

尚 綱 語 文 叢 刊

しやうけいごばん

第 十二 号

令和五年

島原原城攻めの覚書

―諸藩の使者、佐賀藩など―……………武 田 昌 憲…1

Twitterにおけるくまモンの評判分析

―ファンコミュニティの視点から―……………畠 山 真 一…7

物語論を用いた

「キャラクターとストーリー」ティーチングの模索

……………山 本 歩…17

令和四年度卒業論文題目一覧……………29

(報告) イベント「尚綱大学で学ぶ

『キャラとストーリー』二〇二二」開催報告……………31

(報告) 「尚綱ビブリオバトル二〇二二」を開催しました……………32

島原原城攻めの覚書

— 諸藩の使者、佐賀藩など —

武田昌憲

はじめに

寛永十四年・十五年の天草・島原の乱（一揆）はその当初から佐賀藩はかかわっていた。

この佐賀鍋島藩は、地理的關係から一揆が立て籠った島原の原城とは同じ肥前国に位置し、「嶋原隣端」「地續」（『勝茂公御年譜』）の近さであった。そのため、早くから一揆鎮圧に参加した藩である。当然その出費や人的被害は膨大なものになる。

本稿では、佐賀本藩の記録から、諸藩の使者の動向も垣間見えたので指摘する。寛永十五年元旦の幕府軍の攻撃を中心に見ていく。

元旦の損害

そもそも一揆の発端は、松倉藩の苛政にあったことは鍋島藩でも把握していたようだ。松倉の重臣達

の苛政は徹底し、

「六万石の在家をいろり銭・火燵銭・窓銭・柵銭・戸口銭・死人に穴銭、生れ子に頭り銭を懸け、」（『勝茂公御年譜』）など種々の課税をして領民の反発が次第に増大していた。

佐賀藩は早くから幕府軍の一翼を担っていて、他藩の参加状況もつかみやすかったのかもしれない。当然他藩より功績をあげなければならないという自負もある。

諸藩の使者の討死

寛永十五年元旦の総攻撃では、幕府軍の大敗北に終わるわけであるが、鍋島藩の記録では「今日、当家の討死・手負都て二千五百余人、其内討死三百八十余人也。諸手の死創を算に五千余人に及べり、其外

国々よりの使者には、松平安芸守殿使者小山田新助、松平右衛門佑（佐）殿使者坪内右衛門、細川越中守殿使者伊東半之允（伊東十之允カ）・横山助之進、此三（四カ）人ハ板倉内膳殿手に在て戦死す。松平長門守殿使者国司下総守ハ殿を致し、其軍列正して名を現しけり。」

正規の軍勢以外に諸藩からの使者が戦闘に参加していることが分かる。しかも松平長門守殿（毛利家）使者国司下総守のように、しんがりが務まるくらの兵力をつれてきていたことがわかる。^{注1}

その後の毛利藩の使者は二日以降も

「同一日、石谷重蔵殿、隣国に書を飛して軍勢を被招、依之、細川肥後守光利来陣あつて、日の江口に陣せらる、（中略）嶋津大隅守家久の使者嶋津下野守久光（久元カ）、三千人を以日の江山の麓に在陣す、毛利家の使者等日々に来り重、日の江・黨（堂）崎の山野に充滿する」（注、「毛利家の使者」については（明和本）には「此外薩州之使者三原左衛門・山田民部・池田家之使者、毛利家の使者」とある（『佐賀県近世史料』第一編第二卷『勝茂公御年譜』六、

127P）

とあり、毛利家も嶋津家や池田家の使者とともに毎日のように兵を送っているようである。

苦楽を共にした存在として毛利藩の使者、国司氏の活躍には佐賀藩として同情している。

上使討死の意味

寛永十五年元旦の総攻撃での幕府の最高指揮官である板倉重昌の討死は、幕府の敗北を象徴する衝撃的なできごとであった。当然諸藩の損害が無傷というわけにはいかない。生き残った者にもそれ相応の犠牲が必要と考えられた。

各藩にもそれ相応の犠牲者がいる。

細川藩では「川尻へ細川勢の渡海見送りのためきていた家老監物は二日、横山助之進、伊藤十之允の討死を知り、茶屋の玄関を上がりながらいった。

さてもさても、目出度き事かな、上使の討死に御家来が死なでよきものか、助之進、十之允でかした、と高声に申して通られ候に、諸人氣を通し、いかにもそのはずじゃと色を直し候（『忠利公御年譜之内、

有馬記」

以上、戸田敏夫『天草・島原の乱―細川藩史料による―』（昭和六十三年、新人物往來社）

一方、佐賀藩の記事でも、苦戦して死傷者続出の中、「旗本の侍大将鍋嶋帯刀茂里、先手の軍の急成るを見て、其各（兵）一千の（を）ひきひ、（中略）城中に攻入んと土手にのりあかるるとき、眼を鉄炮にて打貫れ忽死す、」そして、多久美作守茂辰が戦っているところに上使板倉内膳重昌の討死の知らせが入ると、「茂辰是を聞、上使戦死の上ハ当家よりも歴々の者討死の場也、我等戦死すべしと無二無三二押出時に、鍋嶋帯刀戦死のよし相知しかハ、於然は我等戦死二不及とて、軍を静めて猶相戦ふ、」

鍋嶋帯刀の戦死により、藩の対面が保てた。名のある武士がこれ以上死ぬ必要がないので、慌てて死なないように伝令するのである。細川藩でも横山助之進、伊藤十之允の討死のおかげで面子が保てたと言わんばかりの記述であったことが知られる。総大将を失うことは大将一人の問題ではなく、参戦した諸藩のやる気があったかの評価が問われる。その評

価基準が討死や負傷者の数になる。

佐賀藩の莫大な犠牲

この日の佐賀藩の損害は前代未聞であった。再起不能になる寸前でなかったかと思われる。

結局、幕府軍の人的損害は、佐賀藩も加えて以下のように記録されている。『勝茂公御年譜 七』

今度於嶋原城寄手討死之覺

鍋島信濃守家中 討死六百弍拾人

内 大物頭三人 侍八十人

手負 三千三十四人

細川越中守家中 討死弍百七十四人

手負千八百廿六人

松平右衛門佐家中 討死弍百十三人

手負千六百五十八人

黒田甲斐守家中 討死三十二人

手負三百四十五人

黒田市正家中 討死十六人

手負百五十六人

有馬玄番頭家中

討死七十八人

松平伊豆守家中

討死六人

立花肥田守家中

手負百八十五人
討死百二十七人

手負三百七十九人

佐賀藩の被害状況は

松倉長門守家中

討死二十七人

「討死六百貳拾人

内 大物頭三人 侍八十人手

小笠原右近太夫家中

手負九十七人
討死二十五人

負 三千三十四人」とあり、諸藩の中では最も損害
が大きい、実際にはもっと人的損害は大きい。

小笠原信濃守家中

手負い貳百三人
討死十九人

また、当然ここには諸藩の使者の人的損害は記さ
れていない。

松平丹後守家中

手負い百四十鉢人
討死三十一人

原城包圍戦で最終的に揃った諸勢は、細川藩の
記録（「忠利公御年譜之内、有馬記」）では、細川

水野日向守家中

手負百二十七人
討死百六人

藩は二万八千六百人であるのに対し、鍋島藩は
一万四千三百人と記されている。数回の戦闘による莫

寺沢兵庫頭家中

手負三百八十二人
討死二十三人

大な死傷者は換算されていないのである。鍋島藩に
とっては屈辱的な数字といえる。なお、この記録に

有馬左衛門佐家中

手負三百十五人
討死三十九人

よる寄せ手の人数は合わせて十一万七千六百七十五
人と記し、其れとは別に続けて

戸田左門家中

手負三百八人
討死四人

「他に一万五千人 方々使者上下
総合十三万二千六百七十五人」

手負い三十四人

となっている。毛利藩を含めた、一万五千という

多くの諸藩からの使者(という名目の戦闘部隊)が参加していることは興味が尽きない。

しかも佐賀藩はこの時の先走りの軍令違反が問われ、戦後、閉門蟄居を命じられる。名誉の戦いどころか、藩の存続にかかわる重大時にかかわっていく。踏んだり蹴つたりの藩であった。

佐賀藩は最初から最後まで活躍したにもかかわらず、幕府からはおとがめを受け、出費も多く、人的損害も随一であった。この点、本丸一番乗りや天草四郎を討ち取ったりした細川藩の活躍は幸運としか見えない。

また、藩同志、不仲の藩もある。結局一揆鎮圧で最も恐るべきは一揆方ではなく、ある面諸藩の動向はゆる味方同士がもつとも強敵であったともいえる。

佐賀鍋島家の戦死者は幕府軍の実に三分の一に及ぶ。特に元旦の総攻撃では鍋島藩だけの攻撃描写で「被官八十五人一所に討れ手を負たり」「七十

余人討死し、三百余人手を負たり」「此手の死創都合八百六十七人」「雑兵四十九人討死し、手負は五百二十二人也」「足軽四十余人討死し、…手負百五十余人也」「雑兵百九十余人討死し、…雑兵百九十七人疵を蒙る」「侍十七人疵を蒙り、雑兵討死数を不知」原城下は鍋島藩勢の屍で埋まったような悲惨さであった。

おわりに動員兵力の問題を考えたい。寛永十五年の正月十五日には鍋島藩では

「此とき当家の人数都合三万式百九十三人、馬七百四十一疋也、然とも其数自余に過たる故に被滅之、御書出の趣

鍋島信濃守人数覚

都合夫兵二萬五千三百三人

内

兵 式萬千三人

夫 四千三百人(『勝茂公御年譜』)

これまでの幕府の公式動員人数とは別に、各藩の実際の動員人数は改めて確認する必要があるかもしれない。公式記録だけで歴史を見ていないか気になる。

るところである。 (続く)

注

- (1) 毛利家(藩)の使者の活躍については、拙論「島原の乱の使者の戦い(その1)―毛利藩の場合―」(『茨城女子短期大学紀要』三十六号、平成二十一年三月)に述べた。

Twitterにおけるくまモンの評判分析

—ファンコミュニティの視点から—

島山真一

1 はじめに

いわゆる「ご当地キャラ」（地域のPRキャラクター）の中でもっとも知名度が高いとされるくまモンも、その発表からほぼ12年が経過し、「話題にされやすさ」も一段落したと考えられる。

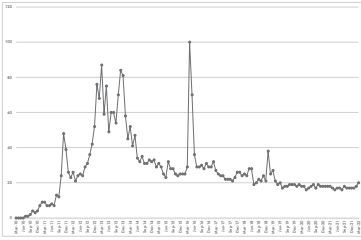


図1 2010年からのくまモンの検索数

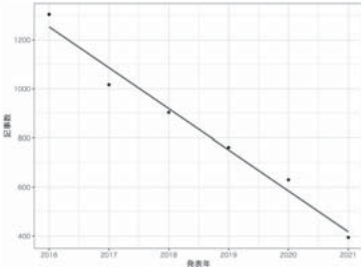


図2 熊本日日新聞および朝日新聞におけるくまモンに言及する記事数

キーワードの検索数を時系列で調査できるGoogle

「Trends」においても、「話題にされやすさ」の落ち着きは確認できる。「くまモン」を検索キーワードとして2010年3月から2022年2月までの期間における検索数を表示する図1において検索数のピークは^{※1}、2016年4月付近、すなわち、熊本地震の時期にあり、それ以降、検索数が落ち着いてきていることを取ることができる^{※2}。

同様に、2016年から2021年までの熊本日日新聞および朝日新聞でのくまモンに言及する年鑑記事数をプロットした図2のグラフも明らかな下降トレンドを描いている（直線が線形回帰を示している）。

このように、2010年代前半にくまモンへの言

※1 グラフは、Google Trends からのデータをもとに筆者作成。

※2 縦軸は、2016年4月の検索数を100としたときの割合を表示している。

及はピークアウトし、以後は認知度が高いままであるものの（日本リサーチセンター、2016；2020）、マスメディアや検索エンジンでの「話題にされやすさ」とファンの熱量を同一視することはもちろんできない。これは、Google 検索や新聞記事では見えてこない「くまモンファン」の活動が存在することによる。したがって、目に見えやすい「くまモンへの言及数」が落ち着いた今こそ、「くまモンファン」の現状を分析し、その分析に基づき、今後の展開を考えることが必要と考えられる。

畠山 (2022) は、代表的な SNS (Social Network Service) の一つである Twitter から得られたデータをもとに、テキスト・マイニングに基づくファンコミュニティ分析の視点から「くまモン」の評判を分析し、次の4点を主張している。

- (1) くまモンファンコミュニティ分（4節より「くまモンファンダム」と呼ぶ）は、コア・ファン、ノーマル・ファン、ライト・ファン、入り口・ファンの4層構造をなしている。

- (2) コア・ファンおよびノーマル・ファンは、くまモンをプロモーションする力が極めて高く、重要な消費者である。

- (3) コアなファン層およびノーマルなファン層は、くまモンの魅力を強くプロモーションする存在（エバンジェリスト）であり、「推し」を中核とする消費カルチャー（プロモーションするといふ行為そのものが消費の一部となっている現代的な消費カルチャー）において最も重要な役割を果たしている。また、長期的なファンと考えられるため、LTV (Lifetime Value、顧客生涯価値)・ロイヤルティも高い。

● エバンジェリストとは、技術や商品の良さを広くわかりやすく伝える人物を指す。

- (4) コアなファン層は、「くまモン」を身内として捉えている。またノーマルなファン層は、くまモンに関する聖地巡礼（くまモンスクエアなど）やくまモングッズの購入をおこなっている。

本稿は、紙幅の都合により、上述の知見のうち(1)

および(2)について報告する。

2 本報告のフレームワーク

2.1 術語の定義

本節に入る前に、いくつか用語を導入しておこう。

まず、本レポートではファンダムという概念が重要である。「ファンダム」とは、何らかの対象（マンガ、アニメ、映画が典型的）への熱心なファンの共同体を指す。たとえば、SFファンダムとはSFという文芸ジャンルの熱心な愛好家によって構成される共同体である。

続いて、関与度という概念を導入する。「関与度」は消費者行動分析やマーケティング分野で用いられる概念であり、「ある製品（ないしサービス）カテゴリりもしくは特定ブランドに対する、感情的ないし心理的な結びつきによって生じる、思い入れやこだわり」と定義される（青木 2010）。関与度は連続的なスケールであるため、その高低を議論でき、「宝塚歌劇団に関与度が高い」や「スヌーピーに関与度が低い」という言明が可能である。

この説明から理解されるように、関与度という概念は、いわゆる「熱量」や「熱狂度」という一般的な概念をマーケティング研究で用いられる術語で言い換えたものである。

2.2 ファンダムの構造、関与度、押しカルチャー

堀田 (2015)、鈴木 (2015)、佐藤 (2018) などが指摘するように、キャラクターのファン集団、すなわちファンダムには、関与度に応じて階層を見出すことができる。

たとえば、堀田 (2015) は、バレエやオペラといった舞台芸術ファンに対するヒアリング・アンケート調査に基づき、図3のグラフが示すように、彼が超高関与層と呼ぶ圧倒的に熱量

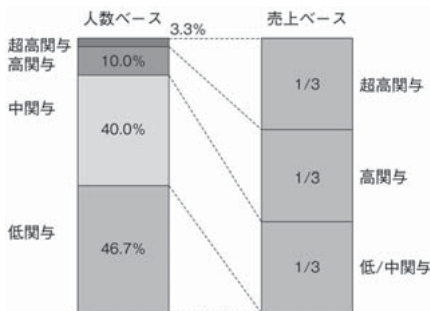


図3 ファンダムの構造と売上

の高いコアなファン層（全体の3.3%とされている）、熱量が高い高関与層（全体の10%）が売上の2/3を支えていることを報告している（グラフは、佐藤(2018: p.43)に提示されているものを利用している）。

同様に鈴木(2015)は、宝塚歌劇団ファンダムに対して、次のような構造を見出し、消費活動も含めたプロファイリング調査を実施している。

- ・潜在層…興味はあるが観劇に至っていない
- ・ライト層…年間1〜3回の観劇
- ・ミドル層…年間4〜9回の観劇
- ・ヘビー層…年間10回以上の観劇

鈴木(2015)においても、堀田(2015)と同様に、いわゆるグッズの購入に関してヘビー層が高い支払額であることがわかっている。

堀田(2015)は、超高関与層の購買力に注目したもののだが、鈴木(2015)、佐藤(2018)は、(超)高関与層のプロモーション力に注目している。この点について、佐藤(2018)は具体的なデータを出していないが、宝塚歌劇団を研究対象としている鈴木(2015: p.115)によると、(超)高関与層(鈴木(2015)

の言うヘビー層)の一部および中関与層(鈴木(2015)の言うミドル層)は、観劇の際、友人を同伴者とする割合が高く、きわめて積極的に他者推奨・需要創造を行っていると考えられている。

鈴木(2015)および佐藤(2018)の言うプロモーション力はくまモン現象を考える上で重要である。中山(2021)はエンターテイメント消費に関して、『萌え』から「押し」へ』という変化が発生しており、内面的な消費である「萌え」から「積極的なプロモーション行為(いわゆる「押し活(動)）」そのものが消費行動に含まれるという分析を行っている。この分析に基づけば、蒲島・正木(2014)の言う「くまモンの共有空間の拡大」における「ファンによる共有空間の拡大」は「押し活」の一種であり、現代的な消費活動の一部を形成しているということになる。

すなわち、(超)高関与層および中関与層が行っている他者へのプロモーションは、一種の消費活動であり、鈴木(2015)、佐藤(2018)、中山(2021)の議論をふまえると、そのプロモーションが新たな消費を生み出していくという正のサイクルを形成して

いると分析される。したがって、くまモンを積極的
にプロモーションするという行為は、くまモン関連
プロダクト消費（それは、熊本県のシビックプライ
ドにも関連するだろう）の重要な一角を占めている。
このような先行研究の知見をベースに、本研究は
次のようなフレームワークを用いて、Twitterにおけ
る投稿を分析していく。

- プロモーション力を「Twitterでの発言力（投
稿量）」と同一視して、くまモンファンダムを
4層に分割する。

• 「関与度」という概念はなじみにくいので、
ファンダムのそれぞれの階層は、コア・ファ
ン（超高関与層）、ノーマル・ファン（高関与層）、
ライト・ファン（中関与層）、入り口・ファン（低
関与層）と名付ける。

3 使用したデータについて

本分析のベースとなるデータは、「Twitter社から提
供されているAPIを利用して、「くまモン」を本文に
含む投稿を収集したものであり、その基本的な情報

は次のとおりである。

- 収集した期間…2021年9月29日～2022
年1月5日

• 本文に「くまモン」を含む tweet の中で明ら
かに商用と判定される tweet を取り除いた（同
一ユーザー ID からの URL や価格提示を含む繰
り返しの tweet を排除している）。

本文に加えて、上述のデータには、次のような情
報が含まれている。

- 当該 tweet をポストしたユーザー名、ユーザの
プロフィール欄、tweet の作成日、返信（reply）
ならば誰宛か、RT 数など

以後、上述のデータをくまモン・データと呼ぶ。

4 基礎的な分析

4.1 総 tweet 数、言及ユーザー数

くまモン・データの基本情報（総投稿数、異なり
の言及ユーザー数）をふなっしー、ミッキーマウスと
比較して提示すると、表1のようになる^{※3}。

※3 収集期間については、くまモンと同じである。

	くまモン	ふなっしー	ミッキー・マウス
総投稿数	71977	65084	53541
言及ユーザ数(異なり)	29313	30952	26738

表1 ふなっしー、ミッキー・マウスとの比較データ(1)

	くまモン	ふなっしー	ミッキー・マウス
毎日1回以上言及(90回以上)	93	69	6
週1回以上の言及(13回以上90回未満)	453	381	192
月1回以上の言及(3回以上13回未満)	2850	2618	1582
月1回未満の言及(1回以上3回未満)	25917	27883	24958

表2 ふなっしー、ミッキー・マウスとの比較データ(2)

このデータは、次のように解釈できる。

- くまモンとふなっしーは、総投稿数、言及ユーザ数に関して非常に似通っている。
- ミッキー・マウスについては、言及したユーザ数が明らかにくまモン・ふなっしーに比べて少ない。

実際、毎日1回以上言及するユーザ、週1回以上言及するが毎日言及していないユーザ、月1回以上言及するが週1回までは言及しないアカウント、当該期間で1回以上言及したが、月1回は言及しないが今回の調査期間で1回以上の言及をおこなったユーザの数をそれぞれカウントすると表2が得られる(カッコ内は言及回数である)。

表2は、くまモン・ふなっしーに言及するユーザが、ミッキー・マウスに言及するユーザに比べて、有意に週1回以上言及する傾向にあることを示しており(カイ二乗検定において $p < 0.1$)、これが全体の投稿数に影響を与えていることを示している^{※4}。

※4 この結果は、いわゆる世界的なキャラクターよりもご当地キャラクターのようなローカルなキャラクターの方が、熱量の高いファン層を抱えていることを示している可能性もある。

4.2 テキスト・マイニングから得られた基礎的

なデータ

テキスト・マイニングとは、自然言語処理を用いて文章を統計的に分析することで、有益な情報を探し出そうとする分析手法を指す。多くの場合、文章を形態素解析することで得られる単語の頻度（どの単語が何回使われているか）をベースに分析される。本節では、今回収集したくまモンへの言及を含むtweet本文に出現する単語の頻度のあらましを提示する。

分析にあたっては、テキスト・マイニングを効率よく実施するために前処理（絵文字の除去や文字種の正規化）し、明らかに商用と考えられる投稿を取り除いた上で、形態素解析（mecab + mecab-ipadic-NEologd（佐藤・橋本・奥村・2017））をチューニングした辞書を使用）をおこない、名詞・形容詞・呼びかけ語の頻度を調べたところ、表3のような上位頻度語が得られた（上位25位までをリストしている）。

順位	単語	頻度	順位	単語	頻度
14位	嬉しい	1551	1位	くまモン	75378
15位	熊本県	1496	2位	おやくま	8985
16位	楽しい	1477	3位	可愛い(かわいい)	6628
17位	布団	1375	4位	熊本	6350
18位	お疲れさま	1285	5位	くま	5371
19位	写真	1272	6位	おはくま	5215
20位	美味しい	1234	7位	モンちゃん	4059
21位	w	1193	8位	いい(良い)	4014
22位	WWW	1190	9位	笑	3037
23位	おつくさま	1188	10位	ありがとう	3000
24位	ラン	1143	11位	部長	2098
25位	笑顔	1101	12位	1日	1612
			13位	ω	1591

表3 名刺・形容詞・呼びかけ語の上位頻度（25位以内）

5 ファンダムの構造

5.1 Twitter投稿からみたくまモンファンダムの構造

ここまで見てきたようなファンダムの4層構造(堀田・2015; 和田・2015)分析は、両者ともに舞台芸術を研究のプラットフォームとしているため、基本的に観劇の回数(劇場に何回訪れたか)を指標として、その関与度を計測したものであった。

この指標は、もちろんくまモンのようなキャラクターには使うことができないため、その代替物として、本レポートではTwitterでの言及数に注目する。

先に指摘したように、「(超)高関与層」は愛好するモノ・サービス・作品に関してプロモーション力が高いことが知られており、『「萌え」から「推し」へ』という消費形態の変化が指摘されているため、プロモーション力は関与度を計測する重要な指標となる。本レポートは、この視点に立ち、言及投稿数を関与度の計測に使用し、それをもとに分析をすすめていく。

こゝでは、鈴木(2015)の議論を踏襲し、図4に

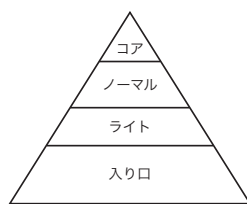


図4 ファンダムの階層

図示されるファンダムの4層構造(コア・ファン、ノーマル・ファン、ライト・ファン、入り口ファン)を仮定する。それぞれ、先の表2に記述する「毎日1回以上の当該キャラクターを言及する層」、「週1回以上言及する層」、「月1回以上言及する層」、「月1回

集団	言及頻度	ユーザ数	言及投稿数	総言及投稿数に占める割合
コア	毎日1回以上	93	14178	20%
ノーマル	週1回以上	453	14781	20%
ライト	月1回以上	2850	13351	20%
入り口	月1回未満	25917	29667	40%

表4 各層のユーザ数と tweet 数

未満言及する層」(すなわち何ヶ月かに1回言及する層)に対応する。

この対応とそれぞれの集団での言及投稿数および総投稿数に占める割合をに入れると表4が得られる。

この表が示すように、コア・ファンは、総ユニーク・ユーザの0.3%である93ユーザにすぎないにもかかわらず、総言及投稿数の20% (14178 tweets)を投稿しており、プロモーション力が極めて高い集団、すなわち推し活動にもっとも積極的なファン集団と考えられる。同様にノーマル・ファンも、総ユニーク・ユーザの1.5%で総言及投稿数の20%を占めており、こちらも高いプロモーション力を持っていると考えられる。

ハッシュタグの量についても、同様の傾向を見て取ることができる。ハッシュタグは、SNSにおいてキーワードや当該投稿の主要なトピックを分類するためにユーザ自身が付けるキーワードのことであり、ハッシュタグ検索やプラットフォームによるトレンドの提示を通じて、極めて広く利用されている。ファン集団毎のハッシュタグ数のデータは、次の表

に示される^{※5}。

先述のように、当該投稿を広くコミュニケーションに広報する機能(拡散力を高める機能)を持つハッシュタグの活用についても、コア・ファンの利用が突出している。この点においても、コア・ファンのプロモーション力(推し活動力)はきわめて高い(活

集団	ユーザ数	ハッシュタグ数
コア	93	188
ノーマル	453	4
ライト	2850	12
入り口	25917	11

表5 各集団に見られるハッシュタグ数

発)と考えられる。

4.2節で言及した中山(2021)は、このようなプロモーション力を「推し」活動と捉えており、エンターテインメント消費の核となっていることを指摘している。したがって、くまモンファンダムにおいてコア・ファンおよびノーマル・ファンは、くまモン消費において良い循環を生み出すきわめて重要

※5、ただし、ハッシュタグについては、行頭が#で始まるものをカウントした。

なファン階層と考えられる。

6 おわりに

本レポートでは、Twitterをプラットフォームとした「くまモン」の評判調査をおこない、くまモンファンダムの構造およびファンダムを構成する集団の特性を明らかにした。

参考文献

- 青木幸弘 (2010) 『消費者行動の知識』日本経済新聞出版社
- 堀田治 (2015) 「超高関与消費のマーケットインパクト」『AD STUDIES』, 51, 15-20
- 蒲島郁夫・正木祐輔 (2014) 「くまモンの「ロイヤリティ」フリー」戦略: 成功の秘密は「くまモンの共有空間」にあった」中央公論129(4), 124-132
- 中山淳雄 (2021) 『推しエトノミー』日経 BP マーケティング
- 日本リサーチセンター (2016, 2020) 『全国キャラクター調査』
- 佐藤尚之 (2018) 『ファンベース』ちくま新書
- 佐藤敏紀・橋本泰・奥村学 (2017) 「単語分かち書き辞書 mecab-ipadic-NEologd の実装と情報検索における効果的な使用法の検討」言語処理学会第23回年次大会 (NLP 2017), 言語処理学会
- 鈴木和宏 (2015) 「超高関与消費者群像としての宝塚歌劇ファンの実像」『超高関与消費者へのマーケティング』, 和田充夫(編), pp.91-122, 有斐閣

物語論を用いた「キャラクターとストーリー」

ティーチングの模索

山本 歩

・はじめに

本報告は二〇二二年九月一七日に実施された「尚綱大学で学ぶ『キャラとストーリー』二〇二二」、及び同イベントのティーチングとして行われた講義を背景としている。同イベントは、中学生・高校生を対象とし、創作の楽しみを知ってもらおうと企画されたものだ。参加者は個人もしくはグループで、制限時間内にキャラクターとストーリーを創作、キャラのイラストと、ストーリーのあらすじ及び魅力の伝わるロゴラインを提出する。当日は二四名の女子中高生が参加し、最優秀賞、尚綱大学賞、合志マンガミュージアム賞、各一組ずつの授賞があった。

これを催すにあたり、ティーチングの一環として筆者は、足掛かりとなる物語論の知見を簡潔に紹介した。この場合、三〇分ほどの時間で、知見の要点を、

中学生にも理解可能な程度で適宜単純化する必要がある。ティーチングは参加者の自主性や創造性を阻害しないよう、単に代入容易なテンプレートを提供するだけではよくないと思われるから、図式は簡素で指針となる程度に留める必要がある。一定の理論的支柱を与えつつ、テンプレート化はせず、創作意欲を喚起することが課題となる。また、よく知られている具体例を交えることが望ましい。

よって今回は、プロップ、キャンベル、グレマスの物語論を単純化し、小説『羅生門』、マンガ『ONE PIECE』、アニメ『SPY×FAMILY』といった比較的近なじみ深いと思われる作品を具体例としつつ、主に物語の展開（構造）と、キャラクターの関与を焦点としながら講じることとした。当日の説明内容と、その背景となる知見を本報告で記述する。

・ストーリーの基本的構造に関する説明

ストーリーメーカーキングを教示する実用的な書籍としては、大塚英志『ストーリーメーカー 創作のための物語論』が著名と言えよう。同書は、物語の基本的な型を「欠落したものが回復する」パターンと「行って帰る」パターンだと述べた上で、プロップ、キヤンベル、ボグラー等の物語論を紹介、それらを参考に機械的に物語制作ができるマニュアルを構築している。同書を参考に、講義においてもストーリーの基本形を「欠落したものを探す物語」と「行って帰りし物語」とし、プロップ『昔話の形態学』とキヤンベル『千の顔をもつ英雄』の物語論を引きつつ、より単純化した物語の基本構造を紹介した。「欠落したものを探す物語」とは、①何かを望み、②達成のために試練に遭い、③望みを叶えようとする物語だ。これは主人公等とその願望Ⅱ〈望み〉を中心価値とする図式である。「行って帰りし物語」とは、①境界を越えて旅立ち、②何かを達成し、③元の場所へ帰る物語だ。これは主人公の体験を中心価値とする図式である。両者は焦点が異なるが、今回はさらに、

より単純化した次のような図式として包括し、説明した。

①発端：日常 — 日常風景と〈望み〉の明確化（外部の誘い 旅立ちの試練）

②展開：非日常の試練 — 日常外で起こる冒険と〈望み〉の達成（試練や課題）

③結末：日常への帰還 — 変化した（しない）日常（帰路の一悶着 成長 承認）

①の日常は主人公の初期状態（作品開始前に、作品世界で主人公が過ごした一定の期間と同様に包括できるⅡ言表できる状態）、②の非日常は作中で取り上げる特殊な状態（いわゆる「空気系・日常系」においても中心となる話題やイベント）と言える。また③における「変化した（しない）日常」は、変化しないことが確認されたことも初期状態からの「変化」と捉えている。これはストーリー（時系列）の構造であって、プロットとは異なる（プロットの工夫によっては②が先に描写され、回想形式で①が後

から記述されることもある）ことも付け加えておきたい。各項目の（ ）内は意識的に付与した方が進展を招きやすい要素として説明した。

以上、あえて単純化した図式を用いて解説上の便宜を図った。次いで、この図式を参照しつつ『羅生門』の構造を説明し、『ONE PIECE』『SPY × FAMILY』の構造を説明する中で図式をやや発展的に使用する形をとった。

・『羅生門』の構造

まず、例示として、芥川龍之介の短編小説『羅生門』（一九一五年初出、今回は一九一八年改稿版を使用）の物語構造を分析した。同作は高校国語の定番教材であり、内容も広く知られている。実際にイベントの参加者に読んだことがあるか問いかけたところ、全ての高校生が授業で触れたことがあると回答した（ただし、学習指導要領の変化により、今後の高校生は同様ではないと思われる）。よって内容説明は、中学生向けの簡潔なあらずじ紹介に留めることができる。

『羅生門』は平安時代を舞台としている。最初の状況では、失職した「下人」が雨宿りをしながら自らの今後を案じている。続いて寒さが「下人」を羅生門の上層に登らせると、そこでは老婆が死人の髪を抜いている。老婆との問答を経て、「下人」は強盗を働いてでも生きていく意志を固めた見え、老婆の衣服を奪い走り去る。

①〈発端〉で平安京の景観、すなわち「下人」の生きる日常空間が描かれる（失職は彼にとって日常を揺るがすものとも言えるが、後述の羅生門に登るといふ非日常的移動に比べれば、十分に日常の延長であろう）。それに伴い「下人」の内面が言及され、「盗人になるよりほかに仕方がない」と云う事を、積極的に肯定するだけの、勇気が出ずにいた」といふ心的状態が明かされる、すなわち物語における〈望み〉が「盗人」になる「勇気」の獲得であることが示唆される。次いで、②〈展開〉で「下人」は、羅生門という非日常的空間で、老婆と遭遇するという体験を「試練を得る。「下人」は一瞬恐怖するが、老婆に立ち向かい組み倒す。試練を越えた彼にもたらされる

のは老婆の口走る価値観である。悪人からは奪って良い／飢え死にしないためには仕方がない、という価値観を得ることで、「下人」は「盗人」として生きていく決心を手に入れる、すなわち〈望み〉が充足される。

『羅生門』は先のような単純化した物語構造を紹介する際に便利な具体例として使用できる。また、高校生に対しては、授業で触れた文学作品を、組み立てられた「ストーリー」という観点で読み直す契機を与えることができるだろう。創作者にとつての物語論の重要な効用とは、あらゆる物語がモデルケースや模範となることである。

・『ONE PIECE』の展開

次に、尾田栄一郎のマンガ『ONE PIECE』（一九九七年から連載中、以下『ワンピース』）を具体例に、先の図式をやや展開した。海賊を主題とした『ワンピース』は典型的な冒険譚と言え、長期連載であるため概要もよく知られている。他方、熊本県は二〇一六年の熊本地震に際し、出身者である尾田の支援を契機に、

『ONE PIECE 熊本復興プロジェクト』を立ち上げ、復興の象徴として同作のキャラクターの銅像を建てるなど、提携を強めている。熊本県民にはとりわけ馴染みのある作品である。連載二五年、既刊一〇〇巻を超えるため、触れたことがない中高生も多いが、「キャラとストーリー」参加者はマンガやアニメに対する興味が強かったため、半数程度が「読んだことがある」、「うち三名が「全巻読んだことがある」と回答した。『ワンピース』は現時点では比較的有効な事例と言える。

時間的余裕があれば、ここであらためて、プロットの述べる魔法物語の三二の機能やキャンベルの「英雄の旅」のプロセスを紹介しても良いと思われる。そもそもマンガ『ワンピース』の第一話は、キャンベルの物語論における「非日常への出立」——冒険への召命・召命の辞退・援助と力の贈与・最初の越境——プロセスと対照させることで把握しやすい。主人公ルフィの幼年期の終わりを告げる出来事、海に出ることを望むルフィ（召命）と、それをやんわり制止するシャンクスと悪魔の実による「カナヅチ」化

(召命の辞退)、山賊と怪物による危機をシャンクスに救われ麦藁帽子を託される(援助・贈与)、そして成長後の出航と怪物退治(最初の越境、このときルフィの「望み」は自我を超え、シャンクスとの約束というより崇高なものになっている)。ルフィの(望み)が断念されそうになるプロセスは、「召命」「辞退」という言葉の直観的な理解とは、主体が異なるように見えるわけであるが、そうした主体の逆転は細部のバリエーションに過ぎないことを言い添えた。これはむしろ、物語論の操作性を理解させる事例になるだろう。

また、『ワンピース』には一定の物語展開が繰り返される傾向が見られる。だがそれは何も特別なことではなく、ましてや瑕疵ではない。むしろ構造の普遍性を示すものでもあるし、また構造という骨組みと肉付けというディテールの関係を参加者に教える好例となろう。『ワンピース』は二〇二三年現在、連載が継続している。よって『ワンピース』という物語の結末——目的や帰還は描かれていない。しかし、個々の小編——アラバスタ編、魚人島編、ドレスローザ編

など——をひとまとまりの(行きて帰りし物語)だと考えれば理解しやすい。第一話で航海に出発したルフィにとつては、既に海が「日常」となっており、陸地や新しい目的地が「非日常」である。それぞれの陸地⇨島では依頼者がルフィたちにコミユニティの平和や人命救出などの使命を託される。試練を経た敵を打ち倒し依頼者の「望み」を充足させる(その際、ルフィたちに新たな仲間が加わったり、作品世界に関わる重要な情報が手に入った)りする。そしてルフィたちはまた「日常」である海へと戻っていく。なおこの時、海賊としてのルフィたちの懸賞金額が上がる(承認が与えられる)こともある。

『ワンピース』は(行きて帰り、また行きて帰り、また行きて……)という構造を顕著に持っている。従って、それぞれの小編に注目することによつても、物語の基本形が顕著に確認できる作品である。こうした構造の中でしかし、アラバスタ編では古代エジプト風の砂漠の王国を舞台に外部から潜入してきた犯罪組織を登場させ、ウォーターセブン編では船や仲間の欠損回復を軸に中央政府との対立者という「海

「賊」を逸脱する承認獲得にまで至り、魚人島編では浦島太郎や人魚姫を想起させるモチーフと共に作品世界における差別の歴史を取り扱う、といったように、ディテールによって異なる印象が与えられている。すなわち、物語論は創作に制限を与えるものでもなければ、物語はすべて同一の型を持っているのだから独自性は不要だなどという創作の放棄もたらずでもない。むしろ骨組み（構造）と肉付け（ディテール）を区別することで、知識やアイデアが肉付けに関与するのだということが明確になる。

・『SPY×FAMILY』におけるプログラムとキャラクター

プロップやキャンベルの応用で、ストーリーメーカーキングには一定の型を与えることができるが、「キャラクターとストーリー」の相互作用を構築させ、ストーリーと結びついた魅力的なキャラクターを創造させるには、いま一步踏み込んだキャラクターとストーリーの必然的な結びつきを説明したい。そこで、グレ

マスの論（ないし水声社『意味について』の赤羽研三の解説）、それを敷衍しようとするアダン『物語論——プロップからエーコまで』における解説を参照した。

グレマスの考案した物語の基本形、語りプログラム（programme narratif）は、ある主体とある対象が分離状態から接合状態へ（あるいは接合状態から分離状態へ）変換されるというもの、すなわちあるキャラやコミュニティ等が何かを持っていない状態から持っている状態へ（この場合の対象が〈望み〉と言える）、あるいは持っている状態から持っている状態へ移行するというものだ。このとき、結合状態を「主体∧対象」、分離状態を「主体∨対象」と表現しよう。なお、主体は主人公とは限らない。主体・対象間の状態を、異なる主体が変換する（変換主体が別に存在する）こともあり得る。例えば『ワンピース』のアラバスタ編であれば、主人公∩変換主体ルフィは、主体アラバスタ王国が奪われた（分離状態である）平和を取り戻す（接合状態にする）ために奮闘すると言える（変換主体ルフィ∩アラバスタ∨平和∩ア

ラバスタ(平和)。

このプログラムの過程で、試練が発生する。グレマスによれば試練は「資格付与する試練」「決定的試練」「称える試練」に分類できる。それぞれの試練を遂げるためには遂行能力が必要であり、「資格付与する試練」とはその遂行能力を獲得するための試練ということになる。意欲(遂行したい)と共に能力(遂行できる)、知(遂行する術を知っている)といった状態が試練を遂行に導く。注目したいのはこうした遂行の必要条件が複数あることだ。

アダンは「知」「力」「行動意欲」がプログラムの帰結を導く仕組みを、広告物語や聖書物語を具体例として確認している。特に後者、「マルコによる福音書」(第十六章) 洗者ヨハネの死についての物語は、興味深い構造を持っている。ヘロデヤという主体による、別の主体ヨハネと、(対象である)ヨハネの生命を、結合状態から分離状態へ変換しようとするプログラム(変換主体ヘロデヤ・ヨハネへ生命↓ヨハネ√生命)は、しかしヘロデヤだけでは遂行できない。ヘロデヤはヨハネを亡き者にしようとする「意欲」を持つが、

「力」を持たない。この時点で「力」は権力者であるヘロデ王にあり、ヘロデ王はヨハネを処刑すべきでないという「意欲」と「知」と共にその「力」を保有している。だがヘロデヤの娘サロメは踊りの褒章として臨むものを与えられる「力」をヘロデ王から授与される。そこでヘロデヤは「知」を働かせ、娘にヨハネの首を所望させる。

ヘロデヤとサロメの協同によるプログラム達成は、複数のキャラクターが極めてシンプルかつ必然的に物語と結びついている事例である。これを「キャラとストーリー」参加者の創作に役立てるため、アニメ『SPY×FAMILY』(原作は遠藤達哉のマンガであるが今回はアニメ版を参照した)の展開を例として単純化した。『SPY×FAMILY』(以下『S×F』)はイベント企画当時アニメ第一期が放送しており、原作マンガもアニメ版も人気を博していた。とっつきやすい設定、予備知識もさほど必要ではない内容から、中高生にも馴染みある作品である。実際、当日の参加者のほとんどが、アニメ版を観た経験を持っていた。

『S×F』は冷戦時代のヨーロッパをモデルとした舞台を持ち、東国と西国が仮初とはいえ平和を維持している。西国から東国に潜入したスパイ「黄昏」は「ロイド・フォージャー」を名乗り、東西平和を脅かす政治家デズモンドに接近しようとする。東西平和が脅かされている状態を分離Ⅱ「東西▽平和」とすれば、同作は大枠では「変換主体ロイド…東西▽平和↓東西△平和」というプログラムを持つ。ただし、デズモンドは息子の通う名門校イーデンの懇親会にしか姿を見せないため、ロイドは偽装家族を作り、子供をイーデン校に入学させる必要がある。よって物語初頭部のプログラムは「変換主体ロイド…ロイド▽偽装家族↓ロイド△偽装家族」でもある。ロイドは娘役の「アーニヤ」、妻・母役の「ヨル」と偽装家族を築く。実はアーニヤは人心が読める超能力者、ヨルは凄腕の殺し屋である（だがロイドとヨルはそれぞれの素性を知らない）。家族を得た後は、アーニヤの入学試験、校内での勲章獲得や友人トラブル、また偽装家族を維持するため世間体を保つ努力など、こまごまとした課題・試練が起こる。家族

をテーマとし、個々の課題は卑近なものになりがちであることから、二国間の平和を巡るスケールの大きな背景や、スパイや殺し屋という殺伐としたキャラ設定にも拘わらず（むしろそのギャップゆえにか）同作はコメディとして受容されている。

ここで『S×F』のアニメ第三話（テレビ東京系列、二〇二二年四月二十三日放送「受験対策をせよ」）を分析してみよう。ロイドはアーニヤをイーデン校の入学試験に合格させたいと望んでいる。また、面接試験では家庭環境や「一般常識」の有無も審査対象になるため、フォージャー家は合格に足る偽装を行わなければならない。そこで同話後半部では、「見聞を広めて上流家庭における一般常識を身につけ、三人の間で共通認識を作る」（ロイド）ことを目的に一家で外出することになる。このエピソードに限定すれば、ロイドはできたばかりの偽装家族を「上流家庭」に見せるための一体感や自然さを望んでいる。すなわち、次のようなプログラムが働く物語である（これは『S×F』全体の物語からすれば「資格付与する試練」である）。

「変換主体ロイド…偽装家族▽家族らしさ」

↓ 偽装家族△家族らしさ」

だが、例えば最初に訪れた仕立屋の陰口で、子連れ婚（世間的にはロイドがアーニヤを連れ子としてヨルと再婚したことにしている）であることを揶揄されるように世間の目は厳しい。また「一般常識」を身につけるために鑑賞したオーケストラや美術館もアーニヤの教養には繋がらなさそうだ。またアーニヤは他者の心の声が聞こえてしまうテレパスの持ち主であるため、激しい感情がぶつかる政治演説の現場は苦手である。癖の強いメンバー間のズレが演出され、ロイドはくじけかける。ロイドには「意欲」も「知」もあるが、「力」についてはヨルとアーニヤの協力が必要である。

ここで、山場が訪れる。三人の見ている前で、通行人の老婦人がひったくりに遭う。財布を奪われた老婦人を見てもロイドは「不用心な婆さんだ」と一瞥するだけだった、ヨルは良心を發揮して犯人を追

いかける。これは先のプログラムにおける試練とも言えるが、次のようなプログラムが始動したとも理解できる。

「変換主体フォージャー家…老婦人▽財布」

↓ 老婦人△財布」

ヨルには「意欲」があったが犯人を見失う。アーニヤは心を読むテレパスで人ごみから犯人を探し出し、ロイドにそれとなく伝える。すなわち犯人を捕まえる術Ⅱ「知」を提供する。「知」を得たことでロイドは犯人を発見し、身体能力Ⅱ「力」を駆使して犯人を捕らえる。

このとき、「意欲」「知」「力」は見事に三人のキャラに分散している。財布を取り返した三人は老婦人から「あなたたち、とっても素敵な家族ね」と称賛される。この承認は、ロイドの望みを意外な形で叶えるものである。ロイドが「老婦人の目にそう見えたら」準備のパーセントくらいは進んだことに「するか」と納得したことから、老婦人と財布を接合

するプログラムの達成により、当初の「ロイド・偽装家族<家族らしさ>」も達成されたと言える（厳密に言えば、老婦人の「素敵な家族」像は、ロイドが当初想定していた「上流家庭」的家族観とは異なっていると思われる。この転換は同作が家族観を巡るテーマを内包していることに関わる）。いずれにしても、これらの遂行の必要条件は、ロイドだけでは満たせなかった。ここにおいて、アーニャとヨルがそれぞれ異なる条件を担当することが求められたのだ。

キャラクターとはこのようにプログラムや試練を遂行する条件の持ち主であり、その意味でストーリーと不可分である。よって『S×F』の事例を紹介することにより、キャラとストーリーは一体のものとして考えるべきことが示唆できる。なお、実際の講義では、物語プログラムの概念や「意欲」「知」「力」という直観的に把握しづらい用語は避け、〈望み〉の達成のための試練を、ヨルが「親切心・機動力」、アーニャが「調査力」、ロイドが「実行力」を發揮することで解決した、すなわち三者がそれぞれ異なる能力を持っていたのだと説明した。この説明でも、物

語の中でキャラが条件を提供するものであることは伝わったと考える。

・おわりに

おれは剣術を使えねえんだコノヤロー！！！！／航海術も持ってねえし！！！！／料理も作れねえし！！／ウソも付けねえ！！／おれは助けてもらわねえと生きていけねえ自信がある！！！！（尾田栄一郎『ONE PIECE』第一〇巻、集英社、一九九九年一〇月）

右の引用は『ワンピース』における主人公ルフィの台詞であるが、キャラクターの役割を強調する方便としては有効である。実際のところ、グレマスの言えは役割は一つないし二つの主体に集中していても構わないのであるが、複数の主体が登場する理論的妥当性を説明することは、キャラ作成、とりわけグループでの協同的キャラ作成を後押しすることに繋がるだろう。

物語論は昔話研究や比較神話学のみならず、構造

主義・記号学と結びついている。そのため個々の着想の文脈や意義は、中高生には理解し難い。その重要な点、有効な点を踏まえつつ、適宜単純化し、共有可能な具体例を用いることで、楽しんで学べることが望ましい。

次回に向けた課題としては、グレマス論応用の検討がある。グレマスは『意味について』で主人公などの主体に知識や能力、あるいは対象を譲渡する（奪われる）反主体の存在を重要視している。すなわち対象は、主体と反主体の間を移動するものである。この場合の反主体は、敵対者や助力者が考えられるが、今回のティーチングでは〈敵〉キャラクターへの言及をほとんど行わなかった。それはイベントの主旨によるものであるが、ストーリーにおいて敵対的存在が不可欠なものであれば、盛り込むべき話題であったはずだ。

なお、実際の講義では、こうした物語論的な知見の応用と具体例の紹介の他、ログラインとあらすじの書き方を説明した。ログラインは一〜二行を要求

しており、自身の作品の最も特徴的な要素を盛り込むことが望ましい。盛り込めない要素はあらすじに含ませ、少なくとも作品前半部の旅立ち、ないし旅立ちの後に待つ試練などがわかる記述を求めた。具体例としては、『S×F』について、アニメ公式ウェブサイト (<https://spy-family.net/>) を参考に、以下のようなログラインとあらすじを提示した。

【ログライン】

凄腕スパイ×殺し屋×エスパー！ ハブニング連続の「仮初めの家族」に、世界の命運は託された。

【あらすじ】

スパイのロイドは東西平和を脅かす大物政治家・デズモンドへの接近を命じられる。だが用心深いデズモンドは息子の通う学校の懇親会にしか現れない。息子に接近すべく、ロイドは娘役・アーニヤと妻役・ヨルと共に偽装家族を演じることに。だが、ヨルの正体は殺し屋、アーニヤは人の心が読めるエスパーで、互いに素性を隠している。奇妙な「偽物の家族」もアーニヤの学校生活も波乱

含み。国家の行く末や如何に!?

ログラインやあらずじには詩情もあって良いが、今回のような審査制をとる場合はある程度、作品の内容理解に繋がる情報を盛り込むことが望ましい。主人公とその特性、その背景や〈望み〉、特徴的／刺戟的な出来事、課題や試練などの障害物といった情報である。こうしたログライン・あらずじを的確に記すためにも、自身の創作物を構造的に把握できていることが求められる。

参考文献

- ウラジミール・プロップ／北岡誠司、福田美智代訳『昔話の形態学』(水声社、二九八七年八月)
- A.J.グレマス／田島宏、鳥居正文訳『構造意味論 法の探求』(紀伊国屋書店、一九八八年五月)
- グレマス／赤羽研三訳『意味について』(水声社、一九九二年八月)

ジャン＝ミシェル・アダン／末松壽、佐藤正年訳『物語論——プロップからエーコまで』(白水社、二〇〇四年)

四月)

大塚英志『ストーリーメーカー 創作のための物語論』

(星海社、二〇三年三月)

ジョーゼフ・キャンベル／倉田真木、斎藤静代、関根光宏

『千の顔をもつ英雄』上・下(早川書房、二〇一五年

三月)

令和四年度 卒業論文題目一覧

小説における方言使用

—近代の方言受容史をふまえて—

上田 真綾

ディズニー映画吹き替え版における女性表現の時代変化

江河 李恵

幣立神宮の一考察

大平 真子

韓国ウエブトゥーンのメディア史

緒方菜南子

「ブラック・ウイドウ」におけるジェンダー観について

甲斐 愛実

熊本の子童についての一考察

川口くるみ

黒沢清作品における恐怖の対象

工藤 留奈

—「CURE」を中心に—

日本語絵本の韓国語翻訳版に見られるオノマトペの特徴

久保田美希

大森靖子の歌詞における身体性とヴァーチャル性

桑原 彩花

「戦闘美少女」アニメにおけるキャラクターの役割と

後藤 若奈

役割語の関係

小林 架穂

ジャニーズアイドルファンの参戦服ファッションについて

斉木 結衣

日中の狐の伝説の一考

坂元 菜穂

椎名林檎とBisの歌詞における恋愛観の違い

佐藤 彩美

「POP」と比較したボカロ楽曲の歌詞の特徴について

佐藤 彩美

大宰治『新釈諸国噺』論—原典との比較から—

佐藤 朋代

アイドルとファンの仮想的恋愛関係について

鹿本里桜菜

「POP」の多国籍アイドルグループに関する研究

杉 千都

斎藤一の一考察

田邊ゆうこ

女性アーティストにおける歌詞表現の特徴分析

張 琳婕

「きのう何食べた？」における漫画と実写の表現方法の違いについて

鶴田 菜月

漫画「夢十夜」における表現技法について

土肥 日和

「源氏物語」と「あさきゆめみし」における藤壺像の比較

徳永 汐音

「虎口」についての一考察

虎口 彩音

25次元と実写のキャラクター表現について

中村 真歩

高校世界史教科書について

中村 麻鈴

〜現行の教科書比較と記述の変化〜

日本の書店の現状と課題

野口 莉那

ディズニー作品におけるヴィランズの歴史的变化について

野原 玲美

2000年代以降のNHK「みんなのうた」にみられる

堀脇 麗奈

語彙的特徴

ギャグ漫画における「痛み」の表現

前田くるみ

かな文字のフォントに関する研究

益山 結宇

漫画「マギ」の物語的特徴について

松本 有加

腐女子と「田」の関係について

水本 実佑

女性のモノ化から見た広告表象

吉里みみこ

欧米系インバウンド誘客のあり方について

龍 英奈

「アフターコロナ」熊本

近現代小説における〈反・物語的〉な物語について

魚住 有里

物語論からみた『龍が如く7』

堀 沙綾

イベント「尚綱大学で学ぶ『キャラとストーリー』」 二〇二二開催報告

現代文化学部では、九月十七日、イベント「キャラとストーリー」を行いました。

イベント「キャラとストーリー」は、参加者に実際にキャラクターとストーリーを作ってもらおうというワークショップです。キャラクターの姿や特徴、物語における役割、物語世界の設定などをすべて自分で作るという経験が、「キャラクター文化」を大いに学ぶ機会となることを企図して催されました。

中学一年生から高校三年生まで、二十四名もの女子中高生が参加してくれました。午前中は「キャラの作り方」「ストーリーの作り方」について本学教員による講義を行い、昼休憩の後、女子中高生たち実際にキャラとストーリーを作ってもらいました。

参加したみなさんは、午前中の講義も熱心に聞いてくれましたが、それ以上に自分たちの「キャラ作り・ストーリー作り」に大変な集中力で取り組んでくれました。なかには専門家からみてもレベルの高い画力を持った人や、「小説投稿サイトにすでに公開した自分の作品をマンガ化する」という意図で参加してくれた人もおり、予想以上にハイレベルのイベントとなりました。

案の定、甲乙つけがたい力作ばかりで、審査には大変苦労しました。「最優秀賞には及ばないものの何か賞を授与したい」と思わせる作品もあり、急遽「合志マンガミュージアム賞」と「尚綱大学賞」を用意して対応しました。惜しくも賞をもらえなかった作品も、どれも本当にすばらしく、「二十四名全員がすごい才能を持っている」と教員や大学生は圧倒されてしまいました。

「キャラ作り・ストーリー作り」は、自分自身の創作欲を満たして豊かな時間を送ることができるだけでなく、世の中に数多あるキャラやストーリーの魅力を見極める目を養うことができるようにもなります。ぜひ今後も「キャラ作り・ストーリー作り」を続けていってほしいと思います。参加者のみなさん、お疲れさまでした。

【入賞者】

最優秀賞…渡邊明美さん

(尚綱高校)

尚綱大学賞…李佳澄さん・有水紗愛さん

(帶山中学校)

合志マンガミュージアム賞…上杉麻琴さん

(玉名高校)

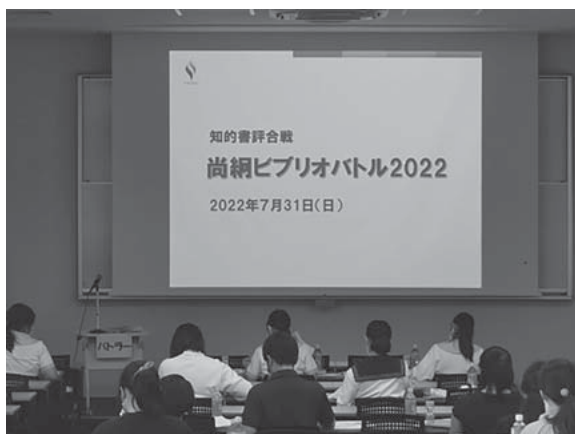
「尚綱ビブリオバトル2022」を開催しました

尚綱大学現代文化学部では、オーブンキャンパスの催しとして、令和四年七月三十一日（日）に九品寺キャンパスで「尚綱ビブリオバトル2022」を開催しました。

「ビブリオバトル」は、発表者がお気に入りの本を五分間で紹介し、観衆の投票により「一番読みたい本」（チャンプ本）を決めるゲーム性のある書評大会です。文芸文化領域を設けており、司書資格取得が可能な尚綱大学現代文化学部では、「本」に関するイベントとして、この「ビブリオバトル」を平成三十年度的から開催してきました。新型コロナウイルス感染拡大の影響により、ここ二年间は実施を見送ってきましたが、今年度は令和元年以来三年ぶりに開催いたしました。

今回は、熊本県内の女子高校生ら七人が「バトラー」（発表者）として参加し、さまざまな本の紹介を行いました。会場の観衆からは、「本の中の好きなセリフは」「その本を読もうと思ったきっかけは」など、活発な質問も出されました。

投票の結果、「チャンプ本」には尚綱高等学校の北村紗希さんが紹介した『神様の御用人』が、また「準チャンプ本」には熊本マリスト学園高等学校の月足梨愛さんが紹介した『僕は上手にしゃべれない』が選ばれました。そのほかの発表者からも、本に対する思いがこもった発表を聴くことができました。



ビブリオバトル会場の様子

題字 林田俊一郎

尚 綱 語 文 第十二号

令和五年三月十二日 印刷

令和五年三月十四日 発行

編集・発行者 尚綱大学・現代文化学部・

日本文学懇話会

〒862-8678

熊本市中央区九品寺二一六一七八

電話 ○九六(二〇三)六三〇〇(代)

株式会社 協和印刷

熊本市東区保田窪本町一五一五〇

電話 ○九六(二七三)九五一一

印刷

執筆者紹介(掲載順)

武田 昌憲 本学教授

畠山 真一 本学教授

山本 歩 本学講師(専任)