# 第6章　オタク・オタク文化研究


1　オタク・オタク文化研究・・・・・・・・・・・・・・・・・・　1
（1）大塚英志『物語消費論』(1989)・・・・・・・・・・・・・　1
（2）『おたくの本』(別冊宝島 104 号) (1989)・・・・・・・・　6
（3）太田出版編集部編『Mの世代』(1989)・・・・・・・・・・　8
（4）中島梓『コミュニケーション不全症候群』(1991)・・・・　１２
（5）宅八郎『イカす！おたく天国』(1991)・・・・・・・・・　１６
（6）浅羽通明『天使の王国』(1991)・・・・・・・・・・・・　１７
（7）島田裕巳「オタク国家・日本」(1991)・・・・・・・・・　２２
（8）アクロス編集室編『ポップ・コミュニケーシン全書』
　(1992)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２５
（9）Annalee Newitz “Anime Otaku: Japanese Animation
　Fans Outside Japan” (1994) ・・・・・・・・・・・・・・　３１
(10) 大澤真幸『電子メディア論』(1995)・・・・・・・・・・　３５
(11) 青木光恵『ぱそこんのみつえちゃん』・・・・・・・・・・　３６
(12) 辻大介「若者におけるコミュニケーション様式変化」
　(1996)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３７
(13) 岡田斗司夫『オタク学入門』(1996)・・・・・・・・・・　３９
(14) Mark Schilling.　*The Encyclopedia of Japanese Pop
　Culture* (1997) ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　４２
(15) 岡田斗司夫「新『オタク文化』講座」(1997)・・・・・　４３
(16) 岡田斗司夫・山本弘・田中公平『封印』(1997)・・・・　４５
(17) 加藤晴明「メディア文化と情報接触」(1997)・・・・・　４８
(18) おたっきい佐々木『フッ完全おたくマニュル』
　(1997)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　４９
(19) 間庭充『若者犯罪の社会文化史』(1997)・・・・・・・　５７
(20) 岡田斗司夫編『国際おたく大学』(1998)・・・・・・・　６０
(21) 石井久雄「『おたく』のコスモロジー」(1999)・・・・・　８１
(22) 圓田浩二「オタク的コミュニケーション「普通っぽい」

アイドルと三つの距離」(1998)・・・・・・・・・・・・　８３
(23) 岡田斗司夫『オタクの迷い道』(1999)・・・・・・・・・　８７
(24) 広田恵介・目黒譲二『オタクライフ』(1999)・・・・・・　９０
(25) Sharon Kinsella. *Adult Manga* (2000)・・・・・・・・　９２
(26) 岡田斗司夫・山本宏・田中公平『回収』(2000)・・・・　９３
(27) 斎藤環『戦闘美少女の精神分析』(2000)・・・・・・・・　９７
(28) 岡田斗司夫・山本宏・田中公平『絶版』(2000)・・・・　１０２
(29) 太田啓之「オタクの悲劇」(2000)・・・・・・・・・・・　１０６
(30) 西井一夫編『社会主義の終焉』(2000)・・・・・・・・・　１１１
(31) 岡田斗司夫・山本弘他『ヨイコ』(2001)・・・・・・・・　１１６
(32) 大塚英志『定本物語消費論』(2001)・・・・・・・・・・　１１８
(33) 東浩紀『動物化するポストモダン』(2001)・・・・・・・　１２０
(34) 岡田斗司夫・山本弘他『ナカヨシ』(2002)・・・・・・・　１２８
(35) 岡田斗司夫・山本弘他『メバエ』(2002)・・・・・・・・　１３１
(36) 森川嘉一郎『趣都の誕生』(2003)・・・・・・・・・・・　１３５
(37) 永江朗『平らな時代』(2003)・・・・・・・・・・・・・　１３８
(38) 村瀬ひろみ「オタクというオーディエンス」 (2003)・・・　１４０
(39) 大塚英志『「おたく」の精神史―1980 年代論』(2004)・・・　１４３
(40) 畑智章「オタク・アニメ・村上隆――『スーパーフラット』を巡って」(2004)・・・・・・・・・・・・・・・・・　１４６
(41) 国際交流基金／森川嘉一郎編『おたく：人格＝空間＝都市』(2004)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　１５５
(42) 大塚英志『物語消滅論』(2004)・・・・・・・・・・・・　１６１
(43) 相田美穂「現代日本におけるコミュニケーションの変容―おたくという社会現象を通して」(2004)・・・・・・・・　１６６
(44) Marc Steinberg “Otaku consumption, Superflat art and the return to Edo” (2004)・・・・・・・・・・・・・・・　１６８
(45) 村上隆編『リトルボーイ』(2005)・・・・・・・・・・・　１７４
(46) 稲葉振一郎『オタクの遺伝子』(2005)・・・・・・・・・　１７６
(47) 本田透『電波男』(2005)・・・・・・・・・・・・・・・　１７９

(48) 守岡太郎「オタク市場マーケティング」(2005)・・・・・　１８３
(49)『ユリイカ』(総特集◎オタクＶＳサブカル！)(第 37 巻
第 9 号)(2005)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　１８６
(50) 相田美穂「おたくをめぐる言説の構成―1983～2005 年
サブカルチャー史」(2005)・・・・・・・・・・・・・・・・　１８７
(51) 野村総合研究所オタク市場予想チーム『オタク市場の
研究』(2005)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　１９５
(52) 難波功士「戦後ユース・サブカルチャーズをめぐって
(4):おたく族と渋谷系」(2005)・・・・・・・・・・・・　１９８
(53) オタク文化研究会『オタク用語の基礎知識』(2006)・・　１９９
(54) 大澤真幸「オタクという謎」(2006)・・・・・・・・・・　２０１
(55) 森川嘉一郎・三浦展「オタクと高速道路」(2006)・・・　２０４
(56) 宮沢章夫『東京大学「80 年代地下文化論」講義』
(2006)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２０８
(57) 牟田武生『ジャパンクール』(2006)・・・・・・・・・・　２１７
(58) パトリック・マシアス／町山智浩訳『オタク・イン・
USA』(2006)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２１８
(59) 井上努「『楽しさ』としての観光経験の表象に関する
考察」(2006)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２２５
(60) Ken Gelder. *Subcultures* (2007)・・・・・・・・・・・・　２２８
(61) 神澤孝宣「二極化するキャラクター消費」(2007)・・・・　２２９
(62) 歐陽宇亮「『オタク』とは何か―オタク文化の多様性
とオタク・イメージの貧困性との矛盾を切り口にして」
(2007)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２３１
(63) 井上努「旅行経験に基づく＜観光オタク＞の創作活動
と表象」(2007)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２３４
(64) Joseph Britton “Japan-Otacool Nation Trends of
Japanese Otaku Youth” (2007)・・・・・・・・・・・・・　２３６
(65) 東浩紀『ゲーム的リアリズムの誕生』(2007)・・・・・・　２４１
(66) 岡田斗司夫・唐沢俊一『オタク論！』(2007)・・・・・・　２４６

(67) 歌田明弘「日本的なインターネット文化の誕生をめぐって」(2007)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ２４９
(68) 紙屋高雪『オタクコミュニスト超絶マンガ評論』(2007)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ２５１
(69)『2008　オタク産業白書』(2007)・・・・・・・・・・・・ ２５３
(70) ヒロヤス・カイ『オタクの考察』(2008)・・・・・・・・・ ２５６
(71) 岡田斗司夫『オタクはすでに死んでいる』(2008)・・・・ ２６１
(72) 森永卓郎・岡田斗司夫『オタクに未来はあるのか！？』(2008)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ２７５
(73) 大塚英志・東浩紀『リアルのゆくえ』(2008)・・・・・・ ２８７
(74) 早川清他編著『メイド喫茶で会いましょう』(2008)・・・ ２９０
(75) 江藤茂博『オタク文化と蔓延する「ニセモノ」ビジネス』(2008) ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ２９１
(76) 松谷創一郎「＜オタク問題＞の四半世紀」(2008)・・・・ ２９２
(77)『國文学』(特集：「萌え」の正体) (2008)・・・・・・・・ ３００
(78) 菊池聡「『おたく』ステレオタイプの変遷と秋葉原ブランド」(2008)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ３０３
(79) Renato Rivera “The Otaku in Transition” (2009) ・・・・ ３０８
(80) 清水信一『ル・オタク　フランスおたく物語』(2009)・・ ３０９
(81) 吉本たいまつ『おたくの起源』(2009)・・・・・・・・・ ３１３
(82) 山中智省「『おたく』誕生―『漫画ブリッコ』の言説力学を中心に―』(2009)・・・・・・・・・・・・・・・・・ ３１９
(83) 田川隆博「オタク分析の方向性」(2009)・・・・・・・・ ３２２
(84) 金田一「乙」彦・編『オタク語事典』(2009)・・・・・・ ３２６
(85) 藤原実『現代オタク用語の基礎知識』(2009)・・・・・・ ３２８
(86) 榎本秋編『オタクの面白いほどわかる本』(2009)・・・・ ３２９
(87) 折原由梨「おたくの消費行動の先進性に 7 ついて」(2009)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ３３３
(88) Patrick W. Galbraith.　*The Otaku Encyclopedia* (2009)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ３３４

(89) 浅野智彦「コミュニケーションの失敗／自閉するアイデンティティ」(2009)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ３３５
(90) 柳亭英『OTACOOL WORLD OTAKU ROOMS』(2009)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ３３６
(91) William M. Tsutsui. *Japanese Popular Culture and Globalization* (2010) ・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ３３８
(92) 原田曜平『近頃の若者はなぜダメなのか　携帯世代と「新村社会」』(2010)・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ３３８
(93) 前島賢『セカイ系とは何か』(2010)・・・・・・・・・・ ３４１
(94) 脇坂幸恵『幻根と幻蕾の精神“オタク”女性たちとなりきりメールについて』(2010)・・・・・・・・・・・・・・ ３４３
(95) 鏡裕之『非実在青少年論』(2010)・・・・・・・・・・・・ ３４６
(96) 暮沢剛巳『キャラクター文化入門』(2010) ・・・・・・ ３５５
(97) 池田太臣「オタクの“消滅”～オタクイメージの変遷」(2011)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ３５９
(98) 安田誠『オタクのリアル』(2011)・・・・・・・・・・・ ３６７
(99) 赤木智弘『若者を見殺しにする国』(2011)・・・・・・・ ３６９
(100) 佐々木隆「気になる言葉⑪　オタク／オタク文化」(2011)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ３７０
(101) Patrick W. Galbraith. *Otaku Spaces* (2012) ・・・・・ ３７２
(102) Mizuko Ito, Daisuke Okabe, and Izumi Tsuji, editors. *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World* (2012) ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ３７４
(103) Patrick W. Galbraith. *Becoming-otaku: men, girls and movement in Akihabara* (2012)・・・・・・・・・・・・ ３８６
(104) 佐々木隆「大学教育とオタク文化」(2012) ・・・・・・・・ ３８８
(105) 本郷和人「東大教授、おたく、駆け出しのファンとしておたく文化を許容する国に咲いた大輪のひまわり」(2012)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ３９２
(106) 池田太臣「オタクならざる「オタク女子」の登場―オタ

クイメージの変遷」(2012)・・・・・・・・・・・・・・・・ ３９６
(107) 村上隆『村上隆完全読本美術手帖記事 1992-2012』
(2012)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４０２
(108) 辻泉「アニメーション・マニア、オタクという幻想」
(2012)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４０８
(109) 佐々木隆「気になる言葉⑬　オタク文化系の大学」
(2012)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４１０
(110) 難波功士・濱野智史「〝ヤンキー〟と〝オタク〟につ
いて語り尽くす」(2012)・・・・・・・・・・・・・・・・ ４１２
(111) 嶽本野ばら『もえいぬ』(2012)・・・・・・・・・・・・・ ４１４
(112) 辻泉「オタクの現在を考える」(2012)・・・・・・・・・・ ４１７
(113) 佐々木隆『オタク文化論』(2012)・・・・・・・・・・・・ ４１８
(114) 大塚英志『物語消費論改』(2012)・・・・・・・・・・・・ ４２０
(115) 鈴木隆之「『オタク』の履歴書―『オタク』の文化人類
学研究のための試論―」(2013)・・・・・・・・・・・・・・ ４２５
(116) Joff Peter Norman Bradley “Is the Otaku Becoming
Overman?” (2013)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４３１
(117) 田名部生来監修『田名部生来のオタクカルチャー大全』
(2013)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４３６
(118) 浅野智彦『「若者」とは誰か』(2013)・・・・・・・・・・・ ４３７
(119) 寺尾幸紘『オタクの心をつかめ』(2013) ・・・・・・・・・ ４４１
(120) 薄葉彬貢『世界アニメ・マンガ消費行動レポート』
(2014)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４４２
(121) 加藤裕康「若者論とオタク論の系譜」(2014)・・・・・・・ ４４３
(122) 渡邉秀司「オタクの言説―外部との『緊張感』を考える
めに―」(2014)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４４６
(123) 宮台真司監修／辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編『オタク的想
像力のリミット』(2014)・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４５２
(124) Patrick W. Galbraith, Thiam Huat Kam, and Björn-Ole
Kamm, editors. *Debating Otaku in Contemporary*

*Japan*(2015) ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４５８
(125) しめすへん『現代オタク論』(2015)・・・・・・・・・・・・ ４６２
(126) 檀朋美「『関係的な生きづらさ』をオタクの人間関係から捉える試み―『コミュニケーション不全症候群』の視点から―」(2015)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４６４
(127) 今井信治『メディア空間における「場所」と「共同性」: オタク文化をめぐる宗教社会学的研究』(2014)・・・・・・・・・ ４６７
(128) 永山薫「1983 年～オタク文化史クルージング～」(2015)・・ ４７９
(129) 原田曜平『新・オタク経済』(2015)・・・・・・・・・・・・ ４７６
(130) 片瀬一男『若者の戦後史』(2015)・・・・・・・・・・・・・ ４８５
(131) 佐々木隆「TV 放送のオタク文化への影響」(2015)・・・・ ４８８
(132) 菊地映輝「オタク化するお台場」(2015)・・・・・・・・・・ ４９０
(133) 宮沢章夫『東京大学「80 年代地下文化論」講義　決定版』(2015)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４９３
(134) 斎藤環『おたく神経サナトリム』(2015)・・・・・・・・・・ ４９４
(135) 羽生雄毅『OTAKU エリート』(2016)・・・・・・・・・・・・ ４９６
(136) 堀あきこ「オタク、腐女子―メディアによるイメージ」(2016)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４９８
(137) Kascuk Zoltan.　*From geek to otaku culture and back again*(2016) ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ４９９
(138) 大塚英志『二階の住人とその時代』(2016)・・・・・・・・・ ５０６
(139) 中島渉・松原歓・中津野俊太・中村雅子「『惑行為』から見えるオタクの境界デザイン」(2016)・・・・・・・・・・ ５１０
(140) 山岡重行『腐女子の心理学』(2016)・・・・・・・・・・・・ ５１３
(141) 王另瀟「『オタク論』と系譜学」(2016)・・・・・・・・・・ ５１５
(142) 佐々木隆『ポップカルチャー論』(2016)・・・・・・・・・・ ５１９
(143) 中村一朗「TV ゲーム業界の黎明史」(2017)・・・・・・・・ ５２１
(144) 南隆太「AKB に観るヤンキー文化とオタク文化の接合関係について」(2017)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ５２２
(145) Philip Seaton and and Takayoshi Yamamura,

editors. *Japanese Popular Cutlure and Contents Tourism*(2017) ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ５２３
(146) 辻泉「オタクたちの変貌」(2017)・・・・・・・・・・・・・ ５２５
(147) 王岩瀟『オタク的なアイデンティティと欲望』(2017)・・・ ５２８
(148) 北田暁大・解体研編『社会にとって趣味とは何か』(2017)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ５３１
(149) 大泉実成『オタクとは何か？』(2017)・・・・・・・・・・・ ５３５
(150) 株式会社ライブ編『二次元世界に強くなる現代オタクの基礎知識』(2017)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ５３８
(151) Howexpert Press and Jessica Roar. *Otaku 101: An Introductory Guide to Learning About the Otaku Pop Culture, Anime, Manga, and More!* (2018)・・・・・・・・ ５４０
(152) 渡邉秀司「『優しい関係』の展開について」(2018)・・・・・ ５４１
(153) 牧野宏紀「学級内における対抗文化としての『オタク文化』」(2018)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ５４２
(154) 今井真治『オタク文化と宗教の臨界』(2018) ・・・・・・・ ５４５
(155) 宇野常寛『若い読者のためのサブカルチャー論講義録』(2018)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ５４６
(156) 西村青葉『オタク法研究』（第１号）(2018)・・・・・・・ ５４７
(157) 平成オタク研究会編『図解　平成オタク 30 年史』(2018)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ５４７
(158) 佐々木隆『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係』(2018)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ５５０
(159) 山上尚彦・斎藤環・森田展彰・大谷保和「オタク的消費行動と心理不適応の関連の検討」(2018)・・・・・・・・ ５５４
(161) 福嶋亮大『ウルトラマンと戦後サブカルチャーの風景』(2018)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ５５７
(160)　Patrick W. Galbraith.　*Otaku and the Struggle for Imagination in Japan*(2019)・・・・・・・・・・・・・・ ５６３
(161) 松下戦具「広義化した『オタク』の整理―オタクファ

ッションを考察するために」(2019)・・・・・・・・・・・・　５６６
(162) 小林義寛「『文化 (the cultural)』の文脈化―あるいは
雑種化と土着化―」(2019)・・・・・・・・・・・・・・・・　５６８
(163) 佐々木隆『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関
係増補版』(2019)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　５７０
(164) はちこ『中華オタク用語辞典』(2019)・・・・・・・・・・　５７１
(165) 菊地映輝「都市空間におけるサブカルチャーの政策的
振興に関する研究」(2019)・・・・・・・・・・・・・・・・　５７２
(166) 佐々木隆『書誌から見た「オタク」研究』(2019)・・・・・　５７８
(167) 中山淳雄『オタク経済圏創世記』(2019)・・・・・・・・・　５８３
(168) Matt Alt.　Pure Invention (2020)・・・・・・・・・・・・　５８４
(169) Ornella Civardi and Gavin Blair.　*Japan in 100 Words*
(2020)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　５８９
(170) 張瑋容「日本のポップカルチャーとジェンダー研究―
オタク文化を中心に」(2020)・・・・・・・・・・・・・・・・　５９０
(171) 亀山康夫「オタク文化の専門研究機関の発足とその効
果：世界オタク研究所の活動から」(2020)・・・・・・・・・　５９３
(172) 山田智之「オタクの職業観に関わる研究」(2020)・・・・・　５９８
(173) 高田治樹・菊地学・尹成秀「オタクはどのような印象
をもたれているのか?―オタクカテゴリと印象との相
互関連性の検討」(2020)・・・・・・・・・・・・・・・・・　６０１
(174) 株式会社ライブ編『365 日で知る現代オタクの教養』
(2020)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　６０４
(175) 佐々木隆『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関
係追加増補版』(2020)・・・・・・・・・・・・・・・・・・　６０６
(176) 山岡重行編『サブカルチャーの心理学』(2020)・・・・・　６０７
(177) 永田大輔「OVA という発明」(2020)・・・・・・・・・・　６１６
(178) Gianni Simone.　*Otaku Japan* (2021)・・・・・・・・・・　６１７
(179) MJ Jean.　*Anime Culture and Otaku in America* (2021)・　６２１
(180) 佐々木隆『ことばとオタク文化』(2021)・・・・・・・・・　６２４

(181) 大倉韻「オタク文化は、現在でも都市のものなのか」
(2021)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ６２７
(182) NHK『平成ネット史（仮)』取材班「ネットは『オタク』のものだった平成 10 年（1998 年）～平成 18 年(2006 年)」(2021)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ６３２
(183) 山野車輪『オタクが日本を「右傾化」させた』(2021)・・・ ６３５
(184) 佐々木隆『書誌から見た「オタク」研究　増補版』（前編）（中編）（後編）(2021)・・・・・・・・・・・・・・ ６３７
(185) 佐々木隆「オタク書誌（抄)」(2021)・・・・・・・・・・ ６４０
(186) Robert Kanten, Lincoln Dexter and Irwing Wong, editors *The Obsessed*(2022)・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ６４１
(187) 佐々木隆「オタク書誌　増補（抄)」(2022)・・・・・・・・ ６４３
(188) 内藤理恵子『新しい教養としてのポップカルチャー』(2022)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ６４３
(189) 吉田尚紀『オタクを武器に生きていく』(2022)・・・・・・・ ６３４
(190) 小林航太『オタク六法』(2022)・・・・・・・・・・・・・ ６４８
(191) しげの『持続可能なオタク目標　公式解説』(2022)・・・・ ６５２
(192) 青山弘之監修／天川まなる，條支ヤーセル『戦火の中のオタクたち』(2023)・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ６５４
(193) カレー沢薫『オタクのたのしい創作論』(2023)・・・・・・ ６５５
(194) 牧和生『オタクと推しの経済学』(2023)・・・・・・・・・ ６５８
(195) 小出洋子編『オタク用語辞典　大限界』(2023)・・・・・・ ６６５
(196) 森川嘉一郎「おたく（オタク)」(2024)・・・・・・・・・・ ６６８
(197) 田中東子『オタク文化とフェミニズム』・・・・・・・・・・ ６７１
(198) 永田大輔『アニメオタクとビデオの文化社会学』(2024)・・ ６７７
(199) オタクを研究するとはどういうことか・・・・・・・・・・ ６８２
注・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ ６８４

# 第５章　オタク・オタク文化研究

## １　オタク・オタク文化研究

これまでオタクの定義、オタクの変遷、世代とオタクなどを見てきたが、オタクについてもすでに研究が進んでいる。単に世代論や若者論のひとつとして論じられてきたものが、「オタク」というひとつのジャンルを形成するまでになった。長田進・鈴木彩乃「都市におけるオタク文化の位置付け」(2010)によれば、オタク研究は４つに分類できるという。

> オタクに関する認知がひろがるにつれて、オタクに関連した諸領域について研究が進められるようになった。これらの研究を分類してみると、オタクそのものの概念やその変遷を追った研究、消費者としてのオタクに焦点をあて、その行動パターンについての分析を行った研究、オタクが活動する特定の都市との関係について、その特徴を分析する研究、そして、オタクの概念から派生した「腐女子」の行動パターンについての研究、の４種類に分類できる。(1)

以降紹介する研究書は、結果的にはこのうち３種類を取り上げることになる。なお、オタク概念から派生した「腐女子」「萌え」等は別のところで取り上げたい。ここでは「おたく」「オタク」が書名や論文タイトル等に関わらず、筆者の判断でできるだけ入手しやすいものは取り上げている。また、よく参照、引用されているものも積極的に取り上げている。

### （1）大塚英志『物語消費論』(1989)

大塚英志『物語消費論―「ビックリマン」の神話学』（新曜社、1989 年５月）のおもな内容は以下の通りである。

Ⅰ　物語消費論ノート
Ⅱ　複製される物語

Ⅲ　消費される物語
Ⅳ　再生する物語
短い終章　手塚治虫と物語の終わり
あとがき

この本はおもに 1987 年から 1988 年にかけて大ヒットした「ビックリマンチョコレート」に焦点を当てながら「物語消費」という視点に焦点をあてたものだ。「物語消費」という考え方は「オタク」乃至「オタク文化」を扱う際には重要なキーワードの一つになる。

「Ⅰ　物語消費論ノート」の冒頭は以下のように始まる。

> 今日の消費社会において人は使用価値を持った物理的存在としての＜物＞ではなく、記号としての＜モノ＞を消費しているのだというボードリヤールの主張は、80 年代末の日本を生きるぼくたちにとっては明るみに生活実感となっている。ぼくたちは目の前に存在する＜モノ＞が記号としてのみ存在し、それ以外の価値を持つことがありえないという事態に対し充分自覚的であり、むしろ＜モノ＞に使用価値を求めることの方が奇異な行動でさえあるという感覚を抱きつつある。(2)

ゲームを例に挙げながら次の様に述べている。

> これまでの消費者は、このゲーム 1 回分の中で展開されるドラマを消費することで満足していた。その背後にある＜大きな物語＞（世界観）は、まさにゲームのプログラムと同じで、本来、不可視の存在で、消費者の目に触れる性格のものではなかった。ところがアニメマニアは、一話一話のドラマの中に含まれたドラマ以外の情報を手懸りに背後に隠された＜世界観＞を探り出そうとした。アニメ作品の特集ムックを見ると、作品の表面には出てこない設定資料を多数収録しているが、これは、アニメがテレビ放映の映像をもとに推理し、彼らなりに再構成した＜世界観＞を補足しないしは追記しているやるために必要なのだといえる。あるいはゲームソフトの攻略法やゲー

ム世界のマップ作りも、隠されたプログラムを顕わにしようとする消費者の行動であったといえる。(3)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

　商品というものが<物語>との関係の中で消費されていく、という事態は、恐らく誰でも漠然と感じていることであった。しかし、今まで見てきたように、今日の消費の局面においては、<物語>は二種類存在し、その両者の相互関係の中で消費が行われる。二種類の<物語>とは、具体的な商品あるいは一回分のドラマである<小さな物語>と、<世界観><プログラム><システム>と本書の中でそのつどなりゆきで表現している<大きな物語>のことである。(4)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

　しかしこのような<物語消費>を前提とする商品は極めて危うい側面を持っている。つまり、消費者が<小さな物語>の消費を積み重ねた果てに<大きな物語>＝プログラム全体を手に入れてしまえば、彼らは自らの手で<小さな物語>を自由に作り出せることになる。(5)

この物語消費は消費者が作り手、創作者、生産者側に変わっていくことがある。こうなると場合によっては偽物、あるいは著作権に触れるものとなる場合があるのだ。ここで難しいのが同人誌の存在だ。コミケの原点でもあるこの同人誌は今でいえば、二次創作ということになるのだ。

かつて『少年ジャンプ』に連載されていた作品に、高橋陽一作の「キャプテン翼」というサッカーまんががあった。本来は男の子向けの作品として作られ大ヒット、アニメ化、ファミコン化された。単行本もミリオンセラーとなった。

　ところがある時期から10代後半の少女たちが、「キャプテン翼」の主要キャラクターを使ったまま百何千種類と作られ、有名な同人誌にもなると一点につき方を超える部数を売りさばくことさえできるようになった。彼女たちは「翼」のキャラクターとその人間関係を使って、それぞれの「キャプテン翼」を書いて売り出したのである。

彼女たちの作品をパロディと表現するのは正しくない。パロディとは強固なオリジナルが存在し、それに対する皮肉やおちょくり、もじりなどをいうのである。ところが彼女たちは高橋陽一の「キャプテン翼」から＜プログラム＞としての「翼」をとり出して、そのプログラムの秩序に従って自分たちの創意工夫をこらし、それぞれの「翼」を描いたのである。彼女たちにとって原作の「翼」は、そこから＜プログラム＞を抜きとるだけの素材にすぎなかったようだ。一度＜プログラム＞が彼女らの手に渡ってしまった段階で、原作も＜プログラム＞の枠の中で出現しうる一つのドラマにすぎなくなってしまう。しかも、彼女たちは「翼」における少年同士の関係に重点をおいて＜プログラム＞として抽出し、これを誇張して用いるので、「翼」同人誌のキャラクターは原作と似ても似つかないものとなっている。これはいわゆる盗作、盗用とも微妙に異なって来る。(6)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

このように＜物語消費＞は、「ビックリマンシール」に子供たちが血まなこになったように消費者に過剰な消費行動を起こさせる動機づけとなるｔ同時に、＜商品＞そのものを消費者自身が作り出し、自分たちで勝手に消費していってしまう局面を迎えかねない可能性を秘めている。そうなった時、＜商品＞の送り手は、消費のシステムから排除され、自分たちの作り出した商品を管理できなくなってしまう。それゆえ＜物語消費＞の最終段階とは、＜商品＞を作ることと消費することが一体化してしまうという事態を指す。もはや生産者はいない。自らの手で商品を作り出し、自らの手で消費する無数の消費者だけがいる。それが記号としての＜モノ＞と戯れ続けた消費社会の週末の光景なのだということだけは、しっかりとここで確認しておこう。(7)

ここで注目すべきは「＜物語消費＞の最終段階とは、＜商品＞を作ることと消費することが一体化してしまうという事態を指す。もはや生産者はいない。自らの手で商品を作り出し、自らの手で消費する無数の消費者だけがいる。」である。概ねオタク産業はにはこうした傾向にある。このことは森永卓郎・岡田斗司夫『オタクに未来はあるのか！？―「巨大循環経済」の住人たちへ』(PHP

研究所、2008 年 5 月）でも取り上げられているところだ。オタク産業にはニッチ産業の面があり、それゆえオタクの中で循環していくものだ。

「Ⅱ　複製される物語」では「シュミレーションの少女たち」の冒頭を紹介しておきたい。

> アニメマニメーションに出てくるキャラクターを一種のアイドルとしてみてきたことは今さら指摘するまでもない。この彼らの嗜好は絵が描かれた女の子しか愛せない二次元コンプレックスである、などと揶揄された＜おたく＞少年の代表的特徴のようにも言われた。なるほど彼らは実在のアイドルよりも響子さんの方を愛していたのは確かだし、そういうアニメマニアにとって「劇場版めぞん一刻」は、劇場用アニメでなく、音無響子主演のアイドル映画であったわけだ。「めぞん一刻」の挿入歌が「唄・音無響子」というクレジットでレコーディングされていたのも、響子さんに向けられたマニアの視線をふまえての遊びだったわけだ。
>
> だがアニメのキャラクターをアイドルとして扱うという視点そのものは、実は決して特殊なものではない。筒井康隆はアメリカの古典的アニメキャラ、ベティさんの伝記『ベティ・ブーブ伝』を書いている。筒井はベティさんを一人の女優とみなして、その＜生涯＞を追いかけているのだが、ベティ・ブルーを＜女優＞として受けとめる感覚は筒井のマニア的なこだわりから発生したわけでは決してない。ベティさんのアニメのタイトルの上には「BETTY BOOP in」とクレジットされているのであり、当時のアメリカ人たちにとってこれらのアニメはまさにベティさんの主演映画にほかならなかったのである。アニメキャラをスターとして受けとめる発想はアメリカのアニメそのものが内包しており、その意味ではミッキー・マウスやドナルド・ダックをかかえるW・ディズニープロは、アメリカの製作会社ではなく、チ超一流のスターをマネージメントする芸能プロなのだともいえる。
>
> こういうアニメキャラクターに対する見方があったからこそ、実写とアニメの合成である「ロジャー・ラビット」が作られヒットしたのだ。(8)

大塚はこの物語消費論がらみで『定本物語消費論』（角川書店、2001 年 10 月）、

『物語消滅論―キャラクター化する「私」、イデオロギー化する「物語」』（角川書店、2004 年 10 月）、『物語消費論改』（アスキー・メディアワークス、2012 年 12 月）なども後年出版している。

### （2）『おたくの本』（別冊宝島 104 号）（1989）

『おたくの本』（別冊宝島 104 号、JICC 出版局、1989 年 12 月）発行の本書の冒頭は編集部「『おたく』を知らずして‘90 年代は語れない！」で始まる。なお、JICC 出版局は 1993 年に社名を変更し、宝島社となっている。

> 幼女殺人事件で突然大衆メディアに浮上した「おたく族」なる言葉。大新聞や週刊誌によると、「おたく族」とは「アニメやマンガのファンで、ファッションや恋愛に興味のない暗い青少年」ということになる。(9)

『宝島』のこの特集は、まだ「オタク」が「おたく」とおもに表記されていた時代をとらえようとしたものだ。オタクを時代という鏡を通して、リアル・ワールドに価値観を置かない、多様化する価値観を持つ人同士の「場」に共感する人として取り上げた特集である。そのおもな内容は以下の通り。

PART1　おたくの現場
- ゲーマー超人伝説　異能戦士たちの聖戦！　成沢大輔
- アイドリアン　C級アイドルに人生を捧げた聖職者　古橋健二
- アクション・バインダー　汚れなき無差別テロ！　永江朗
- カメラ小僧　パンチラと生写真に賭けた青春！　永江朗
- 俺たちのデコチャリ　子どもたちの神殿　松田融児
- コミケット　世界最大のマンガの祭典！　米沢嘉博
- 僕が「おたく」の名付け親になった事情　中森明夫

PART2　おたくという第三の性
- ロリコン、二次コン、人形愛　架空の美少女に託された共同幻想　土本亜理子

やおい族　美少年ホモマンガに群がる永遠の少女たち！　梨本敬法
キラキラお目々の氾濫　藤田尚
ロリコンとやおい族に未来はあるか！？　上野千鶴子
PART3　おたくという生き方
おたくに死す　殉教者・富沢雅彦のレクイエム　千野光郎
僕と右翼とプロレスおたく　岩上安身
彼女にキーボードがついていたら　桝山寛
おたく少年は学校ではどうしているのか？　河上亮一
注目すべきおたくたちとの出会い　みうらじゅん
おたくの事件簿　朝倉喬司
PART4 おたくと高度消費社会
おたくの「場」を読む！　井筒三郎
おたくの誕生　小浜逸郎
オタク産業は巨大なブックマーケットだ！　河内秀俊
高度消費社会に浮遊する天使たち　浅羽通明

オタクの背景には社会状況や流行を意識しておく必要があるだろう。ゲームセンター、インベーダーゲーム、テトリスが流行る中、TV 番組では「ザ・ベストテン」「夜のヒットスタジオ」など、アイドル歌手も次々と誕生しているが、オタクは実際のイベント等へカメラ持参で出掛けることとなる。これまで鉄道オタクのとり鉄に代表されるカメラもアイドルの追っかけには必須アイテムとなった。

オタクを語る上でこのコミックマーケットの存在は避けては通れないものだ。コミックマーケットの開催場所も一種オタクの聖地となりつつある。また、オタク産業と言う捉え方をすでにしていたことも注目に値しよう。消費者としてのオタクという捉え方をしていたことは時代の先取りとして評価できる。

また、インターネットが商品化される以前のものであるが、その視点には先見観がある。

なお、この特集は後年、別冊宝島編集部編『「おたく」の誕生！！』（宝島

社、2000年3月）として解題・改訂されたものが出版されている。

### （3）太田出版編『Mの世代』（1989）

太田出版編『Mの世代―ぼくらとミヤザキ君』（太田出版、1989年12月）は「幼女連続誘拐殺人事件」（1988～1989）の犯人・宮崎勤（M）が1989年8月11日に容疑者として逮捕された同じ年の12月に出版された。宮崎勤（M）は精神鑑定や裁判の判決を受けて、最終的2008年6月17日に死刑が執行された。

本書の構成は以下の通りである。

太田出版編集部　はじめに
第1章　1989.9.4
　大塚英志＋中森明夫　ぼくらはメディアの子供だ
第2章　ぼくらとミヤザキ君
　いとうこうせい　固有名詞たちの反抗
　大泉実成　迷宮脱出
　香山リカ　ボーイ・ミーツ・ゲーム
　手塚眞　「宮崎君、キミはバカだ！！」と笑いとばそう
　横内謙介　「企画物」としての宮崎事件
　矢崎葉子　疑似少女クライシス
　山崎浩一　「少年」はどこへ行ったのか
　　ぼくらは何ひとつあの事件のことを知らない
　　高性能スポーツ人間のメカニカル・イメージ
第3章　1989.10.3
　大塚英志＋中森明夫　きみとぼくには、未来がある

まず、最も気になるのは書名にもあるMである。なぜ、宮崎勤とせずMとしたか。これについては太田出版編集部「はじめに」では次のような説明がある。

数年前『新人類』なる流行語が人の口の端にのぼったとき、これを最も忌避したのがレッテルを貼られた当の人々が、この事件に対しては「同世代」であることを厭わない態度表明を示した。本書が容疑者と同世代の表現者にのみ執筆を依頼した理由はそこにもある。本書の書名を『Mの世代』とした理由の一半も同様である。メディアの嫡子たるこの世代に親話性のある言葉として、Mを頭文字とするものが何故か少なくない。マニア、メジャー、マイナー、ミドル等々。集合するM記号に世代の感受性が縁どられるのではないか。そして、M君も。しかし、急いで付け加えるが、本書の執筆者の中から、書名に容疑者の氏名を使うことに異議が出された。その主旨は、固有名詞としての宮崎氏について語ったわけではないということであった。が、編集部の責任において『Mの世代』を題名、『ぼくちたちとミヤザキ君』を副題とすることに決めた。(10)

書名を『Mの世代』とした理由がこれでわかる。本書以降、このMの世代、M君などの表現がよく使われるようになる。

「第1章　1989.9.4　大塚英志＋中森明夫　ぼくらはメディアの子供だ」ではあの宮崎の部屋の映像について、「部屋が象徴するもの」として次のように中森が述べている。

ぼくらが最初に報道に接したときにも、一番最初に見たのはあの部屋でしょ。だから、最初にあの部屋にビジュアルがブラウン管に映し出されたときに、もうその後の報道の意味をかなり決定づけてしまったと思う。もし、あれが出てなかったら、ずいぶん意味合いが変わったと思うんですよ。たとえ6000本という抽象的な数字が出てきても、それよりも、あの部屋のビジュアル・イメージにはかなわかったと思うし。

だから、まさに部屋というのが、あの部屋のようなものが断罪されているような気がするんですね。ビデオも含めてだけれども。それと、未だに、ぼくは部屋のほうがリアリティーがあるし、宮崎さんという人のビジュアル・イメージよりも、部屋のほうが犯人のように見える。もちろん、そういうふうな報道のされかたのせいだろうけれども。ただ、確かに6000

本という数は多いけれども、たとえば普通の家のね、生活感のある普通の部屋がテレビに映るっていうことはないんですよ。(11)

あの6000本のビデオの部屋を見ての印象はインパクトが確かにあった。しかし、自分も同じようなものだと思ったオタク（自分でそう認識していない人も含めて）も少なからずいたはずだ。筆者もまたそのひとりだ。好きなものを集めて乱雑になれば、あの状態になる。部屋の広さもある程度必要で、あの部屋の紹介の仕方はマスコミの印象操作が強かったのではないだろうか。6「6000本のビデオ」のあの部屋がまさに犯人そのものであり、その部屋に住むのオタクは危ない人だという印象が定着してしまった。

「第2章　ぼくらとミヤザキ君」中のいとうこうせい「固有名詞たちの反抗」ではTVゲームに注目して3つの事象に注目している。

1　『噂』を高速で流通させる〝裏ネットワーク〟の完成（学校、塾、スイミングスクールが主な情報基地で、共通感覚の基本はTVゲームと思われる)。
2　電話やパソコン通信を基礎とする『コミュニケーション距離』の増大（しかも子供たちはこういったコミュニケーションに熱狂的に参加しており、コミュニケーションへの欲望は驚くほど強い。遠近法でいえば近景よりのコミュニケーションを好み、つまり面と向かうより意見だけを取りかわすスタイルを選び、より遠くの人間とつながろうとしているように見える)。
3　死に対する強い興味（一般的に考えられているのと正反対で、子供たちは過剰と思われるほど死に敏感になっている。あるロックバンドのメンバーが自殺を遂げたことを伝えた雑誌の編集部に、彼のファンでもない子供たちから頻繁に電話がかかり、パニックになったことがひとつの事例となるだろう)。(12)

いとうせいこうは宮崎事件ではなく1988年7月に中学2年生の少年が起こした両親殺人事件、両親と同居する祖父母の家族3人殺害事件を天射したものだ。

この事件は宮崎事件とほぼ同時期に起きた事件である。金属バットを使用したことから、「金属バット殺人事件」が注目を浴びたこともある。1980 年 11 月 29 日にも神奈川県川崎市において、浪人生が起こした金属バット両親殺害事件があった。

こうした事件は進学などに関わる教育的な問題を背景にしたもの、家庭状況を背景にするものや自分の好きなことをして部屋に閉じこもりがちなオタクが引き起こす事件に大別される傾向があるが、どの事件でもコミュニケーションに関する内容は必ず取り上げられるところである。

最後にもう一つ「第 2 章　ぼくらとミヤザキ君」より香山リカ「ボーイ・ミーツ・ゲーム」に注目しておきたい。ここでは TV ゲームが特に取り上げられている。

> 79 年の最初の共通一次試験（私はこれを受けた）とほぼ同時期にインベーダーゲームの流行で始まったゲームセンターのビデオゲーム（アーケードゲームと言ったりもする）の時代ハ、こういうふうに、〝お上の意向〟アンド〝ゲーマー（ゲームをする人）の高齢化〟によってなんとなく終ってしまったのである。
>
> その後も TV ゲーム自体がすたれてしまったわけではなくて、むしろファミコンを始めとする家庭用ゲーム機器の普及に伴って、より多くの人がドラクエやファミスタ、最近ではテトリスなんかをやり狂ったのは周知の事実である。しかし、映画観賞という趣味はお見合いの釣り書きにも書けるけど、同じ映画をビデオで見るとなるとむしろ積極的に言ってはいかないことになるってしまうように、家庭に帰ったゲーマーを待っていたのは、〝自閉的・孤立・暗い〟といった、より辛辣な評価であった（いずれにしてもお見合いの釣書きに〝趣味はゲーセン通い〟とは書けないかもれないけれど）。もっとも図に乗りやすい人は、「TV ゲームをしすぎると現実とゲームの世界の区別がつかなくなる」と言ったり、ある小児科医の〝ゲームをしていて、てんかんになった子供〟の症例報告を安易に引用して、「だからゲームは体に悪い」と結論づける報道をしたりもした（たしかに光の点滅による誘発されるてんかんはあるが、TV ゲームでのみ特異的に起

こるとうことはない)。[13]

他にもその内容にはこの時代のオタク、ゲーム等の考え方が反映されている。

中森明夫は「おたく」の命名者であり、大塚英志はその後『「おたく」の精神史―1980 年代論』(講談社新書、2004)をはじめ、おたく（大塚はひらがなの「おたく」で表記している）に関する書籍を多数出版している。また、執筆者のひとりである大泉実成も『オタクとは何か？』（草思社、2017 年 4 月）をまとめている。

『Mの世代』はまさに個人の問題で片付けることができないオタク文化と若者の関係が背景が大きく取り上げられている。報道やメディアが強調した 6000 本のビデオの散乱する宮崎の部屋、映像にとりつかれたオタクの姿を犯罪者として視聴者に刷り込み、オタクへのバッシングが始まった契機をつくった。犯罪とは別に 6000 本のビデオの散乱する部屋、映像にとりつかれた姿などは多かれ少なかれ自分自身に投影し、他人事とは思えないと感じた若者が少なくなったことこそ、個人の事件として片付けられない大きな事件であった。

### （4）中島梓『コミュニケーション不全症候群』（1991）

中島梓『コミュニケーション不全症候群』（筑摩書房、1991 月 8 月）の内容は以下の通りである。

はじめに―私はなぜこの本を書こうと思ったのか
第 1章　コミュニケーション不全症候群
第 2章　オタクについて＊1
第 3章　オタクについて＊2
第 4章　ダイエット症候群＊1
第 5章　ダイエット症候群＊2
第 6章　病気の時代

第 7章　僕の夢は少年を…
第 8章　美少年なんか怖くない
第 9章　最後の人間
第 10 章　コミニュケーション不全症候群のための処方箋
あとがき
大塚英志　解説「母の崩壊」の後で

本書のタイトルにもなっている「コミュニケーション不全症候群」とは何か。単にコミュニケーションをとるのが上手でない人といったようなことではなく、中島は社会全体として捉えている。中島は次のように述べている。

> 現代社会、私たちの世界そのものが、すでにコミュニケーション不全症候群に内包してるのだ、といってもよいだろう。というか、コミュニケーション不全症候群こそが、現代なのである。その特徴は、まずさっきいったように「他の存在」への想像力の欠如だ。もし一抹の想像力がそこに介在していれば、それだけで、公害問題も、マスコミの暴力もいまのように問題になることはなかったであろう。そしてもうひとつは、これはコミュンケーション不全症候群の原因でもあれば、また結果でもあると私は思うのだが「過密」である。・・・(一部省略)・・・過密というものは、存在に基本となる空間の確保をおびやかす。(14)

これは何を意味しているかといえば、人間同士の距離感の問題である。自分のスペース、あるいはテリトリーといってもよいだろうが、こうしたものが十分な広さと独立性を保つことができないのが現代社会であるとういことだ。
中島は例として水槽の中の金魚やフナが過密になった場合に、動物の本能として限界を超える状況が生まれると、調和を図るため弱いものから攻撃され、共食いが始める例を上げている。

この過密さとは状況は異なるが、この人間同士の距離感について思い出されるのが、レオポルド・ベラック（Leopold Bellak, 1916-2002）の「ヤマアラシ・ジレンマ」だ。もちろんこの話は精神的にかなり近い、親子間、夫婦間、恋人

間をおもに対象して付けられた現象だ。しかし、世の中の密度が高くなれば、見えない棘や針が人を刺してしまうことになる。このヤマアラシジレンマのもとの話は、19 世紀ドイツの哲学者アルトゥル・ショーペンハウアー（Arthur Schopenhauer, 1788-1860）が生み出した寓話である。

ヤマアラシの群れが寒さに震えていた時、彼らは互いを温め合おうと思い、互いに身を近づけるが、近づけば近づくほど、お互いの棘で傷つけてしまい、離れてしまえば寒くてたまらない。近づいたり離れたりと試行錯誤を繰り返し、お互いを傷つけずに温め合うことのできる距離を見つけるとういものだ。

この寓話が語るのは、「自己の自立」と「相手との一体感」という二つの欲求に試行錯誤を繰り返す悩める人間の姿を表したものと言える。ベラックをこれをさらに整理したのだ。1991 年段階ではまだインターネットが普及していない時代である。現在では、この距離感の取り方は難しくなっているといってよいだろう。

中島はコミュニケーション不全症候群については次のように述べている。

> コミュニケーション不全症候群、とここでは仮に私は名付けてみたが、それは決して特殊な精神的症状のことではなくて、むしろ現代にきわめて特徴的な精神状況のことである、とはあらかじめいっておかなくてはならない。それは端的にいうと、
>
> 1、他人ことが考えられない、つまり想像力の欠如。
>
> 2、知合いになるとそれがまったく変わってしまう。つまり自分の視野に入ってくる人間しか「人間」として認めない。
>
> 3、さまざまな不適応の形があるが、基本的にそれはすべて人間関係に対する適応過剰ないし、適応不能、つまり岸田秀のいうところの対人知覚障害として発現する。
>
> ―といった特徴がある。それは必ずしも精神病の範疇に入るほどれっきとした病態をしめすわけではなく、むしろ程度の問題だけで、「あなたも私も病気」とでもいった状態を呈するのである。それでもので、私達自身がある意味で患者の一人であるために、いっそう、この病状について客観的に知る事は難しい。(15)

中島は第2章と第3章でオタクについて取り上げているが、オタクだけがコミュニケーション不全症候群に陥っていると述べているわけではない。しかし、オタクと呼ばれる人にはコミュニケーション不全症候群の3つの特徴が当てはまることもまた事実だ。
「オタク」についても注目しておきたい。そこには注目したい3か所がある。

実際には、おタクというコトバがある程度一般的に使われ始めたのは、同人誌を作って販売しているような、マンガ及びアニメ・マニアに関してことであって、またそれにSFファンを併合したようなタイプの青少年たちが、衣食住に一切気を使わず、いまどきベルボトムのジーパンにどこかでもらったり買ったりするいろんなロゴつきのTシャツを一着に及び、スナック菓子とインスタント食品ばかり食べているのでたいていデブデに肥満し、本の読み過ぎで強度の眼鏡をかけて、どでかい紙袋に山のような本や雑誌や同人誌や切抜きをつめこんでヤドカリの移動さながらどこへゆくにも持ち歩く、言った、ライフスタイルから外見にいたるまで、かなりのいて限定されたあるタイプについての揶揄と自嘲とを含めた、それは表現であったはずである。そういったタイプの青少年、それはそのまず80%までは男の子であって、まったく同じような外見的条件をそなえていても、たしかにあんまり女の子のことは「おタク」とはいわなかった、という気がするのだが、そういった男の子は、どういうわけか（このわけについてはあとでちゃんと述べるが）話しかける相手への二人称として、「おタク」というコトバを連発したのであり、たとえばそれは、「おタク、もう宮崎駿の新しいの見た？」といったように使われたのであった。(16)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

おタク、という言い方のなかには既に、男の子である、という条件付けが内包されている(17)

オタクの男女の差において次のようにも述べている。

女の子のマンガ・アニメマニアは、もちろん例外もあるであろうが、男の子のおタク族よりもはるかに、社会性、行動性が高いように思われる。女の子のマニアたちはめったに単独で行動しない。[18]

中島のこの指摘には時代的にみても幼女連続殺人事件の影響を彷彿とさせるものがある。この本が出版されたのが 1991 年ということを考えればまたそれも当然であろう。

### （5）宅八郎『イカす！おたく天国』（1991）

宅八郎『イカす！おたく天国』（太田出版、1991 年 9 月）のおもな内容はは以下の通りである。

宅八郎の「おたく」宣言！！時代の探査ミサイルおた天がゆく！
おたく評論家宅八郎 イカす！おたく天国
オウム真理教おたく訪問！麻原彰晃・会見記！！
御徒町大陥没事故透明怪獣、東京に現る！！
テレビ言いたい放題！「民社会男」2 人の、真夜中の決闘！！激突！！小島一慶 vs 宅八郎
プレイボーイ軍団総攻撃
SF から SM まで対談！実相寺昭雄 vs 宅八郎
おたく診察室・ロールシャッハ対談 小田晋 vs 宅八郎徹底討論
リカちゃん先生が境界例・宅八郎を診断する！！香山リカ vs 宅八郎 サイコ対談
焼肉対談＊肉、うまい！ 佐川一政 vs 宅八郎
旧イカす！おたく天国・解説
この右手にメディアが乗った！
宅八郎のスタンド能力！！
ダ――ッ！ポーズをつける宅八郎

あけまして、おタめでとう！
宅八郎大図解
宅八郎お騒がせ年譜
あとがき

本書は『週刊 SPA!』（1990 年から 1991 年まで）の連載「イカす!オタク天国」をまとめたものである。

宅八郎は連続幼女誘拐殺人事件の容疑者の逮捕の逮捕後に登場したが、森高千里のフィギュアとマジックハンドに紙袋を持つという姿で『天才・たけしの元気が出るテレビ!!』や『とんねるずの生でダラダラいかせて!!』などのメディアに出演するようになってからその風貌で視聴者の持つオタク像を強烈に印象付けた。当時、オタクを擁護するために奔走していた岡田斗司夫とは異なり、オタクをフルに利用してマスコミやメディアに登場したのが宅八郎である。この 2 人については相田美穂「現代日本におけるコミュニケーションの変容―おたくという社会現象を通して」（2004）の中で取り上げているので参照してもらいたい。

「宅八郎お騒がせ年譜」によれば、宅八郎がマスコミにデビューしたのは『週刊 SPA』（1990 年 2 月 28 日）の「おたくが世紀末日本を動かす」特集号（3 月 7 日号）でおたく評論家デビューしたとある。[19] その後、同年 4 月以降にはテレビ出演なども果たしている。

### （5）浅羽通明『天使の王国』（1991）

浅羽通明『天使の王国―「おたく」の倫理のため』（JICC 出版局、1991 年 10 月）のおもな内容は以下の通りである。

［I］イデオロギー
　1 章　「湾岸戦争」というステイタス・シンボル

２章　「現代思想」というサクラメント

[Ⅱ] 交通形態

３章　＜全自動カメラ＞複製技術時代の心霊写真

４章　＜伝言ダイヤル＞音声のイミテイション・パラダイス

５章　＜コンビニエンス・ストア＞灯り続ける商品の不夜城

６章　＜平成改元＞うわさが宿した千年王国

[Ⅲ] 実践

７章　少女前世伝説―転生、戦士への覚醒

８章　富沢雅彦の生涯―ラディカルな逃避者の蹉跌

[Ⅳ] インフラストラクチャー

９章　「おたく」という現象―その社会史的起源

あとがき　「現在」測定候センターからあなたへ

ここではオタクに関して論じている「９章　「おたく」という現象―その社会史的起源」を取り上げておきたい。なお初出は「高度消費社会に浮遊する天使たち」（『おたくの本』（別冊宝島 104 号、JICC 出版局、1989 年 12 月）である。

「おたく」という言葉がはじめて使われてのがマイナー・マンガ雑誌、『漫画ブリッコ』誌の 83 年 6 月号「『おたく』の研究①」であった。中森明夫のセンスによって、それまで、マニアとか熱狂的なファンとかネクラ族とか呼ばれていたマンガやアニメ、SF、コンピュータ、アイドル、鉄道などに没頭する若者一群が、やや差別的ながら、的確な呼称を一括して与えられ、鮮やかにイメージづけられたのである。

それから 6 年。この宮崎事件の渦中で「おたく」という言葉は突如、新聞、週刊誌上に浮上した。たとえば、『週刊読売』（1989 年 9 月 10 日）は、「おたく族とは」と題する囲みを設けて、「アニメやパソコン、ビデオなどに没頭し、同好の仲間で距離をとり、相手を名前で呼ばずに『おたく』と呼ぶ少年たちのこと。人間本来のコミュニケーションが苦手で、自分の世界に閉じこもりやすいと指摘されている」と解説している。(310)

1980 年代を消費という観点から次のように述べている。

マーケティング業界誌『消費と流通』誌の 86 年春号掲載の論文「〝感的知性〟が優れた『新人類』」（三浦康英、松浦一郎）は、ODS 企画調査部による全国 6 千人を対象とした生活意識調査（ODS-LSI 調査）を基に 80 年代の若者を 4 種に分類している。いわく、

① ニュースタンダード派（推定構成比 60%）
② 感知知性派（推定構成比 20%）
③ ゲームズマン派（推定構成比 15%）
④ 内的モラトリアム派（推定構成比 5%）

の 4 種である。

このうち、「豊かで余裕のある結婚生活」「豊かな老後の家庭生活」を人生目標とそして現実主義的、体制順応的に生きる多数派であるニュースタンダード派や、明日の青年実業家を夢みてゲームを楽しむようにビジネスに精進するゲームズマン派はひとまずおく。とりあえず、「おたく」が含まれそうなのは、②と④である。

まず、④の内向的モラトリアム派については、次のようにコメントされている。「パソコン、アニメ、新興宗教などの閉ざされた安心感の存在する世界を発見し、その世界に安住」し、「人とコミュニケーションが苦手な人たち」「他人と接触する必要をあまり感じない若者たち」。これが、いわゆる「おたく」とほぼ重なることは明らかだろう。

面白いのは、彼らは、「自分がひたりきっている世界のこと以外には、あまりエネルギーと金を費やさず、物財所有の欲求も小さい人たち」であるゆえに「企業にとっては、正面から対応してもあまり〝うまみ〟のない層」と断定されていることだ。新人類ブームと呼ばれる 80 年代若者論の中で、「おたく」がほとんど注目されないできたのは、おそらくここに原因があるのだろう。(21)

アニメがこどもから青年に受け入れられるようになった起点である『宇宙戦

艦ヤマト』について次のように述べている。

『宇宙戦艦ヤマト』は、それまで一部の先駆的マニアを除いては、若者たちの間でも幼稚なものという認識が一般的であったTVアニメーションを、一挙に若者サブカルチャーのステージに加えた点で画期的な作品であった。その新しさは作品が情報量が従来と段違いである点にあった。それまでのように一回放映分30分の間にヒーローが悪を倒す単純な読み切りドラマから脱し、全編を貫く壮大なSF的設定、いくつかの謎が最終回まで秘められるストーリーテリング、緻密に描き込まれたメカデザイン、思春期の青年を主人公としてヒロインを絡ませた人間ドラマまどを盛り込んだ新機軸は、たしかにアニメの視聴者の年齢を引き上げるに充分であったといえよう。

だが、そんな『ヤマト』も、当初TVシリーズとして74年に放映された時点では、若者層のファンをつかむ以前に、従来からのアニメ視聴者であった子供たちには難しすぎたせいか、視聴率が低迷し、26回で打ち切られてしまっている。しかし、その間につかんだ熱心な『ヤマト』ファン―その多くはSFファンやマンガマニアであったと思われる―のグループにより、再放送そして映画化の要望が70年代後半にかけて盛り上がり、ついに週刊誌メディアの耳目をそばだたせる鳴りもの入りの映画化が実現するわけだ。(22)

『宇宙戦艦ヤマト』は子供をターゲットにしたアニメであったのだろうかという疑問がある。60年代のTVアニメで育った世代が70年代は青年に成長しているため、その成長に合わせたアニメが『宇宙戦艦ヤマト』ではないだだろう。浅羽の見方は『ヤマト』の制作の意図が失敗したということになるが、果たしてそうだろうか?

さて、浅羽はオタクを知識の情報化という観点からとらえ、次のように述べている。

「おたく」がサブカルチャーに向かうときの視点は、この学校秀才の視

点と似ている。「おたく」たちは、むろんそれぞれ好きな作品や作家を持つが、そうでない作品等についても「おたく」しているジャンルに含まれる以上は「フォロー」し「おさえて」おくことが必要だと考えている。たとえば、79 年創刊のアイドル「おたく」雑誌『よい子の歌謡曲』に始まるアイドル「おたく」の世界では、かつて恋人の代用として消費されていると思われたアイドル歌手たちが、切手収集か昆虫採集のようにデータとしてコレクトされてゆく。そこではよりマイナーなアイドルまで「フォロー」すること自体に意味がある。(23)

これはオタクが対象としているものをさらに拡大してデータを蓄積していることを表している。浅羽はさらに次のように続けている。

学校化の影響を強くこうむった優等生たちが、70 年代末に創始した「おたく」文化は 80 年代中期に入って、著しい層の拡大を見せるとともに、質的変化も生じてくる。ひとつには、初期の「おたく」たちが 20 代となって、クリエイター、プランナー、エディターとして、メディアの送り手の側に進出していった。これにより、従来、「おたく」たちが同人誌などでサブカルチャーをベースに展開してきた活動、パロディや用語辞典や資料インデックスなどが、それ自体、雑誌やムックの記事として商品化されるようになる。(24)

最後に消費社会と学校化における「おたく」について次のようにまとめている。

消費社会と学校化の中で、膨大な若者たちが、10 年以上にわたるモラトリアムを享受する社会。男性「おたく」の就職による社会化や女性「おたく」の増加を見ると、ここにこそ、「おたく」を生んだ母体があることが見えてくる。

モラトリアムを許容する規範なき豊かなこの社会が続く限り、若者文化は「おたく」性と無縁ではあり得ない。

しかし、溢れる商品を追うことから、それを用いての表現と社会参加を模索するような若者たちの最近の傾向を見る限り、「おたく」文化の内実が今後どのように変貌してゆくものか、その可能性を予測することは困難である。「おたく」の発生が、ある社会史的必然である以上、若者文化のそして彼らの担う社会の将来が、ポスト「おたく」という視点抜きでは語り得ないことだけは、どうもたしかなようである。(25)

### （6）島田裕巳「オタク国家・日本」（1991）

島田裕巳編『異文化とコミュニケーション―オタク国家・日本の危機』（日本評論社、1991 年 12 月）の第 5 章が「オタク国家・日本」である。下位項目には以下のような構成である。

1　オタク国家とは何か
　国境のない国
　オタク国家としての日本
2　オタク国家の歴史
　オタク国家への歩み
　オタク国家の近代化
　オタク国家の完成
3　オタク国家の比較社会学
　スパルタはオタク国家か
　島国の比較
4　国民と国家と言葉
　オタク国家とオタク国民
　オタク国家の危機

「オタク国家としての日本」でオタクについて、次のように述べている。

日本人は、どうも国民全体が世界のなかの「オタク族」なのではないだ

ろうか。オタク族のあるいはオタクという言葉は、連続幼女誘拐殺人事件を契機にして、流行語となった。オタク族とは、適当にバイトをしながら、親のスネをかじり、親の与えてくれた個室に鍵をかけて閉じこもって、自分の趣味の世界に生きる若者たちのことをさす。かれらは、一般の人間からすれば、そのおもしろさが理解できないこと―売れないアイドルを追いかけたり、昔のアニメのビデオにこったりといったこと―をマニアックに追求する。かれらは、話し相手のことを「オタク」と他人行儀に呼び、緊密な人間関係が生まれることを回避しようとする。このオタク族という言葉には、そういった若者たちを批判しようとする社会の姿勢が現れている。(26)

次のパラグラフは視点が変わっているため、書名の「異文化とコミュニケーション」が生かされているものになっている。

大人たちはオタク族の若者たちを批判し、かれらに自立した大人に成長するように求めるが、世界からすれば、私たち日本人全体がオタク族にみえるのではないだろうか。(27)

「オタク国家への歩み」では、徳川時代が鎖国という内向きの時代であったことからこれをオタク見てて次のように述べていることは興味深い。

いくら強国であるとはいえ、ヨーロッパの諸国が船団をしたてて極東の島国を侵略することは不可能だった。また、徳川時代には、生産技術の進歩によって食料の大幅な増産が可能になり、自給体制が確立した。食料や物質の面で他国に依存しなくてすむことが、長期にわたる鎖国状態を実現させた要因であった。人口も大幅に増加した。家の意識がなくなり、家の連合体としての村落共同体が確立された。徳川オタク国家の内側に数多くのオタク共同体が生まれたのである。島国共同体という個室の中で生活していけるものであれば、わざわざその外に出ていく必要はなかった。こうして、徳川時代において、オタク国家が表現されていたのである。(28)

この指摘は興味深いものだ。内向きの日本をオタク捉えている。鎖国時代の日本は日本国内ですべてが完結しているのである。ペリー来航によって、このオタク国家が世界とコミュニケーションを取ろうという、取らされるようになったと言ってよいだろう。しかし、日本は再び内向きになり、このオタク国家を本格的に脱したのは第二次世界大戦後ということになる。日本は明治、戦後でもこのオタク国家から脱することはできなかったという。島田によれば、アメリカを「親国家として、保護してももらおうとする道を選択した」のだ。(29) これは親の庇護のもと家に留まるオタクの姿と同じということなのだろう。まず、日本が鎖国を続けられた原因に島国であることが挙げられれる。言い換えれば、オタク国家になった原因も島国ということだろうか。

> 日本がオタク国家となった大きな要因として、島国という地理的な条件がかかわっていた。しかし、島国は日本だけでなない。イギリスも島国であり、同じような可能性をもっていたはずだ。そのイギリスは、オタク国家とはむしろ逆の方向へ進んでいったのである。(30)

では、日本とイギリスの違いは何であろうか。

> イギリスは、島国でありながら、オタク国家化することなく、自立した大人の国家への脱皮をはかった。やがて、イギリスでのこの動きはヨーロッパ全体に広がっていった。フランス革命も、近代国家への自立の試みとして考えることができる。フランスの民衆は、カトリックの宗教権力と王制の政治権力を共に打倒することによって、自立した国家の形成をめざしたかったのだった。国民や市民が、国家の権力を握って、それを民主的に運営してくためには、それを構成する一人ひとりの人間が自立した個人でなければならなかった。成熟した個人としての自覚をうるためには、それまでの自分たちを支配してきた親的な存在である既存の権力をみずからの力で打ち破る段階を経ていく必要があったのだ。(31)

しかし、日本は全く異なる。

常に親がかり、親任せの状態でやってきたオタク国家日本には、そもそも国家を自分たちの築き上げていこうとする意識が希薄である。(32)

国家がこうしたオタク状態であれば、国民も当然そうなるだろう。

オタク国家を支えているのが、オタク国民である。日本が国家として成熟した大人になっていないということは、そのなかで生活する個々の国民もまた十分に成熟していないということを意味している。日本がオタク国家であるからこそ、オタク族の若者が増えるのだ。(33)

島田は部屋に閉じこもるオタクのイメージを日本という国に例えオタク国家日本として否定的な表現でオタクという言葉を用いている。しかし、「オタク」と「ひきこもり」は異なる。しかし、本書が発刊されたのが 1991 年という年代を考えると、「オタク」＝「ひきこもり」と考えていた人は少なくない。現在この島田のオタク国家を読めば、どこか違和感を感じるのは「オタク」＝「ひきこもり」を強く感じさせるからだ。現在はこのオタク国家はの文化、オタク文化はむしろ世界がそれを認め、cool Japan なる言葉さえ、誕生しているのだ。大人として十分に成熟しないからこそ生まれたオタク文化に対して、世界がそれに魅力的に感じてしまう時代となっている。そこには自由な発想と限りない可能性があるということだろう。

### （8）アクロス編集室編『ポップ・コミュニケーション全書』(1992)

アクロス編集室編『ポップ・コミュニケーション全書―カルトからカラオケまでニッポン［新］現象を解明する』(PARCO 出版、1992 年 7 月）のおもな内容は以下の通りである。

第 1 部　若者のしくみ―崩壊した若者イメージを再構築する

宮台真司・石原英樹・大塚明子　サブカルチャー神話解体序説
山田昌弘　ゆらぐ恋愛はどこへいくのか
富田英典　キッチュ文化の終焉
橋元良明　「電脳社会」の RAM 人間)
第２部　ハイテク快楽装置-カラオケ・ビデオゲーム・アダルトビデオは私たちをどう変えたのか
佐藤卓己　カラオケボックスのメディア社会史
安川一　ビデオゲームはなぜ面白いのか
永井良和　アダルトビデオと欲望の変容
第３部　変容する「関係性」 情報社会の新しい日本人像を探る
大澤真幸　オタク論
石田佐恵子　<有名性>はどうつくられるのか
室井尚　メディアが DNA を超える日
佐藤俊樹　解体する日本的コミュニケーション

ここでは大澤真幸「オタク論 カルト・他者・アイデンティティ」に注目しておきたい。その下位項目は以下の通りである。

１　「オタク」という現象
２ 自己同一性と２つの他者についての考察
３　「オタク」という集合
４ 二次的な投射

「１ 『オタク』という現象」ではまずオタクの定義、オタクの資質について次のように述べている。

第１に、オタクとは、アニメーション、ビデオ、SF、テレビゲーム、コンピュータ、アイドル歌手、鉄道などのいずれかに、ほとんど熱狂的といっていいほどに没頭する人たちである。オタクが一般の人を驚かすのは、この熱狂である。もう少し厳密にいえば、彼らの知識を彩る、意味的な希

薄さと情報的な濃密さの交錯である。オタクの行為や知識は、支配的な社会規範から判断すれば、いかなる有効な意味をもたない。それらは、何も役に立たないし、また「高尚な芸術」のようにそれ自身として価値あるものとして遇されているわけでもない。ところが、それにもかかわらず、彼らの知識がどこまでつまらない細部に及んでいるかを競い合う。一般には、情報の濃度は、意味の濃度に規定されている（つまり、意味があるから、より細かい情報までが収集されたり、配慮されたりする）のだが、オタクの場合には、こういった常識的な結合が成り立たない。(34)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

浅羽通明の論考は、また、初期のオタクについて、次のような注目すべき分析を行っている。80年代の序盤には、「新人類」と呼ばれる若い世代の登場が注目されていた。新人類のステレオタイプのイメージは、「感性」に優れ、流行に敏感で、特定の価値観に拘泥しない若者といったところだろう。浅羽は、本来、オタクとこの新人類とは未分化であった、あるいはオタクと新人類は同時代的な現象であった、と述べている。宮台真司［1990］も、後に類似の指摘を行っている。

しかし、オタクが、この時期、この社会に登場したのはなぜか。もちろん、この問いをめぐっては、すでに多くの言葉が費やされてきた。とりわけ、幼女連続殺人事件の容疑者Mの逮捕以降は、これらの言葉は、量的には膨大だが、ほぼ同じような方向へと結論を収束させているように見える。だから、浅羽通明の分析を取り上げることで、おおむね主要な議論を代表させることができる。

浅羽が提起するオタク登場の社会的要因は、大きく2つに整理できる。第1に、子供社会の相対的な学校化が背景にある。かつては、学校社会に還元されない、子供独自の共同態、すなわち遊び集団があった。その主要な活動の場は、原っぱである。遊び集団の内部の年齢を横断した協働と競争によって、子供たちは、学校や家族によるものとは別の独自の仕方で評価されたはずだ。たとえばマニアックな趣味をもった少年も、「〜博士」などと呼ばれて、相応の敬意をはらわれていたに違いない。しかし、高度経済成長とともに、こられ子供たちの関係の基礎になっていた近隣コミュ

ニティーが崩壊し（これと並行して原っぱも失われ）、子供たちの放課後の共同態が壊滅してしまう。(35)

宮台真司［1990］とは宮台真司「新人類とオタクの世紀末を解く」（『中央公論』1990年11月号、中央公論社、1990年10月）のことである。

第2に、―浅羽によれば―、とりわけテレビを核においた、現実性と関係性の変容が、以上の変動に加算される。現実性の変容とは、次のようなことをいう。原っぱを失った子供たちは、すでに、自分たちの環境世界に対する現実性の感覚を希薄化させているに違いない。これを基盤に、消費社会が進む。消費社会化の名のもとに一括される都市の装飾化や広告の氾濫は、生活臭のある汚れた現実を隠蔽し、世界をいわばコーティングしてしまう。言い換えれば、世界は有機的現実性を喪失し、情報の束として映現する。もちろん、これをもっとも強く推進するのは、テレビを中心としたメディアが散布するフィクションである。(36)

オタクがオタクになる要因とは何であろうか。

また、テレビや消費社会化がもたらす現実性の変容という契機については、次のように言わなくてはなるまい。これは、オタクを結果した要因ではなく、それ自身オタクという現象の一部なのだ、と。オタクの行動や発達過程が、テレビの普及や使用法と深く結びついていることは間違いあるまい。しかし、このことを、テレビがオタクを生み出した、と記述すべきではない。たとえばテレビというメディアが自身の生の不可欠の部分として採用されたということが、すでにオタク的な現象なのである。(37)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

オタクをそれ以前からあったマニアや趣味人から区別する条件（の一つ）は、オタクにおいては、日常的な仕事とアニメなどへの没入の価値づけがまったく逆転しているということである。一般には、いかに趣味が高じても、いかに趣味に喜びを見出していても、なお通常の仕事のほうにより高

い価値が配分されている。なぜならば、仕事は、まさにその人物が存在していることの条件であって、趣味は、そうして確保された存在の内部でのみはじめて意味をもつのだから。ところが、オタクにとっては、無意味な（ように見える）アニメやゲームやらのほうこそが、彼らが存在しているということの基本的な根拠になっているのだ。このことは、「オタク」が自己同一性（セルフアイデンティティ）の問題として解かれなくてはならない、ということを意味している。(38)

「3 『オタク』という集団」ではアイドリアンに触れている。

アイドリアンの最も顕著な特徴、一般の人々に以外だと思わせるもっとも目立った特徴は、彼らの対象となるのが、ほとんど二流・三流の、通常はデビューしたばかりのアイドルであるということだ。彼らが自己を捧げるアイドルは、決して、国民的な人気を博するような大物アイドルではないのだ。アイドリアンにとっては、アイルドはマイナーであるほどよい。人気が出てきて売れっ子になってしまったアイドルは、もはや、アイドリアンの没入の対象ではない。(39)

つまり、一般人が無価値、無意味であるところに意味を見出すのがオタクの大きな特徴のひとつである。
大澤のこの論文ではヤオイについても触れていることは注目すべきものだ。

やおい族と呼ばれるオタクのグループがある。アイドリアンはもちろん少年が中心だが、やおい族は、美少年同性愛マンガのファンである少女たちである。コミケットに集まる約8割が女性であり、その内のかなりの数がやおい族であると推定されている（梨本［1989］）。やおいという名は、彼女たちの漫画の特徴、「やまなし、おちなし、いみなし」から来ている。少年愛をテーマにした少女漫画は70年代からあった（萩尾望都、竹宮恵子、青池保子などの漫画）。やおいは、もちろん、このような「伝統」の系列に属している。しかしよおいが群がる漫画は、単に、少年同士の愛を描いて

いるだけはない。一般には、「原典」となる少年漫画があり、そこにある少年たちの関係を「同性愛」的な関係に読み換えていくのである。有名なのは、85 年にブームになった『キャプテン翼』をベースにした作品群である。ほかに『聖闘士星矢』や『サムライトルーパー』『天空戦記ジュラト』などが原典となっている。(40)

オタク・コミュニケーションに関しては次のようなことを取り上げておきいたい。

オタクのコミュニケーション上の特徴も、異常の仮設から説明できる。自己同一性は、2 章で述べように、もともと対他者関係についての現象だからである。

オタクについて語るほとんどの論者が指摘するのは、次のことである。すなわち、オタクたちがみな、同一のジャンルのオタク―すなわち同じ事物に没入している他のオタク―に、密かな連帯感をもっている、ということ。浅羽は、オタクとして活動する真の動機は、自分が愛好するアニメや漫画などを楽しんでいる仲間がいるという同類意識にある、と断定している。(41)

「密かな連帯感をもっている」は、やがて PC 通信のチャットでのつながり、インターネットの時代を迎えると SNS でそのつながりは強化されたと言ってもよい。

「4　二次的な投射」ではゲームとオタクのについてその先駆について記載されている。

テレビゲームに没入するオタクは、よく知られているに、79 年にタイトーから『スペースインベーダー』が発表されたときに、登場した。『インベーダー』はごく単純なゲームなのだが、何人かのゲームファンを魅了したのは、ここに、プログラマーですら知らない、あるいは少なくともプログラマーが意図的に提示してはいない、特殊なテクニックを見出しうるという

ことであった。(42)

この時期でのやおいへの指摘などは比較的初期のものと言ってよいだろう。オタク論では男性をメインにしたものが多いが、ここでは女性のオタクも取り上げられたことは意味のあることだ。

### （9）Annalee Newitz　“Anime Otaku: Japanese Animation Fans Outside Japan” (1994)

Annalee Newitz　“Anime Otaku: Japanese Animation Fans Outside Japan” (*Bad Subjects*, Issue# 13, April 1994)( http://www1.udel.edu/History-old/figal/Hist372/Materials/animeotaku.pdf)(access on 20201103) インターネット上に公開されたものだ。本来はここで取り上げるべきかどうかというものだが、海外における otaku 研究でも初期のものということから取り上げた。そのおもな内容は次の通りである。

Subtitled by Fans for Fans
It Used to Be 20 Guys at a Showing
Only Japan Can Write a Good Story
A Culture Not Poisoned By Political Correctness
I Wish it Were Western
Simply Because You Can Draw Something Doesn't Mean You Should

冒頭は次のように始まる。

In Japan, the term otaku is a kind of insult; it refers to a person who is so involved with a particular type of fan subculture that he or she becomes obsessed, even insane. One way otaku gets translated into English is with the somewhat derogatory term 'fanboy.'　In America, fans of Japanese animation often call themselves otaku with pride, although

they are quick to point out that the term is, in fact, insulting. Otaku gets appended to any number of fan subculture categories to indicate one's allegiance to them. For example, a motorcycle fan would be 'motorcycle otaku,' and fans of Japanese animation -- known as anime -- would refer to themselves as 'anime otaku.' This form of self-identification among (largely American) fans of Japanese animation tells us something about what it means to consume anime outside Japan: in order to affiliate themselves with anime fan culture, American fans are calling themselves by a name the Japanese use as an insult. (43)

日本では“otaku”は“insult”と軽蔑、侮辱的な意味でとらえているのに死体して、アメリカでは少なくても“anime otaku”は“This form of self-identification among (largely American) fans of Japanese animation”であるという。1994 年は日本ではまだ幼女連続誘拐殺人事件の余波があり、オタクへの風当たりは強い時期であった。

日本のアニメに対する批判的な意見は暴力シーン、過激な性表現であることはよく言われところである。

American fans find anime attractive because it refers to Western -- and particularly American -- popular genres while at the same time appearing to alter them. In a basic sense, the combination of animation, considered a children's genre in the West, with explicit violence, sexuality, and 'adult situations' is itself a juxtaposition American media have not often attempted. In the next few sections, I will be discussing three popular anime genres which tend to overlap with each other: romantic comedy, 'mecha' (a term used to designate science fiction-type narratives which focus mostly on technology), and fantasy-horror. I also want to suggest that fans' discomfort with the Japanese origin of anime can be connected to male anxieties about sexuality and social power found in the content of anime themselves. This certainly helps to

account for the overwhelmingly male-dominated audience for anime in America. (44)

『気まぐれオレンジロード』は日本では1987年4月6日～1988年3月7日の期間に日本テレビ系列で放映されていた。

The TV series *Kimagure Orange Road,* which is one of the most popular Romantic comedy anime with American fans, demonstrates how this works. Like the magical girl genre, many of its basic themes are, for an American audience, somewhat anachronistic. *KOR* (as fans refer to it) is the story of a 'magical boy,' a high school student name Kyuosoke who has telekinetic powers. He falls in love with a young woman named Madoka who is not magical, but nevertheless so strong that she routinely beats up whole groups of men who menace her. Clearly, both characters are fantastical, and this aspect of the narrative is enhanced by the fact that Kyuosoke continually has fanciful romantic dreams about kissing Madoka. (45)

『らんま1/2』は日本では1989年4月15日から9月16日にフジテレビ系列で放映された。

I would argue that *Ranma 1/2* betrays a number of male anxieties at the heart of the comedy romance genre, which emerge full-blown in the mecha and horror-fantasy anime I'll discuss in a moment. Quite simply, *Ranma 1/2* demonstrates to the young man who enjoys anime that he is constantly in danger of becoming a girl. Because women are often associated, in anime, with passivity and dependence, a character like Ranma stands in for a number of male fears about losing control or power. Like Ranma, the male anime fan has a 'feminine half' which enjoys passively consuming animated fantasies about love. His

attachment to non-sexual romance might be said to feminize him. Especially for the fan who watches anime in an American context, this fear would be particularly acute, for American romantic comedies are largely aimed at a female audience. (46)

アメリカ人の書いた日本のアニメオタク論であるが、結論部分では日本文化の優位性が指摘されている点が注目に値する。

If Americans are already Japanese, then it should be no surprise to any American that Japan, economically speaking, owns a large portion of the United States. This is how ideology works to cement imaginary relationships to material relationships. Americans who are fans of Japanese anime are in many ways undergoing the same process American corporations pass through when they are bought by Japan. They are both being assimilated into another culture, one which they are convinced is somehow superior. More often than not, it seems to them that they were always a part of that culture. While I do not think it is necessarily a problem for one culture to influence another, and there are a number of lessons America would do well to learn from Japan, the idea that Japanese culture is 'superior' to American culture is what makes the ideology of anime dangerous. Anime help accustom Americans to a subordinate position in relation to Japan. (47)

この論文についてはあまり言及されることがないが、『うる星やつら』(1981年10月14日から1986年3月19日　放映)、『天地無用』(1992年から1994年　OVA)、『ああっ女神さまっ』(1993年2月21日から1994年5月17日　OVA)、などにも言及されるなど、ロマンス、ラブコメに注目していることもアメリカ人らしい視点かもしれない。

### (10) 大澤真幸『電子メディア論』(1995)

大澤真幸『電子メディア論―身体のメディア的変容』(新曜社、1995 年 6 月)の内容は以下の通りである。

まえがき
Ⅰ　電話するボブの二つの信念
Ⅱ　電話の快楽
Ⅲ　メッセージとマッサージ
Ⅳ　文字の文化
Ⅴ　聞こえない声
Ⅵ　マス・コミュニケーションの儀式
Ⅶ　マスコミへの理由なき従属
Ⅷ　超パノプティコンの機能
Ⅸ　権力の変容
付録　オタク論
1　オタクという現象／2　自己同一性／3　「オタク」という集合／
4　二次的な投射／5　シニシズムからの変転
あとがき

本書はオタク論をメインに取り上げた研究書ではないが、オタクの原点がパソコンマニアからスタートしたことを考えると、電子メディア論にオタクが取り上げられていても、何ら不思議ではない。オタクの定義として以下のように述べている。

「アニメやパソコン、ビデオなどに没頭し、同好の仲間でも距離をとり、相手を名前で呼ばずに『おたく』と呼ぶ少年のこと」だと紹介している。この記事は、さらに、彼らは「人間本来のコミュニケーションが苦手で、自分の世界に閉じこもりやすいと指摘されている」とのべている。この定義は、(中略) うさんくさいものだが、さしあたってのガイドラインは与えてくれる。少なくとも、オタクという若い人々が、社会通念の側にどのよ

うに映っていたかを知る手掛かりにはなる。(48)

ここではオタクの定義として次の３つの要素に注目しているようだ。

1　アニメやパソコン、ビデオなどのツールやコンテンツに没頭する
2　コミュニケーションが苦手
3　自分の世界に閉じこもりやすい

全体的にはややネガティブな内容である。２と３はかなり連動している。しかし、これはすでに20年以上前のものである。現在のようなＳＮＳ時代を迎えると、オタクはむしろ発信者側の役割も果たしており、様相は20年前とは異なっている。

### (11) 青木光恵『ぱそこんのみつえちゃん』(1996)

青木光恵『ぱそこんのみつえちゃん』(アスキー、1996年11月)『EVE・COM』の1993年7月1日号～1995年10月1日号や『TECH Mac』からものを加えたマンガである。ぱそ通がメインとなっている。パソコン通信のことである。いわゆる当時ではパソコンオタクと言った扱いであっただろう。その中では「ニフティー」「ピンクハウス」「インストール」「ハードディスク」「MS-DOS」「オフ会」「ハンドル」「アイコン」など、今ではごく当たり前の用語であるが、この時期としてはまだまだ限られた人しか馴染みのない用語だ。

本書については難波功士「戦後ユース・サブカルチャーズをめぐって（4）：おたく族渋谷系」(『関西学院大学社会学部紀要』第99号、関西学院大学社会学部研究会、2005年11月）が「ヲタク」の初出文献として紹介しているものである。「ヲタク」初出を確認すると以下の通り。

水玉螢之丞
イラストレーター。誰でも知ってるメジャー誌から、あっと驚く、マイナ

一誌まで幅広い舞台で活躍。中でもマニアな世界を面白く描写することでは右に出るものがいず、一名＜ヲタクの女王＞とも呼ばれる。‘93 年に続き’95 年にも星雲賞アート部門を受賞。いよいよ女王の座を確かなものとした。(49)

ヲタクの表記が 1996 年 11 月には登場していたことになる。

### (12) 辻大介「若者におけるコミュニケーション様式変化」(1996)

辻大介「若者におけるコミュニケーション様式変化―若者語のポストモダニティー」(『東京大学社会情報研究所紀要』第 51 号、東京大学社会情報研究所、1996 年 3 月）のおもな内容は以下の通りである。

1　はじめに
2　若者コミュニケーションの現在
3　若者の対人関係意識の変質
4　若者のコミュニケーション行動の変化
5　言語行為としての若者語
6　若者語の「やさしさ」指向
7　結びに代えて

オタク論を展開しているものではないが、若者のコミュニケーションに注目すると、1996 年の段階では若者に注目すれば「オタク」にも触れる必要性がある。オタクが特異なものではなく、若者の中にある特徴を代表する存在でもあるからだ。

「1　はじめに」では次のように述べている。

1980 年代以降、「コミュニケーション不全症」「対人関係困難症」といった疾病のメタファーでもって、若者に関する一つの現代的傾向が盛んに指摘されるようになった。これは、80 年代後半の連続幼女誘拐殺人事件をき

っかけに、いわゆる「オタク」的若者像へと結晶する。この「オタク」的若者像に重ねて描かれるのは、対人関係の遮断とそれを代補するメディア・情報環境、という図式だ（新井[1993]）。この図式は、オウム真理教事件をめぐる報道・議論の中でも、改めて変奏されていたように思う。

確かに、こういった図式のあてはまる「オタク」的若者は増えているのかもしれない。また、今の若者全般と「オタク」的若者の間には、確かにある種の共通性・連続性があるようにも感じられる。が、部分にあてはまる図式を性急に全体へと敷衍することは“鳥は黒い、烏は鳥、ゆえに鳥はみな黒い”式の誤りを犯しかねないものだろう。仮に《モダン―ポストモダン》という軸で若者のコミュニケーション・対人関係変化を考えるとして、それが≪開かれた―閉じられた≫という軸にいか重ね合われない先の図式は、単純にすぎるのではないだろうか。若者の全般に関して現在進みつつあるコミュニケーション・対人関係の変化は、もう少し微妙なものであるように感じされるのである。(50)

（新井[1993]）とは新井克弥「情報化と若者と描かれ方」（小谷敏編『若者論を読む』世界思想社、1993 年）のことである。若者論の中でオタクが取り上げられることは珍しくない。「2　若者コミュニケーションの現在」では次のようにある。

高度成長期以降の若者論は、既に述べた通り、一つの共通論調をもっている。それは、若者が相手と正面から対峙してコミュニケーションを行う・対人関係をもつことを嫌う・恐れる・苦手とするようになってきている、というものだ。例えば、どんな局面でも当事者ならず第三者でいることを望む≪モラトリアム人間≫（小此木[1978]）、競争原理を忌避する≪やさしさ≫指向（栗原[1981]）、対人関係に適応過剰、不能を示す≪コミュニケーション不全症候群≫（中島[1991]）、他人と一線を引いて衝突を避ける≪マサツ回避の世代≫（千石[1994]）、お互いを傷つけないことに過敏な≪やさしさの精神病理≫（大平[1995]）、等々。こういった若者像の最もネガティブな極にあるのが、「人間本来のコミュニケーションが苦手で、自分

の世界にとじこもりやす」(1) とされるいわゆるオタクであるわけだ。このオタク的若者像は 89 年に連続幼女誘拐殺人犯として逮捕された「オタク青年」が大量のビデオテープを所蔵していたことから、稲村[1986]が≪機械類親和性対人困難症≫と呼んでいた若者像とも結びつけられ、メディア・情報環境の発達との関連で盛んに語られるようになった。(51)

注（1）は新井克弥「情報化と若者と描かれ方」ことだ。オタクを扱う場合に若者論の中のひとつとしてオタクが捉えられることは珍しいことではない。

### (13) 岡田斗司夫『オタク学入門』(1996)

岡田斗司夫は 1996 年～1997 年にかけて東京大学教養学部で「オタク文化論」を担当してことで知られるが、『オタク学入門』（太田出版、1996 年 5 月）はまさに最中に出版されたものだ。その内容は以下の通りである。

オタクの正体
1　オタク進化論
2　オタクの記憶バンク
3　オタクが情報資本主義社会をリードする
オタクの世界性
1　世界のオタクを探せ！
2　パクリを探せ！
オタクの３つの眼
1　『ブレードランナー』をオタクと見る
「粋」の眼
1　「見立て」と特撮
2　世界と趣向
3　美少女キャラの文脈
「匠」の眼

1　巨匠・宮崎駿の技
2　天才・キューブリックの根性ＳＦＸ
3　オタク監督・ルーカス、スピルバーグのこだわり
4　ストップウォッチのシナリオ学
「通」の眼
1　少年マンガ国盗物語
2　閑話休題ガレージキット
3　手塚治虫 vs 宮崎駿
オタク文化論
1　サブカルチャーとオタク文化
2　オタクは日本文化の正統継承者である
おわりに

この中でまず最初に驚かされたことはこの当時「オタク」はNHKの放送問題用語であったということだ。また「オタク」の語源については、スタジオぬえ、そして、そこで制作されたアニメ『超時空要塞マクロス』(1982) の第３話、第４話にヒロイン・ミンメイと主人公・輝（ヒカル）との会話で「おたく」と呼び合うシーンがあると言う。(52) こうした現象を指摘したのが中森明夫「『おたく』の研究　街には『おたく』がいっぱい」(1983) である。岡田はここでオタクの定義として「進化した視覚を持つ人間である」(53) としてまず取り上げた。岡田はビデオとアニメ雑誌がオタクを「近代オタク」へと進化させたと指摘している。(54)

さらに岡田は早くからこのオタク文化の可能性について次のように言及していた。

日本人は、日本発のものは世界に評価されるはずはないと思っている。桂離宮から浮世松まで、外国人が評価したものだけを日本文化と称してきたが、それは違うのではないか。

漫画こそ、日本が世界に誇りうる独自の文化で、これからもっと世界に浸透していくだろう。マルチメディア時代になれば、コンピューターソフ

トと結びついておもしろい社会をつくると思う。世界に広がる漫画が、管理教育、官僚文化に風穴を開けてほしいものだ。

インターネットの他、ますます複雑・高度化する情報ネットワーク網の中で作品を作り続け、ヒットさせる実力を持つ者はオタク・クリエイターしかいない。

現に、日本のアニメーターたちは日本よりもアメリカ等海外での評価が高い。本当の国際競争力を持つクリエイターとは、オタクの中からしか生まれないのだ。(55)

岡田はヨーロッパのメインカルチャーに対してカウンターカルチャーを提示し、これがアメリカではサブカルチャーに変化していったことを主張している。メインカルチャーとは階級社会におけるおとなの文化である。日本のオタク文化はこども文化から派生してものであり、ヨーロッパの文化の主流とは異なるものだ。

ちなみに東大の講義担当が終了した1997年9月には『東大オタク学講座』(講談社) を発表している。参考までに内容も紹介しておきたい。

目次
オリエンテーション
光のオタク編
第1講　ゲームクリエイターのアノマリー分析
ゲーム概論
第2講　日本アニメの思想と根性と美学
アニメ概論
第3講　エフェクトアニメ進化論
アニメ各論　ゲスト：ロト
第4講　あくなきオタクなまんが読みになる方法
まんが概論
第5講　民主主義的に正しいスーパーヒーロー
まんがとアメコミ　ゲスト：フレデリック・ショット

第６講　まちがいだらけの現代科学
　オカルト概論
第７講　妄想戦士たちの栄光と影
　オカルト各論　ゲスト：皆神龍太郎　志水一夫
　闇のオタク編
第８講　現代アートの超論理
　ゲスト：村上隆
第９講　ゴミ漁り想像力補完計画
　ゲスト：村崎百郎
第 10 講　終わりなき「やおい」の野望
　ゲスト：青木光恵
第 11 講　日本核武装論
　ゲスト：兵頭二十八
第 12 講　愛と誠の変態講座
　ゲスト：唐沢俊一
第 13 講　敗れざる『ゴーマニズム宣言』
　ゲスト：小林よしのり
レポートチェック
おわりに

これ以外のものについても「ライブラリー OTAKING SPACEPORT TOSHIO OKADA ON THE WEB」として出版物やこれに伴う目次やその内容が公開されている。(56)

### (14) Mark Schilling. *The Encyclopedia of Japanese Pop Culture* (1997)

Mark Schilling. *The Encyclopedia of Japanese Pop Culture* (Boston: Weatherhill, 1997)では特に外国のオタクを意識して次のように述べている。

*Otaku*.　It is tempting to tranlste otaku as “nerd,” but though both

are often thought of, humorously, as socially inept loners, *otaku* are also fanatically knowledgeable in one abstruse field, be it GOZILLA movies or the history of sumo wrestling. *Otaku* got their name from their habit of addressing others as *otaku*, a form of the second-person singular and plural that is polite, impersonal, and, in certain social contexts, bizarrely off-putting, like calling a classmate "sir." Foreign fans of Japanese *manga* and animation wh can recite HAYAO MIYAZAKI's entire filmography proudly refer to themselves as *otaku*, though in Japan it is a label that also carries implications of serious strangeness.（57）

オタクについては日本では"serious strangeness"であるのに対して、海外では"proudly"とあるのが対照的である。

### （15）岡田斗司夫「新『オタク文化』講座」（1997）

岡田斗司夫「新『オタク文化』講座」は清水均編『現代用語の基礎知識1997』（自由国民社、1997年1月）に掲載されたものである。おもな内容は以下の通りである。

オタクの語源
オタクの現状
海外に広がるオタク文化
立派なオタクのあり方
粋の目・匠の目・通の目
オタク文化の領域

まず、「オタクの語源」として次のように述べている。

「オタク」という言葉は、もともとSFファン同士がイベントで集まる

場などで使われる二人称として発生した。というのも、そういったSFのイベントでは、それぞれの人は単なる個人としてではなく、各人の所属するサークルを代表する人間、というとらえ方をしていたからだ。そのため「オタクのサークルでは」「オタクのグループでは」という意味での「オタクは」という呼び方が好まれた。この言い回しは、SFファンの間で爆発的に流行し、1982年のTVアニメ『超時空要塞マクロス』で、登場人物達が使うことによってアニメファンも一気に広まった。(58)

「立派なオタクのあり方」では旧世代オタクと新生代オタクを比較して、以下のように述べている。

アニメ・マンガにしか興味がない「旧世代オタク」と、現代の進化した「新生代オタク」を分ける要素はいくつかある。まず、単に好きなアニメ・マンガを見て終わってしまってはいけない。

たとえば、『スターウォーズ』というSFX映画が好きで、ビデオを毎週見返している。これは単なる「ファン」としての行為。

これが旧世代オタクになると、過去のTV放映版を全てコレクションしたり、未発表音楽CDを買ったり、映画雑誌のスターウォーズ関連記事を丸暗記したり、関連商品を買い占めたりする。

しかし新世代オタクは、これだけでは満足しない。スターウォーズを類似作品、たとえば『バトルスター・ギャラクティカ』や『エイリアン』と比較し始めたり、スタッフクレジットをチェックしたりと、対象を「研究」しはじめる。今までの見て楽しむだけ、コレクションするだけの旧姓世代オタクとの違いはここにある。

常に探求心と向上心を持って、より広いジャンルに興味を持ち、知識を吸収しようとすること。そうやって、吸収した知識や作品によって磨かれた感性を、自分なりに整理し、言葉にし、発表すること。オタクとは、自分なりの作品の見方を持つ優れた批評家のことである。(59)

最後に「オタク文化の領域」ではいわゆるメディアメックスについて触れて

いる。

オタク文化は、大きく分けて3つのメディアを中心に成り立っている。

1つ目は「Visual」。アニメやSF映画、特撮といった映像メディアである。2つ目「Publishing」。マンガ、SF小説、ファンタジー小説等のジャンルを中心とした出版メディアである。広い目で見れば、コミケなどの同人誌即売会もこの範囲に含まれる。3つ目は「Digital」。アーケードゲーム、家庭用コンピュータゲーム、パソコン通信、インターネット及び、パソコンそのものの環境も含めたデジタル・メディアである。

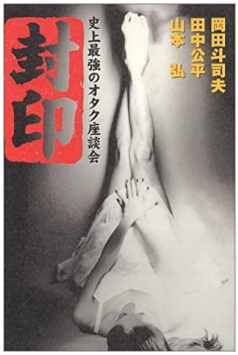
以上「Visual」「Publishing」「Digita」という3つのメディアが中心ではあるが、その周辺にはガレージキット、コスプレ、アニソン（アニメの主題歌）カラオケなど、幅広いメディアが存在している。オタク、というのはこれらのうち何か一つを趣味にしている人々を意味するのではない。これらのジャンルを包括した、共通の文化系に生きる種族なのだ。従って、アニメ・ファンはオタクであって、鉄道ファンはオタクではない、という安易な判断をするべきではない。オタク的な態度というのはこれらジャンルの壁を越えて、常に広く深く観察研究しようとする態度であり、そのような人こそ、「現代的なオタク」と呼ばれるべき人々である。(60)

### (16) 岡田斗司夫・山本弘・田中公平『封印』(1997)

岡田斗司夫・山本弘・田中公平『史上最強のオタク座談会　封印』（音楽専科社、1997年4月）は「史上最強のオタク座談会」シリーズの第1作目である。そのおもな内容は以下の通りである。座談会は内容を細かく紹介しにくていため、下位項目も併せて紹介する。

【はじめに】
【宇宙戦艦ヤマト徹底大研究】
今だから話せる恥ずかしいヤマト
『スター・ウォーズ』はヤマトのパクリか！？

さいとうたかを版『宇宙戦艦ヤマト』
『ヤマト』より 14 万 8000 光年離れたお話
日本製アニメと特撮の海外での評価は？




【岡田斗司夫の部屋】
【起動戦士ガンダム徹底大研究】
ガンダム・プラモに燃えた時代
統一教会とゾンダリアンの関係！？
使用セル枚数はビデオで確認できる！
ヘンはヤツではないといい作品は作れない
【田中公平の部屋】
【宮崎アニメ徹底大研究】
生きているアニメ史、宮崎駿のかかわった作品
『魔女の宅急便』の舞台は、会津若松か！？
『カリオストロ』のクラリスは本当に美少女か？
宮崎アニメの最高峰は、『死の翼アルバトロス』
アニメ・テーマパーク『ミヤザキランド』？
宮崎駿はアニメ界の学級委員
【山本弘の部屋】
【付録ノストラダムス大いに笑う】
日本中に『ノストラダムス熱を』広めた五島勉とは何者？
世界の破滅は一括 50 万円から月々10 万円で救われる！？
【あとがき】
最後まで読んでしまったあなたへ

対談集は通常の研究書で知ることのできない業界内外の話が収められていることが多い。対談者 3 名は 1954 年～1958 年生まれである。筆者は 1960 年生まれであるため、恐らく見ていたテレビアニメはほぼ同じであろう。筆者が気になったところを少し取り上げておくことにする。

【宇宙戦艦ヤマト徹底大研究】では次のような内容がある。

山本　昔ね、自分が書いた日記が出てきたわけ、70 年代の。
田中　それ恥ずかしいっ！
山本　『さらば宇宙戦艦ヤマト』見た感想が書いてあるの（笑）。
全員　（爆笑）
山本　それ、早々に処分しちゃいました。
田中　え、処分したの？もったいない！出版すればいいのに（笑）。
岡田　俺はね、テレビ版の『ヤマト』を見て、決意とかが書いてあるんですよ（笑）。
山本　あはははは！どんな決意？「こんなアニメを作りたい」って？
岡田　いやいや、そうじゃくなくてもっと本気な事ですよ。だから、『ヤマト』をアニメとして見てないんですよ。
田中　あ、「人間とはこういきなきゃいけない」と。すごいねえ。
岡田　事実として受け取ってるんです。だから、俺の家からイスカンダルまでの地図が書いてあるもん（笑）。
全員　（爆笑）
岡田　これを言うだけで、もう俺死にたい気分（笑）。
山本　すごいスケール！
田中　ただ、イスカンダルまで 25 話かかえって、1 回で帰ってきたからね。あれはすごいね。ワープかな？
岡田　いやいや、打ち切りですよ。ワープよりすごい（笑）。(61)

『宇宙戦艦ヤマト』は『スター・ウォーズ』よりも前にテレビアニメ化されていたことを考えると、この SF 宇宙ファンタジ―はかなり奥深いことになる。

【岡田斗司夫の部屋】では標題通り岡田斗司夫の部屋が、写真入りで紹介されている。その後他の対談者の部屋の紹介も写真があるが、雑誌や本を中心にした部屋、機械親話性のごとく AV 機器が中心の部屋とそれぞれ大きな特徴がある。

【宮崎アニメ徹底大研究】では宮崎の本領が発揮された作品はなにかが話題となっている。

岡田　ま、でも一番最初「宮崎駿ここにあり！」というふうになったのは、『長靴をはいた猫』？
田中　『長靴』かな。
岡田　と、あと『空とぶゆうれい船』。
山本　え、『長靴をはいた猫』かな。
岡田　とんでもないですよ、これ。『長靴をはいた猫』と『空とぶゆうれい船』って、1年しか空いてない！このころの人は働くなぁ～。(62)

対談では現場での話、あるいはオタク同志のかなり濃密内容となる。項目に関心がある場合には一読をお勧めする。

### (17) 加藤晴明「メディア文化と情報接触」(1997)

加藤晴明「メディア文化と情報接触」（橋本和孝・大澤善信編『現代社会文化論』東信堂、1997年6月）の中でオタクに触れている部分があるため、その部分を紹介しておきたい。

さて、＜カプセル人間＞としての提起された情報環境と意味作用を営む人間像は、80年代には、①より一層の自我（自己の歴史意識・信念体系へのこだわり）の消失と②消費行動の自己目的化を促進することになった（中野収、1996、69～70頁）。80年代中盤に咲き誇った若者文化言説は、その後に2つの若者像を産み落とした。ひとつは、＜カプセル人間＞をとりわけ若者論に特化させて、「創造的受け手」（稲増龍夫）としての新人類・情報新人類論である。他方はオタク論である。

オタクは、お互いに「オタク」と呼び合う同人誌的なマニアックな少年であり、「カタツムリの殻のなかから他のカタツムリに呼びかける二人称」や「殻の固くなりそこなったカニ」といった定義が与えられる（中島梓、1991、39頁）。

両者は、情報との接触を中心に据えて、フィジカル（物質性・身体性）

の要素を彼が勝ちがあると思う情報に従属させることで自分なりの世界と行為の世界を構成してきている点に共通性がある。疑似現実、あるいは記号・情報・仮想現実への敏感さ、あるいは隷属が特徴といえよう。(63)

（中野収、1996、69～70 頁）は中野収「若者像の変遷」（森岡清美他『ライフコースの社会学』岩波講座現代社会学第 9 巻、岩波書店、1996 年 3 月）、（中島梓、1991、39 頁）は中島梓『コミュニケーション不全症候群』（筑摩書房、1991 月 8 月）のことである。

### (18) おたっきい佐々木『フッ完全おたくマニュアル』(1997)

おたっきい佐々木『フッ完全おたくマニュアル』（ワニブックス、1997 年 8 月）のおもな内容は以下の通りである。

本書をお読みになるときは次の点にご注意ください。
Level 1　アニメ
　アニメはオタクへの入り口
Level 2　コミック
　コミックはオタクの骨格を作る
Level 3　ゲーム
　ゲームはオタクのスキルを伸ばす
Level 4　声優
　声優はオタクの耳を鍛える
Level 5　イベント
　イベントで体験するオタクワールド

「アニメ」「ゲーム」「コミック」（マンガ）「イベント」が取り上げられることはよくあるが、この 1997 年の段階で「声優」を独立して章を設けているのはひとつの特徴だろう。

「本書をお読みになるときは次の点にご注意ください。」はいわゆる「オタ

ク」の定義、気質が 5 点にまとめられているので紹介しておきたい。

① オタクとは、好きなものを限りなく追求する「愛」のかたちです。
しかし、この「ウィルス」は周囲の人に伝染し、なおかつ急激に症状を進行させる恐れがあります。
② オタクという「生き方」は、新たなる人間関係をどんどん増殖させますが、その一方で何か大切なものを失う危険性もあります。
③ オタクという「道楽」には、お金と時間、グッズを保管するためのスペースなどが欠かせません。
生活に最低限必要なものまでつぎ込まないようにしましょう。
④ 本書によって、心臓の動悸、耳鳴り、精神の高揚、めまい、息苦しさなどを感じた場合には、完全に素質が認められますので、自分の好きな道に邁進して下さい。
⑤ あなたの健康を損なうおそれがありますので、くれぐれも過剰な思い入れには注意しましょう。
あくまでもマナーをまもりましょう。(64)

以降は各 Level で気になる所を紹介しておきたい。文章は口語体ないし対談形式になっていることをお断りしておきたい。著者自身が「オレ」として自分を全面に出していることも大きな特徴である。

「Level 1　アニメ」ではまず「設定」へのこだわりが書かれている。

オレは設定マニアだから、新しいアニメを見るとき、ふたつの点に注意する。ひとつは時代や場面、キャラクターなど「どういう設定をいるのか？」ということで、もうひとつは「その設定をどうやって説明していくか？」だ。

まず設定の内容については、これは徹底的に凝っていないといやだ。どういう時代に、どういう理由で、どんなことをするのか、反論の余地もないほどがんじがらめの設定をしてくれないとオタクは満足できない。もちろんそこでは考証がきっちりとできているのは言うまでもない。(65)

これはよく言われるところだが、『機動戦士ガンダム』や『新世紀エヴァンゲリオン』の人気を支えているものにこの設定があることをよく知られている。また、設定と言えば、ストーリーだけでなく、キャラクターも重要だ。

綾波レイ。今、この名前を読んだだけで、胸がキュンとなるファンも多いはずだ。

エヴァの登場人物のなかで、彼女は明らかに男性の心をとらえるために設定されたキャラクターといえる。

ビジュアル的に見ても、最近のアニメではあまり見かけなかったシャギー系のヘアスタイルといい、クールで端正な顔立ちといい、文句のつけようがない。さらに庵野さんたちがあざとかったのは、初登場のシーンでいきなり包帯グルグルにさせ、苦しげな表情を延々と流したことだ。

それでも出動となれば「命令だから・・・」とポツリといい捨てて職務に向かう。このシーンを見て、「レイちゃん、僕が守ってあげるからね」と思わない男がいるだろうか！

しかも勘定の起伏に乏しい彼女の性格は、見る人ごとに「自分だけの綾波レイ像」を妄想しやすいという強力な一面をもっている。まさに「モノゴトの行間を読むオタクにとって、つけ入るスキをめいっぱいもったキャラ」といえるだろう。(66)

やや脳内恋愛に陥った電波男的な内容だ。キャラクターの設定には相反する相手の設定も重要だ。

アスカのほうは、陰の綾波レイに対して陽のキャラだ。従順なレイと、あらゆることに反発するアスカ、実に見事なキャラクター設定といえるだろう。(67)

「おたたさ、思い出のテレビアニメ」ではたくさんのアニメが掲載されているがここでは4つを紹介しておきたい。

●『宇宙戦艦　ヤマト』(74・10～75・3)

今でこそ古典的名作と呼ばれる「ヤマト」だが、放映当時は裏に『アルプスの少女ハイジ』、『猿の軍団』という人気番組があったため、あっさり半年で打ち切りになってしまったことは有名。オレもそのころは、子供心に「何が愛だよ」と反発を感じ、あまり好きではなかった。しかし、宇宙戦艦となったヤマトの透視図をじっくりチェックしてその仕組みを研究したり、波動砲の効果的な使用法についてみんなで熱く語りあったりと、松本メカの魅力を感じていたのもたしかだ。(68)

筆者は『宇宙戦艦　ヤマト』は欠かさず見ていた。昔から SF 好きもあり、『海底 2 万マイル』のノーチラス号、押川春浪『海底軍艦』の電光艇もそうであるが、潜水艦というのに興味があった。ヤマトの場合には宇宙戦艦として瓦礫から蘇り、宇宙へ発進したあのシーンは感動的であった。アナライザー、波動砲、ワープなどそのネーミングも光っていた。

●『うる星やつら』(81・10～86・3)

やはりジャパニメーションの究極であること作品については、劇場版（2 作目の『ビューティフル・ドリーマー』がイチオシ）も含め、ひと通り見ておくのがオタクの基本だろう。学園、ラブコメ、SF、ギャグ、シリアス、美少女、そしてちょっと H（特に女の子キャラの服装はかなり H だ）と、日本のアニメに出てくる要素をすべて網羅しながら、それでいて独自の世界観を打ち出し、ストーリー的にも無理がないという、考えてみれば恐ろしい作品である。(69)

●『キャプテン翼』(83・10～86・3)

一部やおい系オタクから熱狂的に支持され、オモチャにされまくった作品だが、スポ根ものの伝統をしっかり守ったハッタリアニメ的要素も見逃せない。だいたいサッカーグラウンドで地平線が見えたり、20 分も走っているのに相手ゴールに着かないとか、追求していくとキリがない。また、翼がボールをドリブルすると次々と敵が襲ってくるのだが、その人数が異常に多く

（どう考えても 11 人以上いる）、「あれは相手チームだけでなく味方もまざっているのではないか？」とウワサされた。このアニメを見てサッカー選手になった人も多いはず。日本サッカーのパス技術がなかなか向上せず、ついついドリブルでぬけようとしてしまうのは「キャプつば」のせいかもしれません。(70)

『キャプテン翼』のマンガが日本の PKO 活動の車両にラッピングされている様子が外務省のホームページに掲載されているのも大きな特徴だ。外務省ＨＰに掲載されている在サマーワ外務省事務所・江端康行「在サマーワ連絡事務所より　サマーワ「キャプテン翼」大作戦ー給水車が配る夢と希望ーその 2」（2004 年 12 月）(71) でもその様子を伺うことができる。中東ではサッカーはさかんで、『キャプテン翼』のアニメこうした中東にも既に浸透しているのだ。

最後にもう一つ紹介しておきたい。

●『聖闘士　星矢』（86・10～89・4）

「昔の敵は今日の友」という基本をきっちりおさえた軍団モノ。やおい系ではいまだ燦然と輝くブランドである。(72)

シリーズ化され、ミュージカルにもなった。イケメンや美形男子の登場や男同士の友情など『キャプテン翼』と相通ずるものがある。

佐藤徹とオタッキー佐々木との対談で「作品の送り手になることでプロ意識がまれる」に注目しておきたい。アマチュアとしてのオタク、しかしそれが発展し、職業となり、プロになることがある。

佐々木　よく、アニメ会社は 3 カ月がひとつの壁だっていうけど。
佐　藤　とりあえず、作品１本分、やりきることができれば、第１段階は合格でしょう。それができずに消えていく人は多いから。
佐々木　初めて自分の参加したアニメが放送されるとうれしいでしょ。
佐　藤　うん、うん。ファンとかの反応があると、彼らの心をわしづかみで

きたんだって感動するね。この世界で生きていこうと思う瞬間かもしれない。もっとも同時に、作品が視聴者にあたえる影響とかもわかってくるから、ヘタなことはできないなあって思う。このあたりからプロ意識が生まれてくるんじゃないかな。

佐々木　作品の受け手から送り手になって、意識が変わっていくる。

佐　藤　だから逆に、ファンのレベルアップしていってほしいと思うんだよ。そして送り手が拮抗するなかで、いい作品は生まれていくものだ。だからオレは、自分の作品に批判の手紙が来ても、必ず読むようにしているからね。

佐々木　オタクが作品の受け手としてレベルアップしていくと、その段階で、送り手になりたいとか、自分の好きな世界で食っていければいいなあとか、プロへの道を目指す人が出てくると思うんだけど、アニメ会社に入るってのはひとつの道だよね。(73)

「Level 2 コミック」の「3　特別オタク講座『美少女系コミックの歴史』」では美少女系のコミックの原点について述べている。

美少女系コミックは、もともとエロ劇画というジャンルから派生してきた。雑誌名でいえば「エロトピア」などがその代表だ。(74)

『エロトピア』は正確には『漫画ベストセラー』として 1973 年に創刊され、第 1 巻第 11 号からは『漫画エロトピア』と誌名変更した。最初の官能劇画誌とも言われる。

「Level 3　ゲーム」ではアーケードゲームでのゲーマのひとつの特徴が紹介されている。

あるいは、「見せゲー」といって自分のうまさをまわりに誇示することで満足感を得ようとするゲーマーも大勢いた。こういう達人は、わざと途中でジュースを飲んでくつろいだり、いかにもめんどくさそうにマシンを操作する。ところが、画面をちょっと見ると、ものすごい速さで敵をやっつけてい

たりするから、オレは「上には上がいるんだ」って感動した覚えがある。(75)

ファミコンではなくアーケードゲームに興ずる人はゲームを個人として楽しむ以上にゲームセンターなどで見られることが前提である。

ゲームの流れとしてはアーケイドゲームからファミコン、すなわち、コンシューマーゲームへのと移行していくことになる。もちろん、アーケドゲームは廃れずに残っているが、コンシューマーゲームの多様化が現在は進んでいる。

そんなゲーセン派のオレのところにも、コンシューマーゲームの波は確実にやってきた。たしかに大学受験を終えた日だ、オレは自分へのごほうびのつもりでメガドラを買った。

どうしてファミコンじゃなくてメガドラだったかって？まあ一言で申しますと、やっぱりソニックはかっこよかったからだ。そりゃあ、マリオよりソニックのほうがビジュアル的には、全然、上でしょ。オレには自分なりの美学があって、「かっこいいことしかない」。「かっこいいものがえらい」ってのがある。いわゆる「オレ的」は価値基準なんだけどね。(76)

ファミリーコンピュータは任天堂が 1983 年 7 月 15 日に発売した家庭用ゲーム機、メガドライブ は、セガ・エンタープライゼスが 1988 年 10 月 29 日に日本で発売した家庭用ゲーム機である。

「Level 4　声優」は本書の大きな特徴の一つと考えられる。現在では声優が独立してコンサートなどが開かれるなど声優の地位が高くなっているが、1997 年頃としてはまさにオタクだからこそ注目した項目とも言えるだろう。

オレにとって、いちばん思い入れの強い声優さんといえば、まずあげなくてはいけないのが、島津冴子さんだ。オタクなら、『うる星やつら』の三宅しのぶ、『さすがの猿飛』の霧賀魔子の声をやっている人といえば、すぐにわかるだろう。不幸にも、まだ知らない人は「平成教育委員会の質問の声の人」という程度の知識はせめて身につけてほしい。(77)

メディアが発達すると声の職業が新たに注目されるようになった。声優だけでなく、アナウンサー、俳優もこれに加わることになる。アニメが増えれば、こうした声の供給も重要だ。最近ではアニメとは別に公共交通機関のアナウンス、家電やさまざまな機械も話すようになった。デジタルによる音声ではなく、人間の声が心地よさを与えている。

「Level 5　イベント」では当然コミケが取り上げられている。

> オタク系のイベントといえば、まず語らなければならいのはコミケだろう。(78)

次のようなオタクの法則も興味深いところだ。

> オタクの第1法則によれば、「クラスに40人いれば最低ひとりはオタクである」といわれているが、中2になってクラス替えがあったとき、オレはそのことを身にして感じた。同じクラスになった友人のひとりに、「僕も去年、初めてコミケに行った」というやつがいたのだ。そしてそこに他のオタク友だちも加わり、交流はどんどん広がった。
>
> オタクの第2法則では、「オタクは人数が増えるほど、その乗数に比例して内容が濃くなる」と定義している。つまり2人なら2×2＝4倍、3人なら3×3=9で9倍、行動はエスカレートしてく。(79)

最後にオタッキ―佐々木はアキバからニューオタクスポットとして渋谷を紹介している。

> 日本初のコスプレ専門店で女の子モノをチェック！
> 雨があがり道が空いてきたせいか、案外早く渋谷に。「うーん、渋滞していたほうがもっとゆっくりマンガ読めたのに」と不満をもらす。渋谷の人の波を縫うように道玄坂を歩く。「コスパショップ」に突入。(80)

もともとはブロッコリー主催のコスプレダンスパーティー「コスパ」の企画・プロデュースを行っていた松永芳幸らによって、1995 年 5 月に株式会社コスチュームパラダイスとして創業したもので、1998 年 2 月に株式会社コスパに改名。コスパショップは 2011 年 2 月 10 日よりは【COSPA Traveling depot（トラベリング デポ） in パルコ渋谷店】になった。

コスプレメイド喫茶「CURE MAID CAFE'」（2001 年 3 月）の運営にもかかわっている。コミケだけでなく、このコスプレがひとつのジャンルにまで発展している。

### （19）間庭充『若者犯罪の社会文化史』（1997）

間庭充『若者犯罪の社会文化史』（有斐閣、1997 年 8 月）の大きな構成は以下の通りである。

第１部　変容する若者の犯罪をどうとらえるか
第２部　戦後の解放と漂流
第３部　現代の閉塞と虚構

オタク又はオタク文化との関係を見ると、「第３部　現代の閉塞と虚構」に注目しておきたい。

１章　管理社会の復讐する青少年の自爆的犯罪
２章　イメージに生きる青少年のゲーム型犯罪―虚構と現実の間
３章　オウム教団に見るオタク青少年の生と病理

「１章　管理社会の復讐する青少年の自爆的犯罪」「２章　イメージに生きる青少年のゲーム型犯罪―虚構と現実の間」ではコンピュータ、ゲームが着目されている。

とくに生の現象（生活）からかけ離れ、コンピュータ機器に熱中する青少

年の場合、もはや虚構でしかない情報（記号）がそのまま現実としてのリアリティをもち、そこに醸成される抑圧は自らをも巻き込んだいわば閉塞的（あるいは自閉的）抑圧とならざるをえない。そこから脱却するために、しばしば自傷的ないし自爆的攻撃が要求される。決して単純に外部の〝敵〟を攻撃すれば済むというものではない。(81)

「３章　オウム教団に見るオタク青少年の生と病理」の下位項目は次の通りである。

はじめに―事実経過とアプローチ
１　「先が見えてしまった」生きる世界の閉塞性
２　犯罪主体としての教団の組織構造―連合赤軍との異同性
３　SF 幻想と情報戦―オタク人間のゲーム型犯罪
４　教祖の挫折と怨恨のエネルギー―復讐の共有

ここでは直接、オウム教団及びこの教団の引き起こしたサリン事件がオタク、あるいはオタク文化と直接結び付くものではないが、これと結びつけての論述があるため、ここでも取り上げた。

「２　犯罪主体としての教団の組織構造―連合赤軍との異同性」での「共同体的視点から見ると」では次のような記述がある。

かつて私は共同体を時代の推移に従って、四類型に分け、それぞれの特質を分析したことがある（ここでは共同態という言葉を用いたが、ここでは両者の厳密な違いをもち出す必要もないので、使い習わされた表現で代弁でする）。ごく簡単にいうと、個が未分化で集団の中に埋没している「埋没型」、個が集団と一体化（相互に融解しながらその力によってそこから主体性を引き出す「一体型」、個がそれぞれエゴを貫きながら自分のトクになるかかぎりで共同関係を装う「集列型」、個が相互に異質化しつつも集団と調和する過程で主体性をいっそう増幅してゆくような「媒介型」の四つである。前二者は前近代社会に多く、後二者は近代（現代）社会に多い。

今日は社会の急速な近代化によって伝統的な文化や地域社会が解体化し、「埋没型」や「一体型」などのいわゆる実体的な共同体は崩壊してしまった。その結果、善し悪しは別として個人は、規範と関係性の定点を失って孤独な漂流を強いられている。そこに、容易に実現しない未来の理想的な媒介型共同体の間隔を埋めるべく、疑似的な集列型共同体がはびこることになる。

しかしオウム教団の組織（オウム国家）は、すでに見たように個の組織との一体性、メンバーの厳しい階級（序列）性、支配者への絶対服従などにおいて、近代の集列型どころか前近代の埋没型共同体に逆戻りしているといってよい。もちろん重要なことは、それが生の現実に根づいて昔のままの共同体ではなく、アニメやSFというまったくの虚構によって生命を吹き込まれているために、人殺しをすばらしい「救済」とみるような、現実の共同体が決してなしえない残虐な倒錯行為も平気で行ったのである。(82)

「3　SF幻想と情報戦―オタク人間のゲーム型犯罪」では「オタクと科学の限界」という項目があり、そこでは以下のような記述がある。

では、なぜ彼らはこうした絵空事とした思えないシナリオを〝真面目〟に実践できたのであろうか。それは、一つには彼らの組織がSFオタクともいうべき自閉的世界と連続したことだろう。幹部の多くは理科系の偏差値エリートであり、すでに述べたように自分こそ「科学の限界が分かり」「先が見えてしまたった」と普通の人間の入り込めない科学（実は先端技術）で武装したSFの世界でしか自らの理想世界（プライド）を維持・謳歌する場ばなかったのではなかろうか。大げさな武装と実践（攻撃化）もこのことと無関係ではなかろう。

また、このようなSFオタクのシナリオが現実社会に投影されて一定の社会的影響力を指摘したが、その特殊な展開への応用といってよい。(383)

若者犯罪が必ずしもオタクやオタク文化が原因ではないことは言うまでもないことだ。また、「オタク」「オタク文化」といった言葉が用いられていても、純粋なオタク論、オタク文化論ではない場合もある。こうした論調の物もある

一例として取り上げたみた。

### (20) 岡田斗司夫編『国際おたく大学』(1998)

岡田斗司夫編『国際おたく大学』(光文社、1998年7月)はインターネット上に創設された国際オタク大学の報告書にあたる。その内容は次の通りである。

岡田斗司夫　開講の辞
唐沢俊一　　本年度集中講義【エヴァ現象】「サブカルのパンドラの箱～伊藤(バカ)くん問題」
渡辺由美子　本年度集中講義【おたくのセクシュアリティー】「ショタの研究」
鶴岡法斎　　本年度集中講義【おたくのセクシュアリティ２】「コスプレメクラ、おたく風俗」
永川竜介　　第１講【アニメ論】「アニメ新世紀、終焉と再生」
阿部広樹(ABC)　第２講【ゲーム論】「セガはギャルゲーと、どこへ行くのか」
あさのまさひこ＋秋山徹郎　　第３講【フィギュア論】「美少女フィギュア黎明期」「少女フィギュアクロニクル～誕生と発展の『文脈的年代記』」[年表作成]あさのまさひこ
ドリー・蛇臼　　第４講【特撮映画】「国内特撮の現状とハリウッド映画CG革命後の動向」
佐藤良平　　第５講【LD・DVD論】「大転換迫るヴィデオディスク市場」
梅宮蛍太　　第６講【声優論】「90年代声優バブル期における声優ファンの実態と望まれる声優像」
大森望　　第７講【カラオケ論】「アニメソングをカラオケで歌う人々の歴史と現状」
西谷有人　　第８講【秋葉原観測】「家電街からオタクの聖地へ」

額田久徳　　第 9講【おもちゃ論】「『おもちゃバブル』の行方」
みのうらめ　　第10講【コスプレ史】「ふるさと求めて花いちもんめ」
小野あづさ　　第11講【プラモデル論】「海外スケール・モデラ―事情」
原えりすん　　第12講【情報戦術論】「1998年～1999年オタクトレンド予測」
大沢南　　特　講【少年マガジン研究】「アンケートによる部数日本一奪回の分析」
岩田次夫　　特　講【コミケット研究】「『場』としてのコミケット全体像を探る」
谷崎あきら　　特　講【ロボ学】「改訂版・巨大ロボットの歴史」
西谷有人　　特　講【児童文化戦史】「コロロVSボンボン、かく戦えり」
秋本祥一　　特　講【ゲーム制作研究】「幻となるはずだったゲーム『G-O-D』の研究」

本書はこれまであまり紹介されていない資料である。筆者もこれまで拙著『オタク文化論』(2012) 以来、オタクやオタク文化について注目してきたが、今回初めて取り上げた。1998年段階でオタクやオタク文化を全面的に取り上げた文献はそれほど多いわけではない。特に1冊の単行本としてまとめられたことの意義は大きい。おおよそオタクを取り巻く分野をすべて網羅しているだけでなく、「よおい」なども分野もセクシァリティとしてここでは「ショタ」が取り上げれるなど、「国際おたく大学」の名にふさわしい。特に「おたく」と書名にもなっている。他の事例を見ておきたい。

『おたくの本』(別冊宝島104号) (1989)
岡田斗司夫『オタク学入門』(1996)
おたっきい佐々木『フッ完全おたくマニュアル』(1997)

また、表現として「おたく」「オタク」があり、中森明夫や大塚英志は「おたく」、岡田は「オタク」派として知られているが、本書は岡田が単独で執筆しているものではないため、おそらく「おたく」の表現となっているのではないだろうか。岡田斗司夫編『国際おたく大学』(1998) ではオタクが好むジャンルがそのまま取り上げてられている点が大きな特徴だ。すべてを細かく取り上げることはできないが、以降は筆者が特に注目しておきたいものを取り上げた。

鶴岡法斎「本年度集中講義【おたくのセクシュアリティ２】『コスプレメクラ、おたく風俗』」はあまり耳にすることがなかったので、取り上げておきたい。

> コスプレメクラとは、『オタク』が『オタク』のまま通える風俗である。
>
> 一般的に風俗の遊びとは、非日常の世界である。そこにはふだんの仕事や人格はあまり介在しない。女の子が風俗嬢という仮面を被るように、客もまた風俗の客という仮面を被るのである。(84)

従って、そこで交わす会話は仕事の事など、本当のことなど話す必要はない。しかし、そこにいる風俗嬢がアニメ好きとなれば、一般の女性にはとても通用しない話もここではできることになる。また、それがこのコスプレイメクラの大きな特徴だ。今ならインターネットで「イメクラ・コスプレ」あるいは「イメクラ・コスプレ店一覧」などと検索すれば東京、池袋、関西、秋葉原をはじめ、多くのものがヒットする。

永川竜介「第１講【アニメ論】『アニメ新世紀、終焉と再生』」ではまず『セーラームーン』の持っていた意味合いが取り上げられている。

> 1997年3月。テレビで5年間も続いた『美少女戦士セーラームーン』シリーズが『同　セーラースターズ』で終了した。
>
> 「女の子の変身する戦隊もの」的な設定、おバカで明るいノリ、古典的記号的表現に彩られた安心感のある展開、複数のヒロインから好きのキャラを見つけられる品ぞろえ、間口の広さが、男女問わず同人誌おたく層に

も受けた作品だった。巨大ロボットがいなくても、ヒロインによる戦闘さえあればカタルシスの得られることが証明された。この1点をとっても90年代を代表する作品だった。

だが、5年の歳月は長く、視聴者の世代交代と飽きには勝てなかった。パワーアップを重ねるたびに新アイデアもルーチン化し、コスチュームは装飾過剰になる一方。「無印」や『R』ではうまく機能していたクライマックスの奇跡―倒れた仲間のコスモがみんな少しずつオラに元気をくれ的「少年ジャンプ＋東映動画」王道も、多用されるうちに意味が少しずつ見失われ、疲れるようにして幕を閉じたのは痛々しかった。

「セーラームーン」がスタートしたとき、主人公が変身して戦う女の子であることなど、「まるで『キューティーハニー』みたい」と話題になったが、後番組がリメイク版『キューティーハニーF』なのは出来すぎだ。(85)

次に『新世紀エヴァンゲリオン』(1995年10月4日～1996年3月27日）については世代的なものに言及して、次のように述べている。

「エヴァンゲリオン」の経済効果は400億円とも言われた。不景気な世相でひときわ耳目を集めたにもかかわらず、おたく的アプローチに関してあまり踏み込んで触られていない。つまり、庵野秀明監督自身がおたく的なものを出発点に置き、おたくが何に反応するかを熟知してエヴァを作ったからこそヒットしたこと、ニュース種になるのはテレビアニメ35年史とほぼ同い年のおたく世代が産業界、マスコミ界でリーダーシップを取る年代に成長しているのが原因であること。こういった構造に関してもっと議論になって良いでのはないか。(86)

筆者も1960年生まれであり、まさにオタク第1世代ということなる。テレビアニメを見て成長してきた。次に取り上げておきたのが『もののけ姫』である。

1997 年 7 月。宮崎駿監督が 2 年がかりで製作した劇場映画『もののけ姫』が公開された。

『もののけ姫』は『E.T.』を抜いて日本の映画史上最大の観客動員となた。(98 年 6 月で約 1300 万人‥‥本稿執筆中に『タイタニック』に抜かれた)。日本の人口比で 10 人に一人以上が見た計算になる。ここまでのヒットは誰もが予想しなかった。

テレビやレンタルビデオで宮崎アニメとスタジオジブリの作品が繰り返し視聴され、安心感のあるブランドになったことや、「宮崎監督引退」「最後の作品」という言説が流れたことも、要因だろう。しかし、それだけではこれだけの数の人が映画を見るモチベーションたり得ない。映画としての気持ちよさ、カタルシス的なものは、『風の谷のナウシカ』の方が圧倒的に上なのだから。個人的には不可解な現象だった。

やはり作品の中にある時代性が最大の要因なのだろうか。

『もののけ姫』におけるアシタカを取りまく状況は屈折し歪んでいる。その中でアシタカはナウシカほどには毅然とできず、状況に押し流されるように、一見すると矛盾したような行動を示す。対立する者同士も、本質的には悪などではありえないからだ。敵と味方の曖昧性が、主人公アシタカの立場と世界認識と行動規範をどんどん不確実なものにしていく。(87)

筆者が気になるのは「主人公アシタカ」である。『もののけ姫』はタイトルにあるもあるように、人物的にはサンを意味している。しかし、アシタカは最初から最後まで登場し続ける。『もののけ姫』全体を引っ張っているのはアシタカである。

商業アニメについて次のように述べている。

『エヴァンゲリオン』『もののけ姫』のヒットでアニメ市場は活性化された。

アニメ製作会社、ビデオ・音楽・出版業界も、権利を取得配分できる作品を積極的に共同製作するようになった。結果として、深夜枠のテレビアニメが急増する現象が発生した。

商業アニメはスポンサーの支持がなければ製作は不可能だ。テレビアニメ創世記には、食品や製作会社がスポンサーとしてアニメ製作を支えた。ロボットアニメが流行する 70 年代中盤からは、合体変形オモチャやプラモデルを売る玩具会社が製作資金を供給した。

ビデオ専用アニメの登場以来、作品そのものが商品という考え方に進化した。放送形態も、デジタル化をふまえて多チャンネル化が進み、コンテンツ不足は深刻なものになりつつある。(88)

アニメについて最後に『ポケットモンスター』への記述を紹介しておきたい。

1997 年最大のヒットキャラクターは、「ポケモン」に登場する「ピカチュウ」。

任天堂ゲームボーイ『ポケットモンスター』の液晶で描かれたモンスターの一匹だ。書店に液晶で描かれたモンスターの一匹だ。書店に並ぶ、小学館の学年誌の表紙すべてがピカチュウになったときには唖然とした。キャラクターの愛くるしさ、それだけを手がかかりに、小学生のアイドルになったという現象が面白い。

いまは少子化が進み、集合住宅でペットも飼えない。兄弟のように、友達のように心を通わせられるピカチュウは、時代のツボにピッタリとハマったわけだ。いたるところにピカチュウ商品があふれた。(89)

オタク論の中でもフィギュア論を展開しているものは決して多くはない。ここではあさのまさひこ「『美少女フィギュアクロニクル』～誕生と発展の『文脈的年代記』」よりポイントだけを抜き出しておきたい。年表は 1981 年よりスタートしている。

【1981】▸バンダイが〝キャラコレ〟と題して『機動戦士ガンダム』のキャラクター6 種を 1／20 でインジェクションプラスチックキット化。なかでもセイラ・マスが突出した人気を誇る。それを物語るかのようにシリーズ

第2弾は女性キャラクター2種（ララァ、イセリナ）となり、しかもその2点に関しては、スカートのなかを空洞とする通称〝空（から）スカート〟形式が採用された。完成するまとまったく見えなくなる下着を意識的にモールドした決定的事実を考慮し、これを「日本における美少女フィギュアという概念の発祥」と考えたい(90)

【1982】▸「コミックボンボン」「模型情報」などを通じ、元祖〝アニメ系美少女フィギュア専門セミプロモデラー〟秋山徹郎が頭角を現す(91)

【1991】▸美少女フィギュアの歴史はじまって以来のビッグバン、『美少女戦士セーラームーン』が大ブレイク。この作品の存在を通じ、美少女フィギュアは「模型の一（いち）ジャンル」から「アニメファンのマストアイテム」へと昇進する(92)

【1994～1995】▸美少女フィギュアシーンでもコンピュータゲームのキャラクターが台頭、『ストリートファイターⅡ』の春麗、『サムライスピリッツ』のナコルルといった〝格ゲー系美少女キャラ〟が人気を博す(93)

【1996】▸『ときめきメモリアル』のブレイクに合わせ、海洋堂製の同レジンキャストキットが驚異的な売り上げを記録　▸『新世紀エヴァンゲリオン』が社会的規模の超ブレイク、数多くのガレージキットメーカーが横並び一線状態で綾波レイや惣流・アスカ・ラングレーをこぞって商品化する。この影響で模型業界の規模は飛躍的に拡大、なかでも美少女フィギュアシーンはある意味「最先端のオタク像」としてさまざまなメディアから注目をあびる　▸海洋堂が1／1綾波レイを塗装済み完成品形態にて限定販売（省略）模型業界内での反応はさほど大きくなかった反面、一般メディアへの効果は絶大なものであった(94)

【1998】▸村上隆とのコラボレーションをきっかけに、海洋堂の原型師・ボーメがニューヨークのギャラリー〝フィーチャーNC（インク）〟にてコンテポラリーアート界デビューを飾る。これに対するオタクからの反応は賛否半々(95)

海洋堂と言えばガレージキット、フィギュア、食玩と言ったイメージがあるが、どの企業や業種にも紆余曲折がある。1964年に創業し、当初は模型から

スタートしている。アニメ、ゲームといったものと密接な関係がある。こうしたフィギュアに注目してまとめているものは決して多いとは言えない。

ドリー・蛇臼「第４講【特撮映画】『国内特撮の現状とハリウッド映画 CG 革命後の動向』」ではまさに時代の技術革新によりこれまでの日本が得意としていた着ぐるみによる怪獣の撮影とは異なる技術が映像として登場した。

> 1977 年 5 月にアメリカで公開された『スター・ウォーズ』（監督：ジョージ・ルーカス）は、モーション・コントロール・キャメラという撮影方法を普及させた。このシステムはコンピュータと多軸構造でキャメラアームを制御でき、自在なアングルと幾重ものエレメント合成を可能にする。それを用いて撮影されてＸウィング戦闘機のドッグファイトやトレンチアタックの臨場感に、観客の誰もが目を見張ったのである。(96)

ではその後、日本の視覚効果技術はどうなったであろうか。

> 国内の視覚効果事情は、ハリウッド映画のデジタル革命のように大きなムーヴメントこそないものの、着実に新技術は製作の現場に導入されており、それは決して欧米に大きく遅れをとるものではない。
>
> その進歩を身近に、そして容易に垣間見ることができるのが円谷プロ製作の『ウルトラマンティガ』（96 年～97 年）そして『ウルトラマンダイナ』（97 年～現在放映中）等の TV 特撮だろう。
>
> 『ウルトラマン』、『ウルトラセブン』、『帰ってきたウルトラマン』の視聴者であり、『スター・ウォーズ』などハリウッド SF の洗礼をリアルタイムで受けた世代が、歳月を経て作り手側にまわったことこの平成ウルトラシリーズ。〝着ぐるみにミニュチュア〟という特撮の基本構造こそ空想特撮シリーズの頃と大差はないものの、フィルムで撮影され、オプチカル（光学）合成の視覚効果が施されていた当時に比べれば、その手法は大きく変わった。ヴィデオ撮り主流の中、あえてフィルム撮影に徹底している点を除けば、視覚効果はデジタル・ヴィデオ・エフェクトとなり、それと並行して CG も意欲的に導入されている。(97)

アニメファンからアニメ制作への流れと同様にオタクとして接してきたものを製作者として関わるとういうのは、世代との関係もある。CG についてはさらに次のように述べている。

一般的に、ハリウッドにおいて CG が急速に発展したのは、ソビエト連邦崩壊後の冷戦変貌により、軍備に重きを置かれていたコンピュータ・テクノロジーが一気にハリウッド娯楽産業へと傾れ込んだという読み方が成されている。これは前述のジョン・ホイットニー・シニアが軍事コンピュータを改良して CG アート映像を作ったことを彷彿とさせ実に興味深いが、それ以上に、この『ターミネーター2』製作時のテクノロジー開発が、直接的なまでに後のＣＧの発展に大きく貢献しているのである。これは CG 革命のみならず、映画史上の重要事項として記しておかなければならないだろう。(98)

映像という観点から『ジュラシック・パーク』『トイ・ストーリー』に注目して次のように述べている。

そして 1993 年、時代はひとつの到達点を迎える。

89 年の『オールウェィズ』、91 年の『フック』と興行的にも作品の内容的にも作品の内容的にもロー・テンション気味だったスティーヴン・スピルバーグ監督が、驚異の恐竜ムーヴィー『ジュラシック・パーク』を発表したのだ。

開巻、はじめて全身を現わすブラキオサウルスを眼にし観客は、劇中のグラント博士以上に息を飲んで驚嘆した。それまで無機的な物質の表現に留まっていた CG が、皮膚下の筋肉組織をも生物的に再現、テクスチャー・マッピングによって皮膚感すら見事に表現し得ていたのである。この驚異のファースト・コンタクトに対し「もうこんかことまで出来るのか！」という驚きをもって、誰もが新時代の到来を実感したことは言を埃たない。

このデジタル・ダイナソアの登場により、映画における CG はコンピュータ・ジェネレーテッド・イマージェリー（CGI）という技術として、まさに不動のものとなったのである。(99)

映像の見事さもあるが、恐竜の歩き方についてもこれまでのものとは大きく異なっている。日本では恐竜、怪獣と言えばゴジラが定着しているが、『ジュラシック・パーク』（1993）に登場する恐竜は生き生きと走り回り、そこには躍動感がある。

佐藤良平「第５講【LD・DVD 論】『大転換迫るヴィデオディスク市場』」では LD から DVD への移行の時期であることを踏まえて現在、これを読むべき内容だ。LD から DVD への過渡期は 1996 年から 2000 年にあたり、単に映画などだけでなく、カラオケなどの用途があるだけに単純いは言い切れない。かつてベータと VHS のビデオテープの戦いが、今度は LD と DVD の間にも起きたことになる。この時には次のように述べている。

LD の置換用メディアとなるべく期待されているのが DVD である。しかしながら、LD から DVD への切り替えが家電業界の目論見どおりにスムーズに進行するとは考えにくい。(100)

DVD へ切り替えるためには、LD ですでに販売しているソフトを再び DVD で販売しなければならないからだ。DVD がかなり安価なら可能であろうが、そうではないため、こうした判断となったのだろう。しかし、DVD の普及については次のように述べている。

日本のオーディオヴィジュアル市場では、新しいハードを買ってくれる主体はオタク層である。自分が観たいソフトが新しいメディアで発売されれば、何としてもそれを再生する必要があるからだ。

オタクは「自分が好きなソフトには惜しみなくカネをつぎ込む」という特性を持っている。かつて LD を上回るクォリティのソフトとして「ハイビジョン LD」というのがあったが、ご存知のように不発に終わった。失敗

の原因の一つは、オタク層にハイビジョンLDを買わせるための魅力的なソフトがほとんど出なかったことである。

オタク必携のアイテムである。『2001年宇宙の旅』や『ブレードランナー』をはじめとする名作SF映画群は、遂にハイビジョンLDで発売されなかったし、アニメ作品に至っては全くリリースされていない。この時の反省がDVDの商品展開に活かされているはずだ。

実際、もっともDVDに意欲的なメーカであるワーナー・ホーム・ヴィデオが初めて発売したDVDのラインナップには『ブレードランナー』が含まれていた。また、人気アニメ「新世紀エヴァンゲリオン」のDVDソフトは記録的な売り上げをマークし、昨年度のDVD普及の牽引的な役割を果たした。(101)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

メーカー側はしきりとDVDが持つ優秀なクォリティを宣伝している。しかし、一般大衆は映像や音声のクォリティなど知ったこっちゃないのである。LDもハイビジョンも、クォリティを最大の売り物にしていたが、最終的には広く普及するに至らなかった。ユーザーにとって日常用の家電製品で優先される点は、まず価格。次に便利さ。それから製品自体が持つイメージ。画質や音質といった実質的な性能は、ずっと下位になる。

まして、DVDは冷蔵庫や電子レンジなどの商品と違って、「あれば良いが、無くても困らない」という性質の商品である。VHSのヴィデオデッキに勝てるだけのメリットがDVDプレーヤーになるかというと、それは怪しい。現在のDVDはLDと同じ再生専用で、録画できないからだ。(102)

おおよそ「あれば良いが、無くても困らない」ものを集めているがのオタクでないだろうか。これはオタクに限らず、ポップカルチャーは大量消費時代における文化であるだけに、生活必需品ではないが、それを買い求める消費行動を起こさせることが肝心だということだ。LDに比べDVDは小さいことも利点の一つで、録画機能はその後DVD-RWなどが発売されたため、録画機能も付与された。

梅宮蛍太「第6講【声優論】「90年代声優バブル期における声優ファンの

実態と望まれる声優像」は本書の特徴の一つでもある。マンガではなくアニメ全盛を支えているのが声優である。

どうにも、「声優バブル」である。

今、「声優」という言葉を知らない人は、お年寄りを除けばなかなか見つからないだろうか。10 代向け雑誌の読者アンケートでは、声優が「なりたい職業」ナンバー3 とかに入っており、TV ドラマの「恋はあせらず」ではさとう珠緒が声優をやっていたし、なんとあの年配奥様御用達の NHK 連ドラ「天うらら」にさえ声優志望の女の子が登場した。(103)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

声優人気という点で言えば、80 年代美少女 OVA の流れを除くと、これまでは基本的にアニメキャラの人気＝声優人気というケースがほとんどだった。名前はあえて出さないが、アニメキャラと多少イメージが違う声優でも、声や演技が良ければ声優ファンはちゃんと注目したものだ。

人気の声優の条件に明らかに「顔」が入るようになったのは、90 年代になってからだ。92 年の「美少女戦士セーラームーン」で、メインキャラを演じる声優たちが、たまたま三石琴乃や久川綾といった若くて美人で実力もあるという声優たちだったために、TV シリーズにも、声優が美人なら言うことないじゃないかが、という風潮がどんどん広がっていった。そして OVA「ああっ女神さまっ」以降は、美人声優を使うことが必須になっていく。そんな声優人気をアニメ雑誌があおりまくった。

決定的だったのは 93 年の OVA「アイドル防衛隊ハミングバード」だ。三石琴乃、天野由梨、玉川紗己子、椎名へきる、草地章江の 5 人を歌って踊れるアイドルにするという試みで、アニメのストーリーとキャラクターをシンクロさせて大々的にデビューさせたのだ。(104)

この流れは今では珍しいことではない、むしろ加速し、声優やアニソン歌手がコンサートを開くことさえさるのだ。

大森望「第７講【カラオケ論】「アニメソングをカラオケで歌う人々の歴史と現状」では、カラオケ論とあるが、アニソンがメインである。

ある限定された分野について完全な情報を得たいとのうはおたくの基本本。TV アニメすべてを見ることは不可能に近いが、対象分野を「アニソン」に限定し、さらに「80 年代以降のアニソンを押さえる」とか「OVA 主題歌は完璧」とかの条件をつけることで、サブジャンルの専門家になることができる。

逆に、ゲーム挿入歌や声優ソングに関しては、専門知識を持つ学生から古株のアニソンおたくが講義を受けることも少なくない。同世代で閉鎖的なコミュニティを構成する傾向が強いおたく界にあって、きわめて世代色が強いアニソンというジャンルに、カラオケを通じた世代間交流が成立していることは注目に値する。(105)

カラオケが特許をとらなかったことで、世界中にひろまったこと、アニメが海外で放映される際には本編はその国の言語で吹き替えされるものの、アニソンはそのままの場合が多いという。これはアニソンを通じて国際交流が可能となる。

西谷有人「第８講【秋葉原観測】『家電街からオタクの聖地へ』」では今でこそオタクの聖地となっている秋葉原の変化について取り上げている。秋葉原をオタクの聖地として、また秋葉原の街づくりの変遷を述べた森川嘉一郎『趣都の誕生』(2003) もあるが、それ以前のものとしてまさに秋葉原がオタクの聖地となる途中のものだ。

秋葉原。「家電製品が安い街」として世界的に有名なこの街に、ここ数年、大きな変化が起きつつある。

以前より、コンピュータやゲームに関連するマニアショップは数多く存在し、コンピュータマニア、ゲームマニアにとっては聖地というべき場所になっていたが、現在の秋葉原は、そのような特定なジャンルにとどまらず、オタクの欲望全般に対応できる、文字どおりの「オタクの街」と化しつつあるのである。(106)

秋葉原が復活した契機となったのはAT パソコンであるという。

ちょうどこの頃、日本国内にAT 互換機パソコンが流れ込みはじめた。それまでは多くのパソコンが、「どこで買ったも同じようなもの。価格さえ安ければそれでいい」といった、一般家電製品と同様の扱われ方をしていたのであるが、AT パソコンの登場とともに、その認識は徐々に変化していく。よりマニアックな視点で、自らパーツを集め、ハードウェアを組み上げるような接し方が、一般的なものとなっていったのである。

それ以前にも秋葉原にはパソコンを扱うショップは数多く存在していたのだが、こうした流れに応じてよりマニアックに分化し、パーツショップやソフト専門店、ジャンク屋などが軒を連ねるようになってくる。こうした商品こそ、客にしてみれば、量販店などでは手に入らないもの、秋葉原に行かないと買えないアイテムであったのだ。

こういった事情もあり、一般客の秋葉離れが進行する一方で、パソコン関連のマニアックなショップは従来通り、いやそれ以上に繁栄することとなった。そして「秋葉原ならではの物」を買いに来る客の客足だけが、衰えることなく、秋葉原を埋め尽くしたのである。

マニアックで「濃い」パソコンユーザーが、客層全体に占める割合が増加するにつれ、必然的に、そのような客を相手にした店が増加していく。そうなると、そういった店を目的に秋葉原に向かう客もますます増えていく。(107)

パソコンはオタクだけでなく、一般社会全体を変えていった。

アキバのオタク化と、世界のアキバ化

これまでの家電専門だった秋葉原の大型店、今や必ずと言っていいほどパソコンの売り場を設けている。社会全体がオタク化するのと歩調を合わせて、オタクの必携アイテムだった物が社会全体にとって必需品となっていく。いや、それは結局、同じことを意味しているのかもしれない。

もっとも、『Windows95』ほどの大型商品だからこそ、あれだけの事件

になったという側面はしかにある。ごく一部のオタクだけではなく、普通の人にもその価値を理解しやすい商品だったからこそ、あの騒ぎは許容されたのだろう。(108)

額田久徳「第9講【おもちゃ論】『「おもちゃバブル」の行方』」は今ではブリキのおもちゃに数万円の値段がつくなど、その価値が知られるようになった。このような状態になっている起点のひとつがジョージ・ルーカス監督『スター・ウォーズ』(1977)、日本公開が1978年であるとも言われている。

97年はおもちゃに業界にとり、まさに飛躍の年であったということができる。ホップ・ステップ・ジャンプでいえばステップにあたる年だった。

前年の96年からそのブレイクの兆候は、少しずつではあるがあらわれていた。

96年にまずフィギュア専門誌が次々と創刊された年である。「マッシヴアクションフィギュア」「ハイパーホビー」そしてその年の秋には「モノ・マガジン」のフィギュア特集、これが当たり「フィギュア」という名称は一般化する。それまでオタクたちの間でしか認識されていなかった記号がイッキにストリート系カジュアルグッズにまざり、流行りモノとして浸透していくのである。

実は同時進行としてそのブレイクの要因というのは何点かあった。まず第1に映画・テレビのオタク作品のヒットということがある。アメリカのオタク監督ジョージ・ルーカスが『スター・ウォーズ』をリメイクしているというニュースが流れ、元SF・映画少年たちを再びこちらの世界へ呼び寄せた。(109)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

一方おたく層といえば、「エヴァンゲリオン」のヒットをあげることができる。

このアニメによって、昔アニメ少年だったいま社会人(25〜40才くらいまで)がまた再びアニメをみるようになった。いわゆる文化人たちまでも

が、いま逆にそれらの人々が先陣を斬ってこのアニメを誉め出した現象も、彼らが抵抗なく戻れる要因となった。『スター・ウォーズ』にしろ何しろ一度卒業してしまった者が帰ってくるにはそれ相応の理由づけが必要なのである。

「エヴァ」のヒットにより関連フィギュアも売れるようになった。(110)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

ここまでの総論としてはすべてが「復刻」というキーワードから話が始まっていることに気がつくだろう。そう、おもちゃにおけるヒット商品は、ポケモンなどの少数を例外としてほとんどが復刻なのである。

完全復刻か新たにリメイクするかの違いにこそあれ、一度大人になる時に捨てたものをいま再び人々は拾い集めているのだ。

98年は「懐かしおもちゃ」が走っている。フィギュアブームを包含するカタチでおもちゃブームとなり、そしていまその主体は「懐かしのおもちゃ」なのだ。

骨董を扱う業者間でも、いままでは見向きもされなかったおもちゃの数がどんどん増えている。蚤の市などでもずいぶんと見かけるようになってきた。とくに絶版プラモデルの価格はすごい。キャラクターもの、「鉄人」「ウルトラ怪獣」などは平気で数百万円の価格をつけているから（もちろん組み立て)、こうなってしまうともう素人では手がでない状況だ。

一般的にいって「ブームはもって二年」という見方があるが、もしこれが当てはまるならば、おもちゃブームは98年をもって終わってしまうことになる。それを防ぐためには「懐かしおもちゃ」を現在の「骨董」の地位に引き上げてあげることが必要である。

つまり「おもちゃ」にそれ相応の社会的価値を与えてあげるのだ。(111)

みのうら「第10講【コスプレ史】『ふるさと求めて花いちもんめ」』ではちょっと変わった内容が示されている。単なるコンプレ史ではない。まずコスプレの定義は次の通りである。

アニメやマンガ、小説のキャラクターのコスチュームを着ること、と答

えれば、そこそこ正解だろう。(112)

さて、ここで紹介されているのはコミケのコスプレイヤーが行っていた花いちもんめのゲームだ。

花いちもんめのゲームシステムは以下の通り。

（1）２チームに分かれ、相手チームの中から欲しい相手を選らぶ。

（2）「＊＊さんが欲しい」「＊＊さんが欲しい」と双方が宣言の後ジャンケンを行う。

（3）勝った方は、負けたチームから２で宣言した相手を仲間に入れ、２に戻る。

さて重要なのは「＊＊さんが欲しい」の部分だ。

「＊＊さん」はコスプレイヤーによって「島村ジョーが欲しい」「古代くんが欲しい」「メーテルが欲しい」となる。

名前が呼ばれたこの瞬間、コスプレイヤーはただの鈴木一郎さんや佐花子さんである自分から離れ、愛しているキャラクターとして存在できる。大勢の仲間に囲まれて、中央でジャンケンをする時、彼ら彼女らは、そのキャラクターと同化する。(113)

コスプレがいつ頃から盛んになったのか。もちろん、コミケがひとつの会場になっていることは言うまでもないことだ。見られたい人と見る人がいないとコスプレイヤーは成り立たない。コスプレ層の拡大は『キャンプテン翼』からだという。なぜなら、半袖Tシャツ、短パンでコスプレが完成するからだ。

とにかく『キャプテン翼』の勢いは激しかった。

ファンが多いからコスプレ層も多い。みんながしてるんだから、自分もしたい。やったみたら思ったよりも簡単。70年代後半からロリコンブームで増えた男性層を、一瞬にして押しやる勢いで、女性参加者は増え、女性コスプレイヤーは増えていった。

また『キャンプテン翼』ブームは女性同人誌の傾向を一気にやおい化させ、オタク世界の男女棲み分けを強烈に促進した。

キャラクター同士の結婚式が、コミケット会場で頻繁に見られるようになる。やおい関係にあるキャラのコスプレをした二人が、ブーケを手にベールを着けて永遠の愛を誓い合う。キスもする（時もある）。・・・今思い出すと相当痛いアトラクションではある。もちろんカップルも参列者も女ばっかりである。すごく痛い。(114)

コスプレとセットになるのが写真撮影である。今でこそデジカメとPCがあれば、限りなく枚数を気にせず撮影することができるが、この時代はそうではない。

富士フィルムがレンズ付きフィルム「写ルんです」を発売しのが86年の7月。平和島は東京流通センター（TRC）で行われたコミケットで、この簡易カメラはブレイクした。(115)

コスプレイヤーは数が増えると意識の低い者もおり、荷物の放置や勝手に撮影会などが始まるなどした上に宮崎事件もあり、コスプレが誰もがわかるオタクの表象となり、嫌われる一面も出てきた。

ゲームはコスプレを救ったか（90年～）

『ストリートファイターⅡ』から始まった格闘ゲームのブレイクで、コスプレは息を吹き返す。格闘ゲームが一般人に受けてなのか、オタク層を広げただけなのかは解釈によって異なるが、とにかく宮崎事件で漂っていた暗いムードは完全にかき消された。

既製服にちょっと改造を加えるだけでできる格闘ゲームのコスプレは流行った。『キャプテン翼』時と同じ現象だ。(116)

コスプレには紆余曲折ある。

モデルになるほどの努力の才能、容姿を持たなくても簡単に「誰かに撮影される喜ぶ」を得られるコスプレ。手っ取り早く人気を得るために、人気のあるキャラクターのコスチュームであれば、そのキャラが好きか否かに関わらずコスプレをする。知らないキャラクターでも構わない。より露出度の高い服、エロいポーズを取るなどして自ら写真投稿誌に載ろうとする者もいた。(117)

コスプレする人も様々な目的があるため、本来のコスプレイヤーが楽しんでいたものとは違ったコスプレ風俗のような事態も発生した。

原えりすん「第12講【情報戦術論】『1998年～1999年オタクトレンド予測』」では「カードキャプターさくら」が取り上げられている。

今後のトレンド予想だが、夏あたりに来るのはほぼ間違いなく「カードキャプターさくら」（NHK衛星）であろう

久々のキャッチィな美少女物であり衛星加入の切り札とも言える作品で、アニメの出来もマッドハウスという著名なスタジオならではのクオリティがあり、ファンの極めて高い支持をている。

今夏、キット、同人誌など、ほぼオールジャンルで盛り上げりを見せるのは間違いないだろうというのがおおかたの予測だ。

もうすでに商品化はスタートしているが実際モノになるのは98年秋口以降だ。よって98年夏はファーストバイの食い入れ状態が期待できる。が、冬以降になると商品乱発によるイメージ飽和を起こすのでマーケット的にはパワーダウンすると見られる。

放送も来年初頭までは続くので、コアなファン以外のブーマーマーケット食い付く冬は、コミックマーケットやワンフェスなどのファン市場でかなりの盛り上げりが予測できるだろう。

まだ衛星という限定放送なのでビデオリリースが終わる来年秋以降からの地上波放送も考えられる。よって、かなり長期にマーケットを下支えしてくれるのではないかという予測がある。うまく載せさえすれば「ポケモン」ほどではないが「新世紀エヴァンゲリオン」クラスのヒットを超える

事も可能だ。(118)

実際に『カードキャプターさくら』は大ヒットを果たした。次にゲームについても注目しておきたい。

大ネタの『ドラゴンクエスト7』は『FF8』など、メーカー各社はバッティングしないよう時間をずらしを考えているのだろうし、新マシンの発表も含めて過渡期にはいるため何処に参入するかの問題もあり、まあり思い切ったことが出来ない状況に陥ると考えられる。

ニューマンのセガドリームキャスト（以下DC）だが、しばらくはソフト不足のためにぱっとしない時期が続くだろう。

核になるのは『バーチャファイター3』などのアーケーイド移植よりも、内臓モデルを使った通信対戦ゲームと見ている。こえがヒットするかどうかが最大のヤマだと言えよう。

当然後発機種にもモデム機能は搭載してくるだろうから、かいに先にネットワーク市場を占有するかの陣取り合戦となるのだ。その点先行しているDCは一日の長があるため通信ゲームの大御所を押させていけば後発に大きく差を開けることができる。

だが通信ゲームにもいくつか問題がある。

まずモデムのスピードが遅いため、遠方とリアルタイム格闘対戦など論外で（タイムラグがありすぎ）、『ディアプロ』など既存の通信ゲームもISDNが標準と言われるほどだ。アナログモデムのスピードのままでは将来性は無いに等しい。(119)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

ネットゲームは資本力のある社会人オタクには有望だが、実は一般的にはあまり向いていないジャンルであるため、ここのところをどうするかがDCの分水嶺となるだろう。(120)

これはあくまでも1998年段階での判断だ。現在ではネットゲームは当たり前の時代である。

本書の内容が豊富である、最後に岩田次夫「特講【コミケット研究】「『場』としてのコミケット全体像を探る」を取り上げておきたい。

この本を読んでいる方の中で、「コミケット」という言葉を聞いたことがないという方は意外に少数派かもしれません。

もちろん、一般大衆というか、街中で通りかかる人たちを分母に取れば、コミケットの認知度は1～2%というところでしょうし、マンガを日常的に買って読んでいる人々（少年マンガの部数から見て、すべてのマンガ読者を合計すれば1000万人は超える）を分母にしても、1割を超えることはないでしょう。しかしながら、この本を読む「オタク」「オタクに興味がある人」を分母にすれば、おそらく認知度は過半数を超え、多数派であるかと思います。(121)

これは1998年出版という時期であることを理解しておく必要がある。2020年ではコミケの認知度は1～2%ということはありえない。今ではオタクでなくても、コミケに足を運ぶ一般人も少なくない。

一般参加者は「共同体」への能動的な参加を求められます。それは無意識なレベルではありますが。

コミケットでは、「共同体幻想」を強固にふりまきますから、コミュにケーション能力が弱かったり、関係性を作れる能力がなくても、「共同体に参加している」という感覚を―不充分ではありますが―得ることができるでしょう。しかし根本にある「不安」は解消されません。

コミケットに来ている参加者の中で、何かに追いかけられているかのような焦りを見せている人は、そうした「不安」の一つの現われといえるでしょう。

この不安の解消策というのが、対応の一つに「自分が共同体に積極的に参加している証」を得ようという反応があります。(122)

### (21) 石井久雄「『おたく』のコスモロジー」(1998)

石井久雄「『おたく』のコスモロジー」(『日本教育学大會研究発表要項』第57巻、一般財団法人日本教育学会、1998年3月）の内容は以下の通りである。

はじめに～情報化社会のパラドックスとしての「おたく」～
1　「おたく」の出現
2　「おたく」のコスモロジー
3　「おたく」として生きるということ
4　おわりに

「1　『おたく』の出現」では2つの下位項目が設定されている。

（1）アニメ雑誌が提供したもの
（2）アニメ雑誌がアニメ・オタク出現に及ぼした影響

ここで言う「オタク」とは「アニメ・オタク」ということで論が進められている。アニメ雑誌が提供したものは4つあると言う。

1　アニメに関する詳細な情報(123)
2　アニメ作品に対する見方(124)
3　深みのある情報(125)
4　会員や文通相手の募集、イベントの告知(126)

インターネット以前の時代ではアニメ雑誌からしか様々な情報を得ることはできない。当然、こうしたアニメ雑誌の購買者と非購買者により情報の保有内容に大きな差が生じる。これによりアニメ・オタク出現に及ぼした影響としても次の4点を挙げている。

1　一般のアニメ・ファンとアニメ・オタクとを区分、アニメ情報の保有の

差(127)

2　アニメに対する見方という点でもアニメ・ファンとアニメ・オタクとを分化(128)

3　新参者を排除し、古参読者であるアニメ・オタクの結束(129)

4　アニメ・オタクの共同性の強化(130)

4点挙げているが、大別すると情報の共有とそこからの理解、相互の承認行動ということになろう。特にインターネット以前のオタクは情報をいかに入手しているか、どれだけ多くのことを知っているかといった生き字引のような人が典型的であった。その知識量によりオタク同士でもリスペクトが生まれていたと言ってよいだろう。自分が知っている情報について、他のものがそれを知っているかどうか、自分の理解度がどれほどのものなのかは他者がいなければ計り知ることはできない。その意味で同士のような存在は貴重なのだ。

「2　『おたく』のコスモロジー」では2つの世界を特徴として指摘している。

1　アニメ・オタクの意味世界　☛　限定的意味領域(131)

2　アニメ・オタクの意味世界の特質

「閉鎖的な情報空間」「閉鎖的な共同性」(132)

「3　『おたく』として生きるということ」についてはまず、冒頭についてはやや疑問が残る。

1984年に「おたく」が出現してから15年近くたつ現在、アニメにおける情報化はさらに進展している。(133)

「1984年」とはどういうことだろうか？通常は、中森明夫「『おたく』研究街には『おたく』がいっぱい」(1983)の3回の連載によりマスコミ的にも「おたく」と言う言葉が登場したのが1983年というのが通説だ。しかも引用・参考文献では『おたくの本』(宝島別冊JICC出版局、1989年12月)も使用

されている。
「おわりに」の冒頭では次の様に述べている。

情報メディアの影響を受けているのは、何もアニメ・オタクに限ったことではない。「おたく」と呼ばれる若者は、多かれ少なかれ、情報メディアが作り出す「閉鎖的な情報空間」と「閉鎖的な共同性」のコスモロジーの住人といえるのである。(134)

筆者が気になるのは、石井が論文タイトルでも「おたく」を使用しているが、同時に「アニメ・オタク」と表現していることだ。「アニメ・おたく」あるいは「アニメおたく」ではなく、「アニメ・オタク」である。「おたく」と「オタク」については各論評者がある程度自らの考えのもとに表記を行っているが、石井についてはこの点はどうなっているかは疑問が残る。

### (22) 圓田浩二「オタク的コミュニケーション「普通っぽい」アイドルと三つの距離」(1998)

圓田浩二「オタク的コミュニケーション「普通っぽい」アイドルと三つの距離」(『ソシオロジ』第43巻第2号、ソシオロジ編集委員会、1998年10月)のおもな内容は以下の通りである。

1 はじめに
2 アイドルという存在
2.1 3つの距離
2.2 「普通っぽい」アイドル
2.3 「普通っぽさ」の2つの機能
3 オタク的コミュニケーション
3.1 オタク的コミュニケーション
3.2 オタク的コミュニケーションの特性
3.3 オタク的コミュニケーションの基底

4　おわりに

「1　はじめに」では本論文（研究ノート）の概要が示されている。また、オタクの定義も示されている。

> 本稿はまず、オタクがメディアによって高度に情報化された現代日本社会の中で出現した、特定の対象に没入する人々の類型であることを前提とする。その上で本稿は、オタクの専門分化した、いわば外部の者からは何をしているのかわからないという、固有のコミュニケーションを成立させている機制を明らかにすることになる。このことは、ごく簡潔に言えば「なぜオタクたちは、アニメやアイドルといった対象に没頭し続けることができるのか」という疑念への解答を、オタクたちのコミュニケーションを分析することによって、呈示するということにつながる。(135)

この後すぐに「オタク」に注を施し、次のように定義している。

> 本稿で使用するオタクの概念とは、以下のようなものである。まずオタクは、ファンやマニアとは明確に区別される。ある対象に関して、ファンがただそれを愛好する人々をさすカテゴリーである。ファンとマニアは、対象にいわば従属しコントロールされている。これに対してオタクは、対象に関しての微細にわたる知識と個々人が独特の価値観を備えている人々をさすカテゴリーであり、対象をいわば自らで操りコントロールしている。オタクの能動性と独自の価値観という点でファンやマニアと、オタクを分ける点であると思われる。(136)

特定のひとりの女性アイドルを支持しているに20代の男性3人インタビューを行っているものだ。

「3.1　オタク的コミュニケーション」ではそのコミュニケーションの在り方を次のように説明している。

しかしオタクはメディアの中のアイドルという伝達者からのメッセージを受容し、アイドルに対してコミュニケーションを試み続ける。オタクのコミュニケーションはここで一種の特異性を帯びることになる。このコミュニケーションは自己充足的なコミュニケーションの一種であるが、明らかに物理的距離、社会的距離、心理的距離の３つにおいて近接的な相手へのコミュニケーションの場合と異なっている。物理的距離の不関与、社会的距離の遠さ、オタクからアイドルへという一方的な心理的距離の小ささがもたらすコミュニケーションは本来、成り立ち得ないものである。このコミュニケーション形式が可能になったのは、メディア空間が彼らが体験する現実よりも、多様で濃密な情報からなる虚構を呈示し、虚構を現実以上に現実らしく見せることができるようになったためである。このオタクが用いるコミュニケーション形式を、ここではオタク的コミュニケーションと名付けることにする。このオタク的コミュニケーションは、アイドルとオタクとの、いわば縦の関係であり、オタク同士が行う横のコミュニケーションではない。しかしオタクたちが行うアイドルとの縦のコミュニケーションは、自分と同じアイドルを支持するオタクたちとの横のコミュニケーションや、自分と同じようにアイドルに対してコミュニケーションを行い続けている不特定の、自分と同じような人たちを想定することで支えられている。(137)

「3.2　オタク的コミュニケーションの特性」でも続けて次のように述べている。

オタク的コミュニケーションとは、メディアを介した一方向的コミュニケーションの一類型である。一方向的コミュニケーションに分類される類型においては、オタク的コミュニケーションの形式には近似なものとして、マス・コミュニケーションが挙げることができる。(138)

近似なものとしているが、当然違いもある。その違いについては以下のように述べている。

異質な点は、メディアの選択や受け取った情報の自由な解釈といった点に関して受けて優位のコミュニケーションであること、そのためコミュニケーションに個人の特性が反映するという点で個別性があることである。(139)

さらにオタク的コミュニケーションの特性について続けている。

そしてオタク的コミュニケーションの特性は、コミュニケーション内容の自己言及性にある。双方向的コミュニケーションがお互いの伝達する情報を後続するコミュニケーションによってもたらされる理解と誤解という選択に照らして修正していくのに対して、このコミュニケーションは他我によって自我にもとらされない。そのためコミュニケーションの一方向的な流れを双方向に変えることはできず、自我の内部で循環する。しかしその反面、オタクたちの受け取った情報の自由で能動的な解釈を許し、その解釈はそれぞれの自我の認識構造によって主観的で多様なものとなる。(140)

「3.3　オタク的コミュニケーションの基底」ではアイドルとの距離感に触れ、次のように述べている。

オタクにとってアイドルとの社会的距離が相対的に大きなものであるという理由は、アイドルと一般人（普通の人）という社会的なカテゴリーの相違に加えて、アイドルがメディアという一種の虚構の中に存在し現実には存在しないからである。(141)

「おわりに」では次のようにまとめられている。

オタク的コミュニケーションとはメディアを介した一方向的なコミュニケーションであり、コミュニケーション内容の自己言及的な循環を特色と

するコミュニケーションである。本稿の事例においては、オタクとアイドルとのコミュニケーションを物理的距離、社会的距離、心理的距離の三つの懸念を用いて分析した。この分析を通してオタクたちは、酒井的距離の大きさに相応して生じるであろう心理的距離の大きさ（親密性が小さいということ）を、アイドルの演出する「普通っぽさ」によって心理的距離の小ささ（親密性が大きいこと）に転回させているということがわかった。虚構としてのアイルドを考えた場合、アイドルの虚構性をオタクたちにそのまま虚構として看取させないような何らかの特性を、虚構の中に持ち込まなければならない。本稿においては、それがアイドルが演出し、オタクたちがアイルドを支持する理由に挙げていた。「普通っぽさ」であった。それがオタクの、アイドルへの強固な支持とそのコミュニケーションの閉鎖性は、オタク的コミュニケーションという自己言及型のコミュニケーションに拠っているのである。(142)

オタクの研究ではアイルドとの関係から取り上げるものも目立つようになった。

### (23) 岡田斗司夫『オタクの迷い道』(1999)

岡田斗司夫『オタクの迷い道』（文藝春秋、1999年3月）の初出は『テレビブロス』の1995年9月30日号～1998年11月7日号、1999年2月20号である。1983年に中森明夫により「おたく」がマスコミに登場し、1994年に岡田が東京大学で「オタク文化論」を担当して以降の内容であるだけに興味深い当時のエピソードなどが書かれたエッセイである。

「『日本人になりたい』と考えるアメリカ人たち」（1995年9月3日）ではアニメと日本語学習の一端が見える。

イベントのプログラムの一つ、「カタカナ・ワークショップ」では数十人のアメリカ人達が「アーイーウー」と声を揃えていた。その日読めるようになったのは、「チョ・ウ・ジ・ク・ウ・ヨ・ウ・サ・イ　マクロス」。他

にやることはないのか？

彼らがそんなに日本語の勉強に熱心なのは理由がある。

アメリカで日本製アニメが放送され、結構人気になったのは、有名だ。が、この放映されているアニメとはアメリカの子供向けにデタラメに再編集され、単純に判りやすくした「ニセモノ」なのだ。

イベントなどで字幕版の「ホンモノ」を知ったオタク達はみんな、日本語の勉強を決意する。彼らは再編集された日本アニメを、ただ見ている人達（ビューアー）と軽蔑し、そいつらと一人でも多く字幕版のホンモノ・アニメを見る立派なOTAKUにしようと頑張っている。(143)

「『オタク』って差別用語なんだよ。知ってた？」（1996年3月9日）はまさに時代を感じさせる内容である。この20数年の間にあっという間に状況は変化したことを感じさせる。

NHK「にんげんマップ」の収録前打ち合わせで「オタク」という言葉は使わないでくれ、と注意された。でも番組の内容はオタキング岡田の紹介だ。「オタク」と言うな、と言われても困る。

だいたい、アニメ・マンガ・特撮・ゲーム・SF・同人誌・コスプレ、といったジャンルを統合できる言葉は「オタク」以外にあるはずもない。どう言やいいんだ？というわけで僕は気にせず「オタク」という言葉を使いまくった。

ところがオンエアを見てびっくり。「オタク」という発言が巧妙にカットされている。内容もオタクっぽい話は巧妙に避けて編集している。なんかこれじゃオレっていい奴っぽいカンジだ。「お茶の間向け」のオレが出来ていたのだ。

NHK恐れるべし！

どうやら「オタク」は差別用語らしい。(144)

次の話題はフィギュアである。「ついに登場、実物大アニメ少女人間！」（1996年10月12日）も興味深い。

この夏のワンフェス（ワンダーフェスティバル・ガレージキット即売会）で、ついに１／１フィギュアが登場。禁断の人形・実物大の綾波レイは、もちろん会場中の注目を集めた。

もうみんな写真を撮りまくっている。普通フィギュアの写真撮影は、30センチぐらいに近寄っての接写だ。が、実物大レイちゃんは、なぜか皆、カメラを手近の人に預けて、おもむろにレイちゃんの隣に並び、いっしょに撮ってもらっている。まるでミッキーマウス。

発売は年末、定価は28万円なのだが、もう予約が10件近く入っているらしい。すげえ。

想い起せば、フィギュアの歴史は、タミヤの１／35人形改造コンテストから始まった。『ドラゴンボール』で超多忙になる前の鳥山明も常連入選者だったのが懐かしい。

その後ガレージキットが定着し、1／12から1／8が主流となった。ラムちゃんなんていう人気キャラの場合は1／4も売り出され、1／2ミンキーモモの企画という噂も流れたことができるだろう。ある。いずれどこかが1／1を作る、というのは必然だったのだ。

だから、今回の1／1レイちゃん、さほど意外ではなかったが、実際に見た時の僕の正直な感想は、「オレにこれをどないせえっていうねん！？」だった。みんなも似たような感覚だったのだろう。普通は「いつ発売ですか」とか「予価はいくら位ですか」ときくはずのところを「これ売るんですか？」と訊いている。

「ホントに売る気なのかおまえ！？」という気持ちのウラには「ホントに買う気なんかオレ！？」「買うてどうするんや、オレ！？」「でも買うてしまうかも・・・」という気持ちが見えかくれしている。(145)

最後に紹介しておきたいところは、私自身も当てはまるが、「オタクとは本の保管で悩む（5，7，5）」（1997年9月27日）である。

オタクの定義も色々あるが、まぁ要するに本をたくさん持っているヤツ

と判断してもかまわない。フィギュアやゲームが好きでハマッていても、それに関する本を莫大に保有していいない限り、そいつは単なる「ファン」だ。(146)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

オタクにとって、本とは当然のもの。オタクは高額所得者が多いので、本代はあまり問題にならない。むしろ問題点は、それを置くスペースである。これはオタク永遠のテーマなのだ。(147)

このエッセイはオタクキングである岡田が率直に感じたことを書いていることもあり、成程と思われる点が多い。「オタクにとって、本とは当然のもの」との指摘は研究者や学者とオタクが紙一重であることを暗に思わせるものがある。

### (24) 広田恵介・目黒譲二『オタクライフ』(1999)

広田恵介・目黒譲二『オタクライフ』(データハウス、1999 年 3 月)のおもな内容は以下の通り。

広田恵介　序―人としてオタクとして
広田恵介　須賀勢次郎　アメリカン・トイ・コレクター　聖書を 1 ページずつ買う気分
解説！SFX 映画と US トイ　SFX が特撮なら US は米国、トイは玩具　米国特撮映画玩具って何？
目黒譲二　吉川明香・若宮沙奈　コスプレヤー　コスプレするなら一緒じゃないと
解説！コスプレとその周辺　アニメの仮装でシャンゼリゼを行進？肥大するコスプレ文化
目黒譲二　もへ（ゲームライター）ゲーマー　クソゲ～の中から新しいものが
解説！テレビゲームの歴史　ポケモンより面白い？進化を続けるゲーム機

の熱き戦い！
広田恵介　田中大　アイドリアン　日々の疲れが癒されます
解説！アイドルの歴史　アイドル＝偶像　生身の偶像はいつか死ぬ　だが、アイドルは死なず！
広田恵介　勢村謙太　ガンプラ・アーチスト　疑似体験の象徴としてのガンダム
解説！キャラクター・プラモデル　80 年代初頭それはプラモの戦国時代今その戦史を繙こう
広田恵介　高橋浩徳　ガレージキット企業家　美少女フィギュアって商売になります？
解説！ガレージキット通称ガレキ　塵も積もればなんとやら　ガレキが積もると何になる？
広田恵介　平野勇　アニメ・ソング研究家　ハーロックの心意気でドラムを叩く！
解説！アニメ主題歌　忘年会の二次会の定番？懐メロの仲間入り？アニメある所に歌あり！
広田恵介　MMC みよし　特撮ファレ異形のモノが好きなんすよ
解説！日本特撮　SFX？関係ないね別に着ぐるみ、上等さ　日本の名優芸を見よ！
目黒譲二　細井達人　小学生カルチャー愛好家　ハイパーヨーヨーでガキをじどらす
解説！コロコロコミック　ガキの雑誌と侮るなかれ　次の流行はここから発信されるかもしれない
広田恵介　伊藤美奈　同人誌コレクター　シンジの悪口を言わないで！
解説　コミックマーケット&同人誌　参加者 40 万人　エロ漫画に行列が！？　謎のイベントの実態とは？
広田恵介　乾肇　玩具コレクター　知らぬ者同士でも一緒に
解説　キャラクター玩具の世代　玩具・・・オモチャが熱い！これも大人の間で！最新オモチャ事情に迫る！
目黒譲二・広田恵介　あとがき

広田恵介「序―人としてオタクとして」では次のように述べている。

オタク。この使い古された言葉。しかし、10年前なら自ら＜オタク＞を名乗る人は見当たりませんでした。なぜなら＜暗いアニメ・ファンへの蔑称＞だったからです。キミでもアナタでもなく、話し相手を「オタク」と呼ぶアニメ・ファン特有の〇病が由来でした。(148)

12人のオタクが語る生活の実態を取材密着したもの。オタク論ではなく、レポートをまとめたもの。

### (25) Sharon Kinsellla. *Adult Manga* (2000)

Sharon Kinsella. *Adult Manga: Cutlure & Power in Contemporary Japanese Society* (Routledge, 2000)にはマンガを中心にしたサブカルチャー研究の論文が収録されているが、ここでは、「オタク」にこだわり、“Amateur Manga Subculture and the otaku panic”を取り上げる。なかでも下位項目の“Birth of the *Otaku* generation”と“*Cool Otaku*”に注目しておきたい。“Birth of the *Otaku* generation”では次のよう述べている。

*Otaku*, which translaters to the English term‘nerd’, was a slang term used by amateur manga artists and fans themselves in the 1980s to describe‘weirdoes’(*henjin*). The original meaning of *otaku* is ‘your home’and by assoicatoin, ‘you’, ‘yours’and‘home’. The slang term *otaku* is a witty reference both to someone who is not accustomed to close friendships and therefore tries to communicate with this peers using this distant and over-formal form of address, and to someone who spends most of their time on their own at home. The term was ostensibly invented by critic and *dōjinshi* artist, Nakamori Akio, in 1983. He used the word *otaku* in a series entitled *Otaku no Kenkyu* (‘Your

home investigations’) which was published in a low-circulation *Loicom* manga magazine, *Manga Bruikko* (Takarajima 1989:252). (149)

(Takarajima 1989)とは『おたくの本』（別冊宝島 104 号、JICC 出版局、1989 年 12 月）のことである。

“Cool *Otaku*”では冒頭がオタクを端的に表現しているため紹介しておきたい。

The concept of the *otaku* became a resonant within society that during the 1990s competing positive interpretations of the *otaku* generation were produced in different sections of media, by self-appointed representatives of animation and computer subcultures. (150)

その後は宅八郎なども紹介されている。

### (26) 岡田斗司夫・山本弘・田中公平『回収』(2000)

岡田斗司夫・山本弘・田中公平『史上最強のオタク座談会２　回収』（音楽専科社、2000 年 4 月）のおもな内容は以下の通りである。なお形式はシリーズの最初のものと同じ。下位項目も併せて紹介する。

【まえがき座談会】
【第１章　日本の特撮ＴＶ徹底大研究】
ある意味で SF ファンが見たかったゴジラ特撮の女の子にしか興味がなくなってしまう？、眠田直に「負けました！」といわせた映画！
「スプリガン」は見たエライ目にあうアニメ
平成ウルトラマン見るほど貧乏してへん

ノスタルジーだけで話作るな！
やっぱり金より時間がもったいないわ！
【オタク誕生！岡田斗司夫の巻】
【第２章　海外の特撮映画徹底大研究】
後ろ半分「ホームアローン」になってるんですわ
東の「北京原人」西の「アルマゲドン」
アメリカからスター・ウォーズが来たら、僕は大魔神で…
どっからどう見ても、ショーン・コネリーや
ポケモン事件で豪邸を失った
あかほりファンクラブ結成！
「10 万しかいけへんかった」
僕は 30～40 曲ぐらいを１週間で書いている
【オタク誕生！田中公平の巻】
【第３章　信じられない特撮徹底大研究】
『仮面ライダー』のせいで…
怪獣映画しか見てなかったんで『七人の侍』とかみて腰がぬけた（笑）
迷台詞がないと特撮映画としては一流とは言われない
笑えるようになるまで１０年を要した
日本が誇るヒーローはピカチュウですか？
こんな大胆な手抜きがあったか
【オタク誕生！山本弘の巻】
【特別付録　特撮の未来を語る……だったんだけど】
公表されないガチャピン問題
いらん人間が死ぬとスッキリする
【あとがき座談会】

オタクが集まる対談では通常の本ではなんなかお目にかかれないものに出会うことがある。また、誰もが思っていても、なかなか表現されていないものが、そのずばり語られていることがある。

山本　全般について。田中さん、今度の『GODZILLA』見ました？
田中　『GODZILLA』ね、見てないんです。トカゲやっという。
山本　そうそう。
岡田　山本さんはわりとあれＯＫちゃいます？
山本　うん。先にアメリカで見た岡田さんにその話聞いた時に、僕が最初に行った言葉が、「それ、リドザウルスっていいません？」て（笑）。
田中　あれゴジラとちゃんですね。
山本　あのね、ゴジラだと思って見ると腹立つね。
田中　なんか日本人の漁船が襲われて、初めに「ゴジラだ！」と言ったからゴジラだという事になったと。
山本　だからあれはね、『原子怪獣現わる』という映画が昔あって。
岡田　昔あったんですよ。アメリカの人形アニメの巨匠の、ハリーハウゼンという人の。それが『ゴジラ』の元ネタになってるような話なんですよ。
山本　こっちのが早かったんだ、『ゴジラ』よりもね。
岡田　『ゴジラ』という映画は、大昔の『キングギドラ』という白黒映画と、この『原子怪獣現わる』を合体させた映画で、それがアメリカで『ゴジラ』リメイクする時に、まったくこれにしてしまったですね。
山本　そうそう。だからあの映画は『原子怪獣現わる』のリメイクとして見ると、すごくいい映画なんだよね（笑）。(151)

筆者もアメリカ版『GODZILLA』を見たが、何かすっきりしないものがあったが、この３人の会話ですっきりするものがあった。

オタクのこだわりは細かなところに向くことが多い。アニメではその美術担当、映画のエンドロールに記載されている人の名前からいろいろな話が出て来るなど、枚挙に暇がない。ここでも似たような話が出ている。

岡田　で、普通の人が見るトレンド・ドラマやったら、みんなスタッフ・リストなんか見ぃへんやないですか。でもアニメ・ファンの方が濃いからスタッフ・リストを見る。でも特撮ファンはもっと濃いから、スタッフ・

リストを見に上映会へ行って、「よし！」と言うて帰って来るとかね、どんどん濃くなっちゃうわけですよ。
田中　それとか、ホントにその人しかわからないところで笑ってるね。僕らから見ると。ものっすごいマニアックな事で笑ってるんだろうけど、僕らわからんことが多いね。特撮のファンは。
岡田　だいたい特撮ファンってね、突き詰めていくと大部屋役者のファンになっちゃうんですよ。端役の人とか、毎回この人は警官の役出てるから、「警官といえばこいつ！」とかね。その人は警官出てるやけど、今回たまたまその人が泥棒してるーおかしい、ていう。もうわかれへんですよ（笑）。
田中　ぜんぜんわかれへん、こっちはね。そういうことか。
山本　僕も特撮ファンと思うたけど、さすがに俳優の―まあ、宝田明とかああいう主役級は覚えようと思うけども、端役の人の名前まで覚えようと思わんかったなぁ。そこらへんが限度があるんかな。(152)

特撮の中で『仮面ライダー』についても次のように触れている。

山本　『仮面ライダー』のせいで、こんなもんは安く作れるていうのがみんなわかっちゃった。
岡田　そうそう、安く作れて一攫千金がねらえるてわかったから、みんな目の色が変わったんですよね。
山本　なんか『ウルトラマン』やと、ちょっとこれはミニチュアとか作らなあかんから大変やなと思うけども、『仮面ライダー』やっとらできるわなという。
岡田　そうそうそう。あー、『ライダー』が悪いんですな。思うに、『ウルトラマン』とか『ウルトラQ』見たら、まさかできるとは思いませんよねえ。でも『月光仮面』の頃に気いついてもよさそうなもんですけど（笑）。
山本　でもあの頃は『豹の目』とか『七色仮面』とか、いろいろとあったから。
岡田　あ、そうか。しばらくしてブームがやんでしまったというか、『ウル

トラQ』で取り替えられちゃったから。(153)

怪獣ものにはミニチュアがつきものの時代、人型サイズのヒーローではこうしたものを作る必要がなくなり、製作費などの点でもかなり格安に済んだというのも、こうした対談ならではの話題だ。

### (27) 斎藤環『戦闘美少女の精神分析』(2000)

斎藤環『戦闘美少女の精神分析』(太田出版、2000年4月)では前半で「おたく」について論じているので、その部分からおたくの定義やおたくに関する記述を引用しておきたい。「第1章　『おたく』の精神病理」「第2章　『おたく』からの手紙」が該当するが、特に第1章で取り扱われている。なお、斎藤は「おたく」と表記している。また、本書はJ. Keith Vincent and Dawn Lawson, translators. *Beautiful Fighting Girl*(2011)と英訳されているので、併せて英訳も紹介しておきたい。

> 1983年にライターの中森明夫氏が、雑誌『漫画ブリッコ』のエッセイで、アニメファンが互いを呼ぶときの二人称から彼らを揶揄的に「おたく」と呼んだ。この言葉は一種の差別性をもはらみつつ、当初はサブカルチャー業界内で控えめに浸透していった。ちなみに私がこの言葉の存在を初めて知ったのは、1985年の雑誌『宝島』誌上、ライターの佐藤克之氏のコラムにおいてである。
>
> しかし、1989年の幼女連続殺人事件が契機となって、「おたく」の語は一気に普及することになる。普及とともにいくつかのヴァリエーションが生まれた。「おたく族」「オタッキー」などがそれである。こうして「おたく」は一時の流行語から日常口語への進化を十分に遂げていった。(154)
>
> The writer Nakamori Akio first used the term in an article in the magazine *Manga burikko* in 1983 to refer derisively to anime fans because they used it as a second-person pronoun when speaking to each other.　The term was discriminatory but gradually gained a quiet

foothold in the 1985 article by Sato Katsuyuki in the magazine *Takarajima.*

But it was the serial murders of young girls by Miyazaki Tsutomu in 1989 that brought the word *otaku* into sudden prominence. As it spread, a number of variations also emerged, such as *otaku-zoku* (otaku-"tribe") and otakkii (otaku-ish). In this way otaku evolved from a temporary buzz-word into an everyday term.(455)

斎藤は「おたく」の普及は「アニメ」との強い影響を認めている。しかし、この宮崎事件は「おたく」のイメージを大きくネガティヴに変えてしまった。

これほどの普及にもかかわらず、あるいは普及ゆえに、「おたく」という言葉の輪郭はかなり曖昧なままだ。いまだに「マニア」と同義に用いられることも多い。また「宮崎勤事件」以降の使用法としては「自宅にこもっている人付き合いの悪い、暗い（あるいは危ない）人間」というネガティヴなイメージのものもある。この点では一過性の流行語であった「ネクラ」のポジションに「おたく」がとって替わった感もある。例えば「おたく」命名者・中森明夫氏が仕掛けたといわれる、メディア現象としての「宅八郎」の存在がある。彼は「マニア」でもあると同時に、こうしたネガティヴ・イメージをも誇張して身にまとう戦略をとっていた。しかし次第にネガティヴなもののみが前景化していったように見える。イメージ的にはごく大雑把に、ポジティヴで開けたおたくを「鉄道・アニメ系」、ネガティヴでとじたおたくを「ラジオライフ電波系」と区別できるかもしれない。ただしこれらはかなりの重複を含む。(156)

But despite its widespread diffusion, or perhaps because of it, the contours of the word *otaku* remain quite vauge. Even now it is often used simply as a synonym for maniac. Since the Miyazaki incident it has acquired as a very negative image of a gloomy (or dangerous) person who stays shut up at home and has trouble relating to other people. In

this respect it seems that *otaku* has taken the place of the once popular word *nekura*. You have, for example, a media phenomenon like "Taku Hachiro," apparently cooked up by the same Nakamori Akio who coined the term *otaku*. Taku was also a maniac, but chose to exaggerate the negative side of the otaku for his own strategic purposes. It seems that the negatives have gradually come to dominate our image of the otaku. Image-wise one can perhaps distinguish between railroad and anime otaku who are the most positive and open, and those like the fans of a magazine like *Rajio raifu* (Radio life), who are the most closed and negative. But even among these there is a lot of overlap. (157)

斎藤は「おたく」の特徴に次の４つを指摘している。

・虚構のテクストに親話性が高い人
・愛の対象を「所有」するために、虚構化という手段に訴える人
・二重見識ならぬ多重見識を生きる人
・虚構それ自体に性的対象を見い出すことができる人 (158)

a person with a strong affinity for fictional contexts.
a personwho makes use of ficionalization as a way to "possess" the object of his her love.
a person who inhabits not just who but multiple orientation a person capable of finding sexual objects in fiction itself. (159)

「マニアとおたく」の違いについても斎藤は触れている。

アニマは一般的に、その趣味がいかに実体として有効であるかを競い合う。コレクターはまさにコレクションの物量の大きさを誇る。ここにはもちろん、「希少価値」という「確率的判断」も含まれる。オーディオマニアはいかにノイズを減らして音源のより忠実な再生を可能にするか、あるいは昆虫マニアは、珍しい昆虫を「知っている」のは当然であって、その標

本を所有していることにこそコレクターとしての評価が賭けられる。ここにはまだ素朴な「実体志向」とでもいうような暗黙のルールが健在である。

おたくにはこうした「実体」や「実効性」への志向がむしろ乏しい。彼らは自分の執着する対象に実体と呼べるものがないこと、その膨大な知識が（とりわけ「宮崎勤」以降）軽蔑され、警戒すらされかねないことを知っている。そして、それを承知の上で、ゲームのように熱狂を演じて見せ合うのだ。「虚構コンテクストに親和性が高い」という表現は、おおよそこういった区別を明確化するためのものだ。(160)

Generally speaking, maniacs compete with each other in terms of how effectively their hobbies translate int materiality. Collectors pride themselves on the size of their collections. And of course, this involves speculations about value and rarity. Audio maniacs want faithful playback of sound with as little noise as possible. For insect collectors, it is not enough merely to know about rare bugs; their reputations as collectors depend on actually owning specimens of them. The unspoken rule of a naïve "orientation toward material objects" is still very much in force here.

Otaku are lacking in this orientation toward the material and the practical. They know that the objects of their attachment have no material reality, that their vast knowledge has no use for other people in the world, and that this useless knowledge may even (especially after the Miyazaki Tsutomu incident) be viewed with contempt and suspicion. And knowing all of that, they still enjoy the game of performing for each other their passion. The expression, "having a strong affinity for fictional contexts" is meant to clarify this sort of difference. (161)

斎藤はおたくの特徴として「虚構性」を取り上げている。

虚構性への親和性が高くおたく心性を持っている人は、実際に適応して

いるか否かを問わず、現実にたいする違和感を潜在的に感じているだろう。しかしそれは深刻なものではなく、日常的現実はダサい！という程度のものだ。少なくとも不適応がそのまま現実からの逃避→虚構世界へのひきこもり、というふうに単純に発展しないはずである。

コアなおたくとうものは、虚構へのスタンスが独特であり、アニメ作品にしても、複数のレヴェルで楽しむことができる。さきほどの言い方なら「虚構コンテクスト」のレヴェルを自在に切り替えることが出来るのだ。さきにも述べてように、彼らは現実を虚構の一種とみなしてる。それゆえ現実を必ずしも特権化しないことが、現実逃避ととられやすい部分なのかもしれない。その意味でおたくは「虚構と現実の混同」をすることは決してないが、「虚構と現実の対立」を、さほど重視しない。彼らはむしろ、虚構にも現実にもひとしくリアリティを見いだすことが出来るのである。

おたくはまさに、虚構の虚構性に対してすら多層的なリアリティを発見する。アニメのキャラクターは当然として、脚本やキャラクターデザイン、作画監督からマーケティング、評論から鑑賞のツボに至まで、虚構のあらゆる水準においてリアリティを見だし、それを楽しむことができる。これがおたくの特殊能力なのである。(162)

People who have a otaku mentality, with a high affinity for fiction, are likely to have latent discomfort with reality whether or not they have actually been able to adapt to it. But this is not a serious issue; for them, it is more on the scale of, "Every reality is a drag!" At the very least we can say that this refusal to adapt does not lead in any simple way to the fight from reality and thence to refuge in a fictional world.

Hard-core otaku have their own unique stance toward fiction and are able to enjoy anime, for example, on multiple levels. To put this in the terms I used earlier, they are able to switch freely between levels of fictional context. As I mentioned earlier, they see reality as a kind of fiction. Since this means they do not necessarily privilege reality, it can easily be mistaken for an avoidance of reality. So while otaku do not in any way "confuse fiction with reality," they are uninterested in setting

fiction and reality up against each other.　If anything they are able to find reality *(riariti)* equally in both ficition and reality *(genjitsu)*.

In fact, otaku discover a multilayered reality (riariti) even in the fictionality of fiction.　They see and enjoy reality (riariti) in terms of every standard by which fiction can be judged, including not just the quality of anime characters but also the script and character design, visual direction, marketing, criticism, and particular points of appreciation.　This is the otaku's special ability.（163）

### (28) 岡田斗司夫・山本弘・田中公平『絶版』(2000)

岡田斗司夫・山本弘・田中公平『史上最強のオタク座談会３　絶版』（音楽専科社、2000 年７月)は「史上最強のオタク座談会」の完結編である。そのおもな内容は以下の通りである。

【まえがき】
【第１章　ギャルゲー徹底大研究】
女の子を画面上に映したいという熱い思いがパソコンを加速させた
今まで「ヒロシ君」だったのが「ヒロリン」に変わった時の感動
アフレコの行くとまずサイン会が始まるという恐ろしい現実
浪速のモーツアルト・キダタロー
花嫁学校でギャルゲーの女の子作ってくれへんかな
声優よりもヤンキーの方がまし？
【オタクの軌跡　岡田斗司夫の巻】
【第２章　魔女っ子アニメ徹底大研究】
僕にとって本物のようこは、アニメのようこ
「ミルクで乾杯！おめでとう！」ていうので、チャンネルをプチン！
明るくないから「明るい農村」　楽しくないから「楽しい園芸」
『セーラームーン R』いって、『S』いって、『SS』いって、今『Z』いっ

て、『ターンA』までいってますよ
オタクしかよろこばんような番組
ロッドの先端に付けたスペース・シップを、バックグラウンド上にコンポージットする
「冥途のみやげばっく」
【オタクの軌跡　田中公平の巻】
【アニソン・特ソン徹底大研究】
お笑い界の高信太郎、特撮界の川北紘市、声優界の矢尾一樹
元気のいい男の子はみんな受けになって、ちょっと血圧の低いようなヤツは責めになる
「東京大学物語」とかもしやった時にね、あれでHでなかったらみんな暴動起こすやん
「本当の自分を隠してはいないのか！？」て、そのあと愛人がいたんバレた
「我々は環境破壊を許さないゾ！」
しょうがない、もう奥の手出そか、『笑ウせえるすまん』
【オタクの軌跡　山本弘の巻】
【特別座談会　謝罪！ホメ殺し大会】
「外道」て言われて、嬉しそうやもん
あかほり君の作品、今まで見もせんとけなしててんや
関西弁やからぎりぎりセーフ、標準語やったら！
【あとがき】
ちょっと真面目な、シリーズ最後のあがき

【第１章　ギャルゲー徹底大研究】はまさに日本のSLG、特に恋愛趣味レーションゲームのまさに原点とも言えるかもしれない。パソコンと女の子の関係がなかなか面白く書かれている。

岡田　今日はギャルゲー特集。
山本　いや、アニメ・ゲーム全般でしょう。

田中　あ、アニメ・ゲームね。アニメ・ゲームて、ビジュアル系？
山本　でも、女のコを出してきたゲームで、まあ、昔からあるけど、どっからかな？
田中　『ときメモ』ちゃうの？
岡田　『ときメモ』が大ヒットしたきっかけですよね。もともとゲーム界に、まだパソコン・ゲームしかなかった頃、ガタガタの状態の絵が出るだけていう、ゲームでも何でもないのがあったんですよ。フロッピー・ディスク売ってるんですよ。あ、フロッピー・ディスク違うな。
山本　まだテープの頃。
岡田　そう、オーディオ・テープ売ってるですよ。それをパソコンにつないで、テープレコーダーにガーッとかけてやると、ラムちゃんが出てきて、みんな「ラムちゃんだ！」ってよろこんだのを、500円で売ってたとか（笑）。(164)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

岡田　で、80年代の頭ぐらいの状況というたら、『信長の野望』とかいろいろなゲームが出てきて、日本のゲームもようやっといろいろ出てきたところへですね、いきなり日本橋とか秋葉原みたいな所で脱がせゲームというのが出てきた。クイズに答えて女のコを脱がすとかですね。クイズに答えんでもただスペースバーをたたいていたら、しまいに女のコが脱いでまうとか（笑）。
田中　ちょっと前にアイドル麻雀とかもあっとよね。
岡田　でも、アイドル麻雀になったらね、麻雀というアルゴリズムがあるからね、もうギャルゲーとしてはめちゃくちゃ高級なんですわ。当時あったのは、スペースバーを早く5回たたいたら脱ぐとか。脱ぐていうても、上からビュ、ビュ、ビュとか（笑）。(165)

【第２章　魔女っ子アニメ徹底大研究】では魔法少女の概念をさらに分けた言い方のようだ。魔法少女はやがて戦闘美少女へつながる系譜があるが、「魔女っ子」という表現の場合にはまた違った概念が含まれているようだ。

田中　で、今日は「魔女っ子」するねんて。
山本　魔女ッ子？やっぱし『メグちゃん』のオープニングはまりましたね。
岡田　オープニングは一流ですよね。番組見たことはないけど、僕。
田中　いや、僕も見たことない。
山本　（資料を見ながら）魔女っ子もののリストて書いてあるんやけど、『キューティハニー』あたりは魔女っ子じゃないよね。あれはもともと男の子向けのアニメやから。
田中　魔女っ子というのは、女性が魔法を使うものを全部書いてあるのね。
司会　そうですね。魔法というか、不思議な力を使う女の子と、戦う女の子です。
山本　『メグちゃん』て、初めてドキドキしましたねー。またね、辻真先がイヤらしい脚本書くんだ。
田中　ほう？
山本　チョーサンていう悪役が、メグちゃんを脱がそうとする話があってですね（笑）。「恥かきべそかき大作戦」という、なんでか知らんけどサブタイトルまで覚えてる（笑）。
岡田　有名ですよね、それ。
山本　脱がそうとして、いろいろと画策するという話がありまして、あれはけっこう当時は話題になりましたが。
田中　そもそもやっぱり『サリーちゃん』からなんですよね、結局は。
山本　でも、サリーちゃんとかアッコちゃんて、別に欲情しないでしょ。
岡田　いわゆる魔女っ子ものとしては最初かもわからないですけども、「ロボットもの」と言うた時に、「スーパーロボットもの」て『マジンガーZ』以降になるでしょう。『鉄人』とか入れへんでしょう。
田中　鉄人は乗らんからね。
岡田　それと同じように、「魔女っ子もの」ていうと、いわゆる普通に言う魔女っ子ものていうのは、何以降になるのかな？『メグちゃん』以降になるのかな？

山本　魔女っ子いったら、『ミンキーモモ』でしょう。ミンキーモモ以前と以後。プレ・ミンキモモ、ポスト・ミンキーモモ。
岡田　結局その前は女の子が見るもんで、そっから後は大きなお友達もみるようになったという差がのかなぁ。(166)

ギャルゲーと魔女っ子ものにはエロという点で共通する部分がある。なお、この対談の中で資料として準備された中で『キューティ―ハニー』が入っていて、不思議な力を使う女だからという説明が司会からあったが、これはアンドロイドであるため、本来ならばプレ戦闘美少女の扱いではないかと筆者は考えている。また、『サリーちゃん』は魔法使いの国のプリンセスが修行のために人間界に来ているという設定、『アッコちゃん』は鏡を大事にしていたことから、魔法のコンパクトを授かるといういわゆるアイテムにより変身する元祖的なものだ。少し時系列で整理すると以下の通りとなる。

1966 年放映開始　『魔法使いサリー』
1969 年放映開始　『ひみつのアッコちゃん』
1973 年放映開始　『キューティ―ハニー』
1974 年放映開始　『魔女っ子メグちゃん』
1982 年放映開始　『魔法のプリンセス　ミンキーモモ』

1974 年放映開始の『魔女っ子メグちゃん』は『魔法使いサリー』から 8 年後であり、当時小学生の子供（6 歳から 12 歳）が中学生から 20 歳までに間に成長していることになり、テレビアニメで育った子供に合わせて、少し年齢を上げたものを作ったという背景はなかったのか気になるところだ。さらにこれまでおもに女の子が中心で見ていただろう魔女っ子あるいは魔法少女がエロさが加わることで、男性のファンが増えてきたこともあったろう。

### (29) 太田啓之「オタクの悲劇」(2000)

太田啓之「オタクの悲劇」(『AERA』第 13 巻第 45 号、朝日新聞社、2000

年 10 月）のおもな内容は以下の通りである。

喪失～突然のアナウンス　祝祭の場が姿を消す
　8 畳の工房にこもる
栄光～ヒーローの嘆き　自由と熱気と鬱屈
　「戦後日本の最高傑作」
解放～自意識の牢獄　創造力という宝物
　仮想現実の世界
　83 年の「おたく」登場
　「飢え」が少なくなった

冒頭は「ワンダーフェスティバル（WF）」の冬の開催が見送られたことの案内から始まっている。ホームページには「ワンダーフェスティバルとは」として、以下のように紹介されている。

プロ、アマチュアを問わず、自分たちが腕によりをかけて製作したキットを持ち寄って展示・販売することにより、自分の造形力を世に問うことを目的としてはじまったのが『ワンダーフェスティバル』です。
この日だけしか販売が許可されない既存キャラクターのキット（いわゆる「版権もの」）、一品限りの造形物、各プロディーラーの新製品や限定品などが並ぶのも、当イベントの大きな魅力となっています（アマチュアが発表するキットなどは販売量がごく少量で、この日を逃すと永久に手に入らないものもあります）。
さらに、このイベントを支えているのが一般入場者の存在です。開催毎に多少の変動はあるものの、ほぼ安定した動員数を維持し、発足当初は若い世代の模型マニアの中でも、とりわけディープな層がほとんどで、ほぼ全員が男性であったものが、造形物の多様化に伴い、女性、家族連れ、初老の紳士といった、性別・世代的広がりも更に拡大し、「この先の可能性」を感じさせつつあるのが現在の状況と言えます。
この先も、「ガレージキットシーンの最前線」「ガレージキットの聖域（サン

クチュアリ)」という根底の部分を見失うことなく、“造形”をテーマとしたバラエティに富む魅力的なイベントとして、ワンダーフェスティバルを発展させていきたいと考える次第です。(167)

ワンダーフェスティバル 1984 年 12 月にガイナックスの前身、ゼネラルプロダクツがゼネラルプロダクツ大阪 2 号店で行なったプレイベントから始まっている。1992 年夏からは海洋堂が主催し、現在でも継続している。

「オタクの悲劇」と題している意味が分かる個所がある。その部分を引用して紹介しておきたい。

WF の発案者の一人であり、アニメーション映画のプロデューサーや評論家として日本のオタク文化をリードしてきた「オタキング」岡田斗司夫さん（42）は言う。

「今のままだと『オタクという民族』はそのうちにいなくなっちゃうんじゃないでしょうか」

岡田さんが危惧するのは、1980 年代に海外市場を席捲した日本製安梅―ションにかつての勢いがなくなってきたことだ。90 年代初頭にヒットを飛ばした『ドラゴンボール』や『美少女戦士セーラームーン』以降は『ポケットモンスター』が米国で人気になった程度。『ポケモン』はもともと TV ゲームのキャラクターであるためか、ゲームの普及度が日米ほどではない欧州や味での反応はいま一歩。

衰退の一番の理由は、日本のマンガ・アニメの新しい作り手、つまり「新世代のオタクたち」が育っていないことだという。

岡田さんの見方では「オタク」とは、25 歳ころから 40 歳ぐらいまでの年齢層で、マンガやアニメという本来子供向けのものを大人になっても好きで、そのことを自覚している人々を指す。

「彼らには『なぜ自分はこんなものが好きなのか』という自問と、それによる屈折がある。その屈折が過剰な消費に走らせたり、あるいはクリエイター側に参加させたりする原動力になっていた。『オタク』は消費者であると同時にクリエーター予備軍でもあったわけだ。

ところが今、事態が大きく変わってきているという。

「新世代となるべき20歳前後のオタクにはマンガやアニメを単純に消費するばかりで、内面の屈折がない。自己表現の意欲に乏しいんです」

アニメを見て楽しむだけで、自ら作り出そうというパワーがない、と言うのだ。[168]

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

若い世代のオタクタカから熱気が消えた。そう見えるのはなぜなのだろうか。その訳を求めようとすれば、80年代初めまでさかのぼる必要がありそうだ。

社会学者の宮台真司さん（41）によれあ、80年代を代表する二大サブカルチャーは「新人類」と「オタク」だった。

「新人類」

ブランド志向が強く、どんなファッションを身にまとい、どんなスポットで遊ぶかで付き合う相手を遊ぶ。

「オタク」

アニメやSFなどメディアが与える仮想現実の世界に生きる。

「新人類文化」には「コミュニケーション能力に優れている」若者たちが集まる一方で、「オタク文化」には「人の目を見て話せない」「相手の反応と無関係に一方的に話し続ける」など対人関係を苦手とする若者たちが、流れ込んでいった。

それが宮台さんの見方だ。

「『オタク』には、『新人類』に見下されているとの自己認識が絶えずあった。『オレは一生女とはつきあえないだろうから、アニメの美少女に賭けるしかない』。その鬱屈したエネルギーを同人誌制作やフィギュアづくりに振り向けることでオタクたちはカタルシスを得ていた。それが新しい創造を生み出していった」[169]

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

オタクたちを取り巻く環境も変わった。今や新作を当てにしなくても、レンタルビデオ店に行けば「オタク文化の歴史的遺産」である傑作の数々をいつでも観賞できる。美少女フィギュアにしても、自分でわざわざ苦労

してつくられなくても、安価な完成品が入手できるようになった。
オタクのイベント「ワンダーフェスティバル」を主宰する海洋堂の白井さんも、
「自分の欲しいものが売っていないという『飢え』は少なくなったでしょうね」
と、認める。(170)

作り手にオタクの心がわかるものが出てくると、需要と供給の関係が見事に成立する。

さまざまな現象の連なりの中で、オタクたちは徐々に「自意識の牢獄」から解放され、たぶん「幸せ」になったのであろう。創造力という宝物と引き換えに。
しかし、それこそが、オタクの最大の悲劇だったのではだろうか。(171)

オタク心がわかったものが制作側に回り、これが一種産業として成り立っていけば、オタクがいなくなるということになりそうだ。岡田が指摘していた「新世代のオタクたち」が育っていないことと深い関係がありそうだ。

### (30) 西井一夫編『社会主義の終焉』(2000)

西井一夫編『社会主義の終焉　オタクの時代1989』(毎日新聞社、2000年12月)は「毎日ムックシリーズ20世紀の記憶」として出版された。いわゆるオタク研究書ではないが、副題に「オタクの時代」があったため、取り上げた。橋本治「年頭言」の中で、1989年は単に1月7日に昭和天皇が崩御されただけではなく、「昭和天皇の死は“終わりの始まり”でしかなかった」(172)であると言う。さらに次のように述べている。

2月になると、「マンガの神様」と言われた手塚治虫が死んだ。4月には、松下電器産業の創設者であり「経営の神様」と言われた松下幸之助が

死んだ。6月に死ぬのは、「歌謡界の女王」と言われた美空ひばりである。「人が死ぬ」ということと、「一つの時代の終わりが、こんなにも直接定位に重ねられ語られた年は、そうそうないだろう。昭和天皇が死んで昭和は終わり、手塚治虫が死んでマンガが終わり、松下幸之助が死んで日本的経営が終って、美空ひばりの死によって歌謡曲も終わった―そのように言われた。(173)

「オタクの時代」とあるが、オタクのことを直接取り扱っているものはない。関連しているものは2つある。

対談：真崎守・夏目房之介　人間中心主義を超えた手塚治虫―計算もできる無意識の人
切通理作　わが友・宮崎勤

対談：真崎守・夏目房之介「人間中心主義を超えた手塚治虫―計算もできる無意識の人」では手塚のマンガ、アニメ観が中心に展開されているため、ここでは切通理作「わが友・宮崎勤」が取り上げる。1988年～1989年にかけて宮崎勤が起こした幼女連続殺人事件は昭和の終わりから平成という新しい時代をまたがって起きた事件であり、1989年に注目すべきもののひとつであることには間違いないだろう。

冒頭は以下のように始まる。

1989年、会社員だった私は、本の営業で渋谷の専門店「まんが書店」に行った。

漫画文化の発信地といえば、私の兄や姉の世代にとっては手塚治虫チルドレンたちがカウンター・カルチャーを狙っているという素朴な感触があったと思う。だがこの頃は、美少年の同性愛に喜ぶ「よおい女」とロリコン美少女の痴態にハマる「おたく男」の姿が目立った。

子どもの時からアニメや漫画が好きで、当時小さな出版社にいた私は自分の編集した昔の子ども番組のシナリオ集を営業していたのだったが、こ

の専門店において、その種の研究本はロリコン本コーナーの片隅にマニア向けとして、アニメーターの原画集などと一緒にひっそり置かれてしかなかった時代だった。(174)

切通理作1964年生まれであるが、筆者は1960年生まれであり、同世代のものとして同じように「子どもの時からアニメや漫画が好きで」、また本やビデオは相当持っていた。「「M君」の出現」として次のように述べていることも共感するところだ。

宮崎勤が逮捕された時、もう未成年とは遠い年齢だったのにもかかわらず、メディアは彼を「M君」と呼び、あたかも少年問題のように扱った。
万年床を囲むようにビデオや漫画が山積みされた彼の部屋がテレビや雑誌で公開された時、あの「まんが書店」での客の一人一人の等身大の部屋が開陳されたように思えた。それは私自身の部屋でもあった。(175)

こうした思いをした人は当時、案外多かったのではないか。マンガ、アニメ好きこだわらずに似たような状態になっている部屋は決して珍しいものではなかったのではないだろうか。切通の次の文章もまさにそれを物語っている。

89年12月に刊行され、宮崎と近い世代が連続幼女誘拐殺人事件を論じた本『Mの世代』(太田出版)の中で、劇作家の横内謙介は逮捕当時、母親から電話がかかってきて「アンタは大丈夫でしょうね?」と聞かれたと書いている。これは当時、私の周囲にいた地方出身のフリーター青年ほぼ全員の体験であった。中には、電話に出た息子の声を聞いた母親から「(逮捕されたのたが)お前じゃなくてよかった」と冗談抜きで言われた友人いたくらいなのだ。
宮崎の茫洋とした風貌から来るつかみどころのなさは、彼と同世代の人間に対するつかみどころのなさへの不安に繋がった。
人々はとりあえずこう結論づけた。「おたくの宮崎は、ホラー映画やロリ

コン漫画が描く虚構の世界と、現実の世界を混同したのだ」と。(176)

宮崎に対しての「同世代的共感」については次のように述べている。

しかし、なんといっても宮崎のキャラクターを象徴する絵柄は、6000本のビデオに囲まれ、万年床が敷かれた、彼の８畳間の自室だろう。母親もうっかり部屋に入ると宮崎に怒られるので、彼がシーツや布団を廊下に出していた時だけ選択し、干していたという。
「あそこまであからさまに部屋というものに、自分の内面みたいなものを、生活感みたいなものを投影した部屋というのは、やはり映像としてはインパクトがあるものね。でも、それは別に、彼の異常性とか、そういうことではないと思うんだよね。単に、ああいう映像を見慣れてないということでね」(『M の世代』大塚英志の発言より)
大塚はこの引用部分の前に、若者の部屋から生活観察を排除していくような、80年代当時の都市の理想的な暮らしのイメージと実際の生活とのギャップがここに表れていると言う。(177)

宮崎の部屋で最も特徴的であったものははやり6000本余りのビデオテープではなかっただろうか。それは本数の多さと部屋に置かれたその状態だ。切通は読者からの投稿を紹介しながら、その6000本余りのビデオテープと彼の行動との間の関係性について触れている。

宮崎勤が退行的に閉じこもったアニメや子ども番組の世界は、もともとは「愛と正義」を謳い、地球平和を乱す悪と戦う英雄の物語だったはずだ。
6000本あまりの彼のビデオテープに収録されていた作品中に、彼の行為を肯定する作品はごくわずかだったはずだ。むしろ自己中心のエゴイズムを否定し、生命の尊厳を訴える作品が多かったはずである。作品のメッセージを正しく受けとめるファンであれば、彼のようなことをするはずがない。宮崎勤は作品のメッセージ、すなわち作品の“心”を受け入れなかっ

た。その意味で、彼は作品をもまたモノとしてしか扱っていなかった」（『朝日ジャーナル』89年9月15日号「読者から」に掲載された投書より）

この新潟市に住む26歳のアニメファンの大学院生が語ることはあまりにも真っ当である。そう。宮崎はむしろ現実主義者なのではないか。(178)

そして気になるのはそのビデオの内容だ。「コレクションの中身」として次のように述べている。

「私の押収物に傷をつけないでくれぇ。何でそんなことをするんだあ！なんで私に危害を加えたり、私の嫌がることをさせたり、嫌がることをしたりするんだあ！」（『夢の中』より）

90年4月25日、第2回公判の最後に、裁判長から意見を求められた宮崎は「車とビデオを返して欲しい」と述べた。彼は警察による証拠品としてのビデオテープや写真について所有権放棄を求められた時、それをきっぱり断った。「流行っているものを持て！」というどこからの命令に突き動かされ、彼はビデオコレクターを始める。

「アイドルが好きなだけで、アイドルのCMにちょっと関心の無かった人も、CMの内容だけ追っていて、出演するアイドルのことまではちょっとねェという人も、アイドルにもCMにも無関心の人も、この誌を見たら、うーむ、これはなかなかだと思われるでしょう。今回特集したCM一つ一つに、出演者のアイドル名と、出演時の顔・髪・しぐさ、企業名及びキャッチフレーズを極力あますところないように記してあります」（宮崎勤編集『アイドルスターCM集602』序文より）

宮崎がアマチュアの同人誌即売会のコミックマーケット（通称コミケ）に売り出したというこの同人誌に掲載されたビデオ撮りの芸能人写真は男性・女性問わず、また世代の幅も広い。「アイドル」と言いつつ中年層も混じっている。彼の提示するコレクションはきわめて総花的で、当時既にそれぞれの専門へ特化し蛸壺を作り始めていたおたく状況の中では浮いてさえ感じられる。どんな層が読んでも面白いということを序文で強調してい

るが、どのみちコミケにまで足う運ぶ人間が手に入れる専門誌なのだ。
（179）

気になるのは「当時既にそれぞれの専門へ特化し蛸壺を作り始めていたおたく状況」とあるように、おたく（筆者はオタクと表現するが、ここでは切通の表現で統一する）もすべてを網羅するようなところから、それぞれの分野、専門と言う表現の方がいいのかもしれないが、その専門に特化していくことになる。最後に「宮崎とおたく」との関係ついて言及しているところを紹介しておきたい。

宮崎もまたその範囲にあるとされた「おたく」という言葉だが、「マニア」と「おたく」の意味は微妙に違う。ある対象への執着だけでは「おたく」とは呼べない。「おたくさあ」とお互いに話しかけ、レアなものに執着しながらも、それがメディアの中で流通していなければ俎上に上がらないという二律背反な状態。それが「おたく」なのだ。

宮崎がマニアとして「ディープじゃない」ことをもってして、彼は実はおたくではなく、おたくにになりそこねた人間だったのではないかと指摘する向きもある。宮崎自身も自分はおたくとは違うと述べている。たしかに宮崎は一つのものを深く追求し、味わい尽くすという意味での好事家ではなかったのは事実だが、おたくというものが情報社会の申し子だとするならば、その状況を限界とともに生きた存在であることは間違いない。実際、たとえばあるアニメ版學のレーザーディスクを全話セットで買い揃えたものの、それから数年経っても全部はみていないというおたくの声を現在でもよく耳にする。宮崎はそういう意味において、おたくの例外とは言えない。

短大時代、出会った友人Rに借りたカメラで宮崎はパンチラを撮り始める。それも「流行っているものを撮って、流行っているものを増やす」という感覚だったと振り返る。

「地方での子ども番組とか怪獣番組の再放送を、おべっかを使ったりパンチラ写真を使って、代理録画する人を紹介してもらったりして、持ち合

わせたものを交換する」。宮崎は供述調書でビデオ仲間との付き合いをこう語っている。自分の好きなコレクションを増やすためには他の趣味の人間と付き合わざるを得ない。だから交換条件として「旅」「パンチら」「ロリコン」「時代劇」「温泉」「アニメ」「グルメ」とあらゆるものを集めたためにビデオテープの量が膨大に膨れ上がったと彼は述べている。また彼はビデオ仲間のパンチラ撮影に「共犯」として付き合わされさえした。(180)

公判等の記録については佐木隆三『宮崎勤裁判』（全３巻、朝日新聞社、1991 年～1997 年）等があり、参考にしてもらいたい。宮崎自が公判や鑑定で自信をおたくではないと述べていたとしても、すでに 6000 余本のビデオテープのある部屋の写真とマスコミよって「おたく」とレッテルを貼られたものを修正することは不可能に近い。宮崎が起こした幼女連続誘拐殺人事件は事件の残酷さもさることながら、悪く言えばマスコミの印象操作の怖さも明らかになった事件だったとも言えよう。

### (31) 岡田斗司夫・山本弘他『ヨイコ』(2001)

岡田斗司夫・山本弘他『空前絶後のオタク座談会１　ヨイコ』(音楽専科社、2001 年 5 月）のおもな内容は以下の通りである。

まえがき
小牧雅伸　【第１章】オタクの歴史徹底大研究
大槻ケンヂ【第２章】UFO 徹底大研究
柿沼秀樹　【第３章】竜の子アニメ・メカ徹底大研究
大地丙太郎【第４章】アニメ業界徹底大研究

本書は岡田斗司夫、山本弘にそれぞれの分野からひとりを加えた 3 人の鼎談をまとめたものである。こうした対談では普通の本ではなかなか書かれていない内容のものが見られるのが面白いところだ。

小牧雅伸「【第１章】オタクの歴史徹底大研究」では虫プロの様子なども面

白いエピソードなどが紹介されている。ハンド・トレースをするオネエサンのアニメーターが、ハイヒールでハンドバックで通っていたという。最寄りの富士台の駅かOL風のカッコいいオネエサンは虫プロの通う方で、50～60人程度いたということものだ。

もうひとつ印象に残ったものはセル画の件だ。当時はセルに価値があるとは誰も思わなかった。東映動画でセルが盗まれた話や、その後セルの交換会がある話など、業界の裏話だ。デジタルの時代になると、ディズニーの例をだしながら、売るためのセルを作っている話で紹介されている。

大槻ケンヂ「【第２章】UFO徹底大研究」ではUFO、宇宙人、植地毅・宇田川岳夫・吉田豪『マンガ地獄変』（水声社、1996年10月）、梶原一騎、『空手バカ一代』、『空想科学読本』など内容が多彩である。

柿沼秀樹「【第３章】竜の子アニメ・メカ徹底大研究」では、竜の子プロのOVAのシナリオを担当していた柿沼秀樹との対談である。冒頭が興味深いので取り上げておきたい。

岡田　まずは、柿沼さんがこの世界に入ったきっかけは何ですか？
柿沼　僕ね、中学の頃『ガッチャマン』を見てから、タイトル・クレジットに『メカニック・デザイン』っていうのを初めて気づいたんですよ。
山本　大河原邦男先生ですね！
柿沼　それから美術の中村美毅さんと。そういうの初めてでしょう。
山本　はじめてですよね。クレジット入ったていうのは。
柿沼　それで、世の中で一番最先端な仕事のような感じがして。
山本　たしかに最先端でしょう。
柿沼　すっげえ仕事があるもんだな…！アニメに出て来るメカをデザインして食っていけるという仕事があるんだ！と思って。(181)

メカや特撮の話から、『ウルトラマン』、『サンダーバード』などの話に発展し、『サンダーバード』の発進ではカタパルトが使用されていたが、『ウルトラマン』でも途中からビートルの発進がカタパルトを使用していることに触れるなど、いろいろな番組を横断的に見て、感じたことが書かれている。当

時現場で製作者でありと当時に視聴者であった点が交差している点は興味深い。

大地丙太郎「【第４章】アニメ業界徹底大研究」では監督権利やお金の工面の話など、現場ならでは話が語られている。

本書ではいわゆる一般的なオタク論、アニメ史などを扱っているのではなく、シリーズタイトル通り「空前絶後のオタク座談会」の名にふさわしい内容である。インターネット上の「四字熟語辞典 ONLINE」には「空前絶後」の定義は以下の通りである。

今までに例がなく、これからも起こることがないような珍しいこと。(182)

そのシリーズ名のまさにその通り内容だ。オタクは細かなところが気になる、固執する傾向にあり、一般書には書かれない内容のものはまさにオタク好みと言ってよいだろう。

### (32) 大塚英志『定本物語消費論』(2001)

大塚英志『底本物語消費論』(角川書店、2001 年 10 月）は、『物語消費論』(新曜社、1989 年 5 月）を加筆・訂正し、「補」を新たに加えたものである。そのおもな内容は以下の通りである。「補」のみ下位項目を示しておきたい。

Ⅰ　物語消費論ノート
Ⅱ　複製される物語
Ⅲ　消費される物語
Ⅳ　再生する物語
補　都市伝説論
　　①　＜噂論＞―物語の生成
　　②　少女まんが家と都市伝説（『仮想現実批評』より）
　　③　実録・都市伝説―＜人面犬＞の秘密（『見えない物語』より）

④ 都市伝説の死（『戦後民主主義の黄昏』より）
⑤ その後の都市伝説（『仮想現実批評』より）

「②少女まんが家と都市伝説（『仮想現実批評』より）」では民俗学者・柳田國男が農耕従事者を「常民」としたが、生産者の感覚を持つことになる農耕従事者が都市では最も遠い存在となる。では都市における「常民」とはという問いに対して大塚は次のように述べている。

＜常民＞に替わるコンセプトが必要なのだ。そこで浮上してくるのが概念としての＜少女＞である。＜モノ＞を生み出さず、ただこれと戯れ消費するだけのお気楽な人生を都市の中で最も完璧に体現しているのは誰か、と考えれば答えはおのずと明らかである。＜女＞ではなくあえて＜少女＞としてのは、＜少女＞とは出産という＜生産＞さえも理念的には拒否した究極の消費者であるからである。かなり強引な論理になってきたが、具体的には少女文化を民俗学的に解釈し、その共通感覚である＜少女＞性を抽出した時、それは＜モノ＞を生み出さずただ＜モノ＞と戯れることを義務づけられた都市住民の心意と重なりあってくるはずである。かくしてここに少女民俗学という、一見ただの思いつきのような新たな民俗学が模索されることになる。

少女民俗学とは、少女まんがやファッション、制服、アイドル、おまじないといった消費社会に浮遊する少女文化を＜少女民俗＞としてとらえ直し、共通感覚としての＜少女＞を抽出しようという研究方法である。(183)

本書は角川文庫として出版されたが、その「文庫版あとがき」には興味深い記述があるので紹介しておきたい。

…誰もが情報の発信者たり得たいという欲望でもある。

このような欲望の所在が別の形で現れたのが本書でも分析の対象とったコミックマーケットである。ぼくがそこで指摘したのは同人誌というアンダーグラウンドな制度の公然化よって、まんがの領域で送り手と受け手が

消滅していったという事態である。かつてはただ読者に専念するしかないかった受け手が、既存のコミックの設定やキャラクターを借用して自作のコミックを描き、それを出版し、疑似的な作者になるという行動をとることが可能になった。そこでもマスメディアという制度の私的なものへの組替えとそれに伴う情報発信の新たな形式が欲望され、コミケという形で制度化されている。それらはすべて誰もが自分のメディアを持ち誰もが発信となり得るという「インターネット的欲望」のインターネット以前の姿であったように思う。

『物語消費論』がかつて問題としたのはそのような「インターネット的欲望」に先行して成立していた特定の環境下で人はいかに自らの情報＝物語を形成するかについてである。その仕組みをぼくは「物語消費」と本書で呼んでいる。「物語消費」とはただ、モノに替わってそれに付加された物語が商品の価値として取って替わるという事態のみを意味するのではない。送り手からもたらされる断片的な情報を想像力をももって接ぎ木し、更には「世界観」という枠組みの中で限定的に「物語」を紡ぎ出すという新しい消費の形式をぼくは「ビックリマン」や「コミケ」といった80年代の現像から抽出し、消費モデルとして示した。それは受けての中に芽生えた、送り手になりたいという新たな欲望を利用し、そのような欲望に向けていかなる形態の商品が情報を発信すればいいのかという「大衆操作術」であったのだ。(184)

なお巻末にある「1980年代サブカルチャー年表」については1979年から1991年までのものとなっている。

### (33) 東浩紀『動物化するポストモダン』(2001)

東浩紀(b.1971)の『動物化するポストモダン―オタクから見た日本社会』(講談社、2001年11月)の副題は「オタクから見た日本社会」である。前述の通り *Otaku: Japan's Database Animals*(2009)としてJonathan E. AbelとKono Shionによって英訳され、University of Minnesota Pressから出版さ

れている。さて、本書の内容は以下の通りである。

第１章　オタクたちの疑似日本
　　オタク系文化とは何か
　　オタクたちの疑似日本
第２章　データベース的動物
　　オタクとポストモダン
　　物語消費
　　大きな非物語
　　萌え要素
　　データベース消費
　　シミュラークルとデータベース
　　スノビズムと虚構の時代
　　解離的な人間
　　動物の時代
第３章　超平面性と多重人格
　　超平面性と過視性
　　多重人格
注・参考文献・参照作品・謝辞

本書ではまず「オタク系文化とは何か」という問い掛けから始まり、東はこのオタク系文化を次のように定義している。

コミックやアニメに代表されるオタク系文化は、いまだに若者文化としてイメージされることが多い。しかし実際には、その消費者の中心は 1950 年代後半から 60 年代前半にかけて生まれた世代であり、社会的に責任のある地位についている 30 代、40 代の大人たちである。彼らはもはやモラトリアムを楽しむ若者ではない。この意味でオタク系文化はいまや日本社会のなかにしっかり根を下ろしている。(185)

Otaku culture, as exemplified through comics and anime, still often

maintains an image as a youth culture.　However, the generation of Japanese people born between the late 1950s and the early 1960s—thirty- and forty-year-olds holding positions of responsibility within society—are actually its core consumers.　They are no longer youths enjoying a period of post-college limbo and freedom before taking on social responsibility.　In this sense, otaku culture already has some deep root in Japanese society.（186）

東のオタク系文化の持つ日本的なイメージは、岡田斗司夫『オタク学入門』(1996)がオタクを日本文化の継承者としてとらえているが、これをさらに深めたものである。

、、、オタク系文化と伝統文化の連続性は随所で指摘されている。そのなかでももっとも有名なものは、おそらく現代美術の村上隆の主張だろう。彼によれば、70 年代にアニメーターの金田伊功が達成した独特の画面構成は、狩野山雪や曾我蕭白らの「奇想」に連なり、また、90 年代に原型師のボーメや谷明が先導したフィギュア造形の進化は、仏像彫刻の歴史を反復している。（187）

… the connection between otaku culture and traditional Japanese culture has been pointed out frequently.　Perhaps the most famous example comes from contemporary artist Murakami Takashi. According to Murakami, the unique compositions of animator Kaneda Yoshinori correspond to the“eccentricities”of Edo painters Kanō Sansetsu and Soga Shōhaku, while the development of animation figurine making in the 1990s through the pioneering of figurine makers Bomé and Tani Akira repeats the history of Buddhist sculptures in Japan.（188）

念のため金田伊功、狩野山雪、曾我蕭白、ボーメ、谷明の５人ついて簡単に紹介しておくと以下の通りである。

金田伊功（1952-2009）は1970年に東映動画（現東映アニメーション）のテレビアニメ『魔法のマコちゃん』で動画デビューした。その後は『ゲッターロボ』(1974)、『大空魔竜ガイキング』(1976)、『惑星ロボ ダンガードA』(1977)、『超電磁マシーン ボルテスV』(1977)、『無敵超人ザンボット3』(1977)、『無敵鋼人ダイターン3』(1978)といったロボットアニメや『サイボーグ009』(1968)などに参画して注目を集めた。

さらにスタジオジブリにも参加しての活躍もあったが、1998年以降は『ファイナルファンタジー』(1998)への制作にも参加していた。

狩野山雪（1590-1651）はもともとは幼名は松浦彦三であるが、狩野山楽の娘・竹の婿となり、名も平四郎と改め、狩野性を授けられた。山雪の号を名乗った絵師である。東福寺所蔵の明兆筆三十三身観音像の内、欠けていた2幅を補作が彼の名を最も後世に残した業績かもしれない。

曾我蕭白（そがしょうはく、1730-1781）は『寒山拾得図』などで知られているが、構図の大胆さの一方、細密さ精確な描写が特徴で仙人、唐獅子などの中国を題材としたり、画題を醜悪に描き出すなど、見る者には強い印象を与えている。

ボーメ(b.1951)は海洋堂所属の原型師。本名は非公開。ボーメについては「ボーメ～アーティストデビュー10周年記念展」(2008)のホームページより紹介しておきたい。

■ ボーメの手による美少女フィギュアの人気と名声は遠く海外にまで及び、美少女フィギュア造形のトップランナーとして業界を牽引している。主要作品として、著名作家の描くイラストレーションを立体化した“鬼娘”や“虎娘”、超人気タイトルである『美少女戦士セーラームーン』シリーズや、『新世紀エヴァンゲリオン』の“綾波レイ”、“惣流・アスカ・ラングレー”などが挙げられる。また、ボーメ自身の創作キャラクターによるエロティックな美少女フィギュアも人気が高い。

■ 日本を代表する現代美術アーティスト・村上隆氏による等身大美少女フィギュア制作プロジェクト『Project Ko2（プロジェクトココ）』への参加（1995～1999年）を通じ、自身もニューヨークのアートギャラリーフィー

チャー・インクにて個人作品展を実現（1998 年）、コンテンポラリーアート界へのデビューを飾る。フィーチャー・インクにて個人作品展を実現（1998 年）、コンテンポラリーアート界へのデビューを飾る。さらに、カルティエ現代美術財団（パリ／フランス）主催の企画展『un art populaire（ポピュラーアート）』（2001 年）に村上隆氏と並列な立場のアーティストとして招聘されるなど、ボーメの創作領域はワールドワイドなアートシーンにまで拡大を続けている。(189)

谷明はボーメと同様、海洋堂所属の原型師。戦車食玩「ワールドタンクミュージアム」(WTM)の原型製作として知られている。

では、日本のアニメが発達させた独特の美学とは何であろうか。それは表現主義と物語主義であると言う。(190) 宮崎駿、高畑勲は前者に魅せられたアニメーターである。後者については次のように述べている。

りんたろうや安彦良和、富野由悠季、先ほど名前を挙げた金田伊功など、リミテッド・アニメや循環動画、バンク・システムなどの限界を前提としながら、動きの美学とは別の方向で作品の魅力を組織しようとする作家たちもいた。その方向とは、具体的には、『宇宙戦艦ヤマト』や『機動戦士ガンダム』『幻魔大戦』で行われた物語や世界観の充実であり、安彦やスタジオぬえが先導したイラストレーションの洗礼でありさらには、金田が開発した特殊な演出リズムと画面構成（止め絵の美学）などである。そしてまさにこの後者の流れこそが、八〇年代、日本アニメをオタク系文化の中核に押し上げ、また同時にアメリカで作られる「アニメーション」から遠く離れた、独自の美学をもつジャンルへと成長させていく。(191)

…there were also animators such as Rinatō, Yasuhiko Yoshikazu, Tomino Yoshiyuki, and the previously mentioned Kandeda Yoshinori who sought to develop artistic appeal in a different direction from the Aesthetics of movement, by working within the confines of limited animation, cell recycling, and the “bank system.” Specifically, this led to the enhancement of the worldview and narratives produced in *Space*

*Battleship Yamato, Mobile Suit Gundam*, and *Harmagedon* (*Genma taisen*, Rintarōō, 1983); the refinement of illustrations pioneered by Yasuhiko and Studio Nue; and the unique production rhythm and composition (the still-picture aesthetic) of Kaneda Yoshinori. It was precisely this latter direction that brought Japanese anime to the heart of otaku culture in the 1980s and sprouted a genre with a unique aesthetic far removed from the "animated films" made in the United States.
(192)

金田が開発した特殊な演出リズムと画面構成（止め絵の美学）について簡単に説明しておきたい。金田スタイルにはおもに５つの手法がある。「金田パース」「金田ジャンプ」「金田光り」「金田ビーム」「金田デフォルメ」である。ここでは「金田デフォルメ」に少し触れておくと、おもに止め絵的に使用され、手前にある物を誇張して描く方法でまるで飛び出して来るような迫力のある表現技法である。アニメーションの中で用いられるもので多用すると、よく手抜きと揶揄されることもある。

さて、オタク系文化はもともと岡田も『オタク学入門』(1996)で述べているが、メインカルチャーからカウンターカルチャー、さらにサブカルチャーへと変容しそれがアメリカで大きく成長したと言う。つまり、オタク系文化はもともとアメリカ産の材料で作られていることになる。

オタク系文化と「日本」の関係は、集団心理に大きく二つの方向に引き裂かれてきたと言うことができる。オタク系文化の存在は、一方で、敗戦の経験と結びついており、私たちのアイデンティティの脆弱さを見せつけるおぞましいものである。というのも、オタクたちが生み出した「日本的」な表現や主題は、じつはすべてアメリカ産の材料で作られた二次的な奇形的なものだからだ。しかしその存在は、他方で、80 年代のナルシズムと結びつき、世界の最先端に立つ日本という幻想を与えてくれるフェティシュでもある。というのも、オタクたちが生み出した疑似日本的な独特な想像力は、アメリカ産の材料で出発しつつ、いまやその影響を意識しないです

む独立した文化にまで成長したからだ。(193)

So the relationship between “Japan” and otaku culture was torn more or less into two separate paths in the collective psyche. On the one hand, as connected to the experience of defeat, the presence of otaku culture is a grotesque reflection of the fragility of a Japanese identity. The is because the “Japanese” themes and modes of expression created by otaku are in fact all imitations and distortions of U.S.-made material. On the other hand, the presence of this culture is connected to the narcissism of the 1980s and is also a fetish that can feed the illusion of Japan being at the cutting edge of the world. This is because, although the peculiar pseudo-Japan imaginary was created by otaku with the U.S.-made material, it has developed into an independent culture that is able to discount that influence. (194)

最後に書名にも使用されている「動物化」についてみておきたい。

動物化とは何か。コジェーヴの『ヘーゲル読解入門』は、人間と動物の差異を独特な方法で定義している。その鍵となるのは、欲望と欲求の差異である。コジェーヴによれば人間は欲望を持つ。対して動物は欲求しかもたない。「欲求」とは、特定の対象をもち、それとの関係で満たされる単純な渇望を意味する。(195)

What is animalization? Kojève's *Introduciton to the Reading of Hegel* has a unique definition of the difference between the human and the animal. Key to this definition is the difference between desire and need. According to Kojève, humans have desire, as opposed to animals, which have only needs. The word *need* indicates a simple craving or thirst that is satisfied through its relationship with a specific object. (196)

コジェーヴとはアレクサンドラ・コジェーヴ(Alexandre Kojève, 1902-1968)、モスクワ生まれの哲学者である。彼のヘーゲル研究によりヨーロッパ

におけるヘーゲル復興に大きな影響を与えたと言われている。この動物化の「欲求」と結びついてるものがアメリカ型消費者社会であると東は述べている。

アメリカ型消費社会の論理は、50 年代以降も着実に拡大し、いまでは世界中を覆い尽くしている。マニュアル化され、メディア化され、流通管理が行き届いた現在の消費社会においては、消費者のニーズは、できるだけ他者の介入なしに、瞬時に機械的に満たすように日々改良が積み重ねられている。従来ならば社会的なコミュニケーションなしには得られなかった対象、たとえば毎日の食事や性的なパートナーも、いまではファーストフードや性産業で、きわめて簡便に、いっさいの面倒なコミュニケーションなしで手に入れることができる。(197)

The logic of American-style consumer society has grown steadily since the 1950s and has now spread throughout the world. Today's consumer society has been standardized, media-ized, and it has developed a meticulously well-kept distribution management system. In it, improvements accumulate day after day so that consumer needs are satisfied immediately and mechanically, without the intervention of the other. The objects of desire that previously could not be had without social communication, such as everyday meals and sexual partners, can now be obtained very easily, without all that troublesome communication, through fast food or the sex industry. (198)

アメリカ型消費社会は一方は、メインカルチャーからカウンターカルチャー、さらにはサブカルチャーへと変容した文化で生まれた背景と相まって、オタク系文化の在り方とマッチングしていることになる。アメリカ消費型社会は、日本ではさらにサブカルチャーからオタク系文化を促進させ、これによりオタクのライト化が進み、今やライトオタク現象が進んでいる。「コミュニケーションなしで手にいれることができる」現象は、かつてはビデオやアニメ雑誌から情報を入手していた岡田の言う「近代オタク」という考え方を

パソコンとインターネットの時代では東の言う「データベース的動物」(199)とさらに進化したことになろう。本書の英訳タイトル *Otaku: Japan's Database Animals* はまさにこれを見事にとらえていることになるのではないだろうか。

なお、本書の続編として発表されたのが、『ゲーム的リアリズムの誕生』(2007)である。その副題は「動物化するポストモダン２」である。また同著者の『リアルのゆくえ』(2008)もあり、その副題は「おたく／オタクはどう生きるか」もある。

### (34) 岡田斗司夫・山本弘他『ナカヨシ』(2002)

岡田斗司夫・山本弘他『空前絶後のオタク座談会２　ナカヨシ』（音楽専科社、2002年２月）は岡田斗司夫・山本弘他『空前絶後のオタク座談会１　ヨイコ』（2001）の次のシリーズ第２弾である。形式は座談会１と同様である。そのおもな内容は以下の通りである。

まえがき
伊藤秀明　【第１章】オタクの考古学徹底大研究
かないみか【第２章】声優業界徹底大研究
原恵一　【第３章】オトナ帝国徹底大研究
渡辺宙明　【第４章】特撮ソング徹底大研究

オタクの好きなアニメ等を制作する側もひとりですべてを行っているわけではない。作画、企画、音楽、運営など様々なかかわり方があり、伊藤秀明「【第１章】オタクの考古学徹底大研究」でも、伊藤の自己紹介だけでも様々作品への参加が多彩であることがわかる。

伊藤　え、めんどくさいんで、「サンダーバードの伊藤秀明」と名乗ってるという話で、実際は今、『ヤマト』のDVDの解説書の編集をやったりとか、ちょっと前まではSFの『ミステリー・ゾーン』とか「宇宙家族ロビンソン」、あとは『原子力潜水艦シービュー号』のボックスの解説書の編集やってたりとか。じゃここで僕が根っこに持ってるものなのかを、一つ一つ出しつくいってという部分もやったりとかね。本来はセル・イラスタレーターねんですけでも。(200)

『宇宙戦艦ヤマト』についてはアニメ映画として公開されてから人気に火が付いたが、テレビアニメとアニメ映画との連動をどうするのかも重要なファクターで、キャラクター・グッズなどを含めると、いかに長い期間引っ張れるからが重要という制作者側の事情も書かれている。

かないみか「【第２章】声優業界徹底大研究」のかないみかは『それいけ！アンパンマン』のメロンパンナ役や『ポケットモンスター』ではプリンやマリルなどを演じた声優である。声優は日本独特のジャンルである。今でこそ声優学校などもあるが、気になるのはどうして声優になったかそのプロセスだろう。

山本　お母さんも声優さんねんですよね？
かない　そうなんですよ。それで私はずっと舞台をやってたんですけど、見に来てくれた人が「声の仕事をやらない？」っていうことで、オーディションをうけたらいくつか受かって、舞台と平行してやったんですけど、だんだん舞台とかもできなくなっちゃって、で、今にいたるという。
山本　その「声優やってみない？」っていうのは、やっぱしその声を聞いて？

かない　そうですね。それで「面白い声なんで」とかいって。で、「よくよく聞いたら、田上和枝さんのお嬢さんなんだって？」っていう事で、「やらない？」って言われたんですね。
山本　じゃ、かないさん自身は、最初から声優になろうとは思ってなかったんですよね？
かない　そうですね、ぜんぜんそういうつもりはなかったんですけど。
山本　じゃ、アニメとかは見てなかったんですか？
かない　そうですね、ぜんぜんそういうつもりはなかったんですけど。
山本　じゃ、アニメとかは見てなかったですか？
かない　子供の時ですね、母が声をやってたんで、『ピュンピュン丸』とか。アニメ見るのは好きだったんですけど。
山本　やるとは思ってなかった。(201)

その後の会話から桐朋学園大学芸術学部演劇専攻科出身等らしいことが明らかになっている。演劇の基礎があったということだ。
声優ならでは話も出ている。

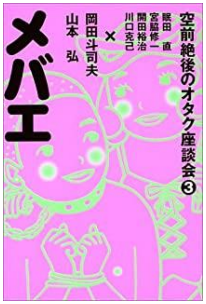
かない　私たちだって声入れるの、１回入れるわけだからな。
岡田　アニメーション作る側にしてみても、結局スケジュールがいっぱいあって、1週間前にシナリオを渡せるのと、当日の朝しか渡せないのと、線録りになってしまったので演技に明らかな差があったら、みんな気をつけると思うんですけど、やったら声優さんって上手いもんだから、線録りでもすごいちゃんとやってくれるじゃないですか（笑）。
かない　やっちゃうんですよね！。
岡田　それでみんなどんどん甘えて。
かない　ホントはやっていけないんで。でも、「ちょっとこれじゃできませんね。帰りましょう」っ言った作品も何回もありますよ。レギュラー全員で、「すいませんが、これじゃ私たちはできません」と言って、「もうちょっと画が入ったレベルでやりましょう」って言って、ディレクターさんが「みなさん、どうでしょう？僕の口からはこれは言えませんが、みなさん

がそうだと言うのなら、僕が今日飛ばしたいと思います」っていうディレクターさんがいて、「カッコイイ～…！」と思って（笑）。みんなで「その通りですネ！」とか言って、帰った事がありますよ。
岡田　はあー。俺らは帰られる側だったので、「山田康雄さんには気をつけろ」という伝説があって（笑）。「山田康雄さんは１カ所でも画が入ってないと帰る」ていう伝説があったじゃないですか（笑）。
かない　でもね、本当はそうしたいのも山々なんですぅ～！
岡田　ごめんなさいー（笑）！そうですよね。
山本　でも、海外のアニメとか海外の番組とかだったら、もう最初から画が入ってるわけじゃないですか。そういうのはやりやすいんんですか？
かない　やりやすいですよ。(202)

対談では通常の出版物ではなかなか書かれていない内容が盛り込まれている。

### (35) 岡田斗司夫・山本弘他『メバエ』(2002)

岡田斗司夫・山本弘他『空前絶後のオタク座談会３　メバエ』（音楽専科社、2002年10月）のおもな内容は次の通りである。




まえがき
第１章　カートゥーン徹底大研究！
　　眠田直「酔狂の鉄人」
第２章　食玩フィギュア徹底大研究！
　　宮脇修一（株）海洋堂専務取締役
第３章　大怪獣徹底大研究！
　　開田裕治「イラストレーター」
第４章　ガンダム＆ガンプラ徹底大研究！
　　川口克己「(株）バンダイホビー事業部事業戦略チームマネージャー／モデラー」

対談であるため、通常の書き物ではなかなか出て来ない話も多くあるが、ここではその一部のみを紹介しておきたい。

「第１章　カートゥーン徹底大研究！　眠田直『酔狂の鉄人』」ではアメリカのアニメの特徴が端的に紹介されている。筆者も子供の頃テレビで見ていたが、その時に違和感が何であったのかははっきりしていなかった。単にアメリカだから日本とは違う程度の認識であったが、そのことに触れている部分があったので紹介しておきたい。

> 岡田　今になって振り返ってみれば、いわゆる海外アニメっていうのは、アメリカでは特に10歳以下の子供を対象としていて、10歳以下の子供っていうのはハイティーンのお兄ちゃんたちの趣味にすごいあこがれがあるんだという知識があってわかるから、「ああ、ロックバンドが入るんだな」というのあるけど、僕らそういうのをぜんぜん予備知識なかったから、「なんでこう毎回毎回、バンドが出てくるんだ！？」って（笑）。(203)

カートゥーンにこだわらずに欧米のドラマ等を含めていろいろなものが話題に上っている。

> 岡田　光線に代表される、くだらない内容（笑）。僕らが小さい頃、いわゆる『奥様は魔女』とか『かわいい魔女ジニー』とか『サンダーバード』にしても、とにかく海外モノっていいもののはずじゃん。明らかに日本と違った素晴らしいものが海外から入って来るはずなのに、ことアニメに関しては、「違うよ、これ…」と（笑）。
> 眠田　だってあれ全部「サタデー・モーニング」だもん。サタデー・モーニングっていうのは、アメリカの子供向け番組は、全部土曜日の朝にやるのでそう呼ばれてるわけですね。アメリカ人は日曜日は教会行くから。
> で、唐沢俊一さんに教わったんだけど「サタデー・モーニング」って、実は蔑称なんだって、ディズニー辺りのいい会社のアニメーターが、「オマエ

ん所のやってんのはどうせサタデー・モーニングだろ？」ってよをそけなす時に使う言葉。だからもうくだらなくて当然ていうか。
岡田　あー。
眠田　特にハンナ&バーベラの手抜きはヒドいですねー！死ぬほど手ぇ抜ますね。
岡田　まずハンナ&バーベラとは何か？
山本　そうそう説明しとかないと。
眠田　えーとですね、ウイリアム・ハンナとジョセフ・バーベラというのが、あの『トムとジェリー』を作った人なわけです。彼らのすごいところは、自分たちがクリエイターだった時は、あれだけ『トムとジェリー』で動画枚数使って、すっごい細かい演出して、MGM が怒るぐらい時間かけてやってたのに、いざ自分たちの会社起こしてプロデューサーになった瞬間にコロッと変わりまして、枚数かけない絶対主義になっちゃった。俺、この辺の切り替えが、アメリカ人らしくていいなー！と思うんですよ(笑)。(204)

「第４章　ガンダム&ガンプラ徹底大研究！　川口克己『(株) バンダイホビー事業部事業戦略チームマネージャー／モデラー』」ではやはり日本らしい様子が紹介されている。特にガンダムは単に TV アニメ、ロボットアニメだけでなく、このプラモデルは切り離せないくらいひとつの大きなジャンルを形成して、キャラクターの重要性がより明確になったものだ。

山本　いや、だからそれこそアニメ作っちゃうの。さっき言った、女性ファンを取り込むとかそういうの考えたら、ハイブリッドなもん考えるしかないじゃないかなと思てって。女性がね、ロボットには惹かれないですよ、ゼッタイに。うちのカミサンとかもそうだけど、絶対ロボットとか怪獣には興味示さない。
川口　微妙なところがね、要はその辺りでロボットがキャラクターの延長線上だったりもするもんで、今一番ねらいやすいのはそこなんですよ。だから、それこそ『エヴァンゲリオン』や『ガンダム W』の時に、女のコが

プラモデルを買ってっちゃうんですよね。「アスカちゃんの2号機がほしい」になっちゃんうんです。『ガンダムW』の時には、池田監督みずから、「メカは売れないかもしれないけど、キャラクター5人はアニメ誌人気投票ベスト5に入れるよーん！」って言って、ホントに入っちゃんったんですけど。だから「主人公のヒイロ君の乗ってるガンダムW」になっちゃうんですよ。

山本　はーあ、そういう人もいるだ？へ〜え。

川口　だからフィギュア・ブームて一時期言われたじゃないですか。あの時にね、プラモデルもキャラクター・グッズの1つになったんですよ。だからプラモデルだから手の届かないものっていうよりは、要はキャラクターを表現するグッズの1つにすぎないっていう認識がわりと一般的になったのは、、フィギュア・ブームがちょっとありがたかっなって気はしますね。だから模型専門店さんは、やっぱちょっと少なくなってるんですけど、秋葉に行くと、それこそ秋葉原デパートの所に「ガンダム・コーナー」ドーン！みたいな感じになってて、買おうと思った時に逆に入手は今しやすい環境は整いつつあるんで、だからそうなった時に、やっぱ作品ていう話にまた戻っちゃうんだけどね。(205)

最後に「あとがき」に眠田直が寄せたものを紹介しておきたい。

「パワーパフガールズ」がキッカケで、すっかりカートゥーン方面に興味が向いている今日このごろ。アニメ、特撮、オモチャ、プラモデル…。数あるオタクジャンルの中で、この「海外アニメ」という分野だけが、ほーんとに資料も乏しく研究書も少ないというのが現状です。

ディズニーやワーナー、トムとジェリーといった劇場用に製作された往年の名作トゥーンはともかく、60〜70年代のTV用作品に関しては、マジで「オタク界・最後のフロンティア」と呼んでもいいくらいの未開拓地であります。てなわけで、この対談を読んで興味を持たれた方、サタデーモーニングの泥沼にどっぷりと漬かってみませんか？（笑）(206)

『パワーパフガールズ』（*The Powerpuff Girls*）は、クレイグ・マクラッケン原作のマンガのテレビアニメ作品で1994年に制作が開始され、1995年5月28日にカートゥーンネットワークでショートアニメとして初めて放映され、その後も放映されたものだ。日本ではテレビ東京系列・カートゥーンネットワークのアニメシリーズを2001年より放映された。『メバエ』が出版されたのが2002年であるから、まさに放映が開始されたあとという時期だ。

### (36) 森川嘉一郎『趣都の誕生』(2003)

森川嘉一郎『趣都の誕生　萌える都市アキハバラ』（幻冬舎、2003年2月）は都市開発が商業的な戦略から開発されることに対して、秋葉原がこうした戦略とは別に、趣味の集合体として秋葉原が無線・家電の街からパソコンの街へ、その後はオタクの趣味に合わせた変容を遂げた結果、現在の姿になったことを明らかにしたまさに「趣都」の誕生に焦点を合わせたものである。その主な内容は以下の通りである。

序　章　萌える都市
第１章　オタク街化する秋葉原
第２章　なぜ、パソコンマニアはアニメ絵の美少女を好むかのか―オタク趣味の構造―
第３章　なぜ家電はキャラクター商品と交替したのか―＜未来＞の喪失が生んだ聖地―
第４章　なぜ《趣味》が都市を変える力になりつつあるのか―技術の個人化が起こす革命―
第５章　趣都の誕生
あとがき
参考文献

気になる箇所をそれぞれ紹介しておきたいが、「萌え」「戦闘美少女」につ

いては他の箇所でまとめて取り上げる。まず、「序章　萌える都市」ではオタク全般について取り上げる。オタクについて以下のようにその傾向についてまとめている。

オタクというのは、はた目には趣味のこととなると金に糸目をつけない、購買意欲の旺盛な人種にみえるかもしれない。しかし実は女性のファッション市場などと比べれば、市場規模が小さいことからも、コントロールがしにくいことからも、マーケッターたちにとっては扱いにくい存在であり続けてきた。コミックマーケットに代表されるような素人による同人漫画誌の即売会など、大企業にカネが流れたりコントロールされたりしないようなシステムを勝手につくったりする傾向まであるからだ。

前述のファッションとオタク趣味に関するメディアからの圧力の違い、さらには大企業メディアにおけるオタクの差別的な扱いは、ここに大きく起因している。メディアにおけるオタクバッシングは89年の幼女連続札事件、いわゆる宮崎事件に端を発するとされているが、仮にそうしたメディアのスポンサーたる大企業の多くがオタク相手に大儲けをしていたとするならば、類似した事件が何度起ころうと、メディアはオタクを文化的リーダーとして持ち上げるに違いない。(207)

「第２章　なぜ、パソコンマニアはアニメ絵の美少女を好むかのか―オタク趣味の構造―」では次の通りである。

それは、他の場所にないような著しい人格の偏在が、秋葉原に起こっていたからである。本章の最初に記したように、それはパソコンを好むマニアの集中によって発生した。そしてパソコンを好む人は、アニメの絵柄のようなキャラクターを好み、そうしたキャラクターが登場するアニメやゲームを、ガレージキットも愛好する傾向がある。オタク趣味の構造である。

この趣味の構造が、歴史や地理、行政といった旧来的な構造に代わる新しい街の形成構造として、秋葉原の変化をもたらしたのである。

eビジネス分野で用いらるようになった概念の一つに、コミュニティ・オブ・インタレストというものがある。インターネットの発達が基盤となって、地縁・血縁に因らない、趣味や関心の共通性に基づいたコミュニティが形成され、そうした集団の重要性が増していくという考え方である。同じ趣味に関するページ群へのリンク集を設けたサイトや、興味ごとに分類された電子掲示板群を巡れば、さまざまなサンプルを目にすることができる。

言うならば秋葉原は、あたかも現実の街がインターネットにおける場所の構成のされ方を模倣するからのように、趣味の構造が場所を形成したのである。コンピュータとはもともと、現実の模倣に特化した機械である。そのコンピュータが織りなす空間を、逆に現実が模倣するような方向性を、秋葉原の変化は示している。では、コミュニティ・オブ・インタレスト、あるいは趣味の構造が現実の場所を成すとき、どのような風景が出現するのか。(208)

「第３章　なぜ家電はキャラクター商品と交替したのか―＜未来＞の喪失が生んだ聖地―」では、宮崎事件を受けて、オタクの部屋に注目して次のように述べている。

オタクの部屋の事例を見ていくと、ハイテク機材が趣味に関わるほど部屋がクリーンルームから遠ざかる傾向がある。キーボードやむき出しの基板類が不安定な状態で積み上げられ、周りの中にケーブルがのくっている。そうしたゴミ溜めのような部屋にはしかし、決まって綺麗に輝いている箇所がある。パソコンのディスプレーや、テレビの画面である。ビデオやサイバースペースに没入する時間が増えれば、現実の部屋の空間に対する感覚価値は下落する。このことを証すかのように、画面の輝きと部屋の乱雑さのコントラストは鋭い。(209)

「第４章　なぜ《趣味》が都市を変える力になりつつあるのか―技術の個人化が起こす革命―」では航空機や自衛隊機にラッピングが施される様相とそ

の背後にある趣味に力に言及し、「第５章　趣都の誕生」では秋葉原が部分・パソコン→家電→オタクのグッズを扱うようになった背景を取り上げている。

森川嘉一郎『趣都の誕生　萌える都市アキハバラ』は、そのタイトル通り、アキハバラが趣味の都として無線・家電からパソコンの街へ変わり、さらにそこで止まらずに、パソコンに執着する人の嗜好に合わせて結果、ゲームをはじめ、フィギャア扱う店が増えて行った。最終的にはいわゆるオタク趣味を持つ人が多く集まる街に変貌すると、周辺ではこれに合わせてメイドカフェが登場し、さらにAKB劇場やガンダムカフェが駅前に出現したのである。

## (37) 永江朗『平らな時代』(2003)

永江朗『平らな時代　おたくな日本のスーパーフラット』(原書房、2003年10月）のおもな内容は次の通りである。

ホンマタカシ―「『ああ、自分が撮るものは東京なんだな』というふうに思って」
　後記　作家の自己プロデュース能力
アトリエ・ワン―アトリエという名のユニット
　後記　サンブリングするのは「考えかた」
堀込高樹（キリンジ）―新しいものでも旧譜でも、それがよければどちらでもいい

後記　音楽産業の変わり目に
会田誠―批評的なのか無邪気なのか
後記　国粋化と無縁の「日本的」
佐倉統―自然科学と人間の感覚がフラットになる日
後記　文系の言葉／理系の言葉
柏木博―スーパーフラット・エイジのデザイン
後記　デザイン・ブームとデザインはどこに向かうのか
角田光代―「リアル」を描くということ
後記　中流が崩壊した世代の文学
古屋兎丸―「かわいい」と「怖い」の等価性
後記　漫画の王道と作家性
中野裕之―日本のピースは「平たく和がある」こと
後記　MTV 発 DVD 時代の映像感覚
ＹＡＢ‐ＹＵＭ―歴史と風土のリミックス
後記　人と服の関係を問いかけるデザイン
あとがき

ここでは目次として「オタク」は出てこないが、全体としてオタク文化とのかかわりがある内容である。「まえがき」には次の様な説明がある。

それに、いまは「すべてのものは等価だ」なんて誰もいわなくなった。それは等価じゃなくなったからではなく、等価であることがあたりまえになったからだ。あたりまえのことについては、人はわざわざいったりしない。四半世紀前は、ものごとが等価だと思う人は少なかったら、そういう発言も注目を集めた。(210)

出版されたのが 2003 年であるとの観点で以下も紹介しておきたい。

…現在 40 歳を基準に前後 5 歳ぐらい、つまり 30 代のなかばから 40 代のなかばにかけての、各表現分野の人たちに、どのように育ってきて、現

在はどのように仕事をしているのかを聞いてみる、ということを考えた。ジャンルはさまざまだ。美術、音楽、建築、写真、ファッション、漫画、映像、小説、デザイン、科学論、データベース型の世界認識が、ジャンルを超えて一般化しているのかどうか、それを実際に確かめてみたいと思った。(211)

現在は発行から 20 年以上経過しているため、上記の年齢は「60 歳を基準に前後 5 歳ぐらい、つまり 50 代のなかばから 60 代のなかば」ということになる。この年齢は実は筆者にも当てはまる。

### (38) 村瀬ひろみ「オタクというオーディエンス」(2003)

村瀬ひろみ「オタクというオーディエンス」(小林直毅・毛利嘉孝編『テレビはどう見られてきたのか―テレビ・オーディエンスのいる風景』(新教出版社、2003 年 11 月) に収録された論文の 1 つである。本論文の構成は以下の通りである。

1　はじめに―問題構成
2　「オタク」というカテゴリーの変遷
2.1　オタクの登場―男オタク、女オタク
2.2　オタクに対するバッシングとオタクの「男」化
2.3　「誇りを持って自称する」オタクの登場
3　能動的なオタク―二次創作、ジェンダー、そしてオタクのラディカリズム
3.1　オタクカルチャーとその中心磁場としての「性」
3.2　オタク的脱コード化
3.3　ラディカルなオタクの行き止まり
3.4　オタクの越境―見る側から作る側へ
3.5　「女オタク」の越境
4　オタクの今

4.1　テレビアニメブームとその終わり
4.2　今日オタクとは誰か
5　まとめにかえて―そして「オタク」はいなくなったのか
注
文献

もともと「オタク」は蔑称であった。そもそものはじめに、中森が描いたように、彼らは、好みがどうとか、アニメに対する知識や蘊蓄がどうという以前に、外見を問題にされていたのである。この「外見差別的」なオタクへのバッシングは、手を変え品を変え、執拗に続けられた。むろん、「女オタク」も外見を気にしないことで同じバッシングの俎上に乗せられる。外見を気にしないことは、異性の目や同性の目の価値（ここではテレビアニメやマンガに関すること）に力を傾注するという生き方を選択するということである。しかし、見た目を重要視されてきた女性がそのような生き方をすることは、男の「オタク」にとってよりも厳しい現実があった。女性もいたはずの「オタク」であったが、徐々に「オタク」女性の存在は不可視化されていくのである。

この外見に対するバッシングが様相を変えるのは、1988 年から 1989 年の連続幼女殺人事件（通称、、「M 君事件」）である。これは、加害者 M の部屋が「オタクの典型的な部屋」としてマスコミに流され、大量のビデオとともに自閉していくオタクのありようや、その幼女趣味（ロリコン）が指弾の対象となった。「友人は少なく、マンガやアニメ、幼児を性の対象にした雑誌類にのめり込む、孤独な 26 歳」と新聞は加害者の M を描写した。

このとき、メディアによって「オタク」として想定されているのは、既に男性だけとなっている。オタクというオーディエンスの中にある「性」への親話性がメディアによって強調されればされるほど、女性の「オタク」は排除されていくように見える。当時のメディアを見る限り、「性」の欲望をアニメなどキャラクターに向ける「若者（男性）」のことが取り沙汰され、女性のそれについては片鱗も見ることができない。(212)

オタクの二次創作（ここでは主に同人誌を中心に述べる）において、その主流を占めるのは、「性表現」であると言っても過言ではない。もちろん、テキストベースの評論、複数作品のコラボレーション、ギャグや異なるエンディングを持つサイドストーリーものも少なくはないが、「性」にまつわる作品が最も多いことに異論はないだろう。その中でも、「男オタク」の同人誌に描かれる「性」はSM、ロリコン、スカトロなど多様性に富んでいて、さながらポルノグラフィの見本市の様相を呈している。それらの「ポルノ」的創作物は、マッキンノンの定義に従えば、やはり「ポルノ」以外の何者でもないし、女性が客体化され物質化される表現の多くは、フェミニズムの立場から見ると、男性権力によって女性が抑圧されるという構図そのものであるといえる(Mackinnon 1987)。(213)

(Mackinnon 1987)とはC. A. Mackinnon. *Feminism Unmodefied: Discourses on Life and Low.* (Havard University, 1987)のことである。村瀬はオタクに関して、二次創作、「性」に関すること、男オタクと女オタクへの記述が多くなっている。「男オタクと女オタク」については以下の通りである。

表舞台からいったん消されてしまった「女オタク」だが、前出のように一部の彼女たちは、少女マンガを愛好する層と重なり、その多くが「よおい」となってオタクたちと別に独自の活動を続けてきた。また異性愛にこだわる一部の「女オタク」は男オタクの周囲で、ポルノ的二次創作のひそかな読者として存在していた。その彼女たちが、『セーラ―ムーン』をきっかけに「男オタク」とある種の相互乗り入れを果たすこととなった。もともと男性同性愛を描き、オタクたちとは異なるテレビアニメ作品を対象としていた「やおい」たちであるが、『セーラームーン』を対象として描かれれるのは、男性同性愛ではなく「女性同士の同性愛であったり、異性愛であったりする」（小林1999:208）。(214)

（小林 1999）とは小林義寛「テレビ・アニメのメディア・ファンダム―魔女っ子アニメの世界」（伊藤守編『テレビジョン・ポリフォニー――番組・視聴者分析の試み』世界思想社、1999 年）のことである。

また、オタクがテレビアニメからゲームへと移行しているとも述べている。

> テレビアニメビームは 90 年代の『セーラームーン』、『新世紀エヴァンゲリオン』という２作品を最後に沈静化している。というのも、「オタク」といわれる人びとの関心が、テレビアニメやマンガからゲームに移っていったからだ。「美少女ゲーム」や「ギャルゲー」と呼ばれるジャンルの、パソコン上で遊ぶソフトが二次創作の対象となり、二次創作自体も「同人マンガ」だけでなく「同人ソフト」が増えてくる。
>
> テレビアニメではメガヒットと呼べるものは、これらの２作品以降出ておらず「テレビアニメは毎週、一応チェックしている」「気になるのは全て録画している」という人であっても、オタク的活動は、美少女ゲームを軸に行っている人が多くなった。美少女ゲームはその商品単価が高く、女性オーディエンスの参入が少ない分野である。『セーラームーン』以降、男性向けジャンルに参入した女性たちもさすがに美少女ゲームを対象とした二次創作に進出する数はまだそれほど多くはない。(215)

### (39) 大塚英志『「おたく」の精神史―1980 年代論』(2004)

大塚英志が『漫画ブリッコ』の編集長を務めていた時、中森明夫「『おたく』の研究」(1983)が同誌に掲載されており、オタク研究を語る上で重要な人物のひとりである。大塚英志『「おたく」の精神史―1980 年代論』(講談社、2004 年２月)はサブカルチャーとしてのオタク研究ということになるが、現在ではマンガ／アニメの位置づけが変わりつつある中、本書は 1980 年代というこだわりがあり、「おたく」と表記していることにもかなりこだわりを持っていることは「第１章　４　『おたく』と『オタク』」でも紹介した通りである。本書の内容は以下の通りである。

まえがき
第1部　「おたく」と「新人論」の闘争
第2部　　少女フェミニズムとその隘路
第3部　　物語消費の時代
第4部　　90年代のなかの80年代
あとがき
本文関連年表

大塚は中森明夫「『おたく』の研究」(1983)が発表された1983年を「80年代的事象が一斉に時代の表層」[216]として現われた年として捉えている。

3月 31日　『みゆき』放映開始
4月　3日　『キン肉マン』放映開始
4月 15日　東京ディズニーランド開園
6月～8月　中森明夫「『おたく』研究」(『漫画ブリッコ』掲載)
7月 15日　任天堂（株)、ファミリーコンピュータ発売
7月 15日　セガ・エンタープライズ、SG1000発売
8月 18日　大友克洋『童夢』発売開始
9月　9日　ファミコンソフト『マリオブラザーズ』発売
10月 13日　『キャプテン翼』放映開始

1983年はエンターテイメントというキーワードにすると極めて重要な年であることがわかる。

大塚は編集者、マンガ原作者、評論家など、多才であり、本書の内容はまさにそれを反映している。ここでもう一つ注目しておきたいのは「第2部　少女フェミニズムとその隘路」の「10章　『内容』の崩壊」である。マンガ表現は絵画表現と言語表現があるが、どちらを主としていくかその後の発達が変わって来る。言語表現が主として発達すれば文学との接点が大いに強くなる。大塚によれば少女まんがは言語表現が発達して来たと言う。

70 年代の初頭、少女まんがは「内面」を表現の対象として発見するということで急激な進化を遂げる。それはほとんど近代文学史の短期間での「やり直し」とさえ言える現象だった。70 年代以降の少女まんが特異なのは、それが絵画表現ではなく言葉表現として発達していった点である。(217)

少女まんがの言語技術として次のように述べている。大塚は「少女マンガ」ではなく「少女まんが」と表記している。

七〇年代初頭の少女まんがは、手塚とその後継者たちが確立できなかった「内面」の表現を絵ではなく、言葉によって行うことで技術として確立する。まんが表現における言葉はそれまで原則としてスピーチバルーン、いわゆるフキダシの中に収められてきた。それは今でも変わらないが、フキダシの中の言葉とは、芝居や映画の台詞と同様にそれが作中において会話として音声を伴い、発語されていることを意味している。70 年代初頭の初頭の少女まんがは、フキダシに囲まれていない言葉をフキダシの中の言葉とは別に配置し、これを登場人物の「内面」を記述する手段とした。その結果、少女まんがの言語技術は極めて短期間に進化し、、、(218)

もうひとつの絵画表現の発達については次のように述べている。

戦後まんが史の進化が手塚治虫『新宝島』冒頭の数ページの自動車疾走シーンに呪縛されているのは定説である。「紙に印刷され止まった漫画」にもかかわらず「まるで映画を観ているみたい」な「生理的快感」(藤子不二雄『二人で少年漫画ばかり描いてきた』)を当時の少年たちに与えたこの作品は、まんがが表現の規範を映画に置いた点で画期的だった。(219)

最後に本書について「著者からのコメント」を紹介しておきたい。

「おたく」なる語が「オタク」と片仮名に書き換えられるあたりから文部

科学省や経済産業省や、ナントカ財産の類がちょっとでもうっかりするとすり寄ってくる時代になった。ぼくのところでさえメディアなんとか芸術祭という国がまんがやアニメを勝手に「芸術」に仕立て上げようとするばかげた賞がもう何年も前から「ノミネートし ていいか」と打診の書類を送ってくるし（ゴミ箱行き)、そりゃ村上隆や宮崎アニメ は今や国家の誇りってことなんだろうが、しかし「オタク」が「おたく」であった時 代をチャラにすることに加担はしたくない。国家や産業界公認の「オタク」と、その 一方で見せしめ的な有罪判決が出ちまった「おたく」なエロまんがはやっぱり同じな んだよ、と、その初まりの時にいたぼくは断言できる。国家に公認され現代美術に持ち上げられ「おたく」が「オタク」と書き換えられて、それで何かが乗り越えられた とはさっぱりぼくは思わない。だから「オタク」が「おたく」であった時代を「オタク」にも「おたく」にも双方にきっちりと不快であるべく本書を書いた。新書にしては異例の 400 頁超だが、『諸君！』で連載が中断したままだった「ぼくと宮崎勤の '80 年代」を加筆改稿したものである。近頃、流行の 80 年代をノスタルジックに語る 類の書物として本書を刊行する程ぼくは親切では当然ない。できうることなら旧作 『アトムの命題』との併読を強く希望する。(220)

ここに 1980 年代の「おたく精神史」と題した真意が見て取れよう。

### (40) 畑智章「オタク・アニメ・村上隆一〜『スーパーフラット』を巡って」(2004)

畑智章「オタク・アニメ・村上隆一〜『スーパーフラット』を巡って」(『年報人間科学』刊行会編『年報人間科学』第 25 巻、大阪大学大学院人間科学研究科社会学・人間学・人類学研究室、2004 年 3 月）のおもな内容は以下の通りである。

一　はじめに
二　美術と「ポップ」そして「オタク」

1　シュミレーショニズム
2　「オタク」と「ポップ」
3　「オタク」と戦後日本の大衆文化
4　「日本」イメージと「オタク」
三　スーパーフラット
1　「スーパーフラット」とは
2　「スーパースラっと」のゆらぎ
3　「スーパーフラット」のねじれ
四　戦略としての「スーパーフラット」スタイルについて

なお、「三　スーパーフラット」「四　戦略としての『スーパーフラット』スタイルについて」は実際には「二　スーパーフラット」「三　戦略としての『スーパーフラット』スタイルについて」となっていたため、番号は整合性の観点から直した。

まず「一　はじめに」で村上隆の「スーパーフラット」スタイルについて次のように述べている。

村上隆は90年代から現在にいたるまで、積極的に作品を発表し続けている、日本の現代美術を代表する作家の一人である。この村上隆の作品は、国内はもとより海外で評価が非常に高く、最近の例では、村上90年の作品『迷子、自分でUターン』が、競売会者クリスティーズのオークションで55万ドルで落札されており(1)、その評価の高さをうかがうことができる。村上隆の作品の特徴として、日本のアニメーションのセル画を彷彿とさせるような、平坦な描画手法に、同じく日本のアニメーションをさせるようなキャラクターを登場させる手法が挙げられる。村上隆は、自らの作品のスタイルを「スーパーフラット」とよび、この言葉をキーワードにしながら積極的に様々なメディアでの発言を行っている。そして、この「スーパーフラット」という言葉は、単に一作家のスタイルを表現する美術用語としてではなく、現代日本をめぐる様々な言説を浮かびあがらせる「オ

タク」的なものから、音楽やファッションなどを多岐にわたる。(221)

注（1）は『朝日新聞』(2003 年 11 月 3 日）より村上作品がクリスティーズでの落札についての記事のことである。

次の「二　美術と『ポップ』そして『オタク』」を見ておきたい。

村上隆は 90 年代初頭から積極的に作品を発表する。その時期においては、日本の現代美術をめぐる言説は、１つの転機を迎えていた。それは、「シュミレーション・アート」または「シュミレーショニズム」というスタイルの登場であった。暮沢剛巳によるシュミレーショニズムの定義は、以下の通りである。1980 年代のニューヨークを中心に展開された、ベンヤミン的な近代芸術の唯一性（アウラ）に背を向け、大衆芸術からの盗用（アプロプリエーション）を積極的に推し進めた美術運動。J・ボードリヤールの『シュミラークル』を理論的典拠としたその運動の軌跡は、高度資本主義の発達と並行して、「ポップ・アート」が示した方向性をさらに先鋭化するものであった。(222)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

それまでの美学的な立場を越えて、社会的、文化的背景を自らの評論に取り込むことのできた評論家は僅かであった。この美術を巡る言語に文化的、社会的背景を取り込む事を積極的に行った数少ない一人として上野俊哉と椹木野衣が挙げられる。上野俊哉は雑誌「BT」1992 年 2 月号特集「ポップ／ネオ・ポップ」のなかで「ポップ」と呼ばれるものと社会的背景について論じている。この中で上野俊哉は「ポップ」と呼ばれる潮流の中に、60 年代の左翼政治運動が深く関与しており、また同時にこれらの政治運動がサブカルチャーのスタイルを吸収していたと述べる。（上野，1992：49）また椹木野衣は、これら「シュミレーション・アート」が、クラブやそこで流されるハウスといった音楽との関連性を示唆している。(椹木，1991：72-87）これらの記事は 90 年代の日本の現代美術を巡る言説の傾向を明確に示しているが、ここで重要なのは、上野俊哉らがサブカルチャーとしての「オタク」を、積極的に美術を巡る言説の中に持ち込んだ、

ということである。上野俊哉はこれらの「オタク」を、「「みゆき族」や「暴走族」を生み出し、「「運動」や「前衛」といった〝意味という病〟にとりつかれていた海の向こうのポップとは異なり」、『ポップな「族」たちの変遷』の果ての『徹底した無意味の追求』としてとらえ、「オタク」をポップなイメージとして描き出した。そして、当時様々なメディアで紹介されつつあった「オタク」という存在が、「ゲイシャ、フジヤマと並んで日本を指すキーワードになっていくのかもしれない」と述べた。（上野，1992：49）(223)

（上野，1992）とは上野俊哉「『闘争！』から『変身！』へ―アート・イントゥ・おたく、おたく・イントゥ・ポップ」（『BT』3月号、美術出版社、1992年）、（椹木，1991）とは椹木野衣「悪魔の美術、断末魔のアメリカ、カリフォルニアの善悪、ネオ・ペイガニズム、バッド・ペインティング」（『BT』7月号、美術出版社）のことである。畑はさらにオタクとポップについて次のように述べている。

「オタク」をポップなものとして捉えることは、日本の現代美術をめぐる言説においては非常に好都合であったということができる。それは、単に、その時代の要請として「ポップ」を語る事ができる、というだけではなく、「オタク」という同時進行で行われている出来事をのそのままポップなものとして描き出す事によって、「オタク」的な出来事をすべて現代美術の言説の一部の取り込み、新しい言説の構成を可能にしたからである。

また、ここでもう一つ重要な点がある。それは「オタク」が、「ゲイシャ、フジヤマ」に変わる新たな日本イメージをとして設定されていると言うことである。これは、それまでの日本文化の典型的なイメージが「ゲイシャ、フジヤマ」』に代表されるような、過去の伝統に由来するイメージに、新たに「オタク」という、それまでになかったイメージを付け加えられる事によって、日本のイメージが更新されるという可能性を示している。(224)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

このような状況において、「オタク」という存在がポップなイメージと結び付けられる事には、日本の現代美術を巡る言説においては非常に有効であった。それは、「オタク」的なもの、つまり現代日本の対抗文化や大衆文化自体がポップな存在として美術の俎上にのせる事が可能になるだけではなく、「オタク」という新しい文化現法を、「日本発のオリジナルな現象」として利用する事で、美術の市場で必要とされるオリジナリティを満たす事ができたのである。事実、「オタク」という文化現象自体が日本を端に発しているかどおかは、疑問の残るところである。草薙聡志によれば、アメリカにおいては 1977 年に Cartoon Fantasy Organization という、日本のアニメファン組織が既に組織されていた。（草薙, 2003:117）しかし、「オタク」が日本発の文化現象として、西欧からみいだされ、また同時に日本の現代美術を巡る言説がそれを日本発の文化現象としてした時に、「オタク」は利用価値のある言葉として流通するのである。(225)

（草薙, 2003）とは草薙聡志『アメリカで日本のアニメはどう見られてきたか？』（徳間書店、2003 年 7 月）のことである。アメリカのポップに対する日本のポップで対抗し得るものとして、ここでは美術分野において「オタク」が利用されたことになる。

つまりここでは日本の美術を巡る言説の中で「オタク」を語るということは、戦後日本の大衆文化を語る契機として機能しているということができるのである。そしてこの「オタク」を巡る言説に含まれる「ポップ」は、戦後日本の大衆文化そのものにも広くポップなイメージを与えたのである。

村上隆は 99 年のインタビューで、日本の文化について「ジャパニーズ・ポップというのは、こんな貧しい国じゃあえいえないと僕は思っているんですよ。文化の蓄積もないし、超消費社会でもない。ようするに、アメリカン・ポップに対するコンプレックスですね。だからこそ、そこそこの消費文化をポップと呼ぶのは、僕には堪えられない。」（村上, 1999:136-137）と述べているが、これら戦後日本の大衆文化の殆どか、「ゲイシャ、フジヤ

マ」に代表される伝統的なイメージから切り離されてた世界で培われてきたのは言うまでもないことである。むしろ、これらの古典的なイメージから積極的に外れているという点でこれら瀬後日本の大衆文化はポップなイメージと結びちく事が可能であったということができる。(226)

(村上, 1999)とは村上隆・東浩紀「村上さんの言う『スーパーフラット』はポストモダンの欲望を説明していると思うので」(『広告』マドラ出版、1999年11月）のことである。以下もオタクとポップ・アートについて述べている。

しかし「オタク」に総称される戦後日本の文化を社会的、文化背景の一部として美術作品化する事に可能性を見出す事は、これらのジレンマを解消する契機にも繋がるのである。それは、「オタク」を日本発の文化現象として捉える事によって発生する「オリジナリティ」、そしてこれらの「オタク」をポップに結び付ける事によって生じる、「ポップ・アートの美術作品としての正当性」、そして「オタク」を積極的に「戦後日本の大衆文化」に置き換える事によって発生する、「作品を製作・批評する際のリソースの確保」など、日本の現代美術を巡る言説に様々な利点をもたらしたのである。(227)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

「オタク」によって総称されるイメージを自らの日本イメージに取り込む事は、様々な点で有利であった。アニメーションやマンガに代表される、「オタク」的な分野は、戦後日本の少年・少女文化をになう大きなものであり、その時代を生きる数多く日本人が共有しているものであり、「禅」という言葉によって代表される数々の日本イメージとは異なるものであった。しかもそれらが海外、特に欧米で話題になりつつある、ということは、終戦後決定的に文化の周縁として位置付けられていた日本の大衆文化を、西欧の文化的中心に位置付ける事のできる機会だったのである。(228)

「三　スーパーフラット」ではこれをキーワードとして戦後の日本のポッ

プとして位置付けようとしたことについて取り上げている。

村上隆は自らの作品の特徴を「POKU (pop+otaku)」と表現している。（村上，1999：137）それは日本の戦後の大衆文化の文脈で発生したポップという意味であり、日本人の作家が、自らの経験した文化的背景を下敷きにして作品を作り、その作品を自らの文化的背景の中で位置づけようとすることである。これらの作業を村上隆らは「スーパーフラット」と呼び、一つのキーワードとして流通させる事となるのである。1999 年～2000 年前後にかけて村上隆はこの「スーパーフラット」という概念を様々なメディアで紹介した。そして 2000 年には、「スーパーフラット」と題された本を自ら出版することになる。これらのメディアでのべられた「スーパーフラット」は単にアニメ的・平面的な描画手法を説明するのみではなく、それらの背後の文化的・社会的背景を表現するキーワードとして使用された。それは、たんに村上隆が個人的に提唱したスタイルの定義、という範囲を越えて、様々な分野・建築、ファッション、そして「現代日本文化」そのものに波及してゆくこととなる。(229)

注の（村上，1999）とは村上隆「村上隆スペシャル」（『BT』5 月号、美術出版社、1999 年）のことである。

美術批評家である暮沢剛巳によると、「スーパーフラット」とは、「この数年来、現代美術家の村上隆が積極的に提言している、平板で余白が多く、奥行きに欠け遠近法的な知覚を拒むなどと、伝統的な日本画とアニメーションのセル画とに共通して見られる造型上の特徴を抽出した概念」である。(8) ここで暮沢剛巳は「スーパーフラット」が、伝統的な日本画と、アニメーションのセル画との共通点をみいだした事を端的に述べているが、実際に、これらの「スーパーフラット」を巡る言説の中には、後に述べるような様々な解釈が存在していたということができる。

例えば、東浩紀によれば、「スーパーフラット」とはあくまでも「フジヤマ、ゲイシャ」に代表される古典的イメージとは根本的に異なった社会と

しての日本の戦後文化、特に90年代以降の「オタク」に特化したものであった。東浩紀によれば、「スーパーフラット」とは「オタク的な図像の一つの特徴」であり、「カメラアイの欠如、フレームという概念の弱さ」であり、「ここのキャラクターがあたかも異空間にいるように作られている」画面構成を持つ視覚的な表象であり、そしてこれらの画面構成を持つ視覚表象が遠近法に代表される「近代」に対する「ポストモダン」の図像として述べられる。（東，2000：6）(9) ここで東浩紀はアニメ、特に90年代後半のアニメ代表される描画スタイルの持つ平面性を、近代の象徴としての遠近法と対立させる事によってこれらの平面性をポストモダンな視点として位置付ける。そしてこれらの視点の背景には、いわゆるポストモダンとしての「オタク系文化」が関係している事を指摘する。ここで述べられる「オタク」とは、日本の現代美術を巡る言説の中に見出される。(230)

注８は現代美術用語集Art Wordsの暮沢剛巳「スーパーフラット　Superflat」(https://artscape.jp/artscape/reference/artwords/k_t/superflat.html)からの引用である。（東，2000：6）とは東浩紀「存在論的、広告的、スーパーフラット的」（『広告』１・２月号、マドラ出版、2000年）のことである。

また、これとは別に椹木野衣は、「スーパーフラット」を「近代以前の日本の絵画空間の平面性を、今日のアニメに代表されるペラペラで奥行きのない図像空間と重ね描きながら、現代のサブカルチャー／オタクカルチャーの多様性に着地させるもの」であり、また、「歴史や市場、階級を持たないために欧米並みの「美術」を所有／構築することができなかった敗戦後日本の文化的特徴を、ハイアートなきところにサブカルチャーなし、というテーゼに結び付け、その延長線上にあらゆる異ジャンル的文化イメージが、まったく対等に並列されている」状態である、としている。（椹木，2002:242）(231)

（椹木，2002）とは椹木野衣『「爆心地」の芸術』（晶文社、2002年5月）のことである。

東浩紀が「スーパーフラット」そして「オタク」というキーワードにポストモダンの可能性を見出したのに対して、椹木野衣や村上隆は、近代以前の絵画以前の絵画空間の平面性を見出す。ここで重要なのは、「スーパーフラット」という言葉の定義の曖昧さがこれらの明らかな視点の違いを対立させる事なく併存する事を可能にし、そしてこれらの矛盾する視点を同時に利用することによって、「スーパーフラット」というキーワード自体の価値を高くし、このキーワードによって表現さえる美術作品になんらかのかたちで評価の基準を与える契機をつくり出す事に成功したということである。村上隆らは、日本のアニメの中の前近代の絵画空間の平面性を見出してはいるが、実際にこれら日本のアニメが江戸時代の浮世絵等に直接影響しているかどうかは不明であり、また、日本のアニメ自体が手塚治虫によるアニメ製作以降、コストを下げる目的でリミテッド・アニメーションという手法をつかい、それによって日本のアニメ独自の動きや表現を獲得して来た事を考慮にいれるとこれら村上隆らの述べる、アニメと前近代の日本画のつながりを正当なものとみなすには、日本のアニメの歴史の中における技術的側面や社会的状況を詳細に検討しなくてはならない。(232)

文中の「手塚治虫」は実際の論文では「手塚治」となっていたが、ここでは「虫」を補って記載した。

「3　『スーパフラット』のねじれ」としては次のように述べている。

先に述べたようにアニメの平面性が前近代の浮世絵に代表される平面的な絵画の伝統を保持しているかどうかについては、詳細な検討が必要である。しかし、これらの古典的なイメージを、現在の「オタク」に代表される文化事象と積極的に結び付ける事は、「オタク」そして「スーパーフラット」を、日本の戦後大衆文化を象徴する「オタク」や村上隆の作品を、現在既に定着している、古典的・伝統的なイメージに沿いながら説明することによって、より簡単に欧米の市場に持ち込む事を可能にするのである。(233)

「4　戦略としての『スーパーフラット』」では次のようにまとめている。

そしてポケモンに代表される一連のアニメの海外での成功に支えられて、「スーパーフラット」はこのような「オタク」の商品化を理論的に説明しようとする一つの文化的機能になったということができる。(234)

最後にインターネット上の「現代美術用語辞典 1.0」では暮沢剛巳「スーパーフラット　Superflat」（2009 年 01 月 15 日掲載）を紹介しておきたい。

この数年来、現代美術家の村上隆が積極的に提言している、平板で余白が多く、奥行きに欠け遠近法的な知覚を拒むなど、伝統的な日本画とアニメーションのセル画とに共通して見られる造形上の特徴を抽出した概念。現代美術の文脈に、日本特有のオタク文化の美意識を導入するために用いられることが大半だが、かつてL・スタインバーグが提唱した「フラットベッド」との親近性を指摘する声もある。村上の一貫した感覚と強い戦略性は、美少女フィギュアなどの立体的な造形作品をもスーパーフラットと称していることからも窺われるし、また最近では、哲学者の東浩紀がHTML言語のデータベースをこの概念で説明したり、現代建築のある種の傾向がスーパーフラットの比喩で語られたりするなど、現代美術の枠を超え、広く現代の文化全般に関わる概念として参照されることも多くなった。本来全く異質なはずの美術とオタクを安直に組み合わせた俗流理論との批判も少なくないが、村上が日本を代表するアーティストとしての地位を不動のものとしたのに並行して、スーパーフラットの影響力もさらに拡大しつつあり、今後も活発な議論が期待される。(235)

### (41) 国際交流基金／森川嘉一郎編『おたく：人格＝空間＝都市』(2004)

国際交流基金／森川嘉一郎編『おたく：人格＝空間＝都市』（幻冬舎、2004 年 9 月）はヴェネチア・ビエンナーレ第 9 回国際建築展・日本館の出展カタ

ログである。おもな内容は以下の通りである。

斎藤環, Otaku Rooms　おたくの個室
Rental Showcases　レンタルショーケス
Akihabara　　秋葉原
Comic Market　コミックマーケット
On-Line Communities　オンライン・コミュニティ
森川嘉一郎, Otaku:persona=space=city　おたく：人格＝空間＝都市
大島優木, ARINA SHINYOKOHAMA in AKIHABARA　アリーナ新横浜 in アキハバラ
斎藤環, Otaku Sexuality　おたくのセクシュアリティ
米沢嘉博, Dojinshi as Otaku Expression: The state of Japanese fanzinedoms　同人誌≒おたく、そして表現　同人誌作品の広がりと現在
米沢嘉博, The Tides of Dojinsi: a franzy history　同人誌の潮流、その歴史
宣政佑, Otaku Frontiers　おたくの越境

記載内容はフランス語・英語・日本語で併記されている。ここでは英語と日本語のものを紹介しておきたい。

斎藤環「Otaku Rooms　おたくの個室」では「おたく」について次のように述べている。

> The term “otaku” generally refers to persons who lose themselves in *manga*, anime, computer games and other cartoon character media. The closest English equivalent is “nerd.” The stereotypical otaku can be either puddy or lanky, but wholly unconcerned with fashion or personal appearance. Moreover, in Japan at least, there is even a common image of the “otaku room”: a cockpit surrounded by computers, video equipment and electronic gadgets, with *manga* magazines, videotapes and other software in piles everywhere within hand’s reach by

the bed.　As with fashion, they are said to take no interest in décor or aesthetics, so the term “otaku” includes an image of a spatial conditions that is now transforming the city itself.　This otaku space has its origins in the otaku room.（236）

「おたく」というと、一般的には漫画やアニメ、ゲームなどの特有なキャラクターメディアの一群に耽溺している人々を指す。太っちょ、あるいはガリガリで、ファッションに無頓着そうなルックス、というステレオタイプも共有されている。

それと同時に、日本では「おたく」というと、その人の個室の様子までもがイメージとして共有されている。パソコンやビデオなどの電子機器に囲まれ、漫画雑誌やビデオソフトが寝床の周りにうず高く積み上げられた部屋が想起される。彼らのファッションと同様に、一般的な美意識とは異なる原理によって構成されている。

つまり「おたく」という言葉は、空間の状態に関するイメージをも内包しているのである。今や都市をも変容させるようになったおたく空間の原点は、他ならぬおたくたちの個室なのである。（237）

「On-Line Communities　オンライン・コミュニティ」ではオタクについて次のように述べている。

Given the predilection for, Japanese-made *anime* and games, it is often assumed that otaku are uniquely Japanese phenomenon.　Yet otaku-like persons are known to exist the world ever.　Not that Japan needs to export computer game-loving stereotypes; they are arising of their own in many other locales as well regardless of national bounds, and hence must be regarded as something of a new genus within the cultural sphere. And just as shaping such physical locations as the Comic Market and Akihabara, the greatest spread of otaku space is on the internet. Connections between net space and otaku now go far deeper in Korea than even in Japan.（238）

その嗜好物が日本製のアニメやゲームに偏っていることから、おたくは日本固有ほものとして捉えられることが多い。しかしおたく的な人物像は、世界的に遍在しているところには。パソコンやゲームを偏愛する、ダサいルックスの人というステレオタイプは、日本から輸出するまでもなく、各地に自然発生している。それゆえおたくは、国家的な枠組みとは無関係な、人格的文化圏とも言うべき新種の構造の一角となりつつある。

コミックマーケットや秋葉原に場を形成しつつも、現在のおたく空間の最大の領域は、ネットに広がっている。(239)

森川嘉一郎「Otaku: persona=space=city　おたく：人格＝空間＝都市」では日本のロボットアニメ、戦後のディズニーの影響に触れながら次のように述べている。

In essence, Disney used the technique of cel animation to santise European folktales, both story and picture, into family entertainment. Similarly, under post-war American cultural domination, Japanese artists like Osamu Tezuka reworked the Disney style into their own idiom, taking the artificial feel of the cel technique one step further into the attractions of pygmalionism (love of inanimate figurations).

Thus, otaku culture essentially consists in the impetus to remake culture in its objectively shared attributes so as to conform to the subject self.　What better way, then than to take those cartoons and animated films that Disney had established as a medium for impressionable children by purging them of all sexual elements, and inject them with sex appeal?　The result as the *bishojo* figure so ubiquitous to Japanese *anime*.(240)

戦後の圧倒的なアメリカ文化の流入の下、今度は手塚治虫を先鋒とする日本の作家たちが、そのようなディズニーのスタイルを変質させることにより、アニメを自らのものにしていった。ディズニーが衛生化に使ったまさにそのセル画の人工的な肌合いに、ピグマリオニズム（人形性愛）めいた

魅力を見出すことによって。

おたく文化の本質させるには、このように、客体として共有されている文化を変質させることによって、主体に従属させるとする動機がる。ディズニーが性的要素を排除し、アニメや漫画を無垢な子供のための媒体として定着させていたからこそ、性的魅力の流入は、強力な変容の手段として機能してきた。その結果として生まれ、発達してきたのが、日本のアニメに特有な「美少女」というモチーフなのである。(241)

大島優木「ARINA SHINYOKOHAMA in AKIHABARA　アリーナ新横浜 in アキハバラ」ではおたくの印象について次のように述べている。

"Otaku" is still something of a derogatory term. Those who immerse themselves in *anim*e and computer games were said to be lacking in social skills, though by now such interests have gained a respectable degree of "citizenship" in Japan. Little has this improved the common image of otaku, however, who have concentrated upon more *dame* "nerdy" sub-genres—*moe anime* or *bishojo* nymphet games－within the now-widely accepted scope of *anime* and games.

This surely reflects an otaku leaning toward "bad" taste. Not a qualitive judgment, their preferences simply stray from the norm or mainstream of popular tastes; albeit the otaku themselves are characteristically more defensive than actively subvrersive, their prepubescent girlie fetishism has come to be identified with one definitive tendency under the rubic *moe*.

The objects of these otaku tastes, moreover, tend to be very "Made in Japan." Not that otaku are in any way nationalistic in their thought, their sensibilities temporary Japanese culture. Thus, otaku aesthetics represent a self-consciously shadow image of "Japan" as seen in "kitsch" things. (242)

「おたく」という言葉は、蔑称として機能してきた。アニメやゲームに耽

溺する彼らが、社会性に乏しく見えるからだ。もっともアニメやゲームそれ自体は、今や日本国内でもそれなりの市民権を獲得している。というと、それにともなっておたくたちの印象も向上したかたいうと、そうはならなかった。アニメやゲームが一般に認められは始めるやいなや、おたくたちは、アニメやゲームのなかに、「萌えアニメ」や美少女ゲームといったさらに「ダメ」なサブジャンルをつくり出し、そこへ集中していったからである。

このシフトに反映されているように、おたく趣味には「ダメ」なものへ向かおうとする指向性がある。ここでは、「ダメ」とは、質が悪い、という意味ではない。世間的に見て、それに耽溺している姿がダメに映る、ということである。客体たる規範的趣味に主体を従属させることに対し、おたくたちは性格として、防衛的である。幼げな美少女キャラクターへのフェティシズムという、「ダメ」な趣味の表明たる「萌え」は、そのような指向性から様式化されてきた。

アニメやゲームなどのおたくの嗜好対象は、おおむねメイド・イン・ジャパン的な性格を色濃く帯びている。ただし、おたくたちは思想的なナショナリストではない。ダメ指向の結果として、日本に本場のある現代文化が採択されてきたのである。おたく趣味は、キッチュなものとしての「日本」という、日本の自意識の陰画でもある。(243)

宣政佑「Otaku Frontiers　おたくの越境」では「おたくの国際性」の項目で次のように述べている。

The word “otaku” comes from Japan.　However, since in the 1990s, this word characterizing a peculiar subculture of *manga, anime* and computer games spread with Japanese popular culture to Europe, American and East Aisa.　Of course, other countries have had their own homegrown cartoon, animation and game fanatics, but when referring to those who favour Japanese subcultural genres it was probably only natural that they too used the Japanese word.

Differences do exist, but otaku are to be found worldwide. In Korea, for instance, there are Korean otaku who are into Japanese, American and European subculture and who belong to the generation that are now the prime movers of society. These many different otaku make powerful use of on-line networking, particularly via the internet.(244)

基本的に「おたく」という言葉は日本で作られた。漫画・アニメ・ゲームなどの、サブカルチャーの限定的な一部のジャンルを好きなことで特徴づけられる「おたく」という単語は、1990 年代以後ヨーロッパやアメリカ、そして東アジアを中心に人気を得ている日本文化を通じて世界に広がった。もちろん各国には「おたく」に当たる漫画やアニメ・ゲームのマニアはいただろうが、特に日本のサブカルチャーを好きな人を示す場合日本語の「おたく」を用いる事は自然な事かも知れない。

また、日本だけではなく漫画やアニメ・ゲーム好きの人たちはどこの国でもある程度似たような様相を見せる場合が多い。差異はあるけど、やっぱり「おたく」は世界共通のようだ。例えば韓国では、ヨーロッパ漫画やアメリカヒーロー物のマニアも、日本漫画のおたくも、まったく同じ外国漫画のファンなのである。また韓国作品のマニアもたくさん存在する。それらの群集はお互いに共通集合を持ちながら「韓国のおたく」は、日本や欧米のサブカルチャーを幅広く受け入れながら、今や韓国社会をも動かす世代として台頭してきている。それは、特にインターネットを中心にしたオンライン・ネットワークを通じて強力な影響力を発揮している。(245)

国際交流基金が深く関っているものだけに注目してよい展示であり、また、資料であると言えるだろう。

### (42) 大塚英志『物語消滅論』(2004)

大塚英志『物語消滅論―キャラクター化する『私』イデオロギー化する物語』(角川書店、2004 年 10 月) のおもな内容は以下の通りである。

第１章　創作する読者と物語るコンピュータ
第２章　キャラクターとしての「私」
第３章　イデオロギー化する「物語」
あとがき　なぜ、ぼくは「近代的言説」を「擁護」しようとするのか

「第１章　創作する読者と物語るコンピュータ」の冒頭では本書の位置付けが記されているのでまず紹介しておきたい。

この本では大雑把に言って２つの大きなテーマを話すことになります。１つは小説やコミック、映画やゲームといった物語を創作・消費していく過程で、作者や読者のあり方、ソフトとしての物語のあり方が、現時点でどのように変わってきてしまったのか、あるいはこの後はどうなっていくのかということについて、つまりぼくの『物語消費論』の続編として、1990 年代以降の事態を概略的に捉えていこうと思います。そこではコミックでも小説でもいいのですが、ソフトとしての「物語」が、もはや旧来のソフトとしての形をとれなくなっており、その中で作者も読者も大きく揺らいでいるという事態があります。「物語消滅論」というタイトルは、そのような意味での「変容」をやや刺激的な「消滅」という語で形容しているわけです。(246)

2 つ目については次のように述べている。

それはどうも「物語」の因果律が採用されてしまいつつあるとぼくは感じています。そのことの意味と問題を検証します。
いわゆるポストモダン的な、「大きな物語の崩壊」的な言い方での「物語」の使い方は敢えてここではしません。たとえば「大きな物語」といった時に、その「物語」や「歴史」はもう少し広義に使われいたわけです。(247)

「物語」は「物語の構造を持つ」わけだが、広義となることで、「イデオロギ

ー」へ、さらに「社会や現実を設計する枠組みとして援用されていくという事態」[248]に変容しているという。

念のため「大きな物語の崩壊」はフランスの哲学者ジャン＝フランソワ・リオタール（Jean-François Lyotard, 1924-1998）の「大きな物語の終焉」を想起させる。インターネット上の「Artwords」には星野太「『大きな物語』の終焉 Fin des “grands récits”」の説明がある。

> 「大きな物語」とは、フランスの哲学者ジャン=フランソワ・リオタール（1924-98）が『ポストモダンの条件』（1979）において提唱した言葉であり、科学がみずからの依拠する規則を正当化する際に用いる「物語、語り口 narrative」のことを意味する。上記のような含意から、同書のなかでは、同じ意味として「メタ（＝上位）物語 métarécit」という表現が使われることもある。
>
> リオタールによれば、従来人々は科学の正当性を担保するために「大きな物語」としての哲学を必要としてきた。ここでいう「哲学」とは、真偽や善悪を問う際の「基礎づけ」を担う知の領域を指し示している。リオタールは、このような「大きな物語」に準拠していた時代を「モダン」、そしてそれに対する不信感が蔓延した時代を「ポストモダン」と呼んでいる。つまりポストモダンとは、この基礎づけとしての「哲学」が有効性を失った、言い換えれば「大きな物語」が終焉した時代だというのである。1980年代以降に「ポストモダン」という言葉が浸透するにつれて、「大きな物語の終焉」というキャッチフレーズは、それ以前の時代からの断絶を強調するための格好の用語として広く人口に膾炙した。しかし上記のように、そもそもこの言葉を広く知らしめた『ポストモダンの条件』において、「大きな物語」という言葉が科学の正当化をめぐる議論において用いられていたという事実は記憶にとどめておく必要がある。[249]

大塚は敢えてしない言明しているため、紹介のみにとどめておく。大塚がよく言う「物語消費」について念のため確認しておこう。

この「物語消費」のモデルを立ち上げる前提になっていった現象が当時、いくつかありました。１つは既に語ったビックリマンですが、もう１つはコミケ、つまりまんが同人誌の即売会です。今では二次創作と呼ばれる、アニメやまんがの世界観とキャラクターを使いながら、自分自身が作者として、まんがを書き出版するという同人誌の作り方です。ただ、それは創作ではなくて、むしろキャラクター産業の中での新しい消費の形式ではないのか、というのが当時のコミケに対するぼくの評価で、それは今も変わっていません。結果としてコミケの場に成立したキャラクターや商品への欲求を吸い上げることで、今やのキャラクター産業が維持されているのは紛れもない事実ですから。創作する受け手、創作する消費が確実にコミケにありました。(250)

また、キャラ萌えに東浩紀が述べているとし、次のように大塚は述べている。

キャラ萌えとフェイクヒストリー的な物語が決定的に違うのは、キャラ萌えという言葉が象徴的なように、そこでは「歴史」も「地勢図」も必要とされないことです。むしろ、それらと屈託なく切断され、情報化された「キャラクター」だけがあります。彼らは「歴史と地理」ではなく、データベースを共有します。これは世界認識の手続きの変化と関わります。人に「歴史と地理」を意識させた進化論的世界像から、情報内向的な世界像への変化と対応します。(251)

いわゆる二次創作の中でもコミケとも関係の深い『キャプテン翼』は象徴的だ。

そのように原典を１つの聖典と見なしていく目線があったのに対して、とくに女の子の『キャプテン翼』あたりから実は始まっていた、キャラ萌え的な流れがずっとある。それは作中の歴史や世界や現実からキャラクターをもはや切り離してしまって、キャラクター単体を弄んでいくような考

え方が浮上し、支配的になってきます。(252)

「第２章　キャラクターとしての『私』」では、「属性」という言葉をキーワードとしている。

「私」がキャラクター化されている、ということを別の言い方をすると情報化ということになるのかもしれません。たとえば、ある一定の年齢より下の編集者や読者や作家たちと話していると、「属性」という不可解な言葉をよく聞く。つまり「キャラクターの属性」みたいな言い方ですね。「属性」というのは、古い世代では「キャラクター設定」と言っていたものに近い気がします。しかし、「設定」が、ある全体性をもって「キャラクター」を記述しようとしたのに対し、「属性」はもっとシステマティックです。彼らはキャラクターを構成する一個一個の特徴を「属性」と形容する。性別、年齢、目の色、髪の毛、性格も一言で言い切れる程度に。それらの順列組合わせの中にむしろ「キャラクター」があります。そこではキャラクター―は「属性」というパーツに還元されるわけです。(253)

「第３章　イデオロギー化する『物語』」では次のように述べている。

それでは物語がイデオロギーを代行する状況に対して、我々はこの後どうすればいいのでしょうか。１つにはこういった物語論を、もう一度現在のネット的な環境やソフト産業を含めて、技術論として再構築して、徹底して現状の環境とすり合わせていく必要があると思います。消極的な狭い意味においては、たとえば仮に日本が「国力」としてジャパニメーションに手を突っ込みたいなら、少なくともソフト産業のストーリーテリングの水準をどうにかしなければ、もはや世界では通用しない。カンヌ映画祭での『イノセンス』の敗北はそれを示しています。宮崎駿の一人勝ちでも、別に構わないといえば構わないんだけれど。

しかし、説話を可視化しハンドリングできる技術を大衆化すべきだとぼくが考える理由はそれに留まりません。何より、物語の構造を管理するこ

とを誰にでもコミットできる技術として徹底して精緻化しておくことが、第１段階として大事な気がします。それは当然リスクも産むでしょう。それを利用しやすくするという側面もあるわけですから。(254)

物語がイデオロギーの代替物となれば、単純な「正義と悪」といったような世界観に陥らなければという危惧もある。

### (43) 相田美穂「現代日本におけるコミュニケーションの変容―おたくという社会現象を通して」(2004)

相田美穂「現代日本におけるコミュニケーションの変容―おたくという社会現象を通して」(『広島修大論集』人文編、第45巻第１号、広島修道大学、2004年９月）のおもな内容は以下の通りである。

０　はじめに
１　「おたく」を自称した人物
　１－１　劇画化された「おたく」―宅八郎
　１－２　オタキング―岡田斗司夫
２　オタクと呼ばれる活動におけるコミュニケーションの実際
　２－１　ガレージキット―チョコエッグがヒット商品となった理由
　２－２　漫画―マニアックであることの必然
　２－３　同人誌―イベントに向かう欲求
　２－４　コスプレ―衣装を媒介を成立するコミュニケーション
３　なりきりチャット
　―インターネット上に成立したコミュニケーションの形
４　むすびにかえて

まず「０　はじめに」において、「おたく」の表記について以下のように触れている。

本稿では、「おタク」表記は、中島の主張に基づく部分に使用する。「オタク」とカタカナ表記になる場合には、後に触れる齊藤の論である。筆者はおたくという平仮名表記を採用する。その理由は、「おたく」という語が初めて活字化された原稿において使用された表記が、平仮名のおたくであったことによる。(255)

「中島」とは中島梓『コミュニケーション不全症候群』(1991)、「齊藤」とは齋藤環『「ひきこもり」救出マニュアル』(2002)を指している。

「2　オタクと呼ばれる活動におけるコミュニケーションの実際」では筆者が調査を行った内容も反映されている。「ガレージキット」についてはボークス渋谷ショールール、「漫画」についてはまんがの森新宿店、「同人誌」のところでは、「漫画」の補足調査としてまんだらけが紹介され、イベントとしては2003年8月16日のコミックマーケット64への参加、「コスプレ」では専門店ではないギャリソン、専門店のコスパショップ渋谷店で調査を行った。おもにインタビューのようである。

「4　むすびにかえて」ではコミュニケーションについて次のように述べている。

現代の日本ではコミュニケーションが、殊更意識されているのである。

齋藤によれば、「オタク」は「非常に活動的で社交的な側面を持っている」。

しかし、一般的な認識は、齋藤の著作『ひきこもり救出マニュアル』でたてられた「ひきこもりには親和性があり、ひきこもりどいう同様、おたくは社会参加が困難な存在であるというものだろう。おたくは、多くの人々にとり、漠然として印象を与える語―しかも中島の論に代表されるように、ネガティブな―に過ぎない。おたくという社会現象の実際と意味に、注意が払われてこなかったのが現状である。

おたくを、コミュニケーションの観点から敢えて定義づけるならば、おたくとは、生身の全人格的な自分とは別の人格を利用して、コミュニケーションを行う人々である。(256)

相田の最後の結論部分も見ておきたい。

おたくはコミュニケーション不全とは決して言えない。それどころか、おたくと言われる活動で見られるコミュニケーションの形は、気付かないだけで一般でも、行われているものである。

おたくと呼ばれる活動で見られるコミュニケーションから見えてくるものは、バーチャル化した主体同士のコミュニケーションである。それは、われわれがいくら無自覚であろうと、既にわれわれの日常となっている。

インターネットの普及がもたらしたコミュニケーションは、現状が完成形ではないだろう。インターネットは比較的新しい技術である。そして、われわれは未曾有の速さで技術が核心される時代に生きている。われわれが、インターネットによりバーチャルな人格間のコミュニケーションを成立させようたように、今後登場する技術は、われわれのコミュニケーションを、更に、われわれの予想を越えた形へと変容させていくのかも知れない。(257)

おたくは必ずしもコミュニケーション不全ではない。インターネットが普及し、SNS 全盛時代になればなるほど、コミュニケーションが健全に行われないという現象が起きている昨今である。発信者側の匿名性、時には顔の見えない相手に対する誹謗中傷が絶えない SNS こそがコミュニケーション不全とも言えるのではないだろうか。

### (44) Marc Steinberg "Otaku consumption, superflat art and the return to Edo" (2004)

Marc Steinberg "Otaku consumption, superflat art and the return to Edo"(*Japan Forum*, Volume 16, no.3, Taylor & Francis, November 2004)のおもな内容は以下の通りである。

The *otaku* revolutiln: producing-consuming and the return to Edo
The repressed returns: Karatani's Edo and Japanese postmodernity
Between Edo and Japan: Azuma
Compositing Edo: Nara's *Ukiyo*
Selection-folding and the operational logic of the superflat

Abstract は以下の通りである。

This paper addresses the use of Edo as a trope for Japanese post-modernity in the 1980s and 1990s and its transformation at the turn of the millenium in order to better situate Japanese visual artist and theorist Murakami Takashi's 2000–1 exhibition, 'Superflat'. Is Murakami's 'Superflat' – which links contemporary anime and anime-influenced art to the works of Edo-period artists Kano Sansetsu and Katsushika Hokusai – merely another expression of the Edo boom of the 1980s and 1990s? Or does it present a different use of Edo from that which came before? In order to address this question, this article looks at the works of Otsuka Eiji, Ōkada Toshio and Karatani Kōjin, a group of writers to whose works theorist Azuma Hiroki links Murakami's genealogical endeavors, and takes up Azuma's critique of these writers and Murakami himself. Finally, turning to Nara Yoshitomo's and Murakami's works themselves, seen through the lens of Azuma's arguments in his recent The Animalizing Postmodern, this article argues that their art – and in turn the Superflat itself – is guided by a logic of compositing that is far more informed by contemporary modes of digital imaging than by the mode of appropriation and quasi-historization that characterized the use of Edo in Japan's postmodern 1980s and 1990s.
（258）

村上隆の Superflat のインパクトは日本国内以上に海外ではかなり高いよう

だ。

Where the Edo of the 1920s and 1930s is figured as a disappearing past which is nevertheless still capable of resurrection in one form or another, the 1980s and 1990s Edo is both completely past and completely present. It is a past present: temporally it is the precursor of and yet simultaneous with the present. In other words by the 1980s and 1990s Edo can be accessed only in terms of its relation to the present. Edo, now more than ever, functions as a way of thinking about the present; a mirror, perhaps, by which the present beholds itself. It is within this phenomenon of the Edo boom that we can situate Japanese visual artist and curator Murakami Takashi's exhibition, the 'Superflat'.1 In its first manifestation in the Parco Galleries of Tokyo and Nagoya (spring and summer 2000), and in its later manifestations at the MOCA in Los Angeles (January to May 2001), the Walker Art Center in Minneapolis (July to October 2001) and the Henry Art Gallery in Seattle (November 2001 to March 2002), the 'Superflat' brought together a wide array of contemporary Japanese artists, most of whose works have some relation to contemporary mass culture – whether in the form of fashion, manga (comics), anime (animation), figurines or video games. (259)

シュタインバーグは日本のオタク研究書を踏まえていることがわる。大塚の物語消費論、岡田斗司夫のオタク論、東浩紀のデータベース論は代表的なものだ。

The relation between Japanese consumerism of the 1980s and Edo sensibilities is drawn out by Ōtsuka Eiji in his insightful book on transformations in patterns of consumption of youth in 1980s Japan, *Monogatari shōhiron* (On the consumption of narrative), which was originally published in 1989. Ōtsuka, a prolific writer and theorist of

*manga*, animation and literature, argues in this work that it is no longer the products themselves that Japanese consumers seek out, but rather the 'grand narrative' (*ōkina monogatari*) that subtends them. The grand narrative is the 'world-view' or 'order' that is consumed through the 'small narratives' (*chiisana monogatari*) which the products constitute: 'Whether comics or toys, it is not the things in themselves that are consumed, but rather the grand narrative or order which is contained therein' (Ōtsuka 2001a: 36). (260)

(Ōtsuka 2001a)とはŌtuka Eiji 'Monogatari shōhiron: "Bikkuriman" no shinwa', sections of original 1989 version reprinted in *Shōsetsu Tripper*, Summer: 34–9.のことである。大塚英志は『定本　物語消費論』（角川書店、2001 年 10 月）を発表している。

In his *Otaku-gaku nyūmon* (Introduction to otakuology, as he translates it) Ōkada writes that the otaku is distinguished by its three 'eyes'. These 'eyes' are ways of seeing, or modes of visual appreciation and discernment when approaching cultural products, such as film, *anime* and *manga*: the eye of *iki*; the eye of *takumi*; and the eye of *tsū*. (261)

. . . . . .

These three modes of perception of the *otaku*, and the latter's engagement in the circle of production-consumption along the lines of *sekai* and *shukō*, lead Ōkada to suggest that *otaku* are the true successors of the craftspeople of Edo consumer culture. '*Otaku* are Japanese culture's rightful inheritors', as Ōkada entitles the last chapter of his book. With their beauty-discovering eye of chic, their crafts person like ability to evaluate technique and artistry with their eye of skill, and their grasp of a work's social context (technological and budgetary constraints, cast politics etc.) through their eye of connoisseurship, the otaku are veritable

suijin – people of the world and of refined taste after the fashion of the Edo *flāneur* (Okada 1996: 227). [262]

Azuma (re)inserts what he sees as the missing term in the above theorists' configurations of the Japanese postmodern: America. As Azuma writes: 'otaku are quite possibly the inheritors of Edo culture, however, these two are by no means continuous. Sandwiched between otaku and Japan is America' (2001a: 20). Azuma sees two impulses at work in the tendency of cultural critics to mobilize Edo in order to explain Japan's postmodern present and otaku culture. [263]

Having registered Azuma's critique of the Edo-viewers and the problems with this critique, it is worth noting that Azuma draws a great deal from Okada's, Ōtsuka's and Karatani's theorization of production-consumption and the importance of surface in the consideration of contemporary cultural forms. Indeed, regardless of their use of Edo, these three theorists' works – and especially that of Ōtsuka – on modes of consumption in contemporary Japan provide important points of departure for Azuma's own work on consumption in his Dōbutsuka suru posutomodan (The animalizing postmodern). This is a book which has as its goal the analysis of the emergent consumption patterns of 1990s otaku, patterns which Azuma sees as representative of transformations in consumption in postmodern society as a whole. The consumption environment of 1990s otaku is characterized by the 'rise of the media mix' in which there is no longer the linear, orderly procession of products (from manga to anime to goods related to the latter) that characterized the 1980s otaku market. Rather what we find in the 'media mix' is a nonlinear and often simultaneous product loop generated between trading cards, anime, figurines, TV series and related goods (Azuma 2001a: 63). [264]

What we find within this double, two-tiered structure (where, on one level, products = simulacra and characters = database; and, on the other, characters = simulacra and desire elements = database) is a new world-view accompanied by a new form of consumption-production linked intimately with the 'reading' of information itself. If 'information = difference', as Karatani notes (1999a: 271), is indeed the basis of contemporary consumer society, we now see that it is the modes of reading/accessing this information that distinguish the contemporary age and its cycles of production-consumption from those of nineteenth-century, Edo Japan. (265)

最後は以下のようにしてまとめられている。

Yet without negating the possibility of the persistence of a nineteenth-century semiotic constellation, I have nevertheless tried to argue here that, far more than an attempt to establish Edo's presence, what is involved in the return to Edo by the writers and artists examined in this paper is a contemporary semiotic of consumption – what Azuma has called the consumption of the database – and its extension into the aesthetic field in the work of Nara and Murakami. Edo thereby functions as a theoretical lens or tool for perceiving and describing the semiotic of consumption that characterizes the media-mix culture of contemporary Japan, and as the occasional object of this consumption. Edo's ontological existence or persistence is, in this sense, besides the point. (266)

Nara とは奈良美智（b.1959）とのことだ。奈良美智は村上隆と共に 1998 年にカリフォルニア大学ロサンゼルス校にて非常勤客員教授を務めた経緯がある。

### (45) 村上隆編『リトルボーイ』(2005)

村上隆編『リトルボーイ　爆発する日本のサブカルチャー・アート』(ジャパン・ソサエティー イェール大学出版、2005 年 3 月）はジャパン・ソサエティー・ギャラリー（ニューヨーク）とニューヨーク市各所で開催された≪リトル・ボーイ：爆発する日本のサブカルチャー・アート≫展（会期：2005 年 4 月 8 日～7 月 24 日）にプログラムのとして出版されたものである。

アメリカでの出版のため、英語と日本語が併記されている。ここでは“6. Memories of the Atomic Bomb”（原爆の記憶）より取り上げておきたい。ン本のアニメと原爆との関係を切り離して考えていないのが、村上隆の大きな特徴である。

The boom in Japanese science-fiction/fantasy anime was engendered by two works: *Space Battleship Yamato* and *Mobile Suit Gundam* (pls.27, 30). Both works share a narrative genesis in a post-atomic world. And both are fundamental to the birth of *otaku* culture.

In Space Battleship Yamato, enemy aliens from the Gamilon empire attack the earth. The Gamilons launch a planetary bomb from a great distance, a bomb designed to accelerate radiation contamination and expedite their colonization of the planet. The land is deforested and the oceans run dry.

*Mobile Suit Gundam* opens with a plan to drop a space colony on th earth. In order to alleviate overpopulation, space colonies have been created at the Lagrange Points, places where the gravitational fields of the earth and the moon are neutralized. One of the colonies, which calls itself the Principality of Zeon, declares its independence from the Earth Federation and declares war. Launching a sneak attack, they take a space colony out of its orbit and drop it onto the earth. Billions die in the attack, both on the space colony and at the terrestrial point of impact,

and the earth's collision with the massive projectile precipitates climate change. Earth, once the mother planet, enters a nuclear winter and becomes all but uninhabitable.(267)

SF ファンタジー界で日本アニメブームの起源となる作品がふたつある。《宇宙戦艦ヤマト》そして《機動戦士ガンダム》(pls.27, 30)。この二作品、共に物語の始まりは原爆投下後の世界設定の基盤にしている。そして時代を前後して、おたくカルチャーを誕生させた核となった作品でもある。

≪宇宙戦艦ヤマト≫では地球が敵宇宙人の帝国ガミラスからの攻撃を受ける。遥か彼方から地球上に落とされる遊星爆弾はガミラス人が移住し易いように放射能汚染を促進させる爆弾だ。地球は茶褐色に変色し、海は枯れている。

一方≪機動戦士ガンダム≫の物語はスペースコロニーを宇宙から地球上に落とす設定から始まる。人口過剰に対処するため、宇宙空間の地球と月の重力中和点にスペースコロニー群を建設。そのコロニーの一つ、サイド3 がジオン公国を名乗り、地球連邦政府に対して独立を宣言、戦線布告する。先制攻撃としてスペースコロニーを地球に落下させ、その攻撃によって、コロニー市民と落下地点の地域住民が数億人規模で死亡する。また、大質量の落下が引き起こした気象変動により、本来母星である地球は、核の冬的な環境になってしまい、決して住み良い環境ではなくなってしまっている、という設定だ。(268)

戦後のマンガやテレビアニメででは『鉄腕アトム』もそうであるが、原子力や核兵器と切り離せない内容が盛り込まれているのだ。

There is a longing for some fundamental human power to awaken when humanity is backed into a corner. Hayao Miyazaki's original manga and animated film, *Nausicaä of the Valley of the Wind*, also begins in a world that has suffered a man-made apocalypse. This is true of Ōtaomo's *Akira* as well.

We feel an abiding sense of righteous indignation at the use of atomic bombs to bring the Pacific War to a close. We level cheap shots at the Japanese government, which placed Japan in that final scenario and then concealed the truth about the bombs' effects. We feel complex emotions towards the Americans who thrust the terror of nuclear annihilations up Japan. Added to this is our own cowardly rage for accepting media control as a necessary evil. All of this simmered in the Japanese consciousness as dogma without direction. When these contexts emerged, the message reached its audience in the guise of children's programming; because reality was portrayed through anime, Japan finally discovered genuine respect for its creators.（269）

そういった絶対絶命時に、覚醒して欲しい人間の底力への希求。宮崎駿のオリジナル・マンガとアニメーション≪風の谷のナウシカ≫も人為的な終末後の世界から物語が始まる。大友克洋≪AKIRA≫しかりだ。

原爆投下による太平洋戦争終幕への終らぬ義憤。そういった幕引きしか出来ず、事実をも隠蔽し続けた日本政府への当てつけ。原爆の壊滅的恐怖を日本に落としたアメリカに対しての複雑な感情。メディアコントロールされてしまい、その行為が必要悪と刷り込まれしまった事に対しての自分自身への腑抜けた怒り。それらが行き場の無いドグマとなって日本人の中に渦巻いていた。こうした設定が登場した瞬間は、子供向けの番組として姿を変えたメッセージが届き、アニメなのにリアルである事で、制作者たちに対しての正直な表現者としての敬意がはじめて出て来た瞬間でもある。（270）

『新世紀エヴァンゲリオン』については、母親のいない若い少年パイロットのシンジの内面の葛藤を焦点をあてたことに触れている。

### （46）稲葉振一郎『オタクの遺伝子』（2005）

稲葉振一郎『オタクの遺伝子―長谷川裕一・SF まんがの世界』（太田出

版、2005年3月）のおもな内容は以下の通りである。

はじめに―オタクの楽園は不毛の荒野か？
第1章
　　オタクの遺伝子としてのSF
　　長谷川裕一vs稲葉振一郎
第2章
　　マルチバースのビメイダー―長谷川裕一試論
第3章
　　長谷川裕一作品解題＋オタク史年表
長谷川裕一，あとがき―素材のつぶやき

「はじめに―オタクの楽園は不毛の荒野か？」では次のような指摘がある。

今日的局面におけるオタク―もはや先鋭的で創造的なマニアというよりは、受動的で（東浩紀『動物かするポストモダン』講談社現代新書、のいう意味で）動物的な存在と化したオタクの楽園は、アニメやゲームの構成する虚構世界であり、動物化したオタクたちは現実の異性よりもむしろアニメの異性、どころか異生物やロボットにこそ性的に昂奮する、そんな不気味なものとなりつつある―非常に乱暴かつ浅薄に、悪意をもって要約すれば、こんな風な分析が最近はよく見られます。それはある程度は当たっているでしょう。しかしそれは―それが事態のすべてではないとういことを差し引いた上でも―本当にネガティヴなだけの現象なのでしょうか？

オタク的快楽が、ある種常識的な人々に怖気をふるわせる理由は、その人工物や虚構への耽溺でしょう。ことに今日的なオタクの欲望の対象は、基本的に自然や現実の人間ではなく、人工物や虚構である。つまりそれはただ設計され、生産されたものであり、それ自体で何かを生み出すものではない。かくしてオタクの楽園は不毛の荒地であり、そこから新しいものは何も生れていない行き止まりである―そのような警戒心が、常識的な

人々の心のそこにはあるのでしょう。(271)

資料としていつも簡単に片づけられてしまうのが「年表」である。ここで取り上げられている「オタク史年表」もそのように扱うこともできるが、年表をどこから始めるかは作成する際にいつも悩むところである。本書の副題が「長谷川裕一・SF まんがの世界」とあるように、SF を一つの基点としているため、1957 年の「日本最古の SF 同人誌『宇宙塵』（科学創作クラブ）創刊　学年誌『科学』（学習研究社）創刊　《ハヤカワ・SF・シリーズ》（早川書房）発刊」(272) から始まっている。オタク史を戦後から始める場合には、1953 年のテレビ放送開始、1957 年の『宇宙塵』創刊、1958 年の日本初の本格的カラー長編アニメーション映画、藪下泰司監督『白蛇伝』公開、1959 年の『少年サンデー』（小学館）創刊、『少年マガジン』（講談社）創刊、1963 年の連続テレビアニメ『鉄腕アトム』放映開始のいづれかを基点のしている場合が多い。

なお、1957 年はスプートニク一号打ち上げなど、現実でも宇宙時代の幕開けとなっていることも注目に値する。さらに 1961 年ソ連はガガリーンが搭乗した史上初の有人宇宙船ウォストーク（ポストーク）1 号が宇宙空間に到達した。マンガを風刺画の流れから捉えた清水勲編『近代日本マンガ百選』（1997）でも新聞掲載の風刺画に言及しながら、次のように述べている。

> スプートニクの衝撃
>
> 昭和 32 年 9 月 20 日、東京大学の糸川英夫教授らが秋田海岸で国際ロケット 1 号機、いわゆるペンシル・ロケットの打上げに成功した。その 2 週間後の 10 月 4 日、ソ連が人工衛星スプートニク 1 号の打上げに成功し、全世界を驚嘆させた。これは社会主義国家に未来が開け、資本主義国家はやがて敗北するのではないかという印象を世界の人々に与えた。宇宙開発競争の一番乗りを目ざしていたアメリカのショックも大きかった。(273)

SF も現実の科学の発達とリンクするのは当然のことである。アメリカはその後宇宙開発に向けて動き出し、NASA により人間が宇宙空間で活動するために

人間を改造する必要があると感じ、Cybernetic Organism、すなわちサイボーグ（Cyborg）を提唱したのは1960年のことである。1961年にはアポロ計画が打ち出され、1969年にはアポロ11号が人類発の月面着陸に成功したのである。

### (47) 本田透『電波男』(2005)

本田透『電波男』（三才ブックス、2005年3月）は「萌え」が中心に取り扱われているが、ここでは「オタク」あるいは「オタク文化」に関わるところを取り上げておきいたい。なお、2008年6月には講談社文庫からも発行された。本書の内容は以下の通りである。

まえがき
第１章　「恋愛資本主義」の構造と現実
第２章　合言葉は「萌え」~オタクの「脳内恋愛」宣言
第３章　「萌え」の力
第４章　「萌えオタク」こそ、これからの勝ち組
あとがき

「まえがき」には本書の概要が示されている。

オタクは、「恋愛」という市場では敗北したかに見えるかもしれない。だが、オタクは実は「恋愛」にかわる「萌え」という市場を自ら生み出すことで、この愛のない腐った世界を革命しようとしているのだ。

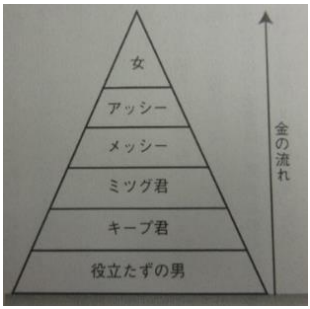
かつて大英帝国において資本主義が勃興した際には、勝者と敗者の差が圧倒的に開いたにも関わらず社会福祉政策が一向に進まず、その結果、貧乏人のルサンチマンがマルクスという男を突き動かして『共産党宣言』『資本論』を書かせました。

鑑みるに、この21世紀の日本において、恋愛資本主義の無残な敗者として叩かれ差別されるオタクこそが正義であり最後の勝者であるいう「脳内

恋愛宣言」とも言うべき本書を著することになったのも、もしかしたらオタクのルサンチマンが俺をよりしろにして動かしているということになるかもしれません。(274)

ルサンチマンとはドイツ哲学者のニーチェがキーワードとして使用する弱者が強者に対して抱く「恨み」「嫉心」、「怨恨」と捉えられよう。

「第1章　『恋愛資本主義』の構造　と現実」ではオタクと女の関係から金を金の流れに注目している。




80年代に完成した恋愛資本主義のシステムは、左下の図のようになっているのだ――――！恋愛資本主義が進化するとともに、女は男をいくつかのヒエラルキーに分類して区別するようになった。江戸時代の「士農工商」やヒンズー教のカースト制度のように、男を身分で差別るようになっていったのだ。

そして、80年代には男を機能的に使い分けるという発想が登場した。自動車運転係は「アッシー」、食事奢り係が「メッシー」、モノや金を貢がせる相手がミツグ君」と言った具合だ。醜い女になると、複数の男からまったく同じモノを貢がせ、一個だけ残して他を売り払っていたという。常に一個のアイテムを持ち歩いてデートすれば、複数の男と同じにつきあっていることがバレない、という寸法だった。(275)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

このような恋愛資本主義における搾取の構造を、俺は「あかほりシステム」と名付けることにした。

あかほりシステムとか言われてもオタク以外には何のことか分からないと思うが、オタク業界には、あかほりさとるという大御所がいる。昔で言えば、劇画界の梶原一騎ぐらいビッグな人であり、オタク業界の頂点に君臨する天下一の大物だ。『サクラ大戦』とか作っている人ね。このあかほり

先生は言うまでもなく、大金持ちである。後述するが、オタク業界はとてつもない巨大産業に成長しており、その頂点ともなれば使い切れないほどの金がはいってくるわけである。

そして、あかほり先生の趣味は、キャバクラで豪遊することだ。まあ、梶原先生の趣味も銀座のバーで豪遊するとのことだったので、豪遊自体は別に問題ではない。いや、むしろ男のステイタスと言っても良いだろう。ここで問題にしたいのは、せっかく稼いだ金がキャバ嬢に流れ、その金はホストやヒモのものになってしまう、ということである。つまり、あかほり先生の稼ぎが、イケメンのものになってしまうのだ！

これこそまさに恋愛資本主義の恐ろしい現実なのであり、このように大部分の男が稼いだ金が女を経由して一部のイケメンに持っていかれてしまう構造が「あかほりシステム」なのだ。(276)

「第２章　合言葉は『萌え』~オタクの『脳内恋愛』宣言」の「４　オタクこそは国の宝！」ではオタク産業に注目している。

かつて、メディアが黙殺し、あるいは叩き続きたオタク市場。しかし、オタクは次々と増殖し続け、ついにはもはや無視できないほどの巨大産業となってしまった。バブル崩壊以後、なかなか次の一手を見出せなかった日本だったが、この巨大なオタク市場に、ついに野村総研も目をつけ、2004 年にはオタク市場調査を敢行した。日経も『日経キャラクターズ』というオタク市場のキャラクタービジネスにスポットライドを当てた「オタクビジネス雑誌」を創刊した。ちょっと遅いんじゃないのという気もするが、テレビメディアなどよりもはるかにトレンドに敏感で実利主義的な野村総研や日経は、すでに頭打ちとなった恋愛資本主義市場に見切りをつけつつあるのだろう。そもそも、バブルが崩壊したと同時に、実際には恋愛資本主義市場も縮小の一途を辿っているのであって、メディアがそんなものにずっと拘泥していたために日本の不景気が長引いているだＹＯ！(277)

野村総研はオタク市場を2900億として試算しているが、ここで問題になるのは、何を以てオタク市場とするかだ。

> 漫画オタクを「コミケに参加する人」と限定するは実に厳しい条件で、現実にはコミケには行けないけれども漫画オタクという人も多いだろう（っていうか、日本全体を見渡せば、そういう人の方が多い）。また、生活時間のほとんどをゲームに費やすゲームマニアとういのも、そうそういないはずだ。ならば、野村総研の想定している「オタク市場」とうのは、もう少しライトな層を含めた実際のオタク市場よりも、ずっと狭いエリアに限定されていることで、俺は勝手に、ライトなオタクまで含めた「実際のオタク市場」の規模を、約3倍の8千億円程度と試算してみました。(278)

これ以外にもオタク産業として取り上げている業態なども検討すべき点はある。従って、本田の指摘するように、野村総研の試算をかなり限定したものとして捉える方が現実的だろう。

> オタクは社会認知され、「モテ趣味」になる
>
> さて、長々と妄想…もとい自論を語ってきたが、そろそろまとめに入りたいと思う。
>
> まず、2005年以後の10年の間に、恋愛資本主義市場（あかほりシステム）は廃れ、オタク市場（ほんだシステム）への民族大移動が起こる。これは定説です。宇宙の定説なのです！10年の間に、オタクの同志たちが日本の各企業・政府機関等に続々と潜り込み、各部署を切り回せる実権を握ることになります。さすれば、旧あかほりシステムが内側からオタク軍団に侵食され、乗っ取られることになるはず。
>
> 今後、秋葉原が仮に萌えオタクを追放しとしたら、10年後には秋葉原はDQNがうろつくゴーストタウンに、かわりに、渋谷がオタクの聖地になっていることは間違いなし。そう、オタクのほうがモテ趣味になるのだ。無論、妄想力を解放して二次元の世界に飛翔してしまえば、三次元でモテようがどう思われようが、関係ないのだが、少なくとも三次元の非オタク系

から意味もなく攻撃されるようなことはなくなるだろう。

いずれにしても、歴史的なオタク革命前夜の今が一番弾圧の厳しい時代。しかし、時代の歯車は決して逆回転することはない。必ずやオタクが「錦の御旗」となり、「萌えれば宣言」と誰もがオタク化する時代が来る。そすれば、我々はオタクの先達。オタク元老院入りも夢ではない。

みんな、しばらくの間の辛抱だ。韓信のように、DQN の股を潜ってでも、生き延びろ、生き延びるんだ！（279）

『電波男』は研究書ではないが、オタク、オタク文化、萌えに特に関心を寄せる方はアプローチの引き出しを一つ増やすという意味で頁を開いてみるとよいだろう。

### (48) 守岡太郎「オタク市場マーケティング」(2005)

守岡太郎「オタクの消費行動から市場の先を読む　オタク市場マーケティング」（『Think!』第 14 号、東洋経済新報社、2005 年 7 月）のおもな内容は以下の通りである。

消費者層としてのオタクの定義
主要 5 分野の市場規模と内訳
　（1）コミックオタク市場
　（2）アニメオタク市場
　（3）アイドルオタク市場
　（4）ゲームオタク市場
　（5）組立 PC オタク市場
　　(a) カメラオタク市場
　　(b) 鉄道オタク市場
オタク消費行動の原動力と推進力
　（1）原動力＝理想の追求
　（2）推進力＝IT メディア

オタク消費者層の行動様式

（1）消費行動の３C

・収集（Collection）

・創造（Creativity）

・コミュニティ（Community）

オタク消費者層と市場との関係

（1）コミック市場

（2）AV 機器市場

（3）PC 市場

（4）デジタルカメラ市場

オタク消費者層のマーケティングの応用

守岡太郎は野村総合研究所主任コンサルタントであり、この報告の後 3 ケ月後に共著として野村総合研究所オタク市場予測チーム『オタク市場の研究』（東洋経済新報社、2005 年 10 月）が出版されているため、詳細はそちらを参考に願いたい。ここではポイントになりそうな箇所を紹介しておきたい。

> 「オタク」を消費者としてとられて市場分析するのは難しい。しかし筆者の属する野村総合研究所の「オタク市場予測チーム」は、オタクを「ある対象に時間や資金を集中的に投入する消費者層」と定義し、オタク市場の調査・分析を行っている。コミック、アニメなど主要 5 分野に限っても、その市場規模は 3000 億円弱に達し、カメラ、鉄道など分別ある大人の趣味として認知されていると考えられる分野も加えるとすれば市場はさらに大きく広がる。企業のマーケティング戦略としては、このオタク市場そのものをターゲットにするほか、オタクを先進ユーザーととらえ、オタクに支持される商品を一般市場に展開していく戦略も有効だろう。(280)

ここで重要なのは「消費者層としてのオタクの定義」でも触れているが、オタクの定義、オタクの性質や傾向であろう。

「オタク」が奇異な存在としてとらえられがちなのは、彼らが関心を寄せる対象が一般大衆の関心の対象と異なっているからである。しかし自らの美意識にしがって対価を支払い、所有欲を満たすという観点では、たとえば古美術に大金を費やす人々と変わりない。

そこで、オタクを実利目的ではなく、自らの美意識に合致する対象に時間や資金を集中的に投入する消費者層ととらえたうえで、その対象分野ごとに区分すると、彼らの消費行動の特徴や市場規模をつかむことができる。(281)

「オタク消費行動の原動力と推進力」としては次のように述べている。

オタク消費者層の消費行動の原動力となっているのは実利的なニーズではない。オタク消費者層に共通する、比較的偏向した消費活動のキーワードとなるのは「理想」である。(282)

推進力についてはIT メディアが重要である。

オタク消費者層の構築と顕在化に何よりも大きく貢献してのは、1990 年代な中ごろから始まったインターネットの普及である。遠隔地に点在しているため滞りがちだったオタク消費者間のコミュニケーションがインターネットの普及によって密になり、情報交換が地理的条件に抑制されることがなくなった。また、主な情報交換の場がインターネット上に移ったことにより、情報にアクセスする人々の数が飛躍的に増加した。(283)

「オタク消費者層のマーケティングの応用」では次のように述べている。

長期にわたり特定の分野に資金を集中投入するという極端な消費性向を持つオタク消費者層は、LTV (Life Time Value)が高く、魅力的な消費者であるといえるが、興味の対象が細分化されている上に、こだわりの要素が大きいため、一企業が高い売り上げを獲得することは期待できない。ま

た、1990 年代中盤以降の IT メディアの普及を機に急成長したオタク市場であるが、これに匹敵する環境編が訪れない限り、今後大きな増加はみられないと考えられる。新しいオタク分野の登場やブーム到来の可能性はあるとしても、いずれも予測不可能はかつ散発的なものとなるであろう。（284）

2005 年段階でのインターネットの活用と 2020 年段階での活用状況も大きく変わっている。メディアの影響は発信力やコミュニティの形成に大きな変化をもたらしている。

**(49)『ユリイカ』(総特集オタク VS サブカル！) (第 37 巻第 9 号) (2005)**

『ユリイカ』(総特集オタク VS サブカル！) (第 37 巻第 9 号) (青土社、2005 年 8 月) では「オタク」の定義に関するところを取り上げておきたい。対談、加野瀬末友・ばるばら「オタク×サブカル 15 年戦争」にまず注目しておきたい。

加野瀬　では、まず語の定義や簡単な解説から始めたいと思います。僕の考えでは、オタクというのは、その言葉が生まれた最初の段階では、アニメ・マンガ・特撮・ゲームといった「従来子供向けとされていたものが好きな人たち」のことを指していたと思います。しかし、「萌え」というキーワードがオタクになって非常に重要なものになるにつれ、そこから大きく変化しています。最近の鶴岡法斎・唐沢俊一によるオタクのリストラ発言などが特徴的ですが、今では、どうも秋葉原で売っているものを買う人たち、というふうになっている気がします・・・というのが、僕の考えるオタクの定義ですが、どうでしょう？

ばるばら　私は歴史主義者、原点主義者ですので、やはり『漫画ブリッコ』の 83 年の中森明夫のコラムから考えたちんです。83 年の時点で、中森が「おたく」と命名したときは、おたくの定義は「運動が全くだめで、休み時間なんかも教室の中に閉じこもって、日陰でウジウジと将棋なんか

に打ち興じたりする奴ら」だの「普段はクラスの片隅でさぁ、目立たなく暗い目をして、友達の一人もいない、そんな奴ら」だの「二次元コンプレックスといおうか、実物の女とは話しも出来ない」だの、相当ネガティブでキモチワルイ人でしたよね。それは、今でも残っているでしょう？
（285）

秋葉原がオタク中心の街になる以前はどうであったかについては、神保町がその役割を果たしていたと対談中でも述べている。コミケカタログは開催当日のみ発売であったが、それではよくわからないということから、まず神保町の書店で発売されるようになったと言う。また、渋谷、高田馬場、新宿などにもマンガ書店が充実していた時期があった。しかし、変化が生じてきたのである。

加野瀬　そうした点在していたオタク系書店が、だんだん秋葉原にシフトしていくっていう流れがあるんですが、それはオタクの中心メディアの変化とも連動していると思うですよ。当初は、オタクの中心メディアは印刷媒体だった。それがだんだんゲームが出てきて、デジタル系になっていくと同時に、秋葉原にその中心を移していったということだと思います。90年代前半にコンシューマーゲームが普及してきて、秋葉原にオタクがゲームを買いに行くようになる。80年代でも中高生の頃はソフマップにPCのレンタルソフトとか借りにいってましたし、90年代に入って20代前半になるとメガドライブやPCエンジンのソフトを買いに行ってしまった。
（286）

オタクについて述べようとするれば、マンガ、アニメはもちろん、ゲームははずせない。

## (50) 相田美穂「おたくをめぐる言説の構成：1983年～2005年サブカルチャー史」(2005)

相田美穂「おたくをめぐる言説の構成：1983年～2005年サブカルチャー史」（『広島修大論集』（人文編、第46巻第1号、広島修道大学、2005年9月）のおもな内容は以下の通りである。

0 はじめに
1 「おたく」というカテゴリーの誕生
2 人格の問題としてのおたく
2-1 「アンバランスなスペシャリスト」
2-2 アイデンティティ形成におけるねじれ
2-3 社会化されない存在
2-4 「コミュニケーション不全症候群」
2-5 「おたく」カテゴリーの齟齬
3 おたく的消費社会論
3-1 物語消費論
3-2 データベース消費
4 流行文化としてのおたく論
4-1 秋葉原に見るおたく文化の隆盛
4-2 おたく的ポップアーチストの出現
5 むすびにかえて

「0 はじめに」では本論文の趣旨等がまとめられているのでまず紹介しておきたい。

気づけば、わたしたちは日常的に「おたく」という語に接している。

例えば、「健康おたく」、「コスメおたく」という語は一定のイメージを喚起する。一定とは多くの場合、何かしらのおびただしい情報や物品を取集・所有・蓄積している人びとや、それらの行為そのものを意味するだろう。本稿で言及する「おたく」という言葉は、その意味での「おたく」である。それは、1893年に作られたカテゴリーである。実に22年の「歴史」を「おたく」は持つ。その間、多くの論者が「おたく」に関する言説

を展開している。本稿では、「おたく」に関する言説を概観する。そして、「おたく」に関する言説の焦点が、明らかに変化していることを示そうと試みる。

この変化は、何を意味するのだろうか。

可能性は2つある。ひとつは、「おたく」と呼ばれている活動や人びちが実感が変化し、それに合わせ、論点が変わったというもの。もうひとつは、実態の変化の有無とは無関係に「おたく」に向けられた一般的な汽船が変化したため、論点も一般の要請に従って変わっていったというものである。(287)

「1 『おたく』というカテゴリーの誕生」で1983年の中森明夫の最初の指摘を受けて次のように述べている。

まず、「おたく」が熱中する文化と熱中の方向性に注目してみる。そこには、その分野においての非当事者からみた場合、ある種の理解しがたさがつきまとう。

鉄道の写真は、なぜ、「轢き殺されそうにな」ってまで、撮影されなければならいのか。また、当時はマニアックな機械だったマイコンに、「理系少年」はなぜ群がるのか、その文化にかかわりのない人びとが、それらの行為に対して意味を見出すことは難しい。しかも、意味が分かりづらい割に、その活動は「こだわり」に満ちている。「本棚にビシーッと」SF雑誌や書籍を並べる様は、そのひとつである。

この意味の分からなさは、「おたく」を印象づける大きな要因になっている。

では、「意味の分からなさ」の原因は何に求められるだろうか。端的に言えば、それは、その文化が社会的に価値を承認されているか／承認されていないかに起因する。(288)

おたくが持つ価値観はいわゆる一般人とは異なるため、「意味の分からなさ」が生じているのだ。これがマンガ、アニメ、ゲームに由来する虚構の世界か

ら生まれるアイテムへの消費行動が特に理解しがたいということになろう。

「おたく」という語に付与された新たな定義は、1989 年に一般化する。1983 年の時点で普及しなかった理由は、中森の文章が発表された媒体のマイナーさに起因するものだろう。また、基本的に、一般の人びとにはわかりづらい文化に関わり、人格的にも目立たないのが「おたく」の特徴だとすれば、一般の人びとが「おたく」に注目する理由は見当たらない。一般の人びとは注目しなかったけれども、マニアの一部は、中森が命名した「おたく」という「人々あるいはこういった現象総体」を、「おたく」と呼び習わすようになった。

『漫画ブリッコ』至上での中森の連載は、3 回で打ち切られた。(289)

「2 人格の問題としてのおたく」では宮台らが実施したアンケート『大学生への 172 の質問』により 5 つのクラスターに分類していることをまず示した。

アンバランスのスペシャリスト
ミーハー普通人
先端的高感度人間
バンカラ風さわやかな人間
ネクラ的ラガード

このアンケート調査の結果は宮台真司「新人類とオタクの世紀末を解く」(『中央公論』1990 年 10 月号、中央公論社)、宮台真司「新人類とオタクとは何だったのか」(『制服少女たちの選択』講談社、1994 年 11 月)、で発表されている。「アンバランスのスペシャリスト」がいわゆる「おたく」ということにある。

すなわち、宮台が描いた「おたく」像は、次のようなものである。人間

関係においては、興味を共有出来る相手としか交流を持たない。あるいは、持てない。宮台はこのような特性を「人格類型」とみなしている。興味の対象―宮台の用語で言い換えるなら「おたく」がもつ「文化類型」―は、非常にかたよっており、特定の「文化類型」を除く部分につては、無頓着である。(290)

浅羽通明『天使の王国―「おたく」の倫理のため』(JICC 出版局、1991 年 10 月）にも注目して次のように述べている。

浅羽は、M が逮捕されたその翌年に、「おたく」論を発表している。
その主張は以下の 4 点に集約される。

1．おたくはアイデンティティの問題がある。
2．おたくは社会化されていない者である。
3．原「おたく」の発生は 70 年代である。
4．3．の原因は世界が有機的リアリティを単なる情報と化したことに求められる。

それぞれについて、浅羽による分析をみていくことにする。
まず、「おたく」が個人にとってはアイデンティティのよりどころであるという部分である。
浅羽は、おたくを、原「おたく」と二次的「おたく」に分類する。浅羽の言う二次的「おたく」とは、初期の「おたく」（＝原おたく）たたいが商品化した情報を享受するのみの「受動的マニア」である。(291)

おたくのアイデンティティについて、浅羽の考えを次のようにまとめている。

「自分の価値を客観視」する必要を感じることなく、従って「社会化のきっかけ」を得ることに失敗し、他人には理解されがたい自分の趣味に拘泥する者という「おたく」像を浅羽は描いている。(292)

オタクとコミュニケーションで必ず取り上げられるのが、中島梓『コミュニケーション不全症候群』(1991) である。

中島の論に従うならば、現実の殺人事件も「おたく」も同一地平上、あいは延長線上に存在する問題である。加えて、中島は「おたく」を「迷惑」と言い切る。(293)

この理由については以下のように述べている。

中島の解釈によれば「おたく」は、虚構空間そのものを私物化する（という幻想を抱く）こと、そして、その振る舞いを共有できるところを、自分の居場所と定めるものである。虚構の方が存在場所であり、現実からは「はみだしてしまたった」存在として、中島は「おたく」を特徴づけている。(294)

「2-5 『おたく』カテゴリーの齟齬」では次のように述べている。

ここまでの「おたく」論では主に、「おたく」とは、コミュニケーションや現実から撤退しているという趣旨の言説をみてきた。その一方で、「おたく」は「ある特定の文化ではスペシャリスト」であるという認識も垣間見見える。それは、両立しないものではない。(295)

特に岡田の「おたく」論はオタクを擁護する論調となっている。

それまで「おたく」論の中心的な論点だった社会との関わり方やアイデンティティについて岡田は不問としている。「おたく」の内面とは、「立派なオタク」か否かである。しかし、一般の人びとの認識においては、岡田がいう「立派なオタク」もコミケも来場者も同じ「おたく」としか映らないだろう。岡田は「初心者のファン」を「立派なオタク」と区別しつつ、「おたく」が好む文化を商品化する事業を興し、成功を収めている。(296)

「3　おたく的消費社会論」では大塚英志と東浩紀のふたりを取り上げている。

大塚は、人びとは物語りたいという欲求を持っていると主張する。
ただ、一般の人びとが何もない状態から物語を物語るのは非常に困難である。従って、人びとはあらかじめ準備された物語の断片（＝小さな物語）を収集し、それを積分して得られる物語へとアクセスすることによって、物語りたいという欲求を満たす。(297)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

東は、現代社会を「大きな物語の失調」［東,2001：45］によって特徴づける。ここでいう「大きな物語の失調」とは「伝統に支えられた「社会」や「神」の大きさをうまく捉えることができ」［東,2001：45］ない状態を指す。「おたく」における消費は、「大きな物語の失調」を、サブカルチャーで埋めることに向けられていると東は解く。(298)

［東,2001］とは東浩紀『動物化するポストモダン』(講談社、2001 年 11 月)のことである。東の二次創作についても次のような考えを持っていることを相田は取り上げている。

二次創作とは、「原作の設定をデータベースまで還元し、そこから任意に抽出されたシュミラークルとして提示される作品」［東,2001：119］である。二次創作はオリジナルではない、という意味でどれでもが等価である。ただ、二次創作は決して「設定」を引き出すのに使用した原作＝オリジナルの領域を侵すものではない。また、オリジナルは二次創作と別の位相にあるものではない。作品という意味では、二次創作も原作と呼ばれるオリジナルも、等価なのである。オリジナルの背後＝深層に「設定」が存在する。「設定」からは原作としての物語も引き出せれば、二次創作も作れるといった具合である。東は、この現象を二重構造として捉えていく。(299)

また、東の特徴としてキャラクター、萌えへの言及が注目を浴びている。

「萌え」という概念については、多少の説明である。

「あらかじめ登録された要素」は「設定」＝データベース、「出力結果」は「作品」＝キャラクターとして読み替えられる。「萌え」とは、物語を持たないままのキャラクタがー、消費する側の自由な思い入れに従って、単独で消費されるときの根源となる振る舞い―あるいは欲望―である。

「萌え」の対象は完成されたキャラクターに限らない。萌えは、キャラクターを構成するパーツのひとつに向けられることもある。逆に、ある特定のパーツを備えている理由で、あるキャラクターに「萌える」こともありうる。東は、「萌え」を喚起するパーツを「萌え要素」と呼んでいる。(300)

オタク文化を論じる場合に意見等が分かれるのが村上隆に対する評価である。

岡田や東の言葉のとおりに、村上による一連の作品が「文脈を押さえていない」「おたく的な意匠をおたく的たらしめるデータベースをもたない」ならば、村上の作品は「おたく」文化とは無関連のはずである。しかし、「おたく文化」を評価する立場にある岡田や東が、わざわざ、村上の作品に言及する理由はどこにあるのだろうか。村上の作品が現代美術の分野で高い評価を受けているという事実に注目したい。その村上を、「おたく」文化を理解できないものとして、いわば村上の作品を「おたく」文化よりも下位に位置づけようことによって、相対的に「おたく」文化の位置づけを高く置こうとする言説が岡田や東の村上評である。(301)

「5　むすびにかえて」はまさにまとめの部分である。

「おたく」論は、初期には「おたく」の人格、つまり、人物としての「お

たく」を論じてきた。次に、「おたく」見られる消費の仕方に論点が移った。現在は、「おたく」が作ったモノが論じられている。秋葉原に氾濫する「おたく」趣味を取り扱った店舗や、村上隆によってあらわされた「おたく」的な意匠がその代表といえる。

「おたく」論の変遷は、そのまま、「おたく」的な文化が、現代日本を代表するサブカルチャーとして、認知されていく過程である。

どのようなサブカルチャーも、当初は一般には受け入れがたいものとして登場する。そして、そのサブカルチャーは拡大する。それが、定着するか、一時的な流行として終息するか、どちらかの道をどのサブカルチャーも辿る。

初期の「おたく」論でははは新人類的なものと「おたく」的なものがしばしば対比された。そして、新人類は一世代で死語となった。しかし、「おたく」は世代を超えたカテゴリーとして存在し続けている。(302)

相田はおたく文化がマイナーさを失った場合におたく文化が成り立たないのではないかと疑問を呈している。おたく文化がマイナーさで成り立っていると結論付けている。

### (51) 野村総合研究所オタク市場予測チーム『オタク市場の研究』(2005)

野村総合研究所オタク市場予測チーム『オタク市場の研究』(東洋経済新報社、2005年10月)は2つの意味で注目を浴びた。第1に野村総合研究所がオタク市場を研究対象としたこと。第2にオタク市場を数値化してその市場の価値を示したことだ。そのおもな内容は次の通りである。

第1章　オタク概論
第2章　オタク行動理論
第3章　オタクマーケティング論
第4章　オタク事業戦略論
第5章　オタク市場の概要

「第１章　オタク概論」ではオタクの定義として次のように述べている。

> オタクの基本的な定義を、「こだわりのある対象を持ち」、「その対象に対して時間やお金を極端なほど集中的に消費しつつ」、「深い造詣と創造力を持ち、かつ情報発信活動や創作活動なども行っている人々」としている。(303)

このような考えから旧来のマニアやフリークもすべてオタクに含まれるとし、その分野も広く捉えている。

> アニメやゲームの分野だけでなく、多くの商品やサービス、たとえば車や旅行、ファッションなどにおいてもオタクが存在することになる。(304)

すなわち、こうした現象からオタクは企業も無視することができない存在になってきたというわけだ。

「第２章　オタク行動理論」では６つのオタクの因子を抽出したことも興味深い。(305)

| | | |
|---|---|---|
| ① 収集欲求 | ② 共感欲求 | ③ 自律欲求 |
| ④ 貴族欲求 | ⑤ 顕示欲求 | ⑥ 創作欲求 |

「第５章　オタク市場の概要」は 12 のカテゴリーに分けているので紹介しておきたい。

Category 1　コミックオタク
Category 2　アニメオタク
Category 3　芸能人オタク
Category 4　ゲームオタク
Category 5　組立 PC オタク

Category 6　クルマオタク
Category 7　AV 機器オタク
Category 8　IT ガジェットオタク
Category 9　旅行オタク
Category10　ファッショオタク
Category11　カメラオタク
Category12　鉄道オタク

１２のカテゴリーについてはその分類でよいのかどうかは疑問の残る所も多くある。例えば、「Category 1　コミックオタク」をさらに分類している。(306)

作品中心主義系　　収集系　　同人誌系　　フィギュア系　　コスプレ系
自主制作系

2005 年段階での分析であることも考慮しても、フィギュア系とコスプレ系は独立して考えるべき点などもある。

しかし、最初にも述べてたがこれまであまり成されてこなかったオタク市場の数値化は注目しなければならないだろう。「オタク市場の人口と市場規模」を改めて表組にして示すと以下の通りである。(307)

| 分類 | 人口 | 市場規模 |
|---|---|---|
| コミック | ３５万人 | ８３０億円 |
| アニメ | １１万人 | ２００億円 |
| 芸能人 | ２８万人 | ６１０億円 |
| ゲーム | １６万人 | ２１０億円 |
| 組立ＰＣ | １９万人 | ３６０億円 |
| クルマ | １４万人 | ５４０億円 |
| ＡＶ機器 | ６万人 | １２０億円 |
| ＩＴガジェット | ７万人 | ８０億円 |

| | | |
|---|---|---|
| 旅行 | ２５万人 | ８１０億円 |
| ファッション | ４万人 | １３０億円 |
| カメラ | ５万人 | １８０億円 |
| 鉄道 | ２万人 | ４０億円 |
| 合計 | １７２万人 | ４１１０億円 |

これは2004年8月に野村総合研究所が実施した10002サンプルのアンケート調査に基づいた結果であるという。

オタクの消費行動がオタク市場として十分に成立していること、また、その消費行動を分析することは経営学的にも十分に価値のあることが示されたことになろう。

### (52) 難波功士「戦後ユース・サブカルチャーズをめぐって（4）：おたく族渋谷系」(2005)

難波功士「戦後ユース・サブカルチャーズをめぐって（4）：おたく族渋谷系」(『関西学院大学社会学部紀要』第99号、関西学院大学社会学部研究会、2005年11月）のおもな内容は次の通りである。

【1】「おたく族」から「オタク」へ
モラル・パニックとしての「おたく族」
おたくとジェンダー
おたくと世代、おたくの世代
【2】「渋谷系」というテイスト
音楽ジャンルであり、YSであること
渋谷系とアキバ系
渋谷の変容と渋谷からの離脱
【3】小括



難波によれば、「ヲタク」表記の初出は、青木光恵子『ぱそこんのみつえち

ゃん』（アスキー、1995 年 10 月）の「＜ヲタクの女王＞水玉螢之丞」だという。(308)

本文もさることながら、注釈が充実していることもこの論文の大きな特徴である。おたく族と「族化」したのはこの頃の「太陽族」「暴走族」など、大人が新種の集団を指す場合使われる言葉であるようだ。(309) このことについて難波は注釈で、おとな側が社会問題として捉えた場合の名称であり、同世代では「オタッキー」などの名称が採用されていることを紹介している。(310)

難波は触れていないが、「おたく族」から「おたく」と族が外れることの意味は何だろうか。1983 年に命名された「おたく」は概ね 1960 年代生まれの世代が中心であることはおたく（オタク）世代を考える時にはよく言わることであるが、60 年代～70 年代にこども時代を過ごした者たちが 90 年代あるいはそれ以降の時代では、家庭を持ったり、社会の中で中核を支える年代になっている。つまりおたくが消費する文化で育った者がおたく論を見た時、どのように感じるのだろうか。「派→族→系」はマスコミなどの外側から見たネーミングであることは重要であろう。また、領域において音楽、ファッションなども同様な傾向もあろう。

本論文では「渋谷系」と「渋谷」という若者が集まる渋谷がひとつのキーワードにもなっている。おたく族が集まる秋葉原も同様であるが、こうした「場」には情報が集まるという大きな特徴があった。インターネット時代以前ではこうした情報をキャッチするにはその「場」に行くことが重要であることは言うまでもないことだ。若者ファッションが渋谷に集まり、おたく系のものは秋葉原に集まってきたが、これは若者のニーズに合わせて街が変化した結果でもある。

### （53）オタク文化研究会『オタク用語の基礎知識』（2006）

オタク文化研究会『オタク用語の基礎知識』（マガジン・ファイブ、2006 年 3 月）についてはインターネット上のアマゾンでの次のように紹介している。

内容紹介

精選400語！　専門用語、職業用語、スラングなど呼び方はいろいろあるが、どんな分野にもその世界でのみ通じる言葉や文字がある。そして、そこで流通する用語はその世界を象徴する文化となる。本書は、アニメ、マンガ、ゲーム、萌え、アイドル、鉄道など、オタクと呼ばれる文化圏で流通する用語を解読した《オタク用語の解説書》である。(311)

なお、「はじめに」では次のように説明している。

スラング、ジャーゴン、テクニカルターム、専門用語、職業用語、隠語、俗語、符牒・・・。呼び方は色々あるが、どんな分野にも、その当人やその界隈の中でのみ通じる用語というものがある。

本書では特に、広い意味での「オタク文化」圏内に流通するこれらの用語を「オタク用語」と便宜的に呼び、一語一語に解説を加える事を目的として編集された。

かつてのオタク文化圏では、オタク用語の普及・流通の手段として「口コミ」が多く用いられてきた。それが時代を経てパソコン通信・インターネット等へとその形が変わって来たのだ。ネットワークの整備が進むにつのに比例して、ある用語が発生してから一般に広く普及していくスピードが加速度的に増した。

また、速度だけでなく、量的にも増加の一途を辿り、一人の人間の把握するにはあまりにも困難なほど、その範囲は拡大してしまった。それに流行語的な側面を多分に持つ用語の消費スピードの速化も指摘する事ができるだろう。(312)

ここでは「オタク」の項目よりその定義について紹介しておきたい。

【意味】

①　主にアニメ・漫画・ゲーム等のサブカルチャーを愛好・探究する人

達。

② 右記サブカルチャー以外にも、何かしらのジャンルを愛好・探究する人達。

③ 本来子供向けであるとされる右記サブカルチャーを楽しむ成年男性への蔑称。

④ 主にSFあるいは同人コミュニティにおける二人称。

【説明】

「オタク」という言葉の発祥は1980年代初頭まで遡ることができる。現在のオタクの祖先といわれるSFファン同士の会話中に二人称として使われだしたのが最初だ。

なぜ、このような特殊な二人称を使うかというと、当時のSFファンは大抵何かしらのサークル（ファンダム）に所属していた。つまり単なる個人ではなく、その所属まで含めて、「おたく（のサークル）は〜〜」という言い回しが頻出したからである。

1982年放映のTVアニメ『超時空要塞マクロス』の台詞にも登場したこの言い回しは、アニメファンにも広がっていく。

ロリコン漫画雑誌『漫画ブリッコ』1983年6月号に掲載された中森明夫氏によるコラム連載。「『おたく』の研究」にて、この語が二人称ではなく、ある特定の人種を指す蔑称として定義された。このコラムは大きな反響を呼んだが、当時同誌の編集長であった大塚英志氏の判断により、連載は3回で打ち切られた。(313)

### (54)大澤真幸「オタクという謎」(2006)

大澤真幸「オタクという謎」(『フォーラム現代社会学』第5号、関西社会学会、2006年5月）のおもな内容は以下の通りである。

0 オタク

1 何が賭けられているのか

2 オタクの展開

３　アイロニカルな没入
４　社会性と非社会性
５　身体と反身体

「０　オタク」では、まずオタクとは何かを簡単に定義している。

それにしても、オタクとは何か？皆からいる趣味人とどう違うのか？そもそも、専門家とどう違うのか？オタクは、無論、アニメ、マンガ、コンピュータ等の特定の主題で区画できる領域に没頭する人々である。だが、これだけでは、趣味人や専門家との区別がわからなくなるオタクを専門家や一般の趣味人から区別する特徴は、意味の重さと情報の密度の間には、極端な不均衡である。一般には、意味の重さと情報の密度との間には、比例的な関係がある。要するに、有意味なことだから情報が集積されるのである。だが、オタクに関しては、こうした法則が成り立たない。情報は、有意味性への参照を欠いたまま、つまり意味へとつながる臍の緒をもたないまま、それ自体として追求され、集められていくのである。(３１４)

「２　オタクの展開」ではオタク論が紹介されている。まず大塚英志が紹介されている。

今、オタクの原初的な姿を導きの糸にして、オタクの本性をめぐる仮説を導いてみた。この仮説は、オタクのその後の「発展」を考慮に入れることで、さらに補強される。

大塚英志は、1980 年代最後の年に、オタクのマンガへの関わり（など）をもとにして、「物語消費」なる概念を提起している（大塚 1989）。誤解されやすい概念だが、ここで大塚が主張していることは、オタクたちが真に欲望しているのは、特定の作品―個々の物語を―を一部として含む「大きな物語」だということ、その特定の作品を有意味なものとする背景の設定や世界だという点にある。だから、リオタールが、「ポストモダンの条件」は「大きな物語の終焉だ」と論じたときの「大きな物語」とは、意味

が違う。(315)

（大塚 1989）とは、大塚英志『物語消費論―「ビックリマン」の神話学』（新曜社、1989 年 5 月）のことである。

次に東浩紀を紹介している。

東浩紀は、しかし、大塚の「物語消費」はすでにオタクたちの最新の世代ではすでに失われており、そこでは、代わって、「データベース消費」が中心になっている、と論じている（東 2001）。データベース消費とは、どのような消費のスタイルか？そのあり方を端的に示しているのは、コミック、アニメ、ゲームのキャラクターに対する、オタクたちの関心のあり方である。90 年代、メディアミックスの手法がオタク系市場の中心になると、諸企画を統一させる根拠は、作品〔原作〕よりもキャラクター（登場人物）になってくる。消費者の関心も、作品だけではなく、あるいは作品以上にキャラクターに向けられる。そのキャラクターが、オタクたちによって、作品や企画を超えてすべてデータベースに整理されていくのだ。その際、重要なことは、キャラクターが、「萌え要素」に分解されるということである 。「（キャラ）萌え」とは、キャラクターによって欲望が触発されることを意味するオタク独特の用語であり、「萌え要素」とは 、その欲望の触発に関与した 、キャラクターの類型的な特徴のことである。(316)

オタクという現象については次のように述べている。

オタクという現象の最大の謎は、きわめて包括的な普遍性が、まったくの特殊性への反転した上で欲望されているという逆説である。これは、「井の中の蛙、大海を知らず」とは、異なったメカニズムだえる。蛙は、外にある「大海」（普遍的世界）を端的に知らないで、「井戸」（特殊でローカルな領域）を、普遍的世界と勘違いしているだけである。それに対して、オタクたちは、自らが研究している対象が、きわめて限定的・特殊的

な領域であることを、よく自覚している。単に自覚しているどころか、むしろ彼らは、まさにそれが限定的・特殊的であることを承認し、積極的に肯定してさえいる。(317)

また、オタクが没入するものとしてすでに認知されていることがで次のように述べている。

ロボットは美少女と並んでオタクたちが好むアニメの中の中心的な要素なのだが―、アニメの中の主役ロボットは、しばしば、神を連想させる名を持っている（森川　2003)。「マジンガーZ」「ゲッターロボ」「ゴッドマーズ」などと。(318)

（森川　2003）とは森川嘉一郎『趣都の誕生　萌える都市アキハバラ』（幻冬舎、2003年2月）のことである。

### (55) 森川嘉一郎・三浦展「オタクと高速道路」(2006)

森川嘉一郎・三浦展「オタクと高速道路」は三浦展『「自由な時代」の「不安な自分」―消費社会の脱神話化―』（晶文社、2006年6月）に収録されている対談である。内容の小見出しには「万博とオタク」「オタクと高速道路」がある。森川嘉一郎は2004年に万博に関わっており、さらにこの万博でオタクに関連する展示があった。

森川　そして、私にとっての万博との最大の関わりとなったのが、2004年のヴェネチア・ビエンナーレの国際建築展です。その日本館で、秋葉原のおたく街化に関する展示を、コミッショナーという立場で制作することになったのです。

当初私は、秋葉原をおたく街としてた特徴付けている要素、例えばアニメの垂れ幕広告であるとか、キャラクターの等身大ＰＯＰであるとかを街の風景からサンプリングして日本館に持ち込み、館内に街を再現すれば、

一番ストレートでわかりやすいかと思っていました。ただそれだけだと、80年代のブレードランナーやニューロマンサーから描かれて始めてすでにクリシュと化している、オリエンタルなものとハイテクがカオス的に入り交じったダークな未来都市像と、どう違うのか、おそらく判然としない。秋葉原の変化の何が新しいのかというと、特定の人格の人々が街に地理的規模で恒常的に集まるようになり、その結果として都市が、彼らの趣味嗜好に従うように急変していったという力学とプロセスが新しいわけです。そこを伝えようとするならば、そうしたプロセスの結果として出来上がった都市の姿を見せるよりも、その都市を変えた人格のほうを前面にすえて展示を作ったほうが、最も肝心な点が見えやすいだろうと思ったんですね。その人格とは、秋葉原の場合、「おたく」になるわけです。だから、「秋葉原」ではなく、「おたく」を標題に掲げたわけです。(319)

三浦からおたくと万博との関係について問いかけがあり、森川は次のように答えている。

森川　では、万博と「おたく」はどう関係しているのか。
　それは、おたくという人格と、秋葉原という場所が関係が関係していく物語を語る上で、分かりやすい起点となるからです。この場合、万博がおたくの起源だったというよりは、万博に象徴されていたような未来信仰、科学技術信仰が失墜していったことが、おたくやその文化の起点となっていたのですが。つまり、人一倍未来や科学技術に夢を抱いていた少年たちが、万博以降、未来が色褪せていくに従って、その代償として作り上げていったフィクショナルな、未来が、後のおたく文化を形成していったわけです。いわば、＜未来＞に代わるイコンとして、＜萌え＞が出現した。＜未来＞から＜萌え＞へといたる、おたくのイコンの変遷を通して、おたくの成り立ちを展示の最初に描こうとしたわけですが、その起点となる＜未来＞のイコンとして、万博を冒頭に置いたわけです。(320)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

おたくという言葉が使われ始めたのは80年代なのですが、それ以前からお

たく的な傾向をもつ少年たちはいたわけです。高度経済成長期や万博の頃、クラスの中で「ハカセ」とあだな名されるようなタイプの人が一人や二人はいたと思うんです。目の前の日常よりも、どちらかといえば未来に思いを馳せるようなタイプの少年たちです。友達づきあいはまりよくないかもしれないけど、非常に物知りで学業の成績も良く、ちょっと変わり者だけどクラスの中で一目置かれるといったポジションの少年。そのような彼らは、80 年代のおたくほどみじめな存在ではないとしても、当時の未来信仰によって自信を持ち得ていたわけです。勉強で勝ち進めばやがては本当に科学の博士になって、輝かしい未来の発展に貢献できるという、将来像を信じ得たからです。(321)

オタクの起源でよく言われるのは、SF の存在やいわゆる物知りの「ハカセ」が挙げられる。SF はともすれば虚構性とも結びつきやすい。この SF 的なものが大人の世界で表現されたのが万博と言ってもよいだろう。SF 的あるが、実現できる未来として提示されたのだ。日本では特に 1970 年の大阪万博はまさにその典型であった。

森川はオタクの象徴として秋葉原を挙げる。森川の発言を見てみよう。

森川　1990 年あたりから、主力商品を家電からパソコンに変えざるを得なくなります。ただし、今でこそパソコンは誰もが使う准家電商品ですが、当時はウインドウズもないし、インターネットもない頃です。パソコンというと、黒の画面に英字が並んでいて、マウスでアイコンをクリックやドラッグするのではなく、キーボードで呪文のようなコマンドを打ち込んで操作するしかないという、大変敷居の高い代物でした。それゆえ、当時からパソコンを使っていたのは、専門家か、そうでなければ性格的にパソコンを愛好するようなタイプの若い男性に著しく限られていたわけです。そういう人たちだけが秋葉原に残り、あるいは遠方からやってくるようになりました。結果、秋葉原の客層は、急激に絞り込まれてゆきました。そして、当時からパソコンを愛好していた人たちは、同時に漫画やアニメやゲームを愛好する傾向を強く持っていたことが、その後の秋葉原をおたくの

街へとさらに大きく変貌させていく下敷きとなったわけです。(322)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

秋葉原とおたくは、一方で場所、他方が人格なのですが、奇妙な平行関係にあるわけです。両方とも輝かしい未来像にドライブされていたのが、それが失われていったとき、秋葉原は「家電→パソコン→おたく系のもの」と主力商品を移してきた。おたくは「サイエンス→SF→アニメの美少女」へと信仰の対象をシフトさせていった。その末に、秋葉原がおたくの人たちにとって、聖地として見出されていったわけです。(323)

「オタクと高速道路」では大阪万博と田中角栄の「列島改造論」をまず話題として取り上げているが、その基礎はやはり 1964 年の東京オリンピックの開催に伴う新幹線と高速道路の整備だろう。こうした基盤の上に日本中に流通網としての高速道路が整備され、日本中に新幹線が伸びているのだ。

森川と三浦の最後のやりとりを見ておきたい。

森川　秋葉原がおたく街化していったのも、一面では郊外化と密接に関わっているわけです。昔であれば秋葉原でしか買えなかったものが、郊外の量販店で買えるようになった。郊外に市場を奪われた秋葉原は、郊外ではまだ売っていないような先端的な商品へ重心を移さざるを得なくなる。90 年代であればパソコン、それ以降はおたく文化的なものですね。その結果として秋葉原は、かつてとは異なる種類の魅力を帯びるようになったわけです。

三浦　でも今の秋葉原的文化もどんどん郊外化するんだよね。

森川　おそらくそうなると思います。すでにメイド喫茶が北海道にできたりしています。ただ、今のおたく文化が市民権を得て、その郊外化が本格化する頃には、秋葉原は、さらなる先端文化へと移行しているのではないしょうか。(324)

「オタク文化が市民権を得て」というところは、現在はクール・ジャパン（「クールジャパン」とも表現されるが）という名のもとにマンガ、アニメ、

ゲームなどを扱うコーナーやエリヤに冠的に名前を付けている場合もある。「オタク～」よりも「クール・ジャパン～」の方が国の政策にも即しているため、聞こえもいいかもしれない。名前だけにこだわるところは結局は長続きしない。2006 年から 10 年以上経過すれば、状況は変わってくるが、オタク文化がなくなるのは考えにくい。

### (56) 宮沢章夫『東京大学「80 年代地下文化論」講義』(2006)

宮沢章夫『東京大学「80 年代地下文化論」講義』（白夜書房、2006 年 7 月）のおもな内容は次の通りである。

講義要項
序文にかえて―宮沢章夫さんに授業をしていただいたことについて、わたしが知っている 2・3 の事柄
第 1回　「かっこいい」とはなにか
第 2回　ニューウェーブの時代とピテカントロプス・エレクトス
第 3回　西武セゾン文化の栄光と凋落
第 4回　YMOの「毒」、“クリエイティヴ”というイデオロギー
第 5回　森ビルの文化戦略と、いとうせいこうの「戦術」
第 6回　「アングラ」はなぜ死語になったか
第 7回　いろいろな質問に答える
第 8回　由利徹、モンティ・パイソン、ラジカル・ガジベリビンバ・システム
第 9回　それを好きと言ったら、変に思われるんじゃないか
第 10 回　ゼビウスと大友克洋と岡崎京子、それと「居場所がない」こと
第 11 回　「おたく」の研究、岡崎京子の視線、ピテカンの意味
第 12 回　東京の繁華街の変遷
第 13 回　とりあえずのまとめ―80 年代と現在との接続
あとがき

1983年は「おたく」と言う言葉がマスコミ取り上げられ、東京ディズニーランド開園、ファミコンの誕生などまさしくオタク文化を象徴する年となった。その意味でも1980年代はオタク文化を考える上でも重要な時期ともいえる。ここでは「講義要項」「第9回　それを好きと言ったら、変に思われるんじゃないか」「第10回　ゼビウスと大友克洋と岡崎京子、それと『居場所がない』こと」「第11回　『おたく』の研究、岡崎京子の視線、ピテカンの意味」「第12回　東京の繁華街の変遷」を取り上げる。

「講義要項」はまさに本書の概要が書かれている。

> 80年代と呼ばれる時代があった。それはいま、「オタク」という切り口で、あるいは、「経済のバブル化」という現象で解釈され現在と接続いしょうと試みられることはしばしばある。けれど、また異なる視点から顧みるとき、現在をより奥行きのある方法で理解することになるのではないか。
>
> たとえばそれは、「オシャレ」という言葉が奇妙な響きを持って出現した時代だ。その軽薄さは、「バブル」という言葉によって単純化される傾向は強いが、あらためてその本質を見つめ直すべきではないか。単に「オタク」だけの時代ではなかった。「バブル」だけで語ることも理解を浅くする。音楽、演劇、美術など、さまざまな見地から「トーキョー」の「80年代文化」を再検証し、それが現在のなにと結びつき、新たに再生産されているか、いま目にする現象の背後にどんな可能性が潜んでいるかを探る試みだ。
>
> あえて、「アンダーグラウンド」という古めかしい言葉を選んだのには理由がある。かつて原宿の「地下」に、「ピテカントロプス・エレクトス」という、その時代の言葉でいうなら、きわめて「オシャレ」な「クラブ」があった。80年代の半ばだ。クラブカルチャーが大衆化する以前、そこには、ある特別な、密接性の高い文化があった。これはその地下から生成し、そして地上へと派生していった80年代の「裏文化史」である。(325)

「第9回　それを好きと言ったら、変に思われるんじゃないか」の下位項目は次の通りである。

宮崎勤と「M の世代」
アニメーション研究会の変質
同人誌コミック
B 級アイドル
早く目覚めて連絡を。
オウム真理教と 80 年代の演劇人
「おたく」という言葉の指し示すもの
それを好きだと思う私が好き
好奇な目で見られることへの警戒心
宮崎勤の起こした事件
捏造された「おたく」のイメージ
宮崎勤と世代性―『大きな物語』の不在
「おたく」と「ピテカン」が共有した、たったひとつのもの
「おたく」とナショナリズム

ここでは「『おたく』という言葉の指し示すもの」に注目しておきたい。中森明夫によって一種、命名された「おたく」について次のように述べている。

「おたく」という言葉は、本来の意味で考えるとそういうときに使うものではないですよね。ある共同体において、個別の「家」みたいなものを指しているはずです。それがなぜか人の呼称になってしまった。そこがきわめて奇妙です。

コミックマーケットという空間の中においては、「個人」というものが存在しない。。ある共有するものがあって、その共有するものでつながったもの同士が「個」を捨てて存在してしまう。

あるいはそうではなくて、その「共有するもの」の中にもうすでに存在するものとして、空っぽのカラダみたいなものがある。それは「○○○くん」という個人ではなく、「おたく」というひとつの空っぽの個体っていうか、携帯みたいなものとしてみていたんではないか、と分析する論者もいます。それには僕も共感するだけど、とういのも、すでに話したように、「それを好き

と言ったら変に思われるんじゃないか」によって繋がる「内閉する連帯」において「個」は必要がない―っていうか、邪魔だとさえ考えたと想像できるからです。(326)

「それを好きと言ったら変に思われるんじゃないか」ということをおたくは自覚してからこそかえっておたく同士の結束力が強くなった。

だからこそ、大澤信幸さんがそれを言葉にしたんです。「オタク」というのは存在とか、ある種の行動様式のとか、個体とか、あるグループを指して言う言葉ではない。これは「現象」である。「コミュニケーション的現象」であると。(327)

「おたく」についての表現については次のように指摘していることは興味深い。

どこか内向するもの、あまり人前で語り出せないような趣味みたいなことを共有できる仲間が出現したときに、はじめてそのつながりが強くなる。それをまた別の言葉でいうと、「趣味や情報を共有する集団の内部的埋没」と表現していいのではないでしょうか。(328)

この結果、外側見れることに対する警戒心もある種生まれたことについても次のように述べている。

たしかに「おたく」と言われる人たちは、さっきも言ったように、自分たちがやっていることにどこか後ろめたさがあったと想像できます。だからコミックマーケットはある時期を境に、好奇の目で見られがちだから取材の規制を強くしたという現象が事実としてあります。(329)

「おたく」がマイナスのイメージで大きくクローズアップされたものとして宮崎勤の事件がある。1988年8月～10月にかけての連続幼女誘拐殺人事件である。しかしここにはマスコミによって一種捏造された「おたく」イメージがあ

ある。象徴的であったのは宮崎勤の部屋の写真やこれに対するコメントである。印象的であったのは大量のビデオテープや散乱する部屋の様子であった。

5793本のうちの8本なんて言ったら、たまたま紛れ込んだくらいのものですよね。だけど、この「8本あった」ということがやけに報道されて、事件の残忍性みたいなものと、スプラッター映画を結びつける傾向が一気に広がったんですね。

ただ、彼は仲間と「ビデオクラブ」みたいなものを作っている。自分が仲間とビデオをダビングし合ったりとか、それから自分がダビングできないときに連絡すると仲間がビデオを録画してくれるという、そういう仲間たちのグループに所属してた。で、この仲間が不可解だと一般的には受け取られ、「おたく」というイメージがより強く形成されていったんじゃないか、と考えられます。

それからもうひとつは、これも大塚英志が指摘しているように、宮崎勤の部屋を写真に撮ったカメラマンが部屋の隅にあったエロ本をわざわざ布団の横に置いて、「宮崎勤の部屋」を演出したことがある。それで一気にその部屋の乱雑さ、「おたく」とある種の古典的な性を強引に結び付け、また「おたく」のマイナスイメージを作った。(330)

「第10回　ゼビウスと大友克洋と岡崎京子、それと『居場所がない』こと」での内容は次の通りである。

「コミケの変容」と「アニメーション研究会の変容」の共時性
コミケの変容
『ゼビウス』の魅力はなんだったか
「世界観」のはらむ危うさ
地図に込められた「主観」と「線」
大友克洋の衝撃と、名前の付け方
内閉化するコミケ
岡崎京子という人

「自分たちの居場所がない」ということ
岡崎京子のマンガに「文学」を見た人々

コミケとオタクの関係は時代的にも興味深いところにある。初期のコミケについては次のように述べている。

初期のコミケで流通していたのは、そうしたテイストを持ったマンガだったのではないかと想像します。けっこう古くなると、永島慎二の系譜って言うか、いい意味で同人誌的というか…、でもさらに調べてみると、初期のコミケ周辺の同人誌で評価が高かったのは、山上たつひこや、萩尾望都だという資料もあります。なんにせよ、そこまでは理解できる。

70 年代の終わりから 80 年代初頭にかけてコミケが変容し、「おたく」という言葉を生み出す源泉になった過程はよくわからない。それと、「アニメーション研究会」と「コミケ」の、ふたつの変容が共時的に起こっているのは、まさに時代を象徴していると考えられます。(331)

「初期のコミケで流通していたのは、そうしたテイストを持ったマンガ」とは『COM』や『ガロ』などを指している。80 年代は『ゼビウス』などのゲームはもちろん、注目すべきものが多い。

「第 11 回　『おたく』の研究、岡崎京子の視線、ピテカンの意味」での内容は次の通りである。

『漫画ブリッコ』と中森明夫と岡崎京子
「『おたく』の研究」を読む
「宝島少女」としてごくまっとうな読者の意見
岡崎京子と浅田彰の視線の差
岡崎京子のマンガの意味
「差異化のヒエラルキーを作るゲーム」の裏をかくこと
「ピテカントロプス・エレクトス再考」
ピテカンは 80 年代の鹿鳴館だった

ピテカンをめぐって思い出すさまざま
桑原茂一の理念
ここまでの、小さなまとめ

ここではやはり中森明夫の「おたく」に関する著述に注目しておきたい。

当時、「東京おとなクラブ」[3]というミニコミ誌があって、一部のサブカルチャー好きのあいだで読まれていました。「東京おとなクラブ」を作っていたのが中森明夫で―この名前は、その頃まさにA級アイドルとして人気のあった中森明菜の最後の「葉」を「夫」に変えただけのことなんですけどね―1960年生まれといわれていますが、実は1959年生まれらしい、と中森明夫に近しい位置にいた人物が証言しています。「東京おとなクラブ」で認められ、ライターとして世に出た。僕も面識があります。一時、いとうせいこうのブレインのような存在であって、いとう君の小説『ノーライフキング』も、ふたりが長電話しているなかで発想されたという話を、いとう君から耳にしたことがあります。

どうして、この人を最初にこれほど丹念に紹介するかというと、すでに話したことですが、「『おたく』の研究」が発表されるまで、「おたく」という言葉自体が存在しなかったという点において貴重だからです。(332)

「東京おとなクラブ」[3]には次のような注がある。

「東京おとなクラブ」(1982―1985年)編集・発行人はエンドウユウイチ(原・株式会社アスキー取締役・遠藤諭)。80年代を象徴するサブカルチャー・ミニコミ。(333)

次のこの時代では『宝島』も注目に値する雑誌だろう。

「宝島」は、「ニューウェーブ」について話したとき説明したように、時代とともに常に変化していった雑誌でした。70年代に創刊したときは「ワ

ンダーランド」という名前だったのが、べつの会社が「ワンダーランド」の商標登録を取っていたので、急遽、ある号を境に「宝島」という名前になった経緯があります。

「ワンダーランド」の頃はかなり大きな判型の雑誌で、、「宝島」もその大きさで何号か出た。70年代の初めです。そして74年ぐらいにいったん廃刊になった後、植草甚一の責任編集のもとに復刊したときには、B6判ぐらいの小さな雑誌になった。さらに版型が変わって、A５サイズになったのが80年代です。

80年代の「宝島」は、ニューウェーブを中心とした情報を発信する代表的なメディアでした。そこにはピテカンの情報があり、YMOをはじめ音楽の記事が誌面を埋めていた。あと、ファッションやサブカルチャー、東京の街の情報とか。これを愛読していたのが「宝島少女」。で、あれですよ、「宝島少女」はあっとけど、「宝島少年」て言葉は聞いたことがない。もっぱら、「宝島」は「少女」だった。(334)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

1982年に日本ではじめてのクラブとしてピテカンがオープンした。1983年に「『おたく』の研究」が書かれている。これは単なる偶然じゃないでしょう。(335)

クラブ「ピテカン」とは日本で初めてのクラブ「ピテカントロプス・エレクトス」のことだ。桑原茂一氏と中西俊夫氏を中心にしたいわゆる「ディスコでなく日本初のクラブ」で、原宿東郷神社から伸びる通称ラストロードの地下に作られた。

「第12回　東京の繁華街の変遷」での内容は次の通りである。

「うらなり」に描かれた新宿

「一流」の街銀座、「二流」の街新宿

新宿から原宿へ、文化の移動

新宿東口はほとんど変わっていない

60年代の新宿

紀伊國屋書店と新宿三丁目
新宿駅南口と地図
埼京線文化蹂躙説
80 年代を象徴していた原宿
秋葉原は「オタク」の街か
「おたく」の命名による「言い当たられた感」
価値観の「多様化」と「細分化」
下北沢と吉祥寺
異端の街秋葉原
「東京がなくなっていく」感覚
秋葉原は「おたく」の街か
「おたく」の命名による「言い当てられた感」
価値観の「多様化」と「細分化」
下北沢と吉祥寺
異端の街秋葉原
「東京がなくっていく」感覚

「おたく」と「オタク」についてはこれまで大塚を代表する「おたく」派と岡田や東を代表する「オタク」派があるが、両者ははっきりと意識的にこのことばを使い分けている。

「おたく」という言葉の登場とその後の変化は、大きくあります。何度も繰り返すようですが、「おたく」というひらがな表記と、「オタク」と言う表記はやっぱり分けて考えたほうがいいでしょう。現在、「おたく」は当たり前に使われる言葉になりました。あ、現在のほうはカタカナで書いたほうがいいのか。で、80 年代のほう、中森明夫が最初に言葉として定着させたのがひらがなの「おたく」です。(336)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

80 年代の「おたく」は、僕から見てもきわめて否定的な存在としてあったし、同じ頃に中森明夫が「おたく」という言葉の定義を作って、その人たち

に名前を付けたとき、そう言われた人たちがきわめて強い反発を持ったのは、ひとつには「おたく」と言われたことが、「(自分のことを) 言い当てられた」という感覚があったからでしょう。ある層の人たちが自分たちの存在を「こういうものではないか」と言い当てられたことによって、強く中森明夫に反発したという理由は、絶対にあった。(337)

なお、内容を追加した『東京大学「80 年代地下文化論」講義　決定版』(河出書房新社、2015 年 11 月) もある。

### (57) 牟田武生『ジャパンクール』(2006)

牟田武生『ジャパンクール　団塊世代と若者・二つの世代が作り上げる新しいコラボレーション』(三松株式会社出版事業部、2006 年 8 月) でも「第１章　今、日本社会を若者中心に考える」の「9　オタク否定・肯定論の無意味」なのかで「オタク」が取り扱われているので紹介しておきたい。定義というよりは「オタク」がどう捉えられているかという側面である。

> オタクの人が名前の知らないオタクの人に声を掛ける時に「おたくさぁー」と声を掛けたことから「おたく」と呼ばれるようになったと何かの本に書いてあった。もしそれが正しいのならば「オタク」ではなく、「おたく」が正しいのかもしれない。いずれにせよ「OTAKU」という言葉は欧米でも通じる。日本発の世界ブランドなのだ。
>
> 団塊世代が持つオタクのイメージとして、決まった仕事に就かず、薄汚い格好をして親のスネをかじり生きている。漫画やアニメなどのサブカルチャーに異常なほど興味を持っている。自分が社会の一構成員である意識は全くなく、自分勝手な批評をして社会とは常に一線を引いているという感じがある。そして、仕事人間をしてきた過激な中高年は「自己批判しろ！」「自己否定しなければ、前進などない」とオタクの若者に迫る。(338)

オタクに対しては世代により捉え方が異なるとの背景がある。オタクに批判的な世代も若い頃にはアニメやマンガを観たり、読んでいたはずであるが、1963 年の TV アニメ『鉄腕アトム』を観て育った世代とそれ以前の世代ではアニメやマンガに対する価値観が大きく異なるかもしれない。

> 擁護する・しないの問題ではない。世代間による価値観の違いを感じれば否定派になるだろうし、若者を理解しようと思えれば擁護派になる。否定するか、肯定あるいは擁護するか論争しても始まらない。オタクは、すでに一つのカルチャーになっていて、日本経済を支える一つの産業にも成長している。存在そのものを認めるところから、何かが始まるはずである。(339)

牟田の指摘で気になるのは「オタクは、すでに一つのカルチャーになっていて、日本経済を支える一つの産業にも成長している」という点だ。

### (58) パトリック・マシアス／町山智浩訳『オタク・イン・USA』(2006)

パトリック・マシアス／町山智浩訳『オタク・イン・USA―愛と誤解の Anime 輸入史』（太田出版、2006 年 9 月）は、原本はわからないが、ブックジャケットに表示のタイトルには *Otaku in USA: Love and Misunderstanding! The History of adopted Anime in America!*の翻訳のようだ。著者の Patrick Marcias (b.1972)は *Otaku USA Magazine* の編集主幹である。本書のあとに編集主幹に就任したことになる。

'Otaku USA Magazine' Launching in June
Patrick Macias Named Editor in Chief
February 28, 2007
Sovereign Media Inc., an active interest niche magazine publishing company that publishes SCI FI -- the official magazine of the Sci Fi Channel, is launching Otaku USA Magazine in June. Patrick Macias, a

correspondent for the NHK World Television show Tokyo Eye and author of Cruising the Anime City: an Otaku Guide to Neo-Tokyo, and Tokyoscope: The Japanese Cult film companion, will be editing the new magazine, which he described as follows: "Each issue of OtakuUSA will be oversized 9 x 10 7/8, with a poster bound in the center spread, and a DVD inserted onto the front cover, with full- length Anime features and game demos. In addition, each issue of Otaku USA will include a full manga feature, printed as a pull-out section. My aim is to make Otaku USA the best, most comprehensive Japanese pop culture magazine in the marketplace."
The typical issue of Otaku USA, which will have a cover price of $9.99 ($11.99 in Canada), will be at least 150 pages long and printed in full color on glossy paper. The bimonthly magazine will cover manga, anime, computer games and J-Pop, and it will be written by an American staff from an American point of view.
Curtis Circulation Company, a division of Hachette, will be handling all national and international newsstand distribution of the magazine. Using Curtis' connections Sovereign Media has purchased checkout display pockets at every Borders, Barnes & Noble, Walden Books, Hastings and Books-a-Million in the U.S. According to Sovereign Media's CEO Mark Hintz, "Our targeted first issue distribution is well in excess of 125,000 copies." (340)

あとがきには「この本は、雑誌『フィギュア王』と『映画秘宝』に連載されたコラムを集めたものです」(341) とある。原本となる英語の文章については入手できなかった。

本書の主な内容は以下の通りである。

はじめに―僕とオタクと校庭で
第１章　吹き荒れるオタク旋風

第２章　USA オタクの少年期
第３章　Anime は英語になった
第４章　アメリカマンガの世界
第５章　USA オタク列伝
あとがき

「はじめに―僕とオタクと校庭で」ではまず、アメリカでオタクを示す英語について簡単に紹介している。

『アメリカン・ヘリテージ辞典』によれば「ナード」という言葉が初めて使用されたのは児童書の巨匠ドクター・スースが 1950 年に出版した『もし僕が動物園まで走ったら』という絵本だそうだ。その本での「ナード」はスース博士が勝手に作り上げた想像上の動物の名前の一つで、その本はそのことで有名になった。とにかく全然無意味な単語だったんだな。

「ナード」って言葉が最初に定義されたのは 7 年後の 1957 年に発行されたスコットランドのグラスゴーの新聞の日曜版だという。そこに連載されていたユーモア・コラム「スクエアのための ABC（〝スクエア〟とはビート二クスの間で使われていたスラングで〝つまんないやつ〟の意）」にこう書かれた。「ナード―それはスクエアのことである。説明の必要はないでしょ？」

「ナード」という単語はカナダのオタワにある北部電子研究開発機関（N.E.R.D.）で 1947 年に使われ始めたという説もある。そこで働く優秀な研究員たちは、胸のポケットにいつもペンや鉛筆を何本も挿して、N.E.R.D.と書かれたバッジを付けていたというんだ。本当かどうか確証はないけどね。

1960 年代には、ナードたちは徐々にポップ・カルチャーの表舞台に出てきた。ウディ・アレンは神経質なチックや貧弱な体といった古典的ナードのイメージを強調して人気者になったし、人形劇『サンダーバード』の科学者ブレインズはナードの中のナードだった。ブレインズの知恵がなけりゃ、トレーシー一家は何回も死んでいたはずだ。あ、話が脱線しちゃっ

た。僕は「ギーク」なもんで。(342)

次にギークについても触れている。ここはアメリカのオタクとしては根本にかかわるため、通常の辞書の定義とは異なる背景も紹介されている。

「ギーク」っていうのは日本でいう「オタク」にいちばん近い言葉だと思う。ナードが現実のサイエンスに興味があるのに対して、ギークが夢中なのはサイエンス・フィクションとファンタジーだ。同じ映画を観るのでも、普通の人はエンド・クレジットが出るとさっさと席を立って日常生活に戻るけど、ギークは映画を私生活まで引きずってしまう。その映画について何もかも知りたがる。監督は誰だったか？キーグリップは誰だったか？ステレオとモノラルのバージョンの違いは？

ギークは情報化社会の犠牲者、メディア漬けの産物かもしれない。僕らは映画やテレビ番組やマンガが誘発する脳内麻薬の中毒なんだ。子供の頃に味わったあのハイな快感がもう一度欲しくて、いつまでも同じことを繰り返しているわけさ。

「ギーク」の語源は、アメリカ軍で使われている電気工学知識一般（GEEK）という言葉だという説があるが、それは怪しいな。本当はもっと昔のサーカスのサイドショー、つまりフリークスなんかの見世物が起源なんだよ。野蛮人の格好をして、生きたニワトリの首を食いちぎて見せる芸人がいて、ギークと呼ばれていたんだ。それがいつの間にか「気持ち悪いやつ」という意味で使われるようになった。「気持ち悪い奴」だから、当然、世間に認められるのに時間はかかったけど、ナードと同じように、ギークも少しずつそのパワーを発揮していった。

アメリカが初めてギークの存在を知ったのは、1968年、NBCのSFドテレビドラマ『宇宙大作戦／スター・トレック』が2シーズンで打ち切りになった時だった。全米のギークからNBCの本社に抗議の手紙が殺到した。手紙の数は百万通ににのぼり、NBCは第3シリーズを放映するはめになった。(343)

アメリカに日本のオタクという言葉が広まったのはいつだろうか。これには２つの要因がありそうだ。

日本でオタクという言葉が広まったのは宮崎勤事件がきっかけだったが、アメリカでは、ガイナックスのOVA『おたくのビデオ』が“Otaku No Video”という英題で売り出されたことが大きい。『アニメリカ』の編集部にはアメリカだけじゃなく、中南米やヨーロッパ、時にはサウジアラビアなどの読者から手紙が寄せられた。「僕はオタクです」で始まる手紙を集めれば百円もらえるシステムがあったら、僕は余裕でプラズマ・テレビを買って『ヤマトよ永遠に』を高画質で楽しんでいたろうに。

世界のオタクたちが日本のオタク文化とファースト・コンタクトするきっかけするきっかけはそれぞれ違うけれど、根っこの部分には共通するものがあると思う。つまり、彼らはみんな生まれてからずっと自分をとりまく環境、支配的な文化に対して不満があって、そこからの脱出を日本製のファンタジーに求めたんだ。『スター・ウォーズ』で、砂漠の惑星タトゥィーンの農民として暮らすルーク・スカイウォークが宇宙に憧れたように。日本こそは「新たなる希望なのだ」なのだ。(344)

次に取り上げておきたいのは「第２章　USAオタクの少年期」のところである。日本のポップカルチャーがアメリカではどのように受け止められたのだろうか。

アメリカで最初に公開された和製スーパーヒーローはは石井輝男の『スーパージャイアンツ』だった。60年代末には『ウルトラマン』がテレビ放映され、続いて『ジャイアントロボ』『スペクトルマン』がアメリカのお茶の間に進出、80年代には『パワーレンジャー』が大ブームになった。

しかし最近は『ウルトラマンティガ』がボロボロの視聴率で打ち切られたりして、特撮物はどうにも冴えない。

『人造人間キカイダー』を除いては！

『キカイダー』はブームだ・・・・ただしハワイ限定で。日本の読者は

こう思うかも。「なんで『キカイダー』？あんなチープな番組が？電磁エンドより仮面ライダーアマゾンの大切断のほうが百倍凄いぜ」。

確かに『キカイダー』は70年代にサンフランシスコやシカゴなどの都市で放送されたが話題にはならなかった。だが1974年、『キカイダー』がホノルルに日本語テレビ局KIKUから英語字幕付きで放送されるや、石森正太が創造した赤と青のヒーローはハワイ島民から救世主のごとき歓待を受けたのだ。視聴率は圧倒的で、キャラクター商品は売れまくり、ライヴ・ショーも大人気。ジロー役の伴大介もハワイを訪問し、彼のショーの会場には一万人が殺到した。(345)

日本のアニメの中で海外で大きな影響をもたらしたものはいくつかあるが、少女漫画、少女漫画をアニメ化した作品で海外に大きな影響を与えたものはそう多くはないだろう。

『セーラームーン』がカナダとアメリカに上陸したのは95年のことだった。放送開始直前に、国営AP通信はアメリカに警告した。

「日本から、セーラームーンという金髪をポニーテールにしたティーンエイジャーの女の子とその仲間たちが、悪漢やセクハラと戦うため、そして人形やアクセサリー、オモチャを売りつけるためにやって来る」

東映の戦隊シリーズ『パワーレンジャー』は欧米の男の子の心をつかみ、年間平均4百億ドルの売上を記録していたが、同じ東映が今度は『セーラームーン』で女の子も攻略するだろうというわけだ。『セーラームーン』の英語版を製作するプロダクション、DICのスポークスマン、ジェフ・プライアーはAP通信の取材に対して『セーラームーン』のテーマは「女性の権利向上」だと答えている。「現代の少女は少年と同じくらい強くなりたいという願望があります。バービーはもはや女性の正しい模範ではないのです」(346)

レディーファーストの文化圏にとって、戦闘美少女はカルチャーショックだったかもしれない。もちろん、アメリカにも闘う女性を描く映画などはあっ

たが、女子中学生が闘う、それもセーラー服を模したカワイイ格好で闘う姿は考えられなかっただろう。

日本のオタク、オタク文化にとってコミックマーケットの果たした役割を無視することができないように、アメリカではコミック・コンベンションの果たした役割は大きい。

2005年夏、国際コミック・コンベンション、略してコミコンが例年どおりサンディエゴで開かれた。

コミコンは1969年に、アーティストとファンの交流、それにコレクション交換のために始まった。当時はスーパーマンやスパイダーマンなどのスーパーヒーローものが主流だった。ヒーローたちのコスチュームは赤や青や白、星条旗と同じ三原色だった。

当初、参加者わずか300人だったコミコンは、2004年には87000人に膨れ上がった。もちろんすでに、アメリカン・ヒーローのファンとアーティストだけのものではなくなっている。

たとえばスコラスティック・ブックスが巨大なブースを出している。スコラスティックは子供向け書籍の世界でも最大の出版社で、2006年からグラフィック・ノベルのため「グラフィックス」という子会社を立ち上げるので、そのパブリシティを行っているのだ。

そのうち、チャイナ・クラグストン＝メジャー作『クィーン・ビー』は、スーパー・パワーを持った女子高生たちのクリーク（派閥）をめぐるラブコメという実にアメリカ的な内容だが、絵柄は日本のマンガそっくりだった。学園ラブコメディとSF的アイデアのミックスによるドタバタは高橋留美子や『天地無用！』に影響されている。「グラフィックス」の他の作品には日本的なものはない。しかし、シリーズの体裁そのものは、日本のマンガ単行本と同じスタイル。(347)

日本のオタクとアメリカのオタクで最も異なるところは異性との付き合いかもしれない。日本のオタクには二次元への没頭があり、そこに萌えを見出したりすることがある。

アメリカのアニメファンの層の広がりは、今までのオタクとは違った世代を生み出しつつある。つまり、積極的に異性とつきあおうとするオタクたちだ。

そして生まれたのがオタク向け出会い系サイト「オタク・ブ―ティ（www.otakubooty.com）である。（Booty とは黒人スラングでセックスの意）。

「オタク・ブーティ」では、現在 800 人を超えるメンバーのスリーサイズや趣味をチェックできたり、〝初心者のためのフレンチキス講座〟なんていう記事が読めたり、自分たちのエッチな写真を交換できる。(348)

日本ではオタクの大きな特徴として二次元、虚構の世界に身を置くことになるのに対して、アメリカの場合には全く異なる。この意味で言えば日本の「オタク」の定義には当てはまらないことになる。パトリック・マシアス／町山智浩訳『オタク・イン・USA―愛と誤解の Anime 輸入史』はいわゆるオタクのアメリカ人が書いてることで、アメリカのオタク事情がよくわかる本である。

### (59) 井上努「『楽しさ』としての観光経験の表象に関する考察」(2006)

井上努「『楽しさ』としての観光経験の表象に関する考察―『観光オタク』が創るウェブサイトを事例として」（『日本観光研究学会第 21 回全国大会論文集』日本観光研究学会、2006 年 12 月）のおもな内容は以下の通りである。

はじめに
1　特殊な観光対象を訪問する「観光オタク」
　（1）雑誌『ワンダーJAPAN』
　（2）「観光オタク」の存在
2　事例「あやしい城」
　（1）「観光オタク」が創るウェブサイトを分析する視座

（2）ウェブサイト「あやしい城」の概要
（3）ウェブサイト上の虚構の語り
（4）「観光オタク」によるウェブサイトの特徴
3　考察と残された課題

雑誌『ワンダーJAPAN』は珍スポットを紹介するマニアックな旅行ガイドブックである。通常の旅行ガイドブックでは取り上げない巨大建造物、廃墟、ダム、工場、日本の不思議な<<異空間>>などを取り上げている。

特定の関心・興味に沿った観光という視点からはスペシャルインタレストツーリズムの一種と考えることもできる。(349)

スペシャルインタレストツーリズム（SIT, special interest tourism）については拙著『国際文化交流から文化外交へ　増補版』(2020）の「第６章　観光とコンテンツツーリズム」を参照していただきたい。(350)

「（2）「観光オタク」の存在」では次のように述べている。

前出『ワンダーJAPAN　vol.1』の発売元のウェブサイトでは、同誌を『「観光オタク」による「観光オタク」のためのムック』と紹介している。「オタク」については、心理学、社会学、マーケティング論等各分野から論考が試みられているものの、その定義づけに関しては使用する者によってまちまちな状況にある。また、「オタク」と「おたく」さらには「オタク」と「マニア」の各２語の使い分けに混乱が見られるなど、未だ術語としては定着しない。本研究では各々の主張の平均的なものと考えられるオンライン百科事典ウィキペディアの「社会一般からは価値を理解しがたいサブカルチャーに没頭しコミュニケーション能力に劣る人であり、かつ特定の事物に強い関心と深い知識を持つ一種のエキスパート」という定義を採用する。(351)

前出『ワンダーJAPAN　vol.1』の発売元のウェブサイトでは「観光オタ

ク」との紹介があるとしているが、特にURLやアクセス年月日は注などでしめされてはいない。なお、インターネット上のJ-CASTニュース「旅雑誌『ワンダーJAPAN』出版不況でも復活　ワンダーJAPON編集長が語る『紙メディアの魅力』」（2020年06月24日07時00分）には次のように掲載されている。

出版不況と言われる昨今、雑誌の休刊が相次いでいる。2020年4月には月刊誌「カメラマン」が休刊。さらに、5月には「東京ウォーカー」「横浜ウォーカー」「九州ウォーカー」、さらに、6月には「アサヒカメラ」が休刊するなど、雑誌の「絶滅」が止まらない。そんな中、あの雑誌が復活の狼煙を上げた。6月24日発売の「ワンダーJAPAN」改め「ワンダーJAPON」である。

「ワンダーJAPAN」は旅の初心者からマニアまで、幅広い層から支持を集めてきた旅雑誌。「廃墟」「異空間」「パワースポット」「秘宝館」などの写真を集め2005年に1号が発売されるや人気を博すも2012年に20号を発売したところで休刊となっていたため（スペシャル版は2013年と2015年に刊行）、今回、6月24日に8年ぶりの復刊となった。なお、版元を変えるにあたってタイトルは1文字違いの「ワンダーJAPON」に変更。長い時を超えて令和の世に復活した「ワンダーJAPON」の魅力を探るべく、J-CASTニュース編集部は編集長を務める関口勇さんに話を聞いた。（聞き手・構成：J-CASTニュース編集部　坂下朋永）(352)

「各々の主張の平均的なものと考えられるオンライン百科事典ウィキペディア」について、ウィキペディアに対して「平均的なものと考えられる」という評価には疑問もある。項目によっては目を見張るものがある一方で、誤りや情報不足ものもある。オタクの定義については否定的な評価と肯定的な評価の両方をいかした定義になっているため、筆者も大きな異論はないが、ウィキペディアに対する考え方はすべての項目が「平均的なものと考えられるオンライン百科事典」となっているかは疑問の余地がある。

「3　考察と残された課題」では次のような紹介している。

ウェブサイト「あやしい城」とその関連ウェブサイトと俯瞰することにより、「観光オタク」が創るウェブサイトを事例とする観光経験の表象について以下の３点が確認された。

①「観光オタク」が創るウェブサイトの開設者と閲覧者との間には、「みやげ話」の話し手と聞き手と同様な「楽しアさ」の生成や知識の創造が行われていることが推測できる。

②ウェブサイトの構造が「データベース消費」モデルに近似しているなど、こうした表象行為、創作活動は「オタク系文化」の一種として認識できる。

③疑似天守探訪者といった狭い分野の「観光オタク」と広く各分野を横断する「観光オタク」の両者にウェブサイトを介したコミュニティが形成される。

このうち、③については、インターネットの普及が大きな役割を果たしていると考えられる。(353)

井上にはその後、「旅行経験に基づく＜観光オタク＞の創作活動と表象」（2007）も発表している。

### (60) Ken Gelder. *Subcultures* (2007)

Ken Gelder. *Subcultures: Cultural histories and social practice* (New: York: Routledge, 2007)の“Chapter 8　Fans, Networks, Pirates: Virtual and media subcultures”中にオタク（otaku)について取り扱っている箇所があるため、その箇所を取り上げておきたい。

*Otaku* is a Japanese word, however, ued to describe a subculture of online game and *manga* or comic, and animated art enthusiasts that emerged in Japan during the 1980s.　Sharon Kinsella has described the moral panic (she draws on Stanley Cohen's term here) that accomplished

the emergence of the *otaku* subculture, especially following a series of murders of young girls in 1988 and 1989 by a young printer's assistant, Miyazaki Tsutomu－where it seemed that young men obsessed with *manga* comic books and online games were capable of playing out their erotic and sadistic fantasies for real. Kinsella notes that *otaku* were then pathologised as too obsessive, too individualistic: cast antithetical to the normative values of Japanese society,‘family, company, nation’. *Otaku*, she writes,‘came to represent people who lacked any remaining vestiges of social consciousness and were instead entirely preoccupied by their… specialist personal pastimes’(Kinsella 2000: 137). Her own study , however, looks at amateur *manga* enthusiasts as a *social* group, rather than as a ragtag of deviant, disengaged individuals.（354）

(Kinsella 2000: 137)とはSharon Kinsella. *Adult Manga: Culture & Power in Contemporary Japanese Society* (London and New York: Routledge, 2000)のことである。

### (61) 神澤孝宣「二極化するキャラクター消費」(2007)

神澤孝宣「二極化するキャラクター消費―マンガ・アニメ産業からみたキャラクター消費行動の考察―」(『宝塚造形芸術大学紀要』第20号、宝塚造形芸術大学、2007年3月）のおもな内容は以下の通りである。

1 「キャラクター」とは
2 キャラクターの歴史
　2－1 キャラクタービジネスの始まり～70年代―キャラクター揺籃期
　2－2 80年代―キャラクターの多様化年代―
　2－3 90年代―ヒットキャラクター乱立、キャラクターバブル期―
　2－4 2000年代―消費行動の二極化、嗜好の多様化年代―

３　キャラクタービジネスとアニメ産業
４　アニメキャラクター低迷の理由
５　二極化するキャラクター消費
　５－１　過去体験への回帰
　５－２　オタク系消費者
　　５－２－１　オリジナルとコピーの狭間
　　５－２－２　記号として消費されるキャラクター
６　二極化するキャラクターのアンビヴァレント
７　情報として消費されるマンガ・アニメ
結び

ここではオタクの定義に関する部分だけを紹介しておきたい。

「オタク」とはコミック、アニメ、ゲーム、パーソナル・コンピュータ、SF、特撮、フィギュア、そのほか、たがいに深く結びついた一群のサブカルチャーに耽溺する人々の総称と見るのが一般的な見方かもしれない。(9)

「オタク」という言葉は1983年、ライターの中森昭夫が、雑誌『漫画ブリッコ』（セルフ出版）の中でアニメファンが互いを呼ぶときの二人称から彼らを揶揄的に「オタク」と呼んだのが始まりとされる。88年の連続幼女殺人事件によって、その言葉は非社会的で倒錯的な性格類型というイドラとともに社会に認知された。そして95年の『新世紀エヴァンゲリオン』の大ブームによって、再びクローズアップされた「オタク」は、メディアにとっても無視できないほどに巨大な消費者集団へと成長を遂げていた。

この巨大な消費者集団の中心は、若者であるようにイメージされがちだが、そうではない。実際にオタク系消費者は1950年代後半から60年代前半に生まれた世代である。つまりオタク揺籃期であり、彼らの思春期でもある70年代にアニメなどに耽溺した人々がその中心なのであり、「オタク」と一言でいってもその幅は広いのである。野村総合研究所は2005年の発表で、コミック、アニメ分野の「オタク」は推計46万人としてい

る。(10)

確かに彼ら全体を「オタク」という言葉で十把一絡げに捕らえることは、あまりにも大雑把すぎるといえよう。

「オタク」は大きく 3 つの世代に分けられる。60 年前後生まれで、『宇宙戦艦ヤマト』や『機動戦士ガンダム』を 10 代で観た第 1 世代、70 年代前後生まれを中心とし、先行世代が作り上げた爛熟し細分化したオタク系文化を 10 代で享受した第 2 世代、80 年前後生まれを中心とし、『エヴァンゲリオン』ブームの時に中高生だった第 3 世代。これらの 3 つのグループの趣味志向はそれぞれ微妙に違うのである。(11)

本論では、それぞれ趣味志向の違う「オタク」グループ全体を「オタク系」と呼び、また彼らの耽溺するコミック、アニメ、ゲーム、パーソナル・コンピュータ、SF、特撮、フィギュアなどの一群のサブカルチャーを「オタク系文化」と呼ぶことにする。(355)

(9)・(11) は東浩紀『動物化するポストモダン』(2001)、(10) は『野村総合研究所』の HP からのものである。野村総合研究所は野村総合研究所オタク市場予測チーム『オタク市場の研究』(2005) を出版している。

### (62) 歐陽宇亮「『オタク』とは何か―オタク文化の多様性とオタク・イメージの貧困性との矛盾を切り口にして」(2007)

歐陽宇亮「『オタク』とは何か―オタク文化の多様性とオタク・イメージの貧困性との矛盾を切り口にして」(『おたくのダイバーシティ　サブカル・ポップマガジン　まぐま』Volume15、Studio Zero／蒼天社、2007 年 3 月) は美少女ゲームに注目した論文である。

執筆者の歐陽宇亮は香港生まれのオタク文化愛好者で、妹の影響でゲームはまり、東京大学大学院の博士課程に在籍しながら、マイクロマガジン社第二編集局にも所属。ここでは美少女ゲームのことではなく、オタク、オタク文化の全体についての言及部分を中心に取り上げておきたい。

オタク文化を愛好する外国人にとって、日本国内においてオタクに向けられる奇妙なまなざしは、永遠の謎である。

Manga、Anime、Game、そして無数の下位ジャンル・・・オタク文化と呼ばれるこの作品群は、極めて膨大な文芸的空間として、果てしなく広がる。この無限の可能性に魅了される外国人は数知れず、筆者もその一人である。しかし、日本のゲームやアニメを通じて遠い異国に憧れ、がんばって貯金したり日本語を習得したりして、ついに聖地に上陸して感動に包まれた暁には、現実の日本を見て失望する外国人オタクは決して少なくない。オタク文化の多様性と日本におけるオタク・イメージの統一性との矛盾は、理解しがたい謎として外国人オタクを戸惑わせ続けている。(356)

「日本におけるオタク・イメージの統一性」とは何か。それは決して肯定的なものではないという。

オタク文化は「二次元」と呼ばれ、そのコンテンツは「妄想」という語で片付けられる。オタクは、普通にしていても「キモイ」、趣味を知られる振舞をすると「イタイ」、たまには「犯罪予備軍」にもなる。

テレビをつければ、普段見かけない量産型の怪人たちがオタクの代弁者として秋葉原の街頭で取材を受け、キャストに汚物のように揶揄される。インターネット上の掲示板を見れば、オタクが「キモオタ」と名指され、「ブサイク」や「童貞」、「変態」などのキーワードとセットで、社会の最底辺だと嘲笑われる。(357)

歐陽はこうした状態について次のように分析している。長くなるが引用しておきたい。

外集団によるオタクの価値づけを普遍的なものとするのは、「イデオロギー装置」の役割を果たしているマス・メディアだ。マス・メディアを中心に、オタク文化の愛好者は性的逸脱者と市民社会からの逸脱者（「犯罪者予備軍」）、そして幼稚な人たちといったレッテルを貼られており、オタク文

化もそのような「異常」な者たちの活動を促進する反社会的なメディアだという構築をされている。ゲームやアニメといった「二次元」のメディアが「妄想」であり「現実」(「三次元」)より劣るものであるという、いわば「二次元意識」を容易に認めることができる。マス・メディアはまたオタク文化と性的犯罪の関連づけを通して、オタクを「社会問題」として構築していく。この社会問題構築の過程は広範な社会にいるひとびとを恐怖に巻き込むものであり、社会学では「モラル・パニック」と呼ばれる。国家規模のモラル・パニックをもたらすことができるエージェントは、国民が日常的に接触するマス・メディアにほかならない。このように、オタクは「一般の人々」という想像の共同体に相対する異質な「気持ち悪い」存在として理解されてしまっている。

しかし、一枚岩的なオタク像に貢献しているのは、マス・メディアだけではない。マジメに見える研究論文や書籍も免罪符を持っていない。これまでのオタク研究は一貫してフィールドワークの欠如や、対象者である「オタク」に対する恣意的な定義づけといった欠点を抱えている。社会的権力関係に注意を払った社会学的なアプローチはほとんど見当たらず、現状ではそれぞれの研究者の、「オタク」に対する恣意的な定義に基づいた、通約可能性の低い文献群だけが存在する。それらはいずれも当事者の「人格」や「心性」に帰結し、特定のメディアの「特殊」な消費者像を不断に生産している。さまざまな論者によって、オタクは、高度消費社会における虚構に安心感を覚え、「現実」的なコミュニケーションが希薄なネクラたちとも、芸術鑑賞を専門とするニュータイプのエリートとも、物語ではなくその背後にあるデータベースを消費するポストモダンの代弁者とも言われている。(358)

東浩紀『動物化するポストモダン』(2001)の影響を見ることができる。最後に歐陽がこれまで研究してきた美少女ゲームについては3つに分類しているので、それを紹介しておきたい。

ゲームテクスト(美少女ゲームの内容)に対する解釈は、主に以下の3

種類に分かれている。

（1）「抜き」：ゲームテクストをポルノとする解釈。

（2）「泣き」：ゲームのテーマとストーリーを感動の対象とする解釈。

（3）「萌え」：ゲームキャラクターを構成する記号に感情移入して快楽を得る解釈。

それぞれの解釈を採用する消費者の好きなゲームタイトルやクリエイター、メーカーなども鮮明に分かれている。それぞれ違う動機を持ってゲームをプレイする「抜き派」と「泣き派」、「萌え派」の消費者たちは相互に批判し、自分たちの解釈のいわゆる文化的な「正統性」を主張している。（359）

このあとは収入と学歴によって1ケ月に自由に使える金額を調査をまとめたものが紹介されているが、調査の内容・方法等がはっきりしないため、ここでは細かくは紹介しない。

歐陽が最初の方で述べていた「オタク文化と呼ばれるこの作品群は、極めて膨大な文芸的空間」と言う表現から、マンガ、アニメ、ゲーム等に芸術性を見出していることは注目に値するものだ。

### (63) 井上努「旅行経験に基づく＜観光オタク＞の創作活動と表象」(2007)

井上努「旅行経験に基づく＜観光オタク＞の創作活動と表象」（『立教観光研究紀要』第9号、立教大学大学院観光学研究科『立教観光研究紀要』（SAT）編集委員会、2007年3月）のおもな内容は以下の通りである。

はじめに

1　オタク的消費の特徴

（1）物語消費

（2）データーベース消費

2　観光におけるオタク的消費

（1）観光における「機能の消費」「意味の消費」

（2）観光におけるデータベース消費
3　事例
（1）＜観光オタク＞が創るウェブサイト
（2）事例ウェブサイトの概要
（3）事例に見る＜データベース消費＞的傾向
4　考察と残された課題
（1）ウェブサイト上の創作活動と観光研究
（2）＜観光オタク＞と観光産業の関係

論文のタイトルにも使用されいている＜観光オタク＞については井上は次のように定義している。

一般には観光対象と認識されない特殊な建造物等を訪問することを趣味とする（360）

ここでは一般的なオタク、この論文では＜狭義のオタク＞としている。

＜オタク＞については、心理学、社会学、マーケティング論等各分野からまちまちな定義により論考が試みられている状況で未だ述語として定着していないが、本稿においては井上（2006）と同様に各々の主張の平均的なものと考えれるオンライン辞典ウィキペディアの「社会一般からは価値を理解しがたいサブカルチャーに没頭しコミュニケーション能力に劣る人であり、かつ特定の事物に強い関心と深い知識を持つ一種のエキスパート」という定義を採用する。（361）

井上（2006）は井上努「『楽しみ』としての観光経験の表象に関する考察―『観光オタク』が創るウェブサイトを事例として―」（『日本観光研究学会全国大会学術論文集』21、pp.65-68)のことである。また、「まちまちな定義」として注を設けて次のように提示している。

＜オタク＞の命名者とされる中森明夫は「見かけダサい、性格が暗い、異性とコミュニケーションが取れない」など＜オタク＞の負の面を強調しているのに対し（中森、1983）、東（2001）は関心を持つ分野に着目し「オタクとは、コミック、アニメ、ゲーム、パソコン、SF、特撮、フィギュアそのほか、たがいに深く結びついた一群のサブカルチャーに耽溺する人々の総称」と定義している。一方、オタク評論家を称する岡田斗司夫は、「進化した視覚、高性能のレファレンス能力、あくなき向上心と自己顕示欲を併せ持つ存在」と特徴付けて、＜オタク＞を一般人より優れた存在と見立てている（岡田、1996）。(362)

（中森、1983）とは中森明夫「街には『おたく』がいっぱい」（http://burikko.net/people/otaku01.html, 2006.11.30）、東（2001）とは東浩紀『動物化するポストモダン』（講談社、2001）、（岡田、1996）とは岡田斗司夫『オタク学入門』太田出版、1996）のことである。筆者はこのオンライン辞典ウィキペディアの利用についてはかなりの注意が必要であると考えている。この論文においてもURLとアクセス年月日の明記がない。

### (64) Joseph Britton “Japan-Otacool Nation Trends of Japanese Otaku Youth” (2007)

Joseph Britton “Japan-Otacool Nation Trends of Japanese Otaku Youth（『大阪府立大学総合科学部言語センター論文集』第6巻、大阪府立大学総合科学部言語センター、2007年3月）のおもな内容は以下の通りである。

Abstract
Introduciton
Communication
Otaku Nature
Otaku Interests
Turning Test

Massively Multiplayer Online Roleplaying Games (MMORPG)
MMORPG
Moe Culture
Pop Art
2-Channel
Mixi
Conclusion

“Abstract”のところでは論文のタイトルにも使用されている“otacool”について次のように記述している。

My premise is that Japan is becoming an *otacool nation*. This word I have created is a combination of *otaku* and the intriguingly, fashionable social distinction of being *cool*.（363）

“Introduciton”では次のように述べている。

Within these Japanese social group bubbles, cultural transformations are taking place that will dramatically effect how we perceive and live our lives. With their enchantment in *developing anthropomorphic robots, computer generated animation (anime), manga comics, computational intelligence, screened social interactions, and non-physical communications* the fantasy world of virtual social networks and its highly dedicated, sub-culture lifestyle have spread their influence through-out Japan and into the youth mind-set around the world.（364）

“Cmmunication”ではこの論文で触れる“otaku”について述べている。

There are many manifestations of the Japanese *otaku*, but this research will focus on the technologically driven and inwardly seeking

*gēmu otaku* (video and online gaming), the *pāsokon otaku* (personal computers), *roboto otaku* (robots) and a variety other virtual reality centered *otaku* and their interaction with the outer world.（365）

おもにいわゆる理系の 400 人以上の若い学生へのインタビューと調査の結果として“Otaku Nature”として一般的な傾向として 16 に分類している。

1. pacifists
2. Buddhists
3. multi-taskers
4. intellectually driven
5. good“short term”memories
6. comfortable with robot companions
7. lovers of anime
8. fantasy seekers
9. gamers
10. prefer virtual, non-physical body worlds
11. sparse with hugging, touching and greetings
12. oblivious to big department store clothing styles and the season: prefer checked or *anime* shirts, chemically washed slim jeans, small back packs, caps and scarves anytime
13. convenient processed, fast food including McDonald's, Moss Burger, Yoshinoya cheap beef dishes, vending machine“oden kan”, and processed nutrition bars, e.g. Calorie Mate
14. dislike for natto, celery, shitake mushurooms, eggplant and fish (note: these food items seemed to come up frequently in the negative category)
15. collect dolls and figurines of heroes and idols
16. reluctant to communicate in person with others and very shy with the opposite sex（366）

13 はまだ理解できるが、この中では疑問が持たれるのは 2 と 14 であろう。2 については結論では表現として“Zen”が用いられており、このあたりはもう少し補足の説明が欲しいところだろう。14 についても otaku との関係性がどの程度あるのか、大きな疑問がある。いずれにしてもこれ等に対する分析はない。Joseph Britton はこの 16 項目を明示したあとに次のように述べている。

The above are general tendencies, references points from there to begin, markers along life's daily unfolding forming a setting from which one may peek into otaku nature.

The *way* of the *otacool* is to transfigure accepted patterns of beauty, lifestyle and truth itself. In stepping outside of the Japanese group and , in turn, outside of society's box, the *otacool* touches other ways to be alive. Priorities are set up around *mind-time*: a time to enter the mysterious realms of the imagination; a time to interact with possibility; a time to bring back never seen treasures from foreign lands. Often entry into these mental spaces is through self reflection, art, science and digitally created virtual enviornments-all reality testers and shapers. Such is our power to explore wonder. (367)

“Conclusion”を見てみよう。

I would like to redefine otaku and, in turn, society's perception of their nature. I have called this *otaku* tendency *OTACOOL*. The *otacool* of today are , in some ways, the shadows of *Zen* monks who, over the centuris, have illuminated the mindscapes of thousands of self-awareness journeyers. They withdraw, go into an isolated area, enter the realms of their mind, and face the creations of their conscious and unconscious imagination: fear, doubt, sorrow, pain, wonder, and joy. Deep

feelings come forth of survival, sex, power, love, truth, and compassion. These feelings take the imaginative forms of protective deities and destructive demons of idyllic heavens and hellish landscapes. Scenarios from the most mundane to the heroic are played out. Are these Zen-like *otacool* the teachers or are they the students? They are *unenlightened teachers by default*, meaning they are traveling in new mental territory without guidance or seasoned wisdom and bringing many others along with them for this ride. The trip is, exciting, exhilarating, creative and at times, destabilizing, scary and, for some, dangerous.

Many *otacool* have had a *major influence* on Japan's society. Though often below the radar screen for observing, they have been prominent drivers in moving Japan out of the economic recession of the 1990s and early 2000s. (368)

"otacool lifestyle"では3つの重要な関心事があるとしている。

*First*, as Japan is moving more towards an *otacool nation* there is a tendency among young people to *withdraw from the outer real world*, and become physically isolated in a world of their own making. (369)

Second, on the edges of society, there is a *polarization that is growing ever stronger*. Politically, the ultra-conservative far right, that fosters militaristic nationalism, has become more active, threatening and, at times, reactively vilolent towards people who publicly speak out on issues that run counter to their beliefs. The *otacool*, though not a political force and seem to take little political action, are taking up the ultra left, liberal, anti-war, unobstructed freedom position. (370)

My *third* concern is *integration*. To be fully functioning, active, healthy, contributing members of society otacool must find a balance between living in the inner and outer worlds. There is a time to go within to collect, to assimilate, to refresh, to organize, and to renegotiate

one's relationship with the greater Life. (371)

Britton は the inner and outer worlds に注目している。

### (65) 東浩紀『ゲーム的リアリズムの誕生』(2007)

東浩紀『ゲーム的リアリズムの誕生　動物化するポストモダン２』(講談社、2007 年 3 月）は『動物化するポストモダン―オタクから見た日本社会』(講談社、2001 年 11 月)の続編である。そのおもな内容は以下の通りである。

序章
　ポストモダンとオタク／ポストモダンと物語／
　ポストモダンの世界をどう生きるか
第１章　理論
　A. 社会学
　　ライトノベル／キャラクター1／ポストモダン／
　　まんが・アニメ的リアリズム／想像力の環境／二環境化
　B. 文学１
　　現実／私小説／まんが記号説／半透明性／文学性
　C. メディア
　　「ゲームのような小説」／ゲーム／キャラクター2／
　　「マンガのおばけ」／ゲーム的リアリズム 1／コミュニケーション
第２章　作品論
　A. キャラクター小説
　　環境分析／『All You Need Is Kill』／ゲーム的リアリズム 2／
　　死の表現／構造的主題
　B. 美少女ゲーム
　　美少女ゲーム／小説のようなゲーム／『ONE』／
　　メタ美少女ゲーム／『Ever17』／『ひぐらしのなく頃に』／
　　感情のメタ物語的な詐術

C.　文学２
『九十九十九』／「メタミステリ」／プレイヤー視点の文学／
世界を肯定すること
<付録Ａ>不純さに憑かれたミステリ――清涼院流水について
<付録Ｂ>萌えの手前、不能性に止まること――『AIR』について

「序章」には次のような冒頭で始まる。

本書は、筆者が 2001 年に出版した『動物化するポストモダン』の続編であるとともに、現在の日本で流通する「文学」のひとつの展開を追跡し、それを通して社会と物語の関係について考える、独立した評論でもある。本書の議論は、大まかに前者を前提としているが、単独でも読めるに書かれている。[(372)]

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

前著の『動物化するポストモダン』は、タイトルに示されているように、ポストモダンとオタクとの関係を中心とした社会分析の書物である。「ポストモダン」あるいは「ポストモダン化」は、1970 年代以降の先進諸国で生じた社会的変化を意味し、「オタク」とは、同時期の日本で成長した、マンガやアニメ、ゲームなどを中核した趣味の共同体を意味している。

ポストモダンもオタクも、日本では流行語になってしまったため、いまでは多様な意味を抱えている。そのためにかえって見えにくくなっているが、ポストモダン化の進展とオタクの出現は、時期的にも特徴的にあも関係している。したがって、オタクについてポストモダンの概念を使って、逆にポストモダンについてオタクの経験を参照して考えることには意味がある。そして、その視点からは、いままでの日本社会論ではなかなか語られなかった。戦後のある側面が見えてくる。筆者は前著で、このような立場のものとでオタクの歩みに注目し、1995 年以降、若いオタクが急速に物語に関心を失っているように見えること（「萌え」「データベース消費」の台頭）、そしてその変化が、短期的な流行ではなく、むしろポストモダンの

徹底化、すなわち「大きな物語消費の衰退」の反映として分析できることを指摘した。(373)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

あらためて指摘するまでもなく、オタクたちの作品と市場は、2000年代の前半に広い社会的な認知を獲得している。2003年に宮崎駿が『千と千尋の神隠し』でアカデミー賞を受賞し、同時期に村上隆がオタク的な意匠」で名声を獲得し、2004年にヴェネチア・ビエンナーレ交際建築展の日本館でオタクが特集され、2005年には『電車男』がベストセラーとなり、「萌え」が流行語大賞のトップテンに選ばれた。その変化は政治経済の領域にも及んでいる。ここ数年は、アニメやゲームの分析が、「クール・ジャパン」や「コンテンツ産業」、「知的財産権」という表現で、論壇誌や経済誌の誌面を賑わせ続けている。有力政治家のひとりは、マンガやアニメに言及し、オタクの支持を積極的に集めている。シンクタンクもオタクの研究に余念がない。オタクたちが集まる街、秋葉原はいま日本でもっとも注目される街区だと言えるし、グログやSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）など、2000年代に現れた新しいメディアは、オタク的話題に親話性が高い。(374)

「第1章　理論」ではまずライトノベルに注目している。

ライトノベルとなにか。もっとも一般的な定義を記するとすれば、それは、マンガ的あるいはアニメ的なイラストが添付された、中高生を主要読者とするエンターテイメント小説である。(375)

ライトノベルについてもう少しこの記述を見ておきたい。

ライトノベルの起源は1970年代にまで遡る。ソノラマ文庫やコバルト文庫は多くの名作を生みだし、のちのライトノベルに大きな影響を与えた。

しかし、現在のライトノベルの特徴を決定したのは、1988年に創刊された角川スニーカー文庫と富士見ファンタジア文庫だと言われている。小説

家の新城カズマは、自ら記した解説書である『ライトノベル「超」入門』で、神坂一が『スレイヤーズ！』を出版した1990年を「「狭義のライトノベル」の発展方向が確定した年」「元年」だと記している。(1)「ライトノベル」という呼称が生まれたのものこの時期であり、それ以降、ライトノベルは、一般的な文芸から離れ、アニメやゲームの市場と連携しつつ、1990年代を通じて影響力を拡大することになった。(376)

注（1）は新城カズマ『ライトノベル「超」入門』（ソフトバンククリエイティ、2006年4月）の85～86頁からの引用である。

「キャラクター」への注目は物語以上に大きく発展している。

キャラクター小説を含むオタクたちの市場は、想像力の環境としてキャラクターのデータベースを採用しているため、原作の性格や原作者の意図とは無関係に、あらゆる物語をつねに「たった一つの終わりに向かっていくわけでない」ものとして読解し消費することができる。私たちはさきほど、ゲームの本質のひとつは、複数の物語を生み出すメタ物語的なシステムにあると述べた。その延長で考えると、そこでは市場そのものが、あるいはオタクたちのコミュニテーションそのものが、一種のゲームシステムを形成していると言うことができる。その消費行動には、原作ゲームのように作られているかどうかは、実はほとんど関係がない。

オタクたちの市場では、原作者がキャラクターのメタ物語性を抑圧し、「たった一つの終わり」を語ったとしても、消費者が勝手にそのメタ物語性を解放し、語られなかった別の物語を語りだしてしまう。1990年代の庵野が苛立ったのは、まさにそのような状況に対してだったと言えるだろう。(377)

コミックマーケットはまさにこの「別の物語」作りことが主流であった。まさに二次創作がこうして広がりを見せることになった。

「キャラクターとはベーム的な存在」では次のように指摘している。

そしてそのような状況は、現在の市場で流通するキャラクターが、「アニメやまんがのような小説」のなかで使われようと、「ゲームのような小説」のなかで使われようと、本質的にメタ物語的、すなわちゲーム的な存在であることを意味している。

キャラクターという言葉には多様な意味があるので、キャラクターとは本質的にゲーム的でメタ物語的な存在である、ということの表現には戸惑う読者が多いかもしれない。たとえば、ディズニーやサンリオのキャラクターや、スポーツ選手のキャラクター、あるいはより広く「人物」や「性格」を意味する日常的な言葉としての「キャラクター」まで含めれば、確かにその理解は破綻してしまう。しかし、もしここで「キャラクター」という言葉を、現在のオタクたちの市場を分析するために使うのであれば、この理解には強い整合性がある。

もろん、オタクたちの市場においても、キャラクター表現はコンピュータ・ゲームやテーブルトーク・ロールプリングゲームの普及以前に成熟している。しかし、1970 年代から 1980 年代にかけ、マンガやアニメの市場へのコンピュータ・ゲームの浸透が物語とキャラクターの関係を変え（あるいは、すでに進んでいた変化がゲームという新しい形式を獲得し）、キャラクターに独特の存在感を与え始めたとは考えられる。実際、いまでこそオタクたちの作品の中心はキャラクターと見なされるようになっているが、そのような感覚の歴史はそれほど古くない。(378)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

キャラクターの重要性は、『動物化するポストモダン』で主題となったオタクたちの消費行動の変化、二次創作の大衆化やメディアミックスの整備と同時に上昇している。その並行性は、キャラクターが備えるゲーム的あるいはメタ物語的な特性が、物語の相対化や複数化という点でポストモダン化の流れと合致したただと考えると、きわめてわかりやすい。1980 年代以降の日本では、メタ物語的な想像力の拡大という共通する基礎のうえで、ゲーム的な制作手法の浸透がキャラクターのデータベース消費を強化するとともに、データベース消費の進行がゲームの普及を加速するという、一種のポジティブ・フィードバックが働いていたのかもしれない。

最後に東はキャラクター小説について次のように述べていることを紹介しておきたい。

> キャラクター小説は、キャラクターのデータベースを環境として成立している。その環境においては、キャラクターは本質的にゲーム的あるいはメタ物語的な存在だと捉えられる。キャラクターは、キャラクターとして自律した瞬間に、別の物語の可能性を呼び寄せる。
>
> したがって、キャラクター小説を「アニメやまんがのような小説」と「ゲームのような小説」に区別する大塚の主張は、原理的に成立しないと思われる。現在の読者の感性においては、「キャラクターが立つ」とは、そこにゲーム的＝メタ物語的な読解の可能性が開かれること、つまり「たった一つの終わり」が解体されることに等しい。「アニメやまんがのような小説」は、キャラクターを立てた瞬間に「ゲームのような小説」へと変わってしまうのだ。(380)

キャラクターはマンガ、アニメ、ライトノベルを越え、ゲームの世界でさらに発展し続けている。特に美少女ゲームと結びつくと「萌え」とも結び付くようになった。

### (66) 岡田斗司夫・唐沢俊一『オタク論！』(2007)

本書は月刊『創』(2004年7月号～2007年4月号)に連載されてものをまとめ、『オタク論！』(創出版、2007年4月）ものである。なお、内容は以下の通りである。

はじめに
秋葉原でオタクを語る（2004年7月号）
日本最大の闇市場コミケ（2004年9・10月号）

アニメと評論（2004 年 11 月号）
オタクとダイエット（2004 年 12 月号）
WEB 日記（2005 年 1 月号）
ミクシィにハマる（2005 年 4 月号）
電波男（2005 年 6 月号）
萌えの経済効果（2005 年 8 月号）
SF 映画の過去・未来（2005 年 12 月号）
オタクの老後問題（2006 年 1 月号）
マンガと評論・前編（2006 年 2 月号）
マンガと評論・後編（2006 年 3 月号）
オタク論の現在（2006 年 5 月号）
腐女子論に挑む！（2006 年 8 月号）
オタクは死んだ、のか？（2006 年 9・10 月号）
マンガ家という生き方（2006 年 11 月号）
追悼 ?米澤嘉博（2006 年 12 月号）
代アニの経営危機（2007 年 2 月号）
〝感性格差社会〟の到来！？（2007 年 3 月号）
頭がいいのに仕事がない人（2007 年 4 月号）
鼎談・増殖するオタク市場（森永卓郎×唐沢俊一×岡田斗司夫）

上記の中でいくつか気になったところを紹介しておきたい。「秋葉原でオタクを語る」（2004 年 7 月号）では秋葉原が海外に紹介されるようになった経緯を端的に述べている。

唐沢　日本のオタク文化が世界に広まったのは、海外のマスコミやジャーナリストが日本に来て、日本の先端と言えば秋葉原だと注目するようになったからですね。
岡田　フランスのジャーナリズムの世界では、「小津・黒澤」の名前を出せば 30 年は食えていたのが、近年では、だんだん読者がついてこなくなった。そこで任天堂やアニメをとりあげたら読者の食いつきがとてもいい。

じゃあ、どこに行けばいいのかといったらそれが秋葉原だった。それで、ここ 10 年くらい海外のジャーナリストが注目するようになって、、、(381)

また、「アニメと評論」(2004 年 11 月号) ではアニメがひとつの芸術作品として取り上げられるようになったための宿命のようなものが語られている。岡田はアニメ評論家は客観的過ぎ、自分とのかかわりを述べていないと批判し、唐沢の評論は作家的であるとしている。

唐沢　僕の場合は、人を動かす文章や評論は、まず最初に「自分が動いた」と言わなければならないと思うんです。『日本の喜劇人』を書いた小林信彦も、『アニメーション入門』を書いた森卓也も本の一章を丸々を使って、自分がいかに喜劇体験、ギャグアニメ体験をしてきたかを語っている。自分がどのようなアニメーションを観てきた歴史を持ち、アクションを起こしてきたかを書いているから、こういう体験をしてきた男だったらこのスタンスに立ってもおかしくないなと、理性ある読者であれば、納得できるんですね。

学者が書いたアニメの本は、資料的な価値はあっても、何かにつけて読み返すような名著は非常に少ない。あくまでも自分を第三者に置こうというのがあまりにも明確すぎるんですね。専門家の第三者的な分析・研究が、一般の人にとって役に立つのか、これからアニメを観る際に指針になるのか、と疑問に感じますね。(382)

なお、『オタク論２！』(創出版、2009 年 5 月)も『創』の連載対談時評が掲載されている。岡田と対談している唐沢俊一はサブカルチャー、カルトとされる文化や物件について幅広い関心を持っており、日本オタク大賞といったイベントの審査員を務めた。また、フジテレビ番組『トリビアの泉 ～素晴らしきムダ知識～』のスーパーバイザーなども務めた。

### (67) 歌田明弘「日本的なインターネット文化の誕生をめぐって」(2007)

歌田明弘「日本的なインターネット文化の誕生をめぐって」は生井英考・荒このみ編『文化の受容と変貌』（ミネルヴァ書房、2007 年 11 月）の第 13 章である。この章の小見出しは以下の通りである。

第１節　日米のウェブ・サイトのほんとうの違い
第２節　アイロニカルの日本のネット
第３節　「オタクの時代」の始まり
第４節　日本のネットの基礎を築いたオタク

「第３節　『オタクの時代』の始まり」では先行研究の東浩紀『動物化するポストモダン』（2001）や北田暁大『嗤う日本の「ナショナリズム」』（2005）などに言及して次のように述べている。

> 北田がここで言及する東の『動物化するポストモダン』は、オタクが社会の片隅の存在であるどころか、オタクこそが日本独特なスノビズムを体現し、ポストモダンの本質を表すものであって、その広がりは、きわめて活動的な層に限っても「数十万の規模を下ることはな」く、マイナーブなくとは言えない。オタク系文化はもはや日本だけの現象でｈなく、「韓国や台湾を始め、アジア地域のサブカルチャーに深い影響を与えている」。また、パソコン通信の時代から含めて日本のネット文化の基礎はオタクたちによって築かれており、「したがって、いま、日本文化の現状についてまじめに考えようとするならば、オタク系文化の検討は避けて通ることができない」と指摘している（東、2001、8～11 頁）。[383]

オタク文化が現在の日本でどの程度浸透しているかについても次のように述べている。

> オタクを積極的に語る戦略は、ある意味では功を奏したようで、オタク文化が自動車産業に継いで日本経済の屋台骨となり、「オタクが日本を救う」と言わんばかりの語られ方もしている。日本政府も、アニメを中心と

するコンテンツを「ジャパニメーション」と名づけ新たな輸出産業にしようとし、04年5月には、「コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律案」を国会で可決成立、コンテンツ育成のための財政的・制度的支援が定められた。「官製オタク文化」がほんとうに活力を生むのかについては、当の官の側からも疑問が出ているが、日本のデジタル文化の発展にあたって「サブカルチャー・オタク」がエネルギッシュな推進役になっていることは確かだろう。(384)

「第4節　日本のネットの基礎を築いたオタク」では「オタク文化とサイバースペース」に注目して次のように述べている。

科学がもたらす明るい未来の夢が抱けなくなるにつれ、少年たちが夢を馳せる対象は、科学からSFへ、さらにSFからSFアニメへと虚構の世界に移行していく。日本のアニメには、核戦争や天災などによって社会がが破壊されたあと、「超能力やロボットを操縦する特殊能力などによって、主人公が新たなる世界の構築に英雄的な活躍を果たすという筋書き」の者が多く、そこには、「色褪せた現実からの救済を、ハルマゲドンに求めようとする願望」があったという。ところが、オウム真理教が実際にハルマゲドンを出現させようとして事件を起こしたために、「ハルマゲドン後の英雄的活躍に対するおたくたちの憧れ」が「一挙に失効」し、それ以後、オタクたちは、美少女たちの架空な日常を、学園時代へのノスタルジアに重ねて描いたアニメやゲームへと急速に傾斜していった、と展示解説はたどっている。(385)

展示解説とは森川嘉一郎が監修と務めた2004年のヴェネチア・ビエンナーレ第9回国際建築展日本館展示『おたく：人格＝空間＝都市』の解説である。

90年代のオタクたちが見いだしたのが、サイバースペースと秋葉原だった。そして、秋葉原という都市に進出したオタクたちのサイバースペースの文化は、10年後には、「電車男」として広く認知されるとともに、国を

支える新たな産業と目される存在になっていったわけだ。(386)

オタク文化とサブカルチャーを混同している場合もあるが、サブカルチャーはもともとはイギリスやアメリカでの社会から生まれたものであり、オタク文化はまさに日本が生み出した文化である。

## (68) 紙屋高雪『オタクコミュニスト超絶マンガ評論』(2007)

紙屋高雪『オタクコミュニスト超絶マンガ評論』(築地書館、2007年11月)のおもな内容は次の通りである。

はじめに
1章　オタク―永遠に終わらない夏休み
2章　恋愛とセックス―ぼくの脳の8割くらいを占める関心事
3章　仕事―働くとは面白いことかつらいことか
4章　結婚・子育て―生活と家族が生成する
5章　実家・学校時代―自分の根拠をみつめる
6章　戦争と政治―無関心といわれても
あとがき

「はじめに」に本書の成り立ちが書かれている。

テレビ評や小説評も載せた

本書はぼくがホームページ上で2003年から07年までに書いた文章の中から選び、その一部を改稿したものである。それに、雑誌などで発表した漫画評や、書き下ろしたコラムなどを加えた(河原和音『高校デビュー』、佐藤大輔・伊藤悠『皇国の守護者』、すえのぶけいこ『ライフ』については、それぞれ角川書店「ザ・スニーカー」07年8月号、07年6月号、06年8月号に、赤石路代『市長　遠山京香』についてはソフトバンククリエイティブのメルマガ「週刊ビジネスニュース」07年25日号に、けいらえ

いこ『あたしンち』は共産党機関紙「しんぶん赤旗」06年7月21日付に、「『丸山眞男』に手をさしのべる」は民主主義同盟代々木支部の同人誌「クラルテ」に掲載されたものを一部加筆・補正した)。また、漫画以外にも小説や新書、テレビ番組などの評も載せている。(387)

相田裕『GUNSLINGER GIRL』に注目した「オタクのユートピア少女のディストピア」に注目しておきたい。

「戦闘美少女」の典型

本作品は精神的な「外傷」のない、「空虚」＝無根拠な美少女たちが、テロリストたちを相手に苛酷な戦闘を繰り広げる話で、典型的な「戦闘美少女」の形象である。

身体障害者となった少女たちに、義体による加工をほどこし、銃を与え、テロリストを抹殺させる任務を負わせるというのが、あらすじである。体を改造するさいには、麻薬による洗脳をおこない、「フラテッロ」(兄妹)とよばれるチームを組む男性担当官への「条件づけ」、つまり命令への忠実さを植えつける。

作品の中心にすわるのは、少女たちの担当官への「愛」だ。銃と戦闘の知識を教えながら、ぬいぐるみの贈り物や、同伴旅行といった、男性担当官たちの武骨な「愛」も表現される。

「戦闘美少女」という造形にくわえ、少女を監禁して飼育し、その少女に愛してもらおうという、ある種のオタクの虚構上の欲望を再現した、まさに「オタクのユートピア」としてこの作品はある。セックスの直截な表現は一つもないが、このような作品の世界観がいたるところで負のエッジを利かせながら、先鋭的に再現されつづけているのだ。

これは、エロゲー・ギャルゲーではお馴染みの世界観で、作者・相田が斯界の出身者だと聞けば、それもうなずける。(388)

戦闘美少女として『GUNSLINGER GIRL』に注目しているが、他の要素も複雑に絡んでいる。

### (69)『2008　オタク産業白書』(2007)

本書は1994年に設立された株式会社メディアクリエイトが2007年12月に世に送り出したものである。「本書発刊にあたって」には次のようにその意義について述べている。

> 本書その対象をアニメ・コミック・ライトノベル・ゲーム・グッズ類・同人に絞り込みました。文化ではなく、あくまで産業という観点から個々の産業特性・市場規模・ユーザー属性を明らかに、かつ全体を貫くテーマとして、ユーザー関与とメディアミックスを取り上げました。
>
> これはわが国初の試みであり、他に類を見ないものです。オタクとはどういう人たちがオタクコンテンツの特徴は何か、それがどんな普遍性を持ち、今後のコンテンツビジネスや他の産業にどのような示唆を与えていくのか。(389)

なお、その内容を紹介すると次の通りである。

第１章　オタク産業総論
　1−1　オタク産業にみるコンテンツビジネスの可能性
　1−2　森永卓郎，オタク市場と日本経済
第２章　2007年オタク市場動向
　2−1　オタクコンテンツ市場の動向と性質
　2−2　アニメーション放送
　2−3　DVD／CDパッケージ
　2−4−1　出版コンテンツ（1）
　2−4−2　村上達彦，出版コンテンツ（2）市場規模は出版全体の１割弱に
　2−5　コンシューマー／PCゲーム
　2−6　フィギュア／キャラクターグッズ

2−7　同人誌
第３章　オタクユーザー動向　～アンケート調査結果の分析～
3−1　和田剛明，ライト化したオタク市場とその特徴
3−2　野島美保，オタク関連消費とユーザーの創作活動に関するデータ分析
3−3　田中辰雄，アキバ系オタクの行動パターン　～ジャンル履歴とアキバ回遊～
3−4　アンケート概要&集計結果
第４章　オタク業界動向
4−1　猪狩淳一，オタクから腐女子
4−2　高橋信之，オタクビジネスとしてのアニメ
4−3　小沼竜太，オタクコンテンツのためのプロモーション
4−4　数土直志，デジタルコンテンツ時代に注目されるアニメ・マンガのライブイベントビジネス
4−5　柴田義之，同人関連事業
4−6　三崎尚人，マンガ同人誌と描き手たち
4−7　島村祐助，アキバを見続けて
4−8　陸川和男，キャラクター商品市場におけるオタク消費の現状分析
第５章　コンテンツビジネス最前線　～企業／関連団体の動向～
5−1　宮河恭夫，ガンダムビジネスにみるブランディング
5−2　井上俊次，アニメ音楽ビジネスのポイント
5−3　伊澤亮一，オープン化するライトノベル市場
5−4　広田泰三，表現規制

ここでは森永卓郎「オタク市場と日本経済」よりオタクの定義について触れておきたい。

オタク市場の特徴を分析する前に、オタクの定義から明らかにしておこう。世の中で使われている「オタク」という言葉には、明らかに２種類の意味がある。一つは、マニアという意味のオタクだ。鉄道オタク、バスオ

タク、軍事オタク、釣りオタク、モーニングム娘。オタクなど、無数の分野にオタクは広がっている。これらのオタクが、普通の愛好家と違うのは、こだわり方が普通の一人圧倒的に強いということだ。

例えば鉄道オタク（鉄ちゃん）には、鉄道部品を集めるコレクター係、駅名や時刻表を覚えてしまう知識系、列車の写真を撮り続けるフォト系、鉄道模型のジオラマを作ってしまう模型系、列車に乗って旅に出る旅人系など、さまざまな分野がある。複数の分野を同時に行っているオタクも多い。しかし、いずれの分野でも、オタクは単なる愛好家よりはるかに多くの時間やカネや情熱を注ぎ込む。だから、オタクの知識量は総じて一般人を圧倒する。

一方、もう一つの種類のオタクは「萌え」と呼ばれるオタクで、アキバ系のなかに多く存在する。彼らが熱中する対象は、メイド萌え、妹萌え、ぶすっ娘萌え、メガネ萌えなど、様々だ。彼らに共通する特徴は、熱中する対象に対して、まるで人間に恋するように、恋をしているということだ。（390）

本書の特徴はオタク市場をオタクコンテンツとして設定した点である。これにはデジタルコンテンツの普及、『電車男』(2004)の登場によりオタク聖地・秋葉原の誕生が背景として考えられる。また、野村総合研究所オタク市場予測チームがまとめた『オタク市場の研究』(2005)はオタク市場を 12 の分野に分け論じ、その後一石を投じたものとしてよく紹介されるが、最近では矢野経済研究所もレジャー・エンターテイメント分野でのマーケティングレポートを行っているので、そのおもなラインナップを紹介しておきたい。

『2008 年版クチコミブログ広告市場の実態と今後の展望』(2008)
『09-10 携帯サービス市場白書』(2009)
『2010 ソーシャルメディアのインパクトと変貌する企業戦略』(2010)
『2010 デジタルサイネージソリ―ション市場』(2010)
『2011 年版ゲーム市場年鑑』(2010)
『2017 年レジャ―産業白書』(2017)

『2017 クールジャパンマーケット／オタク市場の徹底研究』(2017)
『2018 年版キャラクタービジネス年鑑』(2018)

豊富なデータと図表が『2008　オタク産業白書』(2007)を支えていると言ってよいだろう。

なお、オタク産業への注目はコンテンツ産業への注目に繋がるが、マッグレイのクール・ジャパン論(2002)以降急速に高まったと言ってよいだろう。特にコンテンツ創造、保護及び活用の促進に関する法律（コンテンツ産業振興法）(2004)、さらに麻生太郎外務大臣の講演「文化外交の新発想―みなさんの力を求めています」(2006)、外務省による国際漫画賞の設置(2007)、アニメ大使(2008)、カワイイ大使(2008)などが導入されていることは注目すべきだろう。また、経済産業省も『コンテンツグローバル戦略報告書　最終とりまとめ』(2007)などをはじめとしてすでに注目しているところである。

**(70) ヒロヤス・カイ『オタクの考察』(2008)**

ヒロヤス・カイ『オタクの考察』（シーアンドアール研究所、2008 年 2 月）の副題には「4000 億円のオタク市場はこうして生まれた！」とあるように、オタク産業に注目したものである。その内容は次の通りである。

はじめに
第１章　オタクとは何か？
第２章　オタクが好むものには何がある？
第３章　オタクのよく行く場所、アキバ

第４章　オタクの世界、言葉
第５章　アキバとビジネス
第６章　このからの「アキバ」スタイル

「第１章　オタクとは何か？」では、まずオタクの定義を行っているが、ここで最も気になるのが、今のオタクと昔のオタクが異なるのかということだ。これは大塚英志がよく「80 年代のおたく」という言い方をするが、本書ではオタクの違いを次の３点にまとめている。

① 一般人のオタク化説
② オタクの一般人化説
③ オタク退化説 (391)

よく言われていることは「①一般人のオタク化説」である。別の言い方をすればライトオタクの誕生である。オタクという表現自体も変化している。本書ではこれを「増殖するオタク」(392) と表現している。

> インターネットなどによるさまざまなコンテンツ配信、ゲーム、アニメの多様化といったことも増える要因になったといえるでしょう。なお、コミックマーケットに多くの人が訪れることは象徴的な出来事の１つといえます。(393)

「第２章　オタクが好むものには何がある？」では「カルト性」に注目している。

> オタクが好むとされている漫画やアニメは、最近ではその嗜好は多様化し、一言で語ることができない時代になっています。ただ、その共通している部分を考えると、程度の差はあれ、「カルト性」を含んでいる作品がオタクたちから支持を得やすいようです。(394)

オタクが好むものとしてゲームも忘れることはできない。1983 年にファミコンが登場したが、主に男性向けであった。その後は 1994 年に光栄（現コーエー）から女性向け恋愛シュミレーションゲーム『アンジェリーク』が発売され、ゲームの世界にも女性を取り込むことができるようになったと言われている。また、1991 年にアーケードゲームとして登場した『ストリートファイターⅡ』はゲーム業界やオタクに大きな影響を与えたとヒロヤス・カイは指摘している。(395) さらにここに登場する紅一点の春麗はコスプレなどに大きな影響を与えたとも言われている。コスプレは今やオタク文化の中心になっている。

「コスプレ」は、言葉から見ても日本はおろか世界に出ても通用するほどの文化となっています。オタク文化の中心であると共に具現化できる代表的な例として、一般の方にも広く知れ渡っています。
コスプレとは、アニメやゲームのキャラクターの衣装を身にまとう行為のことを指し、コスチューム・プレイという言葉から派生した和製英語です。
面白いことに通常は和製英語は英語圏で通用することはほとんどありませんが、この「コスプレ」という言葉は、日本から逆輸入したもののため通用するようです。(396)

「第３章　オタクのよく行く場所、アキバ」ではメイド喫茶に注目しているが、2007 年に創設された日本メイド協会を紹介しているので、そのホームページを見ておきたい。会長からのあいさつのとして次のように掲載されている。

この度は「日本メイド協会」のサイトにアクセスして頂きまして、誠にありがとうございます。
「日本メイド協会」はメイドの普及および、情操教育を目的に設立され国内唯一のメイド関連事業者の団体として設立に至りました。
今後の活動内容として

＊年間４回メイド検定３級試験の開催
＊年間２回メイド検定 1,2 級試験の開を予定しております。
＊法人及び個人会員への日本メイド協会への入会はこちらから受付けております。
＊マスコミ等の皆様からのお問合せはこちらから受付けております。
＊当協会からの定期的な情報が必要な方はトップページのメルマガをお申込みください。
以上、
今後とも「日本メイド協会」をどうぞ宜しくお願い致します。
会　長　：　大門　太郎(397)

さらに次のような記載もある。

■設立の経緯
数々のメディアやマスコミで取り上げられているメイド関連産業ですが、業界を取りまとめる団体はこれまでありませんでした。
当協会はメイド関連事業者同士の情報交換と、「メイド検定」の開催によるメイドさんの情操教育を目的として設立されたメイド関連事業者の団体です。
■主な活動内容
１）業界窓口として
・国内関係官庁、機関等との窓口業務
２）普及推進活動
・協会加盟店の広報、紹介活動
・協会加盟店への認定証の発行
・メイド関連イベントの主催、共催での開催
３）メイド育成と社会的地位の向上についての活動
・メイド検定の開催
・情操教育として「メイドセミナー」の定期的な開催
■日本メイド協会　所在地

東京都千代田区神田須田町 1-22-14
日本メイド協会 (398)

さらに下位項目として「秋葉原が観光地化？」「イベントのお土産」「腐女子の『アキバ』」「執事喫茶」「広がるアキバ系の街」「ベッドタウンでも」などもあるが、「漫画やアニメの作品ごとの『聖地』が増加」「さまざまなコスプレのイベント」なども紹介されている。

「第４章　オタクの世界、言葉」の下位項目を紹介しておくと、「メイドの人気の謎」「メイド喫茶以外に広がりを見せるショップたち」「２ちゃんねるとオタクの関係」「YouTube の出現」「ニコニコ動画の出現」「アニメソングの過去と現在」「ネット上で結びつくオタクたち」「ネットで広がる二次創作活動」「さまざまなコンテンツがお金になる？」「『〇デレ』という言葉」「オタク全員が『萌え』を好むわけではない」が取り上げられている。インターネットによるオタクの発信と受信の爆発的な広がりは国内にとどまらない。さらに、これらがビジネスと結びついていることが大きな特徴となっている。

「第５章　アキバとビジネス」ではまさにこうした状態としてコミケを一つの例として取り上げている。コミケでは単に同人誌やグッズの販売だけでなくコスプレも多く見られる。ビジネスという点では本書ではボーカロイドの初音ミク、アイドル化された声優にも注目している。さらにオタクビジネスは今や世界に発信されている。

「第６章　これからの『アキバ』スタイル」では「楽しさ増す同人界」「法律と表現の自由」「マスコミとオタクの関係」「オタク市場の未来像」「これからのオタク」が論じられている。しかし、その根底にあるオタク観は以下の通りである。

> 今や「オタク」という「言葉」は、人を表す言葉であるよりも趣味を表す言葉である。（中略）一般の人とオタクを区別する言葉ではなくなってきました。(399)

こうなるとすでにオタクをすでに通り越しているかもしれない。

### (71) 岡田斗司夫『オタクはすでに死んでいる』(2008)

岡田斗司夫『オタクはすでに死んでいる』(新潮社、2008 年 4 月) はオタクを取り巻く状況の大きな分岐点とも言えるため、おもな内容については下位項目についても取り上げる。

はじめに
第 1 章　「オタク」がわからなくなってきた
　　アキバ王選手権
　　普通の兄ちゃんだった「アキバ王」
　　一番のファンでありたい
　　出来合いのお宝
　　真剣 10 代しゃべり場
　　終わりの予感
第 2 章　「萌え」はそんなに重要か
　　「萌え」がわからない
　　ミリタリーオタクと萌えオタクの差
　　差別する人たちのメンタリティ
　　アトランティスとバベルの塔
　　終焉への予感
第 3 章　オタクとは何者だったのか
　　オタクの定義
　　ネット上の定義
　　今の世間の定義
第 4 章　おたくとオタクの変遷
　　カタカナになったオタク以前のおたく時代
　　M 君の存在
　　オタク学入門
　　イメージの好転

オタクの拡大
オタク原人と第一世代
第一世代はテレビっ子
第二世代と世間
純粋培養の第三世代
アカデミズムによる定義
東京だけが日本ではない
第５章　萌えの起源
日本社会の特殊性
少年マガジンの変遷と日本人の変化
変化はすべての男性誌に
水着は無敵
アニメファンの変容
アニメファンの断絶
「萌え」の誕生
「萌え」の浸透
多民族国家としてのオタク
女オタクの問題
女子という生き物
男オタクの女性化
オタク評論の限界
第６章　ＳＦは死んだ
先例としてのＳＦ
移民が増える
ＳＦファンの変容とＳＦの死
死の実情
少年ファンの時代
世代間論争のはじまり
世代間闘争へ
運動と闘争の果て

ＳＦの崩壊
第７章　貴族主義とエリート主義
映像がＳＦを滅ぼした
「萌え」はオタクを滅ぼすのか？
オタク貴族主義
オタクエリート主義
貴族とエリートの反目
第三世代はセンシティブ
中心概念の不在
それぞれの壁
民族のアイデンティティー
努力が消えた
魂の本音
第８章　オタクの死、そして転生
オタクからマニアへ
自分の気持ち至上主義
日本とオタク
平成型不況の影響
個人の時代に
大人は損を引き受ける
大人の仕事
あとがきに代えて――「オタクたちへ」

まず「はじめに」で本書の「タイトル」について次のように述べている。

この本は「オタクと昭和の死」についての本です。

このテーマについて最初に語ったのは、2年ほど前。あるイベントでのことでした。イベントのタイトルは「オタク・イズ・デッド」、つまり「オタクは死んだ」。2006年5月24日に東京・新宿のロフトプラスワンという会場でのトーク・イベントでした。(400)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

でも、死んだのはオタクだけではないのです。オタクが成立するためには「高度消費社会」と「勤勉な国民性」の並存が不可欠です。つまり昭和後期型、言い換えると第二次世界大戦以降の日本という国自体がオタクを生んだ、と私は考えています。そのオタクが死んだということは、消費社会と国民性の2つともが失われてしまった。

「失われた」というと否定的ニュアンスが強すぎるので、日本人は消費や勤勉の向こうにある、誰も知らない次ぎのステージに入ってしまった。(401)

「第2章　オタクとは何者だったのか」では岡田は自分自身について、また岡田の立ち位置について次のように述べている。

・もともとSFマニアで、同時に宇宙戦艦ヤマトなどのアニメにも魅せられ岡田斗司夫は、アニメを認めない古参のSFマニアからアニメを擁護する立場にあった。そのような世代間の対立は、機動戦士ガンダム放映時にピークを迎えた。岡田がオタクこそ最強だと主張し続けるのは、そのような背景があったからなのかもしれない。

上気の事件がきっかけでいろいろな論客（批評家、精神科医、芸能人など）がアニメやオタクそのものについて言及し出すようになり、「新世紀エヴァンゲリオン」のブレイクもそうした動きに拍車をかけた。

・その後、自らオタクを宣言（告白・自称）する人が大勢増えてきたのだが、それが過去にオタクでるがために辛酸を舐めてきた世代にとっては自嘲的であるのかもしれない。以前は「オタクとは何か」という論争は内輪受け（つまり岡田の一人勝ち）しかなかった。ここ最近になってそういう問いに明確に答える必要性が出来てきたのかもしれない。(402)

岡田は現在の世間のオタクの定義を３つの要素に分けている。第１に「オタク＝秋葉原にいる人」、第２に「オタク＝社会性がない人」、第３に「オタク＝萌える人」である。

定義１「オタク＝秋葉原にいる人」

最近、よく世間で言われるオタクというのは「アキバ（秋葉原）にいる人」です。アキバ系などという言葉もすっかり定着したようです。しかし、当たり前ですがオタクがそこに住んでいるわけでもないですし、そこに行かないとオタクになれないわけでもありまん。オタクの多くがそこに買い物に行っているというだけのことです。(403)

定義２「オタク＝社会性がない人」

この定義には根強いものがあります。私からすれば、まだこんなこと言う人がいるのか、という感じですが、結構います。(404)

定義３「オタク＝萌える人」

おそらく『電車男』以降に急速に一般化したのが、この定義です。

可愛い女の子やメイドさんあたりに「萌え～」という人がオタクだというやつです。今、テレビドラマでオタクが登場したらほぼ百パーセント、「萌え～」という台詞を言うはずです。

しかし、私も含めてそんな言葉を使うオタクは周囲にはいません。この本のもとになったイベントで観客（150 人程度、ほぼ全員オタクだと思います）に「日常会話で『萌え』という言葉を使いますか」と聞いたところ、「使う」という人は皆無でした。せいぜい、オタク同士の会話でたまに使うという人がいる程度です。(405)

世間一般の定義はメディアに植えつけられたオタクのイメージではないだろうか。

次ぎに「第４章　おたくとオタクの変遷」について見ておきたい。

「おたく」という言葉がない時代は、いろいろな種族がいただけでした。SF ファンとかアニメファンとかマンガファン、個別の作品のジャンルのファンがいたわけです。

それを外側からひとまとめにして、ああいうやつらを「おたく」と言うんだと決め付けられてから、私たち民族が発生した。だから、正確にいう

と民族じゃなくて、私たちはもともとは他者から「強制収容所に入れられた囚人」でした。

あるときから、「へンなやつら強制収容所」が作られた。そこに収容される理由は様々でした。まずは「アニメ好き」「マンガ好き」「ゲーム好き」と言う人たちがぽんぽんと絞り込まれた。それだけではなく、「なんか暗い」「あんな社会性がない」という人たちまでも、ぽんぽん放りこまれていった。

この収容所の看板が「おたく」でした。(406)

現在と違って「オタク」というのは当初は差別用度であったということだ。この「オタク」への偏見や差別を決定付けたのがあの事件であった。

さて、このおたくへの差別を決定付けたのが、1988年〜89年に起こった連続幼女誘拐殺人事件の犯人とさえる宮崎勤被告でした。実家の離れに一人で住み、膨大なビデオに囲まれていた男。幼女にしか欲情しなかった男。同世代の男と比べてあまりにもファッションやヘア・スタイルに無頓着だった男。そんな宮崎勤によって「おたく」のイメージは（元から悪かったとはいえ）最悪なものになりました。(407)

特に厄介なことは「90年代前半には、オタク＝犯罪者という視点と、オタクには何か可能性がある、という視点が混在」(408)して来たということだ。これはメディアの影響が大きかった。国内状況とは異なり、海外から逆輸入というような経路でオタクに関する情報が入るようなると、マスコミの取り上げた方も変わって来たという。

90年代に入って、マスコミの姿勢に変化があらわれました。徐々にですが、海外のオタクたちの情報が入るようになりました。海の向こうでは外人さんたちが屈託なく「うる星やつら、サイコー！」とか「日本の女子高生の彼女、ホシーデス！」とか叫んでる映像が、テレビなどでしょっちょう流されました。

どうやら、海外ではオタク差別はなく、「個性的デクールな趣味」とされているではありませんか！(409)

岡田は1996年に『オタク学入門』を発表したが、その時の岡田のオタクは次の通りであったと紹介している。

マンガやアニメやゲームが好きなところは、ただ単に表面層にすぎません。ミリタリー好き、モデルガンが好きという人を含めて何が好きかというのは表面の第一層にすぎない。その底の層に、全員共通している何かがある。

それが何かといえば、「自分が好きなものは自分で決める」という強烈な意志と知性の表れだと考えています。(410)

岡田は意識的に、意図的に「オタクのイメージ」の好転を狙っていたという。

オタクへの世間の見る目が好転してきたんは、この頃からだと思います。

このように、1990年代の前半から、私は「世間でのオタクイメージ」を好転させるように、オタク業界内部だけではなく、メディアにも積極的に働きかけてきました。私自身がMITで講義や講演などをしたり、ベネチア・ビエンナーレに作品を展示されたりしたのも状況を変える手がかりになったのかもしれません。

『オタク学入門』で世界的なオタクとして例に出したマイケル・ジャクソンやスティーブン・スピルバーグ、ジョージ・ルーカスなども、彼らの奇癖がマスコミに紹介されるときに「オタクですからねぇ」とコメントされるようになりました。村上隆さんという現代で唯一世界に通用するアーティストも、自他共に認めるオタクです。

つまり、ついに「オタク＝負け犬・社会的負適合者」というレッテルは時代遅れのものになってのです。(411)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

90 年代半ばあたりには「おたく」という強制収容所から徐々に塀が取り払われて、外から人が入ってきたりできるおうな、大きい土地を持った「オタク」という国になりました。オタクというのは、アニメやゲームなど人には大きな声では言えない趣味／ちょっと子供っぽい趣味を持つものたちが住む、多民族国家だったのです。

アメリカ社会と同じように、いろんな民族が混ざり合って、そしてそれぞれの個性を失わない。ゲームのほうが売れていて偉いからゲームに来いとか、マンガのほうがコンテンツとして優れているなどとは争わず、多民族がいちおう共生している状態です。(412)

オタクを論じようとすれば、世代別に分けて考えることが多い。当然、社会状況が異なり、世代によりオタクの性質がことなるからだ岡田は 3 世代に分けて考えている。

第 1 世代はテレビっ子

まず第 1 世代について。第 1 世代は、1983 年に中森明夫が命名した世代です。「はてな」の説明の最初の部分にあった通りです。1980 年あたりにオタク活動やっていて、おたがい「おたく」って呼んでいて、アニメやマンガのことが好きでとにかくたくさん読んだいて、周囲の人たちからは少々奇異な目で見られていた、そんな人たちです。私もその 1 人でした。この世代は現在、40 代前後でしょうか。(413)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

第二世代と世間

この人たちの青春時代は、前述の宮﨑勤や、おたく評論家として一時テレビでもお馴染みだった宅八郎さんのおかげで「おたく」という言葉や概念が一般に浸透した時代でした。そのため、差別されという苦い思い出を持っている世代でもあります。(414)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

純粋培養の第三世代

、、、彼らの一つの特徴が「メディアが混在している」ことです。

ある作品についてそれぞれゲームでやったか、マンガで読んだか、アニメで見たか、思い出せない。具体例で言うと、『ひぐらしのなく頃に』という作品があります。もともとは同人、つまりファンの作ったインディーズのゲームだったのですが、大評判になってのちにドラマＣＤ、マンガ、アニメまで展開しました。で、これが好きな学生と話したときに、いま自分が話しているエピソードがマンガ版だったのかアニメだったのか、それともドラマＣＤなのかよく思い出せないのです。(415)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

全ての作品について「その作品を生んだ歴史的な流れ」よりも「自分が感じたインパクト」を重視している。そのためか、感動した作品のスタッフや、前作などとの関連性にはあまり興味がない。それよりも「同じような感動を与えてくれる他の作品」に興味が走る傾向があります。(416)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

第三世代の特徴は、「生まれたときからオタク商品に囲まれていた」ということです。生まれながらにテレビがあった第１世代が「テレビっ子」と言われたように、彼ら第３世代こそ、生粋のオタク人なのかもしれません。

また、「コンテンツの進化」を体験していないのも、彼らの特徴です。(417)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

現在「オタク論」として流通しているものは、この第３世代のオタクとはいかなるものか、ということについての言説であると言えます。代表的な論者は『動物化するポストモダン』（講談社現代新書）の東浩紀氏、『趣都の誕生』（幻冬舎）の森川嘉一郎氏、『戦闘美少女の精神分析』（ちくま文庫）の斎藤環氏あたりでしょうか。ここでは、ごく大まかに、このあたりの論について触れておきます。

森川氏の定義を私なりに簡単にまとめると「オタクとはダメ志向を持っている人間である」ということです。

オタクというのは、自分がダメになろうという方向性をもっている。

だから、か弱いものとか、幼い少女とかそういうふうなものに自らを投影して、どんどんダメになっていく。

現実生活でもダメになる傾向がるというふうに、森川氏の理論は読み取れます。

これが、ダメ志向オタク論ですね。

これに対して精神科医である斎藤環氏が『戦闘美少女の精神分析』等で一貫して唱えているのが「二次元で萌えるのがオタクでる」という定義です。二次元画面に欲情できるのがオタクの特徴、という一般社会にも届く、わかりやすい言葉です。(418)

「第5章　萌えの起源」では「萌え」の定義については別の章で取り扱うため、ここではアニメの変容について触れている。

人気の要因として、性的なものが前面に出てくることになったのです。それまでも、隠し味的にようういう要素はあったのですが、堂々と表に出るようになってきのです。

『うる星やつら』(1978～87年)はギャグマンガが原作ですが、人気の要因の一つは、ラムちゃんのセクシーな姿であることに疑いはありません。

1982～1983年に放送された『超時空要塞マクロス』も巨大ロボットものとしての人気のほかに、登場するリン・ミンメイという美少女アイドル歌手に人気が集まりました。この声優をつとめた飯島真理さんも、アイドル的な人気を誇るようになりました。

同年からは『魔法の天使クリィミーマミ』の放送も始まりました。魔法を使う少女が主人公、という設定そのものは、『魔法使いサリー』などでもおなじみのものです。しかし、このときのファン層に若い男が多数いた点が明らかに従来とは異なるものでした。

さらに90年代に入ってからは『セーラームーン』シリーズが人気を博します。ミニスカートのセーラー服を着た美少女たちに声援を送ったのは、少女たちだけではありません。数多くのオタクたちが、美少女戦士をアイ

ドル視するようになったのです。(419)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

だから今では「アニメファン」という大雑把な括りではなく、「マニア系アニメが好きな人」とか、「萌え系アニメが好きな人」とか、「幼児系アニメが好きな人」というおふうに、ジャンルを細分化して語ろうといます。この「それぞれのジャンル間の断絶」というのが、かなり大きくなってしまています。

断絶の要因の中で最大のものが、先ほどか見てきたような美少女という性的なものをどれくらい自分の趣味の中に取り込むかということです。実際に、当事者たちがそういう意識を持っているかどうかは別として、これが大きな要素となっているわけです。

今の18、9歳で、アニメが好きだという人と話をしてみると、

「自分がアニメが好きなのか、美少女キャラが好きなのか、声優さんが好きなのか、もうわかんない」

というようなことを言います。わかんないというか、彼らはそこに区別をつけていません。旧来のアニメファンは、いくらアニメの内容によって細分化されたにしても、中心にアニメがあった。ところが、今のアニメファンの中には、「そんなことどうでもいい」という人が増えてきたのです。(420)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

「ジェンダーや恋愛観にまで関係してくる」、すなわちアイデンティティー問題になっている。

そのことを表現しているのが『電波男』(本田透著、三才ブックス刊)と言う本でした。著者の本田透氏は、オタクです。この本の中で本田氏は、「自分たちは生身の女性と付き合えない。しかし、付き合えないことは決して不幸ではない。むしろ二次元の女性のほうが魅力的でゃないか」と訴えています。ここでは、オタクをやっていることが、自分の恋愛観まで根張っているわけです。かつての「結局は趣味なんだから、何でもオッケー」とは違っています。

自分のアイデンティティーみたいなものが、オタクをやっていることと

密接に関わるようになってきた。そのために、私たちはあらゆるオタク論に対してかなり過敏に反論するようになった。(421)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

森川氏の「オタクとはダメ志向である」にしても、斎藤氏の「オタクとは二次元で萌えることである」という定義にしても、ある程度、男オタクたいは「ちょっと俺とは違うけど、まあいいか、オッケー、オッケー」と納得できたと思うのです。

ところがいま現在、どうしても不可解な点が、差異のほうが気になってしまう。違うところが気になってくると、「それは違います」としか言いようがない。だから私も、彼らの批判をするわけです。

たとえば、前出の、斎藤氏の『戦闘美少女の精神分析』における議論の中心は、もっぱら美少女への偏愛であるように見受けられます。あたかもアニメファン≒美少女アニメであって、そういう人がオタクであるかのおうな論調ですが、そんなことはありません。

『バーバパパ』ファンのオタクもいれば、『おじゃる丸』ファンのオタクもいます。それだけではありません。コミケにはいろんなオタクがいます。時代劇オタクが『必殺！』の同人誌を売っていたりします。

そういうものを、アニメや時代劇やミリタリーや美少女を同じく扱うのが私たちオタクだったはずが、いつのまにか、ああいうふうに評論で論じられるときには、「萌え系」という部分だけを中心に置かれるようになった。(422)

最後に「第８章　オタクの死、そして転生」より取り上げたい。書名とも直接関係するだけにこの章は重要である。

「オタク文化」や「オタク」が死んだと言っているからといって、オタクを馬鹿にするつもりも「古い」というつもりも、私にはまったくありません。

重要なのは、オタク文化が死んでしまった今、オタクは等しく個人に帰り、かつてオタクだった人々は、みんなマニアでしかなかった、というこ

とです。

オタクとマニアの違いは何か？それは「民俗であるか、ないか」です。

「オタク文化」という言葉はるけれども、「マニア文化」という言葉はない。「オタクっぽい服や口調」はあっても、「マニアっぽい服や口調」はない。つまり、マニアとは群れたり独自文化を創り上げたりしない人たちです。

オタクは群れて民族を作り、マニアは孤立してそれぞれの道を進む。

そして「オタク文化という統一概念」がなくなった今、すべてのオタクはマニアへと変化しつつあります。(423)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

前章で述べて第3世代の特徴は、貴族主義、エリート主義と対比して、私は「自分の気持ち至上主義」と名づけています。一番大切なのは自分が萌えるかどうか。だから、オタクとしての必須教養なんか知らないよ、という主義です。

実はこの主義はオタクだけの特徴ではありません。今の日本社会全体に広がっているものです。かつては結婚や就職は本人の意思だけでは決まりませんでした。自分自身の気持ちもさることながら、共同体や親族の意見を重視したのです。

ところがだんだん、日本人が重要視する対象が狭くなっていきました。親族から家族へ、家族から親へ、配偶者や恋人へ、そして「自分の気持ち」がすべてといおうふうになってのです。(424)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

「なぜ、日本にはオタク文化が生まれたのか？」

「海外、特に中国や韓国のマンガ・アニメ産業は日本を追い越してしまうのか？」

数年前からよく聞かれる質問に、私はいつもこう答えてきました。

「オタク文化は、日本という特殊な土壌から生まれてきた」

「日本と同じ土壌がないので、中国や韓国ではオタク文化の発展は難しい」

簡単に説明してみましょう。

オタク文化というのは「大人になっても子供時代の趣味をやめなさい」ということです。この現象を解析してみると、2つの要素が見えてきます。「日本の大人は子供っぽいので、オタクになる」「日本の子供文化は大人っぽいので、卒業する必要がない。実は、オタク文化が成立するためには、この2つの要素が両立していることが必要です。(425)

岡田は続けて具体的に子供のお小遣いに触れながら、次のように述べている。

日本では子供にお小遣いをあげるのは常識です。つまり、かなり幼い頃から「自分の趣味に対する自己決定権」を持っている、ということになります。私たち日本人にとっては当たり前のことなのですが、欧米人から見ればこの習慣は「まだ理性の弱い害になる」と受け取られます。

日本やアジアでは、子供というのは「人のあるべき原型」「純粋さの象徴」ですが、キリスト教圏内では「理性の未発達な動物的存在」「保護と監視が必要な弱い生き物」でもあります。日本のマンガやアニメが欧米で表現の規制問題にぶつかるとき、もっとこの「お小遣い問題＝子供と言う存在をどう捉えるか」が論じられるべきだと思うのですが、この事に気づく識者があまりいないのは残念なことです。

日本では子供に「お小遣い＝趣味の自己決定権」を与える。

同時に日本では、大人向けの「思想や表現の過激性」を備えた子供文化が増えた。この二つの条件がそろって、はじめてオタクは発生したのです。(426)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

「オタク」と言う民族がなくなって、それぞれ個人が「YouTube」や「ニコニコ動画」でオタク作品を見る時代です。これから先、世代的な共通体験とはスポーツとニュースだけになるかもしれません。

オタクが死んだあと、オタクたちは一人一人が「私はこれが好き」「あなたも好きなるかもよ？」という、小さなオタキング活動をするしかないんですよね。小さな差が気になる以上、別に大勢と無理につるむ必要はな

い。だからといって引きこもってしまうは必要もまったくない。「自分の好きなこと」を自分のペースでたのしめばいいのです。「オタキング」や「オタク評論家」の目なんか気にせずに。(427)

### (72) 森永卓郎・岡田斗司夫『オタクに未来はあるのか！？』(2008)

森永卓郎・岡田斗司夫『オタクに未来はあるのか！？―「巨大循環経済」の住人たちへ』(PHP 研究所、2008 年 5 月）は森永卓郎と岡田斗司夫の対談を文章化としたものである。そのおもな内容は以下の通りである。

序文
第１章　オタクの細分化と断裂が始まった！
　　１　オタク三流国からオタク市場形成まで
　　２　90 年代からのオタク産業
第２章　オタクは、格差のない循環経済
　　１　恋愛市場からはみだした成長するオタク産業
　　２　萌えと非萌え
　　３　オタク産業の構造的特徴
第３章　スラムからの脱出
　　１　高付加価値化と〝オタク外貨〟の獲得
　　２　売れるオタクコンテンツを作るには？
　　３　オタクに未来はあるのか！？
総括　旧作品のリアル化よりも、現実のファンタジーを求める

森永拓郎「序文」には次のような冒頭で始まっている。

メイドブームがピークを過ぎて、今オタク産業が転機を迎えている。これまでは開店すれば行列のできた秋葉原のメイド喫茶も、閑古鳥の鳴く時間帯が出てきた。

オタク人口が減少しているのだろうか。

いや、そうではない。いわゆる「萌え」を欲する人の数は、増えている。「萌え」が発生する原因ともなった人たち。つまり、「人間の女性と恋愛に恵まれない男性」は増え続けている。新聞とかの統計を見ても、もはや30歳代前半男性の過半数が非婚になっているというデータもある。

経済の弱肉強食化が進むなかで、所得格差の拡大以上に問題なのは、恋愛の機会の格差の拡大だ。一部の金持ちやイケメンが女性を独占することによって、しわ寄せがくるのは、決まって「オタク層」である。世の中の大部分を占める、金持ちではなく、そしてイケメンでもない男性たちが恋愛の機会を奪われているのが、現実なのだ。

そういう意味では、これからのオタクは、その現実をいかに克服するかに、ベクトルを向けていくのではないだろうか。

「メイド喫茶」や、「恋愛シュミーレーション」の萌えではなく、もっと「リアル」な萌え。(428)

「第1章　オタクの細分化と断裂が始まった！」ではアメリカの影響と日本のオタク文化について岡田が次のように述べている。

いや、アメリカですから、オタクという言葉を使うのは少し変なんですけどね。トイザらスを初めて見て……言ってみればあそこは巨大なオモチャのスーパーマーケット。もう、規模が半端じゃないですよね。それで、「アメリカって大人でもこんなにオモチャを買うんだ」って驚いたですよ。

『宇宙戦艦ヤマト』の頃に僕はオタクになったものですから、余計に日本とアメリカの違いに敏感になったんですが、ヤマトの商品って大阪じゅう駆け巡って探すんですけども、結局、子供用の売り場にしかないですよ。ヤマトグッズは、子供用のタオルとか、手ぬぐいとか、文具としかなった。

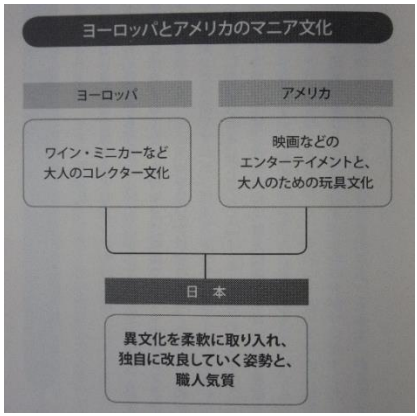
今みたいに、大人向けのオモチャとか、若い人が買うオモチャとかいう概念そのものが日本にはなかったけれども、アメリカにはハタチ越えても買っていいオモチャがあるんだ、って。

日本ではオモチャは小学生のもので、もう小学生を越えて中学生になったら「オシャレ」しなきゃいけないんだっていう、風潮でしたね。『ポパイ』『ホ

ットドッグ・プレス』の若者文化がでした頃でもあったし。

その状況が僕はすごくイヤで、当時はまだオタクっていう言葉はなかったんだけども、オタク先進国アメリカに憧れているっていうのが、日本のプレオタクたちだったんですね。(429)

アメリカとヨーロッパではマニア文化が異なるが、次のような図表が提示されている。これはヨーロッパでの生活体験のある森永卓郎とふたりのアメリカでの体験がもとになっているものだ。(図)(430)




解説

1970年代、欧米のマニア文化と、日本人の凝り性な気質が合わさり、日本のオタク文化の土台が形成された。

ただ、オタク市場が日本で一般的に認知されるのは、もう少し後のことである。(431)

ロボットアニメについても岡田は次のように分析している。

『ガンダム』は、ロボットのものなのに、脱ロボットでした。モビルスーツと呼称することが、まずかっこよかったし。そして、主人公たちが悩む。等身大になりましたよね。、キャラクターが。そういった要素が当時の若者たちに受けて、マニア層が誕生します。「たかがアニメ」ではなく、アニメ野中から、人生の何かを考えようとする人たちが誕生したですね。

こういったマニアックな人の存在が、オタクマーケットを活性化していきます。彼らは、深く思考すると同時に、プラモデルなどの玩具だとか主題歌のレコードだとか、そういった関連商品を買い求めました。その結果として、市場を形成していくようになったわけですね。(432)

オタク産業については岡田と森永の対話をみておきたい。

岡田：90年代っているのは、個人も企業も、ここに「オタク市場」というのがあるとハッキリわかってきた時代ですよね。だから、それを念頭に置いた市場が、構成されるわけなんですね。売る側、作る側も、そして買う側も、互いが理解しているわけです。どういうことか言うと、企業サイドは、世の中にはアニメのファンというのが一定以上いて、そして彼らは「こういうものを好んでいる」というのをわかって仕掛けてくる。作る側と組んでね。買う側は、そんな企業の思惑を読んで、より自分たちが欲する商品の情報を企業に発信する。その結果として、商品がどんどん細分化している。極端な話、ひとりの要望にまで応えるような感じになってきている。

80年代は、そうでもなかったようですね。まだ、みんなが『風の谷のナウシカ』を見ているとか、みんな『マクロス』を見ているとかいった、〝オタクのマス〟がまだ可能だったんですけどもね。だけど、90年代からは、もうそういうのが成立しなくなってきました。たとえば『新世紀エヴァンゲリオン』。この作品を見てる人は見てるんだけども、反対にアニメ好きな人でも見ない人は見ないという事態が起こり始めた。

つまり、〝オタクの細分化と断裂〟が始まった時代なんですよ。

森永：その頃からですよね。企業発信のオタク商品に、限界が見え始めたのは。で、オタク自身が事業を起こし、オタク向けにビジネスを展開するおうになったと。(433)

岡田はオタクであると同時に制作側でもある。岡田は1984年にガイナックスを立ち上げている。つまり、クリエイターとしてオタク産業の中に身を置いて人物である。その岡田の言葉には重みがある。

本音で言わせてもらうと、「クオリティの高いアニメはプロからはうまれない」と僕らはあおのとき思ってた。なんでかって言うと、プロっていうのはその業界で10年、20年と食い続けるというスタンスに立っていますよね。

そのためには、いつも7割、8割の力でものを作り続けることが肝要になるんです。でも、僕たちアニメファンはそんな大人の思惑じゃなく、そのときそのときに、100%の力でものを作ってほしいいわけですね。それは、プロには不可能に近いって思った。だから、いつも100%の力を発揮してアニメを作るチームっていうのを作りたかった。その思いで、ガイナックスを立ち上げたわけです。ガイナックスはもともと期間限定のチームのつもりだったからね。100%で作り続けるチームがそんなに長続ちするはずないと思てっていたんです。せいぜいもって5年くらいかな、と。絶対に、10年もいくはずがない。10年以上もつのは、それはいわゆるプロになったということでしょう。プロっていうのは、融通を利かせるということ。つまり、どこかで妥協する。

プロでないとやっぱりTVシリーズはできないからね。

そういうプロのやり方、たとえばアニメファンに向けて作ってるのに、放送局や何かの意向で、子供にもわかるように、そして世間にもわかるように、エクスキューズをつけたりするとうのがイヤでしょうがなかった。もっとこうピーキーでマニアックな作品を作りたかったんです。(434)

第1章の最後には岡田のコラム「アイドルは『広く薄く』から『狭く濃く』へ」があるが、これも萌えなどを考えるとかなり興味深い。

岡田:「現代のオタク」と言う方がいいのかどうかは置いておいて、今の若いマニアの人間は、「旧来のオタク」とはまるで別物のように思えます。一番深い部分が、かなり様変わりしています。

僕たちは、当時のアニメや漫画を見て、その面白さや意味、そして価値を分析し研究しましたよね。でそのひとつの頂点として、自分も「こんな作品を作りたい」という願望に行きついた。でも、今の子は違います。自分の理想の作品を、自分たちで作っていこうとするオタクがすごく減っているんですね。

逆に、アニメや漫画の登場人物を見て、「こんな女の子と付き合いたい」っていうオタクがすごく増えてきています。それって、どういうことかという

と、アニメや漫画を「創作物」と考えないで「恋愛の代替物」と考えているってことですよね。それも、結構本気で……。

バーチャルとリアリティが、過剰にクロスしてきています。旧来のオタクとしては、それって少し危険だと思ってしまいますね。もっと、生身の女性にって、老婆心ながら思ってしまいます。(435)

「第２章　オタクは、格差のない循環経済」ではオタク産業について恋愛市場からのからみから森永と岡田は次のように述べている。

森永：アニメや漫画のキャラクターに想いを募らせることは、昔からありましたよね。もちろん、淡いものだし、一過性のものでしたが、今の、オタクなり、マニアの人が、もっと切実な気持ちでキャラに感情を向ける傾向はいつ頃から始まったのでしょうか？多分、アニメや漫画のキャラがリアリティを持ち始めた頃からですよね。やっぱり、これもガンダムからですか。恋愛漫画が、リアリティを獲得してくるのもちょうどガンダム以降のことだったと思うのです。

まさに美男美女が主人公で、絵に描いたように恋愛が展開する綺麗な物語―子供の頃読んだ『愛と誠』とか―ではなく、うまくいかなかったり悩んだりする現実的な恋愛。そんな漫画が登場してきた。で吾妻ひでおや柳沢みきが出てきた・・・・・。

岡田：そう、その頃からですよ、オタクの世界に女の子がちょっとずつ入り始めたのは。本来、男の子の夢のみで構成されるはずのオタクの中に、女の子が侵入する。これは、オタクにとって由々しき事態なんです。(436)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

岡田：いや、それはいかがですかね。コミケには、たくさん女の子がいましたよ。でも、『キャプテン翼』とかで、「わあきゃあ」言っているあの子たちは、男のオタクを相手にしてくれないというか、漫画のキャラにしか萌えないとうか、イケメンキャラのファンの女の子は、いまだに相変わらずオタクを相手にしてないはずですよ。

コミケにも、ワンフェスにも、女の子はいるんですけれども、オタク男

との間には、高い壁があって、くっきりと分断されています。同じ屋根の下にいるのに、別の部屋に住んでますよね。
森永：女の子が、アニメのキャラに、どっぷりと浸かり始めたのは、『海のトリトン』が最初だったと言われていましたよね。
岡田：そうです。トリトンと『科学忍者ガッチャマン』で、オタクの世界に、女の子が入り始めた。ただ、入ってくるって言っても、そこでオタク男とは交流せず、女の子同士でサークル作っちゃうんですよねえ。(437)

「恋愛と放蕩が資本主義経済の本質！？」では次のように述べている。

森永：二次元を選んでくれたほうが、オタクのマーケットとしては、ありがたいわけですけどね。さあ、そのマーケットですが、本来は、生身側に依存するものですよね。
　マーケットを、どう考えるかっていうと、まあエロでも恋愛でも何でもいいんですけど、対人間、つまり三次元を対象つぉいた旧来型のマーケットって、ものすごく大きいんですよ。
　ヴェルナー・ゾンバルドっていう学者がいました。この人は、マックス・ウェーバーと並んで19世紀末から20世紀初頭にドイツの二大経済学者なんですけどね。しかし、このゾンバルトは抹殺されるんですよ、歴史から。何故かというと、晩年にヒトラーの参謀をごく一時期だけ務めちゃったっていう理由で、抹殺です。マックス・ウェーバーは「勤勉と節約」が経済成長の源泉であると、それは要するに供給側の理論なんですよ。お金を節約して貯めて、資本を蓄積する。そうすれば、その資本を使って、商品を作って、儲ける。で、儲けてお金節約してっていう。堅い考え方ですよね。
　でね、すごく面白いのは、ゾンバルトはそれと真逆のことを言ったんですよ。
岡田：ああ、そうか。その逆なんですよね。歴史から抹殺されたゾンバルトのほうは、彼は、「恋愛と放蕩」が資本主義の本質だって言った人ですね。マックスとは、真逆ですね。
森永：で、そのゾンバルトが中世の貴族の家計簿を手に入れてきて、徹底的

に分析するんですね。その結果わかったことはっていうのが、すごく興味深いんです。当時のヨーロッパ経済は、中世以降、爆発的に拡大するのですが、その起爆剤は、陶器だとか、絹織物だとか、鏡だとかだったわけ。じゃあ、そういうものの原点がどこにあったかって言うと、そう、中世の貴族が高等遊女を口説くときのネタだったんです。(438)

岡田は「経済学上のオタクの定義」について次のように述べている。

そういうふうに、具体的な紹介しながら、今回の本のテーマを噛みしめてみると、ほんと、面白いですね。「オタクの経済学」、つまり、オタクの経済活動というのは、普通なら、恋愛に使うエネルギーやお金を、自分の好きな他のものに、たとえば、フィギュアだったり、メイド喫茶だったり、ネットアイドルだったりにつぎこんでいると言えますよね。生身の彼女に使うべき時間とお金を、趣味で浪費すしてしまう、それが、ここでいう経済学上のオタクの定義としませんか。そう考えていくと、けっこう面白いですよ。(439)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

だけど、経済学上、オタクを「恋愛に使うエネルギーを、趣味で浪費する」人たち、そうした定義した場合、アニメ萌えみたいな人は、逆にオタクからちょっと遠ざかるかなと、とれないこともない。なぜなら、「萌え」の人は、疑似としてなら、「恋愛」を肯定しているわけです。恋愛の対象を三次元ではなく、二次元に置いてるだけ。恋愛自体は否定しないわけですから。(440)

「オタクの高齢化で、萌えは『恋人』から『妻』としての役割へ」として、森永は次のように発言している。

恋人に使う労力や経済的なものを、バーチャルな萌えにつぎこむのがオタクだ、ということで、オタクの高齢化にともなって、今後は、萌えに「恋人」としての役割を求めるだけでなく、「妻」としての役割を求めていくようになると思います。(441)

森永は身の回りの世話をするロボットを話題として持ち出している。こうなると SF によく登場する完全な人型ロボットの登場となる。SF ではロボットが恋人や妻の役割を果たすものも多くある。なお、このあたりのことについては拙著『文芸上の人造人間・ロボット・アンドロイド・サイボーグ』（全2冊）（武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2019年4月）をご覧頂きたい。

「オタクは、年齢は立場に影響されない特殊な消費層である」では次のように述べている。

岡田：消費者としてのオタクは、社会的立場とか、既婚であるかどうかとかに影響されないわけですね。独身であろうと、既婚者であろうと、好きなものは、好きだし、欲しいものは、欲しい。
森永：オタクは、独自に違う世界を作るんですよ。言ってみれば、ブロック閉鎖経済なんですよ。オタクマーケットっていうのは。
　他の産業っていうのは、それ以外の産業と緊密な連携があって、資本が資本家から、どんどん入ってきたり、M&A とかで突然会社が乗っ取られたことっていうのは、おそらく1件もないはずですよ。つまり、オタク産業というのは、売り上げ自体が循環して外に出ない。他から見ると、何の価値もないことに、オタクは夢中になる。そんな人たちがだけが中心になって、経済が動いていくっていう特殊な構造になってて、オタクは、その中の別世界で生きていくんですね。(442)

これはある一定数の需要と供給の関係が確保されているいうことを暗に意味していることにある。ここで再びオタクの特徴、定義について触れている。

いわゆる極端になっちゃったマニアのことをオタクと言うのか、アニメ絵にしか萌えないのをオタクと言うのか、この本のなかでもちゃんと定義しないといけないでしょうけど。それが、難しい。
　たとえば鉄道オタクと言いますよね。あの人たちは間違いなくオタクなんです。でも、最新のオタクのトレンド言うのならばアニメ絵にしか萌えない人をオタクと言うので、オタクの中ですら言葉の定義がダブルスタンダード

になってるんですね。

僕自身の定義で言えば、「オタク」というのは、本来の鉄道とかもちゃとか含めて考えないと意味が伝わらないんだけでも、すごく狭くなってる。(443)

「オタク産業の構造的特徴」では興味深い指摘がある。

森永：これまでも軽く触れてきましたが、オタク産業の特徴というのは大きくふたつあって、ひとつは、大量生産の効かないニッチ産業の集合体であるということと、さまざまなジャンルのオタク同士の中で通貨が行き交いする循環経済だということです。

岡田：循環経済とういのは、たとえば、フィギュアを作って売っているモデラーは、当然、資料としてコミックやアニメ DVD を買うでしょうし、そのコミックやアニメの作り手も、また何かしら参考のためにオタクグッズにお金を使っていると、そういうことですよね。

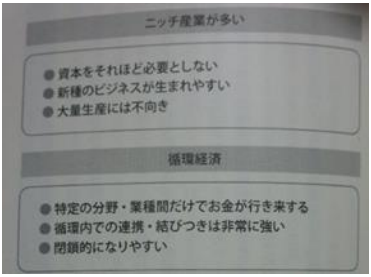
森永：趣味と実益を兼ねているわけですね。また、それ以外のケースとして、メイド喫茶でバイトしている女の子が、そのお給料で新しいコスプレ衣装を買うとします。その衣装を売っている人は、普段はメイド喫茶に行ってお金を使っているかもしれません。

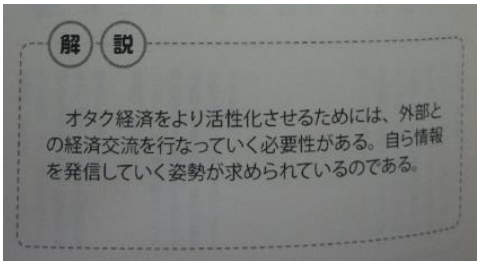
オタク業界のジャンルというのは非常に多岐にわたっているんですが、お互いまったくかけ離れたジャンルのように見えても、意外と垣根が低かったりするんですよね。(444)

わかりやすい図表があるのでそれそのまま紹介しておきたい。

オタク産業という言葉もよく使われるが、これを分析するのは非常に難しい。岡田も次のように述べている。

オタク産業の特徴（445）




カテゴライズとしては「オタク産業」なんだけれども、実態はサービス業であったり製造業であったりメディア産業であったり、あまりも多岐にわたりすぎていて、他の産業のように総括したり比較したりが難しいんですね。（446）

オタク産業がニッチ産業であること、他の産業への波及的効果から定義等することが難しいとの指摘があったが、さらに、オタクにとっては特有の価値観があり、場合により高付加価値が付くことがある。ここで話題に上ったのが村上隆である。

森永：こないだ村上隆さんと対談したんですけど、村上隆さんの商売相手って、基本的にはオタクなんです。セレブのオタク。

日本のオタクっていうのは、趣味で金儲けするっていうことをすごく批判するんですよ。

フィギュアを5800円で売ったりすると、いきなり批判される。でも村上さんが言うには、「いかに高く見せるか」っていうのはアートの世界では非常に重要なことなんです。

そういう「オタクの高付加価値」って方向もあるんだと思います。

それをある意味でやったのが、村上隆であり、宮崎駿なんだと。ジブリ作品も、今でこそ別格のアニメみたいな、PTA推薦の高尚な存在になっていて、つまり上流階級みたいな扱いをされていますが、元はと言えば、オタクなアニメ。こっち側の人間だから。（447）

オタク産業の循環構造として以下のように解説している。

消費者がそのまま生産者となることが多いのでが、オタク産業の特徴である。

これをより活性化してくためには、オタク層以外にもアピールしうるコンテンツを作り、外部からの資本を誘導する必要がある。(448)

さて、本書の題名にもなっている「オタクに未来はあるのか！？」については、岡田斗司夫『オタクはすでに死んでいる』(2008) を出版しているが、オタクの現状を踏まえ、次のように述べている。

森永:『電車男』によるオタクブームはもう過ぎたんだと思います。ある意味で、そういう秋葉原とかのオタク産業は、今、選別に晒されてるんだと思います。

純粋な、「昔からのオタク」が集まるメイド喫茶とかは、客足とかはあまり変わっていないわけですよ。利益を求めて雨後の筍のごどくできてきたお店とかが、今、行き詰まりつつある。

国民の中でのブームっていうのはもう去年あたりがピークで、そのあと、もう、じわじわと落ちてきてているんだけども、本質的なオタクの部分っていうのは、相変わらずフィーバーしてるんですね。

そういう本来のオタク向けのお店と、メディアに影響されて「オタク文化」や「アキバ」に興味を持った素人さん向けの、観光業みたいなお店が混在しているんですよ。秋葉原に行くと、「萌え」とか描いてあるようなTシャツがいっぱい売ってるじゃないですか。ああいうのは、本当のオタクたちはあまり買わないでしょう。(449)

秋葉原もまた変化しているとうことだ。趣都として成長した秋葉原は電気街からPC、PCパーツを中心に変化し、やがて家電量販店全盛、そしてオタクの街へ。AKB劇場、ガンダムカフェ、メイドカフェに代表されるが、オタクがライ

ト化していくと、秋葉原もまたライトオタクをメインとする店が増えることになる。その延長線上にあるのは、オタクを観光のアイテムとして考え、観光化への方向に動いていると言ってもよいのかもしれない。

### (73) 大塚英志・東浩紀『リアルのゆくえ』(2008)

大塚英志・東浩紀『リアルのゆくえ―おたく／オタクはどういきるか』(講談社、2008年8月）は以下の内容でまとめられている。

はじめに―世代間闘争について
第1章　2001年―消費の変容
第2章　2002年―言論の変容
第3章　2007年―おたく/オタクは公的になれるか
終　章　2008年―秋葉原事件のあとで
あとがき

東浩紀「あとがき」には本書について次のように述べている。

> この対談集には、2001年に収録された第1章、2002年に収録された第2集、2007年に収録された第3章、そして2008年に収録された終章の4つの対談が収録されている。
>
> 収録時期の偏りと内容の擦り違いから察せられるように、本書成立の経緯はいささか複雑である。その複雑な経緯について、つまり二人の著者の関係について、ぼくはここで多少の説明を行うべきかもしれない。しかし、それはあまりに長く、さまざま媒体が関係した話であり、しかも結局は業界内のゴシップでしかないので語るのはやめておこうと思う。
>
> 90年代から2000年代にかけて、おたく／オタクと呼ばれる現象をひとつの軸として、この国の文化には大きな屈折が生じた。(450)

「はじめに―世代間闘争について」では、副題の部分について書かれてい

る。

大塚　ぼくにとって「おたく」は、ひらがなです。宮崎勤を含むからね。岡田が東大で「オタク」って言葉を使った時点で、「宮崎の問題は置いといて」とされてしまった。いわば「おたく」が脱色されたものがカタカナの「オタク」であって、そこから先に一連のジャパニメーション論議が展開していく。それこそ、ひらがなとカタカナのあいだの引き算の中で消去されていったもの中に村上隆なんかはいるわけだから。(451)

「第1章　2001年―消費の変容」の「見えない権力システム」では次のように述べている。

東　…さっきマクドナルドの話が出ましたね。マクドナルドではたいてい音楽が流れていて、店内が混んでくると音量を上げるらしい。そうすると、うるさいから客が出ていく、そうやって混雑度をコントロールしているわけです。これはけっこう有名な話で、知っている人も多いでしょう。それでも機能する。こういうのがポストモダン的な権力なんですね。

「混んできたから、出ろ」と店員に言われたら、「なんだ、むかつく」ということになるし、そこから権力対反権力の図式も出てくる。けれども、音楽が大きくなることで自主的に店を出ているのであれば、ここには文句を言う筋合いはない。最終的にそれがマクドナルドの利益になるとしても、だからといって搾取とは感じない。というか、感じさせないように作られているわけです。むろん、こういう事実を取り上げて「マクドナルドは消費者を支配している」と警鐘をならすこともできるでしょうが、ぼくはそれにはあまり説得力を感じない。

オタク系文化だって同じことをやっていて、広告で「買いなさい、買いなさい」と言って購買意欲を煽るような戦略は少ないわけです。というか、そういう仕掛けはたいてい失敗する。むしろ大事なのは無意識に行われる割り込みたいなものでしょう。

たとえばコンピュータを買いに秋葉原に行く。すると無数に、でじこあ

るいはでじこに似たようなデザインの美少女系ゲームのポスターが張ってあって、いやでも目に入ってくる。最初は嫌なんだけど、それを繰り返しているうちに知覚的に訓練されていき、いつの間にかでじこを見た瞬間に「萌える」ようになる。つまり、ブロッコリーという一つの企業が、「いまはでじこだにょ」といったコピーをがんがん仕掛けているわけではなく、秋葉原という街全体がでじこをを応援するように機能しているのです。

そうなってしまうと、何に対抗すればいいのか、きわてめて曖昧になる。これはオタク系文化だけの問題だけ、社会全体に言えることだと思います。

大塚　『物語消費論』では、データベースの概念みたいなものは未分化だったわけです。つまり、まんがやアニメの業界で言うような世界観と、東くんが言うような純粋なデータベースと、マーケティングとして引っかけていくような経済システムとが、ぼくのなかではわりと不可分なものとしてあったわけ。理屈では分けたほうが説明しやすいけど、やっぱり不可分なのね。

だけど、君のいうように今の読者の消費者が純粋な意味でのデーターベースに関する解読能力は異様に特化しているにもかかわらず、その背後にありありと透けて見えている権力システムはみえないとなると、実作者の立場からすればすごく都合がいいことになる。(452)

つなみにピクシブ百科事典には「でじこは、ゲーマーズのキャラクターであるデ・ジ・キャラットの通称」(453) とある。

「第3章　2007年―おたく/オタクは公的になれるか」の「メタ化するか、空気を読むか」では次のように述べている。

大塚　しばらく話していなかったので、とりあえず、『ゲーム的リアリズムの誕生』(講談社現代新書) で何を書いたのか、まず簡単に話してもらえるかな。

東　2001年に刊行した『動物化するポストモダン』では、「オタクたちは物語なき動物になっていくだろう」と書きました。それに対して、『ゲーム

的リアリズムの誕生』で書きたかったのは、「物語なき動物たちがそれでも物語をつくっていくとすれば、どういう手続きが必要になるだろうか」ということです。「リアリズム」という言葉を使ったのは大塚さんの議論を受けているからです。

でも、オタクたちにとってのリアルとは何かを直接に主題としたというより、むしろ「コミュニケーション消費」の環境、つまり、「作品が作品としてではなく、ただのネタとして受け入れられてしまう状況」に対して作者が何をするかといった問題意識のほうが強い本です。

大塚　物語のない動物化したおたくたちが、どうやって物語を紡ぎ出していくのかという問題は、作り手の側の問題なの？それとも受け手の側の問題なの？それとも、そういう境界がもはやない、ということ自体が問題なの？

東　そこは難しいですね。ぼくが本で扱った作品―とくに美少女ゲームなどでは、作り手と受け手を分けて考えてもしょうがないところがあります。作り手が受け手の反応をいかに先読みしていくか、という現象がかなり強い。だから、消費空間全体が、妙に自己言及的なメタフィクションをつくる構造になっている。作者や読者が先鋭的な問題意識を持っているかどうかは、『ゲーム的リアリズムの誕生』では問題にしていません。(454)

本書を読むにあたり、大塚英志『物語消費論―「ビックリマン」の神話学』（新曜社、1989年5月）、東浩紀『動物化するポストモダン―オタクから見た日本社会』(講談社、2001年11月)、東浩紀『ゲーム的リアリズムの誕生動物化するポストモダン２』（講談社、2007年3月）を読むことが望まれよう。

### (74) 早川清他編著『メイド喫茶で会いましょう』(2008)

早川清他編著『メイド喫茶で会いましょう』（アールズ出版、2008年9月）の木全直弘・清水銀嶺「メイドさんの源流を辿って」の中で、メイド喫茶の顧客との関連から次のように述べている。

メイド喫茶が一般化したとは言え、未だに主要な顧客は「オタク」である。同時にメイドさんの本来的出自も「オタク」である。

「ヲタク」「お宅」、または省略して「オタ（ヲタ）」とも言われ、アニメ、コミック、特撮などの特定趣味において、その知識の吸収や物品の購入に並々ならぬ情熱を示す人たちを指す。(455)

### (75) 江藤茂博『オタク文化と蔓延する「ニセモノ」ビジネス』(2008)

江藤茂博『オタク文化と蔓延する「ニセモノ」ビジネス』（戎光洋出版、2008年10月）は映像、映像の流通と伝播、物語を通して現われる文化を中心に以下の内容でまとめられている。

第1章　オタク文化を歩く
第2章　「ニセモノ」ビジネスの光景
第3章　オタク文化と複製の物語
第4章　資料

まず「第1章　オタク文化を歩く」では日本のマンガ／アニメの東アジアへの広がりについて次のように述べている。

マンガ・アニメーションに関してこの東アジアを見直してみると、確かにアニメーション受容の広がりかたはすごいものがある。日本のアニメーションは、テレビ番組で放送されると次の週には、中国本土で販売されている。台湾でも、連続ものが終了するとすぎに並ぶ始末である。もちろん、テレビ番組からの複製ソフトの違法販売であることは言うまでもない。そうした市民市場での流通を背景に、東アジアでは、映像系の大学の増加など国策的に市場戦略を世界に向けていて、アニメを中心とした映像創作エネルギーが高まっているようだ。(456)

本書では特に『下妻物語』(2004)と『電車男』(2004)に注目していることは触れておきたい。

### (76) 松谷創一郎「＜オタク問題＞の四半世紀」(2008)

松谷創一郎「＜オタク問題＞の四半世紀―＜オタク＞はどのように＜問題視＞されているのか」（羽渕一代編『どこか＜問題化＞される若者たち』恒星社厚生閣、2008 年 10 月）のおもな内容は以下の通りである。

1　一般化した＜オタク＞文化
2　＜オタク＞の誕生
　2－1　中森明夫による＜オタク＞命名
　2－2　「ハカセ」・「ガリ勉」・「ネクラ」
　2－3　アニメ・ゲーム誌における＜オタク＞言説
　2－4　病理としての＜オタク＞
3　＜オタク＞の一般化
　3－1　連続幼女誘拐殺人事件における＜オタク＞バッシング
　3－2　＜オタク＞称揚記事の頻出
　3－3　宅八郎の登場と＜オタク＞分析の勃興
　3－4　オウム事件における＜オタク＞報道
　3－5　『エヴァ』ブームと岡田斗司夫の啓発活動
4　＜オタク＞の 21 世紀
　4－1　分化する＜オタク＞問題
　4－2　2000 年代の事件と＜オタク＞
　4－3　＜オタク問題＞の四半世紀

「1　一般化した＜オタク＞文化」では NHK 紅白歌合戦にアキバ枠が設けられたことにまず注目している。

2007 年の大晦日、NHK の『紅白歌合戦』に「アキバ枠」が設けられ

た。〈オタク〉文化のシンボル的な場所である東京・秋葉原にちなんだものだ。この枠で紅組代表として出場したのはAKB48、リア・ディゾン、中川翔子の3組の女性アーティストだ。(457)

オタク文化の背景については以下のように解説している。

『紅白』をも動かした〈オタク〉文化の拡がりは、1990年代後半からより顕著な現象が見られ始めた。例えば、1995年にスタートしたTVアニメ『新世紀エヴァンゲリオン』は若年層から中年まで幅広い支持を受け、12年後の2007年にリメイクの映画版が公開されるほど人気が継続している。東京・秋葉原は、1990年代後半に「萌え」の街に変わり（森川 2001）、東池袋には2000年代前半に女性＜オタク＞向けの本屋ショップが並ぶ「乙女ロード」が生まれた。

夏と春、年に2回開催される同人即売会・コミックマーケットは、50万人以上の入場者を集める巨大イベントとなった。出展商品は同人誌だけでなく、フィギュアやDVDなど多岐にwたり、マンガやアニメのキャラクターの衣装を着るコスプレイヤーたちが数多く集う＜オタク＞の祭典ともいえる空間となっている。2002年には、当時の小泉純一郎首相が「知的財産立国宣言」をし、政府もアニメやマンガ、TVマンガなど、サブカルチャーを強力な輸出産業として重視sてきた。

こういった盛り上げりは、日本にとどまるものはない。テレビ愛知が主催し、外務省や国土交通省が後援する「世界コスプレサミット」は、2004年から始まった。このイベントには、海外の国々からコスプレイヤーが招かれ交流が図られている。海外では、1980年代からアニメやゲームが子どもたちの間に浸透し、1990年代後半からはアニメの主題歌によく使われタヴィジュアル系バンドの人気にも火がついた。2004年には、イタリアのヴェネチア・ビエンナーレ第9回国際建築展に、森川嘉一郎が＜オタク＞をテーマに出展をする（国際交流基金 2004）。

このような動きを受け、全国にアパレルビルを展開する丸いは、2007年12月に日本のサブカルチャーに興味を持つが外国人向けていくにウェブサ

イト「MARUIONE.JP」をオープンした。外国人観光客向けの東京ガイドブック『TOKYO ENCOUNTER』でも、コスプレイヤーたちが集う原宿・神宮橋を、両国国技館の次に紹介するほどである（Yanagihara 2007）。(458)

（森川 2001）とは森川嘉一郎『趣都の誕生―萌える都市アキハバラ』（幻冬舎、2001）、（国際交流基金 2004）とは国際交流基金『おたく：人格＝空間＝都市―ヴェネチア・ビエンナーレ第9回国際建築展―日本館―出展フィギュア付きカタログ』（幻冬舎、2004）、（Yanagihara 2007）とはWendy Yanagihara. *TOKYO ENCOUNTER*（Lonely Planet Publications, 2007）のことである。なお、文中の「夏と春、年に2回開催される同人即売会・コミックマーケット」は、「夏と冬」の誤りである。現在コミックマーケットは8月と12月にそれぞれ3日間づつ開催され、それぞれ約55万人の来場者があると発表されている。

松谷は「社会問題」化されることについて次のように述べている。

> 言説分析とは、社会構築主義における代表的な方法論である。構築主義とは、社会現象や「事実」と呼ばれるものが、様々な人の言い方、話し方によって初めて構築されると捉える考え方だ。この構築主義のオリジンには、レイベリング理論の延長線上にある社会問題の社会学がある。M・B・スペクターとJ・I・キツセは、「社会問題」がそもそも存在するのではなく、誰かがそれを「社会問題」とし、それが一般に拡がって構築されると論じた（Spector and Kitsuse 1987=1990）。そこで肝要なのは、その過程で様々な人々の言説が相互的に作用し合って「社会問題」が現象する点である。(459)

（Spector and Kitsuse 1987=1990）とはM. B. Spector and J. I. Kitsuse. Constructing Social Problems（Commings Publilshing Company, 1990）、村上直久・中河伸俊・鮎川潤訳『社会問題の構築―ラベリング理論をこえて』（マルジュ社、1990）のことである。「誰か」とは当然マスメディアの影響が

強いことは言うまでもないことだ。

「2　＜オタク＞の誕生」ではまず中森明夫について取り上げている。

＜オタク＞という言葉がメディア上で初めて使われたのは、1983 年だとされている。マイナーなロリコン系マンガ誌『漫画ブリッコ』誌上で、ライターの中森明夫が 3 回にわたって自身の連載コラムで＜オタク＞に言及した。このコラムは、＜オタク＞の存在を読者に紹介すると同時に、痛烈に問題視する内容であった。

そこで＜オタク＞の例として出されているのは、コミックマーケットに集まる少年少女たちを筆頭に、アニメ、鉄道、SF、パソコン、アイドル、オーディオなどのマニアであった。中森は、互いを「おたくは～」と呼び合う彼らを「世紀末的ウジャウジャネクラマニア少年達」と評した。（中森 1983a, b.c)。

このとき、中森が＜オタク＞を問題視した点は、①マニア性：何らかの対象への熱中と偏愛、②内向性：性的コミュニケーションからの退行、③共同性志向：内弁慶な仲間意識、④外見的特徴：ファッション性の低さや身体的特徴、この 4 点にまとめられる。(460)

（中森 1983a, b.c)とは中森明夫「『おたく』の研究（1）―街には『おたく』がいっぱい」（『漫画ブリッコ』1983 年 6 月号、セルフ出版)、「『おたく』の研究（2）―『おたく』も人並みに恋をする？」（『漫画ブリッコ』1983 年 7 月号、セルフ出版)、「おたく地帯に迷いこんで」（『漫画ブリッコ』1983 年 8 月号、セルフ出版）のことである。しかし、この連載に対する反応があった。

このコラムに対し、同誌 1983 年 9 月号では読者から「不快であるというだけで、我々は社会から排斥されなければならないのでしょうか」と反論が寄せられる。当時の同誌編集長で、後の宮崎勤事件の際に徹底して＜オタク＞擁護の立場を貫く大塚英志も、翌 1984 年 6 月号の読者投稿欄で異論を提出する。大塚は「いわゆる一連の＜おたく批判＞は、彼らに対

する根拠のない侮辱」で、「世の中には様々な価値があり、ひとつの価値を絶対としてその立場から他を否定することは許されない」と、論陣を張った（大塚 1984）。そして、中森の連載は大塚によって打ち切られることになる。

だが、「意外だったのは中森氏の文章に読者を含めて、相当の支持者がいた」（大塚 同書）と大塚も表明するように、反論だけでなく読者から賛同もみられた。(461)

（大塚 1984）とは大塚英志「妥協通信」（『漫画ブリッコ』1984 年 6 月号、セルフ出版）のことである。この時にマスコミ上に登場した「オタク」が以降ずっと注目を浴びていたわけではない。

1983 年に＜オタク＞という語が中森明夫によって使われてから、1989 年に連続幼女殺人事件で宮崎勤が逮捕されｒまでのこの間、＜オタク＞という言表はさほど目立つことはない。かろうじて＜オタク＞という言葉が見受けられるのは、アニメ専門誌やパソコン専門誌などがほとんどであった。(462)

「オタク」（「おたく」）という言葉がマスコミで取り上げられる以前から、いいわゆる「ハカセ」・「ガリ勉」・「ネクラ」といったような表現があり、これらはオタク前史として捉えることもできるだろう。そして、時代的に若者を「新人類」と呼ぶ時代が来ると次のように分化現象として捉えることも行われるようになった。

ともに社会調査を手がけた宮台真司と岩間夏樹は、当初は同質であった＜新人類＞文化と＜オタク＞文化が、前者が浸透することでさらなる差異化を求めた結果、コミュニケーション能力を基準に分化したと論じる（宮台 1990、岩間 1995）。それは、「オタク文化内部の差異化運動、つまり、オタク関係者以外にはどうでもいい『オタクの階級闘争』にすぎなかった」と述べる（宮台 1990）。(463)

（宮台 1990）とは宮台真司『制服少女たちの選択』（朝日文庫、1990－2006）のことで、その中の小論が改題されたものである。（岩間 1995）とは岩間夏樹『戦後若者文化の光芒―団塊・新人類・団塊ジュニアの軌跡』（日本経済新聞社、1995）のことである。

次ぎに病理としての＜オタク＞にも注目している。

こうした状況に変化が見られるのは、連続幼女誘拐殺人事件で宮﨑勤が逮捕される直前からである。この頃から新聞や一般誌でも＜オタク＞について言及した記事が見られるようになる。(464)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

1970 年代からは、コンピュータやテレビゲームの浸透により、いっそうメディアやテクノロジーの影響は注目されるようになる。平野秀秋・中野収の「カプセル人間」論では、外界から遮断された自我の殻＝カプセルにこもる若者が注目されている。そこでイメージされていたのは自室で深夜放送を聴きながら受験勉強に勤しむ学生の姿であった。（平野・中野 1975）。成田康昭は情報化社会において情報処理能力を有した若者を「高感度人間」として分析している（成田 1986）。この両者は、ともに新しいメディアを使いこなし、同時に、他者や社会との関係とは距離を置くいったイメージをもっている。

それは、当時「新人類」と呼ばれた若者や＜オタク＞のイメージとも重なるものである。「新人類」と言う若者の属性がメディアで見られた最初期の言説は、『月刊 ACROSS』1983 年 6 月号の特集記事「今、新人類たちが時代を先導する」である。奇しくもこれは、『漫画ブリッコ』で中森明夫が＜オタク＞命名を行ったのと、ほぼ同時期である。この記事では、中学生である 14 歳（1969 年生まれ）が想定されており、彼らは、「メカ（コンピュータ）感覚」と様々な情報を取捨選択する能力をもつ「情報モザイク人間」で、かつ「ニュータイプ人間」であるとまとめられている。「ニュータイプ」とは、当時若者たちの間で人気だったアニメ『機動戦士ガンダム』で用いられていた、新しい能力をもつ若者のことだ。(465)

「3　＜オタク＞の一般化」では宮崎事件以後のオタクに対する世間の見方について取り上げている。

宮﨑勤逮捕から数ヵ月して、事件報道はひと段落する。しかし、＜オタク＞に対する注目はこれ以降本格化する。各雑誌で＜オタク＞特集が組まれるようになるのである。それらは、いずれも＜オタク＞の存在に注目し、＜オタク＞文化の紹介や当事者への取材で構成されている。

だが、これらの記事で＜オタク＞はさほど問題視されていない。逆に、ほとんどが＜オタク＞を擁護するか、もしくは称揚するばかりであった。それらの言説は、大きく 3 つに分けられる。

ひとつが、宮﨑勤を＜オタク＞の例外的存在みなす言説である。例えば、『投稿写真』1989 年 11 月号は、宮﨑勤は＜オタク＞の「おちこぼれ」とし、『噂の真相』11 月号では、宮崎勤を「3 流のマニア」、「非常に異質な収集家」と解説される（小暮 1989）。これらは、宮﨑を「間違った＜オタク＞」とすることで、「正しい＜オタク＞」の立場を保持しようとするレトに「趣味縁」「選択縁」「情報縁」とよんでおこう。

ここでひときわ注目すべきことは、同好の士という機縁によって芽生える、つよい仲間意識である。まさに「趣味縁」とでもいうほかない。

次ぎが、＜オタク＞向けの媒体が＜オタク＞である読者を鼓舞・応援するレトリックである。アイドルの写真投稿をメインとした『投稿写真』11 月号は、読者に対し、「君たちはおたくの中野正しいおたくです」とメッセージを投げかけ、SF ファン向けの『SF アドベンチャー』11 月号では、「恐るべき子どもたちの反乱！」という特集で「誤解・偏見を正すために立ち上がった！」と論陣を張った。

最後が、非＜オタク＞向けの媒体が＜オタク＞を若者の新しい特性として注目し、鼓舞・応援するレトリックである。『噂の真相』11 月号は、コミックマーケットへの取材を通して「ふつうの若者と呼ばれる人たちが忘れてしまった心を『おタク』と呼ばれる若者のなかに見つけることがすくない」とまとめ（小暮 1989）、『広告批評』11 月号では「がんばれ、おた

く！」という特集が組まれた。(466)

（小暮 1989）とは小暮佳俊「『宮崎勤』で脚光を浴びた『おタク族』の世界をのぞく！」（『噂の真相』1989 年 11 月号、噂の真相）のことである。

「4　＜オタク＞の 21 世紀」では宮崎事件以後、『電車男』の発表あたりから新しい動きが出てきたことについて触れている。

> 一方、『電車男』に対抗して書かれた本田透による『電波男』は、恋愛を過度に商品化する「恋愛資本主義」では理想の女性との恋愛が難しい状況であるとし、ゲームやアニメなど二次元の（仮想の）キャラクターとの「デジタル恋愛」の有用性を強調した（本田 2005）。花沢健吾のマンガ『ルサンチマン』では、ヴァーチャルゲーム内で仮想のキャラクターとの恋愛に没頭する中年男性が、現実世界の女性との間で煩悶する様子が描かれた（花沢 2004-2005）。これらは虚実論に対しての＜オタク＞当事者からの明確な回答だといえるだろう。
>
> こうした流れは、＜オタク＞文化の浸透とともに拡大・多様化した＜オタク＞コミュニティによって生じたといえるだろう。『電車男』への対抗言説として『電波男』が生まれたように、恋愛を軸に＜オタク＞が分化していったのである。
>
> また、それまで注目度の低かった女性の＜オタク＞についての言説も数多く登場するようになる。なかでも男性同士の恋愛を描いた小説やマンガを好む女性たちが自嘲的な自称として用いる「腐女子」は、ネット上で頻繁に見られるようになった。金巻ともこ、杉浦由美子、金田淳子など、当事者の立場である＜オタク＞女子からの意見や、腐女子の存在の分析する論も提出された（金巻 2005, 杉浦 2006, 金田 2007）。(467)

（本田 2005）とは本田透『電波男』（三才ブックス、2005）、（花沢 2004-2005）とは花沢健吾『ルサンチマン』（全 4 巻、小学館、2004-2005）、（金巻 2005）とは金巻ともこ「女子オタ 30 年戦争」（『ユリイカ』2005 年 11 月号、青土社）、（杉浦 2006）とは杉浦由美子『オタク女子研究―腐女子思想体

系』（原書房、2006）、（金田 2007）とは金田淳子「マンガ同人誌―解釈共同体のポリティクス」（伊藤健二・吉見俊哉『文化の社会学』有斐閣、2007）のことである。

最後はオタク問題の 25 年、すなわち四半世紀について次のようにまとめている。

> ここまで、25 年にわたる＜オタク問題＞の事例を追ってきた。中森明夫の命名以後、当初は当事者間で問題化された＜オタク＞は、1989 年の宮崎勤事件報道の際に現代的な病理として非難の対象となる。1990 年代前半は、宅八郎がネガティブなイメージを一般にも浸透させるが、バッシングはすぐに鎮静化し＜オタク＞のマニア的資質が称揚され、宮台真司や中島梓など専門家による分析も提出されるようになる。1990 年代中期以降は、オウム事件で問題視されるものの、アニメ『エヴァンゲリオン』ブームや岡田斗司夫の啓発活動によると、従来の＜オタク＞が有していた人格的資質が「ひきこもり」や「非モテ」などに分化し、マンガで＜オタク＞の恋愛模様などが描かれる。事件報道では、＜オタク＞の問題として伝える媒体もあるが、即座に反論されるようになる。(468)

「非モテ」などは本田透『電波男』（2005）や森永卓郎・岡田斗司夫『オタクに未来はあるのか！？』（2008）などでも取り上げられている。

### (77)『國文学』（特集：「萌え」の正体）（2008）

『國文学』（特集：「萌え」の正体）（第 53 巻第 16 号、學燈社、2008 年 11 月）のうち、斎藤環「『萌え』の本質とその生成について」と村瀬ひろみ「第三のジェンダー『萌えるヒト』―『萌え』が拓く（かもしれない）未来」、藤本貴之「『萌え』における現実と非現実―オタク、ナード、ギーク、萌え」の中でそれぞれ「おたく」について述べている。

斎藤環「『萌え』の本質とその生成について」では「おたく」と「萌え」の関係から「おたく」について次のように述べている。

「おたく」の多くは、「（1）虚構コンテクストに親話性が高く、（2）愛の対象を『所有』するために、虚構化という手段に訴える傾向を持ち、（3）二重見当識ならぬ多重見当識を生きており、（4）虚構それ自体に性的対象を見出すことができる」。

それぞれについて簡単な解説を付記しておこう。（1）は、要するに「おたく」の多くが、一次情報よりは伝聞・加工などを経た、いわば虚構化された二次情報のほうを好む傾向がある、というほどの意味である。（2）については、同人活動がその代表的なものであるが、自らが愛好する作品を「所有」する際して、彼らはなんらかの二次創作的身ぶりで対象と向き合おうとする、ということである。パロディ同人誌のみならず、コスプレやフィギュア、ありは評論活動などもここに含まれる。

（3）は、（1）とも関連するが、ある作品を愛好する「おたく」は、その作品世界にどっぷり浸ると同時に、その作品の市場における流通と評価や、批評的位置づけ、作家の個人的事情といった、複数の視点から作品を楽しむことができる、という意味である。

（4）は本論において最も重要な記述である。

「自らの趣味の領域に性生活の全部または一部の確保しているとき、その人は『おたく』なのではないか」。私はかつて、そのように書いた。言い換えるなら、「おたく」かそうでないかを分ける分岐点とは、「アニメキャラで『抜く』ことが出来るか否か」ではないか。「アニメで抜けるか」とは、アニメ的にデフォルメして描かれた異性キャラクターのイメージを利用して、マスターベーションが可能であるか、というほどの意味である。(469)

村瀬ひろみ「第三のジェンダー『萌えるヒト』―『萌え』が拓く（かもしれない）未来」では「萌え」る人が自己完結しているのに対して「オタク」は他者との関係性があると次のように述べている。

もっとも、「オタク」はなりたくてもなかなかなれるものではない。一部の熱狂的な人間だけがなれるものである。「オタク」は凡人には手の届かない

ものだという諦念をメディアに露出した岡田斗司夫が加速させた。一定の分野に対する彼の博覧強記ぶりに、多くの者が「オレはまだまだ及ばないな」との思いを強くしたのである。そんな中でも、旧来からのオタクやアニメファンたちには、差別され偏見のまなざしにさらされたマイノリティ同士としての結果があった。

そもそも、「オタク」の語源は、見ず知らずの相手に向かって呼びかける二人称の「お宅」である。相手の名前を知らない、ニックネームも知らない、そんな薄い関係性の中での二人称の呼称を、日本語はあまり持たない。「あなた」では堅苦しく失礼な響きがするし、「お前」「貴様」では喧嘩を売っている。「あなた様」では相手を持ち上げすぎて気持ち悪い。そんな中で、「お宅」という言葉再評価されて、使われたわけである。

「オタク」は見ず知らずの相手（もしくは、そんなに親しくない相手）とコミュニケーションをとるための呼称である。もともとの語源に、相手とつながる、相手を想定した呼びかけが含まれていることは、大変興味深い。「オタク」は、相手とつながること、ファンやマニアといった従来の蛸壺から出て、相手とコミュニケーションしようとする運動でもある。「オタク」は、マイノリティグループであり、漠然とした共同体意識がそこにはあった。まさに、「オタク」族だったわけである。(470)

藤本貴之「『萌え』における現実と非現実―オタク、ナード、ギーク、萌え」ではオタクについては次のように述べている。

特定の対象（コンテンツ）に向けて強い収集力／欲や知識力／欲をもった層を指して「オタク（OTAKU）」と呼び、それを私たちの社会は「～オタク」として定義づける。もちろん、「オタク」を「お宅」のメタファとして理解することで（歴史的に見て正しい理解ではないが）、単に「インドアな活動を好む層」であったり、場合によっては「社会的内向者」の代名詞としての利用を目にすることも珍しくない。

一般に、欧米では、「特定のモノ・コトへのこだわり知識」を持つが、社会的に内向である者に対して、一種の蔑称として「ナード（NEED）」と

いう呼称が用いられる。特に、コンピュータ技術に特化したナードを「ギーク（GEEK)」と呼ぶ。これは日本で言うところの「アキバ系」という言葉が最も近い。例えば、東はオタクたちの「欲望と社会性のありかたは、やはり、かつての近代的な人間からずいぶんと離れている（中略）オタクたちは現実よりも虚構の方に強いリアリティを感じ、そのコミュニケーションもまた大部分が情報交換で占められている」（東、同掲書）と述べている。こういった記述も見る限り、東が論じている「オタク」藤本貴之「『萌え』における現実と非現実―オタク、ナード、ギーク、萌え」とは「OTAKU」ではなく、「NEED」あるいは「GEEK」といった存在に類するものであるといえるのではないだろうか。(471)

**(79) 菊池聡「『おたく』ステレオタイプの変遷と秋葉原ブランド」(2008)**

菊池聡「『おたく』ステレオタイプの変遷と秋葉原ブランド」(『地域ブランド研究』第4号、地域ブランド研究会事務局、2008年12月）のおもな内容は次の通り。

1　問題
1.1.　先端的な電気の街としての秋葉原
1.2.　おたくの聖地　秋葉原
1.3.　秋葉原の変容と地域ブランド
1.4.「おたく」の起源と変容
1.5.　おたくステレオタイプの研究

2.　方法
2.1.　被調査者
2.2.　方法
3.　結果と考察
3.1.　自由記述と集計
3.2.　テキストマイニングによる対応分析

3.3. おたく認識の変化
3.4. まとめ

秋葉原についてはすでに森川嘉一郎『趣都の誕生』(2003) の研究があるため、ここでは秋葉原の変容について注目するのではなく、オタク乃至オタク文化の面から秋葉原をとらえておきたい。なお、菊池はひらがなの「おたく」表現を使用している。「1.2. おたくの聖地　秋葉原」においては 90 年代以降のオタクはそれまでのオタクを指す言葉の内容とは異なっていると言う。

> 90 年代後半以降、秋葉原からは老舗の家電専門店の撤退が相次いだが、その一方、でゲームソフトやアニメ、マンガ関連商品、フィギュアが同人誌などのマニア向け商品を扱うショップが急増し、これらによって街全体が「おたくの聖地」というブランド・イメージが不動のものとなった。ここでいう「おたく」とは、俗に「萌え」系という新しいおたくイメージを中心としており、従来から秋葉原に集っていた無線、オーディオやパソコンとなどのコアなマニア層のみを指す言葉ではない。(472)

このオタクの聖地である秋葉原を菊池は次のように述べている。

> 秋葉原という街区はマニアックなパーツ店からメイド喫茶まで、「おたくの聖地」というコンセプトでくくることができ、それが秋葉原の地域らしさとなっている点で、日本でも有数の地域ブランドと位置づけることができるだろう。(473)

菊池は以下のような図表を示している。

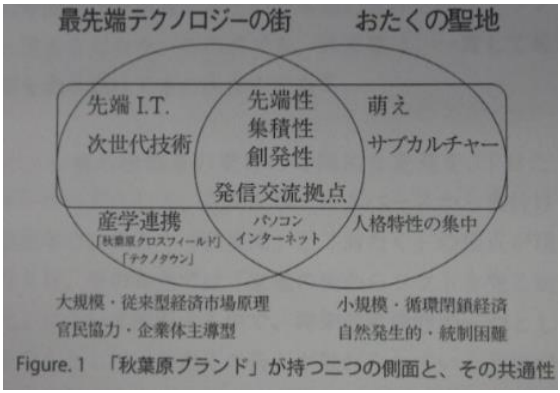


Figure. 1 「秋葉原ブランド」が持つ二つの側面と、その共通性 (474)

オタクがもともとパソコンと深いつながりあり、ここにゲーム、アニメがなだれ込み、そこに登場するキャラに萌えるという現象が一連のアキバが誕生している。よく言われる、機械親和性とオタクとの関係は深いのである。菊池は新聞記事データベースから秋葉原とオタクとの関係をピックアップしている。ここでは念のため時系列に取り上げられているものだけを整理しておきたい。(475)

『朝日新聞』1993 年 1 月 8 日
「家電の街からソフトを売る街への秋葉原の変化」
『日本経済新聞』1995 年 8 月 23 日
「パソコンアイドルという新しい文化について触れ、パソコンのイメージチェンジが『ラジオ少年のメッカ秋葉原に及んだ』」
『朝日新聞』1998 年 4 月 11 日
「目の色を変えたたくさんの電脳キッズがうろつく」
『日本経済新聞』1999 年 9 月 24 日
「秋葉原、無国籍の電脳街、独自の文化生む　小説アニメの舞台に」
『朝日新聞』2001 年 1 月 22 日
「美少女などが出てくる『おたく』な感じのソフトが、アキバ（秋葉原）系と呼ばれる」
『朝日新聞』2003 年 9 月 23 日

「もはや電器店はこの街の主役ではない」「この5年間で、美少女キャラクター相手の恋愛ゲームやマンガ、同人誌など、オタク趣味商品を扱う店」

『日本経済新聞』2004年10月28日

「秋葉原。日本一の電気街は今、『萌える都市』」「萌え系ユーザーの街」

『日本経済新聞』2006年5月27日

「アキバ変身中、『オタクの聖地』だけじゃない秋葉原」

菊池はこれらから特に2003年～2004年頃には「秋葉原のおたく＝萌え系」とし、こうした認識が形成されたことから、「おたくの聖地」となり、秋葉原ブランドが成立しているとしている。

「1.4.「おたく」の起源と変容」ではすでに研究が進んでいるため、ここではオタク・オタク文化と経済への指摘の部分を引用しておきたい。

> こうした「おたく像」・文化観は、90年代以降、急速に変化した。その最大の要因はバブル崩壊による日本の経済循環の激変であり、これを後押ししたのは、海外で日本のアニメやマンガが高く評価されたこと、インターネットを含め情報環境が進化したこと、そして「おたく」第一世代がメディアの作り手側に回ったことなどである。
>
> 経済循環の激変とは、バブル的な若者の消費スタイルが退潮し、従来の商品市場が一気に縮小する中で、「おたく」的な青少年層をターゲットとしたマンガやアニメ、ゲームなどの市場（いわば、こだわりのある小規模市場）がにわかに注目を集めたことを指す。
>
> たとえば、『新世紀エヴァンゲリオン』は、傑出した映像表現や謎に満ちたストーリー、魅力的なキャラクター造形などによって、日本アニメ界の１つの頂点と評価される作品である。しかし、当時、新聞などの一般マスコミが注目し、話題にしたのはそうした作品の評価ではなく、関連商品よってもとらされる数百億円という経済効果についてであった。(476)

オタクは金儲けのために動いているのではない。しかし、自分が「これは」

と思う作品やアイテムに金をつぎ込む傾向にある。その意味ではある一定層の市場がそこにあるということでもある。森永卓郎・岡田斗司夫『オタクに未来はあるのか！？』(2008) ではオタク産業は一種のニッチ産業だとも述べている。

オタクの変遷と共に市場も変化している。

> 「おたく」系文化の中心を担ったのは、初期にはマンガ SF だったものが、80〜90 年代にアニメとなり、やがてゲームソフトやインターネットに重点が移り、2000 年代以降、「萌え」と呼ばれる性的な趣向が顕著な特徴として注目されるようになった。この語は 2005 年の流行語大賞にノミネートされるほど一般に浸透し、アニメやゲームのキャラクターから、メイド喫茶まで、「おたく」イコール「萌え」であるという認識まで生むようになった。野村総合研究所は、これを「『萌え』ブームによるオタク像の再構成」と表現している。(477)

野村総合研究所とは野村総合研究所オタク市場予測チーム『オタク市場の研究』(2005) のことである。

このあと菊池は 1998 年と 2007 年アンケート調査の悔過を比較し、「おたく」のステレオタイプが、「基本的にネガティブな意味づけはかわっていない」(478) としながらも側面的なものが変容しているとした。1998 年は幼女連続誘拐殺人事件の犯人として宮崎勤が逮捕された年であり、2008 年は死刑が執行された年でもある。2007 年の被調査者が東京都内と奈良県内と岩手県内の国公立大学生計 368 名とある。調査をどう行うか、その結果をどう分析するかは難しい。東京であれば、秋葉原、東池袋、中野、大阪であれば日本橋となろうが、日常的に往来できる生活環境であるかも要因としてはかなり異なるだろう。通学途中の車中で見かける人や立ち寄りができるかも、意識の上でかなり異なるように思うが、その分、インターネットのよる影響を考えると、このあたりもある程度は勘案できるのかもしれない。

### (79) Renato Rivera "The Otaku in Transition" (2009)

Renato Rivera "The Otaku in Transition"(『京都精華大学紀要』第 35 号、京都精華大学、2009 年 1 月)のおもな内容は次の通りである。

1. The Otaku in Transition: The new generation
2. Understanding moe and its significance within and outside of the otaku realm
3. Art and Otaku: an on-off relationship

Conclusion

本論文はサマリーに書かれているが、岡田斗司夫『オタクはすでに死んでいる』(2008)に触発されて執筆されたものである。このため、森永卓郎・岡田斗司夫『オタクに未来はあるのか!?』(2008)や野村総合研究所とは野村総合研究所オタク市場予測チーム『オタク市場の研究』(2005)などの内容が反映されている。

"1. The Otaku in Transition: The new generation"の冒頭は次のように始まる。

> Toshio Okada, the prominent writer studies today, having been active inside the otaku industry for decades, describes the otaku as individuals who have chosen for themselves a life less ordinary, that is to say, they are a sort of counter-culture to the average consumer.(479)

"Conclusion"では次のように述べている。

> "Art" in all but name, has existed within the otaku culture for a long time now, but many otaku themselves are unwilling, or rather, strictly opposed to the idea of promoting it as such. The "art" merchandise is marketed towards otaku and only otaku, not the mainstream market. Yet Takashi Murakami's name recognition is ironically tying them to-

gether overseas.　This, along with the moe, maid café and other such "incomprehensible" trends, signals a turning point for otaku culture and representation thereof which urgently needs to be addressed. (480)

村上隆はオタク文化を「芸術」を融合させた功績は大きい。これまではおもちゃやプレミアム商品などに高値が付くようなものであったが、ポップカルチャーを芸術作品に昇華させ、これを販売するという流れを作った。また、オタクの文化で外せなくなったのが「萌え」である。これについても以下のように触れている。

The situation can be summed up as follows:　One group of otaku, we shall call them the *moe* fans (often also referred to as *Akiba-kei*, because they are often seen in the mainstream media hanging around in the Akihabara district), are now beginning to represent the whole of the otaku community in the eyes of the mainstream media, for better or worse. (481)

「萌え」についてはオタクの間ではすでに定着していたものが、ライトオタク層が秋葉原に闊歩し、これをメディアが取り上げたことで、2005 年には流行語大賞にもノミネートされるなども動きもあったことも忘れてはならないだろう。

### (80) 清水信一『ル・オタク　フランスおたく物語』(2009)

清谷信一は『ル・オタク　フランスおたく物語』(講談社、2009 年 1 月)を出版する以前の 2007 年 7 月 6 日～8 日のパリで開催された第 8 回ジャパンエキスポを取材し、その様子が 1 ケ月後の「8 万人動員！世界最大規模のイベント開催『おたく文化』はなぜフランスで隆盛なのか」(2007)で発表されている。ジャパンエキスポは 1999 年の第 1 回では約 3 千人でスタートし、この第 8 回では 8 万人を動員した。フランスでは何故日本のマンガ／アニメ

が受け入れられるのだろうか。それには2つの理由があると言う。

…まず第一に大人向けＢＤ（バンド・デシネ）が多数出版されている伝統があったことが挙げれる。…

第二に80年代半ば、ＴＶ放送の規制緩和でＴＶ局が増え、日本製アニメが大量に放送されたことである。多局化、民間放送局の参入といっても番組を大量に作れるプロダクションは存在しなかった。そこで外国、主として米国から番組を買い付けていのいでいたのだが、フランスやラテン系の国々では米国で放送された日本アニメを大量に買い付け、子供用に放映した。

これが子供達に大人気で、フランスの放送局は直接日本からアニメの買い付けを始め、大量の日本アニメが放映された。一時期、子供向けの番組の90%以上が日本製アニメで占められていた。…

80年代末から90年代前半にかけて「ドラゴンボール」(その後編の「ドラゴンボールZ」含む)、「セーラームーン」という大ヒットが生まれたが、その後地上波からはアニメがほとんど姿を消し、以後は主としてケーブルや衛星TVやDVDなどで放送ないし販売されている。(482)

その後、『ル・オタク　フランスおたく物語』(2009)の中で清谷はロンドンとフランスでの日本のマンガ／アニメがどのように伝えられているのかを紹介している。

日本のメディアでもたびたび紹介されているように、海外で日本のオタク文化、すなわち、マンガ、アニメ、ゲームなどが熱心なファンを獲得している。しかし、その受け入れられ方、伝播のなされ方は国や地域によって大きく異なっている。(483)

また、1990年にロンドン留学した時のことを紹介している。

彼らとの交流を通じて、オタク文化は世界に伝播し、受け入れられるだろう

と考えていた。またオタク文化を通じて現代の我々日本人の、等身大の文化や考え方が理解されるだろう、それは日本にとって大きなアセットになるだろうとも確信していた。(484)

オタク文化が世界でのように伝播し、その状況については次のように述べている。

確かにオタク文化は海を越え、ある意味普遍的な文化として世界に伝播していった。結果として現代の日本人とその考え方や、文化、人生哲学がより深く、外国に伝わっている。そのお陰でかつてのような無知や偏見に基づく日本叩きは激減しているといっていいだろう。

また一神教的に白黒つけたりするのではなく、お互い様、どこかで手を打ちましょう、和をもって尊しとする、といった日本的なトラブルの解決法や、メンタリティも伝わっている。これはぜひとも世界に広げるべきである。

かつて日本人の多くは欧米や白人にコンプレックスを持っており、思想も文化も舶来物をありがってきた。だが現在はそのような考え方は減ってきている。これはオタク文化が尖兵となって、日本文化や日本文明が世界的に受け入れられている現実がその背景にあると思う。また日本人はもっと日本人として自信を持つべきだ。(485)

フランスにおける日本アニメの浸透度はよく取り上げられるところである。フランスにおける日本のマンガ／アニメやオタク文化の受容についていくつかの資料を紹介しておきたい。フランス生まれのジュリアン・ヴィグ(Julien Vig, b.1982)は「アニメの国は安全な国だった」(2010)の中で次ように述べている。

フランスでも、日本のように5つから6つのテレビチャンネルがあります。

そのなかで、日本でいうNHKのような存在のTFIというネットワークでは、水曜日と土曜日、また時には日曜日に、朝の番組で四時間ほど子供向

けのアニメを放映していて、視聴率50%以上を記録する番組もありました。フランスでは、フランスをはじめ、アメリカ、日本など、さまざまな国のアニメが放映されていましたが、そのうちの半分以上が日本のものだったと記憶しています。そのなかでも、最もフランスで成功したものは、「ドラゴンボール」でしょう。(486)

フランスは歴史的に見ても、ヨーロッパでもいち早く日本文化に触れ、影響を受けたことはアニメの定着に無縁ではなかっただろう。古くは葛飾北斎の浮世絵等が伝わり、まずは美術においてジャポニスムという影響を受けた。幕末においては、アメリカ、イギリス、フランスは常に日本と関わり、明治維新における日本の西欧化を流れではフランスの影響は少なくない。さらに、戦後の日本においていち早く文化交流を行ったのはフランスであったことを考えると、フランスにおけるアニメの流行はこれまでの日仏交流と無縁であったと考える方が不自然であろう。フランスのオタク文化の普及振りについては、「オタク文化の大攻勢　アニメ・お笑い・スシ　今ニッポンがかっこいい！」(2006)に端的に紹介されている。

フランス人のあいだで最も有名な日本人は「タケシ」かというと、さにあらず。答えは「トリヤマ・アキラ」。「週刊少年ジャンプ」誌上で空前の大人気作となった漫画「ドラゴンボール」の作者、鳥山明である。

北野武作品の新作DVDが発売されること自体がニュースになるほどのフランスではあるが、それ以上に「マンガ(manga)」への関心は高い。フランスのマンガ市場では日本の作品が42%のシェアを占め、その売り上げは日本に次ぐ規模といわれる。

フランス人の「オタク」数万人が毎年集まってコスプレを披露する「ジャパン・エキスポ」を奇異な目で見る人がいるのも確かだが、主要週刊誌では「コスプレーヤーたちはふざけて参加しているわけでも、おとなになりたくないというピーターパンの役回りを演じているわけでもなそうだ」（レクスプレス06年7月20日号）と理解を示し、「マンガは、米国に次ぐ文化発信国である日本の〝ソフトパワー〟となった」（ル・ポワ

ン同日号）と断じている。[487]

ここでは清水信一『ル・オタク　フランスおたく物語』(2009)に拘らずにフランスにおけるマンガ／アニメの受容についても取り上げている。

### (81) 吉本たいまつ『おたくの起源』(2009)

吉本たいまつ『おたくの起源』（NTT 出版、2009 年 2 月）のおもな内容は次の通りである。

序　章　おたくの起源
第１章　母体としての SF
　　１　「SF」というジャンルの形成
　　２　SF の浸透と拡散
　　３　SF ブームの到来
第２章　マンガ文化の発展とコミックマーケットの成立
　　１　戦後マンガの動き
　　２　若者向けマンガの登場
　　３　日本漫画大会からコミックマーケットへ
　　４　コミックマーケットの拡大
　　５　コミックマーケットの意義
第３章　特撮・アニメファンダムの形成と商業メディアの成立
　　１　はじまりとしての特撮ファンダム
　　２　アニメファンダムの成立
　　３　アニメジャーナリズムの成立
　　４　雑誌の持つ意義
第４章　おたくの誕生
　　１　DAICONⅢの「マクロス」の衝撃
　　２　DAICONⅣとガイナックスの成立
　　３　おたくの誕生

4　おたくの定着

終　章　現在に響くもの

1　おたくの文化のその後

2　バブル的価値観との軋轢

3　現在との相違点と共通点

4　今に伝える影響

章立て構成を見れば一目瞭然であるが、「おたく」の誕生以前には「SF」が果してきた役割は大きく、その内容はやがてマンガ、アニメに取り込まれていく。ここでは特に「おたく」の定義等に注目しているため、「序章」「第4章」「終章」に取り上げておきたい。

「序章　おたくの起源」では次のような文章があるので紹介しておきたい。

> 一般的におたくというと、「ある特定の趣味や楽しみ方や傾向性を持った人々」であると考えられる。また「おたくについて語る」ことは、多くの場合「おたくという人々について語る」ことになっている。しかし、ジャンルとしてのおたくの形成にも注目する必要があるのではないだろうか。「おたくジャンル」は、1970年代から本格化するメディア、経済、政治、文化などの社会状況の変化によって、歴史的に形成されてきた。そしてその形成は急速であり、ジャンルが形成されたあとはコンテンツが急激に増大し、社会的存在感も急速に増すことになる。まさにビッグバンのように「おたくジャンル」は現れたのである。それは1980年代の他の文化にも影響を与えた。また「おたくジャンル」は、特に男性に対して強い求心力を持っている。その求心力が新たな若い世代の男性を呼び込み、おたくと自認する人々が再生産されていく。それになにより、「おたくジャンル」は、男性向けの「おたく文化」において、現在でも圧倒的に支配的な様式になっており、それを楽しむ男性たちの嗜好・思考・志向と行動に、大きな影響を及ぼしているからである。(488)

なお、著者の吉本は女性向けの「おたくジャンル」を認めながらも、『おたくの起源』では男性のみの内容に絞るとしている。

吉本は「おたく」の誕生以前に「おたく的楽しみ方」を全国的に広めていったものとして『宇宙戦艦ヤマト』（1974、TV アニメ放映開始）に注目している。

> 「おたく的楽しみ方」を全国に広めていったのは、アニメ雑誌と投稿雑誌だった。アニメ雑誌を作る母体になった人々は、1974 年に放送されたテレビアニメ『宇宙戦艦ヤマト』に衝撃を受けた若者たちだった。彼らはアニメファンダムを作り、ファンジンを作って、その衝撃を表現していった。当時アニメを愛好する若者は増えていたが、アニメについての情報は非常に少なく、激しい情報飢餓感があった。そこでアニメファンダムの人々が作った記事や冊子は熱狂的に受け入れられ、急速にアニメジャーナリズムとアニメ市場が成長していく。(489)

さらにおたくの起源について次のように述べている。

> もうひとつの「おたくの起源」となったのは、ビジュアル文化である。1960 年代までは、文化といえば活字が中心であった。映画、マンガ haftara、それ以外のビジュアル文化は少なかったのである。当時の文化を楽しんでいた人々は、活字から想像力を羽ばたかせていた。しかし 1960 年代中頃～80 年代にかけて、特撮、アニメ、マンガなどの視覚に訴える文化が急速に拡大し、ビジュアル中心に楽しむ世代が現れてくる。こうした新しい世代のファンたちは、活字世代のファンたちと違ったものを求めるようになるし、楽しみ方も違ってくる。そこに「おたくジャンル」が成立する大きな契機が生まれる。(490)

このあとで「おたくの定義と使い方」という小項目があり、次のような定義が示されている。

現在、おたくという言葉は、非常に広い意味で使われている。ある趣味に熱中、集中している人を「○○おたく」と呼ぶのは、一般化した用法である。またおたく的と考えられているジャンルはマンガ、アニメ、ゲーム、特撮、ミリタリー、鉄道などと非常に幅広い。それにおたくには男性もいれば女性もいるし、ジャンルについても男性向け、女性向けがある。現代のおたくは非常に幅広く、多様であるが、おたくというまとまりで認識されている。それは「おたくジャンル」形成の前提となった「おたく的な楽しみ」を共有しているからである。(491)

次に「第4章　おたくの誕生」を見ておきたい。

すでに1970年代末から、アニメ雑誌の登場によって「おたく的楽しみ方」は全国に広まっていた。またそれと同じ頃に、「アニメファン」と呼ばれる／自認する人々が現れていた。そうした人々が「おたく」へと決定的に転回していくのが、1981年のDAICONⅢと82年のアニメ『超時空要塞マクロス』であり、「おたく」が定着したのが1983年である。ただ前に、「(活字) SFファン」と「アニメファン」の分離が進行していた。それはっきりするのが、「ガンダムはSFか論争」である。

発端は『OUT』1980年4月号に、スタジオぬえに所属し、すでに『クラッシャー・ジョウ』などでSF作家としても知られていた高千穂遙が、「ガンダムは3話まではSFと言えたが、5話以降はSFと言えない」という趣旨の発言をしたことによる。1980年6月に発売された『ロマンアルバム　機動戦士ガンダム』(徳間書店)、『OUT』1981年号でも「ガンダムはSFとしては失格である」、「富野監督をはじめとしたスタッフはSFをわかっていない」という発言が現れる。『OUT』1981年3月号では高千穂遙と富野喜幸監督の対談が行なわれ、富野は「ガンダムはSFではない」ことを認め、SF性よりもドラマを重視していたと述べる。(492)

「『おたく』という言葉の誕生」では「おたく的楽しみ方」からの時代から1983年までを簡単にまとめて次のように述べている。

1970年代までは、「おたく文化」は広い意味でのサブカルチャーのなかのひとつだった。ジャンルの境界は未分化で、特撮、アニメ、マンガ、SFなどの相互越境は当たり前だった。一方「おたく的楽しみ方」は雑誌を通じて全国に広がり、アニメファンという層を作り出していた。そうした状況の中でおたくという存在を明らかにしていったのは、「おたくジャンル」の成立、つまりDAICONⅢのオープニングアニメと、『マクロス』の登場だった。もうひとつ大きな役割を果したのは、「おたく」という言葉ができたことである。

「おたく」という言葉が始めて使われたのは、『漫画ブリッコ』1983年6月号の中森明夫による記事「『おたく』の研究① 町には『おたく』がいっぱいであった。その後7月号に「『おたく』の研究② 『おたく』も人並みに恋をする？」が、8つ記号に「おたく地帯に迷いこんだ」（原文ママ）が掲載される。(493)

この中森の始めた連載の12月号の江冶ソン太の文章についても注目しているので紹介しておきたい。

12月号には、江冶ソン太なる人物が「『おたく』の研究―総論」と言う文章を載せている。おたくの特徴は「大人になりたくない」ことにあるという。精神的な面での、総合的な成熟を断っている。人間いつまでもモラトリアムを続けることはできないし、いろいろな軋轢をくぐり抜けて大人になりながらも、こころだけは子どもでもいられる道もあるのだから、未熟と固着から抜け出してはどうかと結んでいる。(494)

本書では「おたくのジャンル」について、その特徴についても次のように整理している。

① 男性を惹きつける力が多いので、広く共有される。アニメを中心に、マンガ、特撮、後にはゲームでも、強い求心力を持つジャンルとなって

いく。

② テレビ番組が強力な媒体となるが、雑誌でも重要な媒体となる。『アニメージュ』などのアニメ雑誌は、おたくが好む要素を強調・増幅して伝える。また『ファンロード』『OUT』などの投稿雑誌では、パロディや投稿という形で作品の魅力が伝わる。

③ 「おたくジャンル」に含まれるものはアニメ、マンガ、特撮、ゲームだけではない。また内容も多様になっていく。文学的なものや内省的なものも現れてくるのである。それはおたくジャンルが強い求心力を持ち、市場を広げるたため、ジャンルの中心以外の多様性を持つだけの余裕ができたからである。

④ 領域越境性が高い。メディアミックスが行われるおうになることと関係するが、アニメだけでなくマンガ、ゲーム、小説なども一緒に楽しまれ、消費されるようになる。(495)

また、オタクのもつ後ろめたさについても次の4点をあげている。説明も掲載されているが、ポイントのみここでは紹介しておきたい。

① 子ども文化を愛好すること。
② 恋愛との距離があること。
③ おたくジャンルを卒業せず、ずっと楽しみ続けていたいと考えていること。
④ 過剰な方向＝「ダメ」な方向へと向かっていく。(496)

「おたくの定着」についても興味深い指摘がある。

1983年におたくはジャンルとして急速に成立し、自らをおたくだと考える人、一定の文化コードを共有する人も現れはじめていた。1984年にはそれを象徴するような、3本の映画が公開される。(497)

3本の映画とは次の通りである。

押井守監督『うる星やつら２　ビューティフル・ドリーマー』（1984 年 2 月公開）
宮崎駿監督『風の谷のナウシカ』（1984 年 3 月）
石黒昇・河森正治監督『超時空要塞マクロス　愛・おぼえていますか』（1984 年 7 月）

この 3 作品については次のように述べている。

> この 3 作品が同じ 1984 年に公開されたのは、確かに偶然の一致かもしれない。しかしそこに描かれる空気、雰囲気は、明らかに当時の若者のうち、「おたくジャンル」を楽しむ若者の心性を、色濃く反映していた。（498）

吉本は中森明夫の「おたく」、岡田斗司夫の「オタク」とも異なったおたく観を持っていることを序章の中でも述べている。（499）宮崎勤の死刑が執行されたのが 2008 年 6 月であり、2009 年という出版の時期はおたくがナイマス的なイメージで、どこか社会から忌み嫌われた呪縛から解き放たれ、改めておたくを考える時期となった背景もあるかもれない。ちなみに、「おたく」の表現に拘った大塚英志『「おたく」の精神史―1980 年代論』（2004）もあり、この表記についてもそれぞれの立場で異なっている。

### (82) 山中智省「『おたく』誕生―『漫画ブリッコ』の言説力学を中心に―」（2009）

山中智省「『おたく』誕生―『漫画ブリッコ』の言説力学を中心に―」（『横浜国大　国語研究』第 27 号、横浜国立大学国語・日本語教育学会、2009 年 3 月）のおもな内容は以下の通りである。

■はじめに

■1　中森明夫「『おたく』の研究」
■2　差別用語として認識された「おたく」
■3　「おたく」をめぐる大塚英志の編集戦略
■4　自虐する「おたく」の登場と編集部の啓蒙活動
■おわりに

「はじめに」では「おたく」という言葉について冒頭で次のように述べている。

「おたく」という言葉は2000年以降、『電車男』の大ヒット（2004年～2005年）やいわゆる「萌え」ブームなどを通じて急速に一般化し、現在では日本のサブカルチャーを代表するキーワードの一つとして認知されるまでになっている。こうした状況のなか、アカデミックな研究の場で、「おたく」が扱われることも増え、社会学をはじめとする様々な学問領域で研究が行われている。文学研究においても例外ではなく、近年ではライトノベルと呼ばれる小説の読者層として「おたく」が論じられたり、「国文学　解釈と教材の研究」（2008年11月、學燈社）で「「萌え」の正体」という特集が組まれるなど、注目される機会が増えている。(500)

本論文では『漫画ブリッコ』に掲載された中森明夫「『おたく』の研究」の背景が取り扱われている。

「『おたく』の研究」連載冬至の「漫画ブリッコ」の読者は、読者投稿欄によると、17歳を中心としたロリコン漫画に興味にある高校生、大学生であり、8割は男性である。一方、中森が「おたく」に見出した特徴の一つん、「男性的能力が欠如」しており、「二次元コンプレックス」か「ロリコン」になるというものがある。この指摘からも分かるように、中森が「おたく」と規定した存在は「漫画ブリッコ」の読者とイメージが一致する。それを見越してか、第1回では読者に向かって「ところでおたく、『おたく』？」と挑発的な疑問を投げかけている。中森の「おたく」蔑視は、彼の文章の中ので仮定された「おたく」だけでなく、「漫画ブリッコ」の読者にも及んでいるの

である。(501)

「おわりに」では次のようにまとめている。

中森によってはじめて活字化された「おたく」は、「女が出来ない」と「おたく」を蔑視することで、メジャーカルチャーに属する自己規定しようという中森の意図が窺えるものであった。中森によって「おたく」とされた「漫画ブリッコ」の読者は、差別だと反発する者がいる一方、描写された「おたく」像を自らに当てはめることで自虐的な態度をとる者もいた。この時点で、「おたく」には差別用語と自虐用語という２つの捉え方があったことが分かる。中森の「おたく」蔑視を一方的な差別と受けとった大塚は、編集者としての「力」を駆使し、「おたく」を差別用語として認識させるための編集戦略をとった。同時に、自らを「おたく」と自虐する読者に対する戒めも行っていた。このような「漫画ブリッコ」内部における「おたく」をめぐる言説の展開は、後の「おたく」言説に大きな影響を与えていくことになるのである。(502)

なお、注釈では「おたく」の定義が示されている。

「おたく」の定義については、現在も多くの議論が行われている。しかし、本研究では「おたく」の定義付けをその目的としているわけではないため、この問題は保留する。なお、本稿での「おたく」の定義は、岡田斗司夫『オタク学入門』（1996 年 5 月、太田出版）や東浩紀『動物化するポストモダン オタクから見た日本社会』(2001 年 11 月、講談社現代新書）などを参考に、便宜上「アニメ、マンガ、ゲームといった特定の趣味や分野に傾倒している個人、あるいは集団」と設定し、表記は「おたく」とした。(503)

なお、この論文は横浜国立大学学術情報リポジトリで公開されている。

## (83) 田川隆博「オタク分析の方向性」(2009)

田川隆博「オタク分析の方向性」(『名古屋文理大学紀要』第9号、名古屋文理大学、2009年3月）のおもな内容は以下の通りである。


1　はじめに
2　オタクとは誰（何）か
2－1　オタクの定義とセクシュアリティ
2－2　二次創作消費
2－3　「萌え」の特質
2－4　オタクの自己言及
3　オタク論で議論されてこなかったこと
3－1　オタク文化のジェンダー的非対称性
3－2　なぜ彼らはオタクなのか
4　課題の整理


「論文要旨」は次の通りである。

オタク文化の市場規模が大きくなり、海外でも注目を集めている。多くの若者はオタク系のイベントに集まる。オタク文化への言及も非常に多くなっている。本稿の目的は、オタク論の論点を整理し、課題を抽出し、研究の方向性を見出すことである。本稿では、オタクの行動や態度に着目する。オタクは、セクシュアリティ、二次創作、「萌え」、自己言及という特徴がある。これまでのオタク論では性別の違いについてあまり自覚的でなかった。今後は、性の違いを認識すること、その上でオタクとはいかなる過程を経てオタクになったのかなどを検討していく必要がある。(504)

「はじめに」ではオタク文化について次のように述べている。

インターネット上では多くの同人誌が交換・売買され、まんが、アニメ、ゲームなどを批評したり感想を言い合ったりするサイトが無数に立ち、ファン

によってオフ会が企画されたりしている。好きなキャラクターのコスプレを楽しんだり、好きなキャラクターのフィギュアを制作したり、単に消費するだけでなく、自らが演じたり、制作の側に回ったりすることもある。

今やオタク文化は、メジャーではないかもしれないが、マイナーでもないことは、先に述べたような全国的な広がりやオタク市場の大きさから言っても間違いないだろう。こうしたオタク文化への言及はとどまるところを知らない。多くの論評・批評が書かれ、論じられる。本稿では、そうしたオタク論の論点を整理し、課題を抽出し、研究の方向性を定めることが目的である。特に中心的に検討するのが，東浩紀，斎藤環，森川嘉一郎の三者である。彼らは，多くの論者に参照され、引用されており、オタク論を牽引する役割を担っている。(505)

「2－1　オタクの定義とセクシュアリティ」の中では次のような指摘がある。

趣味に耽溺する人は、従来マニアと呼ばれた。現在、オタクとマニアを分ける議論もあるが、このようなオタクとマニアの分類はステレオタイプに基づいた印象 論が多い。たとえば、マニアは収集癖があるが、「オタクは必ずしもコレクターではない」[6] という議論が あるが、実際には、オタクも収集癖がある。後でも述べるように、キャラクターグッズなど、自分の好きな ものを収集したりする。近年は、「マニアの語を含みこむような語としてオタクが機能している」[7] という指摘にも見られるように、その間を明確に区分することは難しいだろう。ここでは、オタクの方が用語として新しいこと、マニアにはオタクほどのネガティブイメージが付与されてこなかったこと、近年はオタクの語でマニアをも含むような使われ方をすることなどを 確認しておく。(506)

6）は斎藤環『戦闘美少女の精神分析』（太田出版、2000 年）、7）は
樫村愛子「日本の「オタク文化」はなぜ世界的なものとなったのか」（『愛知大学文学論叢』第 136 号、2007 年）からの引用である。

「2－2　二次創作消費」では虚構重視に注目している。

オタクは、まんが、アニメ、ゲームなどの二次元で表現されたキャラクターに感情移入する。そして、彼らにおいては、目の前にある対象がオリジナルかコピーであるかはそれほど重要ではない。オタク系のイベントでは、まんが、アニメ、ゲームなどのキャ ラクター商品が大量に売買される。アマチュアベースであるが、プロや企業も参加して、さまざまな商品が取引される。コミケなどのイベントで取引される商品の多くは二次創作と呼ばれるものである。二次創作とは、原作となったまんが、アニメ、ゲーム、ライトノベルなどからキャラクターを借り、それをまったく別の物語に作り直した同人誌や同人ゲームを作ったり、フィギュアやポスター、カードなどを作ったりすることである。東は、オタク系文化において模倣や引用が多用され,オリジナルとコピーの区別が消え、中間形態としてのシミュラークルが増殖していく事態をオタク文化のポストモダン的特徴だと指摘する[15)]。そのようにして作られる二次創作はしばしば性的表現を（ときには過激な内容を）含みこむ。オタクたちはそうした虚構にセクシュアリティを感じる。(507)

15)は斎藤環『戦闘美少女の精神分析』（太田出版、2000 年）のことである。オタクがメインではなくマイナーなものに目を向けるものとしている。

オタクたちがA級アイドルよりB級、C級アイドルを愛好するのは、売れている「みんなのアイドル」より、売れていないがゆえの「自分だけのアイドル」への愛着があるからではないか。アイドルはどんなファンでも絶対的に承認してくれる。そして、売れていないほど、イベントやオフ会で直接コミュニケーションがあり、「個」としての自分が承認されるという（擬似的にでも）感覚をもちやすい。よって、売れていないがゆえに「自分だけの虚構」を保持したり実感するのが容易であり、こうしたオタクたちの態度や感性が、マイナーなアイドルを支えているのではないだろうか。(508)

「２－４　オタクの自己言及」については示唆に富む指摘がある。

戦後、多くの言葉が若者を特徴付ける語として生まれた。太陽族、しらけ、竹の子族、新人類、コギャル.... 若者を特徴付けるそれらの語は、若者自らが自分たちを指す言葉として用いることがほとんどなかった。サックスは、「ティーンエイジャー」と「ホットロッダー」という二つのカテゴリーを比較し、「ティーンエイジャー」というカテゴリーは大人が管理するカテゴリーであるが、「ホットロッダー」は自分たちのカテゴリー、すなわち自己執行カテゴリーだと指摘する[31]。そして大人に押し付けられたカテゴリーに対抗するものとして、自分たちでカテゴリーを管理し、自分たちのカテゴリーを使用する。若者に与えられた多くのカテゴリーは、サックスが言うように大人が与えたカテゴリーであって、若者たちが積極的に自らを表す言葉としては使われてこなかった。しかし、オタクは、当のオタクたちによって用いられ、自らをカテゴライズする言葉となっている。オタクという用語は、中森明夫が 1983 年に初めて使い、それが広がったという捉え方が定説になっている。オタクとは大人が作り、使った（それもややさげすむ意 味を込めて）カテゴリーであったが、それが自らを語るカテゴリーとして定着したという点は、オタクという語の特徴となっている。(509)

31)とはSacks, Harvey, Hotrodder. “A Revolutionary Category”（G.Psathas, editor. *Everyday Language: Studies in Ethnomedhodology*. Irvington Publisher, 1979)／山田富秋・好井裕明・山崎敬一編訳『エスノメソドロジー――社会学的思考の解体―』（せりか書房、1987 年）のことである。

なお、近年のオタク論で不足していることへの言及がある。

近年のオタク論において、女性について論じてこなかったことへの反省や、わからないという自覚は見られ[注8)]、またオタク女性の当事者たちから近年ようやく女性についての論評が書かれるようになってきた。オタク女性が自らを「腐女子」と呼ぶのは、自分たちが「腐っているらしい」と自嘲的に言い出したことか ら生まれたという[39)]。しかし，それは単に自嘲的に自らを劇画化して捉える言葉ではなく、楽しさの演出も見られる。彼女たちは、自らが腐女子であることを日常的には隠しつつ、腐女子仲間や腐女子が集う

サイトでは楽しげに振舞う。腐女子たちには「攻め」「受け」の二元論[注9)]で」何でも論評する遊びがあり、こうした 遊びは男子オタクには見られない。これまで男性論が中心であったが、今後は女性のオタクの行動論や感受性論などが論じられる必要があるだろう。その上で、男女の類似性や差異について考察される必要がある。(510)

注8、注9は斎藤環『戦闘美少女の精神分析』(太田出版、2000年)のことである。39)は杉浦由美子『腐女子化する世界―東池袋のオタク女子たち―』(中公新書ラクレ、2006)のことである。

### (84) 金田一「乙」彦・編『オタク語事典』(2009)

金田一「乙」彦・編『オタク語事典』(美術出版社、2009年5月)の著者の金田一「乙」彦とはペンネームである。奥付では成松哲、ぬのまる、和智永妙といったライターが編著者として記載されている。なお、英語タイトルとして“Encyclopedia of the Otaku Terms”とある。

本書の内容については「はじめに」で次のように紹介されている。

最近の若い世代の言葉遣いには、大変難解なものや新鮮なものがたくさんあふれています。女子高生などを中心にもてはやされている「ギャル語」「KY語」などは、マスコミなどにも注目されてやすいこともあって、それらを解説する多くの書籍が刊行されています。

一方、インターネットやマンガ・アニメなどをこよなく愛する「オタク」と総称される若者たちも、独特の言葉遣いを用いたり、専門用語や定型文を使うなどして、独自の言語文化を作り上げています。

インターネットはオタクではない一般の人たちの目に触れやすい空間でもあるので、そこで繁用さえる言い回しなどは、テレビや雑誌などでも「面白い」「目に止まる」ためにとりあげられることも多いようです。ですが、それ以外の言葉はいまいち理解しにくいままになっています。

ネットやオタクの文化というものは、元来閉鎖的・仲間意識が強く働く

場所です。他人から発言を検索されないように、伏せ字や隠語を多用する世界でもあります。最新のテクノロジーや製品などが次々と発表されれば、それらについての話題があっというまに飛び交うようになり、マンガやアニメ、ゲームなどの新作が発表されれば、それらへの愛着を表現すべく自分たちでもマンガやイラストなどを描いて発表しあったりします。そうして仲間内で情報交換をし楽しむことで、密度の濃い趣味の世界を作り上げているのです。(511)

なお、「本書の使い方」によれば、「この事典には約 440 個にもおよぶオタク語を収録、その意味をわかりやすく解説しています」(512) とある。分野毎に分類され、語の定義がなされている。

オタクとは
ネット　インターネットの分野でよく使われる語
コスプレ　コスチュームプレイの分野でよく使われる語
同人誌　自費出版マンガなどの分野でよく使われる語
フィギュア　人形・立体造形物の分野でよく使われる語

なお、巻末付録として「オタク語検定」があり、コラムとして以下の３つが掲載されている。

名セリフ・よくネタにされるセリフ１
名セリフ・よくネタにされるセリフ２
オタクの名所

ここではやはり「オタク」の定義を紹介しておきたい。

特定の趣味に対して多くの時間やお金をかける人のこと。たいていの場合スポーツなどの広く知られた一般的な趣味ではなく、狭義ではマンガやアニメ漫画やゲームなどに愛着を示す若い世代を指すことが多い。

コラムニストの中森明夫が、雑誌『漫画ブリッコ』の連載記事「『おたく』の研究」（1983年6月～12月）の中で言及したものが起源と言われている。大人になってもマンガやアニメなどに強い興味を抱く成人の独身男性に対する、「お宅は？」という二人称を元にしたやや侮辱的な意味合いで使われ始め表現。あまり他人とコミュニケーションをせず自室にこもった趣味に没頭するイメージは、宮崎勤事件で一気に社会的なものとなり、ネガティブなイメージを強めた。

しかしその後、雑誌書籍・ゲームなどが広まるにつれて女性や既婚男性などにも使われるようになり、「インドアな趣味に詳しい人」という意味合いに変化していった。近年ではさらに広義の意味で使われるようになり、ある特定のジャンルに強くて知識をたくさん持っているエキスパート、というポジティブな捉え方をするケースも増えている。

当時は「おたく」とひらがな表記されていたが、最近では「オタク」とカタカナ表記されることが多い。「ヲタク」「ヲタ」などと書き、特定のジャンルに詳しいオタクを「○○オタ」「○○ヲタ」などと省略して呼ぶことも多い。(513)

「腐女子」「やおい」などの項目はあるが、「萌え」の項目はない。なお、続編の金田一「乙」彦・編『オタク語事典２』(美術出版社、2009年7月)でも「オタク」の定義は同一である。また『オタク語事典2』は「萌え」が項目として新たに追加されていることも紹介しておきたい。

### (85) 藤原実『現代オタク用語の基礎知識』(2009)

藤原実『現代オタク用語の基礎知識』（ディスカヴァー・トゥエンティワン、2009年5月）のおもな内容は次の通りである。

Part 1　ネット
Part 2　アニメ
Part 3　ゲーム

Part 4　アイドル
Part 5　オカルト占い
Part 6　宝塚
Part 7　鉄道

見出し語を中心にしたものではなく、分野ごとに用語が整理されたものだ。ここでは「オタク」の定義はなされていない。この用語集が個人によるため、「Part 6　宝塚」などは著者の意向が強く出ているかもしれない。本書の内容については「おわりに」を紹介しておきたい。

我々が現在生きる文明は、オタク心を忘れなかった偉大な人物によって築き上げられてきました。レオナルド・ダ・ヴィンチの偉業も、エジソンの偉業も、アインシュタインの偉業も、本田宗一郎の偉業も、ウォルト・ディズニーの業績も、スティーブ・ジョブズの偉業も、すべてはは、どこかにオタク心を持ち、それを忘れなかった偉人たちによって成し得たものと信じています。

本書は、ネット、ゲーム、アニメ、アイドル、オカルト、宝塚、鉄道の7ジャンルのマニアックな用語を解説してきました。しかし当然ですが、ここで紹介した用語がすべてではありません。各ジャンルにはもっと深遠な世界が待っています。紙幅の都合でその深い世界を取り上げることはできませんでしたが、あなたがどこかのジャンルに少しでも興味を持たれたならば、ぜひその世界にアプローチしてみてください。(514)

### (86) 榎本秋編『オタクの面白いほどわかる本』(2009)

榎本秋編『オタクの面白いほどわかる本』(中経出版、2009年6月)はオタクを10種類に分けて論じている。その内容は以下の通りである。下位項目も少し取り上げておくことでより本書の内容がわかるので、敢えて取り上げておきたい。

はじめに
第１章　最新！オタク概論
　そもそもオタクとは
　　オタクはどうみられているか
　　オタクの定義を採る
　　オタクの精神構造
　　オタクは男だけではない
　　「萌え」とは何か
　タイプ別交際術
　　オタクを４タイプで見る
　オタクのたどってきた歴史
　　オタクの誕生から現在まで
第２章　決定版！オタク事典
　１　アニメオタク
　　概要
　　アニメオタクの歴史
　　アニメオタクの市場
　　[アニメオタクの用語集]
　２　インターネットオタク
　　概要
　　インターネットオタクの歴史
　　インターネットオタクの市場
　　OTAKU extra
　　[インターネットオタク用語集]
　３　ゲームオタク
　　概要
　　ゲームオタク歴史
　　ゲームオタクの市場
　　OTAKU extra
　　[ゲームオタク用語集]

4　マンガオタク
概要
マンガオタク歴史
マンガオタクの市場
マンガ同人誌
[ゲームオタク用語集]
5　パソコンオタク
概要
パソコンオタク歴史
パソコンオタクの市場
OTAKU extra
[パソコンオタク用語集]
6　読書オタク
概要
読書オタク歴史
読書オタクの市場
OTAKU extra
[読書オタク用語集]
7　フィギュアオタク
概要
フィギュアオタク歴史
フィギュアオタクの市場
OTAKU extra
[フィギュアオタク用語集]
8　芸能人オタク
概要
芸能人オタク歴史
芸能人オタクの市場
OTAKU extra
[芸能人オタク用語集]

9　特撮オタク
概要
特撮オタク歴史
特撮オタクの市場
OTAKU extra
[特撮オタク用語集]
10　コスプレオタク
概要
コスプレオタク歴史
コスプレオタクの市場
OTAKU extra
[コスプレオタク用語集]

オタクの定義についてはすでに前述しているのでここでは「オタクの精神構造」について、「オタクを動かす８つの欲求」を取り上げておきたい。(515)

1　消費―金銭・時間・手間
2　収集―優越感と強迫観念
3　創作―オリジナルな表現
4　顕示―語りたい
5　共感―仲間探し
6　帰属―仲間探し
7　自律―特別でいたい
8　集団―グループ形成と同人活動

オタクと言えばよく「根暗」あるいは「ひきこもり」などとも結び付けられて考えられがちであるが、必ずしもそのような短絡的なものでもないことはこれまでにも述べて来た。今やパソコンとインターネットやメディアミックスされたデジタルコンテンツを使いこなすオタクは時代の最先端に立っているとも言えないこともない。本書ではオタクの概念等を単純に整理してまとめている

ことが大きな特徴となっている。

### (87) 折原由梨「おたくの消費行動の先進性について」(2009)

「おたくの消費行動の先進性について」(『跡見学園女子大学マネジメント学部紀要』第 8 号、跡見学園大学、2009 年 9 月）のおもな内容は以下の通りである。

序　章　研究論題設定理由
第１章　目的と問題意識
　第１節　おたくという語の起源と歴史
　第２節　おたくの定義の検討と、本研究における定義
　第３節　おたくは社会認識されつつある
　第４節　おたく市場は拡大する
　第５節　おたくの消費行動の先進性
第２章　おたく文化の広がりと分析
　第１節　コミックマーケットとは
　第２節　コミックマーケットの広がり
　第３節　コミックマーケット参加者数の分析
第３章　おたくと非おたくへのアンケート調査
　第１節　先行研究
　第２節　アンケート方法
　第３節　アンケート結果
　第４節　考察
第４章　マクロ経済データからの分析
　第１節　分析方法
　第２節　分析結果
第５章　実務者へのインタビュー
　第１節　インタビュー方法
　第２節　インタビュー結果

第３節　考察
第６章　結論とまとめ

ここでは特に「オタクの定義」をメインに扱うため、第１章の「第２節　おたくの定義の検討と、本研究における定義」よりその定義を取り上げておきたい。

１　特定の分野や物事に熱中し、そのことにこだわりを持つ。
２　主に学問として体系化されていない分野であること。
３　単に消費することだけでなく、そのことに関する情報を解釈し、発信する。(516)

「２　主に学問として体系化されていない分野であること」とあるが、前置きとして、先行研究を踏まえ、本研究におけるおたくの定義を行うとある。「３単に消費することだけでなく、そのことに関する情報を解釈し、発信する」については、まさにインターネット時代の特徴的な行動である。消費には物品だけではなく、当然、情報そのものも消費の対象と考えられるだろう。

### (88) Patrick W. Galbraith.　*The Otaku Encyclopedia* (2009)

Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia: An insider's guide to the subculture of Cool Japan* (Kodansha International, 2009)は「外国人のためのヲタク・エンサイクロペディア」を附して出版された。著書の Patrick W. Galbraith(b.1982)については本書のカバーに次のように記載されている。

Patrick W. Galbraith is a journalist based in Tokyo.　He specializes in Japanese popular culture and writes regular columns for *Metropolis* magazine, and the Otaku2. com website.

He is a Ph.D. candidate researching otaku at the University of Tokyo and is familiar face in Akihabara, where he gives regular tours of the otaku capital dressed as Goku from *Dragon Ball*.　His writing has also appeared

in *Akiba Today* and *Akibanana*, and he has academic articles upcoming in *Signs*, *Positions*, *Mechademia* and the journal of *Japanese Studies*.（517）

この文章の脇には *Dragonball* の主人公・孫悟空のコスチュームを着た著者の写真が添えられている。*The Otaku Encyclopedia* は単にヲタクだけを扱っているわけではない。ヲタクを軸に外国人から見た現代の日本文化を取り上げている。カバーには以下のような紹介があるので取り上げておきたい。

Are you an otaku? Do you have otaku friends you can't relate to? Then let *The Otaku Encyclopedia* expand your knowledge of the fascinating subculture of Cool Japan. This definitive guide introduces the world of Japan's anime nerds, game geeks, and pop-idol fanboys, with over 600 terms that any fan Japanese pop culture simply must know. *Moé doujinshi, cosplay,* and most importantly *otaku* itself, are clearly explained in a fun yet informative way by a self-confessed otaku who has spent years researching the otaku heartland.

Scattered among the encyclopedia entries are interviews with key otaku like artist Takashi Murakami, otaku expert Okada Toshio, J-pop idol Shoko Nakagawa, and many others entrenched in the world of maid cafés, street-idols, and figure collecting. An essential A-to-Z of otaku culture not to be missed.（518）

「ヲタク百科事典」としながらも、クール・ジャパンを強く意識し、外国人の視点でまとめられている点が評価できよう。

### (89) 浅野智彦「コミュニケーションの失敗／自閉するアイデンディティ」(2009)

広田照幸監修／浅野智彦編著『リーディングス日本の教育と社会』(18 若者とアイデンティティ)（日本図書センター、2009 年 3 月）の中に収録された

論文のひとつが浅野智彦「コミュニケーションの失敗／自閉するアイデンディティ」である。その中で「オタク」について次のように述べている。

> 自閉をもっとよく表現する先端的な現象として注目を集めたのがオタクであった。オタクは、アイデンティティをコミュニケーションの成否の問題として枠づける言説を増殖させるためのいわば触媒として機能した。そのような機能を果たし得たのは、オタクがコミュニケーションの失敗であると同時に、宮台真司が指摘するように、文化類型＝人格類型でもあるという二面性を持っていたからであろう。その二面性ゆえにオタクは、アイデンティティ論の枠組と文化論・社会的性格論からコミュニケーション論へと転換させる蝶番となったのである。(519)

オタク論をコミュニケーション論から述べようとしていることが大きな特徴ではないかと思われる。

### (90) 柳享英『OTACOOL WORLD OTAKU ROOMS』(2009)

柳享英『OTACOOL WORLD OTAKU ROOMS』（壽屋、2009 年 10 月）は HMV&BOOKS の商品説明によれば以下の通りである。

> 「オタク」といわれる人たちの部屋って実際はどのような様子なのだろう？ごちゃごちゃして気持ち悪いのでは？というイメージを持ちがちですが、実際に見てみると意外にもきれいに飾られており、中にはインテリアの一部として参考にしたくなるような部屋もあります。
> 日本だけにとどまらず、いまや世界中で日本の文化として認知されている「OTAKU」。本書は普段はのぞき見ることのできないオタク達のクールでスタイリッシュな部屋の様子を国内外通して眺めることができる書籍です。(520)

邦題は「世界のオタク部屋大集合」。世界各国のオタクの部屋がカラー写真で

紹介されるとともに、メッセージなどの掲載されている。目次には写真を寄せてたオタクの国が列挙されている。

Japan, France, The United Kingdom, Germany, The Netherlands, Sweden, Spain, China, Singapore, Brunei, Malaysia, Israel, Vietnam, Philippines, Australia, United States, Canada, Chile, Peru, Brazil, And More!!!!!!

ここではコメントしてまとまりのものを１つ紹介しておきたい。

OTAKU culture has a thing in common with earthly temptations.
In Buddhism, there is a word called “Bonnou (earthly temptations)”. This points to the “108” desires that is said to distract humans from living right. There are two schools of thoughts regarding the “earthly temptations” in Buddhism. One is become free from it, and the other is to embrace, understand and live along with those desires. It is said, that everyone who can surrender their desires can reach “enlightment”, but on the other hand people can create because of the desires, which exist to form the new world.
The otaku rooms you see here are “earthly temptations” as the world implies.
These room are collection of items as desire has lead them, and shows the possibilily of creating new values.（521）
OTAKU 文化は煩悩に通じる
仏教に「煩悩」という言葉がある。これは人を悩ませる「108」の欲望を指す。そして仏教には、この「煩悩」を巡り全ての欲望から解き放たれることを目指す教えと、全ての欲望をあるがままに受け止め共に歩むことも必要だということもうひとつの教えがある。欲望を捨てきれた人が「悟り」を開く一方で、欲望があるからこそ人間は創造することができ、この世界を構築してきたと教えているのだ。

そんな煩悩を超克し、あるがままを体現しているのがオタク部屋だ。この本に掲載されている世界中のオタク部屋には、煩悩の赴くままに集められたコレクションがあふれ、新しい価値を生み出す可能性が満ちている。(522)

ここに掲載されている部屋をみて、自分の部屋とまるで違い嫌悪感を持つか、違っていても一種の憧れを持つか、単純に「凄い」と思うか、どう感じるかによってまさにオタク度が測れるかもしれない。

### (91) William M. Tsutsui. *Japanese Popular Culture and Globalization* (2010)

William M. Tsutsui. *Japanese Popular Culture and Globalization* (Michigan: Association for Asian Studies, Inc., 2010)の“glossary”に“otaku”が取り上げられているので、その定義をここでは紹介しておきたい。

> *Otaku* is the name given to Japan's notoriously obsessive fans of popular culture. Generally styled as “nerds” as “geeks,” *otaku* are generally assumed in Japan to be socially maladjusted young loners who are unnaturally fixated on some narrow corner of mass culture. The term lacks such pejorative connotations abroad, and American fans of anime and manga proudly call themselves *otaku*. (523)

### (92) 原田曜平『近頃の若者はなぜダメなのか　携帯世代と「新村社会」』(2010)

原田曜平『近頃の若者はなぜダメなのか　携帯世代と「新村社会」』(光文社、2010年1月）のおもな内容は次の通りである。

はじめに
第１章　“読空術”を駆使する若者たち
第２章　知り合い増えすぎ現象
第３章　村八分にならないためのルール
第４章　半径５キロメートル生活
第５章　ちぢこまるケータイネイティブ
第６章　つながりに目覚めた若者ネットワーカー
第７章　近頃の若者をなぜダメだと思ってしまうのか?
謝　辞
「ある男子大学生の《1 週間、全送受信メール》」

「第６章　つながりに目覚めた若者ネットワーカー」には「オタクやガリ勉がお洒落になってきている!?」の小見出しがある。

異人種くっつき現象の別の例として、最近、秋葉原や池袋で取材をしていてよく感じるのが、ファッションを気遣うお洒落なオタクが増えてきたことです。

オタクの方には申し訳ありませんが、オタクといえば、あまり洋服に気を遣わないというのがこれまでの一般的なイメージだったと思います。

しかし、新村社会のオタクは、もちろんファッションに気を遣わない古典的なオタクも存在してはいますが、少なくとも上の世代のオタクと比べると、普通の人と遜色ない洋服を着たり、ときにお洒落な格好までするようになっているのです。

テレビでオタクを特集した番組を見ると、 演出のひとつなのでしょうが、ファッションがダサい、いかにもオタク然としているオタクに意図的にインタビューしていることが多いように感じます。

しかも、こうした番組に出てくるオタクは、中年である団塊ジュニアだったりすることが多いのです。ある意味これは仕方がないことで、ダサいオタクは、若い世代では少なくなっているのです。(524)

また、著者・原田はファショブルになったオタクの友人の事例を次のように紹介している。

その友人は、中学時代は彼と同じダサいオタクだったはずなのに、とてもファッショナブルになっていて驚いたそうです。知らない間に洗練されたその友達は、オタクとしての知識 損も衰えているわけではないのに、それでいてファッションもイケていて、彼の目には人間的にバランスがとても良いように映ったと言います。

そのファッショナブルオタクが入った高校は、偏差値は低かったものの、ファッション

や髪型に関心が高く、ファッションや美容系の専門学校に進学する学生が多いそうで、最初は 毛色の違う高校に来てしまったとなげいていたようですが、徐々にまわりと打ち解けていき、影響を受けていったようです。(525)

ダサいオタクは 1980 年代～2000 年代前半までが象徴的に描かれていたのではないだろうか。テレビドラマ『電車男』(2005～2006) までは若干オタク特有のファッションが登場する。

(526)

しかし、今では日常生活では普通の人と変わらず、趣味時間を過ごす時に大きく変貌するというスタイルになっている。もはや個人主義とも言える範疇になっているとも言える。例えば『ヲタクに恋は難しい』は、学生時代はオタク生活を満喫し、社会人となってからは職場ではオタクを隠し、プライベートの間

ではオタク生活を満喫する登場人物が次々と登場する。コミケに出店するアニオタ、ゲームオタ。アイドルオタにコスプレイヤーと、普段は普通のサラリーマン、OL が実はオタクだったという設定であるが、服装は全く普通である。

（527）

## (93) 前島賢『セカイ系とは何か』(2010)

前島賢『セカイ系とは何か―ポスト・エヴァのオタク史』（ソフトバンククリエィティブ、2010 年 3 月）では「オタク文化」とは次の通りである。

> オタク文化（アニメやマンガ、ゲーム、それからライトノベル、あるいは秋葉原やインターネットなどに代表される、オタクと呼ばれる人々を中心として消費されるコンテンツを、本書ではこのように総称する）（528）

ところで本書のタイトルにもなっている「セカイ系」とは何であろうか。

> セカイ系とは、一般的に次のような要素を持つ作品とされる。
> ・少女と少年の恋愛が世界の運命に直結する。
> ・少女のみが戦い、少年は戦場から疎外されている。
> ・社会の描写が排除されている。（529）

もちろんこれがすべてではなく、前島自身もはっきりしないと述べている。Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia* (2009)では sekai-key anime の定義を次にように表現している。

> World-style ANIME. Stories in which the protagonist's world equals the entire world. Personal emotions and relationships determine the fate of the world; there is no difference between wanting to die and wanting the world to end. Because this outlook is so selfish and immature, these

stories tend to feature young antiheroes.[530]

さて、本書の内容は以下の通りである。

序　章　セカイ系という亡霊
第１章　セカイの中心でアイを叫んだけもの　1995 年－99 年
第２章　セカイっていう言葉がある 2000－03 年
第３章　セカイはガラクタのなかに横たわる　2004 年－06 年
第４章　セカイが終わり、物語の終わりが始まった？　2007－09 年
あとがき
主要参考文献
主要参考作品

前島はこの中で特に『新世紀エヴァンゲリオン』(1995)に注目している。『新世紀エヴァンゲリオン』は『宇宙戦艦ヤマト』(1974)、『機動戦士ガンダム 』(1979) に次ぐ大ヒットアニメであり、その経済効果は 400 億円とも言われている。[531] この『新世紀エヴァンゲリオン』がオタク文化に与えた影響は LD、VHS などの映像ソフトの好調な売り上げがこれまで以上にない記録となったことだ。それまでは、プラモデルや 関連グッズ、キャラクター商品の売り上げが主要であったものが、まさにデジタルコンテンツ時代を象徴するかのように映像ソフトの売り上げにより、ビジネスモデル自体が大きく変わってしまったからだ。[532]アニメ興行ということになれば、1990 年代は『もののけ姫』(1997)がその一位の座についてはいるが、前島によればオタク文化史から見ると、その一位は『新世紀エヴァンゲリオン』であると言う。この時代は、バブル崩壊、1995 年１月に阪神・ 淡路大震災、3 月にオウム真理教による 地下鉄サリン事件などの不安感を与える出来事が続けて起きた。こうした時代背景に『新世紀エヴァンゲリオン』は公開された。

『エヴァ』は、そんな時代を鏡のように写し取った作品とされる。心に傷を抱え人との距離感がわからない少年少女たちの心理面に重点を置いたス

トーリー、ロボット・アニメでありながら、自閉的な主人公がロボットに乗って戦い成長する、というドラマツルギーを拒否する展開。そして、また聖書をはじめ様々な宗教、神話の引用からカルト的とも呼ばれる世界観（一方、オウム真理教というカルト教団は、空気清浄機にアニメ『宇宙戦艦ヤマト』に登場する装置の名を引用するなど、オタク文化からの影響も指摘されていた。(533)

さらに、『新世紀エヴァンゲリオン』がオタク文化へに与えた文化についても前島は次のように述べている。

日本発のマンガ、アニメなどが海外で高く評価されていると報道され、コンテンツ立国、クール・ジャパンなどという言葉が喧伝される中、オタクという語のイメージも、現在では、大分、ポジティヴな意味合いを持ってきている。

しかし、今、多くの人々向けと聞いて連想するのは、綾波レイや惣流・アスカ・ラングレーという美少女キャラクターだろう。実際、ゼロ年代では、オタクの定義自体「美少女に萌えること」となってしまった感ががある。だが、そうした萌えの流行は、『エヴァ』以後に進行した事情であり、あえて概論を述べれば『エヴァ』こそが、オタクの定義をそのように変えてしまったとさえ言える。(534)

本書は『新世紀エヴァンゲリオン』を基点にして新世紀のオタク文化について述べている。

なお、セカイ系については、限界小説研究会編『サブカルチャー戦争―「セカイ系」から「世界内線」へ』（南雲堂、2010年12月）もよい参考となろう。

### (94) 脇坂幸恵『幻根と幻蕾の精神“オタク”女性たちとなりきりメールについて』(2010)

脇坂幸恵『幻根と幻蕾の精神“オタク”女性たちとなりきりメールについて』

は大阪芸術大学に提出された博士論文である。以下は公開されている内容である。

学位授与年月日：2010 年 3 月 23 日
学位：博士（芸術）。

学位規則が改正される以前のものため、インターネット上に全文が公開されているわけではない。なお、学内上の学位の種類は甲博制第 20 号（課程博士）となっている。「制」とは論文ではなく、制作作品による博士の学位ということだろうか。学位審査の概要等は以下の通りである。

学位論文の題目　女のなかの男たち―“オタク”女性と内なる性
作品名　マイ・ファムファタル・クライ（小説）
論文題　幻根と幻蕾の精神　“オタク”女性たちのなりきりメールについて

論文審査委員　主査　客員教授　眉村　卓
　　副査　教授　　山田兼士
　　副査　教授　　阪井敏夫
　　副査　准教授　　市川衛

眉村　卓　主査
〇作品について
まことに現代的なテーマを、概念としてではなく実際的に展開してみせたことを評価したい。従来作者はしばしばアイデアが先走って説得力に欠けるうらみがあったが、現在ではそれを克服して厚みを持つようになっている。ことに本作では、このような世界にうとい読者をも首肯せしめるように、具体的に、充分な分量を以て書いている。
この作品の主人公は、かつて問題児であった。対象である女生徒は現在問題児である。こういった相似た魂は、型として類型的に描かれる場合が多いけれども、ここでは妙にリアリティを持っている。あるいは作者の過去の体験が投影されているのかもしれない。もしそうであれば、昨今の若い書

き手がしばしばおちいるロボットのような人間描写から免れているのも不思議ではない。今後も人間の描き込みにこの呼吸を大切にして欲しいと思う。

〇論文について

この論文は、作品の内容を支えるためのものとして、よく書けていると思う。とはいえみずからの思考をそのまま広げていこうとする傾向が窺えて、これは作品づくりにおける本人の特性の反映であろうが、やや、論文というよりは小説的な感じがしないでもないのは、やむを得ないとするべきか。(535)

博士論文の内容は以下の通りである。

女なかの男たち―“オタク”女性と内なる性―

I　幻根と幻蕾―“オタク”女性たちの肉体―

序

幻の肉体

「幻肢」について―『脳のなかの幽霊』

「幻のペニス」

ボーイズ・ラブの肉体

非実存の肉体

絵空事と現実という対比

イメージと言葉は身体に結びつく

鏡像段階

象徴界

虚勢と無意識

身体と結ばれた言葉

「なりきりメール」の肉体

第二のペルソナ
ゲームの中の肉体
「半ナリ」と「完ナリ」
Aセクシャル、バイセクシャル
幻根と幻蕾の肉体
強烈な快楽
カップリング
「幻の肉体」を持つ人々

Ⅱ　幻根と幻蕾の恋愛―“オタク”少女たちの精神―
インターネットというツール
「どこにでもある」ということ

第二の問題
人間の無意識と「元型」
シャドウ（影）
アニマとアニムス
「なりきりメール」を追う―理想の男性像を投影する―
恋愛以外の機能
キャラクターの生死
「萌える」ことの価値

**(94) 鏡裕之『非実在青少年論』(2010)**

鏡裕之『非実在青少年論―オタクと資本主義』（愛育社、2010 年 6 月）のおもな内容は以下の通りである。

序　章　非実在青少年
第１章　性の多様性
第２章　ＳとＭの真実

第3章　性的嗜好とメンタリティ
第4章　傷つく男らしさ
第5章　オタクと資本主義
第6章　21世紀の魔女狩り
あとがき
参考資料

書名になっている「非実在青少年」と聞いて何のことかわかる人は、このオタク文化にかなり関心の高い人だろう。もちろん、表現の自由、青少年の教育に関心を持たれている方もいれば、コミケなどに同人誌を販売する人まで、広範囲にわたる。

「序章　非実在青少年」には次のように説明されている。

> 非実在青少年は、漫画やアニメの中のヒーローやヒロインです。アニメや小説の世界にしか住んでいません。もちろん戸籍も保険証番号もありません。現実世界に躍り出して誰かを強姦するということもありません。
>
> けれども、漫画であれドラマであれ、絵（映像）が入っている作品すべてについて、非実在青少年のセックスが肯定的に描かれていたらアウトにしよう―そんなことが東京都の条例に盛り込まれ、実現されようとしているのです。（536）

問題となっているのは1964年8月1日に制定された東京都青少年健全育成条例の改正案である。

2010年2月24日から始った東京都議会に東京都青少年の健全な育成に関する条例の一部を改正する条例改正案が提出された。ここでは「非現実青少年」にかかわる部分のみ取り上げることとする。

第7条（図書類等の販売及び興行の自主規制）
図書類の発行、販売又は貸付けを業とする者並びに映画等を主催するもの及び興行場（興行場法（昭和二十三年法律第百三十七号）第一条の興行場をい

う。以下同じ。）を経営する者は、図書類又は映画等の内容が、次の各号のいずれかに該当するものと認めるときは、相互に協力し、緊密な連絡の下に、当該図書類又は映画等を青少年に販売し、頒布し、若しくは貸し付け、又は閲覧させないように努めなければならない。

一　青少年に対し、性的感情を刺激し、残虐性を助長し、又は自殺若しくは犯罪を誘発し、青少年の健全な成長を阻害するおそれがあるもの。

二　年齢又は服装、所持品、学年、背景その他の人の年齢を想起させる事項の表示又は音声による描写から十八歳未満として表現されていると認識されるもの（以下「非実在青少年」という。）を相手方とする又は非実在青少年による性交又は性交類似行為に係わる非実在青少年の姿態を視覚により認識することが出来る方法でみだりに性的対象として肯定的に描写することにより、青少年の性に関する健全な判断能力の形成を阻害し、青少年の健全な成長を阻害するおそれがあるもの。

この条例案は6月に否決され、その後、改正案が11月に提出され、12月に可決され、現行となっている。

第7条（図書類等の販売及び興行の自主規制）

図書類の発行、販売又は貸付けを業とする者並びに映画等を主催するもの及び興行場（興行場法（昭和二十三年法律第百三十七号）第一条の興行場をいう。以下同じ。）を経営する者は、図書類又は映画等の内容が、次の各号のいずれかに該当するものと認めるときは、相互に協力し、緊密な連絡の下に、当該図書類又は映画等を青少年に販売し、頒布し、若しくは貸し付け、又は閲覧させないように努めなければならない。

一　青少年に対し、性的感情を刺激し、残虐性を助長し、又は自殺若しくは犯罪を誘発し、青少年の健全な成長を阻害するおそれがあるもの。

二　漫画、アニメーションその他の画像（実写を除く。）で、刑罰法規に触れる性交若しくは性交類似行為又は婚姻を禁止されている近親者間における性交若しくは性交類似行為を、不当に賛美し又は誇張するように、描写し又は表現することにより、青少年の性に関する健全な判断能力の形成を妨げ、

青少年の健全な成長を阻害するおそれがあるもの。

こうした決議に対して「21 世紀のコミック作家の会」が「東京都青少年育成条例の改定案可決に対する抗議声明」（2010 年 12 月 22 日）として次のように発表した。ここでは一部を取り上げる。

私たち（社団法人日本漫画家協会・２１世紀のコミック作家の会・マンガジャパン）は、東京都議会が平成２２年１２月１５日、「東京都青少年の健全な育成に関する条例」の改定案を可決したことに強く抗議します。改定案は、漫画・アニメと、規制対象となる表現方法を限定したものであること、漠然・不明確な要件によって漫画家の創作活動を萎縮させる恐れがあること、及び、可決に至るプロセスに問題があることから、到底、容認できるものではありません。

まず、「著しく不当に賛美し又は誇張」という文言は一読してどのような場合をいうのか明らかでなく、６月の議会で否決された改定案以上に表現の自由を侵害する恐れがあります。これに対し、都は「描くこと自体を妨げることはないのだから表現の自由を侵害することにはならない」などと反論していました。しかしながら、仮に不健全図書に指定された場合には、当該図書の販路が著しく狭められることになり、漫画家が性表現の問題にかかわる独自の着想を得たとしても、条文が曖昧・不明確であるがゆえに、本来であれば問題のない場合であったとしても「もしかしたら指定されるかもしれない」と考え、表現活動を自粛してしまう強い恐れがあるのです。(537)

インターネット上の「時事用語辞典」では中野晴行「非実在青少年[Nonexistent Youth]」（2011/02）として以下のように説明している。

2010 年 3 月に東京都議会で提案された「青少年の健全な育成に関する条例」（「青少年健全育成条例」）の改正案で、規制されるべき対象とされたマンガ、アニメ、映画、小説、ゲームなどの創作物における未成年の登場人物のこと。同改正案では「年齢又は服装、所持品、学年、背景その他の人の年齢を想起

させる事項の表示又は音声による描写から十八歳未満として表現されていると認識されるもの」と定義。非実在青少年を「みだりに性的対象として肯定的に描写したもの」を規制することを盛り込み、作中で成人と設定されている場合でも、見た目が未成年なら規制の対象になるとしていた。これに対して、規制対象があいまいで、このままでは憲法に保障された表現の自由が阻害される、としてマンガ家や出版社、マンガファンなどが反発。3 月議会では継続審議とされ、6 月議会では最大会派民主党などの反対でいったん廃案となったが、「非実在青少年」という表現をはずした修正案が 12 月議会に提出されると、今度は民主党が賛成に回り、可決された。(538)

書名だけからしても大きな問題をはらんでいるばかりでなく、本書が発行されたのが、2010 年 6 月とまさに、この問題が大きく取り上げられている最中に出版されたことも注目に値する。

以降は「第５章　オタクと資本主義」から取り上げておくこととする。「オタクの境界線」、つまりオタクとそうでない人との境界線について次のように述べている。

オタクの趣味はマニアックなもの―そう思われた時代は、すでに時代の地平線の彼方に没しています。

ゲームや漫画、アニメ、ライトノベル、フィギュア、同人誌などの秋葉原を中心にしたサブカルチャーを「秋葉系文化」あるいは「秋葉系エンターイメント」と呼びますが、秋葉系文化は、現在広い大衆性を獲得しています。ライトノベルには、累計 500 万部というメガヒット作品もあります。パリにあるジュンク堂書店では、毎月たくさんのフランス人がアニメ雑誌を予約しています。秋葉系文化に親しんでいるからといって、即オタクとは言えない時代になっているのです。実際、芸能界でもガンダム好きを公言するタレントが後を絶ちません。

では、オタクかどうかの境界線は、どこにあるのでしょうか?

それは、フィクションからの引用をするかしないかです。日常会話において、アニメやコミックやゲームの登場人物の台詞を引用してしゃべること。

それが世間的に見てオタクということです。(539)

オタクの収集癖については多くの指摘がなされていたが、「コレクションの心理」ではこれをさらに分析しているので取り上げておきたい。

ところでオタクの子には、蒐集癖がある子が圧倒的に多いようです。オタクの子は作品やグッズなどをため込む傾向があります。男は、なぜコレクションをするのでしょうか?

実は、コレクションとは単純にものを手に入れることではなく、アクセス権の獲得なのです。見たいと思った時に、絶版になっていて永遠に見らないというのは、イヤ。プラモデルを組み立てたいと思った時に、入手可能になっていて永遠に組み立てられないのは、イヤ。自分が欲しいものが「永遠に手に入らない」というのが、コレクターにとっては一番イヤなことなのです。だから、いつでも好きな時にアクセスできる権利を求めて蒐集するのです。

でも、なぜ男は蒐集して女は蒐集しないのでしょうか?

そこには身体をめぐる意識の差と、男の子文化と女の子文化の差があります。

女は、自分の身体は「(他人から) 見られる身体」として意識しています。自分の身体を飾りたてる方向へ―すなわち、衣服、化粧、装飾品―へと向かいます。

対して、男は自分の身体を「(他人から) 見られる身体」としては意識していません。他人の身体をフェティッシュに捉えています。

しかも、女の子文化は、「かわいい」という言葉を最高のほめ言葉とする文化です。対して男の子の文化は、「凄い」という言葉が最高のほめ言葉とされる文化です。(540)

「アメリカのアニメと日本のアニメ」という項目にも注目しておきたい。

オタクを考える上でヒントになるのが、アメリカと日本のアニメの違いです。『趣都の誕生』で森川嘉一郎が着目しているのは、ディズニーがアニメ化

した白雪姫やシンデレラです。両者ともにヨーロッパで生まれたもので、オリジナルは残酷であったことが知られています。『眠れる森の美女』も、初期のイタリア語版では少女が王子の犯されています。しかし、アメリカでアニメ化されていく過程で、徹底的に暴力（残忍さ）と性的な要素（エロス）が排除されます。その結果、ディズニーアニメは、性と暴力のない、非常に衛生的で無菌化された、ユートピア的なものになったのです。

しかし、日本のアニメは、ディズニーアニメが完全に排除した性と暴力という二大要素を取り組みます。その二大要素が最も表れたのが、戦闘美少女です。

戦闘美少女とは、文字通り、戦うヒロインです。

『キューティーハニー』(1973)の如月ハニー、『風の谷のナウシカ』(1984)のナウシカ、『ダーティペア』(1985)のケイとユリ、『逮捕しちゃうぞ』(1986)の辻本夏実と小早川美幸―。

共通しているのは、斎藤環が指摘するように、セクシュアリティ（色っぽさ）と小女性です。(541)

「戦闘美少女とエロス」では戦闘美少女の変化について触れている。

戦闘美少女は、オリジナルビデオアニメーションの拡大に並行するように、1985 年の『幻夢戦記レダ』以降、増加していきます。『プロジェクトA子』『ガルフォース』『バブルガム・クライシス』『ガンスミスキャッツ』―。少女ヒロインだけのアニメもつくられていきます。85 年といえば、恋愛市場を自由化することになった、男女雇用均等法が施行された年です。また 87 年には、ビデオデッキの普及率が 50%を越えています。

90 年代に入ると、戦闘美少女に変化が起きます。それまでメカや銃と結びついていた戦闘美少女の世界に、格闘美少女ブームが巻き起こったのです。『ストリートファイターⅡ』の春麗（1991）。元祖巨乳格闘ヒロイン、『餓狼伝説２』の不知火舞（1992）。『サムライスピリッツ』のナコルルと『バーチャファイター』のサラ・ブライアント、『戦国エース』のこより（1993）。『ヴァンパイヤ』のフェリシアとモリガン（1994）。乳揺れ格闘ゲーム『DEAD

OR ALIVE』のかすみ、レイファン、ティナ（1996）。まさに格闘美少女旋風の時代でした。ただし、格闘ゲームではあくまでも男性がメインキャラで、戦闘美少女は副次的な位置づけでした。それが2000年になると変わりはじめます。先駆的存在は、VGこと『ヴァリ炙・ジオ』（1993）。代表例は2000年に連載が始まった『一騎当千』です。『一騎当千』は学園を舞台にした格闘漫画ですが、メインとなるのはヒロインたち、しかもその名前は『三国志』から採られています。格闘は、男性が身に着けるべき肉体的な男らしさです。『一騎当千』のアニメ化はこれまで4回にわたって行われていますが、回数が重なるにつれてお色気が増しています。2009年には全登場人物が女性というお色気満載の格闘美少女アニメ『クイーンズブレイド』が放映され、好評を博しています。また、他のアニメ作品でも、ヒロインが主人公というものが増加しています。(542)

「萌えと男らしさ」では「萌え」の語源に関する記述に注目しておきたい。

萌えるの語源は様々です。『太陽にスマッシュ！』という少女漫画の「高津萌」説、『恐竜惑星』のヒロイン「鷲沢萌」説、『美少女戦士セーラームーン』の「土萌ほたる」説。

重要なのは、どの説が本当かではなく、萌えるという言葉が90年代前半に―すなわちバブル経済が崩壊し、セックスとパッケージされたマニュアル型の恋愛が消失していく時代に―生まれたということです。つまり、萌えるという行為にはセックスと恋愛の欲望がパッケージされているのです。(543)

『太陽にスマッシュ！』という少女漫画の「高津萌」説はこれまであまりみかけないため、少し紹介しておきたい。『太陽にスマッシュ！』はあゆみゆいによる少女漫画で、『なかよし』（講談社）に1993年1月号から8月号まで連載された。

「ツンデレと高飛車」では次のような説明がある。

秋葉原でメイド喫茶が全盛期だった頃、ツンデレ喫茶というのが生まれま

した。

ツンデレとは、アニメ・漫画的なある種の記号的キャラクタータイプです。最初は主人公にツンツンしていたのが、主人公を好きになったり付き合うようになったりすると、やたらデレデレするようになる。特に二人きりの時にそのようになる、そういうヒロインを、ツンデレと言います。

似たような言葉に「高飛車」というのがあります。セクシーで性的な魅力満載で、一般的な男子に対して高圧的なキャラクターのことです。(544)

「シミュラークルとデータベース消費」も気になるところである。

秋葉系エンターテイメントには、多くのしてシミュラークルが存在します。シミュラークルとはボドリヤールの造語で、オリジナルかコピーわからない次元のものを言います。秋葉系エンターテイメントでは、マルチメディア展開と称して、たとえばパソコンゲームの作品がコンシューマーに移植され、さらにノベライズ&アニメ化されるとういことが起こります。物語の内容や登場人物の数やヒロインの設定は、パソコンゲーム、コンシューマー、小説、アニメによってそれぞれ微妙に違うことが多々あります。つまり、作品のシミュラークルが多数存在する形になります。しかし、最初のオリジナルに見えたパソコンゲーム自身も、既存の作品の編集と引用から組み立てられている部分が多く、オリジナルと思える作品自身もシミュラークルであるという状態に陥ります。

同じことが作品だけでなく、ストーリーやキャラクターでも起こります。(545)

物語消費については大塚英志『物語消費論』(1989)、データベース論は東浩紀『動物化するポストモダン』(2001) が提唱したものである。

データベースは、大塚英志の言う物語消費の「物語」の範囲を広げ、他の作品群にも手を広げて蒐集したものです。作品 A だけでなく、それに関連性のある作品 B のデータも含まれています。キャラクターにしても、あるキャ

ラクターA に対して類似性のあるキャラクターがデータベース的に蓄えられています。

ただし、そういう蓄え方やデータベースへの参照をするのは、第1世代と第2世代のオタクだけです。つまり、大きな物語を体感できた世代です。大きな物語を体感できなかった第3世代や今の子たち（90年代生まれの第4世代？）の多くは、他の作品や他の作品のキャラクターと参照しながら作品を鑑賞するということをしていません。ただ作品に没頭します。第3世代以降のオタクの子たちには、データベース消費は通用しないのです。(546)

ここでは引用等はしなかったが、「オタクと資本主義」と副題にもある通り、これをテーマにすれば、恋愛やセックスなどオタクについても当然取り上げているため、本田透『電波男』（2005）や森永卓郎・岡田斗司夫『オタクに未来はあるのか！？』（2008）と合わせて読むとさらに「オタクと萌え」との関係が明確になるだろう。

### (96) 暮沢剛巳『キャラクター文化入門』(2010)

暮沢剛巳『キャラクター文化入門』(NTT 出版、2010 年 12 月)はそのタイトル通り、マンガ、アニメ、ゲーム、ライトノベル等のキャラクターに注目したものである。オタクとの関係も密接であるため、取り上げることとした。そのおもな内容は以下の通りである。

はじめに
第1章　キャラクターとは何
第2章　キミとセカイとの戦いでは、セカイを支援せよ！―セカイ系とキャラクター
第3章　インターフェイスとしてのキャラクター―オタク文化とヤンキー文化
第4章　現在のキャラクターたち
おわりに

「第１章　キャラクターとは何か」で気になった箇所を取り上げておきたい。

アートにオタク文化を導入したことに対する美術界の反発、逆に美術界、それも欧米の美術界に媚びたるためにマンガやアニメを都合よく利用されたと感じるオタク層の反発、作品中に見い出されるオリエンタリズムへの反発、「アニメーターになれなかったからアーティストになった」等々の一連の挑発的な発言に対する反発など、村上が批判にさらされる理由を羅列することは決して難しくない。実際これらの批判には、もちろんやっかみや誹謗の側面も少なくなにせよ、いずれもそれなりの根拠がある。海外で高い評価を得たにもかかわらず、日本の美術界との折り合いが悪かったアーティストということであれば藤田嗣治、河原温、荒川修作などの先例が挙げられるが、彼らがいずれも早々と日本を見限り、拠点を海外に移してしまったのとは異なり、村上の場合は現在でも日本国内に拠点を置き、作品制作をはじめカイカイキキや「GEISAI」の運営などの活動を継続している。この日本とのねじれた関係によって、村上が、一層強いストレスを感じていることは想像に難くない。(547)

村上隆の取り扱いについてそれぞれ異なっているようだ。2011 年にはフランスのベルサイユ宮殿での展示会でも論議を呼んでいた事実もある。

「第２章　キミとセカイとの戦いでは、セカイを支援せよ！―セカイ系とキャラクター」ではセカイ系の定義を紹介しておきたい。

セカイ系とは、主にゼロ年代の前半にマンガ、ライトノベル、美少女ゲームといったコンテンツ全般を通じて、多くの作品に共有されていたテーマや物語のマトリックスを目指すために用いられるようになった言葉である。それは以下に述べるような世界観を的確に言い表していたため、短期間のうちに爆発的に広まることとなった。すなわち、物語の主人公である「ぼく」と、「ぼく」が思いを寄せるヒロイン「きみ」の二者関によって成り立つ小さな日常と、正体も意図もわからない敵との際限の無い闘いを通じて、「世界の

終わり」といったスケールの大きな非日常とが、「家族」「学校」「職場」「地域」「国家」といった中間項を排除することによって成立している世界観である。(548)

「第 3 章 インターフェイスとしてのキャラクター」ではオタク文化に注目しておきたい。

オタク文化の場合は、研究者や評論家の道に進み、自らの趣味を適切に言語化しうる担い手が相当数存在したのに対し、もともとが不良少年の文化であるヤンキー文化の場合は担い手の大半が社会の下層に集中してしまうため、そうした人材がほとんど存在しなかった。人材が手薄であれば、当然議論が活況を呈するはずがないし、またコンテンツビジネスも大して盛り上ることはない。「クール・ジャパン」の旗印のもとに展開される現代日本のコンテンツビジネスにおいて、日本独自の文化であるにもかかわらず、ヤンキー文化は蚊帳の外に置かれている。(549)

ヤンキー文化にはいわゆる不良文化、デコトラ、婆娑羅、横浜銀蝿的なものということになろう。テレビドラマでもこうした内容のものは『ごくせん』をはじめ人気があるの事実だ。

また、ボーカロイドで知られる初音ミクはキャラクターとしても一人歩きし始めている。

痛車が社会的な注目を集めたことによって、当然その話題に便乗した新たなビジネスの展開を考える者が現れるようになった。(中略)
2008 年秋に富士スピードウェイで開催された GT300 のレースで、『初音ミク』と『鏡音リン・レン』をあしらったレーシンググカーが出走したというニュースはその典型だ。(550)

ちなみに初音ミクは 2008 年 10 月 8 日の日本産業デザイン振興会（JIDPO）のグッドデザイン賞受賞作品 1027 件の中にこの初音ミクも入っていたのであ

る。
また、最近ではパチンコのキャラクターも多種多様化している傾向にある。TV のコマーシャルを見ても一目瞭然だ。

パチンコのキャラクター化の流れを決定付けた機種としては、『北斗の拳』と『新世紀エヴァンゲリオン』を挙げておかねばなるまい。前者は 2003 年にサミーから発売されたスロットタイプのパチスロ機であり、大当たりの際にはアニメの主題歌だったクリスタルキングの「愛を取り戻せ」が流れる仕掛けが好評で、約 62 万台を売り上げる大ヒットを記録した。検定切れを迎えた現在はゲームセンターで見かける程度だが、一時期はどのパチンコ店にもこのパチスロのバナーが立ち並び、ホールの大半が占拠されるほどの人気だった。
一方後者は『エヴァパチ』とも呼ばれ、フィールによって 2004 年 12 月に CR 機が、また 2005 年 9 月にスロット機が開発され、その後も現在に至るまで不定期にシリーズ作品が開発・投入されているロングセラー商品である。（551）

「第４章　現在のキャラクターたち」では、特に聖地巡礼を取り上げておきたい。

「聖地巡礼」のもっとも初期の例として挙げられるのが、2002 年に放映された『おねがい☆ティーチャー』と、翌年に放映された実質的続編の『おねがい☆ツインズ』である。この両作品は特に大きなヒットを記録したわけではなかったが、昔からよくある押し掛け女房ものにひとひねり加えた設定が一部のファンの間で話題を呼び、作品の舞台が長野県大町市の木崎湖周辺であることが徐々に知られるようになっていった。その結果、放映終了後にもモデルとなった湖の湖畔や旧制高校の校舎を訪れるファンの姿が散見されるようになったのである。現地は決して大都市圏からのアクセスがいいとは言えない辺鄙な場所だが、逆にそうした不便さがかえって一部の熱心なファンの想像力を刺激したのかもしれない。

その後、この奇妙な現象は少しずつ浸透していった。2005 年頃には「聖地巡礼」という言葉が定着しつつあったことは、ちょうどこの年の春に柿崎俊道の『聖地巡礼　アニメ・マンガ 12 か所巡り』というガイドブックが出版されていることからも確かめられる。だが、一部のファンのひそかな楽しみであった「聖地巡礼」が大きくクロースアップされるようになった大きなきっかけとしては、やはり『涼宮ハルヒの憂鬱』（以下『ハルヒ』）と『らき☆すた』という日本の京都アニメーション作品を挙げておきたい。(552)

本書ではキャラクターを取り上げたものだが、キャラクターという視点を通しても十分にオタク文化を論じられる。

### (97) 池田太臣「オタクの“消滅”～オタクイメージの変遷」(2011)

池田太臣「オタクの“消滅”～オタクイメージの変遷」（『女子学研究』第 1 号、甲南女子大学女子学研究会、2011 年 3 月）の内容は以下の通りである。

はじめに～「オタク」にならざるオタクの登場
1　オタクという言葉の普及
2　注目されるオタク～1990 年代のオタクイメージ
3　オタクとは何か？
4　オタク文化の価値の上昇～2000 年代のオタク文化の動向とイメージの変遷（1）
5　メディアの注目
6　オタク的人物像の修正
7　オタクの“消滅”
8　オタク女子研究の必要性～残された 2 つの研究課題

「オタクの消滅」というタイトルを見れば、岡田斗司夫『オタクはすでに死んでいる』(2008) に影響を受けていることは予想の着くところだ。

岡田の議論に同意できるかどうかはおくとしても、従来のオタクイメージが変容しつつあることは、確かである。本稿では、オタクという言葉が広まった1980年代末から「ageha モデルでオタク」という人たちに代表されるような「ニュータイプ」ともいうべきオタクたちが登場する現代まで、どのようにオタクイメージが変化していったのかを追っていくことにする。そして、もはや「オタク文化」は、「オタク」とは切り離されて消費さえ r ていることを示したい。

以下、オタクイメージの変遷について描いていくが、このテーマに関しては、すでに松谷創一郎によるまとまった記述がある（松谷 2008）松谷の方法は、彼が収集した新聞記事や雑誌記事に基づく、オタクをめぐる言説の変化である。彼の描き出した“オタク言説の歴史”は、ある程度網羅的で過不足ないものと考えられる。(553)

（松谷 2008）とは松谷創一郎「＜オタク問題＞の四半世紀＜オタク＞はどのように＜問題視＞されているのか」（羽渕一代編『どこか＜問題化＞される若者たち』恒星社厚生閣、2008年10月）のことである。

1980年代のオタクについて次のようにまとめている。

オタクとは、単なるマニアではない。オタクは、「別の価値観を持つ他者と関係性を持てる人」ではないのである。

この特徴を、端的に言い表すならば“非社会性”である。一般的に、比較的に若い世代に関する批判的論調は、その非社会性に向けられがちである。非社会性が過度に進んで、反社会性に転じることに危機感を感じるのである。幼女連続誘拐殺人事件の犯人は、まさにそうした“若い世代への負の想像力”を十二分に発揮させる、格好の機会であったと言える。(554)

オタクのイメージが変わった1990年代には1995年10月から始まった『新世紀エヴァンゲリオン』の頃と重なる。

『新世紀エヴァンゲリオン』は、1995年10月から1996年3月までの半年間にわたって放送された（全26回）。内容は、14歳の少年である主人公・碇シンジが、“エヴァンゲリオン”と称される巨大なロボット（というより人造人間だが）に搭乗して外敵と戦うという、典型的なロボット・アニメである。

このアニメは、設定こそいわゆるロボット・アニメなのだが、「メカやSF的な設定はもとより登場人物の心理に至るまで徹底的に練り込まれたドラマを、高密度でスタイリッシュな映像を駆使して描くことにより、放送中からアニメファンのあいだで絶大な人気を博すことになった」（新世紀福音協会 1997,11)。

津堅信之によれば、日本では3度のアニメブームがあったおいう（津堅信之 2005, 181)。第1次アニメブームは、1960年代であり、アニメ『鉄腕アトム』の放送開始（1963）に端を発する。第2次アニメブームは、1970年代後半から80年代後半である。テレビアニメ『宇宙戦艦ヤマト』(1974-75)から『風の谷のナウシカ』（1984）にいたるまでの時代である。

そして、第3次アニメブームが、1990年代の後半から現在までである（この「現在」は、いつまでを指すかわからないが、津堅の本の出版されたのが2005年なので、2005年あたりまでは含まれることになるだろう)。この第3次アニメブームの発端になったのが、先に挙げた『新世紀エヴァンゲリオン』である。

津堅によれば、この第3次アニメブームは、第1次、第2次のアニメブームとは、質的に異なっているという。というのも、「元来アニメに縁のなかった観客がアニメを見直そうとする傾向が強くなった時期」だからである。(津堅 2005, 182)。

1995年に放送された『エヴァンゲリオン』のヒット、そしてそれに続く第3次アニメブームあたりから、アニメはもはやサブカルチャーではなくなりつつあったといえる。

この第3次アニメブームが起こっている中で、『エヴァンゲリオン』を制作したアニメ制作会社ガイナックスの元代表取締役の岡田斗司夫が、『オタク学入門』を出版する。この岡田の本は、オタクイメージの向上を目指した

本である。(555)

(新世紀福音協会 1997)とは新世紀福音協会『劇場版　エヴァンゲリオン　完全攻略本』(三一書房、1997 年 6 月)、(津堅 2005)とは津堅信之『アニメーション学入門』(平凡社、2005 年 9 月) のことである。なお、後者については同著者による『新版 アニメーション学入門 』(平凡社、2017 年 2 月)が出版されている。

「3　オタクとは何か?」では大澤真幸『電子メディア論―身体のメディア的変容』(新曜社、1995 年 6 月) を受けて次のように述べている。

> 大澤によれば、「オタク」は、互いが類似している集合体に埋没している状態を求めている。大澤はその状態を「夢のような安逸」と呼んでいる (大澤 1995, 268)。大澤が描くような、同類内での閉塞を求め、「思いがけない他者の侵入によって生じる不確定性にたじろぐ恐れ」を排除する傾向は、別に「オタク」だけではあるまい。そうした集団を、われわれは「共同体」であるとか、「コミュニティ」であるとか呼んできた。
>
> しかし、ことオタク論になると、そうした“非社交性”や“排他性”が強調されるきらいがある。同類の身で集まり、「異質な他者」を拒否する側面が、コミュニケーション能力の低さをして問題構築されるのである。(556)

池田は大澤と岡田のオタク論をまとめて次のように述べている。

> あらためてまとめておくと、オタクイメージの中核には、2 つの要素がある。①“役にたたない”あるいは“価値のない”情報に熱中していること、②非社交性 (内閉と排除) の 2 点である。オタクイメージに関連して、“ファッションに興味がない”とか“恋愛できない”ということがことさら強調されるのも、これらの 2 点をよく表しているからであろう。
>
> もう 1 つ、オタクイメージの暗黙の前提として、「オタク＝男性」という図式がある。言葉の広まったきっけとなった事件の犯人が男性であったので仕方のない面もあるが、2000 年代にその図式が相対化されるまで (第 7 節を

参照)、オタク論は暗に男性オタク論であった。(557)

さて、最近のオタク文化の傾向では海外への影響を考えると、ポケモンは無視することはできないだろう。

海外でのオタク文化の評価といえば、まずは『ポケットモンスター』があげられるだろう。たとえば、1999年には、アメリカで『劇場版ポケットモンスター　ミュウツーの逆襲』(アメリカでのタイトルは『ポケモン　ザ・ファースト・ムービー』)が興行的な成功を収める。

11月10日に封切られた後、14日までに約5210万ドル(約54億7千万円)の売り上げを記録し、週刊興行収入ランキングの1位になった(1999年11月15日　朝日新聞朝刊)。数字を発表したリサーチ会社のコメントによれば、「邦画がハリウッドの大作を押しのけて全米ナンバーワンになったのは初めてとみられる」という(1999年11月15日　朝日新聞夕刊)。

全米での人気を受け、『タイム』(アジア版　1999年12月20日号)では、「今年最高の人物」として、ラテン系の人気歌手リッキー・マーティンと並び「ピカチュウ」が選ばれた(1999年12月13日　朝日新聞夕刊)。

続いて、1999年に公開されたアメリカ映画『マトリックス』は、『攻殻機動隊　GHOST IN THE SHELL』をはじめとする日本製アニメの影響を受けていることが知られるようになり、日本のアニメに対する評価を押し上げたと推測される。

決定的なお墨付きは、『千と千尋の神隠し』が2003年3月23日(日本では3月24日)に、第75回アカデミー賞長編アニメ賞を受賞したことである。この作品はすでに、2002年2月17日に52回ベルリン国際映画祭金熊賞受賞していたが、このアカデミー賞の受賞で、その評価を不動のものにしたといっていいだろう。(558)

オタク文化が一般に定着していくのにメディアを通して芸能人等がマンガやアニメを話題にしていくことも少なからず影響があろうだろう。これが番組として成立するとなれば、大きな推進力となる。「5　メディアの注目」では次の

ような記述がある。

…芸能人がアニメやマンガに言及することが増えてきたことにも注目したい。『アメトーク』(2002～EX 系）は、お笑い芸人たちが自分の好きなマンガやアニメについて面白おかしく語る姿が映し出される。また、加藤夏希や栗山千明といった女性モデルや俳優が、マンガ・アニメ好きを公言するようになった。特に注目すべきは、中川翔子であろう。彼女は自身のブログに、好きなマンガやアニメのみならず、自分のコスプレ姿を紹介している。

こうしたマスメディア上で活躍する芸能人の影響は測ることはできないが、彼ら／彼女らが“オタク文化好き”を公言することで、“オタク文化はおもしろい！”との印象を与えたのではないか。そして、オタク文化への偏見やオタク的人物の“取っつきにくさ”も緩和されたように思われる。(559)

「6　オタク的人物像の修正」ではこれまでは「オタク」と言えば男性というイメージから女性のオタクの存在も取り上げらえるようになった。もともとコミケの誕生には BL を好む女子が中心であったが、その当時はこういう人たちを指す言葉がマスコミ等で取り上げられることもなかったこともあろうが、ようやく女性のオタクも注目されるようになった。

「腐女子」とは、BL（ボーズラブの省略）と呼ばれる、男性同士の恋愛を描いた作品をこの好む女性たちのことである。

もちろん、いわゆる「腐女子」は、1970 年代から存在したと推測される（「やおい族」と呼ばれることもあった)。しかし、この言葉がメディア上で取り上げられ始めたのは、2006 年あたりだろうと推測される。杉浦由美子によれば、「一般メディアではじめて『腐女子』という言葉を使ったのは、先にも触れた、東池袋を取り上げた『AERA』(2005 年 6 月 20 日号)の『萌える女オタク』という記事」であるという（杉浦由美子　2006, 5)。

「腐女子」に焦点を置いたマンガや本が出版され始めるのも、2006 年以降であろう。いま紹介した杉浦の本もこの時期にあたる。その他、主なものをあげると、『となりの 801 ちゃん』(2006　宙出版)、『げんしけん』(2002 -

2006　全9巻　講談社)、『妄想少女オタク系』(2006 - 2010 全7巻　双葉社)、『腐女子彼女。』(2006)『腐女子ッス』(2008 - 2010　全3巻　メディアワークス) などがある。2007 年に『妄想少女オタク系』、2009 年には『腐女子彼女。』が実写映画化されるまでになった。(560)

(杉浦由美子　2006, 5) とは杉浦由美子『腐女子化する世界　東池袋のオタク女子たち』(中央公論社、2006 年 10 月) のことである。

「7　オタクの“消滅”」はこの論文の核心の部分でもある。これにはオタク文化が一般の人には無価値だと思われていたものが、資源として見る新しい視点が出てきたことにより、特定の人のものでなくなったという背景がある。

…オタクとは (1) 役に立たないか、あるいは価値のないものと思われている情報の収集に血道をあげている、(2) コミュニケーション能力が低い、の2つの構成要件があった。そして2つの要件の背後には、暗黙のうちに“男性であること”が前提とされていた。

しかし、その後、第5、6節で紹介したように、1990 年代後半からの価値が認められてきた。また役に立たないものでもなくなった。その結果、オタク文化は、1つの資源であり、資本となった。その顕著な例として、いわゆる「萌えおこし」の例を挙げることができよう。

「萌えおこし」とは、簡単にいえば、「萌えキャラ」をつかった地域活性化の手法である。もっとも著名な例としては、埼玉県鷲宮町の地元商工会が、同町を舞台にしたテレビアニメ『らき☆すた』(2007) の人気に目をつけて、地域振興に利用した例がある。(561)

「萌えおこし」はオタクツーリズム、アニメツーリズムを呼ばれる聖地巡礼の大きな契機となったこともでも知られている。

オタク文化の価値が上昇していくとともに、オタク文化は、マスメディアおよびインターネットなどを介して、一般的に普及していく。その結果、アニメやマンガを読まない層にも、なじみのものとなっていく。

そして、とうとう（！）ファッション文化とも結びつくようになった。その結果、「オタク＝ダサい」というイメージも払しょくさる。と同時に、女性とオタク文化との結びつきも公言されるようになり、「オタク＝男性」という図式も相対化されることになった。

現在では、オタク文化は、幅広い層に広がっている。もはや特定の人物と結び付けられなくなった。オタク文化自体は、もはやサブカルチャーではない。かといって、メインカルチャーの一部もなしていない。その中間の“メゾカルチャー”ともいうべき位置を占めるようになったのである。(562)

「8　オタク女子研究の必要性～残された2つの研究課題」では示唆に富む指摘がある。

オタク的人物像とオタク文化が切り離されると、今後は逆に“オタク文化とは何か？”という重大な問いが提起される。オタク文化とオタク的人物像は、不可分のものであった。「オタク的人物」が好きそうなものを「オタク文化」といい、「オタク文化」の背後にはいつも、「オタク的人物」が想起されていたからである。

関連して書いておきたいが、オタク文化の定義は、また別の理由でも難しくなっている。

まず、オタク文化現在、multi-mediated な文化となった。テレビのみならず、ゲーム、ラジオ、書籍・雑誌、音楽、映画、ネット（YouTube、ニコニコ動画、各種の SNS など）、コンビニエンススタアなどで売られている食玩、コミケなどの二次創作のイベントなどで、その表象が流布される。幼女連続誘拐殺人事件の頃はシンプルだった。マンガ、アニメ、映画（ホラー映画）くらいを取り上げていればよかったが、いまはそれだけでは、全体を把握できない（初音ミクがその好例である）。(563)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

オタク文化とは、さまざまなメディアが流布される表象とそれらを好む感受性の総体である。その感受性を持つ人々は、共同体をなしておらず（それゆえに、サブカルチャー研究の方法論の適用が難しい）、その感受性をある

程度引き受けた個別の人々の点在からなる。(564)

筆者の池田は最後にオタク女子の歴史の解明が今後の課題としている。実際に女性がオタク女子を論じるものが少ないことも大きな課題だ。現状では杉浦由美子がその代表であるが、男性がオタク論を発表している分量と比べれば、女性がオタク論を論じているものは圧倒的に少ないこともまた事実である。

### (98) 安田誠『オタクのリアル』(2011)

安田誠『オタクのリアル―統計からみる毒男の人生設計』(幻冬舎、2011 年 3 月)の内容は以下の通りである。

第 1 章　毒の章
第 2 章　職の章
第 3 章　痛の章
第 4 章　老の章

「第 1 章　毒の章」はおもにオタクの恋愛、結婚観等について紹介されている。おもな統計は以下はとおりである。

未婚者の性交体験率の推移
学生の性交体験率の推移
20 代 30 代女独身者の交際状況
交際相手がいる未婚の新成人
異性との交際経験がない 20 代 30 代 40 代
未婚率の推移
未婚男性の平均収入
独身男性の年収と独身女性が望む収入

「第 2 章　職の章」では職業・就業や収入等に関する統計が紹介されている。

おもな統計は以下の通りである。

就業状態別15歳以上人口
雇用者、完全失業者、非労働力人口の内訳
世界の失業率
就業者の収入分布
平均収入の推移
各国の年間労働時間
年間休日数の国際比較
ひきこもりの年齢
ひきこもりの期間
働く理由
全国のホームレス数
ネットカフェ難民の年齢
生活保護世帯の推移

「第３章　痛の章」ではおもにオタク市場・オタクビジネスに関する統計が紹介されている。野村総合研究所オタク市場予測チーム『オタクの市場』(2005)によれば、2004年のオタク市場は延4110億円、メディアクリエイト『オタク産業白書』(2007)では1866億8000万円との試算を紹介している。おもな統計の紹介は以下の通り。

コミケ参加者の推移
声優のアルバム売り上げ
声優のシングル売り上げ
漫画雑誌の売り上げランキング

「第４章　老の章」では世代に関する統計が中心になっている。本書で取り上げている統計の原典・出所は政府のものばかりではなく、民間のもの、インターネット上のものもある。その為、この統計をどう読み解くかは読者の判断が

重要となろう。

### (99) 赤木智弘『若者を見殺しにする国』(2011)

赤木智弘『若者を見殺しにする国』(朝日新聞出版、2011年5月)のおもな内容は以下の通りである。

まえがき　赤木智弘とは、いったいどんな人間なのか
第1章　強大な敵としての俗流若者論
第2章　私は主夫になりたい！
第3章　「『丸山眞男』をぴっぱたきたい」ができるまで
第4章　私が戦争を希望する理由
第5章　どうすれば貧困層を救い出せるのか
第6章　「思いやりのある社会」への希望
あとがき
文庫版あとがき　あらためて「希望は戦争」と対峙してみる

「第1章　　強大な敵としての俗流若者論」に「オタクの発生」「執拗なオタクバッシング」「フィギュア萌え族」の小見出しがある。「オタクの発生」については次のような文章がある。

「萌え」という言葉が広く知られるようになり、『電車男』がドラマ化されて以降、アニメオタクたちはメディアによって浪費されました。本来、さまざまな個性を持つはず のアニメ好きは、「萌え」「秋葉原」「オタクファッション」的なものに収縮されました。 また、アニメと関係のないものまで、アニメオタクの属性であると勝手に解釈されるようになりました。体を大きく左右に振ったりするよいな「ヲタ芸」っていうのは、本来ならばモーヲタ(「モーニング娘。」オタク)の専売です。アイドルオタクの文化なのかもしれませんが、アニメオタクとは関係のないものです。

こうした状況を一般の趣味でたとえれば、野球好きも、サッカー好きも、

F１好きも、 同じ「スポーツオタク」と称されてしまうのと同じことです。そして、「スポーツオタクは好きな選手を応援するために、 誰もが青いビニール傘を持って、東京音頭を踊っている」などとマスコミで語られれば、スポーツ好きは頭を抱えるしかないでしょう。

スポーツ好きのなかにも、 それこそ毎日のように球場にかよったり、日本代表の試合 があれば外国にまで応援にいくような、熱いスポーツマニアがいる一方で、好きな球団 やチーム、そして好きな選手はいても、ビールを飲みながら家でテレビ観戦するだけの スポーツ好きだっています。

もちろん、 アニメファンのなかにも、テレビアニメは見るけど、キャラグッズやDVD、ましてやフィギュアや同人誌などまったく興味がないという、ただのアニメ好きだっているわけです。私のオタク趣味は後者のそれです。そして、多くのスポーツ好きが、好きなチームのユニフォームを着て会社に出勤したり、別のチームのファンをたまたま見かけたからといって、いちいち相手のチームを否定したりしないように、アニメファンの大半も、自分の好きなアニメを社会に持ち込むことはしていません。目立ちたがりやのアニメオタクがいるのも事実ですが、そうしたコアなファンというのは、どんな分野でも「ごく一部」に限られます。(565)

1980年代後半まではオタクは「社会のなかではマイノリティーに属する側」(566)であったが、オタクはあくまでも「趣味の一種」(567)に過ぎない。1988年から1989年にかけておきた東京・埼玉連続幼女誘拐札事件を契機に、犯人の宮崎勤の姿から「社会とオタクの離反が決定的になる」(568)事態となった。

### (100) 佐々木隆「気になる言葉⑪　オタク／オタク文化」(2011)

佐々木隆「気になる言葉⑪　オタク／オタク文化」(『むらおさ』第14号、むらおさ同人会、2011年7月）の内容は次の通りである。

プロローグ

１　オタクの誕生と発見

２　オタクの定義
エピローグ

オタク文化は今やオタク産業を生み出す底力となっており、決して無視できるものではない。

「プロローグ」では次のように「オタク」について述べている。

> 「オタク」は今では日本のポップカルチャーと微妙な関係のある言葉として注目すべきである。「オタク」はコスプレ、マンガ、アニメ、ゲームとも関連している一方、マイナスのイメージでは「ひきこもり」とも関連して言及されることが多い。(569)

これは幼女連続誘拐殺人事件の犯人からイメージであった。しかし、もはや「オタク＝ひきこもり」という理解はかなり古いものであり、オタクやひきこもり自体を理解していないことになる。

「２　オタクの定義」では『広辞苑』(2008)、『現代用語の基礎知識』(2009)、東浩紀『動物化するポストモダン』(2001)、田川隆博「オタク分析の方向性」(2009) などから定義を引用し取り上げた。

「エピローグ」では 2011 年段階のものとして以下のようにまとめた。

> 『広辞苑』で定義されていた「オタク」の定義はかなりマイナスのイメージのものが含まれているが、ポップカルチャー全体からみれば、あるいは海外の定義なども考え併せると、日本には偏見があるのではないかと思える。オタクへの理解は日本のポップカルチャーだけでなく、現代若者気質を理解する上でも大きく貢献するのではないだろうか。そしてこうした背景を持つ「オタク文化」は日本のポップカルチャーのひとつとして、産業の一分野としてオタク産業は無視できないものとも言えるだろう。(570)

この段階ではオタクはまだ日本ではマイナスのイメージで捉えられていたのだ。オタクの定義の変遷を見る上でも 2011 年年代かいのものとして捉えてお

くと、その後の変容がはっきりしてくるだろう。

### (101) Patrick W. Galbraith. *Otaku Spaces* (2012)

Patrick W. Galbraith. *Otaku Spaces* (Seattle: Chin Music Press, 2012)のおもな内容は以下の通り。

Introduction
Otaku Interviews and Portraits
Otaku Places
The experts

ここではIntroductionのOn the Origins of "Otaku"よりその一部を紹介しておきたい。

> After serial killer Miyazaki Tsutomu was described as an otaku (based on the contents of his room and the fact that he participated in *dôjinshi* events) by the mass media in 1989. It was circulating, certainly, but Miyazaki Tsutomu himself apparently did not know what the word meant. This demonstrates a lack of shared understanding of the boy for otaku culture, many experts do not consider him an otaku at all. Among them is Ôtsuka Eiji, the editor of *Manga Burikko* when the term was first used in its pages in 1983. In any case, after 1980,
> "otaku" came to refer to young men, usually antisocial and sexually frustrated ones, who were interested in certain types of manga and *dôjinshi* as well as components of "virtual reality" such as anime, computers and videogames.
>
> Though Nakamori Akio made no distinction between men and women in his stereotype of the bad/gross fan in 1983, after the Miyazaki Incident of 1989, it seemed impossible to imagine a female otaku. Female fans

became most conspicuous by their absence in media portrayals of otaku. This presented a major limitation to historical understanding. Women have long been an important part of the otaku movement. Sasakibara Gô points out that the earliest anime fan clubs in the 1970s were dominated by women. It follows that the majority of *dôjinshi* events were dominated by women, an asscertion that statistics gathered through longitudinal studies and anthropological observations all support.

There is another compelling reason to bring female fans back into the discussion of otaku: understanding the transgression that led to the label. Kinsella argues that the "moral panic" surrounding *dôjinshi* in the 1990s was as much about men participating in "girls' culture" as it was about obscene content and media effects. On the surface, the panic was about men expressing desires for and through shojo, or that men were uncomfortably close to girls through their shared interest in *shôjo* manga and anime. But Kinsella contends that the deeper issue was that men were metaphorically becoming *shôjo*. Men perceived as refusing to "grow up" and take on the roles and responsibilities of adults threatened to undermine the social structure.

Despite its effective reshaping of the culture, the treatment of otaku as a coherent culture in any sense contributed to a growing community consciousness in the 1990s. Reactions against "otaku bashing" in the mass media resulted in public otaku personalities, including Okada Toshio.

And niche media did not disappear in the mass media frenzy—it dispersed and increased. More and more images of otaku rooms were shown in special sections of computer and hobby magazines. Otaku began to show more pride in their personal space; they began to compare their rooms; and they began to gain confidence that others shared their interests. Along with that rising confidence came rising competition, which fueled growth.

Gainax' smash-hit TV anime *Neon Genesis Evangelion* (1995-1996),

along with the spread of the Internet and a boom in anime character figurines, sparked an explosion in otaku culture in the late 1990s. Akihabara was the symbolic site of this transformation; it also provided a place to go, encounter others and experience "otaku culture." The rising economic and political significance of otaku did not escape the Japanese government, which led to the otaku boom and positive revaluation (as least superficially) of otaku in the 2000s. (571)

## (102) Mizuko Ito, Daisuke Okabe, and Izumi Tsuji, editors. *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World* (2012)

Mizuko Ito, Daisuke Okabe, and Izumi Tsuji, editors. *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World* (New Haven & London: Yale University Press, 2012)は宮台真司監修／辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編『オタク的想像力のリミット』(筑摩書房、2014 年 3 月) として翻訳出版されている。ただし、英文通りに翻訳されていないものもあるため、ここでは日本語版という表現を使用する。英文版をメインとして目次をそれと対応させると次の通りとなる。

Mizuko Ito. Introduction

該当翻訳はない。日本語版の冒頭は辻泉＋岡部大介「序　今こそ、オタクを語るべき時である」となっている。また、日本語版では原書には掲載されちない宮台真司「第１章　オタク文化史論―『＜秩序＞の時代』から『＜自己＞の時代』」までが配置されている。

Part I Culture and Discourse　日本語版　第１部　歴史

Izumi Tsuji. 1 Why Study Train Otaku? A Social History of Imagination

→辻泉、第２章　なぜ鉄道オタクなのか―「想像力」の社会史

Hiroki Azuma. 2 Database Animals

→東浩紀、第３章　動物化するポストモダン―オタクから見た日本社会

Akihiro Kitada.　3　Japan's Cynical Nationalism
→北田暁大、第４章　嗤う日本の「ナショナリズム」
Lawrence Eng.　4　Strategies of Engagement:　Discovering, Defining, and Describing Otaku Culture in the United States
→ローレンス・エング、第５章　参加型文化としてのアメリカオタク史
Part II　Infrastructrure and Place　日本語版　第２部　空間
Hiroaki Tamagawa.　5　Comic Market as Space for Self- Expression in Otaku Culture
→玉川博章、第７章　コミックマーケット―オタク文化の表現空間
Kaichiro Morikawa.　6　Otaku and the City:　The Rebirth of Akihabara
→森川嘉一郎、第６章　趣都の誕生　萌える都市アキハバラ
Lawrence Eng.　7　Anime and Manga Fandom as Networked Culture
→ローレンス・エング、第８章　ネットワーク文化としてのファンダム・イン・アメリカ
Mizuko Ito.　8　Contributors versus Leechers:　Fansubbing Ethics
→伊藤瑞子、第９章　製作者 vs 消費者のあくなきせめぎ合い―ファンサブ文化にみる「ハイブリッドモデル」
Part III　Community and Identity　日本語版　第３部　交流
Daisuke Okabe and Kimi Ishida.　9　Making *Fujoshi* Identity Visible and Invisible
→石田喜美＋岡部大介、第 10 章　「少女文化」の中の腐女子
＊日本語版の内容は英文を増補した内容になっている。
Daisuke Okabe.　10　Cosplay, Learning, and Cultural Practice
→岡部大介、第 11 章　コスプレイヤーの学び―文化的実践としての子プレはいかに達成されるか
Yoshimasa Kijima.　11　The Fighting Gamer Otaku Community:　What Are They "Fighting" About?
→木島由晶、第 12 章　格闘ゲームのオタク・コミュニティ―彼らは何を「競って」いるのか
Mizuko Ito.　12　"As Long as It's Not *Linkin Park Z*":　Popularity,

Distinction, and Status in the AMV Subculture
→伊藤瑞子、第 13 章　アニメミュージックビデオを創作するピア・コミュニティ
日本語版　宮台真司、最終章　オタクの「出現」から 30 年で理解は進んだか？

目次の内容を見ればわかるが、翻訳版のほうはタイトルも必ずしも原書のタイトルをそのまま翻訳してものにはなっていないこと、また、出版形態も翻訳書とはなっていないが、文中で言及されている。
ここではまず原書だけにある掲載されている Mizuko Ito “Introduciton”に注目しておきたい。冒頭は次のように始まる。

Otaku culture defies simple definition.　Emerging first in Japan in the 1980s as a marginalized and stigmatized geek subculture, it has gradually expanded its sphere of influence to become a major international force, propelled by arguably the most wired fandom on the planet.

Along the way, the term “otaku” has been hostly contested by those inside and outside the subculture.　For some, it evokes images of sociopathic shut-ins out of touch with reality.　For others, and increasingly, it suggests a distinctive style of geek chic: a postmodern sensibility expressed through arcane knowledge of pop and cyber culture and striking technological fluency.　This book seeks to plumb the varied meanings and practices associated with otaku culture, not pinning it to a single origin story or fixed definition, but by exploring its protean and multifaceted nature in varied social and historical contexts.　For the authors in this book, otaku culture references a constellation of “fannish” cultural logics, platforms, and practices that cluster around anime, manga, and Japanese games and are in turn associated with a more generalized set of dispositions toward

passionate and participatory engagement with popular culture and technology in a networked world.(572)

オタクを簡単には定義できない。1980 年代にいわゆるパソコンオタク的なところから始める徐々に広がり、いまや世界的にオタクが広がっている現状は、簡単に日本の現象としてだけ捉えるわけにもいかないだろう。また、インターネットの登場によりその広がりは拡大し続けている。

次に原書にはない日本語版の辻泉＋岡部大介「序　今こそ、オタクを語るべき時である」に注目しておきたい。日本語版の概要とオタクの定義がある。

本書は、オタク論集である。様々なオタク文化の陳列や集積ではなく、オタク文化についての議論を編んだものであり、日米の両社会におけるその実態や歴史について掘り下げた論文からなる。

オタクとは何か、いまさら定義するまでもないかもしれないが、さしあたり共通理解とされているのは、対人関係が苦手な一方で、むしろアニメやゲームに代表されるような、虚構や想像上の世界と親和性が高く、そうした活動においては、驚くほど高い能力を発揮することもあるような人々、といったところだろう。男性に偏ったものと長らく思われてきたが、近年では女性のオタクが目立つようになるとともに、オタク文化が広まることで、それを媒介にした対人関係を築くケースが出てくるなど、その定義は徐々に変化しつつある。(573)

オタクに対する見方、あるいはオタクの社会的立場が昨今変わってきたようだ。オタク自体がライト化して来たからだ。

オタクという存在が一部の少数派ではなく、もはや多数派とも言えるほどの存在へと移り変わってきたということを、ここでは「ノーマライゼーション」というキーワードを基に確認していきたい。さらには、それが日本だけでなくグローバルにも広まりつつあるという事実も、いくつかの調査結果や事例に基づいて紹介していこう。

例えば2005年に野村総合研究所が出した『オタク市場の研究』と題する著作の中では、「オタク市場」はすでに看過し得ないほど大きなマーケットとなったことが指摘され、試算によると当時においてすでに同市場の人口は172万人で、市場規模は4110億円に達していたという（野村総合研究所オタク市場予測チーム　2005：52)。

アメリカ・南カリフォルニアのアニメエキスポに代表される各種アニメコンベンションや、フランス・パリにおけるジャパンエキスポの開催といった事例にとどまらず、グローバルは規模で評価されている日本のコンテンツ産業をさらに売り込んでいくために、「クールジャパン」という掛け声のもとに諸政策が進められていることもすでに周知のとおりであろう。(574)

世間の「オタクに対する若者たちのイメージ」（09年調査、n=308）を著した図3がある。ここではそれを数字を変えず、改変して示しておきたい。(575)

| | あてはまる＋まああてはまる | あてはまらない＋あまりあてはまらない |
|---|---|---|
| 「オタク」は嫌いだ | ２４．７％ | ７５．３％ |
| 「オタク」は楽しそうだ | ７７．６％ | ２２．４％ |
| 「オタク」は増えていくと思う | ７６．３％ | ２３．７％ |
| 「オタク文化」は日本を代表する文化だ | ６７．８％ | ３２．２％ |

この図3について次のように解説している。

日本社会において、オタクのイメージが好転した大きな転機の1つとして、2005年における『電車男』のブームを挙げることができるだろう。その作品内容についてはいまさら紹介するまでもないだろうか、それ以降、オタクに関するイメージは、対人関係全般が苦手で虚構の世界閉じこもった男性というネガティブなものから、ポジティブなものへと徐々に変化してきた。

この点について図3をみると、オタクに対して、今やネガティブというよ

りも、ポジティブなイメージのほうが多くを締めていることが確認される。例えば、オタクが嫌いと答えたものは24.7%と3割にも満たないのに対し、オタクは楽しそうだと答えたものは 77.6%と 8 割弱にも達している。それに関連している、今後オタクは増えていくと思うと答えたものは76.3%おり、もはやそれが日本を代表する文化であると答えたものも 67.8%に達していた。(576)

さて、次に「外から『オタク・オリエンタリズム』」という小項目があるので、これについて紹介しておきたい。

外からの「オタク・オリエンタリズム」についても指摘をしておきたい。元来「オリエンタリズム」は、西洋が東洋を他者化するそのまなざしを告発する概念であったが、グローバルに評価されるようになったオタク文化にも、「オリエンタリズム」的なまなざしが向けられているということを、改めて指摘しないわけにはいかないだろう。

極端な言い方をすれあ、オタクに対する（とりわけアメリカを中心とする西洋社会からの）まなざしは、いあゆる「ゲイシャ、フジヤマ、シンカンセン」といったステレオタイプと並列されたものに過ぎないのではないか、ということである。それは典型的には、今や巨大な観光地と化した秋葉原の店頭に、（日本社会にいるものならば、誰も買いたいとは思わないほどに）極めてステレオタイプ化された土産物が陳列されていることからも想起されよう。

さらに言うなら、オタク文化がグローバルな規模で注目を集めるようになったと言っても、実は評価されているのは、もっぱらアニメやマンガといったコンテンツであり、オタクそのものではない。

このことは、特にアメリカにおける日本研究（日本学）においてオタク文化が論じられる再際に、そのアプローチの仕方がもっぱら作品論となっていること、それもアニメやマンガを対象とする作品論が中心となっていることを想起するとよいだろう。代表的な論者であるスーザン・ネイピアのいくつかの著作（Napier 2005, 2007 など）や、*Mechademia* 誌に掲載された論考

などにはそうした傾向が窺える。(577)

次に Lawrence Eng “4　Strategies of Engagement: Discovering, Defining, and Describing Otaku Culture in the United States”（日本語版、ローレンス・エング「第５章　参加型文化としてのアメリカオタク史」）を見ておきたい。

まず日本のオタク世代について次のように述べている。

> In the years following the birth and rise of the Otaku Generation, the word “otaku” became widespread and attracted mainstream media attention in Japan. “Otaku” has been widely used to label and describe (in various, often contradictory, ways) a subculture consisting of fans of mass media and pop culture. (578)
>
> 黎明期から最盛期を経た後の数年間、「オタク」という言葉は人口に膾炙し、日本国内のマスメディアからも注目されるようになった「オタク」という言葉は、マスメディアやポップカルチャーのファンを含むサブカルチャーのラベルとして（多様な形で、ときには矛盾した形で）広く使われている)(579)

次にアメリカのオタクの最初の広がりについて次のようにべている。

> The first widespread exposure that U.S. fans had to the term was in 1988.　A fledgling anime studio in Japan, Gainax, produced onOVA known as *Aim for the Top!　Gunbuster!*　Gainax consisted of young animators who grew up a die-hard fans of anime, got together as amateurs to create their own works, and eventually became professionals. Representing the spirit of the Otaku Generation like no other anime studio before or since, Gainax became legendary and much loveled by otaku. (580)
>
> 米国のファンがオタクという言葉に影響を受け始めたのは 1988 年のことである。この年、日本の人気アニメスタジオ GAINAX によって、『トッ

プをねらえ！（Top for the Top! Gunbuster）』（Original Animation Video がプロデュースされた。GAINAX は、自主的にアニメコンテンツを制作しようと集まった若いハードコアなアニメファンで構成されており、のちに伝説として語られるほど、他のどのアニメスタジオよりも高いレベルで構成されており、のちに伝説として語られるほど、他のどのアニメスタジオよりも高いレベルのオタクスピリットを持ちあわせていたことから、オタクたちはこよなく愛されていた。(581)

海外のオタクや日本のアニメの海外進出では必ず『アキラ』に言及されるが、ここでは、OAV で発売された *Aim for the Top! Gunbuster!*が取り上げられている。大友克洋監督『アキラ』はアメリカでは 1989 年 12 月 25 日に公開されたが、発売自体はそれ以前のものである。『トップをねらえ!』（*Aim for the Top GunBuster*）は、1988 年、ガイナックスにより 1 話 30 分、全 6 話の OVA として製作・販売された。内容としては SF ロボットアニメである。原作は岡田斗司夫、監督は庵野秀明である。アメリカでの販売がどのような状態であったかが、筆者自身確認していないが、『アキラ』が劇場公開された 1989 年以前に *Aim for the Top! Gunbuster!*が販売されていとすれば、その影響は大きいだろう。

続いて“Otaku no Video”について取り上げている。

For anime fans in the United States, the most important exposure to the term came from *Otaku no Video* (1991), a two-part anime OVA created by Gainax. *Otaku no Video* is a fictionalized retelling of Gainax's origins as otaku turned anime professionals, and it also included live-action "documentary" segments that humorously and self-mockingly remember

Yasuhiro Takeda, in his The Notenki Memoirs (2002), writes of *Otaku no Video*: "In the US, this OVA is widely regarded as the otaku bible" (175).

The first public showing of *Otaku no Video,* interestingly enough was held in the United States on September 1, 1991, at a video room at AnimeCon '91, of which Gainax was a major sponsor. *Otaku no Video*

was shown on 16-mm film to an audience of nine people, according to a rec.arts anime posting by Noel Gamboa (whose Operation X group would later fansub both parts of *Otaku no Video* before its official U.S. release)(Gamboa 1991). (582)

米国アニメファンがオタクという言葉に触れる一番重要な影響はGAINAXの（二話構成の）OAVアニメ、、『オタクのビデオ』（1991）であった。『オタクのビデオ』は、GAINAX の自叙伝的な面も含んだアニメで、中には実写ドキュメンタリーで面白おかしく日本の様々なオタクのタイプが自虐的に描かれている部門もある。GAINAX の創業者のひとりである武田康廣は『のーてんき通信』で、「(『オタクのビデオ』の）OVAは、米国でオタクバイブルとなっている」（武田 2002：175）と述べている。

『オタクのビデオ』が米国で公開されたのは1991年9月1日、アニメ・コン'90（AnimeCon）であり、GAINAXはこのコンベンションの大口スポンサーでもあった。rec.arts.animeのノエル・ガンボア（Noel Gamboa）の投稿によれば、『オタクのビデオ』は、16mmのフィルムで、その時の観客は9人だったとのことである。（ちなみに、米国リリース前に『オタクのビデオ』のファンサブを行ったのは、彼を中心とする、「オペレーションX」という名のグループであった)。(583)

（175）及び（武田 2002：175）とは武田康廣『のーてんき通信』（ワニブックス、2002年)、(Gamboa 1991)とは“AnimeCon '91.” re.arts.aime,http://groups.goolegoogle.com/group/rec.arts.anime/msg/17lea389c5eb2a5b?dmode=source(retrievedApril 28, 2009)のことである。もりたけし『おたくのビデオ』(*Otaku no* Video, 1991）は全2話で構成されている。舞台はおたくが誕生した1980年の日本で本で、オタクのライフスタイルを描いた、一種の青春群像ドラマになっている。第1話は「1982 おたくのビデオ」、第2話は「1985 続・おたくのビデオ」である。アニメ好き、コスプレ好きのコンピュータプログラマー、ビデオコレクター、ミリタリーオおたく、ガレージキットおたく、エロゲおたくなどが登場する。おたく文化が日本のトップ産業となる架空の未来が描かれ、宇宙船でおたくたちが宇宙へ旅立って終わるというものだ。その宇宙船もどこ

か宇宙戦艦ヤマト似ている。作品名自体に「おたく」(Otaku)が含まれていることやおたくが登場し、おたく文化が社会を動かすという内容がインパクトがあったのかもしれない。アメリカでは1992年に英語字幕入りで販売された。

その後は“Otakon”について次のように取り上げている。

> Otaku culture has become more visible to the American mainstream through several different avenues. Started by fans in the mid-1990s, Otakon is a convention whose tagline, following *Otaku no Video*, is “Convention of Otaku Generation.” With only a few hundred attendees in each of its first few years, Otakon has grown into the East Coast’s largest annual gathering of American anime fans, boasting more than 25,000 attendees in 2008, occupying most of the Baltimore Convention Center, and bringing people from multiple states to Maryland for a weekend of fun, camaraderie, learning, consumption, and celebration. On the West Coast, Anime Expo remains the largest annual gathering of anime fans in the United States with more than 40,000 attendees in 2008, big enough to warrant a letter from Governor Arnold Schwarzengger in the program book welcoming out-of-state attendees to California.(584)

オタク文化は多様な形で浸透し、米国でもおなじみの深いものとなってきた。90年代半ばからファンの企画によってはじまったコンベンションである「オタコン」は、『オタクのビデオ』に続いて、オタク世代のためのコンベンション（Convention of Otaku Generation）というスローガンを掲げていた。最初の数年間の参加人数は数百人程度だったが、2008年になると、東海岸最大のアニメコンベンションになり、参加者は2万5000人に膨れ上がった。その規模は、ボルチモアコンベンションセンターのスペースをほぼ全て使用するほどであり、州内外からアニメファンが集い、友達づくり、さまざまな学び、そして消費のための祝典の場と化したのである。一方で、西海岸の「アニメエキスポ（Anime Expo）」は、2008年には4万人以上が参加した米国最大のアニメファンの集まりであり、州知事のアーノルド・シュワルツネッガーによる（カリフォルニア州外からの参加者を

歓迎する）手紙がパンフレットに掲載されるほどの歓迎ぶりであった。[585]

オタクについての理解として次のように述べている。

Otaku can also be understood as a culture of resistance, based on traditional understandings of subculture (such as described by Hebdige 1979). In particular, otaku present an interesting case study of a technologocially engeaged middle-class subculture. I characterize otaku as usually being middle class because being a *successful* otaku requires minimum access to resources and information, and that requires a certain amount of capital or disposable income. Certainly, one does not have to be middle class to be an otaku, to engage in otaku behaviors, or to espouse otaku ideals. Working-class otaku exist, but they do not necessarily have the abundant time or monetary resources to succeed in the competitive landscape that otaku inhabit. This situation may be changing, however, as the Internet (and increased access to it) makes more media and information free, or at least cheap. As such, otaku in the post scarcity society enabled by a cyberlibertarian sharing culture may look very different from otaku of previous generations.[586]

ディック・ヘブディジ (Hebdige 1979)も述べるように、オタクは伝統的なサブカルチャーに対する抵抗文化として理解することができる。特に、オタクはテクノロジーに精通した中流階級のサブカルチャーの事例としても興味深い。筆者が見るに、一般的にオタクは中流階級である。「成功したオタク」になるには、情報リソースにアクセスする必要があるので、そのためにはある程度の経済的基盤や収入がなくてはならないからだ。もちろん、オタクのように振る舞ったり、オタク的な思想を取り入れたりするには、すなわち「オタクになる」には中流階級でなければならないというわけではないため、当然労働者階級のオタクも存在する。だが、彼らがみな、オタクの生息する競争的な世界で、十分な時間と資金をもっているとは限

らないのだ。もっとも、インターネット（とアクセスのしやすさの向上）によって多くのメディアや情報がフリー、もしくは安価になってきているため、この状況は変わりつつある。サイバー自由主義者たちの共有文化ゆえ、「どこでもメディアコンテンツを入手できる社会（postscarcity society）」に生きるオタクは、その前の世代とはずいぶん違ってきているように見受けられる。(587)

Otakon は 1994 年より開始され、北米のアニメイベントでは Anime Expo に並ぶ大イベントである。

最後に日本語版だけに掲載されている宮台真司「最終章　オタクの「出現」から三〇年で理解は進んだか?」から引用しておきたい。

日本で「オタク」の存在が目立ち始めるのは 70 年代末からで、名前が付いたのは 1983 年。オリコン誌『漫画ブリッコ』で「東京おとなクラブジュニア」を連載していた中森明夫の命名です。この命名事件が示す通り、オタクの認知は差別的な意識と結びついていました。

「相手が目がみられず」「キーキーと高い声で」「おたくさあと呼びかける」「銀縁の眼鏡の蔓が米噛に食い込んだ」「汗臭いデブ」といった表現雅示すのは、先に述べたコミュニケーション不全を埋め合わせる＜代替的地位獲得機能＞に注目した、蔑視の意識です。

平たく言えば〝＜世直しの営み＞に代わって＜性愛の営み＞が輝く世の中、しかし現実と渡り合えず現実の重さにも耐えきれないヘタレが、漫画やアニメの薀蓄競争如きで辛うじて肯定的自己像を維持してるぜ、何てこった〟というのが中森の言いたかったこと。

92 年連載の『サブカル神話』で 77 年からの＜SF 同好会からアニメ同好会へ＞の変化を揶揄したのと同じで、中森も僕も、＜秩序＞や＜未来＞の是非に端的な関心を寄せずに＜自己のホメオスタシス＞（自己防衛）の観点から＜世界＞を見る作法を、軽蔑していました。(588)

日本語版の宮台真司監修／辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編『オタク的想像力のリ

ミット』（筑摩書房、2014 年 3 月）について、特にこの最終章についてはさらに詳しく紹介することとする。

### (103) Patrick William Galbraith. *Becoming-otaku: men, girls and movement in Akihabara* (2012)

Patrick William Galbraith. *Becoming-otaku: men, girls and movement in Akihabara* は東京大学に提出された博士論文である。なお日本語タイトルは『オタクへの生成変化：秋葉原における男性と少女のムーブメント』。

授与年月日：2012 年 3 月 22 日
学位：博士（学際情報学）

学位規則が改正される以前のため、博士論文のインターネット上の全文公開がないため、審査の概要等を見ておきたい。

主査：東京大学　教授　　吉見俊哉
副査：東京大学　准教授　G.Karlin Jason
副査：東京大学　准教授　清水晶子
副査：デューク大学　教授　Allison Anne
副査：明治大学　准教授　森川嘉一郎

内容要旨の一部を紹介しておきたい。

この博士論文は「オタク」の意義を問うものである。序章では「オタク」をとりまく言説をその起源から説き起こし、現在問題となっている点を述べる。日本製マンガ・アニメが世界を席巻した現在、海外の人気が逆輸入される形となった「OTAKU」は日本でも浸透し、一般化した。その結果、「オタク」という語の意味は薄く、用法は幅広くなり、誰もが対象となる語となった。一方、1980 年代前半の「おたく」言説の誕生を見ると、当時ひらがなで表さ

れた「おたく」は、マンガ・アニメの登場人物を性的対象にする、社会的に逸脱した人物を指していた。特にその言説の中心にあったのは男性であり、その男性らしさの欠如も特徴の一つとされた。彼らは手塚治虫や宮崎駿、少女マンガや同人誌を消費し、「美少女」のエロスを追求した。この意味で、「オタク」とは、様々なメディア・商品という形をとるキャラクターとの親密な関係性そのもの、あるいは消費の仕方・遊び方の問題である。本論文では、特に秋葉原におけるいわゆる現在の「オタク・ムーブメント」を考察する。2000 年代半ばに「オタク・ブーム」や「アキバ・ブーム」が進んだにも拘わらず、この男性と美少女(マンガ・アニメ・ゲーム)との関係は非常に問題化された。オタクが一般化・自然化していく最中、「おたく」は常に存在していた。著者が秋葉原で行った参与観察(2004 年~2010 年)とインタビュー(アーティスト、専門家など)より、本論文ではオタク・ムーブメントの可能性を把握することを目的とする。そのため、新しい理論が必要であるとし、ジル・ドゥルーズとフェリックス・ガタリの概念、「lines of flight」(逃走の線)、「becoming」(生成変化)、そして「girl」(少女)を利用する。(589)

全文がインターネット上に公開されているのでご利用いただきたい。なお「審査要旨」の最後の部分も紹介しておきたい。

質疑においては、同氏のフィールドワークの厚みや理論的考察力が高く評価される一方、同氏が基礎にしているドゥルーズの理論が、日本のオタク現象を分析する上でどこまで不可欠な理論枠組であるのかという論点や、ジェンダー研究の成果の活用の仕方、「少女」をめぐるヴァーチャルな次元とリアルな次元の関係把握等について突っ込んだ議論がなされた。また、同氏が「オタク」を単一の概念ではなく、その中にパブリックとプライベート、支配的なものと逃走的なものがせめぎ合う抗争的概念として示し、具体的な分析で探究している点が高く評価されながらも、そうした分断線についての考察は、ドゥルーズの「逃走線」の概念に囚われないほうがもっと深められるのではないかとの指摘もあった。同氏は、審査委員からのこれらの鋭い質問、論評に対し、自らの立論について淀みなく説明し、その優れた知的考察力を改め

て証明した。
以上、本論文は、現代日本社会のユニークな文化現象に対し、理論的、実践的に高度なアプローチを展開し、学術的価値の高い研究としてまとめられているとの認識で審査委員一同の評価が一致した。したがって、本審査委員会は、全員一致で、本論文が博士(学際情報学)の学位に相当するものと判断した。(590)

博士論文の内容は以下の通りである。

1. Otaku Movement and Akihabara in the New Millennium
2. Graffti of the Otaku Generation: Media, Materialism and Moral Panic
3. Ahikihabara: Power Performance and Politics During the 'Otaku Boom'
4. Maid in Japan, Escape from Japan
5. Bishōjo Games: Playing the Romance and Playing with One's Self
6. Moe: The Moving Image and its Affects
7. Shojo: On the Girl and Becoming-Woman
8. Reflections on Becoming-Otaku and its Aftermath References Notes

P.W.Galbraith はこの博士論文の前に *The Otaku Encyclopedia*(2009)を Kodansha International から出版している。副題は"An insider's guide to the subculture of Cool Japan"「外国人のためのヲタク・エンサイクロペディア」である。

### (104) 佐々木隆「大学教育とオタク文化」(2012)

佐々木隆「大学教育とオタク文化」(『比較文化史研究』第 13 号、比較文化史学会、2012 年 3 月)の内容は次の通りである。

プロローグ
Ⅰ　『オタク』とは何か

Ⅱ　『オタク文化』とは何か
Ⅲ　教材としてのオタク文化活用の事例紹介
Ⅳ　オタク文化は研究対象になるのか
Ⅴ　オタク文化の行方、今後の展望
エピローグ

「Ⅲ　教材としてのオタク文化活用の事例紹介」では筆者の大学における授業での活用について記した。

筆者は大学（大学院・短大を含む）で担当する科目においてオタク文化を取り上げ、教材として活用している。英語系の科目、特に教職課程の英語科教育法や教員免許更新講習では、中学校の英語の授業を想定し、導入の部分や身の回りにある英語としてマンガ、アニメのキャラクターの名前などは教材研究の宝庫と考えている。紙面の関係から具体例は省略するが、『ドラゴンボール』『ポケットモンスター』『遊戯王』に代表されるカードバトル、『美少女戦士セーラームーン』『鋼の錬金術師』などは大いに活用している。また、映像表現ではYOUTUBEの活用はもちろんのこと、映画やマイケル・ジャクソンを先駆とするPVなど、注目すべき点は多い。また、マンガ、アニメ、映画等のストーリーは文学性も豊かであり、文学作品の映像化・アニメ化ともなれば、オタク文化がメディアミックスされたことになる。また、ＴＶドラマでも原作がマンガであるものも少なくない。むしろオリジナル脚本のものを探す方が難しいかもしれない。(591)

また、オタク文化が国策の一部として活用されていることについては次のように述べている。

国際文化交流関係ではオタク文化、クール・ジャパン、ジャパン・ブランド、文化産業をめぐる政策を見れば、マンガ、アニメを無視して考えることはできないだろう。顕著なものとしては、麻生外務大臣円演説「文化外交の新発想―みなさんの力を求めています」（2006年4月）で、これにより、マ

ンガ、アニメなどのポップカルチャーを文化外交として活用することが宣言され、以降この傾向は急速に高まることになる。翌年には外務省に国際漫画賞が設立され、知的財産戦略本部コンテンツ・日本ブランド専門調査会『日本ブランド戦略～ソフトパワー産業を成長の原動力に～』(2009 年 3 月) を見れば、マンガ、アニメを国策として利用されていることはあきらかである。またクール・ジャパン室 (2010 年) も設置され、日本のデザイン、アニメ、ファッション、映画等の文化産業は、「新成長戦略」や「産業構造ビジョン 2010」において、今後の日本の経済成長を支える戦略分野の一つとして期待されている。政府はオタク文化、オタク産業という用語は使っていないが、コンテンツ産業、文化産業などの名前の中にマンガ、アニメ、ゲーム等が含まれていることは言うまでもないことだ。(592)

「Ⅳ　オタク文化は研究対象になるのか」では 3 つの点に注目した。

- 第 1 の初等中等教育では、教育とマンガ／アニメーションに注目してみると、中学校・美術の学習指導要領 (1998 年) に漫画、高等学校・情報の学習指導要領 (1999) にアニメーションの記述が入ったことだ。(593)
- 第 2 に学習指導要領にマンガ、アニメが入ったことを受けて、大学にマンガ学科、アニメーション学科、ゲーム学科がそれぞれ、芸術学、工学の分野で設置されたということだ。(594)
- 第 3 に注目しておきたいのがオタク文化関係の学会の設立状況である。(595)

初等中等教育から大学教育、研究という点から、マンガ、アニメにおけるも専門教育の頂点である博士後期課程の設置について次のように触れた。

大学院の設置や課程変更 (博士後期課程等の設置) には文部科学省の認可を受ける必要がある。従って、京都精華大学大学院マンガ研究科マンガ専攻が設置されたことは日本政府がこれを認めたことを意味する。マンガ研究科マンガ専攻の修士課程はすでに設置されており、今年 4 月には博士後期課程が

開学予定になっていることから、博士の学位を授与できる仕組みがここに出来上がったことになろう。(596)

特に、学位として博士（マンガ学）が誕生するかどうかについて、その可能性と問題点まで踏み込んだ。現状は、京都精華大学大学院マンガ研究科マンガ専攻の学位は博士（芸術）であった。学位等は国の判断が入るため、どこまで認めかが大きな課題である。

「エピローグ」では「大学教育とオタク文化」を考えるポイントとして4点を挙げた。

1　社会状況の変化
2　魅力ある講義科目の設定、授業の工夫
3　研究の多様化
4　学生募集の観点、大学の生き残りをかけた大学独自の改革

1〜3については教育が常に社会との関わりを無視できないことからも、当然と言える内容である。高等学校で情報が必修化されたこともPCやインターネットの普及を考えれば時代の変化に対応した結果である。現在ではさらに電子教科書なども話題になるなど、デジタルコンテンツを巡ってはここ数年の動きは予断を許さない状態だ。大学にとって切実な問題は第4点である。大学教育の変更は申請や認可などを伴うことから硬直気味であった。大学設置基準の弾力化もあったが、学位も学位規則により、これまでの博士は19種類、修士は8種類、学士は29種類であったが、1991年の学位規則の変更に伴い、現在は、600以上の学位が存在する。しかし、マンガ学、アニメ学は学位としてはまだ存在しない。(597)

どの大学も抱えているのが第4点である。

奇抜な科目を設置し、インパクトのある研究科名や学部名とすれば注目度は高くなるが、それは学生募集の観点からは一過性に過ぎない。真の意味でオタク文化を研究として、また、大学教育として活用するには、芸術・工学・

政経の分野からのアプローチが必要である。[598]

大学教育と現場の現状を踏まえて論じたものである。

### (105) 本郷和人「東大教授、おたく、駆け出しのファンとして…おたく文化を許容する国に咲いた大輪のひまわり」(2012)

本郷和人「東大教授、おたく、駆け出しのファンとして…おたく文化を許容する国に咲いた大輪のひまわり」(『中央公論』第 127 巻第 6 号、中央公論新社、2012 年 3 月）のおもな内容は次の通りである。

方法論らしきもの
舞台芸術としての AKB
「おたく」との親和性
AKB＝新選組論
AKB＝国盗り物語論

おたく文化（本郷の表記）とタイトルには入っているが、内容としてはアイル論、それも AKB48 現象を扱ったものである。内容として特に目新しいものはないが、取り上げておきたい。

専用の劇場をもったアイドルである！これが AKB と他のアイドルとを分かつ、何よりの特徴だと、ぼくは認識しています。千代田区の秋葉原に AKB 48 劇場が開かれたのが 2005 年 12 月。それから「会いに行けるアイドル」をコンセプトに、チーム（A・K・B）ごとに日替わりで、ほぼ毎日公演が組まれてきました。劇場の収容人員は 250 名たらずですが、公演は修正のきかぬ一発勝負。常日本版という緊張のもとに、彼女たちは歌とダンスと話術を磨いてきたのです。

日本の伝統芸能の代表は室町時代以来の能に狂言、それに何といっても歌舞伎。これらも固定の劇場ともっていました。[599]

能や狂言はどちらかと言えば一般庶民というよりは権力者が庇護するエンターテイメントであったのに対して、歌舞伎は当時から民間の芸能である。これは現代でも変わらない。現在歌舞伎の運営を支えているのは株式会社松竹である。この意味でAKBグループは歌舞伎界と同じように民間として活動しているのである。歌舞伎は伝統芸能でありながら、民間として商業収益を上げながら今日に至っているのである。ここは能狂言とは少し異なる。

AKB の運営については秋元康によるところが大きいのは周知の通りである。

秋元康さん率いるAKBの運営陣（以下、運営）は秋葉原の劇場を「アイドル虎の穴＝苛酷な養成所」と位置づけ、女の子たちに試練を与えました。歌・ダンスなど自己表現の技術を磨く。するとそこに命題Aが作用し、彼女たちはみるみるうちに光を放ち出します。けれども一人あたり1000円（現在は3000円）の入場料ですから、満員でも25万円でしかない。劇場を維持するための運営の努力は、たいへんなものだったにちがいありません。

見巧者という言葉があります。演劇は、はいかに素晴らしいパフォーマンスが披露されようとおも、演じ手だけでは完結しません。舞台と演じ手をしっかりと見て、それを過不足なく評価する、鑑賞するプロ＝見巧者がいてこそ、演劇は活きたものになるのです。(600)

本郷は AKB のスタイルをエドワード・T・ホールが提唱したハイ・コンテクスト、ロー・コンテクスト論を持ち出している。

さて、では、AKBはハイコンテクスト、ローコンテクスト、どちらと親話性が高いかこれは文句なしにハイコンテクストでしょう。彼女たちは「クラスの5番手くらいの女の子を意図的に選んだ」と言われるように、飛び抜けた美人ではありません。スタイルも抜群とは言いがたい。でも命題Aなのです。劇場で観客に磨かれることによって、見ようによっては普通の女の子が、光を放つようになった。

ファンは数多くの女の子を知ろうと、様々なメディアに接し、情報を集め

る。それを仲間と共有する。知れば知るほど、AKB が好きになる。まさにハイコンテストです。しかも秋葉原がいわゆる「おたく」の聖地であったことも見逃せません。興味対象を絞って、徹底的に深く掘り下げていくことを得意とするのが「おたく」ですから、それはハイコンテクストの極致といえるかもしれません。その秋葉原に劇場がある。「おたく」を味方に付ける。それによって AKB は、ハイコンテクスト文化の旗手として、躍進したのです。（601）

さて、これからの AKB はどうなるのかとうことについては次のように述べている。

劇場ありき、会いに行けるアイドル。それが AKB だと書きましたが、AKB を知る多くの方は「それはウソだ、理屈だおれもいいところだ」と思っていらっしゃるに違いありません。というのは、最近では人気が高まりすぎて、劇場のチケットがまず手に入らない。しかもメンバーそれぞれが忙しくなってしまい、劇場公演自体が成立しなくなっている。チーム A の公演などは数ヵ月に一度です。AKB は劇場からどんどん離れていっている。

彼女たちは本質的なところで、変わろうとしているのではないでしょうか。テレビの音楽番組に、バラエティに、ドラマに、ひっぱりだこになる。少数の見巧者ではなく、顔の見えぬ多くの人に愛されるアイドルに。ハイコンテクストからローコンテクストへの移行がいままさに行われているのです。そいえば、いつのまにか、だれも「アキハバラ 48」とは呼ばなくなっている。

劇場でもしっかりと力を涵養した彼女たちは、より広い世界に羽ばたいている。昔からのファンも、一抹の寂しさを抱えながら、たくましく成長した彼女たちを見守っている、というのが現在の図式です。「会いに行けたり、昔ながらの握手会を行い続けたり、新しい試みとして「Google+」を使ってみたり、と運営と方策を練っています。

運営の取り組みが総体として有効であることは、総選挙の結果が端的に証明しています。これまでの総選挙は 3 回行われてきました。1 回目の選挙の時は投票数が少なく、古くからのファンの意向がウェイトを占めていたと考

えられます。この時、1位なった前田敦子さんが得た票は4600あまり。2回目はこれが3万（1位は大島優子さん）、3回目は13万以上（前田さんが1位だ奪還）に急伸した。(602)

「たくまくしく成長した彼女たちを見守っている」というこの図式は、実の日本のアイドル大きな特徴で、「カワイイ」に相通ずるところがあり、まだ十分に独り立ちできない幼い子どものように「守ってあげたい」、自分たちが育てるという養育行動が起きているのだ。

「会いに行けるアイドル」はテレビではなく、劇場という空間であるからこそ価値があるのではないだろうか。現在では番宣などからテレビへの露出も多くなっている。これがコンセンプトとマッチしているのかどうかは難しいが、明らかに新しいプロジェクトや企画などをメディアを通して告知することで、劇場や各イベント会場へ導いていることになる。

なお、アイドル論には以下のものが参考になるため紹介しておく。拙著『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係　追加増補版』(2020) の「第14章アイドル文化」では以下のものを取り上げた。

小倉千加子『アイドル時代の神話』（朝日新聞出版、1990年6月）
稲増龍夫『増補アイドル工学』（筑摩書房、1993年4月1993）
IDOL GENEALOGY編『定本アイドル系譜学』（メディアワークス、1998年9月）
中森明夫『アイドルにっぽん』（新潮社、2007年4月）
田中秀臣『AKB48の経済学』(朝日新聞出版、2010年12月)
岡島紳士＋岡田康宏『グループアイドル進化論「アイドル戦国時代」がやってきた！』（毎日コミュニケーションズ、2011年1月）
太田省一『アイドル進化論―南沙織から初音ミク、AKB48まで』(筑摩書房、2011年1月)
竹中夏海『IDOL DANCE!!!歌って踊るカワイイ女の子がいる限り、世界は楽しい』（ポット出版、2012年12月）
大谷能生他『ジャニ研！ジャニーズ文化論』（原書房、2012年10月）、

笹山敬輔『幻の近代アイドル史―明治・大正・昭和の大衆芸能盛衰記』（彩流社、2014 年 5 月）
境真良『アイドル国富論―聖子・明菜の時代から AKB・ももクロ時代までを解く』（東洋経済新報社、2014 年 10 月
ジャニーズ研究会編『ジャニーズ 50 年史』（鹿砦社、2014 年 12 月）
竹中夏海『アイドル＝ヒロイン―歌って踊る戦う女の子がいる限り、世界は美しい』（ポット出版、2015 年 1 月）
塚田修一・松田翔平『アイドル論の教科書』（青弓社、2016 年 12 月）
ぺろりん先生『アイルドとヲタク大研究読本』（カンゼン、2016 年 6 月）
太田省一『SMAP と平成ニッポン』（光文社、2016 年 12 月）
田島悠来『「アイドル」のメディア史―『明星』とヤングの 70 年代』（森話社、2017 年 4 月）
西兼志『アイドル／メディア論講義』（東京大学出版会、2017 年 4 月）

各アイドルに特化したものを取り上げれば枚挙に暇がない。

## (106) 池田太臣「オタクならざる「オタク女子」の登場―オタクイメージの変遷」(2012)

池田太臣「オタクならざる「オタク女子」の登場―オタクイメージの変遷」（馬場伸彦・池田太臣編『「女子」の時代！』青弓社、2012 年 4 月）の下位項目は以下の通りである。

1　オタクならざる「オタク女子」の登場
2　オタクという言葉の普及
3　オタクとは誰か？
4　オタク文化の価値の上昇
5　オタク像の修正
6　「オタク女子」の登場

## 7　なぜ「オタク女子」は現れたのか?―「オタク女子」研究の必要性

オタクに関する記述ついていくつか取り上げておきたい。「1　オタクならざる「オタク女子」の登場」では、オタクの在り方が年代により変わっているという。

> 岡田のいう「オタクは死んだ」という言葉は、マンガやアニメやゲームなどの個々の「オタク作品が死んだ/ダメになった」のではなく、「従来のオタクが共有していた共通意識」が「喪失された」ことを指しているようである。オタクが共有していた共通意識とは「『世間とは違う生き方をしているオタク』という一体感みたいなもの」であり、「世間がクリスマスとはしゃいでいるときに『俺たちはコミケがいい』と言って団結できる、そういう『世間から外れたもの同士の仲間感覚』みたいなの」である。(603)

「2　オタクという言葉の普及」については、中森明夫への指摘から始めっている。

> オタクという言葉は、ロリコン漫画誌「漫画ブリッコ」1983年6月号で、中森明夫が使ったのが最初とされている。中森がいう「おたく」(当時は、ひらがな表記）とは、マンガやアニメ、鉄道、SF、パソコン、アイドル、オーディオ機器などに熱中する若者の一群を指していた。中森は「おたく」を、コミュニケーションが苦手で、社交性に欠ける人物として描いた。
>
> 中森が使ったオタクという言葉は、その後、一部のパソコン雑誌やアニメ雑誌では使われていたようだが、誰もが知っている言葉ではなかった。オタクという言葉が日本社会に広まったのは、1988年6月にかけて東京都と埼玉県で起きた連続幼女誘拐殺人事件がきっかけである。
>
> この事件の報道で、大量のビデオテープや雑誌に埋め尽くされた犯人の自室の写真（図2）が公開されることによって、犯人はアニメやホラービデオといった虚構の世界に埋没する典型的なオタクである、という印象が形づくられた。この事件の初公判の記事では、「宮崎勤被告（27）が、ビデオやアニ

メなど自分だけの世界に没頭するいわゆる『おたく族』の一人だったことに、大きな関心が集まった」と書かれてかれている（「朝日新聞」1990 年 3 月 30 日付夕刊）。

いってみれば、この事件によって、問題人格としてオタクが発見されたといえるだろう。そのイメージは、当然のことながらネガティブである。(604)

（図 2）は省略する。

「3　オタクとは誰か？」ではオタクには中核になる 2 つの要素があるという。

あらためてまとめておくと、オタクイメージの中核には二つの要素がある。①〝役に立たない〟あるいは〝価値のない〟情報の収集に熱中していること、②非社交性の二点である。オタクイメージに関連して、〝ファッションに興味がない〟とか〝恋愛できない〟といったことがことさら強調されるのも、第二の特徴をよく言い表しているからだろう。

最後に、オタクイメージの暗黙の前提として、「オタク＝男性」の図式である。言葉が広まってきっかけとなった事件の犯人が男性だったので仕方がない面もあるが、2000 年代にその図式が相対化されるまで、オタクは暗に男性オタクを指していた。(605)

連続幼女誘拐殺人事件以後、「4　オタク文化の価値の上昇」が見られるようになった。

しかし、1990 年代後半から海外での日本アニメの評価が上昇した。また、2000 年代に入ると、マンガやアニメ、ゲームなどが日本の有望な輸出産業として国家的に位置づけられた。これらの動きを通して、オタク文化自体がその価値を上昇させてきたといえるだろう。オタク文化は、もはや役に立たないものでも価値のないものでもない。

その結果、オタク文化の知識は一つの資源であり、資本となった。その顕

著な例として、いわゆる「萌えおこし」を挙げることができるだろう。

「萌えおこし」とは、節単に言えば、「萌えキャラ」を使った地域活性化の手法である。最もよく知られた例として、埼玉県鷲宮町の地元商工会が同町を舞台にしたテレビアニメ『らき☆すた』(チバテレビなど、2007 年)の人気に目をつけて、地域振興に利用したケースがある。(606)

「5　オタク像の修正」ではオタク文化の価値の上昇に伴うオタクの人物像の修正である。

オタク文化の価値が上昇するとともに、背後にある「オタク的人物像」も修正されていく。

「オタク的人物像」の修正を考えるとき、最初に思い浮かぶのは『電車男』である。特にテレビドラマ版の『電車男』(フジテレビ、2005 五年)では、従来ネガティブなものとして描かれていた「オタク的人物像」をポジティブにとらえ返そうとする意図が読み取れる。

テレビドラマ版『電車男』は、2005 年 7 月 7 日から 9 月 22 日まで CX 系で 11 話が放送された(この後、特別篇と完結篇が一回ずつ放送されている)。いまさら説明するまでもないが、内容は「オタク」の主人公と美人でお嬢様育ちの OL とのラブストーリーである。「オタクである」という引け目もあって女性に対して積極的になれない主人公が、電子掲示板の「住人」たちにときに叱咤され、ときに勇気づけられながら、ヒロインとの恋を成就していく。(607)

「7　なぜ「オタク女子」は現れたのか?―「オタク女子」研究の必要性」にはオタク文化について次のように書かれている。

オタク文化は、現在、さまざまメディによって媒介されている。テレビだけでなく、ゲーム、ラジオ、書籍・雑誌、音楽、映画、ネット(「YouTube」「ニコニコ動画」、各種の SNS など)、コンビニエンスストアなどで売られている食玩、コミケなどの二次創作のイベントなどでその表象が流布される。

連続幼女誘拐殺人事件の頃はシンブルだった。マンガ、アニメ、映画（ホラー映画）くらいを取り上げていればよかったが、いまはそれだけでは全体を把握できない。

また、仮に「あるアニメに関心がある」という一点に絞っても、そのアニメへのアプローチはさまざまである。「テレビ放送を見るだけ」「グッズも買う」「物語ではなく、声優目当て」「アニソンにのみ関心がある」「コスプレのために見ている」「物語は見ていないが、フィギュアの出来がよかったので買った」などである。作品の消費の仕方も実に多様化している。連続幼女誘拐殺人事件の犯人象のように、個室でじっとモニターを見つめ、情報を集めまくるというイメージでは捉えきれない。

従来のオタク的人物像（と、それを語る言説空間）は、アニメやマンガなどのファンとしてのオタクを「知識の集積（とその応用）」という特定の消費スタイルだけに定位させてきた。これは明らか に偏っていたと言わざるをえない。オタクは一枚岩ではない。〝オタク S〟（オタクズ）と複数形で表記すべきである。

オタク文化とは、さまざまなメディアで流布される、次に述べるようないくつかの特徴を備えた表現の領域であり、オタクとはそれらの表現を好む人々であるといえる。そうした感受性をもつ人々は共同体をなしておらず（そのために、サブカルチャー研究の方法論の適用が難しい）、その感受性をある程度引き受けた人たちが個々に点在している。

自身を「オタク」と称するあるメイド奨茶の経営者は、「僕らがなぜメイド喫茶に行ったかとい えば、「オタク」だからですよ」（2005 年 9 月 12 日、筆者がおこなったインタビューから）と語った。彼自身が雄弁に語るように、「オタクである」という感覚はかなり身体化されたものであつて、いまのところ説明のしょうがない。

複雑点、個人化し、暖味模糊としているが、何となくの同質性をもった文化を一言で表象するの は難しい。だからこそ、わかりやすく、表象しやすいアイコンで代表することになる。オタク文化 を特定の様式で代表しようとする点では、「萌え」も東浩紀の「データベース消費」も全く変わらない。どちらも、オタク文化の特徴をわかりやすく提示し、異化しようとするとと

もに同化する（理解可能にする）試みである。外部からそれを記述するわれわれは、このことを自覚していなければならない。こうした事情も、オタク文化を語ることの難しさの一つである。(608)

ここで興味深い考察は「オタク的マンガやアニメとは何か」という問いかけだ。

つまり、オタク的アニメとは、〝非人間性〟ともいうべき特徴をもっている。もちろん、他者との関係がないわけではないが、そこでの他者関係は、少々手あかがついた言葉だが、〝セカイ性〟と呼んでいいものかもしれない。

そうすると、オタク的アニメというのは、ある種の①独身性と②非世間性（セカイ性）の匂いを 漂わせているアニメだといえる。

また、前記①②と並んで、登場人物たちが「萌え」といった言葉に代表されるような、感情的に思い入れしやすい記号的身体をもっていることも重要である。『サザエさん』や『クレヨンしんちゃ』『美味しんぼ』『課長島耕作』が「オタク的」といえないのは、実はここにも由来する。

このオタク的アニメの特徴である、(1)独身性と②非世間性をひっくるめて、〝イマジナリーな未成熟さ〟と呼ぶこことにしょう。なぜ〝イマジナリー〟という言葉がついているかというと、それはあくまでも想像上の〝未成熟さ〟であり、現実の未成熟さとは異なっているからである。第三の特徴として挙げた記号的身体は、この〝イマジナリーな未成熟さ〟を放も雄弁に伝えるメディアである。

筆者は、この〝イマジナリーな未成熟さ〟によって包摂される表現の総体、あるいはそれに関わる商品・サービス・二次創作などをひつくるめて、「オタク文化」と呼んでいる。そして「オタク」とは、〝イマジナリーな未成熟さ〟を好む人たちのことを指す。その意味でも、単なる「アニ メやマンガ、ゲームのファン」とは違うのである。

このオタク的アニメ・マンガが漂わせる〝イマジナリ|な未成熟さ〟の雰囲気は、女性がいう「カワイイ」とも重なるように思われる。「カワイイ」も、オタク文化的表現が醸し出しているものも、「未成熟」という点で共通しているからである。そうであれば、2000 年代に入って女性とオタク文化との

接近が起こったことも、何ら不思議ではない。

2000 年代にはオタク文化がその価値を高め、一般に承認されていった。それに伴い、オタク 文化への抵抗感が少なくなる。その際に、「カワイイ」の感覚によって「女子」とオタク文化が架橋されたのである。これはあくまで筆者の直想にすぎないが、こうした過程を経て「オタク女子」が誕生したのではないかと考えられる。(609)

## (107) 村上隆／美術手帖編『村上隆完全読本美術手帖記事 1992-2012』(2012)

村上隆／美術手帖編『村上隆完全読本美術手帖記事 1992-2012』(美術出版社、2012 年 6 月)のおもな内容は次の通りである。

まえがき
1992―1993　1993―1994　1995―1997　1998―1999　2000―2001
2002―2003　2003―2004　2005―2006　2006―2007　2008―2009
2009―2010　2010―2011　2011―2012　2012
村上隆スクラップ・ブック
関連論考
GEISHA－小冊子
出典目録
あとがき
村上隆年表

本書は村上隆の『美術手帖』に掲載された対談等の内容を収めたものだ。村上隆で注目しておきたい経歴は沢山あるが、その中からいくつかを列挙しておきたい。

1993 年　「美術における『意味の無意味の意味』をめぐって」博士（美術）東京芸術大学
1998 年　カリフォルニア大学ロサンゼルス校美術建築学部客員教授。

2001年　アメリカロサンゼルスで、展覧会『SUPER FLAT』展が開催。
2001年　有限会社カイカイキキを起業。
2005年　ニューヨークで個展『リトルボーイ展』開催。
2006年　『リトルボーイ展』の成果として芸術選奨文部科学大臣新人賞を受賞。
2008年　サザビーズにて等身大フィギュア『My Lonesome CowBoy』が1516万ドル(約16億円)で落札。
2008年　米Time誌の"The World's Most Influential People - The 2008 TIME 100"（世界で最も影響力のある100人-2008年度版）に選出。
2010年　フランスのヴェルサイユ宮殿で『Murakami Versailles』開催。

以降は、オタク文化関連に関するものをいくつか取り上げておきたい。「座談会『ポスト・ホビー・アート・ジャパン』(特集) ポップ／ネオ・ポップ」(1992年3月号) での村上の発言には以下のものがある。対談は中原浩大、村上隆、ヤノベケンジによるものである。中原浩大は既成の美少女フィギュアを使用した『ナディア』(1991～1992) などはオタク・アートで村上隆に影響を与えたと言われている。ヤノベケンジ（矢延憲司）は1992年に水戸芸術館での滞在制作『妄想砦のヤノベケンジ』では強いメッセージ性のある作品を発表した。なお、この3人は1992年9月4日から同年11月4日に開催されたグループ展『Anomaly』(伊藤ガビン+中原浩大+村上隆+ヤノベケンジ／キュレーション：椹木野衣、レントゲン藝術研究所、東京）で活動した。

村上　現状の日本美術界は、ちゃぶ台ひっくり返したほうがいいかもしれない。以前アニメマニアでして、現在アニメが日本の社会に受け入れられている座標点をちゃんと回収してあげたいと。そうしないとまた円谷英二が倒れてしまったような状況になって、「スターウォーズ」のようにアメリカに奪取されてしまうんじゃないかということ。その前に、今はくだらないと思われているものも見直されるべきじゃないかと思う。たとえばヤノベさんがつくってる形態には、僕が個人的に思うには、士郎正宗や横山宏とか、一見関

係ないものが入っているですよ。でも美術関係者って、他のカルチュア・シーンにまったくうといでしょう。勘違いの解釈で無理に美術に引っ張ってきたりして。で、中原さんの作品にはそれが全然なくて、客観的に見てるなというところがある。一種の回収作業かなと。(610)

村上隆の活動初期のものとして注目しておきたい。

次に、「Artist Interview 村上隆　ジャパニーズ・ポップを探れ！」(1994 年 11 月号) に注目しておきたい。

村上　漫画は本来、「本画」に対して劣位な画として「漫」な画としてきたんですけど、いまやカルチュアのハイもロウも日本にはないでしょ。ハイカルチュアなんて見えない。アートがいつしか自立できなくなって争点を導き出す大見得としてマンガ対アートをもってきたんです。ただ同時に、漫画に批評を呼び込みたいということもあります。日本人ってサブカルチュアに対して冷たいですよね。円谷プロとかドリフターズとかが残してきたものをきちんとカルチュアとして残すのが、日本の文化の今後を考える意味で重要だと思うんですよね。(611)

「村上隆キュレーション『リトルボーイ展』in NY」(2005 年 6 月号) は『リトルボーイ』展に関連するものだ。『リトルボーイ』展関連のものとしてはすでに「7　『オタク文化』とは」の (6) として「『脱力』に宿る芸術の力　おたくの起源ただる『リトルボーイ』展　NY で異例のヒット」(2005)、「9　オタク・オタク文化研究」の (25) で『リトルボーイ』(2005) を取り上げた。

きっかけこそ偶発的だったものの、このリセット行為は、スーパーフラット・プロジェクトの意味合いとそのベクトルをこれまでになく明瞭なものとしていく。

再構築への作業過程を通じ、村上はオタク・カルチャーの中に「原爆により敗戦した国民ならではのリアリアティー」を見いだし、そこを足掛かりとして、「父親たる戦勝国アメリカに去勢され、温室の中でぬくぬくと肥え続

けた怠惰な子供としての日本と、そうした環境ゆえに派生した奇形文化としてのオタク・カルチャーというロジックを猛烈なスピードで組み立てていった。そしてそれは、5年前、『SUPER FLAT』（マドラ出版）の冒頭に掲げられた日本は世界の未来かもしれない」という（オタク側からすればどう考えても素っ頓狂にしか思えなかった）言葉に、これまでにないリアリティーをもたらすこととなったのである（その成果は、じつに300ページにもおよぶ恐ろしく分厚い同展のカタログに詳しい。本書を読了すると、『SUPER FLAT』の内容がそれこそ、「ぺらぺら」なものに感じられてしまうほどだ）。

ただし、「この展覧会やプロジェクトは、戦争の傷跡や政治的なメッセージを盛り込むことがテーマではない」という点を村上は力説する。無論、そうは言ったところで、アメリカで開催される展覧会に対し原爆を突き付けた以上、そこに深読みが働くことを阻止できるはずもないわけだが、アメリカに対して戦争責任どうこうを追及するのではなく、「オタク・カルチャーが生まれたきっかけの一端はじつはあなたたちにあるのだ」という仮説を明示し、「それゆえに、この特殊な文化はあなたたちにとっても重要な文化となり得るではないか？」というプレゼンテーションを行うことが、村上があえてアメリカで原爆というモチーフを投じた理由というわけである。(612)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

村上が今回のリトルボーイでこれまで以上に強く意識したことは、オタク・カルチャーの根元的なポテンシャルを世へ提示し、それがワールド・ワイドなビジネスとして（村上の手を介さずとも）1本立ちすることができる素地をつくる部分にあった。それは、ぼくとの雑誌内から生じた「『スター・ウォーズからマトリックスまで』なんていう（日本のオタク・カルチャーがメリカへもたらした影響や恩恵の存在を無視するような）展覧会が生じないようにしたいよね」という言葉からも端的に窺うことができるだろう。

ここでもう一度思い出したいのが、先に挙げた森川によるヴェネツィアでのプレゼンテーションだ。

「オタク・カルチャーを村上によって勝手に輸出されてしまう」オタク側は、必ずしも村上が思い描くような未来予想図を望んでいるわけではない。日本館コミッショナーである以前にひとりの真性オタクであった森川は、そ

れゆえに「モノや作品としてオタクを欧米へ売り込むだけでは、いつまでも欧米の文化的評価に依存する現在の状況を脱することはできない」と考え、そして、「オタクを辺境からの献上品として差し出すわけにはいかない」ために、あえて概念や現象としてのオタクをヴェネツィアへ持ち込んだ。(613)

ヴェネツィアとは2005年に森川嘉一郎が日本館のコッミョナーを務めたヴェネツィア・ビエンナーレ第9回国際建築展のことである。

「村上隆『オタク』を『美術』に翻訳しつづけた爆走の14年間」(2005年7月号)では次のように述べている。

村上　そもそも、なんで僕がオタク世代の代弁者になったかということね、『美術手帖』の「ポップ／ネオポップ」特集(92年3月号)で、ヤノベケンジ君と中村浩大さんと僕とで座談会をやった時、僕は中原浩大さんとは距離を置いた、オタクの側だったわけですよ。それで、「なぜ、オタク的なものが美術とリンクしなければいけなのか」ということを、僕は語りきれなきゃいけなくなった。それを、今ようやく語りきったわけ。だら、僕の役目の一つは終わったんです(笑)。

―長くかかりましたね(笑)。

村上　才能ないもんで。

―ちょっと待って下さい。展覧会の企画と作品制作は別じゃないですか。

村上　でも、これでいいですよ。もう終わった(笑)。

―当時、ヤノベさんや中原さんについてどう受け止めていたんですか?

村上　年齢は1歳ぐらいしか違わないけど、中原浩大さんは、現代美術作家としてのキャリアがあって、僕からしたら大先輩って感じだった。『美術手帖』にもよく載っていたし。ヤノベ君については、「うまくやっとるな、こいつ」と思っていたから、彼の≪タンキングマシーン≫が白黒のレビューの頁に載った瞬間に、「すげえのが来ちゃったな」と。

―その一方で、中村政人さんなども。

村上　立川美術学院の講師仲間だった中村政人君、岩井成昭君、廣瀬智央君は、僕に現代美術のなんたるかを2年間ほどかけて教えてくれた。僕は自分

はどうやって隙間を見つけていこうかなあと考えながら、彼ら 3 人が植え付けてくれたコンテクストを、京都陣営に投げつけたわけですよ。

―京都陣営ね（笑）。

村上　そうそう。ヤノベ君も中原さんも、森村泰昌さんも関西出身。まあ、別に東京陣営なんてなかっただけど。東京には、やや年下の小沢剛君や中村哲也君もいて。

―その当時から今を見据えていた？

村上　いや、僕は延々と同じことしかやってないんで。今回、一生懸命「リトルボーイ」展に取り組んでわかったのは、オタクというのは日本の文化として、やっぱり下卑た文化だったなぁということ。欲望に肉薄していて、現実逃避からスタートしている。世の中が思っているとおりの文化なわけ。

しかし、るつぼのような状態で線香花火の玉みたいにグジュグジュやっているうちに、いつしかオタク的なものが日本のオリジナルを表現になった。僕は最初から見る角度やフレーミングの仕方によって、オタク文化が本当に美しい美術となりえることもあると主張していた。(614)

現代アート事典として「スパーフラット　Superflat」（2008 年 4 月号）には次のような記述がある。

村上隆キュレーションによる展覧会「SUPERFLAT」（2000 年）に端を発する概念（現在では「SUPERFLAT」と 1 単語で表記）。日本画専攻であった村上が、伊藤若沖、曾我蒼白、狩野山雪ら江戸時代の「奇想の画家」の画面構成と、アニメーター金田伊功による作画手法との間に、時間性を畳み込んだ平面的視覚表現という類似性を見出したことから始まる。

奇跡の画家たちの絵は、ジグザグの運動を誘発する線によってみる人の目を導く。村上は、このイメージをスキャニングするめの動き（＝時間性）及び平面性と、劇場版映画「銀河鉄道 999」などにみられる金田の作画およびシークエンスとを同室のものととらえ、時間性（歴史性）も空間性も圧縮された平面的表現を「スーパーフラット」と呼んだ。

村上は、日本の前衛の DNA は、奇想の画家たちからアニメやマンガとい

うサブカルチャーに継承されているとし、この見方を日本の戦後文化に敷衍する。西欧の枠組みを移植した日本における「芸術（美術）」のありようと、敗戦後の社会の中で特異な発達を遂げたアニメやマンガ、オタク文化というサブカルチャーを重ね合わせれば、そこには領域の区別も価値の階層も、表現主体の内面もない、「スーパーフラット」としか呼びようない世界が広がるのではないか、と。(615)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

ジャパニメーションとオタク文化　Japanimation & Otaku Culture

1970 年代～80 年代に、北米を中心としてテレビ放映された子ども向け日本発のアニメの総称として、ジャパニメーションという呼称が生まれた。暴力表現などの多い日本アニメへの蔑称として使われていた筋もあり、現在では、日本発のアニメは［anime］という用語で流通するようになった。アニメやマンガは子ども向けの娯楽という欧米の通念をくつがえしたのは、成人してもなおアニメやマンガに性的欲求の昇華と特殊な世界観を求める日本のオタク文化。今やオタクも［otaku］という表記で認知されている。(616)

なお、本書では村上隆の創作作品などもカラーで紹介されており、活字だけでなく視覚的にも村上隆を捉えることができる。

## (108) 辻泉「アニメーション・マニア、オタクという幻想」(2012)

辻泉「アニメーション・マニア、オタクという幻想」（2012）は横田正夫・小田正志・池田宏編『アニメーションの事典』（朝倉書店、2012 年 7 月）に収録されたものである。

『現代用語の基礎知識 1997』（1997）に掲載された岡田斗司夫「新『オタク』文化講座」と『漫画ブリッコ』（1983 年）の 6 月号から連載された中森明夫「『おたく』の研究」の記事に注目し次のように述べている

オタクとよばれる人々が関心を寄せる対象には、アニメーションや漫画だけでなく、SF や鉄道、アイドル、パソコン、オーディオなどもある。さらに

オタクには、マニアやファンといった類似のことばも存在しており、先の記事中において岡田は、ファンよりもより深く対象にはまり込む人として、マニアやオタクを定義している。しかしながら、いずれにせよ、オタクということば突出してネガティブなイメージを帯びてきたことは事実であろう。とりわけ 1989 年に、連続幼女殺人事件の容疑者宮崎勤が逮捕され、アニメなどが録画されたビデオテープが積み上げられた居室の様子が報道されて以降、いわゆる「オタク差別」という動きが顕在化したといわれる。いわばオタクとは、「現実」への適応能力を欠き、その代わりに「虚構」の世界に関心を向けるしかない人々だとみなされてきたのである。

だが、一方で、オタク文化に対する若者の関心が高まり続けたのも事実である。2005 年に東京都杉並区在住の 20 歳の若者を対象に行われた調査の結果によれば、「自分には『オタク』っぽいところがあると思う」という質問項目に対し、「あてはまる」「まああてはまる」と答えたものの割合は 46.6%と約半数に達した。それ以外にも、「『オタク』の人たちはなんだか楽しそうだ」という項目には 76.3%と、実に多くの若者が「あてはまる」「まああてはまる」と答えていた。

この調査の行われた 2005 年には、インターネット掲示板「2 ちゃんねる」におけるオタクと美女のラブストーリーである『電車男』の映画化やテレビドラマ化が相次いでなされており、さらに同年には野村総合研究所が『オタク市場の研究』と題する著作の中で、すでに看過し得ないほど大きなマーケットとなっていることも指摘してきた（試算によると、同市場の人口および市場規模は、172 万人で 4110 億円に達したという。(617)

2005 年に東京都杉並区在住の 20 歳の若者を対象に行われた調査とは松山大学社会調査室『若者の生活と文化』(2006) のことである。『オタク市場の研究』とは野村総合研究所オタク市場予測チーム『オタク市場の研究』（東洋経済新報社、2005）のことである。

辻はまた次のようにも述べている。

ここで重要なのは、それらの議論のどちらが正しいかを明確にさせるといっ

たことや、あるいはオタクということばとマニアといったことばとを明確に区別して定義することはできな ((強いていえば、後述するように、マニアとよばれていた人々がある時期から社会の変化によってオタクと名指しされるようになっていったものと考えることができる)。

いずれにせよ、こうした議論の対立からもわかるように、オタクということばの意味内容それ自体が社会の変化とともに遷り変わってきており、むしろこうしたよび表し方がどのような背景のもとで登場し、変遷を遂げてきたのか、それを社会学的に理解することのほうが重要である。

この点において参考になるのは、オタク文化の登場を、社会の変化に対する若者たちの適応行動として理解しおうとする、社会学者の宮台真司らの研究である。代表的な著作としては、宮台真司『制服少女たちの選択』や宮台真司・石原英樹・大塚明子『増補サブカルチャー解体神話』などがある。

いわば、彼らの研究においては、オタクたちの振舞いを何がしかの心理的な特性に還元して理解しおうとするのではなく、むしろ社会が大きく変化するなかで、オタクとよばれる人々の振舞いが結果的に目立たざる得なくなったものとしてとらえようとしている。(618)

## (109) 佐々木隆「気になる言葉⑬　オタク文化系の大学」(2012)

佐々木隆「気になる言葉⑬　オタク文化系の大学」(『むらさお』第 16 号、むらおさ同人会、2012 年 7 月）の内容は次の通りである。

プロローグ
1　『オタク文化』とは何か
2　大学教育とオタク文化
3　オタク系の研究科・学部・学科
エピローグ

「2　大学教育とオタク文化」では次のように指摘した。

オタク文化のキーワードはマンガ、アニメ、ゲーム、コンテンツ、デジタルコンテンツ、コンピュータ、インターネット等であることに異論はないだろう。こうしたキーワードを研究科、学部、学科の名称となっているところが多くみられる。(619)

以降は具体的には 2000 年の京都精華大学芸術学部マンガ学科設立から 2012 年の京都精華大学大学院マンガ研究科マンガ専攻博士課程設置までの様子を紹介し、これとは別に大阪電気通信大学と神戸芸術工科大学における学部学科等の設置の経緯について注目した。この背景には当然、高等学校の教育内容の変化がある。

オタク文化を代表するマンガ、アニメ、ゲームは芸術系、工学系に大別される。これは中学校学習指導要領（美術）に漫画、高等学校学習指導要領（情報）にアニメーションが入った経緯をみれば整合性の取れるところである。(620)

「エピローグ」では2012 年段階での結論を述べた。

オタク文化の行方はますます加速されていくことが予想される。しかし、学位としては未だに芸術、芸術学、芸術工学、デジタルコンテンツの名称である。学位としてマンガ学、アニメ学の誕生にはまだ時間がかかるだろう。さらに、2012 年 4 月 13 日には学校法人上田学園（大阪市）が大阪総合漫画芸術工科大学の新設の認可申請書を提出したことが報道された。これにより初めて「漫画」が冠とした大学の誕生するかもしれない可能性があった。同大学は漫画・コミックアート学部設置を目指していたが、6 月 5 日の法人の発表で設置申請の取り下げが発表された。依然として学位としてのマンガ学、アニメ学の誕生はなくなったが、学位としてのマンガ学、アニメ学へ一歩前進になることを期待したい。(621)

研究科、専攻、学部、学科名には「マンガ」がすでに冠になっている。また学

会でも専門学会が設立されている。しかし、学位として「マンガ」はいまだ存在していない。さらに漫画を冠にした大学の設置も現実化していない。

### (110) 難波功士・濱野智史「〝ヤンキー〟と〝オタク〟について語り尽くす」(2012)

難波功士・濱野智史「〝ヤンキー〟と〝オタク〟について語り尽くす」(『宣伝会議』通巻 845 号、宣伝会議、2012 年 9 月)のおもな内容は次の通りである。

AKB48 の握手会ファンの約 2 割はヤンキー
ホワイトカラーの停滞でサバイバル意識に脚光
リア充とオタクが手を組むスクールカーストの変容
関係性のための消費へオタクも仲間とつるむ

難波　この 1〜2 年でヤンキー文化が見直されているとすれば、それは EXILE の存在が大きい。ヤンキーと自称しているわけではないけど、〝ヤンキー的〟なテイストがメジャーになっていたのは、間違いなく彼らのおかげだと思います。

濱野　僕は EXILE と同様、AKB48 というアイドルグループがメジャーになっていった背景にも、〝ヤンキーテイスト〟があると思っています。アイドルといえばオタクが応援するものと思われがちだけど、AKB の握手会の会場に行くと全体の 2 割くりがヤンキーだったりするんです。推しメン（好きなメンバー）の名前を背中に刺繍した特攻服を着たファンを見かけることも。

難波　何だか 1980 年代の親衛隊文化を彷彿とさせますね。ヤンキー文がアイドルを追いかける時代はとっくに終焉したと思いきや、アイルドブームの復活とともにヤンキーも戻ってきたのかもしれない。(622)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

濱野　僕は難波先生の『ヤンキー進化論』を読めば読むほど、ヤンキーとオ

タクの成り立ちはやっぱり似ていると、と気付きました。特に海外発のカルチャーをルーツとして、勝手に日本国内でガラパゴス化していった…という過程には共通項がある。日本のアニメも、米国のディズニーとかSFをルーツとしているものがほとんどですからね。
難波　『スター・トレック』なんかも、当時から「スター・トレッキー」と呼ばれる熱狂的ファンの存在があって、それが今のコミケ（コミックマーケット）のカルチャーにもつながっているわけですね。(623)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

濱野　僕がまず考えているのは、ヤンキーやオタクが生まれた当初はすごく原理主義的というか、先鋭的な人たちだった。それに比べると2000年代中盤以降、ライトオタク化が進んでいると思います。AKB48ファンもそうだし、初音ミクファンなんかもそう。
難波　自身の全存在をかけてオタクになる、ヤンキーになるという強い意志がみられなくなってきましたよね。(624)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

濱野　アイテムやファッションといった分かりやすい「記号」が豊かになっているんですよね。今、オタクやヤンキースタイルがマスに広がりやすい理由は「これだけ買えば・集めれば仲間になれる」というアイテムがたくさんあるから。
難波　ヤンキーならグラサンやジャージ、オタクならアイドルグッズといった分かりやすいアイテムを持つことが「タグ付け」という行為になるんですよね。(625)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

濱野　その結果、仲間とか団結とか漫画『ワンピース』のような世界観が求められて、すべてが関係性のための消費になってきているじゃないかなと。電通の「SIPS（共感・確認・参加・共有／拡散）」という生活者の消費行動モデルがありますが、関係性の中にある。〝面白がり文化〟とか、〝ワリノリ文化〟結構大事だと思っていて。(626)

オタクもヤンキーも自分たちの価値観を重視し、それが周囲のものとは大きく

異なると、仲間意識が働くという点ではよく似ているのだ。ヤンキー論には五十嵐太郎『ヤンキー文化論序説』（河出書房新社、2009 年 3 月）、難波功士『ヤンキー進化論』（光文社、2009 年 4 月）、熊代亨『融解するオタク・サブカル・ヤンキー』（花伝社、2014 年 10 月）等がある。

### (111) 嶽本野ばら『もえいぬ』(2012)

嶽本野ばら『もえいぬ―正しいオタクになるために』(集英社、2012 年 7 月)のおもな内容は次の通りである。

萌えへの扉
オタクの愛
みくみくになる
秋葉原ワールズエンド・シャッフル
神の萌ゆる計画
だけど、こなたのねんどろいどは持っていない
ハルヒの鍋料理と長門の鍋料理
AKB48 に関する手紙
けいおん！の肉体、人工楽園
CONNICHI2011 レポート―そして、コスプレックス
厨二病に就いて―我、堕天の王、太宰治の妹なり
腐女子は萌えを救う
コミュニズムとしての二次元／ミシンと蝙蝠傘の出逢いとしての萌え

ここでは筆者が気になったところをいくつか取り上げておきたい。

萌えなんてものは、三次元、現実で恋愛が出来ないからコミュニケーションする必要のない二次元のキャラクターを相手にするバーチャルな恋愛感情だと考えていたし、自分には関係ないと信じていたのですが―オーソドックスなラムちゃん萌えも綾波レイ萌えも、てんで理解出来なかったし―なの

に、なのに、萌えてしまったのです。そして知りました。萌えは現実の恋愛の代用品ではないことを。萌えという恋愛感情／或いはエロチシズムは独自性を確立したものとして存在するのです。

まだ新種のウィルスみたいなものですから誰もこれを表立って恋愛感情だと迂闊に断定出来ないでいるのかもしれません。が、こんな気持ち初めてだ―。萌えは紛うことなき恋愛感情です。萌えたことのない人には悪いのですが、男性が女性、女性が男性のオルガスムスを想像出来ないように、ルイス・キャロルが幼女アリス・リデルに熱中したように、萌える想いは萌えた経験のない人以外には理解不可能でしょう。でもまだ萌えてない人も、或る日、突然、花粉アレルギー、神の存在に触れるように、萌える日がくるかもしれません。僕が突如、萌えたが如く。(627)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

アニメオタク、アイドルオタク、鉄道オタク、オタクにも様々ありますが、マニア、コレクターとオタクがどう違うのか、それくらいは解っているつもりです。ずっと僕は自身がマニアックな性質を持ち、ともすればコレクターになりがちなのを心得ていました。

「もし澁澤達彦が生きていれば、オタクにどのような感情を抱いていたのしょう？

「無関心を貫いたんじゃないですかね。マニアやコレクターとオタクでは対象や関係への距離感が違うので」

「マニアとコレクターに差異はあると思いますか？」

「上手く説明出来ないけれど、同じフランス文学者でも澁澤はマニア、生田耕作はコレクターという気がします」

「荒俣宏ならば？」

「オタクとは言い難いんじゃないかな」

「ややこしいですね」(628)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

「でも、オタクはモノに固執しますよね。アニメなら DVD の他、フィギュアなど関連商品も含め、出ているモノをコンプリートしたがるのがオタクではないですか？」

「80 年代、否、90 年代も所有することが価値を持った。皆、モノに対するフェティシズムを有していた。でもモノが財産であるとのコモンセンスは昔からあった。リサイクルショップそいて生き存えている質屋の制度を考えてみればいいです。預ける代わりに見合ったお金が借りられたのは、モノの価値が今以上に重要だったからではないでしょうか。請け出せなくても利子を払ってさえいれば所有権は維持出来る。現在、買った時以上の値段で取り引きされる、プレミア価格のモノはありますが、この品を担保としてお金を融通して貰えるというシステムはほぼなくなったといっていいでしょう。(629)

オタク文化を取り扱うものには村上隆を取り上げるものとそうでないものがある。ここでは取り上げられている。

既に 90 年代から村上隆は日本の二次元、オタクカルチャーを題材にし、等身大の美少女フィギュア『Miss ko2』を発表、現代美術の世界で絶賛（サザビーズで 50 万ドルの値が付いた）、非難（2010 年に開催されたヴェルサイユ宮殿での彼の展覧会では、会場に作品がそぐわないから中止せよとのでも運動が起こった程だ。その後、ルイ 14 世の子孫から、世界遺産に児童ポルノを展示するとは冒涜であり犯罪行為だと訴えられている）を受けたが、この賛否両論の決着にまだ時間が掛かるのは、自身がフィギュアの置き場所をまだ見出せずにいる経験から容易に察しがつきます。

少しだけ村上隆の作品への私見を述べておくならば、美術としての彼の作品は大いに賞賛するべきものだと思います。が、欲しくないし、観たい衝動も起こさせない。何故なら、村上隆はポップアート、カウンターカルチャーとしてフィギュアを利用したに過ぎず、フィギュアへの愛を持っていないからです。フィギュアに対するオタクの評価は常に厳しく、表情、動きはもとより、塗装の生興さにまで及びます。二次元を三次元に移し替える作業の可能性さを知りつつも妥協を赦さない。(630)

村上隆については村上隆自身もまたオタクに嫌われていることを自覚してい

ることを記している。

### (112) 辻泉「オタクの現在を考える」(2012)

辻泉「オタクの現在を考える」(『青少年問題』第 59 巻、秋季、第 648 号、一般財団法人青少年問題研究会、2012 年 10 月) は、「特集：若者の現在を考える」の中の 1 つの論文である。若者を現在を考える上でオタクについて取り上げられていることも注目に値する。その内容は以下の通りである。ここではまず下位項目を紹介しておきたい。

オタクを考えることの現在
増加してきたオタク
オタクのこれから

オタクの現在の状況について次のように述べている。

> 議論をやや先取りするならば、オタク的なふるまいのなかでも若者たちの間に広まっていったものとそうでないものとがあるように思われる。すなわち、アニメやマンガ、ゲームといった「虚構」に深く思い入れを持つことで、それらと「現実」に対する意識との間で、あまり軽重をつけてないようなふるまいが広まりつつあるように思われるのだが、一方で (あるいはこのことも深く関連して) 何がしかのオルタナティブなものを探究しようとするふるまいが、徐々に薄れつつあるようにも思われる。(631)

2005 年と 1990 年の調査データから次のように述べている。

> オタクのイメージアップに貢献したと言われる『電車男』の映画公開とちょうど同じ年に行われたこの調査だが、中でも「自分には「オタク」っぽいところがあると思う」かと尋ねたところ、「あてはまる」「まああてはまる」と答えたものは、46.6%と約半数に達していた。

同様の質問は、さらに 15 年前に社会学者の宮台真司を中心とするグループが、大都市圏の大学生を対象とした質問紙調査（以下、90 年調査と記す。詳細は、宮台ほか、1992 を参照）で用いていたものだが、当時はわずか 13.4%しか、そのような若者がいんかったことと比べれば、その後の驚くべきオタクの増加の様子がうかがえる。

05 年調査では、オタク文化に関するさらに興味深い質問を尋ねている。たとえば、「「オタク」は楽しそうだ」と答えたものは 74.4%（「あてはまる」「まああてはまる」と答えたものの合計、以下同様）、「「オタク」は増えていくと思う」と答えたものは 76.3%といずれも８割近くに達し、オタク文化に対する若者たちの全般的に肯定的な評価がうかがえた。

この背景にあるのは、かつてのような、「現実」に適応できず「虚構」に関心を向けるしかないものたちといったネガティブなイメージではなく、むしろ文化の快楽の巧みな享受者といった、ポジティブなオタクの像なのだろう。（６３２）

辻は後半でも女性のオタクが増えてきたことも統計上明らかにしている。
統計という見える形での分析は確かに説得があるが、さらにそこから何故なのかも分析していかなければならい。しかし、社会的な風潮はまさにこの統計が裏付けていることも確かだろう。

## (113) 佐々木隆『オタク文化論』(2012)

佐々木隆『オタク文化論』（イーコン、2012 年 12 月）はさまざまなオタク研究を紹介すると共に、周辺的なものを取り上げたものである。おもな内容は以下の通りである。

プロローグ
第１章　「オタク」とは何か
第２章　オタクの変遷
第３章　オタクツーリズム

第４章　オタク研究
第５章　周辺概念
第６章　オタク文化の展望
関連年表
切手になったオタク文化
注
エピローグ

オタク文化をポップカルチャーという大きな枠組みの中で捉えたことを「プロローグ」の中で次のように述べている。

> 国際文化交流へ、さらにクール・ジャパン、文化外交という視点から日本を見直した時、マンガやアニメの重要性を再認識するに至った。そして「オタク文化」に注目し、ポップカルチャーにおいてオタク文化が実は大きな可能性を持っているのではないかとの仮説のもとに論じたものである。当初、オタクは根暗や事件などと結びつきマイナスのイメージが強かったが、現在ではオタク文化とその範囲も広がり、さらにはオタク産業なる言葉まで登場するなど、新しい局面を迎えている。その背景にはインターネットやデジタルコンテンツ産業の発展、マンガやアニメ、ゲームに対する社会的評価の大きな変化があったことは無視できるものではない。一方ではひきこもりなど現代若者気質との関係から社会学や心理学の分野にも立ち入ることとなるが、オタク文化を扱うには決して無視できるものではない。(633)

また、「第５章　周辺概念」の内容をはっきりさせるために下位項目も紹介しておきたい。

１　カワイイ
２　女オタクとアキバ
３　ひきこもり
４　クール・ジャパンと日本文化ブーム

5　ゲーム
6　ボーカロイド

「3　ひきこもり」は「オタク＝ひきこもり」という誤った図式が成立していることを指摘したものである。「（2）英語になった“hikikomori”」を掲載している。2010年8月に*Oxford Dictionary of English*の第3版が出版され、この中で新しく英語になった日本語が“hikikomori”である。もちろん2010年以前にもこの“hikikomori”は宮崎勤の幼女連続誘拐殺人事件の海外報道でもそのまま使用されていた。しかし、今回はOxford系の英語辞典に見出し語として掲載されたというところに大きな意味がある。特に定義に“typically by adolescent males”となっていることは注目したいところである。前述の宮崎勤のイメージがあまりにも鮮烈であったため、欧米でもこの事件の報道では“hikikomori”という言葉が一過性的に用いられたことがあったが、欧米では児童福祉に関する考え方は日本とは比較にならないほど厳しく、宮崎事件の影響がこの“hikikomori”の定義に大きな影響を与えたとしても不思議ではない。（634）

また、「2　女オタクとアキバ」の下位項目では次のような内容を扱った。

（1）闘う女の子
（2）腐女子
（3）萌え
（4）メイド・カフェ
（5）秋葉原と東池袋
（6）『下妻物語』(2004), 『電車男』(2004), 『電波男』(2005)

### (114) 大塚英志『物語消費論改』(2012)

大塚英志『物語消費論改』（アスキー・メディアワークス、2012年12月）のおもな内容は以下の通りである。

序　「物語消費論」から「愚民社化論」へ
第１部　物語消費論・改
　第１章　物語消費論とルーシー・モノストーン―いかにして物語を現実に越境させうるか
　第２章　ポストモダンの時代に大きな物語はいかに延命したか―『スター・ウォーズ』化した中上健次をめぐって
　第３章　脱政治化するサーガ
　　―『宇宙戦艦ヤマト』と無国籍ナショナリズムの成立
　第４章　寓話機能不全の時代とジブリ
第２部　物語消費論・再
　記号の陰の物語
　物語消費論の基礎とその戦略
　麻原彰晃はいかに歴史を語ったか―「土谷ノート」を読む
　「ビックリマン」と天皇制
　他者の幸福のための消費
　終章―あとがきにかえて

大塚の単行本として出版されている物語消費論を時系列で紹介すると以下の通りである。

『物語消費論―「ビックリマン」の神話学』（新曜社、1989 年 5 月）
『定本　物語消費論』（角川書店、2001 年 10 月）
『物語消滅論―キャラクター化する「私」、イデオロギー化する「物語」』（角川書店、2004 年 10 月）

この 20 数年の間での大きな変化はインターネットの登場とメディアミックスが進んだということだろう。大塚「序　『物語消費論』から『愚民社化論』へ」の中で本書について次のように述べている。

最初に明確にしておくなら、本書はぼくの1980年代における論考「物語消費論」を「Web以降」の文脈の中で検証し、清算するために書かれる。

「物語消費論」とは80年代末に当初は子供文化論、そして中途からはメーケティング理論として書き飛ばされた一群のエッセイであり、『物語消費論』(1989年、新曜社)、『見えない物語』(1990年、弓立社)の2著に中心的にまとめられている。当時書かれたもののいくつかを第2部として収録したので、とりあえず先にそれを読んでほしい。それらは基本的には「Web以前」の時代に書かれ、その時点ですでに失効しているといってよい。その意味で、僕の仕事の大抵がそうであるように、殆ど振り返られる価値のない仕事だが、改めて1つだけ強調しておきたいのは、物語消費論とは本質的にプロパガンダの理論であった、ということだ。(635)

物語消費論では受け手が書き手側に回るということが実は大きい。

このような「受け手」自身を呪縛する物語を自ら紡ぎ出すという逆説的モデルの前提には、近代に固有の現象とさえいえる<「作者」になりたいという欲望>が当然あるべきだ。すなわち誰もが「作者」=「情報や物語の発信者」になりたいと願い、しかし多くの場合、それは果たされないという逆説がある。ここで「作者」を「創作者」ではなく「発信者」として定義してあることに注意されたい。「書く」だけでなく、メディアを介して「発信」し、そのことによって社会的に承認されたい。これは「近代」を一貫した欲望の一形式である。(636)

当初はこれがコミケでの同人誌の役割であった。今でいえば二次創作とういことになろう。

webはこの欲望を一挙に解き放った。今や、ぼくたちはNTTやプロバイダーに料金さえ払えば誰でも「作品」も「私のプロフィール」もつぶやきも流言飛語も自由に発信することができる。「書く」という欲望と「公にする」という欲望がただたに結びつく仕掛けが万人に開かれている、と書いても若

い世代には当たり前すぎてその実感を得ないだろうが、そのことの意味は決して小さくない。そして興味深いことに「書く」欲望と「発信する」欲望は実は一体ではなく、後者のみが単独で行使されることも明らかになった。もはや作者ではなく、情報発信者になりたい欲望の方が優位であるのは、動画投稿サイトに自身の作品でなく既存の映像作品を投稿することに熱心な者が少なくないことでも明らかだ。違法動画の投稿者もまた「発信者」として評価され、充足する仕組みが動画投稿サイトには用意されている。(637)

大塚はこの web に関してさらに次のように述べている。

さてこのように「物語消費論」は「断片のモンタージュ」による物語の生成と世界像の構築を「送り手」でなく「受け手」自らがそれを行うことを意味する。そして最後に重要なのがこの一連のプロセスにおいて、何ら化の消費行為が結びつくということである。例えば「かつて」であれば、子供たちは「ビックリマン」の「情報の断片」を入手し、その世界観を想像／創造するためチョコレートを買う。「今」であれば web の上であらゆる事柄の「情報の断片」を集め、自らつなぎ合わせ加工し（いわゆる「まとめ」サイトも含め）再度 web 上に「発信」するが、それは同時に NTT やプロバイダーに料金を払う「消費」行為である。これこそがこの一連のふるまいを「物語消費」と呼ぶ根拠である。創造性を伴う行為に「消費」行動が組み込まれている、というイメージである。極端な言い方をするなら従来の「作者」は「創作行為・情報発信として対価を得る者」であったのに対し、「創作行為・情報発信を対価を払い行う者」が新しい消費者の形である、という物語諸費論は定義した。(638)

ボーカロイドなどはまさにアプリを購入して、さらに創作を行い、情報発信するということになる例も紹介されている。

大塚はメディアミックスの先駆けとして『正チャンの冒険』を取り上げている。

まんが史の上では、連載まんがを出発点として他メディアに移植され社会現象化した作品として大正期の樺島勝一、織田小星による『正チャンの冒険』が近代に入って以降では特筆すべきものだ。『アサヒグラフ』からスタートして、『東京朝日新聞』に連載を移して以降、単行本やアニメーションという複数のメディアで作品が展開したのみならず作中で主人公が身にまとった商品までもがブームの対象となったのは興味深い。「正チャンの冒険」は仕掛けられた、というよりも自然発生的、かつ、結果論的にメディア間の展開やキャラクター商品の元型まで登場したが、興味深いのはその受けとめられ方である。(639)

最後にインターネット時代の物語消費論についての大塚の指摘を見ておきたい。

（2）「受け手」はその「断片」にプラスして手許にある「既にある、あり合わせの情報」を加え、解釈し、「世界像」を構築していく。つまり「断片を補填」していくのである。

検索や情報のリンクの機能を web に進化させているからこの部分は、ある固有名を検索エンジンに入力すれば関係歩きーワードが勝手に表示されるように、半ば「自動化」されている。

（3）受け手には、「世界像の全体」を知りたいという欲望が生まれ、それを補完する「情報の断片」が与えられ続けることで、その商品を「購入」する欲望に転嫁させられる。

ネット上でアイドルの「噂」をかき集め、あるいはブログや 2 チャンネルの書き込みで「発信」していくことで、NTT やプロバイダーに料金を払い続けいくのもまた「物語消費」の一例である。このような商品セールスのマーケティングを狭義の「物語消費」と呼ぶ。

（4）この「物語消費」は一定の段階に到達すると「創作行為」や「社会的運動」を擬態するケースがある。つまり、いわゆる「二次創作」であり、それ自体が新たな「微分化された情報」として機能する。そして「受け手」相互の「自発的な動員」とでもいうべき事態が生じる。

Web においては「炎上」であり、それがフジテレビへの反「韓流ドラマ」デモのような社会運動化する事態が生じる。(640)

インターネットの登場により物語消費論もさらに進化していった。その意味でもタイトルの「改」は意味深い。「新」ではなく「改」の持つ意味は大きい。大塚自身、「Web 以前」の時代に書かれ、その時点ですでに失効しているといってよい」とのべ、振り返りは殆どんされないと述べているが、メディアに関わる研究は「Web 以前」と以後では大きく異なっているのもまた同様である。

### (115) 鈴木隆之「『オタク』の履歴書―『オタク』の文化人類学研究のための試論―」(2013)

鈴木隆之「『オタク』の履歴書―『オタク』の文化人類学研究のための試論―」(『政治学研究論集』第 37 号、明治大学大学院、2013 年 2 月)のおもな内容は次の通りである。

はじめに
1　「おたく」の誕生
2　ことばそのものの起源　その「女性性」
3　オタク研究史
　1999 年以前　大事件のさなかで
　2000 年代以後「ジャパン」は「クール」だ、「萌え」るのがオタクだ
4　研究の分類　3 つのアプローチ
　i　社会学系アプローチ
　ii　評論系アプローチ
　iii　日本学(日本文化研究)系アプローチ
5　近年のオタク研究
6　結びにかえて―世代論を越えて、人類としての研究へ

「はじめに」の中で次のような指摘がある。

今や官公庁や自治体、産業界が総じて、「コンテンツ外交」や「まちおこし・地域活性化」の旗印の下で、まんがやアニメなどといった「オタク」文化の利用をあの手この手で試みており、表面だけを見れば、「オタク礼賛」とも言えるような昨今の世間の様相である。しかし、その言葉が、いわゆる「エロ本」と言っても差支えのないような雑誌から誕生した事実は、にわかに信じがたい。(641)

「1　『おたく』の誕生」ではこれまでの先行研究を踏まえて書かれている。

「オタク」という言葉は、初めは平仮名表記の「おたく」として登場した。この「おたく」という言葉を初めて言及したのは、著述家の中森明夫である。中森は1983年、雑誌『漫画ブリッコ』誌上の「『おたく』の研究」と題するコラムを掲載し、「おたく」について、サブカル誌のコラムらしく扇情的に紹介した。『漫画ブリッコ』は、当時のまんが・アニメファン（彼らの一部がまさしく「おたく」と呼ばれるようになる）の間において巻き起こっていたロリコンブームを代表するまんがが雑誌であった。

ただし、この「おたく」の言葉の発祥について、中森は新しく言葉を作ったわけではない。それはコロンブスがアメリカ大陸を「発見」したように、「おたく」とは、すでに70年代からSFファンやアニメファンのあいだで使用されていた言葉であり、中森が83年に「発見」をした時点で、既に自嘲も含めた差別用語となっていた背景があるのだ。(642)

「2　ことばそのものの起源　その『女性性』」では「おたく」から「オタク」への変遷、また、オタクに内包されるジェンダーについて取り上げているが、オタク研究家に男性が多く、女性がの研究家、すくなくても論文や研究書の著者として名の通っている人は一握りだ。

「3　オタク研究史」での前半では、幼女誘拐連続殺人事件を契機に大塚、岡田、浅羽に注目している。

1983年に登場した「おたく」という言葉は、その後しばらく、雑誌・ラジオのコーナー等に多少散見される程度であった。「おたく」の集う場とされたコミックマーケットの参加者はこの間も会場を変えるほどに増加し続けており、「おたく」と呼ばれる人々の数は確実に増えていったはずであるが、その存在は、潜在的である時期が続いていたのであった。しかし、1989年になると、このようであった「おたく」を取り巻く状況が一変することとなる。その前年より発生した連続幼女誘拐殺人事件によって「おたく（族）」が社会問題視され、急速に知られるところとなったのである。この事件はその猟奇性と異常性から世間の好奇の視線を集めることとなり、「おたく」が単に「アニメ、まんがファン」であることより、事件の容疑者のイメージ像に即して「ネクラ」「ロリコン」「小児性愛者」などといったキーワードと結び付けられることで、「おたく」に対する否定的なステレオタイプばかりが一般に共有されることとなった。

こうしておたく＝犯罪者なる視点が、始まったばかりの平成の世を風靡することになったが、90年代に入り、「おたく評論家」なる人物がマスメディアの注目を集めるようになった頃には、「おたく」を肯定するが珍獣扱いする視点も生まれている。いずれにせよ差別的な視線であったこのような状況の中で、「オタク第1世代」は自認する岡田斗司夫は1996年、『オタク学入門』を世に出すこととなる。彼がこの著書で図ったのは、社会的に否定される一方の「おたく」たちの、肯定的な面を大げさまでに紹介し、「おたく」たちのイメージアップをすることであった。

恐らく、「おたく」についてのイメージを肯定的なものへと転化させるきっかけは、この著作及び岡田に依るところが大きいだろう。また、民俗学者宮田登の門下であり、かつて『漫画ブリッコ』の編集者を務めていた大塚英志も、独自の「少女民俗学」の視点から、「おたく」について言及した著作を多く発表するようになる。(643)

なお、浅羽については次のように述べている。

さらに、初期の「おたく」論者として、評論家浅羽通明の存在も忘れては

ならない。浅羽は、「おたく」を、現代社会における子どもの生育環境の分析から批判的に論じ、特に大塚の「おたく」を擁護する姿勢に対しては、はっきりとした批判を展開している。(644)

また、この時期の大きな変化として「おたく」から「オタク」への表記上の変化がある。

さて、この時期に生じた大きな変化として、先に述べた、「おたく」から「オタク」への変化がある。それまでのひらがな表記に限らず、「おタク」「お宅」といったように、多様であったその表記が、「オタク」というカタカナ表記に統一される、ということである。この表記の変化については、岡田が端緒を開いたといっていいであろう。岡田は、海外での肯定的な評価を紹介する文脈で「カミカゼ」や「ゲイシャ」のように、従来の、外国人の使用する日本語の表記方法に倣う形で「オタク」という表記を多く用いた。そして、岡田の大々的な「オタク」のイメージ向上策により、海外での「オタク」に対するマスメディアの注目が高まっていくが、その過程で定着したものであると推測される。岡田自身の戦略のみならず、マスコミの報道においても、それまでの、印象の悪い平仮名表記の「おたく」と違うところを明示する方法としても有用であったと考えられるのである。(645)

さらに宮台真司、大澤真幸なども取り上げられている。2000 年代以降としては 2002 年のクール・ジャパンの影響もあり、オタクの印象がプラスに転じている。

岡田らの活動の甲斐あってか、「オタク」に対する社会のイメージが、徐々にそれの半社会的色彩が脱色されるなかで、2002 年、海外発のひとつの論文が注目を集める。それは、米国の外交専門誌「Foreign Policy」にジャーナリストのダグラス・マッグレイが掲載した論文“Japan Gross National Cool”である。マッグレイの論旨は経済用語の GNP（国民総生産）をもじり、「GNC」（グロス・ナショナル・クール）を１つのアイデアとして提示することにあ

ったが、このなかでマッグレイはオタク文化的なマンガ・アニメなどのポップ・カルチャーのコンテンツを「Japan Cool」のひとつであると述べている。2003 年にこの論文が邦訳されて雑誌に掲載されると、たちまち大きな反響を呼ぶ、日本のポップ・カルチャー＝クールと捉える言説が、国際政治学者ジョゼフ・ナイの「ソフト・パワー」概念を援用しつつ論壇を賑わすこととなる。

一方国内のオタク界隈においては、90 年代後半以降から 2000 年代前半にかけて、「美少女ゲーム」や「萌えアニメ」のコンテンツが存在感を増し、日本社会の中でとりわけ異彩を放つようになる。このオタク文化の変容の象徴が、「電気街」から「オタクと美少女の街」へと変貌した秋葉原であり、『電車男』の大ヒット、および「萌え」ブーム（2005）である。(646)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

民間においては、2000 年代前期のの「萌え・アキバ」ブームで大きな経済効果が上がったことから、「オタク」を「産業」として、商業的な可能性を探る動きが活発でる。浜銀総合研究所が、2005 年 7 月に「萌え」の市場規模の調査結果を発表して少なくとも 888 億円という数字を示したが、2004 年に既に野村総合研究所が『オタク市場の研究』を出しており、より包括的な規模の市場として「オタク」の市場規模が約 4110 億円に達することを明らかにしている。ただ、野村総合研究所の報告においては、「オタク」をアニメやまんがなどの趣味分野に分類しているのが特徴であるが、一方で「ファッションオタク」や「旅行オタク」など、従来的な「オタク」イメージからは離れた趣味分野も含めており、拡大解釈的な分析手法の側面を指摘できよう。そのあと、一連のブームが落ち着きを見せた 2007 年末には、メディアクリエイトより『オタク産業白書』が出される。(647)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

一方、アートシーンに目を向けると、90 年代より、日本のまんが・アニメキャラクターを模した現代アートで国際的な評価を得ていた村上隆が、いわば「オタク・アート」の第 1 人者として挙げられる。村上は「スーパーフラット」という概念を提示し、自身の「オタク的」といわれる美術作品を、江戸時代の浮世絵からの伝統の中に位置づけた。また村上は、現在までにアー

ト集団「カイカイキキ」の主催やアート展示即売会「GEISHA」の開催を行っているほか、欧米や中東など世界各地の美術館やギャラリーにおいてポップ・アートの展覧会を数多く繰り広げるなど、積極的に活動を行ってきている。村上自身の活動は、学術研究とは多少距離のあるものであるが、彼の議論はしばしば宮台や東といったオタク研究者の論考に引用されている。(648)

海外のオタク研究では興味深い資料を紹介している。

海外におけるオタク研究とは、オタクについて書かれた雑誌論文、エッセイ、著書を含めるものとする。「オタク」にあたる英語として“nard”という語句も存在するが、ここでは日本語をそのままローマ字変換した“Otaku”に限定したい。さて、海外で“Otaku”という言葉が登場するのは、1994 年のアナリー・ニュウィッツの論文“Anime Otaku: Japanese Animation Fans Outside Japan”であると仮定できる。ニュウィッツはこの論文において、“Anime Otaku”としてアニメとオタクのみを議論の対象とし、著書の母国アメリカ文化に対する日本文化の優位性を説いている。この起源については、筆者の文献調査の結果によるものなので、年代が遡る可能性は少なからずあろう。(649)

「4　研究の分類　3つのアプローチ」では3つのアプローチ簡単に紹介しておきたい。

i　社会学系アプローチ

このアプローチでは、論者は「オタク」を社会との関わりの中でとらえ、「オタク」に対する、人格および集団としての定義を試みる。(650)

ii　評論系アプローチ

このアプローチにおいては、主にまんが・アニメ・ゲームといった、「オタク」と親和性の高い作品（群）から、「オタク」の心性を捉えようとする。その内的心性から社会をみつめ、理論化を試みるのが特徴である。(651)

iii　日本学（日本文化研究）系アプローチ

アカデミズムの領域においても、日本文学やメディア学などの研究者が、自分の専門分野と関連する関心事として、「オタク」文化の研究を行っている状況である。(652)

「5　近年のオタク研究」では研究の傾向を端的にまとめているのでその一部を紹介しておきたい。

最後に、オタク研究に関するここ5年の傾向を述べたい。「オタク」の存在が拡散した現在、「ライトオタク」の増大・顕在化や、「表現型オタク」と「消費型オタク」の分裂などが「オタク」文化の傾向として指摘できる。特に、2000年代後半より「オタク」が市場として顕在化した頃より、「オタク」に関する書籍は毎年多く出版されており、その取り上げ方も様々である。なかでもビジネス誌への「オタク」の進出は著しいものがある。一般書籍に目を向けると、オタクの一般化の細分化に伴い、「オタク」を単に趣味人としてとらえ、そのあり方に着目した書籍も多く見られる。

一方で研究においても、従来的な若者文化論・世代論から離陸しようとする試みが各所でみられる。なかでも、著述家の榎本秋は『オタクのことが面白いほどわかる本』(2009) で、これまでの様々な「オタク」定義を列挙し、「時代と注目する対象で変わる」とした。(653)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

さらに、国内の件空では、「キャラクター」及び「コンテンツツーリズム」が注目されている。地方自治体における地域振興策や、商品に付加価値をつける方策として、「キャラクター」について注目が高まっているのである。(654)

オタクもBLなども含めると広範囲に渡る。

## (116) Joff Peter Norman Bradley "Is the Otaku Becoming Overman?" (2013)

Joff Peter Norman Bradley "Is the Otaku Becoming Overman?"(『東洋大

学人間科学総合研究所紀要』第 15 号、東洋大学人間科学総合研究所、2013 年 3 月)のおもな内容は以下の通りである。

The Postscript in detail
Snobbery
Intermezzo 1: The End of the History and the Last Samurai
Intermezzo 2: Stereotypes
Azuma
Intermezzo 3: A walk in the Ginza
Conclusion: The spectre of Fukuyama is haunting Europe

同論文のアブストラクト「オタクは超人への生成変化？」には以下のように示されている。

本論文では、アレクサンドル・コジェーヴの第 2 版の作品『ヘーゲル読解入門ー『精神現象学』を読む』の中の有名な脚注で、なぜ日本の江戸時代及びオタク文化論に言及しているのかを探求したものである。日本の歴史の終わりという予測と江戸時代の日本的な「スノッブ根性」という概念の相互関係を検討した。問題の分析にあたって重視したのは、オタクは超人への生成過程という観点である。重点的に考察したのは以下の諸点である。
1)post-histoire とポストモダニズムとの関係 は何か。2) 動物化とは何か。
（655）

この論文を理解するためにはアレクサンドル・コジェーヴ『ヘーゲル読解入門ー「精神現象学」を読む』の脚注を確認する必要があること、さらにオタクに関して動物化という用語が使われているため、当然のことながら、『動物化するポストモダン――オタクから見た日本社会』（2001）についても背景を知る必要があるだろう。

アレクサンドル・コジェーヴ（Alexandre Kojève, 1902-1968）はロシア出身のフランスの哲学者である。

We shall also see that the Kojevian aesthetic turn survives; resuscitated in a different way by Hiroki Azuma (2009) to explain the snobbism inherent in otaku or geek culture. The otaku in developing micro-narratives and local histories is read as becoming animal in the Hegelian sense—or what Azuma's calls a doubutsuka or animalisation. Azuma's idea of animalisation helps us to ask again whether contemporary sociopolitical existence in Japan is posthistorical in any meaningful sense.（656）

アレクサンドル・コジェーヴ／上妻精・今野雅方訳『ヘーゲル読解入門ー「精神現象学」を読む』（国文社、1987年10月）の「第7章　『精神現象学』第8章第3節（結論）の解釈」の一部を印象しておきたい。

「ポスト歴史の」日本の文明は「アメリカ的生活様式とは正反対の道を進んだ。おそらく、日本にはもはや語の「ヨーロッパ的」或いは「歴史的」な意味での宗教も道徳も政治もないのであろう。だが、生のままのスノビスムがそこでは「自然的」或いは「動物的」な所与を否定する規律を創り出していた。これは、その効力において、日本や他の国々において「歴史的」行動から生まれたそれ、すなわち戦争と革命の闘争や強制労働から生まれた規律を遥に凌駕していた。なるほど、能楽や茶道や華道などの日本特有のスノビスムの頂点（これに匹敵するものはどこにもない）は上層富裕階級の専有物だったし今もなおそうである。だが、執拗な社会的経済的な不平等にもかかわらず、日本人はすべて例外なくすっきり形式化された価値に基づき、すなわち「歴史的」という意味での「人間的」な内容をすべて失った価値に基づき、現に生きている。このようなわけで、究極的にはどの日本人も原理的には、純粋なスノビスムにより、まったく「無償の」自殺を行うことができる（古典的な武士の刀は飛行機や魚雷に取り替えることできる）。この自殺は、社会的政治な内容をもった「歴史的」価値に基づいて遂行される闘争の中で冒される生命の危険とは何の関

係もない。最近日本と西洋世界との間に始まった相互交流は、結局、日本人を再び野蛮にするのではなく、（ロシア人をも含めた）西洋人を「日本化する」ことに帰着するであろう。(657)

Hiroki Azuma (2009)とは『動物化するポストモダン――オタクから見た日本社会』（2001）の英訳本. *Otaku：Japan's database animals* (Minneapolis：University of Minnesota Press)のことである。

ブラッドリーは東を項目として取り上げて、まず次のように述べている。

Hiroki Azuma (2009/2001) adopts an otaku perspective on Japanese society and produces a novel update of the snobbery thesis. He claims otaku culture represents a new orientation towards a large database, somehow and something outside of the story of grand narratives of which Lyotard (1979) speaks, outside the story of modernity. For Azuma, postmodernism reveals the structure of otaku. What Azuma means by database is often far from clear but it is used as a structure to rival Western tales of the grand narrative. (658)

Lyotard (1979)とはJ.-F. Lyotard. *La condition postinodeme：Rapport sur le savoir*(Paris：Editions de Minuit, 1979)のことである。ジャン・フランソワ・リオタール（Jean-François Lyotard, 1924-1998）はフランスの哲学者で、小林康夫訳『ポストモダンの条件』（水声社、1986 年 5 月）が出版されている。

More critically, we might say, the otaku is an expression and logical outcome of commodity fetishism. Yet, for Azuma, otaku culture is not a subculture unique to Japan. Although the concept denotes your home, your family, as in the Japanese home, it is not strictly a Japanese phenomenon, it is transnational enjoying a presence across Asia, Europe and the Americas. Otaku is no longer a derogatory term. To be otaku is in a sense to be hip. Otaku have evolved. The otaku is undergoing, a

bridge to the overman. For example. so-called third generation otaku, born in the 1980s, have developed a new sensibility and a methodology of communication over the internet.

Since the 1970s, the postmodern suggests a rupture in culture. a desire for small narratives (chiisana monogatari) or simulacra; the desire for a grand non-narrative at the level of the database is a structural characteristic of postmodern society. The otaku leads informatic capitalist society. according to Okada (1996). Oriental culture for Okada begins as an amalgam of Buddhism, Confucianism and Taoism derived from Japan's Asian neighbours. This process of becoming oriental continues with Zen and the tea ceremony, before being realized in *ukiyo-e*, and more contemporarily in anime, special effects films. video games and costume play (*cospure*) . The otaku perceives with three eyes or modes of visual appreciation: *iki*, *takumi*, and *tsuu*. Here otaku is linked to the aforementioned notion of *iki* of the Edo eraI This idea is used elsewhere by Marc Steinberg who discusses the use of Edo as a trope for Japanese postmodemity. Steinberg (2004) suggests Edo is deployed to situate Japanese visual artist and theorist Murakami Takashi's 2000-I exhibition, Superflat. He contends that the superflat itself is guided by the logic of compositing informed by contemporary modes of digital imaging rather than the quasi-historisation that characterized the use of Edo in Japan's postmodern 1980s and 1990s.

Drawing on Okada's study. Azuma builds a theory of the otaku from works in Japanese, which link the unique compositions of animator Kaneda Yoshinori to the eccentricities of Edo painters. Azuma is at his most perceptive when he disrupts the received fantasy that otaku culture and otaku-like sensibilities are *unique* to the Yamato race. To the apparent chain of hardline otaku fans, he says the emergence of otaku culture is not a uniquely Japanese phenomenon as it was imported from the us after the trauma of defeat in World War II.

The early history of otaku culture is about adaption and domestication. Otaku may well have a unique aesthetic and cybernetic-hybrid imaginary but it is one drawn genealogically from overseas and one built on a certain *ressentiment* of desire drawn from dark places. from a perceived sense of inferiority *vis-à-vis* the US. Edo is but one among many invented others in relation to which modernity posits itself. Postmodern Edo is the designated space both phenomenologically and epistemologically distinct from European modernity, a trope for animagined world, that is to say, an unspoilt. rural idyll, the authentic Japan, the site for isolation, outside of modernity. So at the end of history, there is form stripped of content and the otaku nestles in between the dyad of West and Japan (Azuma, 2009, p.11). (659)

長くなったが引用した。Okada (1996)とは岡田斗司夫『オタク学入門』（太田出版、1996 年 5 月）であるが、注には新潮社を書かれているため、実際には 2008 年出版のものが使われたようである。Steinberg (2004)とは Marc Steinberg “Otaku consumption, superflat art and the return to Edo” (*Japan Forum*. Volume 16, No.3. Taylor & Francis, November 2004)のことである。オタク論では村上隆に対する評価はまちまちであるが、海外への影響も無視できるものではない。

### (117) 田名部生来監修『田名部生部のオタクカルチャー大全』(2013)

田名部生来監修『田名部生部のオタクカルチャー大全』（別冊タナブ島、宝島社、2013 年 6 月）は AKB48 のメンバーのひとりである田名部生来が監修とつとめたオタク本。おもな内容は次の通りである。

二大スペシャルアイテム①　撮り下ろし特撮 DVD
　「残念戦隊タナミンシー」
ごあいさつ
AKB48 でイチバン！オタクこじらせ女子のすべて
マジもってる！コスプレで振り返るオタクカルチャー39 年史
東京・新三大オタク聖地　TOKYO OTAKU GUIDE TOUR
スペシャル対談・水木一郎　アニソン界の帝王による魂の伝承式
タナブプ＋円谷プロ　怪獣 PROJECT 発動
緊急座談会・特撮界のオールスターが集結　タナブは特撮にヒロインになれ
　ますか？
タナブ IN 滋賀県警察本部：密着 24 時
実録ルポ＆実父インタヴュー　オタクこじらせ女子　田名部生来の作り方
　―。
タナブを理解するための「オタク KEY WOWRD39」
PRIVATE お宝コレクション
タナブのマジの部屋大公開
吉田豪・巻末 2 万字インタヴュー
おわりに
ウラ表紙　二大スペシャルアイテム②「科学波動銃」組み立てモデル

**(118) 浅野智彦『「若者」とは誰か』(2013)**

浅野智彦『「若者」とは誰か―アイデンティティの 30 年』（河出書房新社、2013 年 8 月）のおもな内容は次の通りである。

第１章　アイデンティティへの問い
第２章　それは消費から始まった
第３章　消費と労働との間で
第４章　「コミュニケーション不全症候群」の時代
第５章　コミュニケーションの過小と過剰

第６章　多元化する自己
第７章　多元的自己として生きること

ここでは「第４章　『コミュニケーション不全症候群』の時代」を取り上げる。その下位項目は以下の通りである。

１　オタクの浮上
２　オタクとは誰のことか
３　コミュニケーションの失調としてのオタク
４　消費からコミュニケーションへ：転轍機としてのオタク

「１　オタクの浮上」ではオタクについて次のように述べている。

消費社会化の進行する中で徐々に形成されていった自己構成の形式、そしてそれが教育という制度の中でいわば後追い的に是認され、取り込まれていく様子を前章で見てきた。本章では、その自己構成の形式がもう一段の純化を遂げる局面に着目しよう。時代は1990年代、主人公はオタクと呼ばれる一群の人々である。

実はこのオタク子育てが、90年代から00年代にいたるまで、若者のアイデンティティを語る際にある種の前線を形成してきた。(660)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

今でこそ日常語の一部となった「オタク」（「おたく」というひらがなによる表記もしばしば用いられるが本書ではカタカナで統一する）であるが、それが使われ始めたのは1980年代中頃のことであった。諸説ある起源論の中で最もよく参照されるのは雑誌『漫画ブリッコ』の1983年6月号の誌面において評論家・中森明夫が命名したというものである。中森は、マンガ、アニメ、SFのファンたちが様々な集まりでお互いを「おたく」を呼び合うことに着目し、彼らを「おたく」と名づけた上でその行動様式について様々に揶揄するコラムを3号にわたって連載した。この揶揄に対して同誌の編集長だった大塚英志は翌月号に「オタク」擁護の論陣を張り、中森の連載は打ち切

られることとなった。[661]

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

実際、オタクを語る様々な議論（「言説」）を4半世紀にわたって丹念にたどり直してみせたジャーナリストの松谷創一郎は、その言葉の前身として1980年代初頭には「ネクラ」や「ガリ勉」、「ハカセ」という言葉があり、「こういった個々人の人格や特性、趣味趣向性などへのネガティブな注目は、若者たちのコミュニケーションにおいて前景化したものである」（松谷［2008：118］）と指摘している。[662]

（松谷［2008： 118］）とは松谷創一郎「＜オタク問題＞の4半世紀」（羽渕一代編『どこか＜問題化＞される若者たち』恒星社厚生閣、2008年10月）のことである。

「2　オタクとは誰のことか」ではオタクを把握する上で次の3点を重視している。

（1）彼らが消費している対象（消費の次元）
（2）作品を消費する過程で彼らが展開するコミュニケーションの様式（コミュニケーションの次元）
（3）そのコミュニケーションの根底にある周囲から想定される彼らの人格（人格類型の次元）

オタクという言葉を用いて達成される事柄には多くのものが含まれるが、その中でも重要なのは、誰かを、あるいはときには自分自身を、ある特定の集団に属するものとして切り出すといった操作だろう。ここにあげた3つの次元はそのような切り出しの手がかりとなると同時に、そのような切り出しを正当化するために参照されるものだ。[663]

「3　コミュニケーションの失調としてのオタク」では中島梓『コミュニケーション不全症候群』（1991）と宮台真司『制服少女たちの選択』（講談社、1994年11月）と『まぼろしの郊外―成熟社会を生きる若者たちの行方』（朝日新聞

社、1997 年 11 月）に注目している。

『コミュニケーション不全症候群』というタイトルが示す通り、この本当時スキャンダラスに取り上げられていたオタクという現象をコミュニケーションの病理として捉え直そうとするものであった。その病理がどのようなものか、骨格だけ押さえておくなら次ぎのようになる。

通常、人間は周囲の人間に対して、同じ人間として最低限の気を遣うものだ。人間はモノや他の動物とは違うのであり、例えば歩いていてすれ違うときには相手にぶつからないように独特の配慮をせずにはいられないものだ。しかし中島の見るところ、最近の（というのは 1990 年代初頭のということだが）若者は、自分が親しくしている仲間以外の他人に対してはまるでモノであるかのように扱い傾向を示し始めている。例えば、雨の日に傘をさして歩いている人間同士がすれ違うときには、傘がお互いに触れないように気をつけるものだが、そのような配慮が若者の間で衰退しつつあるのではないというのである。かといって彼らがすべての他人をモノのように扱うかというとそのいうわけではなく、親しい間柄ではむしろ過剰なほどに気を遣い合う様子さえ見受けられる。(664)

宮台については次のようにまとめている。

原新人類＝原オタクにおいては混在していた 2 つの趣味が、後続の世代においてはコミュニケーションスキルの高低と結びついて分化していくことになる。単純化していえば、対人関係が得意な人間が新人類文化を選び、それが不得意な人間がオタク文化を選びという形で集団としての分化が進んでいくというわけだ。ここで対人関係が不得意であることとオタク文化が結びつけられているのは、単なる憶測ではなく、彼自身がいくどか実施した若者文化についての調査の結果を参照しつつ導きだされた結論だ。

すなわち、自分自身をとりまく環境の不透明性（意味ののみいだしにくさ）を対人関係において解消することのできない人々がオタク的文化に親和的であるというのである。対人関係を得意とする人々が新人類文化を駆使し、

周囲の人々とのコミュニケーションを通して環境を意味づけていくのに対して、対人関係を不得意とし、新人類文化という戦略を用いることのできない人々は、どうやら代わりにオタク文化が提供する虚構の世界へ耽溺することによって不透明な環境から身を守るとう戦略をとるらしい、と宮台は考えた。(665)

浅野は中島と宮台に注目したが、その内容もさることながら、オタクについては女性が論じたものが少ないだけに中島の指摘は特に注目してよいのではないだろうか。

### (119) 寺尾幸紘『オタクの心をつかめ』(2013)

寺尾幸紘『オタクの心をつかめ』(SB クリエイティブ、2013 年 10 月)では、野村総合研究所オタク市場予測チーム『オタク市場の研究』(2005)を強く意識して次のような定義を行っている。

> オタクという言葉は 1980 年代に登場したされているが、その起源は定かではない。秋葉原ブームが到来した 2005 年、野村総合研究所は『オタク市場の研究』という本を出版し、オタクを「強いこだわりをもっている分野に、趣味や余暇として使える金銭または時間のほとんどすべてを費やし、かつ特有の心理性を有する生活者」と定義した。
>
> これは一昔前の幅広い意味でのオタクには見事にあてはまる定義であった(幅広い意味と書いたのは『オタク市場の研究』が、自身のオタクの定義から車や旅行、ファッションなどに金銭または時間を費やす人々をもオタクとして扱っているからである)。しかし、時代とともにその定義は崩れ始めていると私は考えている。
>
> 毎年オタクの市場規模を発表している矢野経済研究所は「オタク市場」を「一定数のコアユーザーを有するとみられ、オタクの聖地である秋葉原などで扱われることが比較的多いコンテンツや物販、サービスなどを指す」と定義している。

以上２つの定義から、本著ではオタクを「秋葉原などで扱われることが比較的多いコンテンツに、金銭または時間を日常的に費やしている生活者」と定義することにする。(666)

### (120) 薄葉彬貢『世界アニメ・マンガ消費行動レポート』(2014)

薄葉彬貢『世界アニメ・マンガ消費行動レポート』（薄山館、2014 年 1 月）はアニメやマンガのアンケート調査の結果をまとめたものである。「はじめに」の中で次のように述べている。

本書は 2012 年 10 月と 2013 年 2-3 月にかけて、北米・南米・欧州・中東の 4 地域、10 ヶ国で日本語や日本文化を学んでいる大学生等 2013 名を対象に実施した、アニメやマンガにアンケート調査の結果とその考察である。

使用したアンケートについては、海外におけるアニメ・マンガファンの各種消費行動を明らかにすることを目的として、アニメの視聴時間やマンガの読書冊数や、情報収集方法、イベント活動等について聞いており、出来る限り回答者を誘導せず、偏らない回答を書いて貰うような質問項目の作成に務めた。(667)

さて、本書のおもな内容は次の通りである。

はじめに
序　章　調査について
第１章　アニメ視聴について
第２章　マンガの購買等について
第３章　キャラグッズ等の購買環境及びイベント活動について
第４章　オタクがいない海外
終　章　おわりに
巻末資料①　各国語アンケート
巻末資料②　クミックショップの地図

ここではオタクの定義を取り上げるため「第４章　オタクがいない海外」の「第１節　オタクの定義」より紹介しておきたい。

本書における「オタク」は、岡田斗司夫の「オタク学入門」に準拠し、書籍の中に書かれている以下の３つの要素を満たす人を指している。

① 進化した視覚をもつこと
② 高性能なリファレンス能力を持つこと
③ 飽くなき向上心と自己顕示欲をもつこと

私自身が高校生の頃に読んだ内容に感銘を受けたことも多分に影響しているのかもしれないが、10 年以上前の書籍ではあるものの、私の回りにいた「ああ、この人オタクだなぁ」と思う人は大抵上記 3 要素に合致し、「オタク」についての定義に関しては思いの外正鵠を射ており、今の時代においても「オタク」の存在はあまりかわっていないのではないかと考え、変更する理由も見出せなかったためそのまま流用した。(660)

**(121) 加藤裕康「若者論とオタク論の系譜」(2014)**

加藤裕康「若者論とオタク論の系譜」(『現代風俗学研究』第 15 号、一般財団法人現代風俗研究会東京の会、2014 年 3 月）では「1980 年代の若者論」の中で次のように述べている。

80 年代後半は、新人類に関する多くの言説であふれていく一方、オタクに関してほとんど取り上げられていない。この理由について浅羽通明（1989）は、マーケティング業界誌に掲載された新人類に関する論文のなかで、オタクは趣味以外にはほとんど消費せず、企業にとっては対応しても「“うまみ”のない層」と断定されていることを引用し、巨大な市場を形成した消費者・新人類に比べ、オタクは優良顧客にはなりにくいと、マーケティング業界か

ら見なされていたことを指摘した。

オタクが頻繁に取り上げられ一般化するのは、1989 年 8 月、M 事件（連続幼女誘拐殺人事件）後のことだった。M の自室に無数のビデオテープ、成人向けのマンガや雑誌が積み上げられた様子が報じされると、オタクバッシングが始まった。松谷創一郎によれば、オタクを病理と見なす記事は事件の直前から見られ、事件直後は M のオタクという資質に注目し問題視する記事が目立ち、逮捕数カ月ほどで出版された『おたくの本』は、マスメディアによる「おたく族」解釈に対して異を唱える目的で編まれ、中森や浅羽も寄稿している。

浅羽は「原オタク」が 70 年代に出現したとし、そのルーツは 60 年代の「〇〇博士」とあだ名を付けられた少年たちだと指摘した。鉄道博士、昆虫博士、切手博士など、かつて何かのマニアは、スポーツや勉強に優れた者と並んで一目置かれていた。空き地では、異年齢の子ども集団がそれぞれの個性を生かしつつ相互に譲歩し、試行錯誤しながら遊びを創造していた。その当時はまだ社会的な価値が一元化しておらず、勉強の成績だけで人間の価値を評価するような学校化はさほど進行していなかった。しかし 70 年代に入ると進学塾が繁盛し、放課後は遊ぶ時間ではなくなり、家庭で言われる小言は「お手伝いしなさい」から「勉強しなさい」にかわっていった（1989 : 261－263）。桜井哲夫は、情報化社会を迎えて価値観が多様になったとする議論を退け、むしろ現代は価値の一元化、均質化が進行していると強調したが、競争に価値を置く管理社会における学校化現象の側面から見るならば、的確な私的であろう（1985 : 1983）。こうしたなか希薄化した日常リアリティをもたらしたのは、アニメや SF といった趣味と、趣味を同じくする者同士の集まりであった（浅羽　1989 : 265）。(669)

『おたくの本』とは別冊宝島（104 号、宝島社、1989 年 12 月）のことで、これには浅羽も投稿している。桜井哲夫は『ことばを失った若者たち』（講談社、1985 年 9 月）を発表している。

また。「1990 年代の若者論」の中でコミュニケーションの観点から次のように述べている。

若者はさまざまなツールを利用して相互にコミュニケーションを志向するようになる。そのツールの一つに、ポケベルやケータイがある。若者はこれらを用いて、匿名性を保ったまま見知らぬ人と親密な関係を結ぶようになった。富田英典は、その見知らぬ親密な人を「インティメント・ストレンジャー」と呼ぶ。若者たちはポケベルを使えば、匿名のまま安全地帯に身を置き、いつでもリセットできる関係を楽しむことができる。さらに「留守番電話サービス」や「発信電話番号表示サービス」などを利用してあからじめ受信する相手を選別する行為も顕在化した（富田・岡田 1977:15, 24-25, 90-92）。付き合う相手を選択する人間関係のあり方は、人間関係選択化論へと連なっていく。

その代表的な論者は辻大介（フリッパー志向）、浅野智彦（選択的コミットメント）、松田美佐（選択的人間関係）である。いずれも若者の対人関係が希薄化してきたとする議論に対して、希薄化したのではなく選択的になったのだと主張した点で共通する。対人関係が希薄化したように見えるのは、相手と包括的（全人格的）に付き合うことを前提とするからであって、若者は部分的にしろ、表層的ではない親密な付き合いをしていた。このような人間関係は、インティメント・ストレンジャーにも当てはまる。

ところが、インティメント・ストレンジャーは、生身の人間だけとは限らないという。1996 年、ヴァーチャル・アイドルの伊達杏子やゲームソフトのキャラクターである藤崎詩織が歌手デビューし、2009 年に歌声合成ソフトのキャラクター、初音ミクがステージに立ち 2 万 5000 人の観客を集めて話題になった。ヴァーチャル・アイドルは、身体を持たないものの、実質的な存在としてリアリティを持つ。かつて富田は、ポケベルのなかだけで繋がれた相手とは、身体的な関係を持たないが、表示された文字から相手をイメージし、リアリティを感じているという意味ではヴァーチャル（実質的）な存在であり、ヴァーチャル・アイドルと同じであるかもしれないと論じた（1997：15-16;2012:150-151）。そのミクロコスモスのなかで遊ぶオタクたちにとって、ヴァーチャル・アイドルは、時に「人間関係より大切な関係性」（中島梓）を築くものになり得ているように見える。(670)

また、「結論」では次のように述べている。

> 現在オタクは、80年代のオタクバッシング時に比べ、格段に過ごしやすい社会になったように思われる。オタク文化がクールジャパンとして海外で評価され、市場からもマーケッティングの対象、主役として取り上げられるようになった。しかし、対人恐怖社会かつ対人満足社会において、オタクは周囲からさらに異質な他者と感じられ、独自の生きにくさを感じることになるのではないだろうか。オタク文化の内部でされ「オタクの階級闘争」による「オタク差別」が存在した（宮台 1994：194）。ギデンズ（1990=1993）賀指摘したように、近代において自己は自分で選択して構築していく流動的なものである。ゆえに社会が複雑になればなるほど生きづらいと感じる人びとが増加する。市場的価値からオタクのモラトリアムを許容する雰囲気が醸成されつつあるが、他方で成熟を求める声は根強く残り、ダブルバインド状況は恒常化している。中島梓（1991:265）はオタクの適応のあり方を示しつつも、いずれも成熟することを望んでいた。ミクロコスモスでの遊戯に可能性を見出した成田康昭（1986:20）にしてみても、そのメディアの世界は情報感度を十分に育てたら「絶妙のタイミングで飛び出すべきもの」だった。（671）

（宮台 1994：194）とは宮台真司『制服少女たちの選択』（講談社、1994年11月）、ギデンズ（1990=1993）とはA.Giddens. *The Consequences of Modernity* (Polity Press, 1990)、アンソニー・ギデンズ／松尾精文・小幡正敏訳『近代とはいかなる時代か？』（而立書房、1993年12月）、中島梓（1991:265）とは中島梓『コミュニケーション不全症候群』（筑摩書房、1991月8月）、成田康昭（1986:20）とは成田泰昭『「高感度人間」を解読する』（講談社、1986年7月）のことである。

**(122) 渡邉秀司「オタクの言説―外部との『緊張感』を考えるために―」(2014)**

渡邉秀司「オタクの言説―外部との『緊張感』を考えるために―」(『佛教大学大学院紀要　社会学研究科篇』第42号、佛教大学大学院、2014年3月）のおもな内容は以下の通りである。

はじめに
1　オタク論―現代に深く関わるオタク
1−1　「大きな物語」と「小さな物語」
1−2　物語の喪失とデータベース消費
1−3　「大きな物語」？それとも？
2　オタクへのインタビュー調査―オタクの一事例として
2−1　オタクのイメージ
2−2　オタクとセクシュアリティ
2−3　オタクの自己言及
3　オタクの他者
冒頭の「抄録」（サマリー）には次のようにまとめられている。

本稿はオタクと自ら意識する人たちについて考察をおこなうものである。現状さまざまなオタク論があり、本稿では代表的な論者である大澤真幸、大塚英志、東浩紀のそれを整理し、それらが「大きな物語」という概念に関わる議論である事と述べた。そのうえで、オタクを考えるためには個別的なデータの収集が重要であるとして、インタビュー調査の内容を述べた。オタクと自認しオタクアイデンティティを獲得した人がオタクであるという田川隆博の見解を評価しつつ、オタクと自認する人とそれ以外の他者との緊張感が、オタクを考える上では重要なのではないかと結論づけた。オタクはオタクという特殊な人種ではない。オタクとは現代社会で爛熟した文化を享受する「普通の人」たちであり、オタクを考えることは現代社会を考えることにもつながるのである。(672)

「はじめに」にでは全体像がまとめられているが、オタクに2000年代以降のオタクについて次のように述べている

2000年代以降のオタクは「オタク文化」と称されるさまざまなコンテンツの消費者として位置づけられているように思える。このような事例に基づいて考えれば、オタクは社会に認知され理解されているということも可能であろう。(673)

「1　オタク論―現代に深く関わるオタク」ではこれまのオタク論の整理が行われている。

オタク論について整理するといっても、その考察は多岐にわたる。文化論から精神分析、社会学やルポの類まで数は多い。さらにオタクと総称される人たちの中に、その人たちが深くコミットメントするジャンルというものが存在する。アニメ、マンガ、ゲームといった最近注目されるようになったものから、鉄道、SF、歴史、旅、芸術一般もオタクとされる人たちのコミットメントするジャンルとして存在する。さらにアニメ、マンガ、ゲームとひとくくりに言われるが、その中でもゲームであれば大雑把な分類ではあるが電源系（家庭用ゲーム、ブラウザゲームなど）と非電源系（ボードゲーム、カードゲームなど）に分類できる。そして、それぞれが独立した一分野としてあり、さらにその中でも細分化されていく。このように際限なく細分化かされていくオタクのコミットメントする分野でのむずかしさを産み出している。(674)

「鉄道、SF、歴史、旅、芸術一般もオタクとされる人たちのコミットメントするジャンルとして存在する」とあるが、そもそもこの分野はいわゆる「オタク」という言葉が誕生する以前からこれに夢中になる人たちが存在していた。この分野についてもオタクの名の下に統合しようする考え方、オタクのライト化に伴い、ゆるい定義の中で、ファン、コレクター、マニアもオタクに集約されるという考え方もある。

確かに「アニメ、マンガ、ゲーム」はオタクを特徴づける重要なジャンルで

あるが、オタクとされる人たちのコミットメントする１ジャンルとして考えるべきだろう。(665)

オタク論の初期のものとして中島梓『コミュニケーション不全症候群』(1991)ある。

「オタク」という呼称はその関係が他者ともかかわるもので個別的ではないこと、自分のテリトリーをしょってここにいるのであるということの主張である。中島のオタク論において注目すべきなのは、オタク達は異常であるという前提に立って述べているのではなく、現代社会におけるテリトリー維持（もしくは個人としての強固な自我の維持）のむずかしさからくる、生きていくための選択肢の一つとしてとらえていることである。(676)

趣味人とオタクの関係もあながち無視できないものがある。

趣味人や数寄者と言われるような人たちと、オタクがどう違うのかと語られることもある。大澤真幸は、オタクと趣味人を区別するものは意味の重さと情報の密度の間の極端な不均衡にあるという。一般的には有意味なことだから情報が集積されるのであるが、オタクに関してはそれが成立しないという。情報は有意味性への参照を欠いたまま、それ自体として追求され集められていく。(677)

オタクの特徴は情報の収集に意味を見出さないことだ。集めること自体が目的になる。結果的に有意味が生まれることはある。

「1−1　『大きな物語』と『小さな物語』」では大塚に注目している。

大塚英志は80年代に流行したマンガ『聖闘士星也』『ファイブスター物語』や、「ビックリマンチョコ」のおまけシールなどを事例にして、「物語消費」とはコミックなり玩具それ自体が消費されるのではなく、これらの商品をその部分として持つ「大きな物語」あるいは秩序が、それらの背後

に存在することで個別の商品が初めて価値を持ち、消費されていくのだという。(678)

『聖闘士星也』は『聖闘士星矢』の誤りである。

原作マンガの人間関係を正確に用いて原作とは違う物語を作り出す同人誌のことを大塚は『キャプテン翼』を事例として述べている。『キャプテン翼』という原作マンガにおける少年同士の関係に重点を置いて、いわゆる「世界観」を抽出し、それにしたがって同人誌版『翼』を描いたのである。こうしてつくられた作品は少なくとも盗作ではない。大塚の物語消費論では、まず「大きな物語」と「小さな物語」があり、同人誌においては「小さな物語」だけでなく本質的な「大きな物語」も消費のために利用されようとしていると主張する。(679)

「1−2　物語の喪失とデータベース消費」では東浩紀のデータベース論が注目される。

もうひとつ東は虚構重視の態度をオタクの行動の特徴としてあげている。(680)

オタクの虚構重視の態度はキャラクターへの注目となる。

東は大塚の物語消費論について一定の評価を与えている。80 年代末のオタク系文化は大塚が言うようなひとつの世界観や歴史観を見出すことが重要であった。現実とは別の虚構としての物語が必要だとされていた。だから大塚は虚構としての世界観や歴史観を「大きな物語」だと述べている。しかし、東は現状のオタク達はそうした虚構を必要としないという。そもそも世界がデータベース化し、世界全体を見渡す必要がないからだ。東が言うところのオタク達は、原作の物語とは無関係にイラストや設定だけが単独で消費され、その断片を用いて消費者が勝手に思い入れをしていくと

いう、別の消費行動が目立ってきている。作品そのものの背後にあるメッセージや意味には、それほど関心を抱かない。それを、東は「キャラ萌え」という言葉で表している。東が言うオタク達は、作品そのものではなく、その作品に登場するキャラクター達に注目する人たちである。(681)

「1−3　「大きな物語」？それとも？」では大澤、大塚、東を取り上げている。

大澤と大塚はオタクの背後にあるものを「大きな物語」として述べていて、とくに大澤の場合リオタールのそれに近いものを想定しているのではと考えられる。まずは大澤の議論を東の議論に対比させながら考える。

大澤は東のいうデーターベース消費について批判している。東は「大きな物語」が失われていると語るのであるが、大澤はそうではないという。大澤は「大きな物語」は、物語消費の延長線上に現れるものだという。たとえば、ガンダムであればさまざまな作品がつくられ続けて、その作品群に共通する世界観がある。確かに個々の作品に比べてその世界観は大きなものであるが、特定のひとつの物語にすぎない。(682)

「2　オタクへのインタビュー調査―オタクの一事例として」では男性 6 名、女性 8 名に対して 2012 年 9 月から 11 月に行ったものがあるが、TRPG の愛好者でオタクを自認している人だという。その結果に基づいて田川隆博「オタク分析の方向性」(2009) の見解を評価した。

「2−2　オタクとセクシュアリティ」では、当初はマンガやアニメに出て来る少女キャラクターに対する男性オタクの趣味嗜好、少年キャラクターに対する女性オタクの反応などがある。

オタクというと趣味に深くのめり込むというイメージがまずある。そのためか、オタクと性に関わる論はあまり語られてこなかったが、2000 年代に入って、精神科医の斎藤環が『戦闘美少女の精神分析』という本の中で、オタクとセクシュアリティの問題について論じてから、散見されるよ

うになった。斎藤は『キャラクター精神分析』という本の中で「キャラ」という概念を用いながら、オタクに関わるさまざまな現象を考えるている。(683)

「3　オタクの他者」は結論の部分となっている。これまでのオタク論の整理と最近の傾向についての指摘がある。

オタクの研究に関してはいまだに課題にすべき点がおおい。現状としては、他者が作り上げるオタクの境界線が薄れてきている。今まで述べてきたようなオタクと非オタクとの緊張感が、そこには存在しなくなるのだろうか。それとも、緊張感の持ち方が変化していると見るべきなのだろうか。ではどのような緊張感があるのだろうか。オタクと称する人たちの実態については十分理解できたとはいえない。

また、現状のオタク文化の変化が何をもたらしているのか、ここでは十分に論じることができなかった。オタクを考えるためには個別のアイデンティティやコミュニティに関して分析を進めていく必要があるだろう。オタクと宗教との関わりも興味深い。たとえば聖地巡礼とされるオタクたちの行動と宗教の巡礼行為とを結び付けた研究が行われているが、それ以外のアプローチでも「聖地巡礼」と呼ばれる現象について考察できないだろうか。以上の他にもさまざまな課題がオタク研究には山積されている。それらは今後の研究課題としたい。(684)

内容としては新しい指摘があるわけではなく、オタクへのインタビュー調査などを実施しているが、基本的には先行研究の整理である。

## (123) 宮台真司監修／辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編『オタク的想像力のリミット』(2014)

宮台真司監修／辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編『オタク的想像力のリミット』（筑摩書房、2014 年 3 月）は Mizuko Ito, Daisuke Okabe, and Izumi Tsuji,

editors. *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World* (Yale University Press, 2012)の翻訳になっている。最終章があらたに加えられている。*Fandom Unbound:Otaku Culture in a Connected World*(2012)については別に取り上げているため、ここでは全体の目次は紹介するものの最終章のみ触れておきたい。

辻泉＋岡部大介　序　今こそ、オタクを語るべき時である
第１部　歴史
宮台真司　第１章　オタク文化史論―「＜秩序＞の時代」から「＜自己＞の時代」
辻泉、第２章　なぜ鉄道オタクなのか―「想像力」の社会史
東浩紀、第３章　動物化するポストモダン―オタクから見た日本社会
北田暁大、第４章　嗤う日本の「ナショナリズム」
ローレンス・エング、第５章　参加型文化としてのアメリカオタク史
第２部　空間
森川嘉一郎、第６章　趣都の誕生　萌える都市アキハバラ
玉川博章、第７章　コミックマーケット―オタク文化の表現空間
ローレンス・エング、第８章　ネットワーク文化としてのファンダム・イン・アメリカ
伊藤瑞子、第９章　製作者 vs 消費者のあくなきせめぎ合い―ファンサブ文化にみる「ハイブリッドモデル」
第３部　交流
石田喜美＋岡部大介、第 10 章　「少女文化」の中の腐女子
岡部大介、第 11 章　コスプレイヤーの学び―文化的実践としての子プレはいかに達成されるか
木島由晶、第 12 章　格闘ゲームのオタク・コミュニティ―彼らは何を「競って」いるのか
伊藤瑞子、第 13 章　アニメミュージックビデオを創作するピア・コミュニティ
宮台真司、最終章　オタクの「出現」から 30 年で理解は進んだか？

宮台真司「最終章　オタクの「出現」から30年で理解は進んだか？」は対談形式になっているが、小見出しを見ておきたい。

オタク誕生前夜
ナンパ系とオタク系への分岐―性と舞台装置の時代
オタク的コミュニケーションによる地位上昇
フラット化したナンパ系とオタク系
オタク・コンテンツは模倣できるか
オタクを巡る社会的文脈の変化―脱差別化・脱神話化
なぜ日本と韓国が総本山なのか？
オタク的コンテンツが育まれる条件
オタク的コンテンツのもうひとつ１つの精髄
周辺的存在に降り注ぐ光とは？
天皇と古代ギリシアを貫く普遍的な古層
オタク魂の次世代への継承
オタクの受容をめぐるアメリカ的な文脈
オタク的コンテンツと≪ダメ意識≫
≪社会的文脈の無関連機能≫は永久に需要される
≪虚構の現実化≫と≪現実の虚構化≫の機能的等価性
≪クソ意識≫から出発する知恵
≪ダメ意識≫から≪クソ意識≫へ
自分には証言義務がある

対談形式だが、冒頭は次のように始まる。

――オタク・コンテンツの多様化・一般化が進むなかで、オタク自体も、以前ほど特別視されなくなってきました。市場規模も拡大し、これに目をつけた経産省が「クール・ジャパン」なる産業政策を実施し、種々の事業展開がなされています。しかし、そこでの支援策はどこか表層的で、じつはオタク

の本質が理解できていないのではないか、という疑念が拭えません。

そもそも、オタクに対するオリエンタリズムな眼差しが、いまだ乗り越えられていないのかもしれない。そこでお尋ねしたいのですが、日本国内におけるそうした眼差しと、日本に対する米国のそうした眼差しそれぞれについて、その超克が可能かどうか、お聞かせいただけないでしょうか。

宮台　結論から言えば、オタクの理解が進んでいるとは思えませ。他方、オタクに対するオリエンタリズムな眼差しは、少なくてとも国内については越えられています。国内外についても時間の問題でしょう。まず読者の便宜のために、言葉の確認から始めてみます。

マニアとオタクとどこが違うか。これは「キリスト教やイスラム教のような既成宗教

オウム真理教のようなカルトはどこが違うか」という宗教社会学的問題の応用です。答えは同じです。市民社会との両方可能性が疑われるものが、オタクであり、カルトなのです。

次に、オタク誕生の社会的文脈を確認します。オタクの誕生は、日本のサブカルで繰り返されてきた、いわゆる＜埋め合わせ＞として理解できます。ここでの＜埋め合わせ＞とは、ヨアヒム・リッターの＜埋め合わせ＞でなく、ジークムント・フロイトのそれです。

リッターの＜埋め合わせ＞とは、直前の時代に日常だったものが自明でなくなり、新たな日常に全てが覆われた段階で、その日常の破れ目として―非日常として―前時代だったものが、肯定的に表象されることです。「風景」や「自然」がそれにあたります。

フロイトの＜埋め合わせ＞は「補償」とも訳される神経症のメカニズムで、抑圧された欲望が別の意外な形をとって表れることです。ここではフロイトの心理学的な＜埋め合わせ＞概念が重要ですが、リッターの文化的＜埋め合わせ＞概念とも無関係ではありません。(685)

日本のオタク文化を考える場合、その国の社会的文脈との関係が重要だと述べている。

日本のオタク的コンテンツが国外で広く受容されたのは、専ら＜社会的文脈の無関連化機能＞の御蔭です。フランスで『ドラえもん』が享受されるのも、畳や障子の如き日本の文物が出て来るからこそ、フランスの社会的文脈とは相対的に無関連になれるからです。(686)

＜社会的文脈の無関連化＞についてはさらに模倣を意識しながら次のようにも述べている。

先日中国の研究者らと討議して思ったことがあります。中国人は日本のコンテンツを今はまだ真似できません。彼らは器用で、青銅器時代以来日本のを凌ぐ精巧な細工を誇ってきたにもかかわらず、彼らの作るコンテンツは誰もが知る「あの匂い」が全くしないのです。

斎藤環が「東浩紀にはオタク魂があるが、村上隆にはない」と述べたことに疑えると、「韓国人にはオタク魂があるが、中国人にはない」。日本人や韓国人が追求できるのに、あの中国人が追求できない洗練の方向性が、現在のところ間違いなくあるのです。研究すべき問題が、ここにあります。

ただし僕が見るところ、オタク魂が日本や韓国の外に拡がるのは、時間の問題だと思います。というのは、先に述べた通り、オタク的コンテンツの本質―オタク魂―は＜社会的文脈の無関連化機能＞であって、飽くまでも機能的な問題だからです。であれば、模倣は可能です。

＜社会的文脈の無関連化＞機能をもたらすか否かについて様々なアビアランス（意匠）やモード（様式）を試行錯誤すれば、育種学的な＜変異・選択・安定化＞メカニズムを通じ、いずれ日本のオタク的コンテンツと機能的等価なものが生み出されるようになります。

米国連続講演でも話したことですが、＜社会的文脈の無関連化機能＞において等価なコンテンツが生み出されれば、文字通りには「日本の」コンテンツでなくても、機能的な意味で＜日本的なJapanese way of＞コンテンツであると言い切ることができるはずです。

クール・ジャパンの「クール」の本音は、＜社会的文脈の無関連化機能＞によるバリアフリーな浸透性です。この特質は当初は日本初コンテンツのユ

ニークさでしたが、韓国のコンテンツに見るように、今や特許切れ、つまり「ライセンス公開」された状態になりつつあります。(687)

日本のオタク文化には「オタク的コンテンツが育まれる条件」があったということになる。

――以前、宮台さんがおっしゃていたのは、宮崎駿にせ押井守にせよ、近代化少年であって、生来のメカマニアみたいなところがあって、それがオタクの原点だということでしたが。

宮台　（人工物に魂が宿る）という共通感覚がポイントです。どの先進国にも多数いるメカマニアとは違います。典型が、押井守アニメに特徴的な＜人よりも物（メカ）が輝く＞という感覚です。押井も僕も人形コレクターですが、＜人よりも人形が輝く＞のも同じことです。

押井は映画版『パトレバー』で昭和30年代的風景を描き、同じく劇場版『攻殻機動隊』で中国返還前の香港的風景を描き出しました。とてもノスタルジックです。でも、そのノスタルジーは「昔は人が温かかった」といった類の脳天気な「思い出の捏造」からは自由です。

昭和30年代は人が温かかった時代ではありません。凶悪犯罪は現在の5～7倍発生していたし、尊属殺に至っては現在の30倍も起こっていた。人が温かかったのではなく、愛憎ともに激烈だった時代でした。その意味では、身体距離が近かった時代、共同身体性が存在した時代だと言えます。

昭和ノスタルジーの本質は、＜人が温かかった時代＞ならざる＜物が輝いた時代＞です。昭和30年代の3S（炊飯器・掃除機・洗濯機）から昭和40年代の3C（カー・クーラー・カラーテレビ）への流れもそう。僕が育った家にも、車購入記念日やクーラー購入記念日がありました。

＜物が輝いた時代＞の小中学生男子は、例外なく乗り物好きでした。汽車や電車、車、飛行機、ロケット。国電に乗れば運転席の後ろには子供たちが鈴なりで、窓を背にした一列ベンチシートには子供が窓側を向いて膝立ち状態で、母親に靴を脱げと叱られていたものです。

＜人工物に魂が宿る＞という感覚は戦間期前期（1920年代）に遡ります。

フリッツ・ラング『メトロポリス』（ドイツ・1927年）が典型ですが、とりわけ後発近代の旧枢軸国では、人工物に魂が宿るという共通感覚が、小説や映画などの多くの表現に刻印されています。(688)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

――オタクはこれからどうなるでしょうか。あるいは、ポスト・オタクなる主体が登場してくるのでしょうか。

宮台　既に述べた通り、最も抽象的には、オタク的コンテンツの要諦は＜社会的文脈の無関連化機能＞であり、オタクという存在の要諦は＜社会的文脈の無関連化機能を要求する人々＞です。この抽象度でなら、オタクもオタク的コンテンツも永久に存続するでしょう。

同時に［虚構の現実化（異世界化）／現実の虚構化（演出化・ゲーム化）］という差異化形式も永続的に反復するでしょう。無論、＜虚構の現実化＞と云う場合の虚構の内容や、＜現実の虚構化＞と云う場合の現実の内容は、時代や社会とともに、シフトしていきます。(689)

この部分はオリジナルの部分である。オタクを論じる時、「虚構」「虚構化」はよく指摘されるところである。ここからマンガやアニメの二次元世界への固執が生じている。

## (124) Patrick W. Galbraith, Thiam Huat Kam, and Björn-Ole Kamm, editors. *Debating Otaku in Contemporary Japan* (2015)

Patrick W. Galbraith, Thiam Huat Kam, and Björn-Ole Kamm, editors. *Debating Otaku in Contemporary Japan* (London: Bloomsbury, 2015)はSOAS Studies in Modern and Contemporary Japan のひとつとして出版されたものである。副題は“Historical Perspectives and New Horizons”である。その内容は以下の通りである。

Patrick W. Galbraith, Thiam Huat Kam, and Björn-Ole Kamm.
Introduction: ‘Otaku Research’ Past, Present and Future

Section 1: The 1980s

Patrick W. Galbraith. 1. 'Otaku' Research and Anxiety About Failed Men

Yamanaka Tomomi. 2. The Birth of 'Otaku': Centring on Discourse Dynamics in *Manga Burikko*

Björn-Ole Kamm. 3. Opening the Black Box of the 1989 Otaku Discourse

Section 2: The 1990s

Lien Fan Shen. 4. Traversing Otaku Fantasy: Representation of the Otaku Subject, Gaze, and Fantasy in Otaku no Video

Okada Toshio. 5. Introduction to Otakuology

Section 3: The 2000s

Aida Miho. 6. The Construction of Discourses on Otaku: The History of Subcultures from 1983 to 2005

Alisa Freedman. 7. *Train Man* and the Gender Politics of Japanese '*Otaku*' Culture: The Rise of New Media, Nerd Heroes and Consumer Communities

Kikuchi Satoru. 8. The Transformation and the Diffusion of `Otaku' Stereotypes and the Establishment of 'Akihabara' as a Place Brand

Okada Toshio. 9. The Transition of Otaku and Otaku

Thiam Huat Kam. 10. 'Otaku' as Label: Concerns over Productive Capacities in Contemporary Capitalist Japan

"Introduction"の冒頭は次のように始まっている。

'Otaku' is a Japanese word that has entered the English lexicon like sushi and geisha (Schodt, 2009, p.6). Most often associated with the wired fan cultures surrounding Japanese manga, anime and games, 'otaku' have come to a 'taken-for-granted feature of the global cultural landscape' (Itō, 2012, p.xxvii). Stated somewhat differently, writers interested in Japan, fan cultures, media, technology and cultural studies

have taken 'otaku' as a granted object of analysis. Against this background, *Debating Otaku in Contemporary Japan* is intended to de-naturalize 'otaku' by demonstrating the word's contingency. Chapters offer in-depth analyses of moments when the meaning of 'otaku' was debated in contemporary Japan, and in the process open the term 'otaku' to debate. We start from the premise that nothing about 'otaku' can be taken for granted. (690)

'Otaku' Research and Anxiety About Failed Men"では次のように述べている。

To understand the discourse about 'otaku' in 1983, it is necessary to look back at the evolution in the 1970s of a specific character from called *bishōjo*. Though often translated as 'beautiful girl', a more accurate translation of *bishōjo* is 'cute girl.' The distinction is not arbitrary, and hinges on the loaded word 'cute' (*kawaii*) (for a discussion of the place of cuteness in Japan, see Kinsella, 1995). In Japanese comics, bold lines, sharp angels and dark cross-hatching are associated with 'realism', most notably *gekiga*, or 'dramatic pictures', which were popular with young men and student radicals in the 1960s. As Shiokawa Kanako notes, 'This style is a direct antithesis of the *manga* (whimsical picture) style, from which many "cute" icons of today have emerged' (Shiokawa, 1999, p.97). 'Cute' is about soft lines, round shapes and light shading, a style often seen in works for children and girls, but popular with a broader demographic much in contemporary Japan. As we will see, the character form called *bishōjo* is the result of men consuming across gender/genre boundaries and appropriating *shōjo* manga and anime. (691)

(Shiokawa, 1999)とは'Cute but Deadly: Women and Violence in Japanese Comics'(J.A. Lent, editor. *Themes in Asian Cartooning: Cute, Cheap, Mad,*

*and Sexy*)のことである。

"Traversing Otaku Fantasy: Representation of the Otaku Subject, Gaze, and Fantasy in Otaku no Video"には次のような記述がある。

> Drived from an honorific meaning 'your' or 'your house', the Japanese *otaku* was appropriated in the 1980s to refer to obsessive fans, particularly those attracted to manga, anime and videogames. In 2009, the published an article on a related phenomenon, 'Love in 2-D' (Katayama, 2009). Adorned with a photo of a middle-aged man holding a gigantic pillow upon which is printed the image of an anime character, the article describes the genuine love that male fans feel for the female characters of anime and videogames. The article describes 'love in two dimensions' as a 'phenomenon' in Japan and suggests that 2-D lovers are a subset of '*otaku* culture'. Given the impact of articles like this one in the *New York Times*, the people and practices labelled '*otaku*', whether inside or outside Japan, appear vital and complex. Indeed, '*otaku*' continue to attract the attention of scholars around the world, who research a wide variety of related material, practices and 'phenomena'. Broadly speaking, there are two directions in the study of fans of manga, anime and videogames. The first involves anthroplogocial and sociological aspects of fan activities and consumption, or seeing '*otaku*' as a discourse in which the consumption practices of individual subjects intertwines with sociocultural power (Kinsella, 1998; Desser, 2003; LaMarre, 2004; Galbraith, 2010; Kam, 2013). The second investigates representations of *otaku* and related social politics (Freedman, 2009; Stevens, 2010). (692)

(Katayama, 2009)とは‘Love in 2-D’(*New York Times Magazine,* 26)、(Kinsella, 1998)とは‘Japanese Subculture in the 1990s: *Otaku* and the Amateur *Manga* Movement’(*Journal of Japanese Studies*, 24:2)、(Desser, 2003)とは‘Consuming Asia: Chinese and Japanese Popular Culture and the

American Imaginary’(J.K.W.Lau, editor. *Multiple Modenities: Cinemas and Popular Media in Transcultural East Asia*)、(LaMarre, 2004)とは‘An Introduction to Otaku Movement)(*Enter Text*, 4:1)、(Galbraith, 2010)とは‘‘“Otaku” Image’(F.Lunning, editor. *Mechademia 5: Fanthropologies*)、(Kam, 2013)とは‘The Common Sense that Makes the “Otaku”：Rules for Consuming Popular Culture in Contemporary Japan’(*Japan Forum*, 25:2)のことである。

また、“Introduction to Otakuology”には次のような記述がある。

> Japan-style culture (*Nihon-gata bunka*) is alive in *otaku* culture. Thus, in the Japanese ‘culture of children’, we treat a child as an individual human being with the same entitlements as a fully-fledged person. Of course, there are things that they cannot do or understand on account of their age. However, we do not jump to the conclusion that they would not understand something and so should not be exposed to it. Even as we let a three-year-old take the stage in *Kabuki*, we introduce mature themes such as desire and conflict in such materials without hesitation. There is no fear of exposing the child to such themes.(693)

オタク文化のもつ自由さの根源には「こども文化」である点が大きい。そして、その子どもをひとりの人間として扱うため、こども文化もおとなが享受することになる。日本型文化はまさにおとなとこどもが混在した文化ということになる。オタク文化、もっと広く言えばポップカルチャー全体が欧米と異なる点はこうした子ども観の違いからも生じるのかもしれない。

### (125) しめすへん『現代オタク論』(2015)

しめすへん『現代オタク論～萌えオタクの正体はマイルドヤンキーだった～』(Kindle、2015 年 2 月）の内容は以下の通りである。

萌えオタクの正体はマイルドヤンキーである。
痛車と改造族車の類似性
ヤンキー、オタク、優等生
オタクとファンシーとサブカル
牙を抜かれたヤンキー
少年ジャンプとカジュアルオタク
オタク趣味の優等生とヤンキー
おタンキーとオトナリー
図表１
図表２
俺 TSUEEE 作品流行の奇跡と今後
草創期の最強者・・・高度経済成長以前
努力による強者の時代・・・高度経済成長の神話
反社会的ヒーロー・・・ヤンキー文化とその影響
最強の各人・・・過失と正道の二面性
無謬の完全存在・・・物語内にも押し寄せる同調圧力
一歩後退する俺 TSUEEE・・・あえて不完全にする懸命さ
価値観の多様性の重要さ
カオス世代論
オタク分類ごとの二次創作に対するスタンス
カオスヘッダー世代の誕生・・・同調圧力からの開放場所
モーニングスター型消費構造
俺 TUNEEE とカオスの相関関係
まとめ
度徳量力

ここでは特に「ヤンキー、オタク、優等生」と「オタクとファンシーとサブカル」に注目しておきたい。そこでは「オタク」を次のように定義している。

彼らは社会が価値を認めるかどうかにかかわりなく趣味に過剰にのめり込

む。それゆえに社会に素直に従っているわけではないと言える。だが自分たちが無視されたり低く評価されることに反発するわけでもない。つまり彼らは社会に対して全くの無関心なのである。ようするにオタクとは自分たちが趣味に没頭できれば他はどうでもいいと考える存在なのである。世間的にオタクは気持ち悪がられることが多いが、それは社会に対して無関心を貫けるオタクの異常さが一般人には理解できないからである。ヤンキーの社会に対する反発は一般人にも理解できる。無視されたり低く評価されるのを嫌がるのが普通の感覚だからだ。だが無視や低評価を受けながらそれを享受してしまうオタクは一般人 には社会との共存を拒んでいるようにしか見えない。人間は自分に理解できないものに出会うと恐怖心を抱いてしまう。ゆえに一般人はオタクという存在に恐怖する。(694)

Kindle 版のため紙媒体での発行はない。また、改訂版が 2016 年 1 月 20 日付で同じく Kindle 版で発行された。なお、著者しめすへんは「『ネ』　オタク関係の考察、発案、二次創作などの無駄な戯言。『ネ』はしめすへんの『ネ』 NE is for Negative Nerdy Netsurfing Neet.」（http://shimesuhen.blog114.fc2.com/blog-date-201601.html）で情報を公開している。

### (126) 檀朋美「『関係的な生きづらさ』をオタクの人間関係から捉える試み―『コミュニケーション不全症候群』の視点から―」(2015)

檀朋美「『関係的な生きづらさ』をオタクの人間関係から捉える試み―『コミュニケーション不全症候群』の視点から―」（『社会システム研究』第 18 号、京都大学大学院人間・環境学研究科社会システム研究会、2015 年 3 月）のおもな内容は以下の通りである。

1　はじめに
2　「関係的な生きづらさ」とオタク
2.1　「関係的な生きづらさ」と「コミュニケーション不全症候群」
2.2　オタクについて

3　調査の概要
4　調査の結果と考察
4.1　オタクであることは多数派ではない
4.2　二人の対象者がオタクでない人と人間関係に「関係的な生きづらさ」を抱えている
4.3　オタクと、オタクでない人に対してそれぞれ切り替える「スイッチ」の存在
4.4　オタクと、オタクでない人に対する人間関係において流動性を身に付けている
4.5　オタクでは人との人間関係に苦痛を感じる二人とそれ以外の七人との違いから浮かび上がる「関係的な生きづらさ」の危険性
5　今後の課題

本論文はそのタイトルからもわかるように中島梓『コミュニケーション不全症候群』（筑摩書房、1991 月 8 月）がその背景にある。

オタクはかつて、中島（1991）より、「コミュニケーション不全症候群」の典型として指摘された過去がある。この「コミュニケーション不全症候群」とは、現代社会の病理として中島（1991）が名付けて論じている症状で、特殊な精神的症状ではなく、「本当に普通」だったはずの人達にみられる「適応のための不適応」といえる症状であり、特徴としては次の 3 点にまとめられる。

① 「他の存在」への想像力の欠如」
② 知り合いになるなど、自分の視野に入ってくる人間だけしか「人間」として認めされない
③ さまざまな不適応の形があるが、それはすべて人間関係に対する適応過剰ないし適応不能として発現する

中島は、この症候群の核を占める人々の典型が、オタクや摂食障害（拒食症、過食症）を示す人達としている。(695)

オタクの特徴として、自分の興味関心のある話題だけで人間関係を構築しようとする傾向にあることが指摘されているが、②はまさにその通りである。これによって、自分の同じものに興味関心のない人に対しては、その人自身にも関心がないため、当然想像力の欠如につながるのである。

檀は次のようにも述べている。

> つまり、社会の価値という共同幻想の維持に背を向け、そこからおりる代償として虚構の世界に自己を押し込め、虚構の適応を作り出そうとしているのだ。
>
> ただ、中島は繰り返し強調しているが、そういう形でしか適応できないように作られている現代という時代こそが病んでいるのであって、病理学的状況に適応するために、病理学的精神構造を身につけていくのは、むしろ自然だとされ言わなければならないのである。(696)

檀はオタクとオタク文化について次のように述べている。

> 現在日本のオタク文化の市場規模は、矢野経済研究所の調査によると、2011 年度では年間 8920 億円を超え、1 つの文化として無視できない立ち位置にある。またこの調査で明らかになっているとおり、オタク市場は非オタクである一般層を獲得し堅調に推移している。この調査でいうオタク市場とは、オタクの聖地である秋葉原等で扱われることが比較的多いコンテンツ、たとえばアニメ、マンガ、フィギュア、アイドル、同人誌、ボーイズラブなどである。
>
> そもそも、オタクという言葉は大塚（2004）によれば「1983 年の『漫画ブリッコ』6 月号で中森氏によって現在の意味で初めて用いられたといわれている」としている。その後、多くの論者がオタクに関する言説を展開している。ただし、相田（2005）が指摘するように、「おたく」論の変遷は、「実態としてのおたく」に対する認識の変化を映したものである」であって、変化は、すなわち、社会の「おたく」に対する認識の変化を映したものである」のであって、「「実態としてのおたく」の全貌は誰であろうと知るよしもない」

のが、現状である。[697]

大塚（2004）とは大塚英志『「おたく」の精神史―1980年代論』（講談社、2004年2月）、相田（2005）とは相田美穂「おたくをめぐる言説の構成：1983年～2005年サブカルチャー史」（『広島修大論集』（人文編、第46巻第1号、広島修道大学、2005年9月）のことである。

この論文ではインタビューを行い、その調査結果も示している。

> オタクを自認する9人の対象者に、オタクとのコミュニケーション、合わせて、オタクではない人や集団とのコミュニケーションについてインタビュー調査を行い、その差異について分析[698]

こうしたインタビューでは人数も気になるが、ここで男性2人、女性7人と版ランスがよくないのではないだろうか。できるだけ客観性を保つことが必要だろう。

### (127) 今井真治『メディア空間における「場所」と「共同性」：オタク文化をめぐる宗教社会学的研究』(2015)

今井真治『メディア空間における「場所」と共同性』: オタク文化をめぐる宗教社会学的研究』（2015）は筑波大学に提出された博士論文である。

学位授与年月日：2015年3月25日
学位：博士（文学）

| | | | |
|---|---|---|---|
| 主査 | 筑波大学教授 | 文学博士 | 山中弘 |
| 副査 | 筑波大学教授 | 博士（宗教学） | 津城寛文 |
| 副査 | 筑波大学准教授 | Ph.D. | 木村武史 |

学位規則改正後のため、全文がインターネットに紹介されている。博士論文の

おもな内容は以下の通りである。

序論　問題の所在と予備的考察
第１節　問題の所在
第２節　世俗化論と宗教概念の拡張
第３節　「消費の殿堂」と他者の「欲望」
第４節　オタクのステレオタイプとスティグマ
第５節　本論文の構成
第１部　メディア空間における宗教の可能性
第 1 章　メディア空間における宗教的世界の構築――CMC 空間のリアリティ構成をめぐって
第１節　問題の所在
第２節　カリフォルニアン・イデオロギーと「ジェダイの騎士」
第３節　現実世界と CMC 空間の融解
第４節　CMC 空間における場の真正性とリアリティ
第５節　小括
第２章　CMC 空間における「つながり」――『serial experiments lain』を題材に
第１節　問題の所在
第２節　ARPA ネットとその開発者たち
第３節　『serial experiments lain』における宗教性
第４節　小括
第２部　オタクの「聖地」と「祭り」
第３章　秋葉原という「聖地」――メディア空間へ訴求する場
第１節　問題の所在
第２節　秋葉原電気街の展開
第３節　趣都アキハバラ――公共空間へのアイデンティティ拡張
第４節　秋葉原はグラウンド・ゼロになったのか
第５節　小括
図表

第４章　同人誌展示即売会という「祭り」
第１節　問題の所在
第２節　同人誌展示即売会の広がり
第３節　コミックマーケットの現在から見る同人誌展示即売会
第４節　小括
図表
第３部　作品舞台への「聖地巡礼」
第５章　アニメ「聖地巡礼」の興隆
第１節　問題の所在
第２節　「聖地巡礼」の概要
第３節　「聖地巡礼」の抱える諸問題
第４節　鷲宮神社の由緒と『らき☆すた』の展開
第５節　ファンが日常を「聖化」する――伝統的巡礼・観光研究との連関から
第６節　小括
図表
第６章　コンテンツがもたらす場所解釈の変容――埼玉県鷲宮神社を中心に
第１節　問題の所在
第２節　絵馬調査
第３節　コンテンツ・解釈共同体・メディアスケープ
第４節　小括
図表
第７章　フレームから浮かび上がるリアリティ――秩父札所十七番定林寺を中心に
第１節　問題の所在
第２節　絵馬調査
第３節　アンケート調査
第４節　周辺札所への聴き取り
第５節　物語を旅する「巡礼者」

第6節　小括
図表
結語
参考文献

ここでは「オタク」に関する記述の実を取り上げておきたい。「序論」において、次のように述べている。

日本において、このような情報環境の変化に対して鋭敏な反応を遂げることから論壇の俎上に挙げられている集団には、いわゆる「オタク」とは呼ばれる人々が該当する。しかし、1990 年前後から、オタクはコミュニケーションが不得手な存在として名指されてきた。情報社会の先端をいく日本で、かつICT をいち早く取り入れることに定評のあるオタクは、その特性にもかかわらず、コミュニケーションの取れない人々と目されているのである。これは先に述べた「圧縮」によっては繋がり得ない関心領域が、オタクらを部族化し、孤立させているからだと言えよう。オタクの定義については種々議論されるところであるが、先んじてその意味内容を指示しておくと、本論では東浩紀に準拠して「コミック、アニメ、ゲーム、パーソナル・コンピュータ、SF、特撮、フィギュアそのほか、たがいに深く結びついた一群のサブカルチャーに耽溺する人々の総称」［東 2001：8-13］、あるいはもう少し限定して「アニメやゲームやネットにアディクトしている人一般」［東編著 2005：203］とする。オタクの定義は、それに属するとされる人々の心的特性に帰される場合もあるが、森川嘉一郎による「実体的な趣味の構造こそが『オタク』なのだ」［森川 2003：268］という言葉が、空論を防ぐ最善策であろう。上記のような趣味の領域は、そこに関心のある人間しか接触せず、また、その外部に位置する人々にとっては、そこにコミットするオタクらの熱狂が奇異に映る。それ故に、オタクとその外部に存する人々は有効なコミュニケーションが図れず、断絶が生じることとなる。その結果としてオタクが自閉した集団となっていくことについては第 4 節にて詳説するが、本論では、オタクを上記ポピュラーカルチャーの領域に強く惹かれている人々で

あると同時に、情報社会の先端的地位を占める者として取り上げるに値する存在だと考える。(699)

［東 2001：8-13］とは東浩紀『動物化するポストモダン――オタクから見た日本社会』（講談社現代新書、2001）、［東編著 2005：203］とは東浩紀編著『波状言論 F 改――社会学・メタゲーム・自由』（青土社、2005）、［森川 2003：268］とは森川嘉一郎『趣都の誕生――萌える都市アキハバラ』（幻冬舎、2003）のことである。

オタクはコミュニケーションの失敗から自閉へと繋がる存在として、やや当事者への配慮を欠きながら描かれる。その理由は、オタクらがそのスティグマを引き受けつつ、消費の側面から自身らのフィールドをアピール出来る存在へと昇華される風潮があったからだと言えよう。ベイリーが「暗黙の宗教」の構成要素に挙げているように、その成員は凝集性を孕みながらも、より大きな社会に自身らが与える影響へは敏感に反応する。たとえオタクがコミュニケーションに失敗した存在だとしても、彼らは常に社会的存在であり、完全に全体社会から分断されることなどありえない。そして、自身らを半ば疎外された存在と規定しつつ自閉へと進むものの、そこで得られた安定をそのままにして、自身らが消費のトレンドを創り出す主体となる場面がカタルシスをもたらすことは想像に難くない。オタク的な市場における「消費の殿堂」が全体社会へと影響を及ぼす場面は、例えば秋葉原電気街が先鋭的な都市として語られることで例証されうるだろう。また、消費の問題に限らずとも、2000年代以降のオタク論で見られるのが、その現代社会の代表とされるような取り扱われ方である。オタク的ステレオタイプは、ただ社会的劣位に置かれるものとして論じられるわけではなく、しばしば――必ずしもポジティヴではないものの――現代社会を象徴するものとして取り上げられるのである。(700)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

半世紀も以前に提示されたスティグマ論は、卓見にも「属性ではなくて関係」という視角において編まれたものであった。つまり、その烙印は生まれなが

らに捺されたものでもなければ、また常に抱え続けるものでもない。コミュニケーションによって再構築され続ける、極めて関係性に基づく概念である。上記を前提として、ゴッフマンは、スティグマの 2 つの方向性と、3 つの種を述べる。それはすなわち、(a) すでに信頼を失った者、(b) 信頼を失う事情のある者という 2 つの極と、(1) 肉体の持つさまざまの醜悪さ――つまりもろもろの肉体上の奇形、(2) 個人の性格上のさまざまの欠点、(3) 人種、民族、宗教などという集団に帰属されるトライバルスティグマの 3 種である［同：18］。

オタクを「暗黙の宗教」として論じる本論において、オタクは上記 3 つの種のうち、(3) に位置付けられる。スティグマ論に寄せて確認すれば、オタクはスティグマを抱えた集団であり、それ故に、他者とのコミュニケーションの中でオタクであることが露見した際にはステレオタイプに押し込められ、信頼を失う可能性がある。また、オタクは「暗黙の宗教」であると同時に、その集団性は極めて部族的なものと捉えられる。上野俊哉は、現代のグローバリゼーションは、単一化のベクトルと同時に「部族化 tribalization」のベクトルも備えているとし、サブカルチャーを享受する者たちに顕著な感覚の共同性やある種の敵対関係からなる集団を探求する際に、「アルカイックな社会において儀礼や信仰を共有する集団のカテゴリーになぞらえて、『部族』という言葉で呼」ぶことを提案する［上野 2005：16］。上野による、情報化時代における部族社会の林立という考え方はマクルーハン由来のものであり、本論とも馴染みの深いものと言えるだろう。

オタク文化がスティグマを抱えた「宗教」もしくは「部族」であるとすれば、そこに帰属する人々は、他者とどのように接するのだろうか。ゴッフマンは、スティグマを抱えることを自認している者が、如何にして他者にそのスティグマを隠すかについて、「パッシング passing」というコミュニケーション様式から論じている。パッシングとは、「まだ暴露されていないが〔暴露されれば〕信頼を失うことになる自己についての情報の管理／操作」［ゴッフマン 1963=2012：81］と説明されるものである。以下、オタクらが他者に対してどのようなパッシングを行い、結果として自閉へと繋がっていくかを考察したい。(701)

［同：18］とは［ゴッフマン 1963=2012：18］のことで、Erving Goffman. *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity* (Prentice-Hall Inc., 1963)、アーヴィング・ゴッフマン／石黒毅訳『スティグマの社会学――烙印を押されたアイデンティティ』(せりか書房、2012) である。［上野 2005：16］とは上野俊哉『アーバン・トライバル・スタディーズ』(月曜社、2005) である。

### (128) 永山薫「1983 年～オタク文化史クルージング～」(2015)

永山薫「1983 年～オタク文化史クルージング～」(『コンテンツ文化史研究』第 9 号、コンテンツ文化史学会、2015 年 8 月) のおもな内容は以下の通りである。

■オタクとしての覚悟とオタク研究者の覚悟
■1983 年のオタク
■「月刊漫画ブリッコ」とは？
■ロリコン漫画ブーム
■「おたく」と「大人」たち
■「おたく」世代と私
■結び

「■オタクとしての覚悟とオタク研究者の覚悟」ではまず「オタク」の定義について次のように述べている。

> はてさて、ここまで筆者は何回「オタク」という言葉を使っただろうか？まるでオタクという概念が自明であるかのように書いているのだが、果たして自明なのだろうか。
> 「オタク」という概念は 80 年代初期には
> 「漫画、アニメ、ゲームなどの 80 年代以前は『子供向き』とされた文化

を思春期以降も愛好する人々」

だったが、時代を経るにつれ、文学、美術、音楽、歴史、映画、演劇、舞踊といった大きなジャンルから、SF、ミステリ、ラノベ、鉄道、旅行、写真、カメラ、フィギュア、プラモデル、アイドル、スポーツ、軍事、銃器、コスチューム、ファッション、果ては人格、年齢、仕草に至るまで「○○オタク」と呼ばれる、あるいは自称する人々が出現した。つまり、もはやオタク的興味／趣味／嗜好／欲望の対象はジュバナイルカルチャーの枠を超え、神羅万象を細分化した「何か」となってしまったのである。

オタク概念はその意味では希薄化したと言えるだろう。しかしその薄い表皮の下には初期の概念やその後の複数の「定義」が複数のレイヤーになって現存し、オタクを自認する者が自己規定したり、他者に誇示したり、仲間意識を発動したりする文脈で召喚される。いや、オタク／非オタクを問わず、ある者がオタクを批判／非難／攻撃する文脈でも、研究／分析／定義する文脈でも便利なツールとして恣意的に利用される。

これは、つまり誰でもオタクを気軽に自称することはできるが、オタクがオタクとしてオタクを研究するには、それなりの覚悟が必要だということである。(702)

永山はここで非常に興味深い指摘を行っている。

前もって結論づけてしまうが、オタクは定義できない。オタクのコミュニティは存在するようにも見えるが、基本的には「個」としてのオタクであり、クラスタである。これは男性オタクも女性オタクも同じである。オタクのクラスタは、もう少し輪郭の見えやすいマニアのクラスタ、もっと大きな領域に広がるファン・クラスタと重なり合う部分もあるが、完全一致ではない。

オタク・クラスタには中心核は存在しない。趣味嗜好によって、クラスタア内にクラスタが形成されないが、そこにも明確な核はない。(703)

「■「おたく」と「大人」たち」では永山は冒頭で次のように述べている。

中森の「『おたく』の研究」は現在でもネットに全文引用されたものが掲載されているので、誰でも読むことができる。重要なのは、現在それを読んでどう感じるかではない。当時の読者がどう捉え、どう感じ、どう反応したかということである。(704)

永山の主張はここには２つある第１に「重要なのは、現在それを読んでどう感じるかではない」、第２に「当時の読者がどう捉え、どう感じ、どう反応したかということである」の２つである。

第１については捉え方の問題ではないだろうか。中森が何を主張していたのかは重要である。当然、読み手は現在は基点にして読むわけでは、これは何も中森のおたく論に限ったことではない。第２についても中森が何を主張し、結果的に３回で連載が終わった背景なども調べていくと、編集者大塚の存在などさらにおたくに対する当時の考え方などにたどり着くことになろう。

「■「おたく」世代と私」では、永山なりの世代論の指標を示しているので紹介しておきたい。

1926～1934 年：昭和一桁世代
1935～1940 年：焼け跡世代（前半）
1941～1949 年：全共闘世代（41～46 年：焼け跡世代後半、47～49 年：団塊の世代／第１次ベビーブーマー）
1950～1959 年：狭間の世代／プレオタク世代
1960～1970 年：オタク第１世代／新人類世代
1971～1979 年：団塊ジュニア世代（第２次ベビーブーマー）／オタク第２世代
1980～1986 年：第２期狭間の世代？／オタク第３世代
1987～1995 年：ゆとり世代／オタク４世代
1996 年～現在

亜庭じゅんは 1950 年、霜月たかなかは 1951 年、米澤嘉博と同人誌研究家の岩田次夫（イワエモン）は 1953 年、大塚英志と岡田斗司夫は 1958 年、小形克宏は 1959 年、中森明夫、竹熊健太郎は 1960 年生まれだ。オタク世

代を用意した、あるいは影響を与えた人々は狭間の世代からオタク第1世代初期にかえて生まれている。(705)

亜庭じゅん（1950-2011）は漫画評論家であるが、米澤嘉博らと「コミックマーケット」を開始した人物でもある。霜月たかなか（b.1951）は、フリーライター、漫画評論家だが、コミックマーケット初代代表である。小形克宏（b.1959）は、1983年から大塚英志と共に『漫画ブリッコ』（白夜書房）の編集にあたっていた人物である。

永山はオタクについて再度次のように述べている。

つまり、オタクとは、漫画、アニメ、特撮、ゲームにしか興味がなく、それについて熱く語ることはできても、それぞれの歴史を知らず、また漫画から文学や美術に、アニメから映画や美術や音楽に、特撮から特撮以外の映画に話を広げることができない若者だという誤認であり、偏見である。

上の世代の多くは新しいメディア、ジャンル、表現形式について鈍感だ。共通体験がないから、そもそも理解できないし、興味も持てない。自分が築いた教養体系に収まらない。

だが、オタクにはオタクの教養体系があり、歴史認識があり、共通体験がある。しかも前世代の教養体系との回路も断絶していない。オタクだと自認している人と話していて、例えば聖書外典や現代音楽やオペラや冒険小説といった話題へとシームレスに流れていくことは普通にある。当たり前の話だが一人一人全部違うのだ。最初に述べたように、オタクは群れているようで群れていない。(706)

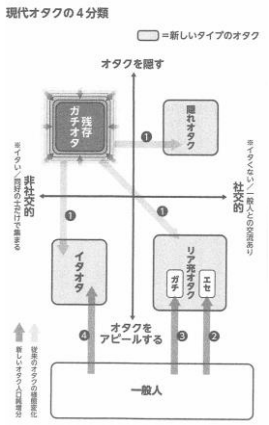
おたくが1983年に誕生して以来、様々な研究がなされているが、この流れは当面続きそうだ。

### (129) 原田曜平『新・オタク経済』(2015)

原田曜平『新・オタク経済―3兆円市場の地殻変動』(朝日新聞出版、2015年

9月)の内容は以下の通りである。

はじめに　オタク市場は「拡大」している
序　章　「リア充オタク」の誕生
第1章　コミュニケーションツール化したオタク
第2章　「日本のオタク」変遷史
第3章　現代オタクのタイプ別生態
第4章　いま求められている商品とサービス
第5章　現代オタク大座談会
あとがき




オタク市場のことについては後述するため、ここではオタクの生態に関することを取り上げておきたい。原田は「現代オタクの4分類」として図表(707)を提示している。

原田は最近の若いオタクのイメージが変化してきたことについて次のように述べている。

みなさんは「オタク」という言葉から何をイメージしますか？メディアがこれまで報じてきたオタク像は、概ねこんなところでしょう。「ある分野にとてつもなく詳しい」「文化系で暗い」「インドア志向で運動が苦手」「コミュニケーションが苦手」「服装・髪型に無頓着」「異性との交際経験が乏しい」などなど。

しかし、それは従来型の、言ってみれば2000年代前半くらまでの「オタク」像です。2015年現在、10代から20代の若者たちの間には、そんな旧来型のメディアが報じるオタク像からはかけ離れた、ニュータイプのオタクが誕生・増加してきていることをご存知でしょうか。端的に言うと、それはリア充（現実生活が充実している人のこと。とりわけ交友関係や恋愛関係が充実している人を指すことが多い）なオタクです。(708)

オタクがライト化したことで大人がマンガやアニメについて語ることがあっても奇異には感じられなくなっている。

オタク（「おたく」「ヲタク」という表記もあります）という言葉は、諸説あるもの、コラムニスト・編集者の中森明夫さんが 1983 年に、コミックマーケット（コミケ）に集まる集団のことを指して命名したものとされています。

当時、そしてその後 20 年以上、メディアで報じられる「オタク」という言葉には蔑称のニュアンスが含まれ、アニメやゲーム、マンガといったサブカルチャー（主流文化に対する下位文化、少数の集団だけを担い手としている文化）について、極めて造詣の深い人たちのことを意味していました。

しかし、本書で紹介する「オタク」の若者たちは、そこに蔑称の意味合いもあるという意識がかなり希薄になっているばかりか、人によっては好んで自分の肩書として採用しています。今や、新入生や新入社員が自己紹介で「△△オタクです」とドヤ顔で言うのは、特に珍しいことではありません。カラオケでアニソン（アニメソング／アニメの主題歌など）を歌う行為も、かなりカジュアルに許容されるようになってきています。

これは、いい大人が公衆の面前で小学生の頃に親しんだマンガやアニメについての話で盛り上がっても許される世の中になっていることと、無関係ではないでしょう。職場にせよどこにせよ、30、40 代の男性が『キン肉マン』『ドラゴンボール』『ジョジョの奇妙な冒険』といった、1980～90 年代の作品について熱く語っているのは今や珍しいことではありません。(709)

このライトオタクの出現により次の３つの特徴が浮かび上がったと述べている。

「物を買わないオタクもいる」
「おしゃれなオタクもいる」
「発信型のアクティブなオタクもいる」(710)

「物を買わないオタクもいる」についてはデジタルツールやインターネットの影響であることは言うまでもないことだ。

アニメを代表とする映像系のオタクは、昔であればたくさんのパッケージ商品を所有していました。「パッケージ」とは、音楽CDやDVD、ブルーレイディスク、あるいは書籍といった、コンテンツが収録されたメディアのことです。CD登場前ならアナログレコード、DVD登場前ならLDやVHSがその役割と担っていました。

しかし、ITの進化によって、違法なものを含む音楽のデジタルコピーが誰でも簡単にできるようになったことから、まず音楽CDの売上が激減します。(711)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

追い打ちをかけるように、2000年代後半以降は、YOUTUBEやニコニコ動画（ニコ動）といった動画共有サイトが登場しました。ここには違法を含む大量の映像がアップロードされてので、画質さえ気にしなければ、大多数のアニメ作品を無料で、しかも過去に放送されたものまでさかのぼって観ることができるようになったのです。(712)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

ところが、インターネットの発達によって、わざわざ書物を購入しなくても、作品の詳細情報はネットの検索でいかようにも探し出して読むことが可能になりました。公式情報のみならず、ウィキペディアやファンが自主的にまとめているサイトなど、ネット上の情報ソースは枚挙に暇がありません。

このように、ある作品が好きになったとき、お金をかけなくてもそれに触れず、研究することができるようになったのです。(713)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

1990年代後半以降のインターネットの普及と、2000年代中盤以降の高速回線インフラの整備は、「オタクになる」ことのハードルをぐっと下げました。

まず、「情報」を取るのに金も時間も必要なくなりました。信憑性には難があるものの、特定の作品名で検索をければ、何かしら情報が、公式・非公式

問わず大量に、しかも基本的には無料で早く、得ることができるようになったのです。2000 年代以降は特にその傾向が強くなりました。(714)

もちろん、オタクも全く購買意欲がなくなったわけではない。また、その購買・収集の仕方に変化が生じているという。

網羅的なコレクター欲に乏しく、教養主義者でもない新しいオタクたちは、何によって対象への愛を表明するのでしょうか。そのヒントになるのが、「無限回収」と「オリジナルグッズの制作」です。

「無限回収」とは、もともとアイドルオタクの用語で、好きなアイドルの写真（同じ写真）を大量に集めることです。現在では、好きなアニメキャラクターの特定 1 種類のグッズを複数、時に何十個も集めることを指します。(715)

「おしゃれなオタクもいる」については次のように述べている。

ただ、彼らがモノをまったく買わなくなったわけではありません。お金の投資先がオタク活動に一極集中しなくなっただけの話です。

タイプにもよりますが、お金の使う先のひとつとして浮上しているのが、ファッションです。実は、もっとわかりやすい現代若者オタクの特徴として、「昔に比べてかなりファッションに気を遣うようになった」という点が挙げられます。(716)

その理由としては次のようことを挙げている。

まず、若いオタクの間で、ニュータイプである「リア充オタク」が増えたことが挙げられます。彼らはコミュニケーション能力が高く、人間関係の幅も広く、オタク以外の友達との付き合いも増えているので、必然的にファッションセンスはリア充寄りになります。ファッションだけで判断する限り、イベントサークルに所属する普通の大学生などはほとんど区別がつかない

人が多くなってきています。（実際、イベントサークルに所属しているオタクも多いのです）(717)

「発信型のアクティブなオタクもいる」では次のように述べている。

また、近年の傾向として現れてきのが、発信型のアクティブなオタクです。かつて多くのオタクは「消費のプロ」でした。あまたあるコンテンツを、大量に鑑賞し、調べ尽くし、所有し、語る。それに割ける財力と大量な処理能力を誇る、「偉大なる受け手」だったわけです。

ところが調査を進めるうちに、若者オタクのコンテンツを「発信」したり、イベントを企画したりする発信型のオタクがかなり増えていることが分かりました。

発信には以下のようなものが挙げられます。

・ニコニコ動画などの動画共有サイトに「歌ってみた」「踊ってみた」といった自分のパフォーマンス動画を投稿する。
・同じく動画共有サイトに初音ミクなどのボーカロイドを使ったオリジナル楽曲を投稿する（彼らは「ボカロP」と呼ばれます。Pはプロデューサーのこと）
・pixiv（ピクシブ・イラスト投稿に特化した SNS）にイラストを投稿して拡散する
・DJ としてクラブでアニソンを中心に回す
・アニソンのバンドを組んで学園祭などのイベントで演奏する

「内向的」「あまり外に出ない」というイメージがあった昔のオタクからは、想像もつかない行為が増えている。そこでは二次創作を中心とした同人誌が売られ、同好の士たちの交流の場になっていました。ちなみに第 1 回のコミックマーケットの開催は 1975 年。実に 40 年の歴史がある文化です。(718)

コミケについては大きな変化があったと言う。

直近 4 回ほどコミケに参加した人の報告によると、旧世代の濃いオタクにと

って、〝最後の牙城〟とも言えるコミケにも、2014 年夏開催の回くらいから、ライトオタク化・若年化の兆しが大きく３つ確認できたそうです。

まず第１に、従来の中心参加者ではなかった若年層（中高生）向けの分野である。「歌い手」や「ゲーム実況」の CD やグッズの販売が増えていたこと。これは、若者オタクがカジュアルに参加できる土壌ができつつあるという傾向を示しています。

第２に、会場にいる特定のコスプレイヤーを見る目的の客が増えたということ。これは、同人誌の創作や購入という本来の目的ではなく「見物するだけ」というライトな参加者が増えたという傾向を示しています。

第３に、全国にいるオタク同士の「オフ会」としてコミケの場を利用していると思しき参加者が多く見受けられたこと。SNS を活用して、遠隔地にいる同好の士と積極的にコミュニケーションを取ってコミュニティを形成するのは、若者オタクの大きな特徴の１つです。(719)

さて、オタクキャラをコミュニケーションツールとして利用するという新しい側面が出てきたと、」原田は次のように指摘している。

「知識から態度へ」は「目的から手段へ」と言い換えることも可能です。異論反論があるかもしれませんが、かつてはオタクは「モノ・知識を収集すること」を目的にしている人が、少なくとも今よりは多かったように思います。しかし現在では、コミュニケーションツールとしてオタクキャラを活用したり、作品やキャラへの愛を創作というかたちで発表シタリシテ、共感を得るオタクが増えてきました。これはモノや知識をコンプリートする「目的」を設定する旧世代のオタクとは違い、「手段」そのものを楽しんでいると形容できるでしょう。(720)

次にイタオタについて原田は次のように述べている。

イタオタはオタクサークルなどに所属し、同好の士だけで固まる傾向にありますが、従来のガチオタと違うのは、内にこもってオタクを隠すのではな

く、SNS などを使ってオタクトークを拡散させる点です。イベントなどにも積極的に参加し、遠方のオタクと交流したり、コミュニティを広げたりという活動的な側面を特徴とします。しかし、彼らのコミュニティはあくまでもオタク同士のものに集中しています。彼らは、メンタリティとしては旧来型の「ガチオタ」と変わるものではありません。しかし、異性・同性を問わず人間関係の幅を広げたい、社交性を高めたいと思う志向、そして行動の一部だけは発信型の「リア充」と同じ。それでもなお「リア充オタク」にはなりきれないのがイタオタです。(721)

ライトオタクには、オタクに歩み寄る一般人もいる。

現代のオタク市場は、従来カウントされていなかった一般人がオタク化（もしくは実質の伴わない自称するオタク化／エセオタク化）することによって、言い換えるなら「オタクに歩み寄る」ことによって拡大しているのです。

なぜ、一般人がオタク化したのでしょうか。その理由は大きく２つあります。

ひとつは、繰り返しになりますが、オタクというパーソナリティが、「個コミュニケーションツールとして有用性が高い」と一般人によって気づかれ、その価値が認められ、かつ社会的に許容されてきたからです。彼らは単にスムーズなコミュニケーションのためにオタクキャラを自称していたいだけなので、必然的に知識や体験は浅い。なので、本物のオタクに「エセオタク」のレッテルを貼られてバカにされてしまうこともあります。これが分類図❷の流れです。

ただ、SNS は自身のキャラ付けを容易に行えるため、エセであっても、少なくともネット上、SNS 上ではオタクキャラを演じることが可能です。今回の調査の中でも、アンケート質問の回答と写真だけでは普通のオタクに見えたものの、実際に深堀り調査をしてみると知識量が大変少ない。「エセオタク」であることが判明したサンプルが何人かいました。

もうひとつは、ネットの発達によって、アニメになりマンガなりの情報

が容易に、安価で（もしくは違法に無料で）手に入れるようになったこと。何十年も前に名作アニメも、絶版になったマンガも、20 年前、30 年前に比べれば、ネットや通販などで簡単に手に入るのです。以前であれば、普通の生活を犠牲にして金と時間をかけ、はじめて手に入れられた情報や体験が、はるかに少ない投資と労力で手に入る。これは図で言うと❸の流れです。彼らはついこの間まで「元一般人」なわけですから、そもそも一般人との交流は問題なく行えている。ゆえに、リア充オタクになるわけです。(722)

最後にリア充オタクについて次のように述べている。

オタクでありながら、非オタクである一般人とのコミュニケーション力が高く、異性との交際経験もあり、オタク活動と並行してスポーツやクラブへの出入り、大規模な飲み会・パーティなどのサークル活動を積極的に行うオタク。それがリア充オタクです。

そのなかでも、一定水準以上のオタク知識・経験も持ちえている人たちのことを、本書では「ガチ（本気、真剣）のリア充オタク」と呼ぶことにします（知識が伴なっていない場合は「エセのリア充オタク」になります。）

彼らにとって自身がオタクであることは大切なパーソナリティの一部なので、一般人に対してオタク性を隠したりはしません。一方で、クラブや女子会、パーティなどにおける、リア充的な〝キラキラ〟した自撮り写真を、Twitter、Facebook、Instagram といった各種 SNS にアップしてもいます。

彼らの外見的特徴のひとつが、おしゃれであることです。かつてのオタクファッションは「ダサい」という「イメージ」が強かったと思いますが、リア充オタクの中には一般の若者と比べても大変おしゃれなファッションセンスを持つ子も出てきています。現代のリア充オタクは、ぱっと見のファッションだけでオタクだとは判別できなくなってきています。(723)

原田はオタクを旧来型と現代型と２つに大別している。

旧来型のオタクと現代オタクとの違いが２つ見えてきます。

ひとつは、旧来型のオタクのような「人間関係が主にオタク友達だけ」という状態では飽きたらなくなったということ。オタクが「後ろめたい」ものであることは旧来型のオタクとあまり変わらない心境であるものの、そのうえで「普通の人とも友達になりたい」という気分の表れです。

旧来型のオタクは「覚悟を決めた特殊な生き方」としてオタク道を選んできた人もいましたが、現在の隠れオタクの心境は「オタクでもありたいが、ごく普通の生活も同時に営みたい」。マルチチャンネルで人間関係を構築し、かつ別チャンネル同士が交錯しないことに快適性を求める彼ら。意地悪な言い方をするなら、八方美人というやつかもしれません。(724)

## (130) 片瀬一男『若者の戦後史』(2015)

片瀬一男『若者の戦後史―軍国少年からロスジェネまで』(ミネルヴァ書房、2015 年 9 月) では「序章　若者をめぐる言説と研究の変遷」に注目しておきたい。その内容は以下の通りである。

1　階層社会のなかの若者
2　存在の承認としてのアイデンティティ
3　1970 年代―若者論の端緒
4　1980 年代―情報消費社会のなかの若者論
5　1990 年代以降―ポストバブル期の若者論
6　本書の特色と構成

「オタク」に関しては、「4　1980 年代―情報消費社会のなかの若者論」で取り上げられている。その下位項目は以下の通りである。

情報消費社会の多元的自己
「新人類」から「おたく」へ
消費からコミュニケーションへ

1983 年に「おたく」という言葉がマスコミ上に登場したが、1980 年代についてはまず、以下のように述べている。

> 1980 年代になると青年論の論調は大きく変わる。60 年代の学生運動の退潮後、気力を欠いた「モラトリアム人間」と揶揄されていた青年が、情報化と消費社会のなかで、時代の先端をいく「新人類」として称揚されるようになったのである（小谷 1993b:82-84）。青年文化のもつ「遊戯性」も情報化のなかで開花することになる。この時期、日本経済は好調であり、とくに 1980 年代中盤から始まったバブル経済は若者を消費の主体とした。小谷（1998：184-187）によれば、この「新人類」世代の社会心理的基礎は、彼らの子ども時代と高度掲載成長期が重なっていることにあるという。(725)

（小谷 1993b:82-84）とは小谷敏「『異議申し立て』の嵐が過ぎ去ったあとに」（『小谷敏編『若者論を読む』世界思想社、1993』、小谷（1998：184-187）とは小谷敏『若者たちの変貌―世代をめぐる社会学的物語』（世界思想社、1998）のことである。1980 年代の若者像についても次のようにまとめている。長くなるが、引用しておきたい。

> 若者像は、1980 年代末に再び転換を迎える。その契機が先に触れた M 元死刑囚の連続幼女誘拐殺人事件であった。とくに彼が個室に閉じこもり、ビデオとコミックに囲まれた生活のなかで、生身の人間とのコミュニケーション能力を欠いたまま、連続幼女誘拐殺人事件という、まさに理解不能で異常な犯行に及んだと、メディアによって喧伝された。それ以降、特定のメディア・アイテムを自閉的に偏愛する若者は「おたく（オタク）」と呼ばれた、忌避されることになる。
>
> この「おたく（オタク）」の命名者はコラムニスト・編集者であった中村章夫（1983a, 1983b）といわれるが、中森は「おたく（オタク）」を批判的にとらえ、その特徴を、①マニア性（何らかの対象への熱中と偏愛）、②内向性（性的コミュニケーションからの退行）、③共同性志向（内弁慶な仲間意識）、④外見的特徴（ファッション性の低さ）にあるとされる（松谷 2008:116）。

ただし、1980 年代後半まで、「おたく（オタク）」という言葉はさほどメディアで目立つものではなく、一部のアニメ専門誌やパソコン専門誌に散見されるだけで、また「おたく（オタク）」をとりたてて問題視することも一部の例外を除いてみられなかった。ところが、こうした状況を変化させる事件が M 元死刑囚が逮捕される直前におこった。それは、1989（平成元）年 3 月に東京・麹町で 22 歳の自動車組立工によって 10 歳の小学生男子が絞殺された事件である。犯人の部屋にはテレビデーム機が 5 台あり、小学生の遊び場になっていたことから「ファミコン殺人」と報道され、その 2 年前に『コンピュータ新人類の研究』（野田 1987）を上梓した精神医学者の野田正彰のインタビューが『SPA』などに載った。この頃から次第に情報機器が若者の現実感を希薄にのせていくといったフレームが準備され始めた。そして、同年 8 月に女児への強制わいせつ罪で M 元死刑囚が逮捕されると、彼の自宅に多くの報道陣が押し掛け、離れにある彼の自室に入って、ビデオテープ、マンガ雑誌が散乱した様子を伝えた。このときとくに注目されたのは、ホラー系の映画やアニメであり、レンタルビデオ店ではホラービデオの貸し出しが自主規制された。事件直後に M 元死刑囚の「おたく（オタク）」という資質に注目したのは小此木啓吾や小田晋などの精神科医で、いずれも新しいメディアは若者の精神に悪影響を与えるというフレーミングにもとづくコメントをしていた、という。この事件直後、「おたく（オタク）」は現代的病理の転形として非難の対象となるが、バッシングが 1 年ほどで沈静化し、その後は「おたく（オタク）」のマニア的資質が称揚されたり、従来の「おたく（オタク）」が有しているネガティブな人格的資質が「ひきこもり」や「非モテ」などに分化し、2000 年代になると『電車男』（中野 2004）のように、その恋愛模様なども描かれるようになった（松谷 2008:133-134）。[726]

（野田 1987）とは野田正彰『コンピュータ新人類の研究』（文藝春秋、1987）のこと、『電車男』（中野 2004）とは中野独人『電車男』（新潮社、2004）、（松谷 2008:133-134）とは松谷創一郎「＜オタク問題＞の 4 半世紀」（羽渕一代編『どこか＜問題化＞される若者たち』恒星社厚生閣、2008）のことである。

この時期の代表的な「おたく（オタク）」論として、中島梓の『コミュニケーション不全症候群』（1991＝1995）と宮台真司の『制服少女たちの選択』（1994＝2006）がある。このうち、宮台（1994＝2006）は本書の第4章でとりあげて批判的に検討するので、ここでは中島（1991＝1995）は、若者における＜コトバ＞不在としての「コミュニケーション不全」を問題にする。彼女は、この時期に特有の「おたく（オタク）」、「ダイエット」、さらに少女たちの「少年愛趣味」（「よあい」）が一見ばらばらの存在かのようにみえても、「コミュンケーション不全症候群」という名の現代的な適応様式としてとらえるとした。彼女のいう「コミュニケーション不全症候群」とは、電車内で他人の足を踏んでもなんとも思わなかたっり、人まで平然と化粧や食事をする若者にみられるように、まさに他者の存在に対する想像力の欠如を特徴とする。すなわち、①他人のことが考えられない、他者に対する想像力の欠如、②知り合いになることそれがまったく変わってくる、つまり自分の視野に入ってくる人間しか「人間」として知覚されない、③人間関係への適応過剰もしくは適応不能、すなわち対人知覚障害（中島1991＝1995：38）であるとした。(727)

中島梓の『コミュニケーション不全症候群』（1991＝1995）とは中島梓『コミュニケーション不全症候群』（筑摩書房、1991）、1995年には前掲書の文庫化のことである。宮台真司の『制服少女たちの選択』（1994＝2006）とは宮台真司『制服少女たちの選択』（講談社、1994）、宮台真司『制服少年たちの選択―After 10 Years』（朝日新聞出版部、2006）のことである。

### (131) 佐々木隆「TV放送のオタク文化への影響」(2015)

佐々木隆「TV放送のオタク文化への影響」（『日欧比較文化研究』第19号、2015年10月）のおもな内容は以下の通りである。

プロローグ
1　オタク文化と世代

２　TV 放送の定着
３　オタク 5 世代
４　オタク第 1 世代　1960 年前後生
エピローグ

「1　オタク文化と世代」では次のように述べている。

オタク文化にとって「テレビ、ファミコン、インターネット」は重要な要素であるが、中でもインターネットの登場は社会全体に対する影響があまりにも大きいと言わざるを得ない。TV 放送、インターネットについてはオタク文化は言うに及ばず、ポップカルチャー、さらには「文化」という大きな視点で見ても、最も重要なファクターである。なかでも 1953 年の TV 放送が開始され、テレビアニメ『鉄腕アトム』(1963)が放映されたことは日本のポップカルチャーの象徴的な出来事と言ってもよいだろう。ここから日本のアニメは本格的にスタートすることになる。このアニメが原子力を扱っていること、ロボットを扱っていることの意味は大きい。(728)

「4　オタク第 1 世代　1960 年前後生」では TV 放送と共に成長したいわゆるテレビっ子の世代である。筆者自身もまたその中に含まれているため、実体験も加わっている。この第 1 世代の受けた TV 放送については以下のようにまとめられている。

オタク第 1 世代は 2015 年段階では 50 代。TV 映画『月光仮面』(1958)、TV アニメ『鉄腕アトム』(1963)、『マッハ GOGOGO』(1967)が公開されたが、この世代の大きな特徴は、TV と共に成長し、少年少女時代の 1970 年に大阪・万博により未来社会にあこがれを抱いた世代。今ではデジタルコンテンツの普及に右往左往しながら、社会では活躍している世代ではないだろうか。成長期においては PC やインターネットとは無縁であったが、30 代ではインターネットの影響を強く受け、独学の末でこうしたツールの活用をしている世代でもある。アナログ時代からデジタル社会の狭間の中でなんとか

と対応している世代ではないだだろうか。少年少女の頃にはやったものは現在の様々なブームの原点となっているが沢山ある。以下のカッコ内はそのシリーズの最初ものが TV で放映された西暦。『ウルトラマン』(1966)、『仮面ライダー』(1971)、『マジンガーZ』(1972)、怪獣ブーム、変身ブーム、特撮がこの時代を代表するものだ。

『ウルトラマン』、『仮面ライダー』シリーズは現在まで続いてる長寿シリーズである。怪獣シリーズ、変身ブーム、特撮は『ウルトラマン』を境にして TV 等で流行ったものだ。変身ブームは仮面ライダーではすっかり定着し、その後のヒーローもの、アニメでは馴染みの手法となっている。

『マジンガーZ』はロボットアニメで、その後さらにロボットアニメは急速に発展している。この世代のブームはオタクの原点とも言ってよいだろう。ちなみに日本漫画家協会設立(1964)、日本で初めての漫画博物館の埼玉県大宮市立漫画会館開館(1966)もこの 1960 年代であった。

TV 番組では『8 時だョ！全員集合』(1969-1985)はオタク第 1 世代だけでなく第 2 世代にも大きな影響を与えた高視聴率のバラエティ番組である。『スター誕生』(1971-1983)はアイドル文化との関連を考えれば重要な番組である。(729)

「オタク第 1 世代は 2015 年段階では 50 代」とあるが、2020 年段階ではこれが 60 代となる。つまい、オタク第 1 世代の子供が家庭を持ち、さらに新しい家族が誕生している年齢であるため、おじいちゃん、おばあちゃんになっている世代でもある。この世代は概して、マンガ、アニメ、ゲームなどに慣れ親しんで育っているだけで、こうしたポップカルチャーやオタク文化に抵抗感があまりないだろう。

### (132) 菊地映輝「オタク化するお台場」(2015)

菊地映輝「オタク化するお台場―文化装置の集積に注目して」(『現代風俗学研究、2015 年 12 月）の主な内容は以下の通りである。

1　はじめに
2　「文化装置」概念の定義
3　先行研究の検討
　3−1　オタク論
　3−2　お台場
4　お台場についての基礎知識
5　お台場のオタク系文化装置
　5−1　東京ビッグサイト
　5−2　コスプレイベント
　5−3　オタク趣味の専門店
　5−4　テーマパーク
6　考察

この論文のキーワードは「お台場、オタク、文化装置」である。論文の順を追ってみていくとすると、まず「文化装置」の定義を確認しておきたい。

ここでは独自に文化装置を「都市空間における、特定の文化の生産／再生産に貢献する施設やイベント」(730)

つまりここでは文化装置が集積している場所としてお台場が取り上げられていることになる。

つぎに「オタク」については2001年の東浩紀の定義を出しながらもさらに時代の変化を捉えて次のように補足している。

SFがジャンルとして下火になっていたり、下火になっていたり、アイドルやコスプレといったジャンルが勢いを増していたたりと細かな中身の変化はあるが、今日では「オタク系文化」と呼べる、たがいに深い結びついた一群のサブカルチャーが存在しており、それらのファンはオタクとして認知されている。その意味において東の定義は今日においても通用すると言える。2001年当時と今日とで、オタクを構成している層に全く変化がないという

ことにあまり考えられてない。そこで、近年のオタクにまつわる社会的な変化をいくつかを挙げてみると、第一に、今日では女性のオタクが目立つようになってきていること、第二にオタクにまつわるイメージが、ネガティブなものからポジティブなものへと変わっていることが指摘される（辻・岡部 2014：8, 14）。(731)

辻泉・岡部大介「今こそ、オタクを語るべき時である」（宮台真司監修／辻泉岡部大介・伊藤瑞子編『オタク的想像力のリミット』（筑摩書房、2014 年 3 月）のことである。

お台場がオタク化していることをデータで明らかにするのは難しいと菊地が述べている通り、コミックマーケット以外に来場者数などのデータは現在のところ明らかではない。従って菊地はお台場の文化装置に注目したのである。その一例としてここでは東京ビッグサイトに注目しておきたい。

東京ビッグサイトは、コミックマーケット以外にもオタク向けイベントの会場として利用されている。その程度を調べるためん、2014 年の 1 年間に東京ビッグサイトで開催されたオタク向けのイベントがいくつかあったのかをカウントした結果、2014 年に東京ビックサイトで開催された全 447 イベントのうち 1 割強にあたる 52 イベントがオタク向けのイベントであった。また、その内訳は表 1 の通りで、約 8 割にわたる 8 割にあたる 40 イベントが同人誌即売会であった。これらイベントは当然ながらオタクたちにとっての活動の場である。そのためイベントと、イベント開催期間中の東京ビックサイトは、オタク系文化における文化装置として機能しているとみなすことができる。特に 50 万人以上のオタクをお台場エリアに集めるコミックマーケットは巨大な文化装置であると言えよう。(732)

表 1　お台場エリアのイベント会場数

| イベントの主題 | イベント数 |
|---|---|
| アナログゲーム | 3 |
| アニメ | 1 |

| | |
|---|---|
| 玩具 | 1 |
| フィギュア・ドール | 4 |
| プロモデル・ラジコン | 1 |
| 鉄道模型 | 2 |
| 同人誌即売会 | ４０ |
| 総計 | ５２ |

お台場も急速に変化している。

## (133) 宮沢章夫『東京大学「80年代地下文化論」講義　決定版』(2015)

宮沢章夫『東京大学「80年代地下文化論」講義』(河出書房新社、2015年11月）は宮沢章夫『東京大学「80年代地下文化論」講義』（白夜書房、2006年7月）を増補したものである。

講義要項

序文にかえて―宮沢章夫さんに授業をしていただいたことについて、わたしが知っている2・3の事柄

第 1回　「かっこいい」とはなにか

第 2回　ニューウェーブの時代とピテカントロプス・エレクトス

第 3回　西武セゾン文化の栄光と凋落

第 4回　YMOの「毒」、“クリエイティヴ”というイデオロギー

第 5回　森ビルの文化戦略と、いとうせいこうの「戦術」

第 6回　「アングラ」はなぜ死語になったか

第 7回　いろいろな質問に答える

第 8回　由利徹、モンティ・パイソン、ラジカル・ガジベリビンバ・システム

第 9回　それを好きと言ったら、変に思われるんじゃないか

第10回　ゼビウスと大友克洋と岡崎京子、それと「居場所がない」こと

第11回　「おたく」の研究、岡崎京子の視線、ピテカンの意味

第 12 回　東京の繁華街の変遷
第 13 回　とりあえずのまとめ―80 年代と現在との接続
1986 年の３つの出来事、そして 90 年代へ
あとがき

増補されたのは「1986 年の３つの出来事、そして 90 年代へ」である。その中で今回決定版として理由が述べられている。それは『東京大学「80 年代地下文化論」講義』（白夜書房、2006 年 7 月）の修正の意味もあるようだ。

> たとえば、60 年代の新宿にあったジャズ喫茶を「ビレッジ・バンガード」。この表記を、今、本屋さんとしてあちこちに店を構えている「ヴィレッジヴァンガード」にしてしまった。本屋の「ヴィレッジヴァンガード」は、ウに濁点、かつてのジャズ喫茶は、ヒとハに濁点である。これを、思い入れのある方にかなり強い調子で非難されました（笑）。(733)
>
> ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・
>
> 歴史的事実として僕が完全に勘違いをしていた箇所もあります。コミケの話です。ガロ系の作家を目指していた漫画家の卵たちが少人数で始めたのがコミックマーケットの始まりだと考えていたんだけど、これは明らかな間違いでした。萩尾望都さんだったんです。(734)

コミケの原点については萩尾望都を中心にした二次創作であったことは多くの本に書かれているところである。

### (134) 斎藤環『おたく神経サナトリム』(2015)

斎藤環『おたく神経サナトリム』（二見書房、2015 年 11 月）は 2001 年 4 月から 2014 年 9 月まで『月刊ゲームラボ』（三才ブックス）に連載されたコラムの一部を加筆修正したもので構成されている。ここでは目次のみ紹介しておきたい。

Chapter. 1　2001
『エイリアン 9』に驚け！／『ガンパレ―ド・マーチ』はどこが新しいか
Chapter. 2　2002
萌えアニメ、泣きアニメ／秋葉原巡礼記～取材編～／秋葉原巡礼記～分析編～／『言葉の効果』による「萌え」／みんなゲーム脳だった！？
Chapter. 3　2003
『お兄ちゃん』という魔法／ヘンリー・ダーガーとマスコット／おかんは萌えているか？／キミは『じゃりン子チエ』を知っているか／フラットな猥褻性をめぐって／平沢進とヴェネチア・ビエンナーレと
Chapter. 4　2004
イノセンスは顔が命／OTAKU イン ヴェネチア・ビエンナーレ報告／アメリカのおたく化と『ハウルの動く城』
Chapter. 5　2005
オトナは『げんしけん』を読め！／「おたく：人格＝空間＝都市」凱旋！／監禁とガンダム
Chapter. 6　2006
ミヤザキ死すとも腐女子は死せず／がんばれ村上隆！／はたして「才能」は遺伝するか？／米沢嘉博さんの思い出
Chapter. 7　2007
ツンデレ美少女の精神分析①／ツンデレ美少女の精神分析②／自虐に萌える漢たち／アキハバラは解放されたか？／世界 SF 大会で萌えについて考える
Chapter. 8　2008
ゲーム脳犯罪に釣られる人々／秋葉原通り魔事件と非モテ問題／ロリコンは「少女の変形」の夢を見る／『よつばと！』キャラクター的リアリズム
Chapter. 9　2009
エロゲデビューで逮捕？／医療マンガは難しい？／ヤッターマンと深田恭子／忌野清志郎がくれたもの／腐女子と『批評』／エヴァンとサンタフェ／愛は仮想の外にある？

Chapter.10　2010

やらずに語ろうラブプラス／東京プロンティスト委員会／オタクとロックとかまってちゃん／ジブリ祭りとロリコンの倫理／追悼・今敏監督／エルシャダイの衝撃／『男の娘』について考えてみた

Chapter.11　2011

アートと都会条例について／国境を越えるキャラ／「3・11」後のオタク文化／まどか☆マギカの衝撃／『涼宮ハルヒ』の精神分析／震災と「キメこな」騒動／二人が眺める海の色は二人分ある

Chapter.12　2012

「日常系」について考える／オタクがリア充になるとき／音楽に自由を！／アニメをいかに「出立」を描いたか／ヤンキー化の源は学校？

Chapter.13　2013

エヴァンゲリオンは終わらない／二次創作の光と影／オタクのライフプラン／大洗は萌えているか／『悪の華』が醸し出す「空気」／児ポ法のどこが間違っているか／せんせいがモノノフになったら妻はどんな顔をするだろう／パヤヲはとんでもない美少女を描いてしまった／『パシフィック・リム』が見せつけた渾身の円谷魂／『あまちゃん』でクドカンが描いてくれたもの／『進撃の巨人』はなぜ笑えるのか

Chapter.14　2014

「女の一生」と「少女の一生」／ポエム化日本と奇跡の作曲家／オリンピックと白い嘘／渡邊史くんは死なないほうがいい／「レリゴー」って、いったい何？／自動生成システムは児童ポルノの夢を見るか？／キャラ化という刑罰／ジブリがラッセンになる日／いきなり最終回だ！

## (135) 羽生雄毅『OTAKU エリート』(2016)

羽生雄毅『OTAKU エリート―2020 年にはアキバカルチャーが世界のビジネス常識になる』(講談社、2016 年 1 月)の内容は以下の通りである。

はじめに

序　章　OXFORD x AKIHABARA
第１章　世界標準となったアキバカルチャーの実態
第２章　サイバーカルチャー・フロンティア
第３章　OTAKU ネイティブ世代、誕生
第４章　OTAKU エリート、台頭
第５章　アキバカルチャーのターン
おわりに

「第３章　OTAKU ネイティブ世代、誕生」の「グローバル・アキバカルチャーの申し子たち　世界中で育つ『OTAKU ネイティブ世代』」という項目がある。

日本国内でオタク文化の歴史を見ると、まずゲームやアニメが好きな人がいて、後からインターネット勢が加わったように見える。

対して海外では、先にパソコン通信時代からギークたちに受け継がれるサイバーカルチャーがあった。そこへ本格普及したインターネットにより、ゲーム勢、アニメ勢が加わり、さらに二次創作、コスプレ、同人作品などのコンテンツも大量流通するようになった。こうして日本のオタク文化とサイバーカルチャーが合流した結果、ギーク、ゲーマー、アニメオタク、コスプレヤー、ダンサー、シンガー、パフォーマンスなどを束ねた、今の形での「アキバカルチャー」という世界共通の文化圏が生まれたのである。ただし、海外ではインターネット勢のほうが先だっていたため、祭場ーカルチャーの側に主導権があるという微妙な違いがある。つまり、「日本のオタク文化が世界で人気」と言われるとき、本当に人気なのはサイバーカルチャーが主導する「グローバル・アキバカルチャー」なのだ。

国内で語られるオタク世代論では、「おたく」から「オタク」、そして「OTAKU」への変遷について語られることがある。「おたく」は 1970 年代に誕生したサブカルチャー愛好者の総称であり、もともとはコアな SF・アニメファンを指す言葉。「オタク」は 1980 年代に誕生した概念で、アニメ・マンガ・ゲーム・パソコンなどを引きこもりツールとする大人になれない者

たちを指す言葉だとされている。そして「OTAKU」とは、その外国人版であった。ただし、最近は OTAKU の意味が微妙に変わり、ボーカロイドや『東方 Project』など、アニメでもゲームでもないジャンルも含めて、幅広く日本のオタク文化を楽しむ世界的な層のことを指すようになっている。つまり「グローバル・アキバカルチャー」を支持する層のことである。

そして今、物心ついたときから「OTAKU」文化に囲まれて成長する、いわば「OTAKU ネイティブ世代」が、世界中で育っている。(735)

インターネット時代を迎えると「デジタルネイティブ」(736)などという言葉も登場するようになり、まさにその用語を「オタク」と組み合わせて使用している。

### (136) 堀あきこ「オタク、腐女子―メディアによるイメージ」(2016)

堀あきこ「オタク、腐女子―メディアによるイメージ」(竹内オサム・西村麻里編『マンガ文化　55 のキーワード』ミネルヴァ書房、2016 年 2 月) では「オタクとは」として次のように論じている。

オタクには、鉄道オタクやアイドルのように幅広い嗜好対象があるのだが、ここでは、〝マンガファンとしてのオタク〟に注目する。

オタクという言葉は 1983 年、ロリコン雑誌と呼ばれていた『漫画ブリッコ』(セルフ出版) の中森明夫によるコラムで登場した中森は、コミックマーケット (以下、コミケ。本書 45 参照) に集う中高生の少年少女が、友だちに対する二人称に「おたく」を使用していたことから命名したという。コラムでは、オタクが服装に無頓着であることや、普段は教室で孤立しているのにコミケでは大はしゃぎ、と嘲笑をこめて説明がなされている。

その後、いくつかの事件のよって、オタクに対するイメージが社会に広まった。1988 年からの連続幼女誘拐殺人事件 (以下、M 事件) の報道では、オタクとは対人関係をうまく築けずマンガやアニメの世界に逃避するロリコン男性であるという印象が刻まれた。1995 年に地下鉄サリン事件を起こ

したオウム真理教は、アニメなどを用いた広報やSF的世界観、価値観を同じく者だけで集まり社会から孤立するという点で、オタクとの親和性が高いと取り上げられた。(737)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

オタクに対する批判のひとつに、現実と虚構の区別がつかないというものがある。この批判は長く議論されているが、因果関係を証明するデータは示されていない。それにもかかわらず、少女への性犯罪者の部屋に美少女コミックが並んでいることが、犯罪の原因であるかのように報道されているのを目にすることは多い。

また、作品の性表現が批判の対象となる場合もある。M事件によってできた、同人誌と性表現、ロリコンを関連づける批判は今でもよく見るものだ。さらに二次創作の手法であるパロディ、すなわちオリジナル作品に描かれていない関係を性的なものとして過剰に読み込む手法そのものに、批判が向かう場合もある。(738)

## (137) Kascuk Zoltan. *From geek to otaku culture and back again* (2016)

Kascuk Zoltan. *From geek to otaku culture and back again: The role of subcultural clusters in the international dissemination of anime-manga culture as seen through Hungarian producers* (2016)は博士論文として発表されたものである。論文の概要及び審査の概要はインターネット上で見つけられなかったため、国立国会図書館掲載の基礎情報は以下の通りである。

学位授与年月日：2016年3月21日
学位：博士（芸術）
報告番号：乙第1号

全文がインターネットに紹介されている。博士論文のおもな内容は以下の通りである。なお、邦文タイトルは「オタク化するギーク、ギーク化するオタク：ハンガリーのプロデューサーから見たアニメ・マンガ文化の国際的普及および

サブカルチャー的クラスタの役割」である。

Acknowledgements
1. Why researching the international dissemination of manga through subcultural producers and subcultural clusters matters
   1.1. The international significance of Japanese anime-manga culture for youth culture
   1.2. Researching the dissemination of manga in context
   1.3. Examining subcultural producers and subcultural clusters
   1.4. Outline of the present work
2. From subcultures as fields to subcultural clusters
   2.1. Introduction
   2.2. Integrating subcultural studies with fan studies: a general framework
      2.2.1. Subcultural studies and Hodkinson's definition of subculture
      2.2.2. Connecting fan studies and subcultural studies
   2.3. Subcultures as fields
      2.3.1. The relationship between the art worlds framework and the field approach
      2.3.2. Field and subculture
      2.3.3. Reconsidering Hodkinson's definition of (sub)cultural substance
      2.3.4. Subcultures and Bourdieu's hierarchy of cultural legitimation
   2.4. Field theory and subcultural producers
   2.5. Field theory and subcultural clusters
   2.6. Summary
3. Methodology: Insider research and career interviews
   3.1. Overview of the empirical material
      3.1.1. Career interviews

3.1.2. Observation and sample selection
3.2. Insider research
3.2.1. Friendship and bias
3.3. Anonymity and trust
3.4. Summary overview of research participants
3.4.1. Note on information for quotes from research participants
4. Anime broadcasting, manga publishing and anime-manga fandom in Hungary
4.1. Anime broadcasting in Hungary
4.1.1. "Odorless" beginnings: 1986-1996
4.1.2. Broadcast liberalization and the impact of Sailor Moon and Dragon Ball: 1997-1999
4.1.3. Preteen collectibles: Poketto Monsutā, Dejimon Adobenchā, Yū-Gi-Ō!, Bakuten Shūto Beiburēdo: 2000-2003
4.1.4. (Re)discovering the teen to young adult segment and the arrival of Anime+: 2004-2007
4.1.5. Animax Eastern Europe: 2007-2014
4.2. Cinema screenings and VHS, DVD releases of anime in Hungary
4.2.1. From children's matinée to festival screenings: Anime in Hungarian cinemas
4.2.2. VHS, DVD releases of anime in Hungary
4.3. Manga publishing in Hungary
4.3.1. First attempts: 1999-2001
4.3.2. The manga publishing boom: 2006-2008
4.3.3. Restructuring for recession: 2009-2011
4.3.4. Post-recession stabilization: 2012-2014
4.3.5. Overall trends in manga publishing in Hungary
4.3.6. Original Hungarian manga publications
4.4. Anime-manga fandom, media and conventions in Hungary
4.5. Summary and periodization

5. Pathways of learning that lead to working in anime-manga fandom
5.1. Learning in subcultures and fan cultures
5.1.1. An informal education
5.1.2. An appreciation of learning
5.1.3. The right way of learning I: being self-taught, peer-learning and the social relations of learning
5.1.4. The right way of learning II: DIY and learning by doing
5.1.5. The right way of learning III: The subcultural/fan/scenic work ethic
5.2. Types of skills and knowledge acquired in relation to anime-manga fandom
5.2.1. Basic scene relevant competences
5.2.2. Scene relevant competences capable of generating resources
5.2.3. General use everyday competences
5.2.4. Non-qualification type job-relevant competences
5.2.5. Quasi-qualification type job-relevant competences
5.2.6. Summary of skills and knowledge acquired in relation to anime-manga fandom
5.3. The uses of competences acquired in formal educational in subcultural and fan cultural careers
5.4. Summary
6. Patterns of engagement and interests of subcultural producers in the anime-manga fandom and market
6.1. Patterns of engagement of subcultural producers in anime-manga fandom
6.1.1. Positions in relation to anime-manga fandom
6.1.2. Longitudinal trends
6.1.3. Outbound trajectories
6.2. Patterns in the interests of subcultural producers in anime-manga fandom

6.2.1. Changes in interests for participants from within the fandom
6.2.2. Changes in interests for participants from related areas of interest
6.3. Anime-manga fandom embedded in geek culture
6.3.1. The importance of genre, theme and format
6.3.2. The relevance of the geek subcultural cluster for anime-manga fandom
6.3.3 Communities within communities
6.4. Summary: Implications for market development
7. The logic of subcultural fan markets: Between creative/cultural industries and ethnic markets
7.1. Introduction: subcultural fan markets, creative/cultural industries and ethnic markets
7.2. Market initiation and development
7.2.1. The significance of small-scale businesses for subcultural fan markets, creative/cultural industries and ethnic markets
7.2.2. Products, tastes and market demand: From core to mainstream and the relevance of subcultural and fan knowledge
7.3. Resource mobilization and employment
7.3.1. From voluntary labour to employment
7.3.2. Voluntary labour as resource within subcultures and fan cultures
7.3.3. Further resources within subcultures and fan cultures
7.4. A meaningful world of work
7.4.1. Meaningful and desirable work
7.4.2. Giving back to the community
7.4.3. Self-exploitation and other pitfalls of subcultural and fan careers
7.5. Summary: Subcultural fan markets, between creative/cultural

industries and ethnic markets
8. The interrelatedness of the European and North American geek subcultural cluster and Japanese otaku culture
8.1. Geek, nerd, otaku
8.1.1. Origins and history of the terms
8.1.2. The geek subcultural cluster corresponds to otaku culture in the wide sense
8.1.3. Geek, nerd, otaku – Summary
8.2. Three levels of interrelatedness
8.2.1. Historical interrelatedness
8.2.2. Imaginary culture and the imagination-oriented aesthetic
8.2.3. Relation to social change
8.3. Summary
9. Conclusion: Re-imagining the future of anime-manga culture in America and Europe from the perspective of subcultural clusters
Bibliography
Appendix: Research consent form

ここでは冒頭の“1.1. The international significance of Japanese anime-manga culture for youth culture”を紹介しておきたい。

Japanese anime, manga, video games, card games, toys and so on have become ubiquitous outside of Japan. It is impossible to designate a definitive starting point for the rapid rise of anime-manga culture internationally, partly because each national market has followed differing time-lines of development, and also because this movement has been a gradual build-up towards the explosive growth experienced for instance in Europe and North America during the first half of the 2000s (see for example Brienza 2009, Leonard 2005a, Malone 2010, Pellitteri 2010, Tsugata 2014, Yui 2010). Japanese popular culture and anime manga

culture specifically have had a similar impact on a wide range of national markets around the globe, as discussed for instance by Iwabuchi (2002) and more recently by researchers and artists alike at the Manga and the Manga-esque: New Perspectives to a Global Culture conference in 2015 (Ateneo de Manila University) in relation to the East Asian and South-East Asian markets. The present dissertation will, however, only focus on North America and Europe as its wider context. (739)

それぞれ以下の文献が引用されている。


Brienza (2009)

Brienza, Casey, 2009. *Books, Not Comics: Publishing Fields, Globalization, and Japanese Manga in the United States*. Publishing Research Quarterly, 25(2), 101-117.

Leonard (2005a)

Leonard, Sean, 2005a. Celebrating Two Decades of Unlawful Progress: Fan Distribution, Proselytization Commons, and the Explosive Growth of Japanese Animation. *UCLA Entertainment Law Review*, 12(2), 189-266.

Malone (2010)

Malone, Paul M., 2010. The Manga Publishing Scene in Europe. In: Toni Johnson-Woods, ed. Manga: *An Anthology of Global and Cultural Perspectives*. New York: Continuum, 315-331.

Pellitteri (2010)

Pellitteri, Marco, 2010. *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies, and Identities of Japanese Imagination*. A European Perspective. Latina: Tunué.

Tsugata (2014)

Tsugata, Nobuyuki, 2014. *Nihon no anime wa nani ga sugoi no ka: Sekai ga hikareta riyū* [What is amazing about Japanese anime: The reason

for captivating the world]. Tokyo: Shōdensha.
Yui (2010)
Yui, Kiyomitsu, 2010. *Japanese Animation and Glocalization of Sociology. Sociologisk Forskning*, 47(4), 44-50.
Iwabuchi (2002)
Iwabuchi, Koichi, 2002a. *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Durham, NC: Duke University Press.
Iwabuchi, Koichi, 2002b. "Soft" Nationalism and Narcissism: Japanese Popular Culture Goes Global. *Asian Studies Review*, 26(4), 447-469.

### (138) 大塚英志『二階の住人とその時代』(2016)

大塚英志『二階の住人とその時代　転形期のサブカルチャー私史』(星海社、2016年4月）は、副題に「サブカルチャー私史」とあるが、大塚英志は1983年に「おたく」という言葉を生み出した『漫画ブリッコ』の編集長を務めただけに、その私史には大塚がどのように漫画雑誌の編集に携わるようになったのかを含め、当時の事情などもか垣間見ることができる。そのため、ここでは「オタク・オタク文化研究」で取り上げることとした。その内容は以下の通りである。

第　1章　そもそも「徳間書店の二階」とはどういう場所だったのか
第　2章　『アサヒ芸能』とサブカルチャーの時代
第　3章　徳間康快と戦時下のアヴァンギャルド
第　4章　歴史書編集者・校條満の「歴史」的な仕事
第　5章　劇画誌編集としての鈴木敏夫
第　6章　そうだ、西崎義展に一度だけ会ったのだった
第　7章　『宇宙戦艦ヤマト』と「歴史的」でなかったぼくたち
第　8章　『アニメージュ』は「三人の女子高生」から始まった
第　9章　最初の〈おたく〉たちと「リスト」と「上映会」の日々

第 10 章　「ファンたち」の血脈
第 11 章　「アニメ誌編集の作法」を創った人たちがいた
第 12 章　「橋本名人」が二階の住人だった頃
第 13 章　「ガンプラ」はいかにして生まれたか
第 14 章　そもそもぼくはいかにして「二階」にたどりついたか
第 15 章　尾形英夫、アニメーターにまんがを描かせる
第 16 章　浪花愛と「アニパロ」の誕生の頃
第 17 章　シャアのシャワーシーン、そして『アニメージュ』と『ガンダム』の蜜月
第 18 章　安彦良和はアイドルである。しかし…
第 19 章　『アニメージュ』、宮崎駿に「転向」する
第 20 章　池田憲章はアニメーションを語ることばをつくらなくてはいけないと考える
第 21 章　「ロリコンブーム」と宮崎駿の白娘萌え
第 22 章　『ヤマト』の「終わり」と金田チルドレンの出現
第 23 章　テレビアニメを見て育った人がテレビアニメをつくる
第 24 章　押井『ルパン』と教養化するアニメーション
第 25 章　二階の「正社員」たちは「マスコミ志願」だった
第 26 章　「暴走アニメーター」とは何者だったのか
第 27 章　庵野秀明には「住む家」はなかったが「居場所」があった
第 28 章　データ原口のデータベースな生き方
第 29 章　そしてみんな角川に行った…わけではなかった

本書は、2012 年 2 月号から 2014 年 6 月号にかけて『熱風』（スタジオジブリ）にて発表された同名連載を、加筆修正のうえ新書化したものである。すべてを取り上げることはできないため、第 1 章を取り上げる。

「第 1 章　そもそも『徳間書店の二階』とはどういう場所だったのか」は大塚の原点にもあたるところであり、徳間書店はジブリとも縁の深い出版でもあることから、サブカルチャー、オタク文化を支えた裏側をしることができるのではないかと、興味をそそるものだ。それを『コクリコ坂』と絡めて紹介して

いる点も興味深い。サブカルチャー、オタク文化の裏側を書いているもので共通するのは人のつながりと場所である。

ぼくが最初にビルの2階､徳間書店の第２編集局に足を踏み入れたのは1980年のどこかであったはずだ。多分、ぼく一人ではなく年上の友人だったまんが家沢田ユキオに連れられて自分のまんがの原稿を届けに『テレビランド』編集部の市川英子を訪ねたのだ。市川英子は『テレビランド』の読者コーナーに『エーコたん』として登場する編集者でぼくは沢田のつてで同誌の付録に短いまんがの原稿を書いたのである。『テレビランド』では沢田がカットやまんがの仕事をしており、東京にいる時はたいてい沢田のところに入り浸っていたぼくにも仕事が回ってきたというわけだ。ぼくたちのいた同人誌は作画グループといい、そのあたりのことは話すときりがないが、その中心の一人だった聖悠紀が『テレビランド』でアニメや特撮もののコミカライズのまんがを連載していたこともあり、その担当でもあった鈴木克伸の顔も何となく知っていた。(740)

大塚が徳間書店の編集部に入るきっかけも興味深いものがある。

沢田から徳間書店の編集部でハガキ整理のアルバイトを探していると言われ市川英子の許をもう一度訪ねると、紹介されたのは１つの隣りの編集部の『リュウ』というまんが雑誌だった。『リュウ』は「機動戦士ガンダム」のアニメーター安彦良和が『アリオン』という今でいうファンタジーまんがを連載していた。正直に告白するとこの時、ぼくは『ガンダム』を観たことはなかった。そして更に告白すると今に至るまで『ガンダム』をきちんと通して観たことはない。ぼくが高校生から大学生にかけてはまだ「おたく」などという呼び名はなく（当たり前だ。「おたく」は 80 年代半ば、ぼくが昼間、徳間書店で働きながら夜と週末にかけもちで働いていたセルフ出版の雑誌『漫画ブリッコ』の中で誕生したことになっているのだから）そして、アニメファンも特撮ファンも SF ファンもまんがファンも殆ど未分化だった時代だがぼくの趣味はその時点で少女まんがにかなり偏っていた。自分で描いて

いたのは同じ同人誌でぼくの先生格だったみなもと太郎ばりのギャグまんがだったが読者としては萩尾望都たち 24 年組に高校生の時からどっぷりとはまっていた。それでも『宇宙戦艦ヤマト』の TV シリーズは観ていたし、入学した時大学の寮の壁には『ヤマト』のポスターが貼ってあったことも記しておく。(741)

大塚は『漫画ブリッコ』の編集長となり、1983 年 6 月号の『漫画ブリッコ』には中森明夫によって「おたく」という言葉が紹介されたのだ。つまり大塚が『漫画ブリッコ』の編集中になる前の話ということになる。

思ったけれど口には出さず、市川英子に紹介されたという編集長格の人に本当に簡単な面接を受けるとそのままその日から働くことになった。

いずれこの連載の中で触れることになるがその編集長格の校條満は雑誌『COM』の発行元である手塚治虫の虫プロ商事出身であった。徳間書店の 2 階のフリーの編集者として「石井ちゃん」と呼ばれている人物が出入りしていたがそれが『COM』の編集長だった石井文男と知って心の中でこっそり驚いたのはもう少し後のことになる。

ハガキの整理のアルバイトという約束は 2 日もするとあっさり反故にされ、読者コーナーや新人まんがや同人誌の投稿欄の記事を書くように命じられた。その時、「峠あかねみたいなことをやればいい」と言われてぼくは校條満が虫プロや『COM』の周辺にいたことを察したように思う。峠あかねとは虫プロ出身のまんが家であった真崎守の筆名で『COM』の「ぐらこん」という投稿欄の記事を書いていた、ということは知っていた。

小学生の時に創刊した『COM』をぼくは背伸びして買っていて、最後は中綴じの青年誌になって休刊したのも覚えていた。だから幻の雑誌『COM』に関わった人たちと仕事ができる偶然を喜んだがはやり口には出さなかった。本当に生意気だったのだ。

それからその頃はまだ「石ノ森」ではなかった石森章太郎『幻魔大戦』の原稿取りを命じられ桜台の駅前の喫茶店の石森のお気に入りの席で目の前でネームが出来上がるのを待つ、という経験もした。(742)

まんがの編集では「ネーム」とは、漫画の設計図のことで、漫画を描く際、コマ割り、コマごとの構図、セリフ、キャラクターの配置などを大まかに表したものだ。「ラフ」や「絵コンテ」なども同様だ。

出版社などと同様に有名な場所に「トキワ荘」がある。トキワ荘は手塚治虫を中心にしたマンガ家が集まる場所として有名となったが、石森章太郎もまたその一人であった。

> ぼくはそうやって徳間書店の2階では図らずも『COM』や石森といった手塚とトキワ荘グループという戦後まんが史の保守本流の最後尾に奇しくも並ぶことになった。(743)

岡田斗司夫・山本弘・田中公平『史上最強のオタク座談会　封印』(音楽専科社、1997年4月)、岡田斗司夫・山本弘・田中公平『史上最強のオタク座談会2　回収』(音楽専科社、2000年4月) 岡田斗司夫・山本弘他『空前絶後のオタク座談会1　ヨイコ』(音楽専科社、2001年5月) なども同様に、当時の事情が垣間見える。

### (139) 中島渉・松原歓・中津野俊太・中村雅子「『迷惑行為』から見えるオタクの境界デザイン」(2016)

中島渉・松原歓・中津野俊太・中村雅子「『迷惑行為』から見えるオタクの境界デザイン」(『東京都市大学横浜キャンパス情報メディアジャーナル』第17号、情報メディアジャーナル編集委員会、TOPICS、2016年4月) のおもな内容は以下の通りである。

1　問題意識
2　オタクシステム
2.1　本研究におけるオタクの定義
2.2　オタクコミュニティの生態系

３　目的
3.1　情報環境デザインによる「迷惑行為」の可視化
3.2　バウンダリーワークによる分断
3.3　独自の規範形成による他者とのズレ
４　方法と調査の概要
4.1　インタビュー
4.2　インターネット調査
4.3　参与観察
６　結果
6.1　情報環境デザインによる「迷惑行為」の可視化
6.2　バウンダリーワークによる分断
6.3　オタクシステムの維持と崩壊
6.4　共有型オタクと即物型オタク
７　まとめ

原論文の構成をそのまま記載した。番号の「５」がない。

本研究では「迷惑行為」を切り口に、アニメファン、とくにラブライブというアニメの熱心なファンを中心として分析した。調査方法としてはオタクおよび非オタクの Twitter ユーザへのインタビュー、および「迷惑行為」をめぐる Twitter のコンテンツ分析、イベントへの参与観察を行った。その結果, Twitter 上で指摘されるアニメオタクの「迷惑行為」の多くは、他のオタクが遵守しているマナーやルールへの違反行為であり、その背景として、Twitter に代表される情報環境のカスタマイズの影響や、異なる規範を持つサブグループの存在が示唆された。ネット上でオタクの「迷惑行為」を批判しているのは、主にオタク自身であり、迷惑行為論争とは、反社会的なオタクと自らの間に境界を設 けて分断するというオタクコミュニティ内のバウンダリワークであることが指摘された。(744)

オタクを対象にしたアンケート調査、インタビュー調査がよく行われているが、

まずオタクをどうとらえているか、オタクの定義が問題となろう。

本研究ではいわゆるオタクの中でも、アニメファンを対象とした。ここでは以下の3点のうち、いずれか2つ以上に当てはまる者をオタク（アニメオタク）と定義する。

①Twitterアカウントで二次元キャラクターをアイコンにしている
②深夜放送のアニメで実況ツイートを行っている
③アニメに関するグッズの購入や制作を行っている（745）

ファンとオタクという表現の違いを説明はしていないが、実態として行動様式に注目してオタクを定義している。

かつてはオタクは対人関係が苦手とされていたが、現代ではSNSなどを通してむしろ積極的に趣味に関するコミュニケーションを行う者が多い。また女性のオタクも目立つようになり、「腐女子」といったワードも生まれている。（746）

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

近年のオタクはコミュニケーションにおいて、Twitterに深く依存している。Twitterの機能（フォロー、ブロック、リスト等）で自身の情報環境をカスタマイズすることで、Twitter上、インターネット上に閉鎖的なコミュニティを形成するのではないだろうか。一方で検索機 能やRT（リツイート）機能により、異なる規範を持つ人々の投稿が表示されることで、「迷惑行為」がコミュニティを飛び越えて可視化されているのではないかと考えた。（747）

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

我々は「秩序」が乱れるのは、図1で示したオタクシステムの枠組みから外れた別なタイプのオタクが生まれているためではないかと考えた。従来からの互いのコミュニケーションを重視し、イベントでのルールを構築し、遵守する者を「共有型オタク」、消費者として、商品の収集、獲得を優先する者を「即物型オタク」と呼ぶことにする。

共有型オタクは非公式イベント、主に同人誌即売会によく見られるタイプ

である。同人誌即売会ではイベント運営者、商品生産者、消費者がいずれもオタクであるため、図 1 で表したようなオタクシステムが成り立ちやすい。制作物の売買だけではなく、生産者と消費者間でのコミュニケーションも目的として参加する者も多い。コミュニケーションを取ることで互いを認知し，相互監視も生まれる。また Twitter 上でマナーの呼びかけを行うことで、共有型オタクのコミュニティ内でその情報を共有する。一方、即物型オタクの場合、商品の購入を第一と考えるため、生産者とのコミュニケーションなどは発生しにくい。(748)

ここでは図 1 の掲載は省略するが、コミケなどではオタクが生産者でもあり消費者となるが、そこではお互いがマナーを守るために相互監視、コミュニケーションが行われるどのシステムが存在するというが、それもオタクの型に異なるという。本論文では「迷惑行為」に関するものであるが、ここではオタクの行動様式等について注目した。

### (140) 山岡重行『腐女子の心理学』(2016)

山岡重行『腐女子の心理学―彼女たちはなぜ BL(男性同性愛)を好むのか？』（福村書店、2016 年 6 月）は腐女子を中心に取り上げているが、比較対象とすることからオタクも同じように取り上げられているので、ここではオタクの定義についてはこれまで取り上げてきたものを踏襲しているので、オタクの背景の部分について引用していきたい。

榎本（2009）は、現代のオタクの直接の母体となったのは、1950 年代中盤から末に現れた SF ファンダムだと主張している。1950 年代当時、SF は「空想科学小説」と呼ばれ、子供向けのものと認識されていた。1959 年 12 月、当時の SF ファンの活動に後押しされる形で、早川書房より「S-F マガジン」が創刊された。(749)

榎本（2009）とは榎本秋編『オタクの面白いほどわかる本』(中経出版、2009

年 6 月)のことである。

その後、1970 年代後半に日本では TV アニメまた劇場アニメ『宇宙戦艦ヤマト』、『銀河鉄道 999』が公開され、SF アニメブームがおこり、さらに映画『スター・ウォーズ』が公開されるなど、全体的な SF ブームがあった。

1981 年、大阪で開催された日本 SF 大会「DAICON3」のオープニングアニメーション作成に関わった関西の SF ファンの学生たちは、その後「DAICON FILM」としてアニメや特撮の自主映画を制作していた。その中心人物だった岡田斗司夫らは、翌 82 年に SF グッズショップ「ゼネラルプロダクツ」を設立した。ゼネラルプロダクツは、庵野秀明ら学生主体の DAICON FILM に出資するなど、密接な関係を持っていた。この 2 つはそのままアニメ・ゲームの制作会社「ガイナックス」の母体となり、90 年代には『ふしぎの海のナディア』や『新世紀エヴァンゲリオン』を生み出すことになる。

SF 同人活動から制作者サイドへと移行したのは、「スタジオぬえ」の方が先である。スタジオぬえは、70 年代前半から SF 小説の表紙や挿絵のイラスト、SF アニメのメカニックデザインや文芸設定などを担当していた。『宇宙戦艦ヤマト』をきっかけにして、このスタジオぬえに当時慶應義塾高校生だった河森正治、細野不二彦、美樹本晴彦らが出入りするようになった。

彼らが慶應義塾大学生となった 1982 年には、スタジオぬえ原作という形でテレビアニメ『超時空要塞マクロス』が放送された。この慶應グループが SF ファンやアニメファンのイベントなどで互いに「お宅」と呼び合っていたこと、さらにこの作品内で登場人物が「お宅」と呼び合ったことから、SF ファンやアニメファンがお互いを「オタク」と呼び合うようになった（岡田, 1996）と言われている。

オタクがある特定の人々を指す言葉として初めて使われたのは、雑誌「漫画ブリッコ」（セルフ出版）1983 年 6 月号）に掲載された、中森明夫の「『おたく』の研究① 街には『おたく』がいっぱい」（中森, 1983a）という文章においてであるとされている。(750)

慶應義塾大学には日本で最古の鉄道研究会もあることから、こうなるとオタクの原点は慶應義塾大学にありとっても過言ではないかもしれない。さて、（岡田，1996）とは岡田斗司夫『オタク学入門』（太田出版、1996 年 5 月）のことであり、（中森，1983a）とは中森明夫「『おたく』の研究①―街には『おたく』がいっぱい」（『漫画ブリッコ』6 月号、セルフ出版、1983 年 6 月）のことである。その後 1980 年代後半に連続幼女誘拐殺人事件があり、オタク文化は衰退していったのだろうか。オタクの定義とこの事件の関係は 1990 年代はまだまだ大きな影響にあった。

では、その後オタク文化は衰退していったのだろうか。実際には衰退どころか、拡大していったのである。

1983 年、ファミリーコンピュータ（任天堂）の発売により、ゲームオタクが誕生した。有料のアーケードゲームしかなかった時代には不可能だった、RPG などのゲーム世界で長時間遊ぶことが、自宅のテレビで可能になったのである。90 年代にはパソコンや家庭用ゲーム機が進化し、CD-ROM によってゲーム世界はグラフィックの向上と声優によるキャラクターの音声を獲得した。動画と音声により、アニメとゲームの境界線が薄れていったのである。

さらに、1995 年の Windows95 の発売によりパソコンが一般家庭にも普及し、それに伴ってインターネットも普及していった。90 年代後半から現在に至るまで、パソコンだけでなく、携帯電話、スマートフォン、タブレット端末と、インターネットを利用できる機器が人々の暮らしに入り込み、多くの人がさまざまな形でインターネットを利用するようになった。(751)

## (141) 王劼瀟「『オタク論』と系譜学」(2016)

王劼瀟「『オタク論』と系譜学」（『社会学雑誌』第 31・32 号、神戸大学社会学研究会、2016 年 10 月）のおもな内容は以下の通りである。

1　はじめに

２　方法
２－１　考古学と系譜学
２－２　具体的な方法
２－３　言説の選択
３　オタクの系譜学
３－１　「根暗的なオタク」の時代
３－２　「変態的なオタク」の時代
３－３　「貴族的なオタク」の時代
３－４　「平凡的なオタク」の時代
４　おわりに

「１　はじめに」の冒頭で次のように述べている。

「オタク」という言葉は元々、30 年ほど前の一つの社会現象を示す言葉であったが、今でも良く使われている。性的犯罪者の予備軍として断罪されたり、大変盛り上がりを見せていた言葉である。だが、オタクに関する言説が多様に存在している。それ故、「オタクとは何か」という問題は常に論争を呼び起こしている。(752)

王劣瀟はオタク論を展開する上で時間軸を設定するために境界線を画定している。オタク論の歴史に断絶があるという。

では、それらの「断絶」がどこにあるのかを示そう。まずは、1983 年 6 月を時間軸の起点として規定しよう。ただしそれより前に第 1 回「コミックマーケット」が行われた 1975 年の前には「オタク」の 3 つ目の意味が既に存在したと思われる。だが、その第 3 の使われ方を定着させたのは『漫画ブリッコ』の 1983 年 6 月号に掲載されたエッセイ（「おたく」の研究）である。よって、その前の出来事をオタクの「有史以前」の出来事として見なし、本論文では扱わないこととしたい。

次は 1989 年 7 月 23 日、東京・埼玉幼女誘拐殺人事件の犯人、宮崎勤が

逮捕された日である。彼がオタクとして断罪されたことは、オタクの史上最大の出来事の一つとして数えられている。

続いて、1996 年 5 月 25 日を次なる境界線としよう。当時、東京大学のゼミで「オタク文化論」を教えていた岡田斗司夫がゼミのテクストである新著『オタク学入門』を、発売と同時にインターネット上で前文公開した。これは、オタク論の方向性が完全に変わったことを象徴する重大な出来事であった。

更に、2004 年 10 月 22 日という日もひとつの境界線に相応しい。とあるアキバ系オタク青年の純愛物語『電車男』が出版された日である。この事実に基づいた物語はついに世間で話題を得て、爆発的なブームとなっていた。その効果により、オタクという言葉の知名度が急速に上がり、やがてオタクをめぐる戦略に大きな影響を与えた。

この論文で筆者が想定する最後の境界線、それは多分 008 年 4 月 15 日である。オタク評論の第一人者岡田が、『オタクはすでに死んでいる』という著書を出版した日であった。(753)

王劬瀟は「オタクの系譜学」では 4 つの時代に分けている。それは以下の通りである。

「根暗的なオタク」の時代
「変態的なオタク」の時代」
「貴族的なオタク」の時代
「平凡的なオタク」の時代

「『根暗的なオタク』の時代」については次のように説明している。

社会学者宮台真司によれば、80 年代では、関係者や研究者を除いて、「オタク」という言葉を知っている人は殆どいなかったという。つまりその時代には「オタク論」やオタクに関する記事が殆ど存在していなかった。宮台は社会学者として、当時の若者に関する社会調査に関わっていたので、この第

3節で一番重要に思われる内容は宮台の「オタク論」に他ならない。(754)

「『変態的なオタク』の時代」では次のように述べている。

この時代の主役は、東京・埼玉連続幼女誘拐殺人事件の犯人、宮崎勤である。だが、ここで一つの疑問が浮かんでくる。事件はあくまで偶発的名でk事である。何故それがオタクをめぐる権力と戦略の流れを大きく変更させることができるのか。この点に関しては「オタクの街」として知られる秋葉原の研究者、森川嘉一郎の説明を紹介しておきたい。

森川によると、オタク市場の規模の小ささとコントロールの難しさが大企業メディアにおけるオタクの差別的な扱いの主な原因である。メディアにおけるオタクバッシングは誘拐殺人事件に起因しているが、「仮にそうしたメディアのスポンサーたる大企業の多くがオタク相手に大儲けをしてたするならば、類似した事件が何度起ころうと、メディアはオタクを文化的リーダーとして持ち上げ続けるに違いない」(森川、2003:35)。だがそれだけではない。森川はアニメコンテンツの特徴から、そのファン層(オタク)という消費者集団がマス・マーケティングの戦略とは相容れない関係にあると断言した。(755)

(森川、2003)とは森川嘉一郎『趣都の誕生―萌える都市アキハバラ』(2003)のことである。

「『貴族的なオタク』の時代」では次のように説明している。

なるほど、オタクに対する権力戦略が変わった。「おたく」と「オタク」の差異が構築され、岡田はそれを利用し、後に、この時点で「作戦を展開した」ことをはっきりと認めている(岡田自身がそれを「洗脳」と呼ぶ)。それは「マスコミの姿勢の変化」と、海外でオタクが「個性的でクールな趣味」とされていることを利用し、オタクのイメージを改善させる作戦であった(岡田、2008:58)。これ以上に読みやすい戦略はない。

『オタク学入門』では、岡田がオタクを「映像の時代に過剰反応した視力

と、ジャンルをクロスする高性能なレファレンス能力で、作り手の暗号を一つ残らず読み取ろうとする、飽くなき向上心と自己顕示欲を持つ貪欲な鑑賞者」と定義した。[756]

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

岡田はその定義から、オタクこそが情報資本社会をリードする情報強者であるという結論を導き出した。[757]

「『平凡的なオタク』の時代」では次のように述べている。

　ここに至って、「オタク論」は既に頂点に達した。残されたものは「死」あるのみ。この時代を代表するオタク論は、『オタクはすでに死んでいる』しかない。

　まずは『電車男』を思い出して頂きたい。この作品が一時的にブームになって、「オタク論」はもう一度盛り上がりを見せていた。岡田曰く「世は既にオタクの春」。このような環境の中で、岡田に洗脳され、「自分はオタクだ」と思い込んでいる人が日々増えていく。だが明らかに、そのような人達は岡の言うオタク、即ち「情報資本主義をリードする情報強者」ではあり得ない。さもなければ、洗脳されることもなかろう。斎藤はこのような事態に対して、「オタクを自認するためにはオタクを逸脱にしなければならない。この自認が逸脱に繋がるところにオタクの定義が困難である一つの原因があるのではないだろうか」と述べていた。まさに「オタクのパラドックス」である。『オタクはすでに死んでいる』という書籍は、「オタク論」の終結を象徴する「オタク論」に他ならない。[758]

（岡田、2008）は岡田斗司夫『オタクはすでに死んでいる』（2008）のことである。

**（142）佐々木隆『ポップカルチャー論』（2016）**

佐々木隆『ポップカルチャー論』（多生堂、2016 年 12 月）の構成等につい

ては「プロローグ」で次のように述べている。

ポップカルチャーを扱うため、SNS 関係のものを無視することもできないので、出来るだけ取り上げることとした。本書は年度毎の教材「ポップカルチャー論」、『クール・ジャパン　マンガ／アニメの現状と展望について』(2010)、『オタク文化論』(2012) をはじめ、インターネット講座「ポップカルチャーとしての『オタク文化』」(2011)、「日本のマンガ／アニメーロボットと戦闘美少女」(2012)、「オタク文化とポップカルチャー」(2013) で公開したものやその他発表したものを再構成してまとめなおした。(759)

内容は以下の通りである。

プロローグ
第 1章　「ポップカルチャー」とは何か
第 2章　「オタク」とは何か
第 3章　文化としてのマンガ／アニメ
第 4章　アニメ・映画に見るロボット
第 5章　戦闘美少女とスーパー戦隊シリーズ
第 6章　オタク産業
第 7章　コンテンツツーリズム
第 8章　テーマパーク
第 9章　ポップカルチャーのイベント
第 10 章　「カワイイ」と「萌え」
第 11 章　インターネットと若者
第 12 章　進化する映像
第 13 章　アイドル文化
第 14 章　メディア芸術の国策化の波紋
第 15 章　ポップカルチャー関連年表
エピローグ

「ポップカルチャー」の定義で特に注目したのが中村伊知哉「ポップカルチャー政策概論」（2003）と外務省 HP「外務省が海外へポップカルチャーを発信する意義は何ですか。また、どのような事業を行っているのですか」である。政策にもポップカルチャーが活用されてきたことに注目した。

### (143) 中村一朗「TV ゲーム業界の黎明史」（2017）

中村一朗「TV ゲーム業界の黎明史」（中村一朗・小林亜希彦『クリエイターのためのゲーム「ハード」戦国史　「スペースインベーダー」から「ポケモン GO」まで』言視舎、2017 年 1 月）のうち、「1980 年前後の日本のオタク文化」には次のようにある。

…日本では劇場版「宇宙戦艦ヤマト」が大ヒット。翌 78 年の続編では前作を上回るヒットを記録した。気の早いマスコミは〝空前のアニメブーム〟などと評したが、これは世間一般の大きな勘違い。〝ヤマト〟のおかげでアニメーションという映像表現は市民権を得たが、まだまだ子ども向けのジャンルの位置づけだった。後に名作とされる NHK アニメ「未来少年コナン」や、ロボットアニメに革命をもたらした「機動戦士ガンダム」は、一般からは話題にもされずに低視聴率にあえいだ。また 79 年の年末に公開された宮崎駿監督の初長編作品「ルパン三世・カリオストロの城」は観客動員数が思わしくなかったために早々と公開を打ち切られてしまった。これらの作品は数年後にブレイクし、80 年代の本格的なアニメブームを生み出すことになるのだが、アニメオタク文化未開の当時はまだ、一部の好事家からの絶賛にとどまっていた。日本のアニメブームの黎明期は、「エクソシスト」のメガヒットから数年が過ぎてから本格的なホラー全盛の時代が到来するアメリカの事情と似ていた。

また、アメリカとは異なる大きな躍進を遂げていったのは、日本の漫画文化。（760）

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

80 年代に入ると本格的にブレイクしたアニメの洗礼を受け、コミケはさ

まざまなキャラクターたちのコスプレ広場的な色合いを呈してくる。その姿は、60 年代から始まるアメリカの SF 関係者によるフェスティバル（大会）はアメリカとは真逆で、さまざまな SF 考証をテーマにした学会のように難解な講演会が中心だった。少なくとも、80 年代までは。

80 年代前半は、サブカルチャーのあらゆるジャンルや素材が混とんとして混ざり合い、未来への夢というよりは不安が、〝オタク文化〟と言う新しい流れを築いていく。

IC チップを取り込んだ電子ゲーム文化は、この分岐的から始まった。（７６１）

電子ゲームはアニメと連動してオタク文化を形成している。そのオタク文化の新しい形がコミケともいるかもしれない。

## (144) 南隆太「AKB に観るヤンキー文化とオタク文化の接合関係について」(2017)

南隆太「AKB に観るヤンキー文化とオタク文化の接合関係について」（『應用語文學報』第 4 号、国立臺中科技大學語文學院、2017 年 6 月）のおもな内容は以下の通りである。

0　境界越境装置としての AKB48（はじめに）
1　ヤンキー／オタク文化の特質とのその社会背景―斎藤環の仕事を中心に
2　高橋みなみ（ヤンキー性の象徴）と指原梨乃（オタク性の象徴）
3　AKB ファンに求められる「ベタ」と「メタ」の接合関係について―濱野智史『前田敦子キリスト教を超えた―＜宗教＞としての AKB48』を素材として
4　ヤンキー文化とオタク文化を接合することの意義（結論に代えて）

「1　ヤンキー／オタク文化の特質とのその社会背景―斎藤環の仕事を中

心に」をまず見ておきたい。

ヤンキーとオタク。両者の持つ特質を長年にわたり比較・考究してきた精神分析医・斎藤環の言葉を借りて一義的な意味でそれぞれを定義すれば（日本における）ヤンキーとは「もともとは暴走族を中心とした『不良』を指す俗語」（斎藤環『文学の徴候』2004.11　文芸春秋　343 頁）であり、対するオタクは、漫画やアニメ、特撮やコンピューターゲームといった「虚構コンテクストに親和性が高い人」（斎藤環『文学の断層　セカイ・震災・キャラクター』2008.7　朝日新聞出版　94 頁）を指し示す名称ということになるが、注目すべきは、斎藤がその著作群においてこの両者を様々な点で対照的な存在として捉えていることだ。例えば斎藤によると他者とのコミュニケーション能力という点から見た際、オタクは自信の趣味に没入するあまり「その趣味が対人関係を限定してしまう」（同前　97 頁）のに対し、ヤンキーはその反社会的な性格に関わらず、コミュニケーション能力が高い存在として見ることが可能だという。(762)

ヤンキー文化とオタク文化に注目するものもこれまでにある。ヤンキー論には五十嵐太郎『ヤンキー文化論序説』（河出書房新社、2009 年 3 月）、難波功士『ヤンキー進化論』（光文社、2009 年 4 月）、熊代亨『融解するオタク・サブカル・ヤンキー』（花伝社、2014 年 10 月）、しめすへん『現代オタク論～萌えオタクの正体はマイルドヤンキーだった～』（Kindle、2015 年 2 月）等がある。

### (145) Philip Seaton and Takayoshi Yamamura, editors. *Japanese Popular Culture and Contents Tourism* (2017)

Philip Seaton and Takayoshi Yamamura, editors. *Japanese Popular Culture and Contents Tourism* (London and New York: Routledge, 2017)はもともとは *Japan Forum* (Vol.27, issue 1)(March 2015)に収載された論文である。ここでは特に「オタク」についての説明を行っている Takeshi Okamoto. “Otaku tourism and the anime pilgrimage phenomenon in Japan” 中の

“Otaku and the development of anime tourism”の項目に注目しておきたい。「オタク」について次のように説明している。

> The term ‘*otaku*’ (literally ‘your house’) was coined in 1983. The development of the otaku phenomenon is closely related to the development of the media. Namba has traced the history of media liked by the ‘*otaku zoku*’ (otaku tribe) from the 1960s to 1980s, when they were called mania, hardcore fans or ‘nekura tribe’ (Namba 2007, pp.247-248). Otaku subculture had its roots n the science fiction novels in the 1960s, but it was the development of video games, anime, television programmes, comic markets, magazines computers and video players that underpinned the development of otaku culture. In 1989, the rape and murder of a number of young girls by an otaku (the Miyazaki Tsutomu case; see Azuma 2009, pp.4-5) gave otaku culture notoriety and made the term widely known. Since the 1990s, the arrival of the digital age has meant the diversification of otaku culture and otaku have lost their previous cohesion as a ‘tribe’ (Namba 2007, p.259). As well shall see a little later, anime pilgrimage, the main subject of their article, is a form of otaku behavior that began in the 1990s.（763）

(Namba 2007)とは“Namba, K., 2007. *Zoku no keifugaku: yūsu-sabukaruchazu no sengoshi*. Tokyo: Seikyūsha.”、(Azuma 2009)とは“Azuma, H., 2009. *Otaku: Japan’s database animals*, trans. J.E. Able and S.Kono. Minneapolis: University of Minnesota Press.”のことである。
メディア及びデジタル時代への注目がポイントになりそうである。他の箇所はオタクツーリズムへの言及が多いため、該当の箇所でそれぞれ取り上げたので、ここでは「オタク」の部分のみ取り上げた。

## (146) 辻泉「オタクたちの変貌」(2017)

辻泉「オタクたちの変貌」（小谷敏編『21 世紀の若者論』世界思想社、2017 年 3 月）のおもな内容は次の通りである。

1　オタクとは何か
2　オタク論とは何か
3　オタク（論）は相対化する
4　社会学的オタク論へ
5　「オタク込みの社会」を構想するためのオタク論へ

「1　オタクとは何か」の中ではまず一般的なオタクの定義について次のように述べている。

オタクとは何か。改めて確認しておくならば、おおむね共通してきたのは、対人関係が苦手な一方で、むしろアニメやマンガ、ゲームに代表されるような、虚構や想像上の世界と親和性が高く、そうした活動においては、驚くほど高い能力を発揮することもあるような人々、といったイメージだろう。また、長らくは男性に偏っていると思われてきたが、近年では女性のオタクも目立つようになるなど、広がりを見せている。この点についていえば、もはや若者だけに限られた存在ではないのかもしれないが、一方で、若者たちの間にオタクが見られるのも事実である。(764)

次に「2　オタク論とは何か」として、これまでのオタク論を大別して 2 つに分けている。

これまでのオタク論は、2 つの特徴から整理することができるように思われる。それは、どう論じるか、何を論じるかという点についてである。
1 つ目は、どう論じるかという点について、否定か肯定かに二極化しやすいという特徴があったと思われる。オタクが、（本当に新しい存在かどうかは別として）新奇なものとして注目されてきたことを考えれば、反応が極端なものになるであろうことは想像に難くないし、往々にして否定的な反応の

ほうが多かったといってよい。

2つ目に、何を論じるかという点について、大きくはオタクたちのコミュニケーションのありように着目するか、それもとも愛好するもろもろのコンテンツ（の内容）に着目するか、に分かれたといえよう。近燃、クールジャパンの掛け声もあって、オタク文化に対する国外からの肯定的な論調が目立つかのように感じられるが、そこで注目されているのは、もっぱらマンガやアニメといったコンテンツであって、当のオタクたちのコミュニケーションのありようではない。(765)

辻によれば、オタク論には2つの転機があるという。「M 事件ターン」と「で電車男ターン」であるという。

オタク論が今日に至るまでには、大きな2つの転機があったように思われる。本章の冒頭でも記したように、1つ目は1989年頃、ますます否定的な論調が強まって、「オタク差別」が苛烈を極めていく転機であり、2つ目は、2005年頃、肯定的な論調が表れてくる転機である。

1つ目の転機については、その時期における象徴的な出来事になぞらえて、「M 事件ターン」と呼んでもよいだろう。それは、1989年に連続幼女札事件の容疑者M（＝宮崎勤）が逮捕され、ビデオテープの積み上げられた居室の様子が報道されて以降、オタクとは、現実に適応できないため、その代わりにマンガやアニメ、あるいはゲームといった虚構の世界に関心を向けるしかない人々だという差別的なまなざしが、さらに先鋭化していった現象をいう。(766)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

さて2つ目の転機にいても、同様に名づけるならば「電車男ターン」と呼ぶことができるだろう。オタクと美女との恋愛小説である『電車男』は、2004年に書籍化されたのち、2005年には映画化やテレビドラマ化されるに至り、一大ブームを巻き起こして、改めてオタクという存在が注目を集めることとなった。(767)

「3　オタク（論）は相対化する」ではオタク論の二極化について取り上げている。

なぜ否定か肯定かに議論が二極化するのかという点については、（本当にそうであるかはともかくとして）オタクが新奇なるものとしてみなされてきたためであった。新たなメディアのコンテンツの世界に耽溺して、対人関係が不得手そうにみえる存在は、とりわけ年長世代の目に、理解不能なものと映ってきたのだろう。

だがその一方で、年長世代から見て若い世代のふるまいが理解不能なものと映ることは、オタクに限られたことではない。むしろ近代化という激しい社会変動を遂げていく社会にあっては、時代ごとに生育環境も大きく変わっていくため、世代間の対立が起きやすいというのはよくみられることである。先述の岡田（2008）のようなタイプの批判も、こうした対立がオタク論の内部で起こったもの（年長世代オタクからの若いオタクへの批判）として理解できるだろう。(768)

岡田（2008）とは岡田斗司夫『オタクはすでに死んでいる』（新潮社、2008年4月）のことである。

「5　『オタク込みの社会』を構想するためのオタク論へ」ではこれまでのオタク論を振り返りながら整理がおこなわれている。

これまでのオタク論の特徴を、社会学的なオタク論の視点から整理するならば、1989年における第1転機「M事件ターン」は、成熟した消費社会の到来によって相対的に下がりつつあったオタクへの評価が、さらに過剰なまでに先鋭化した現象として理解できる。そして、2005年における第2転機「電車男ターン」は、過剰までに否定的であったオタクへの評価が、逆に肯定的な方向へと揺れ戻った現象として、理解できよう。

いうなれば、「M事件」にせよ電車男ブーム」にせよ、それらの個別の事件が原因となり、その結果としてオタクへの評価が変化していったというよりも、むしろ当時の時代背景から生じつつあった否定／肯定的な方向への変

化が、それらの事件をきっかけとして、明確化していったということであろう。

よって重要なのは、これまでにオタクに関する議論が変化してきたのは、オタク自体の変化によるものというより、むしろそれ以上に取り組む社会の変化によるところが大きかったということであろう。(769)

## (147) 王労瀟『オタク的なアイデンティティと欲望』(2017)

王労瀟『オタク的なアイデンティティと欲望』は神戸大学に提出された博士論文である。

授与年月日：2017年3月25日／2018年3月1日オライン公開
学位：博士（学術）

主査：油井清光教授
副査：白鳥義彦教授
副査：茶谷直人准教授
副査：前川修教授
副査：佐々木祐准教授

学位規則改正後のため、博士論文全文がインターネット上に公開されている。そのおもな内容は以下の通りである。

はじめに
第１章　オタクの概念はどのように構築されてきたのか
　第１節　概念としての「オタク」
　第２節　時間軸と４つの「オタク像」
　第３節　「根暗的なオタク」の時代
　第４節　「変態的なオタク」の時代
　第５節　「貴族的なオタク」の時代

第６節　「平凡なオタク」の時代
第７節　オタクとは何か
第２章　オタクと視覚的なもの
第１節　視覚について
第２節　視覚の主体と世界
第３節　視覚の主体の他者
第４節　オタクの文化とシミュラータル
第５節　５感とシフィアン
第６節　知覚と社会学理論
第３章　オタクを生み出す社会的要因
第１節　ナルシズムの文化
第２節　親密性の専制とナルシシズム
第３節　４つのディスクール
第４節　オタク的な欲望
第５節　アイデンティティと再帰性
第６節　アイデンティティとは何か
第４章　オタクであることの諸目的
第１節　「目的」の実在論的な地位について
第２節　窃視と露出
第３節　アイデンティティと主体とコミュニケーションの目的
第４節　「ゾミア」としてのコミックマーケット
おわりに
参考文献

ここでは「第１章　オタクの概念はどのように構築されてきたのか」のうち、第２節の「第７節　オタクとは何か」を取り上げておきたい。

長い前触れではあるが、これはいわゆる先行研究の紹介である。ここで一旦これまでの議論をまとめよう。四つの時代に存在するそれぞれのオタク論から精錬された「オタクの像」は以下のようなものである。まずは「根暗的

オタク像」である。それはもともと平仮名で表記されていた「おたく」であり、いわゆる原初的なオタク像であり、1983 年から 80 年代末まで影響力を持っていた。オタク論者大塚、中島、宮台たちが扱った「オタク」は、この項目に該当すると思われる。次は「変態的オタク像」である。例の「東京・埼玉連続幼女誘拐殺人事件」の犯人である宮崎がその典型として宣伝されていたオタク像である。勿論、これは基本的に誤解や歪曲によって作られたイメージである。更に宮崎は精神異常者であり、たとえ「オタク」であったとしても、決して典型的な例とは言えない。故に、筆者はこのオタクの像を論文の主要な対象としない（ただしその影響力を評価する）。そして三番目は「貴族的オタク像」、つまり岡田が描いたオタク像である。90 年代初期から、平仮名の「おたく」が片仮名の「オタク」に書き換えられる傾向が見られた。「有史以前」の時代から 2000 年代まで、その射程は長い。最後は、「平凡的オタク像」というものもある。一般人とはあまり変わらないイメージで、「ファン」や「マニア」など用語との区別も薄い。表記の変化はないものの、90 年代末期から今に至って大いに注目されてきた。東、斎藤、森川などのオタク論者が扱った「オタク」はこの項目に該当すると思われる。

筆者がここで強調したいのは、世間では「オタク」という言葉についての共通認識が全くないということはない。少なくとも、「オタク」と「コミックマーケット」との関連性を否定する人は恐らくいないのであろう。少なくとも 90 年代までは、オタクはコミックマーケットとセットで論じられることが多かった。そしてコミックマーケットとオタクの関連性について、中島によれば、二次創作は「私物化」という名の手続きである。つまり、他者が創作した作品をそのまま受容するだけでは心の壁を築くことができず、オタクは二次創作を通じてそれを「自分のもの」に変える必要があるらしい。そして他の論者も、例えば斎藤は著書『戦闘美少女の精神分析』では似たような主張をしている。勿論、筆者はこれが間違いであると主張したいわけではない。ただし、この議論にはどうしても見逃せない粗雑さがある、と言わざるを得ない。例えば、コミックマーケットで二次創作の作品を「頒布」する側とそれを消費する側が常に混同されている。自分で二次創作をやらず、ただコミックマーケットで同人誌を消費しているようなオタクはいくらでも

いるはずである。彼らにとっては、他者によって行われた二次創作と原作そのものは同じ意味において「他者のもの」でしかないはずである。つまり、中島の理論は、コミックマーケットの参加者の一部にしか当てはまらないのである（そしてこの意味においては斎藤の理論も同じである）。そのような主張を貫き通すならば、結局のところ、二次創作をやらない人たちを「オタク」の定義から排除することにしかならないのであろう。更に、同人誌のジャンルが明らかに「18禁」ものに偏っているという事実に対しても、十分な説明はなされていないと思われる。(770)

王労瀟の論文は他にも取り上げているので参照してもらいたい。

**(148) 北田暁大・解体研編『社会にとって趣味とは何か』(2017)**

北田暁大・解体研編『社会にとって趣味とは何か　文化社会学の方法基準』(河出書房新社、2017年3月)のおもな内容は以下の通りである。

北田暁大　はじめに　社会にとって「趣味」とは何か―テイストをめぐる文化社会学の方法規準
第1部　理論篇　テイストの社会学をめぐって
岡澤康浩　第1章　テイストはなぜ社会学の問題になるのか―ポピュラーカルチャー研究におけるテイスト概念についてのエッセイ
北田暁大　第2章　社会にとって「テイスト」とは何か―ブルデューの遺産をめぐる一考察
第2部　分析篇①「読む」―テイストはいかに作用する／しないのか
岡澤康浩・岡康晃　第3章　読者たちの「ディスタンクシオン」―小説を読むこととそれが趣味であることの差異をめぐって
岡沢亮　第4章　ライトノベル、ケータイ小説、古典小説を読む若者たち―ジェンダーとオタク／サブカル自認
岡康晃　第5章　マンガ読書経験とジェンダー――二つの調査の分析から
第3部　分析篇2　「アイデンティティ」―界を生きる

工藤雅人　第６章　「差別化という悪夢」から目ざめることはできるか？
岡康晃　第７章　「おたく」の概念分析―雑誌における「おたく」の使用の初期事例に着目して
北田暁大　第８章　動物たちの楽園と妄想の共同体―オタク文化受容様式とジェンダー
Invitation「趣味の／と文化社会学」のためのガイドブック文献一覧
北田暁大　あとがき　「ふつうの社会学」のために

ここでは岡康晃「第７章　「おたく」の概念分析―雑誌における「おたく」の使用の初期事例に着目して」と北田暁大「第８章　動物たちの楽園と妄想の共同体―オタク文化受容様式とジェンダー」に注目しておきたい。

岡康晃「第７章　「おたく」の概念分析―雑誌における「おたく」の使用の初期事例に着目して」のおもな内容は以下の通りである。

１　はじめに
２　本論の立場と調査対象
３　「おたく」以前のカテゴリーの運用事例―「ロリコン」カテゴリーをめぐって」
　他者としての「ロリコン」、自己としての「ロリコン」
　発見された「チョコタン」カテゴリー――「好きなこと」の細分化
４　「『おたく』の研究」の分析
　「彼ら」「観察対象」としての「おたく」カテゴリー
　「好きなこと」と活動形式の分類としての「おたく」カテゴリー
　「『おたく』の研究」に対する反響―避けられる自己への適用」
５　M 事件報道における『おたく』カテゴリー――『おたく』カテゴリーの変容」
　M を何者とし描くのか　犯罪と世代と結びついて「オタク像」カテゴリー
　大塚のテクストの組織に見られる「我々」としての「おたく」カテゴリー

## 6　結語

「3　『おたく』以前のカテゴリーの運用事例―『ロリコン』カテゴリーをめぐって」にまず注目しておきたい。

多くのおたく研究においても繰り返し指摘されているように（コミックマーケット準備会 2005）、70 年代以降、漫画ブームやアニメブーム、さらにコミケといった同人誌文化の展開が世間の注目を集める中、そのファンの存在も広く知られるようになっていた。松谷（2008b:117-118）が指摘するように、当時、そのような人びとに「おたく」というカテゴリーが用いられることはなく、「ガリ勉」や「ネクラ」といったカテゴリーが用いられていた。また、このようなカテゴリーが流行語となり、アニメやプラモデルに耽溺するキャラクターが作品内で描かれてるようになっている。松谷はこのような状況を「個々人の人格や特性、趣味志向性などへのネガティブな注目は、若者たちのコミュニケーションにおいて前景化し」た状況だと説明している。（771）

「4　「『おたく』の研究」の分析」では、「おたく」の原点である中森明夫の『漫画ブリッコ』に注目して次のように述べている。

「おたく」というカテゴリーを用いてあるファンやその活動を記述する際の中森の位置づけを見るなかで明らかになったのは、前節で投稿者が、「ロリコン」カテゴリーを自らに適用し、「私たち」の「好きなこと」をめぐる活動を可能していたのに対し、中森は「おたく」カテゴリーを自らに適用することなく、自らを明示されない「観察者」として「観察対象」である異様な「彼ら」に「おたく」カテゴリーを適用している点だった。また、「おたく」カテゴリーは、このように適用する者／される者の違いだけでない。くわえて注目したいのは「おたく」が、「ロリコン」や「ファン」といった「好きなこと」の分類とも異なる点だ。

中森は打ち切りにあうまでの 3 回の連載において、「おたく」にまつわる

エピソードを紹介し、そこで「おたく」の特徴を列挙していた。その「好きなこと」を結びつけている。

中森は「おたく」を遭遇したエピソードの舞台として第1回と第2回に「コミケット」、第3カにはマンガ同人誌の置いてある本屋を挙げている。このような場がある特定の「好きなこと」を持った人が集まる場であることは『漫画ブリッコ』読者にとっては理解できるだろう。(772)

北田暁大「第8章　動物たちの楽園と妄想の共同体―オタク文化受容様式とジェンダー」のおもな内容は以下の通りである。

1　はじめに
2　「アニメ界」の固有性
3　表層受容とジェンダー　――相関図消費とデータベース消費
4　性愛のリアリズムと妄想の共同体
5　ホモショーシャリティの描出を媒介としたホモソーシャリティの形成
6　動物たちの楽園と妄想の共同体

「3　表層受容とジェンダー　――相関図消費とデータベース消費」で気になった記述は以下の通りである。

オタク的趣味によって成り立つ界は、総体としては、データベース的・表層受容的な傾向に彩られているが、その内部に立ち入ってみたとき、そこに見逃しがたい男女差を見だすことができる。やや予断めくが、女性二次オタクには古典的マンガを読むなどの教養志向、また作品から自らの生き方の示唆を受けるといった「自己陶冶としての読書」傾向がうかがわれ、態度としては、古典的な「自己陶冶の飽和」態度に近い。「内面的な奥行きのなさ」「歴史意識の飽和」というデータベース消費とは異なった読書傾向が女性二次オタクにみられるわけだ。

東浩紀のいう「萌え要素」(猫耳やメイド服等) や物語の状況・文脈を貫徹して独り歩きする「キャラ」(伊藤剛) の順列組み合わせというよりは、むし

ろ「キャラ」を流用し、その可能なるフィクショなる関係性・親密性を、同趣味友人とともにリアルな関係性において擬制するやおいの相関図消費は、関係性の構築に当たってしかるべきキャラどうしの関係の歴史、生育・成長という物語を背景としないと成り立ちにくいと考えられる。(773)

統計などをもとにしているため、その点も興味深い。

### (149) 大泉実成『オタクとは何か？』(2017)

大泉実成『オタクとは何か？』(草思社、2017年4月）の内容は以下の通りである。

第 1回　なぜ「オタクとは何か?」と問うのか?
第 2回　オタク修行篇　序章
第 3回　オタク密教とオタク顕教—竹熊健太郎氏との対話 (1)
第 4回　オタクの自意識?—竹熊健太郎氏との対話 (2)
第 5回　オタクだけが残った—竹熊健太郎氏との対話 (3)
第 6回　オタク修行篇 (2) 文化的中心人物
第 7回　オタク修行篇 (3) パロディの人、オマージュの人
第 8回　オタク修行篇 (4) そして異変は起きた。
第 9回　オタク修行篇 (5) むちゃくちゃ楽しいじゃないか!
第10回　オタク修行篇 (6)「君の心に僕の笛の音は届かない」〔ほか〕
第11回　オタク修行篇 (7) 喪われた「未来」
第12回　オタク修行篇 (8) 多様性と布教活動
第13回　オタク修行篇 (9) オタク文化が世界を変える
第14回　オタク修行篇(10) ものにこだわる感情
第15回　『エヴァンゲリヲン序』を観る
第16回　学校図書館という場
第17回　ジャンダーの越境
第18回　人はどうのようにオタクになっていくのか

第19回　男の中の女、女の中の男（1）
第20回　オタクの恋
第21回　男の中の女、女の中の男（2）
第22回　エヴァ『破』見ました
特別篇　みなと店モンハン部の壊滅（1）
特別篇　みなと店モンハン部の壊滅（2）
特別篇　みなと店モンハン部の壊滅（3）
特別篇　みなと店モンハン部の壊滅（4）
第23回　エヴァQ
終　章　オタクとは何か？
萌え―フェティッシュ―感情移入　伊藤剛氏との対話（1）
「やっと今ごろわかったの、バカシンジ」　伊藤剛氏との対話（2）
「オタク」は死んだのか？竹熊健太郎氏との対話（2）
あとがきにかえて
綾波レイとは何か？

『オタクとは何か？』(2017)は大原実成が 2006 年 8 月 24 日以降ウェブで公開してきたものを対談としてまとめたもので構成されている。タイムラグは10年ある。本書で気になるところをいくつか取り上げておきたい。まず、「オタク」とは何かについては以下のように述べている。引用が長くなるが重要な部分でもあるため、そのまま取り上げる。

そもそも、オタクとは何なのか。そしてオタクとは誰なのか。無論、それは本稿の最終的なテーマなのでここで結論が出せるはずがない。しかし、仮説的な定義を作っておかないと、話が先に進まない。ということで、暫定的にネット事典に書かれている「オタク」の定義を起点にし、それを作業仮説にしてみよう。いわゆる、たたき台というやつ。

ということで、Wikipedia を見てみる。こうある。

おたくとは、趣味に没頭する人の一つの類型または、その個人を示す言葉である。

おお、オタクって「趣味に没頭する人」なのか。なんて端的。

だが、たちまちわらわらと疑問が湧いてくる。まず第一に、それではマニアと同義になってしまう。あるいは趣味人といってもいい。それでいいのだろうか。例えば、盆栽に没頭する人は、盆栽オタクと呼ぶのか。どうもぴんとこない。

一方で、確かに趣味没頭する人がオタクと呼ばれる現状があることもわかる。別な言い方すれば、昔鉄道マニアといわれた人たちはそのまま鉄道オタクと呼ばれている。マニアがオタクに挿げ替えられたのだ。しかしなぜそんなことが起こったのだろう。オタクはマニアよりさらに差別的な響きを持っている。結局は人は人を容易には尊敬したがらないので、侮辱的な言葉の方がより伝播しやすいということなのか。

しかし、こういう「マニア」的用法は後に派生したものであって、オタクの原義はもっと別のものだったはすだが？

> 対象年齢を過ぎたアニメや漫画、アイドル、ゲーム、コンピュータなどを趣味とする独身男性に対して用いられる。

そうそう、これである。いい年こいてアニメやマンガ、アイドルやゲームにうつつを抜かしている奴。・・・(略)・・・

ところがこの定義には、実は、続く言葉がある。

> 独身男性に対しては用いられることが多かったが近年、独身女性や既婚者または、前述以外のややカルト的な趣味を持つ人に用いられることも少なくなくなってきている。

ここに至ってはっきり認識しなければならなくなった。

「オタク」という概念は、近年、明らかに広くなってきているのだ。肥大化？意味の拡散？多様化？垣根が低くなった？どれが当たっているのかわからないが、広がっていることだけは確かなようである。(774)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

ことは、萌え文化のグローバル化と言う問題である。

グローバル化にはよい面もたくさんあるが、多くの弊害が存在する。外国種の生物が国内種を絶滅に追いやるとか、TBO といった経済行動も一種のグローバル化の弊害である。まあこれは、森永の方がよほど詳しいであろう。

諸外国において萌え文化にどのような弊害が指摘されるようになるか、というところまで僕の取材は至っていない。ただ、容易に想像されるのは、宗教的な縛りがきつい国では、僕にとって性の多様性の一つト映る萌え文化が、容易に性的退廃として受け止められてしまうだろうということである。性については比較的おおらかな日本ですらオタクの趣味は異端視されている。これが厳しい一神教の国に行ったらどうなるのか。いずれにせよ、森永革命ははひたひたと進行するであろうが、世界には無数のウォルフレンがいるということである。(775)

文中の森永とは森永卓郎のことで、ウォルフレンとはオランダの経済学者のウォルフレンのことで、2005 年の暮れに対談した時のことを引き合いに出したものである。森永はこれからの日本の主力産業は「萌です」と言い続け、ウォルフレンが切れたと言う落ちがある。(776)

最後に「『オタク』は死んだのか？竹熊健太郎氏との対話（2）」より竹熊健太郎の意見を引用しておきたい。

オタクという言葉は、ある時期までのものだったかもしれないね。オタク文化そのものはこれ―逆に、オタク的傾向を持っている人が偏在していくのかもしれないですね。(777)

## （150）株式会社ライブ編『二次元世界に強くなる現代オタクの基礎知識』（2017）

株式会社ライブ編『二次元世界に強くなる現代オタクの基礎知識』（カンゼン、2017 年 7 月）はオタク用語というよりは、オタクが夢中になる二次元世界の用語の解説書である。そのため「オタク」など項目があり、定義しているわけではない。本書の概要については「はじめに」が端的に示しているので、紹介しておきたい。

小説、マンガ、ゲーム、アニメ、ライトのベルなど、いわゆるクールジ

ャパンを担う日本の二次元コンテンツは趣向が特殊である。

見た目には萌え系といわれるようなタイプが主流であるし、その世界観をして『中二病』などと揶揄されることもある。しかしちゃんとした作品を鑑賞すると、そうした娯楽的な見た目の裏側で、多種多様なジャンルからネタ元を引っ張り出し、熟知したうえで物語が構築されていることが分かる。

例えば、ゲームの『Fate』シリーズは、世界中の英雄や偉人が登場するが、なかなかマニアックな人物もいて、交錯する人間関係に厚みをもたせてたエピソードを描いている。またアニメ『ガールズ&パンツァー』は戦車の描写が緻密で、ミリタリーファンのみならず、今まで興味のなかった人まで戦車の虜にしている。

こうした二次元世界を入り口にして、ファンが元ネタのジャンルや専門知識、用語、歴史についても勉強できるパターンは、今時のトレンドといえる。(778)

なお、専門用語を次のジャンルにわけて解説している。

宗教・哲学・思想、神話・伝承、軍事・組織（犯罪・治安）、歴史、暦・占い・天文、文字・シンボル、文学、自然・数学、不思議・オカルト

なお、帯には「181 項目」が紹介されていることが明記されている。今回、書名に「オタク」が入っていたころからここに取り上げた。中二病関係には以下のようなものもある。

塞神雹夜『中二病取扱説明書』コトブキヤ、2008 年 12 月
レッカ社編『中二病気大事典』カンゼン、2011 年 11 月
レッカ社編『中二病超(スーパー)図鑑～ファンタジー・軍事・オカルト・化学・神話～』カンゼン、2013 年 4 月

(151) Howexpert Press and Jessica Roar. *Otaku 101: An Introductory Guide to Learning About the Otaku Pop Culture, Anime, Manga, and More!* (2018)

Howexpert Press and Jessica Roar. *Otaku 101: An Introductory Guide to Learning About the Otaku Pop Culture, Anime, Manga, and More!* (Createspace Independent Pub, 2018) の主な内容は以下の通りである。

Recommended Resources
Chapter 1: Anime & Where to Start as an Otaku
Chapter 2: Manga and Other Written Material
Chapter 3: Conventions and Not Making a Fool of Yourself
Chapter 4: Cosplay and Getting Into Character
Chapter 5: Collectibles and Not Breaking Your Bank Account
Chapter 6: Being a Fashion Otaku
Chapter 7: Otaku Culture and Video Games
Chapter 8: Japanese Culture and Looking Informed
About the Expert
Recommended Resources

“Chapter 7: Otaku Culture and Video Games”では「オタク」の定義はないが、オタク文化における“video games”の比重について以下のように述べている。

> Video games are a giant part of the Otaku culture. Often, gamers are even associated with watching anime or reading manga online, since many games go hand-in-hand with the anime and manga industry. But there is not a large selection of games that you can import based on the shows that you watch. In the gaming world, there is a subgenre known as JRPGs or eastern games that refers to anything that comes out of Japan. This chapter will cover everything you need to know about Japanese-sytle games, the last piece of source material that anime comes from. (779)

## (152) 渡邉秀司「『優しい関係』の展開について」(2018)

渡邉秀司「『優しい関係』の展開について―オタクを事例とした人間関係の考察にむけて―」(『佛大社会学』第 42 巻、佛教大学社会学会、2018 年 2 月)のおもな内容は以下の通りである。

はじめに
「優しい関係」とは
「趣味縁」という考え方
結び

論文のタイトルにもあるが「優しい関係」とはどういうことか。「はじめに」の中で次のように取り上げている。

> 現代社会に生きるわれわれ自身も、他者とのかかわり方に悩む人も多い。そこでキーとなる概念として「優しい関係」という概念を考える。「優しい関係」は土井隆義が『友だち地獄―「空気を読む」世代のサバイバル』の中で論じている人間関係の一つのパターンである。それは対立の回避を最優先する人間関係である。このような人間関係が現代社会において一定の支持層を持ち、一般的な人間関係として存在しているとするのであれば、オタクは「優しい関係」から省かれた存在としているのだろうか。それとも「優しい関係」オタクたちの中にも当然のように存在しているのだろうか。(780)

「優しい関係」とは相手から反感を買わないようにするための行動ということのになる。

> しかし、相手を気付つけることはしたくない。こうした人間関係の維持というニーズに合うような機能を持つコミュニケーションツール、例えば Twitter のような SNS が、昔の掲示板と同じような役割を果たしているの

ではないか。土井は上記のようなことを述べる際に「圏外」という表現を用いるが、いざ「圏外」とされたとき自分が消去されてしまったかのように感じてパニックに陥るのではないかという（土井 2009：p.3）。圏外に対する恐怖感を与える上で土井の考え方は示唆的なものと言える。[781]

渡邉のこの論文でもうひとつ注目すべきは「趣味縁」である。

親密性と公共性は一見すると相反するものとして考えられるかもしれないが、そこで両者を橋渡しするものではないかとして、浅野は趣味縁を提案する。趣味に関わる興味や関心であるとしても、それによって徒党を組むということが公共性に転化するということが期待できるのではないかと問いかけていく。趣味縁とは趣味によってつながる人間関係のことである。草野球チームやコミックマーケット（コミケ）に参加する同人サークル、歌舞伎の鑑賞会の定期的に参加する集まりなど、趣味を仲立ちにしたつながりにさまざまなものが考えられる。趣味縁と公共性という一見つながりようのないものの関係性と考えるうえで、浅野は社会関係詩音について論じている。社会関係資本とは、経済的な資本、人的資本などと言われるような各種資本と同様に何らかの利得を得るための資本である。ある社会関係自体が利得を得るための元手になっているような場合にこの言葉を使うのだという。[782]

オタクは自分の興味関心のあるものだけでコミュニケーションを図ろうとする、あるいは同じ教員関心のある人とだけコミュニケーションをとろうとする傾向がある。趣味縁はまさにそのことを指していることになろう。

### (153) 牧野宏紀「学級内における対抗文化としての『オタク文化』」(2018)

牧野宏紀「学級内における対抗文化としての『オタク文化』」（『奈良大学大学院研究年報』第23号、奈良大学大学院、2018年2月）のおもな内容は以下の通りである。

Ⅰ　序論
Ⅱ　「オタク文化」実践者へのインタビュー調査
　　1　インタビュー調査の概要
　　2　「オタク」生徒のスクールカースト経験
　　3　＜文化の媒介者＞の存在
　　4　「オタク」グループ内部での序列化
　　6　ジェンダー的な差異
Ⅳ　「オタク文化」の対抗性についての再考
Ⅴ　まとめと考察

番号の脱落は論文自体がそのようになっているため、ここではそのまま掲載した。本論文の要旨は以下の通りである。

本研究では学級内の生徒間序列化現象として近年注目される「スクールカースト」の議論をサブカルチャー研究に応用し、そこにおいて従来は下位たる存在と見なされてきた「オタク」たちの文化が、むしろ「スクールカースト」秩序に対する対抗文化として働きうることを示した。ただし「オタク文化」は「スクールカースト」的秩序と結びついたサブカルチャー・スタイルの序列化に変化を与えることはできても「オタク」グループ内での同調圧力に対して対抗し得ず、そのため「コミュニケーション能力至上主義」に対する対抗性を持ちえないことも明らかとなった。なお、本研究は高等学校卒業者を対象として 2012 年3月から 10 月にかけて実施した半構造化インタビュー調査の結果に基づいている。(783)

「1　インタビュー調査の概要」は以下の通りである。

今回の調査では「スクールカースト」秩序内における「オタク」のサブカルチャー経験を問題にする目的から、半構造化インタビューを採用した。調査にあたっては表に示すように 14 名の対象者にそれぞれ 40 分から2時間程度のインタビューを実施し、許可を得て内容を IC レコーダーに録音した。

対象者のサンプリングは機縁法によって行われた。そのため対象者は調査以前から筆者と交流のあった人物であるか、その人物を介して紹介された人物である。対象者はそれぞれ 1998 年から 2003 年の間に中学校に入学し、2004 年から 2009 年の間に高等学校を卒業している。そのため、本稿で述べる事柄は全て 1998 年から 2009 年までの 12 年間の状況に基づいたものである。なお、調査期間は 2012 年 3 月から同年 10 月にかけてである。また、紙幅の都合から、全ての対象者の語りを本稿で取り上げることはしない。(784)

なお、インタビューは男性 12 名、女性 2 名である。この男女差については気になるところだ。オタクの調査ではやはり「オタク」の定義が気になるところだ。

先行研究における「オタク」の定義に関しては、これまでにその独特な相互行為スタイルや精神性による定義（斎藤 2010）のほか、作品選好に準拠した定義（森川 2003，2008）が示されている。また、それは「オタク」たち自身の名乗りとして用いられる自己執行カテゴリー[4] であることもあれば、特定のサブカルチャー・スタイルやその実践者を指す言葉としてではなく、ただ単に自分たちと異なる者として排除する 対象に付与される他者執行カテゴリーとして用いられる場合もある（上間 2002）。そのため何をもって「オタク」と称すのかという問いには、当事者の間ですら答えの一致を見ない。それゆえ 本稿では、インタビュー対象者が一様に「深夜アニメ」[5] の視聴を、自らを「オタク」として差 異化するためのツールとして活用していたことに着目し、「深夜アニメ」やそれらと密接な関係を持つ文化商品を選好する者を「オタク」として暫定的に定義する。(785)

（斎藤 2010）とは斎藤環『博士の奇妙な成熟―サブカルチャーと社会精神病理』（日本評論社、2010 年 5 月）、（森川 2003，2008）とは森川嘉一郎『趣都の誕生―萌える都市アキハバラ』（幻冬舎、2003 年 2 月）、森川嘉一郎「おたくと漫画」（『ユリイカ』特集 : マンガ批評の新展開、青土社、第 40 巻第 7 号、2008 年 6 月）、（上間 2002）とは上間陽子「現代女子高校生のアイデンティテ

ィ形成」（『教育学研究』第69巻第3号、日本教育学会、2002年9月）のことである。

オタクがマスコミに登場した1983年の中森明夫のエッセイでももてないダサい男の子が「おたく」として取り上げられたが、これも今で言えばスクールカーストとして見ることができる。ここ数年、オタク研究におけるインタビュー調査、スクールカーストを取り上げたものが増えている。

### (154) 今井信治『オタク文化と宗教の臨界』(2018)

今井信治『オタク文化と宗教の臨界―情報・消費・場所をめぐる宗教社会学的研究』（晃洋書房、2018年3月）は、今井が筑波大学に提出した学位請求論文（博士）の『メディア空間における「場所」と「共同性」：タク文化をめぐる宗教社会学的研究』が基盤になったものである。聖地巡礼がその中心的に扱われているが、その中でオタクについて次のように述べているので、紹介しておきたい。

> オタクはコミュニケーションの失敗から自閉へと繋がる存在として、やや当事者への配慮を欠きながら描かれる。その理由は、オタクらがそのスティグマを引き受けつつ、消費の側面から自身らのフィールドをアピール出来る存在へと昇華される風潮があったからだと言えよう。(786)

オタクを考える時には「コミュニケーション」と「消費」というキーワードが見てとれる。オタクの定義等では、「コミュニケーション」への言及が行われるが、社会全体でコミュニケーション不足が問題となっている現在、これはオタクだけがことさらコミュニケーションの不足、欠如等を言われるのもやや違和感がある。ここでは「コミュニケーションの失敗」という表現となっていることが重要なように思える。自分の関心の有るフィード内でのコミュニケーションはとれるものの、そこから外れるとコミュニケーション能力が格段に落ちていき、上手くいかず、自分を閉じようとする傾向にあるが、物・アイテムへの執着心は強く、積極的に消費行動を発動するということだろう。

## （155）宇野常寛『若い読者のためのサブカルチャー論講義録』（2018）

宇野常寛『若い読者のためのサブカルチャー論講義録』（朝日新聞出版、2018年3月）のおもな内容はすでに「4　サブカルチャー」で明示しているため、ここでは特にオタク、オタク文化への言及部分に着目しておきたい。

宇野によれば、オタクの特徴のひとつに自分の知っていることを周囲の状況に関係なく話すというところにあるようだ。

> その場の雰囲気が和やかに維持されることが最優先で、雰囲気が壊されるようなことを言うと「空気を読めない人」として糾弾されてしまう。普通の日本人はその場の「空気」を読んでいるが、僕はオタク系の人間だから「空気」を読めていない。その思われているんです。
>
> たとえばみなさんもLINEで、「疲れた」「暑い」といったコメントや、意味のないスタンプを送り合ってりしますよね。これは特に伝えたいことはないけれど、相手のことを記にしている。あなたと私はつながっていますと意思表示したいだけです。「私たちは仲間よね」とか「私はあなたのことを軽んじていません」といった、空気に馴染んでいることを確認するためのコミュニケーションです。これはコミュニケーションのためのコミュニケーションです。そして日本社会ではこうした「空気」を読み、確認するためのコミュニケーションを取ることが美徳とわれているわけです。(787)

この特徴がオタクであるという。宇野は続けて次のように述べている。

> 1970年代の終わりから1980年代初めにかけて、日本の消費社会が拡大しくなかで、いま「オタク」と呼ばている人たちが出てきました。オタクたちは好きなものやハマっているものの話をしたいときは、空気を読まずに発言するんですね。たとえば、いまどきの腐女子も、とりあえず目の前の人に時と場所を選ばずに「いかにチョロ松が神谷浩史の新境地か」ということをずっと語るわけです。相手がそのアニメについて興味があるかどうかは関係あ

りません。

オタクはおそらく、日本の近代社会ではじめて生まれた「空気を読まずに喋る人たち」なんです。自分の外側に好きなものや大事なものが強烈にある。そのせいで、「空気を読む」ことの優先順位が低い。(788)

### (156) 西村青葉『オタク法研究』(第1号) (2018)

西村青葉『オタク法研究』(第1号)(オタク法研究会、2018年8月)のおもな内容は次の通りである。

論評

同人誌における転売禁止事項の効力

判例事例

アイドルグループのコンサートにおいて、一部の観客がいわゆる「オタ芸」行為をしたことにつき、主催者および出演者の、観客に対する債務不履行責任ないし不法行為責任が否定された事例

オタクに関連するものとしては、よく二次創作の視点から著作権などがよく取り上げられることが多いが、オタ芸が法に触れるかどうかの裁判があったということ自体、専門家以外ではなかなか知ることもないだけに興味深いものだ。

### (157) 平成オタク研究会編『図解　平成オタク30年史』(2018)

平成オタク研究会編『図解　平成オタク30年史』(新紀元社、2018年10月)のおもな内容は次の通りである。

サンキュータツオ×吉田尚記, 平成の30年間は輝く「オタクの時代」だった！

平成元年　1989年　宮崎勤事件／手塚治虫逝去

平成2年　1990年　「スーパーファミコン」発売

平成3年　1991年 「ストリートファイターⅡ」発売
平成4年　1992年 「美少女戦士セーラームーン」放送開始
平成5年　1993年 「マジック：ザ・ギャザリング」発売
平成6年　1994年 「ときめきメモリアル」発売
平成7年　1995年 ウィンドウズ95発売
平成8年　1996年 「新世紀エヴァンゲリオン」ブーム
平成9年　1997年 「ONE PIECE」連載開始
平成10年 1998年 iMac発売
平成11年 1999年 2ちゃんねる開設
平成12年 2000年 Amazon.co.jpオープン
平成13年 2001年 メイド喫茶「Cure Maid Cafe」オープン
平成14年 2002年 「NARUTO-ナルト-」放送開始
平成15年 2003年 地上デジタルテレビ放送開始
平成16年 2004年 「ふたりはプリキュア」放送開始
平成17年 2005年 国民的アイドルグループAKB48結成
平成18年 2006年 ニコニコ動画誕生
平成19年 2007年 「初音ミク」発売
平成20年 2008年 iPhone 3G発売
平成21年 2009年 「けいおん！」が大ブレイク！
平成22年 2010年 ソーシャルゲームブーム到来！
平成23年 2011年 「魔法少女まどか☆マギカ」大ヒット！
平成24年 2012年 「ガールズ&パンツァー」快進撃
平成25年 2013年 「ラブライブ！」放送開始
平成26年 2014年 ハリウッド製「GODZILLA ゴジラ」公開
平成27年 2015年 「スター・ウォーズ/フォースの覚醒」公開
平成28年 2016年 「シン・ゴジラ」で日本に激震
平成29年 2017年 「けものフレンズ」が話題に
平成30年 2018年 将棋棋士藤井聡太、四段から七段に昇格

上記以外にかなりの図解も容易されているが、本書は目次でも一目瞭然である

が、平成 30 年間をオタクの視点から見たものだ。なかでもサンキュータツオ×吉田尚記「平成の 30 年間は輝く「オタクの時代」だった！」は平成のオタク概観史となっているため、下位項目・小見出しを紹介しておきたい。

世間とオタクの間には明らかなエッジがあった
インターネットとエロゲーが革新を起こす
インターネットによって主導権がユーザー側に移った
「黄金の 10 年」にオタクコンテンツが花開く
平成最後の 10 年　そして、誰もいなくなった
オタク文化　飽食の時代を超えて
オタクは失われたのか。30 年間でオタクは溶けて消えてしまったのか。
平成のはじめのころは、オタクはサムライだったですよ。ラストサムライだぞ、俺たちはみたいな。

最後にサンキュータツオ×吉田尚記の対談の後半の一部を引用しておきたい。

吉田　コミュニケーションツールとしてオタクのコンテンツが消費されるようになった。カイジのスタンプとか、女子中学生が使ってますからね。
タツオ　そうっすね。話題のあるものを見るみたいね、置いていかれないためにね。でもコミュニケーションツールとして消費するなよというのは、老害発言ですかね (笑)。平成のはじめのころは、オタクはサムライだったんですよ。ラストサムライだぞ、俺たちはみたいな、最後の一人になっても戦うぞみたいな。
吉田　オタクは失われたのか。30 年間でオタクは溶けて消えてしまったのか。それこそ「まどマギ」みたいな結論になるんですよ。「まどマギ」か、もしくは草薙素子のように遍在し、ネットのどこかにでもいるみたいな。
（789）

一般人がオタク化し、ライトオタクが増えたとも言える一方、オタクがライトオタク族に溶け込んでしまったとも言える反面、さらにジャンルが分化して

いていき、ディープなオタクは表面にはあまり出てこず、ひっそりしている場合もあるだろう。インターネットの登場は良くも悪くも間違いなく、オタクの様相を大きく変貌させてことは間違いないだろう。

### (158) 佐々木隆『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係』(2018)

佐々木隆『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係』(武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2018 年 10 月)では、「オタク研究」として 34 の文献を取り上げている。

(1)『おたくの本』(別冊宝島 104 号)(1989)
(2) 中島梓『コミュニケーション不全症候群』 (1991)
(3) 大澤真幸『電子メディア論』(1995)
(4) 岡田斗司夫『オタク学入門』(1996)
(5) Mark Schilling. *The Encyclopedia of Japanese Pop Culture* (1997)
(6) 東浩紀『動物化するポストモダン』(2001)
(7) 森川嘉一郎『趣都の誕生』(2003)
(8) 村瀬ひろみ「オタクというオーディエンス」(2003)
(9) 大塚英志『「おたく」の精神史―1980 年代論』(2004)
(10) 岡田斗司夫・唐沢俊一『オタク論!』(2007)
(11)『2008 オタク産業白書』(2007)
(12) ヒロヤス・カイ『オタクの考察』(2008)
(13) 江藤茂博『オタク文化と蔓延する「ニセモノ」ビジネス』(2008)
(14) 清水信一『ル・オタク フランスおたく物語』(2009)
(15) 榎本秋編『オタクの面白いほどわかる本』(2009)
(16) 折原由梨「おたくの消費行動の先進性について」(2009)
(17) Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia* (2009)
(18) 浅野智彦「コミュニケーションの失敗/自閉するアイデンティティ」(2009)

(19) 前島賢『セカイ系とは何か』(2010)
(20) 暮沢剛巳『キャラクター文化入門』(2010)
(21) 安田誠『オタクのリアル』(2011)
(22) Patrick W. Galbraith. *Otaku Spaces* (2012)
(23) Mizuko Ito, Daisuke Okabe, and Izumi Tsuji, editors. *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World* (2012)
(24) 辻泉「オタクの現在を考える」(2012)
(25) 佐々木隆『オタク文化論』(2012)
(26) 寺尾幸紘『オタクの心をつかめ』(2013)
(27) Patrick W. Galbraith, Thiam Huat Kam, and Björn-Ole Kamm, editors. *Debating Otaku in Contemporary Japan* (2015)
(28) 原田曜平『新・オタク経済』(2015)
(29) 羽生雄毅『OTAKU エリート』(2016)
(30) 大泉実成『オタクとは何か？』(2017)
(31) Philip Seaton and and Takayoshi Yamamura, editors. *Japanese Popular Cutlure and Contents Tourism* (2017)
(32) Howexpert Press and Jessica Roar. *Otaku 101: An Introductory Guide to Learning About the Otaku Pop Culture, Anime, Manga, and More!* (2018)
(33) 今井真治『オタク文化と宗教の臨界』(2018)
(34) 宇野常寛『若い読者のためのサブカルチャー論講義録』(2018)

「第２章 『オタク』とは何か」では佐々木の先行研究である『オタク文化論』(2012) や『ポップカルチャー論』(2016) でも取り上げていなかった文献として、例えば、中島梓『コミュニケーション不全症候群』(1991)、森川嘉一郎『趣都の誕生』(2003) をはじめ、新しい文献として大泉実成『オタクとは何か？』(2017) 、Philip Seaton and and Takayoshi Yamamura, editors. *Japanese Popular Culture and Contents Tourism* (2017), Howexpert Press and Jessica Roar. *Otaku 101: An Introductory Guide to Learning About the Otaku Pop Culture, Anime, Manga, and More!* (2018) , 今井真治『オタク文

化と宗教の臨界』(2018)、宇野常寛『若い読者のためのサブカルチャー論講義録』(2018) などを取り上げた。筆者のオタクの定義等については以下のように示している。

オタクの定義について様々な定義を見てきたが、筆者自身は次の点をポイントにしたいと考えている。

（1）大塚の主張のように 1980 年代の「おたく」とそれ以降を意識的にわけて考える必要がある。

（2）オタクがもともとパソコンに夢中になっていた人達から派生してきたこともあり、人とのコミュニケーションに苦手意識を持ち、作業に長時間打ち込みため、部屋等閉じこもりがちになる傾向あった。

（3）幼女連続殺人事件の影響によりオタク＝ロリコン、コミュニケーション能力の不足、社会との隔絶といったことが強く印象付けられ、ネガティブなイメージがあった。しかし、ある特定の分野や事物について詳しいことが、コミュニケーションの場でプラスになる方向を見出し、必ずしもネガティブなイメージではなくなっている。

（4）デジタルツールの充実、インターネットの登場、SNS 時代到来と共に「おたく」はこの時代の変化に適応し、むしろ進化して来た。よって筆者は「オタク」と表記したい。（全般的にオタクを論じる際にも「オタク」と表記する）

（5）オタク（コスプレイヤーを含む）はある特定の限られたコミュニティでのみコミュニケーションを図るように見られてきたが、コミケ、ニコニコ超会議をはじめ、限定されたイベントに出かける。オタクは自己実現するために消費行動し、承認欲求を求めて行動する。

（6）日本ではオタクを定義しようとするとき、サブカルチャーと結びつけて考えているが、*Oxford Dictionary of English* (2010)に代表されるように海外では“popular culture”との結びつけて考えている。

（7）オタクの最大の特徴であった「情報収集と整理」「アイテムの収集と整理」という時間と労力がかかり、これに加えた消費行動には、それなりの費用が掛かったが、インターネット時代を迎え、必ずしも労力

や費用を掛けずにある程度済ませることができるようになった。「アイテムの収集と整理」とは別に、イベント等への参加型・体験型のオタクが登場してきたことにより、オタクのライト化、マイルド化が進んだ。また、一般人が容易にオタク的行動様式をとれるようになった。(790)

オタクも全体的に時代とともに進化していると言ってよいだろう。概して、オタクの変容はその時代の若者の変容に大きく左右されるからだ。さらに次のように定義している。

若者を中心にポップカルチャーの特定の分野に夢中になる人々の総称。以前はオタクであることを隠していることが多かったが、イベントへの参加、SNS への投稿などを通してオタクであることをコミュニケーションツールとして利用していることもある。オタク度についても様々な段階があり、オタクもライト化、マイルド化し、多様化している。(791)

「第7章　コンテンツツーリズム」では次のような英文の先行研究を積極的に取り上げた。

Keiko Kawamata, Noriko Tajima, Kenichiro Kuroiwa, and Toshihiko Miura. "Some Preliminary Notes on the Evolution and Development Process of Japanese Pop Culture Events" (2017)

Philip Seaton, et al. *Contents Tourism in Japan* (2017)

Philip Seaton and Takayoshi Yamamura, editors. *Japanese Popular Culture and Contents Tourism* (2017)

Sheela Agarwal, Graham Busby and Rong Huang, editors. *Special Interest Tourism: Concepts, Contexts and Cases* (2018)

聖地巡礼、アニメツーリズムも観光立国を目指す日本の観光政策の中に取り込まれているのである。コンテンツツーリズムが日本独自の命名であり、海外で

はスペシャル・インタレスト・ツーリズム（Special Interest Tourism）という概念の中に Film Tourism などが含まれていることなどを紹介した。

### (159) 山上尚彦・斎藤環・森田展彰・大谷保和「オタク的消費行動と心理不適応の関連の検討」(2018)

山上尚彦・斎藤環・森田展彰・大谷保和「オタク的消費行動と心理不適応の関連の検討」（『アディクションと家族』第 34 巻第 1 号、日本嗜癖行動学会、2018 年 12 月）のおもな内容は以下の通りである。

問題と目的
　1　はじめに
　2　「オタク」の適応性
方法
　1　調査
　2　調査対象者
　3　質問紙の構成
結果
考察
　1　「肯定的な未来志向」得点について
　2　「評価概念」得点について
　3　「インターネットサービス別使用頻度」得点についえｔ
　4　本研究の意義と限界
　5　今後の展望
　文献

「1　はじめに」では若者の自己形成におけるマンガやアニメの影響について次のように紹介している。

山田[62)]は、個人にとって充実している日常的活動をする自分自身を受容

することも自己形成的な活動として位置づけ、それがアイデンティティにも寄与していると報告しており、実際に漫画やアニメが我々の認識へ与える影響についての指摘も既にいくつか存在している。例えば大野[46]、家島[16]は、理想的な自己像として、アニメキャラクターを挙げる若年層が多いことを報告している。(792)

山田[62]とは山田剛史「現代大学生における自己形成とアイデンティティ―日常的活動とその文脈の観点から―」(『教育心理学研究』第52号、2004年)、大野[46]とは大野道夫「望む―“生き方のモデル”の現在―」(『児童心理』第49号、1995年)、家島[16]とは家島明彦「理想・生き方に影響を与えた人物モデル」(『京都大学大学院教育研究科紀要』第52号、2006年)のことである。「2　『オタク』の適応性」では先行研究を踏まえて次のような指摘がある。

しかし、オタクに関する特性や定義について一貫した見解は得られておらず、オタクに関する定量的な研究もほとんどないため、オタクという語の定義は現在もなお定まっていない。一方で、菊池[23]はオタクに対する大学生一般の印象を自由記述で調査した結果、「暗くて部屋の中にひきこもっている」、「他人が近寄りがたくなるマニア」等の例によって代表されるネガティヴなイメージが6割に及びことを報告している。この調査結果は、オタクは社会不適応的な心性を抱く人々であるというスティグマ性が報道によって強化されてきたことを示唆するものであろう。

これらの印象が実際のオタクの平均的な特性を実際に反映しているか否かを明らかにする量的な研究は多くはなく、その実態は不明のままである。前述の菊池[23]はそれを行っているが、ネガティヴイメージに合致する人々をオタク的な人々として分類している点では印象論が前提となってしまっている。また、オタクの類型化については野村総合研究所[19]や原田[14]が試みているものの、厳密で具体的な方法論は特に示されていない。むしろ、オタク間で共有された知識を中立的で客観的に見ることができるオタクの冷静な側面[2]や高度な情報参照能力[43]、オタクの友人・収入・趣味の多さ[48]等、オタクの適応的側面に関する指摘もあり、評価は定まっていな

い。(793)

菊池[23]とは菊池聡「『おたく』ステレオタイプと社会的スキルに関する分析」(『人文科学論集』人間情報学科編、第 34 号、信州大学人文学部、2000 年)、野村総合研究所[19]とは株式会社野村総合研究所「NEWS RELEASE」(2005)(https://www.nri.com.jp/news/2005/051006_1.HTML)(2018 年 5 月 9 日閲覧)、原田[14]とは原田曜平『新・オタク経済―3 兆円市場の地殻大変動―』(朝日新書、2015 年)、オタク間で共有された知識を中立的で客観的に見ることができるオタクの冷静な側面[2]とは浅羽通明『天使の王国―「おたく」の倫理のために―』(JICC 出版局、1991 年)、オタクの友人・収入・趣味の多さ[48]とは大塚英志『仮想現実批評―消費社会は終わらない―』(新曜社、1992 年)のことである。

「考察」では 13 項目による調査結果から次のような分析がなされた。その冒頭を紹介しておきたい。

> クラスター分析によって調査対象者はオタク群と非オタク群へ分類され、1 項目を除いたすべての項目においてオタク消費行動項目はオタク群の方が多く、非オタク群はほとんどの項目においてオタク消費行動が少なかった。よって、この両群の比較によって本研究の量的定義におけるオタクとオタクでない人々の比較が可能であると考えられる。
>
> オタク的コンテンツの消費と本研究で用いた尺度との関連はあまり多く認められず、全体として仮説が支持されなかった。これは、オタクについての従来のネガティヴイメージが誤っていたことによるか、あるいは生活(リアル)が全般的に充実している「リア充オタク」が増えている[14]ことによるか、いずれかの可能性が考えられる。(794)

オタクに関する研究では調査を行うものが増えている現象がある。

## (161) 福嶋亮大『ウルトラマンと戦後サブカルチャーの風景』(2018)

福嶋亮大『ウルトラマンと戦後サブカルチャーの風景』（PLANETS／第二次惑星開発委員会、2018 年 12 月）のおもな内容は以下の通りである。

序　章　「巨匠」の後のテレビドラマ
第１章　ウルトラマンシリーズを概観する
第２章　ヒーローと寓話の戦後文化簡史―宣弘社から円谷へ
第３章　文化史における円谷英二
第４章　風景と怪獣
第５章　サブカルチャーにとって戦争とは何か
第６章　オタク・少年・教育
終　章　エフェクトの時代の迷宮

ここでは「第６章　オタク・少年・教育」に注目する。『ウルトラマン』は 1966 年に放送が開始された特撮 SF ドラマである。オタクの世代論でよく言われるオタク第 1 世代の作品である。1983 年に「おたく」がマスコミに取り上げられるようになったわけであるが、こども時代にゴジラ、鉄腕アトム、鉄人 28 号、エイトマン、ウルトラマンの洗礼を受けている。ゴジラ、ウルトラマンと言えば、円谷英二、円谷プロということになるが、ここでは大伴昌司（1936-1973）に注目しておきたい。

1960 年代の円谷プロは特撮テレビ番組という当時の映像のフロンティアにふさわしく、雑多な才能の集合した「梁山泊」であった。したがって、その関係者の活動範囲も特撮だけに留まらず、しばしば多くの分野にまたがっていた。そのなかでも、ともに 1936 年生まれの編集者・大伴昌司と脚本家・佐々木守は 60 年代後半以降、メディアを横断する幅広い仕事を手掛け、後の「オタク」ないし「新人類」の先駆者となった興味深い存在である。円谷プロの作品が出版メディァにも刺激を与えながら図らずもオタク文化の下地となったことは、ここで改めて強調しておきたい。ウルトラマンシリーズはたんに日本のテレビ史に残る特撮ドラマであっただけではなく、サブカルチャーのオタク的受容を組織した作品でもあるのだ。

そして、先駆者とはえてして、フォロワーにおいては失われていくような「過剰さ」を抱え込んだ存在である。私はここまで、生粋のホモ・ファーベルである円谷英二が、戦中と戦後を通じて「非転向」の技術者として活躍したのに対して、その息子世代に当たる上原正三らが特撮という「技術」のなかに、屈折した政治性を導入したと述べてきた。上原とほぼ同年齢の大伴昌司も、少年誌の特集を企画するなかで「情報化社会」の到来に早くから注目した一方、単純な技術的合理性には収まりきらないものも抱え込んでいたように思える。(795)

「ホモ・ファーベル」(homo faber)とは、ラテン語で「制作する人間」または「工作する人間」を意味する。小見出し「1　大伴昌司のテクノロジー」の下位項目は以下のようになっている。

『ウルトラマン』の二次創作
情報社会のトリックスター
特撮と日本SF
四至本八郎の『テクノロジー』
テレビを擬態する少年誌
情報論的世界把握の原型
「記録の時代」の編集者
オタクの忘れられた故郷
ウルトラマンと戦争とヴェトナム戦争
「画報」というメディア

1960年代はテレビが各家庭に普及した時代であり、そこで育ったこどもは70年代になれば、さらに洗練されたものをテレビに求めるようになった、そうした時代が到来した。同時に雑誌なども象徴的に使用されるようになった。

…未来の裁判からＤＮＡの螺旋構造までを「図解」した1969年の「情報社会」の特集は、ジャーナリストの立花隆をして同年の「諸君」誌上に「『少年

マガジン」は現代最高の総合雑誌か」という論説を書かせたことで知られている。この論説は子供の文化と大人の文化、サブカルチャーとハイカルチャーの位階が壊れ始めたことを示す、きわめて象徴的な例だと言ってよい（ちなみに、当時の小松左京にも子供を差し置いて自分が真っ先に『少年マガジン』を読んだという逸話がある）。

さらに、大伴はアートへの目配りも欠かさず、『少年マガジン』誌上でエッシャーやマグリットを紹介し、70 年には表紙絵を担当した同い年の横尾忠則の特集を組んだ。大伴において、現実と虚構は「情報」の名のもとにほとんど等価に扱われた。73 年の日本推理作家協会の新年会で発作を起こして急死するまで、SF 映画や恐怖文学も精力的に紹介した大伴は、まさに生ける総合雑誌として、戦後の科学とサブカノレチヤーの想像力を文字通り「情報化」し続けた。(796)

大伴といえば、『怪獣画報』（1966）、『図解怪獣図鑑』（1967）、『怪獣ウルトラ図鑑』（1968）、『怪獣図解入門』（1972）は代表的なもので、怪獣ブームのまさにそうした時代を到来させた書籍でもある。写真ではなく、絵である点がこどもにも想像力を掻き立てるものだった。これはこどもが絵本に夢中になるのと同様だ。その絵本の題材が怪獣ともなれば、その当時としては画期的であった。

そもそも、内田勝が『少年マガジン』編集長として、横尾忠則に「売上を二十万部上げて百万部にするような表紙デザイン」を依頼したことからも分かるように、少年誌ほど「一枚の絵」によって売上を左右される媒体も少ない。マクルーハンはメディアをメッセージの通過する透明な通路ではなく、それ自体「メッセージ」だと見なしたが、少年誌の絵はまさに「メディアかメッセージである」というマクルーハンのテーゼを体現していた。

テレビ文化・週刊誌文化・漫画文化が本格的に台頭し始めた 1959 年に講談社に入った内田も、メディアに対する鋭い感度を備えていた。彼は大伴とともに「マンガはテレビの印刷媒体化されたものである」というアイディアを抱いており、 この理念に基づく『少年マガジン』の特集は、まさにテレビをザッピングするように、雑多な対象を次々にヴィジュアル化したものとな

った。この「テレビの雑誌化」という内田＝大伴の戦略は、戦前の大衆ナショナリズムを担った講談社の雑誌「キング」が「そのメディア的特性において活字よりもむしろ放送や映画に近」い「ラジオ的・トーキー的雑誌」であったことを彷彿とさせを。『キング』から『少年マガジン』に到るまで、講談社の大衆雑誌はラジオのような視聴覚メディアの擬態によって、活字メディアの限界を超え、大衆を消費者として組織すること かできた。(797)

内田勝（1935-2008）は講談社の『少年マガジン』の第3代編集長で、1960年代、70年代のヒット作品を支えた。横尾忠則（1936-）は美術家、イラストレイター、グラフィックデザイナーである。ここで注目しておきたいのは表紙デザインの果たす役割である。まさにメディアの力である。この表紙デザインの力は後年のライトノベルにも言えることだ。

…内田と大伴は「テレビの擬態」によって、60年代後半の『少年マガジン』を領域横断的な「総合雑誌」に変えた。70年代以降の日本のヴィジュアル化した雑誌はファッション、音楽、アイドル、 ポルノグラフィ等に機能分化していくが、『少年マガジン』はその分化の起こる一歩手前で、社会の「全体性」をカタログ化し、若い読者たちを教育しようとした。子供という宛先が強い文化的統合力を獲得したこと、それが日本のサブカルチャーの発展を支える大きな地盤となった。大伴はまさにこの地盤に根ざしながら、ウルトランシリーズの二次創作を手掛けたのだ。(798)

大伴は先に紹介した図解を得意としていた。この図解が手書きで大胆に書かれたことが大きな特徴だ。

あらゆる対象を詳しくデータ化（図解）し、それらを大胆に統合する大伴の手法は、情報論的世界把握の一つの雛型を示している。大伴が「オタク」の源流と言われる原因も、この情報の断片へのフェティシズムにあるだろう。なせなら、後のオタクたちも作品の物語やメッセージ以上に、キャラクターの設定やデザインに強いこだわりがあったからだ。

例えば、東浩紀は、1960 年前後生まれのオタク第一世代に見られる心理として、社会的に無意味なものにあえて耽溺するという「スノビズム」を挙げながら、オタク系文化の主流が 1995 年頃を境にして、従来のスノビズムから、キャラクターの設定やデザインを集めた「データベース」の消費へと移行したと論じている。東によれば、90 年代のアニメを代表する「エヴァンゲリオン」は「視聴者のだれもが勝手に感情移入し、それぞれ都合のよい物語を読み込むことのできる、物語なしの情報の集合体」として受容されていた。

もっとも、このような現象は 90 年代に突然始まったわけではない。大伴の仕事はすでに 60 年代後半の時点で、スノビズムとデータベース消費の両方にまたがっていた。架空のウルトラ怪獣の解剖図を真剣にでっちあげた大伴は、無意味なものに価値を与える「オタク的スノッブ」の典型だが、その「設定」へのフェティシズムにおいては、世界のデータベース的な把握を示す。現に、彼の『怪獣図鑑』はウルトラマンシリーズを「情報の集合体」に読み替えてしまった。現実と虚構を横断し、あらゆる対象をひとしなみにヴィジュアルな情報として配列した『少年マガジン』の誌面もまた、原始的なデータベースのようなものだろう。(799)

まだ PC などによるデジタル化される以前のデータの集積は、手書きの絵ということになろうか。「ウルトラマンシリーズを「情報の集合体」」としたことはこの時代は大きな意味があり、こどもの心を捉えた。

1990 年代以降は今のオタクはとサブカルチャーの虚構の情報をのリミックスしシェアし続けてきたが、この種の振る舞いは今やオタクという集団を超えて、惑星上のインターネットの素朴な現実と化している。現代のネットユーザーは主体的責任を負わず、社会的現実も参照しないまま、情報を編集し、フェイクニュースを拡散することができる。の進展は、主体の空無化およびデータ操作の簡易化に、いわば世界総オタク化に行き着いた。

出版メディア史から言えば、アメリカのグラフ誌『ライフ』の休刊に象徴されるように、1970 年代前半は報道的な写真ジャーナリズムが曲がり角に

差し掛かった時代である。その半面、日本では70年における女性向けファッション誌『an・an』の創刊をはじめとして、雑誌のヴィジュアル化ないし虚構化が進行し、それが消費社会に適合した新たな写真家を要請した。例えば、1940 年生まれの写真家・篠山紀信は、宮台真司ふうに言えば「無防備」で「受動的」で「無害」なオブジェのような美少女を題材として、消費社会の清潔なエロスをメディウム（霊媒）として写し取ったが、それは後のオタクたちの虚構の美少女への「萌え」とも無関係ではない。(800)

「2　子供を育てる子供」の下位項目は以下の通りである。

花森安治から大伴昌司へ
『暮らしの手帖』のテクノロジー
「部屋」と「家」
新人類とオタクの故郷
児童文学の二つの系譜
文化の統合装置としての少年
戦前と戦後をまたぎ越す少年誌
教育者としての佐々木守
少年と少女のあいだ
童話化する革命
女性兵士とサブカルチャー
子供を育てる子供

いわゆるオタク文化を考察していくと、その前段階での児童文化やこども文化の流れを無視することはできない。

・・・大伴昌司の情報化と視覚化の企ては、四至本八郎譲りのテクノロジー志向に加えて、アメリカのグラフ誌、戦争を報道する画報、児童向けの絵物語や絵本、多チャンネルのテレビといった諸々のメディアを背景としながら、サブカルチャーのオタク的受容の下地を整えた。と同時に、大伴の原点には、

オタク的な虚構愛好とは異なるドキュメンタリーやジャーナリズムへの関心があった。オタク的な二次創作（編集）の欲望と非オタク的な報道（記録）の欲望が交差したところに、つまりジャーナリスティックなオタクであったところに、彼の仕事のユニークさがあったと言える。(801)

四至本八郎（1891-1979）は1933年に世に送り出した『是でも米国か』『テクノクラシー』『頭脳（ブレーン）トラスト』の著者であり、国際ジャーナリスである。花森安治（1911-1978）は『暮らしの手帖』の創刊者である。

・・・文化的な親子と言うべき加藤謙一と内田勝(および大伴昌司)は、戦前と戦後をまたぎ越しながら、少年誌というメディアを成長させた。もとより、『少年倶楽部』も戦時下の愛国主義と無縁ではなかったが（加藤は敗戦後にGHQの指令で公職追放にあった)、大正的な童心主義とは違って、その企ては戦後サブカルチャーのさまざまな分野で積極的に継承された。この戦前から続く昭和の少年文化が円谷プロの特撮と出会ったとき、つまり大伴が『少年マガジン』と『ウルトラマン』を橋渡ししたとき、戦後サブカルチャーの消費空間はいっそう強力な動員力を得た。(802)

加藤謙一（1896-1975）は『少年倶楽部』の編集長を務め、戦後は独力で起こした学童社から『漫画少年』を刊行した。

ウルトラマンの時代は当時すでにテレビ時代に突入しているが、録画などはできないため、リアルタイムでテレビを視聴することになる。一方で雑誌や本は好きな時に見られるメディアである。しかも、活字の力というよりは、その絵（画）の力でこどもの心を捉えたことになる。

### (160) Patrick W. Galbraith. *Otaku and the Struggle for Imagination in Japan* (2019)

Patrick W. Galbraith. *Otaku and the Struggle for Imagination in Japan* (Duke University Press, 2019) のおもな内容は以下の通りである。

Dedication / Acknowledgments
Introduction　"Otaku" and the Struggle for Imagination in Japan
1　Seeking an Alternative: "Male Sojo Fans since the 1970s
2　"Otaku" Research and Reality Problems
3　Moe: An Affective Response to Fictional Characters
4　Akihabara: "Otaku" and Contested Imaginaries in Japan
5　Maid Cafés: Relations with Fictional and Real Others in Spaces Between
Conclusion.　Eshi 100: The Politics of Japanese, "Otaku," Popular Culture in Akihabara and Beyond

ここでは“2　'Otaku' Research and Reality Problems”に注目しておきたい。冒頭は次のように始まる

In 2001, when cultural critic Azuma Hiroki began his fluential book on postmodernism with the sentence “I suppose that everyone has heard of 'otaku'” (Azuma[2001]2009,3), he was acknowledging decades of discourse in Japan.　When his book was translated into English in 2009, the title was changed to *Otaku*, a decision that speaks t decades of global interest in this aspect of Japan.　Since appearing untranslated on the cover of the premiere issue of *Wired* magazine om 1993, being introduced in William Gibson's novel Idoru in 1996, and making its way into the Oxford English Dictionary in 2007, “otaku” is a word that, like “sushi” and “geisha,” is now part of the English language (Schodt 2009, 6).　Be it in the Japanese-speaking world in 2001 or the anglophone world in 2009, Azuma is right to assume that people have heard of “otaku,” but that does not correspond to everyone knowing what the word means.　And what does it mean for those who think that they know?　The assumption of knowledge about “otaku” tends to close down discussion of what is known, and how, and to

reinforce received stereotypes. [803]

(Azuma[2001]2009,3)とは東浩紀『動物化するポストモダン―オタクから見た日本社会』(講談社、2001 年 11 月)とその英訳である Jonathan E. Abel and Shion Kono, translators. Otaku: Japan's Database Animals (University of Minnesota Press, 2009)、(Schodt 2009, 6)とは Frederik L. Schodt "Foreword" (Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia: An Insider's Guide to the Subculture of Cool Japan* (Kodansha International, 2009)のことである。

オタクが世の中で認知されるよう契機となった『漫画ブリッコ』に掲載された中森明夫「『おたく』の研究（1）―街には『おたく』がいっぱい」(『漫画ブリッコ』1983 年 6 月号、セルフ出版）によるが、この漫画雑誌自体がロリコンとの関係があったため、オタクとロリコンはセットで扱われることが多い。

In the eyes of Eji Sonta, "otaku" are not only abnormal but also a "real problem," which requires some unpacking. To begin, it is important to keep in mind that the discussion of "otaku" here is entangled with them term "lolicon," which had a very specific meaning. Among manga/anime fans in the early 1980s, as editor and critic Akagi Akira points out, "lolicon" was used in reference to "an existence that seeks two-dimensional images (manga, anime) rather than realistic things" (Akagi 1993, 230). In addition to two-dimensional images, Akagi continues, lolicon was associated with desire and affection for "cuteness" (*kawaii-rashisa*) and "girl-ness" (*shōjo-sei*). While it may seem idiosyncratic, in fact Akagi's understanding of lolicon resonated with Azuma Hideo' professed love of "roundness" (*maru-kkoi no ga suki*), which he connects to manga, cuteness, and something "girly" (*shōjo-pposa*). Azume's bishōjo are characterized by their cuteness and "lack of reality" (Azuma and Yamada 2011, 30), and the success of his commercial work and fanzies, not to mention the subsequent lolicon boom, heralded burgeoning support for the manga/anime aesthetic as opposed to realism. [804]

(Akagi 1993, 230)とは Akagi Akira “Bishōjo shōkōgun: Roikon to iu yokubo.” (*Nyū feminizumu rebyū*3:230-34)とあるが、こえは赤木旭「美少女症候群露イコンという欲望」(『ニューフェミニズム・レビュー』第 3 号、学陽書房、1992 年 3 月)、(Azuma and Yamada 2011, 30)とは『吾妻ひでお〈総特集〉美少女・SF・不条理ギャグ、そして失踪』(河出書房新社、2011 年 4 月)の中の「吾妻ひでお 25000 字ロングインタビュー」である。

オタクやオタク文化をとりあげれば、「ロリコン」や「美少女」というのはキーワードとなる。虚構の世界などと結び付き、しばしば「萌え」や「戦闘美少女」などとも結びつく。

### (161) 松下戦具「広義化した『オタク』の整理―オタクファッションを考察するために」(2019)

松下戦具「広義化した『オタク』の整理―オタクファッションを考察するために」(『大阪樟蔭女子大学研究紀要』第 9 巻、大阪樟蔭女子大学、2019 年 1 月)のおもな内容は次の通りである。

はじめに
本論における留意点
一般的なオタクの定義
オタクを分類する目的
オタク二軸分類モデルの提案
各象限のファッション
第一象限(典型的なオタク)
第二象限
第三象限
第四象限
ファッションオタク
今後のオタクのファッション

本論文の限界と展望

本論文は中森明夫「『おたく』研究　街には『おたく』がいっぱい」(1983)が、オタクのファッションに注目していることから、オタクの特徴的な服装、すなわちファッションを取り上げたものである。ここでも当然「オタク」の定義について取り上げている。

オタクという語は、もとは非常にネガティブな意味合いであった。オタクという語を使われ始めたのが 1980 年代中頃である。この語の普及のきっかけは、コミックマーケット（漫画の同人誌即売会）に集まるマニアックな漫画ファンに言及したコラム記事（中森、1983）であるといわれている。その記事の中では、コミックまーケットの参加者の服装と客姿が卑下され、「普段はクラスの片隅でさぁ、目立たなく暗い目をして、友達の一人もいない、そんな奴ら」という表現がされている。

しかし 90 年代になると、何かにのめりこんでいる人を指して広くオタクと呼ばれるようになった。例えば 1990 年には、京都大学教養部教授（当時）森毅は数学オリンピックについて、「数学オリンピックの世界やね。これに出るのは、受験体制を乗り越えたてオタクしている子ですよね」と表現している（朝日新聞、1990）。

このような広義化の流れは、国語辞典の中にも見ることができる。Table1 は広辞苑、大辞林、岩波国語辞典におけるオタク（見出しは「おたく」とひらがな表記）に関する記述の抜粋である。こられの中で最も掲載の早いものは大辞林で、95 年の版で採録されている。国語辞典に採録されているということは、この時期にはすでに流行語としてではなく、一般的な語として定着したものと考えてよい。その一方で広辞苑の第 5 版（1998 年）では、まだ「社会的常識に欠ける」というような直接的なネガティブ表現が含まれている。しかし、第 7 版（2018 年）になると、それに相当するうっぷんは「他への関心が薄く世間との付き合いに疎い人」という、やや婉曲的な表現に変えられ、さらに「また広く、特定の趣味に過度にのめりこんでいる人」と広義のオタクも追記されている。

現在ではさらにオタクの広義化が進んでいるようである。必ずしも「過度にのめりこんで」いなくても、何かに関してややこだわりあるだけでオタクと称することも少なくない。今やオタクは、当初のようにごく一部の人だけを指す言葉ではない。何らかのことにこだわりがあったり献身していればオタクと呼ばれることがある。(805)

(朝日新聞、1990)とは「数学オリンピック銀メダルの2高校生に聞く」(『朝日新聞』(8月7日夕刊、第3面)のことである。

オタクの定義を分析し、オタク像には2つの要因があるとしている。

複数の国語辞典(Table1)に共通して記述されている典型的なオタク像は、2つの要因で構成されていることがわかる。1つ目は、興味の対象が何かに集中しているということである。2つ目は、自分の世界に閉じこもりがちという性格特性である。これらの組み合わせによってオタクを規定できると考えられる。(806)

(Table1)は掲載を省略した。国語辞典からオタクの定義を抽出したものだが、『広辞苑』には1991年(第5版)には見出し語が無いことを示し、以降最新の2018年(第7版)までの定義の変遷、『大辞林』についても1988年(初版)には見出し語がないことを示し、以降は1995年(第2版)、2006年(第3版)の定義の変遷、『岩波国語辞典』については2000年(第6版)には見出し語なし、2011年(第7版)の定義を紹介している。

### (162) 小林義寛「『文化(the cultural)』の文脈化―あるいは雑種化と土着化―」(2019)

小林義寛「『文化(the cultural)』の文脈化―あるいは雑種化と土着化―」は山本賢二・小川浩一編『国際コミュニケーションとメディア―東アジアの諸相―』(学文社、2019年3月)に収録された論文のひとつである。そのおもな内

容は以下の通りである。

1　オタク発見―「はじめに」に代えて
2　日本のポップ・コンテンツの広がり
3　コスプレの文脈化
4　グローバルな文脈のなかで―「結び」に代えて

「1　オタク発見―「はじめに」に代えて」では次のように述べている。

周知のように、これは、中森明夫によって1983年に使用され、その後「幼女連続誘拐殺人事件」を契機に広範に流通するようになった。その際、今世紀初頭くらいまでの間は、強く負のイメージをともなっていた。いわゆる犯罪予備軍やサイコパスといったニュアンスが強くまとわりついて存在したといってよいだろう。現実的には筆者は、さらに女性ジャンダー化された意味も帯びていたと考えている。アニメ、マンガ、テレビ、雑誌などのようなものへの耽溺、それは「女こどものもの」とされてきたものに対する、青年、成人後の男性の愛好の様子を示していた。オタク男性中心としてコミケ（コミックマーケット）などに焦点があてられたりしたが、実際上コミケ自体は膨大な女性参加者によって支えられている側面が大きい。それにもかかわらず、各種のメディアなどでは男性がフィーチャーされた。いいかえれば、男性のなかで女性化された存在がオタクであるともいえる。当然のように、男性のなかで女性化された存在は女性からも蔑まれ、疎まれた。

このオタク像が90年代末とりわけ今世紀に入ってから秋葉原の街の変容とともに好転化されていく。クール・ジャパンやコンテツ立国の中核をなす日本産コンテンツへの愛好が造詣の深さへとして高評価に変わっていく。それにあたっては、海外からのオタクへの視線が大きく影響していよう。
（807）

## （163）佐々木隆『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係　増補版』

**(2019)**

佐々木隆『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係　増補版』(武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2019 年 5 月）は『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係』(武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2018 年 10 月）の増補版である。初版では、「オタク研究」として 34 の文献を取り上げ、増補版では 47 の文献を取り上げた。中には本文で取り上げてものを項目にしたものもある。追加した文献は以下の通りである。

(3) 浅羽通明『天使の天国』(1991)
(7) 岡田斗司夫『オタクの迷い道』(1999)
(12)『ユリイカ』(総特集◎オタク VS サブカル！) (第 37 巻第 9 号) (2005)
(13) 野村総合研究所オタク市場予測チーム『オタク市場の研究』(2005)
(14) オタク文化研究会『オタク用語の基礎知識』(2006)
(18) 早川清他編著『メイド喫茶で会いましょう』(2018)
(21) 吉本たいまつ『おたくの起源』(2009)
(22) 金田一「乙」彦・編『オタク語事典』(2009)
(23) 藤原実『現代オタク用語の基礎知識』(2009)
(39) 山岡重行『腐女子への心理学』(2016)
(40) 株式会社ライブ編『二次元世界に強くなる現代オタクの基礎知識』(2017)
(46) 平成オタク研究会編『図解　平成オタク 30 年史』(2018)
(47) 佐々木隆『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係』(2018)

追加の中心はオタクを定義しているものに注目したため、オタク用語事典類が多くなったことに加え、平成という時代をまとめた平成オタク研究会編『図解平成オタク 30 年史』(2018）は必読書と言ってもよいだろう。

**(164) はちこ『中華オタク用語辞典』(2019)**

はちこ『中華オタク用語辞典』(文学通信、2019 年 6 月）の著者は、現代中

華オタク文化研究会の主催者である。中国人として日本語を学び、中国語のオタク用語をまとめたものである。本書のおもな内容は以下の通りである。

１章　一般化したオタク用語
２章　マンガ・アニメ・ゲーム用語
３章　二次創作用語
４章　オタク的ネット用語
コラム❶　中華オタク的！オタク史―10 年前から現在までのネットサービスを振り返る
５章　アイドルオタク用語
６章　大人向けオタク用語
７章　オタク的四次熟語
コラム❷　中華オタク的！SNS デビューの Tips―意味不明な言葉の羅列をどう読み解くか？
索引

ここでは「御宅族 [yùzháizú]」の定義を紹介しておきたい。

意味　オタク
解説　「御宅族」は日本語の「オタク」を漢字で表記し、共通の属性を持つグループを意味する「族」を付け加えた、中華圏で広く使われるなじみ深いオタク用語である。

中国語の「御宅族」の命名者や命名年は文献として残されていないが、一般的にインターネットが早い段階で普及した台湾か香港のネット掲示板が発祥だと思われる。2000 年以後、日本で大ヒットしたオタク主人公のドラマ「電車男」（伊藤淳史・伊東美咲主演）が大陸・台湾・香港で次々とオンエアされ、「御宅族」という言葉の拡散に拍車をかけた。しかし、マスメディアがこうしたオタク文化現象を取り上げる際に、「オタク」の語源をよく理解せず、文字だけを見て解釈してしまい、「宅」＝「在宅」という誤った使い方をしてしまった。その結果、いまだに「尼特 (nítè)＝ニート」「家里蹲

(jiālǐdūn)＝引きこもり」が類義語として一般人に広く認識されている。例えば、台湾のあるバラエティー番組では女の子を「宅男女神（zháinán nûshén)＝オタクの女神」と呼ぶが、大抵の場合オタクとは関係なく、単純にネット上で話題になったかわいい子を指していた。(808)

## (165) 菊地映輝「都市空間におけるサブカルチャーの政策的振興に関する研究―文化装置論から見るコスプレ文化」(2019)

菊地映輝「都市空間におけるサブカルチャーの政策的振興に関する研究―文化装置論から見るコスプレ文化」は慶應義塾大学に提出された博士論文である。以下は公開されている内容である。

学位の種類：　博士（政策・メディア）
報告番号：　甲第5162号
学位授与年月日：2019年8月1日

おもな内容は以下の通りである

第 1章　問題の所在
第 2章　先行研究の文献
第 3章　文化装置論の構築
第 4章　オタク文化
第 5章　コスプレ文化
第 6章　事例紹介とそれぞれの位置づけ
第 7章　秋葉原：コスプレ文化にとっての文化装置とはどのようなものか？
第 8章　お台場：一時専有型の文化装置
第 9章　池袋：文化装置を活用した文化振興は可能か？
第10章　埼玉県宮代町：文化装置を活用した地域活性は可能か？
第11章　世界遺産：文化装置が生むコンフリクト

第 12 章　考察
第 13 章　結論
参考文献
謝辞

この博士論文の要旨の以下の通りである。

近年、日本発のサブカルチャーが海外で人気を博している。その一方で、海外において日本から持ち込まれたサブカルチャーが独自に成長し、日本に逆輸入されるという現象も見られるになっている。日本はサブカルチャー之創始国ということで胡坐をかいているだけでなく、サブカルチャーの発展を試みることが求められている。しかしながら、サブカルチャーの国際的な競争力強化を目指すクールジャパン政策や文化の振興を担う文化政策では、これまでうまくサブカルチャーを振興させることが出来ていなかった。そのような中で、本論文は「文化装置論」という独自の概念を持ってサブカルチャーを政策的に振興させる可能性を議論した。本論文では、まず文化やサブカルチャーといった語句を定義した。そして、その上で文化政策にまつわる研究の限界を確認した。日本の文化政策においては、政策主体は公的セクターであると考えられている。さらに、サブカルチャーに関しては文化政策の主たる手段である給付政策や保護政策ではカバーできないものとして、文化の担い手の自主性や市場原理に成長を委ねられていた。つまり、これまで政策的にはサブカルチャーの振興がきちんと扱ってこられなかったということである。本論文では、都市社会学のクロード・S・フィッシャー（Claude S. Fischer）の議論と、山口昌男や増淵敏之ら日本の学者らによって議論されてきた文化装置に関する議論を接続し、筆者オリジナルの文化装置論を提唱した。本論文での文化装置の定義は「下位文化を育み、維持する空間。(a) 人々の下位文化に関するアイデンティティ維持、(b) 同じ下位文化を愛好する人々とのネットワーク形成、(c) 下位文化の活動維持のための手段・情報の提供、という機能を持つ」というものである。本論文ではサブカルチャーの中でも、オタク文化、特にコスプレ文化にフォーカスを当て、文化装置論の

有用性について事例を挙げて検討した。具体的には秋葉原、お台場、池袋、埼玉県宮代町の 4 つのエリアと、世界遺産でのコスプレという 1 つの現象が事例である。これらの事例をもって、コスプレ文化における文化装置がどういうものであり、文化装置を政策的に扱うというものがどういうものかを示すことができた。(809)

「第 1 章　問題の所在」は博士論文の冒頭である。

2010 年代、日本発のサブカルチャーに対する注目は日に日に大きくなっていた。たとえば 2017 年に新海誠が監督を務めたアニメ映画『君の名は。』が、日本国内のみならずアジアを中心に世界各国で大ヒットを記録していた。アニメ、マンガ、ゲームなどを、サブカ ルチャーとして捉えようとすると「オタク文化」に大別される。オタクという言葉が誕生した当初、オタクはマイノリティに属する存在であったが、今日においては若者層を中心に市民権を獲得するまでになりつつある。また、オタクがアルファベットで otaku として 表記され、国外に伝搬していったことからも明らかな通り、アニメやマンガを日本的な様 式と態度で消費する外国人は世界中に存在する。こうした流れの中で、オタク文化に限らず、日本国内で育まれたサブカルチャーを海外に積極的に輸出しようという政府の試みがクールジャパン政策を中心に行われるようになっている。 クールジャパン政策の成否は後に触れるが、ここで注目したいのは、日本発のサブカル チャーが海外で隆盛を極めると同時に、そのサブカルチャーの影響を受け、あるいはそれを模倣する形で、海外でもサブカルチャーが育ちつつあるということである。たとえば、近年の韓国や中国で制作されたアニメ、マンガ、ゲームなどのコンテンツ作品のクオリティは大幅に向上しており、そうした国々で製作された作品が日本国内にも持ち込まれ、だんだんと日本人からの人気を博すようになっている。また日本から持ち込まれたロリータ ファッションが、中国の一部の愛好者に根付き、中国独自のロリータファッションブラン ドが誕生して、日本国内でも紹介されるようになっているともいう 1。このように日本発のサブカルチャーであったとしても、それが輸出された

先の国で独自に成長し、いつの間に か日本のライバルとして立ち現れるようになった時代が到来している。そうした状況下に おいて、日本はサブカルチャーの創始国ということで胡座をかいているだけで良いのだろうか。（810）

オタクに関する研究では秋葉原、東池袋だけでなく、最近ではお台場もよく取り上げられる。こうした場所は文化装置として、その場における施設の役割やコスプレが注目される。

「第４章　オタク文化」にも注目しておきたい。

若者たちの間でオタクという言葉は他人から付与されるスティグマではなく、自ら使うことで自分自身を表現する言葉へと変化し、それがノーマルな状態として認識されているのである。

それでは、このような変化はいつから生じているのか。辻と岡部は、2005年の『電車男』ブームを契機として挙げている。『電車男』ブームに関しては、秋葉原の事例を扱う章でも再度述べる。

電車男ブームに加えて、近年の政府や行政からの注目もオタクイメージをポジティブなものにしたと思われる。オタク文化であるアニメやマンガなどのコンテンツ作品製作とその輸出を振興する「Cool Japan」戦略が進められるなど、日本の新たな資源としてオタク文化が注目されているのである。その背景には、日本が強大な政治力・軍事力を背景にした「ソフトパワー」論ではなく、「クールジャパン」論を導きとした「クール・パワー」の創造強化に努めることが国際社会でむしろ影響力を持つのではないかという考えが存在する（青木 2012: 302）。オタク文化を利用して、日本の影響力を強めようという政府の意図が存在するのである。このことに関しては、先にも述べた通り、辻・岡部らが取り上げた 2009 年に行われた調査結果でも若者の約 7 割が「『オタク文化』は日本を代表する文化だ」と肯定的に回答していたことも関係していると思われる。

ここでオタクやオタク文化に対する学術的研究についても目配せしてお

きたい。そこではオタクがどのような存在であるのかに対する理解は進められているが、オタク文化を振興する政策学的アプローチは不十分なように思われる。

まずオタク研究の中で最も有名かつ古典とも言われるものは、東浩紀による議論である（東 2001）。東のオタクに対する定義は本論文でも採用している。次に、オタクという概念が社会の中でどのように扱われたり、発展しているのかを議論したりする研究も存在している（難波 2007; 永田 2011 など）。

都市空間とオタク文化的との関わりを論じた研究も複数存在している。中でも、最も有名なのが、森川嘉一郎による秋葉原の研究であろう（森川 2003）。森川は、それまで家電製品を中心に扱う電気街だった秋葉原が、90 年代以降に日本を代表するオタクの聖地へと変貌していった事実を多角的な観点から検討している。森川が取り上げた秋葉原もそうであるが、これまでオタクと都市空間との関わりが論じられる際には「聖地」と呼ばれる場所が取り沙汰されてきた。具体的には、東京であれば秋葉原、池袋、中野がそうであり（長田・鈴木 2009; マイナビ 2014）、秋葉原と同じく電気街から発達した大阪の日本橋も「西の秋葉原」として同じく聖地に認定されている。これら聖地に共通する特徴としては、「オタク趣味の専門店」（森川 2003:36）、すなわちオタク文化の商品を専門に扱ったり、オタク文化に関連するサービスを専門に提供したりする商業店舗が集積していることが挙げられよう。(811)

（青木　2012：302）については参考文献一覧には記載されていない。（東 2001）とは東浩紀『動物化するポストモダン―オタクから見た日本社会』（講談社、2001 年）のこと、（難波　2007;永田　2011）とは難波功士『族の系譜―ユース・サブカルチャーズの戦後史』（青弓社、2007 年）、永田大輔「『アニメおたく／オタク』の形成におけるビデオとアニメ雑誌の『かわり』―アニメ雑誌『アニメージュ』の分析から」（『社会学ジャーナル』第 36 号、pp.59-79）のことである。（森川　2003）とは森川嘉一郎『趣都の誕生　萌える都市アキハバラ』（幻冬舎、2003 年）のことで、マイナビ『秋葉原・中野ブロード

ウェイ・池袋乙女ロード―東京 3 大聖地攻略ガイド 2014』（マイナビ、2014 年）のことで、（長田・鈴木　2009；マイナビ　2014）とは長田進・鈴木彩乃「都市におけるオタク文化の位置付け―秋葉原と池袋を舞台とする比較研究」（『慶應義塾大学日吉紀要　社会科学』第 20 号、2009 年、pp.43-72）のことである。

「第 13 章　結論」にも注目しておきたい。

本論文の問いは「オタク文化、特にコスプレ文化を対象に、都市空間内でどのような振興政策があり得るのか」というものである。それに対する答えとしては、行政は（1）路上をコスプレイヤーに開放し、（2）自らの地域をオタクやコスプレイヤーが活躍する街としてブランディングし、（3）「空間の無色性」を有した空間を確保することを政策として 行うことで、下位文化ディストリクト形成に繋がる環境条件を整えることが出来る。そし て、それが文化装置を都市空間内に集積させることに繋がるというものである。これはオタク文化の中でもコスプレ文化に限って言えるものである。一見したところ他の下位文化 にも適応可能な知見のように見えるが、それを言うためにはきちんと検証を行うことが必 要である。本論文が提示した文化装置論の意義としては次の点を挙げられるだろう。まず、これま で実態を伴っておらず直接的に操作することが困難だった文化を、文化装置論を間にかま せることで間接的に操作することができる。そのことを本論文ではオタク文化の中でも特 にコスプレ文化を事例に明らかにしたものである。文化装置という媒介があれば、文化という実態がないものを直接的に操作できなくとも、文化が生まれ育つ場所を創り出すことによって文化を振興することができるということを意味する。また都市開発の現場におい ても、文化装置を都市空間に埋め込むことによって文化を生み出す街づくりが行えるようになる。これまで文化政策ではハイカルチャーを中心とし、サブカルチャーに関する文化振興政策というものを積極的には論じられてこなかった。また日本の文化政策は、主に民間の文化芸術機関に対し資金助成や施設供給などを行う「文化の振興と普及」と、文化財保護に違反する対象に行政処分を行う「文化財の保護」の 2 つの領域からなっていた。それに対

して、本論文では、下位文化ディストリクト形成のための環境条件を整備するという文化装置論的政策論とも呼べる新たな文化政策の可能性を提示できたのではないだろうか。(812)

なお、博士論文全文がインターネット上に公開されている。

## (166) 佐々木隆『書誌から見た「オタク」研究』(2019)

佐々木隆『書誌から見た「オタク」研究』(多生堂、2019 年 10 月)は拙著『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係　増補版』(武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2019 年 5 月、電子書籍［PDF］)の「第２章　『オタク』とは何か」を独立させ、さらに内容の充実を図り、内容も「オタク」研究を書誌的に分析する方向として改題し、『書誌から見た「オタク」研究』としたものである。その主な内容は以下の通りである。

プロローグ
序『オタク』とは何か
1　オタク前史
2　オタクの誕生と発見
3　幼女連続殺人事件の影響
4　オタクの定義
5　『おたく』と『オタク』
6　オタクの気質
7　『オタク文化』とは
8　オタクの変遷
9　オタク研究
10　腐女子研究
11　オタク・腐女子・LGBT の映画、ドラマ
12　気になる TV 番組

「9　オタク研究」では 75 の文献を、「10　腐女子研究」では 17 の文献を取り上げた。それぞれ取り上げた文献を紹介しておきたい。

「9　オタク研究」

（1）『おたくの本』（別冊宝島 104 号）（1989）
（2）中島梓『コミュニケーション不全症候群』（1991）
（3）浅羽通明『天使の天国』（1991）
（4）大澤真幸『電子メディア論』（1995）
（5）岡田斗司夫『オタク学入門』(1996)
（6）Mark Schilling.　*The Encyclopedia of Japanese Pop Culture* (1997)
（7）岡田斗司夫「新『オタク文化』講座」（1997）
（8）岡田斗司夫『オタクの迷い道』（1999）
（9）斎藤環『戦闘美少女の精神分析』（2000）
（10）Sharon Kinsella.　*Adult Manga* (2000)
（11）東浩紀『動物化するポストモダン』(2001)
（12）森川嘉一郎『趣都の誕生』（2003）
（13）村瀬ひろみ「オタクというオーディエンス」(2003)
（14）大塚英志『「おたく」の精神史―1980 年代論』(2004)
（15）国際交流基金／森川嘉一郎編『おたく：人格＝空間＝都市』(2004)
（16）『ユリイカ』（総特集◎オタクＶＳサブカル！）（第 37 巻第 9 号）(2005)
（17）野村総合研究所オタク市場予想チーム『オタク市場の研究』(2005)
（18）オタク文化研究会『オタク用語の基礎知識』（2006）
（19）牟田武生『ジャパンクール』（2006）
（20）神澤孝宣「二極化するキャラクター消費」（2007）
（21）岡田斗司夫・唐沢俊一『オタク論！』(2007)
（22）『2008　オタク産業白書』(2007)
（23）Ken Gelder.　*Subcultures* (2007)
（24）ヒロヤス・カイ『オタクの考察』(2008)

(25) 岡田斗司夫『オタクはすでに死んでいる』(2008)
(26) 早川清他編著『メイド喫茶で会いましょう』(2008)
(27) 江藤茂博『オタク文化と蔓延する「ニセモノ」ビジネス』(2008)
(28) 松谷創一郎「<オタク問題>の四半世紀」(2008)
(29)『國文学』(特集:「萌え」の正体)(2008)
(30) 清水信一『ル・オタク　フランスおたく物語』(2009)
(31) 吉本たいまつ『おたくの起源』(2009)
(32) 金田一「乙」彦・編『オタク語事典』(2009)
(33) 藤原実『現代オタク用語の基礎知識』(2009)
(34) 榎本秋編『オタクの面白いほどわかる本』(2009)
(35) 折原由梨「おたくの消費行動の先進性について」(2009)
(36) Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia* (2009)
(37) 浅野智彦「コミュニケーションの失敗／自閉するアイデンティティ」(2009)
(38) William M. Tsutsui. *Japanese Popular Culture and Globalization* (2010)
(39) 前島賢『セカイ系とは何か』(2010)
(40) 脇坂幸恵『幻根と幻蕾の精神“オタク”女性たちとなりきりメールについて』(2010)
(41) 暮沢剛巳『キャラクター文化入門』(2010)
(42) 安田誠『オタクのリアル』(2011)
(43) Patrick W. Galbraith. *Otaku Spaces* (2012)
(44) Mizuko Ito, Daisuke Okabe, and Izumi Tsuji, editors. *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World* (2012)
(45) Patrick W. Galbraith. *Becoming-otaku: men, girls and movement in Akihabara* (2012)
(46) 辻泉「アニメーション・マニア、オタクという幻想」(2012)
(47) 辻泉「オタクの現在を考える」(2012)
(48) 佐々木隆『オタク文化論』(2012)
(49) 浅野智彦『「若者」とは誰か』(2013)

(50) 寺尾幸紘『オタクの心をつかめ』(2013)
(51) 薄葉彬貢『世界アニメ・マンガ消費行動レポート』(2014)
(52) 加藤裕康「若者論とオタク論の系譜」(2014)
(53) 今井信治『メディア空間における「場所」と共同性』: オタク文化をめぐる宗教社会学的研究』(2014)
(54) Patrick W. Galbraith, Thiam Huat Kam, and Björn-Ole Kamm, editors. *Debating Otaku in Contemporary Japan* (2015)
(55) しめすへん『現代オタク論』(2015)
(56) 原田曜平『新・オタク経済』(2015)
(57) 片瀬一男『若者の戦後史』(2015)
(58) 羽生雄毅『OTAKU エリート』(2016)
(59) 山岡重行『腐女子の心理学』(2016)
(60) 王另瀟「『オタク論』と系譜学」(2016)
(61) 佐々木隆『ポップカルチャー論』(2016)
(62) Philip Seaton and and Takayoshi Yamamura, editors. *Japanese Popular Cutlure and Contents Tourism* (2017)
(63) 辻泉「オタクたちの変貌」(2007)
(64) 王另瀟『オタク的なアイデンティティと欲望』(2017)
(65) 大泉実成『オタクとは何か？』(2017)
(66) 株式会社ライブ編『二次元世界に強くなる現代オタクの基礎知識』(2017)
(67) Howexpert Press and Jessica Roar. *Otaku 101: An Introductory Guide to Learning About the Otaku Pop Culture, Anime, Manga, and More!* (2018)
(68) 今井真治『オタク文化と宗教の臨界』(2018)
(69) 宇野常寛『若い読者のためのサブカルチャー論講義録』(2018)
(70) 平成オタク研究会編『図解　平成オタク 30 年史』(2018)
(71) 佐々木隆『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係』(2018)
(72) 松下戦具「広義化した『オタク』の整理―オタクファッションを考察するために」(2019)

(73) 小林義寛「『文化 (the cultural)』の文脈化―あるいは雑種化と土着化―」(2019)
(74) 佐々木隆『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係　増補版』(2019)
(75) はちこ『中華オタク用語辞典』(2019)

「10　腐女子研究」
（1）「腐女子」の定義
（2）荷宮和子『おたく少女の経済学』(1995)
（3）『ユリイカ』(総特集◎文化系女子カタログ)(第 37 巻第 12 号)(2005)
（4）山本文子&BL サポータズ『やっぱりボーイズラブが好き』(2005)
（5）杉浦由美子『オタク女子研究』(2006)
（6）杉浦由美子『腐女子化する世界』(2006)
（7）『ユリイカ』(総特集◎腐女子マンガ体系)(第 39 巻第 7 号)(2007)
（8）『ユリイカ』(総特集◎BL スタディーズ)(第 39 巻第 16 号)(2007)
（9）岡田斗司夫『オタクはすでに死んでいる』(2008)
(10) 石田美紀『密やかな教育―＜よおい・ボーイズラブ＞前史』(2008)
(11) 堀あきこ『欲望のコード』(2009)
(12) 杉浦由美子『101 人の腐女子とイケメン王子』(2009)
(13) かつくら編集部『腐女子語事典』(2013)
(14) 石田喜美＋岡部大介「『少女文化』の中の腐女子」(2014)
(15)『美術手帖』(特集：ボーイズラブ)(第 66 巻第 1016 号)(2014)
(16) 山岡重行『腐女子の心理学』(2016)
(17) サンキュータツオ・春日太一『ボクたちの BL 論』(2018)
(18) はちこ『中華オタク用語辞典』(2019)

「（1）『腐女子』の定義」は文献ではないため、これを除けば直接取り上げた文献は 17 となる。

「11　オタク・腐女子・LGBT の映画、ドラマ」では 17 の作品を取り上げた。「12　気になる TV 番組」では 4 つの番組を取り上げた。中心となるのは

「9　オタク研究」である。

### (167) 中山淳雄『オタク経済圏創世記』(2019)

中山淳雄『オタク経済圏創世記　GAFA の次は 2.5 次元コミュニティが世界の主役になる件』（日経 BP、2019 年 11 月）のおもな内容は以下の通りである。

序　章　オタクが席巻する世界
第１章　２次元の成長期：ニッチがマスになる
第２章　２．５次元のライブコンテンツ創世記
第３章　オタク経済圏のグローバル化
第４章　３次元の逡巡：プラットフォームの時代からコミュニティの時代へ
第５章　日本型グローバル経営２．５

「序章　オタクが席巻する世界」では『オタク経済圏創世記』の意図が書かれているので紹介しておきたい。

私にはオタクジャンルが 21 世紀に入って海外でウケている傾向と、新日本プロレスが米国でウケている潮流が、同じ流れのなかにあるように思える。映画『君の名は。』は日本で 232 億円、中国で 95 億円の大ヒットとなった。2004 年に PC の美少女ゲームからはじまった『Fate』シリーズも、そこから数多くのアニメ作品が生まれ、モバイルゲームの『Fate/Gand Order（通称 FGO)』となって 2015 年リリースされたことから 600 万ダウンロード、3400 億円もの収益を稼ぐ大ヒットに成長した。それに加えて海外市場からも 700 万ダウンロード、売り上げ 600 億円を集めるグローバルコンテンツとなっている。「ラブライブ！」や「ソードアート・オンライン」などのように、いままで、「日本のオタク向け」にみえていた作品が、米国・中国を通信にした海外ユーザーにも火をつけ、創造を越えた消費のされ方をしている。(813)

今やゲームコンテンツの持つ経済効果は絶大ということになる。インターネット時代を迎え、ネット上からダウンロードできるこの手法はまさにインターネット時代を迎えた新しい戦略であり、購買力を促進させる大きな力でもある。

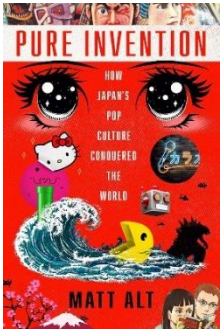
こうした現象は20世紀においても単発的にあったものの、21世紀に入ってからの盛り上がり方は恒久的な広がりをもつようになってきている。マンガ・アニメ・ゲームを代表とするオタク向け商品は、もはや1つの文化商品として、海外で受け入れられている。

本書は、このオタク文化商品が国内で生成され、マスカルチャーとなる過程、それがグローバルにおいても消費されるようになる過程を分析することを目的に書かれたものである。(814)

本書の内容は奥付の著者中山の経歴、バンダイナムコスタジオでバンクーバー、マレーシアで新規事業会社を立ち上げ、2016年からプロシードインターナショナル社長としてシンガポールに駐在して、日本コンテンツ（カードゲーム、アニメ、モバイルゲーム、イベント、プロレス）を海外展開して実績に基づくものだ。

### (168) Matt Alt. *Pure Invention* (2020)

Matt Alt. *Pure Invention: How Japan's Pop Culture Conquered the World* (Crown, 2020)のおもな内容は以下の通りである。




Introduction
PART I
1: Tin Men
2: The Revolution Will Be Televised
3: Everybody Is a Star
4: Cult of Cure

5: Plugging In and Dropping Out
PART II
6: Empire of the Schoolgirls
7: A New Anime Century
8: Gaming the World
9: The Antisocial Network
Eqilogue

なお、本書には翻訳がある。マット・アルト／村井章子訳『新ジャポニズム産業史 1945-2020』（日経 BP、2021 年 7 月）である。しかし、原書と翻訳本のタイトルがあまりにも異なっているため、翻訳書があることを見逃しやすいため、あえてここで紹介する。なおここでは「オタク」に関する箇所を取り上げておきたい。

“otaku”に関する事項についてここでは注目しておきたい。

The stories of their creators have rarely been told in either English or Japanese. The survivor of a fallen city who transformed literal trash into globally coveted playthings. A medical student, very nearly expelled from school for cartooning during lectures, who elevated comics from kid stuff into a shorthand for adolescent rebellion around the world. A talented college co-ed shut out by the make-dominated business world who turned a simple sketch of a kitty into the single most recognized icon of feminine power. And the secretive, and until now largely anonymous, *otaku* who channeled a generation's ennui and rage online, nourishing the growth of fringe political movements across the planet. (815)

ファンタジー・デリバリー・デバイスの作り手たちの物語は、英語はおろか日本語でもほとんど語られたことがない。廃墟と化した都市でゴミから世界中が欲しがる玩具を生み出した一人の職人。授業中に漫画を描いて退学寸

前になりながらも、子供の読み物だった漫画を青年の反逆と成長の物語に昇華させ、世界に広めた医学生。子猫のかんたんなスケッチを世界で最もほく知られるアイコンに押し上げ、女性の力を誇示しながらも、男性優位のビジネスの世界から去っていった有能なデザイナー。そいて若者世代の憂鬱と怒りをオンラインにぶつけたオタクたちや、世界各地で政治活動を組織した大勢の匿名の投稿者たち…。(816)

原文では“their creators”を翻訳では前のパラグラフから「ファンタジー・デリバリー・デバイス」と訳している。

マット・アルトはアメリカと日本の状況を比較して、アニメファンの行動について次のように述べている。

Americans had no shortage of die-hard Trekkies and *Star Wars* fans, but theirs was more a scene of camaraderie over a shared interest. Anime hyper-connoisseurs used the information and merchandise they hoarded to create entirely new identities outside of the mainstream. Some of the most ardent fans declared that they had a “2D complex”—more of a romantic attraction to illustrations than human partners. It was 1983 when a young journalist by the name of Akio Nakamori finally coined the term that would define this motley new generation of obsessive pop-cultural enthusiasts: *otaku*.

Nakamori, then twenty-three, had been assigned to cover Comic Market. Since its founding in 1975, it had grown into a biannual event that played host to as many as ten thousand visitors. Just as in its earliest days, the majority of the content there consisted of *yaoi*: those erotic parodies featuring homosexual hook-ups between the male characters of popular manga, drawn by and for women. But right round 1979, something interesting started happening. The boys began pushing back. A new genre of illustrated fan fiction began sweeping Comic Market: *lolicon*, short for “Loita complex,” a genre involving supercute, underage-seeming

female cartoon characters in sexual situations.　It all started as a joke

"I couldn't understand why *yaoi* was so popular at Comiket," explained Hiroki Azuma, widely credited with producing the first *lolicon* comic, in a interview.(817)

アメリカ人にも『スター・トレック』や『スター・ウォーズ』の熱狂的なファンには事欠かないが、彼らは共通の関心で結ばれた仲間同士で交流するケースが多い。これに対して日本のコアなアニメファンは蒐集した情報した情報やアイテムを使って主流文化の外にまったく新しいアイデンティティを作り上げた。とくに没入の激しいファンは「二次元コンプレックス」(略して二次コン）を抱くに至る。二次元コンプレックスとは「二次元平面つまり絵に描かれた女性以外には性的興味を示さない心理状態」を指す。

そしてついに1983年に、若手コラムニストの中森明夫がこの偏執的なポップカルチャーファンの多様な新世代にぴったりの言葉を公に活字にする。「オタク」である。当時23歳だった中森は、コミックマーケットの取材に出かけた。1975年に始まったコミケは年2回のイベントに発展し、1万人が訪れるようになっていた。そこで人気のある同人誌の多くは相変わらず「よおい」である。ボーイズラブの人気漫画のエロ手ティックなパロディで、美少年同士のセックスを描いたものだ。もちろん熱心な読者は女性である。ただ1979年頃から興味深い変化が始める。男性向け漫画の人気が盛り返し、「ロリコン」という新しいジャンルがコミケを席巻するようになったロリコンは「ロリータ・コンプレックス」の略で、ウラジミール・ナボコフの小説『ロリータ』に由来する。いたいけな幼女や少女への愛をテーマとするのがロリコン漫画である。ロリコン漫画誌の創始者とされる吾妻ひでおは、「ヤオイ本って読んだことあるけど、理解できないし楽しくもないし、別に興奮もしない。喜んでいるのは女性だけだしね。なぜそんなものがコミケで大きい顔しているのか、理解できなかった」と2011年のインタビューで語っている。(818)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

Desire for fictional characters was Comic Market's stock-in-trade. When Nakamori arrived, he was shocked to discover the hall packed with

more than ten thousand participants shopping for illustrated fanzies. "Like those kids—every class has one—who never got enough exercise, who spent recess holed up in the classroom," he wrote in a now-infamous essay published in 1983. "The boys were all either skin and bones, as if borderline malnourished, or squealing piggies with faces so chubby the arms of their eyeglasses were in danger of disappearing into the sides of their brow; all the girls sported bobbed hair and most were overweight, their tubby, treelike legs stuffed into long white socks." (Body-shame much?) Above all, what struck him was the strange way in which they addressed one another.

Unlike English, Japanese has many ways of saying "you," depending on the age and gender of the person you're addressing. Rather than the standard casual forms of address teenagers used. Comic Market's attendees preferred a rarefied, formal, distancing honorific more commonly heard from matronly old ladies: otaku. It's a little tough for English speakers to understand how deeply weird this sounded coming out of the mouths of teenage boys and girls, something akin to unironically using "three" or "thou." Otaku represented a kind of code word for those in the know. But it wasn't intended to draw people together. Otaku was the linguistic equivalent of the proverbial ten-foot pole, deployed by people more interested in cartoons than they were in one another. (819)

架空のキャラクターに対する欲望こそ、コミックマーケットの原動力である。中森は実際に会場を訪れて、一万人以上の来場者が同人誌を買い漁る様子に衝撃を受ける。「何に驚いたっていうと、とにかく東京中から一万人以上もの少年少女が集まってくるんだけど、その彼らの異様さね。なんて言うんだうろねぇ、ほら、どこのクラスにもいるでしょ、運動がまったくだめで、休み時間なんかも教室の中に閉じ込もって、日陰でウジウジと将棋なんかに打ち興じたりする奴らが。モロあれなんどよね」と彼はいまや有名になった「『おたく』の研究」というコラムに書いている。「そんな奴らが、どこからわいてきたんだろうって首をひねるぐらいにゾロゾロゾロ一万人！」。この

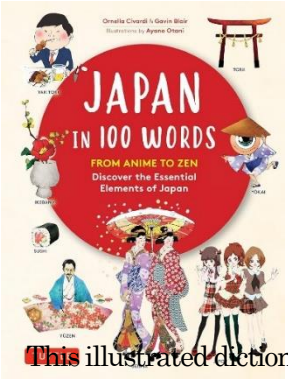
とき中森が注目したのは、彼らがお互いを呼び合う奇妙なやり方だった。

日本語には「あなた」と呼びかける言葉が何通りもあり、年齢や性別、状況によって使い分ける。コミケにかけているティンエイジャーたちは、ごくふつうに使われるカジュアルなよびかけではなく、「おたく」と呼び合っていた。もともとは相手の家を指す尊称で、「先生のお宅」とか「お宅はみなさまお元気ですか」などというふうに使い、どちらかと言うと上品な年配のご婦人が使う言葉である。それをコミケに来る若者が使っていた。まるで内々の隠語のように。ただし「おたく」と呼び合ったからと言って彼らが親しくなるわけではない。むしろ、お互いのことなどより漫画のほうにずっと興味のある人たちが、相手と距離を置くために使う言葉だと言うべきだろう。

（820）

## (169) Ornella Civardi and Gavin Blair. *Japan in 100 Words* (2020)

Ornella Civardi and Gavin Blair. *Japan in 100 Words From Anime to Zen： Discover the Essential Elements of Japan* (Tuttle Publishing, 2020) には研究書ではなく、外国人向けの日本紹介書になっている。




裏表紙には本書の内容が簡単に説明されている。

Take a tour of Japan's unique culture in 100 words!
Discover the fabled traditions, the design icons and the cuisine, plus the latest trends in Japanese pop culture.
This illustrated dictionary of fashions and cultural touchstones from the Land of the Rising Sun penetrates to the core of the culture and portrays the poetic beauty of a country that has forever sparked our imagination

キーワードは 100 個が設定されているが、オタク文化の内容に近いものには

以下のものがある。

Anime, Gyaru, J-pop, Kawaii, Kosupure, Manga, Otaku

“Gayru”には下位項目が３つ設定されている。“Modern Fun-loving Gals” “Ganguro” “Yamamba” である。

また、“J-pop” には “Japanese Pop Music” “Aidoru” の２つ項目が設定されている。“Aidoru”が項目として設定されずに、“J-pop” に内包されていることが大きな特徴となっている。

“Kawaii” には “The Japanese Concept of Cuteness” と “Moe” の２つの項目が設定されている。“Moe” については単独で取り上げれずに “Kawaii” に内包されている。

“Kosupure” については “Costume Play or Cosplay” としている。

“Manga” については “Japanese Comic Books” としている。

“Otaku” については“Geeky Fans of Manga, Anime, etc.” と “Hikikomori” に分かれている。“Otaku”の中で “Hikikomori” を項目として取り上げているが、以前よりこの２つを同様に取り扱うような傾向にあったが、現在はそのようなことがないが、英語圏での説明ではいまだにこうした “Otaku” の中で “Hikikomori” を取り上げていることは、一般的な “Otaku” の理解度が進んでいないことになろう。

## (170) 張瑋容「日本のポップカルチャーとジェンダー研究―オタク文化を中心に」(2020)

張瑋容「日本のポップカルチャーとジェンダー研究―オタク文化を中心に」(『ジェンダー研究』第 22 号、公益財団法人東海ジェンダー研究所、2020 年 2 月）のおもな内容は以下の通りである。

１　はじめに
２　日本におけるオタク文化の展開

３　オタク文化をめぐる日本国内のジェンダー研究の動向
４　海外の研究動向
５　おわりに

「１　はじめに」の中では次ように述べている。

かつて子供向けとされていたマンガやアニメは、今日の日本社会において、幅広い年齢層の人々が日常生活の中で触れるポップカルチャーになっている。それらが早くも 80〜90 年代に西洋とアジア諸国に受容されることにより、従来の「西洋からアジアへ」の文化伝播と受容の転回が起きた（岩渕 2001）。そして、マンガ、アニメ、ゲームのサブジャンルの細分化だけでなく、メディアミックスの展開で派生したドラマ CD、ライトノベル、実写映画、ミュージカルなど多様な形のコンテンツは、二次創作やコスプレなどのファン活動により形成されたファンダム（fandom）とともに、いわゆる「オタク文化」を構成し、膨大な経済的利益を生み出している。たとえば、一般社団法人日本動画協会の「アニメ産業レポート」によると、2013 年から日本国内のアニメ産業市場の総額が著しい成長を見せており、2018 年に２兆円を超えている[1]。矢野経済研究所はさらに、アニメ産業だけでなく、同人誌、プラモデル、フィギュア、コスプレ衣装、ゲームなどを含めた日本国内の「オタク」主要分野の市場規模を調査しており、その結果もオタク文化の成長と多様化を示している。

こうしたオタク文化の動向は政府と研究者の注目も集めている。「クールジャパン戦略」というコンテンツ産業振興を主眼とする政策の背景には、政府によるマンガ、アニメやゲームなどがもつ「ソフトパワー」に対する重視がある。(821)

注１は https://animeanime.jp/article/2019/12/02/50082.html（2020 年１月２日アクセス）によるものである。

可視化しつつある「オタク文化」は、学問の世界において も注目される課題

になっており、その研究分野は多岐にわたる。表象文化 論、文学研究、社会学、心理学、メディア研究、カルチュラル・スタディー ズなど、オタク文化は現代日本社会を照射するものとして位置づけられてい る。ジェンダー研究の分野においても同様に、オタク文化をめぐって様々な 議論や批評が蓄積されつつある。(822)

「4　海外の研究動向」ではオタク文化とセクシュアリティに注目して次にように述べている。ここでは2つを取り上げておきたい。

オタク文化のグローバリゼーションにつれ、世界の人々が魅了されるだけでなく、多くの研究者も関心を示している。とりわけセクシュアリティをめぐる議論においては、海外の研究は日本国内の研究と明白に異なる方向性を示している。ファンタジーの構造や快楽の享受に議論が集中する日本の研究傾向に対し、海外の研究においては、オタク文化と現実社会の関連性が強調される。BL に関する研究を事例に挙げよう。BL は男性の同性愛関係が主題となっているため、BL を LGBT の文脈に位置づけて論じる研究が多い。(823)

もうひとつは以下の通りである。

アリスン（2006）が指摘するように、日本のアニメがアメリカで高く評価される一つの特徴は、その中に現実とファンタジーの世界が共存し、キャラクターは常にそれらを行き来するので、視聴者もこの二つの世界を往還するかのような快感を味わえる、という点である。この点を踏まえ、オタク文化研究の問題意識をファンタジーの次元から現実に持って来ることが重要だろう。

また、クィア研究の視点によるオタク文化研究も海外では盛んである。作品に描かれるセクシュアリティの多様性への注目だけでなく、作品をクィアの視点で読み返す、またはオタク文化をクィアの視点で問い直すという、いわゆる「クィア・リーディング（Queer Reading）」や「クィアする

（Queering）」の研究は、少なくとも筆者の知る限りでは、日本ではまだ海外ほど盛んになっていない。クィアの視点によるオタク文化の研究は、オタク 文化が既存のジェンダー構造を疑問視し、カテゴリーの境界線を攪乱する潜 在力を有するということを意味する。これは先述した、ファンタジーと現実 の世界をつなげるというオタク文化の特徴と関連すると考える。すなわち、クィア研究がオタク文化に反映される現実の社会構造に対して批判するというよりも、むしろ「逸脱」の部分に関心があるのだ。だからこそ、BL、百合、男の娘など、既存のジェンダー秩序から見れば「逸脱」のジャンルが多く注目され、そこから、既存の秩序のどこがおかしいのか、「逸脱」の後に何があるかを探ろうとするのである。筆者はしばしば、クィア研究は秩序の批判や構造の脱構築には有効であるが、それを越えるための具体策の構築には物足りないと感じる。この点からみると、ファンタジーを具現化するというオタク文化の表現力は、「その一歩先」の世界の具体像を示すのに有力な道具になりうるのではないだろうか。(824)

アリスン（2006）とはアン・アリスン／実川元子訳『菊とポケモン―グローバル化する日本の文化力―』（新潮社、2010 年 8 月）で、その原書が Anne Allison. *Millennial Monsters: Japanese Toys and the Global Imagination* (University of California Press, 2006)のことである。

### (171) 亀山康夫「オタク文化の専門研究機関の発足とその効果:世界オタク研究所の活動から」（2020）

亀山康夫「オタク文化の専門研究機関の発足とその効果:世界オタク研究所の活動から」（慶應義塾大学、2020 年 3 月）は博士論文である。

授与大学名：慶應義塾大学
学位：博士（メディアデザイン学）

おもな内容は以下の通りである。

第１章　序論
第２章　アニメとオタク文化の関係性
第３章　関連研究
第４章　WO１が向かう方向と本研究の方向
第５章　アクションA
第６章　アクションB
第７章　アクションC
第８章　本研究の効果の確認と考察
第９章　総括
謝辞
参考文献

本論文の要旨は以下の通りである。

アニメーションは、世界中で幅広く使われている映像表現手法だが、アニメは特に日本産のアニメーションを指した呼称である。日本において、アニメは独特な形で進化し、産業として、文化として世界から注目されるようになった。アニメへの注目の高まりとともに、アニメ研究は国内外で盛んに行われるようになった。また、アニメの人気とともに拡大したオタクの活動は、アニメをはじめとしたコンテンツに強い影響力を持つようになった。しかし、これら研究者やオタクの知見がアニメ産業関係者と共有される機会は少ない。こうした状況の中、本研究においては、世界のオタクイベントと産学官にわたるユニークなネットワークを持つ「世界オタク研究所」(World Otaku Institute、以下「WOI」)を発足し、産業界、研究者、オタクの知見共有を中心とした一連のアクションを実施し、その効果を確認し、考察を加えた。

本研究のアクションの対象は、アニメ産業界とその周辺で、プロデュースや関連事業に係る関係者とその予備軍、アニメ産業を支援する関係官庁、アニメに題 材とする研究者とした。この対象に向けて、国内外でのシンポジ

ウム、講演会イベントを中心とするアクションを実施した。そして、これらのアクションにより対象によるコミュニティ形成、オタクの知見の政策への反映といった効果を確認できた。

また、WOI が持つ特性による効果の確認や研究者ネットワークの形成といった副次的効果も得ることができ、さらに WOI の今後の課題と活動の方向を導き出した。(825)

博士論文全文がインターネットに公開されているため、詳細をそれをご覧戴きたいが、「1.4　本研究の意義」と「3.2　オタクあるいはオタク文化に関する研究」は紹介してきたい。まず「1.4　本研究の意義」では新しいものに注目している。

2016 年のリオデジャネイロ・オリンピックの閉会式で行われた次期開催都市の紹介パフォーマンスでは、安倍総理大臣がスーパーマリオに扮し、キャプテン翼、ドラえもん、ハローキティ、パックマンが登場し、日本がこれらのキャラクターを生み出したコンテンツの母国であることを改めて世界に印象付けた。また、これらのキャラクターの登場シーンだけでなく、パフォーマンス全体の演出の中でも、テクノロジーを下支えにしたオリエンタルな特性を強調した。戦後、日本が産業を復興し、高度成長を遂げていく中で目指したのは、例えば自動車や繊維、家庭用電気製品といった産業分野での世界の席巻であり、その到達点が「ジャパン・アズ・ナンバーワン」と言われた経済の成長だった。しかし、今世紀に入った直後から進められるクールジャパン政策は、日本のユニークな文化を世界に知らせ、海外で稼ぎ、世界の人を日本に呼び込むことを目指している [9]。言わば日本のユニークで、ニッチな特性を活かしたブランディ ングであり、リオ五輪の閉会式はこれを端的に表現したものだと言える。

アニメやマンガ等のコンテンツそしてこれらのコンテンツと相互関係にあるオタク文化は日本のユニークでニッチな特性の一部を形成しており、本研究がこの分野の研究に光をあて、実際の活動を進めつつそれらを産業界と実際に共 有しその効果を確かめることは、これらの研究と産業界の今後の

発展の可能性 を拡大する。

また、本研究において扱うアニメ産業に注目してみると、数年来大きな変化の 渦中にあるにも関わらず、業界の中で事例を紹介する試みは行われているが、全 体を俯瞰した分析や、海外の事例を集めた将来予測といった他の業界で当たり 前に行われていることがほとんど行われていない。日本コンテンツのファンで あり、インフルエンサーとしての影響力を持つオーガナイザーの組織と連携した WOI は、単に情報収集だけでなく、現地での活動拡大の助けとなる。そして、この分野において、研究者と産業界の知見共有を行いつつ、知見を蓄積する組織 はこれまでにない存在として、産学両方の分野に貢献する。

さらに、WOI の活動を推進し、活発化していくことで、産業界との共同研究や産官からの支援を呼び込むとともに、アニメやオタクを題材とした研究をアニメ学、オタク学として学の一分野に押し上げていくことも期待できる。(826)

なお、[9] は経済産業省商務・サービスグループクールジャパン政策課「クールジャパン政策について」(3 頁、2018 年 11 月 3 日) のことである。

「3.2　オタクあるいはオタク文化に関する研究」では海外の研究状況に注目しておきたい。

海外でもこの分野の研究は進められている。ネイピア (2001) は、アメリカ各地のアニメファンにインタビューやアンケートを試み、平均的なアメリカ人との相違点、アニメの何に魅了されているか？アニメへの関心と日本への興味との関係に主眼を置きつつ、当時の otaku について論じている [42]。ガルブレイス (2011) は、秋葉原でのフィールドワークを行いながら、オタクの意義を問い、オタクムーブメントの社会的重要性を論じ [43]、また、日本を中心としたオタク関連の論文を集めながらオタクの発生とその変化を論じている (ガルブレイス 2015) [44]。また、前記したメカデミアは、学術誌の第 5 集 [45] と第 6 集 [46] においてオタクを含むファン文化を特集し、様々な分野の研究者からの寄稿を得ている。

東や大塚の論考は海外においても出版され、この分野における日本の代表的研究として、現在も引用されることが多い。オタク文化やファン文化研究に関しては東、大塚の著書以外に英語等で翻訳出版された書物、論文が少ないこともあり、海外のこの分野の研究者は両者の著作をベースに論を進めることが多い。また、メカデミアがミネソタ大学出版局から発行する学術誌にはガルブレイスをはじめ、様々な形でオタクやその周辺をテーマとした論文が掲載されているが、日本語訳は行われていない。国内外の研究者や産業界関係者が最新の研究を共有する手段を探り、実現することも WOI の役割のひとつである。

辻・岡部（2014）は、オタク文化がグローバルな規模で注目されるようになったと言っても、実は評価されているのはもっぱらアニメやマンガといったコンテンツでありオタクそのものではなく、特にアメリカにおける日本研究においてオタク文化が論じられる際にそのアプローチの仕方がもっぱら作品論となっていることを指摘している。また、三原（2010.a）は北米のアニメコンベンションで開催されるパネルを紹介しながら、現地の研究者、ファンの中だけで閉じたフィードバックループ（閉じた環）が形成される海外のアニメ研究の状況を指摘している。WOI は、国内外の研究者が参加できる議論の場を作ることで、こうした日本と海外の隔たりを解消していく役割を果たし、オタク文化研究の前進に取り組む必要がある。(827)

注の 42～46 は以下の通りである。42 は Susan J. Napier. *Anime from Akira to Princess Mononoke: Experiencing contemporary Japanese Animation* (St. Martin's Press, 2001)、スーザン・J・ネイピア／神山京子訳『現代日本のアニメ－『AKIRA』から『千と千尋の神隠し』まで』（中央公論社、2002 年 11 月、421～448 頁）、43 はパトリック.W.ガルブレイス「オタクへの生成変化：秋葉原における男性と少女のムーブメント」（2011）、44 は Partick W. Galbraith. *Debating Otaku in Contemporary Japan*（2015）、45 は *Mechademia 5 : Fanthropologies*（2010）、46 は *Mechademia 6 : User Enchanted*（2011）のことである。

## (172) 山田智之「オタクの職業観に関わる研究」(2020)

山田智之「オタクの職業観に関わる研究」(『上越教育大学研究紀要』第 39 巻第 2 号、2020 年 3 月）のおもな内容は以下の通りである。

1　問題
2　方法
　（1）調査対象と調査方法
　（2）調査内容
　（3）結果
　　(1) オタク自認とオタクに対するイメージ
　　(2) 職業観尺度
　　(3) 修正版差別意識尺度の作成
　　(4) 記述統計量
　　(5) オタク自認が職業観に与える影響
　　(6) オタク自認の有無による差別意識の差
　　(7) オタク自認者の差別意識が職業観に与える影響
4　考察
　（1）オタク自認とオタクに対するイメージ
　（2）オタク自認が職業観に与える影響
　（3）オタク自認の有無による差別意識の相違
　（4）オタク自認者の差別意識が職業観に与える影響
　（5）本研究の成果と今後の課題

本論文の要旨には次のようにまとめられている。

本研究の目的は、オタクの職業観を明らかにすることである。オタク自認の可否が職業観に与える影響を検討した結果、職業観尺度の下位尺度である社会への貢献因子には、オタク自認者が負の影響を与えていた。また、職業観尺度の下位尺度である自己実現因子には、オタク弱自認者、オタク自認者

が負の影響を与えていた。このことからオタクを自認する者は、職業によって社会への貢献や自己実現を図ろうとはしない傾向があると考えられる。また、オタク自認者の差別意識が職業観に及ぼす影響を検討した結果、差別意識尺度の下位尺度である差別理解因子が、職業観尺度の下位尺度である経営参画因子、自己実現因子に正の影響を与えており、オタクを自認する者は、差別に対する理解が高まることによって、経営参画や自己実現を図るようになる傾向があると考えられる。(828)

なお、調査を基礎にした論文ではどのような調査対象や方法は気になるところだ。

関東甲信越の大学生・大学院生を対象に 2019 年１月～６月の間に REAS（リアルタイム評価システム）を活用した WEB による集合調査を実施し 237 名から回答を得た。具体的には、授業の前後に調査票を配布し、個人の所有するス マートフォンや PC 等を用いて調査を実施した。このうちすべての項目に回答のあった 196 名（男子学生 : 116 名、女子学生 : 80 名）を分析対象とした（有効回答率 : 82.7%）。調査対象者の属性は Table１に示す通りであり、「所属大学の学部・学科系統」においては教育系統の分布が多い傾向はあるものの人文科学系統、社会科学系統の学部・学科系統にも分布が見られた。また,「出身地」においては、関東１（東京都）、関東２（埼玉県・千葉県・神奈川県）， 408 山 田 智 之 甲信越（長野県・山梨県・新潟県）、北陸（富山県・石川県・福井県）地域の分布が若干多い傾向はあるものの、すべての地域に分布しており、概ね十分なサンプルの代表性が確保された。(829)

ここでは Table1 は省略している。調査の結果をふまえた「４　考察」より「（２）オタク自認が職業観に与える影響」と「（４）オタク自認者の差別意識が職業観に与える影響」の２つに注目しておきたい。

「（２）オタク自認が職業観に与える影響」については以下のような結論導き出している。

本研究の結果から、オタクとしての自認がある場合、職業観の下位尺度である社会への貢献因子、自己実現因子に 負の影響を与えることから、オタクを自認する者は、職業によって社会への貢献や自己実現を図ろうとはしない傾向 があると考えられる。しかしながら、これはあくまで職業という範疇でのみの結果であり、オタクを自認する者が社 会への貢献や自己実現を図ろうとしていないということではない。オタクを独自の価値観を持った新しい文化の担い手と考えるならば，社会への貢献や自己実現は不可欠なものと考えられる。

他方、オタクを自認する者の社会貢献や自己実現に関わる職業観が「そもそも職業において社会貢献や自己実現を 図ろうとはせず、職業以外の場面で社会貢献や自己実現を図る。」といった考えにもとづく積極的な意識に伴うものなのか、「オタクであることから、職業において社会貢献や自己実現を図ることができない。」といった考えにもとづく消極的な意識に伴うものなのかについて、本研究では十分な調査をおこなっていなかったことから、今後さらに研究を深める必要があると考える。(831)

「(4) オタク自認者の差別意識が職業観に与える影響」については次の通りである。

オタク自認者において、差別意識の下位尺度である差別理解因子が、職業観の下位尺度である経営参画因子，自己実現因子に有意な正の影響を与えることが明らかになった。このことから，オタク自認者は差別に対する理解が高まれば、職業場面において経営参画、自己実現にプラスに働くと考えていると考えられる。こういったオタク自認者の傾向は，独自の価値観を持った新しい文化の担い手としてオタクを捉えるようになった一方で、中森(1983ab)の「オタクの研究」に代表されるようなオタクを蔑視する傾向も存在することが影響を与えていることが考えられる。しかしながら、オタクには様々なカテゴリーがあり、カテゴリーによって賞賛をあびたり，蔑視の対象であったりすることからひとくくりにして考えることは難しい。(823)

中森（1983ab）とは中森明夫「『おたく』の研究① 街には『おたく』がいっぱい」（『漫画ブリッコ』６月号，1983 年、pp.200-201）と中森明夫「『おたく』の研究② 『おたく』も人並みに恋をする？」（『漫画ブリッコ』７月号、1983 年、pp.171-172）のことである。

この調査の結果はある程度予想の付くところであっただろうが、調査によりそれが証明されたことになる。「オタクの職業観」としているが、オタクが世間的にマイノリティだと考えれば、マイノリティであるグループの職業観との関連も気になるところだ。自認者と職業観、差別意識と周囲からの理解の影響と読み換えれば、他のマイノリティグループへの転用が期待できるのではないだろうか。

**(173) 高田治樹・菊地学・尹成秀「オタクはどのような印象をもたれているのか？―オタクカテゴリと印象との相互関連性の検討」(2020)**

高田治樹・菊地学・尹成秀「オタクはどのような印象をもたれているのか？―オタクカテゴリと印象との相互関連性の検討」（『目白大学心理学研究』第 16 号、2020 年３月）のおもな内容は以下の通りである。

問題
オタクステレオタイプと社会的カテゴリー
方法
　調査手続き・調査対象者
　調査項目
結果
　オタク群と一般群における各オタクカテゴリの印象の違い
　オタク群と一般群におけうオタクカテゴリと印象との関連性
考察
　オタク群と一般群における各カテゴリの印象の違い
　各オタクカテゴリと印象との相互関連性

本研究の含意
本研究の限界と今後の展望

本論文の「要約」では次のようにまとめられている。

本研究は、多種のオタクカテゴリとオタクカテゴリに対する印象との関連性を検討することを目的として調査を実施した。調査対象者は、自身をオタクと自認するオタク群258名となり、自身をオタクと認識しない一般群258名を対象とした。オタク群と一般群によるオタクカテゴリごとの印象の差を検討した結果、カテゴリによって、オタク群は一般群よりも社交性に関するポジティブなイメージを抱きやすく、マナーの悪さに関するネガティブなイメージを抱いていた。また、一般群はオタク群よりもオタクカテゴリに対して不健康で、大人しいという印象を抱いていた。さらに、オタクカテゴリと印象評定との相互関連性を双対尺度法によって検討した結果、腐女子とマンガオタクは過激で妄想しやすいという印象でまとめられ、女性アイドルオタクと 声優オタクは不健康という印象でまとめられ、ゲームオタクと鉄道オタクは陰気でマナーが悪いという印象でまとめられ、アニメオタクやコスプレイヤーは恋愛が苦手で大人しいという印象でまとめられた。本研究の結果から、一般群においていまだにオタクに対する偏見がみられ、その偏見はオタクカテゴリごとの異なる印象が統合された偏見である可能性が示唆された。(832)

本論文では「印象」というものが重視されているが、論文中「カテゴリ」と「カテゴリー」の表記の統一性がないことも気にかかる。
また、「オタクステレオタイプ」では冒頭次のように述べている。

対比関係が自明ではない社会的カテゴリーにはオタクも含まれる（川上・吉田, 2013）。オタクとは、「特定の趣味に対して多くの時間やお金をかける人のこと」（金田一，2009）であり、近年、オタクと自称する人々は増加傾向にある。菊池（2008）はオタク性の自認する傾向について1998年と2007

年の調査を比較し、「おたくと言われて自分自身に思い当たるフシがあるか」という質問に対して、「非常にある」と「多少ある」と回答した割合が男性で43%から54%に、女性で38%から48%と増加していた。また、辻・岡部(2014)も同様においても、オタクの自認している割合が13.4%から59.4%に増加していた。さらに，オタマート（2014）実施した調査によれば，オタクであることを隠さない「オープンオタ」の割合が77%であり、オタクであることを隠している「隠れオタ」の合23%を大きく上回っていた。このように、近年では、オタクを自認し、オタクを公言することを問題視していない人々が増加しており、オタクは一般的な社会的カテゴリーとなりつつある。(833)

（川上・吉田, 2013）とは川上直秋・吉田富二雄「閾下単純接触による潜在的集団評価の形成―異質性の無意識的認知―」(『認知科学』第20号、pp.32－46)のことである。（金田一，2009）について引用文献での明示がないため、何を指しているかは不明である。菊池（2008）とは「『おたく』ステレオタイプの変遷と秋葉原ブランド」(『地域ブランド研究』第4号、2008年、pp.47－48)のことである。辻・岡部（2014）とオタマート（2014）については引用文献での明示がない。宮台真司監修／辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編『オタク的想像力のリミット』筑摩書房、2014年3月)、.オタマートとはアニメ・漫画・ゲーム・コスプレ・同人誌などのオタク用のフリマ―ケット、通称、「オタマート」の2014年のことをそれぞれ指しているのだろうが、明示がない。

「本研究の含意」では注目したいところがある。

ただし、そのような偏見は、オタク全般に抱かれているわけではなく、特定のオタクカテゴリにのみ抱かれていた。腐女子・マンガオタク、女性アイドル・声優オタク、鉄道オタク・ゲームオタク、アニメオタク・パソコンオタクは、それぞれ異なるイメージとの関連が強かった。したがって、全般的なオタクに対する偏見は複合的であり、各種のオタクカテゴリが統合された偏見である可能性が示唆された。この知見は本研究において、オタクカテゴリを細分化したことにより得られた知見であると考えられる。上記の議論から、オタクの偏見を解消するためには、オタクという広範囲の社会的カテゴ

リーではなく、細分化されたオタクカテゴリに着目し、それぞれの偏見を払拭する必要があるだろう。(834)

「全般的なオタクに対する偏見は複合的であり、各種のオタクカテゴリが統合された偏見である可能性が示唆された」との指摘は特に注目しておきたいところだ。また、「おたく」「オタク」も混在して使用されているようだ。「印象」を重視する調査や研究においては、この統一性や表記もこだわりや説明があってもよいのではないかと思われる。

### (174) 株式会社ライブ編『365 日で知る現代オタクの教養』(2020)

株式会社ライブ編『365 日で知る現代オタクの教養』(カンゼン、2020 年 3 月) の内容については「まえがき」を紹介しておきたい。

ゲーム、アニメ、漫画、特撮、フィギュア、ラノベ、音楽、同人誌―。日本が世界に誇るオタク文化は、メディアもジャンルも多岐にわたる。数が多いことは素晴らしいが、その分逆に、見れば面白いはずなのに、機会がなく触れないままでいる作品も増えてしまっているのが現状だ。諸兄がオタクであるという前提なら、作品にハマれば、単語の意味だったり、ストーリーや設定の元ネタなどを知ろうとしたりするだろうが、たまたまめぐりあえなかった作品にはその機会がない。つまり、自分の知る知識以上に、オタクなら知っておきたい知識、教養というものは、物理的に、そして潜在的にかなり多いのである。それは、ハッキリいってもったいない。考察、妄想、創作、表現などなど、オタク活動をするうえで、知っていて損なことなどひとつもないのだ。

そこで本書は、そんなオタクなら知っておきたい、やや偏った方法の知識

や教養、パワーワードなどに焦点を絞って紹介している。そして毎日1ページずつ読み物を1年分収め、7つの分野を曜日ごとに振り分けて、毎日毎日多様な情報に避けられるようにしている。毎日放送されているアニメのオンエアチェックをするのかのように、アプリゲームでログインボーナスを受け取るかのように、1日1ページずつ読み進めることで、オタク的・中二病的好奇心と妄想力が高まるはず。あなたが本書によって、豊かなオタクライフを過ごすことができれば幸いである。(835)

月曜日【歴史】
　日本、中国、欧米の歴史を中心に、人物・事件・組織などを紹介。
火曜日【神話・伝承】
　日本、西洋、アジアの神話・伝承文化を中心に、キャラ・話、事件などを紹介。
水曜日【文学】
　日本、欧米、中国を中心に、文学作品、文豪などを紹介。
木曜日【科学・数学】
　物理、数学、生物などを中心に、用語や理論などを紹介。
金曜日【哲学・心理・思想】
　哲学、心理学、思想、芸術を中心に、用語や人物を紹介。
土曜日【オカルト・不思議】
　オカルトや不思議、世界の謎を中心に、アイテムや事件、場所などを紹介。
日曜日【宗教】
　日本、西洋、アジアの宗教を中心に、用語や人物、キャラなどを紹介。(836)

このため月曜日の項目が 53、火曜日～日曜日まで各項目が 52 となり合計で 365 となる。類似のものとしては以下のものもある。

藤原実『現代オタク用語の基礎知識』(ディスカヴァー・トゥエンティワン、2009年5月)

山北篤『ゲームシナリオのためのファンタジー事典―知っておきたい歴史・文化・お約束 110 』（SB クリエイティブ、2010 年 7 月）
森瀬繚監修／クロノスケープ『ゲームシナリオのための SF 事典―知っておきたい科学技術・宇宙・お約束 110』（ SB クリエイティブ、2011 年 4 月）
株式会社ライブ編『二次元世界に強くなる現代オタクの基礎知識』（カンゼン、2017 年 7 月）
山北篤『シナリオのためのファンタジー事典―知っておきたい歴史・文化・お約束 121』（SB クリエイティブ、2019 年 7 月）
森瀬繚『シナリオのための SF 事典 知っておきたい科学技術・宇宙・お約束 120』（SB クリエイティブ、22019 年 9 月）

上記以外にも武器、魔法武具、神話に特化したものなどがある。

## (175) 佐々木隆『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係　追加増補版』(2020)

佐々木隆『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係　追加増補版』（武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2020 年 4 月）は『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係　増補版』(武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2019 年 5 月、電子書籍［PDF］）を追加増補したものである。

プロローグ
第 1章　『ポップカルチャー』とは何か
第 2章　『オタク』とは何か
第 3章　文化としてのマンガ／アニメ」
第 4章　アニメ・映画に見るロボット
第 5章　スーパー戦隊シリーズと戦闘美少女
第 6章　オタク産業
第 7章　コンテンツツーリズム
第 8章　テーマパーク

第 9章　ポップカルチャーのイベント
第10章　『カワイイ』と『萌え』
第11章　インターネットと若者
第12章　進化する映像
第13章　アイドル文化
第14章　メディア芸術の国策化の波紋
第15章　ポップカルチャー関連年表
エピローグ

電子書籍ということから、頁数にとらわれずに内容の充実が重要されている。そのため、「第２章　『オタク』とは何か」は『書誌から見た「オタク」研究』（2019）、「第４章　アニメ・映画に見るロボット」は『文芸上の人造人間・ロボット・アンドロイド・サイボーグ』（前後編）（2019）を取り込んだものである。

「第２章　『オタク』とは何か」では増補版では「オタク研究」で 47 の文献を取り上げたが、追加増補版では 76 の文献になっている。なお、詳細な目次はホームページ「佐々木隆研究室」で公開されている。(837)

## (176) 山岡重行編『サブカルチャーの心理学』(2020)

山岡重行編『サブカルチャーの心理学　カウンターカルチャーから「オタク」「オタ」まで』（福村出版、2020 年 8 月）のおもな内容は以下の通りである。

山岡重行　まえがき
Ⅰ　サブカルチャーとオタクを理解する
　山岡重行　1章　サブカルチャーと若者文化
　　1　サブカルチャーとは何か?
　　2　「若者」誕生前夜
　　3　「若者」の誕生とロックンロール
　　4　ロックンロールからロックへ

5　ロックの産業化とパンクロック
6　ストリートから生まれたラップ
7　メインカルチャーとサブカルチャー
8　まとめ：コンテンツとしてのサブカルチャー成立の条件
菊池聡　2章　オタクの系譜学
1　なぜオタクの系譜学なのか
2　「おたく」の黎明と誕生
3　「おたく」ステレオタイプの誕生
4　おたくステレオタイプの転換点は何か
5　おたくエリート論の台頭
6　高度情報化社会・ポストモダン
7　90年代　おたくの変容
8　変わり続けるおたく
9　まとめ
岡田有司・家島明彦　3章　アニメ・マンガオタクの理解
1　はじめに
2　アニメ・マンガの浸透
3　アニメ・マンガとオタク
4　オタクを調査する
5　アニメ・マンガオタクをモデル化する
6　まとめ
家島明彦　column 1　海外のオタク事情
II　様々な「オタク」たち
山岡重行　4章　腐女子
1　腐女子の定義
2　腐女子とオタクを操作的に定義する
3　研究1：腐女子の誕生
4　研究2：腐女子はBLに何を求めるのか？
5　研究3：猟奇的な純愛
6　腐女子は純愛を求める

7　まとめ
山岡重行　5章　ジャニオタ
1　サブカルチャー化するジャニオタ
2　ジャニオタ Twitter 調査
3　ジャニオタ過激派の心理
4　まとめ
岡田努　6章　鉄道オタク
1　鉄道趣味の歴史
2　鉄道趣味とは何か
3　サブカルチャーとしての鉄道趣味
4　鉄道「オタク」とは何者か
5　発達との関係
6　発達障害との関連
7　青年期心性との関係
8　まとめ
渡邉芳之　7章　レコードコレクター
1　プロローグ
2　レコードとレコードコレクター
3　レコードの歴史
4　レコードコレクターが求めるもの
5　レコードコレクターの過去と未来
6　まとめ
菊池聡　8章　オカルト・超常現象・疑似科学・陰謀論
1　サブカルチャーとしてのオカルト
2　超常信奉としてのオカルト
3　現代のオカルト、疑似科学
4　反証可能性と境界設定問題
5　陰謀論の心理学
6　オカルトとインターネット研究の果たす意義
7　まとめ

渡邉芳之　column 2　洋楽とグループサウンズ
Ⅲ　オタクの幸福感
杉浦義典　9 章　白昼夢とオタクの幸福感
1　オタクの幸福感を研究するというチャレンジ
2　妄想＝白昼夢の達人
3　白昼夢を支える脳のアーキテクチャから仮説を導出する
4　白昼夢と幸福感の調整要因についての実証研究
5　研究 1：Web 調査
6　研究 1 の追加分析：妄想は立派な大人を作るか
7　研究 2：プライミング実験
8　研究 1 と 2 の総合考察
9　研究の意義：デフォルトモードと理論の生成力
10　まとめ
山岡重行　10 章　サブカルチャーが与える幸福感
1　オタクの本質的なカッコワルサ
2　QOL の比較
3　受動的幸福感
4　幸福感の男女格差
5　腐女子最強幸福説
6　アカルイミライ
7　まとめ

ここでは菊池聡「2 章　オタクの系譜学」、山岡重行「5 章　ジャニオタ」に注目しておきたい。

菊池聡「2 章　オタクの系譜学」では「1　なぜオタクの系譜学なのか」ではオタクの現状について次のように述べている。

現在、誰もが屈託なく、気軽に「俺ってオタク的なところあるから」「おまえオタクだねー」と笑いながらアニメの話題ができるし、日常生活のエッセンスとしてオタク的な趣味を楽しむ当たり前のことにすぎない。しかし、こう

したオタクのイメージは、その誕生時とは全く異なったものとなっている。そこには、1990 年代から 2000 年代にかけての「おたく」から「オタク」への、オタク・ノーマライゼーションとも呼ばれる文化や通念の変容が関係している。これは詳細にふり返ることは、ある概念の共有が人の心理や行動に影響を与え、また、そうした人々が社会のあり方を変える過程を見ることでもある。フランスの哲学者ミシェル・フーコーは、それまで歴史学の対象となってこなかった身近な出来事を、歴史学のような真理の探究としてではなく偶然性に影響された結果としてとらえ、それを一つの立場から解釈してく系譜学に影響された結果としてとらえ、それを一つの立場から解釈していく系譜学を発展させた。(838)

身近な出来事、偶然性に影響された結果を重視するとなれば、「メディア環境との関係」は避けては通れないだろう。

独自のオタク論で知られる精神医科の斎藤（2000）は、全く役にもたたず実利にならないことに熱中することをマニアとするならば、そうしたマニア的な人々（たとえば切手コレクターや昆虫採集、オーディオマニア）は昔から珍しい存在ではなかったという。そのマニアが、新しいメディア環境に対応して適応放散したものが現代のオタクだという。適応放散とは、進化論用語で、同じ起源の生物が環境に適応して分化して多様な系統を作り上げていくことを指す。つまり現代のオタク文化はサブカルチャーという言葉すらなかった時代から人が本来持っていた精神が、現代の環境、特に高度情報化社会の到来によって進化し適応をなしとげたものだというのである。確かに、オタク文化の発展には、初期においてはテレビや家庭用ビデオの普及がおおいにかかわり、現代ではインターネットをはじめとした情報テクノロジーと不可分の多様なジャンルを生み出している。もちろんオタクに限らず私たちの社会通念や常識、心理は、こうした社会やメディアの影響を免れない。しかもそれはテレビや SNS で報じられた主張に直接的に影響を受けるだけでなく、それがメディアの話題となり、議題設定がなされることにより一定の現実認識が培養され、社会に共有されていくプロセスが重要な役割を果たす。

斎藤（2000）とは引用文献には「斎藤環（2006）. 戦闘美少女の精神分析　ちくま文庫」とあるが、斎藤環『戦闘美少女の精神分析』（太田出版、2000年4月）のことである。斎藤については続けて次のように述べている。

> 先に引用した斎藤は、オタクは虚構コンテクストと親和性の高いことを指摘している。単なる虚構ではなく、虚構「コンテンクスト（文脈）」というのは、アニメ作品が成立するために複数の虚構レベルがあることなどが典型的である。たとえば作品に描かれる世界、作中に描かれる作者の個人的な事情、作家とプロダクションの関係、楽屋裏。作品の流通経路、マーケティングの方針、批評的世界などがこれにあたる。そう考えてみると、オタク作品の親しみ方として、その作品を複数の異なる見方で読み取ることに心当たりはないだろうか。たとえばコミックのコマの枠外に、作者が手書きで書き込んだ楽屋裏話のようなメタ情報が好きな人は、作品世界を読みつつも、それを別の文脈から見ることができる人である。そして、こうした多面的なものの見方ができるオタクこそ、90年代に「オタクエリート」として論じられたものである。(840)

「4　おたくステレオタイプの転換点は何か」では、経済状況とからめて次のような説明をしている。

> 放送禁止用語にも指定されていた「おたく」という表現（岡田, 1989）が、宮崎事件という文脈以外に、メジャーなメディアでポジティブな意味で使われたのはいつごろからだろうか。その手がかりを朝日新聞記事データベースで探してみると、その最初は90年3月10日の「ウイーくエンド経済」という経済記事であった。
>
> そこで「消費最前線に変化アリ、あなたもおたく族している？」と題された記事で、知識豊かなこだわり派として、新たな消費者の在り方としておたくが紹介されている。

つまり、おたくが注目されたのは、その経済的役割であって、それはまさに日本の経済状況の悪化を表している。日本経済は、80 年代後半、バブルと呼ばれる好景気に未曾有の盛り上がりを見せた。不動産は高騰し、東京 23 区の地価でアメリカ全土が買えるまで言われた。この資産価値の上昇によって、高度消費社会が進展し、ブランドものの服でも車でも不動産でも、高価なものから飛ぶように売れたという。消費こそ善という価値観が蔓延した時代である。若者の間では、こうした消費文化と直結した恋愛を楽しむ傾向がもてはやされ、そこに生じる階層や葛藤を含めて「恋愛資本主義」とも揶揄された。テレビでは、トレンディ・ドラマが人気を博することになる。

もちろん、旧来の意味でのおたくたちは、この流れの外にあり、恋愛資本主義からバブル市場からも疎外者として扱われていた。しかし、バブル崩壊が状況は一変する。90 年 3 月に金融引き締め、不動産融資総量規制が行われバブルがはじけ、日本は長い不況の時代に突入した。我が世の春を謳歌した消費文化は一気に縮小し、消費雄の低迷は深刻な状況となっていったのである。

この経済的不況の到来で、おたく消費が注目を集めることになる。すなわち、おたくは流行に背を向けて、自分が好きなジャンルのものであれば、たとえ自分の生活（や家庭生活、人間関係すら）を投げ打っても、映像ソフトやゲームソフトにお金を使うのである。バブル期には大きな市場の陰で見向きもされず、ごくニッチな状況であったが、おたくたちはアニメに同人誌に秋葉原に堅固な経済圏を形作ってきた。日本経済の地盤沈下によって、このおたく経済が相対的に浮かび上がってきたのである。(841)

「5　おたくエリート論の台頭」ではおたく再評価については次の様に述べている。

おたく再評価において見逃せない要因となったのが、日本のアニメが海外で高い評価を得て、その評価が日本に逆輸入されたことである。海外には宮﨑事件のスティグマは希薄であり、また子ども向けのアニメはもともとアジアや欧米の市場で（海賊版を含めて）よく知られていた。そのアニメ文化で育

った若者に向け、日本のおたく的なアニメはジャパニメーションという言葉とともに作品としての影響力をも持つようになった。『GHOST IN THE SHELL／攻殻機動隊』が 1996 年に全米ビデオ売上第 1 位を記録したというニュースや、ハリウッドの映画人がジャパニメーションにおおいに入れ込んでいる話も、ほこらしげに日本にもとらされるようになった。

こうした動きは、世間的には、従来型の日本経済の衰退→おたく文化の海外輸出というマーケット拡大に第一の関心があったことは言うまでもない。実際には、日本のアニメーション作品（ジャパニメーション）が世界的には成功しているといいがたいことも、冷静に実証されている（大塚・大澤,2005）。しかし、おたく層にとっては、いわばこの海外からの評価は、おたくの理論武装に「必要」だったと考えるべきだろう。すなわち、コンテンツの価値を語る上で、その素晴らしさは一部のおたくだけでなく、海外からも認められているのだという論法は、経済面はともかく、文化としてのおたくを軽蔑する世間に対する強力な反論の拠り所になる。すなわち、文化を見る目がないのは、あなたたち日本の常識人の方だ、という論法がなりたつのである。これらは、自らのおたく趣味に後ろめたさ感じていればいるほど、必要な自己正当化でもある。(842)

（大塚・大澤,2005）とは大塚英志・大澤信亮『「ジャパニメーション」はなぜ敗れるのか』（角川書店、2005 年 11 月）のことである。

「7　90 年代　おたくの変容」ではおたく自身の変容というよりはおたくを見る側、おたくの外側の人間の変容が重要ということになりそうだ。

繰り返すがオタクの変容には、こうした世代交代だけではなく、経済市場からの要請による国策化という側面があることを見逃してはならない。経済の衰退と、おたく文化に「すがる」政策がリンクするケースを、現在も見いすことができる。平成以降の日本を静かに蝕む経済的大問題は、地方の人口減や地方経済の疲弊という形でも現実化した。度重なる地方活性化の施策をもっても、この地方の凋落は止まることがない。バブル崩壊でそれまで見向きもされなかったおたく経済が注目を集めたように、ここに至って地方の凋

落にはアニメの「聖地巡礼」というキラーコンテンツがひねり出され（初期においては素朴なオタクの行動だったにせよ）。地方活性化の方策を探し求める地方自治体をも巻き込んだ観光地化の取り組みが引き切らない状況が生じた。アニメやマンガの舞台となった現場を訪ねる聖地巡礼は、日本政策投資銀行が2015年にまとめたレポートでは、全国に5000のアニメツーリズムの聖地があるという（←すでにこの「日本政策投資銀行がまとめている」という点に何があるのか注目してほしい）。(843)

最後に「8　変わり続けるおたく」より、発達障害とオタクについて触れているので取り上げておきたい。

肝心なのは、こうした発達障害とオタクの共通点を指摘する一般向けの書籍では、発達障害による当事者や周辺の困惑や不全行動を認めながらも、その延長線上に、おたくが見せる創造性、集中力、こだわりを発達障害の個性としてポジティブにとらえる視点とその評価が見られることである。こうしたオタク的な特性が発達障害者の「特異な才能」の発揮につながり、たとえば、スティーブ・ジョブズやビル・ゲイツ、エジソン、アインシュタイン、キャベンディッシュ、マックスウェルといった、錚々たる面々が、オタクであり発達障害の傾向をもっていたことが語られる。こうした才能のとらえ方には、一部の「結果として」成功した発達障害（と推測される）事例が注目を集めるアドバイスも、多く入り込んでいることはいうまでもない。それでも、こうした考え方は、軽度の発達障害を、病気や欠陥ととらえるのではなく、神経系の多様性によってもたらさせる個性（ニューロダイバーシティ論）と考え、社会の側が状況を整えることで、その集中力やこだわりを前向きにとらえていこう考え方につながっている。(844)

なお菊池の文章では「おたく」と「オタク」が混在しており、その使い分け等について特に説明されていない。

山岡重行「ジャニオタ」ではその冒頭部分を紹介しておきたい。現在の男性アイドル文化の問題の一つでもあるが、特定のプロダクションの独占状態にな

っている。

近年、オタク自認が急速に進んでいる領域が「アイドルファン」である。前述のように、近年「アイドルファン」は「ドルヲタ」、「ジャニーズアイドルのファン」は「ジャニオタ」と呼ばれるようになり、その名称が定着することで自分はオタクなんだと自然に認識するようになったようである。私の指導で「ジャニオタ研究」で卒業論文を書いた学生に、「オタクと自称して嫌じゃないのか」と質問したら、「ジャニーズファンだと、『にわか』な感じがするので、ジャニーズにはまりすぎた痛い奴という意味も含めてジャニオタ出良い」と答えたことが印象に残っている。
女性アイドルはAKBグループの成功により各地のご当地女子アイドルや地下アイドルなど様々なグループが活動しているが、男性アイドルはほぼジャニーズ事務所の所属タレントである。つまり男性アイドルオタク＝ジャニオタなのである。１つの芸能事務所が男性アイドル界をほぼ独占しており、男性アイドルファンは１つの芸能事務所に囲い込まれているのである。ジャニーズ事務所という同じ環境の中でジャニオタたちは独自の文化＝サブカルチャーを形成してきた。(845)

**(177) 永田大輔「OVAという発明」(2020)**

永田大輔「OVAという発明　「テレビ的なもの」の位置づけをめぐって」(永田大輔・松永伸太朗編『アニメの社会学　アニメファンとアニメ制作者たちの文化産業論』ナカニシヤ出版、2020年10月）ではOVA（オリジナル・ビデオ・アニメーション）に触れながら、オタクの状況について次のように述べている。

現在日常語となっており、ある種の若者などをあらわす言葉として用いられる「オタク」やかれらの好む「オタク文化」の誕生・拡大を、1980年代のアニメを中心とした新たなメディア文化とそのファンに見出す議論は数多い（東，2001など)。こうしたオタク文化の展開とOVAには密接な関連が

ある。

そもそも「オタク」とはいかなる特徴のある集団として議論されてきたものだろうか。現在、「オタク」的と自認する若者が増え、ノーマライゼーションしているとされるが（辻・岡部，2014）、従来は一定の負荷を持つカテゴリーとして存在した。宮台は、コミュニケーションが同好の士の間だけで内閉していることをオタクの特徴に挙げている（宮台ほか，2007）。こうしたコミュニケーションの内閉化していることがその集団の分類の指標となるコンテンツ自体の消費の仕方が内閉化していることが必要になる。つまりコンテンツの消費の仕方が一般的な価値観から分断されていることと、それによって集団や言説が分断されているということである。だが、オタク文化の一つの特徴とされるアニメは一般にテレビで放映されるものであり、それが「特殊な」集団と結び付けられることがいかに可能かを考える必要がある。本章が対象とするOVAはこうした問題を考えるうえで重要な意味をもつ。批評家の東浩紀が1980年代の「オタク向けアニメ」（東，1996）の代表つぉいて語るなど、OVAはアニメ文化の変容において一時代を象徴する媒体である。(846)

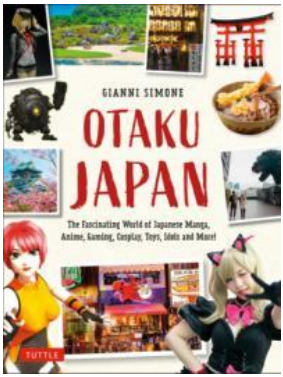
（東, 2001）とは東浩紀『動物化するポストモダン―オタクから見た日本社会』（講談社、2001年）、（辻・岡部，2014）とは辻泉・岡部大介「今こそ、オタクを語るべき時である」（辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編『オタク的想像力のリミット―＜歴史・空間・交流＞から問う』筑摩書房、2014年）、（宮台ほか, 2007）とは宮台真司・石原英樹・大塚明子『サブカルチャー神話解体―少女・音楽・マンガ・性の変容と現在』筑摩書房、2007年）、（東，1996）とは東浩紀「庵野秀明は、いかにして80年代アニメを終わらせたか―『新世紀エヴァンゲリオン』について」（『ユリイカ』28（9）、青土社、1996年）のことである。

### (178) Gianni Simone. *Otaku Japan* (2021)

Gianni Simone. *Otaku Japan: The Fascinating World of Japanese Manga, Anime, Gaming, Cosplay, Toys, Idoles and More!* (Charles E. Tuttle,

2021年6月)のおもな内容は以下の通りである。


Introduction
Japan's Otaku Culture has conquered the World
How to Use This Book
Otaku Museums and Libraries
The Wonderful World of Otaku Cafes
Visiting a Game Center
VR Game Centers
*The Prince of Tennis* and 2.5D Musicals
Dojinshi Self Publishing
Chapter 1　Tokyo and the Surrounding Region
Akihabara: The Center of the Otaku Universe
Exploring Jimbocho
Exploring Harajuku
Exploring Shibuya
Exploring Shinjuku
Takadanobaba
Trading Card Games
Exploring Nakano
Exploring West Tokyo
Exploring Ikebukuro
Exploring Odaiba
Odaiba Festivals and Events
Shops Elsewhere in Tokyo
Other Museums and Libraries in Tokyo
Museums and Libraries near Tokyo
Other Festivals and Events in Tokyo
Festivals and Event Calendar
Chapter 2　The Kansai Region: Osaka, Kyoto and Kobe

The Kansai Region: Osaka, Kyoto and Kobe
Osaka: The Western Capital of Otaku Culture
Nanba Yasaka Shrine
The Open-Air Museum of Old Japanese Farmhouse
Simona Stanzani: Translating Manga is Translating Culture
Universal Studios Japan
Exploring Nipponbashi
Matteo Togni: An Italian Otaku in Japan
Cosplay in Osaka
Osaka's Umeda Station Area
Exploring Kyoto
Kyoto International Manga Museum
Toei Kyoto Studio Park
Kyoto Festivals and Events
Expat Game Develpers
Exploring Kobe
Kobe Museums
Otaku Spots and Events in Mie Precture
Chapter 3　Other Regions of Japan
Other Regions of Japan
Exploring Sapporo
Hokkaido Museums
Hokkaido Festivals and Events
Exploring Tohoku
Tohoku Festivals and Events
Tohoku Museums and Libraries
Licca-chan Castle
Exploring Nagoya
World Cosplay Summit
Adam Pasion: Bringing Global Comic Culture to Japan

Other Aichi Otaku Spots and Festivals
Cosplay and Halloween
Other Chubu Otaku Spots and Festivals
Exploring Hiroshima
In This Corner of the World: The Making of the Movie
Yamato Museum
Exploring Sakaiminato
Exploring Shikoku
Anime-themed Trains in Japan
Shikoku Festivals and Events
Exploring Fukuoka
HKT48 Theater
Yuriko Tiger: A Unique Idol
Exploring Kyushu
Travel Tips
Otaku Glossary
Working in Japan
Useful Information

ここでは“Exploring Harajuku”の“Kiddy Land”に注目しておきたい。

When Kiddy Land opened more than 60 years ago, it was the first big toy shop in Tokyo. While not particularly large by today's standards, its five floors are packed with toys, stationery clothes and any kind of character goods. The first floor showcases what's currently trendy in Japan, while the second floor is a riot of *kawaii* character goods. Things get even more interesting on the third floor, with toys, figures and dolls for boys, girls and even adults, while on the top floor you'll find the Hello Kitty shop. A complete floor guide can be found on the website. (847)

写真も多数あり、しかも英文で書かれていることから、日本のオタク観光ガイドブックとなっている。

### (179) MJ Jean. *Anime Culture and Otaku in America* (2021)

MJ Jean. *Anime Culture and Otaku in America: Case Studies of the Influence of Japanese Pop Media on the USA and Emerging Transnational Trends* (Presentation from the Anime Convention Circuit 2010-2014, Independently published, 2021)のおもな内容は以下の通りである。


Foreword

Introduction

Background:

1. A Glossary for Those Who Don't Know What Anime Is
2. An Oversimplied Cultural History
3. The Making of a "Cool" Japan in Mainstream America
4. Japanophile, Otaku, and Weeboo: Cultural Identity Sepctrum

Case Studies:

5. Dark Pasts, Bright Futures: Reconciling WWII Human Rights Vioations through Friendship
6. US and Japanese Grassroots Writing: An Introduction to Fan Fiction
7. Disappearing Women: Tracing Femininity and Women's Gender Roles through TV and Film
8. Yaoi and Slash: Grassroots Literary Reactions to Male-Dominated Narratives and Media

Trends:

9. Are Otaku Globalization's First Children: Post-Geographic Third Culture Kids
10. What Makes Transnational Media Tick? An Introduction

11. Tracing Trends of Transnational Resonance
12. Tips on Crafting Transnational Media
13. Timeline: Telegraphing Transnational Resonance

Appedums:

1. Table of Contents Omake
2. Author's Note
3. Discard Pile
4. Teaser Chapter from Snapshots of American Culture: The Gamers, "A Feminist Walks into Gamegate and Walks Out on the Side of the MRAs"

ここでは"1. A Glossary for Those Who Don't Know What Anime Is"より、"Otaku"の定義を確認しておきたい。

> Otaku- pronounced oh-TAH-coo3 - A word borrowed from the Japanese language to describe a person who is enthusiastic about Japanese pop-culture, particularly anime, but also manga, cosplay, or video games. In Japan, an "otaku" is a fanatic—someone obsessed with something. There are train otaku and jellyfish otaku as well as video game otaku. In the USA, the connotation does not always include the "fanatical" element, but always refers to fan of Japanese pop-media. The concept of an American Otaku is more developed in the chapter on Otaku Cultural Identity. (848)

"There are train otaku and jellyfish otaku as well as video game otaku."では、日本の「電車オタク」と「クラゲオタク」をそのまま受け取らず、もう少しその背景を見るべきだろう。「電車オタク」は当然、中野独人『電車オタク』(2004)、東村アキコ『海月姫』(2008)が発表されており、ふつう考えてみても、海月オタクはあまりにも片寄りがある。これは東村アキコ『海月姫』を意識していることだろう。

筆者は欧米の"otaku"論もいくつか目にしているが、初めて目にしたもの

に“Japanophilia”がある。

Japanophilia- The love of Japan and its culture, media, history, language, etc. Japanophiles are more concisely defined in the chapter on Otaku Cultural Identity. (849)

“4. Japanophile, Otaku, and Weeboo: Cultural Identity Sepctrum”には“Otaku”に関する記述がある。

Otakudom is different for each individual. Some choose a particular series--e.g. Sailor Moon or Naruto—then grow and develop alongside the protagonists at every stage of their childhood, adolescence, and adulthood through the fifty-plus books in the franchise. The Western narrative lacks these long-haul stories, with the notable exception of trendsetting Harry Potter. Other Otakus adopt a certain art form, such as cosplay or JRPGs, spend hours learning the details and nuance of those forms, and design their own creations after the Japanese style. (850)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

Otakus' love also drives them to spend time/money on Japanese goods and culture rather than those of the USA. Spending time being immersed, if only indirectly, in Japanese culture primes Otakus to become even more involved in that foreign lifestyle. When they meet other Otakus at cons, this foreign influence is only reinforced as they are given both social and marketplace trade opportunities to acquire more knowledge and cultural artifacts. Simply put, loving one element of Japanese culture enables individuals to love more of it, eventually becoming Otaku, and cons only snowball this appreciation. (851)

日本のマンガ・アニメはストーリー上、登場人物の成長があることが大きな特徴になっている。これは読み手にとっては大きな魅力である。

## (180) 佐々木隆『ことばとオタク文化』(2021)

佐々木隆『ことばとオタク文化』(武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2021 年 1 月)は、明海大学での講演「ことばとオタク文化」(2020 年 10 月 13 日 16 時 20 分～17 時 50 分、ZOOM)の内容をまとめた講演録で、主な内容は次の通りである。

はじめに
1　ことばと文化
2　「オタク文化」とは?
3　「萌え」
4　「カワイイ」
5　「コスプレ」
注
付録(理解の深まるオタク・オタク文化研究の参考資料一覧)
おわりに

まず「文化」の定義を時系列に５つ定義を紹介した。最初にまず、イギリスの人類学者タイラー(Edward Burnet Tylor, 1832-1917)の『原始文化』(*Primitive Culture*, 1871)からの定義を紹介した。第２は今回の特別授業のタイトルにも「ことばとオタク文化」は明海大学中井延美ゼミで使用している鈴木孝夫『ことばと文化』(1973)より「文化」の定義を紹介した。

> ある人間集団に特有の、親から子へ、祖先から子孫へと学習により伝承されていく、行動及び思考様式上の固有の型(構図)のことである。(852)

第３と第４は異文化コミュニケーション分野より、Larry A. Samovor, Richard E. Porter and Nemi C. Jain. *Understanding Intercululral Communication* (1981)と石井敏「文化とコミュニケーションの関係」(石井敏他編『異文化コミ

ュニケーション・ハンドブック』1997)からの定義を紹介した。第５は定義というよりは言及になるが、Terry Eagleton. *The Idea of Culture* (2000)を紹介した。

オタク文化については岡田斗司夫『オタク学入門』（1996）を取り上げながら、次のように述べている。講演録のため、口語体になっている。

> ポイントは「子供文化」。創作上は「虚構」「二次創作」が重要と考えています。佐々木はオタク文化の三大要素として「子供文化」「虚構」「二次創作」を提唱します。
>
> 岡田の考え方をもう少し見ておきましょう。ギリシャ哲学＋キリスト教＋アカデミズムは「大人の文化」、これに対抗するのがパンク、ロックとなります。すなわち、それは「若者の文化」「カウンターカルチャー」となります。構図としては「大人対若者」の対抗ということになります。対抗するものがない状態では、それはサブカルチャーの位置付けとなります。又は、カウンターカルチャーが大人の認める大人の文化に昇華する場合も出てきます。アメリカのサブカルチャーが日本へ。それは日本で成長したものではなく、借りもののサルマネサブカルチャーと岡田は主張しているのです。オタク文化は単純にサブカルチャーではありません。(853)

次に斎藤環『戦闘美少女の精神分析』(2000）にも注目した。「虚構のテクストの神話性」「虚構化」「多重見識」「虚構それ自体に性的対象を見いだせる」などの４点に注目しているが、先に取り上げた「オタク文化の三大要素」に４つを加え、重要な７点を以下のように指摘した。

1　伝統芸能や芸術との関係
2　趣味との関係
3　SF との関係
4　戦争との関係
◎5　子供文化
◎6　虚構

◎7　二次創作

◎印の３つは佐々木が最も注目しているものです。なお、戦争とオタクとの関係はササキバラ・ゴウ編『「戦時下」のおたく』（角川書店、2005 年 10 月）をご参照下さい。また、村上隆の取り扱いについても同書で触れています。特に戦後のマンガやアニメは原子力、核の問題を切り話すことができません。『鉄腕アトム』は原子力がエネルギー源ですし、ロボットものもおおかたこうしたものがエネルギーになっていますね。『宇宙戦艦ヤマト』もアニメ映画として上映されましたが、これまでにない人気ぶりでした。このストーリーもまた、放射能汚染が背景にありましたね。アニメではありませんが、ゴジラなどの怪獣も背景には放射能がありましたね。日本では恐竜ではなく、怪獣がメインなのもこうしたことがあったからだと思います。詳しいことは時間の関係からこのあたりは省略致します。(854)

「3　『萌え』」については定義するにあたり佐々木は次のように述べている。

当初は架空のもの、2 次元のキャラクターへの一方向の愛情表現であったものが、意味がライト化し、架空ではなく、非日常的なキャラクター（メイドカフェのメイドさん）やフィギュアに対しても用いられるようになっていますね。工場萌えなどは、意味のライト化の典型例です。本来なら「～好き」の意味のオタク的表現と言ってもよいでしょう。(855)

「4　『カワイイ』」について、その効果については次のように述べている。

・「カワイイ」には安心感と癒し効果がある。
・「カワイイ」がインスタを中心に映像として氾濫している。インスタの素材になっている。
・「カワイイ」にはビジネスにつながる要因を多く含んでいる。

・いまやカワイイ産業が氾濫している。(856)

「5　『コスプレ』」については、日本語の辞書でも英語でも単なる仮装ではなく、日本のマンガ、アニメ、ゲームの登場人物（キャラクター）に扮することであることは共通している。

ことばの意味は拡大していきます。オタクや萌えがそうであったように、コスプレもまた、日本のアニメ、マンガ等のキャラクターという定義はさらに広がり、架空のもの、あるいはいわゆる仮装ものをさらに取り込んで、ひっくるめて「コスプレ」というようになったのが現状でしょう。(857)

最後に「付録（理解の深まるオタク文化・オタク研究の参考資料一覧）」では136の資料が紹介されている。書誌として最低限の情報が掲載されている。この資料について以下のような但し書きが付記されている。

上記で取り上げた文献は現在執筆中の『書誌から見た「オタク研究」』（全3冊、2021年春発行予定）のうち前編・中編の「7　『オタク文化』とは」「9　オタク・オタク文化研究」で掲載予定のものである。(858)

『書誌から見た「オタク研究」 増補版』（全3冊）は実際に2021年5月に出版された。

### (181) 大倉韻「オタク文化は、現在でも都市のものなのか」(2021)

大倉韻「オタク文化は、現在でも都市のものなのか」（木村絵里子他編『場所から問う若者文化』(大修館書店、2021 年 2 月)の下位項目は以下の通りである。

1　「オタク」の変化
2　仮説の提示

3　GYS 調査の分析
4　2014 年全国調査の分析
　4-1　オタク趣味自認と地域差の検討
　4-2　モノ消費の地域差の検討
　4-3　コト消費の地域差の検討
5　意識・行動項目の地域差の検討
　5-1　オタクや ACG 趣味に関連する意識や向き合い方の地域差
　5-2　孤独耐性や自己肯定感を従属変数とした重回帰分析
6　オタクの一般化・偏在化と、新たなオタクの登場

「1　『オタク』の変化」では時代の変化に合わせてオタクの変化を次のように捉えている。

1980 年代後半以降注目されてきた「オタク」と呼ばれる人びとに関する議論は、彼らが都市に居住していることを暗黙の前提としてきた。それというのも、2000 年代後半以降にインターネットを介したコンテンツ配信や通信販売が充実するまで、アニメ・マンガ・ゲーム（以下 ACG と呼称）などのコンテンツ消費（モノ消費）は DVD や書籍などの実体メディアを必要としており、それらへのアクセスが容易な大都市＝「趣都」（森川 2003）近郊に居住していることが「オタク」であることの要件となっていたからである。(859)

（森川 2003）とは森川嘉一郎『趣都の誕生―萌える都市アキハバラ』（幻冬舎、2003 年 2 月）のことである。さらに居住地域との関係から次のように述べている。

居住地域の違いが若者のオタク文化への接し方に与える影響について、本章ではオタク趣味自認、モノ消費、コト消費、オタク趣味に関する意識、の 4 層に焦点を当てて検討する。アニメ・マンガ・ゲームなどのオタク趣味はコンテンツ消費を前提としており、したがってそれを届けるメディアを必要

とする。ブロードバンドインターネットが普及する以前の人びとがオタク趣味を持つためには、実体メディアの入手という大きな障壁が存在した。マンガや小説やアニメ・ゲーム情報誌などの冊子媒体、DVD や CD やゲームカセット・ディスクなどの電子媒体が早く・大量に・多様に供給されるのは都市部であり、非都市在住者は専門店の不在・店主のオタク趣味への無理解などによりそうした媒体を入手することさえ困難が伴っていた。またビデオゲームについても、家庭用ゲームより高性能なアーケードゲームを大画面モニターでプレイしたり、他のプレイヤーと対戦したりするためには都市部のゲームセンターに行かねばならなかったし、TV アニメにおいても地上波テレビのチャンネル数が少ない地域では話題のアニメが視聴できないという事態が珍しくないなど、都市／非都市によるモノ消費の差が指摘されていた（能代 2014:デューク東条 2009 など）。(860)

モノ消費からコト消費のへ移動は観光においてもよく言われるところである。特に、インバウンドなのでも当初はモノ消費であったものが、その後は体験型のコト消費へ移動している。オタクの場合には必ずしもインバウンドと同じ流れではないが、コミックマーケットなどはモノ消費とコト消費が混在するイベントと考えてもよいだろう。なお、（能代 2014:デューク東条 2009）とは能代亨『融解するオタク・サブカル・ヤンキー――ファスト風土適応論』（花伝社、2014 年 10 月）とデューク東条「田舎オタク残酷物語（『Logical Product』Vol.19, Logical Product, 2009）のことである。

「3　GYS 調査の分析」の GYS とは以下の通りである。

ここで用いる調査データは、グローバル若者文化研究会（代表：松田美佐中央大学教授）が 2015 年におこなった質問紙調査である「若者の生活と文化に関する調査」（以降 GYS 調査と表記）(861)

「4　2014 年全国調査の分析」では 2014 年に実施された青年研究会（代表：東京学芸大学浅野智彦教授）「若者の生活と意識に関する全国調査」(862) によるものだ。

地域差についてみると、個々の趣味選択率とACGの趣味選択数について都市度最上位の地域でやや少ない傾向がみられるものの、統計的に有意な差はみられなかった。また音楽ジャンルについては同人音楽・ボカロが最上位地域でわずかに多い傾向にあるが、これも有意差は確認できなかった。したがって、「オタク文化に関する趣味を持つかどうか（オタク趣味自認）には地域差がみられない」という仮説1は支持されたといえる。(863)

「6　オタクの一般化・偏在化と、新たなオタクの登場」では宮台真司等が関東7都県、関西7府県で行った1990年調査、松山大学文学部社会調査室が東京都杉並区と愛媛県松山市で在住者に対して行った2005年・2009年の調査なども踏まえたものである。

まず1990年から2015年への時代変化については、オタクを自認する若者の増加、ACG趣味をもつ若者の増加、また実際のACG消費をおこなう若者の増加が確認された。また杉並と松山を比較すると、オタク自認については2009年まで杉並の方が多かったが2015年に差が解消していた。一方で趣味消費に関してほぼ一貫して松山の方が多い傾向がみられた。このことは、ACG趣味を持つかどうかと自分をオタクとみなすかどうかは必ずしも一致していないことと、オタクらしさが時期や地域によって変化していることを示唆しているように思われる。

次に2014年調査の結果をみてみると、ACG趣味は極めて多くの若者に選択されており、もはや一般的な趣味だといえる。ただしその中でもゲームに関しては従来の専用機よりも、場所を選ばず消費金額も少ないスマホゲームが支持されていた。近年注目されることの多い「コト消費」については、コミックマーケットやアニソンライブなどのオタク向けイベント、あるいは聖地巡礼などを楽しむオタクはオタク全体からすると一部に留まっているようだった。地域差については、ACG趣味自認と消費行動には地域差が見られず（仮説1～3）、またオタクやACG趣味に対する意識などにも地域差はみられなかった（仮説4）。しがたってオタクは大都市に集中しているので

はなく、日本全国に広く存在しているといえるだろう。

オタクのいきづらさについてみると、オタク尺度が高い若者は孤独耐性が高いが自己肯定感は低かった（牧野「ACG 趣味仮説」と一致）。またオタク趣味を友人と共有する若者は孤独耐性が低く、マンガの恋愛を現実の恋愛に応用する　場合は孤独耐性と自己肯定感がとても低くなるという結果が得られた（仮説 5）。ここから現在のオタクには、ACG コンテンツをひとりで消費し、孤独耐性は高いが自己肯定感が低い（従来型の）オタク＝「消費優先型オタク」と、流行の ACG コンテンツを友人と共有しつつ恋愛にも活用する、自己肯定感は高いが孤独耐性は低い（新しい）オタク＝「共有優先型オタク」の二種類が存在する可能性が考えられる。

オタクは明らかに増加しているが、その全てがかつてのような「一般的な評価を得られない趣味に並外れた集中をみせる人びと」としてのオタクとはいえない。濱野智史は従来よりもカジュアルに ACG を消費し、友人関係をコントロールするためにそうしたメディアを活用する「ライトオタク」（濱野 2012)の存在を報告しているが、2014 年調査時点でそれら二種類のオタクが混在しているように思える。そしておそらく後者のオタクはコミュニケーションに重きをおいたコンテンツ消費をするため、大都市に居住していなくても十分に満足な趣味活動ができるだろう。たとえば最新のアニメを動画配信で視聴し、地方都市のアニメショップやネット通販で入手できるグッズを購入し、友人とソーシャルゲームをプレイするといったように。しかし前者のオタクは、通信販売では入手できない少部数の同人誌や店舗限定のグッズを消費したいと願うかもしれない。そうした「尖った」（熊代　2014）ニーズは大都市でなければ充足し得ないため、もし彼らが非都市にいたならば、かつてのオタクたちと同様に都市を夢見ているのかもしれない。(864)

牧野「ACG 趣味仮説」とは青少年研究会編『「若者の生活と意識に関する全国調査 2014」報告書』内の「自己を肯定する資源の位相」のよるものだろう。（濱野 2012)とは濱野智史「デジタルネイティブ世代の情報行動・コミュニケーション」（小谷敏・土井隆義・芳賀学・浅野智彦編『若者の現在　文化』日本図書センター、2012 年 3 月）、（熊代 2014）は能代亨『融解するオタク・サブ

カル・ヤンキー――ファスト風土適応論』（花伝社、2014 年 10 月）のことである。

オタクが二分化していることはよく言われている。コアなオタクとライトオタク、あるいはリア充オタクなど、論者により表現は様々だ。共通していることはオタクが好むコンテンツをコミュニケーションツールとして活用している点は共通している。ここでは「消費優先型オタク」と「共有優先型オタク」と表現されている。消費行動という観点からすればこうした表現がふさわしいかもしれない。

## (182) NHK『平成ネット史（仮）』取材班「ネットは『オタク』のものだった 平成 10 年（1998 年）～平成 18 年（2006 年）」（2021）

NHK『平成ネット史（仮）』取材班「ネットは『オタク』のものだった平成 10 年（1998 年）～平成 18 年（2006 年）」（2021）は NHK『平成ネット史（仮）』取材班『平成ネット史　永遠のベータ版』（幻冬舎、2021 年 4 月）の「Chapter 2　ネットは『オタク』のものだった平成 10 年（1998 年）～平成 18 年（2006 年）」のことである。

ここでは「Chapter 2　ネットは『オタク』のものだった　平成 10 年（1998 年）～平成 18 年（2006 年）」に注目しておきたい。オタクとネットは切り離せないところだ。

> 平成 10 年（1998 年）前後、女子高校生のあいだでルーズソックスやプリクラ、たまごっちが流行していた頃、個人でホームページを開設する人が急増。個性的なサイトが続々と誕生しました。
>
> 当時、サイトに訪問する人の多くが情熱を燃やしたのが、いわゆる「キリ番ゲット。サイトの訪問者を数えるカウンターが、〝1234〟や〝7777〟など、アクセスしたときに「キリのいい番号」になることです。(865)

1995 年は Windows95 が発売され、PC とインターネットがより接近し、1998 年にはさらに Windows98 が発売され、ホームページの開設が急増した。

「ブログサービス」については次のように述べている。

一世を風靡した「侍魂」ですが、平成18年（2006年）を最後に更新が途絶えます。実は当時、健さんをはじめ、人気がテキストサイトの管理人の多くが学生だったため、就職を機に更新頻度が激減したり、閉鎖になったりしていたのです。

入れ替わりように、人気を集めたのが「ブログ」でした。

ウェブサイトを作るには専門的な知識が必要でしたが、ブログは決められたフォームに入力するだけで世界に公開できるシステムです。

更新の手軽さから一般人だけではなく、多くの芸能人も「ブログ」を開設。眞鍋かをりさんが平成16年（2004年）に開設したブログは、独特の文体で大人気になり、当時眞鍋さんは「ブログの女王」とも呼ばれました。

ブログは日本人の特性にも合っていたのでしょう。平成18年（2006年）に行われた調査では、世界のブログのうち、日本語で書かれたグログの割合がトップになっています。日本とアメリカだけで4分の3を占めていました。

個人がさまざまな情報を発信し始めたことで、ネットは新たな役割、巨大なメディアとして成長を始めたのです。(866)

ネットによる発信では「２ちゃんねる」を取り上げなければならないだろう。

日本のインターネット史に多大な影響を与えたのが、平成11年(1999年)に開設された巨大匿名掲示板「２ちゃんねる」です。

〝「ハッキング」から「今晩のおかず」まで〟というキャッチコピーのとおり、「板（いた）」と呼ばれる。さまざまなジャンルの掲示板が無数に集まり、「２ちゃんねら！」と呼ばれる人たちの格好の遊び場になりました。(867)

対談で堀江貴文は次のように述べている。

一般社会がインターネットを通じて、「オタク」っていうものをおもしろがり始めたのが、ちょうどこの頃です。

全く理解できない存在なんどけど、「ちょっとこの人たちおもしろいじゃん」「ネットでよく見かけるぞ」と思い始めたってことがひとつ。

もうひとつが、まさにオタク自身がカミングアウトし始めたということです。いままで自分たちはずっと日陰者だったんだけど、結構おもしろがってもらえるし、オタク趣味というものを通じて、コミュニケーションを広げていくことだきる。変な話だけど、オタク趣味を通じて「リア充」してもいいじゃないかという。

あと当時は「オタクである」というのを女性がカミングアウトしにくい環境にあったのも事実でしょう。(868)

また、宇野常寛も次のように述べている。

「kwsk」や「おｋ」などの２ちゃんねる用語は打ち間違いから、自然発生的に出てきたものです。あれをこの時代のインターネットユーザーが使っていた頃は、まだぎりぎりインターネットがカウンターカルチャーの範疇で、こうした表現も仲間意識の確認みたいなところもあったと思います。

ただ『電車男』くらいから、かなり潮目は変わりました。

ポイントは２つあって、ひとつはマスメディア、つまり一般社会がインターネットを通じて「オタク」というものをおもしろがり始めてたことです。新潮社が書籍化して、大手の民放キー局・フジテレビがドラマ化して、のちに映画『君の名は。』のプロデューサーで知られることになる川村元気さんが東宝で当時映画にしているわけですからね。(869)

オタクの一般化、ライトオタク化の傾向が出て来たということになろうか。一般人のオタク化、オタクもコアのオタクからライトなオタクへと移行したみるべきだろうか。当初のオタクのように網羅的なオタクがいなくなってきたとも言えるかもしれない。

## (182) 山野車輪『オタクが日本を「右傾化」させた』(2021)

山野車輪『オタクが日本を「右傾化」させた―右派＋オタク文化史論』(鈴屋出版、2021年4月）のおもな内容は以下の通りである。

まえがき
第1章　世界が認めるオタクカルチャー
第2章　右派とオタクカルチャー
第3章　オタク vs 韓流
第4章　左派に苦しめられるオタク
第5章　オタクと政治の導線
但馬オサム，解　説　国敗れてオタクあり　但馬オサム

「まえがき」では「オタク」への変遷について以下のように述べている。

オタクの語源は、私的な場面で用いられる二人称の敬称「お宅」で、1980年代初頭、オタクとされる好事家が、同人誌即売会や今で言うところのオフ会などで「お宅はどこから来たの?」というように使っていました。しかし彼らは、一部の心無い人たちからコミュニケーション能力が欠落しているとされ、気持ち悪く思われることが少なくありませんでした。そういった人たちが、いつしか 「オタク」と称されるようになっていったのです。最初に、そういった人たちのことを「オタク」と定義したのが、『漫画ブリッコ』(白夜書房、1983年6月号)に掲載された中森明夫氏のエッセイです。最初は平仮名で「おたく」と表記されていました。前述の意味を内包する「おたく」という名称は、オタクの内側で自虐的に用いられていましたが、これが、とある事件を契機にヘイトラベリング用語として用いられるようになります。その事件とは、1988年から1989年 にかけて起こった「東京・埼玉連続幼女誘拐殺人事件」です。マスコミは同事件における激しい報道合戦のなかで、犯人のビデオ趣味と異常性を結びつけ、幼児性愛や屍体愛好までをもオタクに紐づける報道を行い、歪んだオタク像をつくり出したの

です。これによってオタクは、変質者や犯罪者予備軍とみなされ、差別されたり迫害されたりする事態へと発展していったのです。(870)

ここでは「おたく」と「オタク」の違いは明確には述べられていない。さらに英語にもなっているが、この「OTAKU」につ いては「第 1 章　世界が認 めるオタクカルチャー」で取り上げている

…海外においても「OTAKU」と称され、アニメをはじめとする日本発のポピュラーカルチャー愛好者を指す名称として用いられ、そこにヘイトな意味は含まれていなません。それどころか、格好良い趣味と見る傾向もあるようです。日本では蔑称扱いだった「オタク」は、海外では一種の尊敬の意味を込めて、尊称として用いられているのです。また好んで自らを「OTAKU」 と称する人もいるほどに格好良い存在とされています。現在、「OTAKU」という属性で世界中のオタク(OTAKU)が連帯する時代が到来しているのです。(871)

「第1章　世界が認めるオタクカルチャー」では海外に日本のアニメが受け入れられた事情について以下のように述べている。

親日外国人が増えた理由の1つに、アニメの影響が挙げられますが、さて日本のアニメはいつ頃から輸出されていたのでしょうか。それは、国産テレビアニメとして初となる『鉄腕アトム』(1963 年)からと言われて います。同作はこれまでに30ヶ国以上で放送されています。そして1970年代前半に香港と台湾にそれ以外のテレビアニメも輸出され、続いてアジア圏の様々な国で放送され始めます。

1970 年代後半にはヨーロッパへの輸出が始まります。まず最初にイタリア、その次にフランスで放送されました。(872)

日本のアニメが海外に広がったのは、世界的にテレビのチャンネル数が増えたことと、ソフトが不足していたという背景があり、そこに日本のア

ニメは価格(放送権料)が安かったため、世界各国から買いつけられることになりました。そしてアニメというのは記号化された絵であることから、日本の生活風景が映し出される日常のシーンを除けば、どの国でも放送されても違和感を持たれにくく、特にロボットものや世界スタンダードな作品ものなどは大抵の国で放送できます。このような事情が重なって、世界中で多数の日本のアニメが放送されていたわけです。(873)

「第２章　右派とオタクカルチャー」では日本のテレビアニメは、男児向けには格好良く、女児向けには可愛いキャラクターを主役に据えた 30 分の商品コマーシャルとして発展していきました。製作費を出すスポンサーにとっては、キャラクターグッズで利益が上がればよいわけです。

そのキャラクターとの親和性が高いアニメと言えば、ロボットものでしょう。1972 年にテレビアニメ『マジンガーZ』が放送開始され、主役ロボット「マジンガーZ」 の超合金が大ヒットします。本作の商業的成功から、様々なロボットアニメが多数制作されていきます。最初は腕をバネで飛ばすだけだったロボット玩具は、合体や変形、磁石でくつつくなど、さまざまなアイデアやギミックが生み出されて発展していきました。 テレビ放送されていたアニメや特撮はあくまでも児童向けでしたが、1974 年、ティーンエイジの視聴者に熱く支持されることになるテレビアニメ『宇宙戦艦ヤマト』の放送が始まります。(874)

## (184) 佐々木隆『書誌から見た「オタク」研究　増補版』(前編)(中編)(後編) (2021)

佐々木隆『書誌から見た「オタク」研究　増補版』(前編、中編、後編)(多生堂、2021 年 5 月) は佐々木隆『書誌から見た「オタク」研究』(多生堂、2019 年 10 月) の増補版である。おもな増補状況は以下の通りである。

『書誌から見た「オタク」研究』(2019)
「9　オタク研究」　75 文献

「10　腐女子研究」　17 文献
「11　オタク・腐女子・LGBT の映画・ドラマ」　17 作品
「12　気になる TV 番組」　4 番組

『書誌から見た「オタク」研究　増補版』（2021）
「9　オタク・オタク文化研究」（前編・中編）　155 文献
「11　腐女子・BL・LGBTQ 研究」　35 文献
「12　オタク・腐女子・LGBT の映画・ドラマ」　31 作品
「13　気になるイベント・TV 番組」　9 件

なお、目次は以下の通りである。

前編
プロローグ
序　「オタク」とは何か
1　オタク前史
2　オタクの誕生と発見―中森明夫「『おたく』研究　街には『おたく』がいっぱい」（1983）
3　幼女連続殺人事件の影響
4　オタクの定義
5　「おたく」と「オタク」
6　オタクの気質
7　「オタク文化」とは
8　オタクの変遷
9　オタク・オタク文化研究（1）～（60）
中編
9　オタク・オタク文化研究（61）～（155）
10　気になる本
後編
11　腐女子・BL・LGBT

12　オタク・腐女子・LGBT のアニメ・映画・ドラマ
13　イベント・気になる TV 番組

「9　オタク・オタク文化研究」の「(156)オタクを研究するとはどういうことか」では次のように４点についてまとめた。

既に触れたが、まず、趣味、SF ファン、鉄道ファンなど特定の分野のファンの登場という土台の上に、映像メディア文化は映画、さらに TV アニメの登場により大きな変化を見せるようになった。その後 PC の登場、さらにはインターネットの普及により双方向性の発信が個人でも可能となったことは大きな変化だ。こうした社会状況の変化、メディアの変化はオタクを大きく変容させていった。SF から TV アニメへ、PC からゲームへ、マンガ・アニメ・ゲームがコンテンツとして捉えるようになると、メディアミックスが急速に進んだ。

オタク研究するとはこうした時代背景・社会状況と若者の行動・精神状態を探究することになる。

1　趣味人、ファン、コレクター、マニアは周辺知識や教養を備えたオタク
への道を辿ることになる。オタクの価値観はファン、コレクター、マニア等とは異なり、もっと包括的である。独特な価値観を持つオタクに注目。

2　オタクは子ども文化を大人になっても引きずることができる。また、大人でも愉しめるコンテンツを社会が供給するシステムが出来上がっている。これをざっくりとオタク産業を名づけてもよいかもしれない。大人なると収入も増え、売り手や提供者にとっては魅力的な市場が出来上がっている。しかも、継続性が見込める。消費者としてのオタクに注目。

3　メディアに敏感に反応する。活字から映像（映画）へ、マンガからアニメやＰＣゲームへ。さらにインターネットの登場によりオンラインゲームやスマホでのゲームにも対応。日本では特にこのスマホや携帯用の

ゲームが格段に進化している。フィルムからデジタルへ、テープからデジタルへ と音響、写真などデジタルコンテンツを使いこなし、情報の収集と整理がし易くなった。しかしインターネットの登場によりこの安易さが表面上の理解と根底からの理解とを大きく分かる事態なった。前者はライトオタク化、オタクの一般化とも言われる現象。メディアの影響に注目。

4　オタクは引きこもりと同一視されていたこともあったが、人間関係、コミュニケーションという観点からオタクに注目。コミュニケーションについてはオタクは自分の興味関心のあることについてはコミュニケーションを取ろうとするが、一般的な会話等には関心がないなど、人間関係を選択して行っているため、コミュニケーション能力に欠けているとの誤解を生んでいる。

オタクをサブカルチャーのひとつとして捉え、若者論などと同様に考えようとオタク論が一時期形成されたが、特に2000年以降のオタクが、以前のオタクと異なっていることから、上記１～４を意識したオタク論がここ数年数多く出版されている傾向にある。(875)

なお、詳細な目次はホームページ「佐々木隆研究室」で公開されている。(876)

### (185) 佐々木隆「オタク書誌（抄)」(2021)

佐々木隆「オタク書誌（抄)」(『ポップカルチャー・若者文化研究』第6号、ポップカルチャー・若者文化研究会、2021年6月）にはオタク文化・オタク研究の218文献、［参考１］では7文献、［参考２］ではトンデモ本シリーズとして15文献が取り上げられている。なお、ホームページ「佐々木隆研究室」では全文が公開されている。(869)

### (186) Robert Kanten, Lincolon Dexter and Irwing Wong, editor. *The*

*Obsessed*(2022)

Robert Kanten, Lincolon Dexter and Irwing Wong, editor. *The Obsessed: Otaku, Tribes, and Subcultures of Japan* (gestalten, 2022) の内容は以下の通りである。

The Meaning of Obsession　こだわり
　A foreword by Irwin Wong, photographer and co-editor
Otaku: Who are you?　オタクってどんな人？
　An essay by Patrick W. Galbraith
Aoki Misako　青木美沙子
Akizuki Ai　璃月愛
Maid Cafes　メイドカフェ
Tanganmen　単眼面
Animegao　アニメ顔
A Brief History of Kawaii　かわいいの歴史
　An essay by Joshua Paul Dale
Chiitan　ちいたん
Cosplay Idol Miyamoto Saki　宮本彩希
Sana Seine　星音早那
Shironuri Artist Minori　白塗り作家みのり
Gundam Cut　ガンダムカット
Robot Cosplayer Valkyrie　バルキリー
NyoRobotics　にょロボてぃクス
Skeletonics　スケルトニクス
Build Bang　ビルドバン
Gas Mask Idol　Rammaru Pomupomu　らんまるぽむぽむ

Ibaraki Jagi　茨ジャギ
Armor Festival　アーマー祭
Figurine Collectors　フィギュア　コレクター
Sofubi Toys　ソフビ人形
Toriena　トリエナ
Yamazaki Isao　山崎功
Buso Livers　武装ライバー
Shishumania　刺繍マニア
Roller-zoku　ローラー族
DJ Sumirock 岩室純子
Gyaru Fashion　ギャルファッション
Bosozoku　暴走族
Horiren　彫連
Japan's Obsession with Cars　愛車へのこだわり
　An essay by Dino Dalle Carbonare
Itasha　痛車
Vanning　バンニング
Kaido Racer　街道レーサー
Rohan Izawa Art Design　ローハン井澤 ART DESIGN
1/1 Scale Model Club　等身大フィギュアクラブ
Dekotora　デコトラ
Amesha　アメ車
Otoko no Ko　オトコの娘
　An essay by Sharon Kinsella
Grow Hair　セーラー服おじさん
Kurage　クラゲ
Decora Fashion　デコラ系ファッション
A Stroll down Memory Lane in Harauku　東京ストリートファッション
　An essay by Philomena Keet
Kamen Joshi　仮面女子

Kekenoko-zoku　けけのこ族
Galden　ギャル電
Ikeuchi Products　池内啓人
Index
Imprint

こころでは各項目は取り上げないが、ふんだんにカラー写真もある。

### (187) 佐々木隆「オタク書誌　増補（抄)」(2022)

佐々木隆「オタク書誌　増補（抄)」(『ポップカルチャー・若者文化研究』ポップカルチャー・若者文化研究会、2022 年 1 月）は佐々木隆「オタク書誌(抄)」（『ポップカルチャー・若者文化研究』第 6 号、ポップカルチャー・若者文化研究会、2021 年 6 月）の増補版である。掲載文献数は、オタク文化・オタク研究の 276 文献、［参考１］では 7 文献、［参考２］ではトンデモ本シリーズとして 15 文献が取り上げ、新たにオタク学叢書として［参考３］を設けて 10 文献、矢野経済研究所の『オタク市場徹底研究』、『クールジャパンマーケット／オタク市場の徹底研究』として［参考４］を設けて 11 資料を取り上げて増補し、全体で 300 以上の文献・資料となった。なお、ホームページ「佐々木隆研究室」では全文が公開されている。(878)

### (188) 内藤理恵子『新しい教養としてのポップカルチャー』(2022)

内藤理恵子『新しい教養としてのポップカルチャー　マンガ、アニメ、ゲーム講義』（日本実業出版社、2022 年 3 月）ではオタクが裏から表の世界に登場した境として 2005 年を挙げている。

> 2005 年あたりを境に表（ストリートカルチャー）と裏（オタク文化）が自ずとひっくり返ったのか、あるいは別の力学が働いのか。そのあたりは、謎に包まれています。『電車男』（オタクが恋愛するエピソード）の映画化と、

雑誌『ユリイカ』で「オタクVSサブカル」の特集が組まれたこと、テレビ番組「がっちりマンデー」(TBS)で「儲かる街　秋葉原の最先端ビジネス」の特集が組まれたのはすべて2005年でうす。

いずれにしても、2005年あたりを境にオタクのいる場所が「裏」から「表」になったことには違いないのです。2010年のクール・ジャパン政策に向けての助走のような期間であったかもしれません。優秀なマーケッターが仕掛けたことなのか、自然発生的なブームをメディアが盛り上げたことのなか、その両者であるのか…そこには一枚岩ではないでしょう。ブームを起こそうとする世事に長けた人たちが存在し、その人たちの仕掛けたものが時流に合っていた、すなわちマーケッターと一般消費者のマッチングによる「相乗効果」といった見方が無難です。(879)

## (189) 吉田尚紀『オタクを武器に生きていく』(2022)

吉田尚紀『オタクを武器に生きていく』(河出書房新社、2022年11月)のおもな内容は以下の通りである。

まえがき　「がんばれ」って書いてある攻略本ってムカつきませんか?
第1章　オタクの時代!
　オタクの時代、到来
　クラスにはオタクとギャルしかいない説
　ジャンルは何だっていい!
　ネガティブイメージからの変遷
　オタクが必要とされる時代へ
　ワクワクする人生を送るために、オタクであれ
　好きを仕事にできる人は一握り問題
　「オタクを武器に生きていく」の定義と4つの仮説
　　定義　「オタクを武器に生きていく」とは?
　　仮説1　「そんなことどうでもいいでしょ」……は無視したほうがいい?

仮説２　「この道一筋！」……じゃないほうがいい？
仮説３　「労働＝つらいことのガマン代」……ではない？
仮説４　「将来、何になりたい？」……は考えないほうがいい？
ひとつだけ、ほぼ確実なのは「アテンプト」
第２章　オタク人生相談！　先輩たちに聞いてみた
「感情を考えること」を武器にする―夢を叶えたオタク・竹達彩奈さん（声優）
「アマチュア感覚」を武器にする―会社員でオタク・高橋祐馬さん（アニメプロデューサー）
「掛け合わせ」を武器にする―意外性のありすぎるオタク・けいたんさん（ダンサー・配信者・経営者）
友だちがいなくても、好きが仕事にならなくても、オタクは最強―次世代オタク・尾原和啓さん（IT 批評家）
第３章　オタクを武器に生きていくための攻略法
仮説検証タイム
「オタクの魂」とは、あなたの才能である
見つけ方①　「自分だけが気にしていること」が才能
見つけ方②　「世の中を変えたい」と思ったら才能
見つけ方③　「なりたい」「やりたい」と思ったら、それはもう才能
オタクの魂が武器になる瞬間
「大人の技術」を４つに分類する
技術①　まず決断、そして行動
技術②　柔軟さを保つ
技術③　掛け算を待つ
技術④　仲間を増やす
それでも自信がない人へ
あとがき

「オタクの時代、到来」ではオタクの浸透度をについて次のように述べてい

る。

矢野経済研究所の調査にもとづく予測では、2030 年にはオタク（自認しているまたは他人から言われたことがある人）の人口比率は40%に近づく、つまり日本人の約 3 人に 1 人がオタクになるだろうといわれています。

さらに SHIBUYA109lab.n による調査でも、Z 世代（1996～2010 年生まれの世代）の 8 割が「オタ活中もしくは推しがいる」との結果が出ています。なお、その対象は「アニメ・マンガ・ゲームのキャラクター・声優」が 1 位、「日本のアイルド」が 2 位とのこと。

と、こんなデータを示さなくても、10 代の方は、オタクという存在が身近なもので、世の中に浸透していることを十分実感しているじゃないでしょうか。(880)

また、オタクのイメージも変遷しており、ネガティブなイメージからポジティブなイメージへと変遷している。アイドルに限って言えばその変遷について次の指摘がある。

そして、2005 年に活動開始した秋葉原発の大人数アイドルグループ・AKB48 が 2010 年前後を境に全国的な人気を誇ると共に、複数の対象の中から自分が「推す」メンバーとして「推し」といった言葉が広まり始めました。推しを応援する活動を指す「推し活」という言葉は、2021 年の新語・流行語大賞にもノミネートされています。(881)

興味深い記述としては「オタクが必要とされる時代へ」というところだ。

今までは、社会、という大きな仕組みを動かすために、「決められたことができる人を必章な人数分集める」ことが必要でした。しかし、これからの時代は、決められたこと、単純作業でできる仕事はテクノロジーの発展とともにどんどん自動化されていきます。そうなると、今後は「他の人と違ったことができる」人が、必要とされる時代になります。他の人と違ったことがで

きるようになるには、他の人よりすごい知識や経験、スキルがあればいい。言ってしまえばこれ、オタクの強みなんです。好きなものに没頭していれば、知識や経験、スキル、更にそれを仲間同士で共有する方法さえ勝手に身についていきますから。(882)

「第３章　オタクを武器に生きていくための攻略法」では「オタクの魂」について次の
ように取り上げている。

オタクの魂とは何か？第１章でもこの本における「オタク」の定義として「誰かに頼まれたわけではないのにやってしまうことがある人」と書きました。親や先生から「オタクになりなさい！」と言われたことがある人はほぼいないでしょう。オタクは、「なろうとしてなれるものではなく、気がついていたらなっているもの」なのです。(883)

「オタクの魂が武器になる瞬間」についても興味深い指摘がある。

まずは人にウケるかどうかは二の次。気になることがあった。変えたいことがあったらなりたいものがあったら、気軽にアテンプトしてみてください。そして、オタクのあなたはそれをもう持っているはずです。オタクとは、「頼まれてもいないのに自然にやってしまうことがある人」ですかね。

そしていろんなことを自分のモチベーションの赴くままにやってみる中で、人に頼まれるようになったら、それがあなたの武器。「自然にやってしまうこと」が「仕事」に変わる瞬間、「オタク」が「武器」になる瞬間です。まずはやってみないと、その瞬間が訪れることは決してありません。(884)

オタクの魂が武器になる瞬間には「大人の４つの技術」があると言う。

まず、決断、そして行動
柔軟さを保つ

掛け算を待つ
仲間を増やす

「掛け算を待つ」とは次のように説明している。

自分の「やりたい」と他人の「やってほしい」が噛み合うのには、タイミングがあります。(885)

また、「仲間を増やす」では次のように説明している。

社会で生きていく以上、仲間の存在は必須です。特にいろいろな人がかかわってひとつの作品を作ったり、たくさんの人に応援されることが求められたりするオタクコンテンツ業界では尚更です。(886)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

オタクとして生きていく場合には、「同じものを見ている」人がいてくれればいいんです。プロジェクトを成功させるためには「いい人を揃える」と言ったのがけいたんさん。逆にいえば「イヤな人は配慮しなくていい」ということです。ここ20年ちょっとで人間社会に起きた最大の変化がこれです。イヤな人がいるな、と思ったら、すぐ離脱しても次の道を見つけることに、かつてないほど苦労することはありません。もうイヤな人とガマンして付き合うことが大切、っていう時代じゃないんですね。「イヤじゃない人」とだけ仕事していてもいい時代になっています。(887)

**(190) 小林航太『オタク六法』(2022)**

小林航太『オタク六法』(KADOKAWA、2022年11月)のおもな内容は以下の通りである。

はじめに
本書のみかた

CHAPTER　1　作るときの法律
作品と作った人の権利を守る　著作権
作品はさまざまなかたちでお金に換えられる財産　著作権の種類
そもそもそれは著作権？　著作物の定義
著作者だけが持つ権利　著作者人格権
私の作品、パクられた？　複製権と翻案権利
大好きな作品にもっと命を吹き込みたい　二次創作
著作権が制限される例外　引用
インスパイアされた作品を作りたい　パロディ・オマージュ・コラージュ
自分の作品を勝手に投稿された　無断転載
どこまでOK？　作品のために素材を使いたい
著作権侵害に遭ったときに請求できるもの　損害賠償請求と差止請求
機械が作品作り　AIと著作権
ロゴなどを守る　商標権
デザインの権利を守りたい　意匠権
デザイン作って販売したい　当日版権システム
写真を無断で撮影された、公開された　肖像権
CHAPTER　2　見る・見せるための法律
タダで楽しむのはNG　海賊版コンテンツ
プレイを見たい、見せたい　ゲーム実況
えっちなイラストやマンガ　わいせつ物頒布等
インターネットで暴言を言われた　誹謗中傷
「○○するぞ！」と、脅されている　脅迫罪
違法なことをした相手を特定したい　発信者情報開示請求
大好きなあの人と近づきたい！　ストーカー規制法
悪い人は警察に罰してもらえる？　逮捕の基本
CHAPTER　3　楽しむための法律
憧れのキャラクターになる　コスプレ
勝手に写真を撮られた　盗撮
借りたものを自分のものにする、捨てる、売る　貸し借りに関するトラブル

イベントで仕事を休みたい　有給休暇の取得
オタクを理由にいじめられる　いじめ防止対策推進法
撮影ロケ、聖地巡礼をしたい！　不退去罪、建造物侵入罪
迷惑なお客さんが来た　威力業務妨害
イベントや会場でけがをした、させた　暴行罪
イベントが中止になった　チケットの払い戻し
作品やグッズを買いたい、売りたい　売買契約
本当に買いたい人が買えない　転売
インターネットでの個人取引で騙された　詐欺罪
パートナーの趣味についていけない　結婚・離婚
宝物のグッズを勝手に捨てられた　器物損壊等罪
どちらに権利があるかはっきりさせたい　裁判ってなに？
判決の内容を実現させる　強制執行野申立て
CHAPTER４　仕事をするときの法律
フリーランスとして独立したい　個人事業主
代金が支払われない、納品されない　仕事のトラブル
提供された作品を流用する　二次利用
バレたくない！申告はどうすれば！　副業
ノベルティやおまけをつけたい　景表法
CHAPTER５　オタ卒のための法律
オタクグッズを受け継ぐ　相続
オタクグッズの取り扱いを指定しておく　遺言
困っている人の味方　弁護士に頼むとどうなるの？
おわりに

「はじめに」では本書の趣旨が紹介されている。

普段意識することはありませんが、コンビニで買い物をしたり、電車に乗ったりするといった、私たちが当たり前の日常生活を送る中でも、いくつもの法律が関わっています。

このことは、イラストを描いてネットに投稿する、グッズを作る、コスプレをする、鉄道の写真を撮る、推しのライブに行く、推しの動画配信を見る、SNS で交流をする……などなどのオタク活動をするうえでも変わりません。意識していようがいまいが」、知っていようがいまいが、さまざまな法律が関わっています。

法律は、「知らないから」で済むものではなく、知らないことで損をすることがほとんどです。特に、SNS が広く普及した昨今は、オタク活動をしている中で、誰しもが法的なトラブルの当事者になる機会が増えてきています。

そこで、オタク活動をするうえでの“ハンドブック”になるような法律の本があれば、多くの人が充実したオタクライフを送る助けになるのではないか、という発想から、この『オタク六法』は生まれました。(888)

以上のように、本書はオタク活動に関する法律ガイドブックであって、研究書ではない。しかし、よく言われるが、コミケにおける二次創作の取り扱いについては注目しておきたい。ポイント「文化の発展と権利保護のバランス」では次のように述べている。

著作権法は、著作権の保護を通じて文化の発展に寄与することを目的とする法律です。文化はいろいろな人がいろいろな活動をしていく中で生まれ、発展していくもの。たとえば、二次創作文化は、著作権的には“グレー”と言われながらも、権利者からはある程度許容され、コミックマーケットに代表されるような即売会やインターネットを通じて拡大・発展を続け、マンガ・アニメ・ゲームなど文化の発展にも寄与してきました。

文化の発展という観点からは、必ずしも著作者の権利を守るために法規制を強めさすればよいというわけではありません。著作者の権利保護と文化の発展の２つのバランスを取るのは、実は難しい問題です。(889)

また、2023 年に日本テレビで放映された芦原妃名子原作の『セクシー田中さん』が実写化ドラマ化されたが、原作者が自殺するという悲しい事態となった。日本テレビのプロデューサー、脚本家、出版社、そして原作者との間で何があ

ったのかが大きく取り上げられた。ここで「著作者人格権」という用語がマスメディアで紹介されるに至った。公表権・氏名表示権・同一性保持権の３つがあるが、さらに「著作権法 113 条 6 項は、「著作者の名誉または声望を害する方法によりその著作物を利用する行為は、その著作者人格権を侵害する行為とみなす。」[890] にも注目している。発行が 2022 年であるが、まさにこの著作者人格権が問題となったのだ。

### （191）しげの『持続可能なオタク目標　公式解説』（2022）

しげの『持続可能なオタク目標　公式解説』（暗黒通信団、2022 年 12 月）は SDGs のオタク版である。そのため略語も SOGs となっている。

上記の通り、SDGs に沿っているわけではなく、むしろ「内容的には「SGDs」とは全く無関係」[891] である。「作成にあたっての考え方」では次のように紹介されている。

一口に「オタク」と言っても、その分野・領域・ジャンルは非常に幅広く、比較的古くからある「漫画」「アニメ」「ゲーム」から、「パソコン」「ガジェット」「プラモデル」「フィギュア」「ドール」「各種コレクション」等の物理的な「物」を扱う分野、「コスプレ」「サバイバルゲーム」等の物の行動を伴う分野、そして最近主流と思われる「アイドル」等の所謂「押し活」、そして自分自身が専門としている「同人」「鉄道」等々、非常に幅広いものです。作成にあたっては「オタク」のジャンルに対して幅広く網羅的にし、汎用性のあるものにするように心掛けました。「自分自身がオタク趣味を持続する」ことと、（自身が

所属する）「オタクコミュニケティを持続する」ことの両方の観点で作っています。[892]

1　健康を大切にしよう／No Health, No Life
2　社会生活と両立させよう／Compatible with Social Life
3　お風呂に入ろう／Take a Bath
4　経済を循環させよう／Circulate the Economy
5　推しは推せるうちに推そう／Support your Oshi While you can
6　適切な課金と貢献を／Appropriate Contribution
7　楽しんで続けよう／Enjoy and Continue
8　良い人間関係を構築しよう／Good Relationship
9　人は人、自分は自分／I am Me, Others are Others
10　正しい情報を得よう／Correct Information
11　法令とマナーを守ろう／Comply with the Law, Observe Manners
12　所有物を大切にしよう／Take Care of Belongs
13　消費するだけでなく発信しよう／Not only Consume, But also Provide
14　内にも外にも冷静な目線を／Calm View to Self and Others
15　後進を育成しよう／Nurture the Next Generation
16　変わる勇気、休む勇気／Courage to Change, Courage to Rest
17　不測の事態に備えよう／Prepare for Unexpected

オタクならではの説明があるので、いくつか紹介しておこう。

4　経済を循環させよう／Circulate the Economy
- 推しには適切な対価を支払おう。
- 所謂「転売ヤー」からの購入は経済の循環にならない。転売に荷担しない。
- 同人誌など、有料コンテンツを自ら発信して経済を循環させるのもあり。[893]

5　推しは推せるうちに推そう／Support your Oshi While you can

・「推し」が卒業などにより「推せなくなる」可能性がある。
・ここでの「推し」は広く「応援の対象」を想定しています。アイドル・人物・選手・キャラクター以外にも、作品や企業、機器、乗り物、建築物なども想定しています。
・自分の側の事情により「推せなくなる」可能性も。
・鉄道であれば「(路線や車両を) 乗れるうちに乗ろう」とも言い換えられる。
・ソシャゲなどもサービス終了の可能性がある。
・「推し」の英語は“Oshi”にしました。(894)

17　不測の事態に備えよう／Prepare for Unexpected
・(自身) 突然の事故や病気に備える。
・あるいは、「推し」に何らかの不測の事態が生じる可能性もある。
・例えば鉄道なら「事故廃車」「災害からそのまま廃止」もあり得る。
・例えばソシャゲなら「サービス終了」もあり得る。
・HDD のクラッシュなどといった機器の破損への備えも。
・「終活」への想定も。残されたコレクション等の扱い、あるいは「積み荷を燃やして」も。(895)

SDGs にかこつけて、これにオタクの事情を当てはめたものである。

## (192) 青山弘之監修／天川まなる、條支ヤーセル『戦火の中のオタクたち』(2023)

青山弘之監修／天川まなる、條支ヤーセル『戦火の中のオタクたち』(晶文社、2023 年 1 月) のおもな内容は以下の通りである。

1 章◎シリアに日本アニメ・漫画オタクがいた
2 章◎シリアの最新アニメ事情
3 章◎ネットで交流！ シリアと日本のオタクたち

4 章◎日本に来てオタクに目覚める
5 章◎シリアと日本、表現文化の違い
6 章◎シリア内戦の複雑な事情
7 章◎シリアのオタクコミュニティーアンケートから
8 章◎戦火の中のオタク活動
9 章◎オタクの愛は海を越える

晶文社のホームページには以下のような紹介がある。

「内戦下のシリアで、鬼滅、ONE PIECE、宇崎ちゃんを見る！」
長期的な内戦下にあるシリアは、アラブ諸国の日本アニメ放映の翻訳拠点だった。ラブライブ、鬼滅の刃、ONE PIECE、ジョジョ、スラムダンク、宇崎ちゃん……日本で流行っているアニメは、シリアのオタクの間でも流行っている！　しかもほぼリアルタイム！　日常的に起きる銃撃戦、経済制裁による物資不足などにも負けず、内戦下でもたくましく、したたかに活動するシリアのオタクたちのアニメ・マンガ事情を通して、知られざるアラブ世界の一面を伝えるルポマンガ&エッセイ。さらに、複雑な中東の政治情勢についても理解が深まる一冊。オタク魂は海を越える。(896)

シリアで日本のアニメの大ファン、オタク事情が紹介されている。シリアがアメリカより経済制裁を受けていることから、Amazon のプライビデオはじめ、インターネット上のサービスもアメリカ資本のものは利用ができないなど、現地の様子を知らなければわからないことが報告されている。

### (193) カレー沢薫『オタクのたのしい創作論』(2023)

カレー沢薫『オタクのたのしい創作論』（文藝春秋、2023 年 6 月）のおもな内容は以下の通りである。

まえがき

心のお悩み篇

01　ビッグウエーブにうまく乗れない
02　原作を無視した二次創作が気になる
03　「感想」とどう付き合えばいいか
04　特定の人に嫉妬をしてしまう
05　「解釈」VS「性癖」をファイッ！
06　自作品への愛が他者の評価で変わってしまう
07　絵の道に進むべきか進路に悩んでいます
08　創作意欲の源である人がジャンルを去った
09　独身、40代でBL二次創作をしているのはダメ人間か
10　お金を得ることと創作活動のバランスをとるには

技のお悩み篇

01　流行りの絵柄を描けるようになりたいが…
02　若い頃のような創作への情熱は取り戻せるか
03　推しを死なせてしまう矛盾を抱えています
04　絵が上手くなりたいが練習できない
05　自分の作品を人に見せることが恥ずかしい
06　炎上が怖くて発表できない
07　深い解釈の作品を作れなくていいのか
08　創作のリアルさはどこまで求められる？
09　1年かけたマンガの評価が、らくがきに負けた
10　楽しく書いているシリアスよりも、ギャグが評価される
11　恋愛経験がないのに恋愛モノを創作してもいいか
12　作風をひとつに定めた方がいいか
13　ネタをどうやって捻り出したらいいか

沼のお悩み篇

01　逆カプの解釈が多くて自信がなくなります
02　夢豚としてブヒれなくなるのではと不安
03　過疎ジャンルでどう生きていけばいい？
04　「サ終」が怖くて推し事をたのしめない

05　他人の考察で原作を楽しめなくなった
06　過疎ジャンルに新規が入らない
07　苦手なカプも読めるようになりたい
08　イベントでの描き手を増やすには
09　同じカプの描き手を増やすには
10　他人からお気持ちをぶつけられやすい
11　ROM専だが創作者と交流したい
12　十数年大好きだったカプとは別のカプにハマりそう
あとがき

書名やタイトルからわかるように、創作者の立場からのものになっている。一般論的なものはなるが、「まえがき」の部分は注目しておきたい。

「創作」という行為自体はほぼ完全に個人プレイなのだが、それにまつわる悩みは他人からの評価、他人への嫉妬、活動に伴う人間関係など圧倒的に対人に関するものが多い。(897)

そしてインターネット時代にあれば、公開も用意にできるが、その反面、リアクションも気になるのは当然だろう。

…何かを創作したら世に公開し他人の評価を受けるのは当たり前であり、「趣味なんだから他人の目など気にせず描けばいい」というのはもはや無理になってきた。

他人に評価されるのも創作の楽しみの一つであり、そこを意識するなというのは三色チーズ牛丼の二色だけ楽しめと言っているようなもので、ある意味もったいない。

自分の描きたいものを描き、他人の評価を得なければならない。同時にやらなければいけないのが現代の創作者の辛いところである。(898)

この内容はオタクの創作者に限らないことだ。

## (194) 牧和生『オタクと推しの経済学』(2023)

牧和生『オタクと推しの経済学』(カンゼン、2023年9月)のおもな以下の通りである。


はじめに

1章　サブカルチャーとオタクの定義

01　経済学ってどんな学問?

02　サブカルチャーってどんな文化?

03　おたくの起源とは?

04　オタクの定義とは?

05　「おたく」ってネガティブなイメージがありませんか?

06　おたくとオタクって違うの?

07　おたくやオタクを悪く思ってしまう理由とは?

08　オタク文化における「共感」とは?

コラム　オタクの消費の特徴は4つの「P」と3つの「C」

2章　推し活・サブカルチャー市場の現状

09　オタク市場ってどのような研究がされているの?

10　推しのいる生活「推し活」ブームでオタク文化はどう変わる?

11　オタク市場にライトユーザーは参加できる?

12　オタク・ファン心理を掴んで消費を後押し「コラボカフェ」の楽しみ方

13　コンテンツツーリズムが地域にもたらす効果って?

14　マンガやアニメでよく神社が出てくる理由とは?

15　アニメソング隆盛のきっかけは?

16　キャラクターには誕生日が必要?

17　オタクは経済を支えているの?

18　こだわりが強いオタク同士って対立しないの?

19　推し活疲れの経済学的メカニズム

20　「くだらない」がサブカルチャーのキーワード？
21　人間誰しもが「オタク」ってことですか？
コラム　私の一推し　牧和生の推し活ライフ
3章　推し活・サブカルチャー市場の未来
22　「オタク＝ネガティブ」の時代が変わり始めたのっていつ頃？
23　オタクについてはどのような研究がされているの？
24　「萌え」ってなんのこと？
25　オタクになることと個人主義的な価値観との関係とは？
26　アニメやマンガの登場人物やアイドルのメンバー数が多いのはどうして？
27　人気のコンテンツが異業種とコラボするのはどうして？
28　ヒットするアニメに共通することって何？
29　コンテンツツーリズムを企画する上で注意すべきことは？
30　コンテンツツーリズムが教えてくれる大切なこと
31　オタクを理解するうえで私たちに必要なスキルとは？
32　AI 時代、サブカルチャーはどう変わる？
33　動画投稿サイト等で誰でもサブカルチャーを創り出せる？
34　オタク文化を存続させるためには必要なこととは？
35　オタクとしての生きづらさとは？
36　結局オタク文化やサブカルチャーってどう理解すればいいの？
37　モノを売るなら「広く浅く」より「狭く深く」？
38　オタクがジャンルを潰す？
39　オタクになろう！　〝大好き〟があると人生は豊かになる！
おわりに
参考文献
著者プロフィール

まず、「1章　サブカルチャーとオタクの定義」よりオタクの定義等ににについて見ておきたい。まずはその起源については以下の通りである。

「おたく」と「オタク」（ヲタク）は実は性格が異なります。ここでは、かつておたくと表記されていた人々の起源を紹介します。

おたくという存在は、1970 年代に SF を愛好する人たちがその起源とされています。しかし、当時はおたくという呼称ではなくマニアなどと呼ばれていました。SF は Science Fiction の略で空想科学小説などと訳されますから、創作物などには自由な発想が許されます。

とはいえ、当時の SF に興味のない人からは理解されない文化であったと思われます。

1974 年には「宇宙戦艦ヤマト」、1979 年には「機動戦士ガンダム」などの今でも人気のあるアニメコンテンツの放送が開始されます。SF がおたくの起源とする考え方も、納得できる点も多いですね。（899）

「オタクの定義」「オタクとは何か」はやはり確認しておきたい。

オタク（おたく）には、「趣味的な世界にのめり込み、閉鎖的で社会的常識が欠如している」などの定義もありますし、「サブカルチャーに含まれる、アニメ、マンガ、ゲーム、特撮、アイドルなどに夢中になる人達」というジャンルが明記されるケースもあります。

一方で、「こだわりの対象があり、その分野に集中的に時間とお金を費やし、創作活動も行う人」という定義もあります。学者によっては、性別が定義に加えられているものもあります。

ネガティブな定義からポジティブな定義まで、オタクの定義は研究者やアンケート調査の際のターゲットの選定によって様々です。もちろん、時代や社会の変化によってオタクの定義も変化しています。今では、オタクに対して前向きな印象を持つ人も少なくありません。

オタクの定義で共通しているのは、特定のこだわりのある分野があり、それ以外の分野よりも金銭の消費や時間を多く費やしているという事です。そして、そのこだわりのある分野について、ともに趣味を共有する仲間を見つけ、様々な形で文化を享受し、発信しているのがオタクといえます。（900）

牧はこのあと1983年の中森明夫のエッセイと1988年～1989年の宮崎勤による連続幼女誘拐殺人事件によりオタクに負のイメージを定着させたことに触れている。オタクの表記の変化とイメージの変化は1990年代からである。

これまでの説明ではおたくと表記してきたのですが、オタクと表記する場合は性格が異なります。おたくと表記される場合は、1990 年頃より前の時代の人たちを指します。熱中する趣味に対するインフラも、情報技術も未発達な時代に「自らで趣味を作り出した人たち」をおたくと呼びます。おたくと命名される以前から 90 年代に入る前くらいのサブカルチャーやオタク文化にはまった人たちが該当します。

一方でオタクと片仮名で表記する場合は、ほぼ現在と同じ人たちを指します。「おたく」との決定的な違いは、趣味に対するインフラの整備です。

1990 年代に入り、多くの趣味の形が確立され、好きな者同士の交流も可能になってきました。多数の趣味の中から、自分の好むものを選択できるようになった世代のことを「オタク」と呼びます。パソコンとインターネットの環境が普及してくると「ヲタク」という表記もなされるようになります。

「おたく」と「オタク」は同じ対象を見ているようで、実は大きな違いがあるというわけです。今のオタク市場での趣味の形は、人とは違う楽しみ方を模索したおたくの苦労や工夫のもとに成り立っているという見方もできます。（901）

最近の流行語でも「推し（活）」がある。本書でもこれに触れている。

私たちは、多種多様な財やサービスから自分が満足する（効用最大化する）意思決定をします。しかし、その意思決定には経済理論が想定するような高度な計算などは仮名ずしも用いられていません。過去の経験や財やサービスに出合ったときの興奮や感動という心の動き、あるいは作り手へのさまざまな「共感」が消費に作用しています。そして、共感の先には個人ごとが創造する解釈や意味があります。この解釈や意味の数だけこだわりが生まれ、サブカルチャーのスタートとなりうるのです。つまり、オタク文化やサブカル

チャーにおける共感は、新しい文化が生み出されるあめに不可欠なものなのです。さらに、オタ活や推し活の可能性を考える上で、この共感というキーワードは欠かすことができません。(902)

「第2　推し活・サブカルチャー市場の未来」ではオタク市場に関する調査として次の2つを挙げている。

オタクの市場に関する研究では、アンケート調査をもとに市場の規模や消費金額を推定する調査（矢野経済研究所）や、推し活に関する調査（博報堂コンテンツファン消費行動調査）などがあります。これらの調査は、対象となるサンプル数も多くオタク市場を考察していく上で貴重なデータを提示しています。(903)

また、2005 年の野村総合研究所が世に送り出した『オタク市場の研究』も当然、有益である。

博報堂 DY メディアパートナーズコテンツビジネスラボでは、「コンテンツファン消費行動調査」を毎年行っています。その 2021 年の調査では、主に推し活を行っているのはZ 世代（デジタルネイティブ世代）の 10 代～20 代の女性が多いということが指摘されています。「推し＝アイドル」というイメージを持つ人も多いので、これは納得しやすいのではないでしょうか。(904)

「3章　推し活・サブカルチャー市場の未来」の「22　「オタク＝ネガティブ」の時代が変わり始めたのっていつ頃？」にも注目しておきたい。

そして、おたくのダークなイメージを変えようとした1人が岡田斗司夫です。岡田はオタクには「進化した視覚」が備わっているといい、さらに高いリファレンス能力と、飽くなき探究心を持った存在だと主張したのです。この時期から、おたくを片仮名で「オタク」と表記するようになります。そし

て、1995年10月から放送開始され、社会現象になった「新世紀エヴァンゲリオン」によって、オタクのイメージが改善されていくことになります。さまざまな解釈ができるうる謎がちりばめられた作品は、オタクのみならずアニメに興味のない人たちも巻き込み一大ブームとなったのです。(905)

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

そしてもう1つ、オタクのイメージ改善に貢献した作品として、2005年7月に放送が開始されたドラマ「電車男」が挙げられます。オタクの主人公によるインターネットの匿名掲示板でのコミカルなやり取りは、サブカルチャーやオタク文化の核となる部分を扱いつつも、これまでのダークなイメージのオタクの像とは異なる前向きなオタクの姿を描きました。(906)

「23　オタクについてはどのような研究がされているの？」については表組として以下のように紹介している。

オタク市場の研究に関するおもなテーマ(907)

| テーマ | 名前 |
|---|---|
| 進化した視覚論 | 岡田斗司夫 |
| データベース進化論 | 東浩紀 |
| 萌えと経済学に関する研究 | 森永卓郎 |
| 精神分析からみたオタク的行動 | 齊藤環 |

上記に加えて、別の研究もあるという。

近年では、観光学をベースにしたアニメなどの聖地に関するコンテンツツーリズム研究や、オタクの中でもボーイズラブに傾倒する腐女子に関する研究も多く行われており、新しい知見を次々に世に問うています。(908)

「25　オタクになることと個人主義的な価値観との関係とは？」ではオタクであることを個人主義という枠組みで指摘したことに大きな特徴がある。

…平成時代以降は個々のプライベートが重視され、テレビ番組が重視され、テレビ番組をはじめコンテンツの数も増えていきます。そこでは、多数派は価値観が希薄となり少数派の価値観も意味を持ち始めます。個人主義的な価値観が社会に普及していき、大きな物語として作品にメッセージを込めても一部の人にしか満足を与えられなくなり、大きな物語が機能しにくくなります。

そこで生まれてくるのが、「小さな物語」です。

小さな物語は、多数派の価値観ではなく少数派の価値観や、個人の価値観をもとに紡がれていく物語です。

オタクがメジャーな文化から少し外れたサブカルチャーや、強いこだわりが認められるオタク文化の世界に入っていくという意思決定をした背景には、他人とは違うこだわりや多数派の価値観では納得できないという心理があります。

つまり、オタクたちにはそれぞれの「小さな物語」があり、それがオタクとしての活動の源泉になっているとも考えられるのです。(909)

「26　アニメやマンガの登場人物やアイドルのメンバー数が多いのはどうして？」でも端的に指摘している。

…現在私たちが重視するのは小さな物語であり、大きな物語であり、大きな物語として不特定多数の人が重視する価値観は機能しにくくなっています。そこで、ターゲットとなる消費者にいかに「共感」してもらえるかという事が重要視されるわけです。

心を動かす共感の仕掛けはさまざまですが、登場人物やメンバーを増やすことも有効です。これは登場人物などが多数の場合に、オタクやファンたちがそのうちのどれかに共感してくれる可能性があるからです。また、キャラクターの細かい設定やアイドルの詳細なプロフィールも、消費者であるオタクたちが共感しやすくなる仕掛けといえるのです。(910)

マンガやアニメなどのキャラクターをはじめ、キャラクターはグッズ化され、販売される。そしてオタクは収集欲求のもとに消費行動を起こす仕組みができている。また、キャラクターの内容によりオタクだけでなく、ふつうのこどもやおとなも消費行動を起こすのである。

「36　結局オタク文化やサブカルチャーってどう理解すればいいの？」では「オタクとは何か」に通じるものがある。

> 現代の社会では、価値観が多様化し多くの人を感動させる大きな物語という心の拠り所の様なものはなかなか機能せず、その代わり一部の人たちが価値を見出す小さな物語が台頭しています。小さな物語もオタク文化やサブカルチャーを生み出す要素の１つです。メジャーな文化では満足できず、そこから少し外れたところにサブカルチャーがあります。もちろん、オタク文化もメジャーな文化とは異なるところに存在していることになります。このオタク文化やサブカルチャーには、こだわりに基づいた小さな物語が乱立しています。
>
> つまり、この小さな物語はオタクたちがオタク文化やサブカルチャー内で行動することで解釈した「意味」が現実に表出しているのです。この「意味」がオタクにとって他者と自分を区別するものであり、オタクとして活動する重要な要素なのです。(911)

### (195) 小出祥子編『オタク用語辞典　大限界』(2023)

小出祥子編／名古屋短期大学小出ゼミ（2022・2023 年度生）『オタク用語辞典　大限界』（三省堂、2023 年 12 月）はこれまでのオタク用語辞典（事典）の中でもかなり限界オタク的な辞典である。書名の「大限界」の由来は「『大限界』＋『限界オタク』＝『大限界』」(912) であるという。また小出ゼミの 12 名が「各々の沼っている界隈に纏わる用語を集めた血と汗の涙の結晶」(913) であると「序」で述べている。本書の構成は以下の通りである。

序

凡例
　第　1章　オタク共通用語（147項目）
三次元
　第　2章　三次元共通用語（43項目）
　第　3章　日本の男性アイドル界隈用語（57項目）
　第　4章　K-ＰＯＰ界隈用語（68項目）
　第　5章　2.5次元界隈用語（32項目））
二次元
　第　6章　二次元共通用語（20項目）
　第　7章　ゲーム共通用語（110項目）
　第　8章　アークナイツ界隈用語（152項目）
　第　9章　スプラトゥーン界隈用語（195項目）
　第10章　ファイアーエムブレム界隈用語（239項目）
　第11章　プロセカ界隈用語（116項目）
　第12章　ポケモン界隈用語（235項目）
　第13章　原神界隈用語（59項目）
附・大腐海
　第14章　ＢＬ界隈用語（86項目）
跋
索引

計1600項目が取り上げられている。意味についても「辞書的意味」と「オタク的意味」の両方を取り上げたことが大きな特徴だろう。

辞書的意味
一般的・本来的な語義がある場合、その意味を記し、オタク的意味と対比できるようにしました。
オタク的意味
この語をオタクが使うときの意味を、できるだけ一般読者の方にも分かっていただけるように解説しました。(914)

大学生から見た意味合いであるため、若者視点である。いくつかの項目を取り上げておきたい。なお、意味は「オタク的意味」のみ取り上げる。

オタク
　推しのために自身が持つありとあらゆるものをなげうつことができる者。推しの話題になると、突然、早口クソデカボイスになることで知られる。「ヲタク」とも表記される。略して「オタ」「ヲタ」。(915)

推し
応援する対象。その対象の夢や目標を達成するために、こちらも努力を惜しまず協力したいと思わせる人物。(「存在してくれるだけで今日も幸せ」と思わせるような、もはや崇拝対象に近い場合もある)(916)

カップリング
恋愛・性愛関係にある二人。また、ある二人を恋愛・性愛関係にかるとみなすこと。関係を表す際には「キャラクターA×キャラクターB」とし、キャラクターAがいわゆる男性役、キャラクターBがいわゆる女性役を表す。略して「カプ」。(917)

限界オタク
オタクの中でも、推しへの愛情や熱量が限界に達しており、そのために言動が痛々しく、人間としても限界を迎えてしまった究極のオタク。人間を卒業してしまったといっても過言ではなく、急に挙動がおかしくなったり〝発狂〟しだりしたりするため、取り扱いには十分気をつけるべし。(好き)(918)

コミケ
コミックマーケットの略。東京ビッグサイトにて、お盆付近と年末の年二回を基本として行なわれるオタクの祭典。主に同人誌の即売が行われる。二次

創作やグッズを発表・頒布（販売）することで、原作への愛を表現するオタクと、それらを購入することで作品への愛を表現するオタクとが交差する場所。もちろん一次創作作家がオリジナル作品を同人誌という形で発表する場でもある。(919)

祭壇
棚などに推しのグッズなどを祀り、推しを身近に感じようとするための場。同じアクスタや同じ缶バッジ、推しが表紙の雑誌などが整然と並び、推しのメンバーカラーがある場合は、その色が統一されることが多い。(920)

天使
推しの素晴らしさ、愛らしさをたとえた表現。〔素晴らしさ、愛らしさの程度が甚だしくなると「大天使」〕(921)

オタク用語は若者でもごく一部だけが使用する用語であるが、これが広がりを見せると若者全体に広がり、若者言葉となり、さらにマスコミなどに紹介されるとその一部は流行語になっていく。

『現代用語の基礎知識』の内容が大きく変わったことを考えると、一過性の可能性もあるが、若者言葉のコアな部分が反映されていると言ってもよいかもしれない。

### (196) 森川嘉一郎「おたく（オタク）」(2024)

森川嘉一郎「おたく（オタク）」（ジェンダー事典編集委員会編『ジェンダー事典』丸善出版、2024 年 1 月）ではオタクの簡単な定義とその変遷について取り上げている。

「おたく」は,アニメやゲームなどのサブカルチャーやパソコンなどを趣味の対象とし、それらにマニア的な愛好を向ける人びとのイメージとして醸成されてきた、類型的人物像の呼称である。(922)

「おたく」の変遷　この呼称は 1980年代を通じ、マンガやアニメのファンの間で自嘲的なスラングとして広まった後、89 年に幼女連続誘拐殺人事件で逮捕された男性容疑者の人物像としてマスコミが頻用したことにより、きわめてネガティブなイメージを帯びて人口に膾炙した.結果,アニメなどを愛好していると見なされた人びとを,犯罪者予備軍として外側からレッテルを貼る言葉としても機能するようになった。また、そのような当時の注目を背景に、「宅八郎」の芸名でステレオタイプ的な「おたく」扮する男性タレントが現れたことも、一般への浸透に作用した。それ以前から「おたく」の外見的イメージは肥満もしくは 貧弱な体型の、髪型や服装がダサい、メガネをかけた男性の姿でしばしば戯画化されてきたが、かかる浸透の経緯もあり,以降,特段の文脈がない場合には、一般にも「おたく」というとそのような外見の男性が想起される状況となった。

他方、アニメやゲームなど「おたく」と結び付けられたサブカルチャーの一角は、一般層を巻き込んだヒット作が現れるたびに市民権を獲得し、世紀をまたいで徐々に脱サブカルチャー化が進行した。併行してそれらのファンに着せられた負のイメージも薄れ,「おたく」という語にもそれまでになかった新たな運用が見られるようになった。2012 年には電通が「ファッション感度が高く、見た目は普通の女性であるが、中身はオタク」であるところの「美オタ」なる造語によって女性の「おたく」の人物像をマーケティングの対象として描いた（電通, 2012）。また 2010 年代後半には、Z 世代の女性を中心に,、「推し」のライブなどへ出向くときに友人同士で同じスタイルのファッションを楽しむ女性やそのスタイルが「量産型オタク」と呼ばれたりした。概しで犯罪者予備軍のイメージの風化とともに、女性の類型的人物像やスタイルに「おたく」の語が使用される事例が現れるようになっている。結果的に「おたく」はジェンダーバイアスも絡んだかたちで、世代によってイメージを大きく異にする語となっている。(923)

「おたく文化」とジェンダー　「おたく」という語がつくられる舞台にもなったコミックマーケットでは、女性出展者が男児向けロボットアニメや少年

マンガ などを題材に,男性キャラクター同士を同性愛的関係に見立てる「やおい」というパロディの形式を発達させた。この、多分にエロティックな内容を含む「やおい」同人誌の台頭に触発され、男性出展者からは,少女マンガやアニメ調の絵柄による「ロリコンマンガ」とも呼ばれるエロマンガが展開されるようになった。男女ともにマンガやアニメを愛好し、かつ、ともに他方のジェンダーの子ども向け媒体から表象を横奪するという相似性を帯びながらも、同人イベントでは、性別分離の趣が強いサブコミュニティやサブ・サブカルチャーが形成されてきた。「やおい」同人誌で育まれた表現や作家、受容層、一般書店に流通する「BL(ボーイズラブ)」の雑誌や作品群が生み出される土壌の一角にもなった（☞「BL(ボーイズラブ)」）。また、「ロリコンマンガ」も商業媒体へ波及し、エロマンガのみならず広く一般のマンガ、アニメ、ゲーム、ライトノベルなどに影響を及ぼし、その美少女の絵柄は「萌え絵」とも呼ばれるようになった。「おたく文化」とも総称されるようになったそれらサブカルチャーは、1990 年代末頃には男性向けが秋葉原に、2000 年代中頃には女性向けが池袋のサンシャイン 60 近辺（乙女ロード）に、それぞれ集積地をなしており、そこにも性別分離が見受けられる。二つの集積地は2000 年代中頃に度々マスメディアで取り上げられ、男女それぞれの「おたく市場」の存在とともに、それまで一般には希薄だった＜女性のおたく＞に対する注目を惹起させることにもなった。なお、「おたく文化」以前および以外でも,対象を性別で分けたつくり方は、日本のマンガやアニメ一般、ならびに国内外の性的メディア一般において構造的に行われてきた。「おたく文化」における性別分離を、「おたく文化」に特有な特質に帰することは慎重を要する。(924)

（電通, 2012）とはオタク層の視点でマーケティングするプロジェクトチーム一電通「オタクがラブなものの研究所」が発足第一回「オタクが好きなもの」調査で「美オタ」層の存在が明らかに」（http//www.dentsu.co.jp/news/release/pdf-cms/2012021-0305.pdf）(2022 年 11 月 13 日閲覧)のことである。

『ジェンダー事典』の見出し語として取り上げられているため、女性が中心

に広まった「やおい」「BL」なども広く取り上げている。

### (197) 田中東子『オタク文化とフェミニズム』(2024)

田中東子『オタク文化とフェミニズム』(青土社、2024年9月)の主な内容は次の通りである。

はじめに
Ⅰ　「推し活」社会と私たち
第 1章　「推し活」社会の現在地
第 2章　推し活と労働
第 3章　オタク消費を考える
Ⅱ　アイドルたちがみせるもの
第 4章　アイドルたちは何を開示しているのか?
第 5章　多様化する男性アイドル――若手俳優・ボーイズグループ・王子たち
第 6章　ジャニーズ問題と私たち――性加害とファン文化の不幸な関係
Ⅲ　オタク文化とフェミニズム
第 7章　〈スペクタクル〉な社会を生きる女性たちの両義性
第 8章　娯楽と恥辱とルッキズム
第 9章　自由と抑圧のはざまで「かわいさ」を身にまとう――「男の娘」を考える
第10章　のがれること・つくること・つながること
あとがき

「はじめに」においてはタイトルについて以下のように述べている。

本書のタイトルを『オタク文化とフェミニズム』と付けたのには、二つの理由がある。

一つめの理由は、「オタク文化」という言葉がこれまで無意識のうちに「男

性オタクの文化」として流通してきたことへの静かな異議申し立てである。「オタク論」とされるものはこれまで、ジェンダー的には無徴で中立的な言葉であるかのようにふるまいながら、主に男性オタクのための論であった。

読み進めてもらうと分かるように、本書は主に「女性オタクの文化」について書かれたものである。十年くらい前に本書を刊行していたなら、タイトルには遠慮がちに女「の」という文言を入れざるをえなかったことだろう。だが、この度は、特に断りを入れることなく堂々と「オタク文化」を名乗らせてもらおうと思う。

二つめの理由は、「オタク文化」と「フェミニズム」の相性の「良さ」「と悪さ」を、タイトルとして同時に示したかったからである。本書の第１章でも論じているように、いまでは経済活動のメインストリームに躍り出ているようにも感じられるオタク文化であるが、そもそもは、メインストリームの文化になじめない人たちの嗜好や趣味を共有する人たちが閉じられたコミュニティの中で語り合うためのサブカルチャーとして存在していた。特に女オタクにとっては、規範的な女性性から逃れるある種の逃走線としてオタク文化は大切な空間であった。

しかし、いまやオタクとその活動は、経済と消費の中心に追り出しているし、その大半が異性愛主義の下で展開されていることから、女性による男性性の過度な消費という問題を引き起こしている。規範的な女性性からの逃避の先が、過剰なまでの男性性の消費、ということであるとすれば、それは脱出した先がユートピアの反転したディストピアであるということにもなりかねない。

したがって、本書では逃走線として機能するオタク文化と、ディストピアへの囲い込みとして のオタク文化という両面価値的な側面を行き来しながら論を展開している。オタク文化は、つねにすでに両義的なものなのなのだ。(925)

注目したいのは「第１章　「推し活」社会の現在地」である。新しいものは新しい動きに反映されている。そのことからも「推し」や「推し活」への取り扱いについて注目したい。

この数年、あちこちで推「し活」や私「の推しは」という言葉を聞くようになった。そもそも推「し」という言葉はハロプロ（ハロー！プロジェクト）やモーニング娘。の現場で、「一推し」や「二推し」という言葉が使われ始めて、そこから広がったと言われているが、一気に知られるようになったきっかけはＡＫＢ48というグループアイドルの登場だった。ＡＫＢ48には総選挙で推しの子に投票する、つまり誰かを一番に選ぶカルチャーがあった（2009年から18年のあいだ総選挙によってセンターが決められた）。グループの中で自分が推しているのは誰々であるという意味合いで、「推しのメンバー」という表現が使われるようになり、それが略されて「推しメン」という言葉が広がった。

2010年にはＡＫＢ48のチームＢによる「チームＢ推し」という曲が作られ、8月の17thシングル「ヘビーローテーション」、翌年の22ndシングル「フライングゲット」など、誰もが知っているヒット曲が生まれることで、ＡＫＢ48は国民的アイドルとしてお茶の間にすっかり浸透した。こうした背景のもと、2011年のユーキャン新語・流行語大賞にも「推しメン」という言葉がノミネートされることになった。

同様に、「オタ活（オタク活動）」という言葉も当時から使われていた。現在も「オタ活」という表現は用いられているが、「オタ活」と「推しメン」の双方を含み込み、これら二つを複合した言葉として、徐々に「推し活」という言葉が広まっていったと考えられる。

本来「推し」という言葉は、「推しのメンバー」、「一推し」というように、好きで応援している対象そのものを示す言葉――つまり自分自身の気持ちや意思――ではなく「自分が愛を注いでいる相手や対象」を指し示す言葉だった。しかし、最近では「推し活」という言葉が広がり、「推しを応援する自分自身の活動」を中心に据えた表現として使われるようになりつつある。「推し」が推「し活」という言葉へと発展していく際に、どういうわけかその力点が、推す対象から自分自身へ、つまり推される側から推す側へと移動したのである。愛「でる対象」から、推し活をしている自「分自身」の活動に視点や力点が移っていったことは、ここ数年の推し活ブームにおける興味深い

点ではないだろうか。(926)

「メディア化される「推し活」現象」として次のように述べている。長くなるが引用しておきたい。

『日経新聞』が最初に「推し活」を記事に取り上げたのは 2019 年 2 月、日新聞』は 2019 年 8 月、『毎日新聞』は 2019 年 10 月だった。『毎日新聞』の記事は推し活そのものではなく「推し鍋」、つまり「鍋」に「推し」という言葉をつけて「どの鍋が好きですか?」というオススメしたい鍋の話題を記事にしていた。『読売新聞』だけ少し遅れて 2021 年 4 月に、初めて「推し活」の記事を登場させている。2019 年から現在にかけて、『日経新聞』と『朝日新聞』ではそれぞれ百本から百数十本におよぶ記事を掲載しており、「推し活」が非常に注目され、記事になりやすい言葉であったことが見て取れる。

辞書に登場したのも同じ時期で、2019 年 9 月発行の『大辞林』第 4 版では「特に応援していること、ファンであることを言う若者言葉」として「推し」という項目が立てられるようになり、2020 年 12 月発行の『明鏡国語辞典』第 2 版にも「特に引き立てて応援している人や物、お気に入り」として「推し」という言葉が記載されている。辞書への掲載時期を鑑みても、一般的な用語となったのが 2019 年から 20 年にかけての時期であることがうかがえる。

評論家の三宅香帆氏による「物語のふちでおしゃべり」というエッセイでは、次のような情報が紹介されていた。オタク女性ユニットの劇団雌猫が 2017 年に出した『浪費図鑑──悪友たちのないしょ話』では「オタク」という言葉は使われているものの「推し」という言葉は一切出てきていないというのである。しかし、同じ劇団雌猫の刊行した 2022 年の本のタイトルは、『世界が広がる推し活英語』である。つまり、「推し」や「推し活」という言葉は、やはり 2019 年から 20 年頃急速に広がり、一般化されるようになったのである。2021 年にはユーキャン新語・流行語大賞に「推し活」という言葉がノミネートされ、同じ 2021 年には「#推しのいる生活」という言葉のついた投稿がインスタグラムで増加し、推しのイメージカラーを採用し

た文房具がヒットするなど、「推し活」が社会現象化するようになった。

雑誌などで「推し活」、「推し」という言葉が登場した時期を調べてみると、やはり時期は重なっている。『ユリイカ 』2019 年 11 月臨時増刊号（総特集＝日本の男性アイドル）では筒井晴香氏が「推す」という隘路とその倫理―愛について」という論稿を書いている。この論文は、 少なくとも私の周辺のオタク女子たちの間ではものすごい勢いで話題となり、先述したような「推し活」が人口に膾炙するようになった時期から考えると非常に先進的かつタイムリーなものであった。さらに、『ユリイカ』2020 年 9 月号（特集 ＝女オタクの現在―推しとわたし）では、特集のサブタイトルに「推し」と いう言葉が入り、目次にも「推し」に関する論稿が複数、掲載されている。この特集号で私は 、中村香住氏と劇団雌猫のひらりさ氏と三人で鼎談をし、「あなたのオタ活はいつから？」というような話を繰り広げたりしているのでぜひ読んでいただきたいのだが、改めて読み直してみたところ、その中で私自身も「推し」や「推し活」という言葉を使っていた。その他にも一般読者向けの商業雑誌、例えば『婦人公論』のような雑誌にこれらの言葉が出てくるのは 2022 年頃からであり、最近は「推し」や「推し活」という言葉に着目する学術論文まで書かれるようになっている。これらの論文は 2021 年頃から登場し始め、現在ではますます増えている。

「推し活」に言及する雑誌記事や新聞記事によると、「推し活」はもともとアイドルやキャラクター、二次元キャラクターなど、オタクと呼ばれる人々が好むものを対象とし、それを推すオタクの活動を示すものであったと説明されている。(927)

「推し活」は広く見れば、消費行動となる。「第３章　オタク消費を考える」も注目しておきたい。

ここでは、消費と経済の視点からオタク活動の問題について考えてみる。オタク消費と経済――これはおそらく、私たちにとって最大の問題である。2019 年から 20 年にかけて新聞や雑誌で推し活が取り上げられるようになり、その多くがマーケティングに関する話題と結びつけられていたことは、

すでに第一章で指摘した通りである。それらの記事では、商品を売るとか売れるとか、「推し活商機」や「推し活需要」といった言葉でオタクの消費活動にスポットライトが当てられ、日本活性化のエネルギー十であるといったニュアンスでオタク消費が称揚されていた。

実際、マーケティングやコンテンツの領域でオタクは「推し活」という言葉とともに好意をもって迎え入れられている。「消費の主役は「オタク」」といった見出しが躍、日経クロストレンドの分析によると「新型コロナウイルス感染症の拡大後、新たに『推し』はじめたものがある」と答えた人が2割を超えた」そうで、「そこで流行したのが推「しグッズ」だ」と、推しと関連付けて展開されたグッズが紹介されていく。

推す対象も、アイドルだけでなくコスメや身近な友人、ぬいぐるみ、サンリオキャラクター、ホスト、囲碁将棋の棋士、スポーツ選手やｅスポーツの選手、芸人、りんご農園の農家、動物園の動物（バンダなど）、と非常に幅が広がっている。スポーツチームは、特に野球と新日本プロレスに顕著なように、うちわを売ったり、ペンライトを売ったり、グッズの販売を行っている。かつて 1990 年代頃はイケメンのスポーツ選手を応援しているというだけで、「またミーハーな女どもが」と男性ファンに舌打ちされていたものだが、いまやチーム主導で選手のイケメン風ブロマイドを作り、販売する時代なのである。カラーバリエーションのある商品は「推し色」と称されて売りに出されるビジネスも展開されている。推し活は、まさにマーケティングに取り込まれてしまったように見える。(928)

「旅行などライフスタイル」についても触れておきたい。

オタクによる推し活はライフスタイルへの影響と結びつけられ、ショップやモールが推し活と関わるような形で展開されるようになった。コロナ期間に新聞によく掲載されたのが、推し活と紐づけた旅行や 2000 年代に流行した「聖地巡礼」など、推し活と重ね合わせた旅行プランの開 発に関する記事だ。推しに関わる土地を友人たちと巡って写真を撮ったりするほか、風景と一緒に推しのぬいぐるみやアクリルスタンドを写真に撮って投

稿したり、推しと同じ衣装（手作りであることが多い）を着せたぬいぐるみやシルバニアファミリーの人形を推しと関連のある施設や地域に持っていき記念撮影をするというオタクの活動もあるように、いまや推し活と旅行は切っても切れない関係にある。

旅行以外でもパセラというカラオケ店で推し活仲間と集まって推しの誕生日会を開催したり、ＤＶＤやブルーレイの鑑賞会を行ったり、街中の商業施設を推し活のためにレンタルしたりする活動も紹介されている。推し本人不在の誕生日会（生誕祭）を事業として行っている会社まであるそうだ。(929)

## (198) 永田大輔『アニメオタクとビデオの文化社会学』(2024)

永田大輔『アニメオタクとビデオの文化社会学　映像視聴経験の系譜』（青弓社、2024年9月）のおもな内容は次の通りである。

序　章　映像を趣味にする経験とビデオ技術
第１部　アニメを趣味する条件とビデオ技術
第１章　ビデオのファン利用とオタクという主体
第２章　ビデオにおける「教育の場」と「家庭普及」―1960年代後半―70年代の業界紙「ビデオジャーナル」にみる普及戦略
第３章　「テレビを保存する」ことと読者共同体の形成―アニメ雑誌「アニメージュ」を事例として
第２部　アニメが「独自の趣味」になる過程とビデオ技術
第４章　アニメ雑誌における「第三のメディア」としてのOVA―1980年代のアニメ産業の構造的条件に着目して
第５章　コンテンツ消費における「オタク文化の独自性」の形成過程―1980年代のビデオテープのコマ送り・編集をめぐる語りから
第６章アニメの制度化のインフラとしてのアニメ制作者の形成―1970年―80年代の労働規範に着目して
第３部　ビデオを通じて再定式化される「オタク」経験とアニメ文化

第７章　ビデオをめぐるメディア経験の多層性―「コレクション」とオタクのカテゴリー運用をめぐって
第８章　ビデオ受容空間の経験史―「趣味の地理学」と 1980 年代のアニメファンの経験の関係から
終　章　映像視聴の文化社会学に向けて
引用参考文献
あとがき

ビデオとオタクということになれば、当然宮崎勤事件が思い起されるが、ここではあくまでもオタク・オタク文化についての指摘を中心に取り上げる。

本書で対象として論じるアニメ文化はオタク文化という特殊な文化領域の代表的なものの一つとしばしば呼ばれてきた。映像を趣味にすることについて考えるためには、アニメ文化がオタク文化と呼ばれるようになった背景自体を考察する必要がある。

2024 年現在、日本のフアンカルチャーの大きな領域を占めるものとして、ACG(アニメ・コミック・ゲーム)と呼ばれる領域に注目が集まっている。これらはしばしば「オタク文化」として議論され、その市場規模だけでなく、独自のフアン文化が形成されてきたことにも注目が集まってきた。とりわけ、アニメ文化は強くオタク文化と呼ばれる文化の中心にあるものとして議論されてきた。

現在オタク文化と呼ばれる領域はＡＣＧに限らず、非常に広範なものになっている。(930)

オタク文化ではアニメ文化は大きな特徴のひとつである。

オタク文化の一つの特徴的な変容がアニメ文化を中心に1970年代から80年代を通じて起こったことは繰り返し指摘されてきた。東浩紀は、オタクを三つの世代に区分し、第一世代と第二世代の文化的な中心をアニメに置いている。第一世代から第二世代への変化の要因として映像受容の仕方がある。

この映像受容の変化が起こった時期の重要性を指摘する議論は多い。しかし、日本国内の議論でのこの時期に関する言及は実作者などの個人的な回顧が中心である。これに対し、国外の日本学の一領野としてアニメ研究は一定の位置を占めている。 スーザン・ネイピアのように江戸期までさかのぼって日本社会の特性を論じ、それと日本アニメの成功を結び付けたオリエンタリズム的な視点をもつ研究もおこなわれてきた。それらの研究との距離化を目指した諸研究では、1970-80 年代に起こったアニメ産業の変容の重要性が論じられている。

このアニメ産業の変容の特徴を考察するためにアニメを単純な映像として捉えるのではなく、キャラクター商品なども含めた文化圏として捉えるような発想が有効になる。そうした文化圏が成立するうえで重要なのは、メディアミックスという現象である。(931)

「オタク」をキーワードにした先行研究については以下のように捉えている。

オタクという言葉は、現代社会や若者文化を論じる主要なキーワードと見なされてきた。中島梓は、「コミュニケーション不全症候群」という概念で現代社会に根差す様々な共通の問題性とそれに基づく様々な生きづらさを見いだそうとし、その現れ方の一類型としてオタクというカテゴリーを論じた。大澤真幸はこうした議論を前提に、オタクの特徴を、社会的に無価値とされるものに過剰にコミットメントすることだと位置づけていて、そこに現代社会の一つの象徴性を見いだしている。このように、オタクというカテゴリーは様々な論争を招いていて、その一つの参照点として宮崎事件が言及され問題化されつづけてきた。この事件を契機にオタク文化に着目する議論が次々に現れ、その文化的な特徴と現代社会の特徴が結び付けられてきた。例えば東浩紀は、美少女ゲームと呼ばれるゲームジャンルの消費様式にその特性を見いだす。(932)

オタクのユースサブカルチャーとしての特徴に難波が挙げるのが、「子どもっぽいものとされる事象への耽溺をベース没頭を共有できる相手（が所

有する、ないしは所属する知識の体系）との間にだけ成立するコミュケーション」[20]である。そのコミュニケーションの素材として、1980 年代当時のメディア体験があったことが指摘されている。「共通のメディア体験」を連帯の基盤とするだけでなく、宮崎事件と「メディア体験」が問題化のきっかけになっているため、世代的な性質が「おたく族」と呼ばれていた時期には強かった。しかし、時代を経るにつれてどのようなコンテンツを好むかどうかでオタクであるか否かの区別がされるようになるという。難波は 、オタクという語が、「個々人でのメディアの使用やコンテンツの享受の領域へと限定されてい」[21] ことで「広い世代にわたる多くの人々それぞれに、ある部分は当てはまる性向としての、もしくはコンテンツの一ジャンルとしてのオタク（系）へと転化」[22]していったと指摘している。(933)

注 20～注 22 は難波功士『族の系譜学―ユース・サブカルチャーズの戦後史』（青弓社、2007 年 6 月）のことで、それぞれ引用しているページは pp.251-252, p.259, p.258 である。

「第５章　コンテンツ消費における「オタク文化の独自性」の形成過程―1980 年代のビデオテープのコマ送り・編集をめぐる語りから」では「1　「オタク文化の独自性」をめぐる先行研究・分析視角・分析対象」として次のように述べている。長くなるが引用しておきたい。

先行研究として、①ファン研究、②オタクのコミュニケーション志向性に関する研究、③オタクの語られ方に 関する研究という二つの研究領域を検討し、本章での分析視角を提示する。

ファン研究の文脈では、オタクという言葉はあえて使わない傾向がある。近年の日本国内のファン研究で最も代表的な編著の一つである玉川博章らによる『それぞれのフアン研究』では、ファン研究がメディアではステレオタイプに、アカデミックな議論では外在的に語られてきたことを批判している。それに対して、ファンカルチャーの内側から「何がしかのファンである」論者が議論を展開している。しかし、玉川らのような議論は、対象のファン

文化の「内側」と「外側」が区別されているのを前提としなければ、こうした立場を取るのが困難なことに無自覚である。本章がオタクという文化集団を議論するときに留意するのは、内と外の区分がどのようにして成り立っているのかを問い返す必要性であり、内側／外側という区分が可能になるために独自とされるコンテンツ消費をめぐる文化が形成されていくまでに、どのような相互行為がなされ、どのような意味づけがなされたについてである。

オタクのコミュニケーション観をめぐる議論は数多い。1989 年の宮崎事件で社会問題化して以降、消費社会でのオタクのコミュニケーション不全を前提とした議論がなされた。一方でそれに対抗するものとして、オタクの積極性を押し出す議論がなされた。

大澤によるとオタクとは、「社会的に価値のないもの」に、虚構であることを前提としながら過剰にコミットしてしまう人々である。唯一オタクが相互行為をおこなうのは「他者性のない他者」として認識される人々であり、共同性はその間だけで紡がれるという。こうしたオタク観に対し、彼らの消費に着目して独特の卓越化の論 理の存在を明らかにしたのが七邊信重の研究である。七邊はコミックマーケットなどの同人イベントへの参与観察をおこない、「好きなものを作ればいい」という規範を用いながらも、実際には「優れているかどうか」という卓越性が問題化される場面に着目する。一見すると同質的で均一なコミュニティーのなかでも他者性をもった人々がいて、卓越化をおこなっていることに着目している。このように共同性／卓越性は、外挿的な視点からどこか二項対立的に語られてきた。しかし、共同性や卓越性などというときに実際にどのような相互行為がなされていたかに着目する必要がある。

浅野智彦は、オタク論と若者論の接合を図っていて、その語られ方を問題化している。その際に、オタクの語られ方には、①彼らが消費している対象、②作品を消費する過程で彼らが展開するコミュニケーションの様式、 ③そのコミュニケーションの根底にあると周囲から想定される彼らの人格という二つの次元があると指摘している。この三つの次元はある人をオタクと見なす手がかりになると同時に、その人がオタクであることを正当化するものとしても機能していると指摘する。それがオタクという対象を、一方では鮮

明だが、同時にあいまいに語られるものにしているとする。確かに、浅野の区分は現在のオタクの語られ方を考えるうえで直面する課題を示している。それでは、この三つの次元の語られ方がどのように形式されることになったのか。本章は、オタク独自の消費文化の形成の様子とその形成に際してコミュニケーションが独自なものとして要請されたことに関して、歴史社会学的に明らかにする。オタク文化の内部でコミュニケーションと消費が結び付けられる形成過程をみる ことで、外部からの人格の語られ方までを含んだ三つの次元の語られ方につながる端緒を明らかにする。(934)

筆者もオタク論を扱う時、社会的な流れから若者論、世代論を無視することはできないと考えている。

### (199) オタクを研究するとはどういうことか

オタクはファッションには無頓着でコミケに出掛け姿を中心にした中森明夫「街には『おたく』がいっぱい」(1983)が発表されると、メディアの力によりあっという間にオタクが注目を浴びた。

オタクは「根暗で、ダサくて、引きこもりで、危ない存在」といったイメージはもはや化石である。宮崎勤による幼女連続殺人事件 (1988－1989) の影響がしばらく続いた。このイメージを定着させたのはマスコミを中心にしたメディアである。

その後、ネットによる投稿から始まった『電車男』は小説になり、TV ドラマとなり、やがて村上正典監督『電車男』(2005) として映画化された。これ以降のオタクのイメージは大きく変わったいったと同時に、秋葉原の街もオタクの変化と共に街自体も変容してきた。

既に触れたが、まず、趣味、SF ファン、鉄道ファンなど特定の分野のファンの登場という土台の上に、映像メディア文化は映画、さらに TV アニメの登場により大きな変化を見せるようになった。その後 PC の登場、さらにはインターネットの普及により双方向性の発信が個人でも可能となったことは大きな変化だ。こうした社会状況の変化、メディアの変化はオタクを大きく変容さ

せていった。SF から TV アニメへ、PC からゲームへ、マンガ・アニメ・ゲームがコンテンツとして捉えるようになると、メディアミックスが急速に進んだ。

オタク研究するとはこうした時代背景・社会状況と若者の行動・精神状態を探究することになる。

1　趣味人、ファン、コレクター、マニアは周辺知識や教養を備えたオタクへの道を辿ることになる。オタクの価値観はファン、コレクター、マニア等とは異なり、もっと包括的である。独特な価値観を持つオタクに注目。多様化する価値観のひとつとしてオタクの価値観に注目すれば、それはオタクという個人主義者として捉える研究もある。

2　オタクは子ども文化を大人になっても引きずることができる。従って、オタクには「幼児性」という気質があると考えられる。また、大人でも愉しめるコンテンツを社会が供給するシステムが出来上がっている。これをざっくりとオタク産業を名づけてもよいかもしれない。大人なると収入も増え、売り手や提供者にとっては魅力的な市場が出来上がっている。しかも、継続性が見込める。消費者としてのオタクに注目。

3　メディアに敏感に反応する。活字から映像（映画）へ、マンガからアニメやＰＣゲームへ。さらにインターネットの登場によりオンラインゲームやスマホでのゲームにも対応。日本では特にこのスマホや携帯用のゲームが格段に進化している。フィルムからデジタルへ、テープからデジタルへと音響、写真などデジタルコンテンツを使いこなし、情報の収集と整理がし易くなった。しかしインターネットの登場によりこの安易さが表面上の理解と根底からの理解とを大きく分かる事態なった。前者はライトオタク化、オタクの一般化とも言われる現象。メディアの影響に注目。

4　オタクは引きこもりと同一視されていたこともあったが、人間関係、コミュニケーションという観点からオタクに注目。コミュニケーションについてはオタクは自分の興味関心のあることについてはコミュニケーションを取ろうとするが、一般的な会話等には関心がないなど、人間関係を選択して行っているため、コミュニケーション能力に欠けているとの誤解を生んでいる。

オタクをサブカルチャーのひとつとして捉え、若者論などと同様に考えようとオタク論が一時期形成されたが、特に 2000 年以降のオタクが、以前のオタクと異なっていることから、上記１～４を意識したオタク論がここ数年数多く出版されている傾向にある。

## 注

### １　オタク・オタク文化研究

⑴ 長田進・鈴木彩乃「都市におけるオタク文化の位置付け」（『慶応義塾大学日吉紀要　社会科学』第 20 巻、慶應義塾大学日吉紀要刊行委員会、2010 年 3 月）、p.45.
⑵ 大塚英志『物語消費論―「ビックリマン」の神話学』（新曜社、1989 年 5 月）、p.10.
⑶ Ibid., pp.16-17.
⑷ Ibid., p.18.
⑸ Ditto.
⑹ Ditto.
⑺ Ibid., p.24.
⑻ Ibid. pp.73-74.
⑼ 別冊宝島編集部「『おたく』を知らずして‘90 年代は語れない！」（『おたくの本』別冊宝島 104 号）頁表記なし
⑽ 太田出版編『Mの世代―ぼくらとミヤザキ君』（太田出版、1989 年 12 月）、pp.10-11.
⑾ Ibid., pp.25-26.
⑿ Ibid., pp.101-102.
⒀ Ibid., p.130.
⒁ 中島梓『コミュニケーション不全症候群』（筑摩書房、1991 月 8 月）、p.22.
⒂ Ibid., p.29-30.

(16) Ibid., pp.33-34.
(17) Ibid., p.88.
(18) Ibid., p.90.
(19) 宅八郎『イカす！おたく天国』（太田出版、1991 年 9 月）、p.219
(20) 浅羽通明『天使の王国―「おたく」の倫理のため』(JICC 出版局、1991 年 10 月)、p.220.
(21) Ibid., pp.221-222.
(22) Ibid., pp.225-226.
(23) Ibid., pp.149-250.
(24) Ibid., pp.253-254.
(25) Ibid., p.256.
(26) 島田裕巳編『異文化とコミュニケーション―オタク国家・日本の危機』（日本評論社、1991 年 12 月)、p.153.
(27) Ditto.
(28) Ibid., pp.159-160.
(29) Ibid., p.164.
(30) Ibid., p.168.
(31) Ibid., p.159.
(32) Ditto.
(33) Ibid., p.172.
(34) アクロス編集室編『ポップ・コミュニケーション全書―カルトからカラオケまでニッポン［新］現象を解明する』(PARCO 出版、1992 年 7 月)、p.211.
(35) Ibid., pp.213-214.
(36) Ibid., p.215.
(37) Ibid., p.217.
(38) Ibid., pp.217-218.
(39) Ibid., p.226.
(40) Ibid., pp.228-229.
(41) Ibid., p.230.

(42) Ibid., p.236.
(43) Annalee Newitz “Anime Otaku: Japanese Animation Fans Outside Japan” (Bad Subjects, Issue# 13, April 1994)(http://www1.udel.edu/History-old/figal/Hist372/Materials/animeotaku.pdf)(access on 2020113), p.1 of 13.
(44) Ibid., p.5 of 13.
(45) Ibid., p.6 of 13.
(46) Ibid., p.7 of 13.
(47) Ibid., p.13 of 13.
(48) 大澤真幸『電子メディア論―身体のメディア的変容』(新曜社、1995 年 6 月)、pp.242-244.
(49) 青木光恵『ぱそこんのみつえちゃん』(アスキー、1996 年 11 月)、p.42.
(50) 辻大介「若者におけるコミュニケーション様式変化―若者語のポストモダニティー」(『東京大学社会情報研究所紀要』第 51 号、東京大学社会情報研究所、1996 年 3 月)、p.42.
(51) Ibid., pp.42-43.
(52) 岡田斗司夫『オタク学入門』(新潮社、2008 年 4 月)、pp.11-12.
＊引用はこの新潮社(2008)より。
(53) Ibid., p.14.
(54) Ibid., p.26.
(55) Ibid., pp.39-40.
(56)「ライブラリーOTAKING SPACEPORT TOSHIO OKADA ON THE WEB」(http://netcity.or.jp/OTAKU/okada/library_tankoubon.html)(2011 年 7 月 9 日アクセス)
(57) Mark Schilling. *The Encyclopedia of Japanese Pop Culture,* pp.323-324.
(58) 岡田斗司夫「新『オタク文化』講座」は清水均編『現代用語の基礎知識 1997』(自由国民社、1997 年 1 月)、p.827.
(59) Ibid., pp.827-828.
(60) Ibid., p.829.

(61) 岡田斗司夫・山本弘・田中公平『史上最強のオタク座談会　封印』（音楽専科社、1997 年 4 月）、pp.9-10.
(62) Ibid., p.175.
(63) 加藤晴明「メディア文化と情報接触」（橋本和孝・大澤善信編『現代社会文化論』東信堂、1997 年 6 月）、p.50
(64) おたっきい佐々木『フッ完全おたくマニュアル』（ワニブックス、1997 年 8 月）、p.003.
(65) Ibid, p.012.
(66) Ibid., pp.020-021.
(67) Ibid., p.021.
(68) Ibid., p.042.
(69) Ibid., pp.043-044.
(70) Ibid., pp.048-049
(71) 江端康行「在サマーワ連絡事務所より　サマーワ「キャプテン翼」大作戦ー給水車が配る夢と希望ーその 2」
https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/iraq/renraku_j_0412b.html (2020 年 7 月 22 日アクセス)
(72) おたっきい佐々木『フッ完全おたくマニュアル』、p.055.
(73) Ibid., p.072.
(74) Ibid., p.088.
(75) Ibid., p.109.
(76) Ibid., p.113.
(77) Ibid., p.140.
(78) Ibid., p.174.
(79) Ibid., p.176.
(80) Ibid., p.195.
(81) 間庭充『若者犯罪の社会文化史』（有斐閣、1997 年 8 月）、p.156.
(82) Ibid., pp.279-280.
(83) Ibid., pp.282-283.
(84) 鶴岡法斎「本年度集中講義【おたくのセクシュアリティ 2】『コスプ

レメクラ、おたく風俗』」（岡田斗司夫編『国際おたく大学』（光文社、1998年7月）、p.61.

(85) 永川竜介「第1講【アニメ論】『アニメ新世紀、終焉と再生』（岡田斗司夫編『国際おたく大学』）、p.74.

(86) Ibid., p.77.

(87) Ibid., p.80.

(88) Ibid., pp.81-82.

(89) Ibid., pp.84-85.

(90) あさのまさひこ「『美少女フィギュアクロニクル』～誕生と発展の『文脈的年代記』」（岡田斗司夫編『国際おたく大学』）、p.128.

(91) Ditto.

(92) Ibid., p.131.

(93) Ditto.

(94) Ibid., pp.131-133.

(95) Ibid., p.133.

(96) ドリー・蛇臼「第4講【特撮映画】『国内特撮の現状とハリウッド映画CG革命後の動向』」（岡田斗司夫編『国際おたく大学』）、p.137.

(97) Ibid., p..139-140.

(98) Ibid., p.145.

(99) Ibid., p.146.

(100) 佐藤良平「第5講【LD・DVD論】『大転換迫るヴィデオディスク市場』」（岡田斗司夫編『国際おたく大学』）、p.162.

(101) Ibid., pp.163-164.

(102) Ibid., p.168.

(103) 梅宮蛍太「第6講【声優論】「90年代声優バブル期における声優ファンの実態と望まれる声優像」（岡田斗司夫編『国際おたく大学』）、p.176.

(104) Ibid., p.178.

(105) 大森望「第7講【カラオケ論】『アニメソングをカラオケで歌う人々の歴史と現状』」（岡田斗司夫編『国際おたく大学』）、p.201.

(106) Ibid., p.204.

(107) Ibid., pp.208-209.
(108) Ibid., p.212.
(109) 額田久徳「第9講【おもちゃ論】「『おもちゃバブル』の行方」（岡田斗司夫編『国際おたく大学』）、p.214.
(110) Ibid., p.215.
(111) Ibid., pp.222-223.
(112) みのうら「第10講【コスプレ史】『ふるさと求めて花いちもんめ』」（岡田斗司夫編『国際おたく大学』）、p.226.
(113) Ibid., p.227.
(114) Ibid., pp.229-230.
(115) Ibid., p.231.
(116) Ibid., p.235.
(117) Ibid., p.236.
(118) 原えりすん「第12講【情報戦術論】『1998年～1999年オタクトレンド予測」（岡田斗司夫編『国際おたく大学』）、pp.265-266.
(119) Ibid., pp.272-273.
(120) Ibid., p.273.
(121) 岩田次夫「特講【コミケット研究】「『場』としてのコミケット全体像を探る」（岡田斗司夫編『国際おたく大学』）、p.302.
(122) Ibid., p.318.
(123) 石井久雄「『おたく』のコスモロジー」（『日本教育学大會研究発表要項』第57巻、一般財団法人日本教育学会、1998年3月）、p.120.
(124) Ditto.
(125) Ditto.
(126) Ibid., p.121.
(127) Ditto.
(128) Ditto.
(129) Ditto.
(130) Ditto.
(131) Ditto.

(132) Ditto.
(133) Ibid., p.122.
(134) Ibid., p.123.
(135) 圓田浩二「オタク的コミュニケーション「普通っぽい」アイドルと三つの距離」(『ソシオロジ』第 43 巻第 2 号、ソシオロジ編集委員会、1998 年 10 月)、p.67.
(136) Ibid., p.76.
(137) Ibid., p.72.
(138) Ditto.
(139) Ibid., p.73
(140) Ditto.
(141) Ditto.
(142) Ibid., p.75.
(143) 岡田斗司夫『オタクの迷い道』(文藝春秋、1999 年 3 月)、p.10.
(144) Ibid., p.30.
(145) Ibid., p.40.
(146) Ibid., p.116.
(147) Ditto.
(148) 広田恵介・目黒譲二『オタクライフ』(データハウス、1999 年 3 月)、p.3.
(149) Sharon Kinsella. *Adult Manga: Cutlure & Power in Contemporary Japanese Society* (London and New York: Routledge, 2000), p.128.
(150) Ibid., p.129.
(151) 岡田斗司夫・山本弘・田中公平『史上最強のオタク座談会 2　回収』(音楽専科社、2000 年 4 月)、pp.8-9.
(152) Ibid., pp.40-41.
(153) Ibid., p.186.
(154) 斎藤環『戦闘美少女の精神分析』(太田出版、2000 年 4 月)、p.22.
(155) Saito, Tamaki.　J. Keith Vincent and Dawn Lawson, translators. *Beautiful Fighting Girl* (Minneapolis and London:　University of

Minnesota Press, 2011), p.11.
(156) 『戦闘美少女の精神分析』、pp.22-23.
(157) *Beautiful Fighting Girl,* p.12.
(158) 『戦闘美少女の精神分析』、p.30.
(159) *Beautiful Fighting Girl,* p.16.
(160) 『戦闘美少女の精神分析』、p.34.
(161) *Beautiful Fighting Girl,* pp.18-19
(162) 『戦闘美少女の精神分析』、pp.43-44.
(163) *Beautiful Fighting Girl,* pp.23-24.
(164) 岡田斗司夫・山本弘・田中公平『史上最強のオタク座談会３　絶版』(音楽専科社、2000 年 7 月)、p.11.
(165) Ibid., pp.12-13.
(166) Ibid., pp.96-97.
(167) 「ワンダーフェスティバルとは」 https://wonfes.jp/knowledge/about/ (2020 年 8 月 9 日アクセス)
(168) 太田啓之「オタクの悲劇」(『AERA』第 13 巻第 45 号、朝日新聞社、2000 年 10 月)、pp.35-36.
(169) Ibid., pp.37-38.
(170) Ibid., p.38.
(171) Ditto.
(172) 橋本治「年頭言」(西井一夫編『社会主義の終焉　オタクの時代 1989』毎日新聞社、2000 年 12 月)、p.1.
(173) Ditto.
(174) 切通理作「わが友・宮崎勤」(西井一夫編『社会主義の終焉　オタクの時代 1989』)、p.24.
(175) Ibid., p.24.
(176) Ibid., p.25.
(177) Ditto.
(178) Ibid., p.28.
(179) Ditto.

(180) Ibid., p.29.
(181) 柿沼秀樹「【第３章】竜の子アニメ・メカ徹底大研究」（岡田斗司夫・山本弘他『空前絶後のオタク座談会１　ヨイコ』(音楽専科社、2001 年 5 月)、p.146.
(182) 「四字熟語辞典 ONLINE」(https://yoji.jitenon.jp/yoji/036.html)(2020 年１１月４日アクセス)
(183) 大塚英志『底本物語消費論』（角川書店、2001 年 10 月)、pp.273-274.
(184) Ibid., pp.321-322.
(185) 東浩紀『動物化するポストモダン』（講談社、2001 年 11 月)、p.8.
(186) Azuma, Hiroki.　Abel, Jonathan E. and Kono, Shion, translators. *Otaku: Japan's Database Animals*, p.3.
(187) 東浩紀『動物化するポストモダン』、p.17.
(188) Azuma, ,Hiroki.　Abel, Jonathan E. and Kono, Shion, translators. *Otaku: Japan's Database Animals*, p.9.
(189) 「ボーメ～アーティストデビュー10 周年記念展」(http://www.parco-art.com/web/factory/bome0810/index.php)(2011 年 7 月 13 日アクセス)
(190) 東浩紀『動物化するポストモダン』、p.22.
(191) Ditto.
(192) Azuma, Hiroki.　Abel, Jonathan E. and Kono, Shion, translators. *Otaku: Japan's Database Animals*, p.12.
(193) 東浩紀『動物化するポストモダン』、 p.32.
(194) Azuma, Hiroki.　Abel, Jonathan E. and Kono, Shion, translators. *Otaku: Japan's Database Animals*, pp.19-20.
(195) 東浩紀『動物化するポストモダン』、p.126.
(196) Azuma, Hiroki.　Abel, Jonathan E. and Kono, Shion, translators. *Otaku: Japan's Database Animals*, p.86.
(197) 東浩紀『動物化するポストモダン』、pp.127-128.
(198) Azuma, Hiroki.　Abel, Jonathan E. and Kono, Shion, translators. *Otaku: Japan's Database Animals*, p.87.

(199) 東浩紀『動物化するポストモダン』、p.140.
(200) 岡田斗司夫・山本弘他『空前絶後のオタク座談会２　ナカヨシ』（音楽専科社、2002 年２月）、p.9.
(201) Ibid., p.94.
(202) Ibid., p.130.
(203) 岡田斗司夫・山本弘他『空前絶後のオタク座談会 メバエ』（音楽専科社、2002 年 10 月）、p.9.
(204) Ibid., pp.10-11.
(205) Ibid., pp.298-299.
(206) Ibid., p.300.
(207) 森川嘉一郎『趣都の誕生　萌える都市アキハバラ』（幻冬舎、2003 年２月）, pp.34-35.
(208) Ibid., pp.70-71.
(209) Ibid., pp.182-183.
(210) 永田朗『平らな時代　おたくな日本のスーパーフラット』（原書房、2003 年 10 月）、p.6.
(211) Ibid., p.8.
(212) 村瀬ひろみ「オタクというオーディエンス」（小林直毅・毛利嘉孝編テレビはどう見られてきのか―テレビ・オーディエンスのいる風景』（新教出版社、2003 年 11 月）、p.136.
(213) Ibid., p.139.
(214) Ibid., pp.144-145.
(215) Ibid., p.146.
(216) 大塚英志『「おたく」の精神史―1980 年代論』、p.16.
(217) Ibid., p.149.
(218) Ibid., pp.150-151.
(219) Ibid., p.149.
(220)「著者からのコメント」
(http://www.amazon.co.jp/%E3%80%8C%E3%81%8A%E3%81%9F%E3%81%8F%E3%80%8D%E3%81%AE%E7%B2%BE%E7%A5%9E%E5%

8F%B2-%E4%B8%80%E4%B9%9D%E5%85%AB%E3%80%87%E5%B9%B4%E4%BB%A3%E8%AB%96-%E5%A4%A7%E5%A1%9A-%E8%8B%B1%E5%BF%97/dp/4061497030)（2011 年 10 月 2 日アクセス）

(221) 畑智章「オタク・アニメ・村上隆一〜『スーパーフラット』を巡って」（『年報人間科学』刊行会編『年報人間科学』第 25 巻、大阪大学大学院人間科学研究科社会学・人間学・人類学研究室、2004 年 3 月）、p.2.

(222) Ditto.

(223) Ibid., pp.3-4.

(224) Ibid., p.4.

(225) Ibid., p.5.

(226) Ibid., p.6.

(227) Ibid., p.7.

(228) Ibid., p.8.

(229) Ibid., p.9.

(230) Ibid., p.10.

(231) Ibid., p.11.

(232) Ditto.

(233) Ibid., p.12.

(234) Ibid., pp.14-15.

(235) 暮沢剛巳「スーパーフラット　Superflat」（https://artscape.jp/dictionary/modern/1198074_1637.html）(2022 年 2 月 20 日アクセス)

(236) 国際交流基金／森川嘉一郎編『おたく：人格＝空間＝都市』（幻冬舎、2004 年 9 月）、p.2.

(237) Ibid., p.3.

(238) Ibid., p.16.

(239) Ibid., p.17.

(240) Ibid., pp.25-26.

(241) Ibid., p.27.

(242) Ibid., p.36.

(243) Ibid., p.37.
(244) Ibid., p52.
(245) Ibid., p.53.
(246) 大塚英志『物語消滅論―キャラクター化する『私』イデオロギー化する物語』（角川書店、2004 年 10 月）、p.10.
(247) Ditto.
(248) Ibid., p.11.
(249) 星野太「『大きな物語』の終焉 Fin des “grands récits”」https://artscape.jp/artword/index.php/%E3%80%8C%E5%A4%A7%E3%81%8D%E3%81%AA%E7%89%A9%E8%AA%9E%E3%80%8D%E3%81%AE%E7%B5%82%E7%84%89 (2020 年 11 月 25 日アクセス)
(250) 大塚英志『物語消滅論―キャラクター化する『私』イデオロギー化する物語』、pp.28-29.
(251) Ibid., p.56.
(252) Ibid., pp.57-68.
(253) Ibid., p.130.
(254) Ibid., pp.210-211.
(255) 相田美穂「現代日本におけるコミュニケーションの変容―おたくという社会現象を通して」（『広島修大論集』人文編、第 45 巻第 1 号、広島修道大学、2004 年 9 月）、p.90.
(256) Ibid., p.123.
(257) Ibid., p.125.
(258) Marc Steinberg “Otaku consumption, superflat art and the return to Edo”(*Japan Forum*, Volume 16, no.3, Taylor & Francis, November 20), p.449.
(259) Ibid., pp.450.
(260) Ibid., pp.451-452.
(261) Ibid., p.453.
(262) Ibid., p.454.
(263) Ibid., p.458.

(264) Ibid., p.459.
(265) Ibid., p.460.
(266) Ibid., p.468.
(267) 村上隆編『リトルボーイ　爆発する日本のサブカルチャー・アート』（ジャパン・ソサエティー イェール大学出版、2005 年）、p.120.
(268) Ibid., p.122.
(269) Ibid., pp.122-123.
(270) Ibid., p.123.
(271) 稲葉振一郎『オタクの遺伝子―長谷川裕一・SF まんがの世界』（太田出版、2005 年 3 月）、pp.7-8.
(272) Ibid., p.334.
(273) 清水勲編『近代日本漫画百選』（岩波書店、1997 年 2 月）、p.230.
(274) 本田透『電波男』、p.4.
(275) Ibid., pp.67-68.
(276) Ibid., pp.73-74.
(277) Ibid., p.162.
(278) Ibid., p.163.
(279) Ibid., pp.387-388.
(280) 守岡太郎「オタクの消費行動から市場の先を読む　オタク市場マーケティング」（『Think!』第 14 号、東洋経済新報社、2005 年 7 月）、p.91.
(281) Ditto.
(282) Ibid.,93.
(283) Ditto.
(284) Ibid.,96.
(285) 加野瀬末友・ばるばら「オタク×サブカル 15 年戦争」（『ユリイカ』（総特集オタク VS サブカル！）（第 37 巻第 9 号）（青土社、2005 年 8 月）、pp.91-92.
(286) Ibid., p.102.
(287) 相田美穂「おたくをめぐる言説の構成：1983 年～2005 年サブカルチャー史」（『広島修大論集』（人文編、第 46 巻第 1 号、広島修道大学、2005

年 9 月)、pp.17-18.
(288) Ibid., p.20-21.
(289) Ibid., p.21
(290) Ibid., p.25
(291) Ibid., p.34-35.
(292) Ibid., p.36.
(293) Ibid., p.38.
(294) Ibid., p.39.
(295) Ibid., p.41.
(296) Ibid., pp.43-44.
(297) Ibid., pp.44-45.
(298) Ibid., pp.46-47.
(299) Ibid., p.47.
(300) Ibid., p.48.
(301) Ibid., p.52.
(302) Ibid., p.54.
(303) 野村総合研究所オタク市場予測チーム『オタク市場の研究』、p.2.
(304) Ditto.
(305) Ibid., p.5.
(306) Ibid., p.60.
(307) Ibid., p.52.
(308) 難波功士「戦後ユース・サブカルチャーズをめぐって（4）：おたく族渋谷系」(『関西学院大学社会学部紀要』第 99 号、関西学院大学社会学部研究会、2005 年 11 月)、p.132.
(309) Ibid., p.139.
(310) Ditto.
(311) オタク文化研究会『オタク用語の基礎知識』の内容紹介
(https://www.amazon.co.jp/オタク用語の基礎知識-オタク文化研究会/dp/4434073966/ref=sr_1_1?s=books&ie=UTF8&qid=1544042387&sr=1-1&keywords=%E3%82%AA%E3%82%BF%E3%82%AF%E7%94%A8%E

8%AA%9E%E3%81%AE%E5%9F%BA%E7%A4%8E%E7%9F%A5%E8%AD%98)(2018 年 12 月 6 日アクセス)

(312) オタク文化研究会『オタク用語の基礎知識』(マガジン・ファイブ、2006 年 3 月) の「はじめに」より (頁表記なし)

(313) Ibid., p.41.

(314) 大澤真幸「オタクという謎」(『フォーラム現代社会学』第 5 号、関西社会学会、2006 年 5 月)、p.26.

(315) Ibid., p.29.

(316) Ibid., p.30.

(317) Ibid., p.31.

(318) Ibid., p.34.

(319) 森川嘉一郎・三浦展「オタクと高速道路」は三浦展『「自由な時代」の「不安な自分」―消費社会の脱神話化―』(晶文社、2006 年 6 月)、pp.248-249.

(320) Ibid., p.251.

(321) Ibid., p.252.

(322) Ibid., pp.253-254.

(323) Ibid., p.254.

(324) Ibid., p.262.

(325) 宮沢章夫『東京大学「80 年代地下文化論」講義』(白夜書房、2006 年 7 月)、p.iii.

(326) Ibid., pp.271-272.

(327) Ibid., p.273.

(328) Ibid., pp.273-274.

(329) Ibid., p.275.

(330) Ibid., p.276.

(331) Ibid., p.293.

(332) Ibid., p.325.

(333) Ditto.

(334) Ibid., pp.330-331.

(335) Ibid., p.334.
(336) Ibid., pp.384-385.
(337) Ibid., pp.385-386.
(338) 牟田武生『ジャパンクール　団塊世代と若者・二つの世代が作り上げる新しいコラボレーション』（三松株式会社出版事業部、2006 年 8 月）、p.35.
(339) Ibid., pp.36-37.
(340) “Otaku USA Magazine” https://www.animenewsnetwork.com/press-release/2007-03-01/otaku-usa-magazine-launching-in-june (2020 年 10 月 4 日アクセス)
(341) パトリック・マシアス／町山智浩訳『オタク・イン・USA―愛と誤解の Anime 輸入史』（太田出版、2006 年 9 月）、p.267.
(342) Ibid., pp.9-10.
(343) Ibid., pp.11-12.
(344) Ibid., p.18.
(345) Ibid., p.84.
(346) Ibid., pp.152-153.
(347) Ibid., pp.184-185.
(348) Ibid., p.247.
(349) 井上努「『楽しさ』としての観光経験の表象に関する考察―『観光オタク』が創るウェブサイトを事例として」（『日本観光研究学会第 21 回全国大会論文集』日本観光研究学会、2006 年 12 月）、p.65.
(350) 佐々木隆「第 6 章　観光とコンテンツツーリズム」（『国際文化交流から文化外交へ　追加増補版』武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2020 年 5 月）、pp.561-838.
(351) 井上努「『楽しさ』としての観光経験の表象に関する考察―『観光オタク』が創るウェブサイトを事例として」、p.66.
(352) J-CAST ニュース「旅雑誌『ワンダーJAPAN』出版不況でも復活　ワンダーJAPON 編集長が語る『紙メディアの魅力』」（2020 年 06 月 24 日 07 時 00 分）https://www.j-cast.com/2020/06/24388580.html?p=all

(2020 年 9 月 28 日アクセス)

(353) 井上努「『楽しさ』としての観光経験の表象に関する考察―『観光オタク』が創るウェブサイトを事例として」、pp.67-68.

(354) Ken Gelder. *Subcultures: Cultural histories and social practice* (New: York: Routledge, 2007), p.145.

(355) 神澤孝宣「二極化するキャラクター消費―マンガ・アニメ産業からみたキャラクター消費行動の考察―」(『宝塚造形芸術大学紀要』第 20 号、宝塚造形芸術大学、2007 年 3 月)、p.165.

(356) 歐陽宇亮「『オタク』とは何か―オタク文化の多様性とオタク・イメージの貧困性との矛盾を切り口にして」(『おたくのダイバーシティ　サブカル・ポップマガジン　まぐま』Volume15、Studio Zero／蒼天社、2007 年 3 月)、p.19.

(357) Ibid., p.20.

(358) Ibid., pp.20-21.

(359) Ibid., p.22.

(360) 井上努「旅行経験に基づく＜観光オタク＞の創作活動と表象」(『立教観光研究紀要』第 9 号、立教大学大学院観光学研究科『立教観光研究紀要』(SAT) 編集委員会、2007 年 3 月)、p.29.

(361) Ditto.

(362) Ibid., p.32.

(363) Joseph Britton "Japan-Otacool Nation Trends of Japanese Otaku Youth (『大阪府立大学総合科学部言語センター論文集』第 6 巻、大阪府立大学総合科学部言語センター、2007 年 3 月)、p.11.

(364) Ibid., pp.11-12.

(365) Ibid., pp.12-13.

(366) Ibid., p.13.

(367) Ibid., pp.13-14.

(368) Ibid., p.25.

(369) Ibid., p.26.

(370) Ditto.

(371) Ditto.
(372) 東浩紀『ゲーム的リアリズムの誕生　動物化するポストモダン２』(講談社、2007 年 3 月)、p.14.
(373) Ibid., p.16.
(374) Ibid., p.21.
(375) Ibid., p.27.
(376) Ibid., p.28.
(377) Ibid., pp.126-127.
(378) Ibid., pp.127-128.
(379) Ibid., pp.128-129.
(380) Ibid., p.130.
(381) 岡田斗司夫・唐沢俊一『オタク論！』(創出版、2007 年 4 月)、pp.12-13.
(382) Ibid., pp.33-34.
(383) 歌田明弘「日本的なインターネット文化の誕生をめぐって」(生井英考・荒このみ編『文化の受容と変貌』(ミネルヴァ書房、2007 年 11 月)、p.284.
(384) Ibid., p.286.
(385) Ibid., p.288.
(386) Ibid., p.289.
(387) 紙屋高雪『オタクコミュニスト超絶マンガ評論』(築地書館、2007 年 11 月)、p.XIV.
(388) Ibid., pp.7-8.
(389) 『2008 オタク産業白書』(メディアクリエイト、2007 年 12 月)、 p.3.
(390) 森永卓郎「オタク市場と日本経済」(『2008 オタク産業白書』)、p.10.
(391) ヒロヤス・カイ『オタクの考察』(シーアンドアール研究所、2008 年 2 月)、p.17.
(392) Ibid., p.18.
(393) Ibid., p.19.
(394) Ibid., p.34.
(395) Ibid., p.39.

(396) Ibid., p.60.
(397) 「日本メイド協会」(http://www.n-m-a.jp/info.html)(2011 年 10 月 20 日アクセス)
(398) Ditto.
(399) ヒロヤス・カイ『オタクの考察』、p.173.
(400) 岡田斗司夫『オタクはすでに死んでいる』、p.7.
(401) Ibid., p.8.
(402) Ibid., pp.43-44.
(403) Ibid., p.46.
(404) Ibid., p.47.
(405) Ibid., p.49.
(406) Ibid., pp.52-53.
(407) Ibid., p.55,
(408) Ditto.
(409) Ibid., p.57.
(410) Ibid., pp.58-59
(411) Ibid., pp.63-64.
(412) Ibid., p.67.
(413) Ibid., pp.73-74.
(414) Ibid., p.76.
(415) Ibid., p.78.
(416) Ibid., p.79.
(417) Ditto.
(418) Ibid.., pp.81-82.
(419) Ibid., pp.96-97.
(420) Ibid., pp.98-99.
(421) Ibid., p.110.
(422) Ibid., pp.112-113.
(423) Ibid., pp.159-160.
(424) Ibid., pp.163-164.

(425) Ibid., pp.165-166.
(426) Ibid., p.168.
(427) Ibid., pp.174-175.
(428) 森永卓郎・岡田斗司夫『オタクに未来はあるのか！？―「巨大循環経済」の住人たちへ』（PHP 研究所、2008 年 5 月）、p.2.
(429) Ibid., pp.13-14.
(430) Ibid., p.21.
(431) Ditto.
(432) Ibid., p.38.
(433) Ibid., pp.40-41
(434) Ibid., pp.45-46.
(435) Ibid., p.51.
(436) Ibid., pp.56-57.
(437) Ibid., pp.59-60.
(438) Ibid., pp.63-65.
(439) Ibid., p.68
(440) Ibid., p.70.
(441) Ibid., p.72.
(442) Ibid., pp.82-83.
(443) Ibid., p.90.
(444) Ibid., pp.92-93.
(445) Ibid., p.95.
(446) Ibid., p.97.
(447) Ibid., pp.110-111.
(448) Ibid., p.114.
(449) Ibid., pp.130-131.
(450) 大塚英志・東浩紀『リアルのゆくえ―おたく／オタクはどういきるか』（講談社、2008 年 8 月）、p.323
(451) Ibid., p.5.
(452) Ibid., pp.21-23.

(453) ピクシブ百科事典「でじこ」
(https://dic.pixiv.net/a/%E3%81%A7%E3%81%98%E3%81%93)
(2020 年 10 月 11 日アクセス)
(454) 大塚英志・東浩紀『リアルのゆくえ―おたく／オタクはどういきるか』、pp.184-185.
(455) 早川清他編著『メイド喫茶で会いましょう』(アールズ出版、2008 年 9 月)、p.143.
(456) 江藤茂博『オタク文化と蔓延する「ニセモノ」ビジネス』(戎光祥出版、2008 年 10 月)、pp.10-11.
(457) 松谷創一郎「<オタク問題>の四半世紀」(羽渕一代編『どこか<問題化>される若者たち』恒星社厚生閣、2008 年 10 月)、p.113.
(458) Ibid., pp.112-113.
(459) Ibid., p.115.
(460) Ibid., p.116.
(461) Ibid., p.117.
(462) Ibid., p.119.
(463) Ibid., pp.123-124.
(464) Ibid., p.124.
(465) Ibid., pp.125-126.
(466) Ibid., pp.128-129.
(467) Ibid., pp.134-135.
(468) Ibid., p.137.
(469) 斎藤環「『萌え』の本質とその生成について」(『國文学』特集:「萌え」の正体)(第 53 巻第 16 号、學燈社、2008 年 11 月)、pp.7-8.
(470) 村瀬ひろみ「第三のジェンダー『萌えるヒト』―『萌え』が拓く(かもしれない)未来」(『國文学』特集:「萌え」の正体)(第 53 巻第 16 号)、p.55.
(471) 藤本貴之「『萌え』における現実と非現実―オタク、ナード、ギーク、萌え」(『國文学』特集:「萌え」の正体)(第 53 巻第 16 号)、p.125.
(472) 菊池聡「『おたく』ステレオタイプの変遷と秋葉原ブランド」(『地域ブランド研究』第 4 号、地域ブランド研究会事務局、2008 年 12 月)、p.50.

(473) Ibid., p.51.
(474) Ibid., p.55.
(475) Ibid. pp.57-58.
(476) Ibid., p.59.
(477) Ibid., p.61.
(478) Ibid., p.75.
(479) Renato Rivera “The Otaku in Transition”（『京都精華大学紀要』第 35 号、京都精華大学、2009 年 1 月）、p.193.
(480) Ibid., p.203.
(481) Ibid., pp.203-204.
(482) 清谷信一「8 万人動員！世界最大規模のイベント開催『オタク文化』はなぜこんなにフランスで隆盛なのか」（『創』第 37 巻第 9 号、創出版、2007 年 8 月）、p.100.
(483) 清谷信一『ル・オタク　フランスおたく物語』（講談社、2009 年 1 月）、p.28.
(484) Ibid., 5.
(485) Ibid., pp.264-265.
(486) ジュリアン・ヴィグ「アニメの国は安全な国だった」（加藤恭子編『続私は日本のここが好き！』出窓社、2010 年 4 月）、pp.151-152.
(487) 「オタク文化の大攻勢　アニメ・お笑い・スシ　今ニッポンがかっこいい！」、p.47.
(488) 吉本たいまつ『おたくの起源』（NTT 出版、2009 年 2 月）、pp.3-4.
(489) Ibid., p.6.
(490) Ibid., p.7.
(491) Ibid., p.8.
(492) Ibid., pp.144-145.
(493) Ibid., pp.172-173.
(494) Ibid., p,173.
(495) Ibid., pp.178-179.
(496) Ibid., pp.181-183.

(497) Ibid., p.185.
(498) Ibid., p.187.
(499) Ibid., p.9.
(500) 山中智省「『おたく』誕生―『漫画ブリッコ』の言説力学を中心に―」(『横浜国大　国語研究』第 27 号、横浜国立大学国語・日本語教育学会、2009 年 3 月)、p.16.
(501) Ibid., p.21.
(502) Ibid., p.31.
(503) Ditto.
(504) 田川隆博「オタク分析の方向性」(『名古屋文理大学紀要』第 9 号、名古屋文理大学、2009 年 3 月)、p.73.
(505) Ibid., p.74.
(506) Ditto.
(507) Ibid., p.75.
(508) Ditto.
(509) Ibid., p.77.
(510) Ibid., p.78.
(511) 金田一「乙」彦・編『オタク語事典』(美術出版社、2009 年 5 月) の「はじめに」より (頁表記なし)
(512) 金田一「乙」彦・編『オタク語事典』の「本書の使いかた」より (頁表記なし)
(513) Ibid., p.7.
(514) 藤原実『現代オタク用語の基礎知識』(ディスカヴァー・トゥエンティワン、2009 年 5 月)、p.277.
(515) 榎本秋編『オタクの面白いほどわかる本』(中経出版、2009 年 6 月)、pp.21-52.
(516) 折原由梨「おたくの消費行動の先進性について」、p.23.
(517) *The Otaku Encyclopedia* のカバーより。
(518) Ditto.
(519) 浅野智彦「コミュニケーションの失敗／自閉するアイデンディティ」(広

田照幸監修／浅野智彦編著)『リーディングス日本の教育と社会』(18　若者とアイデンティティ)(日本図書センター、2009 年 3 月)、p.107.

(520)「HMV&BOOKS　商品説明」(https://www.hmv.co.jp/artist_%E3%82%B3%E3%83%88%E3%83%96%E3%82%AD%E3%83%A4_000000000413343/item_OTACOOL-WORLDWIDE-OTAKU-ROOMS_3658526)(2020 年 10 月 21 日アクセス)

(521) 柳享英『OTACOOL WORLD OTAKU ROOMS』(壽屋、2009 年 10 月)、p.9.

(522) Ditto.

(523) William M.Tsutsui.　*Japanese Popular Culture and Globalization* (Michigan: Association for Asian Studies, Inc., 2010), p.81.

(524) 原田曜平『近頃の若者はなぜダメなのか　携帯世代と「新村社会」』(光文社、2010 年 1 月)、pp.216-217.

(525) Ibid., p.218.

(526)「『電車男』」(https://iitomoyu.com/post-27786/https://search.yahoo.co.jp/image/search?p=%E9%9B%BB%E8%BB%8A%E7%94%B7%20%E3%80%80%E5%8A%87%E5%A0%B4%E7%89%88%E6%98%A0%E7%94%BB&fr=top_ga1&ei=UTF-8&aq=1&oq=#d94aade413559a9ae508115160213eb3)(2024 年 12 月 30 日アクセス)

(527)「『ヲタクに恋はむずかしい』」(https://wotakoi-anime.com/)(2024 年 12 月 30 日アクセス)

(528) 前島賢『セカイ系とは何か』(ソフトバンククリエイティブ、2010 年 2 月)、p.3.

(529) Ibid., p.7.

(530) Patrick W. Galbraith.　*The Otaku Encyclopedia*, p.179.

(531) 前島賢『セカイ系とは何か』, p.30.

(532) Ibid., p.31.

(533) Ibid., p.32-33.

(534) Ibid., p.34.

(535)「脇坂幸恵『幻根と幻蕾の精神“オタク”女性たちとなりきりメールにつ

い て 』 の 学 位 審 査 の 概 要 」 (http://www.grad.osaka-geidai.ac.jp/hakusi/pdf/kou13/kou20.pdf#search=%27%E8%84%87%E5%9D%82%E5%B9%B8%E6%81%B5%E3%80%8E%E5%B9%BB%E6%A0%B9%E3%81%A8%E5%B9%BB%E8%95%BE%E3%81%AE%E7%B2%BE%E7%A5%9E%E2%80%9C%E3%82%AA%E3%82%BF%E3%82%AF%E2%80%9D%E5%A5%B3%E6%80%A7%E3%81%9F%E3%81%A1%E3%81%A8%E3%81%AA%E3%82%8A%E3%81%8D%E3%82%8A%E3%83%A1%E3%83%BC%E3%83%AB%E3%81%AB%E3%81%A4%E3%81%84%E3%81%A6%E3%80%8F%27)(2019 年 6 月 28 日アクセス)

(536) 鏡裕之『非実在青少年論―オタクと資本主義』(愛育社、2010 年 6 月)、p.9.

(537) 21 世紀のコミック作家の会「東京都青少年育成条例の改定案可決に対する抗議声明」(2010 年 12 月 22 日)
(http://www.comicnetwork.jp/topics/20101222.html)
(2020 年 10 月 22 日アクセス)

(538) 中野晴行「非実在青少年 [Nonexistent Youth]」(2011/02)
(https://imidas.jp/genre/detail/L-130-0067.html)
(2020 年 10 月 22 日アクセス)

(539) 鏡裕之『非実在青少年論―オタクと資本主義』、p.146.

(540) Ibid., pp.147-148.

(541) Ibid., p.167.

(542) Ibid., pp.169-170.

(543) Ibid., p.185.

(544) Ibid., p.189.

(545) Ibid., p.205.

(546) Ibid., p.206

(547) 暮沢剛巳『キャラクター文化入門』(NTT 出版、2010 年 12 月)、p.42.

(548) Ibid., pp.54-55.

(549) Ibid., p.108.

(550) Ibid., p.120.

(551) Ibid., p.130.
(552) Ibid., pp.141-142
(553) 池田太臣「オタクの“消滅”～オタクイメージの変遷」(『女子学研究』第1号、甲南女子大学女子学研究会、2011年3月)、p.43.
(554) Ibid., p.44.
(555) Ibid., pp.45-46.
(556) Ibid., p.48.
(557) Ditto.
(558) Ibid., p.49.
(559) Ibid., p.51.
(560) Ibid., pp.53-54.
(561) Ibid., p.56.
(562) Ibid., p.57.
(563) Ditto.
(564) Ibid., p.58.
(565) 赤木智弘『若者を見殺しにする国』(朝日新聞出版、2011年5月)、pp.36-37.
(566) Ibid., p.38.
(567) Ibid., p.38.
(568) Ibid., p.41.
(569) 佐々木隆「気になる言葉⑪　オタク／オタク文化」(『むらおさ』第14号、むらおさ同人会、2011年7月)、p.4.
(570) Ibid., p.10.
(571) Patrick W. Galbraith. *Otaku Spaces* (Seattle: Chin Music Press, 2012), pp.123-124.
(572) Mizuko Ito "Introduction" (Mizuko Ito, Daisuke Okabe, and Izumi Tsuji, editors. *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World* (New Haven & London: Yale University Press, 2012), p.xi.
(573) 辻泉＋岡部大介「序　今こそ、オタクを語るべき時である」(宮台真司監修／辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編『オタク的想像力のリミット』筑摩書房、

2014年3月)、pp.7-8.
(574) Ibid., pp.12-13.
(575) Ibid., p.15.
(576) Ibid., pp.14-15.
(577) Ibid., p.19.
(578) Lawrence Eng. "7 Anime and Manga Fandom as Networked Culture" (*Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World*), p.88.
(579) ローレンス・エング「第5章 参加型文化としてのアメリカオタク史」(宮台真司監修/辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編『オタク的想像力のリミット』筑摩書房、2014年3月)、p.165.
(580) Lawrence Eng. "7 Anime and Manga Fandom as Networked Culture" (*Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World*), p.88.
(581) ローレンス・エング「第5章 参加型文化としてのアメリカオタク史」(『オタク的想像力のリミット』)、p.165.
(582) Lawrence Eng. "7 Anime and Manga Fandom as Networked Culture" (*Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World*), p.90.
(583) ローレンス・エング「第5章 参加型文化としてのアメリカオタク史」(『オタク的想像力のリミット』)、pp.168-169.
(584) Lawrence Eng. "7 Anime and Manga Fandom as Networked Culture" (*Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World*), p.93.
(585) ローレンス・エング「第5章 参加型文化としてのアメリカオタク史」(『オタク的想像力のリミット』)、pp.172-173.
(586) Lawrence Eng. "7 Anime and Manga Fandom as Networked Culture" (*Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World*), p.99.
(587) ローレンス・エング「第5章 参加型文化としてのアメリカオタク史」(『オタク的想像力のリミット』)、pp.180-181.
(588) 宮台真司「最終章 オタクの「出現」から三〇年で理解は進んだか?」(『オタク的想像力のリミット』)、pp.490-491.
(589) 「Patrick William Galbraith の学位審査の概要等」(http://gakui.dl.itc.u-tokyo.ac.jp/cgi-bin/gazo.cgi?no=128487)(2019年6月

27 日アクセス)
(590) Ditto.
(591) 佐々木隆「大学教育とオタク文化」(『比較文化史研究』第 13 号、比較文化史学会、2012 年 3 月)、p.3.
(592) Ibid., p.4.
(593) Ibid., p.5
(594) Ditto.
(595) Ibid., p.6.
(596) Ibid., p.7.
(597) Ibid., p.9.
(598) Ditto.
(599) 本郷和人「「東大教授、おたく、駆け出しのファンとして…おたく文化を許容する国に咲いた大輪のひまわり」(『中央公論』第 127 巻第 6 号、中央公論新社、2012 年 3 月)、p.107.
(600) Ditto.
(601) Ibid., pp.108-109.
(602) Ibid., p.112.
(603) 池田太臣「オタクならざる「オタク女子」の登場―オタクイメージの変遷」(馬場伸彦・池田太臣編『「女子」の時代!』青弓社、2012 年 4 月)、p.127.
(604) Ibid., pp.128-129.
(605) Ibid., pp.133-134.
(606) Ibid., p.135.
(607) Ibid., p.137.
(608) Ibid., pp.146-147.
(609) Ibid., pp.148-149.
(610) 村上隆／美術手帖編『村上隆完全読本美術手帖記事 1992-2012』(美術出版社、2012 年 6 月)、p.69.
(611) Ibid., p.181.
(612) Ibid., p.392.
(613) Ibid., p.394.

(614) Ibid., p.406.
(615) Ibid., p.466.
(616) Ibid., p.467.
(617) 辻泉「アニメーション・マニア、オタクという幻想」（2012）は横田正夫・小田正志・池田宏編『アニメーションの事典』（朝倉書店、2012 年 7 月）、p.217.
(618) Ibid., pp.217-218.
(619) 佐々木隆「気になる言葉⑬　オタク文化系の大学」（『むらさお』第 16 号、むらおさ同人会、2012 年 7 月）、p.6.
(620) Ibid., p.8.
(621) Ditto.
(622) 難波功士・濱野智史「〝ヤンキー〟と〝オタク〟について語り尽くす」（『宣伝会議』通巻 845 号、宣伝会議、2012 年 9 月）、p.23.
(623) Ibid., p.25.
(624) Ditto.
(625) Ibid., p.26
(626) Ibid., p.27
(627) 嶽本野ばら『もえいぬ―正しいオタクになるために』（集英社、2012 年 7 月）、pp.7-8.
(628) Ibid., pp.22-23.
(629) Ibid., pp.24-25.
(630) Ibid., pp.94-95.
(631) 辻泉「オタクの現在を考える」（『青少年問題』第 59 巻、秋季、第 648 号、一般財団法人青少年問題研究会、2012 年 10 月）、p.21.
(632) Ibid., p.22.
(633) 佐々木隆『オタク文化論』（イーコン、2012 年 12 月）、p.5.
(634) Ibid., p185.
(635) 大塚英志『物語消費論改』（アスキー・メディアワークス、2012 年 12 月）、p.4.
(636) Ibid., p.6.

(637) Ibid., pp.7-8.
(638) Ibid., p.10.
(639) Ibid., p.37.
(640) Ibid., p.86-87.
(641) 鈴木隆之「『オタク』の履歴書―『オタク』の文化人類学研究のための試論―」(『政治学研究論集』第 37 号、明治大学大学院、2013 年 2 月)、p.190.
(642) Ibid., pp.190-191.
(643) Ibid., pp.194-195.
(644) Ibid., p.195.
(645) Ibid., p.196.
(646) Ibid., p.197.
(647) Ibid., p.199.
(648) Ibid., pp.199-200.
(649) Ibid., p.200.
(650) Ibid., p.201.
(651) Ditto.
(652) Ibid., p203.
(653) Ibid., p.204.
(654) Ibid., p.205.
(655) Joff Peter Norman Bradley"Is the Otaku Becoming Overman?"(『東洋大学人間科学総合研究所紀要』第 15 号、東洋大学人間科学総合研究所、2013 年 3 月)、p.133.
(656) Ibid., p.116.
(657) アレクサンドル・コジェーヴ／上妻精・今野雅方訳『ヘーゲル読解入門―「精神現象学」を読む』(国文社、1987 年 10 月)、p.247.
(658) Joff Peter Norman Bradley"Is the Otaku Becoming Overman?"Ibid., pp.122-123.
(659) Ibid., pp.123-124.
(660) 浅野智彦『「若者」とは誰か―アイデンティティの 30 年』(河出書房新社、2013 年 8 月)、p.100.

(661) Ibid., pp.100-101.
(662) Ibid., p.101.
(663) Ibid., pp.106-107.
(664) Ibid., p.110.
(665) Ibid., p.118.
(666) 寺尾幸紘『オタクの心をつかめ』、pp.91-92.
(667) 薄葉彬貢『世界アニメ・マンガ消費行動レポート』（薄山館、2014 年 1 月）、p.3
(668) Ibid., p.105.
(669) 加藤裕康「若者論とオタク論の系譜」（『現代風俗学研究』第 15 号、一般財団法人現代風俗研究会東京の会、2014 年 3 月）、p.10.
(670) Ibid., p.12.
(671) Ibid., p.13.
(672) 渡邉秀司「オタクの言説―外部との『緊張感』を考えるために―」（『佛教大学大学院紀要　社会学研究科篇』第 42 号、佛教大学大学院、2014 年 3 月）、p.37.
(673) Ibid., p.38.
(674) Ibid., pp.38-39.
(675) Ibid., p.39.
(676) Ditto.
(677) Ditto.
(678) Ibid., p.40.
(679) Ibid., p.41.
(680) Ibid., p.42.
(681) Ibid., pp.42-43.
(682) Ibid., p,43.
(683) Ibid., p.46.
(684) Ibid. ,p.53.
(685) 宮台真司監修／辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編『オタク的想像力のリミット』（筑摩書房、2014 年 3 月）、pp.479-480.

(686) Ibid., p.488.
(687) Ibid., pp.488-489.
(688) Ibid., pp.494-495.
(689) Ibid., p.512.
(690) Patrick W. Galbraith, Thiam Huat Kam, and Björn-Ole Kamm, editors. *Debating Otaku in Contemporary Japan* (London: Bloomsbury, 2015), p.1.
(691) Ibid., pp.21-22.
(692) Ibid., p.73.
(693) Ibid., p.195.
(694) しめすへん『現代オタク論～萌えオタクの正体はマイルドヤンキーだった～』(Kindle、2015 年 2 月)、pp.56-61.
(695) 檀朋美「『関係的な生きづらさ』をオタクの人間関係から捉える試み―『コミュニケーション不全症候群』の視点から―」(2015)、p.49.
(696) Ibid., p.52.
(697) Ibid., p.53.
(698) Ibid., p.54.
(699) 今井真治『メディア空間における「場所」と共同性』: オタク文化をめぐる宗教社会学的研究』(筑波大学、博士論文、2015 年 3 月)、p.3.
(700) Ibid., p.21.
(701) Ibid. ,pp.23-24.
(702) 永山薫「1983 年～オタク文化史クルージング～」(『コンテンツ文化史研究』第 9 号、コンテンツ文化史学会、2015 年 8 月)、pp.12-13.
(703) Ibid., p.13.
(704) Ibid., p.19.
(705) Ibid., p.21.
(706) Ibid., p.22.
(707) 原田曜平『新・オタク経済』(朝日新聞出版、2015 年 9 月)、p.113.
(708) Ibid., p.166.
(709) Ibid., pp.27-28.
(710) Ibid., p.38.

(711) Ibid., p.39.
(712) Ibid., p.40.
(713) Ibid., p.41.
(714) Ibid., p.103.
(715) Ibid., p.96.
(716) Ibid., p.44.
(717) Ibid., p.45.
(718) Ibid., pp.49-50.
(719) Ibid., pp.58-59.
(720) Ibid., p.108.
(721) Ibid., pp.116-117.
(722) Ibid., pp.119-121.
(723) Ibid., pp.122-123.
(724) Ibid., p.150.
(725) 片瀬一男『若者の戦後史―軍国少年からロスジェネまで』（ミネルヴァ書房、2015 年 9 月）、p.21.
(726) Ibid., pp.24-26.
(727) Ibid., pp.26-27.
(728) 佐々木隆「TV 放送のオタク文化への影響」（『日欧比較文化研究』第 19 号、2015 年 10 月）、p.32.
(729) Ibid., pp.36-37.
(730) 菊地映輝「オタク化するお台場―文化装置の集積に注目して」（『現代風俗学研究、2015 年 12 月）、p.96.
(731) Ibid., p.97.
(732) Ibid., p.100.
(733) 宮沢章夫『東京大学「80 年代地下文化論」講義　決定版』（河出書房新社、2015 年 11 月）、p.262.
(734) Ditto.
(735) 羽生雄毅『OTAKU エリート』(講談社、2016 年 1 月)、pp.106-107.
(736) 「デジタルネイティブ」という言葉はマーク・プレンスキー(Marc

Prensky, 1946-）が On the Horizon (2001)に掲載した“Digital Natives, Digital Immigrants”で発表した。下記より公開されている。(https://www.marcprensky.com/writing/prensky%20-%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf#search='digital++natives%2C+digital+immirants')(2020 年 10 月 1 日アクセス)

(737) 堀あきこ「オタク、腐女子―メディアによるイメージ」(竹内オサム・西村麻里編『マンガ文化　55 のキーワード』ミネルヴァ書房、2016 年 2 月)、p.192.

(738) Ibid., p.194.

(739) Kascuk Zoltan. *From geek to otaku culture and back again: The role of subcultural clusters in the international dissemination of anime-manga culture as seen through Hungarian producers* (博士論文、2016 年 3 月)、p.1. (https://johokan.kyoto-seika.ac.jp/uploads/2016_dr/2016_dr_thesis_02.pdf) (2021 年 12 月 29 日アクセス)

(740) 大塚英志『二階の住人とその時代―転形期のサブカルチャー私史』(星海社、2016 年 4 月)、p.21.

(741) Ibid., pp.22-23.

(742) Ibid., pp.24-25.

(743) Ibid., p.26.

(744) 中島渉・松原歓・中津野俊太・中村雅子「『迷惑行為』から見えるオタクの境界デザイン」(『東京都市大学横浜キャンパス情報メディアジャーナル』第 17 号、情報メディアジャーナル編集委員会、TOPICS、2016 年 4 月)、p.47.

(745) Ditto.

(746) Ditto.

(747) Ibid., p.48.

(748) Ibid., pp.52-53.

(749) 山岡重行『腐女子の心理学―彼女たちはなぜ BL（男性同性愛）を好むのか？』(福村書店、2016 年 6 月)、p.3.

(750) Ibid., p.5.
(751) Ibid., pp.8-9.
(752) 王岚瀟「『オタク論』と系譜学」(『社会学雑誌』第 31・32 号、神戸大学社会学研究会、2016 年 10 月)、p.88
(753) Ibid., pp.90-91.
(754) Ibid, p.93.
(755) Ibid., p.95.
(756) Ibid., p.97.
(757) Ditto.
(758) Ibid., pp.99-100.
(759) 佐々木隆『ポップカルチャー論』(多生堂、2016 年 12 月)、p.9.
(760) 中村一朗「TV ゲーム業界の黎明史」(中村一朗・小林亜希彦『クリエイターのためのゲーム「ハード」戦国史 「スペースインベーダー」から「ポケモン GO」まで』言視舎、2017 年 1 月)、p.16.
(761) Ibid., p.17.
(762) 南隆太「AKB に観るヤンキー文化とオタク文化の接合関係について」(『應用語文學報』第 4 号、国立臺中科技大學語文學院、2017 年 6 月)、p.4.
(763) Takeshi Okamoto. "Otaku tourism and the anime pilgrimage phenomenon in Japan" (Philip Seaton and Takayoshi Yamamura, editors. *Japanese Popular Culture and Contents Tourism* (London and New York: Routledge, 2017), p.18.
(764) 辻泉「オタクたちの変貌」(小谷敏編『21 世紀の若者論』世界思想社、2017 年 3 月)、p.147.
(765) Ibid., p.151.
(766) Ibid., p.154.
(767) Ibid., p.155.
(768) Ibid., p.157.
(769) Ibid., pp.163-164.
(770) 王岚瀟『オタク的なアイデンティティと欲望』(博士論文、2017 年 3 月)、pp.36-37.

(771) 北田暁大・解体研編『社会にとって趣味とは何か　文化社会学の方法基準』(河出書房新社、2017 年 3 月)、pp.237-238.
(772) Ibid., pp.246-247.
(773) Ibid., p.272.
(774) 大泉実成『オタクとは何か？』(草思社、2017 年 4 月)、pp.16-18.
(775) Ibid., p.125.
(776) Ibid., p.122.
(777) Ibid., p.309.
(778) 株式会社ライブ編『二次元世界に強くなる現代オタクの基礎知識』(カンゼン、2017 年 7 月)、p.2.
(779) Howexpert Press and Jessica Roar. *Otaku 101: An Introductory Guide to Learning About the Otaku Pop Culture, Anime, Manga, and More!* (Createspace Independent Pub, 2018), p.48.
(780) 渡邉秀司「『優しい関係』の展開について―オタクを事例とした人間関係の考察にむけて―」(『佛大社会学』第 42 巻、佛教大学社会学会、2018 年 2 月)、pp.47-48.
(781) Ibid., pp.48-49.
(782) Ibid., p.51.
(783) 牧野宏紀「学級内における対抗文化としての『オタク文化』」(『奈良大学大学院研究年報』第 23 号、奈良大学大学院、2018 年 2 月)、p.25.
(784) Ibid., p.26.
(785) Ibid., p.27.
(786) 今井信治『オタク文化と宗教の臨界―』(晃洋書房、2018 年 3 月)、p.21.
(787) 宇野常寛『若い読者のためのサブカルチャー論講義録』、p.23.
(788) Ibid., p.24.
(789) 平成オタク研究会編『図解　平成オタク 30 年史』(新紀元社、2018 年 10 月)、p.15.
(790) 佐々木隆『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係』(武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2018 年 10 月)、pp.166-167.

(791) Ibid., p.167.
(792) 山上尚彦・斎藤環・森田展彰・大谷保和「オタク的消費行動と心理不適応の関連の検討」(『アディクションと家族』第 34 巻第 1 号、日本嗜癖行動学会、2018 年 12 月)、p.46.
(793) Ibid., p.47.
(794) Ibid., p.51.
(795) 福嶋亮大『ウルトラマンと戦後サブカルチャーの風景』(PLANETS／第二次惑星開発委員会、2018 年 12 月)、pp.221-222.
(796) Ibid., p.223.
(797) Ibid., p.231.
(798) Ibid., p.232.
(799) Ibid., p.233.
(800) Ibid., pp.235-236.
(801) Ibid., p.240.
(802) Ibid., p.252.
(803) Patrick W. Galbraith. *Otaku and the Struggle for Imagination in Japan* (Duke University Press, 2019), p.49.
(804) Ibid., p.63.
(805) 松下戦具「広義化した『オタク』の整理―オタクファッションを考察するために」(『大阪樟蔭女子大学研究紀要』第 9 巻、大阪樟蔭女子大学、2019 年 1 月)、p.238.
(806) Ditto.
(807) 小林義寛「『文化 (the cultural)』の文脈化―あるいは雑種化と土着化―」(山本賢二・小川浩一編『国際コミュニケーションとメディア―東アジアの諸相―』(学文社、2019 年 3 月)、p.249.
(808) はちこ『中華オタク用語辞典』(文学通信、2019 年 6 月)、pp.12-13.
(809) 菊地映輝「都市空間におけるサブカルチャーの政策的振興に関する研究―文化装置論から見るコスプレ文化」(慶應義塾大学、2019 年 8 月) の要旨。(file:///C:/Users/user/Downloads/KO90001001-20195162-0003%20(1).pdf) (2020 年 12 月 20 日アクセス)

(810) Ibid., p.12.
(811) Ibid.,pp.53-54.
(812) Ibid., p.195.
(813) 中山淳雄『オタク経済圏創世記　GAFA の次は 2.5 次元コミュニティが世界の主役になる件』（日経 BP、2019 年 11 月）、pp.4-5.
(814) Ibid., p.5.
(815) Matt Alt.　*Pure Invention: How Japan's Pop Culture Conquered the World* (Crow, 2020), pp.12-13.
(816) マット・アルト／村井章子訳『新ジャポニズム産業史 1945-2020』（日経 BP、2021 年 7 月）、pp.26-27.
(817) Matt Alt.　*Pure Invention: How Japan's Pop Culture Conquered the World*, pp.208-209.
(818) マット・アルト／村井章子訳『新ジャポニズム産業史 1945-2020』、pp.286-287.
(819) Matt Alt.　*Pure Invention: How Japan's Pop Culture Conquered the World*, p.210.
(820) マット・アルト／村井章子訳『新ジャポニズム産業史 1945-2020』、pp.288-289.
(821) 張瑋容「日本のポップカルチャーとジェンダー研究―オタク文化を中心に」（『ジェンダー研究』第 22 号、公益財団法人東海ジェンダー研究所、2020 年 2 月）、pp.108.
(822) Ibid., p.109
(823) Ibid., p.114.
(824) Ibid., p.115.
(825) 亀山康夫「オタク文化の専門研究機関の発足とその効果： 世界オタク研究所の活動から」（2020）より「論文の要旨」
(file:///C:/Users/user/Downloads/KO40001002-20195271-0003.pdf)
(2020 年 12 月 22 日アクセス)
(826) Ibid., pp.9-10.
(827) Ibid., pp.38-39.

(828) 山田智之「オタクの職業観に関わる研究」(『上越教育大学研究紀要』第39巻第2号、2020年3月)、p.407.
(829) Ibid., pp.408-409.
(830) Ibid., p.414.
(831) Ditto.
(832) 高田治樹・菊地学・尹成秀「オタクはどのような印象をもたれているのか?―オタクカテゴリと印象との相互関連性の検討」(『目白大学心理学研究』第16号、2020年3月)、p.1.
(833) Ibid., p.2.
(834) Ibid., p.11.
(835) 株式会社ライフ編『365 日で知る現代オタクの教養』(カンゼン、2020年3月)、p.2.
(836) Ditto.
(837) ホームページ「佐々木隆研究室」(https://ssk.econfn.com/tyosaku1/tyosaku76.pdf)(2021年8月15日アクセス)
(838) 菊池聡「オタクの系譜学」(山岡重行編『サブカルチャーの心理学　カウンターカルチャーから「オタク」「オタ」まで』(福村出版、2020年8月)、pp.29-30.
(839) Ibid., pp.30-31.
(840) Ibid., pp.31-32.
(841) Ibid., pp.40-41.
(842) Ibid., pp.44-45.
(843) Ibid., pp.50-51.
(844) Ibid., p.53.
(845) 山岡重行「ジャニオタ」(山岡重行編『サブカルチャーの心理学　カウンターカルチャーから「オタク」「オタ」まで』)、p.105.
(846) 永田大輔「OVAという発明　「テレビ的なもの」の位置づけをめぐって」(永田大輔・松永伸太朗編『アニメの社会学　アニメファンとアニメ制作者たちの文化産業論』ナカニシヤ出版、2020年10月)、pp.160-161.

(847) Gianni Simone. *Otaku Japan: The Fascinating World of Japanese Manga, Anime, Gaming, Cosplay, Toys, Idoles and More!* (Charles E. Tuttle, 2021 年 6 月)、p.27.
(848) MJ Jean. *Anime Culture and Otaku in America: Case Studies of the Influence of Japanese Pop Media on the USA and Emerging Transnational Trends* (Presentation from the Anime Convention Circuit 2010-2014, Independently published, 2021), p.13.
(849) Ditto.
(850) Ibid., p.29.
(851) Ditto.
(852) 鈴木孝夫『ことばと文化』(岩波書店、1973 年 5 月)、p.i.
(853) 岡田斗司夫『オタク学入門』、pp.8-9.
(854) 佐々木隆『ことばとオタク文化』(武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2021 年 1 月)、pp.9-10.
(855) Ibid., p.16.
(856) Ibid., p.26
(857) Ibid., p.29.
(858) Ibid., p.43.
(859) 大倉韻「オタク文化は、現在でも都市のものなのか」(木村絵里子他編『場所から問う若者文化』(大修館書店、2021 年 2 月)、p.24.
(860) Ibid., p.25.
(861) Ibid., p.28.
(862) Ibid., p.iii.
(863) Ibid., p.31.
(864) Ibid., pp.40-41.
(865) NHK『平成ネット史(仮)』取材班『平成ネット史　永遠のベータ版』(幻冬舎、2021 年 4 月)、p.68.
(866) Ibid., p.60.
(867) Ibid., p.73.
(868) Ibid., p.77.

(869) Ibid., p.82
(870) 山野車輪『オタクが日本を「右傾化」させた―右派＋オタク文化史論』（鈴屋出版、2021 年 4 月）、pp.6-7.
(871) Ibid., p.34.
(872) Ibid., p.27.
(873) Ibid., p.28.
(874) Ibid., pp.63-64.
(875) 佐々木隆『書誌から見た「オタク」研究　増補版』（中編、多生堂、2021 年 5 月）、pp.733-735.
(876) ホームページ「佐々木隆研究室」（https://ssk.econfn.com/tyosaku1/tyosaku81.pdf）（2021 年 8 月 15 日アクセス）
(877) ホームページ「佐々木隆研究室」（https://ssk.econfn.com/ronkoku/ronkoku41.pdf)(2021 年 8 月 15 日アクセス）
(878) ホームページ「佐々木隆研究室」（https://ssk.econfn.com/ronkoku/ronkoku46.pdf）（2022 年 3 月 3 日アクセス）
(879) 内藤理恵子『新しい教養としてのポップカルチャー　マンガ、アニメ、ゲーム講義』（日本実業出版社、2022 年 3 月）、pp.66-67.
(880) 吉田尚紀『オタクを武器に生きていく』(河出書房新社、2022 年 11 月)、p.15
(881) Ibid., p.21.
(882) Ibid., pp.22-23.
(883) Ibid., p.178.
(884) Ibid., p.189
(885) Ibid., p.193.
(886) Ibid., p.195.
(887) Ibid., pp.195-196.
(888) 小林航太『オタク六法』（KADOKAWA、2022 年 11 月）

(889) Ibid., p.16.
(890) Ibid., p.28.
(891) しげの『持続可能なオタク目標　公式解説』（暗黒通信団、2022 年 12 月）、p.5.
(892) Ditto.
(893) Ibid., p.7.
(894) Ditto.
(895) Ibid., p.11.
(896) 晶文社ホームページ「内戦下のシリアで、鬼滅、ONE PIECE、宇崎ちゃんを見る！」（https://www.shobunsha.co.jp/?p=7400）
2024 年 7 月 20 日アクセス。
(897) カレー沢薫『オタクのたのしい創作論』（文藝春秋、2023 年 6 月）、p.2.
(898) Ibid., p.4.
(899) 牧和生『オタクと推しの経済学』（カンゼン、2023 年 9 月）、pp.21-22.
(900) Ibid., pp.24-25.
(901) Ibid., pp.30-31.
(902) Ibid., p.37.
(903) Ibid., pp.40-41.
(904) Ibid., p.44
(905) Ibid., pp.99-100.
(906) Ibid., pp.100-101.
(907) Ibid., p.102.
(908) Ibid., pp.103-104.
(909) Ibid., p.114.
(910) Ibid., p.117.
(911) Ibid., p.156.
(912) 小出祥子編／名古屋短期大学小出ゼミ（2022・2023 年度生）『オタク用語辞典　大限界』（三省堂、2023 年 12 月）、p.3.
(913) Ditto.
(914) Ibid., p.6.

(915) Ibid., p.7.
(916) Ibid., p.9.
(917) Ibid., pp.12-13.
(918) Ibid., p.12.
(919) Ibid., p.16.
(920) Ibid., pp.16-17.
(921) Ibid., p.21.
(922) 森川嘉一郎「おたく（オタク）」（ジェンダー事典編集委員会編『ジェンダー事典』丸善出版、2024 年 1 月）、p.626.
(923) Ibid., pp.626-627.
(924) Ibid., p.627.
(925) 田中東子『オタク文化とフェミニズム』（青土社、2024 年 9 月）、pp.9-10.
(926) Ibid., pp.15-16.
(927) Ibid., pp.22-24.
(928) Ibid., pp.77-78
(929) Ibid., p.80.
(930) 永田大輔『アニメオタクとビデオの文化社会学　映像視聴経験の系譜』（青弓社、2024 年 9 月）、p.13.
(931) Ibid., pp.19-20
(932) Ibid., p.39.
(933) Ibid., p.42.
(934) Ibid., pp.149-151