

[2020 年度卒業論文優秀作]

日常生活に潜むコスプレ

ファッション／メディア／観光／言葉

鍋山 友梨馨

はじめに

写真を加工するという工程がスマートフォン1つで簡単に出来る時代になってきている。加工の出来るカメラアプリは、数えきれない程存在している。カメラアプリを通せば、化粧や顔の形・パーツ、体形、髪色まで変えることが可能だ。また、アプリでの加工のみならず、美容整形といった実際に体を変化させるものから、化粧で別人に変化する詐欺メイクといったものなどが、人気を博している。それらを行うことで、自分のマイナス面をプラスへと変えることや、自分のコンプレックスと感じている部分をカバーしたり、なりたい自分・理想の自分へと近づくことが出来るのだ。

我々は、本来の自分から、何か違う自分へと変化したいという「変身願望」たるものが気付かないうちに存在していると考えられる。ごく普通の少年少女が、ある日、変身道具を手に入れて、魔法少女へと変身する、悪と戦うヒーローに変身する物語を目にした人は多いと思われる。魔法少女やヒーローは、変身することで、普段よりも体力がアップしたり、精神面が強くなったりする。かっこいい、可愛い、あんなりたいと憧れを抱いた人は少なくないはずだ。だが、実際に、物語と同様に魔法少女や悪と戦うヒーローになることは不可能である。

しかし、「コスプレ」(コスチューム・プレイ)という分野においては、その魔法少女やヒーローの見た目になり切ることが出来る。なり切ることで、見た目だけではなく、性格もなり切るという人もいるのだ。これは、キャラクターになり切ることで発生していることではないと考えられる。普段の生活の中でも本来の自分自身から、着飾り、外見を整えることで、自分の性格や気持ちが何か変わっていることがあるかもしれない。我々は、日常生活の中でコスプレをしていると考えられるのではないだろうか。「コスプレ」から「外見を整える」ということについて考えていく。

第1章 コスプレの本質

第1節 コスプレ(コスチューム・プレイ)とは

「コスプレ」とは、コスチューム・プレイの略称である。コスプレという言葉は、元々、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付けて行う舞台や稽古を意味していた。日本においては、70年代より主にアニメやマンガ、ゲームなどのキャラクターに扮することを示す言葉として一般化してきた。そして、そのコスプレを行う人々のことを「コスプレイヤー」と呼ぶのである。

近年では、コスプレを職業としているコスプレイヤーも度々見られる。しかし、普段は、学生・社会人をしているという、コスプレを本業にしていない人の方が大半を占めている。また、コスプレを始めるにあたって、男女比率を考えると、女性の方がコスプレを始めやすいように思われる。そもそも男性のファッションと美容について飯野(2013)は、

美とファッションへの男性の「進出」状況はどうであろうか。女性は美しくなければならず、従って痩せねばならず、化粧をせねばならず、健康を害するような窮屈な下着や靴を身に付けねばな

らない「美の鎖」に縛り付けられた存在であるとされてきた。一方男性は「美の鎖」に縛られることはないが、美からは疎外されている。美しくなる為に努力し時間や費用をかけるのは「男らしくない」ことであるとされる。化粧をしてはいけないし、スカートをはいてはいけない。女性が男性の服を着てもお洒落な着こなしとして許されるが、男性が女性の服を着ると女装と言われる。「男性性」の否定というより「男性であること」そのものが否定されてしまう。男性の場合、ジェンダー拒否は即セクシュアリティ拒否と結びつけられてしまうのである。従って「男らしさ」のファッション規範は女性に比べて厳しく、範囲が狭くなる。近代化に伴い、男性にふさわしい服装は抑制がきいていて機能的な服装であるとされてきた。髪型などを含め、単純で画一的なものこそが男性らしいとされてきた。これを逸脱することは難しい。「男性とファッション・美容」は女性抑圧的な問題ではないので、男性が変化を求められることがなかった。従って「美容」は最も男性の「進出」しにくい分野であり続けてきた。(飯野,2013¹⁾)

と述べている。コスプレをするという以前に、男性にとって、美容やファッションそのものに対する捉え方は、女性と違っていることが分かる。男性の外見に対して、「男性らしさ」というものが、強く求められる社会であることが考えられる。しかし近年では、男性用の化粧品なども増えてきており、表向きに男性も化粧をすることに対して、少しずつ抵抗感を減らしていくような雰囲気も伺えるようになってきたのではないだろうか。だが、男性化粧品に関して、飯野 (2013) は、

男性化粧品は ①ヘアケア ②衛生、清潔 (消臭スプレー、制汗剤など) ③基礎化粧品 (化粧水など) に分けることが出来、これらは大手化粧品メーカーでも販売されている。しかしメイクアップのための化粧品は一般的ではない。普通男性は基礎化粧品で肌の手入れはするが、メイクアップ化粧品で色を着けたりすることはない。ここには大きな違いがあり、男性にも、見る女性にも、メイクアップには心理的な抵抗感がある。男性がメイクアップをすることは、①中性的な魅力を強調 ②性別を超えた、すなわち自由な存在であることの強調、という意味があり、そのようなセクシュアリティあるいはジェンダーに対する主張のない「普通の男性」は決してしないものであった。しかしザスインターナショナルではファンデーションが売れている。理由は「コンプレックスの解消」「他者に良い印象を持ってもらいたい」からであるという。(飯野,2013²⁾)

と述べている。男性化粧品は、自分を変化させるという手段で用いられる訳ではないことが考えられる。一般的には、肌質改善や、臭い対策など、本来の自分のマイナス面をカバーする為に化粧品を利用していることが分かる。

コスプレをするにあたって、服 (コスプレ衣装) を仕立てたり、服のサイズを自分用に手直しするなどの採寸・裁縫の技術やメイク等は、女性にとって身近なことであったり、必要であったりすることから、やはり女性にとってコスプレは男性よりも身近であると考えられる。また、森本・大久保・鈴木 (2017) は、「女性のほうが男性よりも装いに関心があることから、作品やキャラクターへの愛情表現する方法としてコスプレを採用しているといえる。^{*3)}」と論じていることから、女性のコスプレイヤー多いことが伺える。

しかし、東京ディズニーリゾートやユニバーサル・スタジオ・ジャパンなどのテーマパークでは、老若男女問わずキャラクターのグッズを身に付けて、キャラクターに扮している人々を見かける。1歩パークを出てしまえば、カチューシャを身に着けることが、おかしいと感じてしまったり、恥ずか

しいと感じてしまうだろう。だが、テーマパーク内では、そのテーマパークのキャラクターのグッズを人々は自らの意思で身に着けている。東京ディズニーリゾートにおいて、男性がミニーマウス（女キャラクター）のグッズを身に着けていたり、女性がミッキーマウス（男キャラクター）のグッズを身に着けていることは、なにもおかしい話ではないのだ。テーマパークにおいては、誰もが典型的な「キャラクターに扮する」というコスプレを気軽に行うことが出来る。これらのことからコスプレは、普段できない格好にチャレンジしたり、気持ちを開放することが出来る手段になっていることが考えられる。

また、筆者も実際にコスプレをすることがある。そのために、まず服をどうするのか、靴、髪型、メイクなどを順番に決めていく。その中で、このアクセサリが必要だとか髪色を変えたいと考える。アクセサリを買い、髪色を変え、自分の理想へと近づけるようにと創意工夫を行う。これらの行為は、コスプレ以外にも当てはまるのではないだろうか。様々な服を着て、アクセサリを身に着け、髪を切ったり伸ばしたり染色してパーマを当てたり、髭をそったり、化粧をしたり、ネイルをしたり、人それぞれ様々なことを毎日行っている。「外見を整える」という行為はコスプレする・仮装するという言葉に繋がりがあのではないだろうか。

第2節 コスプレと外見を整える関係性

2-1 古来の身だしなみ

古来の日本では、年齢の差を表すために、男性が成人した際に着る「元服」、女性が結婚したことを示すのに「おはぐる」（歯を黒く染めること）の風習があった。また、古代エジプトでは、目の病気の予防や悪霊対策として、目の周りにアイラインを引いていた。

封建時代（6世紀から15世紀末ごろ）のヨーロッパでは、貴族階級の違いを表す為に、身だしなみに差が出ていた。これについてヴァルトラウト・ポッシュ（2003）は次のように述べる。

美は長いあいだ社会階層のあらわれであった。過去数世紀間は、もっぱら上流階級が主流となる美の理想型を形成してきた。彼らだけが外見を創造し実行する可能性と手段をもっていた。（ヴァルトラウト・ポッシュ, 2003⁴⁾

確かにこの時代のヨーロッパでは、贅沢に使用したレースやフリルが施された服、指輪やネックレスの宝石類を身に着けることで、階級を示していた。いかにお金をかけ、お金がかかっている分、豪華さを演出することが出来るかを争っていたと思われる。現代では、一般的にシンプルな服装がいいと言う人もいるが、当時では考えられないファッションなのではないだろうか。

2-2 現代の身だしなみ

身だしなみを整えるにあたって、現代ではどんな意味があるのだろうか。筆者は、「自己満足するため」「自分らしさのため」という理由があるのではないかと考えた。自己表現を行うファッションの中で、人それぞれ様々なファッションがある。筆者は、その中でも近年流行している「地雷系ファッション⁵⁾」について詳しく述べていく。そもそもなぜ「地雷系」と呼ばれているのか。そもそも地雷の本来の意味は、「地中や地表に設置され、人や車が通ったり、近づいたり、触れたりすることによって爆発するように設計された弾薬類⁶⁾」である。ここから派生して、「近づいたら危ない女の子」という意味で「地雷系ファッション」や「地雷女⁷⁾」などの言葉が生まれた。地雷系ファッション（図1・2）

は、洋服や靴の色は、白・黒・ピンクが多く、他の色の服はあまり着ない。髪型は、ツインテールやハーフツイン、巻きおろしなどが多い。帽子を被るときは、黒のキャスケットが定番である。カラーコンタクトは、黒で着色直径が大きいものを身に付ける。メイクは、たれ目を意識したメイクでリップはマットな赤系が多い。耳にピアスが沢山開いており、リングやネックレス、チョーカーなども付けている。靴は厚底で、靴下はフリルのついたレース素材、カバンは、ハイブランドのリュックなどが主流である。地雷という普段使いなれない言葉かつ、「近づいたら危ない」というポジティブではない言葉から生まれているファッションである。歌舞伎町にいる女の子というイメージもあることから、ネガティブな印象が持たれやすく、現代社会が表れているファッションである。

また、長年の特徴的なファッションスタイルの1つである「ロリィタファッション」についても着目する。ロリィタファッションの主な特徴について坂田 (2017) は、

ロリィタファッションの外見的な特徴は、カチューシャやボンネット、ヘッドドレス等の頭物を付け、スカートはパニエで膨らませることが挙げられる。また、生足を出したり、襟元を広く開けたりしない等、露出が嫌われる傾向が見られる。(坂田, 2017⁸)

とする。このことから、地雷系ファッションとは、全く異なるファッションであることが伺える。しかし、地雷系ファッションより、ロリィタファッションは、街中で見かけることが少ない。坂田 (2017) によると、「誕生から数十年が経つロリィタファッションは今なお好奇の目にさらされたりアニメやマンガのコスプレと勘違いされたりすることも少なくない。⁹」と論じており、ロリィタファッションへの理解が追い付いていないことが分かる。また、ロリィタモデルの青木 (2018) は、「日本は同世代のみんなと似たような服を着ないと、という意識が強い印象がありますが、海外の人の根底にあるのは『個性的な服を着て目立ちたい』なんですよね。だから日本のロリィタファッションは海外ですごく人気で。¹⁰」と述べており、日本と海外でのファッションに対する意識の差を感じる。

このような特徴的なファッションスタイルは、これが自分であるといったような「自分らしさ」を表すとみなされている。しかし地雷系ファッションやロリィタファッションといった特徴的なスタイルではないファッションをするときでも、「自己満足」や「自分らしさ」という言葉は使用されるのである。「コスプレ」というものについても通じる点があると考ええる。コスプレは、アニメやマンガ、ゲームなどのキャラクターに扮することを示す言葉として使われており、コスプレをすることによって、「自己満足」を得たり、普段の自分とは違った新しいキャラクターになりきることが出来る。日常の中でも「自己満足」や「自分らしさ」を表現するために、外見を整えるという自然体の自分から扮することを行っている。これらのことから、「コスプレ」という自分を扮する行為は、私たちの日々の中に常に存在していることが考えられる。



図 1・2 地雷系ファッション

著者撮影

第3節 コスプレと承認欲求

3-1 他者からの評価

「自己満足」や「自分らしさ」といったことが、重要であることは分かったが、それは他者からの評価は必要ないということなのか。コスプレイヤーにとっては、コスプレをするだけでなく、写真を撮り、SNSにアップするというのが一連の流れである。単に、自己満足するのではなく、他者にも評価をしてもらいたい、見てもらいたいということが考えられる。では、コスプレイヤーではない人々も含め、一般的にはどのような状況なのだろうか。

一般的に、本来の自分自身から、外見を整えたり、自分の理想やなりたい自分へと近づくには何をやるだろうか。服装や髪型、メイクを変えたりすることは勿論のこと、筋肉をつけたり、ダイエットを行うなどのボディメイクなども考えられる。また、近年では美容整形という手段も身近になってきているのではないだろうか。美容整形といっても、顔全体を整形するのではなく、目や鼻、唇などの顔の一部を整形するという「プチ整形」を行う人が増えてきていると感じられる。女性の外見を整える行為について、江藤(2010)は、

女性が美しくなるための要素として、経済力の問題があり、それは、化粧、衣装、アクセサリ、エステ、アロマ、自然食、サプリメント、形成美容外科手術、身体工学、生命工学……と際限無いように見える。(江藤,2010^{*11})

と述べている。外見を整える行為には、終わりが無いのかもしれない。何か1つの要素を変えたとしても、それで満足することなく、次はこうしたい、ああしたいなどと新たな点が気になったり、気付きがあることが考えられる。

そこで、2011年に25歳から64歳の女性400名に対して行った「なぜ外見を整えるのか(表1)」についての調査結果を見てみる。美容整形を希望する・しないにしろ、外見を整えるのは「自分が心地よくなるため」という項目が一番高くなっている。やはり、「自己満足」や「自分らしさ」といったことが1番に重要であるのだ。では、他者からの評価については、どうなっているのか。美容整形を希望する・しないも含めて、次に「同性に評価されたい」という項目が高くなっている。その他にも「若く見られたい」や「異性に評価されたい」という項目が比較的高めである。また、男性の美容整形について飯野(2013)は、以下のように述べる。

美容外科手術は女性であっても気軽に受けるものではない。エステや化粧のように日常的であるとは言えない。男性であればなおさらである。それでも手術をするという男性は特別な意識を持っているのではないかと考えられがちである。しかし、エステにしろ化粧品にしろ、美を追求するというよりはコンプレックス解消であったり、健康のためであったり、何かしら実用的な目的を持っていたが、その傾向は美容外科手術の患者にも共通してみられる。特に手軽な感がする二重まぶた手術の要望が多いという。男性であっても一重は敬遠されているのである。また、脱毛やワキガ解消手術もコンプレックスの解消と言える。しかしこの二つは清潔感や他者への配慮という側面があるのに対して、二重まぶた手術は美しい顔、理想の顔に近づく手段である。一応美しい理想の顔という概念を持ち、自分の容貌と比較しているのである。このような男性は、コンプレックスを解消して「普通になりたい」から一歩進んで、「美しくなりたい」という目標を持っているのである。(飯野,2013^{*12})

美容整形は、男性にとって、女性よりも手を出しにくいものであることが考えられる。

美容整形を希望する女性・男性共に、希望しない人に比べると、自分自身を美容整形という手段を用いて、さらに変化させたいという気持ちが強いことに違いない。自分の外見をととても重視している人々にとっては、自己満足で終わることなく、さらに他者からの評価も得ることが大事であると考えられる。

表 1 なぜ外見を整えるのか

	た同性に評価され	た異性に評価され	な流行に乗り遅れ	な自分が心地よく	か若く見られたい	れ同性にバカにされ	れ異性にバカにされ
美容整形を希望する	38.8%	28.7%	10.0%	62.5%	31.3%	8.8%	6.3%
希望しない	18.4%	9.7%	2.8%	48.1%	14.7%	2.8%	1.9%

(注)1. 藤田結子・成実引至・辻泉(2017)『ファッションで社会学する』(有斐閣)を参考に作成

2. カイ二乗検定:5%水準 N=400

出典: 藤田結子・成実引至・辻泉(2017)『ファッションで社会学する』(有斐閣) p.99

次に、様々な年代の男女における、外見を整えることに対する意識について着目してみた。2013年に20代から60代の男女2,060名に行われた3つの調査(図3・4・表2)から分析を行う。

まずは、「自分の外見は好きにしてよい(図3)」という調査を見てみる。この結果からは、若者が年代別で、一番自分のために外見を整えているということが分かる。コスプレにおいても、コスプレをするのは若者が多い。若者は、「自己満足」や「自分のため」に仮装をしたり、理想の自分になりたいという意識が強い可能性がある。しかし、「外見に関して周囲の意見を聞くべきである(図4)」を見てみると、若者は外見に対して、他者の評価が必要であると考えている人が多いことが分かる。これらのことから、若者は、「自己満足」や「自分らしさ」が大事であると思いつつも、他者の意見も取り入れるべきといった、周囲の目線を気にしてしまうという相反する形になった。第1章の第2節2-2でもあるような、地雷系ファッションやロリィタファッションなどの個性的・特徴的なファッションは、若者の間では、人気のファッションの1つであり、その他にも、常に様々なファッションが流行している。その背景に「自分らしさ」という個性さ、ファッションに対する自由で柔軟な発想が、図3に表れているように考えられる。また、周囲の意見を聞くという観点からは、他者からの評価や意見を取り入れることで、さらに「自分らしさ」を極めてみたり、「自分らしさ」について再確認や新たな発見があることが推測される。相反するようでありながらも、実は、他者からの評価が「自分らしさ」や「自己満足」を助長する鍵になっている可能性がある。しかし、特徴的なファッションで「自分らしさ」を出したり、「自己満足」を得るということは、周囲から注目を浴びる可能性も高くなる。従って、自分の承認欲求は満たされるかもしれないが、注目を浴びるにつれて、他者からは様々な意見が飛び交うことが考えられる。菅原(1986)は、以下のように見ている。

賞賛されたい欲求の強い者は積極的に行動し他者の注目を集めることによって、一方拒否されたくない欲求の強い者は個性を殺し周囲との軋轢を最小限にすることによって、集団の中に自分の

居場所や役割を確保しようとする(菅原,1986^{*13})

特徴的なファッションを身にまとうことを、他者からの意見や批判を恐れて、本当はしてみたたくても諦めてしまう人もいることが考えられる。皆が皆、自分の好きなファッションが出来ている訳ではなのだと思われる。また、賞賛されたいという気持ちが強い人というのは、最近で例えると SNS の「いいね!」の数やフォロワー数が沢山欲しい人ということではないだろうか。これは、この節の冒頭で述べたコスプレイヤーにも当てはまる。本当に自分らしくあるには、他者からの意見を恐れないことが重要なかもしれない。しかし、森本・大久保・鈴木(2017)によると、次のように考えることも可能である。

コスプレイヤーはコスプレを行い、作品やキャラクターへの愛情を共有することによって幸福感を得ているが、普段の生活の中で、コスプレの話ができる相手は限られているため、コスプレを行うことにより、同じ趣味の仲間と交流することで、幸福感を得ることができるといえる。こうしたコスプレイヤーは、嫌われたくないと思いつつも、趣味を共有することで幸福感を得ることが考えられる。さらに、コスプレイヤーはどのくらい普段の自分からそのキャラクターに変身できたかが重要であるため、普段の自分からそのキャラクターに変身できればできるほど充実感を得ることができるといえる。コスプレを行うことにより、普段出せない自分を出出できることから、コスプレイヤーは、普段よりも積極的に仲間と交流することができ、自己変化による充実感を得ているともいえる。(森本,大久保,鈴木,2017^{*14})

このことから、コスプレイヤーにとっては、コスプレという普段の自分とは違う外見になりきることが、自分自身の心情にも変化をもたらしていると考えられる。普段であれば、他者からの意見を恐れてしまっているが、コスプレをして何かのキャラクターになりきることによって、他者からの意見を恐れることのない自分に変身しているのではないだろうか。

では、その自分の外見に対しての評価を聞き入れたり、参考にしている相手は誰であるのだろうか。調査した男女 2,060 名のうちで、特に多くの人からアドバイスを聞き入れる相手であると挙げた「外見へのアドバイスを受け入れる他者(表 2)」を見てみる。全体・年代別ごとに見ても 1 番多かったのが、「恋人または配偶者」であった。1 番自分にとって身近な存在の意見を受け入れる人が多いことがわかる。普段から自分のことを見ている、知っている相手であれば、自分の性格や自分に合いそうなものなどが分かるのかもしれない。恋人や配偶者の中では、相手に似合うと思って、服やアクセサリなどをプレゼントすることもあるのではないだろうか。

そして、次に高かった相手は、「同性の友人」であった。同性の友人も、恋人や配偶者の次に自分にとって身近な存在だと言える。表 2 を確認してみると、若い世代になるにつれて、同性の友人の意見を参考にしていることが分かる。また、異性ではなく同性という点も重要になってくると考えられる。同性だからこそ分かり合える悩みや話、相談出来ることがあると推測される。また、女性のみ意見ではあるが表 1 では美容整形を希望する・しないの両方を含めた全体のパーセンテージにおいて、「同性に評価されたい」という項目が、「自分が心地よくなるため」という自分自身の為という項目の次に高かった。異性ではなく、同性からの評価に対しての意識が強いように感じる。また、松岡(2020)は以下のような考えを示している。

相手の外見に対して自分と似ていると認知することで、相手は自分と同じものを好むと推測し共通の話題で話することができると感じられ、自己開示が促進されるのではないかと考えられる。(松岡,2020¹⁵⁾)

自分と似たような外見の相手に心を開きやすいのであれば、同性の友人の評価を参考することは考えられる。また、似たような外見であれば、同じ趣向であることが推測され、評価を聞き入れやすいように感じる。若者は、自分にとって、身近であり信頼性の高い相手であるほど、自分の外見に対する意見を聞き入れるのではないだろうか。また、この場合、外見以外の物事に対してのアドバイスや評価、意見も受け入れている可能性も考えられる。

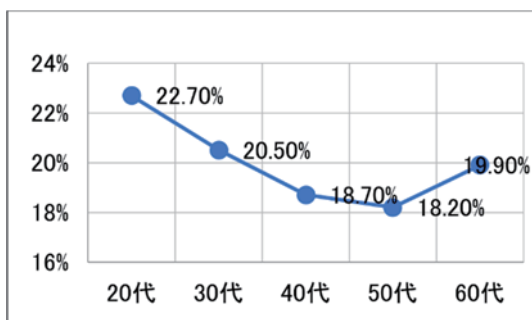


図3 自分の外見は好きにしてよい

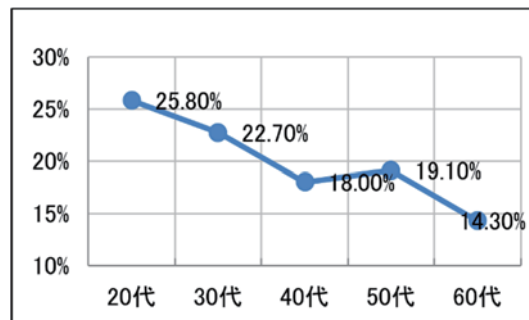


図4 外見に関して周囲の意見を聞くべき

1. 藤田結子・成実引至・辻泉(2017)『ファッションで社会学する』(有斐閣)を参考に作成
2. N=2,060 (各年代は同じ人数に質問している)

出典: 藤田結子・成実引至・辻泉(2017)『ファッションで社会学する』(有斐閣) pp.100-101

表2 外見へのアドバイスを受け入れる他者

恋人・配偶者					
20代	30代	40代	50代	60代	合計
147人	176人	159人	171人	187人	840人
40.5%	50.3%	45.2%	46.6%	51.0%	46.7%
同性友人					
20代	30代	40代	50代	60代	合計
121人	75人	49人	34人	27人	306人
33.3%	21.4%	13.9%	9.3%	7.4%	17.0%

1. 藤田結子・成実引至・辻泉(2017)『ファッションで社会学する』(有斐閣)を参考に作成
2. カイ二乗検定:1%水準

出典: 藤田結子・成実引至・辻泉(2017)『ファッションで社会学する』(有斐閣) p.103

3-2 外見の変化

第1章第3節3-1の表1を見てみると、「若く見られたい」という項目が、自分らしさ・他者の評価に次いで高い結果となっている。化粧品の広告をみると「マイナス〇〇歳の肌へ!」という文字や「いつまでも若々しく」といった言葉を目にする。菅原・鈴木(2017)は、

近年、外見の加齢変化を抑制する商品やサービスはアンチエイジング(原文ママ)市場の一角を担っており、実際、機能性化粧品やエステ等、外見のアンチエイジングに寄与するツールの開発が進むことで、多くの人々が「若々しい」イメージを獲得してきた。こうした市場を支える要因の一つは、他者から「若く見られたい」という個々人の願望である。(菅原・鈴木,2017^{*16})

とする。他者から「若い」という承認をもらうことが重要であり、現代では、見た目は「若い」方がいいと言われる社会になっていることが分かる。

年齢を重ねるにつれて、若さに対しての執着心が強くなっていくのだろうか。菅原・鈴木(2017)は、「外見若さ志向が高いほど、外見の加齢変化を強く自覚するとともに、外見の変化への不安感が高く、加齢した自己の姿を受容したり、諦めたりすることができない^{*17}」と論じている。自分の外見に対しての執着が強い場合、自分はあるべきという意識が強い可能性がある。年齢を重ねるごとに、人間は成長し続ける。その為、アンチエイジングにいくら取り組んだところで、戻りたい年齢の自分自身を取り戻すことは出来ない。見た目を若く取り繕うことが出来たとしても、年齢相当の肉体的な衰えが無くなることはないのだ。また、菅原・鈴木(2017)は「若い外見を保とうとする動機はすべての年齢層において高く、それがゆえに、外見に関する巨大なアンチエイジング市場が成立している^{*18}」とも述べている。人々の「若さ」の対する執着が、化粧品業界を始めとした、アンチエイジングに関わる業界を支えていることが考えられる。

また、若者においても、年を取りたくないと考える人は少なくないはずだ。生きて人間が死んだとき、他者がその人間の最後に見る顔は、死顔である。死してもなお美しく、周囲の人間にも若く、自分の一番綺麗だと思う外見を、他者の脳裏に残したいのではないだろうか。人はそれぞれ、自分の中で、一定の年齢を超えると、これ以上歳を取りたくないと思ってしまう瞬間があることが考えられる。

コスプレの中で演じられる「キャラクター」達は、そのキャラクターが登場するアニメやマンガといった物語の中で、時系列が進まない限りは歳を取ることはありえない。いつまでも変わらない外見であり続けるというのが、キャラクターの人気の理由の1つだと考えられる。

いつまでも変わらない外見を保ち続ける人気のアイドルがいる。その例の1つが、バーチャルアイドル「初音ミク」だ。「初音ミク」という音声合成・DTM(デスクトップミュージック)ソフトウェアを使って、歌を歌わせたり、MMD(MikuMikuDance)という3DCGムービー制作ツールを使って、自由に動かすことが出来る。この初音ミクの人気の秘訣は、自由に声を操って音楽が作れるという以外にも、生身のアイドルでは不可能な「変わらない外見と歌声」であると推測される。2007年に発売されてから10年以上経過した現在でも、人気は保たれており、様々な動画投稿サイトには今もなお、数えきれないほどの初音ミクの動画が投稿されている。彼女の歌声と容姿は日本だけではなく、今や世界の「初音ミク」として名が知れ渡っている。

また、アイドルといえば「AKB48^{*19}」のコンセプトでもあるような「会いに行けるアイドル」といった、実際に会うということは可能なのだろうか。現在、初音ミクは、最先端技術を駆使して、そこに存在しているかのような立体感と生演奏をバックに、世界中でライブを開催している。2019年東京・大阪で行われた「マジカルミライ2019」では、「企画展を含めて計6日間のイベントには約5万人が来場。7年間の累計動員数は21万人を上回った。^{*20}」と言われており、その人気ぶりは計り知れない。ライブでは、歌を歌うだけでなく、コール&レスポンスやバンドメンバーの紹介も初音ミクが行っており、人間のアーティストのライブとも変わらないと考えられる。最近では、初音ミク以外にも、アイ

ドルアニメのキャラクターが、初音ミクのライブと同様の形式で、ライブを開催している。

ここまでくると、キャラクターがその場に存在し、生きているように感じてくるのではないだろうか。原田 (2019) は次のように考えている。

キャラクターはいったん産み出されたら、原作者の手を離れ、自律的な存在になる。このことを、原作者はしばしば「キャラが勝手に動く」とも表現する。「ゆるキャラ」のブログやツイッターを書いている担当者や、アニメキャラクターの声優は、しばしば「中の人」と呼ばれる。しかし、「公式度」が高いだけで、彼ら（だけ）がキャラクターの意思表示代理人というわけでもないはずである。(原田,2019^{*21})

キャラクターは、沢山の人の目に触れ、手に渡ることによって、様々な解釈や捉え方がなされて、生きているかのように見えると考えられる。しかし、どれだけ動いていたか、生きているように見えても、実際の生物とは違うのだ。では、どのような面で違いが表れてくるのか。人間とキャラクターの違いについて、原田 (2019) は、

ロボットやキャラクターは、何らかの動作・挙動をすることはできても、それが人間と同じ意味での「意思」に基づいた行為であるとは言えない。たとえ、結果として何らかの被害を生じさせたとしても、そもそも規範意識を問えないロボットたちは自ら責任を負うことはできない。(原田,2019^{*22})

と論じている。人間とキャラクターが、同じ動作を行ったとしても、そこに至る迄の過程が違ってることが考えられる。最近では、人工知能の発展もあり、人間の感情を理解するAIなども出現している。しかし、感情を理解する迄の過程は、プログラミングなどによる科学的なものだと推測される。例えば感情を理解したとしても、それは人間の真似事ではないのだ。キャラクターはいつまでも変わらない可愛さや見た目を持っているが、あくまで人間が生み出した産物ではない。我々は、年齢を重ねる為、キャラクターのような若さを保ち続けることは出来ないが、人々にとってキャラクターのような「永遠」の若さは、憧れるものではないのだろうか。

コスプレを行う為には、いかにキャラクターに近づけるかというのが大事である。先述したように、キャラクターは歳を取ることなく、永遠にその外見を保ち続ける。キャラクターに近づく為、コスプレイヤーは様々なことを行っている。キャラクターと人間の差について松浦 (2015) は、

コスプレでは、アニメやマンガのキャラクターといった「2次元として存在する対象」に（写真の上で）なりきる。これは、「自分（の身体）」と「キャラクター」の差異の不明瞭化を、可能な限り試みる実践である。しかし、身体を用いた2次元キャラクターへの横断が、そもそも到達不可能な目的であることも前提としている。(松浦,2015^{*23})

と述べている。キャラクターがいくら人間に近づいても人間そのものにはなれないように、画面上のキャラクターには、なりきるという「仮装」でしか人間は存在する事ができない。いくら2次元上（写真など）で存在したとしても、キャラクターとは違うのである。また、キャラクターは、見た目こそ変わらないが、キャラクターによって、年齢や性別、体形など事細かな違いがある。コスプレイヤー

達は、そこをどう対処していくのか。女性が男装を行う場合について、松浦 (2015) は、

自身の肩幅を「足す」ためにヌーブラをそれぞれ肩に付け補う工夫をしている。身体に足す行為とは逆に、「さらし」や「Bホルダー」(胸を平らにみせるための専用のアイテム)で、胸部を潰し、胸板を平らに見せるというような身体を減らす工夫を施すこともある。このようにコスプレイヤーらは、人工物を用いて、骨格や筋肉を「足したり引いたり」加工した結果の身体をカメラにおさめる。(松浦,2015^{*24})

とする。自分本来の体形から遠ざけることを目的とするため、体を男性的に見せるための工夫が施されている。ヌーブラを肩に付けるなどという本来の使用法とは違う形で、使用するなどの発想は、コスプレでは見られる行為である。また、男装のメイクについて松浦 (2015) は、「眉毛の角度を極端にきつくするために、眉毛をまぶたに書き、また顔をシャープにみせるために、頬を吊るというような、一般的な化粧ではみられない、コスプレ実践独特の様式が見られた。^{*25}」と論じており、本来の自分からキャラクターへと変化していく過程には、さまざまな創意工夫が見られる。

コスプレイヤーの中には、長年にわたりコスプレを続けている人もいるが、年齢と共に「引退」という形で、コスプレそのものを辞めてしまう人も存在する。引退する理由は、様々な理由があるが、コスプレを年齢を重ねてからも続けることは出来ないと判断して、引退してしまうという例がある。また、コスプレ自体は続けているけれども、年齢を重ねて今の自分に合うコスプレ(自分と外見が近い、露出度が低いなど)にシフトチェンジしていくというのも見られる。キャラクターは、変わらない年齢と容姿を保ち続ける中で、コスプレをする自分自身は、年齢を重ねていくことになる。自分の見ていたアニメのキャラクターが、随分年上に見えていたのに気が付けば、そのキャラクターの年齢を上回っていることがある。身近に思っていたキャラクターが少し遠く感じてしまうなどの現象が考えられる。コスプレイヤーは、キャラクターに近づく為に、様々な努力を行っているが、キャラクターと自分との差というものを、自分の年齢を通して、ハッキリと感じてしまうのではないだろうか。

第2章 コスプレの様々な局面

第1節 身の回りにあるコスプレ

1-1 制服・スーツ

日常の中で仮装することの1つとして、我々は、自分に与えられた役割に合った外見を整えている。学生や社会人は、指定の服装(制服)、を身に着け、規則(校則)に沿った髪型や化粧をする。制服を着ることで、他者と見分けが付きやすいことや、毎日服を選ばなくて済む、私服と制服で心の切り替えがつかなど、制服には様々な利点があることが分かる。

熊本医療センター^{*26}では、制服に工夫を行った結果、残業が減ったというケースが見られた。2014年度に前院長の廣田昌彦医師が入院病棟の労務改善を行うべく、看護師の日勤と夜勤を制服で色分けを行った。これは、アメリカンフットボールの攻守で分業が確立している所をヒントに考案した。200人の看護師に対して、日勤を赤の制服に、夜勤を緑の制服にした。その結果、前年度と比較すると1人あたり年間約110時間あった残業が半減し、2018年度には約20時間、2019年度には約14時間にまで短縮することが出来た。看護部長の大平(2020)はm3.comのインタビューで、「この取り組みによって各スタッフの勤務時間帯が一目で分かるようになり、導入前と比べると残業時間が7分の1まで削減できました。看護師同士での業務引き継ぎがスムーズになったのはもちろん、医

師から看護師への指示を出す際も、終業間近の人に新たな仕事を頼まずに済むため、誰に声を掛ければいいかが明確になったと看護師以外のスタッフからも好評です。^{*27}」と語っていた。見た目による変化の工夫で、仕事の効率が格段に上昇したのだ。また、赤色・緑色という対照的な色にすることで、日勤か夜勤かを瞬時に理解することが出来る。また、周りに自分と同じ色の制服がいなくなるにつれて、自分自身が早く交代しなければという意識が出てくることが考えられる。交代した後に、制服から私服に着替えることによって、日常と仕事の意識の切り替えを行うことが出来ているのではないだろうか。制服の中でも色分けをするという1つの工夫が、仕事の効率に変化をもたらしたことが分かった。

就職活動における外見を整える行為も制服を着るようなものだ。一般的に、大学では、三年生から就職に向けての就職活動が始まる。ここで、リクルートスーツを身に付けるようになるのだ。インターンシップや就職活動をするにあたり、髪色・髪型、化粧、リクルートスーツ、靴やカバンなどといった、たくさんの外見に対しての規定、話し方や答え方という、就活や社会人におけるマナーを習得する。また、就職活動をするにあたって、女性は化粧をすることが求められる。実際に、「就活メイク講座^{*28}」などのサイトも存在している。このサイトでは、スキンケアから、ベースメイク・ポイントメイク、ヘアスタイリングまで紹介されていた。

近年、リクルートスーツでは、個人個人の「自分らしさ」を最大限に発揮することは出来ないということから、私服面接可能な企業が増えてきている。2019年7月に筆者がインターンシップで訪れた企業では、私服参加が可能になっていた。しかし実際には、約50人ほどいた中で私服で参加していた学生は、1割程度しかいなかった。私服で参加した学生1人にインタビューしたところ「私服参加可能だったので私服で来たが、リクルートスーツ着用の学生が多く、リクルートスーツで来るべきだった」という後悔の念が伺えた。

また、就職活動の中で、「私服面接」を経験した大学生1人にインタビューしたところ、「自分以外リクルートスーツの人が多く、面接会場に来た際に少し焦ってしまったことがあった」と話していた。服装については、常識のある範囲・企業ごとの特色を見て決めたとのことだった。

「面接の場にふさわしい」服装とは、果たして「自分らしさ」を出せるのだろうか。リクルートスーツよりは、自分らしさを発揮することが出来るようにも考えられる。しかし、私服と言われると、逆に何を着るのが正解なのか分からない学生も少なくないのではないだろうか。私服面接や服装に対して規定がない面接の場合は、まず服装から選考が始まっていると考えても過言ではないのかもしれない。

1-2 マスク

コスプレにおいてマスクを使用することがある。マスクを着けているキャラクターに扮するためにコスプレイヤーたちは、それぞれのキャラクターに合わせたマスクを着用する。コスプレにおけるマスクには、顔全体を覆うものから、目元、口元のものまであり、その種類は幅広い。今回は、一般的に使用されている口元を覆うマスクについて取り上げる。

本来マスクとは、病気を患っていたり、感染予防のためや、医者や歯科衛生士やアイリストなどの職業柄の必需品としての役割を果たすものであるように考えられる。しかし、近年日本や韓国では、マスクをオシャレの1つとして着用している人々を見かけるようになった。マスクにも種類が増え、様々な色や形のマスクが次々と発売されていった。不織ハイブランドのものからキャラクターの口をモチーフにしたものまで、あらゆるマスクが登場し続けている。

2020年2月には、東京の表参道ヒルズに株式会社アラクスが「PITTA MASK^{*29}」のポップアップストアを11日間限定で開催した。^{*30} このマスクは、14色のカラー・13種類のパッケージ展開をしている。また、サイズも3種類（レギュラー・スモール・キッズ）と子供から大人まで幅広い年代がPITTA MASKを楽しめるようになっている。毎日髪型やメイク、服装を決めるように、マスクも自分らしく自由に決めようという、マスクに対する新しい見解がなされている。

その他にも、マスクを着用することで、顔を小さく見せることが出来るという小顔効果のあるマスクも販売されている。カネボウメイクアップブランドのKATEは、2020年12月に「MASKもMAKE^{*31}」というキャッチコピーの元、「小顔シルエットマスク^{*32}」を発売した。一般的なマスクとは違い、小顔に見えるように色や形状に工夫が施されている。

また、2021年11月現在、新型コロナウイルスの感染拡大の影響によって、世界中でマスクが重要視されている。一時期は、使い捨てマスクが市場から消えて、生産が追いついていないこともあった。今までマスクを着用する文化のなかった国々でもマスク着用が浸透し、マスク文化が広がりつつある。そんな中、最近では、洗って使える布マスクのラインナップが増えてきている。その他にも、自分らしくデザインしたオリジナルマスクを作る人や、マスク作りの動画をWEBに投稿するなどの動きも見られる。

マスクが必須となった今、手話通訳者のマスク事情はどうなっているのだろうか。手話では、手の動きだけではなく、口元の動きも重要なのである。手話通訳者はマスクを着用することが不可能なのだろうか。そんな中、兵庫県伊丹市では、市の聴力障害者協会の有志と障害福祉課が、手話通訳者の口元が見えるようなマスクを制作した。^{*33} 口元の部分が透明になっており、抗菌のテーブルクロスが使用されている。

紹介したこれらのマスク以外にも、様々なマスクが次々に制作されている。マスクを着用すると、顔の半分以上が覆われてしまうことになる。それによって、表情が分かりづらくなってしまふことが考えられる。しかし、コスプレにおいて、口元を隠すことでミステリアスさを演出したりすることがあり、これは普段の生活においても、表情が分かりづらくなることで、普段の自分とは違う自分を演出する効果に繋がる可能性も考えられる。自分らしいマスクやおしゃれなマスクを着用することによって、少しでも気分を高めたり、マスクをつけることに対して抵抗があった人々も、マスクに対する抵抗感を減らすことが出来たのではないだろうか。また、マスクを着けることでの作業効率アップなどの要素も今後加わっていくようになると、更にマスクに対する抵抗感をなくせるかもしれない。

第2節 メディアに潜むコスプレ

2-1 芸能

衣装をただで、何の曲を歌っているアーティストである、どこのグループに所属しているアイドルであるなど、名前を憶えていなくても容姿から推測することが出来る。その中でも、「perfume^{*34}」というグループは、曲に合わせて衣装を変えているが三人のメンバーそれぞれが、髪型と衣装の形状は常に一貫している。髪型は、ショートカット・セミロング・ロング、衣装は、ショートパンツ・ワンピース・ミニスカートといった区別をつけている。三人が複雑に混ざり合いながらダンスを行うため、見分けが付きづらい。しかし、このような工夫を行うことで個人個人の区別がはっきりとし、「perfume」としてのイメージの定着にも繋がる。

また、イメージカラーというのも重要になってくる。日本の特撮テレビドラマの「スーパー戦隊シリーズ^{*35}」を見てみると、キャラクターごとにイメージカラーが決められている。他にも、アイドル

グループなどの複数人で活動するグループや、個人活動する芸能人においてもイメージカラーやメンバーカラーを1人1人が持っていることが多い。アイドルグループのライブでは、自分の推しているメンバーのメンバーカラーのペンライトを振るのが一般的である。また、自分が誰を推しているのかわかりやすくするために、メンバーカラーの服やアクセサリを身にまったり、髪色を変えたりするファンも見られる。

見た目印象をつけることによって、曲や芸能人本人自身にも印象が残りやすくなることが考えられる。1曲ごとのテーマやライブのテーマだったり、その時のテーマやコンセプトに合わせて、外見を多様に変化させていると推測される。それぞれテーマごとになりきることで、世界観が生まれて、1つの楽曲やツアーが完成すると考えられる。

2-2 スポーツ

スポーツにおいても外見は重要である。普段の練習しているときに着ているスポーツウェアのほうが、様々な技や演技をするのにはやり易いはずである。しかし、フィギュアスケートでは、スポーツウェアではなく、フィギュアスケート用の衣装を着るのである。ショート・フリーという2種目ごとに、衣装を変えてスケートに挑む。滑る演目の曲やイメージに合わせた衣装を着て、スケートを滑ることによって、個人個人の世界観が生まれ、表現力や演技力に繋がってくると考えられる。また、練習着の時と、本番の衣装の時で、選手にギャップが感じられる。練習着の時の選手達はスケートをしながらもリラックスした状態であり、ファンも普段の選手の日常を覗いているような気分になることが考えられる。反対に、衣装に着替えてヘアメイクをして滑る姿は、普段の様子とはまた違った魅力が溢れてくることが感じられる。演目に合わせた外見や表情は選手の新しい一面を見ることが出来る。選手の様々な姿が見られる楽しさは、スケートというスポーツを盛り上げていく1つの鍵になっているのではないだろうか。

また、サッカーや野球、ラグビーといったスポーツでは、選手だけでなく、ファンも選手と同じユニフォームを身に着けて、テレビの前で、試合会場で応援している人々が多い。これは、選手と観客が同じユニフォームを身にまとうことによって、一体感が生まれることが考えられる。また、選手も観客席に自分のチームのユニフォームの色が見えることで、自分達の力になったり、活力に繋がっているに違いない。ホーム戦とアウェイ戦では、試合をするにしても、そういった面で試合に影響が出てくるのかもしれない。観客の中には、ユニフォームを身に包むファン以外にも、老若男女問わず顔にペイントをしていたり、サッカーの試合では、サッカーボールの被り物を被っている人がいたり、仮装を自由に楽しむ様子が見られる。チームの色やマーク、キャラクターといったチームならではのオリジナルさが、それぞれのチームごとの「個性」として溢れており、「らしさ」が表れている。

ここでは、例として2019年日本で開催された「ラグビーワールドカップ2019」で使用された日本代表のユニフォームについて着目してみる。ユニフォームを制作した、株式会社カンタベリーオブニュージーランドジャパンは、ユニフォームについて、『『日本ラグビー、日本人のもつスピリット“武士道精神”で世界と戦う』という意味合いを込めて、『兜：KABUTO』を新たなデザインコンセプトとして掲げました。^{*36}』と述べている。ユニフォームの全体のカラーは、赤と白の紅白模様になっているが、よく見ると、様々な和柄の地紋が刻まれている。この赤と白の日の丸カラーは、日本ラグビー協会が設立した1926年から続いている配色である。また、日本らしさということで富士山をモチーフやアクセントに使用しているなど、ユニフォームにも細かな意味合いが込められており、日本ならではの個性が伺えるデザインとなっていることが分かる。

第3節 観光地に潜むコスプレ

3-1 テーマパーク・遊園地

テーマパークや遊園地では、その場所におけるキャラクターのグッズ展開がなされている。年中売っている商品もあれば、季節限定・イベント限定商品まで多数の商品展開を行っている。主な商品として、カチューシャやTシャツなどの園内で買ってその場で気軽に身に付けられるものが多い。その中でも、テーマパーク独自で開催しているコスプレ体験や近年のコロナウイルス事情向けのなりきりグッズについて取り上げる。

東京ディズニーリゾートでは、ディズニープリンセスになれる体験が出来る。3歳から小学校6年生までが参加できる「ビビディ・バビディ・ブティック^{*37}」という体験プログラムだ。6人のディズニープリンセスの中から1人を選び、そのプリンセスのドレス・ヘア・メイク・ネイルをしてもらう。そして、その姿のままパークを楽しむことが出来る。コースによっては、ドレスやシューズ、コスメパレットなどを当日に持ち帰ることも可能だ。家に帰ってから、もう一度プリンセスになったような気分を味わうことが出来る。実際にパーク内でプログラムを体験している子供達を見てみると、それぞれ自分の好きなプリンセスに変身し、様々な色のドレスの子供達がパークを歩いていた。コースによっては、プリンセスの挨拶の練習なども含まれており、ドレスの裾を持ち上げてお辞儀をする姿なども見られた。外見のみならず、言葉遣いや仕草までも意識が向けられており、まさにプリンセスになりきっていた。幼い頃に「プリンセスになりたい」と夢を見る人は少なくないはずだ。実際にプリンセスのようなドレスを着ること、ましてやおとぎ話のような世界の中をドレスを着て歩き回るなんてことは、夢のような話に感じるが、それを実際に体験することができるというのは、このテーマパークだからこそだと考える。本やアニメなどで見たことのある、ディズニーの物語のプリンセスになりきり、そのプリンセスと関係のあるエリアに足を運んだり、シンデレラ城というお城に入れる。また、パーク内のグリーティングでは、本物のディズニープリンセスや王子様と話すことも可能だ。パーク内でのコスプレ体験によって、子供の夢を叶えることが出来るのだ。

また最近では、コロナウイルス対策として、テーマパークや遊園地では、キャラクターのマスクや、マスクケース、フェイスシールドの販売を行っている。ユニバーサル・スタジオ・ジャパンでは、「インスタ映え」などの写真映えを狙った「なりきりマスク^{*38}」が販売されているが、それに次いで、「なりきりフェイスシールド^{*39}」も発売された。シールドの頭部のベルト部分には、カチューシャのように、キャラクターの装飾が施されており、シールド部分には、キャラクターの鼻や髭がプリントされている。パーク内では、マスクの着用が必須であるため、マスクをした上で着用が必須なのだが、フェイスシールドのキャラクターに合わせて、同じキャラクターのなりきりマスクを着用した人を見てみると、キャラクターのなりきり度が更に高まったように見えた。

3-2 民族衣装

旅行に訪れた際に、訪れた国や地域の景色や食べ物を味わうだけでなく、その国の民族衣装を着て観光をするという旅行者がいる。国内の京都府などの有名な観光地では、日本の民族衣装である着物を着て、観光をするという観光客が多くみられる。近年では、日本人のみならず、外国人観光客が着物を着ている姿をよく見かけるようになった。

きものを着て、日本橋を楽しんでもらいたいというコンセプトを元に行っている、「日本橋きものパスポート^{*40}」について着目してみる。これは、東京にある日本橋が開橋して110年が経過したことにより、記念日の2021年4月3日から1年間のサービスである。パスポートは、「日本橋きもの

パスポート」のWEBサイトの表示、または、「きものパスポート」の冊子をもっていれば、このサービスを利用することが出来る。利用期間内であれば、何度でも活用することが可能だ。では、どのようなサービスを受けられるのか。日本橋周辺にある、飲食店を始めとした、セレクトショップや専門店など、様々なお店で、お店ごとの特典がついてくるのだ。割引や、ドリンクやデザートサービス、プレゼントがついてくるなどの特典を受けることが出来る。きものを着るだけで、様々なサービスを受けられたり、観光地の景観とも合う写真を撮影出来るなど、服装一つで、観光の楽しみ方も変わってくる事が分かる。

また韓国では、韓国の伝統衣装であるチマチョゴリを着て、観光することが流行している。このことから、観光にとって民族衣装は、重要な役割を果たしていると言える。民族衣装の観光の参入については、ニューカレドニアの民族衣装のミッション・ローブを挙げて、中村(2018)は、

民族衣装の観光資源化で最も一般的なものはホテルや観光施設の従業員による制服としてのミッション・ローブもしくはローブ風デザインの導入であろう。ホテルや文化センター、博物館、レストランなどの観光施設ではスタッフの制服としてのミッション・ローブ着用、もしくはローブの要素を取り入れた装束の着用がみられる。これは利用者に当該地域の雰囲気を楽しませる目的、および観光での女性の民族衣装が正装に準じたものであることを示している。すなわちホストによる民族衣装の着用が、観光という「ハレ」の場において定型化されたものである。(中村2018⁴¹)

と述べている。このことから、観光施設の従業員の制服に民族衣装が使われ始めたことが、観光への参入であることが考えられる。国内では、着物を制服として採用しているのは、主に旅館やホテル、飲食店である。観光客にとって、宿泊施設や飲食店などの観光中に立ち寄る場所では、民族衣装が目に入りやすいようになっていることが分かる。観光客の目に留まることで、観光客自身が民族衣装に興味を持ち始め、着てみたくなるのではないだろうか。実際に民族衣装を着ている人を見ることで観光に来ている気分も高まり、更に自分も着てみることで、観光客であると同時に、その土地の観光をアピールする側にもなりうる事が考えられる。

また、国内には、各国の民族衣装を体験できる施設がある。愛知県犬山市にある、野外民族博物館「リトルワールド⁴²」だ。ここでは11の国と地域の民族衣装を身にまとうことが出来る。様々な民族衣装を着て、それぞれの展示エリアに行くと、現地に足を運んだような気分が味わえるのだ。また、1国につき1衣装という訳ではなく、数種類の民族衣装が用意されているため、選択肢の幅も多く、より自分に合った衣装を選ぶことが出来る。

民族衣装を身にまとうことで、普段の服装とは違うことから、そこでしか表せない観光地を歩く自分を演出することが出来、現地をより楽しく身近に感じられるのではないだろうか。また、現地に対する想いや、歴史的な背景について興味をもつきっかけになることが考えられる。

第4節 言葉に潜むコスプレ

これまで、外見に関するコスプレについて触れてきたが、言葉という面においても注目してみたいと思う。本来の自分自身とは違う、別の自分になる際、外見を整えることは重要であるが、それだけでは完全に变化したとは言えないことも考えられる。それは、言葉という面においてだ。コスプレにおいてキャラクターになる場合、写真のみであれば外見を整えるという行為で完成すると思われる。

しかし、声色や言葉遣いというものも普段の自分との違いをつけることで、さらに違う自分になり切ることが出来るのではないだろうか。

我々は、様々な場面において、言葉というコスプレをしていると考えられる。家族と話す時、友人と話す時、目上の人と話す時など、それぞれ声色や言葉遣いはどうしているだろうか。簡単に挙げてみても、タメ口や敬語、方言など様々なものが存在している。意識して使い分けをしている人もいれば、自然と無意識のうちに使い分けをしている人もいると思われる。

第2章第3節3-2では、観光地の宿泊施設や飲食店において、現地の民族衣装を着て接客を行うことで、観光客を楽しませることについて触れている。だが、更に観光客を楽しませるには、現地の言葉、方言で接客をすることも一理あるのではないだろうか。普段の生活とは、かけ離れた場所で、その地域の民族衣装以外にも、その地域の言葉にも触れることで、更に異空間を体感することが出来る。さらに、物理的なお土産だけでなく、言葉を覚えて帰るといってお土産も観光の思い出になることが考えられる。

また、方言などの話し言葉以外での言葉としてのコスプレはどうだろうか。言葉を書くという分野に注目してみる。詩という分野において、平居(2021)はコスプレについて次のように考える。

詩を書くときは、詩人になり切るんだ。古臭い着物を着たよう詩人でもいいし、奇抜な衣装の詩人でもいいし、リーマン風でも構うもんか。センセーばくても許されるし、娼婦の姿も素敵かも。そうやって、書いてゆく途中で人は言葉のコスプレを重ねてゆき、それを脱ぎ捨てた時、つまりは書き終わってその詩を読んで初めて人は素の自分に戻るんだ。^{*43}

詩という分野においてもコスプレは存在している。詩を書くとなった時に、やはりそのままの自分では、詩人という役にはなれていないことが考えられる。しかし、詩を書くにあたって、本来の自分自身の中から生み出されたものを書く場合、詩人になり切るというより、本来の自分のままであるほうが、良いのではないかということも考えられる。自分自身の体験を書くことにあたって平居(2015)は、

詩を書く時、書き手は自分自身の体験のことを書くかもしれない。ほとんどが、昨日あったことそのままかもしれない。けれどもおそらく、そこに何らかの演技が含まれないことにはその「文」は単なる生活記録としてそこにあるに留まる。しかし、必要な演技を加えたときそれは身の丈に応じた詩としてぴょんと飛び跳ねる、或いは山の向こう側まで響く、または時として国境線を越えるのである。

演技とは覚悟のことだ。その意味で、詩の演技を嗤うことは覚悟を軽くみることだ。覚悟を読み取れるかどうか。読み手の耳を澄ます力が問われる。^{*44}

とする。ここでは、「演技」という言葉が登場するが、やはり、ありのままでは、詩として成立しないことが考えられる。詩人という役になり切るというコスプレ、或いは演技を意識せずとも、詩を書くにあたって、言葉を演技する、コスプレするということは、必要不可欠なことだと思われる。これは、詩という分野以外にも当てはまるのではないだろうか。小説や俳句、川柳などにおいても、小説家や俳人、柳人になり切ることや、言葉の演技・コスプレというものは、重要だと考えられる。

おわりに

「コスプレ」について、様々な観点から研究を行ったが、「コスプレ」とは、人々の生活と親密な関係にあるものだと考えた。

我々は、生活の中で沢山の役割を抱えて生きている。家族の中での役割（父・母・兄弟・姉妹など）、学校での役割（小学生・中学生・高校生・大学生・先輩・後輩など）、会社での役割（部下・上司・部長・社長など）などまだまだ数えきれないほど何かの役割に所属しているのだ。その役割ごとの自分は、すべて同じなのだろうか。外見はもちろんのこと、話し方や行動の仕方など、すべて同じであるとは言えないはずだ。心も体の丸裸のまま社会に出ることは不可能である。外見を整えることから、自然とその役割の自分になり切っていることが考えられる。

また、役割のほかにも、自分が何処にいるのか、という空間の効果も、外見を整えることに影響しているのではないだろうか。観光地やテーマパーク、ライブ、スポーツ観戦などの非日常の空間でも、自分の役割としてのなりきりが前提として存在する。しかし、普段とは違う空間にすることで、周囲の環境なども変わり、また新たな自分自身が生まれてくるのかもしれない。

そして、役割や空間においては、自分のみならず、必ず他者が存在している。自分だけでなく、他者が存在する事で、自分に役割が当てはめられ、空間に存在することが出来る。また、その他者の存在があるからこそ、外見に対して気を遣うことが考えられる。

「コスプレ」という、元来の自分からの変身は、外見だけでなく心までも変身させる。誰から見ても分かるような大々的な変化ではなくても、小さな変化が、自分を変えるのかもしれない。また、その変身するきっかけや鍵になるものは、人それぞれ違うことが考えられる。アニメや漫画の主人公は、魔法ステッキで魔法少女に変身したり、変身ベルトでヒーローに変身するように、人それぞれ、本来の自分から変わる為の動作や物があることが推測される。誰もが自分の人生という物語において、主人公である。眼鏡をかけることや、櫛で髪型を整えること、コンタクトを付けてみることなど、身近な所に、自分にとっての変身道具が存在している。我々は、生きているだけで何かに変身し、「コスプレ」をしているのだ。

なお本稿は 2020 年度提出の卒業論文として書いたものであるが、その後社会に出て生活する中で、改めてコスプレについて考えたことも書き加えた。

【註】

- *1. 飯野智子 (2013) 「「男らしさ」とファッション・美容」(『実践女子短期大学紀要』 34) p.84
- *2. 前掲 pp.89-90
- *3. 森本季沙・大久保智生・鈴木公啓 (2017) 「青年期におけるコスプレに関する動機と心理的効用の検討—大学生とコスプレイヤーの比較から—」(『香川大学教育学部研究報告第 I 部』 147) p.17
- *4. ヴァルトラウト・ポッシュ (2003)『なぜそんなに痩せたいの?—「美人」になりたい女の社会心理学』(渡辺一男訳、TBS ブリタニカ、原著刊行 1999 年) p.25
- *5. Lafary 「歌舞伎町などで続出中! ”地雷系” とは?ファッションやメイクを解説」
<https://www.lafary.net/culture/58348/> (2021/01/10 取得)
- *6. 特定非営利活動法人 難民を助ける会 (AAR Japan) 「難民を助ける会」
<https://www.aarjapan.gr.jp/> (2021/01/10 取得)

- *7. 関わるととても面倒くさいと言われるタイプの女の子を指す。
- *8. 坂田彩美 (2017) 「ロリィタファッションに関する研究—着用者の視点から—」(『生活環境学研究』5) p.98
- *9. 前掲 p.98
- *10. イーアイデム りっすん「ロリータファッションは、私にとっての「戦闘服」——モデル&看護師・青木美沙子さん」<https://www.e-aidem.com/ch/listen/entry/2018/07/11/110000> (2021/01/10 取得)
- *11. 江藤正顕 (2010) 「ファッションの脈絡: 「コスプレ」現象について」(『Comparatio』14)p.68
- *12. *1 と同論文である。 p.91
- *13. 菅原健介 (1986) 「賞賛されたい欲求と拒否されたくない欲求 —公的自意識の強い人に見られる 2 つの欲求について—」(『心理学研究』57・3) p.139
- *14. *3 と同論文である。 p.23
- *15. 松岡茜 (2020) 「女子大生における外見の類似性が自己開示の深さに及ぼす影響について」(『甲南女子大学大学院論集』18)p.82
- *16. 菅原健介・鈴木公啓 (2017) 「外見の若さに対する志向性が心理的健康に及ぼす影響 ～外見若さ志向と内面若さ志向～」(『聖心女子大学論叢』128) p.107
- *17. 前掲 p.124
- *18. 前掲 p.128
- *19. 日本の女性アイドルグループ
- *20. BARKS 「<初音ミク「マジカルミライ 2019」>、6 日間で 5 万人動員」
<https://www.barks.jp/news/?id=1000171313> (2021/01/10 取得)
- *21. 原田伸一朗 (2019) 「キャラクターの「人権」: 法学的人間の拡張と臨界」(『静岡大学情報学研究』24) p.6
- *22. 前掲 p.7
- *23. 松浦季恵 (2015) 「人工物の利用を通じた成員性と「境界する物」—キャラクターを支える遊びとしてのコスプレを対象に—」(『質的心理学フォーラム』7) p.22
- *24. 前掲 p.18
- *25. 前掲 p.18
- *26. WAM NET 「制服色分けで残業減った 一目で分かる定時退勤促す 熊本地域医療センター」
https://www.wam.go.jp/content/wamnet/pcpub/top/fukushiiryounews/20200114_101900.html (2021/01/10 取得)
- *27. m3.com 「【熊本】看護師のユニホーム 2 色制導入後、残業時間が 7 分の 1 に減少 - 大平久美・熊本地域医療センター看護部長に聞く◆ Vol.1」<https://www.m3.com/open/iryolshin/article/806762/> (2021/01/10 取得)
- *28. マイナビ 2022 女子学生ナビ「就活メイク講座」<https://job.mynavi.jp/conts/2022/tok/woman/make/> (2021/01/10 取得)
- *29. ポリウレタン素材を使用した、花粉の侵入を防ぐマスクのこと。株式会社アラクス「PITTA MASK」<https://www.arax.co.jp/pittamask/function/> (2021/01/10 取得)
- *30. PR TIMES「「PITTA MASK」の全カラー・全サイズを体験できる!“次世代マスク”専門ショップ「TRY! PITTA 2020 - TOKYO Pop up Store -」2020 年も表参道に期間限定で登場」

- <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000002.000040912.html> (2021/01/10 取得)
- *31. KATE「MASK も MAKE。小顔シルエットマスク」<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=kate+%E3%83%9E%E3%82%B9%E3%82%AF> (2021/01/10 取得)
- *32. 前掲
- *33. 神戸新聞 NEXT「手話通訳者に安心を 口元の動き見える透明マスク」<https://www.kobe-np.co.jp/news/sougou/202004/0013272581.shtml> (2021/01/10 取得)
- *34. 日本の三人組ユニット。ミュージシャンである。
- *35. 日本の特撮テレビドラマシリーズ
- *36. CENTERURY「ラグビー日本代表 2019 ジャージ」https://www.goldwin.co.jp/canterbury/japan_newjersey2019/ (2021/01/10 取得)
- *37. 東京ディズニーリゾート「ビビディ・バビディ・ブティック」<https://www.tokyodisneyresort.jp/happy/bbb/> (2021/01/10 取得)
- *38. ユニバーサル・スタジオ・ジャパン・オンラインストア「選べる！なりきりマスクセット (2枚)」<https://www.onlinestore.usj.co.jp/products/detail/2286> (2021/01/10 取得)
- *39. ウォーカープラス「【USJ】大好評のマスクに続き、“なりきりフェイスシールド”が登場！」<https://www.walkerplus.com/article/1009720/> (2021/01/10 取得)
- *40. 日本橋きものパスポート <https://kimono-pass.tokyo/> (2021/12/10 取得)
- *41. 中村純子 (2018)「女性民族衣装の変容と観光資源化 -ニューカレドニアのミッション・ローブを例に-」(『横浜商大論集』51・2) p.20
- *42. 野外民族博物館 リトルワールド「民族衣装体験」<https://www.littleworld.jp/clothes/> (2021/01/10 取得)
- *43. 抒情詩の惑星 「現代詩とは何か一答える」2 詩とコスプレ 平居謙 <https://poetry2021.webnode.jp/1/%E3%80%8C%E7%8F%BE%E4%BB%A3%E8%A9%A9%E3%81%A8%E3%81%AF%E4%BD%95%E3%81%8B%E3%83%BC%E7%AD%94%E3%81%88%E3%82%8B%E3%80%8D2%e3%80%80%E8%A9%A9%E3%81%A8%E3%82%B3%E3%82%B9%E3%83%97%E3%83%AC%e3%80%80%E5%B9%B3%E5%B1%85%E8%AC%99/> (2021/12/10 (2021/12/10 取得))
- *44. 自由詩時評 第145回 和合亮一『詩の礫』論2015 その2 平居謙 <https://blog.goo.ne.jp/siikaryouzannpaku/e/f9f7084a08177a03c915ff735ced5331> (2021/12/10 取得)

【参考文献】

- ・ 飯野智子 (2013)「「男らしさ」とファッション・美容」(『実践女子短期大学紀要』34)
- ・ ヴァルトラウト・ポッシュ (2003)『なぜそんなに痩せたいの？—「美人」になりたい女の社会心理学』(渡辺一男訳、TBSブリタニカ、原著刊行1999年)
- ・ 江藤正顕 (2010)「ファッションの脈絡：「コスプレ」現象について」(『Comparatio』14)
- ・ 北九州市立男女共同参画センター・ムーブ (2012)『ジェンダー白書8 ポップカルチャーとジェンダー』(明石書店)
- ・ 貝沼明華 (2017)「コスプレの意味世界：写真をめぐるコミュニケーションの分析」(『金城学院大学大学院文学研究科論集』23)
- ・ 小出治都子 (2019)「コスプレメイクの工夫と加工によるキャラクター形成」(『大阪樟蔭女子大学研究紀要』9)

- ・ 坂田彩美 (2017)「ロリィタファッションに関する研究—着用者の視点から—」(『生活環境学研究』5)
- ・ 菅原健介 (1986)「賞賛されたい欲求と拒否されたくない欲求—公的自意識の強い人に見られる2つの欲求について—」(『心理学研究』57・3)
- ・ 菅原健介・鈴木公啓 (2017)「外見の若さに対する志向性が心理的健康に及ぼす影響 ～外見若さ志向と内面若さ志向～」(『聖心女子大学論叢』128)
- ・ 菅原健介+ COCOROS 研究会 (2010)『下着の社会心理学』(朝日新聞出版)
- ・ 千野拓政 (2012)『東アジアとサブカルチャーと若者のこころ』(勉誠出版)
- ・ 辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編著 (2014)『オタク的想像力のリミット』(宮治真司監修、筑摩書房)
- ・ 中村純子 (2018)「女性民族衣装の変容と観光資源化—ニューカレドニアのミッション・ローブを例に—」(『横浜商大論集』51・2)
- ・ 成実引至 (2009)『コスプレする社会』(せりか書房)
- ・ 原田伸一郎 (2019)「キャラクターの「人権」：法学的人間の拡張と臨界」(『静岡大学情報学研究』24)
- ・ 藤田結子・成実引至・辻泉 (2017)『ファッションで社会学する』(有斐閣)
- ・ 松浦季恵 (2015)「人工物の利用を通じた成員性と「境界する物」—キャラクターを支える遊びとしてのコスプレを対象に—」(『質的心理学フォーラム』7)
- ・ 松岡茜 (2020)「女子大生における外見の類似性が自己開示の深さに及ぼす影響について」(『甲南女子大学大学院論集』18)
- ・ 見寺貞子・森下千春・井上裕之・松本紗也加 (2014)「北欧におけるライフスタイルから学ぶ—ファッションの観点から—」(『神戸芸術工科大学紀要「芸術工学 2014」』)
- ・ 森本季沙・大久保智生・鈴木公啓 (2017)「青年期におけるコスプレに関する動機と心理的効用の検討—大学生とコスプレイヤーの比較から—」(『香川大学教育学部研究報告第I部』147)

(なべやま ゆりか 平安女学院大学国際観光学部 2020年度卒業生)

担当教員講評

鍋山友梨馨さんは2020年度本学国際観光学部の卒業生。この論文は、社会人になって後の表現活動を基に卒業論文に若干の修正を加えたものです。在学中は軽音楽部に所属。卒業後はクリエイティブ企画「Choco Effect」を立ち上げ、講座の助手やアート制作等を継続中。本論文は、観光学の観点から言えば「観光の中に潜むコスプレ」についてさらに様々な例を挙げ徹底的に掘り下げて欲しいという気もします。その意味では発展途上の論文です。

しかし、極めて特殊な限られた行為であると一般に考えられる「コスプレ」に対する見方を大きく転換、日常の中の様々なシーンに「コスプレ」の要素が含まれていることに注目した点に関しては高く評価することができると考えました。これによって観光という行為の中に含まれるときめきの正体について、「非日常」という曖昧な観念からもう一步進めて考える可能性を拓くものとして期待できると同時に、表現学にとっても「コスプレ」という新しい視座が開かれることを大いに期待してやみません。

(平居謙 平安女学院大学国際観光学部)