

模擬授業

2011年12月10日

オタク文化がニッポンを救う

国際文化交流・文化外交から見たマンガ/アニメ



(博士) 英文学

武蔵野学院大学教授 佐々木隆

目次

プロローグ	4
第1章 「オタク」とは何か	
1 オタクの誕生と発見	5
2 幼女連続殺人事件の影響	7
3 オタクの定義	7
第2章 オタクの変遷	
1 オタク5世代	26
2 オタク第1世代 1960年代前後生	27
3 オタク第2世代 1970年代前後生	28
4 オタク第3世代 1980年代前後生	29
5 オタク第4世代 1990年代前後生	30
6 オタク第5世代 2000年代前後生	32
第3章 オタクツーリズム	
1 旅行と観光	37
2 観光産業から観光政策へ	41
3 オタクツーリズムの誕生	45
4 コンテンツツーリズム	59
(1) 北海道大学観光学高等研究センター文化資源 マネジメント研究チーム編『メディアコンテ ンツとツーリズム』(2009)	60
(2) 『観光におけるサブカルチャー——コンテンツの活 用に関する調査研究』(2009)	61
(3) 増渕敏之『物語を旅するひとびと』(2010)	67
(4) 『コンテンツ文化史研究』(第3号)(2010)	69
(5) 山村高淑『アニメ・マンガで地域振興』(2011)	71

(6) 『コンテンツツーリズム研究』(2011-)	74
5 消費者としてのオタク	77
第4章 オタク文化の展望	
1 コンテンツ産業とオタク文化	81
2 メディア芸術の国策化の波紋	
(1) 「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興につ	
いて(報告)」	82
(2) 教育とメディア芸術	84
(3) 文化芸術振興基本法	85
3 メディア芸術とオタク文化	86
4 デジタルコンテンツとオタク文化	88
関連年表	90
切手になったオタク文化	91
注	98
エピローグ	126
巻末資料 ポワーポイント資料	

プロローグ

今やマンガ／アニメ、映画、ゲームを無視して現代日本文化を語るのは難しい。いつまでも日本を代表する文化やアイテムが歌舞伎、富士山、芸者、奈良、京都ではない。『美少女戦士セーラームーン』、『ポケモン』、ウォークマン、wii、秋葉原も海外では認知され、海外でも日本のアニソンが日本語で歌われ、マンガ／アニメのコスプレをする姿はごく当たり前のことになっている。ある意味、日本人だけではなく、世界中で親しまれている。

当初は国内でメディア芸術として、さらには海外からクール・ジャパンとしての注目を浴びたマンガ／アニメ、映画、ゲーム。これらは大きな枠組みで言えばオタク文化ということになる。こうしたオタク文化は今ではオタク産業としても認知されている。しかし、国の政策ではさすがに「オタク産業」という命名はなかなかしにくいだろう。現在はこれらは文化産業として経済産業省を中心とした文化産業戦略は国策になっている。

この模擬授業は私自身が実際担当している授業でも取り扱っているものを取りまとめたものである。こうした内容を取り扱っている授業は以下の通り。

武蔵野学院大学大学院国際コミュニケーション研究科国際コミュニケーション専攻博士前期課程 「国際文化交流特殊講義」
武蔵野学院大学大学国際コミュニケーション学部国際コミュニケーション学科 「国際文化交流」「映像表現論」「英語科教育法Ⅰ～Ⅳ」
武蔵野短期大学幼児教育学科 「文学」

模擬授業当日は時間の関係からすべてを紹介できないので、後日一読されることを期待したい。

模擬授業担当者 佐々木隆

第1章 「オタク」とは何か

「オタク」は今では日本のポップカルチャーと微妙な関係のある言葉として注目すべきであろう。「オタク」はコスプレ、マンガ、アニメ、ゲームとも関連している一方、マイナスのイメージでは「ひきこもり」とも関連して言及されることが多い。さらに、オタク文化、オタク産業などと言った用語もすでに定着しており、日本のポップカルチャーを語る上で無視できるものではなくなった。オタク、マニア、コレクター、萌え、腐女子などの関連する言葉もあるがここではまずオタクを取り上げたい。

1 オタクの誕生と発見

今や「オタク」という言葉だけでなく、「オタク文化」まで登場している。山中智省『『おたく』誕生—『漫画ブリッコ』の言説力学を中心に—(2009)では「オタク」について次のように述べている。

「おたく」という言葉は二〇〇〇年以降、『電車男』の大ヒット(二〇〇四～二〇〇五年)やいわゆる「萌え」ブームなどを通じて急速に一般化し、現在では日本のサブカルチャーを代表するキーワードの一つとして認知されるまでになっている。⁽¹⁾

オタクについて定義しようとすれば、1983年の『漫画ブリッコ』(6月～8月号)(セルフ出版/発売:日正堂)に掲載された中森明夫『『おたく』の研究 街には『おたく』がいっぱい』のコラムがよく取り上げられる。⁽²⁾

インターネットの「同人用語の基礎知識 おたく/オタク/Otaku」でも次のように紹介されている。

「おたく」とは、アニメ や マンガ、ゲームなどに強い興味と関心と、しばしば深い知識と造詣を持つ、独特な「趣味人」に対する俗称のひとつです。

アニメ ファンなどが人と話をする際、相手を名前ではなく「おたくさあ」などと呼んでいたことから、1983年、ロリコンマンガ誌『漫画ブリッコ』（大塚英志編集長）6月～8月号のコラムで評論家中森明夫氏がそうした人々を「おたく」と名付け、活字化したのが最初とされています（『おたく』研究街には『おたく』がいっぱい）がそのコラムのタイトル）。⁽³⁾



(4)



「おたくの研究①～③」を掲載した「漫画ブリッコ」

(5)

では、オタクはいつ頃から現れたのであろうか。大澤真幸「オタクという謎」(2006)では次のように述べている。

1983年に「オタク」が発見されたということは、オタクは、それより少し前、つまり1970年代のごく初頭を起源としている、と考えるのが妥当であろう。⁽⁵⁾

オタクが教育界に登場したのは、岡田斗司夫(b.1958)が1996年～1997年にかけて東京大学で「オタク文化論」の講義を担当したことに始まり、その後『オタク学入門』(1996)を発表した。オタクの教育・研究分野への進出ということになる。岡田氏はこうしたことからオタキングとして知られている。

2 幼女連続殺人事件の影響

「オタク」という言葉を取り上げる時、幼女連続殺人事件を無視することはできないだろう。『おたくの本』(別冊宝島 104 号) (1989) にも「幼女殺人事件で突然大衆メディアに浮上した『おたく族』なる言葉」⁽⁶⁾ とあるように、この事件について触れておきたい。東京・埼玉連続幼女誘拐殺人事件(広域指定第 117 号事件) は 1988 年 8 月から 1989 年 7 月にかけて宮崎勤(1962-2008)が引き起こした事件で、2008 年 6 月に死刑が執行された。

逮捕後の家宅捜索では約 6000 本のビデオテープの存在が明らかになり、その光景も報道番組で取り上げられたことは視聴者に鮮明な印象を与えた。さらに、自らアニメ同人誌を発行、晴海のコミックマーケットに漫画を出品しているなどの背景もあった。この事件によりオタクのイメージは根暗、ひきこもり等といった極めてマイナスのイメージで捉えられるようになった経緯がある。世間の人々が注目していなかった、あるいはごく限られた人達が知っているものや情報を持っているサブカルチャーに対する見方がこの時、大きく揺らいだと言ってよいだろう。また、好事家として収集しているものがあまりにも多いコレクターやマニアにも世間的に冷ややかな視線が向けられるようになった。

なお、この事件後、おたく評論家・宅八郎(b.1962)は 1990 年 2 月におたく評論家としてデビューしたことも触れておきたい。

3 オタクの定義

「オタク」の一般的な定義はどうであろうか。松村明編『大辞林』(1990)、西尾実他編『岩波国語辞典』(2000) には「御宅」の見出し語はあるが、いわゆる「オタク」の定義はない。では、『広辞苑』(2008、第 6 版) を見てみよう。

- ④ (多く片仮名で書く) 特定の分野・物事にしか関心がなく、その事には異常なほどくわしいが、社会的な常識には欠ける人。仲間内で相手を「御宅」と呼ぶ傾向に着目しての称。⁽⁷⁾

マイナス・イメージの定義である。この底流には「根暗」や1988-1989年の幼女殺人事件の宮崎勤のイメージがあることは否定できない。石森秀三「オタクが日本の観光を変える！」(2009)はオタク・アレルギーとして次のように述べている。

アレルギーの始まりは二〇年前のことだった。一九八九年七月二三日に東京・埼玉連続幼女誘拐殺人事件の犯人として宮崎勤が現行犯逮捕された。宮崎は四人の幼女を惨殺していたが、自宅の自室には大量のアニメや漫画やビデオが収集されていたために、マスメディアは宮崎のことを「オタク」として大々的に取り上げた。宮崎のオタクの自室には膨大な量のビデオテープが収集されていたが、そのうちホラーものや幼女虐待ものは数えるほどしかなかったにもかかわらず、マスメディアは意図的に宮崎をロリータ偏愛趣味の性的異常者として決めつけて「オタク・バッシング」を行った。⁽⁸⁾

さらに、西尾実他編『岩波国語辞典』(2009、第7版)には次のような定義が掲載されている。

③自分の狭い嗜好的趣味の世界に閉じこもり、世間とはつき合いたがらない(暗い感じの)者。「パソコンー」▷普通は仮名書き。(2)の転。一九八三年に中森明夫が「おたく」の研究で言い出し、九〇年代からはサブカルチャーとして積極性を帯びても使う。「私は紫式部オタクです」⁽⁹⁾

現代社会における「オタク」の定義は果たして『広辞苑』の定義が最もふさわしいのであろうか。『現代用語の基礎知識』(2009)には2か所で「オタク」について定義している。まず、「くらしと経済」分野における定義である。

もともとは特定分野のみ強い興味と深い造詣をもつ社会性の低い者を指し、社会的非難の対象だった。⁽¹⁰⁾

次に「マンガ文化」分野における定義である。

オタクとは1980年代前半から使われはじめた用語で、一般に、趣味に異常な執着を見せる個人や類型を指す。マンガやアニメなどの趣味に限って使われることもあるが、趣味の種類によらず使われることもある。⁽¹¹⁾

『現代用語の基礎知識』(2010)では次のような説明がある。

個人の趣味に没頭し、異常な執着を見せる人物やふるまいを指す。1980年代前半に生まれた言葉で元はマンガやアニメなど特定の趣味について使われたが、普通の過程で意味が拡大・変容し、現在では「マニア」とほぼ同じくらい、さまざまな趣味について「〇〇オタク」と使われることも、趣味に熱中して社会性を欠如させる例が目立つことや、「ニート」や「パラサイト・シングル」などほかの言葉と結び付き、ネガティブに使われることも多い。他方欧米のマンガ・アニメブームや、オタク男性の純愛物語「電車男」のヒットなどの影響で、人格の個性のひとつとして許容されつつある様相も。⁽¹²⁾

オタクの定義が難しいのはインターネットの登場やメディアミックスという時代の中で、オタクが進化し変容しているからと言ってもよいだろう。また「承認されたい自己」として瀬沼文彰『キャラ論』(2007)では次のように現代の若者について述べている。

イギリスの社会学者のアンソニー・ギデンズの意見を借りれば、社会の近代化が進むにつれて、血縁関係よりも、人々の自由意志によって選択できる友人関係や恋愛関係が重視されることを述べています。家族より友人が重視される社会では、友人と楽しまなければ、他者との繋がりが実感できず孤独を強く感じてしまうのかもしれない。

この世代の特徴は、友人や恋人関係のような仲間内だけに親密さを感じ、外部にあたる他者には関心を示さない傾向がある⁽¹³⁾

「仲間内だけに親密さを感じ」はオタクに共通するところが見てとれる。ここまでの定義を見る限り、ネガティブな意味合いが色濃く表れている。別の捉え方はないのだろうか。東浩紀『動物化するポストモダン』(2001)では次のように定義されている。

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である。⁽¹⁴⁾

本書は *Otaku: Japan's Database Animals* (2009) として英訳されているので、上記の定義の部分の英語についても紹介しておきたい。

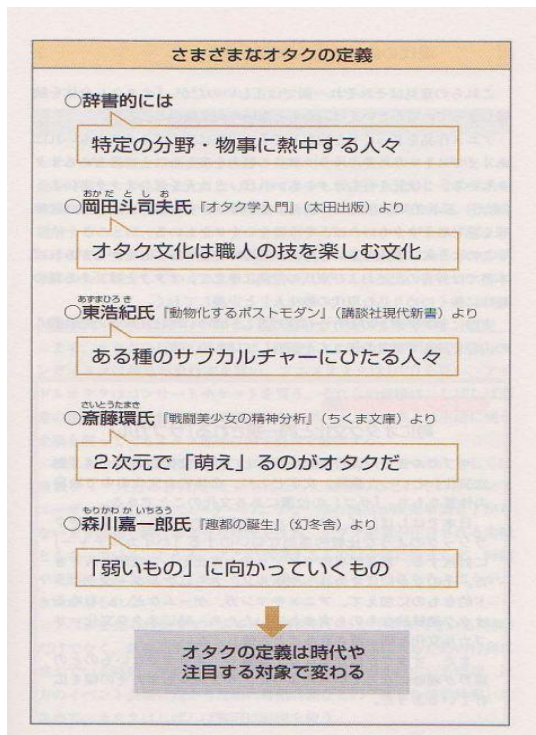
Simply put, it is a general term referring to those who indulge in forms of subculture strongly linked to anime, video games, computers, science fiction, special effects films, anime figures, and so on. ⁽¹⁵⁾

本書の指摘でさらに注目すべきは、一連のサブカルチャーをオタク系文化 (otaku culture) と呼び、当時若者であったものが成長し、現在では 30 代、40 代の大人になっているという点だ。社会的にも中心となる世代となっていることは見逃せないということだ。また、東浩紀編『日本的想像力の未来—クール・ジャパノロジーの可能性』(2010) もさらに「クール・ジャパン」「オタク」「カワイイ」を日本学、社会学、文化研究の側面から扱っていることも指摘しておきたい。なお、『日本的想像力の未来—クール・ジャパノロジーの可能性』(2010) については「第 5 章 周辺概念」で取り上げる。

古賀令子『「かわいい」の帝国』(2009) では注釈の中でオタクの定義を次のように紹介している。

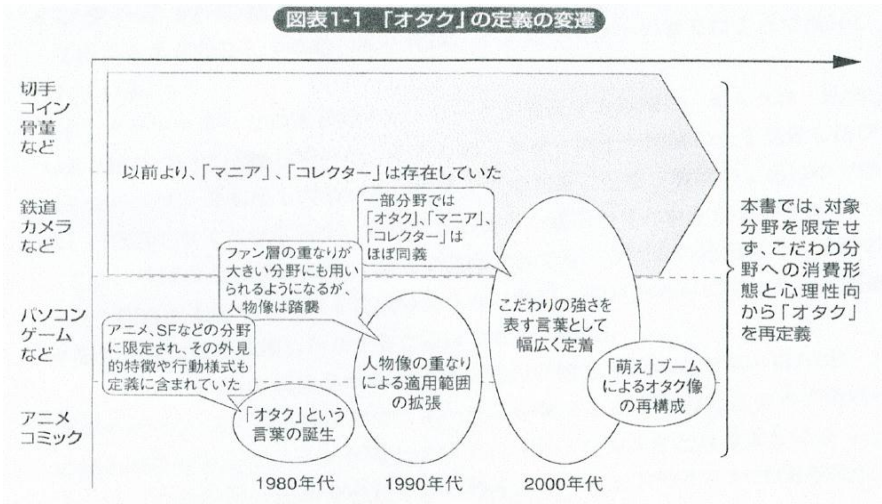
「オタク」とは、主にアニメやゲームやパーソナルコンピュータなどサブカルチャーに没頭する人間を指す言葉で、中森明夫の「「おたく」の研究」(一九八三)で紹介され、一般化した。初期(一九八〇年代)には、独身の日本人男性に対して用いられることがほとんどだったが、近年では、女性や既婚男性、外国人にも用いられるようになり、ややカルト的な趣味や学術的な趣味を持つ人に用いられることが多い。近年では「オタク」の語が一般化しており、「オタク文化」はサブカルチャーとほぼ同義で用いられて、「オタク学」なる語も登場している。(16)

榎本秋編『オタクのことが面白いほどわかる本』(2009)には以下のような興味深いチャートがあるので紹介しておきたい。



(17)

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）では『オタク』の定義の変遷を図表としてオタクの種別化と年代変遷をそれぞれ縦軸と横軸に次のように示している。⁽¹⁸⁾



この図表の前後で次のように説明している。

「うる星やつら」というテレビアニメが、そもそもオタクの言葉の始まりともいわれるファン層を生み出したともいわれているが、このテレビアニメの放映が始まったのは1981年であり、今からもう20年以上も前のことになる。⁽¹⁹⁾

オタク文化と産業を結びつけて論じている田川隆博「オタク分析の方向性」（2009）では次のように述べている。

オタクは、子ども文化に大人が耽る者として、軽蔑の対象でさえあった。オタクの語を有名にした幼女連続殺人事件以来、オタクは常にマイナス

イメージが付与されつつ議論されてきた。その一方で、欧米ではマイナスイメージがなく、日本のオタク文化は好意的に受け入れられた。日本のアニメやゲームは欧米へと輸出され、そのレベルの高さに多くのリスpectを生んだ。⁽²⁰⁾

オタク文化市場が拡大していることを考えると、単にオタクを定義すればよいというものでもなく、コミック、マンガ、アニメ、PC、SF、特撮、フィギュア、キャラクターなどと密接に結びつけて考えなければならない。また、オタクとマニア、コレクターなど厳密に言えば異なるだろうが、ここではそれについては深くは触れない。大澤真幸「オタクという謎」(2006)では次のように定義されている。

オタクは、無論、アニメ、マンガ、コンピュータ等の特定の主題で区画できる領域に没頭する人々である。⁽²¹⁾

岡田斗司夫によれば、オタク文化はおもに「映像、デジタル、出版」に大別できるという。⁽²²⁾ もしこれに付け加えるとすれば「ファッション」となるかもしれない。オタクについてはクール・ジャパン、マンガ、アニメ、デジタル・コンテンツ、観光業と結び付き、『広辞苑』の定義では計り知れないものがある。特に海外では日本ほど“otaku”にはマイナスのイメージはないと言ってよいだろう。他の定義も見てみたい。インターネットの「同人用語の基礎知識」では次のようにある。

「おたく」とは、アニメやマンガ、「ゲーム」などに強い興味と関心と、しばしば深い知識と造詣を持つ、独特な「趣味人」に対する俗称のひとつ。⁽²³⁾

オタクについては社会学的な分析も必要であるが、岡田斗司夫「日本に恋する米国のオタク」(1995)、「オタク学開講宣言」(1996)の中で、クール・ジャパンと言う表現はないものの、「クール」「カッコいい」といった表現を用い

ながらアメリカの日本のマンガやアニメの人気について述べている。

「日本に恋する米国のオタク」(1995)は1995年9月2日のアメリカのペンシルバニア州ステートカレッジで開催されたOTAKONに関するものである。OTAKONとは日本のマンガやアニメファン達の国際会議である。その様子を伝える中に次のような記述がある。

カタカナはとてもクールでカッコイイ⁽²⁴⁾

また、日本文化ブームを意識して次のようにも述べている。

日本文化といえば、かつてはニンジャ、サムライ、ゼン、ゲイシャ。だが肝心の人物名は伝わらなかった。しかし浮世絵は別だった。歌麿、広重、北斎、写楽といった制作者の名前とともに作風の個性も記憶され、当時のヨーロッパの先端アーティストに絶大な影響を与えた。

同じくタカハシルミコ、ミヤザキハヤオの名前は米国のオタクなら誰でも知っている。おもしろいのは浮世絵やアニメ、女子供の低級芸術、と見られていたこと。世界に通用する日本文化は、なぜか周辺部から出てくるように。⁽²⁵⁾

「オタク学開講宣言」(1996)は東大での講義を持つ直前の3月に発表されたものである。その中で気になるところをいくつか取り上げておきたい。

日本では差別語っぽい「オタク」だが、海外ではそうでない。日本アニメのファンたちは、むしろ誇らしげに自らを「オタク」と称している。⁽²⁶⁾

すでにオタクのホームページなども世界中に立ちあがっていることを紹介し、次のように述べている。

オタクはもはや、全社会の共通語になっている。その多くが自慢げに

カタカナで「オタク、アニメ、マンガ」と謳っている。ヘンタイ、エッチ(H)、カイジウ、オンナノコといった、意外な日本語がカタカナでポンポン出てくる。オタク文化だけではなく、日本語も「COOL=カッコいいもの」として扱われているのだ。(27)

エチンヌ・バラール／新島進訳『オタク・ジャポニカ』(2000)の「日本語版への序」によれば次の通りである。

オタク現象は日本では恥ずべきものとされてきたが、本国では嘆かworthyとされたその文化が、二十一世紀最初の世界的な若者文化のムーブメントを生もうとしていることは皮肉と言わざるをえない。ピカチュウ、スーパーマリオ、エヴァンゲリオンは、ミッキーマウスはスターウォーズの座を奪うだろうか？勝負はまだだ。だが、ポケモンがアメリカの雑誌「タイム」(一九九九年十一月号)の表紙を飾る栄に浴したことは大きい。このゲームをもって、名うてのゲームおたく、田尻智はすでに伝説のおたくとなった。彼とエヴァンゲリオンの作者、庵野秀明の二人は、国際的な知名度を得た最初のおたくとして歴史に名を刻むことになる。そして間違いなく、この二人に続く者がこれからもたくさん現れるであろう。(28)



堀淵清治『萌えるアメリカ』(2006)では「アメリカに広がる『OTAKU』現象として」の中で次のように述べている。

近年、海外のマンガ・アニメファンたちがこぞって、自分たちのことを「OTAKU（オタク）」と呼んでいるのをご存知だろうか。とくにアメリカでは「OTAKU」はマンガ・アニメ分野に特別詳しい「ギーク(Geek)」たちを指す言葉として使われている。

もともと、日本ではその語源的背景などから比較的ネガティブな意味合いを含んで使われてきたこの言葉を、なぜかアメリカの「OTAKU」たちは、堂々たる誇らしさすら持って自称するために使う。まるで勲章の証のように。そしてそこには、自分たちが異国文化に精通している「コスモポリタン」なのだと自負する気概も感じられる。⁽²⁹⁾

さらに「オタク」と言えば岡田斗司夫と唐沢俊一(b.1958)が思い出されるが、共著『オタク論!』(2007)の中で次のように最近の状況を踏まえてオタクを再定義している。

唐沢「社会と付き合っていくということを欲しないまでに何か(に)ハマっている人たち」⁽³⁰⁾

岡田「趣味だけで社会や他者とコンタクトしようとしている人」⁽³¹⁾

このふたりの定義は現代のオタクの真髄を突いているように思われる。

Patrick W.Galbraith. *The Otaku Encyclopedia*(2009)では“otaku”については3頁程度で定義を行っている。その冒頭は“Nerd; geek or banboy. A hardcore or cult fan.”⁽³²⁾とある。さらに“otaku”については以下の通りである。

Back in Japan, “otaku” still had negative connotations until the early 2000s. However, the acceptance of anime overseas led the Japanese government to start actively promoting anime, manga, and video games (see COOL JAPAN). Research firms ran the numbers

whose enthusiastic spending on hobbies didn't decline during the recession. Otaku were suddenly a bright spot for recessionary Japan.

In 2005, Fuji TV's *DENSHA OTOKO* heralded the beginning of the good-guy otaku image that changed the face of AKIBA. Today it's not uncommon for celebrities like SHOKO-TAN, or politicians such as ASO TARO, to associate with otaku. ⁽³³⁾

Héctor García. *A Geek in Japan* (2010)には “LIFE OF AN OTAKU” “ASPECTS OF OTAKU CULTURE” の2項目がある。“LIFE OF AN OTAKU” では “THE ORIGIN OF THE OTAKU” として次のような定義があるので全文を紹介しておきたい。

The word *otaku* has a curious origin. In Japanese, this term is used to refer to another person's house, but it's also a not-very-common second-person honorific pronoun. Apparently, in the Japanese geek community, the *otaku* pronoun was often used to refer to fellow geeks when it wasn't really necessary to be so formal. Little by little, people outside geek communities noticed this phenomenon and started using the word *otaku* to refer to geeks. During the nineties, it became widespread in Japan, and at the end of the century it began to spread around the world, not only as a word but as a cultural movement. ⁽³⁴⁾

その後 “WHAT IS AN OTAKU?” があり、さらに次のように説明されている。前半部を紹介しておきたい。

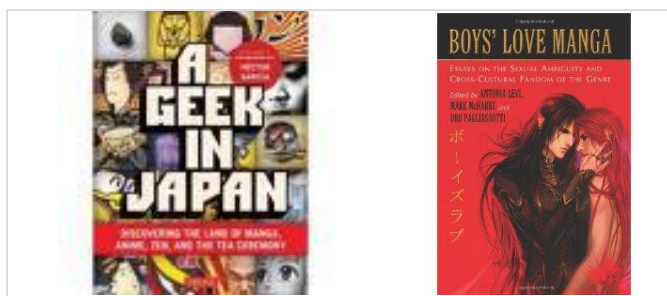
For the Japanese, an otaku is a person who spends much of his or her spare time shut away at home cultivating hobbies of the most diverse kinds. The most prevalent otaku in Japan are those interested in manga, video games, and anime or simply those addicted to the

internet. At first, in the nineties, the word *otaku* was distinctly pejorative, implying that the person didn't have a real life beyond the Internet or his favorite comic books. ⁽³⁵⁾

“ASPECTS OF OTAKU CULTURE” では “otaku” の定義はないものの、“MOE” “MEIDO FASHION” 等が取り上げられている。

Antonia Levi, Mark McHarry, and Dru Pagliassotti, editors. *Boys' Love Manga* (2010)の “Glossary” では “otaku” について次のように定義している。

Fan(s) of manga, anime and/or video games; a pejorative term that has been taken as positive by many fans. Azuka Hiromi gives “*otaku*” in a Japanese context as males generally between the ages of eighteen and forty, whose culture became a mass social phenomenon in 1995-96 with the boom of interest in the anime series *Shin seiki evangelion* (*Neon Genesis Evangelion*). In a 1989 moral panic “*otaku*” was extended to all amateur manga artists and fans irrespective of sex. In a U.S. context, *otaku* may be female or male, and *otaku* status can be seen as “cool” among fans even as it has negative connotations among some. The U.S. anime/manga and Asian popular culture convention Otakon calls itself “the convention of the otaku generation.” ⁽³⁶⁾



山久瀬洋二／ダニエル・ワリーナ『どうしても英語で伝えたい日本の事情 100』(2010)の“Part 4 The New Culture, Lifestyle and Traditions of Japan”で“67 What is *otaku* to the Japanese”として次のように説明されている。

This new generation makes up most of the sub-culture that have a lot of interest in *anime*, *manga* or other such fashions and trends. This is why people started labeling those who belonged to these groups as ‘*otaku*.’ One side of the coin sees *otaku* culture as being truly creative, springing out of the computer age with a global influence. The flipside, however, is that this culture is also associated with many current social problems because of their inability to communicate well. The problems caused are related to family, changing work ethics and even serious crimes that sometimes stem from Internet communication.

While many good and bad things are associated with *otaku*, few would argue that these people have not made an impression on Japanese society. Moreover, *otaku* has already become a term used outside Japan, and a growing number of people around the world are finding enjoyment in appreciating the creative genius in the *otaku* world. For most Japanese, this major cultural trend catching attention overseas is something that makes them both proud and curious. ⁽³⁷⁾

「オタク」について取り上げると、cool, kawaii, cawaii などの概念ともリンクして来る。「COOL=かっこいい」はすでに *otaku* の世界では蔓延している。では、外国ではこのオタク(*otaku*)はどのように扱われているのだろうか。よく英語になった日本語ということが言われるが、その観点から見てみよう。1993年に大改訂された *Shorter Oxford English Dictionary* に抄録された日

本語のうち、335 語を選んだ考察した原口庄輔・原口友子編訳『新「国日本語」講座』（洋販出版、1998 年 8 月）には otaku は取り上げていない。同じように恵玲子「国際英語の促進Ⅱ—英語になった日本語」（『飯山論叢』9（2）、1992 年 1 月）、Nicholas W. Warren. “Japanese in English A Preliminary Study of Japanese Influence on English Vocabulary”（『福岡女子短大紀要』45、1993 年 6 月）、Nicholas W. Warren. “Four Centuries of Japanese in English A Brief Historical Outline of Lexical Borrowings”（『福岡女子短大紀要』46、1993 年 12 月）にも otaku は取り上げてられてない。手元にある辞典で otaku を調べてみると以下の通りである。

英語辞典関係

otaku 見出し語なし

(McLeod, William T., editor. *The Collins Paperback English Dictionary*. Collins, 1986. First edition.)

otaku 見出し語なし

(*The New Merriam-Webster Dictionary*. Merriam-Webster Inc., 1989.)

otaku 見出し語なし

(*Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. Oxford University Press, 1992. Encyclopedia edition).

otaku (in Japan) young people who are obsessed with computer technology to the detriment of their social skills.

—ORIGIN Japanese, lit. ‘your house’, alluding to the reluctance of such people to leave the house. ⁽³⁸⁾

(*Concise Oxford English Dictionary*. 2004. Eleventh Edition)

otaku 見出し語なし

(*Oxford Advanced Learner's Dictionary*. Oxford University Press, 2005. Seventh edition)

otaku 見出し語なし

(*Longman Exams Dictionary*. Pearson Education Limited, 2006. First edition)

otaku (in Japan) a young person who is obsessed with computers or particular aspects of popular culture to the detriment of their social skills. ⁽³⁹⁾

(*Oxford Dictionary of English*. 2010. Third Edition)

英和辞典関係

otaku 見出し語なし

(小西友七・安井稔・国廣哲彌編『小学館プログレッシブ英和注辞典』小学館、1989年1月、第2版7刷)

otaku 見出し語なし

(木原研三編『新グローバル英和辞典』三省堂、1994年3月)

otaku 見出し語なし

(『小学館ランダムハウス英和大辞典』小学館、1994年3月第2版第2刷)

otaku 見出し語なし

(小西友七編『ジーニアス英和辞典』大修館書店、1994年4月改訂初版)

otaku 見出し語なし

(木原研三編『グランドセンチュリー英和辞典』三省堂、2000年1月)

otaku オタク [Jap.] ⁽⁴⁰⁾

(三省堂編集所編『グランドコンサイス英和辞典』三省堂、2001年2月)

広瀬直子『CD付 日本のことを1分間英語で話してみる』(2008)では次のような説明がある。

Otaku is geek, nerd, or freak in English. The *otaku* hang out mostly in the Akihabara area of Tokyo or the Nipponbashi area of Osaka. There, you can see many electronic, comic and anime DVD shops. Most *otaku* are male. ⁽⁴¹⁾

さらに、「覚えておきたい語句・表現」では次のように解説されている。

geek 「オタク」

*知的なオタク。頭が良すぎる変人。

nerd 「オタク」

*コンピュータなどに強くて、独特の風貌 (やせている、厚いめがねなど) の人。

freak 「オタク」

*何かにマニアックにはまっている人、奇人。 ⁽⁴²⁾

Ross Mouer “Work culture” (2009)の中では *otaku* について次のように定義している。

otaku (devotees to a narrowly defined, mainstream passion) ⁽⁴³⁾

最後に一連のオタクに関することが海外にどのような波及効果を与えているかを考えるべきであろう。今や「オタク文化」は日本のポップカルチャーのひとつとして無視できないものとも言える。インターネットの「同人用語の基礎知識 おたく／オタク／Otaku」によれば、海外では「Otaku」への拒否反応として「Wapanese」という言葉もあるようだ。

また日本製のアニメやゲームなどが大人気になるにつれ、反発や拒否反応の形で、それに異常にはまり込んでいる人を、「Wapanese」（ワパニーズ/ White + Japanese/ 日本製アニメやマンガ、ゲームに熱中するあまり、日本人になりたい、あるいは本当の自分は日本人なのだ...などと思いつくやうに白人を揶揄するスラング）などと否定的に呼ぶケースもアメリカなどでは起こっているようです。⁽⁴⁴⁾

もちろんこうした現象は日本人が意図して起こしているわけではないが、波及現象として捉えておくべきだろう。「Wapanese」は紙媒体辞書には俗語とうこともあり、まだ掲載されていないようだ。インターネットの Urban Dictionary によればその記載は早いもので April 14, 2003 となっている。その定義はいくつかあるが、最初の2つの定義を紹介しておこう。

“Wapanese” are decidedly caucasian individuals who, by means of thoroughly warped postmodern acculturation processes, have come to the decision that it is in their best interest to act as if they were denizens of the nation of Japan. The term “wapanese” can be accurately thought of as an analog to wigger. A whitey can be classified as a “Wapanese” if they are in possession of two or more of the following defining traits:

1. Has an unhealthy obsession with shallow, saccharine and intellectually insulting animation shows (also referred to as anime by the nerd elite) originally tailored for young Japanese children
2. Operates under the erroneous belief that every aspect of American culture is vastly inferior to that of Japan’s – even though 99.9% of Wapanese have never had firsthand experience of any sort with their preferred culture (in other words, they’ve never set so much as one foot upon the island(s) of Japan) ⁽⁴⁵⁾

同じくインターネット上の『日本アニメ・マンガファン』を意味する侮辱的俗語 WAPANESE』(2005.9.10)では次のように紹介している。

ある英語学習雑誌の「海外での日本アニメ・マンガ人気」特集の中にアメリカでのマンガ用語解説が掲載されていた。紹介されたマンガ用語の中には「Shonen-Ai (少年愛)」「Kawaii (可愛い)」などに混じって「Wapanese」という英単語があつて、意味は「People who are manga fans (マンガのファン)」となっている。

確かに北米のアニメ・マンガファンと話をすれば本当に shonen-Ai、kawaii、yuri、hentai、yaoi などの言葉が普通に出てくる。でも語学学習雑誌がそれらの単語と同じレベルで単に「マンガファン」としてこの Wapanese (ワパニーズ) を紹介するのはかなりマズイ。(46)

このあと Urban Dictionary に触れている。「世界の英語方言・スラング大辞典—アメリカ、イギリス、オーストラリア、カナダ、シンガポール、、、」(2010.4.19)ではつぎのように紹介している。

[名] [形]

1. 日本かぶれ
2. 狂信的なアニメ・マンガファン。

主に蔑称として使われる。otaku より侮蔑の意味合いが強い(むしろ英語圏では、otaku という単語はファンに近い意味合いで好意的にとらえる場合もある)。アニメ等日本のサブカルチャーにのめり込み過ぎた余り、アニメのキャラクターのような格好をしたり、「自分が日本人だったらいいのに」といった願望を持ち合わせた白人のことを指す。単なる「日本好き」とは異なるので、使用には注意されたい。(47)

インターネット上の辞書における定義をいくつか紹介しておきたい。The Online Slang Dictionary の定義は以下の通りである。

- a person obsessed with Japanese culture.

By WatterGR, Sacramento, CA, USA, Apr 14 2010 [Edit definition]

(48)

Wiktionary では次のように定義している。

Etymology

Blend of white and Japanese of wannabe and Japanese. Formed by analogy with the word wigger.

Adjective

wapanese(not comparable)

1. (derogatory, slang) used to refer to Cacasian individuals who try to assimilate too much of Japanese culture. Characateristics may include an obsession with anime or martial arts, or inapporpiate or incorrect casual use of Japanese words.

Synonyms

- weeaboo

■This page was last modified on 27 August 2010, at 18:22. ⁽⁴⁹⁾

上記の定義については約 472 万語収録の英和辞典・和英辞典の「weblio 英和和英」でもそのまま出典として採用されている。⁽⁵⁰⁾ なお、hikikomori を新たに見出し語として掲載した *Oxford Dictionary of English* (2010)には、otaku, kawaii は見出し語としてあるが、wapanese, yaoi, hentai には掲載されていない。いずれにしても wapanese の初出ははっきりしないが、Urban Dictionary によれば 2003 年 4 月 14 日の掲載がひとつのカギになりそだ。これは Douglas McGray. “Japan’s Gross National Cool” (2002)以後であることと大きく関係しているように思える。otaku と wapanese については欧米人が日本のポップカルチャーの捉え方により使い分けされていると言ってよいだろう。

第2章 オタクの変遷

1 オタク5世代

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が、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。⁽⁵¹⁾

- 第1世代 1960年代前後生 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年代前後生 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
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

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、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。⁽⁵²⁾

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。⁽⁵³⁾

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。

2 オタク第1世代 1960年代前後生

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』(1963)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。

3 オタク第2世代 1970年代前後生

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はず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年代生まれの世代は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。



4 オタク第3世代 1980年代前後生

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。



5 オタク第4世代 1990年代前後生

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る。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

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。⁽⁵⁴⁾

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るろう。



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。



6 オタク第5世代 2000年代前後生

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設
予定

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。⁽⁵⁵⁾

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ない。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。⁽⁵⁶⁾

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。⁽⁵⁷⁾

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。⁽⁵⁸⁾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。⁽⁵⁹⁾

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。⁽⁶⁰⁾

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。⁽⁶¹⁾

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。

第3章 オタクツーリズム

2008年に観光庁が設立されるなど、今、観光産業への視線は熱い。ここではオタクツーリズムを取り上げるにあたり、旅行と観光の概念、日本政府における観光政策にも目を向けながら、オタクツーリズムの今後の可能性について考えてみたい。

1 旅行と観光

「旅行」とは何か、「観光」とは何かといったことをここではまず確認しておきたい。一般的な定義として『広辞苑』(2008)のものを取り上げておこう。

【旅行】 徒歩または交通機関によって、おもに観光・慰安などの目的で、他の地方に行くこと。たびをすること。たび。⁽⁶²⁾

【観光】 他の土地を視察すること。また、その風光などを見物すること。観風。⁽⁶³⁾

観光のもともとの語源については『易経』から由来しているという。

観光の語源は『易経』の「觀国之光、利用賓于王（国の光を觀す、もつて王に賓たるに利し）」（藤堂明保編『漢和大辞典』）すなわちその国の優れた景観・文化などをみせることに基づく。英語での観光 tourism の語源 tour は、もともと円を描く用具のラテン語 tournus から発生したといわれる。このことは19世紀の中頃になってそれまで帰れる保証もなく苦労して旅行していた人（travler の語源 travail には苦労する意がある）が、円を描くときのように出発点に戻れる観光客(tourist)となったことを示している。⁽⁶⁴⁾

ここで語源となる『易経』の六十四掛の掛爻辞より「(20) 觀」より「観光」

の部分を取り上げておく。

六四、觀国之光。利用賓于王。象曰、觀国之光、尚賓也。九五、觀我生。君子无咎。象曰、觀我生、觀民也。上九、觀其生。君子无咎、象曰、觀其生、志未平也。⁽⁶⁵⁾

(六四)、国の光を觀る。もって王に賓たるに利ろし。象に曰く、国の光を觀るとは、賓たらんことを尚うなり。(九五)、我の生を觀る。君子なるときは咎なし。象に曰く、我の生を觀るとは、民を觀るなり。(上九)、その生を觀る。君子なる時は咎なし。象に曰く、その生を觀るとは、志いまだ平かならざるなり。⁽⁶⁶⁾

では、研究分野としては観光はどう扱われているのだろうか。岡本伸之編『観光学入門』(2001)では次のように観光について定義や説明を次のように行っている。

「観光」を「楽しみのための旅行」(travelling for pleasure)と簡潔に定義しておこう。観光とは観光旅行のことであり、観光行動と言い換えることもできる。観光の主体は観光客である。「客」という表現がビジネスの対象であることを連想させて適切でないとなれば、観光者である。なお、「観光」という言葉は、観光行動とそれを可能にする各種事業活動、さらに、観光者を受け入れる地域との諸関係など関連事象を視野に収めて、広く観光現象を意味する場合もある。

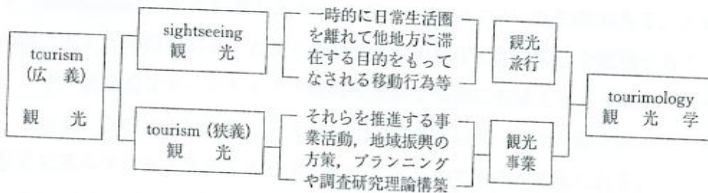
「楽しみのための旅行」という定義は、観光が旅行であること、その目的が楽しみであることを示している。楽しみという表現は「自ら好んでする」あるいは「余暇活動としての」読み替えてもよいが、楽しみの内容は人によって千差万別であり、とらえどころがないとの批判があろう。また、旅行とは人が空間的に移動することを意味するが、距離などを特定しておらず、これも簡潔に過ぎるとの批判があろう。しかし、観光行動の実際はきわめて多様であって、ここでは最大公約数的な要素

を楽しみとするのである。(67)

北川宗忠編『観光文化論』(2004)では「観光学と観光文化」の項目でまず次のように述べている。

現代社会において「観光」の用語は「ツーリズム(tourism)」の訳語として認識されている。しかし、一方では「観光旅行」を意味する「sightseeing」という用語との混乱も生じている。(68)

さらに次のような図を示している。観光を広義と狭義とで捉えた時の定義の違いや内容の重複を図式化している。観光をする側とこれを受け止める側とでは当然意識では大きな隔りがある。以降言及することが多くなるのは三産業としての観光の捉え方である。



図序-1 観光と観光学の構図

出典：筆者作成。

(69)

柴田耕介「観光産業の実態と課題」(2006)では次のように述べている。

観光に関連する諸問題を分析するにあたっては、まず、「観光」の定義について、立場を明確にしなければならない。特に、関係者の間でしばしば指摘されるのは、「観光」と「旅行」の概念上の整理である。(70)

柴田は執筆当時は国土交通省大臣官房総合観光政策審議官と務めていた。柴田はさらに「観光と旅行」について2つの図を示しているので紹介しておく

たい。(71)

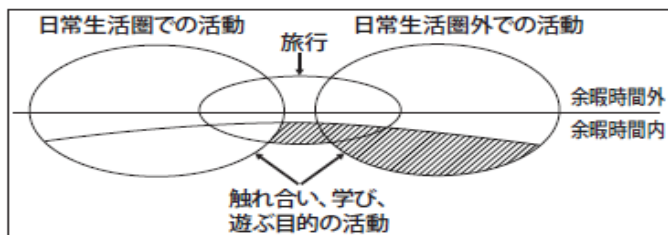


Fig. 1 「観光」と「旅行」の定義の図式化

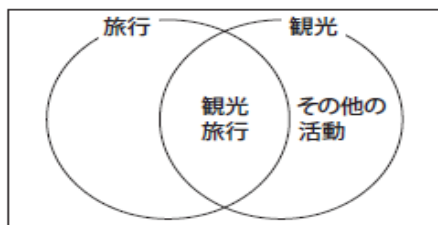


Fig. 2 「観光」と「旅行」

柴田は同論文で「観光産業における代表的な業種である旅行業と宿泊業について分析を行った」⁽⁷²⁾とあるが、これには次のような背景があるからだ。

「観光」という活動について一定の定義を採っても、なお、観光産業（「観光に係る産業」または「観光に関する産業」）について考察を行うためにはさらなる準備が必要である。観光産業とは何かは必ずしも明白とは言えない。このことを端的に示しているのが、我が国の産業統計の基礎をなしている日本標準産業分類において、「観光産業」または「旅行産業」という区分は存在しないという事実である。⁽⁷³⁾

こうした背景の中、日本は観光立国を目指し、観光庁まで設置されたのである。

2 観光産業から観光政策へ

観光産業と政策について考えるにあたり、東京オリンピック(1964)、大阪万国博覧会(1970)と観光庁設置(2008)を大きなポイントにしなが、まず時代の流れを見ておきたい。

- 1949年 大臣官房に観光部設置
- 1955年 大臣官房観光部を廃止、観光局を設置
- 1960年 日本観光学会設立
- 1963年 観光基本法
- 1964年 特殊法人国際観光振興会設立
- 1964年 東京オリンピック
- 1970年 大阪万国博覧会
- 1970年 世界観光機構
- 1972年 札幌冬季オリンピック
- 1983年 東京ディズニーランド開園
- 1984年 運輸省国際運輸・観光局を設置。観光部を大臣官房から同局に移管
- 1991年 国際運輸・観光局を廃止。同局の観光部は運輸政策局に移管
- 1992年 日本、商業用のインターネットサービス開始
- 1993年 日本国際観光学会設立
- 1995年 運輸省観光政策審議会「今後の観光政策の基本的な方向について(答申)」
- 1998年 長野冬季オリンピック
- 2000年 観光政策審議会答申「21世紀初頭における観光振興方策」
- 2001年 国土交通省発足。観光部は総合政策局に所属
- 2003年 小泉総理施政方針演説「2010年に訪日外国人旅行者を倍増の1000万人に」
- 2003年 ビジット・ジャパン・キャンペーン開始
- 2003年 独立行政法人国際観光振興機構
- 2004年 第1回観光立国推進戦略会議

- 2004年 大臣官房に総合観光差政策審議会を設置。総合政策局の観光部は廃止
- 2005年 平成16年度国土施策創発調査『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』
- 2007年 観光立国推進基本法
- 2008年 日本政府観光局（通称名使用開始）
- 2008年 観光庁設置

ここではまず1963年の観光基本法の前文に注目してみたい。その冒頭は以下の通りである。

観光は、国際平和と国民生活の安定を象徴するものであつて、その発達は、恒久の平和と国際社会の相互理解の増進を念願し、健康で文化的な生活を享受しようとするわれらの理想とするところである。また、観光は、国際親善の増進のみならず、国際収支の改善、国民生活の緊張の緩和等国民経済の発展と国民生活の安定向上に寄与するものである。

第1条の国の観光に関する政策の目標では「国際収支の改善及び外国との経済文化の交流の促進」が主となっている。2007年の観光立国推進基本法の前文の冒頭を紹介しておきたい。

観光基本法（昭和三十八年法律第七号）の全部を改正する。観光は、国際平和と国民生活の安定を象徴するものであつて、その持続的な発展は、恒久の平和と国際社会の相互理解の増進を念願し、健康で文化的な生活を享受しようとする我らの理想とするところである。また、観光は、地域経済の活性化、雇用の機会の増大等国民経済のあらゆる領域にわたりその発展に寄与するとともに、健康の増進、潤いのある豊かな生活環境の創造等を通じて国民生活の安定向上に貢献するものであることに加え、国際相互理解を増進するものである。

第1条の目的及び第2条の施策の基本理念をみると、その優先順位は「国民経済の発展」「国民生活の安定向上」、次に「国際相互理解の増進の寄与」となっている。従って第2条では「地域における創意工夫」を唱えている。大きな視点で見れば、第1に地域の活性化を目指し、第2に外国人観光客の増加を狙っていることが見てとれる。

政府による観光政策については旧運輸省観光政策審議会「今後の観光政策の基本的な方向について（答申）」（1995）において現代社会における観光の役割等に焦点が当てられた。この答申の前文には4つのポイントがある。

観光は国民生活に不可欠なものになっている。

21世紀のわが国の経済構造を安定的なものとし、新しい雇用を創出できるのは観光産業である。

観光は地域の経済と文化を活性化させ、地域振興に寄与する。

国際相互理解の増進を図りつつ、国際収支の均衡化に資することが求められている。⁽⁷⁴⁾

この答申では「観光」について次のように定義を明記している。

余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とするもの⁽⁷⁵⁾

その後発表された観光政策審議会答申「21世紀初頭における観光振興方策」（2000）の前文の冒頭は次の通りである。

観光は、人々の生活の向上や地域の発展ひいては国際相互理解の増進等様々な分野で大きな意義を有しており、単なる物見遊山として捉えられるべきものではない。すなわち、人々の生活にゆとりとうるおいを与えると同時に、地域の歴史や文化に触れ、学んでいく機会をもたらす。また、国際観光交流は国際相互理解を増進させるとともに、国際親善を深め、ひいては国際平和に貢献するものである。さらに、地域にとっては、

魅力ある観光地づくりを通じて地域住民の誇りと生きがいの基盤の形成や地域活性化に寄与するものである。一方、国民経済の面から見ても、観光産業は幅広い産業を包含した産業であり、わが国経済全体に対する効果としては、生産効果約 50 兆円、雇用効果約 410 万人と算定されており、大きな経済波及効果を有するものである。⁽⁷⁶⁾

岡本伸之「観光学への誘い」(2002)では「観光ビジネスは世界最大の産業」として次のように述べている。

「21 世紀は観光の時代」(東京都編『東京都観光産業振興プラン』2001 年)といわれます。世界観光機構(World Tourism Organization =WTO)という 132 ケ国が加盟する国際機関があります。観光を振興させることによって世界の経済的発展と国際的な相互理解に寄与することなどを目的として、1970 年に創設された機関です。(省略)

国際関係観光は今後、その成長の中心が、これまでのような欧米からアジアに移行すると予測されています。(省略)

観光を産業としてみた場合、すでに世界最大の産業に成長しています。⁽⁷⁷⁾

観光を産業として、政策として捉えていくという流れの中で、教育・研究の分野でもこれに呼応した動きがある。観光と教育・研究との関係を見れば、1967 年に設置された立教大学社会学部観光学科が独立し、1998 年には同大学に観光学部観光学科として設置された。日本で最初の観光学科は東京オリンピック前年の 1963 年設置の東洋大学短期大学部観光学科である。観光も研究・教育の一分野として新たに登場したことになる。ここ 4、5 年における観光産業への取り組みが盛んであるが、吉田春生『新しい観光の時代』(2010)によれば、ニューツーリズムという観光振興政策の兆しは観光政策審議会答申「21 世紀初頭における観光振興方策」(2000)ではないかと指摘している。⁽⁷⁸⁾ エコツーリズム、グリーンツーリズムなどがあるが、その主眼は観光資源を持たない地域の新たな観光振興ということになる。その後

は2007年に観光立国推進基本法、2008年の観光庁設立へとつながる。今や観光は経済復興の切り札的な存在として大きな期待を担っている。1998年には立教大学大学院観光学研究科観光学専攻も設置された。日本で最初の観光学の大学院研究科である。観光学（博士）を授与できる日本でも数少ない大学院のひとつである。⁽⁷⁹⁾

3 オタクツーリズムの誕生

エコツーリズムやグリーンツーリズムは観光学に関する論文等で取り上げられるが、オタクツーリズムは残念ながらまだまだ後発と言わなければならない。

オタクツーリズムは特に国土交通省が推奨しているものではないが、観光との関わりからここで取り上げておく。

『ワンダーJAPAN』（三オブックス）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。⁽⁸⁰⁾

マンガやアニメと関連して観光業を活性化させるという考え方は、ここ数年目立っている。すでに民間での動きでは観光や地域活性化として取り上げている。

『朝日新聞』（2008年7月26日夕刊）に前田大輔・増田愛子「アニメの聖地 巡礼中」が掲載された。その冒頭は次の通りである。

アニメの舞台となった街を訪ね歩き、仮想と現実の世界を重ね合わせるそんな旅がアニメファンを中心に広がっている。「聖地巡礼」と称してインターネットで盛んに紹介されており、これを町おこしに生かそうとする動きも活発だ。夏休みも本番、こんな旅はいかが—⁽⁸¹⁾

この記事には「オタクツーリズム」という言葉は出て来ないものの北海道大学山村高淑准教授が記事の最後に「アニメを通じたファンとの交流は、観光資源になりうる。各地で育ててほしい」⁽⁸²⁾ ここには、オタクツーリズムの精神がはっきりと見て取れる。

『日本経済新聞』（2008年8月19日）には「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」という記事が掲載された。文末に北大観光学高等研究センターとある。

団塊世代によるセカンドホームツーリズムの可能性が芽生えているが、一方で若者の旅行離れは深刻だ。若者の旅行需要の掘り起こしは観光立国を目指す上での重要課題だが、一つのカギを握るのが漫画やアニメなどメディアコンテンツの活用だ。若者をひきつける要素となっており、新たな旅文化が形成されつつある。⁽⁸³⁾

さらに観光におけるメディアコンテンツの活用の可能性について次のように文章を締めくくっている。

日本の漫画やアニメは国内だけでなく、海外でも評価が高く若者をひきつける磁力となっている。日本で育ち始めた「オタクツーリズム」は、新たな観光を生み出す原動力として重要な役割を果たしつつある。⁽⁸⁴⁾

ここで北海道大学観光学高等研究センターについて触れておきたい。同センターについてホームページでは以下のように紹介している。

日本では長らく「観光」は国家的課題とみなされてこなかった。政界・官界のみならず、産業界においても「観光」は低い位置づけにとどまってきた。その結果、学界においても、観光学は軽んじられ、とくに国立大学においては、観光学部はもちろん、観光学科や観光学コースさえ設置されず、国立大学法人化を迎えた。

しかし、政府は、2003年に観光立国懇談会の提言を受けて、「観光立国宣言」を行い、観光を国家的課題として位置づけた。この背景の一つには、地球的規模での人の動きの活発化への対応という国際的な側面がある。UNWTO（World Tourism Organization 世界観光機関）は2007年における全世界の外国旅行者数が8億8百万人に達したことを明らかにし、さらにUNWTOの予測では、外国旅行者数は2010年には10億人、2020年には15億6千万人に増加するとしている。このような地球的規模での外国旅行者の劇的増加に対応して、政府は観光立国宣言を行い、国を開くことによって、日本の経済的・文化的活性化に役立てようとしている。

さらに、もう一つの背景として、少子高齢化に伴う日本の各地域の衰退化への対応という国内的な側面がある。観光が担うべき目標は、短期的には観光を基軸にした「地域再生」の実現であり、中長期的には「美しい日本の再生」や「文化創造国家」の実現ということになる。そのためには「交流人口の拡大による地域活性化」が不可欠であり、観光を基軸にした「地域再生」事業が重要にならざるを得ない。

このように、観光立国はすでに国家的課題になっているが、日本の大学の研究者による研究成果を十全に社会に還元するためのシステムづくりが行われていないのが現状である。そこで本学では、観光による地域活性化の創出、観光分野の国際協力、優秀な人材の育成などに資する学内共同教育研究施設として「観光学高等研究センター」を平成18年4月に新たに設置し、日本における観光学分野のセンター・オブ・エクセレンスの確立を目指している。⁽⁸⁵⁾

なお、初代センター長には石森秀三教授が就任している。同センターは北海道大学大学院国際広報メディア研究科観光創造専攻の設置に伴い組織化されたものだ。

さて、石森秀三「視点 日本の観光 48」（2008）の中で次のように述べている。

近年、メディアコンテンツに基づく若者の旅行行動がまちづくりに結びつく事例が見られる。その好例はアニメ作品「らき☆すた」の舞台となった埼玉県鷲宮町である。今や鷲宮神社はアニメファンの「聖地」になっている。鷲宮町商工会は昨年から角川書店や地元商店、ファンと協力して、積極的に商品開発や関連イベントを実施している。その結果、神社への初詣客数は05年に6万5千人だったが、今年には30万人に急増している。アニメ・オタクの若者たちが「聖地巡礼」のために鷲宮町を訪れているわけだ。⁽⁸⁶⁾

石森はこうした現象を「オタク・ツーリズム」と評して、さらに次のように述べている。

日本ではすでに「オタク・ツーリズム」という現象が生じており、SIT（スペシャル・インタレスト・ツーリズム）の一類型として研究しなければならない。若者は若者なりに「新しい観光を生み出す原動力」として重要な役割を果たしつつあるといえるだろう。⁽⁸⁷⁾

『現代用語の基礎知識』（2009）では「オタクツーリズム」を次のように定義している。

アニメファンが自分の好きなアニメに描かれてた街を訪ね歩き、仮想と現実の世界を重ね合わせる行為、「聖地巡礼」と彼らは呼んでいる。埼玉県鷲宮町にある鷲宮神社は、埼玉県出身の漫画家、美水（よしみず）かがみがゲーム雑誌に連載している『らき☆すた』の舞台となっており、この神社をファンたちは休日にカメラを持って訪れる。目の前の風景とマンガの場面を重ね合わせて写真に撮るのである。そうした「巡礼」を行うことによって同好の仲間とも会うことができる。こうした巡礼の先駆けとなったのが2000年～07年に月刊コミック誌に連載された宇河弘樹作の『朝霧の巫女』の舞台となった広島県三次市だと言われている。⁽⁸⁸⁾

オタクツーリズムも突然始まったわけではないが、『らき☆すた』あたりから大きく取り上げられるようになったかもしれない。

美水かがみが2004年より月刊誌『コンプティーク』に連載しているマンガ。ゲームやアニメにもなり、『コンプエース』『少年エース』などにも掲載されている。マンガの舞台の一つとなった埼玉県鷲宮町の鷲宮神社には多くのファンが訪れるようになり、地元もこれを利用した町おこしを展開したことで話題となった。⁽⁸⁹⁾

『朝日新聞』（2008年7月26日夕刊）、『日本経済新聞』（2008年8月19日）、『観光経済新聞』（2008年8月23日）に「アニメの聖地巡礼」「オタクツーリズム」が取り上げられたことによってある一定の認識は得られたが、観光学という一分野の学問の中では前述の通り今後の課題が残る。



石森はさらに「オタクが日本の観光を変える！」(2009)では次のように述べている。

オタクツーリズムを考える際に、「クール・ジャパン（かっこいい日本）」が重要になる。これは日本の大衆文化を評価するもので、ポップ・ミュージック、アニメ、ゲーム、マンガ、映画、ファッション、日本料理、建築、電子機器、キャラクターなどが諸外国で受容されていること

を意味している。要するに日本の大衆文化はすでに世界中に広まり、クール（かっこいい!）とみなされ、日常生活で活かされている。⁽⁹⁰⁾

また、山村高淑「メディアミックス時代のツーリズム—今アニメのロケ地で起こっていること」(2009)では次のように述べている。

しかし九〇年代以降、オタクの世界に大きな変化が起こる。私はこの変化には三つの段階があったと考えている。それは、①メディアミックスによるジャンルの統合、②インターネットによる新たなコミュニティの形成、③ツーリズムへの展開、である。

メディアミックスとは、ある作品（コンテンツ）を異なるメディアで展開していく戦略である。この戦略が九〇年代から、特に漫画・アニメ・コンピューターゲームの分野で活発化した。これにより、それまでバラバラであった漫画・アニメ・ゲームそれぞれのオタクが、ある種の同質性を持つ集団（以下、ファンと呼ぶ）となった。これが変化の第一段階である。

続いて二〇〇〇年前後のインターネットの普及がこうした集団内の情報交換を急速に活発化させた。インターネットの特徴は双方向のメディアである点である。こうしてファンたちはネット空間で情報を発信・共有し、地縁や所属する組織、地位や身分に縛られないコミュニティの形成が進んだ。これが第二段階である。⁽⁹¹⁾

山村はさらに次のように述べている。

オタク的嗜好性に基づく「特定の対象のファン」が現地を繰り返し訪れることで「地域のファン」になり、そして地域の側もオタク的嗜好性を認めていくことによりファン・他社を受け入れるようになる。そしてこうした交流の結果として両者が地域で創造性を発露するようになっていく。私は、鷺宮町の例に見るこうしたプロセスを、戦略的に「オタクツーリズム」と名付けたい。⁽⁹²⁾

オタクツーリズムはオタクの聖地巡礼ということになるが、その元祖はどこであろうか。インターネットの「同人用語の基礎知識 聖地／聖地巡礼」によれば次の通りである。

漫画ファンや、いわゆるおたく系の目立った「聖地」の最初のケースとしては、東京の豊島区南長崎にあったアパート「トキワ荘」（1952年12月6日～1982年11月29日）があまりに有名です。

漫画家、手塚治虫の1953年の入居を皮切りに、駆け出し時代の石森章太郎、赤塚不二夫、藤子不二雄、水野英子、つげ義春、つのだじろうといったそうそうたる著名漫画家が多数入居（家賃は月3,000円）。それら漫画家が有名となると、「漫画家の聖地」さらには「漫画の聖地」となり、存在を知る者が見物に訪れることが多かったようです。⁽⁹³⁾

インターネット上の定義としては Trends in Japan の Pop Culture には以下のような説明がある。

“Otaku tourism” is now in full swing, with scores of manga, animation, and video game enthusiasts traveling to places mentioned in their favorite works. These young tourists delight in shooting scenes from the same angle as in the work, purchasing limited edition memorabilia, and immersing themselves in the world of their favorite characters. The towns and cities affected, though surprised by this sudden attention, are upbeat about the trend and the possibilities it holds for them. ⁽⁹⁴⁾

この説明の後に Pilgrimages to Sacred Places（聖地巡礼）が取り上げられている。なお、Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia*(2009)には otaku tourism の項目はない。

日本人は史的に見ても旅や巡礼が定着しており、そのオタクバージョン

がオタクツーリズムとうことになろうか。なお、おもな聖地巡礼地についても紹介されているので取り上げておきたい。

頻繁に話題に上る、物語の「舞台としての聖地」一覧（暫定版）

作品タイトル	アニメ版の放送 時間／映画封切日	舞台、もしくは舞台の モデルとなった主な場所
うる星やつら	1981年10月14日～ 1986年3月19日	東京都武蔵小金井 市
めぞん一刻	1986年3月26日～ 1988年3月2日	東京都東久留米市
美少女戦士セーラームーン	1992年3月7日～ 1997年2月8日	東京都 港区麻布 十番町
SLAM DUNK	1993年10月16日～ 1996年3月23日	神奈川 県鎌倉市 (湘南地域)
耳をすませば	1995年7月15日公開	東京都 多摩市 (聖蹟桜ヶ丘) 武 蔵野市
機動天使エンジェリックレイヤー	2001年4月1日～9 月30日	東京都 渋谷区恵 比寿
おねがい☆ティーチャー	2002年1月10日～3 月28日	長野県 大田市
Kanon	2002年1月30日～3 月27日	東京都 東大和市
朝霧の巫女	2002年7月～12月	広島県 三次市
最終兵器彼女	2002年7月3日～10月 9日	北海道 小樽市/ 札 幌市
魔法遣い、大切なこと	2003年1月10日～3 月28日/ 2008年7月 ～	岩手県 遠野市/ 東 京都世田谷区下北 沢
エルフェンリート	2004年7月25日～	神奈川県 鎌倉市/

	2004年10月17日	茅ヶ崎市(湘南地域)
AIR	2005年1月6日～3月31日	和歌山県 日高郡 美浜町
かみちゅ!	2005年6月29日～9月28日	広島県 尾道市
莓ましまろ	2005年7月14日～10月13日	静岡県 浜松市
ARIA	2005年10月5日～12月28日	イタリア ヴェネツィア・京都府 伏見区
Fate/ Stay night	2006年1月～6月	兵庫県 神戸市/ 明石市
涼宮ハルヒの憂鬱	2006年4月～7月	兵庫県 西宮市
時をかける少女	2006年7月15日公開	東京都 豊島区 中野区 新宿区 江戸川区 ほか
らき☆すた	2007年4月～9月	埼玉県 春日部市/ 鷲宮町
ひぐらしのなく頃に	2007年7月5日～12月17日	岐阜県 白川郷
true tears	2008年1月～3月	富山県 富山市/ 氷見市/ 高岡市/ 城端町
かんなぎ	2008年10月～12月	宮城県 仙台市
とある魔術の禁書目録	2008年10月2日～2009年3月	東京都 立川市/ 多摩センター ほか
とらドラ!	2008年10月～2009年3月	東京都 北区 赤羽北/ 板橋区 上板橋 ほか

けいおん!	2009年4月2日～	京都府 京都市
とある科学の超電磁砲 (レールガン)	2009年10月2日～ 2010年3月19日	東京都 立川市/ 多摩センターほか
俺の妹がこんなに可愛いわけがない	2010年10月3日～12月19日	千葉県千葉市
たまゆら	2010年11月26日(OVA発売)	広島県 竹原市

(同人の基礎知識 聖地/聖地巡礼)⁽⁹⁵⁾

もちろん、これ以外にもTVドラマや映画のロケ地などを加えれば枚挙に暇がない。また、マンガミュージアム等については以下のものがある。⁽⁹⁶⁾

- 1966年 埼玉県大宮市立漫画会館 (埼玉県さいたま市)
- 1985年 長谷川町子美術館 (東京都世田谷区)
- 1988年 川崎市立市民ミュージアム (神奈川県川崎市)
- 1994年 宝塚市立手塚治虫記念館 (兵庫県宝塚市)
- 1994年 吉備川上ふれあい漫画美術館 (岡山県高梁市)
- 1995年 増田まんが美術館 (秋田県横手市)
- 1995年 なやせたかし記念館アンパンマンミュージアム (高知県香北町)
- 1997年 広島市立まんが図書館 (広島県広島市)
- 1998年 長井勝一漫画美術館 (宮城県塩竈市)
- 1999年 現代マンガ資料館 (大阪府大阪市)
- 1999年 ちびまるこちゃんワールド (静岡県静岡市)
- 2000年 妖怪神社/むじやら (鳥取県境港市)
- 2000年 倉敷いがらしゆみこ美術館 (岡山県倉敷市)
- 2000年 石ノ森章太郎ふるさと記念館 (宮城県登半市)
- 2001年 石ノ森萬画館 (宮城県石巻市)
- 2001年 三鷹市立アニメーション美術館 (三鷹の森ジブリ美術館) (東京都三鷹市)
- 2002年 横山隆一記念まんが館 (高知県高知市)

- 2003年 東映アニメーションギャラリー（東京都練馬区）
- 2003年 水木しげる記念館（鳥取県境港市）
- 2003年 青梅赤塚不二夫会館（東京都青梅市）
- 2005年 杉並アニメーションミュージアム（東京都杉並区）
- 2006年 京都国際マンガミュージアム
- 2006年 東京アニメセンター（東京都台東区）
- 2006年 アンパンマン子供ミュージアム（神奈川県横浜市）
- 2009年 米沢嘉博記念図書館（東京都千代田区）
- 2011年 藤子・F・不二雄ミュージアム（神奈川県川崎市）

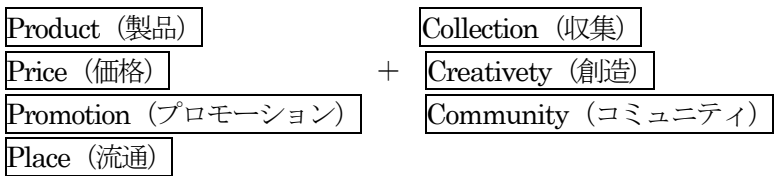
こうしたオタク、コンテンツやアミューズメント市場への注目は以前から行われていた。野村総合研究所は2004年からオタク市場マーケティング理論研究を目的にオタク市場予測チームを設置してその成果を『オタク市場の研究』（2005）として発表した。その内容は次の通りである。

- 第1章 オタク概論
- 第2章 オタク行動理論
- 第3章 オタクマーケティング論
- 第4章 オタク事業戦略論
- 第5章 オタク市場の概要

その中で興味深い指摘がある。⁽⁹⁷⁾

オタク市場に適したマーケティングフレーム

ジェローム・マッカーシーの オタク市場マーケティングの3C
 マーケティングの4P



オタクの属性を理解せずに単に、アニメやマンガを活用すれば活性化するなどという考え方は稚拙であろう。どんな企画やプランもいわゆる箱物的思考では集客は望めない。インターネット時代のマニア、コレクター（オタクとはもちろん定義的には異なるであろうか）、あるいはオタクは情報力を身につけ、さらに以下のものが重要なファクターになるのではないだろうか。

イベント (Event) 聖地 (Holy Land) 伝説 (Legend)

株式会社ツーリズム・マーケティング研究所の磯貝政弘も「交流文化産業を読む 日本のツーリズム産業」(2006)の中で「ツーリズムもオタクの時代」と指摘している。⁽⁹⁸⁾ なお、『現代用語の基礎知識』(2011)には「マンガ土産」が見出し語として取り上げられ、次のように定義されている。

日本政府観光局 (JNTO、東京) が海外旅行者へ「買いたい土産物」についてアンケート調査(2008年)を行ったところ、7位に「マンガ本」が入った。また、「最も関心がある体験は」という質問にもアニメやマンガなど「ポップカルチャー」がランクイン。オタクの聖地・秋葉原や三鷹の森ジブリ美術館は目玉の観光スポットとなり、ジャパニーズ・ポップ・カルチャーに対する海外の関心はますます高まっている。京都国際マンガミュージアムでも、開館から3年9ヶ月で来館者が50万人を超えたが、その1割が海外からの観光客。「マンガとは何か？」などマンガの基本的な定義や歴史、最新の情報を網羅的に知ることのできる場が、海外から求められている。⁽⁹⁹⁾

今井信治「表象される聖地—オタクと聖地巡礼」(2008)では次のように紹介している。

Patrick Macias らによるツアーガイド誌『Cruising the Anime City:

『An Otaku Guide to Neo Tokyo』からも看取できる。本書は一般的な東京案内とは異なり、アニメやコミックの専門店や同人誌展示即売会、アニメの舞台となった場所の紹介などに終始している。「アニメの街を巡る」という本書のタイトル通り、オタク系コンテンツというフィルタを通して東京の各所が観光資源化していると言えるだろう。また同様に、POP JAPAN TRAVEL 社によって日本のポップカルチャーを巡るツアーが企画されている。⁽¹⁰⁰⁾

オタクツーリズム、聖地巡礼はもはや日本人に限られたものではない。Héctor Garica. *A Geek in Japan* (2010)で“otaku tourism”という用語は登場しないが、“OTAKU WALKING TOURS”として、秋葉原、中野、お台場、東池袋、三鷹、原宿などの紹介されている。⁽¹⁰¹⁾ 白井義男『ツーリズム・ビジネス・マネジメント』(2010)によれば、そもそも「ツーリズム」は比較的新しい概念である。

ツーリズムという言葉は、19世紀初期まで英語の言葉として存在していなかった。これは、その当時まで‘ツーリズム’という概念そのものが一般的な概念として存在しなかった。⁽¹⁰²⁾

これまであったツアーの概念は「楽しみを目的としない旅」⁽¹⁰³⁾であり、ツーリズムは「何らかのモチベーション(宗教、教育、病気の療養 ほか)を目的とした旅」⁽¹⁰⁴⁾ある。この意味で言えば「オタクツーリズム」はまさに楽しみを目的としたツーリズムそのものである。しかし、水野潤一『観光学原論 旅から観光へ』(1994)、前田勇編『現代観光総論』(1995)、徳久球雄『キーワードで読む観光論』(1996)、長谷政弘編『観光学辞典』(1997)、岡本伸之編『観光学入門』(2001)、安村克己『社会学で読み解く観光—新時代をつくる社会現象』(2001)、『観光学がわかる』(AERAMOOK, 2002)、北川宗忠『「観光」交流新時代』(2003)、長谷政弘編『新しい観光振興—発想と戦略』(2003)、北川宗忠編『観光文化論』(2004)、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)、吉田春生『新しい観光の

時代』(2010)、白井義男『ツーリズム・ビジネス・マネジメント』(2010)でもオタクツーリズムについては言及されていない。これとは反対にオタクツーリズムの本も登場している。JTBのMOOK、もえるるるぶとして『COOL JAPAN オタクニッポンガイド』(2008)はその代表的なものだ。



内容としては次のようなものが収録されている。

キーワードで日本観光
 女性がハマル魅惑の世界
 非萌えな世界を覗く
 聖地巡礼の旅へ
 日本を旅するガイドブック
 気になるアレを、アレしてみたい

「聖地巡礼の旅へ」では秋葉原、中野、立川等の都内の紹介、さらに大坂、名古屋、仙台、全国のオタクショップ分布図などが紹介されている。



4 コンテンツツーリズム

さて、長谷政弘編『観光学辞典』(1997)の「観光とその関連概念」では次のように述べている。

観光は、時代とともに変化してきた。しかし観光が生まれ成長してもそれを社会的現象として認識するのに歴史を要したのは、観光が普及するのに長い時間を要したことと、それがあまりにも多面的な性格をもっていたからであろう。(106)

観光も時代と共に変化している以上、観光業のツーリズム各論でオタクツーリズムが取り上げられても不思議ではない状況となっている。オタクツーリズムからさらに概念を整理したものがコンテンツツーリズムである。

コンテンツツーリズムが大きく注目されるようになった要因には平成16年度国土施策創発調査『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』(2008)ではないだろうか。「第3章 地域に関わる映像等コンテンツの活用による地域振興のあり方」には次のようにある。

「観光立国行動計画」を通じて、「観光立国」「一地域一観光」の取り組みが推進される中で、地域の魅力あるコンテンツの効果的な活用が注目されている。これまでもNHK大河ドラマを始めとして、映画・ドラマの舞台を観光資源として活用しようとする取組は多かったが、最近になって、「ラブレター」「冬のソナタ」「世界の中で、愛をさげふ」などの話題作が登場する中で、改めてその可能性が注目されている。また、映画をテーマにしたテーマパーク(ユニバーサルスタジオ)、アニメを活かした街作りなどの例にみられように、集客要素としてのコンテンツの活用は、現実の世界を対象とした映画・ドラマにとどまらず、まんが・アニメ・ゲームも含めて拡大している。

ここでは、このような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、観光と関連作業の振興を図

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。⁽¹⁰⁷⁾

コンテンツツーリズムの様々な定義については以降に取り上げる 6 つの文献等の紹介の中で触れることとしたい。

コンテンツツーリズムの中にオタクツーリズムが含有されることになろう。ここでは北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チーム編『メディアコンテンツとツーリズム』(2009)、『観光におけるサブカルチャー——コンテンツの活用に関する調査研究』(2009)、増渕敏之『物語を旅するひとびと』(2010)、『コンテンツ文化史研究』(第3号)(2010)、山村高淑『アニメ・マンガで地域振興』(2011)、『コンテンツツーリズム研究』(2011-)の6つの資料を取り上げておきたい。

(1) 北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チーム編『メディアコンテンツとツーリズム』(2009)

オタクツーリズムを全面的に取り上げた学術書としては北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チーム編『メディアコンテンツとツーリズム』(CATS 叢書第1号、北海道大学観光学高等研究センター、2009年3月)がある。その内容は以下の通りである。

巻頭言 CATS 叢書刊行に際して 石森秀三

第1章 観光革命と21世紀：アニメ聖地巡礼型まちづくりに見るツーリズムの現代的意義と可能性 山村高淑

第2章 アニメ聖地巡礼の誕生と展開 岡本健

第3章 アニメ聖地巡礼の生起要因についての一考察：認知心理学的観点から 嘉幡貴至

第4章 いかにして神社は聖地となったか：公共性と非日常性が生み出す聖地の発展 佐藤善之

第5章 アニメ「聖地巡礼」実践者の行動に見る伝統的巡礼と観光活動の架橋可能性：埼玉県鷲宮町神社奉納絵馬分析を中心に

今井信治

第6章 フィルム・インスパイアード・ツーリズム：映画による観光
創出から地域イノベーションまで 内田純一

第7章 おわりに：21世紀のツーリズム研究に向けて 山村高淑
資料編
謝辞

なお、本書はPDFでインターネット上に全文が公開されている。副題「鷺宮町の経験から考える文化創造型交流の可能性」とあるように『らき☆スタ』と聖地巡礼地としての埼玉県鷺宮町神社をメインに論じたものである。特に石森秀三と山村高淑は、オタクツーリズムについて早くから注目していた研究者である。

(2) 『観光におけるサブカルチャー——コンテンツの活用に関する調査研究』(2009)

地域活性化を目的に『観光におけるサブカルチャー——コンテンツの活用に関する調査研究』(財団法人中部産業活性化センター、2009年3月)もPDFでインターネットで全文も公開されている。この調査研究のひとつの意図は「はじめに」の中に見られる。

近年の傾向として、旅行事業者がパッケージの旅行商品を企画・販売するマスツーリズムから消費者が関心を持つテーマや地域に焦点を絞り、深く掘り下げるタイプの少人数旅行などが増え、多様化が進んでいます。このため、有名な観光地や名所・旧跡の魅力を高めるだけでなく、サブカルチャーなどこれまでスポットライトが当てられていなかった地域資源を掘り起こし、地域内外に発信することが求められます。(108)

この背景には観光立国推進基本法や観光庁の設立があり、国策として観光推進が押し進められているところである。本研究調査の内容は以下の通り

である。

序 章 調査目的と項目

第1章 サブカルチャーを取り巻く現況

第2章 サブカルチャーを活用した観光の現状と可能性

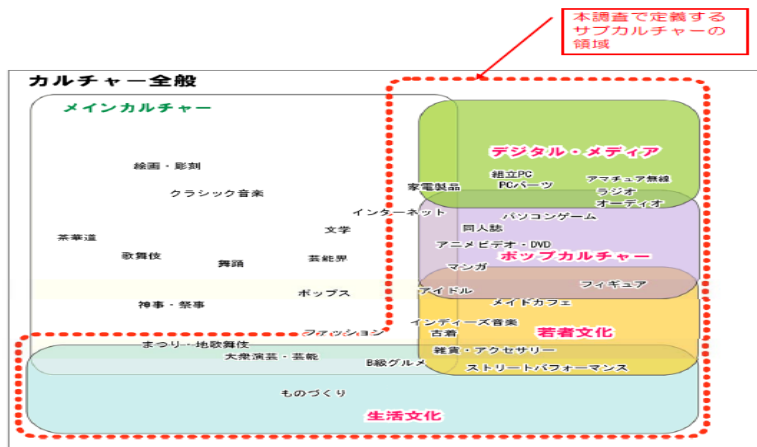
第3章 中部地域のサブカルチャーコンテンツの特性と課題

第4章 サブカルチャーコンテンツを活用した観光の振興に向けて

参考資料

本書はまず全国的なサブカルチャーを活用した観光についてはの調査を行っているが、中部という地域についても第3章で取り上げているが、地元以外のツーリストがどこに関心を持ち、その地を訪れるかはその浸透度や情報発信の量と質にかかっているのではないだろうか。旅行形態の多様化に伴い、マスツーリズムから個人旅行、少人数旅行・観光への変化もあり、趣味や関心に基づいた旅行・観光が定着してきた傾向にある。これが最近のポップカルチャー等と結びついていると考えてよいだろう。この調査研究では「サブカルチャー」と題していることも注目しておきたい。本研究調査のその定義の概念図は以下の通りである。

図表 1-2 本調査におけるサブカルチャーの範囲（概念図）



「図表1-2 本調査におけるサブカルチャーの範囲(概念図)」を一部文章化して説明してあるので、それも紹介しておきたい。

現在一般的にしようされているサブカルチャーは、アニメ・マンガ・ゲームなどを中心とした「ポップカルチャー(オタク文化)」を指すことが多い。また、このポップカルチャーの舞台となっている、インターネット上の世界や電気街で扱われるコンテンツや商品といった「デジタル・メディア」に関連するものもサブカルチャーに包含されると考えられる。

さらに、サブカルチャー形成の歴史からみると、常に新たな可能性を開拓し、柔軟に発信することで新しいトレンドを生み出している「若者文化」もサブカルチャーの一翼を担っている。⁽¹¹⁰⁾

最終的には生活文化もサブカルチャーとして位置付けており、ポップカルチャー、デジタルメディア、若者文化、生活文化の総称がサブカルチャーという図式になる。財団法人中部産業活性化センターがまとめたもので、対象地域はあくまでも中部地方であるが、ハイカルチャー＝伝統文化、サブカルチャー＝現代文化といったような感じにさえ受取れてしまう。インターネット、これに伴うデジタルコンテンツをサブカルチャーとして位置付けている点には疑問の余地もある。



(3) 増沢敏之『物語を旅するひとびと』(2010)

本書の副題は「コンテンツ・ツーリズムとは何か」、英語タイトルとして

“What is CONTENTS TOURISM?”である。本書のおもな狙いは次の通りである。

最近ではアニメ、マンガ作品の聖地巡礼が注目を集めるようになってきているが、本稿ではあくまでもコンテンツ作品全般を対象としたツーリズムを論じていく。先行研究をサーベイした中で幾つかの意欲的な論文に出会うことはあれ、コンテンツ作品全般を捉えたまとまった著作はほとんどない。門外漢ではあるが、本稿では観光文脈の中で「ニューツーリズム」、さらに細分化すれば「文化観光」についてコンテンツを活用した形での様々なアプローチによる事例紹介を始めとして、新たな日本の文化、景観の読み換え作業を行い、地域個々の魅力を抽出することを試みていきたい。また地域再生や活性化と結節した事例を考察することによって、新たな観光の創出から産業振興まで射程に入れていきたい。⁽¹¹¹⁾

本書の具体的な内容は以下の通りである。

はじめに

第 1 章 コンテンツ・ツーリズムとは何か？

第 2 章 コンテンツ・ツーリズムの歴史

第 3 章 『北の国から』の魅力

第 4 章 大河ドラマの魅力

第 5 章 韓流ドラマ『冬のソナタ』の魅力

第 6 章 「水木しげるロード」ができた理由

第 7 章 『らき☆すた』の魅力

第 8 章 司馬遼太郎と藤沢周平

第 9 章 コンテンツがつくるイメージ

第 10 章 ご当地ソングのツーリズム

第 11 章 吉田修一を歩く

結語

参考文献

あとがき

「第1章 コンテンツツーリズムとは何か？」ではまず次のように定義している。

一般的には耳慣れない言葉かもしれないが、現在、コンテンツ・ツーリズムが注目を集めてきている。従来のいえば「聖地巡礼」ということになるのであろうが、ファンがコンテンツ作品に興味を抱いて、その舞台を巡るというものである。こうして記すと別に目新しいものではないという見方もできるであろうが、現在のコンテンツ・ツーリズムは単に観光文脈だけではなく、地域の再生や活性化と結びついている点が重要である。⁽¹¹²⁾

例としてアニメ『らき☆すた』が取り上げられ、コンテンツツーリズムが欧米のフィルムツーリズムから発展したものと紹介している。

コンテンツを用いたツーリズムは欧米でのフィルムツーリズムに端を発し、昨今では前述したアニメを始めとして、小説、音楽、テレビドラマなどあらゆる領域で行われるようになってきた。二〇〇五年に国土交通省総合政策局、経済産業省商務情報政策局、文化庁文化部から出された「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」では、「コンテンツ・ツーリズムの根幹は、地域に『コンテンツを通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージ』としての「物語性」「テーマ性」を付加し、その物語性を観光資源として活用することをである」としている。本稿でもこの定義を用いた。⁽¹¹³⁾

コンテンツツーリズムは新しい言葉であるが、考え方は昔からあった。

コンテンツツーリズムといっても言葉だけは新しいが、日本では古く

は歌枕、そして『東海道膝栗毛』や『太平記』などが読み物として定着した江戸時代から同様の観光はあった。物語の追体験がその類の観光では支柱になっていく。それ以前には寺社参拝が始まっているが、それも広義に捉えるとコンテンツ・ツーリズムといえなくもない。⁽¹¹⁴⁾

さらに具体的には次のような例を挙げている。

有名なのは「香具山」(大和)、「田子の浦」(駿河)、「五十鈴川」(伊勢)、「天橋立」(丹波)などであるが、平安時代には旅という行為及び概念がうまれていたことは『土佐日記』からでもわかるだろう。中世になって東西の往来が盛んになると『海道記』『東関紀行』などが書かれるようになり、江戸時代に入ってから代表的紀行文としては松尾芭蕉『奥の細道』が挙げられる。『奥の細道』に関して言えば現在でも芭蕉が旅した場所を巡る一種のコンテンツ・ツーリズムも存在し、芭蕉の通過点には記念碑などのモニュメントもありそれが観光に一役買っていることは自明のことであろう。⁽¹¹⁵⁾

増淵は「第7章 『らき☆すた』の魅力」の「(4) マンガ、アニメツーリズムの今後」の中で次のように述べている。

コンテンツ・ツーリズムに関する案件は幾つかの部署に関わる内容のことが多い。観光のみならず文化振興、産業振興、都市再生までも視野に入れるとプロジェクト型の運営が最適なものになっていくが、支援態勢を組むとすればこの方向は避けられない。また国と地方自治体の連携もこれまで以上に密度の高いものにしなければならない。観光振興が日本の今後の鍵を握るすれば、コンテンツ・ツーリズムへの期待も高まっていくはずだ。⁽¹¹⁶⁾

「あとがき」の中で、地域の自立性について触れているのでこれも紹介しておきたい。

コンテンツ観光に活用する形でコンテンツ・ツーリズムという概念が提示されているわけだが、もうひとつ重要なのはコンテンツの産業化をその射程に入れられるということでもある。本書でも触れたように日本ではこれまでコンテンツ産業は東京一極集中の状況にあった。メディアの東京への集中が大きく影響していることは明らかだが、地域の自立を考えると今後はコンテンツ産業の地方分散の動きにも注目しなければならない。⁽¹¹⁷⁾

なお、増淵は法政大学大学院政策創造研究科都市文化創造政策プログラム公開シンポジウム「コンテンツツーリズムとは何か？」(2009)のコーディネーターを務めた。この時のゲストはエンタメライター&エディターの高橋尚子と「白遊人」副編集長・広告部長の西澤亨であった。

(4) 『コンテンツ文化史研究』(第3号)(2010)

『コンテンツ文化史研究』は2009年に設立されたコンテンツ文化史学会の学会誌である。第3号は特集「コンテンツと場所」である。本号の内容は以下の通りである。

インタビュー 本田透氏インタビュー

自由投稿論文

「同人界」の論理—行方行為者の利害・関心と資本の変換— 七邊信重

特集「コンテンツと場所」

特集「コンテンツと場所」にあたって

玉井建也

依頼論文

物語・地域・観光—「稲生物怪録」から『朝霧の巫女』、

そして聖地巡礼へ—

玉井建也

投稿論文

コンテンツ・インデュースト・ツーリズム—コンテンツ

から考える情報社会の旅行行動—

岡本健

- コンテンツがもたらす場所解釈の変容—埼玉県鷲宮神社
奉納絵馬比較分析を中心に— 今井信治
参加記
- IGDA 日本代替現実ゲーム部会 第一回研究会「ARG
入門：体験型エンターテインメントの現実と未来」参加
記—新しいコンテンツの展開の形 ARG(Alternate
Reality Game)— 三宅陽一郎
書評
- 出口弘・田中秀幸・小山友介編『コンテンツ産業論—
混淆と伝播の日本型モデル—』 山口浩
記録
- 第二回例会の記録
二〇〇九年度コンテンツ文化史学会総会の記録

この特集にあたっては玉井建也は次のように述べている。

ここ数年、「聖地巡礼」をはじめとして、多くのコンテンツ作品が実際の場所との連携を深め、双方向的に発展している事例が多くみられる。『らき☆すた』と鷲宮神社といった事例を挙げて説明する必要がないほど、「聖地巡礼」は普遍化された言葉になりつつあり、また地域社会のありようすら変化している兆しがある。

しかし、この社会的な動向に対して学術的研究はどのようにアプローチしてけば良いのであろうか。既に鷲宮神社の周辺地域社会を事例として観光学では一定の成果を挙げているが、観光という概念だけでなく様々な分野が複合的にアプローチを重ねていく必要がある。コンテンツ作品をめぐる地域社会のありようは決して、一面的ではない。様々な作品があり、それと関連する様々な地域社会があり、その関係性にも多種多様である。その様相をどのようにして紐解いていけば良いのか。そこで本学会では特集「コンテンツと場所」において依頼論文を一本、投稿論文二本を得た。⁽¹¹⁸⁾

玉井建也「物語・地域・観光—「稲生物怪録」から『朝霧の巫女』、そして聖地巡礼へ—」では「聖地巡礼」が一過性のものではなく持続性のある地域振興につながるためには次のように述べている。

「聖地巡礼」の成功例として多く取り上げられる『らき☆すた』の鷲宮神社、『おねがい☆ティーチャー』の長野を筆頭にして、共通しているのは「聖地巡礼」をある程度の持続的ムーブメントとしているところである。既に指摘されているが、アニメ放送やマンガ連載が終了したことによって、「聖地巡礼」も廃れていくということは往々にして起こりうる現象であり、地域社会としての大きな課題でもある。これらいわゆる成功例として指摘できるポイントは観光客（行為者）が循環的に土地を訪れることが出来るだけの受け皿（観光資本および観光対象）が存在していることである。⁽¹¹⁹⁾

玉井はさらに聖地巡礼として4つの柱が重要であると述べている。

行為者（ファン）・観光資本（歴史など）・観光対象（「聖地」）、地域社会といった四つが複雑に絡み合うことで成立している「聖地巡礼」では、土地の景観や歴史性は作品や地域社会を支える要素の一つであり、訪れるファンにとっては観光対象である「聖地巡礼」を支えるものであり、二次的要素ではあるが、地域社会を彩る存在として無意識的に消費している。⁽¹²⁰⁾

コンテンツと観光学を考えるとフィルム・インデュースト・ツーリズムも広い意味で捉えればコンテンツツーリズムとなる。マスコミ等ではオタクツーリズムという言葉が先行して使用されたが、これもコンテンツツーリズムの一つである。コンテンツ研究や観光学の分野からオタクツーリズム、聖地巡礼、コンテンツツーリズムが研究の対象としてようやく論じられるようになった。

岡本健「コンテンツ・インデュースト・ツーリズム—コンテンツから考える情報社会の旅行行動—」では最近の傾向について次のように述べている。

近年、映画、ドラマ、アニメ、マンガ、ゲーム、キャラクターなど、様々なコンテンツが旅行行動を喚起したり、観光振興に用いられたりしている。

たとえば、映画では「世界を中心に愛を叫ぶ」、「北の零年」「スウィングガールズ」「男たちの大和」「フラ・ガール」、などの事例が挙げられ、ドラマでは、NHKの大河ドラマのロケ地として選ばれた場所が旅行目的地となり、観光施設の整備や土産物の開発がなされてきた。⁽¹²¹⁾

もちろんこうした現象が近年になってはじめて現れたわけではない。以前より小説の舞台や偉人にゆかりの地を訪ねる観光、また、大河ドラマなどの舞台設定となった地を訪れることは行われていた。しかし、岡本が述べる通り、ここに観光振興・観光政策としてコンテンツ・インデュースト・ツーリズムが成立するためには、旅行を提案する旅行会社や地域の視点ではなく、旅行者の行動に基づいた視点が必要であると言う。⁽¹²²⁾ なかでも、インターネットでの情報発信等の重要性が指摘されている。⁽¹²³⁾ オタク・ツーリズムを含む広い意味でのコンテンツツーリズムについて、岡本のこの論文には多くの文献から引用がなされているが、この分野の研究がまさにホットなテーマだけにその文献の一部を時系列で紹介しておきたい。

李受美『『大河ドラマ』ジャンルの登場と其社会的意味の形成過程』

『情報学研究：学環：東京大学大学院情報学環紀要』70号、2006)

森下剛「マンガ・アニメキャラクターと地域振興に関する研究（1）」

『梅花女子大学短期大学部研究紀要』56号、2007)

森下剛「マンガ・アニメキャラクターと地域振興に関する研究（2）」

『梅花女子大学短期大学部研究紀要』57号、2008)

丸田一『「場所」論』NTT出版(2008)

谷口重徳「コンテンツを通じた地域振興の取り組みの現状と課題—中国地域を中心に—」(『現代社会学』10号、2009)

北海道大学観光学部高等研究センター叢書『メディアコンテンツとツーリズム』(2009)

岡本健「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」(北海道大学観光学部高等研究センター文化資源マネジメント研究チーム編『メディアコンテンツとツーリズム 鷲宮町の経験から考える文化創造型交流の可能性』北海道大学観光学高等研究センター叢書、1号(2009)

山内貴範『町おこし in 羽後町—美女イラストを使ってやってみた』(アスドリー、2009)

伊藤久史「出会いの場としての仏教寺院—角田山「妙光寺」と松栄山「了法寺」の事例を中心に」(『北海道大学大学院観光学院メディア・観光創造専攻2009年修士論文』2010)

(5) 山村高淑『アニメ・マンガで地域振興』(2011)

本書の副題は「～まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発法」とあり、その内容は以下の通りである。

はじめに

第Ⅰ部 理論編 アニメ・マンガでまちおこしができるのか?

第1章 アニメ関連まちおこしの現状

第2章 21世紀の観光コンテンツを考える～観光を考える新たな潮流

第3章 観光まちづくりとしてのアニメツーリズム～その考え方と戦略

第Ⅱ部 アニメツーリズムのはじめ方

第4章 ファンの動向をつかむ～開発性構築の第一歩はファンの動向把握から

第5章 ファンと良好な関係を築く～ファンの心理を知る

- 第 6 章 製作者との連携～製作者とコンタクト、共同作業の開始
- 第 7 章 地域・組織内の調整～「民」の力を大きく活かそう
- 第 8 章 グッズ製作・イベント企画～グッズは「よりむしろ」、イベントは「まつり」

第Ⅲ章 展望編 作品ファンからまちのファンへ

- 第 9 章 改めてコンテンツツーリズム、アニメツーリズムとは

- 第 10 章 「コンテンツのファン」から「地域のファン」にする方法

- 第 11 章 著作権との付き合い方

おわりに

インタビューコラム

これまで聖地巡礼、オタクツーリズム、コンテンツツーリズムといった用語はあったが、山村はここではアニメツーリズムという用語を取り上げている。アニメツーリズムの定義は以下の通りである。

アニメやマンガ等が地域にコンテンツを付与し、こうした作品と地域がコンテンツを共有することによって生み出される観光のこと。⁽¹²⁴⁾

山村によれば、それは 2009 年 6 月の「埼玉県アニメツーリズム検討委員会」によって初めて自治体が用いたのではないかと言う。また、隣接した考え方としてキャラクタービジネスとの違いについては次のように説明している。

アニメツーリズムの事例の多くが、劇中のキャラクターを活用したタイアップ商品を展開している。この意味においては、確かにアニメツーリズムはキャラクタービジネスを内包する。しかし、こうしたキャラクター商品の売買は、ツーリズムを文脈においてはあくまで一要素でしかない。⁽¹²⁵⁾

が注目を浴びるのはなぜであろうか。

アニメツーリズムも他の観光コンテンツ同様、地域に大きな経済効果を及ぼすことができる⁽¹²⁶⁾

特に昨今のように経済状態が冷えている時には経済効果の見込めるものへの期待は非常に大きくなる。しかし、かつて国立マンガ喫茶などと揶揄された国立メディア芸術総合センター構想は本来であればアニメツーリズムの中心的な役割を担うことになったのではないだろうか。

さて経済効果を見込まれて最近急速に高まるこのマンガやアニメを活用した地域振興はどのような経緯を辿って来たのだろうか。山村は次のようにまとめている。

第1段階（1990年代）：マンガ・アニメ・ゲーム等でメディアミックスが活発化

第2段階（2000年前後）：メディアとしてのインターネットの台頭

第3段階（2000年以降）：メディアとしての地域、そして交流へ

第3段階に入るといわゆる地域振興と観光が一体化してアニメツーリズムの理想が実現することとなる。

アニメツーリズムの成立は、世の中が産業社会から情報社会へと移行する中で、ある種、必然的に起こった「観光」と「まちづくり」のあり方の変革、「地域の観光コンテンツの見直し作業」なのである。⁽¹²⁷⁾

最後に山村のコンテンツツーリズムの定義を紹介しておきたい。

地域や場所がメディアになり、そこに付与されたコンテンツ（物語）を、人々が現地で五感を通して感じる。そして人と人との間、人とある対象の間でコンテンツを共有することで、感情的繋がりを創り出す

こと。(128)

地域や場所に付加価値が付与されると共に、場を通した共通の話題に基づくコミュニケーションの成立が鍵のように思える。地域の人との交流があつて初めて場に命が吹き込まれることとなる。

(6) 『コンテンツツーリズム研究』(2011-)

『コンテンツツーリズム研究』はコンテンツツーリズム研究会ウェブジャーナルとして公開されているものである。もともとは北海道大学大学院国際広報メディア観光学院文化資源マネジメント研究室が中心となった『文化資源マネジメント論集』として2008年12月に第1号が発行され、2011年1月より『コンテンツツーリズム研究』と名称変更した。その掲載論文は以下の通りである。

『文化資源マネジメント論集』

山村高淑「観光情報革命時代のツーリズム(その1)～観光情報革命論(序)～」(No.001, 2008年12月12日)

岡本健「観光情報革命時代のツーリズム(その2)～観光情報革命論(破)～」(No.002, 2008年12月19日)

山村高淑「観光情報革命時代のツーリズム(その3)～文化の集散地の可能性～」(No.003, 2008年12月20日)

石川美澄「マンガ「こちら葛飾区亀有公園前派出所」に描かれる旅行動向に関する考察(その1)―研究手法確立に向けた予備調査―」(No.004, 2008年12月30日)

山村高淑「世界遺産と観光をめぐる近年の諸問題」(No.005, 2009年1月5日)

岡本健「観光情報革命時代のツーリズム(その4)～「旅行情報化世代」～」(No.006, 2009年1月20日)

佐藤善之「いかにして神社は聖地となったか―公共性と非日常性が生み出す聖地の発展―」(No.007, 2009年1月20日)

櫻井佑実「近代における温泉地に対する価値観の変容に関する一考察
—鉄道および国策との関連から—」(No.008, 2009年2月17日)

嘉幡貴至「アニメ聖地巡礼の生起要因についての一考察—認知心理学的
観点から—」(No.009, 2009年2月19日)

内田純一「フィルム・インパイアード・ツーリズム—映画による観光
創出から地域イノベーションまで—」(No.010, 2009年3月2日)

今井信治「アニメ「聖地巡礼」実践者の行動に見る伝統的巡礼と観光
活動の架橋可能性—埼玉県鷲宮神社奉納絵馬分析を中心に—」
(No.011, 2009年3月3日)

Yamamura, Takayoshi. La nueva relación entre la cultura
Popular/la subcultura y el turismo en Japón. <Español>(No.012,
05 March 2009)

Okamoto, Takeshi. A Study on Impact of Anime on Tourism in
Japan: A Case of “Anime Pilgrimage” .<English>(No.013, 29
May 2009)

Yamamura, Takayoshi. Anime Pilgrimage and Local Tourism
Promotion: An Experience of Washimiya Town, the Sacred Place
For Anime “*Lucky Star*” Fans. <English>(No.014, 29 May 2009)

山崎翔「ポピュラー音楽と場所の関わり：国内音楽フェスティバル調査
報告その1」(No.015, 2009年6月11日)

『コンテンツツーリズム研究』

岡本健「コンテンツツーリズム研究序説—情報社会における観光な新たな
あり方とその研究概念の構築」(No.001, 2011年1月3日)

木村めぐみ「映画撮影地における観光現象の可能性に関する一考察—撮
影関連情報に焦点を当てて」(No.002, 2011年1月3日)

玉井建也「地域イメージの歴史的変遷とアニメ聖地巡礼—鎌倉を事例と
して」(No.003, 2011年1月3日)

釜石直裕「アニメ聖地巡礼型まちづくりにおけるイベントの役割に関す
る研究—滋賀県犬上郡豊郷町における「けいおんがく！ライブ」を事

例として」

『文化資源マネジメント論集』の掲載論文を見てみると、そこにはすでにオタクツーリズム、マンガの聖地巡礼、フィルム・インスパイアード・ツーリズムからコンテンツツーリズムなどがテーマになっていることが見て取れる。

さらに、『コンテンツツーリズム研究』との改名については、『コンテンツツーリズム研究』刊行に際して」を見てみたい。

人は物語（＝コンテンツ）を求めて旅をします。そしてある物語を共有したとき、人と人は交流をすることができます。このことは「旅」の持つ文化的な本質のひとつです。

現在、旅行市場は成熟し、人々の趣味や嗜好の多様化にあわせて、旅行市場自体も細分化してきています。それに従って、旅行者や自治体も、コンテンツを求めるといふ旅の本質に気付き始めています。観光資源とは単なる“モノ”ではなく、その奥にある、地域の“物語性”であるということに気付き始めたのです。言い替えれば、その土地の持つ世界観や、その土地を舞台にした作品や歴史の“物語性”に浸る旅のあり方、そしてそうした“物語性”を他者と共有することで生まれる交流のあり方に注目が集まっているのです。私自身は、こうした旅のあり方を「コンテンツツーリズム」（あるいは「コンテンツ・ツーリズム」）と呼びたいと考えています。

一方、「まちおこし」という言葉も良く聞かれるようになりました。ある地域を活性化させるための取り組みのことを一般にこう呼ぶことが多いのですが、私は、特に以下のように具体的に定義することで、論点を明確にしていきたいと思っています。「その集団、あるいはひとりひとりが持っているもの（自然環境、文化遺産、創造性など）を、集団内や他地域の人々と交流することによってより豊かにしていくこと」

こうした背景を踏まえ、コンテンツと旅、そしてまちおこしに関心を持つ研究者の皆さん、学生の皆さんで、コンテンツツーリズム研究会を立ち上げることになりました。研究成果を持ち寄り、広く公開し、地域に

還元することを目的としてこのジャーナルを刊行したいと思います。⁽¹²⁹⁾

以上の下には「北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院 文化資源デザイン（山村高淑）研究室」とある。ホームページのトップページは「Web-Journal of Contents Tourism Studies コンテンツツーリズム研究」である。上記の各論文はこのホームページからアクセスできる。

4 消費者としてのオタク

消費者としてのオタクを考える時、コミックマーケットはまず取り上げなければならないだろう。コミックマーケット（コミケ）については以下のような説明がよくなされる。

「コミケ」第一回は漫画批評を行っていた同人サークル「迷宮」の主催により、1975年12月21日に日本消防会館の会議室で開催されましたが、当初は大学のマンガ研究会（漫研）の会報や、既存漫画の批評や感想をまとめたような同人誌の展示（頒布ではなく、回覧、いわゆる肉筆回覧誌）などがメインだったようです。⁽¹³⁰⁾

長田進・鈴木彩之「都市におけるオタク文化の位置付け」（2009）でも次のように紹介されている。

「コミックマーケット」の入場数の変化をあげることができる。このイベントは、1975年開催の第1回の参加者数は約700人にすぎなかったが、2009年開催の第76回（夏季）では約56万人にまで増加している。⁽¹³¹⁾

エチンヌ・バラール／新島進訳『オタク・ジャポニカ』（2000）では消費者としてのオタクについて次のように述べている。

オタクは今では高い潜在力を持つ消費者として知られ（よって、垂涎の的になり）、企業の経営者はお客様として彼らに照準を合わせている。今日、不況の波が他のほとんどの活動分野において猛威をふるっているにもかかわらず、オタク文化を専門にしている店の多くは彼らをダシに、その趣味に應えるとかこつけて繁盛しているのだ。趣味の充足のために生きているオタクは、ほしいものが売ってさえいれば、貯金を残らずつぎこむ覚悟ができています。実業家たちはこの市場の潜在力を少しずつ把握し始め、顧客を惹きつけておくための巧妙な手口を、幾重にも張りめぐらせていった。一般企業はオタクと正面から向き合うことはないが、それと異なり、こうした新分野の店のコンセプトは、オタクの特殊な要求にストレートに應えるというものである。

(132)

野村総合研究所は2004年8月24日に「マニア消費者層はアニメ・コミックなど主要5分野で2,900億円市場～「オタク層」の市場規模推計と実態に関する調査～」を発表している。(133)

●国内主要5分野のマニア消費者層の規模推計（各分野の人口は重複もあり）

分野	人口	推計市場規模	参考とした主な指標	
アニメ	20万人	200億円	タイトルあたりDVD売上枚数	
アイドル	80万人	600億円	コンサート動員数、CD初出売上	
コミック	100万人	1,000億円	同人誌即売会参加者数、雑誌購読率	
ゲーム	家庭用	57万人	450億円	ゲームプレイ時間、ネットワークゲーム参加率、特定雑誌出版部数
	PC	14万人	190億円	
	ネットワーク	3万人	10億円	
	アーケードなど	6万人	130億円	

	(注1)			
4分野計			2,580 億円	
組立 PC	リッチ	3 万人	300 億円	特定パーツの出荷数、特定雑誌出版数、秋葉原のパーツショップの売上
	ジャンク	2 万人	20 億円	
合計		のべ 285 万人	2,900 億円	

(注 1) アーケードゲームとはゲームセンターで提供されるゲームのこと。ここではボードゲーム、カードゲームも含む

また、『未来創発』（第 17 卷）（2005）には次のような記述がある。

自分が好きなことに徹底してこだわる
 オタクと呼ばれる人たち。その情熱、
 独特な消費行動、価値観が、ビジネスサイドから
 注目されています。オタク層が作り手としても活躍する
 コミック、アニメを中心としたコンテンツ産業に
 焦点をあてながら、ビジネス面から見た
 オタクの可能性について探りました。⁽¹³⁴⁾

『日本のアニメを活用した国際観光交流等の拡大による地域活性化調査報告書』（2007）も国土交通省総合政策局から発表されているが、野村総合研究所のマーケティングの内容をみると、若者の行動パターンなどの分析力に長けている。



オタクはオタク文化を形成し、オタク文化を流通させるものがコンテンツ産業ということになる。そこにはいくつかのポイントがある。櫻村愛子「日本の『オタク文化』はなぜ世界的なものとなったのか」(2007)では次のように指摘している。

現在、日本の「オタク文化」は世界的に受容され流通されいとされ、今後期待されるコンテンツ産業の中核をなすものとして日本で国策に組み込まれつつある。日本では、マイナーでネガティブなイメージをもってきた「オタク文化」が注目されてきた理由として、第一点に、オタク文化が日本の中でも無視できない大きな市場となり（野村総合研究所2005）文化的なメジャーな流れになりつつあること、第二点にオタク文化が海外で消費されマーケットをもつと同時に高く評価され、この評価が日本に逆輸入されていることが挙げられるだろう。⁽¹³⁶⁾

オタク文化はオタク産業とも密接に結び付いて来ている。今では日本のオタク文化かぶれに対して **wapanese** という揶揄した言葉も俗語としてすっかり英語に定着するくらい、オタク文化は英語圏にも浸透したと言ってよいだろう。

第4章 オタク文化の展望

1 コンテンツ産業とオタク文化

コンテンツ産業とオタク文化を考える上で重要なことは、マンガ／アニメ、ゲームといった中核となるアイテムが国策であるかどうかではないだろうか。このことは榎村愛子「日本の『オタク文化』はなぜ世界的なものとなったのか」（2007）でも言及されている。

現在、日本の「オタク文化」は世界的に受容され流通しているとされ、今後期待されるコンテンツ産業の中核をなすものとして日本で国策に組み込まれつつある。⁽¹³⁷⁾

では何故オタク文化への注目が集まっているのであろうか。これについてはさらに次のように指摘されている。

日本では、マイナーでネガティブなイメージをもってきた「オタク文化」が注目されてきた理由として、第一点に、オタク文化が日本の中でも無視できない大きな市場となり（野村総合研究所 2005）文化的なメジャーな流れになりつつあること、第二点にオタク文化が海外で消費されマーケットを持つと同時に高く評価され、この評価が日本に逆輸入されていることが挙げられるだろう。⁽¹³⁸⁾

オタク文化におけるコンテンツ産業の占める割合はさることながら、クール・ジャパンに代表されるコンテンツ産業が今、注目を浴びているのだ。

2 メディア芸術の国策化の波紋

メディア芸術という言葉の初出についてははっきりしないものの、政府の動向にうちて注目しておきたい。

(1) 「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について（報告）」

1994年1月、文化庁次長通知として「文化政策推進会議提言の送付について」（庁房総第93号）が発信された。その提言内容は『文化発信社会』の基盤の構築に向けた文化振興のための当面の重点方策について」である。

⁽¹³⁹⁾ その後1996年7月より文化政策推進会議／マルチメディア映像・音響芸術懇談会によって「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興方策」について議論されてきた。

座長は滝川精一（財団法人画像情報教育振興協会理事長）、副座長に根木昭（長岡情報科学大学教授）をはじめ、大友克洋（アニメーション監督）、里中満智子（漫画家）、高野悦子（岩波ホール総支配人）等で積極的な取り組みが行われた。その結果は文化政策推進会議／マルチメディア映像・音響芸術懇談会「21世紀に向けて新しいメディア芸術の振興について（報告）」として1997年7月30日に発表された。この報告はその後大きな影響を与えることになるので取り上げておきたい。まず冒頭「はじめに」を引用しておきたい。

技術革新とともに、メディアの多様化が進み、映画、マンガ、アニメーション、コンピュータ・グラフィックス、ゲームソフト等、様々な映像・音響芸術（以下「メディア芸術」という。）が誕生してきた。これらのメディア芸術は、21世紀の我が国芸術の中心の一つとして発展していくことが期待されている⁽¹⁴⁰⁾

報告書の内容は以下の通りである。

I メディア芸術の振興が必要とされる背景

1 総論

- (1) 新しい技術を活用した芸術創造活動の進展
- (2) メディア芸術に対するニーズの急増
- (3) メディア芸術の世界への発信増
- (4) メディア芸術の振興による文化と経済社会の発展

2 分野ごとの各論

(1) デジタル芸術

①コンピュータ・グラフィックス

②ゲーム・ソフト

(2) アニメーション

(3) マンガ

(4) 映画

II メディア芸術振興のための施策

1 創造性豊かな人材の育成・発表の場の提供

(1) 芸術家の養成研修

(2) 発表の場の提供、顕彰（メディア芸術祭）

(3) 基礎的な教育の充実

2 創造活動への支援

(1) 新しいメディア芸術への支援

①独創的な企画・構想への支援（デジタルアート創作
奨励事業）

②情報提供による支援（メディア芸術プラザ）

(2) 映画芸術への支援

(3) 創作者の権利（著作権）の保護と権利処理のシステムの 整備

3 貴重な作品の保存と活用（アーカイブ機能の充実）

①新しいメディア芸術

②映画

おわりに

さて、特に「マンガ」については以下の通りに述べている。

マンガは、我が国の出版物の年間発行部数の3分の1を占め、広く親しまれているメディアであり、読者層も幅広くなっている。海外においても、「MANGA」と呼ばれ広く読まれるなど、我が国発信の

文化の中心の一つとなっている実態がある。

また、マンガは、アニメ、映画、ゲームソフト、演劇等様々な分野に翻案されており、水準の高いマンガの創作は、芸術界全体を刺激し、新しい時代の芸術発展の牽引力として期待されている。⁽¹⁴¹⁾

「メディア芸術」の可能性について提言された報告書である。この報告書は文化芸術振興基本法制定に大きな影響を与えたことは言うまでもないことだ。「メディア芸術」について浜野保樹「日本のメディア芸術」(2008)では以下のように評価している。

アニメーションやマンガ、ゲームなどは欧米では「ポップカルチャー」や「サブカルチャー」として呼ばれるようになり、芸術の周縁にあり、芸術そのものではないとされてきた。しかし平成八年に文化庁に設置された「マルチメディア映像・音響芸術懇談会」は、我が国が得意とするマンガやアニメなどの作品を総称する言葉すらなかった状況を踏まえ、複製表現や先端技術を使った新しい表現を総称して「メディア芸術」と呼ぶ。欧米には新技術を積極的に使った芸術という意味で「メディア・アート」(media art)という用語もあるが、メディア芸術は「メディア・アート」とも包含する。

「メディア芸術」という言葉の成立自体が、新しい宣言であった。欧米では芸術から排除されていた作品を「メディア芸術」と言い切ったことは、これまでの欧米中心の芸術観への意義申し立てでもあり、芸術に新たななるものを付け加える試みでもあった。⁽¹⁴²⁾

(2) 教育とメディア芸術

教育界にもメディア芸術が入り込み、1998年12月の『中学校学習指導要領』(改訂告示)で、教科「美術」に「表したい内容を漫画やイラストレーション、写真・ビデオ・コンピュータ等、映像メディアなどで表現すること」⁽¹⁴³⁾、「伝えたい内容をイラストレーションや図、写真・ビデオ・コンピュータ等映像メディアなどで、わかりやすく美しく表現し、発表したり交流し

たりする」⁽¹⁴⁴⁾という記述が入って来た。教育界に「漫画」が公式に認められたことになる。また、「映像メディア」という用語も登場したことは注目に値する。いづれも「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について(報告)」(1997)の影響を見て取れる。

1999年3月の『高等学校学習指導要領』(改訂告示)の「美術」「情報」にはメディア芸術に関する内容が『中学校学習指導要領』(改訂告示)と同様に記載されている。「美術」の「第5 絵画」の「2 内容」には以下のように記載されている。

- (1) 映画 (2) 水彩画 (3) 油絵
- (4) 漫画、イラストレーション (5) その他の絵画
- (6) 鑑賞⁽¹⁴⁵⁾

「情報」においては「図形と画像処理」で「アニメーションとシュミレーション」⁽¹⁴⁶⁾に触れている。前述の『中学校学習指導要領』と同様に、文部科学省が示すものとして「漫画」「アニメーション」が教育現場に公式に導入されることになったことは大きな意味があろう。昨今流行の「マンガで読む～」とタイトルの付く図書もこうしたことが背景にあると考えてよいだろう。また、視聴覚教材も格段に発展し、マルチメディア教室といった多機能教室の整備も当たり前になっている。メディア芸術の振興は国策として教育界にまぎれ入り込んだことになる。

(3) 文化芸術振興基本法

2001年12月7日に文化芸術振興基本法が公布・施行された。「第3章 文化芸術の振興に関する基本的施策」の(芸術の振興)第8条に注目してみたい。

国は、文学、音楽、美術、写真、演劇、舞踊その他の芸術(次条に規定するメディア芸術を除く。)の振興を図るため、これらの芸術の公演、展示等への支援、芸術祭等の開催その他の必要な施策を講ずるものとする。

ここで初めて「その他の芸術」（次条に規定するメディアを除く。）として、「メディア芸術」という用語が登場し、第9条に定義が示された。「メディア芸術」の定義は以下の通りである。

（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。

文化芸術振興基本法の成立背景については、前述の『文化発信社会』の基礎の構築に向けた文化振興のための当面の重点方策について（1994）、「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について（報告）」（1997）が大きく寄与していると言っても過言ではない。特に「メディア芸術」の定義については「重点方策」と「報告」では「マンガ」の表記であったが、文化芸術振興基本法では「漫画」の表記である。『高等学校学習指導要領』『中学校学習指導要領』でも「漫画」の表記である。専門家の会議・懇談会では「マンガ」の表記になっているが、国が発信するものでは「漫画」の表記になっている点も見逃せないものであろう。

3 メディア芸術とオタク文化

榎村愛子「日本の『オタク文化』はなぜ世界的なものとなったのか」（2007）ではオタク文化の捉え方として、次のような動きがあることも紹介している。

「オタク文化」を日本の独自の文化として称揚し国策化する動きを、「文化ナショナリズム」だとし、真っ向から批判する論者もいる。⁽¹⁴⁷⁾

榎村は真っ向から批判する代表者として大塚英志を挙げている。

メディア芸術は90年代以降頻繁に目にするようになった言葉であるが、

今では文化庁が主催すメディア芸術祭がその代表的なものと言ってもよいだろう。1997年から始まり、アート、エンターテインメント、アニメーション、マンガの4部門に分かれている。⁽¹⁴⁸⁾メディア芸術はオタク文化を支えるファクターとなっている。過去のおもな大賞受賞作品を紹介しておきたい。

1997年度（第1回）	アニメーション部門 『もののけ姫』
1998年度（第2回）	デジタル・アート部門 『ゼルダの伝説 時のオカリナ』
1999年度（第3回）	デジタル・アート部門 エンターテインメントロボット AIBO(ERS-110)
2000年度（第4回）	デジタル・アート部門 『ドラゴンクエストVII〜エデンの戦士たち』
2001年度（第5回）	アニメーション部門 『千と千尋の神隠し』
2002年度（第6回）	アニメーション部門 『クレヨンしんちゃん 嵐を呼ぶアッパレ！ 戦国合戦』
2003年度（第7回）	エンターテインメント部門 『ファイナルファンタジー・クリスタル・クロニクル』
2004年度（第8回）	アニメーション部門 『マインド・ゲーム』
2005年度（第9回）	アート部門 『Khronos Projector』
2006年度（第10回）	アニメーション部門 『時をかける少女』
2007年度（第11回）	エンターテインメント部門 Wii Sports
2008年度（第12回）	アニメーション部門 『つみきのいえ』
2009年度（第13回）	アニメーション部門 『サマーウォーズ』
2010年度（第14回）	マンガ部門 『ヒストリエ』

なお、第15回は2011年7月15日～9月22日が作品応募期間である。メディア芸術の一般への浸透度はどうであろうか。確かに文化芸術振興基本法が施行はされているが、メディア芸術という考え方がどの程度浸透しているかはやや疑問も残る。文化庁のメディア芸術祭はホームページを始め、受賞作品の紹介なども実際に展示等もされているが、はてしてどうであろうか。

例えば、『もののけ姫』が第1回大賞受賞作品というよりは、宮崎駿監督作品であり、全米での公開により海外へもその評判が広まった。同じようなことは『千と千尋の神隠し』『つみきのいえ』についてもあてはまることだ。文化庁メディア芸術祭大賞受賞作品との認識を一般的な日本人はもっているだろうか。それよりもむしろアメリカのアカデミー賞受賞作品という認識の方が高いのではないだろうか。時系列的には国内での受賞の方が早いわけであるが、実際には海外での評価からの逆流という現象が起きている。これは国内に対するパブリック・ディプロマシーの不足とマスコミの取り上げ方にも問題があるように思える。外務大臣に麻生太郎が就任してからは、いわゆるアニメ外交等が目立つようになり、カワイイ大使をはじめ、アニメ大使、国際漫画賞の設立などがあり、海外向けにはパブリック・ディプロマシーはある程度発展したが、国内向けということになると、いささか疑問の余地も残る。しかし、日本は海外の評価の弱い国であることは今も変わらない。それを外圧と呼ぶ学者もいるが、こうして国策として進めている内容がまさにオタク文化と一致している以上、そのアイテムとしてのメディア芸術はもっと浸透してなくてはならないと思える。これには、国立メディア芸術総合センターの設立が頓挫したことが大きな原因かもしれない。⁽¹⁴⁹⁾

4 デジタルコンテンツとオタク文化

オタクを進化させると共にライト化させたのは、まさにデジタルコンテンツとインターネットである。デジタルコンテンツの基点をどこに置くかは難しいが1979年のウォークマンの登場は音楽の携帯化、個人化を促進させた。また媒体もテープからCDへ、そしてMD、さらにはデジタルプレイヤーへの発展はまさにデジタルコンテンツ時代の到来ということになる。カメラもフィルム式からデジタルへ、電話やポケットベルもPHS、携帯電話へ、そしてメール機能の付加などデジタルコンテンツはインターネットの普及により、PCはもはや電子計算機の時代から通信機能を備えたマルチメディアを備えたアイテムとなった。

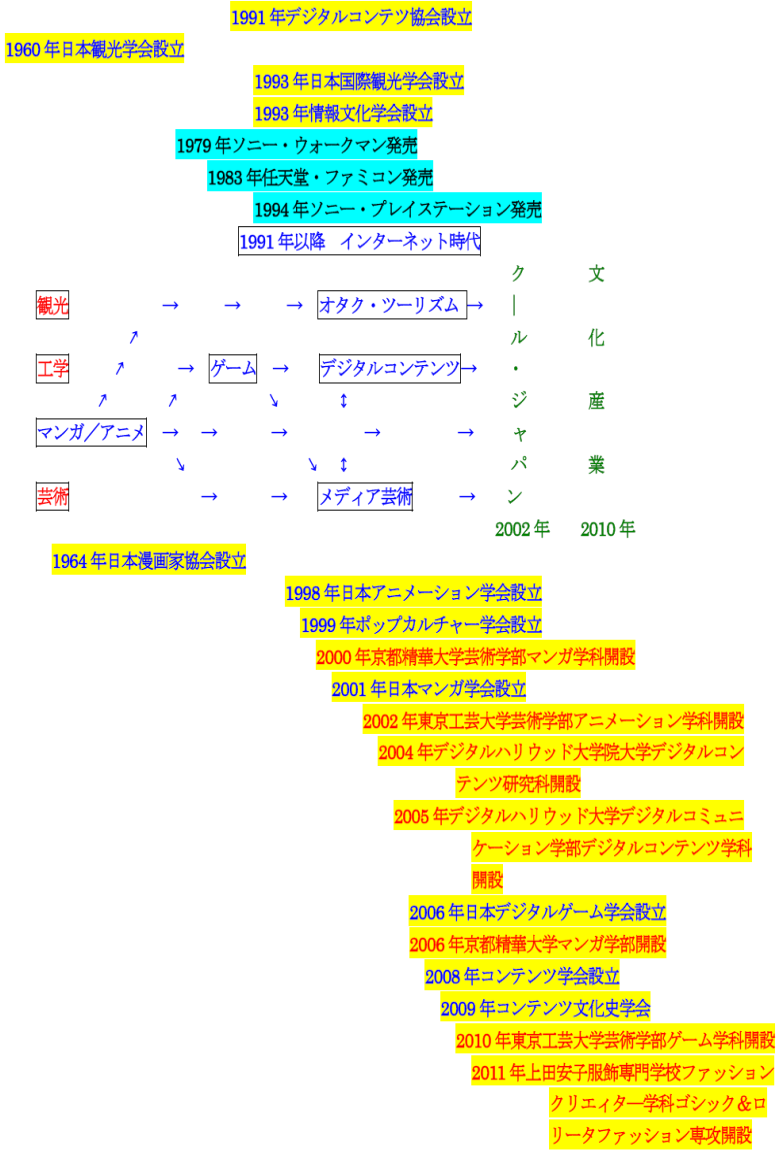
1983年は東京ディズニーランド開園、任天堂のファミコンの発売、セガの

SG1000 などまさにエンターテインメント開幕の年であった。オタクにおいて重要なことは情報の収集とその整理にある。この習性と PC あるいはデジタルコンテンツとインターネットはまさに絶好のマッチングを見せた。関連図は筆者が 2010 年 1 月に学会発表した折に資料として配付したものである。⁽¹⁵⁰⁾ もちろん、現在さらに進化し、分化しているが、デジタルコンテンツとオタク文化を概観するにはよい参考となるだろう。

新しい動きはクール・ジャパン、ソフト・パワー、パブリック・ディプロマシーという考え方を背景に、マンガ／アニメのとらえ方が大きく変わって来たということだろう。国立メディア芸術総合センターの設立には至らなかったものの、大学や大学院ではマンガ学部、アニメーション学科、ゲーム学科、デジタルコンテンツ研究科などが文部科学省の認可や届けによって設置されている。この流れの延長線上には経済産業省の進めるコンテンツ産業の促進があり、文化産業なる言葉も登場するに至っている。

また、以前はマンガ／アニメ好きがその舞台となる場所をめぐる現象を奇異に捉えていたものも、今ではオタクツーリズム、アニメツーリズム、さらにはコンテンツツーリズムなど、はっきりと観光業、旅行業などへの結びつける傾向はここ数年、特に町おこしとも関連した動きが起こっている。オタクパワーを地域振興へというものだ。マンガ／アニメの持っている芸術性というよりは、そこから生み出される経済効果を期待しての動きである。オタク文化を楽しむ人達と経済効果を期待する人達にはまだまだ大きな隔たりがあると思える。この意味で言えば、オタク文化への理解は必ずしも進んでいるとは言えない。このことは文部科学省がすすめていた国立メディア芸術総合センター設立が頓挫したが、経済産業省を中心にコンテンツ産業の振興がそれにとって代われとことと無関係ではないだろう。

関 連 図



切手になったオタク文化

The 50th Anniversary of Japanese weekly comic books for boys
週刊少年漫画50周年 I <週刊少年サンデー>



Cartor Security Printing
 平成 21 年 3 月 17 日

The 50th Anniversary of Japanese weekly comic books for boys
 週刊少年漫画50周年 I <週刊少年マガジン>



Carfor Security Printing
 平成 21年 3月17日





ゲゲゲの鬼太郎

身の周りでおきる不思議で奇妙な出来事。実はそれは妖怪たちの仕業なのだ。人間を襲う悪い妖怪たちに立ち向かえるのは、ゲゲゲの鬼太郎とその仲間たちのみ！人間が妖怪に襲われたという知らせが妖怪ポストに届いた時、ゲゲゲの鬼太郎とその父、目玉おやじは妖怪横丁の仲間とともに妖怪退治に出かけるのだ。原作は水木しげる。1968年にモノクロで放送が開始され、妖怪ブームを巻き起こすほどの人気になった。以後5作のテレビシリーズが製作され、2008年には40周年を迎えた。魅力あふれるキャラクターたちは世代を超えて愛され続けている。

© 水木プロ・フジテレビ・東映アニメーション

ANIMATION HERO AND HEROINE SERIES No.9
アニメヒーローヒロイン
 第9巻 「ゲゲゲの鬼太郎」



Cartor Security Printing
 平成 21 年 2 月 23 日



木ノ葉隠れの里最強の忍“火影”を目指すうずまきナルトは、もっとも親しい友であり最大のライバルであるうちはサスケと激闘の末、袂を別つた。2年半の修業の末たくましく成長したナルトは、さまざまな強敵と戦い西郷を乗り越えながら、サスケとの再会を目指す!

2009年に連載10周年を迎えた原作は集英社「週刊少年ジャンプ」にて大好評連載中。コミックスは47巻までで累計9000万部超。350話を超えるTVアニメシリーズ、劇場版も第6弾が公開され、海外でも高い人気を博している。

©岸本斉史・スコット/集英社・テレビ東京・ロエス

ANIMATION HERO AND HEROINE SERIES, No.11
アニメヒーローヒロイン

第11集「NARUTO -ナルト- 疾風伝」



Carton Security Printing
平成 21年10月23日



鋼の錬金術師

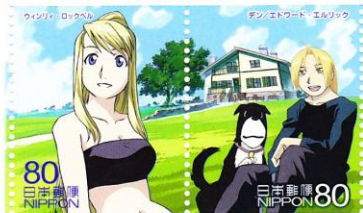
FULLMETAL ALCHEMIST

2001年から月刊「少年ガンガン」(スクウェア・エニックス刊)で連載開始以来、コミックス累計発行部数4,000万部(2010年1月現在)を突破する大人気作品。2003年のTVアニメ化により世界的な大旋風を巻き起こし、その後劇場映画も公開され、その圧倒的な注目の中、2009年4月から裏いも新たなTVアニメが放送されたダーク・ファンタジーである。

錬金術、それは「等価交換」の原則のもと、物質を理解、分解、そして再構築する、この世界で最先端の科学である。この錬金術において、最大の「禁忌」とされるもの「人体錬成」。亡き母を思うがゆえに禁忌を破り、巨大な鎧に魂を定着された弟、アルフォンス・エルリックと機械鎧(オートメイル)をまとい、「鋼の錬金術師」の名を背負った兄、エドワード・エルリック。二人は失ったものを取り戻すため、「賢者の石」を探す旅に出る。

©荒川弘/鋼の錬金術師製作委員会・MBS

ANIMATION HERO AND HEROINE SERIES No.12
アニメヒーローヒロイン
 第13集「鋼の錬金術師 FULLMETAL ALCHEMIST」

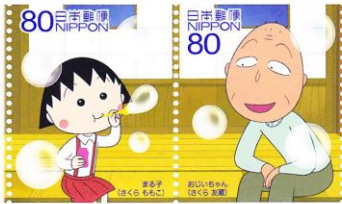


Cartor Security Printing
 平成22年6月14日



ANIMATION HERO AND HEROINE SERIES, No.14
アニメヒーローヒロイン

第14集「ちびまる子ちゃん」



Color Security Printing
平成 22 年 9 月 22 日



ちびまる子ちゃん

主人公のまる子は、普段はなまけものなどところどころ面白いことがあると好奇心旺盛になる小学3年生の女の子。おしちゃん、おばあちゃん、お父さん、お母さん、お姉ちゃんの6人家族で暮らしています。

学校では、まる子の次の仲良しのたまちゃん、お坊ちゃんの花輪クンス、まじめな学級委員長の丸尾くん、お笑い好きの野口さん、ひょうきんなはまじ、ちょっと暗い性格の水沢、藤木…など個性的なクラスメイトがいっぱい。

アニメ「ちびまる子ちゃん」は1990年1月7日にスタートしました。まる子達のほのぼのとした日常生活を楽しく、時に切なく描き、心温まるストーリーをお茶の間に聞かれています。

©さくらプロダクション/日本アニメーション

注

第1章 「オタク」とは何か

- (1) 山中智省「『おたく』誕生—『漫画ブリッコ』の言説力学を中心に—」(『横浜国大 国語研究』第27号、横浜国立大学国語・日本語教育学会、2009年3月)、p.16.
- (2) 「漫画ブリッコ」に関する分析については、山中智省「『おたく』誕生—『漫画ブリッコ』の言説力学を中心に—」(『横浜国大 国語研究』第27号、横浜国立大学国語・日本語教育学会、2009年3月)が詳しい。
- (3) 「同人用語の基礎知識 おたく／オタク／Otaku」(<http://www.paradisearmy.com/doujin/pasok6n.htm>)(2011年5月18日アクセス)
- (4) Ditto.
- (5) 中森明夫「僕が『おたく』の名付け親になった事情」(『別冊宝島104号』(JICC出版局、1989年12月)、p.94.
- (5) 大澤真幸「オタクという謎」(『フォーラム現代社会学』第5号、関西社会学会、2006年5月)、p.26.
- (6) 『おたくの本』(別冊宝島104号)、p.2.
- (7) 『広辞苑』(第6版)(岩波書店、2008年1月)、p.400.
- (8) 石森秀三「オタクが日本の観光を変える！」(『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)、p.9.
- (9) 西尾実他編『岩波国語辞典』(岩波書店、2009年11月第7版第1刷)、p.177.
- (10) 清水均編『現代用語の基礎知識』(自由国民社、2009年1月)、p.979.
- (11) Ibid., pp.1081-1082.
- (12) 清水均編『現代用語の基礎知識』(自由国民社、2010年1月)、p.1185
- (13) 瀬沼文彰『キャラ論』(STUDIO CELLO、2007年3月)、pp.208-209.
- (14) 東浩紀『動物化するポストモダン』(講談社、2001年11月)、p.8.
- (15) Azuma, Hiroki. Abel, Jonathan E. and Kono, Shion, translators. *Otaku: Japan's Database Animals* (University of Minnesota Press,

- 2009), p.3.
- (16) 古賀令子『「かわいい」の帝国』(青土社、2009年6月)、pp.64-65.
- (17) 榎本秋編『オタクのことが面白いほどわかる本』(中経出版、2009年5月)、p.19.
- (18) 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』(東洋経済新報社、2005年10月)、p.3.
- (19) Ibid., pp.2-3
- (20) 田川博「オタク分析の方向性」(『名古屋文理大学紀要』第9号、名古屋文理大学、2009年3月)、p.73.
- (21) 大澤真幸「オタクという謎」、p.26.
- (22) 「おたく／オタク／Otaku」(『同人用語の基礎知識 www.paradise-army.com/doujin/pasok6n.htm 2010年8月19日アクセス)
- (23) 岡田斗司夫『東大オタク学講座』(講談社、2008年5月)、p.24.
- (24) 「岡田斗司夫「日本に恋する米国のオタク」(『AERA』朝日新聞社、1995年10月2日号) (www.netcity.or.jp/OTAKU/okada/library/single/AERA.html)(2010年8月19日アクセス)
- (25) Ditto.
- (26) 岡田斗司夫「オタク学開講宣言」(『AERA』朝日新聞社、1996年3月25日号) (www.netcity.or.jp/OTAKU/okada/library/single/AERA.html)(2010年8月19日アクセス)
- (27) Ditto.
- (28) エチンス・バラール／新島進訳『オタク・ジャポニカ』(河出書房新社、2000年5月)、p.8.
- (29) 堀淵清治『萌えるアメリカ』(日経BP社、2006年8月)、p.230.
- (30) 唐沢俊一・岡田斗司夫『オタク論!』(創出版、2007年4月)、p.126.
- (31) Ditto.
- (32) Galbraith, Patrick W. *The Otaku Encyclopedia* (Tokyo: Kodansha International, 2009), p.171.
- (33) Ibid., p.173.
- (34) García, Héctor. *A Geek in Japan*. (Tuttle Publishing, 2010), p.86.

- (35) Ditto.
- (36) Levi, Antonia, McHarry, Mark and Dru Pagliassotti, editors. *Boys' Love Manga*. (McFarland & Company, Inc., Publishers, 2010), p.260.
- (37) 山久瀬洋二／ダニエル・ワリーナ『どうしても英語で伝えたい日本の事情100』(IBCパブリッシング、2010年1月)、pp.226-227.
- (38) Soanes, Catherine and Stevenson, Angus, editors. *Concise Oxford English Dictionary*. (Oxford University Press, 2004. Eleven edition), p.1013
- (39) Stevenson, Angus, editor. *Oxford Dictionary of English*. (Oxford University Press, 2010. Third Edition), p.1258.
- (40) 三省堂編集所編『グランドコンサイス英和辞典』(三省堂、2001年12月)、p.1847
- (41) 広瀬直子『CD付 日本のことを1分間英語で話してみる』(中経出版、2008年2月)、p.34.
- (42) Ditto.
- (43) Mouer, Ross. “Work culture” (Sugimoto, Yoshio, editor. *The Cambridge Companion to Modern Japanese Culture*. Cambridge University Press, 2009), p.123.
- (44) 「同人用語の基礎知識 おたく／オタク／Otaku」
(<http://www.paradisearmy.com/doujin/pasok6n.htm>)(2011年5月18日アクセス)
- (45) 「Urban Dictionary Wapanese」
(<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Wapanese&defid=84821>) (2011年5月22日アクセス)
- (46) 『日本アニメ・マンガファン』を意味する侮辱的俗語 WAPANESE」
(<http://d.hatena.ne.jp/ceena/20050910/1126368387>)
(2011年5月22日アクセス)
- (47) 「世界の英語方言・スラング大辞典—アメリカ、イギリス、オーストラリア、カナダ、シンガポール、、、」
(<http://engslang.blogspot.com/2010/04/wapanese.html>)

- (2011年5月22日アクセス)
- (48) 「The Online Slang Dictionary Wapanese」
(<http://onlineslangdictionary.com/meaning-of/wapanese>)
(2011年5月22日アクセス)
- (49) 「Wiktionary wapanese」(<http://en.wiktionary.org/wiki/wapanese>)
(2011年5月22日アクセス)
- (50) 「weblio 英和和英 wapanese」
(<http://ejje.weblio.jp/content/Wapanese>)(2011年5月22日アクセス)

第2章 オタクの変遷

- (51) 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)、pp.9-10.
- (52) 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)、p.70.
- (53) Ibid., pp.70-71.
- (54) 『オタク市場の研究』、p.123.
- (55) 清水均編『現代用語の基礎知識』(自由国民社、2009年1月)、p.1081.
- (56) 清水均編『現代用語の基礎知識』(自由国民社、2011年1月)、p.1221.
- (57) 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)、p.29.
- (58) Ibid., pp.30-31.
- (59) 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)、pp.33-34.
- (60) Ibid., p.34.
- (61) 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』、p.4.

第3章 オタク・ツーリズム

- (62) 『広辞苑』、p.2967.
- (63) Ibid., p.628.
- (64) 長谷政弘編『観光学辞典』(同文館出版、1997年12月)、p.2.

- (65) 「易経」(丸山松幸訳『中国の思想』7、徳間書店、1982年7月)、
p.110.
- (66) Ditto.
- (67) 岡本伸之編『観光学入門』(有斐閣、2001年4月)、pp.2-3.
- (68) 北川宗忠編『観光文化論』(ミネルヴァ書房、2004年6月)、p.3.
- (69) Ibid., p.4.
- (70) 柴田耕介「観光産業の実態と課題」(『国際交通安全学会誌』第31巻
第3号、国際交通安全学会、2006年10月)、p.195.
- (71) Ibid., p.196.
- (72) Ibid., p.213.
- (73) Ibid., p.196.
- (74) 観光政策審議会「今後の観光政策の基本的な方向について」
(<http://www.mlit.go.jp/singikai/unyusingikai/kankosin/kankosin39.html>)(2011年5月22日アクセス)
- (75) Ditto.
- (76) 観光政策審議会「21世紀初頭における観光振興方策」
(http://www.mlit.go.jp/kisha/oldmot/kisha00/koho00/tosin/kansin/index_.html)(2011年5月22日アクセス)
- (77) 岡本伸之「観光学への誘い」(『観光学がわかる』AERA MOOK、朝
日新聞社、2002年7月)、p.5.
- (78) 吉田春生『新しい観光の時代』(原書房、2010年3月)、p.210.
- (79) 「立教大学 60年にわたる観光教育の歴史」
(<http://www.rikkyo.ac.jp/tourism/about/history/index.html>)
(2011年5月22日アクセス)
- (80) 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.
- (81) 前田大輔・増田愛子「アニメの聖地 巡礼中」(『朝日新聞』2008年
7月26日夕刊)
- (82) Ditto.

- (83) 「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」(『日本経済新聞』(23面、2008年8月19日))
- (84) Ditto.
- (85) 「北海道大学観光学高等研究センター」
(<http://www.cats.hokudai.ac.jp/about/>)(2011年5月22日アクセス)
- (86) 石森秀三「視点 日本の観光 48 『オタク・ツーリズム』の研究」
(『観光経済新聞』2008年8月23日)
- (87) Ditto.
- (88) 清水均編『現代用語の基礎知識』(自由国民社、2009年1月)、p.1276.
- (89) Ibid. p.1081.
- (90) 石森秀三「オタクが日本の観光を変える!」、p.11.
- (91) 山村高淑「メディアミックス時代のツーリズム—今アニメのロケ地で起こっていること」(『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)、p.14.
- (92) Ditto.
- (93) 「同人用語の基礎知識 聖地/聖地巡礼」
(http://www.paradisearmy.com/doujin/pasok_seichi.htm)(2011年4月24日アクセス)
- (94) “OTAKU TOURISM” (http://web-japan.org/trends/08_culture/090130.html)(2011年5月25日アクセス)
- (95) Ditto.
- (96) 佐々木隆『日本文化ブームから文化外交まで』(イーコン、2011年5月)、p.185.
- (97) 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』、p.27.
- (98) 磯貝政弘「交流文化産業を読む 日本のツーリズム産業」(*Meeting Business*. Jan-Mar. 2006)
(http://www.tourism.jp/publicity/pdf/060105_isoga_mb.pdf)(2010年5月10日アクセス)
- (99) 「マンガ土産」(『現代用語の基礎知識』2011年1月)、p.1223.
- (100) 今井信治「表象される聖地—オタクと聖地巡礼」(『宗教と社会』第

14号、「宗教と社会」学会、2008年6月)、p.219.

*2007年学術大会・テーマセッション(ツーリズム・聖地・巡礼)を収録。

(101) García, Héctor. *A Geek in Japan*, p.145.

(102) 白井義男『ツーリズム・ビジネス・マネジメント』(同友館、2010年10月)、p.25.

(103) Ditto.

(104) Ditto.

(105) 北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チーム編『メディアコンテンツとツーリズム』(CATS 叢書第1号、北海道大学観光学高等研究センター、2009年3月)の表紙

(<http://www.contents-tourism.com>) (2011年6月21日アクセス)

(106) 長谷政弘編『観光学辞典』、p.(1)

(107) 平成16年度国土施策創発調査『映像等コンテンツの制作・活用による地域振のあり方に関する調査 報告』(国土交通省総合政策局観光地域振興課、経済産業省商務情報政策局文化情関連産業課、文化庁文化部芸術文化課、2005年3月)、要約編-11.

(108) 『観光におけるサブカルチャー—コンテンツに関する調査研究』

(財団法人中部産業活性化センター、2009年3月)「はじめに」より。

(<http://www.cirac.jp/document/ciac/resarch/20/subculture.pdf>) (2011年6月23日アクセス)

(109) Ibid., p.8.

(110) Ibid., p.7

(111) 増渕敏之『物語を旅するひとびと』(彩流社、2010年4月)、p.5.

(112) Ibid., p.11.

(113) Ibid., p.12.

(114) Ibid., p.14.

(115) Ibid., p.29.

(116) Ibid., p.122.

(117) Ibid., p.214.

- (118) 玉井建也「特集『コンテンツと場所』にあたって」玉井建也「物語・地域・観光—「稲生物怪録」から『朝霧の巫女』、そして聖地巡礼へ—」(『コンテンツ文化史研究』第3号、コンテンツ文化史学会、2010年4月)、p.33.
- (119) 玉井建也「物語・地域・観光—「稲生物怪録」から『朝霧の巫女』、そして聖地巡礼へ—」玉井建也「物語・地域・観光—「稲生物怪録」から『朝霧の巫女』、そして聖地巡礼へ—」(『コンテンツ文化史研究』第3号)、p.42.
- (120) Ibid., p.44.
- (121) 岡本健「コンテンツ・インデュースト・ツーリズム—コンテンツから考える情報社会の旅行行動—」(『コンテンツ文化史研究』第3号)、p.48.
- (122) Ibid., p.49.
- (123) Ibid., p.62.
- (124) 山村高淑「アニメ・マンガで地域振興」(東京法令出版、2011年4月)、p.6.
- (125) Ibid., p.7.
- (126) Ibid., p.29.
- (127) Ibid., p.54.
- (128) Ibid., pp.172-173.
- (129) 「コンテンツツーリズム研究」
(<http://www.contents-tourism.com/>)(2011年6月21日アクセス)
- (130) 「同人用語の基礎知識 コミケ/コミックマーケット」
(http://www.paradisearmy.com/doujin/pasok6_comicmarket.htm)
(2011年5月18日アクセス)
- (131) 長田進・鈴木彩乃「都市におけるオタク文化の位置付け」(『慶應義塾大学日吉紀要社会科学』通号20号、慶應義塾大学日吉紀要刊行委員会、2009年3月)、p.43.
- (132) エチンヌ・バラール/新島進訳『オタク・ジャポニカ』、p.123.
- (133) 野村総合研究所「マニア消費者層はアニメ・コミックなど主要5分野で2,900億円市場～「オタク層」の市場規模推計と実態に関する調査

～」2004年8月24日)(<http://www.nri.co.jp/news/2004/040824.html>)
(2010年5月10日アクセス)

- (134) 『未来創発』(第17巻)(野村総合研究所、2005年2月)、p.2.
(135) 「水木しげるロード」(<http://www.sakaiminato.net/site2/page/guide/point/miru/mizuki/mizuki/>) (2011年4月21日アクセス)
(136) 榎村愛子「日本の『オタク文化』はなぜ世界的なものとなったのか」
(『愛知大学文学論叢』第136号、愛知大学文学会、2007年1月)、p.1

第6章 オタク文化の展望

- (137) 榎村愛子「日本の『オタク文化』はなぜ世界的なものとなったのか」、
p.1.
(138) Ditto.
(139) 「文化政策推進会議提言の送付について」
(http://www.mext.go.jp/b_menu/hakusho/nc/t199401120001/t19940112001.html)(2008年10月10日アクセス)
(140) 「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について(報告)」
(http://www.bunka.go.jp/geijutsu_bunka/eiga_eizou/plan/media_)
(2008年10月10日アクセス)
(141) Ditto.
(142) 浜野保樹「日本のメディア芸術」(『文化庁月報』通巻472号、ぎょうせい、2008年1月)、p.10.
(143) 『中学校学習指導要領(平成10年12月)』(独立行政法人国立印刷、1998年12月)、p.68.
(144) Ditto.
(145) 『高等学校学習指導要領(平成11年3月)』(独立行政法人国立印刷、2004年1月)、p.374-374.
(146) 『高等学校学習指導要領解説 情報編』(開隆堂、2000年9月)、p.149.
(147) 榎村愛子「日本の『オタク文化』はなぜ世界的なものとなったのか」、
p.1.
(148) 「文化庁芸術祭について」(<http://plaza.bunka.go.jp/festival/about/>)

(2011年8月14日アクセス)

- (149) 国立メディア芸術総合センターの設立その頓挫については拙著『日本文化ブームから文化外交へ』（イーコン、2011年5月）を参照のこと。
- (150) 佐々木隆「メディア芸術の行方—教育・研究とデジタルコンテンツ—」配布資料（比較文化史学会、於：国士舘大学、2010年1月22日）。同資料はホームページ「佐々木隆研究室」（<http://ssk.econfn.com/kouen/kouen50pdf>）により公開。

関連年表

- 1945年 日本漫画映画社設立
- 1947年 『漫画少年』創刊
- 1948年 日本動画社設立
*1952年に商号変更。東映動画（現・東映アニメーション）設立。日本での本格的な劇場長編アニメーション映画の製作が始まる。
- 1951年 サンフランシスコ平和条約調印
- 1951年 黒澤明監督『羅生門』
*第12回ベネチア国際映画祭金獅子賞受賞
- 1951年 ユネスコに加盟
- 1951年 国際アンデルセン賞設立
- 1952年 国際文化会館設立
- 1952年 国際児童図書評議会設立
- 1953年 テレビ放送開始
- 1954年 日本初のSF専門雑誌『星雲』創刊
- 1954年 本多猪四郎監督『ゴジラ』
- 1954年 『ぼくら』・『なかよし』創刊
- 1954年 衣笠貞之助監督『地獄門』
*第7回カンヌ国際映画祭グランプリ受賞
- 1954年 黒澤明監督『七人の侍』
*第15回ベネチア国際映画祭銀獅子賞受賞
- 1954年 日本科学小説協会設立
- 1955年 『月刊りぼん』創刊
- 1956年 国連に加盟
- 1957年 国際文化交換協会設立
- 1958年 ジョシュア・ローガン監督『サヨナラ』
*第30回アカデミー賞助演女優賞受賞（ナンシー梅木）
- 1958年 稲垣浩監督『無法松一生』

*第19回ベネチア国際映画祭金獅子賞受賞

- 1958年 藪下泰司監督『白蛇伝』公開
*日本初の本格的カラー長編アニメ
- 1959年 『少年マガジン』・『少年サンデー』創刊
- 1960年 日本観光学会設立
- 1961年 株式会社虫プロダクション設立。1962年に虫プロダクションに社名変更。
- 1963年 観光基本法
- 1963年 実用英語検定試験開始
- 1963年 『鉄腕アトム』(TV放映開始)
- 1963年 『鉄人28号』(TV放送開始)
- 1964年 特殊法人国際観光振興会設立
- 1964年 経済開発協会機構(OECD)加盟
- 1964年 外務省に情報文化局文化事業部設置
- 1964年 東京オリンピック開催
- 1964年 日本漫画家協会設立
- 1966年 埼玉県大宮市立漫画会館開館
- 1967年 「リカちゃん」発売開始
- 1967年 石子順造『マンガ芸術論』創文社
- 1967年 日本初の漫画評論同人誌『漫画主義』創刊
- 1967年 山田学・月尾嘉男『風雅の技法』公開
*国産初のコンピュータ・アニメーション
- 1967年 『マッハGOGOGO』(TV放送開始)
- 1968年 消費者保護基本法
- 1970年 フィルムセンター開館
- 1970年 大阪万国博覧会
- 1971年 『仮面ライダー』放映開始
- 1972年 札幌冬季オリンピック
- 1972年 国際交流基金設立
- 1972年 第1回日本漫画大会

- 1973年 『ドラえもん』（TV放送開始）
- 1974年 アングレーム国際漫画祭
*ヨーロッパ最大級の漫画イベント。フランスで最古の漫画開
連イベント
- 1974年 サンリオ、ハロー・キティ
- 1975年 第1回コミックマーケット開催
*以降通常は年2回。東京国際展示会（東京ビッグサイト）で
開催。
- 1975年 日本アニメーション設立
- 1976年 国際文化教育交流財団設立
- 1978年 石子順『新マンガ学』毎日新聞社
- 1979年 ソニー、ウォークマン発売
- 1979年 『機動戦士ガンダム』（TV放送開始）
- 1980年 TVドラマ『将軍』（米：放映）
- 1980年 黒澤明監督『影武者』
*第33回カンヌ国際映画祭グランプリ受賞
- 1981年 メハナム・ゴーラン監督『燃えよニンジャ』
- 1981年 ロンドン・江戸大美術展（国際交流基金）
- 1983年 東京ディズニーランド開園
- 1983年 ファミリー・コンピュータ発売（任天堂）
- 1983年 SG1000（セガ）
- 1983年 今村昌平監督『楢山節考』
*第36回カンヌ国際映画祭グランプリ受賞
- 1983年 中森明夫『おたく』の研究 街には『おたく』がいっぱい
（『漫画ブリッコ』セルフ出版）
- 1984年 外務省大臣官房に文化交流部を設置
- 1984年 宮崎駿監督『風の谷のナウシカ』公開
- 1985年 『スーパーマリオブラザーズ』（任天堂）
- 1985年 スタジオジブリ設立
- 1985年 長谷川町子美術館開館

- 1986年 『DRAGONBALL』（TV放送開始）
- 1986年 株式会社アニメイト設立
- 1988年 竹下総理「世界に貢献する日本」（ロンドン・スピーチ）
- 1988年 宮崎駿監督『となりのトトロ』公開
- 1988年 『テトリス』（セガ）
- 1989年 東西ベルリンの壁崩壊
- 1989年 『おたくの本』（別冊宝島104号）JICC 出版局
- 1990年 『ちびまる子ちゃん』（TV放送開始）
- 1990年 大友克洋監督『AKIRA』（全米で公開）
- 1990年 梅原猛編『日本とは何なのか』日本放送出版協会
- 1990年 Joseph S. Nye. *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power.*
- 1990年 ジョセフ・S・ナイ／久保伸太郎訳『不滅の大国アメリカ』読売新聞社
- 1991年 大友克洋監督『AKIRA』（英仏独で公開）
- 1991年 デジタルコンテンツ協会設立
- 1992年 日本、商業用のインターネットサービス開始
- 1992年 総合研究大学院大学文化科学研究科国際日本研究専攻開学
- 1992年 『美少女戦士セーラームーン』（TV放送開始）
- 1993年 NEC、デジタルブック発売
- 1993年 日本国際観光学会設立
- 1993年 情報文化学会設立
- 1993年 『バーチャルファイター』（セガ）
- 1994年 ソニー、プレイステーション発売
- 1994年 ジャクリーヌ・ベルント／佐藤和夫・水野邦彦訳『マンガの国ニッポン』共栄書房
- 1994年 吉備川上ふれあい漫画美術館開館
- 1995年 増田まんが美術館開館
- 1995年 なやせたかし記念館アンパンマンミュージアム開館

- 1995年 シール作成機プリント倶楽部
- 1995年 『新世紀エヴァンゲリオン』（TV放送開始）
- 1995年 押井守監督『Ghost in the Shell／攻殻機動隊』
- 1995年 Lise Skov and Brian Moeran. *Women, Media and Consumption in Japan.*
- 1996年 文化政策推進会議／マルチメディア映像・音響芸術懇談会「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について（報告）」
- 1996年 第1回国際マンガサミット
*当初はアジアマンガサミット、2003年より世界マンガサミット、2005年より国際マンガサミット。
- 1996年 東京大学教養学部で岡田斗司夫「オタク文化論」開講
- 1996年 岡田斗司夫『オタク学入門』太田出版
- 1996年 白幡洋三郎『カラオケ・アニメが世界をめぐる』PHP研究所
- 1996年 YAHOO JAPAN!、検索サービス開始
- 1996年 任天堂 NINENDO64 発売
- 1996年 スターバックス・コーヒー一号店、銀座で開店
- 1996年 セガからセガサターン用ソフト『サクラ大戦』発売
- 1996年 バンダイ、「たまごっち」発売
- 1997年 NTTインターコミュニケーション・センター開館
- 1997年 『ファイナルファンタジーVII』発売
- 1997年 第1回文化庁メディア芸術祭
*受賞作品展開催2月。以降毎年開催。
- 1997年 北野武監督『HANA-BI』
*第54回ベネチア国際映画祭金獅子賞受賞
- 1997年 『ポケットモンスター』（TV放送開始）
- 1997年 宮崎駿監督『もののけ姫』公開
*1998年、*Princess Mononoke*のタイトルで全米公開。
- 1997年 文化政策推進会議／マルチメディア映像・音響芸術懇談会「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について（報告）」
- 1998年 長野冬季オリンピック

- 1997年 広島市立まんが図書館開館
- 1998年 斉藤美奈子『紅一点論』ビレッジセンター出版局
- 1998年 TVシリーズ『遊☆戯☆王』放映開始
- 1998年 日本アニメーション学会設立
- 1998年 長井勝一漫画美術館開館
- 1998年 『中学校学習指導要領』（改訂告示）
*教科「美術」に「表したい内容を漫画やイラストレーション、写真・ビデオ・コンピュータ等、映像メディアなどで表現すること」と触れている。
- 1999年 西村博之が2チャンネル開設
- 1999年 伊奈正人『サブカルチャーの社会学』世界思想社
- 1999年 ポップカルチャー学会設立
- 1999年 『高等学校学習指導要領解説 情報編』（改訂告示）
*「図形と画像処理」で「アニメーションとシュミレーション」に触れている。
- 1999年 東京工芸大学メディア学部開設
- 1999年 日本アニメーション学会編『アニメーション研究』創刊
- 1999年 現代マンガ資料館（大阪府大阪市）
- 1999年 ちびまるこちゃんワールドオープン
- 2000年 出版8社が配信サイト、電子文庫パブリ開設
- 2000年 妖怪神社／むじゃらオープン
- 2000年 倉敷いがらしゆみこ美術館開館
- 2000年 石ノ森章太郎ふるさと記念館開館
- 2000年 京都精華大学芸術学部マンガ学科開設（日本で初めてのマンガ学科）
- 2000年 エチエンス・バラール／新島進訳『オタク・ジャポニカ』河出書房新社
- 2000年 日下翠『漫画学のススメ』白帝社
- 2000年 高度情報通信ネットワーク社会形成基本法
- 2000年 Susan J. Napier. *Anime: from “Akira” to “Princess*

Mononoke” .

- 2000年 斉藤環『戦闘美少女の精神分析』太田出版
- 2001年 石ノ森萬画館開館
- 2001年 三鷹市立アニメーション美術館開館
- 2001年 Jonathan Clements & Helen McCarthy. *The Anime Encyclopedia*.
- 2001年 Peter van Ham. “The Rise of the Brand State” (*Foreign Affairs*. Vol.80 No.5)
- 2001年 京都精華大学表現研究機構 マンガ文化研究所開設
- 2001年 中央省庁等改革
*国際文化交流に関して外務省と文化庁の役割の明確化
- 2001年 宮崎駿監督『千と千尋の神隠し』
- 2001年 日本マンガ学会設立
- 2001年 文化芸術振興基本法
*第9条で「メディア芸術」として、漫画、アニメーションが定義される。
- 2001年 Cure Maid Café オープン
*メイドカフェの誕生と言われる
- 2001年 東浩紀『動物化するポストモダン』講談社
- 2001年 清水勲『日本近代漫画の誕生』山川出版社
- 2001年 平田オリザ『芸術立国論』集英社
- 2002年 宮崎駿監督『千と千尋の神隠し』
* (英語タイトル *The Spirited Away*)
*ベルリン国際映画祭金熊賞
- 2002年 知的財産立国宣言
- 2002年 知的財産基本法公布 (2003年3月施行)
- 2002年 日本知財学会設立
- 2002年 東京工芸大学芸術学部アニメーション学科開設
*日本ではじめてのアニメーション学科
- 2002年 文部科学省文化審議会答申「文化を大切にす社会の構築

- について」
- * 「メディア芸術の振興」
 - 2002年 経団連『エンターテインメント・コンテンツ産業の振興に向けて』
 - 2002年 日本マンガ学会編『マンガ研究』創刊
 - 2002年 Douglas McGray. “Japan’s Gross National Cool” (*Foreign Policy*. May/June)
 - * 「クール・ジャパン」を提唱。
 - 2002年 ジャクリーヌ・ベルント監修『日本マンガを知るためのブック・ガイド』アジアMANGA サミット実行委員会
 - 2002年 日韓ワールド・カップ
 - 2002年 文化庁政策課 文化芸術の振興に関する基本的な方針
 - * 「第2 文化芸術の振興に関する基本的施策」の「(2) メディア芸術の振興」の中で「漫画、アニメーションなどの海外発信及び国内外の映画祭等への出品等を推進」が謳われている。
 - 2002年 横山隆一記念まんが館開館
 - 2002年 国土交通省「グローバル観光戦略」
 - 2003年 SONY、Blu-ray 発売
 - 2003年 ビジット・ジャパン・キャンペーン、スタート
 - 2003年 東映アニメーションギャラリー開館
 - 2003年 水木しげる記念館開館
 - 2003年 青梅赤塚不二夫会館開館
 - 2002年 独立行政法人国際観光振興機構設立
 - 2003年 宮崎駿監督『千と千尋の神隠し』
 - * 米アカデミー賞長編アニメ賞受賞
 - 2003年 国際交流研究会『新たな時代の外交と国際交流の新たな役割—世界世論形成への日本の本格的参画を目指して—』国際交流基金
 - * 「Gross National Cool (国民総精彩)」「Japanese Cool」「マンガ、アニメーション」に言及。

- 2003年 文化庁 映画振興に関する懇談会「これからの日本映画の振興
について」(提言)
- 2003年 ダグラス・マッグレイ／神山京子訳「〈ナショナル・クールとい
う新たな国力〉世界を闊歩する日本のカッコよさ」(『中央公
論』第118巻第5号、中央公論新社)
*2002年に原文は発表。
- 2003年 杉並アニメ資料館開館
- 2003年 山村浩二監督『頭山』
*アヌシー・クリスタル、グランプリ
*日本での発表は2002年
- 2003年 山口情報芸術センター開館
- 2003年 経団連『エンターテイメント・コンテンツ産業の振興に向け
て』
- 2003年 第1回国際文化フォーラム(以降毎年開催)
- 2003年 Leith Morton. *Modern Japanese Culture.*
- 2004年 Gree 運営開始
- 2004年 中野晴行『マンガ産業論』筑摩書房
- 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
- 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デジ
タルコンテンツ専攻開学
- 2004年 Paul Gravett. *Mang: Sixty Years of Japanese Comics.*
- 2004年 ベルソン、ブレムナー／酒井泰介訳『巨額を稼ぎ出すハロー
キティの生態』東洋経済新報社
- 2004年 大塚英志『「おたく」の精神史—1980年代論』
- 2004年 夏目房之介『マンガ学への挑戦』NTT出版
- 2004年 津堅信之『日本アニメーションの力』NTT出版
- 2004年 山口泰男編『日本のアニメ全史』テン・ブックス
- 2004年 Joseph S. Nye, Jr. *Soft Power: The Means To Success in
World Politics.*

- *ソフト・パワーについて本格的に論じる。
- 2004年 ジョセフ・S・ナイ／山岡洋一訳『ソフト・パワー』日本経済新聞社
- 2004年 奥野卓司『日本発イット革命』岩波書店
- 2004年 Ken Belson and Brian Bremner. *Hello Kitty: The Remarkable Story of Sanrio and the Billion Dollar Feline Phenomenon.*
- 2004年 押井守監督『イノセンス』
- 2004年 中野独人『電車男』新潮社
- 2004年 中島哲也監督『下妻物語』
- 2004年 外務省機構改革
- *広報と文化交流部門を統合し、広報文化交流部を設置
- 2004年 国土交通省『「ジャパン・ブランド("J-Brand")」イニシアティブ構想～21世紀の「日本ブランド」戦略から』
- 2004年 コンテンツ産業国際展開行動計画WG報告『我が国コンテンツ産業国際展開に向けた提言』経済産業省文化情報関連産業課
- *コンテンツ産業としてマンガやアニメを取り上げる。
- 2004年 コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律（コンテンツ産業振興法）
- 2004年 デジタルコンテンツ協会編『ソフトパワー時代の国家戦略コンテンツビジネス』デジタルコンテンツ協会
- 2004年 『外交フォーラム』（特集：クール・ジャパン）（通巻第191号、都市出版）
- 2004年 山村浩二監督『頭山』
- *ザグレブ国際アニメーション映画祭グランプリ
- 2004年 宮崎駿監督『ハウルの動く城』
- *9月、ヴェネチア国際映画祭で、技術貢献賞
- *11月、日本で一般公開
- 2004年 「文化外交の推進に関する懇談会」設置（小泉総理）
- 2004年 お茶の水女子大学比較日本学研究センター設立

- 2004年 ニンテンドウ DS 発売
- 2005年 平成 16 年度国土施策創発調査『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』国土交通省総合政策局観光地域振興課／経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課／文化庁文化庁芸術文化課
- 2005年 Sue Beeton. *Film-Induced Tourism*.
- 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
- 2005年 愛知万国博覧会
- 2005年 大塚英志『「ジャパニメーション」はなぜ敗れるか』角川書店
- 2005年 杉並アニメーションミュージアム開館
- 2005年 「COOL JAPAN～発掘！カッコイイ日本～」(NHKBS 放送開始)
- 2005年 第 1 回東京ガールズコレクション
- 2005年 津堅信之『アニメーション学入門』平凡社
- 2005年 宮台真司・江川達也他『サブカル「真」論』ウェイツ
- 2005年 堀田純司『萌え萌えジャパン』講談社
- 2005年 文化外交の推進に関する懇談会『「文化交流の平和国家」日本の創造を』
*ジャパン・クールへの言及がある。
- 2005年 『中央公論』（特集：今こそ本気で文化外交を）(第 120 巻第 10 号) 中央公論新社
- 2005年 『「新日本様式」の確立に向けた一世界に日本の伝統文化を再提言する一』
- 2005年 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 『ワンダーJAPAN』（三オブックス）創刊
- 2005年 本田透『電波男』三オブックス
- 2005年 本田透『萌える男』筑摩書房
- 2005年 杉並アニメーションミュージアム会館

- 2006年 ソニー、アメリカでリーダー発売
- 2006年 日本デジタルゲーム学会設立
- 2006年 京都国際マンガミュージアム開館
- 2006年 東京アニメセンター会館
- 2006年 アンパンマン子供ミュージアム開館
- 2006年 杉山知之『クール・ジャパン 世界が買ったがる日本』祥伝社
- 2006年 堀淵清治『萌えるアメリカ』日経BP社
- 2006年 中村伊知哉・小野打恵編『日本のポップパワー』日本経済新聞社
- 2006年 四方田犬彦『「かわいい」論』筑摩書房
- 2006年 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」(於：デジタルハリウッド大学)
*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。
- 2006年 京都精華大学マンガ学部開設
*日本で最初のマンガ学部
- 2006年 「今後の国際文化交流のあり方」
- 2006年 農林水産省「海外における日本食レストランの現状について」
- 2006年 Anne Allison. *Millennial Monsters: Japanese Toys and the Global Imagination.*
- 2006年 Roland Kelts. *Japanamerica.*
- 2006年 杉浦由美子『腐女子化する世界』中央公論新社
- 2006年 杉浦由美子『オタク女子研究 腐女子思想大系』原書房
- 2006年 パトリック・マシアス/町山智浩編訳『オタク・イン・USA』太田出版
- 2006年 任天堂、Wii 発売
- 2007年 『ユリイカ』(特集：腐女子マンガ大系、臨時増刊号) 青土社
- 2007年 お茶の水大学大学院人間文化創成科学研究科比較社会文化学専攻国際日本領域設置
- 2007年 観光立国推進基本法

- 2007年 「文化発信戦略に関する懇談会」発足（文化庁長官裁定）
- 2007年 岩渕功一『文化の対話力』日本経済新聞社
- 2007年 綿貫健治『ソフトパワー・コミュニケーション』学文社
- 2007年 ケルツ／永田医訳『ジャパナメリカ』ランダムハウス講談社
*Roland Kelts. *Japanamerica* の翻訳。
- 2007年 海外交流審議会「日本の発信力強化のための5つの提言」
- 2007年 「文化芸術の振興に関する基本的な方針（第2次基本方針）」
- 2007年 国土交通省総合政策局『日本のアニメを活用した国際観光交流等の拡大による地域活性化調査報告書』（平成18年度国土施策創発調査）
- 2007年 外務省、国際漫画賞の創設
- 2007年 コンテンツグローバル戦略研究会『コンテンツグローバル戦略報告書 最終とりまとめ』（コンテンツグローバル戦略研究会事務局：経済産業省商務情報政策局）
- 2007年 Japan 国際コンテンツフェスティバル（～10月）
*2007年より毎年秋に開催。
- 2007年 『BRUTUS』（特集：WHY?WHAT?クール・ジャパン!）（第5793号）マガジンハウス
- 2007年 『2008 オタク産業白書』メディアクリエイト
- 2008年 岡田斗司夫・唐沢俊一『オタク論!』
- 2008年 前田大輔・増田愛子「アニメの聖地 巡礼中」（『朝日新聞』7月26日夕刊）
- 2008年 北海道大学観光学高等研究センター「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へ」（『日本経済新聞』8月19日）
- 2008年 石森秀三「視点 日本の観光48」（『観光経済新聞』8月23日）
- 2008年 コンテンツ学会設立
- 2008年 『Forbes（日本版）』（特集：外国人観光客を日本に呼び込め）（第17巻第6号）ぎょうせい
- 2008年 『文化資源マネジメント論集』（No.1～No.14）（～2009年）

北海道大学大学院国際広報メディア観光学院文化資源マネジメント研究室

- 2008年 佐々木一成『観光振興と魅力あるまちづくり』学芸出版社
- 2008年 江藤茂博『オタク文化と蔓延する「ニセモノ」ビジネス』戎光祥出版
- 2008年 宮元健次『日本の美意識』光文社
- 2008年 近藤誠一『文化外交の最前線にて』かまくら春秋社
- 2008年 大塚英志・東浩紀『リアルのゆくえ』講談社
- 2008年 観光庁設置
- 2008年 知的財産戦略本部コンテンツ・日本ブランド専門調査会『デジタル時代におけるコンテンツ振興のための総合的な方策について』
- 2008年 学習院大学大学院人文科学研究科身体表象文化学専攻開設
- 2008年 東京芸術大学大学院映像研究科アニメーション専攻開設
- 2008年 宮崎駿監督『崖の上のポニョ』
- 2008年 大藁友和『世界「文化力戦争」大図鑑』小学館
- 2008年 『COOL JAPAN 発掘！かっこいいニッポン』ランダムハウス講談社
- 2008年 北京オリンピック開催
- 2008年 外務省、『ドラえもん』をアニメ大使に任命
- 2008年 外務省、中川翔子を第1回カワイイ大使に任命
- 2008年 押井守監督『スカイクロラ』
- 2009年 社団法人日本玩具協会、日本おもちゃ大賞開始
- 2009年 コンテンツ文化史学会設立
- 2009年 文化発信戦略に関する懇談会報告書『日本文化への理解と関心を高めるための文化発信の取組について』文化発信戦略に関する懇談会
- 2009年 榎本秋編『オタクの面白いほどわかる本』中経出版
- 2009年 鳶信彦『日本の「世界商品」力』集英社
- 2009年 竹内オサム『本流！マンガ学』晃洋書房

- 2009年 夏目房之介・竹内オサム編『マンガ学入門』ミネルヴァ書房
- 2009年 E. John Ingulsrud and Kate Allen. *Reading Japan Cool*.
- 2009年 Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia*.
- 2009年 Mark I. West, editor. *The Japanification of Children's Popular Culture*.
- 2009年 加藤久仁生監督『つみきのいえ』
*第81回米アカデミー賞短編アニメ賞受賞
- 2009年 滝田洋二郎監督『おくりびと』
*第81回米アカデミー賞外国語映画賞受賞
- 2009年 知的財産戦略本部コンテンツ・日本ブランド専門調査会『日本ブランド戦略～ソフトパワー産業を成長の原動力に～』知的財産戦略本部コンテンツ・日本ブランド専門調査会
- 2009年 知的財産戦略本部『知的財産推進計画2009』
- 2009年 日本ブランドの確立と発信に関する関係省庁連絡会議『日本ブランド戦略アクションプラン』
- 2009年 櫻井孝昌『アニメ文化外交』筑摩書房
- 2009年 櫻井孝昌『世界カワイイ革命』PHP研究所
- 2009年 古賀令子『「かわいい」の帝国』青土社
- 2009年 佐々木隆『新しい国際文化交流』多生堂
- 2009年 鳩山由紀夫内閣発足（民主党を中心にした政権交代）
- 2009年 『新成長戦略（基本方針）～輝きのある日本へ』閣議決定
- 2009年 『自治体国際化フォーラム』（特集：世界に羽ばたく日本のポップカルチャー クール・ジャパンから発信される地域の魅力）（第241号）自治体国際化協会
- 2009年 『まほら』（特集：オタクツーリズム）（第60号）旅の文化研究社
- 2009年 北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チーム編『メディアコンテンツとツーリズム』北海道大学観光学部高等研究センター
- 2009年 『観光におけるサブカルチャー——コンテンツの活用に関する調査

- 研究』財団法人中部産業活性化センター
- 2009年 河島伸子『コンテンツ産業論』ミネルヴァ書房
- 2009年 出口弘・田中秀幸・小山友介編『コンテンツ産業論』
- 2009年 清谷信一『ル・オタク フランスおたく物語』講談社
- 2009年 杉浦由美子『101人の腐女子とイケメン王子』原書房
- 2009年 谷川建司他編『拡散するサブカルチャー』青弓社
- 2009年 Yannan Li. *Japanese Boy-Love Manga and the Global Fandom.*
- 2009年 Hiroki Azuma. Jonathan Abel and Shion Kono, translators. *Otaku: Japan's Database Animals.*
*東浩紀『動物化するポストモダン』の英訳。
- 2009年 米沢嘉博記念図書館
- 2010年 アップル、i-Pad 発売
- 2010年 東京工芸大学芸術学部ゲーム学科開設
- 2010年 上海万国博覧会
- 2010年 菅直人内閣発足
- 2010年 『日経グローバル』(特集:「クール・ジャパン」から「クール・ローカル」へ ポップカルチャーを地域振興に生かす)(第141号)日本経済新聞社産業地域研究所
- 2010年 佐々木隆『「クール・ジャパン」としてのマンガ/アニメの現状と展望について』多生堂
- 2010年 佐々木隆『文化交流から文化外交へ』イーコン
- 2010年 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 櫻井孝昌『日本はアニメで再興する』角川グループパブリッシング、アスキーメディアワークス
- 2010年 松本零士『未来創造』角川書店
- 2010年 東浩紀編『日本的想像力の未来—クール・ジャパノロジーの可能性』NHK出版協会
- 2010年 井形慶子『日本人の背中』集英社
- 2010年 川口盛之助『世界が絶賛する「メイド・バイ・ジャパン」』ソフ

トバンククリエイティブ

- 2010年 小田切博『キャラクターとは何か』筑摩書房
- 2010年 仲川秀樹『“おしゃれ”と“カワイイ”の社会学』学文社
- 2010年 増沢敏之『物語を旅するひとびと』彩流社
- 2010年 Toni Johnson-Woods. *Manga: An Anthology of Global and Cultural Perspectives.*
- 2010年 『日本語』(特集: COOL JAPAN 世界が好きな日本文化)(第23巻第5号) アルク
- 2010年 安田誠『図説ご当地娘百科』幻冬舎コミックス
- 2010年 ドリルプロジェクト編『聖地巡礼 NAVI—アニメ&コミック』飛鳥新社
- 2010年 『萌えコレ! (MOE COLLE) —日本縦断! 萌えキャラ&萌えおこし総合ガイド』(ムック) 三栄養書房
- 2010年 限界小説研究会編『サブカルチャー戦争—「セカイ系」から「世界内線」へ』南雲堂
- 2010年 経済産業省『「文化産業」立国に向けて—文化産業を21世紀のリーディング産業に』
- 2010年 経済産業省製造産業局 クール・ジャパン室設置
- 2010年 Héctor García. *A Geek in Japan.*
- 2010年 Anitonia Levi, Makr McHarry and Dru Pagliassotti, editors. *Boys' Love Manga.*
- 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 スタジオ・ハードデラックス編『ボーカロイド現象』PHP研究所
- 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
- 2011年 日本映画大学映画学部映画学科開設
- 2011年 竹田恒彦『日本はなぜ世界でいちばん人気があるのか』PHP研究所
- 2011年 Thorstein Botz-Bornstein. *The Cool-Kawaii.*

- 2011年 アップル、iPad2 発売
- 2011年 佐々木隆『日本文化ブームから文化外交まで』イーコン
- 2011年 山村高淑『アニメ・マンガで地域振興』東京法令出版
- 2011年 『コンテンツツーリズム研究』発刊開始（北海道大学大学院国際
広報メディア・観光学院文化資源デザイン（山村高淑）研究
室
- 2011年 コーエン／浜野志保訳／田中秀臣監修『創造的破壊』作品社
- 2011年 斎藤環『キャラクター精神分析』筑摩書房
- 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設
予定

*参考にした文献もこの関連年表に記載した。

エピローグ

本資料は11年12月10日の模擬授業用の資料である。当日はpowerpointや資料の展示なども行うが、それを補うものである。大学の授業は通常90分で行われるが、模擬授業は30分～50分で行われることが多い。なお、この資料は通常の大学の授業の約4回分のものである。模擬授業ではこの4回を圧縮して1回で行うので、深く触れることはできない。なお本資料はインターネット講座「佐々木隆研究室」で公開している「ポップカルチャーとしての『オタク文化』」（2011年9月1日公開）からの抜粋である。

2004年開学の武蔵野学院大学国際コミュニケーション学部で「国際文化交流」の科目を担当することになったこと、その後教職課程における教職に関する科目で「英語科教育法」を担当することも視野に入れていたため、マンガ／アニメを講義・授業の中でどのように取り扱っていくかここ数年試行錯誤していた。そんな中、2010年に担当した武蔵野学院大学大学院修士課程の「国際文化交流特殊演習」の受講生がゲームを中心にしたソフトウェア文化を研究していたこともあり、私自身も急速にこの分野の取りまとめを行うようになり、本書につながっている。この大学院生・鄭玄青くんがいなければ、私自身も取りまとめはかなりのんびりしていたものになっただろう。しかし、世の中が変化していくスピードをみれば、そんな時間的な余裕はないことは明らかだ。

さて、2011年4月に本務校である武蔵野学院大学大学院国際コミュニケーション研究科に日本で初めての日中コミュニケーション専攻博士後期課程が設置された。私自身も「国際文化交流特殊研究」「研究指導」の担当者として着任することとなった。以前より大学院や大学で国際文化交流や映像表現に関する講義を担当しているが、その中ではクール・ジャパン、マンガやアニメ、観光庁も扱っている。こうした流れの中で「オタク」や「オタク文化」「オタクツーリズム」を取り扱うことになった。

本書の内容はこれまで発表したものも含め、大学院や大学での講義で実際に使用した資料や私自身が講義のために準備した資料を基にしていることもあり、できる限り客観的事実を重視した。資料をどのように活用し、進める

かは利用者側の考え方が反映されよう。本書は講義用の資料としてはまだまだ未完であるが、教育や研究は教員が学生に一方的に与えるものではなく、むしろ、互いのコミュニケーションから新たな方向が生まれてくるものと信じている。その意味では本書もひとつのきっかけづくりになればと思う。

なお、本書の執筆にあたりこれまで私自身が発表したもので特に関係のある最近のものは以下の通りであるが、今後は紙媒体に拘らずにホームページやブログなどを通して積極的に発信していきたいと考えている。実際にウェブ上からの引用を私自身が行うこともあれば、反対に私自身が発信したものを引用されるといった事が起きているからだ。これも時代の流れということになるのか。

著書

『国際文化交流』（石倉誠文堂、2005年7月）

『国際文化交流論』（石倉誠文堂、2006年12月）

『新しい国際文化交流論』（多生堂、2009年9月）

『クール・ジャパン マンガ／アニメの今後の展望について』（多生堂、2010年4月）

『文化交流から文化外交へ』（イーコン、2010年10月）

『日本文化ブームから文化外交まで』（イーコン、2011年5月）

論文等

「気になる言葉④ メディア芸術」（『むらおさ』第7号、2008年1月）、4～8頁

『クール・ジャパン』とは何か」（『武蔵野学院大学日本総合研究所研究紀要』第7輯、武蔵野学院大学日本総合研究所、2010年3月）、47～56頁

「文化交流から文化外交へ」（『武蔵野学院大学日本総合研究所研究紀要』第7輯、武蔵野学院大学日本総合研究所、2010年3月）、57～66頁

「日本文化ブームからジャパン・クールへー日本研究の行方」（『日本の中の異文化』第7号、日本異文化研究会、2010年9月）、12～23頁

「気になる言葉⑩ hikikomori」（『むらおさ』第13号、2011年1月）、1～

7 頁

「現代美意識としての『カワイイ』」(『武蔵野学院大学日本総合研究所研究紀要』第8輯、武蔵野学院大学日本総合研究所、2011年3月)、103~110 頁

「気になる言葉⑩ オタク/オタク文化」(『むらおさ』第14号、2011年7月)、4~11 頁

webによる公開 (イーコンのインターネット講座)

「文化交流から文化外交へ」(全30回 完結、2010年1月~5月)

「日本文化ブームから文化外交へ」(全9回 完結、2010年10月~2010年12月)

「ポップカルチャーとしての『オタク文化』」(全1回完結、2011年9月)

webによる公開 (ブログ)

「子どものための外国文学」(2009年5月6日~26日) (全26回)

「ファンタジーの一考察」(2009年5月27日~7月3日) (全34回)

「文学と科学—ロボットを中心に—」(2009年7月20日~9月22日) (全36回)

「こども学に関する一考察」(2009年10月3日~12月6日) (全37回)

「英米文学に見るこども学」(2010年2月8日~9月27日) (全47回)

「オタク文化考」(2011年8月20日~現在に至る)

講演・研究発表等

「文化交流から文化外交へ—日本文化ブームの今後の行方—」(比較文化史学会 研究発表大会、2010年1月)

「メディア芸術の行方—教育・研究とデジタルコンテンツ」(比較文化史学会 研究発表大会、2011年1月)

公開講座・模擬授業等

「漫画から見える異文化理解」(武蔵野学院大学・武蔵野短期大学 模擬授業、

2008年8月)

「英文学ア・ラ・カルト―シェイクスピアから J.K.ローリングまで―」(武蔵野学院大学・武蔵野短期大学・日本総合研究所 公開講座、1998年10月)

「アニメに見る異文化理解」(武蔵野学院大学・武蔵野短期大学 模擬授業、2009年3月)

「文学を考える―児童文学・ファンタジー・科学」(武蔵野学院大学・武蔵野短期大学 模擬授業[埼玉県立福岡高等学校]、2009年12月)

「子どものための外国文学」(武蔵野学院大学・武蔵野短期大学 シニア・カレッジ子育て支援学科、2010年1月)

「文学と科学―ロボットを中心に―」(武蔵野学院大学模擬授業、2010年1月)

「外国文学とロボット」(武蔵野学院大学・武蔵野短期大学 コラボレーション講座、2010年6月)

「マンガで学ぶ英語」(武蔵野学院大学 模擬授業、2010年8月)

「マンガとアニメと教育」(武蔵野学院大学 模擬授業、2010年12月)「マンガ/アニメと文学」(武蔵野学院大学 模擬授業[埼玉県立桶川高等学校]、2011年1月)

「マンガとアニメで知る国際コミュニケーション」(武蔵野学院大学 模擬授業、2011年1月)

おもな授業担当

「国際文化交流」「英米文学史」(武蔵野学院大学国際コミュニケーション学部国際コミュニケーション学科、2004年度～現在に至る)

「映像表現論」(武蔵野学院大学国際コミュニケーション学部国際コミュニケーション学科、2010年度～現在に至る)

「国際文化交流特殊講義」(武蔵野学院大学大学院国際コミュニケーション研究科国際コミュニケーション専攻修士課程・博士前期課程、2007年度～現在に至る)

「国際文化交流特殊演習」(武蔵野学院大学大学院国際コミュニケーション研

究科国際コミュニケーション専攻修士課程・博士前期課程、2007 年度～
2011 年度)

「国際文化交流特殊研究」(武蔵野学院大学大学院国際コミュニケーション研
究科日中コミュニケーション専攻博士後期課程、2012 年度開講予定)

なお、上記以外のものについてはHP「佐々木隆研究室」(<http://www.ssk.econfn.com>)で公開しているのでご覧戴きたい。また、ブログ「佐々木隆研究室パート2」(<http://geocities.yahoo.co.jp/gl/ssk2000takashi>)も併せてご覧いただきたい。



(撮影筆者 於：軽井沢 2011 年 8 月)

オタク文化がニッポンを救う

著 者 佐々木 隆

発行所 武蔵野学院大学佐々木隆研究室

発行日 2011 年 12 月 1 日

連絡先 takashi.sasaki@u.musa.ac.jp

COPYRIGHT@TAKASHI SASAKI ALL RESERVED

無断転載（インターネット等を含む）を禁じます