

萌えが育む「なんでもキャラ化時代」——ビスケット少女に何が起ったか

大人も知りたい ネットのキャラクターたち

取材&文：友清 哲
原イラスト：坂本一水



+++ iNTERNET magazine 2004.07 +++ **105**

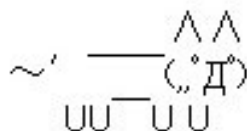
ネットキャラ基礎講座①

アスキーアートの壊れた妖精たち



●ガクーリ

またの名をくすおれる男。記号5文字のシンプルさで、うなだれる人の姿を見事に表現。ネット上にはペーパークラフトキットが登場するなど、メディアミックスも順調!?



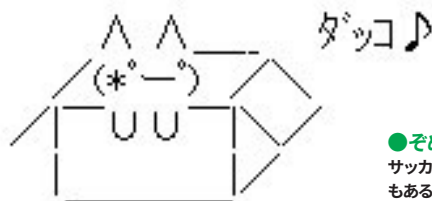
●ギコ猫

2ちゃんねるから誕生した、代表的なアスキーアート・キャラ。かつてとあるユーザーが発した「ギコハハハ」という奇妙な笑い声が命名の由来。



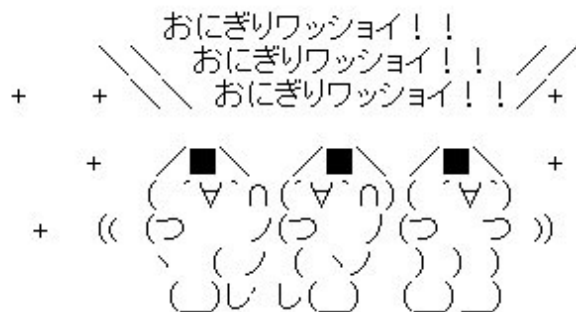
●モナー

ギコ猫と並ぶ、2ちゃんねるの代表的なアスキーアート・キャラ。「オマエモナー」と他人へのツツコミと一緒に用いられたことから、この名が付いた。



●しい

「しー」というコテハンの人物をキャラ化したもの。頬つぺたのワンポイントが特徴で、段ボールの中に入ったバージョンが最も人気。基本的に愛玩キャラ。



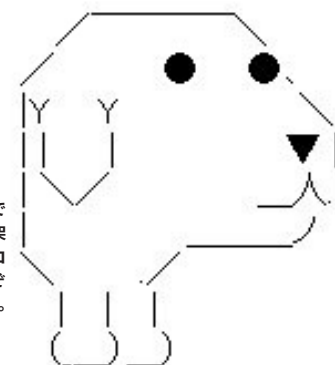
●おにぎりワッショイ!

モナーの耳をおにぎりっぽく変え、何となく踊らされてしまったことから発生。主に、2ちゃんねる上でにわかに大盛り上がりする局面(いわゆる“祭り”)で登場。



●クマ——!!

2ちゃんねるに突如出現した、走る熊さん。叫びながら走る姿だけでなく、ドナルドと殴り合ったり、パトカーで運行されてしまったりと、バリエーションもどんどん増加中。



●ぞぬ

サッカーの前面を指す言葉でもあるが、ここでは犬に似た架空の生物の名を意味する。コンビニの唐揚げの正体に、「ぞぬの肉」とレスされたのが発祥。四国に棲息しているらしい。

●ちょっと通りますよ

展開中の会話の内容にかかわらず、突然無造作に掲示板を横切る謎のキャラ。その何とも言えないとぼけた表情が人気の元? デスクトップマスコット(Win用)も登場。



ここでいうニュースサイトとは、新聞社や通信社などのサイトのことではない。個人のウェブマスターが、自らの趣味や好みに沿ったニュースだけを拾い集めて日々紹介するサイトのことである。抜群の知名度を誇る『ちゆ12歳』も、こういったニュースサイトのパーソナリティとしてお目見えしたわけだ。

バーチャルネットアイドルと名乗ったちゆは人気を集めたが、のちに同様のスタイルのキャラクターを量産させるきっかけとなった。中には『ちよ74歳』なるパロディーキャラまで出現するにいったが、そのほとん

どが美少女、いわゆる萌えキャラである。そして、サイト運営者の性別や年齢にかかわらず、各キャラは設定された仮想プロフィール(年齢や出身地、家族構成ほか)に沿って立派に独り立ちしている。

ちゆの手法は個人ニュースサイトの管理者が前面に出る代わりに、女の子のキャラが活躍するというものだが、逆に、人気サイトのウェブマスターを第三者が勝手にキャラ化しようという動きも出てきた。何でもないサイトの運営者がある日突然、本人のあずかり知らぬところで萌えキャラにされてしまうのだ。いかにもトラブルの元にな

りそうなお遊びに見えるが……。

「そもそも、そういった行為を喜べる人じゃなければ、ニュースサイトなんてやってないでしょう。ニュースサイトというのはオタク的なネタを扱うサイトが多いもの。それを営むようなユニークな人間だからこそ、萌えキャラ化するわけです」(知多武豊氏)

何よりも、萌えキャラ化することによってサイトのアクセス数は飛躍的に伸びるのだから、案外キャラ化される側も願ったり適ったりなのかもしれない。

ただ、量産化によってバーチャルネットアイドルの価値が希薄になっているのも事

ネットキャラ基礎講座②

サイトの顔となった美少女たち



●ちゅ12歳

元祖バーチャルネットアイドル。“電子の妖精”を名乗る12歳の少女。関西在住で血液型B型、兄がいるなど、細かいプロフィールまで設定されている。現在は更新停滞中なのが残念。『ネットランナー』誌でも活躍中。

URL <http://tiyu.jp/>



●メモリ

設定は11歳の女の子。イラスト豊富な日記の中では、コミケでの活動報告や定番キャラ化しているお父さんの話題がメイン?

URL <http://homepage1.nifty.com/GANTSU/memo/>

illust: ガンツ

●茜17歳

TBNのアナウンサーという設定の17歳美少女。厳選されたニュースに添えられる独特の視点の解説にファン多し。フルネームを高橋茜といい、本人申告によれば生娘だとか。

URL <http://tbn.to/>
illust: SIN1



●したん

萌えキャラというより、ややおネエなポジションに立ち、鋭いツッコミで世相を斬る。食玩や世の中の裏事情に妙に詳しいのが特徴。現在は表立っての活動は停止中。左のイラストは最新のしたんで、以前とは違う姿となっている。

URL <http://777III.com/III777/>



●おこめ

「おこめにゅーす」を司る少女キャラ。メイド姿の美少女風で、ニュース更新時には日記的な近況を添えることで萌え度をキープ(?)。ちなみに「米」とグーグルで検索するとトップに来るぐらいの人気ぶり。

URL <http://okome.org/>



●ウロン

設定は10歳の女の子。メガネはかけてたりかけてなかったりする。アニメや映画、漫画に関する話題が豊富な「ウロンのひとりごと」のホストキャラ。

URL <http://www.picnic.to/~zerry/uron.html>



●チェキ14歳

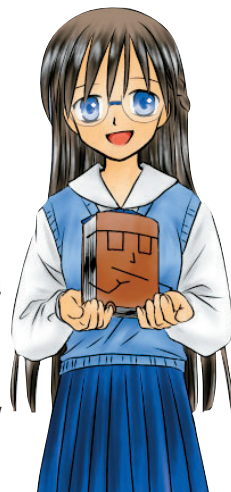
身長158cm、体重50kg、B88・W59・H86という文句なしの萌え度。トレードマークは腰まである長い黒髪と、大きなリボン。14歳の設定でありながら、サイトは半ば18禁状態……。

URL <http://check-it.org/14/>
illust: 南郷チェキ

●真紀奈

にわか法律家を名乗る17歳のわれらが真紀奈たん。法律関係、とくに著作権法関連のニュースを紹介し、わかりやすく解説してくれる。生き別れた12人の兄(みんな種違いらしい)を探す旅の途中だとか。

URL <http://homepage3.nifty.com/machina/>
illust: 藍島 零



実のようだ。そのためか、いかにもそれらしい体をなしているながらバーチャルネットアイドルとしてひと括りにされることを嫌うキャラも存在する。

本家ちゅを筆頭に一部の人気キャラは商業雑誌で活躍しているが、現在、オンライン上での活動は縮小気味のようだ。

お菓子だってOSだって きっかけがあれば何でもキャラ化

ネット上のムーブメントが起こるのに『2ちゃんねる』は欠かせない。前出のアスキーアートだけでなく、「萌え」なキャラクター

の誕生もこの巨大匿名掲示板が関係してくる。

『「2ちゃんねる」に半角二次元板という、二次元的エロネタを書き込む板があるのですが、萌えキャラはここから出てくるケースが多いのです。ブームになった“ビスケット”も、もともとはこの板で誰かが“ケンタッキーのビスケットってうめーよ”と書き込んだのが始まりでしたから」(知多武豊氏)

“美味しい”がなぜいきなりキャラクターになってしまうのか。謎は深まるばかりだが、同様のムーブメントはとどまるところを

知らない。

ビスケットだけではなく。ネット上ではほかにも人気番組『トリビアの泉』でおなじみの“へえ〜ボタン”や、東ハトの激辛スナック菓子『暴君ハバネロ』などをモチーフにした少女キャラまで存在するのだ。前者は『へえ子』といい、少女キャラの頭のでっぺんに例のボタンが付いている。後者は『ハバネロたん』と呼ばれ、やはり頭上にトウガラシのヘタが付いているのが特徴だ。インターネットを単なる情報収集ツールとしてしか見ていない層にとっては、何が何だかさっぱりわからない流れだろう。きっかけ

“フェティッシュ”が生んだキャラたち



●ビスケットん

ケンタッキーのビスケットの美味さを語るスレから発生した萌えキャラ。ビスケットん ONLY のコミケが数回にわたって開催されるなど、異様な盛り上がりを見せた。

URL <http://ketto.com/bs/>

illust: ねこまたなおみ



●へえ子

ご存じ、『トリビアの泉』のへえ〜ボタンをモチーフにした少女キャラ。イラスト展開だけでなく、クリックすると「へえ〜」の擬音を発するフラッシュも作成された。

URL <http://dice6.com/he-ko.html>



●ハバネロたん

東ハトの激辛お菓子が、なぜか美少女キャラクターに。「世界一辛い唐辛子少女」がキャッチフレーズ。お仲間キャラに、お色気度で上を行く「ハラペーニョさん」も。

URL <http://shigatake.web.infoseek.co.jp/indexB.html>

illust: シガタケ

番外編 デスクトップで少女が大暴れ？

キャラクターがPC画面上で話しかけたりするデスクトップマスコットというソフトがある。その1つでシェアウェアの『ペルソナウェア with 春菜』に対抗して作られたのがフリーの『偽ペルソナウェア with 偽春菜』(現『何か』)だ。『何か』は本家と比べ機能が豊富で、プログラムの知識がなくてもオリジナルのキャラクターが作成可能であったため、有志たちによってさまざまな何か対応キャラクターが生み出されてきた。ここで紹介する『双葉&うにゅう』もその1つ。

URL <http://www.geocities.co.jp/Playtown-Bishop/7317/futaba.html>



さえあれば自然発生的に誰かがキャラクターを生む。そしてそれを囃し立てて消費するネットユーザーが数多くいるということだ。ビスケットんやへえ子、ハバネロたんは、商業誌で使われたり、フィギュア化されたりするなど版權キャラクターと同様に商品化されているということを知れば、そのムーブメントの大きさを感じるだろう。

現在進行形の「何でも萌えキャラ化」をいまやもっとも後押ししているのは、画像投稿が可能な掲示板であり、その中心的な存在が「ふたば★チャンネル」の「二次元裏板」である。

そこから生まれた最近のホットなキャラクターは、「Meたん」などウィンドウズ系OSを中心としたOSを擬人化した「OSたん」である。有志によるゲーム化も企画されているらしく、いままでのキャラクターよりも本気度の違いを感じさせる。

このように、無作為に生まれたキャラクターが好き勝手な方向に育まれていく。多くの場合、そこに強力な権利意識はない。「法律上、共同著作物として誰かに所属しているのははずですが、誰も主張しなければいけないのと同じ」とは、ネットワークと著作権について詳しいロージナ茶会の福島直央

氏の弁。誰のものでもないからこそ、プロやアマを問わずにさまざまな描き手によって描かれ、改良されていく。いわばオープンソースの考え方に近い。

莫大なマンパワーを持つネットの世界なればこそこの現象。調べものの最中などに出くわす数々の意味不明キャラにも、意外な元ネタや進化の軌跡があるかもしれない。しばし手を休め、じっくり観察してみてはいかがだろうか。

ふたば★ちゃんねる

URL <http://www.2chan.net/>

人が「モナー」などのアスキーアートを使う際、それがどこから取ってこれたものか、本来誰のものなのか……などという意識はまず持ちません。単に自分が使いたいものを使い回しているだけです。2000年の夏に、博報堂の『広告』という雑誌でこういったキャラクターの特集記事が作れましたが、その時も結局、著作権的に「モナーは誰のものでもない」という結論に落ち着きました。コピーライトの付かない21世紀のキャラクターとして、最も成功したのがモナーでしょうね。

数十年前に電子掲示板システムが発明されてから、人は「名無しさん」とか、何らか

のハンドルネームをまもっていました。しかし、ハンドルネームなら背後に本人の人格が明確に存在するものの、キャラクターはそうではない。キャラが勝手に話している感覚で、もはや背後に人間はいないんです。斉藤環はハンドルネームを仮面（ペルソナ）と呼んで、ネット上で動き回るキャラクターと区別しています。インターネットは常に匿名性が指摘されますが、仮面を被って活動できるというだけで、原理的に匿名性があるわけではありません。それどころか、同じ仮面を被っている人は他にいないという保証も時には必要とされました。これに対して、多くの人がモナーのような

キャラクターを共有してメッセージを回しているのは新しい感覚だと言えます。

人がこういったキャラを好んで使う理由の1つに、文字ベースのコミュニケーションに物足りなさを感じていることがあるのではないのでしょうか。言葉で表すのとは別の効果を狙いたい意向が、掲示板の歴史とともに始まっているんです。

パソコンが普及する以前にも、雑誌に載る座談会の記事などで、「(笑)」というのは日常的に使われてきましたよね。これも非言語なわけですから、人は昔から文字にならないノンバーバルなコミュニケーションに対する欲求を持っていたのかもしれない。

コピーライトのないキャラクターの中でも最も成功した世紀のキャラクター

ハッカー文化に詳しい
山根信二氏
「社会的責任を考えるコンピュータ専門家の会」(CPSR)の日本支部代表。
岩手県立大学ソフトウェア情報学部勤務を経て、現在は東京大学大学院学際情報学府博士課程に在籍。



批評家・哲学者
東浩紀氏
著書に『存在論的、郵便的』(新潮社)、『動物化するポストモダン』(講談社)などがある。現在、メールによる批評誌『波状言論』を発行中。
URL <http://www.hirokiazuma.com/>

多くのブームを作ってきた日本はキャラクターリテラシーを備えている

自著『動物化するポストモダン』の中でも触れたことですが、キャラクターの消費のされ方には「物語消費」と「データベース消費」があります。「物語消費」というのは背景に物語があり、それがキャラの魅力を支えるもの。いわば「キャラ萌え」に対する「キャラ立ち」という発想ですね。

これに対し、デザインのパターンそのものが商品的な価値を駆動しているのが「データベース消費」です。プラグインを作れば勝手に要素が加わってキャラが生成されていき、コミュニティが発生するという現象。『ちゅ12歳』などが始まった2001年くらいから、こういった動きが次第にメジャー化し

ているのではないかと思います。

この頃に形作られたのが、背景に物語がなくても萌え要素だけでキャラが売れる状態。デザインと特定のキーワードさえぶち込んでおけば、勝手に同人誌などが作られていくという市場が確立しちゃってるんですね。最近で言えば『萌える英単語もえたん』や『わたしのおにいちゃん』などが明らかにそれにあたります。

日本はこれまで数多くのキャラクターブームを作ってきた過去があって、キャラクターリテラシーが非常に高い。そんな中でインターネットやアプリケーションなど、自分でキャラを作れるインフラが整っているわ

けですから、商品レベルに達しているセミプロみたいな描き手がたくさんいます。そういった人たちがどんどんキャラを供給し、そしてそれがデータベース的にどんどん消費されていくという……、この流れは当然変わらないでしょうね。

でも、そういうキャラクターって、オタク中心の数万人程度のマーケットですよ。そこに限界がある。エヴァンゲリオンときなんて、北海道から沖縄までどこでもグッズが売られている状態まで行ったわけですから、規模としてはまだ及ばない。ネット発だからと騒ぐなら、『Deep Love』も同じだし(笑)。

[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレス R&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社**インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp