

「新三種の神器」をめぐる考察

橋爪大三郎 社会学者

第1章 たまごっち



コンピュータの中で熱帯魚や動物のペットを飼うだけのゲームなら、以前からありました。たまごっちもその流れを汲む、バリエーションの一つではあるんですが、根本的に違うのは、携帯できるという点です。

これまでの飼育プログラムのゲームは、据え置き型のデスクト

その結果、たまごっちにおいては「育てゲー」というジャンルが、よりリアルになっていきます。

普通、ゲームがリアルになるといって、絵柄が複雑になったり、ゲームのシミュレーションの方法が現実に近いところ。ところが、たまごっちの場合はむしろ逆で、キャラクターはこれ以上ないほど単純だし、いま出ているいろいろなものに比べたら、ゲームとして粗雑で安っぽい。それでも、このゲームはリアルなんです。なぜなら、たまごっちのリアリズムは、携帯して人間とシンクロするところにこそ、その本質があるんですから。

束縛されることが快感になる

どういふことなのか、もう少し説明しましょう。たとえばたまごっちは、夜になると眠りますね。これは、人間が眠るからなんです。私も実際にやってみましたが、最初のうちは早寝早起きだったのが、大きくなって悪い「アダルトっち」に変身すると、夜更かしするようになって、十一時くらいにやっと寝たり、朝も昼近くになってやっと起きたりする。おおむね人間の生活リズムと連動していて、それでいて人間風にちょっと乱れたりするところが、かえって「あつ、こいつは生きてるな」と感じさせるようになってるんですね。

たまごっちを育てるための操作プログラムは、生理に根差したものがほとんどです。生き物だから当たり前と言えども、片付けど、おなかが空いたらご飯を食べさせて、うんちをしたら片付ける。ご機嫌が悪くなったら遊んでやり、病気になるたら注射を打って、わがままを言ったら叱ってやる。それらが、無秩序ではないけれど、適当な間隔でアトラダムに起こってくるから、こちらはそれを完全には予想できない。

このゲームのもう一つの特徴は、途中でストップできないとい

ップ・パソコンや、テレビゲームのブラウン管の中で行われるものだった。機械はいつもの場所から動かさせないから、人間がその前に座ったときだけ、スイッチを入れて飼育をする。それ以外はスイッチを切った状態。生き物であっても、スイッチを切っている間は時間が止まっていた。私はコンピュータゲームにくわしくないで、なかにはずっとオンになったまま、エサをやらなければ、死んでしまうようなプログラムもあったのかもしれないけれど、どちらにしても、いつもペットと一緒にいられたかった。

ところが、携帯型になると、これがまったく違うんです。人間と時間を共有するようになる。たまごっちは「たまご」と「ウォッチ」の合わさったもので、もともとは時計にゲーム機能のついたものだった。時計というのは、つねに携帯されていて、人間と時間を共有するというか、過ぎていく時間を人間に教えてくれるものですね。その時間を、たまごっちはウォッチではなく、「たまご」が教えてくれる。人間の生活や生理とシンクロ(同調)しながら、人間に合わせてたまごっちの中で時間がたっていく。と同時に、人間のほうもたまごっちの時間に合わせて生活せざるをえなくなるという二人三脚の関係が、携帯することにおいて実現されたんです。

うことです。ストップしようと思ったら、リセットボタンしかない。リセットというのはキャラを殺して生まれ変わらせることです。リセットというのにはキャラを殺して生まれ変わらせること限り、死ぬまで面倒見なくてはならない。そういう意味で、このゲームは恐ろしい。寿命が一、二週間でよかったですね。

そして、ここから生まれるのは、被拘束感です。被拘束感と言ってわかりにくければ、要するに自分が束縛されているという感じ。たまごっちには、鎖がついているでしょう。この鎖は女学生がカバンの取っ手につけたり、スカートの腰にぶらさげたりするためのものらしいけど、重要なのは、人間に鎖でたまごっちがつくという点です。しかも、この被拘束感というのは、たまごっちを自分が世話しないと死んでしまう、いわば自分の生命の延長としての束縛なんです。世話をするということは、自分の生命活動の一つですからね。だから、たまごっちを持って歩いているうちに、自分が生きていくということが、もう一つ延長されて、この中にあるような感じがしてくる。

これは、たまごっちが自分で生んだ子供で、その子を育てているという感覚にもつながってくるんでしょう。女学生というのはそういう人生のステージの少し前に存在ですから、本人にそういう意識があるかどうかは別に、どこかで予行演習的な意味合いを持ってくる。

昔だって、人形にご飯を食べさせたり遊んであげたり、似たようなことはしていたわけで、寝かせれば目をつぶる人形や、ミルクを飲ませるとおしっこする人形だってあったんです。でも人形は、自分が想像したときにだけ生きていて、人形遊びは、自分が主導的にいるいろいろなイメージを投げかけるゲームなんです。だけど、たまごっちはそんな面倒なことをしなくても、向こうが自分からピーピー騒いだり、動き回ったりしてくれて、イマジネーションの必要がない。人形よりも、もっと直接的に生理

に訴えかけてくる。被拘束感も、そこからきているんです。

被拘束感というのは、わずらわしくて、普通はいやなものなんです。けれど、それがかえって新鮮なのは、そういう体験がいまの女子中高生たちには稀だからですね。彼女たちの時間がどんなふう構成されているかというと、学校は授業時間で区切られているし、家でも朝起きる時間や門限が決められていたりする。そんな細切れになった時間の隙間に、彼女たちはちょっとした時間を作っては、マクドナルドでおしゃべりしたり、友だちと電話したりして、巧みにスルリスルリとくぐり抜けていくんです。そうやって、時間を取り戻しながら、そのことを楽しんでいる。そんな中で、自分だけのたまごっちに貴重な時間を奪われると、そのことが、おそらく逆の快感になるんですね。自分だけがこの生命に必要とされている、という感じ。それが、自由な選択で時間をくぐり抜けていく軽やかな感じと、いい対照になるんだと思う。日常の中のワサビみたいなものですね。ちょっととした被拘束感だから、かえっていい刺激になる。

そして、育てているうちに、たまごっちと育てている自分が同型だということが、だんだんわかってくるんですね。生き物が生まれて育てていくために、食事と排泄と遊びとつけははどうして必要なのでしょう。そのバランスがうまく取れないと、病気になるって死ぬか、しつけの点が下がって悪いたまごっちに成長してしまう。どれが「いいたまごっち」でどれが「悪いたまごっち」なのかはつきり書いてはいないけれど、でも、成長した姿を見ればなんとなくわかるようになっていく。私の場合も、突然ピーピーうるさく鳴ったと思ったら、真っ黒な画面の向こうから次のステージのたまごっちが現われてきて、それが悪魔のような子だったものだから、ちょっとショックを受けました。こんなはずじゃなかったのに、みたいなね。それでも、親の意のままにならない方向に子供が育ってしまう

作り手に聞く①

たまごっち

真板亜紀



昨年11月の発売以来、女子中高生やOLの人気を集め、現在は品薄状態も手伝って社会現象を引き起こしている「デジタル携帯ペット」。様々なケアの程度により成長過程が異なり、1〜2週間でその生を終える。先月より第二弾「新種発見!!たまごっち」が発売中だが、発売元のバンダイでは、6月末までに600万個の販売目標を立て、海外進出も計画中。

ンときたんです」

(週刊朝日 2月14日号)

●開発のきっかけ
「ヘンなものウケる時代。実在の動物でなく『宇宙からきたナゾの生物』という設定で好奇心をくすぐりたかった」

(産経新聞 1月25日)

「あのころ、におわないは虫類のペット」がブームになったのをヒントに『アレルギーや住宅事情でペットが飼えない子たちにデジタルペットを飼わせてあげたい』と思ったところに、ビジネスマンに携帯型デジタル製品がはやり始めたから、手軽に持ち運びできるものが受けるのではというアイデアをミックス。たまごとウオッチ機能を合わせてごる合わせ、このネーミングに決まった」

(夕刊フジ 2月2日)

「カメを旅行に連れていこうとした男の子が母親から『カメはやめなさい、カメは!』と止められるCMがありましたね。あれで、ピ

のもまた、親子関係の真実の一面面なんです。自由で育っている彼女たちにとって、親の目から自分が見えるかを如実に知る、いい機会になると思います。そういう意味で、自分を客観視するためには、なかなか優れたおもちゃかもしれない。PUFFYの「これが私の生きる道」の歌詞に、「世の中がすこし見えたね」とか、ちょっとだけ大人になったみたい感覚のフレーズがあるでしょう。ああいう感じに共通するような、軽いけれど、階段を一つ上るようななにかがある。

自分の育てていたたまごっちが死んだときにも、たぶん、単なるゲームの終了以上のなにかが起るんだと思うんです。この十数日間は何だっただらうという、たまごっちが生まれてから死ぬまでの一生について反省するような。だから、このゲームはリセットが押しにくい。たいがいのはたまごっちが死んでも、すぐに元氣よく次を始めたりしないで、少し休むんじゃないですか。休んで、ふつとなにかを考える。

ゲームをしている間は、言ってみれば、コストを払わされているんです。たまごっちがなかなか寝ない場合は、こっちも寝ないで待つてなきゃいけないし、たまごっちが朝早く起きてしまったら、こっちも早く起きさせられる。授業中だって、勉強をよそに音を消して、ご飯をあげたりウンチを片付けたりしているわけでしょう。それでも、死んでしまえばすべては終わりになってしまふ。だけど、コストを払った以上は見返りがなきゃおかしいわけで、その見返りとはなんだろう、たまごっちの一生は自分にとってなんだったんだろうと考えるんです。

確かにたまごっちの死は、程度の差はあっても、育てた人間にとっては特別なものになるはずなんです。ものが壊れば壊れておしまひだし、知らない人が死んでもそれでおしまひになるけれど、身内の人や友人、まして自分が死ぬとなれば、事情が違ってくる。それにやや近い経験が、たまごっちの場合も起こってくる

「ペット好きの意見も取り入れられました。面倒くささというのも大事。手がかるから愛情がわくというんです」

「商品が発売された11月23日には思わず泣いてしまいました。お店で見ていたんですが、最初の一個が売れた時に涙が出てしまっ」

(スポニチ)

●人気の秘密

「持主の都合に関係なく、例えばトイレに入っているときでも世話してくれと要求する。普通のゲームはやめたいときにやめられるが、たまごっちは、世話を怠ると死んでしまひます。それに、キャラクターがちょっとヘンテコでかわいいので、オヤジっぢができた」とか友達同士の会話のネタになります」(夕刊フジ)
「女子高生にターゲットを絞ったが、あつという間に社会人や子供たちに広がった。この速さはインターネットの情報伝達力のおかげですね」(産経)

「ルーズソックスにしろプリクラにしろ、女子高生に人気の出た商品はCMやパンフレットでの宣伝はしていません。彼女たちにとっては『口コミ』が非常に重要な情報なんです」(夕刊フジ)



真板亜紀さん

※取材集中のため、本号に間に合うスケジュールでは真板さんの時間を頂戴できず、掲載済みの発言の中から編集しました。

んだと思う。これはひとえに、拘束され、振り回され、世話をさせられたコスト、普段彼女たちがやらないことをやった経験によるものですね。だから、これは一種の教養ゲームなんです。

処女懐胎であり、癒しであり、占いであり

たまごっちはこうやって、いろいろなテーマが読み取れるけれど、もう一つの重要なキーは、「変身」かもしれません。もうそれ以上変身しなくなるという意味で、死は変身の極限ですが、ストーリーの中でどんなふうに変身するかをコントロールしているのは、育てる側の努力、つまり管理能力ですね。ただ、とは言っても、育てられる側のほうにもアトラダムな乱数表みたいなプログラムが入っているらしくて、育てる側が完全にコントロールできるわけではない。

このことは、人間になぞらえると「反抗」というふうに見えることができる。つまり、このゲームの根底にあるのは、管理と反抗の戦いでもあるんです。管理がうまくいけばいい子になるし、反抗が勝利するとヘンなものに変身してしまう。そこを逆手にとって、よい子を目指して育てるはずのところを、反抗されてヘンな子になるならそれでもいいやとか、エサをあげないでおいなら「へびっち」になったぞとか、いろんな遊び方も出来るわけですね。そして、この管理と反抗の戦いのプロセスは、まさに彼女たちの日常そのものなんです。彼女たちだって、ルーズソックスにはきかえたり、茶髪にしたり眉毛を抜いたりして、反抗しては変身を遂げている。そうした構造をトータルに凝縮しているという点で、このゲームがリアルな感じを抱かせる、もう一つのポイントなんだと思います。

さらにうがった見方をすると、たまごっちは宇宙からやってきた生命体なんです。スイッチを押すと、卵が発生して生命が誕生し、さらに携帯型としてここまで小さくなった。これまでも持ち運べるということではゲームボーイがあっただけれど、ここまで小さくなってしまおうと、まったく新しい考え方のゲームになっていると思えますね。これまでのゲームを単に小さくしたのではない、小さいからこそ遊べるもの、という発想ができるようになって、その可能性を最大に生かして生まれたゲームがたまごっちだった。そういう意味では、ゲームの歴史にとつて、今年は一つの区切りなんじゃないかという気がします。

小さいことによる可愛らしさも、やはりポイントの一つでしょうね。この丸くて手にスッポリ入る感じ、手のひらの中で他人に見られず操作できることも含めて、よく考えられているなという感じがする。それに、ぶらさげるのだから、本人にとつては装飾品の一部にならなくてはいけない。持つ本人は自分を可愛い、あるいは可愛くありたいと思っているんですから、当然身につけるものだって、可愛くなければならぬんです。

加えて、たまごっちの裏を返すと、「MADE IN CHINA」と書いてある。「テトリスジュニア」なんかも深圳に工場があって、大量に製造しては飛行機の直航便でじゃんじゃん送っているらしいけれど、チップをプラスチックのケースに入れて組み立てるだけだから、深圳だろうとどこだろうとある程度の技術水準があればすぐに作れるし、オン・デマンドも可能になる。これは、そうした国際環境を反映しているおもちゃでもあるんです。

なぜ、たまごっちが女の子の子に人気があるのか。さっきの理由だけでなく、ゲームの仕方にも、その理由はありそうな気がする。拘束はされるけれど、たまごっちはこちらからまとめて働きかけることが難しいゲームなんです。たとえばヒマだからエサを一度にたくさんあげようとしても、本人が受けつけないし、そんなことをしたら、太り過ぎていい子に育たない。男というのは、ゲームをするにしても、「さあ、ゲームをやるぞ」と身構えて、時

することになっていくけれど、でも、生命ってそんなふうには発生しますか？ 少なくとも人間は違いますね。これは単為生殖、もつと言えば処女懐胎のアナロジーになっている。卵は女性だけが持っているもので、ここでは、男性と無関係に生命が始まっている。男性よりも女性がこのゲームに興味を示すのは、どこかでその意識をくすぐるからなんじゃないだろうか。

しかも、発生した生命は、今度は人間の生理とシンクロしている。現代は、養老孟司さんの言われる脳化社会で、周囲の環境が人工物で埋め尽くされている。そうすると最後に残った自然である人間そのものまで、自然だということを人間自身が忘れてしまいがちになる。これは、同じ人間でも男のほうが忘れやすいんですね。女には生理があるし、子供を産むという点で、自然としての自分自身から離れにくい立場にある。男性と女性の違いはいろいろあるけれど、女性のほうが、情報化社会の矛盾をよりはっきり感じることのできる存在であることは間違いない。

だからこそ、男なしで生命を育めるという点が、深層心理的に言うところ、ちょっと快感なんですね。「私だけのもの」という感じが強くするから。これがもし、男性の「なんとかつち」となにかをして、女性のたまごっちに生命が発生するというのだとしたら、ややこしいし、現実とあまりにも似すぎているでしょう。そうじゃなく、男とは無関係に私だけで育んだ命というところがいいんです。そんなところまでは誰も考えないと思いますが、寿命をまっとうさせるのは、中絶をしなかったという意味にもなりますからね。男の子にとつては単なる支配と管理と反抗と変身のゲームであっても、女の子はさらにそこに、自分のからだや女性性を重ねていく。だから、これは大変に真面目なゲームでもあるんです。

じゃあ、いままぜこのゲームなのか。

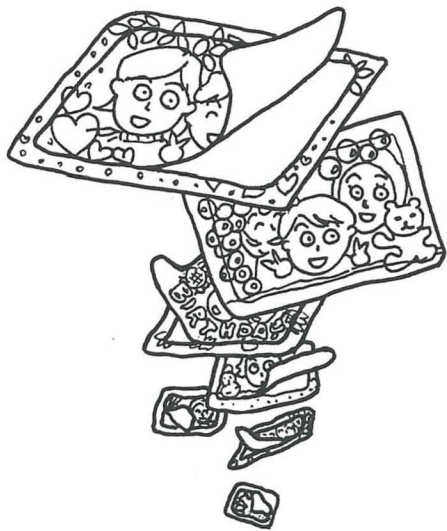
初めはゲームセンターのアーケードゲームという形で始まったゲームが、パソコンゲーム、ゲーム専用機によるゲームへと進化間と技術を最大限に投入し、どれだけのものを構築したか、その達成感みたいなものを得ようとする傾向が強いでしょう。そこにいくと女性には、ゲームに対してそこまで本気を入れようという気があまりないんだと思う。むしろ、生活を楽しくするようにな、生きていく感覚に忠実であろうとする。そうしたときに、そういう感覚に添えるテクノロジというものは、身近にあつて、携帯できて、そして可愛いものということになるのかもしれない。

いまのアパートやマンション生活ではペットもなかなか飼えなかつたり、核家族化でおいさんおばあさんの死に目に会うことも少ない。開発者によると、現代の子たちは潜在的にこういうものを欲求するんじゃないかということだったけれど、子供が知ることのできなくなった、あるべき人間の行動パターンの一つを教えてくれるという意味で、これは確かに教育的なゲームですね。そして、さらに踏みこんで言えば、自分の意外な一面を発見できるという意味で、癒しの効果さえも期待できる。普段は親の言うことなんか聞かずに、世話してもらえばかりの女の子たちが、自分のたまごっちのウンチをすぐに片付けたり太り過ぎに注意したり、まめまめしく世話を焼いて、私つてこんなに世話焼きだったんだわと感動したりする。立場が変われば人間も変わるわけだから、自分が世話をし、相手に対して責任を持つという、つまりいつもの自分とは反対の自分を実感することが、癒しになるんです。そうやって、歪んでいたバランスを回復することができる。

たまごっちはペットに似ているけれど、でも、ペットとは違います。ペットは家族の一員ですからね。たまごっちはむしろ友達との間に広がっていくものだから、そういう意味では、一つひとつは個人のものでも、一つのネットワークを持っている。それに、ペットはあまり比べたりしないけれど、たまごっちの育ち方には育てた人間の個性が反映しているから、どう育ったかによって、自分と友だちの個性の違いも見えてくる。自分が「いぬっ

ち」になったのに、友だちは「オヤジっち」になったとしたら、それは目に見える形での二人の違いなんです。そういう意味では、これは占いの一種とも考えられるかもしれませんが。女の子は占いが好きですからね。雑誌によく載っている占いは、行動のパターンや選択(YES/NO)の連鎖によって、タイプAになったり、タイプBやCやDになったりする。「へびっち」や「うさぎっち」や「いぬっち」になったりするの、タイプが分かれるということでもあって、その原因は育てた自分(二連の選択)にある。最後に出てきたキャラクターが「オヤジっち」だったとしたら、それはあなたが「オヤジっち」ですよ、ということかもしれない。たまごっちは星からきた生物ですから、これもまた新種の星占いのかもしれないですね。

第2章 プリント倶楽部



プリクラって、本当に奇妙なものですよね。原理としては、よく駅なんか置いてある三分間写真機とそれほど変わらない。一枚じゃなく何枚か出てくるところも似ている

ませんか？ プリクラに写っている女生生たちは、たまごっちと同じだと。そう、彼女たちは、たまごっちのように変身しながらいつもあるステージに立っているんです。彼女たち自身の中にも、たぶん、そのことに対する強烈な自覚がある。女子中学生や女子高校生は、三年間の時限付きの生き物でしょう。中学生なら中学校の制服、高校生なら高校の制服があって、髪形も持ち物もその世代ごとに限定されている。またPUFFYを持ち出すと、「もぎたての果実のいいところ。そういうことにしておけば」というのは、まさに彼女たちの自尊心をくすぐるフレーズなんだけど、じゃあ、もぎたてじゃなくなったらどうなるのか。そこには不安も隠れている。ここは「もぎたて」のある限定されたステージであって、この先どういふものに変身していくのか、未来についての見通しはない。

これは、たまごっちとまったく同じです。そして、たまごっちが自画像だとすれば、変身する前の自分を残しておかないと、変身したあとで、自分がなんだったのかわからなくなるんじゃないですか。そこで、ある仕掛けが必要になってくる。これは、プリント倶楽部に限らず、女の子の写真好き一般を説明できると思います。ある統計によれば、八〇パーセント以上の女子中高生がカメラを持ち歩いているそうですね。ちよつと信じられないような数字ですが、誰かと会っては写し、ときには自分撮りをし、それを見せ合って、毎日を写真だらけにして過ごしている。

彼女たちは、自分をほかの人から見てもらわないと、自分が見えてこないんです。自分で自分を見てただけじゃ、自分というものがかめれない。そんな自分には満足できない。でも、ただ人と会っているだけでは、ほかの人に自分がどう見えているのかわからないから、それを知るために写真を撮る。彼女たちがこんなにも自分を撮ることにこだわるのは、つまり、そういうことなんだと思います。

けれど、ただ、プリント倶楽部の場合は写真じゃなくて、シールなんです。そして、シールだということが、それまでの即席写真や証明写真との間に、使われ方の決定的な違いを生み出した。

じゃあ、プリクラを使って女子中高生は何をしているのか。即席写真の場合は、時間が重要なんです。いつ撮ったのかということが。証明写真は、撮影から三カ月以内のものでないと使えなかつたりするでしょう。つまり、証明写真は、ある時点での、その人の顔を証明するものである。プリント倶楽部の場合も、日付こそ入っていないけれど同じ機能があって、何月何日どこで撮った、あなたと友だちの何々さんはこうでしたよ、という事実を証明してくれているんです。そうやって、彼女たちは時間を止めているんですね。

もともと写真には、時間を止める機能があるんです。流れていく時間を、ある時点でピンで留めて残しておく。プリクラが人を呼んだ背景には、時間を止めることをみんながとても好んでいる、ということがあると思います。そのときその場所に誰さんと誰さんがいたということが、写真があれば、これほど確かなことはないでしょう。これは一種のアルバイトでもあるんですが、そうしたことへの欲求がある。

友だちの輪で「私」を埋めつくす

ここで出てくるのが、なぜ時間を止めなくてはならないのかという問題です。彼女たちのコメントなんかを読むと、「思い出」という言葉が頻繁に出てきますね。プリクラは思い出作りのために撮られている。その「思い出」を眺めては、あとから「あのときはこうだったよね」なんて感じて盛り上がる。かつての自分といまの自分の微妙な落差を見つけては、それを消費することを楽しんでるような感じがあるんですが、これって、こうも考えられ

言い替えれば、あるときのあるステージがどれだけ充実していたかを、確認したいんですね。そのためには、自分の記憶だけではあまりに主観的すぎて、思い出すと変形してしまう。しかもわざわざ思い出すという努力がいるけれど、写真なら変形せずに、いつでもそこにある。撮れば撮るほどたくさんのもので、忘れてしまふようなものまで含めて、集めておくことができる。

逆に言うと、これから先のステージについては、それだけ希望がなく、不安なんでしょう。高校を卒業した時点で、そこから先が切れてしまっている。切れるどころか、ない感じさえするんじゃないですか。そうなると、いまが一番いいということになって、そのいまにしがみついたために、いまをどんどん「思い出」に送りこみ、反芻するという事態が起きてくる。この先がわからないという感覚は、大学生や、あるいはOLにも共通するものですね。そこから、いましかない、いまのうちに思い切り遊んでおこうというような、半ばヤケツパチな気分が出てくる。

この感覚は、男の子にもないわけではないけれど、女の子にはとくに強烈です。男の子には積み重ねていく感覚がどこかにあつて、積み重ねである以上、この先いまよりなにかがなくなってしまう、という感覚が少ない。いっぽう、女の子の場合はやはり外見にとらわれてしまします。外見の美しさ、若さは、どうしても失われていく面があつて、蓄積性がない。そうすると、先のない感覚は、さらに増幅されていくことになる。もともとこうした傾向があつたところに、時間の経過に過度に敏感な消費文化が加わると、あのときあの場所であつたというかけがえのない事実がこたわって、それを確保しておきたいという欲求はどんどん高まっていく。これが、写真へのこだわりです。一日一回はプリクラを撮ると言う子もいるけれど、この話を延長していけば、当然毎日撮らなきゃいけなくなる。一種、麻薬みたいなものですね。そして、その写真が十六枚一度に撮れて、

交換可能になったところに、プリント倶楽部の爆発的流行の原因がある。

ここで出てくるのが、交換の問題です。交換は人類学の主要なテーマでもあるんですが、プリクラの場合、仲よしの友だちや新しくできた友だちがいて、じゃあ、お互いに自分のプリクラ・シールを交換しましょうということになる。友だちだから交換すると思いがちなんですが、人類学が教えてくれているのはその逆で、交換をするから友だちになるんです。考えてみれば、プレゼントってそういうものだったりするでしょう。本当に関係が確立していたら、プレゼントなんかあってもなくてもいい。むしろ、まだ関係が曖昧な状態の相手になにかを贈る場合にこそ、一歩進んだおつき合いが始まったりする。交換が友だちを作るんです。そして、プリクラの場合も、写真が十六枚のシールとなって交換できるようになったとたん、交換のゲームやネットワークの広がりが爆発的に拡大した。

では、どうしてこうした現象が起こったのか。それはプリクラが、自分とはなにかを確認する方法として適していたからですね。彼女たちは、友だちと一緒にいることをとても重視している。これは、自分はこういう友だちと一緒にいる、この友だちの中の一人としての自分を確認したい、という傾向が強いからです。逆に言えば、一人になってしまおうと、自分はこうなんだ、これが自分なんだとはつきり言いにくくなっている。これは、一つには宗教がないからですね。もう一つは、男性に比べてなぜか女性のほうがそうなりやすいという性別の問題。そして、もう一つは消費文化の問題で、自分をとりあえずあるグループの中の一員として確認する。しかもその中でさらに細かな差異を作っていく。東京に住んで、私立高校に通う、しかも何とか系のどんなタイプだとか、そういうやり方でしか、自己確認がしにくくなっている。それにしても、これほどまでに大事な友だちって、一体なんなん

んだろう。たぶん強迫的な思いこみがあるのです、一緒にいるから友だちなんだという。本来友だちというのは、ときどき一緒にいて、ときどきは一緒にいないものですね。むしろ一緒にいないことも友だちでいられるほうが、本当の友だちなんだということになる。ところが、最近はその流行らないらしい、友だちとは、一緒にいるから友だちなんです。

でも、友だちと二十四時間一緒なんて、現実には不可能でしょう。そうなる、一緒にじゃなくなるとたん、あの子はほかの誰かに私の悪口を言ってるかもしれないとか、私のことなんか忘れてちゃってるかもしれない、そういうことをしょっちゅう考えていないといけない。一緒にいるから友だちなんだ」という考え方で友だちづきあいをしている限り、一緒にでなくなるときにどうやって友だちでいつづけるかが問題になってくるんです。その解決策が、一緒にいるところを写真に撮ることだったんです。友だちが目の前からいなくなっても、一緒に撮った写真があれば、友だちの証拠は残っている。そのことが、自分を安心させてくれる。だから、その写真は身につけて、いつも自分と一緒にいないといけないんです。さもないと、友だちは自分の前から消えてしまうから。

そして、交換によって、友だち関係はさらに増殖していく。たとえば、Aさんが私だとして、BさんCさんDさんと一緒にプリクラで写真を撮りました。十六枚の写真のカッターで四枚ずつに分けたとして、その四人は互いに自分の写真を交換しますか？ しませんね。同じ写真同士での交換は起こらない。

次に私とBさんとEさんが三人で写真を撮りにいきました。そのあとでCさんとDさんに会ったとすると、ここで初めて、最初には写らなかったEさんと、最初に写ったCさんとDさんとの間で写真の交換が成立する。つまり、「あのときあそこで一緒に撮った人」と「いまここで一緒にいる人」の間で交換が起こることになる。

作り手に聞く②

プリント倶楽部

佐々木美穂



電話ボックス大のシール製作機。300円を投入、モニター画面を覗きながら枠の模様を選び、ポーズを決めると、約1分で切手大の自分の顔のシールが16枚プリントされる。95年7月の発売以来、約1万台を生産。女子中高生の間では「プリクラ手帳」と呼ばれる小型手帳に、友だちと交換したシールを貼り合うのがブームに。昨年暮れより「プリント倶楽部2」が導入されている。

私、本当の仕事はセールスなんです。入社以来、ずっと。ただ、この会社は割合自由というか、部署がどこであろうと、なんか面白そうなものかなあという雰囲気があるって、それで、このアイデアを話したら、それ、面白そうじゃないってことになった。みんな、けっこうノリがいいんですね。

一番最初の形はダンボールの箱でした。要は、暗い状態だけを作ったので、ビデオカメラを入れて、ハーフミラーをつけて、その状態でカメラがどこまで拾えるかという実験をやったんです。えーと、94年の秋くらいです。で、いまのプリクラの試作機ができあがったのが95年の2月。

思いついた最初のきっかけは、シールです。DPEにフィルムのネガを持っていくとシールにしてくれるの、知ってます？ でも、それだといちいちネガを探さなきゃいけないし、あんまりヘンなネガ持つてくのもハズカシイ

でしょ。そんなこんなで、もつと手軽にその場で自分のシールができたら面白いなと思っただんです。女のことで、もともとシールとか、チマチマしたもの好きじゃないですか？ 隣り同士の席なんだから、声に出して言えづらいところを、わざわざ手紙書いてシール貼ったりして交換したりするの、いやってほど私もやりました。

DPE屋のシールは、最初、誰かの年賀状かなんかに貼ってあって、「これ、いいよね」と話から始まったのと、もうひとつ、セールスマンなんかがいさつするの、名刺に真面目な顔して写真貼ってる人っているでしょう。それを、そういうのじゃなく、もつと面白いもののできたらいいかなあって。だから、どちらかというと、写真よりシールなんです。シールの自販機ってなかったでしょう。ビデオプリンターにしたのは、別にこだわりのあったわけじゃなくて、うちでも業界誌

とかメディアにゲームソフトの画面を出してもらうのに、いまは、いちいちポジ撮ったりしないんですよ。ビデオプリンターでやっちゃう。静止画にして。これは一分くらいでプリントできますから、これを使えば面白いんじゃないかって思った。ポケ具合が、なんかいいんですよ。別に、写真はちゃんと撮れなくていい。というの、ヘンですが、あんまり細かいところまで表現できないほうが、かえっていいというか。そこそこ見えればね。そうすると、あんまりアラも見えないし。

(笑) 実際、プリクラって、本人よりきれいに撮れるんですよ。というか、きれいに見える。自分の一番好きな表情が作れるでしょ。なおかつ、それを自分で確認できますから、そこがいいところなんです。

もちろん、こんなに大ヒットするなんて、夢にも思ってたかったです。最初、シールの自販機を思いついて、ダンボールであれこれやってみる頃なんて、商売のことなんてまったく考えてなかったし。それが、周りに恵まれたというか、それまで社内に技術スタッフっていなかったのが、たまたまその頃一人入ってきた人が詳しく知ったのと、当社の峰岸部長にそれを見せたら、「いいねえ、いけるよ、それ、やろうよ」と言ってくれて、トントン拍子に進んだんです。だから、タイミングがよかったというか、人に恵まれたというかで、2月に試作機ができた時点で、ショーの時点出したんです。そしたら、このショーの時点

で、セガさんのほうから、これはよきさうだから、一緒にやりましょうと声をかけていただいて、最終的な、いまのこの形になったんです。

このショーはクロージドな関係者ばかりのものだったんですが、ま、そうはいってもゲームマニアみたいな人がどういうルートでかわかりませんが入ってきちゃったりしますけど、ともかくそういうショーで、けっこう人が着めてくれたんです。普段は、なかなか渋い取引先の社長さんが、「十台送ってくれ」、なんて言うし、いろんなゲーム機がある中で、プリクラだけがとくに、女のコたちを引きつけてたんです。ショーのコンパニオンとか、そういう人たちがズラッと並んだ。それで目を引いたというのもあると思う。そんなハデさにつられて男の人なんか並んだんですよ。それを見て、「あ、これはシメタ」って。(笑)

ただ、発表してすぐのときは、何十台とオーダーをもらってたから、はりきって出荷したのはいいんですが、ちょうど7月末、夏休みだったせいか、口コミで広がっていくということがなくて、思ったほど売れ行きが伸びない時期があったんです。しばらくして学校が始まってポツリポツリと人が並ぶようになり、その頃「アイ・ラブ・S.M.A.P」という番組に視聴者プレゼントでプリクラを貸し出して、香取慎吾くんがプリクラの横で「ボクたちのシルプレゼント」みたいなこと言っ



佐々木美穂さん

たあたりから途端に火がついた。週に2万通くらいハガキが来たらしいですよ、テレビ局にそれが、みんなプリクラ貼って送ってきたらしい。「私も使ってます」とか書いて。そうこうしてるうちに、街でもすごい行列ができるようになって、一台置いてたお店が、外まで人が並んでこれじゃほかのお客さんが店に入ってこれないからもう一台買いたいって言うてくるとか。ゲーム関係以外のところ、観光地なんかも含めてありとあらゆるところから、「どうしたら買えるんですか? 予約したいんですが」って問い合わせの電話が引っぱりなしかかるようになり、夜は夜で「大阪のどこどこに住んでるんですけど、どこに行けば撮れますか?」攻撃。一般の女のこたちから。

プリクラ手帳も売れたみたいですね。自分ではやらなかったけど、ああやって集める気持ちもすごくわかります。私も、子供の頃シル集めてましたから。付録のシルとか、グリコのおまけとか。でも、さすがにあそこまでびっしり貼るとは思いませんでしたけどね。いまの女のこたちって、すごいネットワーク持ってるでしょう。自分がいて、学校があつて、地元があつて、バイト先があつて、ベル友がいて、というふうには、友だちが多ければ多いほどステイタスですよ、きつと。

だから、ああやって他人のシルばっかり貼って喜んでいるんだと思う。

最初、1セット16枚のシルを身の周りのものに貼って、それがなくなったらリピーターの女のこが来ると思ってたのに、もう全然違うんですよ。みんなストックしてるでしょ。コレクション。その理由の一つは、プリクラの背景が一台あたり27画面あるんですけど、そのほかにこっそり裏画面も入れているんですよ。そうすると、他人の持っていないものを人って集めたがるでしょう。私はこんな持ってる、あんなの持ってるってことで集めてるコもいるみたいです。

噂で広がったモノクロ画面というのは、実はバグなんです。あれは私たちが全然知らなかった。お客さんから言われて、会社にあった機械でやってみたら「あ、ホントだあ、撮れる」って。びっくりしました。みんなよく探してきますよね。新幹線にわざわざ乗って、そこにしかない「森永キヨロちゃん」の画面を撮りに行った、なんて話も聞きます。「プリント倶楽部」という名前は、私じゃないんです。社内公募して、社内の女のこが考えた。私たちは、とうかか主人が考えて応募したんですけど、当時二人の間で「語尾に「ら」をつけるのがマイブームだったんで、「撮ったんら」というので出したんです。いま、ゲーム「や」や「シャネラー」とかはやってるし、けっこう可愛かったような気がしますけどね。

このとき二枚の写真は、必ずズレるんです。当たり前です。時間と場所が違うんだから。こうしてたくさん写真が、微妙に時間と場所とをズラしながら「私」の上を覆い隠していく。そして、覆い被さっている友だち同士の間でも無数の交換が起こって、そうした友だちの輪によって、「私」が埋め尽くされる。充実するんです。

これは、一つのギャラクシー星雲みたいなものですね。「私」を中心にした友だちのネットワークが、プリクラのシルとして手帳の中に存在していて、その中心に「みんなが友だちだと思ってくれている私」が浮かび上がってくる。だからこそ、そんなギャラクシーを所有していることが、「私」の存在証明になるんです。ただし、はつきり言って、これは過度な友だち依存症なんです。しかもその友だちは、一緒にいるというだけで、内容がない。だって、友だちと一緒にいても、一緒にいることがそのままでは充実に、写真をお互いに見せ合っただけで、「あのときあそこで一緒にいたね」とか「このときこの子と一緒にだったでしょう」なんて話しながらつないでいかなきゃならない。友だち関係が、友だち関係への自己言及で閉じてしまっている。

「あのとき」を通してしか「いま」が見えない

撮った時点と見ている時点との間には必ずズレがある。この「あのとき」と「現在」をつなぐのが写真です。でも、「あのとき」とのつながりを通してしか「現在」が捉えられないとしたら、それは現在にそれだけ価値がなくなっているということでしょう。未来は閉ざされていて、新しいこと面白いことがこのさき起こるだろうとは、あまり信じられていない。現在は未来に向かって流れていかずに、過去として思い出されるときにだけイキイキとよみがえることができる。だから、現在は、あのときあそこであ

だったねというような、過去の思い出に費やされる。ここにも、現在がつねに未来からも過去からも切り離されたステージだという感覚があるような気がするけれど、だとしたら、ずいぶん追い詰められた心理状態ではないだろうか。

自分はいずれ変身するだろう。そのことは疑われていないんです。しかし、その変身を自分はコントロールできないという思いがある。いまはけっこう可愛くていい感じでも、いずれ「おぼさんっち」になっちゃうかもしれない、イモムシから蝶々になる普通のコースとは逆なわけで、変身ではあるけれども夢がないんです。だから、たまごっちに「オヤジっち」は出てきても、「おぼさんっち」は出てこない。これは、たぶん禁止手として避けられているんだと思う。「おぼさんっち」になり、「おぼあさんっち」になる道は、あえて伏せられているんです。

プリント倶楽部というのは、家族写真とはまったく違う考え方のものです。家族写真は原則として一枚あれば十分であって、十六枚も撮ったりしないし、ましてや年賀状にでも貼らない限り、交換は起こらない。そのくらい、プリクラと家族写真は違う原理でできている。だいたいプリクラは、自分でお金を払って、わざわざ友だちと一緒に撮りにいくものだからね。たまたま集まったから撮るんじゃない、友だちだということを確認するために撮りにいく。プリクラを一緒に撮って、初めて友だちになれるんです。

また、プリクラのネットワークは、情報社会と関連はするけれど、インターネットのネットワークと重なっていない。なんと言ってもインターネットは、過去につながらないでしょう。「あのときのあの場所」にはつながらなくて、必ず「いまのどこか」とつながる。でも、プリクラのテーマは過去であることなんです。それがたとえ一瞬前だったとしても、過ぎ去った過去であることには変わりない。

もしも「あのとき」につながる事が一番の関心事なんだとしたら、インターネットでのリアルタイムなやりとりで、彼女たちは必ずしも関心を持たないはずだ。そして、その「あのとき」には、自分が加わっていないければならない。彼女たちにとって大事なのは、「あのときのあの場所」を起点にした自分の変身のプロセスなんです。そういう意味では、どんなに友だちの人数を誇っても、彼女たちの世界は狭くて閉じている。本人が楽しいならかまわないけれど、あまり楽しい遊びとも思えませんね。

彼女らが友だち同士と作る小さな世界の外側には、ひとまわり大きい消費社会が広がっている。そこは、お金があればいろいろなものを手に入れることができる商品世界であり、男たちとの関係や援助交際などの、お金を間に挟んだ関係なんかいろいろあって、友だちほどには自分を守ってくれない。この次のステージとの境界まで出掛けていく女の子はいるけれど、彼女たちの基本は、やっぱり友だちに守られている世界なんです。同じステージで同じように足踏みをしている女子中高生たち、大勢のたまごっちたちが、ゴチャゴチャしながら身を寄せ合っている世界が、プリクラの世界なんです。

プリクラを撮れば友だちだというのは、欺瞞的と言えれば欺瞞的だし、危ういと言えればこれほど危ういものもない。でも、学校を卒業したら学生時代のことはケロリと忘れてOLになって、結婚したらOLなんてやってたかしらという感じでケロリとお母さんになっていたりする女性たちの様子を見てみると、けっこうみんな、これはかりそめの、嘘の世界だと思いつつやっていると、割り切っています。

プリント倶楽部の面白さには、もう一つ、写真としてはけつして上等なものではないということもあります。少し歪んでるんじゃないかというくらい広角だったり、アミ点が粗くて色もムラ

ークが高校生までとは違って、ぐっと広がるからでしょう。一緒にいるのが、必ずしも友だちとは限らなくなる。というより、友だちだからときには一緒にいるという、正常な論理になつてくる。それまでの、一緒にいるから友だちだというのは、一種の倒錯だったんですからね。いつも一緒にいることを証明しつづけるなんてことは、狭い世界に閉じこめられているジュニアステージだからできたことで、一歩外に出れば、そうした特殊な論理は通用しなくなる。

第3章 じゃまール



「じゃまール」という雑誌は、当然のことながら、情報化社会の中で生まれてきたものです。

情報化社会の進展は、一つには情報ツールが充実していくこと

ムラだったりする。でも、それだけに、ちよつとぐらい写りが悪くても、機械のせいにはできず。そういう意味では、「きれいな方はよりきれいに、そうでない方はそれなりに」じゃなく、きれいな方もそれなりにしか写らないし、そうでない方もそれなりに写る。このあたりの平等さがいいんだろうし、枠のマンガチックな飾りも冗談だつてことを暗に示して、どう写ってもあまり本人の責任にならないところがいいんでしょうね。

ある雑誌のアンケートを見ていたら、女子高生のうち自分のスタイルに自信があるという子は、四人か五人に一人くらいしかいなかった。全身が写ったりしたら、背の高さの違いもスタイルの違いもわかってしまうけど、プリクラは顔しか写らない。それもまた、救いなんだろうと思う。

プリクラを撮るのが友だちだけで、彼氏とはあまり撮らないのは、彼氏が友だちとは一段階レベルの違う、外側の世界の人だからなんだと思います。そうなる、同じ写真でも、スナップ写真になったりして、プリクラとは違うレベルのものになってくる。写真は普通のアルバムに貼るけど、プリクラは専用のシートに貼るじゃないですか。さもなければ、お財布や定期入れに貼ってみたりして。

もしかしたら、プリクラには呪術性があるのかもしれない。よく神社に貼つてある千社札みたいな。あれは、落語家が真打ち襲名披露をしたときに貼つたり、退院の快気祝いで貼つたりするものだけれど、プリクラをあちこちに貼つたりするのも、たとえば同じウォークマンであつても、プリクラを貼ることによって「私のためのよい機械」になるみたいな、一種の呪術的ななにかを感じているのかもしれない。プリクラって、真つすぐにこつちを向いてるでしょう。よそ見してることにはまずない。これも、呪術的と言えれば呪術的な感じがする。

大学生になるとプリクラをやらなくなるのは、人間のネットワ

にある。現在の情報ツールと言え、携帯電話にPHS、ポケベルにパソコン、インターネットに電子メールにファクシミリといったところでしょうか。これら情報ツールの特徴は、かつては場所と場所を結んでいたものが、いまは人と人を結ぶものになったことでしょう。職場や家庭に比べたら、人のほうが数は絶対的に多いから、新たなターゲットになる。しかも、携帯電話とポケベルとファクシミリというように、一人がいくつもの情報ツールを持つことが普通になりつつある。その結果、みんなが個人の発信元と受信先を持つことになり、番号がわかりさえすれば、誰でも直接つながる可能性が出てきたんです。

ところが、情報ツールは手に入れたものの、それを利用して誰とつながり、何をするのか。これは、機械には書いてありません。ここで、一つの問題が起こってきたんです。たとえば携帯電話を買ったものの誰も鳴らしてくれないとなつたら、買った本人が困ってしまう。可能性が開かれたにもかかわらず、なんのコミュニケーションもしていないということが、逆にものすごい孤立感を生んでしまうのです。

ここが、たまごっちとは大きく違うところですね。たまごっちは買った時点で、その後の充実感が約束されているんです。卵が孵れば世話をしなきゃならなくて、世話をすれば相手は確実に反応してくれる。反応するだけでなく、ときには向こうから呼びかけてくれたりね。

電話が一家に一台のころは、こうした充実感はずっと必要じゃなかったんです。家にある電話が鳴らなくても、それはみんなに用がないのかもしれない、自分に用がないとは限らなかつた。職場の電話も同じですね。ところが、自分だけの電話となると、電話がどれだけかかってくるかは、そのまま自分の評価になる。

反対に、自分がどれだけ電話をかけるかも、自分がどれだけ人に對して用があるかのものさしになっていく。しかし、人びとの時

間は限られているから、そんなに電話ばかりかけているわけにも
いかない。機会(加入台数)が増えたぶんだけ一つひとつの電話の
鳴る時間は少なくなっていくという、いわば情報ツールのインフ
レ、通話時間の希少性という事態が起こってくるようになったん
です。

ネットワークの中のアリバイ作り

そこに登場したのが、「じゃメール」だ。個人個人は情報ツ
ールを持っていても、どこにアクセスしたらいいのかについてはあ
まり情報を持っていない。「個人情報を集めています」という謳
い文句は、そこに目をつけたわけです。マスメディアにも載らな
ければ企業の広告でもない、個人の情報だけを提供するというわ
けですね。

でも、これが本当に「情報」だけを提供する雑誌だったなら、
これほどの大当たりはしなかったと思う。大当たりした理由は、
ほかにある。そう、別の使われ方をしたという点にあるんです。
普通は、まず最初に知らせたい内容がありますね。その情報を、
発信することが「主」であり、そのために自分のアドレスなり連
絡先を載せることが「従」になる。ところが、「じゃメール」の
場合は、この主従関係が転倒している。つまり、自分のアドレ
スを表示することが「主」なんです。

目的は、もちろんみんなにアクセスしてもらいたいこと。しかしそ
こには、なんらかの理由づけが必要になる。そこで仕方なしに、
「情報」のスタイルをとるんですね。だから、「じゃメール」に実
際に情報を出した人の取柄がなんか読むと、なかには四つく
らのメッセージを同時に載せた人もいるらしい。「友だちがほ
しい」と言ってみたり「なにかあげます」と言ってみたり、「こ
ういうサークル作りませんか」と言ってみたりね。こうした例な



作り手に聞く③

じゃメール

道下勝男

そもそも、個人情報を中心とした雑誌とい
うアイデアは、三年ほど前からあったんです。
ただ当時は、それがビジネスとして成立する
のかという懸念や、リクルートとしては、企
業からの広告収入が前提となった雑誌を主体
に展開しているわけですから、それとの折り
合い。また、あの頃は不況のどん底で、会社
として新たな投資が厳しい時期でもあったの
で、すぐには踏み切れなかった。でも大きく
言えば、この分野は、21世紀のコミュニケー
ションを考える上で、絶対に道をつけたほう
がいいという確信がありました。だから取り
あえず少数のスタッフを集めて94年の8月か
らマーケティング調査を始め、その結果を踏
まえて12月から、「フロム・エー」の巻末に
「たのもー」という32ページほどのトライ

個人売買、仲間募集など、個人間の情報交換の支援を
目的に95年11月に創刊。発行部数20万部。誌面は情報
に応じ「ファッション系」「出会い系」など、約20の
分類がなされ、読者は目的と都合に応じて自由な選
択・コミュニケーションが取れるようになっている。
96年7月より発行回数を月2回に増やし、現在の誌面
では1号につき約8千件の情報を扱う。今年1月より
関西版、東海版、北海道版、九州版を一斉創刊した。

アル版をスタートしたんです。「いける」と
いう実感を持ったのはその頃からですね。そ
ういう経緯があった翌年の11月に「じゃマ
ール」が創刊されたわけです。
「物品の売り買い」「友だちや恋人募集」「自
己PRや情報交換」の三つの柱は、トライア
ルの頃から立ててました。掲載を希望する情
報も当時からそれぞれ「4対4対2」の割合。
これもほとんど変わってません。現在、一冊
に掲載されている情報が6000から800
0件。昨年7月から月2回発行に切り替えま
したが、申し込みは予想以上に伸びています。
情報一件に対し、単純平均すると約30件の返
事がある。これまでの返事で一番多かったも
のは、「じゃメール」(手紙による返答)で約
800通、「じゃマッテル」(ボイスメールに

んかを見ると、要するに誰かから連絡してもらいたい、意図して
いるのはそれだけなんだ、ということがよくわかる。メッセージ
はダミー、単なる口実に過ぎなくて、一番大事なのは、自分のア
ドレスをみんなに知らせること。これが個人情報の正体であり、
「じゃメール」の一番の秘密なんです。

だから、「じゃメール」を買う人たちは、それによって自分が
アクセスできるアドレスの一覧を手に入れることになる。これが
あれば、どんな相手なのか予想をつけた上でアクセスできるし、
返信についての安心感もある。みんながやりたがっていたこと、
情報ツールをもっと活用したいという願いが、こうして手軽に可
能になったわけです。

それでも、アドレスを表示するためにダミーのメッセージをこ
しらえるなんて、一種の転倒ですよ。でも、これって、なにか
によく似ていませんか? そう、新興宗教に似ているんです。こ
のごろの新興宗教って、最初から宗教の話をしたりせずに、「イ
ンドカレー食べませんか」とか「面白いビデオありますよ」とか
「一緒に聖書を読みましょう」とかの誘い文句で誘って、ひとま
ず中に巻きこんでおいてから、入信するように仕向けることが多
い。個人情報発信する人も、意図するとならないにかかわらず、
こうした新興宗教と同じ勧誘のやり口を使っているんです。

そうなる、誘い文句と目的はまったく別のところにあるわけ
で、メッセージは内容よりも効果が問題になってくる。より大勢
が反応してくるようには、メッセージはいくらでも書き替え可能
なんです。一回出してみただけ、もう一つだったから、今度は
こう書いてみようとか。ここに載っているのはそうした情報ばか
りですが、でも、はたしてこれが情報と言えるのかどうか。厳密
に言えば、むしろ勧誘であり広告ということになる。
あえて情報だと言うにしても、これは情報についての情報、
メタ情報なんです。ネットワークが広がれば広がるほど、情報は

よる返答)で7000件というのがありまし
た。いずれも「お友だち希望」の女性でした
が、こうなると思えば大変です。

この「人生系・出会い系」と呼んでいる部
分に注目すれば、やはり海外の個人情報誌よ
り大きな割合を占めていると言えます。向こ
うのはほとんどが売買情報。日本に個人売買
の習慣が育つてないという見方もできますが、
やはり島国で単一民族という環境が、出会い
を前提にしたコミュニケーションを取りやす
くさせているというのもあると思います。

作る側としては、どちらかと言えば、友だ
ちや出会いを雑誌に求めるのは、いまの若者
に際立って特異な行動ではないという思いが
ありますね。いつの時代もそういう欲求はあ
ったでしょう。もっとも、表面的な友だち付
き合い中心で、本音の部分に踏みこむ以前で
自分が傷つくんじゃないかとブレーキをかけ
てしまう——そんな印象は若者たちを見て
受けますね。ただ、そういう閉塞感を打破し
たいという欲求は、「ベル友」なんて言葉に
象徴されると思うんですが、新しい情報ツ
ールを利用して、より自分の都合に合わせた形
で達成できる時代にはなった。「じゃメール」
もそんな個人の思いを実現してあげる可能性
を持ったツールだと考えています。

確かに雑誌の巻末に文通欄のページがあっ
た時代から、あそこに投稿する人は、どこか
暗い人じゃないかというイメージは、ずっと
ありましたが、出した本人にしてみれば、一



道下勝男さん

くらしい増えた。個々の表
現に関して言えば、プリク
ラを使った写真がすごく増
えました。あるいは写真に
吹き出しを入れたり上書き
したり、表現自体を楽しんで
いる。あそこ
書いてあるメッセージも、誤
字も含め本人の
送ってきた通りなんです
が、例えば「友達募集」
と漢字で書くより、「とも
だち」と平仮名
で書くほうが目立つんじ
ゃないかと、差別
化するための努力がうか
がえる。コピーとして
うまいかどうかという以
前に、一生懸命工夫して
いるという印象が伝わっ
てきますね。

つの方法として選択しただけであつて、そんなことまで他人から言われる筋合いはないわけです。そういう先入観で勝手に封じこめなような場を作るといのが「じゃメール」の「人生系・出会い系」欄の前提でもある。そういう個人の意志を反映させてあげられるメディアはないよりはあつたほうが当然いい。ただ創刊時には、いわゆる世間の思いこみを刺激するためにも、「個人情報解禁」というちょっとショッキングなコピーでスタートしたんです。当時はそういうキャンペーンをやらないと、やっぱり「一部の人たち」というイメージから抜け出せないだろうと思つて。「じゃメール」が、現在のようない方をされるだろうというのは、準備段階である程度は予測していました。私たちはこの雑誌を「紙のインターネット」と呼んでいるんですが、パソコン通信のコミュニケーション状況と似たものになるだろうと。ただ、「個人情報」というものが、ここまで社会的に注目されて、テレビなどにも取り上げられたというのは、うれしい誤算でした。

「出会い系・人生系」欄での個々人のPR方法もここにきてだいぶ慣れてきたようです。基本的に情報掲載は無料ですが、有料で写真を大きくできたり、広いスペースを取れたり、いくつか選択肢も用意している。その決められた枠の中で、みなさんそれぞれに、ちゃんとうまく自己表現しているなという感じがあります。何度も利用するリピーターも6割

談を受けてあげられるようにはしているつもりです。場合によっては専門家や弁護士を紹介したりもします。
これからは、こういった個人情報がある種「進化」していくだろうとも思います。現在は比較的若い読者が中心ですが、ご高齢の方からもっと文字を大きくした「シルバー版」を出してほしいという電話をいただいたりもします。また、物品売買にしても、友だち募集にしても、そこには何らかの人の出会いのドラマがありストーリーがあるわけで、ここに、いまの生活や消費に対する満足・不満足というレベルを超えられる、そんな行動を起こさせる可能性があると思う。そのあたりがクローズアップされてくる感触はもう出始めています。現在は雑誌の情報が中心ですが、インターネット上でホームページも開きましたし、2月からはパーフェクトTV/で「TVじゃメール」という番組を始めました。そうやっていろいろな場所ですりまわって行われることで、単にモノの売り買いだけでなく、才能や個性の発掘だってなされるかもしれない。きっと21世紀早々には、こういったコミュニケーションが定着して、マーケットとして無視できない広がりを持つんじゃないか。実は、現在もいろいろ企業から「何か一緒に出来ませんか」とお誘いが来ている。そうやって「じゃメール」的な世界というの、個々人の欲求や情報を結び付けてどんどん広がっていくと思うんです。

増えるばかりなので「情報についての情報」や「情報についての情報」が必要になるでしょう。そういうものがなければ、どう行動したらいいのかわからなくなる。そういう意味で、「じゃメール」は当然出現すべき雑誌だったとも言えるんですが、しかし、よく考えてみれば、これは個人情報発信とは言いにくい。情報ネットワークの中で誰かとつながりたいという欲求を、掲載者も読者も、みんながこれほど持っているということの証明にしかないんです。

だから、個人情報を出す側は、具体的に何が起ることを期待しているというより、ネットワークの中に自分が存在していることを、ネットワークのほかの参加者たちに見つけてもらいたがっているにすぎない。これは、ネットワークの中のアプリバイ作りとも考えることができ、自分のアドレスはそこにあつて、いつも誰かとアクセスしたりされたりしているんだ。ネットワークの中で自分はある位置を確かに占めているんだと、いわばおおよかにアピールしているわけです。

これに似たようなことを、動物もよくやっています。犬を散歩に連れていくと、おしっこをするでしょう。犬は鼻が利くから、私たちには感知できなくても、この道はほかの犬が歩いていったなということがわかる。そうやって犬同士のネットワークの中を行ったり来たりしながら、ほかの犬のアドレスを知り、同時に自分のアドレスを残していく、そういう本能があるわけですね。だって、ネットワークの中で存在を明らかにしようと思つたら、自分のアドレスをあちこち残していかなきゃならない。「じゃメール」の個人情報も、大部分は犬のおしっこと同じなんです。

「じゃメール」の中の個人情報一つひとつ見ていくと、この雑誌が人間をセグメントすることによってできているのがわかりますね。全体は「ファッション系」「音楽系」「スポーツ系」といった十八の系列にわかれていて、その中でもこの雑誌を象徴してい

る「人生系」は、情報数が爆発的に伸びたために、もう一つ「出会い系」という項目までできてしまいました。

そして、これらの系列は、一つひとつがさらに細かくわかれていて、たとえば「人生系」だったら、「ボランティア、仕事探し、ありがとう、おめでとう、相談悩み事、人生もろもろ」。「音楽系」だったら「ロック、レゲエ、ヒップホップ、ラップ、ブラック・アンド・ソウル、ヘビメタ、テクノ、ユーロ、クラシック、ジャズ、民族音楽、ジャパニーズ70's、ジャパニーズ80's、ジャパニーズ90's」といった具合に、トータルすれば一五〇から二〇〇ぐらいの膨大な系列を作り上げている。ちよつとリンネの植物分類みたいでしょう。〇〇属〇〇科という感じでね。そして、その分類に当てはめることによって、自分を位置づけ相手をセグメントすることが、このゲームの共通のルールになっている。

その上、一つひとつの情報には、さらに一定のルールでカテゴリライズされたフェイスシートがあつて、自分はどういう人間なのかを表示するようになっていっています。必ず表示されている項目は「性別」「年齢」「職業」、船橋市とか世田谷区といった「住所」に加え、おおよっぱに外見を表わす「身長」、たぶん性格の象徴としての「血液型」。そして、一番最後には、「じゃメール」か「じゃマッテル」か「ダイレクト」かという、どうアクセスしてほしいかの方法が書いてある。

それにしても、どうしてこんなに細かく分類するのか。たぶん選択の可能性が多すぎるからですね。こんなに分厚い本、端から端までいねいに見る人なんかいないと思えますよ。「ぴあ」を隅から隅まで読む人がいないのと同じで。めざすものを効率よく機械的に絞りこむためには、こうした細かなインデックスが必要になる。発信する場合も同様で、こちらもメッセージの作り方であらかじめ相手を絞りこんでおけるといふ、そうした選択を手助けするのが、このカテゴリーの特徴なんです。

ここで知り合う人たちの特徴は、当たり前ですが、まだ友だちじゃないということですね。それどころか、見ず知らずの他人同士。プリクラと一緒に写っていた友だちの輪の、もう一つ外側の人たちですね。これは、彼女たちがプリクラを卒業した、そのあとのステージなのかもしれない。

それと、「じゃまール」に関わる人たちは、パソコンやなにかのネットワークに本格的にハマっている人とは、ちょっと違う感じがしますね。パソコン通信はそれぞれのネットの中に「掲示板」や「サイト」を作って、ある閉じた世界を作っているから、わざわざこんなところまで出てくる必要はない。ここで使われているのは、携帯電話とか普通の手紙とか、パソコンのネットワークのリテラシーが低い人たちでも使いこなすことのできる、ごく通常のツールなんです。そうした点では、彼らはネットワーク社会の落ちこぼれと言っているのかもしれない。

人間関係を選択する新しいマーケット

「じゃまール」と、切っても切れないのはコンビニだと思えます。コンビニというのは、あまり友だちと連れ立って行くところじゃない。たまに男女の二人連れが「やっぱりホタテのバター焼きにしようよ」とかなんとか言いながら、楽しそうに買い物してたりもしますが、原則は一人で来て、カップラーメン買ったり雑誌を立ち読みしたりして帰っていく。

コンビニにいる人間同士は、お互い友だちじゃありません。そんな彼らがお弁当の中からどれをチョイスするか、ジュースやビールの中から何をチョイスするか、雑誌の中から何をチョイスするかは、「じゃまール」と同じ原理でできているんです。人間をカテゴリー分けし、いわば在庫一覧表にしてそこから選択するという考え方は、ネットワークという以上にきわめてコンビニ的な

けんかして絶交しても、近所だと顔を合わせなきゃならない。そういうしらがみがある、なにかとつきまとうわけです。

その点、「じゃまール」には、そうしたうつつうしさがない。これまで築いてきた人間関係のネットワークと無関係に、純粋に友だちを選択できる。そういう意味では、合理的なんです。友だちになりかけても、いやだったらやめればいいし、やめたところでのなんの影響もない。リスクの少ない、自分を守る方法だとも言えるし、無責任だとも言える。

それに、ふだん接触している職場の同僚や同級生だったら、わざわざ情報ツールを使って連絡する必要なんてないでしょう。だからこそ、情報ツールを手に入れた以上、そうした友だちとは違う、新しい人たちと連絡することが、一つの欲望の対象になるんです。他人の中に投げ出された自分が、いかにそこから相手を選択し、相手に選択されて友だちを作るか。そういう雑誌を、コンビニという他人ばかりの場所で作っているというのは象徴的ですね。ただ、もともと市場経済における人間の関係の作り方というのは、そういうふうにできていたんです。労働市場を考えると、企業が従業員を入れるのに、社長のコネだとかなんとかに頼るよりそうやって募集して、まったくフリーなところから有能な人を選んだほうがいい。

友だちを選ぶのにルールはないんだから、選び方を公正にする必要は別にないんです。友だちの知り合いだから友だちになろうとか、いまあるネットワークの延長で友だちになってもいい。その代わり、広く友だちを募集して、その中から「最適な」友だちを選ぶというやり方だとして、ヘンだけどもかまわない。というより、そういうことが、「じゃまール」によって可能になったんです。マスメディアでは範囲が広すぎるし、友だちにしか配れないようなミニメディアじゃ狭すぎる。だいたいマスメディアでは、個人情報なんか扱ってくれないしね。この雑誌は、ちょうどその中間

のです。

友だちの作り方に、決まったルールはありません。こうやれば友だちになれるという必勝方程式もない。逆に言えば、家族以外の人だったら、誰とだって友だちになれる可能性があるんです。伝統社会なら、友だちというのは、普通家族の外側へと徐々に広がっていく。家族のすぐ外側には、まず親戚がいますね。でも、イトコぐらいいになると、義務関係が曖昧になって、友だちの要素が強くなっていく。

学校が同じだったり、近所に住んでいたり、同じ体験をしたりというように、時間と空間を共有すると、友だちになりやすいんです。これを近所系の友だち、学校系の友だち、会社系の友だちと言えば、じゃあ、「じゃまール」の友だちはなんなんだろうかと？ それに、ここに情報を出している人は、近所にも学校にも会社にも友だちがいらないだろうか？ たぶんそんなことはなくて、一応友だちにはいるはずだし、その友だちに満足していないということもない。「じゃまール」を支えるのは、そういう友だちとは違う、新しい友だちに対する欲求なんです。

ジョルジュ・サンドというフランスの女流小説家がいまね。彼女が書いた『愛の妖精』のような田園恋愛小説を読むと、細かい人間関係がコチャコチャ描かれている。小さい農村だから、人間関係がきわめて複雑なんです。それだけに、男女がつき合うのにも、非常な注意がいる。うかつなことをすると、「身持ちが悪い」なんて評判が立って、立つ瀬がなくなりますからね。

そんなふうには、近所や親戚や学校や職場の関係というのは、お互いに影響し合います。そうなる、自由に選択できるはずの友だちが、純粋に選択できる対象ではなくなってしまう。たとえば、同級生の間にいくつかがグループがあって、どのグループの友だち関係をとるか、選択しなきゃならなかったりね。職場でも、友だちが同時に上役だったり同僚だったりするとややこしいし、

に出現したニューメディアだったんです。

この雑誌がリクルートの求人求職情報誌のノウハウを使ってできているという点も、大変象徴的です。「とらばーゆ」や「フロムエー」のアナロジで、人びとが出会っている。つまり、ビジネスの論理でできあがっているんです。人間関係の選択も求人求職と同じように、言ってみれば市場の論理で、広く情報を流布し、完全情報のもとで最適な選択をしている、みんなそんなふうにいるんだと思う。

だからこれは、人間関係選択の市場なんです。こうした個人情報マガジンが、人びとの間で情報をやり取りするチャンスを与え、実際に多くの人びとが参加した時点で、この市場が成立した。個人の動機が新たに開発されたのではなくて、この雑誌が存在することによって、自分が潜在的な選択の対象にされるといって、一つのチャンスが開けたんです。

今後、みんながもつと本格的にパソコンとつながるようになってきたら、「この印刷して配る」という形態がどこまで生き延びていくかわからない。そのうちすたれてしまうかもしれないけれど、とりあえず当面の間は、この値段でこれだけの一覧性があり、これだけのページがあつてズッシリしたものだったら、この中から選ぶことの満足感を得られるんじゃないですか。該当するページ以外は見なくても、全体でこれだけの情報量が詰まっていることは必要なんです、自分が最適な選択をしたと信じるために。

これまでも、マニア向けやマイナー系の雑誌には、こうした個人情報や載っていたりしましたね。だけど、そうした個人情報は、その雑誌によって対象がかなり限定されていた。ここには、そういうマイナーな情報も一か所に集められ、カテゴリーとして一覧にされている。「じゃまール」の新しさは、一部のマニアやマイナーな人たちが巻きこんだ公然の場所に、個人情報の大きなマーケットを作ったことでもあったんです。

第4章 おわりに

たまごっち&プリント倶楽部&「じゃまール」、共通しているのは、どれも人間関係のコミュニケーションツールだということです。それだけ誰もが友だちを求めている。でも、これは逆に言うと、それだけ友だち関係が充実していないということ、その関係を強化するためにたまごっちがあり、プリクラがあるわけですから、こんなものに頼らなければ友だちでいられないというのは、考えてみればおかしなことです。しかも、どちらもテクノロジードル。テクノロジードルによって友だち関係を演出し、間をもたせている。

友だちは、話題が尽きたり用事ができたりすれば、「じゃあ、また今度ね」と言って別れるものです。間がもたないのに、それでも一緒にいたいというのは、一人になることが、たぶん怖いんだと思う。それだけ、自分の内面がなにかによって奪われている。昔は忙しかったから、音楽やテレビを楽しむ時間もなかったし、だいたい働いていたんです。だけど、いまの中高生や若者は、働くという形で時間を奪われていない。純粹に時間が空く、つまり暇がある。それは彼らにとっては埋めなければならぬもので、じゃあ誰が埋めるか。それは、もう一人の暇な人間なんです。「じゃまール」は、こうして暇になってしまった人の、叫びのような気がしますね。「私はこんなに暇で、することがないんです。誰か一緒に暇を埋めてください」みたいな。

でも、そうして友だちになったとしても、お互いに暇で一緒にいるだけだから、やつぱり間を必要とすることになるんです。そこでそれを演出するメディアが必要になってくる。それが、カラオケやたまごっちのようなテクノロジードルであり、プリント倶楽部のような疑似共通体験なんです。こうした暇な若者同士のためのコミュニケーションツールは、今後もヒットが続出する可能

性がきわめて高い。

働いている人にしても、働いていない時間、つまり余暇というものがある。これもやはり、彼らにとっては暇と認識されるんです。暇なら、埋めたくなる。「暇を埋める」というのは非常に消極的な言い方ですが、暇でない時間のほうにしても、こちらは暇が埋まっている時間に過ぎないんです。もし働いている時間に自分のやりたいことをやっているのであれば、それをやりつづければいい。そうすれば、暇で困ることもなくなる。暇というのは、時間的空虚ですが、いまの人たちにとっての暇は、おそらく自分についての空虚感も伴っている。だから、暇では困るんです。

この空虚感のよってきたるゆえんは、やはりすべてを情報化し、埋め尽くしていかないと気が済まないような、情報化と情報テクノロジードルの進展にあると思います。そこに取り上げられないようなことは価値がなく、そこに取り上げられる身体のサイズでない自分ももしかしたら醜く、そこで取り上げられないようなことを考えている自分は何も考えていないに等しい、というふうに、巨大メディアは、マイナスイメージを周りに視えない形でふりまき続けている。友だちは、そこから生まれる圧迫感を埋める有効な方法の一つなんですよ。同じように圧迫されている人同士が、互いに情報から一步距離を置いたところで、時間を共有する、ここでの友だちは、そういうものに過ぎないとも言える。誰もがそんなふうには、情報に圧倒されきっている。

たまごっちやプリクラは、それに抗する手段というよりは、一種の寄生先ですね。自分を回復しようなんてへたに考えると、自分を見つめる瞑想になったり、自己啓発になったり、『脳内革命』になったりする。それもまた別の問題がある。暇なら暇で、メディアと接触を断って、一人でデレーツとしていれればいいんです。それができたら、いまなら一つの才能です。

イラスト・ミハラチカ