

比較文化史学会 研究発表大会 会場: 国士舘大学

オタク文化と産業

—オタクリズムを考える—

2013年1月26日

武蔵野学院大学 佐々木隆



西八王子駅徒歩10分



本日の内容

1 「オタク」とは／「オタク文化」とは

2 オタク産業

3 オタクツーリズム

聖地巡礼からコンテンツツーリズムへ

国の政策（国土交通省と経済産業省）

4 オタクツーリズムと観光学

ハンドアウトも活用致します

「おたく」と「オタク」

「おたく」は1980年代を特定して表現する。(大塚英志)

「オタク」はもっと広い意味でとらえ、現在の状況は、PC、インターネット、デジタルカメラ等のマルチメディアの登場と普及によりオタクの概念が一変したと佐々木は捉えています。従って本発表では「オタク」「オタク文化」で表現致します。



オタクの定義

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

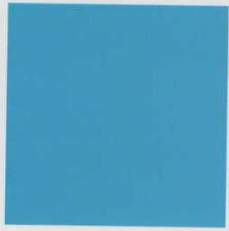
か、たがいに深く結びつい

た一群のサブカルチャーに耽溺する人々の総称である。(東浩紀『動物化するポストモダン』、2001)

動物化するポストモダン

オタクから見た日本社会

東 浩紀



講談社現代新書

1575

オタクの一般化

コレクター、マニア、追っかけはPC、インターネット、デジカメに普及により情報収集力と管理能力を備え、今やみんながライト・オタク化していると考えた方が理解しやすいのではないだろうか。オタクはIT革命により一般化。情報の共有が当たり前になった。OtakuとHikikomoriがともに英語化され、otakuのプラスのイメージが浮かびあがってきたのかもしれない。

和田剛明「ライト化したオタク市場 とその特徴」(2007)

この『オタクのライト化』の中で、オタクという語自体も汎用化、マイルド化している。現在、オタクという言葉は「マニア」「ファン」「コレクター」などの語を包括した概念、「○○好き」程度の軽い意味合いで使用されており、あらゆる消費者の趣味・嗜好・レジャーは「○○オタク」と名づけることさえできる。

(『2008年オタク産業白書』メディアクリエイト、
2007年12月)

オタク文化の定義

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の総称(前
島賢『セカイ系とは何か』2010)

オタク文化とコンテンツ

消費されるコンテンツの総称は、
産業が生み出す製品、アイテムに
ほかならない。

「オタク産業」という言葉もすでに
誕生している。

オタク世代論と流行と産業

石森秀三「オタクが日本の観光を変える！」(2009)のようにオタクを5世代に分けてまず考えてみたい。(『まほら』特集：オタクツーリズム、第60号、旅の文化研究所、2009年7月)

第1世代 1960年代前後生 新人類、しらけ
世代

第2世代 1970年代前後生 80年代のテレビ
ゲーム、パソコン趣味の担い手

第3世代 1980年代前後生 メインカルチャー
とサブカルチャーの差が薄れた世代

第4世代 1990年代前後生 インターネット世
代

第5世代 2000年代前後生 両親がオタク文
化に慣れ親しんだ世代

第1世代 1960年代前後生

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(TVヒーロー誕生の時代)(ロボット、人造人間・改造人間、アニメの定着) 変身とアイテム(女の子は魔法使いになる)

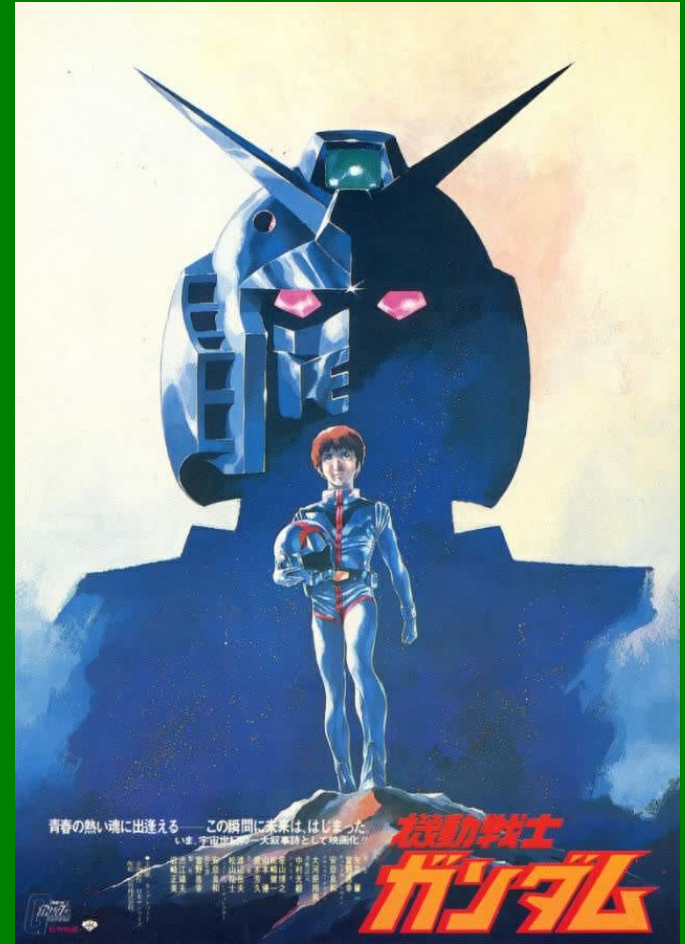


第2世代 1970年代前後生

1969年にはアポロ11号が月面着陸により、宇宙時代到来の世代である。映画『スターウォーズ』(1977)の公開はその象徴でもあるが、日本国内で『宇宙戦艦ヤマト』(1974)、『機動戦士ガンダム』(1979)がTV放送が開始されたのもこの世代である。



- ・『スーパーマリオブラザーズ』(1985)
- ・サンリオのハローキティ(1974)／オタク
- ・第2世代が親の世代となっていることも注目に値する。



第3世代 1980年代前後生

TVアニメ『DRAGONBALL』(1986)、『美少女戦士セーラームーン』(1992)、ロボットアニメ『新世紀エヴァンゲリオン』(1995)

- ・第1回のコミックマーケット(1975)
- ・スタジオジブリ(1985)
- ・『となりのトトロ』(1986)
- ・株式会社アニメイト設立(1986)



冒険する女の子から闘う女の子へ

『不思議の国のアリス』のアリス

『オズの魔法使い』のドロシー

日本では魔法の力＋変身＋女子編
隊もの 『美少女戦士セーラームー

ン』や『プリキュア』

の誕生



1983年はオタク文化の象徴の年

- 4月、東京ディズニーランド開園
- 6月、「おたく」という言葉が浮上
- 7月、任天堂、ファミリーコンピュータを発売
- 7月、セガ、SG1000を発売
- 12月、マイケル・ジャクソン *Thriller* PV発表



- エンターテイメント、ゲーム、映像文化にとってこの年は避けては通れない象徴の年



第4世代 1990年代前後生

Windows85, Windows98

大友克洋監督『AKIRA』(1990)全米公開

インターネットの商用化(1992)

NEC、デジタルブック発売(1993)

デジカメ、カシオ計算機(1995発売)

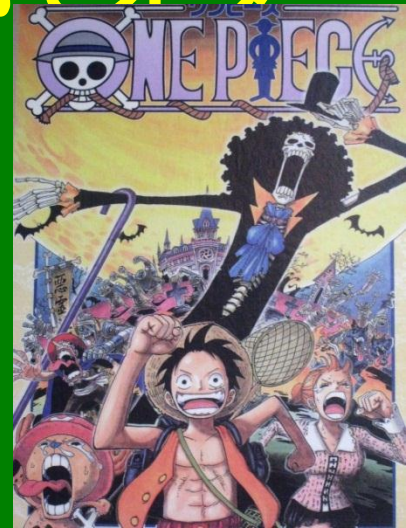
プリント倶楽部(1995)

Yahoo Japan!検索サービス開始(1996)

たまごっち(1996)

- 『新世紀エヴァンゲリオン』(1995)、
『Ghost in the Shell/攻殻機動隊』
(1995)『ポケットモンスター』(1997)、『
もののけ姫』(1997)、『遊☆戯☆王』
(1998)、『ONE
PIECE』(1999) 放映開始

- 岡田斗司夫が東京大学教養学部でオタク文化論を開講(1996)



第5世代 2000年代前後生

2001年にはこんなことがあった

- ・三鷹市立アニメーション美術館(ジブリ美術館)開館
- ・Cure Maid Caféオープン

2002年にはこんなことがあった

- ・ダグラス・マクグレイ「Japan's Gross National Cool」発表

2003年以降

宮崎駿監督『千と千尋の神隠し』(2003)

＊米・アカデミー賞長編アニメ賞

中野独人『電車男』(2004)

中島哲也監督『下妻物語』(2004)

mixiサービス開始(2004)

第1回東京ガールズコレクション(2005)

東京アニメセンター開館(2006)

任天堂、Wii発売(2006) ゲームの概念に変

化→対戦型から体感型へ

オタク文化で育った世代が親に

現在、小学生(2006頃誕生)～大学生(1990～1994頃誕生)の両親の多くがオタク第1世代～第2世代となる。また、大学生も小さな時からデジタルゲーム、デジカメ、携帯電話、インターネットに慣れしたんできたオタク文化で過ごしてきた年代。

オタクの気質

マニア、コレクター、追っかけなどは以前より存在していたが、現在では「オタク」の総称の中に統合されつつある。

「オタク」は物・アイテムを揃える、収集する、整理する、情報収集し、これを整理・管理する。

PC・デジタル機器やインターネットによりオタクほど、ITを活用。

オタクは2次元の世界から3次元
の世界へ。

非現実が現実へ。リアルな世界に

非現実を求める。架空の想像物を
実物化へ！ガンダムをはじめ、様
々なテーマ・パークが開園！



オタク産業

日本のオタク向け産業のこと。主に、漫画・アニメ・ゲーム・ホビー・キャラクターグッズ・風俗といった各種ビジネスをひっくるめてオタク産業と呼ぶ。

<http://d.hatena.ne.jp/keyword/%A5%A5%A5%A5%>

BF%A5%AF%BB%BA%B6%C8 (2012年12月25日アクセス)

オタク産業への注目

2005年10月。野村総合研究所オタク市場予測チーム。

オタク人口170万人、オタク市場規模4100億円

…コミック
…アニメ
…芸能人
…ゲーム
…組立PC
…クルマ
…AV機器
…ITガジェット
…旅行
…ファッション
…カメラ
…鉄道

オタクの市場の研究

野村総合研究所
オタク市場予測チーム

Otaku Marketing

**オタクが市場を変える
オタクが市場を創る**

オタク人口170万人、オタク市場規模4100億円
野村総合研究所が「アキバ系」ではない新しいオタク像を提示

東洋経済新報社
定価(本体1800円+税)

『2008オタク産業白書』

オタク
2008
オタク産業白書

テレビゲームの専門調査会社メディアクリエイトが、2007年12月17日に発行した「2008オタク産業白書」によると、2007年のオタク市場規模は1866億.8000万円、対前年比は102.5%だった。
<http://www.j-cast.com/2007/12/19014748.html>
(2012年12月25日アクセス)

Otaku Industry Report 2008

株式会社メディアクリエイト

国家予算の規模

1ドル=85円換算

日本	90兆3339億円	2012年度
	文科省予算	3933億円 2010年度
韓国	18兆1645億円	2009年度
フィリピン	3兆2000億円	2011年度
タイ	5兆3000億円	2012年度

オタク産業、オタク市場の定義も定着してない。
しかし、市場規模は無視できない。

・オタク市場は「非オタク」層も取り込んで堅調 矢野経済研究所調査

調査によると、2011年度の「オタク市場」は堅調に推移した。コアユーザーを確実に取り込みつつ、リーズナブルな商品・サービスで、エントリーユーザーやライト層、「非オタク」層を獲得したという。(2012年10月15日 14時35分)

<http://nlab.itmedia.co.jp/nl/articles/1210/15/news076.html> 201



オタクツアーリズム

オタク+ツアーリズムの造語

アニメツアーリズムなどと呼ばれることも
ある。もともとはオタクの聖
地、アニメの聖地を訪問する
聖地巡礼から発展。聖地巡礼
は宗教的な用語として用いら
れていたのが原点。



聖地巡礼から

コンテンツツーツーリズムへ

ドラマや映画撮影の場所を訪ねたいというアメリカのハリウッドを中心にしたフィルムツーツーリズムという考え方が、広く変容して、いわゆるオタクツーツーリズムと呼ばれる現象まで発展している。

文学・映画・演劇と旅・放浪

ギリシャ神話以来、人間は旅・放浪・巡礼を繰り返す。冒険はファンタジーの源泉。イギリスではチャーサー『カンタベリー物語』はまさに巡礼途中でのお話をまとめたもの。お伊勢参りの旅を描いた弥次さん・喜多さんの『東海道中膝栗毛』も巡礼もの。



実は「冬ソナー」ツアーも、、、

日韓ワールドカップ(2002)に伴う『冬のソナタ』(2002放映)以後に始まる韓流ブーム、これにより『冬のソナタ』のロケ地めぐりもこうしたSITのひとつ。『宮廷女官チャングムの誓い』(2003)も同様。



NHK朝連ドラ、大河ドラマも同様

NHK朝連ドラや大河ドラマなどをはじめ、視聴率の高い番組はSITにとっては重要な要因となる。

その他、世界遺産やB級グルメも同様。

多様化の傾向に。



ドラマだけじゃない、 マンガやアニメもツーリズムに

以前はトキワ荘(東京都豊島区)(1982年
まで)などの漫画家が活動した場所への
訪問などもあったが、こち亀のように実在
の場所をリアルに舞台設定にしているも
のもあり、拍車がかかる。架空のものが現
実化した「東京湾岸警察署」

アニメミュージアムも続々と



SIT(スペシャル・インタレスト・ツアー)

一般的な観光だけではなく、文化鑑賞や体験を盛り込んだテーマ性、趣味性の高い旅行。観光スポット周遊型ではない、バラエティ豊かなテーマ性・趣味性の高いパッケージツアー。海外旅行の経験が豊かなリピーター層を中心に人気を集めており、砂漠を縦断したり、高地を疾走するサイクリングツアーなどの体験型ツアーや、民間の家に宿泊するホームステイ型ツアーの人気の高くなってきている。

「コンテンツツーリズム」とは

地域に関わるコンテンツ(映画、テレビドラマ、小説、まんが、ゲームなど)を活用して、観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズムを「コンテンツツーリズム」と呼ぶことにしたい。

(『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査 報告書』国土交通省・経済産業省・文化庁、2005年3月)より

オタクツーリズム

『ワンダーJAPAN』(三才ブックス)は2005年に創刊された。これに注目した井上努「『楽しさ』としての観光経験の表彰に関する考察」(2006)ではオタクツーリズムについて次のような記述がある。

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られることもできる。

(井上努「『楽しさ』としての観光経験の表彰に関する考察」(『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.



2008年あたりから注目を浴びる

『朝日新聞』(2008年7月26日夕刊)

前田大輔・増田愛子「アニメの聖地 巡礼中」

『日本経済新聞』(2008年8月19日)

「観光立国への挑戦21 オタクツーリズム 漫画やアニメが原動力に」

『観光経済新聞』(2008年8月23日)

石森秀三「視点 日本の観光48」

2008年以前の流れ

2002年 『おねがい☆ティーチャー
ー』(長野県大町市木崎湖)

2007年 『らき☆すた』(埼玉県
鷺宮町)



国の政策(国土交通省と経済産業省)

外国人観光客の招致

2002年のダグラス・マクグレイの「クール・ジャパン論」の影響により、マンガやアニメを国も利用しやすくなってきた。

2005年7月31日放送開始

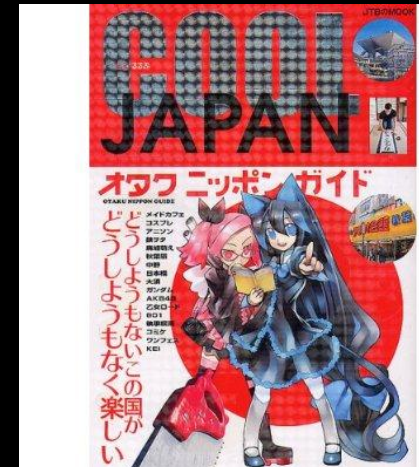
NHK—BS 発掘！ かわこいいニッポン
COOL JAPAN

2008年はどんな何があったか

2008年 3月 『COOL JAPAN オタクニッポンガイド』ジェイティビィパブリッシング

2008年 6月 日本政府観光局
(通称名使用開始)

2008年10月 観光庁設置



観光立国と地域町おこし

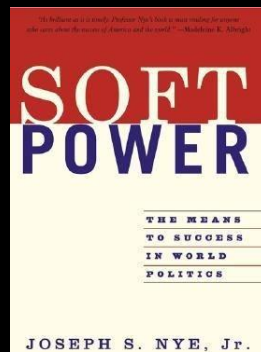
観光庁設置前年の2007年1月に施行された観光立国推進基本法の施行によるもの

地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の持続可能な発展を通じて国内外からの観光旅行を促進すること（観光庁HPより）

オタク文化は サブ・カルチャーから国策へ

マンガ／アニメはサブ・カルチャーからメディア芸術へ。メディア芸術から文化アイテムへ。さらに戦略アイテムになった。(ソフト・パワー・アイテム、文化外交アイテムへ)

オタク文化が認知された！！



文化芸術振興基本法(2001)

(メディア芸術の振興)第9条 国は、映画、漫画、アニメーション及びコンピュータその他の電子機器等を利用した芸術(以下「メディア芸術」という。)の振興を図るため、メディア芸術の製作、上映等への支援その他の必要な施策を講ずるものとする。

『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書』国土交通省・経済産業省・文化庁(2005)

コンテンツツーリズムの提唱

オタク文化を観光立国政策、地域振興政策へ活用。

ICTの発信力を活用

2006年4月 麻生外務大臣演説 文化外交の新発想—みなさんの 力を求めています

漫画、アニメなどのポップカルチャー
—を文化外交として利用すること
を演説。



2007年5月 国際漫画賞設立

麻生外務大臣が外務省に国際漫画賞を設立した。2006年4月の演説でこのことに触れていた。



世界コスプレ親善大使

『世界コスプレサミット2007』の記者発表会が2007年8月1日(水)にアニメ文化の聖地・秋葉原で中川翔子が「世界コスプレ親善大使」に任命される。(ビジット・ジャパン・キャンペーンの一環)(外務省と国土交通省)

クール・ジャパン室(2010)

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、今後の我が国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ます。

オタク産業としてオタクツーリズム

- ・コンテンツツーリズムとしてのオタクツーリズムは、「地域振興」としての位置付けが強い。
- ・地域の理解が必要
- ・クール・ジャパンとして活用しようとするだけでは失敗する。
- ・地域の特性を生かしたコンテンツの活用。地域との連動やICTとの連動が不可欠。

4 オタクツーリズムと観光学

1960年 日本観光学会設立

1963年 東洋大学短期大学部観光学
科(日本初の観光学科)

1964年 国際観光振興会設立

1964年 東京オリンピック

1967年 東洋大学社会学部観光学科

1970年 大阪万国博覧会

1986年 日本観光研究学会

**1992年 日本ホスピタリティ・マネジメン
ト学会**

1993年 日本国際観光学会設立

**1993年 流通経済大学社会学部国際
観光学科**

1998年 立教大学観光学部観光学科

2001年 ツーリズム学会

2001年 総合観光学会

**2002年 日本観光ホスピタリティ教育
学会**

2003年 国際観光振興機構へ移行

**2005年 明海大学ホスピタリティ・ツーリ
ズム学部**

2007年 観光立国推進基本法施行

2007年 長野大学環境ツーリズム学部

**2007年 神戸夙川学院大学観光文化
学部**

2008年 日本政府観光局の通称使用

2008年 観光庁設置

2009年 松蔭大学観光文化学部

2010年 阪南大学国際観光学部

2011年 社団法人日本観光振興協会

2011年 コンテンツツーリズム学会

2012年 観光学術学会

2011年 コンテンツツーリズム学会

近年、コンテンツ作品を巡る聖地巡礼型の観光行動が活発化を見せている。

映画のロケ地巡り、大河ドラマ観光、マンガ、アニメの聖地巡礼などなど数えれば切りのない状況にある。定住人口が今後、減少していく日本では交流人口を増やすことが極めて重要になってきている現在、自治体を始めとして様々なアクターがコンテンツツーリズムの施策に積極的に取り組み始めている。

学会HPより

観光学、ツーリズムと学位

学士(ホスピタリティ・ツーリズム学)

学士(国際観光学)

学士(観光文化学)

学士(観光交流文化学)

学士(観光学)／修士(観光学)

博士(観光学)

オタク文化と学位

学士(アニメ学)、学士(マンガ学)、
学士(オタク学)、学士(演劇学)もない。

学士(芸術)及び学士(芸術学)

学士(映画学)、デジタルコンテンツ
マネジメント修士(専門職)

オタク文化と産業

- **社会的状況・背景**
- **消費者層としてのオタクと地域振興
(オタクツーリズム)**
- **研究の多様化(観光学)**

Finished このあとはハンドアウト