2023 年度学士論文

「かわいい」は世界を救えるのか

2023 年 12 月 15 日

早稲田大学商学部 4 年

1F200714-7 畠山明日香

はしがき

> 可愛いんだけれど、いい娘なんだけれど、どこかもの悲しい。黒目の大きな瞳は、つぶらで可愛いのにいまいち輝きがなく、鼻はめりこんでいると言ってもいいくらいに低く、小さくて丸い鼻の穴が下の方についている。（中略）守ってあげたくなる保護欲は存分にかきたてられるし、おとなしいから邪魔にはならないが、ずっといっしょにいるとみじめな気分になるオーラが出ている。

綿矢りさの著作、『かわいそうだね？』（2014年、文藝春秋）の一節である。この文章からは、「かわいい」という言葉が放つ、傲慢で尊大な側面を感じとることができる。

昔から「かわいい」と言われることが少なくなかった。体格のせいかもしれないし、服装の好みのせいかもしれないし、垢抜けない幼さへの皮肉かもしれないし、褒め言葉かもしれない。「かわいい」と言われるたびに、一体自分の何が「かわいい」のかわからないまま、その言葉に置いていかれるような気持ちがした。それでもなんとなく、「かわいい」ということが自分の価値の一部かもしれないことを気にするようになった。それにつれて、成長して少女性を失う自分を想像することが怖くなっている。大人になった私は「かわいくない」かもしれないと思うと、自分の一部を急に人に奪われるような気がして不安だ。それでも年齢は待ってくれないし、大台だと思っていた20歳を超えても突然自分の心身に変化が起こりはしないことに甘えていた。しかし、ここ1年間のことである。これまで5年間くらい変化のなかった体重が急に増えた。ついに来た、と思った。そろそろ向き合わなければならない。私の価値の一部かもしれない「かわいい」とは何か。これから失っていくものなのか。

一方で、「かわいい」は枷である、とも思っていた。私は昔からアイドルや美少女キャラクターが好きで、こうした存在が持つ「かわいい」には抗えない、屈してしまう、とよく思う。彼女たちが「かわいい」とき、私は彼女たちがかわいいということ以外を何も考えられなくなる。そしてそれは、彼女たちへの尊敬や畏敬のようなかしこまった感情ではなく、彼女たちの「かわいい」という要素以外の一切を排除して見てしまうような、傲慢で一方的で、失礼な視線だと感じる。「かわいい」という事実はその人が他に持つ人間性、その良さも悪さを丸ごと隠してしまう。かわいいというだけでそうした面に意識を向けられないことは、存在していくにあたっての枷になることもあると考えている。

だから、私にとって「かわいい」は可能性である。その分の価値が引かれ、偏見から放り出された私に何が残るのか、という部分に私のこれからがある。これから綴る論文は、「かわいい」に囚われた私からの遺言でありたいと思う。

2023 年 12 月 13 日

畠山明日香

第 1 章　「かわいい」とは何か P.1

第 1 節　「かわいい」と世界 P.1
第 2 節　「かわいい」の正体 P.1
第 3 節　「かわいい」の変遷 P.4

第 2 章　「かわいい」に託されたもの P.10

第 1 節　「かわいい」の役割 P.10
第 2 節　「かわいい」の限界 P.14

第 3 章　「かわいい」の現実 P.15

第 1 節 「かわいい」の希望 P.15
第 2 節　「かわいい」の絶望 P.17

第 4 章　「かわいい」は世界を救えるのか P.22

第 1 節　「かわいい」の反作用 P.23
第 2 節　「かわいい」の正義 P.25

資料「『かわいい』についてのアンケート」結果 P.26

文献一覧 P.31

URL 一覧 P.32

第 1 章　「かわいい」とは何か

第 1 節　「かわいい」と世界

「かわいい」が世界を救う、と言われるようになったのはいつからだろうか。インターネットの普及や SNS の台頭、様々なキャラクターの誕生などによって「かわいい」は社会のあらゆる場所で目にされるようになった。商学的な観点から見ても、拡張する広告概念の中でマーケティング・コミュニケーションとしてインターネットやイベントの活用など、企業がターゲット市場にアプローチするために行うプロモーションの一要素として「かわいい」は大きな活躍を果たしている。

しかし、現代において「かわいい」は変容し続けている。「キモかわいい」や「ブサかわいい」といった一見相反する価値観が一語として共に使われることがあるように、「かわいい」に対する価値観や考え方は時代に応じて変化している。「かわいい」の語源「かわはゆし」はかつて、「気の毒で不憫」という意味をもっていた。このように、社会の変化に応じて「かわいい」は内包する意味や価値観を変化させているのである。

以上のように、「かわいい」という感情は人々に影響を与え、また人々や社会の世相によって影響され変化を続けている。本論文では、こうした「かわいい」から社会の変化を読み解き、これからの時代において「かわいい」がどのように社会と関わり合っていくべきかについて論じることを目的とする。

第 2 節　「かわいい」の正体

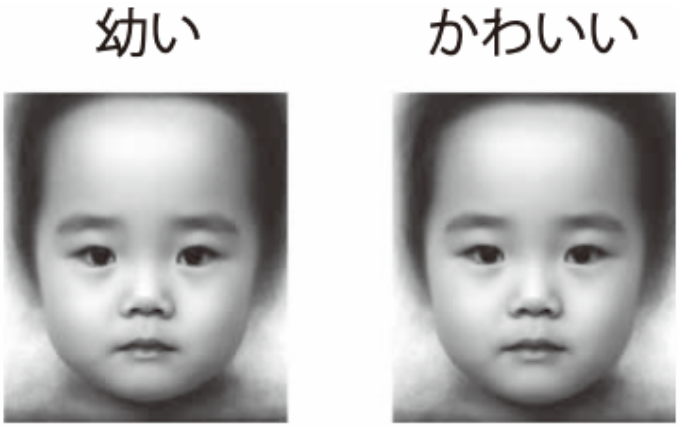
そもそも、「かわいい」とは何か。幼い生き物やキャラクター、アイドルなど様々なものに対してかわいいと感じる我々だが、「かわいい」という感情を起こさせる要因としては主に(1)属性、(2)受け手の感情、が存在すると考えられている。以下では、それぞれについてのこれまでの議論を整理する。

(1)属性について

「かわいい」という感情が起こる原因には、ある特定の属性が関わっている、とする考え方がある。代表的な例として、1943 年にローレンツによって提唱された「ベビースキーマ」の概念がある。この概念は本来、人やモノを見た人がかわいいと感じる反応の仕組みを指す言葉であったが、現在では意味が変化してかわいさを感じさせる見た目の特徴を表すようになった。ローレンツはこのベビースキーマについて、(1)身体に比して大きな頭、(2)前に貼り出た額をともなう高い上頭部、(3)顔の中央よりやや下に位置する大きな眼、(4)短くてふとい四肢、(5)全体に丸みのある体型、(6)やわらかい体表面、(7)丸みを持つ豊頬、といった項目をあげ、これらの特徴に当てはまるものが増えれば人間・動物・非生物を問わずかわいいと感じられることを述べた。また入戸野（2013）は、ベビースキー

マが「幼い＝かわいい」を示すものではなく、幼い動物をかわいいと感じるのはその個体の身体的特徴に対する反応であることを示すものであることを指摘しており、幼さとかわいさが直接関係するものではないことは注意が必要である。

図表１−１　最も幼いと判断された顔（左）と最もかわいいと判断された顔（右）



出所：入戸野宏（2016）　pp.128 より。

また、この概念を利用したものとしてニコラス・ティンベルヘン（1951）が提唱した「超正常刺激」というものがある。これはベビースキーマなどに現れる見た目の特徴を、天然には存在し得ない形で誇張することによって受け取り手に大きな反応を引き起こすものである。女性や動物を模したキャラクター、ぬいぐるみなどに多く使われている。河野（2016）はこうした超正常刺激について、「現実にあり得ない刺激によってより強い反応が引き起こされること」と説明する。これは動物行動において確認されるものであり、例えば長い尾を魅力として繁殖期にメスを引きつける鳥がいたとした場合に、あるオスに現実的にあり得ないほど長い人工的な尾を貼り付けると多くのメスを惹きつけてしまうような反応のことであると述べられている。河野は、こうした超正常刺激と似た状態はおそらく人間にも存在していると指摘し、最も魅力的なものは現実を超える場合があると述べる。少女漫画の美少女の目があり得ないほど大きくキラキラ輝いているような描写はその一例である。また、こうした超正常刺激はフィクションの世界だけでなく、品種改良でできたあり得ないほど甘い果実や電子楽器により作られる本来の楽器では出し得ない音、感覚刺激を人工的に作るバーチャルリアリティ技術など、現実以上に魅力的なものは現代にたくさん存在していることを示し、現代の世界の傾向として全体的に超正常刺激化していることを指摘する。

一方でサイモン・メイ（2019）は、こうした愛らしさの属性だけが「かわいい」の要件になるのではなく、歪み、いびつさ、ひょうきんさ、不気味さなどの「不確定性」にこそ独自の魅力があると述べている。現代の「かわいい」は、大人とこども、男と女、善と悪など、社会の二分法を曖昧にした上に行き来するものであるとし、その不確定性によって

明確なアイデンティティを失っている。サイモンはこれを「不気味なキュート」と呼ぶ。この不気味さによって、かわいい対象たちは社会に寄り添ってきた。

このように、一般的に多くの人が「かわいい」と感じる要因について、ベビースキーマのような見た目の特徴やそれを誇張して表現すること、また不確定性や曖昧さといった対象の持つ属性が関わっていることが伺える。

(2)受け手の感情

(1)では、かわいいと感じられる要因について対象の属性から述べてきたが、かわいいと感じる要因についてはその他にも受け取り手の感情が関わっているという議論も存在する。

四方田（2011）は、「グロテスクとして人が忌避するものの背後に、無意識的な抑圧の痕跡が横たわっている」とし、過去隠されてきたものが再び姿を現すとき、それはグロテスクな容貌を持つと述べる。それにもかかわらず、「『かわいい』と見なされている虚構の生物の多くは、本来的に畸形的な形状を所有して」いても、それがキャラクターとして受け入れられているのには、「『かわいい』という虚構の枠組み」が働いているためであるとしている。また、そうでなく、犬や猫などそのままの生体が「かわいい」とされるものについては、彼らが「人間の側からの保護をたえず必要とする存在であって、人間社会にあって無防備にして無力であることが確認されているため」かわいいのであるとし、捨て猫などがよりいっそうかわいいことについては、猫がかわいそうなことが「かわいい」のではなく、「それを見つめる人間の眼差しがかわいそうで、すべてを『かわいい』の色調に染め上げてしまう力に満ちている」からであると述べている。兼岩（2021）は、現代の「かわいい」存在には必ず「かわいそう」な感覚が忍び込んでいることを述べ、キャラクタービジネスの背景にあるキャラ設定について、詳細な背景説明をしないことで、むしろ各キャラと受け手の間に意図的な距離感を感じさせ、「かわいそう」を忍び込ませていることを指摘する。

また四方田は、(1)で述べた超正常刺激のようなデフォルメされた存在に対しても「畸形でグロテスクな容姿」と表現し、それが「『かわいい』と感じられるのは、それが本質的に『かわいい』からではなく、人間がそれに『かわいさ』を投影するからに他ならない」と述べ、かわいい対象はそれ自体がかわいいとされる属性を有することによってだけかわいいと知覚されるのではなく、受け取り手の感情によって一般的にかわいいとされる属性でないものについても「かわいさ」を感じられることがあることについて言及する。兼岩は、こうした「かわいい」について「『カオス的』存在」であると定義する。これは誰が見てもかわいい、理想の背景を持つ存在である、といった正統的な「かわいい」に対して存在する「ヘンテコだけど、私にはカワイイ」という現代的な概念である。彼はこのカオス的かわいさを「様々な多様性を背景に持ち、万人受けはしないが、ある面「かわいそう」な感覚を持ち、何か王道から外れた存在」とし、現代の「かわいい」が「得体のしれない怪物」と化していることを指摘する。

以上のように「かわいい」と感じられる要因について、かわいいとされる対象が有する属性に起因するものの他に、その背景や状況などによって起こる受け取り手の感情によるものもまた「かわいい」の原因となることが理解できる。

第 3 節　「かわいい」の変遷

これまで、一般的に人が「かわいい」と感じる要因について述べてきたが、特に近年において「かわいい」という概念の意味は拡張を続けている。「ブサかわいい」「キモかわいい」といった感情と「かわいい」の組み合わせや、インターネットを中心に広がりを見せる「かわいい」への攻撃性など、一見相反する要素と「かわいい」はときにくっついて社会に受け入れられてきた。本節では、こうした「かわいい」の変遷について時代ごとに追っていく。

(1)1980 年代までの「かわいい」

1980 年代に至るまで、「かわいい」という概念は一般的に支持されてこなかった。松原・水野（2019）によると、「アイドル」という言葉が使われ始めたのは 1970 年代におけることであった。その後、80 年代に入るとともに登場した松田聖子を筆頭にアイドルは黄金期に突入する。こうしたアイドルの存在を中心として、「かわいい」という価値観は社会に浸透してきたのではないかと考えることができる。

ササキバラ（2004）によると、マンガ等において少女的な幼さを残した「かわいい」キャラクターが広く支持されるようになったのも 1980 年頃である。1970 年代までのキャラクターの代表格として峰不二子や『キューティーハニー』の主人公をあげ、それらがオヤジ的セクシャリティ文脈に属するキャラクターであることを指摘する。彼女たちは作中で「直球勝負のお色気」を求められており、ササキバラはこうしたファンタジーについて「全時代的なスケベオヤジ的暴力」と切り捨てる。このようなファンタジーでは女の子という「身近な未知の存在」の本当の気持ちを知ることができない。こうした中で 1970 年代後半からはキャラクターに少女の内面性が求められるようになり、「少女まんが的な作風」が少年まんがの中に広がっていった。

またササキバラは、1980 年代に広まったこのような「かわいい」を「『オヤジくささ』をおそらく拒絶したつもり」であると述べる。ササキバラはこうした「かわいい」の誕生は、男性に一方的に値踏みされる「色っぽさ」などのベクトルではなく、女性の価値観に寄り添ったキャラクターの価値共有を試みる動きであるとしている。女性の価値として長く根付いてきた「色っぽさ」というベクトルから離れ、新たに「かわいさ」という価値基準を立てることで、女性が男性の値踏みから解放されようとする動きを反映したものが「かわいい」の誕生であったというわけである。

また、日本において女性解放に向けた運動が盛んになったのもこの頃である。有賀（2021）によると、フェミニズム運動の起こりは 1830 年代〜1840 年代のアメリカである。有賀は、1830 年代にはサウス・カロライナ出身の奴隷制廃止運動家であるグリムケ姉

妹によって女性の権利が主張されたり、1846 年にはニューヨーク州の 6 人の女性によって州憲法会議に女性の参政権を請願されたりしていたことを述べる。

その後時を経て、日本でも女性解放の運動が起こるようになった。牟田（2006）によると、日本で初めてウーマン・リブ（女性解放運動）がメディアに取り上げられたのは 1970 年であり、その後 1980 年代にかけて女性の権利獲得や解放を求める動きは脚光を浴びることとなった。キャラクターにおける価値基準の変化も、こうした動きを反映していた可能性が考えられる。女性解放の考えが広まる中で、これまで女性に向けられていた視線のアンチテーゼとして「かわいい」キャラクターの誕生が広まったと考えられる。

(2)2010 年代前半までの「かわいい」

2000 年代末から 2010 年代前半にかけて、新たな「かわいい」概念が広がりを見せた。「キモカワ」のような、一見かわいくないものにかわいさを見出したものである。「こびとづかん」や「なめこ」といった、一見すると気持ち悪く思えるような見た目のキャラクターが、むしろ愛嬌を感じるといった理由で社会にブームを巻き起こした。四方田（2006）は、「ひどく醜く気味が悪いものが、角度を変えて眺めてみると『かわいい』対象として認知される例」があることに着目し、自身が行った調査にて以下の回答に注目した。「『かわいい』ものが増えてくると、『かわいい』と呼ばれないものがかわいそうに思えてきて、つい『かわいい』と思っちゃう」。「かわいい」対象でないものは「かわいそう」であり、「かわいそう」なものは「かわいい」。この二つの言葉の密接した関係性が、様々な形の「かわいい」を生み出している可能性があると考えられる。石川（2016）は、こうした「かわいい」について、「憐憫の情から生まれた形容詞」「同情心から愛着が湧き、その結果『かわいい』と形容することができる」とまとめた。

このように、「かわいくない」ものが「かわいそう」で「かわいい」という新たな潮流が生まれた背景にはどのような社会的な変化があったのだろうか。この頃に「かわいい」に大きな影響を与えたものとして「アイドル」の存在がある。2005 年にデビューし日本中に知れ渡ることとなった AKB48 を筆頭に、2010 年から 2015 年にかけてはアイドル戦国時代と呼ぶ人も現れるほどにアイドルという存在はこの時代に深く関わっている。

香月（2014）は、この時代のアイドルブームやアイドルについて、「『国民的』なる呼称にはそれなりの妥当性があるようにみえる」と述べている。しかし同時に、「『国民的』であることは、人々に肯定的に受け入れられていることを必ずしも意味しない」とも述べ、AKB48 を例に「その名声が揶揄・疑問視され、否定的に語られることも多い」とネガティブな側面も指摘する。CD の複数枚購入の常態化に代表される国内マーケットへの影響は、熱狂的なファンを作ると同時に強い批判にもさらされた。こうした状態を香月は「人々の耳目を強く引き付けると同時に、強い嫌悪の対象にもなる」と述べ、アイドルという存在に対して問いを投げかける。

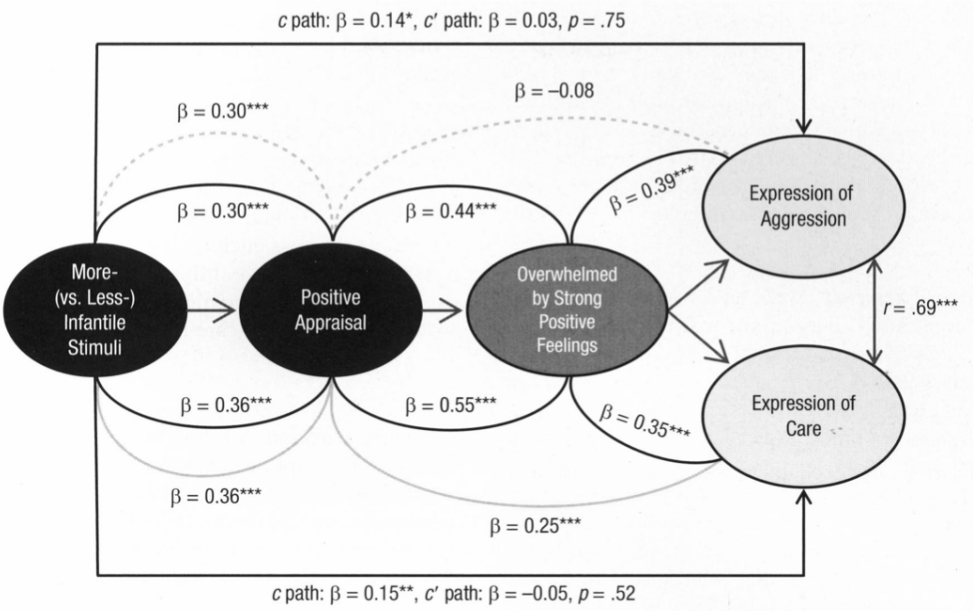
「キモカワ」のような新たな「かわいい」概念が広がりを見せた時代は、「アイドル」という存在に対して大きな注目、また疑念が向けられた時代と並ぶ。強大な「かわいい」

を有するアイドルという存在に対する不信感や妬みといったマイナスな感情が、「かわいくないのがかわいい」といった「キモカワ」をはじめとする価値観を生み出すことにつながったのではないか。誰もが認めるかわいいアイドルに対して、自分だけがかわいさを見出しているキモかわいいキャラクター。強い権力や風潮に対するアンチテーゼとしての「かわいい」の在り方はこの年代も同様であると理解できる。

(3)2020 年代の「かわいい」

近年インターネットを中心に広がる「かわいい」への感情状態には、これまで見てきたような内容の範疇に収まらないものがある。それは、2015 年に Oriana R. Aragon、Margaret S. Clerk、Rebecca L. Dyer、John A. Bargh が提唱した「キュートアグレッション（cute aggression）」という反応である。彼らは、一つの感情に対して起こる反応の二面性（笑顔と涙など）について研究しており、「かわいい」という感情に対しても「守りたい」と「攻撃したい」という二面性があることについて実験を行った。

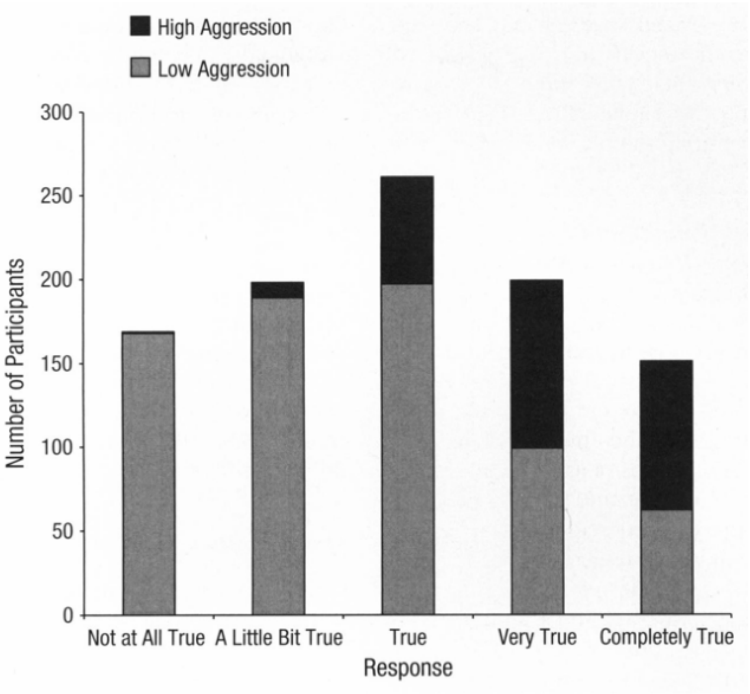
図表１−２　好感がもたらす保護欲と攻撃欲



出所：Aragón, O. R., Clark, M. S. Dyer, R. L., & Bargh, J. A. (2015) pp.265 より。

その結果、より赤ちゃんのような特徴を持つ刺激に対して人はより「守りたい」と感じると同時に、「攻撃したい」と感じる度合いも高くなっていることを発見した。
彼らは、こうした二面的な反応について、「these expressions may help regulate emotion and support the immediate well-being of the caretaker.」とまとめており、「かわいい」によって引き起こされる「守りたい」という感情とのバランスをとる調節役としての機能を果たしているのではないかと推測している。

図表１−３　好感の強さと攻撃欲の強さの関係性

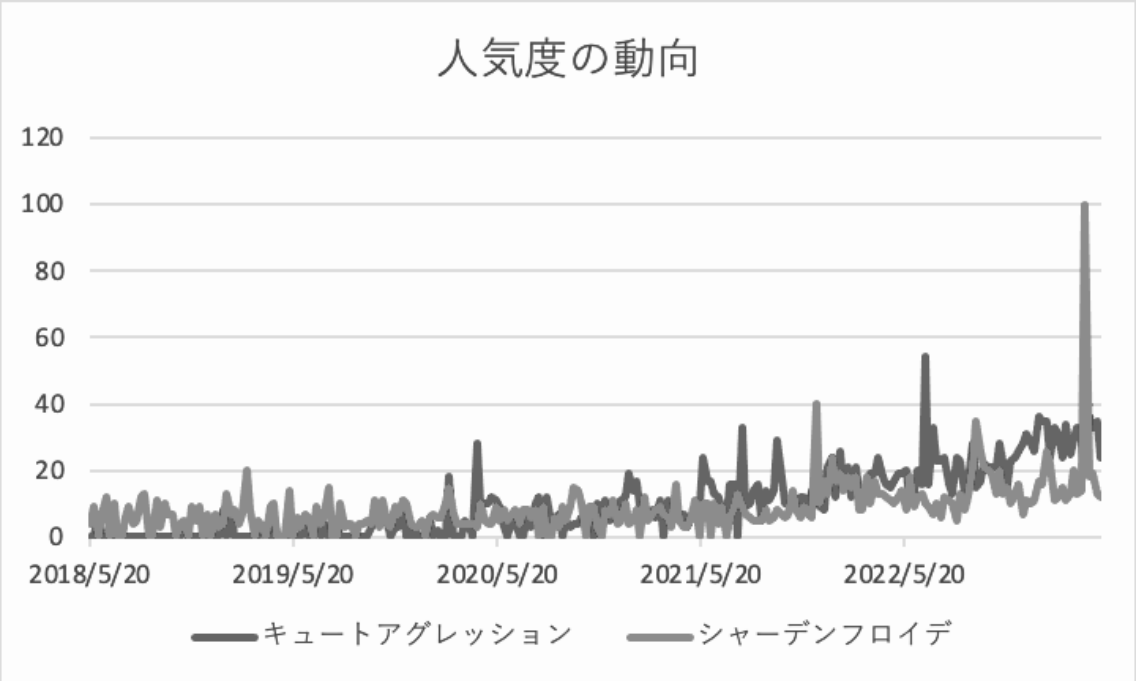


出所：Aragón, O. R., Clark, M. S. Dyer, R. L., & Bargh, J. A. (2015) pp.271 より。

このような攻撃性の刺激による反応が近年インターネットを中心に広がっている。可愛い世界観ながらハードな現実を暮らしていく漫画『なんか小さくてかわいいやつ（ちいかわ）』や、うるうるとした目が特徴的なうさぎ型のキャラクターが日常生活でありがちなちょっとした不幸に見舞われる様を描いた漫画『おぱんちゅうさぎ』はそれぞれ 2020 年、2022 年に Twitter アカウントを開設し、それぞれ 200 万、60 万以上のフォロワーを抱えるなど大きな支持を得ている。このように、「『かわいい』対象に対して『かわいそう』な状態にしたい」という攻撃性が見られることに、2020 年代以降の「かわいい」の特徴があると考えられる。

また、近年注目度が上がっている単語として「シャーデンフロイデ」もあげられる。これは主に他者の失敗に対して嬉しさを感じることを示す言葉であり、キュートアグレッションと同様に他者への攻撃性を孕む感情を示す言葉である。Google Trends で調査すると、キュートアグレッションと同様に 2021 年後半から 2022 年にかけて検索の人気度が上がっている単語であることがわかった。

図表１−４　人気度の動向



Google Trends を参考に筆者作成。

シャーデンフロイデとは、ドイツ語で「害」を表す「Schaden」と「喜び」を表す「Freude」を組み合わせた言葉である。

中野（2018）はシャーデンフロイデのことを「誰かが失敗した時に、思わず湧き起こってしまう喜びの感情」としており、対象に対して妬みなどの感情を抱いているとより大きく起こると述べている。また中野は、シャーデンフロイデは「向社会性」によって増幅されるとも述べている。自分よりも組織や集団に報いようとする気持ちや、それを正しいものとして認識する考え方によって、集団からはみ出した人間や異なる考え方を持つ人間などを「悪」と判断し攻撃、引きずり落とすことによってシャーデンフロイデを感じていると考えられている。集団によって「倫理」や「正義」が構築されるにつれて、こうした動きは顕著になるという。

また、リチャード・H・スミス（2018）はシャーデンフロイデについて、「偽善」との関係性を指摘する。美徳を声高に叫ぶ偽善者が、もし罪を犯していたとすると、それが発覚して非難された際に人はより大きな面白さと心地よさを感じることができる。非難の対象が表明したことと裏返しの事実が発見されたとき、シャーデンフロイデはより効果をあげる。

中野とリチャードが共通して述べているのは、インターネットの普及によりシャーデンフロイデがより広がっている、ということである。インターネットの特徴である匿名性の気楽さや、成功者を身近に目撃できることの劣等感、似た考えを持つ人との集団の形成しやすさ、情報の広まりやすさなど要因は多くあるが、インターネットが人々のシャーデンフロイデをより大きくしていることは共通して指摘されている。このように、近年インタ

ーネットを中心としてキュートアグレッションやシャーデンフロイデのような感情が広がりを見せており、「かわいい」と感じられる対象に対する新たな感情が生まれているのではないかと考えることができる。

こうした攻撃性を含む「かわいい」が生まれた背景については、これまでの「かわいい」誕生の背景と同様に社会的な風潮やそれに対する反抗があるのだろうか。現代社会が抱える課題について総務省（2021）は以下のような内容をあげている。

(1)人口減少・少子高齢化とそれによって生じる課題

少子高齢化の進展、生産年齢人口の減少により、国内市場の縮小による経済規模の縮小、労働力不足、我が国の投資先としての魅力低下による国際競争力の低下、医療・介護費の増大など社会保障制度の給付と負担のバランスの崩壊、財政の危機、基礎的自治体の担い手の減少など様々な社会的・経済的な課題が深刻化。

(2)デジタル経済の進化と世界規模での産業構造の変化

ICT の進化・普及に伴い「デジタル経済」が進化していく過程で、我が国の ICT 産業は、かつての「電子立国」の栄光に影が差していくこととなった。我が国経済全体をみても、バブル崩壊後、かつての成長の勢いを取り戻すには至っておらず、企業におけるインターネット等の利用は進んだものの、生産性の向上を通じて経済成長に貢献するまでには至っていない。

労働力・国際競争力の低下、財政の危機、社会的課題の深刻化、経済成長の停滞など、こうした社会における課題は、現代社会に生きる人々に不安を感じさせるものである。

また、総務省（2017）は、2012 年度と比較して 2017 年度時点で SNS 利用者の割合について「2012 年の 41.4%から、2016 年には 71.2%にまで上昇しており、スマートフォンと合わせて SNS の利用が社会に定着してきたことがうかがわれる」と述べており、スマートフォンや SNS の普及もこの現代までの期間において特徴的であることがわかる。

こうした SNS の特徴としてあげられるのは、誰もが受信者でありながら発信者にもなれるという点である。加納（2019）はこのような SNS について調査を行い、「承認欲求の高い者は Twitter、 Instagram およびネット検索をよく利用し、スマートフォン等に常時接触（スマホ依存）をしていた」という結果を明らかにしている。SNS の普及によって承認欲求を発信することができるようになったこと、またその影響で依存性が発現していることは現代における特色であるといえる。今新たに認識されはじめている「かわいい」が SNS を中心として広がりをみせていることからも、SNS と社会の関係性は新たな価値観の形成に深く関わっていると考えられる。

このように、社会的な先行きの不透明さ・不安、また SNS を利用して承認欲求を発信できるようになったことや、それによっても欲求が満たされないという不安からの依存性が現代社会に生きる人々が抱える感情として特徴的ではないだろうか。こうした不安に対処していく、争っていく方法として、か弱く、健気なキャラクターに対する攻撃性を含んだ「かわいい」が広がりを見せていると考えることができる。

第 2 章　「かわいい」に託されたもの

第 1 節　「かわいい」の役割

これまで、「かわいい」が社会的な背景を反映して誕生したり、様々に変化したりしてきた歴史について述べてきた。本節では、「かわいい」が社会に受容されるにあたってどのような役割を期待されてきたのか、なぜ「かわいい」が誕生し、変化してきたのかについて明らかにしていく。

そもそも、「かわいい」という言葉はどのように生まれてきたものなのだろうか。角川古語大辞典によると「かわいい」とは、「かははゆし」→「かはゆし」→「かはいい」と転じたと述べられており、その語源となる「かははゆし（顔映ゆし）」については、「対象のあり方にたいして自分の責任を反省した際に生ずる情意をいう」、「顔が赤らむほど良心がとがめるさま。」との記述がある。平安時代末期に成立したとされる今昔物語集にその用例がみられる。

現在の「かわいい」に近い意味を持つようになったのは「かわはゆし」が転じた「かはゆし」が生まれてからであり、「かはゆし」は以下の意味を持つ。

①恥ずかしさで顔がほてるように感じているさま。また、そんな感じを起させる物事のみっともないさま。きまりがわるい。はずかしい。
②みじめな事態に接して、まともにそれと相対して居られなく感じているさま。それに憐憫同情の気持を感じているさま。ふびんだ。あわれだ。かわいそうだ。
③
(i)幼い者や小さい物など、少者・弱者の言動・心情・情態などにひきつけられて、それにいじらしさやあいらしさを感じているさま。いとおしい。愛らしい。かわいらしい。
(ii)異性としての愛情を感じるさま。

特に現代の「かわいい」に近い意味を持つ③の用例の「かはゆし」は、室町時代後期の犬筑波や、江戸時代後期の小林一茶による文化句帳にて用いられていた。

また、「かはゆし」から転じた「かはいい」は、上記の「かはゆし」から①の意味が消え、②と③の意味で使われるようになった。江戸時代の狂言・三人片輪や、人形浄瑠璃の丹波与作、浮世風呂などで用いられた。

日本国語大辞典でも「かわいい」について調べると、1400 年ごろには「あわれだ、ふびんだ、いたわしい」という意味の用例がみられながらも、1700 年以降には「いとしい」に近い用例が増え、「かわいい」の意味の中心が変化してきたことがわかる。

上記からわかるように、「かははゆし」が転じて現在の「かわいい」に近い意味を持つようになったのは室町時代後期あたりが発端であり、その意味が浸透したのは江戸時代中期頃ではないかと考えられる。

現在の「かわいい」に近い意味の古語としては他に、「いとし（愛し）」「いとほし（糸惜し）」「らうたし（労たし）」などがあげられるが、どれも「かわいい」という意

味の他に「気の毒だ・あわれだ」「弱々しい」などといった意味を兼ね備えていることが特徴である。「かわいい」が「かわいそう」と密接に関連した概念であることは、古くから共通する認識であることが推測される。

また、相原（2007）は、キャラクターに期待される役割を以下の 8 つに分類している。

①やすらぎ
キャラクターと一緒にいることで心がやすらぎ、癒される効能
②庇護
キャラクターから守られていると感じる効能（①を強化したもの）
③現実逃避
キャラクターと一緒にいることでいやなことが忘れられる効能
④幼年回帰
キャラクターを通じて、楽しかった子ども時代の記憶に浸れる効能
⑤存在確認
キャラクターに自己投影することで、自分を確認し、自信が持てるようになる効能
⑥変身願望
キャラクターになりきる（変身する）ことで、満足感を得られる効能
⑦元気・活力
キャラクターと一緒にいることで元気や活力が湧いてくる効能
⑧気分転換
キャラクターと一緒にいることで軽い気分転換ができる効能

これまで述べてきたような権力に対するアンチテーゼとしての「かわいい」は、こうしたキャラクターの役割の中でも「⑤存在確認」を果たしていると考えられる。社会に抱える不安や不満をかわいいキャラクターが解消してくれることで、こうした考えを払拭して自信を持ったり、ひいては社会の常識を変えていったりする役割を期待されてきたと推測できる。

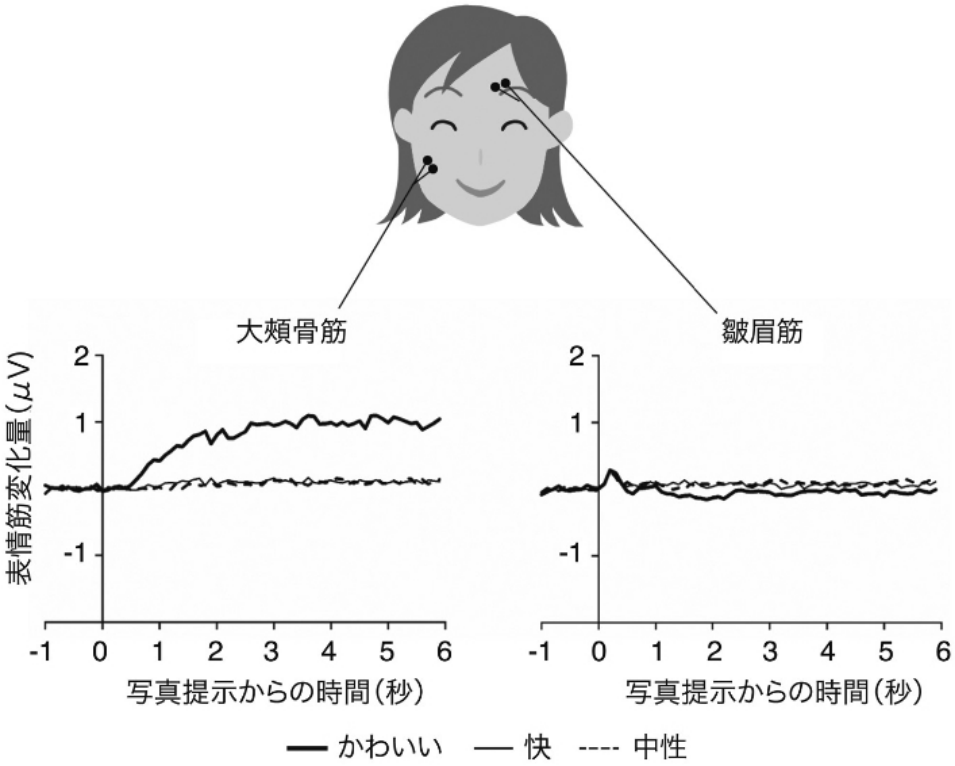
このように、「かわいい」という感情は、「かわいそう」という価値観と密接に関わり合いながら、「かわいそう」な私たちの心の拠り所として存在してきた。時代に応じて「かわいそう」とされる対象が変化するにつれ、「かわいい」もその範疇を広げてきたのである。

また、以下に「かわいい」が人にどのような影響を与えるかについて調査された事例を紹介する。一つ目は「かわいい」を見た人に起こる反応についてのもの、もう一つは 3 種類の「かわいい」がそれぞれ人に与える影響についてのものである。

(1)

入戸野（2019）は、人間や動物の赤ちゃんなどのかわいい写真、風景や食べ物などのかわいくないが快の写真、日用品や静物などの感情を引き起こさない中性的な写真の 3 種類の写真を実験参加者に見せ、参加者がどのような反応を示すかを調べる実験を行った。この実験でみられた特徴的な反応には以下のようなものがあった。一つ目は、かわいい写真を見たときに参加者の表情が変化したことである。口角をあげて笑顔を作る大頬骨筋の活動が、かわいい写真をみたときに生じたのである。

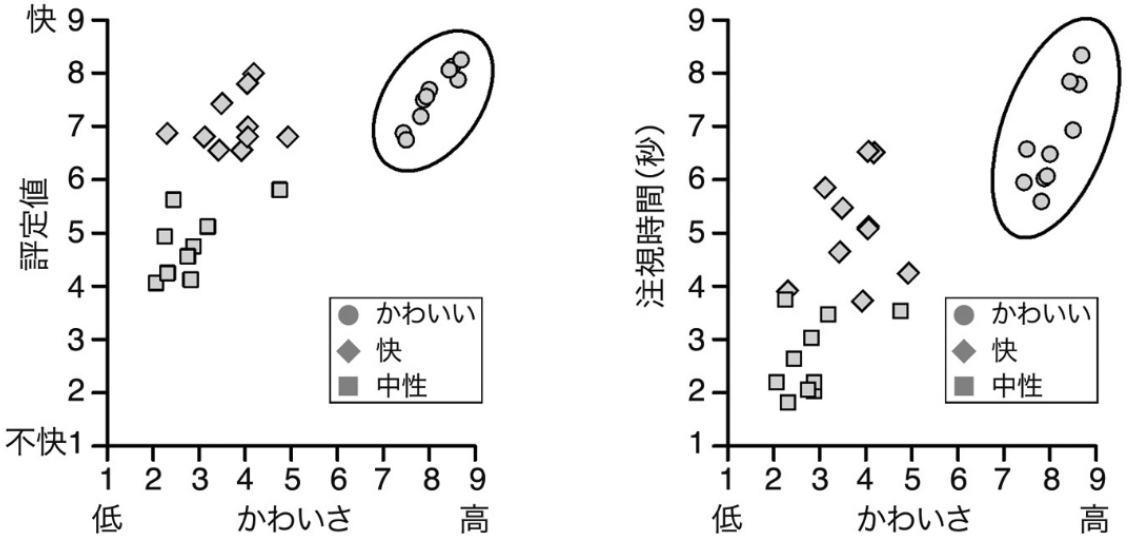
図表２−１　かわいさと笑顔の関係性



出所：入戸野（2019）　p.117 より。

二つ目の反応として、かわいい写真は高い快の得点を得た。三つ目の反応としては、かわいい写真は二度目に見るときに長く見つめられた。かわいさ得点の高い写真ほどより注視される傾向にあった。

図表２−２　かわいさと快、注視時間の関係性



出所：入戸野（2019） p.119 より。

入戸野はこのように「かわいい」と感じることで笑顔が表出されることに対して、「『かわいい』スパイラル」と名付けた。これは、ある人がかわいいと感じて笑顔になると、それを見た人も笑顔になり、さらにそれを見た最初の人はもっと笑顔になるような相互作用を示すものである。

(2)

岡田・阪田（2018）によって行われた実験では、かわいいとされる特徴を持つ 3 種類（アヒル、カエル、パズル）のおもちゃに対する効果を測定がなされた。結果として、実験の参加者はアヒルに対してはよく笑顔になり、カエルに対しては接触しようとし、パズルでは特徴的な振る舞いを見せなかった。こうした実験から、同じ「かわいい」という感情の中でもそのかわいさの系統や毛色によって与える印象や効果が異なることがわかる。実験における結果から岡田・阪田は、典型的なベビースキーマに基づく「かわいい」を持つアヒルは快感情を喚起して笑顔を誘発し、「キモかわいい」特徴を持つカエルに対しては参加者の興味を喚起して積極的な接触を誘発したと推測している。またこの実験では、パズルについては接触することで笑顔が増加する一方で、接触せず注視するだけだと笑顔が減少することも明らかになっており、その属性が持つ特徴が一概に「かわいい」でくくれるものではないことを示している。

このように、「かわいい」は受け手に様々な影響や行動を起こさせる。こうした「かわいい」は受け手との距離を縮めるためのものとして、これまでマーケティングやプロモーションなどに広く利用されてきた。山田（2007）は、広告において「好み」という情動が受け手に大きな影響を及ぼすことを指摘する。また、広告で重視される「注目」を得るこ

とができることや、親しみやすさ、ビジュアルとしての印象に残りやすさを持つことからも「かわいい」がマーケティングやプロモーションにおいて重要な役割を持つことが伺える。

第 2 節　「かわいい」の限界

これまで述べてきたように、「かわいい」は社会における「かわいそう」な私たちの心の拠り所としてその範疇を広げてきた。しかし、社会に対する反抗心から生まれた「かわいい」が実際に社会に影響を与えてきたのかという点については疑念も残る。1980 年代において生まれた「かわいい」は女性を男性からの値踏みの視線から救う新たな価値基準だと考えられていたが、ササキバラ（2004）はそれに対して以下のように異を唱える。「かわいい」と評価する主体でもありながら評価される客体でもありうることの多い女性と、基本的に「かわいい」評価される客体にはなり得ず、一方的に評価することの多い男性との乖離はこれ以降の年代においても続いていることを指摘し、「男は『かわいい』という価値を女と共有することで、無意識にフェミニスト的な偽装が可能になり、より純粋に『視線という暴力を投げかける者』となることが可能になった」と述べ、「かわいい」によって女性が男性の値踏みの視線から救われることはなかったと問題意識を投げかける。

また、現代社会における容姿至上主義は強くなっており、外見のかわいさを求めた拒食症や過食、精神的な負担を抱える人たちがいることは今でも問題視され続けている。小林（2021）は、2010 年代以降の美容広告を取り上げ、「容姿に対するコンプレックスを煽る表現」への人種意識や美的な規範を重視する意識は根強く残っていると指摘する。栗田（2015）は、ルックス至上主義によって日本の若年層が瀬戸際まで追いやられているのではないかとし、外見としての容貌身体の美醜評価が過大に扱われていることや、それによって美容整形施術が切望されるような日本の社会について問いの視線を投げかける。

近年においても、YouTube や Instagram といったサービスにおける動画広告や、電車内で見かけることのできる広告では脱毛や整形、矯正など美容に関する内容のものを多くみつけることができる。特に動画広告において外見上の劣等感を刺激して商品を宣伝する広告は「コンプレックス広告」とも呼ばれ、ネット上ではこうした広告を批判する署名運動に 3 万を超える署名が寄せられるなど、消費者に与える影響の大きさを伺うことができる。NHK の記者である田隅は、関東学院大学の天野恵美子准教授にインタビューを行い、天野がこうしたネット広告について「若年層では価値観に与えるインパクトが大きく、『ルッキズム＝外見上の差別』やいじめを助長しかねない」と述べていることを指摘する。

また、飯野（2021）はルッキズムについて「特徴的な外見」「ふつうの外見」を秩序づけるものとし、「特殊」で「異質」なものを意味付け、その価値を貶めたり、多様性を無視して特定の人たちの存在を否定したりする機能があると指摘する。こうしたルッキズムの特徴は、シャーデンフロイデに見られた向社会性や集団からはずれた人を悪とする風潮と共通するものがあると推測できる。加えて、高島（2021）は「SNS という一種の『まな

ざしの地獄』」によって終わりのない「『美』の規範」との戦いが起きていることを述べており、インターネットや SNS の普及とルッキズムの関係性について言及している。

このように、1980 年代までに生まれた「かわいい」は女性を値踏みの視線から救うことはできず、2010 年代に生まれた新たな「かわいい」は容姿至上主義に苦しむ人々を救うことはできなかった。果たして、これまで生まれてきた「かわいい」や現代において注目されてきた「かわいい」は、社会の不安や不満に対して有用な役割を持っていると言えるのだろうか。もしそうでないとするならば、「かわいい」が社会に対して与えることのできる影響とは何なのだろうか。

第 3 章　「かわいい」の現実

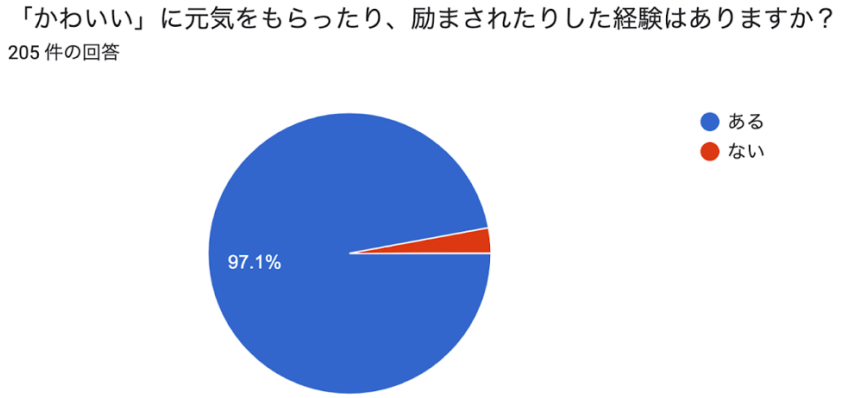
ここまで、「かわいい」が人や社会に対してどのような影響を与えてきたかについてみてきた。本章では、実際にアンケート調査を実施して「かわいい」が人々にどのような影響を与えているのかについて調べ、「かわいい」が引き起こす事象について正負の側面から考えていく（以下、出所のないアンケート調査に関する図表は、全て Google フォームの結果より筆者が作成したものである）。

アンケート調査の概要

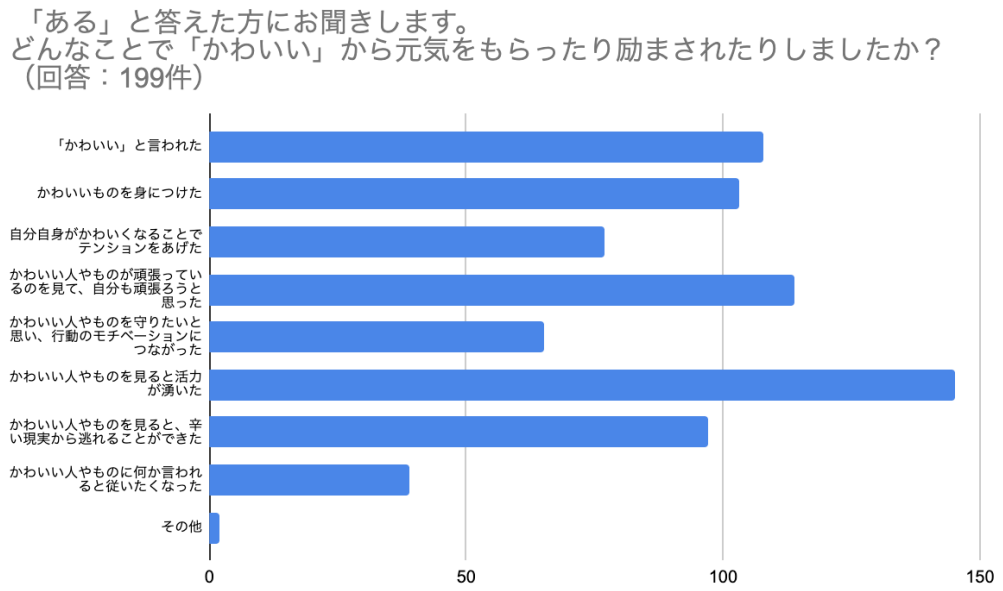
実施期間：2023 年 12 月 実施方法：Google フォーム 回答数：205

第 1 節　「かわいい」の希望

図表３－１　「かわいい」に元気をもらったり、励まされたりした経験はあるか(n=205)

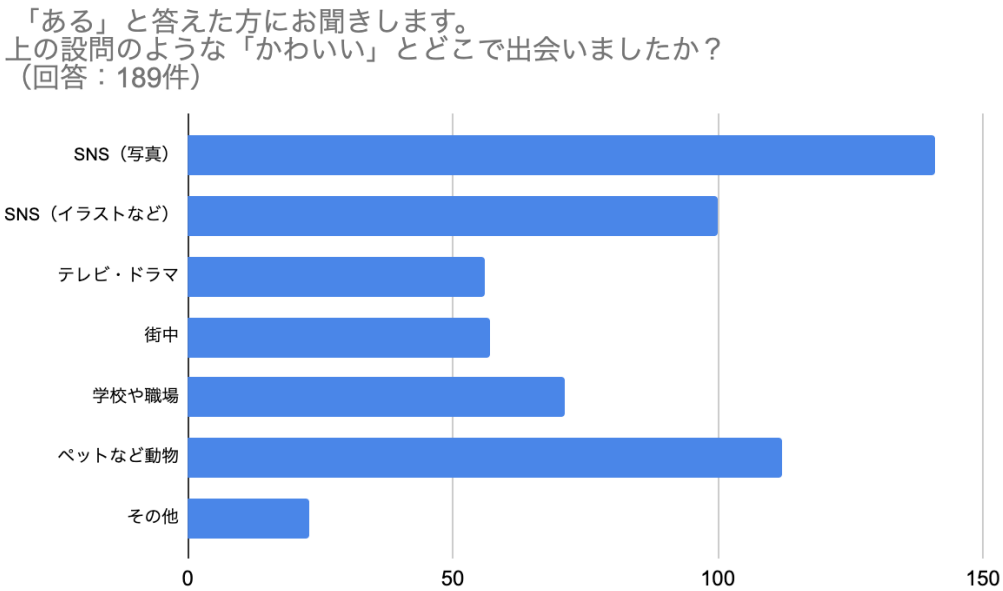


図表３−２　どんなことで「かわいい」から元気をもらったか



図表３−１から、ほとんどの人が「かわいい」に元気をもらったり、励まされたりした経験があることがわかる。特に図表３−２では、多くの人がかわいい人やものを「見る」ことで活力がわいたと回答しており、「かわいい」という感情を向けること自体がポジティブな影響を持つことがわかる。これに対して、「『かわいい』と言われた」「かわいいものを身につけた」といった回答も半数以上の人に支持されており、「かわいい」という感情を向けられることも、受け手にとって前向きな影響を与えることが伺える。

図表３−３　元気をもらえる「かわいい」に出会う情報経路

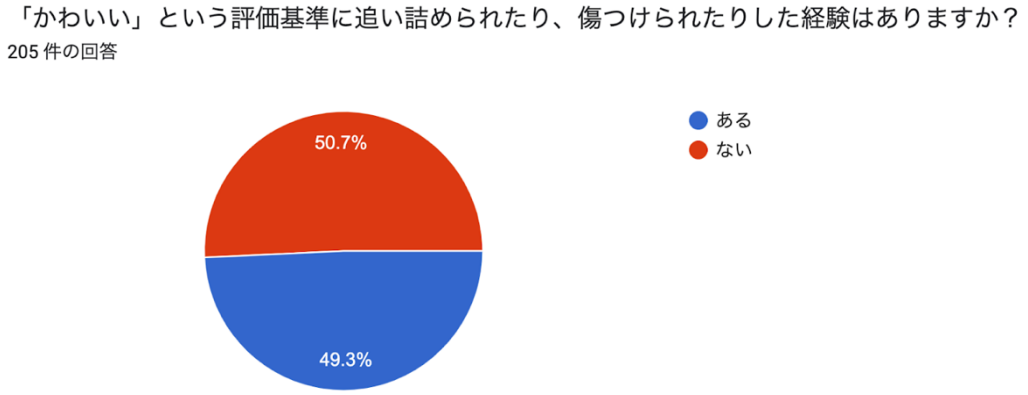


また、こうした前向きな「かわいい」と出会う場所として、多く挙げられていたのが「SNS」「ペットなどの動物」であった。「街中」「学校や職場」といった身近な場所とは異なり、SNS に投稿された画像によって偶像化した存在であったり、動物などが無条件な可愛さを持っていたりすることから、前向きなエネルギーを持つ「かわいい」には圧倒的・絶対的なかわいさが必要とされることが推測できる。

第 2 節　「かわいい」の絶望

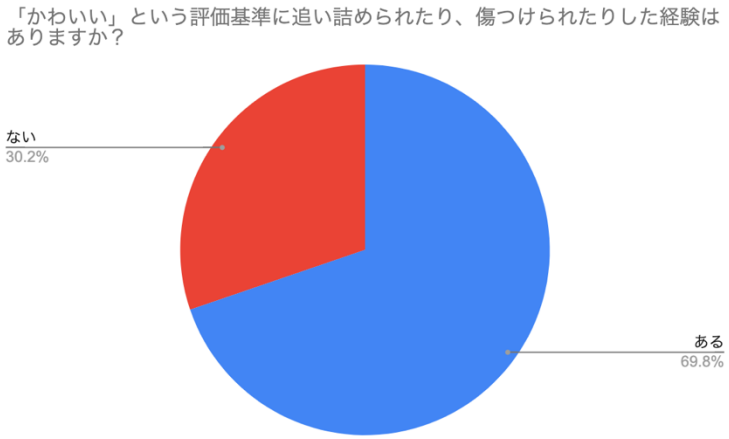
一方で、「『かわいい』という評価基準に追い詰められたり、傷つけられたりした経験はありますか」といった設問では、半数程度が「ある」と答えた。

図表３−４　「かわいい」に追い詰められたり傷つけられたりした経験はあるか

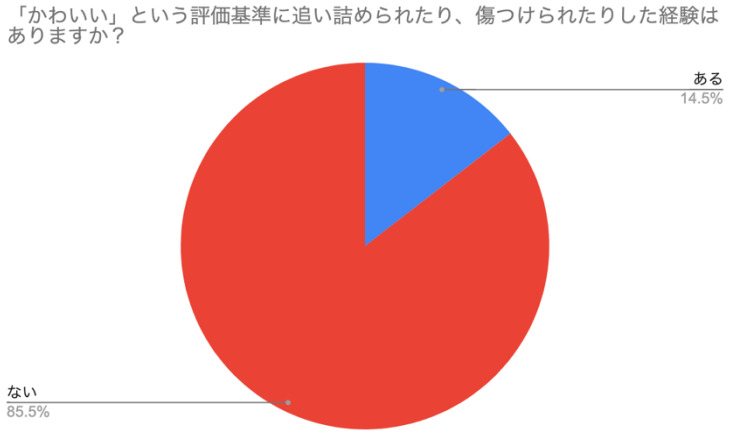


またこの設問において注目すべきは、回答者の性別によって回答の傾向が異なったことである。

図表３−５　女性の回答

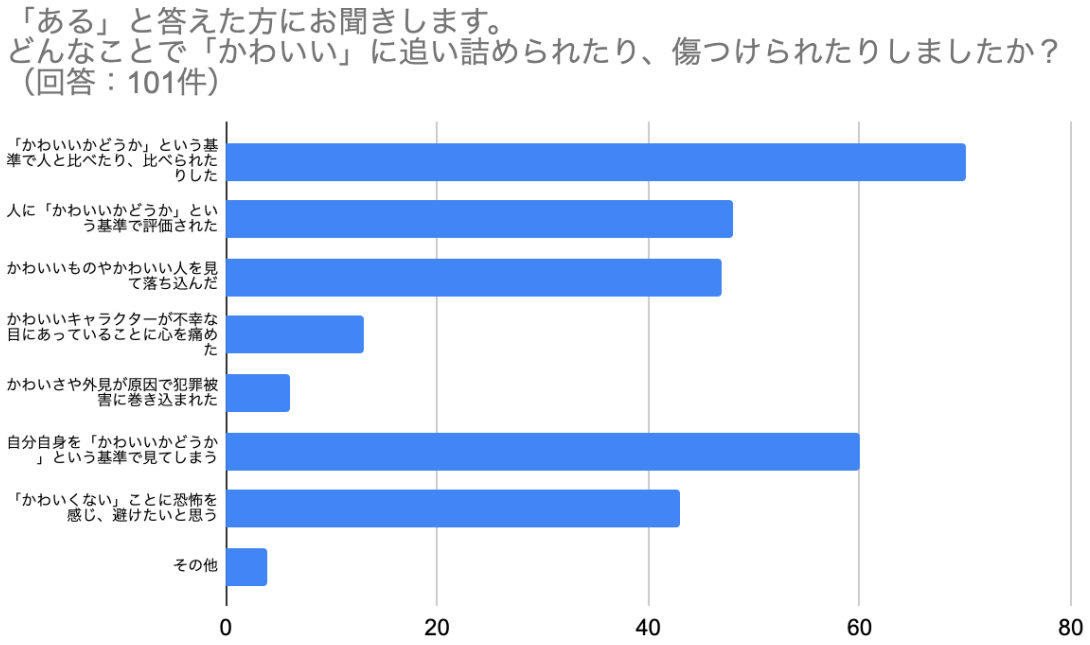


図表３−６　男性の回答



女性の中で「ある」と答えた人は 69.8%だったのに対し、男性の中で「ある」と答えた人は 14.5%であった。このことから、前章でササキバラが述べていたように、女性は「かわいい」と視線を向ける主体でもありながら自身もその視線を向けられ評価される客体である一方、男性は基本的には「かわいい」という視線によって価値を評価されることなく一方向的に「かわいい」を評価する主体というだけでいられるという乖離が未だに根強く存在することがわかる。「かわいい」という評価軸は女性を値踏みの視線から救うことができていない事実が浮かび上がってくる。前の設問では、「かわいい」を向けられることに対して、向けられた対象が元気をもらうなどの前向きな影響があることを指摘した。しかし、「かわいい」を向けられることは必ずしも対象に対してポジティブな影響を与えるわけではなく、それと同じ熱量で「かわいくない」「かわいくないかもしれない」という視線を対象に向けることにもつながり、「かわいい」という評価基準があることや、その評価基準で視線を向けること自体が人を傷つけたり、追い詰めたりすることがあることを理解しておく必要がある。

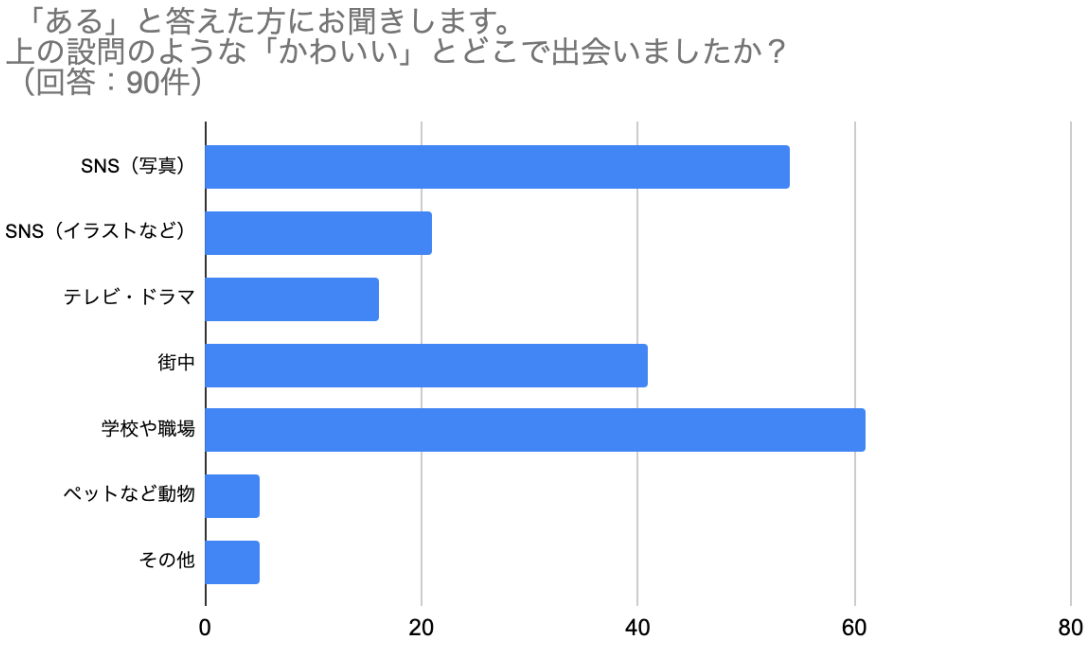
図表３−７　どんなことで「かわいい」に追い詰められたり、傷つけられたりしたか



「かわいい」によって傷つけられたり追い詰められたりする具体的な事例について尋ねたところ、7 割程度が「『かわいいかどうか』という基準で人と比べたり、比べられたりした」と回答した。また他にも「『かわいいかどうか』という基準で評価された」「かわいいものやかわいい人を見て落ち込んだ」「自分自身を『かわいいかどうか』という基準で見てしまう」といった回答が半数程度によって支持されており、ネガティブな「かわいい」が他者との比較や「かわいい」という絶対的な軸による評価によって生まれていることがわかる。他者に向ける「かわいい」が前向きな影響を持つ一方で、自分自身に「かわいい」の視線が向けられることについてはネガティブな影響を与える可能性があることが結果からわかる。

「かわいい」によって傷つけられたり追い詰められたりした経験がある人の中で、こうした「かわいい」に出会った場所について尋ねる設問を用意した。

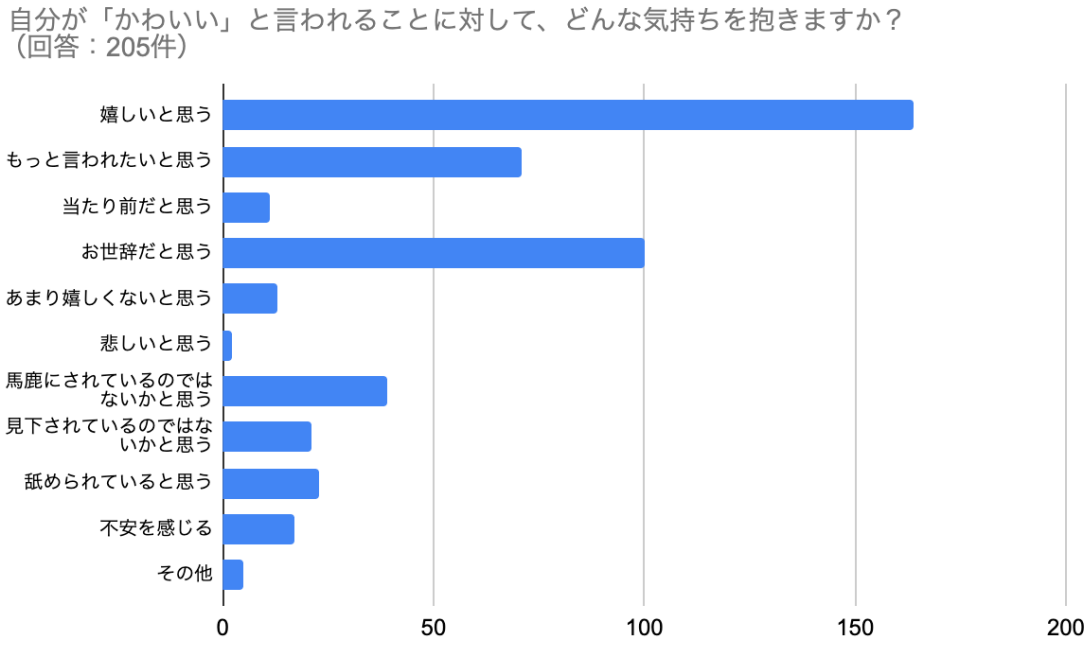
図表３−８　追い詰めたり傷つけたりする「かわいい」に出会う情報経路



前節において紹介した、前向きな「かわいい」と出会う場所の回答として多かったのがSNS やペットなどの動物であったのに対し、対象を傷つけたり追い詰めたりする「かわいい」と出会う場所として多くの人があげたのが SNS のほかに「学校や職場」であった。前者が圧倒的・絶対的な「かわいい」を有していたのに対し、後者では身近な存在であるが故に自分と比べてしまい、自分を「かわいい」の軸でジャッジしてしまうことによってネガティブな影響を及ぼしていることが推測される。

その他に、「自分が『かわいい』と言われることに対して、どんな気持ちを抱くか」という設問では、回答者の 8 割程度が「嬉しいと思う」と回答したと同時に、5 割近くが「お世辞だと思う」とも回答している。

図表３−９　「かわいい」と言われることに対する気持ち



「かわいい」という視線を向けたり向けられたりすることが活力や元気をもたらし前向きな影響を与える一方で、「かわいいかどうか」で評価されることについては忌避感や疑念などが残ることがわかり、一概に「かわいい」という視線を向けることが良いとはいえない現状を理解することができる。

以上のアンケート結果から、「かわいい」という感情がほとんどの人にとって共通で前向きな影響を及ぼす大きな力がある一方で、「かわいい」という軸で他者を見たり評価したりすることによって対象にネガティブな影響を与えることもあるという「かわいい」の両面性について確認することができた。また、「かわいくない」という視線を向けるだけでなく、「かわいい」という視線を向けることについても疑念が残ったり、「かわいい」という視線を向けている自分に対して「かわいくない」と思ってしまったりといった反作用が存在することもわかり、安易な「かわいい」が必ずしも良い影響を与えるわけではないことが推測できる。

アンケートでは「かわいい」が個人の感情に与える影響を調査したが、「かわいい」への影響力は社会にも及ぶ。入戸野（2019）は、「かわいい」は倫理的問題を引き起こすこともあるとして、その負の側面にも注意を向ける。見た目をかわいくすることで有害な実態を隠し親しみやすくする道具とすることや、ペットショップにおいて成体となった動物が安く売られたり処分されたりしていることなどは「かわいい」が引き起こす問題であると指摘する。また入戸野は、こうした倫理的問題の他に小児性愛や児童ポルノ、アイドル産業における搾取といった問題も「かわいい」の周辺で起きているものであると述べ、「かわいい」には影の部分があることに触れている。

近年においても、こうした「かわいい」の影の部分が問題となる事例は多々あった。度々性被害が話題となる芸能界だが、ジャニーズ事務所において所属タレントに対する性

加害が横行していたことが明らかになり、社長の辞任や事務所の解体、所属タレントの広告起用の是非などについては世間でも議論が起こることとなった。また NHK（2022）によると、2020 年前後に広まった「トー横キッズ」と呼ばれる新宿歌舞伎町に集まる少年少女も、薬物摂取や傷害事件・自殺などの温床になるとして近頃問題視されている。これは、TOHO シネマズ新宿を中心として広がる歌舞伎町にちなんで付けられた通称である。トー横キッズたちは、黒とピンクを基調とした「地雷系ファッション」という「かわいい」を盾にして、家出や援助交際、薬物摂取、また OD（オーバードーズ）やアムカ・レグカ（アームカット・レッグカット）と呼ばれる自傷行為などの暗い側面を取り繕う。こうしたトー横の「かわいい」は TikTok などを中心に SNS に動画として投稿・拡散され、居場所のない少年少女たちの拠り所、もしくは憧れとして広がりをみせている。

このように「かわいい」という感情は、受け手に対して大きな影響力を持つが故に、負の方向にも衝動を感じさせたり、広がりを持ったりする場合がある。そして、「かわいい」はかわいいが故にその有害性を覆い隠し、そのかわいさで毒を社会に浸透させていくのである。

第 4 章　「かわいい」は世界を救えるのか

これまで、人々を取り巻く「かわいい」という感情について、その成り立ちや意味の変化、社会や人々に与える影響について考えてきた。

第 1 章では、「かわいい」という感情は何によって起こるものなのか、また「かわいい」が社会からどのような影響を受けてその意味を変化させてきたのかについて述べてきた。「かわいい」という感情が起こる要因については、ベビースキーマや超正常刺激といった対象の属性によるものだけでなく、それ自体が「かわいい」とされる特徴を有していなくとも受け取り手がそれを「かわいい」と思う背景や状況によって起こる感情にもよるものであることを述べた。また、「かわいい」という感情は、1980 年代頃により一般的に広がりをみせた。女性解放運動がさかんになった 1980 年代頃に「かわいい」は、女性に向けられるセクシャリティ的な視線の暴力から逃れ、新たな価値基準を設定することを期待された。また、アイドル戦国時代とも呼ばれた 2010 年代、絶対的で王道な「かわいい」に対して疑念や嫌悪の視線が向けられた背景を持つこの頃に、「キモカワ」のような新たな「かわいい」概念が広がりを見せ、誰もが称賛する「かわいさ」という基準からの脱却が図られた。2020 年代には、キュートアグレッションやシャーデンフロイデといった言葉への関心が高まり、攻撃性や加害欲を伴う「かわいい」が注目されるようになった。この背景にはインターネットや SNS の普及による向社会性という正義の圧力、また現代社会が抱える課題による将来への不安といった感情の高まりがあると考えられる。このように、「かわいい」は社会の主な潮流に対するアンチテーゼとして人々に支持され、その意味に広がりを見せてきた。

第 2 章では、「かわいい」が社会に受容されるにあたってどのような役割を期待されてきたのか、またこうした役割に対する「かわいい」の成果について考えた。「かわいい」

は「かわいそう」という価値観と密接に関わり合いながら、「かわいそう」な私たちの心の拠り所となってきた背景を持つ。時代に応じた「かわいそう」が生まれるたびに、「かわいい」もその範疇を広げて社会に対する不安や不満を人々と共に背負ってくれているのである。一方で、こうして生まれ、意味の範疇を広げてきた「かわいい」の役割には限界が生じていた。1980 年代に女性を男性のセクシャリティ的な値踏みの視線から救う新たな価値基準だとして生まれてきた「かわいい」だったが、男性は基本的に「かわいい」という視線を向ける主体でしかないのに対して女性はその価値基準によって評価される客体ともなりうる、という乖離は現代でも根強く残っている。また現代社会においても、美容広告などを中心に容姿に対するコンプレックスを煽る表現や美醜評価を過大に扱う風潮は根深く残っている。それだけでなく、SNS の普及によって容姿を取り立てて扱うルッキズム的な思想も広がりを見せており、2010 年代に生まれた新たな「かわいい」が守ろうとした多様性が否定される現状が存在している。

第 3 章では実際にアンケート調査を行い、「かわいい」が人々に与える影響について調査を行った。アンケートの結果では、「かわいい」という視線を対象に向けることが人々に活力や元気を与えるポジティブな影響を及ぼすことがわかった。一方で、「かわいい」という視線を向けられることについては女性を中心にネガティブな反応を示す人が現れた。これは、第 2 章で明らかにした「かわいい」が女性を値踏みの視線から救うことができていないということを裏付ける結果となった。特に身近な場所で出会う「かわいい」の存在やそれとの比較によって後ろ向きな感情を抱く人が多く、一方的に視線を向ける「かわいい」の前向きな影響力に対して自分自身に「かわいい」の矛先を向けることにはネガティブな力もあり、安易に「かわいい」を向けることの危うさを明らかにすることができた。また本章では、アンケートで調査した「かわいい」の個人への影響力の他に、社会への影響力についても述べた。「かわいい」はそのかわいさ故に有害性を偽装し社会に浸透させていくという特徴が存在する。「かわいい」はその影響力の強さによって、負の方向にも力を持ったり、倫理的な問題を引き起こしたりする側面があるのである。

以上のように、「かわいい」というものの特徴について述べながら、それが社会や人々によってどのように影響され、また社会や人々に対してどのように影響を与えてきたのかについて調べ、その効用や限界、問題点について考えてきた。以降はそれらを踏まえ、「かわいい」が社会をよりよくしていくために、ひいては「かわいい」が世界を救っていくためには何が求められるのかについて考察する。

第 1 節　「かわいい」の反作用

「かわいい」には正負の側面があり、安易な「かわいい」は人を傷つけたり有害性の隠蔽につながったりすることがある。「かわいい」がこうした二面性を持つのはなぜだろうか。入戸野（2019）は「かわいい」についての感性は日本の風土に根ざしていると指摘し、その一例として土居（1971）による「甘え」の視点を取り入れることを提案している。入戸野は、ベビースキーマのような「かわいい」を対象の属性によるものとして捉え

るやり方では「かわいい」は対象に対する一方向的なものであるのに対し、「甘え」という入れ子構造の視点を取り入れることで「かわいい」を対象に向けることは、対象の立場から自分を眺めることにもつながると述べている。本節では、土居の「甘え」の視点を出発点として、「かわいい」の二面性について考えることとする。

土居（1971）は「甘え」という言葉を日本特有のものとして捉えており、「甘え」とは本来人間一般に共通な心理でありながら、日本においてのみ言葉として浸透している背景には日本の社会構造が「甘え」と密接に関わっていることがあることを指摘する。土居は『「甘え」の周辺』（1987）において、「甘えは相手と一緒になりたい、愛されたいという心」であり、「満足させられるかどうかは相手次第」であるとし、その不安定さによってたやすく恨みに変わってしまう心理であることを述べている。ここでは、土居があげる「甘え」からなる日本人の特徴から①以心伝心、②両価性、の二つを抜粋し、「かわいい」が双方向的である理由について迫る。

①以心伝心

土居（1987）は、「甘え」からなる文化の特色の一つとして日本人特有の以心伝心をあげている。彼は、日本人はコミュニケーションにおいて、察する、もしくはさぐるといった行動を常に行っており、こうした非言語的なコミュニケーションの深層心理に「甘え」という非言語的な感情が関わっていると指摘する。

②両価性

日本人に特徴的な思考の一つとして土居は「表と裏」「建前と本音」のような二重思考もあげている。土居は、西洋では「甘え」は幼児的な感情であるとして成長とともに切り捨てられる一方で、日本では相手に甘えて一体になりたいという「甘え」の心情は非常に大事にされていることを指摘する。しかし、元来幼児的なものとされる「甘え」の感情は大人になるにつれて外に表出させることが難しくなる。そこで生まれたのが、「表と裏」の区別である。日本ではこのように自分の中にある「甘え」を受容しながら成長していく過程でプラス・マイナスの両価性を感覚的に理解してきたのである。その例として土居は「かわいさ余って憎さ百倍」「愛憎相半ばする」「愛憎一如」といった愛と憎しみが混ざり合った気持ちを表す言葉をあげている。土居はこうした両価性と「甘え」の関係について、「甘えるというのは大変に気持ちのいい感情ですけれども、気持ちがいいだけに、もし甘えられないと、すぐ恨みますから、甘えと恨みというのは、背中合わせになっているところがある」と述べている。

以上のような「甘え」による日本人の特徴から私は、「かわいい」がもつ二面性について「『かわいい』の反作用」とでも呼ぶべき効果があるのではないかと考える。人から何か好意を受け取りたいという甘えの気持ちや以心伝心のコミュニケーションによって、相手に向けた「かわいい」が自分にも返ってくることを期待してしまう。一方で、「建前と

本音」のような両価性についても感覚的に理解しているために自分に向けられた「かわいい」に対して疑念や忌避感を抱いてしまう。また、他者が他者に向けた「かわいい」が自分に向けられないことに対しても、その含まれているかもしれない意図を敏感に感じ取ってしまう。自分が相手に向けた「かわいい」が一方向だった場合に、それは「かわいくない」の矢印として自分に返ってくることや、誰かが誰かに向けた「かわいい」の矢印が、関係ないかもしれない自分への「かわいくない」の矢印だと感じてしまうことに、日本人が「甘え」によって形成してきた社会の特徴があると考える。

一方で、こうした「かわいい」の反作用によって広がる「かわいい」の価値観もあると考える。2020 年代より広がりを見せた、社会の理不尽に押しつぶされながらも健気に頑張り、一緒に現代社会を生きてくれる「かわいそうでかわいい」キャラクターたちは、「かわいそうでかわいい」の反作用を受け手に届けることで現代社会に生きる人の活力となっている。対象を「かわいい」と思えることで自分も肯定できるように後押しすることができる、そのように「かわいい」の反作用の力を利用することも可能である。

第 2 節　「かわいい」の正義

前節では「かわいい」が人々や社会にもたらす効果として「『かわいい』の反作用」があるのではないかということを指摘した。この「かわいい」の反作用は、「かわいい」対象が持つ属性によって生まれるものではなく、むしろ「かわいい」の受け手、対象に「かわいい」という視線を注ぐ側の人間の捉え方によって生じるものである。「かわいい」によって起こる様々な問題やネガティブな影響は、かわいいものそれ自体が原因となって生まれるものではなく、「かわいい」の受け手、「かわいい」視線の注ぎ手、それらの感情や受け取り方に大きく依存するものではないだろうか。前節であげたような「かわいい」の反作用の例のほかに、注いだ「かわいい」の視線に対して何も返されないことによる逆恨みの感情や、「かわいい」という価値基準での評価に疲れたときに「かわいい」を目にしたときの感情など、「かわいい」の反作用が受け手の状況によってその強さや鋭さを異にする場面は多くある。こうした「かわいい」による負の影響を、「かわいい」側から予防することは困難であると考えられる。

では、「かわいい」にできることは何か。私は、社会や人々が「かわいい」を受容する余裕を生み出すことが必要であり、それを実現させるのもまた「かわいい」であると考えている。「かわいい」は人を笑顔にすることができる。「かわいい」は人に元気を与えたり、人を励ましたりすることができる。まずはこうした「かわいい」が様々な人に触れる機会を増やし、その影響力をより社会に広めていくことが必要である。

また、受け手側の意識として、現在様々にある「かわいい」が社会にとってより当たり前になっていくことが必要であると考える。女性を性的視線から守るために支持されてきた「かわいい」や、派生して生まれた「キモカワ」などの新たな「かわいい」は、社会の潮流に抗う人々の意思が反映されたものである。一方で、多くの人を元気にしたり励ましたりするなどの救いをもたらしてきた「かわいい」は、絶対的・圧倒的ないわゆる「かわ

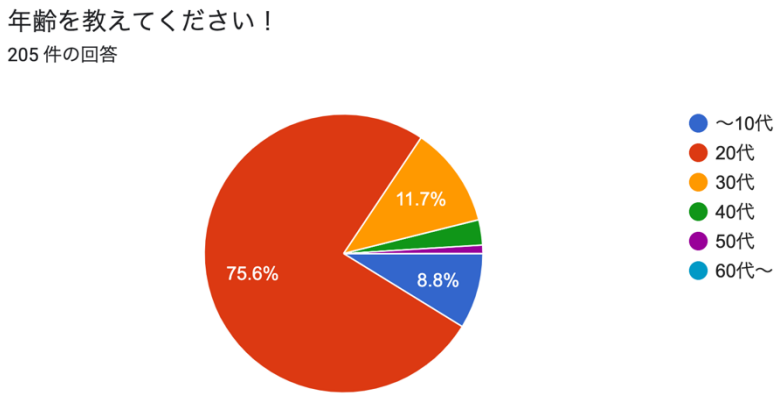
いい」であることもアンケートから明らかになった。社会のメインストリームから外れた「かわいい」やそれを生み出した「かわいそう」な社会的背景、それを持つ人々が真に「かわいい」に救われるためには、社会の誰もがこうした新たな「かわいい」を「かわいい」と信じることが求められる。皆が新たな「かわいい」を「かわいい」と感じてはじめて、社会の潮流に抗う「かわいい」は役割を全うすることができるのである。

「かわいい」が社会の価値観に警鐘を鳴らし、その影響力で社会の通念を変えていく。新たに生まれる「かわいい」概念は、それによって社会に不安や不満を抱える生きづらさから人々を救うことができる。そして「かわいい」によって形を変化させた社会で生まれた不安や不満をまた「かわいい」が解消していく。このような連鎖を起こしていくことこそが「かわいい」が世界を救うために必要なプロセスなのである。

資料「『かわいい』についてのアンケート」結果

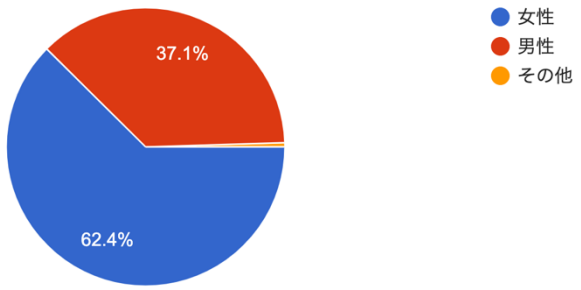
(1)調査概要
回答数：205
回答者：10 代～50 代の男女
調査期間：2023 年 12 月 6 日～2023 年 12 月 11 日
調査方法：Google フォーム

(2)調査結果
①



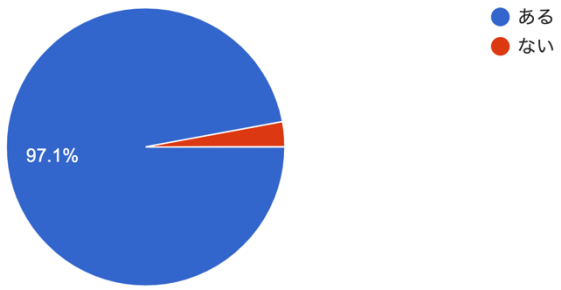
②

性別を教えてください！
205 件の回答



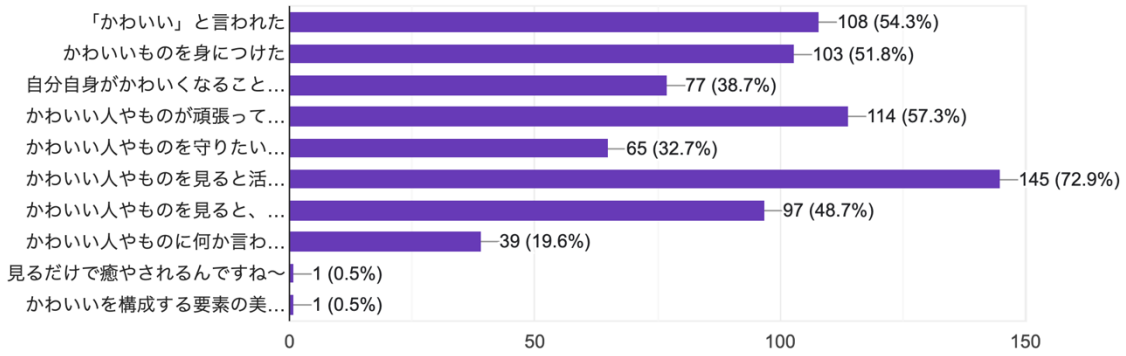
③

「かわいい」に元気をもらったり、励まされたりした経験はありますか？
205 件の回答



④

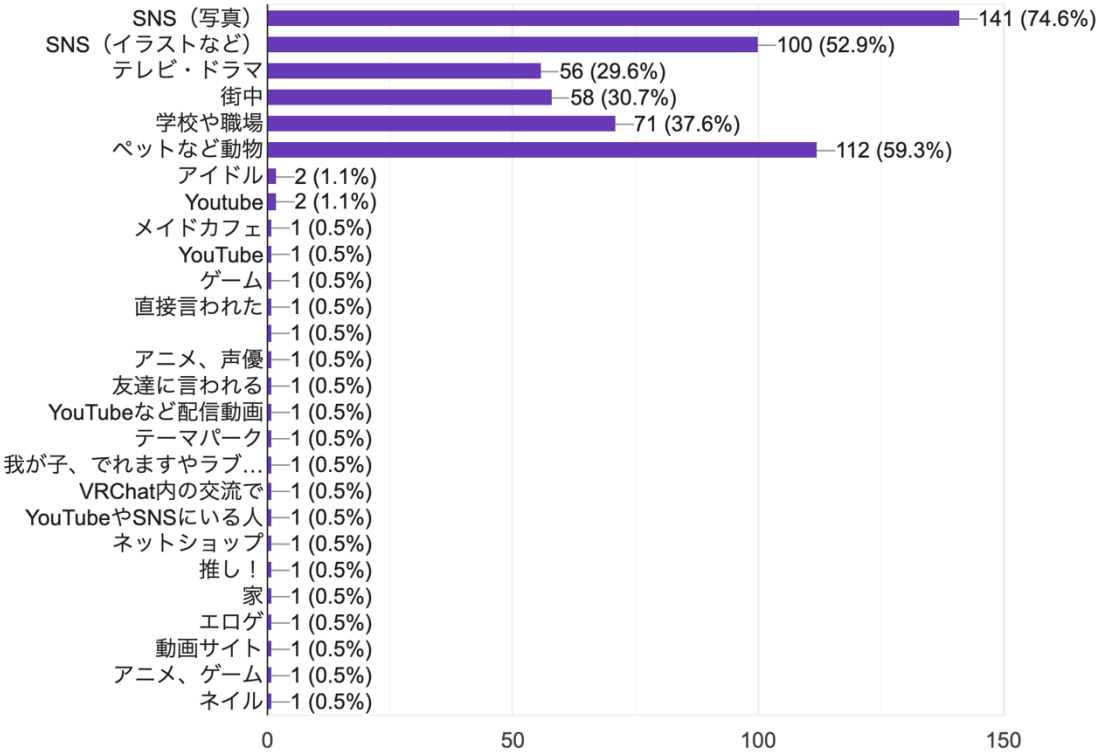
「ある」と答えた方にお聞きします。 具体的にど...から元気をもらったり励まされたりしましたか？
199 件の回答



⑤

「ある」と答えた方にお聞きします。 上の設問のような「かわいい」とどこで出会いましたか？

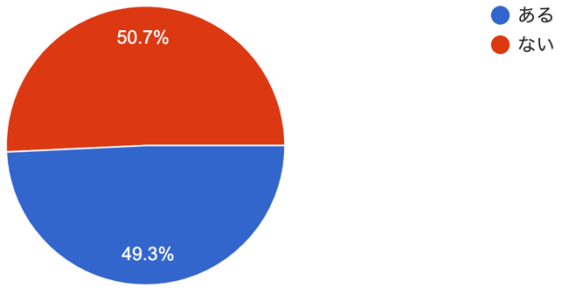
189 件の回答



⑥

「かわいい」という評価基準に追い詰められたり、傷つけられたりした経験はありますか？

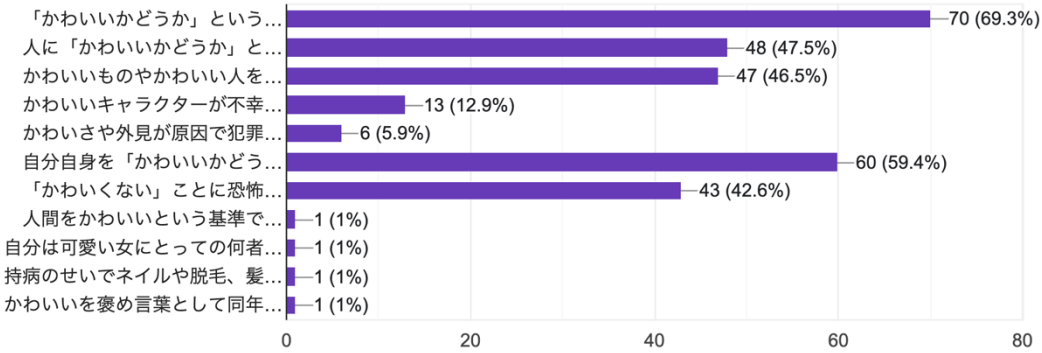
205 件の回答



⑦

「ある」と答えた方にお聞きします。 具体的にど...追い詰められたり、傷つけられたりしましたか？

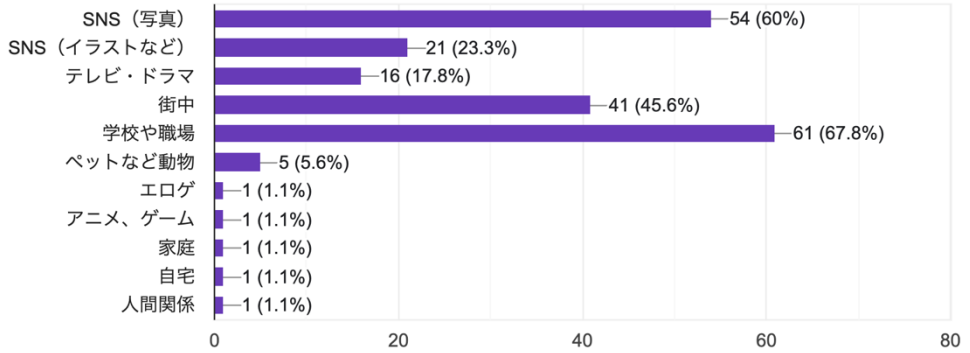
101 件の回答



⑧

「ある」と答えた方にお聞きします。 上の設問のような「かわいい」とどこで出会いましたか？

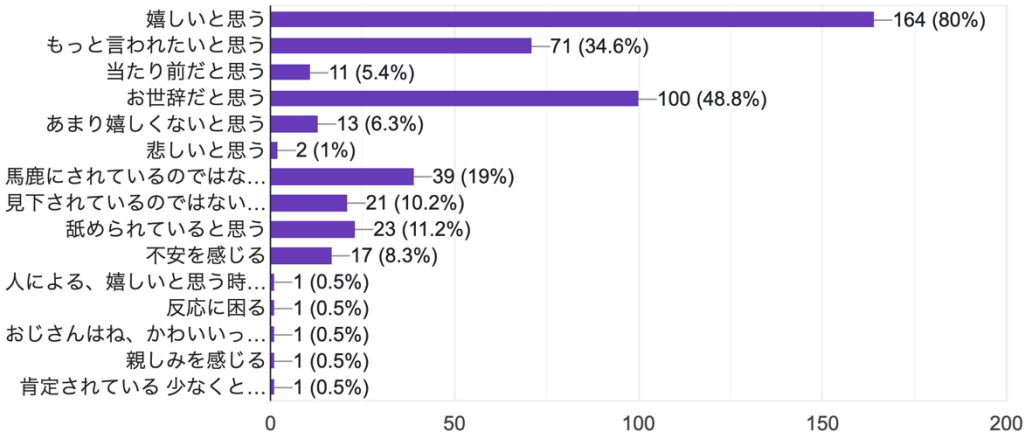
90 件の回答



⑨

自分が「かわいい」と言われることに対して、どんな気持ちを抱きますか？

205 件の回答



文献一覧

1. 相原博之（2007）『キャラ化するニッポン』講談社。

2. Aragón, O. R., Clark, M. S. Dyer, R. L., & Bargh, J. A. (2015) ”Dimorphous expressions of positive emotion: Displays of both care and aggression in response to cute stimuli.” Psychological Science, 26, pp.259–273.

3. 有賀夏紀（2021）「アメリカ女性運動／フェミニズムの歴史再考―多文化主義とトランスナショナリズム」『女性学』28 巻, pp.126-139。

4. 青木幸弘・新倉貴士・佐々木壮太郎・松下光司（2012）『消費者行動論　マーケティングとブランド構築への応用』有斐閣アルマ。

5. 土居健郎（1971）『「甘え」の構造』弘文堂。

6. 土居健郎（1987）『「甘え」の周辺』弘文堂。

7. 飯野由里子（2021）「『障害があるように見えない』が持つ暴力性　ルッキズムと障害者差別が連動するとき」『現代思想』2021 年 11 月号, pp.19-27。

8. 石川なつ美（2016）「『かわいい』の意味について」『東京女子大学言語文化研究』24 巻、pp.21-35。

9. 香月孝史（2014）『「アイドル」の読み方　混乱する「語り」を問う』株式会社青弓社。

10. 加納寛子（2019）「承認欲求とソーシャルメディア使用傾向の関連性」『情報教育』第 1 巻、pp.18-23。

11. 小林美香（2021）「脱毛広告観察　脱毛・美容広告から読み解くジェンダー、人種、身体規範」『現代思想』2021 年 11 月号, pp.90-106。

12. コンラート・ローレンツ（Lorenz, K.）（2005）『動物行動学』（日高 敏隆・丘 直通訳）ちくま学芸文庫。

13. 栗田宣義（2015）「ルックス至上主義社会における生きづらさ」『社会学評論』66 巻、pp.516-533。

14. 松原千紘・水野みか子（2019）「70 年代から現在に至るまでの女性アイドル像」『先端芸術音楽創作学会 会報』Vol.11, No.1 pp.50-52。

15. 牟田和恵（2006）「フェミニズムの歴史からみる社会運動の可能性 ：「男女共同参画」をめぐる状況を通しての一考察」『社会学評論』57 巻、2 号、pp.292-310。

16. 中村幸彦・岡見正雄・阪倉篤義編（1982）『角川古語大辞典　第一巻』角川書店。

17. 中野信子（2018）『シャーデンフロイデ　他人を引きずり下ろす快感』幻冬舎。

18. ニコラス・ティンベルヘン（1957）『本能の研究』（永野為長訳）三共出版（原著は 1951 年）。

19. 入戸野宏（2013）「かわいさと幼さ：ベビースキーマをめぐる批判的考察」『VISION』vol.25, No.2, pp.100-104。

20. 入戸野宏（2016）「“かわいい”感情の心理学モデル」『情報処理』vol.57, No.2, pp.128-131。

21. 入戸野宏（2019）『「かわいい」のちから　実験で探るその真理』化学同人。
22. 岡田真奈・阪田真己子（2018）「かわいいものに対する反応とその効用−かわいいと触りたい？−」『2018 年度日本認知科学会第 35 回大会発表論文集』pp.715-720。
23. リチャード・H・スミス（2018）『シャーデンフロイデ　人の不幸を喜ぶ私たちの闇』（澤田匡人訳）勁草書房。
24. 佐々木隆（2018）『「カワイイ」とは何か　前編』多生堂。
25. ササキバラ・ゴウ（2004）『＜美少女＞の現代史』講談社現代新書。
26. サイモン・メイ（2019）『「かわいい」の世界　ザ・パワー・オブ・キュート』（吉嶺英美訳）青土社。
27. 芹生公男編（2007）『現代語から古語を引く辞典』三省堂。
28. 嶋村和恵監修（2006）『新しい広告』株式会社電通。
29. 高島鈴（2021）「都市の骨を拾え」『現代思想』2021 年 11 月号, pp.83-89。
30. 山田理英（2007）『脳科学から広告・ブランド論を考察する』評言社。
31. 四方田犬彦（2006）『「かわいい」論』ちくま新書。

URL 一覧

1.兼岩孝（2021）「【第 7 回】『カワイイ』は『かわいそう』なのだ！　＜カワイイ論　その 1 ＞ 誰が何と言おうと、私は『カワイイ』に涙する」中日新聞
https://plus.chunichi.co.jp/blog/takashi_kaneiwa/article/620/10397/2/（最終閲覧日 2023 年 12 月 11 日）
2.河野和明（2016）「超正常刺激」東海学園大学
https://www.tokaigakuen-u.ac.jp/academics/news/detail.html?id=314（最終閲覧日 2023 年 12 月 11 日）
3.NHK（2020）「ネット広告の闇」NEWS WEB
https://www3.nhk.or.jp/news/special/net-koukoku/article/article_20.html（最終閲覧日 2023 年 12 月 11 日）
4.NHK（2022）「『トー横キッズ』～居場所なき子どもたちの声～」クローズアップ現代
https://www.nhk.or.jp/gendai/articles/4638/（最終閲覧日 2023 年 12 月 11 日）
5.総務省（2021）「我が国が直面する社会・経済課題」令和 3 年版情報通信白書
https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r03/html/nd132100.html（最終閲覧日 2023 年 8 月 14 日）
6.総務省（2017）「SNS がスマホ利用の中心に」平成 29 年版情報通信白書
https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/html/nc111130.html（最終閲覧日 2023 年 8 月 14 日）
7.ちいかわ公式 X(Twitter)
https://twitter.com/ngnchiikawa（最終閲覧日 2023 年 4 月 13 日）

8.おぱんちゅうさぎ公式 X(Twitter)
https://twitter.com/opanchu_usagi_（最終閲覧日 2023 年 4 月 13 日）