

## 『涼宮ハルヒシリーズ』

谷川流著／角川書店

いわゆるラノベ（ライトノベル）であって、第1作の『涼宮ハルヒの憂鬱』はスニーカー大賞作品であって、シリーズ累計1600万部も売れている本なのだから、教員の私なんぞが紹介するよりも学生諸君の方が良く知っているであろう。ということで、小説そのものの紹介はここではしない。Wikipediaにストーリーから登場人物まで詳細に掲載されているので、それを参照すれば充分である。

ここで書きたいのは、この小説、そしてこれを原作としたアニメーション番組（アニメ）から、インターネット時代の新しいメディアミックスが始まったことである。小説を原作としてマンガを出版する、映画やアニメを上映・放送する、キャラクターグッズを販売する、といったメディアミックスは古くからあった。この『涼宮ハルヒシリーズ』もそこまでは同じであった。しかし、ストーリーに学園生活で良くあるイベント（学園祭でのバンド演奏）が含まれていたこと、アニメのエンディングテーマ「ハレ晴レユカイ」に振り付けがなされ主人公たちが曲に合わせて踊っていること、などから、物語のなかの曲を演奏したり、テーマソングに合わせて踊ったり、という読者・視聴者が現れた。これが折しも、YouTubeやニコニコ動画などのCGM（Consumer Generated Media）サービスが普及する時期と重なり、演奏やダンスがこれらのサービスに続々と投稿されることになった。そして、この動画を他の消費者が見て、小説やマンガ、アニメのDVDを購入したり、また、自分でも踊ってみたり、と、消費者同士の共鳴により作品が爆発的に有名になって行ったのである。また、作者側も振り付けの絵コンテを公開するなど、消費者の派生作品の制作に間接的に協力している。

従来のメディアミックスは、複数のメディアに展開するものの、あくまでも供給者から消費者への一方通行であった。ところが、この作品の場合は、前述のように消費者もメディアに派生作品を発信し、供給者・消費者が共鳴しながら作品の価値を高めて行ったという点で、まさに「web2.0」の思想に基づいた発展形態となったのである。

さらに、この作品の楽曲を演奏したり踊ったりしたことをきっかけとして、人気が出て、プロとしての活動に入る消費者も現われた。インターネット時代の「スター誕生」である。このようなメディアミックスのモデルが成立し得ることを先

---

駆的に示した点で、この作品の社会へのインパクトは限りなく大きい。アニメが意図的に演奏やダンスを精緻に描いていたことや、CGMの普及期といったタイミングも要因としては大きいですが、やはり、原作のストーリーそのものに、それらの素材となるだけの魅力があったということであろう。

文学やSFファンからすれば「所詮はラノベ」という意見も多いだろうし、実際のところ、それははずれてはいない。しかし、インターネット時代の社会へのインパクトという側面から、読んでみる価値のある作品である。

## 執筆者紹介

### 湯川 高志

電気系准教授。専門領域は、知識処理、テキスト処理、並列コンピューティング。

『書名』 著者名 翻訳者名 出版社または文庫・シリーズ名 出版年 税込価格  
『涼宮ハルヒシリーズ』 谷川流著 角川書店（角川スニーカー文庫） 2003-2011年 540-630円

[ブックガイド目次へ](#)