

# オタクを作る資本とは -量的調査と分析から見えるもの-

## What is Cultural Capital of Otaku: A Study Based on Analysis of Social Survey Data

板倉 享平<sup>1</sup>  
Kyohei ITAKURA

<sup>1</sup>立命館大学大学院 社会学研究科 研修生 Graduate School of Sociology, Ritsumeikan University

**要旨**・・・Bourdieuによれば、趣味の選択には経済資本や文化資本によって決定される社会階層が強い影響を与えている。これに沿うならば、〈オタク〉がアニメや漫画を見るような趣味を選択した背景にも社会階層による影響が考えられる。しかし、量的調査の結果を分析したところ〈オタク〉には社会階層的特徴は見られず、オタク文化に堪能な友人や知人との社会関係資本である「オタク文化資本」が影響していることがわかった。

**キーワード** オタク, 量的調査, 因子分析, 重回帰分析, オタク文化資本

### 1. はじめに

〈オタク〉という存在は今やすっかり市民権を得て、自称する人も珍しくない。〈オタク〉が社会の中で波及するに伴って〈オタク〉の研究も増加しているが、依然として未開の部分が多い。例えば、〈オタク〉がどのような社会的属性や特徴を有しているのかは先行研究で明らかにされていない点である。Bourdieuは『ディスタンクシオン』において、趣味の選択には社会階層と、そこから生じる資本が生み出す「ハビトゥス」が影響を与えていることを主張している。それに照らし合わせるならば、漫画やアニメといったコンテンツを楽しむといった〈オタク〉趣味を選択した背景にも、本人の社会階層や資本が関係していると考えられる。本稿では、2013年夏に実施した量的調査で得られたデータを分析することで〈オタク〉が集中している社会階層を明らかにし、〈オタク〉に必要な資本にはどのようなものが大きな役割を果たしているのか、考察を加えることを目的とする。

### 2. 先行研究と〈オタク〉の定義について

これまでの〈オタク〉研究では経済学の他、文化論や若者論、メディア論など多様な観点から研究が進められており、その内容は大きく二分できる。一方は、〈オタク〉の経済的な行動や消費の特徴について検討されている研究である。具体的には、児玉ほか(2007)の「特定ユーザーのための嗜好分析パターン抽出の一手法」や、小野(2010)の「ホビー市場における消費行動と社会的相互作用」、神澤(2007)の「二極化するキャラクター消費：マンガ・アニメ産業からみたキャラクター消費行動の考察」などが存在する。もう一方は、〈オタク〉の文化的特徴や内面性についてアプローチした研究である。これには大澤(1996)が『電子メディア論』の付録として書いている「オタク論」や、東(2001)の『動物化するポストモダン』、宮台ら(2014)による『オタク的想像力のリミット』が代表的なものとしてあげられる。しかし、〈オタク〉に関する先行研究では主に論説や、歴史的視座からのアプローチ、インタビュー調査などが中心で、量的調査とデータ分析はほとんど行われていない。

また、これら先行研究における〈オタク〉の定義は一定ではない。どの研究においても同じ〈オタク〉を指していながら、微妙な差異が認められる。例えば、東は〈オタク〉を、漫画、アニメ、ゲーム、PC、特撮、フィギュアなど互いに深く結びついたサブカルチャー群に耽溺する人々とし、また、これら文化を「オタク系文化」として総称している(東 2001: 8)。辻と岡部は、いまさら〈オタク〉の定義をすることは必要ないとしつつも、共通理解としての〈オタク〉の定義を、対人関係が苦手でありつつ、アニメやゲームと言った虚構や想像上の世界との親和性が高いために、それに関連した活動においては非常に高い能力を発揮することもあるような人々としている(辻、岡部 2014: 8)。いくつかの定義が存在しているが、残念ながらどの定義にも不確実と思われる部分が存在している。その原因は幾つか考えられる。まず、〈オタク〉という言葉が誰を指してい

るのか、人や場面によって異なっていることが原因として考えられる。例えば、ただアニメを視聴している人のことを指して使う場面があれば、特定の何かに詳しい人を指して〇〇〈オタク〉と呼ぶ場合もある。あるいは、ただ対人関係が苦手な人を〈オタク〉と呼ぶ場合もある。また、別の原因として多種多様な〈オタク〉が現れ、それぞれが個別の存在として認識していることも要因として考えられる。例えば、女性の〈オタク〉の代名詞として「腐女子」という呼び方が有名である。しかし、「女性のオタク」≠「腐女子」なのである。「腐女子」とは特に男性キャラクター同士の恋愛を想像し、楽しむような人たちのことを指している<sup>1</sup>。このように〈オタク〉の中でも好きなジャンルなどによって別個の呼称が付き、一見同じ〈オタク〉に見えるが、当の〈オタク〉たちはそれぞれ別の存在として認識していることが〈オタク〉の定義を複雑化させている原因になっている。また、近年の〈オタク〉は他の属性とも関わりを見せていることも理由の一つとして考えられる。例えばファッション雑誌の中でアニメの特集が組まれたり、ギャルがアニメや漫画を積極的に見たり、アニメや漫画を見るものが「特殊な趣味」から「普通の趣味」へと変化するに従って〈オタク〉的であることの特異性が薄まりつつあることも原因と考えられる。

このような事情から、もはや万人に当てはまるような〈オタク〉の定義は存在し得ないと言っても過言ではない。研究などにおいて〈オタク〉を定義する必要がある場合には、様々な先行研究や議論を参考にしつつ、それぞれの研究目的にあった妥当性のある〈オタク〉の定義を提示し、場合によっては裏付けとなる社会調査のデータを、定量、定性に関わらず用意する必要がこれからの〈オタク〉研究では求められるであろう。

### 3. 量的調査による〈オタク〉の計測と調査の概況

まず筆者は、この複雑な実態を持つ〈オタク〉を量的調査によって計測しようとした。しかし、定義が複雑化している〈オタク〉を一つの質問だけで観測することは難しい。そこで、観測が難しい〈オタク〉という概念を測定するために複数の設問を用意し、分析することで実現しようとした。〈オタク〉は趣味や行動、セルフアイデンティティなど様々な要素が複雑に絡み合っており、観測が難しいと考えられるために単一の設問ではなく、複数の設問を使って計測する必要があると判断し、設問の設定を行った。本稿で扱う量的調査データは、2013年に行われた調査プロジェクトで採取されたものになる<sup>ii</sup>。調査対象者は東京都在住の20歳～49歳で、有効回収数は1404人であった。設問は、「a. 自分の事をオタクだと思う」、「b. オタク系イベントに参加してみたい」、「c. 日本のアニメや漫画に詳しい友人や知人がいる」、「d. インターネット上で音楽、映画、アニメ、書籍などの作品批評をする」、「e. 音楽や映像作品などの創作活動をしてみたい」、「f. 漫画や小説などの創作活動をしてみたい」、「g. 身の回りに音楽や映像作品などの創作活動をしている友人や知人がいる」、「h. 身の回りに漫画や小説などの創作活動をしている友人や知人がいる」、「i. コスプレに興味がある」、「j. 自分の趣味に当てる自由時間が充分にある」、「k. 自分の趣味に当てるお金が充分にある」、「l. アニメを頻繁に見ている」、「m. 漫画を頻繁に読んでいる」、「n. 動画共有サイトを頻繁に利用する」、「o. インターネット掲示板を頻繁に利用する」の15項目である。設問は、岡田斗司夫が提唱した「オタク第三世代」の定義を参考にして設定した。この「オタク第三世代」とは、若年層に多く、漫画やアニメといったコンテンツを愛好し、キャラクターに対して「萌え」ることが出来る〈オタク〉のことである(岡田2008)。〈オタク〉が愛好するもののジャンルが漫画やアニメだけではなく鉄道や、パソコン、アイドルなど様々な存在している中で、敢えて漫画やアニメを主として愛好している〈オタク〉の定義を設問設定の参考として採用した理由には、この「オタク第三世代」の定義が現在社会における〈オタク〉の一般認識に最も近いという点が挙げられる。長田・鈴木(2009)は、同様の理由から「第三世代」を〈オタク〉の定義として採用している。また、筆者は〈オタク〉が消費者と違う点は自ら情報発信や創作活動を積極的に行う点であると考え、設問dからhまでに創作意欲などを問う設問を設定した。ここで実際の創作行動ではなく、創作意欲について質問しているのは調査対象の年齢層では仕事などが原因で自由時間があまり取れない人たちが多数存在していることを想定しているからである。これら15項目の設問が〈オタク〉という単一の概念に収まるかどうかを検証するために因子分析を行った。

### 4. 因子分析によって表される〈オタク〉

「オタク第三世代」の定義を基礎とした設問と、独自に設定した設問の計15項目を質問紙に組み込み、これらの設問への解答データを利用して因子分析を行った<sup>iii</sup>。実際の分析ではより精度の高い分析を行うために質問15項目のうち、規定の数値に満たない2項目を除外した13項目で分析を行なった<sup>iv</sup>。その結果、三つの因子が抽出され、それぞれ「オタク因子」、「創作因子」、「主観的資源因子」と名付けた。第一因子には、a、b、c、i、l、mの6項目が集まっており、セルフアイデン

ティティに関する項目、またアニメや漫画などのコンテンツに積極的にコミットするような特徴が集まっているため「オタク因子」と名付けた。第二因子にはd、e、f、g、hの5項目が集まっている。批評行動と創作意欲に関する項目が集中していることから「創作因子」と名付けた。また、第三因子にはj、kの2項目が該当する。お金や時間、つまり資源に関する項目がまとまっていることから「主観的資源因子」と名付けた。〈オタク〉という単一の概念だと想定していた15項目の設問は、三つの因子にわかれる結果となった。それぞれの因子同士の関連性を表す相関係数を見ると、どの組み合わせもプラス同士の相関が存在しており、「オタク因子」と「創作因子」が他の組み合わせよりも高い値となっていた。この因子分析によって抽出された第一因子である「オタク因子」を従属変数として、重回帰分析を行うことで〈オタク〉が集中している社会階層を明らかにしようとする。

## 5. 社会階層と〈オタク〉の関係性

Bourdieuは『ディスタンスシオン』において、社会階層と文化の関係性について様々な概念を用いながら説明を行なった。その中でBourdieuは好きな画家や音楽家が誰であるとか、どのようなジャンルを好むかといった趣味の傾向には自分の属している社会階層が強く影響を与えていることを指摘し、「ハビトゥス」という概念を用いて説明した。ハビトゥスとは潜在的な思考や行動原理のことを指しており、趣味選択だけに影響を与えている訳ではない。自身の倫理的性向である「ethos(エートス)」や、挙動や身のこなしの特徴を示す「身体的ヘクシス」、言葉遣いなどの言語的性向を特徴づけている「言語的ヘクシス」を包括した、行為者のあらゆる行動を規定している概念こそが「ハビトゥス」なのである(石井 1993 : 133, Bourdieu 1979=1989)。個人によって異なるハビトゥスであるが、経済資本と文化資本によって決定される社会的位置の特徴によって、ある程度はまとめることができる(石井 1993 : 167, Bourdieu 1979=1989)。つまり、社会階層の違いがハビトゥスという文化的な違いとして表出するのである。趣味選択は個人的な選択ではなく、ある程度は所属する社会階層によって決定づけられるということである。この、ハビトゥスを決定づけている経済資本とはその名の通り、所有する経済的な資本量のことである。一方、文化資本とは数で表せる経済資本とは異なり、定量化できないけれども社会ではある種の資本として機能する文化的要素の事である。またBourdieuはこの趣味選択の中に戦略性を見出している。趣味には「純粹趣味」や「野蛮趣味」といったいくつかの区分があり、このうちのどれを選択しているかが、その人の社会階層を示すことになる。つまり、趣味選択とは単純に何が好きかだけではなく、どの趣味を選ぶかによって自分がどのように見られるか選択するということでもある。また、相手の趣味を否定することも趣味選択の戦略性では重要な意味を持っている。例えば、高い文化資本と経済資本をもった人の趣味を否定することによって、自分の趣味が持つ「正統性」を獲得しようとするのである。

さて、この論理を受け入れるならオタク趣味を選択しているような人々、つまりオタクにはどのような社会階層的特徴が考えられるのだろうか。例えば、オタク趣味にはお金や時間が掛かることから高所得であり、また漫画やアニメだけではなく様々な知識を必要とすることから高学歴が多いと考えることもできる。しかし、オタクであることがアドバンテージとなる趣味選択の戦略性があるのだろうか。オタクはむしろ趣味選択の戦略性を捨てているのではないだろうか。オタクの共通理解として、特定のことに熱中しているという特徴が挙げられる。漫画やアニメについて、特に好きな作品について誰がなんとおおうと熱中する姿勢を崩そうとはしない。オタクのこのような姿勢は、趣味選択の戦略性を考慮していない根拠として考えられる。むしろオタクは趣味選択の戦略性を捨てたことによって、既存の作品を自分なりに書き換える同人誌など自由な二次創作を作りだせたとも言える。このような自分の趣味への姿勢を持ったオタクがある特定の社会階層に存在しているとは考えにくい。むしろオタクは特定の階層に集中していることは無いのではないだろうか。そして社会階層がもたらす資本は〈オタク〉であるための要因として説明しにくいと考えるならば、他にどのような「資本」が〈オタク〉を形作るために影響を与えているのだろうか。

## 6. 重回帰分析による検証と、オタク文化資本とは

オタクに共通でみられる階層的特徴の有無を検証する。検証のために、因子分析で抽出された「オタク因子」の因子得点を従属変数とした重回帰分析を行なう。独立変数として1.年齢、2.性別、3.本人の婚姻状態、4.現在の職業、5.本人の学歴、6.年収、7.政治観 (Right or Left)、8.創作因子、9.主観的資源因子を投入している。特に社会階層の特徴を示す変数は4.現在の職業、5.本人の学歴、6.年収、となる。4.現在の職業、6.年収は経済資本を図るための指標として、また5.本人の学歴は文化資本を図る指標として扱う。Bourdieuも実際に文化資本を図る指標としては学歴を使用しており、本稿においても採用している (Bourdieu, 1979=1989: 23)。各質問はわかりやすくするために一部の値を再割当している。まず、1.年齢はそのまま分析

に投入しており、2.性別は男性ダミー化を行ってから投入、3.本人の婚姻状態は既婚ダミー化、4.現在の職業は学生を含めた無職を基準に、ブルーカラー、下位ホワイトカラー、上位ホワイトカラーの四つに再割り当てを行い、それぞれダミー変数を作成した。そして、5.本人の学歴は、中卒を含めた高卒を基準に、高等専門学校と短期大学を一つにまとめた短大ダミー、4年制大学ダミー、大学院ダミーとして投入している。6.年収は桁が非常に大きくなるため、100万単位=1として値を再割当したものを直接投入している。7.政治観 (Right or Left) は質問自体が、1によるほど左派、10によるほど右派として1~10の数字を選択させる方式であったことから連続変数として投入した。マイナスの関係性が表出すれば左寄り、プラスの関係が見られたならば右寄りの政治観を持っていることになる。また、これらに加えて第二因子「創作因子」と第三因子「主観的資源因子」も「オタク因子」との相関関係が見られたことから、合わせて投入している。これらの項目の中で「オタク因子」との有意な関連性を示す要素が、オタクに共通した社会階層的特徴だと言える。結果は以下のようになる。

表1：基本統計量

	n	%		n	mean	SD	min.	max.
女性	565	40.2	年齢	1404	38.24	7.885	20	49
男性	839	59.8	年収	1399	9.82	18.688	1	17
婚姻状態			欠損値	5				
未婚	611	43.5	政治観	1392	15.79	28.876	1	10
既婚	749	53.3	欠損値	12				
死別	2	.1	創作因子	1358	.0000000	.93711423	-1.27603	2.72684
離婚	42	3.0	欠損値	46				
職業			主観的資源因子	1358	.0000000	.86525664	-1.40285	2.32294
上位ホワイト	367	27.2	欠損値	46				
下位ホワイト	669	49.6						
ブルーカラー	55	4.1						
無職・学生	258	19.1						
合計	1349	100.0						
欠損値	55							
学歴								
中・高卒	181	12.9						
短大・高専卒	244	17.5						
4年制大学卒	969	69.5						
大学院卒								
合計	1394	100.0						
欠損値	10							

表2：重回帰分析

	係数	標準誤差
定数	.312	.106
年齢	-.008 **	.003
性別(男性=1)	.195 **	.041
婚姻状態(既婚=1)	-.013 **	.038
職業(ref=無職、学生)		
上位ホワイトカラー	-.134	.059
下位ホワイトカラー	-.021	.048
ブルーカラー	.057	.101
学歴(ref=中・高卒)		
短大・高専卒	-.001	.001
4年制大学卒	-.009	.006
大学院卒	-.002	.063
収入	-.020	.054
政治観	.027	.070
創作因子	.650 **	.020
主観的資源因子	.196 **	.021
N	1298	
R <sup>2</sup>	.584	
adj R <sup>2</sup>	.580	

\*\*p<.05

重回帰分析の結果、年齢、性別、婚姻状態、「創作因子」、「主観的資源因子」の五つは有意確率5%以下を採用とすると有意であり、「オタク因子」との関連性が存在していると言える。それ以外の要素と「オタク因子」の関連性は今回の分析では見られなかった。社会階層を計る指標となる学歴、現在の職業、年収は「オタク因子」と関連性が見出せなかったことから「オタク因子」に共通で見られる社会階層的特徴が存在するとは言えない。一方、反応を示した三項目をまとめて表現すると、「オタク因子」に見られやすい共通の特徴は「若年の未婚男性」と言うことができる。確かに、オタクはこのような共通要素を持ちやすいように考えられる。しかしこの特徴は属性的特徴であって、階層的な特徴ではない。重回帰分析の結果からは社会階層、つまり経済資本や文化資本といった背景は「オタク因子」に何か影響を与えているとは考えにくい。

それでは、「オタク因子」に影響を与える「資本」とは存在していないのだろうか。そこで、今度は同じように有意であった「創作因子」に注目したい。そこで発見できることは友人や知人の存在が「オタク因子」に影響を与えているということである。「創作因子」では、「g. 身の回りに音楽や映像作品などの創作活動をしている友人や知人がいる」、「h. 身の回りに漫画や小説などの創作活動をしている友人や知人がいる」という項目が含まれている。同様に、「オタク因子」の中にも含まれていた項目には、「c. 日本のアニメや漫画に詳しい友人や知人がいる」という横の繋がりを示す項目が含まれていた。この結果から、周辺の間人間関係が「オタク因子」には強く影響を及ぼしていることが伺える。友人や知人など、これら横に繋がった社会関係資本こそがオタクになるための文化資本、つまり「オタク文化資本」と言えるのではないだろうか。Thorntonは、サブカルチャーにおける重要な資本として友人や知人の存在を挙げている(Thornton 1996: 10)。Bourdieuは趣味選択において、その人の経済資本や文化資本によって構成される個人のハビトゥスが影響することを挙げているが、Thorntonはそれに対して周りの人間関係こそが「資本」として影響を与えることを指摘している。人間関係を作ることは苦手とされてきたオタクにおいて、むしろ同じ趣味を持った友人・知人関係こそがオタクになるための「オタク文化資本」として作用していた。オタクは、個人が特定の趣味に没入していればなれるわけではなく、さらに周りにいるオタク達に影響を受けることによってオタクとして自認し、オタク的な行動を積極的に行うようになっていくのだと言える。

## 7. おわりに

今回の調査及びデータ分析からは、オタクにおける共通した社会階層的な特徴は発見できなかった。Bourdieuの主張するような経済資本や文化資本と言った要素はオタク趣味の選択には影響をしておらず、友人や知人と言った横の繋がりによる社会関係資本が、オタクになるための資本、つまり「オタク文化資本」として働いていることを示した。サブカルチャーにおいては、Thrononが指摘するように社会関係資本が強い影響力を持つ。但し、誰と友人・知人になるのかという選択をしている時点において、所有する経済資本や文化資本やハビトゥスが影響を与えている可能性については、今回の分析では考慮されていないことに注意しなければならない。しかし、漫画やアニメなどのコンテンツを楽しむような趣味には社会階層が影響しておらず、むしろ社会関係資本が強い影響を与えていることを裏付けるデータを示したことに本稿の意義があるといえる。

これまで〈オタク〉に関する議論では、〈オタク〉の経済的な動向と、〈オタク〉がどのような存在であるのか、定義に関する議論も含めて、数多く語られてきた。しかし、それが実際にどこまで正確な議論であるのかは証拠となるデータも無く、確認のしようがなかった。これには〈オタク〉に関する量的調査の数がまだ少なく、データが不足していることがその要因の一つとして考えられる。しかし、本稿においては〈オタク〉について考察するにあたり、量的調査を導入するという挑戦を行なった。その結果、〈オタク〉についてより具体的で客観的な姿を捉えること、また既存の理論をデータによって裏打ちすることができた。これからの社会文化研究やメディア研究では、言論分析やインタビューによる定性的研究だけではなく、このようなデータによる定量的研究を導入することで、より精度の高い議論を行なうことが出来るだろう。

## 参考文献

- 東浩紀, 2001, 『動物化するポストモダン オタクから見た日本社会』講談社
- 石井洋二郎, 1993, 『差異と欲望 -ブルデュー『ディスタンクシオン』を読む』藤原書店
- 大澤真幸, 1995, 『電子メディア論』新曜社
- 岡田俊夫, 2008, 『オタクはすでに死んでいる』新潮社新書
- 小野晃典, 2010, 「ホビー市場における消費行動と社会的相互作用」『三田商学研究』53(4): 11- 33
- 神澤孝宣, 2007, 「二極化するキャラクター消費 - マンガ・アニメ産業からみたキャラクター消費行動の考察」『宝塚造形芸術大学紀要』20: 159- 170
- 児玉理映子・石川千里・高田雅美・城和貴, 2007, 「特定ユーザーのための嗜好分析パターン抽出の一手法」『情報処理学会研究報告.MPS, 数理モデル化と問題解決研究報告』128: 61- 64
- 辻泉・岡部大介, 2014, 「今こそ、オタクを語るべき時である」宮台真司監修『オタク的想像力のリミット』筑摩書房: 7- 30
- 長田進・鈴木彩乃, 2009, 「都市におけるオタク文化の位置づけ - 秋葉原と池袋を舞台とする比較研究」『慶応義塾大学日吉紀要 社会科学』(20): 43- 72
- 宮台真司監修, 2014, 『オタク的想像力のリミット』筑摩書房
- Bourdieu, P., 1979, *La Distinction: Critique sociale du jugement*, Les Édition de Minuit. (=1989, 石井洋一郎訳『ディスタンクシオン I・II』新評論.)
- Thomson, S., 1996, *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Wesleyan University Press, Middletown.

## 補注

- <sup>i</sup> 「アニメを知らないあなたのためのアニメ入門サイト」anibu内, 2014年6月18日コラム「ここらではっきりしておきたい! 「腐女子」と「夢女子」の違いとは? 『腐女子編』」参考 <http://anibu.jp/fujoshi-yume-joshi-2177.html> (最終閲覧日 2014年10月10日)
- <sup>ii</sup> この調査は立命館大学と韓国の中央大学の共同プロジェクトであり、データの採取は日経リサーチ(<http://www.nikkei-r.co.jp>)に委託をした。このプロジェクトへの参加者はそれぞれの興味関心に従って独自に設問を設計・設定をしている。参加者は複数人いるが、今回の発表における仮説の設定から分析までは筆者が行なっている。
- <sup>iii</sup> 因子分析とは観測されたデータに潜んでいる潜在変数である「因子」を新たに作り出す分析手法である。因子を求める抽出法には、主因子法を用いた。軸の回転にはプロマックス回転を採用した。そして、固有値は1.0以上を適用とした。また、因子負荷量は0.4以上を採用している。
- <sup>iv</sup> 設問n及びoはどの因子においても因子負荷量が0.4未満だったために、不採用とした。
- <sup>v</sup> 年収は実額ではなく選択肢を選ぶ形の設問でたずねている。ここでは無収入を0、70万円未満を0.7、70万円以上150万円未満を1、として、以降150万円以上250万円未満を2、250万円以上350万円未満を3、のように、各カテゴリーの中間値に基づき値を割り振った。ただし、2300万円以上の場合は23となる。