

〈奈良女×文化 2013〉

空間をか

たちづ

くる

「空間」から「文化」を読み解く 14 の試み

身体文化学演習・学生たちの論文集

奈良女×文化 2013 編集委員会編

はじめに

この小冊子は、2013年度奈良女子大学文学部専門科目「身体文化学演習（担当：鈴木康史）」の授業を受講した学生たちによる論文集です。

昨年度の論文集『奈良女×文化2012 今をめぐる20の報告』に続いて、この小冊子をお届けすることができたことを嬉しく思います。

昨年度は震災を中心に現在のわれわれの社会についての考察を行いました。本年度はテーマを特化し、「観光・旅行・冒険 ～“未知なる世界との遭遇”の文化学」という統一テーマのもとに、各自が自由に研究対象を設定して論じてもらうこととなりました。これは現在私自身が取り組んでいる研究テーマとの関連から選んだものではありませんが、昨年度が「今」という「時間」を共有した論文集であったのに対して、本年度はいわば「空間」というモチーフで全体が統一された論文集ということができるとかと思えます。

この統一テーマのもと、学生たちが自分の関心から選び出したテーマは、旅や観光はもちろん、音楽、歴史、福祉、遊園地、女子、サブカルに至るまで、非常にバラエティに富んでおり、どのテーマも学生たち自身を映し出しているように私には見えます。もちろん、それぞれの論文は拙いものではありませんが、しかし随所に原石のように光る何かの顔をのぞかせていると思います。それを磨き上げることはまだできておりませんが（それは卒論の指導までとっておきたいと思います）、その片鱗を興味していただけたらこれに勝る喜びはありません。

さて、今年はこちら「学生たちにちゃんと勉強させる授業（詳細は昨年度の『はじめに』に書きました）」の二回目ということになります。まだまだ試みの段階ではありますが、しかし、昨年度に引き続き今年も受講した学生たちが提出してきた原稿が去年とは見違えるようなものであったことが今年一番印象に残っています。何度も真っ赤になった昨年度の経験が生きていたのでしょうか。こうした定点観測は案外難しいのですが、それができたことで学生たちはちゃんと手をかければ成長することが実感できたことは非常に大きな収穫でした。今後に向けて、私もいろいろなことを学べたかなと思っております。

来年度は「音」がテーマになります。どのようなものになるのか、今から楽しみです。また、「奈良女×文化2014」にてお目にかかれることを楽しみにしております。

末尾になりましたが、学生たちのインタビューにご協力いただきました各位に厚く御礼申し上げます。

目次

はじめに

I. 非日常空間の意味 ―旅する人々の経験―

青春18きっぷ旅の楽しみの変遷
―青春18きっぷがもたらした「自由」―
田島千聖

2

アニメ聖地が抱えるコンテキストのジレンマ
―アニメ聖地巡礼と地域住民―
岡田京子

9

『モヤモヤさまぁ〜ず2』の新しさ
―〈身散じ〉としての街歩き番組―
有高和香奈

17

映像とリアリティ
―観光で何を見ているのか―
田村磨美

23

「遊」なる場所としてのパワースポット
―聖/俗の二項対立をこえて―
田中千尋

30

II. 「空間」にある音楽、「空間」を移動する音楽

〈帰省フェス〉という新たなフェス空間
―フジロックフェスティバル、サマーソニック、京都大作戦を比較して―
高島千紗都

40

フェスに見るブルーグラスの信奉者たち
隈理紗

50

日本における「ファンキー・ジャズ」「モード・ジャズ」の受容小史
―ジャズ・メッセンジャーズの来日と音楽の移動―

濱本結

59

III. 地域に根付く「場所」

児童養護施設を地域に開くことの困難とその展望
—学習ボランティアAさんへのインタビューから—
黒瀬那智

70

遊空間としての芝居町
—江戸歌舞伎および幕府と庶民の視点から考察して—
土井七海

78

これからの「遊園地」の話をしよう
—「生駒山上遊園地」広報木村氏のインタビューと、
「ファミリー向け遊園地」がもたらす「遊園地」の未来—
松本頌子

86

IV. 現実空間を読みかえる

「趣味」としてのコスプレ女子
—キャラクターコスプレイヤーのインタビューから—
日和佐芽衣

100

「カメラ女子」イメージについての—考察
坂尻真理子

106

リゾートファッションの現在
—何がリゾートファッションを
リゾートファッションたらしめているのか—
若園侑里香

110

付録

「身体文化学演習 2013」の記録 117

授業記録 資料編 122

はじめの「はじめに」 129

編集後記

137

Ⅰ. 非日 常空間の意味 —旅する人 々の経験—

青春 18 きっぷ旅の楽しみの変遷
—青春 18 きっぷがもたらした「自由」—
田島千聖

アニメ聖地が抱えるコンテキストのジレンマ
—アニメ聖地巡礼と地域住民—
岡田京子

『モヤモヤさまぁ〜ず2』の新しさ
—〈身散じ〉としての街歩き番組—
有高和香奈

映像とリアリティ
—観光で何を見ているのか—
田村磨美

「遊」なる場所としてのパワースポット
—聖/俗の二項対立をこえて—
田中千尋

青春 18 きっぷ旅の楽しみの変遷

—青春 18 きっぷがもたらした「自由」—

田島 千聖

はじめに

産業革命で蒸気機関が発明されてから、人はさまざまな移動手段を発明してきた。人は速さを追い求めるようになり、機関車、蒸気船、自動車、新幹線、飛行機などが発明された。それらが作られるたびに世界は狭まり、現在私たちはなんとも気軽に数千キロも離れた国々へ旅行することができるようになってきている。そして今年 2014 年、日本ではリニア中央新幹線建設が始まる。東京—大阪間を 67 分で結ぶと推測されているこの新交通システムに対して、期待を膨らませる国民も多いことだろう。移動の効率化が進展し、さらに移動が快適になるだろう、と。

しかし、このような効率化が推進される現在社会において、あえて移動の過程やゆっくり過ごすことに楽しみを見出す流れもあるのではないだろうか、と私は感じた。私も移動の過程を楽しく感じている一人である。車窓から見える風景を眺めるのは、まだ見ぬ街に対する好奇心（あるいは冒険心？）を駆り立てられるようで楽しい。また、電車でうたた寝をしたり、ゆっくりと好きな音楽を聞きながら本を読んだりして過ごすのも、充実した時間の使い方のように思えたりする。そこで私は「青春 18 きっぷ」に注目した。

「青春 18 きっぷ」（右図：Wikipedia より）とは 1982 年から発売され、一枚 11500 円で（普通電車のみではあるが）全国の JR の路線を一人で五日間（または五人で一日）

乗り放題できるという非常にリーズナブルな切符である。もともとは金銭的に余裕がない学生向けに発売されたのだが、調べていくうちに時代の流れの中で中高年層も多く利用するようになってきたこと、楽しみ方に変化



が表れてきたことがわかった。利用者層が拡大した背景は何なのか。高速化・効率化が推進される現代日本で、この切符がもたらす楽しみはどのように変容したのか。それらの疑問を追及しながら、青春 18 きっぷの可能性を論じてみたい。

青春 18 きっぷ誕生の背景

ここではまず青春 18 きっぷが誕生した背景についてまとめてみたいと思う。

当初は収益の悪化した国鉄が「若いときに鉄道で旅に出る習慣を身につけ、年を取っても鉄道を愛用するファンを増やす」ことを狙いとして発売したという¹⁾。当時の国鉄は、赤字を改善するために多くのキャンペーンを打ち出している。日本における旅の変容や当時の国鉄の状況、歴代のキャンペーンの流れを振り返り、青春 18 きっぷの発売された状況や意図について確認する。

まずは、日本における旅行の変容について振り返る。森正人によると、戦時中は物資輸送や倫理観の統制により旅行はあまり盛んではなかったが、1950年代前半の社員旅行などの団体旅行から、1950年代後半には女性の一人旅やユースホステルに泊まる若者、新婚旅行な多様な旅行スタイルが生まれたという。また、1966年に海外旅行の年一回という制限が撤廃されたことにより、海外への渡航者が増え、海外旅行が急激な勢いで大衆に浸透していく²⁾。さらに、交通手段の変化について、桑本咲子は「航空機の登場、自家用車の普及などにより、旅行のための交通手段としての鉄道の割合は次第に下がっていく」と述べる³⁾。交通手段に占める鉄道の割合は1964年には72.8%だったが、1968年には59.1%にまで落ち込んでいる。

このような利用者の国鉄離れを防ぐために、国鉄は様々な対策を講じる。最も有名なのは「ディスカバー・ジャパン」であろう。「ディスカバー・ジャパン」は大阪万博の直後である1970年10月から始まった。当時創刊された『an・an』（マガジンハウス）と『non-no』（集英社）の旅特集ともタイアップし、流行の服を着て雑誌で紹介された場所へ旅行する「アンノン族」と呼ばれる女性旅行者も生まれ、社会現象になった。「ディスカバー・ジャパン」が自然消滅した後、1977年には「一枚のきっぷから」キャンペーンが開始され、さらに1978年には「ディスカバー・ジャパン」のパート2に位置付けられる「いい日旅立ち」キャンペーンが立て続けに発表されるが、「ディスカバー・ジャパン」ほどの盛り上がりは生まれなかった。その後、

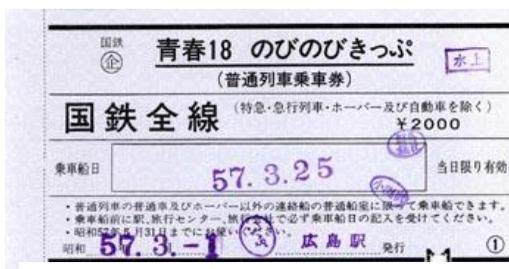
若者の顧客を増やそうと発売されたのが、青春 18 きっぷなのである。

では、「ディスカバー・ジャパン」から青春 18 きっぷへの流れはどのようであったのだろうか。「ディスカバー・ジャパン」の広告媒体（ポスターなど）のテーマは「自分発見の旅」のように漠然としたものが多かったが、「旅行に関心があり、流行のファッションを身にまとった若い女性が、昔の面影が残る地方都市を旅行する」という一つの「モデル・手本」が作り出された。その後の「一枚のきっぷから」キャンペーンは女性対象・プロ野球観戦などの目的に絞った旅行を提案するもので、「いい日旅立ち」キャンペーンも特定の宣伝地域の写真を使うなど、イメージの固定化と国鉄の意図が色濃く出たキャンペーンだった。それに比べて、青春 18 きっぷは若者向けに出されたきっぷではあるが、年齢や性別、行き先などの規定はほぼ無く、使用者に利用目的や旅のテーマを決める自由が託されている。この自由さゆえに、当初の国鉄の発売意図とは違った楽しみ方も最近では生まれているようである。

青春 18 きっぷ旅の変遷

本節では、青春 18 きっぷが発売されてから今に至るまで、青春 18 きっぷの楽しみ方など、青春 18 きっぷの旅の変遷を見ていきたい。

青春 18 きっぷの前身である「青春 18 のびのびきっぷ」は、経営が悪化した国鉄によって増収策で打ち出



青春 18 のびのびきっぷ（「青春 18 きっぷ博物館」<http://aoharu18.com/dai2/>より）

されたことは先ほど述べたが、当初は国鉄が 1980 年 3 月から 10 年計画で展開していた「いい旅チャレンジ 20,000km」キャンペーンとリンクして、レールファンなどの若者を中心に使われていた⁴⁾。発売してから 5 年くらいの間は新聞や雑誌『旅』でも取り上げられることもほとんどなく、一般的な知名度は低かったようだ。

1980 年代後半から 1990 年代前半になると、「格安切符」として知名度も高くなり、お金はないが時間はたくさんある学生たちが長期休みの帰省や旅行に使うようになっていった。18 きっぷを紹介したこの時期の本や新聞記事は、この切符の「安さ」を強調しているものが多いようである。たと

えば、1993年3月15日付の朝日新聞(夕刊)のタイトルは「学生稼げず、鈍行の旅 バイト不況でJR青春18きっぷが人気」である。これには、雑誌『旅』がこの時期(80年代～90年代初頭)に交通手段を旅行の目的として楽しむ特集を多く取り扱っていた⁵⁾ことも少なからず関係していたと考えられる。激安旅の例として、種村直樹は一人二万円の予算で青春18きっぷを使い、5日間で新宿を出発し、長野・金沢を經由して京都・大阪を周り、名古屋を通してそのまま東北を一周するという旅を紹介している⁶⁾。

このように、この時期の青春18きっぷを使った旅の特徴(メリット)として強調されているのは「安い」ことであり、この切符を使うことの楽しみとして強調されているのは「電車に乗ること」そのものである。

しかし、1996年を境に変化が訪れる。この年、JRは青春18きっぷを「1日券5枚」という形式から「5日分1枚」という形式に変更した。このことにより、結果的に回数券のようにバラで使うことができなくなり、友人と分け合ったり、余って使わない切符を金券ショップに売ったりすることが難しくなる。若者の間では「使いづらくなった」という反発も多く起きたのである⁷⁾。

この1996年の前後を境に青春18きっぷの購入者の年齢層に変化が起きてくる。19歳以下の利用者は1993年には全体の約22%を占めていたが、1999年には約13%、さらに2005年には約6%にまで減少している⁸⁾。一方、1993年に約29%だった50歳以上の利用者が1999年には35.8%にまで伸びており、以前はほとんどいなかった70歳以上の購入者も1999年には4.6%いた⁹⁾。さらに、2002年には50歳以上の利用者が40%を越えたという¹⁰⁾。それから10年ほど経った現在、中高年層の割合は高くなっているだろうと推測できる。

かといって、その利用者層や用途が極端に偏っているとも言いきれない。鉄道に乗ること自体を楽しむ「テツ」と呼ばれる鉄道マニアや一人旅に出る若者、レジャーや帰省をする家族、二人で特別な時間を過ごしたいカップルなど、幅広い人たちに愛されている。松尾定行の『大人の青春18きっぷのんびり旅行術』のように、自らの旅の経験を踏まえながら、切符を利用する人の目的に応じて様々な使い方を提案するガイドブックも多く出版されている¹¹⁾。

しかし、利用者層の多様化の一方で、一つの傾向として、新聞記事のタイトルや青春18きっぷの使い方を示したガイドには、「のんびり」「ゆっくり」「ゆとり」「スロー」などの言葉が目立つようになった。たとえば、「安く、の～んびりいいね 中高年だって青春18きっぷ」¹²⁾、「セカンドステ

ージ：『青春 18 きっぷ』でゆとり旅 利用者の 6 割が 40 代以上¹³⁾などがある。

このように、利用者層の拡大に伴って、青春 18 きっぷを使った旅のメリット・楽しみは「安いこと」と「乗ること自体を目的とすること」に加えて、ゆったりとした時間を過ごせるという「贅沢さ」と利用者次第で使い方が様々に変わる「柔軟さ」にもあると考えられるようになり、むしろ後者の二つの特徴の方が注目されてきている。

青春 18 きっぷの性質

旅のメリット・楽しみについての語られ方が変化したことを述べてきたが、どうしてこのような変化が起きたのだろうか。青春 18 きっぷの性質についてもう少し考察してみよう。

青春 18 きっぷが登場する以前、電車で移動すること自体に楽しみを見出す旅をしていたのは主に鉄道マニアであったように思われる。彼らの目的は電車に乗ること自体であるため、時間とお金をいくら費やしても構わない。しかし、一般の旅行客はそうではない。新幹線や特急などがある中で、余分な時間と費用をかけてまで普通電車に乗って旅行に出ようと思う人はあまりいないであろう。1970 年代の「ディスカバー・ジャパン」もゆっくりとした時間を楽しむ旅を提案していたが、道中を楽しむというより、森が『『ディスカバー・ジャパン』では、失われた日本風景を、古い町並みや伝統的な建築物や寺社などに見出そうという雰囲気が映像や画像化されたのである。』¹⁴⁾と述べるように、行き先に郷愁や旅情を求めた旅だった。一般の旅行客にとって普通電車に乗って楽しむ旅は縁遠いものだったのだと考えられる。

しかし、青春 18 きっぷの登場によって鉄道マニアが行っていた楽しみ方が一般旅行客にも浸透していく。それはもちろん「安さ」ゆえに起こった変化ではあるが、様々な人が使用するようになったことによって、効率（安さ）を求めることだけでなく、手間をかけることで生まれるゆとりや楽しみに価値を置く使い方も生まれた。そして次第に、ゆとりを大切にする楽しみ方が雑誌や新聞などのメディアの目に留まり、最近はこちらの使い方が注目されているのだろう。

それまで、鉄道ファンの楽しみ方（道中や電車に乗ることを楽しむこと）と一般旅行者の楽しみ方（ゆっくりとした時間を楽しむこと）を両立することは難しかった。しかし、青春 18 きっぷがその両立・選択を可能にし、

鉄道の旅に「自由」を与えた。たとえば、状況に応じて新幹線や特急電車と 18 きっぷを併用する旅行スタイルも発売当初は見られなかったものだ¹⁵⁾。国鉄/JR の意図しない形で様々に親しまれていることは非常に興味深い。

おわりに

先に述べてきたように、日本の旅は「自由化・多様化」が進んだ。特に 1990 年代以降にはインターネット等の普及等に伴い、個人が自分の嗜好に応じて情報を取捨選択できるようになり、旅行業者を介さなくても自由に旅行ができる時代に突入した¹⁶⁾。このような時代に青春 18 きっぷの「自由性」はうまく適応している。

それぞれの利用者が計画を立てて、それぞれのテーマを掲げて旅に出る。そのゆったりとした旅の中で新しい発見や人との触れ合いなどの体験の中で、自分だけの新たな物語が紡がれていく。その意味で青春 18 きっぷの可能性は底知れない。

時代の流れの中で、様々な旅の楽しみを生み出してきた青春 18 きっぷ。発売開始から今年で 32 年になる。これからも私たち旅人に無限の夢を与えてくれるに違いない。



注

- 1) 『朝日新聞』2012年6月24日付朝刊。
- 2) 森正人『昭和旅行誌—雑誌「旅」を読む』2010、中央公論新社、pp. 139-164
- 3) 桑本咲子「ディスカバー・ジャパンをめぐる：交錯する意思から生まれる多面性」大阪大学日本学報 32、pp. 132-133
- 4) JTB『旅』1999年1月号、p. 93
- 5) 森正人前掲書、pp. 245-253
- 6) 種村直樹『「青春 18 きっぷ」の旅 これぞ激安汽車旅の極めつき！』1992、徳間書店
- 7) 『毎日新聞』1996年4月26日東京夕刊
- 8) 『朝日新聞』2001年8月25日夕刊、2007年5月21日夕刊
- 9) 『朝日新聞』2001年8月25日夕刊

- 10) 『朝日新聞』2002年12月31日朝刊
- 11) 松尾定行『大人の青春 18きっぷのんびり旅行術』2004、河出書房新社
- 12) 『朝日新聞』2001年8月25日付夕刊
- 13) 『毎日新聞』2005年10月8日
- 14) 森正人前掲書、p. 199
- 15) 大沢広彰『おとなの青春 18きっぷの旅 徳ワザ&ロコミガイド』2008、学習研究社、p. 28
- 16) 森正人前掲書、p. 270

突然ですが、今回青春18きっぷを取り上げることになったのは、鈴木先生に国立国会図書館へ連れて行ってもらったときの出来事がきっかけでした。

「移動と空間」というテーマを先生から聞いたとき、「空間を移動する楽しみ」について語りたいて考えました。しかし、テーマがあまりにも漠然としていたことに加え、使えそうな先行研究がほとんど見当たらないため、一ヶ月経っても焦点が定まりませんでした。

この日も国会図書館で何かテーマを絞らないといけないと躍起になって検索用パソコンにしがみついていた。とりあえず「移動の楽しみ」「旅情」「高速移動」「新幹線」など、思いつく限りの言葉を入力し、参考になりそうな資料を探しましたが、見つからず…。テーマが定まっていないのだから、今思えば当然です。なんとも浅はかな行為だなど思いながらも、私は次の言葉を入力しました。「青春18きっぷ」。子どものころに一度だけ家族旅行で使ったことがある、普通電車なら乗り放題という切符。高速移動と対比できそうだなあと漠然と考えた、ただの思いつきでした。しかし、その後後ろから鈴木先生が一言。「青春18きっぷ…か。面白そうやな！！」

思いつきと先生の一言でテーマを決めてしまった昔の自分にあきれながらも、後悔はありません(笑)でも、論点がずれてテーマを見失ったり、途中ハプニングにも見舞われ、書き上げられるかどうか分からない状況に陥ったこともあり、ちっとも順調に進みませんでした。しかし、未熟な論文にアドバイスをくださり、励まして下さった鈴木先生と、日々刺激を与えて下さった受講者のみなさんのおかげでなんとか形になったかなと思っています。本当にありがとうございました。

最後に。授業に遅れて行くと「18きっぷで旅に出てたやろ～」と友人に茶化されていましたが、本当に18きっぷで旅に出てやろうという野望を抱き始めています。どなたか一緒に旅に出かけませんか、私たちだけの物語を探しに。
←あらら、口説き文句みたい(笑)

田島千聖

アニメ聖地が抱えるコンテクストのジレンマ

—アニメ聖地巡礼と地域住民—

岡田 京子

はじめに

観光の形態が多様化する今日、アニメ作品の舞台となった地域に作品のファンが訪れる「アニメ聖地巡礼」が盛んに行われている。「アニメ聖地巡礼」に関する新聞記事や先行研究を見ていると、アニメ聖地巡礼とは地元の人が理解できないアニメ作品という価値観を外から持ち込む行為であるため、「巡礼者」が突然訪れた場合の地域住民の反応はネガティブなものが多いという。しかし、巡礼者が「地域住民に迷惑をかけてはならない」というルールを作り、そのように振る舞い、地域住民との直接的なコミュニケーションがなされることで印象は改善され、地域住民とアニメファンが協力し合い、積極的にアニメに関する町おこしを行うようになると語られることが多い。

だが、実際にアニメの舞台になった地域住民の方々の声を聞いてみると、観光客のマナーよりも、自分の生活空間が「アニメの街」に変わることに対する嫌悪感を抱いている人が多いように感じた。

はたして、巡礼者のマナーの良さと直接的なコミュニケーションだけで本当に地域住民の「アニメ聖地化」に対する印象は改善されるのであろうか。地域住民が抱いている「アニメ聖地巡礼」に対するネガティブな印象はもっと別の原因が存在するのではないか。本稿ではアニメ聖地巡礼にネガティブな印象を生み出す原因を、アニメ聖地巡礼と地域住民の関係性や地域住民・アニメファンの声をもとに明らかにしていきたい。

アニメ聖地巡礼とは

アニメ聖地巡礼とはアニメ作品のファンが作品のロケ地またはその作品・作者に関連する土地を「聖地」と位置付け、巡礼するという行為のことをいう¹⁾。釜石直裕によると、アニメ聖地巡礼の始まりは1990年代前半と言われている。当時、アニメ制作側や地域から作品の舞台に関する情報

の発信はほとんどなかったため、ファン自身が聖地を探し出すか先駆的旅行者の情報を頼りにするしか聖地巡礼を行う手段はなかった。この頃は、アニメ聖地に関する情報の収集や発信に際するインターネット上でのファン同士のコミュニケーションは見られるが、当地では自己完結型の旅行行動が多く、地域住民との接触はあまり見られない。1990年代のアニメ聖地巡礼はアニメファンの間で閉鎖的に行われてきた。

その後、2005年頃からアニメ聖地巡礼が地域振興に展開するような事例が登場し始める。アニメ聖地巡礼がまちづくりへと発展していった理由として、釜石はインターネットの発達に伴う双方向のコミュニケーションが可能になったこと、1990年代からマンガ・アニメなどのコンテンツが活性化したこと、メディアミックスの活性化に伴い地域が新たなメディアとして加えられたことなどを挙げている²⁾。2005年頃も、アニメファンが聖地を探し出すというスタンスは変わらないが、地域に対する聖地巡礼者の主体的な関わりが見られるようになる。

アニメ聖地巡礼が地域振興に発展した例としては、アニメ「らき☆すた」の聖地である埼玉県久喜市鷲宮の事例がある。この地には、アニメ放送開始後からアニメファンが大勢集まるようになった。地域の人々は、来訪者にヒヤリングを行うことで、「らき☆すた」という作品の存在や鷲宮神社が舞台となっているという事実を知ることとなる。そして、地域側に作品やファンの動向に関する知識がなかった初期段階では、協力的なファンの声をグッズの製作やイベントの企画に活かしていった³⁾。さらに、2010年頃からはアニメ放送前から地域とタイアップし、計画的にアニメ聖地巡礼を活かしたまちづくりを仕掛ける事例も見られるようになる。このような事例では、アニメ放送開始前から舞台となる地域の情報が発信されるため、アニメファンたちは以前よりも聖地に関する情報を手に入れやすくなる。その結果、自身で聖地を見つけ出す必要性がないため、気軽に聖地巡礼が行えるようになった⁴⁾。

時代が下がるにつれてアニメ聖地巡礼は盛んになり、アニメ聖地巡礼と聖地となる地域側との関係性が深まってきている。アニメ聖地巡礼を有効に地域振興に展開するためには、コンテンツについて、地域の住民がその価値を理解・共感し、アニメファンを受け入れる体勢が求められる。

アニメファンに対するイメージ

岡本健はアニメ聖地巡礼研究において「ツーリストが突然訪れた場合の

地域住民の反応には、ネガティブなものもある。アニメファンでなくとも、観光によって地域にネガティブなインパクトはある。」と述べている⁵⁾。地域住民にとってツーリストとなるアニメファンとは一般的にどのような印象をもたれているのであろうか。アニメファンと聞くとオタクという言葉が思い浮かぶ人も少なくないであろう。

「同人用語の基礎知識」によると、「おたく」とは、アニメやマンガ、ゲーム、特撮などに強い興味と関心と、しばしば深い知識と造詣を持つ、独特な「趣味人」に対する俗称のひとつである。アニメファンなどが人と話をする際、相手を名前でなく「おたくさあ」などと呼んでいたことから、1983年、ロリコンマンガ誌『漫画ブリッコ』（大塚英志編集長）6月～8月号のコラムで評論家の中森明夫氏がそうした人々を「おたく」と名付け、活字化したのが最初とされている。（『おたく』研究 街には『おたく』がいっぱい）がそのコラムのタイトル⁶⁾。こうして1980年前半に登場した「おたく/オタク」という言葉は、東京・埼玉連続幼女誘拐殺人事件がきっかけで根暗やひきこもり等の極めてマイナスのイメージでとらえられるようになった⁷⁾。

この事件から約30年が経過したが、世間の認識はまだ30年前とさほど変わらない部分があり、「オタク＝変質者、ダサイ、コミュニケーション障害者」など、現代に生きる実際のオタク像からはかけ離れたイメージがつきまとっている⁸⁾。

また、テレビ局など大手メディアが取り上げる「オタク像」と、現代の一般的な「オタク像」が異なっていることも、大衆にオタクに対する偏ったイメージを形成している一因と考えられる⁹⁾。

しかし、現代に生きるオタクは、趣味の部分を除けば、そのほとんどが一般人となら変わりのない生活を送っており、外見的特徴はほとんど見られない。つまり聖地に訪れるアニメファンたちも、外側から眺めている段には普通の観光客とあまり変わらないということが言える。外見は普通の観光客とあまり変わらないのであれば、なぜ地域住民はアニメファンの訪問に違和感を覚えるのか。

それは「どうしてこの地に人が来るのか」「なぜあれが観光資源になるのか？」という「文化資源」に対する認識のずれが関係しているのではないかと考えられる。山村高淑はマスに流されず個人の嗜好を最重要視する行動をとる人々が、インターネットという強力な情報受信能力を駆使して、仮想空間（作品世界やネットコミュニティ）と現実空間（聖地）を行ったり来たりしながら、趣味性の高い独自の楽しみ方を創りだしていくのがア

ニメ聖地巡礼の特徴であり、こうした観光行動は極めて個人的な趣味・感覚・感性に依拠するため、こうした観光行動をとる人々にとって、人から押し付けられる、従来型のお仕着せの観光形態（旅行商品）は好まれない（というより嫌悪される）と述べている¹⁰⁾。

このように、独自の作法にのっとって独自の観光行動をとるアニメファンは、地域住民との間に「文化資源」に対する認識のずれを生み出し、地域住民に違和感を抱かせてしまうと考えられる。そもそもアニメファンは、たとえば地元の神社や学校などを地元の人が知らない「物語」で認識し、関連付けている存在である。こうした、アニメファンによる異なるコンテクストの持ち込みは地域住民の地元への認識を大きく揺るがす大事件なのである。しかも、この認識のずれがアニメのようなサブカルチャー的なものから生じていると知れば、先に述べたようなアニメオタクのイメージと相まって、さらなる違和感や嫌悪感が生まれる可能性も考えられる。

観光客受け入れに対する住民意識

では、こうした「アニメ聖地巡礼」の事例は一般の観光地化と地元住民の関係とどのように異なるだろうか。

アニメ聖地巡礼に限った話ではなく、より良い観光地というものはその地に住む住民の存在を無視しては考えられない。政府の観光立国懇談会では次のように述べられている。

観光の原点は、ただ単に名所や風景などの「光を見る」ことだけではなく、一つの地域に住む人々がその地に住むことに誇りをもつことができ、幸せを感じられることによって、その地域が「光を示す」ことにある。そのように考えると、観光は、国づくりや地域づくり、町づくりと密接にかかわることが明らかになる。（中略）日本に住む全ての人々が、自らの地域社会や都市を愛し、誇りをもち、楽しく幸せに暮らしているならば、おのずとだれしもがその地を訪れたいくなるものである¹¹⁾。

これは地域住民が自身の地域に愛着を持ち、幸せに暮らすことで、その地域の魅力が増し、観光客が訪れるということだ。地域の観光地化に関して地域住民の存在がいかに重要であるかが伺える。観光地として機能するかどうかは、自治体などの働きかけだけでなく、地域住民の観光地化に対する意識が鍵を握っているといえよう。

ここで、和歌山県が観光地化を目指す際に行った、観光客受け入れに関

する住民の意識調査を見てみよう。この調査は地域住民の生活観光への期待度や、観光への嫌悪感を調査し、地域住民がどれだけ来訪者や観光客と関わりたいと思っているかという受入意識との関連を見るものである。調査地域は観光資源が豊富な都市部の和歌山市・県内最大の観光地である白浜町・近年観光地化への取り組みが積極的に見られる湯浅町の3地域で、当該地域の住民を対象に暮らしや観光地化に関する質問調査を実施した。その結果として、湯浅町の観光への期待度は他の2地域に比べてやや低く、白浜町が観光の迷惑度も他の2地域よりも高いものの観光への期待度が1番高かった¹²⁾。

この結果より、観光地として栄えている地域では観光客との関わりの中で迷惑行為を受けることもあるが、観光に対する期待度は高く、観光地化がまだあまり進んでいない地域では、やや観光への期待度が低いことが分かった。また観光期待度の高い地域では、自身の地域への愛着度も高いという結果も出ている。つまり、迷惑行為などが多少あったとしても、自身の地域への愛着が強ければ、地域発展のために観光産業への期待が高まると考えられる。そして観光地化が進み、町がにぎわうことで地域への愛着度がさらに高まり、そのことがまた観光期待度の向上につながるという正の相関関係が見えてくる。

しかし、この相関関係を成立させるには、観光地化がある程度地元のコンテキスト、例えば地元の歴史など、に沿っていて、それを大きく裏切らないということが無条件の前提とされていることをここでは指摘したい。となると、前章でも述べたようにその地域のコンテキストではなく、アニメ作品のコンテキストに沿って行動するアニメ聖地巡礼は住民の「自身の地域のここを見てもらいたい」という期待を裏切り、地域への愛着度まで損ねてしまう可能性を持っており、この和歌山の研究で語られているような観光の一般的な事例とは異なる様相を呈しているといえるのではないだろうか。

すなわち、地域住民がアニメ聖地巡礼に対しマイナスなイメージを持つ大きな原因として、元々地域が持っている歴史や文化などのコンテキストと、アニメファンが持ち込む、アニメによって物語られたコンテキストの衝突がある。地域住民たちの嫌悪感の最も根幹にあるのは、オタクの悪いイメージに加えて、自らの住む場所を別の物語で上書きされてしまうかもしれないという嫌悪感ではないかと考えられるのである。

これからのアニメ聖地巡礼に求められること

このことを踏まえてアニメ聖地巡礼を地域振興に発展させるにはいったいどうすればよいだろうか。ひとつ考えられるとすればアニメファンと地域住民、それぞれが上記のコンテクストの齟齬を理解したうえで、互いに歩み寄ることだ。

アニメファンの中には、「観光に来て地域にお金を落としていくのだから最低限マナーさえ守っていれば口出しされる筋合いはない」などと主張する者もいる。しかし地域の人々が地元独自のコンテクストに沿って生活しているところに、アニメという全く新しいコンテクストを持ち込むことが、少なからず住民に戸惑いを与える行為であると考えれば、地域住民への気遣いが観光マナーの徹底だけで十分であるとは言えない。アニメファン側も、自らが持ちこむコンテクストが地元のコンテクストと異なることを認識して聖地巡礼を行うべきではないだろうか。そうした意識を持った上で、地元のコンテクストを尊重しつつ、さらに巡礼時のマナーを徹底することなどで、地域住民がもつアニメ聖地巡礼やアニメファンに対するマイナスのイメージの軽減につながるはずである。

一方、地域住民たちも自身の持っているアニメファンに対するイメージにとらわれずに、聖地巡礼者たちと接することで、アニメファンも引け目を感じずに聖地巡礼を楽しむことができるであろう。そうすれば聖地巡礼の思い出として地元の人との触れ合いがアニメファンの心に残り、彼らにとってその地域がアニメの聖地からさらに価値のある土地へと変化していくはずである。もちろんいきなり地域住民がオタクに対するステレオタイプを捨てることは困難であると思われるため、地域をアニメ聖地化するにあたり自治体や観光協会が地域住民に対して、舞台となったアニメ作品や昨今のアニメファンについての理解の呼びかけや、トラブルが発生したときの対処法などを事前に決めておくなどの働きかけが必要になると考えられる。こうした地域とファンが歩み寄ることでアニメ聖地巡礼が新たな地域振興へと発展していく。

おわりに

今回、アニメ聖地巡礼をめぐる問題点として地域住民とアニメファンがそれぞれ持っているコンテクストの違いに着目した。一般的な観光は、地域側がコンテクストを提示して、それを観光客が素直に読み取る行為であ

るといえる。一方アニメ聖地巡礼は地域側がコンテキストを提示しなくても、観光客であるアニメファンが自らアニメという新たなコンテキストを地域に持ち込み、観光行動を開始するというこれまでにはない新たな観光のスタイルである。新たな観光スタイルであるからこそ、コンテキスト同士の衝突などまだまだ改善すべき点が存在しており、アニメ聖地巡礼に対してインターネット上などでも様々な意見が交わされている。アニメ聖地巡礼に肯定的・否定的、さまざまな声が上がっている中、あるアニメ聖地の住民は次のように述べている。

そんなあいまい3センチの町¹³⁾に住んでいた者ですが、勝手なこといわないで下さい。確かに行き過ぎた人間や酷いのもいますが、8割の訪問者は住人側のことを考えた行動をしています。また、トラブルが起きているところは住人側が彼ら巡礼者を排除するような振る舞いを見せているところが大半です。この手の問題は片方だけではなく、双方に歩み寄りや理解がなされなければ解決しません。木崎湖や大洗はそういう部分が非常に上手くいったから、現状の状態を生み出しているのです。拒否ではなく、対話をしてみてはいかがでしょうか？¹⁴⁾

改善点を抱えながらも、地域住民とアニメファン、双方が歩み寄り理解し合うと動き出している人々が確かに存在しているのである。異なるコンテキストを受け入れることは容易なことではないが、互いに歩み寄り尊重しあうことでアニメファンにとっても地域住民にとっても、愛すべき聖地が誕生するはずである。アニメファンにも地域住民にも愛される聖地はきっと、アニメファンだけではなく、多くの人にとっても魅力的な場所となるだろう。

注

- 1) 釜石直裕「第3世代アニメ聖地巡礼の諸相：観光地発展段階論による分析から」『コンテンツツーリズム論叢：Collected Treatises on Contents Tourism, 1』2012、pp. 96-103
- 2) 注1に同じ
- 3) 山村高淑「アニメ聖地の成立とその展開に関する研究～アニメ作品『らき☆すた』による埼玉県鷲宮町の旅客誘致に関する一考察～」『国際メディア・観光学ジャーナル』、Vol. 7、2008、pp. 145 - 164
- 4) 注1に同じ
- 5) 岡本健「アニメ聖地巡礼の特徴とその展開：聖地巡礼者はコンテンツツーリズムの夢を見るか？」『宗教とツーリズム研究会 第14回研究会』

2013

- 6) 「同人用語の基礎知識 同人誌とおたくの世界へヨウコソ」
<http://www.paradisearmy.com/doujin/pasok6n.htm>
- 7) 佐々木隆 『オタク文化論』2012、イーコンの「第1章『オタク』とは何か」より、pp.7-28
- 8) 「大手メディアが求める『オタク像』には違和感を覚える」 - ガジェット通信 <http://getnews.jp/archives/338934>
- 9) 注8に同じ
- 10) 山村高淑「観光革命と21世紀：アニメ聖地巡礼型まちづくりに見るツーリズムの現代的意義と可能性」CATS 叢書 Vol.1 『メディアコンテンツとツーリズム』2001
- 11) 観光立国懇談会 2003、pp.5-6
- 12) 和歌山地域経済研究機構「おもてなし研究会」『おもてなし研究会報告書 観光客の受け入れに対する和歌山県民の意識調査 研究成果 No.20』2009
- 13) アニメ「らき☆すた」の聖地である埼玉県久喜市鷲宮のこと
- 14) あなたたちアニメオタクは聖地巡礼や家族などに迷惑をかけていることを知らないの... - Yahoo!知恵袋
http://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp/qa/question_detail/q14112449314

文化メディアの先生に「人間科学科の授業に『観光・旅行』に関連する演習があるよ」と教えていただき、この授業に参加しました。はじめの頃は人間科学科の空気になかなか慣れることができずに、緊張で胃をキリキリさせながら話し合いに参加していたのを覚えています。しかし何度も話し合いを重ねるうちに打ち解け(たと私は思っています!)、先生やグループの子たちにアドバイスをもらいながら何とか論文という形に仕上げることができました。何度も「もう書きたくない!」と投げ出しそうになりましたが、完成させることができて本当に良かったです。

今回、論文を書くにあたって実際にフィールドワークに出かけることがあまり出来なかったことが心残りなので、卒論を書くときにはフィールドワークに出、現地の声を取り入れたいと思います。

岡田京子

『モヤモヤさまぁ〜ず2』の新しさ —〈身散じ〉としての街歩き番組—

有高 和香奈

はじめに

「旅番組」と聞くと、何の番組を思い浮かべるだろうか。インターネットで「旅番組」と検索すると、多くの番組がヒットする。地上デジタル放送にBS放送を加えると、毎日どこかで「旅番組」が放送されている。「旅番組」とカテゴリズされているものを見ていくと、はてこれも「旅番組」というのか?と疑問に思うものも出てきた。

例えば、2012年12月のマイナビ会員対象の“お気に入りの「旅番組」は何か”¹⁾というアンケートでは、順位の違いが多少あるものの、ランキングに入った番組は男女の間でほとんど違いが見られず、『世界ふしぎ発見!』『モヤモヤさまぁ〜ず2』『世界の車窓から』『ぶらり途中下車の旅』がTOP5の中に入っている。それぞれ単体では「旅番組」と言われることに疑問を感じないが、このように並べられると、私は妙な感じがするのだ。例えば、『モヤモヤさまぁ〜ず2』(以後『モヤさま』とする)と『世界の車窓から』が並んでいると、『モヤさま』は「旅番組」というより、バラエティー番組という印象を受けるが、これが旅番組と受け取られているのである。

そこで、ここでは主に都市周辺の街をぶらついて面白い物を探す『モヤさま』に注目し、この番組が旧来の旅番組と比較して何が新しいのかについて考察していきたい。この番組はマイナビアンケートで男女ともに上位であり、番組DVDはシリーズ累計100万巻を突破している。放送時間帯も深夜から毎週日曜日の19時放送に、今は更に早くなり18時30分からの90分番組にまでなっており、人気を物語っているといえよう。なぜこの番組はこんなにも支持を受けているだろうか。

「無印都市」とは

まず「無印都市」という概念について説明したい。近森高明と工藤保則は、『無印都市の社会学』²⁾(pp.5-9)で、チェーン店やフランチャイズ店

などの「複製的な消費装置が並ぶ現在の都市状況を、総称的に『無印都市』と名付けている。従来、特に都市の「郊外」に立ち並ぶチェーン店やフランチャイズ店の消費装置は、画一的、風景を均質化するなどとネガティブにとらえられてきた。1990年代後半はもっぱら「場所」の問題として、こうした「郊外」が批判され、ゼロ年代後半には、具体的な生が営まれる場所として、内在的な視点からとらえられるようになった。

しかし、近森はこれらの風景を「郊外」という言葉で括ってしまうことで、わかった気になってしまうことが問題であると言う。今起きていることが「郊外化」と表現される時、そこには賛成／反対を明確にせねばならない構造があり、これをあらかじめ外しておかなければ、構造的にそこを問い損ねてしまうような位相がある。だから、視点をずらして、よりニュートラルな仕方ではジャンクな消費装置に迫るためのキーワードがひとつようで、それが「無印都市」であると、主張している。このように『無印都市の社会学』ではあえてジャンクな消費装置をポジティブに捉えなおそうという新しい試みがなされている。

〈身散じ〉の態度と『モヤモヤさまぁ〜ず2』

『無印都市の社会学』の中で、近森は〈身散じ〉というキーワードを取りあげ、ジャンクな消費空間では〈身散じ〉が積極的に誘発、助長されると言う。〈身散じ〉とはベンヤミンが複製技術を論じるなかで、映画を鑑賞するさいの知覚様式を特徴づけるために強調した〈気散じ〉という概念をもじった造語である(p. 13)。19世紀に写真が登場し、複製技術は芸術の模造品が作られるなどとネガティブに捉えられていた。

これに対してベンヤミンは、スローモーション撮影やモンタージュなど映画の技法の例を出し、複製技術により可能になる新たな経験の世界をポジティブに示した。さらに芸術作品に意識を「集中」させ、鑑賞するという従来の方法とは対照的な〈気散じ〉という態度をあえて肯定的に持ち上げてみせた。〈気散じ〉的受容とは、私たちが普段テレビのCMをぼんやり眺めたりするときのように、意識を拡散させた状態で、断片的な情報の流れに触れるというような態度のことである(p. 14)。

近森は、この〈気散じ〉を身体のレベルにまで拡張した状態を〈身散じ〉とし、〈身散じ〉の特徴的な様相を、三つ挙げている。一つ目は、習慣的ないしは無意識的な行動の前景化。特になにを買うというわけでもなく、ふらっとコンビニに入って、店内を一周してしまうようなこと。二つ目は、

アフォーダンスとのかかわり。アフォーダンスとは、知覚心理学でモノや環境がユーザーに対して特定の行動を誘発するような性質をもつことをいう。コンビニに入ればゴンドラに沿って歩き、ついつい欲しいと思っていた物を買ってしまったりする。これは作り上げられた店内環境が人に与えるアフォーダンスの誘発に身をまかせているからである。三つ目は身体の共在による暗黙のコミュニケーション。ジャンクな消費装置では、マンガ喫茶のような互いに非干渉的な空間で、自分以外にだれかいることを、互いに身体レベルで確認し合う (pp. 15-16)。

この〈身散じ〉の態度は『モヤさま』にも共通していると言える。『モヤさま』も目的もなく街をぶらつくので、“ぶらつく”という行動が前景化しているといえる。あてもなく街をぶらついていく中で、彼らは面白いと思ったものに引き寄せられ、足を止める。番組の説明文には、「街歩きの達人さまあ〜ずが『何もない街で何かを見つける』全く新しい形の街歩きバラエティー」³⁾とある。彼等独自の視点で歩けば、「何もない街」にもアフォーダンスの誘発は存在していて、面白いものがピックアップされるということではないだろうか。

さらに、三つ目の身体の共在によるコミュニケーションは、テレビを見ている視聴者をまきこんで成立しているのではないか。この番組を見ていると、自分も一緒になって街を歩き、面白い物を見ているような感覚になる。さまあ〜ずは決して「このお店を紹介しよう」というスタンスには立たない。むしろ、自分たちが見つけた面白いものを面白がっているだけであり、視聴者は自らその面白さに参加してゆく。そこでは視聴者は、さまあ〜ずたちがぶらぶら歩くリズムに身体をゆだね、その場にいるような気持ちになるのだ。

こう考えると、『モヤさま』は「無印都市」に生きる私たちが〈身散じ〉の体験を持っているからこそ成立し、多くの人に受け入れられているのではないだろうか。

では『モヤさま』が〈身散じ〉であるとすれば、それに対する旧来の「旅番組」はどのような性質を持っているのだろうか。次節では『無印都市の社会学』の具体的な例を参照しながら長年放送され続けている定番の「旅番組」と『モヤさま』の違いを考察していく。

定番の「旅番組」と『モヤさま』の比較：百貨店とモール

『無印都市の社会学』で木島由晶は「百貨店」と「ショッピングモール」

を比較するが、その視点は定番の「旅番組」と『モヤさま』にもあてはまる。

木島によれば、モールは広大な敷地を活かした横長の形が一般的である。建物の端にはフードコート、フロアの中心部でイベントを開催するなど、来訪者にフロアを回遊させる工夫が徹底している (pp. 83-84)。消費者がモールを〈ぶらつく〉ことができるような環境が作り上げられている。

それに対して、百貨店は一般的に縦長の形状で、「婦人服のフロア」などと、フロアごとにターゲットが異なる。だから人はエレベーターで目的のフロアに直行できる (p. 83)。見る必要のないフロアは、見なくても済む。彼らは目的地にまっすぐ進む消費者なのである。

この消費行動は定番の旅番組にも共通している。たとえば『いい夢 旅気分 (現：につぼん いい旅!)』などである。これらの番組は、タレント数名で観光地を訪れる→宿に行ってお飯とお風呂→また観光地に行ってお飯の感想→おわり、というのが大体の流れである。目的地が決まっているので、見る必要のないところは映されないし、変わらない展開であるため先が読めてしまう。パッケージ化された「旅番組」は、タレントがツアーに参加し、ガイドしてくれる名所を外から見ているような気分になるのであり、『モヤさま』のような「ぶっつけ感」はなく、一緒に探索しているような感覚もない。これらの「旅番組」ではあらかじめ決められている目的に向かって進む番組を、視聴者はあくまでテレビのこちら側から眺めるのであって、タレントと一緒に街をぶらつく身体感覚はないのである。

このように考えると『モヤさま』の新しさがより明確になるだろう。旧来の旅番組と異なり『モヤさま』はあてもなく街を歩き、しかも面白いものを瞬時に見出してそこを取り上げてゆき、視聴者はあたかもそこにいるような身体的な関係性を持つ。これはショッピングモールの消費者の行動と類比的なのである。

モールのフードコートにはゲームをする小学生の男の子や、休憩している年配の方の姿をよく見る。百貨店とは違い、モールには子どもから年配の方まで、誰でも通えることができる「気楽さ」と敷居の低さがあるようだ (pp. 87-88)。『モヤさま』もあてもなく街を回遊し、面白いかどうか、さまあ～ずの基準で明確に選別している。放送時間帯からも幅広い年齢層を意識していると考えら、モールと共通している部分があるといえる。

『モヤモヤさまあ～ず2』の新しさ

『モヤさま』の番組の説明文をもう一度見てみたい。「街歩きの達人さま

あ〜ずが『何もない街で何かを見つける』全く新しい形の街歩きバラエティー」とある。上記で述べたように、さまあ〜ず独自の視点により見出された面白い人や場所、今まで取り上げられていなかったものが、テレビに出て少し光を浴びる。さらに『モヤさま』には印象深かった人やものがノミネートされ、その年のMVPを決める「モヤさまアワード」という企画がある。また番組内でのお馴染みのものや、印象深かった人やものをフィギュアにし、「とれ高フィギュア」というグッズも販売している。番組で取り上げられた印象深かった人やもの、場所、それらの面白さを共有し、グッズとして消費したい人がいる。実際の場所や人を訪れる人もいるらしい。

『モヤさま』は「何もない街」に、彼らの独自の視点で面白いものを発掘する。彼らに発掘されたものは、そこに実際訪れたり、それをフィギュアにしたものを買ったりするという形で消費されている。その発掘されたものは、複製的ではない「印」と言えるのではないだろうか。『モヤさま』では「何もない場所」、すなわち「無印」の街に「印」を付けているのだ。

そして、『モヤさま』は、「何もない街」だけではなく、観光地にも行く事がある。以前、宮島や熱海が舞台の回があった。観光地に行っても、定番の「旅番組」のように、観光地のいい面だけを伝えるのではない。あくまで、彼らの独自の視点で、観光地をみる。宮島の回では、厳島神社に行くためにフェリーに乗った時点で、「鳥居がすでに見えていて、サプライズ感がない」と率直に口に出していた。これは旧来の旅番組ではあまりない演出ではないだろうか。面白いことに、観光地を映す時間よりも、その周辺をぶらつく時間の方が長かったこともまたこの番組を象徴しているだろう。

おわりに

『無印都市の社会学』の概念を援用することで、『モヤさま』が支持を受けている理由が分かった。今回『モヤさま』だけを取りあげたが、旅人であるタレントの独自の視点で“街をぶらつく”という、〈身散じ〉的な番組は他にも『ブラタモリ』などがあり、最近増えてきているようにさえ感じる。最後に、このような新聞記事を見つけたので、載せておく。「人気の割には制作費がかからない『ぶらり系』は、中高年層をメインターゲットとするBSでも存在感を増している。」⁴⁾「ぶらり系」番組は人気があり、制作費がそこまで高くないという製作者側の利点もあって、増えてきているようだ。このような番組の人気は、「無印都市」における私たちの感覚と

合致し、私たちが支持したという理由だけではなく、製作者側に上手く誘発されているという構造もあるようだ。私は『モヤさま』を現代的な「旅番組」と表現したが、似たような番組が増えていくと、いつかは消費され、飽きられる日が来るのだろう。

注

- 1) マイナビニュース「お気に入りの旅番組ランキング」[2013/01/13]より
【男子編】http://news.mynavi.jp/c_cobs/enquete/realranking/2013/01/13_3.html
1位 モヤモヤさまあ〜ず2(テレビ東京) 19.9%
2位 世界ふしぎ発見!(TBS テレビ) 16.1%
3位 世界の車窓から(テレビ朝日) 15.0%
4位 ぶらり途中下車の旅(日本テレビ) 14.3%
5位 THE 世界遺産(TBS テレビ) 11.3%
【女子編】http://news.mynavi.jp/c_cobs/enquete/realranking/2013/01/13_4.html
1位 世界ふしぎ発見!(TBS テレビ) 24.5%
2位 モヤモヤさまあ〜ず2(テレビ東京) 18.5%
3位 世界の車窓から(テレビ朝日) 16.9%
4位 ぶらり途中下車の旅(日本テレビ) 14.3%
5位 出没!アド街ック天国(テレビ東京) 12.4%
- 2) 近森高明、工藤保則編『無印都市の社会学—どこにでもある日常空間をフィールドワークする』2013、法律文化社。これ以降本書からの引用は本文中にページ数だけ示す。
- 3) 「モヤモヤさまあ〜ず2 : テレビ東京公式サイト」
<http://www.tv-tokyo.co.jp/samaazu2> より
- 4) 『朝日新聞』 夕刊 2012年5月12日 文化芸能3ページより 『ぶらり系』番組、飾らない魅力 加山雄三と歩く気分

最初に「旅番組」で書こうと決めたものの、それ以降うろちよろして、最終的にこうなりました。今回これを書くにあたって、あひゃーってなったことを教訓として、卒論を書くときに活かせたらいいなと思います。ありがとうございました。

有高和香奈

映像とリアリティ

—観光で何を見ているのか—

田村 磨美



BOSS×SoftBank CM 「海外旅行」篇
の一部。バリ島のリゾート

はじめに

現在、観光とメディアは切っても切り離せない関係となっている。「映像の時代」とも言われた20世紀から、21世紀の今にかけても、映像をはじめ、メディアが私たちに与える影響はとて大きい。

今や、テレビや映画、もしくはインターネットで配信されている動画等で、世界の国々の風景、食べ物、そこに暮らす人々の様子が見られるようになってきている。自国にいながら、視覚と聴覚の面から異文化を体験でき、あたかもそこに「行った」かのような気分になれることが日常となった。そして、映像を見る私たちはその地域、人々に対するイメージを膨らませる。もちろん、映像だけではなく、観光ガイドブックや本など、様々な場面で対象となる土地のイメージに接し、想像する機会がある。このように、実際に現地へ行かなくても、その場所へ行き、あたかも見てきたかのような感覚にさせる力がメディアにはある。

このような、リアルとヴァーチャルが入り混じり、これらが一体化して

いるような錯覚に陥りそうにすらなる現代において、私たちはいったい観光で何を見ているのだろうか。そこから浮かび上がる観光の性質について本論では明らかにしていきたいと思う。

メディアと観光

観光地を訪れた際、次のような言葉を耳にしたことはないだろうか。

「ここ、〇〇で見たのと同じ！！」

「あの場所から見たら全く同じ景色が見えるよ！！」

等々。

「〇〇」には、ガイドブック、パンフレット、旅番組、ドラマ、映画など、さまざまなものが当てはまるであろう。これらの言葉からは、実際の観光地がメディアの生み出したイメージと同じかどうか確認していることが伺える。極端に言えば、現実に見たものよりも、メディアを通して見たイメージのほうがリアリティを持っており、観光地は、そのイメージを確認するためのものに過ぎない。

観光客は、「イメージ」というフィルターを通して観光地を見るため、観光客の脳内では、実際の観光地とは少し異なる観光地がメディア・イメージによって形成されることとなる。林利隆¹⁾の言う「リアリティとは異なるいまひとつの現実」をメディアを通して見ている私たちは、現実の方をメディアで作られた「現実」によって確認し、新たな「現実」を作り上げる奇妙な構造を取っている。

そして、私たちは自分の抱くイメージ通りの場所を訪れ、観光し、イメージに合わない場所はほとんど訪れようとはしないだろう。これは、そもそもメディアがそのような見方をしていることも要因であると言える。例を挙げると、2010年から日本テレビ系列で放送されている東野幸治²⁾と岡村隆史³⁾の冠番組『東野・岡村の旅猿 プライベートでごめんなさい…』のうち、奈良を訪れていた回を視聴したが、2人がいる場所の背景でも「奈良っぽくない」と一般的には思われる場所（カラオケボックス等）はテレビ画面から排除されていた。この番組に関わらず、奈良に関しては「古都」のイメージに合ったような場所やもの（人力車や鹿、寺など）はおおよそどの旅番組でも確実に映っているであろう。そして、そのイメージから外れているものは、メディア（ここではカメラ）の視界から「切り取られる」のである。

そして、その映像を見る我々も、メディアが映し出しているものを何の疑問も抱かず受容してしまう。そのことが繰り返され、日常と化している現在、メディアによってもたらされるイメージは、メディア社会に生きる我々の中での一種の常識のようなものとして共通認識が出来ている。テレビなどは、広範囲に同時に情報を流すことが出来るので、このようにメディアの受け手に共通認識を持たせるツールとしては一番効果大きい。

また、メディアを通して物を見るのが日常となっているので、無意識のうちに、私たち自身がメディア的な見方をしてしまうようになっているのではないかと考えている。メディアと同じように、その土地イメージに沿ったところを観光し、そうでないところは訪れない。さらに、観光をして帰ってくると、観光体験について、写真とともにブログ等で綴ったりし、それを見た人たちはさらにその観光地へのイメージを膨らませるので、観光客自身がメディアとなっているとも言えるのだ。このように、メディアと観光の関係を述べた上で、次章では観光から少し離れ、メディア、特に映像とリアリティの性質について考えてみようと思う。

映像とリアリティ

現在、私たちはインターネット、テレビ、コマーシャル、映画やガイドブック、パンフレット等で世界中の様子を見ることができ、その土地に関するイメージを膨らませている。しかし、テレビ等から与えられるその土地の様子なども「本物」であるとは言えない。それらは二次元的なものであり、実際のものから一部分だけ切り取り、音、文字、イラスト等で演出されたもので、これも一種の「イメージ」である。このように考えると私たちは常に「イメージ」に囲まれて暮らしているとも言える。伊藤俊治は、人間の視覚とメディアとの関係について、

写真と印刷、映画とTVといった二次元的プロセスを通じての人間の感情や経験へのイメージのなすりつけの反復により、人は三次元で物を見ることに抵抗を覚えるようになり、立体的なものでさえも二次元として見てしまう⁴⁾

と述べている。

さらに、CG（コンピューター・グラフィックス）についても言及しており、大衆の視覚意識を投影するようになっているCGがCFや映画など、あらゆるメディア・ジャンルに浸透していることで、自分の生きている現

実がもしかしたら偽の現実かもしれないと思わせるほどの迫真的なリアリティを私たちは感じるようになった。伊藤は、CGの画像の精度がより高くなればなるほど、自然に現実に見えぬものとは全く異質な感覚を呼び起こす画像がもがき出てくると述べ、それが私たちの無意識をかたちづくっていくとすれば、そのイメージが現実感を持っていくという⁵⁾。

映像は、パンフレットやガイドブックなど、紙に表現されたものより、更なるリアリティを私たちに与えているのではないかと思う。自明のことだが、映像と紙媒体のメディアとの違いは、被写体が動くか否かである。写真、絵などは、被写体が切り取られたまま静止しているのだから、それを見ている私たちからすると、どこか現実味のないもののように感じられる。

それに対して、映像は同じく被写体は切り取られているが、それが動き、さらにカメラを動かすことで、視聴者も自分の視線が同じく動いているように感じられ、実際に「見ている」という感覚が増し、被写体が「存在」すると実感できるのではないか。また、映像では音が出るという点も現実味を帯びさせたり、イメージをさらに強固なものにしたりするのに重要な役割を果たしているであろう。そして、このことは、3.11の経験により、逆の方向から明らかになった。

2011年3月11日に起こった東日本大震災の際には、テレビも含めて多くの報道がなされたが、そこからもたらされる情報を受けてもなお私たちの多くは、なかなか現実のこととして実感できず、どこか遠くで起こった出来事のように捉えていたであろう。信じられない出来事が視覚化されたこの経験は、私たちにリアリティについて考える機会をもたらした。リアリティを私たちに感じさせるはずのメディアを通してこの出来事を見ているだけでは、実際の震災とその被害を実感出来ないことを、このときよく思い知った。メディアの生み出すリアリティ、仮想現実がいかに現実味を帯びているとしても、それはまた、非リアリティをもたらす存在になりうるとも言えるのだ。これは林利隆が、湾岸戦争とその映像報道に関して、現実を虚構化した映像は、もう一つの現実であるとしたうえで、『「戦争」というリアリティとは異なるいまひとつの現実—『漂白された戦争』(J・ボードリヤール)を見る』⁶⁾のだと述べていることに当てはまる。

そもそもメディアには、絶えず流れている「時」を切り取り、その時間を永遠のものとする性質が見られる。現実の時は一瞬で過ぎ去り、もう二度と同じ瞬間を経験することは決してできないが、メディアはその瞬間を切り取り、同じ時間を何度も見ることができる。メディアだけではない。

人間のイメージや認識についても同様のことが言える。私たちは、ある瞬間を捉えることは決して出来ず、ある程度の時間を切り取って、その出来事を脳内で再構築する。不謹慎ではあるが、3.11の震災も、一瞬で過ぎ去った震災の経験それ自体をもう二度と経験することは出来ない。メディアを通して何回も同じものを見ることは可能ではあるが。また、メディアによる現実の切り取り方によって、視聴者には現実が異なって読み取られる場合もある。

このようなメディアと私たちのイメージの性質を踏まえた上で、観光について、私たちは観光で何を見ているのか、観光の性質と展望について次章から考えていく。

観光とは何か？

テレビ、雑誌、ガイドブック、広告などのメディアによって描き出されたイメージのほうが、現実よりもリアリティを持つ現象を、ダニエル・ブーアスティンは「擬似イベント」と名付けた⁷⁾。この「擬似イベント」が常となると、観光客のまなざしだけではなく、実際の観光地の方も、そのイメージを守ってさらに強固なものにしたり、または、新たなイメージを創り出す取組みをしている。現実のほうから「イメージ」のほうへ歩み寄っているというわけである。ハワイのフラ・ダンスしかり、インドネシアのバリ島でなされるケチャ然り、その土地のイメージとして浮かべる人も多い観光パフォーマンスは、実際には地域特有の文化、伝統などではなく、その土地を訪れる観光客用に作られたものが多いと言われる。どうして、このような事が起こるのか。

私たちは、メディアで見た観光地のものが無くなっていたり、新しい何かに変わっていたりすると少なからずガッカリしてしまうことが多い。観光地の住民が生活する上で便利な建物等を新たに建てようとするすると景観保存の問題が浮かび上がり、そこで争いがしばしば起こることを考えても、観光地において、変化はあまり歓迎されないものであると分かる。つまり、観光地はそのまま置いておくことが是とされており、観光は「安定」をベースに成り立っているのである。この観光の特徴も、メディアが発展し、多くの人が同じ景色を見ることが出来るようになって生まれるものではないか。そして観光そのものがメディアによって生み出された旅行の一形態ではないかと考える。だからこそ、メディアによるイメージに少しでも近づけるため、観光というものは「安定」をベースにしていなければならない

いのだ。イメージに合うような観光パフォーマンスも、観光地のイメージが変わらないように、それどころかより強固なものにするために生み出されるのだろう。

このように、メディアによるイメージが氾濫し、観光というある種、イメージをまなざす行為が当たり前となった今日、観光客が実際に観光地を訪れる意味は何なのだろうか。私たちがどこかへ行くということは、普段の生活圏から離れて、新しい環境に身を置くことである。観光に行くと、私たちはその土地や有名な建物を「見る」だけではなく、その地の食べものを食べ、地域の文化を実際に体験したり、他の観光客やそこに住む人々との交流をすることもあろう。この生身の体験こそ、メディアを通して景色を見ているだけでは叶わないもので、メディアによるイメージに囲まれている私たちにとって、その地を自身で感じて、理解し、味わうことのできる重要なものではないだろうか。観光に行くということはメディアの枠内で行動するのではなくて、自分自身で文字通りその地を体感する行為ではないだろうか。ここに、今、このような時代だからこそ観光する意味があると私は考える。

おわりに

本稿では、メディアの性質とそれがもたらすイメージ、そしてリアリティについて考えながら、観光とはそもそもどういうものかということについて論じた。

メディアは、一瞬ではなく、いくらかの時間を切り取ってそれを何度も見ることのできる性質があり、人間の時間の認識もメディアと同じようなものであり、我々のイメージとメディアは類似していると言える。だからこそ私たちはメディアからもたらされる情報と親和性が強く、ある事物に対して多くの人の抱くイメージがほぼ一致するようなことがたびたび起こりうる。

このような中、観光もメディアと密接に関わっており、観光地においては、メディアから情報をもたらされ同様のイメージを持った私たちをがっかりさせないために、観光地の実際とイメージを寄せようと景観を保存したり、極力新たな建物等と作らないようにしているのだ。観光はこのように「安定」をベースに成り立っており、私たちは観光に行き、その安定して存在するものを見てどこかホッとした気持ちになるのである。

また、現代社会において、人々の関係が希薄になっていると騒がれて久

しいが、この世の中だからこそ、人々がどこかの地に赴き、その地で実際に人々と交流し、自分の五感を存分に使ってその地を実感するという行為が観光に求められているものの一つだろう。観光は社会を反映するツールの一つではないか。アニメ聖地巡礼など、メディアと関わりの深い、新たな観光スタイルが登場してくる中で観光はどのように変化し、新たな意味合いをこれから帯びてくるのか、注目していくのも面白い。

注

- 1) 林利隆「スペクタクルとしての湾岸戦争—劇場型社会とメディアイベント」『現代のエスプリ』400号、2000、志文堂
- 2) 東野幸治（1967年生）。お笑いタレント、司会者。よしもとクリエイティブ・エージェンシー（吉本興業）所属。
- 3) 岡村隆史（1970年生）。お笑いタレント、俳優。お笑いコンビ、ナインティナインを矢部浩之と組んでいる。吉本興業所属。
- 4) 伊藤俊治「<見ることのトポロジー>」ジョン・バージャー著、伊藤訳『イメージ-Ways of Seeing- 視覚とメディア』1986、PARCO PICTURE BOOKS、p. 256
- 5) 伊藤前掲書、p. 257、258
- 6) 林前掲論文、p. 86
- 7) ダニエル・J・ブーアスティン『幻影(イメジ)の時代—マスコミが製造する事実』1974、東京創元社など参照

今回、観光とメディアに関連した論文を書きたいという思いは最初にありましたが、具体的に論じたいものは何なのかということが定まらず、試行錯誤する日々が続きました。そのような中、先生に視点、着地点等さまざまなアドバイスを頂き、何とかこうして形に出来たことに大変感謝しています。

ここまでメディアが発達した社会において、人々が現地に赴き、観光することの意味は何かということ、本論を書きながらとりとめもなく考えていたのですが、今の社会だからこそ、観光は自分の目で物事を捉え、さらに見知らぬ人との生身の交流が出来るものとして必要にされているのではないかと思います。これから時代が移っていくにつれて観光そのものがどのように変化していくのかを想像してみるのも楽しいかもしれません。

田村磨美

「遊」なる場所としてのパワースポット

—聖/俗の二項対立をこえて—

田中 千尋

はじめに

近年、幅広い世代から観光地として人気を集めているのがパワースポットである。パワースポットは「大地の気がみなぎる場所」とされており、2005年頃からメディアによって大きく世間の注目を集め、2013年の出雲大社・伊勢神宮の式年遷宮に伴い、再び脚光を浴びるようになっている。2013年、出雲大社では、一ヶ月に平均100万人の参拝者が訪れ、境内を賑わせた。パワースポットに赴く人々の訪問理由は様々である。小寺(2011)の調査¹⁾によると「運氣(恋愛/健康/勉強)の向上のため」「パワーを求めるため」「癒しを求めるため」などパワースポットに赴く人の願いは多種多様であることがわかる。2013年に行われた調査²⁾によるとパワースポットに「行ってみたい」「興味がある」と回答した人が全体の74%にもものぼった。

しかしながら、巷でパワースポットに関する評価を耳にすると「なんか胡散臭い」「あやしい」という意見が多い。小寺(2011)は、「パワースポットの効果の信奉(信じる—信じない)」「現象評価(肯定的—否定的)」の二軸を用い、その組み合わせによってパワースポットの受容の態度が異なることを論じた。宗教や不思議調査に関するこれまでの調査研究では、「信じるか否か」が重視されていたが、小寺(2011)の研究では、その受容の態度は信奉の度合いだけでなく、現象評価によって大きく異なることが明らかにされた点で意義がある。

近年のパワースポットのブームを支えているのは一体どのような人々なのかについて、インターネット上の言説を収集し、今回は小寺(2011)の先行研究をベースとしながら、それを超えた視点から考察し、パワースポットが社会でどのように受容されているのかに迫りたい。

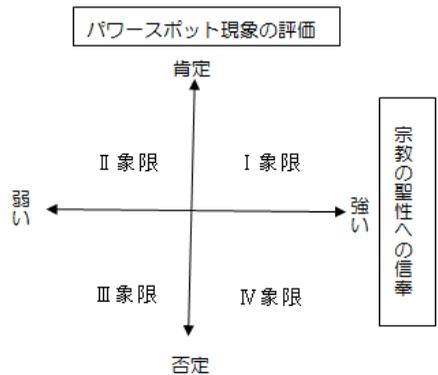
新たな分析軸

パワースポットの受容がどのようになされているかを調べるために、イ

インターネット上のコメント³⁾を分類することによって、パワースポットの受容の態度を探っていく。

小寺(2011)は「現象評価(パワースポットをめぐる社会の動きに肯定的か否定的か)」「パワースポット信奉(パワースポットの効果を信じるか否か)」によって、コメントを分類した。しかし、そもそもパワースポットとして人々が認知している場所は、神社仏閣や自然物(山・洞窟・岩)が大多数であり、その場所の認識として共通するのが「神聖である」ことである。そこでは、歴史的に古くから存在する場所が多く、宗教的な実践のもとに成立するものが少なくない。であるので、宗教や「聖」なるものを信じるか信じないかで、パワースポットをめぐる人々の意識や行動は左右されると考えたほうがより良いのではないかと考えた。たとえば、のちに紹介するコメントにおいても、宗教の聖性を根拠に、偽者の聖性としてパワースポットを否定する言説も多く、小寺の枠組みではこうした言説はすくなく上げられない。

そこで、今回新たに設けるのが「宗教の聖性への信奉(強い—弱い)」という軸である。右の表を見てほしい。縦軸は、小寺(2011)に倣い、「パワースポットブームの評価」という軸であり、今回はそれに加えて、「宗教の聖性への信奉(宗教的なものが聖であると信じるか信じないか)」を横軸としてという分析軸によって、コメントをカテゴリー分けしたい。



このようなカテゴリー分けを行うことで、「聖/俗」さらには「遊」という概念によってパワースポットやそれをめぐる人々の社会的な位置を明らかできると思われる。

パワースポットに対する評価・意見

先ほど示した分析軸に沿って、パワースポットに対する考え、あるいはパワースポットのブームに対する意見が書かれたコメントをインターネットの掲示板・雑誌から抽出し、カテゴライズをした。以下、それぞれのカテゴリーにおける代表的なコメントを例示しながら、それぞれのグループの性質について述べてみたい。

I. 推進派（信奉：強い 現象評価：肯定）

宗教的なものを信じ、かつパワースポットのブームを肯定的に捉えている人々である。

- ①別にいいじゃん、日本の宗教って元々こういうものだろ。大きい木とか石とか滝とかそういうものに特別な力が宿ると考えて崇める。
- ②出雲大社の境内は、なんともいえない尊い神様のご神気でいっぱい。この日を境にものごとが良い方向に向かい始め、神様の存在を感じるようになりました。

パワースポットブームの中に、アニミズムの思想を見出しているコメント（①）がある。アニミズムとは、生物・無機物を問わないすべてのものの中に霊魂、もしくは霊が備わっているという考え方である。このように日本人の宗教観と近年のパワースポットの広がり方は似通っていると考えられる人もいる。また、実際にパワースポットに足を運ぶことで、神様の存在を感じるようになったというコメント（②）もある。このカテゴリに共通するのは、パワースポットが聖なる土地であると確信し、それを実践に移そうとしている点にある。

II. 寛容派（信奉：弱い 現象評価：肯定）

宗教が聖なるものであることを信奉はしないが、パワースポットブームを肯定的に捉えている人々である。この時パワースポットは聖性とは異なった視点から肯定される。たとえば経済的な側面であったり（③、④）、ある個人がそれによって支えられるという世俗的な機能（⑤）を肯定するのである。

- ③地方に金を落としてくれるからいいんじゃないの。
- ④それで神社が儲かるなら、いいんじゃないの。
- ⑤要するにパワーってのは個々人の心の持ちようって事なんだよ。

III. 否定派（信奉：弱い 現象評価：否定）

このカテゴリは宗教の聖性を信じない、もしくは信じていないわけではないが、信奉するにも至っていない人々で、かつパワースポットブームを否定している人々である。重要なのは、小寺（2011）も述べている通り、いずれのケースでもパワースポットそのものは認識されているという点であり、否定・無関心の対象としてのパワースポットは受容されているという点である。

⑥個人的な主観からすると気休め程度なんじゃないかと思ってます。

⑦溺れる者はわらをもつかむんだよ。

IV. 神聖派（信奉：強い 現象評価：否定）

場所の聖性を信奉しており、パワースポットをめぐる社会の動きに否定的である人々である。得られたコメントの中ではこのカテゴリーに属するものが最も多かった。

⑧パワースポットとか意味不明な単語で神宮を語るな。

⑨わざわざ遠くに行かずに地元の神社を大事にするのが一番だと思うよ。

⑩俗的な利益信仰も甚だしいわ。

⑪神社だから神社に興味もってほしいんだよね。

⑫由緒ある神社に行ったら「ここはスピリチュアルなんかのパワースポットに紹介されて～」とか説明されて悲しくなった。

批判的視点が向けられている対象は一定ではない。パワースポットというネーミングに対して向けられている意見（⑧）がある。これは伝統的で由緒のある神社仏閣をそのままの形で守っていきたいという気持ちの表れであろう。パワースポットの受容は多彩であり、そこには宗教的な思想や実践との直接的な結びつきを想像しがたいものも少なからず含まれている。宗教の聖性を信奉する人にとっては、信仰の薄い人々が、神社仏閣にやってきて形だけの参拝をする態度をよく思わないのは当然のことだともいえる。このカテゴリーに共通するのはパワースポットブームが持つ現世利益指向・俗物主義的な側面を嫌悪している点であろう。

ブームを支える人々の分析

先ほど示した図における横軸は、場所の聖性への信奉の度合いであった。右側に延びる矢印を「聖なる方向」と名付け、左側に延びる矢印を「俗なる方向」と名付けることができるだろう。「聖なる方向」に位置する人々は、場所の聖性を信奉する。つまり、パワースポットと呼ばれる場所に何かがある宿っていると純粋に信じる。その中で、御利益や癒し・パワーを求めに行く人々は、ブームに肯定的なカテゴリー（第一象限）に収まる。また、場所の聖性を信奉するがゆえに、「パワースポット」という新しい文化の流れを受け止められない人々は、ブームに否定的なカテゴリー（第四象限）に収まる。

一方で「俗なる方向」に位置するのは、場所の聖性を信奉しない人々で

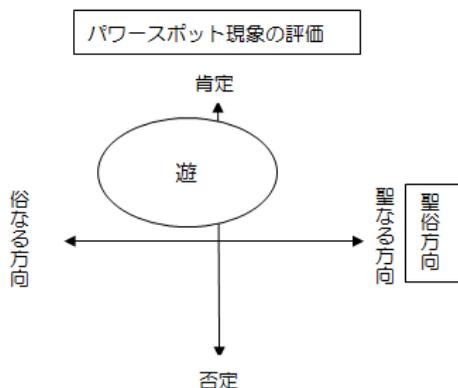
ある。その中でブームを肯定する第二象限の人々とはどのような人々であろうか。ネタとしてパワースポットの流行に乗る、あるいは観光目的でパワースポットに足を運ぶ人々であろう。さらに、場所の聖性を信奉しないがゆえに、パワースポットをとりまく現象にも無関心である人々は、ブームに否定的なカテゴリー（第三象限）に分類される。

それでは、パワースポットのブームを支える人々、すなわち、実際に足を運んだり雑誌を買ったりしてそれらを消費する人々、は、表のどこに位置するのだろうか。もちろんそれは第一、第二象限になるわけであるが、彼らの特徴はいかなるものであろうか。

まずは第二象限の人々から考えてゆこう。彼らはまちおこしや商業効果などの世俗的な機能によって、パワースポットを肯定するという特徴を持つ。それに代表されるのが、先ほど挙げた「③地方に金を落としてくれるからいいんじゃないの」「④それで神社が儲かるなら、いいんじゃないの」などのコメントである。しかも、彼らは、より左側に行けばいくほど、つまりより「俗なる方向」に行けばいくほど、情報の送り手である神社やメディアの意図を敏感に察知し、パワースポットブームが巻き起こすビジネスツールズとしての構造をより俯瞰的に捉える傾向があるだろう。

このように第二象限の人々にとってみれば、たとえそこに足を運んだとしても、それはそこが「聖」なるパワースポットだからではないかもしれない。「パワースポット」とは、そう名付けられた名所、すなわち有名な神社やお寺と同様の普通の観光名所であり、彼らは普通の場合（「俗」）に「聖」なる「付加価値」を与えることで資本として積極的に活用しようという商業的な思惑などを見通したうえで、あえてそれを肯定する人々である。つまり、彼らは「聖」「俗」双方から隔たっているのではないか。

それでは第一象限の人々とはどのような特徴を持つのだろうか。「聖なる方向」のより右側の「聖なる方向」に行けばいくほど彼らはその場所に厳粛さや畏怖の念を抱き始めるだろう。オトトーはそれをヌミノーゼ体験⁴⁾と



いう言葉で説明している。「おそれおのくべき神秘」の体験をすると、聖なるものは魅惑的なものであると同時に恐ろしいものになりかわるからだ。

だが、第一象限でも逆に y 軸に近い場所にいる人々は、かならずしもその聖性を信じきっているわけではないと思われる。2013 年に行われた調査²⁾によると、パワースポットの効果を信じると回答した女性は約 56%にものぼった。しかしながら実は、心の底から純粋にパワースポットの効果を信奉している人は少数で、信じ「る」のではなく、信じ「たい」というだけなのではないかと筆者は考える。それは、われわれがテレビの星占いなどに対する感覚と同じなのではないだろうか。本気で信じているわけではないけれども、そこで言われたアイテムを身に着けるか着けないかと言われれば、着けてみよう、という感覚である。つまり、旅行の目的地に、付加価値として「恋愛成就」「金運上昇」などと同様に「聖性」があると聞けば、より積極的にその場所へ赴くことだろう。効果の有無は気にはするが、効果がなかったところで怒りはしない、そのようなものではないのだろうか。

これは先に述べた第二象限の人々と近いといえる。ともに共通するのは、「聖」なるものを相対化し、完全に信じてしまうわけではないが、しかしそれを完全に否定するわけではなく、あえてそれにコミットしようとする態度である。この人々は図で言うところどこに位置するのか。先にも挙げたように、パワースポットの評価における聖一俗図式がある。その両極端に属さない真ん中あたりに位置するのがそのような態度を持つ人々ではないかと考える。

これは、カイヨワのいう「遊」である。彼らは「聖」を相対化しながらも、「ネタ」としてブームにのっているのである。「ネタ」とは、得られたコメントの中で「本当に効果があるのか」という懐疑的な態度を持ちながらも、その真偽はともかく、実際にパワースポットと呼ばれる場所に訪れる人々である。「行為をすること自体が目的であり、その行為が本当か偽物であるかは問われない自由さをもつ」⁵⁾とカイヨワが言うとおりである。

パワースポットのブームを支えている最も大きなボリュームゾーンは、このような「遊」の態度を有した人ではないのだろうか。彼らにとってみれば、パワースポットは、「聖」なる場所でもなく、かといって訪問する価値のない「俗」なる場所でもない、「遊」なる場所ではないのだろうか。

おわりに

パワースポットは、女性向け雑誌やテレビ番組などのメディアを主導として情報伝達がなされ、展開してきた。今まで見てきたように、目下の大

流行であるパワースポットのブームは、「聖」にも「俗」にも属することのない「遊」なる人々によるものであることが明らかにされた。パワースポットブームの他にも、近年巷では様々なブームが巻き起こっている。登山ブーム、健康ブーム、癒しブーム、ダイエットブームなど枚挙に暇がない。このようなブームもこうした「遊」なる人々によって支えられているのではないだろうか。「なりたい自分になりたい欲求」がこのブームの背後にあることがうかがえる。「モノからコトへ」と時代の風潮が変わりつつある今、何かを体験、経験するなどの目に見えないものを人々は求めてゆくのだ。昔から変わらず現代でも、旅行、あるいは旅することは娯楽の性質を持ち、観光は、時代によって移り変わる人々のニーズに応え続けるものである。パワースポットを旅することは、新しい時代の観光の形を代表するものとなりうるだろう。

注

- 1) 小寺敦之 『『パワースポット』とは何か—社会的背景の検討とその受容 についての予備的調査—』『人文・社会学論集』第 29 号、2011、pp. 87-110
- 2) 「独身女性 6 割が『パワースポットの力を信じる』 -30 代は結婚相手を祈願」<http://news.mynavi.jp/news/2013/05/31/015/>
- 3) mixi 「パワースポット」コミュニティ内コメント
http://mixi.jp/view_bbs.pl?comm_id=68425&id=63794403&comment_count=230
2ch まとめサイト「パワースポット」で検索結果 記事内のコメント
http://jdrop.net/pc_search.php?key=%E3%83%91%E3%83%AF%E3%83%BC%E3%82%B9%E3%83%9D%E3%83%83%E3%83%88
- 4) 井上俊 『遊びの社会学』1977、世界思想社、p. 115
- 5) 井上前掲書、p. 149

仮説を立てることは容易でした。パワースポットに焦点を絞ってやろうと決めてから「これは A だからなんじゃないか」「A と B は関連しているのでは」とふうにして立てた仮説は数十にものぼるだろうと思います。しかし、それを資料や先行研究を補強材料として論立てていく段階で最も苦勞をしました。本を 10 冊読んでいても、参考・引用として使えるのはその中の 2 行か 3 行です。論文を書くことの大変を身をもって知りました。あ、それと、いくら仮説を立ててもいいけれど、一番最初の問いを大切にしないといけないなと思いました。書き進めていく段階で、前回書いた文を消して新しい文を加えたりするけれど、上書き保存で書き進めていくのではなく、いくらしょうもない内容だったとしても前回書いた word はそのままの形で残しておいて、新しくコピーをして書き進めていく方法がよいです。そのしょうもない内容が、案外論立てに役に立ったりするので。この演習では様々なことを学びましたが、しばらくパワースポットのことは考えたくないです。パワースポットがテレビで特集されていたらそっとチャンネルを変えるでしょう。

鈴木先生には大変お世話になりました。本当にありがとうございました。

P.S 演習のことを鈴木先生に相談しているときは、なんでも書けそうな気分になるのに、いざ一人になると一行も進まないという現象は何なんでしょうか。教えてください。

田中千尋

仲間の報告を真剣に聞いています
ガチです



授業風景 by Mami



毎回こんな感じで授業
やってます。

寝ろと言われて寝てい
ます。誰よりも真面目に
頑張ったのに(;_;



皆、集中して取り
組んでます。笑っ
ている人もいま
すが・・・

II. 「空間」にある 音楽、 「空間」を 移動する音楽

〈帰省フェス〉という新たなフェス空間
—フジロックフェスティバル、サマーソニック、京都大作戦を比較して—
高畠千紗都

フェスに見るブルーグラスの信奉者たち
隈理紗

日本における「ファンキー・ジャズ」「モード・ジャズ」の受容小史
—ジャズ・メッセンジャーズの来日と音楽の移動—
濱本結

〈帰省フェス〉という新たなフェス空間

ーフジロックフェスティバル、サマーソニック、 京都大作戦を比較してー

高島 千紗都



京都大作戦

はじめに

昨今では「フェス」という言葉に聞き覚えのある人も多いだろう。フェスとは大勢の観客と開放感のある広い会場で音楽を楽しむことのできる音楽イベントである。小野島はフェスの要件について ①キャンプなど泊まりがけで出かける ②複数日にまたがり、朝から翌日早朝に至る長い開催時間 ③複数ステージの同時進行 ④邦楽／洋楽、メジャー／インディ、ロック／ジャズ／クラブ系が混在するラインナップ ⑤間仕切り、ブロック分けのない会場 ⑥音楽以外のアトラクションの存在 の6点を挙げている¹⁾。

フェスの多くが夏に開催されるため「夏フェス」と呼ばれ、フェスシーズンになると雑誌やインターネット上で特集を組まれるほど人々の間で人気を博している。日本では1997年に開催されたフジロックフェスティバル (FUJI ROCK FESTIVAL)

を皮切りに、2000年代にはサマーソニック（SUMMER SONIC）をはじめ、数多くのフェスが次々と開催された。そして現在この二つのロックフェスティバルは「アウトドア型のフジロック」、「都市型のサマソニ」と対照的な性格を持ちつつも日本の二大洋楽・邦楽フェスティバルとされている。また同2000年代後半には京都大作戦という新たなフェスも開催されている。このフェスには私自身足を運んだことがあるのだが、その中で実際に経験したフェス空間はアウトドア型にも都市型にもはまらない新たなフェス空間であった。

そこで本稿ではフジロックフェスティバルとサマーソニック、京都大作戦という3つのロックフェスティバルを取り上げ、その相違を ①場所性 ②パフォーマーとオーディエンスとの関係性 ③オーディエンス同士の関係性 の3つの視点をもって考え、特に京都大作戦と同様の特徴を持つフェスを〈帰省フェス〉と名付け、その特徴を明らかにすることを目的とする。

ここでフジロックフェスティバル、サマーソニック、京都大作戦それぞれの概略を説明することとする。

- フジロックフェスティバル（1997年～）

場所：新潟県湯沢町苗場スキー場

日時：7月 第4金曜日、土曜日、日曜日の3日間

主催：株式会社 スマッシュ

出演者数：国内外のアーティスト総200組以上

ロックのみならず、ポピュラー音楽全般、民族音楽等あらゆる音楽を
包括

のべ動員数：約11万人（2013年）

- サマーソニック（2000年～）

場所：東京会場 QVC マリンフィールド・幕張メッセ

大阪会場 舞洲サマーソニック大阪特別会場

日時：8月上旬から中旬の土曜日、日曜日の2日間（東京大阪同時公演）

主催：クリエイティブマン・プロダクション

出演者数：国内外のアーティスト総120組以上

J-POP、アイドルユニットからベテランアーティストまで幅広く出演
のべ動員数：約23万人（東京13万人 大阪10万人、2013年）

- 京都大作戦（2007年～）

場所：京都府立山城総合運動公園 太陽が丘特設野外ステージ

日時：7月上旬から中旬の土曜日、日曜日の2日間

主催：サウンドクリエイター 企画者：10-FEET

出演者数：ロックやレゲエ、ヒップホップ等多様なジャンルの国内アーティスト約30組

のべ動員数：約4万人

京都大作戦の最も大きな特徴は、フェスの企画者がアーティスト本人であるということである。そのアーティストは10-FEET²⁾というロックバンドで、自身がフェスのトリを飾り、その他の出演アーティストも彼らが自ら出演オファーをするほど、親交があるアーティストばかりである。

では以上3つのフェスの相違について考えていく。

フジロックフェスティバル

(1)場所性

「アウトドア型」と呼ばれるフジロックフェスティバル（以降「フジロック」とする）における〈場所〉の重要性は非常に大きい。周囲を森林に囲まれた会場では音楽そのものを楽しむ以上に場の非日常的な雰囲気を感じ、森林浴やキャンプといった行楽イベント感覚でフェスに足を運ぶ人も多い。

会場内の移動は徒歩です。きれいに整備された道等は無く、ほとんどの場所が土や砂利の上です。当然、雨が降れば会場内のいたる所がぬかるみます。来場者全員が雨宿りできる場所もありません。（中略）会場内の仮設トイレは長時間並ぶこともあるし、紙が無くなる場合もあります。（中略）こんな都会生活とかけ離れたフェスティバルではありますが、日常の生活から離れ、「大自然」の中、自由なスタイルで「音楽」を楽しめる場所がそこには存在します。この場所に来なければわからない、言葉には表せない素晴らしい空間と感動があります。

これはフジロックの公式ホームページ³⁾に掲載されている文章である。ここから主催者自身がフジロック会場の非日常性を売りにしているのが分かる。そして

オーディエンス側もフジロック特有の和やかな場の雰囲気、居心地の良さに惹かれ、リピーター（フジロックのリピーターは「フジロッカー」と呼ばれている。）となる人が多い。つまり、主催者側にとってもオーディエンス側にとってもフジロックと悪条件な会場の〈場所性〉との関係は切り離せないものと考えられており、その悪条件さの中にフジロックならではの楽しさがあると評価されている。

(2) パフォーマーとオーディエンスとの関係性

宮入・佐藤はパフォーマーとオーディエンスとの関係性の違いによって、ライブシーンを①パフォーマーとオーディエンスの関係が予定調和的な要素に依存する「劇場型」ライブシーン②パフォーマーとオーディエンスの偶発的な出会いによって成立する「偶発型」ライブシーン③パフォーマーとオーディエンスの私的なつながりが前提となる「親密型」ライブシーンという3つのタイプに分類した⁴⁾。

フジロックは出演アーティスト数や観客動員数等その様式を外的に見ると、①「劇場型」ライブシーンに当てはまると考えられる。しかし、友人や家族とのんびりくつろぐ、知らない人と出会う、といったフェスの楽しみ方が重視されることから音楽自体は二の次、さらにはBGMとしての意味合いさえ強くなっている。したがって、フジロックにおけるパフォーマーとオーディエンスの関係性は偶発的に出会う③「偶発型」ライブシーンに当てはまると考えられる。

(3) オーディエンス同士の関係性

先に述べたようにフジロックのリピーターは「フジロッカー」と呼ばれ、悪条件な会場の中でフェスを楽しむためにはこのフジロッカー同士の強い結びつきが必要となる。そのため、オーディエンスは見知らぬ人とも交流し、自らつながりを生み出さなければならない。こうしてできる人的関係を永井（2008）は「フェス仲間」とし、これまでのコンサートやライブにおける「アーティスト—観客」という関係からフェスにおける「観客—観客」というゆるやかな連帯へシフトした結果生まれたものであるという⁵⁾。つまり、フジロックではこの「フェス仲間」の存在がオーディエンスにとってのフェス体験をより良いものとするのだ。

サマーソニック

(1) 場所性

サマソニの魅力は東京、大阪の中心部から約1時間で会場にたどり着けると

いう都市型ならではの利便性にくわえ、ジャンルを超えた多彩なラインナップが大きな魅力。

サマーソニック（以降「サマソニ」とする）の公式ホームページ⁶⁾にもフジロック同様、紹介文が掲載されている。フジロックとは対照的に会場の交通の便の良さが全面に押し出されており、フジロックとの差異化が図られているようにも感じられる。さらには自らサマソニが「都市型」のフェスであるとも謳っている。

広い会場の中、大人数で音楽を聴くという行為そのものが普段の生活では経験することのない“非日常的”空間ではあるが、前述の通りフジロックではその<場所性>によって非日常感がより一層助長されていた。しかし、サマソニでは整った会場の施設、またその会場への交通の便の良さというサマソニの持つ<場所性>によって特に非日常感が増すとはいえられないだろう。むしろこのフェスは、これまでのライブ、コンサートを複数集めたものと考えることが適当なのかもしれない。

(2) パフォーマーとオーディエンスとの関係性

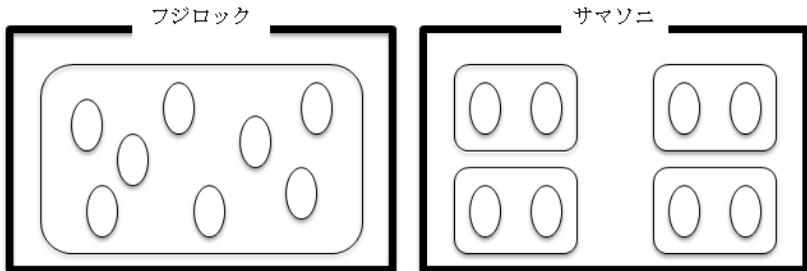
宮入・佐藤というライブシーンの3類型にしたがって考えると、サマソニはパフォーマーとオーディエンスとが予定調和的に出会う①「劇場型」ライブシーンに当てはまると考えられ、これも旧来のライブ・コンサートに近いといえる。この「劇場型」ライブシーンにおいては、オーディエンスはアーティストと自分との関係を一対一であると感じる傾向にあり、パフォーマーとオーディエンスとの関係がステージと客席（主体と客体）という明確な境界線を持った「限定的関係」⁷⁾となる場合が多い。こういった一方的な関係性が存在する場合、複数のアーティストが出演するというフェスの構成上、オーディエンス同士の関係性においても弊害が現れがちである。このことについては次項で説明する。

(3) オーディエンス同士の関係性

集客率を高めるため、昨今のサマソニでは有名なアイドルやバンドが出演することが多くなり、それに伴って会場では「地蔵現象」と呼ばれる問題が発生するようになった⁸⁾。「地蔵現象」とは、目当てのアーティストの出番までステージの前方で席を確保する観客のことを指し、その他のアーティストの演奏時に立ちすくんだり、その場に座り込むなどする姿からネット上で「地蔵」と呼ばれ、フェスファンの間で波紋を呼んだ。フェスにおいてはライブそのものを楽しむことよ

りも会場全体の雰囲気を楽しむことのほうが重視される⁹⁾。そのため、ライブに執着するがためにフェスマナーを守らず、会場の雰囲気を乱すこうした「地蔵」ファンの行動はオーディエンス同士の対立を生むこととなる。

したがって、サマソニにおけるオーディエンス同士の関係性はフジロックにおける「フェス仲間」とは異なり、各アーティストのファン同士の関わりはあるかもしれないが、その内部のみでのつながりに留まると考えられる。つまり、サマソニではオーディエンス同士が“サマソニの”観客という包括的な関係性ではなく、“各アーティストの”観客という小さなコミュニティにそれぞれ属しているため、コミュニティ同士のつながりがあまりなく、もはや互いに批判的である。その結果「地蔵現象」が問題視されることにもつながるのだと考えられる。



京都大作戦

(1)場所性

京都大作戦の会場は京都府宇治市にある総合運動公園である。この会場の意味は京都大作戦の企画者である 10-FEET とのつながりによるものが大きいだろう。なぜなら彼らは京都市出身のアーティストであり、地元京都の振興のために京都大作戦を開催しているからだ。このことは、京都大作戦のスポンサーに宇治商工会議所や京都府南丹市に本社を置く「男前豆腐株式会社」等、京都に関連した音楽業界以外の企業がついていることから分かる。

このような、アーティストが自らの出身地の振興を目的として開催しているフェスには、京都大作戦以外にも「京都音楽博覧会」（企画者：くるり、会場：梅小路公園）、「イナズマロックフェス」（企画者：西川貴教、会場：滋賀県草津市鳥丸半島芝生広場）等がある。

これらアーティスト主催のフェスは、フジロックやサマソニとは違い、毎年同

じ時期に同じ場所で同じアーティスト(=主催者)が見られるという特徴がある。フジロックやサマソニでは時期と場所が毎年変わることはないが、同じアーティストが毎年見られるとは限らない。そのため、オーディエンスにとっては各年のフェスがその年限りであるという一回性をもち、“いつやってくるか分からない非日常”を感じることができる。一方で京都大作戦は前述のような恒常性をもつことから、オーディエンスは“毎年やってくる非日常”を感じることができる。

このように毎年同じ時期にアーティストが地元へ帰ってくるフェスは、アーティストの「帰省」にも似たものといえそうだ。そこで ①アーティストが主催である ②アーティスト自身の地元で開催される ③毎年同じ時期に同じ場所で開催される ④アーティストと親交のある他のアーティストが出演する、この4点を要件とするフェスを〈帰省フェス〉と名付け、以下〈帰省フェス〉について京都大作戦を例に述べてゆく。

(2)パフォーマーとオーディエンスとの関係性

京都大作戦においては企画者である 10-FEET がオーディエンスへ“語り”かける場面が多く見られる。

「やっぱあれやな、死んだらあかんな！ 若い頃は『生きててもおもしろくない』って思ったこともあったけど……生きてたらすごいことあるな!」。アンコールで涙と感激でぐしゃぐしゃになった顔で語りかける 10-FEET・TAKUMA に、満場のオーディエンスが惜しめない拍手と喝采で応える。

開演前、MC : MOBSTYLES 田原氏とともに舞台上に立ったのは TAKUMA。自主的にゴミを拾ってくれる参加者への感謝の気持ちを伝え、『みんなの遊び場』ということで、ゴミゼロを他のフェスとかライブハウスにも広げていこう!』と呼びかける言葉に、朝イチから熱い拍手が湧き起こる。¹⁰⁾



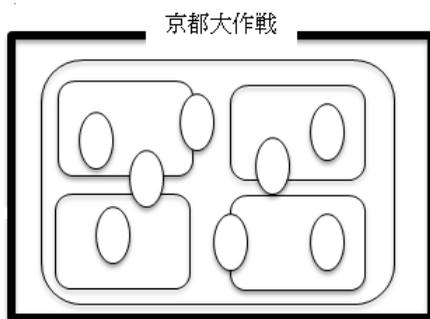
これらの事例ではパフォーマーとオーディエンス間にミュージシャンとファンという特定の結びつきをもった「限定的関係」が成立していることから、京都大作戦におけるパフォーマーとオーディエンスとの関係性はサマソニと同じく①

「劇場型」ライブシーンに当てはまると考えられる。

しかし、京都大作戦がサマソニと異なる点は「オーディエンス参加型」の意味合いが強いところである。特にゴミゼロを呼びかける 10-FEET TAKUMA の声に多くのファンが応えていたのを、会場で私自身度々目にした。落ちていたゴミを拾うファン、そればかりでなく自主的にゴミを集め、手が塞がるほどのゴミ袋を抱えてゴミ捨て場へと歩くファン……。なぜこうしたオーディエンスの行動が見られるのだろうか。それはアーティスト自身がフェスを主催していることもあり、そのアーティストの演奏に留まらず、アーティストの舞台裏、フェス自体が上手くいくかどうか等、アーティストによるフェスの運営にまでファンの関心が強くなるからだと考えられる。オーディエンスはフェスに参加することで、フェスを作り上げる主催者側の「一員」となることに一種の「喜び」を感じているのではなかろうか。

(3)オーディエンス同士の関係性

前項で述べたように、京都大作戦はパフォーマーとオーディエンスとの関係性で見れば「劇場型」のライブシーンであるかもしれない。しかし、その関係性によってサマソニのようにオーディエンス同士の関係性が悪化する事態は見受けられない。それは主催者であり出演者でもあるアーティストという「媒介者」の存在によるものであろう。出演する他のアーティストも 10-FEET 自身が出演依頼するほど彼らと親しい関係にあるため、芋づる方式に主催者であるアーティストが媒介となって各アーティストのファン同士につながりが生まれる。その結果フジロックのように知らない人と出会う、というような強い偶発性はなく、しかしサマソニのようにファン同士が攻撃し合うこともない、平和的、友好的な関係性が京都大作戦のオーディエンス同士に生まれるようだ。



〈帰省フェス〉の今後

フェスという新たに隆盛してきた音楽鑑賞空間。それまでのコンサートやライ

ブ、そのいずれとも異なる鑑賞スタイルに人々は惹き付けられてきた。そして現在「フェス」という言葉だけではひとまとめにはできないほど、多種多様なフェスが開催されるまでとなった。しかし、その一方で持続的な人気のあるフェスと動員数の減少が見られるフェスとの差が大きくなっているのも事実である。

そんな中で新たに誕生したのが〈帰省フェス〉である。昨今では〈帰省フェス〉と同様の要件をもったコンサートやライブも増えている¹⁾。〈帰省フェス〉における地元アーティストへのオーディエンスの「おかえりなさい」感が今までのフェスにはない「ゆるさ」「気軽さ」を生み出し、誰でも参加しやすい「お祭り」のような新たなフェス空間を生み出す一方で、〈帰省フェス〉は地方にとっても地域活性化、地域振興につながる有益なイベントとして位置づけられ始めている。他のフェスとは一線を画すこの〈帰省フェス〉の存在は今後ますます重視されていくことだろう。

注

- 1) 永井純一「なぜロックフェスティバルに集うのか ―音楽を媒体としたコミュニケーション」南田勝也・辻泉『文化社会学の視座 ―のめりこむメディアとそこにある日常の文化―』2008、ミネルヴァ書房、p. 175 から重引。元の記事は、小野島大「フジ・ロック・フェスティバルは、ぼくたちに何をもたらしたのか」『ミュージックマガジン』2002年9月号、pp. 24-25
- 2) 10-FEET (てん・ふいと)・・・日本のロックバンド。NAOKI (Ba./Vo.)、TAKUMA (Vo./Gt.)、KOUICHI (Dr./Cho.) の3人からなる。1997年地元京都で結成され、ライブ活動を中心に国内外で精力的に活動している。
- 3) フジロックフェスティバル公式ホームページ内「フジロックとは」のページ <http://www.fujirockfestival.com/guide/>
- 4) 宮入恭平・佐藤生実『ライブシーンよ、どこへいく ライブカルチャーとポピュラー音楽』2011、青弓社、pp. 21-22
- 5) 永井前掲論文、p. 181
- 6) サマーソニック公式ホームページ内「History of Summer Sonic」 <http://www.summersonic.com/history/>
- 7) 宮入恭平『ライブハウス文化論』2008、青弓社、pp. 97-100
- 8) 「Real Sound」 「サマソニ 地蔵問題はなぜ起きた？ その原因と解決策を探る

<http://realsound.jp/2013/08/post-41.html>

- 9) 永井前掲論文、p. 176, p. 179 など参照
- 10) 「京都大作戦2013 ～今年も宇治で見上げな祭～（2日目）」「R069 ロッキン
グ・オンの音楽情報サイト」<http://ro69.jp/live/detail/84925>
- 11) 例えば2010年から毎年9月中旬にトータス松本のワンマンライブである「歌
う！トータス松本烈風」が彼の故郷である兵庫県播磨で開催されている。

フェス初心者である私がこんなにも熱く、真剣に、フェスを語れるとは当初思いも
よりませんでした。〈帰省フェス〉の名が色々な場所で引用されることを願っていま
す……。ちなみに今年も友人と京都大作戦へ行く予定です！！＼(^o^)/☆

高島千紗都



音楽フェス組ペアアルック



ほんとはちゃんと起きています

フェスに見るブルーグラスの信奉者たち

隈 理紗

はじめに

Bluegrass doesn't make fans, it makes believers. -Mitch Jayne¹⁾
(ブルーグラスはファンではなく、信奉者を作る。-ミッチ・ジェイン)

これは、ブルーグラスにルーツを持つバンド“The Dillards”のベース奏者として有名なミッチ・ジェインの言葉である。ブルーグラスを聴き、演奏もする私にとっては、非常にしっくりとくる言葉である。しかしこのように、ブルーグラスの聴衆が信奉者と呼ばれるのには、どのようなわけがあるのだろうか。ブルーグラスの信奉者たちは、音楽や人々とどのようにかかわっているのだろうか。本稿では、日本におけるブルーグラスのフェス空間とその参加者に着目しながら、これらの問いにアプローチする。

宝塚ブルーグラス・フェスティバル（以下、宝塚フェス）は、日本のブルーグラス・フェスの中で最も歴史の長いものであり、1972年に初めて開催され、2013年には42回目の開催を迎えている。私はこの宝塚フェスの主催者である渡辺三郎氏²⁾にインタビューを行い、ブルーグラスの醍醐味や、ブルーグラスの音楽性とフェスの形態の関係について語ってもらうことができた。ブルーグラスに関する研究や資料が充実しているとはいいがたいま、このインタビューで語られたことを記録することもまた、本稿の意義であると考えている。

ブルーグラス・フェスとは？～ロック・フェスとの比較から

インタビューにおいて渡辺は、ブルーグラス・フェスの要件は以下の三点であるとしている。

- ①複数日にわたって開催されること
- ②ジャンルはブルーグラス、またはそれに収斂されるような音楽であること
- ③原則として野外で開催されること³⁾

これを、近年流行しているロック・フェスと比較してみよう。フェスを「主に野外でおこなわれる音楽イベントの総称」⁴⁾として広義に捉えたとき、ロック・フェスと比較することによって、ブルーグラス・フェスの特徴が見えてくるだろう。音楽評論家の小野島は、フジ・ロック・フェスティバルを例に、ロック・フェスの要件を以下のようにまとめている⁵⁾。

- [1] キャンプなど泊りがけで出かける
- [2] 複数日にまたがり、朝から翌日早朝に至る長い開催時間
- [3] 複数ステージの同時進行
- [4] 邦楽／洋楽、メジャー／インディ、ロック／ジャズ／クラブ系が混在するラインナップ
- [5] 間仕切り、ブロック分けのない会場
- [6] 音楽以外のアトラクションの存在

ブルーグラス・フェスの要件①とロック・フェスの要件[1][2]は、それぞれのフェスの共通点であるといえるだろう。

[3][6]の二点については、渡辺によると、アメリカの商業化された大規模なブルーグラス・フェスはロック・フェスと大差はないが、日本のブルーグラス・フェスは商業化されておらず比較的小規模であるため、複数のステージや音楽以外のアトラクションを設けられるほど聴衆が多くないのだという。これは一見するとフェスの規模の問題のようであるが、日本の場合、小規模であるということは単に参加者数の少なさだけを意味するのではない。実は、フェスの出演者のほとんどがアマチュアの演奏家であり、参加者の多くは聴衆であると同時に演奏者でもあるのだ。これはロック・フェスとの大きな違いであるといえるだろう。この差異については後に論じることとする。

では、ブルーグラス・フェスの要件②とロック・フェスの要件[4]を比較してみるとどうだろうか。ロック・フェスが様々なジャンルが混在するラインナップを展開するのに対し、ブルーグラス・フェスで演奏されるジャンルは、アメリカでも日本でも、ブルーグラス、またはそれに収斂されるような音楽に限られている。私は、ここにブルーグラス・フェスとロック・フェスの決定的な違いが表れているのではないかと考えている。

集会としてのフェス

フェスにおいて演奏される音楽のジャンルの幅がブルーグラスとロック

で異なることは、それぞれの音楽の聴衆の違いと密接に関わっている。ブルーグラス・フェスの聴衆は、特定のアーティストやバンドを目当てにコンサートやライブに足を運ぶファンとも、必ずしも熱心な音楽ファンではないが、野外でのレジャーや仲間との交流を楽しみにロック・フェスに参加する人々とも異なる。

ローゼンバーグによる次の記述は、本稿冒頭で引用したミッチ・ジェインの言葉をよりよく理解するための手がかりになるかもしれない。「ブルーグラスの信奉者はいくぶん異なった生地から切り取られている。彼らの忠誠は、ミュージシャンではなく、音楽的な概念、すなわち、彼らがすべてのブルーグラスの演奏を評価するのに照らす理想に向けられたものだ。」⁶⁾このように、ブルーグラス・フェスの参加者は、ブルーグラスという音楽の信奉者であり、何よりもその音楽を求めて集まってくるのだと考えられる。もちろん、ブルーグラス・フェスもロック・フェスと同様に、日常を忘れてお祭り気分を味わうことや、たまにしか会えない仲間と寝食を共にすることなど、音楽以外の様々な楽しみを含んでいる。しかしここで強調したいのは、ブルーグラス・フェスにやってくる人々の中心には、彼らをつなぐ確固たるものとして、ブルーグラスの音楽があるということである。以上のことが、前節で見たブルーグラス・フェスの要件②の背景にあるのではないだろうか。

渡辺はブルーグラス・フェスとロック・フェスのそれぞれのフェスの概念を比較し、次のように語る。「[ロック・フェスは] 僕が思っているフェスとは別物だ。別物というか、そっち [ロック・フェス] のほうが正しいのかもしれない。お祭りという意味に関して言えば、僕らのほうは単なるブルーグラスの集会なのかもしれない。」このように、ブルーグラスとロックでは、フェスの形態も異なれば人々にとってフェスが持つ意味も異なる。ブルーグラスの信奉者たちにとって、フェスはお祭りというよりもむしろ集会と呼ぶにふさわしい、そのような空間であるのだ。

では、このようなフェス空間において音楽がどのように聴かれているのか、さらに分析を深めたい。

フェスの形と音楽のかたち

渡辺はブルーグラスの音楽性について「僕らの生命線は、ジャムができることと、[バンドの演奏が] 生でも十分きれいに聞こえること」であると語る。フェスという空間はこの音楽性が最大限生きるようにつくられ、ま

た参加者たちもその中でそうした音楽性を最大限享受するようにふるまっている。では、実際のフェスにおいて、信奉者たちはどのような空間を共有し、どのような振る舞いをしているのだろうか。詳細に見ていこう。

(1) ブルーグラスが生きるフェス空間とは？

渡辺は「ロック・フェスのような、広いスペースにステージが置かれ、皆が集まってノルというやり方は、フェスの風上にも置けないと思う」と述べ、自身のつくるブルーグラス・フェスをロック・フェスと差異化している。ロック・フェスのようなやり方では、暑さを凌ぐ日影がなかったり、隣の人どうしが邪魔になったりして、聴衆がステージの演奏に集中することができないのだという。

ブルーグラス・フェスにとって理想的な空間とは、例えば宝塚フェスのように木々に囲まれた場所で、そこ（聴衆から近いところ）にステージがあり、聴衆にとってステージの演奏に集中しやすい空間であると彼は考えている。また、ブルーグラス・フェスの聴衆の態度については「ブルーグラスの場合、驚く人もいるけれども、フェスの聴衆は皆ほとんどじっと見ている。別に踊りもせず、



2013年の宝塚フェスで演奏する著者

聴き入っている」と述べている。ブルーグラスは、基本的には、踊らずにじっと聴く音楽であるというのだ。

また一口にブルーグラス・フェスといっても、典型的な、小規模な空間とは性質の異なる空間が見られることもある。渡辺はアメリカのブルーグラス・フェスでの経験を踏まえ、次のように語る。「今年〔2013年〕のIBMAのフェス⁷⁾に参加して、Steve Martin⁸⁾はすごいと思った。彼は何千人をも相手にしたエンターテインメントができる。同じブルーグラスの楽器編成でも、彼の存在感は大きい。〔中略〕たとえBill MonroeであってもNew Grass Revivalであっても、あれは絶対にできない。そんなエンターテインメントをやるようなバンドではない。種類が違う。〔中略〕ああいうところ〔大

きなステージ] で、Punch Brothers⁹⁾もやっていけたし、Steve Martin もよかったけど、普通のブルーグラスバンドだったらちょっと寂しい感じがする。だから、ブルーグラスは基本的にはああいうところには向かないかなと思ったりもした。」これは、2013年にローリー (Raleigh) で開催されたWoBのプログラムの一つ、Wide Open Bluegrass Festival という数千人の聴衆を相手にした大きなステージに対するコメントである。ここで渡辺は、大規模なエンターテインメントができる Steve Martin や Punch Brothers に驚きつつ、それは本来のブルーグラスの在り方とは異なるものであると指摘している。良し悪しではなく、音楽性とそれが生きるパフォーマンスの「種類が違う」のである。

ゆえに渡辺は、Showcase やラジオの録音のような、小さなステージで数十人を相手になされるパフォーマンスに対して「PA などなくても十分なわけだ。そんなところで聴くのがやっぱり最高だと思った。ブルーグラスというのは」と全面的に賛辞を惜しまない。このとき、彼は次のようなブルーグラスの魅力を思い浮かべながら語っていたのではないかと思う。ブルーグラスは、アコースティック楽器の音やタイトなハーモニーをつくる歌声が織り成す、一つのアンサンブルである。また、テクニック、ニュアンス、アドリブ、速弾きなど、その場で生成される音楽に目が離せない。そしてそこには常に、ある種のスリルが存在する。私自身、渡辺と同じく2013年のWoBに参加した経験から、演奏者の手元が見え、人間がそこで楽器を鳴らし、歌を歌っているというのを実感できるような距離感でこそ、ブルーグラスは聴く値打ちのある音楽なのではないかと思う。

以上をまとめると、ブルーグラス・フェスにはブルーグラスという音楽に適した空間があるのだということがわかる。「ブルーグラス・フェスは、(規模が)大きくなればなるほどよいというわけではないのですね」という私の問いかけに対して、渡辺から「それは全然違う。むしろ、大きくなってはいけない」という答えが返ってきたことは、印象的である。

(2) フェスのもう一つの楽しみ方

前述のブルーグラス・フェスの要件のなかで渡辺が最も重視するのは、①複数日にわたって開催されることであるという。先に、この要件はロック・フェスと共通であると述べた。しかしそれは形式的な共通点であり、内実は以下に述べるように大きく異なっている。というのも、渡辺はこの要件を「文句を言わずに朝までジャムができること」と言い換えるのである。つまり、気兼ねなく音を出せる環境で仲間と一夜を共にすることが、

ブルーグラス・フェスの醍醐味であるということである。ブルーグラス・フェスにおいては、ステージにおける演奏だけでなく、夜が明けるまで鳴り止むことのない参加者どうしのジャムもまた、ごくありふれていて欠かすことのできないフェスの風景なのである。ここには、先にロック・フェスとの比較において挙げた差異の一つ、すなわち出演者のほとんどがアマチュアの演奏家であり、出演の有無にかかわらず、参加者全体のうちブルーグラスを演奏する人の占める割合が非常に大きいということがかかわっている。

多くの人々がフェスでジャムを楽しむことができるのには、大きく二つの理由があると考えられる。第一に、ブルーグラスは基本的にはアコースティック楽器を使用する音楽である。フェスという一つの空間において、集まった人の数や楽器の種類は様々であれ、あちらこちらにジャムの輪ができあがるのは、電気を必要とせず、音量がそれほど大きくならないために近隣のジャムを邪魔することがないという、アコースティック音楽の利点ゆえである。第二に、ブルーグラスには多少通じている人なら誰でも知っているような、いわゆるジャム曲という伝統的な曲や有名な曲が多数存在するため、その場に集まった者たちは容易にジャムを始めることができる。また、たとえ知らない曲であっても、メロディやコード進行さえわかれば誰でも気軽に参加することができる。ブルーグラスは、曲の構成についてはある程度固定された形式があるという意味でわかりやすく、リードのアレンジやバックアップについては演奏者のセンスに任せられるという点で自由度が高いといった、様々なレベルの人がジャムを楽しみやすい性格を持っているのである。

日本の場合、フェスの光景はさらにユニークである。先に述べたように、多くの参加者は聴衆であると同時に演奏者でもある。彼らは自らも楽器を持ってフェスの会場に入ってくる。このことは、ロックやクラシックなど、他の音楽ジャンルには見られない特徴であるといえるだろう。フェスでジャムをする習慣は、このような日本のブルーグラスの環境と相俟って、日本の人々の間にも定着しているようである。

ジャムというコミュニケーション

そもそも、人々はなぜ、何が楽しくてジャムをするのだろうか。私は、ジャムはコミュニケーションの一種であると考えている。しかもそのコミュニケーションは、人と人との間に生起するものであると同時に、人と音楽の間に生起するものでもあるのだ。第一に、ジャムは音楽という言葉で

使った会話である。言い換えれば、人々はジャムにおいて「意味が通じている」のである。共通に知られるジャム曲があり、一つのターンの尺や歌と間奏の順番についての基本的な形式があり、曲を始めたり終わったりするときのお決まりのフレーズや所作もある。このように、同じ音楽を愛好する者どうしがその音楽の世界の中で交流することができるというのは、彼らにとって大きな喜びであるに違いない。第二に、人はジャムをすることによってブルーグラスの音楽およびその伝統の一部になることができるのである。ジャムとはまさに音楽の生成の場であり、ジャムに参加することは仲間と一緒に音楽をつくり上げることである。このとき、「わたし」は今ここで生成する音楽の一部になる。そしてその音楽はこれまでも多くの人々が共有してきた曲であるだろうし、弾き方や歌い方には憧れのミュージシャンに対する敬意が表れているかもしれない。このような「わたし」と音楽の関係もまた、それ自体大きな喜びになりはしないだろうか。以上のように、人々は二重のコミュニケーションとしてジャムを楽しむのである。

ジャムをする人々は、ブルーグラス・フェスの聴衆が信奉者と呼ぶにふさわしいのと同じくらい、あるいはそれ以上に、信奉者「らしく」あることがわかった。というのも、ローゼンバーグの言葉を借りるならば、彼らの姿にはブルーグラスという音楽に対する「忠誠」のようなものが感じられるからである。つまり、時には聴衆として、また時には演奏者として、ブルーグラスの音楽を中心に集まり、仲間とそれを共有し、またそれに文字通り参加するという在り方こそが、ブルーグラスの信奉者の正体なのである。

おわりに

ブルーグラスの信奉者たちの姿をフェスの視点から描き出してきた。すると、信奉者たちは聴衆としてあるだけでなく、演奏者としての面も持っていることが明らかになった。ジャムをするときの彼らは、同じ言葉を共有する仲間どうしの、そしてブルーグラスの音楽およびその伝統と「わたし」の間の、二つのコミュニケーションが交差するところに存在するのである。

本稿は、「ブルーグラスの信奉者とは何者か」という問いを軸にして、次のような大きく二つの作業に取り組んできた。まず、例えばロック・フェスのようなブルーグラスの外部と比較することによって、ブルーグラスの

内部のみでは見えてこないものを示そうとした。そして、実際のブルーグラス・フェスを観察し、渡辺氏や私自身の経験を捉え直すことによって、ブルーグラスのおもしろさや信奉者たちの在り方についての理解を深めようとした。以上のような意味で、本稿の試みがブルーグラスの研究に新しい視点を与えることができたとしたら、幸いである。

最後に、インタビューを受けていただいた渡辺氏の協力に感謝の意を表す。

注

1) Mitch Jayne, “Observations: The Dillards, Music and Blue Grass,” p. 13にある文言であるが、原本には当たれなかった。引用はローゼンバーグ, ニール・V. 著、西垣内泰介・西垣内寿枝訳『ブルーグラス — 一つのアメリカ大衆音楽史』2002、松柏社、の訳者による「日本語版はしがき」のp. ivより。

2) 月刊ブルーグラス・ジャーナル『ムーンシャイナー』の編集長。渡辺氏へのインタビューは2013年12月3日に行った。以下、必要に応じて敬称は略す。

3) ただし、③は①②に比べると優先度が低いという。なぜなら、屋内のフェス、すなわち野外のフェスと同等に認識されるイベントが実際に多数存在することや、その屋内空間を一つのキャンプサイトとみなすこともできるからである。

4) 永井純一「なぜロックフェスティバルに集うのか—音楽を媒介としたコミュニケーション」南田勝也、辻泉編『文化社会学の視座—のめりこむメディア文化とそこにある日常の文化—』2008、ミネルヴァ書房、p. 189

5) 永井前掲論文 p. 175より重引。元の記事は、小野島大「フジ・ロック・フェスティバルは、ぼくたちに何をもたらしたのか」『ミュージックマガジン』2002年9月号、pp. 24-25

6) ローゼンバーグ前掲書、p. 529

7) IBMAとはInternational Bluegrass Music Association（国際ブルーグラス音楽協会）の略称であり、ここで言う「IBMAのフェス」とはIBMAの年次大会World of Bluegrassを指す。以下、WoBと略記する。

8) 2013年9月28日、Wide Open Bluegrass Festival Main Stagesに出演。

9) 注8)に同じ、2013年9月27日に出演。

「ブルーグラスのことを書きたい」という思いは以前からあったので、それをここで実現することができてよかったです。インタビューでいろいろなことを教えてくれたサブさん（渡辺三郎さん）、ご協力ありがとうございます。

問いや主張というのは自分の内側から湧き出てくるものです。それを客観的で説得力のある形にして外に出すことの、難しさとおもしろさ。自分自身もブルーグラスの信奉者の一人である私は、「私」ではなく「彼ら」の話ができるように心がけました。

大学生になって初めてまとまった文章を書いて、卒論の練習という意味でも、本当によい経験になりました。

隈理紗



やっと授業終わった！！

ちょっとだべって



さあかえろ

日本における「ファンキー・ジャズ」

「モード・ジャズ」の受容小史

—ジャズ・メッセンジャーズの来日と音楽の移動—

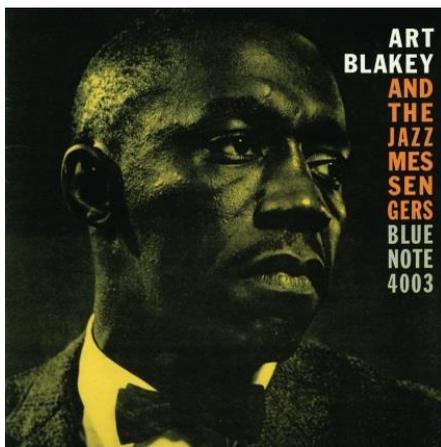
濱本 結

はじめに

「1961年初頭から我々は完全にメッセンジャーズに征服されて了った。」¹⁾

1961年1月、当時人気絶頂中だったアメリカのジャズ・グループが満を持して来日した。アート・ブレイキー率いるジャズ・メッセンジャーズである。1958年のフランス遠征の際に録音されたライブ・アルバム「Art Blakey Les Jazz Messengers Au Club St Germain (サンジェルマンのジャズ・メッセンジャーズ)」が日本で発売されたのが契機となり、日本で大ヒットした。そして彼らの初来日は日本に「ファンキー・ブーム」をもたらしたと言われている。冒頭は彼らの初来日公演直後の記事の一文だが、ジャズ・メッセンジャーズの来日で日本人は彼らに「征服されて」しまうほどの衝撃を受けたのである。

しかしながら、ジャズ・メッセンジャーズが来日で日本にもたらしたものは果たしてファンキー・ブームだけなのであろうか。彼らが来日公演で日本人に見せた演奏は日本人にとって新しかったと言われているが、彼らの「新しい」ジャズには「ファンキー」だけでは語り得ない何かが隠れているのではないだろうか。



Moarnin' / Art Blakey and the
Jazz Messengers の名盤

そこで本稿ではジャズ・メッセンジャーズの来日に注目し、当時の雑誌記事²⁾を検討する中で、ジャズ・メッセンジャーズがもたらしたファンキー・ブームとその流行ゆえに隠されてしまった「モード」について論じ、新しい音楽が国境を超えて移動してゆく際に生じる「誤解」の一つの例を眺めてみたい。

ファンキー・ブームとジャズ・メッセンジャーズ

(1)「ファンキー」とは何か

すでに1961年のジャズ・メッセンジャーズの来日でファンキー・ブームが到来したと述べたが、日本ではそれ以前からファンキー・ジャズが大きく注目されていた。

ここではまず「ファンキー」という言葉の意味について説明したい。ジャズ評論家の牧芳雄によれば、「ファンキー」という言葉は「クサイ、泥クサイ、黒人風の、ブルース様の」という意味があると述べている。観念的に言えば、「客観的に見た黒人社会風の、洗練されていない荒削りのままの」といったものの形容だという³⁾。また、同じくジャズ評論家の植草甚一は、ファンキーの元来の意味を「とくべつに汚ない」「とくべつに臭い」と説明している。さらに、若い黒人ジャズメンは「ファンキー」という言葉を黒人独特のものだと主張していると語り、「ファンキー」は白人には先天的に見出せない特性であるから、黒人以外のジャズに当てはめることは間違いだという⁴⁾。つまり、「ファンキー」というのは黒人社会を想像させるような「クサイ」という意味を持つ言葉で、黒人特有のものであると考えられていたようである。このように「ファンキー」を黒人と結び付けて語る語り方はポップ・ミュージック批評の領域では当たり前の語り方であるが、音楽における「黒人性」といったものは必ずしも客観的に語り得るものではない。それは主観的に文化の表象を語る言葉であると言えるだろう。

ジャズにおいて「ファンキー」が取り上げられるようになったのは1950年代後半のことだ。それまでジャズ・シーンの先頭を走っていたウエスト・コースト・ジャズが衰退し始め、創造的な新人ジャズメンをウエスト派に求めることは難しくなってしまった。それに代わって発展したのがイースト・コースト・ジャズである。これはニューヨークに限らず北はボストン、西はシカゴ、さらに西海岸のロサンゼルスまでも巻き込んだ一大ムーブメントとなった。そしてイースト・コースト・ジャズの中でもとりわけ発展

していったのが「ファンキー・ジャズ」である。牧はスイングジャーナル誌においてこのように述べている。

ところで今日のイースト・コースト・ジャズを貫く一貫したムードとしてファンキー—Funky という形容詞が盛んに用いられている。従つて今日のアメリカのジャズ・シーンはファンキー・ジャズの時代に入つたと云ういい方も当を得たものと考えてよい。⁵⁾

こうして、アメリカのジャズ・シーンを席卷した「ファンキー」というジャンルは、ジャズ・メッセンジャーズの来日をきっかけに日本ジャズ界でも流行してゆくことになる。

(2)ジャズ・メッセンジャーズの来日

「ファンキー」の流行に盛り上がる日本に「ファンキーの生みの親」と称えられていたジャズ・メッセンジャーズが初来日することは、当時の音楽ファンにとって待望の出来事であつただろう。蕎麦屋の出前持ちまでもが“モーニン”⁶⁾を口ずさんでいたという面白いエピソード⁷⁾があるが、そこから彼らが日本に与えた影響は大きなものであつたことがうかがえる。ジャズ・メッセンジャーズの来日に際して行われたジャズ評論家たちの対談でもこのようなトークがなされている。

いソノでルヲ（以下いソノ）：「現在全く第一線で大活躍しているグループの来日、そういった意味なら彼らが初めてじゃないか。そりゃ今迄（ベニー・）グッドマンや（ジャック・）ティーガーデンが来た時も、その時はその時なりに楽しかったけどサ、今度のブレイキー達はそれとは違うネ、全員なんていうのかな。」

久保田二郎：「アップ・ビート・デイトなんだナ。」

いソノ：「そうそう、そう云うわけなんだ。全然イキがいいでしょう。フレッシュなんだ。現在の人、まったくモダン・ジャズの第一線の人が真すぐやってくるという感激なんだナ、わかる？油井さん（笑）」⁸⁾

そしてついに、1961年1月、「時の人」ジャズ・メッセンジャーズが来日した。彼らのコンサートは日本人にとって全く「新しい」ジャズとの対面であつた。久保田は以下のように語っている。

なんという感動だろう。なんというスリルだろう。全く口に出して、筆で書きあらわして、そのどれもが全然不満なのだ。

我々がジャズ・メッセンジャーズから受けた感銘は正にショックそのものであった。

彼等が来る前にその素晴らしさはすでに予測出来た。きっと彼等の熱っぽい演奏に我々はつつまれてしまうだろう……という漠とした感じも持っていた。

然しそのどれもが違うのだ。そんな生やさしいものではないのだ。全く僕は全身に電撃の走るスリルを感じ、その後で静かに、そして深く考えさせられてしまった。

それは来日前に自分で予測したものと全く違う、あまりに違う次元に於てである。⁹⁾

久保田が「彼等の演奏を見、聴いて最初に感ずる事は、我々が日夜聴いて居たジャズとはこんなに引きしまった音楽だったのか……という事である」¹⁰⁾と驚くように、ジャズ・メッセンジャーズの演奏は当時の人々が普段耳にしていたジャズとは全く異なる「新しい」ジャズであった。もちろん彼ら以前にも来日を果たしたジャズ・グループは数多く存在しており、日本人が大好きなルイ・アームストロング、＜シング・シング・シング＞で知られるベニー・グッドマンが挙げられる。しかしながら、「ジャズ・メッセンジャーズ位、音楽的であって、しかも恐ろしい程の生命力（ヴァイタリティ）を持ったジャズを聴いたのは我々にとって初めての経験であった」¹¹⁾、という。

このように、“ファンキーの権化”¹²⁾、ジャズ・メッセンジャーズの来日は日本に大きなショックをもたらし、ファンキー・ブームを巻き起こした。その点で彼らの来日は日本ジャズ史において大きな意味を持つと言ってよい。しかしながら、実はジャズ・メッセンジャーズが提示したジャズの「新しさ」は人種的な特徴に還元されるジャンル名としての「ファンキー」とは少しずれていたことが、当時の資料からわかるのである。

そこで、次節ではジャズ・メッセンジャーズの音楽面の変化に焦点を置き、ファンキー・ブームの盛り上がりによって隠れてしまった「モード」について論じていきたい。

「ファンキー」と「モード」

(1) 「モード理論」とは

相倉久人はジャズ・メッセンジャーズの初来日のコンサートに関してこ

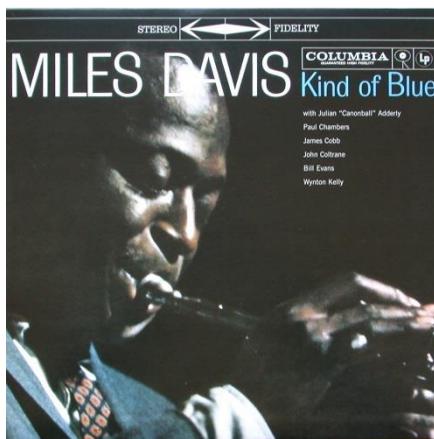
のように語っている。

1月2日から産経ホールにおいて連続10回公演が催され、東京放送テレビ（現・TBS）のGスタジオにおけるビデオ収録につき、全国をぐるりとめぐってみせた。（中略）東京放送テレビでは日本人演奏家たちとのセッションもかねて、共演したミュージシャンたちにとっては大なる勉強の場となった。というのもそこでブレイキーたちがやってみせたのが、聴き崇めてきたレコードの演奏とは異なる、日本人でもトップクラスだった彼らでさえただ驚愕するばかりの不思議なスタイルだったのだ。¹³⁾

一部関係者からは「デタラメを吹いているのではないか」という声まで上がる始末であったようだが、この時のジャズ・メッセンジャーズのパフォーマンスこそ「モード理論」による演奏であったと相倉は語る¹⁴⁾。

では、「モード理論」とは一体何なのであろうか。それはマイルス・デイヴィスが提唱した新しいジャズのスタイルである。ジャズにおいて即興演奏（アドリブ）は重要視される要素である。しかし、マイルス以前の楽曲ではアドリブの基盤となるコード進行や曲全体の構成がパターン化し、それによってコード進行の上に成り立つアドリブも次第にマンネリ化してしまうという問題が起こっていた。そこでコード進行の枠組みを取り払い、モードに基づく旋律にのっとりながらアドリブを行うことで、マンネリ化からの脱却を図ろうとしたのが

「モード理論」なのである。マイルス自身、「ジャズの動向は、従来のコードの連結から離れて行って、和声的なヴァリエーションよりもメロディーのヴァリエーションに、重点が戻りつつあるんじゃないか。コードはどんどん少なくなって、それをどう扱うかってことに、無限の可能性が生じてくる」¹⁵⁾と語っているように、モード理論はいっそう自由なアドリブのもとで印象的なメロディー・ラインをつくり出していった。



Kind of Blue / Miles Davis
モード・ジャズを代表する作品

ここで注意すべきは、「モード」というのは、先に述べた「ファンキー」と異なり、音楽の客観的な形式を表現しているものであるということだ。モード・ジャズには「ファンキー」の示す「黒人性」のような多様な解釈があり得るものではなく、その音楽を聴けばそれがどのモードに基づいた演奏であるのかは客観的に判断することができる。すなわち、同じジャズのジャンル名でありながら、「ファンキー」と「モード」の間にはジャズという音楽の人種的・文化的背景に注目するのか客観的形式に着目するのかという違いがあるのである。

(2)ジャズ・メッセンジャーズとモード理論

さて、先に述べたように、ジャズ・メッセンジャーズは来日公演で、すでにこうした「モード理論」に基づく演奏に歩みを進めていた。当時久保田二郎は以下のように語っている¹⁶⁾。

彼等の演奏する曲の構造はそんなリフ・チューンの形よりもっともっとメロディックで、それこそ口に出して自分自身楽しく歌える様な美しいメロディーのものばかりなのである。

ピッチリとコード進行（ハーモニー進行）が定まっていて、それから一歩もとび出す事をゆるさないというやり方とちがって、あくまで自在にアドリブ奏者のイメージが発揮できるようにバック・グラウンドのつけ方、つまり、コードの送り方もフリーになって居る事なのである。

アドリブ奏者はその8小節の間まったく自在に自分のハーモニー解釈にしたがって、どんどんアドリブを進めていって居るのだ。つまり、その8小節をたんねんに細かくコード進行を割っていかないで、根本の所をガーンと極めたら、あとはもう即興演奏者がメロディー・ラインと平行にコード進行もきめてしまっているのである。

相倉はジャズ・メッセンジャーズの来日を『「モード・ジャズ」が持ち込まれた最初の瞬間』¹⁷⁾だと語っているが、ジャズ・メッセンジャーズの来日公演で人々が感じた「新しさ」というのは実は「モード理論」によるものであったと言えるだろう。「でたらめ」と評されたのも、定型的なコード進行にとらわれないこうした手法がまだまだ理解されていなかったことによるものであったと考えられる。

しかし、ジャズ・メッセンジャーズの来日がファンキー・ブームを生んだことはすでに紹介したとおりだ。つまり、初めて日本に持ち込まれた「モ

ード・ジャズ」が「ファンキー・ブーム」を引き起こしたことになる。ここでは、当時の「ファンキー」の流行ゆえに「モード」が「ファンキー」だと誤解されてしまったのではないだろうか。ジャズ・メッセンジャーズが日本にもたらした「新しい」ジャズは、本来「モード」という客観的な音楽形式を意味する言葉で表現されなければいけなかった。しかし、当時の「ファンキー」の流行と日本人の「モード」に対する認識不足から、誤ってそれを主観的な人種性を表す言葉である「ファンキー」として受容してしまい、それが現在にも「ファンキー・ブームの到来」として語り継がれているのである。

おわりに

相倉はジャズ・メッセンジャーズによって「モード・ジャズ」が持ち込まれた時、何も知らない評論家が「それまで存在しなかった最新の理論」として、半端な知識のまま「モード」を紹介してしまったことが問題だった¹⁸⁾と語っている。「モード」の解釈については評論家間においても対立しており、雑誌上で論題に上っていたようだ。そしてジャズ・メッセンジャーズ来日の1ヶ月後、アメリカから凱旋帰国したジャズ・ピアニスト秋吉敏子が「モード」の正体について日本人にわかりやすく説明したとのことである¹⁹⁾。ジャズ・メッセンジャーズの来日直後、「モード」の正確な解釈が日本に伝えられたのにも関わらず、現在ジャズ・メッセンジャーズが「ファンキー・ブームの火付け役」としてしか語られないのは、1964年に「モード・ジャズの創始者」であるマイルス・デイヴィスが来日し、マイルスのジャズこそ「モード」であると評価されたためであろうという推測も成り立つかもしれない。

海外から日本へ音楽が持ち込まれるとき、その音楽の評価までも海外と全く同じ形を保持して日本に持ち込まれるのではない。アメリカの音楽が、アメリカでの評価や演奏者の意図と外れて日本の音楽文化の文脈の中で日本人に評価され、受容されるのである。さらに、日本で受容されるプロセスには日本人評論家なりの音楽知識や評論家同士の対立も潜んでいることを忘れてはならない。ジャズ・メッセンジャーズの来日における「ファンキー」と「モード」の誤解もまた、日本独自の文脈において解釈されたことで生まれたものであり、それが現在も根強く残っているのである。

注

- 1) 久保田二郎「魂の感動 ジャズ・メッセンジャーズ再発見」『スイングジャーナル』15巻2号、1961、p. 32
- 2) 今回は「スイングジャーナル(スイングジャーナル社)」「ミュージック・ライフ(振興音楽出版社)」「ユリイカ(青土社)」を検討した。
- 3) 牧芳雄「A・ブレイキーとジャズ・メッセンジャーズ」油井正一編『モダン・ジャズ入門』1961、荒地出版社、p. 97
- 4) 植木甚一「黒人を排斥するアメリカジャズ界」『スイングジャーナル』14巻2号、1960、p. 22
- 5) 牧芳雄「現在のアメリカ・ジャズ界を私はこうみる」『スイングジャーナル』13巻10号、1959、p. 16
- 6) “モーニン”とはジャズ・メッセンジャーズの代表的な楽曲である。ジャズ評論家の蔡垂炳は“モーニン”に関して、「これは何の変哲もない三十二小節の曲であるが、このテーマは如何なる懇切丁寧な説明よりも明瞭にファンキーの何たるかを教えてくれる。」(蔡垂炳「非ファンキー再認識論」『スイングジャーナル』14巻3号、1960、p. 34)と語っている。
- 7) 相倉久人「至高の日本ジャズ全史」2012、集英社、p. 88
- 8) 油井正一、いソノテルヲ、久保田二郎「新春じゅうおうむじん ジャズ・メッセンジャーズ放談」『スイングジャーナル』15巻1号、1961、p. 21
- 9) 久保田前掲記事、p. 28
- 10) 久保田前掲記事、p. 28
- 11) 久保田前掲記事、p. 32
- 12) 相倉前掲書、p. 76
- 13) 相倉前掲書、p. 89
- 14) 相倉前掲書、p. 89
- 15) 竹田賢一「マイルスのモード」『ユリイカ』18巻8号、1986、pp. 73-81
- 16) 久保田前掲記事、p. 29
- 17) 相倉前掲書、p. 89
- 18) 相倉前掲書、p. 90
- 19) 相倉前掲書、p. 90によれば、秋吉はモード理論について「五八年にマイルス・デイヴィスが提唱し、翌年に完成し実践してみせた手法のこと。」と説明したという。

昨年に引き続き今年もこの授業を受講させていただきました。取る前からきついということはわかっていましたが、始まってから案の定大変でした（笑）無の状態から自ら疑問を見つけそれに適した研究と資料を探し当て、またそれらを正確に解釈する必要があります。単純なようで、でも相当苦しめられました。ただ、書き終わった後に得られる清々しさや充足感、「あれ、私は何にそんなに苦しめられていたんだろうか」ときえ思ってしまうこの感覚は去年と同じで、いろんな意味でほっとしています。先生から初校が返ってきたとき「去年よりか文章もうまくなって成長してる」と言われたことには驚きました。私もこの1年何かしらちゃんと頑張ってきたということでしょうか。自分を、称えはしないにしても褒めてやろうとは思いました（笑）

私はこの論文でブラック・ミュージックの評価基準として存在する「黒さ」の正体や、日本人が「黒さ」に固執するわけを語りたかったのですが及ばず、自分の力不足を感じる論文になってしまったことについては反省の残る文章になりました。しかし、卒論を書くに当たりとても貴重な資料と結論を得ることができ、実りある授業になりました。音楽の「黒さ」やその固執については来年卒業論文として書いていると思うので……頑張れ私！（笑）

濱本結



まちがいがし

上のしゃんと下のしゃんでは、ちがっているとこがたくさんあります。いくつみつけられますか？

先生の誕生日 by Natchon

授業があった1月7日は先生の誕生日でした。

授業が始まる前にサプライズで・・・！

ハッピーバースデーもみんなで合唱。



サプライズ成功！！（先生 満面の笑み）



←先生似顔絵 By まりこ嬢

完全に不意をつかれま
したので、次回はがんばります。
左の絵は実物よりもかなり
良さそうなので、このよう
な人になりたいです。（鈴木
先生談）

III. 地域に 根付く 「場所」

児童養護施設を地域に開くことの困難とその展望
—学習ボランティアAさんへのインタビューから—
黒瀬那智

遊空間としての芝居町
—江戸歌舞伎および幕府と庶民の視点から考察して—
土井七海

これからの「遊園地」の話をしよう
—「生駒山上遊園地」広報木村氏のインタビューと、
「ファミリー向け遊園地」がもたらす「遊園地」の未来—
松本頌子

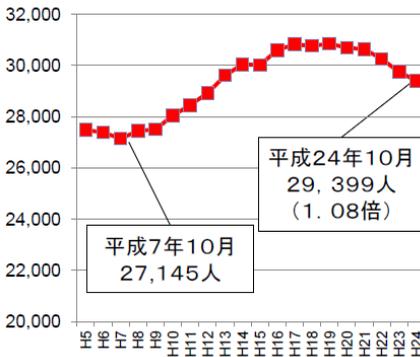
児童養護施設を地域に開くことの困難とその展望

—学習ボランティアAさんへのインタビューから—

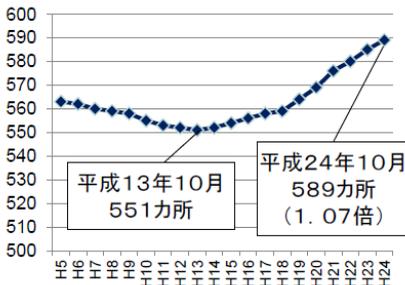
黒瀬 那智

はじめに

○児童養護施設の入所児童数



○児童養護施設の設置数



児童養護施設とは、保護者がいない児童や虐待を受けた児童、また環境上家庭での生活が難しく養護が必要な児童が入所している児童福祉施設である。かつては親の死亡による入所が多かったが、近年は少なく、虐待を受けて入所に至る児童が増加している¹⁾。厚生労働省の調べによると、平成24年10月現在で児童養護施設に入所している児童は、29399人であり、また児童養護施設は全国に589ヶ所存在する(左図²⁾参照)。児童養護施設以外の社会的養護としては里親やファミリーホーム、特別養子縁組などが挙げられるが、日本ではまだまだ数が少ないのが現状である。

児童養護施設をめぐる状況とその展望を考察してゆくにあたって、今回筆者は児童養護施設で学習ボランティアを6年続けておられるAさんにお話を伺った。Aさんの話をもとに、児童養護施設で暮らす子どもたちへの多様な支援の可能性について、特に地域から施設を支援してゆく在り方に注目して考察してゆきたいと思う。

学習ボランティアAさんの話

お話を伺ったAさんは、児童養護施設で小学生を対象にした学習ボランティアを週三回行っている。Aさんのボランティアは子どもたちの宿題を職員と共に見てあげることである。筆者が取材した児童養護施設では、学校から帰ってきた子どもたちはまず宿題をすることになっている。十数名の子どもが一斉に宿題を始め、しかも取り組む宿題は各自ばらばらであるため見るのも大変である。しかしAさんはこの学習ボランティアを通して子どもの成長を見守ることができることを何よりの喜びとして、楽しんで行っている。

Aさんが児童養護施設でのボランティアをはじめた直接のきっかけは、子どもを亡くされたことだった。そのことをきっかけに人のため、特に子どものために何かしたいと思うようになり、里親を希望したこともあった。そんな中、縁あって児童養護施設のボランティアをすることになった。Aさんは自分がしたいからやるということは何度も語られていた。Aさんが自身の私的な動機から、強い意志をもってボランティアに取り組みされているのだということがお話からうかがえた³⁾。

ここまではAさん個人にまつわる事情である。その一方で、Aさんは施設の外で生活する人々と施設の子どもたちがいかに関わってゆくべきかについてもまた興味深い話をしてくださった。以下の文章は児童養護施設で生活する子どもたちに対して、社会の人々がどう支援してゆけるかということについてのAさんの構想である。

たとえば、団塊の世代など比較的時間の空いている人や、就学児童のいる方が自分の子どもの為に縫ったものを、一つ余分につくって施設の子どもにあげる。もしくは、手先が器用な人が施設の営繕を手伝う。このようにささやかでも何か自分のできることを行ってゆくことは決して難しいことではない。こうした形で、私たちにもできることはたくさんあるのではないかと、私たちにもそのような協力の仕方があるのではないかとAさんは考えている。たとえばNPOを立ち上げるなどして施設の子どもたちと継続的につながる仕組みをつくることで、子どもたちをより支えてゆくことができる。お話の中でAさん、そして職員の方も共通して語られていたことは、子どもたちが多くの人と「細く長いつながり」を持てることの重要性であった。ささやかであっても継続的な支援があることで、子どもたちは自分を支えてくれる人々に対して信頼感を持つことができるのである。ま

た、このような支援の仕組みができることは、施設職員の負担軽減にもつながる。

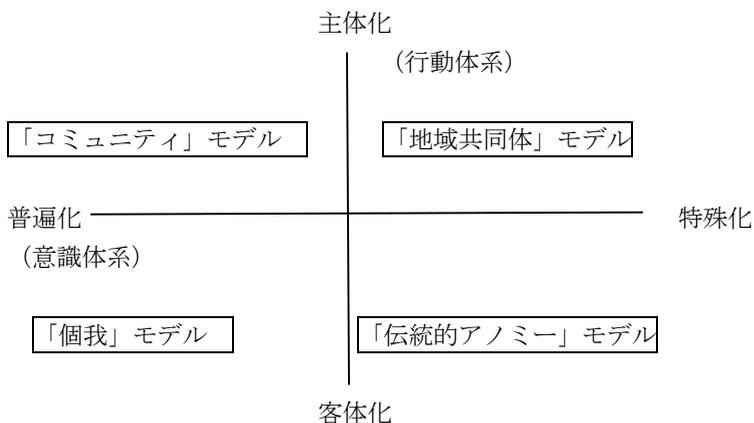
社会の人々が組織をつくるなどして施設の子どもたちに対して継続的に支援を行うというAさんの構想は非常に興味深いものである。Aさんのこの考えは実現されてはならず構想の域にとどまっているが、Aさんの語ったような支援の仕組みはいったいどのようにしたら可能になるだろうか。筆者が気になったのは、子どもたちを支援する「私たち」とは一体誰のことを指しうるのかとすることである。Aさんは支援の仕組みとしてNPOを立ち上げることを例に挙げておられたが、その一方で、Aさんはお話の中で、地域住民が協力して施設を支援してゆくといった地域による支援についてはあまり語られなかった。このことを私たちはどう考えるべきだろうか。筆者なりに考えを述べてみたい。

たとえばNPOのような組織の場合、組織の人々は同じ何らかの理念や目的を持った人々によって構成されている。そうであるからこそ、組織の人々は共有された目標を目指して協力して支援を行うことができる。Aさんが話してくださったような施設の子どもたちと細く長くつながるための仕組みはNPOによって実現してゆくことは可能であろう。

その一方で、地域住民による支援となるとどうだろうか。現在児童養護施設において地域とのつながりがないわけではもちろんない。筆者が取材した児童養護施設においても、法人の祭りや行事など、様々な機会において、地域住民との交流は行われている。学習ボランティアのAさんも地元のボランティアである。地域社会の中でも地域の活動や福祉に積極的な人は存在する。しかしその一方で、地域全体で施設の子どもたちを支援してゆくということには困難がある。それは、特に現代の地域というものが共同性に乏しく、地域住民が基本的にそれぞれの利害関心をもとに生活しているからということが考えられる。

地域社会の4つのモデル —無関心な地域住民

地域福祉研究の第一人者とも言われる岡村重夫は『地域福祉論』⁴⁾において、奥田道大が設定した地域社会の4つのモデル⁵⁾について述べている。その4つのモデルとは、次のページの図のように、(1)ムラ的な「地域共同体モデル」、(2)無関心型の「伝統的アノミーモデル」、(3)権利要求型の「自我モデル」、そして(4)「コミュニティモデル」である。(なお、図は、岡村や奥田を参考にしながら筆者が作成した。)



最後の「コミュニティモデル」とは、共感や共属意識でつながっているものの、合理的な判断と思考で他のコミュニティとも連帯ができる地域社会のことである。

現代日本の地域社会を、この4つのモデルを参考にしながら考えるとどうなるだろうか。かつては(1)「地域共同体」モデルのようなムラ的な地域社会が機能していたかもしれないが、現代の地域社会において、私たちの多くは普段他人の生活に積極的に干渉してゆこうとしない傾向にある。地域での活動や支援を推進していく立場に立った場合、困難として立ちほだかるのは、(2)の地域社会において想定されるような多数の地域住民の無関心ではないだろうか。岡村の言葉に従えば、このタイプの地域社会は、「行動の主体性をもたず、また自分本位の個人的利益しか意識しない、いわば解体化地域にみられる、単なる場所」⁶⁾としてのそれであり、この地域社会に属する人々は「自己無力感、疎外感に正面から対決することを避けて、地域社会に対する『自己適応』によって消極的な抵抗を試みている」⁷⁾ののだと言う。

この地域住民の無関心と言うことを児童養護施設との関連の中で考えるとどうなるだろうか。施設や施設の子どもたちのことについて知らなかったり、関心がなかったりする場合、また知っていても施設や子どもたちを誤解に基づいて理解していたり、先入観や偏見を持っている場合が考えられる。NPOのような組織だけではなく、地域の人々がささやかな形でも施設の子どもたちとよりつながる在り方を考えるにあたっては、この地域の活動や出来事に無関心な傾向のある住民について考えてゆくことが必要だと言えるだろう。

施設の子どもたちが感じるスティグマ

筆者がこのように考えるのは、地域住民をはじめとした施設外の人々による反応が、児童養護施設で生活する子どもたちに大きな影響を与えるからである。齋藤⁸⁾や田中⁹⁾などの研究で指摘されているように、施設に入所している子どもに対する社会的評価が、子どもが自分自身に負い目を感じる要因になっている(児童養護施設に入所する子どもたちへの誤った理解、また「親がいなくてかわいそう」、「普通と違った子ども」といった安易な理解に基づいた反応など)。そしてまたこのような社会の無関心や誤解があるからこそ、余計に施設側も施設を地域へと安易には開いてゆけないというジレンマがあるのではないだろうか。このような状況で、いきなり施設に対する社会全体のイメージを変えてゆくことは難しい。スティグマが生じないような施設の子どもたちと施設外の人々とのつながりをまずは地域からつくってゆくことは出来ないだろうか。

とは言え、地域や福祉の活動について住民に参加を強制するわけにはいかない。Aさんも話しておられたように、施設の子どもたちへの支援も最終的には住民一人一人の主体的な意思こそが尊重されるべきである。人が何かあるものに関心を持つとしても、その時期やきっかけは人によって様々である。そしてだからこそ、多くの人が何らかの形で児童養護施設とつながりを持てる可能性は常に閉ざされていないことが大切だと考える。Aさんのように継続的な支援を多くの人が行ってゆけるのが一番良いだろうが、たとえそのようには支援できなくても、多くの地域住民がそれぞれのタイミング、それぞれの在り方で施設とつながり支援できる機会が開かれていることが重要なのではないだろうか。もちろん様々な事情から施設側が公開できないことも多いだろうが、施設と地域住民との関係を、現状をこえてさらに模索してゆくことはできないだろうか。

小さな地域で支え合う—地域による児童養護施設支援への展望

地域住民と施設との関係を考えてゆくにあたって、ここで提案したいのは、地域の単位を小さくすることである。つまり、ある施設が自らを開いてゆくとき、その範囲をこれまでよりも小さくして、村のような範囲に変えるのである。もちろんこの村とは、本論の第2章で紹介した(1)地域共同体モデルにおけるようなムラではなく、あくまでも規模が小さいという意味における村である。すなわち、施設を地域に開くと言う時、それが

大きいと、それはいきなり施設を抽象的な社会へと開いてゆくこととなり、人々の間に誤解や偏見が生まれやすく、またその誤解は施設の子どもたちのスティグマの要因にもなるだろう。そうではなく、顔の見える小さな範囲の人々に施設をまず開いてゆく。そのようにして、普段からお互いに顔見知りの関係をつくることで、施設や施設の子どもたちに対する誤解や偏見も徐々になくしてゆくことができるのではないだろうか。お互いのことをよくわかっているからこそ、困ったときやいざという時もより助け合うことが可能になるだろう。

そして、Aさんが言っておられた「細く長い」関係は、この小さな地域でお互いに支え合う在り方においてこそ形成されるであろう。顔が見えていることによって、「この人たちが自分を支えてくれる」と施設の子どもたちがつねに信頼できる、親戚にも似た地縁的なつながりが形成されるであろうからである¹⁰⁾。

おわりに

本論では、児童養護施設の学習ボランティア A さんへのインタビューを基に、児童養護施設を地域に開くことの困難とその展望について考察した。施設と施設で暮らす子どもたちへの誤解や偏見をなくしてゆくためには、いきなり施設を社会に開かずに、まず小さな「村」的な範囲に限って施設を開いてゆくことが有効ではないかと考えられる。

児童養護施設は、たとえば保育所や老人ホームといった施設とは違って、一生の中で誰もが利用したり利用を検討する可能性がある施設とは言えない。児童養護施設がマスメディアや人々の話題として取り上げられることもそれほど多いわけではない。しかし今回児童養護施設について調べる中で、県の広報の中に関連する施設の記事を見つけたり、大学内で児童養護施設のボランティアの募集案内を見たりするなど、思わぬところで児童養護施設について知る機会があった。多くの人が児童養護施設について余り知らないのは、私たちが普段関心を持って知ろうとしていないということが何より大きいのではないだろうかと思った。

児童養護施設で生活している子どもたちは一人一人異なる事情を抱えて施設にやってくる。ほとんどの子どもは望んで施設に入るわけではない。今回児童養護施設と施設に入所している子どもたちについて調べる中で、人間は一人一人がそれぞれに異なる、とりかえのきかない人生を歩んでいるのだという当たり前のことに改めて気づかされた。人が生きてゆくとい

うことに対して共感の姿勢をもつことで、私たちはもっと多くの人とつながってゆくことはできないだろうか。

最後に、快く取材に応じてくださった児童養護施設の職員の方々、そして学習ボランティアのAさんに厚く御礼申し上げます。

注

1) 厚生労働省 社会的養護の現状について（平成 25 年 3 月版）http://www.mhlw.go.jp/bunya/kodomo/syakaiteki_yougo/dl/yougo_genjou_01.pdf では、児童の措置理由についての調査結果が公表されている。

③児童の措置理由（養護問題発生理由）

単位:人数(人)、[] 構成割合(%)

	H20	H10	S62	S52		H20	H10	S62	S52
(父・母・父母の)死亡	775[2.5]	947[3.5]	2,221[7.5]	3,430[10.9]	(父・母の)就労	3,055[9.7]	3,834[14.2]	328[1.1]	300[1.0]
(父・母・父母の)行方不明	2,197[7.0]	4,020[14.9]	7,757[26.2]	9,060[28.7]	(父・母の)精神疾患等	3,377[10.7]	2,024[7.5]	1,533[5.2]	1,600[5.1]
父母の離婚	1,304[4.1]	2,292[8.5]	5,941[20.1]	6,190[19.6]	虐待(放任・怠慢、虐待・隠蔽、育児、養育拒否)	10,447[33.1]	5,192[19.2]	3,087[10.4]	2,590[8.2]
父母の不和	252[0.8]	297[1.1]	455[1.5]	560[1.8]	破産等の経済的理由	2,390[7.6]	1,287[4.8]		
(父・母の)拘禁	1,611[5.1]	1,173[4.3]	1,383[4.7]	1,170[3.7]	児童問題による監護困難	1,047[3.3]	1,450[5.4]		
(父・母の)入院	1,833[5.8]	2,467[9.1]	3,411[11.5]	4,080[12.9]	その他・不詳	3,305[10.5]	1,996[7.4]	3,437[11.6]	2,560[8.1]
児童養護施設(旧養護施設)入所児童等調査					総数	31,593[100.0]	26,979[100.0]	29,553[100.0]	31,540[100.0]

2) 図：厚生労働省 社会的養護の現状について（平成 25 年 3 月版）
http://www.mhlw.go.jp/bunya/kodomo/syakaiteki_yougo/dl/yougo_genjou_01.pdf 各年度 10 月 1 日現在（社会福祉施設等調査、平成 21 年度以降は家庭福祉課調べ）

3) この私的な動機によるボランティアということについて、ボランティアの活動領域の違いによる傾向について述べられた論考がある。安河内や鈴木は障害者ボランティアと老人ボランティアの傾向を比較して論じている。安河内によると、「障害者対象ボランティアでは、活動そのものは純粹で、『個別的』、『個人本位的』な特性が強い。これに対し、老人対象ボランティアの場合には、伝統的な互酬性原理に基づいた相互扶助的活動の色合いが濃く、しかもいろいろな問題を包摂、解決しながら活動の基盤を広げてゆくという、『集団的』、『自然発生的』相互扶助のあり方の特性をもつ。」（安河内 p. 45）のだと言う。安河内のこの論考からは、一口にボランティアと言ってもその種類によって異なる傾向があることがうかがえる。両者の論考では児童養護施設のボランティアについては触れられていないが、Aさんのボランティアをはじめたきっかけからも考察できるように、児童養護施設のボランティアは障害者ボランティアに見られるような、個人本位的傾向があるのではないかと考えられる。な

お、この注の引用先は以下の二点である。安河内恵子「ボランティアの意識構造：福祉社会学の一試論」九州工業大学情報工学部紀要 人文・社会科学篇 1号 1988、鈴木広「ボランティア行為の福祉社会学」広島法学 広島大学法学会[編]12巻4号 1989

- 4) 岡村重夫『地域福祉論』1974、光生館
- 5) この4つのモデルは、奥田道大「コミュニティ形成の論理と住民意識」磯村、鶴飼、川野編『都市形成の論理と住民』1971、東京大学出版会の中で論じられている。
- 6) 岡村前掲書、p. 15
- 7) 岡村前掲書、p. 81
- 8) 齋藤千鶴「児童養護施設で暮らすということの社会的評価〜かわいそうとみなされる子どもたちへの心理学的研究〜」日本パーソナリティ心理学大会発表論文集 16号、2007
- 9) 田中理絵「養護施設における子どものスティグマに関する研究」日本教育社会学会 教育社会学研究第63集、1988
- 10) ここで述べられている地域による支援は、現在厚生労働省によって推進されている里親などの家庭養護においてもまた重要だと考えられる。里親やファミリーホーム、特別養子縁組などにおいても、養護をしている親やその子どもが、学校や地域の反応によってスティグマを感じてしまうという問題があるからである。家庭養護を行う家庭が抱える困難をサポートする NPO なども増えているが、今後は養護が必要な子どもたちを地域住民もまた支えてゆくという在り方について考えてゆくことが必要なのではないだろうか。これについては下記論文を参照。宮里慶子・森本美絵「養子縁組里親、養親の抱える困難とその対処—里親支援枠組みからの離脱とスティグマ」千里金蘭大学紀要 9号、2012

私は最初、古代・中世の貧窮者や孤児の施設であった悲田院について調べようと思っていましたが、そこからいろいろ悩んで最終的に現代の児童養護施設と地域について書くことに決めました。悲田院について調べることで網野善彦と言う人の存在を知れたのは本当に良かったです。しかしテーマ決定が遅くなった分、福祉や児童養護施設のことについてたくさん調べる時間が持てなかったということは反省点です。福祉の分野についてほとんど何も知らなかった私の取材を受けてくださり、多くのことを教えてくださった児童養護施設の職員の方々、そして学習ボランティアの A さんには本当に感謝しています。多くの人々のおかげでなんとか論文を完成させることができました。この論文執筆を通して、人と人がどう関わって生きてゆくかということ福祉の問題から考えてゆくことに興味を持ちました。これから本など読んでゆきたいです。

黒瀬那智

遊空間としての芝居町

—江戸歌舞伎および幕府と庶民の視点から考察して—

土井 七海

はじめに

芝居を劇場へ観に行くとき、どのような気持ちで向かうだろうか。きっとこれから始まる芝居にわくわくしながら劇場へ向かうはずである。劇場へ入ってしばらくすると芝居が始まり、観終わると頭の中で芝居の内容をもう一度思い返したり、一緒にそれを観た人と語り合ったりして帰った経験は誰しもあるのではないだろうか。そこで一度思い返してみてほしいのだが、そのとき、劇場の建物そのものや劇場の周りの町並みに注目したことはあっただろうか。無い人も多いただろうし、注目したことはあるが特に変わった点は無かったという人もいるだろう。しかし、劇場やその周辺の町並みが芝居に大いに関係していた時代が実は存在する。

今から年月を遡ること江戸時代、歌舞伎を中心とした町である芝居町は芝居小屋だけでなく芝居茶屋や商店などがたくさん並び大変賑わっていた。庶民は歌舞伎を見るために芝居町へと出かけて行った。しかし、芝居町は決して健全な場所ではなく、江戸幕府によって吉原の遊郭と並ぶ二大悪所とされていた。ではなぜ庶民は悪所とされた芝居町にも関わらず出かけていたのだろうか。また幕府はなぜそこを悪所と見なしていたのだろうか。そして彼らにとって芝居町という空間はどのような意味を持つ場所であったのだろうか。江戸の芝居町をテーマとしてこれらの疑問について文献調査を中心に行い、芝居町で上演された江戸歌舞伎、そして幕府と庶民の二つの視点から考察して論じていきたい。

芝居町の変遷

江戸の芝居町の変遷を振り返っていきたい。

江戸における芝居町最大の地は隅田川にかかる両国橋の東西にある広場、隅田川、回向院、柳橋などのいわゆる両国界隈であった。このあたりは幕府が定めた火除地¹⁾であったが町民によって盛り場化が進んでい

た。そこでは水茶屋、床見世、曲芸や動物の見世物小屋などの商店がたくさん開かれて歓楽のための広場となっていった。これを真似た人々が江戸府中のあちこちで芝居町を形成していった。江戸幕府は風紀を乱すという理由で遊女歌舞伎・若衆歌舞伎を禁止し、野郎歌舞伎は民衆の反発を防ぐために禁止ではなく興行の認可制にした。認可制にすることで芝居小屋は少なくなっていく認可された中村座・市村座は堺町・葺屋町、森田座・山村座は木挽町へと整理されていった。

そして 1841 年から始まった老中水野忠邦の天保の改革の取り締まりによって、当時認可されていた中村座・市村座・河原崎座の三座は強制的に浅草の北にある辺地に移転し一か所に収められた。こうして出来た芝居町が猿若町である。猿若町の辺りは辺鄙な土地であったから当初は町全体に活気がなかったが、水野の失脚によって改革の空気が緩み始め賑わいを見せるようになる。

このようにして、芝居町は幕府に翻弄されながら、場所を転々としつつも生き続けていたのである。

「悪所」と呼ばれるようになった理由 ―幕府の視点から―

上述したように幕府は芝居町を悪所だとみなしていた。しかし、なぜ幕府は芝居町を悪所とみなしていたのだろうか。その理由について近藤が次のように述べている。

官能的、享樂的な娯樂空間である芝居町、あるいは遊郭などは、農業を基盤とする封建社会において、生産と全く結び付かない遊興歓楽の場、諸悪の根源である「悪場所」として蔑視された。²⁾

このように、当時の日本は生産を求められる封建社会にも関わらず、芝居町は江戸の社会構造に反して生産性が無い場所であるから悪所として蔑視されていたと述べられている。しかし、本当に原因はこれだけであろうか。次の引用文では異なる意見が述べられている。

家光の死後わずか四年にして、武家と歌舞伎の遮断政策がとられたのは、戦乱の記憶ようやく遠のいた平和のもとで秩序の維持のための体制づくりが本格的課題になりつつあった、そういう時期に時代が入ってきていたからであろう。³⁾

徳川家光は歌舞伎が好きで城内に呼び寄せて演じさせていたが、死後わずか四年で、上述した武家と歌舞伎の遮断政策がとられるようになる。

遮断政策とは浄瑠璃や歌舞伎などの演劇の類を武士から隔離し、弾圧するための法令を出し取り締まることである。ここでは「平和のもとでの秩序の維持」という言葉に注目したい。「秩序」とは何の秩序なのだろうか。また、秩序の維持と歌舞伎はどんな関係があるのか考えていきたい。

当時、歌舞伎とは武士階級が接触することで「犯罪」を引き起こす根源だと考えられていた。「犯罪」といっても本当に殺人などの罪を犯すわけではない。工藤によると犯罪には目に見える形のもの目に見えない形の二種類が存在する。

目に見えない形の「犯罪」としては①お気に入りの俳優の奪い合いになって武士の間に生じる喧嘩口論。②男色の蔓延。③武家側の女たちと役者の密通、の三点を引き起こすと述べられている⁴⁾。これらは全て武士の権威を損なわせ、結果、武士階級内での秩序の乱れを引き起こすものである。

また、目に見えない形の「犯罪」には①いわゆる犯罪者を、魅力ある人物として舞台上に登場させるもの。②武士を庶民の世界に引きおろすもの。③セリフの中にはっきりと、あるいは婉曲に武士批判・否定をこめるもの。④武士権力内部の自然現象を舞台化してしまうもの。⑤忠義に代表させた武士倫理と親子の情愛を第一とする庶民の倫理とのぶつかり合いの場面を設定し、結果として前者の非人間性を浮かび上がらせてしまうもの、の五点である⁵⁾。これらは武士階級とその他の階級との差を曖昧にすると同時に武士が悪者になるものばかりであり、それゆえに武士階級外での秩序の乱れを引き起こすものなのである。

このように、悪所と考えられていた原因は非生産的であるからだけでなく、武士階級の秩序を内部からも外部からも乱すものであったからだとと言えるだろう。加えて、社会的に武士という階級が身分制度の最上級に位置しにくくなった時代背景も考慮しなければならない。江戸時代以前は戦で名を上げることによって武士の権威を示していた。しかし江戸時代は戦の無い世であるから武士が権威を示すのは難しいにも関わらず、身分制度は武士階級が頂点のままであった。また、庶民の側では商業資本の抬頭が見え始めており、身分制度は庶民等の下層階級の側から揺らぎ始めていた。しかし徳川氏が将軍として全国を強固に支配するためには当時の身分制度を維持しなければならない。そこで武士階級が最上級の権力者であることを階級内で意識統一させるために内部から、また、そのことを示すために外部からも維持しなければならなかったので立場を脅かすものは何であってでも取り締まらなければならなかった。

よって歌舞伎という庶民と密接な関係にあり、かつ武士にとっての「犯罪」を引き起こす文化を取り締まって武士階級の秩序維持に努めたと考えられる。したがって芝居町は幕府から「悪所」と見なされていたのだ。

悪所は本当に「悪所」なのか？ 一庶民の視点から一

一方の庶民は芝居町をどのように見なしていたのだろうか。芝居町の様子について田口は次のように述べている。

江戸時代の芝居見物は一日がかりの娯楽である。

「芝居国」と比喻されるように、芝居町全体が日常生活とは隔絶した華やかな祝祭空間であった。大小の芝居茶屋など町全体が「浮きに浮く」芝居気分を盛り上げ、その中心にある芝居小屋は祭りの山鉦のように、賑々しく飾り立てられていた。「しばや(芝居)に行く」ことは異次元への旅であり、祭りや物見遊山と共通する要素もあった。⁶⁾

芝居町において、芝居小屋には幕府公認の象徴である櫓が立ち、絵看板、文字看板、提灯、幟で飾り立てていた。また芝居小屋だけでなく芝居茶屋、居酒屋、煙草や菓子、錦絵などを売る商店がたくさん並び、街中に音曲や太鼓の音で賑やかな雰囲気を作られていた。芝居茶屋は観客に至れり尽くせりのもてなしをした。これらは全て芝居小屋で成り立っている町だから歌舞伎興行の失敗は周りの店々の不況に繋がる。そこで興行を盛り立て、観客をわくわくした気分させる仕組みだったと考えられる。これらは全て芝居町の外では味わえないものであるから庶民は、上述した引用文にも登場するが、芝居町を「異次元」な非日常的な空間と考えていたのではないだろうか。服部によると、例えば櫓は元々神様を勧誘するための装置であったが、それを官許の証として芝居小屋に立てることで歌舞伎役者の聖域であることを表した。また、提灯は庶民にとって贅沢品であったが芝居町ではふんだんに灯されており、いやが上にも人の心を浮かせ、開放的にしていた⁷⁾。このように町を構成するものの一つひとつが非日常的な空間を作り出していたのだ。

そして、町だけでなく芝居小屋の中も特別な空間であった。なぜなら、歌舞伎は役者のみが演じるのではなく観客も参加して初めて一つの「芝居」となっていたからである。観客が屋号や褒め言葉などの掛け声をかけ、役者もそれに対して返答をして芝居が進行することは一般的なことであり、掛け声がある前提で作られた台本も存在した。逆に、役者が下手な芝居をするときは遠慮なしに罵声を浴びせていた。現在の私たちの

感覚では上演中に観客が役者に話しかけることはあり得ない。その上、当時の身分制度では歌舞伎役者は庶民よりも階級がさらに下の身分であるから通常、階級の差を飛び越えてのこのような交流はあり得ないことであった。しかし、芝居小屋では階級の差を越えて一体となることをも可能にする非日常的な空間が作り出されていたのだ。

人々は何かと規制された歌舞伎が上演されている芝居町の非日常的な空間を楽しむために出かけていたのだ。そこには普段の生活では味わえない、あり得ないことが「あり得ている」状態が常に存在し、そこに人々は魅力を感じていたのだ。

芝居町空間の位置付け—聖・俗・遊の概念を使って—

今までで見たように芝居町を武士は悪所と見なし、一方、庶民は悪所ではなく魅力的な場所とみなしていることが分かった。これらを聖俗理論に当てはめて考えると、幕府から見た「悪所である芝居町」は俗なる空間であり、庶民から見た「非日常的な空間である芝居町」は聖なる空間となる。このように同一の空間を相反する概念に当てはめられるが、芝居町とは一体どのような空間と考えたらよいのだろうか。

ここで、聖・俗の二つの概念ではなく、ロジェ・カイヨワが提唱した聖・俗・遊の三つの概念で考える理論を当てはめて考えていきたい。カイヨワは『遊びと人間』でこのように言う。

遊びは人を憩わせ、くつろがせ、生活から気をそらせ、危険、気苦労、労苦などを忘れさせてくれるのである。逆に聖なるものは、内的緊張の世界である。これにくらべれば、世俗的世界こそ、まさに、くつろがせ、憩わせ、気をまぎらわせるものである。状況は逆転している。⁸⁾

庶民にとっての芝居町とは非日常的な空間で人々が芝居を観たり、芝居茶屋で盛大にもてなされたりと普段の生活とは関わりがなく生活の気苦労などを忘れさせてくれる空間である。また、内的緊張を強いられる空間でもない。よって、庶民にとっての芝居町は「遊空間」であると考えられる。

次に幕府にとっての芝居町について考える。上述したように幕府は武士が頂点に君臨する身分制度を崩壊させたくなかったが、芝居町は身分制度を崩壊させかねない「犯罪」を引き起こす場所であった。ここでさらにカイヨワから遊の概念について述べられている文章を引用したい。

実際、大部分の遊びは、問いかけと答え、挑発と応戦、扇動と感染、興奮や緊張の共有である。遊びには、共感をこめて注目してくれる観衆の存在が必要なのだ。いかなる範疇の遊びも、この法則の例外をなさないようだ。⁹⁾

上述したように歌舞伎には喧嘩口論を煽ったり、武士を挑発したりといった芝居があるので、歌舞伎にも挑発と応戦や扇動と感染といった要素が含まれていることになる。これらの要素が秩序づけられた社会を崩すものになっていたのではないだろうか。また、カイヨワは、芝居がそこに含まれている「ミミクリ(模倣)」¹⁰⁾は風刺という社会的機能を持つことを述べている。歌舞伎の犯罪にも風刺を描いたものがあつた。そして「ミミクリ」としての歌舞伎が持つ扇動や風刺などの秩序を乱すような要素を幕府は自分たちに対する犯罪と見なしていたことから歌舞伎は遊であると考えていたことが分かる。したがって、幕府は芝居町を「遊空間」と捉えていたと考えられる。

このように、江戸の庶民にとっても幕府にとっても芝居町は「遊空間」と位置付けられていたのである。

おわりに

江戸時代、芝居町は幕府からの圧力に耐え、場所を転々としながらも生き残った。そして、町で上演されていた歌舞伎は現在も上演され続けている。常識で考えれば幕府の大きな力によってあつという間に潰されてしまいそうである。しかしなぜ芝居町は生き残り続けたのだろうか。この疑問に答えるために最後にもう一つ引用文を紹介したい。

これら(引用者注：ミミクリ)はすべて均衡の欲求の表現なのである。権威の度が過ぎるとその滑稽な対応〔写し〕が必要になってくるのだ。なぜなら、一般大衆の尊敬や信仰心、高官たちへの敬意、最高権力に基づく威儀などには、その地域にある者、神の仮面をかぶる者たちをのぼせあがらせる大変な危険があつたからである。偶像化された人物たちはおのれの偉大さに目がくらみ、狂乱におちいることもありうるが、幫間たちはこうした狂乱には魅せられず、また、その狂乱を危険なしとは考えないのである。この新たな役割においては、ミミクリは眩暈への飛込台ではなく、それに対する歯止めとなるのだ。¹¹⁾

もし幕府が全ての芝居町・歌舞伎興行の禁止を達成できていたとした

らどうなっていたらどうか。上記に則って考えると幕府は自らの手で身分制度を崩壊させていたかもしれない。しかし実際は全てを禁止することはできず江戸時代における身分制度は維持されている。すなわち、芝居町という遊空間が庶民の狂乱の歯止めとなって身分制度の維持に少なからず貢献したと考えられるのだ。したがって、人々を日常生活から解放し魅了する遊空間としての側面と、犯罪を起こす場と考えられていたけれども実は庶民の狂乱の歯止め役になっていた遊空間としての側面との両方を持っていたから、芝居町は生き残り続けたのだと考えられる。幕府は排除しようとしていたが、「遊」という視点から芝居町を考察してみると、実は秩序維持のためになくはならない不思議な空間だったのである。

注

- 1) 江戸ではよく火事が起こった。木造建築の家屋であるから火の手が回りやすかったので火災は幕府が抱える大きな問題の一つであった。そこで類火延焼を防ぐため、また避難場所にするために空地が各地に作られた。平時は庶民が様々な催しを興行する場所として使用することを幕府は黙認していた。
- 2) 近藤瑞男「都市と劇場」鳥越文蔵編『歌舞伎の空間論』1998、岩波書店、p. 12
- 3) 工藤隆『日本芸能の始源的研究』1981、三一書房、p. 171
- 4) 工藤前掲書、pp. 172-174
- 5) 工藤前掲書、pp. 178-188
- 6) 田口章子『江戸人と歌舞伎—なぜ人々は夢中になったのか—』2002、青春出版社、p. 30
- 7) 服部幸雄『大いなる小屋』1986、平凡社。引用は講談社学術文庫版、2012より pp. 69-131
- 8) ロジェ・カイヨワ著、多田道太郎・塚崎幹夫訳『遊びと人間』1971、講談社、引用は講談社学術文庫版、1990より pp. 298-299
- 9) カイヨワ前掲書、p. 86
- 10) カイヨワは前掲書の中で、全ての遊びは構造や性質から大きく四種類に分けられるとして次のように分類した。①アゴン(競争)…運動、こどものかけっこなど。②アレア(運)…じゃんけん、ギャンブルなど。③ミミクリ(模倣)…演劇、ごっこ遊びなど。④イリンクス(眩暈)…ジ

ェットコースター、ブランコなど。

11) カイヨワ前掲書、p. 233

昨年に引き続き今年もこの演習に参加しました。なぜ今年も参加したかという昨年のリベンジをしたかったからです。昨年、私はなかなか作業が進まず、直前まで内容が中途半端にしか決まりませんでした。そこで鈴木先生から読んでみなさいと渡された本を基にして書き、完成させたものの「先生が敷いたレールに乗ってしまった」感は拭えませんでした。そこで今年はなるべく自分の力で書き終えたいと思いました。今年のテーマの「空間」と私の卒論のテーマである「歌舞伎」との2つを併せて、卒論では扱わないかもしれない「江戸時代の芝居町空間」について書くことにしました。

改めて昨年と今年を振り返って比べてみるといくつか変わったことがありました。前は手当たり次第に資料を探していたけれど、今回は目的を持って資料を探して読むことができました。また、今年は3回生として演習に参加しているのでグループワークを仕切らなければならない大変さもありました(ちゃんと仕切れていたかは分からないけれども…)。2回生が頑張って調べてどんどん進めているので「私も頑張らなければ!」と思わせられて良い刺激をもらいました。毎週、調べたことを発表しなければならないのは大変だけど、学年を越えて刺激を与え合えられるのはこの演習でしかできない良い点かなと思いました。

そして先生のところへ何度か相談に行きつつ、なるべく自分の力で書き終えることができました! まだまだ未熟な点も多い文章かもしれないけれど私は昨年のリベンジができたと思っています。今回調べたことと演習を通して身につけた資料を探したり文章を書いたりする力が、これから書いていく卒論の役に立てば嬉しいと思います。

土井七海

これからの「遊園地」の話をしよう

—「生駒山上遊園地」広報木村氏のインタビューと、 「ファミリー向け遊園地」がもたらす「遊園地」の未来—

松本 頌子

はじめに

みなさんは「遊園地」というものに、どのような印象をもっているだろうか。「遊園地」が誕生して以来、様々な「遊園地」や「テーマパーク」が生まれては消えて行った。幼少期によくいったなじみの「遊園地」がなくなってしまった思い出を持つ人も多いのではないか。娯楽産業は最も時代性が反映されやすく、それゆえに短命である。かつて一大ブームを迎えた「遊園地」が娯楽の中心でなくなってしまったのは、なぜなのだろうか。そして、今や「娯楽」の中心の座から滑り落ちた「遊園地」はいかにして生き残ってゆくべきなのだろうか。

それらを考えていく上で、本稿では「生駒山上遊園地」に着目する。広報の木村洋三さんのインタビューによれば、現在「生駒山上遊園地」は「あやめ池遊園地」の閉園をきっかけに「若者向け」から「ファミリー向け」に特化するという方向転換を行っているという。盛者必衰の遊園地産業において、昭和四年に創設されて以来同じ姿のままあり続ける「飛行塔」を中心に、生駒山の山上で様々な歴史をたどりながら今なお生き残る「生駒山上遊園地」がこの時期に行う方向転換から何が見えてくるのだろうか。筆者の感覚からするとこれは変化する「遊園地」のあり方に単純に逆行しているように思える。インタビューでは自分なりに「遊園地」の今後のあり方を考えておき、それについても伺ったが、木村さんは、今だからこそ「ファミリー向け」に特化する意義を強調された。

本稿では、そのインタビューをできる限り忠実に掲載する。その後に木村さんが提示された遊園地の方向性についての分析を行いたい。遊園地産業自体が落ち込んできた理由には、「コミュニケーション形態の変化」「生活空間の遊園地化」「テーマパークの台頭」があるだろう。このような「遊

園地」が落ち込んできた昨今における「生駒山上遊園地」の新たな方向性を、「親子関係」を主体とする「物語装置」という新しいあり方として提示してみたい。

さあ、これからの「遊園地」の話をしよう。



生駒山上遊園地の「いま」と「これから」

一木村さんへのインタビュー

二〇一四年二月五日、近鉄レジャーサービス株式会社生駒山上遊園地に、平成十九年から勤務されている広報担当の木村洋三さんにインタビューを行った。ここでは出来る限り忠実にそのインタビューを再録する。

——生駒山上遊園地は昭和四年からということですが歴史的な概要を教えてくださいますか。

「いまは近鉄レジャーサービスという会社なのですが、その前身となるのが近鉄興業という会社でした。その近鉄興業という会社がやっていた遊園地が生駒山上遊園地とあやめ池遊園地、そして大阪の山の上に玉手山遊園地というものがあるのですが、その三つを経営していました。」

「生駒の山の上に遊園地を作った経緯なのですが、当時近鉄の奈良線は大

阪電気軌道という社名の会社の沿線の開発を目的として、生駒の山の上にケーブルカーと遊園地を開業させた、ということらしいです。」

「ケーブルカーのほうは詳しくないのですが、下のほうの宝山寺線が大正十何年か、日本で一番古いケーブルカーということですね。山上線、宝山寺から生駒山上まではうちとおなじ昭和四年に開業ということです。」

——生駒山上遊園地の「テーマ」というものは変わってきているのでしょうか。

「そうですね、十年ほど前までは、あやめ池遊園地がどちらかといえばファミリー向けの子供さん向きの遊園地で、生駒山上遊園地がどちらかというと少し年齢層の高い、中高生向きという棲み分けをしていたのですが、あやめ池遊園地が閉園するにあたって、生駒山上遊園地をファミリー向けの遊園地にしてしまおうということで、今ではアトラクションもほとんど小さなお子さん向きとなっています。」

「このあたりでしたらひらかたパークさんとか、ユニバーサルスタジオさんなどと競合するのですが、ほかの遊園地さんやテーマパークさんがやっておられない客層はどこだろう、ということでファミリー層向きに作り替えているといったところですね。」

「お客様直接の声としましても、小さなお子さん、小学校に入る前くらいのお子さんが安心して遊べる遊園地がなかなかないので、ありがたいですか嬉しいですなどというお言葉はよくいただきますね。」

——来客数の変化はみられるのでしょうか。

「ここ数年は、ざっくりとですけど、冬の間は三か月お休みしているのですが、年間二十二万人くらいですね。ピークのころはこれの三倍くらいあったという話でした。その当時はどちらかというと若い層向きの遊園地でして、俗にいう絶叫マシーンなども十年前まではまだまだありました。」

「昭和の五十年代後半がピークであったと聞いています。昭和五十年代六十年代はバブルの入り口で、高度経済成長期が終わってバブルに入る間の、景気というあまりよくなかった時代ですね、わたしたちが子供の時代で、プラザ合意の近辺で日本の景気があまりよくなかった時期だと思えますね。」

——そんな時期になぜピークをむかえたのでしょうか。

「ナイター営業ですね。当時夜間に遊園地やテーマパークなどをやっているところがなかったものですから、関西近辺だと生駒山上遊園地だけとい

うことだったのでそういったことが大きかったと、思いますね。」

—生駒山上遊園地の経営状態はどのようなものなのでしょうか。

「収支はそれほど悪くありません。新規のアトラクションを入れるくらいには余力があります。大型の投資を控えているというのも大きいです。大型の投資をすると減価償却率がかかりますので収支を悪くするのですよね。でも人件費も含めてうちは削れるところはすべて削りきっているというところですが、でも安全に関わることは全然削っておらず、むしろ増えているくらいで、遊具の予防的な交換をしています。」

—今年の春に向けて新規アトラクションを導入されるということですが。

「『イーグル・フライ』という日本初のアトラクションを導入します。アトラクションはこの七、八年で大幅に入れ替わっていて、子ども向きに設備をリニューアルしています。まだまだ足りない部分があるのですが、子ども向きに特化して設備もそれなりにあわせて変えて行くかたちですね。」
「来園者数の目標としては数年以内に三十万人を目標にしたいと思っています。その中でなにをしていけばいいかを考えている状況です。来園者を増やすことは大切だと思うので。」

—遊園地産業自体の落ち込みについてどのようにお考えですか。

「レジャーの多様化が一番大きな理由じゃないかと思います。松本さん(本稿筆者)の世代だと遊びていろいろとあると思うのですよ。テーマパークにせよ遊園地にせよどこにいかうかっていう選択肢があるし、それ以外にもカラオケがあったりドライブがあったり日帰り旅行であったり、最近ではバスツアーもかなり安くなってきているみたいなので、選択肢の多い時代だと思うのですが、私の頃は選択肢がなかったのですよね。日帰り遊ぼうとなると遊園地しかないような時代がありましたので。」

「うちはまだあまり意識していないのですが、ショッピングモールさんなどとも競合してきています。たとえば雨の日でも遊園地なら乗り物に乗ることができなかつたりしますよね。でもショッピングモールなら雨の日でも寒い日でも大丈夫ですよね。そういうところで若干の競合は見られます。ひらかたパークさんなんかはかなり意識されていて、ショッピングモールでもショーがあるので、商標がかぶらないようにしたりされてますね。」

—木村さんは、子どもの頃よく生駒山上遊園地にいらしていたのでしょうか。

「年に一回くらいきていましたね。家族でもありましたし、子ども会など

の遠足のようなものでも来ていました。遊園地に遊びにきたら、マラソン大会が開催されていて、そこにいきなり無理矢理参加させられたのをよく覚えています。それらは、楽しい思い出の一ページになっています。」

—「あやめ池遊園地」は戦争中軍隊のデモンストレーションが行われていたという話もありますが、生駒山上遊園地は戦時中どのような場所だったのでしょうか。

「遊園地としては営業を中断していたのですが、飛行塔が昭和4年の姿そのまま残されています。陸軍がこの山の上に駐留してまして、防空監視塔に使っていたそうです。大阪湾が一望できるので米軍機が飛んでくることが見えたみたいで、生駒に駐留して監視していたという話です。」

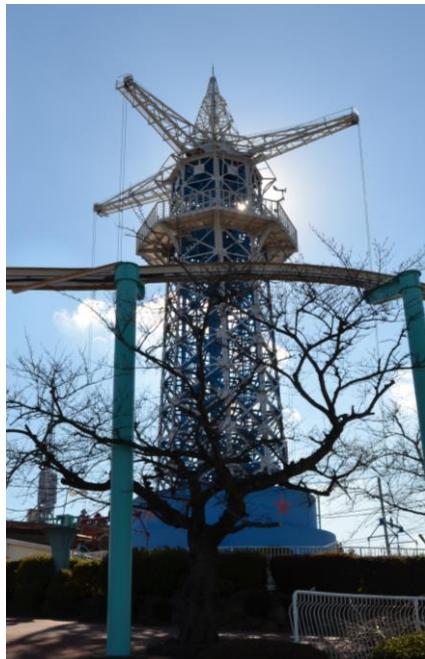
「これはうちの従業員ではなく年配のお客様の話で、公式に調べた訳ではないので真実かはわからないのですが、専用駐車場は東西二百五十メートルあるのですが、それを滑走路にして訓練用のグライダーを飛ばしていたという話ですね。現在東大阪にトラックターミナルがあるのですが、その辺りに降り立って日々パイロットが訓練していたらしいです。」

—飛行塔（右写真）に象徴されるような、自身の歴史的価値に目を向けてみてはどうでしょうか。

「当時アーカイブするという意識がなかったみたいで古い資料があんまり残ってないのですよ。」

「八十五周年という積み重ねは意識しているのですが歴史の重みに負けないようにがんばっているというのが正直なところでして、飛行塔も八十五歳の乗り物でこれを維持するのは難しいということになってまして、もちろん努力はしているのですが、部品は手配が難しいですね。人のわりに手間のかかる乗り物です。」

「過去にあまりとらわれずに前を向いて、もちろん歴史は大切にしながらはならないので、残すべきところは残して新たなステージへというところですね。」



「<レトロ>を売り出したらどうかという議題は必ずなのですが、それを押し出し続けるだけの余力がなかなか厳しいというのが現状ですね。装飾やポスターの作り方を変えるなど、トータルコーディネートとして<レトロ>を売るならありかなと思うのですが、正直なところそこまでのプロデュース力がわれわれにはないので。歴史のある遊園地だと、もともと地元の方の認識はあるのであえてそこは売らずに次から次へ新規事業を入れて行く方がいいのではないかと考えています。」

—<レトロ>を売り出すのは、やはり難しいのでしょうか。

「<レトロ>を売るというのはかなり難しいと思います。維持するのが大変で、お金もかかるし、方向転換も難しいと思いますし。<レトロ>とくただ古ぼけている>は違うと思いますし、さびついているのは<レトロ>じゃないですね。味があってはじめて<レトロ>になるのではないかと思います。」

「作り物はすぐに色あせてしまいますしね。例えば『浪花食いしん坊横町』など、<レトロ>調ではあるけれども、ハリボテだとすぐにわかってしまい、私なんかはさめてしまうのですよね、本物とは違うなあって。」

「飛行塔はずっとそこにあり続けているので、<レトロ>は逆に難しいですね。ですから塗装をまめにするなど、古さを感じさせない努力は行っています。」

—デンマークの「チボリ公園」のように、「公園」に近づいて行くあり方はどう思われますか。

「公園というところまではまだ行けてないのですが、うちは入園料を無料にしていますので、生駒山にハイキングをされにきた方なども普通に通っておられますし、雰囲気としては公園に近い雰囲気はありますね。」

「けれども、あくまでもうちは遊園地というスタンスです。例えば集客を図るにあたって、イベントをするのでも、あくまでもアトラクションが楽しいよ、乗り物が楽しいよということが中心ですね。テーマパークは入った瞬間から楽しい、雰囲気が楽しい、でも遊園地は乗り物が楽しい。これは私個人の意見ですけど、イベントがあってもそれはあくまで付属で乗り物が楽しいというのが中心ですね。」

「遊園地にいくという<わくわく感>を持ってもらえるように、われわれも魅力を持たなくてはならないな、と思っています。」

—「ファミリー向け」に特化していく際に、今後の課題などはありますか。

「ファミリー向けの『安心して安全に楽しんでもらえる遊園地』を目指していくために、新規アトラクションを導入するなどの努力はしています。」

「ハード面でいうと施設をリニューアルしたり、お手洗いなどの施設が古いので新しくしたりしていきたいですね。子どもさんに対しての目線のあわせ方など、従業員には接遇の面をかなり勉強してもらっています。」

「お花いっぱい遊園地を目標にしています。桜の花など咲くのが1週間ほど遅いので花見しそこねた方がいらっしやったりしていただけるようにしたりだとか、この春にはパンジーを一万二千株植えたりですとか。面積はあまり取れないのですが、どこを見ても花が見えるように心がけています。」

—親御さんも楽しめるように、ということでしょうか。

「そうですね、今後の課題としてもそれはあります。親御さんにも楽しんでいただけるように。子どもさんにはアトラクションなどで十分楽しんでいただけているとは思いますが、どうしても乗り物が子ども向きになりますから、お父さんお母さんが一緒に乗っても、楽しくないかもしれません。でもおじいちゃんとおばあちゃんとお孫さんというのならストライクかなと。二、三代一緒という図もよくみられますね。」

「子どもの〈笑顔〉を見ていると多分大人になっても覚えていてくれるかなあ、と思いますね。ショッピングモールは三代で楽しめるかもしれないですけど、〈思い出〉にはならないと思います。」

—〈レトロ〉ではなく、親世代が楽しんでいた〈キッチン〉な、また親にしてもらったことを今度は自分が子どもにしてあげることのできる、そんな遊園地空間を作り出していくというあり方は、どう思われますか。

「〈キッチン〉というものについては、全く考えていませんでした。プレステなどをやっている世代がファミコンをまたやるような感覚ですね。親も懐かしいと楽しめるような。素敵な考えだと思います。」

「テーマパークなどではできない、お弁当を持ち込むなどといったことも、どんどんしていただければな、と思います。」

「〈コンテンツ〉としての遊園地はおもしろいと個人的に思っています。大学や企業さんにもどんどん利用して頂ければ。」と話してくださった木村さん。筆者の拙いインタビューにも快く応じてくださり、勝手な思い込みで提案する遊園地像についても丁寧に答えてくださり、心から感謝している。またこのインタビューから、生駒山上遊園地の「遊園地」であるとい

うプライドや拘りを感じる事が出来た。木村さんの話して下さった「これから」の生駒山上遊園地がどうなっていくのか、非常に楽しみである。

これからの「遊園地」の話をしよう

ここからは、まず、先行研究などを検討し、遊園地産業自体が落ち込んできた理由について論じる。おおよそ「コミュニケーション形態の変化」「生活空間の遊園地化」「テーマパークの台頭」の大きく3つが考えられるだろう。そして、そのような「遊園地」不遇の時代に、生駒山上遊園地のような「ファミリー向け」遊園地はどのような魅力をもつのかについて考察してゆく。

(1)コミュニケーション形態の変化

まず、コミュニケーション形態の変化である。60年代までは「遊園地」は贅沢なものであった。橋爪によると「往來の遊園地は、ふだんは仕事や家事で忙しい親たちが、子供たちとともに時間を過ごし、コミュニケーションを回復する場として想定されていた。メリーゴーラウンドに乗る子供たちの姿を写真に撮影する。コーヒークップにいっしょに乗って楽しむ。そこには『家庭』という日常の単位が、きちんと投影されていた」¹⁾のである。ここには、子供と「遊園地」の関係を考えた時の、原風景のようなものの存在するのではないか。

八十年代に入ると、「遊園地」は若い男女中心のコミュニケーションの場に変化していく。各遊戯メーカーもより刺激的なものを生み出すことを目指し、各遊園地も当然のようにそれに追随する。若者やカップルが消費の中心であり、「家庭」の形態が変化して行ったことが要因としてあげられるだろう。生駒山上遊園地においても、10年ほど前までは若者を客層に想定した空間作りが行われていた、という木村さんの話とも一致する。

テーマパークの隆盛などをみれば、現在もその流れは続いているように思われる。けれども、生駒山上遊園地は現在「花と緑に囲まれ、みんなが安心して遊べる遊園地」をスローガンに「ファミリー向き」に特化する方針をとっている。これは単純に時代を逆行する結果におおらないのだろうかというのが、筆者の疑問であった。このことについては次節で詳しく考察することにする。

(2)生活の遊園地化

また、木村さんも言及されていた、レジャー産業の多様化も一因だろう。しかしこれは単に娯楽の種類が増え、選択肢が広がっていくというだけではなく、むしろ「生活空間の遊園地化」ととらえるべきでないか。橋爪は「遊園地でしか用いられなかったような演出やデザインが、ふだんの生活空間に応用されるようになってきている。遊園地の要素が都市ににじみだしている」²⁾と述べている。その例として、ゲームセンターなどの遊園地的要素が町の一部となったことや、ショッピングモールなどの商業施設のデザインがテーマパーク的手法を取っていることなどがあげられるだろう。

建築物により直接的に遊具施設を組み込む「建築の遊戯化」もみられる。それらは建物の一部として観覧車を設計したりする形であるが、「生活空間の遊園地化」を象徴的にあらわすものとしてわたしたちの前に現れているのだ。このような「生活空間の遊園地化」により、遊園地に行かなくとも人々は「遊園地」的なものを日常で味わうことができるのである。

さらに、ゲームの流行や旅行の安価化などにもなって、人々が完全な「非日常空間」を簡単に得ることができるようになったことは遊園地衰退の大きな要因であるだろう。そうしてわたしたちは、より完成された「非日常空間」を娯楽の中に求めるようになり、「非日常空間」への審査の目が厳しくなってきたのではないだろうか。

こうした状況に対して、例えば1843年にデンマークに作られた「チボリ公園」などは、「生活空間」の中に公園として完全に組み込まれる形を取ることで存在し続けている。これは「生活空間の遊園地化」に対する「遊園地の生活空間化」と呼んでもよいかもしれない。このような方向性もこれからの「遊園地」を考える上で重要ではないだろうかと考え、今回インタビューにおいても木村さんに尋ねてみたが、木村さんはあくまでも公園ではなく「遊園地」であることに重きをおかれていた。では生駒山上遊園地があくまで「生活空間」とは異なった場所であろうとする特性はどのように維持できるのだろうか。

(3)「テーマパーク」という存在

1983年（昭和58年）の「テーマパーク元年」以降、様々なテーマパークが生まれては消えていったが、「東京ディズニーランド」や「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」など、いまだ人気を博しているテーマパークが、遊園地産業を圧倒していることは周知の事実であろう。

テーマパークは独自の「物語」を人々に強制的に提供する。虚構の物語が完全であればあるほど完成度が高まって観客は喜ぶが、次第に要求は高まり、いかに「虚構」を持続させるかが課題となってくる。

また、人々を完全に生活空間から切り離すことができるのも、テーマパークの特徴である。木村さんの言うように、テーマパークは「雰囲気」が楽しいのである。その「雰囲気」こそ、テーマパークの持つ虚構の「物語」なのであり、そこにいく観衆はそのテーマパークの虚構の「物語」をただ受け取る。テーマパークとは「虚構の物語空間」なのである。

それは「なにわ食いしん坊横町」などに代表される「昭和レトロ」な「架空の街」をテーマにしたフード・テーマパークも同じである。こうした施設やそれに類似したものも多く見られるようになったが、しかしテーマパークほど完成度の高くない見せかけの「レトロ」さがわたしたちに与える「物語」は案外少ない。それは上述のよう「虚構」を「非日常」と判断することに対する審査の目が鋭くなってきたことによるものだろう。ちょっとやさつとの「物語」の提示では、わたしたちはもう「非日常」を感じないのである。

よって、普通の遊園地においてわたしたちが「非日常」を感じることは困難となった。木村さんの、レトロは困難という言葉からも分かるように、「遊園地」は「非日常」としてテーマパークの完成度に勝つことはもはや不可能だろう。

「非日常」であることは困難であり、また「生活空間化」として日常の中に位置づけることもせずに、このような時代にあくまでも「遊園地」であろうとする生駒山上遊園地はいかなる「物語」を作り出そうとしているのだろうか。そこで選択された「ファミリー向け」とはどのように新たな魅力を持つことが出来るのだろうか。

ファミリー向け「遊園地」の魅力 一思い出の再生産装置として

木村さんのインタビューにあるように、生駒山上遊園地では「花と緑に囲まれ、みんなが安心して遊べる遊園地」をスローガンに「ファミリー向き」に特化する方針を取っている。これは時代を単純に逆行する流れに終わらないのだろうか、という本稿筆者の疑問は、インタビューの中で解消されていった。そこには、前節で分析したような状況に呼応した「遊園地」特有の「家族」の「物語」が存在するのである。では「ファミリー向け」に特化することは現在にどのような意味を持つのかについて考察してい

たい。

「家庭」というコミュニケーションは確かに多様化してきている。けれども、人間関係の希薄性が危惧される中、六十年代のような「家庭」のあり方が新しい物語として浮上するのは偶然ではないだろう。

「メリーゴーラウンドに乗る子供たちの姿を写真に撮影する。コーヒーカップにいっしょに乗って楽しむ。」という風景は、アトラクションを中心とした「家族」という共同体が存在するのである。

テーマパークから観客に一方的に与えられる虚構の「物語」は、物語の受け手を平等に扱う。それは「非日常空間」を享受するに当たり、観客を陶醉させる要素の一つではあるが、そこにはあくまでも「テーマパーク」と「観客」の関係しか存在しない。つまり、テーマパークにおいて「観客」はどの立場でもない「個人」として虚構の「物語」を受け取るのである。それは「個人」としての受動的な行為であり、どうしても「観客」同士の関係は二次的なものになってしまう。

それにひきかえ「遊園地」は、アトラクションを主体として作られているため、その空間には「物語」がない。観客は自らの意志と文脈で「物語」を構築していくのだ。その中で観客は「家庭」という枠組みを残したままに行動できるのである。遊園地の物語においては、親と子という役割は解体されないのだ。親と子どもに別々の舞台装置を与えること、つまり、「子供向け」のアトラクションと、親世代に向けての「花」などの生駒山上遊園地の方向性は、こうした物語を支える舞台を提供しているのである。

例えば、自身の遊園地での「楽しかった思い出」を追体験し、自分の子供にそれを体験させるといったあり方が期待できるだろう。子供の頃に親にしてもらったことを今度は自分が親になって子供にしてあげたい、と考える人々は少なくないと思われる。それはテーマパークのような受動的な体験ではなく、親が主体的に自分の記憶を追体験しながら、自らと自分の親の関係を自分と子どもの関係に重ねあわせることも可能だ。こういった文脈において、木村さんのいう「三世代が楽しめる」という構図もさらに意味を増すのではないか。すなわちこうした遊園地は「思い出の再生産装置」の役割も果たしているのである。生駒山上遊園地が持つ80年を超える歴史は、こうした装置に必要な歴史性を備えているということも言えるだろう。

このように、生駒山上遊園地は「親子」という日常的关系性を維持したうえで、しかし日常とは異なるアトラクションが並んだ舞台を提供するという意味で、テーマパークとも、また公園とも異なる遊園地の方向性を打ち出していると言えるのではないだろうか。「親子関係」を主体とした「物

語装置」として、生駒山上遊園地のような「ファミリー向け遊園地」は、今後新たに輝きを放つのではないかと思う。

むすびにかえて

生駒山上遊園地の「過去にあまりとらわれずに前を向いて、もちろん歴史は大切にしながら残すべきところは残して新たなステージへ」と常に前を向きながら「ファミリー向きの、安心して安全に楽しんでもらえる遊園地」をめざし、あくまでも「遊園地」であり続けたいという姿勢に、これからの「遊園地」への未来がみえるのではないか。生駒山上遊園地はきっと「飛行塔」にとらわれない、「新しい」楽しさをわたしたちに提示してくれるだろう。

「遊園地」はいつでもわたしたちの「未来」とともにある。これからも「遊園地」は「楽しい思い出」の象徴としてあり続けるだろう。

注

- 1) 橋爪紳也『日本の遊園地』2000、講談社現代新書、p. 170
- 2) 橋爪前掲書、p. 16

生駒山上遊園地へ向かうケーブルカーから見るとどんどん離れて行く生駒の町並み、真っ青な大空にそびえ立つ飛行塔、時代におきざりにされたような遊具の色彩。それらすべてが作り出す雰囲気を、わたしはとても愛しています。人生初めてのインタビューでしたが、木村さんのおかげでとても楽しくすることができました。遊園地をつくる人たちの暖かさは、空間として伝わるものなのでしょう。

松本頌子



編集委員の苦しみ by Natchon

タイトル決めから…



デザインに悩むおせうこ氏



各々の作業に集中！

お菓子はすすむが編集は進まず。
けどなんとかみんなで頑張って、完成！！

IV. 現実空間を読む

みか える

「趣味」としてのコスプレ女子
—キャラクターコスプレイヤーのインタビューから—
日和佐芽衣

「カメラ女子」イメージについての—考察
坂尻真理子

リゾートファッションの現在
—何がリゾートファッションを
リゾートファッションたらしめているのか—
若園侑里香

「趣味」としてのコスプレ女子

—キャラクターコスプレイヤーのインタビューから—

日和佐 芽衣

はじめに

現代の日本文化と言え、アニメや漫画を思いつくであろう。そしてその派生文化とも言えるコスプレも、衣装が手頃な価格で手に入れられたり、イベント時には街中で見かけたり、プリクラコーナーには衣装の貸し出しもしていたりすることもある程、最近ではメジャーな文化であるように思える。

このようなコスプレについて、最近では研究もいくつか見られるようになった。そこにおいてはコスプレをしている人達をフィールドワークし、彼／彼女たちがどのような集団であり、なぜあのような姿をしているのかについての議論がなされている。

それらによれば彼／彼女たちがコスプレをするのは「日常の役割からの脱却」「自己探求の手段」のためなのだとされているが、はたしてそれは本当なのだろうか。コスプレをしている人たち(以下、コスプレイヤー、もしくはレイヤーと表現する)は実際にコスプレという行為を自己探求等の方法として認識しているのだろうか。

本稿では、これらの「日常の役割からの脱却」や「自己探求の手段」がコスプレイヤー全体にあてはまるものなのか、またあてはまらないのならば、実際コスプレイヤーはコスプレについてどう考えているかなどを、あるコスプレイヤーの女性にインタビューすることによって明らかにしてゆく。

先行研究から見るコスプレ

コスプレとはコスチューム・プレイの略称であるが、もともとは「衣装や扮装が重要となる時代物の演劇や映画、またその衣装や扮装を身につけて行う舞台や稽古のことを指す」¹⁾が、そこから派生したものとしてアニメや漫画等のキャラクターの格好をすることを指すようになり、更に広い意

味として三田村露子は「そのキャラクターになりきること」²⁾としている。すなわち、現在では制服、またはそれに準じるものも「ある役割」になりきることができることから、コスプレとみなされているが、本稿では、既存のアニメや漫画等のキャラクターを対象とした「キャラクターコスプレ」を主に取り扱うこととする。

コスプレに関する先行研究では、成実弘至³⁾は「女性たちが『コスプレ／女装』意識をもつようになったのは、(中略)自己探求の手段なのである」と述べており、田中東子⁴⁾は「コスプレというのはある種、自己顕示のための手段」(p. 36)と述べている。また、そのコスプレをした自分すなわち他者の格好した自分が、自己顕示、自己探求しようとするそのことを「着脱可能な『レイヤー化』するアイデンティティの獲得」(p. 37)としている。

ここでの「レイヤー化」とは costume player の語尾というだけではなく、“layer (層状にする)” という意味を含ませている。(p. 36)そして齋藤真紀⁵⁾は「コスプレをすることによって、常日頃キャラクターを演じなければいけない、というある種の強迫観念から逃れ、別のものになることで日常の自分の役割から一時的に脱却している」と述べている。

しかし、コスプレイヤー達は本当にコスプレを「自己探求の手段」や「日常からの脱却」等としてみなしているのだろうか。以下のインタビューではこれらの先行研究に書かれているコスプレイヤー達とは違った考えを持つコスプレイヤーを紹介したい。

インタビューから見るコスプレとその考察

「コスプレしてる人ってむしろ自分のこと好きなんじゃないかな」⁶⁾インタビューのはじめに彼女はそう言った(以下ではインタビューに答えてくれた彼女をAさんとする)。詳しく聞いてみると、「日常の自分」が嫌などということではなくて、このキャラクターが好きで、自分もきっと似合うに違いないと、そう思ってそのキャラクターのコスプレをしているそうだ。キャラクターコスプレは「自分が嫌い」だと出来ないのでは、とAさんは考えていて、そうした人々の更衣室での会話にしても「リアルの自分に満足してる会話が多い」そうだ。

コスプレが「アイデンティティの獲得」や、「自己探求の手段」と言われることに対しては、「自己探求のため、じゃなくて、私の場合は『趣味』だけど…。コスプレをしているうちにそれが生きがいのようになっていく人とかはいると思う。自己探求のために始めるんじゃないくてね」と言う。例えば、

コスプレは衣装などを自分で作る人も多く、作品づくりも含めて「生きがい」になる人もいて、「自己探求」と微妙に違いはあるが、共に「のめり込み系」の人々であって、それに対してAさんは自らを「趣味」としてのコスプレイヤーと語るのだ。

つまりここで言うAさんの「趣味」とは、「のめり込み系」に対するものとしての「趣味」であり、Aさんにとってはコスプレとは「人生かけているわけではない」というようなものである。これは先行研究で言われているコスプレイヤーたちの姿とは少し異なっている。

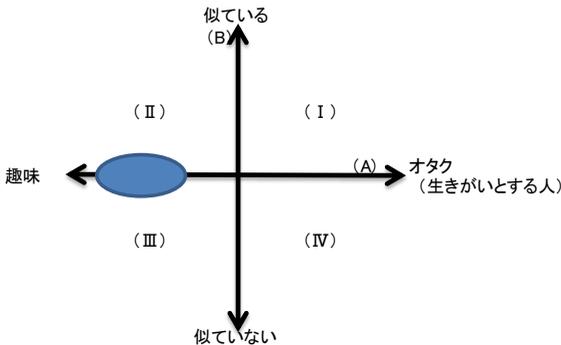
しかし、先行研究で語られている「レベル」という概念についてはAさんも同様のことを語っていた。「レベル」とはコスプレにおける通常とは異なった美的感覚であり、模倣の元となるキャラクターにどれ程似ているかの「レベル」である。どれほど綺麗な人でも似ていなければそのコスプレイヤーは認められず、似ていれば似ているほど良いのだと言う。このことについては田中東子も「日常生活とは異なる『美』の基準に基づいている」(p. 32)としており「レイヤー自身の容姿やスタイルだけが重要なのではなく、細部にまで渡る衣装や造形の再現度や着こなし方、キャラクターへのなりきり度」(p. 32)が重要だとしている。

また、田中東子はイベント会場において約8割は男装であることから「レイヤーたちは多くの場合、『男装』としてトランス・ヴェスタイトやトランス・ジェンダーの方向に、おそらくは無意識的なまま突き進む」(p. 40)や、「セックス-ジェンダー-セクシュアリティの関係に揺らぎを与え、トランス・セクシュアルの契機になるという見方もできる」(p. 40)としているのだが、Aさんはコスプレについて「着飾ることの延長」とした上で、回答してくれた。「男装する子はもともとボーイッシュな格好が好きな子が多いけど、コスプレすることによってトランス・セクシュアルの契機になるわけではないと思う」。

つまり、コスプレと普段の格好は対応することが多く、女性キャラのコスプレをする人は普段からフェミニンな服を着ていたり、男装の人はボーイッシュな格好をしていたりすることが多いようだ。「イケメン女子になりたいんだよね。恋愛対象は男の人だし、自分がイケメンになりたいだけ。」このようなAさんの発言を聞いていると、先行研究が「トランス・セクシュアル」などとみなすのは、外側からのまなざすことによる語り方なのではないかと感じた。そのようなまなざしは、研究者がコスプレイヤー集団を自らとは異なった集団として見る態度によるものではないだろうか⁷⁾。

「趣味」としてのコスプレイヤーの場所と特徴

前節でみたように、Aさんのインタビューからは、先行研究と少し異なったコスプレイヤーの姿が見えてきた。すなわち外側から見ると「自己探求」や「日常の役割からの脱却」と見える集団の中にも、実はそれから身をひき離そうとするコスプレイヤーがいるということがわかった。ここで、先に述べた「のめり込み系」に対する「趣味」としてのコスプレイヤーを一つの軸とし、さらにこれも先に述べた「レベル」をもう一つの軸として座標を作ってみる。



まず一つ目の軸は態度軸と呼べるだろう (図のA軸に相当)。この軸はAさんのように「趣味」だという人と、人生をかけている「オタク」と呼ばれる人の両極に分けられるだろう。もう一つの軸はレベル軸と言えるだろう (図のB軸

に相当)。これについては先に述べたように似ているか似ていないかで分類される。

Aさんはインタビューの中でコスプレは「趣味」であるとしていたので、第II、第III象限に位置することになるだろう。Aさんはコスプレが好きでやっているが所謂「オタク」程ディープになりすぎたくはなく、外部にもそう見られたくないという考えから「趣味」でやっていると答え、自らを「のめり込み系」から差異化しているのではないだろうか。さらに「レベル」について考えあわせると図の楕円部分あたりに位置することになるだろう。

この表の二つの軸、特に態度軸 (A) はコスプレにおいてだけではなく、一般的に特殊な集団とみなされてしまう趣味領域においても適用され得るのではないだろうか。そういう趣味を持っているのは事実だけれども、他者から特殊とレッテルを貼られたくない時に、それをあえて「趣味」だとするAさんのような人がいるのではないだろうか。先行研究で語られているのは第I象限のみで、このような第II、第III象限にいるコスプレイヤー

たちは語られていなかったと言えるだろう。これらの評価軸は外部の視線を内面化しながら、その趣味をもった人がその集団内で自己をカテゴリー化する時に使われる基準といえるのかもしれない。

おわりに

コスプレという文化について、先行研究を検討し、それは全てのコスプレイヤーに該当するのか確かめるためにインタビューを行った。

今回のインタビューからは「日常の役割からの脱却」のためにコスプレをしているのではなく、「日常の延長」とも言うべき形で「趣味」としてコスプレをしているコスプレイヤーたちの存在が明らかになった。また、先行研究の著者たちが自分たち“一般人”とコスプレイヤーを差異化しようとしているのではないかと、そしてそうした外部の視線を内面化しながら、コスプレイヤーたち自身もコスプレイヤーたちの中での差異化をしているのではないかと、という結論に至った。

こうした分析はコスプレだけではなく、その他の趣味においてもあてはまるかもしれない。外部からの視線と当事者たちの視線は必ずしも一致せず、そこには、そうした外部からの視線を気にしながら、同じ趣味を持つ他者と自らを差異化する人々が常にいるだろう。本研究の評価軸(A)(B)のように、そうした人々の独自の評価軸を見出してゆくことが重要なのである。

注

- 1) 宮本千尋・有元典文「コスプレ・コミュニティにみる社会的ネットワークの拡張としての学習」『横浜国立大学教育相談・支援総合センター研究論集』5号、2005、p. 45
- 2) 三田村蒔子『コスプレなぜ、日本人は制服が好きなのか』2008、祥伝社、p. 65
- 3) 成実弘至「仮装するアイデンティティ」成実弘至編『コスプレする社会—サブカルチャーの身体文化』2009、せりか書房、pp. 10-11
- 4) 田中東子「コスプレという文化—消費でもあり生産でもあり」成実弘至編『コスプレする社会—サブカルチャーの身体文化』せりか書房 2009、pp. 24-55。(本文中に(p**)と記した引用はこの論文からのものである。)
- 5) 齋藤真紀「コスプレの社会学」『経済と社会：東京女子大学社会学会紀

要』39巻、2011、p.93

- 6) インタビューに答えてくれたのは高校からコスプレを始め、現在大学生の女性で、主に『テニスの王子様』の登場キャラクターである不二周助のコスプレをしている。
- 7) 田中東子はコスプレイヤーのイメージとして「ちょっと特殊な趣味の持ち主なのだなと認識していた」(p.25)としている。

私は今回、「コスプレ」という文化をテーマに論文に挑戦しました。ざっくりとテーマを決めてみたものなかなか進まず、とりあえず関係ありそうな本や論文を読んで…。特に目新しい発見もなく、詰むのも早かったと思います。何回目かで全員の進み具合を発表する機会があり、そこで先生から「インタビューできる人とかおらん？」と言われました。そこで知り合いにインタビューすることになり、今回の論文に至りました。

今回論文を書いてみる過程で多くのことを学べたと思います。資料集めだったり、インタビューの際にどうしたら自分の意見を出さないようにして相手に多くのことを語ってもらえるかだったり…。最も痛感したことは、先生を頼ることも大事、ということです。詰んでしまったとき少しアドバイスをもらうだけで先が見えるようになり、方向性も定まりました。今回学べたことを今後に生かしていけたらいいなと思いました。

日和佐芽衣



先生と何を話しているのでしょうか？

「カメラ女子」イメージについての一考察

坂尻 真理子

はじめに

空間を切り取るツール「カメラ」が、私達日本人の身近な存在になってどれ程になるだろう。日本人はカメラ好きだとよく言われるが、一般人がカメラを手にし始めたのは1970年代であり、カメラの歴史から言えば比較的最近のことである。カラー写真が登場し、写真週刊誌やカメラ雑誌が発刊され、それまでカメラマンだけの物であったカメラが、我が子を写したい母親やアイドルを写したい男子の欲を満たすようになった。その後使い捨てカメラやデジタルカメラがカメラの携帯化を推し進め、現在ではカメラ機能付きの携帯電話やスマートフォンがその役割を買って出ている。

この軽量化・携帯化というカメラの革新は、写真をコミュニケーションのツールとして消費する女性の目には、大変魅力的に映ったに違いない。ここ10年でカメラが趣味だと公言する若い女性が増加し、「カメラ=男の趣味」といった構図は崩れてきているのだ。彼女達は「カメラ女子」と呼ばれ、自分用のカメラを購入し、行事や旅行などの特別な場面に限らず、食事やふとした瞬間などあらゆる場面でそれを構えている。

今回はこの「カメラ女子」という言葉が持つイメージが人によって様々な解釈がなされてブレが生じているということに着目し、話を進めたい。

「カメラ女子」とは何か

2009年11月に出版された『月刊 言語』では、新語・世相語・流行語の1つとして「カメラ女子」という言葉が紹介されており、「いつもバッグの中にデジカメを入れていたり、首から一眼レフをぶら下げていて、何か面白い被写体を発見した時にはすぐにシャッターを押す女性。彼女たちの愛機は中古のフィルム式から最新のデジタル式の一眼レフまで様々であるが、自分たちの日常生活の一部を切り取って、自分らしさを表現したということは共通している。失敗作と見なされそうな甘いピントの写真などもあるが、被写体に接した時の気持ちを表現したものである」とされている。

このイメージは私が「カメラ女子」について調べ始めた頃に抱いていたものと同じで、さらにこれに付け加えるところがあるとすれば、彼女達は写真を撮影するだけではなくて、こぞって SNS に投稿し、アピールしたがる、ということだった。自分が撮影した写真を SNS に挙げるのも、洋服を自慢するのと同じようなものと考えれば、ファッションとしてカメラを楽しむ彼女達の特徴ある行動の1つであると言える。

ここで、「カメラ女子」と、その反対に位置する「カメラオタク」（カメラを趣味とする男性）の違いを理解するために、次の表¹⁾を見てもらいたい。

	若い女性タイプ	中高年男性タイプ
[カメラ]	使い捨て、プリクラ、デジカメ 全自動による撮影 おもちゃ的に利用 軽くて小さいが良い	一眼レフ 手作りとしての撮影 機械(メカ)としても重要 金属のズッシリ感も大切
[撮る対象と方法]	日常の写真/普通を 自分撮り/外面から 写真は作るもの/時に演出可 撮影には感覚が必要	非日常の写真/特別を 自分を表現/内面から 写真はありのままを/チャンスを狙う 撮影には、知識と技術が必要
[写真の利用]	高頻度の「薄い」コミュニケーション (メールやシールで交換) 特定少数へ見せる 遊び(いたずら)描きも可 写真は消費するもの	低頻度の「濃い」コミュニケーション (アルバム、飾る、作品展) 不特定多数へ見せる 趣味(作品性を重視) 写真は保存するもの

写真・カメラへの関わり方のタイプ

この表の若い女性タイプを「カメラ女子」、中高年男性タイプを「カメラオタク」と仮定する。「カメラ女子」がカメラをおもちゃのように利用し、写真を消費するのに対して、「カメラオタク」はカメラに機械としての魅力を感じ、撮影した1枚1枚の写真を大切にしているのがうかがえる。

イメージのズレ

前章で雑誌『月刊 言語』より「カメラ女子」の定義を述べたが、調べを進めていくうちに、イメージがそれと異なる部分があることに気がついた。

まずはじめに、女性向けカメラ雑誌の代表とされる『女子カメラ』を読んだのだが、予想していたよりもカメラの機能やその使いこなし方についてずっと詳しく解説されていた。カメラに真剣に向き合うのは「カメラオタク」、あまり真剣でないのは「カメラ女子」といったイメージを抱いていた私は、その内容が専門的であることに驚いたのだった。

次に、「カメラ女子」へのインタビューのつもりで、奈良女子大学写真部



の部員の1人にインタビューをしたのだが、彼女が何年も前からカメラを趣味として真剣に取り組んでいるため、自身が「カメラ女子」と認識されるのを嫌がっていること、しかしながらカメラを持っているだけで「カメラ女子」とみられることへの葛藤があることなどに気づかされた。また、彼女に前掲の表を見せたところ、「カメラオタク」の項目の方があてはまる割合が高かった。自分にあてはまる項目として、若い女性タイプでは「全自動による撮影」「日常の写真/普通を」「撮

影には感覚が必要」、中高年男性タイプでは「一眼レフ」「機械(メカ)としても重要」「非日常の写真/特別」「自分を表現/内面から」「写真はありのままを/チャンスを狙う」「(アルバム、飾る、作品展)」「不特定多数へ見せる」「趣味(作品性を重視)」「写真は保存するもの」を選んだのである。このように一般には「カメラ女子」だと思われていても、定義とは異なる特徴を持つ者もいることが分かり、「カメラ女子」の中にも派閥があるということに気付かされた。

最後に、「カメラ女子」の定義が人によってかなり異なるということだ。カメラに関するアンケートを奈良女子大学で開講されているカメラ実習の講義受講者に向けて実施したところ、自身が「カメラ女子」だと答えたのは37人中たった3人だったが、その中でカメラを所有しているのはたった1人で、後の2人はほとんどスマートフォンで撮影するとのことであった。また、自分用の一眼レフを所有していても自分を「カメラ女子」とは認めない者もいた。この「カメラ女子」と認めない者は、自分は「カメラ女子」と言える程カメラに向き合っていないという人と、「カメラ女子」よりもっとカメラに対して真剣に取り組んでいるためにカテゴリー化されたくない人がいることもその後のインタビューにより分かった。

以上のことをまとめると、「カメラ女子」は一眼レフを首から下げているといった条件を満たしていない人や、条件を満たしていてもカテゴリー化されることに嫌悪感を抱く者がいるということが分かった。雑誌やテレビなどのメディアはこの「カメラ女子」というカテゴリーをあえて明確な定義をしないことで、ターゲットを増やそうという狙いがあるのではないかと推測される。

さいごに

「カメラ女子」という言葉はよく耳にするのに、どこかイメージが曖昧で、調べを進めてもなかなかはっきりとした定義に辿り付けなかった。「カメラ女子」という1つのカテゴリーの中に入ってしまうことは自分をアピールする上で楽であり、居心地が良いものだろうという印象を持っていたが、カテゴリー化に嫌気がさしている者も少なからずいることに、今回の研究で気付くことができた。カメラやそれに付随するグッズを売るためにメディアは「女子向け」という限定感を出しつつも、ターゲットを幅広くとるために多くの女優や歌手などを宣伝に起用するなどしている。ファッション感覚でカメラを楽しむ女性はもちろん、「カメラオタク」よりの女性にもアピールを惜しまないのである。

しかし、定義を曖昧にしたことで、「スマートフォンでしか撮影をしていなくても、カメラや写真が好きなら自分は『カメラ女子』なのだ」と主張する者も出てきている。もしこのような人達が増加すれば、女性に消費を委ねている市場への打撃は大きなものとなるだろう。イメージのズレが今後どのような結果を生むのかはメディアのイメージ操作が大きく関わっていくかもしれない。

注

- 1) 山田隆「写真コミュニケーションの社会史-カメラの革新と写真意識の変化-」東海女子大学紀要 22、2003、p.14

街中でよく見かける「カメラ女子」の存在は以前から気になっていました。私自身写真を撮ることは好きだけれど、カメラを首からさげ、1人でお散歩しよう！という気持ちにはなかなかありません。これから先「カメラ女子」含め、様々な「女子」達がどのような存在になっていくのかとても気になるところです。

今回この論文を書くにあたってアンケートやインタビューに協力してくれた方々、考えるヒントをくれた受講生の皆さん、そして鈴木先生、本当にありがとうございました。

坂尻真理子

リゾートファッションの現在

—何がリゾートファッションを

リゾートファッションたらしめているのか—

若園 侑里香

はじめに

リゾートファッションときけば一体何を連想するだろうか？それはおそらく、白のワンピースや色鮮やかなマキシ丈のスカート、そして少し露出度の高い服などだろう。実際にファッション雑誌のリゾートファッションの記事ではそのような服が多くみられる。

リゾートファッションには漠然としたイメージがある。しかし、本当はリゾートファッションというものは定義しにくい。リゾートファッションというカテゴリーで様々な系統の服が紹介されているのだ。

本稿では、現在のリゾートファッションの多様さとリゾートファッションが果たす機能について考察し、リゾートファッションをリゾートファッションたらしめているものは何かを明らかにしたい。

雑誌に見るリゾートファッション

まずは具体的に、現在のリゾートファッションがいかに多様であるかをいろいろな雑誌をみて分析していきたい。どのような服がどのような紹介をなされているかについて、以下いくつかの雑誌から引用しよう。

まず、リゾートファッションといえばワンピースが多く紹介されている。どのようなワンピースがリゾートファッションとして紹介されているかをみていきたい。

(1)ワンピース

①胸下切り替えのエンパイアワンピース 15 種類（ドット柄・紺色のフリル・ミントカラー背中V開き・ピンク色・カーキのモノロー型・シルクサテン&リーフ柄・青色ミニ丈・モノトーン柄・コルセット風コンシヤス

ライン・バイカラー青色×ミント・黄色ドット柄・レトロな花柄・ジオメ柄・パフスリーブ白色・シフォン素材ドット柄) …「バカンスにぴったりの華やかさ、胸下切り替えてスタイルキープ!」「海外旅行にはシワにならないエンパイアワンピースを買い足し!」(『JJ』2007年8月号、pp. 58-59)

②白のマキシ丈ワンピース…「青空と真っ白なマキシワンピース リゾート気分も自然とアップ♥」(『JJ』2011年4月号、p. 132)

③肩出しマキシ丈ワンピース…「大人気のマキシワンピースはトレンド小物で大人っぽく」「リゾートはもちろんデイリーでも大活躍のマキシワンピースは、夏の日差しに映える華やかピンクが一番人気!」(『JJ』2011年7月号、p. 162、右写真)

④花柄ワンピース (羽織:ダンガリーシャツ) …「女の子らしさいっぱい的小花柄ミニワンピースは、ダンガリーシャツでカジュアルダウン。レトロな雰囲気が新鮮なリゾートスタイルが完成します!」

(『JJ』③と同じ号 p. 164)

⑤ブラッドオレンジ肩出しワンピース…「太陽をたっぷり浴びたようなブラッドオレンジが主役」(『MORE』2007年6月号、pp. 134-135)

⑥ペイズリー柄キャミソールワンピース…「ゆったりしたロングドレスで上質なリラックス感を」(『MORE』⑤と同じ号、p. 187)

⑦ホットピンクに黄色の模様のタイトなシルエットのジャージーワンピース…「リゾートならではの大胆柄を選びたい」「鮮やかな配色と大胆な柄が、ハワイの開放的な気分ぴったり。これ一枚で、ディナーやパーティーにも対応できる艶やかなデザイン。ジャージー素材はシワにならない利点も。」(『婦人画報』2008年1月号、p. 208)

⑧デコルテ見せ黒ワンピース…「肌見せのバランスもヘアスタイルも、日常より少し大胆に装うのがリゾートで際立つポイント。色味をおさえれば上品にまとまる。」(『婦人画報』2010年1月号、p. 188)



このように多くの種類のワンピースが紹介されている。形も素材も多種

多様である。共通点としては、露出度が高く、素材は違うもののヒラヒラした見た目、つやがあり光沢を感じる見た目があげられるが、形や色は様々であり、ここから何らかのリゾートファッションの定義を行うのは非常に困難だ。

これはワンピース以外でリゾートファッションとして紹介されているものも同様である。

(2)ワンピース以外

⑨刺繍入り水色ノースリーブチュニック・ショートパンツ…「フェミニンな花モチーフには白を合わせて涼しげリゾート仕様」(『JJ』②と同じ号、p. 132)

⑩ツイードトップス・A ラインスカート…「旅先でもたまにはきちんと感を クラシカルスタイルでゆったり♪」「上品な印象のツイードトップスは、かしまった場所に着て行っても浮きません。光沢感のある A ラインのスカートと合わせてリッチ感をアップさせて。」(『JJ』②と同じ号、p. 132)

⑪白のコットンマキシロンパース…「真夏におすすめの白コットンスタイル。ロンパースならカブリ知らずだし、おしゃれ感をアピールできます！」(『JJ』③と同じ号、p. 163)

⑫レースとシフォンのトップスとバギーデニム…「あえてバギーでカジュアルにしたいリゾートでは、ラブリーなトップスでまわりと差をつけて」(『JJ』③と同じ号、p. 164)

⑬小花柄チュニック…「カラフルチュニックで街中でも可愛らしさ重視！」(『MORE』⑤と同じ号、p. 186)

⑭ニコちゃんマーク入り T シャツ・カラフルボーダータンクトップ・黄色のショートパンツ…「カラフル&ポップなアイテムで元気いっぱい！」(『MORE』⑤と同じ号、pp. 186-187)

⑮白のハーフ丈パンツ…「大人のスポーティーな装いを楽しめる」『婦人画報』⑦と同じ号、p. 209)

以上のようにワンピース以外にもカジュアルなもの、フェミニンなもの、クラシカルなものなど様々で、ある特定のスタイルがリゾートファッションであるなどの定義は困難のである。

リゾートファッションの実体

以上にみてきたように、現在のリゾートファッションというカテゴリー

に属するファッションは多種多様であった。われわれはリゾートファッションという、先に言ったような「露出度が高い」などのイメージを思い浮かべることが可能であるが、しかし実際の記事を見てみるとどのような



種類のファッションでもリゾートファッションと紹介されることが可能なのだ。では一体何がある服をリゾートファッションたらしめるのだろうか。

例えば、リゾートファッションのワンピースの例として紹介した④の花柄ワンピース(写真左側)であるが、その背景が街のオシャレなカフェであり、コメントが「オシャレな街カフェスタイル」などなら、その服を我々

は「街カフェスタイル」と思いこすすれ、決してリゾートファッションを連想することはないのではないか。また⑩はツイードのジャケット(写真右側)を羽織っていてフォーマルな印象である。もし背景がパーティーの様子に変えられて、コメントでも「フォーマル」と言われていれば、それはリゾートファッションではなくフォーマルな場のための服として認識されるだろう。

すなわち、雑誌の中で、われわれがその服がリゾートファッションであると思ひ込み、また納得するのは服そのものに要因があるのではない。むしろわれわれは、その服が紹介されている文脈を読むことで、それをリゾートファッションであると認識するのではないだろうか。リゾートファッションの記事や特集の背景は、ハワイやグアムなどの南国リゾートを連想させるビーチや、カフェ、またはヤシの木や青々とした植物がある青空の下など、「リゾート」ときいてイメージするものがほとんどだ。そして、そうした背景の中で提示される服のコメントにはその服がリゾートに欠かせない理由、リゾートに最適である理由がさまざまに書かれている。先に書いたように、それは街着にも、フォーマルにも使い得るものであることもあって、それらの説明に実は必然性はない。しかし、われわれはそうした

文脈におかれた服を眺めると、それを「リゾートらしい服だ」と認識するのではないだろうか。さらには、その雑誌が「リゾートファッション特集」と謳っていること自体も、われわれの認識をそちらに導くこととなるだろう。

このように、リゾートファッションとは、決して服そのものの形式で定義できるものではなく、むしろそれが置かれた文脈によって構成されるものであるということができよう。その意味でリゾートファッションとは、どのような服でもリゾートファッションになり得る垣根の低いカテゴリーのである。

リゾートファッションのイメージの形成

しかしながら、そうした垣根の低いファッションは他にも多数存在する。たとえばこのような例を見てみよう。『JJ』2007年8月号「ドライブにデート服」の記事がある (pp. 46-49、右下写真)。この記事ではきれいでもかわいいトップスを着ることが「ドライブデート服」のポイントとして書かれている。理由はドライブデートで隣に座っていたら自然と上半身に目がいくからとされ、様々なチュニックが紹介されている。しかし、もちろん「ドライブ」とチュニックが結びつく必然性はない。その意味でこれもまた「リゾートファッション」と同じ構造を持っている。しかし、「ドライブデート服」と聞いてイメージが湧くだろうか。ドライブデートの風景やそれに関する記事は雑誌を読んでいて全く見かけないわけではないものの、毎年必ず大きく取り上げられる話題ではなく、われわれにはそれがどのようなものかよくわからないといえる。

だが、先にも少しふれたが、「リゾートファッション」と聞いて、われわれはある一定のイメージを思い浮かべることが可能である。例えば、露出度が高めであることや、ヒラヒラした風になびきそうな軽い素材などである。これは「ドライブデート服」とは大きく異なる点である。

このイメージはいかにして形成されたのだろうか。それは、日本にリゾートという言葉が広がりリゾートが多くの



人々の興味の対象であり続けた結果、リゾートのための服も消費の対象となり長く注目される中でイメージがぼんやりと形成されたと考えられる。南国の暑さ対策やリゾートならではの開放感という面から風通しの良い素材や露出度の高めの服がリゾートファッションとして広がり、その名残が現在の我々のリゾートファッションのイメージに結びついている。

おそらく、リゾートが現在のように身近ではなかった時代にまで遡ってゆくと、日常の仕事着や街着とリゾートできる服が明確に異なった時代もあったのであろう。しかし、リゾートが身近なものとなり、またそこで着られていたものが街着にもなるなどの変化を経て、リゾートファッションの垣根は低くなり、多様なファッションがリゾートファッションとも語られるようになったのではないか。それは、都市化とともに、日常が「ハレ」化してきた戦後の歴史と重なり合うものであろう。

リゾートファッションにイメージはあっても服そのものに定義がないのは、このように、リゾートファッションというカテゴリーが長く存在し続けることによって変化し、蓄積されてきた結果なのである。

リゾートファッションの機能

ではこうして形成されたイメージはどのような強さを持つのだろうか。リゾートファッションの記事を読んでいるとリゾートファッションを身に纏うことで普段の生活空間をリゾートのような非日常に演出することを目指しているものがみられる。例えば、『ハーバース・バザー』2004年6月号では「都会でリゾート」というタイトルでリゾートファッションの記事がくまれている。しかし、すでに述べたように、リゾートファッションは服そのものに定義がないので、空間にリゾートの要素があることが服をリゾートファッション「らしく」みせるのに必要なのである。紹介した記事も、やはりそれはのせられた文脈によってそのように見えるのであって、実際リゾートファッションと紹介された服を着て、都会の真ん中で立っていても周囲からはその空間がリゾートであるようには認識されない。リゾートファッションを着ている本人が非日常を演出した気持ちでいても何も知らない他人からみればそれはその人の普段着に過ぎず、その空間はいつもの空間となんの変りもないのだ。だがそれは逆に言えば、われわれの日常空間が、すでに「ハレ」の空間と化していることの証左なのかもしれない。

とするならば、むしろ「リゾートファッション」とは、すでにリゾート

という空間を超え、街にまで進出しているといえるのかもしれない。たとえば、学生の制服やサラリーマンのスーツのような、着ていると何か明確なイメージを形成する服と異なり、明確なイメージが結びにくいゆえに、リゾートファッションは日常生活にまで進出することも可能なのである。

おわりに

現在のリゾートファッションは、リゾートファッションというカテゴリー、すなわち枠組みだけを有しており、枠組みの中にながが入るのかは極めて自由なのである。それでもリゾートファッションがリゾートファッション「らしく」みえるのは、そう見えるような文脈で演出されて紹介されるからである。リゾートファッションは空間を演出するのではなく空間のもつイメージによって演出されている。単なる「服」はリゾートファッションと命名されることによりリゾートファッションとして演出されリゾートファッションになるのであるが、そうしたファッションはその垣根の低さゆえに「ハレ」の空間となってゆく日常空間にまで進出してゆくことが可能なのである。

私はオシャレやファッションが好きなので、空間とリゾートファッションを結びつけて考えてみました。正直思った以上に大変でした。リゾートファッションに関する先行研究が全くと言っていいほど見つからなかったとき（私のリサーチ力が乏しすぎるせいかもしれませんが）は、焦りを感じると同時に驚きました。リゾートファッションを研究する人ってあんまりいないんだな、と思って私がこの論文で少しでも何か発見できればうれしいな、と考えていました。

主に、一次資料を基に調べていくことにしたのですが、資料集めは色々な意味でいい経験になりました。国立国会図書館に足を運んでは、雑誌のバックナンバーをひたすら検索したのも今では少し懐かしいです。少し前のファッション雑誌を見てみると、流行のもたらす影響は大きいなと感じてしみじみしたりもしました。

自分の関心のあることをベースに研究（研究と呼べるほど立派に仕上がったか不安ですが）できたので、楽しかったのですが、もっと練り込んで考えることが大切だと気づき、今回は反省点が多いです。お世話になった方には、本当に感謝の言葉しかありません。この経験を活かしてこれからの大学での学びをより深めていきたいです。

若園侑里香

付録 2013 年度「身体文化学演習」の記録

シラバス

講義コード:2073590/**開設科目名:**身体文化学演習/**担当教員:**鈴木康史/**単位数:**2/**対象学生:**2 年生以上/**開講期・曜日・時限・教室:**後期 火曜日 5・6 時限 F501

授業の概要:身近なテーマをいかに「研究/卒業論文」へとつなげるのか? そのためには何をどのように調べ、どのように考え、どのように表現せねばならないのか? こうしたことを実際に経験してゆくことがこの授業の目標である。最終的には、各自のテーマでミニ論文を作成し、それを一冊の報告書として冊子化する。特に他の授業では手薄になる、表現すること、書くことを重視したい。

本年度の共通テーマは

「観光・旅行・冒険～“未知なる世界との遭遇”の文化学」

である。この共通テーマのもとに、各自が自由にテーマを設定し、資料収集、分析、討論、論文作成、冊子作成を行ってゆく。

内容的にまとまりのある報告書とするために、全体での討論なども交え、また、各自のテーマについては個別指導も行う予定である。

また、筆者が主宰する「冒険・探検研究会」ともコラボを行い、講演会や研究会なども計画している。

なお、初回の授業は必ず出席すること。欠席の場合には連絡をしてほしい。

学習・教育目標: 各自でテーマを立てて調査報告し(問題発見～解決能力)、ディスカッションを行い(コミュニケーション・スキル)、各自でミニ論文を作成する(論文作成能力)。最終的にはそれを報告書という形で冊子化する。企画編集作業も行うこととなるだろう。総合的な能力を身につける機会を提供したいが、特に表現する能力の育成は重視したい。

授業計画: 共通テーマは「文化としての冒険・観光・旅行～“未知なる世界との遭遇”の文化学」である。

授業は以下のような流れである。

- ① オリエンテーション
- ② 全体討論 各自のテーマのヒアリングと報告書の全体像の模索
- ③ 全体テーマの絞り込みと各自のテーマの決定
- ④ 資料収集
- ⑤ 先行研究の探索と読解
- ⑥ 各自のテーマについての報告と討議(グループで)
- ⑦ ミニ論文作成
- ⑧ 報告書の作成(編集作業)

各自がテーマをいかに見つけ、それをどう研究につなげてゆくのか、また具体的なテーマ展開など、様々な面での、個別指導を行う。特に書くことについては、添削などを行いたい。

10月1日 第1回

初回はオリエンテーション。今年は15-6人の出席でまあこんなもんかなというところ。学科、コースを超えた参加もあったのはうれしいことだ。授業の趣旨を説明。論文書いてもらうこと、頑張ってもらおうから、大変だということ。昨年度の「奈良女×文化2012」を配布して、今年のテーマ「観光・旅行・冒険～“未知なる世界との遭遇”の文化学」趣旨

説明と、来週までにやりたいことを考えてくるよう指示。フェイスブックにアルバムを作
って、授業のメモや板書を毎回記録することにした。ほぼすべての授業で記録されている
ので、興味のある方は鈴木康史のフェイスブック <https://www.facebook.com/suzuki.koshi>
をご覧ください。

10月8日 第2回 資料編参照⇒【資料①】学生による授業記録

この週で人数確定、14人。この日はそれぞれのテーマをとりあえず出してもらうことに。
非常に活発にいろいろ話してもらえたので、ホワイトボードが満杯に。「ネコの集会、どう
よ??」とか謎の話題も。そっちは言いたいこと言えればいけど、こっちはまとめるの大
変なんやで…。いや、面白くていいんですが。

皆のやりたいことを聞いて「自己と他者」「主観・情動と客観」「聖/俗」あたりが分析枠
組みになるんじゃないかな、なんてまとめた。「聖/俗」は重要でした。この日にアドレス
をもらって、メールでインフォを送る体制をとる。次回はグループ分け。

10月15日 第3回 資料編参照⇒【資料②】学生による授業記録

みんなのやりたいことを再度聞いて3つに班分けを行う。最終形とかなり違っており、
実際の本の章立てと比べてもらうと興味深いと思う。

- ①観光・旅行班 岡田、田村、坂尻、松本、若園、
- ②空間移動班（空間移動、空間表象、空間の意味論） 隈、高島、田島、日和佐、有高
- ③歴史班（歴史的な空間と移動、空間表象） 土井、濱本、黒瀬、田中

話を聞いてコメントつけながら、時間ない中で、聖俗と穢れ、エンコードとデコード、
網野善彦、ポール・ギルロイ、あたりの話をしたらしいが覚えていません。次週までに先
行研究を探すよう指示。

10月22日 第4回 資料編参照⇒【資料③】観光・旅行班の記録

グループで議論。昨年同様の前後半形式の授業で、後半に話を聞く。FBには「まだ思い
つきをいろいろしゃべっている段階ですね。つまりは全部が仮説。横で聞いていると、い
けそうな話、無理筋、すでに誰かに言われている話・・・いまだ玉石混交。これら仮説の
中から筋脈を見つけ出し、それを論証するのが今後の作業です。」とメモ。

この日の後半のホワイトボードを再現すると

観光・旅行班

松本 テーマパーク（ハウステンボス、パルケエスパーニャ）

若園 ハワイ ーリゾートファッション

坂尻 カメラ女子のルーツ

空間移動班（移動の楽しみ班?）

隈 ブルーグラス 移動、フェス

日和佐 コスプレ

高島 夏フェス

田島 一人・多数の移動の楽しみ

有高 バックパッカー、水曜どうでしょう

歴史班

黒瀬 悲田院

土井 芝居町、祝祭空間

濱本 サム・クックの移動



空間移動班

とまあこんな感じ。で、それぞれの班についてまとめないといけないので、旅行・観光班には「記号消費」、空間移動班には「非日常」、歴史班には「聖俗」「マイノリティ」「アジュール」あたりがカギになるんじゃない、ととりあえずのアドバイス。



観光・旅行班



歴史班

10月29日 第5回 資料編参照⇒【資料④】歴史班の記録

グループで90分使って議論。最後に、現時点での仮説を次週までに書くという宿題を。「当初テーマ+調査・研究→何か書けそう(オリジナルか)＝仮説」と謎の式をホワイトボードに書いているが、これは、やりたいことはそのままでは生のままで、それをちゃんと料理しないとオリジナルな仮説にはならないよ、ということをやったんだろう。テーマについて考えているだけでは研究にはなりません。ちゃんと調べないとね。いつもの話です。

11月9日 番外編

国会図書館関西館へ学生たちを引き連れてゆく。今年は4人。もう少し一次資料探索をして、「資料が見つかりません…(泣)」となってからの方が良かったのだが、土曜がここしか空いてなかったので仕方なくここで。向こうで研究室を借りることができるを知って、借りてみたらとても良かった。



11月12日 第6回

全体で授業。皆の仮説にコメント。思った以上にみんないろいろ書いてきていた。この日は記録を頼むのを忘れた。

11月19日 第7回 資料編参照⇒【資料⑤】空間移動班の記録

グループ討論。次週は先行研究をきちんと読んで各班で発表、という課題を出す。

11月26日 第8回

グループ討論。この日は先行研究の報告。先行研究を「使う」ということについて話す。資料にせよ、先行研究にせよ、自分の議論に「使えるかどうか」という基準で読まねばならない、ということ話す。一字一句すべてを吟味することも大事だけど、特にこの授業のような研究では「使えない」と判断することも時には重要。それは何が「使える」のかわかってないといけないしね。いやもちろん、捨てたものの中に宝が眠っていることもあるんですが・・・

12月3日 第9回

班をシャッフルして、グループ討論。新鮮ではあったのかもしれないが、けど、聞いて回るとあまり実りがなさそうだったので、そろそろもう個人の時間、授業はいらんなあ、となってきた。FBには「考えてみると、本気で各自のテーマをきちんと研究させるには、週一回90分という枠組みが一番の問題なのかもしれぬ。」などと書いている。で、個別に相談に来るように、この辺りから何度も言い始めるが、なかなか来ないなあ...

12月10日 第10回

自習日。次週とその次で中間の報告をしてもらうことに。

12月17日 第11回

中間報告前半。まあみんな何とかなりそう、と楽観したのはあまり良くなかった？

この日には「はじめに—おわりに」構造の話をしている。論文って何？って話です。これも定番。冬休みには、「はじめに」を書いてこねばならないというわけで。



以下①②は「奈良女×文化2012」からの抜粋。

- ① 学術論文の構造 「はじめに」「おわりに」構造、注がある
- ② 「はじめに」の重要性 (いくつかの論文の「はじめに」を配布)
 - (1) そこでその論文が何を語ろうとしているのかを示すもの (つかみ)
 - (2) なぜこのネタなのか、どのような視点/方法なのかを語る
 - (3) 執筆中は自分が何を書こうとしているのかの整理にもなる(重要)
とりあえず「はじめに」を書いてみる
→何を書こうとしているのかが見える=仮説が立つ
→実際に書きはじめると不都合が出てくる
→「はじめに」に戻って書き直す=頭の整理をし直す
→これを繰り返す

12月24日 第12回

中間報告後半。出席率低っ！！クリスマスなの？帰省なの？

1月7日 第13回

誕生日サプライズ、は置いておいて、この日は全員の「はじめに」を印刷して全員に配布。参考になっただろうか？FBに「まあまあ良くできていたので、本格的に執筆に向けて考え始めてください、ということ話す。1月中に、みんな一度は行き詰って相談に来てください、とアナウンス。」と書いているが、この行き詰って、とか言ってしまったのがあかんかったのか、みんな相談に来なかったのよねえ・・・「行き詰らないうちに行ってはいけないんだ」とか思ってたんちゃうか？わからんけど。何でもいいからとにかく来なさい、って言わんといかんみたいです。そのあとは撮影会。



1月21日 第14回・1月28日 第15回

休講、というか相談日。この日も含めて1月に誰も来ない…。から2月が大変に

2月4日 第16回 資料編参照⇒【資料⑥】配布プリント「仮題目集」

授業としては最終回。全員の仮題目にタグ付けして章立てを考える。その後、今後の予定確認。編集委員を募集。

その後

2月は去年と同じく添削三昧、去年以上に大変でしたが、とりあえず、全員が論文を出すことができました。

すべて終わって、正直な今の気持ち。「もっと何か面白いこと考えてる気がするんだけど、言葉になってないよなあ。けどそれを、どう引き出してやったらいいのかわからんなあ」「もっと行けたんちゃうん??」

去年のゼミ生が卒論後にこんなことを言っていた。「先生は、自分が考えていても形にできないものを形にしてくれる人だ」。なるほど言い得て妙。確かに、ぼくは、形にする方法として、資料調査の方法から「はじめに」の話までをしているつもり。なんだけど、今年感じたのは、さらに「その先」が必要やなこと。

去年はここに「個別指導するしかない」なんて偉そうに書いているけど、その通り、卒論のように個別で徹底的にやれば、「その先」まで持っていけるのは当たり前で、それを学生たち自身でできるようにするにはどうしたらいいんだろうかと・・・

一つのテーマについて、例証して概念設定して論理を積み上げて一つの結論に向かう長い文章を書くこと、は難しいんだなあ。書く方も、教える方もね。

まあとりあえず、みなさんお疲れ。満足している人もしていない人も、卒論が待ってますから、そこですべてを吐き出せるように、頑張ってください。 鈴木康史

授業記録 資料編

以下は、私が配布したプリントと、学生たちの授業記録です。

文章を書き終えてしまうと、人は端から自分がそのようなことを考えていたと思ひ込みがちです。学生たちには、これを見直して、自分がはじめは何を考えていたのかを思い出してほしいと思っています。それは彼女たちが自らの成長をたどることになると思うからです。

【資料①】10月8日 第2回 学生による授業記録

今日の授業【それぞれのテーマを出し合う】

- ・編集会議、企画会議のようなもの、章立てを決めるかんじ。先生が編集長。
- ・関係していなくてもいいから自分の興味のあること、気になることに関して意見を出し合う。

<各々考えているテーマ、気になること>

隈：・空間と時間、移動は“移動”か？→移動する楽しみ？

濱本：・黒人奴隷の移動（アフリカ大陸からアメリカ大陸へ）

土井：・歌舞伎における舞台空間、日本と西洋の比較

有高：・空想→コスプレ（現実逃避？）

- ・移動する目的の違い

┌	「水曜どうでしょう？」→移動重視
	一般的な旅番組→目的地重視

坂尻：・ネット空間と現実空間における「友達」の位置づけ→「場所→関係性/自己」の構築、場所が人格を変える

- ・写真をネット上にアップするということ

若園：・ファッションと場所（TPO）

┌	ハワイでの白ワンピース
	バックパッカーのTシャツ、ジーンズ

- ・恋愛と空間、2人きり⇔大勢、距離感、遠距離

日和佐：・ネコの集会、どうよ？

- ・Twitter（SNS）の動物写真
- ・仮装、コスプレとTPO（場所と空間）、許される場所とそうでない場所

松本：・観光地における土産産業（ご当地マスコットとか）、伝統産業の関係性

- ・日本における疑似ヨーロッパー編集長推し！
- ・日本人の海外「行ったった感」と海外の旅行客の旅行の位置づけ
- ・ハネムーンの歴史
- ・修学旅行の変遷

黒瀬：・映画「愛のむきだし」における「移動」

- ・日本のジプシー（漂流民）、サンカ（もののけ姫のサン）

田島：・写真→空間を切り取る

- ・移動する楽しみ、高速化する移動手段
- ・社会空間における人の移動、空間と人のしるし（人の死、卒業）

高島：・空間移動と音楽（移動する楽しみ）

- ・ライブ空間における音楽、ライブで踊るという表現
- ・TPOにあわせた人の行為、規範

田中：・修学旅行

- ・宗教と場所、聖地、出会い
- ・引っ越し
- ・観光と商業（場所があるからなのか、観光地を作り上げるのか）

田村：・精神の中での空間移動（コスプレ、ゴスロリ）、装うことによる別世界化

※KJ法によりつながりを見つける→グループ化（のちに章立てとなる）

その後の話し合いより

- ・ネット空間における写真と場所、カメラ女子（一眼レフ）

Facebook、TwitterなどのSNSの存在

そこにおける様々な関係性、そこにおける自己

〇〇女子→観光と関係している??（山ガール、森ガール、カメラ女子）

- ・食と空間と他者（ピクニック、レストラン、日常の食卓）、空間によって変わる味覚
- ・昔と現在における「移動」のもつ意味



☆自己意識と他者の存在、他者との関係（自己をどう見せたいか／見られたいか）

→SNS関連

☆自己、主観、主体

→移動する楽しみ、移動する目的

☆主観（情動）と客観、聖／俗も絡む？

→スピリチュアル班？

来週までの課題

・今日の授業を受けて、それぞれのテーマについて具体的な内容も含めてもう一度考え直してくる

- ・調査の可能性についても調べてくる。

（調べられそうか、できなさそうか。情報量があるかどうか、など。）

→つながりが見えてくる→テーマの決定

※メーリングリストを作り、身体文化学演習インフォメーションとして毎回の授業のまとめや翌週の授業の予告などを流し、受講者間の情報共有を図る。

【資料②】10月15日 第3回 学生による授業記録(抜粋)

〈今日の授業のねらい〉

再度、各々が考えているテーマを発表してもらってグループ分けをする。

〈各々が考えているテーマ〉

*田村…観光地の生成(=観光地までの道のり、周辺の建物) (近年の観光地に焦点を当てて)

*岡田…珍しいものを見るだけではない、特別な観光スタイル

(Ex. 女子旅、聖地巡礼、御朱印巡り)

*高島…移動する楽しみ(夏フェス、音楽) 自己と他者の関係性

*田島… ネット空間における自己と他者

Twitter と Facebook に写真を載せるときの各々における感覚の違い

・移動する楽しみ、移動によって物語が生まれる

一人で音楽を聴きながらの旅⇔他者と共にする旅

旅から生まれる旅、生まれる物語の差

*黒瀬…移動する民、共同体の民(サンカ、差別)=聖性、越境

・物語と越境(非日常世界だからこそできる経験)

*松本…疑似ヨーロッパ(主観/客観、社会における問題)

*若園…リゾートファッションとSNS 投稿による自己表現

→非日常的な服装[「自分が着たい」から選んだ服装⇔「着なければならぬ」服装(卒業式など)]

*日和佐…空間と服装の関係性(コスプレ) TPO

*坂尻…カメラ女子(本人の表現/他者から見られるものとして)

*濱本…黒人の移動(1. 欧米人による移動 2. 南部から北部への移動 3. 南部から西海岸への移動)、
黒人の移動の意味

*土井…歌舞伎の舞台空間

・芝居町が河原(葬礼の場所)で発展したことから、葬礼と芸能との関係、芸能の始源、
聖と俗

*隈…フェス(ブルーグラス移動)

・シニア世代の旅

〈グループ分け〉

① 旅行・観光班

岡田、田村、坂尻、松本、若園

② 空間移動班 (空間移動と空間表象、空間の意味論)

隈、高島、田島、日和佐

③ 歴史班（歴史的な空間と移動(と空間表象)

土井、濱本、黒瀬

〈来週までの課題〉

先行研究を探して読んでおく。(少なくとも1本は必ず読む！)

→来週の授業で、読んだ先行研究の内容や発見したことをグループ内で発表・議論する。

☆先行研究の見つけ方

1. 図書館のホームページから CiNii のページに行き、キーワードを入力して検索する。
(*直接リンクしてネット上で読める論文は質が低いことがあるので注意しましょう!!)
2. 図書館で探して読む。
3. 奈良女に無ければ、相互貸借や文献複写依頼を利用する。

◎国立国会図書館にも行ってみましょう。(近日、皆で行く予定?)

◎研究論文とは…「注」がついているもの。

→「注」がたくさん付いている論文は、しっかりとした資料に基づいて書かれている証拠。

→「注」を辿っていくと自分が欲しい資料に会える。

◎先行研究が見つからないときは早めに鈴木先生のところへ相談に行きましょう!!

【資料③】10月22日 第4回 観光・旅行班の記録

→「注」を辿っていくと自分が欲しい資料に会える。

松本 “テーマパーク” → ハウステンボスに焦点を当てる

「ハウステンボス」(栄えている)⇔「パルケ・エスパーニャ」(衰退している)⇔つぶれたテーマパーク

⇒対比して見えてくるものは?

若園 “リゾート” → ハワイに焦点を当てる

仮説: リゾートファッションは日本人向けのものである(特異点: 買い物旅行)

⇒ガイドブックのカタログ化や、日本人の「お土産文化」をヒントに調べていく。

とどのように絡めていくかは未定。

坂尻 カメラ女子のルーツをたどってみる

カメラ女子は2つのカテゴリに分かれる

①若い女性タイプ

- ・カメラをおもちゃ的に利用
- ・日常を演出的に撮影する
- ・特定少数へ見せる
- ・写真は消費するもの

②中高年男性タイプ

- ・機会としての価値も重要
- ・非日常をありのまま撮影する
- ・不特定多数へ見せる
- ・写真は保存するもの

カメラ女子は①の延長であるが、②の要素も一部取り入れている。

⇒ “女子” という。

【資料④】10月29日 第5回 歴史班の記録

黒瀬

現在も「悲田院」と名乗る施設—社会福祉法人 四天王寺福祉事業団

(1931年に設立。高齢者、障害者、保育などのための施設がある)

この施設は悲田院や聖徳太子の考えを強く意識して運営している。

◎悲田院の歴史を踏まえつつ、実際に現地へ行って直接施設のほうへインタビューする。(施設はどのようにして作られたのか、など現代の話を中心に。)

インタビューの内容をメインにして論文を書きたいと考えている。

濱本

ゴスペルとは大衆的なもので、讚美歌ありきの音楽

労働者階級のペンテコステ教会—自由な風潮／ゴスペル

↓ペンテコステ教会の力がどんどん大きくなり、のみこんでいく。

西洋の主流な教会／讚美歌

「黒人」と一言に言っても北部と南部ではルーツが違う。

白人・西洋人

音楽のジャンルが様々にあって、完璧に仕分けることはできない。

→視点が多数あり、また視点によって見方が変わって聖・俗にきれいに分けられないので、聖・俗の話ができるのか？人の聖俗移動？音楽の聖俗移動？

サム・クックの父は牧師であり、アフリカ系のキリスト教者であるから、

◎黒人教会についての論文を読んでみる。何か疑問点が見つからば…。

田中

土地が持つ聖なる力—聖パワースポット(観光スポット ex. マチュピチュ)

↑人々の移動

俗生活の場

- ・パワースポットはなぜ「聖なる力」を持っているのか？
- ・人々の移動には宗教・歴史が関係しているのか？

◎まずは関連する本を読んで、疑問点を見つけていきたい。

土井

服部幸雄『大いなる小屋』を読んで…

- ・橋にはアジールの性格がある。→世の中のはみ出し者が自然と集う。
- 自由にいろいろのことを発想し、オリジナリティ溢れるものは現存する日本文化の元となっているのではないか。
- ・河原＝葬礼の場＝ハレの空間 芸能＝祝祭空間＝ハレの空間
- 「ハレ」の部分の考えると、これらは「聖の空間」であるが、生産性の無い遊楽・歓楽の場を悪と見なす人々(彼らは「悪場所」と呼んだ)からすれば「俗な空間」になる。→聖俗の両方を持つ場であった。
- ・網野氏・芸能(河原で発展した歌舞伎)の場は、すべて無縁・公界の場ととらえて差し支えないと思う。
- ◎最初に立てた問いの答えが本に書かれてしまっているので、芝居町という大きな枠組みで見ていくのではなく、「舞台と観客のそれぞれの空間」「舞台設計」といった芝居小屋の中、小さい枠で見ていこうかと検討中。

【資料⑤】11月19日 第7回 空間移動班の記録

《個人の調査状況報告》

- ・隈：ブルーグラスの雑誌を見ていく
フェスを作っている側の人にインタビューする予定
 - ・日本ブルーグラスがどのように生まれて続いてきたか(歴史)
 - ・ロックフェスに対しての(一方的かもしれない)考え、関係性本を読んでロックフェスとの違いを明確にする
- ・高：猿岩石、ブログ旅の本、旅番組・バラエティ番組の変容等、今ある資料を読んで固めている。
『水曜どうでしょう』の模倣動画の作成者にインタビュー
→メディア論につながるかも。“やらせ”リアルとリアリティ
- ・田島：青春18切符の雑誌・新聞記事を読んでいる
歴史、利用者の変化
利用者はシニア世代が増えている(“旅情”がキーワードかもしれない)
- ・高島：ロックフェスの中でも違いがある(山中・都市)
フェスの枠組み(歴史・商業化)
音楽の分析→場所と音楽
- ・日和佐：インタビューをする予定
先行研究で言われていることを押し付けないように自由に語ってもらう

《意見の共有》

- ・趣味の社会学
- ・同じ趣味の人が集まるっておもしろい
- ・“メディアイベント”例：甲子園野球

《次回に向けて》

各自渡された文献をまとめる。その際、自分だけでなく他の人のテーマにも通ずる部分があるはずなので、わかりやすく説明する。

【資料⑥】2月4日 第16回 配布プリント「仮題目集」

身体文化学演習

仮題目集

2014/02/04

すずきこうし

【 】はタグです。複数つけてます。タグが同じ人を組み合わせると一つの章ができるかな、と

隈理紗 フェスの形態に表れたブルーグラスの音楽性【フェス・音楽・場所/空間】

高島千紗都 フェス空間の相違 ～フジロックフェスティバル、サマーソニック、京都大作戦
例に～【フェス・音楽・場所/空間】

濱本結 音楽の“移動” —ジャズ・メッセンジャーズの来日をもたらしたものは何か—【文化・
音楽・歴史】

土井七海 歌舞伎の発展と芝居町の関係性【文化・場所/空間・聖俗・歴史】

黒瀬那智 社会福祉における「支え合い」のかたち —児童養護施設の事例から—【地域・場所/
空間・聖俗・歴史】

松本頌子 生駒山上遊園地今昔物語～これからの遊園地の話をしよう【地域・文化・歴史】

日和佐芽衣 コスプレイヤーの本音【文化・ファッション・サブカル】

坂尻真理子 カメラ女子はどこに存在するのか ～「女子」が生み出す葛藤【文化・メディア・サ
ブカル・女子】

田中千尋 パワースポットブームに対する評価への一考察 —聖俗の二項対立をこえて—【聖
地・旅/観光・聖俗・女子】

岡田京子 聖地に生きる～アニメ聖地巡礼と地域住民～【聖地・地域・聖俗・サブカル】

有高和香奈 旅番組の分類【旅/観光・メディア】

田島千聖 18きっぷと旅の楽しみ【旅/観光】

田村磨美 「アジア」イメージと観光【旅/観光・外国イメージ】

若園侑里香 関係するリゾート像とリゾートファッション【ファッション・旅/観光・外国イメ
ージ・女子】

文字数の目安 昨年度の本の各ページは35×33=1155文字 本文+注で平均5-7ページぐらい

はじめの「はじめに」 一冬休みの宿題

ここに収録したのは、みなさんがはじめに書いた「はじめに」です。大きく変わっている人も、あまり変わっていない人もおられます。ぜひ読みなおして、当時何を考えていたのか、その後自分が何を発見して、何が変わって、そしてどのようにして今自分がここにいるのか、をぜひ知ってほしいなと思います。それは論文を書くことと同じぐらいに重要な勉強なのだろうと思っています。(鈴木康史)

田島千聖

産業革命で蒸気機関が発明されてから、人はさまざまな移動手段を発明してきた。人は速さを追い求めるようになり、機関車、蒸気船、自動車、新幹線、飛行機などが発明された。それらが作られるたびに世界は狭まり、現在私たちはなんとも気軽に数千キロも離れた国々へ旅行することができるようになってきている。そして今年 2014 年、日本ではリニア中央新幹線建設が始まるという。東京―大阪間を 67 分で結ぶと推測されているこの新交通システムに対して、期待を膨らませる国民も多いことだろう。移動の効率化が進展し、さらに移動が快適になるだろう、と。

しかし、このような効率化が推進される現在社会において、あえて移動の過程をゆっくり過ごすことに楽しみを見出す流れもあるのではないだろうか、と私は感じる。私も移動の過程を楽しく感じている一人である。車窓から見える風景を眺めるのは、まだ見ぬ街に対する好奇心(あるいは冒険心?)を駆り立てられるようで楽しい。また、電車でうたた寝をしたり、ゆっくりと好きな音楽を聞きながら本を読んだりして過ごすのも、充実した時間の使い方のように思えたりする。そこで私は「青春 18 きっぷ」という切符に注目した。「青春 18 きっぷ」とは 1982 年から発売され、一枚 11000 円で(普通電車のみではあるが、)全国の JR の路線を一人で五日間(または五人で一日)乗り放題できるという非常にリーズナブルな切符である。もともとは金銭的に余裕がない学生向けに発売されたのだが、調べていくうちに時代の流れの中で中高年層も多く利用するようになってきたことが分かった。高速化・効率化が推進される現代日本で、この切符が根強い人気を集めている理由は何なのか。時代の流れの中で、利用者の変容したのはなぜか。これらのことを考えながら、移動の楽しみ方がどのように変容していったのかを考えていきたい。

岡田京子 「アニメ聖地巡礼と地域住民の関係性」

観光の形態が多様化する今日、アニメ作品の舞台となった地域に作品のファンが訪れる「アニメ聖地巡礼」が盛んに行われている。「アニメ聖地巡礼」に関する新聞記事や先行研究を見ると、アニメ聖地巡礼とは地元の人が理解できないアニメ作品という価値観を外から持ち込む行為であるため、「巡礼者」が突然訪れた場合の地域住民の反応はネガティブなものが多いという。しかし、巡礼者が「地域住民に迷惑をかけてはならない」というルールを作り、そのように振る舞い、地域住民との直接的なコミュニケーションがなさ

れることで印象は改善され、地域住民とアニメファンが協力し合い、積極的にアニメに関する町おこしを行うようになると語られることが多い。

だが、実際にアニメの舞台になった地域住民の方々の声を聞いてみると、ツーリストのマナーよりも、自分の生活空間が「アニメの街」に変わることに対する嫌悪感を抱いている人が多いように感じた。

はたして、巡礼者のマナーの良さと直接的なコミュニケーションによって本当に地域住民の「アニメ聖地化」に対する印象は改善されるのであろうか。地域住民が抱いている「アニメ聖地巡礼」に対するネガティブな印象はもっと別の原因が存在するのではないだろうか。アニメ聖地巡礼と地域住民の関係性を、地域住民の方々の声や、アニメファン側の声をもとに明らかにしていきたい。

田村磨美 「日本における『アジア』イメージと観光」

「日本はアジアの国である」

こう言われてもっともなことではあるのだが、どこか釈然としない気持ちを抱える人も多いのではないだろうか。

日本は地理的に言えばアジアであるが、日本側の認識としては、自国を西洋とアジアの中間に位置づけているように思える。西洋を見る場合にはアジアからのまなざしを持つ一方、アジアを見る場合には西洋からのまなざしを持って見つめてきたと言えるだろう。今日でも、アジア観光のパンフレットやアジアを扱ったテレビCM等を見ると、そこに、西洋の側のまなざし、つまり、オリエンタリズムを認めることができる。そして、自らがアジアに位置するにも関わらず、メディアイメージによって作られた「アジア」を求めて他のアジア各国を旅する日本人は多い。

本稿では、日本における「アジア」とは何を指すのか、そしてこのような見方が成立した背景と、「アジア」イメージが観光に与える影響について、アジアの国で日本人の旅行先として人気の高い、タイ、ベトナムを取り上げ、その観光ガイドブックや旅行番組、旅行記などから考察したい。

田中千尋

パワースポットは「大地の気がみなぎる場所」とされており、2005年頃からメディアによって大きく世間の注目を集め、2013年の出雲大社・伊勢神宮の式年遷宮に伴い、再び脚光を浴びようになっている。様々なメディアの中でも、特に女性雑誌で大きく取り上げられていたりすることから「昨今のパワースポットブームといえば女性」というイメージが先行している。パワースポットのもつスピリチュアルな側面は古いや風水のように女性に好まれる傾向があるようだ。

パワースポットには、神話をもとにした出雲大社や伊勢神宮など伝統的な宗教性をはらむ場所が多い。しかし、日本人の半数以上の人が無信仰であるといわれるのにも関わらず、このように宗教的な信仰を纏う聖なる場所に「聖なる力が宿る」として、多くの観光客が訪れるこのパワースポットブームをどのように読み解くか。宗教がこれまで生み出してきた様々な事物が「観光の眼差し」にさらされ、消費の対象となっている。「聖の商品化」ともいえるだろう。

人々がパワースポットに足を運ぶとき、そのメンタリティはいかなるものか。パワースポットに赴くとき「大地のパワーを感じたい」「癒されたい」などとパワースポットのもつ元来の聖なる力を求める人がいる一方で、「恋愛運・結婚運を上げたいから」というような御利益を授かることを目当てとする人も少なくない。

また、参拝者を呼び込む側は、このようなブームをどのように感じているのか。参拝者が増えれば町おこしにもなり、金を落としていくその結果地域は潤うだろう。しかしこのような「聖の商品化」なる現状に対して万人が万人は認をしているのだろうか。

今回は、雑誌・学術論文のツーリズム論を引用しながら、現在のパワースポットブームへの考察を試みたい。

高島千紗都 「フェス空間論」

昨今では「フェス」という言葉に聞き覚えのある人も多いだろう。フェスとは大勢の観客と開放感のある広い会場で音楽を楽しむことのできる音楽イベントである。その多くが夏に開催されるため「夏フェス」と呼ばれ、フェスシーズンになると雑誌やインターネット上で特集されるほど人々の間で人気を博している。日本では1997年に開催されたFUJI ROCK FESTIVAL（フジロックフェスティバル）を皮切りに、2000年代にはSUMMER SONIC（サマーソニック）をはじめ、数多くのフェスが次々と開催された。そして現在この二つのロックフェスティバルは「アウトドア型のフジロック」、「都市型のサマーソニック」と対照的な性格を持ちつつも日本の二大洋楽・邦楽フェスティバルとされている。また同2000年代後半には京都大作戦という新たなフェスも開催されている。このフェスには地元に近いこともあり私自身足を運んだことがあるのだが、その中で実際に経験したフェス空間はアウトドア型にも都市型にもはまらない新たなフェス空間であった。

そこで本稿ではFUJI ROCK FESTIVALとSUMMER SONIC、京都大作戦という3つのロックフェスティバルを取り上げ、「フェス」というコンサートやライブとも異なる“非日常的”な音楽鑑賞空間を明らかにする。

隈理紗

本論の目的は、ブルーグラスにおけるフェスの形態と音楽の様式との結びつきを明らかにすることである。ブルーグラス・フェスにはブルーグラスの音楽の特色が強く表れているのではないかと、言い換えれば、フェスを観察することによって、ある一つの角度からではあるが、ブルーグラスの音楽の核心に触れることができるのではないかとというのが、筆者の考えである。

日本のブルーグラス・フェスは二つの意味でユニークである。一つは、ブルーグラスの生まれ故郷であるアメリカのブルーグラス・フェスと相違があるという意味であり、もう一つは、他のジャンルの音楽フェスには見られないブルーグラスならではのフェスのやり方があるという意味である。この二つのユニークさは、実は切り離して考えることができないのだが、本論では前述の目的に即し、主にロック・フェスとの比較という視座から日本のブルーグラス・フェスを考察したい。

宝塚ブルーグラス・フェスティバル（以下、宝塚フェス）は、日本のブル

ーグラス・フェスの中で最も歴史の長いものであり、1972年に初めて開催され、2013年には42回目の開催を迎えている。筆者はこの宝塚フェスの主催者に対してインタビューを行い、日米のブルーグラス・フェスの歴史をはじめ、ロック・フェスの在り方に対する意見やブルーグラスの将来に対する展望など、幅広い情報と見解を得た。ブルーグラスに関する研究や資料が充実しているとは言い難い今、このインタビューで語られたことを記録することもまた、本論の意義の一つであると考えている。

構成（仮）

1. はじめに
2. ブルーグラス・フェスの定義
3. フェスの形と音楽のかたち
 - (1) ジャムという楽しみ方
 - (2) 踊らずに聴くこと
4. 保守と革新の狭間で
5. まとめ

濱本結

——思考は白黒をつけようとするけれど、音楽は白や黒を溶かし込む。

“ブラック・ミュージック”という音楽がある。アメリカの黒人発祥の音楽であるブラック・ミュージックは、ブルース、ジャズ、ゴスペル、R&B、ソウル、ファンクなど、その音楽性は多岐にわたり、日本においても愛好者は多い。かくいう私もその1人だ。

毛利嘉孝によれば、日本人のブラック・ミュージックに対する態度には2通りあるという。ひとつは、ブラック・ミュージックに特別な思い入れがある人だ。彼らは過剰に思い入れがあり、黒人の音楽であれば何でも一定の評価をする、あるいはその音楽の「黒さ」によって音楽の質を評価する傾向がある。その一方でその「黒さ」ゆえに、明言はしないもののブラック・ミュージックにあまり興味を持たない人もいるという。彼らはブラック・ミュージックの「黒さ」が取り上げられると、「音楽には人種の差などないんだ」「黒さうぬんではない」と批判的になる。どちらにしても、音楽の「黒さ」が日本人がブラック・ミュージックの良し悪しを評価するに当たり重要であると考えられるが、では、ブラック・ミュージックにおける「黒さ」とは一体何なのであろうか。

音楽評論において、音楽の「黒さ」についてはこれまで多くの議論がなされている。例えば「黒さ」に対する考え方について、黒人にしか出せないものとする本質主義、「黒さ」とは社会的・政治的に観念化されたものであるという反本質主義、「黒さ」が社会的に構築されたことを認めたくらうので、なおそれにはあてはまらない黒人しかないものがあるとする反-反-本質主義というものだ。佐藤良明は冒頭の文章を用いて、反本質主義的立場から音楽には人々が考えるような観念としての「黒さ」というものは存在せず、人々が「黒い」と評価する音楽にはブルースをルーツにした音楽的要素があると述べている。

そこで私は、「黒さ」を生み出す要素として、「音楽性」と「視線」に注目した。「音楽性」とは音楽そのものがもつ特徴であり、ブラック・ミュージックにおいてはコード進行やリズム、コール&レスポンスを指す。「視線」とは人々がその音楽をどのように評価しているかということである。本稿では、これまで数多く議論されているブラック・ミュージックにおける「黒さ」の

正体について、アメリカで黒人による公民権運動が活発になった 1960 年代以降に、日本において人々の「視線」の変化によってどのように「音楽性」も変化していったのかを音楽雑誌等から検討していくことにする。そして、「音楽性」「視線」の変化による、ブラック・ミュージックの「黒さ」の変容をみていきたい。

黒瀬那智

社会福祉施設と言う言葉を聞いて、読者は何を思い浮かべるだろうか。

老人ホームや保育所などの施設はニュースの話題でもよく取り上げられるが、一口に社会福祉施設と言っても、その対象や施設の形態は多様である。厚生労働省のホームページでは、社会福祉施設について、「お年寄り、子どもや障害のある方々に福祉サービスを提供する施設」と表現されている。生活困窮者や婦人のための保護施設も社会福祉施設である。社会福祉施設は、生活するうえで何らかの困難・障害を抱える人たちに、施設という場を通してサービスを提供し、その人たちを支援する。たとえ生まれつきの病気や障害を抱えていなくても、私たちは生きてゆく中で、自分一人では解決できない事態に幾度も遭遇する。それらの問題が家族や友人といった身近な人間関係の中で解決できればよいが、時にはそれが難しい場合や、相談すべき人間関係が失われてしまっている場合がある。ライフステージの中で不可避免的に生じてくる事態もあれば、思いもかけない形で降りかかってくるものもある。人生は何が起るかわからず、また私たち人間は常により良い選択を選べない、弱い存在である。生じた結果の全てを本人の責任であるとして切り捨てるのではなく、必要に応じて国による保障があるべきであるし、民間でも支え合いの仕組みを作ってゆくことが重要だと言える。

一方で、社会福祉施設というものに対する批判は決して少ないわけではない。特に入所施設の場合、しばしばニュースなどで施設内での暴力や施設環境の悪さについて取り上げられる。これらの問題は施設が閉鎖的な空間であるために起こりやすいと言われる。家族や友人を施設に入れると言うことに躊躇いを覚える人も少なくないだろう。しかし、帰る家を持たなかったり一人で生活するのが困難な人びとにとって、施設という場の存在が大きな支えになっているという現実も見落とせない。今回の論文執筆にあたり、ある社会福祉法人に行き、養護老人ホーム及び児童養護施設を見学させてもらった。社会福祉法人は NPO 法人に比べて公的規制が強く、しばしば行政の下請け機関とも言われる。しかし今回その活動を見て、入所者が施設以外の場や人との関係、特に地域との関係を持つことが、施設の改善（「施設らしさ」の軽減）、そして何より入所者の安心感や居場所の確保につながるのではないかと感じた。その施設の社会福祉活動には地元のボランティアの人々が大きく貢献している。これからの社会福祉事業は、市民一人一人の力や民間団体の力を尊重し、協力することで多様なニーズに応えてゆけるのではないかと。そしてこのことは、社会福祉という領域に対する私たち市民の積極的で主体的な理解及び働きかけがますます重要になってくると言うことでもある。この論文を通して、私たちが福祉と福祉施設に対してどう向き合うべきかということも考えたい。

土井七海 「歌舞伎における芝居町の空間」

芝居を劇場へ観に行くときどのような気持ちで向かうだろうか。きっとこれから始まる芝居にわくわくしながら劇場へ向かうはずである。劇場へ入ってしばらくすると芝居が始まり、観終わると頭の中で芝居の内容をもう一度思い返して見たり感想をあれこれと考えたり、一緒にそれを観た人と語り合ったりして帰った経験は誰しもあるのではないだろうか。そこで一度思い返してみたいのだが、そのとき、劇場の建物そのものや劇場の周りの町並みに注目したことはあっただろうか。無い人も多だろうし、注目したことはあるが特に変わった点は無かったという人もいるだろう。しかし、劇場やその周辺の町並みが芝居に大いに関係していた時代が実は存在する。

今から年月を遡ること約 400 年前、歌舞伎が江戸は猿若町、大坂は道頓堀で発展し、歌舞伎を中心とした町は芝居町として大変賑わっていた。芝居町は吉原の遊郭と並ぶ二大悪所とされながらも庶民は歌舞伎を見るために芝居町へと出かけて行った。芝居町では芝居小屋を中心に櫓が立ったり大看板が掲げられたり提灯が灯ったりなど、町を構成しているものでハレの空間が作り出されていた。なぜ悪所とされる芝居町であるにも関わらずハレの空間が作り出されているのだろうか。そして、その空間にはそれぞれの時代の人々の歌舞伎に対する考えが反映されているのではないのだろうか。これらの疑問をテーマとして文献調査を中心に行って考察し、論じていきたい。

松本頌子

「遊園地」というものに、どのような印象をもっているだろうか。はじめに娯楽として「遊園地」が誕生して以来、様々な「遊園地」や「テーマパーク」が生まれては消えて行った。幼少期によくいったなじみの「遊園地」がなくなってしまった思い出を持つ人も多いのではないだろうか。娯楽産業は最も時代性が反映されやすく、それゆえに短命である。一大ブームを迎えた「遊園地」が娯楽の中心でなくなってしまったのは、人間の娯楽の核である<非日常性>を失ってしまったからではないか。その盛衰の中で「生駒山上遊園地」は大正 4 年に創設されて以来、生駒山の山上で様々な歴史をたどりながら今なお静かにそこに存在している。その特殊性や文化的な価値は言うまでもないだろう。

「遊園地」が<非日常性>を失ってしまったいま、「生駒山上遊園地」はどのような立ち位置で存在していけるのか。「生駒山上遊園地」の歴史を振り返りながら、これからの「遊園地」について論じて行こうと思う。

日和佐芽衣

現代の日本文化と言え、アニメや漫画を思いつくであろう。そしてその派生文化とも言えるコスプレも、衣装が手頃な価格で手に入れられたり、イベント時には街中で見かけたり、プリクラコーナーには衣装の貸し出しもしていたりすることもある程、最近ではメジャーな文化であるように思える。

このようなコスプレであるが、一方では「日常の役割からの脱却」「自己探求の手段」等と言われている。はたして、それは本当なのだろうか。コスプレをしている人たち(以下、コスプレイヤーと表現する)は実際にコスプレという行為を自己探求等の方法として認識しているのだろうか。

本稿では、これらの「日常の役割からの脱却」や「自己探求の手段」等といった表現が真実なのか、またコスプレについてどう考えているかなどを、あるコスプレイヤーの女性にインタビューすることによって明らかにしていく。

坂尻真理子

空間を切り取るツール「カメラ」が私達日本人の身近な存在になってどれ程の時間が過ぎたのだろうか。日本人はよくカメラ好きと言われるが、一般人がカメラを手にし始めたのは1970年代のことである。カラー写真が登場し、写真週刊誌やカメラ雑誌が発刊され、カメラマンだけの物であったカメラが、我が子を写したい母親やアイドルを写したい男子の欲を満たすようになった。その後使い捨てカメラやデジタルカメラがカメラの携帯化を推し進め、現在ではカメラ機能付きの携帯電話やスマートフォンがその役割を買って出ている。

軽量化・携帯化というカメラの革新は、写真をコミュニケーションのツールとして消費する女性にとって、大変魅力的であったに違いない。ここ10年でカメラを趣味と公言する若い女性が増加し、「カメラ=男の趣味」といった構図が崩れ始めている。彼女達は「カメラ女子」とカテゴリー化され、こぞ自分用の一眼レフカメラを購入し、街に繰り出しているのだ。

もちろん「カメラ女子」は写真を撮影し、それだけで満足するようなことはしない。撮影した写真をtwitterやFacebookにアップすることとこころまで「カメラ女子」としての重要な活動なのである。写真を見せ、「かわいい」「きれい」などと賞賛してもらって初めて彼女達の欲求は満たされるのである。

「カメラ女子」が盛り上がりを見せる一方で、「カメラ女子」の存在を疎ましく思う人もいる。それは元々カメラが好きだった人達、つまりカメラオタクと呼ばれる人々である。ファッションとしてカメラを楽しもうという「カメラ女子」に対して、カメラや写真を本当に愛し、一瞬をとらえようとする人々が男性はもちろん、女性の中にも存在するのである。

今回はこのファッションとしてカメラを楽しむ人々と、オタクとしてカメラの道を極める人との間にどのような葛藤があるのか調査し、述べていきたい。

若園侑里香

書店でハワイのガイドブックを手にとるとそこには、白のワンピース、色鮮やかなマキシ丈のワンピースやTシャツにショートパンツといったようなファッションの女子が海辺を散歩したり買い物を楽しんでいる写真が多く載せられている。いわゆるリゾートファッションというものに身をつつま南国の島を楽しむ女子の姿はリゾートにおいてテンプレートである。そしてSNSをひらけば、ガイドブックや雑誌に載っているモデルのように自身を演出し、その姿を写真におさめた女子たちの姿が見受けられる。リゾートに行った多くの女子が、リゾートファッションを纏い、サンセットを背景にしたり、雑誌に取り上げられている現地の有名スポットで写真を撮り、SNSに投稿する。そこでは、「彼女はリゾートに行ってきた。」ということが一目瞭然である。

本稿では数ある南国リゾート地の一例としてハワイに焦点をあて、ハワイに蓄積するイメージを分析し、そのイメージがリゾートファッションにどのような影響を与えているのか、そしてリゾートファッションに身をつつむ女子は何を求めているのかを自分なりに考察していきたい。

奈良女×文化 2012 今をめぐる 20 の報告

昨年度の論文集です。

<http://koshisuzuki.web.fc2.com/> (身体文化学・鈴木研究室 HP) でご覧いただけます。



目次

I 3.11 後に彼らが表現したもの

二つの「NO NUKES」に込められた思い

—震災によって奈良美智が見出したもの・那須千浩

園子温『希望の国』が描き出す「多数の声」と非当事者の不在・中家まどか

ロックミュージシャンと震災 — 彼らの発言に見る「志向」と世代差・林喜子

文学と震災 — 高橋源一郎『恋する原発』と言葉のカー・石野日香里

スタジオジブリの脱原発論と宮崎駿の脱イデオロギー論・中場愛

漫画が教えてくれる、今できること

— しりあがり寿の漫画を読んで「とりあえず前を見る」・小田優佳

II 3.11 後の日常空間を生きる人々

アニメによる人とのつながりの形成 — 聖地巡礼を通して・浜田優里

リアリティ 感覚の喪失が震災後にもたらしたもの・谷口ひとみ

日常生活という守るべきもの — 反原発デモに参加する人々の心性・嵯峨理紗

III 文化と市民、文化と行政をめぐる

ルミナリエとアート・エイド

— 阪神・淡路大震災後における行政と市民の文化への関わり・土井七海

文化の商業主義批判をこえて — 奈良県の文化行政の事例から・加藤柚衣

「つながり」をいかした文化継承活動 — 京田辺音楽連盟の事例から・鈴木りほ

IV 3.11 後のメディアと娯楽

災害時とラジオ放送 — 非日常時における“私のための”メディア・松本麻野

3.11 後の視聴者がテレビ CM に求めたもの・太田成美

「脱原発」を「ネタ」にする芸能人・瀨本結

「非常」時における非日常的娯楽

— 震災後の東京ディズニーランドとプロ野球・小池真央

V FUKUSHIMA の来し方と行く末

いわき「文化」の系譜学 — 「炭鉱文化」の正典化と「原発文化」の挫折・稲垣綾

福島復興の象徴としてのフラガール

— 映画『フラガール』がもたらしたものととは・小幡祥子

「福島のアスリート」の空洞化 — アスリートの「福島/震災」語りから — 山城才子

放射能を克服する村へ — 飯館村菅野村長の言説にみる村のイメージの転換・吉村未優

編集後記

今私の目の前には鼻歌を歌いながら裏表紙と格闘する松本さんと、こつこつ校正作業を進める黒瀬さんがいます。彼女たちは午後からふらっと現れた私と違い、朝から編集作業をしてくれています。先ほど完成した表紙のデザインを見せてもらったのですが、昨年とはまたちがう味が出ていてとても良い感じですよ!!



そして後ろでは書き忘れていたコラムをかたかたパソコンで打つ田村先輩。就活中だというのに、研究室まで来てくださっています。とっても忙しそう((° - °))

呑気に編集後記だけ書いていますが、正直なところまだ編集の大変さには辿りついていません。この先いろいろ思い知らされることになりそうですが……φ(..)【まりこ嬢】

この論文集のタイトルを決める際、鈴木先生も含めて編集委員の皆で、ああでもないこうでもないとき折脱線しながらも長時間話し合い、やっと決まった時は心底ホッとしました。現在私は校正の作業をしていますが、日本語って本当に難しい…。しばらく、集中力との勝負になりそうです(・_・)【まみ】

私は途中から編集に参加しました。校正くらいしかできませんでしたが…作業に関わってよかったです。デザインなど私にできない事をしている友達を見て、すごいなーと感嘆していました。【なっちゃん】



タイトル決めや表紙などのデザインをやってみました。何かを作るのは楽しいですね、パソコンはむかつくけれど！みなさん今回のデザインはいかがでしょう。前回のデザイナーまどかし先輩は、部活内でもだいすきな方なので引き継いで幸せでした。えへへへへ 【おせうこ】

編集委員にはいったものの横でお菓子をたべてた記憶しかないです、、、(笑)最初はふわふわとしたアイデアが少しずつ形になってくるのがすごくワクワクしました！あ、みんなのと雑談も楽しかったです(笑)疲れてくると雑談が盛り上がるのが女子なんですかね(笑)ゆるっとしつつやるときはキチッとする編集委員会がとても楽しかったです！【でこぞの】

今年は去年の本があるしいろいろ楽やろうなあと思ってましたが、そう甘くはなかったです。表紙デザインもソフトが来たので良いのができそうなのですが、僕のダメ出しにデザイナー苦しみ中…(ごめんね)【こうし】

執筆者

岡田京子×田村磨美
(人文社会学科3年生)

有高和香奈×隈理紗×田中千尋×土井七海×瀨本結
(人間科学科3年生)

黒瀬那智×坂尻真理子×高島千紗都×田島千聖×日和佐芽衣×松本頌子×若園侑里香
(人間科学科2年生)



奈良女×文化 2013 編集委員会

田村磨美×黒瀬那智×坂尻真理子×松本頌子×若園侑里香×鈴木康史

表紙デザイン

松本頌子

空間をかたちづくる 「空間」から「文化」を読み解く14の試み

奈良女×文化 2013 身体文化学演習・受講生たちの論文集

非売品

2014年3月11日発行

編集 奈良女×文化 2013 編集委員会

発行 奈良女子大学文学部 人間科学科 教育学・人間学コース

〒630-8506 奈良県奈良市北魚屋西町 奈良女子大学文学部

問い合わせ 鈴木康史研究室 0742-20-3346 kosuzu@cc.nara-wu.ac.jp

印刷・製本 株式会社オーエム

本書収録の論文は下記からもご覧いただけます

<http://www.nara-wu.ac.jp/bungaku/kyouikuningen/> (教育学・人間学コースHP)

<http://koshisuzuki.web.fc2.com/> (身体文化学・鈴木研究室HP)