンテンツは、「知的財産立国」の実現を目指している我が国にとって「国民総文化力」ともいうべき重要な資産であり、これらの活性化を図ることにより、新しいビジネスチャンスの創出や海外市場への展開が期待できる。これらの取組を通じて、コンテンツ産業の対GDP比を先進国並みに高めていくことを目指す。／また、知的・文化的資産も含めたコンテンツの活性化は、我が国の多様で豊かな文化力の向上を促すとともに、これらの海外に向けた発信を通じ、新しい時代にふさわしい「日本ブランド」の確立にも貢献している。そのようなコンテンツの活性化には、それを創造する人、楽しむ人の層を厚くすることが重要である。子どもの頃から文化芸術に触れる機会を充実させることにより、創造力豊かな人材が育ち、文化創造国家の大きな原動力となる。」〔知的財産戦略本部 2006: 88〕

そして、そうした文化創造国家づくりを目指す上での施策の方向性として、コンテンツの創造・保護・活用が循環していく新しいコンテンツ循環社会の広がりにおいて、世界トップ・クラスのコンテンツ大国を実現することが中核に据えられることになる。そのた

めにも、日本国としてなすべきことは、多くの国民にとってコンテンツの創造・保護・活用が身近になる時代を展望して、新しい保護ルールや流通環境を時代に先んじて整えると共に、①国民一人一人が満足できるユーザー大国、②クリエーターが最大限能力を発揮できるクリエーター大国、③国際的競争力を有したビジネス大国の実現に向けて、世界トップ・クラスのコンテンツ大国を、ユーザー、クリエーター、ビジネスのすべてがWin－Winの関係になることによって目指すものとされている〔知的財産戦略本部 2006: 89〕。

以上のように、国がその施策として展開する場合、そこには国家全体の枠組みの中でどのように位置付けられるのかが大きな要因となってこざるを得ず、当然知的財産立国や文化創造国家といった国家戦略、あるいは国際的な視点に立った経済効果や文化力の向上、コンテンツ・ビジネスの育成といった面が強調され、前面に打ち出されることになる。その場合、どうしてもそこには、マイナーな周辺性によって成り立つサブ・カルチャーのあり方と国家による大きな枠組みとしての戦略との間に齟齬をきたさざるを得なくなることはいうまでもない。サブ・カルチャーなるものは、マイナーであるからこそ、その特異な価値があることを忘れてはならない。それが、現在、「クール・ジャパン」として評価されているのではないだろうか。勿論、提言などの内容を見れば、ユーザーが主役であること、コンテンツを創り出すクリエーターの重視といったことが基本姿勢として打ち出されているとはいえ。

むしろ、マンガやアニメといった日本のサブ・カルチャーは、創り手＝送り手と受け手とが、同人誌等といった二次創作を含めて、ある種の共犯的な関係の下に形成してきた面があり、ワールド・ワイドなコンテンツ・ビジネスとして展開を図っていくことは、そうした相互的な作用が生み出す交感＝共生という側面を損なうことは間違いないだろう。世界的に誰にでも楽しめるコンテンツとしての日本のサブ・カルチャーなるものは、もはやサブ・カルチャーとはいえず、周辺性、そのいかがわしさ故の過剰性とそれに伴う重層的な物語性――それが、一部で暴力表現、性表現として表れているともいえるが――等、それらをどこにも持ち合わせていないサブ・カルチャーならざるものに換骨奪胎され、変質・変容されてしまっているかもしれない。そして、そこに見出されるのは、グローバル・スタンダードな普遍的モデルに均質化＝平準化された予定調和的な世界観、単純明快な物語性に基づく無味無臭なカルチャーであるかもしれない。

こうした国の施策のあり方について、大塚英志は、次のように批判を行い、その政財界の熱狂が日本経済が不況故の一時的なものであると見なしている。

「アメリカが「HENTAI」と呼び、政府は「ジャパン・クール」と呼ぼうとするこのジャンルに国策的な期待が集まること自体が、いかに日本の経済が脆弱化し、かつてナショナルアイデンティティを担っていた文化領域が流動化していることの証しであって、それはバブル崩壊後、長い不況下にあった日本経済の中で、唯一アニメーションやまんがだけが、「海外で通用する産業ないしは文化」としてあるように見えてしまったことへの政治や産業の側のいささか困った誤解に基づいている、といえます。だから身も蓋もない言い方をしてしまうなら、この政財界のジャパニメーション熱は日本経済がいささか長かった不況を脱すれば、あっさりと忘れ去られることになると思います。」〔大塚，大澤 2005: 9〕

更に、大塚は、既存の経済の外側で行われるオルタナティヴな経済活動であるからこそ、サブ・カルチャーのオタク的な活力の源があると捉え、施策等による国の介入とは相容れないものと位置付ける。

「「ジャパニメーション」の中核である「おたく」産業は、コミケとか、アキバのマニアが経営する店が典型なように、「日経」的な既存の外側にあります。だからこそ、内側にとり込もうとしているのかもしれませんが、市場外経済であるが故に活力があるのであって、国に「認可」されたり「庇護」されたり、それ以前に「認知」された時点で衰退します。／「下心」としてはもう一つ、「ジャパニメーション」とか「ジャパン・クール」という言葉に示されているように、これらの産業を文化ナショナリズムと結びつけようとする意志があからさまにみてとれます。」〔大塚，大澤 2005: 11〕

現在、情報収集と発信、人材の育成等はコンテンツとしての質を高めていく上で必要に迫られている課題であるが、確かに大塚のいうように、オタク的な流れを強めるサブ・カルチャーの現状に対して、国の過度の介入は、かえって既成の規範的文化のヒエラルキー的構造に回収され内包されてしまうことになりかねないし、その場合国民国家の枠組みからはみ出していく過剰性は認められるべくもないだろう。また、日本経済が復調すれば、サブ・カルチャー／オタク現象を取り巻く経済的熱狂は冷めるだろうという大塚の主張は一面正しいともいえる。だが、コミケにおける企業ブースの設置——そこには、著作権への対応という側面がある——だけでなく、出版社やゲーム・ソフト会社による独自のキャラクター・フェスバル等の開催、ブロッコリーやまんだらけ等によって主導されるオタク市場の動向を見ると、すでに既存の市場内への回収や取り込みが進みつつあることも事実である。

5. 著作権及び知的財産権とサブ・カルチャー

更に、インターネットの普及による高度情報社会は、著作権や知的財産権が複雑に絡み、いかにコンテンツ＝文化資源を囲い込み有効に活用できるかが問われるようになってきている。オタク市場の拡大と共にメディア・ミックス化が進み、キャラクター・コンテンツとしてのビジネス・モデルが確立しているサブ・カルチャーは、これまでマイナーであったが故に、逆にコンテンツ＝文化資源が豊富に存在している。また、マンガやアニメ、テレビ・ゲームといったサブ・カルチャーは、ひとたび人気を得れば巨大な市場を形成する面があることは、例えばアニメ『新世紀エヴァンゲリオン』にまつわる騒動を見れば明らかであろう。反面、そうしたヒット作品を生み出すことが、いかに困難なことであり、ギャンブル的な側面があることはいうまでもないが。それ故に、外部性を内部に回収することで自らの市場性を活性化させていく資本主義システムにおいて、ネットに流通できるコンテンツが多種多様に蓄積されているサブ・カルチャーは、周辺的な文化領域であるとはいえ、企業にとって魅力ある文化資源であることはいうまでもない。「クール・ジャパン」といった評価による熱狂は、一時的なものであるかもしれないが、著作権や知的財産権との絡みで捉えられるコンテンツ・ビジネスという側面は、今後強まることはあっても、弱まることはないと見なさざるを得ない。

このことは、例えば、『機動戦士ガンダム』等で知られるアニメ制作会社、サンライズが玩具メーカーのバンダイ（現在ナムコと合併・経営統合）に買収され、子会社化されたことからも窺えるだろう。そこには、番組のスポンサーであったバンダイにとって、ガンプラ（ガンダムのプラモデル）等の関連グッズが売上げにおいて大きな比率を占め、少子化による市場が縮小する中で、キャラクター・コンテンツとして無視し得ない背景があったためである。だが、本来アニメ等の制作プロダクションは、スポンサーやテレビ放送局等との間に一定の距離を取った独立性と緊張関係――キャラクター展開における玩具メーカーとの軋轢、低視聴率による番組打ち切り等――を保つことが優れた作品を生み出す基盤であったはずなのであるが、その関係図式が、今日コンテンツの囲い込みよるビジネス化の流れの中で、崩れつつある状況にある。それが、結果的に、スポンサー・サイドの意向に沿った作品が安易に創り出され、初めにキャラクターありきの形で粗製濫造されることにつながっていくことになるし、また、マンガやアニメ、ライトノベル、テレビ・ゲー

ム等メディア・ミックスの展開がし易い作品が重宝され、流通する傾向が顕著になってきてもいる。それ故に、逆に難しいテーマ性を持った作品は、キャラクターによるメディア・ミックス展開がしにくいためか、忌避されることにもなる。それが、今日いわれるキャラクター・コンテンツ・ビジネスの実態であるといわざるを得ないだろう。

以上のようなコンテンツを取り巻く市場動向だけでなく、今日、ネット内における違法なコピーの横行、海外における海賊版の氾濫等といった著作権の侵害は、知的財産権との関連で大きな問題になりつつある。低予算で創られるアニメ作品等は、DVDソフトや関連グッズという二次的、三次的なコンテンツ・ビジネスによって利益を補填しなければ成り立ち得ない悪循環ともいえる状況を鑑みると、死活問題にもなりかねない事態であるといえよう。だが、こうした関連グッズによる付帯的な利益を前提にし、キャラクターによるビジネス・モデルに依存しなければならない程、制作現場の脆弱性、それに伴う悪条件——例えば、アニメーターの低収入と過酷な労働環境等といった——こそが問題の根源なのであるのだが。

また、近年の著作権、知的財産権の動向を見ると、著作権の有効期間が延長される等、その内容や対象領域が拡がるようになってきている。ディズニーが生み出した世界的なキャラクター、ミッキーマウスも、本来著作権の有効期間が過ぎてしまっているのだが、版権を持つディズニー・プロダクションの意向を反映した形で期間の延長が図られる事態となっている。世界的なキャラクターとして投資し、ビジネスを展開してきたディズニー・プロダクションにとっては、ミッキーマウス以降の他のキャラクターも次々と版権を失い、第三者が利用可能になるのだから、企業の論理として自らの権利を守らなければビジネスが成り立たない事態になったともいえよう。確かに、著作権や知的財産権は、クリエーターの地位を安定的に保障する上で認められるべき権利ではある。しかし、現状を見ると、こうした著作権や知的財産権といった形での情報や知識＝知の囲い込みは、ネット社会を支配する一部の企業等を利するに過ぎないといわざるを得ず、アメリカによる文化的ヘゲモニーは、そうした独占的傾向を国家戦略として強めているといえるだろう。本来、ネット社会は、情報や知識＝知を共有し、新たに創造するところにこそその意義があるといえるのだが、現状は違法なコピーや海賊版の横行により、むしろ著作権や知的財産権を盾に取った形での強化・拡充の傾向が強まっている。日本のサブ・カルチャーも、否応なくこうした問題にコンテンツ・ビジネス絡みで巻き込まれざるを得ないだろうし、国の施策も、クリエーターの育成と待遇改善や制作環境の向上という面だけでなく、こう

した著作権、知的財産権の問題へのバランスをとった対応と調整が主たる内容になっていかなければならない。そうしなければ、サブ・カルチャー等を対象にした健全な形での育成・振興はあり得ないことになりかねない。

6. 送り手と受け手とによるマイナー性の行方

だが、そこで見落としてはならないのは、日本のサブ・カルチャーなるものが、送り手である制作者側だけで成り立っている訳ではないことである。コンテンツを実際に受容し、消費する受け皿としての市場基盤と受け手の存在があって初めて成り立っている側面を忘れてはならない。すなわち、サブ・カルチャーの受け手たるオタク達は、市場から一方的に与えられた作品をもの＝記号として単純に消費している訳ではなく、同人誌等といった二次創作を通じて、作品の複雑な世界観を読み取り、自らの欲望に沿った新たな物語を創造して受容しているのである。そのような二次創作をオタク仲間と共有する場として、コミック・マーケット（コミケ）に代表される同人誌即売会等が補完する形で存在しているのも、日本のサブ・カルチャーを支える基盤ともなっているといえ、また、受け手としてのオタクの創作という評価を経て、日本のサブ・カルチャーは、重層的に読み解くことができる世界観、その物語性の相対化を醸成することができたといもいえよう。

それ故に、こうしたサブ・カルチャーを補完するオタク文化との関係において、著作権の問題が微妙に絡んでくるといわざるを得ない。過去に、美少女ゲームの代表作として一世を風靡し、人気を得ていた恋愛シュミレーション・ゲームが、余りにも同人誌等の表現が過激すぎることから開発したソフト・メーカーがクレームを発し、著作権侵害で訴えることも辞さない態度を示した途端、急速に人気を失った事例がある。このことからも窺えるように、オタク化の流れの中で、二次創作という行為は、無視することはできない程、サブ・カルチャーの中のサブ・カルチャーとして定着し、サブ・カルチャーを支える裾野を形造っていることになる。そして、そうした底辺の受け手たるオタク層が活性化させる余地＝余剰性があるからこそ、サブ・カルチャーはサブ・カルチャーたり得ていると考えられる。それ故に、企業の論理だけで、著作権や知的財産権による囲い込みや引き締めは、逆にこうした余剰性を排除することにもなりかねない。

その意味では、日本の文化的土壌で発展してきた現状のサブ・カルチャーなるものは、

周辺的なマイナー性故に、創り手＝送り手と受け手とが、共存共栄という奇妙な関係性の中で培い、それぞれの欲望を個々の「小さな物語」、その出来事性を通じて積み重ねることで成り立つ文化領域であり、既存の文化的枠組みからはみ出し、零れ落ちたオルタナティヴな場だからこそ、独自の異質性を担保することができたといえよう。そこには、ジャン＝フランソワ・リオタールが捉える意味で、近代を構成してきた正義や平等等といった人々が信じて疑わなかった「大きな物語」が資本主義システムの高度化、その高度消費社会によるスーパー・フラットな表層的記号によってその神話性を失い、解体してしまったたことが前提としてあるとも考えられる。そして、そこにあるのは、「大きな物語」という単一的な価値観＝イデオロギーが失効した結果として露わになった個々の欲望による小さな物語であるといえ、日本のサブ・カルチャーは、オタク化の流れの中で、それを先端的に具現化したマイナーな文化領域であるということになる。

だからこそ、個々のテーマ性／作者性を表現し得る余地をマンガやアニメ等が持ち得ていたのであり、そのような周辺的な余地＝余剰性が留保されているからこそ、既成の規範的文化から排除され、そのヒエラルキー的構造に収まりきらず、はみ出してしまった様々な異能な人材が集まり、その能力を発揮できる自由性を担保することができたということになる。このことは、一時期のアニメが、視聴率や関連グッズ等の条件をクリアし、美少女とメカさえ主役に据えていれば、物語の内容について、比較的自由に自らの世界観に基づいて作品を創り出すことができたという岡田斗司夫の証言からも裏付けることができよう[*1]。その意味では、日本のサブ・カルチャーは、既成の文化から排除され、顧みられることのないことの裏返しとして、ある意味マイナーであることのコンプレックスをバネに、近代が培ってきた物語性の相対化とそれに伴う重層的な世界観の構築、あるいはそれらを表現するための様々な手法の工夫を行ってきたことが今日の土壌を形成してきたともいえるのである。例えば、アニメやテレビ・ゲーム業界における実写映画／リアルなものへの拭い去ることのできないコンプレックスや屈折した負い目があるからこそ[*2]、アニメでは、誇張されたスピード感や止め絵等、現実にはあり得ない構図＝アニメ表現が編み出されたのであり、逆にテレビ・ゲームでは、人の動きをトレースするモーション・キャプチャー等を使うことによって、よりリアルさをCG（コンピュータ・グラフィック）によって再現しようとしたのである——但し、CGによる再現も、真のリアルなものには及ぶべくもなく、それが、ゲームの操作性の楽しさを見失った現在のゲーム業界の混迷を生み出しているのだが——。それらが結果的に、海外の評価や市場の規範的枠組みに左右されることのない周辺性の下に、

既成の文化には見られない特異性＝独自性を生じさせることとなり、そのいかがわしさが受け手に斬新な表現や複雑な物語性＝世界観を感じさせる過剰性となって、既成の文化に飽き足らないと感じるオタク達に受け入れられるようになっていく。そこには、マッグレイのいう意味でのパワー（人々を魅了し、引き付ける力）があったということになるだろう。

しかし、そうしたサブ・カルチャーを取り巻く創り手＝送り手と受け手＝オタクとの共存による構図が、上述のような様々な要因によって崩れ出してきている。「クール・ジャパン」という海外の評価に伴い、新たなコンテンツ＝文化資源として市場への取り込みが強化されればされる程、本来持っていたマイナーな周辺性は損なわれていくことになるし、キャラクター・コンテンツとしてのビジネス化が進めば、誰にでも受け入れられる平準化された普遍的モデルへと物語内容そのものの矮小化、形骸化が進むことになるだろう。また、受け手たるオタク達も、こうした市場性優先の傾向に慣れ親しみ、本来持っていた能動的な創造性や批評性を喪失した形で、市場から与えられる商品＝ものを萌え要素＝記号として受身的に消費するだけの存在に堕してきている。むしろ、こうしたキャラクター・ビジネスが提供する記号消費に自閉しているところにこそ、サブ・カルチャーの抜き差しならない空洞化を見なければならない。

東浩紀は、自らの欲望をキャラクター・コンテンツに重ね合わせ、萌え要素の組み合わせからなる「データベース的構造」による表層的な記号を消費するにしか過ぎない、こうしたオタクの変容を捉えて、アレクサンドル・コジェーヴに倣い「動物化」という視点から読み解こうとしている。正に、消費社会の申し子として、自らの欲望のみに忠実に自己という小さな世界に自閉するしかないのが、現在のサブ・カルチャーの受け手の実態であるといわざるを得ない。更に、キャラクター・コンテンツとしてのビジネス・モデルの浸透は、著作権や知的財産権等を通じてサブ・カルチャーを支えていたクリエーター達の創造性を型に嵌め、情報や知識＝知の共有の自由な場としてのマイナー性をメイン・ストリームの中に回収するようになっていくことは避けられないように思われる。もはやそこには、独自な異質性をはらんだサブ・カルチャーなるものはどこにも存在しないかもしれない。その意味では、市場として有望視され、世評の高いサブ・カルチャーが、凡庸な文化領域へと形骸化していくのか、挑発的ないかがわしさを保ったマイナーな周辺的文化として存続し得るのか、大きな岐路に差し掛かっていることは確かであろう。

［まえだまさじ・大阪大学大学院人間科学研究科博士後期課程］

［参考文献］

Napier, Susan J, 2001, *ANIME from Akira to Princess Mononoke*, St.Martin's Press（= 2002, 神山京子訳『現代日本のアニメ』中央公論新社）

Mcgray, Douglas, 2002, *Japan's Gross National Cool*, Foreign Policy（= 2003,神山京子訳「〈ナショナル・クールという新たな国力〉世界を闊歩する日本のカッコよさ」『中央公論2003年5月号』中央公論新社／本英論文は、ホームページ http://douglasmcgray.comから閲覧入手、英論文のページ数は論文のものに準拠）

大塚英志，大澤信亮，2005，『「ジャパニメーション」はなぜ敗れるか』角川書店

大塚英志，2001，『定本物語消費論』角川書店

杉山知之，2006，『クール・ジャパン　世界が買いたがる日本』祥伝社

山口裕美，2005，『COOL JAPAN—疾走する日本現代アート—』BNN社

東浩紀，2001，『動物化するポストモダン—オタクから見た日本社会—』講談社

岡田斗司夫，2000，『オタク学入門』新潮社

草薙聡志，2003，『アメリカで日本のアニメは、どう見られてきたのか？』徳間書店

Stiegler, Bernard, 2004, *De la misère symbolique 1*, Galilée（= 2006，ガブリエル・メランベルジェ他訳『象徴の貧困　1．ハイパーインダストリアル時代』新評論

Lyotard, Jean-Francois, 1979, *La condition postmoderne*, Les Éditions de Minuit（= 1986，小林康夫訳『ポスト・モダンの条件—知・社会・言語ゲーム—』書肆風の薔薇）

前田雅司，2005，「日本のサブ・カルチャーと物語性」『マンガ研究 Vol.7』日本マンガ学会

経済産業省コンテンツ産業国際戦略研究会，2003，『コンテンツ産業国際戦略研究会中間とりまとめ』

知的財産戦略本部，2006，『知的財産推進計画2006』

財団法人デジタルコンテンツ協会編，2006，『デジタルコンテンツ白書2006』

［注］

1——こうしたことは、アニメだけでなく、例えば、日活ロマンポルノ等において、ある一定の性シーン（濡れ場）さえ表現しておけば、無名の新人監督達が自由に映画内容を創作する余地が残されていたことと相通じる面があり、そこのことが結果的に有能な人材を生み出し得た過剰性／余剰性があったといえることからも、サブ・カルチャーにおける特異性がどこにあるのかを窺うことができる。

2——このことは、富野由悠季等、実写映画の世界を目指しながら、そこからあぶれてしまった人材が、アニメ制作の現場に流入し、実写映画に対抗する形で独創的な視点からアニメ制作に関わってきた面を見ておく必要がある。

『あの旗を撃て』(1944)と『桃太郎・海の神兵』(1945)に映し出されるイメージとしての〈日本〉[*1]

池田淑子

1 はじめに

> 敵のイメージは、いまだ知らぬ自己を映し出す鏡である。もしフロイトの言うように夢が無意識に通ずる王道であるならば、敵のイメージ—国民の夢—は集合的無意識に通ずる王道であろう。
>
> —サム・キーン—

サム・キーンは、『敵の顔——憎悪と戦争の心理学』においてプロパガンダに描かれる敵の顔に潜む、敵意のイマジネーションの作用を明らかにする。その作用は、人間が成長の早期の段階で身につける非難の作用に基づく、防御メカニズムによるものである。非難することで人は自己を二分し、良いものだけを自己として主張し、望ましくないものをすべて切り捨てるわけだが、「非難の習性が強ければ強いほど、意識の上の『良い』自己のイメージと無意識下の『悪い』自己の感覚の乖離は激しくなり、自ら拒絶した自己という重荷を負わせるために、ますます多くの敵が次々と作り出される」[*2]という。

第二次世界大戦中、映画というメディアを強力な武器と考えていた日本政府は、戦意高揚映画を次々と作り出した。しかしながら、ジョン・W・ダワーが指摘するように、日本映画が「敵を映すことは稀」[*3]であるというのが今日の定説である。筆者の知る限り敵が描かれていた作品は、アニメーション映画では『スパイ撃滅』(1942)、『ニッポン・バンザイ』(1943)、『マー坊の落下傘部隊』(1943)、『闘球肉弾戦』(1943)、および『桃太郎の犬鷲』(1942)であるが、『桃太郎の犬鷲』にはアメリカ人が登場するが一瞬であり、他の作品も全て短編であるため、描写されている時間は非常に短い。また、アニメーション映画以外には、『阿片戦争』(1943)、『マライの虎』(1943)、『進め独立旗』(1943)などにイギリス人が描かれるが、日本人俳優が演じたものであるため不自然に見え、いずれも不評である。

本稿は、敵を描いた稀な作品であり、当時及び現代においても評価の高い、陸軍省後援の劇映画『あの旗を撃て』(1944)[*4]と海軍省後援のアニメーション映画『桃太郎・海の神兵』(1945)[*5]を分析する。『あの旗を撃て』はフィリピン映画俳優の花形のフェルナンド・ポウと日本の大河内伝次郎競演の阿部豊監督作品である。2年に近い年月をかけて製作され、当時の宣伝には、日本・フィリピン共同の「一大国民映画」、そして「東宝映画史上最高の巨編」[*6]と唱えられ、1944年に国内で興行収入ベスト3位に入るほどヒットし[*7]、1996年には「日本映画傑作全集」の一つとしてビデオ化される。『桃太郎・海の神兵』は『桃太郎の犬鷲』(1942)が大ヒットし、海軍より依頼を受けた瀬尾光世が再び脚本・演出した作品である。瀬尾自身が実際に一週間落下傘部隊の訓練を取材し、製作期間1年2ヶ月をかけ、製作費27万円(現在では約4億円)をかけた超大作である。封切りが終戦直前の空襲の最中のため観客動員数も不明であり、「4ヶ月後には終戦を迎え、『神兵』は幻の作品となった」[*8]が、1982年にオリジナルネガが発見され、1984年に国立フィルムセンターで再上映され、その後ビデオ化される。当時高校生の手塚治虫が感動したことで広く知られており、現在では日本のアニメーションの源流と高く評価されているものである。本稿は、両映画に構築される敵の表象や南方諸島の人々の表象をそこに構築される日本人の表象と比較・対照し分析することによって、イメージとしての〈日本〉を分析することを目的とする。

2 先行研究と分析方法

2.1 先行研究

分析に入る前に、両作品に関する先行研究について言及しよう。まず、当時の戦意高揚映画は自己を描くことに没頭していたと論じるジョン・W・ダワーは、『人種偏見』のなかで、『桃太郎・海の神兵』における桃太郎と家来の服を着た動物/服を着ていない野獣/鬼が指示する、日本人/南方の諸民族/西洋の敵という象徴構造を抽出し、日本人と南方諸島の民族の序列を衣服の有無によって認識する。また、上野俊哉は、『日米映画戦』のなかで、桃太郎/動物/鬼の象徴構造が、日本人/支配地域の人々/敵国人に相当するだけでなく、天皇/一般の日本人/敵国人というカテゴリーにも相当し、「桃太郎と動物たちの関係は、天皇と日本人の関係に移して考えることができる」[*9]と論じている。さら

に、ピーターB・ハーイは『帝国の銀幕—十五年戦争と日本映画』のなかで、ダワーと同様に、敵を巧妙に描写できていない日本映画の特徴を指摘し、さらにその例外として『あの旗を撃て』を取り上げ、鋭い観察を行っている。『桃太郎・海の神兵』に関しては角を生やした鬼の将軍と桃太郎が向き合う場面が、山下中将が英国軍最高司令官の一人のパーシヴァル将軍を睨みつけた場面の再現であることを『マレー戦記』(1942) の場面と対照させ図解する。

しかしながら、いずれもこれらの他者表象を政治的・社会的機能という視点からのみ分析し、自己の「投影装置」とは捉えていない。また当然ながら、他者表象が持つ、自己のアイデンティティと関与する文化的な機能というような視点からは分析していない。したがって他者表象に潜む日本人の日本人自身に対する考えや心情、ましてや自己の再構築の作用については何も言及していない。例えば、ハーイは南方のアジア諸国民に対する「西洋帝国主義の歴史」が映画の中で挿入された影絵で示される場面については、日本国内の観客にとって、「あまり現実味のないテーマであった」[*10]と批判し、実はその描写の中に日本人にとっては忌まわしい過去の出来事が投影されており、日本人自身の再構築に関与していることには気づいていない。

本稿は、他者表象が単に戦争を正当化するという政治的な要因に帰すると考えるのではなく、またあるいは単なる自己を投射する心理的な作用の産物であると考えるのでもなく、そのような要因や作用を包含しつつ自己を再構築する（広い意味での）文化的機能をもつと考える。したがって両映画を戦争という歴史的・政治的要因だけでなく心理的・文化的要因も考慮し、それらを全て含む統合的な体系の中で分析し[*11]、他者表象が日本人の自己イメージを映し出し、さらに映画を媒体としてそれを再構築してゆくプロセスを解読したい。

2.2 分析方法——「投影装置」から「アイデンティティ構築の道具」へ

キーンが論じるような敵の「自己を映し出す鏡」という概念は、心理学の領域では早くから「投影」という概念として研究されており、最近ではマイケル・レノフが、心理学者のサンダー・ジルマンのステレオタイプ化のプロセスに言及し、『日米映画戦』の中の論文「戦争するイメージ」の中で、他者の「投影装置」として同様の言及をしている。

「投影」(投射) は内的な状態を外化された対象へ帰属させることを表す心理学の用語である。ステレオタイプ化された「他者」に付された特徴は自己の心のうちから生じるといわれている。こうして「他者」は、自分の内部に生じた「善」と「悪」双方の理想化を映し出す鏡のようなものとなる……ジルマンはステレオタイプ化のいくつかの起源を子供の成長過程にまでさかのぼり、自己が「善」と「悪」の要素に分裂すると論じる。「悪い」自己は、「悪い」事物の心的表象と同一視されるようになる。このように我々が自分の中に知覚した「悪」は、外的事物の上へ投影される[*12]。

アメリカの哲学者ケネス・バークの「スケープゴート (贖罪の山羊)」という概念は、この「悪い」自己の「投影装置」という概念を自己のアイデンティティを再構築する機能へと発展させて考えている。つまり「悪い」自己を他者へ「投射」、あるいは「移す」作用を自己を再構築する文化的なプロセスの一段階として見なしているのである。「悪い」自己が投影される媒体が「スケープゴート」[*13]と呼ばれる。アイデンティティを再構築するには、「清め」のプロセスが必要となるが、このプロセスでは望まれない自己はスケープゴートに移され、スケープゴートは抹殺される。そうして古いアイデンティティが浄化されると、切り捨てられた自己が新しいアイデンティティの新たな自己に取って代わられ、新しいアイデンティティが誕生する。スケープゴートは「悪い」自己を区別し、切り離す道具として用いられるのである。バークのスケープゴートの概念は他者の表象を単なる自己の「投影装置」からアイデンティティを再生、再構築する道具として機能するという仮説へ導く。また、バークの「本質の逆説」[*14]という概念はさらにこの仮説を支える。彼によると、私達は事物をその文脈に照らして、そして究極的にはその事物がそうでないものに照らして定義する。この概念は他者表象の二重構造、複雑な象徴機能のメカニズムを解明する鍵となる。例えば、日本映画のなかのアメリカ人という他者表象は、元々その文脈である日本人 (の特徴) によって定義されている。こうして定義されたアメリカ人の表象 (特徴) が今度は逆に映画の中で日本人 (の特徴) を引き立たせ、日本人を定義することが出来るのである。つまり、日本人がアメリカ人の表象によって再定義され得るのである。表象は二つの方法、対比・対照と投射でこの再定義を行う。対比・対照とは他者の表象とこれを創り出す人々のセルフ・イメージとの対比・対照である。投射 (投影) とは「善い (望ましい)」自己と「悪い (望ましくない)」自己の他者に対する投射 (投影) である[*15]。

本稿は、「投影装置」という概念を発展させて導いた「アイデンティティの再構築の道

具」としての他者表象という仮説をもとに、両映画に描かれるアメリカ人や西洋人の表象と、南方諸島の人々の表象、そして日本人の表象を比較・対照し、物語の筋の中で詳細に分析することによって、両映画の中で他者の表象が再構築するイメージとしての〈日本〉を探求し、同時にその再構築にかかわる文化的なコンテクストを明らかにしたい。

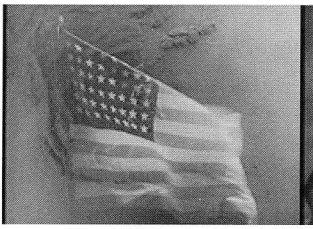
3 『あの旗を撃て』

まず、当時日中戦争でゲリラ戦に苦しむ日本政府が、その反省から占領地において宣伝映画を製作・上映し、日本軍のイメージ形成・再形成に非常に力を入れていたため、この作品も日本人間は日本語が使われるが、ほとんどが英語かタガログ語で話されており[*16]、日本人だけでなく、フィリピン人聴衆も対象にしていたことを指摘しておく。それでは、分析に入る前に予めあらすじを見、それから映画の中でアメリカ人、日本人、そしてフィリピン人の描写を分析し、他者表象がどのように日本人のイメージを再構築するのに用いられているかを考察する。

3.1 物語の構成（あらすじ）

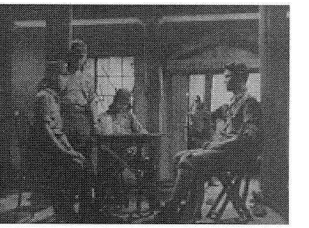
物語はフィリピン戦線でまずマニラを占領しついでバタアン半島へ進軍し、ついにはコレヒドール島を攻略する大日本帝国軍の功績を描いたものである。米比極東軍（以降「米比軍」と記す）と日本軍が衝突する部隊の前線の話と日本兵池島（以降「池島兵」と記す」とフィリピン人の子供トニーとの交流の話という2つの物語世界から構成される。オープニング・シーンはフィリピンを中央に置く世界地図とアメリカの星条旗の映像ショット［映像1］であり、そのショットとともにアメリカの世界制覇の野望と日本がやむを得ずフィリピンを攻める状況を説明するナレーションが始まる。次に「非武装都市宣言」をしたマニラ市内が映され、さらに米比軍に従事する息子たち、ゴメス大尉（フェルナンド・ポウ）とマリアノ・ガルシャ（アンヘル・エスメラル）を持つ親戚同士のフィリピン人の二家族が集まるリビング・ルームへと映像が変り、ここから物語は始まる。二人の息子は家族と別れ、マニラを撤退し、前線に向かう。米比軍の前線ではマリアノやレイエス大尉を含むフィリピン人兵が、アメリカ兵に対して次第に不満を募らせ、衝突直前の状態と

なってゆく。ゴメス大尉は途中で日本軍の捕虜となり、日本兵と交流し、次第に日本兵に好意を抱くようになる。一方、彼らの故郷のマニラでは池島兵と足が不自由なマリアノの弟のトニーが親しくなり、交流を通じてトニーも彼の母も次第に日本人に惹かれてゆく。バタアン戦では、ゴメスとトニーの母がフィリピン兵に投降するように説得するが、日本軍と戦ったマリアノも満杯の防空壕に逃げ込もうとして結局アメリカ兵に殺される。決戦のコレビドールの爆撃では山田兵が勇敢に進軍し、暗闇の中爆撃の閃光と爆破音が続き、やがて米比軍は全面降伏する。



[映像1][*17]

[映像2]



[映像3]

3.2 アメリカ人の表象

物語に登場するアメリカ兵は、横柄な態度でフィリピン兵を差別し、人間以下に扱う。そして利己主義で自分たちの目的のためには彼らを犠牲にすることさえ何とも思わない、卑劣な人間として描かれている。前線で砦を作るために穴を掘っているフィリピン兵にアメリカ人将校は、「早くやれ、ちゃんとやれ。軍曹、何で掘っているんだ？……スプーンかと思った。のろのろ働きやがって」と命令する。カメラは下にいるフィリピン兵の視線から、つまり下からアメリカ兵とアメリカ人将校を写し、彼らの横柄で見下した態度を浮き彫りにする。アメリカ人将校はフィリピン人将校を呼びつけて「予定より遅れているぞ。……少尉、急いでやれ、何がなんでもやれ。結果を出せ」と詰問する［映像2］。塚の上で詰問していたアメリカ人将校は、フィリピン人少尉と話し終わると見下げるように下にいるフィリピン兵を見下ろして、「続けろ」と捨て台詞を残して去るのである。またスミス大尉は、作戦会議でフィリピン兵がいる基地へ日本軍が侵入した報告を聞くと、「敵兵10人殺すためにフィリピン兵100人を犠牲にしても良い」といってその基地の砲撃を命じる。

カメラの視線が表す、アメリカ兵のフィリピン兵に対する侮蔑的な態度は、フィリピン兵の台詞にも表現される。日本のビラを拾い、「降伏したら犬のように扱われる」と話すフィリピン兵に対して別の兵士は「今でも俺達は動物以下だ」と訴える。また、ビラを持っていた部下を銃殺したアダムス大尉に勇敢に刃向かったフィリピン人レイエス大尉は、敵を偵察するという嘘の任務を命ぜられ、その途中で銃殺される。さらにバタアンの戦いで日本軍に追い詰められフィリピン兵が防空壕に逃げ込もうとすると、そこで安全に隠れていたアダムス大尉は「なぜ戻る？ 外に出ろ。二度と来るな。……追い払え、ここは満杯だ（Shut off yellow monkeys!）……役立たずどもを入れるな。撃て、殺せ」と叫ぶのである。

だが横柄で身勝手なアメリカ兵も負け始めると「神様、死にたくない」と叫び、戦わず降参する、意志薄弱の腰抜け兵士として描写される。ウェンライト中佐派遣の使節団は、白旗と星条旗をもって停戦協定を結ぶために日本軍司令官に会見を申し出に来たが、全面降伏を表明しないと応じないと言われると、「しかし、ウェンライト中佐は数日前当軍の指揮をマッカーサーに返還して、その権限を持たないのであります」と苦しい言い訳をする。「それでは日本軍が攻撃を続行する」というと慌てて白旗を掲げてやってくるのである。

このようなアメリカ人の表象は、アメリカ人が卑怯で卑劣で身勝手であり、フィリピン人を抑圧し搾取する軽蔑すべき「悪い」支配者であることを明示し、アメリカ人に対する敵意や軽蔑の感情を喚起するともに、以下に述べる尊敬すべき「善い」日本兵の描写と対照をなし、その尊敬すべき「善い」国民性を強調する働きをする。

3.3 日本人の表象

前線で戦う日本兵は、アメリカ兵とは正反対に捕虜のゴメス大尉を自分たちと同じ東洋民族として丁重にそして対等に扱う。「一視同仁」の精神が捕虜ゴメス大尉とのやり取りの中で体現される。鷲尾大尉が通訳を通してゴメス大尉を尋問する場面では、ゴメス大尉が足を負傷しているのを見ると、彼は椅子に「掛けてもよい」と声をかける。また、兵力、編成、装備などの質問に対して返答しないゴメス大尉に対しても「ではなぜ応えられぬかその理由を」と穏やかに尋ねる。先のアメリカ兵を写すカメラアングルとは対照的に、今度は、カメラはまず横から日本兵とゴメス大尉を写し［映像3］、それから人物よりやや高いアングルから鷲尾大尉へと移り、次にゴメス大尉へ、そして途中で加わった連隊部隊長

へと等しいアングルで水平に移動し、フィリピ人に対してアメリカ人とは異なり、対等な扱いをする日本軍人の姿勢を視覚化する。さらにそうしたアメリカ人との違いは台詞において言語化され、強調される。ゴメス大尉に連隊部隊長は、「アメリカに忠誠を誓ってもアメリカはお前達をアメリカ人として平等に扱っていないじゃないか」と諭すように言うのである。さらに「いいか、錯覚を起こしてはいけない。お前も私も東洋人だ。太陽が西から出ることはあってもフィリピン人はアメリカ人ではないのだ。お前は東洋民族の誇りをどこへ忘れたのか。……東洋は東洋民族の手で治めればいいのだ」と続け、アメリカ人と区別した上で同じアジアのフィリピン人と日本人による「大東亜共栄圏」を擁護する。

一方、フィリピン人の子供たちと親しくなった池島兵は、勇敢であり、心温かく人情味がある一人の人間として描かれる。池島兵ともう一人の日本兵が泥棒を捕まえる場面を見た子供たちは池島兵たちのことを自分達のヒーローのように語り合う。「日本兵は早かった、勇敢だった。」アメリカの撤退軍の車に轢かれて歩けなくなったトニーが淋しそうに遠くから子供たちを見ていると、池島兵は近づいて語りかける。池島兵が子供たちと話す場面では必ず優しい音楽が挿入される。彼はいつも微笑み優しい心の持ち主であるが、また精神主義的な強い一面も持つ。「一寸法師」の紙芝居を子供たちにした後、彼は次のように話しかける。「ね、小さいだろ。……でもどんなに体が小さくても勇気とやる気があれば必ず成功する。」池島兵は部隊長に頼んでトニーを軍医に診せ、手術を勧める。そして手術当日、自分の血をトニーに輸血する。その後、自分の息子が米比軍に所属しており、日本軍の池島兵にこのように親切にされるのは心苦しいと告白するガラシア婦人に対しても、「こんな時は誰でもこうしたでしょう。……結局私たちは皆同じ人間なんです」と、ここでも「一視同仁」の精神が言語化され、体現される。トニーとの別れの場面では、さらに軍人としての責任感や忠誠心、そして魂の不滅を信じるいっそう精神主義的な面が描き出される。泣いてすがるトニーに「軍人が果たすべき義務なんだ。……私が死んでも魂は新しい国の発展を祈って生き続ける。そこで又会えるよ」と池島兵は言う。また、前線でゴメス大尉と仲良くなった山田兵も別れの場面で同様に、「フィリピンのために頑張れよ」と男らしく別れを告げる。山田兵は、戦闘場面でも自分の身を味方の盾にして勇敢に戦い敵軍に向かって突き進んでいく。

このようにアメリカ兵と日本兵の描写を比較・対照して分析してみると、アメリカ人の表象が日本人の「善い」イメージを構築するのに用いられていることが明らかになってくる。そしてそれがいかに意図的に行われているかは、以下のフィリピン人の描写、物語の

筋に深く関与するフィリピン人の役割を詳細に分析すると明らかである。

3.4 フィリピン人の表象

フィリピン人は、男性は立派で男らしく、女性は美しく愛情深く、家族愛に満ちた人間として描かれる。日本人と同じカメラアングルで写され、映画の中で彼ら自身の視点[*18]をもつ。日本人の家族意識（家族の連帯感）の強さやゴメス大尉の忠誠心は日本人の「善い」自己の投射とも言える。そしてゴメス大尉もガルシア夫人も日本兵との交流を通して、日本人に対する見解を改め、日本人を弁解する役割を担う。二人ともフィリピン兵に向かって投降するように説得するのである。ガルシア婦人は、録音テープを通してアヴェ・マリアの優しい調べとともに息子や他のフィリピン兵に次のように語りかける。「アメリカ側が宣伝している日本兵の悪行は事実無根です。現在マニラには日本兵が沢山いる。優しい人ばかりです。あなた方はうその宣伝にだまされています。……息子よ、無意味な戦いは止めてください……今すぐ武器を捨て母の元へ帰ってきて。」ゴメス大尉もフィリピン兵に同様に語りかける。「私は日本軍の捕虜となり、日本軍陣地内に居る。以前には知らなかったことを学んだ。彼らは猫なで声で話さない（like Americans）。しかし、実に人情味があり言葉少なくとも親切と真心が良く分かる……母の胸に居るように感じる。嘘や作り話もない。私に流れる東洋の血が私を正気に引き戻した。よく考えろ。尊い命を無駄にするな、戦友よ、頼む、もう騙されないで。」

3.5 アメリカ人とフィリピン人の表象 ——〈善い〉日本人のイメージの構築

非情で冷酷かつ抑圧的で搾取的、そしていざ戦うとなると意思軟弱で腰抜けのアメリカ人の描写は、「悪い」アメリカ人に対する敵意や精神的に「弱い」彼らに対する軽蔑を煽ると同時に、そのようなアメリカ人とは正反対の、温情で親身があり死を恐れず勇敢に戦う立派で「善い」かつ「強い」日本人のイメージを強調する。さらに改心したフィリピン人のプロットとともに日本人に対する「悪い」イメージを払拭するのを助ける。こうしてアメリカ人とフィリピン人の他者表象は日本人のイメージを再構築するよう機能するのである。

4 『桃太郎・海の神兵』

物語の中で構築される敵や南方諸島の人々の表象と日本人の表象は、『あの旗を撃て』と非常に類似し、「家族主義」、「大東亜共栄圏」、「西洋諸国の抑圧」そして「精神主義」など、同様のテーマが描かれる。だが、フィリピン人に「悪い」アメリカのイメージと「善い」日本のイメージを宣伝しようと、かなり意図的に分かりやすく直接的に描いている『あの旗を撃て』とは異なり、『桃太郎・海の神兵』は当時「少国民」と呼ばれた日本人の子供を対象にしたアニメーションであるためにファンタジックにそして間接的に描かれている。

4.1 物語の構成（あらすじ）

この作品は旧日本海軍の落下傘部隊の活躍を童話桃太郎の鬼退治を基に描いたものである。敵は角を生やした白人の鬼たちであり、桃太郎は日本の天皇で、日本人はその家来の軍服を着た犬・雉・猿・熊たちであり、そして南方諸島の人々は、服を着ていない南方の動物、象やサイ、マントヒヒたちである。まず、犬、猿、雉、熊の水兵が村に帰郷し、次に彼らは南の島で島民たちの協力のもとに飛行場を建設し、軍事訓練を行い、戦闘準備をする。鬼が島での戦闘の前に、影絵による白人に占領された南の島を救うことを運命付けられていた神兵由来のエピソードが挿入される。司令官桃太郎の指図のもと彼らは鬼が島で勇敢に戦い、勝利を収めるという物語である。それでは、まず、敵と日本人の対比によって強調される日本人の自己イメージを抽出し、次に軍服を着た動物と来ていない南方諸島の動物を分析する。その後、当時の社会的・文化的コンテクストに照らし合わせて両映画の共通のテーマの複雑な諸相を考察する。

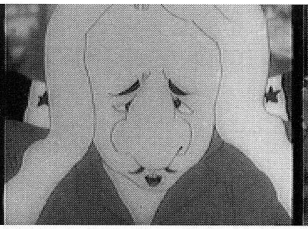
4.2 西洋人の敵（鬼）と日本人（桃太郎）の表象の対比

登場人物として敵軍が画面に出てくるのは74分の物語の終わる約5分前からで、桃太郎率いる落下傘部隊が鬼ヶ島を攻略し、敵の将軍と会見する約4分のシークエンスである。白人の敵は『あの旗を撃て』と同様、怠惰であまり戦わず簡単に降参する腰抜けの兵士として描かれている。桃太郎の急襲にあったとき、敵兵はトランプをしており、ただ慌てふ

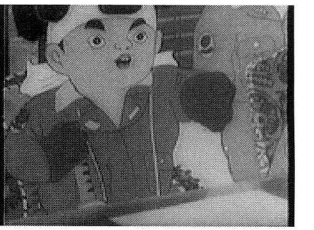
ためき敵に後ろを見せて逃げるばかりである。そして簡単に武器を捨て、手を上げ、白旗を上げて降参するのである。こうした敵の描写は桃太郎や部下達の休まず戦闘準備をする勤勉な態度や「最後の一兵になるまで戦う」という勇敢で強固な精神と対照をなし、日本人の立派な軍人像を強調する働きを持つ。その働きは次の会見の場面では一層顕著である。

会見の場面は、先述したように、山下中将がパージヴァル将軍を威嚇した場面の再現[映像4]であるが、敵と桃太郎の対比が連続の切り返しショットによって見事に行われている。三人の角を生やした白人の将校が登場し、その三人組は英語で話をし(この部分は日本語の字幕がつき)、桃太郎は日本語で話す。シーンは両者を横から写したショットから始まり、それから鬼を写し、不安そうに両手をこすって鬼の会話が始まる。「只今申し上げたように私は全軍の指揮者ではない。ですから無条件降伏には応じられない」という解答の途中、カメラは切り返しショットで今度は桃太郎を写す。桃太郎は堂々として「では鬼ヶ島の指揮権は誰が持つのか」と尋ねる。また切り替えしショットで「オーエヤマ総督です」と白人の将校が答える。再びカメラは横から両者を写し、桃太郎が「では貴官を全軍の指揮官とみるがどうか」と問い詰めると、将校は今度はびくびくと震え身もだえしながら、「そういわれても困る」と返答する。そして自分の指揮権が限られていることを地図を見せながら長々と言い訳する。カメラは又、桃太郎へと移り、桃太郎がきっぱりと「では貴官を相手にしても仕方がない。日本軍は只今から総攻撃を開始する。この上の会見は無駄である」と言って、机をたたく。すると再び切り返しショットで鬼たちを写す。頭を抱えて[映像5]、汗をふき、ひそひそと3人が相談する。「今夜10時までに返事をする」と答えるが、カメラは桃太郎に移り、桃太郎が「それでは全面降伏するか、戦闘を続けるかこれだけだ」[映像6]と威嚇すると、また切り返しショットで恐れ慄いた鬼たちを写す。結局鬼たちは懇願するようにして全面降伏に応じることになる。連続の切り返しショットによる対話が、無責任で口数多く巧みにいい逃れしようとするが、威嚇されると怯えて降参するだらしのない敵の三人組と桃太郎をまざまざと対比させ、口数は少ないが軍人らしく正々堂々とした立派な桃太郎の振る舞いを浮き彫りにしている。

[映像4][*19]



[映像5]



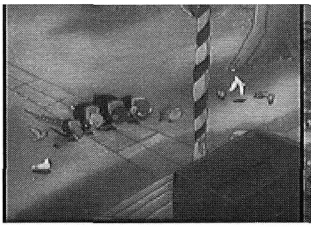
[映像6]

4.3 日本に住む軍服を着た動物（犬、猿、雉、熊）と軍服を着ていない南方諸島の動物

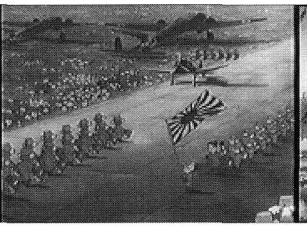
オープニングシーンは富士山のふもとの故郷へ軍服を着た犬、猿、雉、そして熊が帰ってゆくのどかな田舎の風景から始まる。全員はまず神社にお参りをする［映像7］。彼らは海軍の水兵で、それぞれが家族思いの優しい性格の持ち主として描かれている。猿は弟の三太を抱っこし、犬は畑を耕す父母に帰郷の報告をし、雉は雛の兄弟に食べ物を与え、熊は弟と人形で遊ぶ。三太が川で溺れそうになると猿と犬が勇敢に川に飛び込み、皆で力をあわせて綱を引っ張って助ける。村全体は皆が協力し合う一つの家族のように描かれる。

次のシークエンスは彼らの任務地、南方諸島である。彼らは列を揃えて行進し［映像8］、荷物をきちんと並べ、汗をかきながらも勤勉によく働き、桃太郎の下した任務を忠実に果たす。この南の島に住む動物たち、マントヒヒ、テングザル（尾長ザル）、豹、鹿、象、サイ、リス、そしてカンガルーは服を着ていない。これらの動物たち（主に亜熱帯やジャングルに住む動物たちが殆どである）は南方諸島の人々である。桃太郎の家来の犬たちによる指揮の下、力をあわせて飛行場を建設する。彼らは陽気で面白い歌を歌う。ヒヒや尾長ザルは最初は懐疑的だが、桃太郎を見ると「おやおや立派な人がでた……おなかがすいては戦ができぬ、バナナはどうです、メロンはどうです」と果物を次々と差し出し、親切にも快く桃太郎や家来の動物たちを援助しているように描かれている。ただ、列をそろえて行進し、荷物もきちんと並べる、勤勉な軍服を着た犬たちとは少し異なるように描写される。彼らは犬から日本語を習う。戦時中日本軍が施した日本語教育がここで描かれている［映像9］。授業を聞いても、南方の動物たちはうまく日本語が発声できない。そのため最初はあまり面白くなく、だれたりおしゃべりをしたりで授業を熱心には聞かないのである。ところが、熊がハーモニカをふき、猿が日本語の「アイウエオ」にメロディーをつけ

て歌いだすと、楽しんで熱心に聴くようになり、次第に南方の動物たちも『アイウエオの歌』[*20]を歌いだすのである。これは実際戦時中使われた有名な歌である。犬も授業を受けていた動物たちも体をリズムに乗せて歌い、合唱し、一つのハーモニーをつくりだす。このミュージカルの要素をアニメーションに取り入れた技法は、佐野明子が指摘するように[*21]、当時のアニメーション技術としては非常に画期的なもので、それが大東亜共栄圏というユートピアを創り出している。動物たちの楽しそうな「アイウエオの歌」の合唱がお花畑の美しい景色とともに一つの楽園を創り出していると言えるだろう。この楽園が前述したような世界家族的なユートピアであることはこの日本語の授業に続くシークエンスから明らかである。「アイウエオの歌」を歌いながら、南方の動物たちが力をあわせて洗濯や料理をする場面や軍服を着た桃太郎の家来たちが武器の手入れをする場面、また別の南方の動物達が物資の移動を手伝う場面が続き、そして最後にその物資を載せたトラックが大日本帝国軍の旭国旗の下に集結する。このシークエンスは、今度は南方諸島全体が桃太郎を中心に協力し合い団結した一つの世界家族を作り出していく様子を描き、八紘一宇のスローガンを具現する。



［映像7］



［映像8］

［映像9］

5 両映画に反映する社会的・文化的コンテクスト

5.1 異民族の同化による世界家族国家

前述したミュージカルのシークエンスに表現されるように、アジアへの進出および戦争を正当化する両映画の根底に流れる議論は、異民族の同化による世界家族国家の建設であ

り、混合民族論を取り込んだ当時の国体論に依拠する。小熊英二（2002）は、当時の国体論者の代表者として亘理章三郎を取り上げ、その議論に潜んだ日本人の欧米諸国に対するコンプレックスを鋭く指摘する。被征服者を奴隷とし、強制的に支配する征服国家である欧米諸国とは異なり、日本は、万葉歌人にも渡来人系が多いことからわかるように、古代から異民族を一視同仁で混合している、と論じる亘理の議論について、「混合民族論を無差別の証拠にすりかえ、欧米に対する優越感に高めてゆく論法が、ここでとられている」[*22]と言及する。映画の議論も亘理の議論と同様である。『あの旗を撃て』の池島兵のトニーへの「輸血」は、ハーイの論じるように日本人とフィリピン人の「『共通の血』で結ばれている」ことを象徴するが[*23]、それは同時に日本人とフィリピン人の血液の混合あるいは同化をも示唆すると考えられる。また、『桃太郎・海の神兵』の「アイウエオの歌」の場面に見られる日本語授業も当時の典型的な同化政策の一つである。『あの旗を撃て』の日本兵に具現化された「一視同仁」の精神や「母の胸へ帰ってきて」と訴えるガラシア婦人や日本軍の捕虜となって「母の元に居るように感じる」と唱えるゴメス大尉の言葉は、日本が国体論者のいう「情による家族的結合」[*24]を求めているのであって、「人種差別で混血を忌避し」[*25]権力によって支配する欧米諸国とは異なり、優れていると示そうとしていると言えるだろう。

5.2 欧米諸国の抑圧からの解放

5.2.1 「進んだ日本」と「遅れたアジア」そしてその背後にある「もっと進んだ欧米」

しかしながら、いくら表面的に被支配者を平等もしくは家族のように扱うと論じていても、『桃太郎・海の神兵』に見出される、人間と動物、衣服を着けているものと着けていないものという記号から其々の序列はいやおうなしに明らかになってくる。衣服をつけず、陽気に楽しく日本語の指導を受ける南方諸島の人々の表象は、文明の後進性を示し、当時の高まる南進論のよって復刻された竹越興三郎『南国記』（1942）に見られるような、ある意味では懐かしさを感じながらも「土人」と呼んで見下し、我々の教育が必要であると主張する、当時の日本人が心に抱いていた「進んだ日本」と「遅れたアジア」という図式を映し出すのである。そしてさらに杉原達が日本人のアジアに対する「時差感覚的思考」[*26]の特徴として論じるように、その背後には「もっと進んだ欧米」が存在しているのである。それは欧米の敵が角を生やした鬼として描かれはするが、軍服を着て人間の姿・形をして

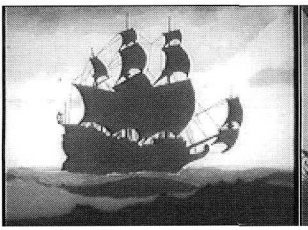
いる点、桃太郎の部隊よりもずっと近代的で重装備な鬼たちの戦車や戦闘機や軍事施設の描写、そして次の「神兵由来のエピソード」の分析からも明らかである。

5.2.2 神兵由来のエピソード——忌まわしい過去の記憶

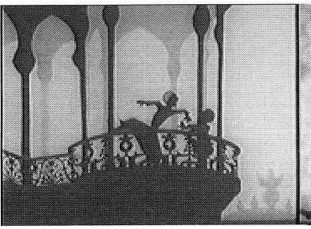
「神兵由来のエピソード」の分析を行う前に、指摘したい点が一つある。『あの旗を撃て』のなかでアメリカの撤退軍の車に足を轢かれ不自由になったトニーについてである。トニーの不自由さは表向きにはアメリカ人による抑圧を意味する。そして医者に診せ、歩けるように回復するのを助ける日本兵池島の行為は、日本が南方諸国をアメリカの抑圧から解放することを意味し、間接的に大東亜共栄圏というスローガン下の日本軍のフィリピン進攻を正当化するのを助ける。だが、果たしてそれだけだろうか。『桃太郎・海の神兵』の影絵によるエピソードを詳細に分析すると、トニーの足の不自由さは日本人自身の不自由さ、つまり自ら感じているアメリカによる抑圧の投射とも考えられるのである。

その抑圧というのは、日本の過去の忌まわしい記憶にあり、『桃太郎・海の神兵』のエピソードの中に投影されている。桃太郎が鬼退治に出かける前に『神兵』のエピソードが挿入される。それはゴアという心の優しい王様が治める青く美しい南の島の王国が、商人を装った「鼻のとがった白人」の海賊に騙され、その島を奪われたという話である。エピソードのラスト・ショットでは、島のジャングル奥深くに立つ、「東方天子の国より白馬にまたがりて神の兵来たりて必ずや民族を解放せん」と刻まれた古い石碑がクローズ・アップされる。この石碑がフェイドアウトすると、月の光に照らされて桃太郎と家来が現れるのである。勿論この南の島は敵の白人が占領した鬼ヶ島を、「白馬にまたがりて来る天子」は天皇の桃太郎を、そして神兵は彼とその家来、つまり日本軍を示している。しかし注意深く観察すると、実はそのエピソードには江戸末期の日本の過去の姿が投射されているのである。ナレーターは「ある日この島の港に不思議な黒い船が現れた［映像10］。島は上を下への大騒ぎになった。大臣は慌てふためき事の次第を王様に言上した」と語る［映像11］。この様子はペリーの「黒船」が来航し動揺した江戸時代の幕府の様子と同じである。「鼻のとがった白人」［映像12］が、「情け深いゴアの王様」と呼び、自分たちは「はるばる遠い国から参った商人」で「どうか兄弟のように仲良く付き合って頂きたい」と頭をさげて挨拶する。そして旅の途中に「休憩できる（ほんの少しの）土地をお譲りください」と頼み、また船に積んである宝物「ペルシャのじゅうたん、エジプトのタバコ、ペルシャの首飾り……北京の砂金」を王様に御覧いただきたいと言うのである。日本はペリー

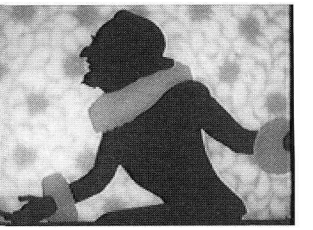
の黒船の来航後まず「日米和親条約」を結び、それから「日米通商条約」を結び、そして次々と他の西洋諸国とも同様の条約を結んだ。これらの「不平等条約」を結び、その結果治外法権で関税自主権がなく、それ以降不平等条約に苦しんだ忌まわしい過去の記憶がある。そして外国船来航以来、その過去の記憶とともに西洋諸国に対してずっと劣等感を持ち続けていたのである。影絵の中で行われたこの過去の「投射」をバークの「スケープゴート」あるいは仮説の「アイデンティティ構築の一段階」という視点から分析すると、日本人はこの望ましくない過去を南方諸島の人々に投射し、自分自身から切り離す。そして王国は白人に滅ぼされるので切り離された望ましくない「悪い」一面は抹殺され、一応ここで浄化される。しかしそれだけではアイデンティティは再構築されない。再生のためには古い自己（一面）に代わる新しい自己（一面）が創り出されなければならないからである。そうして日本人はその白人と戦って南方諸島の人々を解放することによって、「救世主」的な自己（一面）を創りだし、それによって新しいアイデンティティを構築することができるのである。つまり、影絵で説明される「神兵由来のエピソード」は、日本軍が欧米軍と戦い、必要な資源のために南方諸島を攻略することを単に正当化するだけではなく、実は日本人が忌まわしい過去を切り捨て再生するという「自己救済」とも呼べる自己イメージの再構築のプロセスでもあるのである。このように考えると、『あの旗を撃て』でトニーがアメリカ軍に受けた負傷を手術によってしかも池島兵の輸血を経て回復してゆく話も、同様の再生のための象徴的プロセス（別の言葉で言えばイマジネーションの作用）とも考えられる。西洋に対して憧憬の方が強かった明治初期とは異なり、日清戦争・日露戦争という二つの大戦を乗り越え、近代化が急速に進み、列強と肩を並べるようになった当時の日本にとって、戦意高揚映画に見られる日本人による数々の「救済」のフィクションが、そして大東亜共栄圏というスローガン自体が、実は他者の表象を通してその忌まわしい過去を払拭し、劣等感を乗り越え、自己イメージを再構築しようとした象徴的プロセスでもあったと考えられる。



［映像10］



［映像11］



［映像12］

6 両映画に反映されていない社会的背景そしてテクストの内容外の事実

これまで両映画と一致する当時の社会的・文化的コンテクストと照らし合わせて、日本人と他者の表象を分析してきたわけだが、ここからは両映画に不在の、或は意図的に隠蔽されている社会的背景とテクストの内容外の事実を考察する。

6.1 当時の戦況と映画の内容のずれ、そして厳しい検閲

アメリカの東アジア最後の拠点コレヒドール攻略を描いた『あの旗を撃て』は1943年8月に、落下傘部隊の活躍や時局ニュースを国民にPRするための『桃太郎・海の神兵』は1943年9月に、それぞれ映画製作に取り掛かることになった。だが、日本の戦況は1942年6月のミッドウェー海戦における日本連合艦隊の壊滅的な敗退が転機となり、以降日本軍は敗退を続け、両映画がそれぞれ上映される1944年3月、1945年1月には敗戦は時間の問題であった。たとえニュースや新聞など全メディアが検閲されていたとはいえ、敗戦の気配はあったはずである。事実この映画のカメラマンを務めた宮島義男は「この頃になると日本の敗戦も時間の問題だった。だからフィリピン人で俳優も含め映画製作に協力してくれる人々を得るのが難しかった」[*27]と述べている。しかしながら、敗戦の気配や不安は両映画には全く現れてはいない。その理由は両映画がそれぞれ陸軍、海軍後援とはいえ、軍の命令により製作されたものであり[*28]、特に『あの旗を撃て』は現地日本軍の指導の下に製作されたものであり[*29]、製作後厳しく検閲を受け規制されたからである。『桃太郎・海の神兵』も、アニメーション研究家渡辺泰によると、試写段階で航空機や武

器の形状に関する部分や、偵察兵が一名戦死し、その葬儀のシーンやその兵士のかわいがっていた小鳥が悲しむ場面は、カットされたという[*30]。つまり、製作者が軍の上層部に厳しく規制されているからである。だが、それでは現実の戦況と映画内容の大きなずれにもかかわらず、『あの旗を撃て』が1944年に国内でベスト3位に入るほどヒットし、受容されたのは何故だろうか。恐らくそれは作品がもつアメリカ的な特徴ではないかと考えられるのである。

6.2 アメリカの映像技術への依存とナショナリズム

経済・産業、軍隊、そして映画においてもアメリカを乗り越えようと必死にもがいてきた当時の日本であるが、両映画の映像のレトリックに使われた技術は皮肉にもまさにアメリカの映像技術である。日本の映画界は、映画史始まって以来、ヨーロッパやアメリカの映像技術を吸収して発展してきたわけだが、阿部豊監督は当時の日本映画の「巨匠」の中でも最もアメリカに影響を受けた監督である。佐藤忠男によると、「少年時代にアメリカに渡り、1910年代の半ばからハリウッドの俳優をしていたが、1925年に帰国するとすぐ、日活に監督として迎えられ、エルンスト・ルビッチばりのエロチックなコメディを腕に発揮して注目の的となった」[*31]。彼はアメリカの洗練されたコメディのセンスと「ハリウッドばりの航空映画の作り手として、少年飛行兵をたたえる『燃える大空』(1940) でも有名である。『燃える大空』は「アメリカ製の一連の「航空映画」の影響を強く受けた作品」であり、「40年の東宝興行収入第3位」[*32]となった。事実『あの旗を撃て』の負傷したフィリピンの子供の物語パターンも1941年アカデミー賞を数賞獲得したジョン・フォード監督の『わが谷は緑なりき』の主人公のものに酷似している。アメリカ帰りの阿部監督はアメリカ映画を学び、その映像技術を駆使し、成功してきた監督とも言えるだろう。

また一方、瀬尾光世監督も、『桃太郎・海の犬鷲』の製作中に、海軍省から極秘で日本軍がシンガポール占領の際に接収したアメリカ映画を見せられたそうだ。その中には『風とともに去りぬ』(1939) やディズニーの長編アニメーション『ファンタジア』(1940) もあったという。瀬尾監督はじめアニメ関係者は、その技術の差に大変ショックを受けたという[*33]。実際、『桃太郎・海の神兵』では、影絵などの日本あるいはアジア独特の手法も導入されてはいるが、「アイウエオの歌」のミュージカルの場面や、登場人物の手の滑らかな動き、そして桃太郎と白人将校の会見の場面で使われる、ショット・切り替えしショッ

トはアメリカの映像技術を取り入れたものである。両映画監督はナショナルなもの、つまり国策映画を製作しつつ、実はアメリカの技術を内面化し発展させていた。そして実はこのような戦時下での盛んな映画製作が戦後の日本映画の発展の基盤となっているのである。

7 終わりに

『あの旗を撃て』は、世界制覇の野望をもつアメリカに抑圧されているフィリピン人を解放し同化することによって、同じ東亜民族の血の流れる家族の愛に包まれた世界家族国家の「大東亜共栄圏」を建設するというユートピア的なイメージの〈日本〉を映し出す。『桃太郎・海の神兵』も同様の「ユートピア」を映し出すが、『あの旗を撃て』ではおそらく意図的に伏せられてきた天皇、日本人、占領下の人々という序列、そしてその背後に潜む自分たちよりも「もっと進んだ」欧米人に対するコンプレックスをも映し出す。両作品において他者表象は、戦争を正当化するために「悪い」敵のイメージを構築するというよりもむしろ日本の自己イメージを再構築するために用いられている。しかも敵の表象よりも占領下の人々の表象の方が再構築に深く関与する。それは江戸末期以降、西洋諸国と深く関与した自己の望ましくない一面を切り捨てるために、南方の民族である第二の他者に投射するというプロセスをたどることになる。やはり文化においても日本人自身の問題を弱い立場の民族にすり替えることによって解決しようとする日本の姿が明らかになってくる。また、西洋との屈辱的な関係を自己のアイデンティティから消去するために、結局その影響の源であるアメリカ映画の技術に依存しなければならなかったという皮肉な自己矛盾の状態が、当時の日本特有の文化状況をも映し出していると言えるだろう。

［いけだよしこ・大阪大学大学院言語文化研究科博士後期課程単位取得退学］

［参考文献］

Burke, Kenneth. (1969). *A Grammar of Motives.* Berkeley: University of California Press. (=1982 森常治訳『動機の文法』晶文社)

————(1973).*The Philosophy of Literary Form*. Berkeley: University of California Press. (=1974森常治訳『文学形式の哲学』国文社)

Chatman, Seymour. (1990). *Coming to Terms: The Rhetoric of Narrative in Fiction and Film*. Cornell University Press. (= 1998 田中秀人訳『小説と映画の修辞学』水声社)

Dower, John W. (1986). *War without Mercy*. New York: Pantheon Books. (=1987斎藤元訳『人種偏見』TBSブリタニカ)

Geertz, Clifford. (1973). *The Interpretation of Cultures*. Basic Books. (=1987吉田禎吾ほか訳『文化の解釈学』Ⅰ　岩波現代選書)

Gilman, Sander. L. (1985). *Differences and Pathology*. Ithaca: Cornell University Press.

ハーイ、ピーターB (1995)『帝国の銀幕』名古屋大学出版会

古川隆久 (2003)『戦時下の日本映画』吉川弘文館

Ikeda, Yoshiko. (2000). "The Cultural Significance of Stereotypes: Argumentative Tools for Self-Criticism" *Proceedings of the 1st Tokyo Conference on Argumentation*. pp.72-77.

————(2004). "The Representation of the Other and the Self-Image of the Japanese: Depicted in Ano Hata Wo Ute (Dawn of Freedom,1944)" *Proceedings of the 2nd Tokyo Conference on Argumentation*.pp.87-91.

池田淑子 (2004)「『桃太郎・海の神兵』(1945) に映し出されるイメージとしての〈日本〉」『表象と文化Ⅰ』言語文化共同研究プロジェクト　2003 大阪大学言語文化研究科 pp.35-44

今村昌平・佐藤忠男・新藤兼人・鶴見俊輔・山田洋次 (1986)『戦争と日本映画』岩波書店

Keen, Sam. (1986). *Faces of the Enemies: Reflections of the Hostile Imagination*. New York: Harper & Row. (=1994 佐藤卓巳・佐藤八寿子訳『敵の顔』柏書房)

レノフ、マイケル (1991)「戦争をするイメージ」『日米映画戦』青弓社 pp.130-175

小熊英二 (1995)『単一民族神話の起源』新曜社

佐藤忠男 (1979)『日本映画の巨匠たち』学陽書房

杉原達 (1996)「アジアとの出会い」『異文化の交流』柏木隆雄・山口修編　大阪大学出版会

上野俊哉 (1991)「他者と機械」『日米映画戦』青弓社 pp.92-129

渡辺泰 (2003)「発掘・瀬尾光世の人と仕事」『BanCul』No.47　2003年春号　(財) 姫路市文化振興財団

[注]

1 ———本稿は2003年9月に行われた「イメージとしての〈日本〉ワークショップ」においてディスカッション・ペーパーとして提出した「他者の表象と日本人の自己イメージ——プロパガンダ映画『あの旗を撃て』と『桃太郎・海の神兵』」を、2つの拙稿、すなわち「『桃太郎・海の神兵』(1945) に映し出されるイメージとしての〈日本〉」と "The Representation of the Other and the Self-Image of the Japanese: Depicted in Ano Hata Wo Ute (Dawn of Freedom, 1994)"に分けて投稿したものに修正を加え、再度1つにまとめたものである。

2———キーン、サム　(1994)『敵の顔』p.103

3———ダワー、ジョン (1987)『人種偏見』p.251

4———『あの旗を撃て』(1944) 監督・阿部豊、製作・東宝、出演・大河内伝次郎／大川平八郎／フェルナンド・ポウ／

レオポルド・サレセド。筆者が見たのはこの作品がビデオ化されたものである（新東宝ビデオ、1996）。

5――『桃太郎・海の神兵』（1945）　脚本／演出・瀬尾光世　影絵・政岡憲三　製作・松竹動画研究所（松竹ビデオ、1992）

6――『映画旬報』昭和18年11月1日号

7――古川隆久（2003）『戦時下の日本映画』p.176

8――渡辺泰（2003）「発掘・瀬尾光世の人と仕事」『BanCul』p.17

9――上野俊哉（1991）「他者と機械」『日米映画戦』p.116

10――ハーイ、ピーター・B（1995）『帝国の銀幕』p.386

11――本稿は人類学者クリフォード・ギアーツの「文化」の概念を基にして、文化の産物である映画作品を人間生活の多様な側面間、つまり「生物学的、心理学的、社会学的（歴史的）そして文化的要因」（『文化の解釈学』p. 77）の統合的な体系の中で分析しなければならないと考える。

12――レノフ、マイケル（1991）「戦争をするイメージ」『日米映画戦』*pp.136-138*

13――バーク、ケネス（1974）『文学形式の哲学』p.44

14――バーク、ケネス（1982）『動機の文法』pp.47-52

15――この仮説に関しては詳しくは拙稿 "The Cultural Significance of Stereotypes: Argumentative Tools for Self-Criticism"（2000）を参照されたい。

16――筆者が分析したビデオ作品は英語とタガログ語で話されている部分はすべて日本語の字幕が付けられていた。ただし、"Yellow Monkeys"などの差別用語は翻訳されていなかった。

17――本稿で使用する『あの旗を撃て』の映像はVHSビデオ『あの旗を撃て』（製作・著作東宝）より静止画像を取り込んだものである。

18――この場合の「視点」は、シーモア・チャトマンの構想する二種類の視点のうちの一つである「フィルター」のことを意味し、物語世界内に登場する、登場人物の視点であり、その登場人物が「経験する精神活動（知覚、認識、意見、感情、記憶、回想、空想）」（『小説と映画の修辞学』p.238）を表す。もう一つの視点は、彼の理論では、ナレーターのように、物語世界外に属し、物語を報告し、再現する語り手の視点である。この映画では日本人兵とフィリピン人はこの「フィルター」となるが、アメリカ人がなることはない。

19――本稿で使用する『桃太郎・海の神兵』の映像はビデオ『桃太郎・海の神兵』（発売・松竹ホームビデオ、著作・松竹）より静止画像を取り込んだものである。

20――作詞・川崎大治　作曲・市川元

21――Sano, Akiko "Japanese Animated Films in the Period of 1917-1945 : On Momotaro to Umi no Shimpei" ロシア―日本学術会議「ロシアにおける日本年：人文学研究」ロシアウラジオストック極東国立大学、2003年6月30日　発表要旨

22――小熊英二（1995）『単一民族神話の起源』p.149

23――ハーイ（1995）『帝国の銀幕』p.419

24――小熊（1995）『単一民族神話の起源』p.193

25――小熊（1995）『単一民族神話の起源』p.123

26――杉原達（1996）「アジアとの出会い」『異文化の交流』p.186

27――今村昌平ほか（1986）『戦争と日本映画』p.296

28――渡辺（2003）「発掘・瀬尾光世の人と仕事」p.16

29――今村昌平ほか（1986）『戦争と日本映画』p.295

30――― 渡辺（2003）「発掘・瀬尾光世の人と仕事」p.16
31――― 佐藤忠男（1979）『日本映画の巨匠たち』p.35
32――― 古川（2003）『戦時下の日本映画』p.138
33――― 渡辺（2003）「発掘・瀬尾光世の人と仕事」pp.14-15

俳句が海外に与えた影響
日本語残留孤児としての台湾日本語俳句

染川清美

1 はじめに

グローバル社会・グローバルカルチャーとよく耳にする昨今、日本の文化である俳句も日本の江戸時代から現代へ、しかもその過程において、近代初期から外国へと紹介され、今や世界の国々へと広がっている。企業との関連はないが、これもそのひとつと言えるのではないか。各国で、ハイカルチャーと言われてきた日本の俳句がどのように存在し、今後も存続していくのか、そして各国に存在する俳句に相違があるか否か、グローバライゼーション・ローカライゼーションに関わる問題である。その国に俳句が存在するには、それに関心を持ち、理解しようとする欲求と培養可能な下地等、受容するに足る環境条件が備わっているのである。これらを分析することは自分の拠って立つ文化を見直すこと、つまりカルチュラルスタディーズを始めること[*1]でもある。

現在、日本起源の俳句が世界50ヶ国200万人に行われていることは、日本ではさほど知られていないが、世界における最短小の詩として、世界の国々で人気を集めている。中でも世界で唯一日本語俳句を作っている台湾の人々は、どのような意識で作句しているのか。その発端は言うまでもなく、日本植民地時代の日本語教育にあると推測するに難くないが、戦後日本植民地から解放され日本語禁止令が出たにもかかわらず、今日に至ってなお日本語俳句を作り続けていることは、台湾日本語俳句を考える上で重要な課題となろう。

各国の俳句については、現在に至るまで文学的に研究されてきているが、今回は研究者や文学者の立場からではなく、一般の作句する人々に意識調査をすることによって、国・社会の中の国民・人と文化・言語という視点から切り込みを入れた。それは従来の文学的分析とは異なる点である。

2 調査方法

対　　象：　台北俳句会会員　　27名

調査方法：　アンケート用紙「国際俳句・文化アンケート」(日本語版) により、17問の質問項目を立て、「1はい」「2どちらでもない」「3いいえ」の3択とし、各々、その理由があればという前提で、本人の裁量で自由記述式とした。

また本文ではインタビューにより、細部の補足をした。

3 結果と考察

結果は［図Ⅰ］の円グラフに示す。　回収率49.1%

なお今回は、アンケート結果中、「台湾における日本語俳句」という視点を中心に分析する。

3.1 台湾俳句会の歴史的な位置

1895年（明治29年）の日清戦争の結果締結された下関条約により台湾は、日本に割譲されたことから日本の統治が始まった。このことが正式に日本語教育の発端となる。もともと台湾語で日常会話し,文学作品もそれで作っていた台湾の人々に、日本語教育が突然行われるようになり、殆ど人生の大半に当たる歳月を日本と同じ小学校教育の環境に置かれた。すなわち、この50年間に植民地日本語教育を受けた世代を中心に、日本語俳句が行われるようになっていったと推察される。

台湾の初等教育用国語教科書に短歌が最初に現れるのは、1926年（大正15年）から使用の台湾総督府編纂第三期国語教科書『公学校用国語読本 第一種　巻12』(第六学年後期用)「第一課　明治天皇御製」からであり、俳句が現れるのはかなり遅く、第四期国語教科書『公学校用国語読本 巻12』1942年（昭和17年）である。短歌・俳句両方が載ったのは1944年（昭和19年）発行の日本統治期最後の第五期国語教科書『初等科国語 七』(第六学年前期用）と同『初等科国語 八』(第六学年後期用）においてであるから、公学校国語読本に記載された短歌や俳句を読ませることは出来ても詠ませることまでは国語能力的にも出来な

い。したがって中等学校以上の1930年ごろまでに生まれた人々だけが短歌や俳句の教養を身につけたため、現在台湾の日本語文芸の会の会員はほとんど70歳以上になっている。短歌や俳句は皇民化における意義が強調された時期に戦争によって授業できなくなるという皮肉なことになった[*2]と磯田一雄氏はしている。

確かに台湾公学校国語讀本記載の短歌・俳句の始まりは殆どそのとおりであるが[*3]、その他、台湾総督府編纂第三期国語教科書『公学校用国語讀本 第一種　巻12』(第六学年後期用)「第一課　明治天皇御製」は、大正7～12年日本文部省出版の第三期国定国語教科書『尋常小学国語讀本　巻12』(第六学年後期用)「第一課　明治天皇御製」の短歌10首[*4]のうち8首までここに収録し、内地の教科書に準じていること、更に台湾総督府編纂第五期国語教科書『初等科国語 七』(第六学年前期用)「六　ばらの芽」になると、天皇御製ではなく正岡子規・島木赤彦・能因法師など一般の優れた歌人の短歌を10首挙げ、「皇民化」とは関わりなく純粋に短詩文芸として載せているのは、第四期国語教科書『公学校用国語讀本　巻12』1942年(昭和17年)に俳句採用時の意図を汲んでのことと見られる。但し第五期『初等科国語 八』(第六学年後期用)には、「元日や」の俳句と共に、冒頭の「玉のひびき」に天皇・皇后などの12首を載せ、その皇民化教材を顕示することに怠りはなかったこと、この第六学年後期用の俳句には、芭蕉・蕪村・一茶が挙げられながらも、鳴雪の「元日や一系の天子不二の山」が最初に配置されていることなどが注目されるが、短歌に比較すると、俳句の方が「皇民化」の影響が少ない教材であったと考えられる。その意味ではある程度日本独特の短詩文芸を純粋に味わう機会を持ちえたのではなかろうか。一般的に俳句教材指導の際、学年能力に併せて作句法も指導する場合が多いため、句作の初歩も学んだであろうが、その能力がその後どれだけ多くの人に結びついたかは分からない。しかしそのことは、台北俳句会会員の調査回答例に示される。

アンケート問16「俳句はいつごろどこで作り始めましたか」に対して、22人(81.5%)が成人になってからの台北俳句会などであり、小学校1人高等小学校1人高女2人以外は、殆ど戦後かなりたってから句を作り始めている。但しその中の高等小学校1人は昭和16年小学校で俳句を知り、翌17年高等小学校の時、新聞投稿で入選しており、後の『ホトトギス』「昭和18年8月号」の入選へとつながって現在に至っている。後の高女のひとりは花蓮港高女もうひとりは京都の高等女学校、小学校のひとりは家庭で父母から習ったとしている。

また、問15「俳句はいつ頃どこで知りましたか」について会員12人(44.4%)のうち、台湾の小学校で3名、日本の小学校で1名、その他はみな女学校時代6名と高校時代2名で、

女学校が東京であったり、当時満州の大連であったりすることが、当時の台湾・日本・中国の人々の往来を伺わせる。そしてまた当時の日本人が進出していった先と、日本の留学政策によって台湾から日本に留学した人たちが少なからずいたことを物語る[*5]。その先々で日本の俳句が伝えられていたと考えられるが、『ホトトギス』の大正12年6月号「雑詠」[*6]には、大連・撫順・奉天・天津・青島・台湾・印度など外地からの投句が認められるのは、俳号で名前が載せられているため、大方が日本人であると思われる。

また、山口誓子は樺太に、尾崎放哉は朝鮮・満州・台湾へ、高浜虚子が満州・朝鮮・香港・シンガポール、山口青邨は満州、河東碧梧桐が台湾・満州・朝鮮に、その他の多くの俳人・歌人がアジアの各地に旅して[*7]その地で句作しているのは、そこに日本人たちが進出していたのである。それらの地の俳句結社の有無についてはここでは述べないが、先の『ホトトギス』への投句からも俳句が各地で詠まれていたと言える。また台湾以外の地での俳句教育についてはここでは触れない。

台北俳句会の徐奇芬氏は、東京の共立高等女学校へ留学していたが、戦争が激化し日台間渡航が危険となり帰国したという。同じく李秀惠氏の兄は慶応大学に弟は盛岡高等学校に、そして夫もまた慶応大学に留学した人であった。また、日本の小学校1名のこの日本人が、東北大学地質学者の台湾人の夫と昭和17年に結婚、今現在この俳句会でのキャリアの長い人である。このことも、東アジアの人々の交流の一端を実証していると言えよう。台湾人の留学生と結婚した日本女性は、このアンケートには表れていないが、インタビューの折、他にもこの俳句会には何人かいることが分かった。例えば、留学生として台湾から来日していた夫と昭和24年に恋愛結婚して渡台した人などである。

これら12名の平均年齢は77.2歳[*8]で、ひとりを除いてみな70代である。ということは植民地時代の日本語を話す人々は、かなり高齢化しているということであり、磯田氏の論を裏付ける。

しかし、前述の学校教育の中でのみ俳句は普及したのであろうか。戦前の台湾には俳句結社はかなりの数存在した。台湾にその存在が初出するのは、『ホトトギス』1899年「明治32年10月号」「地方俳句界」の中に日本の一地方としての「台北会」(台湾台北) から三名の三句であり、1929年 (昭和4年) 初めまでを見ても「むらさき会」(基隆)「蟾蜍句会」(台北)「打鼓吟会」(打狗)「ゆうかり句会」(台北)「無名会」(高雄)「真菰吟社」(台中)「高雄竜舌吟社偶会」(高雄) その他68の新俳句結社が生まれ、中には消えたり合併したりしていた。そこに集う人々は日本人であり、『ホトトギス』に投句して入選を競っていた。その中に

俳句会は分からないが陳武王の「門松に蛍とびかふ蕃社かな」が「昭和3年5月号」の「雑詠」に入選している[*9]。台湾の人の名前とはっきり確認できるものはこれが最初であるから、このあたりから地元の人にも俳句が受容され始めていると言える。それまでの「地方俳句界」の台湾地方俳句会の投句名を調べた中には、台湾人の名前は見当たらない。中でも注目するのは、1937年（昭和12年）の「雑詠」に台湾の人と思われる黄朝木と陳緑泉の二人が各々数句入選していることだ。その例句を下に挙げる。

台中の町の果みな夏の山　　黄朝木 a　　春草や親牛仔牛看牛児　　陳緑泉 b[*10]

台中市の果物を扱う店先には、夏山から収穫してきたばかりの夏の果実が、色とりどりに所狭しと積み上げられ並んでいる。そのみずみずしい果物の色と香りが当たり一面に広がり、行き交う人々を楽しませている様子や、やわらかな黄緑が一面に広がる牧草地に点在しつつ草を食む親牛子牛、その様をのんびり見守る牧童の姿、春先のけだるいうららかな情景、これら二句とも台湾の季節感溢れるのどかな風景が眼前に浮かんでくる。これら結社の中で作句しているのはほとんどが日本人であったろうが、『ホトトギス』に入選する台湾人が出てきたことは、結社によっては台湾人の参加があり、日本特有の俳句文化を嗜もうとする日本語能力を身につけた人々が出てきているということである。但し台湾人はこの年、黄朝木が6・7・8・10・11月号に、陳緑泉が5月号に入選した以外には、その年の前後に彼らを含んで台湾人の名前は見当たらない。しかし、時代が下ると「昭和18年8月号」に現台北俳句会会員李錦上氏の俳句（後述）が入選している。

それら結社の中でも指導的立場であった「ゆうかり」主宰の山本孕江は、虚子に師事しながら「台湾俳句」を明確なものにするため「季感」を実践の核にして、内地の「季感」ではなく台湾の「季感」に即する立場を自覚すれば台湾俳句が生まれると言った人としているのが今井祥子氏[*11]である。これに関しては後述する。

更に、1934年～1939年（昭和9年～14年）にかけて台湾で日本人向けに発行されていた月刊雑誌『臺灣婦人界』にも短歌・俳句の投稿欄があり、山本孕江がその「臺灣婦人俳壇」を主宰し、多くの投句の選考と指導を行っている。その中に台湾人が数名入選していることから、台湾婦人たちにも短歌・俳句が詠まれ始めていることが分かる。同雑誌に当時の選者柴山武矩の歌壇欄に黄氏實桃・王来傳氏らの名前があるのは、俳句も短歌も同時に嗜んでいるということである。以下その例句である。

梧桐花に空ふかく澄む夏日かな	藍錦城	「昭和9年10月号」	a
たそがれて蚊の聲しげき野風呂かな	王来傳	「昭和9年10月号」	b
コスモスや看護疲れを窓に寄る	黄氏實桃	「昭和9年11月号」	c
驛にゆく一筋みちや稲の花	劉氏雅頼	「昭和10年11月号」	d[*12]

いずれも季語を意識した季節感溢れる句であり、句の解釈をするまでもなく風景と情趣は日本人のそれと全く変わりなく、その出来も日本人投稿者に比して遜色はない。このように俳句を詠めるだけの日本語力を身につけた台湾上流階級婦人が、正に女学校を卒業して日本人と同等の教養としての俳句を嗜んで来つつあった時代であると言えよう。

しかし、台湾の地に過去何箇所か存在した俳句会は日本人が去ると同時に、戦後25年間、絶えてなかったのであろうか。確かに戒厳令下にあって、結社するだけでも危険な上に禁止の日本語[*13]を使っての俳句会であったから、台湾各地で俳句会を開催しようもなく、台湾全土からの俳句を台北に結集する以外の結社は困難であったと推察される。この点に関してはさらに調査の必要はあるが、戦後の『ホトトギス』から調べたところでは、冊子も薄くなり、「地方俳句界」の欄も無くなり台湾も日本の一地方ではなくなっているため、その存在を知ることはできない。但し、台湾に居住する日本人を中心とした俳句の会「台北相思樹会」に、1956年頃黄霊芝氏が会員となっていた[*14]というから、日本人主宰の俳句会は多少あったと思われる。しかし台北俳句会が戦前戦後の俳句結社と繋がりはないことは、下記のとおりであり、台北俳句会員も証言する。全く新規の結社として台湾の地に登場することとなる。

主宰者黄霊芝[*15]氏は結社に至る経緯を次のように述べている。政府が公的に日本語を禁じたが、そうなると台湾人は新聞を読まなくなり、殊に山の先住民らは政府が何をしているのかさっぱり分からなかった。そこで政府は特例として『軍民導報』[*16]と呼ぶ日本文新聞を発行、その文芸欄を病床の同氏が担当、俳句・短歌・詩・コントなど寄せてくるものが九人ほどいて、名前のない会となったが、永続しなかった。その後1968年呉建堂氏主宰の日本短歌の会『台北歌壇』に入会、1970年アジア・ペンクラブの会議が台北で挙行されたとき、川端康成氏が団長の文芸や学術関係者を黄氏が古都台南へ案内し帰北のあと、台湾にも俳句の会がほしいということで、俳句の連座をした。これが『台北俳句会』発足だった[*17]。

戦後政府が自分たちの広報の便宜上、日本文新聞を発行したというところが興味深い。

そうした下地のある中で、日本語を使用する気力を失わず半ば公然と、あるいは幾分呑気に綿々とつないでいたと思われる。

しかし、今回調査に応じてくれた台北俳句会は1970年創設であったから、日本語で俳句を詠むこの集まりは「台湾社会で堂々と大手を振って歩くことも理解されることもかなわぬ集まりであった。」[*18]のである。当時威厳令下ではあらゆる会合は、十人以上を越す場合は事前に警察に届出なくてはならず、登記して初めて活動できたが、日本語俳句の会が認められるはずもなく、その筋の友人から黄氏は今に捕まると忠告を受け、俳句会に出かける時は短刀一本鞄に入れていた。嬲り者にされたくなかったし、会員の誰彼に手を出す者がいたら飛びかかるつもりだったという[*19]。

主宰者のその気迫のお陰であろうか、直接的な危害はなかったとインタビューに応じた会員の李錦上、陳淑媛、陳錫恭、北条千鶴子（范友佳）、黄雲連、黄葉、高阿香、李秀惠各氏は証言する。危険な目に遭わなくとも、会員の俳句にその時期の辛さや苦しみが表現されなかったかと気になるところであるが、「台北俳句会は、政治を詠まないことをモットーに生きのびた」という黄葉氏の証言もあり、俳句への表現は極力抑えてきたと思われる。日本語を使うことだけでも違法であるから、まして記録に残る政治的不満は当時としてはもってのほかであったろう。

上記の会員の句は以下の通りである。

自己推薦の句

朝顔に白金の星大きかり	李錦上	（『ホトトギス』18年8月号入選）
犬は太郎猫はホアルよ日脚伸ぶ	黄　葉	（ホアルは中国語でブチ猫のこと）
夜半に聞く虫の音わびし山の小屋	黄雲連	

また、台北俳句集（28）（29）（31）より[*20]

てっぺんの取り残したる夕日柿	李秀惠	a
一言をはさむ頃合燗熱く	陳錫恭	b
出征も凱旋も死語鯉のぼり	北条千鶴子（范友佳）	c
教え子の賀状うれしや海越えて	陳淑媛	d
ハンモック揺らして稚児と笑み交す	高阿香	e
病みこけし母の深寝や蝉時雨	徐奇芬	f

黄霊芝作品集（15）より[*21]

二二八止まずの雨となりにけり　　黄霊芝　（黄氏にしては珍しい句である）

事実、黄霊芝氏は日本語で俳句や小説を書いていることについて、「日本人の糞を食べて生きている男だ」と批評家から書かれたことがある。戦後台湾に渡ってきた人たちは、中共との戦いに敗れ、国土を置き捨てて台湾に奔ったので、戦いに敗れた理由はその前に日本と戦って疲労困憊の極みにあったから、そして日本は侵略し、非人道的であったとする。国土を失ったのは日本の所為だと信じて、亡国の恨みから日本語俳句をする同氏を非難しているのである。氏はこのことから考えても、彼らの傷の深さがわかろうというものである[*22]としている。

また、李秀恵氏の話によれば、戦前や戦争中は俳句や短歌をやっている暇なんかなかったし、日本語を禁止されてからも、何言われても放っとけという気で辺りに構わず俳句を詠んできたから、表現したものに差異はない。ただ黄霊芝氏が『台湾俳句歳時記』[*23]を出版してからは、季語について意識するようになった。日本の桜の時期と台湾のそれとは違うからと言う。確かに日本で詠まれている俳句とどこが違うのか判別はつかない。最初に台湾から送られてきた『台北俳句集』[*24]を読んだときは、全く日本の俳句そのままだと直感した。もっとも、詠まれている人事・自然・風物は台湾のものであるが、中に詠み込まれている心情や情趣が同じだ。出版年度も1998年からのものであったから、当時の俳句は伺い知るべくもないが、主宰者以外の会員たちの話から推察するに、差異があるとは考えにくい。

ただし「政治に関わらない」は台北俳句会の特徴ではないかと思われる。台北歌壇や『台湾川柳会』[*25]における表現は、風刺や皮肉やユーモアといった中に、政治や社会体制への鬱屈した感情が読み取れるものが少なくない。勿論その他の日常生活を詠んだ川柳は多い。川柳会「会報」の中より例句を挙げると以下の通りである。

日本語を本気でしゃべる終戦後	高痩叟	a
台湾に中国がある摩訶不思議	陳鳳儀	b
台湾の憤怒を見せて総選挙	林蘇綿	c
国民党不良資産をまだ残し	陳火桐	d
待てど来ぬタイワン国の朝ぼらけ	頼柏絃	e[*26]

これらには、会員や当時の日本語に慣れた人々のユーモアや風刺と屈折した思いが込められている。またこれは、現在も継続している思いとも言える。なぜならば、台北川柳会の発足は1994年であって、1992年に刑法100条の言論による反乱罪も撤廃され、表現の自由が得られたから、このようにのびのびと当時を思い出して詠んだのであろう。ここに挙げる政治社会批判の川柳は、その逆の政治思想を持つ人々の反発を招くことは承知の上で、敢えてこう詠んでいる。更に、この川柳会創設は、全日本川柳協会の中川たけし会長から、台湾にも川柳会を結成して相互交流を図れないかとの依頼[*27]がきっかけであり、台北俳句会と同様、日本人の勧めで発足している。「日本人の勧め」でというところが、やはり日本発祥の日本語文芸という特殊性が伺われると共に、まだ植民地時代を引きずっている感がある。しかし、日本語禁止のやむをえない社会情勢の中での、台湾人俳句会の創設という画期的な契機となったと捉えるべきかもしれない。

磯田一雄氏は、短歌には叙情性と共に叙事性があり、生活体験や歴史的事件などを生々しく映し出すことが出来るし、また、川柳は社会風刺に富んでいるためである。9.11.同時多発テロ時に、日本の新聞の短歌欄には、これについて多くの投歌があったが、俳句欄には非常に少なかったとしている[*28]。

確かに短歌と俳句の性格の違いがあり、「有季」の規制もあるので、短歌ほどに感情を表現するのは困難である。だからこそ、季感も含めて巧く感情のほとばしりが詠めたときの感動もまたひとしおなのである。更に拙論[*29]の冒頭に述べているが、全米あるいは世界の俳句を詠む人々の中には、あのテロについての感情と情景を俳句に託した人が大勢いたことは間違いない。どうしてもそのことを表現したいならば、俳句でもそれは詠めるのである。台北俳句会のメンバーには、そのどうしても表現したい政治的な関心事がないか、或いは、後述する日本語残留孤児の心境であるのか、それが、「政治は詠わないことをモットーにしている」という表現になったかも知れない。言論が自由になった現在において、政治を詠わないから存続しているというのは最早理由にはならない。現に短歌会も川柳会も政治社会批判をしても存続しているのである。

3.2 何故日本語俳句か

一方、歴史の移り変わりによる台湾人使用言語の変遷を、黄霊芝氏は自著の中で次のように述べている。(本文中の繁体文字は、日本漢字に置き換えて記述している。以下同様)

台湾はまず多民族社会である。－中略－　具体的に言えば、たとえば私は日本語で妻を罵るが、戦後派の妻は台湾語でまくし立ててくる。すると戦後生まれの娘が中国語で喧嘩両成敗に乗り出してくる仕儀だ。こうして台湾人は世代を重ねる毎に、こつこつと文芸を「やり直す」しかなかったし、ない[*30]。

このことを台北俳句会会員の俳句に見ると、

老眼に簡体字習ふ文化の日　　頼天河[*31]

何気ない文化の日の習字の様子であるが、日本語を使い慣れてきた人にとって、台湾繁体字や日本の漢字よりやさしいはずの簡体字を、この年齢になって習わなくてはならない台湾人の複雑な歴史の経過と悲哀を簡潔に言いおおせて余りある。確かに蒋介石は來台直後から、台湾を簡体字にしたかったようだ[*32]が、現在、台湾は繁体字であるから、頼氏は中国の簡体字で書いてある書籍や資料を調べるのに必要になったのかもしれないと内田園生氏は言う。だが、簡体字を習うことに嬉々としていないことは老眼の寂しさと共に伝わってくる。実際日常生活では簡便なため、簡体字を使う人も少なくないという。なお、台湾には文化の日もないから、日本のその祝日に簡体字を習う年老いた身の何とも形容しがたい思いが滲み出ているではないか。悲哀という感情の有無を故人の頼氏に尋ねようもないが、彼と共に台北川柳会を創立した三村昌弘氏は[*33]、二つの言語を経て更に簡体字も覚えなくてはならない現在の世相に嫌気にも似た悲哀を持ったのではないかと推察する。

ではなぜ、国語が中国語になったにも拘らず、一家族の中にさえ、いろいろな言語が存在することになるのか。黄霊芝氏の言葉を前のページに引用したが、その中略の部分に以下の言葉が入る。

この多民族社会において日本領時代の日本語とは一種の国際的共通語だった。この国際的共通語は今日的には、いわゆる中国語に置きかえられてきたわけであるが、一つの言葉や文字も日常工具として使いこなす修練は一朝にしてできるものではない。

文学作家である黄氏に限らず一般庶民も同様の者が大勢いただろう。そのため、過去日本統治時代と同様、国民党政府も人々の中国語伝習に力を注いだと思われる[*34]。

また、作家の小田実氏が日本は敗戦によりゼロから出発したが、韓国は一旦小数点下まで落ちてから這い上がったと言ったことについて、

> この点、台湾人はもっと惨めである。昭和二十年なる年号が民国三十五年だと呼びかえられた日から、人々は忽ち唖となり聾となり盲となった。何しろ当時、政府の係官が個別訪問をして台湾人の学の水準を調査したが、わたしの戸籍簿の教育程度欄には「不識字」(字知らず) と書かれてしまった。中学で習った漢文など全然役に立たなかったのである[*35]。

また、台湾作家呉濁流について、松永正義氏[*36]の論を見るに、呉濁流は1900年生まれで、このあたりから1930年生まれくらいまでの三十年間の世代は、基本的に日本語で教育を受けているので日本語がよくできるという。というより日本語でしかものを考え、ものを書くことができなくなっていた。だからみんな戦後には、日本語から中国語への言語の切り替えに苦しみ、大半はできずに消えていった。しかし、呉濁流は成功した数少ない作家のひとりとして書いたが、その方法は、ものを書くのは日本語によってであり、中国語で書くと文章が硬くなってしまうので、呉氏の持ち味のふんわりした雰囲気を出すためには、日本語で書いていて、自分で中国語に訳す方法をとった。しかもこれに加えて、1920年代には、中国の五・四運動の影響を受けた新しい抗日運動がおこり、その中で中国語で書くことが盛んになったことが拍車をかけたという。

また同じく「台湾の日本語文学」[*37]の中で、台北短歌会主宰の弧蓬万里 (呉建堂) 氏が、いかなる経過をたどって戦後も日本語短歌を詠み続けたか、いや読み続けえたかを詳述している。

> 戦後も歌作を続けたことについて呉建堂は、「20代前後になってから学んだ中国語は、どうしても文学的素養になるには、質量ともに不足である。……大陸渡来の外省人に伍して中国文学をやっていくだけの意欲が湧いてこなかった。

更に、同 (孤蓬万里) 氏の短歌を『台湾万葉集』「続編」[*38]の中より選んで、その例歌を示す。

日本人に幼き日より伍し来たり和歌作ること日記にひとし
日本人にありしは二十年短歌詠むは五十年を越す死ぬまで詠まむ
日本人にあらざるわれら台北に短歌詠む結社作りて久し

黄霊芝氏もまた、日本語の方が細かいところの表現ができるからと自著の中で述べているが、岡崎郁子氏『黄霊芝論その一』[*39]の中で、彼の俳句その他の文学作品が日本語である訳を次のように語る。

> ある作家にとっては、日本語は母語であり、少なくとも日本語に関しては「日本人」なのである。そういう作家の一人である。生まれてから現在に至る70年近く、自分のことばとしての日本語で作品を書き続けている。戦後は発表場所はないわけだが、日本語は自分のことばであるから、他のことばで創作するつもりはなかっただけのことである。

そしてまた黄氏は日本語俳句でなければならぬ理由を次のように言う。このことは、前述してきた論旨とは異なり、文学としての中身と翻訳に関わるものであるから、同一の問題としては述べられないが、俳句の本質に関するものとしてあげる。

> 私が過去五十年に渡る日本統治の中から体得した俳句的概念とは、言うところの中国の漢俳では割り切れない様々をもつ。(といっても、漢俳の持つ文化的意味合いを否定する存念は毛頭ない。たとえば今日の国際俳句交流協会ほかいろいろな分野での国際交流を見ていると、私には疑問が湧く。ある国の伝統的な文化概念を仮に青い色だとすると、そこへ赤い絵の具を注ぎ込んだところで相手は赤くなりはしない。当然のこととして紫色になり、そして紫は紫なりの文化的意味合いを持とうから)。ただ本質論において、俳句とは何かという問題はおろそかには出来ない[*40]。

また氏は、自分の日本語俳句を漢文俳句——概略して湾俳——に訳す事を始めているが、その工夫を重ねながらも、「信念としてわたしは俳句が、外国語に訳され得るとは思っていない」[*41]と言ってのける。確かに芭蕉の有名な一句「古池やかわず飛び込む水の音」でさえ、百通りの英訳がある[*42]から、それから読者の感じるものも、百通りにな

る可能性もありうる。それは詠んだ人の望むことではないかもしれない。しかし、その国の言語で黄氏が俳句を詠むことについては、別に後述したい。

そのことを問10「自国（日本語）でない俳句で、俳句の良さが味わえますか」で見てみると俳句会会員は、半数近くが「日本語でない俳句でそのよさは味わえない」とする。

更に、かなり細かい作句上の理由から答えている。例えば「漢字に直すと漢字の意味の幅が広いから」「漢文・英文などは俳句の定型に合わすのは無理だから」「言葉のニュアンスが分からない」「特殊な表現法は日本語以外では感じられない」「感覚の表現法が違う」「俳句のよさをうまく表現できない」など。更に問12「外国と日本の俳句は異なりますか」では21人（77.8%）が「はい」で、「気候、風習、自然環境感受性、表現の感覚、教育などの差異」そして「外国語は定型に合わせづらい」「余韻と侘びがない」「季語の感じがない」などである。

また問17「俳句は日本語で作るのがいいですか」において俳句会会員の「はい」は56%である。その理由として、「小さいころから日本語教育を受けてきた中で作ってきたから」が最も多く、「日本人だから（もともと日本人であった人の回答）」「日本語に慣れている台湾人だから」「日本語でないと、なんかちぐはぐ」も合わせると、30%を越える。その他は「日本語特有の表現である」「定型は日本語ならではの快さで、他国の言語でそれに匹敵するものがあるかどうか分からない」「俳句の源は日本だから」「日本語は用語がたくさんあるから」など、作句上から答えているが、特に注目するのは、これらを総合すると日本語教育の結果であるという点である。理屈ぬきにこうした回答が出てくるところに、台湾の歴史と今なお日本語俳句を作り続ける人々のエネルギーを感じざるを得ない。

そしてまた、若林正丈氏は、

> 台湾の近現代の歴史が、人々の二つの「国語」にもまれ、格闘するアイデンティティの歴史でもあったことは、史上初の総統選挙という歴史の節目を迎えた時期にわたしが語り合った人々にも深い陰影を与えていた[*43]。

と言うように、三つの言語「台湾語人・中国語人・日本語人」が混在することこそ、台湾の歴史そのものだと言えよう。その歴史の流れからいうと、日本語は生きのびることの困難な時代をよくも強かに生きのびて今日在るというところであるが、日本語を話す世代も高齢化によって消滅していく存在でもある。

以上のことから、俳人、歌人、作家に限らず日本語教育を受けた台湾人たちは、日本統治下に押し付けられた日本語を、突然襲来した言語に簡単には切り替えられず、自分の幼い時代からの表現手段としてそれ以上の言語を持ち得なかったのである。それが自己表現つまりアイデンティティであったのだ。たとえ客観的にはそれが擬似アイデンティティであろうとも。従って、強制された日本語という言い方も、これらの人々に対して言うには憚られる。彼らは日本語を話す自分たちを誇りにしているところがある。李秀惠氏はつい最近の兄の葬儀の弔辞も同学会（同窓会）の挨拶も日本語でしたという。そしてそこには、過去日本人であったことへの誇りとノスタルジーそして遺棄された恨みの混在した思いを感じさせられる。それが後に詳述する彼女の「日本語の残留孤児」という言葉になって表出されたと言えるのではないか。

3.3 日本語教育の歴史

1895年台湾を割譲された日本が、植民地政策を貫徹させるために先ず行った台湾における教育とは、特に、初等教育と職業教育であった。1920年代から知識人たちが10余年の長い歳月をかけて社会運動を盛り上げ、民衆の啓発活動を行い、政治改革や農民、労働者の待遇改善を要求した。総督府は日本と同様の新教育制度を定め、差別待遇、隔離政策の原則で、初等教育の12学校を最主要施設とした。在台の日本人には小学校、台湾人に公学校、蕃人公学校（あるいは蕃童教育所）の別々の教育施設を設立した。その各々の修業年数・課程内容・教科書などはみな異なっていた。その結果、公学校（修業6年）の数は1930年から40年代にかけて急激に増加し、1940年には学齢期児童の入学率はすでに60%、1943年には正式に義務教育が実施されたため、1945年戦争終結直前の平均児童就学率は70%以上に達し、同時代の欧米のそれに劣らぬ成果を半世紀で成し遂げた。

また、一般民に対しては日本統治の最初から学校教育以外に1930年代からは日本語講習所を設立。一般民衆に簡単な日本語教育を実施した。その結果、日本統治末期には、日本語を理解する人口は75%を越え、台湾社会の近代化を促進した[*44]。そして 国語教育を通して近代文明を摂取する一方で、その成果によって台湾人自身による自発的な近代化の遂行へ向かう原動力が台湾人の中に芽生え育まれていったために、「文明の同化」「民族への同化」を彼らが受容したとも考えられる[*45]。

一方、林景明氏によると、「皇民化」運動の名の元に、官公庁では日本語を話さないと

罰則を設けたり、一般民にも日本語の話せる家庭とそうでないところとでは、いろいろな面で差を付けて促進したという。そしてまた、教育の機会均等なる謳い文句として「一視同仁」を推進するかのように見せかけ、実は台湾人については高等教育機関の高等学校・農業専門学校・高等工業専門学校・大学などでの台湾人就学率は、微々たるものであって、比較的高い割合の医学専門学校や師範学校を併せても、1939年（昭和14年）でも22.6%しかなかったとしている[*46]。矢内原忠雄の昭和元年の「台湾総督府第三十統計書」から算出したものも、中学校を併せて28.4%の割合で、1929年出版の当時から台湾の教育が不平等であったことを指摘している[*47]。

愛日家の蔡焜燦氏[*48]の体験から、氏の出た台湾のユニークな教育をする彰化商業学校の入学率は当時二十倍前後の競争であったにもかかわらず、定員の15%もの日本人枠によって入学してくる出来の悪い“ボンクラ”日本人生徒もいて、“チャンコロ”という蔑称を台湾人同級生に投げつけるため、その言い合いから殴り合いの喧嘩になったこともあると述べる。

そしてこれは台北俳句会の黄霊芝氏の体験をも裏付ける。黄氏は「台湾人のくせに日本人の中学へ上がった。生意気だ。」と言って、入学式の何日か後、20人近くの上級生から暴行を受け、肋骨一本が折れ、一晩中血尿が止まらない傷を負った。重病の母を気遣って音が出ないようにちり紙で血を拭った記憶は今も黄氏を苛む。

> しかし今、わたしは涙で訴えたいのではない。このような私がなぜ日本語文芸に現を抜かしているのか、その文化的意味合いを考えてみたいのだ。が、考えても分からないため、誰かが代わりに考えてくださいと訴えているのである[*49]。

それ以後恐怖症にかかり、一年休学したのも、“ボンクラ”な一部日本人に蔑視される台湾人としての心の傷のほうがより深かったことの表明でもあろう。その頃氏の父はスパイの嫌疑で大陸に逃れ、そうして終戦を迎えたのだった。

またその後蔡氏が教員になった当時の給料にかなりの差別があり、日本人教師には外地手当てが付いて、台湾人教師の六割り増しであったともいう。更に、台北俳句会の徐奇芬氏の話によると、父は福建省出身の祖父の子として台湾に生まれ、師範教育を受けて教員となった。しかしそれを辞めて警察官になった。その理由は、日本人の教師や警官が台湾人をいじめたからだという。この例からも台湾人に対する日本人の当時の態度が伺われ

る。そして、教員よりも警察官のほうが権力的には上であったことを証明する。また、警察官が教員を兼ねている場合もあったが、ここでは触れない。

植民地政策の重要な手段であった日本語教育について、先の台湾国民中学歴史教科書『台湾を知る』の日本語版刊行に当たって、はじめに「偏り」を排した歴史観によって編纂されたとあり、中国大陸とは異なる台湾独自の歩みを明らかにしようとの試みであるとする。台湾は常に政治・経済、文化等々あらゆるところでこの点が論じられ、教育もその例外ではないが、「狗が去って豚が来た」とよく目にする言葉からすると、台湾人にとっては日本人も国民党中国人も嫌な存在であった。二・二八事件[*50]に見られるように国民党の台湾人に対する横暴ぶりに対する反感、日本語使用禁止や台湾人に対する弾圧への反発は、日増しに強くなっていったが、そういう意味で、日本語教育を受けた日本統治時代の台湾の人々は、日本人を中国人よりましと思っているところがあるという。しかしその感情的なものは、一律に述べがたく、かなりの幅があると見える。そういう中で、日本語教育の是非は語られるものであることを考慮しなければならない。

更にこの事件後ますますひどくなる国民党（外省人）の弾圧に対する反感が　日本語を使って作句させる方向へのエネルギーになったのではないか。今回のアンケートや、作家や俳句会会員の俳句にはあからさまには表れないが、そのことを全く抜きにして作ってきたとは考えられない。さもなくば、謗られ危険な目に遭うかもしれないと思いつつ、日本語の俳句会へ出かけたであろうか。しかし会員本人たちは、弾圧への反発として具体的には表現しない。謗る者は謗れと謂わば開き直りとでも言おうか、日本語で生きる人々の自負が垣間見える。それが当時の日本語俳句をする人たちの位置づけであったのだろう。

このことを黄智慧氏は、「台湾のポストコロニアルは二重の植民後の時期であって、日本に対する痛ましい体験を訴え、それを癒すことだけに固執する『侵略される側』の日本観と、一方台湾にいた人々の持つ『植民される側』のそれと二つの日本観があって、この二つが葛藤し続けているのである[*51]」としている。このことからも、前述のことは、推察されるのである。

3.4 台湾人と日本人

台北俳句会のメンバーのひとり李秀惠氏の小学校時代の話によって戦前戦後を振り返ると、次の通りである。

客家出身の父親は地元の名士だったため、小中学校ともに日本人の学校に行った。教育内容が一般台湾人の公学校よりいい教育が受けられた。このことは黄昭堂氏の「植民地と文化摩擦」―台湾における同化をめぐる葛藤― [*52] にも記述あり。日本人の学校に通うことでの嫌がらせもなかった。戦後にもその批判が来なかったとのこと。また同氏は、2004年11月7日の黄霊芝氏「国際俳句子規賞授賞式」のため同氏に随行して来日した折にも、「自分は既に80歳を超えた。私の小学校は日本人の学校に通っていたからという訳でもないが、『教育勅語』は今でも全文言える。」と暗唱してみせてくれる。そして家には皇民化政策による「天照大神」のお札と「八た鏡・天叢雲剣・八尺瓊勾玉」の絵が描いてある紙切れが張ってあり、祖先の位牌は仏壇から捨てさせられた。三種の神器の名前も淀みなく口をついて出てくる。「国語の家」という張り紙も玄関にしてあり、日本語の標準化されたものを話す家という意味である。そういう家は他の人の家より日本人並みに優遇され、いろんな配給も質量共によかった[*53]。という話は、皇民化政策の具体例を明示する。

お土産の手作りの干柿や草餅は、筆者の母が作っていたものと殆ど同じだ。教育勅語も、父や母がよく聞かせてくれていたから思い出す、まるで母を見ているようだ。台湾人か日本人か全く分からない。昔なつかし明治大正時代の人みたいに見える、との筆者の反応に、

> 私たちは意識せずに父から教わった通りにこれらを作ってきた。父は日本の生活に馴れていたので、そのまま私に伝えられたと思う。
>
> 今、日本の俳句会の人々とも交流があるが、その人たちからも「日本人らしい」と言われる。私も「本当の日本人を見たかったら台湾においで。」と言っている。
>
> つまり私達は「日本語の残留孤児」だ。

と言う。

また、京都に行った時、美空ひばりの記念館に行きたいと言うので入ると、筆者の知らないひばりの歌さえ次から次へと歌いながら館内を巡っていく。あたかもその歌を知っていて当たり前という自然な様子なのである。周りの日本人も、とても外国人とは思わなかっただろう。美空ひばりは戦後の歌手であるから、日本語が禁止された時代に、どうしてこれだけ多くの情報を得て歌えるのか疑問に思うが、台北俳句会会員の中には、戦後日本のポピュラーカルチャーはかなりの量で裏口から流入していたと証言する人がいる。

また同じく台北俳句会の徐奇芬氏の話によると、「祖父は福建省の出身で父は明治時代に台湾で生まれ、『光復』を喜んだが、私達娘は日本人として育ってきたから、複雑な思いだった。」とのことであった。

また、「大和魂を知りたけりゃ台湾にこい」[*54]は、林徳生氏（75歳　山地名　バンライ　日本名　野田耕吉）を1994年に林えいだい氏が訪ねた時の言葉である。彼の話す言葉はすべて日本語、息子夫婦と孫は国語（中国北京語）。軍服軍靴姿で敬礼してみせる格好がまさに様になる、戦後五十年経ってもなお、日本人という意識の抜けない人だった。

以上のように、李秀恵氏と全く同じことを述べている。これら三人の例によって、当時の台湾人の意見が代弁されていると見ていいだろう。

従って弧蓬万里氏の「経済面では世界屈指の発展を遂げながら、国際社会は台湾を地域と扱って国とは認めていない。まさに世界の孤児と化している。かつてアジアの孤児と言われ　―以下省略―」の言葉に、そして短歌に、「極東の要衝の島蓬莱を世界の孤児になせしは誰ぞや」と詠わせるのと同じ思いなのである。

植民地主義・ナショナリズムの残滓と簡単に言ってしまえばしまいだが、日本伝統文化の文芸である俳句が、そのような思いを礎に台湾俳句として存続しているのである。

3.5　その他の項目

問1「俳句の良さを実感し、好きですか」は当然の結果「はい」が24人（88.9%）あり、問4「俳句を詠むのは楽しいですか」は21人（77.8%）が「はい」で、それ以外の人は少ない。苦吟することはないのだろうか。問2「アジア圏で俳句が最もいいですか」は、短歌や川柳も共にやっている人が多く、漢詩の良さも挙げている人がいるから、「はい」は5人（18.5%）だけである。問7「俳句で日本伝統文芸への関心が深まりましたか」問8「俳句は日本独特の文芸表現ですか」問9「国際的に、日本文化の理解に役立ちますか」は「はい」の人が多いことは、前述の問10「日本語でない俳句で、俳句の好さが味わえますか」や問12「外国と日本の俳句は異なりますか」問17「俳句は日本語で作るのがいいですか」の中でも、俳句会の意見は既に具体的に述べた。問11「俳句で交友関係が広がりましたか」の「はい」が19人（70.4%）であるは、やはり句会という座の文学を通じて交友関係は自ずと広がるものと思われる。問3「俳句の良さはどんな特徴か」は「簡潔性」が最も多いが、問5「俳句にはもともと禅の精神を感じますか」や問6「俳句には意外性が必要ですか」問13

「俳句は今後も世界の人々が好むと思いますか」と同様、他の国と比較した方が、お国柄や俳句導入の歴史も見えておもしろくなるだろう。先に筆者が調査したアメリカの俳句と比較する予定である。最後に問14「尊敬する俳人はいますか」は24人（88.9%）が「はい」であり、黄霊芝、松尾芭蕉、小林一茶、正岡子規の順で多い。自分の俳句会の主宰に人気があるのは、どこの国でも同じ傾向であるが、日本の有名俳人の名が挙がるのは、やはり日本起源の文芸の証であろうし、江戸時代のルーツを台湾日本語俳句にも見るのである。

4 まとめ

日本発祥の文化である俳句が、日本の植民地統治時代に台湾へ日本語教育の一部として導入され、日本の敗戦後戒厳令下のもとに日本語弾圧の時期を経てなお現在、台湾の地において行われている。その理由を、当地の俳句会にアンケートやインタビューを実施し、それを動機付けとして先行文献と共に調査分析してきた。

その日本語教育によって台湾の人々は、自分のアイデンティティの如くその日本語を使い、それを道具に句作し、危険を覚悟しつつ、謂わば半ば公然とあるいは開き直ってのんびりと強かに生き抜いてきた。日本語教育を受け、その中で俳句を作り慣れ親しんだ彼らにとって、それが当然のことであり、その方法しか選びようがなかったのである。だから日本が好きというわけではなく、日本の支配が終わって次の統治者となった同じ中国人である外省人の抑圧に対する鬱屈した抵抗の証とも読み取れる。

黄霊芝氏は最近ある日本の新聞文化欄[*55]に『俳句に託す台湾の心』と題するエッセイを載せ、現在の心境を吐露している。最後に「生き残る蝉ゐて人ゐて楽しまず」の俳句があり、サブタイトルに「日本語で創作活動、ただ自分のためだけに」とあるから確かに結論はそうであるし、前述の如く「なぜ日本語文芸に現を抜かしているのか、その文化的意味合いを考えてみたいのだ。が、考えても分からない」と綴った時もあったが、この「ただ自分のためだけに」の心境にあることは自著の各所に表されている。つまり民族・国家・政治とは関係なく、自分自身のために必要な表現手段だから日本語を使うのである。「私は昔から国なる概念を有害無益なものだと考えてきた。平安を乱すからだ。　―中略―排他を根性とする国なるものを次々につくらせ、次々に排他させ、排他し返させ、争わせ、それから国際連合を設けて仲裁しようとする。私流に言えば国家とは次々につくるべきで

はなく、相携えて全滅すべきものなのである。」[*56]という氏の考えもその根底にある。そして特に俳句においては、「湾俳」の工夫を重ねながらも敢えて彼は、俳句は外国語に翻訳できないという日本語ならではの文芸特性を認めるからでもある。そのことは前述の台北俳句会員の調査結果にも通じることである。彼らにとって民族や国家の枠組みを超越して、単に自己表現の道具と主張するのである。

しかし次のことに言及する必要がある。「自分のためだけ」は肯定できる反面、「あれから幾星霜を重ねただろう。戒厳令が解かれて久しい。」の後にその句があるということは、その時期であるのに「楽しまず」というのが重要語句で、幾星霜重ねても未だに安心して表現出来ぬ台湾の政治と社会状況があると解釈すると、「ただ自分のためだけに」を否定もできる。だからこそ、最後の座談会に参加した俳句会員に後日MD起こしした原稿を見てもらった際も、かなり厳しくチェックが入った。その内容は「ある若い台北俳句会員が友人と日本語で会話しながら歩いていた時、すれ違った身なりも普通の老齢の女性が、かなり行き過ぎてから振り返りざま馬鹿野郎と怒鳴ったことが二ヶ月前のことだが、まだ引きずっていることについての各会員たちの反応や、外省人や日本人、台湾社会の現状に対する彼らの見解等々」だったのだが、外省人や日本人など両方の人たちへ気遣いし、仕事の取引上のことまで心配する人たちがいた。その挙句最終的に匿名を希望した人々の心労が心底から思い知らされた。彼らにとって今現在でも台湾俳句会ではなく台北俳句会であることも、その理由のひとつではないか。本音であるが故に公言を憚って訂正せざるを得ない台北俳句会の実情を垣間見た思いである。現在、氏とその俳句会の一貫した立場として、政治には一切関わらないという態度は、現状を踏まえて創設当時と変わりない。「政治には一切関わらない」と表明しなくてはならないことこそ、それを意識せざるを得ないということであり、延いては民族・国家を超越したところに自分たちのアイデンティティを置きたいということになる。故に、元日本人としてのアイデンティティはそこでは強調されない。そもそも彼らは日本語俳句とアイデンティティとは結びつけたくないのではないか。それは裏を返せば、他国の言語に自己が埋没しないためのあがきに見えるかもしれない。しかし、彼の国家形成論は、ベネディクト・アンダーソンが『想像の共同体』[*57]で述べるその論を、簡潔に彼らしい表現で示している。そのことは、次のことに繋がる。

過去、日本人として生きてきた誇りと自分たちの意思とは異なるところで無理に残留させられたとの意識があり、その思いを捨てきれずにいる部分を含めて、日本語俳句が現存している意味もそこにあると見られる。台北俳句会会員から出た言葉であっても、「日本

語残留孤児」の思いは、会員各々多少の差異はあろうが、日本語的には台湾の中の残留孤児なのである。したがって、日本語残留孤児は台湾の地に住む自分とは異なる意識の人々に気を遣いつつ、自分の居場所作りに奔走しなくてはならない。戦後60年たった現在であるにも拘らず、また、民族・国家・政治に関わらずとも。否、関わらないことが、多大の配慮を必要とし、エネルギーを消耗するものであるということでもある。

近頃台北俳句会に入会してきた戦前の日本語教育を受けていない世代のある人は、日本語を話せるとかっこよいと言うそうである。ということは、近年日本のポピュラーカルチャーに熱中する現在の若者たち「哈日族（ハーリーズー）」の感覚で俳句を習っていると言えよう。今後そのような人が増えるか否かは未知数であるが、かなりの関心を持って見守りたい。これに関しては、別稿で論ずることにする。

最後に次のことに触れておこう。台湾の地の特殊性を日本語俳句に構築することが彼らの重要な課題であり、それが今後存続する力となるのではないか。そのひとつが『台湾俳句歳時記』の出版であろう。過去一度として台湾から外に出たことのない黄霊芝氏が、この本の出版の功績により「国際俳句子規賞」を受賞して来日したのは、日本語俳句を詠みながら、台湾独自のものを創造している台湾の俳人としての誇りがあるからであろう。『台湾俳句歳時記』についてはここでは取り上げないが、日本の四季とは異なる「暖かい頃」「暑い頃」「涼しい頃」「寒い頃」となっているのが興味深い。戦前山本孕江が主張したことが、黄霊芝氏によって具現化された感がある。

そして台湾の俳句の独自性は、いっそう台湾俳句としての誇りを増させるのではないか。同氏は「少なくともわれわれは九官鳥のように他人の声音を真似るよりは、地声で己の歌を歌ったほうが、その道の玄人には快く耳に響くことを知るべきであろう。台湾という風土に棲息しているわれわれが、いたずらに吉野桜や盆踊りに見ほれ、刺身や蒲焼をのみ食べたがったとしたら、折角、台湾に住んでいる意義がなくなるというものである。」[*58]と、台湾俳句の在り方を示す。それはまた、1997年アメリカ・日本共催の国際俳句大会でのリー・ガーガ、アメリカハイク協会会長たちの一致した意見「日本の俳句とアメリカの俳句は、同じ巨木から枝分かれする二つの枝のように、別方向へ成長していくだろう。我々は独自の道を行くことで真正な北米俳句を創り、自分たちの詩の1ジャンルとして確かな地位を獲得しなければならない。」[*59]に同じであろう。これは日本側に新たな認識を迫るものだった。日本語俳句の英語訳や中国語訳に賛同しない黄霊芝氏も、台湾独自の日本語俳句については主張しており、リー・ガーガ氏もまた、アメリカ俳句を創造すること

を目指している。先の拙論[*60]におけるアメリカの俳句調査においても、俳句の起源は日本であっても世界の国々のものとして発展しているので、日本の俳句規則に縛られたくないという意見がかなり認められた。

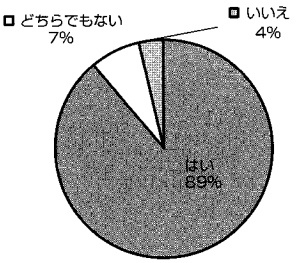
つまり日本起源のハイカルチャーである俳句は、北米アメリカでも台湾においても、ローカライゼーションしているのである。日本独特の俳句という文化が台湾に日本語俳句として存在する理由を調べる中で、台湾と日本と中国の歴史的なつながりがいかに重く関わってきたか、そしてそのことに翻弄されながらもなお日本語俳句を存続させてきた台北俳句会のエネルギーを真摯に受容していきたい。

さらに、日本固有の文化であるからとして日本特有のものという固定観念にとらわれることが、受容国にとってはどんな意味を持つものかを配慮し、なおかつわが日本の立場はわが国固有の伝統文化の個性を見失わず堅持する努力を怠らないこと、それが今後ますます期待できる俳句のグローバライゼーションにつながるのではないだろうか。そしてそのことが、台日関係に良い影響を与えるものになると信じるのである。

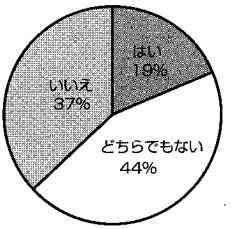
[そめかわきよみ・大阪大学大学院文学研究科博士後期課程]

［図Ⅰ］　台北俳句会会員の国際文化・俳句（日本語俳句）意識

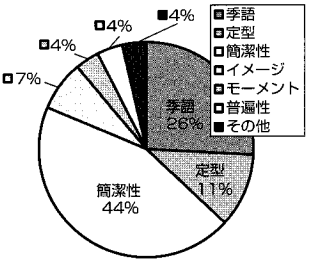
1. 俳句の良さを実感し、好きですか。



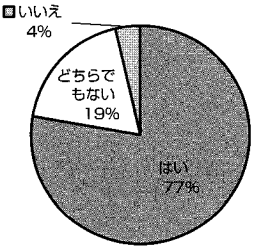
2. アジア圏で俳句がもっともいいですか。



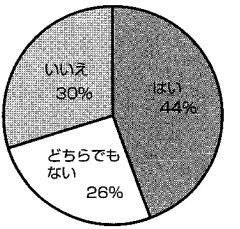
3. 俳句の良さはどんな点ですか（俳句の最良の特徴を一つ）



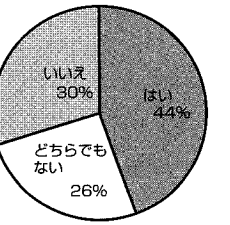
4. 俳句を詠むのは楽しいですか。



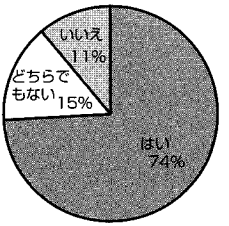
5. 俳句には、もともと禅の精神を感じますか。



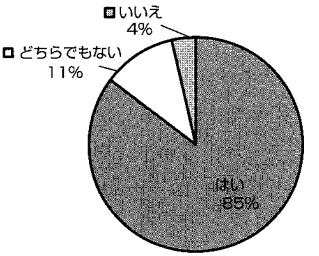
6. 俳句には、意外性が必要ですか。



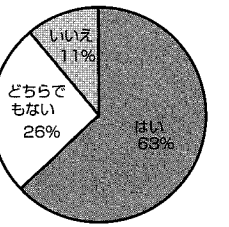
7. 俳句で日本伝統文芸への関心が深まりましたか。



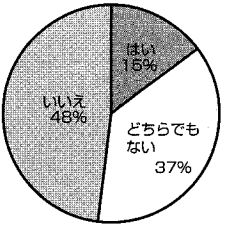
8. 俳句は日本独特の文芸表現ですか。



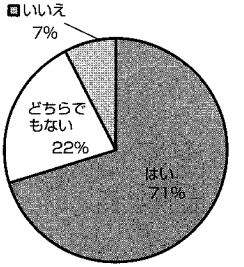
9. 国際的に、日本文化の理解に役立ちますか。



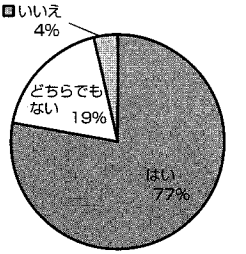
10. 自国語(日本語でない)で
俳句の良さが味わえますか。



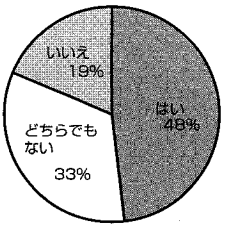
11. 俳句で交友関係が
広がりましたか。



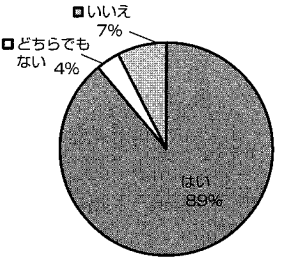
12. 外国と日本の俳句は
異なりますか。



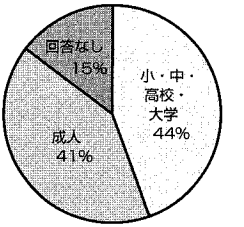
13. 俳句は今後も世界の人々が
好むと思いますか。



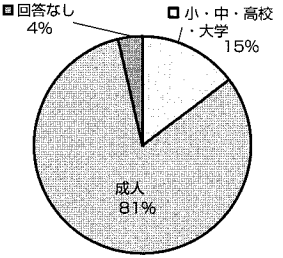
14. 尊敬する俳人がいますか。



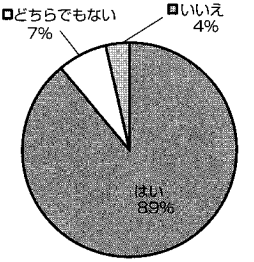
15. 俳句はいつごろどこで
知りましたか。



16. 俳句はいつごろどこで
作り始めましたか。



17. 俳句は日本語で作るのが
いいですか。



[注]

1――― 本橋哲也 「カルチュラル・スタディーズへの招待」 大修館書店 2002 p11

2――― 磯田一雄 「台湾日本語文芸の今を考える」『アジアフォーラム28』 大阪経済法科大学アジア研究所 2004 p3～4

3――― 最初の短歌：台湾総督府編纂第三期国語教科書『公学校用国語讀本 第一種 巻12』(第六学年後期用) 1926年 (大正15年)「明治天皇御製」p1～2 10首 最初の俳句：同 第四期国語教科書『公学校用国語讀本 巻12』(第六学年後期用) 1941年 (昭和16年)「俳句」p55～56 8句 短歌・俳句両方: 同 第五期国語教科書『初等科国語 七』(第六学年前期用) 1944年 (昭和19年)「ばらの芽」p40～43 10句と同『初等科国語 八』(第六学年後期用)「玉のひびき」p4～6 12首 「元日や」p70～72 10句 その他、第四期国語教科書『公学校用国語讀本 巻10』(第五学年後期用) 1941年 (昭和16年)「第一 明治天皇御製」 p1～3がある。

4――― 海後宗臣編纂『日本教科書大系 (近代編)』 第7巻 国語 (4) 講談社 1968 p520

5――― 林 茂生 『日本統治下の台湾の学校』 拓殖大学海外事情研究所華僑研究センター 2003 p175

「1924年に日本内地で高等学校に在籍している学生の数は813名、1923年に823名、1922年に737名、1921年に622名、1920年に473名である。これらの数字は日本で能力を発揮し、高等教育を受けている台湾人学生が増えていることを示している。1925年、800名の台湾人が日本で学んでおり、150名が専門学校と大学に入学し、さまざまな専門分野で学業を続けている。」国立編訳館 主編 易達・永山美樹 訳 『台湾を知る』 2002 p91～92

「1945年までに日本に留学した学生は合計で20万人、その中で大学や専門学校の卒業生の総数は6万余人、医学を学んだ者が最も多く、法律、商業、および経済がそれに次ぐ。留学は台湾での高等教育の不足を大きく補った」

6――― 『ホトトギス』 大正12年6月号「雑詠」 1923.6.1 P61～89

7――― 『朱夏』特集「俳人と歌人のアジア地図」せらび書房 2000.4 p51～59

8――― 77歳 88歳 76歳 78歳 80歳 73歳 76歳 80歳 52歳 75歳 87歳 78歳 ひとり52歳を除けば、全て70代である。

9――― 『ホトトギス』 昭和3年5月号 (第31巻第8号-381号)「雑詠」 1928.5.1 p49

10――― 『ホトトギス』 a 大正12年10月号 (第41巻第1号-494号)「雑詠」 1923.10.1 p187 b 大正12年5月号 (第40巻第8号-489号)「雑詠」 1923.5.1 p78

11――― 今井祥子 「近代俳句史の周辺で―台湾と俳句」『立教大学比較文明学紀要 境界越えて 比較文明学の現在』第5号 The Comparative Civilization Society of Rikkyo Univ.

12――― 『臺灣婦人界』 a 昭和9年 (1934) 10月号 p160 b 昭和9年 (1934) 10月号 p163 c 昭和9年 (1934) 11月号 p166 d 昭和10年 (1935) 11月号 p97

13――― 日本語全面禁止 1946年10月25日

14――― 岡崎郁子 『黄霊芝物語』 研文出版 2004 p189

15――― 1928年台湾台南市生まれ、小説・俳句・短歌など多数の日本語による作品があり、美術の彫塑作品もあり古美術にも造詣が深い。2004年度子規記念国際俳句特別賞を受賞。氏については、岡崎郁子『黄霊芝物語』研文出版2004に詳しい。

16――― 『軍民導報』 日本語禁止令下において1946年6月から約1年間、国民党政府によって発行された日刊紙

17――― 黄 霊芝 「戦後の台湾俳句―日本語と漢語での―」『黄霊芝作品集18』 自費出版 2000 p214～215 p224

～225

18――― 岡崎郁子 『黄霊芝物語』 研文社 2004 p201

19――― 黄 霊芝 「戦後の台湾俳句―日本語と漢語での―」『黄霊芝作品集18』 自費出版 2000 p225～226

20――― a 台北俳句集（31）台北俳句会 2004 p21 b 同（28）同会 2001 p76 c 同（29）同会 2002 p17 d 同（29）同会 2002 p66 e 同（32）同会 2004 p57 f 同（32）同会 2004 p53

21――― 黄 霊芝 『黄霊芝作品集15』 自費出版 2000 p9

22――― 黄 霊芝 「ありげな問題のいくつか―国際交流での―」『黄霊芝作品集18』 自費出版 2000 p137～138

23――― 黄 霊芝著 台湾の季節を「年末・年始」「暖かい頃」「暑い頃」「涼しい頃」「寒い頃」に区分し、[人事][自然・天文地象][自然・植物][自然・動物]ごとに、台湾独自の季語を取り上げ、台北俳句会会員の作品を例句として、氏の解説をつけて編纂したもの。言叢社出版 2003 この功績により、「国際俳句子規賞」を受賞、2004年11月初来日した。

24――― 『台北俳句集』（一）台北俳句集編纂委員会 1998 同（28）同会2001 同（29）同会 2002 同（31）同会 2003

25――― 1994年、呉 建堂氏 黄 霊芝氏の推挙をうけて、頼 天河氏が主宰となって結社された。最初は台北川柳会であったが、2002年に百回記念をもって台湾川柳会に改名した。

26――― a 台北川柳会「第2回会報」 1994.9.4. b 同「第29回会報」 1996.12.2. c 同「第90回会報」 2002.1.6. d 同「第91回会報」 2002.2.2. e 台湾川柳会「第100回会報」 2002.11.3. この100回会報より台湾川柳会に名称を改めた。台北であった理由は、台北俳句会の理由と同じ。

27――― 『台北川柳会』「二周年記念特集会報」 1996.7. p7 「台湾川柳会の設立」の中で、黄霊芝氏がその経緯について述べている。

28――― 磯田一雄 「台湾における日本語文芸活動の過去・現在・未来 ―俳句を中心にその教育文化史的意識を点描する―」『日本台湾学会台北定例会』要旨 2005 p2

29――― Kiyomi Somekawa, *The Influence of Haiku on Countries Foreign to Japan* WORLD HAIKU REVIEW The Magazine of The World Haiku Club Vol.3, Issue 2: December 2003 p1

30――― 黄 霊芝 「戦後の台湾俳句―日本語と漢語での―」『黄霊芝作品集18』 自費出版 2000 p213

31――― 内田園生 「世界の俳句13」『世界週報』時事通信社 2000.7 「この句は1993年11月例句会に出されたもので、台北俳句集に収録されていないもの」と内田氏の言

32――― 森田健嗣 「社会教育から見る1950年代の戦後台湾国語普及について」『天理台湾学会研究大会台湾大会記念講演および研究発表論文報告集』 天理台湾学会 2005 pB2-12

33――― 元東呉大学（台北市）講師、現台北俳句会・台湾川柳会会員、大阪在住

34――― 森田健嗣 「社会教育から見る1950年代の戦後台湾国語普及について」『天理台湾学会研究大会台湾大会記念講演および研究発表論文報告集』 天理台湾学会 2005 に詳しい。

35――― 黄 霊芝 「戦後の台湾俳句―日本語と漢語での―」『黄芝作品集18』 自費出版 2000 p211

36――― 松永正義 「台湾文学のおもしろさ」『一橋論叢』日本評論新社 2002 4月号 p138

37――― 山内久明・川本皓嗣 『近代日本における外国文学の受容』放送大学教育振興会 2003 p163～164

――また、1965年、呉振蘭の短歌が宮中新年歌会始詠進に入選以来、同氏も活動を公然化、この年（昭和40年）は、日本の経済成長に伴い日本の中小企業が続々と台湾に入って行き始めた頃で、また台湾でも経済成長が始まろうとしていた時期でもある。こうした動きの中で、植民地時代の人脈が経済交流に大きくものを言うことになり、また国民党による恐怖政治もややゆるみはじめていた。呉建堂が日本の短歌会とつながりを持ち

つつ、短歌の創作を公然化していった背景であるという。

38――弧蓬万里 『台湾万葉集』［続編］ 集英社 1995 p24.25

39――岡崎郁子 『黄霊芝論その一』『吉備国際大学社会学部1998研究紀要』 第8号 p7

40――黄 霊芝 『黄霊芝作品集18』 自費出版 2000

41――黄 霊芝 「戦後の台湾俳句―日本語と漢語での―」『俳句誌 なると』(創刊30周年・300号期年号) なると俳句会出版 2005 p61

42――Hiroaki Sato, *One hundred frogs : from renga to haiku to English* WEATHERHILL : New York & Tokyo 1983

43――若林正丈 『台湾の台湾語人・中国語人・日本語人』 朝日選書 朝日新聞社 1997.7. p6

44――国立編訳館主編 蔡易達・永山美樹 訳 『台湾を知る』 2002 p87～89

45――陳 培豊 『「同化」の同床異夢』 三元社 2001 p32～33

46――林 景明 『台湾の「皇民化」教育』 高文研 1997 p103～104

47――若林正丈編『矢内原忠雄「帝国主義下の台湾」精読』 2001 p255～256

48――蔡 焜燦 『台湾人と日本精神』 日本峡分社 2000 p83

49――黄 霊芝 「戦後の台湾俳句―日本語と漢語での―」『黄霊芝作品集18』 自費出版 2000 p221～222

50――1946年日本語禁止令が出た翌年2月27日ついに、台北市内で闇煙草を売って生計を立てていた寡婦を取締官が殴打し、民衆の一人が打たれて死亡。それをきっかけに民衆との衝突が発生、翌28日講義に出かけた民衆に警備が発砲して死傷者を出したため、全台北市が暴動状態となった。その後国民党は、この暴動が再発しないように、台湾の人々に対して強力な弾圧を始め、台湾の知識人たちが大量に虐殺された。このことを大陸の赤軍になぞらえて、白色テロという。

51――黄 智慧 「ポストコロニアル都市の非情―台北の日本語文芸運動について」大阪市立大学大学院文学研究科アジア都市文化学教室編 橋爪紳也責任編集 『アジア都市文化額の可能性』 清文堂 2003 p140

52――平野健一郎編『近代日本とアジア：文化の交流と摩擦』 東京出版会 1988 p180

53――林 景明 『台湾の「皇民化」教育』 高文研 1997 p26

54――林えいだい 『台湾の大和魂』 東方出版 2000 p53 彼は勇敢高潔の誉れ高い高砂義勇隊の日本兵として太平洋戦争に参戦し、片足を無くして敗戦、その後は日本人でなくなったことに憤りの毎日を過ごしたという。「裏切られたと思ったね。この時ほど片足を失った、その重みを感じたことはなかった。日本の戦争に狩り出されて、結局は捨てられてしまったんだからね」

55――2005.11.21.付 日本経済新聞朝刊文化欄

56――黄 霊芝 「日本文化の原点―とんちんかん論法での」『黄霊芝作品集18』 自費出版 2000 p273.275

57――ベネディクト・アンダーソン『想像の共同体』 NTT出版株式会社 2001

58――黄 霊芝 「あとがき」『黄霊芝作品集18』 自費出版 2000 p25

59――星野恒彦 「俳句の国際交流管見」『HI』№60 国際俳句交流協会 2005 p14

60――染川清美 「俳句が海外に与えた影響 ―アメリカ合衆国内俳句協会会員と留学生の俳句にたいする現在の意識―」『俳句誌 なると』1月創刊30周年記念号 2005 p116～118

芸術社会学・試論
新世界の「創造の現場」から

吉澤弥生

1 現代芸術と実験的表現

イギリスの文化研究者レイモンド・ウィリアムズによれば、「art」は、もともとあらゆる種類の「技術」をさす言葉だったが、19世紀に「artisan職人」と「artist芸術家」とが分化し、「the arts（芸術）」がある種の美的表現を意味するようになった（Williams 1983 = 2002: 37）。日本語でも現在「芸術」は、「技」全般というより、美的表現を指す言葉として使われている（芸術とは（1）「特殊な素材・手段・形式により、技巧を駆使して美を創造・表現しようとする人間活動、およびその作品」、（2）「芸・技芸。わざ」とされる（大辞林より））。加えて、「お芸術」という皮肉を込めた言い方が示すように、芸術は一般の人々の日常生活とは離れたところに存在する、どこか排他的なものというイメージがつきまとっている。このように芸術とは、一部の専門家が制作し、一般人は有り難く鑑賞するものととらえられてきた。

ところが現在、芸術を一部の人たちの「価値ある高尚な作品」としてではなく、誰にも開かれた日常生活の中の「技」ととらえるような表現活動が増えている[*1]。いわば「芸術」という境界を内側から突き崩すような表現活動であり、この場合「芸術」ではなくあえて「アート」と呼ばれたりもする。芸術の自己言及・自己否定は20世紀初頭の広い意味でのモダニズム、とくにダダや未来派にまでさかのぼるが、これらは社会運動と結びついた「芸術運動の一つ」として認識され、芸術それ自体の社会的な価値を決定的に変えるものではなかった。だが現代の芸術のあり方の変化は、より根底のところで、社会による芸術のとらえ方自体が変容しつつあることを示している。

この「芸術の社会化」を象徴する現代美術作家の一人に、川俣正がいる。彼は、作品制作をその場の人々との共同作業によって進める。「感覚や身体とは何か。他者や異質な考

えをどう受け入れるのか」を常に問いながらの作業、そこに到達すべき完成形は用意されていない。川俣は「個人の試行錯誤そのものを〈創造的〉とみな」し、こうした一連のプロセスを「創造的な作品」と考え、地域、学校、医療の現場でさまざまな実践をおこなっている（川俣　2001: 8-9）。

また例えば、2005年に大阪府立現代美術センターで開催された展覧会「第三回大阪・アート・カレイドスコープ」。そのテーマは「Do Art Yourself　すべての人は表現者」だった。今や日常生活から分離してしまった「芸術art」、その本来の意味である「技」を生活者自らが取り戻そうという意味が込められたのである。このときの展覧会の企画運営を在阪のアートNPOが担ったという点も象徴的だ。特定のアート・プロデューサーではなく、ミッションも活動内容も異なる8つの団体が「コンソーシアム（協働事業体）」を組織し、企画運営の主導的役割を担うという、前例のない試みがおこなわれたのだ。会期中は、参加者を巻き込んだ連日のトーク「ダイアログ（対話）」や、音楽家と一般参加者100人による演奏、視覚障害者と晴眼者による展示ツアーなど、さまざまな催しが開かれた。

さらに、大阪を拠点に活動するインディペンデント・キュレーター（芸術と社会のつなぎ手）の雨森信は、大阪の下町、新世界を舞台に、4人のアーティストと地域に生きる人々との共同作業による「創造の現場」を幾度も作りあげている（詳しくは後述する）。03年以降のさまざまな実践を契機に醸成されたこの地域における老若男女の信頼関係は、その後も続いている。雨森はこう言う。「創造するという行為はアーティストだけに与えられた特権ではない。……単純に見える事務仕事や家事でも創造力を発揮出来る場は多い。日常の些細な問題を解決するための工夫にも創造力は欠かせない。それは、私たちの生活を豊かにするための源である。その潜在する創造力を刺激し、育むのが芸術表現ではないかと私は考えている」（雨森　2005: 2）。

現在の芸術とそれをとりまく状況の変容は、芸術との関わり方が、「鑑賞」から「参加」へと変化している点に象徴的にみてとれる。たとえば、アーティストが、地域の人々と触れあいながら、その土地の記憶や歴史を新しいかたちで表現する。そして地域の人々も、共同作業を通してこれまでにない視点や表現方法を発見し、それぞれの日常生活にフィードバックさせる。また、医療や福祉の現場で、治療や作業の一環としてアートが取り入れらたり（エイブル・アート）、精神病者や障害者による表現（アウトサイダー・アート）が注目を集めることもある。いずれも、人と人のつながりや社会とのかかわり方を再考させたり、あるいはマイノリティの「エンパワメント」につながるものとして、芸術が一役

買っているのだ。前述の川俣の作品も、こうした流れに位置づけることができる。

とはいえ、こうした「生活者の誰もがアーティスト」という風潮に対しては反発もある。確かに、表現活動に人生を賭けている芸術家と、趣味や余暇としてたしなむ人の作品をひとくくりにするわけにはいかないだろう。いったんは括弧に入れたとしても、作品の「質」の問題を芸術は避けては通れないからだ。また芸術やアートが、まちづくりなどの「手段」と位置づけられることへの抵抗もある。長期的にみれば結果として地域が活性化したと言える場合もあるが、芸術はそんなに汎用性のあるお手軽なツールではない。何より、芸術の社会化を体現する川俣自身が「現在行われている強迫観念的な『アートを社会化する、しなければならない』というスローガンのもと、数々のアートプロジェクトが善意的な使命感を持ち、社会政治運動のごとくイデオロギー化し始めているという状況がある」と危機感を表明している（川俣　2001: 72）。芸術が社会の中のさまざまな引力によって変容させられている現在だからこそ、とくに現代アートの前線でその創造に関わる人々は「芸術／アートとは何か」を常に問い続けなければならない状態にあるといえよう。

2　文化の中の「芸術」

アートマネジメントの専門書では、芸術は「人間が人間であるために、なくてはならないもの」、「世の中を変える力をもつ」、「アートの持つ創造性は、コミュニケーションに不可欠なもの」、「この世の中には多様な価値観が存在し、アートはそれを一番端的に私たちに教えてくれる」、「『人類の歴史』『社会の鏡』としての役割」などと定義されている（林 2004: 22）。また、2001年に制定された文化芸術振興基本法をはじめとした種々の文化関連の政策においては、文化芸術の振興が社会の活性化、個々人の生活の豊かさに寄与すると位置づけられ、その創造と享受への保障がうたわれている。芸術は、よくも悪くも人間と社会に作用する力を持つのだ。ここでは、日常生活の中のさまざまな「技」を用いて、既成の価値観を打ち崩し、世界の別の見方を示してくれるのが芸術である、とひとまずは定義しておこう。

では、芸術をより包括的な文化全体の中に位置づけてみたい。以下の図は「成果物としての文化芸術」を「質の追求—量の追求」「制度的—実験的」を軸に図式化したものである。軸の両端はあくまで相対的なものである。

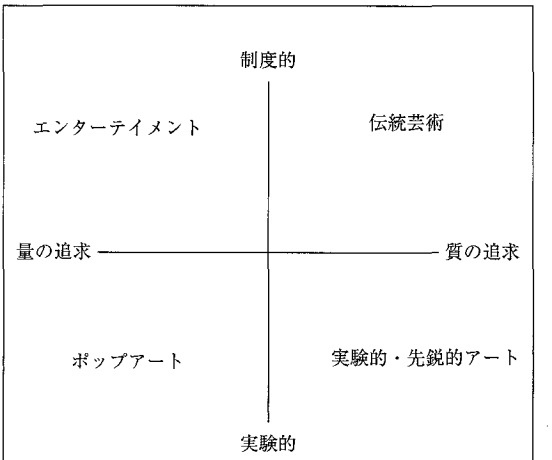


図　成果物としての文化芸術

まず「質の追求×制度的」＝第1象限は、伝統芸能や舞台芸術など、すでに「価値」が広く認められているものだ。発展や継承のために、行政がこの領域を支援する。次に「量の追求×制度的」＝第2象限は、映画やアニメ、ロングラン公演するような演劇などの大衆文化、人気のある伝統芸能も含まれる。これは市場によって支えられており、エンターテイメントとして消費される。そして「量の追求×実験的」＝第3象限は、例えば「ポップ・アート」と呼ばれる領域だ。実験的でラディカルな表現であっても、市場的に成功するものもある。

そして最後の「質の追求×実験的」＝第4象限である。1で挙げたような、現代アートの前線はここに属する。一般的な認知度も低く、評価される前の段階なので、制度にも市場にも支えられにくい。むしろ、制度や市場から距離をとることを表現の活力とする場合もあろう。この領域は、文化芸術全体の活性化のためには不可欠である。これまでの歴史を振り返れば、「こんなものは芸術ではない」と非難されたり、あるいは自らそう主張する表現によって、芸術の歴史が更新されてきたからだ。

しかし現在の日本では、この領域が弱く小さい。それ以前に、そもそも日本では芸術に対する風当たりが厳しい。芸術は一部の物好きや変わり者のやることで、一般の人にとってみたら余暇の範囲、趣味の延長とみなされる。またたとえ芸術家が貧しい生活を送って

いても、好きなことをして生きているのだからそれくらいの報いは当たり前、という風潮がある。欧米では「アートは個人の考えや個性を表現する重要な媒体であり、精神を解放し自由にしてくれるもの」であり、「アートは生活に美を与えるだけでなく、「市民社会」や「自由」と密接な関係にある重要なもの」とみなされているのに対し、日本では「アーティストの才能に対する理解も乏しく、尊敬心が希薄であると言わざるをえない」(林 2004: 22)。こうした独特の芸術家の社会的位置づけを考えると、未だ評価の定まらない、一般的に知られていないような表現——「質の追求×実験的」領域の厳しさは想像に難くない。

ときの権力と結びついたり貴族に「おかかえ」されるなど、文化芸術にはこれまでも何らかの形でパトロンが存在した。現在は市場原理が支配的であり、さきの図の第2・3象限には活気がある。行政改革、民営化路線も手伝って、文化産業はますますその力を強めていくだろう。そこで、市場原理に委ねていては衰退しかねないものを行政が支援する格好になる。現に文化庁は第1象限、「最高水準の舞台芸術公演・伝統芸能等」への重点支援や美術館関連に約400億円、文化財や博物館関連に約580億円をあてており、これは合わせると全体の97%を占める(文化庁　2005: 9)。また新興のジャンルとして「コンピュータ・グラフィックス、アニメーションなどのメディア芸術」が挙げられているが、これはすでにグローバル市場での評価を得たもの、つまり第2・第3象限である(文化庁　2005: 26)。つまり文化庁の支援は制度的・市場的な基盤があるものへと拡大されつつあるのだ。文化芸術振興基本法で「文化芸術に関する施策を包括的に推進する」としている以上、こうした対象の偏りは無視できない。もちろん全ての文化芸術が支援されるべきだというのではなく、そこには個々人の努力や競争の要素が不可欠である。「質の追求×実験的」の領域ならばなおさら、インディペンデントで活動することを選ぶ芸術家もいるだろう。しかしこのままでは芸術全体を引っぱるような、未来へ向けた投資という側面が弱いままである。

このように、成果物としての文化芸術の「質の追求×実験的」の領域は、厳しい状況にあることがわかる。

3　これまでの「芸術社会学」

「イメージとしての〈日本〉」プロジェクトでは、それが変容するダイナミックなプロセス

を視野に入れつつ、日本という枠で「文化」をとらえている。そして「ここでいう『文化』は、芸術や思想さらには宗教のようないわば『大文字』の文化（ハイカルチャー）に限定されない」、また「ポピュラーカルチャーを含む『小文字』の文化に関しても、国際的な研究拠点を目指してデータの蓄積・分析とともに研究体制の組織化を進めていく」とされている。そして「アニメやゲーム、ドラマやマンガなど日本発のポピュラーカルチャー」が挙げられ、実際にその路線で進められてきている。

ここで言われている「大文字」「小文字」の文化は、制度としての文化と市場が支える文化であり、さきの図での第1・2・3象限にあたる。ということは、本プロジェクトにおいては第4象限＝「質の追求×実験的」の領域は含まれていない。文化庁をはじめとした行政支援のあり方と同様である。そこで模索される表現活動は意味付けや価値判断の手前にあるため、「イメージ」とも言いようがないのだが。

本プロジェクトの対象ではなくても、文化芸術における「質の追求×実験的」の領域、実験的な表現はどのような過程で生成するのか、どんな社会関係が形成され、どんな社会的な意味づけがなされるのかを明らかにするのも社会学の仕事であるだろう。あるいは、この領域に注目が集まらないことは、たんに文化研究や文化社会学、芸術社会学の空白であるだけでなく、ここでのさまざまな社会関係から推察される種々の問題（後述する）が捨象されてしまうともいえる。では、こうした実験的表現、つまり制度と市場に支えられない芸術領域に、社会学はどう切り込んでいけるのか。

まずはこれまでの文化社会学をみてみよう。歴史的には、ジンメルによる、社会的事象の内容ではない「社会化の諸形式」を照射する「形式社会学 formale Soziologie」、そしてこれに対する批判としてA・ウェーバーが構想した「文化社会学 Kultursoziologie」の対置が想起される。後者は、形式という抽象的で非歴史的なものではなく、内容としての「文化」の分析によって社会の具体性や歴史的個性を把握しようという狙いで構想された。このとき文化社会学は、対象の内容—すでにあるもの—の分析と同義だったといえる。そしてこれ以降、文化社会学は、既存の文化制度（宗教、教育、マス・コミュニケーションなど）やさまざまな文化産業を対象とし、そうしたあらかじめ存在する「文化」が社会の中でいかに作動するか、あるいは人に対していかに作用するかを明らかにしてきた。いわば文化に関する制度と市場が得意分野だったのである。近年になると、カルチュラル・スタディーズの隆盛によって、個々の文化は社会的諸関係の中で構築されるものとの見方が広がっていく。現代の文化社会学（Sociology of cultures）は、それぞれの対象における人と文

化、文化と社会のダイナミックな編成の過程を照射しようとするものとなったといえる。

では「芸術社会学」はどうか。ひとことでいえば、これは芸術作品を何らかの社会的要因から説明する立場であり、その「社会還元論」的なスタンスは芸術そのものの面白みをすっかり失わせてしまうと批判されてきた。これに対し、前出のウィリアムズは、文化芸術はたんなる産物ではない、それが生産され社会的に編成されていく過程、関係に注目せよと説いた(『文化とは』(1981=1985))。また近年ではブルデューが『芸術の規則』を上梓し、社会から小説へという一方的な影響ではなく、社会と小説との相互的な影響関係を検証した(Bourdieu 1992=1995)。いずれも、社会還元論を越えた、芸術の社会的分析の方向性を示すものである。また井上俊は、「むしろ芸術との交流をとおして社会学的思考を豊かにしていくという方向が、正当に認知され、今後さらに開発されていくことが望ましい」(井上　1996: 4)とし、社会学の発展の可能性についても言及している。

一方、芸術や美術が「社会」との関係を深めたのは20世紀初頭のダダや未来派にさかのぼるが、それは社会運動と結びついた芸術運動の一つ、という位置づけである。戦後もそうした運動はシチュアシオニズムなど、さまざまな形で企図され実践されてきた。美的なもののイデオロギー性を逆手に取り、社会運動として展開するそうした流れのひとつに、70年代のフランスの芸術運動「アール・ソシオロジック」がある。この芸術運動自体は、メンバーが3人と少なかったこともありほとんど知られていないが、「アートと社会のつながりを批判的に問いただすため」あるいは「見る人に対してその人が受けている情報操作について知られるイメージを送り返すことによってコミュニケーションと情報伝播の様態を混乱させるために、社会学のある種の方法を用いる実践であろうと」した運動、と説明されている(小倉　1987=1997: 330)。1987年、これを社会学的に考察した、ブレーズ・ガラン『アール・ソシオロジック(art sociologique)』(邦題『「芸術」からの解放』(邦訳1997))が上梓された。筆者ガランは、アール・ソシオロジックのメンバーのインタヴューや運動の経緯の詳細な記述を通して、この芸術運動が社会の中で形成され社会的に意味づけられる過程を明らかにした。アール・ソシオロジックの実践そのものに入り込むことで、自らの研究も実践たることを目指し、最終的には「美的なものの社会学」の描出を試みたのである(ガラン　1987=1997: 35)。ただ、さほど注目されずに終わったこの芸術運動と同じように、ガランの試みそれ自体も同じような経緯をたどった。だがともかく『アール・ソシオロジック』は、社会学の研究であると同時に、実験的芸術の実践を目指したものでもあった。

本稿が目指すのもこうした実践としての研究である。社会学的な示唆も得られればよいが、それは本稿の範囲を超えるかもしれない。以下、現代社会における芸術「創造の現場」を対象に考察を進める。

4 大阪「新世界」と芸術

4-1 新世界アーツパーク事業

大阪、新世界にある娯楽施設フェスティバルゲート。建物に巻き付くジェットコースターなどのアトラクションや、飲食店・アミューズメント店を呼び物に、97年にオープンした遊園地である。初年は655万人が訪れるなど活況を呈したが、徐々に低迷する。2006年の今ではアトラクションもほぼ止まり、シャッターが降りたままのテナントがほとんどだ。映画館や大阪プロレス、newOSK日本歌劇団と7つの飲食・物販店が入居しているものの、人もまばらで、さながらゴースト・タウンである。

しかしここには、ピンクとミントグリーンを基調としたファンシーな装飾にはそぐわないスペースがある。まず3階に行くと「dance box」というこぢんまりとしたダンスの劇場がある。カフェも併設されている。その隣には「ダーチャ」という小さな図書館のようなスペースがある。さらに4階に行くと「remo」と書かれた壁がある。中はコンクリートがむき出しの薄暗いスペースで、広い室内には大きなスクリーンが吊るされていている。その隣は「cocoroom」、カフェと小さなステージが一緒になった部屋で、入り口には「こえとことばとこころの部屋」「就労支援カフェ」の看板もある。さらに隣には小さな、しかしぎっしりとCDが並んだ「スピカレコード」。そして8階に上がると、ちょうどフェスティバルゲートの「橋」部分にあたる場所に、ライブハウス「Bridge」がある。

これらはみな、現代アートの活動がおこなわれているスペースだ。6つのうち4つのスペースの運営団体は、それぞれ異なる専門分野のアート系NPO法人である。コンテンポラリーダンスの「ダンスボックス」、映像とメディアの「remo（記録と表現とメディアのための組織）」、詩を中心とした「こえとこころとことばの部屋」、音楽の「ビヨンドイノセンス」。いずれも、未だ評価の定まらない領域での表現を模索する人々の集まりである。各団体はそのスペースを、公演やワークショップの開催などによるチケット収入、あるいは

企業の協賛や財団からの助成金を得るなどして、自主的に運営している。新世界という地域と密接にかかわるものから、世界的に活躍するアーティストとのネットワークを活かしたものまで、プログラムは多彩だ。

現代アートのスペースがこれだけ一カ所に集まるというのも日本では珍しい事例だが、これらは、その運営形態においても画期的な面を持っている。実はこれらは「新世界アーツパーク事業」という大阪市の文化事業なのだ。新世界アーツパーク事業が実施されているフェスティバルゲートの持ち主は大阪市である。前述の通り、この遊園地は今では大きな負の遺産と化している[*2]。そこで市は、その空きテナントスペースを文化事業によって活用するべく、上記アートNPO団体に各スペースの管理運営を委託したのだ（公設置民営）。若い人材の育成や実験的活動の場を作るという目的で、文化の「創造」しかも「実験的な領域」での創造活動を行政が支援するというのは、全国的にみてもあまり前例がない。そのためここには、行政担当者の視察や見学が数多く訪れる。また休眠施設の有効活用という点でも珍しい事例だ。工場跡地などをアーティストに開放し地域活性化をはかるというのはヨーロッパではよく見られるが、日本ではここや横浜など数えるほどしかない[*3]。

これらの団体がNPO法人という組織形態をとっているのも、行政とのパートナーシップが前提となってのことである。「ダンスボックス」代表の大谷燠は「芸術と社会を結びつけていくためにNPOというシステムがたぶん一番今の日本ではかなっているだろう」（log[*4]より引用）と言う。市民の参加が重要になるこれからの「市民社会」は、行政主導や営利目的では立ち行かなくなるだろう。このとき、芸術家と一般の市民との出会いの場をさまざまなかたちでつくり出すNPOのような組織は、大きな役割を果たす。また大谷は、NPOにおける人材育成という側面も強調する。ダンスボックスも、ビヨンドイノセンス（音楽）も、日本のなかでは評価の定まっていないアーティストを、各々信念をもって育成している。「世界という市場を見たときに、大阪でこれだけのアーティストがいるということがじつはフランスやアメリカでは認知されているけど、日本のなかではそれほど大きく認知されていない」(log) という状況があるからだ。

実際にこれらNPOが新世界でおこなってきた事業をいくつかみてみよう。ダンスボックスによる「コンテンポラリーダンスin新世界」は、その名の通り、町の中でダンスを踊るものだ。町の日常風景の中に、突如奇抜なコスチュームのダンサーが現れ、身体をくねらせ、動き回る。そこにいる人々はあっけにとられつつも、吸い寄せられるようにダンサーを見つめ、いつしか楽しそうに見ている……。大谷らは、道路使用許可をとるために

警察に通ったが、そこでは商店街の協力を得ることができたという。そして3年を経たところで「だんだん警察も、「なんやわからんもん」から「なんやちょっとだけわかるもん」に変わってきた」(log) という印象を抱いたと言う。また「こえとことばとこころの部屋」は、詩の朗読ライブを西成区でおこなったり、悩みを抱える若者たちと「仕事」について考えるトークを開くなど、「働くこと」への問題意識の喚起を積極的に続けている。そしてremoは、主に新世界周辺を対象に、個人によって記録されたフィルム・ビデオ等をデジタル・アーカイブ化するという「AHA! project」を進めている。05年の秋からチラシを配布したり各戸を訪問してお願いするなどしてフィルムを集め、公開の鑑賞会を開いたり、出張上映会をおこなっている。

こうして各団体は、先端的な表現を探究する中で、芸術と地域住民との出会いの機会を開拓し、日常生活の中の芸術の役割を意識化させるような実践を続けている。各々のプログラムの中では芸術家やアートマネジメントの実務家が経験を重ね、多くのボランティアスタッフがさまざまに関わることで多様な「働き方」が現れつつある。また種々の専門家が、緩やかなネットワークからなる、NPOという新しい組織の可能性を模索しているという側面も見逃せないだろう。

4-2 ブレーカープロジェクト

「ブレーカープロジェクト」も大阪市の文化事業で、前出のインディペンデント・キュレーター雨森信が中心となり進められているものだ。雨森が理事を務めるremoに事務局を置き、新世界を中心にさまざまなプログラムが実施されている。03年度と04年度は「大阪市現代芸術祭」プログラムの「芸術まちづくり事業」の一環として、4人のアーティストが新世界の人々の日常の中に入り込み、地域の人々ともに創作活動をおこなった。

雨森が選んだアーティストの一人は、取り壊されるなど消えゆく建物の廃材を使ってウクレレを制作する「建築物ウクレレ化保存計画」を主催する伊達伸明である。新世界では、取り壊される建物ではなく、建物の味わい深い部分を撮影しウクレレのかたちに切り取ってカードにするという方法をとった。伊達や雨森は、建物にまつわるていねいな聞き取りを半年以上かけて実施した。1軒あたり1〜2時間、60軒を回ったという。そして最終的には、聞き取りの中で出てきた印象深いコメントと、ウクレレの写真をセットにして歌留多を制作した。偶然出会った取り壊し物件から2つのウクレレも作られた。そしてお披露目もか

ねて開かれたトーク＆ライブでは、地元商店街の人々との交流もより深まったという。

また、フランスで活動するフランク・ブラジガント。彼は、捨てられている家具や電化製品、古い建物の外壁や内装に「色を塗る」ことで、「それぞれの対象物が持つ特性や魅力を引き出し、美しく再生させる」(雨森　2005: 52)。フランクの作品は社会の中で機能することによってこそ生きる。その彼が新世界で選んだのは、阪堺電気鉄道の駅舎（恵美須町駅）と、電車一両だ。塗装作業は2004年の真夏、17人のサポートスタッフとともにおこなわれた。駅舎はベージュを基調として赤を差色に、また車両はピンクやワインを基調に塗り上げられ、町を走った。ほかにも「参加者が自分で作った焼きたてのお茶碗でお茶を楽しめる移動式カフェ／旅まわりのお茶会」＝野点をおこなう、きむらとしろうじんじん。そして「『地域資源、適正技術、協力関係』を基盤としたデモンストレーションという手法による、提案型の表現活動」を展開する藤浩志が、新世界の町と人とかかわるプログラムを展開した（雨森　2005: 2)。

雨森は、これら4人のアーティストを選出した理由についてこう述べる。「彼らは『美術家』である前に、生活者として日常における些細な事象に目を向ける。ここに彼らの活動／発想の『原点』がある。それが、日々の生活と地続きであるが故に、そこから表現されるものが何であれ私たちの中に潜在する意識／感覚と結びつく。この時、彼らの行動の背後にある哲学の強度が、その場の質の高さとなって現れてくる」(雨森　2005: 2)。誰もが手にすることのできる素材や技を使うからこそ、多くの人が感覚を共有することができる。参加したことで、ものの見方や生活の仕方が変化し、その人は「人生の多様な選択肢」を獲得することになるかもしれない。それゆえにいっそう、こうした開かれた場を用意する「技術」という点において、専門家（芸術家やキュレーター、スタッフ）の「質」が重要になってくる。前述のような「社会化するアート」「誰もが表現者」という流れの中だからこそ、専門家たちの、「裾野を広げる」と同時に「質を追求」する意識と方法が問われるのだ。言うのは簡単だが、これは大変な作業である。

実務的な苦労もあった。新世界という町の中に出ていくために、雨森はじめスタッフは、大阪市や浪速警察署、阪堺電気鉄道との交渉を重ねた。前例のない試みばかりで、道路使用許可をめぐって警察との交渉は難航を極めたという。こうしたさまざまな難題にぶつかりつつも、事業は最終的には成功を収めた。のちに雨森は「ウクレレや野点ではとくに新世界に関わって継続的にプロジェクトを行っていくことで、地元の方々との関係を少しずつ築いていけたのではないかと実感してます」と語っている（log)。

こうして、手探りながら確かに「まちと芸術」の関係を作り上げた雨森は、「一時的なアートイベントの開催で活性化するほど、芸術は便利な代物ではない。ましてや経済活性のための即効薬でもない。まちは半ば自然発生的にそこに住む人々によって時間をかけて作られていくものである」と言う。そして自分たちの2年間の活動を「そのきっかけとなる現場を創り出すことに専念した」とふりかえり、こうまとめている。「こういった草の根的な表現活動の継続と蓄積によって、私たち一人一人が創造力を獲得し、それぞれが新たな視点でもって新たな生き方を開発し、ようやく新たな観点から『私たちの町』を作っていく自主的な活動が生まれてくる。そうして自分たちのいるところに誇りを持てるようになった時、本当の意味での文化的なまちとなり都市となり、経済的な発展とも結びついていくのだろう」(雨森　2005: 2)。芸術は人によって作られ、そして人に作用する。その人の普段の生活の延長上に、地域や経済がある。これら全部をひっくるめて社会があり、その社会の中で人は芸術に接している。創造の現場には、こうした想像力を喚起させる力がある。

4-3 新世界アーツパーク未来計画

新世界アーツパークでの4NPOの活動、そしてブレーカープロジェクトを契機に醸成された地域の人々とアートNPOのつながりは、その後も続いている。そしてそれは、05年のある事件をきっかけに顕在化することとなった。02年度から10カ年計画で進められてきた新世界アーツパーク事業が、継続の危機に陥ったのである。05年春、大阪市は事業の先行きが不透明ということで、これらNPOに対し拠点の移転を打診してきた。フェスティバルゲートの経営破綻と、文化集客振興基金が底をついたという財政上の困難がその理由である。

市の通知を受けた4NPO法人は、その後すぐに動き始めた。05年6月に「新世界アーツパーク未来計画実行委員会」を組織し、市の担当者、地域住民、有識者とともに開かれた話し合いの場をもつことで、「地域」の問題としてフェスティバルゲートの今後の展開を考えることにしたのだ。これは行政と市民セクターの「対決」ではなく、これまでのパートナーシップを継続させる方法を探る、まさに未来に向けた「対話」の場である。そのシンポジウムはこれまで4回開かれた[*5]。

第一回は(05年6月)、創造都市論をとなえる大阪市立大学の佐々木雅幸、ニッセイ基

礎研究所の吉本光宏らが、海外でのアートによる休眠施設の活用やコミュニティ再生の事例を紹介し、自治省出身で文化政策学者の小暮宣雄が行政のロジックを、臨床哲学者の鷲田清一が自らの体験をもとにアートのもつ力をそれぞれ語った。

第二回（05年7月）は、実行委員会が構想した、フェスティバルゲート再生プランのプレゼンテーション「創造都市シミュレーション」が披露された。そこでは行政経営学が専門で、現在大阪市の市政改革本部に関わる上山信一、前述したブレーカープロジェクトの美術家、藤浩志が招かれた。上山は「大阪市役所の縦割りを排除するための実験場」、あるいは「NPOと連携するための実験場だという使い方」を提案しつつ「いったいここどうするのという迫り方を、市民の側からしていかなくちゃいけない」(log) と語った。

またこのとき、会場にいた新世界町会連合会の会長である坂田氏が「これはもう新世界町会連合会としては……大阪市何を言うてんねん、なにをやったんだというくらいのことは言いますよ」と、連合会全面バックアップ発言をし、会場は拍手喝采。「新世界からね、こういうのを発信してもらわんと。……あの、なんか、野点か、あれもえらいもうお客さん来てくれはってね、みんな喜んでましてん」。また写真館を営む曽和氏も「じんじんさんと伊達さんのウクレレもおつきあいさせてもらったんですけども。最初突然来られたときには、なにがなんかわからんね。意味がわからん（笑）。……で、ずうっと関わってくる最後ぐらいに、「いやー、そういうこともあるか」というかたちで、なんとか理解（会場笑）、自分の中で納得できるぐらいの」と、時間をかけてアーティストやアートNPOの人々が地域の人と交流していった経緯を語った。

そして曽和氏の話は芸術論に及ぶ。「いわゆる僕らの理解をこえてるくらいの芸術性がある。これはすばらしいんですよね。それがほんとの、僕は芸術やと思います。範囲内でやってる芸術なんかはね、芸術じゃないんですよね。未来に向けた芸術いうのは、いま現在僕らが、僕らの頭の中で理解できてるもんの上やないと、いかんと思います」(log)。実験的表現の領域、あるいは芸術の存在意義が、アーティストではない「市民」の立場から語られたのである。

第三回、第四回のシンポジウムも、文化行政やコミュニティ・ビジネスの専門家らが招かれ、地域の人々とともに新世界の今後やNPOのあり方、市民社会の姿などについて議論が交わされた。そして、今後もともに地域社会の発展を目指すということで意見の一致をみた。

そして06年夏、4NPOは新世界だけでなく近隣の日本橋にまでエリアを広げ、「ビッグ

盆」なるイベントを開催した。目を引くのは、40年前に消えていた地域の盆踊りを復活させる試みだ（ダンスボックス）。子どもたちと詩人、ミュージシャン、ダンサーが一緒に作る新しい盆踊りも披露された。ほかにも、新世界の街を一分間の映像で切り取り、商店街のモニターで上映する試み（remo）や、自作電気楽器の商店街での展示と演奏会（ビヨンドイノセンス）、「ニートでアートなカフェプロジェクト」（こえとこころとことばの部屋）が開催された。新世界町会連合会や近所の小学校、老人施設などが協力し、当日も多くの参加者が訪れた。この祭りが芸術や地域にもたらしたものは時間が経たなければわからないが、NPOと地域住民との協力体制は確かなものになりつつある。

現在、07年夏でフェスティバルゲートが閉鎖されるという話も聞こえてくる。それ以降の4NPOと2団体の行き先は未定である。新世界とのつながりを活かすにしろ、別の場所に移るにしろ、それぞれが自力で活路を見出すだろう。かれらは行政と組むことを目的として活動しているわけではなく、芸術と社会のつながりをそれぞれの専門領域で探究していくことを使命としているからである。

5 現状と課題

以上、新世界での実践を3つみてきた。新世界アーツパーク事業とブレーカープロジェクトでは、若き専門家たちが多様な参加者を巻き込みつつ、実験的表現の創造の現場を作り出している。外部者だったアートNPOやアーティストがコミュニティに入り込むことで、地域の人や情報の交流が活性化されたともいえる。そして大阪市の方針転換を契機に動きはじめた新世界アーツパーク未来計画では、地域住民、アートNPO、新世界を訪れる人々といったさまざまな立場の市民が地域の歴史を振り返り、その現在と今後について意見を交換した。市民が主体となって、自分たちの住み働く地域社会のあり方を考え行動を起こしていくという流れは、草の根からの「市民社会」構築の一ステップといえよう。

また芸術の存在意義や役割をめぐる議論も交わされた。芸術は、人間の技を使ったさまざまな表現であり、見る者に対して想像力と創造力を喚起する力を持つ。人によって反応は異なるし、何を芸術とみなすか、どんな機能を持つのかといったことは、個々人の価値観や趣向によって異なる。ただ、芸術に接することで、人は日常生活や社会に対する別の視点や考え方を手にし、それを通して価値判断が多様であることを認め合える可能性があ

る。異質なもの、異質な他者との出会いはときに混乱を引き起こすかもしれない。しかしそれでも、この社会が異質な他者同士の共生によって成り立っているという認識を持てることは重要である。

さらに、なぜ芸術振興なのか、芸術と行政の関係、芸術とビジネスの関係、地域や教育、労働との関係について意見が飛び交う中で、現代社会のさまざまな問題が浮かび上がった。ここで芸術は、これからの市民社会のあり方を議論する際の触媒としても機能したともいえよう。それでもなお芸術がたんなる手段に成り下がっていないのは、ここでのアーティストやキュレーターの「質」を追求する姿勢（もちろん「量」、例えば多くの人に参加してもらうための努力も惜しんでいない）、つまり専門家としての責任ある仕事ぶりによるところが大きい。こうして新世界を舞台にした一連の実践は、文化芸術の持つ力を顕在化することに成功したのである。

と同時に、上記3事業の経緯は文化行政のあり方も問うていよう。2001年の文化芸術振興基本法を契機として、大阪でも2004年に「大阪市芸術文化振興条例」、2005年「大阪府文化振興条例」が策定されるなど、文化にかんする法制化が進んでいる。各種条文では、文化芸術の振興が社会の活性化、ひとりひとりの生活の豊かさに寄与すると位置づけられ、その創造者と享受者への保障がうたわれている。あるいは、文化芸術を旗印にした都市政策の下で、さまざまなプロジェクトへの市民参加による地域活性化や個々人のQOL向上を目指す施策が実施されている。前述した大阪市の事業もこの路線にあった。だが、市全体の財政状況が悪化する中、予算は縮小され、最終的に当初10カ年だった計画は5年で中止されることになった。計画の変更や中止はよくあることと片付けられがちだが、そもそも文化事業は長期的なスパンで計画され実施されるべきものである。その事業を通して文化芸術がその地域や人々の生活にどれだけの影響をもたらし、また人々がどういう文化芸術を育んでいくのかということは、長い時間をかけなければ現れてこない。ともかく長期的な視野で、財政を確保し、担当者によって左右されないようなしっかりとした政策目標、事業目標および事業計画を策定することが、文化行政には求められる。

またこれと関連して、文化事業の評価システムを整える必要もある。単純に施設稼働率や収益といった数値でのみその事業の成果が測られている現状だ。そもそも文化芸術のように多様な価値観によって成り立つものを単一の基準で測ろうとすること自体に無理がある。評価は計画を修正するための手段であり、それ以上でもそれ以下でもない。このことを認識し、計画策定と評価システムを連動させて事業をおこなっていかねばならない。他

にも、行政には、各種条文で美辞麗句を連ねるだけではなく、現場での人とモノとお金と情報の動きを視野に入れた、具体的で柔軟な施策（例えば、事業費としてのみでなく、マネジメント費としてお金を出せるようなしくみなど）が求められよう。

行政と市民セクターとの協働は、文化芸術の領域でも進められていくだろう。しかし問題は山積している。協働の形態としては、行政は施設や資金の支えをし、事業内容はNPOなどの民間が担うという形が増えている。典型的なのは指定管理者制度だ[*6]。これによって経営の合理化や入場者数増加など成果が出ている施設もあるが、経済面ばかりが重視されると、その施設本来の目的はおろか芸術の意義すら見失われてしまう恐れがある。また、そもそも行政とNPOの協働といっても、対等な関係が築かれているかどうかは難しいところだ。コストダウンのための単なる下請けとしてNPOが「使い捨て」されるようなことがあってはならない。

NPO自体の抱える困難も多い。実際、日本でNPOはまだ発展途上の組織であり、理念やミッションと現実の活動を連動させるのが難しく、資金や人のやりくりなどの困難を抱えている。これからの「市民社会」の担い手として期待されるNPOだが、自発性が強調されるあまり「ただ働き」が自明視されたり、低賃金や過重労働といった厳しい労働環境が固定化してしまう恐れがある。また、有償ボランティアという形態が登場するなど、ボランティアという働き方が広がりつつある現在、これに関する正しい認識を広げることやサポートの整備も求められよう。市民の自発的参加によって構築される、これからの「市民社会」。NPOという新しい組織の機能は「個々人の潜在能力を高めつつ、自発的な公共心にもとづく市民的公共性を再構築する」ことと理念的には整理される（後藤　2005: 86）。だがNPOの現実は厳しいのだ。

このように、新世界を舞台にした一連の芸術実践は、芸術のあり方、文化芸術の公共性、文化行政およびNPOやボランティアなど市民セクターの問題と可能性などについて、多くの示唆を含んでいる。

6 実践もしくは運動としての研究

本稿は、社会学がほとんど照射していない、芸術の「質の追求×実験的」の領域（実際、現場で文化社会学を専門とする研究者と出会うことはなかった）を対象とした、ひとつの

試論である。表現の基盤、しくみ、実践を通して、そこで形成される社会関係やそれがもたらす社会的影響、またそこで芸術の果たす社会的役割、あるいは人々への作用をみてきた。進行中の事業なのでまだ最終的な結論を出すことはできないが、現時点での状況と課題は考察したつもりである。その過程で、文化だけでなく就労や教育に関する公共政策のあり方、これからの地域社会や「市民社会」を行政と市民（企業含め）とがいかに構築していくかといった問題、そして現在大きな問題となっている「労働」というテーマにもぶつかった。現在、芸術家やアートマネジメントの専門家、運営スタッフとしてアートNPOで働くことは、ほとんどの場合、不安定で厳しい労働環境に置かれることを意味する。不安定就労の問題には注目が集まりつつあるが、広く文化芸術を労働という観点からとらえ、その不安定さを照射した研究としては、櫻田和也『労働としての芸術』（2007予定）が端緒であろう。この問題は今後展開できればとも考えている。

さきに「社会学的な示唆も得られれば良い」と書いたが、ここでは新しい何かを発見するというより、テーマをめぐる関係と過程に注目し、それが置かれた構造を考察し、問題を提示するという社会学の原理に立ち返ることの重要性を再確認した。文化芸術の創造の現場では、社会学的な視点や方法が必要とされることもあるし、現に労働や政策といった社会学的なテーマも転がっており、社会学が入り込むべき余白は十分ある。また文化社会学という点からは、「質の追求×実験的」という対象に注目することの意義だけでなく、文化「生産」の領域を照射する必要性を再確認した。これは、既成制度の分析や、マス・コミュニケーション研究に典型的なテクストもしくはオーディエンス分析が盛んな時期、1981年に『文化とは』を書き、文化「生産」をめぐる社会関係を明らかにせよと説いた、ウィリアムズと大きく重なる考え方である。筆者が修士・博士課程を通して取り組んできたウィリアムズの視点と方法の有効性を現場で体感することとなったわけだが、このあたりもいずれ整理したいと考えている。

さて本稿が試みたのは、実践としての研究であった。4でみた3つの事業のうち、筆者は2年前から「新世界アーツパーク事業」（と「新世界未来計画」）に継続的に関与している。一市民として事業に参加することもあるし、事業の記録に関わることもある。仕事として依頼される場合（別のアート系NPO[*7]メンバーであるため）や、「残しておかねば」という一心で自発的におこなう場合もある。現場の専門家やボランティアスタッフにインタヴューをしたり、アンケート調査の手伝いをすることもある。そして他分野の専門家と今後の共同作業（研究／実践）も計画している。これまで、社会学者として、また文化芸術

に興味のある人間として、現場で出会うさまざまな人々と関わり、多くの示唆や教示や感銘を受けた。こうして観察者と関与者を往還しつつ（つまり自分が何者なのか解らなくなりながら）試みた本考察が、現場の人々や政策の人々や研究者やその他の人々への投げかけになり、そこここで反応を呼び起こすことになればよいと思う。そして芸術創造と研究という「生産」の現場でのそうした諸実践が、緩やかな「運動」として草の根レベルからゆっくりと、この生きづらい社会を変革してゆく契機となれば面白い。

付記：本稿の事例研究部分は、財団法人サントリー文化財団「2006年度　人文科学・社会科学に関する研究助成」を受けて実施しているものである。

［よしざわやよい・大阪大学ほか非常勤講師／NPO法人［recip］地域文化に関する情報とプロジェクト］

［文献］

雨森信, 2005,「Breaker project 2003-2005」, 新世界ブレーカープロジェクト実行委員会
Bourdieu, Pierre, 1992, *Les Regles de l'Art*（1995-6, 石井洋二郎訳,『芸術の規則Ⅰ・Ⅱ』, 藤原書店）
文化庁, 2005『わが国の文化行政』
ガラン・ブレーズ, 1987,『アール・ソシオロジック』（= 1997, 小倉正史訳,『「芸術」からの解放』, 青弓社）
後藤和子, 2005,『市民活動論』, 有斐閣
林容子, 2004,『進化するアートマネジメント』, レイライン
井上俊, 1996,「社会学と芸術」,『文学と芸術の社会学』, 岩波書店
川俣正＋ニコラス・ペーリー＋熊倉敬聡, 2001,『セルフ・エデュケーション時代』, フィルムアート社
小倉正史, 1997（ガラン・フレーズ, 1987,『「芸術」からの解放』訳者あとがき, 青弓社）
櫻田和也, 2007（予定）,「労働としての芸術」,『創造都市研究』大阪市立大学大学院創造都市研究科
Williams, Raymond, 1981, *Culture*（1985, 小池民男訳,『文化とは』, 晶文社）
――――1983, *Keywords*（2002, 椎名美智ほか訳,『完訳キーワード辞典』, 平凡社）

［注］

1――――かつて鶴見俊輔が「純粋芸術 pure art」「大衆芸術 popular art」のあいだに設定した「限界芸術 marginal art」が想起される。

2――――3つの各信託銀行は02年、信託期間終了の2021年を待たずに事業形態の変更などを求め、04年、市が約200億

円を負担して信託銀行3行との契約を解除する調停案が採択された。土地や建物、遊郭施設と業務・賃貸契約は市に引き渡され、その後コンペで複合企業体が開業施設建設を計画、しかし計画は中止となり、06年現在大阪市交通局が直営で管理している。

3——フランスではマルセイユの「ラ・フリッシュ」、ナントの「リュー・ユニック」、イギリスではニューカッスルやバーミンガムなどが有名。横浜の「横浜BankART」は、古い銀行の建物を横浜市が買い受け、まちづくり事業の一環として展開されている事業（06年度末まで）。

4——logとは大阪発の文化情報ウェブサイト。http://www.log-osaka.jp/article/index.html?aid=167

5——文字記録は注4参照。

6——公の施設の管理を法人などの団体に代行させる制度で、2002年より運用。代行団体には、民間事業者（会社法人）、NPO法人、ボランティア団体なども含まれる。民間の能力やノウハウを幅広く活用することで、住民サービスの向上と経費削減を測るのが目的。しかし行政、民間団体ともに手探りの状態が続いており、現場は混乱している。

7——NPO法人［recip］地域文化に関する情報とプロジェクト。http://www.recip.jp

「ハイブリッド・オリエンタリズム」
「テクノ（ロジー）ミュージック」と「ジャパニメーション」を事例に

太田健二

1. はじめに

1.1 〈日本〉の音楽的なイメージとは何か

2004年8月、ソニー・ミュージックエンターテインメントはドイツBMG（Bertelsmann Music Group）と、音楽事業に関する合弁会社ソニーBMG・ミュージックエンターテインメント設立を発表した[*1]。これによって、ユニバーサル・ミュージック、EMI、ワーナー・ミュージックとともに構成される世界4大レコード会社のなかでもシェア第2位の位置を占めるグローバル企業が誕生した。あらためて言うまでもなく、日本には世界規模の音楽産業が存在している。ヤマハやローランド、河合楽器製作所といった楽器メーカーも、グローバルなレベルで、そのブランド名は知られている。にもかかわらず、日本の音楽が世界的に認知されているとは言い難いだろう。世界で2番目に巨大な音楽市場を持ちながらも、グローバルな音楽の流通という点から見れば、輸入超過に偏っている日本の現状がある［表1］。また、全米ヒットチャート「ビルボード」の1位を記録した日本の歌が坂本九の『スキヤキ（上を向いて歩こう）』しかないという事実[*2]は、日本国内でいまだに象徴的に語られている。もちろんその背景には、日本語歌詞という言葉の壁の問題、そして、国内市場だけで満足していた日本の音楽産業の体質などもあるだろう。そういった現状のなかで、〈日本〉の音楽的イメージとは一体どのようなものなのか。それが、本稿の端緒となる疑問である[*3]。

〈日本〉が想起される音楽といえば、「スシ・フジヤマ・ゲイシャ」のイメージと同様、日本の伝統的な楽器（箏、三味線、尺八など）を用いた音楽が自明のことにように思い浮かぶ。それは、西洋の影響を排除したところに「本来の日本文化」が存在するという文化

●オーディオディスクレコード国別輸出入実績(2005年)

数量:千枚　金額:百万円

国名		輸出 アナログディスク		輸出 CD		輸出 計		輸入 アナログディスク		輸入 CD		輸入 計	
アメリカ	数量	4	(17)	587	(101)	591	(97)	2,759	(80)	9,147	(87)	11,906	(85)
	金額	5	(12)	702	(104)	707	(99)	1,518	(79)	7,291	(87)	8,809	(85)
イギリス	数量	4	(49)	32	(56)	36	(55)	1,335	(82)	4,958	(90)	6,294	(88)
	金額	6	(41)	48	(82)	54	(75)	921	(84)	3,696	(88)	4,617	(88)
ドイツ	数量	0	-	54	(54)	54	(53)	449	(102)	5,079	(86)	5,528	(87)
	金額	0	-	66	(92)	66	(91)	261	(89)	3,406	(124)	3,667	(121)
オランダ	数量	4	(112)	45	(17)	48	(18)	67	(76)	1,414	(77)	1,481	(77)
	金額	7	(156)	76	(64)	83	(68)	50	(81)	607	(64)	657	(65)
フランス	数量	1	(88)	61	(81)	62	(81)	97	(93)	1,004	(104)	1,101	(103)
	金額	1	(97)	86	(81)	87	(81)	66	(86)	722	(105)	788	(103)
イタリア	数量	0	(168)	4	(75)	4	(77)	76	(57)	337	(92)	413	(83)
	金額	0	(167)	5	(84)	6	(87)	59	(58)	214	(92)	273	(82)
オーストリア	数量	0	-	150	(331)	150	(331)	4	(157)	282	(62)	286	(63)
	金額	0	-	11	(162)	11	(162)	4	(132)	218	(69)	222	(70)
韓国	数量	1	(994)	72	(60)	73	(60)	0	-	4,426	(38)	4,426	(38)
	金額	1	(255)	118	(75)	119	(75)	0	-	979	(46)	979	(46)
台湾	数量	0	-	187	(14)	187	(14)	0	-	9,982	(90)	9,982	(90)
	金額	0	-	181	(82)	181	(81)	0	-	426	(43)	426	(43)
香港	数量	1	(24)	1,332	(153)	1,333	(152)	0	-	6,610	(92)	6,610	(92)
	金額	1	(36)	524	(93)	525	(93)	0	-	1,451	(85)	1,451	(85)
シンガポール	数量	0	-	31	(47)	31	(47)	0	-	2,916	(45)	2,916	(45)
	金額	0	-	125	(57)	125	(57)	0	-	194	(54)	194	(54)
中国	数量	0	-	18	(72)	18	(72)	0	-	1,022	(30)	1,022	(30)
	金額	0	-	19	(58)	19	(58)	0	-	258	(72)	258	(72)
マレーシア	数量	0	-	5	(15)	5	(15)	0	-	144	(41)	144	(41)
	金額	0	-	9	(29)	9	(29)	0	-	113	(102)	113	(102)
タイ	数量	0	-	2	(6)	2	(6)	0	-	350	(65)	350	(65)
	金額	0	-	12	(45)	12	(45)	0	-	202	(53)	202	(53)
チェコ	数量	0	-	0	(67)	0	(67)	233	(81)	222	(111)	455	(93)
	金額	0	-	1	(66)	1	(66)	60	(87)	52	(104)	112	(94)
カナダ	数量	0	-	17	(41)	17	(40)	6	(66)	368	(46)	374	(46)
	金額	0	-	11	(51)	11	(51)	4	(107)	315	(43)	319	(44)
ブラジル	数量	0	-	0	(3)	0	(3)	0	(4)	216	(72)	216	(70)
	金額	0	-	2	(171)	2	(171)	0	(4)	190	(81)	190	(79)
オーストラリア	数量	1	(54)	15	(55)	16	(55)	0	(28)	165	(90)	166	(90)
	金額	0	(14)	20	(102)	21	(93)	0	(36)	119	(98)	119	(98)
その他	数量	0	(11)	93	(131)	93	(126)	272	(132)	789	(134)	1,036	(131)
	金額	1	(51)	202	(140)	203	(138)	58	(139)	591	(112)	646	(114)
合計	数量	17	(26)	2,703	(73)	2,721	(72)	5,299	(83)	49,433	(72)	54,707	(73)
	金額	22	(31)	2,220	(89)	2,242	(88)	3,002	(82)	21,042	(84)	24,041	(83)

備考　1. 財務省関税局日本貿易統計による。
2. 輸出入実績は、委託加工品(OEM)を含む。
3. 数値は、四捨五入により内訳と合計が一致しない場合がある。

(　)内は対前年比%

［表1］　オーディオディスクレコード国別輸出入実績（2005年）IFPI調べ

本質主義的観点によって見出された日本の「音楽的ルーツ」と言ってよい。しかし、現代日本のポピュラー音楽は、明治期の西洋近代化から1920～30年代の和洋折衷による進取を経て変容・形成されてきたものであり、そこに「音楽的ルーツ」を見出すことは難しくなりつつある。たとえば、日本のヒットチャートを賑わす楽曲が、そのまま〈日本〉をイ

メージさせることがないのは、西洋音楽の影響を排除しきれないためでもあり、意図的に盗用しているためでもある。このように、現実に流行しているポピュラー音楽と幻想としての「音楽的ルーツ」の乖離は、〈日本〉というイメージが、西洋の視点を内在化しながら、リフレクティヴに形成されてきた過程を想像させる。

1.2 「ジャパニーズ・クール」という潮流

2001年から2002年にかけて北米ポータルサイトLYCOSにおける「Web's Most Wanted」（もっとも検索されたキーワード）で2年連続1位を「Dragonball」という言葉が獲得する。それはもちろん、鳥山明原作、後にテレビアニメ化された『ドラゴンボール』のことであり、2001年から全米で放映されたためである。一方、宮崎駿監督の映画『千と千尋の神隠し』は、2002年第52回ベルリン国際映画祭最優秀作品賞（金熊賞）をアニメ作品として初めて受賞し、翌2003年第75回米アカデミー賞長編アニメ賞も受賞する。『ニューズウィーク日本版』2003年6月18日号掲載の「オタクビジネス、世界へ発信」という記事[*4]にあるように、日本のマンガやアニメは、オタク向けの「ニッチな文化」ではなく、アメリカのハリウッドのような「競争力ある輸出産業」として注目する動きが活発になってきたのである。経済産業省は2001年、アニメーション産業研究会を発足させたほか、コンテンツ産業振興策のなかでアニメ産業を重視する姿勢を見せている。米国際政治学者ジョセフ・ナイが提唱するハードパワー（軍事や経済）に対するソフトパワー（文化的魅力や政治的正当性など）の重要性は、日本ではコンテンツ産業への注目という形であらわれつつある。

2002年、米外交誌「フォーリン・ポリシー」に、ジャーナリスト、ダグラス・マッグレイが「Japan's Gross National Cool」という論文を発表する。そのなかで、彼は次のように述べる。

> 日本は、また新たな超大国として再生しつつある。政治、経済上の落ち込みに打ちのめされることなく、日本のグローバルな文化的勢力は衰えを知らない。実際、ポピュラー・ミュージックから一般用電子機器、建築からファッション、食べ物から芸術にいたるまで今日の日本は、経済大国だった1980年代よりも、はるかに大きい文化的勢力を持っている。[McGray, 2003, 134]

日本は、経済大国というイメージから、ポップ・カルチャーを背景とした「ジャパニーズ・クール」というイメージを帯びはじめる。それは、伝統的な日本イメージとは、まったくかけ離れたように見えるが、果たして、本当にそうだろうか。

2「ジャパニメーション」の影響

2.1『AKIRA』という先鞭

海外で人気のある日本のアニメーションは、『ドラゴンボール』やスタジオ・ジブリによる映画だけではなく、時代をさかのぼれば、『AKIRA』(1988) に先鞭をつけられ、『攻殻機動隊—GHOST IN THE SHELL』(1995) で確立されたと言われる「ジャパニメーション」[*5]のひとつの流れがある。

『AKIRA』は、1982年から『ヤングマガジン』に掲載された作品で、原作者である大友克洋自らが監督となり、88年に映画化された。講談社・東宝・博報堂など8社共同製作で、当時としては破格の制作費10億円、使用セル枚数15万枚を費やし、その年の国内興行成績ベスト1となる。また、当初から海外進出が企図され、89年12月には全米公開を果たす。しかし、中小の配給会社による公開だったために、興行成績そのものは振るわなかった。

『AKIRA』という作品は、近未来の世界観を緻密に描写していた。オレンジ色を基調に描かれたメガロポリス「ネオ東京」はハイテクと退廃的なムード(ドラッグや新興宗教)が混じり合い、主要登場人物たちは近未来型バイクでそのなかを暴走する。様々なものを取り込みながらグロテスクに変容するキャラクターは、さながら配線を剥き出しにしながら増殖するテクノロジーの化け物にすら映る。

こうした世界観やストーリーは、海外においてある種の驚きをもって受け入れられている。本格的日本アニメ論を著したスーザン・J・ネイピアは、「はじめて海外で上映された時、観客は皆興奮し、当惑し、啓発される人もいたほどだ」(Napier 2001=2003: 16) と述べている。少なくとも、アメリカではアニメーションは子供向けとみなされており、大人が鑑賞するに値しないものだと思われていたのである。北米公開において中小芸術系映画館での上映も功を奏し、『AKIRA』は芸術性の高い作品としてカルト的な人気を博す。

『AKIRA』はアメリカだけでなくヨーロッパにおいても話題となり、そのパッケージ・

ソフト（ビデオやDVDなど）のセールスは、アニメーション作品としては異例の売り上げを記録する。「批評家の絶賛を博したのみならず、カルト的ファンを生み、さまざまな点で欧米のアニメブームの火つけ役となった」(Napier 2001=2003: 80)というように、『AKIRA』の人気は、海外への「ジャパニメーション」の浸透に先鞭をつけるものであった。この後、海外におけるアニメ・ソフトの供給は拡大していく。シカゴ・サン・タイムズ紙の映画コラムニスト、ロジャー・エバートは、この間の状況について以下のように述べている。

> 日本のアニメーション、そのファンたちが呼ぶところの“アニメ”は、米国では巨大なのにほとんど目に見えない現象である。日本製のアニメーション映画の幅広い公開の場は決して存在してこなかったし、受け入れられたわずかな作品（『AKIRA』『となりのトトロ』『オネアミスの翼』）でさえ、大抵はアートシアターで——しばしば深夜ショーとして——上映された。大半の北米人は、テレビの漫画アニメーションを除いて、メイド・イン・ジャパンのアニメーションにまるで接していない。それらは、キャンパスで熱狂的な崇拝者を得ているものの、このジャンルを最良の形では表していない。それが実情ならば、アニメは北米のどこで繁栄しているのだろう。大部分、ビデオで、なのだ。どこのビデオ店にもジャパニメーション専用の棚があり、暗号のようにも聞こえる言葉で細かいやりとりを続ける熱心な若者によって、しばしば吟味されている。(草薙 2003: 248-9)

おりしも日本では、1988年の連続幼女誘拐殺人というスキャンダラスな事件が「おたく」の存在をネガティブなイメージとともに顕在化させていた。アニメやマンガに没頭する「おたく」は、異常な存在として偏見の目で見られる傾向にあったのである。そんなときに海外における『AKIRA』の反響と、その後の海外への「ジャパニメーション」の浸透は、その大多数の受け手であった「おたく」に免罪符的なものを与えると同時に、「おたく」ではない受け手に対しても門戸を広げるきっかけとなった。いわば、サブカルチャーの趣味嗜好を表明しやすくしたといえる。

2.2 『攻殻機動隊—GHOST IN THE SHELL』というインパクト

1995年、士郎政宗の原作マンガを押井守が監督した映画『攻殻機動隊—GHOST IN THE

SHELL』が公開される。そのストーリーは、『AKIRA』と同じように近未来世界を描いたものであった。機械化された身体を持ち、自らの存在に疑問を抱く主人公が、「情報の海で発生した生命体」と自称する犯罪者を追うというサイバーパンク的な物語である。特徴的なのは、CGとビデオ合成によるハイ・クオリティの映像であった。アニメーション制作へのデジタル技術の導入は、まさにこの作品がメルクマールとなっている。冒頭、高層ビルから飛び出した身体が、ゆっくりと夜の闇のなかへと溶け込んでいく光学迷彩の映像表現は印象的なシーンだ。

講談社、バンダイビジュアルと、そして英国系日本アニメビデオ専門会社でシカゴに拠点を移していたマンガ・エンターテインメントによって制作されたこの作品の、日本国内での前評判は高かった。1995年9月22日付日本経済新聞朝刊では、「アニメーション映画『GHOST IN THE SHELL—攻殻機動隊』が11月、日本、米国、英国で同時公開される。東京国際映画祭に出品された後、米国では100館、英国では30館程度と公開規模も大きい。和製アニメの海外市場拡大のきっかけになるものと関係者は期待している」と掲載される(実際には全米公開は96年に遅れる)。

しかし、海外での評価は、日本の過剰な期待とは多少状況が異なっていた。再び、ロジャー・エバートの批評を見てみよう。

> 『攻殻機動隊』はどんな意味においても、決して子ども向けのアニメーション映画ではない。(どれも多少様式化されているけれども)セックス、暴力、ヌードでいっぱいのこの映画は、成人向けのアニメ、つまり日本製アニメーションの一例だ。アニメは長年、日本国内で巨大だったが、いまや世界市場に侵入してきている。(中略)しかし、この独特の映画は、複雑かつ暗鬱すぎて、多くの観客には及び難いのではないだろうか(草薙 2003: 251-2)

このように、一定の評価を下しながらも、映画興行として成功することには懐疑の念が付け加えられている。事実、海外における興行成績は決して成功と言えるものではなかった。しかし、1996年8月24日号の米ビルボード誌ビデオセールス・チャートで『攻殻機動隊—GHOST IN THE SHELL』は、週間売り上げ第1位を記録するのである。

1997年3月26日付毎日新聞朝刊によれば、「文化産業で日本は圧倒的な入超国。音楽や映画ではハリウッドなど海外の版権元に巨額の金を払い続けてきた。その中で唯一、日

本が国際競争力を持ち、輸出超過を維持しているのが「ジャパニメーション」と呼ばれるまんが、アニメーション群だ」という記事が掲載される。それは、「ジャパニーズ・クール」と同様の語られ方であり、「ジャパニメーション」という言葉は、海外での反響をリフレクティヴに取り入れながら醸成されたドメスティックなキャッチフレーズとして機能する。ここで喚起されるイメージとは、近未来やハイテクといったものであり、それが〈日本〉と結びついていたことは想像に難くない。

2.3「ジャパニメーション」と「テクノ」

「ジャパニメーション」と音楽との接点を見出そうとするならば、次のような事例を挙げることが出来る。

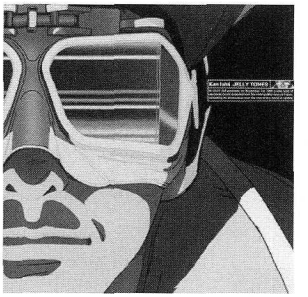
> 古くはコーラボーイのジャケに江口寿史、ハードハウスのマークに出てくるサイバーなイラスト。フォース・インクのコンピのジャケに銃夢。ガルニエのプロモ・ヴィデオにゃガイバー。DJAXのアートワーク担当のT-1000マンガの原点は、りぼん。ファイナル・フロンティアのフライヤーにラピュタ。シルバー・フィッシュのポスターに士郎政宗。マイク・ヴァン・ダイクなんて来日した時にゃコミケまで行くし(笑)。何故かテクノ系のアーティストには、マンガ&アニメ、ガジェット的な特撮モノ好きが多い。でもってクラブ・ファッションにも、有名なアナーキックのアキラを筆頭に、ダニエル・プールの内山亜紀(涙)、サボタージュのウルトラマンとサンプリング・ネタに日本のマンガ&アニメが異常に多い。[*6]

「ジャパニメーション」が描く近未来的世界観とハイテクなイメージは、クラブ・ミュージックの「テクノ」と奇妙な符合を示す。

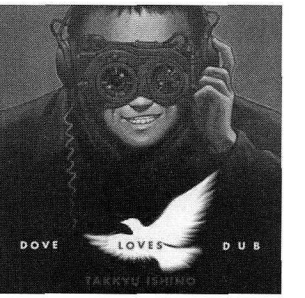
しかし、実際には『AKIRA』にしろ『攻殻機動隊—GHOST IN THE SHELL』にしても、そのBGMは「テクノ」的なサウンドではない。『AKIRA』のサウンドトラックは、芸能山城組が手がけたもので、インドネシア・バリ島の民族音楽「ケチャ」のイメージが強いものである。また、『攻殻機動隊—GHOST IN THE SHELL』のテーマ曲は、タイの太鼓と鈴の音色に刻まれた寂寞としたリズムに、大和言葉の歌詞を唄ったブルガリアン・ボイスのユニゾンを重ねた曲で、エキゾチックでありながら無国籍な印象を聴く者に与える。した

がって、「テクノ」的なサウンドを想起させるものでもなければ、〈日本〉の音楽的イメージともかけ離れていたのである。

1996年にリリースされた日本人DJ/アーティストであるケン・イシイによる『Extra』[図1]は、「ジャパニメーション」と「テクノ」との符号を明確にする。そのプロモーション・ビデオでは、『AKIRA』の作画監督であった森本晃司が監督し、「ジャパニメーション」を想起させる映像と「テクノ」という音楽を融合し、英「MTV DANCE VIDEO OF THE YEAR」を受賞する。また、1995年に公開された大友克洋監修による映画『MEMORIES』のテーマ曲はテクノユニット電気グルーヴの石野卓球が手がけ、彼自身がリリースしたアルバム『Dove Loves Dub』(1995) では、大友克洋がジャケット・デザインをしている [図2]。



[図1] 『Jelly Tones』Ken Ishi (『Extra』収録)



[図2] 『Dove Loves Dub』石野卓球

「ジャパニメーション」と「テクノ」の結びつき[*7]は、日本の音楽的なイメージとして「テクノ(ロジー)ミュージック」が立ち上がる印象を少なからず与えるものだ。海外の反響をリフレクティヴに取り入れながら形作られたイメージはまるで実体のない幻影のようなもので、後述の「テクノ・オリエンタリズム」という文脈にも当てはまりうる。それは、高度経済成長を背景にして獲得した、伝統的な日本イメージと対極をなす近未来とハイテクのイメージとしての〈日本〉である。その前に、まず「ジャパニメーション」と結びついた「テクノ」の背景として、「テクノ(ロジー)ミュージック」の歴史と展開を概観する必要がある。

3.「テクノ（ロジー）ミュージック」

3.1 その歴史と展開

ここでは、電子音楽から「テクノ」を包括するような意味で「テクノ（ロジー）ミュージック」[*8]という言葉を用いる。あらためて、その系譜を辿るならば、古くは1906年、アメリカのサディウス・ケーヒルによって開発された世界初の本格的な電子楽器テルハーモニウムの演奏会が行われ、1920年代にはテルミンやオンド・マルトノ、トラウトニウムといった電子楽器が誕生することに端緒を求めることができる。「4分33秒」で有名なジョン・ケージが、1939年に発表した「架空の風景　1番」が世界で最初の電子音楽作品と言われているが、楽器テクノロジーの進化という側面だけが電子音楽の成立契機ではない。1950年代、フランスのピエール・シェフールによる「現実音を録音し、それを編集／構成することによって作曲される音楽」や、ドイツのカールハインツ・シュトックハウゼンによる「電子的に合成された発振音を素材とし、テープ・レコーダへの録音や編集などの過程を経て作曲する音楽」という広義のミュージック・コンクレートの様式が生み出される（川崎2006）。それは、録音技術に基づく編集という電子音楽の持つ側面を大きく特徴づけるものであった。そして、60年代にはシンセサイザーが発明され、電子音楽は飛躍的に発展する。

日本における「テクノ（ロジー）ミュージック」の歴史に焦点を絞ろう。日本では世界的に見ても、早い時期から電子音楽がつくられてきた。後に東京オリンピック開会式テーマを担当した黛敏郎や現代音楽家として知られる武満徹を中心に1950年代には電子音楽が制作され始める。また、54年に設立されたNHK電子音楽スタジオの存在も大きかったといわれる。60年代には、一般大衆も電子音楽に触れる機会が多くなる。63年、国産テレビアニメ第1号『鉄腕アトム』で大野松雄が、67年には特撮テレビ番組『キャプテン・ウルトラ』で富田勲が音響に電子音を用いている。「宇宙」や「未来」をテーマにした映像作品のBGM、あるいは効果音として電子音楽が用いられ、そのイメージ上のステレオタイプが形成されていた。そして、1970年の大阪万博開催は、電子音楽＝「テクノ（ロジー）ミュージック」が「宇宙」や「未来」というイメージと結びつき、広く浸透する大きな契機となる。その前年のアポロ月面着陸によって持ち帰られた月の石は、大阪万博の目玉であり、電子音楽を手がけていた日本の作曲家たちがこぞって参加し、各パビリオンはさなが

ら電子音楽の見本市のようだったという。

そして、同じころに日本へシンセサイザーが導入されるのである。そのパイオニアが富田勲であり、71年にモーグ・シンセサイザーⅢ-Pを輸入し、74年に日本で初めての多重録音によるシンセサイザーのアルバム『月の光』をリリースする。『月の光』はアメリカで、75年1月18日付ビルボード・アルバムチャートの2位まで上昇し、グラミー賞4部門に日本人で初めてノミネートされる栄誉に輝いた[*9]。その後、72年8月16付ビルボード・アルバムチャートで『展覧会の絵』が日本人初の1位、76年3月20日付同チャートで『火の鳥』が5位、また78年2月28日付キャッシュボックスと78年2月19日付ビルボードで『惑星』はダブル1位を獲得した。こうした富田の功績によって、シンセサイザー・ミュージック=「テクノ（ロジー）ミュージック」はメイド・イン・ジャパンが先行する文化として世界的に認知されはじめたのである。

3.2「テクノ・ポップ」の流行

同じ70年代、ドイツのクラフトワークやアメリカのDEVO、そして日本のYMOに代表される「テクノ・ポップ」が、ポピュラー音楽のフィールドで世界的に流行する。実際には、海外において「テクノ・ポップ」というジャンル名は広く知られているものではない。ニューウェーブから派生したこの「テクノ（ロジー）ミュージック」は、当初海外では「エレクトリック・ポップ」や「シンセポップ」と呼ばれる一方、クラフトワークは「リピート・ミュージック」あるいは「ロボット・ポップ」、細野晴臣はYMOの音楽を「メタ・ポップ」と自称していた。「テクノ・ポップ」という言葉が国内で普及することになるのは、海外における反響をリフレクティヴに受け入れながら形成されてきたプロセスと似ている。

1978年のアルバム『イエロー・マジック・オーケストラ』でデビューしたYMOは、細野晴臣の新プロジェクトとして高橋幸宏、坂本龍一をメンバーに結成された。第四のメンバーと呼ばれた松武秀樹を介してコンピューターにフレーズを入力し、曲の構成要素の多くをコンピューター制御のシーケンサーで自動演奏していた。それは、バンドという形態でありながら演奏という「肉体性」を排除していく「テクノ・ポップ」の特徴であった。そしてYMOは、81年に世界に先駆けて本格的にサンプラーを使用したアルバム『テクノデリック』をリリースする。シンセサイザーによる「記号化」とサンプラーによる「標本化」の融合が「テクノ（ロジー）ミュージック」を進化させていった。

［図3］『Yellow Magic Orchestra』YMO

［図4］『Solid State Survivor』YMO

YMOファースト・アルバムのUS盤は、扇子を胸元に開いた和服女性の頭部に、髪の代わりに電気ケーブルのようなものがウネウネと生えているような、いわば「電脳ゲイシャ」がジャケットになっている［図3］。裏ジャケットには、メンバー3人がシンセサイザーの前に、ケーブルを手にして無表情に立っている。結成当初から海外進出を意図していたYMOの対外的なイメージのひとつが、「テクノ・オリエンタリズム」の典型、つまり、伝統的な〈日本〉のイメージとハイテクなイメージの融合である。そして、初期YMOが赤い人民服をユニフォームしていたのは、個性のないアジア人の顔＝日本人を誇張して演じていたのだろう［図4］。

「テクノ・ポップ」のミュージシャンは、多分にアイロニーを含んでのことだが、自らを自動人形（オートマトン）として演出し、自動演奏される音楽として「テクノ・ポップ」を表現していた。「もし（クラフトワーク）と共演する可能性があるとすれば、どんなプレイヤーか聞かせてください」という質問に対し、フローリアン・シュナイダーは「ロボット、コンピューター、シンセサイザー、アンドロイド。彼らが私たちのゲストになるだろう」[*10]と言っている。また、DEVOはライブ・パフォーマンスにおいて、まるで機械のように動き、メンバー全員が同じ髪型、同じユニフォームでファッションも非人間的で機械的であった。数時間にわたるライヴで彼らは操り人形のように不自然でぎこちなくアクションしたのである。YMOもテレビに出演する際、ロボット歩き＝ロボットのように手足を硬直させて歩き、ロボットのように振る舞っていた。また、いかにもYMOらしい企画として、無人のスタジオを訪問して機械のイミューレーターに話を聞くというレコーディング取材まであった。

機械的で非肉体的な表現の「テクノ・ポップ」は、西洋にも東洋にもなりきれない〈日本〉にとって受け入れやすく、同時に発信する上でも好都合な表現形態であったといえる。しかし、とりわけ西洋へ発信する上で持ち出されるのは伝統的な〈日本〉イメージであったことは、皮肉にもいまだもって続けられている。また、こうした海外発信の仕方は、国鉄がキャンペーンとして「ディスカバー・ジャパン」(70年〜76年)から「エキゾチック・ジャパン」(84年)を展開する間の時期と当てはまることも興味深い。探し出さなければ見つからない〈日本〉性は、現実とは乖離していて、見出されたものは同時代の日本人にすら異国情緒あふれるように映ってしまう。西洋の視点から「発見」された〈日本〉のエキゾチシズムを、YMOは戦略的に利用していたといえるだろう。

3.3 さまざまなテクノロジーとの関連

『コンピューター・ゲーム“サーカスのテーマ”』、『コンピューター・ゲーム“インベーダーのテーマ”』という曲が収録されているYMOのファースト・アルバムがリリースされた同じ1978年、タイトーから『スペースインベーダー』が発売され、世界的に大流行する。「コンピュータゲーム」(ここでは、ビデオゲームやテレビゲーム、アーケードゲームを含む総称として用いる)の歴史を振り返れば、「テクノ・ポップ」の歴史と奇妙に符合していることがわかる。

1962年のマサチューセッツ工科大学の学生による『スペースウォー!』を契機として[*11]、コンピュータゲームはアメリカを中心に発展していく。72年、マグナボックス社から世界初の家庭用ゲーム機「Odyssey」が発売され、同年、社名やロゴマークに日本的趣味があふれる[*12]アタリ社から発売された「Pong」は商業的な成功をおさめる。日本でも、75年にエポック社から国産初の家庭用ゲーム機といわれる「テレビテニス」が発売されるなど、「Pong」と類似したテニス・ゲームは日本にも広まっていく。コンピュータゲームの領域からは多少外れるが、「エレメカ」(エレクトロニック・メカニクスからの造語)と呼ばれる前世代的なアーケードゲームの分野では、日本は世界的にも早くから開発に携わっていた。たとえば、1965年にセガ(当時は外資系企業の子会社)から発売された『ペリスコープ』が世界的なヒットを記録するなど、コンピュータゲーム黎明期において、すでに日本は高い技術レベルをほこっていた。

大きな転機は、前述した『スペースインベーダー』(タイトー)と、1980年に発売された

『パックマン』(ナムコ)といった日本産アーケードゲームの世界的ヒットである。77年にアメリカで発売された家庭用ゲーム機「アタリVCS(Video Computer System)」[*13]も、これらゲームソフトの移植をきっかけに爆発的に普及していく。とりわけ、『パックマン』はキャラクタービジネスの分野でも成功し、82年『Pac-Man Fever』(Buckner & Garcia)という歌が米ビルボードで9位になるほどの人気を博した。その後、83年に発売された任天堂ファミリーコンピュータが家庭用ゲーム機市場を席捲することは、言うまでもない。

一方、パーソナルコンピュータをめぐる分野でも同じような状況が見られる。アメリカでは、アタリのエンジニアだったスティーブ・ジョブズらが立ち上げたアップルコンピュータによって、1977年、Apple IIが発売される。Apple IIは大成功をおさめ、その後、81年にIBMの16ビットマシン参入をきっかけに、パソコンはアメリカで普及していく。日本で本格的なパソコンが登場するのは、日立のベーシックマスターMB-6880(78年)、シャープのMZ-80K(78年)、NECのPC-8001(79年)といった8ビットマシンが発売される70年代末である。それは、YMOやコンピュータゲームの登場とちょうど時期が重なる。83年をピークに8ビットマシンは最盛期を迎え、NECや富士通、シャープを中心に国産パソコンが普及していく。特徴的なのは、ビジネス用途ではなくホビー用途という使われ方が大きくなりつつあったということである。そして、ホビー用途の最たるものがコンピュータゲームであり、人気アーケードゲームの移植はパソコンを普及させる大きな要因だった。

1983年、YMOは「散開」、翌84年に細野晴臣がゲーム・ミュージック『スーパーゼビウス』(12インチシングル)や『ナムコ・ビデオ・ゲーム・ミュージック』(アルバム)を監修する。それらは、単なるコンピュータゲームのBGMが(アレンジは加えられているものの)レコード発売される嚆矢である。「テクノ(ロジー)ミュージック」としての「テクノ・ポップ」は、コンピュータゲームやパーソナルコンピュータと絡み合いながら、同期するように歩んでいったのである。また、79年にソニーから発売されたヘッドホン・ステレオ「ウォークマン」は、モバイル性という特徴を目玉に世界的なヒット商品となり、ここでも日本製のエレクトロニクスが象徴的なものとなる。そして、YMO最大のヒット曲「RYDEEN(雷電)」(1979)は、75年にTV放映されたロボット・アニメ『勇者ライディーン』からの影響を否定できない[*14]。ロボットという近未来のSF的要素も、今まで述べてきたテクノロジーの登場と発展、そして「テクノ・ポップ」と相乗効果的にイメージを醸し出していたのである。

3.4「テクノ」における断絶

ともあれ、「テクノ（ロジー）ミュージック」が日本の音楽的イメージとして成立する背景は十分に整っていた。世界に比べても、かなり早い時期から電子音楽の製作に着手し、富田勲に代表されるような相応の実績もあった。「テクノ・ポップ」というポピュラー音楽の流行の一翼を担うYMOの活躍。それとほぼ同時期に普及したコンピュータゲームやさまざまなエレクトロニクス。これらが、海外へ与えたインパクトは経済大国という〈日本〉イメージだけでなく、近未来やハイテクの〈日本〉イメージをも確立させていた。しかし、クラブ・ミュージックの「テクノ」は、〈日本〉というイメージから切り離されて確立される。

実際に、「テクノ」という言葉が音楽ジャンルとして世界的に成立するのは、80年代半ば、デトロイトの黒人によって発信された「デトロイト・テクノ」による。「テクノ・レベル（反逆者）の増殖は続き、その影響は、最初に工業都市デトロイトが経験するだろう」という、アルビン・トフラーの『第三の波』の一節にインスパイアされたホアン・アトキンスが、デリック・メイやケヴィン・サンダーソンらと共に「デトロイト・テクノ」という音楽を生み出したといわれている（野田ほか 1993: 93）。また、80年代にシカゴで発生し、ヨーロッパへ伝播していったハウス・ミュージックと差別化を図るため、デトロイトで生まれた音楽を「テクノ」と呼んだともいわれる。ソウルやディスコ、フィリー・サウンドの延長にあるシカゴ・ハウスに対して、デトロイトのサウンドはクラフトワークからの影響が圧倒的に強く、リズムはファンクを特徴としている。何より、デトロイトという工業都市の荒廃や貧困、人種差別、治安悪化という、過酷な状況下で暮らすデトロイトの黒人にとって、「テクノ」という言葉の響きは未来的でロマンティックでありつつ、同時にアイデンティティを表象する音楽だったのだ。それは、「テクノ・ポップ」という諧謔的で表層的な戯れに満ちたサウンドから、幻影に近しい文脈を奪い取るのに十分なほど強力なものであった。

さらに、「テクノ」という言葉がねじれた形で拡散していくのは、90年代に入ってからである。80年代後半のアシッド・ハウスやレイヴ・カルチャーを触媒に、ハウスはヨーロッパを席捲していき、黒人ダンス音楽としてのシカゴ・ハウスと比して、異形なハウスが次から次へと生まれた。イギリスではハードコア・ハウスやアンビエント・ハウス、プログレッシヴ・ハウス、ドイツではジャーマン・トランス、オランダではガバ・ハウスな

ど、ヨーロッパで多様なハウスが派生していった。しかし、ヨーロッパで生まれたこれらのクラブ・ミュージックを日本では「テクノ」と呼ぶことが多かった。また、音楽制作レベルでも、バンドのような複数名のプレイヤーによる「演奏」から成立する音楽ではなく、「ベッドルーム・テクノ」[*15]と言われるように、DJに代表される個人の楽曲作成＝プログラミングによって成立する音楽という点で特徴づけられた[*16]。

こうして、「テクノ（ロジー）ミュージック」は、クラブ・ミュージックとしての「テクノ」を契機に、〈日本〉イメージを直接的に表象し得ない地点に至る。それは、「デトロイト・テクノ」が持つアイデンティティの強力さゆえかもしれないし、クラブ・ミュージックの持つ普遍性ゆえかもしれない。クラブ・ミュージックの本質は、楽曲が有するナショナルで歴史的、かつ人種的な文脈とは切り離して、並列的な素材として扱うことにあるのだから。しかし、90年代に入り、経済大国という土台に成立していた近未来的でハイテクな〈日本〉イメージが揺らいだことにも要因はある。バブル経済は崩壊し、パーソナルコンピュータの分野でもWindowsの席捲にさらされ、コンピュータゲームにおいても斜陽の気配を漂わせている。

4.「テクノ・オリエンタリズム」の限界

4.1「テクノ・オリエンタリズム」

エドワード・サイードは「オリエンタリズムとは、オリエントを支配し再構成し威圧するための西洋の様式」(Said 1978=1993上：21）と定義する。18世紀以降、オクシデント（西洋）のオリエント（東洋）像は、オクシデント優位の政治的・経済的な関係が作用した結果、著しくゆがめられた。そのイメージでは、オクシデントが自由にして合理的、平和的な存在であるとされる一方、オリエントには、オクシデントにとって好ましくないと思われる属性が割りふられてきた。

日本に対して、このようなオリエンタリズム的イメージが見出せる典型が第二次大戦時にあった。ジョン・W・ダワーは『容赦なき戦争』のなかで、戦時中における敵国民のイメージをつぶさに描き出す。とりわけ、欧米人にとって日本人は非人間（inhuman）、人間以下（subhuman）、劣等人（lesser-human）であり、猿のイメージが定着していた。そして、

真珠湾攻撃の背信性や捕虜の虐待、玉砕、神風というファクターが重なって、憎悪と恐怖の対象としての日本人が形作られていく。そこには、相容れない二項対立としてのオリエンタリズムが色濃く滲み出している。

50年代半ばから70年代初頭にかけて、日本は高度経済成長を遂げ、その後1991年のバブル崩壊まで安定成長を続ける。驚異的な経済成長は世界的にも稀有であり、経済大国としての〈日本〉イメージが確立される。デヴィット・モーレイとケヴィン・ロビンスは『Spaces of Identity』(1992) のなかで、このような〈日本〉イメージの変化について「テクノ・オリエンタリズム」という概念を用いて説明を試みている。すなわち、「テクノ・オリエンタリズム」とは、日本が経済大国としての地位に就いた80年代半ばの歴史的諸条件のなかであらわれる古いオリエンタリズム的言説の変形である。直接的な植民地支配を免れたアジアの国家として、日本は長い間、西洋の幻想のなかで賞賛と畏怖、憧憬と侮蔑を同時に受けながら、伝統的なイメージに加え、経済大国を背景にした技術革新のイメージとハイブリッドした「テクノ・オリエンタリズム」として表象され得る。「先端技術は、日本的なもの (Japaneseness) と結びつけられるようになった」(Morley and Robbins 1995: 168) のである。

> もし未来がテクノロジーに満ちたもので、テクノロジーが「日本化」しているとすれば、この三段論法では、未来もまた今や日本的なものになるということが示唆される。ポストモダンの時代は環太平洋の時代となるだろう。日本は未来であり、それは西欧近代を乗り越え、取って代わるように思えるような未来である。(Morley and Robbins 1995: 168)

従来のオリエンタリズムを背景に、経済大国としての地位を築きあげ、ハイテクと関連づけられた〈日本〉イメージは、近未来的な姿と重ねあわされる。いわば、「テクノ・オリエンタリズム」は、80年代の〈日本〉の表象のされ方をうまく説明しうる概念であった。

4.2 無国籍性という〈日本〉イメージ

「テクノ・オリエンタリズム」の議論を受けて、上野俊哉は『紅のメタルスーツ　アニメという戦場』のなかで次のように述べている。

それは「日本人」が自らを誤認し、「西欧人」が他者を誤認する文化装置、インターフェースであるが、「アジア（人）」と「アジア的」風景はこの二つの錯視のなかでもうひとつの幻想として生産されている。押井守が原作にない香港を『攻殻機動隊』の舞台として選択し、情報ネットの視覚化を水没した香港の運河と街並みに託し、さらにそこに「日本的」なモノ、身ぶり、音楽、習慣をちりばめる時、そこには情報資本主義による「表徴の準帝国」が浮き彫りにされているのである。こうして半西欧、半アジアのキメラ、サイボーグ的な境界侵犯を逆に固定化し、ナショナルなものとするところに「ジャパノイド・オートマトン」が現われる。（上野 1998: 176）

ここで明らかになることは、西欧人からも、そして日本人からも夢想されるイメージが無国籍な特徴を帯びているという事実である。曲解をも含みながら差別化し、「われわれ」と「他者」を区別する「テクノ・オリエンタリズム」という装置が内面化された結果として、日本人が自認する姿ともずれるキメラと自動人形（オートマトン）というイメージを紡ぎ出している。『攻殻機動隊—GHOST IN THE SHELL』では、エキゾチックで無国籍な風景に、「電脳化手術」により自らの脳を直接、端末としてネットワーク化しており、さらに「義体化手術」によってサイボーグ化している人間たちが登場する。その続編として2004年に制作された『イノセンス』では、その舞台である国籍をあえて「某国」として伏せながら、漢字のネオンサインや看板に彩られた中華的デザインの都市風景にヴィンテージものの西欧車が走行していく。特に、「択捉経済管区」のシーンでは、明確に地名を呈示しているものの、「卒塔婆」のような尖塔が立ち並ぶ西欧ゴシック建築に仁王像が飾られている一方、アジアン・エスニックの坩堝を、ある意味で醜悪なまでにデコラティヴに表現したパレードが催される。

こうしたディストピア的な近未来イメージは欧米で発祥したサイバーパンクとの親和性を有する。ジョン・G・ラッセルは次のように述べる。

80年代、サイバーパンクは暗く、退廃的な「テクノワール（tech-noir）」オリエンタリズムを生み出した。それは、40年代のハードボイルドなフィルム・ノワールの肖像と、オリエンタルなエキゾチシズムやデカダンスといった不変のステレオタイプとを、日本そのものを通して融合させたものであった。しばしば、日本は、ただエキゾチックで異世界的な雰囲気だけを搾取された。サイバーパンク・ムーヴメント

は、環太平洋の世紀におけるアメリカの陰鬱な描写とともに、未来的な日本風の仮構をつくり出していった。ブルース・スターリングの『スキズマトリックス』(1985) やウィリアム・ギブスンの「スプロール・シリーズ」[*17]——「記憶屋ジョニィ」(1980)、『ニューロマンサー』(1982)、『カウント・ゼロ』(1986)、『モナリザ・オーヴァドライヴ』(1988)、『ヴァーチャル・ライト』(1993)、『あいどる』(1996) ——で描かれたヤクザ企業やハイテク忍者、財閥支配のグローバル経済から、リドリー・スコット監督によるカルト・クラシック『ブレードランナー』(1982) の背景を構成する21世紀LAのニヒリズム的な「テクノワール」オリエンタリズムまで、日本的な空想未来世界は及んでいる。(Russell 1998: 102)

確かに、ラッセルの「テクノワール・オリエンタリズム」は、「テクノ・オリエンタリズム」と類似している。しかし、注目すべきことは、〈日本〉を直接的に表象するのではなく、日本的なエキゾチシズムに彩られたディストピア的な近未来イメージが表象されていることである。その表象のなかでは、日本人にとって「われわれの」という感覚とも隔絶した仮構されたイメージが立ち上がっている。オリエンタルのイメージを内面化するのではなく、オリエンタリズムという装置を内面化した結果が欧米のサイバーパンクと「ジャパニメーション」の接合を生み出したのではないだろうか。そこにはもはや、絶対的な他者性としての架空のイメージしかない。

4.3「ハイブリッド・オリエンタリズム」

21世紀に入って、にわかに顕在化してきた「ジャパニーズ・クール」という日本のポップ・カルチャーに対する海外での好意的な評価は、国内マーケットでキャッチフレーズとなる一方で、コンテンツ産業へ過剰な期待が集まっている。海外の反響をリフレクティヴに取り入れながら発信するという循環的なプロセスは、何も目新しい現象ではなく、四半世紀前に「テクノ(ロジー)ミュージック」が通った流れにも見出せるものだ。70年代後半から80年代にかけての「テクノ・オリエンタリズム」的な〈日本〉イメージは、日本と海外という二者関係のあいだで、リフレクションのプロセスを通じて醸成されたものであった。だが、90年代に入ると、バブル崩壊とともに経済大国という土台に成立していた「テクノ・オリエンタリズム」的な〈日本〉イメージが揺らぎはじめる。つまり、ハイテ

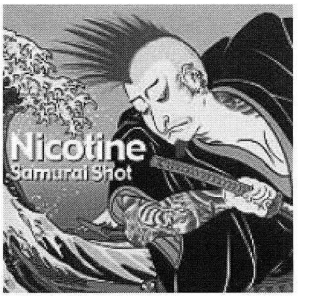
クな近未来イメージと〈日本〉イメージとの結びつきが弱まりはじめたのである。

2003年度第76回アカデミー賞において、渡辺謙が『ラストサムライ』で助演男優賞にノミネート、山田洋次監督『たそがれ清兵衛（The Twilight Samurai）』が外国語映画賞にノミネートされる。このニュースは日本でも大きく取り上げられ、その後、「サムライ」というイメージ戦略が数多く見受けられるようになる。たとえば、海外でも人気の高かったテレビアニメ『カウボーイビバップ』（1998-1999）の渡辺信一郎監督が、次に手がけたテレビアニメはヒップホップをBGMにした時代劇『サムライチャンプルー』（2004-2005）であった。また、黒澤明監督の映画『七人の侍』（1954）をリメイクしたテレビアニメ『サムライ7』（2004）では、BGMには和太鼓奏者の林英哲が参加し、メカロボットのサムライが登場するなどSF的な要素も加えられた奇妙なハイブリディティが見られる。1999年から「週刊少年ジャンプ」で連載されている岸本斉史の忍者マンガ『NARUTO』は、2002年にテレビアニメ化、2005年からアメリカのカートゥーンネットワークで放送が開始され、海外でも人気を博している。

音楽の分野でも同じような事例が見出せる。クエンティン・タランティーノ監督による『キル・ビル Vol.1』（2003）のテーマ曲となった「Battle Without Honor or Humanity／新・仁義なき戦いのテーマ」が収録された布袋寅泰のアルバムは『Electric Samurai』（2004）というタイトルで海外にもリリースされ［図5］、クラブ・ミュージックのジャンルでは、Jazztronikこと野崎良太の海外リリース・アルバムはそのタイトルも『Samurai』（2005）で、ジャケットも兜がデザインされている［図6］。さらに、パンクバンドNicotine（ニコチン）の全米リリースされたアルバムは『Samurai Shot』（2002）［図7］、サーフロックバンドThe Surf Coastersの『Samurai Struck』（2005）も同様である。

［図5］『Electric Samurai』布袋寅泰

［図6］『Samurai』Jazztronik



［図7］『Samurai Shot』Nicotine

2006年9月30日、ニューヨーク市セントラルパークで、日米の文化交流を目的として開催された「ニューヨーク—東京ミュージックフェスティバル2006」[*18]では、プログレッシヴなジャズバンドPE'Zが「サムライ・ジャズ」として紹介されている。このフェスティバルでは音楽だけでなくゲームやアニメも紹介され、アニメ『アフロサムライ』が先行上映された。岡崎能士原作のマンガ『アフロサムライ』が、サミュエル・L・ジャクソンの声優／プロデュース参加のもと、日本のGONZO製作で2006年末に全米でアニメ化、さらにハリウッドで実写映画化され、ナムコによってゲーム化も予定されているという。このようなグローバルなコンテンツ展開に「サムライ」というイメージが用いられることに、「テクノ・オリエンタリズム」の限界が垣間見える。

すなわち、オリエンタリズムという装置を内面化した上で、いかなる素材と組み合わせるかという問題でしかなかったのかもしれない。80年代にはテクノロジーだけだったものに、21世紀に入って、アニメが加わり、「サムライ」というイメージが有効になった。それらは、海外に対する発信において、日本人が利用できる素材に過ぎない。そうした素材を組み合わせて出来たイメージが、自らのアイデンティティと乖離するのは、ある意味で当然である。そのイメージは、リフレクティヴな相互作用によって生み出された奇形の「ハイブリッド・オリエンタリズム」なのだから。

［おおたけんじ・大阪大学大学院人間科学研究科サイバーメディア室］

［参考文献］

200CDテクノ エレクトロニカ編集委員会，2002，『200CDテクノ／エレクトロニカ』立風書房.
Dower, John W., 1986, *War without Mercy: Race and Power in the Pacific War*, Pantheon Book.（= 2001，斎藤元一訳『容赦なき戦争　太平洋戦争における人種差別』平凡社.）
円堂都司昭，2003，『YMOコンプレックス』平凡社.
五十嵐正憲編，2004，『アニメーションの現在——Japanese Animation Horizon』プチグラパブリッシング.
川崎弘二，2006，『日本の電子音楽』愛育社.
北村圭介，2005，『日本映画はアメリカでどう観られてきたか』平凡社.
久保田晃弘監，2001，『ポスト・テクノ（ロジー）ミュージック』大村書店.
草薙聡志，2003，『アメリカで日本のアニメは、どう見られてきたか？』徳間書店.
McGray, Douglas, 2002, "Japan's Gross National Cool", *Foreign Policy*, 130（May/June 2002）.（= 2003，神山京子訳「世界を闊歩する日本のカッコよさ」『中央公論』2003.5: 130-40.）

美馬亜喜子監，2004，『#16 テクノ・ポップ——THE DIG Presents Disc Guide Series』シンコー・ミュージック．
三田格監，2003，『テクノ：バイヤーズガイド』河出書房新社．
宮崎章夫，2006，『東京大学「80年代地下文化論」講義』白夜書房．
Morley, David and Kevin Robins, 1995, *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*, London: Routledge.
Napier, Susan Jolliffe, 2001, *ANIME from Akira to Princess Mononoke: Experiencing Contemporary Japanese Animation*, New York: Palgrave（= 2002，神山京子訳『現代日本のアニメ——『AKIRA』から『千と千尋の神隠し』まで』中央公論新社．）
野田努・宝島編集部編，1993，『クラブ・ミュージックの文化誌——ハウス誕生からレイヴ・カルチャーまで』JICC出版局．
Russell, John G., 1998, "Jurassic Japanese and Silicon Samurai: Rising Sun, Tech-noir Orientalism and the Japanese Other in American Popular Culture",『岐阜大学地域科学部研究報告』2: 89-126.
田中雄二，2001，『電子音楽 in JAPAN』アスペクト．
Said, Edward W., 1978, *Orientalism*, New York: Georges Borchardt Inc.（= 1993，今沢紀子訳『オリエンタリズム　上・下』平凡社．）
佐々木敦，2001，『テクノイズ・マテリアリズム』青土社．
上野俊哉，1998，『紅のメタルスーツ』紀伊國屋書店．
山口康雄編，2004，『日本のアニメ全史——世界を制した日本アニメの奇跡』テン・ブックス．

（なお、本論文は2003年度COE「イメージとしての〈日本〉」ワークショップでの議論を経たものである）

［注］

1——この合弁はソニー・コーポレーション・オブ・アメリカとBMGの間のものであり、日本のソニー・ミュージックエンターテインメント・ジャパンは新会社（本社はニューヨーク）には含まれない。また、2006年7月13日欧州司法裁判所の第一審裁は、市場独占のリスクを指摘し、欧州委員会の統合承認を無効とする判決を下した。

2——1961年、作詞永六輔・作曲中村八大による坂本九の「上を向いて歩こう」は63年、「SUKIYAKI」とタイトルを変えて全米で発売される。ビルボード誌で3週連続1位、キャッシュ・ボックス誌で4週連続1位（いずれもシングル・チャート）を記録する。同年ミリオン・セラーとなり、全米レコード協会からゴールデン・ディスクを贈られたこの曲は、その後も世界各国でカヴァーされる名曲となっている。

3——近年著しいアジア市場へのJ-POPの進出は、日本の音楽的イメージの可能性として無視できないものがあるが、ここではアメリカやヨーロッパを中心とした西洋と日本の関係に焦点を絞って話を進めたい。

4——2003，「オタクビジネス、世界へ発信」『ニューズウィーク日本版』6・18: 46-49。

5——「ジャパニメーション（Japanimation）」という用語は、基本的には日本のアニメーション作品を指す言葉であるが、海外では蔑称的に用いられることもある。現在では、海外で「ジャパニメーション」という用語を使われることは稀であり、むしろ、「アニメ（anime）」と呼ぶことが多いという。ここでは、海外で人気を博し、評価された作品として、日本国内で戦略的に使われたキャッチフレーズという意味としてとらえる。講談社がアニ

メ化にあたって出資した『AKIRA』や『攻殻機動隊』は、まさに戦略的に「ジャパニメーション」と呼ばれた。

6――― 雑誌ele-king vol.02（1995 june/july）p.42より（文：佐藤大）。

7――― メディアミックスが展開されているテレビアニメ『交響詩篇エウレカセブン』(2005-2006）では、SFロボットという世界観と「テクノ」という、BGM、作品中の名称や用語に「テクノ」(クラブ）シーンやコンピューター用語に関連するものが登場するなど、「ジャパニメーション」とテクノロジーとを意図的に結びつけている。

8――― 久保田晃弘監修の『ポスト・テクノ（ロジー）・ミュージック』という書名からインスパイアされている。「テクノロジー」本来の意味を顧みれば、楽器そのものや、音を増幅し録音・編集する技術すら音楽に欠かせないテクノロジーではある。しかし、ここで注目すべきは、近未来的イメージと結びついたテクノロジーであり、それを用いた音楽である。

9――― その後、グラミー賞を獲得した日本人アーティストの代表には坂本龍一や喜多郎がいる。グラミー賞もまた、海外の反響として日本に取り入れながらリフレクティヴな作用を果たした可能性は大きい。

10――― 『銀星倶楽部11　テクノ・ポップ』、1989、ベヨトル工房

11――― 1958年、米ウィリアム・ヒギンボーサムによって、アナログ演算機とオシロスコープを用いた「Tennis for Two」が開発されたが、現存資料のなかでは最初のコンピュータゲームといわれる。

12――― 社名は囲碁用語に由来、ロゴマークは「A」と富士山を図案化したもの。

13――― 後継機「アタリ5200」の発売によって、「アタリ2600」と改名される。

14――― 雑誌「アドリブ」(1979/9/12号）で、細野晴臣は「RYDEEN」について「全体の雰囲気は東映の時代劇にある「街道もの」や黒沢明の馬が出てくる戦闘シーンがぴったりです。そんなニュアンスをＴＶアニメの勇者ライディーンのイメージに置きかえるとグッと現代的になり、日本版スター・ウォーズです」と述べている。

15――― 「ベッドルーム・テクノ」とは音楽製作上、スタジオ（ライブも含めて）ではなく自分の部屋から発信された音楽と言えるものであると同時に、リスナーの立場においても、クラブで踊ること（同時にライブを観に行くことも）を目的とせずに自宅の「ベッドルーム」で聴くことを主な目的とする音楽と言える。

16――― 日本のローランドが発売したリズムマシンTR-808はYMOも使用し、その後継機TR-909は「デトロイト・テクノ」でも用いられ、大きな影響を与えた。サウンド的な側面では、「テクノ・ポップ」からの連続性も見出せる。

17――― 「スプロール・シリーズ」は、日本では「電脳」三部作と呼ばれ、『ニューロマンサー』、『カウント・ゼロ』、『モナリザ・オーヴァドライヴ』を指す。

18――― 他にも、日本のブレイクビーツユニット、HIFANAも参加している。彼らは、サンプラーのパッドをリアルタイムに叩いてビートを刻み、ターンテーブルによるスクラッチやパーカッションを乗せて、「演奏」する。また、そのヴィジュアル・イメージはエキゾチックな沖縄のイメージや、ニンジャ、サムライ、ゲイシャまで混交的である。

「ご主人様」のいない場所
男装コスプレ喫茶をめぐるジェンダー論的考察

東　園子

1. はじめに

2005年、アニメやマンガ、ゲーム等を愛好するオタク[*1]男性の恋愛を描いた『電車男』が書籍、映画、テレビドラマにおいてヒットし、東京・秋葉原に集う男性オタクがメディアで頻繁に取り上げられるようになった。その際、現代のオタク文化のシンボリックな存在として注目を集めたのが、メイドの格好をしたウェイトレスが給仕を行う「メイド喫茶」と呼ばれる喫茶店である。このメイド喫茶に代表される、何らかのキャラクターに扮装するコスプレ[*2]をした従業員によるサービスを売り物とした店（以下、コスプレ飲食店）は、男性オタクに向けて次々に作られてきたが、最近では女性のオタクを対象にした店も登場している。その一つが、「男装喫茶」などと呼ばれる、男装した女性が給仕を行う喫茶店である。

本稿では、コスプレ飲食店をポピュラーカルチャーの新たな消費形態として捉え、それを女性向けに適合させた一事例として、男装喫茶を取り上げる。男装喫茶は、男性オタクを対象にするメイド喫茶の女性オタク向け版という性格を有している。だが、そこにはメイド喫茶の単純な裏返しではないねじれも見られ、ジェンダーの非対称性を示すような興味深い存在となっているのである。本稿では、そもそもコスプレ飲食店がどのような背景の下に登場し、どのような楽しみを提供できるものなのか、そして、男性オタク向けとして始まったコスプレ飲食店が女性向けにどう展開されているかを考察することで、男性向けコスプレ飲食店とは違った男装喫茶の性質を浮かび上がらせることを目的とする。まず、2節では、コスプレ飲食店が成立した背景として、電気街の変化に伴う“オタクの街”の形成について記述する。次に、3節では、コスプレ飲食店を代表するメイド喫茶の分析を通して、コスプレ飲食店の二つの特質を抽出する。続く4節では、女性向けコスプ

レ飲食店をめぐる状況について概観する。そして、5節において、3節で取り出したコスプレ飲食店の特質を男装喫茶について考察し、男装喫茶は男性中心的な社会に置かれる女性にとってどのような意味を持つものになるのかを明らかにしたい。

2. コスプレ飲食店成立の背景——オタクの街の成立

コスプレ飲食店の代名詞的存在であるメイド喫茶が最初にできたのは、2001年3月、秋葉原においてである(「Cure Maid Cafe」)。その数年前から、オタク向けのイベントの中でコスプレをしたウェイトレスが接客する喫茶が登場して好評を博しており[*3]、常時運営される店も出てきた。また、当時、メイドを題材にした男性向けのゲームやマンガの影響により、オタクの間でメイドの人気が高まっていた[*4]。そのような背景を元に、メイドの格好をしたウェイトレスによる給仕を売り物にした喫茶店が開店されたのである。その後、メイド喫茶は東京、大阪、名古屋といった大都市圏のみならず地方都市でも数多く営業されるようになり、オタク文化の一つとして海外にまで輸出され、台湾や韓国などでメイド喫茶が作られている。現在では業態も多様化し、メイドが給仕を行う居酒屋、バーといった喫茶店以外の飲食店、さらにはメイドによる足裏マッサージ店や美容室まで存在している。また、巫女装束や袴姿など、メイド以外のコスプレをした従業員が接客する店もある。

このようなコスプレ飲食店は、都市の中でもある特定の地域に集中する傾向がある。東京では男性向けの店は秋葉原、女性向けは池袋、大阪では共に日本橋に多い。これらはいずれもオタク向けの店が多く集まっている地区である。このような“オタクの街”の形成には、電気街の変化が関わっている。日本一の電気街である秋葉原がオタクの街へと変貌する過程を追った森川嘉一郎(2003)によれば、秋葉原の電器店は、80年代末頃から主力商品を家電からパソコンに移していった。当時のパソコンを買い求める客の中心は、パソコンマニアの若い男性である。彼らはアニメやマンガ、ゲームを好むオタクでもあることが多かったため、衰退していく電器店と入れ替わって、彼らの趣味に応える「渋谷や吉祥寺といったよりメジャーな街にすでに存在していた専門店が、九七年からの数年間で急激に秋葉原に進出し、オタク趣味の中心地、オタクの“趣都”とも言うべき一大中心地を突如形成」(森川 2003:48)することになったのである。

だが、森川が言う「オタク趣味」とは、基本的に男性のオタクのものである。オタクの中でも女性と男性では好まれる作品や商品の傾向が異なるが、アニメグッズやマンガ同人誌[*5]を扱う専門店は男女共に顧客対象としているところも多い。だが、パソコンマニアは圧倒的に男性が多く、彼らが集う秋葉原に進出したオタク向けの店では、必然的に男性がメインターゲットとなる。オタクの街として知られる秋葉原は、“男性オタクの街”なのである。そして、秋葉原を補完するように、東京の中で池袋が“女性オタクの街”として浮上してくる。池袋には元々オタク向けの専門店が存在しており、また、しばしば女性向けの同人誌即売会が開かれていたため、女性のオタクを集めやすい状況にあった。そのため、2000年頃から池袋の既存店が女性向けの品揃えを充実させるようになり、また、女性のオタクのみを対象とした店も増え始める。それらの店が密集する東池袋のサンシャインシティ前の通りは、「乙女ロード」[*6]などと呼ばれるようになった。こうして、秋葉原より規模は小さいが、池袋が女性オタクの集まる街として定着していったのである。

森川が記述した秋葉原電気街の変化は、大阪・日本橋の電気街にも概ねあてはまる。日本橋も家電中心の街だったが、2001年にターミナル駅に大型電器店が進出した影響もあり、家電を扱う店は徐々に衰退していった[*7]。その代わりに増加したのが、秋葉原同様男性オタク向けの店である。だが、ここから日本橋は秋葉原とやや違った展開を見せる。2002年、男性向けのみならず女性向けも含めたマンガや同人誌を扱う大型中古書店の「K-BOOKS」や「まんだらけ」が相次いで日本橋に店を出し、この地区に女性オタクをも引きつけることになる。現在、女性向け同人誌を専門的に扱う店が日本橋にいくつか存在するように、日本橋は秋葉原と異なり、男性オタクも女性オタクも含めたオタクの街となっている。

オタクが好む商品を扱う店が特定の街に集積することは、そこに大勢のオタクを集めるばかりではなく、その街での滞在時間を長くすることにもなる。だからこそ、オタクを対象にした飲食店の成立が可能になったと考えられる。そして、一度そのような飲食店に行く行為自体が一つの楽しみとして確立すれば、それ以外の場所でも経営が可能になる。コスプレ飲食店が現在のように盛況を迎える下地として、オタクたちが集う街が形成されることが不可欠だったと言えよう。

3. コスプレ飲食店の特質——メイド喫茶を事例として

ここでは、コスプレ飲食店を代表する形式であり、店舗数が最も多いメイド喫茶を事例に、ポピュラーカルチャーの消費形態としてコスプレ飲食店が持つ特質を考察していきたい[*8]。

3.1. ファンタジーの喚起と体験の提供

メイド喫茶の最大の特徴は、単にウェイトレスがメイドの格好をしているだけでなく、それがコスプレとして行われている点である。一般の喫茶店の中にもメイド風の制服を採用している店はあるが、それらとメイド喫茶を区別するのは、ウェイトレスが大なり小なり「メイド」という役柄を演じているか否かであろう（もっとも、その線引きは明確にできるものではないが）。メイド喫茶におけるメイドの服装をしたウェイトレスは、あくまでも「メイドさん」なのである。そして、大抵のメイド喫茶は、「メイド」のいる「お屋敷」という設定を店に設けている。メイド喫茶では客が入店した際、「いらっしゃいませ」の代わりに「お帰りなさいませ」と言って迎えることがよく知られているが、これは「メイドのいる屋敷に帰る」というコンセプトが元になっている。そのため、店を出る（＝「屋敷から出かける」）際には、「行ってらっしゃいませ」と声をかけられることになる。このメイド喫茶に来る客は「お屋敷」の住人として扱われ、多くの店で男性客は「ご主人様」、女性客は「お嬢様」と呼ばれる。

このような特定のコンセプト、世界観に基づいた店作りという点で、メイド喫茶はテーマパークと共通する部分がある。しかしながら、テーマパークのレストランでは従業員の服装や接客のみならず、内装やメニュー内容など店全体でコンセプトが表現される。それに対し、メイド喫茶の場合、「お屋敷」という設定が店の隅々にまで貫徹されているかというと、そうとも言えない。メイド喫茶は内装にあまり気を配っていない店が多く、学園祭の喫茶店のような趣があるところもある。また、その内装が「お屋敷」という言葉からイメージされるヨーロッパのアンティーク調とは程遠いことも多い[*9]。メイド喫茶では、「お屋敷」という設定の演出をメイド姿のウェイトレスが担う比重が高い。メイド喫茶の「メイド」は、このような意味でも店の中心なのである。

そのウェイトレスには、「メイド」としてある一定のイメージに沿ったふるまいが要求される。メイド喫茶ではウェイトレスの接客態度に演技じみた丁寧さを感じることも多く、また、客の横でひざまずいて注文を取る店もある[*10]。彼女達には「ご主人様」に忠実に仕え敬うというメイドのイメージを体現することが求められていると言えよう。現代のオタク文化において、本来は職業名に過ぎないメイドが一つのキャラクターになっていると言えるのは、このように一定の人格が想定されるからである。メイド喫茶は、主要な顧客である男性オタクが持っているであろうメイド幻想が演じられる場なのである。

また、メイド喫茶では、メイド姿のウェイトレスに親しみを抱かせるような演出が見られる。メイド喫茶のウェイトレスは源氏名を持っており、しばしばそれを書いた名札をつけている[*11]。また、会計などの際にウェイトレスの側から客に話しかけたり、店によってはオムライスにケチャップで希望の文字やイラストを描いてくれるなど[*12]、ウェイトレスと会話ができる機会が作られている。店のWebサイトにウェイトレス達のブログがあったり、客がノートにメッセージを書き込むとウェイトレスが返事を書く「コミュニケーションノート」が店内に用意されているところもある[*13]。これらの演出は、客と「メイド」の間の親密感を醸成するものとなろう。

メイド喫茶はコーヒー一杯を4～500円程度で提供する店が多く、一般的な喫茶店と比べて特別値段が高いわけではないが、飲食物の質が低い店も多い。メイド喫茶の売りとなるのは、やはりメイド幻想を体現した「メイド」によるサービスや彼女達とのコミュニケーションだと言える。このメイド喫茶に通う男性オタクの欲望は、必ずしも性的なものとは限らないだろう。1990年代前半には女性従業員が客の指定するコスプレをする性風俗店が登場しており（鶴岡 1998:60）、メイドに対する性的欲望を直接的に満たすことのできる場は以前から存在している。堀田純司は、多くの男性オタクに愛好されメイドのキャラクターもよく登場する、アニメ的な美少女との恋愛・セックスをゲームの主題とした「ギャルゲ」（「ギャルゲーム」の略）について、「トラッドな性の渇望に応える一方で」、「男子に素敵なファンタジーを届ける分野も大きなプレゼンスを示すようになっ」ていることを指摘する（堀田 2005:190）。メイド喫茶は、このメイドに対する「ファンタジー」に応える空間として主に機能しているのではないだろうか。だからこそ、現在店によっては女性客が4割を占めるように、メイド喫茶を愛好する「お嬢様」も存在しているのだと考えられる。

メイドに何らかのファンタジーを持つ人にとって、メイド姿のウェイトレスはそのファ

ンタジーを喚起する存在となる。メイド喫茶に行くことで、客の中に「お屋敷」と結びついた存在としてのメイドに対するファンタジーが呼び起こされれば、たとえ内装が現代的で安っぽいものであっても、「メイド」が「お帰りなさいませ」と言って迎える店内は、「お屋敷」以外の場所ではありえないことになる。メイド喫茶は、客が既にメイドについてファンタジーを抱いていることを前提に作られているのである。

近年、オタク文化を表すキーワードとして、「メガネ」や「幼なじみ」といった、ある一定の性質を持った対象への愛着を示す「萌え」という言葉がよく取り上げられる[*14]。メイド喫茶は、メイドを愛好する「メイド萌え」の男性オタクが抱く「萌え」の世界を再現し、体験させる空間となっている。これは、アニメビデオやフィギュアなどのモノを扱う従来のオタク向けの店とは一線を画している。しかも、メイド喫茶で体験できる「萌え」ファンタジーの内容は、メイド喫茶自体が提供するものではない。メイドに対するファンタジーの内実は、マンガやアニメ、ゲームなどのオタク向けメディアにおける様々な作品を通して培われるものである。メイド喫茶はウェイトレスの言動が一般的な喫茶店と多少異なっているが、基本的には飲食物が出されるだけで、それほど特殊な出来事が用意されているわけではない。オタクを自認しない人の中には、メイド喫茶に「意外と普通の喫茶店だった」という感想を持つ人もいる。メイド喫茶を他とは違う特別な場所として楽しめるかどうかは、客がオタク文化の中で作られている「萌え」ファンタジーを共有しているかどうかにかかっている。そのことは、従業員があるキャラクターに扮することでその物語世界を背負うことになる、コスプレ飲食店全般にあてはまるものである。コスプレ飲食店とは、オタク文化を享受することによって形成されるファンタジーを喚起し、体験させる空間なのだと言えよう。

3.2. 恒常化したオタク仲間の集まり

メイド喫茶などのコスプレ飲食店で働く女性は、「コスプレイヤー」と呼ばれる、普段からコスプレを趣味として行っている人が多いと言われている。つまり、オタクを対象にしたコスプレ飲食店においては、多くの場合、その従業員もまたオタクなのである。メイド喫茶に置いてある「コミュニケーションノート」を見ても、ウェイトレスのプロフィール欄に自分の好きなマンガやアニメが書いてあったりする[*15]。堀田は、メイド喫茶に集う客もウェイトレスも、皆オタクとして「あるジャンルについての話題を共有する仲間」

であり、「ある意味みな内輪の存在」だという、メイド喫茶で働く女性のコメントを紹介している（堀田 2005:36）。メイド喫茶は、店に勤めるウェイトレスも含めて、「オタク仲間」が集っている空間だと見なすことができる場所なのである。メイド喫茶が注目を浴びる現代でも、オタク趣味に対する偏見は根強い。メイド喫茶が隆盛した理由の一つは、オタクばかりが集まる中で心おきなく趣味の話ができる場所として重宝されたことがあるだろう。周りの客もそこで働くウェイトレスも皆自分と同じオタク仲間であると思えることは、メイド喫茶をオタクにとって居心地のいい空間にしている。もっとも、現在ではメイド喫茶が観光地化してオタク以外の客も多いようだが、オタク向けの店であることに変わりがない。

コスプレ飲食店はいずれも、オタクに人気のあるキャラクターのコスプレをした従業員を最大の売り物とするため、店に来るのはそのキャラクターに対するファンタジーを持ったオタクばかりということになりやすい。堀田は、メイド喫茶は、コスプレイベントにおける、コスプレの写真を撮りにくるカメラマンと被写体となるコスプレイヤーの間で形成される「『観る者と観られる者』の関係を商業化し、よりカジュアルに実現できるようにした業態」（堀田 2005:33-4）だと分析している。だが、コスプレ飲食店が実現するのは、コスプレイヤーとカメラマンの関係性に限らないだろう。コスプレイベントや同人誌即売会などのオタク向けイベントは、オタクが集まって大っぴらに趣味の話をすることができ、自分の好きなものを共有している「仲間」がいると感じられる場でもある。コスプレ飲食店はそのような意味においても、オタク向けイベントが恒常化された場所だと言える。毎日でも行くことができるコスプレ飲食店では、オタクの集う空間が日常的なものになっている。その一方で、コスプレ飲食店はウェイトレスが普段と違うコスプレをするなどの特別イベントを頻繁に開催しており、「ハレ」の場としての機能も保っている。コスプレ飲食店とは、常態化したオタク向けイベントだとも言えるのではないだろうか。

これまで見てきたように、コスプレ飲食店は、コスプレをした従業員を通して客の中にある「萌え」ファンタジーを呼び起こす場である。そこでは、客がオタク文化の中で形成されているファンタジーを既に抱いていることが前提になっている。また、コスプレ飲食店は、恒常的なオタク向けイベントという一面も持っている。このような、客がオタクであることを要件としたコスプレ飲食店の隆盛は、現代社会におけるオタク文化の広がりと成熟を示していると言えよう。

4. 女性オタク向けコスプレ飲食店の登場

オタクというと一般的には男性のイメージが根強いが、実はアニメやマンガなどを愛好する層のかなりの割合を女性が占めている。オタク文化の象徴的存在となっている日本最大の同人誌即売会「コミックマーケット」が行った調査によれば、2004年の夏に開催された「コミックマーケット66」(総参加者数：51万人)で、同人誌を出品するサークルの代表者の71.2%、同人誌を買いに来た一般参加者の56.9%が女性だったという(コミックマーケット準備会編 2005:290)[*16]。もちろん、この数字がオタク全体の男女比を反映しているとは限らないが、オタクの中で女性の数が相当多いことは間違いない。

メイド喫茶を始めとするコスプレ飲食店は、男性オタクを主要な顧客対象としてきた。だが、コスプレ飲食店が男性オタクに受け入れられ、オタク文化の中に定着し、また、メディアを巻き込んだブームにより店の数が急増して飽和状態になる中で、オタクの約半数を占める女性オタクに目が向けられてくる。大阪に初めてできた女性オタク向けコスプレ飲食店(「café BL」(2006年3月開店))が、「喫茶萌え萌え」という男性向けコスプレ飲食店が閉店された跡に開店されたのは象徴的である。メイド喫茶にはWebサイトなどで女性も入りやすい店をうたうところもあり、営業時間の一部を女性専用のメイド喫茶にした店も登場した[*17]。さらに2006年前後から、女性オタクをターゲットとした、男性キャラクターのコスプレをした従業員を用いた飲食店が開店し始め、現在増加傾向にある。

この女性オタク向けのコスプレ飲食店には、二つの系統がある。一つは、男性が給仕を行う店である。この系列の嚆矢となるのが、2006年3月に池袋に開店した「執事喫茶Swallowtail」である。これは、男性が執事のコスプレをして給仕を行う喫茶店で、オタクを自認するコンサルタント会社勤務のOLによって企画され、女性向け中古同人誌の販売に力を入れているケイ・ブックスが運営している。「お屋敷」というコンセプトの元、メイドと同じく「お屋敷」の使用人である「執事」がサービスするこの店は、まさにメイド喫茶を女性向けに作り直した形式だと言えるだろう。この執事という設定は、後に続く女性を対象に男性がサービスを行うコスプレ飲食店の多くで採用されている[*18]。そこで、以下では、男性給仕による女性オタク向けの飲食店の総称として「執事喫茶」を用いたい[*19]。

そして、もう一つの系統が、男装した女性が給仕を行うコスプレ飲食店である。乙女喫茶やギャルソンカフェなどと呼ばれることもあるが、本稿では、「男装喫茶」を総称とし

て用いる。男装喫茶の一号店は、2005年12月に東京・池袋に開店した「B:Lily-Rose」である[*20]。またその少し前に、同じく池袋にあるメイド喫茶「ワンダーパーラーカフェ」が、ウェイトレスが男装して給仕するイベントを行っている[*21]。その後、2006年10月までに池袋、吉祥寺、日本橋、札幌、岐阜、名古屋に店ができており、一年足らずの間に急激に増加してきている。なお、男装喫茶登場以前にも、男性の格好をした女性が客の相手をする「オナベバー」と呼ばれる店が存在していたが、男装喫茶は、オタクである女性を顧客対象に、男装をコスプレとして行う、つまり男性ではなく「男性のキャラクター」を装っているのが、「オナベバー」と異なる点である。

現在、女性オタクのボリュームゾーンを形成するのは、「やおい」や「ボーイズラブ」と呼ばれるジャンルの愛好者である[*22]。これは、女性を対象に男同士の恋愛を描くもので、マンガ・小説・ゲーム等がある（以下、本稿では、このジャンルの総称としては「やおい」を用いる）。商業出版されるオリジナル作品のみならず、アニメ等に登場する男性キャラクター2人の間に恋愛関係を設定した物語を描く「パロディ」、「二次創作」と呼ばれる形の作品も盛んに作られている。女性オタクの全てがこの「やおい」愛好者とは限らないが大多数を占めており、先述した「乙女ロード」で扱われる女性オタク向け商品の多くが「やおい」に関するものである。男性給仕による執事喫茶も男装喫茶も、顧客対象としているのは正確にはこの「やおい」愛好者なのである。したがって、女性オタク向けのコスプレ飲食店で従業員が扮しているのは、「やおい」に出てくる男性キャラクターであると言えよう。

アニメ等を「やおい」的に愛好する女性オタクの中には、自分の好きな男性キャラクターのコスプレを行う人がいる。そして、「絡み」と呼ばれる、自分たちがカップル関係を設定している男性キャラクター二人のコスプレをした人同士で抱き合った写真を撮るなどして楽しんでいる。「やおい」の文脈で行われるコスプレでは男性キャラクターに扮するのは男装した女性であるため、「やおい」の中の男性キャラクターを表現する手段として、男装喫茶でも女性の男装が採用されたのだと考えられる。男装喫茶は、メイド喫茶と「やおい」文化の結節点にあるものだと言えよう。

この男装喫茶は、男性給仕による執事喫茶以上に、男性向けコスプレ飲食店とは異なる性質を有している。そこで、以下では女性向けコスプレ飲食店の中でも、男装喫茶に注目して考察を行っていきたい。

5. 男装喫茶の持つ性格

3節において、コスプレ飲食店の持つ、客に抱かれているファンタジーの喚起と、オタク仲間だけの空間という、二つの特質を指摘した。ここでは、女性オタク向けのコスプレ飲食店である男装喫茶において、その二点がどうなっているのかを見てみたい。その前に、実際の男装喫茶がどのような場所であるか、簡単に紹介しておこう[*23]。筆者が観察した二つの店の場合、いずれも店内にはカウンター席とテーブル席が用意され、席数は合計20～30席ほどである。男装した女性スタッフ（以下、ギャルソン[*24]）が3～4名おり、その他の従業員の姿は見られなかった。客は10代後半～20代の若い女性がほとんどだったが、「Velvet Roses」のギャルソンの話によると、中学生から50代ぐらいまでの幅広い年代の女性が訪れ、中には親子で来店する客もいるという[*25]。メニューはソフトドリンク、カクテル、デザート、軽食などが用意されており、コーヒー1杯が4～500円程度である。筆者が見た限りでは大体3～4組の客がおり、満席に近いようなときもあった。以下では、メイド喫茶との比較も交えながら、この男装喫茶の特徴を分析していきたい。

5.1.「やおい」ファンタジーの喚起

メイド喫茶においてメイド姿のウェイトレスは、客のオタク男性にとって異性愛的な対幻想の相手になっていると考えられる。そのような側面は、男装喫茶におけるギャルソンにも存在している。「café BL」では、ギャルソンが入店した女性客の手を取って席に案内する接客を行っていた[*26]。また、「Velvet Roses」では好きなギャルソンの写真が撮れるポラロイド撮影サービスを行っているが、ギャルソンと二人で写真を撮ることを希望する客が列をなすこともあるという。ギャルソンは、女性客にとっての異性愛的な対幻想の相手に見立てられていると言えよう。

その一方で、男装喫茶は男同士の恋愛にファンタジーを抱く「やおい」愛好者を対象に作られている。そのため、ギャルソンは客の持つ「やおい」ファンタジーを具現化する存在ともなる。「café BL」では、2006年9月にギャルソン二人が恋愛関係を演じた「絡み」の写真のラミネートカードが発売されており、その中にはベッドの上でギャルソンが抱き合うなどかなり性的な含意の強い写真もある。このカードに使われている写真のモデル

をしたギャルソンは、客に対してアンケート調査を行った中で人気の高かった組み合わせが採用されている。また、「Velvet Roses」のポラロイド撮影サービスでは、ギャルソン二人を指名して好みのポーズをさせる「絡み」の写真を撮ることが可能だという。ギャルソンが女性客の異性愛的な相手と見なされる場合、客もそのファンタジーの世界の一員となる。だが、ギャルソン同士の間で「やおい」的なファンタジーが演じられるとき、女性客はギャルソン達に託したファンタジーを外側から見るという位置に立つ。あるいは、そのような立場に立てるというファンタジーを体験することになる[*27]。

このように男装喫茶のギャルソンは、女性客の対の相手という異性愛的なファンタジーと、ギャルソン同士の間で設定される同性愛的なファンタジーの、二重のファンタジーを担う存在である。この点については、「やおい」愛好者向けに男性が給仕を行う執事喫茶のウェイターにも同じことが想定できるだろう。ただ、男装喫茶ではしばしば「やおい」ファンタジーに基づいた店であることが前面に打ち出されているのに対し[*28]、執事喫茶では店で働く男性従業員への配慮からなのか、「やおい」文化とのつながりが明瞭な形で示されてはいない。また、メイド喫茶のウェイトレスが、オタク文化の一ジャンルとして定着している女性同士の思慕を描く「百合」的なファンタジーの対象となる可能性はあるが、メイドに対して抱かれる「萌え」ファンタジーとして主流のものではないだろう。同性愛的なファンタジーの担い手としての性格は、男装喫茶のギャルソンが最も色濃く持っていると考えられる。

男装喫茶は、このような客の「萌え」ファンタジー、特に「やおい」的なファンタジーを喚起する上で、メイド喫茶にはないいくつかの困難な点があると考えられる。まず、男装自体の難しさがある。男装喫茶のギャルソンの中には男性と見まがうような人もおり、そのようなギャルソンは人気が高いようだが、髪が長く普通の女の子にしか見えない人も多い。それは、男装喫茶でよく採用されているギャルソンスタイルの制服は女性が身につけても違和感がないものなので、男であることを表しにくいためであろう。また、接客業である以上、客には丁寧語で接する必要があり、言葉遣いで男らしさを出しにくい。ギャルソン達は一人称こそ「俺」、「僕」を使っているが、声の高さなども含めて、それ以外は特に男らしい話し方だとは感じなかった。

また、先に、コスプレ飲食店は客のファンタジーを呼び起こすのが重要な機能であることを述べた。男装喫茶の場合、メイド喫茶以上に客の多種多様なファンタジーに応じなければならない側面がある。メイドに対するファンタジーは、男性オタクの中で広く抱かれ

ているものであるため、メイド喫茶は「メイド萌え」という一つのファンタジーを満たすようにすれば、経営を成り立たせることができる。そして、メイド喫茶のウェイトレスは、メイドの格好をしただけで「メイド」という「萌え」の対象として確立されたキャラクターになることができる。それは、メイドの服装自体がフェティッシュな「萌え」の対象になっていると共に、先述したように、オタク文化の中でメイドには「主人に仕える」という行為から連想される一定のイメージが形成されており、そのファンタジーを共有している人であれば、メイドの格好はある種の人格を想起させることになるからだ。メイド喫茶が客のファンタジーを喚起するには、最低限メイドの服装を身につけたウェイトレスがいればいいことになる。

一方、「やおい」の中からは、メイドのような、大勢のオタクに愛好され、格好が飲食店の制服にも向いていて、なおかつ日常生活の中で見られないような「萌え」の対象が見出されていない。男装喫茶のようにカフェでギャルソンとして働く男性や、執事喫茶でコスプレされる執事が登場する「やおい」作品はあるが、全体の中で数はさほど多くなく、「やおい」愛好者の中で「ギャルソン萌え」、「執事萌え」というファンタジーを持つ人の比率はそれほど高くないと考えられる。そのため、男装喫茶も執事喫茶も、顧客対象として幅広い「やおい」ファンタジーを持つ人を狙わざるをえない。したがって、客のファンタジーに応じるためにギャルソンが扮するべき男性キャラクターとは、ただの「ギャルソン」ではなく、一般的に「やおい」によく出てきそうな人物ということになる。

「やおい」の登場人物として好まれる男性像にはある程度パターンがあり、例えば、男装喫茶「80+1」のWebサイトにある各ギャルソンの紹介文の中で用いられている「美少年系」、「かわいい系」、「犬キャラ」といった類型がその一つである。男装喫茶のギャルソン達が「やおい」の男性キャラクター類型のどれになるかは、外見や言動から客が判断することになる。そして、ギャルソンが何らかのタイプにあてはまれば、その類型に対して客が抱く「萌え」ファンタジーを引き起こすことになるだろう。例えば、「優等生キャラ」に対する「萌え」を持つ客が、彼女が思う「優等生っぽい」雰囲気のあるギャルソンを見れば、自分の抱く「優等生にはこんな男性が似合うはず」といったファンタジーを想像するなどして楽しむことができる。だが、客がギャルソンをいずれの類型にも当てはめられない場合、先述した男装自体の難しさともあいまって、ギャルソンがただの男っぽい制服を着た女の子にしか見えないかもしれない。男装喫茶のギャルソンが客のファンタジーを呼び起こすためには、「やおい」の典型的な登場人物のパターンにあてはまるような形で自

分のキャラクターを確立し、外見や言動を通してそれを表示する必要があるのである。

もちろん、メイド喫茶の客も、ウェイトレスを「ドジっ子キャラ」など男性オタク文化のキャラクター類型に当てはめて楽しむことがあるだろう。だが、男装喫茶の制服は、ギャルソンスタイルであれオリジナルの衣装であれ、メイドの服装ほどフェティッシュな愛好の対象として確立しておらず、また、「やおい」文化の中でその格好と結びついたキャラクターが特に形成されていない。ギャルソンは、制服を着ただけでは「萌え」の対象となるようなキャラクターになれないのである。そのため、男装喫茶では、ギャルソン個々人に「キャラ」の存在が必須なのである[*29]。だが、キャラクターの確立は誰にでも簡単にできることではないだろう。また、「やおい」ファンタジーにおいて「萌え」の対象となるキャラクターの種類は多数あるため、客が店にいる数人のギャルソンの中から自分の好みに合うタイプを見つけられないかもしれない。メイド喫茶の場合、その店に「メイド」というキャラクターがいることははっきりしている。だが、男装喫茶の場合、どのようなキャラクターのギャルソンがいるかは店に行かないとわからない分、「やおい」愛好者の来店を促す訴求力は弱くなるのではないだろうか[*30]。

しかしながら、男装喫茶に女性オタクの好むようなキャラクターを持った多様なギャルソンを揃えたとしても、客である「やおい」愛好者の「萌え」ファンタジーを呼び起こせるとは限らない。「やおい」愛好者は、個々のキャラクターが持つ属性以外のものにも「萌え」を感じるからだ。愛好者の一人として「やおい」を考察した野火ノビタは、「やおい」好きの「女性は『キャラ萌え』より『位相萌え』」(野火 2003:285)、つまり、個別の男性キャラクターが持つ性質を愛好する以上に、男性キャラクター同士の関係性のあり方に愛着を感じる傾向があることを指摘している。この男性キャラクターの間の関係性とは、男装喫茶の場合、ギャルソン同士の関係ということになる。だが、飲食店における客に対するサービスの中で、従業員同士の関係性を演出するのは容易なことではないだろう。メイド喫茶の場合、メイドに対する「萌え」の核にあるのは、「ご主人様に奉仕するメイド」というファンタジーである。そのようなイメージは、ウェイトレスが客のコーヒーに砂糖を入れてかき混ぜたり[*31]、ひざまずいて注文を取るなど、飲食店のサービスの一環として示すことができる。だが、飲食店という場で、「やおい」ファンタジーの核にある男同士の恋愛を見せるのは難しい。実際の男装喫茶のギャルソンを見ても、給仕などの中で何らかの特殊なふるまいは見られず、客の「やおい」ファンタジーに向けた演出は特に行われていなかった。男装喫茶はメイド喫茶に比べて、客が抱いているであろうファンタジーを喚

起するようなサービスが行いにくい面がある。男装喫茶においては、客として来る女性オタクそれぞれが抱く「萌え」ファンタジーを満たす点で限界があると考えられるのである。

5.2. 女性オタクだけの空間

このように、男装喫茶はコスプレ飲食店として、客の抱くファンタジーを呼び起こす上での困難も抱えている。だが、熱心に通うリピーターもいるようで、ギャルソンと顔見知りになっているらしい客を店でよく見かける。「Velvet Roses」は本格オープンに先立ち2週間だけ営業を行っていたが[*32]、その期間中に既に常連客がいたという。そこで、男装喫茶が女性客にとって持つ魅力を探るため、先に指摘したコスプレ飲食店の特質のうち、オタク仲間が集まる場所という側面について見てみたい。

先述したように、コスプレ飲食店で働く人はコスプレイヤーが多く、それは男装喫茶でも変わらない。男装喫茶のギャルソンは、多くの場合「やおい」が好きな男装コスプレイヤーであることは、オタクである客にとって容易に想像がつくことであろう[*33]。ギャルソンは客にとって「萌え」の対象であると共に、「やおい」好きという仲間でもある。メイド喫茶のウェイトレスも、オタクという意味では客である男性オタクと共通点があり、男性客と同じようにメイド姿をかわいいと思うからこそメイド喫茶のウェイトレスになった部分があるだろう。だが、彼女達の多くがメイドの登場する「ギャルゲ」などを男性客と同じように楽しんでいるとは考えにくい。その点、男装喫茶は、概して客とコスプレした従業員の趣味嗜好が近く、仲間である度合いが高いのである。

メイド喫茶と同様、男装喫茶でもギャルソンが客に話しかける接客がよく行われる。「Velvet Roses」では店の広さのわりにギャルソンの数が多く、頻繁に客に話しかけて客の趣味を聞いており、ギャルソンとオタク的な会話ができることをサービスの一つとして積極的に提供しようという店の姿勢がうかがえる。他の店でもギャルソンは客の「萌え」の対象を尋ねたり、それにあわせて自分の「萌え」を語ったりもし、客と趣味があえばそれだけ話も弾むようだ。男装喫茶のギャルソンは、男性の格好をして「俺」や「僕」と自称し男性的な源氏名を持っているが、男として存在しているというよりも、男装のコスプレをした「やおい」好きの一オタクとして客に接している印象を受けた。ギャルソンは、女性客の「萌え」に応えるようなかっこよさが目指される一方で、客である女性オタクの仲間としてもふるまっている。男装喫茶のギャルソンは、メイド喫茶のメイド以上に、客の

仲間であることが求められていると考えられる。先に、「やおい」愛好者の女性は、個々のキャラクターの魅力以上に、キャラクターの間で結ばれる関係性に引きつけられる傾向があることを述べた。このような「やおい」愛好者の関係性志向は、男装喫茶のギャルソンに自分達の仲間であることを求める傾向にも表れていると言えるのではないだろうか[*34]。

さらに、男装喫茶では、男性の入店が規制されている場合が多い。筆者が行った男装喫茶はいずれも営業時間内は全て男性の入店が禁止されていたが（したがって、本稿における男装喫茶に関する考察は、あくまで男性のいない男装喫茶の観察を元にしたものである）、一部の時間帯を女性専用にしている店もある。このような規制は、メイド喫茶を始めとする他のコスプレ飲食店ではほとんど見られない特徴である。管見の限りでは男性オタク向けのコスプレ飲食店で男性専用になっているところはなく、割引等のサービスなどで女性客を積極的に誘致しようとしている店もある。また、女性オタク向けの喫茶店でも、男性が給仕する店ではいずれも男性の入店が禁止されていない。ここから男装喫茶で男性の入店を禁止するのは、利用者を女性に限定するためではなく、従業員も含めて男性のいない空間を作り出すためだと考えられる。顧客対象を制限することは商機を狭めることにもなりかねないが、それでも「男子禁制」にすることが選ばれ、店の売りになっている[*35]。男性客がいない男装喫茶では、仲間だけの空間というコスプレ飲食店の持つ特質が、メイド喫茶以上に強められているのである。

では、男装喫茶においては、なぜ男性の入店が規制されるのだろうか。18時までを女性専用にしている池袋の男装喫茶「80+1」のWebサイトでは、「CAFEタイムは完全男子禁制ですので、存分にオタクトークからガールズトークまでお楽しみ下さい。乙女ロードでゲットした同人誌などの戦利品を広げながら…」と書かれている。つまり、男性の入店の規制は、女性客が自分のオタク趣味に関わる話や、女性ならではの話を思うまま楽しめるようにするための配慮なのである。土日の夜以外は男性の入店を禁じている男装喫茶「Con Affetto」でも、Webサイトに「漫画・アニメ好きの女の子が気軽にくつろげる」ような「隠れ家」を目指していると書かれており、女性客がオタク趣味の話をしやすくするために女性専用にするというのは、男装喫茶にある程度共通して持たれている発想ではないかと考えられる。

同じアニメやマンガを愛好するオタクといっても、男性オタクのロリコン的な趣味、女性オタクの「やおい」の愛好は、しばしば異性のオタクから反感を持たれたり侮蔑された

りもする。オタク同士であってもあらゆるオタク的な話が許容されるわけではないのは男女ともに共通する事情だが、その一方で、メイド喫茶は女性客を許容し、男装喫茶は男性客を規制する非対称性が存在する。その理由の一つとして、社会の中で男性が「見る側」、女性が「見られる側」として位置づけられていることが考えられる。上野千鶴子によれば、「近代に『視線の優位』が確立して以来、『見る主体』はつねに男」、「『見られる客体』は女」であった（上野 1998:56）。女性は社会的に、常に男性の視線を意識することを要請されている。そのため、オタク的な趣味の話をする上で、女性の方が異性の存在を気にしやすいと考えられる。さらに、「やおい」の話題はセクシュアリティと大きく関係するものである。「やおい」では作品によっては激しい性描写がなされることもあり、女性向けのポルノとして機能している一面もある。現代でもなお、女性が性に関わる話をしてはならないというタブーが生き残っているがゆえに、女性客が存分にオタク的な話を楽しむためには男性の排除が求められるのだと考えられよう。

そして、このような女性の位置は、店員に対する客という関係になっても変わるものではなく、あらゆる男女間の関係において貫徹されるものである。だからこそ、同じ女性オタク向けの喫茶店であっても、既に従業員として男性がいる店では男性客を規制せず、従業員も女性である男装喫茶でのみ女性専用というルールが敷かれるのではないだろうか。男性のいない男装喫茶は、女性が男性の目を気にすることなく、性に関することであっても自分の好きな話を自由に楽しめる場として機能するのである。実際、男装喫茶ではグループ客が大きな声で「やおい」の話をしている様子がしばしば見られるが、このにぎやかさは男性がいないという面から生み出されている部分も大きいと考えられる。

筆者がメイド喫茶で「やおい」が好きだというウェイトレスの女性と「やおい」の話をしていたとき、他のウェイトレスが近寄ってきて、彼女に「〇〇ちゃん、今、ご主人様（＝男性客）が誰もいないから、もっと大きな声で話していいよ」と言ってきたことがあった[*36]。男装喫茶は大声で「やおい」の話をすることのできる、この「ご主人様」のいない空間を作り出しているのである。男性が「ご主人様」として存在しているのは、メイド喫茶の中だけに限られないのではないだろうか。男性中心的な社会の中での男性は、ある意味女性にとっての「ご主人様」として位置づけられていると言えよう。そして、女性もまた、社会の中で「メイド」たることを求められていると考えられる。江原由美子（2001）は、性支配の存在する社会において社会的実践の規則となる「ジェンダー秩序」として、「性別分業」と「異性愛」の二つをあげる。そして、「性別分業」を、「『女』という性別カテ

ゴリー」と「『家事・育児』あるいは『人の世話をする労働』を結び付ける強固なパターン」として（江原 2001:126）、「異性愛」を、「性的欲望の主体」を「男」に、「性的欲望の対象」を「女」に「強固に結びつけるパターン」として捉えた（江原 2001:142）。コスプレイベントにおける見る側と見られる側の関係を商業化したメイド喫茶で甲斐甲斐しく「ご主人様」へのサービスを行う「メイド」は、男性中心主義的な社会の中で求められる女性像のパロディであると見なすこともできる。それが男性のいない男装喫茶では、女性は一方的に「見られる」立場から、「メイド」の立場から解放され、その上「お嬢様」の立場に立てる。男装喫茶は、女性客にとって、「ご主人様」のいない場所という意味を持ちうるものなのである。

男装喫茶では、男性の格好をしたギャルソンが店内を歩き回り、アニメやマンガの男性キャラクターに関する話題がそこかしこで交わされる。だが、そこに男性自体は一人もいない。男性キャラクターという男への関心は、男装喫茶の女性客やギャルソンとなることを希望する女性に共有され、彼女達をそこに集わせることになる。だが、その男は、彼女達のファンタジーの中にしか存在しないものである。男装喫茶には、男を愛好しつつ拒絶するような、男に対するアンビバレントな態度が存在する。それは、「やおい」を読む女性達が男性に抱く複雑な感情を示唆しているのかもしれない。女性オタクは、いまだに男性との恋愛ができない代償としてアニメやマンガの登場人物に熱を上げるのだと語られることも多い[*37]。だが、男装喫茶に集う女性オタクにとって、彼女達が愛する男性キャラクターは、「ご主人様」たる男性と置き換えることが可能なのだろうか。男装喫茶は、女性にとって男とはどのような存在なのかを考える上でも、興味深い場所となっているのである。

6. おわりに

メイド喫茶が登場して数年経った現在、ようやく女性オタクにも彼女達の嗜好に合わせた形でコスプレ飲食店の楽しみが提供されるようになった。だが、男装喫茶や他の女性オタク向けコスプレ飲食店はまだ登場したばかりであり、今後どうなっていくかは分からない。メイド喫茶を始めとするコスプレ飲食店は、現在も次々と新しい店が作られる一方で、閉店していくところも多い。けれども、コスプレ飲食店が提供できる、自分の持って

いるファンタジーを体験できたり、オタク向けイベントが常態化したような仲間の集う場所としての楽しさは、これからも男女を問わずオタクの間で求め続けられることだろう。今後、コスプレ飲食店は淘汰されることはあっても、ポピュラーカルチャーの消費の一形態としてオタク文化の中で存続していくのではないだろうか。

男性向けコスプレ飲食店の代表格であるメイド喫茶では、「ご主人様」と「メイド」という、男性中心主義的な社会における規範的な男女関係を誇張したようなファンタジーが日々呼び起こされ続けている。その一方で、女性向けコスプレ飲食店である男装喫茶では、「ご主人様」たる男性を締め出すことで女性客が一時の間「メイド」としての立場から逃れられる空間が志向されている。こうしたコスプレ飲食店をめぐる状況そのものが、現代社会における男女の意識の違いがパロディ化されたものに思えてならない。コスプレ飲食店でコスプレされているのは一体何であるかを考えることは、現代社会におけるジェンダーに対する観念を知る上で興味深い作業となるのではないだろうか。

［あずまそのこ・大阪大学大学院人間科学研究科博士後期課程］

［文献］

上野千鶴子、1998、『発情装置　エロスのシナリオ』筑摩書房
江原由美子、2001、『ジェンダー秩序』勁草書房
コミックマーケット準備会編、2005、『コミックマーケット30'sファイル』青林工藝舎
高橋すみれ、2005、「「やおい化」する視線、その戦略にむけて　――『DEATH NOTE』同人マンガを例に――」『女性学年報』日本女性学研究会女性学年報編集委員会（26）:20-40
鶴岡法斎、1998、「コスプレイメクラ、おたく風俗」岡田斗司夫編『国際オタク大学　1998年　最前線からの研究報告』光文社、57-72
野火ノビタ、2003、『大人は判ってくれない　――野火ノビタ批評集成』日本評論社
野村総合研究所オタク市場予測チーム、2005、『オタク市場の研究』東洋経済新報社
堀田純司、2005、『萌え萌えジャパン』講談社
森川嘉一郎、2003、『趣都の誕生　萌える都市アキハバラ』幻冬舎

［Webサイト］　※アクセス日はいずれも2006年10月3日

「キャンティ」(http://canty.koiwazurai.com/)

「執事喫茶 Swallowtail」(http://butlers-cafe.jp/)
「執事サロン・セバスチャン」(http://www.sebastiane.info/)
「メイドから社長になった女」(http://plaza.rakuten.co.jp/80plus1/)
「ワンダーパーラーカフェ」(http://wonder-parlour.com/)
「B:Lily-Rose」(http://www.b-lilyrose.com/)
「Blue Rose」(http://www.blue-rose.tv/)
「BUTLERS CAFE」(http://www.butlerscafe.com/)
「café BL」(http://cafe-bl.com/)
「Con Affetto」(http://fairy-wing.net/conaffetto/)
「COUGAR」(http://www.otomecafe.com/)
「CLUB ZEUS」(http://www.club-zeus.com/top.htm)
「Prince」(http://cross-kichijoji.jp/prince/)
「Velvet Roses」(http://velvetroses.biz/top.html)
「Vesper」(http://www.princessprin.com/vesper/)
「80+1」(http://80plus1.net/top.html)

[注]

1――― 本稿における「オタク」とは、野村総合研究所オタク市場予測チーム(2005)の分類を用いれば、主に「コミックオタク」、「アニメオタク」、「ゲームオタク」にあたる。これらのオタクは別個のものとして存在しているのではなく、アニメの好きな人はゲームも好むことが多いといったような、森川嘉一郎(2003)が「オタク趣味の構造」と呼ぶ連関的な関係がある。ジェンダーによってこの連関のパターンなどに異なる傾向が見られる。本稿でいう「オタク文化」とは、このオタク達に愛好されたり、生み出されている文化を指す。

2――― コスプレとは、「コスチュームプレイ」の略で、アニメ等に登場するキャラクターやミュージシャンなどの格好を真似て、その人物になりきる行為を指す。このようなコスプレは1970年代から見られ、オタク文化の一つとして定着している。

3――― 例えば、1998年の「東京キャラクターショー」において、「Piaキャロットへようこそ!!」というゲームに登場するウェイトレスの格好を制服にした喫茶コーナーが設けられている。

4――― 日本最大のオタク向けイベントである「コミックマーケット」においては、1999年の冬頃からメイドのコスプレをする人が増えたという(コミックマーケット準備会編 2005:238)。

5――― 本稿でいう同人誌とは、詩などを載せた文芸同人誌ではなく、アニメやマンガ等をパロディ化したマンガや小説を元に作られることの多い、オタク文化における同人誌である。

6――― この名称の初出は、女性向けマンガ情報誌『ぱふ』(雑草社)2004年5月号という。

7――― 森川は、日本橋では「秋葉原ではもうすっかりなくなってしまった中小規模の家電店がいまだ多く、かつ活況を呈している」(森川 2003:257)と述べているが、その後大規模な家電店が次々倒産するなど、日本橋の電器店は全体的に苦戦を強いられていると言えよう。

8――なお、以下のメイド喫茶に関する記述は、2005～6年に観察を行った近畿圏のメイド喫茶7店（「CCOちゃ」、「e-maid」、「神戸KANON」、「Mel Cafe」、「CANDY PANIC いちご味店」、「萌えしゃんどん」、「メイド・パークス」）の事例に主に基づく。

9――例えば、「CANDY PANIC いちご味店」では、店の入口におそらく家庭用と思われるのれんがかけられていた（2005年9月11日観察）。

10――「CCOちゃ」（2005年3月17日観察）など。

11――「萌えしゃんどん」（2006年6月18日観察）など。

12――「メイド・パークス」では、オムライス以外のメニューでも字やイラストを描くサービスがあり、メイド喫茶の売り物となっていることがうかがえる（2006年7月30日観察）。

13――このサービスは「CCOちゃ」が発祥のようだが、「萌えしゃんどん」（2006年6月18日観察）などでも取り入れられていた。

14――なお、この「萌え」という言葉は女性オタクの間でも使われるが、後述するようにキャラクター間の関係性に重点が置かれるなど、男性オタクの間での使われ方とは多少異なる部分もある。だが、「萌え」という言葉が説明されるとき、女性もこの言葉を用いるという事実が捨象されたり、女性オタクの間での用法が考慮に入れられていないことが多い。例えば、森川（2003）、堀田（2005）にもその傾向が見られる。

15――「CCOちゃ」（2005年3月17日）などで観察。

16――ただし、一般参加者については回答数が少ないため実態を反映していない可能性があり、試験的に行った通行者の性別をカウントする調査では、男性の方がやや多かったという（コミックマーケット準備会編2005:290-1）。

17――池袋にある「Vesper」（2006年6月開店）。「プリンセスプリン」というメイド喫茶を週2日、平日の昼間のみ女性専用の店として営業。

18――「執事サロン・セバスチャン」、「BUTLERS CAFE」など。

19――ただ、後の注21で紹介するイベントのように、執事のコスプレをした給仕係は必ずしも男性に担われるわけではない。

20――ただし、2005年中はプレオープン期間となっており、正式なオープンは2006年1月。

21――2005年12月に行われた「執事喫茶 Butler's Lounge 1 ～パーラーメイドは執事喫茶の夢をみるか？～」。これが好評だったようで、以後、月1回定期的に行われるイベントとなる。

22――近年では、「やおい」愛好者の自虐／諧謔的な自称として「腐女子」という言葉が用いられ、たびたび一般のメディアでも紹介されている。

23――以下、本稿における男装喫茶に関する記述は、各店のWebサイト等の資料の他に、2006年に観察を行った日本橋の男装喫茶「café BL」、「Velvet Roses」における事例に基づく。

24――男装喫茶では、男装した女性スタッフが「ギャルソン」と呼ばれることがあり、本稿でもこの呼称を採用する。

25――2006年10月1日採話。以下、「Velvet Roses」における事例は、全て同日に採集したものである。

26――2006年6月18日観察。

27――高橋すみれは、このような「やおい」愛好者の位置を、「男性キャラクター同士を『性的関係』と見なす行為を通して」、「『女』が『性的欲望』を持ち『男』を『性的対象』として見る」立場だと述べている（高橋 2005:34）。

28――例えば、男装喫茶の店名を見ても、「café BL」には「ボーイズラブ」の略称である「BL」の文字が入っており、「80+1」は「やおい」の隠語的な表記である「801」に由来し、「B:Lily-Rose」、「Velvet Roses」には男性同性愛を暗示する薔薇が取り入れられている。

29――筆者が話を聞いた「Velvet Roses」のギャルソンは、「背の低い人でも、身長の低さがその人のキャラに合っていたら男装喫茶で働ける」といった形で、会話の中でギャルソンに関連して「キャラ」という言葉を頻繁に用いていた。

30――「café BL」では毎月ギャルソンがメガネをかける日を設けるなど、男装喫茶ではメイド喫茶同様特定のテーマや作品に基づいたコスプレをするイベントが行われることがある。このようなイベントの場合は、特定の「萌え」を持った客にアピールすることができる。

31――飲み物をかき混ぜるサービスは多くのメイド喫茶で取り入れられているが、「萌えしゃんどん」では、普通のコーヒーとは別にこのサービスを行う「萌えコーヒー」というメニューが100円高い値段で用意されており、需要が高いことがうかがえる（2006年6月18日観察）。

32――2006年7月23日～8月6日の期間。

33――「café BL」に、素人が企画する男装コスプレイベントのチラシが置かれていたことがあった（2006年6月18日観察）。

34――なぜ「やおい」愛好者の中で、男同士の間で築かれる関係性に惹かれることと、男装喫茶でギャルソンに自分の仲間であることを求める気持ちが並存するのかについては、稿を改めて考察したい。

35――「café BL」では、店の入っているビルの前に置かれた看板に、大きな文字で「girls only」、「男子禁制」、「女装の方も入れません」といったことが書かれている（2006年6月18日などに観察）。これは、入店しようとする男性に注意を促すためでもあるだろうが、「男子禁制」であることのアピールにもなっていると言えよう。

36――2006年6月18日、「萌えしゃんどん」にて採話。

37――蛇足ながら念のために言い添えておくと、女性オタクの中には恋人がいたり結婚している人も多く、また、「やおい」の愛好者の中には異性愛以外の性的指向を持つ人もいる。

「ゴシック・ロリィタ」コミュニティにおけるセルフ・アイデンティティ

水野　麗

本論は、「ゴシック・ロリィタ」の服をまとう少女たちが、どのようにファッションを通じて自己表現をおこなっているか、またどのようにコミュニティ形成を行っているか、さらにそのときのアイデンティティのありようはどのようなものかを考察する。

2006年現在、「ゴスロリ」は一つのファッション、サブカルチャー用語として定着している。「ゴスロリ」は「ゴシック・ロリィタ」の略称である。「ゴシック・ロリィタ」とは、退廃的で主に黒色を用いる「ゴシック・ファッション」と、少女趣味的で主に淡色を用いることの多い「ロリィタ（ロリータ）・ファッション」の融合した服飾である。また、「ゴシック・ファッション」や「ロリィタ・ファッション」をはじめとし、その他近接する若者ファッションの融合形の総称のように使われることもある。その形態については後に詳述するとして、ごく単純化して紹介すると、「ゴスロリ」は黒か、黒と白の組み合わせの色使いが主で、19世紀末のヨーロッパの子供服をほうふつとさせるデザインを持ち、レースやフリルが多用された装飾過剰な服を愛好する人、及びその服を指す用語である。こうしたファッションを共通項として、主に十代、二十代の女性を中心にコミュニティが形成されている。

彼女達の間では、デザインの微小な差異が重要視され、価値観を共有する仲間と非−仲間の区別が視覚化されている。また服装や場に応じて名前を変える（自己による再命名）、「娘」「旦那」等の役割を遵守する（擬似家族契約）、行動の規範化（ライフスタイルの規定）が行なわれている。「ヴィジュアル系」の音楽の愛好者、アニメやマンガの「コスプレ」との相関もあり、新しい日本文化として、国外へも影響を与えている。

私の主要な関心は、表象の細分化された分類と、自己規定とのかかわりを考察することであり、最終的な目標としては、身体装飾に基づくコミュニティ形成とセルフ・アイデンティティの実態を明らかにすることを計画している。2003年に、この大阪大学COEプログラム「イメージとしての〈日本〉」において報告を行った時点では調査期間が十分では

なく、基礎的なレポートに留まった。しかし、4年経ち、何らかのまとまった報告ができるようになったかと言えば、そうではない。調査開始当初、一時的な流行で終わるのではないかと予測していたこととは逆に、「ゴスロリ」は、現在でも文化的に影響力を波及し続けるスタイルとなっている。結果的に本論は「最終報告書」という完成形ではありえず、いまなお進行中の文化現象の経過報告となる。

第1章においては、4年前に報告した「ゴシック・ロリィタ」に関する言説と、現在の言説を比較検討し、どのような変化が起こったのかを記す。第2章では、4年前に報告したフィールドワークの内容を踏まえ、2003年以降に得た同様の質問事項から得た回答を付け加える。第3章では調査結果を踏まえた疑問点についてのファローアップに、2006年現在の解釈を加筆する。

1 概説

1.1「ゴスロリ」の定着

冒頭で述べたように「ゴシック・ロリィタ」は、「ゴシック・ファッション」と「ロリィタ・ファッション」を融合した、日本独自のファッションである。2003年調査時点でも既に表記方法がいくつかあり、英語で「Gothic Lolita」「Gothic&Lolita」、カタカナ表記で「ゴシックロリィタ（ロリータ）」「ゴシック・ロリィタ（ロリータ）」「ゴシック＆ロリィタ」、略称で「ゴスロリ」「ゴス・ロリ」「ゴス＆ロリ」などがあった。2006年現在では、「ゴズロリ」という用語が定着したため、「ゴシック」的なものと「ロリィタ」的なものの融合であるという痕跡を示していた「＆」や「・」記号が影を潜め、単に「ゴスロリ」と一括されるようになった。

そのため本論でも基本的に略称として「ゴスロリ」を使用する。当初、コミュニティとアイデンティティに関わる意味で〈ゴシック・ロリィタ〉を使用し、「ゴスロリ」と表記の場合は、服飾のジャンルとしての意味で使用したほうが、便宜上好都合と考えた。しかし、この区分はそれほど有効ではないと考えるようになった。後に詳述するが、どのような服装をしているかということと、どのようなコミュニティに属するのかということは、当初予測していたよりも切り離せない問題であったためだ。

さて、「ゴスロリ」は用語としてもファッション・スタイルとしても定着し、サブカルチャーとして確立している。専門雑誌も複数出版されており、またホームページの数も年々増加、専門の検索エンジンや総合ウェブサイトがある。

まず、専門雑誌についてであるが、この分野のさきがけとなった『ゴシック＆ロリータバイブル』は2001年に発刊されてから2006年現在まで22巻を数えるにいたり、『ゴシック＆ロリータバイブル　エクストラ』という別冊が2冊、刊行されている。

2003年12月に確認した、ロリィタを中心にしたサイトの検索エンジン『検索少女』への登録数は724サイト、また『Google』での「ゴスロリ」検索結果は447,600件、「ゴシックロリータ」6,000件、「ゴス＆ロリ」検索結果は2,920件であった。

その後2006年10月に確認した『検索少女』への登録数は1,295件、『Google』での「ゴスロリ」検索結果は2,130,000件、「ゴシックロリータ」605,000件、「ゴス＆ロリ」検索結果は141,000件である。

コンテンツの自然な増加を考慮に入れても、『Google』での「ゴスロリ」の検索結果の驚異的な伸び、そして個人が運営し、限定されたサーチエンジンである『検索少女』への登録サイトが1,000を超えていることに驚かされる。

「ゴスロリ」の定義は、細かい異同はあるものの、ほぼ同様である。そして定義は4年間の間に変化を見せたが、おしなべて似たりよったりのものに落ち着いている。これは、ひとえにインターネット上で情報交換がなされるためだと考えられる。何人かのオピニオン・リーダーがネット上、あるいは雑誌や書籍上で定義を行えば、ネット上でそれをまとめ、引用し付加情報を付け加える発言者が現れる。繰り返される引用と微細な差異で成立したコンテンツは、さらに検索エンジンや「まとめサイト」とよばれる情報を総合的に紹介するホームページによって再度、引用者をうむ。携帯電話の所持率の増加と機能の充実により、パソコンがなくても「ゴスロリ」がどういうものであるかについての情報が平均化して伝播している。

しかし、それはあくまで「ゴスロリ」というものを理解しようとして能動的に調べる者についてだけ当てはまる。執拗に「ゴスロリ」とは何かという定義を繰りかえす様子からは、「ゴスロリ」が誤って流布している、という危機感や違和感が感じられる。違和感が軋轢とでも言えるほどの高まりを見せているのが、アニメやマンガのキャラクターを演じる「コスプレ」との混同に直面したときである。この点はアイデンティティ形成上重要な問題であるので後に詳述する。

では、いくつかの定義を参照し、「ゴスロリ」とそれに隣接するスタイルを概説する。本章を執筆するにあたって参照した書籍・ホームページは、論の末尾に一次資料としてまとめた。本文中で参照元を厳密に提示しないのは、上に述べたように、流通している言説自体が多重の引用でなりたっているため重複が多く、オリジナルなソースを特定しにくいという理由からである。

1.2 「ゴシック」「ゴス」

「ゴシック」の世界観や美意識を説明するためにしばしば取り上げられるのは、文学の一ジャンルである「ゴシック小説」「ゴシック・ロマンス」である。ブラム・ストーカーやメアリー・シェリーの小説を紹介し、現在の「ゴシック」趣味につながる系譜を述べていることが多い。

現在の「ゴシック・カルチャー」につながるものとして紹介されているのは、1980年代に音楽のジャンルである「パンク」から派生して生まれた「ゴシック音楽」である。音楽シーンで最初に「ゴシック」という言葉を用いたのはThe Cultであり、ゴシック・パンクというジャンルが生まれた。他にBauhausやChristian Deathなどが有名である。彼らの音楽はロックの延長線上にあるが、より暗く重く破壊的であり、その歌詞は内省的で精神的である。

また同時期に服飾の分野で、主にロンドンのクラブシーンにおいて「ゴシック・ファッション」が誕生した。このファッションは、黒を基調とし、パンク・ファッション（鋲のついた服、厚底靴、破れた布地）とヴィクトリアン王朝の服飾（レース、フリル、コルセット）が融合したスタイルを持っていた。また舞台メイクのように顔を白く塗ったり、黒のアイラインで眼の周りを強調した。眼の上から下にかけて傷のような模様を描く通称「顔面ひび割れメイク」と呼ばれる化粧もある。前述のバンドがこのようなファッションをしたことで、ファンも同じようなファッションを取り入れ発展した、とされている。

また、音楽のジャンル「メタル」の中に、バンドのイメージとしてホラー、オカルトの要素を取り入れたものがあり、その服飾[*1]が影響力をもったことも挙げられている。さらに、機械的な音色が特徴であり、かつパンクとテクノが融合したようなハードな音楽で人気を集めたMinistry、Nine Inch Nailsといった通称インダストリアル系のバンドの影響も色濃い。現在のゴス・ブームの直接的な発信源はMARILYN MANSONによるところが

大きい。各記事においてMARILYN MANSONへの言及は多く、彼らによってアメリカン・ゴシックが活気付いたとされている。

また、映画からの影響では、ホラー映画との関連がうかがえる。ホラー映画は70年代末から80年代後半に流行したが、80年代末スプラッタ・ホラーが量産されるようになって質が低下し、ブームは終息した。しかしホラー映画の舞台装置や衣装のテイスト、残虐さや破滅的なイメージは、健康美に違和感を抱く若者に大きな影響を与えた。その後90年代初頭にはティム・バートン監督による『シザーハンズ』(1990年)、『ナイトメア・ビフォア・クリスマス』(1993年)、バリー・ソネンフェルド監督『アダムス・ファミリー』(1991年)が製作される。これらの映画は、ホラー映画というジャンルに収まりきらない趣向を備えた映画であり、「ゴシック」趣味を色濃く持つ作品として人気が高い。

幾つかの記事においては、「ゴシック」趣味が流行したり衰退したりする現象に触れている。大まかな捉えられ方としては、ゴスは80年代に流行したものの、80年代の後半から90年代には一旦衰退した。2000年代になって復活し、現在新しい展開を見せているという見解で一致している。

1.3 「ロリィタ」「ロリータ」「ロリヰタ」

「ロリィタ」、「ロリータ」、「ロリヰタ」と呼ばれるものの起源として、必ず紹介されるのはナボコフの小説『ロリータ』(1955-1959年、大久保康雄訳、河出書房新社)である。しかし「ゴスロリ」の文脈では、少女を性愛の対象にする者という意味ではなく、少女趣味的な服を愛好する者や服そのものを指す用語として流通している。日本で西洋趣味的かつ少女趣味的なファッションを意識的にブランドイメージとして立ち上げたのは、1974年に大川ひとみが設立したMILKであり、これがロリィタ・ファッションのルーツとされている。後にJane Marpleを設立した村野めぐみや、Shirley Templeを設立した柳川れいも、MILK勤務であった。BA-TSUグループの『STREET ORGAN』『田園詩』もルーツの一つとされる。金子功がデザイナーである「Pink House」、SUGER MATLIXグループが展開していた「SUGER」も、アメリカ開拓時代の子供服を意識した「カントリー・スタイル」を基本とするフリルの多い装飾的なファッションを販売していた。これらは80年代には少女趣味的な服の代表であったが、現在では「ロリィタ」の中に分類されない[*2]ことも興味深い。少女的な服飾である点においては共通するこれら80年代DCブランドのスタイルと、現在の

「ゴスロリ」「ロリィタ」の服とのあいだには、どこか断絶がある。この点については、デザイン・コンセプトの違いが指摘できる[*3]。他にも、かつてはロリィタ・ファッションの代表格のように目された「Jane Marple」は「ロリィタっていうより、もうちょっとお姉さんっぽい」と評価され、ゴスロリを卒業したものの少女趣味的なテイストの服を好む女性が着る服とという認識がある。また「h・NAOTO」もゴスパンクの代名詞的なブランドであったが、2006年現在では、「ナオトはナオトっていうジャンルだよ」という意見が見られるようになっている。各ブランドが、ブランドとしての個性化を進めると、消費者集団が持つ「ゴスロリ」のイメージと乖離することがあることが分かる。

ところで、「ロリータ」と「ロリィタ」という表記の違いは、主にインターネットでの検索の不都合による。著者も実際に体験したことであるが、「ロリータ」で検索すると、少女を性愛の対象とするアダルトサイトの「ロリータ」が一緒にヒットしてしまい、膨大な検索件数が表示される。これは目的のサイトを探すのに非常に不都合なことであった。「ロリコン」の大人を排除する目的と、自分たちが検索するときに間違って「ロリコン」のサイトに入り不快な思いをしないようにする目的から、「ロリィタ」もしくは旧仮名を使用した「ロリヰタ」を使用する場合がある。

しかしさらに取材を続けるうちに、これは単なる呼称の問題なのではなく、より複雑なアイデンティティの問題でもあることが分かってきた。発音は同じ三つの「ロリィタ」、「ロリヰタ」、「ロリータ」であるが、そこには違いがある。この点についてはさらに紙幅が必要となるので別稿とする。自分自身や、自らが属するグループを「ロリータ」とするか、「ロリィタ」や「ロリヰタ」とするか、あるいは「ゴスロリ」とするかによって、どのような出自で、どのような考え方をする存在なのかが選び取られているのだった。

1.4 バンド文化と「ゴスロリ」

現在の「ゴスロリ」の直接の起源として、バンド・ギャル[*4]文化の中で生まれたという記述がなされている。少女たちはライヴに通うにあたって、共通のファッションに身を包んでいた。

1980年代に流行したニュー・ウェイヴやポジティヴ・パンクの熱心なファンの少女達は、「黒服」と呼ばれる全身を黒い服でコーディネートするファッションに身を包んでおり、バンドのレーベル名から「トランス・ギャル」と呼ばれた。これは1980年代初頭、

「Ys」の山本耀司、「COMME des GARÇONS」の川久保玲がそろって黒中心の服飾を発表したことから、黒のデザイナーズ・スーツが好まれるようになり、全身黒の「カラス族」といわれるスタイルが登場したことと関連が深い。クールさやストイックさ、大人びている雰囲気や、性的なアピールを拒絶するようなイメージが、音楽の好みと一致していた。

他方、当時トランスと人気を二分したレーベルにナゴムがあり、そのファンは「ナゴム・ギャル」と呼ばれた。彼女たちはラバーソールという底の厚い靴に膝丈のソックスを履き、髪型は「おだんご」と呼ばれるまとめ髪にしていた。カラフルな色使いを好み、おもちゃのようなアクセサリーを用いていた。ポップでどこかひねくれているようなイメージ、また子どもの騒がしさや落ち着きのない様子をイメージさせた。

やがてブームは終息するが、その後「ヴィジュアル系」という名前で様々なバンドが台頭しはじめる。「ゴスロリ」を愛好する少女たちが「ヴィジュアル系」のバンドのファンであることは多い[*5]。

「ヴィジュアル系」という言葉は、Xのキャッチ・コピーの「ヴィジュアル・ショック」が由来である。『ビジュアル系データベース -VkDB.jp-』を参照すると1987年メジャーデビューにDEAD END、BUCK-TICK、1989年メジャーデビューにX、SOFT BALLET、Justy-Nasty、AURAがある。90年代に入ると記載バンド数が格段に増えることから、「ヴィジュアル系」というジャンルが定着したと思われる。1992年メジャーデビューにLUNASEA、1994年メジャーデビューに黒夢、GLAY、L'Arc~en~Cielがある。

この後1997年にMALICE MIZERとSHAZNAという2つのバンドがブレイクしたことをきっかけに「ゴスロリ」ファッションも浸透した。現在の「ゴスロリ」の流行の直接の原因はMALICE MIZERに由来すると言える。MALICE MIZERのギタリストのManaは衣装やライヴパフォーマンスに「ゴシック」趣味を反映させていた。「ゴスロリ」が定着したのも、Manaによるところが大きい。Manaは自らのファッション・コンセプトを「エレガント・ゴシック・ロリータ」と呼び、これが現在の「ゴスロリ」という名称の直接の起源となっている。

これらのバンドが人気を集めた結果、メンバーのコスチュームに合わせ[*6]、ファンの装いも黒い装飾的な服が定番となり、パンクやロリィタの要素も取り入れられ、「ゴスロリ」の基盤となった。他方SHAZNAは、ヴォーカルのIZAMが、イギリスのバンドCulture ClubのヴォーカルBoy Georgeへの憧れから、カラフルで女性的な衣装を着ていたことで話題になった。彼の服装に憧れて、同様の服装をする少女が増えた。SHAZNAは「ゴスロリ」

ではないものの、ヴィジュアル系バンドとロリィタを結びつける重要で決定的なきっかけになった、とされている。

1.5 服飾

また、特に記述はないものの、若者向けのアヴァンギャルドなテイストの服作りをするいくつかのブランドが人気を集めたことも見逃せない。パンクテイストのSUPER LOVERS、和風テイストの卓也エンジェル、サイバー系のFOTUSなどが挙げられる。「ゴスロリ」の集会に集う少女たちのファッションにも、パンク－和風－サイバーそれぞれのテイストをミックスした着こなしが見られることから「ゴスロリ」と関連性が伺える。またタレントの篠原ともえが、カラフルでキッチュ、かつ装飾過剰なファッションで「シノラー」と呼ばれる追随者を生んだことや、同様の路線の洋服を販売していたブランド「電子果実☆いちごちゃん」が「いちごちゃん」とよばれる追随者を生んだことも見逃せない。現在、同様のテイストの服を愛好する人は「デコラちゃん」(デコラティブの短縮形) と呼ばれている。

篠原ともえが手作りでアクセサリーなどを作っていたことは、今日「ゴスロリ」や「デコラ」のファッションの愛好者が、服を手作りすることに価値を見出していることの下地になっていると思われる。また、既製服の定着に反して、単に個人が服を作っているということだけでなく、「インディーズ・ブランド」を設立することに価値を見出す傾向が起きたのも彼女たちの流れを汲んでいると思われる。

1.6 出版物

またマンガからの影響も挙げられている。特に楠本まき、三原ミツカズ、矢沢あい、のマンガの人気は高い。個人サイトの自己紹介欄でも、しばしば「好きなマンガ家」に挙げられている。1988年から連載が始まった楠本まきの『KissXXXX』[*7]については、登場人物たちのライフスタイルへの憧れが語られている。三原ミツカズの一連の作品の登場人物はゴスロリのテイストにあふれたファッションを身にまとっている。特に『DOLL』[*8]が人気を博している。矢沢あいの『ご近所物語』[*9]『Paradise Kiss』[*10]は洋服を自分たちで作り「インディーズ・ブランド」を設立する物語であり、おしゃれを楽しみたい、おしゃれ

することを職業にしたいという10代の少女たちの憧れを集めている。また、主人公の一人がパンク・ファッションをしている「NANA」[*11]はアニメ化、映画化され、絶大な人気を誇っている。

さらに、小説家嶽本野ばらのブレイクも「ゴスロリ」が定着することに大きな影響を与えている。フリーペーパーに寄稿したエッセイをまとめた『それいぬ——正しい乙女になるために』[*12]で注目を集め、現在では彼の信奉者に「ノバラー」という呼称がつくまでになっている。2002年に刊行された『下妻物語』は、2004年に映画化[*13]され、「ロリィタ・ファッション」を一躍知らしめることになった。

1.7 総括

まとめると、現在「ゴスロリ」と呼ばれている服については、すでに80年代に同様のファッションがあったことがわかる。ただ、この時代には服飾の趣味それ自体についての「名前」がなく、あくまでバンドのファンという共通項で集っていた。80年代から90年代の半ば、バンドのメンバーである少数の男性を取り囲む若い女性の集団が形成され、この小集団の内部での地位獲得の競争が起こり、ファッションや容姿の美しさを競い合う状況が生まれ、過激化していったことが分かる[*14]。

しかしブームの衰退とともに、「トランス・ギャル」の好んだ服装も「ナゴム・ギャル」の好んだ服装もメインストリームからは消えていった。その後1998年に雑誌『KERA!』[*15]が創刊され、ストリート・スナップ（街中を歩くおしゃれな人を撮影し、簡単な自己紹介を加えたコーナー）のなかに、80年代と変わらないファッションをする人が載っているのを見たより若い世代が興味を持つようになった。前述のようなヴィジュアル系バンドのブーム[*16]という状況から、「ゴシック」あるいは「ロリィタ」な服装の人気が段々と再燃していった。

『KERA!』での「ゴスロリ」人気を受けて2000年に創刊された『ゴシック＆ロリータバイブル』[*17]は、ヴィジュアル系のミュージシャンをモデルにしたこと、手作り用の型紙や、人気漫画家によるカードやシールを付けたこと、生活指南などの企画によって成功を収めた。2006年10月現在22号まで発刊しており、ブームの立役者と言える。前述のMILKやJane Marple、Shirley Templeといった古参のブランドの他に、大手のアパレル会からの独立する形で、Baby, the Stars Shine Brighが1988年に設立されている。また、パンクテイスト

を取り入れた若者向けのファッションを展開したPUTOMAYOは、1990年にラフォーレ原宿店をオープンしている。「ゴシック・ファション」の代表格といえるalice auaaは1995年から服の制作を開始、さらに1999年にはShirley Templeの姉妹ブランドEmily Temple Cute、前述のMALICE MIZERメンバーのManaによるブランドMoi-même-Moitiéが設立されている。2000年までの段階で「ロリィタ・ファッション」や「ゴシック・ファッション」、あるいは「ゴスロリ・ファッション」を特集して一冊の本ができるほど、ブランド数が増加していたと言える。また、手作りで服や小物を製作していた少女達は「インディーズ・ブランド」を立ち上げるようになった。定期的に製作を行い、売り上げを確実にしているブランドもある。彼女達は、即売会などに参加するほか、インターネットを駆使し、商品の画像や紹介文を掲載して商品を販売している。

その他、手作りで服を作るという作業から手芸雑誌[*18]やコスプレ雑誌[*19]などにも影響が及んでいる。ハイ・ファッションを扱う専門誌「装苑」でも新しいスタイルとして特集が組まれるなどしている。またアニメのキャラクターに「ゴスロリ」ファッションをさせたもの[*20]も多く見受けられる。現時点では「コスプレ」の一つとして「ゴスロリ」が取り入れられるようになっている。コスプレ雑誌「電撃レイヤーズ」が提唱した言葉に「コスロリ」があり、「コスプレ」として「ロリィタ」の服を着る、ロリィタ・ファッションをしているキャラクターの「コスプレ」をする、という意味に使われる。「ロリィタ」の「コスプレ」があるならば、「ゴス」の「コスプレ」もあるだろうという発想から「ゴスコス」という用語も生まれている。「コスプレ」としてゴスロリ・ファッションを着る、あるいは「コスプレ」用の衣装の一環として「ゴスロリ」的なテーマの服を売る、という行為に激しい嫌悪感を示す人々がいる。この嫌悪感、ならびに「コスプレ」と「ゴスロリ」の関係については別に述べる。

1.8 日本文化としての「ゴスロリ」とグローバルなトライブとしての「ゴス」

こうした日本の新しいサブカルチャーである「ゴスロリ」は、日本以外の国の少年少女たちを惹きつけている。2003年に調査した段階では、韓国の手芸サイト[*21]で「新しい流行のスタイル、ドレッシーなファッション」と紹介されている。また『朝の月光』という意味のサイト[*22]は「スーパー・ドルフィー（Super Dollfie)」[*23]という人形を紹介している。SDは「ゴスロリ」少女に人気で、「ゴスロリ」のブランドが人形用の服を販売し

ている。また韓国の記事の内容は「日本と各国の人形ファンのためにSDとの特別な出会いの瞬間を演出してくれる〈天使のすみか〉ソウルにオープン」というものである。また「Honya」という日本の書籍を扱う書店では日本の球体関節人形に関するサイトを6つと、MALICE MIZER、現Moi-dix-MoisのManaのホームページを紹介している。またイラストを発表している個人サイト[*24]でも、街で見かけた「ゴスロリ」少女について「とってもかわいい子を見かけた」として、スケッチを公開している。台湾では「ゴスロリ」(おそらくコスプレも含む)のことを「角色粉演美女」「幻想美少女」と表記している。「人気上昇中。ただのファッションではなく、ロールプレイの世界でも大きな反響を呼ぶ。恐怖と美がテーマ」と紹介されていた。香港では、『Gothic & Lolita Lover Ring . HK / 哥德與羅莉泰同盟.香港』では50名程の登録があるゴスロリのウェブリンクができていた。フランスのサイトである『Gothic*Lolita [Mana French fansite]』では、ゴスロリ・ファッションとMoi-dix-Mois及びManaの情報を提供していた。ブログ形式のコンテンツの増加にともない、ウェブリンクという形式自体が衰退し、現在では消滅している。また日本のティーンエイジャーと同様、「ゴスロリ」にのめりこんでいた頃から数年の歳月を経て興味を失い、ホームページを閉鎖した者が多いであろうことは、容易に推測できる。

ともあれ、ゴスロリのイメージの源泉は、日本における西洋趣味・少女趣味であり、ヨーロッパやアメリカのバンドや映画の影響を受けて形式化されてきたものである。それが現在では、新しい「日本」のイメージとなって、受容されている現状は注目に値する。

例えば、「ゴシック」あるいは「ゴス」的な価値観を共有するコミュニティは世界各地に見られる。アメリカの検索サイト『Goth.net』には、各国のゴシック・サイトが登録されている。サイトの運営国を反映して登録数はアメリカ、カナダ、ヨーロッパ諸国が多いが、アフリカやオセアニア諸国のサイトも登録されている。サイトそのもののデザイン、推薦されているバンド、掲示されているフライヤー[*25]のデザイン、イベントに集う人々の服装などはどれも類似している。それだけ「ゴシック」的な美意識は徹底して浸透しているのだろう。

しかし「ロリィタ」ならびに「ゴスロリ」は、日本と日本からの情報を得たコミュニティにしか見られない[*26]。2003年3月に発刊された『KERA!マニアックス』[*27]では、ロンドンの「ロリィタ」として「Doll」というファッションを紹介しているが、スクールガール風の服装であり、いわゆる「ロリィタ」や「ゴスロリ」とはテイストが異なっている。その後この雑誌では精力的に欧米への取材を行っており、2006年現在、第7号まで発刊されて

いる間に、日本の「ゴスロリ」の知名度が高まっていく様がうかがえる。ストリート・スナップのコーナーには、明らかに日本製品と分かるキャラクターやブランドの服を身につけた若者が載るようになっている。またこの記事では、質問に「『KERA!』、『ゴシック＆ロリータバイブル』を知っていますか？」「欲しい日本製品は何ですか」といった事項を挙げており、これの返答から、日本の「ゴスロリ」雑誌や「ゴスロリ」ブランド、また日本の「ヴィジュアル系」のバンドが着実に浸透していることが分かる。

「ゴスロリ」が日本独特のサブカルチャーであるとして、では実際のコミュニティはどうなっているのだろうか。次章でフィールドワークの報告を行なう。

2 調査結果

この章では第1章での文献・インターネット・その他による概観を補足するために、実際に「ゴスロリ」のコミュニティに集う人々から得た情報を報告する。フィールドワークの概要と主要インフォーマントの紹介をする。大阪大学COEで発表した2003年9月までのフィールドワークののべ回数は9回（「集会」2回、「橋」2回、「クラブ」5回[*28]）である。また現在2006年10月までに様々な形式でのべ30回以上の調査を行ったが、これについては煩雑になるので、具体的には触れず補足的に扱う。

最初に重要な情報提供者を紹介する。フィールドワークをはじめるにあたって主要なインフォーマントとなり、「ゴスロリ」についての導き手となってくれたのが、当時16歳の高校生の女子である。彼女とは高校受験に際して家庭教師を受け持ったことから親しくなった。ラポールを形成した関係にあり、アンケート用紙を作成した際の最初の回答者である。彼女からは、ヴィジュアル系の文化、「ゴスロリ」、アニメ・マンガについて情報提供を受けた。

次に、アンケート項目とその手法について説明する。本調査は質的研究を行なうことを目標としている。そのため、アンケートを取ったのは、統計的な調査をするためではなく、質問項目を視野に入れながら会話を交わすためであった。質問紙への記入時にインフォーマントに寄り添い、逐次、補足的な質問を投げかけるか、あるいは記入の終了を待って項目ごとに確認を取りながらの聞き取りをするかのどちらかを行なった。

この方法は、まず参与者としての著者の立場をインフォーマントに紹介し、理解しても

らうのに役立った。さらに、初回にこのようなアンケートを取ることで、次回以降の交流のたたき台となった。またアンケートを完成させるという共同作業を行なうことで、アンケートを取らずに交流した場合よりもお互いの認識が深まった。この手法は、予備観察段階において個人サイトを見て廻った時点で、自己紹介や「100の質問」[*29]の情報が充実していることから、自己をあるフォーマットに従って提示することを好む傾向があることを感じたために考え出した。

以降、個別の分析を報告する。

2.1 名前

彼女たちの多くは自分で自分に新しい名前をつける。一つだけの場合もあれば、複数の名前を持っている場合もある。複数持っている場合には、どんな衣装をまとっているか(ゴスかロリか、誰かのコスプレか)、どういう状況で名乗るか、たとえば「ゴシック・ロリィタ」の集会にでるときか、同人誌に投稿する場合か、コスプレをする場合か、バンドのライブを見に行くときか、などによって使い分けがなされる。暴走族のチーム名のつけ方に独特の様式があるように[*30]「ゴシック・ロリィタ」の自己命名にも独特の様式がある。多くは画数が多く、退廃的だったり、豪華だったり、硬質なイメージを持つ漢字が用いられる。そこで実際にどのような名前を使い、名前をいくつ持っているか、なぜその名前を選んだかについて、さらに本名(戸籍上の名前)についてどう考えているかを尋ねた。

回答総数は22名、本名と同じが2名、本名の他に1つが9名、2つが6名、3つが3名、4つが2名だった。またその命名の理由を尋ねた。(名前が複数であるため、回答も複数である)多い順番で無回答が9、「本名から取って」「なんとなく」「響きが気に入って」が同数の4、その他3、「バンドのメンバーにちなんで」「漢字を使いたくて」2、「もともとのニックネーム」「マンガの主人公にちなんで」が1であった。

本名(戸籍上の名前)についてどう考えているかについては、回答総数12名、多い順に「気に入っている」7、「普通」「嫌い」「やや気に入っている」3、「やや嫌い」「無回答」「その他」2であった。2名の本名使用者はそれぞれ「無回答」および「気に入っている」であった。しかしこの2名の本名は、画数が多い華やかな名前であったり、バンドのメンバーと同じ名前であったりしているため、例外的な事例というべきかもしれない。

本名を気に入っているものが多いことから、本名が嫌いで新しい名前をつけるのではな

く、「ゴシック・ロリィタ」の世界に参入するために、世界観にふさわしい名前を自ら命名し、状況によって使い分けていると考えられる。

2.2 近親者

「ゴスロリ」、及び「ヴィジュアル系」バンド愛好者の中では、特に親しい友人を「家族」の一員として定義する。いつどのように始まった儀礼なのかは定かではないが、興味深い行為であると考えたので、こうした擬似家族を形成しているかどうか、形成している場合どんな関係にあるか、擬似家族についてどう考えているかを尋ねた。さらに、なぜこのような擬似血縁関係をつくるのかという疑問にたいする仮説として、本当の家族以外に帰属できる居場所をつくろうとしているのではないかと考え、現実の親子関係について質問した。

質問に用いた用語についてであるが、MALICE MIZERのファンの場合、このような親しい友人を家族の名称で呼ぶことを「血族」[*31]と称する。MALICE MIZERのファン以外でも同様の行為が行われており、その場合には他に名称がないので、アンケートをとる場合には「血族」「ゴスロリ・ファミリー」として答えてもらった。

「血族がいる」場合、「相方」と呼ばれる関係の友人をふくめ、1人という回答が6名で最も多かった。2人、3人がそれぞれ2名ずつ、4人、5人、6人、7人が1名ずついた。また何人いるのか回答から判別できない「その他」が2名いた。「いない」は3名、うち1名は昔6人いたが自然消滅したというものだった。自由記述だったため「欲しい」という回答をするものも3名いた。

「血族」となると同じ苗字を名乗ることも多く、その場合も画数の多いゴスロリ・テイストあふれる苗字が創造されていた。またあくまで家族構成の模倣であるため、一人の人に「旦那」と「ご主人様」がいたり、「夫」や「嫁」が2人いたりということがおきる。双方が「嫁」どうしである（男役である「旦那」の役割を付与しないで「結婚」する）場合もあり、またそのカップル間に「娘」を作ったりする。仲たがいなどをして関係を解消する場合には「離婚」「娘との縁を切る」というような言葉が使われていた。

意気投合した友人を特別に「血族」扱いするので、普段の「集会」でも行動を共にすることも分かった。また服装に関しても「合わせ」と呼ばれる、おそろいの格好、またはキャラクターの組み合わせをする。「合わせ」では、まったく同じ格好をすることはなく、色

違いやどちらかが「王子」と呼ばれる男役をするなど、ファッションのコンセプトをそろえる。また「Vコス」の場合、メンバーの中に暗黙のカップルを想定し再現する。例えば、MALICE MIZERのManaを「妹」がやるなら「兄」はGacktを、Dir en greyのDieを「夫」がやるならShinyaを「妻」が、というようにカップリングが決まっている。その場合の拘束力も強く、「夫」が「Dieコス」をやるのだから、という理由で「妻」が「Shinyaコス」の衣装を買い揃えるということが見られる。

一方、現実の親子関係についての質問では、ポジティブな回答が最も多く8名、次に親は無関心・会話がないが5名だった。ネガティブな回答と両義的な回答が各3名だった。無回答、普通、その他が各1名であった。両義的な回答の中で目立ったのは、母とは比較的仲が良いが、父や兄など男性の家族とは仲が悪いことである。「いいことも悪いこともある」といった場合の回答も母との接触に関しての回答であった。比較的協力的である場合、始めは叱られたが次第に協力してくれるようになったという話が多かった。

「血族」の特徴は、義兄弟のような強い結束力を持つと同時に、既存の家族構成を真似た命名の仕方をするところにあることが分かった。また現実の家族関係については、アンケートの対象が基本的に10代であり、全員が親と同居しているため、当然多少の軋轢が見られた。しかし特に家族関係に問題をかかえているということはないようである。ネガティブな回答と無関心を足しても全体の半分に満たないことから、家庭環境の悪化が奇抜なファッションのコミュニティに帰属する直接的な理由ではないと判断できる。

2003年にインタヴューを受けて下った人々のなかに、こうした擬似家族を持っている方が多かったが、調査を進めるうちに、「ゴスロリ」の世界にのみ特徴的に見られるのではなく、また、それほど広まっている行動でもないということも分かった。いわゆる「オタク」のコミュニティのなかでも、同人誌即売会に共に出る仲間や、よく会う友達同士を家族に見立てることがあるということであった[*32]。メイドカフェでアルバイトをする方の話では、バイト仲間と常連客を巻き込んで擬似家族を形成しているということであった[*33]。また、直接インタヴューをする機会は得られなかったものの、ウェブ上の自己紹介欄に「妻」と「結婚」をした日と「妻」の名前が書き込まれ、リンクをたどって「妻」と呼ばれた女性の自己紹介サイトを見るとやはり、同じ「結婚記念日」と「旦那様」である女性の名前が記されている事例も見ることができた。他方、アンケートを取らせていただいた方の約半数は、そうした擬似家族自体を知らず、また知っている方でも直接の経験がない方が大半であった。だが、擬似家族の契約を知らなくても、「相方」と呼ばれる、より結

束力の強い形での友人関係を結んでいる方が目立って多いことが分かった。「相方」とはせずに、「ハニー」、「ダーリン」という恋人同士を暗示させる呼び方を求められると語ってくださった方もいた[*34]。

なぜ、友達ではなく、家族の役割を当てはめるのか。「相方」という呼称や恋人同士に擬した関係を結ぶのか。現時点でもまだ明確な答えはでない。より深くつながっていることを確認し、安心感を得たいのではないか、契約で縛らないと不安になるほど、信頼ある人間関係が結べないのではないか、という推測はごく簡単に導き出されるが、お話を聞かせていただいていると、そうした不安感を原動力とする以上の意味があるように思える。「相方は、相方としか言いようがない」とおっしゃってくださった方[*35]がいたように、友達とも恋人とも違う関係性が築かれていることには違いない。

2.3 「ゴスロリ」以外の友達

「ゴスロリ」の服を着る少女たちは他にどんな趣味趣向を持つ集団に共感的あり、どのようなグループとは敵対的なのか。2003年の調査では共感を持つグループについて、最も多かったのはアニメ系7名、そのうち自分でアニメのコスプレをする人は3名いた。他に「別に何でも」「特になし」「ヤンキー・不良」が各2名、「MARILYN MANSONのファン」「フェティッシュ系」「ヴィヴィアン・ウエストウッド好きの人」「不思議ちゃん」「ギャル（かわいい）」「体育会系」「個性派」などが各一名ずついた。

逆に共感できないグループとして、「ギャル」を挙げる人が最も多く5名いた。その理由は「うるさい」「マナーがない」「下品」などというものであった。次に多かったのは行動に関するもので3名が「人に嫌がらせする人」「マナーのない人」「うるさい人」「オレが一番な人」を挙げていた。他に「オタク系」が2名「アイドルオタク」「アニメオタク」が挙がっていた。「ギャル」と「オタク」に関する評価がそれぞれクロスしていたが、全体で見ると、自身もアニメオタクであったり、アニメのコスプレを実際にしているゴスロリが多く、ギャルにはマナーの面で反感を持っているものが多いことが分かった。

上記のような傾向はあるものの、集団としての共通項を「ゴスロリ」という服飾以外には見つけることはできないようである。また聞き取りの結果、構成員は「ゴシック・ロリィタ」のコミュニティだけに所属しているわけではなく、他の集団と領域横断的に所属していることも明らかになった。例えば、インタヴューをすることによって知り合った数

人の方々と開いた「お茶会」[*36]では12名の方が集まってくださったが、1名の女性を除いて全員がヴィジュアル系のバンドのファンであり、かつオタクを自認していた。そしてそのことは、あえて聞かなければ答えない類のことであり、「ゴスロリ」の「お茶会」という場では積極的に口に出されない話題であった。その理由の一つとして推測されるのが、マンガのキャラクターに「ゴスロリ」や「ロリィタ」風のファッションが取り入れられていることによって、ファッションの一スタイルではなく、「コスプレ」と混同されることへの嫌悪感が示されていることである。

「オタク」や「コスプレ」批判は、雑誌等の文献や実際のインタヴューよりも、ネット上の掲示板でよく見られる。そしてまたこの軋轢についての分析も、ネットの言説のほうが的確である。その代表として、フリー百科事典『ウィキペディア（Wikipedia）』がある。これを引用する。

> 前述の様な議論［引用者注：ファッションとしての「ロリィタ」や「ゴスロリ」を着る者から、マンガやアニメ、ライトノベルなどに登場する「ゴスロリ」風の人物や「メイド」、「コスプレ」と混同されることの嫌悪が示され、両者を厳然と区別するべきであるとする意見があること］の一方、その両方の立場を持つ者が現れてきており、特に、コスプレの定義が曖昧模糊としている事も相俟って、現在この議論はより複雑化している。両方の立場を持つ例としては、漫画やアニメからそれを知り、ゴシック・アンド・ロリータを嗜むようになった者や、元来オタクでなかったゴシック・アンド・ロリータの中からも、ゴスロリから漫画の魅力を知り、オタクや腐女子になる者などがいる。その数は決して少なくはない。むしろ現状では、そのような者がこのファッションの文化を支えている、と言っても過言ではない。だが、このファッションを嗜む者には、上の例に当て嵌まらない「非オタク」の者や、このファッション・文化が「サブカルチャーである」事に着る意味があると考える者も多い。その為、近年のオタク文化のパブリック化に対しての冷笑的な意見も広がっている。

以上から、「オタク」と「ゴスロリ」を着る者がクロスオーバーしている現状がうかがえる。しかしファッションとして「ゴスロリ」を着た時点で、そのファッションを着ることを一種のアイデンティティとしている者や、純粋化を目指す者の意見が支配的に響くという、権力的な構図が成立していることが伺える。そして、その純粋化の声は、「ゴスロリ」と

は何であるか、という定義がネット上での引用とその反復によってパターン化していることと同様に、やはりネットの書き込みから内面化しているのだ。自分自身が「オタク」であっても、「コスプレ」を趣味としていても、「ゴスロリ」を着るときは「ゴスロリ」的に振舞わなければならない。「実はヴィジュアル系が好きな人いる？」と聞いて手を挙げてもらったとき、ほとんどの方が挙手するのをみて、参加者がほっとしたような笑顔を見せたことが私は、忘れられない。「実はマンガが好き？」「実は腐女子？」という質問を重ねるたびに、場が和んでいった。あるコミュニティに参加することは、自身の別の側面を押し隠して始めて成立することだということをこのフィールドワークを通じて目の当たりにした。

2.4 迫害

「ゴスロリ」のような過剰に装飾的なファッションは当然目立つ。集会など、趣味を同じくする仲間が集う場以外での周囲の反応はどのようなものか、そうした反応をどのように受け止めているのか尋ねてみた。

ほめられた経験を挙げた人は9名、ほめ言葉で最も多かったのは「かわいい」で6名、他に「かっこいい」「似合うね」「お人形さんみたい」「素敵」などであった。ほめられたこともけなされたこともないという人も4名いた。けなされた体験を語るときに良く使われる言葉に「迫害された」というものがあり、アンケートでもこれを項目としてあげた。迫害を語る時の言葉は豊富でかつ生々しい。迫害されることが分かっているので、一部の共感的な友人にしか「カミングアウト」していないという回答が2名、「一歩ひかれる」「いつもと違うと言われた」などという、やや消極的な否定を受けたという報告があった。さらに学校など日常生活で「嫌悪されている」「友人じゃない」「化けもの扱いされる」「入店拒否された」といった直接的な拒絶にあっている人もいた。最も多いのは通りすがりの人に冷やかされることで、「キモイと言われた」「じろじろ見られる」が各2名、他に「トイレで化粧をしていたら、原宿に行けよと罵られた」「変な格好といわれた」「笑われた」「バカにされた」「スゴイといわれた」「気持ち悪いといわれた」「外国人が写真を撮ってくる」という回答があった。

褒められた経験を語るよりも、迫害の経験を語る言葉のほうが多く、状況も具体的であることから彼女たちの傷つきの深さが感じられた。その一方で、「こんな奇抜な格好をしているんだからじろじろ見られるのはあたりまえ、気にしてない」という声も多く聞いた。

自分たちのしているファッションが、他の人にとっては奇異に映るものであることは十分自覚し、それでもなお「ゴスロリ」であることを選択していることが分かった。

2.5 ファッションによる意識の変化

ではなぜ、このような奇抜な服装をするのか。他の「奇抜」な格好ではなく、なぜ「ゴスロリ」なのか。この問いに対する十分な手ごたえはまだ得られていない。

2003年10月現在10巻まで発行されている『ゴシック＆ロリータバイブル』のストリート・スナップには「ゴスロリに目覚めたきっかけ」「ゴスロリの魅力」といった質問と、それにたいする答えが添えられている。しかし、大抵の回答は、「Mana様を見て」「かわいいから」「かっこいいから」「お洋服を着ただけで幸せになれる」「自分にあってて楽しい」など、やや漠然としたものであった。

そこでアンケートでは、こうした問いを繰り返すことを避け、「ゴスロリ」の服を着たときの自分と普通の服を着ているときの自分に何か違いがあるかという質問をした。

「普段もこんな感じ（制服のない学校に通っている）」「特にかわらない」「いつもどおり」などの回答をした5人、無回答の1人をのぞいた全員が、「ゴスロリ」の服を着たときの自分と、普通の服を着ているときの自分に違いがあると答えた。その内容は「雰囲気があきらかに」「目つきが違う」「性格が180度回転する」「違う自分がいる」「公用と私用ぐらい違う」といった、極端な違いを感じる人から、「気持ちがエレガントになる」「振る舞いや内面もかわいくなる」「胸を張って歩く」「かわいくなれた気がする」「態度に気をつける」「お上品になる」「気合が違う」といった身振りや気持ちの面での変化を語る人、質問の趣旨とはずれるが「普通のやつ（制服や普段着）は楽しくない」「制服ほど嫌なものはない」「したい格好だからうれしい」「私服はイライラする」という回答を寄せた人もいた。

「ゴスロリ」ファッションをする人にとって、「ゴスロリ」は「制服」や「私服」とは違う、特別な服であることが分かる。また「ゴスロリ」を着たときには、程度の違いや感じ方の違いがあるものの、日常とは違う高揚感や幸福感を味わっていることが分かる。

2.6 自己肯定感

「ゴスロリ」が一見して目立つ服装であることから、何かしら日常の「自分」とは違うも

のを求めているのではないかと考えられる。もし仮に、奇抜な服装が日常からの「逃避」や、自分を変えたいと思う「変身願望」であるならば、日常生活を送る自己についての肯定感は低いのではないか？そこで自分自身をどう捉えているのか、自分自身に自信があるかどうかを尋ねてみた。

自分が「好き」だという回答は4人、「ナルシスト」であるという回答が3人、「嫌い」だという回答が3人だった。「ゴスロリの服を着ているときのほうが普段の自分より好き」であるという回答が3人、「昔は自分が嫌いだったが今は好き」であるという変化を語った回答が2人、「嫌いだけど好き」であるという矛盾した心情を回答した人が2人、「わからない」「あんまり」が各1名、無回答1名だった。自分自身が「好きである」「ナルシストである」「今は好き」を合わせると9名であり、はっきりと自己嫌悪を示した人数よりも多かった。

次に自分に自信があるかどうかについての回答は、質問用紙の設定の不備で無回答が多かった。しかし一番多い答えは「自信がない」で5人、「自信を持ちたい、持つようにしている」が4人、「自信がある」が3人だった。「自信を持ちたい」という回答は消極的な願望と考えられるので、全体としては自分に自信を持っている人は少ないことが分かった。

また、「自分が好きか」という質問と「自信があるか」という質問を合わせて考察すると、6名が「自分のことが好きだが自信はない」という考えを持っていることが分かった。

自己肯定感について「好き－嫌い」の軸と「自身がある－ない」の軸の二つから質問をしたが、結果が分かれた。自分のことを好ましく思う感情はそれほど低くない。しかし自信を持つことはできないようである。これが何を意味しているのかについては、今後の課題である。

3 調査の補足と解釈

「ゴシック・ロリィタ」のコミュニティに参与し、アンケートを書いてもらい、聞き取りを通じて感じた事は、この服装をすることは単なる「変身願望」に由来するものではないということである。もし仮に「変身願望」によるものだとしても、なぜ変身したいのか、なぜ「ゴスロリ」なのかが気になった。彼女たちは「ゴスロリ」の服装を通じて「何か」を体現しているような気がしてならなくなった。

現在「ゴスロリ」という名前を獲得したこの集団は、特に大きなイベントがなくても携

帯電話で連絡を取り合い、個人のサイトを見て「集合」する。日曜日に特定の場所に行けば、趣味を同じくする者がいて、初対面でも名刺を交換し合い、写真を撮り合ったり、プリクラを交換し合ったりする。単に外見上「ゴスロリ」な格好をしたいだけではなく、「ゴスロリ」服を着て集うことに、彼女たちが求める連帯のあり方がかいま見えた。

第3章では、補足的に行ったインタビューの結果と、調査全体を通じての解釈を行なう。

3.1 補足

「変身願望」についての疑問の手がかりを求めて、前述のインフォーマント・Fに電話によるインタビューを試みた。Fは質問に対して「変身願望がある」と断言した。以下インタビューの一部を記す。(Mは質問者・水野)

M　日常不満だと、やっぱ変身したくなる？

F　ストレスじゃないですか？ つーか、今の自分のストレスが自分に責任あるって分かってるから。親が、おばちゃんが、「いろいろうるさい」って言いながら、そういうふうにしんどい責任は自分にあるし。

M　自分？

F　親とか、勉強しん、帰ってこん、遊んでばっかおる、とか親が怒る理由は、あたしにも分かる。そんなんさ、あたしのために怒っとることで、あたしがむかつくのはやっぱあたしに責任あるし。

(中略)

M　えーっと、変身について。変身するとなにが変わるのか、変身って、体が変わるわけでしょ、見た目が。そうすると当然周りには見られるよね。体の外見のほうが変わると心も変わるのか、それとも心は変わんなくて、見られ方が変わるのか。

F　後者のほうだね。少なくともあたしは。見た目が変わってる間は、自分じゃなくてもいい。そのなんだろねー、開放感？普段の自分っていうイメージに囚われた生活から解放されるし。集会行って、普段の自分じゃない格好で集まって、その希薄な関係つーか、なんでもないような会話してると、いつもの自分でいなくていい。

(中略)

M　ファッションとして着てるわけだけど、中身までは変わらない、と。

F　元から変わるわけじゃない。ロリ服きたってキュウリは食えない[著者補足：Fはキュウリが嫌い]。

M　あはは（笑）

F　変身することで、客観的に自分をみる？うーん……普段の自分を見つめなおす、と。そんなこと思ってねーよっ！（笑）多少、気ぃ使ってもね。人格まで変わるような、ロリ服着て人格も変わる人はよっぽど普段の生活がきついんだと思う。

このインタビューで、私にとって衝撃的だったのは、集会に参加している当事者であるFが、集会での人間関係を「希薄な関係」「なんでもないような会話」と表現したことであった。しかしこの「なんでもないような会話」をする場が、その希薄さゆえに「普段の自分っていうイメージに囚われた生活から解放される」という点で大切なものであることが分かった。

私自身がつけたフィールドノーツを振り返ってみると、当初、集会での会話は取るに足らないもののように感じられた。つまり、誰かが来るのが遅いとか、テレビ番組の話などで、好きなバンドの話題であっても決してマニアックに語りあうという感じではないので、拍子抜けしたことが書かれている。この補足を手がかりとして、さらに「ゴスロリ」という集団とそこに集う少女たちの意識を以下考察する。

3.2　コミュニティ

「ゴスロリ」服をきて集う「集会」や「イベント」の参加者は、ある種の集団を形成していると言える。しかし、集団に関する先行研究で主張されてきたこと[*37]と、「ゴスロリ」という集団の特徴は必ずしも一致しないように感じられた。

単純に言えば「ゴスロリ」は、趣味や余暇生活に関する小集団である。集団の機能や構造が特定化されていない「非公式集団」であり、個人の消費行動に影響を与える「準拠集団」としての性格を持っている。地域社会学の用語に照らし合わせれば、「ゴスロリ」は、個人がある目的のために自由意志で参加する「アソシエーション」に分類されるだろう。

しかし調査によって目の当たりにしたのは、擬似家族的な強い結束力であり、また「迫害」されても「ゴスロリ」服が好きだという、どこか持って生まれた宿命のような共通感

覚である。つまり、選択の余地のない所属集団、生れ落ちた地域やその文化体系を示す、マッキーバーなどに代表される「コミュニティ」の概念に感覚的に近いように思われる。

また「アソシエーション」という言葉は、個人が目的を持って自発的に行動することによってつくられる集団であることが念頭におかれている。しかし「ゴスロリ」にはこの点が欠けている。調査開始した当初、私は彼女達には、「ゴスロリ」の服を着てその世界観を楽しみ、仲間と情報交換を行なうというような目的があるのだと思っていた。しかし実際には、前述のインタビューからも分かるように、明確に目的といえるようなものはなかったのである。

「ゴスロリ」の集団としての性格を定義する用語として何が最適かを選ぶためには、何を明らかにしたいかという調査者側の基準を明確にすることが必要である。私は、彼女たちが集団の中で「妻」や「王子」といった絆や役割を可視化した形で表現しているのはなぜなのか、また「取るに足らない」「希薄な人間関係」を律儀に取るのはなぜなのか、ということに興味を持った。そのため、形式的な面で近い「アソシエーション」という用語よりも、感覚的に近い「コミュニティ」という用語を拡大解釈して用いるのが最適であるように考えた。

「集会」に行くということは、少なくとも普段から「ゴスロリ」服を着ているわけではない少女たちにとって「普段の自分じゃない格好で集まる」ことであり、それは「普段の自分っていうイメージに囚われた生活から解放される」ことである。その意味ではFが語った「変身願望」は、日常生活からの解放への欲求であると言える。「ゴスロリ」というコミュニティの構成員の何人かにとって決定的に重要なのは「いつもの自分でいなくていい」ということなのであって、その集いが目的のない「なんでもないような会話」をするだけの場であっても一向に構わないのである。Fが語ったように、普段のイメージから一時的に離れる「開放感」はあるものの、「元から」変わるわけではなく、「変身」によって普段、他者が期待していると感じている自己像から一時的に解放されることが重要なのである。わざわざ「ゴスロリ」や「Vコス」の格好をして「取るに足らない」ように見える会話をすることは、自己の本質まで包み隠すような「変身」なのではなく、そうかといって日常そのままのイメージを引きずることとも違う、別種の「解放」[*38]なのではないかと思われた。

つまり「ゴスロリ」というコミュニティは、実は「いつもの自分」とは違う種類の「日常」を送る場なのではないだろうか。「なんでもないような会話」は、「ゴスロリ」服を着たい少女たちにとっての「ご近所付き合い」のようなものであって、こうしたコミュニティ内

で円滑に生きていくための居心地のいい距離感のとり方だと考えられる。そのためには、別の「出自」のしるし、それが例えば、「オタク」的な部分であり、「コスプレ」をする人間であることなのではないか。「ゴズロリ」以外の個性は必要ないものであるため、コミュニティ内の様式は似たりよったりになっていき、個性的なファッションであるにもかかわらず、「ゴズロリ」としては没個性的になっていくように思われる。必要とあらば隠されなければならないものなのである。

3.3 アイデンティティ

この「変身＝解放」は、なぜ「ゴスロリ」服を着るということでなされているのだろうか。この点については様式化された自己提示行為が手がかりになると思われる。

「ゴスロリ」服の着こなしは、その人の趣味趣向を判断する材料になる。「ゴスロリ」のコミュニティに集う少女たちの服装は、微細なディディールの違いや色の傾向の違いで細かく分類することができる。そしてその服の違いが、パーソナリティーの違いを具現することにつながっている。彼女たちはその分類に必要な知識を雑誌やネットや友人たちから得て、自分でどんなスタイルの服を着たいかを選択していく。私も当初どのような服がなんと呼ばれているのかを知るのに「学習」が必要であった。そしてこの「学習」によってもたらされる最大の効果は、コミュニティにいる人間を分類することが可能になる点だった。その分類のなかには自分自身の分類も含まれている。つまり、何を着て行くかは、どう見られたいか、さらにはどういう人間でいたいかに直結しているのである。

例えば、名刺交換という儀礼が参考になる。「集会」が開かれるときには、「集合」をかける発起人のような人物たちがおり、このキーパーソンを通じて人が集まってくる。そのため、間接的なつながりはあっても、1人1人は初対面同士ということもある。そこで互いの自己紹介のために名刺交換が行なわれる。この名刺は通常のビジネス用のものとは異なり、彼女たちにとって重要な情報が詳細に盛り込まれている[*39]。名刺と服装や持ち物を見れば、その人物がどういった趣味趣向を持っているのかが瞬時にカテゴリー化でき、どんな仲間を求めているのかも理解できる。私自身も体験したことであるが、「集会」では目の前にいる人間の服装やメイクが特殊であるので、視覚的に圧倒されてしまう。しかしこうした「素性」を始めに提示してもらうことで、コミュニケーションがうまく取れないのではないかという不安がかなり軽減された。

服装や名刺によって、そこに集う人々を分類することができ、自分自身をも分類のなかに組み込むことができる。特殊な話をするよりもむしろ、誰もがするような会話をすることで、特別な知識がなくともコミュニケーションが取れる。従って「なんでもないような会話」を円滑にするためにも、どんな話題を振れば相手からの反応を引き出せるか見極めるために、所属[*40]が重要なのであり、その帰属先を明確にするためには、自分自身をジャンル化する必要があるように感じられた。そこで、ある一定の様式に則った上での「個性的」な名刺の交換や、HPでの詳細な自己紹介が行なわれているのではないかと感じた。

これは他の趣味集団、いわゆる「ファン」集団における服装の統一による連帯感や気分の高揚とは異質のものである。「ゴスロリ」は、何か特定のファンであることを示す「大きな」記号としてのファッションではない。「ゴスロリ」あるいは「ゴス」または「ロリィタ」という「大きな」記号を共通項にしてはいるものの、重要なのはその内部での細かい差異なのであり、そこでは帰属意識と共に、他の誰とも違う「自分」を体験することができる。

一見矛盾することではあるが、着ている服が奇抜でも、その服がスタイルへの帰属を強くもっているので、たった一人で「ゴスロリ」服を着て歩いているときでも、「ゴスロリ」というコミュニティとの紐帯を感じることができ、かつ、他の誰とも違う「個性」も保証された気持ちになるという経験が私にはある。

前述した「相方」といった特殊な関係性や、「ロリ」や「王子」という「キャラクター」が、選択され、相互に承認されるのも、自己のジャンル化という観点で言えば、非常に効率的な方法であるように思われる。私が本論で「アイデンティティ」という用語[*41]を使ったのは、「ゴスロリ」というコミュニティの内部では、自己同一性のパフォーマンスが遂行されていることを示すためである。彼女達は自分自身をジャンル化することで、どういう自分自身がどのような存在であるのか、またありたいのかを示しているように思われた。それは「ゴスロリ」にふさわしい自分を過ごすことでもあり、その基本的なよりどころとして、再命名が行われるのだろう。

自分自身に名を与え、関係に名を与え、活動に名を与え、「ブランド」にこだわり、微細なデザインの違いにこだわり、そして自分の好みの「モノ」を列挙し配置することのできるホームページを作るという行動は、「ゴスロリ」のコミュニティへの帰属という開放感と安心感が得られるとともに、こうなりたいと考える「オリジナル」な自己を提示することの両方を実現するという、一貫した動機に支えられているのではないだろうか。商業的に提示された「ゴスロリ」の洋服や、「ゴスロリ」的に推奨されるマンガや小説によるイ

メージ、あるいはネット上で示される行動様式や価値観に従うことが、たとえ自分がもつ他の趣味を押し隠すことになろうとも、「ゴスロリ」という個性を保障してくれる。この画一的な「個性」の枠組みが「ゴスロリ」の連帯を支えているのだ。

［みずのれい・秋田高専講師］

［参考文献］

青井和夫『小集団の社会学』現代社会学叢書、東京大学出版会1980
岩波講座　現代社会学『デザイン・モード・ファッション』岩波書店1996
今村仁司　監修『TRAVARSES/1化粧』リブロポート1986
鍛間康子『ファッション文化—既製服と現代消費社会を考える—』家政教育社1996
川村雷雨『都市コミュニティ論—機能的コミュニティの研究』世界思想社1982
楠本まき「KissXXXX」集英社『マーガレット』1988年9月号～1989年7月号
北山晴一『衣服は肉体に何を与えたか—現代モードの社会学』朝日選書、朝日新聞社1999
小泉恭子「高校生とポピュラー音楽」北川純子編『鳴り響く性』勁草書房1999
ゴフマン、アーウィング『鏡と自己』世界思想社
ゴフマン、アーウィング『行為と演技—日常生活における自己呈示』石黒毅訳、誠信書房1974
ゴフマン、アーウィング『スティグマの社会学』石黒毅訳、せりか書房1970
佐藤郁也『暴走族のエスノグラフィー——モードの叛乱と文化の呪縛』新曜社1984
佐藤慶幸『アソシエーションの社会学—行為論の展開』早稲田大学出版部1994
高原英理『ゴシック・ハート』講談社2004
嶽本野ばら『それいぬ——正しい乙女になるために』国書刊行会1989
嶽本野ばら『下妻物語』小学館2002
ナボコフ、ウラジミール『ロリータ』大久保康雄訳、河出書房新社1955-1959
リュリー、アリソン『衣服の記号論』木幡和枝訳、文化出版局1987
ルドルフスキー、バーナード『みっともない人体』加藤秀俊・多田道太郎訳、鹿島出版会1979
鷲田清一『人はなぜ服を着るのか』日本放送出版協会1998
渡辺博史『コミュニティ形成と学習活動』学分社2000
三原ミツカズ「DOLL」祥伝社『フィールヤング』1998年6月号～2002年4月号
矢沢あい「ご近所物語」集英社『りぼん』1995年2月号～1997年10月号
矢沢あい「Paradise Kiss」祥伝社『Zipper』1999年5月号～2003年5月号
矢沢あい「NANA」集英社『cookie』1999年1月号～

［一次資料］

＊雑誌
『GOTHIC & LOLITAバイブル』第1号2001.2バウハウス、第2号～6号2001.08～2002.09ヌーベルグー、第7号～10号2002.11～2003.10インデックス・マガジンズ
『Alice Doll』ランキング大好き9月1日増刊、2001年9月ぶんか社
『Gothic Taste』TH叢書No.17、2002年6月アトリエサード
『夜想』特集#『ゴス』、2003年9月ステュディオ・パラボリカ
『つくっちゃお！手作りゴシック＆ロリータ』レディブティックシリーズ2045号2003年8月ブティック社
『ゴスロリ』Vol.1～Vol.5レディブティックシリーズ2106号、2004年1月2005年4月ブティック社
『COSMO』第1号2002年9月～第3号2003年6月インフォレスト株式会社
『CUTiE』1988～JICC出版
『STREET』1985.12～2000.3、2002.4～ストリート編集室
『Fruits』1998～ストリート編集室
『KERA!マニアックス』2003.3～インデックス・マガジンズ
『Gothic & Lolitaヘア＆メイクBible—はじめてのロリータメイクは、この本にまかせて』インデックス・マガジンズ(2004/08)
『ゴスロリ＆パンクスタイルROCOCO』辰巳出版(2004/9/15)
『ゴスロリ＆パンクスタイルROCOCO Vol.2』辰巳出版(2004/12/4)
『ゴシック・ロリータ＆パンク ブランドBOOK Vol.1』辰巳出版(2005/5/16)
『ゴシック・ロリータ＆パンク ブランドBOOK 秋冬号』辰巳出版(2005/10/29)
『ClaraBow VOL.1—永遠少女のためのファッションマガジン』バウハウス(2005/10)
『ClaraBow VOL.2—永遠少女のためのファッションマガジン』バウハウス(2006/01)
『ロリータ 衣装道楽』マーブルトロン(2005/02)植田 裕子
『ロリータ 衣装道楽II For Relax』マーブルトロン(2006/1/24)植田 裕子
『メゾン～ゴシック＆ロリータSTYLEBOOK』学習研究社(2004/9/11)

＊ホームページ
・概説作成の際に参照したHP
『象牙の塔』http://members.at.infoseek.co.jp/latourdivoire/top.html
『ポジパンDJ』http://home.att.ne.jp/delta/insighter/musics/positivepunkDJ.htm
『ビジュアル系データベース —VkDB.jp—』http://www.vkdb.jp/index.cgi?page=%C7%AF%C9%BD%2F%7E1989
『ビジュアル系総合オフィシャルサイト』http://www.visunavi.com/artist.html?artist_id=25
『Gothic & Lolita Lover Ring . HK / 哥德與羅莉泰同盟 . 香港』http://glloverringhk.zhoot.com/
『闇玫瑰』http://blackrose.zhoot.com/
『Gothic＊Lokita [Mana French fansite]』http://mana.gothic-lolita.com/

『Goth.net』http://goth.net.com/
『独善的批評集』http://www.sm.rim.or.jp/~malchut/gosroli.htm
『偶には語りでも。』http://www.kit.hi-ho.ne.jp/yoriyori/log/808.htm
『涼幻記念館』http://www.hi-ho.ne.jp/~illusia/goth_memo2.htm
『真奈図鑑』http://www5a.biglobe.ne.jp/~lione/manazukan/html/lolita.htm
『毒舌日記』http://www.h2.dion.ne.jp/~dokuzetu/

・リンク集、ウェブリンク、BBSなど
『ゴシック＆ロリータ 総合リンク集』http://www.start-link.com/goth-loli/
『Goth&Loli Heaven』http://members.at.infoseek.co.jp/glheaven/
『検索少女』http://www.lapucelle.net/
http://edge.ee.tokushima-u.ac.jp/urls/word/g/o/thic+/lolita-jp.html
『Gothic † Lolita　RING』http://www.geocities.co.jp/Milano-Killer/4528/union/ring.htm
『不思議の國のお茶会』http://www.geocities.co.jp/HeartLand-Renge/2021/
『-Noir+Angelique-』http://www.geocities.co.jp/Milkyway-Orion/9991/
『ゴスロリBBS』http://www1.ezbbs.net/27/touka/
『ロリィタファッション†ランキング゛』http://www.p-sunu.net/rank/ranking.cgi?board=BABYSSB&id=32248320
フリー百科事典『ウィキペディア（Wikipedia）』ゴシック・アンド・ロリータhttp://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%B4%E3%82%B7%E3%83%83%E3%82%AF%E3%83%BB%E3%82%A2%E3%83%B3%E3%83%89%E3%83%BB%E3%83%AD%E3%83%AA%E3%83%BC%E3%82%BF#.E6.B7.B7.E6.B2.8C.E3.81.A8.E3.81.97.E3.81.9F.E7.8A.B6.E6.B3.81

・ファッション用語
『週間ファッション情報』http://www.fashion-j.com/bb/gothic.html
『コスチューム用語辞典』http://www.costume.tv/cdic/274-275.html
『ファッション用語―繊研新聞』http://www.senken.co.jp/yougo/yuglist.htm

［注］

1――「メタル服」などと呼ばれる。スリムな革のパンツにサテン素材のシャツを着ることが多い。色は黒、紫、赤など原色系。ロングブーツを合わせ、髪を伸ばしていることが多い。

2――『ゴシック＆ロリータバイブル』第9巻「大槻ケンヂ×ゴスロリモデル座談会」内での紫泉の発言「ピンクハウスはロリじゃないんじゃない。あれはピンクハウスっていうジャンルだね（笑）」

3――金子功のデザインの方針が「大人の女性の為の少女趣味」であり、「ヨーロッパの田園」を強調するイメージ写真を掲載するなどしていることに手がかりがある。Pink Houseの想定する「少女」は「自然」と結びつくもので

あった。さらに、この「少女＝自然」「ヨーロッパの田園」イメージは、日本人男性による「想像」の産物である。この点については、ライターの夏一葉、大阪大学Jessica Bauwensに示唆いただいた。

4――バンドの熱烈なファンのこと。「バンギャル」「バンギャ」と略される。「追っかけ」「グルーピー」と呼ばれることもある。

5――「ヴィジュアル系」のバンドのファンだからといって、「ゴスロリ」の服を着ているとは限らない。「ゴスロリ」の服を着ているからといって「ヴィジュアル系」のファンだとは限らない。二つの集団が混同されることが多いが、必ずしも子の二つの集団は重なりを見せているわけではない。

6――小泉恭子「高校生とポピュラー音楽」(『鳴り響く性』1999勁草書房）参照。北川はMALICE MIZER、LUNASEA、GLAYといった人気ヴィジュアル系バンドのコスプレをして楽しむ女子高校生が急増したのは、1998年に入ってからであり、バンドのコスプレの歴史は1990年前後からX JAPANの熱狂的なファンが少しでもメンバーの存在に近づきたいという願いから始まったとしている。

7――集英社『マーガレット』1988年9月号～1989年7月号

8――祥伝社『フィールヤング』1998年6月号～2002年4月号

9――集英社『りぼん』1995年2月号～1997年10月号

10――祥伝社『Zipper』1999年5月号～2003年5月号

11――集英社『cookie』1999年1月号～

12――国書刊行会1989年、『花形文化通信』(92年6月号～97年9月号)『花形文化通信』は1989年～1997年に発行されたフリーペーパーで全100号

13――小説の初巻については、深田恭子と、土屋アンナというキャストで映画化され、2004年（平成16年）5月29日より公開された。当初は40館規模の公開予定であったが、評判を呼び156館での公開に拡大された。また、2004年（平成16年）5月にカンヌ国際映画祭に併設されたフィルム・マーケットで、「Kamikaze Girls」(神風ガールズ）と題して上映されると評判になり、7カ国で上映が決定し、公開された。この後、多くの映画祭に招待され、上映された国も増えた可能性がある。2006年、カンヌ国際映画祭と平行して行われたカンヌJr.フェスティバル（青少年向け映画のコンペ）にて邦画初となるグランプリを獲得。フランスで邦画としては過去最大となる約100館での上映が決定した。なお、主役の2人は多くの映画賞を受賞した。この映画には、ロリータ・ファッションで来館した者には、特別割引になる特典があり、話題になった。（ウィキペディア）

14――当時の状況を反映する雑誌として『宝島』ならびにその姉妹誌である『CUTiE』がある。JICC出版1988～

15――インデックス・マガジンズ1998.6～

16――ヴィジュアル系のミュージシャンの服飾を模倣することを「ヴィジュ・コス」と呼ぶが表記は「Vコス」とする。模倣する特定のメンバーの名前をとって「○○コス」としたりする。

17――第1号バウハウス2001.2、第2号～6号ヌーベルグー 2001.08～ 2002.09、第7号～10号インデックス・マガジンズ2002.11～2003.10、

18――「レディブティックシリーズ」通巻2045号『つくっちゃお！手作りゴシック＆ロリータ』2003年8月、同シリーズ通巻2106号『ゴスロリVol.1』2004年1月、ともにブティック社

19――『COSMO』インフォレスト株式会社2002年9月第一号発行～2003年6月第三号、『COSMO』はコスプレ専門誌であるが、その中に「ゴスロリ風」の衣装の製作方法が紹介されている。

20――イラストの検索エンジンの中には「ゴスロリ」という検索項目が定着している。またアダルト目的のコスプレサイト・写真集・DVDなどでも、モデルが「今流行のゴスロリ」を着きたモデルが登場している。

21――www.quiltingmom.co.kr/way-cart/lolita.htm

22――― http//blueviolet.x-y.net/

23――― ボークス社より販売、「SD」と表記される

24――― www.iwebschool,net/%7efazzie/cgi-bin/irisnx14/irisnx.cgi

25――― イベント告知用のB6サイズのチラシ

26――― 2003年ネット上で知り合ったドイツからの留学生マルセルの情報提供によると、ドイツには「ロリ」はいない、ということである。

27――― インデックス・マガジンズ

28――― 「集会」2回（名古屋市中区栄・テレビ塔周辺）2002/10/13（日）アンケート回答2名、2002/10/27（日）アンケート回答8名、「橋」2回（東京都・原宿駅周辺・神宮橋周辺）2003/2/9（日）アンケート回答7名、2003/8/22（金）アンケート回答5名、「クラブ」（名古屋市内にあるクラブで行なわれたゴシック・イベント）開催日ごとの定期的な参加、アンケート未実施

29――― 「○○○さんへの100の質問」という形で100個の質問を並べたフォーマットを作り、趣味を同じくするものが自分のサイトにダウンロードして、回答を公開するもの

30――― 佐藤郁也『暴走族のエスノグラフィー――モードの叛乱と文化の呪縛』新曜社1984

31――― メンバーのManaがヴァンパイア・マニアであることが知られており、吸血鬼が血を媒介に仲間を増やすとされていることに由来するのではないかと推測される。

32――― 情報提供者30代女性、インタビュー日時、2004年6月27日

33――― 情報提供者20代女性、インタビュー日時、2006年7月30日

34――― 情報提供者20代女性、インタビュー日時、2006年3月31日

35――― 情報提供者20代女性、インタビュー日時、2005年9月20日

36――― 2006年2月11日開催、12名のうち、男性は1名。私のほかは10代後半から20代前半で構成されていた。

37――― 青井和夫『小集団の社会学』現代社会学叢書、東京大学出版会1980、川村雷雨『都市コミュニティ論―機能的コミュニティの研究』世界思想社1982、佐藤慶幸『アソシエーションの社会学―行為論の展開』早稲田大学出版部1994、渡辺博史『コミュニティ形成と学習活動』学分社2000を参照。

38――― 「Metamorphose temps de fille」のデザイナーである加藤訓仁子は自身の日記サイト『毒舌日記』で、ロリータを身にまとうことについて「自分じゃない自分になりたい」「着飾ることで武装しているのわけではなく、自分を解放しようとしている」という思いを持っている人が多いのではないかと述べている。（「メタモルフォーゼのつくりかた　2・運命をあやつれ」）また店頭に立って接客をした経験から、ロリィタを着る少女たちの心の闇についての独自の見解が述べられており（同、「メタモルフォーゼのつくりかた　10・ロリータファッションにまつわる見ざる・言わざる的裏の部分について」）参考になった。

39――― 名前、住所、メールアドレス、ホームページアドレスといった内容の他に、何のバンドのファンであるか、そのバンドの誰のコスプレをしているかが明記されていたり、背景画像に憧れのミュージシャンの写真や自分のコスプレ画像を使ったり、プリクラを貼ったり、ゴスロリテイストあふれる画像（十字架、髑髏、ハート、薬のカプセル、魔女、蝶）が使用されていたり、あるいは退廃的・破滅的な印象を与える自作の詩がされていたりする。また選択された紙の色や質感（白、黒、青、透明、光沢のあるなし）、レイアウトやフォントの選択も重要である。

40――― 上下関係という意味ではなく、ロリィタかゴスか、ロリィタでも甘ロリなのか黒ロリなのかなどといった「種類」の所属である。

41――― もちろん本論で使用している「アイデンティティ」という言葉はこれまでの多岐にわたるアイデンティティ論

の用法とは多少異なるものである。私が本論でこの言葉を使用するにあたって最も影響を受けたのは、アーウィング・ゴフマンと、ならびにシュツワート・ホール、フランツ・ファノン、トリン・ミンハといった政治的ー文化的なアイデンティティについての論を構築している人びとによるテクストである。本論では「アイデンティティ」はその場その場で構築されるものであり、積極的に利用されもし、また逸脱もするようなものとして考えている。特定の政治的な状況に置かれた人々にとっては、こうした戦略的なアイデンティティのパフォーマンスは生きていくために必要不可欠なものである。現代の日本に生きる10代の女性にとっても、その状況は同じであると考える。