

2.5 次元舞台の変遷 —2次元と3次元の狭間ゆえの進化構造—

The Transition of “2.5-Dimensional Stage” :
The Evolution Structure due to the Gap between the 2-Dimension and the 3-Dimension

若林 晃央・佐川 菜々香*

福島工業高等専門学校ビジネスコミュニケーション学科

*株式会社メンバーズ

WAKABAYASHI Akihiro and SAGAWA Nanaka*

National Institute of Technology, Fukushima College, Department of Business Communication

*Members Co., Ltd.

(2021年8月30日受理)

In recent years, manga, anime, and video games have been actively staged (2.5-dimensional). The purpose of this paper is to make clear the total schema of transition of the 2.5-dimensional stage beyond the “Tennimu historical view”. Going back to a time before the word “2.5-dimensional stage (musical)” was born, we categorize the staged works of manga, anime, and video games in general, not limited to works for young women, and clarify the changes in the characteristics of past and recent works from a management perspective.

Keywords: 2.5-dimensional stage, mascot costume, voice actor, stage actor, anime boom

1. はじめに

近年、漫画・アニメ・ゲームの舞台化（2.5次元化）が盛んに行われている。これらは「2.5次元ミュージカル」や「2.5次元舞台」と呼ばれ、青年女性を中心に人気を誇っている。ぴあ総研[2019]によると、タイトル数では15作品（2000年）、35作品（2009年）、197作品（2018年）、公演回数では251回（2000年）、599回（2009年）、3695回（2018年）、動員数では26万人（2000年）、68万人（2009年）、278万人（2018年）、市場規模では14億円（2000年）、42億円（2009年）、226億円（2018年）とのことであり、全ての指標で大幅に増加している。メディアも2.5次元舞台を取り上げるようになり、2015年には『ユリイカ』が、2016年には『美術手帖』が特集を組み、2018年の紅白歌合戦にはミュージカル「刀剣乱舞」より「刀剣男士」が初出場するなど、一般にも広く知れ渡るようになった。

しかし、「2.5次元舞台（ミュージカル）」と呼ばれて脚光を浴びるようになったのが近年ということもあり、学術的な蓄積は少なく、研究アプローチにも偏りが見られる。鈴木[2017]や藤原[2018]など、2.5次元舞台を現代日本演劇の新潮流として捉え、代表作のミュージカル「テニスの王子様」（以下「テニミュ」）を演劇の観点から考察することで、従来型の演劇作品との違いを明らかにしようとする研究が多い。また、観劇の主要顧客層が成人女性であり、「テニミュ」のファンの研究者が中心となっていたせいも、青年女性向けの「テニミュ」的な作品だけが「2.5次元」と呼ばれて議論の対象とされてきた側面もある。漫画・アニメ・

ゲームなどの2次元コンテンツの舞台化作品の大半が青年女性向けであるにせよ、そうではない作品も多数存在する。吉岡[2018]は、「テニミュ」を基準に2.5次元舞台を定義して歴史化することの問題を指摘し、「テニミュ史観」と呼んで批判しているが、吉岡[2018]もまた「サクラ大戦歌謡ショウ」（以下「歌謡ショウ」）という特定作品の演劇論的考察に止まっており、2.5次元舞台と呼ばれる作品群の全体像を考察するには至っていない。須川[2021]は、2.5次元舞台の変遷の考察を意図してはいるものの、吉岡[2018]の批判する「テニミュ史観」から抜け出していない。

本研究の目的は、「テニミュ史観」を超えた2.5次元舞台の変遷の全体像を明らかにすることである。「2.5次元舞台（ミュージカル）」という言葉が誕生する前にさかのぼり、青年女性向け作品に限定せずに、漫画・アニメ・ゲームの舞台化作品全般を俯瞰し、分類を試み、過去の作品と近年の作品の特徴の変化を経営的観点から明らかにしようとするものである。

2. 2.5次元舞台の定義と範囲

「2.5次元ミュージカル」という言葉は、2010年頃、「テニミュ」が2003年の初演以来成功を続ける中で、ファンの中で自然発生的に生まれたものであり、概念として曖昧なまま流布したものである。2000年代までは「アニメミュージカル」や「ゲームミュージカル」と呼ばれていたものだが、2012年頃からは企業側も「2.5次元ミュージカル」という名称を使うようになり、現在に至っている。

2014年に設立された日本2.5次元ミュージカル協会は、「2次元の漫画・アニメ・ゲームを原作とする3次元の舞台コンテンツの総称。」と定義すると共に、「音楽・歌を伴わない作品であっても、当協会では2.5次元ミュージカルとして扱っています。」と述べている。この見解は、「ミュージカル」ではないものでも「2.5次元ミュージカル」に含めることを明言するものであり、鈴木[2017]は「言葉の定義として矛盾がある」(p.2)と批判している。このため、「ミュージカル」ではない舞台も含めて同一ジャンルの現象として捉える議論においては、一般に浸透した「2.5次元ミュージカル」という言葉ではなく、「2.5次元舞台」という言葉も使われるようになった。本研究も同様の立場であることから、言葉としての適切性を優先し、「2.5次元舞台」という概念を採用する。

2次元と3次元の狭間という意味で「2.5次元」という言葉を用いるのであれば、微妙な位置づけになるのが漫画・アニメ・ゲーム原作の実写映画作品である。これまで、漫画やアニメの作品は平面絵で描かれてきたことから、「実在しないキャラクターや虚構世界」を「2次元」、「実在する人間や現実世界」を「3次元」と呼ぶ呼称が用いられてきた。映画やドラマは、映画館のスクリーンであれテレビであれ、平面で映されるという意味では2次元だが、「実在しないキャラクターや虚構世界」(2次元)を撮影したものではなく、「実在する人間や現実世界」(3次元)を撮影したものであるため、3次元の範疇である。すなわち、漫画・アニメ・ゲームの実写化(3次元化)作品は「2.5次元」作品である。しかし、2.5次元化されていても、「舞台コンテンツ」ではないことから、日本2.5次元ミュージカル協会の定義に従っても「2.5次元舞台」には含まれないことになる。本研究もまた、現象としての「2.5次元」化を扱うものではなく、「2.5次元」の「舞台」作品に焦点を当てたものであるため、映画やドラマについては対象外とし、「2.5次元舞台」と呼べる作品のみを扱う。

また、「漫画・アニメ・ゲーム」についても、どこまでを対象とするのかによって「2.5次元舞台」の範囲と歴史は変わってくる。「ゲーム」は厳密には「ビデオゲーム」のことを指すとして、「アニメ」と「ゲーム」の対象は限定されるが、「漫画」を巡っては様々な歴史観が提示されている。細木原[1924]など、平安時代の鳥羽僧正を「日本漫画の元祖」とする見解があるし、出口[2009]など、江戸時代には印刷技術が発達したことで、上流階級の庇護を前提とした1点ものアートとは異なる、大衆向けの複製コンテンツの絵物語作品が絵草紙など多数出版され、これを漫画文化の原型と捉える見解もあり、葛飾北斎の「北斎漫画」は有名

である。仮にこれらの前史的な作品群を「漫画」には含めないとしても、挿絵を含む作品は2次元コンテンツである以上、例えば『南総里見八犬伝』の舞台化作品など、「2.5次元舞台」に含まれることになる。しかし、このような厳密な意味で「2.5次元舞台」に該当するものを全て含めると、舞台作品の多くを含むことになってしまい、近年になって急拡大する「2.5次元舞台」と呼ばれる現象の全体像を捉えることが困難になるため、本研究では、現代(第二次世界大戦後)の漫画・アニメ・ゲームなどの2次元コンテンツ原作の舞台化作品に限定する。

これらの理由により、本研究では、前述の日本2.5次元ミュージカル協会の定義よりも限定的に「2.5次元舞台」という概念を用い、「漫画・アニメ・ゲームなどの現代日本の2次元コンテンツを原作とし、原作ファンをメインターゲットとした舞台作品」と再定義する。このため、詳細は後述するが、劇団による舞台やアイドル主演の舞台については、メインターゲットが原作ファンではないことから、「2.5次元舞台」概念から除外する。

3. 2.5次元舞台の変遷

3.1 前史としての劇団による3次元舞台

『ユリイカ』における「2.5次元」特集(2015年)において、須川[2015]は「2.5次元ライブシアター」の「源泉」として漫画『ベルサイユのばら』(1972年)を原作とした宝塚歌劇「ベルサイユのばら」(1974年)を挙げており、鈴木[2015]もまた2.5次元舞台の「元祖ともいべき」作品として同作品を挙げている。その後の記事や文献の多くがこれらの見解に従って、「ベルサイユのばら」を2.5次元舞台の「元祖」や「先駆け」として言及してきた。宝塚歌劇団は、以降も「火の鳥」(1994年)、「ブラック・ジャック」(1994年)、「ルパン三世」(2015年)、「るろうに剣心」(2016)など、漫画原作の舞台を多数公演しており、「逆転裁判」(2009年)や「戦国BASARA」(2013年)など、ゲーム原作の舞台も公演してきた。

しかし、戦後の漫画原作の舞台作品の起源としては、江利チエミ特別公演「サザエさん」(1966年)が最も古く、東宝現代劇による「巨人の星」(1969年)がこれに次ぐ。その後が続いた劇団は前述の宝塚歌劇団だけでなく、松竹歌劇団が「銀河鉄道999 in SKD」(1980年)を公演し、イマジミュージカルが「小公女セーラ」(1985年)以来アニメ「世界名作劇場」を多数舞台化し、劇団四季もミュージカル「美女と野獣」(1995年)以来ディズニーアニメを多数舞台化してきたように、多くの劇団が漫画・アニメ・ゲームを原作とする舞台を手掛けてきた。

これら劇団による2次元コンテンツ原作の舞台化作品は、前述の日本2.5次元ミュージカル協会の定義に従うならば、「2.5次元舞台」に含まれることになるが、そのような解釈には批判もある。鈴木[2017]は、「実際そのような考え方は一般的ではないように思われる」(p.3)と述べた上で、今日の2.5次元舞台を「2次元媒体のファンを3次元に誘う」(p.3)現象として捉えており、一方で各劇団はそれぞれに厚いファン層を擁し、宝塚歌劇団の舞台は原作が何であれ「宝塚の作品」であると、メインターゲットの違いを指摘している。片岡[2016]も、「例えば、宝塚歌劇『ベルサイユのばら』と2.5次元ミュージカルといわれるジャンルが同じかという、つくり手として僕は、はっきり違うと言います。」(pp.76-77)と断言し、「2.5次元ミュージカルは演劇の一ジャンルというより、マンガ・アニメの一ジャンルとしての性質が強い」(p.77)と見解を示している。

すなわち、劇団による舞台作品は、2次元コンテンツが原作であれ、原作のファンではなく劇団のファンをメインターゲットとした作品であり、ファンが惹かれるのは役ではなく役者であるのに対して、「2.5次元舞台」の作品は、原作のファンをメインターゲットとした作品であり、ファンが惹かれるのは役者ではなく役(キャラクター)であるという明確な違いがある。この違いは、両者の舞台としてのコンセプトの違いにもつながってくる。劇団のファンは、舞台に劇団らしさを求めるため、多少のアレンジならむしろ歓迎することになるが、原作のファンは、原作の忠実な再現を最重視することになるのである。

以上の両者の根本的な違いを考慮すると、前述の日本2.5次元ミュージカル協会の定義に忠実に従い、劇団による2次元コンテンツ原作の舞台作品を「2.5次元舞台」に含めることは妥当ではないように思われる。一方で、劇団による2次元コンテンツ原作の舞台作品なくして今日の2.5次元舞台文化の発展があるとも思えない。このため、本研究では、前述の定義に従い、劇団による2次元コンテンツ原作の舞台作品は「2.5次元舞台」には含めないが、1990年代前半までの作品に限り、「2.5次元舞台の前史となった3次元舞台」として位置づける。

同様の理由により、アイドル主演の2次元コンテンツ原作の舞台についても、「2.5次元舞台」には含めるべきではないだろう。このような舞台は、漫画『聖闘士星矢』(1985年)を原作とした、少年アイドルグループ「SMAP」主演のバンダイスーパーミュージカル「聖闘士星矢」(1991年)にさかのぼることができる。この作品について、須川[2021]は、上演期間が夏休みであることから「アイドル主演の児童演劇」として位置づけている。また、この作品は、後に

「テニミュ」を手掛ける片岡義朗氏や松田誠氏が制作に携わった最初の2次元コンテンツ原作の舞台であることから、2.5次元舞台の起源として言及する記事が少なくない。しかし、この作品は2部構成となっており、第2部が「SMAP」のミニライブであったこと、主演以外の役者にもジャニーズアイドルが多く起用されていたことから、メインターゲットは原作ファンではなくジャニーズアイドルファンであり、「SMAP」の舞台と考えるべきである。片岡[2017]も、「結局『聖闘士星矢』の観客は、主演のSMAPファンが多くを占めることになりました。」と振り返っている。この作品については、「2.5次元舞台」に含めることはできないが、1991年という時代を考えると、「2.5次元舞台の前史となった3次元舞台」として位置づけることが妥当と思われる。

3.2 児童向け2.5次元舞台

前述の日本2.5次元ミュージカル協会の定義より限定した意味での、「2.5次元舞台」の要件を十分に満たした「先駆け」の作品として、鈴木[2017]は、漫画『美少女戦士セーラームーン』(1992年)を原作(同年アニメ化)としたバンダイ版のミュージカル「美少女戦士セーラームーン」(以下「セラミュ」)(1993年)を挙げている。「テニミュ」以降の2.5次元舞台作品と比べると、メインターゲットが子供や家族連れである点で異なるが、「2次元媒体のファンを3次元に誘う」ことに成功した点に「先駆けとしての役割を見出すことができる」(p.4)と評価している。

しかし、児童向けの2.5次元舞台としては、「着ぐるみ」による舞台の方が歴史は古い。漫画やアニメなどの2次元コンテンツを原作とし、その原作ファンをメインターゲットとして3次元の舞台で行われるショーについては、「2.5次元舞台」に含めるべきである。このような着ぐるみによる児童向けの2.5次元舞台を長年に亘って牽引してきた存在として、1983年に開園した東京ディズニーランドが挙げられる。ディズニーのキャラクターは、ミッキーマウスならアニメ「蒸気船ウィリー」(1928年)以降のアニメ作品の登場キャラクターであるように、2次元コンテンツを原作とするものである。着ぐるみキャラクターとの写真撮影サービスについては、「舞台」ではないため「2.5次元舞台」には含まれないが、ステージにおける着ぐるみキャラクターによるショーは「2.5次元舞台」であり、2.5次元舞台の先駆けとして評価することができる。

「キャラクターショーのお部屋」によると、「美少女戦士セーラームーン」シリーズは、アニメ開始の1992年にキャラクターショーも開始し、1997年に漫画連載とアニメ放送が終了するまで毎年各地で行っている。東映アニメーション制作による女兒向けアニメとして「美少女戦士セー

ラームーン」シリーズの流れを汲むアニメ「おジャ魔女どれみ」シリーズ (1999年) も、続くアニメ「明日のナージャ」(2003年) も、アニメ「プリキュア」シリーズ (2004年) も、アニメ放送期間中は着ぐるみによるキャラクターショーを毎年各地で行う流れが確立しており、現在に至っている。他にも、多くの児童向けアニメが着ぐるみによるキャラクターショーを行っている。

着ぐるみによる児童向けのキャラクターショーは、原作ファンに向けられた舞台であるという点、「会えないはずの2次元キャラクターに会える」機会をファンに提供する舞台であるという点で、2.5次元舞台の本質的な特徴を捉えている。むしろ、ビジュアル面での忠実な再現という点では、生身の人間より着ぐるみの方が優れている。特に、児童向けアニメでは、主人公や登場キャラクターの多くが子供であるため、大人では再現が難しく、或いは人間でさえない「妖精」が登場するため、人間には再現が困難という事情もあろう。着ぐるみには、視界が悪く、思うように動けないため、演技力には限界があり、また専門のスーツアクターに頼ることが多く、「中の人」と「声の人」が別々になるというデメリットもある。しかし、児童は高い演技力を求めている訳ではないため、児童向けの舞台では着ぐるみのデメリットがあまり問題とならないと考えられる。

このように、児童向けアニメ作品の舞台化においては、着ぐるみによる舞台化が一般的な中で、敢えて着ぐるみを使わずに俳優による舞台化を試みた、バンダイ版「セラミュ」(1993年)の方こそ冒険とも言える。ちなみに、「セラミュ」には、ネルケプランニングによる「ネルケ版」(2013年)、女性アイドルグループ「乃木坂46」による「乃木坂46版」(2018年)が存在するが、別物である。ネルケ版は、児童向けではなく、青年女性向けの2.5次元舞台である。乃木坂46版は、前述したようにアイドル主演の舞台であり、アイドルグループ「乃木坂46」のファンをメインターゲットとした3次元舞台であるため、「2.5次元舞台」ではない。2.5次元舞台の歴史において、バンダイ版「セラミュ」は、俳優による原作ファン向けの舞台化を試みた初の作品であり、この挑戦が成功し、10年以上の長期間に亘って公演され続けたことで、俳優による2.5次元舞台の道を切り拓くという重要な役割を果たしたと評価できる。

3.3 声優による青年向け2.5次元舞台

「テニミュ」以降に急成長した近年の2.5次元舞台は、青年向けの2.5次元舞台であるが、このような青年の原作ファン向け舞台作品の先駆けとなった作品が、ゲーム「サクラ大戦」(1996年)を原作とした「歌謡ショウ」(1997年)である。原作ゲームが美少女キャラクターたちと仲良

くなり、エンディングではお気に入りのキャラクターと結ばれる作品ということで青年男性向けの作品であり、舞台化した「歌謡ショウ」もまた青年男性をメインターゲットとした作品である。また、原作のゲームが「大正浪漫」をコンセプトとした作品であり、「歌謡ショウ」もまたレトロな世界観を楽しむ側面の強い作品である。

原作が青年向けの作品であることによって、児童向け作品と大きく異なる点が2つある。1つ目は、幼い児童がキャラクターを性的対象とすることは考え難く、児童向け作品では同性キャラクター(例えば女兒向けアニメでは少女のヒロイン)が活躍する作品が多いのに対して、青年のファンはキャラクターをしばしば性的対象とするため、ファンが性的対象とすることを前提とした異性キャラクターが活躍する作品が多いことである。2つ目は、青年のファンは児童より目が肥えてきているため、舞台化の際には、よりリアルな再現が求められてくることである。

ここで、「よりリアルな再現」という観点で「歌謡ショウ」が採った戦術は、原作の声優が舞台でもキャラクターを演じるというものである。ゲーム「サクラ大戦」は、ヒロインが戦う戦士である一方で舞台をこなす女優でもあるという物語上の設定があるとはいえ、将来的な舞台化を前提に、「舞台に上がれること」を条件に声優のキャスティングを行った作品である。声優による舞台のメリットは、歌唱力の高さに加えて、既に原作に携わってきたため原作を十分に理解していること、そして何より声については「完全な再現」がなされることであり、ファンの中の原作の記憶を呼び覚ますことができるのだが、デメリットも2つある。1つ目は、ビジュアルの再現性では劣ることである。漫画・アニメ・ゲームの原作の多くの登場キャラクターが10代の少年少女である中、舞台では若くても20代、或いは30代や40代以上の声優がこれらの役を演じることになる。特に小さな子供役ではこのギャップが大きくなり、例えばゲーム「サクラ大戦」のヒロインの1人のアイリスは、初代作品では9歳の設定であるにもかかわらず、2.5次元舞台では初演の時点でも30代で身長160cmの声優が演じるようになった。ただし、このような現象は、演劇の世界では既に存在する問題である。オペラでは、役と役者の年齢にギャップがあることは当然のことであるし、母親役の役者が娘役の役者より若い年齢逆転現象もあり得る話である。2つ目は、声優の代えが利かないことである。声優の声は本人にしか出せないため、主要メンバーは固定メンバーとなり、死亡など個人の都合により声優本人の活動が限界となれば、声優による舞台もそのままの形では公演を続けられなくなるという限界があるのである。実際に「歌謡

ショウ」も、ヒロインの1人の神崎すみれ役の声優の「引退」により一旦終了し、「サクラ大戦スーパー歌謡ショウ」(2002年)と名称を変えて再開している。

このような、ビジュアルの再現を放棄する代わりに声を完全に再現する、声優による2.5次元舞台には、他には漫画「HUNTER×HUNTER」(1998年)を原作(1999年アニメ化)としたミュージカル「HUNTER×HUNTER」(2000年)が挙げられる。「歌謡ショウ」が10年間毎年公演を続け、ミュージカル「HUNTER×HUNTER」も3作品が公演されたように、青年の原作ファンに向けられた声優による2.5次元舞台が成功したことで、2.5次元舞台がもはや児童向けだけのものではなく、青年向けにもビジネスとして成立することが示されたのである。

3.4 俳優による青年向け2.5次元舞台

前述のように青年向けの2.5次元舞台を開拓したのは「歌謡ショウ」だが、「2.5次元舞台(ミュージカル)」という言葉を生み出すまでに成長させると共に、2010年代以降の2.5次元舞台作品の土台となった作品は、漫画『テニスの王子様』(1998年)を原作(2001年アニメ化)とした、ネルケプランニングによる「テニミュ」(2003年)である。原作漫画の掲載誌は『週刊少年ジャンプ』であるが、タイトルが示すように美少年(いわゆるイケメン)が多く、青年女性に人気の作品であり、舞台化した「テニミュ」もまた青年女性を明確なターゲットとした作品である。

「テニミュ」が前述の「歌謡ショウ」と大きく変わった点が2つある。1つ目の違いは、声優による2.5次元舞台から若手俳優による2.5次元舞台に変わったことである。2つ目の違いは、原作の物語や世界観を消費する2.5次元舞台からキャラクターを消費する2.5次元舞台に変わったことである。

1つ目の俳優による2.5次元舞台に変わったことについて、既にアニメ化もされた作品を舞台化する際に、原作ファンをターゲットにしていながら声優ではなく俳優を使うことには、声の「完全な再現」ができないという大きなデメリットがあり、原作ファンがアニメとの声の違いの違和感を受け入れられず、キャラクターの再現に失敗するリスクを抱えていた。加えて、原作とは無関係な別人(俳優)を使う時点で原作ファンの反発が予想された。実際、「テニミュ」の2003年の初演時について、片岡[2019]は、空席が目立ち、興行的には赤字だったと述べているが、その背景には上記の理由により原作ファンの期待が低かった可能性を推測できる。ビジュアルの再現性については、10代の男性キャラクターを10代の男性俳優が演じるため、声優による舞台のようなギャップはないものの、別人という限

界があるため、着ぐるみによる舞台には劣ることになる。このような俳優による舞台を推し進めてきた「テニミュ」について、松田[2016]は、「技術があるかどうかよりも、キャラクターになりうる人かどうかを考えて、キャスティングしていきます」(p.18)、「キャスティングでは、キャラクターの種を持っているかを重視します」(p.20)と見解を述べている。すなわち、青年の原作ファンをターゲットにする以上、「よりリアルな再現」が求められる中で、ビジュアルで最低限の再現を担保した上で、キャラクターらしさの再現を極力試みたのが、「テニミュ」以降の俳優による2.5次元舞台と言える。俳優による舞台には、声の再現性では声優による舞台に劣り、ビジュアルの再現性では着ぐるみによる舞台に劣るが、逆に言えば、声優による舞台と比べればビジュアルの再現性が高く、着ぐるみによる舞台と比べれば自然な演技ができることから、ビジュアルと演技の両立を目指した舞台と解釈することができる。

また、声優ではなく俳優を使うことには、メンバーの入れ替えが可能になり、俳優個人の活動の限界を超えて作品シリーズが続けられるようになるというメリットもある。前述のように、声優による舞台では、声優の代えが利かないため、固定メンバーでは活動期間が限られてしまった。着ぐるみによる舞台では、「中の人」は姿を見せないため、担当者を入れ替えること自体は可能だが、操作性の悪い着ぐるみで演技する技術に加えて、キャラクターらしい演技力まで求めると、事実上の代替不能になってしまう。この問題を解決したのがメンバー入れ替え制度の導入であり、これによって「テニミュ」は現在も続いている。とは言え、メンバーの入れ替えにもリスクはある。せっかく成功した舞台化が、メンバーを変えたことで失敗するリスクがあるのである。「テニミュ」において俳優に年齢のギャップが出る前に「卒業」させる案が出た当時について、松田[2018]は、「僕は最初、その案に反対したんですよ。せっかくこの子たちに人気があるのに、卒業させるなんてもったいないじゃないか」(pp.19-20)と振り返っている。しかし、片岡[2019]は、「折角ヒットした顔ぶれを変える不安はありましたが、長く同じ俳優が演じ続けていると、「このキャラクターにこの俳優」とイメージが固定化されてしまう。本来キャラクターがあって、それを俳優が演じるはずが、立場が逆転する恐れがあった。だから僕は早めに代えた方がいい、新しく俳優を育てていく方が長期的にはいいと考えて、初代のキャストは約1年半で卒業となりました。」と振り返っている。

2つ目の原作の物語や世界観を消費する2.5次元舞台からキャラクターを消費する2.5次元舞台に変わったことは、

様々な点から指摘することができる。松田[2016]の「日本のアニメ、ゲームでいちばん大事なのはキャラクターです」(p.18)という見解にも表れているが、青年女性ファンにとって登場する男性キャラクターは性的対象であるという前提の下で、出演者を全員男性(異性)にして、女性(同性)が全く登場しないように配慮がなされたことにも表れている。前述の「歌謡ショウ」では、ファン(男性)はキャラクター(美少女)を性的対象とするという前提がある点では「テニミュ」と同じだが、原作に男性(同性)キャラクターが登場する以上、舞台にも男性(同性)の出演者が多数登場しており、原作の世界観を忠実に再現し、ファンが「作品の世界観を楽しむ2.5次元舞台」という様な趣旨であった。これに対して、「テニミュ」では、原作には女性(同性)キャラクターが登場するにもかかわらず、舞台ではファン(女性)の願望や妄想においてノイズとなる女性(同性)を排除した。このことは、原作を忠実に再現することより、ファンが求めるものを提供することを優先したことを意味し、「キャラクターを楽しむ2.5次元舞台」という様に趣旨の変化を感じさせるものである。そして、「テニミュ」のキャラクター消費を象徴する作品が、初演翌年の2004年に始まった「コンサート Dream Live」である。原作の物語を演じる本公演と異なり、俳優の演じるキャラクターの「ライブ」であり、物語を楽しむ作品ではなく、キャラクターを楽しむことに特化した作品である。このようなキャラクター消費に特化したライブイベント自体は、「歌謡ショウ」の二番煎じであり、「サクラ大戦 花組クリスマス 奇跡の鐘コンサート」(1998年)が先駆けである。しかし、声優による2.5次元ではキャラクター消費には向いていないせいか、この試みは本公演と異なり毎年行われるには至らなかった。これに対して、「テニミュ」では、「コンサート Dream Live」が毎年行われ、2ndシーズンの2012年からは「春の大運動会」が始まり、3rdシーズンの2015年からは学校グループ別のコンサート「TEAM Live」が始まるなど、キャラクター消費に特化したライブイベントが幅を広げるようになった。

以上のような「テニミュ」の長期的成功を受けて、2010年頃から、青年女性の原作ファンをメインターゲットとした、俳優による2.5次元舞台作品が次々と現れるようになった。ゲーム「戦国BASARA」(2005年)を原作とした舞台「戦国BASARA」(2009年)、漫画『落第忍者乱太郎』(1986年)を原作(1993年アニメ化)としたミュージカル「忍たま乱太郎」(2010年)、漫画『弱虫ペダル』(2008年)を原作とした舞台「弱虫ペダル」(2012年)、ゲーム「刀剣乱舞-ONLINE-」(2015年)を原作としたミュージカル

「刀剣乱舞」(2015年)と、ヒット作が続いたことで、2.5次元舞台市場は急成長したのである。そして、声優による2.5次元舞台の終焉を象徴させる作品として、ゲーム「新サクラ大戦」(2019)を原作とした「新サクラ大戦 the Stage」(2020)が挙げられる。前述のように、ゲーム「サクラ大戦」シリーズは、声優を使うことで青年向けの2.5次元舞台を開拓してきたが、最新作のゲーム「新サクラ大戦」の舞台は、「歌謡ショウ」のような声優による舞台ではなく、俳優による舞台に変わってしまったのである。

3.5 ビジネスモデルの変化

前述のように、「歌謡ショウ」によって青年向けの2.5次元舞台が開拓され、「テニミュ」によってキャラクターを消費する2.5次元舞台に変わったことは、やがてビジネスモデルに大きな変化をもたらすことになった。

一般的な3次元舞台では、パンフレットなどのグッズも販売されているものの、売り上げの中心を占めるのはチケット代である。

児童向け2.5次元舞台が興行として催されたバンダイ版「セラミュ」では、メインターゲットが購買能力のない児童であり、保護者の同伴も想定されるため、チケット代を低価格にせざるを得ず、グッズもパンフレットと円盤(公演ライブ音源や、全楽曲をスタジオ録音したCD)以外は児童が使うことを前提とした安価なものが中心であった。「セラミュ」ファンへのSNSによるヒアリング(2020年)によると、「バンダイ版」の当初のグッズ展開は、パンフレットと円盤以外では、下じきやキーホルダーやテレカなど種類は少なかったが、やがてノートやペンなどの文房具、子供サイズのランチボックスセット、プラスチック製のマグカップなど、アニメ絵が描かれた子供向け商品が増えていったとのことである。

声優による2.5次元舞台を代表する「歌謡ショウ」では、メインターゲットが購買能力のある青年になったことで、パンフレットと円盤以外のグッズは、ポスターやTシャツやタオルなどの大人向け商品が定番となり、単価も上がった。ただし、前述のように「歌謡ショウ」が青年男性向けの作品であり、ファンにとってキャラクターは性的対象だが、役者(声優)は性的対象ではないためか、会場販売記念グッズでも役者が描かれた商品はほとんどなかった。それどころか、キャラクターさえ描かれていないグッズが少なくなく、描かれていても原作のゲームのパッケージのイラストか、キャラクター全員分をセット販売するなど、「キャラクターのグッズ」ではなく「作品のグッズ」として売られており、お気に入りのキャラクターのグッズを買わせる商法ではなかった。

これに対して、俳優による2.5次元舞台を代表する「テニミュ」では、パンフレットと円盤以外のグッズは、ポスターに加えて、キャラクターを演じる役者（俳優）の生写真が定番になった。すなわち、「歌謡ショウ」のような「作品のグッズ」ではなく、「キャラクターのグッズ」でさえなく、「役者のグッズ」を展開するようになったのである。

そして、舞台「弱虫ペダル」（2012年）は、役者をデザインした缶バッジをランダム販売したことで、その後の2.5次元舞台のグッズ展開に大きな影響を与えた。缶バッジの販売自体は、「テニミュ」でも2ndシーズンの2011年から行われているが、公演タイトルがデザインされた「作品のグッズ」として販売されており、舞台「弱虫ペダル」に倣って役者をデザインした缶バッジをランダム販売するのは3rdシーズンの2015年以降である。舞台「弱虫ペダル」の缶バッジは、1個200円（2016年まで）と安価ではあるものの、ランダム販売であるがゆえに、お目当ての役者を当てるには何個も買う覚悟が必要になる。そして、グッズは基本的に1つあれば十分であるのに対して、「テニミュ」以降の「役者のグッズ」は、役者が性的対象であるがゆえに、同一商品でも多数入手することが役者への愛の表現手段と考えられるようになり、無限に入手する動機が生まれたのである。外出時には大量の缶バッジを付けた「痛バッグ」、自宅では大量のグッズを並べた「祭壇」など、様々な愛の表現方法が開拓され、自己満足に止まらず、他のファンに愛を誇示することで優位に立とうとする（いわゆるマウンティングする）ファンも現れた。こうして、1つ当たりの単価は安いにもかかわらず、多くのファンが予算の許す限り「役者のグッズ」を大量購入するようになった。グッズを大量購入するには単価が安いことが望ましく、多数所持するには大きさも小さいことが望ましく、ランダム販売によってお目当ての役者を苦勞して当てた時には喜びも一塩と感じられるようになったことから、役者をデザインした缶バッジのランダム販売は、客単価を上げる極めて優秀な商法であった。こうしてファンが1回の公演で多額のお金を落とすようになり、公式グッズの売り上げが大きな収入源になったことで、チケット代に依存しない新たなビジネスモデルが構築されたのである。チケット代に依存した従来のビジネスモデルでは、利益を出すためにチケット代を高額にせざるを得ず、舞台の敷居を上げていた。しかし、グッズの売り上げに期待するビジネスモデルでは、チケット代を抑えても利益を上げることが可能になり、資金力に乏しい若年層の段階での早期取り込みにつながったことで、今日の2.5次元舞台の隆盛をもたらしたと考えられる。

このような2.5次元舞台におけるビジネスモデルの新構築には、2つの要件が必要であった。1つ目は、資金力があると共に、異性キャラクターを性的対象とする青年層をメインターゲットにすることであり、「歌謡ショウ」が実現した。2つ目は、原作キャラクターのみならず役者も性的対象とさせることであり、「テニミュ」が実現した。ビジュアルの再現を放棄して声優を用いた「歌謡ショウ」では、ファンにとって原作キャラクターは性的対象でありながら、役者は性的対象とはならなかったが、ビジュアルの再現も求めて若手俳優を用いた「テニミュ」は、役者が原作キャラクターの性的魅力の再現に成功したことで、「役者のグッズ」の展開に成功し、公式グッズの売り上げが大きな収入源となるに至ったのである。

4. 2次元と3次元からの影響

以上のような変遷を辿った2.5次元舞台であるが、「2.5次元」という言葉で表されるように、既存の「2次元」と「3次元」の中間に位置するがゆえに、双方の影響を受けているように思われる。

4.1 第1次アニメブームの影響

津堅[2004]や岡本[2013]や若林・吉田[2018]によると、日本のアニメには4つの発展段階があったことが指摘されている。アニメの1回目の発展段階は、アニメ「鉄腕アトム」（1963年）の放映に始まるテレビアニメ開花期であり、アニメ「魔法使いサリー」（1966年）やアニメ「ゲゲゲの鬼太郎」（1968年）などの国民的アニメが続々と放映された1960年代であり、第1次アニメブームと呼ばれた。この時期のアニメは、テレビアニメとアニメ映画が中心であり、子供向けの作品がほとんどであったとのことである。

現在でも多くのアニメ作品が漫画を原作としているが、アニメ化には高い制作費用がかかる中で、第1次アニメブームの頃に創られるアニメ作品の多くは、既に人気と知名度を獲得した漫画作品を原作とするものだった。言い換えれば、この時代にアニメ化されるような原作漫画には、商業的な活用可能性があったのである。このような2次の活用の試みの1つが舞台化であり、前述の江利チエミ特別公演「サザエさん」（1966年）、東宝現代劇による「巨人の星」（1969年）、宝塚歌劇「ベルサイユのばら」（1974年）など、いずれも前後にアニメ化された漫画作品を原作とするものである。しかし、当時の漫画やアニメが子供向けであるのに対して、観劇は大人向けであるという矛盾があったため、いかにヒットした作品でも、大人向けに舞台化することは容易ではなかった。また、この頃に舞台化のノウハウを持つ者は劇団くらいであったため、後の「2.5次元舞

台」への道は、劇団による2次元コンテンツ原作の舞台作品によって切り拓かれることになったのである。

4.2 特撮映画の影響

漫画やアニメなどの2次元コンテンツが子供向けである以上、その2.5次元化もまた子供向けになるのが自然な発想である。映画「ゴジラ」(1954年)において、「怪獣」を表現する技術として「着ぐるみ」が採用され、その後も児童向け特撮テレビドラマ「ウルトラマン」(1966年)など、着ぐるみによる怪獣特撮作品がヒットし、「怪獣ブーム」が起きた。また、NHKの児童向け番組「おかあさんといっしょ」においても、人形劇「ブーフーウー」(1960年)以来、着ぐるみによる人形劇が定番化した。

このように、着ぐるみが児童向けキャラクターの表現技術として定着する中で、前述の東京ディズニーランドは、ミッキーマウスなどの2次元キャラクターを3次元化する手段として「着ぐるみ」を採用し、着ぐるみによるキャラクターショーは、「会えないはずの2次元キャラクターに会える」舞台として、児童向けの「2.5次元舞台」を誕生させた。そして、着ぐるみによるキャラクターショーという形態での「児童向け2.5次元舞台」は、児童向けアニメ作品でも行われるようになり、現在に至っている。

4.3 第2次アニメブームの影響

津堅[2004]や岡本[2013]や若林・吉田[2018]によると、アニメの2回目の発展段階は、アニメ「宇宙戦艦ヤマト」(1974年)やアニメ「機動戦士ガンダム」(1979年)が青年層にヒットしたことで、アニメ視聴者の年齢層を広げた1970年代後半～1980年代であり、第2次アニメブームと呼ばれた。青年向けに大きな物語が描かれ、舞台となる架空の世界についても創り込まれるようになった。そして、アニメの視聴層に大人が含まれ、アニメファンが生まれた結果、1983年にOVA(オリジナル・ビデオ・アニメーション)が現れた。これはアニメ作品をビデオ販売やレンタルで発表するものであり、テレビや映画に代わる新たな流通形態である。これによって、テレビで放送できないような万人受けしない作品でも、資金力のあるファンが一定数いれば制作を可能にし、アニメ作品の多様化を促進したとのことである。

第2次アニメブームによって青年向けの2次元コンテンツが生まれたことは、青年向けの2.5次元化の道筋を切り拓くことになった。こうして生まれた新たな「青年向け2.5次元舞台」こそが、青年向けの2次元コンテンツとしてのゲーム「サクラ大戦」(1996年)を2.5次元化した「歌謡ショー」(1997年)である。青年向けの2次元コンテンツでは世界観が創り込まれるようになったように、2.5次元

舞台としての「歌謡ショー」もまた、作品の世界観を楽しむことに主眼が置かれた2.5次元舞台になっている。

4.4 第3次アニメブームの影響

津堅[2004]や岡本[2013]や若林・吉田[2018]によると、アニメの3回目の発展段階は、アニメ「美少女戦士セーラームーン」(1992年)やアニメ「新世紀エヴァンゲリオン」(1995年)のヒットにより、海外で「anime」という言葉が一般化し、日本のアニメが世界的な大衆文化として認識された1990年代～2000年代前半であり、第3次アニメブームと呼ばれた。この時期の特徴は、ストーリーや世界観以上に、キャラクターが消費されるようになり、2次創作が盛んになされるようになったとのことである。

第3次アニメブームにおけるキャラクター消費の動向を受けて、キャラクター消費に舵を切った2.5次元舞台こそが、漫画『テニスの王子様』(1998年)を2.5次元化した「テニミュ」(2003年)である。2次創作において、異性キャラクターは性的対象であり、女性向けではノイズとなる同性(女性)を排除した男子同性愛(いわゆるBL)作品が多く見られる中、「テニミュ」でも同性(女性)を意図的に排除した舞台になっており、2次創作の影響が伺える。

4.5 日常系アニメと2.5次元ライブイベント

岡本[2013]や若林・吉田[2018]によると、アニメの4回目の発展段階は、アニメ「らき☆すた」(2007年)やアニメ「けいおん！」(2009年)など、「日常系アニメ」と呼ばれる作品群が人気を博すようになった2000年代後半である。現在の日本を舞台とし、キャラクター達の他愛のない会話や日常生活を描いており、物語性が希薄なことが特徴とのことである。

第3次アニメブーム以降、キャラクター消費の流れは続くが、キャラクターの魅力はビジュアルだけで生まれるものではなく、多くは物語の中で育まれるものである。物語や独自の世界観なくしてアニメ作品が独立して成立するに至るのは2000年代後半まで待つことになるが、2.5次元舞台の場合は2次元の原作に既に物語がある。原作の物語の中で魅力が認められているキャラクターを使うならば、独自の物語を用意しなくても、キャラクター消費に特化した作品が成立することになる。このような、物語なき2.5次元ライブイベントの先駆けは「歌謡ショー」であり、前述の「サクラ大戦 花組クリスマス 奇跡の鐘コンサート」(1998年)に始まるが、「テニミュ」は前述の「コンサート Dream Live」(2004)以来、定番化する流れを作った。

4.6 メンバー入れ替え制度の導入

西条・木内・植田[2016]や若林・菅原[2021]によると、日本のアイドルは、「リア充」ではない男女に「性的対象とし

ての役割」を生身の3次元で提供する存在であり、「若さ」が重要な要素であった。しかし、「若さ」は年齢と共に確実に失われるため、固定メンバーでは活動期間が限られていた。この「若さ」という限界を超えたのが1990年代後半のアイドルグループ「モーニング娘。」であり、メンバーの脱退（卒業）と加入の繰り返しによる世代交代という手法を確立してグループを存続可能にし、2000年代以降のアイドルグループに多大な影響を与えたとのことである。

「モーニング娘。」によって誕生したメンバー入れ替え制度は、2.5次元舞台にも伝播することになった。前述のように「歌謡ショウ」では、声優による2.5次元舞台であるがゆえに固定メンバーとなり、声優の「引退」による問題に直面していた。これに対して「テニミュ」では、俳優による2.5次元舞台であるがゆえにメンバーの入れ替えが可能であり、メンバー入れ替え制度を導入することによって「若さ」を維持し続けると共にシリーズの存続を可能にしたのである。

4.7 ペンライト文化の導入

現在、アイドルのコンサートでは、ファンがペンライトを振ることや、大声で叫ぶことが一般化している。Jタウンネット編集部[2016]によると、「客席から光るものを振る」という文化は、1974年の夏の西城秀樹のコンサートが発祥で、前日のラジオで「客席のみんなが見えるように、懐中電灯を持ってきて」と呼び掛けたことに始まったとのことである。以後、アイドルのコンサートでは一般化し、近年では宝塚などの演劇でも取り入れるに至っているが、一般的な演劇では上演中は静粛にすることが求められ、ペンライトを振ることは迷惑行為でありマナー違反である。

アイドルのコンサートで確立したペンライト文化を2.5次元舞台に輸入したのは「テニミュ」であり、「コンサート Dream Live」(2004年)以来、キャラクター消費に特化した物語なき2.5次元ライブイベントでは、ペンライトを振る行為や大声で叫ぶ行為も許されるなど、2.5次元舞台におけるファンの参加の仕方に変化を与えた。物語なき2.5次元ライブイベントの先駆けとなった「歌謡ショウ」では、本公演はもとよりライブイベントでも、手拍子や掛け声によるファンの参加はあったものの、ペンライトを振る行為は長らく見られなかった。「歌謡ショウ」においてペンライト文化が取り入れられるようになるのは、10年間続いた最後の本公演「帝国歌劇団・花組 歌謡ショウファイナル公演「新・愛ゆえに」」(2006年)の千秋楽2日間限定の出来事においてであり、「サクラ大戦 武道館ライブ ～帝都・巴里・紐育～」(2007年)以降の物語なき2.5次元ライブイベントで定番化していった。この2007年には、2次元の

女兒向けアニメ「プリキュア」シリーズの映画でも、「ミラクルライト」が初登場し、以後定番化していった。『プリキュア新聞』(2014年春号)によると、「映画館に行った時、メインターゲットが未就学児だと分かり、70分間も座ってられるわけがない、楽しめる工夫をしなければと思いました。」(9面)とのことであり、未就学児ゆえの必要性があった一方、「最初は誰も賛成してくれませんでした。」(9面)とあるように、当時の2次元コンテンツの業界にはペンライト文化が浸透していなかったことが伺える。

このように、女性向け男性アイドルで誕生すると共に一般化した、ペンライトを振るという3次元コンテンツの文化は、2004年に「テニミュ」が取り入れたことで、2006年には「歌謡ショウ」も追随し、2007年にはアニメ「プリキュア」シリーズに代表される2次元コンテンツに伝播するに至ったのである。

5. まとめ

「漫画やアニメは子供のもの」という既成概念がある中、アニメ「鉄腕アトム」(1963年)のテレビ放映に始まる第1次アニメブーム以降、児童向け漫画の舞台化が、劇団によって劇団ファン向けに行われた。一方、映画「ゴジラ」(1954年)以降、着ぐるみによる怪獣特撮作品がヒットし、着ぐるみが児童向けキャラクターの表現技術として定着する中で、1983年に開園した東京ディズニーランドは、着ぐるみによる2次元キャラクターのショーを展開し、児童向けの「2.5次元舞台」が誕生した。このような着ぐるみによる2.5次元舞台は、児童向けアニメ作品でも行われるようになっていく。やがて、「宇宙戦艦ヤマト」(1974年)に始まる第2次アニメブームによって、漫画やアニメが子供向けのものとは限らなくなり、青年向けの2次元コンテンツが増えていく中で、青年向けの2.5次元舞台の先駆けとなったのが「歌謡ショウ」(1997年)である。ただし、この時代の青年向け2.5次元舞台は、声優による舞台であり、作品の世界観を楽しむことに主眼が置かれていた。そして、「美少女戦士セーラームーン」(1992年)に始まる第3次アニメブームによって、キャラクターが消費されるようになり、バンダイ版「セラミュ」(1993年)の成功は、俳優による2.5次元舞台の道を切り拓いたことで、青年向けに俳優によるキャラクター消費型の2.5次元舞台を展開したのが「テニミュ」(2003年)である。

青年層には、資金力があることに加えて、異性キャラクターを性的対象とするという特徴がある。「テニミュ」以降の2.5次元舞台は、若手俳優を用いることで原作キャラクターの性的魅力を再現し、「役者のグッズ」を展開すること

で公式グッズの売り上げを収入源とすることに成功した。加えて、舞台「弱虫ペダル」(2012年)における、役者をデザインした缶バッジのランダム販売は、商品入手のために多数購入するの必要を生み出し、さらに同一商品でも多数入手することが役者への愛の表現手段と考えられるようになったことで、ファンが1回の公演で多額のお金を落とすようになり、チケット代に依存しない新たなビジネスモデルが構築された。このビジネスモデルの変化は、チケット代を抑えても利益を上げることを可能にし、舞台の敷居を下げることもつながった。また、俳優を用いたことで、3次元のアイドルグループでは「モーニング娘。」によって2000年代に確立されたメンバー入れ替え制度を導入し、シリーズの存続を可能にした。他にも、ペンライト文化の導入など、2次元と3次元の双方の文化を取り込んで発展を遂げたのが、現在の2.5次元舞台なのである。

参考文献

- 1) 出口弘[2009]「コンテンツ産業のプラットフォーム構造と超多様性市場」出口弘・田中秀幸・小山友介編『コンテンツ産業論』東京大学出版会、pp.3-39。
- 2) 藤原麻優子[2018]「ミュージカル『テニスの王子様』試論-2.5次元ミュージカル研究にむけて」『西洋比較演劇研究』Vol.17 No.1、西洋比較演劇研究会、pp.19-34。
- 3) 細木原青起[1924]『日本漫画史』雄山閣。
- 4) Jタウンネット編集部[2016]「「ケミカルライト(サイリウム)」の歴史は、こんなに壮大だった！老舗・ルミカに聞く開発秘話」『Jタウンネット』2016年10月31日 (<https://j-town.net/2016/10/31234369.html?p=all>) (2021年6月10日確認)。
- 5) 片岡義朗[2017]「2.5次元ミュージカルの元祖が語るブームの理由」『日刊SPA!』2017年5月14日 (<https://nikkan-spa.jp/1331314>) (2021年7月30日確認)。
- 6) 片岡義朗[2019]「テニミュ仕掛け人が語る「空耳」と「2.5次元」誕生 2次元×舞台×ネットはこうしてつながった」『JCASTニュース』2019年1月5日 (<https://www.j-cast.com/2019/01/05347118.html?p=all>) (2021年4月8日確認)。
- 7) 片岡義朗・やまだないと[2016]「プロデューサーとマンガ家が語る、キャラクターに近づくための試行」『美術手帖』vol.68 no.1038、美術出版社、pp.76-81。
- 8) 松田誠[2016]「2.5次元ミュージカルを牽引する「テニミュ」の革新的なメソッド」『美術手帖』vol.68 no.1038、美術出版社、pp.18-25。
- 9) 松田誠[2018]「日本発のコンテンツで世界と戦う」門倉紫麻『2.5次元のトップランナーたち』集英社、pp.9-53。
- 10) 日本2.5次元ミュージカル協会「日本2.5次元ミュージカル協会パンフレット」(https://www.j25musical.jp/user/img/download/J2.5D_pamphlet.pdf) (2021年2月24日確認)。
- 11) 日刊スポーツ[2014]『プリキユア新聞』2014年春号、日刊スポーツ新聞社。
- 12) 岡本健[2013]『n次元創作観光』北海道冒険芸術出版。
- 13) ぴあ総研[2019]「2.5次元ミュージカル市場の推移」(https://corporate.pia.jp/news/files/%E3%80%90%E3%81%B4%E3%81%82%E7%B7%8F%E7%A0%94%E3%80%912.5%E6%AC%A1%E5%85%83%E3%83%9F%E3%83%A5%E3%83%BC%E3%82%B8%E3%82%AB%E3%83%AB%E5%B8%82%E5%A0%B4%202000_2018%E5%B9%B4%E6%8E%A8%E7%A7%BB.pdf) (2021年2月24日確認)。
- 14) 西条昇・木内英太・植田康孝[2016]「アイドルが生息する「現実空間」と「仮想空間」の二重構造～「キャラクター」と「偶像」の合致と乖離～」『江戸川大学紀要』第26号、pp.199-258。
- 15) 須川亜紀子[2015]「ファンタジーに遊ぶ」『ユリイカ』第47巻第5号(通巻659号)、青土社、pp.41-47。
- 16) 須川亜紀子[2021]『2.5次元文化論』青弓社。
- 17) 鈴木国男[2015]『「テニミュ」と「ベルばら」』『ユリイカ』第47巻第5号(通巻659号)、青土社、pp.139-147。
- 18) 鈴木国男[2017]「2・5次元ミュージカル」『共立女子大学文芸学部紀要』63巻、共立女子大学文芸学部、pp.1-11。
- 19) 津堅信之[2004]『日本アニメーションの力』NTT出版。
- 20) 若林晃央・菅原梨央[2021]「日韓の男性アイドルを求める女性ファン心理の違い」『研究紀要』第61号、福島工業高等専門学校、pp.77-86。
- 21) 若林晃央・吉田真琳[2018]「アニメ聖地巡礼現象の共進化構造と段階的発展モデル」『研究紀要』第59号、福島工業高等専門学校、pp.75-82。
- 22) Yamagata Takayuki「キャラクターショーのお部屋」(<http://www.harukaze-doremi.com/show/show.html>) (2021年3月17日確認)。
- 23) 吉岡史朗[2018]「「脱・テニミュ史観」を目指して—『サクラ大戦』に見る2.5次元ミュージカルの新たな可能性—」『アジア文化研究』44号、国際基督教大学アジア文化研究所、pp.149-166。