

《論 文》

低炭素社会における〈カワイイ文化〉とその可能性に関する一考察

A Study on the KAWAII Culture and it's Possibility under Low Carbon Society

工 藤 保 則

Yasunori KUDO

キーワード：カワイイ、ロングライフ、観光アート、落語

Key Words : KAWAII, Long Life, Art Tourism, RAKUGO

1. はじめに

2000年代に入ってから低炭素社会ということが話題になることが多い。地球温暖化の緩和をめざし、その原因のひとつであるCO₂の排出が少ない社会を目指そうとしているためであろう。これまでの炭素社会は化石燃料を燃やして得られるエネルギーを動力とする社会である。そのためか、力強いことやもの、重厚長大なことやものが重要視されていた。またエネルギー消費に基づいた大量生産大量消費の社会であった。そういう社会から低炭素社会に向かうとなると、持続可能であるとか再生可能であるとか循環型であるとかが重要視されるようである。それはスロー（ライフ）でエコ（ロジー）な社会ということになるだろう。

低炭素社会は私たちの生活を根幹から変える可能性がある。産業の問題やエネルギーの問題として低炭素社会をとらえる必要性が高まっているが、本稿では、低炭素社会を産業やエネルギーという社会の側の観点からだけでなく、現代文化や風俗の観点もあわせて考えてみたい。その際、これまで低炭素社会をあつかうときによく使われてきたスロー（ライフ）やエコ（ロジー）をキーワードとする話題とは別のものをあつかいたいと思う。なぜならば、スローやエコに関する話題は、低炭素社会に適応しすぎるくらいのものであるため、新たな視点からの議論がされにくいと思われるからである。

そのような考えのもと、本稿では「かわいい/カワイイ」を手がかりとする。次節で見るように、炭素社会、低炭素社会の別に関係なく、私た

ちは「かわいい」があふれる社会・文化の中で生活している。身近すぎてあまり真剣に考えていなかった、また低炭素社会と関係するとはなかなか思えない、その言葉・感性を手がかりにすることで、低炭素社会における新しい文化とその可能性についての、新たな視点からの議論を行いたい。

2. かわいいの諸相

1) かわいい文化

現代社会や現代文化といったとき、この頃では、「涼宮ハルヒの憂鬱」、「ラキスタ」、「けいおん!」、などといったマンガやアニメ作品名がすぐに出てくるだろう。そのキャラクターは総じて、相対的に大きな頭、顔の下方にある大きな目、ふっくら膨らんだ頬、太く短い手足、などネオテニ的に描かれる。子どもっぽく未成熟であることで、つまり「かわいい」ということで見る者の優しい感情を引きおこし、人気を得ているように思われる。

これらのアニメは主役級の女子キャラクターが何人もいるのも特徴のひとつであるが、今、人数が多いといって真っ先に思い浮かぶのはAKB48である。彼女らは、ファンだけでなく幅広い層から「かわいい」といわれている。

AKB48はアイドル歌手としては今までなかったくらいに下着姿、水着姿でのメディア露出が多いが、それは子どもっぽい存在であることを示そうとしているのだろう。またメンバーは総じて身長は高くなく丸顔で目が大きいという点は、上のマンガやアニメについての記述に通じる。が、繰り返しになるが、なんといっても最大の特徴は人

数の多さである。名古屋に SKE48、大阪に NMB48、福岡に HKT48 という同様のグループも存在しているが、どれも同じように大人数でごちゃごちゃしている。それぞれが重なっての活動もあり、どうしても整理されていない、洗練されていない印象を受けるが、その整理されていない、洗練されていないこともかわいいといわれる要素のように思われる。

かわいいといわれるものは未成熟であり、またそれとも重なり未整理・未洗練である。それは見る側からすると、飼いならすことができる（と思える）存在といえるだろう。ここで私が指摘するまでもなく、そして上で示したものに限らず、街はかわいいものであふれている。

2) 未成熟なものとかawaii

社会学的な研究として「かわいい」をあつかったのは、宮台真司らの『サブカルチャー解体新書』（1993年）くらいではないだろうか。宮台らは少女メディアのコミュニケーションについての考察を通して、「かわいい」のカテゴリーを、①「人にやさしい」ことを追求した結果としての丸さや白さ、軽さ、皮膚感覚に沿ったソフト化やライト化などの「人間工学的」カテゴリーと、②「自分と世界のロマン化」とも考えられる「ロマンチック」要素、③愛らしさや無邪気さや明るさ活発さ、無垢など、個々のモノやコトについてのある種の「子どもの」属性であるキュートさの3つとしている。そして②と③が「かわいいカルチャー」に大きく関わるという。

風俗的な観点から「かわいい」をあつかったのが、島村麻里の『ファンシーの研究』（1991年）である。そこでいわれる「ファンシー」は「かわいい」と同じ意味である。島村は、ファンシーの四大要素は、形容詞でいうと、・小さい ・白っぽい（パステルカラーを含む） ・丸い（丸みをおびた） ・やわらかい（ふわふわした）であると言い、「それを見て私たちが思わず『かわいい！』と声をあげてしまうモノにはそれぞれ、この四つのうちのどれかの要素が必ず当てはまっているのだ。ひとつでも多くの形容詞を併せ持っていれば、さらに〈ファンシー〉係数が高まる」とする（島村 1991：199）。

それらとは違う観点からの「かわいい」研究も

ある。感性に注目した、四方田犬彦の『かわいい論』（2006年）である。『かわいい論』の中で四方田は「小さな物、どこかしら懐かしく、また幼げなる物を「かわいい」と呼び、それを二十一世紀の日本の美学だと見なしたところで、どうしていけないことがあるだろう」（四方田 2006：18）という。そして「われわれの消費社会を形成しているのは、ノスタルジア、スーヴニール、ミニアチュールという三位一体である。『かわいさ』とは、こうした三点を連結させ、その地政学に入りきれない美学的雑音を排除するために、社会が戦略的に用いることになる美学であると要約することは、おそらく間違っていないだろう」（四方田 2006：120）ともいっている。

対象や観点は異なるのだが、宮台や島村や四方田がいったことは重なるところが多い。かわいいとは、未成熟な、あるいは成熟過程にあるものによる感性、またそれらから受ける感性、とすることができるだろう。あえてステレオタイプのいうならば、「おんな（少女）子ども」による感性となるだろうか。

3) 子どもに関してのかawaii

島村麻里も「まず、私たちの多くは『小さい』に対して『かわいい！』と反応する場合がいちばん多いと思う」（島村 1991：200）といっているが、人間において「小さい」というのは「子ども」になる。子どもに関するかわいいは、おそらくもっとも基本的な「かわいい」であろう。

まずもって、子どもそのもの、そのしぐさは誰が見てもかわいいと感じる。また、子どもが好むもの、子どもにまつわるもの、おとなが子どものものと思うものなど、子どもに関わるものもかわいいといわれる。それらは、幼さ、やわらかさ、愛らしさ、小ささ、そしてさらにいえば、はかなさ、弱さ、もろさ、などから引き出される感性である。

子どもに関わるものの代表的な事例として、絵本を取りあげることができるだろう。絵本の中でもっとも人気のあるもののひとつはミッフィー¹⁾である。ミッフィーは、世界各国で親しまれているが、日本以外ではやはり子ども向きのものようである。おとなも「かわいい」と捉えるのは日本的であり、それはキャラクター好きという日本

人の特性によるのだろう（香山他 2001）。

ここでは日本人がキャラクターを好むことを未成熟として片づけるのではなく、そこに未成熟なものを好む文化の問題をみたい。つまり、日本人にはキャラクターというかわいいものについての嗜好があり、キャラクターが「子どもが好むもの」「子どもらしいもの」にとどまらず、広く一般的なものとして定着していると考えられるのである。同じことが、日本で生まれたかわいいキャラクターの代表であるハローキティにもあてはまる。キティちゃんも最近では子どもたちよりも青年女子や成人女子のほうに人気があるくらいである。

4) 少女に関してのかわいい

少女からくる「かわいい」は1970年代前半（昭和40年代後半）に顕在化してきた。その頃から、少女たちが消費者として現れてきたことにもなるだろう。中でも大きな出来事のひとつは、前項でも示した、1974年の「ハローキティ」の誕生であることは間違いない。キティちゃんはサンリオの生んだキャラクターであるが、その頃に生まれたキャラクターは物語を背負っていないのが特徴だといわれる。少女が、物語性を持たない、ちょっとかわいい、ちょっと持っていたい、と思うようなキャラクターが1970年代に生まれたのである（香山他 2001：85）。

70年代といえばもうひとつ忘れてはならないことがある。それは、少女マンガである。「花の24年組」のマンガ家たちの少女的センスから描かれるマンガ、イラストが人気を集めたのであるが、そこには間違いなくかわいいの萌芽があった。

そのような風潮の中、1982年に雑誌『Olive』が創刊された。読者は「オリーブ少女」と呼ばれ、リボンやフリル、レース、花柄など「少女っぽい」装飾志向のスタイルを好んだ。他にも『JJ』などのファッション誌でも白襟で紺のワンピースというような上品な幼稚園児の制服みたいなワンピースが紹介されていた。まさに、かわいい服装であるが、この頃から、ファッションに関してかわいいという言葉が用いられ始めた。

この感覚は確実に広がっていき、現在では、未成熟なフェミニンイメージは「ガーリー」へ進化している。現代版「かわいい」ファッションであ

るガーリーに関する代表的イベントである「神戸コレクション」は2002年に始まり、最大のイベントである「東京ガールズコレクション」は2005年に始まった。この頃からファッション誌に「かわいい」という言葉がかつてないほどに多用されるようになったのであるが、それはかわいいの一般化が行われた結果とっていいだろう。

少女による「かわいい」モードをまとめた古賀玲子の『かわいいの帝国』（2009年）では、「かわいい」は未成熟を嗜好する美意識である（古賀 2009：203）、「かわいい」モードは装飾（デコ）志向である（古賀 2009：204）、「かわいい」は女の子のための特別な（エクスクルーリング）価値観である（古賀 2009：206）、「かわいい」は日本の高度消費文化の象徴的構造物である（古賀 2009：207）、「かわいい」はリスペクトのないフラットな価値観である（古賀 2009：210）、とかわいいを定義づけている。また、『究極の個人主義的価値観』を背景とする少女趣味的（幼さ）嗜好（古賀 2009：215）ともいつている。

くわえて、ファッション誌を例にしながらか、「『私たちがわかる』という共感性の強い同性間コミュニケーションとしての『CUTiE』の『かわいい』と、異性に『私のかawaiiさをわかってもらいたい』というコミュニケーション手段としての『CanCan』の『かわいい』。ファッション誌が形成してきた『かわいい』という言葉とイメージは、その読者が誰なのか、そして誰に自分の価値観（かawaiiさ）をわかってもらいたいかによって大きく二分されていた。その異質の要素を包含したものが、現在の広く受容されている『かわいい』イメージなのである」（古賀 2009：136）として

そこにある「同性間コミュニケーション」に近いものとして、雑誌『装苑』2010年8月号には、「少女たちが『かわいい』という言葉を使うのは、なにか内実があることをいいたいわけではなく、『自分はこれをいいと思う』という態度表明としてである。実際に何がかawaiiかはそれほど問題ではない。それは『何かをいいと思う自分が好き』という自己肯定のマニフェストだからである」との指摘もある²⁾。これらからわかるように、「かわいい」は3方向——同性に向けて、異性に

向けて、自分に向けて——を包摂して用いられる便利な言葉となっている。

そのことにも関係するのだが、かわいいは「おんな（少女）」や「子ども」を基調としながら、その応用として何にでも使える言葉にもなっており、現在では、「おんな（少女）子ども」というより、『『おとこおとな』以外』について、かなり広い範囲、広い方向をカバーする言葉になっている。

3. もうひとつのカワイイ

1) カワイイ建築

かわいいから最も遠いもののひとつに「建築」がある。中川理がいったディズニーストランド化された建物（中川 1996）や五十嵐太郎の調査した結婚式教会（五十嵐 2007）など、ある意図の結果としてかわいくなった建築はあったが、それは特殊で興味深い例外であり³⁾、建築を表現する言葉としては「美しい、カッコいい、プロポーションがいい、機能的とか合理的」（五十嵐 2010：262）という、整理されて説明がつくものがごく一般的なものであろう。つまり建築というのは、またあえてステレオタイプ的にいうが、「おとこおとな」な分野であり、成熟・整理を基盤とする分野なのである。

そういう建築にも「おんな（少女）子ども」に関わる「かわいい/カワイイ」があらわれてきた。現在、最も注目される建築家である石上純也の作品は、カワイイといわれる。実際、本人もスタディにおいてカワイイという言葉が頻繁に使っている。石上は妹島和世の事務所出身であるが、石上によると妹島もカワイイという言葉をよく使っていたようである⁴⁾。その妹島が自身の事務所を立ち上げる前にスタッフとして勤めていた伊東豊雄は、「風の建築」ということをかつていっており（伊東 1989）、その進化系である近年の伊東の作品はカワイイといわれる。

こうみえてくると、伊東—妹島—石上の系譜において建築におけるカワイイが進化してきた、顕在化してきた、といってもいいかもしれない。そのカワイイは、伊東の「風の建築」ではないが、一種の軽さや淡さを指しているだろう。別の言葉で

いえば、「力強くないさま」となるだろうか。

これと似たことが別のところからも認められる。隈研吾のいう「負ける建築」や藤本壮介のいう「弱い建築」である。どちらも力強くないことを表しているが、隈や藤本はそれにあえて否定的な言葉を用いている。

隈は『負ける建築』（2004年）において「都心に屹立する摩天楼、郊外に立ち並ぶ一戸建て住宅群……。流動する生活を強引に凍結して記念し、周囲の環境を圧倒する20世紀型の「勝つ建築」は、いまやその強さゆえに人びとに疎まれている。建築はもっと弱く、もっと柔らかいものになれないだろうか。さまざまな外力を受け入れる「負ける建築」の途をさぐる」という⁵⁾。

藤本は『建築が生まれるとき』（2010年）において「弱さとは、確固とした部分が確固とした秩序のもとに組み立てられるということとは反対に、それだけでは成立しない部分同士がお互いに関係することで、何とかお互いを支えあい、その弱い連鎖によって、全体では揺らぎをもった秩序が成立している。そういう作られ方であり、その作られ方を支える新しい秩序の可能性である。そして『弱さ』は、冒頭に書いたように、他者を受け入れるという意味で、環境時代の空間秩序でもありえるのだ」（藤本 2010：86）といっている。他にも塚本由晴の「（小さいということ建物の素材として扱うことを考えている）小ささを素材として扱うならば、『小ささ』の欠点を解決するのではなく、『小ささ』にしかできないことは何かと考えるべきである。『小ささ』を覆い隠すのではなく、住宅が『小さい』とはいかなることかそして建築が『小さい』ということはいかなることかを開示するのである」（塚本 2003：80）という言葉もある。

このように、最近、話題となる建築家は、これまでの、丹下健三の作品に代表されるような記念碑的な大きな建築、安藤忠雄の作品に代表されるような闘う建築、とは異なることをいう。建築という「おとこおとな」な領域においても変化が生じてきているのである。

2) カワイイパラダイムデザイン

ここまであえて説明しないうえに、ひらがなの「かわいい」とカタカナの「カワイイ」の表記

は意識して使い分けている。ここではカタカナの「カワイイ」について具体的に考えていきたい。その際、手がかりとなるのは、真壁智治・チームカワイイの『カワイイパラダイムデザイン研究』（2009年）である。真壁はアーバン・フロッタージュ作家であり、長年、都市の感性をとらえる作品づくりをしてきたが、その真壁が近年カワイイに注目し、建築やデザインを手がかりにしながらの考察を行っている。カタカナで表記するほうのカワイイは、そこで使われているものである。以下、真壁の考察を参考にしながら、カワイイについて示すことにする。

前節で述べたような状況もあってか、真壁は「デザインや建築のあり方が、2000年頃を境に、急速に変わり始めてきた。気持ちよさや優しさのような、柔らかかで、瑞々しく、温かみのある感性が、デザインを通してより強く体現されるようになってきたのだ。荘重感よりは軽快感、強さよりもか弱さ、しかつめらしさよりは親しさ、厳格さよりは緩さ、緊張感よりは穏やかさ、規則感よりは余白感。使い手の能動性や主体性を引き出す身近な対象として、『デザイン』や『建築』が存在しうるものになってきた」（真壁 2009：14）と言う。そして「・二次元的（平面的） ・重さがない（軽い） ・生命体ではないのに愛嬌がある（生命的、アンバランス）」「重み、威圧感がない。プラス効果のイメージーション」（真壁 2009：243）のデザインや建築をカワイイとした。

その上で「かわいい、を私たちはあえてカタカナ表記の『カワイイ』にした。それというのかわいさを、単なる風俗・現象としての観察や美学的考察のレベルから、かわいいの効用・効果をプラグマチックに追求していくデザインの可能性の研究手法、つまりデザインの方法のコード探究を一層明確にするために『カワイイ』としたのであった」（真壁 2009：12）といい、カタカナ表記のカワイイにこだわった。

真壁はカワイイの効果を強調する。それは「かわいいには心に感じられる感覚、感情、心理の問題があり、特に、『気持イイ』、『ヤサシクナレル』、『癒サレル』といった気分」（真壁 2009：7）のことであり、「楽しかったし、軽やかに振るまえて新しい自分に出会うことができた、という喜びが

感じられる」（真壁 2009：15）ためであり、「私たちはカワイイを通して、自分が優しくなれたり、もっと自分を、カワイクしようと思ったりする。カワイイは、自己に与える心の規範作用のようなものかもしれない。ある種の心の抑制効果をカワイイは持っていると考えられる。カワイイで自分が一瞬元気になれるのは、カワイイモノを通して、一瞬、自分の心をのぞくことになるからなのかもしれない」（真壁 2009：27）と説明する。この「カワイイを通して優しくなれたり、癒されたり、元気が出てきたり、自信が湧いてきたり、自分らしさをアピールできたり、と自分自身が精神的にも心理的にも楽に、緩くなる働き」を「かわいい自分効果」と呼んだ（真壁 2009：223）。

そして同時に、「『カワイイ』は共振していく」（真壁 2009：29）のだという。真壁が「カワイイ共振」と呼ぶそれは、「多世代の感覚共有によるつながり方の表れ」でもある。つまり、「かわいいにはそれを通して他者とつながれるコミュニケーションの問題」があり、「これはかわいいが持つ効果としてはとても大きな力で、注目しないといけない。デザインに何ができるか、を考えた時、かわいいがもつ他者に及ぼす効果はもっと注意深く見ないわけにはいかないだろう」とのことである（真壁 2009：7）。この「カワイイを通して他者と共感し合ったり、親しみを感じたり、関心を示し合ったり、と他者と感覚共有によるつながりを生みだす働き」を、真壁は「カワイイ他者効果」といつている（真壁 2009：223）。

このように、カワイイデザインには自己と対面したり、出会ってゆく内に向かう誘導——自分を見つめたり、律したり、癒したりするもの——と、他者とつながってゆける外に向かう誘導——他者と出会ったり、確認しあったり、元気を出しあったりするもの——とを可能にする役割が求められている。そのようなコミュニケーションとしてのモノのデザインを「カワイイデザイン」と呼ぶことができる。「カワイイデザイン」のはたすものの領域は広い。

ここで念のために断っておきたいのだが、真壁がいうカワイイとは、デザインを基にしながらも、あくまでも、ものと人との距離感に関わってくるものであり、ものの存在のしかたを基本とし

て理解されるものである。その上で、かわいいとカワイイをごく簡単にまとめておく。ステレオタイプの的にいうと、かわいいはおんな（少女）子どもに親和的なものであり、未成熟、あるいは成熟の過程にあることを基調としている。またかわいいという言葉はかなり広い範囲、広い方向に向けて発することができる。一方、カワイイは、真壁がいうには、上のものを除いたハイブローなデザインがもたらすものである。真壁のいうカワイイを五十嵐太郎は「スマート感、小ぶり感、その上でのキャラ感」⁶⁾としたが、いずれにせよ、カワイイはある種の成熟や整理・洗練からもたらされる感性、とでもいうことができるだろう。

4. カワイイ文化

1) 観光アート

2)において、かわいいという感性やかわいい文化の一端を示した。では、3)でみた、カワイイという感性に基づいたカワイイ文化というものは存在するのだろうか。ここではカワイイ文化を考えるために、2つの例をとりあげる。

ひとつめは「観光アート」である。観光アートとは、「アートを見ることを目的とした観光」と「アートを活用した観光、まちおこし」のことを指す（山口 2010：5）。観光といってもそれは旅行とは異なり、美術館などのアート施設に行くこと、アートイベントに参加することなどからはじまるものである。

2000年代に入って美術館が大きく変わった。その象徴的存在は金沢21世紀美術館である。他にも、十和田現代美術館、青森県立美術館、なども変化を体現している美術館であろう。

金沢21世紀美術館については、真壁の『カワイイパラダイムデザイン研究』の中でもカワイイ建築の代表として紹介されている。建築家の妹島和世と西沢立衛のユニットであるSANAAの設計により2004年に開館した。形も広さも異なる展示室に、直径が113メートル周囲350メートルの総ガラス張りの円形のふたがかぶさるようなきわめて特徴的な造形をしている。また、四方に入口があってどこからでもアプローチできる構造になっていることでも注目された。それは従来の美術館

が醸し出していた敷居の高さから離れたものである。

2008年に開館した十和田現代美術館も西沢立衛の設計によるのだが、それは金沢21世紀美術館でのアイデアをさらに発展させたものということができる。小さな建物（展示室）がいくつもあり、その全体を囲むものや覆うものはない、集落のような美術館である。さらにいうと、美術館が位置する大通り自体を美術館に見立ててもいる。展示室の内外、ということは美術館の内外にサイトスペシフィックな作品を展示しているのが特徴である。これらのことを含めて十和田現代美術館を紹介する記事には「少し遠くから見る美術館の姿は、箱が積み木のように重なり、空に溶け込むような軽やかさを感じさせる」（CASA BRUTUS 2011：17）とある。

これらの美術館は、それまで多くあった権威的な殿堂としての外観とは異なり、建物自体がスマートであり、小ぶり感——建築物としての実際の大きさとは異なる、感覚としての小ぶり感——があり、キャラ感もある、とカワイクなっている。また展示作品もそれに呼応するかのようカワイク感じられるようである。

上にあげた美術館はどれも現代アートをあつかう美術館である。それまで難解と思われていた現代美術は、これらの美術館の開館と前後して2000年ごろから現代アートと呼ばれるようになり、その意味も変わってきた。それと軌を一にするように、街全体を展示会場にするピエンナーレ、トリエンナーレが2000年頃から盛んに行われるようになってきた。

大地の芸術祭・越後妻有アートトリエンナーレは「アーティストは地域住民と協働しながら場所に根ざした作品を制作し、継続的に地域の展望を拓く活動に関わることを目指します」（越後妻有大地の芸術祭実行委員会 2001：9）という基本理念のもとに2000年から始まった。会場は越後妻有の6市町村にわたり、その広大な地域に作品が点在した。これまで2003、2006、2009と4回開催されているが、都市型ではない、地域と密着した芸術祭として定着している。

都市型なものとしては、ヨコハマトリエンナーレは2001年から、水都大阪2009は2009年に、神戸

ビエンナーレは2009年から、あいちトリエンナーレは2010年から、開催された。これらに共通することだが、地域全体・街全体を展示会場にすることはスケールが大きくなるように思われるが、実際には逆に作品は小ぶり感、キャラ感を持つようになる。

そのもっとも特徴的でもっとも新しい例は、2010年に瀬戸内海の直島を中心にして行われた瀬戸内国際芸術祭である。直島は、日本でのビエンナーレやトリエンナーレの源流ともいうことができる、瀬戸内海に浮かぶ人口約3500人の島である。その直島を中心会場に、その他に男木島、女木島、大島、豊島、小豆島、犬島、大島を会場として、「海の復権」と「島の元気」をテーマとして2010年7月19日から10月31日まで行われたのが瀬戸内国際芸術祭である⁷⁾。

直島は「アートの島」として以前から有名だったが、その他の島はアートとはほぼ無縁の島だった。そういう島にも、瀬戸内国際芸術祭を機会に、その島のために用意された、そして住民とつながった作品が多く製作・展示された。瀬戸内国際芸術祭の期間中、野外にあるアート作品が、スマート感、小ぶり感、キャラ感をもって、カワイク存在したのである。

2) 落語

意外だと思われるだろうが、2000年代に入っただけの落語はカワイイ。

2005年、落語を下敷きにしたテレビドラマ「タイガーアンドドラゴン」が人気を得、また林家こぶ平の林家正蔵襲名興行も行われた。その頃から2007年にNHKの朝の連続テレビ小説「ちりとてちん」が放映された頃にかけて、落語ブームといわれた。今はブームというほどではなくなったが、寄席やホール落語会には多くの人に来ており、その人気は定着しているといっていられる。

そうなる前は、春風亭小朝が「伝統芸能愛好会みたいな落語マニアだけを相手にしていると落語はダメになる」と『苦悩する落語』（2000年）に書いたように、先が案じられる状態だった。実際、1990年代は、個性を持たず、自分の言葉で語らず、伝統を守るという言葉にいいかえてその実は先人のものまねに終始する落語家がほとんどで

あり、落語の人気は低迷していた。が、同時にその頃、立川志の輔を筆頭に、立川志らく、春風亭昇太らによって、伝統を守る落語（というよりも先人のものまねをする落語）から自分の言葉で語る落語への転換が試みられていた。自分の言葉で語る落語とは「同時代の観客に対して語りかける」落語といえるだろう。

そういう状況の中、2001年に伝統を象徴する存在であり⁸⁾、21世紀の落語界をけん引する役割を果たすはずであった古今亭志ん朝が亡くなった。志ん朝の死も関係するのだろうか、2003年に春風亭小朝によって「六人の会」が結成され、小朝、林家こぶ平（2005年から正蔵）、柳家花緑、立川志の輔、笑福亭鶴瓶、春風亭昇太と当代の人気者が集まり、「東西落語研鑽会」や「大銀座落語会」が行われるようになった。それは同時代の観客に対して落語の面白さを伝えようとする目に見えるかたちでの努力だったのだが、成果も大きく、落語ブームの土台を作ったといわれている。

また2003年には春風亭昇太を中心に林家彦いち、三遊亭白鳥、柳家喬太郎らにより、SWA（創作話芸協会）も結成された。それは、所属団体、芸歴に関係なくメンバーの協議の中から物語を作り、それを皆で演じることにより、作品の笑いの傾向の偏りを減らし、創作作品の弱点である「練りあげる」という作業を、より早く、効率的に行い、それぞれが過去に作った作品に、新しい発想を加え作品をリニューアルしていこうという試みであった（『落語ファン倶楽部』1：84）。

SWAの柳家喬太郎、林家彦いち、三遊亭白鳥をはじめ東京の落語界で2000年代真打ともいわれる林家たい平、柳家三三、桃月庵白酒、古今亭菊之丞、入船亭扇辰、立川談笑などの、現在の中堅若手は多士済々である。彼らは、自分の言葉で語り、自分のやり方で表現するオリジナリティのある落語家である。

これらを見てくると、落語がカワイイというのがみえてくる。カワイイの要素である、スマート感、小ぶり感、キャラ感でいうと、スマート感については、落語は「『江戸っ子の了見』『江戸の風』『江戸の粹』といったものを背景とした芸」（広瀬2011：102）といわれてきたことから考えると、そのままあてはまる。小ぶり感についても、他の

芸能に比べてみると際立つのだが、落語は道具を何も使わない、衣装もない、化粧もない、扇子だけがそれを常に使うわけでもない。舌先三寸の芸ともいわれるが、それに何といっても一人で行う芸である。これらのことから、小ぶり感ということにあてはまるだろう。このように、もともとスマート感、小ぶり感は備えていたかもしれないが、それにくわえて、2000年代に入ってキャラ感も持つようになっていった。

2000年代の落語家たちは、それまでと違って「自分の言葉で語る」ようになったため、個性が際立つようになってきた。上にあげたような落語家に一気にそれが備わり、落語家個人としても、落語というものにしてはキャラ感が出た。観客がその個性を楽しめる落語家が多く存在するようになったのである。このようにスマート感、小ぶり感、キャラ感、という点からみても2000年代に入ってから落語はカワイイといえるのである。

現代アート（観光アート）や落語は、それぞれ芸術や古典芸能ということで、ともすれば、重い、古い、固い、などといったエライ（権威）⁹⁾ものと考えられてきた。遊び的な観点からいうと、もともとは一般人のものだったはずだが、いつの頃からかエライものと思われるようになり、一般的な人には「難しいだろう」「わからないだろう」「特別な人が楽しむものだろう」と思われていた。しかし、上でみてきたように、2000年あたりから、スマート感、小ぶり感、キャラ感をもつようになり、カワイイものになったことで活況を呈してきたのである。

5. ロングライフなカワイイ文化 ——むすびにかえて——

ここまでみたように、1970年代から広まり現在も活発なかわいい文化は、未成熟や未整理（未洗練）を基本とし、庇護の気持ちをおこさせる。それに対するものをエライ文化とすると、それは重いや古いや固いといった重厚長大を要素とし、ある意味で炭素社会において中心的に存在していたとも考えられる。

そのエライと思われてきたものの一部において、今、変化がおこっている。低炭素社会がいわれ始めた2000年くらいから、エライの否定的な進

化形としてカワイイ文化が生まれ広がってきているのである。それは、スマート感、小ぶり感、キャラ感を基調とするもので、これからの現代文化のひとつの特徴と考えることができるかもしれない。

スマート感、小ぶり感、キャラ感からなるカワイイ文化は、未成熟、未整理（未洗練）のままにその反対であるという意味では、かわいいとも対となるものかもしれない。成熟、整理（洗練）によって生まれるものがカワイイといえようし、またこのカワイイは、先に伊東豊雄らの建築作品を例にして示した「軽い」に近いものかもしれない。

「軽い」文化については、2010年1月4日の朝日新聞に特集「ガラパゴスの先へ」として「軽い文化は過去にもあった。17世紀の松尾芭蕉が唱えた俳句の理念『軽み』はその一つ。響きのやわらかいかなや大和言葉を多く使うことによって、かえって心の奥底の感情がよく伝わる。『ものの皮と同じ。薄くすれば中身がはっきり見えてくる』と、俳人の長谷川耀さん。芭蕉は、奥の細道を旅し、いくつもの別れを経るうち、軽身の境地に達した。軽みによって世界の重みを捉えた」との指摘がある。

同記事において批評家の宇野常寛は、軽い文化について「自己完結性の低さと匿名性」「作り手と受け手の間の境目が無い」ことを特徴とした。これは前節で検討した観光アートや落語での記述にそのままあてはまる。またそうだからこそ、『カワイイパラダイムデザイン研究』で真壁がいう「カワイイを通して他者と共感し合ったり、親しみを感じたり、関心を示し合ったり、と他者と感覚共有によるつながり」（真壁 2009：223）、つまり「カワイイ共振」がおこるのだろう。かいたならすかわいとも、重く古く固いエライとも異なる、身をゆだねる、空気に包まれる、その一部になる心地よさ、それがカワイイ文化の特質といえる。そしてそれは、芭蕉の俳句の例のように、炭素社会以前にあったものとも重なってくるのである。

さて、2000年代になって広がってきたカワイイ文化は、「ロングライフ」なものといえるかもしれない。それは、真壁ではないが、デザインの分野を手がかりにするとよくわかる。一般的には、

重い・古い・固いという重厚長大なものがロングライフとされているが実際は必ずしもそうはならない。カワイイ（スマート感・小ぶり感・キャラ感）ほうがロングライフになることも多い。たとえばクルマをみてみれば、それは一見、ロングライフなものと思われがちであるが、実のところはモデルチェンジによる買い替えという販売システムをとることもあり、流行と深く結びつく。そのためか最近のクルマは、メーカーは違っても形としては同じようにもこもことしたものが多い¹⁰⁾。一方、長く乗られるクルマといえ、ミニ・クーパーとかパオとかいった、スマート感、小ぶり感、キャラ感があるクルマである場合が多い。それらは古く感じられることが少なく、発売からかなり時間がたった今でも街を軽快に走り、見かけた人から「カワイイ」という声があがる。

ロングライフデザインを現代に伝えていくプロジェクト「60 vision (ロクマルビジョン)」を行っているナガオカケンメイは、その商品の説明の際に「かわいい」という言葉を多く使っている（ナガオカ 2008：103、114、186）。ナガオカの「かわいい」は本稿でいう「カワイイ」のことを指すが、1960年代くらいに生産されたものを2000年代に入っても流通させようとするナガオカの実践からもカワイイはロングライフであることが理解できる。

文化にも同じことがいえるのではないだろうか。短い期間の流行にはかわいい文化が適しており¹¹⁾、これは炭素社会、低炭素社会に関わらず存在する。その時々にあったかわいいものやこととして存在するのである。そのほかには、エライ文化というものがある。このエライ文化の一部に関しては、2000年くらいから様子が変わり、その進化形としてカワイイ文化があらわれてきたのであるが、それはカワイイという感性の持つ、一体感、心地よさ、という特性のため、ロングライフなものとなるとも考えられる。

これまでの炭素社会はCO₂排出という力強さが基本であり、その力強さに結びついた権威（エライ）や重厚長大がもとなった文化が社会の中である程度の位置を占めていた。本稿では、炭素社会の先にある、これからの低炭素社会の文化を考えようとしたのだが、それは（スマート感、小ぶ

り感、キャラ感のある）カワイイ文化であると考えることができた。またそれはロングライフなものとも考えることもできた。2000年代に入って、低炭素社会がいわれだすのと同じ時期に、そのようなカワイイ感性、カワイイ文化が徐々に広まってきたのは興味深いことである。

考えてみれば、エライが価値観として一定の地位を占めていた中で、1970年頃から広まったかわいい文化は、未成熟なあり方とそれを認める社会のあり方を示したように思う。そして、2000年代に入ってからのカワイイ文化は、成熟して軽くなるあり方とそれを認める社会のあり方を示しているのかもしれない。ロングライフにも通じるそれは、これからの低炭素社会の中での私たちのあり方に、何らかの示唆を与えてくれるかもしれない。

本稿では、先行研究の整理とその紹介が主になった。今回、事例としてあつかったものについては、筆者はこの数年、その現場におもむき観察的な調査を続けてきている。次稿では、その調査結果を示しながら、「低炭素社会におけるカワイイ文化」についてより具体的な考察を行うつもりである。

注

- 1) オランダのグラフィックデザイナーで絵本作家のディック・ブルーナの作品。原文では「ナインチェ」という名称である。1955年に誕生し、日本では1964年に「うさこちゃん」の名称で出版されたが、それはオランダ以外では初めての紹介だった。ディック・ブルーナの作品については「描線や配色はモダニズムの直系だが、にもかかわらず、それに過剰なまでに『かわいい』を見出ししてしまうのは、日本国内だけの現象かもしれない。海外では子どもの絵本に過ぎないのだから。ここでも、大人と子どもの中間領域である、少女的な感受性が見え隠れしている」との指摘もされている（『美術手帳』2010年12月号）。
- 2) これとよく似たことを反対の方向から指摘しているのが、宮本（2010）である。そこで宮本は「私は『かわいい』の最も基本的で重要な特質は、そのラベルを付された対象は決して相手の存在を脅かさないことであり、『かわいい』とはそれを保証するラベルだと思っている」（宮本 2010：10）と述べている。
- 3) おそらくそれらは建築が主ではなく従であり、ディ

ズニーランド化、結婚式が主なのでかわいいとなったのだろう。

- 4) 妹島や石上が「カワイイ」をよく使っていることは、五十嵐 (2010: 262) にある。
- 5) 隈 (2004) のカバーに書かれてある言葉である。
- 6) 2011年3月4日の情報美学研究会 (於・武庫川女子大学生生活美学研究所) での発言。また『カワイイパラダイムデザイン研究』の中でも「カワイイ建築論をめぐって考えておくべきこと」としてこのことを述べている (五十嵐 2009)。
- 7) 島々を巡るといふその方法は、全体を囲うもの、覆うものがない中で個々の展示室をまわるといふ十和田美術館の鑑賞方法と似ているといえるだろう。
- 8) もちろん、この場合の伝統はただ守られるものではない。
- 9) エライについては、若者がこの頃、権威のある人のことを「お偉いさん」ということからそうした。
- 10) 塚本由晴は最近のクルマを指して「モコモコしている」といっている (アトリエワン 2009: 99)。少子化社会であり、家族人数は少なくなっているにもかかわらず、クルマはモコモコと大きくなっているのも不思議である。
- 11) だからこそ余計に、かわいいものであるキティちゃんがロングライフになっていることは、特別な意味を持つと思われる。

参考文献

- アトリエワン、2009、『空間の響き/響きの空間』INAX 出版
- 広瀬和生、2011、『落語評論はなぜ役に立たないのか』光文社 (光文社新書)
- 五十嵐太郎、2007、『結婚式協会』の誕生』春秋社
- 、2009、「かわいい建築論をめぐって考えておくべきこと」『カワイイパラダイムデザイン研究』

- 、2010、「石上純也について私が知っている幾つかの事柄」石上純也『建築の新しい大きさ』青幻舎
- 伊東豊雄、1989、『風の変様体』青土社
- 香山リカ・バンダイキャラクター研究所、2001、『87%の日本人がキャラクターを好きな理由』学研
- 古賀玲子、2009、『「かわいい」の帝国』青土社
- 真壁智治・チームカワイイ、2009、『カワイイパラダイムデザイン研究』平凡社
- 宮本直美、2011、『二流の国民』と『かわいい』という規範』千田有紀編『上野千鶴子に挑む』勁草書房
- ナガオカケンメイ、2008、『60 vision』美術出版社
- 中川理、1996、『偽装するニッポン』彰国社
- 西沢立衛、2010、『美術館をめぐる対話』集英社 (集英社新書)
- 春風亭小朝、2000、『苦悩する落語』光文社 (カッパブックス)
- 島村麻里、1991、『ファンシーの研究』ネスコ
- 山口弘美、2010、『観光アート』光文社 (光文社新書)
- 四方田犬彦、2006、『「かわいい」論』筑摩書房 (ちくま新書)
- 『美術手帳』2010年12月号、2010、美術出版社
- 『CASA BRUTUS (EXTRA ISSUE) 日本の美術館ベスト100』2011、マガジンハウス
- 『落語ファン倶楽部』1、2005、白夜書房
- 『装苑』2010年8月号、2010、文化出版局

付記

本稿は、公益財団法人 日産財団から助成を受けて行った研究 (題目: 「低炭素社会における「カワイイ移動体」とその有効性に関する研究」、研究代表者: 工藤保則) の成果の一部である。