

『いちご新聞』にみる〈ハローキティ〉像の変遷

Changes in the image of Hello Kitty as seen in *Ichigo Shimbun*

清水 美知子*
Michiko Shimizu

抄録

本稿は、(株)サンリオが1975年4月に創刊した機関紙『いちご新聞』を史料として、同社が開発した白い子ネコのキャラクター〈ハローキティ〉像の変遷について考察したものである。

〈ハローキティ〉の第1号は1975年、子ども向けの透明ビニール財布デザインとして登場した。デビューから34年。〈ハローキティ〉の人気は、いまや若者から中高年にまで広がり、日本の大衆文化を代表するシンボルとして世界を駆けめぐっている。本稿では、〈ハローキティ〉の誕生から今日に至るまでのイメージの変遷を紹介するとともに、〈ハローキティ〉がどのようにしてビッグ・キャラクターとして成長していったのかを、作り手・売り手の側から考察したい。

Abstract:

This paper examines the change in the image of Hello Kitty, a white kitten cartoon character developed by Sanrio Co., Ltd., using as source material the house organ *Ichigo Shimbun* launched by Sanrio in April 1975. Hello Kitty first appeared in 1975 as a design used on a clear plastic wallet for children. Today, 34 years since its debut, the popularity of Hello Kitty has spread from young people through middle-aged and older people as well, and the character has spread around the world as a symbol of Japanese popular culture. In addition to proving an introduction to the changes that have taken place in Hello Kitty's image from the character's birth through today, this paper examines, from the standpoint of its creators and marketers, how Hello Kitty has grown to be such a popular character.

* 関西国際大学人間科学部

1. はじめに

1.1 キティちゃんとの出会い

〈ハローキティ〉は、株式会社サンリオが開発したキャラクターグッズ用キャラクター群のひとつである。通称は「キティちゃん」。擬人化された白い子ネコで耳にリボン、もしくはそれに類する飾りをつけているのが特徴である。

筆者とキティちゃんの出会いは、1975（昭和50）年の春にさかのぼる。友人の誕生日プレゼントを買いに出かけたときのことである。プレゼントを選びおえた筆者は、あてもなくファンシーショップの中を歩いていた。ふと、小さな財布が目にとまった。透明なビニール製でがま口型。青いオーバーオールを着て耳に赤いリボンをつけた、横座りの白い子ネコが描かれている。子ネコの傍らには、ストローの入ったミルク瓶と金魚鉢。上にはひと言、“Hello!”と記されていた。「かわいい…。」。思わず手に取った筆者は、プチパースを自分用に買い求めた。それが〈ハローキティ〉グッズの第1号⁽⁰¹⁾と知ったのは、ずっと後になってからのことである。以来、筆者は「キティちゃん」のファンとなり、現在に至る。

1960（昭和35）年に創業したサンリオは、60年代より“いちご”柄などのキャラクター商品を開発してきた⁽⁰²⁾。1970年代に入ると、人や動物など“動く”キャラクター物の開発に着手した。1973（昭和48）年の〈バニー&マッティ〉〈パンダパルス〉に続き、翌74（昭和49）年、〈スパンキー パロー〉〈パティ&ジミー〉とともに開発されたのが、〈ハローキティ〉である⁽⁰³⁾。

第1号のプチパースが発売されてから34年。〈ハローキティ〉はサンリオ最大のキャラクターに成長し、ファンも子どもから若者、中高年へと広がった。そして今や、日本を代表するキャラクターとして、また“カワイイ文化”のシンボル⁽⁰⁴⁾として世界を駆けめぐっている。

1.2 『いちご新聞』の創刊

〈ハローキティ〉がデビューした翌月の1975（昭和50）年4月、『いちご新聞』が創刊した。“ソーシャル・コミュニケーション”を経営理念⁽⁰⁵⁾に掲げるサンリオは、かねてより商品のユーザーである子どもたちと会社を結ぶ方法を探っていた。その媒体として選ばれたのが、新聞のかたちをとる機関紙である。創刊時の『いちご新聞』は、タブロイド版14ページのカラー新聞。1部100円で、月2回（1日と15日）発行された⁽⁰⁶⁾。

『いちご新聞』のおもな読者（当時）は、小学校高学年から高校生までの少女で、読者は“いちごメイト”と呼ばれる。紙面の構成は漫画やイラスト、クイズなどのほか、読者レポーターによる報告、学校生活や社会問題についての紙上討論や座談会などで、読者参加に力点がおかれていた⁽⁰⁷⁾。また、『いちご新聞』には創刊号より毎号、「いちごの王さまからのメッセージ」という欄が設けられ、社長みずからが筆を執って読者に愛や友情の大切さを訴えている⁽⁰⁸⁾。

〈ハローキティ〉をはじめとするサンリオのキャラクターたちは、創刊当初はあまり前面に出ず、挿絵的な立場で紙面を飾っていた⁽⁰⁹⁾。が、読者の要望に応え、しだいにキャラクターに関する記事（キャラクター紹介や作者インタビューなど）が増えた⁽¹⁰⁾。表紙にはキャラクターが描かれ、紙面のちょうど真ん中には取り外せるように、2ページ大の人気キャラクターのポスターが折り込まれる。『いちご

新聞』はしだいに、キャラクターを中心にすえたコミュニケーション紙となっていった。

『いちご新聞』は、発行者の側で明言はしていないが、サンリオ商品の販売促進のための媒体でもある。たとえば、「NEW FACE 登場」欄には、新しいキャラクター商品がカラー写真と値段つきで掲載されている。新商品の発売に先がけて開かれる展示会のもようも、紙上で紹介される。キャラクターへの愛着を深めた読者たちが、お気に入りのキャラクター商品を購入したくなるのは当然のことであろう。

創刊から現在（2009年3月）までに発行された『いちご新聞』は、臨時増刊号を含めて495冊。〈ハローキティ〉は、その表紙に最も多く登場したキャラクターで⁽¹¹⁾、『いちご新聞』の歴史は〈ハローキティ〉の歴史でもある。本稿では、34年間に発行された『いちご新聞』を史料として取り上げ⁽¹²⁾、〈ハローキティ〉像の変遷について探りたい。紙面を時系列に追い、キャラクターの経年的な変化を明らかにするとともに、〈ハローキティ〉がどのようにしてビッグ・キャラクターとして成長していったのかを、おもに作り手・売り手の側から考察したいと思う。

2. 1970年代の〈ハローキティ〉

2.1 〈ハローキティ〉の誕生

〈ハローキティ〉の生みの親は、サンリオの社内デザイナー（当時）の清水侑子である⁽¹³⁾。清水は1974（昭和49）年秋、翌年の夏向き商品“プチパース”のデザインを考えていた。そのデザインのひとつとして描いたのが子ネコのキティだった（図1）。『いちご新聞』のインタビューにおいて、彼女は〈ハローキティ〉の誕生について語っている。その一部を引用しておきたい。

新しい絵柄は何にしたらいいかと思った時、まずネコを考えついたので。どうしてかっていうと、私すごくネコが好きなのね。小さい頃から、私のまわりには、どういうわけか、ネコがたくさんいたんです。だから私にとってネコちゃんは、もうすごく親しいっていうか、身近な感じがするんです。そして、もしこのネコが、人間みたいに、おしゃべりしたり、アイスクリームペロペロなめたり、お買い物に行ったりしたら、とても楽しいんじゃないかと思ったんです。それで、ストローでミルクを飲んでる子ねこの絵を最初に描いてみたの。正面に向いているのと、横向きにすわっているのと、2つのタイプを描きました。そして、当時入社したばかりで、私のアシスタントをしてくれていた米窪さんに見せたところ、「ぜったい、こっちがかわいいわ！」と言ったのが横向きの絵だったわけ。私も心の中では、その方が好きだったんだけど、どうかなって心配していたの。でも、すぐこのデザインに決まり、商品ができ上がったんですが、予想以上に爆発的な売れ行きで、私が驚いてしまうほどだったんです⁽¹⁴⁾。



図1 キティちゃんが生まれた記念すべきラフスケッチ
出所：『いちご新聞』70号，1978年2月1日，11頁

「キティ」という名前は、清水の愛読書『鏡の中のアリス』に登場するネコの名前からもらった。『鏡の中のアリス』の作者ルイス・キャロルがイギリス人ということもあり、キティもイギリス生まれに設定。「ひとりじゃ淋しいから、家族も作ってあげたの。お父さん、お母さん、そして双子の妹。双子じゃ見分けがつかないので、リボンの色を違えようかしら……⁽¹⁵⁾」などと、キャラクター設定ができてきた。キティには口がないが、清水は最初、そのことをあまり意識せずに描いていた。企画が進みキャラクターの設定を決める最終段階で、口がないほうが逆になかを語りかけるのでは…と考えたという⁽¹⁶⁾。

当時は会社をあげて、オリジナル・キャラクターを育てようという機運が高まっていた時期。プチパースに描かれた白い子ネコは、独立したデザインとして歩き始めた。清水は当時をふり返り、「会社の中でも、いろいろな所から、こんな商品に展開して行ったら？ とか、ぬいぐるみにしたらって作ってくれたり、ほんとうに、今思うと、キティは、めぐまれた環境ですくすくと大きくなったんですね……⁽¹⁷⁾」と述べている。

2.2 立ち姿のキティちゃん登場

1976（昭和51）年、〈ハローキティ〉の作者が、清水侑子からそれまでアシスタントをつとめていた米窪節子へとバトンタッチされた。清水が出産により退社したからである。

米窪は、1977（昭和52）年、それまで横座りポーズしかなかったキティを立たせ、歩かせたデザイナーである。「横座りのほうがかわいい」と言っていた米窪が、立ち姿キティの開発に着手した経緯について、彼女は次のように語っている。

私が、キティをかき始めてから、もう2年くらいになります。もちろん、その前もアシスタントとしてお手伝いしていましたけれど……。その頃は、キティはまだ座っているポーズしかありませんでした。そこで、座っているキティに、つなぎのジーパンをはかせたり、ヨットパーカーを着せたりというふうには、洋服に変化をもたせてみました。この頃に、スカートをはいて座っているキティなどをかいたこともあるんですよ！ エプロンをつけて、リボンもしゃれた水玉模様にしたたりしてね。でも、いくら洋服に変化をもたせても、座っているということには変わりありませんでした。うーん、座っているキティもかわいいけれど、少しポー

ズを変えてみようかしら。というわけで、少しくしろ向きに座って、顔だけ振り返っているようにこちらをむいているポーズなど、いろいろ考えていくうちに、キティが立ったらどうなるかしらと考えていったのです⁽¹⁸⁾。

キティを立たせる試みはすでに、サンリオのコミック誌『リリカ』の4コマ漫画「HELLO KITTY」のなかで行われていた⁽¹⁹⁾。しかし、一口に「キティを立たせる」といっても、実際に描いてみるといろいろと問題があった。キティの体重はリンゴ3個分と紹介されていた（『いちご新聞』14号）ものの、身長についてはとくに定められていなかったからである。

「今までのおすわりのポーズだったら、身長がよくわからなくてもよかったわけです。ところが、立つということになると、そうはいきません。身長ということが気になるんですね。頭と体の割合、これを頭身といいますが、これをどのようにするかでずいぶん考えました。キティの場合、すわっている時は、体より頭の方が少し大きいのです。だから立ったポーズもそれと同じでは、おかしいわけです。いろいろ考えたすえ二頭身といっても、頭と体のバランスがだいたい同じくらいにすることにしました。二頭身ときめて、いよいよ立っているキティをかいていったんですけど、はじめのころは、今の絵よりも少しポッチャリしたキティになっていたような気がします。なんだか豆ずもう力士みたいになってしまいました⁽²⁰⁾」。

図2は、横座姿から立ち姿へ、キティのポーズの移り変わりを示したものである。立たせることにより、絵の中で洋服の占める部分が大きくなっていることがわかる。これについて米窪は、「ゾウやアヒルのかわいいアップリケをつけたりして、キティのかわいらしさを強調するように努力してみました。私としては、キティが立ったことによって、新しい動きが出せるようになってよかったなーと思っています⁽²¹⁾」と述べている。

1977（昭和52）年春、スクールグッズのひとつとして、“バスの停留所に立つキティ”デザインの下敷きが発売された。そして、シャープペンシルに弁当箱にバッグに、と立ち姿のキティが続々と登場した。座っているキャラクターが立つ。ただそれだけのことだが、商品化のうえでは大きな意味をもつ。それまで家にいることが多かったキティは、立つことにより外出範囲も広がり、活動の場を広げていった⁽²²⁾。キティがついた商品は飛ぶように売れ、〈ハローキティ〉ブームが起こった。そしてサンリオは、業績を飛躍的に伸ばしていったのである⁽²³⁾。

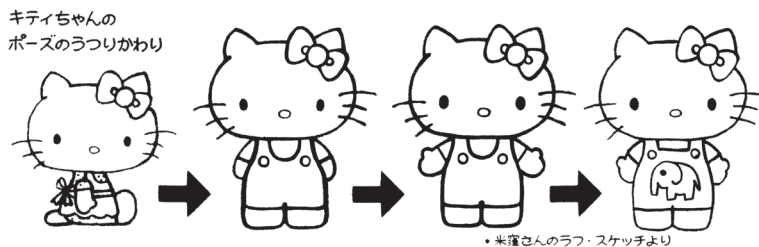


図2 キティちゃんのポーズの移り変わり

出所：『いちご新聞』71号，1978年2月15日，10頁

3. 1980年代の〈ハローキティ〉

3.1 3代目デザイナーの挑戦

1979（昭和54）年、2代目の作者である米窪節子が退社した。サンリオでは米窪の後継者を社内コンペで選ぶことにした。〈ハローキティ〉導入後、対前年比倍増近いペースで伸び続けていた売り上げが伸び悩み、キャラクター人気を盛り返すアイデアを必要としたからである⁽²⁴⁾。

課題は「いままでとは違うキティを描きなさい」。このコンペによって〈ハローキティ〉3代目の作者に選ばれたのが、デザイナーの山口裕子である⁽²⁵⁾。山口が描いたのは、キティの家に初めてグランドピアノが来た日の風景。赤いグランドピアノに向かうキティを、パパとママ、妹のミミィが見守る絵柄で、青い背景に浮かぶ16分音符が浮揚感を与えるデザインである⁽²⁶⁾。

1980（昭和55）年に〈ハローキティ〉の3代目作者に就任した山口は、どのようにすればもっとキティが愛されるのか、さまざまなアイデアを考えた。以下では、そのうち3点にしぼり見ておこう。

第一は、テニスやスキー、ローラースケートなど、より活動的なキティを描いた点である。

アクティブで動きある絵柄を描くために山口は、キティの体の位置に合わせ、目の位置や輪郭を変えることにもチャレンジした。『いちご新聞』174号（1982年7月5日発行）には、「キティがかわった!」という見出しで、変身前と変身後のキティが掲載されている（図3）。この図からもうかがえるように、変身後は、キティがより立体的に感じられるようになった。同年には、輪郭線のないキティも登場。黒い線が消えることで、パステル画のようなソフトで軽やかな印象のキティは、少女たちから大きな支持を受けて大ヒットした。

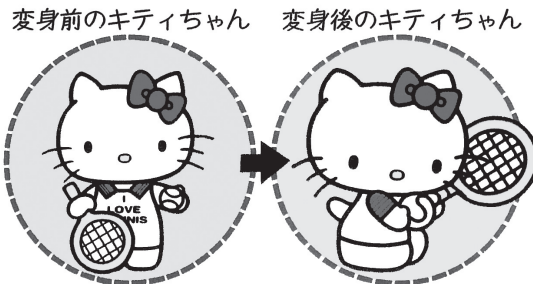


図3 変身前のキティちゃんと変身後のキティちゃん
出所：『いちご新聞』174号，1982年7月5日，2頁

第二は、従来よりも高い年齢層の女性を意識し、流行を積極的に取り入れたデザインを次々と打ち出した点である。

表1は、1980年代に発売されたテーマ性をもつ〈ハローキティ〉グッズのデザインをまとめたものである。1985（昭和60）年に発売された「カントリーシリーズ」は、赤と茶色を基調にした優しい色づかいと大人っぽいデザインで、ハイティーンから20～30代の女性にも大人気のシリーズになった。翌86（昭和61）年に登場した「ビビッドシリーズ」は、顔だけを描いたロゴマーク風の斬新なデザイ

『いちご新聞』にみる〈ハローキティ〉像の変遷

ンが高年齢層からも人気をあつめた。

1987（昭和62）年に発売された「モノトーンシリーズ」は、カラフルだったそれまでのシリーズとは一線を画し、大胆にイメージチェンした。モノトーンが流行していたこともあり、「モノトーンシリーズ」は女子高生を中心とするハイティーン層から絶大な支持を受けた。とくに、黒地にラフな白い線でキティの輪郭を描いた大胆なデザインのショルダーバッグは2700個の限定品だったこともあり、「幻のキティ・バッグ」として問い合わせが殺到したという⁽²⁷⁾。

表1 1980年代のテーマ性ある〈ハローキティ〉デザイン

発売年	シリーズ名	シリーズの説明
1984年	ギンガムチェックシリーズ	赤の細かいチェックが輪郭線のないキティを際立たせている。
	Photoシリーズ	キティの日常を写真に納めた。一緒に納めた小物は作者の山口裕子がアメリカで買い付けた。
1985年	カントリーシリーズ	赤と茶を貴重にした優しい色づかいと大人っぽいアーリーアメリカン調デザイン。
	ティディベアシリーズ	ティディベアの「タイニーチャム」が初登場、キティの友だちに加わった。
1986年	ビビッドシリーズ	キティの顔だけを描いたロゴマーク風のデザインで、赤と白のはっきりとした色が特徴。
1987年	モノトーンシリーズ	白と黒の大胆な配色にラフなタッチの輪郭線。流行のモノトーンをとりいれた。
1988年	ホワッツアップシリーズ	リボンやシャツ、英字など一部に使った差し色の赤が効いたモノトーンのデザイン。
	フェイスシリーズ	モノトーンのファッションを着たキティがいっぱいのインパクトの強いデザイン。
	タータンチェックシリーズ	作者の山口裕子は藤井フミヤの大ファンで、彼がタータンチェックの着ていたことから生まれた。
	ベア&グッズシリーズ	キティがお気に入りティディベアコレクション（時計・カップ・ソックス・傘など）を公開。
1989年	コミックシリーズ	キティの暮らしをアメリカン・コミック風の漫画にしてそのままグッズに使った。台詞はすべて英語。
	カラフルコマシリーズ	ビビッドトーンのカラールとブラックのコントラストが大人っぽさを演出した。
	パルーンシリーズ	キティとミミィが赤・青・緑・黄色の風船を手に入れているデザイン。

出所：『いちご新聞』115号～382号（1980年1月1日～1989年11月5日）より作成

第三は、ユーザーの声に耳を傾け、それをいちはやくデザイン開発に活かした点である。

たとえば、先にふれた「モノトーンシリーズ」には、次のようなエピソードがある。一人の女子高生から『いちご新聞』編集局に手紙が届いた。友人や親から、キティちゃんグッズは子ども向けだから、集めるのはやめろと言われた。高校生でも集められるようなものをぜひとも作ってほしい、という要望だった。そこでデザイナーの山口は、当時流行していたモノトーンを採用し、「モノトーンシリーズ」を開発したのである。そして、「モノトーンバッグにピッタリの洋服を作してほしい」という読者からのさらなる要望に応え、1988（昭和63）年には「ホワッツシリーズ」を発売、トータルコーディネートできるキティファッションが登場した⁽²⁸⁾。

〈ハローキティ〉は、多彩なデザインの商品が次々と打ち出されたことにより、飽きやすいユーザーの心をつなぎ止めることに成功した。そして、従来よりも高い年齢層の女性たちを新たにファンに取り込み、「子ども向け」のイメージから脱皮しはじめたのである。1980年代半ばには、再びキティブームが起り、1986（昭和61）年にはハローキティのファンクラブも作られた⁽²⁹⁾。

3.2 海外進出するキティちゃん

1983(昭和58)年、『いちご新聞』119号は「世界中に愛と友情を広げるキティちゃん」という見出しで、〈ハローキティ〉がユニセフのジュニア・アンバサダーに任命されたことを次のように伝えた。

なんと、キティちゃんがユニセフ(国際児童救済基金)のジュニア・アンバサダー(子ども大使)に選ばれました。なんだか難しそうなお話みたいだけれど、要するに、世界中の不幸な子どもたちを救うためにキティちゃんがお手伝いすることになったの。たとえば、どこかのショッピングセンターにユニセフが行事をするときなどに、キティちゃんのヌイグルミが登場。その募金活動のお手伝いをするほか、いろいろなユニセフの行事でキティちゃんが活躍するのヨ。なぜかって? やっぱユニセフの「世界の子どもに愛を」というスローガンと、サンリオの「愛と友情」というテーマが、ピッタリあうからじゃないかな?⁽³⁰⁾

日本で〈ハローキティ〉人気が根づいてきた1976(昭和51)年、サンリオは、米国カリフォルニア州サンノゼ市に、製品開発と流通業務をおこなうサンリオ・インクを設立した。1980(昭和55)年には、ドイツのハンブルクに事務所を開設してヨーロッパ市場へ進出。1987(昭和62)年にはブラジルに子会社を開き、南米市場への足がかりもつくっている。

海外進出を背景にして、1980年代の『いちご新聞』には、海外でのキティの活躍ぶりを紹介する記事が少なくない。たとえば、200号(1984年9月5日発行)では、「世界にはばたけ、いちご新聞」という見出しで、英字版のいちご新聞(Hello Kitty Gazette)が紹介された⁽³¹⁾。

1980年代には「アメリカ特集」もしばしば企画された。212号(1985年9月5日発行)では、サンフランシスコ「ユニオンスクエア」のギフトゲート(直営店)やサンリオ・インク社内のようなすが写真入りで報じられ、アメリカ限定商品も掲載された。246号(1988年7月5日発行)においては、ロサンゼルス・ビバリーヒルズにあるギフトゲートやアメリカのいちごメイトのための新聞“A LA MODE”や、アメリカで開発されたサンリオ・キャラクターについても紹介されている。1987年、全米テレビ三大ネットワークで放映された“Hello Kitty's Fairy Tale Theater”(邦題:サンリオ・アニメ世界名作劇場)が好評をはくしたこともあり、サンリオの名前は知らなくても、「キティ」といえば誰にでもわかってもらえたという。

4. 1990年代の〈ハローキティ〉

4.1 親子でキティちゃんファン

創刊20周年を迎えた1995(平成6)年、『いちご新聞』328号(1995年7月5日発行)において、20~30代の親世代のためのコーナーを立ち上げた。「最近、いちごメイトにも負けないぐらいの、熱〜いLetterをいちご新聞に届けてくれるママメイトが増えている」ことがきっかけだという。このコーナーのタイトルは「ストロベリー・ママ」と決定(331号,1995年9月5日発行)、353号(1997年7月5日発行)まで2年以上にわたりママメイトたちのコミュニケーションの場となった。同欄に寄せら

れたママメイトの便りから、その一部を紹介しておきたい。

- ◆キティちゃん大好き親子です。特に娘の香織5歳は、とにかくキティちゃん命で、幼稚園グッズは全てキティちゃん。洋服、小物、あげくのはて、車のシートカバーもキティちゃんの記事で作っているうち、気がつけば、娘のまわりはキティちゃんです。私が高校生の頃、初めてキティちゃんを見たように思います。あどけない顔がとってもかわいいですね。いつまでもかわいいキティちゃんを見てみたいです。[甲府市：はるみママ]⁽³²⁾
- ◆私は35歳のいちご新聞ファンです。キティちゃんファンで、5歳の子供と二代ファンってことかな。[尾道市：おせっかいおばさん]⁽³³⁾
- ◆サンリオのキャラクター大好き人間です。結婚する時に「もうキティちゃんから卒業すること」とまわりから言われ、いったん手放したものの、その後、子どもが産まれた頃からエスカレートして、デザインも良くなってこともあり、考えずに気に入ればすぐ買ってしまいます。なにを隠そう、ピューロランドに行って〇万円もいろいろ買ってしまった私です。ピューロランドのロゴ入りはここでしか買えないので。[三重郡：水越理絵]⁽³⁴⁾
- ◆私は31歳の主婦！2歳と4歳の子供がいます。「いちご新聞」との出会いは、私が小学校のころ、そのころは、自分のおこづかいで新聞や小物類を買えるだけで満足していました。私の母（おばあちゃん）は現在60歳。そういうものは“ぜいたく品”と考えていたから、サンリオの洋服なんて買ってもらえませんでした。私が子どもの時にできなかったことを、子どもと一緒に楽しんでいます！
サンリオショップに行くのが楽しくてしょうがない日々です。娘が大きくなって結婚して母となった時に、“おばあちゃんはね…キティちゃんが好きで…”なんて話してくれるのかな？ そんな時まで、ず〜っと末長くがんばってください。[宮古市：佐々木里美]⁽³⁵⁾

ママメイトの多くは、子ども時代にサンリオ・キャラクターに触れて育ってきた世代である。いったんはキャラクターから離れたものの、子どもたちを介して懐かしいキャラクターたちに出会い、再びファンになった者も少なくない⁽³⁶⁾。主婦層を新たに取り込むことにより、〈ハローキティ〉のファン層は広がった⁽³⁷⁾。そして、〈ハローキティ〉グッズは、キッチン・バス・トイレをはじめとして、日常生活のあらゆる場面に拡大していったのである。

4.2 空前のキティちゃんブーム

1996(平成8)年は、〈ハローキティ〉のデザインに大きな転機がおとずれた年であった。トレードマークの赤いリボンの代わりに、耳にピンクのハイビスカスの花をつけたキティが登場したのである⁽³⁸⁾。赤からピンクへ。リボンから花へ。ピンク地にクレヨンタッチで描かれた「お花&キティ」の組み合わせは、若い女性たちの心をとらえ、女子高校生が髪飾りに花をつけるのがブームになった。おりしも、若い女性のあいだで高い支持を得ていた歌手の華原朋美が、歌番組で“キティちゃん好き”を公言したこともあり、〈ハローキティ〉人気に火がついた。

〈ハローキティ〉の人気を決定づけたのが、翌1997(平成8)年に登場した「キルトシリーズ」である。

耳にピンクの花をつけたキティがシャイニーピンクのキルト地に描かれたデザインは、当時流行していたシャネルのバッグと一緒に持っても違和感がない。携帯ホルダーをはじめとして、手提げポーチやミニリュックなど、「キルトシリーズ」の商品は製造が間に合わないほどの大ヒットとなった。

『いちご新聞』でもこの時期、〈ハローキティ〉は大きく取り上げられている。

たとえば、354号（1997年7月5日発行）は、「み〜んな大好き LOVE LOVE HELLO KITTY スペシャル」というキティ特集を組んだ。巻頭には、上半期に〈ハローキティ〉を特集として取り上げた数々のティーンエージャー向け雑誌の表紙写真とともに、次のような文章が掲げられている。「日本で大ブレイク中の我らがアイドルキティ。今や、高校生・OL・芸能人からも熱烈ラブコールの嵐!! そこで、いちご新聞では、緊急キティスペシャルをおとどけ、街角から、キティファンの声&最新グッズコレクションを、ドーンッとご紹介しちゃいまーす!!」⁽³⁹⁾ 同号では、当時大人気の「ハローキティPHS」を30台プレゼントする企画記事も掲載されている⁽⁴⁰⁾。

1997（平成9）年の『いちご新聞』で取り上げられた芸能人は、華原朋美をはじめとして、小泉今日子、矢田亜希子、PUFFY、三宅健（V6）、島崎和歌子、中山エミリなど。タレント人気もあいまって、この年には、多様なデザインや商品が次々と売り出され、それらは飛ぶように売れ、〈ハローキティ〉は空前のブームとなった⁽⁴¹⁾。

ところで、この頃から『いちご新聞』は、キャラクター情報やキャラクター商品の紹介を全面に打ち出したカタログ風の新聞へと変わっていく。キャラクター商品といっても、それはサンリオ商品に限らない。サンリオ以外の会社から発売されるライセンスグッズから、キティ人気に乗じて次々登場するキティ仕様の施設（カラオケルーム、カフェ、ボーリング場など）、キティ柄のお守り袋に入った御守りを授与される神社に至るまで、じつにさまざまな情報が取り上げられるようになった。

対象とするおもな読者層も、かつての小中学生から20歳前後のヤングアダルトへと変わった。読者層の変化を反映して、『いちご新聞』では、1998（平成10）年ごろから、20歳前後の女性をターゲットにしたサンリオショップ「Vivitix（ビビティックス）」の商品に関する記事が数多く見られるようになった。Vivitixは1996（平成8）年、東京・渋谷に1号店がオープンされたのち店舗数を増やし、1998年初めには40を数えるほどになっていた⁽⁴²⁾。

さらには、ヤングアダルト男性をターゲットとした〈ハローキティ〉グッズも登場する。『いちご新聞』377号（1999年5月5日発行）は、「BOY'S VERSION KITTY GOODS ゾクゾクデビュー」という見出しで、〈ハローキティ〉初のメンズシリーズ“KITTY HOMME”デビューを報じた。374号（1999年3月5日発行）では、キティの幼なじみがボーイフレンド「ダニエル」として登場⁽⁴³⁾。それを機に、男性用商品（ネクタイ、靴下、パスケースなど）が発売された。

1990年代前半にファン層を子どものいる主婦にも広げた〈ハローキティ〉は、1990年代後半になると、ヤングアダルト女性を取り込み、“キティグッズ=子どもの持ち物”というイメージから完全に脱した。そして21世紀を前に、新たな顧客層として男性に目を向け始めたのである。

5. おわりに

5.1 地域限定とコラボレーション

ミレニアムの年、『いちご新聞』384号(2000年1月5日発行)は、「Mail Order DX」(通信販売)のコーナーで「ラベンダーキティ」グッズを掲載した。

「ラベンダーキティ」は1998(平成10)年に北海道限定で発売された地域限定キティの第1号である。地域限定キティについては、『いちご新聞』でもそれまで、商品の紹介記事が掲載されてきたものの、通信販売の対象となったのは初めてのことであった⁽⁴⁴⁾。同欄ではその後も、しばしば地域限定キティの商品が取り上げられている。

地域限定キティは“ご当地キティ”の名で親しまれており、都道府県バージョンのほか、より広範囲(四国地域限定など)のバージョンや都市(横浜市限定など)のバージョンもある。デザインは、その地域の歴史・人物・名産品などをモチーフに構成されており、アイテムは、携帯ストラップや根付け、ぬいぐるみなど小物が中心で、おもに駅の売店や高速道路のサービスエリアなど、土産売場・観光物産品店で販売された。その結果、“ご当地キティ”は、老若男女を問わず多くの人に知られることになり、新たなファン層を拓いていった⁽⁴⁵⁾。

1990年代末からは、アジア諸国でも〈ハローキティ〉の人気が高まったこともあり⁽⁴⁶⁾、『いちご新聞』では2000年以降、韓国・台湾・香港などの地域限定キティも紹介している⁽⁴⁷⁾。〈ハローキティ〉は世界を駆けめぐるようになった。

地域限定キティとならび、21世紀に入って目立つようになったのが、“コラボレーション・キティ”(以下、コラボキティと略す)である。

『いちご新聞』408号(2002年1月10日発行)は、前年11月、東京都内のホテルで開かれた「Tweety & Kitty」のデビュー会見の模様を報じた⁽⁴⁸⁾。“Tweety”とは米国ワナー・ブラザーズの人気キャラクター(カナリアの男の子)の名前である。日米有名キャラクターどうしのコラボレーションは話題を呼んだものであった。

また、『いちご新聞』422号(2003年2月10日発行)では、ニューヨークの新鋭デザイナーユニット「Heatherette(ヘザレット)」による〈ハローキティ〉とのコラボファッションが紹介されている。ヒルトン姉妹やブリトニー・スピアーズ、浜崎あゆみなどの有名人がヘザレットのファンであったことから、若い女性たちの中で大きな話題となり、両者のコラボバックは発売前から問い合わせが殺到した⁽⁴⁹⁾。とくにキティ好きを公言する欧米セレブの存在は、海外でのキティ人気に拍車をかけた。

コラボキティは、こうした海外ブランドとのコラボレーションばかりではない。国内でも、スポーツコラボ(たとえば、プロ野球やJリーグ各チームのユニフォームを着たキティ)、電車コラボ(私鉄各社の制服を着たキティ)、映画コラボ(映画『NANA』『下妻物語』『海猿』などとのタイアップ企画で、多くは主人公に扮したキティ)など、じつに多くのコラボキティが登場している⁽⁵⁰⁾。こうしたコラボキティは話題づくりを目的としたものも多く、すべてがヒットしたわけではない。しかし、さまざまな場面に登場することで、〈ハローキティ〉は確実にその名を広めていったのである。

5.2 ビッグ・キャラクターへの道

『いちご新聞』487号(2008年8月10日発行)は、2008年度の「輝け! サンリオキャラクター大賞」で、〈ハローキティ〉が11年連続のグランプリを達成したことを報じた。この賞は『いちご新聞』読者によるサンリオ・キャラクターの人気投票で、1986(昭和61)年にスタートした。過去23回をのランキングをみると、〈ハローキティ〉は1998(平成10)年にトップの座につく前も、すべての年においてベストテン入りを果たしている⁽⁵¹⁾。毎年、新しいキャラクターが登場しては消えていくなか、20年以上にわたり人気を保ち続ける〈ハローキティ〉は、数あるサンリオ・キャラクターの中でも特別な存在。まさにビッグ・キャラクターといえよう。

子ども向け商品のキャラクターとして誕生した〈ハローキティ〉は、ベビーからキッズ、ティーンからヤングアダルト、そして中高年層へと、30数年をかけて少しずつファン層を広げてきた。今や〈ハローキティ〉商品は生活全般にわたり、キティがついていないグッズはないと思うほど、数多くのキティ・グッズが国内外にあふれている⁽⁵²⁾。

〈ハローキティ〉は、物語性のないシンプルなデザインゆえ、どんなものにも自在に変身できる。この特性を最大限に活かして、サンリオでは多種多様な商品を開発してきた。〈ハローキティ〉がビッグ・キャラクターへの道を歩んできた背後には、常に新しいデザインやアイテムを送り出そうとする作り手・売り手側のたゆみない努力がある。毎年デザインに手を入れるとともに、新しい企画を打ち出し、小道具やロケーションにも工夫するなど、移ろいやすいユーザーの心理を的確につかんで、飽きられないよう細心の注意を払っているのである。

とはいうものの、作り手・売り手側の努力や力量、緻密なマーケティングだけでは、〈ハローキティ〉人気の全貌を説明することはできない。なぜなら、キャラクター商品の売れ行きを左右するのはユーザーであり、彼らの意識や行動が〈ハローキティ〉人気の鍵をにぎるからである。今後は、『いちご新聞』の読者層(ユーザー側)の意識や行動に焦点をあて、社会背景の考察もくわえることにより、〈ハローキティ〉がビッグ・キャラクターへ上り詰めるプロセスについて、より深く探っていきたいと考えている。

【付記】

本稿で引用した図1、図2、図3における〈ハローキティ〉の著作権は、株式会社サンリオに帰属します。

【注および引用文献】

- (01) 「プチパース」が発売されたのは1975年3月。それを皮切りに、同年には「2段に分かれたペアパース」「がま口型の陶器貯金箱」「鉛筆立てがついた鉛筆削り」「ローマ字バックの飯茶碗」など、次々と〈ハローキティ〉絵柄の次々と商品が発売されたという。上原雅人・山岸都芳・大西香織・上原玲子編『MY KITTY』飛鳥新社、1997年、14～17頁。
- (02) 創業時の社名は「山梨シルクセンター」。1972年に「株式会社サンリオ」と社名変更した。
- (03) 〈バニー&マッティ〉はうさぎの女の子=バニーとねずみの男の子=マッティ、〈パンダバルス〉は、パンダの男の子、〈スパンキー バロー〉はロバの男の子、〈パティ&ジミー〉は米国カンザス州に

『いちご新聞』にみる〈ハローキティ〉像の変遷

住む女の子＝パティと男の子＝ジミーである。竹村真奈 編著『Sanrio Days』ピー・エヌ・エヌ新社、2008年、8～15頁。

- (04) 〈ハローキティ〉が日本の大衆文化を代表する存在であることは、ケン・ベルン、ブライアン・ブレムナー著、酒井泰介訳『巨額を稼ぎ出すハローキティの生態』東洋経済新報社、2004年に詳述されている。
- (05) サンリオの経営理念については、辻信太郎『これがサンリオの秘密です』扶桑社、2000年、西沢正史『サンリオ物語：こうして一つの企業は生まれた』サンリオ、1990年、上前淳一郎『サンリオの奇跡：世界制覇を夢見る男達』PHP、1979年を参照のこと。
- (06) 『いちご新聞』は創刊から170号までは月2回の発行だったが、171号以降は月1回の発行（月刊）となった。新聞の代金は124号より1部150円、324号より180円、435号より189円（税込）、447号より210円（税込）となり現在に至る。紙面は現在40頁となっている。なお、創刊の前月、1975年3月には無料のPR号が発行された。
- (07) 『いちご新聞』（1978年6月1日）の「サンリオなんでも事典」補集編には、いちご新聞について次のような解説がある。「読者とサンリオを結ぶコミュニケーション紙。雑誌ではなく新聞の形をとっているところがユニーク。大きな特徴としては、読者が直接、紙面に参加できること、サンリオの情報をいち早く知ることができる、などがあげられる。かわいいものが大好きで、夢見がちで、そして少しだけ大人の仲間入りしてみたい女の子に愛されている」。
- (08) 辻信太郎社長による「いちごの王さまからのメッセージ」は1号も欠かすことなく現在も続いており、その一部は『いちごの王さまのメッセージ』という単行本（辻信太郎著、サンリオ、2007年）としても公刊されている。
- (09) キティちゃんが初めて『いちご新聞』に登場したのは2号（1975年4月15日発行）で、記事の背景に描かれた「すかし絵」であった。
- (10) 創刊号から4年にわたり『いちご新聞』を定期購読しているという14歳の読者は、当初の紙面について次のように述べている。「好奇心から手に取りましたが、ページをめくっても何も読む気はおこりませんでした。なぜなら、そこには、キティやパティ&ジミー、ツインスターといったキャラクターはないし、活字も小さく、内容は時事問題のようなものだったからです。けれど、2号、3号と続くうちにマンガの“旅人くん”“オラシオ”，ウラ表紙の“世界の国からコンニチハ”が楽しみなページとなって、20号が届く頃には、もう私は、いちご新聞が大好きになっていました。その頃から、鮮やかなカラーページにキティやパティ&ジミーが活躍し始めていたからです」。『いちご新聞』100号、1979年5月15日。
- (11) 『いちご新聞』333号（1995年10月5日発行）紙上の「キティ大好き100問クイズ」によれば、キティが表紙に登場したのは58回という。
- (12) 1975年創刊号から2003年12月号までは国会図書館所蔵の『いちご新聞』を、2004年11月号以降は筆者の手元にある『いちご新聞』を使用した。
- (13) 1960年代後半のサンリオは、当時イラストでマスコミにも売れていた水森亜土、漫画家のやなせたかし、トシコ・ムトーなど、外部の著作者に絵を描いてもらい、それをキャラクター化するという

方法をとっていた。水森垂土の描いたスリムなネコのイラストは「垂土ネコミーター」と名づけられ、ティーカップやバッグなどさまざまなアイテムに付けられ、それらの商品は羽がはえたように売れたという。外部のプロに依頼したキャラクターは、それなりのロイヤリティを支払わなくてはならない。そこで、サンリオでは社内にデザイン部門を設けてデザイナーを採用し、オリジナル・キャラクター開発に乗り出した。〈ハローキティ〉の初代デザイナー清水侑子もそのひとりであった。西沢正史，前掲書，43～47頁。

- (14)「キャラクター物語—キティの巻—その1」『いちご新聞』No.70，1978年2月1日。
- (15)同上。
- (16)キティに「口がない」ことについては、『いちご新聞』においてもしばしば取り上げられている。たとえば、189号（1983年10月5日発行）「キャラクター特集：世界中のアイドルキティちゃんの巻」では、「どうしてキティには口がないの？」という質問に対し、キティが「それはキティがみんなといっしょに喜んだり、悲しんだりするためなの。たとえば、悲しいときにキティちゃんをみると『そんな悲しい顔しないで……。元気を出して』って励ましてくれているようでしょう。口のないキティは、見る人の気持ちによっていろいろな表情で応えてくれるのよ」と答えている。
- (17)「キャラクター物語—キティの巻—その1」『いちご新聞』70号，1978年2月1日。
- (18)「キャラクター物語—キティの巻—その2」『いちご新聞』71号，1978年2月15日。
- (19)『リリカ』は1976年11月に創刊した月刊のコミック誌である。一般に右開きで縦読みだったのに対し、左開きで吹き出しが横書き、しかもオールカラーという、それまでにない形をとっており、手塚治虫をはじめ、石森正太郎、大島弓子など人気作家のメッセージ性の高い作品が掲載された。1979年3月号（29号）で休刊となった。
- (20)「キャラクター物語—キティの巻—その2」『いちご新聞』71号，1978年2月15日。
- (21)同上。
- (22)1979年になると、キティはより行動的になり、『いちご新聞』100号（1979年5月15日発行）では、飛んで跳ねて、回っているキティが描かれている。横顔、うつむく顔、後ろ姿など、商品化されたキャラクターグッズでは見られないキティの姿は、驚きと新たな魅力を持って読者に受けとめられた。
- (23)1974年に50億円寸前まで届いたサンリオの売り上げは、翌年にはほとんど倍増に近づき、1976年には一気に195億円、1977年に330億円とい、すさまじい勢いで膨らんでいった。その売り上げのほぼ85パーセントは常に、〈ハローキティ〉〈パティ&ジミー〉〈リトルツインスター〉（1975年に開発された男の子＝キキ、女の子＝ララの双子姉弟）のキャラクター商品で占められていたという。上前淳一郎，前掲書，188頁。
- (24)ケン・ベルン，ブライアン・プレムナー著，酒井泰介訳，前掲書，108頁。
- (25)上原雅人・山岸都芳・大西香織・上原玲子編，前掲書，200頁。
- (26)山口裕子が描いたこのコンペ課題のイラストは、『いちご新聞』160号（1981年11月1日発行）にポスターとして掲載された。
- (27)『いちご新聞』237号（1987年10月5日発行）には、「作者山口ゆう子お姉さんが語るまぼろしのキティ・バッグのお話」として、このモノトーンシリーズのバッグが写真入りで紹介されている。

- (28) 〈ハローキティ〉の3代目作者である山口裕子によれば、『いちご新聞』237号で紹介した「幻のモノトーン・バッグ」への反響が大きかったことから、黒いバッグにあう洋服を作ることになったのだという。同号では、ティーンのためのコーディネート術が写真入りで紹介されている。サンリオ情報「春のいちご宣言:キャラクターおしゃれしちゃいます!!」『いちご新聞』242号, 1988年3月5日。
- (29) 『いちご新聞』194号(1984年3月5日発行)には、「キティちゃんファンクラブ」スタッフの募集記事が掲載されている。
- (30) 『いちご新聞』189号, 1983年10月5日。
- (31) 同紙はアメリカ・東南アジア・ヨーロッパに住むいちごメイトを対象にした英字新聞で、年4回の発行であった。“Hello Kitty Gazette”について大勢の読者からの問い合わせがあったため、編集局では『いちご新聞』203号(1984年12月5日発行)紙上で再度紹介するとともに、12月号の“Hello Kitty Gazette”を一部150円で頒布すると報じている。
- (32) 『いちご新聞』328号, 1995年5月5日。
- (33) 同上。
- (34) 『いちご新聞』329号, 1995年5月5日。
- (35) 同上。
- (36) 『いちご新聞』334号, 1995年12月5日。
- (37) 『いちご新聞』333号, 1995年10月5日。同号では「Hello Kitty Birthday 特集」では、「キティファンあつまれ〜」という企画において、ファン歴21年の主婦が紹介されている。
- (38) リボンの代わりに花をつけたキティは、1995年のサマーコレクションで「クレヨンタッチシリーズ」として紹介されている。『いちご新聞』325号, 1995年2月5日。
- (39) 特集には、キティファンの高校生・OLにLOVE²度を写真つきでアピールしてもらったり、カバンや机の中のキティグッズや、キティを取り入れたファッションしてもらおうなどの企画のほか、大人気のキルトシリーズのニューアイテムも紹介されている。
- (40) 『いちご新聞』354号, 1997年7月5日。
- (41) 1997年には、「パールシリーズ」のほかに「フラワーシリーズ」「カオCGシリーズ」「マーメイドシリーズ」「歌舞伎シリーズ」「Back To School シリーズ」「マーガレットシリーズ」「イチゴシリーズ」「ナースキティ第3弾」「リンゴシリーズ」などがテーマ性を持った多数の新商品が登場。いま手に入る物をすぐにも買いたいというキティファンのリクエストに応じて、季刊の通販雑誌『キティグッズコレクション』も創刊した。
- (42) 『いちご新聞』360号, 1998年1月5日。
- (43) キティのボーイフレンドは、「ベビーキティシリーズ」(1993年)にすでに登場していた。しかし、成長した姿をグッズで披露するのは1999年が初めてであり、「ダニエル」という名前もこの年になって明らかになった。
- (44) このとき販売されたのは、「ぬいぐるみ」および「プチタオル・マスコットキーホルダー・きんちゃく&ホルダーつきバター飴」3点セットである。同欄では、北海道バージョンキティ」のほか、「京都バージョン」、「信州バージョン」「飛騨高山バージョン」「沖縄バージョン」の“ご当地キティ”

が掲載された。

- (45) 現在では都道府県すべてのバージョンがあり、“ご当地キティ”のコレクターも少なくない。2005年には、『ハローキティBOX：ご当地キティ完全カタログ』（限定キティ保護者会編，講談社）も公刊された。
- (46) アジア諸国でのキティブームの最も有名な発火点は、1999年夏のマクドナルドのジョイント・キャンペーンである。タイアップの内容は、期間中にマクドナルドを利用すると限定のキティのぬいぐるみを買えるというものだった。このキャンペーンは大当たりで、香港では3千人の行列ができ、5週間で450万体のぬいぐるみが売れた。“マックキティ”は台湾・シンガポールでも登場し、発売と同時に即完売という驚異的な人気ぶり。シンガポールでは嬉しさのあまり失神する人が続出したという。日本では第一弾が2000年に発売となった。
- (47) たとえば、『いちご新聞』390号（2000年7月10日発行）では、「Asianキティショッピングツアー」という見出しで、香港・台湾・韓国のキティグッズを紹介している。同号では、民族衣装を着た「コリアンキティ&ダニエルDOLL」プレゼントの記事も掲載している。
- (48) 『いちご新聞』408号，2002年1月10日。
- (49) 『いちご新聞』429号，2002年10月10日。
- (50) 『いちご新聞』404号，2001年9月10日。
- (51) コラボキティは細かいものまで含めると、枚挙にいとまいがない。2006年12月に公刊された『限定キティパーティブック』（限定キティ保護者会編，講談社）にはコラボキティの紹介もある。
- (51) 『いちご新聞』223号，1986年8月5日。同235号，1987年8月5日。同247号，1988年8月号。同259号，1989年8月5日。同271号，1990年8月5日。同271号，1991年8月5日。同283号，1992年8月5日。同295号，1993年8月5日。同307号，1994年8月5日。同319号，1995年8月5日。同343号，1996年8月5日。同355号，1997年8月5日。なお、〈ハローキティ〉以外のキャラクターで連続グランプリを獲得したのは、5年連続の〈ポチャッコ〉と2年連続の〈みんなのたあ坊〉の2つにすぎない。
- (52) サンリオの商品企画部次長，広瀬昌代（当時）によれば、セックス，ドラッグ，タバコ，ハードリカー，暴力を推奨するような商品以外は何でも作ってよいことになっている。ケン・ベルン，ブライアン・ブレムナー著，酒井泰介訳，前掲書，115頁。