

「かわいい」の意味について

石川 なつ美

1. はじめに

本研究では、日本人独特のニュアンスを持つ言葉としてよく使われ、また海外でも注目されている「かわいい」という形容詞についてその意味を考察する。「かわいい」という形容詞の使われ方を分析することで人々の価値観や、人々を取り巻く環境、文化などの近年の変遷を知る手がかりにもなると思われる。日本国内で使用される形容詞「かわいい」と、海外で使用される形容詞“kawaii”の間には微妙なニュアンスの違いがあり、また国内でもその意味は一様ではない。今日会話の合間にみられる「かわいい」が含む意味の全てを把握することは困難であるほど、その意味は複雑だといえる。「かわいいよね」と問いかけられ、即座に「かわいい」と返している様子をうかがうと、そこには相槌としての意味以外何も存在していないと考えることもできる。また、日本国内の人々のこの語に対する認識と、海外の人々が捉えた認識の間には大きな差が見られるようだ。それらを比較することで、日本の文化が海外においてどのような評価を受けているのか、また、その評価に言葉がどのように関わっているのかについても明らかにしたい。

2. 先行研究

先ず「かわいい」の定義について先行研究を調査し、結果を使用する対象の外見や内面に向けられる「かわいい」と、海外で日本文化を示す際に用いられる「かわいい」の二つの側面に分類する。その際、日本国内で用いられる「かわいい」という語を「かわいい」、海外で形容詞として用いられる「かわいい」を“kawaii”と表記する。

2.1. 対象の外見・内面に対する「かわいい」

四方田(2006)は、「かわいい」についてその来歴やアンケート調査、オタク文化などの視点から分析している。現代用いられている「かわいい」の意味として、「グロテスクさ」、「小ささ、幼さ」そして「なつかしさ、子供らしさ」という構成要素が含まれてい

るとしている。また、「かわいい」の構成要素を分析している一方で、アンケートを行った大学生に対し、次のような否定的な考えも述べている (pp.64-65)。

彼(女)は「かわいい」という言葉がもつ魔術的な牽引力に魅惑されながらも、同時にそれに反撥や嫌悪も感じている。「かわいい」ものに取り囲まれている日常を送りながらも、この言葉が意味もなく万事において濫用されていることに不快感を感じている。

また、古賀(2009)は「かわいい」とは何かを、雑誌の分析を中心に、女性のファッション史を辿ることで考察している。「かわいい」文化は戦前の少女文化を発端とし、それが戦後の自由と消費を謳歌する若者文化へ、そして日本独自の、女性が自分らしく、しかし同性に共感されたいという価値観の下で変化したのだと考えている。また、古賀(2009)は女性だけでなく男性にとっての「かわいい」についても言及している。戦前かつて「質実剛健」を理想とする男性像が戦後の若者文化を皮切りに変化し、男女どちらにもあてはまる「ユニセックス」という中性的な価値観が出現したことで、男性ファッションにも「かわいい」という価値観が登場するようになったと分析している。

2.2. 海外の視点から見た「かわいい」

宮元(2008)著の『日本の美意識』では、「かわいい」という感性が全世界で注目されるようになった切欠として、日本の大衆文化の代名詞とも言える「オタク文化」との関連を指摘している (p.209)。

二〇〇四年には、イタリアで行われたベネチアビエンナーレ国際建築展の日本館で開かれた「おたく展」では、東京・秋葉原の町並みが再現され、来場者にショックを与えた。この展覧会では、日本の「おたく文化」が広く紹介されるとともに、その根底にある「かわいい」という新しい美意識に光が当てられたのである。

更に、アメリカでは“kawaii”が英語の形容詞として用いられるまでになり、その意味は「かわいい」と対照的な「格好いい」のニュアンスすらも内包した、日本の新しい美意識なのだと考えている。

また宮元(2008)は、日本人の美意識には古くから「滅びの美学」が受け継がれてお

り、「かわいい」もまたその延長線上にあると論証している。『日本の美意識』では、「かわいい」には元来「ふびんだ」「気の毒だ」という意味があり、そのようなネガティブな状態をポジティブなものに捉え直すということは、古くからの日本の美学に通ずるものであると指摘している。更に、未完成であるということは同時に永遠不滅であることも示し、未熟で幼く、今にも壊れそうな様子を「愛しい」と思う状態を示すことから、「かわいい」は日本の美意識のルーツを辿ってきたものであると考えている。これらを踏まえ、宮元（2008）は「かわいい」という日本の美意識が世界中で注目されるようになった理由を、「ひと言でいえば、それは二〇世紀社会の経済的發展に対するアンチテーゼといえるだろう。『かわいい』は、成長や成熟を否定する美意識である」とまとめている（p.215）。

3. 調査方法

前章で扱った二つの分類のうち、外見・内面に対して用いられる「かわいい」については、「かわいい」が使用される場面の事例を集める為、コーパス『少納言』を用い、2001～2005年の新聞・雑誌、そして2008年の広報紙、Yahoo!ブログの中から「かわいい」「可愛い」「カワイイ」がどういった文脈に登場するのかを検索し、その結果得られた「かわいい」1767件、「可愛い」2099件、「カワイイ」257件ある事例のうちそれぞれ「カワイイ」の実例からは257件全てを、「かわいい」と「可愛い」の実例からは500件ずつを分析した。海外において日本文化を表現する際に用いられる“kawaii”については、海外で行われた、日本文化をメインの題材とするイベントの出展内容と、検索エンジンで“kawaii”を検索して得られる結果を調べ、“kawaii”という単語が用いられる対象について検証した。またこれらの分類に加えて、冒頭で述べたように、「かわいい」という語に相槌としての機能が存在するかどうかを調べるため、会話の例として、2014年10月21日にTBSテレビにて放送された『所さんのニッポンの出番!』（2014）内で行われた、「かわいい」が会話上でどのように用いられるのかという実験結果を分析、考察した。

4. 調査結果

それぞれの調査の結果をまとめ、考察に入る。

4.1. コーパスから見られる外見・内面に対しての「かわいい」の使用例

コーパス『少納言』を使用し、実際に「かわいい」が用いられる対象の例を調べたと

ころ、以下に示す表1のようになった。また、TV番組『所さんのニッポンの出番!』（2014）で設けられた「かわいい」という語の意味を追求するコーナーの冒頭にて、何を「かわいい」と思うかという街頭インタビューが行われていたため、そこで述べられたものも表に追加した。尚、「女性」や「子供」、「服飾品」など「かわいい」が使用されている対象や、その理由が共通しているものを多々確認できたため、例外を除いていくつかのカテゴリに分類し、例外を「その他」のカテゴリにまとめた。

表1 コーパス『少納言』から得られた「かわいい」が使用される対象

カテゴリ	主な使用例
女性	女優、スポーツ選手、アイドル、妹、妻、彼女、友人、知人、漫画の登場人物
子供	息子、娘、孫、赤子、小学生
動物	犬、猫、兎、亀、フェネック、リス、白熊、イルカ、狼、ラッコ、鴨、熱帯魚、カモシカ、天道虫、ヤモリ、カエル
男性	俳優、アイドル、夫、彼氏、友人、知人、漫画の登場人物
人の言動	やきもち、照れる仕草、下戸である様子、一生懸命な様子、笑顔、喜ぶ様子、緊張して大人しくなる様子、強面の男性がはしゃぐ様子
玩具	ぬいぐるみ、市松人形、絵本、ミニカー
キャラクター	ハローキティ、アリス（不思議の国のアリス）、ET、Donald Duck（ディズニー）、ダッフィー（ディズニー）、ミニーマウス（ディズニー）、リラックマ
服飾品	服（水着、浴衣、下着等）、鞆、アクセサリ（ブローチ、ピアス等）、スニーカー、マフラー、髪型、帽子、ネイルアートの柄
その他	菓子（クッキー、ケーキ等）、水草、市松模様の床、花、木、バス、小さいおにぎり、シャンデリア、蚕の繭、押し花の窠、中国獅子舞、マグカップ、ミニタオル、音符マーク、苺、赤色、落花生型の箱、バルーンアート、アヒル型のポンプ、小さい水筒、パステルカラー、牡蠣

表の中でも一番多く見受けられた対象が、「娘」や「息子」「孫」などといった子供であり、次いで「女優」や「彼女」や「女性の知人」など女性に対して「かわいい」が用いられる場合が多かった。

4.2. 海外において日本文化を表現する際に“kawaii”が用いられる事例

日本文化の紹介が目的のイベントの例として、『第15回ジャパンエキスポ』にて設置された“KAWAII!AREA”の出展内容を調査し、まとめると以下の表2のようになった。

表2 “KAWAII!!!AREA” の出展内容

主な出展企業名	出展内容
富士フィルム（精密化学メーカー）	インスタントカメラ『チェキ』による撮影コーナー
SPINNS（アパレルメーカー）	ファッションショーに参加したモデルが着用したものと同じ服の販売
第一興商（音楽エンターテインメント）	カラオケコンテストの開催
全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会	日本旅館を再現した撮影スペース
BSフジ、NHK（テレビ局）	日本のテレビ番組の紹介
もしもしっぽん（KAWAII!!!AREAの主催者。日本のサブカルチャーを海外に向け発信することを目的としたプロジェクト）	特設ステージ『MOSHI MOSHI STAGE』での、モデルやアーティストによるショーの開催

また、検索エンジン Yahoo!にて“kawaii”を画像検索した結果、約2,660,000件が該当した。以下に示す図1は表示可能であった982件のうちの一部である。

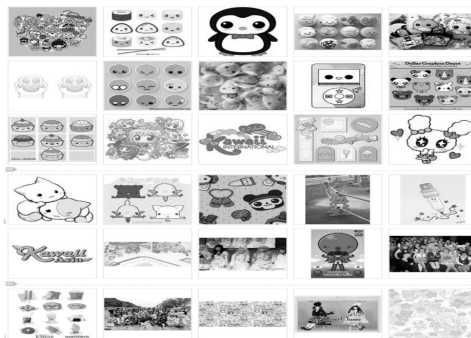


図1 “kawaii” の画像検索結果

4.3. 会話上の潤滑油としての『かわいい』

TV番組『所さんのニッポンの定番!』（2014）内で行われた実験内容は、日常的に『かわいい』をよく用いるという日本人女性十二名が四組に分かれ、『かわいい』と思うものについて、一回目は自由に、二回目は『かわいい』という語を使用せずに会話をするこ
とで、『かわいい』の用いられ方を検証する、というものである。その結果、一回目の実

験では、一人の女性が気に入っている物を示し『かわいいですよ』という同意を求め、それに対し他の女性二名が『かわいい』と返す場面がどのグループでも多く見受けられた。以下はあるグループが行った会話の一つである。

女性 A：私すごい好きで。私。かわいいですよ。(女優の画像を女性 B、C に示す)

女性 B：かわいい。

女性 C：最近良く聞く。

女性 A：そうですね。

女性 C：聞く聞く。

女性 B：おしゃれ。

女性 C：おしゃれだし。

女性 A：めっちゃかわいいですよ。

女性 C：かわいい。

それに対して二回目の実験では、各々が提示する『かわいい』ものは一回目のものと同様だが、提示する側の女性もそれ以外の女性も言葉を発さず、笑いで誤魔化す、沈黙が続くなどの場面が全てのグループで確認できた。

また、実験を終えた後のインタビューでは、一回目の会話で「かわいいよね」と同意を求められた際、自分は対象を「かわいい」と思わなくても、「場が盛り上がるから」「相手が喜ぶから」という理由で「かわいい」と返答していたと述べる女性もいた。

更に、『かわいい』という語について「本当に思っていることでも言いやすい言葉」と述べる女性もおり、二回目の実験については「『かわいい』という語を禁止された際、どう言葉を使えばいいのかわからなくて言葉が出なくなってしまった」と述べられていた。

5. 考察

まず、『かわいい』という語の語源や意味の変遷を調べた上で、現代における『かわいい』という語の意味を定義づける。『大辞林』(2006)によると、現在使用されている『かわいい』の意味は以下の通りとなっている。

- 深い愛情をもって大切に扱ってやりたい気持ちである。
- 愛らしい魅力をもっている。主に、若い女性や子供・小動物などに対して使う。
- 幼さが感じられてほほえましい。小さく愛らしい。
- 殊勝なところがあって、愛すべきである。
- かわいそうだ。いたわしい。ふびんだ。

これらを総括すると、現代における「かわいい」とは、使用者が「かわいい」を用いる対象と自分を比較した時、何らかの要因で対象の方が下の立場にあると判断した場合に使われる言葉であると考えられる。また、「かわいい」という形容詞は、元々は目下のものに対して使われる言葉であったが、時代の移り変わりと共にそのニュアンスは希薄化し、現代では老若男女問わず使用される言葉となっている。その大きな要因として挙げることができるのが、日本の身分制度の変化である。従来は力のある者が女子供など力の無い者に対して、「かはゆし」という語を「保護すべきである」すなわち「愛すべきである＝愛らしい」と形容する際に使用されていたが、長い時間が経過し時代が変遷した現代において、身分制度が廃止されたこと、また男女共同参画社会基本法や男女雇用機会均等法の制定などによって女性の社会進出が著しく発展したことから、「かわいい」の使用者が女性にも及ぶようになり、今日では、それまで男尊女卑であった時代を経験していない若い女性を中心となって使用するようになったのだと考えられる。

5.1. 外面・内面に対する「かわいい」

現代において実際に何が「かわいい」とされているのかを、まずはコーパスを用いた結果得られた使用例を踏まえて考察する。表1を見ると、「かわいい」が用いられる対象は多岐にわたっている。しかし、実際は手当たり次第に「かわいい」が用いられているのではなく、いくつかの共通した条件が存在していると考えられる。

5.1.1. か弱きものへの保護欲による「かわいい」

最も多くみられたケースとして、女性や子供に対して「かわいい」を使用する場面が挙げられる。これは従来使用されている「かわいい」の意味の一つと変わらず、女子供がもつ外見や力の弱いイメージは保護欲の対象となりやすいため、「かわいい」の使用頻度の高い対象となっている。女性や子供に「かわいい」が多用されるのに対して、俳優や配偶者などの男性に対して女性が「かわいい」を用いている例も見受けられた。女性

にとっては男性の言動にも保護欲が及ぶものと考えられ、どちらに関してもいわゆる「母性本能」が起因しているものとみられる。尚、ここで言う「母性本能」とは、自立が不可能な生物に対して保護したいという衝動のことを指す。

5.1.2. 気に入ったものを主張する為の「かわいい」

しかし、表1に含まれる「服飾品」のカテゴリに属するものに対して使用される「かわいい」には、「愛らしい」という意味は内包されない。雑誌に掲載されている服や靴に対してそれを保護欲が湧いているとは考えにくい。この場合第一に考えられる条件は、対象を使用者が気に入っているかどうかである。人々、特に女性の多くは、服やアクセサリーを身につけることで自分の感性を主張する。ゆえに、服やアクセサリーに対して「かわいい」を用いる場合、対象そのものに愛着があるのではなく、元々愛着があるファッション・スタイルに対象が当てはまることで「かわいい」という語が用いられる条件を達成していると解釈することができる。また、女性的であるという要素が含まれているかどうかも条件として挙げられる。女性を連想させる雰囲気のもの、例えそれが男性などの使用者にとって気に入るものでなくとも、一般論として「かわいい」という語が用いられる場合がある。総括すると、服飾物などに対して主に女性が「かわいい」を使用する時、彼女たちはその対象が自分の好みに合っているか、あるいは女性らしさを感じられるかどうかを条件として判断していると考えられる。これは従来の「かわいい」が含む意味とは異なり、現代での若い女性の専売特許のような言葉へと変化したともいえる一因である。

5.1.3. 「かわいい」ではないものも「かわいい」に

最もよく見られた条件二つについて述べたが、検索した結果の中にはそのどちらにも該当せず、「かわいい」と形容した本人以外にとっては「かわいい」に該当しないようなものも散見された。また、四方田(2008)は、アンケートにおけるある生徒からの『『かわいい』ものが増えてくると、『かわいい』と呼ばれないものがかawaiiそうに思えてきて、つい『かわいい』と思っちゃうんです』というコメントに注目した(p.68)。

この考えこそが、特に若い女性にとって万物が「かわいい」ものたり得る、最たる要因である。「かわいい」は元々「かわいそうだ」、「哀れだ」という意味がその原点であり、2000年付近からみられるようになった「きもかわ」や「ブサかわ」という語も、憐憫の情から生まれた形容詞である。「きもかわ」は「気持ち悪いのかawaii」、「ブサかわ」

は「ブサイクなのにかawaii」をそれぞれ指し、主に外見がグロテスクであったり不細工であったりする対象に対して用いられるのだが、こうした一見対照的な二つの意味を併せ持つ形容詞が生まれた背景には、「気持ち悪い、ブサイクだという理由で本来「かawaii」から排除されていたものに対して、同情心から愛着が湧き、その結果「かawaii」と形容することができる」という思考が働いているのである。このように、哀れむ感情が「かawaii」という表現に結びつくという点は、今も尚原点として不変であることが分かる。

5.2. 海外から見た“kawaii”

次に、海外で日本文化を指す際に使用される“kawaii”について触れる。海外における日本のサブカルチャーの評価は上昇しており、日本のアニメーションやファッション、古来から伝わる書道や武道などといった文化に魅了される外国人は多い。では、それら日本文化の中で“kawaii”に該当するものはどういったものなのか、また、国内で使用される「かawaii」と海外で使用される“kawaii”の差異は何かを考える。

5.2.1. “kawaii”の概要

『オックスフォード英語辞典』(2010)には、第三版より“kawaii”の項目が掲載されており、その形容詞としての意味の記述は以下の通りである。

Cute, especially, in a manner considered characteristic of Japanese popular culture; charming, darling; ostentatiously adorable.

このように、日本の文化の中でも大衆的なもの、すなわちサブカルチャーのうち魅力的でなければしく人目を引くような特徴をもつものに対して用いられるとされている。日本で用いられる「かawaii」とは意味が異なっており、対象とされるものが日本のサブカルチャーの、更に派手なものに限定されている。では、実際にどのようなもののかを、ジャパンエキスポの出展内容と“kawaii”の画像検索結果から考察する。

5.2.2. ジャパンエキスポと画像検索から見る“kawaii”

ジャパンエキスポとは、2000年から毎年フランスで開催されている、サブカルチャーを中心に日本文化が体験できる博覧会である。本調査では、その中でも『第15回ジャパンエキスポ』内に設置された、“kawaii”を特集した“KAWAIII!!AREA”の出展内容を分

析する。前提として、ジャパンエキスポは出展内容全体を「マンガカルチャー」、「ポップカルチャー」、「現代文化」、「伝統文化」のカテゴリで分類している。尚、ポップカルチャーとサブカルチャーの厳密な定義は無いので、二つは同義であるものとする。また、いわゆるハイカルチャーに分類されるものは“kawaii”と形容されることは無いのだが、ハイカルチャーとサブカルチャーの線引きは困難であるため、ここでは現代においてサブカルチャーとして扱われているものを分析対象とする。

ジャパンエキスポの“KAWAII!!!AREA”内の出展内容と、Yahoo!で“kawaii”を画像検索した際の結果を併せて分析すると、サブカルチャーの中でもパステルカラーやレースが使用されていたり、キャラクターやスイーツがモチーフであったりと、少女趣味に近い雰囲気のものに使用されている。少女的なものに対して「かわいい」を用いるのは日本人の傾向にも共通しているが、“kawaii”の場合、どこことなく色鮮やかで賑やかな印象のものが対象となっている。

5.2.3. “kawaii” と “cute”、“pretty”、“lovely”

では、英語の形容詞の中でも「かわいい」と和訳されることの多い“cute”や“pretty”、“lovely”と“kawaii”との違いは何か。オックスフォード英語辞典（2010）にある、各項目の記述を一部抜粋したものが以下の通りである。

cute

1. Acute, clever, keen-witted, sharp, shrewd.
2. Used of things in same way as cunning adj. 6. Now in general colloq. use, applied to people as well as things, with the sense ‘attractive, pretty, charming’; also, ‘attractive in a mannered way’.

pretty

2. a. Of a person, especially. a woman or child: attractive and pleasing in appearance; good-looking, especially. in a delicate or diminutive way.
b. Of a thing: pleasing to the senses, aesthetically pleasing; attractive or charming.

lovely

1. a. Loving, kind, affectionate.
b. Amorous.

c. Sc. Friendly, amicable.

それぞれを比較すると、“cute”には外見だけでなく性格や頭の良さも含めて魅力があるというニュアンスが含まれており、対象が男性や老人、動物であってもその親しみを表すことができる。“pretty”は対象の見た目の美しさ、エレガントさを表し、女優など親しくない人物を評価する際にも使用する形容詞である。“lovely”は使用者の身近な人物に親しみや愛情を形容する際に用いられ、また女性的な気品、を形容する場合もある。

これらを“kawaii”と比較すると、「愛らしい」という意味を含むという点が共通しているものの、“kawaii”を用いる対象には日本のサブカルチャーの産物である、また人目を引くものであるという条件がある。海外の人々にとって“kawaii”とは、日本語由来の語であることから、使用する対象もまた日本のものでなければならない語であるという思想がみられる。また、「かわいい」という語がもつ「ふびんだ」というニュアンスや、相槌としての機能も含んでいる語は英語では該当しなかった。そのため、「かわいい」という語を英訳する際には、その都度前後の文脈から適当である語を判断すべきである。

5.2.4. 「かわいい」とメディア

「かわいい」という語が海外の人々に認知され、新たな形容詞“kawaii”として受け入れられるようになった背景には、テレビや雑誌、新聞などといったメディアによる露出がある。今日の日本では、あらゆるメディアでアニメや漫画などといったサブカルチャーの分野についての特集が組まれていることも珍しい光景ではない。「かわいい」文化もその例に漏れず、先述のジャパンエキスポの様子や、原宿で思い思いのファッションに身を包む人々の様子があらゆるメディアに度々ピックアップされており、サブカルチャーは一般的な存在へと変貌している。そのような現状に至る背景として考えられるのが、サブカルチャーが生み出す経済効果の大きさである。サブカルチャー要素を取り入れることで、サブカルチャーを好む若者の関心を引き、需要を拡大しようとする企業は今日増加している。話をサブカルチャーから「かわいい」文化へ絞ると、それまで若い女性同士が個性を主張する為、あるいはそれに共感する為に用いられてきた「かわいい」という感性を広告等の宣伝に取り入れることで、若い女性からの支持を獲得すると同時に、「かわいい」文化の特徴である人目を引く派手さによって老若男女問わず誰の印象にも残りやすいという効果を期待することができるのである。

5.3. 会話上の潤滑油としての「かわいい」

次に、『所さんのニッポンの出番！』（2014）で行われた実験内容について分析し、「かわいい」という語の形容詞として以外の機能について考察する。実験では、「かわいい」という言葉を排除した途端、会話が成立しなくなった。これは、彼女たちのボキャブラリーの中に「かわいい」に置き換えることが可能である言葉が該当しなかったために起こった現象である。実験に参加した女性たちに限らず昨今の若者、特に女性同士の会話を観察すると、その殆どを「かわいい」で成り立たせている光景を目撃することができる。

5.3.1. 何故「かわいい」が相槌なのか

何故形容詞の中でも「美しい」や「綺麗」、「かっこいい」ではなく「かわいい」がその場を盛り上げるための会話の切り口や相槌に選ばれやすいのか。「美しい」や「綺麗」、「かっこいい」などの語は多少の個人差はあるもののその定義がある程度明確であり、それに対して「かわいい」の場合、「愛しさ」という対象との心的な距離の近さが本来条件に含まれるため、他の形容詞と比較して使用者の形容詞自体に対する親しみが大きい。また、その定義の広さかつ柔軟さから相手に同意を求めた際に否定されにくい。以上の点から、自分の気に入ったものを手軽に主張できる言葉、またはその相槌として「かわいい」を選択する人が、若い女性を中心に増加していると考えられる。

5.3.2. 男性が使う相槌「かわいい」

「かわいい」の使用者は主に若い女性だが、今日では男性にもその傾向がある。それには、「男性言葉」や「女性言葉」の衰退、そして言葉遣いの中性化が影響している。

旺文社生涯学習検定センターが2008年に行った『第6回 ことばに関するアンケート』では、小・中・高校生にとって「男性言葉」と「女性言葉」には違いがあるという認識がある一方で、実際に言葉を用いる際、それらは区別されない傾向が見られることが分かった。このアンケートは同社が行った第2回『実用日本語 語彙力検定』の受験者10,930人を対象に行われ、「男の子（人）が使うことばと、女の子（人）が使うことばは、同じだと思いますか？」という質問に対して71.7%が「いいえ」と回答した。しかし、実際に「男性言葉」「女性言葉」を日常会話において使用しているかという質問に対して、若い女性が「女性言葉」を使用しなくなっている傾向がみられるなど、男女差が縮んでいることが読み取れた。こうした結果からも、言葉遣いにおける男女差は今日になって

縮小されており、男性が「かわいい」を従来の女性や子供を「かわいそうである」という意味を形容する語としてではなく、相槌として用いる様子が見られるようになった現象がその影響から起きているのだということが分かる。

6. おわりに

「かわいい」という形容詞が含む意味は使用者固有の美学や価値観に依存する部分もあり、その全貌を明らかにすることは困難である。「かわいい」という感性が日本固有のものであるか、該当する語は無いが海外にも存在するものであるのかについても、その特定は難しい。しかし、本研究ではその大部分を分析することができたと考える。現代において用いられる「かわいい」には従来の「愛らしい」という意味を形容する機能に加え、気に入ったものを主張する機能、海外の人々にとって日本文化の一部を示す機能、そして会話上の潤滑油としての機能があることが分かった。また、「かわいい」がそのまま“kawaii”という形容詞として、しかしサブカルチャーの一部を示す語として海外で用いられていることから、日本で用いられている「かわいい」という語を海外の言語に置き換えることは困難であり、日本特有のものであることも判明した。

本研究では解明するに至らなかったが、国の文化や価値観がいかに関連しているかを調べることで、人の「かわいい」という価値観が、取り巻く環境によってどう変化するのかを知る手がかりに、また国同士の価値観や考え方の相互理解に繋がるかもしれない。

〈参考文献〉

- 古賀令子 (2009) 『「かわいい」の帝国』 青土社
四方田犬彦 (2006) 『「かわいい」論』 筑摩書房
宮元健次 (2008) 『日本の美意識』 光文社

〈資料〉

- コーパス 『少納言』
<http://www.kotonoha.gr.jp/shonagon/> [2014.12.15 アクセス]
MOSHI MOSHI NIPPON <http://moshimoshi-nippon.jp/article/37> [2014.12.15 アクセス]
旺文社 「第6回ことばに関するアンケート」 集計結果
<http://www.obunsha.co.jp/files/document/090421.pdf> [2014.12.15 アクセス]
ホーム - ジャパンエキスポ - フランス・パリノール ヴィルバント展示会場
<http://nihongo.japan-expo.com/art-1042-en-festival.html> [2014.12.15 アクセス]

Yahoo! 画像検索 “kawaii” 検索結果

http://image.search.yahoo.co.jp/search?ei=UTF-8&fr=top_ga1_sa&p=kawaii [2014.12.15 アクセス]

〈映像資料〉

TBS テレビ 『所さんのニッポンの定番!』 [2014.10.21 放送]

〈辞典〉

Oxford English Dictionary

<http://www.oed.com/view/Entry/276314?redirectedFrom=kawaii#eid> [2014.12.15 アクセス]

<http://www.oed.com/view/Entry/46355?rskey=Jg8DO1&result=3&isAdvanced=false#eid> [2014.12.15 アクセス]

<http://www.oed.com/view/Entry/151023?rskey=wKjrZ2&result=1&isAdvanced=false#eid> [2014.12.15 アクセス]

<http://www.oed.com/view/Entry/110598?rskey=3y4eWx&result=1&isAdvanced=false#eid> [2014.12.15 アクセス]

『学研全訳古語辞典』(2014) 金田一晴彦 監修, 学研教育出版

http://image.search.yahoo.co.jp/search?ei=UTF-8&fr=top_ga1_sa&p=kawaii
[2014.12.15 取得]

『大辞林』(2006) 松村明 監修, 三省堂, p.541

『語源辞典 形容詞編』(2000) 吉田金彦 監修, 東京堂出版

Abstract

It is thought that the Japanese adjective *kawaii* is a very popular word among young women in Japan. However, its clear definition remains to be seen. The purpose of this study is a discussion about what *kawaii* represents these days. *Kawaii* is related to the user's values, and analyzing this adjective can reveal evidence that helps us to know changes in people's values, surroundings, and culture.

In the second section of this review, I set three points of view based on previous studies: about the exterior and the interior of an object, about the function to reduce the friction in conversations, and about an expression of Japanese culture. In the third section, I explain my research which used the following approach. I analyzed contextual search results in which *kawaii* is used in the *Shonagon* corpus. These contents included: a sample of young women's

conversations, search results of pictures about *kawaii* for people in other countries, and contents of *Japan Expo*—a Japanese culture expo in France. In the fourth section, I collated data of the research, and in the fifth section, examined the results.

The results of my analysis clearly shows that *kawaii* has more uses than before. In addition to the function of conveying the sense of *lovely*, *kawaii* is used: 1) to express adoration of what the user is pleased with, 2) to provide topics and give responses in conversation, and 3) to describe Japanese culture, especially, colorful and ostentacious fashion and goods. The word *kawaii* was used in ancient times by those who were in the higher social position rather than those of lower social standing. However, today, it has come to be a word which everyone uses easily regardless of age or gender, and in foreign countries, it is recognized as a word which expresses a characteristic part of Japanese popular culture. The result of this study hopefully will give an insight into the change in meaning and usage of *kawaii* in the future.