

研究ノート

サブカルチャーにおけるアニメーション（2D 世界） の役割に関する一考察 *1

ペグサム・チョーティガー*2

1. はじめに—現在のサブカルチャーに対する一つの問題提起

今日の日本ではサブカルチャーが幅広く展開している。通常われわれが文化（カルチャー、culture）と呼ぶのは社会の歴史や伝統のなかで築かれ、社会全体のなかで認められてきた人間営為のことである。その例としては文学、美術、音楽などが挙げられるが、その理解には教養などの素養を必要とされることもあり、ハイカルチャー（high culture）とも呼ばれることもある。これに対し、今日では、サブカルチャー（subculture）は社会の特定の集団や人々によって認められる特定の文化営為を意味すると捉えられる。

しかし、歴史的に見ると、サブカルチャーは、ある社会集団のメインカルチャー（main culture）に対するその社会の少数集団の文化として論じられてきたと考えることができる。たとえば J. M. インガーは 1960 年の論文¹において、当時のサブカルチャーを次の三つに分類して論じている²。インガーは、第一の分類としてクローバー（A. L. Kreber）を引きながら、サブカルチャーは社会集団が有する文化に内在しその根源的要素となる文化営為であるとする。第二に、サブカルチャーは、社会のなかの特定の集団が有する言語や宗教、価値意識といった特定の要素によって分別された文化営為を意味するとする。そして第三には、社会集団において認められた文化営為や価値意識に対抗する反主流的、反体制的な文化営為をサブカルチャーと呼ぶ。ここで第二および第三のサブカルチャーは、まさに社会集団が有するメインカルチャーと対比しての概念として理解される。また、とくに第三のサブカルチャー

*1 本研究は、筆者の修士論文

「ビジュアル系バンドのプロモーションツールの研究」、東海大学大学院芸術学研究科造形芸術専攻、修士論文、2019 年
を基礎に、研究対象をヴィジュアル系バンドからアニメーションに展開させた研究である。

*2 東海大学大学院文学研究科文明研究専攻博士課程後期 1 年次

は、20世紀当初のボヘミアン主義（Bohemianism）やその影響の下での1960年代アメリカで台頭するヒッピーなどのネオ・ボヘミアニズムに代表されるカウンターカルチャー（counter culture、contraculture）の前身を意味すると考えられる。したがって、サブカルチャーは、インガーによる第一の分類は多少意味合いが異なるにしても、マジョリティに対するマイノリティ、主流派に付随する副次的なものという様相として捉えられてきたと考えることができる。

こうしたサブカルチャーは、その一方で、現代社会においては一少なくとも日本の社会においては一その様相、存在意味を変化させていると感じられる。上でも述べたように、日本におけるサブカルチャーは、社会の特定の集団による特定の文化営為としてその存在が認められ、またそれ以上に社会のなかで一つの位置を占めるという意味で、ある種の大衆文化を形成している。その中心にあるのが漫画、アニメ、ゲーム、音楽の一部などであるが、これは日本のサブカルチャーとして人々の人気を博していることに留まらず、日本から発信されるサブカルチャーとして世界に広まっている。逆に、外国の人々からは、こうしたサブカルチャーが「日本」の文化、社会、価値観を表していると認識され、多くの外国人が日本のサブカルチャーをとおして日本に興味を持つようになっていくところまでに至っている。

筆者はこれまでヴィジュアル系バンド—いわゆる「ヴィジュアル系」—について研究を進めてきた。「ヴィジュアル系」は、それ自体は音楽活動を展開するバンドであるが、その容姿や活動が特定の集団に支持されている。その点で、今日のサブカルチャーの一つとして捉えることができる。その一方で、「ヴィジュアル系」は音楽活動以上に、漫画やアニメなどの2D（2次元）業界から大きな影響を受けている部分も多い。また、逆に「ヴィジュアル系」がアニメを支えることもあり、その関係は相互に依存していると考えられる。したがって、「ヴィジュアル系」を理解するためには同時に2D業界について研究を進めることも必要になる。

実際、現在の日本のサブカルチャーにはさまざまな業界が含まれている。その種類は大きくいって次の2つに区別することができる。

(1) 2D（2次元）業界、(2) 3D（3次元）業界

さらに、これらに加えて2.5D（2.5次元）業界も登場している。

2次元というのは、漫画やアニメのように、まさしく平面状の画面に描き出された世界である。実際には存在していない、あるいは、伝説上の人物や生き物をイメージとして描き出してストーリーを創作する。また、歴史に登場した対象のイメージ化もこれに相当する。この場合、2次元とは単に平面上に描かれるというだけではなく、

直接手では触れることができない世界を意味する。他方、これに対して実在する人物などを対象にエンターテインメントを創出する世界が3次元である。これは2次元と比較して、その対象に実際に会うことができる、触れることができるという意味をもつ。たとえば、歌手や音楽バンド、アイドル、タレント、俳優などがこれに類する。

かつてはこの2次元世界と3次元世界の境界は明確に分別されていた。たとえば、「鉄輪アトム」のようなテレビの子供番組でも、俳優が扮装して演じる実写版とアニメーション版では、たとえそれが同じテーマであっても、それぞれが独立して存在し、同じテーマを扱うという以上のリンクはなかった。しかし、現在ではこうした二つの世界の境界が曖昧になってきている。むしろ、2次元世界と3次元世界が積極的にリンクすることで相互の存在が保持されるという段階にまで達しているということができる。それ以上に興味深いのは、現在では2次元と3次元の間に新たに2.5次元(2.5D)の世界が登場し、それがサブカルチャーの一つに加えられるに至っている。2.5次元は2次元の世界をそのまま舞台上で演じるような様相を呈するが、同時に2次元のアニメに関わるような声優、俳優、アイドルなどもこの範疇に数える。

したがって、現在では、2次元、3次元および新たに加わった2.5次元の全体が一つのサブカルチャーを形成していると考えることができる。また、そうしたサブカルチャーが商業的な意味でプロモーションされて、一つの業界を形成している。このサブカルチャーは今日では集団文化としても変革をもたらしている。それは「オタク」という言葉で知られるような人々が担うある種の「文化営為」—サブカルチャーとしての「オタク文化」—である。「オタク」とは、ある事柄を好み、それに過度に熱中する者を指す言葉であるが、同時にそうした人々の集団をも指す。本研究が扱う2次元や3次元、および2.5次元世界を考えると、これらの世界を嗜好する「オタク文化」集団にとっては、それぞれが一つの次元世界を対象にするのではなく、むしろ2次元、2.5次元、3次元の世界全体を対象とする傾向が見られる。これは、商業的な業界を含めてこれらの三つの世界が相互に関連し合いながら存在していることを意味するからであると思われる。したがって、これら全体が「オタク文化」を中心に一つのサブカルチャーを形成していると考えられる。

それでは、こうしたサブカルチャーはどのような構造をしているのであろうか、また、これをどのような視点で捉えればいいのか。本稿では2次元と3次元世界および新たに登場した2.5次元世界に対し、もともとはそれぞれが個別なサブカルチャーである「アニメ」、「ゲーム」、「ヴィジュアル系バンド」、「アイドル」に着目してそれらの関連性について検討する。それは、一方ではそれらのサブカルチャー

同士が密接な関係性—相互に依存する関係性—のなかで存在していることを明らかにすることにつながる。また、他方では、これらのサブカルチャーにおいて 2 次元と 3 次元および 2.5 次元がどのように関係し合っているのかを解き明かすことで、これらを全体として一つのサブカルチャーとして捉える視点を明らかにすることにもつながると考えられる。とくに、本稿では、上で示した四つのサブカルチャーにおいて、「アニメ」が中心的な役割を担っていることを示すことで、今後のサブカルチャー研究に対する一つの問題提起とする。

2. 2次元作品としての サブカルチャーの展開

前節でも述べたとおり、サブカルチャーはさまざまな意味をもつ言葉として用いられてきた。訪日ラボ編集部による Web ページ「サブカルチャーとは マンガやアニメに代表される日本文化・どう定義？メインカルチャーとの違い」では以下のように説明されている。サブカルチャーは、「サブ（下位、補助）」の言葉が示すようにもともと社会の少数派により支持される文化を指す。歴史的には、欧米で少数民族などの文化がサブカルチャーと認識されてきたことも事実である。その一方で、日本では、メインカルチャーとされる文学や伝統的な芸術などとは一線を画す新しい表現形式を含む文化を指す言葉として浸透している。漫画やアニメがその代表的な例で、一般に「サブカル」という略称で認知されている。同様に、日本では漫画やアニメ以外にもファッションやバンドなどの音楽といった、社会の主流派とは異なるというアイデンティティのもとに認識されている文化がサブカルチャーとして存在している³。

したがって、漫画（マンガ）やアニメは確実に今日の「サブカル」の一つとして存在すると同時に、むしろ、社会におけるその存在意義はますます大きくなっていると感ぜられる。その点では、2次元（2D）である漫画やアニメは、サブカルチャーとして大きな役割をもつということが出来る。以下では、漫画とアニメ、およびゲームについて概観する。

2.1. 漫画

漫画（マンガ）は「読む」ための娯楽作品である。こうした「読む」ための娯楽作品は歴史的には古くから存在していたとされるが、たとえば平安時代の源氏物語なども物語を語る作品として捉えられる。その後、12世紀頃からは一つの絵で物語を語る作品が登場し始める。こうした絵が形を変え、やがては複数の絵を用いたものへ

と展開したと考えられる。現代的には3コマ、4コマの短い話の作品—ギャグ作品を含めて—が新聞に掲載され、その短いコマにストーリー性を入れて段々と長い作品が作られていく。そうしたものが一つの作品としてまとめられて今日の「漫画」が生まれることとなる⁴。現在のわれわれが慣れ親しんでいる漫画の初期としての代表的な例は手塚治虫の作品で、1950年頃には登場していた⁵。

こうして登場した漫画は、絵やイラストレーションと異なり、各コマに台詞が入った作品としてストーリー性をもつ。漫画は、描かれたキャラクター、扱われる題材やストーリー性などによって、それぞれの関心に応じた人々に受け入れられていく。また、一つの産業として漫画業界を形成していく。現在ではさまざまなジャンルの漫画が発売されており、その種類は少年漫画、少女漫画、青年漫画、成人漫画などの年齢や性別などの読者層に応じて区別されている。一番幅広く人気があるのは少年漫画である。その少年漫画は日本国内に限らず世界中で読まれ、幅広い人気を保つようになっている。

紙面上に描き出された漫画は、現在のインターネット社会の浸透に伴って新たな局面へと展開を見せている。インターネットの普及によってオンラインで電子書籍の講読が可能になったからである。また、インターネット社会では画像や写真というイメージによる情報伝達が進み、人々の文字離れが進む。したがって、漫画が電子書籍として登場すると、手軽く簡単にどこでも読める便利なメディアとして、娯楽作品に限らず多くの情報が漫画かによってイメージ化されることで、ますます漫画の人気が高まってきていると考えられる。日本から世界に発信される漫画の状況も同様で、無料漫画アプリが東南アジア、ヨーロッパ、欧米などで世界中で大きな人気を博している⁶。

こうしたインターネット上での漫画の需要は、とくに2020年以降の世界規模で問題となっている新型コロナウイルスの蔓延という状況下ではますます大きくなっている。実際、漫画とくに電子漫画の売上はかなり増えているといった報告もある。全国出版協会のWebサイでは、2020年上半期の電子出版市場は前年同時期比28.4%増の1,762億円で、内訳としては電子コミックが33.4%増であることが報告されている。

2.2. アニメ (anime)

「アニメ」はもともとは英語の“animation”に由来する言葉で、動画として描き出される漫画を意味するが、現在では「アニメ」が和製英語として定着している。アニ

メーションとしてはさまざまな手法があるが、基本的には短いタイムスパンの動作変化を1枚ずつセル画と呼ばれる静止面に描き、それを連続的に映すことで動画効果を得るものである。最近ではコンピュータ上での編集が可能となり、CGとの合成もあって、より鮮明でスムーズな動画が制作されている。アニメーションが登場した初期には、映画館で映写されるものを「漫画映画」、テレビで流されるものを「テレビ漫画」と呼んでいた。

実際には、今日では「アニメ」という言葉は、それ自体が日本のアニメーション作品を示すことが海外でも幅広く定着している。したがって、「アニメ」は日本の作品を示す特別な意味をもち、日本発信のサブカルチャーの一つを形成しているということができる⁷。漫画が「読む」ことを求めるのに対し、「アニメ」は「見る」のための作品として存在意味をもっている。ここにも昨今の文字離れからイメージ重視への転換の一端がうかがえる。

当初は日本でのアニメーション制作技術は必ずしも進んではいなかったが、1958年10月22日に東映アニメの制作で公開された『白蛇伝』が、初期の長編アニメーションとしての草分け的作品の一つである。後に「スタジオジブリ・ブーム」を引き起こす宮崎駿も、この長編アニメーションに感銘を受けたことはよく知られている。また、この作品の制作では俳優の動きから動画を作成する「ライブアクション」方式が採用されたことでも有名である。日本動画協会は、日本で初めてアニメーションが制作されたとされる1917年を起点に、2017年をアニメーション100周年とし、同時にこの作品の公開日10月22日を「アニメの日」と定めた。

ところで、漫画とアニメはともに2次元世界のサブカルチャーである。アニメ作品は、紙面上に描かれた漫画作品を原作として、そこからアニメに制作されるものもある。また、現在では最初からアニメ作品として制作されるオリジナルアニメも存在する。したがって、アニメ作品においては、紙面上の漫画、映画としてのアニメーション作品、テレビで放映されるアニメーション作品のそれぞれが相互に循環して存在している。とくに最近では、テレビ作品というよりも映画として放映する作品が人気を博している。たとえば、スタジオジブリによる『千と千尋の神隠し』は海外にも普及した代表的な作品で、それがアカデミー賞を受賞したことで海外で日本の作品がより一層知られるようになった。

現在は、ネットテレビ（Netflix、Huluなど）の配信が始まり、いつでも、どこでも視聴可能であるというシステムの普及によって、アニメ視聴者の増加も見込まれ、業界の商業戦略の展開とともにアニメのさらなる変革が進むこともうかがえる。

2.3. ゲーム

かつてホイジンガー (Johan Huizinga : 1872-1945) は人間を「ホモ・ルーデンス」(homo ludens、遊ぶ人)と称したが、娯楽としてのゲームは古くから存在してきた。たとえば、石を並べたり取り分けたりするものから、将棋やチェスのように盤上でコマを動かしたり、あるいは双六のようなものまで、多種多様な娯楽ゲームが伝えられ、今日に至っている。こうしたゲームに対し、今日ではコンピュータ技術の進展により、そのほとんどがテクノロジーにつながるコンピュータ・ゲーム、電子ゲームとなっている。たとえば、1990年代に登場したPlay Stationは子供だけではなく大衆のさまざまな層にまで浸透している。

こうした電子ゲームは、かつてはコンピュータあるいは専用の機器の下で使用されるものであったが、モバイルフォンとくにスマートフォンの普及にともなってその様相を変化させている。また、インターネットの急速な普及により、日本だけではなく世界の各国において共通のゲームソフト(アプリ)のダウンロードが可能になり、もはや国境のない形で利用されている。とくに今日ではほとんどの人がスマートフォン(スマホ)を所有しており、「スマホゲーム」の社会への浸透は著しい。とくに、「スマホゲーム」はスマホともに技術が進歩していくこともあってゲーム自体の種類も豊富で、入手の容易さから大きな展開を見せている。ちなみに、2020年にはコロナウイルスの蔓延もあってゲームを利用する人々が増加したという報告もある。実際、もっとも売上が高かった任天堂ゲーム機である「Nintendo Switch」は、2019年の同時期と比較して売り上げが1.8倍に達している。の売上となった。ゲームソフトの方でも同じ任天堂から出された「あつまれどうぶつの森」(2020年)は500万個以上が売れたという⁸。

これまで、2次元世界のサブカルチャーとして、漫画、アニメ、ゲームの現状について述べてきたが、これらが2次元のサブカルチャー——とくにオタク文化——を形成する大きな要因の一つに、イメージとしてのキャラクターへの志向という現象が挙げられる。すなわち、漫画やアニメ、ゲームに登場するキャラクターに熱中することで、漫画やアニメ、ゲームに対して「オタク」としての振る舞いを見せるのであり、そうした様相がそれぞれの2次元世界のサブカルチャーを形成する。その点では、こうしたサブカルチャー形成にとっては、とくに漫画とアニメ—むしろ映像化されたアニメ—への傾倒は大きな要因であり、「コスプレ」(cosplay)と呼ばれる登場人物に扮装、変身する状況を生じさせている。このコスプレも本来は「コスチューム・プレイ」を略した和製英語であるが、現在では「コスプレ」が世界に通用する言葉と

して定着している。これも日本発信の 2 次元的サブカルチャーの一つである。ここで注目に値するのが、漫画やアニメ、ゲーム—それらから派生するコスプレも含めて—などは、個々にサブカルチャーを形成すると同時に、それ以上に全体が一つのサブカルチャーを形成し、かつ、その中心を担っているのがアニメであると感じられる点である。これに関しては以下の最終節で検討する。

3. 3次元としての「ヴィジュアル系」と2次元サブカルチャーの関係性

3.1. 「ヴィジュアル系」とは何か

今日、ヴィジュアル系と呼ばれる音楽活動およびそのグループが存在する。これはもともとはイギリスのグラムロック (glam rock) —“glamorous”=魅惑的に由来するロック—とアメリカのパンクロック (punk rock) に端を発する潮流が、1980 年代の終わり頃から 1990 年代に入る時期に日本のロックに影響を与えたものである。その後、ヴィジュアル系バンドとして日本独特の音楽ジャンルとなっている。日本国内ではアンダーグラウンドから生まれたが、1990 年代の X-JAPAN から始まり LUNA SEA と GLAY と続くなかでヴィジュアル系バンドの人気時代を築いていく。なお、2000 年代に入ってから現在に至っては、ネオヴィジュアル系の時代が続いている⁹。

ヴィジュアル系バンドは、他の音楽業界と比較して、演奏する音楽や音楽活動などという点で自由度が高い。バンドを構成するメンバーのほとんどは男性であるが、特徴的、独創的な—それだけにヴィジュアル系と呼ばれる—メイクや服装をまとい、本名などの個人情報隠して現実世界とは異なる存在感を醸し出す。確かにヴィジュアル系バンドの特性が個々のバンドの音楽性 (歌や楽曲、演奏) であることは基本であるが、その音楽性やメッセージ性を主張するためのメイクや衣装、髪形や出で立ちなどのファッション性—その意味では「見た目」—などが重要な要素となっている。

なお、ヴィジュアル系バンドのプロモーションにかかわり、都内においてヴィジュアル系バンドの CD ショップを経営する矢田耕平氏 (ヴィジュアル系 CD 専門店ブランド X 主宰/ヴィジュアル系イベントプロデューサー) によると、現在のヴィジュアル系バンドは大きく「黒系」、「白系」、「キラキラ系」の三つに分かれるという。その分け方は主としてメイクや衣装といったファッション性である「見た目」による違いであるが、自らのバンドの主張を「見た目」として表現することで、これらの違いが明確に出ているという。

3.2. 「ヴィジュアル系」と2次元作品の関係

(1) V系バンドと2次元作品(アニメ・ゲーム)との相互関係

上で述べてきたヴィジュアル系は、会話などではよく「V系」と呼ばれる。本稿でも以下ではこの表現を用いる。今日のV系バンドを見ると、その活動が2次元世界と大きく関わっていることがわかる。確かに、実際に存在しているV系バンド自身がそのまま2次元作品を作ることはない。しかし、V系業界と2次元業界の間には、V系バンドのメイクや服装といった個性あるファッションからイメージを取り出し、それをキャラクターに用いることでアニメまたはゲームを制作するという関係が見出される。この場合、V系バンドとしての「白系」、「黒系」、「キラキラ系」という差異化は有効であり、これらの3タイプからその特徴およびイメージを抽出してある種のストーリーを作ることができる。

逆に、V系のバンドの方も2次元世界を利用しているという事実がある。V系バンド自身あるいはその関係者が2次元作品の音楽プロデューサーとして関わり、2次元作品に使用する音楽を製作し、それを自らのバンドが演奏するという方法である。この場合、V系バンドの営業という実質的な面はもちろんのこと、むしろ、2次元作品とV系バンドのイメージが重なることで、双方の相互利用の関係が構築されることになるが、こうした手法は決して珍しいことではない。

このV系バンドの2次元作品の相互関係は、これら二つの分野としてのサブカルチャーを共有させるという効果を生じさせると考えることができる。この共同作業の際にはV系バンドは自らの顔、姿を登場させることは少ない。むしろ、製作した音楽が2次元作品として作られたキャラクターの衣装(ファッション)とともに発信されるのであり、その音楽をプロデュースしたことでバンド名が世にだされるのである。それは、2次元作品として制作されたキャラクターの魅力を中心としたプロモーションである。しかし、V系バンドにもその相乗効果は見込まれる。関りをもった2次元作品が注目を集めることでV系バンド自身のバンド名も周知される。実際には、こうした作品がV系バンドファンに対して2次元作品への興味を湧き立てることで、その相互循環もまた期待されるのではないかと考えることができる。

(2) V系における黒系(耽美系)のイメージの2次元化

V系バンドにおける黒系は「耽美系」とも称される。それは、黒系のV系バンドがゴシック・ロリータ(Gothic Lolita)のファッションを着こなし、ヨーロッパ中世の服装やメイクを施しているからである。すなわち、耽美系というタイプはファンタ

ジー感—たとえばヴァンパイアのようなイメージを漂わせ、その強烈な印象と美しいスタイルで現実世界に存在し得ない人間像を醸し出すことになる。

こうした耽美系のイメージは、V系バンドが形成するサブカルチャー群において多くの人々に好まれる傾向がある。むしろ、V系バンドに限らずアニメやゲームを主とするサブカルチャー群を考えてみても、そのなかの「オタク」と呼ばれる人々にとっては耽美系が憧れの対象となる場合も多い。そうした理由から、V系の耽美系だけを取り出してゲームまたはアニメとしての2次元作品を制作することもかなりの頻度で見られる。これは商業的な戦略の一環であるが、2次元作品のキャラクターに耽美系スタイルのイメージ衣装をまとうせることで、2次元作品の愛好者とV系バンド愛好者の双方の興味を引くことが期待されるのである¹⁰。

(3) V系そのものの2次元化（ゲームまたアニメ）

V系バンドと2次元作品の究極のコラボ関係としては、以下に示すものが挙げられる。これは上の(2)で述べたケースとは異なり、V系バンドそれ自身が自らのバンド名、衣装、メイクした様相などを用いて2次元作品—とくにゲーム—を作るケースである。具体的には、バンドのメンバーのそれぞれを2次元キャラクターとしてイメージ化し、それに声をつけてゲームに登場させる。この手法は明らかにV系バンドファンを2次元世界へと向かわせる。それは、V系バンドファンがそのバンドと直接に触れ合う機会がライブやインストイベント（CDの購入感謝祭というようなイベント）に限られるのに対し、この手法が好きなアーティストに会えない間は「ゲーム」内で会えるというコミュニケーション・サービスを提供するからである。ここにも、V系バンドファンが2次元世界に関わるという構図が見て取れる。逆に、上で述べた耽美系バンドの状況を考えれば、2次元世界にしか興味をもたない人々に対しても、V系バンドへの関心を引き起こす効果への期待があることも事実であると思われる。

4. J-POP（音楽業界）（女性アイドル、男性アイドルなど）との関係性

日本におけるポピュラー音楽として設定されたJ-POPでは、近年では若者層を主たるターゲットとしたアイドル戦略が進められている。その初期の段階ではたとえばジャニーズ Jr.の少年隊が男性アイドルとして登場するが、それは一人の男性アイドルによる活動というよりはアイドルグループによる活動の様相を呈してきた。こうして日本に登場したアイドルは、女性アイドルとしてAKB48なる少女アイドルグ

ループの登場を迎える。こうした経緯により、わが国のサブカルチャーの大変遷ともいえるほどのアイドル文化が生まれることとなった。このAKB48の登場は秋葉原をオタク文化の聖地とするというような地域と密着したサブカルチャーを生じさせるが、当初はこうした聖地なる場所とアイドルの登場という概念構成が、その分野のサブカルチャーのより確固たる形成を促したと考えることができる。こうしてアイドル文化は現在も進行しているが、そのなかでアイドルだけの活動ではなく2次元世界との関りも見えてきている。

4.1. 音楽業界におけるアイドルと2次元世界（ゲームとの関係）

アイドルグループあるいはそのメンバーである個人としてのアイドルは、そのイメージを保持したまま2次元世界、とくにゲームに登場している。実際に活動しているアイドルグループのメンバーがゲームになるのは、それほど特別なことではない。むしろアイドルが「スマホゲームアプリ」に登場することはアイドルと2次元世界としてのゲームの共存を意味し、現在ではある意味で「お決まりのパターン」ともいうことができる。

これに関しては、二つのタイプのゲームがある。第一は、アイドルグループあるいはそのメンバーが本人のまま3次元のまま—でゲームに登場するパターンである。3次元のままに登場するということは、その写真に声（ボイス）を合わせた形でゲームに登場するのである。これは、その根底には、対象となるアイドルに夢中のファンがそのアイドルに自分の好きな時間に会えるといったゲームコンセプトが存在する。何故こういうゲームが登場し得るのかというと、人気度の高いアイドルではチケット入手を考えてもファンがコンサートに行くことにも困難があるので、ゲームをとおしてそのアイドル—写真というイメージ—と時間と空間を共有できるというファン心理を揺さぶるからである。逆に、アイドルの方もファンが離れないようにゲームで引き留めることを考えるからである。

もう一つは、3次元のアイドルが2次元のキャラクターとしてゲームに登場するパターンである。これは上で述べたV系バンドそのものがゲームになるのと同じ意味をもつ。したがって、ここにもファンとのコミュニケーションを維持しながら、ファンである人々を2次元世界のゲームに引き込むといった相互の関係性が見て取れる。

ところで、アイドルが3次元のままゲームに登場する場合に、これは3次元であろうか、あるいは2次元であろうかという点は不明確である。2次元のイメージが3

次元化される場合には 2.5 次元という考え方で検討が可能であるが、この問題に関してはなおも検討が必要であるように感じられる。

4.2. 音楽業界におけるアイドル・イメージの 2 次元化 (アニメまたはゲーム)

J-POP におけるアイドルの存在は、それ自体が 3 次元であることはいうまでもない。しかし、こうしたアイドルグループの存在は 2 次元世界にも影響を与えている。アイドルをアーティストとして音楽を提供する音楽業界は、それ自体がエンターテインメント業界の一つでもある。したがって、提供するものは音楽に限ったものばかりではなく、アイドルの人間性、アイドルグループの絆といったさまざまな様相である。他方、2 次元世界ではさまざまな作品が種々のセッティングを基にしたストーリーを伴って制作されている。とくに近年では、音楽業界に関わる「アイドルアニメ」が制作され人気になっている。その際には 1 人の主人公よりもグループ活動の方がストーリー性が高く、バリエーションも豊富である。それは、たとえばアイドルグループのメンバー間の友情などといった感情が読者の共感と呼び、その気持ちを引き出すことができるからである。したがって、アイドルのイメージから制作された 2 次元作品は数多く、同時に、セッティングだけではなくアイドルの「カッコ良さ」、「可愛さ」を 2 次元キャラクターに取り込むことで、読者の心を掴む方法が用いられている。

5. 2 次元から 2.5 次元へ

日本における「アニメ」は世界に発信し得る 2 次元的なサブカルチャーであると同時に、V 系バンドやアイドルもまた若者層を中心とする 3 次元的なサブカルチャーである。これまで見てきたように、これらのサブカルチャーは相互に関連し合い、あるいは相互に補完し合いながら一つのサブカルチャーとして存在していると考えられる。こうしたサブカルチャーに対して、昨今では 2 次元世界から具体的な実像として登場してきた存在—いわゆる 2.5 次元—が注目を浴びるようになってきた。以下ではその状況について検討する。

5.1. アニメからデビューしたヴォイスアクター (声優)

アニメにおいて一つの大切な役割を担っているのが、キャラクターの声を担当する「声優」(Voice Actor) として活動している人たちである。かつては声優は声で出

演することだけがメインであり、自らが顔を出すことは稀であった。しかし、現在の声優業界の活動を見ると、声優がキャラクターの声だけではなく、アイドルに近い活動をするのが見て取れる。例えば、今日では、写真集、シングル発売、握手会、サイン会などといったさまざまな活動—いわばアイドル的な活動—が声優の基本活動となっている。その点では、専門学校の声優専攻カリキュラムなども充実を見せるなか、今日では声優はかなり人気が高い職業となっている。

今日では、2次元業界からデビューした声優が、その後に声優アイドルとして活動することが一般になっている。また、現在のアニメにしても、プロモーションの際には人気声優がそのアニメのキャラクターの声を担当することをCMなどで宣伝することで、そのアニメの普及をはかる戦略も用いられている。その意味では、アニメ作品にとっては声優の存在が大きく、また、人気声優の出演はアニメにとって欠かすことのできないもので、むしろアニメが人気声優に依存しているともいうこともできる。逆に、声優の方では人気アニメに出演することで自らの存在をアピールすることができる。つまり、アニメが声優に依存すると同時に声優もアニメに依存しているのである。

こうした2次元世界アニメに関わる声優は、本来はアニメの背後でそれを支える存在であるが、そうして声優自身が2次元世界を背景として現実の世界—3次元世界—に登場して活動する。この場合、そうした声優は2次元世界であるアニメと密接な関係にあり、2次元世界との関係性のなかでこそ存在し得ることになる。現在では、こうした声優の活動を2.5次元世界として定め、アニメと声優の共存をはかることが進められている。これに関して、田井は以下のように述べている。

「(2.5次元世界は) マンガやアニメなどの世界を人間が演じることで形成される空間を指すことが多いようだ。そういった意味でまず浮かぶのは、アニメなどの「2次元」のイメージを声で割り当てる声優だ。「2次元」と「3次元」ともに存在する彼らは、「2.5次元」の代表的な存在なのだろう。」¹¹

実際、今日では2.5次元のための2.5次元協会が組織されている。

5.2. 2D業界から2.5D業界へ—舞台化

上でも述べたとおり、かつては紙面上の漫画から動画としてのアニメが制作されることは通常の流れであった。しかし、現在では、紙面上での漫画がそれ自身を越え

て存在する手段はアニメ制作だけに限らないようになってきている。それは、漫画に描かれたキャラクターが、舞台俳優がステージに生で出演することで舞台化される仕組みが考えられ、この数年間で人気が高まったことにも見られる。

アニメが舞台化によってデビューし、その存在をアピールすることも、エンターテインメント業界にとっては一つの手法となる。その際に、そのアニメのキャラクターを演じる俳優にしても、自分自身でデビューするよりも、舞台化漫画、アニメの2次元的な人気キャラクターを演じるの方が、そのキャラクターの存在を介して人気が高まることが知られている。このように、2次元世界の漫画やアニメから制作された舞台にタレントや俳優を出演させることは、オタク文化としてのサブカルチャー群に属する人々には周知されており、それが現在の「2.5次元」業界を形成しているといえる。これは上で述べた声優の場合でも同様である。舞台俳優にしても声優にしても、漫画やアニメという2次元作品と自らの存在を共存させることで相互協力、相互依存しているのである。

6. おわりに代えて—今後の検討に向けた問題提起

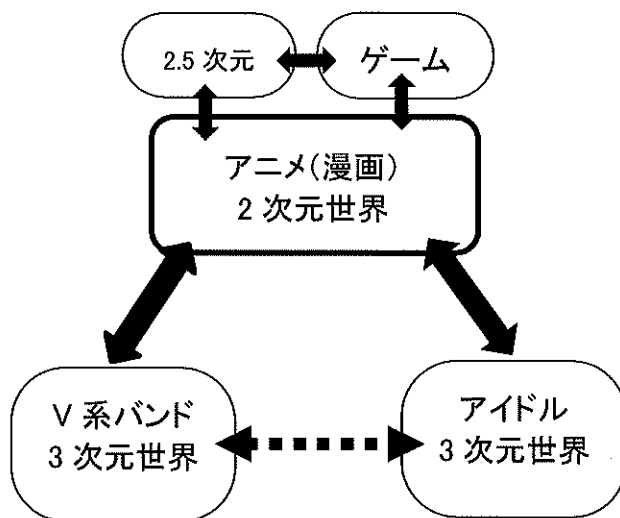
本稿では、今日のサブカルチャーを考える上で、アニメ、ゲーム、V系バンド、アイドルの四つ分野についてそれぞれの概要およびそれらの間の関係性について検討してきた。上の各節で示したように、四つの分野はそれぞれの歴史をもちながら、それぞれを信奉する「オタク」の存在も含めて展開してきた。しかし、昨今のコンピュータ技術の進展やインターネットの著しい普及によって、その様相を変化させながら今日に至っている。

そうしたなか、とくに現代社会においては、これら四つの分野は相互に連携することで相互補強や共存をはかってきたことも見えてくる。その意味では、これらの全体が一つのサブカルチャーを形成していると考えることが可能になる。これは、こうしたサブカルチャーに関わる業界が商業的にも連携をはかり、相互に支える体制を形成していることから理解される。

ところで、このように各分野の連携を考え、本稿でも論じてきた各分野の関係性を図示すると【図1】のような構造が浮かび上がる。ここに図示されたのは、ゲームやV系バンド、アイドルのそれぞれがアニメとの連携の下で相互の連携をはかっているという構図である。また、2.5次元世界もその発生や性格からアニメと連関をもつことはいうまでもない。逆に、これに反して、同じ音楽活動を中心とするV系バン

ドとアイドルは、それらが直接的な関係を構築していないのではないかという側面が見て取れる。

こうした点から、これらの四つの分野を一括りとしたサブカルチャーを考えると、その中心に2次元世界であるアニメ(漫画)が位置づけられるのではないかという方向性が示唆される。逆に考えると、今日世界に対しても発信力を保持するアニメこそがこのサブカルチャーの中心に位置し、その全体を主導していると考えられるのである。実際、こうした可能性は他の分野でも見出される。たとえば、映画やテレビドラマの世界を考えてみても、実際に俳優である人間が出演して演技をする実写版であっても、その原作が漫画であることが多いことは周知の事実となっている。



【図】アニメ、ゲーム、V系バンド、アイドルの関係性

こうした事実から、以下の二つの問題点が浮き上がってくる。

- (1) 今日における2次元世界のアニメ(漫画)は、それ自体が一つの有力なサブカルチャーであると同時に、商業的な要因も相俟ってゲームや音楽活動を包含した新たなサブカルチャーを構成しているのではないか。
- (2) 今日における大衆文化としてのサブカルチャーにおいては、アニメの占める割合が増大しており、それが人々の文化営為の中心になりつつあるのではないか。

本稿ではこれら二つの仮説を導くための考察を試みた。この考察から、2次元と3次元、およびそれに2.5次元を加えて検討することで、現代社会の文化営為としてのサブカルチャーの構造を明らかにする方向性が見出された。今後は、本稿で取り上げた四つの分野の関係性をより明確にし、上の二つの仮説の検証を試みることにしたい。

参考文献

Yinger, J. Milton, "Contraculture and Subculture", *American Sociological Review*, Vol. 25, No. 5 (Oct., 1960), pp. 625-635

『出版月報』、2020年7月号、全国出版協会・出版科学研究所

井上貴子、森川卓夫、室田尚子、小泉恭子『ヴィジュアル系の時代—ロック・化粧・ジェンダー—』、青弓社ライブラリー、2003年

出口弘、「情報の科学と技術」、64巻4号、2014年

注

¹ J. Milton Yinger, "Contraculture and Subculture", *American Sociological Review*, Vol. 25, No. 5 (Oct., 1960), pp. 625-635.

² Ibid., pp. 626-627.

³ Web ページ、訪日ラボ編集部、「サブカルチャーとは マンガやアニメに代表される日本文化・どう定義？メインカルチャーとの違い」2020年
<https://honichi.com/news/2019/08/09/subculture/>

⁴ 出口弘、「情報の科学と技術」、64巻4号（2014年）、p. 123

⁵ 『出版月報』2020年7月号7月27日

⁶ Web ページ、「漫画の歴史；平安から令和まで」

https://ebookjapan.yahoo.co.jp/content/20th_anniversary/mangahistory.html

⁷ 日本で制作されるアニメは“Japanimation”とも呼ばれる。

⁸ Web ページ 「マイナビニュース 2020年上半期で最も売れたゲームソフトは？」(ファミ通調べ)

<https://news.mynavi.jp/article/20200709-1130797/>

⁹ 井上貴子、森川卓夫、室田尚子、小泉恭子『ヴィジュアル系の時代—ロック・化粧・ジェンダー—』、青弓社ライブラリー、2003年

¹⁰ たとば 2021年に株式会社ブシロードから発売予定のアプリゲーム「アルゴナビス from BanG Dream! AAside (ダブルエーサイド)」に関わるヴィジュアル系バンド「Fantôme Iris」はビジュアル系バンド(耽美系)から影響を受けていた。なお、ゲームの公式SNSは10万人以上のフォローを集めている。

参照 Web ページ：<https://aaside.bushimo.jp/>

¹¹ Web ページ、田井裕規「最近よく聞く『2.5次元』、その定義とは」(2015年)
<https://www.oricon.co.jp/special/47672/y>

東海大学文明学会・会則

第一条（名称）本学会は東海大学文明学会と称する。

第二条（所在）本学会の事務局を東海大学大学院文学研究科文明研究専攻事務室内
（〒259-1292 神奈川県平塚市北金目 4-1-1 東海大学湘南校舎）に置く。

第三条（目的）本学会は東海大学における文明研究の発展および文学研究科文明研究専攻大学院生の教育とその研究活動の促進を図ること、さらに会員相互の連絡・親睦をはかることを目的とする。

第四条（事業）本学会は前条の目的を果たすために、次の事業を行なう。

- 一、学会誌『文明研究』の発行
- 二、大会および研究会の開催
- 三、学術講演会・研究旅行の実施
- 四、学外の学会・研究機関との連絡・交流
- 五、その他必要と認められる事業

第五条（会員）本学会は東海大学文学部文明系学科の専任教員・大学院生を母体とする。また本学会の趣旨に賛同する者は委員会の議を経て会員となることができる。

- 一、会員は所定の会費を納入する。
- 二、会員は本学会の諸活動に参加することができる。また、学会誌の頒布を受ける。
- 三、会員は学会誌に投稿することができる。ただし、その採否については学会誌の編集委員が権限を有する。
- 四、本会の退会を希望するものは、その旨を本会事務局に申し出るものとする。
- 五、会員が次の各項に該当する場合、役員会の決定をもって、会員資格を失う。
 - (一)、会費を連続して二年間滞納した場合。
 - (二)、本会の名誉を著しく傷つけた場合。

第六条（役員）本学会は以下の役員を置く。

- 一、会長 会長は本学大学院文学研究科文明研究専攻主任とする。
- 二、委員 委員は会員である本学専任教員から若干名を選出し、委員会を構成する。
委員は編集、会計、庶務などの役務を分担し、本学会の運営に当たる。
- 三、監査 監査は委員会の委嘱を受け会計を監査する。

第七条（任期）会長の任期は、大学院文学研究科文明研究専攻主任の間とし、委員の任期については特に定めない。

第八条（総会）総会は毎年度開催し、必要事項の報告および議決を行なう。

第九条（会計）本学会の運営は会費および寄付金による。

- 一、専任教員は年額五千元、一般会員および大学院生は年額三千元、学生会員は年額千円とする。
- 二、本学会の会計年度は毎年四月一日より翌年三月三十一日までとする。

第十条（会則の変更）本学会の会則の変更は総会の決定を経るものとする。

昭和五十七年四月一日制定

昭和六十二年十月二十一日改訂

平成十三年十月二十五日改訂

平成二十年八月一日改訂