

現代の日本人

働き方 私らしさ キャラ化 多様化



目次

はじめに・・・P3～

第一章 働き方から見る、日本人・・・P4～

第二章 「私らしさ」について・・・P27～

第三章 「キャラ」と向き合う若者たち・・・P44～

第四章 ネットワークとスポーツマンガの多様性・・・P61～

「現代日本」という世界に生息しているわたしたちは一体どのような環境で過ごし、どんな特徴を持つ生物なのか。そんな疑問が常に頭の中を彷徨っているなか、時代は凄まじい速さで移り変わっていってしまいます。

ついこの間「平成」そして「2010年代」というわたしたちが生きた大きな枠組みが終了しました。たかが枠組み、と些細なことのように捉える人もいるでしょう。

ただ、これ以降起こること、語られることは全て「2020年代」「令和」という未知なる新しい時代に分類されてしまいます。お気に入りのポップスは懐メロになり友だちと交わした言葉の数々は時代遅れになるかもしれません。

そこで桑原ゼミー一同が目指したのは、今一度自分が生きている時代を見つめ直してみるということでした。

何もしないで現状が過ぎ去り過去の出来事となる前に現代、そして現代を語る上で欠かせない過去の日本に目を向けることを重要視してこの電子書籍が創作されました。

この本では、わたしたちが普段関わっている社会、メディア、人に目を向けて現代日本を捉えようと試みています。

なにか一つでも読者の皆様にとって少しでも役に立つ標となるものが見つかりましたら幸いです。

第一章

働き方から見る日本人

1. はじめに

「日本人は働きバチである」

皆さんも一度は耳にした事がある言葉ではないでしょうか。

これは日本の長時間に及ぶ労働体制の中、働き続けるサラリーマンのことを指す言葉です。

海外ではこのように、日本人の長時間労働や労働観を揶揄することがあります。

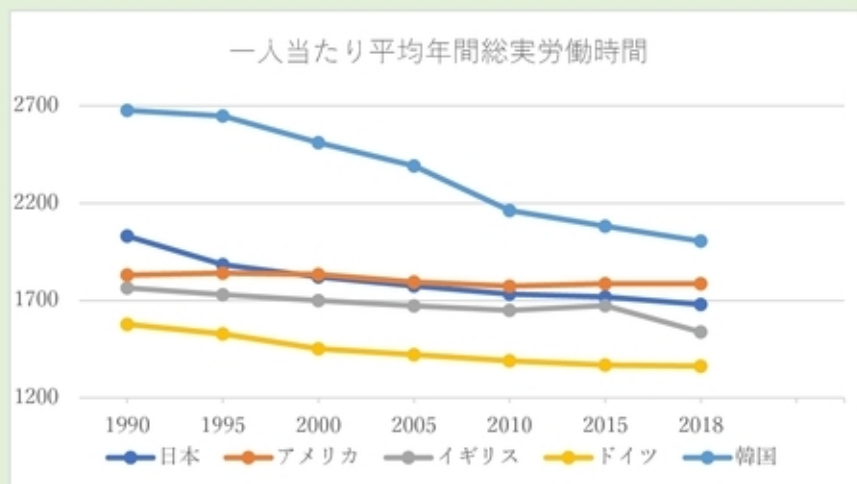
実際に日本では「過労死」が問題視され続けており、今や海外においても「KAROSHI」の意味が伝わるほど世界的な問題として捉えられています。

しかし、「過労死」は日本だけの問題ではありません。海外でも同じように過労の問題に直面しています。

では、なぜ「KAROSHI」が世界で共通認識されるほど、日本の労働のあり方は注目されるのでしょうか。

この章では、経済大国であるアメリカ、一人当たりの労働時間が短いドイツの労働を比較し、日本人の労働観や働き方についてみていきます。その上で、そこから見えてくる日本人独自の考え方について取り上げていきたいと思います。

2. 日本の労働時間



まず始めに、日本と海外各国の労働時間を比較してみましょう。

これは、一人当たりの平均年間労働時間を1990年～2018年までの28年間のデータをグラフ化したものです¹。グラフより、どの国においても労働時間は年々短縮している事がわかります。日本もその一国であり、1990年は一年間の平均労働時間が2031時間であったことに対し、2018年は1680時間となっています。また、2005年以降は日本よりも、アメリカの方が平均労働時間は長くなっていることがわかります。

この結果を受けて、疑問を持った人もいないのでしょうか。

¹ 世界の労働時間ランキング・推移 (ODCD) - Global Note

<https://www.globalnote.jp/post-14269.html>

データブック国際労働比較2018 独立行政法人 労働政策研究・研修機構

<https://www.jil.go.jp/kokunai/statistics/databook/2018/>

グラフを見る限りでは、海外で大きく取り上げられるほど、日本の労働者は長時間労働を強いられているようには見えないのです。

では、なぜ海外では、「日本人は働きバチである」と言われたり、長時間労働が原因とされる「KAROSHI」が共通語として使われたりするのでしょうか。

これにはグラフには表れない労働環境の実態が隠されているのです。

3. 日本企業の特徴

労働環境の実態を明らかにしていく上で、日本企業の二つの特徴を紹介します。

◇ 特徴①

まず一つ目は、「経営家族主義」と呼ばれる特徴です。これは、企業を大きな家庭と見なし、企業と社員が親子のように守ったり恩返しをしたりと言う関係を結ぼうとする考え方の事を指します²。これは長期雇用や年功序列など、一度入社した社員がその企業で定年を迎えるまで働き続けることを目的とした事業が具体的な施策として挙げられます。

また、日本企業は同時に「集団主義」と言う特徴も持ち合わせています。「集団主義」は個人と集団の心理的な一体感を持つとともに、集団の目標や利害を自分のものよりも優先させるという考え方のことを指します³。具体的には、小集団を単位として職務をこなすことが多く、少人数のグループで仕事を行うことでメンバー間に一体感を生み出すことなどを目的する動きが挙げられます。

² 日本企業における「和」の機能 山口美和 2010 大阪大学出版会

³ 日本企業における「和」の機能 山口美和 2010 大阪大学出版会

◇ 特徴②

日本企業の二つ目の特徴として挙げられることは、職場以外の場での交流です。例えば、「課」や「部」単位で定期的に行われる飲み会や、休日を返上して行うゴルフなどがあります。特に年末に開かれる忘年会では、仕事納めの区切りとしての役割や一年間の苦勞を社員同士で互いに労いあう場としての役割を担っています。

マイナビウーマンの調査⁴によると、忘年会が必要である理由として、一年の区切りとしての役割のほかに、チームの結束力を確認するための慣習、今年の感謝と来年の抱負をシェアして士気を高めることが出来るなど様々な意見が見られました。また、他の部署にいる社員など、普段は興隆する事のない社員とコミュニケーションを取る良い機会と考えている人もいます⁵。

このように職場以外での交流は、仕事を離れた個人としての付き合いが生まれることで、より一層の信頼関係をはぐくむとともに、仕事をスムーズに進める潤滑油としての効果があると考えられます。

⁴ 会社の忘年会は「必要」or「不要」？ 約6割の男性が選んだのは……（大楊杏） マイナビウーマン <https://woman.mynavi.jp/article/151119-7>

⁵ 【忘年会って何のためにあるの？】会社員なら知っておきたい会社その目的とは キャリアパーク！ビジネス <https://careerpark.jp/39899>

4. アメリカの労働形態

ここからは日本企業の特徴に対して、海外の企業形態について見ていきます。

まず始めに、経済大国であるアメリカの企業特徴について紹介します。

◇ 特徴①

一つ目の特徴は、原則としてアメリカの企業では決められた時間内で完結するように運営される仕組みが整えられているということです。この原則に則って、アメリカ企業では職務内容を定義付けした上で、社員を採用し定時に出来るジョブ・パフォーマンスによって社員を評価する成果主義の形式を取っています⁶。

◇ 特徴②

二つ目は、アメリカの企業ではコーヒーカウンターやバーなどの設備や、ヨガやマッサージなどのサービスを社内で提供し、社員が会社に行くことに対してポジティブな印象を持てるような環境づくりに力を入れる企業が数多くあることです。

また、子どもや家族の病気の日などは、急遽在宅勤務出来るようにしたり、子どもや乳児同伴での出勤を許可したりするなど、柔軟な姿勢を見せる職場もあります。⁷

⁶ アメリカの働き方 | Bizseeds ビズシーズ <https://bizseeds.net/articles/170> など

⁷ 日本と海外の働き方の違いとは？～労働時間・オフィス環境・仕事観からの考察
CSPark Career <https://career.cs-park.jp/column/detail/76>

5. ドイツの企業特徴

前述したように、OECD の調査において、一人当たりの平均労働時間が短いことがわかります。ドイツの企業ではどのような特徴が隠されているのでしょうか。

◇ 特徴①

まず、ドイツの労働においては「個」が重要視されているという点です。日本企業と同じように、ドイツ企業も会社自体は組織として構成されているのですが、会社に頼ることなく個人のスキルを磨き、成果を上げていくという点で異なります⁸。

日本では各仕事に対してその責任者が存在し、窓口や管理は決められた社員が行います。また、請け負っている仕事において大きな変更や決断を迫られた際、その担当者の一存で決めることは出来ません。「報・連・相」と言う言葉が表すように、必ず上司などある程度の権限を持った人に相談をすることが基本とされています。

◇ 特徴②

次に、ドイツは仕事の時間より、仕事の質に目を向けているという点です。特に、労働時間においては法律の記載があり原則として「1日の労働時間は基本的に8時間を超えてはならない」、「残業する場合も一日の全労働時間を超えてはならない」などと規定

⁸ ドイツは労働時間が短く生産性が高い理由5つ | ドイツ企業と日本企業の違い work success
<https://lostash.jp/human-resources/work-style-reform/1078185>

されています。仮に、この規則が破られた場合は、経営者に対し、罰金などの罰則が科せられます。このように、ドイツでは国全体で労働時間が長くならないよう、しっかりとした規則が定められています⁹。

⁹ ドイツの勤務時間と休暇事情とは？ドイツで働く経営者 Guanxi Times
<https://wakuwork.jp/archives/53599>

6. 日本の労働観

ここまで日本・アメリカ・ドイツ、三か国それぞれの国において企業の特徴を見てきました。その中で、各国の「労働」に関する捉え方の違いがあることがわかります。その違いを二つに分けて言及していきます。

①仕事を行う上での形態の違い

アメリカやドイツは個人に任される仕事の比重が大きく、会社側が個人のスキルや判断に依拠していると考えられます。また、プライベートの時間も大切にしており、労働に長時間を費やさず、決められた時間内での仕事の「質」を重要視しています。

一方、日本では「経営家族主義」の言葉の通り、会社と社員を家族のような関係と捉えています。仕事は、会社もしくは「課」や「部」単位などのグループ行動が基本とされるため、同じグループのメンバーが残業をしている姿を見て、ともに仕事を行うと言う義理としての残業も存在します。このように、日本では仕事上での関係性や仕事量を重視していると考えられます。

②労働環境の整備の仕方の違い

アメリカの職場では、社員の仕事に対する意欲を高めるために、社内に様々なサービスを取り入れたり、家庭環境を考慮した仕事環境を提供したり社員が仕事をしやすい環境づくりが実施されています。また、ドイツは労働者が安心して働く事が出来るよう、

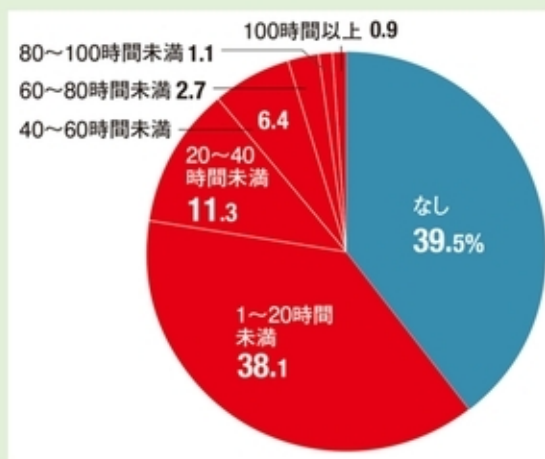
法律によって労働時間が法律で決められています。

一方、日本ではプライベートにおいても、職場の仲間と関係を持ちます。これは職場を越えた関係を持つことで、仕事上でも信頼関係が生まれたり、より効率的に仕事を行えたりすると言う利点を持っています。しかし、休日においても職場の仲間と過ごすことになるため、趣味などの息抜きの時間や家族と過ごす時間が削られてしまうと言うデメリットもあります。

日本と同じ先進国であるアメリカやドイツとは異なる形態を持つ日本企業は独自の方法で経済発展を遂げてきましたが、同時にその方法によって問題をも引き起こしていると言うことが出来ます。

7. 労働問題

日本の長時間労働が世界で注目される理由の一つとして、日本特有の企業のあり方が関係しているとわかります。前述したように、日本企業では会社と社員を親子のような関係に見立てたり、プライベートの時間をともに過ごしたりすることで、雇用関係を越えた関係性を構築します。この関係性は、仕事を円滑に進めることが出来ると言ったメリットを持っていますが、同時にデメリットも持ち合わせています。



右図¹⁰は、「出勤簿につけていない月間時間外労働時間」、いわゆる「サービス残業」をグラフ化したものです。このグラフによると、6割以上の人が一か月にサービス残業を余儀なくされていることがわかります。

なぜ、労働者はサービス残業を行うのでしょうか。

これには二つの理由があります。まず一つ目は、会社側が出勤簿に残業の記録をつけようとしなないと言うことです。残業を自主勉強時間と称したり、経営上残業代が支払える状態にないと言ったりと、様々な理由をもとに出勤簿をつけない場合があるのです。

¹⁰ 6割が「サービス残業」、緊急調査で浮き彫りに 日経ビジネス
<https://business.nikkei.com/atcl/report/16/101700076/101900003/?P=3>

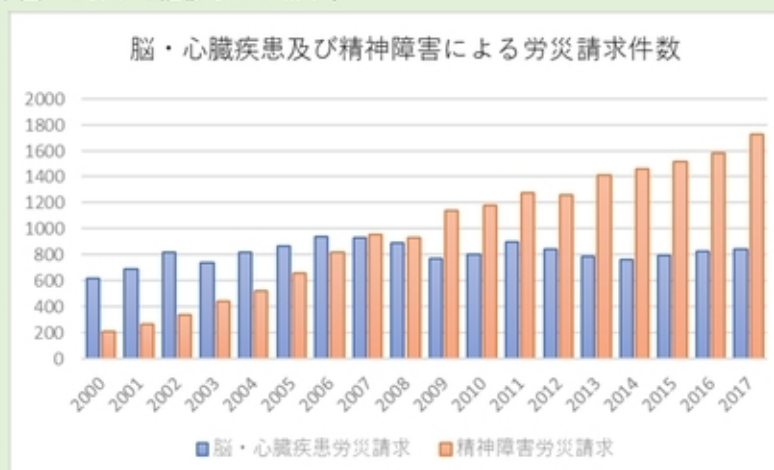
二つ目は、労働者側が「空気」を読んで、残業を申請しない場合です。この場合においての「空気」とは、会社が置かれている現状を慮っている場合や、日本企業特有の「経営家族主義」の考え方を始めとする労働者側が持つ企業に対する義理などがあると考えられます。

このように、企業と労働者の歪な雇用関係が構築されることによって、世界中から日本の長時間労働が注目を浴びているのです。

8. 日本における労働の実態

仕事が主な原因で発症した心疾患や脳血管疾患、仕事のストレスが関係した精神障害による労災請求件数は、下図¹¹のように推移しています。

心疾患や脳血管疾患の労災請求件数は、2000年以降多少の増減はありますが、ほぼ横ばいの状態です。



一方、精神障害の労災

請求件数は、心疾患などを理由とした労災請求件数と違い年々増加しています。

このように、日本の労働者が置かれている現状は非常に厳しいものであるということがわかります。

この状況下で、実際に労災に関する裁判も起こっています。ここでは、二つの事例について言及していきます。

まず一つ目は、長時間労働による業務中の事故に関する裁判¹²です。この裁判は大手コンビニエンスストアで働いていた従業員が、業務中に脚立から落ち、急性硬膜下血腫

¹¹ 平成 30 年度版過労死等防止対策白書（本文） | 厚生労働省

<https://www.mhlw.go.jp/wp/hakusyo/karoushi/18/index.html>

¹² 弁護士の総合検索サイト『あなたの弁護士』 過労死裁判の判例と裁判を起こす手順 | 遺族が企業に請求できるものとは <https://yourbengo.jp/roudou/537>

のために亡くなったと言う事例です。この従業員は過労死ラインと呼ばれる目安をはるかに超えた、月 218 時間以上の長時間労働を行っていました。

二つ目は、2017 年に起こった大手広告会社に勤めていた女性社員の過労死に関する裁判¹³です。この事件は、メディアでも連日大きく取り上げられていたため、記憶に残っている人も多いのではないのでしょうか。弁護士総合サイトによると、この女性社員は入社後、月 100 時間を超える残業を毎月行っていたと言われていました。

これら二つの事例は、長時間労働により引き起こされた事件と認定され、企業側が労働者遺族に対し、和解金や罰金を支払うことで事態は収拾しています。

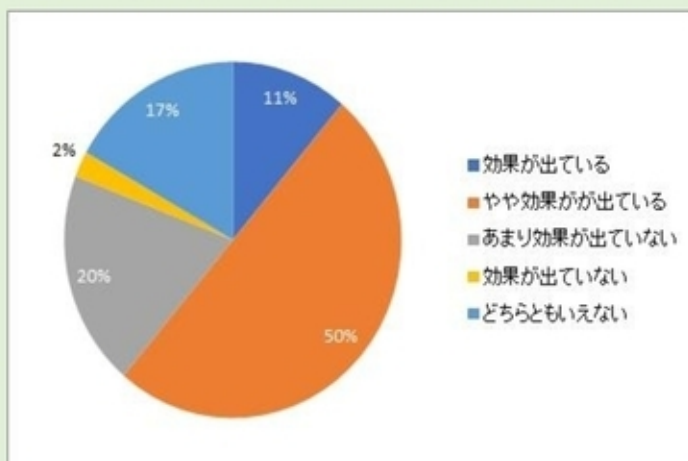
しかし、今なお労働問題は無くなることはなく根強く残っています。

¹³ 電通の過労死裁判、「人の命が失われても罰金 50 万円」が象徴する日本の現実
ニュースサイトで読む: https://biz-journal.jp/2017/10/post_20934.html

9. 働き方改革

長時間労働が問題視される今日、労働環境の改善に向け、国を挙げた「働き方改革」が行われています。

厚生労働省は長時間労働の是正策として、時間外労働の上限規制の導入や有給休暇の取得の呼びかけを行っています。時間外労働の



上限については、これまで法律による規制がなかったのですが、月 45 時間、年 360 時間を原則とする法的上限を設けました。

上記グラフ¹⁴を見ると、約 6 割の企業が「働き方改革」の効果が出ていると答えています。また、「働き方改革」の実施目的¹⁵として、長時間労働の是正と答えた企業が 85% にも上り、生産性の向上や女性や高齢者雇用と言ったダイバーシティの推進などの項目を抑え最多となりました。具体的な対策として、残業時間の削減や有休休暇の消化促進などが挙げられ、これらを含む長時間労働の是正に対する効果を実感している企業が多く見られました。

¹⁴ HR 総研：「働き方改革」実施状況【1】全般：取り組みと効果・課題 取り組み企業の 6 割は効果が出ていると回答 日本最大級の人事ポータル HRpro
https://www.hrpro.co.jp/research_detail.php?r_no=196

¹⁵ 時間外労働の上限規制 | 働き方改革特設サイト | 厚生労働省
<https://www.mhlw.go.jp/hatarakikata/overtime.html>

実際に長時間労働が問題化されやすい不動産業界で行われた「働き方改革」の事例¹⁶を一つ紹介します。滋賀県にある某不動産会社では、取り組み前は、月 100 時間超の残業を行う従業員がいたため、『ワークアメニティ 12』と言う時短や休暇を増やす制度を掲げ、店舗の休業日を週 1 日から隔週 2 日と増やしたことで月 4 日から月 6 日になりました。また、午後 7 時以降の残業を禁止としました。その結果、平均残業時間は月 10 時間以下となり、休日は 4 割増加となり、労働環境の改善に成功した事例となりました。

このように、様々な問題を未だ抱えている日本の労働環境は、国が掲げた「働き方改革」の取り組みが少しずつ企業側へと浸透していき、今後改善する兆しが見られると考えられます。

¹⁶ 働き方改革のヒント 首相官邸ホームページ
https://www.kantei.go.jp/jp/singi/katsuryoku_kojyo/...

10. 日本人の特徴

最後に日本における労働のあり方を通して見えて来た、日本人の特徴について考えていきます。

日本企業の特徴として挙げられていた「経営家族主義」や「集団主義」が示しているように、日本人は「和」の精神の下、「人と人との関係」を重要視していると考えられます¹⁷。特に会社を始めとする学校や習い事など、自己が所属するグループ内の人々との関係性においてその考え方が顕著に表れていると言えます。すなわち、「内」の人々との関係を何よりも考えて行動しているのです。また、会社自体を「人」と認識し従業員ともに苦労や喜びを分かち合いつつ、共に切磋琢磨する仲間と言われる場合もあります。

このように、日本人は何らかのグループに所属した時、メンバーとして周囲の人々と良い関係を築くために行動するのです。

これらの考え方は日本特有のものと言えるのではないのでしょうか。

前述したように、アメリカやドイツでは個人の判断に委ねられる場面が多く、成果主義の考え方が主流となっています。そのため、日本のように「人と人との関係」を優先してしまうと、その考え方は妨げとなる恐れがあるからです。

したがって、「人と人との関係」を第一に考えて行動することは、日本人独自の考え方とすることが出来ます。

¹⁷ 日本人の価値観 異文化理解の基礎を築く 原聡 2013 かまくら春秋者

11. まとめ

この章では日本企業と海外企業の特徴を比較し、労働問題や日本人の考え方について言及してきました。私たちは学校教育を通じて集団行動を学び、人との「和」の重要性を身に付け、そして学校だけでなく会社においても重要視されるようになったと考えられます。

◇ 日本の働き方

仕事をする上で「協調性」や「信頼関係」は欠かせません。そのため、これらを培う企業の制度や社外での交流は必要なことです。しかし、この考え方が行き過ぎると仕事仲間に合わせて残業をしたり、会社への「恩義」としてサービス残業を行ったり様々な問題を生み出してしまいます。世界中から日本の長時間労働が注目されるのには、このような実態が隠されているためだと考えられます。「KAROSHI」の言葉の裏では、日本特有の考え方が関係していたのではないのでしょうか。

◇ 最後に

「協調性」や「信頼関係」と言う言葉に甘んじてこの状況をそのままにしておくことは許されません。厚生労働省を始めとする日本政府は「働き方改革」と称し、日本の長時間労働を打開するための政策を打ち出しています。今後このような動きに注目しつつ、私たち一人ひとりがそれぞれ働き方を考えていく事が大切なのではないのでしょうか。

【参考文献・サイト】

・日本人の価値観 異文化理解の基礎を築く 原聡 2013 かまくら春秋者

・日本企業における「和」の機能 山口美和 2010 大阪大学出版会

・世界の労働時間ランキング・推移 (ODCD) – Global Note

<https://www.globalnote.jp/post-14269.html>

・データブック国際労働比較 2018 独立行政法人 労働政策研究・研修機構

<https://www.jil.go.jp/kokunai/statistics/databook/2018/>

・会社の忘年会は「必要」or「不要」？ 約6割の男性が選んだのは…… (大楊杏) マ

イナビウーマン

<https://woman.mynavi.jp/article/151119-7>

・【忘年会って何のためにあるの？】会社員なら知っておきたい会社その目的とは キャ

リアパーク！ビジネス

<https://careerpark.jp/39899>

・アメリカの働き方 | Bizseeds ビズシーズ

<https://bizseeds.net/articles/170>

・日本と海外の働き方の違いとは？～労働時間・オフィス環境・仕事観からの考察～

CSPark Career

<https://career.cs-park.jp/column/detail/76>

・世界の働き方事情 アメリカ編 fujitsu FSAS Portal cloud

https://service-portal.fsas.fujitsu.com/service/WorkstyleReform_america

- ・ドイツの勤務時間と休暇事情とは？ドイツで働く経営者 Guanxi Times

<https://wakuwork.jp/archives/53599>

- ・ドイツは労働時間が短く生産性が高い理由 5 つ | ドイツ企業と日本企業の違い work success

<https://lostash.jp/human-resources/work-style-reform/1078185>

- ・6割が「サービス残業」、緊急調査で浮き彫りに 日経ビジネス

<https://business.nikkei.com/atcl/report/16/101700076/101900003/?P=3>

- ・平成 30 年度版過労死等防止対策白書（本文） | 厚生労働省

<https://www.mhlw.go.jp/wp/hakusyo/karoushi/18/index.html>

- ・弁護士の総合検索サイト『あなたの弁護士』 過労死裁判の判例と裁判を起こす手順 | 遺族が企業に請求できるものとは

<https://yourbengo.jp/roudou/537>

- ・電通の過労死裁判、「人の命が失われても罰金 50 万円」が象徴する日本の現実
ニュースサイトで読む:

https://biz-journal.jp/2017/10/post_20934.html

- ・時間外労働の上限規制 | 働き方改革特設サイト | 厚生労働省

<https://www.mhlw.go.jp/hatarakikata/overtime.html>

- ・時間外労働の上限規制 わかりやすい解説 - mhlw

<https://www.mhlw.go.jp/content/000463185.pdf>

・HR 総研：「働き方改革」実施状況【1】全般：取り組みと効果・課題 取り組み企業の

6割は効果が出ていると回答 日本最大級の人事ポータル HRpro

https://www.hrpro.co.jp/research_detail.php?r_no=196

・働き方改革のヒント 首相官邸ホームページ

https://www.kantei.go.jp/jp/singi/katsuryoku_kojyo/...

第二章

「私らしさ」について

1. はじめに

ボディピアスによって身体に新たに物をつける、カラーコンタクトによって瞳の色を自由に変える、ヘアカラーによって元の髪色から好きな色に変える、顔の加工によって写真でさえも自分をプロデュースできます。

このように、現代の少女はいともたやすく自分とは違う容姿になることができます。しかし、なぜ私たちはピアスを開け、カラーコンタクト、ヘアカラーをし、顔を加工するのでしょうか。違う容姿になろうとするのでしょうか。斎藤美奈子『日本の同時代小説』では、金原ひとみのデビュー作『蛇にピアス』などの主人公について、「「私らしさ」にこだわった八〇年代の少女たちと比べると、まるで宇宙人のよう。」とも言っています。

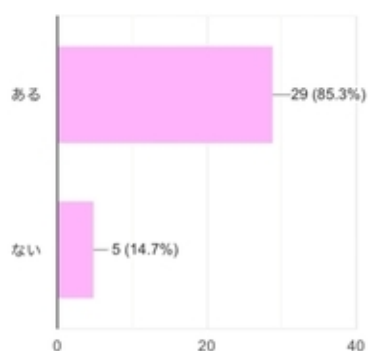
現代の少女にとって「私らしさ」とは、何なのでしょう。

この章では、なぜ現代の少女は違う容姿になろうとするのか、現代の少女にとって「私らしさ」とは何なのかを明らかにします。

2. アンケートの結果（ヘアカラー・ピアス）

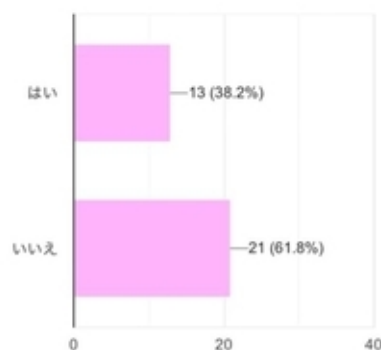
ヘアカラーをしたことはありますか？

34件の回答



ピアスをつけていますか？

34件の回答



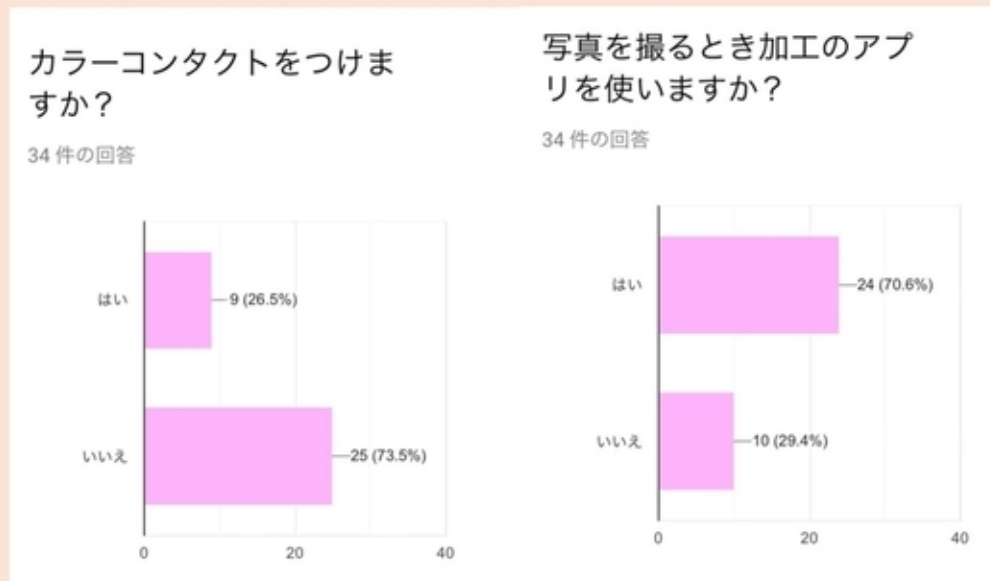
「ヘアカラーをしたことがありますか？」という質問に対して、「ある」が85.3%、「ない」が14.7%でした。ヘアカラーをする理由としては、「髪が明るい方が似合っているから」、「少しでも髪を軽く見せるため」、「イメージチェンジ」、「髪を染めている方が写真映えるから」などの理由がありました。

そして、「ピアスをつけていますか？」という質問に対して、「はい」が38.2%、「いいえ」が61.8%でした。ピアスをつけている人が少ない中、ピアスをつける理由は、ほとんどの人が「憧れの人や親、好きなキャラクターがしていたから」という理由でした。

この2つの回答を見るとヘアカラーは、「見た目をよくしたい」という理由で、ピアスは、「他の人がしていたから」という理由が目立ち、他人に自分の容姿が左右されていることがわかります。

*このアンケートは、2019年12月5日から2020年1月5日までの1か月間にGoogle formにて回答を得たものです。

3. アンケートの結果（カラーコンタクト・加工アプリ）



「カラーコンタクトをつけますか」という質問に対して、「はい」が 26.5%、「いいえ」が 73.5%でした。カラーコンタクトをつける理由としては、「垢抜けて見えるから」、「瞳の色を変えたいから」、「遊ぶときやコンサートの時にイメージチェンジしたいから」という理由がありました。そして、「写真を撮るとき加工のアプリを使いますか」という質問に対して、「はい」が 70.6%、「いいえ」が 29.4%でした。加工アプリを使う理由としては、「可愛く撮れるから」「SNS に載せる時に少しでも可愛い方がいいから」「使った方が写りがいいから」などの理由がありました。

この 2 つの回答を見ると「イメージチェンジ」や、「他人にこう見られたい」という回答が多くあり、気軽に容姿を変えられること、SNS 上や現実で他人にどう見られるかが重要であることがわかります。

*このアンケートは、2019 年 12 月 5 日から 2020 年 1 月 5 日までの 1 か月間に Google form にて回答を得たものです。

4. 何故自分とは違う容姿になろうとするのか

上の4つの回答を通して、違う容姿になろうとする理由は、「気軽にイメージチェンジが出来ること」や「他人」が関係していることがわかりました。そして、それは、80年代に比べて、ヘアカラーやカラーコンタクト、スマートフォンの加工アプリ、SNSが普及したことにより、気軽に容姿を変えることが出来るようになったこと、自分の姿をSNSに載せるようになったことと関係していると考えます。そして、気軽に容姿を変えることができるようになったことにより、なりたい髪色、瞳の色、顔の形、目の大きさ、目の形、肌質などの理想が生まれたものと考えます。

では、違う容姿になろうとする理由に「他人」が関係している、現代の少女たちの「私らしさ」とは、何なのでしょう。

次の章からは、「はじめに」でふれた、私らしさにこだわった80年代のオリーブ少女と現代の『LARME』、『bis』の少女をイラストを交えて比べ、違う容姿になろうとする現代の少女の「私らしさ」とは何なのかを考察します。

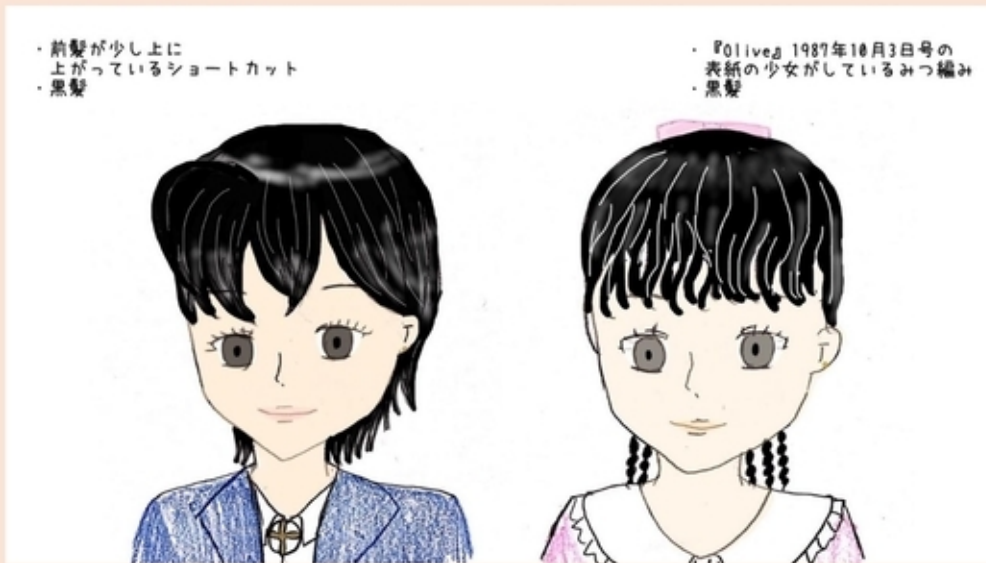
5. 80年代オリーブ少女の服装



1982年にマガジンハウスから創刊された雑誌『Olive』。その雑誌の愛読者たちを指して名付けられた「オリーブ少女」。彼女らは、『Olive』のキャッチフレーズ「Magazine for Romantic Girls」をモットーに赤やピンク、白などの色合いを使い、フリルやリボンがついたブラウスやティアードスカート、ワンピースを着るスタイルや、パリの中・高生「リセエンス」を真似たスタイルなどを好みました。

オリーブ少女たちが好むブランドとして、「人を愛し、生活を愛し、人生を愛する全ての女性に、ピンクハウスは自分らしい時間を約束します。」がブランドコンセプトの「PINK HOUSE」、「ガーリィでセクシー、大人のためのファンタジーがあふれる、ハッピーなテイスト」の「TSUMORI CHISATO」、キュートでメルヘンな世界観で個性的なファッションの「ATSUKI ONISHI」、他にも「BASSO」、「HONEY HOUSE」、「VIVAYOU」、「Nicole Club」、「45rpm」、「DO!FAMILY」があります。

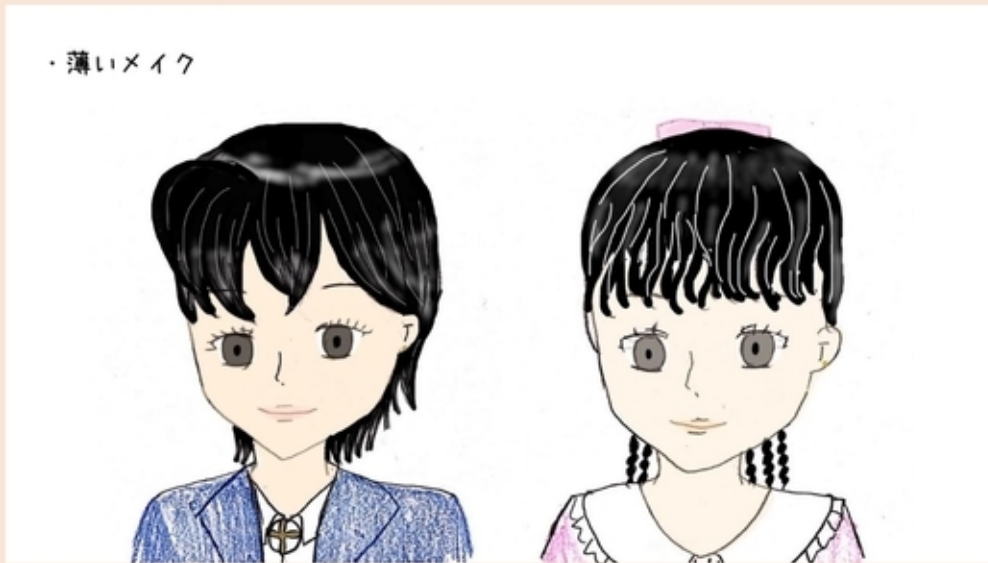
6. オリーブ少女の髪型



「オリーブ少女の髪型はショート・カットにきめた！」これは、Olive 1984年10月3日号の特集のタイトルです。山崎まどか『オリーブ少女ライフ』（河出書房新社）によると、「体育会系の女の子がスポーツの邪魔にならないように短くしているのとは違う、「お洒落なショート」が一部の芸能人の間では流行りつつあったものの、ティーンの間では、ロングヘアのサイドに段を入れてブLOWしたレイヤードカットが、相変わらず流行っていた。」そうです。しかし、『Olive』を見た少女たちは次々にレイヤードだった髪をバツサリ切り、ショートカットラッシュが続きました。そして、1987年10月3日号の髪型特集のタイトルが『みつ編み、ゼッター！』であることから、みつ編みもオリーブ少女の髪型だと言えます。

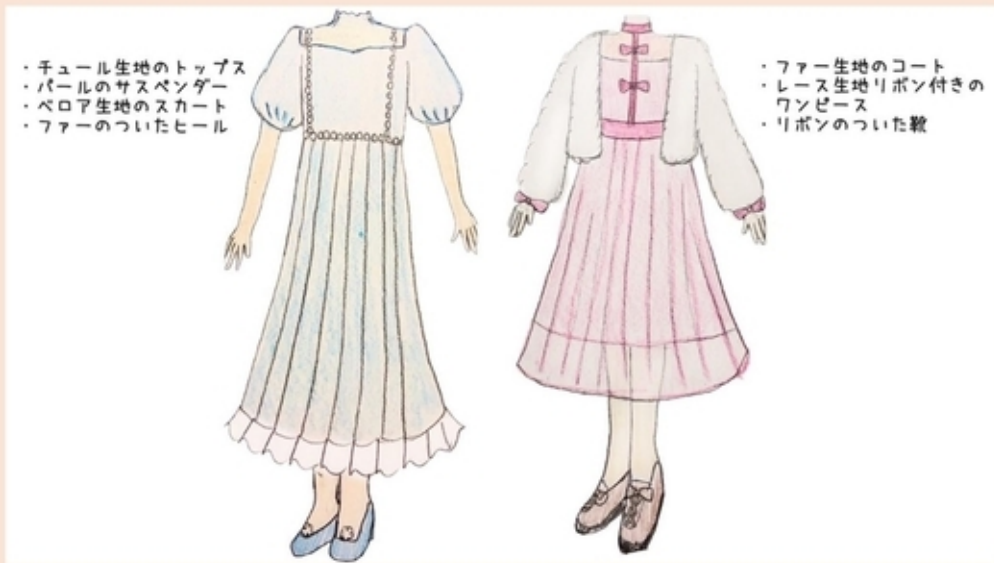
山崎まどか『オリーブ少女ライフ』（河出書房新社）によると、「八年生の二学期にショートカット・ブームは、そのままピアス・ブームに直結していた。それまで髪に覆われていた耳たぶが目立つようになると、お洒落な女の子たちはこぞってピアスの穴を開け始めた。」とあり、ピアスが流行していたこともわかります。

7. オリーブ少女のメイク



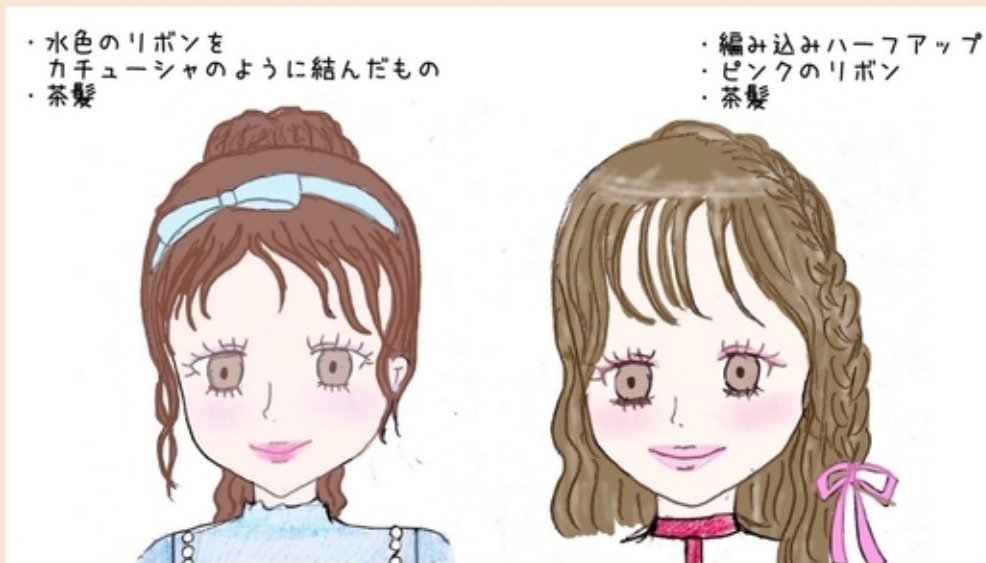
山崎まどか『オリーブ少女ライフ』（河出書房新社）によると、「『オリーブ』のファッションページは外国人の可愛らしいモデルで占められていて、日本人のモデルは滅多に出てこない。」とあります。『Olive』をインターネットで検索してみると、出てくる『Olive』の表紙の画像は、外国人のモデルばかりです。1986年10月18日号の『Olive』の「スゴイお化粧テクニック。」の表紙では、2人の外国人のモデルが写っていますが、2人とも口紅やアイシャドウをしているようには、見えません。しかし、1987年3月3日号の「卒業してもオリーブ少女ね！」というオリーブ少女のカリスマ的存在の栗尾美恵子さんの卒業特集で、栗尾さんは、「本が発売されたとき、本当にびっくりしました。メイクしている顔は、まるで自分じゃないみたいなので」と『Olive』にはじめて掲載された時のことを語り、その時の写真とともに掲載されています。その写真の栗原さんも表紙の外国人のモデルと同様、メイクをしていないように見えます。つまり、オリーブ少女のメイクは薄いものであると言えます。

8. 『LARME』『bis』の服装



オリーブ少女と比較するためにガーリーでメルヘンな世界観の服を着た現代の少女と比較します。現代のガーリーでメルヘンなファッション雑誌とえば、『LARME』（徳間書店 2012年～）、『bis』（光文社 2017年～）があります。『LARME』のコンセプトは、「SWEET GIRLY ART BOOK 甘くて、かわいい♡女の子のファッション絵本。」。『bis』のコンセプトは、「lady with the girl's heart 少女の心を持ちながら 大人の女性になるためのファッションバイブル」。この2つの雑誌によく載っているブランドとして、ブランドコンセプトが「自分の気持ちに正直に生き、自由を楽しむ女性へ向けた MIX スタイル。」の「honey salon」（2019年～）「Girl より Lady, Lady より Little♥Lady.」の「one after another NICE CLAUP」（1985年～）、「Virgin lady closet」の「merry jenny」（2012年～）、その他にも「dazzlin」（2005年～）、「MILK」（1970年～）、「evelyn」（2012年～）、があります。これらのブランドに共通するのは、レースやフリル、パールが多く使われていること、リボンがついている服が多いこと、ピンク、白、水色などのパステルカラーの服が多いことが挙げられます。

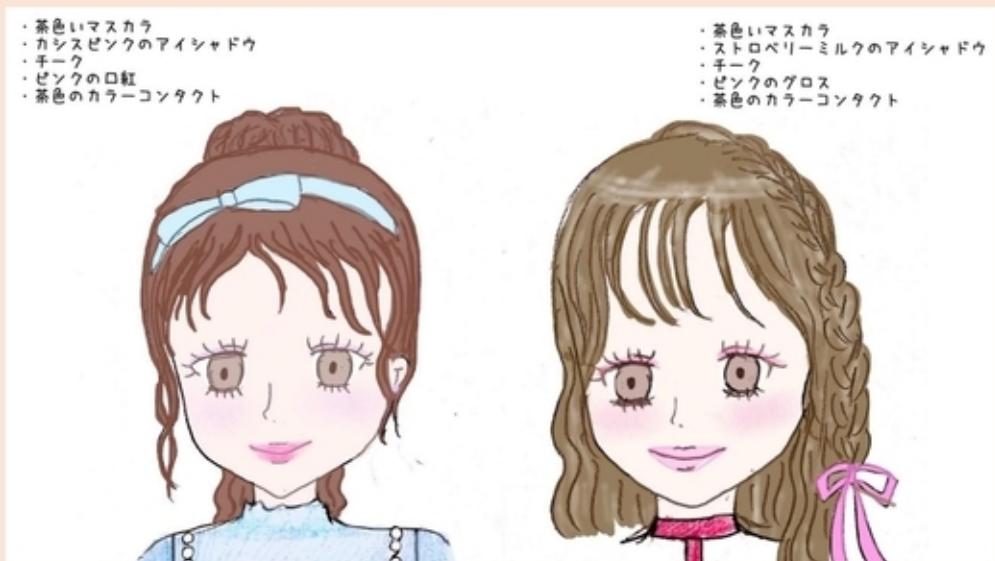
9. 『LARME』『bis』の髪型



『LARME』の041号（2019年9月1日発行）には、「読者が選ぶLARMEのヘアアレ人気ランキング」では、1位「編み込みハーフアップ」、2位「リボン編み込み」、3位「おだんご」、4位「フィッシュボーン」でした。さらに、『bis』2019年1月号（2018年12月1日発行・発売）では、「目指すのは外国映画に出てきそうな女の子 冬のお出かけヘアにはリボンを添えて」という特集が生まれ、リボンを使ったヘアアレンジが12種類紹介されています。これらを見ると、リボンを編み込んだり、結び目にリボンをつけていたり、カチューシャのように頭の上に結んだりリボンを使ったヘアアレンジが多く、リボンの色もビビットカラーよりもパステルカラーが多いです。さらに、テーマに沿って「シックで知的な「パリジェンヌ」や、ちょっとやんちゃな「ロンドンガール」になれるヘアアレンジを教えます」と書かれているのを見ると「海外の女の子」への憧れも見受けられます。

そして、『LARME』のモデル、『bis』のモデル共にピアスをつけているモデルが多いです。

10. 『LARME』 『bis』 のメイク



『LARME』の041号(2019年9月1日発行)には、LARME特別付録として、12 COLOR EYE SHADOW PALETTE がついていました。これは、12色のアイシャドウパレットで、色の名前が「ストロベリーミルク」「カシスピンク」など、マットやラメなどのすべてがピンク系の色です。付録を使ってメイクをしたページのモデルは、目の周りや口紅がピンク色で統一されています。『bis』でも、ピンクのアイシャドウやラメが多く入ったアイシャドウがよく使われており、この2つの雑誌を表すメイクであると言えます。

さらに、この2つの雑誌のモデルは、よくカラーコンタクトをしています。カラーコンタクトと言っても、青や緑の色のもではなく、ナチュラルなブラウンのもので、黒目が大きく見えたり、色素が薄く見えるものをよく使っています。『LARME』の041号(2019年9月1日発行)で、組まれている「LARME読者の人気カラコン Ranking」という特集でも、1位は薄いピンク系のカラーコンタクトですが、2位から5位まで全てがブラウンのカラーコンタクトでした。

11. オリーブ少女と『LARME』『bis』の服装・髪型・メイクの違い

オリーブ少女の服装と『LARME』『bis』の服装は、フリルやリボンが使われている点は似ていましたが、オリーブ少女が憧れていた「リセエヌ」のような海外の憧れとなる存在は、『LARME』や『bis』では、いませんでした。さらに、オリーブ少女が愛していたブランドの「PINK HOUSE」、「TSUMORI CHISATO」「DO!FAMILY」は、今も、オリーブ少女を思わせる白のブラウスやリボンのついた服などを販売するブランドとして残っていますが、「HONEY HOUSE」「45rpm」は、ブランドを終了し、「Nicole Club」は、「179/WG」とブランドを合体し、「ATSUKI ONISHI」「VIVAYOU」は、鞆や財布などの雑貨を扱うブランドとなっていました。しかし、雑貨を販売する「ATSUKI ONISHI」のブランドサイトには、「-妻として、母として、また母から娘へ、娘から母へ- いくつになってもロマンティックな心をもっていたいという気持ちに共感できる女性達へ、世代、年齢を超えて提案します。」と書かれており、かつてオリーブ少女だった少女と共に成長したブランドであると言えます。

次にオリーブ少女と『LARME』『bis』の髪型です。オリーブ少女は、雑誌の影響でショートカットが流行し、髪が伸びてくるとバレッタやリボンで髪を留めたとありました。

『LARME』と『bis』では、ショートカットのモデルさんは、いませんが、リボンを使った髪型が多いところがオリーブ少女と共通しています。さらに、「目指すのは海外映画に出てきそうな女の子」というテーマが設けられていることから、オリーブ少女は、海外の女の子の服装に憧れをもち、『LARME』『bis』は、海外の女の子の髪型に憧れを持っていて、どちらの時代も海外に憧れはあったと言えます。

最後に、オリーブ少女と『LARME』『bis』に大きな違いがある、メイクです。オリーブ少女は、薄いメイクが特徴的で、メイクをしていないように見えます。しかし、『LARME』や『bis』のメイクは、目の周りをピンク色のアイシャドウで囲っていたり、口紅は、赤やピンクのはっきりとした色のものを使っているページが多いです。さらに『LARME』や『bis』のモデルは、カラーコンタクトをしていることは、オリーブ少女と大きく違います。カラーコンタクトと言っても、ブラウンのものが多いですが、つけているのとつけていないのでは、明らかに瞳の大きさが違います。しかし、カラーコンタクトが流行し始めたのは、1990年代以降です。リセエヌに憧れを持ち、雑誌の表紙を飾っていた海外のモデルに憧れていたオリーブ少女がカラーコンタクトが流行した時代にいれば、青や緑が混ざったような色のカラーコンタクトをしていたのではないのでしょうか。

12. まとめ

ここまで、オリーブ少女と『LARME』『bis』を比べてきましたが、リセエンヌに憧れていたたり、ショートカットラッシュが続いたり、こぞってピアスの穴を開けたり、栗尾恵美子さんに憧れたりオリーブ少女にも「私らしさ」を感じることは、ありませんでした。しかし、『LARME』、『bis』にも私らしさを感じられるところはありませんでした。

では、現代の少女たちの「私らしさ」とは、何なのでしょう。

現代の少女たちの「私らしさ」。それは、「自分の理想に近づく」ことだと考えます。「私らしさ」と正反対にあるように思えるヘアカラー、ピアスの穴を開ける、カラーコンタクトをつける、加工アプリを使い「違う自分になる」という行為。その「違う自分になる」＝「自分の理想がある」ことこそが、現代の少女にとっての「私らしさ」です。

13. 参考文献

・城 一夫 渡辺明日香 渡辺直樹 『日本のファッション 明治・大正・昭和・平成』 青幻舎

2014 年

・渡辺明日香 『東京ファッションクロニクル』 青幻舎 2016 年

・一般財団法人 日本流行色協会 (JAFCA) 『日本のファッションカラー100 流行色とファ

ッショントレンド 1945~2013』 株式会社ビー・エヌ・エヌ・新社 2014 年

・『「オリーブ」の「リセエヌ宣言」』 cakes、2014 年 (<https://cakes.mu/posts/6191>)

・『【イラストで解説】「80 年代ファッション」とは。ハマトラ、カラス族、オリーブ少女」
マイナビウーマン、2019 年 (<https://woman.mynavi.jp/article/190227-7/#anchor-6>)

・「CATALOGUE」 PINK HOUSE (<https://www.melrose.co.jp/pinkhouse/contents1/>)

・「CONCEPT」 TSUMORI CHISATO (<http://tsumorichisato.cc/brandconcept/>)

・「ATSUKI A.O. ONISHI」 SENZO (<http://www.senzo.co.jp/cgi-bin/ao.cgi>)

・「アツキオオニシ (ATSUKI ONISHI)

アツキオオニシのブランド情報」 ファショコン通信

(<https://www.google.co.jp/amp/s/www.tsushin.tv/brand/atsuki-onishi/>)

・「LARME/ラルム」 Instagram (<https://www.instagram.com/larmemagazine>)

・「bis」 Instagram (https://www.instagram.com/bis_web)

・「CONCEPT」 honey salon (<http://honey-salon.com/#concept>)

・「one after another NICE CLAUP」 NICE CLAUP Co.,LTD.

(<http://www.niceclaup.co.jp/brand/niceclaup/>)

- ・「BRAND CONCEPT」 merry jenny (<http://merryjenny.jp/concept/>)
- ・山崎まどか 『オリーブ少女ライフ』 河出書房新社 2014 年
- ・「沿革」 徳間書店 (<https://www.tokuma.jp/company/enkaku.html>)
- ・「3 年後に読み返しても古くならない雑誌を創る」 WWD PROMOTIONS 2017 年
(<https://www.wwdjapan.com/s/421274/2>)
- ・「大人気のハニーサロンが新しくなってオープン！ファンタジックな世界観が可愛すぎる♡」 bis 2019 年 (<https://bisweb.jp/column/66777>)
- ・「沿革」NICE CLAUP Co.,LTD. (<https://www.niceclaup.co.jp/sp/company/history.html>)
- ・「merry jenny」 FASHION PRESS (<https://www.fashion-press.net/brands/3562>)
- ・「「dazzlin」10 周年記念 2015 年秋冬イメージモデルにローラが帰ってくる ブランドロゴも一新！可愛いだけで終わらない大人志向へ」 MARK STYLE 2015 年
(<https://www.mark-styler.co.jp/news/「dazzlin」10周年記念-2015年秋冬イメージモデルにローラ.html>)
- ・「ABOUT MILK」 MILK (<https://milk-web.net/about/>)
- ・「リアルな“カワイイ”を発信するブランド「evelyn (エブリン)」を運営するウェアデプト
売上高、5 年連続増加・前年比 124%達成姉妹店「AnMILLE (アンミール)」も売上好調」
oricon news 2017 年
(<https://www.oricon.co.jp/pressrelease/169215/>)
- ・「HOME」 DO!FAMILY
(<https://www.do-family.co.jp/top.html>)

・「意外と知らないコンタクトレンズの歴史と原理」中央コンタクト フラワーコンタクト

(<http://www.chuo-contact.co.jp/sp/column/knowledge/16012503.html>)

・「カラーコンタクトレンズの歴史」Refrear (<https://refrear.jp/seminar/カラーコンタクトレンズの歴史/>)

第三章

「キャラ」と向き合う若者たち

1. はじめに

2016年度の大学入試センター試験国語において現代文で用いられた文章をご存知でしょうか。『キャラ化する/される子どもたち』という本からの抜粋であったそれは「キャラ化」を用いて現代の若い世代の性格を表そうとしているものでした。

過去問を解いていた受験生は、特に学校生活を送る中高生に当てはまるとされた「キャラ化」というワードに思い当たる節があると思います。キャラクターを省略した「キャラ」という言葉は架空の人物を指すときだけでなく、身の回りにいる友達に対して使うことがあるからです。

近年では「陽キャラ」「陰キャラ」という表現を耳にします。その人物の性格を基にして陽と陰の二種類に分けるこれらを筆頭に、キャラという言葉を用いて身の回りにいる人間を区分けした経験がある人もいるでしょう。

では、現代の若者が行っている「キャラ化」とはどのようなものなのか。

舞台となる学校の環境、現代の若者の性格がどのような傾向にあるのかを調べた上で「キャラ化」を明らかにしたいと思います。

後半では実際に「キャラ化」が作品内において重要な役割を担っている2018年に公開されたアニメ映画『リズと青い鳥』に注目し、作品内で描かれる「キャラ化」について掘り下げていきます。

2. 1980年に起きた学校教育の変化

かつての学校文化は価値観に合わない異質な人々を排除しようとする性質を強く持っていました。

その文化に染まったモノたちは異質なものを排除しようとした結果、学校内でのいじめの発生、または非行による学校社会への抵抗につながってしまいます。

そのため学校文化の中で子どもたちは理想の自己像を作ることが難しくなりました。

しかし、1980年代の半ばからそれらの価値観は変化していきました。消費資本主義社会の到来によって、社会が学校に期待する人材も工場労働を担うような均質な人間ではなく、多様な欲望に基づいたニーズに応えられる創造性の持った人間へと変わっていきました。

当時の中曽根内閣は長期的展望に立って教育の改革に取り組む「臨時教育審議会」を発足させました。それを境に教育政策は大きく転換し、偏差値重視、学歴社会の弊害など学生を縛っていたものを問題視して、ゆとりを持った教育を勧め、一人ひとりの個性の重視が理念となりました。

ゆえに若者は自身のアイデンティティの確立を目指すことになるのです。

3. キャラが生まれた訳

現代の若者像を形成した要因として、『半径1メートルの想像力』のなかで筆者の山崎は1990年以降の日本で進んだ個人化を指摘しています。個人化を簡潔に説明すると、人々にあったつながりが失われてしまい、個人として生きなければならなくなった、ということです。

個人化は90年代後半より高まったとも指摘しており、これは自身のアイデンティティ確立を目指した80年代の教育政策と重なるものであります。加えて、繋がりがなくなっているせいで高まってきた個人化社会では自分の人生における決断を自身で行うことが求められるようになりました。

教師や友達に助言をもらったり、相談することはあくまで自分自身の決断のための用途であり、あくまで周囲が求めているのは自分自身の決断であるということです。

山崎は自己決断を強く描いた作品として『新世紀エヴァンゲリオン』を紹介しています。

14歳の碇シンジが周りから自己決定を迫られているなかで目の前の「現実」に折り合いをつけていく物語であるとした上で、重要な彼の代表的なセリフを取り上げました

「逃げちゃダメだ、という有名なセリフはまさに現実との関係の中で生じる自己決定場면을物語るセリフとなっている」

(半径1メートルの想像力 p103)

山崎は、社会制度との関係によって必ずと言っていいほど生じる自己決定の場面は特に学校の中にあふれているといいます。考えてみればわたしたちが社会に出る前に所属する

学校という大きな組織では、その場所に「加入する」「離脱する」の決断が多く存在すると思います。中学で初めて経験する部活動をはじめ、高校での文理選択、就職や受験による進学などが挙げられるでしょう。

そして、その場合逃げることは称賛されません。逃げるのではなく立ち向かって「何かしら」を決断することが良しとされたのです。

これは、子どもたちに「選択の自由がある程度与えられている」とも言うことができるのではないのでしょうか。選択をすることによって付きまとうリスクは考えられますが、子どもたちには「より自分の快適を求める」または「そもそも選ばない」という選択肢も与えたこととなります。

前述した1980年代の教育に起きた変化では、子どもたちの個性を重視したゆとりある教育がアイデンティティの確立を目指しました。しかし、全員が全員可能だったかと聞かれればそうではないはずです。

社会に限られた価値観を押し付けていた時代とは違います。ですが、確立した価値観の基盤がない分、自分の確かさが揺らいでしまい、そのことに不安を覚える若者たちが、周りの人たちから表面的な承認を得るための方法を模索した結果、アイデンティティの確立が閉ざされ、その代わりとして「キャラ化」につながったのです。

4. 自分を「キャラ化」する

『キャラ化する/される子どもたち』において、土井は着せかえ人形の「リカちゃん人形」の変化を例えに出してキャラ化について説明しています。

1967年から現代まで人気のある国民的なキャラクターであるリカちゃんは現在、1987年から続く4代目が主流となっています。家庭環境、職業や兄弟の設定がタカラトミーから提供されその「物語」の枠組みのなかで子どもたちはごっこ遊びを楽しみました。

しかし、時代が変わっていくとリカちゃんはその枠組みから離れ、別のキャラを演じるようになります。4代目には様々なバリエーションがあるのです。



(<https://matome.naver.jp/odai/2140090540125097901>)

その一部が写真にある1999年発売のポストペット、またはミニーマウスなどのキャラクターになりきるようになったリカちゃんです。すでにキャラクターであるリカちゃんが全く別のキャラクターになるのです。

また、バリエーションが登場した時期、世間ではインターネットが普及し始め、一次作品からキャラクターだけを取り出し物語からは独立して存在する二次創作を作る同人作家の作品も知られるようになっていきます。

これらは物語の主人公がその枠組みに縛られていた「キャラクター」の時代には想像できませんでした。土井は、リカちゃんを含むキャラクターたちのキャラ化という現象は現代の人々にも当てはまると考えており、このような現象について以下のように述べています。

「それぞれの対人場面に適合したキャラを意図的に演じ複雑になった関係を乗り切っていくこうとする現代人の心性を表しているようにも思われます」

(キャラ化する/される子どもたち P23)

特定の物語を背負った「キャラクター」がどんな物語にも転用可能な「キャラ」へととなりました。

しかし、リカちゃんが様々なキャラを演じることでいくらどんな姿に変身しようがあらかじめ備わっている特徴は変わることはありません。リカちゃんはリカちゃんであることに違いはないのです。では、現代の若者も被っている仮面である「転用可能なキャラ」とは一体どのようなものなのでしょう。まず、被っている仮面以前に、生まれ持った「内キャラ」が存在するということから説明します。

5. 「内キャラ」は本当の自分なのか



(<https://www.pakutaso.com/20160739210post-8515.html>)

キャラを被る以前に持っていると言われる「内キャラ」とは土井によると固定的なものではないかとされています。現代の若者の誰しもがキャラという仮面を被る（又は被らされる）とされている今、周囲から自分に向けられる「あなたは〇〇である」「〇〇というキャラである」という視線が浴びせられることが多々ある。

そのなかで「わたしは〇〇ではない」「本当の自分は▲▲である」という自身の拠点になるのが「内キャラ」なのです。

土井は、自分自身のキャラにストレスを覚え反発する気持ちが芽生える中で絶対的な拠り所として機能するのが「内キャラ」であるとしています。

「今日の若い人が「内キャラ」にこだわるのは、いかに生きるべきかを指し示す羅針盤がこの社会のどこにも見つからずいわば存在論的な不安を抱えているからです」

(キャラ化する/される子どもたち p33)

従来の価値観や序列が変化したり、自分が学校生活を送り成長していくにつれ、変化していく周りからの視線を経験するなかで、成長することのない生まれもったキャラクターである「内キャラ」は現代において、自分がどう進むべきであるかという羅針盤の働きをしているというのです。本当の自分という像に帰結するのは必然であるのでしょうか。

多くの若者にとってアイデンティティの確立が難しくなった現代でこの「内キャラ」は非常に重要なものを感じられます。しかし、内“キャラ”とあるようにこれもあくまでキャラであることが伺えてしまいます。

山崎は「内キャラ」をも虚構であると述べています。

「内キャラは自己の物語に基づいて出された「仮想された自己」であると考えられる」

(半径1メートルの想像力 p187)

「わたしは〇〇ではない」「本当の自分は▲▲である」ということは自分がキャラ設定しているに過ぎないため「内キャラ」さえも虚構と言えるのではないかと言うのです。幼い頃「素の自分」と仮定したものを表に出した場合、他者から認められる保証がないという経験をした人は多いのではないかと思います。

確立されたアイデンティティも存在せず、自身の中にある内キャラを提示した場合の「失敗」を経験、または失敗を恐れることで人は別のキャラを作ろうとするのです。

つまりは「外キャラ」という仮面です。

6. 外キャラという処世術

わたしたちが普段人間関係の特徴について話すときに用いる「キャラ」とは「外キャラ」ことを指しています。素の自分を晒すのではなく、あるキャラを自分に被せる仮面として表に出すことで交流を潤滑にする目的があるとされています。

しかし、前述したような価値観が定まらず、変動的である若者の環境においてアイデンティティも内キャラさえも保つことが難しいと言われているなかで、キャラを被ってしまうことは真の自己というものは育つことは難しいことなのではないでしょうか。

しかし、若者が装う「外キャラ」というのは人間関係を潤滑に進ませるために必要不可欠なものだとされているのです。土井は外キャラの提示に対してこのように述べています

「互いの関係を決裂させることなく、コミュニケーションを成立させていくための技法の1つといえる」
(キャラ化する／される子どもたち p26)

これは人間関係を構築するなかで不可欠な技法としてキャラを推奨しているようです。土井はキャラ化をすることで段階論的な人間関係の構築があるとしています。最初は人間関係を維持するための外キャラを提示し、徐々に素の自分つまりは自身のアイデンティティというものを見つけることに至るのではないかと、ということです。そのためキャラを切り捨てるというのは難しいことです。

山崎は、自身が被っている仮面である外キャラには2つのパターンがあるといいます。

一つが「自らキャラを作り周囲に認めさせる」

一つは「周囲が提示したキャラに自ら当てはめにいく」というものです。

ここには学校内、友達内での力関係が作用していると考えられます。前者は比較的強者による自身のキャラ化であり、後者は強者を含む周りの人々によって提示されたキャラを受容することでキャラ化を図ります。山崎は土井が述べた段階論的に素の自分を出していくという方法は後者では困難であると指摘しています。

教室にあるカタログから取り選んだキャラに自分を当てはめていくことは自分が不本意に思う可能性や、自身の望む自己像とは大幅にずれたものを扱うことで果たして素の自分=本当の自分などを表現できるかは怪しいということです。それよりも自分の持った「キャラ」を嘘だと否定せず、上手に付き合うことをすべきだと述べています。加えて、精神科医の齋藤環は『承認をめぐる病』のなかで仮にキャラが変化した場合の懸念点を挙げています

「成長や成熟をはらむ変化は「キャラ」を破壊し、仲間との関係に支障をきたしかねない」

(承認をめぐる病 p315)

徐々に自分を出し変化していくことにも危険を孕んでいるというのです。キャラ化することは現代の若者にとって当たり前のことである関係を円滑にするために用いられることとして当然とされているなかで、一度割当られたキャラを変化させることは本当の自分というものを表すことにも繋がらず、周囲との関係をも破壊しかねないのなら、やはり自分の「キャラ」を上手に受け入れて噛み砕いていくほかにないように思えます。しかし、あえて自分の持つ「外キャラ」を破壊することで前に進もうとした者もいるのです。

最後に、キャラを破壊することによって前に進もうとした映画『リズと青い鳥』の主人公、鎧坂みぞれがとった行動について紹介しようと思います。

7. 鎧坂みぞれが決断した「キャラ」の破壊と関係の再構築

「キャラ」は、「人間関係を構築するジグソーパズルのピース」のようなものと『キャラ化する/される子どもたち』の中では述べられています。しかし、前述したように「キャラ化」により納得の行かない関係性が築かれる場合多くあるはずです。

そのキャラを否定することで新たな関係をつくることができるのではないか。それを表している人物が2018年京都アニメーションの山田尚子監督により制作された映画『リズと青い鳥』の主人公である鎧坂みぞれです。



(写真左が希美、右がみぞれ)

(<http://liz-bluebird.com/>)

映画『リズと青い鳥』あらすじは以下のようになります。

【高校の吹奏楽部でオーボエを担当する鎧坂みぞれと、フルートを担当する傘木希美は3年生となり、最後となるコンクールを控えていた。この曲は同タイトルの童話をモチーフとしたものだった。童話『リズと青い鳥』のあらすじは以下のようになる。

『湖のほとりで動物たちと触れ合いながらも、ひとり孤独に暮らしているリズの元に現れる青い髪の少女。倒れていた彼女を介抱したリズは彼女と一緒に暮らし始めるが、青髪の

正体は一羽の鳥だった。互いにとって特別な存在になりながらも、リズはいつまでも一緒にいたいという想いを抑え、翼をもつ彼女との別れを決意する』

希美とみぞれはそれぞれがソロパートで掛け合いをする三章「愛ゆえの決断」があるがなかなかうまく噛み合わないでいた。

二人は、明るくて人当たりのいい希美が、引っ込み思案のみぞれを誘う形で入部した。

そのため、みぞれは希美に対して人一倍慕う気持ちが強い。だが、1年の時、希美は部内の対立に嫌気がさし、みぞれに何の相談もなく退部。翌年のコンクール後に再入部した過去がある。そうした過去が重なり、みぞれはどうしても上手く曲に感情を乗せることが出来ずにいたのだった。そんななか、みぞれの音楽の才能を見抜いていた指導教員の新山がみぞれに音大への進学を勧めたことより二人の関係は変化していく】

今作で「室外」が描かれているのは数少なく、物語は全て学校内更に狭めると「吹奏楽部」内のみで進行し、非常に閉鎖的な世界に感じ取れます。本編90分通して彼女らの学校外というのは不透明であり「ファミレスに行った」「お茶した」「プールに行った」「夏祭りに行く」など、外の世界につながる発言は出ているが、それは携帯に残る小さな写真などで省略されています。これらの徹底ぶりは登場人物たち（若者たち）がいるコミュニティがいかに学校、そして部活動に集中しているかを表現しているようです。

希美とみぞれの関係性を表すシーンとして、元気よく跳ねるように歩く希美と、彼女の後ろ姿をじっと見つめながら気だるそうに歩くみぞれが連れ立っている場面が挙げられます。全編通して変わらないこの構図は彼女らの関係性を表しています。

快活な希美は中学時代ぼっちであったみぞれを部活に勧誘するなど、コミュニケーション能力が高い言うなれば「陽キャラ」である。周りには彼女を慕う後輩たちが囲んでおり友達に困ることもありません。

対してみぞれは無口で周りにもそっけない態度を見せ、体育の授業でクラスメイトから凝視されても運動しようとしないうという空気が読めない一面があります。

「キャラ化」に照らし合わせると、仮に希美が自身を「陽キャラ」として周囲に認識させているのだとしたら、みぞれは用意されていた希美の影の存在である「陰キャラ」に自身を当てはめたと考えられます。自身をぼっちであることから救い、多くのものを与えてくれた希美に対し「わたしの全て」と言うみぞれは何事も希美の判断に従う姿勢を見せます。

みぞれに変化の兆し、キャラ破壊へとつながる出来事が起こります。

トリガーとなったのは高校3年生に訪れる進路選択という岐路です。

希美という陽に対して「陰キャラ」というキャラに自身を当てはめてきたみぞれが進路用紙を白紙で出したことは如何に希美に影響を受けているかがわかるシーンでした。そんなみぞれに対し、指導員である新山は音大進学を勧めます。希美には届かずみぞれのみに届いた音楽的才能を認める声に、希美は嫉妬を覚えます。

『半径1メートルの想像力』で山崎は、現代では若者の学校におけるカーストを作る上で最も重視されるのはコミュニケーション能力であると述べています。しかし、部活動ならどうでしょう。人を測る判断基準として最も重要なのはその部活動に置いての能力、すなわち本作で言う演奏能力ではないでしょうか。

さらに、みぞれが部活の後輩との関わりを持つとうとするなど、これまでになかった変化は

希美と結びついたみぞれ自身の「キャラ」を壊しかねないことでした。

「キャラ」は関係性を円滑にするものであり、このままの関係性を維持するためには、みぞれ自身の当てられたキャラを見つめ直すということが正しい選択のように思えます。自身にとって何よりも優先事項の高い希美との関係が絶たれることは良しとしないはずで

しかし、みぞれが選んだ選択は「自身のキャラを破壊する」ということでした。

『リズと青い鳥』の練習中、今まで鳴りを潜めていたみぞれの演奏は周囲の度肝を抜くもので、自身の音楽的才能を解き放ちました。第三楽章を共に奏でるはずの希美のフルートはみぞれのオーボエにのみ込まれてしまい、演奏後みぞれに部員たちが押し寄せるのをよそに彼女は姿を消してしまいます。

追いかけてきたみぞれに対し希美は「キャラ」を破壊したことへの不満を口にします。自分とのつながりがあった彼女のキャラは消えてしまい、部活における「演奏技術」という能力で自分の位置を超えていったみぞれはもはや別人に感じられると思います。

しかし、そこでみぞれが口にしたのは、変わる事のない自身の希美に対するあらゆる「好き」という想いの数々でした。彼女にとっては昔から変わらないものでも、希美にとってそれは、初めて向き合うみぞれの新たな一面なのです。

無口だったみぞれが演奏によって、さらには希美を想う言葉によって自らの新たな像を提示したのです。そこに生まれたのは二人を繋ぎ止めるみぞれの新たな「キャラ」であると考えられます。結果として、みぞれは以前被っていた「キャラ」を破壊することで自己を確かにすると同時に、希美との関係性も再構築できたということができるとは思えないでしょうか。

8. おわりに

多感な学生時代を過ごす若者にとって「キャラ」というものは切っても切り離せない仮面
であります。自己の拠り所として羅針盤としての働きもする「内キャラ」そして、人間関係
を築く上で重要な「外キャラ」について自身のそれを言語化しようとしても難しいもので非
常に不確かなものです。

その中で重要なことは自身のキャラを嘘だと否定することはせずどう捉えるか、周囲に
どう作用しているのかを考えることでしょう。他者から受け入れられることの優先度が高
まった現代で納得の行かない関係性が「キャラ」のせいだというならそれを破壊するという
手段も取るべきだと考えています。

【参考文献】

『リズと青い鳥』ブルーレイディスク（2018） 京都アニメーション 監督 山田尚子

『響け！ユーフォニアム 波乱の第2楽章』（2017） 武田綾乃 宝島社文庫

『半径1メートルの想像力』（2014） 山崎鎮親 旬報社

『キャラ化する/される子どもたち』（2009） 土井隆義 岩波書店

『承認をめぐる病』（2016） 齋藤環 ちくま文庫

リズと青い鳥 公式サイト (<http://liz-bluebird.com/>)

(<https://kai-you.net/article/26894>) 原作 武田綾乃インタビュー

(<https://www.google.co.jp/amp/s/s.animeanime.jp/article/2018/05/02/37619.amp.html>)

山田尚子×武田綾乃インタビュー

(<https://matome.naver.jp/odai/2140090540125097901>)

(<https://www.pakutaso.com/20160739210post-8515.html>)

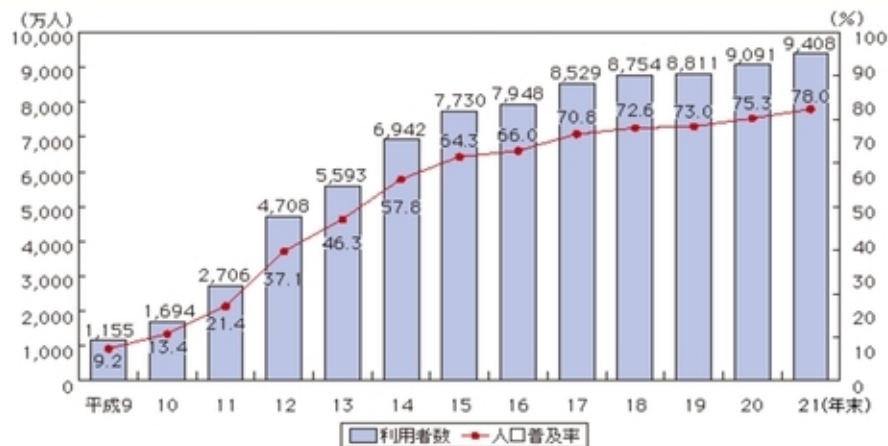
第四章

ネットワークとスポーツマンガの多様性

1. はじめに

2020年、日本では東京オリンピックが開催されます。誘致が決まったニュースに感動した人は多いのではないのでしょうか。その影響で、テレビではスポーツについて取り上げる事が増えたように思います。もともと日本でメジャーであった野球やサッカーもそうですが、特に、今まで取り上げられる機会が少なかった、日本ではまだマイナーなスポーツに焦点を当てた番組をよく見るようになったと感じます。

しかし、テレビよりも前に、マイナースポーツに焦点を当てていた媒体があることを知っていますか？ それは、マンガです。日本では野球がメジャーなスポーツとしてあげられますが、マンガでは当時マイナーであったスポーツを題材とし、ヒットした作品が多数あります。そして2000年以降、さらなるスポーツマンガの特徴として、物語をリアルに描くようになりました。



- ※①平成9～12年末までの数値は「通信白書（現情報通信白書）」から抜粋
 ②インターネット利用者数（推計）は、6歳以上で、過去1年間に、インターネットを利用したことがある者を対象として行った通信利用動向調査の結果からの推計値。インターネット接続機器については、パソコン、携帯電話・PHS、携帯情報端末（PDA）、ゲーム機等あらゆるものを含み（当該機器を所有しているか否かは問わない。）、利用目的等についても、個人的な利用、仕事上の利用、学校での利用等あらゆるものを含む
 ③平成13年末以降のインターネット利用者数は、各年における6歳以上の推計人口（国勢調査結果及び生命表等を用いて推計）に通信利用動向調査で得られた6歳以上のインターネット利用率を乗じて算出
 ④平成13年末以降の人口普及率（推計）は、①により推計したインターネット利用人口を国勢調査及び生命表を用いて推計した各年の6歳以上人口で除したもの
 ⑤調査対象年齢については、平成11年末まで15～69歳、平成12年末は15～79歳、平成13年末以降は6歳以上

（出典）総務省「平成21年通信利用動向調査」<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05.html>

なぜ2000年を過ぎてから、リアルに描くスポーツマンガが増えたのでしょうか。その理由として、インターネットの普及があげられます。右の図を見ればわかるように、2000年以降、日本でのインターネット普及率は飛躍的に伸びました。そしてSNSもそれに伴って普及していきました。

今回は、2000年以前と以後のスポーツマンガを取り上げ、比較し、その中でも日本でメジャーではなかったバスケットを題材としながらも、大ヒットを記録した『スラムダンク』に注目しながら、その理由を探っていききたいと思います。そして、そこから見えてくるインターネット、そしてSNSが日本人に与えた影響について考えていきます。

2. 2000年以前のスポーツマンガ

まず、2000年以前のスポーツマンガの特徴について考えていきます。最初に取り合あけるのは原作：梶原一騎、作画：川崎のぼる『巨人の星』（1966）です。主人公である星飛雄馬は幼いころから父・一徹から大リーグボール養成ギブスや火だるまになったボールを使っのノックなど、様々な野球の教育を受け、高校入学を機に野球部に入部します。その後読売巨人軍に入部する飛雄馬は、高校時代のライバルやチームメイトと勝負していくことになります。スポ根マンガの代表的作品で、アニメ化やリメイク版も発表されました。『巨人の星』がここまで人気作品となった時代背景には、野球というスポーツそのものが日本で最もメジャーなスポーツとして知られていること、1965年から始まった読売ジャイアンツのV9などがあげられます。

次に取り上げるのは高橋陽一『キャプテン翼』（1981）です。主人公である大空翼は「ボールは友達」であることを信条としており、そんな彼に刺激を受けた仲間たちと共に成長していきます。サッカーも1936年の「ベルリンの奇跡」、1964年に開催されたメキシコシティーオリンピックでの銅メダル獲得などもあり、日本で普及していたスポーツの一つであると考えます。しかし、1980年ごろになるとFIFAワールドカップ・オリンピックなどの主要な大会での予選敗退が続き、日本のサッカー人気は停滞していました。その中でこの作品はアニメ化などで人気を博し、日本サッカーのメジャー化に寄与しました。それだけでなく、フェルナンド・トーレスやアレッサンドロ・デル・ピエロなど世界で活躍するサッカー選手にも影響を与えました。



データ出典：(登録者推移 / JBA) <http://www.japanbasketball.jp/>

次にあげるのは井上雄彦『スラムダンク』（1990）です。不良少年の桜木花道はバスケットボール部の主将・赤城剛憲の妹である晴子に 188 cm の身長と抜群の身体能力を買われ、入部を進められます。彼女に一目ぼれした花道は、最初こそ彼女目当てに入部しますが、徐々にバスケットボールの魅力に目覚め、部の中心メンバーとして活躍していきます。

今では、2016 年にプロリーグである B.LEAGUE がスタートしたり、2019 年には八村塁が日本人初となる NBA ドラフトでの 1 巡指名を受けたことが連日ニュースになったりと、バスケの知名度はメジャーなものとなっていますが、当時バスケットボールは日本ではまだ人気の薄かったスポーツでした。『スラムダンク』の爆発的大ヒットの影響で、日本での認知度が広がったと考えられます。競技登録者の推移とスラムダンクの連載時期を見比べてみると、いかに影響を与えたかがわかります。

3. 2000年以前のスポーツマンガにおける主人公

2000年以前、つまりインターネット普及前に連載され、人気を得ていた作品の主人公は、所謂「ヒーロー」的な存在として描かれていました。星飛雄馬は血のにじむような特訓をして巨人の星となり、大空翼は常にチームの中心にいました。そして桜木花道は圧倒的な身体能力に恵まれ、高校からバスケットを始めたにもかかわらず、数ヶ月で全国大会のレギュラーメンバーとして活躍します。これらの特徴から、彼らを軸として描かれるスポーツマンガにおける競技としてのリアリティーは薄いといえるでしょう。しかし、当時のスポーツマンガに重要視されていたのは、その競技特有の面白さよりも、その競技を通じた人間ドラマにより読者に感動を与えることであったと考えます。

インターネット普及以前において、当時の家での娯楽といえば、もっぱらテレビでした。そしてテレビでは、スポーツ中継がキラーコンテンツとして機能していました。テレビをつければ、スポーツ選手が多くの観客を沸かしながら、リポーターが熱く語っていました。テレビを見ていた人々にとって、スポーツとは熱く、感動するものであり、スポーツ選手はヒーローのようなものだったのです。

4. 2000年以降のスポーツマンガ

最初に述べたように、2000年以降のスポーツマンガは物語をリアルに描くようになりました。

ひぐちアサ『おおきく振りかぶって』（2003）は、チームネイト同士の会話、主人公チームのグラウンド事情やお金事情、保護者との関係性をリアルに描いています。他の部活と譲り合って使う、狭いグラウンドの中で効率よく練習するために試行錯誤したり、保護者が他校の試合のビデオ撮影に協力したりするなど、競技経験者だけではなく、その保護者も「分かる!」と言いたくなるような描写がなされています。また、チームメイト全員が下ネタで盛り上がることで仲がいい事を表す描写は、面白く、部活動を経験したひとでこういった思い出を持つ人は多いと思います。

もちろん、現実世界でのスポーツ選手も試合をしているだけではなく、普段の生活があり、同業者だけではなく、それ以外の人との関係性の中で生きています。その部分を細かく描写していく事で、読者はキャラクターをよりリアルな存在として感じる事ができます。

もう一つ、試合以外の描写を緻密に描いている作品としてあげられるのは、原作：網本将也、作画：ツジトモ『GIANT KILLING』（2007）です。

この作品は主人公をチームの監督に据えた事で話題となった作品ですが、さらなる特徴として、フロント陣（会長・GM・スカウト・広報）の仕事を描いている点、サポーター

との関係性を描いている点があげられます。サポーターとの関係性については、いい面だけでなく、サポーターとフロント陣との軋轢だったり、サポーター同士での意見の食い違いであったりと、悪い面もリアルに描かれています。

次に取り上げるのは、古舘春一『ハイキュー!!』(2012)です。この作品は先にあげた『おおきく振りかぶって』、『GIANT KILLING』と違い、少年誌で連載されています。

『ハイキュー!!』は、少年誌らしい描写を出しつつも、チームの戦略やチームメイトの関係性にリアルさの焦点を当てています。チームのセッターを務める影山飛雄は、協調性のなさから中学時代チームで孤立していましたが、そんな影山が主人公である日向翔陽と衝突しつつも、チームの一人として成長していく過程を丁寧に描かれています。また、日向翔陽もバレー向きとは言えない小柄な体型ながら、自分より圧倒的に背が高い選手を相手に立ち向かうキャラクターとして描かれています

また、作者の古舘春一はバレーの試合会場に何度も足を運び、体育館の匂いやシューズが摩擦する音など、細かい点も描写し、読者にその場にいるような感覚を与えます。また、競技経験者にとって懐かしく感じさせる演出となっています。

5. 主人公の変化

先ほど、2000年以前のスポーツマンガで、主人公はヒーローとして描かれていたと述べましたが、2000年以降、つまり、インターネット普及後に連載されたスポーツマンガでは、主人公はより読者に身近な存在として描かれています。

身近に感じさせる手法として一つあげられるのは、「主人公が身体的欠点を抱えている」事があげられます。

2000以前のスポーツマンガ、例えばスラムダンクの主人公・桜木花道は、188cmという、いかにもバスケ向きの体系で、運動神経も抜群でした。2000年以降のスポーツマンガでは、多くの場合、主人公は身体的な部分でのディスアドバンテージを抱えています。

『おおきく振りかぶって』の主人公、三橋廉は高校球児として恵まれた体格を持っているとは言えず、ストレートの球速も120km/hに満たない投手として描かれています。

また、先ほど挙げた『ハイキュー!!』や相撲マンガである佐藤タカヒロ『バチバチ』(2009)川田『火の丸相撲』(2014)では、体躯の大きさが重要視されるバレー・相撲を題材としながら、主人公を小柄な設定にしています。

6. スポーツマンガの変化とインターネットの関係

ここまで、2000年以前と以後のスポーツマンガを比べ、インターネット普及後のスポーツマンガはリアルさを描くようになり、また、主人公はヒーローからより身近な存在として描かれるようになったと述べました。なぜ、インターネットの普及によりこのような変化が起こったのでしょうか。

インターネットが普及するまで、私達は、自分で足を運び、人から聞き、または実践することでしか情報を得ることができませんでした。

例えば、自分がスポーツチームの指導者であった場合、その指導法は自分の体験に基づき、成功したものを伝える、または、成功体験を持った指導者に話を仰ぎ、それを実践することが一般的でした。

しかしもちろん、人の体には個性差がある為、ある人に効果があったからと言ってすべての人に効果があるとは限りません。

つまり、ある人にとっては効果的なトレーニングも、別の人にとっては非効率的だったり、危険を伴ったりする場合があります。それでは優れた指導ということはできません。これが、今の私達にスポ根だと揶揄されているトレーニングです。

その個性差を考え、多くのサンプルをとり、個性差は関係なく、等しく効果が得られるように考えられたのが、科学的トレーニングです。

科学的トレーニングはインターネットが普及する前から存在していましたが、それは直接人から人へ伝えることでしか広まりませんでした。

しかし、インターネットの普及により、私達はより簡単に、より多くの情報を得ることができるようになり、また、伝えられるようになりました。

そして、広まったのは、科学的トレーニングの良い面だけではなく、スポ根的トレーニングの悪い面も広まりました。そうして、今の私達若い世代にある、「スポ根は良くない」というイメージが形成されていったのです(もちろん、スポーツに対して、ある程度打ち込んだ経験がある人にとっては、完全な悪であると言い切ることができない人もいますでしょう。先ほど述べたように、スポ根的トレーニングも、効果が出たある人に近い人ならば、効果が出る可能性は存在するからです。そしてそれが未だにスポ根的トレーニングが日本に残っている要因の一つでもあります)。

このようにスポーツ指導法の変遷から、インターネットの普及により、情報の拡散力が強くなったことがわかります。そして SNS の登場は、さらに個人の拡散能力を飛躍的に上昇させます。

SNS の浸透により、個人が発した意見が日本中、更には世界中に広まることは少なくなってきました。

最近では、Twitter やインスタグラムで不適切な行為を動画に収めた投稿が炎上し、投稿者は大きな批判を受けました。このように、個人の拡散力が上がることで、多数の他者から批判を受けやすくなりました。

個人で公開しているマンガにしても、会社を経由して公開しているマンガにしても、自分(自社)のイメージを損なうことは大きなマイナスです。なので、スポ根が良いイメージを持たれていない現代において、そういったスポ根マンガを連載させることは難しいので

はないでしょうか。

また、SNSは人の関わりをより近くしました。SNSでは、自分の知り合いだけではなく、直接自分のことを知らないスポーツ選手の投稿も閲覧することができます。

昔はテレビの中でしか見ることのできなかつた存在が、今では自分の携帯やPCでその人の情報を得られるようになりました。良く見るテレビ、好きな食べ物、苦手な物などを知ることができるようになった私達は、憧れの存在だった人たちに対して自分と同じ目線で共感します。また、共感してもらえることもあるかもしれません。

そういった情報を得ることで、私達は、その人身近な存在として感じるようになります。それが、スポーツマンガの主人公が自分にとって身近な存在として描かれるようになった要因です。

競技スポーツを経験したことのある人の中で、「自分には才能がないのではないか」と考えた事がある人は非常に多いと思います。読者にとって一番目に触れるキャラクターである主人公を身体的な才能を持ち得ない人物として描くことによって、読者から作品に対してより共感を得ようとしているのだと考えます。また、『おおきく振りかぶって』や『GIANT KILLING』、『ハイキュー!!』で描かれていた、競技以外の所を緻密に描くことによって、物語にさらなるリアリティーを担保しています。

7. マイナススポーツを描くようになったマンガ

日本であまり知られていないスポーツを題材とし、人気を得たマンガが数多く登場します。竹内友『ボールルームへようこそ』(2011)は競技ダンスを題材とし、ダンス未経験の主人公・富士田多々良が競技ダンスと出会い、成長していく様を描いています。原作：稲垣理一郎、作画：村田雄介『アイシールド 21』(2000)はアメリカンフットボールを題材としたマンガです。アメリカでは国民的人気を誇るスポーツですが、当時日本でアメフトはなじみのないスポーツでした。末次由紀『ちはやふる』(2008)は競技かるたを題材としていますが、アニメ化に加え、実写映画化もされました。

これらの作品の特徴は主人公を非競技経験者として書き始めることです。マイナススポーツを題材に選ぶことのデメリットとして、読者にその競技のイメージが掴みづらい点があげられます。主人公が一から競技を学んでいくように物語を展開することで、読者が主人公と共に協議を理解し、また、主人公に共感することができます。その為に、主人公は最初から才能にあふれている人物として描かれず、どこにでもいるような存在として描かれ、その中で主人公として成り立たせるために、他の誰にも負けない何かを持っている設定になっていることが多いです。また、競技生活以外の部分が多く描かれるのもその特徴のためといえるでしょう。

このように、マイナススポーツを題材としたマンガが人気となった要因の一つに、インターネット・SNSの普及による私達の人間関係、そして社会の変化があげられます。

インターネット・SNSが普及する前、私達にとってのコミュニケーションとは、その殆

どが対面で行われていました。しかし、インターネット・SNSの普及により、私達はそれに加え、遠くに離れた相手と対面せずコミュニケーションをとる能力が求められるようになりました。

対面するコミュニケーションと対面しないコミュニケーションでは、当然ですが、求められるものは変わってきます。対面では言いにくいことも、インターネットの中では気軽に言うことができたり、また、レスポンスの速度の違いから、内容についても変化が生じたりするからです。インターネット上では、相手の顔を見ず会話を開始することができる為、気軽に始めやすく、終わりやすいと言えます。逆に言えば、インターネット上の会話は、いつ始めるかわからないし、いつ終わるかわからないのです。そういったコミュニケーションをとると、どうしても内容というのは軽くなってしまいます。大事な話をしている、インターネット上では相手に無視されたり受け流したりすることが容易だからです。しかし、長時間会話が終わらず、軽い内容のコミュニケーションを延々と続けてしまうことも往々にあります。

また、もう一つ大きな違いとしてあるのは、インターネット上では多数の人と同時に会話することができるという点です。私達はTwitterで自分と同じ趣味を持つ人達と会話しながら、LINEでは友達と旅行の計画を立てたりします。

そうしたコミュニケーションの中で、人と人とのつながりは希薄になりつつあるといえるかもしれません。しかしそれが悪いことかといえば、一概にそうとは言いきれないと思います。対面で深くコミュニケーションをとる事は、相手との仲を急速に近づけることもありますが、相手を傷つけてしまうこともあります。つまり、私達は相手を傷つけず、相

手に傷つけられないよう、否定しない、承認するコミュニケーションになったといえるでしょう。

このようなコミュニケーションを続けることで、私達は多様性を認める様になりました。マイナースポーツを題材としたマンガも、読者にとって手に取りやすいものになった為、人気になり得たのだと考えます。

そして、今後もこういったマンガは増えていくと考えます。インターネット社会は今後ますます進んでいくからです。

8. 参考文献・サイト

原作：梶原一騎・作画：川崎のぼる（1966）『巨人の星』 講談社.

高橋陽一（1981）『キャプテン翼』 集英社.

井上雄彦（1990）『スラムダンク』 集英社.

古舘春一（2012）『ハイキュー!!』 集英社.

ひぐちアサ（2003）『おおきく振りかぶって』 講談社.

原作→原案、取材協力：綱本将也・作画：ツジトモ『GIANT KILING』 講談社.

佐藤タカヒロ（2009）『バチバチ』 秋田書店.

川田（2014）『火の丸相撲』 集英社.

竹内友（2011）『ボールルームへようこそ』 講談社

原作：稲垣理一郎・作画：村田雄介（2002）『アイシールド 21』 集英社.

末次由紀（2008）『ちはやふる』 講談社.

スポーツ漫画のリアリティ — 『スラムダンク』から『おおきく振りかぶって』、そして『アイシールド 21』にいたる途—

<http://earlofleicester.hatenablog.com/entry/20110107/1294412322>

SNS は人間関係を変えた のか？ - 京都女子大学

http://repo.kyoto-wu.ac.jp/dspace/bitstream/11173/2855/1/0140_013_006.pdf

平成 22 年版 情報通信白書

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h22/html/me411100.>

[html](#)

数字でみる「スラムダンクのすごさ」

<https://numerical-world.com/slam-dunk>

公開日:2020/01/23

制作:近畿大学文芸学部文学科日本文学専攻創作・評論コース

2019年度 3年桑原ゼミ一同

表紙イラスト協力:近畿大学経済学部 2年 明保能 紗耶