

第4章 オタク文化と世代

(1) 文化の定義

「文化」の定義でよく取り上げられるのは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)である。その中で文化を定義付けて、「知識、信仰、芸術、道徳、法律、慣習、その他およそ人間が社会の一構成員として習得した能力や習慣の複合的な全体」であると福田逸は渡部昇一編『ことばコンセプト事典』(1993)の中で紹介している。(福田 1537)「習慣の複合的な全体」の要素として「継続性」を無視することはできない。一構成員の「継続性」とは成長とともにその時代を過ごす構成員を意味することになる。この一構成員の継続性を「世代」と捉えることに大きな問題はないであろう。「文化と世代」はこの意味で密接な関係がある。

(2) オタク文化の継続性

オタク文化の原点をどこに、何に置くかは難しいところであるが、今回はポップカルチャーとの関連性の中で取り上げるため、戦後からのものを取り上げることとする。前島賢『セカイ系とは何か』(2010)によれば、「オタク文化」の定義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)
(前島 3)

前島の定義の定義はコンテンツの表現に代表されるように、PC、インターネットなどのデジタル社会を強く意識した内容になっている。本章では世代という考えを念頭に入れているため、デジタル社会の前段階として、メディア社会の到来を呼び込んだテレビ放送開始の時代から取り上げることがふさわしいのではないかと思える。

日本では1953年にテレビ放送が開始され、テレビ文化もすでに60年以上の歴史を持ち、1983年に「おたく」という言葉がマスコミに登場、ファミコンの誕生、東京ディズニーランド開園、マイケル・ジャクソンの『Thriller』のPV（プロモーション・ビデオ）の登場など、オタク文化にとって重要なファクターが1983年に集中して登場したことから、1983年がおたく元年として捉えてもよいかもしれない。このオタク元年からすでに30年以上が経過した。また、1993年に旧・郵政省がインターネットの商用利用を許可し、すでに20年以上が経過している。

60年、30年、20年という時間の流れは文化を形成していくには十分な時間ではないだろうか。大きな枠組みとして基点となるのは、以下のようになるのではないだろうか。

1950年代 テレビ放送開始(1953)、『月光仮面』(1958)

1980年代 「おたく」の誕生(1983)、ファミコンの誕生(1983)、東京ディズニーランド開園(1983)、スタジオジブリの設立、(1985)『DRAGONBALL』(1986)、アニメイトの設立(1986)

1990年代 サンリオピューロランド開園(1990)、『美少女戦士セーラームーン』(1992)、インターネットの商用化(1993)、『新世紀エヴァンゲリオン』(1995)、『ポケットモンスター』(1997)、『遊☆戯☆王』(1998)、『ONE PIECE』(1999)

2015年を基点にすれば、1953年生まれの人には62歳、1983年生まれの人には32歳、1993年生まれの人には22歳ということにある。子どもが成長し、結婚し、家庭を持ち、家族を形成するにも十分な時間と言える。

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。テレビ放送、インターネット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年のテレビ放送が開始され、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

ブ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。

(3) テレビ放送の定着

1953年のテレビ放送開始と共に育った世代をオタク第1世代と呼びたい。これはラジオと異なり情報は聴覚だけでなく、視覚的なものが伴うことが日常化して来るからだ。まさにメディア時代の到来と言ってもよいだろう。別の言い方をすれば第1次デジタルネイティブ世代と言ってもよいのかもしれない。しかし、テレビ放送が開始されたからといって全家庭にテレビがあったわけではない。「NHK受信契約数の推移」によれば、1953年の地上波テレビ受信契約数は1,485件である。当時はまだラジオ受信料の時代であり、同年のラジオ受信契約数は10,539,593件である。1953年から1964年までの契約数は以下の通りである。

年	ラジオ契約数	地上波テレビ契約数	備考
1953	10,539,593	1,486	テレビ放送開始
1954	11,709,173	16,779	
1955	12,505,370	52,882	
1956	13,253,608	165,666	
1957	13,907,137	419,364	
1958	14,590,807	908,710	東京オリンピック開催地に決定
1959	14,605,745	1,982,379	明仁皇太子ご成婚
1960	13,413,077	4,148,683	
1961	11,802,387	6,860,472	
1962	9,451,790	10,222,116	
1963	5,104,081	13,378,973	日米初衛星放送
1964	3,702,356	15,662,921	東京オリンピック

メディアの中心がラジオからテレビに代わっていく様子が契約数からも伺え

る。現天皇陛下の皇太子時代のご成婚の年には 100 万件以上の契約があり、テレビの普及を加速化させたとされている。ラジオでご成婚の様子を聴くよりは映像としてみたいと言う気持ちはかなり強かったのである。その後は東京オリンピックまで契約数は増加し、1962年にはラジオの契約数を抜き、メディアとしてテレビが重視されていくことになった。このような背景を考えると、オタク文化がメディアと密接に関連していると考えれば、1960年前後に誕生した世代がオタク第1世代と言っても過言ではないだろう。テレビの普及は同時にテレビアニメの普及につながることになる。さらに1963年11月22日にケネディ大統領の暗殺事件も日本のテレビ放送にとってはショッキングな出来事であった。日米共同実験放送（衛星中継）がNHKとテレビ朝日（当時は東京教育テレビ）で11月23日に行なうことになっていたが、その前日にケネディ大統領暗殺事件が起き、記念すべき衛星中継でこの報道の特番が放送されることになったからだ。

ジョン・F・ケネディは1961年、第35代アメリカ合衆国大統領に就任しました。キューバ危機やベルリンの壁、米ソ宇宙開発競争など激動の時代に直面した「アメリカの希望の星」と言われる大統領でした。そのケネディ大統領が暗殺されたのは、1963年11月22日午後12時30分。翌年に大統領選を控え、テキサス州ダラスでの遊説に向かう途中のパレードでの悲劇でした。ケネディ大統領とファーストレディのジャクリーン、テキサス州知事ジョン・コナリーと妻のネリー夫人の4人を乗せたオープンカーはダラスの空港からダウンタウンに向かっていました。その途中、3発の銃弾がオープンカーを襲い、2発がケネディ大統領に命中。頭部に致命的な負傷を負ったケネディはパークランド・メモリアル病院で息を引き取りました。ダラス到着後わずか1時間20分の出来事でした。ケネディ大統領暗殺のニュースは、すぐに世界に衛星生中継されることになりました。（「テレビで生中継された重大事件簿『ケネディ大統領暗殺事件』」）

1964年の東京オリンピックの開催はまさに日本のメディア文化にとって多大なる影響を与えたこととなる。メディアの中心が映像を伴うTV放送を中心とするようになれば、そこで放映されていたTVアニメの与えた影響もまた図り知れない影響を与えたことになろう。

(4) オタク5世代

拙著『オタク文化論』(2012)で「第2章 オタクの変遷」でも取り上げているが、中森明夫によればオタクは1970年代の初頭を起源としている。当然その人の年齢等をさかのぼり、1953年のTV放送開始、1963年の『鉄腕アトム』放映開始を考慮すれば、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世代に分けてみれば、1960年前後がオタク第1世代として考えてみたい。もちろん安易な世代論は危険であるが、ここではオタクの変遷を時代の流れを背景にして理解するために取り上げたい。(石森9-10)

- 第1世代 1960年前後生 新人類、しらけ世代
ウルトラマン、仮面ライダー、マジンガーZ、怪獣ブーム、
変身ブーム、特撮
- 第2世代 1970年前後生 80年代のテレビゲーム、パソコン趣味の
担い手
宇宙戦艦ヤマト、機動戦士ガンダム
- 第3世代 1980年前後生 メインカルチャーとサブカルチャーの差が
薄れた世代
美少女戦士セーラームーン、新世紀エヴァンゲリオン
- 第4世代 1990年前後生 インターネット世代
- 第5世代 2000年前後生 両親がオタク文化に慣れ親しんだ世代

オタクを急速に進化させ、コアなオタクからライトなオタクを生み出したのは、インターネット、パソコン、デジカメ、DVDといったデジタルコンテンツの普及と言ってよいだろう。こうした状況について和田剛明「ライト化

したオタク市場とその特徴」(2007)で次のように述べている。

DVDの普及やパソコンの低価格化が進み、ネットによる作品情報が入手できるようになるといった変化が進み、参加の障壁が低くなることによって、若い世代を中心とした『ライト』なオタク層の参加が起こる。この若い世代が成長することにより、オタク層が数としても年齢としても幅が広がり存在感を持つようになり、徐々に社会的に認知されるようになる。(和田 70)

オタクのライト化は腐女子、萌え系、コスプレなどへとつながっていることは言うまでもないことだ。

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、「〇〇好き」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「〇〇オタク」と名づけることさえできる。(和田 70-71)

このライト化されたオタクが現在では産業でも大きな影響を与えることになるのだ。

① オタク第1世代 1960年前後生

オタク第1世代は2011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あろう。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ものである。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い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もよいだろう。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時だヨ!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。

② オタク第2世代 1970年前後生

オタク第2世代は現在40代。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。

また、この世代は1980年代のエンターテインメントの影響を最も受けた世代かもしれない。この世代にとっては欠かせないのが東京ディズニーランド、テレビゲームである。1983年には東京ディズニーランドが開園し、任天堂がファミリーコンピュータが発売された。通称ファミコンは家庭用ゲーム機を定着させたといってもよいだろう。「ゲーム」という新しい概念を与えたといってもよいだろう。セガも同年にSG1000を発売している。また、任天堂は1985年に『スーパーマリオブラザーズ』を発売し、1970年代生れの世代は10代半ばを迎え、年齢的にも最も影響を受けたと言ってもよいだろう。

さらにサンリオのハローキティが誕生したのも 1974 年である。現在ではオタク第 2 世代が親の世代となっていることも注目に値する。

③ オタク第 3 世代 1980 年前後生

オタク第 3 世代は現在 30 代。オタク第 1 世代が親となり、この世代と第 4 世代はまさにその子どもの世代となり、俗に言うメインカルチャーとサブカルチャーの差が薄れた世代と言ってよいだろう。

TVアニメ『DRAGONBALL』(1986)、『美少女戦士セーラームーン』(1992)、『機動戦士ガンダム』(1979)からさらに進化したロボットアニメ『新世紀エヴァンゲリオン』(1995)が放映開始となり、これに夢中になった世代がこの第 3 世代である。ヒーローとなるものは少年へと定着し、さらに闘う女の子がここで登場し、定着してくる。これはかつてのファンタジー文学と同じである。児童文学ではいわゆる冒険物語は少年が中心となり、その後『不思議の国のアリス』(1865)、『オズの魔法使い』(1900)ではこれまでの少年がヒーローであったものが、アリス、ドロシーなどの少女が主人公となり、冒険する少女も定着していくのである。この流れは日本のマンガ/アニメにおいては闘う女の子として新しい分野を形成することとなる。その先駆者が『美少女戦士セーラームーン』ということになる。この流れは現在まで続き、『プリキュア』シリーズ(2004)へと引き継がれている。また、『ONE PIECE』(1999)といった冒険する少女、闘う女の子の系譜を統合するような内容のものも誕生している。さらにこうしたマンガ/アニメはコスプレへもつながっている。

アニメ映画『となりのトトロ』(1986)が公開されたのはこの 1980 年代である。この世代には 1985 年にはスタジオジブリ、1986 年には株式会社アニメイト設立されるなど、まさにアニメが時代の象徴になる基盤がさらに固められた時代であると言えるだろう。デジタルコンテンツの分野では 1979 年にソニーのウォークマンが発売された。

④ オタク第 4 世代 1990 年前後生

オタク第 4 世代は現在 20 代。PC、インターネットと共に成長した世代で

ある。PCもWindows95、Windows 98を経て、Windows ME、XPとOSも次々と進化しており、1992年には商用インターネットサービスも開始されている。これに伴い、携帯電話の普及とメールも90年代にはすっかり定着した。さらに、デジカメ（デジタルカメラ）はカシオから発売されたQV-10(1995)の定価は65000円、当時のWindows95のブームと相まってデジカメブームの先駆けとなった。この世代はインターネット及びデジタルコンテンツと共に成長した世代ということなろう。1994年にはソニーのプレイステーションが発売されている。いまでは日常生活の一部化しているインターネットも、普及し始めた頃はインターネットに夢中なる人を指して「ネットオタク」という言葉もあったが、現在ではどうだろうか。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）では次のように指摘している。

ネットオタクという言葉はもはや死語に近い。1日に2時間以上インターネットを利用する人はすでに生活者の30%近くに達している。つまり、ネットオタクが絶滅したのではなく、みんながネットオタクになったのである。（野村総合研究所 123）

これはオタクのライト化、すなわちライトオタクの登場を意味することになろう。

日本のアニメが世界中に放映・配信される契機となったのが大友克洋監督『AKIRA』である。1990年に全米で、1991年には英仏独で公開され衝撃を与えた。以降、日本のアニメが積極的に紹介されるようになったと言っても過言ではない。このあと、『美少女戦士セーラームーン』（1992）が日本でTV放映開始となると、この闘う女の子のシリーズはアツという間に欧米に紹介され、人気を博することになる。さらに『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）もこの1990年代の作品である。また、岡田斗司夫が東京大学教養学部でオタク文化論を開講したのは1996年のことである。

⑤ オタク第5世代 2000年前後生

オタク第5世代は現在 10 代前後。両親がオタク文化に慣れ親しんだ世代である。さらに、生まれながらにしてすでに PC、インターネット、携帯電話などがあり、インターネットとデジタルコンテンツ環境がすでに整ったあとに生まれた全く新しい世代である。この世代にとってはオタク文化はむしろポップカルチャーということになる。

特に 1990 年代のものが 2000 年以降人気を博し、海外でもダグラス・マクグレイの『ジャパン・クール論(2002)』が登場することとなる。この 1990 年代後半以降はマンガ、アニメ、ゲームと言ったものが単なるサブカルチャーからメインストリートへと押し上げられて来た時代である。日本アニメーション学会設立(1998)、ポップカルチャー学会設立(1999)、日本マンガ学会設立(2001)、文化芸術振興基本法(2001)、日本デジタルゲーム学会設立(2006)は何を物語っているのだろうか。さらに教育界にも大きな流れがあった。時系列で簡単にその流れを見ておきたい。

- 2000 年 京都精華大学芸術学部マンガ学科開設
- 2002 年 東京工芸大学芸術学部アニメーション学科開設
- 2004 年 デジタルハリウッド大学院大学デジタルコンテンツ研究科開設
- 2005 年 デジタルハリウッド大学デジタルコミュニケーション学部デジタルコンテンツ学科開設
- 2006 年 京都精華大学マンガ学部開設
- 2007 年 東京工芸大学芸術学部マンガ学科開設
- 2010 年 東京工芸大学芸術学部ゲーム学科開設
- 2010 年 京都精華大学大学院マンガ研究科マンガ専攻修士課程開設
- 2011 年 上田安子服飾専門学校ファッションクリエイター学科ゴシック&ロリータファッション専攻開設
- 2012 年 京都精華大学大学院マンガ研究科マンガ専攻博士後期課程開学

マンガ専攻によるはじめての後期博士課程の設置も予定されているが、学位は博士（芸術学）である。こうした流れは『現代用語の基礎知識』（2009）でも「マンガ・アニメ教育」として取り上げられている。

大学へのマンガやアニメの学科、学部の設置は関西が先導した。京都精華大学では1973年にわが国最初のマンガコースが設置され、2000年に学科、06年に学部開設と、大学でのマンガ教育の先鞭をつけてきた。続いて、大阪芸術大学や宝塚造形大学、大手前大学などでも、さまざまな名前でマンガやアニメ関連のコースが作られた。関東でも、東京工芸大学では03年にアニメーション学科、07年にマンガ学科が設置され、文星芸術大学も05年にマンガ専攻を設置。08年には明治大学も新設の国際日本学部でマンガを扱うようになり、学習院大学大学院にも講座が設置された。このように、マンガやアニメを扱う大学も増えてきたが、ほとんどがマンガ家養成コースの性格が強い。今後は多彩なマンガの研究の充実も求められる。（現代用語 2009 1081）

また、『現代用語の基礎知識』（2011）では「マンガの研究・教育」として取り上げられている。

マンガを冠した大学や学科が着実に増えている。2000年の京都精華大学マンガ学科を皮切りに、この10年で大阪芸術大学、宝塚造形大学、東京工芸大学、神戸芸工大学、文星芸術大学、別府大学など、芸大系を中心に展開。実技・理論の別はあるが、科目名レベルなら全国的傾向をいえる。もはやアカデミズムとマンガの壁は取り払われたかにみえる。だが、カリキュラムの内容から卒業生の就職支援の実態に至るまで、近年の業界不況とも相まって「大学でマンガを学ぶ」意義や方法の共有は一筋縄ではないか。一方で、マンガ研究者が集う日本マンガ学会は設立から10年を迎え、海外の研究志望者も年々増加している。（現代用語 2011 1221）

森川嘉一郎「大学で漫画・アニメ・ゲームを教えるということ」(2008)の中で次のような指摘は示唆に富む。

そこで浮かびあがってくるのは「世界」と「日本」という枠組みであり、「我が国」の漫画・アニメ・ゲームに対する「国際的」な評価が掲げられていることがわかる。経済産業省をはじめとする省庁が、漫画・アニメ・ゲームの振興を謳うときの常套句と、基本的には同じである。大学の学科新設の許認可権を国が握っていることに照らせば、漫画・アニメ・ゲームの学科化も、国策の一環ととらえることができるだろう。
(森川 2008 29)

森川は外圧と国内の文化熟成という日本の史的考察から、「世界からの評価」を外圧として促えられているが、この外圧によって促進されるべきではないと主張している。(森川 2008 30-31) 日本人自身がマンガ・アニメ・ゲームの芸術性、コンテンツ産業としての可能性について真の意味で認めていかなければならない。

森川は『『日本』と『アニメ』の関係』(2007)の中で「海外評価」と「アキバ系」と評して次のように述べている。

現在の政府とアニメとの間には、まだかなり深い溝があるという印象を抱いた。そもそも、そこで掲げられている「アニメ」という言葉が何を指すかが、かなり曖昧なのである。それを「国際観光」や「地域活性化」に活用しようという文脈の場合、おそらく文案を担当した人も、それを報道などで目にする一般の人も、宮崎アニメや『ポケモン』などに代表される、ファミリー向けのを漠然と想起しているものと想像される。

しかし、それは美少女ブームや漫画同人誌などによって構成される。秋葉原を中心とする「文化」の内実とは明らかにズレている。ズレたまま、その運用方法だけが、「観光」や「地域活性化」といった制度化された言葉や枠組みによって検討されかねない危うさがあった。そしてそのズレは、同じ「アニメ」という言葉が、文脈が「海外評価」か「アキバ

系」かによってまったく異なる相貌を帯びてしまうイメージの二重性を、
図らずも反映したものとなっている。(森川2007 33-34)

政府がアニメを「良いアニメ」と「悪いアニメ」、あるいは「利用できるアニメ」と「利用できないアニメ」とを区別しようとした所にそもそもの勘違いがある。これは「アニメ」にかかわらず、国が芸術を評価しようとした時に、何を基準とするのかといった事が当然問題となるはずだ。芸術の独立性にかかわる問題となる。その反面、経済的な面からアニメを産業アイテムとして捉えていくと、その基準はさらに複雑となろう。このことは、かつての日本文化ブームが常に海外からの影響から起こったことと同様で、日本人として自文化どう捉えられるかと言った大きな課題を抱えて今日まで至っている。

森川はさらに次のように指摘している。

漫画・アニメ・ゲームなど、「おたく文化」と見なされてきた諸分野には、二つの共通点がある。一つは音楽や映画など、一般の大衆文化よりもさらに劣等なもののみなされてきたということ。二つ目は日本が本場となり、海外へ輸出し得ている数少ない現代文化の一翼だということである。

この一見矛盾する文化的構図はしかし、現代のおたく分化に限ったものではない。島国の地政学上、日本は近世以前であれば大陸に、明治以降は欧米に、文化的権威を外在化させ、輸入文化を本流とする文化構造をとってきた。このため、日本で独特の発達を遂げ、国内では下流とみなされてきた文化が欧米によって「発見」され、後にその評価が逆輸入されるという、浮世絵に代表されるようななじれたが幾たびか引き起こされている。宮崎作品がアカデミー賞を獲ったことなどに促され、政府がアニメを支援する方向へ転じつつある現状は、まさに歴史的な反復である。(森川2007 34)

また、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)でも次のように述べている。

近年、日本のアニメやコミック文化が、「ジャパン・クール(Japan Cool)」という表現とともに海外で高く評価されるようになり、海外での評価に「弱い」日本国内の世論に、アニメやコミック文化を再評価する機運をもたらすきっかけになった。

このような社会的な背景もあいまって、オタク存在が社会的にも認められるようになったと考えられる。(野村総合研究所 4)

これには日本人の欧米人に対するコンプレックスなども大いに関係してくるだろう。

いずにしてもポップカルチャーは商品化され、すでに産業界に入り込んでいるだけでなく、教育界、学界にも入り込んだのがこの 21 世紀という時代である。

引証資料

福田逸「文化」(渡部昇一編『ことばコンセプト事典』平凡社、1993年4月)
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

「NHK受信契約数の推移」(<http://www.geocities.jp/yamamrhr/NHK-1.pdf>
(2015年4月28日アクセス)

「テレビで生中継された重大事件簿『ケネディ大統領暗殺事件』」

(http://www.homemate-research-tv-station.com/useful/12386_facil_089/) (2015年5月11日アクセス)

石森秀三「オタクが日本の観光を変える！」(『まほろば』特集：オタクツーリズム、第60号、旅の文化研究所、2009年7月)

和田剛明「ライト化したオタク市場とその特徴」(『2008 オタク産業白書』メディアクリエイティブ、2007年12月)

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』(東洋経済新聞社、2005年10月)

清水均編『現代用語の基礎知識』(自由国民社、2009年1月)

清水均編『現代用語の基礎知識』（自由国民社、2011年1月）

森川嘉一郎「大学で漫画・アニメ・ゲームを教えるということ」（『ちくま』
第446号、筑摩書房、2008年5月）

森川嘉一郎「『日本』と『アニメ』の関係」（『ちくま』第432号、筑摩書
房、2007年3月）