

データベース音楽消費論

——キャラクター音楽の作り方——

社会学部4年 定 和 哉

<目次>

I はじめに	IV 「キャラクター音楽」におけるデータベース消費
II 「データベース消費」とは何か	V ハイブリット文化としての初音ミク
III ミクロの「データベース音楽消費」	VI 「憂い」から「希望」へ
(1) ミクロの「データベース音楽消費」におけるデータベース	VII おわりに
(2) ミクロの「データベース音楽消費」におけるシミュラークル	参考文献

I はじめに

本論は、評論家・哲学者である東浩紀¹⁾の『動物化するポストモダン』を考察の下敷きにして、「データベース消費」という言葉で特徴付けられるオタクの消費行動が、オタクの消費行為のみならず、ポピュラー音楽の消費にも多様なかたちであてはまることを論じるものである。

また、後半では、東の著書でもたびたび参照されている、評論家・マンガ原作者の大塚英志²⁾が指摘する「キャラクター小説」の概念を援用した「キャラクター音楽」という新たな概念を導入する。この概念を導入することで、本稿でいう「データベース音楽消費」の特徴を、より具体的な現象としてとり扱うことが可能となるだろう。

「データベース音楽消費」は2種類存在する。ミクロの視点で捉えた「ミクロのデータベース音楽消費」をⅢ章であつかい、Ⅳ章で、マクロ視点で捉えた「キャラクター音楽」における「データベース消費」について述べる。

V章では、オタク文化と音楽文化が交わったハイブリットな文化現象として「初音ミク」をとり扱い、「キャラクター音楽」の可能性について探る。そしてVI章では、社会学者、テオドール・アドルノの論考を批判的に検証し、音楽を生み出す「力」の多様な在り方について検証する。おわりに、音楽の希望についての筆者の考えをまとめる。

Ⅱ 「データベース消費」とは何か

「データベース消費」とは、東が『動物化するポストモダン』で述べたオタクの消費行為のことである。東によれば、今日のオタクたちの消費行動は、作品（アニメ、マンガ、小説）ではなく、その作品に登場するキャラクターに向けられているという。いわゆる「キャラ萌え」³⁾であって、オタクたちは作品本体を消費していない。大切なのはそのキャラクターであり、「データベース消費」とは、至極簡単にいいかえると「キャラ萌え消費」である。そして、作品に登場する設定やキャラクターはさらにそれらを構成する記号に変換することができる。それらのキャラクターの構成要素は、東によると「深層のデータベース」と呼ばれるオタクたちの頭の中にある想像力に眠っているのだ。よってオタクたちはそれらの個々の作品ではなく、オタクの欲望を効率よく触発するそれらの記号に快樂を得ている。つまりデータベース的な情報の集積を消費していると考えられるわけだ。

ここでいうオタク的な想像力というのは、大塚英志の提唱した「まんが・アニメ的リアリズム」⁴⁾と了解してほぼ間違いない。大塚は「まんが・アニメ」に「的」をつけることで「まんが・アニメ」を形容詞にしている。つまり私たちは絵以外のものにも、「まんが・アニメ」のように思うことができるということだ。

具体的に考えてみよう。例えば、遅刻の常習犯で、いつも高校の一限の授業に出席することができない自宅住まいの「私」がいるとする。その「私」はいつものように、朝に鳴り響く目覚まし時計を無意識でとめて二度寝の体

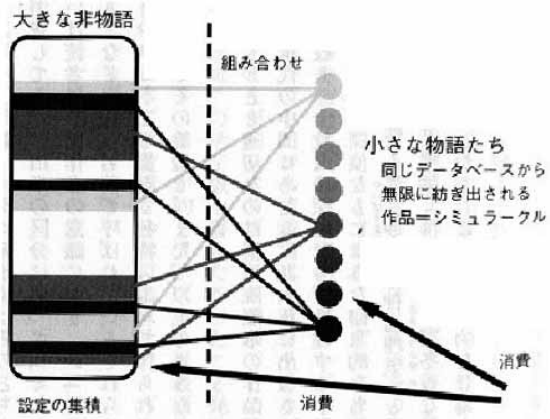
勢にはいろいろとする。そのとき、もしも隣の家に学級委員を務める同級生が住んでいるとしたらどうだろうか。「まんが・アニメ的」には「私」を起こしに来ることが「リアル」である。つまり、現実世界ではそのようなことはほとんど起こりえないが、作品世界では一種の「お約束」として、そのような同級生が起こしにくることが、「まんが・アニメ」を愛好する人びとに了解されているというわけだ。

もうひとつ、別の例をあげてみよう。朝、パンをくわえて学校への道筋を急いでいる「私」は、曲がり角で美少女とぶつかり悪態をつかれる。なんとか間に合った朝礼では、担任の先生が転校生の紹介をしている。常識的にはありえないが、しかし「まんが・アニメ的」にはむしろ、その転校生が朝ぶつかった美少女であることこそが「リアル」である。「私」と目を合わせたその美少女は、驚きを隠せないだろうし、何故か「私」のとなりの席が空いているのだ。このように「まんが・アニメ的リアリズム」とは、「まんが・アニメ」における現実描写のことで、大塚は従来の私小説に典型的なリアリティ、つまり「自然主義的リアリズム」と対比させてそれを「まんが・アニメ的リアリズム」と呼んだ。

「データベース消費」の議論に戻ろう。東によると、「データベース消費」

は深層だけでなく、表層もある。つまり、二層で構成されていると考えている。深層が「データベースの層」とするのに対して、表層とは「シミュラクルの層」と呼ばれる層である。これはメディアミックス(アニメ、マンガ、小説、グッズ)の作

【図1 データベース消費の構造(東[2012], 79 ページ)】



品群または、二次創作の作品群のことだ。それらの原作の物語から、キャラクターや設定のみが抽出され、新たな作品が作られていく。具体的には、『綾波レイ』⁵⁾というキャラクターの絵柄が印刷されたマグカップ（作品）を購入する消費者は、『エヴァンゲリオン』⁶⁾の物語よりも、キャラクターとしての『綾波レイ』へと消費が行われる。両者の関係は、「原作／コピー」の関係ではなく、『綾波レイ』というキャラクターの構成要素を消費している点で、つまり、何がオリジナルなのかがあいまいになっている点から「コピー／コピー」の関係であるといえる。ボードリヤールの消費社会論でいう、シミュラクルの関係にあるわけである。

では、東はこうした概念や図式を考案することで、何が良かったのか。オタクたちはいかなる物語もない「データベース」を「動物的」に消費している。この事態を東は、近代の「大きな物語」が失墜し、ポストモダン的な社会環境がその影響力を拡大したことの帰結であると述べている。東はこのオタク文化的な消費を、後期近代ないしはポストモダンな消費状況を象徴するものと捉えている。

単純に作品を消費するというだけでも、その背後にある世界観を消費することでも、さらには設定やキャラクターを消費することでもなく、さらにその奥にある、より広大なオタク系文化全体のデータベースを消費することへと繋がっている（東 [2001], 77 ページ）。

「データベース消費」はオタク的な消費行動だけに表れるものではない。実際に他の消費行動に用いた論考は多く、音楽消費についてのものもある。東自身も『動物化するポストモダン』の初期反応は、音楽に関心のある読者からのものが多かったと言及している。⁷⁾

例えばマンガ評論家の伊藤剛は『マンガは変わる』で「テクノ耳」と「アニメ絵目」には共通する身体的な快樂原理があると論じている。⁸⁾「アニメ絵」とは大きな目、小さな口、多い量の髪など、写実的ではない「まんが・アニ

メ」に使われるような絵のことで、それらの個々のパーツは本来物語と密接に関わりのない無機質なパーツであるが、そのパーツにオタクたちは「動物的」に反応する「目」を持っている。ようするに、タレ目のキャラクターや銀髪のキャラクターの「アニメ絵」を見ただけで、萌えることができる「目」を持っているのである。

それと同様に、テクノ系の音楽シーンに詳しい「テクノオタク」は、テクノ系の音楽で頻繁に登場するいくつかの音に「動物的」に反応する「耳」を持っている。曲中でSUPER SAW⁹⁾が登場するだけで「萌える」のである。これはテクノだけでなく他のジャンルの音楽にも同じことがいえるだろう。音楽に詳しい人以外にはわかりにくいかもしれないが、例えば、ヘヴィメタル系の音楽であれば、「ピッキングハーモニクス」¹⁰⁾というギターの奏法だったり、R & Bであれば「Ⅲ 7(#9b13)」¹¹⁾というような煽りのコードワークであったり、それらはとくに即物的な音響だけではなく、コード進行のような「設定」であるようなほかの要素も含まれる。

このように「アニメ絵目」と「テクノ耳」は消費者の関心を効率よく触発するために独自の発展を遂げたという点で、単なるフェティッシュではなく、市場原理の中でできた記号ということできる。そこで本稿では以下、これらの記号を「萌え要素」「諸要素」と呼ぶことにする。次章ではさらに、伊藤の議論を拡張して、東の「データベース消費」に当てはめて整理してみよう。

Ⅲ ミクロの「データベース音楽消費」

(1) ミクロの「データベース音楽消費」におけるデータベース

筆者の考えでは、データベース消費の音楽バージョンである「データベース音楽消費」は大きく分けてミクロとマクロの2種類に区別できる。まず伊藤の議論である「テクノ耳」を整理するとともに、それに修正を加えて考えられる「ミクロのデータベース音楽消費」について述べたい。先にもみたように、東は「データベース消費」には「シミュラクルの層」と「データベー

スの層」の二層構造になっていると述べていた。引き続き、東の論考を引用してみよう。

「キャラ萌え」とは、じつはオタクたち自身が信じたがっているような単純な感情移入なのではなく、キャラクター(シミュラクル)と萌え要素(データベース)の二層構造のあいだを往復することで支えられる、すぐれてポストモダン的な消費行動である。特定のキャラクターに「萌える」という消費行動には、盲目的な投入とともに、その対象を萌え要素に分解し、データベースの中で相対化してしまうような奇妙に冷静な側面が隠されている(東 [2001], 75 ページ)。

このように、表面的な多様性であるシミュラクルに基づき生まれる「メディアミックス」「二次創作の層」と、深層的な「萌え要素」「萌え記号」が埋め込まれたデータベースの層との二重構造が存在して、オタクたちは個々の作品ではなく、無意識にキャラクターの構成要素に「萌えて」いると考えられる。

この図式を導きの糸として、以下では音楽文化における「深層のデータベース」から考えてみよう。「深層のデータベース」は東の定義でいうと「萌え要素」である。では、音楽の「萌え要素」とはなんだろうか。それは伊藤が述べた「テクノ耳(テクノを聞くと身体的に快楽を感じる耳)」が「動物的」に反応した諸記号である。

先ほど例を挙げたSUPER SAW以外にも、とりわけテクノ系では、ワブルベース¹²⁾やバスドラム¹³⁾などの即物的な音響が多い。ほかにも、コード進行のような設定的要素もあれば、カットアップ¹⁴⁾やローパスフィルター¹⁵⁾のような音楽編集的要素もある。これらすべて音楽の「萌え要素」と考えられる。

ちなみに、先ほど挙げたこれらの諸要素は、基本的には各ジャンルに準拠しているのが特徴である。言い換えると、「ジャンルにとらわれやすいもの」ともいえるし、「ジャンルを飛び越えにくいもの」ともいえる。これらは伊藤

の「テクノ耳」の議論から導き出されるデータベースである。

伊藤の「テクノ耳」の議論は、快楽を引き起こす要素としてのデータベースであるのに対して、筆者がもうひとつ加えたいと考えるのは、感情を引き起こす要素だ。どちらも「動物的」に反応しているという点で音楽におけるデータベースといえる。「テクノ耳」が「ジャンルに準拠したデータベース」であるのに対して、もうひとつの「感情を引き起こす諸要素」は「音楽を受容する消費者側の環境に準拠するもの」として存在すると考えられる。

とくに音色¹⁶⁾は、音楽の特性を決定づける基本的な要素としてあるだろう。これは筆者の観察であるが、例えば、ピアノは消失感、感傷をイメージするものとして、ヴァイオリンは美しさをイメージするものとして、ブラスは力強さをイメージするものとしてあるように思われる。これらは音楽作品を構成する諸要素として想像しやすいだろう。そしてそれらの個々のパーツ（音色）単位は、データベース消費的にみると無機質で無価値であり、単体では身体的に快楽を得られない。

しかし、ジャンルに準拠した萌え要素には、たしかに無機質なものを感じるが、消費者側の環境に準拠している音色に関しては、あまり無機質なものを感じないという人もいるだろう。この違いはおそらく、それらの要素にパブリシティ¹⁷⁾の違いがあるからだ。

では、パブリシティとはなんだろうか。ここで、同じくデータベース消費論を音楽文化に拡張して論じている音楽学者の増田聡を引用してみよう。増田は、DJ的な音楽実践と、「キャラ萌え」的なオタク文化のデータベース消費との間には記号論的な差異があるとし、両文化の相違をつぎのように指摘している。

オタク系文化の二次創作実践は、既存のマンガやアニメ作品の中に描かれた図像を元に、そこに必ずしも含まれるとは限らない属性を想像(あるいは集団的に創造)するかたちで、キャラクターに「別の生」を付加するだろう。他方で、DJの実践における消費単位、サンプリングされた音楽の断片

は、キャラクターのような(属性を付与しうる)「厚み」を持たない即物的な音響である(増田 [2008], 155 ページ)。

この「厚み」というのは、素材が再生産されうる可能性のことで、素材の独立性のことだ。DJ音楽は、いわゆるダンスミュージックのことで、既存のレコード音楽をサンプリングして編集して組み合わせて音楽を制作する。楽器を「演奏」するミュージシャンと違い、「再生」することの音楽文化ともいうことができる。つまり「演奏」ができる楽器は、演奏者によって「別の生」を与えることを得意とするのだが、ダンスミュージックでは「再生」される素材に「別の生」を与えにくいのだ。

さらに増田は「DJ的な音楽実践は、個々の音楽断片のパブリシティ(有名性を伴った顧客吸引力)には必ずしも存在しない。」(増田 [2008], 156 ページ)として、例外をのぞいて素材にはパブリシティが宿らないものとし、DJ音楽文化ではむしろ、無名性に価値が置かれていると指摘している。¹⁸⁾パブリシティとは「有名なものとしての価値」といった意味で用いられており、即物的な音響の断片に「別の生」が与えられにくいのは、素材にパブリシティが宿りにくいからと理解できる。したがって楽器を「演奏」するミュージシャンは楽器そのものにパブリシティが存在しており、そこに新しい価値を付加するかたちで「別の生」を宿らせるのである。

増田のいうように確かに、DJ的な音楽実践とオタク文化の比較をすると相違があるが、筆者はむしろ、音楽文化とオタク文化のデータベース消費の間での差異はあまり見られないと考える。なぜなら、DJ的な音楽実践というのは素材を「再生」する音楽文化であり、その素材は即物的な音響であることが多く、本稿でいうジャンルに準拠しやすい要素であるからである。

話を戻そう。ジャンルに準拠した「萌え要素」に感じる無機質感の説得力と、環境に準拠した「諸要素」の無機質感への懐疑。この二つの違いはおそらく、それらの要素に存在するパブリシティの有無である。環境に準拠した「諸要素」にはパブリシティが存在しやすく、「別の生」が与えられやすいの

だ。つまり楽器（音色）は単体で価値が与えられているので、無機質ではないものとして見ることができる。¹⁹⁾この二つの要素について本稿ではあまり関係しないため、ここで二つの関係の検討を終わりとする。

筆者の主張は、音楽作品の深層のデータベース、つまり音楽作品における「萌え要素」「諸要素」とは即物的な音響、設定的要素、音楽編集の要素、音色などのそれらすべてが含まれるということだ。作曲家達はこれらのデータベースのなかからブロックを組み立てるかのように作品を創出する。音楽の「萌え要素」「諸要素」とはレゴブロックのようなもので、付属してある説明書のようなテンプレート(型)的な組み合わせがあれば、つなぎ目を工夫すればどんな組み合わせ（とりわけ実験的になるが）でも可能である。その多様性はそのまま音楽の多様性につながる。フランスの哲学者、ジャック・アタリは次のように述べる。

インド、アフリカ、アメリカなどの伝統音楽については、これまでほとんど語られてこなかった。しかしそれも変わりつつある。新しいアーティストたちはこれまでまったく耳にすることのなかったこうした伝統音楽からインスピレーションを得て、新しいジャンルの音楽を作り上げていくに違いない。こうして、組み立てブロックになぞらえ私が“レゴ音楽”と呼ぶものが現われつつある（アタリ [2010], 282 ページ）。

アタリのいうレゴブロックがまさに、深層のデータベースにおける「萌え要素」「諸要素」とみなしうるだろう。そこで本稿では、「萌え要素」「諸要素」を集約したものを「レゴブロック」と呼ぶことにしたい。「レゴブロック」は消費者に「動物的」な反応を与えるものとして「データベース音楽消費」における深層のデータベースになる。

(2) ミクロの「データベース音楽消費」におけるシミュラークル

次に、表層にあるシミュラークルの部分について述べる。そもそもシミュ

ラークルとはオリジナルなきコピーのことで、フランスの社会学者、ジャン・ボードリヤールが提唱した概念である。²⁰⁾東の説明で「ボードリヤールはポストモダンの社会では作品や商品のオリジナルとコピーの区分が弱くなり、そのどちらでもない「シミュラークル」という中間形態が支配的になると予想していた」（東 [2001], 41 ページ）とあるように、乱暴を承知で単純化すれば、コピーのコピーのコピーの……コピーといったように、起源があいまいになる現象のことをさす。

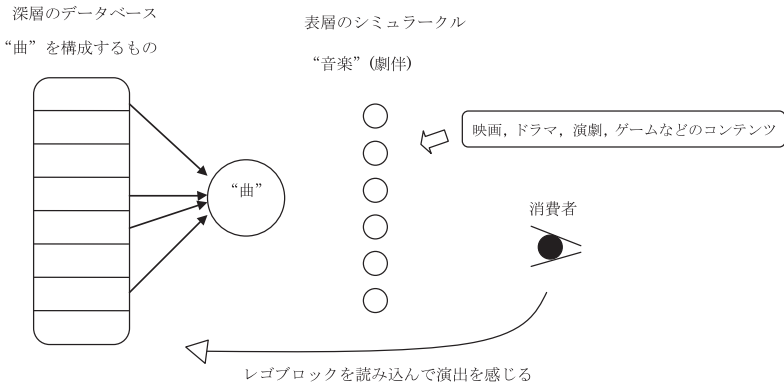
音楽におけるシミュラークルを考えるうえで、“音楽”と“曲”の違いについて簡単に整理したほうがいいだろう。とはいっても、ここでは「音楽とは何か」という哲学的で壮大な問いについて深い考察をおこなうつもりはない。音楽とは文字通り「音」を「楽しむ」と書いて“音楽”である。つまり“音楽”というのは行為を含むものとしてある。他方で、“曲”は基本的には無価値である。付加価値を与える価値があるといえはあのだが、ややこしい表現になってしまうので省こう。“曲”は無価値だが、歌ったり、演奏したり、踊ったり、聴いたりすることで価値が与えられ“音楽”になる。コンサマトリー²¹⁾とインストゥルメント²²⁾の関係と言い換えてもよいし、物語を持っているのが“音楽”、持っていないのが“曲”という表現でもいい。

いずれにせよ、“曲”は価値付加装置であり、“音楽”は行為のことで価値を有するものになると考えられる。このことを踏まえてさらに考えると、音楽におけるシミュラークルとは、“曲”を“音楽”に変える方法の数だけ存在することになるだろう。

また、“曲”の種類によって与えられる付加価値の種類も違ってくる。この与えられる付加価値というのが、データベースのなかの「レゴブロック」から組み立てられているので、私たちは“音楽”を「データベース消費」しているといえるわけである。

具体例で考えよう。映画やドラマ、演劇、ゲームなどの伴奏音楽を「劇伴」という。表層のシミュラークルを理解するために「劇伴」は音楽のシミュラークルを示すよりわかりやすい例である。物語作品の価値を高めるために“伴

【図2 ミクロのデータベース音楽消費の構造】



奏曲”はその物語に埋め込まれて“伴奏音楽”になり、そこではじめて価値を発揮する。個々の“伴奏曲”はそれぞれ違う価値付加装置を持っているのであるが、映画にしても、ドラマにしても、演劇にしても、ゲームにしても、演出したい雰囲気や場面が同じであれば、価値付加装置の種類も同じになるのである。

こうした次第で、感動を演出したいときに使われる劇伴というのは、個々の作品(映画、ドラマ、演劇、ゲーム)の違いにはほぼ関係なく、感動的な音響やコード進行や音色などの「レゴブロック」で組み立てられた“伴奏曲”が使われると理解できるのだ。そして私たちは音楽のデータベースのなかにある「レゴブロック」を消費し、それを聞いて「動物的」に、または身体的に感動していると考えられるのである。

感動以外の演出でも、同じように説明できる。たとえば、心が燃えるような熱い演出や、なにかが起これと思わせるような緊張感を演出する場合でも、作品のジャンルに関係なく同じ音楽であることに想像がつくだろう。熱い演出の場合は、燃えたぎる炎のようにパーカッションを激しく打ち鳴らし、力強いプラスが主旋律になったりするだろう。緊張感を演出する場合も、不安にさせるアンビエンスや、はりつめた冷たい音色をゆっくりと鳴り響かせたりするだろう。

例をあげればきりがないが、以上のように、劇伴は音楽のシミュラークルを示すのに非常に効果的だ。劇伴以外でも、クリスマスソング、バースデイソング、ハロウィンに連想されるイメージも同じように統一されているだろう。それはそれらを構成する作品の「レゴブロック」が何らかの基準に基づいて制作されているからである。以上が音楽のシミュラークルだとして筆者が提案したい内容の説明である。

筆者ははじめに「データベース音楽消費」には二種類の側面があると指摘した。これまでの議論は、伊藤の言及する「テクノ耳」を整理して考えられる「データベース音楽消費」である。つづいて次章からは、二つ目の「データベース音楽消費」を「キャラクター音楽」という概念を導入して整理してみよう。

Ⅳ 「キャラクター音楽」におけるデータベース消費

作家・評論家の大塚英志は『キャラクター小説の作り方』のなかで、スニーカー小説のような小説（ライトノベル）を「キャラクター小説」と名付けて、その作り方を論じている。先にもふれたとおり、大塚の指摘する「キャラクター小説」とは、私小説のような「自然主義的リアリズム」に基づく小説ではなく、アニメやコミックのような全く別趣の原理の上に成立していて、私小説のような作者の反映としての「私」は存在せず、キャラクターという生身ではないものの中に私が宿っている小説をいう。²³⁾このように私小説と対比して考えられていることから、「私」を「キャラクター」とみなす「キャラクター小説」という概念が生まれている。

また、大塚の著書では、キャラクターは一度抽象化され記号になり、他のどの記号と合わせればよいかを論じていて、パターンの組み合わせによりキャラクターや設定が成立すると述べている。²⁴⁾

これと同じことは音楽にも当てはまる。正確にいうと音楽ではなく、現代の音楽市場に出ているアーティスト、バンド、グループなどのポピュラー音

楽がこれに当てはまる。キャラクターと物語が分節できるような関係性で、あえて悪くいえば、それは没个性的で入れ替え可能な音楽である。

つまり「キャラクター音楽」とは、キャラクター【アーティスト、バンド、グループ】と物語【音楽など】に分節できるような関係で、この見方で眺めると、音楽の多様性とは記号と記号の組み合わせによってのみ生まれることになる。本論ではこのように、キャラクターと物語が分節できる関係を、大塚の「キャラクター小説」の概念を援用して、以後「キャラクター音楽」と呼ぶことにする。「キャラクター小説」は、小説の設定やキャラクターを抽象的な記号に変換して、どの組み合わせがどのような物語に影響を与えるのかを説明している。同様に「キャラクター音楽」も、物語とその演奏者（特にボーカル）を分節できるというのを基本的な特徴とする。クラシックの音楽には基本的にはキャラクターは存在しない。あるのは音楽作品のみである。

「キャラクター音楽」にも、シミュラクルが宿る層とデータベースが宿る層は存在していると考えられる。「キャラクター音楽」におけるデータベースとは、キャラクターの構成要素になる。東はオタクの消費文化である「データベース消費」について考察したさいに、二層構造のなかの深層のデータベースには、設定やキャラクターを構成する「萌え要素」が存在しているとしていた。それを筆者は冒頭で「キャラ萌え」という言葉でまとめている。そして「キャラクター音楽」も簡単にまとめると一種の「キャラ萌え」ということができる。「キャラクター音楽」におけるデータベースも、基本的にはその考え方を踏襲していて、キャラクターや設定の構成要素がデータベースの「レゴブロック」となると考えられる。

何故そのような考え方になるのかということ、音楽からキャラクターを分離させて考えているからである。大塚の指摘する「キャラクター小説」は、キャラクターは物語と必然的な関係性を持っていない。東の「データベース消費」はこの議論の延長線上にある。東はオタク系の消費文化について、オタクは作品でもなく、その背後の世界観でもなく、設定やキャラクターでもなく、その奥にあるそれらの構成要素(データベース)を消費することへと繋がって

いるとして、同じ構成要素であれば、個々の作品のジャンルに関係なく消費できると述べている。「キャラクター小説」というのは「まんが・アニメ的なリアリズム」に基づく作品であり、いわゆるライトノベルと呼ばれる文学ジャンルの類に典型である。つまり、キャラクターと物語を分節してできるオタク系文化作品として、「キャラクター小説」を消費するオタクの消費行動は東の「データベース消費」の概念にあてはめることができる。

「キャラクター音楽」も同じように考えることができる。音楽作品でいうキャラクターとは、基本的には人間のことである。音楽作品を生産するのは人間(声で音楽を生産するボーカルというポジションが基本的になる)であるはずだからだ。そしてそのキャラクターを構成する要素が、深層のデータベースに存在する。

こうした見方をふまえて、実在するアーティストを「キャラクター音楽」として眺めてみよう。たとえば今日、若者の中で絶大な人気をほこる「きゃりーぱみゅぱみゅ」(写真1)²⁵⁾は「原宿」「エレクトロ」「カリスマ」といった諸要素で構成されており、今では国民的アイドルとして不動の地位を占めている。また、「AKB 48」(写真2)²⁶⁾は、「秋葉原」「会える」「地下アイドル」といった要素で構成されていると考えられる。

【写真1 きゃりーぱみゅぱみゅ】



<http://kyary.asobisystem.com/profile/>
2012/12/3



【写真2 AKB 48】

http://ja.wikipedia.org/wiki/AKB_48
2012/12/3

さて、「キャラクター音楽」における深層のデータベースはキャラクターや設定の構成要素であるとして、それでは「キャラクター音楽」における表層のシミュラクルはどのようなものだろうか。そのことを考えるうえでヒントになる考察は、津田大介・牧村憲一の『未来型サバイバル音楽論』の図3の「音楽ビジネス、その周りにあるもの」から読み取れる。ここで言及されているビジネスモデルは「360度経営」といって、レコードが売れない今の音楽業界のトレンドでもある。「360度経営」はメジャーレーベルのレコードが売れなくなり、レコード会社のレコードビジネスが成立しにくくなって登場した。これは要するに、レコードだけではなく、アーティスト自身のブランド力やパブリシティを商品にし、レコード会社は多角的な経営展開をサポートするかたちで利益をシェアするというビジネスモデルである。

この図3を見ると、アーティストは音楽だけでなく、自身のブランド力やパブリシティを売ることによってこれだけの商品を扱うことができる。そしてまさにこの360度経営が「キャラクター音楽」における表層のシミュラクルになると考えられるだろう。

さらに、アーティストのブランド力やパブリシティなどは「原宿」「エレクトロ」「カリスマ」といったデータベースのなかの構成要素から構成されていると考えられる。「キャラクター音楽」は文字通り、消費者が音楽作品ではなく、キャラクター単体を抽出して消費しやすいようになっている音楽であり、そこでは

【図3「音楽ビジネス、その周りにあるもの」
(津村・牧村 [2010], 123 ページ)】



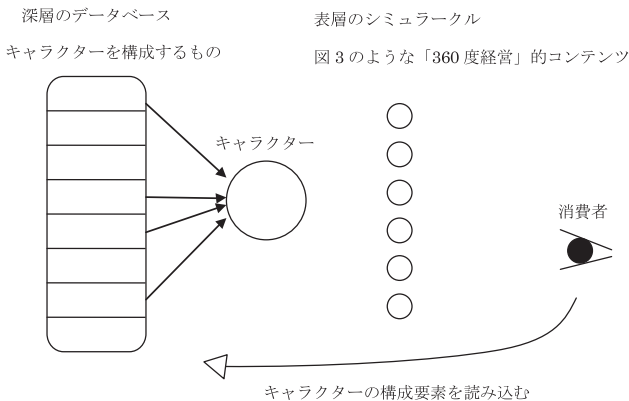
ブランド力やパブリシティが重要になる。キャラクターがつながるそれぞれの商品がある種の物語だとすると、音楽はひとつの物語として回収されてしまう。ついでにいうと、アーティストのイメージを消費してしまう。逆に、音楽だけで勝負するようなアーティストは「アーティスト」としてのイメージを保ち続けやすくなる。

いずれにせよ、その音楽（物語）がどれだけキャラクターと合っているのか、どれだけキャラクターの持ち味を効率良く引き出せるのかが重要になるだろう。何度も言及しているとおり、大塚は『キャラクター小説の作り方』という本を著しているが、そのなかで彼は、大塚の考えた小説づくりのシステムに従えば創作物ができることを証明しようとした。大塚は著書のなかで「スニーカー小説のような小説はマンガやアニメのカバーイラストにどこかで頼っているから駄目なのだ」(大塚 [2003], 19 ページ)と述べている。

これを音楽にあてはめていえば、キャラクターのビジュアルがどんなによくても売れるわけではなく、その背景の物語との整合性がとれてなければ駄目だといったところだろう。ここでもう一度、東の論考をみてみよう。

単純に作品を消費するというだけでも、その背後にある世界観を消費することでも、さらには設定やキャラクターを消費することでもなく、さら

【図4 キャラクター音楽におけるデータベース音楽消費の構造】



にその奥にある、より広大なオタク系文化全体のデータベースを消費することへと繋がっている（東 [2001], 77 ページ）。

これを「キャラクター音楽」にあてはめて考えたい。オタク文化での作品というのはキャラ萌え的なメディアミックス商品、あるいは二次創作である。これらがシミュラクルの層になる。一方、「キャラクター音楽」における作品というのは、図3にあるような作品群で、いいかえると商品群になるだろう。それらの商品群は「キャラクター音楽」におけるシミュラクルの層になる。東の考察では、オタク文化の作品を消費するオタクたちの消費行動とは、個々の作品(オタク文化でいうとマンガ・アニメ・小説・グッズの類)に向けられてない。そうではなく、その作品の構成要素である設定やキャラクターに向けられている。さらに、その設定やキャラクターは「萌え要素」という記号に還元することができる。いかなる物語をも持たない「萌え要素」はデータベース的な情報の集積である。すでにみたとおり、シミュラクルとはオリジナルなきコピーのことだった。「オリジナル」の物語作品から取り出された設定やキャラクターは、オタクたちによる二次創作の素材として、または産業にとってメディアミックスされた商品として用いられる。その関係は「オリジナル(元型/コピー)」ではなく、データベースに集積された断片(萌え要素)から構成される点で「オリジナル」と二次創作やメディアミックスは同等の地位にあり、シミュラクルといえる。

「キャラクター音楽」では、音楽作品を消費する消費者の行動は、個々の作品(ここでは図3の「360度経営」でみられる商品群)に向けられていない。それらの作品は、作品から取り出されたキャラクターのブランド力やパブリシティに基づいて構成されているので、消費者たちの消費行動はキャラクターに向けられている。そしてそれらのキャラクターはその構成要素(「原宿」「エレクトロ」「カリスマ」)に還元可能であり、それらの諸記号はデータベース的な情報の集積の断片である。消費者たちは、いかなる物語をも持たないそれらの記号を消費しているという点で、音楽作品(オリジナル)と「360度的」な

商品群は、同等の地位にあるシミュラークルの関係といえるのである。

V ハイブリット文化としての初音ミク

以上の議論をふまえたうえで、今日の「キャラクター音楽」をある面でもっとも象徴するものと思われる、「初音ミク」について言及しよう。初音ミク(写真3)²⁷⁾とは「キャラクター音楽」の代表例でありながら、オタク文化の中から発展したという点で、ハイブリッドな文化現象であると考えられる。

初音ミクとはもともとクリプトン・フューチャー・メディア社によって開発されたソフトウェアボーカル音源のイメージキャラクターである。したがって、その背景にはいかなる物語も存在しない。

初音ミクの社会現象を説明するのに一番簡単なのは「キャラ萌え」だ。²⁸⁾そして、ニコニコ動画のアーキテクチャとポストモダンの社会環境が、その「キャラ萌え」を加速させたと考えられる。²⁹⁾初音ミクのキャラクターデザインは、電子的で音楽的な装飾がなされている。例えば、初音ミクのトレードマークでもあるヘッドフォン、肩には製品番号のようなタトゥー、袖には多くのボタンが配列されたSF的な機器。また、オタクたちの「萌え」を効率よく刺激する記号も備わっている。ツインテールやニーハイソックスといったものがそれだ。

【写真3 初音ミク

<http://www.crypton.co.jp/cv 01>

2012/12/3】



これは、組み合わせとしては統一的ではあるが、オタク系文化での有力な要素(記号)をサンプリングして作られていて、デザイナーの作

家性は排除されているように思える。³⁰⁾つまり、データベースの情報の断片から「ベタ」に（＝定番のものとして）構成されているということである。こういった音楽製品のイメージキャラクターとしての初音ミクのデザインは、やはり音楽と電子のイメージキャラクターとしての想像力の組み合わせと、その販売戦略に則って生成される、一種の出力結果とみなしうる。³¹⁾この想像力こそが、東のいう深層のデータベースであり、東の考察に即していえば、この状況というのは、オタクたち自身によっても自覚されているものだという。

「彼らにとって存在するのは原作と関連商品の区別ではなく、匿名的に作られた設定（深層にあるデータベース）と、その情報をそれぞれのアーティストが具体化した個々の作品（表層にあるシミュラクル）、その両者の区別である。」（東 [2001], 63 ページ）

初音ミクのブームは、キャラクターのかわいさが基本的な原動力となっている。³²⁾設定が存在しない初音ミクは二次創作に用いられやすく、初音ミクに自分のつくったオリジナル曲を歌わせたいと思う人は多いだろう。

人間の声が入っているポピュラー音楽、一般的に「ウタモノ」と言われる音楽では、とりわけボーカルが重要な役割を占めている。筆者の観察では今市場に溢れている楽曲において、ボーカルはどのパートよりも聞こえやすく、ボーカルをその楽曲の中心的役割に担わせているように思われる。その理由としては、ボーカルは一般の聴衆者が最も認知できるパートであるからだ。言い換えれば、人間の声帯は「入れ替え不可能」だからである。

例えば、同じ譜面の同じ曲を演奏しようとするとき、ボーカルは世界に一人の一人だけの楽器であり、一般聴衆者にも違いが一番わかりやすいパートであるだろう。逆にわかりにくいものでいうとパーカッションである。一般聴衆者には、パーカッションは基本的に誰が叩いても同じ音に聞こえるだろう。つまりパーカッションは、ボーカルに比べると「入れ替え可能」である

のだ。またはパブリシティが伴いにくいともいえる。

筆者は、ポピュラー音楽において、ボーカルは最も大切なパートであると考えられると述べた。しかし、初音ミクの氾濫は、その前提を覆している。

初音ミクを始めとする、ボーカロイドと呼ばれるソフトウェアボーカル音源は、機械的でまだまだ人間の声には遠く及ばない（音楽的なリアリティ不足）。³³初音ミクの氾濫は、そのキャラクターの声を使用することで、ボーカルすらもが担保できてしまうということだ。

初音ミクは「入れ替え可能」で「没個性的」なものの象徴でもある。³⁴パカシヨンの演奏技術の差異おろか、ボーカルの歌唱力の差異でさえ入れ替えることができる「キャラクター音楽」において、ボーカルの個性はその作品に影響しない。この事態は、今やすべてのポピュラー音楽は「キャラクター音楽」で担保できること証明なのである。

VI 「憂い」から「希望」へ

今までの考察は、音楽の画一化の憂いについて述べているものではない。むしろ、音楽はこれから多様化するだろうし、筆者自身、されるべきであると考えている。

音楽のない世界は雑音の世界だ。雑音さえもなくなれば、人類が存在していないことの証明になる。³⁵これは音楽が多様化すれば人類もまた多様化するというような音楽決定論を意味するのではない。音楽が多様化できうる社会というのは、文化的にも多様性を持っている社会であり、豊かな社会ということだ。

しかし大量生産技術と記録技術の発達によって引き起こされる音楽文化についてそれを「規格化」とすると批判したものもいる。社会学者、テオドル・アドルノである。ここでは遠藤薫によるアドルノの解説から引用してみよう。

彼によれば、ポピュラー音楽の基本的特徴は「規格化 (standardization)」である。それは複製技術による大量生産を前提とする音楽産業にとっては、当然の成り行きである。規格化は、全体構造と曲の細部 (detail) の双方に及ぶ。その結果、ポピュラー音楽は、規格品 (一定のパターン) の組み合わせとなり、部分と部分、部分と全体は相互に必然的なかわりももたないバラバラなものとなる。大衆はこうしたポピュラー音楽を単なる気晴らしや現実逃避のためのものとして消費する。音楽の作り手の側にも受け手の側にも、弛緩した精神があるのみである (遠藤 [2009], 30 ページ)。

アドルノは、大量生産技術や録音技術が発達したポピュラー音楽文化は音楽の価値の忘却を招くという危機を抱いていたことがわかる。しかしこの議論はすでに有効性を失っているように思える。理由として、音楽のデータ化、インターネット技術の発達、娯楽の多様化、消費文化のフラット化である。時代は発展し、現代は娯楽の多様化や、インターネットの普及で、大手レコード会社は音楽シーンを作ることが難しくなった。³⁶⁾

アドルノの時代にはレコードの複製をすることはできても、コピーのコピーのコピー…といったように、複製物は物理的な劣化の制約を受けることで、アーティスト自身の作品を所有することができたのだ。しかし、現代の音楽はデータ化され、コピーは物理的な劣化の制約を受けにくくなった。それによりかつて音楽市場にあった中間バイアス (レコードプレス業者やレコード販売店) はなくなり、生産者から消費者に直接届けられるようになる。今では生産者と消費者があいまいになっている。³⁷⁾

ウェブ上ではプラットフォームが整備され、ビジネスモデルも多様化している。ポストモダンといわれる社会では既存の価値がフラット化される。よって私たちは消費財を自由に選べるようになる。つまり、私たちは、消費財を限定されることがないために、どの音楽ジャンルを消費してもよい。現代において他人と音楽の趣味が完璧に一致することはほぼないと言ってよい。

音楽趣味の個人化、「生産者 = 消費者モデル」の移行、または、ウェブ上の

プラットフォームが整ったこのような社会では音楽の画一化はむしろ起こらずに、人々は新しい音楽を模索するのではないだろうか。

また、音楽ジャンルの多様化は音楽がウェブ上でタグ化されることで分類され、さらに音楽は多様になっている。タグとは、分類用のキーワードを使ったメタデータの管理方式のことである。ウェブ上では、ひとつのコンテンツに複数のタグが付けられることが多く、それぞれのタグをクリックするたびに、そのタグと結び付けられたコンテンツの一覧が生成される。情報環境研究者の濱野智史は、このことを比喩的に「魔法使いが図書館中のあちこちに存在する書籍を、魔法一つでたちまち目の前に呼び寄せるようなもの」（濱野[2008], 332 ページ）と述べている。

濱野は、YouTubeとニコニコ動画の環境設計（アーキテクチャのデザイン）の差異のなかから「タグ(Tag)」に注目してニコニコ動画における「N次創作」を生み出す力について述べている。濱野はこのとき、コンテンツが生み出される力のなかで、「生成力」と「創造力」を区別している。つまり、環境に帰属するものとして「生成力」、作者に帰属するものとして「創造力」とし、ニコニコ動画の特殊なアーキテクチャは、ニコニコ動画のN次ホップ的なコンテンツの多様化を“生成”しているとした。

また濱野は、自身の論考で参考にした批評家の福島亮大の論考をつぎのようにまとめている。

福島は、筆者が「N次創作」と呼んだようなニコニコ動画上の現象を、レイヴイ=ストロースやロラン・バルトたちがかつて論じた「神話」概念を通じて考察している。複数の作品を「N次」的に連結・合成していくニコニコ動画上のクリエイターたちの所作は、「神話」の構成要素である「神話素(mythme)」を手当たり次第にデータベースから選び出しては、比較・結合・改変といったアルゴリズム的操作を加えていくことで、無数の「神話」を紡ぎ出す「ブリコラージュ」に相当する。さらに福島が注意を促しているのは、「現代においては、たんに神話素をデータベースで一元的に管理する

のではなく、ある現実の事実を神話素に買えること、もしくは既存の神話素を強化して、より神話を生みやすい体質に変えること、こういう上位の働きに特化したものが出始めている」という点である。この「神話素」を豊かにする働きを、福嶋は「演算子(operator)」と呼んでいる(濱野 [2008], 327 ページ)。

この「神話素」を豊かにする働きを濱野はニコニコ動画のアーキテクチャのなかに見出し、そのままニコニコ動画に当てはめて考察している。

データベースという単語がでてきたことでもわかるように、ここでいう「神話素」は本論でいう「レゴブロック」に相当し、「演算子」は「生成力」に相当する。同書で濱野は「こうしたニコニコ動画の創作／消費活動は、かつて東浩紀が『動物化するポストモダン』のなかで論じた「データベース消費」の延長上であることは明らかである」(濱野 [2008], 325 ページ)と述べている。そして「生成力」は、コンテンツを多様化させる演算子であるので、インターネットが普及して情報環境が整理されると、音楽もまた多様化する。

そこに筆者の考えを加えると、「生成力」のみならず創造力から生まれる音楽コンテンツさえも「データベース消費」である。このことについては上に記した劇伴の例をもう一度参照したらわかりやすい。

VII おわりに

音楽におけるオーセンティシティ、真実性、真正性、本物感は立派な消費意欲になるのだが、オリジナル至上主義であるゆえに多様性を認めない一面もある。

おそらく、「キャラクター音楽」の度合いはグラデーションをなしている。キャラクター音楽の対義語を「クラシック音楽」(限定し過ぎではあるが)とすると、「クラシック音楽」の極に近づけば近づくほど、キャラクターのブランド力やパブリシティを用いらない作品になり、キャラクターのブランド力や

パブリシティは消費されにくいという色彩を帯びるだろう。反対に「キャラクター音楽」の極に近づけば近づくほど、キャラクターのブランド力やパブリシティをつかった多角的な作品群を生みだし、キャラクターのブランド力やパブリシティを消費してしまうというような色彩を帯びるだろう。

「キャラクター音楽」の消費行動は、よりデータベース消費的であり、データベースのなかの「萌え要素」へ向けられているのに対し、オリジナル至上主義者の消費意欲は「音楽家」や「アーティスト」といったオーセンティシティ、真実性、真正性、本物感として向けられる。

それでは、アイドルは「音楽家」「アーティスト」と呼べるだろうか。呼べるか否かはさておき、アイドルは「キャラクター音楽」の極に近い存在といえるだろう(もちろん、アイドルグループによって差はあるものの)。ひとつの試みとして、ここ数年間に誕生したアイドルグループの属性を、筆者の観察により以下に整理してみた(図5)。

【図5 各アイドルの考えられる属性】

アイドル	属性
AKB 48	会える
SUPER☆GiRLS	アイドル
ぱすぽ☆	キャビンアテンダント
東京女子流	ファンク
ももいろクローバー	和風, プロレス
9nine	女優
さくら学院	学校
BABYMETAL	メタル

近年、日本の音楽文化の特徴のひとつは、おそらくアイドルの多様性だ。この図を見ると、音楽ジャンルと結びついている属性もあれば、およそ音楽ジャンルとはいえない属性もある。

筆者は、まだまだ音楽文化は拡張できるとものと考えている。音楽というジャンルさえも超えなければならない気がしている。例えば、コンピューターゲームと音楽、演劇と音楽、双方向通信と音楽との融合だ。

「アメリカでも日本でも、ライブビジネスは伸びていました。ライブに来たコアなファンに、グッズなどの限定型コンテンツを購入してもらう『高く、狭く』売るビジネスが注目されています」(津田・牧村 [2010], 126 ページ)とあるように、ライブのようなコンテンツは複製不可能であり、近年のデータ化された音楽文化では注目されている。現場でしか感じるができない感覚(オリジナル)はそのオーラが複製不可能であるから感じるができる。筆者は、プラットホームになるそのライブ会場も、既存のものでなく多文化融合のプラットホーム(ライブハウス)づくりを目指さなくてはならない気がしている³⁸⁾。さいごに、アタリの論考を引用し、本論をしめくりたいと思う。

音楽の多様性が消えるとき、人類の多様性もまた消滅する。音楽の世界化とともに、商業的な画一化を乗り越えてきわめて多彩な世界がわれわれの前に出現した。数えきれないほどの音楽ジャンルが現れては、消え去ることなく互いに交じり合っている。人類は、あらゆる音楽を聴く機会を通じて放浪を繰り返してきたそのルーツを再発見しているのだ。思うに、これまででは非常に稀であった音楽ジャンルの思いがけない出会いのなかから、今後、音楽界のもっと素晴らしい出来事が起きるだろう(アタリ [2010], 282 ページ)。

注

- 1) 評論家、社会学者、データベース消費の提唱者。
- 2) 評論家、作家、まんが・アニメ的リアリズムの提唱者。
- 3) 萌えるとはオタク文化のスラングで、キャラクターなどへのある種の強い好意などの感情を表す言葉である。
- 4) 大塚英志が提唱した概念。『キャラクター小説の作り方』大進堂、2003年、24ページ。
- 5) 『新世紀エヴァンゲリオン』に登場するキャラクターのこと。

- 6) 日本のテレビアニメ作品。
- 7) 東浩紀他『コンテンツの思想』, 青土社, 2007年, 139ページより。
- 8) 伊藤剛『マンガは変わる』青土社, 2007年, 264ページより。
- 9) 複数のオシレーター(波形)の設定をノコギリ派(SAW)に設定し, 少しピッチをずらしたものを重ねあわせてできる音のこと。とりわけダンスミュージックではかならずでてくる音色である。
- 10) 弦をピックで弾くと同時に指で少しだけ弦に触れるギターの奏法の一つ。奏でられるハーモニクスサウンドはロックやメタルでよく登場する。
- 11) とくにR&B系で使われるコードワーク。サビ前の煽りとして使用され, III 7(#9b 13)→IVM7と続かせるのが王道になっている。
- 12) とりわけダブステップという音楽ジャンルにおいて, ベースに極端に連続的な変化を加えて得られるベースサウンド。
- 13) 打楽器。リズムの基本となる低いサウンドが特徴。
- 14) サンプリングした音楽素材を切断して用いられる音楽ジャンルの総称。
- 15) 低音(ロー)を通す(パス)音楽エフェクトのことで, おもに高音(ハイ)を切る(カット)する目的で使用される。ローパスフィルターにはカットオフと呼ばれるパスしはじめる周波数帯を設定できるツマミがついている。クラブサウンドでは, 低域から高域にかけて徐々にカットオフを動かす。暗くもった音から, 明るい音になるその特徴から, カットオフは「開く/閉める」という表現を用いられることがある。
- 16) 音の性格のこと。
- 17) 増田の引用では「有名性を伴った顧客吸引力」(156ページ)となっている。「有名性としての価値」と読み替えることもできる。
- 18) 増田聡「データベース, 初音ミク, バカリ」『思想地図vol.1—日本—』2008年, 156ページより。
- 19) 現在, 音楽市場にはピアノのソロアルバムが数多く存在する。その理由をひとつパブリシティによるものとして説明するにはいささか無理がある。考えられるほかの理由としてピアノは一台で全音域をバランスよく出すことが出来る楽器の機能が優れているという点と, 音自体の素晴らしさがあげられる。ヴァイオリンのソロ作品も存在するが, パーカッションや複数の弦楽器と組み合わせられたものがほとんどである。
- 20) フランスの思想家でシミュラクルの概念を提唱した。
- 21) それ自体に価値があること。
- 22) ある物事のツールとして, 何らかの目的を目指す状態。

- 23) 大塚英志『キャラクター小説の作り方』講談社, 2003年, 28ページより。
- 24) 大塚英志『キャラクター小説の作り方』講談社, 2003年, 63ページより。
- 25) 青文字系の女性ファッションモデル, 歌手。本名は“きゃろらいんちゃろんぷろっぷきゃりーばみゅばみゅ”。
- 26) 女性アイドルグループ。ゼロ年代から現代までにかけるアイドル戦国時代をまきおこしたグループ。特殊な運営システムは特定の評論家たちにも影響を与えている。
- 27) ヤマハが2007年開発した音声合成ソフト。声優の藤田咲によるボイスライブラリが備わっている。歌詞とメロディを入力するとボーカルを制作することができる。
- 28) 第VI章を参照。
- 29) 濱野智史『アーキテクチャの生態系』NTT出版, 2007年, 247ページより。
- 30) 東浩紀『動物化するポストモダン』講談社, 2001年, 65ページより。
- 31) 東浩紀『動物化するポストモダン』講談社, 2001年, 63ページより。
- 32) 濱野智史『アーキテクチャの生態系』NTT出版, 2008年, 245ページより。
- 33) 増田は「データベース, バクリ, 初音ミク」のなかでソフト開発者によるインタビュー雑誌から, 音楽合成ソフトにオタク文化的なキャラクターを付加したわけを技術の限界によるものと指摘した。同著で「あらゆる楽器がシミュレート可能になった現在, 「声」の操作は最後に残った技術的課題である」(増田 [2008], 169ページ)と述べている。
- 34) 技術的に未熟で機械的なボーカルに歌心が宿らないという点で没個性である。
- 35) ジャック・アタリ編(岩澤雅利, 木村孝子, 加藤かおり訳)『いま, 目の前で起きていることの意味について』早川書房, 2010年, 282ページより。
- 36) 津田大介・牧村憲一『未来型サイババル音楽論』中央公論新社, 2010年, 18ページより。
- 37) 宇野常寛・濱野智史『希望論』NHK出版, 2012年, 106ページより。
- 38) 例として『ニコファーレ』がある。ニコニコ動画と同期しており, 場内各所に大型のLEDモニターを設置, 特にホールでは天井と壁面4面に設置されコメントの表示を含む様々な映像演出が可能である。さらに新しい機能が次々に開発されている。

参考文献

- ・東浩紀『動物化するポストモダン—オタクから見た日本社会—』講談社, 2001年。
- ・東浩紀編『コンテンツの思想』青土社, 2007年。
- ・伊藤剛『マンガは変わる』青土社, 2007年。
- ・宇野常寛・濱野智史『希望論』NHK出版, 2012年。

- ・遠藤薫『メタ複製時代の文化と政治』勁草書房，2009年。
- ・大塚英志『キャラクター小説の作り方』講談社，2008年。
- ・ジャック・アタリ編(岩澤雅利，木村孝子，加藤かおり訳)『いま，目の前で起きていることの意味について』早川書房，2010年。
- ・津田大介・牧村憲一『未来型サバイバル音楽論—USTREAM，twitterは何を変えたのか—』中央公論新社，2010年。
- ・濱野智史「ニコニコ動画の生成力—メタデータが可能にする新たな創造性—」『思想地図vol.2』2008年。
- ・濱野智史『アーキテクチャの生態系—情報環境はいかに設計されてきたか—』NTT出版，2008年。
- ・増田聡「データベース，初音ミク，パクリ」『思想地図vol.1—日本—』2008年。

画像使用

写真1：2012/12/3

<http://kyary.asobisystem.com/profile/>

写真2：2012/12/3

<http://ja.wikipedia.org/wiki/AKB48>

写真3：2012/12/3

<http://www.crypton.co.jp/cv/01>