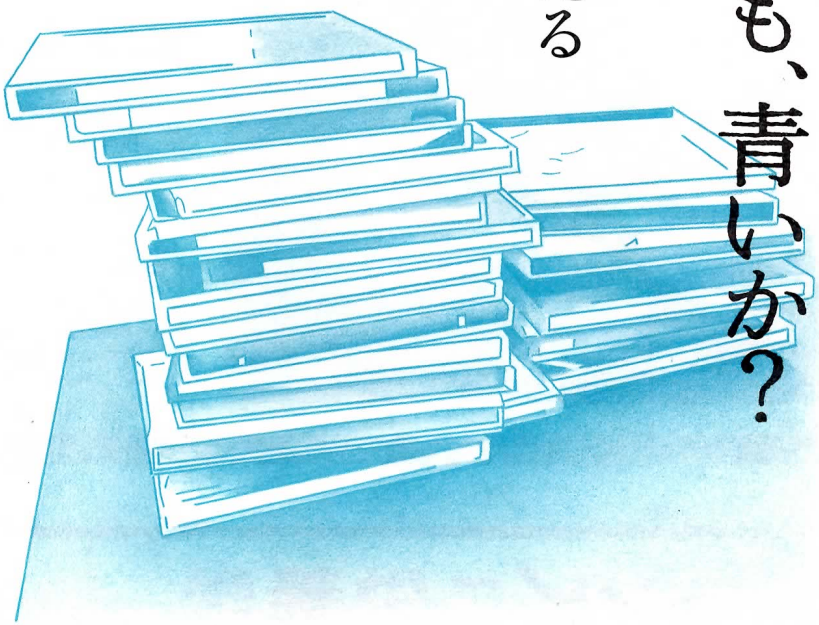
2012.7.5 No310 R25

空は、今日も、青いか？

第一三八回 AKB48を考える

石田衣良＝文
text IRA ISHIDA
中村 隆＝イラスト
illustration TAKASHI NAKAMURA



このコラムを交互に担当する髙橋秀実さんが、AKB48について書いたところ、よくもわるくも大反響だったという。ふふふ、なんだかおもしろそうですね。というわけで、ぼくも社会現象になったAKBについて書いてみることにした。抗議も賛意も、どしどし送ってください。いいたいことを勝手にいっていいのが、言論の自由なのだ。

だいたいNHKニュースでまでアイドルグループの選挙イベントを流すなんて気もちわるいよね。バランス感覚を失っている。誰かがはっきり指摘したほうがいい。それは単なる美少女ビジネスにすぎない。ただの金儲けだ、あまり騒ぐことないよって。

ぼくはAKB48のメンバー4〜5人とテレビ番組の収録でいっしょになったことがあると（たぶん）思う。あまり興味がないので、顔と名前が一致しなくて、誰と共演したのかは覚えていない。みな感じのいい女の子で、とくにかわいいともオーラがあるとも感じなかった。タレント個々については、好感情も悪感情もない。まだ若いのに生き馬の目を抜く芸能界で、けなげにがんばっているなと感心するだけだ。

AKBのビジネスモデルの背景には、縮小を続ける音楽芸能ビジネスという時代性がある。AKBはデフレ下のアイドルなのだ。芸能のマーケットがシュリンクして、CDは全盛期の3分の1しか売れなくなった。ならば、毎日のライブで日銭を稼ぎ、熱狂的なファンを高回転させればいい。シングルCDにつける投票券というのは、抜け目ないアイディアだ。一枚あればいいはずの新曲を投票券プラスで果てしなく重複買いさせる。頭のいい大人はうまいことを考えるものだ。

ソロのタレントではアイドル冬の時代は厳しい。そこで数を頼みに、まとめ売りでいく。200人もいれば、なかにはきっと抜群の人気を集める少女もでてくることだろう。ぼくはAKBの成功の鍵は、この「数を頼む戦略」にあったと思う。各自が生き残りのためにがんばり、独自のセールスポイントを磨き、個性化を図る。グループ内での競争原理が発揮され、規制に守られたオールドジャパンの名門企業群より、ずっと健全な資本の論理が貫かれている。その数のおかげで、地方分権にもなんなく対応できる。東京・名古屋・大阪・博多と地方に根づいたグループを育て、地域間競争を煽れるのだ。ほんとにうまくできた集金システムだ。

ぼくが違和感を覚えるのは、あまりに厳しすぎる競争原理についてだ。自分の女性としての魅力、アイドルの輝きを、最後の一票単位まで選挙では公開されてしまう。8位の自分は7位の彼女より、ジャスト4000ポイント負けている。毎回順位の変動があるから、選挙を続ける限り終わりのない好感度競争から抜けられない。

その女の子を応援するのが、デフレ下で大量に非正規雇用化している若い男性というのが、皮肉な哀感を誘う。何年たっても給料もスキルも上昇しにくい契約労働の男子が、ぎりぎりの競争を強いられた女子を必死で応援する。なけなしの生活費から、数十枚というCDの対価をしぼりだすのだ。得られる利益は、プロダクションやスポンサーなど陰にいる大人たちのものだ。やれやれ。

なんだか救われない話になってきたなあ。最後にひと言。アイドルの処女信仰は気もちわるいから、もうやめませんか。ぼくの知る限りかわいい子、美人には95％以上の確率で恋人がいる。交際の過去があばかれるたびに、ファンを裏切ったと騒ぐのは、なんだかお尻がむずがゆくなる。恋や性が不潔で許せないなんて幼稚な押しつけで、アイドルを応援しないほうが、精神衛生上もいいと思うよ。

いしだ・いら
1960年東京生まれ。成蹊大学卒業。著作に『池袋ウエストゲートパーク』（文藝春秋、オール讀物推理小説新人賞受賞）『4TEEN―フォーティーン』（新潮社、第129回直木賞受賞）『坂の下の湖』（日本経済新聞社）など。

※ 次号の巻末エッセイは「結論はまた来週」（髙橋秀実）です。