

Title	キグルミにおけるクリエイターとプレイヤーの連携に関する研究
Sub Title	Research on collaboration between creators and players in Kigurumi
Author	吉岡, 大輔(Yoshioka, Taisuke) 杉浦, 一徳(Sugiura, Kazunori)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2017
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2017年度メディアデザイン学 第619号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002017-0619

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文 2017年度（平成29年度）

キグルミにおけるクリエイターと
プレイヤーの連携に関する研究

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科

吉岡 大輔

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に
修士(メディアデザイン学) 授与の要件として提出した修士論文である。

吉岡 大輔

審査委員：

杉浦 一徳 准教授 (主査)

南澤 孝太 准教授 (副査)

中村 伊知哉 教授 (副査)

修士論文 2017 年度（平成 29 年度）

キグルミにおけるクリエイターと プレイヤーの連携に関する研究

カテゴリー：アクションリサーチ

論文要旨

近年、アニメや映画のキャラクターを模した仮装の一種である着ぐるみを個人で楽しむ人が増えている。一般的に着ぐるみというと「くまモン」などを想像する人が多いが、本論では着用者の個性を隠すことを目的とした、アニメのキャラクターなどの顔をした「キグルミ」について触れる。この「キグルミ」は、コスプレや化粧などと比べて容易に別の個性に変身できる。一方で、キグルミを取り巻く課題もある。一つに文化の閉鎖性があげられる。キグルミ愛好家は、小規模なコミュニティを形成して活動をしているが、他のコミュニティとの交流は十分になされていない。本研究では「キグルミ」を親しむ人々に着目し、コミュニティに存在する課題を調査した。調査の結果、「コミュニティ間の交流」「着ぐるみ文化における教育」などの課題がわかった。これらを解決するために、コミュニティ同士で知識や経験を共有する場として着ぐるみワークショップを開催した。国内の着ぐるみコミュニティにワークショップを通じて交流を作り、国外のコミュニティとも情報交換を行った。ワークショップでは、キグルミ経験者向けの授業とキグルミ初心者向けの講義も開催し、教育の観点からも解決策を探った。結果、キグルミ文化内での交流が少ないのは交流する場が少ないことが理由であり、人々は知識や経験を共有する場があれば抵抗感なくは共有する事が分かった。このワークショップや講義を通して、キグルミを楽しむプレイヤーとクリエイター同士の情報と経験の共有を促し、キグルミ文化の発展を目指した。

キーワード：

イノベーション, オタク文化, ワークショップ, キグルミ, コミュニティ

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科

吉岡 大輔

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2017

Research on Collaboration Between Creators and Players in Kigurumi

Category: Action Research

Summary

In recent years, increasing number of individuals enjoy "Kigurumi", to pretend to be an animation and movie characters. "Kumamon" is the most popular target of "Kigurumi". However, this thesis focuses on "Animegao Kigurumi", based on an Anime characters and aimed at concealing the personality of player. "Animegao Kigurumi" can transform players into other personality more easily compared to simple "Cosplay" and "makeup". However, there are some issues surrounding "Animegao Kigurumi". One of the reasons is its closing community. fans of "Animegao Kigurumi" are acting by formatting a small community, but there is not enough interaction with other communities. In this thesis, we focused on those who are familiar with "Animegao Kigurumi" and investigated the problems that exists within the community to be solved. As a result, weakness in "establishment of collaboration" and "Literacy improvement" within community was necessary to be solved. In order to accelerate the collaboration community, we held an "Animegao Kigurumi Workshop" to share knowledge and experience. In addition, we made exchanges in the domestic costume community through workshops to share information within other communities. During workshop, we gave lectures for "Animegao Kigurumi" by experienced people, and gave lectures for unexperienced Aimegao Kigurumi players. Animegao Kigurumi culture lacked a place to interact within the community, resulting sparse cultural literacy knowledge and

experience sharing. Through these workshops and lectures, sharing of information and experiences between players and creators whom enjoy “Animegao Kigurumi” have advanced its cultural backgrounds. In conclusion, players and creators began to have continuous collaboration within the “Animegao Kigurumi” culture.

Keywords:

Innovation, Otaku culture, Workshop, Kigurumi, Community

Keio University Graduate School of Media Design

Taisuke Yoshioka

目次

第1章	はじめに	1
1.1.	着ぐるみ	1
1.2.	キグルミ	1
1.3.	研究課題	3
1.4.	研究課題への取り組み	3
1.5.	論文の構成	3
第2章	着ぐるみとは	5
2.1.	着ぐるみとオタク文化	5
2.1.1	架空の世界・キャラクターに愛情を持つ人々	5
2.1.2	ソーシャルメディア発達と承認欲求	8
2.1.3	着ぐるみ作成における情報共有と一般への普及	9
2.1.4	着ぐるみ関係の書物	10
2.2.	着ぐるみの種類と定義	11
2.2.1	着ぐるみの種類	11
2.2.2	コミュニティの形成	16
2.2.3	着ぐるみとキグルミ	16
2.2.4	キグルミの定義	17
2.3.	着ぐるみに対する文化人類学的調査	18
2.3.1	着ぐるみと女装文化	18
2.3.2	年齢層	19
2.3.3	人口分布	20
2.3.4	世帯構成	21

2.3.5	着ぐるみの芸歴	22
2.3.6	着ぐるみの活動形態	22
2.3.7	国勢調査のまとめ	25
第3章	キグルミの特徴と課題	26
3.1.	キグルミの特徴	26
3.1.1	キグルミに必要なアイテム	26
3.1.2	キグルミ文化の形成	31
3.1.3	ネットと承認欲求	33
3.2.	キグルミ文化におけるコミュニティの種類	36
3.2.1	プレイヤー	37
3.2.2	クリエイター	39
3.2.3	コンテンツホルダー	41
3.3.	着ぐるみを取り巻く課題	43
3.3.1	コミュニティ間の交流が少ない	43
3.3.2	新規参入者へ教育	45
3.3.3	コンテンツホルダーとの関わり方	46
第4章	キグルミの作成手法の体系化	47
4.1.	キグルミを作る手順	47
4.1.1	キグルミのベース	47
4.1.2	キグルミの作成手順	49
4.1.3	キグルミはを完成までの時間	58
4.2.	キグルミの価格	59
4.3.	キグルミの元型を作る	60
4.3.1	素体複製型とは	60
4.3.2	複製するための原型を作成する	61
4.3.3	原型から複製用の型を作る	61
4.4.	キグルミ作成において重要なポイント	63
4.4.1	調査内容	63

第5章 課題解決への取り組み	64
5.1. KMDにおける課題解決への取り組み	67
5.2. KMDの外での課題解決への取り組み	80
5.3. 国内外のキグルミコミュニティの調査	85
5.4. キグルミワークショップの取り組み	104
5.5. キグルミにおける教育活動	115
5.6. キグルミとコンテンツホルダー	119
第6章 活動のまとめと評価	123
6.1. 活動のまとめ	123
6.1.1 キグルミプロジェクト・キグルミ研究所のまとめ	123
6.1.2 キグルミの現状の調査	125
6.1.3 キグルミワークショップのまとめ	128
6.1.4 キグルミの教育活動のまとめ	130
6.1.5 コンテンツホルダーへの取り組み	132
6.2. 評価	132
6.2.1 評価の仕方	133
6.2.2 キグルミの実態と課題の調査	133
6.2.3 研究課題の設定への評価	134
6.2.4 キグルミワークショップへの評価	134
6.2.5 教育活動への評価	135
6.2.6 コンテンツホルダーへの取り組みの評価	135
第7章 結論と今後の展望	137
7.1. 本研究の結論	137
7.2. 今後の展望	138
参考文献	139
付録	141
A. キグルミ作成で使用する道具と材料の例	141

A.1	キグルミの元型作りの道具と材料	141
A.2	キグルミ作成に必要な道具と材料	145
	謝辞	154

目 次

1.1	くまモン	2
1.2	キグルミ愛好者	2
2.1	ゲームの世界を現実の世界に再現	7
2.2	仮面ライダー	12
2.3	くまモン	13
2.4	豊橋市のゆるキャラ トヨッキー	13
2.5	アニメキャラクターの着ぐるみ	14
2.6	ケモノ系着ぐるみ	15
2.7	コスプレ・着ぐるみとキグルミの分類	16
2.8	回答者の性別	18
2.9	回答者の年齢層	19
2.10	回答者の人口分布	20
2.11	回答者の世帯構成	21
2.12	回答者の結婚率	22
2.13	回答者の芸歴	23
2.14	回答者の潜伏期間	23
2.15	回答者の活動形態	24
3.1	全身（肌色）タイツの着用例	27
3.2	キグルミ（頭部のみ）	28
3.3	衣装の例	29
3.4	腰を補正するコルセット	31
3.5	鏡を前に自萌えをする	34

3.6	Twitter への写真の投稿	35
3.7	承認欲求を満たすまでのプロセス	36
3.8	三者の関係を表した図	37
3.9	キグルミとカメラマン	39
3.10	キグルミの制作現場	40
3.11	メロンちゃん	42
4.1	素体の例（ぬこぼん 5 式）	48
4.2	キグルミの素体複製風景	50
4.3	顔の造形ビフォー・アフター	51
4.4	肌色と頬紅の塗装	52
4.5	目の表現の比較	53
4.6	目の表現の比較	54
4.7	髪の毛の土台を作成	55
4.8	髪の毛をセット	57
4.9	キグルミの内部	58
4.10	素体複製用の元型	61
4.11	石膏を使った複製型	62
4.12	シリコンの積層	62
5.1	杉浦准教授のデビューキグルミ	69
5.2	オタク文化授業に参加するキグルミ	70
5.3	ライブ中継の準備	72
5.4	海外との L i v e チャット	72
5.5	オタク文化授業でのキグルミ 2	73
5.6	講義を別会場に中継	74
5.7	キグルミブース 2016	75
5.8	KMD フォーラム 2016	75
5.9	3 パーツ分割の複製型と素体	78
5.10	2014 年式の旧式素体	79

5.11	ワークショップ用の新型	79
5.12	ロシアとのオタク文化交流	81
5.13	ブースを設営する KMD	83
5.14	コスプレをして発表をする吉岡（筆者）	84
5.15	豪華王と KMD の交流	86
5.16	キグルミ デンバーにて	87
5.17	能登でのキグルミ交流	89
5.18	有名観光地での記念写真	92
5.19	アメリカのキグルミプレイヤー	94
5.20	ケモノ系着ぐるみ	96
5.21	オリジナルキグルミの「リサ」	97
5.22	師範大学での講演	98
5.23	GKO との交流	99
5.24	吉岡の北米初セッション	101
5.25	RTPS の作品	102
5.26	北米でのキグルミプレイヤー	103
5.27	髪の毛オフ会	106
5.28	ツイぷらによる募集	107
5.29	グループワーク	109
5.30	日米合作のキグルミ	114
5.31	上下左右を 1cm 拡張した素体	117
5.32	大型化した原型	118
5.33	着ぐるみ国勢調査の発表	120
5.34	大道寺知世	121
5.35	大道寺知世のキグルミ	122
6.1	ワークショップ後に作られたキグルミ	131
A.1	原型の材料 1	143
A.2	原型の材料 2	144

A.3	原型の材料 3	144
A.4	原型の材料 4	145
A.5	素体の複製道具 1	147
A.6	素体の複製道具 2	147
A.7	ルーターとドリルビット	149
A.8	コンプレッサー	150
A.9	塗料	151

目 次

5.1	講義への参加者内訳	70
5.2	講義への参加者内訳 2	73
5.3	ワークショップ参加者内訳	105
5.4	ワークショップ参加者内訳	108
5.5	ワークショップのスケジュール	110
5.6	ワークショップ参加者内訳	110
5.7	ワークショップ参加者内訳	111
5.8	ワークショップのスケジュール	112
5.9	ワークショップ参加者内訳	112
5.10	ワークショップのスケジュール	112
6.1	ワークショップ参加者の推移	130

第1章

はじめに

1.1. 着ぐるみ

一般的に着ぐるみと言われると、図 1.1 のような「くまモン」・「ふなっしー」などのゆるキャラや「ミッキーマウス」といった遊園地キャラクターを想像する人が多い。この他にも「ゴジラ」や「仮面ライダー」といった特撮系や、ショッピングモールなどでショーとして披露される「プリキュア」などのアニメショー系など、様々な種類が存在している。着ぐるみは、主に映画の作成や特定の団体の広告・PR など商用に使われることが多く、公式に着ぐるみそのものが市場に出回することは少ない。しかし、近年インターネットの普及によって作成技術の共有が進み、キャラクターのファンを中心に個人で着ぐるみを入手する人が増えている。

1.2. キグルミ

詳細は第 2 章にて述べるが、個人で着ぐるみを入手する人の中で、自分で着ぐるみを着用し楽しむ人がある。彼らは、着ぐるみを着て普段の自分とは別の自分に変身し、別の個性になりきって楽しんでいる。この、着用者が普段の自分とは別の自分になりきるための着ぐるみをキグルミと、本論文では示す。このキグルミの愛好者は図 1.2 のように、キグルミを着て楽しむ人が増えている。

キグルミは、全身を衣装などで顔はマスクで覆うことで、身体的特徴を隠している。この特徴から、性別や年齢を越えて楽しむことが容易となっている（詳細は第 3 章にて）。



図 1.1: くまモン [7]



図 1.2: キグルミ愛好者 [14]

1.3. 研究課題

このキグルミがインターネットを介して、徐々に広がり文化を形成するようになった。その過程で、キグルミを取り巻く課題も発生していた。キグルミは仲の良い人が集まった大小さまざまなコミュニティが形成されている。このコミュニティ内で、キグルミに関する知識や経験が蓄積されているが、十分に他のコミュニティと共有されていない。そのため、コミュニティによって情報格差が生じている。また、オタク文化として特有の文化の閉鎖性や、新しくキグルミを始めようとする人への窓口が少ない、キグルミの表現技術、二次創作ゆえの著作権等の問題表面化した。

本論文では、研究課題としてキグルミ文化内に大小さまざまな存在するコミュニティ同士の知識と経験の共有に着眼した。

1.4. 研究課題への取り組み

コミュニティ同士の知識と経験の共有を促すために、キグルミを作るクリエイター側のコミュニティ、キグルミを着用・写真撮影などを行って楽しむプレイヤー側のコミュニティ双方を集めて、ワークショップに取り組んだ。コミュニティは日本だけでなく、台湾やアメリカのコミュニティもワークショップに参加し、交流しあった。

ワークショップの結果、多くのコミュニティは他のコミュニティと交流することに抵抗感をもっていなかかった。交流を持つ場所や、交流のテーマを自分たちで作れなかったことで、これまで十分な共有ができていないことが分かった。そこで、継続的にコミュニティの共有を支援するためのキグルミ研究所を発足させた。

1.5. 論文の構成

論文全体の構成は、第1章では本論文の要約。第2章では、キグルミの背景と定義・関連研究。第3章では、キグルミの特徴と課題。第4章では、キグルミ作

成手法の体系化。第5章では、実際の課題解決への取り組み。第6章では、活動のまとめと評価。第7章では、結論と今後の展望。となる。

第2章

着ぐるみとは

本章では、人々がなぜ架空のキャラクターに恋い焦がれているのかをオタク文化の先行研究から調査した他、オタク文化と着ぐるみの関係、現状存在する着ぐるみのリテラシー、着ぐるみから派生した新しい存在の「キグルミ」の定義、そして着ぐるみを文化人類学的に調査した結果を記載する。

2.1. 着ぐるみとオタク文化

事前にオタク文化に関しての先行研究を調べた。着ぐるみをオタク文化の一環など社会学として研究した資料がある一方で、着ぐるみを文化の内部から調査し課題解決に取り組んだ先行研究や調査などは存在しない。

2.1.1 架空の世界・キャラクターに愛情を持つ人々

堀田純司 は「萌え萌えジャパン～二兆円市場の燃える構造～」の中でなぜ、人々は現実に存在しないキャラクターに萌えるのかについてこう述べている。

キャラクターは人の心が生み出した存在であり、人の本能により忠実である。ゆえに現実の人物にはあり得ない魅力を放つ [16]。

本来「萌える」の意味は植物などの芽が出るという意味だが、所謂オタクの用語では、特定のもの・人物などに心奪われている状態のことを示す。

堀田氏は、同書の中で人々がアニメや漫画に登場する架空のキャラクターに人々が萌える理由として、架空のキャラクターが持つ「不十分な情報」を人々が「補完する」ことにあると述べている。

私達が物語や作品を見ると、常に劇中のストーリーを俯瞰する者としてアニメや漫画を見ている。劇中の世界に存在するであろうキャラクターたちの日常生活などは、作品として視覚化され切り取られた部分しか見ることにできない私達は知ることはできない。

私達は、その知ることができないキャラクターの日常生活などを想像することで、キャラクターに対してより深い愛情や親近感を持つようになる。この原作にはない派生された作品を作ること二次創作という [15]。

二次創作によって、作品のファン達は原作には記されない新しい世界を自分たちで書き加えることで、自分がより原作の世界に近づくことができる。架空の世界では、現実に存在するものでは満たすことのできない魅力に触れることができる。世界最大の同人誌即売コミックマーケット [2] では数多くの二次創作作品が販売されており、ファンやプロのクリエイターまでが、自分たちが思い描く世界を作り出している。このコミックマーケットに毎回 50 万人以上の人々が参加していることから、人々の二次創作や架空の世界への熱狂ぶりがわかる。

加えて堀田氏は人々が感じる萌えについて、想像と現実の境界で自覚的にたゆたう行為こそが萌えであり、萌えることの楽しさなのである。と述べている。つまり、現実には決して手に入らない世界に人々は魅了され、それを実現化させようと努力しているのである。

下の図 [3] は、ニコニコ超会議で作成されたゲームの世界を再現したもので、コスプレイヤーはゲームの世界にいるような体験ができる。ニコニコ超会議とは、日本の動画共有サイトであるニコニコ動画が主催として毎年 4 月に開催されているニコニコ動画の様々な表現が入り乱れた世界を図 2.1 のように再現することを目的とした大規模イベントであり、大規模オフ会。オフ会とは、オンライン上（ネット上）の友人同士がオフラインの現実の世界で直接会って雑談や遊ぶこと。

[9]

人々は、架空のキャラクターの持つ不確実性に自身の理想や希望を織り込むこ



図 2.1: ゲームの世界を現実の世界に再現

とで、自身の理想のキャラクターや世界を構築している。理想の世界を思い描くことができる架空のキャラクターに人が魅了されるのは、ある意味当然である。

2.1.2 ソーシャルメディア発達と承認欲求

人々は、自身のアイデアや集めた知識を自慢話などの形で他者と共有しようとする。いかに、自分の持つアイデアや知識などが他者と比べて優れているものを自慢したいもので、オタクは特にこの傾向が強い。

近年 Twitter や Facebook といった、誰でも簡単に情報を発信することができるソーシャルメディアが発達している。こうしたメディアが発達することで、ネット上を主な交流の場所とした新しいコミュニティが形成されるようになった。コミュニティとは、同じ目的や趣味をもった者達の集団なのである。所謂、友達グループのような存在であり、政党組織のような明文化された目的などは持たないが、互いが目的や楽しみを共有することで成立している集団である。

人々はコミュニティの中で自分の「承認欲求」を満たすことがコミュニティに参加する大きな目的である。承認欲求を満たすこと自体は昔より、見栄を張ることや他人から注目を浴びようとするなど人の行動として存在していた。この承認欲求を満たすことがより強い目的になった背景には、ネット上では容易に理想の自分像を作り出すことが可能であり（虚勢を張ることが容易）、理想の自分を承認してもらいたいという気持ちが増幅される傾向が強いためである。

常見陽平氏 [17] はソーシャルメディアが発達したことで人々はかえって不自由になってしまったのではないかと疑問を述べている。ソーシャルメディアが発達したことで、コミュニティに参加する人々やそれ以外の不特定多数の人々の距離は劇的に近づいた。ネットをたどれば、どんな有名人も知人になる世の中。チャット機能やスマートフォンの普及などにより、常にリアルタイムの連絡や交流が可能になった。かつては、文通などが数日かけて行っていたことをものの数秒で行うことができる。

しかし、結果として人々は自身の承認欲求とコミュニケーション圧力の板挟みとなっている。

交流のスピードが通常の会話とほとんど変わらなくなったことで、発信した情報に対してレスポンスの速さが求められるようになった。コミュニティにおいて、発せられたコメントに対してコミュニティに参加する者が反応し承認することで、発信者はコミュニティに自身が参加していると認識することができる。こうした、

現象がネットや連絡アプリ上でも満ちている。結果、空気を呼んでコミュニケーションを取る、コミュニケーションを取らないと自身の承認欲求が満たされないという悪循環を生んでしまっている。

なぜ、人々がコミュニケーションを取り、承認欲求を満たそうとしているのかについて、村澤和多理氏ら [18] は、コミュニティやある社会集団に所属する人は集団からの「権利のはく奪・排除」されることで、自己の認知的尊重を失うことを恐れていると分析している。集団からの排除されると、人は自己の尊厳や評価を著しく落としてしまい、排除された人にとっては自信の喪失となる場合が多い。

とりわけ、ネット活動を主とする現代のオタク活動において、ソーシャルメディアを利用したコミュニティからの排除は最も避ける必要があるため、自身の情報を発信することと同時に、お互いを速やかに承認しあうという構図ができあっている。

2.1.3 着ぐるみ作成における情報共有と一般への普及

これまでに、着ぐるみを作成に対しての情報共有はあまりなされてこなかった。その背景には、着ぐるみの利用が商用といったビジネス向けが主であり、一般向けに販売されておらず、普及されなかったことが原因の一つとして考えられる。

1990年代以降はネットが一般にも普及するようになり、情報共有が容易になった。ネットを介して、着ぐるみ作成の関係者や着ぐるみに興味がある人などが繋がり、徐々に一般にも着ぐるみ作成に関する情報が共有されるようになった。

ネット初期には、ブログや個人ホームページなどが主な情報共有の場所として機能していた。そして、近年はTwitterやFacebookと言ったソーシャルネットワーキングサービス（略称SNS）が、情報共有の主な場所として機能するようになった。SNSの登場初期はmixiなどが利用されたが、情報発信の容易さなどから情報共有の場所としての地位はTwitterなどに変化した。

着ぐるみにおいても専門の掲示板やブログなども多数開設され、盛んに情報共有の場所として使用されたが、現在はTwitterなどでの活動が多い。

着ぐるみが一般にも情報が共有する中で、そのメディアとなったのはネットや同人誌などがメインである。着ぐるみの作成についての書物はあまり多くない。こ

の背景には書物の発行には労力と資金が必要であり、まだ小規模なコミュニティに所属することが多い着ぐるみ愛好者が着ぐるみ書物を作ることは難しい。既に発行された書物は、商用の着ぐるみを作成を行う企業や関係者によって執筆されたものである。

2.1.4 着ぐるみ関係の書物

着ぐるみ作成に関する書物は多くはないが、初心者にとっても作り方や手順を理解することができる書物が存在している。しかし、この本に書かれていることはあくまでも情報であり、読者は実際に本に書いてあることを実践し経験を積まなければ、上手に着ぐるみを作成することはできない。

- ヒーロースーツの作り方 [21]

この本では、ヒーローもの・ゆるきゃら・鎧などの着ぐるみの作成方法を材料から手順まで細かく説明している。着ぐるみ愛好家のコミュニティや一般向けの着ぐるみを作成するクリエイターからも本は評価された。

着ぐるみの初心者にとってはどうやって着ぐるみが作られているのか、クリエイターにとっては着ぐるみ作成における一つの解答例を示した。

- ヒロイン専用スーツ・武器の作り方 [24]

この本では、ヒーローものなどで使用される全身スーツの作り方や刀などの小道具の作り方を説明している。専門的な道具や技術が必要となるため、容易にまねることは難しいが、ヒーロースーツの作り方と同様に一つの解答例を示してくれた。

2.2. 着ぐるみの種類と定義

ここでは、着ぐるみを論じる上で着ぐるみについての定義づけや知っておく情報を共有する。

2.2.1 着ぐるみの種類

一言に着ぐるみと言っても、多くの意味を持っている。一般的に着ぐるみというと、ゴジラや仮面ライダーといった特撮作品や、くまモンやふなっしーといったゆるキャラ作品、プリキュア [19] などアニメ作品を使用したシアニメ顔着ぐるみ、動物など模したケモノ系着ぐるみなどに分類できる。

特撮（怪獣系・ヒーロー系）着ぐるみ

仮面ライダーやゴジラといった特撮ものの着ぐるみは、テレビや映画などで使用されることが多い。主に商用目的で専門の業者によって作成されており、著作権などの権利関係の保護も厳重である。そのため、一般に着ぐるみが出回るとはほとんど無く、一般に出回っているものほとんどはレプリカやファン作成のものである。ゴジラやウルトラマンなどの怪獣の着ぐるみは怪獣系の着ぐるみ、仮面ライダーや戦隊ヒーローなどの着ぐるみはヒーロー系着ぐるみと呼ばれる。

全国にはご当地ヒーローなども存在するが、こちらはゆるキャラではなくこちらのヒーロー系着ぐるみとして分類する。

ヒーロー系着ぐるみの特徴として、図 2.2 のように、主に人型・ほぼ人の形をしており、頭部だけではなくボディースーツなどがセットで着ぐるみとされている。



図 2.2: 仮面ライダー [20]

ゆるキャラ系着ぐるみ

くまモンに代表されるゆるキャラ系の着ぐるみ。ふなっしー [10] の様な非公式の着ぐるみを含めると全国に無数に存在する。特撮系との違いとして、映画やドラマなどの作品を作るための着ぐるみではなく、特定の団体などの広告・PR用に作成されることが多く、著作権などの権利関係の管理も緩いことが多い。ヒーロー系に分類したご当地ヒーローはゆるキャラと特撮系の間に位置することが多い。

下の図 2.3 は、日本で最も有名なゆるキャラ [12] のくまモンだが、人型より動物よりの体形をしている。ゆるキャラにはこうした、動物系のものが多い他、図 2.4 の様な豊橋市のトヨッキーのようにとも動物ともにつかない独特のスタイルをしたものも存在する。

下の図 2.4 は、豊橋市の公式ゆるキャラのトヨッキー。見た目はかなり独特であるが、そのゆるキャラを作った自治体などが、PR・広告したいことをキャラクターに込めたデザインになることが多い。



図 2.3: くまモン [7]



図 2.4: 豊橋市のゆるキャラ トヨッキー

[25]

アニメ顔着ぐるみ

アニメや漫画のキャラクターの顔をした着ぐるみ。アニメ顔着ぐるみという名前だが、海外でも「Animegao kigurumi」と呼ばれており、ネットなどを中心に世界中に名前が広がっている。

頭部をマスクで覆い、肌の質感を統一するため全身タイツを着用したうえで衣装を着用している。キャラクターの体形に合わせて、操演者は体形補正を行う。一般では、下の図 2.5 のようなプリキュアやセーラームーンなどの人気キャラクターが、遊園地やショッピングモールなどでショーを披露しているのを見ることができる。ショーなどに使用される着ぐるみや衣装などは専門の業者などが作成管理を行っており、特撮系と並んで一般に出回することは少ない。

着ぐるみ愛好家にとって最も人気のある種類の着ぐるみであり、収集や自分で着ることを目的に集めている人もいる。また、一般向けに着ぐるみ作成を代行する業者も存在している。アニメや漫画のキャラクターの数だけ種類があり、オリジナルのキャラクターを含めると、正確な数の把握は困難なほど種類と数が出回っている。また、原作のあるキャラクターからの二次創作として作成されることが多い。

本論文では、このアニメ顔着ぐるみについて後ほど詳しく触れていく。



図 2.5: アニメキャラクターの着ぐるみ [19]

ケモノ系着ぐるみ

オリジナルキャラクターが主であり、図 2.6 のように様々な姿形が存在するが、動物という共通点を持つ。動物も実在の動物から、架空のモンスターまで様々である。ゆるキャラなど見た目での似ているところは多いが、ゆるキャラが特定の団体などを PR・広告が目的であるが、こうした着ぐるみは純粋に娯楽・愛好目的として使用されている。ケモノ着ぐるみ愛好家をケモノの様なモフモフしたものが好きな人という意味の「ケモナー」などと呼称する場合がある。この「ケモナー」という言葉は、漫画やアニメでも同ジャンルが好きな人のことを指す。

ケモノ系着ぐるみは国内外を問わず人気が高く、専門のイベントも開催されている。



図 2.6: ケモノ系着ぐるみ

2.2.2 コミュニティの形成

着ぐるみ文化に限らず、人は同じ目的や趣味を持ったもの同士でコミュニティを形成する。先述したが、所謂友達グループを形成することで、自身が得てきた知識や経験を共有し、これを承認しあうことで自身の立ち位置を認識し、精神を安定させている。

この着ぐるみ文化におけるコミュニティも、それぞれのコミュニティ毎に共有したい目的が存在しており、その目的に共鳴した人々が集まって形成されている。

2.2.3 着ぐるみとキグルミ

着ぐるみとこれから本論で触れていく新しい概念としてのキグルミについて触れていく。下の図 2.7 は、コスプレと着ぐるみ、そしてこれから新しく示すキグルミについて視覚的にわかるようにしたものである。

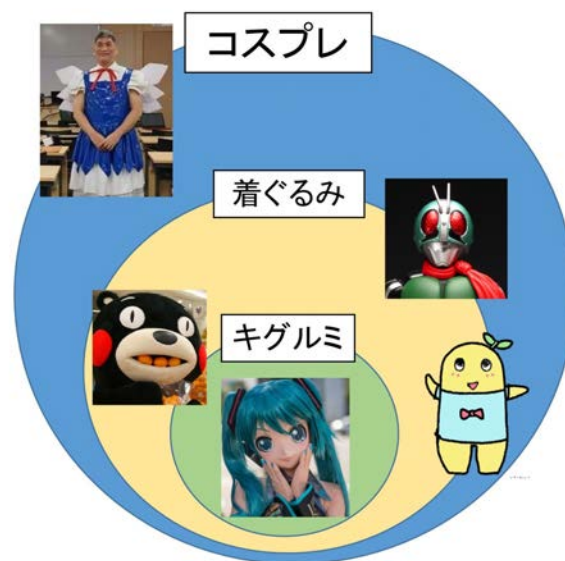


図 2.7: コスプレ・着ぐるみとキグルミの分類

この図 2.7 では、コスプレや着ぐるみにおける個性の表現を評価軸として見たものである。最も外側に位置するコスプレでは、プレイヤーの顔が出ている、肌

が出ている等から、プレイヤーの本来の個性が現れており、一目で演じている人が誰かを知ることができる。このコスプレに包括される形で着ぐるみが存在する。

着ぐるみに代表される、くまモンや仮面ライダーといった存在は中に入って演じている役者が誰なのかは、一般には秘匿とされる。これが所謂「中の人はいない」という言葉になる。中の人とは、特定のキャラクターを演じる声優や役者などを指す言葉である。着ぐるみは、全身もしくは頭部を隠すことで、中に入っている役者などの個性を隠し、くまモンなどといった新しい個性（キャラクター性）を与える。

しかし、くまモンや仮面ライダーといった着ぐるみは商用や広告・PRが主な目的であり、中の人にとって新たな個性を獲得することで新しい自己を表現するためのツールとはなっていない。この着ぐるみに更に包括される形で、中の人にとって新たな自己を表現することを目的としたキグルミが存在する。

2.2.4 キグルミの定義

ここではキグルミの定義を決めていく、後述で述べるが2017年に開催されたKMDフォーラムで全国の着ぐるみに関わる方々とキグルミの条件について話合った。以下は、キグルミと呼ぶための条件である。

- プレイヤー（中の人）の目的が新しい個性の獲得
- 商用目的とは異なる
- 主にアニメ顔着ぐるみに属している。

上記のような条件を見いだすことができたが、最も重要な点はプレイヤーにとって別の個性を獲得することである。プレイヤーにとって新しい自己を表現できるツールがキグルミである。

同じように、ケモノ系や一部の特撮系の着ぐるみにも自己の新しい個性を獲得することが目的のプレイヤーも存在するが、今回はアニメ顔に属す、キグルミについて調査した。

2.3. 着ぐるみに対する文化人類学的調査

これまで、着ぐるみの作成での発展を述べてきたが、着ぐるみを文化人類学的な調査が「着ぐるみ国勢調査」[22] という形で行った。ここでは、結果を交えながら、着ぐるみ文化に持つ特徴を記載する。

2.3.1 着ぐるみと女装文化

着ぐるみ国勢調査内では、着ぐるみ愛好者の性別の比率を調査した。有効回答数 215 人の図 2.8 性別をまとめた。結果、男性が 96 %で女性が 4 %と圧倒的に男性が多い結果となった。

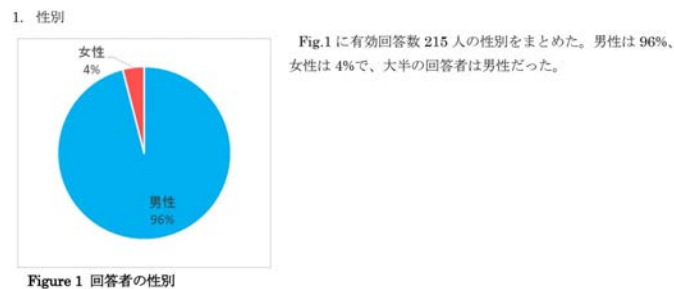


図 2.8: 回答者の性別

調査を行った元京都大学大学院の櫛田哲平氏によると、着ぐるみ文化は女装の文化と密接に絡んでいた。コスプレや女装をしたいと思っている男性が、顔や肌の露出が恥ずかしいと思っていたところに、顔や体を隠すことができる着ぐるみが現れ、これに流れているものと分かった。女装をしたいが、顔が出るのは恥ずかしいと思っている男性に着ぐるみは受け入れられた。

女装に興味を持った男性が着ぐるみの大多数を占めているため、現在出回っている着ぐるみの多くは女性キャラクターであるという状況もあきらかになった。

2.3.2 年齢層

着ぐるみ国勢調査内では、着ぐるみ愛好者の年齢層も調査された。有効回答数 216 人の結果を図 2.9 にまとめた。10 代から 20 代が全体の半分を占めていた。ネット環境などに強く、最新メディアによる情報収集が活発。大学などの進学をきっかけに一人暮らしを始め、コスプレや着ぐるみを一緒に始めるという形態が明らかになった。

2. 年齢

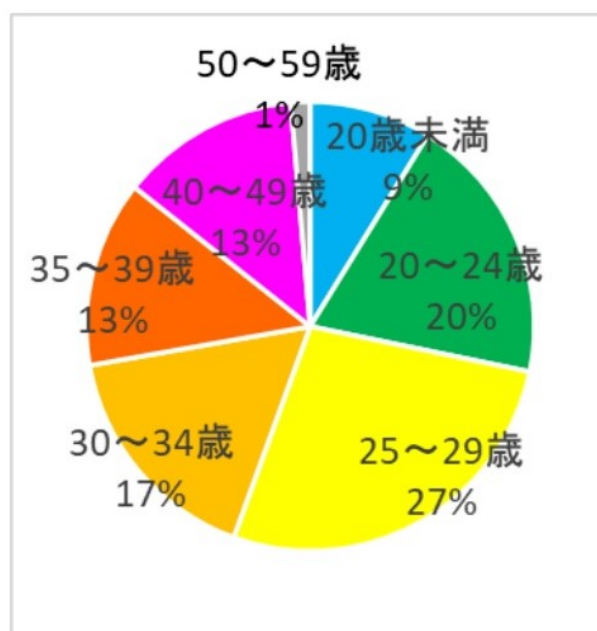


Figure 2 年齢

図 2.9: 回答者の年齢層

一方で、30 代から 40 代で着ぐるみを楽しんでいる人も 40 %に上った。社会人となり金銭的に余裕が生まれ着ぐるみを入手することが容易になったことが背景にあることが今回証明された。50 歳を超すと、着ぐるみを楽しむ人は大幅に減少する、この世代はネットが発達し着ぐるみに関する情報が共有されだした 1990 年

代にすでに社会人であったため、着ぐるみに対しての知名度が低いことが影響している。

2.3.3 人口分布

有効回答数 223 人の結果を図 2.10 にまとめた。着ぐるみ人口は関東・東海・近畿に多く地方が少なかった。これは、現在の日本の人口分布とも同じで、ここ数年のうち関東へのキグルミ人口の流入が多いことがあげられる。櫛田氏は、これを地方などから大学などの進学を機に着ぐるみを始めたことが背景にあるとわかった。

4. 出身地と居住地

Table 1 出身地と居住地

	出身	居住
北海道	8	8
東北	13	7
関東	75	105
甲信越	10	5
東海	30	24
北陸	5	5
関西	28	25
中国	9	6
四国	4	5
九州	14	8
海外	17	17
回答しない	10	8

Table1 に回答者の出身地と居住地

図 2.10: 回答者の人口分布

2.3.4 世帯構成

有効回答者 217 人の結婚状況および子供の人数を図 2.11 にまとめた。着ぐるみ愛好者の世帯構成を調査すると、一人暮らし世帯が約 35 % で家族等との同居が約 60 % であった。一人暮らしではなく家族などとの同居が多かった。着ぐるみやコスプレといった趣味は、まだ社会の理解度が高いとは言えず、家族等に隠す傾向が強い。その中で、家族と同居している世帯が多かったのは意外であった。

6. 世帯構成

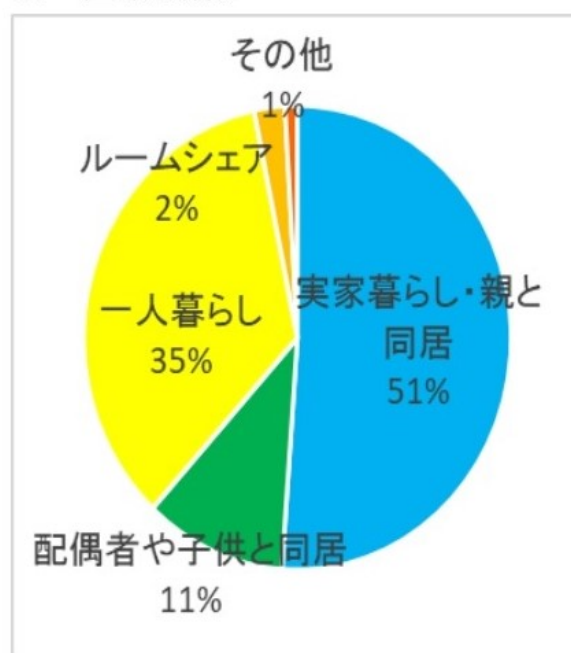


Figure 10 世帯構成

図 2.11: 回答者の世帯構成

一方で、着ぐるみ人口の 86 % が未婚であった。20 代以下の若年層が人口の半分を占めているのも影響しているが、30 代から 40 代での未婚率も、図 2.12 にまとめた日本の全国平均と比べても低く、結婚などより趣味や仕事などを優先する

人が多いと分析した。

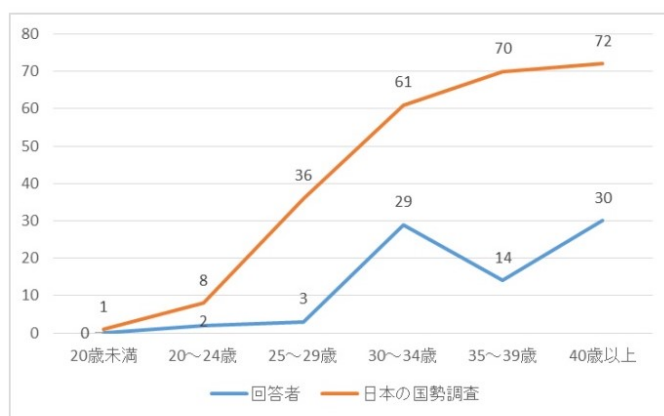


Figure 14 年齢別回答者の婚姻率と日本の国勢調査における婚姻率の比較

図 2.12: 回答者の結婚率

2.3.5 着ぐるみの芸歴

有効回答者 216 人の芸歴を図 2.13 まとめた。活動歴が 5 年未満と短い人が全体の 7 割近くを占めている。一方で、着ぐるみの存在を知ってから、実際に着るまでに至った期間は図 2.14 が示すように、3 割以上の人が 5 年以上と長めの準備期間があった。背景には、着ぐるみに必要な知識や経験を得るのに苦戦したことや、金銭的な余裕を作るのに時間がかかったことがあげられる。

2.3.6 着ぐるみの活動形態

有効回答数 217 人の回答者の活動形態をまとめた。図 2.15 主にどのような場所で着ぐるみを楽しんでいるのかを調査した。実に半分以上の人がオフ会などで活動をしていると答えている。一人で遊ぶことが多いと回答した人は、15 %程度で

着ぐるみ国勢調査



Figure 23 芸歴



Figure 24 年齢別の芸歴分布

図 2.13: 回答者の芸歴

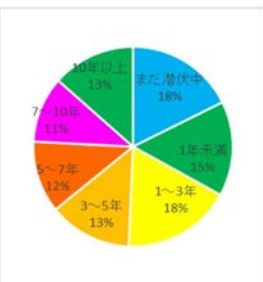


Figure 25 潜伏期間

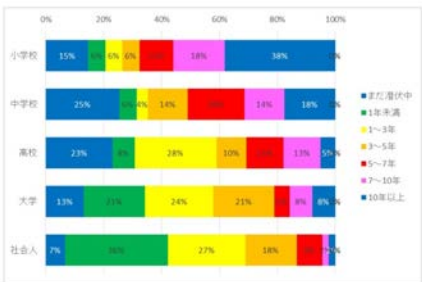


Figure 26 興味を持った時期別の潜伏期間

図 2.14: 回答者の潜伏期間

大多数が、着ぐるみ文化内のコミュニティによって開催されるオフ会などで活動をしていた。

9. 活動形態

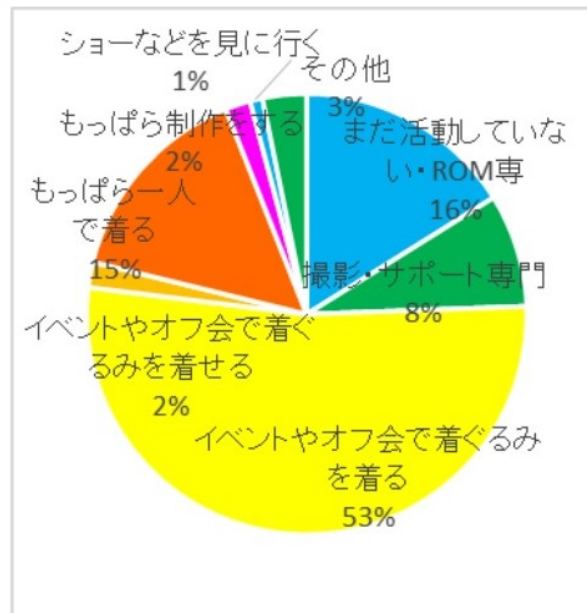


Figure 22 活動形態

図 2.15: 回答者の活動形態

着ぐるみ文化の中には、大小さまざまなコミュニティが形成されている。コミュニティは中の良い友人同士が集まったものが多い。オフ会も、数名から数百人規模まで様々な大きさがあるが、基本的にコミュニティによって開催されている。つまり、着ぐるみ文化はコミュニティの形成と活動が重要なウェイトをもっている。

2.3.7 国勢調査のまとめ

この調査の結果、着ぐるみ文化の構成はほとんどが男性であり、20代から40代まで幅広い年齢構成がされていることが分かった。また、着ぐるみ活動におけるコミュニティの影響力が極めて強く、それゆえの問題も発生している。問題などについては次章にて述べる。

第3章

キグルミの特徴と課題

本章では、このキグルミの特徴や課題について記載する。

キグルミは、アニメ顔着ぐるみの愛好家らが互いの情報や経験をネットを介して共有することによって、文化として徐々に成長していった。着ぐるみの中でもより、ターゲットを個人に絞ったものであり、商用などに使われることはほとんどない。

キグルミ文化の中には着用すること・写真撮影など趣味や目的によってコミュニティが形成されており、着ぐるみの国勢調査 [22] の結果から活動のほとんどがコミュニティによって行われている。

3.1. キグルミの特徴

ここでは、キグルミとは何かや、文化としての形成、ネットとのかかわりを記載する。

3.1.1 キグルミに必要なアイテム

前述で、キグルミとは着用者の個性を消失させ新しい個性を表現することが主目的の頭部もしくは全身を覆うものと定義したが、キグルミについて理解を深めるために、キグルミに必要なものを知る必要がある。

- 全身を覆うタイツ（肌色タイツなどと呼ばれる）

肌色のタイツは、一般でも体の傷隠しや、フィギュアスケートでの衣装表現などに用いられており、見かける機会が多い。ストッキングなどとの違いと

して、下地の肌を隠すために使用しており、一種の衣服のような扱いをされることがある。

図 3.1 はキグルミを着用する際に、肌の質感や特徴を隠すために使用する全身タイツである。このタイツを使用することで、男性は体毛等の身体的特徴、女性は肌のしわや老化現象などを隠すことができる。



図 3.1: 全身（肌色）タイツの着用例

全身タイツは、頭から足先まで一体的に成形されたものから、腕や足のみといったパーツごとに小分けにしたものが販売されている。値段は、7000 円から 30000 円ほどとかなり差が出る。基本的に安いものほど、規制サイズで縫製や生地品質が悪く、高価なものは背広のように着用者に合わせて採寸を取り肌触りの良い生地を使うことができる。平均すると 20000 円前後のものを購入する人が多い。

衣装の下に着るため、着用するさいは下着や肌着のみでその上に肌色タイツを着用することが多い。また、現在キグルミを着用する際は、タイツの着用も推奨されている。この背景には、手だけでも男性や女性といった性別が判別されやすく、着用者（仲の人）の個性を消失させることが十分にできないと考える人が多いためである。

- キグルミ（顔を覆うマスク）

キグルミは全身タイツや衣装など一式を含めた意味をもち、単に頭部のみのキグルミはキグルミマスクなど顔に被るものという意味が分かりやすい単語などが付け加えられる。

キグルミマスクは、着用者の顔を隠し、別の個性を表現する役割を持っている。また、顔を隠すことで、着用者の恥ずかしいという感情を抑えることもできる。これが、着ぐるみ男性の女装率が96 %の理由でもある。



図 3.2: キグルミ（頭部のみ）

図 3.2 は、筆者が 2016 年 9 月に作成した着ぐるみである。筆者は、キグルミを一から作成することができるが、大多数の人は、クリエイターから購入するなどして入手する必要がある。2017 年現在、日本でキグルミを入手するためには時間と資金が必要となる。平均納期は 1 年程度、費用は 25 万円前後とかなりハードルは高い。

費用・納期など高いハードルから自力での着ぐるみを作成しようとする人もいる。しかし、キグルミを作るための技術や知識が十分ではなく、途中で断念もしくは満足な仕上がりにできない人も多い。

- 衣装

肌色タイツの着用によって肌の特徴を隠し、キグルミ（マスク）によって顔を隠すことで、身体は別の個性に変身することができた。次は衣装を着用する必要がある。



図 3.3: 衣装の例

身体に衣装を着ることはコスプレなどと同じで、図 3.3 もコスプレなどに使

用される衣装と同じであり、特別何か必要である場合もすくない。こうした衣装は、ネット通販など購入することができ、値段も安いものから高いものまで様々である。

- 身体補正具

身体補正具とは、キグルミの着用者が自身の体系をキャラクターに近づけるために使用する道具である。男性が女性キャラクターに変身する場合、胸・腰・臀部の形を変化させる必要がある。コスプレなどでも、身体補正具は使用されることは多いが、キグルミは肌色タイツで全身を隠すことができるため、コスプレより広い範囲の身体補正ができる。

図 3.4 は腰のラインを補正するためのコルセットである。この他にも、胸を補正する疑似バストや疑似臀部などが販売されており、これを使用して、理想の体型に近づける。



図 3.4: 腰を補正するコルセット

3.1.2 キグルミ文化の形成

キグルミ文化は商用目的や企業用の着ぐるみが、ネットを介して一般にも普及したことで形成された文化である。

キグルミが、世に認知されるようになったのは1995年ごろからで、この頃は個人クリエイターが細々と作成活動を行っていた。クリエイター同士は、キグルミ作成を目的としたコミュニティも形成するようになったが、共通の作品を作るのではなくあくまでも互いのキグルミを見せ合うことが目的であった。同時期に、キグルミの知識と経験を共有する掲示板なども形成されるようになった。当時は、キグルミを着て楽しむ愛好者はクリエイターを兼ねていたことも多かった。キグルミを作ることができる人が少なかったこともあり、着る人が自分で着ぐるみを作る必要があった。

当時のキグルミの作品としてのクオリティは決して高くはなく、まだまだ発展途上であった。

2000年代に入ると、企業化して着ぐるみを生産するクリエイターが出現するようになった。企業化することによって、クリエイターのコミュニティに属さない人でもキグルミを入手しやすくなった。また、クリエイターによっては価格を下げる者も現れ、価格面でも競争が起き、より新規のキグルミ愛好家を増やすことができた。クリエイターが増加したことによって、キグルミの生産量も増えたため、クリエイターではない着ぐるみ愛好者がキグルミを容易に入手できるようになった。同時期に、mixiや着ぐるみ専門のSNSなども登場し、より活発にキグルミ文化の情報が共有されるようになり、キグルミを着ることを専門にしたコミュニティも数多く形成されるようになった。

2010年代に入ると mixi などに代わって、Twitter や Facebook などが情報共有の場所が変化していった。これまでより、より多くの人の目にキグルミが付くようになりキグルミ人口は増加した。日本国内のクリエイターの増加に加えて、台湾やアメリカなど海外のキグルミコミュニティも勢いをつけていった。

現在、日本国内に存在するキグルミを主に制作する工房は8か所程度確認されているが、個人で活動を行っている人もいるため、キグルミの生産場所や世に回っているキグルミの種類は非常に多い。

3.1.3 ネットと承認欲求

キグルミ文化がネットを介して成長する中で、キグルミの主な活動場所はネット上であり、ネットを介して同じ目的を共有するコミュニティが形成されていった。先述したが、キグルミの醍醐味はプレイヤーが別の個性に変身することである。別の個性に変身したことは、鏡などで変身した姿を見ることで確認できる。プレイヤーは普段とは違う自分に自萌えをすることで、幸福感を覚える。自萌えとは、自身のかawaii姿等に萌えることである。変身した自分の姿を自分で確認するだけでも、承認欲求をある程度は満たすことはできる。

しかし、プレイヤーにとって個性が変わったことを最も認識できる方法は他者から承認されること以外はない。そのため、キグルミを楽しむ人々はSNS（TwitterやFacebook）を中心に積極的に自身が映った写真を投稿し公開をしている。その後、つぶやきに対する「いいね！」が付くことによって投稿者は自身の承認欲求を満たす。この承認欲求は、キグルミだけでなくコスプレなどでも同じようにプレイヤーたちにとって活動の原動力となっている。

プレイヤーたちは、かawaii自分・普段とは違う自分を見てもらいたい、ほめてもらいたいといった感情を満たすことを目的に行動している。ここが、商用に存在する着ぐるみとの大きな違いとなる。こうした、キグルミ着て見せ合うコミュニティは文化の中に無数に存在している。

図 3.5 は、鏡を前に自萌えをするプレイヤー。鏡は着替えの際に、使うだけでなく、自身が別の個性になったことを認識するためのアイテムとしても使う。プレイヤーは鏡の前の自分がいつもと違うことに、大きな快感を得る。



図 3.5: 鏡を前に自萌えをする

[12]

図 3.6 は Twitter への投稿例である。自身が別個性に変身した姿を写真に撮って、これを投稿し多くの人と共有する。この Twitter では、リツイートやいいね！がたくさんつくことで、投稿者は自分が注目を集めていることに快感を覚え、承認欲求を満たしている。

今日の主役はこのお方！



図 3.6: Twitter への写真の投稿

図 3.7 では、承認欲求を満たすためのプロセスを図示したもの。自萌えをする部分は、途中でサイクルが途切れているが、SNS などに投稿するサイクルはループしてより、投稿し承認欲求を満たすことは終わりはしない。常に新たな承認欲求を満たそうとする。

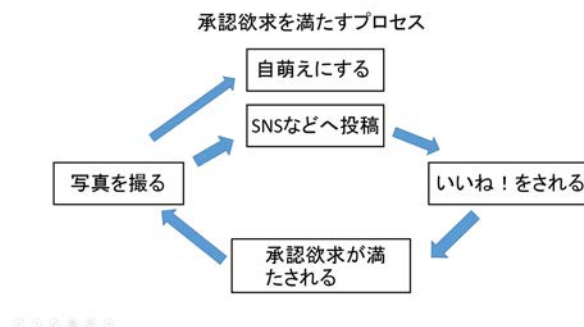


図 3.7: 承認欲求を満たすまでのプロセス

3.2. キグルミ文化におけるコミュニティの種類

先述したが、キグルミはネット上での情報共有が進む過程で、様々な目的や趣味を持ったコミュニティが形成された。例えば、同じ作品のキグルミを着て合わせと呼ばれる、作品統一のオフ会や撮影会を開催するコミュニティなどが存在する。ここでは、3つのカテゴリーに分類して説明する。

- プレイヤー：主にキグルミを使って遊ぶ人々
- クリエイター：キグルミを作成することを主に行っている人々
- コンテンツホルダー：原作のアニメや漫画を制作する側や版權元等で、コミュニティではなく組織として存在することが多い。

ここにあげた3つの役割は相互に影響を与え合っており、図3.8はこれを表現したものである。プレイヤーはクリエイターにキグルミを受注をし、クリエイターにプレイヤーにキグルミで遊んでもらうことで、お互いが成り立っている。またコンテンツホルダーとの関係については、後述で課題を示す。

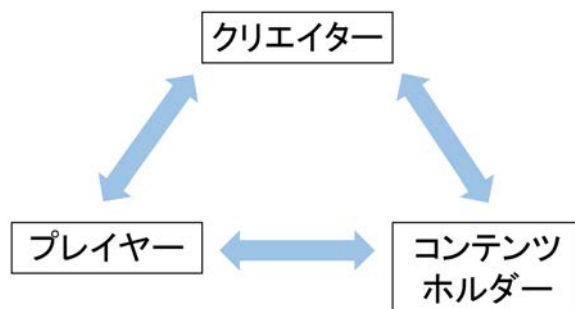


図 3.8: 三者の関係を表した図

3.2.1 プレイヤー

プレイヤーとは、所謂「中の人」と呼ばれるキグルミを着用して楽しむ人々の他に、キグルミを写真撮影することを楽しむカメラマン、キグルミを楽しめる場所を提供するなどキグルミを楽しむイベントを開催する人などがこれに含まれる。

- 中の人

キグルミを着用して、自分とは違う個性を表現することを楽しむ人々。自身でキグルミを作成はせず、クリエイターに作成を依頼する人がほとんど。中には、自分でキグルミを作成する人もいるが、他人に譲渡するのが目的ではなく、自身で着ることが目的なため、プレイヤーに分類する。

- カメラマン

キグルミの姿を写真撮影することを楽しむ人々。カメラマン自身も中の人としてキグルミを着用する人や、まったくキグルミを着用しない撮影専門の人もある。

カメラには、小さい家庭用デジカメを使用する人から、プロ仕様の本格カメラを使用する人まで様々であり、カメラマンが集まるコミュニティも存在する。実際にプロのカメラマンとして活動する人いる他、コスプレなど他の文化からキグルミにやってきたカメラマンも多い。

- サポーター

キグルミはコスプレ等とは異なり頭部を覆ってしまうため、視界や聴覚に制限がされてしまう。自室等なら、危険は少ないが、外でキグルミのロケや撮影会を行う場合はキグルミの行動をサポートする必要がある。サポーターは、キグルミへの外部からの不測の事態に対応するほか、撮影カメラマンや荷物持ちなど雑務を兼務する場合も多く激務である。そのため、サポーターを専門で行う人は、極めて少なく、専門のコミュニティが形成されていない。

サポーターは、カメラマンや中の人コミュニティ内で共有された経験や知識をもとに、コミュニティ内で持ち回りで割り振られることが多い。

- イベントター（イベント開催者）

キグルミのオフ会やイベントを開催する人のことで、自身もキグルミの着用やカメラマンとして活動をしている人が多い。イベントなどのスケジュールや撮影場所の管理などを行っている。

注意する点として、イベントの撮影場所になった場所などが自分からキグルミのコミュニティに属していない場合は、プレイヤーではなく一般の視聴者として区分される。

プレイヤーたちがキグルミを始めたきっかけのほとんどは、ネット上のSNSなどでの交流がきっかけである。プレイヤーたちがキグルミ活動を行う目的のほとんどは、先述の承認欲求を満たすことである。中の人なら、普段の自分とは違う個性に変身することで非日常的な世界を楽しむことなどで、カメラマンは、よりかわいく素晴らしいキグルミの写真を撮り、これをネットに投稿し多くのいいね！を稼ぐことで承認欲求を満たす。

プレイヤーたちは、共通の目的を持つ仲の良い人同士で集まった大小さまざまなコミュニティを形成しており、各コミュニティが独自の活動を行っていることが多い。コミュニティでの活動を通じて、知識と経験をコミュニティに蓄積している。

西日本や東日本など地域性によってもコミュニティに特色が異なっている。西日本では、屋外でも積極的にキグルミを披露しているが、東日本では場所の制約などから野外よりはクローズドなスタジオなどでの撮影が多い傾向にある。

図 3.9 はキグルミを撮影するカメラマンの様子である。キグルミとカメラマンがセットで揃うことで、キグルミの中の人には撮影されることでも承認欲求を満たし、カメラマンはその腕をふるう。中の人における承認欲求とは、言わば注目されることへの快感といえる。



図 3.9: キグルミとカメラマン

3.2.2 クリエイター

クリエイターとは、自身がキグルミを着用（中の人になる）することがメインではなく、キグルミを他人に譲渡・販売することを目的に制作する人々のことをさす。キグルミを含めた着ぐるみ全般を作るクリエイターから、キグルミを専門的に作る人などが存在している。

クリエイターたちは、最初からキグルミを作り始めたという人は少なく、様々な仕事などを経験したうえでキグルミクリエイターとしてデビューした人が多い。そのため、現在日本で活躍しているクリエイターの平均年齢は30代後半から40代

とやや高年齢である。筆者もキグルミに文化における立ち位置はクリエイターに分類されるが、私と同世代のクリエイターは現在日本では確認されていない（筆者は20代）。

プレイヤーと比べるとクリエイターは人数が少ないためか、形成されているコミュニティの数も少ない。クリエイター同士によって形成されるコミュニティは、主に同業者同士の懇親会の意味合いが強く、経験や知識の共有はあまりされていない。理由として、キグルミのクリエイターは技術を商品にしているため、企業秘密として公表したがる傾向がある。

図3.10は実際のキグルミの作成現場である。クリエイターによって、キグルミの作成工程は独自の進化を遂げており、現在に至るまで統一規格などは形成されていない。これは、先述のクリエイターが積極的に技術を公表してこなかったことが理由である。



図 3.10: キグルミの制作現場

3.2.3 コンテンツホルダー

コンテンツとは、着ぐるみに使用されている原作そのものや、作品 (contents) において、その著作権を保持・所有する人々・団体・会社などコンテンツホルダーを指す。例として、漫画家・アニメーター・声優などがコンテンツホルダーにあたる。

キグルミを含めて多くのオタク活動では、原作をもとにした二次創作作品が数多く生み出される。現在、日本の法律ではコンテンツホルダー側から申告がなければ、二次創作は事実上黙認されている状態である。

そのため、現状プレイヤーやクリエイターのコミュニティがコンテンツホルダー側にアクションを取ることは全くない。プレイヤーやクリエイターたちは、コンテンツホルダー側とつながりを持つことで、自分たちの活動が禁止されることを恐れている。また、コンテンツホルダー側も現在のキグルミ文化について、ほとんど知らないもしくは黙認している状態である。

図3.8ではコンテンツホルダーがクリエイターとプレイヤーの相互に影響しあっているとしているが、現状は表立って影響を与え合っている様子はなく、大多数はコンテンツ側からの一方通行の場合が多い。

一方で、特定のコンテンツなどに絞ってみれば、コンテンツホルダー側とクリエイター・プレイヤーが協力した例も存在する。

図3.11は、同人雑誌や二次創作品を販売しているメロンブックスとそのマスコットキャラクターのメロンちゃんのキグルミである。もともこのキグルミは、ファン活動的に制作されたものであったが、のちにメロンブックスが半分公認する形で活動をしている。半分公認とは、非営利などの目的なら存在を否定しないこと。



図 3.11: メロンちゃん

3.3. 着ぐるみを取り巻く課題

新しい個性表現するメディアとしての可能性を有するキグルミだが、ネットが活動の中心であることやオタク文化特有の課題が文化の発展に影響を与えている。

3.3.1 コミュニティ間の交流が少ない

先述したが、キグルミ文化には大小様々なコミュニティが形成されている。このコミュニティにはプレイヤーやクリエイターなどが入り混じったものもあれば、プレイヤーのみ、クリエイターのみで形成されたものなどがある。そして、各々のコミュニティ内で知識と経験が蓄えられ独自の発達を遂げている。

一方で、別々のコミュニティ同士が交流することは少なく、交流があっても表層的・社交辞令的なものであることが多く、継続的な交流になることは少ない。そのため、キグルミに関する知識と経験の共有はあまりなされていない。これは、あるコミュニティが消失することで、そこに蓄えられた知識と経験はすべて失われてしまう脆弱性を孕んでいる。過去に、あるクリエイターのコミュニティが消失したことで、そのクリエイターが作っていたキグルミの技術がロストテクノロジーとなってしまった。このような問題は、他の伝統文化などでも同様に起こっている。

このように、コミュニティ内で知識と経験が蓄えられる一方で、こうした情報を外に向けて発信されることは少ないのが現状である。この現象は、日本の国内にとどまらず海外でも、同様の問題がみられる。特に海外のコミュニティが日本のキグルミコミュニティと連絡をとろうとしても言語やオタク文化特有の閉鎖性の問題によって十分に交流がなされていない。

コミュニティに蓄積された知識と経験が十分に共有されないために様残な、課題があげられる。

クリエイターとプレイヤーの経験と知識

現在日本において、一般向けのキグルミを作成しているクリエイターで、あくまでも自分にとってやりたい仕事であるから受けるといったスタンスをとる人が少なからずいる。つまり、クリエイターは自分の作りたいものを作るのが一番であり、依頼者からのオーダーは生活のためであることなどが多い。そのため、キグルミ業界ではオーダーから完成・引き渡しまでの所謂納期がやや流動的である傾向があり（クリエイターの気分に影響される場合がある）、依頼者とのトラブルの原因となっている。また、こうしたトラブルが起きる背景には、クリエイターはより良い作品を作るためには多少の納期延長もやむ負えないという意識が多く、まずは納期を守ってほしいという依頼者との意識の差が表れている。そして、これまでこの意識の差を埋める手段が存在していなかった。

また、クリエイターは漫画家と同じように得意とする作風が存在しており、この作風が依頼者に十分理解されていないため、クリエイターと依頼者のミスマッチ問題が発生している。こうした、クリエイターの作風についての情報は一部のプレイヤーコミュニティなどでは共有されているが、他のコミュニティでは共有されていないため、ミスマッチが起こっている。そして、こうした情報を共有する場所は存在していなかった。

プレイヤー同士の経験と知識の共有

クリエイターとプレイヤーがキグルミの作風などについての情報共有がなされていない現状の他にも、プレイヤー同士の知識と経験の共有も十分になされていない。

例えば、キグルミを着て写真撮影を行う際のポーズの取り方やキグルミの管理の仕方など、キグルミ活動を行う上で必要な情報が数多くあるがこうした情報が共有されていない。この背景には、コミュニティ同士の交流が盛んではなく、常に仲の良い人同士でグループが固定化していることがある。キグルミ文化にもオタク文化の特徴である、コミュニティの閉鎖性が表れている。

社会との知識と経験の共有

一般社会において、キグルミはまだ異色の存在である。一般人から見て、キグルミは「女装癖」や「オタク」など特殊な存在のように見えている。そして、「怖い」といったネガティブな意見が出てしまっている。この背景には、キグルミに対する社会の無知がある。似たような文化であるコスプレが、ここまで社会で広く知られるようになったのは、コミックマーケットなどを通してコスプレが社会に十分認知されるようになったことが理由にある。

人は、無知なものに対して不要な恐怖心や排外的になる。キグルミに対する社会の対応も、いたって普通である。しかし、まだキグルミの活動の多くは独自のコミュニティ内で行われるクローズドなものであり、認知度を上げるためのイベントや活動は積極的に行われていない。

今後、キグルミが発展するためにも社会に対しての認知度を上げることは必要不可欠であり、社会にキグルミを披露するための活動が求められる。

3.3.2 新規参入者へ教育

キグルミ文化には先述のコミュニティの閉鎖性の様な傾向が強く、新規参入者（プレイヤー・クリエイター問わず）に対して厳しい態度で臨む人が多く、新規参入者にとって、既存のコミュニティからの支援がないと厳しいのが現状。

例えば、新規参入者向けの統一ホームページやイベントなどは存在せず、着ぐるみに関するリテラシーを集中的に学ぶための教育組織なども存在しない。現状、各コミュニティが独自に作成しているマニュアルなどをもとに、情報を集め、どこかのコミュニティに所属して文化に参加するしか方法が存在しない。

一方で、先述の通り、知識と経験はコミュニティごとに蓄えられており、その経験値はコミュニティによって違う。そのため、参加するコミュニティによって活動のレベルに差が出てしまう。

新規参入者が少ない、もしくは定着しないとプレイヤーとクリエイター双方の数が不安定になる。プレイヤーが増えないと、キグルミ市場が十分に成長することができずクリエイターたちは厳しい活動を余儀なくされ、十分に設備投資をす

ることができない。結果、新規クリエイターが増えないとキグルミの供給不足に陥り、価格の上昇・納期の不安定化・作風の固定化につながってしまう。

こうした問題の難しいところは、一概にどちらかを増やせばいいというわけではないところである。クリエイターが納期の安定化や新規クリエイターを育成することに慎重な背景には、キグルミ市場の先行きが不安定であり、十分な投資が行えないという問題がある。一方で、プレイヤーにとっても不安定な納期と価格のためにキグルミ文化に参加することに二の足を踏んでしまうプレイヤーも多い。

3.3.3 コンテンツホルダーとの関わり方

キグルミ文化は二次創作が主であり、活動を行っていくうえで著作権という問題にぶつかってしまう。こうした、二次創作は所謂グレーゾーンと呼ばれる部分であり、コンテンツホルダーの黙認とクリエイターとプレイヤー側の忖度によって絶妙な均衡を保っている。

しかし、こうした均衡は文化が発展する上では障害でしかなく、クリエイターとプレイヤー側にとって萎縮する原因以外他ならない。現在、コンテンツホルダーとキグルミ文化のかかわり方について考えられたことは無く、こうした問題に対してクリエイターとプレイヤー内部でも意識の共有がなされていない。

第4章

キグルミの作成手法の体系化

本章では、コミュニティが持つ知識と経験を共有する上で、キグルミの作成を重要なポイントごとに整理をした。事前に、キグルミ作成の手順や材料を理解することで後に記載する、取り組みに対して理解度を高める。

前述したが、キグルミはコミュニティによって独自の発展を遂げている。これより、筆者の所属しているキグルミクリエイターのコミュニティの作成方法を紹介していくが、他のクリエイターコミュニティでは全く違う作り方をしていることもある。

ここで紹介するキグルミの作成手法は、日本のキグルミクリエイターのもなか工房 [13] が作成し、この手法を弟子として筆者がのれん分けをしたものである。なので、主に、もなか工房と筆者が使用しているキグルミ作成手法である。

4.1. キグルミを作る手順

これまで、キグルミを取り巻く背景を述べてきたが、キグルミはまだ工業的に作成されたものではなく、芸術性の高いものである。クリエイターではない人も、道具や環境がそろえば作ることにチャレンジができるが、作り方やコツ、センスなどが必要となる。

4.1.1 キグルミのベース

通常、着ぐるみを作る際は素体と呼ばれる、キグルミの顔のベースとなるものから制作を開始する。この素体は、様々な種類が存在しており、作るキャラクター

の顔に合わせて最も作風のあった素体を使用している。クリエイターは、この素体を複数種類持つことで作風の幅を広げている。また、クリエイター同士で素体の売り買いをする場合もある。素体は一般プレイヤー向けにも販売されており、プレイヤーが自分用にキグルミを作成する場合もある。図 4.1 は日本で最も普及している着ぐるみ素体である「ぬこ 5 式」と呼ばれる素体である。まず、素体を用意し、これに目・髪・塗装をすることがキグルミの大まかな作り方である。



図 4.1: 素体の例（ぬこぱん 5 式）

[8]

4.1.2 キグルミの作成手順

ここではキグルミを作る手順の全体を示す、手順毎に難易度があり比較的難易度が低いものは、技術などが共有され、クリエイターではない人が着ぐるみを作成することに挑戦する人もいる。

1. キグルミの素体を用意する

キグルミの素体は、FRP（Fiber-Reinforced Plastics 繊維強化プラスチック）と呼ばれる材質で作られることが多い。この素材のメリットとして、軽量で丈夫かつ安価であることがあげられる。デメリットは、有機溶剤を使用するため専門の知識や使用環境が必要となる。FRP以外にも歯科技工などに用いられるレジンキャストなどを使用するクリエイターもいる。

日本国内のメーカーから、キグルミの素体は販売されており（価格は平均3万円前後）入手することは容易で、プロのクリエイターも素体を購入して加工をすることで付加価値をつけている人もいる。アマチュアでキグルミ作成をする際は、素体は購入して入手するのが最も一般的である。

素体を0から制作する場合は、粘土で形を成形し、石膏やFRPでの複製と成形を経てシリコンで複製用の型を作ること、キグルミに使用可能な素体を複製できる。この工程には、粘土の成形技術やシリコンの扱い、複製した素体の研磨・洗浄など様々な専門的かつ高度な造形センスが問われる工程が多く、多大な労力が必要で難易度も極めて高いため、プロのクリエイターでも素体を0から作るとは難しい。図は、複製用の型から素体を複製しているところ。

2. キグルミの顔を作る

用意した素体をベースに作成したいキャラクターの顔に整形する。主に、目・口・鼻・顎を整形することで同じ素体から様々な作風のキャラクターを作ることが可能である。しかし、顔のパーツをいじることは、もともとあった顔のバランスを変えてしまうため、バランスの再度鳥なおす技術を持っていないと顔面崩壊を起こしてしまう。アマチュアの人が顔を作り替えようと素体



図 4.2: キグルミの素体複製風景

をいじった結果、自身では修復不可能に陥ってしまい、そのまま素体が放置されてしまうこともよくある。

顔の整形には、カッターや電動やすり、汚れてもいい環境など場所や道具への投資が必要であり、技術面以外にもアマチュアの人が行うには難易度が高い。また、こうした着ぐるみの顔の作り方はクリエイターによって変わり、これが作風にもつながっている。顔の構成が完成したのちは、塗装に移る。

図 4.3 は、キグルミの素体に鉛筆など修正が容易なもので下書きをした後に、目の穴を開け、口を整形することで、元の素体の印象をかえることができる。

3. 塗装

整形された素体に、色を塗っていく。アマチュアの場合はスプレー缶による塗装も可能だが、クリエイターは風圧を一定にするため専用のコンプレッサーを使用する。風圧の変化は、塗料の吹きムラを作ってしまうからだ。このコンプレッサーや塗装用のノズル、防毒マスクなどに専門の道具も多く、アマチュアにとっては投資額が大きく、自前で行うのは難易度が高い。そのため、市販されている素体はこの塗装までの工程が行われたものが販売されている。

始めに、色が塗料が乗りやすくするための下地としてサーフェイサーを吹き



図 4.3: 顔の造形ビフォー・アフター

付ける。サーフェイサーとは塗料の下地と細かい傷埋めをいっしょに行うことができる特殊な塗料である。このサーフェイサーを目の粗い順グレーを一層目に、二層目に、目の細かい白いサーフェイサーを吹き付ける。白いサーフェイサーを塗るのは、次の塗料を塗る際に、塗料の色の邪魔をしないようにするためである。

サーフェイサーによる下地が整えば、次にキャラクターの肌の色に合わせた塗料を吹き付ける。頬紅など、細かい塗装箇所も多くある程度の塗装技術には熟練が必要となる。

図 4.4 はサーフェイサーによって加工された素体に肌色をぬる工程。肌色単色を塗った左の素体は、どこか無機質な印象を受けるが、頬紅や口紅で化粧塗装をした素体は表情に暖かみが出ている。肌色に単色で塗ることは、全体を塗るだけなのでアマチュアでも容易であるが、頬紅などの化粧塗装は熟練技術が必要なため、省略するアマチュアクリエイターもいる。

4. 目・のぞき穴・髪の毛の下準備

塗装したキグルミの素体に、目・まつげ・眉毛などを取り付けることで一気に顔として認識が可能となる。

目の作成

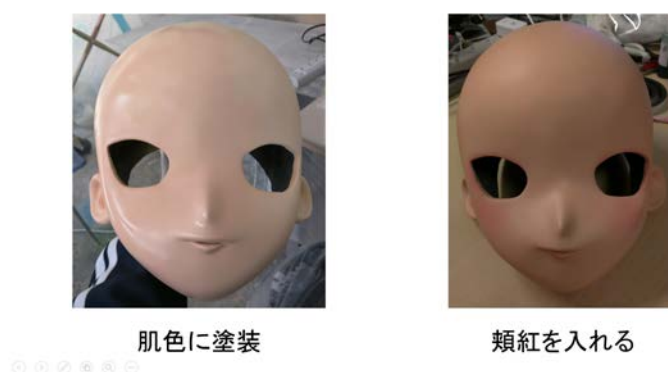


図 4.4: 肌色と頬紅の塗装

筆者のキグルミの目は、アクリルレンズを目の形に合わせてカットする。そこに Photoshop などのペイントツールを用いて描いた目のイラストをシール用紙に印刷し、これをアクリルレンズに貼り付けて目を表現している。筆者がアクリルレンズを使用するのは、ガラスに比べて加工が容易であり、割れる危険も少ないからだ。ガラスほどではないが、透き通るような目の透明感を演出している。

一方で、目をコンピュータなどを使わず手書きで行うクリエイターも存在するほか、レンズではなく、プラスチックの板に印刷した絵を貼り付けるなど表現の仕方は様々だ。

市販されているキグルミの素体では、印刷すればすぐに使える目のデータが公開されており、目のイラストを掛けない人でも困ることはない。

図 4.5 は、アクリルレンズの目を使用した場合と不使用の場合の目を比較したもの。レンズを不使用の場合は、目の透明感は少なく、くすんだ印象を受けるが、こちらは写真を撮った際に光の反射を起こしにくい、修理が簡単というメリットもある。そのため、キグルミの目に採用されているシェアとしては、レンズ不使用の方が圧倒的に多い。比較例は、造形工房 SIGMA より [4]。

アクリルレンズの他に、更に透明感を表現できるレジンを使用するクリエイターも存在するが、この方法は大量生産や加工が難しく、キグルミのシェアでは少数である。

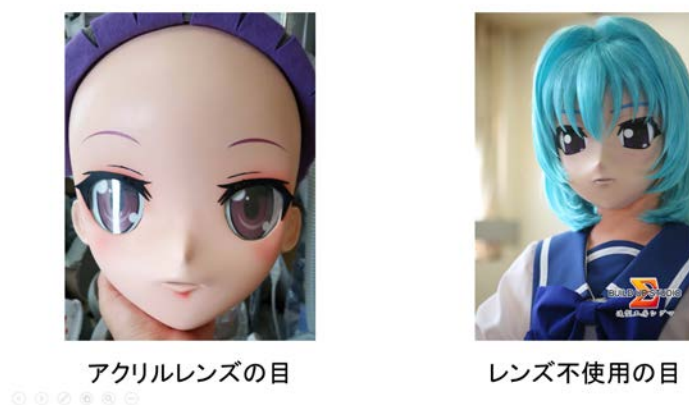


図 4.5: 目の表現の比較

また、筆者は目と同様にコンピュータを使って眉やまつげを描いて、これを印刷して使用している。まつげとは、アニメや漫画のキャラクターに使われる表現で、目の縁にある黒い部分のこと。図 4.5 でも目に黒いゴムシートでまつげを表現している。ゴムシートの他にも黒いシールやペンなどで直接書き加える人もいる。

のぞき穴の作成

目のまつげと二重に部分に視界を確保するための穴をあける。下の図 4.6 のように鉛筆などの修正ができるものを使って下書きをした上で、ドリルルーターで穴を開ける。ドリルルーターとは、工作などに使用される小型のドリルである。先端のヘッドを変えることで、穴あけや研磨にも使用することができる。

図 4. 6 では、のぞき穴の下書きとそれを元に穴を開けている。ルーターの値段は安いものでも 8000 円程度するためアマチュアでは、穴を開けるのにカッターなどの手作業で行う人もいる。のぞき穴の精度はキグルミの安全性

に関わるため、譲渡を主にしているクリエイターはのぞき穴に注意を払っている。



のぞき穴の下書き



のぞき穴を開ける

図 4.6: 目の表現の比較

髪の毛の土台作り

目が完成した後は、キグルミの髪の毛をのせる土台を作る。筆者は、土台を作ることでキグルミの髪の毛を取り外し可能にしている。髪の毛は、風や輸送など、キグルミのパーツの中で最も酷使され、痛みやすい部分である。ここを取り外しができるようにして、交換しやすくしている。他のクリエイターでは、髪の毛を素体に直接貼り付けているクリエイターもいる。

また、髪の毛の土台を作ることで髪の毛の作業をしやすくしている。土台の材質には、ウレタンシートという薄いスポンジのシートを使用する。これを細く帯状に切ってこれを髪の毛の生え際や後頭部全体に敷き詰める。このウレタンシートは、髪の毛を貼り付ける際に使用するグルーガンと非常に相性がいい。グルーガンとは、熱で接着剤を溶かして接着する手芸用の道具。FRP とグルーガンはやや相性が悪くはがれやすいため、髪の毛を張りかたに限界がある。しかし、ウレタンシートなら相性がよく、少ない接着剤の量で接着できる。

土台を作ることで、キャラクターの髪型を再現しやすくなる。ウレタン

シートで作った土台の上に、スポンジをのせてキャラクターの髪型を再現しやすくなる。アニメなどのキャラクターは、現実の人間とはかけ離れた髪型をしており、キグルミの髪型は造形物として組み立てることが多い。

図 4.7 はキグルミの髪の毛の土台が完成した状態。ウレタンシートを敷き詰めたあと、キャラクターの髪型のあわせてスポンジをのせてグルーガンで接着する。前髪の根元となるおでこの部分は、髪の毛と同じ色のフェルトを貼り付け、スポンジを目立たないようにする。ここまで、完成すれば次は顔が汚れないように、養生ビニールシートで養生する。



図 4.7: 髪の毛の土台を作成

5. 髪の毛を作成

この作業はキグルミ作成では最後の作業の場合が多いが、髪型はキャラクターのイメージの半分を印象づけるとされており手を抜くことはできない。

市販のキグルミ素体を購入した人がチャレンジする最初で最大の難関である。顔の改造で挫折した人以上に、髪型を理想通りに作ることができず挫折・お蔵入りになってしまった人も数多い。後述で触れるが、キグルミで知りたい技術ナンバーワンがこの髪の毛についての分野である。

キグルミの髪の毛は、コスプレ用のウィッグを使用する。キグルミは、通常の人間の頭よりサイズが大きいためコスプレ用のウィッグをそのまま使用することはできない。そこで、複数のウィッグ用意し、パーツごとに分解しキグルミの頭に合わせて再構築していく。その後、前髪をカットして髪型をセットする。このウィッグの購入・分解・貼り付けはキグルミを自分で作成するアマチュアの人々にとって最も知りたい分野である。

図4.8は髪の毛を貼り付け完成させたもの。髪の毛はグルーガンで貼り付けるだけでは、ばらけてしまいキャラクターの髪型を維持することができない。アニメのキャラクターはどんなときでも髪型が変化しないため、これを表現するためスチノリで髪を固める。スチノリは、発泡スチロールを接着するためののりであるが、固まると透明かつ強固に固まってくれるため髪の毛を固めるには有用性が高い。スチノリで固めるほか、ヘアースプレーなども髪型のセットに使用する。

この髪型の固め方やセットの仕方もクリエイターによって違いが大きい。

6. 仕上げ

髪の毛を作成した後、キグルミを被ることができるようにするため、内部にスポンジをいれる。その後、装飾品がある場合は必要に応じてこちらも作成する。

内部のスポンジの詰め方もクリエイターによって様々である。日本の工房の多くは、業務用のスポンジをカットし、これにサテン生地などを巻き付けて使用している。海外のクリエイターでは、自社のロゴの入ったスポンジを作成しているところもある。

図4.9はキグルミの内部である。スポンジを配置する場所は、頭の天頂部・耳からこめかみにかけての左右の側面部・あごの部分・おでこに置く。これ



図 4.8: 髪の毛をセット

らの場所で、キグルミを着用者の頭部に固定をする。



図 4.9: キグルミの内部

ここまでの、キグルミの主な作成工程である。

4.1.3 キグルミはを完成までの時間

- 素体の複製

FRP の硬化や十分な乾燥時間が必要になるため、複製に約 3 時間、乾燥に半日程度の時間がかかる。また、FRP は気温によって硬化時間が変化するため、気温に合わせた FRP を使用する必要がある。

- 顔の作成

顔の作成は、パテや電動やすりを使って整形していく。素体が十分に完成している（ゆがみ等がない）場合は、平均 4－5 時間程度で顔の形を成形することができる。

- 塗装

塗装はサーフェイサーと塗料によって、乾燥時間が異なる。サーフェイサーは、厚塗りをするため塗った後は十分な乾燥時間が必要となり、塗ったあと

は平均2時間ほど待つ必要がある。塗料は比較的早く1時間程度で乾燥する。最終的に塗装が完成するのに1日ほどかかる。

- 目の作成・髪の毛の下準備

目の作成はパソコンで行うため、1キャラ平均1時間程度。アクリルレンズの加工や目をはめ込む作業は約1時間程度かかる。髪の毛の土台は、道具の準備や作成の一連の工程で約2時間程度がかかる。トータルで、4～5時間程度の時間がかかる。

- 髪の毛

髪の毛は、ウィッグの解体から、貼り付け、セットまで、通常丸1日程かかる。その後は完全に乾燥をさせる必要があるので、さらにもう一日かかる。

- 仕上げ

内装や髪型などの微調整を行うが、これは平均2時間程度で終了する。

最終的に、一つのキグルミを完成させるのに5日程度かかる。いくつかの作業は並行で他のキグルミを作ることも可能なので、一週間程度に一人で2個程作ることができる。

4.2. キグルミの価格

キグルミの価格は、作成したクリエイターによってばらばらであるが、平均25万円前後である。

もなか工房は、20万円前後、筆者は15万円程度となっている。

最安値では、5万円から10万円程度で購入できるが、作品のクオリティや強度などが不安定である。

4.3. キグルミの元型を作る

ここまで、キグルミを素体から作る一連の工程を大まかに記載したが、ここでは素体を作るための原型の作り方について説明する。ただし、本論に直接関係の無い部分があるため、本論に必要な情報をのみを記載する。

4.3.1 素体複製型とは

素体複製型とは、キグルミの素体を作るための元型であり、キグルミ作りにおいて基礎となる部分である。この複製型を持つことで、キグルミ素体を作ることができるので、クリエイターにとっては資産ともいえる。

キグルミの素体の元型を作ることは、キグルミ作成の準備作業の中でも最も労力がかかりかつ直接商品にしづらいことから、各クリエイターにとっても元型を作ることは大きなハードルとなっている。そのため、プロのクリエイター以外の人で元型からキグルミを作成する人は希有である。

図 4.10 は素体の複製に使用する複製用の型で、主にシリコンで型を取り、型の保持のため FRP で保護されている。作成には約 2 週間ほどの時間と材料費だけで 50000 円以上と大きな投資が必要となる。また、複製型ができて、複製した素体が商品にならなければ大きな損失となる。クリエイターは新型の作成には慎重になってしまう。



図 4.10: 素体複製用の元型

4.3.2 複製するための原型を作成する

原型、つまり複製されたキグルミ素体のオリジナルとなる型のことである。オリジナルの原型は、粘土などで成形される場合や既存の型を改造して作成されるなど作り方は様々である。どのやり方であってもその後の素体の仕上がり、さらにキグルミ全体の完成度に大きく影響するため重要な作成工程である。

粘土から原型を作る場合は、粘土から直接作られた原型を一時原型と呼ぶ。(図 4.11) これに型取り用石膏で型を取りこれを FRP で複製する。これを二次原型として再修正したのちシリコンによって複製する。粘土で作った型を直接原型として使わない理由として、粘土の一次原型は非常に重いため、その後のシリコン型が歪むのを防ぐ目的がある。

既に FRP などで成形された型を原型として使用する場合は、石膏による複製型を作る必要はない。そのまま、シリコン複製を行うことができる。

4.3.3 原型から複製用の型を作る

作成された原型にサーフェイスなどで、表面をコーティングした後はシリコンなどを使って複製用の元型を作成する。下の図 4.12 のようにシリコンを複数回に



石膏を用いた1次複製型

図 4.11: 石膏を使った複製型

分けて、シリコン層が厚く丈夫になるまで塗っていく。シリコンを積層する過程の中で、補強用にガーゼを混ぜ込んでいく。シリコンの硬化には時間がかかる（数時間から1日）ため、この作業は非常に時間がかかる（全てが終わるのに約1週間）。

シリコン層が完成した後は、型の形を維持するためFRPで型を覆う。あらかじめ入れておいた切り込みに沿って、元型を分解し原型を取り出すことで複製用の型の完成である。



シリコン層の積層



シリコン層を補強(ガーゼ使用)

図 4.12: シリコンの積層

付録では、キグルミを作る際に使用する道具・材料をまとめておく

4.4. キグルミ作成において重要なポイント

これまで、キグルミ作成の手順を説明したが、その中でもクリエイターでも難しい複製型作りやアマチュアの人や自作のキグルミプレイヤーでも可能なウィッグ作成などがある。

後述するが、筆者が行ったキグルミの作成技術（知識）や経験を共有することを目的にワークショップを行った。その際に、事前にどのようなキグルミについての知識と経験を共有したいか調査を行った。

4.4.1 調査内容

キグルミ作成に関するワークショップを行う中で、コミュニティ同士の交流を促すターゲットをクリエイターやプレイヤーに的をしぼった。

キグルミに関する知識と経験を共有することに興味があるかと聞いたところ、日本のクリエイターは一部しぶる回答もあったが、おおむね共有することによって文化の発展を促せるという共通認識を持っていた。

キグルミのプレイヤー側を調査した結果、6割の人がキグルミを何らかの形で自分で作成をした経験を持っていた。さらに、自作を経験した人で4割が顔の改造から、2割が髪の毛のみ、3割が素体から作った経験を持っていた。

一方で、キグルミを自作したプレイヤー達はある一定のレベル以上の成長には、クリエイター達との知識と経験の共有が必要であるとも感じていた。特に、顔の改造と髪の毛の作成が調査での回答者の半分以上が技術などを教えてもらいたいと答えた。

第5章

課題解決への取り組み

本章では、第3章で触れたキグルミが抱える課題解決に対しての取り組みを記載する。

事前には主要人物と時系列を記載する。

登場人物

キグルミ研究所

キグルミ研究所とは、筆者が2017年10月に設立した、キグルミ活動を組織的かつ円滑に行うための研究組織である。設立までの時系列は後述で説明する。創設メンバーは3人。

研究所設立前は「キグルミ project」として活動していた。

- 吉岡 大輔（筆者・研究所代表・キグルミクリエイター）
- 地曳 はるか（KMD 修士課程1年）
- 菊地 慎太郎（キグルミプレイヤー・研究員）

KMD 支援者

KMD（慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科）の方々から多大な協力を得ることができ、ここまでの活動をすることができた。

- 杉浦 一徳 慶應大学 准教授

- 菅賀氏 （KMD 修士課程 2 年）
- 中村氏 （KMD 修士課程 2 年）
- ソウ・ケツ氏 （KMD 修士課程 2 年）
- スー・ハン氏 （KMD 修士課程 2 年）
- 仲倉氏 （KMD リサーチャー）
- KMD 学生 延べ 10 名

キグルミプレイヤーからの支援者・支援組織

キグルミプレイヤー 伊藝氏 茜氏
キグルミカメラマン 遠藤氏
キグルミデザイナー りゅうのすけ氏 (元着ぐるみショーアクター)
キグルミイベンター Cer 氏 夢繰眠子氏 (慶應大学 OB)
合同会社ぷれこす (キグルミ・コスプレイベント運営会社) [11]

キグルミクリエイターからの支援者・組織

もなか工房 (キグルミデザイナー・クリエイター・キグルミ研究所サポーター) [13]
あやめ商店 (キグルミクリエイター・肌色タイツメーカー) [5]
Zukokan (キグルミクリエイター・デザイナー) [23]
ぎょっち (肌色タイツメーカー・キグルミクリエイター) [6]
ぬこぼん (キグルミデザイナー・クリエイター) [8]
造形工房 SIGUMA (キグルミデザイナー・クリエイター)
RTPS (Ride the Pig Studio 北米・着ぐるみ作成スタジオ)
G.K.O 豪華王 (台湾での着ぐるみ作成スタジオ)

ワークショップ参加者・支援者

着ぐるみプレイヤー 200名（キグルミも着ぐるみも含む）
KMD 学生 30名（ゼミ生を除く）

主な出来事

2016 年

4月5日 KMD・クラッシュコース 杉浦准教授着ぐるみデビュー
5月6日 杉浦准教授の授業「オタク文化」にてキグルミデビュー
6月17日 オタク文化着ぐるみ授業 2回目
7月10日 SF 大会伊勢志摩コン KMD 以外で初めての着ぐるみセッション
7月31日-8月6日 台湾のキグルミスタジオ豪華王との交流1回目
8月10日 ロシアとのキグルミ交流
8月16日 K4GP
9月1-6日 デンバーにて NANDESUKAN に参加 キグルミ北米デビュー
10月8-10日 金沢・能登ロケ キグルミと一般の人との交流
10月23日 秋葉原ランドツアー 1回目
10月27-11月2日 オレゴン KUMORIKON
11月12-14日 髪の毛作成オフ会
11月19日 ケモコン in 木更津
11月26日 KMD フォーラム キグルミで三田キャンパスを埋め尽くせ！
12月10日 着ぐるみイベントわっしょい！参加 1回目
12月30日 コミックマーケット

2017 年

1月28日 新型素体を作成期間
3月12日 純正 KMD 産の新人キグルミプレイヤーがデビュー
4月13-19日 シアトル SAKURAKON

4月29日 第1回 キグルミワークショップ（キグルミ授業）
5月4-9日 台湾 豪華王 師範大学との交流 2回目
5月12日 岩男潤子さんとキグルミ交流
5月24-6月1日 Anime North 初の筆者単独の海外セッション RTPS との
交流 1回目
6月24日 第1回キグルミ技術展示会
6月28-30日 DICOMO 情報処理学会へ参加 北海道へ
8月19日 第2回キグルミ技術展示会
8月27日 SF 大会 ドンブラコン 着ぐるみとコスプレのセッションを行う
9月2日 第3回キグルミ技術展示会
9月8-17日 アメリカ RTPS とワークショップ
10月1日 キグルミ研究所スタート
11月3-4日 KMD フォーラム

以下に、課題解決への取り組み別に記載する。時系列は各セクションごとにまとめる

5.1. KMD における課題解決への取り組み

2016年4月にKMDに入学した筆者（吉岡）は、杉浦一徳准教授のサポートもあり、KMD内でキグルミ活動を「キグルミプロジェクト」として活動を始めた。

しかし、多くのKMD内の学生や教員はキグルミのリテラシーを全く持っていなかった。そこで、課題解決のための準備として、まず、KMD内でキグルミに対する知識と経験を共有をした。

日本時間 2016 年 4 月 5 日 日本・静岡県・修善寺 KMD クラッシュコース

4月5日から2泊3日のクラッシュコース（新人研修）に参加した。そこで、慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科（以下KMDと略す）の杉浦准教授の

キグルミデビュー用のキグルミを披露する。キグルミを着用した杉浦准教授は、クラッシュコースの夜の宴会にて会場を沸かせた。

この取り組みは、KMD内で吉岡が、キグルミクリエイターであることとキグルミという存在を示す目的があった。

教員・学生は初めて見るキグルミに対して、「怖い」や「不気味」などとの初めて見る者に対しての恐怖心を感じる者も多かった。一方で、キグルミに対して「可愛い」という意見もあった。

人が恐怖心を感じるのは、自分が知らないものに対して感じ不安を覚えた時なので、キグルミの周知活動を続けることで、こうした意見は減っていく。

結果として、吉岡と同期の学生・教員にキグルミの紹介をすることができた。

下の図 5.1 は実際に杉浦准教授がキグルミを着た姿。このキグルミは、吉岡が作成したもの。



図 5.1: 杉浦准教授のデビューキグルミ

日本時間 2016 年 5 月 6 日 日本・横浜市・KMD

KMD でより学生にキグルミに対しての知識を学んでもらうため、吉岡の作成したキグルミを KMD で行われている杉浦准教授の講義「オタク文化」にて紹介することになった。

そこで、キグルミ愛好家に KMD に来てもらい、キグルミを着て授業に参加してもらった。KMD の講義で初めてキグルミを特集し、講義に参加していた学生とキグルミについて知識を共有し合った。講義には吉岡と杉浦准教授を除いて、5 人のキグルミが来た（一人はカメラマンも兼任）。

下の図 5.2 は、実際にキグルミが授業に参加している様子。この授業で、初めてキグルミというものに触れた学生も多かった。

この講義の結果、キグルミのプレイヤーやクリエイターの中でも話題となり、KMD がキグルミについての研究が行われていることが認知されはじめた。

表 5.1: 講義への参加者内訳

内訳	人数
キグルミ	5
カメラマン	1（キグルミと兼任）



図 5.2: オタク文化授業に参加するキグルミ

日本時間 2016 年 6 月 17 日 日本・横浜市・KMD

5月に行ったキグルミ講義が学生に好評であった他、キグルミプレイヤーからもオタク文化講義でキグルミについての知識と経験を共有したいとの意見があったため、再度キグルミ特集の講義を行った。

この講義では、キグルミプレイヤーの他にも、キグルミクリエイターのもなか工房とZukokanも聴講にきた。クリエイターの方々は、KMDがどのような環境でキグルミを作成し、研究を行っているのか興味をもっていた。

また、この講義では、Facebookなどを利用してLIVE中継も行った図5.3。ライブ中継は、海外のキグルミプレイヤーにも注目された図5.4。後述するが、翌年にワークショップを行うアメリカのキグルミクリエイターともこの時から連絡を取り合うようになる。

この授業では、吉岡がKMDの入学前にファン活動として作成したラブライブ!のキグルミを披露したほか、吉岡が作ったほかの作品のキグルミも披露した。また、吉岡が作った以外のキグルミも授業の中で紹介をした。図5.5は集合写真。

今回はキグルミプレイヤーは11人(KMD関係者は除く)、カメラマンが1人、キグルミクリエイターが2人で合計14名が授業に参加した。

この講義は、開講直後から大きな反響を呼んだ。KMD内部では、講義を受講していた学生以外からも吉岡は「キグルミを研究している人」として認識をしてもらえるようになった。また、キグルミのコミュニティにも、影響を与えることができた。

講義に参加していた人が所属するコミュニティを中心にキグルミプレイヤー・クリエイターの双方から賛否両論を巻き起こした。しかし、結果としてKMDのキグルミ研究が国内外のキグルミのコミュニティに知れわたった。



図 5.3: ライブ中継の準備

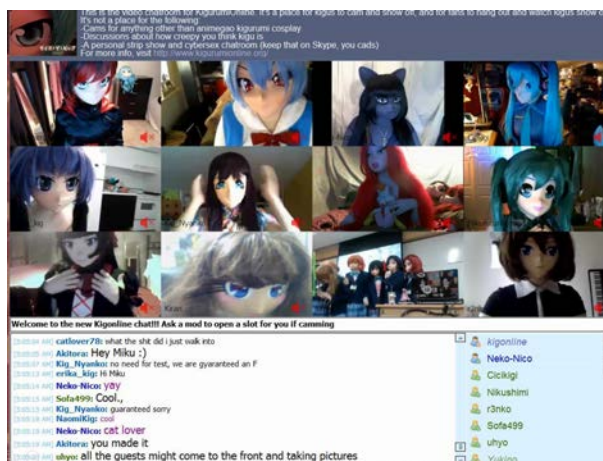


図 5.4: 海外とのLiveチャット

表 5.2: 講義への参加者内訳 2

内訳	人数
キグルミ	11
クリエイター	2
カメラマン	1



図 5.5: オタク文化授業でのキグルミ 2

日本時間 2016 年 11 月 26 日 KMD フォーラム 三田キャンパスを埋め尽くせ！

KMD の研究発表会とオープンキャンパスを兼ねている KMD フォーラムの 2016 年のテーマの一つがポップカルチャーだった。そこで、新しい文化として、オタク文化の一種として発表すべく、キグルミで三田キャンパスを埋め尽くすことが計画された。

KMD フォーラムでは、多くの一般入客や合計 200 人近いキグルミプレイヤーとクリエイターに対応するために、キグルミやコスプレのイベント経験のあるイベント会社「ぷれこす」と協力してイベントを行うことになった。

このイベントの目的は、一般人とできる限り、交流をとりキグルミの存在を知ってもらうこと、キグルミを学術として研究することと問題意識をキグルミプレイヤーとクリエイターに共有してもらうことであった。

フォーラム内では、5月、6月に行った杉浦准教授の講義「オタク文化」のミニ講義（図 5.6）も行った。この講義は、同時刻に熊本県で行われていた熊本市電とキグルミのイベント「ツロくま」の会場ともライブ中継を行い、ネットを使ってより多くの人々が場を共有できるようにし、「キグルミプロジェクト」の普及活動と先述の問題意識の共有などをおこなった。

また、フォーラム内ではキグルミ用の特設ブースを作り（図 fig:キグルミブース 2016）、一般人の目にもキグルミが触れるようにした。

イベントにはキグルミクリエイターは、もなか工房・Zukokan・ぎょっちの3工房。キグルミプレイヤーは100人を超える中の人とカメラマン、サポーターが来てくれた。

結果、一般の人からもキグルミは好評であった他、キグルミプレイヤーからも吉岡の活動を支援する動きが見られた。

下の図 5.8 は、慶應義塾大学三田キャンパスでの記念写真



図 5.6: 講義を別会場に中継



図 5.7: キグルミブース 2016



図 5.8: KMD フォーラム 2016

日本時間 1 月 28 日 KMD 新型キグルミ素体複製型の作成

2017 年では、2016 年でキグルミの技術などを主に共有するためのワークショップを開催することになった。

ワークショップでは、実際にキグルミを作成する場면을披露するほか、キグルミに関する知識を共有することができるように計画をした。

キグルミワークショップの準備

キグルミワークショップを企画する上での目的や必要な準備を整理する。

目的（現時点）

キグルミの顔の改造・ウィッグの改造などを知りたがっている人が多い。吉岡の所属するコミュニティはクリエイターなので、これらの知識と経験を蓄積しているので、プレイヤーやそのほかのクリエイターとも共有し、新たな発見を目指す。

準備

キグルミワークショップに使用する予定の汎用型素体を作成する必要がある。これまで使用して素体複製型は、吉岡が 2014 年に作ったもので経年劣化によるゆがみなどが酷くなったため、新型の複製原型と複製型を作成する。

髪の毛の技術の共有についても、髪の毛に取りかかるには第 3 章で触れた手順で顔の作成など髪の毛は最終工程のため準備に時間と労力がかかる。この準備を短くするためにも、顔の改造や塗装に必要な手順を短くした素体が必要。

旧型素体の問題点

これまでの素体は、複製型の経年劣化によるゆがみ・顔の形が現在のアニメ作品に向いていないの二つの問題があった。旧式の素体は 2014 年に作ったが、近年のアニメは数年で顔の作風が変化している。

複製した素体にゆがみがあると、ゆがんだ部分をパテなどで埋めて修正をする必要がある。また、現在の流行アニメと素体の作風が違うと、素体の顔を流行作品風に改造する必要がある、この2つの工程で、全体の作業工程時間の半分近くを占めている。ワークショップなど大量の素体が必要となるため、改善の余地あり。

改善点

- 大量生産をしやすくするため、素体の複製工程を短くした。

これまで、キグルミの素体を複製する際は3工程（パーツ）に分けて複製をしていた。顔の複製と後頭部の複製を左右に分割の計3工程でFRP複製をし、これをつなぎ合わせて一つの素体としていた。これを、後頭部を左右に分割せず一つの複製工程にまとめた。

下の図は、旧型の複製型で素体を複製したもの。顔・後頭部左・後頭部右の3パーツ（図5.9）で複製をしていた。3パーツ複製は複製した素体を取りだし易いメリットもあるが、今回は素体を顔・後頭部の2パーツでの複製に挑戦した。



図 5.9: 3 パーツ分割の複製型と素体

- 顔の作成をしやすいとする。

これまで吉岡が使用していた素体は、目や口は素体の複製後に作るようにしていた。これは、素体の顔を改造することが前提であれば、自由な改造が出来るので楽なのだが、同じ顔の作成や大量生産には向いていない。

新型は目と口をあらかじめ作っておき、素体の複製後はすぐに顔の作成が出来るようにした。目の形は、オリジナルキャラクターとして評判が良く、台湾に贈呈したキグルミ「ミカ」(図 5.15)をイメージした。

下の図 5.10 は、旧式（2014 年）の素体である。目の穴は無く、口も場所の目印用のものでしか無く。修正や改造に長い時間がかかる。



図 5.10: 2014 年式の旧式素体

図 5.11 は、実際に作成した新型 2017 年 1 型複製素体である。2017 年は 5 つの新型素体を作成した。下の表に 5 つの素体の作成時期などを簡単にまとめておく。



キグルミの原型

原型から複製型
を作成

図 5.11: ワークショップ用の新型

型式	作成時期（2017年）	改善点
1型素体	1月	複製と顔の改造工程の簡略化
2型素体	1月	複製と顔の改造工程の簡略化、特定キャラクター用
3型素体	2月	素体の大型化と体格の大きな人でも似合うように改造
4型素体	10月	素体の顔を丸顔に改造、流行アニメに合うように改造
5型素体	10月	1型で見つかった改善点を更に改善

日本時間 2017 年 11 月 3 日 KMD フォーラム 2017

昨年から続けて KMD フォーラムでキグルミのイベントを開催した。2017 年は、会場が三田キャンパスから日吉キャンパス協生館に移ったこともあり、前回のグリーティング（キグルミの撮影）ではなく、ワークショップをメインで開催した。ワークショップの内容は、後述する。

このフォーラムでは、コミュニティごとの知識と経験を共有する場所・新規参入者に対しての教育的立場の意味合いも兼ねていた。これについても、後で詳しく説明する。

フォーラムでの最大の成果は、これまでふわっとして明確化されてこなかった、キグルミ文化の実態に迫ったこと。第3章で触れた「着ぐるみ国勢調査」や「キグルミの定義」についてもここで、発表・共有された。

5.2. KMD の外での課題解決への取り組み

KMD 周辺で、キグルミに対する理解と問題意識の共有を図ってきたが、KMD の周辺だけで問題意識を共有しても十分な課題解決への効果は出せない。そこで、KMD の周辺以外でもキグルミの特徴や抱える問題を共有する取り組みをした。

また、キグルミを知らない人に向けた教育・普及活動の意味も兼ねている。

日本時間 2016 年 7 月 10 日 第 55 回 SF 大会 伊勢志摩こん

三重県の伊勢志摩にて開催された、第 55 回 SF 大会に参加した。この大会での吉岡の活動は主に、杉浦准教授の手伝いであったが、大会の中にあった杉浦准教授のセッションでオタク文化の一環としてキグルミについても触れた。

これまで、吉岡は KMD 内やクローズドな場所でのみキグルミ活動を行ってきたが、一般人も交じるオープンな場所でのキグルミについて触れたのは初めてだった。

一般人からは、キグルミとコスプレの違いなど、本論でも定義づけを行うに至った、重要な質問が噴出した。

日本時間 2016 年 8 月 10 日 ロシアとの着ぐるみ外交

東京にて、ロシアからのオタク観光に来た方々に対して、着ぐるみ文化の持つ楽しさを披露した。キグルミプレイヤーの方々にも実際に来てもらい、ロシアの方々にも直接キグルミとも触れ合ってもらった。キグルミは 4 人とカメラマンが一人であった。

KMD の他にも、コミックマーケットの代表の方やネットやオタク文化での有名な人が多数招待されており、こうした人達にもキグルミを披露することができた。



図 5.12: ロシアとのオタク文化交流

日本時間 2016 年 8 月 16 日 富士スピードウェイ 夏 K4GP

杉浦准教授の趣味であるモータースポーツにもキグルミが参加した。この K4GP は軽自動車でのアマチュアモータースポーツである。参加者は、思い思いにデコレーションした車でレースに参加し、その中にはアニメのキャラクターを車に書き加えた人もいる。また、レースの始まりは運転手以外にコスプレをした人が車のスタート切符を切らないといけないというルールもあり、今回はキグルミで参加した。

キグルミを初めて見たレース関係者たちは驚いていたが、周囲に同じようなコスプレをした人が多かったため、非常に場の空気になじんでいた。

日本時間 2016 年 12 月 10 日 きぐるみわっしょい！KMD 初参加！

11 月の KMD フォーラムでお世話になった「ぷれこす」が主催する、着ぐるみ専門のイベントが「着ぐるみわっしょい!」に KMD でブースをだして欲しいと招待をされ、KMD フォーラムを手伝ってもらった恩返しもかねて初参加をした。下の図 5.13

KMD は、キグルミ project（キグルミの文化や社会進出を目指すキグルミ研究所の前身）やオタク文化授業のあらすじを説明する PV を流したほか、吉岡が作ったキグルミなどの作品を展示した。

ここでも、キグルミが学術として研究することへの重要性をキグルミプレイヤーやクリエイターに伝えて、来年行う、知識と経験を共有するためのキグルミワークショップへの協力を求めた。

調査の結果、このイベントでもキグルミの髪の毛や顔の改造について知りたいなどの意見が上がった。

日本時間 2017 年 6 月 28 日 情報処理学会 DICOMO

後述のワークショップでの結果や、キグルミのコミュニティが発展する中でのインターネットの果たした役割を調査した結果を、北海道の定山溪温泉で開催された情報処理学会で発表した。



図 5.13: ブースを設営する KMD

この学会に参加した目的は、キグルミを学術的に探求と調査手順を踏んでいることを示すとともに、キグルミが学会でのテーマになりうることを証明し、共有することであった。

- 発表タイトル

コミュニティにおける経験共有とインターネットの役割：着ぐるみ文化を例に

- 概要

二次元（アニメや漫画）と三次元（現実世界での動き）を融合した 2.5 次元とも呼べるコンテンツの一つとして、美少女・美少年着ぐるみ (Animegao Kigurumi), 具体的にはコスプレや着ぐるみといったコンテンツのキャラクターに扮する活動が広がっている。本研究では、これら着ぐるみを楽しむ環境を拡大していく上で必要となるリテラシーに着目し、それらを 1) 実世界, 2) インターネットの双方を活用することによってコミュニティ内で共有し、経験の共有へとつなげ、着ぐるみを発展させてゆく手法の確立を目指す。具体的には着ぐるみ活動を 1) 着ぐるみマスク入手・制作過程, 2) 着ぐるみ体験, 3) 着ぐるみイベントの参加, の 3 つに区分し、それぞれにおいて必要となる経験共有を伴ったリテラシーの共有手法について、インターネットを活用した共有基盤, ならびに実世界活動を連携することによって実現した。実証実験としてのワークショップ, イベントを例にネットワークを活用することによって効率的な経験共有を実現し、着ぐるみコミュニティの発展につな

がっていくための手法を提言する。本研究によって、着ぐるみ活動がより効率的に、かつグローバルに展開することが可能である事が立証できた。

- 発表・結果

斬新なテーマと切り口であったが、着ぐるみの定義やコミュニティ内での問題意識の調査が不十分であった。

- 補足

発表の際には、自分自身でオタク文化・キグルミを体現するため、コスプレをして発表を行った。図 5.14

この発表は、情報処理学会初と注目を浴びた。



図 5.14: コスプレをして発表をする吉岡（筆者）

この情報処理学会に参加したことで、想像以上の反響を得た。発表の不備など、厳しい意見が多かったが、キグルミとオタク文化に注目して、皆がぼやっとしたイメージしかもっていなかった部分を明確化しようとしていることなどが調査・研究をしたことは高く評価された。これは、のちの KMD フォーラム 2017 にもつながっている。

日本時間 2017 年 8 月 27 日 第 56 回 SF 大会 ドンブラコン

2016 年の SF 大会に続いて、杉浦准教授と SF 大会の運営の手伝いをする他にも、吉岡がパネリストを務めるセッションが用意されていた。

セッションでは、キグルミのことを知らない人に向けたリテラシー共有を行った。SF 大会には、筆者たちの他にもキグルミの格好をした人も発見したが、インタビューや交流をすることはできなかった。

日本時間 2017 年 10 月 1 日 キグルミ研究所創設

2017 年 10 月より、「キグルミプロジェクト」をより組織的かつ継続的に活動するため、「キグルミ研究所」を創設した。

この研究所の目的は「コミュニティに蓄積されている知識を経験の共有を促す」・「キグルミの教育活動」「キグルミ文化の発展」の 3 つ目的で設立した。本論では、1 つ目と 2 つ目の目標に取り組んだ。

詳しい取り組みと、研究所の詳細については後述する。

5.3. 国内外のキグルミコミュニティの調査

第 3 章でも定義したが、コミュニティとは同じ目的や同じ趣味をもったもの同士（仲の良い友達）が集まってできた大小さまざまな集団である。大概のコミュニティがキグルミ以外の趣味（電車・アイドルなど）もあり、その趣味のつながりで大きくなったコミュニティも存在する。

キグルミのコミュニティが抱える問題の原因や現状を探るため、国内外の様々なコミュニティの活動や実績を調べる必要があった。国内外のコミュニティと交流を持ち、今後の課題解決への方法を探るとともに、問題意識の共有を行う。

台湾時間 2016 年 8 月 2 日 台湾のクリエイター豪華王との交流

7 月 31 日から 8 月 6 日まで KMD と台湾の国立交通大学とのワークショップについていく形で、吉岡も台湾へ向かう。吉岡は、台湾のキグルミクリエイターで日本でも知名度のある豪華王との交流を行うことが第一目的だった。交通大学のキャンパスでは、杉浦准教授のオタク文化授業（台湾 ver）が開講され、豪華王の他、台湾のキグルミプレイヤーの方々も来てくれた。

豪華王とは通訳を介しての会話ではあったが、彼らも日本のオタク文化に興味を持っており、日本のキグルミクリエイターとの交流を持ちたいと話していた。当時、キグルミプレイヤーなどが個人的に台湾・日本でつながってはいたが、クリエイターやメーカーが直接密接な関わりを持ってはいなかった。

豪華王とは、友好の印として吉岡の作成したキグルミ「ミカ」を送った。その後、この「ミカ」は台湾のキグルミ撮影会にも登場している。図 5.15 は、豪華王のクリエイターと KMD の交流の様子、手に持っているのが台湾に贈呈した「ミカ」である。



図 5.15: 豪華王と KMD の交流

米国時間 2016 年 9 月 1 日 米国 デンバー NANDESUKAN

吉岡は、このイベント参加で初めてアメリカに入国した。

Nan Desu Kan とは、アメリカのデンバーで毎年 9 月ごろに開催されているイベントで、アメリカでは中規模のイベント。

米国のイベントに初参加で、さらに言語の問題もあり吉岡は思うようにコミュニケーションを取ることができなかった。

しかし、キグルミはもともとキャラクターのイメージを守るためやしやべりにくい等の理由で声を出すことができない。そのためコミュニケーションは基本的

にジェスチャーで行う。ジェスチャーで、行うため言語がわからなくても写真撮影などは問題なく行えた。

アメリカのイベントは日本のオタクイベントとはかなり異なっていた。まず、驚かされたのがコスプレをして会場周辺の街中を歩いたり買い物をすることができ（図 5.16）。日本で、コスプレをして街を歩けばひんしゅくを買ってしまうが、アメリカでは好意的に受け止められていた。これには、吉岡も変化についていくことができず、初めは混乱を起こした。

アメリカでも、日本のオタクグッズは人気であり、作品のクオリティも日本と大きな差は見受けられなかった。



図 5.16: キグルミ デンバーにて

日本時間 2016 年 10 月 8 日 能登オフ キグルミと一般人の交流

毎年10月に石川県の穴水町の「のと鉄道」で行われている鉄道観光イベントの一環で、キグルミのイベントが開催されている。このイベントは日本のキグルミイベントでは珍しい一般人との交流に重きを置いており、イベントの中でも積極的に一般の人たちと交流し、キグルミの広報活動を行っている。

イベントの主催者の Cer 氏は、能登の他にも関西圏を中心にキグルミと一般人の交流ができるイベントを開催している。また、後述のワークショップでも、積極的に協力をしてくれた。

一般人との交流に重点を置いたイベント (図 5.17) であるが、それ故に問題も抱えている。

このイベントに参加することで、なんの予備知識もない一般人とキグルミが交流するイベントでの問題点を調査した。

主な課題

- キグルミのことを知らない一般人と触れ合うため事故を起こしやすい

キグルミは頭部を覆い隠すため、視界や聴覚に制限がかかる。キグルミについての触れ合い方を知らない人が多い場所で、キグルミが出ると注目を浴びるため予期せぬ事故（怪我やキグルミの破損など）が起こりやすい。なので、このイベントでは、キグルミ経験の少ない人や一般人との交流が苦手な人などは、参加が断られている。（カメラマンやその他のプレイヤーも同様）

- 大人数でのイベントが難しい

先述の事故のリスクを減らすため、イベントに参加できる人数が少ない。参加可能な人数は20名前後であり、かつ参加のための条件が設けられている。条件に、先述の経験豊富なことであるほか、高い協調性が求められる。

オタク全般に言えることではあるが、キグルミ愛好家は特に自己承認欲求が強く、自分が光らない（イベントのスターなれない）場合は、イベントに魅力を感じなくなる。このような、イベントの方向性とキグルミプレイヤーの意識の差が出やすく、人が集まりにくい。

- 役者不足

高度な操演テクニックと協調性を持ち合わせたキグルミプレイヤーは多くなく、このイベントに参加する顔も固定化が始まっている。吉岡が2017年に、同じイベントを調べたところ8割以上が同じメンバーであり、初参加の人もキグルミ経験豊富な人であった。

- 教育不足

経験豊富なキグルミプレイヤーが求められる一方で、キグルミプレイヤーを育てるための教育機関やシステムは全く存在しない。キグルミのプレイヤー（一部クリエイター）の育成は、コミュニティ内で知識と経験を共有することで行われる。そのため、キグルミプレイヤーの練度は、著しくばらつきがある。これは、第3章でふれたキグルミに関する知識や経験はプレイヤーの属する（交流をもつ）コミュニティの練度に比例するため。

このイベントでも、一般人との交流が目的なこともあるが、キグルミプレイヤーの育成などはおこなっていない。

このため、十分なキグルミプレイヤーの育成を行わなければ、イベントの規模の拡大等は期待できない。これは、そのほかのイベントでもいえる。教育、人に教えることは非常に労力がかかるためだ。



図 5.17: 能登でのキグルミ交流

このイベントを通じて、キグルミプレイヤー（クリエイター）などの育成が問題として浮上したほか、一般人との交流の仕方の実例を見ることができた。

日本時間 2016 年 10 月 23 日 秋葉原ランドツアー 1 回目

秋葉原でキグルミやコスプレをして秋葉原観光ツアーが開催された。このツアーの関係者が慶應義塾大学 OB の夢線眠子氏であったことで、ツアーの参加とツアー後に杉浦准教授の講演が行われた。

ツアーのガイドから、参加者まで着ぐるみもしくはコスプレの恰好をして、秋葉原の有名観光地（下の図 5.18）に行くというのがこのツアーである。一部のスタッフは、安全管理のため着ぐるみ等は着ていない。

能登のイベントとは違い観光ツアーとして開催されているキグルミイベントを調査した。

このツアーは、写真撮影としてのイベントではなく、一つの観光事業として行われた。観光ツアーの客が、キグルミやコスプレをしてツアーに参加する。なので、観光スポットには通常の観光客のように赴く。途中、警備員に引き留められることもあったが、全工程を通じて観光ツアーとしてこなすことができた。

このツアーから、キグルミやコスプレをして街を歩くことを可能にする一つの解決策を見ることができた。（日本において）



図 5.18: 有名観光地での記念写真

米国時間 2016 年 10 月 30 日 米国 オレゴン州ポートランド Kumorikon

9月に向かった、デンバーの「Nan Desu Kan」に続いて、アメリカのオタクイベントの調査を行った。

今回は、オレゴン州のポートランドでの「Kumorikon」である。このイベントは前回とくらべて会場や人数規模も大きくなり、より広いアメリカのオタク事情に触れることができた。アメリカのイベントには、更衣室という概念はなく、コスプレなどの参加者は家や宿などで着替えて参加している。周辺の宿もイベント

用に提携をしており、街のエリアがそのままオタクイベントに参加していた。

当時、日本国内で人気のアニメキャラクターのコスプレが、アメリカのコスプレイヤーにも大人気であったことから、日本とアメリカに流行のラグはあまり感じなかった。

さらに、今回はアメリカでキグルミ活動を行っているキグルミプレイヤー koko 氏と出会う。ckoko 氏は聴覚に障害をもっており、会話をしないキグルミは持ってきたと話していた。キグルミが、身体的ハンデを持った人が楽しむことができることに驚いた。今回、会うことができたキグルミプレイヤーは koko 氏一人であった。

他にも、この時ハロウィーンの時期と被っていたため、イベント会場の周辺以外でもコスプレをした親子連れなどを見ることができた。コスプレなどに対する接し方が、日本とは全く違った。

下の図 5.19 で手前がアメリカのコスプレイヤー koko 氏で、奥が杉浦准教授、撮影は吉岡。



図 5.19: アメリカのキグルミプレイヤー

日本時間 2016 年 11 月 19 日 ケモこん in 木更津

このイベントは、第2章の着ぐるみの種類で説明したケモノ系着ぐるみがメインのイベント。吉岡は、大学の先輩がイベントのスタッフとして参加していることで招待された。

このイベントの特徴として、できる限りアメリカのオタクイベントをまねている所がある。会場のすぐそばにイベントと提携している宿があり、着ぐるみを着て直接会場に歩いてこれる（会場にも宿をとってない人用に更衣室はある）。また、会場周辺のエリアを着ぐるみで移動することができるなど、できる限りアメリカなどのイベントに寄せている。

なぜこのイベントがアメリカなど海外イベントに寄せているのか。それは、ケモノ系着ぐるみのキグルミは日本国内より、海外のほうが活動が活発であり専門のイベントも多数行われている。こうした背景から、日本のケモノ系着ぐるみのプレイヤーも海外向けのイベントの知識が豊富である場合が多い。

ケモノ系着ぐるみの中には、下の図 5.20 のようにキグルミの要素というハイブリッド作品を作っているプレイヤーもあり、着ぐるみの種類に多彩さがわかる。



図 5.20: ケモノ系着ぐるみ

日本時間 2016 年 12 月 30 日 コミックマーケット !!

コミックマーケットにオリジナルキグルミ「リサ」(図 5.21) を出品した。目的は、キグルミが販売され、それを入手できることを宣伝することであった。

結果は、あまり注目されなかった。オリジナルキグルミは知名度やキャラクター性から見て、既存キャラクターと比べて不利である。



図 5.21: オリジナルキグルミの「リサ」

米国時間 4 月 15 日 シアトル SAKURAKON

2016 年 10 月に会った、アメリカのキグルミプレイヤーの koko 氏と再開し、koko 氏の着ぐるみマスクを改めて調べさせてくれた。

koko 氏キグルミは台湾の豪華王が作成したもので、北米では豪華王が多く売れていることが分かった。この理由として、豪華王が英語での受注をしていることや価格などがある。日本のキグルミクリエイターは英語に対応できる工房が少なく、また台湾の豪華王が日本円で8万円程度の価格である一方で、日本は20万円を超えることが多い。

台湾時間 5月 5.6日 台湾 師範大学 豪華王との交流 2回目

2016年の台湾交流に続いて、2017年は国立師範大学との共同プロジェクトの企画が持ち上がった。

去年は、別のプロジェクトのサブとしてオタク文化を発表したが、今度はオタク文化をメインになった。台湾では、過去の作品の現代版リメイクや再デザインを行うプロジェクトが企画され、オタク文化とキグルミはその一環として取り込まれた。

台湾の国立師範大学にて、オタク文化とキグルミを交えた講演を行い、知識と経験を共有しあった。図 5.22



図 5.22: 師範大学での講演

また、去年に続いて台湾のキグルミクリエイターの「GKO 豪華王」とも交流を持った。去年は、豪華王の事務所や工場をゆっくり見ることはできなかったが、今回は食事も交えながらゆっくり交流が持てた。図 5.23

この交流で、豪華王が日本のクリエイターコミュニティと連絡を取りたいのだが、それがうまくいっていないということが分かった。言語などの問題もあるが、



図 5.23: GKO との交流

日本のクリエイター側が外部からの参入者に対して閉鎖性を持っていることも分かった。

日本時間 5 月 28 日 Anime North への参加 RTPS との交流

北米で2番目に大きなオタクイベントの Anime North に参加した。Anime North は、アメリカのロサンゼルス「アニメエキスポ」に次ぐイベントで、カナダのトロントで開催される。

これまで、アメリカでのオタクイベントに参加していたので、今回は新しい目的をもって参加した。

このイベントに参加した目的

- 吉岡の海外イベントでの初セッション

これまで、海外イベントでのオタク文化などのセッションは杉浦准教授がメインで行い、吉岡はアシスタントであった。今回は、吉岡が単独でのキグルミについてのセッションを行った。(英語で)

- 北米のキグルミクリエイター、RTPS との交流

2016 年 6 月に行ったオタク文化の講義でに参加した、北米のキグルミクリエイターの RTPS と交流をもち、北米のクリエイターの現状分析と取り巻く課題などの調査を行った。

- 北米キグルミプレイヤーとの交流

これまで、北米キグルミプレイヤーは koko 氏のみの直接交流を行っていたが、Anime North では北米の多くのプレイヤーが参加していた。北米と日本のプレイヤーの違いや共通点を探った。

結果

- 吉岡の海外イベントでの初セッション

初の英語でのセッションは、吉岡もコスプレをして行った (fig: 吉岡の北米初セッション)。セッションの時間は 60 分あったが、初めの 15 分ほどで用意

していた話す内容を使い切ってしまった。その後は、杉浦准教授のサポートもあり何とか、60分のセッションを行ったが、英語力などの問題が残った。



図 5.24: 吉岡の北米初セッション

- 北米のキグルミクリエイター、RTPS との交流

RTPS は北米でもかなりの規模と技術力をもったクリエイタースタジオである。図 5.25 の作品は、通常では目が離れすぎて中の人の視野を確保できないが、キグルミの中に潜望鏡を仕込むことで視野を確保している。

RTPS と日本のクリエイターの違いだが、日本のクリエイターが、キグルミ作成のほとんどを手作業で行っている一方で、RTPS は 3 D プリンターの使用やパーツの規格化による作業工程の効率化などをおこなっていた。(パーツの規格化は台湾の GKO も取り組んでいた)

RTPS の作る着ぐるみの最大の特徴は、素材が FRP ではなくキャスト（合成樹脂）を使用している点。FRP と比べ、軽量性や強度がやや劣るが、素体の作成が容易で作業時間が短くて済むなどのメリットもある。

RTPS との北米キグルミ業界の問題共有などは、後述のワークショップにて記載する。

北米のクリエイターと日本のクリエイターのキグルミ作成の仕方の違いなどが、明らかになった。

- 北米キグルミプレイヤーとの交流



図 5.25: RTPS の作品

北米は、日本と違いプレイヤー同士が住んでいる町と町の距離がとても離れている。なので、日本のように週末ごとにオフ会を開いて会うということとはなかなかできないという。一部近くに住んでいる人同士では、頻繁にキグルミオフ会を開くこともある。すぐには会えない、キグルミプレイヤーが多いこともあり、L I V Eチャットなどを介して互いの連絡を取り合っている。

日本のキグルミプレイヤーの多くが、体形や見た目に対して辛辣な意見を持つことが多い中、アメリカのキグルミプレイヤーは体形などはあまり気にしていない。など、日本と比べて寛容な部分が目立った。また、新しいキグルミプレイヤーに対しても非常にフレンドリー（図 5.26）

一方で、承認欲求や自己へのスター性を求めるところなどは日本のキグルミプレイヤーと変わりなかった。（むしろ日本より強い場合もある）



図 5.26: 北米でのキグルミプレイヤー

Anime North では、北米の寛容さと新しい技術をどん欲に取り入れる姿に圧倒された。日本のキグルミコミュニティならではの課題（閉鎖性や排除性）が明らかになる一方、共通の特徴も明らかになった。（承認欲求）

5.4. キグルミワークショップの取り組み

第3章で述べた課題に取り組むため、2016年と2017年、KMDの内外でキグルミのコミュニティにおける調査を行ってきた。この結果を踏まえてキグルミの技術やリテラシーを共有するためのワークショップを開催した。

調査からわかったワークショップの方向性

第3章の課題を踏まえつつ、これまでの調査で分かったこととワークショップでの方向性をここでまとめておく。

- キグルミのリテラシーを持ったプレイヤーが少ない

キグルミコミュニティの中で蓄積された情報にばらつきがあるため、プレイヤーによってはキグルミの入手の仕方や必要な道具の存在などを知らない場合がある（新人に多い）。これを解決するため、キグルミリテラシーを共有する。

- キグルミプレイヤーとクリエイターの意識の差を埋める

わっしょい！などキグルミクリエイターとプレイヤーが交流するイベントはあったが、ほとんどが形式的な交流で互いの思いを述べることはない。キグルミに対する本音を話し合い、キグルミの優先順位（納期や価格など）を共有しあう。

- 顔の改造や髪の毛の作り方を知りたい人が多い

事前の調査でキグルミの顔の改造や髪の毛の作り方を知りたい人が多かった。ぬこ面などの、市販のキグルミ素体が販売されているなどが理由。

- キグルミの知識と経験を共有する場を作る

現在、キグルミ関連のイベントのほとんどは着用することがメインであるが、純粋に知識と経験を披露しあう場はない。これらを披露するための場を作成する。

日本時間 2016 年 11 月 12.13.14 日 髪の毛オフ・作成ワークショップ

第4章で、キグルミの髪の毛の作り方を知りたい人が多いという結果がでたことに触れたが、このワークショップも、吉岡が友人からキグルミの髪の毛の作り方を教えてほしいと頼まれたことがきっかけであった。

このワークショップでは、キグルミクリエイターは参加しておらず、5人のキグルミプレイヤー（キグルミを自作するが、譲渡などがメインでない）が参加してくれた。

会場は、ワークショップ参加者の自宅に宿と作業場を作り、2泊3日で行われた。髪の毛の工程は、第3章で触れたスチノリなどの乾燥時間が長いため、泊まり込みで連続的な作業が必要であった。図5.27は髪の毛の土台を作っている。

このワークショップを通じて、参加者たちはキグルミの髪の毛を作る際、ウィッグを無計画に使うのではなく、計画的かつ設計図をもって作ることが可能になった。また、このワークショップに参加してくれた人は、翌年のワークショップでも参加してくれた人が多かった。

本ワークショップのまとめと結果

- 参加コミュニティ

キグルミプレイヤー

キグルミクリエイター

表 5.3: ワークショップ参加者内訳

コミュニティ	人数
プレイヤー	5
クリエイター	1(吉岡)

- 目標

キグルミの髪の毛を作る際の頭のバランスのとり方と一連の工程を共有する。

- 結果

参加した人が独自に髪の毛を作ることができるようになったほか、ウィッグを建設的にしようにするため無駄な使用が減った。

- 評価

十分な場所と環境があれば、髪の毛の張り付けや土台作りは短時間で共有可能。

- 課題

前髪など、美容センスが問われる整形は短時間の共有はできなかった。細かい作業が多く、教える側が目を光らせないとミスが起こりやすい。写真などのマニュアルがない。



図 5.27: 髪の毛オフ会

これ以降に KMD で行ったワークショップはすべて、写真と動画で記録をとった。

日本時間 2017 年 4 月 29 日 KMD 第 1 回着ぐるみワークショップ

初めて KMD でキグルミの講義を行うことになった。本ワークショップは初めての試みであり、まずキグルミに関してのリテラシーを共有することを目標にした。

講義の形態は前半がリテラシーを共有のための座学と後半がプレイヤーとクリエイターが入り混じって、共通のテーマを話し合うグループワーク (図 fig:グループワーク)。

参加者を募集するにあたって、日本国内のキグルミプレイヤー・クリエイターが最も利用している Twitter のツイプラ (図 5.28) を利用して募集をした。

プレイヤーの他にもクリエイターの方にも講師として参加してもらった。講師は、もなか工房・Zukokan・ぎょっちの三名。独自の技術の紹介や他のプレイヤー・クリエイターに対して意見を述べてもらった。(プレイヤーも意見可能)



図 5.28: ツイぷらによる募集

本ワークショップのまとめと結果

- 参加コミュニティ

キグルミプレイヤー（自分でキグルミは作る）

キグルミクリエイター

表 5.4: ワークショップ参加者内訳

コミュニティ	人数
プレイヤー	10
クリエイター	4（吉岡を含む）

- 目標

参加者にキグルミに関するリテラシーを共有してもらう。

クリエイターとプレイヤーが互いの意見を共有してもらう。

- 結果

プレイヤー側はキグルミの一連の作成工程を理解し、必要な技術や材料・投資等も知ることができた。また、クリエイターの作風などの特徴も知ることができた。

クリエイター側は、プレイヤー側に自身の作品の特徴や得意分野を説明し、プレイヤーが求める作品とクリエイターの作る作品がミスマッチするのを防ぐことができる。

- 評価

講義形式は、着ぐるみのリテラシーを共有するのに適していた。また、クリエイターとプレイヤーは交流の場とテーマををすることで積極的に会話を弾ませていた。

- 課題

座学形式の講義は、リテラシーを共有することは可能だが、経験まで共有することは難しい（実践経験を得られない）。テーマにそったグループワークは、広い意見を生み出せるが、キグルミプレイヤーには口下手な人や少し変わった人もいたので、仲間はずれがしやすい（十分共有できない可能性あり）。



図 5.29: グループワーク

日本時間 2017 年 6 月 24 日 第 1 回キグルミ技術展示会（ワークショップ）

前回のキグルミワークショップでは、知識の共有がメインであったが今回は実際にキグルミを作る場面を実践することで、経験の共有も図った。

ワークショップは1日を3コマに分け、5人のクリエイターが1コマ目と2コマ目に前編後編に分けて作成を実践した。3コマ目は、参加者の要望で杉浦准教授のオタク文化講義をおこなった。プレイヤーの参加人数も大幅に増え、25名が参加した。

募集方法は前回に引き続いてツイブラを使用した。

本ワークショップのまとめと結果

- 参加コミュニティ

表 5.5: ワークショップのスケジュール

コマ数	吉岡	もなか	ぎょっち	Zukokan	うひょ
1	ウィッグ講座	顔改造講座	肌色タイツ	顔・小物	素体複製
2	ウィッグ講座	顔改造講座	肌色タイツ	顔・小物	素体複製

キグルミプレイヤー

キグルミクリエイター

表 5.6: ワークショップ参加者内訳

コミュニティ	人数
プレイヤー	25
クリエイター	5（吉岡を含む）

- 目標

プレイヤーに実際にキグルミ作成の経験を得てもらう。

- 結果

参加したすべてのプレイヤーが座学講義以上に作成技術を理解することができたと答えた。

- 評価

実際にキグルミ作成現場を見てもらうことで、経験の共有もある程度図ることができる。参加者のモチベーションも向上できた。

- 課題

5コマの授業を並行して行ったため、見るできない講義あった。（改善策を要望する声がおおかった）

日本時間 2017 年 8 月 19 日と 9 月 2 日 第 2.3 回キグルミ技術展示会（ワークショップ）

前回のキグルミワークショップでは経験の共有も図ったが、一日に講義を詰め込み過ぎたため、参加者が全ての講義を聞けないなどの問題があった。そこで、今回のワークショップは、8 月 19 日と 9 月 2 日の 2 回の前後編に分け、1 日を 3 コマに分けての講義はそのままにして、並行して講義は行わなかった。

前回に引き続き、5 人のクリエイターが講義を実践した。（吉岡のみ 2 日とも講義をする）

募集方法は前回に引き続いてツイブラを使用した。

8 月 19 日の参加者とスケジュール**参加コミュニティ**

キグルミプレイヤー

キグルミクリエイター

表 5.7: ワークショップ参加者内訳

コミュニティ	人数
プレイヤー	30
クリエイター	5（吉岡を含む）

スケジュール

表 5.8: ワークショップのスケジュール

コマ数	講義内容	講師
1	ウィッグ講座	吉岡
2	顔改造講座	もなか工房
3	オタク文化	杉浦准教授

9月2日の参加者とスケジュール

参加コミュニティ

キグルミプレイヤー

キグルミクリエイター

表 5.9: ワークショップ参加者内訳

コミュニティ	人数
プレイヤー	37
クリエイター	4（もなか工房欠席）

スケジュール

表 5.10: ワークショップのスケジュール

コマ数	講義内容	講師
1	ウィッグ講座	吉岡
2	顔・小物講座	Zukokan
3	肌色タイツ講座	ぎょっち
4	オタク文化	杉浦准教授

本ワークショップのまとめと結果

- 目標

前回（6月）に引き続き、プレイヤーに実際にキグルミ作成の経験を得てもらう。

- 結果

前回（6月）は聞くことができなかった講義も聞くことができた。前回は共有できたものに偏りが出てしまっていたが、今回は全体を参加者に共有することができた。

- 評価

回を重ねるごとに参加者が増えており、交流を持つことや共有することに抵抗を持たなくなってきた。

- 課題

人数が増えることで、より細かい共有がしづらくなってきた。まだ、ワークショップを引き継ぐものなどはおらず、2018年以降も、キグルミワークショップを行う必要がある。

米国時間 2017 年 9 月 10 日 RTPS とのワークショップ

2017 年 5 月に Anime North にて交流した RTPS のスタジオを訪問した。このワークショップには、吉岡と杉浦准教授の他にも、もなか工房も一緒に参加した。

RTPS はアメリカ・ネバダ州に拠点を持つ北米でも最大級のキグルミクリエイター。3D プリンターなどを使った最新技術をキグルミに導入している。

RTPS は日本のキグルミの髪型に興味を持っていた、日本のキグルミの髪が何故崩れないのか気になっていた。そこで、日本から手土産としてスチノリを持ち込んだ。

このワークショップでは、日本とアメリカの合作のキグルミが完成した（図 fig: 日米合作のキグルミ）。



図 5.30: 日米合作のキグルミ

本ワークショップのまとめと結果

- 目標

RTPS のキグルミ素体の作り方を調査。

日本のキグルミの髪型整形を見せる。

- 結果

RTPS は素体の素材に、FRP を使わず、合成樹脂のレジンを使うことで作業効率を上げていた。また、複製型も日本のものとは異なる製法を用いていた。日本は素体複製には分割型を使うことが多いが、RTPS は一体型と呼ばれる型を使っている。これは、レジンという素材ならではの。

日本に帰国後、もなか工房と共同で RTPS のキグルミ素体の複製の仕方を日本に合わせた調整を行っている。

日本側からも髪の毛の作り方と、スチノリの使い方を共有した。

今後、RTPS と日本の KMD でキグルミワークショップを継続的に行うことになった。

- 評価

初めて、本格的な技術交流を行うことができ、クリエイター同士でも技術交流によって新しい表現を生み出した。

- 課題

まだ、他のクリエイターやプレイヤーが交流を持つことに積極的ではないなどの障害がある。

5.5. キグルミにおける教育活動

キグルミの抱える課題として、あるのが新規参入者にとっての窓口の不足である。ここでは、新規参入者に対しての取り組みを記載する。

日本時間 3 月 12 日 新規キグルミプレイヤーの育成

2016 年の 8 月にキグルミプレイヤーの友人より、新しくキグルミを始めたいと思っている人がいるのだが、必要な知識と経験を共有してほしいと相談を受けた。そこで、一人のキグルミプレイヤーがデビューするまでの流れを記録した。

2016 年 8 月 新規キグルミプレイヤー N 氏と出会う

2018 年の 8 月に N 氏と吉岡は共通の友人を介して出会った。N 氏は、着ぐるみやコスプレの経験は、ほとんどなかった。また、N 氏は大柄な体系（長身）をしており、吉岡が所有していた着ぐるみの素体では、キグルミと N 氏の体のバランスが悪く、新規のキグルミ素体を作る必要があった。

N 氏は、吉岡が着ぐるみを完成させるまでの間に、衣装や肌色タイツを用意することになった。

2016 年 9 月 新規キグルミ素体の作成

これまで、所有していた着ぐるみ素体をベースに上下左右 1 センチずつ拡大した (図 5.31 より)。1 センチずつの拡大であってもキグルミが完成時には、一回りほど大きくなっている。

FRP の素体をベースに新型を作成したので、粘土や石膏での 1 次型の作成はしなかった。

同時期は、海外出張やイベントが多く作成作業は思うように進まなかった。



図 5.31: 上下左右を 1cm 拡張した素体

2016 年 12 月 原型の完成

3 か月以上かけ、複製の原型を完成させた。鼻と顎はこれまでのキグルミ素体よりシャープに仕上げた。(図 5.32)



図 5.32: 大型化した原型

2017 年 2 月 複製型の作成

完成した複製用の原型をもとに、新しい複製用の型を作成した。これが、上記の表の 3 型素体である。普段使っている素体が 160 c m から 170 c m 程度の身長の人にバランスを合わせているが、こちらは 180 c m を超えた人にも有用。

2017年3月 キグルミの完成・デビュー

N氏は肌色タイツと衣装を入手し、3月にキグルミも完成したことでデビューした。吉岡にとっても、大きな型の作成は初めてであったので、作成は試行錯誤であった。一番、難しかったのは、顔のバランスの再構成である。素体を拡張する際に、鼻と顎の位置が崩れてしまうため、これを再度違和感のない状態まで直すのに非常に手間がかかった。改めて、キグルミの原型作りの難易度の高さが分かった。

日本時間 2017年11月3日 KMD フォーラム 2017

昨年のKMDフォーラムでは、キグルミによるグリーティングがメインであったが、今回はキグルミに対する知識と経験を披露し、これを共有しあう会場とした。

また、第4回キグルミ技術展示会も一緒に開催した。

フォーラムでは、櫛田氏による「キグルミ国勢調査」の発表（図5.33）や、キグルミクリエイターのあやめ商店・ぬこパン・りうのすけ氏らによる、着ぐるみの歴史、ショーもの着ぐるみの歴史と裏舞台、ドール顔という最新のキグルミなどをテーマに発表をしてもらった。

イベントの最後には、キグルミの定義付けを会場にいたクリエイター・プレイヤーを交えて話し合い、第2章で触れた定義づけへとつながった。

この、フォーラムではキグルミに対する主張を発表することを目的にしていたが、フォーラムの終了後にぜひ自分も発表をしたいというプレイヤー・クリエイターが続出した。

5.6. キグルミとコンテンツホルダー

キグルミを楽しむプレイヤー、キグルミを作るクリエイターがあるように、キグルミの原作となる作品を作り権利を有するコンテンツホルダーが存在する。例外として、オリジナルキャラクターなどはプレイヤーやクリエイターが権利を有するため、コンテンツホルダーは所有者自身となる。



図 5.33: 着ぐるみ国勢調査の発表

日本時間 2017 年 5 月 12 日 岩男潤子さんとのキグルミ交流

カードキャプターさくらで大道寺知世役 [1] (図 5.34) で知られるベテラン声優の岩男潤子さんの特別講演が、三田キャンパスにて開講された。

この講演は、もともとはアニメなどに命を吹き込む声優の最前線で活躍される方の昔話や経験を共有するために行われた。吉岡は、ここにもう一つの目的を加えた。

自分の演じているキャラクターのキグルミを見たとき、岩男潤子さんはどう感じるかを調査する

前日から突貫工事で約 12 時間で岩男潤子さんの代表作である大道寺知世のキグルミを作成した。(図 5.35) 同時に、キグルミ作成における最短時間を計測することができた。

岩男潤子さん本人に、キグルミを見た印象と感想を聞いた

- キグルミを見た印象は？

かわいいと思います。こんなによくできているとは、驚きです。

- このようなファン活動については？



図 5.34: 大道寺知世

肯定的ですよ。だって、キャラクターの声優から否定されると、そのキャラクターから否定されているのと同じです。そんなことは、ファンの方々に私はできません。

インタビューから、岩男潤子さんはキグルミ活動について肯定的な意見をもってくれた。また、キャラクターの声優がファン活動を否定することは、余程のことがない限り止めることはないと話していた。

講演の最後には、大道寺知世のキグルミの中にサインを入れてくれた。



図 5.35: 大道寺知世のキグルミ

第6章

活動のまとめと評価

本章では、キグルミ取り巻く課題に対して、キグルミワークショップ、キグルミの教育活動などの経過をまとめを行ったうえで評価を行う。

6.1. 活動のまとめ

これまでのキグルミの活動をまとめる。

6.1.1 キグルミプロジェクト・キグルミ研究所のまとめ

キグルミプロジェクト

吉岡がKMDに入学して、杉浦准教授のオタク文化講義の手伝いをする中で、キグルミに対しての理解を深めていただけた。結果、杉浦准教授のゼミの中で「キグルミプロジェクト」を発足することができた。

吉岡の活動を「キグルミプロジェクト」として、活動ができるようになったことで、杉浦准教授の講義でキグルミ特集を組むことや、KMD 外部のキグルミクリエイター・プレイヤーのコミュニティに研究の説明をすることが容易となった。

2016年7月に「キグルミプロジェクト」を吉岡が名乗るようになって、多くの支援者を獲得できた。発足した当初は、吉岡1人のプロジェクトにもかかわらず、杉浦准教授のサポートもあり、台湾の豪華王との交流や海外のオタクイベントへの参加など、膨大な経験値を積むことができた。また、キグルミクリエイターのもなか工房からは、様々な技術提供を受け第4章でふれたキグルミの制作手法をまとめることもできた。

「キグルミプロジェクト」として、KMDの研究の一環として名乗ることで、多くのキグルミクリエイター・プレイヤーは快く迎えてくれ、自分たちの知識と経験を披露してくれた。

2017年に地曳氏と菊地氏が「キグルミ研究所」の研究員として参加してくれるまでの間は、キグルミプレイヤーの伊藝氏・遠藤氏らが現在に至るまで協力をいただいた。

伊藝氏・遠藤氏・もなか工房がキグルミプロジェクトに協力する意義

- 伊藝氏・遠藤氏

伊藝氏は、かわいいキグルミを毎日見て暮らせるようなそんな世の中を実現させたい。そのためにも、キグルミを世に広めたい。また、伊藝氏はキグルミの中の人として活躍し、遠藤氏はキグルミのカメラマンとして活躍している。遠藤氏は慶應義塾大学のOBでもあり、自身の大学がキグルミの発信地となることに感慨している。

- もなか工房

もなか工房は吉岡の師匠にあたる人物で、吉岡がどこまで成長しキグルミ文化を広め変えていくのか興味がある。自身は、既に年齢的にももので新しいことを始めるのがつらい状況にあるが、それを吉岡で試してみたいとのことであった。

もなか氏は、キグルミ技術の共有にも積極的で誰でもある程度はキグルミのメンテナンスや作成ができることで、クリエイターのコミュニティに競争が起こることを望んでいた。

キグルミ研究所

2017年の4月に地曳氏がKMDに入学し、「キグルミプロジェクト」に参加した。のちに菊地氏も「キグルミプロジェクト」に参加するようになり、「キグルミ

研究所」として組織化することを目指した。

2017年10月15日に結成したが、準備段階を含めると6月から活動を開始している。創業者3名。

組織概要

- 目標

キグルミの発展を組織的に促し、キグルミの一大ブランドを作り、キグルミで社会をデザインする。

- vision

キグルミの安定生産とともに新しいキグルミ表現技術の開発。キグルミの経験共有イベントの開催を行う。

2017年の夏以降は、KMD内外の吉岡のキグルミ活動は「キグルミ研究所」を中心に活動を行っている。

6.1.2 キグルミの現状の調査

ワークショップを開催するにあたって、事前準備として2016年の間は、キグルミが抱える課題のあぶり出し、キグルミコミュニティの調査を行った。

調査は、フィールドワークを主に行った。特に調査をして、印象的であったのは海外のオタクイベントと日本のオタクイベントにおけるコスプレの共通点と違いであった。日本も含めてコスプレの対応が、そのままキグルミにも流用されることが多い。

日本と国外（北米）のオタクイベントでのコスプレの共通点と違い

- コスプレをするには？

受付でイベント参加への登録が必要、ここは日本と北米に違いはない。

- 女装については？

日本、演者のクオリティーにもよるが、大概是辛辣であることがおおい。

北米では、体形などのクオリティーは女性も含めて比較的寛容である。心情はわからないが、頭から否定することはない。

- 周囲のコスプレの関心

日本は、ひややか・閉鎖的。北米では、開放的・街ぐるみで歓迎。

以上のことから、日本のオタクイベントがいかに閉鎖的でプレイヤーたちにとって厳しいものであるかを認識した。日本は、オタク文化の発信地でありながら、極めてオタク文化に対して無知で無理解な面があらわになった。

コミュニティの調査

アメリカ、日本国内のキグルミコミュニティを調査したことで、コミュニティの違いや共通点を見出すことができた。また、多くのコミュニティを調査することで、コミュニティの持つ傾向なども分かった。

- コミュニティはキグルミ以外の趣味を持っている。

これは、日本のコミュニティに多い傾向がある。キグルミ愛好家で、純粋にキグルミのみが趣味という人は少なく、キグルミ以外の趣味を持っており、その趣味つながりでキグルミ仲間とつながったという人が多かった。キグルミ愛好家で、最も目立った趣味は「鉄道」好きであった。事実、開催されているキグルミイベントで鉄道に関するイベントは、年間5回以上開催されている。比較として、日本で最大のキグルミオンリーイベントの「着ぐるみわっしょい！」が年3回である。

背景には、着ぐるみ全般は視認性が悪く、車などは危険が多いことから公共交通機関系のイベントになっている。

北米のコミュニティにも調査したが、共通趣味として、ゲームや車などを持っている人がいた。（北米は鉄道が少ないので、鉄道趣味の人とは会わなかった）

- コミュニティを形成する人はレギュラー化されている。

仲の良い友人同士で形成されるコミュニティといっても、そのコミュニティの中でも仲の良い人同士ででつるむことが多い。そしてこれは、そのまま維持されることが多い。背景には、住んでいる地域など絡みやすさなどがある。

- 知識と経験の共有をする状態になりにくい

プレイヤー・クリエイターを含めて、キグルミ愛好家の人はオタクである。オタクは、自分が楽しいと思う世界・事柄に集中して活動をする。逆に、自分が楽しいと思わないことについては、まったく興味を示さない。

さらに、知識と経験を披露し共有しようとすることは、労力がかかるうえ、キグルミに対して意見することは間接的に相手を批判することになり、場合によっては逆に批判を受け、コミュニティから追放される恐れもある。第2章でも、触れたが人は自分たちの活躍の場が失われるの恐れるため、必然的に事なかれ主義となってしまう。

特に、承認欲求の塊であるキグルミを批判することは、その人の人格を否定されたかのような感覚を伴う。これは、国内外共通であった。

これらのリスクを回避するためにも、これまでコミュニティを越えて（それほど仲の良い人に対して）、知識と経験を共有しようとしなかった。

こうしたリスクを回避できるのも、慶應義塾大学という教育機関の立場ならではである。

- 新規参入者に対して厳しい

キグルミコミュニティが、新規参入者に対して厳しい意見を持つことが多い。これは、キグルミ愛好家がオタクであることも影響している。オタクにはコミュニケーションを取るのが苦手な人がおり、とくに喋らないキグルミには、このような人も少なからずいる。

新規参入者とスムーズなコミュニケーションを取れないので、そのまま拒否という対応を取っている人が多い。これは、言語問題でも似たような状態が

起こりやすい。英語圏のキグルミプレイヤーが日本のキグルミプレイヤーに話しかけても、無視されるなどがよく起きている。

また、新規参入者が入ることで自分たちのスター性が失われることを恐れる、といった感情も影響している。特に、新しい個性を獲得することが目的のキグルミでは、スター性を失うことは、そのキャラクターへの魅力が失われるのと等しい。なので、多くのプレイヤーたちは定期的にキグルミを入手し、自分たちのスター性を維持している。

この調査の結果、キグルミを始めるきっかけは、その他の趣味のつながりからはじまり、そして活動は仲良い人同士で行われる。また、キグルミは新しい個性の表現メディアゆえにコミュニティにとっては「本音」が言いにくいことが、これまで交流が少ないかったという事実が分かった。

6.1.3 キグルミワークショップのまとめ

2016年11月に髪の毛ワークショップをはじめ、2017年4月以降は約2か月間隔で、ワークショップを開催してきた。ワークショップは、「キグルミプロジェクト」が軸となってKMDの学生を巻き込んだ活動となっていたが、「キグルミ研究所」の発足後は、こちらが運営主体となっている。

2016年から2017年にかけて、KMD内外の調査によって明らかになったキグルミの課題を解決するため、ワークショップに取り組んだ。

コミュニティをこえた交流を作る

キグルミを着るとしゃべることができなくなるため、これまでのキグルミを着用することの目的のイベントでは十分にコミュニケーションを取ることができなかった。

全てのキグルミワークショップは、純粋にコミュニティの交流による知識と経験を共有することを目的に、これが促されるように工夫した。

- キグルミを着ない

講義やワークショップでは、一部を除いてワークショップに集中してもらうため、キグルミを着用せずに行った。

結果、参加者同士の会話をしやすい環境を作れた。

- 交流のテーマを作る

テーマなしの会話が苦手な人に向け、ワークショップの間は常に会話のテーマを作るようにした（例：衣装の購入先など）。

結果、テーマに沿った知識や経験を共有することができた。

- 司会が積極的に参加者に話かける

テーマを作っても会話をするのが苦手な人もいたので、司会が積極的にこうした人たちに話しかけ、他の参加者と交流するきっかけを作った。

本当に会話できない人は、実は少なく、会話・交流のきっかけが持てない人が多い。

ワークショップの参加者の推移

ワークショップには、すべての回にプレイヤー・クリエイターの人々が参加した。また、西は福岡、北は北海道まで全国のキグルミプレイヤーが参加した。コミュニティは、地域によって形成されることが多くワークショップはコミュニティが集まる軸になれた。

ワークショップの参加者（合計）も、回を重ねるごとに増えていった。下の表 6.1 は、参加者数の推移をまとめたもの。初めが6人からスタートした、ワークショップは1年後には約15倍の参加者になった。

表 6.1: ワークショップ参加者の推移

ワークショップ名	日時	人数
髪の毛オフ会	2016.11.12.	6
第1回着ぐるみワークショップ	2017.4.29	14
第1回キグルミ技術展示会	2017.6.24	29
第2回キグルミ技術展示会	2017.8.19	35
第3回キグルミ技術展示会	2017.9.2	41
KMD フォーラム 2017	2017.11.4	91

キグルミに新しい楽しみ方を作る

これまで、キグルミを着て、その写真を見せることで楽しむキグルミだが、キグルミに新しい楽しみ方を探った。

ワークショップでは、司会や講演者からの一方通行にならないように気をつけた。参加者にそこで、自身が蓄積してきた知識や経験を披露することで、注目を浴びることができるようにした。

自分の知識や経験を披露することで、周りが共感してくれるということで、キグルミ以外の方法で承認欲求を満たすことができるため、このサイクルをワークショップ中で継続することで、参加者は喜んで知識と経験を共有することができた。

6.1.4 キグルミの教育活動のまとめ

ワークショップを通じてのキグルミの教育活動と「キグルミプロジェクト」としての教育活動についてまとめる。

ワークショップでの教育活動

キグルミのコミュニティの交流、知識と経験を共有する活動を行うことで同時に参加者に対して、キグルミの教育活動も行った。

キグルミの髪の毛を作ろうとするプレイヤーは、ワークショップを通じて独自に髪型を作る技術と知識を学ぶことができた。

ワークショップの後には、実際にキグルミの作成に挑戦し KMD にもって来た人もいた（図 6.1）。



図 6.1: ワークショップ後に作られたキグルミ

新人キグルミプレイヤーの育成

キグルミワークショップの他にも、直接キグルミプレイヤーの育成も行った。今回、育成したキグルミプレイヤーは N 氏とする。以下は N 氏のプロフィール。

- キグルミ経験は 0（コスプレ経験は一部あり）
- 男性 180cm（太ってはいない）
- キグルミプレイヤーの友人はいるが、日常的にキグルミコミュニティとは交流無し

- 居住地は愛知県

N氏はキグルミの衣装は所持していたが、肌色タイツは持っていなかった。そこで、肌色タイツの販売先、着用の仕方や管理の仕方を共有した。

同時に、N氏は体型は普段使っているキグルミの素体は利用出来ないため、大型の素体を新規開発を行った。一連の作成過程は、N氏とTwitterなどを利用して共有した。

N氏には、2016年のKMDフォーラムにてキグルミプレイヤーの活動を通して、キグルミの知識と経験を積んでもらった。

2017年3月に作成開始から半年をかけ、N氏のキグルミは完成し、N氏のキグルミデビューに立ち会った。デビュー後も、連絡を取り合いN氏の質問に答え続けている。

6.1.5 コンテンツホルダーへの取り組み

コンテンツホルダーへの取り組みの一環として、コンテンツの制作側の人と交流を持ち、キグルミに対しての印象を調査した。

カードキャプターさくらの大道寺知世役の声優で歌手の岩男潤子さんに大道寺知世のキグルミを見せたうえで、インタビューをした。その結果、岩男さんは悪い印象をもっていなかった。加えて、まだファン活動のキグルミ文化が発展することに期待感も持っていた。

他にも、一部のクリエイターは、コンテンツホルダー（著作権元）からの依頼で公式のキグルミを作成経験のある人もいた。

今回のワークショップでは、キグルミプレイヤー・クリエイターのコミュニティとの交流は積極的に促せたが、コンテンツホルダーの関わりを増やすまではできなかった。

6.2. 評価

ここでは、これまでの活動を踏まえて研究課題を解決できたかを評価する。

6.2.1 評価の仕方

これまでの研究内容を記載する。

アクション・リサーチとして、「キグルミの抱える課題の調査」を行った上で、「キグルミを取り巻く課題の設定」した。その後、設定した課題を解決するための、「キグルミワークショップの開催」、「キグルミの教育活動」、「コンテンツホルダーへの取り組み」を行い、その結果を評価する。

6.2.2 キグルミの実態と課題の調査

調査のポイント

- キグルミプレイヤー・クリエイター達は、吉岡が考える課題をほんとに課題と考えているのか
- キグルミの定義を作る
- キグルミプレイヤー・クリエイターの人的特徴を把握する

課題の調査

これまで、何度かキグルミに関するイベントに参加しキグルミ愛好家にインタビューを行った。その結果、キグルミについて知りたいことがたくさんあるが、それを知る機会や場所がないという回答が多かった。

知識と経験を共有を希望する意見の他にも、他のコミュニティと交流し交友関係を広げてみたい・ネットで見つけたあのキグルミプレイヤーにあってみたいという意見も上がった。

コンテンツホルダーに関して、クリエイター・プレイヤーたちは常に念頭にはあるという。特にクリエイターにとっては、コンテンツホルダーの動きには常に気を配っている。また、プレイヤーも欲しいキグルミのキャラクターがあっても、コンテンツホルダーを気にして手を出さないという人もいた。

調査の結果、吉岡の仮説通りの結果を得ることができた。

キグルミの定義付け

2017年のKMDフォーラムにて、90人を超えるキグルミプレイヤー・クリエイターが参加する中でキグルミの定義「着用者が新たな個性を取得するために顔または全身を覆い隠すもの」というものを作ることができた。

この定義付けによって、これまで未確定であった「キグルミ」の存在をはっきりさせることができた。

キグルミプレイヤー・クリエイターの人的特徴を把握する

このキグルミに関わる人々の特徴として承認欲求を持ち、特定の趣味などに強いこだわりを持っていることがわかった。

しかし、オタク文化にも共通する点は多く、そのほかの文化人類学とも比較する必要もあるので、これをキグルミに関わる人々の特徴とは断定できなかった。

6.2.3 研究課題の設定への評価

これまで、キグルミの抱える課題はキグルミにかかわる人々、皆が感じつつも明確化はできていなかった。これまでの調査によって、研究課題が明確に設定され、これに取り組んだことは評価できる。

6.2.4 キグルミワークショップへの評価

キグルミワークショップの開催

ワークショップを通じて課題を解決できたか。

- コミュニティ交流は促せたか。
- キグルミにおける知識と経験を共有できたか。
- キグルミ文化は変化したか。

コミュニティの交流を促す

キグルミワークショップは会を重ねるごとに参加者数は増えており、キグルミを着用すること以外で、まだ交流のない人と交流を持つことを好意的に思う人が

増えている。また、ワークショップへの参加者の半分以上がリピーターで様々なコミュニティと交流を持つ人が増えたことは、交流を促すことに効果があった。

知識と経験は共有できたか

キグルミワークショップ後に、自身でキグルミを作成する人も現れた。作成技術を共有したことがきっかけにキグルミを作る人が出現したことで、プレイヤー側への効果は認められた。

クリエイター側も、これまで技術などを共有することに否定的であった人が、回数を重ねるうちに最終的に共有することに協力的になった。

キグルミ文化は変化したか？

これまで、閉鎖的・保守的であったコミュニティが、他のコミュニティと交流することで新しい楽しみ方に気づき、積極的に知識と経験を共有するようになった。キグルミワークショップを通じて、キグルミに関わる人々の意識にも変化見えた。

6.2.5 教育活動への評価

今回、取り組んだワークショップへの参加は、原則オープンで募集した。コミュニティごとに開催されるオフ会は、コミュニティに所属しないと参加できないなど、コミュニティと接点を持たない新規参入者にとっては難しい。こうした、人々も受け入れるイベントは評価できる。

このワークショップを通じて、現場で活躍するプレイヤー・クリエイターと新規参入者が交流を持つことで、教育活動としても役に立った。

6.2.6 コンテンツホルダーへの取り組みの評価

コンテンツホルダーに属する、岩男潤子さんはキグルミ活動について肯定的な意見をもってくれた。小規模なファン活動については、コンテンツホルダーにとっても嬉しい活動であると評価した。

しかし、今回の活動では調査例が少なく、取り組みとしても不十分であるため、結論を出すには至らなかった。

今後は、コンテンツホルダー側との協力や調査などが必要となる。

第7章

結論と今後の展望

本研究での取り組みによる結論と今後の展望についてを記載する。

7.1. 本研究の結論

インターネットを主な活動場所で閉鎖的な文化であったキグルミであるが、キグルミワークショップを通じて、別のコミュニティ・愛好者と交流する場を設けることで、継続的な交流の流れを作ることができた。本来、強い承認欲求を持つキグルミ文化の愛好者は、自分の蓄積した知識や経験を共有することで賞賛や共感を持たれることが好きである。しかし、コミュニティを超えて別のテーマで話することに抵抗を持つ人が多かった。キグルミワークショップは、こうした人々に自分たちの知識と経験を共有するための場を構築することに成功した。

これまで知識と経験が共有する場は、特定のコミュニティの中でのみであった。しかし、キグルミワークショップの様なオープンな場所で共有することで、新規参加者にとってはキグルミの情報を得る場となった。ワークショップ後は、新しく着ぐるみを始めたいという人がKMDやほかの工房を訪れる事例があり、ワークショップは新人教育的な活躍ができた。

一方で、キグルミに使用されるキャラクターの原作側のコンテンツホルダーとの調査は十分にできなかった。今回調査した事例では、キグルミ活動に対して好意的な意見をもらえたが、データとしては少ないので、大多数が好意的かはわからなかった。

7.2. 今後の展望

本研究の結果、ワークショップによってキグルミのコミュニティ間の交流を促すことで、文化の裾を広げる糸口が見えた。ただ、今回のワークショップは関東圏を中心にしたものであり、距離的問題で遠方の方は参加をしたくてもできない人もいた。今後は、KMD 以外の会場でのワークショップの開催やインターネットを用いた中継などに取り組む必要がある。

次に、教育的活動についても、キグルミの作り方や操演での注意点やアドバイスをまとめた教科書のようなものはない。今後は、書物の作成や講義としての体系化など、より幅広い人に知識と経験を共有できる形を構築する必要がある。

コンテンツホルダーとの関わりは、今回は十分にに取り組むことが出来なかった。今後は、経済協力やエンターテインメントとしてのキグルミ、ファッションとしてのキグルミなど、コンテンツホルダーとキグルミ愛好者の双方にメリットがある形を追求する必要がある。

参 考 文 献

- [1] CLAMP. カードキャプターさくら 大道寺知世. <http://ccsakura-official.com/>, 2017/12/12.
- [2] COMICMARKET. コミックマーケット公式 HP. <http://www.comiket.co.jp/>, 2017/11/28.
- [3] niconico. ニコニコ超会議公式 HP. <http://chokaigi.jp/>, 2017/12/05.
- [4] SIGUMA. 造形工房 SIGUMA. <http://www.buildupstudiosigma.com/>, 2017/12/09.
- [5] あやめ商店. あやめ商店 公式 HP. <https://ayame-store.jp/>, 2017/12/10.
- [6] ぎょっち. 着ぐるみが暮らす世界 ギョっち. <https://twitter.com/gyoden>, 2017/12/09.
- [7] くまモン隊, ㊦. くまモン. <http://kumamon-official.jp/>, 2017/11/28.
- [8] ぬこぱん. ぬこぱん公式 HP. <http://blog.nukopan.net/>, 2017/11/30.
- [9] ねとらぼ. ヘーイ、提督う！ 「艦隊これくしょん-艦これ-」ブースで提督の部屋を徹底再現してみたヨー .
<http://nlab.itmedia.co.jp/nl/articles/1404/26/news023.html>, 2014/4/26.
- [10] ふなっしー. ふなっしーランド（公式 HP）. <http://funassyiland.jp/>, 2017/12/12.
- [11] ぶれこす. ぶれこす 公式 HP. <http://www.precos.jp/>, 2017/12/09.

- [12] みうらじゅん. ゆるキャラ大図鑑. 扶桑社, 2004/06.
- [13] もなか工房. もなか工房・Twitter. <https://twitter.com/kitijouji>, 2017/12/09.
- [14] ゆるゆり屋敷オーナー岡崎智也. あにあに十条みがる屋敷. 2017/12/12.
- [15] 土井隆義. キャラ化する/される子どもたち—排除型社会における新たな人間像. 岩波新書, 2009.
- [16] 堀田純司. 萌え萌えジャパン～二兆円市場の燃える構造～. 講談社, 2005.
- [17] 常見陽平. 意識高い系という病～ソーシャル時代にはびこるバカヤロー～. ベスト新書, 2012.
- [18] 村澤 和多理, 山尾 貴則, 田中 貴則. ポストモラトリウム時代の若者たち～社会的排除を超えて～. 世界思想社, 2012.
- [19] 東映. プリキュアガーデン. <http://www.toei-anime.co.jp/ptr/precure/>, 2017/11/28.
- [20] 東映. 仮面ライダー. <http://www.toei.co.jp/>, 2017/11/28.
- [21] 株式会社造形王チームマイケル・MONSTER, I. M. ヒーロースーツの作り方. 株式会社グラフィック社, 2014.
- [22] 櫛田哲平. 着ぐるみ国勢調査. 2017/11/05.
- [23] 着ぐるみ工房 Zukokan. Zukokan 公式 HP. <https://twitter.com/zukomill>, 2017/12/09.
- [24] 西脇直人・梅森充・桜田美和子. ヒロイン専用スーツ・武器の作り方. 玄光社, 2017.
- [25] 豊橋市. 豊橋市 HP. <http://www.city.toyohashi.lg.jp/>, 2017/12/12.

付 録

A. キグルミ作成で使用する道具と材料の例

ここでは、キグルミの作成において必要となる道具や材料を記載する。キグルミを作成する上では、多くの材料や道具を使用する。説明が必要なものについては説明を記載するが、特に説明が必要ないものは名前のみを記載する。

A.1 キグルミの元型作りの道具と材料

複製型に使用する原型づくりに使用する道具と材料を述べる。ここでは、原型を粘土から作成をする。

複製用の一次原型作りに必要な道具

1. マネキンヘッド（発泡スチロール）

一次原型を作る際に基礎となるもの。この上に粘土を乗せて、整形をしていく。

2. 石膏粘土（商品名ラドール）

マネキンヘッドに乗せていく粘土。安価で短時間で硬化し、固まると石膏のようにやすりで削ることができる。紙粘土よりキメが細かく、細部まで造形にこだわるができる。

3. サーフェイサー

石膏粘土は水分にやや弱いため、サーフェイサーを吹く（塗る）ことで防水性の向上と表面の傷を埋めることができる。

4. 彫刻刀

石膏粘土が硬化した後整形するために必要。細かい造形をするためには、複数の種類が必要と場合がある。

5. 紙やすり（サンドペーパー）

石膏粘土の表面をならしたり、細部の造形を作る際に必要となる。

6. 型取り用石膏

石膏粘土によって完成した一次原型から、二次原型の作成用の型を作る。

7. FRP と硬化剤

二種混合型のプラスチック樹脂。グラスファイバーを混ぜることで軽量かつ丈夫な素材となる。二次原型に使用されるほか、素体にも使用される。

8. グラスファイバー

FRP 樹脂に混ぜ込むことで、強度を上げることができる。

9. 型取り用シリコン

FRP で出来た原型（二次原型）に流すことで、丈夫で精密な複製用の型を作ることができる。途中、シリコンを壊れないようにするためガーゼなどを混ぜ込み積層する。

10. 型取り用粘土

シリコンに張り付かない特殊な油粘土。シリコンに分割用の割れ目を入れる際に使用。

11. シリコン堰用ウレタン

シリコンを原型にかける際に、シリコンが流れ落ちるのを防ぐための堰。

12. シリコン堰用の隙間埋めシール

窓枠の隙間などに使用されるテープで、シリコンを原型にかける際に、シリコンが流れ落ちるのを防ぐ。

13. カップ

シリコンや石膏などを混ぜる際に使用。

14. 割りばし等のかき混ぜ棒

シリコンや石膏などを混ぜる際に使用。

図

材料の図である。番号と図がリンクしている。



図 A.1: 原型の材料 1

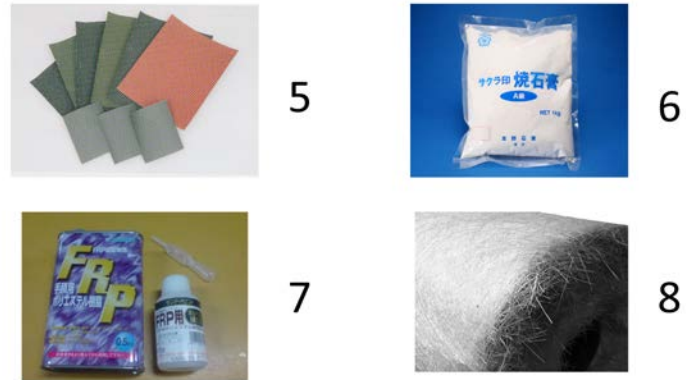


図 A.2: 原型の材料 2



図 A.3: 原型の材料 3

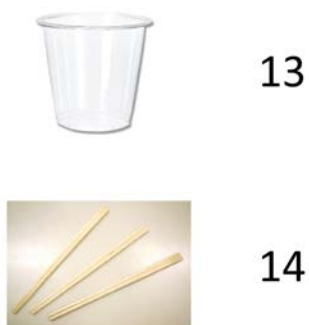


図 A.4: 原型の材料 4

A.2 キグルミ作成に必要な道具と材料

複製型から複製をした素体から一つのキグルミが完成するまでに必要な材料を述べる。既に説明したものは省略する。

全体を通じて使用する道具

- カッターナイフ（替え刃も必要）
- マスキングテープ
- ガムテープ
- グルーガン
- 両面テープ

素体の複製に必要な道具・材料

素体複製の工程では、シリコンで製作された元型から FRP を用いてキグルミの素体を作成する。

1. FRP 樹脂と硬化剤

2. グラスファイバー

3. アセトン

FRP を洗浄するために使用

4. シリコン刷毛

シリコン製の刷毛なので、FRP が硬化しても再利用が可能である。また、耐熱性にも優れている。

5. FRP 用カップ

FRP 樹脂と硬化剤をかき混ぜる際に使用

6. サンダーと紙やすり

電動のやすりで、複製後の素体の表面をならす。

7. ポリエステルパテと硬化剤

複製の際に生じる小さな傷等を補修するために使用

8. ベルトサンダー

サンダーより強力に削ることができる。

9. タルク

FRP 樹脂は硬化前は油上の液体であるため、これに粘性を増し流れにくくするための粉。香料などを加えたものはベイベーパウダーなどに使用される。



図 A.5: 素体の複製道具 1



図 A.6: 素体の複製道具 2

キグルミの顔の作成

キグルミの顔を作成するために必要な道具。素体はFRPで成形されたものを使用する。

1. ミニルーター

先端にドリル・やすりを取り付け、高速で回転させる道具。目や口の整形など細かい作業も得意であり、素体を加工するのに必要不可欠。

2. サンダー（電動やすり）と紙やすり

大きな形の整形は電動やすりで細かい作業は手でやすり掛けをする。

3. カッターナイフ

ルーターに並んで細かいで整形行う。

4. ポリエステルパテと硬化剤

顔の整形や傷の補修などに使用する。

5. ヘラ

パテを練ることや塗ることに使用、複数の大きさを用意し様々な状況に対応する。

6. サーフェイサー

小さな傷を埋める他、目には見えない傷を見やすくする。



図 A.7: ルーターとドリルビット

塗装

完成したキグルミの素体に塗装行うことでよりキャラクターに近づいてくる。塗装にはこれまで使用してきた道具や材料とは違う道具なども多くなる。

1. コンプレッサー

塗料を吹く（塗る）際に圧縮空気を供給してくれる。大きなよって、圧力の安定性やパワーに違いが出てくる。

2. 塗料・艶消しニス

橙色や赤、黒などの色を調合することで、キャラクターに合わせた肌の色を作ることができる。塗装後は艶消しのニスを塗る。

3. サーフェイサー（グレー・白）

グレーのサーフェイサーは傷埋めようでホワイトは塗料を塗る際の下地用使用する。

4. ノズル

コンプレッサーに塗料を塗る際に必要なノズル、複数種類があり塗り方によって使い分ける。

5. 洗浄液

塗料などは水で洗淨することはできない、専用のアセトンなどの有機溶剤を使用する。

6. マスク

塗料は吸い込むと有毒なので、呼吸器系を守るために使用する。



図 A.8: コンプレッサー



図 A.9: 塗料

目と髪の毛の下準備

顔の塗装の次は、目・口・眉などを制作する。細かい作業と小さな道具が多い。

1. ゴムシートアニメや漫画におけるまつげの表現を再現するために使用する。

2. アクリル（クリア・グレースモーク）

目のクリアと輝きを表現するために使用する。

3. 瞳印刷用シート

通常の紙では無く、耐水性とのびや変形のも強い素材を使用する。

4. はんだこて

アクリルを融着する際に使用する。

5. 超音波カッター

アクリルのカットや細かいカットなどに使用。

6. グルーガン

接着に使用

7. デザインナイフ

通常のカッターナイフでは対応できない細かいカットに使用

8. ウレタンシート

ウィッグを貼り付ける土台となる

9. スポンジ

キャラクターの髪型に合わせて頭の形を調整する。

髪の毛と内装

髪の毛（ウィッグ）を貼り付け、キグルミを完成させる。完成後は内装（固定用のスポンジ）を作る。

1. ウィッグ

キャラクターの髪に合わせたウィッグ。キグルミ一個あたり、通常のコスプレウィッグを平均3個使用する。

2. スチノリ

ウィッグをグルーガンで貼り付けた後に、髪型を保持するため使用する。

3. アルコール（純度70％程度）

スチノリは水では溶けないので、洗浄や薄める際に使用する

4. 櫛

髪型の成形に使用。

5. スキバサミ・はさみ

髪型を散髪するために使用するはさみ。

6. 養生ビニール

顔をスチノリなどで汚れるのを防ぐ。

7. ハケ

スチノリを塗るために使用。

8. スポンジ

内装用に使用する。

9. サテンなどの生地

スポンジに巻いて、肌触りを良くする。

謝

辞

本研究の指導教員であり、幅広い知見からの的確な指導と暖かい励ましやご指摘をしていただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の杉浦一徳准教授に心から感謝いたします。

研究の方向性について様々な助言や指導をいただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の南澤孝太准教授に心から感謝いたします。

研究指導や論文執筆など数多くの助言を賜りました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の中村伊知哉教授に心から感謝いたします。

他研究活動にあたって、ご協力してくださった方々すべてに心から感謝いたします。