

# オタク文化と都市空間

## ～文化装置の観点から～

政策・メディア研究科後期博士課程

菊地 映輝

## 本研究の目的

「オタク文化が発展する際に都市空間が果たす役割とは？」

- ・オタク文化が発展する際に都市空間が果たす役割について明らかにする。
- ・その際に、サブカルチャーを守り、育む役割をなす施設やサービスである「文化装置」概念を導入する。
- ・つまり、オタク文化にとつての文化装置が都市空間内でどのように機能しているかを明らかにすることが本研究の目的である。



画像出典：<http://4ch-matome.com/2015/02/25/080446.html>

## オタクとは

### 定義と由来

- ・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）  
→ 一群のサブカルチャー→オタク文化
- ・中森明夫が1983年に雑誌『漫画ブリッコ』上で「おたく」という語を使用してから社会に普及した。
- ・1980年代に起きた宮崎勤による連続少女誘拐殺人事件のせいで、当初は負のイメージを帯びていた。

### イメージの変化

- ・「あなたは、自分に『オタク』の要素があると思いますか？」  
→ 10代の74.3%、20代の68.4%が「ある」と回答（藤本 2015）。
- ・「Cool Japan」戦略：日本政府によるアニメやマンガなどのコンテンツの製作・輸出の振興政策。

## 本研究の意義

### オタク文化の政策学的研究の構築

- ・オタク文化の振興政策  
→ どのように都市空間を設計すればオタク文化は活性化するか。
- ・オタク文化を活用した地域活性化  
→ オタク文化を活用した地域の活性や街づくりはどのように行えばよいか。

### サブカルチャー研究の深化

- ・フィッシャーの下位文化理論の拡張。
- ・これまで決して、十分に研究が行われてきたとは言えないサブカルチャーと都市空間と関係に関する理論構築。

## 先行研究

### オタクたちにとっての都市空間

領域	概要	具体的な場所
①商業集積	オタク向けの施設やサービスが都市空間内にどれほど集積しているのか。	秋葉原、池袋、大阪日本橋など
②産業集積	アニメやゲームなどのクリエイターや制作会社がどのように都市内部に集積しているのか。	中央線沿線、西武線沿線、池袋（トキワ荘）など
③アニメ聖地巡礼	アニメファンがアニメの背景になった場所を特定し訪れる	埼玉県鷲宮・多摩、富山県南砺、茨城県大洗など

- ・本研究は①の系譜に属するものである。
- ・①では既に1つの場所に関する詳細な説明やその場所の歴史を踏まえた研究は行われている（森川2003など）。
- ・しかし、複数の場所を横断した一般的な原理原則の研究は存在しない。

## 下位文化理論と文化装置論の結合

### 下位文化理論

- ・クロード・S・フィッシャーによる、都市生活に浸透する「非通念性」を説明する理論。
- ・人口の集中が下位文化の多様性を増大し、下位文化を強化し、下位文化間の普及を促進させる。
- ・実証的な研究としては不十分。

- ・命題2-(a)  
「基本的な市場メカニズムを踏まえると、規模が一定の場の下位文化系は、下位文化系を維持する機能を果たし、それらを支えることになる」(フィッシャー1975=2012: 139)  
- 諸制度：服装のスタイル、新聞、結社
- ・「専門家されたサービスや施設は、多様な特殊な社会的世界をはぐくみ、維持する」(フィッシャー1984=1996: 95)  
- 美術館、画廊、美術学校→芸術コミュニティ  
- ショッピング・ユダヤ人学校、調製食品店→ユダヤ人コミュニティ

## 下位文化理論と文化装置論の結合

### 文化装置に関する議論

- ・山口昌男（1995）や増淵敏之（2012）らにより展開されてきた。
- ・ただし、文化装置に関する明確な定義付けや理論化は不十分。

### 山口昌男の文化装置

- ・『「敗者の」精神史』（山口1995）の1章と2章で章の副題に「文化装置としての百貨店の発生」が付けられている。
- ・発生期の百貨店が商空間の中のモダニズム運動で果たした「都市的感性（アーバニズム）の組織者として機能し、新しい文化メッセージの発信者」（山口2005: 4）としての役割を描き出す。
- ・三越百貨店は、「近代化過程にあった形成期の都市の巨大な文化の要素」（山口2005: 4）であり、これを山口は文化装置と表現したものと思われる。

## 下位文化理論と文化装置論の結合

### 三越百貨店の文化装置的機能

施策	結果
女性販売員の採用	都市空間の中性化
貨物自動車での配達開始	高空間へのスピード（高速力）の導入
あらゆる種類の近代的商品を見られること	普通の人々の近代都市空間における商品（モノ）欲の充足
ネオン・サイン取り付け	都市空間の夜の祝祭化

### モダン都市情報の集積センター及び発信基地

- ・三越が発行していた月刊PR誌『時好』の記事を集めるために「流行（研究）会」が結成。
- ・流行会は学者、作家、演劇人をプレーンにして結成され、『時好』への寄稿や三越に流行についてのアドバイスをを行った。

⇒知的情報の発信へ。



## 下位文化理論と文化装置論の結合

### 三越百貨店の文化装置的機能

施策	結果
女性販売員の採用	都市空間の中性化
貨物自動車での配達開始	商空間へのスピード（高速力）の導入
あらゆる種類の近代的商品を見られること	普通の人々の近代都市空間における商品（モノ）欲の充足
ネオン・サイン取り付け	都市空間の夜の祝祭化

### モダン都市情報の集積センター及び発信基地

- 三越が発行していた月刊PR誌『時好』の記事を集めるために「流行（研究）会」が結成。
- 流行会は学者、作家、演劇人をプレーンにして結成され、『時好』への寄稿や三越に流行についてのアドバイスを行った。

⇒ 知的情報の発信へ。

## 下位文化理論と文化装置論の結合

### 増淵敏之の文化装置論

- バックストリート（路地裏）を創造の場としてとらえ、それが人材育成の場へと展開していく空間のメカニズム解明を試みた。
- つまりサブカルチャーの苗床としてバックストリートを捉えたのである。

クリエイティブクラスの人々が創造性や多様性に富んだ場所に集まり、そこにライブハウスやカフェ、アートギャラリーなどの文化的装置が作られ、消費文化の発信地になっていくとされる。（増淵 2012: 42）

メイドカフェの登場も、オタク文化の街としての秋葉原のブランディングを強調する効果を上げた。これは新たな文化的装置といえるかも知れない（増淵 2012: 109）

※ただし、増淵は文化の生産を人材育成という観点を中心に捉えていることには注意が必要である。

## 下位文化理論と文化装置論の結合

### 文化装置論と下位文化理論の接続

- 都市空間内において施設やサービスがサブカルチャーを育むことを説明している。
- 都市のパーソナル・ネットワーク理論としてのイメージが定着している（田村 2015）下位文化理論と、理論化を欠いた文化装置論とを接合することで、両者の弱点を補う。

### ■本研究で目指すもの

- オタク文化にとっての文化装置の機能や性質を明らかにする。
- そのことを通じて、今日のオタク文化と都市との関係とを明らかにする。
- 情報社会がコミュニティや都市空間にどのような影響を与えているのかも考慮する。

## 本研究で取り上げる事例



## 秋葉原

### オタクたちの「趣都」

- もともと白物家電を基礎にパソコン電子部品の街として発展。
- 1998年に海洋堂がラジオ会館に移転してきたあたりから、「オタク趣味の専門店」(森川2003)が集積し、オタクたちの「趣都」として認識される。
  - ー オタク趣味の専門店=①②
- 2004～2005年頃にかけての『電車男』ブームにより、そのイメージは全国区へ。
  - ー 文化アメニティ(栗田2012)としての「オタク的光景」=②



## 秋葉原

### オタク趣味の専門店からオタクイベント空間へ

- 牛堀雄矢ら(2016)の研究では、秋葉原地区における主たる業種が電気・パソコンから少女アニメ関係・メイド系のオタク系店舗へと変わりつつあることが指摘されている。
  - 特にメイド系店舗が増え、街の飲食・サービス業化が進んでおり、オタク系業者のコンテンツも、アニメの女性嗜好する消費者から実在する女性消費者へとターゲットがシフトしている。
- ⇒電気・パソコン→美少女アニメ関係→メイド・アイドル

- ECの影響で物売る店舗が減っており、サービスを提供する店舗が増えている。
- これからは物売るのではなく、秋葉原的＝オタク文化的な体験を提供するイベント空間やライブハウスという形での文化装置に切り替わっていく可能性。



## 池袋

### 乙女ロードと豊島区国際アート・カルチャー都市構想

- 2000年頃から東池袋のサンシャイン60ビルの向かい側に「乙女ロード」と呼ばれる女性オタクたちの趣味に特化した専門店街が形成されていた(森川2006)。
- 2015年3月に豊島区として「豊島区国際アート・カルチャー都市構想」策定。
- 同構想内ではオタク文化を活用した街づくりの方針が述べられている。



## 池袋

### 行政による市街地全体の文化装置化

- 構想に先立って、(株)ドワンゴと(株)アニメイトにより2014年に「池袋ハロウィン・コスプレフェス2014」が開催。
- 豊島区庁は、後援に入ったことで、警察から道路専有許可が出た。
- 行政が池袋でのイベント開催などを支援することで街全体の文化装置化が図られる。





## お台場

リア充空間からオタクたちの空間へ

- お台場（臨海副都心）は、フジテレビによって「フジテレビのごとく明るく、楽しく、ファッショナブルな『街』として認知させ」（近森 2013: 165）られていた。

⇒お台場の主役はカップルや家族連れ。



## お台場

- 様々なオタクイベントに対応する東京ビッグサイトの屋外空間が、写真撮影の背景に使われる「余白」としての屋外空間が特定の文脈を持たない場所。
- そこにオタク文化が一時的に落とし込まれることでテンポラリな文化装置になる。
- そこに集まってくるオタクたちを対象にした小売やサービスが、商業者たちのマーケティング最適化によって増加中。
- オリンピックによって東京ビッグサイトやお台場の屋外空間が失われると、大幅に衰退することが予想される。



## 埼玉県宮代町

進修館

- 埼玉県宮代町のコミュニティーセンターとして1980年に開館。

音楽会、映画会、武道会、踊り、演劇、落語、民謡大会、展示会、絵画教室、お茶、お花の会、町議会、委員会などのさまざまな地域活動への要求が高まる中で、これらを受け入れるに足り、「世界のどこにもないような空間」。

⇒コスプレイベントの会場として頻繁に利用されている。



画像出典：<http://cc.web6.jp/blog/log/eid103.html>

## 埼玉県宮代町

インターネットの上のオタクコミュニティの落とし込み

- ① コスプレSNSで繋がったコスプレイヤーたちが参加し、参加した結果（情報）をSNS上に蓄積する。
- ② SNSを通じてイベント情報が拡散される。
- ③ イベントの日にだけ進修館がコスプレ文化のための文化装置化し、それを後に街全体が文化装置として機能する。

インターネットによって、テンポラリな文化装置化が行われる。



## 台北

### 台北にあらわれたアキバ

- Taipei Main Stationの地下にあるTaipei City Moleにオタク街が形成されている。
- 店舗構成を調査したところ、最も多いのはレンタルショーケースの店舗。次いで、ゲームソフト・ゲーム機販売店、フィギュア・プラモデル販売店が続く。

⇒90年代後半の秋葉原に酷似。

カテゴリー名	店舗軒数
トレーディングカードゲーム	4
カプセルトイ	3
キャラグッズ一般	6
クレーンゲーム	2
ゲームソフト・ゲーム機	10
ゲームセンター	1
フィギュア・プラモデル	10
ミリタリーグッズ	2
レンタルショーケース	18
執事・メイド喫茶	4
書籍販売	4

21

## 台北

### 消失するオタク街

- 台北のオタク街は消えつつある。 ■オタク的光景の偏在化
  1. 日本で購入する
  2. 違法にネットで視聴する
  3. 書籍が値引き販売される
 →アニメグッズが店舗で購入されない。
- しかし、秋葉原のようにイベント空間化が起きているわけでもない。



22

## 博論の章立て案と今後の予定

- 序論
- 2. 研究背景
- 3. 先行研究の批判的検討
- 4. 文化装置論とは
  - 4.1. フィッシャーの下位文化理論
  - 4.2. 文化装置に関する議論の系譜
  - 4.3 下位文化理論と文化装置論との接合
- 5. 事例分析
  - 5.1. 秋葉原
  - 5.2. 池袋
  - 5.3. お台場
  - 5.4. 埼玉県宮代町
  - 5.5. 台北
- 6. 考察：オタク文化にとっての文化装置とは
- 7. 結論
- 参考文献
- 補論：インターネット上でのオタク文化とコミュニティ

### ■今後の予定

- 文化装置論のさらなる理論的検討。
- 各事例をより詳しく調査・分析する。
- その結果を整理することで、オタク文化の文化装置の一般的な性質と機能についての考察を進める。

23

## 参考文献

- 青木保, 2012, 『「文化力」の時代——21世紀のアジアと日本』 岩波書店。
- 近森高明, 2013, 「イベントとしての『街』〔イベント空間としてのテレビ局〕」 近森高明・工藤保則編『無印都市の社会学——どこにでもある日常空間をフィールドワークする』 法律文化社。
- Claude S. Fischer, "Toward a Subclutural Theory of Urbanism," *American Jornal of Sociology*, Vol.80, No.6, 1975, pp. 1319-41, University of Chicago Press. (= 2012, 広田康生訳「アーバニズムの下位文化理論に向かって」 森岡清志編『都市空間と都市コミュニティ』 日本評論社, 127-64.)
- ———, *The Urban Experience*, Harcourt Brace & Company. (= 1996, 松本康・前田尚子訳『都市的体験——都市生活の社会心理学』 未来社.)

24

## 参考文献

- 菊地映輝, 2015, 「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』(16) 96-107.
- 増淵敏之, 2012, 『路地裏が文化を生む! ——細路地とその界隈の変容』背弓社.
- 森川嘉一郎, 2003, 『趣都の誕生 萌える都市アキハバラ』幻冬舎.
- ———, 2006, 「男と女の未来戦争第2回: おたく男女の都市的分離」『Mobile Society Review 未来心理』(6), 72-75.
- 田村公人, 2015, 『都市の舞台俳優たち——アーバニズムの下位文化理論の検証に向かって』ハーベスト社.
- 牛垣雄矢・木谷隆太郎・内藤亮, 2016, 「東京都千代田区秋葉原地区における商業集積の特徴と変化——2006年と2013年の現地調査結果を基に」『E-journal GEO』11(1), 85-97.
- 山口昌男, 1995, 『「敗者」の精神史』岩波書店.