

# ぼくたち、おたくだ

こうした状況は経済界も注目している。たとえば、野村総合研究所の調査ではオタク市場(自作パソコン、アニメ、ゲーム、アイドル、コミック市場の合計)の市場規模は2900億円である。また、経済産業省は、日本のコンテンツ産業の国際展開の促進という観点から注目している。

しかしコアなおたく向け商品が一般市場から見えて特殊な商品群(ニッチ市場)である事には余り変化は無い。メディアワークスの『電撃G'sマガジン』編集長である高野希義は2004年9月7日の「CEDEC 2004」において、おたく市場向けのいわゆる「萌えゲーム」が既に「特に先鋭化されたおたく」にしか判らない世界と成りつつあり、衰退してしまうおそれがあるとする談話を述べた。高野は談話において双恋を紹介する際、テレビを広告塔として使いつつ王道に戻って10歳代の開拓を目指すと言った。

また、「オタク」が方々で露出する事が増えた結果、おたく自身の層と容認する層の他に、積極的に「おたくの嗜好を忌避する層」が表面化する傾向も見られる。また、一般に広がった「オタク=萌え」というイメージに対して、「萌え」を嫌う(萌えフォビア)「硬派な」おたくの反発も起こっている。

さらに、こうした近年の傾向に誘われて、従来はおたく向け市場に見向きもしなかった企業

数多くの作品が登場する一方、DVDの普及により、旧来は「ビデオテープ・ソフト一本1万円弱」などという傾向が無くなり、3千円～5千円で安価に販売される映像ソフトの販売が一般化した。コンビニエンスストア店頭でも数多くの映画・ドラマ・アニメのDVDが販売されるようになると、「ビデオソフトを買って見る」という、かつてはコアなマニアやおたくに限定された事を一般の消費者がするようになり、一般の社会でも普通に売られ普通に買われていくようになる。このためヤンキー文化、渋谷系などの、かつてはおたくと縁遠いと見られていた要素とおたく文化の結合も観察されるようになっていく(痛車の要素を取り入れたVIPカー、渋谷系を取り込んだアニメソング「アキシブ系」など)。

またパソコンやゲーム機の普及は、かつての専門家やマニア主導ではなく、娯楽家電の一種として家電製品並に普及した事もあり、裾野の広い市場を形成している。その一方で「おたく向け商品」の市場も拡大し、電気街として知られた秋葉原の様相を、漫画・アニメ・ゲームの街として激変させるに至っている。

2005年には株式会社ビブロスにより第一回全国統一オタク検定試験が実施され、またこれがTV、雑誌、ネット、海外の通信社からも大々的に取り上げられるという事象も発生した。

こうした状況は経済界も注目している。たとえば、野村総合研究所の調査ではオタク市場(自作パソコン、アニメ、ゲーム、アイドル、コミック市場の合計)の市場規模は2900億円である。また、経済産業省は、日本のコンテンツ産業の国際展開の促進という観点から注目している。

ぼくたち、おたくだ 君、どうする



# 年級

## 範例文字

範例文字範例文字範例文字

範例文字範例文字範例文字

範例文字範例文字範例文字範例文字

範例文字範例文字範例文字範例文字

範例文字範例文字範例

範例文字範例文字範例

範例文字範例文字範例

範例文字範例文字範例

## 範例文字

範例文字範例文字範例文字範例文字

範例文字範例文字範例文字範例文字

範例文字範例文字範例文字

範例文字範例文字範例文字

範例文字範例文字範例

範例文字範例文字範例

範例文字範例文字範例

範例文字範例文字範例

## 範例文字

範例文字範例文字範例文字

範例文字範例文字範例文字

範例文字範例文字範例文字範例文字

範例文字範例文字範例文字範例文字

# 顧