

京都アニメーション

～多くの人々を魅了する理由とは～

丸山 ※※

※※ MARUYAMA

¹ 中京大学現代社会学部現代社会学科

² 学籍番号:.....

キーワード サブカル、消費文化

1. はじめに：研究主題（私の関心）

今回、なぜ私がこのテーマを選んだのかは、私自身がアニメーションがとても好きだからだ。近年では、「Cool Japan」と称され、日本国内にとどまらず、世界的にも日本のアニメーション作品には高い注目が集まるようになり、アニメやマンガ等のサブカル文化、又は所謂萌え文化は、もはや日本の一つの文化として形成されつつある。だが、このような社会の下においてもアニメ業界の経営状況は非常に苦しいものとなっている。理由の一つとして、ドラマやバラエティ番組と異なり、スポンサーを獲得することが困難であり、(多くは原作を掲載する出版社や、作品の op や ed のレコード会社、DVD・blu-ray の販売会社その他関連商品の製作会社を中心となっている)製作費を回収する為には、上記にもある作品の DVD・blu-ray の販売数が重要となる。また、それ故に他の DVD・blu-ray 作品よりも高めの価格設定がされており、一般層への広がりに対し、大きな障害となっている。その中で常に高い販売率をたたき出している製作会社が『京都アニメーション』による作品である。その人気は作品そのものに留まらず、主題化の CD やキャラクターソング CD の他、作中に登場しキャラクターが使用している小物などにも注目が集まるという事態も発生し、一種の社会現象のような盛り上がりを見せている。一体どのような所がこれまで人々を惹きつけるのだろうか、このような疑問から、京都アニメーション作品のもつ魅力と、それに惹かれる人々について調べてみようと思うに至った。

2. 京都アニメーションとは？

京都アニメーションとは、株式会社京都アニメーション(英語表記: Kyoto Animation Co., Ltd) の事を指し、アニメーションの企画・製作およびアニメーション制作に関する技術指導を主な事業内容とする日本の企業である。略称は「京アニ」。熱狂的なファンが多いことで知られ、2000年代後半において、もっとも注目を集めたアニメーション制作会社の一つである。

初期の頃は、旧虫プロダクションで仕上げ経験のある八田陽子が、1981年に近所の主婦らと、タツノコプロやサンライズの仕上げの仕事を行っていた。八田が結婚して移り住んだ京都府宇治市に由来して「京都アニメスタジオ」と名乗っていたが、のちに「京都アニメーション」に改称、夫の英明を社長に据え、1985年に有限会社として法人化される。元は仕上げの工程を行う仕上専門会社であったが、1986年に作画部門を設立し他社の動画の下請けを始めている。

やがて1990年代半ばから、演出・作画・仕上げ・背景・撮影などを自前で行う体制を整え、テレビアニメのグロス請け[1]を行うようになった。一時期4ヶ所のスタジオを構えた時期もあり、またゲームソフトのパッケージデザインや、そのソフトに

関連したコミック版も請け負っていた。

1992年にはシンエイ動画からの受注で、内田春菊原作のテレビアニメ『呪いのワンピース』を、演出から仕上げまで初めて社内スタッフだけで制作した。この頃には既に、質の高い仕事で評判になっていた。その後、長らく主要取引会社であるシンエイ動画、サンライズ、ぴえろなどの下請けを行った。アニメ監督の杉井ギサブローによると、その評判から仕事の依頼が絶えず、発注する元請けの制作会社では、京都アニメーションに仕事を依頼するためにスケジュール調整を行うことがあったという。1999年、株式会社に組織変更。この頃から、作品制作にパソコンを利用したデジタルCG制作体制へと移行する。

2003年、初の元請制作のテレビアニメ『フルメタル・パニック? ふもっふ』を制作し、アニメファンの注目を集めた。2005年には『AIR』を手がけ、他を圧倒するほどの作り込みと巧みな演出が話題を呼び、京都アニメーションの名はアニメファンの間でブランド化した。以後、自社元請制作に専念するようになり、『AIR』以降、ゲームブランドKeyが製作した恋愛アドベンチャーゲームをテレビアニメ化し、『Kanon』、『CLANNAD』、『CLANNAD ～AFTER STORY～』と毎年1作ずつ制作している。

2006年に初めて地上波UHFアニメとして制作した『涼宮ハルヒの憂鬱』は、時系列シャッフルと呼ばれる手法などで同年上半期最大の話作となり、京都アニメーションの地位を不動のものとした。後に続くように2007年の『らき☆すた』もヒット作となっている。

2009年に自社オリジナル企画OVA『MUNTO』に新作カットを加えたディレクターズカット版として『空を見上げる少女の瞳に映る世界』を制作し、UHFアニメとして放送。同時期に劇場版企画『天上人とアクト人 最後の戦い』で劇場アニメに初進出した。軽音楽をテーマとした同年4月の『けいおん!』では、キャラクター名義のCDとして初のオリコンチャート1位獲得や、登場人物の使用楽器が急激に売上げを伸ばすなど、その経済的影響力にも大きな注目が集まり、日経MJ2009年ヒット商品番付の西前頭に出された。

3. 支持される・人気を博す理由とは?

京都アニメーションにおける人気は、「大人の視聴にも耐えられる作品性」、「品質の高い映像」、「原作を踏襲したシナリオ」、「サプライズ性のある話題づくり」これらの点が大きな理由と考えられる。上記2項にもあるが、元々からアニメ業界内では高い技術力によって注目を集めていたわけだが、それがより一般に、主に視聴者に対して広がりを見せるようになったきっかけは、ゲーム製作会社「ビジュアルアーツ」のブランド「key」から発売されたゲーム「AIR」を自社元請制作により発表したことだ。原作のゲームは脚本を担当した麻枝准によるクオリティの高いシナリオや楽曲、また原画家の極上いたるの可愛らしいキャラクターによって非常に高い人気を得ていたわけだが、販売当初は年齢指定のあるPC用ゲームだったため、特定の人々による小規模な広がりには留まるのではないかと、という懸念もあった。だが、同時期に放送された他作品に比べ、圧倒的に作画・演出のクオリティが高く(同年に東映アニメーションによって劇場アニメ作品として公開されたが、そちらに対する評価が・・・であったこともあり、さらに高く評価された部分もある)、原作のシナリオを踏襲、作品最大の肝である視聴者に「泣き」を促す部分もほぼ忠実に再現し、一躍その名を轟かせることとなったのだ。

京都アニメーションによる作品は他にもいくつかあるが、中でも特にフューチャーされ、京アニをスターダムへのし上げた2作品を紹介する。

—涼宮ハルヒの憂鬱～涼宮ハルヒの消失

谷川流のライトノベル『涼宮ハルヒシリーズ』を原作とする日本のテレビアニメ。女子高校生・涼宮ハルヒが「宇宙人や未来人や超能力者を探し出して一緒に遊ぶこと」を目的に設立した団体『SOS団』(世界を大いに盛り上げるための涼宮ハルヒの団、Sekai wo Ooini moriageru tameno Suzumiya haruhiの団→SOS団)を中心に、日常的な高校生活の最中に起こる非日常的な出来事を、主にSOS団団員その1である男子高校生・キョンの視点で描かれている

日本では、2006年4月から7月にかけて独立UHF局を中心とした11の放送局の深夜枠で全14話が放送された。2007年7月7日に第2期の制作が発表され(その後「新アニメーション」との発表に)、2009年4月から10月にかけて新作14話を加えたテレビアニメーション全28話があらためて放送された。

舞台のモデル

原作の舞台は原作者である谷川流の出身地付近がモデルとされ、アニメ版でもそれに沿ったロケハンが行われている。原作では舞台となっている具体的な地名は架空のものに変更されており、モデルとなっている場所は曖昧にされているが、アニメ版では兵庫県を舞台にしていることが明かされている。

作中での背景は実際の風景が再現されており、主人公達が通う「県立北高等学校（北高）」のモデルは、原作者・谷川流の出身校である兵庫県立西宮北高等学校で、話の舞台は西宮市となっている

ストーリー・各話構成

2006年のテレビ放送時では、原作の発行順や物語上の時系列と異なる順序で放送された。

監督の石原立也は、放送順を時系列順と異なるものにした理由について、「原作に忠実」と「原作ファンに対するサプライズ」を両立させるためだと語っている。すなわち原作に忠実であるほど、原作を読んでいない視聴者には親切であるが、ストーリーを既に把握している原作ファンにはつまらないものになってしまう。一方、原作ファンに配慮してアニメオリジナルの要素を加えるのは、原作の雰囲気を壊す危険を伴う可能性がある。そのため、原作ファンにも「サプライズ」を提供しようとした結果が、この放送順であるという。

2009年度版は、2006年版の時系列順に新作エピソードを加える形式で放送された。全28話（うち新作が14話）。番組中に次回予告が存在していない上に、当時の月刊ニュータイプ等のアニメ雑誌において掲載される番組案内等で放送前にサブタイトルを公表しなかったため（放送日時と話数は発表された）、新作への期待とともに、どのような放送となるかという議論がネット上で活発に行われていた。

放送当時、新作が放送されるという告知は一切されなかったが、過去に放送された局で「再放送」の扱いにされておらず、放送開始当初に放送回数は全28話の予定で新作エピソードが含まれるという一部の放送局のコメントがあり、また第8話の放送直前にテレビ和歌山が番組表でサブタイトルを誤って掲載したことで新作への期待が高まり、ファンが最速で放送される地域のホテルに泊まりこむなど大きな話題となった。

2006年版の回は、DVDに収録されているディレクターズ・カット版かつ、オープニングのクレジットを一部修正したもの（スタッフの変更による）を放送した。

『エンドレスエイト』

第12話-19話にかけて放送された『エンドレスエイト』（原作では5巻「暴走」収録の短編）は、絵コンテ・演出・作画および一部の台詞は異なるがほぼ同じストーリーを8週連続で放送するという異色の演出がなされた。本作は、夏休みを文字通りエンドレスにループするというストーリーで、時間のループに気付かず終わるシークエンスに1話、ループに陥っている事に気付かず抜け出せないシークエンスに6話、ループから抜け出すことに成功したシークエンスに1話を用いている。この演出は放送期間中に批判も含めインターネット上で大きな反響を呼んだ。

また、放送中の2009年7月19日にアメリカのボルチモアで行われたイベント「Otakeon2009」にて、2006年版のシリーズ演出を務めた山本寛は海外のファンからの『エンドレスエイト』についての質問に「1年以上前から既にエンドレスエイトの複数話構成の話はあって、自分は反対した。自分が退社しなければこんなことにはならなかった」と責任を感じている。製作委員会を代表して、この場でお詫びしたいと思います」と回答し、「謝罪」した。ちなみに、山本は2007年に制作元請の京都アニメーションの子会社であるアニメーションDoを退社しており、2009年版の制作には企画の当初以外は携わっていない。このことに関して、京都アニメーションは、「わが社とは一切関係のない人です。」と回答している。「製作委員会を代表して」という部分は後に山本により訂正されている。

なお、みくる役の後藤邑子は「アフレコは毎週（8週間）行っていて、使いまわしは一切なかった」と証言しており、「これだけ毎週やっているから、見ている人もセリフを覚えてしまっているだろう」ということで、後半は役者のアドリブが増えているという。また、台本などはほとんど同じだが画の使いまわしがなく、アフレコごとに毎回画が変わっていったという。

『涼宮ハルヒの消失』

シリーズ初の劇場版アニメーション作品で、テレビアニメ版に引き続き、京都アニメーションが制作を担当した。物語はテレビアニメ版最終回から続く形となっており、アニメ版ハルヒの集大成的な位置付けとなっている。

2007年12月18日、テレビアニメ公式ホームページが更新され「新アニメーション」の制作が発表された。『消失』をモチーフにしたさまざまな演出もなされており（日付も作中で重要な日付である）、新シリーズの内容には触れられていないものの『消失』を含むと思わせる内容であった。

しかし2009年4月クールの新シリーズでは、『消失』への伏線となる「笹の葉ラブソディ」等の新エピソードが放送されたものの、基本的には旧シリーズのエピソードを中心とした構成となっており、最終的に『消失』の放送はなかった。

そして2009年10月、新シリーズの最終回放送終了直後、特報にて『消失』の劇場公開が発表された。

2010年1月26日に試写が行われ、2月6日に公開された。シネマサンシャイン池袋では、初日早朝から約500人が並んで終日

満員となり、各館でも初日満席の回が続出した。全国 24 館のみという小規模公開ながら、公開 1 週目時点で興行収入 2 億円、動員数 14 万人を記録した。その後 7 月末時点で興行収入は 8 億 4000 万円に達している。

ぴあ初日満足度ランキング（ぴあ独自調査）では、『インビクタス/負けざる者たち』に続き初登場第 2 位となった。辛口で知られる映画評論家の前田有一は本作を高く評価しており、「まさに非日常を日常のように体感させてくれる斬新なアニメーション作品」「ちょちょいと作ってしまおうという安直さはまったく感じられない」「実写の日本映画でこれほどの演出技法を見る機会は極めて少ない」と語っている。なお、前田はハルヒシリーズを観たのはこれが初めてになる(詳しくは資料編にて)。平成 22 年度（第 14 回）文化庁メディア芸術祭審査委員会推薦作品アニメーション部門/長編（劇場公開・テレビアニメ・OVA）に選ばれている

一けいおん！

かきふらいによる日本の 4 コマ漫画作品、および、それを原作としてメディアミックスで製作される作品群。漫画は『まんがタイムきらら』（芳文社）において、2007 年 4 月から 2010 年 9 月まで連載された。単行本は全 4 巻。廃部寸前の軽音楽部を舞台に 4 人の女子高校生たちがガールズバンドを組み、ゼロから音楽活動を行っていくストーリー。2 年次より新入生が加わり、5 人となった。軽音楽部の結成から結成時のメンバー 4 人の大学進学までの 3 年間の部活動を描く。

2009 年 4 月から 6 月までテレビアニメ『けいおん!』が放送され、第 2 期『けいおん!!』が 2010 年 4 月から 9 月まで放送された。この他、劇場版が 2011 年 12 月 3 日に公開予定。2009 年 4 月から深夜帯でテレビアニメの放送が開始されると、作中に登場する楽器や関連楽曲にも注目が集まるなど、「社会現象」とも言える大きな反響があった

舞台のモデル

明確な舞台は設定されていない。アニメ版では舞台とは別に、京都市内（特に左京区修学院・一乗寺付近）の風景が描画モデルに用いられている。劇中に登場する施設などにも描画モデルが存在し、劇中に登場するレコード・楽器店「10GIA」は京都市中京区の JEUZIA 三条本店、番外編に登場するライブハウスは東京都渋谷区恵比寿のライブハウス「LIVEGATE（ライブゲート）TOKYO@EBISU」がモデルとなっており、それぞれ取材協力を受けている。交通機関では、京阪バスや京阪宇治バスの貸切車両が数回登場している。京都アニメーション側は否定しているが、主人公達が通う高校の外観や内装は滋賀県犬上郡豊郷町の豊郷町立豊郷小学校旧校舎がモデルと見なされ、舞台探訪（いわゆる聖地巡礼）に訪れるファンを対象とした町おこしも行われている。

CD

登場人物名義で発売された主題歌や劇中歌などの『けいおん!』関連の多くの関連楽曲 CD がオリコンチャートの上位にランクインし、主題歌、挿入歌 CD は全て、オリコンの週間チャートでトップ 10 入りしている。アニメ版第 1 期の終了時点で、シングル・アルバムを合わせた関連 CD の総売上枚数が 100 万枚を突破、また音楽配信の総ダウンロード数も 100 万ダウンロードを突破した。これらの業績が評価され、レコチョクアワード 2009 年上半年期最優秀新人賞、第 24 回日本ゴールドディスク大賞特別賞などを受賞（詳細は「受賞歴等」を参照）、中には「アニメソングやアニメキャラクター名義の CD としては史上初の売上」「数十年ぶりの記録」などといった記録を樹立した CD もある。

。

4. むすび：研究成果（私の主張）

ここまで京都アニメーションについての考察を行ってきたわけだが、私が第一に思ったことは、高い演出技術や原作に忠実なシナリオ、また原作ファンもより楽しめるように考えられたサプライズ性もそうだが、それに伴い製作スタッフによる作品に対する深い愛情が多くの人々の支持を得ることになったのだと思う。

最後に、私自身としては、レポート内容について納得できるものとはなっていない。というのも、調べるにあたり十分な資料を見つけることができなかったこともあるが、やはり自身がもっと研究するテーマについて時間を費やして調べることができなかったことが大きな原因である。このテーマをそのまま個人研究にしようとは思っていないが、今回の調査も踏まえ、もっとしっかりとした論文作りを行いたい。

補注

[1]制作会社に 1 話分まるごと制作を任せること。

補注は論文の最後につけても脚注の形でも結構です。

参考文献

パーレン（丸括弧）は半角モノを使用、パーレンの前後は半角アキ、邦訳書誌はパーレンでくくる。邦訳書名、訳者名、邦訳版元名、邦訳発行年の順に表記。ただし各分野の慣例に従ってくださいませませ。

- 1) wikipedia: <http://ja.wikipedia.org/wiki/>
- 2) 東 浩紀(2007):コンテンツの思想、青土社
- 3) 東 浩紀(2007):ゲーム的リアリズムの誕生、講談社現代新書
- 4) 相原 博之(2007):キャラ化するニッポン、講談社現代新書

資料編

人気が出るのもよくわかる入魂の一作

ライトノベルも深夜アニメも見えない私としては、涼宮ハルヒと遭遇する機会はずなないだろうと安心していた。だから角川の編集者に、いかに熱くその魅力を目の前で語られろうとも、これまでは軽くないすことができた。

だが映画化されるとなれば話は別だ。もう避けて通るわけには行かない。

しかし、よりもよってインターネット上でこのタイトルについて下手なことを書けば、間違いなく批評家生命を失うことになる。そんな恐るべきプレッシャーの中で、しかし私は命がけでこの記事を書くことに決めた。

クリスマスが近いある日。普段のように登校したキョン（声：杉田智和）は、これまた普段どおりにハイテンションなハルヒ（声：平野綾）や、その対極にいる 長門（声：茅原実里）らいつものメンバーと、変わらぬ日常を過ごしていた。しかし、キョンの「日常」はその日が最後であった。翌日、登校した学校にハルヒの姿はない。それどころか、いるはずのない人物が、ハルヒの席に座っていた。これまでにないほど強烈な非日常に突入したキョンが、最後に頼りとする長門は しかし……。

いかにもラノベ的な、思い付きを並べたような過剰に一文が長いモノログ。音声で聞くと、あまりに邪気眼風味で気恥ずかしくなり、のっけから本気で席を立ちそうになった事をまずはここに告白しよう。

だが、絶対領域がまぶしいかわい顔をした女の子が、ありえないテンションで騒ぎ始めてから「これ面白いかも」と思い直し始める。やがて綾波のコピーみたいのや、巨乳しか能のないオドオドちゃんといった、確信的なまでに典型的なキャラクターが登場するのを見て、私は気づいた。なるほど、これは新時代の水戸 黄門なのだ、と。こういう設定に、ファンはなにより安心感を得るのである。

考えてみれば、いまどきの若者は案外保守的である。生まれたときから不況しか知らぬ彼らがそうなるのは、ある意味必然。その証拠に、彼らが愛するセカイ系のアニメ作品は、本作を含め似たような構図ばかりだ。

ただ、決してそれは悪いことではない。過去のひながたを利用して、そこに新たなアイデアを加えていくのは日本のものづくりの王道。それ自体は批判すべきことではなからう。

なによりこの映画は、シナリオと演出がよくできている。とくに入部届けとしおりのメッセージ。二つの象徴的なアイテムにこめられた作品のテーマがすばらしい。

とくに入部届けのほうは、渡す人物の心の中に存在するある「感情」の表れそのもの。そしてそれは、無意識のうちに発生したと思われるものだ。だからその入部届けを主人公がどう扱うか、その意味を考えると、観客はこの上なくせつない気持ちになる。

じつに見事な演出である。悔しいが、実写の日本映画でこれほどの演出技法を見る機会は極めて少ない。

現在、テレビドラマの安直な映画化が乱発されている。そしてアニメーションも、エヴァンゲリオン劇場版の大ヒットにより、本作のようなマニア向け作品の劇場版企画が通りやすくなっている。案外手堅い商売だということに、業界が気づいたためだ。だが、テレビドラマの映画版はそろって排泄物のような出来なのに、アニメの方は比較的クオリティが高い。「涼宮ハルヒの消失」に限って言えば、これがはじめて世に出た一作目だとしても、十分ブームを巻き起こせるであろうほどに魅力がある。何しろ、ハルヒ初心者の方が2時間40分も没頭できたのだから本物だ。

おそらくクリエイターも、エヴァンゲリオン劇場版の成功に大きな刺激を受け、士気が高まっているのではないか。

ファンだけを相手にしようとか、ちょちょいと作ってしまおうという安直さはまったく感じられない。この映画も、女子高生の生足の描写などはテレビアニメとは別格の、相当気合が入った仕事ぶりだし、長時間の上映時間を有効に利用した間の取り方は、独特の世界観の構築に成功している。このあたりは、劇場で高回転を狙うような作品ではなかった事が幸いした。

今回の影の主役は長門有希というキャラクターだが、これがまた、監督から動画スタッフの末端にいたるまで、間違いなく全

員に愛されているのだらうと思えるほどに輝いている。長門は俺の嫁という、これまで意味不明であった言い回しの理由が、私にもようやくわかった。

見たもの誰もが「こういうのに似た高校時代の思い出ってあるよなあ〜」と感じつつ、実際はまったくないという、まさに非日常を日常のように体感させてくれる斬新なアニメーション作品。「涼宮ハルヒの消失」は、長年のファンはもとより、「しばらく夢中になれるアニメないかな」と探している一般的な人々にもすすめられる、きわめて優秀な映画作品で、私は強く勧めたい。

あと願わくば、実写映画化版の批評をする日がこないことを望む。

超映画批評 <http://movie.maeda-y.com/movie/01424.htm>

アニメ「けいおん！」関連商品人気

登場楽器 売れ行き増

TBS系で4～6月の深夜に放送されたアニメ「けいおん!」。番組に登場する楽器の売れ行きが増すなど、その人気が各方面に影響をを広げている。(小林佑基)

「けいおん!」は、「まんがタイムきらら」(芳文社)で連載中の4コママンガが原作。私立桜が丘高校の廃部寸前の軽音楽部に入学した4人の女子高 校生の、音楽への取り組みや日常生活を描いた。視聴率は平均で1・9% (関東地区、ビデオリサーチ調べ)と、同時時間帯の過去のアニメと比べ、決して好調なわけではなかった。

だが、TBSのホームページ内にある番組別サイトへのアクセスは、番外編が放送された6月25日の週に234万件を記録。人気ドラマ「MR. BRAIN」などをしのぎ同局番組サイトで1位となった。このほか、「Gガイド・テレビ王国」が測定する番組録画率では、どの回もほとんど、全番組中20位以内につけた。

ポスターなど関連商品も200種に上る見通しで、TBS史上最多。これまで最も多かった「ROOKIES」(テレビ・映画)の103種をはるかに上回る。「桜高軽音部」が歌った番組のオープニングとエンディングのテーマ曲も、オリコン・ランキングに5月4日に初登場以来、3週連続でトップ10入り。同一歌手の同時発売シングルが3週連続でランクインするのは、1999年の宇多田ヒカル以来という。

人気は楽器の売れ行きにも影響した。登場人物が使うフェンダー・ジャパンの左利き用ベース「JB62/LH 3TS」の発売元・神田商会によると、4月中旬からの2週間に約4か月分の在庫が完売。その後も約2年分の注文が殺到している。

また、作中の楽器店のモデルとなったJEU G I Aの三条本店(京都市)は、「従来の客層と違う多くの方が、商品を指定して買いにきた」として、特設コーナーを設けた。大手楽器店の山野楽器も「4月後半から、3万円前後のギターが急に売れ始めた。購入者は中高生が多い」と話す。このほか、登場人物の使用モデルとみられる高級ヘッドホンなどの販売にも追い風が吹いているようだ。

人気の要因を、アニメ評論家の氷川竜介さんは、〈1〉評価の高い「京都アニメーション」が制作〈2〉主人公や作中の世界が等身大——などと分析する。「4人は懸命に努力するわけでもなく、男子も出てこない。彼女たちの日常を観察する設定が今の社会にあっていたのでは」とも話す。一方で「登場する商品がこれほど売れるのは不思議で新しい動き。いかにもという感じのキャラクター商品にファンが飽きたのでは」と推測する。

TBSテレビコンテンツ事業局によると、アニメは海外での違法動画の横行やDVD市場の縮小などで厳しい状況。「けいおん!」も放送だけでは利益が出ず、29日から発売されるブルーレイディスクとDVDの売り上げに期待が集まる。視聴率が低迷し元気がないTBSにとって、数少ない明るい話題の一つだ。

YOMIURI ONLINE <http://www.yomiuri.co.jp/entertainment/tv/20090721et03.htm>