

研究プロポーザル

政策・メディア研究科博士課程

菊地 映輝

1. 研究テーマ

オタク文化と都市空間——文化装置の観点から

2. 研究背景と目的

本研究の目的は、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ことである。その際に「文化装置」という観点を導入することで、都市空間を構成する各種施設がどのように装置として機能しているのかに着目したい。

オタクという言葉は今日において人口に膾炙しているが、改めてその意味を定義すれば「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）となる。東浩紀はオタクを上記のように説明し、オタクたちが耽溺する一群のサブカルチャーを「オタク系文化」と呼んだ。本研究では、現在、より一般的に用いられている「オタク文化」という呼称で、これらサブカルチャーを表現することとしたい。

さて、東が言うように、オタクという言葉を知らない人は今日存在しないように思われるが、この言葉がそもそも世に出回るようになったきっかけは、中森明夫が1983年に雑誌『漫画ブリッコ』上で「おたく」という語を使用したことにある。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この言葉も、約30年以上の月日が経った現在では、ポジティブなものとして使われるようになってきている。例えば、アサツーディ・ケイが2014年10月に行ったウェブ調査によれば、「あなたは、自分に『オタク』の要素があると思いますか？」という質問に対して、「かなりある」または「一部ある」と回答した者は10代で74.3%、20代では68.4%と、それぞれ7割前後の回答者が自分のオタク的性質を認める結果となっている（藤本 2015）。その意味では、若者たちの間ではすでにオタクという言葉は身近なものになっているとも見なせるだろう。

オタクには政府や行政も注目をしている。オタク文化であるアニメやマンガなどのコンテンツの製作と輸出を振興する「Cool Japan」戦略が進められている。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している（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。このように、日本国内ではオタクを取り巻くイメージがポジティブなものに今日なっており、同時に社会的な注目も高まっている。そうした中で、オタクやオタク文化に対する学術的な研究が行われるようになってい¹。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なアプローチは不十分である。本研究では、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注目し、どのような施設が都市空間内に存在すればオタク文化は根付き、成長していくのかということを明らかにする。その際に考慮しなければならないのは、インターネットの普及による情報社会化の影響であろう。特に今日では、SNS やソーシャルメディアの普及によってインターネット上に数多くのコミュニティが存在している。その意味では都市空間の代替あるいは拡張としてインターネット空間が存在しているというような見立ても可能であろう。本研究では、そうした情報社会化の影響も考慮に入れながら、都市空間とオタク文化との関係について見ていきたい。

3. 既存の研究結果との関連

3.1. 下位文化理論と文化装置論の結合

オタク文化についての考察を深めるためには、サブカルチャーに関する学術研究を参照すべきであろう。サブカルチャーに関する研究は、社会学に多く蓄積されている。特に都市空間とサブカルチャーとの関係を論じた社会学者クロード・S・フィッシャーによる一連の研究に注目してみたい。ポストシカゴ学派に当たるフィッシャーは、都市に見られる非通念的行動について説明を行うために下位文化理論というものを打ち立てた。その中の命題2の(a)においてフィッシャーは次のように述べている。

基本的な市場メカニズムを踏まえると、規模が一定の臨海水準に達すると、社会的下位体系は、その下位文化を構造化し、包み込み、防衛し、育むような諸制度をつくりだし、それらを支えることができるようになる。こうした諸制度(たとえば、服装のスタイル、新聞、結社)は、権威の源泉と集合場所を確立し、社会的な境界線を画定する。(Fischer 1975=2012: 139)

人口が一定規模の臨界量に達すると、サブカルチャー集団(社会的下位体系)は、サブカルチャー(下位文化)を維持し、育てるための制度を作り上げるのである。この制度の中には、組織や服装のスタイルといった概念的抽象的な事物以外にも、都市内部における施設やサービスも含まれる。実際にフィッシャーは、別のところで都市生活における専門家されたサービスや施設について上記と同様に「臨海」の概念を用いて説明しているからである

¹ 例えば、宮台真司監修、辻泉らの編『オタク的想像力のリミット』など。

(Fischer 1984=1996 : 88-97)。都市内部に豊富に専門家された施設やサービスが存在することで「多用で特殊な社会的世界をはぐくみ、維持する」という仮説をフィッシャーは主張する。美術館、画廊、美術学校などが利用できれば、芸術コミュニティが育ちやすく、シナゴグ、ユダヤ人学校、調製食料品店、ユダヤ人の新聞などが存在すれば、活力あるユダヤ人コミュニティが生まれやすいといったように、である。

フィッシャーの下位文化理論は日本の都市社会学研究においては、直接サブカルチャー研究とは結びつかない、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きたとされる(田村 2015)。そこで注目したいのが、社会学の文脈とは無関係に独自の研究の蓄積が存在している「文化装置」に関する議論である。中でも山口昌男の三越百貨店を巡る議論についてまず取り上げたい。

山口は『「敗者の」精神史』の中で、その1章と2章の副題を「文化装置としての百貨店の発生」と名付けた。2つの章で山口は、日本で最も早く呉服店から脱皮し、百貨店へと転身した三越百貨店を事例に、発生期の百貨店が商空間の中のモダニズム²運動で果たした

「都市的感性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している。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塞」(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。では、実際に三越百貨店は文化装置としてどのように機能したのであろうか。女性販売員の採用による都市空間の中性化、貨物自動車での配達開始による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による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・サイン取り付けによる都市空間の夜の祝祭化などを山口は挙げている。しかし、それよりも根源的に装置的機能として山口が注目していたのは、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結成された「流行(研究)会」による知的情報の発信だと思われる。流行会は学者、作家、演劇人をブ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。これをもって三越百貨店は「モダン都市情報の集積センター及び発信基地」(山口 2005: 63)として機能した訳である。

上記の山口の議論を引き継ぐ形で、独自の文化装置論を展開したのが増淵敏之である。増淵(2012)はバックストリート(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を明らかにしようとした。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。増淵は、日本国内の各都市におけるバックストリートとそれを軸とした界隈を調査し、それがサブカルチャー萌芽の基盤としてどう機能しているかを論じた。その中には、本研究で主たる事例の1つとしても取り上げる秋葉原も含まれている。

² 大正時代に成立し、昭和のはじめまで続いた都市文化のスタイル(山口 2005: 3)。

ここまで、山口・増淵の文化装置を巡る論について見てきたが、ここで確認したいのが、彼らが論じた文化装置論はフィッシャーの下位文化理論と一致する点が多いということである。都市空間内において施設が任意のサブカルチャーを育む現象をどちらも説明しているからである。本研究では、以上のような議論を下地にオタク文化というサブカルチャーを維持し、育てる文化装置がどのようなものなのかについて明らかにしていく。

3.2. オタクたちにとっての都市空間

オタク文化と都市との関わりに関する議論について概観したい。まずオタク文化の具体的な構成要素である、アニメやマンガ、ゲームなどのオタク向けコンテンツを扱う商店やオタク文化に関連する施設が集積している街、すなわち商業集積地が日本国内には存在する。代表的なものは、秋葉原、池袋、中野、大阪日本橋であろう。これらのエリアには、コンテンツを販売する店舗はもちろん、それらをテーマにした飲食店なども集積しており、オタクたちを集客する商業店舗が多いのが特徴である。これらの街を「聖地」と呼ぶ潮流も存在する（マイナビ 2014）。上記に挙げたエリアの中で最も有名なのは秋葉原であろう。秋葉原に関しては、森川嘉一郎が、秋葉原にオタクが集中した理由とオタク街へと変貌を遂げたプロセスについて明らかにしている（森川 2003）。また先述した通り増淵敏之も秋葉原の文化装置に関する考察を行っている（増淵 2012）。さらには牛垣雄矢らによる地理学的なアプローチの研究にも注目する必要があるだろう（牛垣ほか 2016）。牛垣らは秋葉原の街の商業集積の特徴を 2006 年と 2013 年に実施した現地調査の結果をもとに論じている。それによると、秋葉原の街では、電気・パソコンを取り扱う店舗が少女アニメ関係・メイド系のオタク向け店舗へと変わりつつあり、その中でもアニメ関連の店がメイド喫茶やアイドル関連のグッズを取り扱う店へと変化していることが明らかになったという。

次に、オタク文化を担うクリエイターや制作会社の地理的集積についても述べておこう。経済地理学の産業集積論の中には、アニメやマンガ、ゲームのクリエイターや制作会社がどのように都市空間内部に集中するのかを明らかにする研究が行われている（例えば、半澤 2001, 2016）。しかし、ここでは消費者の集中に関しては考慮に入れられていないことは注意する必要があるだろう。特にオタク文化では同人誌を代表とする二次創作物の存在は大きいため、一次創作のクリエイターや企業の集積だけでは論じきれない部分があるためである。

最後に、近年注目を集めているアニメ聖地巡礼を取り上げたい。これは「アニメファンが、アニメの背景となった場所を見つけ出して、そこを訪ねること」を指す言葉である（岡本 2013: 50）。その場所を訪れることにより地域活性化や経済効果が見込まれることもあり、コンテンツツーリズム現象として学術領域や行政から大きな注目を集めている。

以上、オタク文化と都市空間との関係を大きく「商業集積」「産業集積」「アニメ聖地巡礼」という 3 つの観点から見てきたが、本研究は一番目のオタク向けの商店や施設が集積している場所に関する議論に接続するものである。既存研究の問題点としては、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ものの、複数の場所を横断する形の一般的な原理原則に関する研究はまだ行われていないということである。そこで、特定のかつ単一の場所に対する説明を行うのではなく、広くオタク文化が根付く都市空間の条件について説明を行おうというのが本研究の特色である。

4. 研究方法

本研究では、3.1 で概観した文化装置という概念を用いて、都市空間内におけるオタク文化の文化装置の機能と性質について検討を行う。そのための事例として以下のエリアを取り上げる。

エリア	特徴
秋葉原	世界で最もオタクの街として有名。90年代にオタク街が成立してから20年以上年月がたち、街を構成する文化装置に変化があらわれている。
池袋	もともとは女性オタクが集まる街。現在は豊島区とオタク系企業のアニメイト、ドワンゴが協力する形でオタクに向けた街づくりが行われている。
お台場	東京のウォーターフロントエリアとして恋人や家族連れが集うレジャーの街として世間には認知されている。しかし、オタクたちがイベントを頻繁に行っている東京ビッグサイトが存在し、それ以外にも水面下で空間のオタク化が進んでいる。
埼玉県宮代町	東京の郊外に位置する街。町の中心にあるコミュニティセンター進修館を活用したコスプレイベントが盛んであり、住民による手作りのコスプレイベントも行われるようになっている。
台北	日本由来のオタク文化に関する商店舗が市内に点在している。中でも Taipei Main Station の地下にある台北地下街にはたくさんのオタク向けの専門店が集積している。

上記エリアのオタク文化との関係について整理したのち、街中に存在する文化装置の実態と性質を分析することで、特定の場所にとらわれない形でのオタク文化と都市空間との関係について明らかにする。

5. 期待される成果

本研究の期待される成果は、直接的には、オタク文化と都市空間との関係が文化装置であ

る各種施設の持つ機能という観点から解明されることである。これによりオタク文化研究に新たな観点を与えると同時に、オタク文化の振興や、オタク文化を活用した地域活性化・街づくりなどの政策的な貢献も期待される。同時に、本研究はフィッシャーの下位文化理論に接続するサブカルチャーの理論的な研究という側面も有している。すなわちオタク文化という 1 つのサブカルチャーを題材とし、下位文化理論をより使いやすい形に加工した文化装置論で説明を試みるという研究である。そのため本研究は、オタク文化という 1 つの事例を超えて、サブカルチャーと都市空間と関係を論じるための新たな視点を提供するものでもあり、今後の文化研究や都市研究にとって重要な意味を持つ議論に繋がることが期待される。その萌芽的研究として本研究が持つ意味は極めて大きいと言える。

6. 関連文献リスト

6.1. 都市空間の中のサブカルチャーに関する研究

1. Fischer, Claude S., 1975, Toward a subcultural Theory of Urbanism, *American Journal of Sociology*, 80: 1319-41. (=2012, 広田康生訳「アーバニズムの下位文化理論に向かって」盛岡清志編『都市空間と都市コミュニティ』日本評論社, 127-64.)
2. Fischer, Claude S., 1984, *The Urban Experience*, 2nd. ed., Harcourt Brace Jovanovich. (=1996, 松本康・前田尚子訳『都市的体験』未来社.)
3. 難波功士, 2007, 『族の系譜——ユース・サブカルチャーズの戦後史』青弓社.
4. 増淵敏之, 2012, 『路地裏が文化を生む! ——細路地とその境界の変容』青弓社.
5. 山口昌男, 2005, 『「敗者」の精神史(上)』岩波書店.

6.2. オタクに関する研究

1. 東浩紀, 2001, 『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.
2. 半澤誠司, 2016, 『コンテンツ産業とイノベーション——テレビ・アニメ・ゲーム産業の集積』勁草書房.
3. 森川嘉一郎, 2003, 『趣都の誕生 萌える都市アキハバラ』幻冬舎.
4. 森川嘉一郎, 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.
5. 長田進・鈴木彩乃, 2009, 「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』No.20, p.43- 72.
6. 宮台真司, 1993=2007, 『増補 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.
7. 宮台真司監修, 辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編, 2014, 『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.
8. 岡本健, 2013, 『n 次創作観光——アニメ聖地巡礼/コンテンツツーリズム/観光社会学

の可能性』北海道冒険芸術出版。

9. 和田 崇, 2014, 「オタク文化の集積とオタクの参画を得たまちづくり : 大阪・日本橋の事例」『経済地理学年報』60(1), 23-36.

6.3. 情報社会におけるコミュニティと都市

1. Boyer, M. Christine, 1996, *CyberCities: Visual Perception in the Age of Electronic Communication*, Princeton Architectural Press. (=2009, 田畑暁生訳『サイバーシティ』NTT 出版.)
2. 濱野智史, 2008, 『アーキテクチャの生態系——情報環境 はいかに設計されてきたか』NTT 出版.
3. 近藤淳也監修, 2015, 『角川インターネット講座5 ネットコミュニティの設計と力につながる私たちの時代』角川学芸出版.
4. 関谷浩史, 2010, 『知能化都市——見えない都市をデザインする』NTT 出版.
5. 鈴木謙介, 2013, 『ウェブ社会のゆくえ——〈多孔化〉した現実のなかで』NHK 出版.
6. 関谷浩史, 2010, 『知能化都市——見えない都市をデザインする』NTT 出版.

7. 進捗状況

現在、秋葉原と台北との比較をテーマとした 3 本目となる査読論文を執筆中である。その後博士論文の執筆に入りたいと考えている。博士論文の目次は目下のところ下記を想定している。

- | | |
|----------------------|---------------------------|
| 1. 序論 | 5.3. お台場 |
| 2. 研究背景 | 5.4. 埼玉県宮代町 |
| 3. 先行研究の批判的検討 | 5.5. 台北 |
| 4. 文化装置論とは | 6. 考察：オタク文化にとっての文化装置とは |
| 4.1. フィッシャーの下位文化理論 | 7. 結論 |
| 4.2. 文化装置に関する議論の系譜 | 参考文献 |
| 4.3 下位文化理論と文化装置論との接合 | 補論：インターネット上でのオタク文化とコミュニティ |
| 5. 事例分析 | |
| 5.1. 秋葉原 | |
| 5.2. 池袋 | |

まず、序論で本研究の目的と論文全体の概要を説明し、2 章で研究背景となる今日のオタク文化の変化と隆盛について取り上げる。次いで 3 章ではオタク文化と都市空間を巡る代表的な議論を取り上げ、それらを 3 つに整理する（本稿 3.2.を参照）。4 章では、まず 1 節

目でフィッシャーが提唱した下位文化理論がどのようなものかについて説明し、それがどのような問題意識のもと提唱されたのかについて説明を行う。その後、2 節目において日本国内で行われてきた下位文化理論に関して山口昌男と増淵敏之の研究を取り上げる。3 節で下位文化理論と文化装置論の接続を行い、そのうえで本研究の理論的背景となる文化装置論がどのようなものかを整理する。5 章の事例分析に関しては、それぞれのエリアで1つの節となっている。各節ではそのエリアにおけるオタク文化を概観したのちに、エリア内に文化装置がどのように存在しており、それがどのような性質を持っているのかについて見ていく。6 章では5 章での各エリアの事例分析を踏まえて、特定の場所にとらわれない今日におけるオタク文化にとっての文化装置とはいかなるものかについて考察を行う。7 章では本研究のまとめを行い、なに貢献しなが課題であったかを述べる。本研究では、情報社会におけるコミュニティや都市空間の変質も視野に入れる。それは2 章の研究背景や5 章の事例分析の項で適宜述べていく予定であるが、読者のさらなる理解のために、論文最後に補論としてインターネット上でのオタク文化とコミュニティに関する議論を掲載する。

5 章の事例分析に関しては、既にどのエリアに関しても調査・考察を進めている。現段階において各エリアで判明していることを下記に完結にまとめた。

エリア	特徴
秋葉原	2000 年代前半まで見られたグッズや DVD、ゲームを販売する小売店が減少し、メイド喫茶や飲食店・チェーン店が増えている。今後は、物を売るのではなく、秋葉原的＝オタク文化的な体験を売るイベント空間やライブハウスという形でのオタク文化の文化装置が増えていくことが予想される。
池袋	もともとは商業者たちの自発的な取り組みによって形成されたオタク街（乙女ロード）しかなかったが、それに注目した行政が音頭を取ることで、地域全体でのオタク文化を活用した街づくりが行われるようになっている。行政は、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を図っている。
お台場	東京ビッグサイトやお台場の広大な屋外空間などの特定の文脈を持たない空間にオタク文化が一時的に落とし込まれることで文化装置化される（Cf.埼玉県宮代町）。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している。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	本来は町の住民を対象とした公共施設であったコミュニティセンター進修館が、町の外部からやってくるオタク（コスプレイヤー）

	によって一時的に利用されている。町内に存在するオタク文化の文化装置は進修館のみで、オタク向けの小売やサービスは存在していない。インターネットの上のオタクコミュニティが一時的に進修館に落とし込まれているという見方が可能である（お台場）。
台北	台北を代表するオタク街である台北地下街には、レンタルショーケース店を中心にオタク向けのグッズや書籍を販売する店舗が多く集積しており、秋葉原の 1990 年代後半～2000 年代前半の状況に酷似している。しかし、今後はオタク街が衰退し消失していくことが懸念される。

8. 学会発表

- ・ NicoNico Live as Social Platform: A Study of Japanese Live Streaming Services. The 2nd International Conference on Social Science and Management (ICSSAM 2014) (2014 年 5 月)
- ・ 菊地映輝・志塚昌紀「コンテンツツーリズムとしての『街コス』——『ラブコスみやしろ 2016』を事例として」第 4 回コンテンツツーリズム学会論文発表大会 (2016 年 11 月)

9. 論文発表

- ・ 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 (査読付き).
- ・ 菊地映輝, ——, 「コンテンツツーリズムとしての『街コス』——『ラブコスみやしろ 2016』を事例として」『コンテンツツーリズム学会論文集』(現在、査読審査中).

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.
- 東浩紀, 2001, 『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.
- Fischer, Claude S., 1975, Toward a subcultural Theory of Urbanism, *American Journal of Sociology*, 80: 1319-41. (=2012, 広田康生訳「アーバニズムの下位文化理論に向かって」盛岡清志編『都市空間と都市コミュニティ』日本評論社, 127-64.)
- , 1984, *The Urban Experience*, 2nd. ed., Harcourt Brace Jovanovich. (=1996, 松本康・前田尚子訳『都市的体験』未来社.)
- 藤本耕平, 2015, 『つくし世代——「新しい若者」の価値観を読む』光文社.

- 半澤誠司, 2001, 「東京におけるアニメーション産業集積の構造と変容」『経済地理学年報』47, 56-70.
- , 2016, 『コンテンツ産業とイノベーション——テレビ・アニメ・ゲーム産業の集積』勁草書房.
- マイナビ, 2014, 『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.
- 増淵敏之, 2012, 『路地裏が文化を生む! ——細路地とその境界の変容』青弓社.
- 宮台真司監修, 辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編, 2014, 『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
- 森川嘉一郎, 2003, 『趣都の誕生 萌える都市アキハバラ』幻冬舎.
- 岡本健, 2013, 『n 次創作観光——アニメ聖地巡礼/コンテンツツーリズム/観光社会学の可能性』北海道冒険芸術出版.
- 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, 2005, 『「敗者」の精神史 (上)』岩波書店.