

# ケース：ケータイ小説「Deep Love」(2000～2004)

ケース作成者：木村誠(2005)

本ケースは教育機関における経営意思決定をめぐる討議のための資料として作成されたものであり、ケース中の企業、商品、個人についての経営管理の巧拙を論じることを目的とするものではありません。

携帯電話へのメール配信とリンクを通じた携帯電話向けサイトへのアクセスという情報技術(IT)の応用は、電子メール向け文体を小型液晶ディスプレイに表示するケータイ小説という新たな表現方法を可能にした。オンラインで作者と読者がつながるケータイ小説の成功は、従来の連載小説とは異なる速さと拡がりをもった作者・読者間の情報交換、インタラクティブな小説作法をもたらし、従来の紙媒体による書籍出版の体裁にも影響を及ぼした。本ケースは、2000年から2004年に渡ってケータイ小説「Deep Love」の原作者兼プロデューサーであるYoshiが推進したコンテンツ表現形式の変化(メディア変換)の歴史をまとめたものである。

作家兼プロデューサー Yoshi

zavn サイトそして zavn ショップの運営者であり、ケータイ小説「Deep Love」の原作者であるYoshiの本名そして生年月日は未公表である。Yoshiの通称は、「本を読まない層のベストセラー作家」、「史上初の”ケータイ小説作家”」、「女子中高生のカリスマの人気作家」などがある。作家であるYoshiはプロデューサーとして、自作品「Deep Love」を携帯電話向けメール、ハードカバー書籍、ビデオ、劇場用映画、テレビドラマ等のさまざまなメディアを利用して、自作品のコンテンツ表現形式を変えていった。

Yoshiは予備校の専任教員であったが、利益優先に傾いた組織と直接の上司との対立が続き、その経歴は35歳で清算し、いわゆる脱サラという身分を選択した。しかし、これといってやることもなく、失業保険と自営業(米屋)を営む姉夫婦の手伝いで食いつなぎながら、海に行き、野球を見たり、食べて寝るといった生活をその後1年間ほど続けていた。

しかし、NTTドコモのiモード対応携帯電話を入手したときに、これはテレビを超えるものになると衝撃を受けた。携帯サイトで自分は何かできないかと事業構想をはじめ、2000年1月1日に有限会社ザブンを設立した。

iモード対応携帯電話を利用する人は圧倒的に若者が多かった。2000年当時に携帯電話とデジタルカメラ(デジカメ)の一体型は販売されていなかったが、別の機器を使って写真を取り込むことはできた。Yoshiは携帯サイトを自ら立ち上げてプリクラの代替として使うことを考えた。若い子たちなら食いつくはずという予想があった。まず貴重な資金内の10万円で、中古パーソナルコンピュータ(パソコン)とデジカメを購入した。Yoshiは毎日、渋谷のセンター街に立ち、道を行く若者に「サイトを作るから写真撮らせて」と声をかけ続けた。35歳を過ぎた元サラリーマンが渋谷の若い子たちに声をかけるのはかなりの勇気があることであった。当時の渋谷センター街に出没するチーマーたちに、「あやしいな、オッサン」といわれる始末である。Yoshiのこれまでのプライドはまさに霧散した。渋谷センター街で若者に声をかけて写真を撮らせてもらうという活動を3ヶ月間続けた結果、200人位の若い男女の写真を撮ることができた。これらの写真と写真ごとにつけるメッセージが、自ら立ち上げた携帯電話向けサイト(携帯サイト)であるzavnサイトのコンテンツになった。

ケースの時点：2004年12月

ケータイサイト zavn

サイトの名称は zavn( ザブン )と名づけた。この名称は Yoshi の好きな海の波の音から取ったものである。Yoshi はその意図と「誰もやったことのない夢」について、zavn サイトのページに次のように説明を記した。

『 ザブンとは？

ザブンでは、携帯を使って誰もやったことのない夢を読者と共になえてみたいと思って作りました。そして「願えばかなう」ということを証明し、伝えたいと思っています。

これからも自分達  
の力で色々な意味  
での「波」を作っ  
ていきたい思っ  
ています。その波を  
表しているのが、  
ザブン(ZAVN)とい  
う名前の由来です。  
年齢や立場を超え  
て応援して下さい。』

しかし最初はサイトを立ち上げて、1日にせいぜい5~10人しか見てくれない。また、渋谷センター街に出て、今度は「サイト見に来てよ」といいながら、サイトの URL を書いた紙を毎日配り始めた。センター街をかつ歩する千名以上の女子高生たちに名刺を配ったのである。“渋谷センター街”等のキーワードと共にサイトの URL を、多様な種類のサーチエンジンに登録していった。サイトにアップロードしたデジタル写真が 200 人分位を超えたころに、サイトへのアクセス数は 10 万ヒットを超えた。

Yoshi は(人が何かを考える)「きっかけ」づくりとして、i モードによる携帯電話への連載小説の配信をはじめることにした。「きっかけ」としての連載小説という形式を選んだ理由は、単に当時の i モードの技術的制約による選択であった。当時の i モードでは文字しか配信することができず、1回に配信可能なデータ量は 1,600 文字(原稿用紙 2 枚)程度であった。この制約条件内で、もっともメッセージを込めやすい表現手段として、Yoshi は連載小説という形式を選択したのである。

サイトにはケータイ小説配信の登録ページ、Yoshi からのメッセージ等を配信する zavn メルマガ(メールマガジン)登録ページ、そして zavn サイトの URL をケータイ小説読者やメルマガ読者の友達に広めるためのメール作成ページを設置した。

ケースの時点：2004 年 12 月

アップロードされたデジタル写真を見ることが目的のアクセス数は非常に増えたが、写真と同じくサイトにリンクしている小説まで読んでくれるアクセス数は非常に少なかった。しかし、zavn サイト運営開始後 1 ヶ月間でサイトへのアクセス数は 100 万ヒットを超え、同時にケータイ小説へのリンクのアクセスも増えていった。

### ケータイ小説「Deep Love」

ケータイ小説「Deep Love アユの物語」は援助交際を続ける 17 歳の女子高生アユを主人公に、人々との出会いを通じた心の変化、つまりは“人はいつでも変われるということ”をメインテーマにとりあげたものであった。毎週配信されたケータイ小説 1 話分の文字数は、当時の携帯電話向けに一度に発信できる文字数の 1,600 文字（原稿用紙 2 枚分）である。2000 年 5 月より連載開始され、無料で閲覧が可能であった。

ケータイ小説を購読するための手続きは簡単である。携帯電話を利用し、zavn サイトの登録ページで登録手順に従うと、登録者のメールアドレス宛にリンク先の URL を記したメールが送信され、その URL を指定することでケータイ小説をダウンロードして閲覧することができる。4cm x 3cm 程度の大きさの携帯電話用液晶ディスプレイに表示される 1 行 8 文字程度の文章をソフトキーでスクロールして小説を読み進む。連載分の文章を途中で読むのをやめるときには、そのページの URL をブックマーク処理で記録しておけばよい。次回は、前回にブックマークした箇所から読み始めることができる。

このような仕組みを採用したことで、原作者である Yoshi が読者のアクセス分析を行うことが可能になった。つまり、ケータイ小説の掲載ページごとのアクセス数を記録し、掲載ページごとのアクセス数の比較ができるようになったのである。

「僕は小説を読まない人を対象に書いたんです。だから、たとえば“妥協”なんて言葉は使わない。“違うと思うけれど、そうしなければならなかった”というように表現する。内容の進展についても、まだるっこしいと若いコは読んでくれない。そのために 1 回の配信内容において、それなりの起承転結をつけるようにした。だから、第一部の「アユの物語」は展開も早い。」

「まず読んでもらわなきゃ始まらない。というのが僕の考え方。表現が幼稚だとか、こんなの小説じゃないという意見もあるけれど、プロとしてあえてそういうふうに書いているんです。」（SPA! インタビュー，2003）

ケータイ小説は、すべて横書きである。さらに文字嫌いな人にも読んでもらえるように普通の小説ではやらないような、読んでもらう工夫を心がけた。例えば、会話文では話し手によって、「」や『』を使い分けるようにする。漫画のように擬音語を多用する。当然、難しい表現も少ない。小説連載ごとのアクセス記録を分析して、読者が読み進むのに壁になったと思われる言葉を以後は使わないようにした。さらにフィードバックして、過去に掲載した言葉を修正することもあった。

「物語を（携帯サイトに）載せた 5 分後には、感想が返ってくるんです。“伝わっていないな”と思ったら、その場で書き直して。1 回、話をアップしても、それを何十回も書き直す場合もある。伝わらなければ意味がないと思うから。音楽には“ライブ”ってあるじゃないですか。作家にも“ライブ”があってもいいと思うんですよね」（Yahoo!オークション エンタゲット！インタビュー，2004）

通常の小説とケータイ小説の最も大きな違いは、そのライブ性あるいはインタラクティブ性にあ

ケースの時点：2004 年 12 月

る。アクセス数が予想以上に多いページの小説内容、そして読者からの感想メールの内容に応じて、以降の物語の展開を即座に変えることが可能である。例えば、老人が戦争体験を語る場面でアクセス数が急激に伸びるといような、原作者にとって予想外の読者の反響を即座に知ることができた。「Deep Love」連載当時はケータイ小説リンクへのアクセスが月間約 300 万あり、毎日の感想メールは数百通あった。感想メールの内容を Yoshi は、読者からの「Deep Love」へのニーズと認識していた。

感想メールによって伝えられる、読者の身の回りの「現実」の方が、Yoshi が創作する「物語」よりもはるかに厳しいことがあった。Yoshi は読者から知らされてくる（恐らく）実話を物語の展開のために取り入れたり、読者からの反響を、翌週に配信する次回連載分に反映させることを心がけた。Yoshi は「アユの物語」の結末をあらかじめ 3 種類ほど用意していたが、連載中に、ある自称女子高生から受けとった感想メールの“援助交際でエイズになり、発病した”という内容から、最も悲劇的な主人公の死亡という結末を採用することにいたり、それまで構想していた物語の構成を大きく変更したという。Yoshi は自らを“ライブ作家”、あるいは“ケータイから誕生した唯一の作家”と自負し、次のように述べている。

「実話のメールを元にして話を構成していった部分も多い。自分はオンラインでつながっている作家。リアルに書いて伝えたいんです。」(SPA!インタビュー, 2003)

スタート出版による「Deep Love」刊行

「Deep Love」は第一部が「アユの物語」であり、さらに、「第二部ホスト」、「第三部レイナの運命」とシリーズ化されていく。2001 年 8 月に「第二部ホスト」を配信開始、10 月に「第三部レイナの運命」が配信開始された。ケータイ小説「Deep Love」へのアクセス件数は合計 2,000 万件に及んだ。

Yoshi は、zavn メルマガを通じて読者と自分たちの夢をこう約束していた。

『この小説を本にして、ショップを作って、映画も作る。』

Yoshi は「Deep Love」各部の第 1 章に相当する内容だけを zavn サイトに掲載し、残りは書籍として有償化することを構想していた。zavn サイト側でケータイ小説を無償で配信した場合でも、通信プラットフォームを運営する携帯電話会社側でパケット通信による従量課金制を採用している限り、ケータイ小説の読者にはパケット代が負担となる。書籍ならば、一度購入してしまえば恒久的に追加費用なしで「Deep Love」の物語を読むことができる。実際に「パケット代が高くつくから本で読みたい」という読者メールも多かったのである。

「Deep Love」は、「アユの物語」、「第二部ホスト」、「第三部レイナの運命」をその内容を全く変えずに自費出版というやり方で書籍化された。最初に文庫版「アユの物語」を 2000 年 11 月に出版し、通信販売（ネット販売）を行った。文庫版の反響は大きく、翌年の 2001 年 8 月にハードカバー版を発行し、2 ヶ月おきに「第二部ホスト」、「第三部レイナの運命」のハードカバー版を発行した。ハードカバー版の各書籍を定価 1,200 円（送料別）で通信販売（ネット販売）を行った結果、三部合計で 10 万部を出荷した。書籍あとがきには zavn の由来とサイトの紹介を行い、読者からの感想を受けつけるメールアドレスを明記した。

自費出版による書籍を読んだ読者からの感想メールにおける特徴的な文面は、「本を読んではじめて泣いた」、「生きる意味を考えた」、「自殺を思いとどまった」といようなものであった。

また、2000 年 7 月の時点で渋谷センター街に事務所を設立していたが、「Deep Love」のハードカ

ケースの時点：2004 年 12 月

バー版の発行と共に、読者が立ち寄れるための zavv ショップを 2001 年 10 月に開店した。Zavv ショップはカフェとイベントスペースを併設しており、Yoshi 執筆による書籍、アユが身につけていたペンダントや義之にプレゼントしたアクセサリー等を販売した。Yoshi 自身も土曜日・日曜日にはショップに顔を出して来客者へのサインを行い、時間が許せば、ファンのコたちと数時間話し込むこともあった。

自費出版の成功の後に、いくつかの出版社から Yoshi に書籍販売の申し出があった。しかし、彼ら（出版社の編集者たち）は一般書籍化による全国販売のための条件として、「Deep Love」における表現内容の見直しを要求した。その変更を行ったとしても、彼らが提示する予定発行部数は自費出版時の 10 万部にはるかに及ばないものであった。彼らとの交渉はうまくまとまらず、Yoshi は自ら、全国での書店店頭販売を行うための出版社探しを行うことになった。

女性向け情報誌「オズマガジン」等の出版や、女性向けポータルサイト「オズモール」と携帯電話向け情報サービス「モバイルオズ」を運営するスターツ出版も「Deep Love」の自費出版による成功を知るところとなった。しかし、スターツ出版社内においても「Deep Love」の物語に含まれる、性的描写や暴力描写などの過激な表現を連載時と同じ原文のまま書籍として刊行することについて意見が分かれた。

Yoshi はスターツ出版の担当者に、数万通に達した読者からの感想メールのいくつかを読んでもらうことにした。それが刊行への最後の決め手となった。「生きる意味や幸せについて考えるようになった」、「はじめて本を読んで泣きました」、さらに「今日で援助交際をやめます」のように「Deep Love」という小説が、読者の人生を変える大きなきっかけになっていることがスターツ出版社側にも伝わったのである。スターツ出版は、小説「Deep Love アユの物語」を原文のまま発刊するという結論にいたった。また、Yoshi が「Deep Love」の読者像を最もよく知っている判断され、書籍カバーを含む全体のレイアウトや帯用のコピーの作成にも参加した。「Deep Love」の書籍に採用した女性の目を強調したモノクロカラーのカバーも Yoshi のアイデアであった。

「「Deep Love」の世界を表現するには“目”しかありませんでした。アユは、世の中の冷めた人々の象徴として描いたわけです。どこまでも冷めていながら、その奥深くに哀しさや優しさが宿っていなければならない。そうしたものを表現するには目しかないと思いました。撮影にも立ち会い、デザイン面もすべて自分でチェックしました。」(Yahoo!ブックスインタビュー, 2004)

2002 年 12 月にスターツ出版からハードカバー書籍として刊行された「Deep Love 完全版 アユの物語」(定価 1,000 円)は、新たにサイドストーリーを追加し、横書きの左開き、広い行間に大きな文字といった、一般的な小説やエッセイではなく、ケータイメールを読むような感覚を書籍の体裁に大胆に取り入れた。新人作家としては異例の初版 5 万部の部数はすぐに売り切れ、発売後 3 ヶ月間で発行部数 10 万部を突破した。

2003 年 3 月に同じくスターツ出版から「Deep Love 完全版 第二部ホスト」(定価 1,000 円)、6 月に「Deep Love 完全版 第三部レイナの運命」(定価 1,000 円)と「Deep Love 特別版 パオの物語」(定価 900 円)が相次いで刊行された。その後も「Deep Love」は一般書籍売上ランキングの上位を維持し続け、2004 年 3 月には「Deep Love」シリーズ 4 作で 180 万部、12 月には 250 万部の出荷数を突破した。

#### 映画版「Deep Love」100 万人応援メールプロジェクト

Yoshi は以前からの夢である「Deep Love アユの物語」の映画化の企画を進めていた。まず、ビデオ版の制作を行った。2002 年 5 月、zavv 企画・センターフィールド株式会社制作によるビデオ

ケースの時点：2004 年 12 月

版「Deep Love アユの物語」が公開された。監督・脚本は Yoshi である。主役そしてエキストラを zavn メルマガ等を通じて公募し、1,300 名の応募の中からオーディションを行い、キャストを決定した。アユ役はタレントの相川みさおである。主題歌は Yoshi が作詩し、その歌手 2 名も公募された。VHS ビデオ化された本作品（定価 4,100 円）は zavn サイトと zavn ショップによる直接販売が行われ、2004 年 9 月までに 2 万本を販売した。2002 年 8 月の 1 ヶ月間、本作品は衛星放送（CS-WOWOW）による視聴有料課金番組（PPV）として放映された。対象年齢 R-15 指定かつ視聴料金 800 円が設定されたが、CS-WOWOW の PPV として歴代 3 位の視聴数があった。

ビデオ版「Deep Love」の経験をもとに映画版「Deep Love」制作も zavn で行うこととなったが、今度はスターツ出版とオリコンの製作協力を得ることができた。総監督・脚本・演出を Yoshi が担当し、zavn サイト・zavn ショップを通じて映画出演者オーディションの公募を行い、2003 年 9 月にメインキャスト発表に至った。アユ役は 1,600 名の応募の中からファッション雑誌「Ray」等で活躍する重泉充香に決定し、2003 年 10 月 28 日に「Deep Love アユの物語」の映画製作発表が行われた。渋谷の路上ライブで有名な、川嶋あいが音楽プロデューサーとして参加し、映画の主題歌も川嶋が歌手となった。映画撮影は 2003 年 12 月 5 日にクランクインし、12 月 21 日にクランクアップした。

映画の上映予定は 2004 年 2 月であったが、Yoshi は従来の映画配給会社を仲介させることなく、全国での劇場公開を行うための 100 万人応援メールプロジェクトを企画した。これは、zavn サイトに全国からの映画公開の「応援メール」を携帯電話から送信してもらい、そのメールアドレスのリストをもって、全国の映画館への映画公開の交渉を行うというものである。目標は 100 万人分のメールアドレスを集めることであった。そのために zavn メルマガに「100 万人応援メールプロジェクト」へのリンクを張り、次のようなメッセージを zavn サイト内のページに配置し、準備した応援メールアドレス ayu@zavn.net の送信方法を示した。

『 Yoshi より

この映画はみんなの思いで作る映画にしたいので、協力をお願いします。あなたから頂いた署名を持って全国映画館に上映を交渉します。目標数は 100 万人です。ぜひ、この映画を、あなたに町にもっとも近い映画館に連れて行って下さい。』

100 万人応援メールプロジェクトの趣旨は、zavn メルマガ読者たちによって、インターネットのさまざまな掲示板や個人ウェブページに転記されていった。2004 年 2 月 12 日には、zavn 主催による抽選で選ばれた多くの女子高生が集まり、渋谷東映映画館で映画版「Deep Love アユの物語」特別試写会が開催された。4 月 3 日の封切日に Yoshi をはじめ主要な映画キャストは、新宿区歌舞伎町の新宿トーア館での「初日舞台あいさつ」に参上した。初日には徹夜待ちを含む、女子高生を中心とした多数の女性ファンが押しかけ、「初日舞台あいさつ」一行は 500 人を超える観客に大歓声を浴びた。zavn サイトには上映が決定した全国の映画館リストが掲載され、4 月 3 日封切より 5 月末まで北海道から福岡までの全国 20 館で上映が行われた。

zavn サイトに寄せられた映画版「Deep Love アユの物語」への「感想メール」として次のようなものがあった。

『昨日渋谷で映画見てきました!!

ほんとに 感動しました!

(>\_<)本で読んだ時もすごく感動して涙が止まらなかったけど

映画も涙が止まりませんでした!!

私は今迄読書はあまり好きじゃなかったけど、

ケースの時点：2004 年 12 月

Deep Love を読んでから読書が好きになりました！  
最初は少しの人だったけど沢山の人の協力によって映画化され  
沢山の人が読んでもらえて見てもらえてほんとに嬉しいです!!  
本当に 『愛で救えないものはない!!』 と思いました！  
Yoshi さんには本当に感謝してます!!  
(>\_<)れからも応援してるんで頑張ってください!!』

『私は福岡県に住むハルと言います。  
映画「アユの物語」を見ました。  
小説も持ってます。すごく感動しました。  
私は小説とかキライで自分で買った事なかったけど  
「アユの物語」はすごく目を奪われました。

なぜ奪われたかと言ったら、心臓病の善之に目を奪われました。  
私も心臓病だから。小さい頃からずっとです。  
もう5回も手術しました。  
善之と一緒に胸の真ん中に傷があります。  
善之がアユと沖縄に訪れた時に善之が  
「病気のおかげでアユに出会った。意味があるんだよ。」  
って言った時、本当に涙が溢れました。私は本当にそうだと思います。  
私が病気で産まれたのも、今現在、生かされているのも  
本当意味があるんだと思う。

今までに出会った人も私が病気じゃなかったら出会わなかったかもしれないし...。なんて言うか  
「アユの物語」を見て改めて、命の尊さ、生きる意味、愛する事を考えさせられました。善之が主  
役の「ホスト」も、ぜひ、公開して下さいm(\_ \_)m 』

『Deep Love、公開初日に見させて頂きました。  
小説の方とはまた違う、動く映像としての感動を受けました。  
目でも耳でも Deep Love の世界観が入って来ました。  
誰かを愛する事が、例え裏切られても、またそこから生まれてくる、繋がる愛情が誰かの考えを  
動かし、誰かを強くするだな、と感じました。母親に幼い頃虐待されたことを許すことはきっとま  
だ出来ないけれど、母親を愛そうと思いだめたことは、きっと Deep Love に出会えたことが繋が  
っていると思います。ありがとうございました。』

『私は高校生の女です！！  
今日、新宿シネパトスで『アユの物語』の映画を見てきました！！  
携帯のインターネットで舞台挨拶があると書いてあったので、すぐに前売り券を買って新宿シネ  
パトスに整理券をもらいにいきました！今日、敬多さん・充香さん・Yoshiさん・祥子さんに  
あえて本当にうれしかったです！！私は友達と真ん中のほうに座っていて、敬多さんファンの熱意  
に少し驚かされました。舞台挨拶は少しだけの時間でしたが、本当によかったです。映画も、ずっ  
と前から学校で（家にパソコンがないので）予告ムービーを見たりして.....とっても楽しみにして  
いました！！ deeplove に出会って大切なものを教わった気がしました。私は、日本だけでなく世  
界の人たちに deeplove を見てほしいと思いました。

ケースの時点：2004年12月

物語を見てから、悪い大人なんて世の中からいなくなっちゃえ そう思いました。

でも、この deeplove を読めば、悪い人 だって何かをつかめると思います。どんな人だって夢を持ってるのだから…………。

来週もう一度映画を見に行きます。今日もたくさん泣きました。自然と涙がでたのです。これからも頑張ってください。』

映画上映後の6月、ネオプレックス販売元による映画版「Deep Love」DVD（定価 3,000 円）が全国発売され、2004 年 12 月までに 10 万枚が出荷された。

#### ドラマ版「Deep Love アユの物語」

2004 年 10 月～12 月（毎週金曜日 25:30～26:00）、テレビ東京系全国 6 局ネットを通じてテレビドラマ版「Deep Love アユの物語」が放映された。全 13 話（1クール）の構成である。主演は現役女子高生タレントの岩佐真悠子であり、Yoshi がドラマのナレーターと総監修を務めた。エクゼクティブプロデューサーはネオプレックス代表取締役の前田章紘である。

9 月 7 日のドラマ制作発表会時に、レイナ役の立花彩野は以下のような発言をしていた。2000 年時点で女子中学生の年代もケータイ小説「Deep Love」の読者層であったのである。

「レイナ役の立花彩野です。「Deep Love」は、すでに中学生のときにサイトに出会っていて、そのころから好きでした。見ている人に感動を与えられるようがんばりたいです。」

このテレビドラマは、女性向け化粧品・健康食品事業やビューティスパ事業を営む DHC による一社提供番組である。ドラマ内に登場するアユと義之は、zavn ショップのみで販売するシルバークセサリーを身につけて演技を行った。アユが身につける「トゥエルブハート」と義之が身につけた「フィックス」のペアネックレス（ドラマ化記念価格 15,750 円）は視聴者の間で評判となり、zavn サイトの通信販売や zavn ショップの直接販売から入手して身につける女子高生も少なくなかった。

この番組は深夜放送の時間帯であるが高視聴率を上げ、「第二部ホスト」のドラマ編製作も決定した。

2004 年 12 月にはネオプレックスが販売元となり、ドラマ版「Deep Love アユの物語第 1 巻」DVD（定価 3,000 円）が販売された。ドラマ版「アユの物語」DVD は全三巻の販売予定である。

#### 新作「もっと生きたい…」

2004 年 12 月 21 日に Yoshi の新作「もっと生きたい…」（定価 1,200 円）がスターツ出版から出版された。初回出荷数は 30 万部である。「もっと生きたい…」は、「Deep Love」と同時期の 2000 年に「めいる」というタイトルのケータイ小説として zavn サイトで連載されていた物語をもとに、大幅に加筆修正された作品である。新たな人物が登場し、新たな物語が展開されている。「Deep Love」よりもさらに過激な表現が多い作品であったケータイ小説「めいる」へのアクセス数は、当時 3000 万件を超えていたという。

Yoshi は「もっと生きたい…」の出版にあわせて、日刊スポーツニッポン紙（2004 年 12 月 25 日）のインタビューで次のように語っている。

「街を歩いている若者の心の中は分からないが、おそろしい数の人が悩んでいる。だから、メールの中では雄弁に悩みを語る。僕は先生でも宗教家でもないから、生きる意味を考えるキッカケし

ケースの時点：2004 年 12 月



かつくれない。楽しくて面白く。ニンジンを嫌いな人にも食べてもらえるようにおいしく作る、そのための努力は惜しまない。」

「ケータイから誕生した作家は自分しかいない。ただ、作家というより、伝えたいことがあるから書いている。」

## 参考文献

- 日経流通新聞、「クリエイター登場」第 3923 号、日本経済新聞社、2003 年 5 月 31 日。
- 亀山早苗、「エッジな人々 - Yoshi 女子高生を泣かせる男」、2003 年 9 月 2 日号、週刊 SPA!、pp.134-137、扶桑社。
- ザブン (zavn) サイト。URL: <http://www.zavn.net/>
- スターツ出版プレスリリース、2004 年 4 月 19 日。URL: [http://www.ozmall.co.jp/company/Release/Pdf/Release\\_47.pdf](http://www.ozmall.co.jp/company/Release/Pdf/Release_47.pdf)
- スターツ出版プレスリリース、2004 年 6 月 25 日。URL: [http://www.ozmall.co.jp/company/Release/Pdf/Release\\_51.pdf](http://www.ozmall.co.jp/company/Release/Pdf/Release_51.pdf)
- スポーツニッポン、「史上初の“ケータイ小説作家” Yoshi 氏第 2 弾「もっと、生きたい・・・」 何と 3000 万サイトアクセス!!」、22 面、スポーツニッポン新聞社、2004 年 12 月 25 日。
- テレビ東京「DeepLove ～アユの物語～」ウェブサイト。URL: <http://www.tv-tokyo.co.jp/deeplove/>
- DHC テレビ CM ライブラリー。URL: <http://www.dhc.co.jp/tv/library/cm.html>
- 日経スペシャル「ガイアの夜明け」"今 本を売りにゆきます ～純愛に泣く Y 世代を狙え～"、第 152 回、東京 12 チャンネル、2005 年 3 月 15 日 22 時放送。URL: <http://www.tv-tokyo.co.jp/gaia/backnumber/preview050315.html>
- ネオプレックス「DeepLove アユの物語」紹介ページ。URL: <http://www.neoplex.co.jp/deeplove.html>
- Yahoo! ブックス インタビュー、2004 年 4 月 2 日。  
URL: <http://books.yahoo.co.jp/featured/interview/20040402yoshi/01.html>
- Yahoo! オークション エンタゲット! Yoshi さんインタビュー、2004 年 4 月。  
URL: <http://auctions.yahoo.co.jp/html/entget/200404/deeplove/interview1a.html>
- Yoshi、「Deep Love アユの物語」、zavn、2001。
- Yoshi、「Deep Love ホスト」、zavn、2001。
- Yoshi、「Deep Love 完全版 アユの物語」、スターツ出版、2002 年。
- Yoshi、「Deep Love 完全版 第二部ホスト」、スターツ出版、2003 年。
- Yoshi、「Deep Love 完全版 第三部レイナの運命」、スターツ出版、2003 年。
- Yoshi、「Deep Love 劇場版 アユの物語」DVD、ネオプレックス、2004 年。