

# やおい文化が主流アニメ作品に与える影響の考察

東京藝術大学大学院映像研究科アニメーション専攻

学籍番号 3225364

コウ シンイ / Huang Xinyi

## やおい文化が主流アニメ作品に与える影響の考察

### The Influence of Yaoi Culture on Mainstream Anime

#### 要旨：

本論文は、やおい文化が主流アニメ作品に与える影響について考察するものである。第二章の第一部分では、やおい文化が女性から支持を受ける理由を分析し、第二部分では、やおい文化の商業化および「可視化されにくい領域」における影響を示す。第三部分では、やおい文化が一般向け作品に与えた影響の具体的な表れを分析する。結論として、やおい文化は反抗性と創造性を基盤とし、ポピュラーカルチャーに持続的な影響を与えるとともに、インディペンデントアニメーションの表現および理論と通底する重要な参照枠であると指摘する。

## 1. 序論：研究動機

近年、中国においてやおい文化が急速に広がりを見せている。修士一年次に一時帰国した際、現在では大型商業施設の多くにアニメ・ゲーム関連のグッズショップが入っていることに気づいた。これらの店舗では、ポケットモンスターなどの一般向け作品のグッズに加え、やおい作品のグッズが非常に多く取り扱われている点が特徴的である。特に、日本アニメを原作としたやおい同人グッズだけでなく、中国オリジナルのやおい漫画や小説を原作とするグッズが予想以上に多く販売している点が印象的であった。

筆者自身は女性オタクとして、幼少期から日本のアニメや漫画に親しんできた。記憶を振り返ると、2010年前後に「テレビアニメ番組」という概念を意識し始めた頃、放送されていた作品の多くは『ソードアート・オンライン』や『ヨスガノソラ』に代表されるハーレムアニメであった。また、当時のグッズショップでも、露出度の高い女性キャラクターを前面に押し出した商品が主流であった。一方、近年の人気作品としては『呪術廻戦』や『ハイキュー!!』などが挙げられる。このように、ここ数十年の間に、中国および日本において、アニメ・漫画におけるキャラクター設定やキャラクター間の感情関係の描写は大きく変化してきたといえる。

このような背景を踏まえ、本論文では、アニメ・漫画分野においてこのような変化が生じた要因を考察するとともに、今後の可能性について検討することを研究の主題とする。

## 2. 本論：やおい文化はどのように主流アニメの創作に影響を与えてきたのか

### 2-1. やおい文化が女性に支持される理由 —— やおい文化の反抗性

やおいとは、近年ではBL（ボーイズラブ）とも呼ばれ、男性同士の恋愛や性的関係を主題とした女性向け作品を指す。もともとは漫画同人誌の世界において生まれ、同人作品と商業作品を区別するための用語として用いられてきた。例えば、『ジョジョの奇妙な冒険』を原作とし、作中の男性キャラクター同士の恋愛関係を描いた同人作品は「やおい同人誌」と呼ばれる。

しかし、同人分野におけるやおい文化の影響力が拡大するにつれ、現在では成熟した商業オリジナル作品も数多く制作されるようになり、やおい（BL）はアニメ・漫画における一

つのジャンルとして確立された。さらに、日本では『美しい彼』『窮鼠はチーズの夢を見る』に代表される BL ドラマも高い人気を誇っており、やおい文化は多方面からエンターテインメント分野に影響を及ぼしている。

やおい文化が誕生したのは 1980 年代である。この時代はオタク文化の興隆期でもあり、露出描写を含むファンサービスがアニメにおける重要な要素となっていた。例えば、1981 年放送の『うる星やつら』におけるヒロインラムの水着描写がその一例である。その後、こうした表現は一定の定型（フォーマット）となり、理由もなく複数の女性キャラクターから好意を寄せられる男性主人公、無為無策な男性主人公と類型化された女性キャラクター（幼なじみ、可愛い妹、セクシーな年上の女性など）という構図が繰り返されるようになった。これらの作品では、浴室や海辺、転倒といった場面を通して、女性キャラクターの身体が性的視線のもとで強調され、胸部や下着といった性的要素が「ご褒美」として男性オタクに提示されてきた。こうしたハーレムアニメは 2010 年前後に最盛期を迎え、「絶対領域」や「縞パン」といった、女性キャラクターを完全に性的記号として消費する言説も定着した。この文化は現在においても当然のものとして受け取られがちであるが、筆者はこれを社会的意味におけるセクシュアル・ハラスメントと捉えており、多くの女性に嫌悪感を抱かせるものであったと考える。

このような状況の中で誕生したやおい文化は、当初から強い反抗性を内包していた。やおい創作者の大半は女性であり、男性向け少年漫画を原作としつつ、男性キャラクター同士の関係性に焦点を当てることで、女性を「見られる側」から排除し、自らを視線の主体、すなわちカメラの背後に立つ演出者の位置へと移動させた。男性同士の感情関係を創出することで、女性はどちらか一方に自己投影する必要がなくなり、欲望の対象から欲望の主体へと転換することが可能となった。

さらに、やおい文化は原作における作者の権威を相対化し、読者である女性に解釈と再創造の権利を与えた。やおい研究者の金田純子は『マンガ同人誌——解釈共同体のポリティクス』において、「やおいにおいて、男性を女性的な存在（『受』）へと貶めることは、女性による男性への復讐である」と指摘している。原作ではマッジョイズム的で不快感を与える男性キャラクターが、同人作品においては新たな側面を見出され、別の男性キャラクターと恋愛関係を築く存在として再構築されることができるとしている。この解釈と再創造のプロセスは、キャラクターの持つ脅威性を弱め、創作者に一種のカタルシス、あるいは復讐にも似た快感をもたらす。

1990年代に入ると、やおい市場の拡大に伴い、『電波青年』など女性オタクの日常を描いたコメディ作品も登場し、やおい作品およびその読者に対する社会的理解が進んだ。この時期、やおいは「女性特有の楽しみ」として徐々に承認されていった。同時に、商業やおい作品も増加し、性描写を重視する作品が登場するようになった。中古書店チェーン駿河屋の統計によれば、1980年代以降、同人誌における女性向け R18 作品の割合は上昇を続け、2014年には初めて男性向け R18 作品を上回った。やおい文化は、女性が欲望を表現するための回路を提供し、女性の性的欲望が社会的に可視化・承認される一助となったのである。

## 2.2 やおい文化はなぜ主流創作に影響を与え得たのか——やおい文化の商業化と「可視化されにくい領域」における影響

やおい文化は、もともと女性向け漫画同人誌の世界において発生し、発展してきたものである。その語源は、作者が完全に自己満足のために制作した作品を自嘲的に「やまなし・おちなし・いみなし」と呼んだことに由来するとされている。当時の同人活動においては、明確な物語性を持たない漫画は低く評価される傾向にあったが、やおい作品は、そのような形式であっても高い評価を得て流通しうることを証明した。すなわち、やおいという表現形態そのものが、女性の欲望と創作衝動と密接に結びついていたといえる。

1990年代に入ると、出版社がやおいの持つ商業的価値に着目し、『gust』をはじめとするやおい専門誌が相次いで創刊された。さらに、1994年には雑誌『JUNE』において初めて「BOYS LOVE」という用語が使用され、やおいは一つの商業ジャンルとして明確に位置づけられるようになった。以降、商業化されたやおい作品は多様な分野で展開されている。例えば、『純情ロマンチカ』は漫画原作からアニメ、ドラマ CD、小説へとメディアミックスされ、『30歳まで童貞だと魔法使いになれるらしい』は漫画原作から映画化・ドラマ化され、日本国内のみならず海外においても一定の知名度を獲得している。

しかし筆者は、こうした商業的なオリジナル作品のアニメ化や映像化といった「可視化された領域」以上に、やおい文化が主流文化に与えた影響は、「可視化されにくい領域」において、より広範かつ長期的であると考ええる。

ここで言う「可視化されにくい領域」とは、商業オリジナル作品ではなく、同人誌を中心とする創作の場を指す。中古書店チェーンである駿河屋の統計によれば、1990年代以降、女性向け同人誌は同人誌全体の多数を占めている。また、2010年時点における日本最大かつ最初の同人誌即売会であるコミックマーケットでは、来場者のうち女性は約 35%であっ

た一方、出展サークルの約 65%を女性サークルが占めていた。

同人作者の多くは専業の創作者ではなく、学業、仕事、家事などの本業を持ち、空き時間を利用して同人作品を制作している。特に、育児や家事といった無償労働を担うことの多い主婦層は、長時間拘束される正規雇用に就くことが難しく、アルバイトなどパートタイム労働を選択する人が多い。その点、同人活動は時間や場所の制約が比較的少なく、在宅で断片的な時間を用いて制作できるため、女性の創作力を具体的な成果として可視化しやすい環境を提供してきた。

もっとも、同人誌は発行部数が限られ、価格も低く設定されることが多いため、経済的な収益は決して高くない。すなわち、同人作品自体の直接的な商業価値は限定的である。しかし、やおい文化は別の形で創作に影響を及ぼしてきた。それは、「作者を生み出す仕組み」としての機能である。

やおい同人誌を出発点とし、その後商業作家としてデビューした事例の中で、最も著名な存在の一つが CLAMP である。現在では『カードキャプターさくら』や『XXXHOLiC』といった一般向けオリジナル作品で知られる CLAMP であるが、その創作活動の出発点はやおい同人誌にあった。CLAMP は 1980 年代後半に関西を拠点とする同人グループとして結成され、メンバーの多くは高校時代に知り合った若い女性であった。結成当初は『聖闘士星矢』や『銀河英雄伝説』などを原作としたやおい同人誌の制作を主な活動としており、1989 年に商業誌デビューを果たした後も、同人活動を並行して続けていた。

前述したように、同人活動は「興味関心による動機」「本業ではない創作」「時間と場所の自由度が高い」といった特徴を持つ。この環境は、専門的な勉強や創作経験を持たない個人であっても、比較的容易に創作を開始できる場を提供してきた。また、同人サークルの組織形態は、商業スタジオにおける制作体制の初期段階とも捉えることができ、創作意欲を持つ素人が協働しながら作品制作を試みる機会となっている。さらに、同人作品は作者の表現力や潜在的な能力を示す成果物として機能し、編集者に発掘されたり、大きな人気を獲得した場合には、商業創作へと移行する契機となり得る。とりわけ、同人誌界において多数派を占める女性作者にとって、やおい作品は創作キャリアの出発点として重要な役割を果たしてきたのである。

また、「生産者」の側面だけでなく、やおい文化は「消費者」の側面からも主流創作に影響を与えてきた。商業作品の分野において、成功を左右する決定的な要因は市場の存在である。やおい文化は、読者たちのアイデンティティ形成を通じて、市場構造そのものに変化を

もたらし、結果として主流創作へ影響を及ぼしてきたと考えられる。

1980年代、日本で二番目のロリコン漫画雑誌である『漫画ブリッコ』において「オタク」という言葉が登場し、広く使用されるようになった。この言葉は当初、特撮やアニメといった特定分野に過剰な情熱を注ぐ人々を揶揄する蔑称として用いられていたが、次第に当事者によって受容され、自らの属性を指す自己認識的な呼称へと変化していった。これと並行して、あの時期のアニメ作品の中では、オタク層に向けたファンサービスの演出が次第に増加していく。

同時期、現実社会においては、女性が高等教育を受け、労働市場に参入し、経済的に自立するようになったことで、重要な消費主体としての存在感を高めていった。しかし、女性向け作品の需要が拡大していたにもかかわらず、オタク文化において女性は長らく周縁化されてきたため、この大きな潜在市場は十分に認識されてこなかった。

1990年代に入ると、インターネットの普及とともに「腐女子」という言葉が登場する。「腐女子」とはやおい文化の愛好者を指す呼称であり、その語源は「婦女子」に由来する。「腐」という字は、BL作品ではない作品をBL的に解釈・妄想する自らの思考を「私たちの脳（思考）は腐っている」と自虐的に表現した言葉に由来するとされている。この言葉の発案者については明確な記録が残っていないが、「オタク」という言葉の成立過程とは異なり、「腐女子」は外部から与えられたラベルではなく、当事者自身によって定義され、使用されてきた点に特徴がある。また、そのニュアンスも批判よりは自嘲に近いものであった。

この呼称の成立は、やおい読者における自己アイデンティティの確立を象徴する出来事であった。2000年代に入ると、「腐女子」という言葉はインターネット上で急速に普及し、社会一般においてもこの層の存在が徐々に認識されるようになった。その結果、これまで可視化されてこなかった未開拓の消費市場が存在することが意識されるようになったのである。

しかしながら、長年にわたり、腐女子および女性オタクに関する研究には認識の不足が見られる。例えば、株式会社博報堂 DY メディアパートナーズと株式会社博報堂による共同研究プロジェクト『コンテンツビジネスラボ』が発表した「支出喚起3カランキング」をもとにした分析では、男性向け作品が圧倒的多数を占めていることから、現在のアニメ市場は男性市場であるという結論が導かれている。

しかし、このデータを詳細に検討すると、『ジョジョの奇妙な冒険』や『呪術廻戦』といった作品が男性向け作品として分類され、その売上が男性オタクの消費として集計されて

いることが分かる。だが実際には、腐女子の消費行動は必ずしも女性向け作品の購入に限定されるものではなく、男性向け作品を通じて顕在化している。

同人活動を主とする腐女子層においては、やおい作品そのものよりも、男性同士の友情関係が丁寧に描かれ、かつパロディ化の余地が大きい作品が好まれる傾向がある。すなわち、「努力・友情・勝利」をテーマとする『週刊少年ジャンプ』連載作品に対して、腐女子は非常に高い関心と熱量を示してきた。このことから、男性向け作品の売上の中には、実際には相当割合の腐女子による支出が含まれていると考えられる。言い換えれば、腐女子を代表とする女性オタクの消費力は、これまで一貫して過小評価されてきたのである。

男女オタクの消費行動に関する調査や女性の消費心理に関する研究によれば、オタクとしての消費行動において、女性は男性に比べて長期的・継続的な消費を行う傾向があるとされている。特に、腐女子や夢女子といった層は、より高い消費意欲を持つことが指摘されている。近年の主流アニメ作品における表現の変化を踏まえると、商業アニメの制作者側も、男性向け作品の視聴者層の中に長年存在しながら見過ごされてきた女性の存在を認識し始め、この消費層を意識したファンサービスの表現を積極的に取り入れるようになってきたと考えられる。

### 2.3 やおい文化が一般向け作品に与えた影響の具体的表れ

商業アニメがやおい文化から影響を受けた具体的な表れとして、腐向けファンサービスの増加が挙げられる。ここで言う腐向けファンサービスとは、明確な同性愛表現を指すものではなく、登場人物同士の距離感、視線、身体の配置、感情表現の強調などを通して、腐女子による関係性の再解釈を可能にする表現を指す。

腐向けファンサービスは、男性向けファンサービスとはその性質を異にする。男性向けファンサービスが主に身体性や性的要素の提示に重きを置き、感情表現が比較的単純かつ直接的であるのに対し、腐向けファンサービスは複雑な感情の機微を強調し、露骨な性的描写はほとんど見られない。この背景には、やおい文化が「パロディ化する余地」を重視してきたという特性がある。恋愛関係を明確に提示してしまうと、原作を再解釈する楽しみが失われてしまうためである。

商業アニメが腐向けファンサービスを取り入れるようになった根本的な要因として、腐女子・女性オタク層の消費力の向上が挙げられるが、それだけではない。やおい文化はもともと同人誌文化を起源としており、腐女子は高い想像力を持つため、同人活動においてはパ

ロディ化する余地の大きい作品ほど好まれる傾向にある。恋愛を主軸としない物語構造、完成度の高い世界観、立体的で人数の多い男性キャラクター、そして男性同士の関係性に発展の可能性が感じられる作品は、特に腐女子から支持されやすい。

その点で、『週刊少年ジャンプ』に代表される男性向け漫画作品は、これらの条件を多く満たしている。とりわけ「友情」を重視した描写は、腐女子の解釈において恋愛関係とほぼ同義に受け取られることが多い。そのため、漫画をアニメ化する際にも、原作に忠実であるだけで腐女子層の支持を獲得できる場合が少なくない。

また、腐向けファンサービスは抑制的であるほど好まれるため、やおい文化に馴染みのない一般視聴者から見れば、作品内に腐向け要素が含まれていることに気づかない場合も多い。原作に男女間の恋愛関係が描かれているかどうか、腐女子の嗜好には大きな影響を与えない。たとえば『SLAM DUNK』では、原作において桜木花道が赤木晴子に好意を寄せている描写があるが、それは同人世界において桜木と他の男性キャラクターとの恋愛関係が想像されることを妨げるものではない。

そのため、アニメ化の過程において制作会社は、原作の物語構造を変更せず、一般視聴者の男女恋愛に対する期待に応えつつ、声優の演技、音楽、カメラワークなどの演出を通して、一般視聴者には意識されにくい程度の腐向けファンサービスを加えることが可能である。さらに、アニメ派生商品の制作においても、キャラクター二人組を前提としたグッズ展開などにより、腐向けファンサービスを提供することができる。

『ハイキュー!!』に代表されるスポーツ漫画は、男性キャラクター同士の絆を重視して描くことで多くの腐女子ファンを獲得し、高い売上を維持すると同時に、作品の人気を長期的に持続させることに成功している。腐女子は同人創作や SNS 上での議論を通じて、作品に継続的な二次的拡散の原動力を与える。このようなファン主導の文化生産は、作品が完結した後も一定期間議論が続く要因となり、結果としてアニメ IP の長期的価値にポジティブな影響を与えている。

一方で、『風が強く吹いている』のように同じく男性キャラクターを中心としたスポーツ作品であっても、キャラクター個々の内面的成長に重点を置いた作品は、売上や話題性の面では比較的限定的である。このことから、やおい文化は単なる一ジャンルとしてではなく、あらゆる作品に内在し得る一要素として、一般向け作品に対して潜在的かつ深い影響を及ぼしていると考えられる。

### 3. 結論

以上の考察から明らかになったように、商業・同人の両領域において、やおい文化は本質的に反抗性や創造性を内包した文化であり、作者と受容者の双方を通じて、今日のポピュラーカルチャーに対し、潜在的かつ継続的な影響を及ぼしてきた。

インディペンデントアニメーションの創作者という視点から見ると、芸術表現の分野において、インディペンデントアニメーションとやおい文化は共通する立場を有している。インディペンデントアニメーションは、営利を第一目的とする商業アニメーションとは異なり、市場の要請ではなく、作者自身の表現欲求を出発点として成立するものであり、作品における作者の主体性が強く反映される。この点は、やおい文化が当初、自己満足的な動機から生まれた文化であることと共通している。

また、インディペンデントアニメーションはしばしば実験性を伴い、既存の美学や表現様式に対する反抗性を内包している。この点においても、男性の視線に基づく表現が氾濫していた当時のハーレムアニメに対する反抗として成立したやおい文化との間に、類似性を見出すことができる。以上の理由から、やおい文化は、その立場の共通性ゆえに、インディペンデントアニメーションが将来的にどのように流行文化へ影響を与えうるのかを考察する上で、有効な参照枠となり得ると考える。

さらに、一部のやおい作品に見られる身体、感情、社会的関係性に対する思考や表現には、高い芸術性と深い思想性が認められる。LGBTQ+をめぐる議論が活発化している現代社会において、やおい文化はジェンダーや欲望の構造を再考するための重要な研究対象となり得る。将来的に、やおいを主題としたインディペンデントアニメーション作品を制作する場合、本研究で提示した視点は、創作と社会的テーマを接続するための有効な理論的基盤となるだろう。

### 文献

- ・ 金田淳子（2007）「第7章 マンガ同人誌——解釈共同体のポリティクス」佐藤健二・吉見俊哉編著『文化の社会学』、有斐閣 163-190
- ・ Chan So Ling（2022）「アニメ・ゲーム市場の女性市場開拓戦略」、  
<http://hdl.handle.net/2065/00089144>