

メディアが描く「推し活」 —メディア報道と表象の分析から

田島 悠来

【要旨】

本稿では、近年メディアによって描き出される「推し活」によって、「オタクイメージ」がどのように変化したのか、また、「推し活」に対していかなる社会的な意味が付与されているのかを、特に、「女性オタク」を対象を絞り、新聞記事を中心とするメディア報道、映像コンテンツの表象を分析することで明らかにする。

以上の結果、「推し活」という文脈により、「女性オタク」の活動/行為は、当事者間の個人的な関係性の追求のみならず、「社会貢献」として機能するものとして意味付けされていること、他者として「オタク」のなかでも排除されてきた「女性オタク」の存在を顕在化し、ステレオタイプに陥っていたイメージを多様化させる可能性があることを見いだせた。

キーワード：推し活、オタク、女性オタク、メディア表象

1. はじめに

近年、自身が愛好し応援する対象のことを「推し」、その行為を「推す」、そうした活動全般を「推し活」と呼ぶことが浸透していつている¹。同時に、

1 「推し活」については、当事者としての自らの語りから「推し活」とは何かを整理する横川（2021）、新型コロナウイルス感染症における自粛期間中のファン活動について「推し活」文脈から調査を試みる吉光（2021）、デジタル・ファンダム研究の射程からオンライン空間におけるファン活動（「推し事」）を労働として捉える大尾

「推し活」を行う人びとの姿がメディアによって映し出され、社会においていかなる意味や役割を持ち得るのかに焦点が当たっている。ここでの「推し」の対象は、俳優や歌手、スポーツ選手、そしてアイドル等、メディア上で有名性を獲得した者を指すのが一般的であるが、それは、生身の実体を伴う存在（以下「三次元」）ばかりではなく、マンガ、アニメやゲームのキャラクターといったバーチャルリアリティ（以下「二次元」）、それらを基にしたミュージカルや舞台作品の演者やアニメのキャラクターの声優（以下「二・五次元」）に至るまで、多岐に及んでおり、「推し活」の関連ショップやサービス、グッズも登場している。

猿渡によれば²、「推し活」の「推し」という概念が世の中に出始めたのは、2010、2011年の「AKB 選抜総選挙」（女性アイドルグループ AKB48 とその姉妹グループの楽曲を歌うメンバーを決めるためのイベント）の頃であり、「選抜総選挙＝ファンが好きなメンバーにお金をかけて投票を行い順位付けする＆その結果で CD や歌番組で歌うメンバーが決まる」という、ファンがアイドルの未来に主体的に関わるイベントとともに登場した新しい応援の概念であったという。しかし現在、10、20代の女性の間ではエンタメ関連にとどまらず美容・ファッション・ライフスタイル全般にまで広がっている。つまり、10年ほど前は一部のコアなアイドルファン、特に女性アイドルの男性ファンの中の専門用語であったものが、一般化し、女性を含め幅広く使用されるようになって今に至っている。

例えば、NHK の朝の情報番組『あさイチ』（NHK 総合、平日朝 8 時 15 分から）では、「人生が輝くヒケツ！ `推しのいる生活、のススメ」（2020 年 10 月 5 日放送）、「人生 & 社会を変える！ すごいで！ `推し活、パワー」（2021 年 1 月 6 日放送）と題し、二度に渡って「推し活」の特集回を放送する等、「推し / 推し活」をキーワードに度々関連情報を発信している。そのなかで

(2021) 等の関連文献・研究が存在する。また、「応援」という行為自体については、丹羽編（2020）。

2 猿渡輝也「「推し活」時代に進化するアイドルの価値 No.2 新しいアイドルとファンの応援の形～若者に広がる「推し活」とは何か」『電通報』2020 年 9 月 8 日 <<https://dentsu-ho.com/articles/7489>> 2021 年 9 月 24 日

は、「推し活」当事者の生の声と、番組史上最多の4万5,000件もの回答が得られた視聴者アンケートの結果を引きながら、「推しにあって考え方がポジティブになった」、「かけがえのない推し仲間に出会えた」、「家族との関係性が良くなった」といった「推し活」のポジティブな効果が紹介されている。加えて、「推し」にまつわる場所に赴いたり（聖地巡礼）、移住して地域活性化のために尽力したりする様子を映し出している。

また、こうした「推し活」は、小説、マンガ、テレビドラマ等さまざまなメディア・コンテンツにおいても描き出される機会が増しており、多くの人びとに受容されることで、社会的により高い関心を集めるようになっていとも言える。アイドルグループの男性メンバーを「推す」女子高校生を主人公に、「推し活」の様相や「推し」の存在の切実さを描いた宇佐見りんの小説『推し、燃ゆ』（河出書房新社、2020年）が第164回（2020年度下半期）芥川賞を受賞し話題を呼んだことは、その一例として挙げられよう。

一方で、何らかの対象に向けて熱狂性を有する人びとは、「ファン」とみなされ、これまでファン研究の領域から学術的には論じられてきた。「ファン」とは、「何がしかの対象を愛好したり、そのことを通じて集う人々のこと」³を指すものとされ、「ファン」のあり方、また「ファン」同士の連帯が、ファン文化やファンダム研究の視座から議論の俎上に載せられてきている。日本では、欧米におけるカルチュラル・スタディーズの潮流に多大なる影響を受けながら関連研究が発展を遂げてきた⁴が、他方、日本の「ファン」は、「おたく/オタク」という名称や文脈から、マニアックな趣味嗜好、独特のファッション、他者とのコミュニケーション能力の欠如といった特有のイメージを植え付けられ語られることで、従来のファン研究からある種切り離され、ステレオタイプ化された「ファン」の姿が問題化されてきた。そうしたいわば「オタクイメージ」は、メディアによって社会に刷り込まれ、再生産され続けている部分もある。

そこで、本稿では、「ファン」を語る際に上記のように「推し活」という

3 辻泉（2012）「ファン」大澤真幸・吉見俊哉・鷲田清一編『社会学事典』p.1082

4 詳しくは、辻（2008）。

コンテキストが付け加えられるようになったことで、「オタクイメーじ」に何がしかの変化がみられるようになったのか、さらには、「推し活」は社会的にいかなる意味を付与されていると言えるのかを、メディア報道とメディア表象を分析することによって考察していく。具体的には、まず、これまでの「おたく／オタク」に関する議論を整理し、その課題を抽出し、その上で、関連メディア記事の言説及び、いくつかのメディア・コンテンツの表象に着眼していくこととする。

2. 研究の背景

2.1 「おたく／オタク」に関する語りの検討

日本における「おたく／オタク」⁵⁾に関する議論の端緒は、1980年代にみることができる。1983年、中森明夫がロリコン系マンガ雑誌『漫画ブリッコ』上のコーナー「東京おとなクラブ Jr.」内の連載コラム『「おたく」の研究』において言及した「おたく」⁶⁾が、現在にも通じる「おたく／オタク」の一つの起源であるとみられている。ここで中森は⁷⁾、互いに「おたく」と呼び合うコミケット（コミックマーケット）に集う「十代の中高生を中心とする少年少女」を例にとりながら、マンガやアニメ、SF、アイドル等のマニアや熱狂的ファンであり、「運動が全くだめで、休み時間なんかも教室の中に閉じ込めて、日陰でウジウジと将棋なんかに打ち興じてたりする奴ら」、「髪型

5 「おたく／オタク」についての定義付けは多様になされており、何を「おたく／オタク」とみなすのかについても現在に至るまでに多くの議論が積み重ねられてきている（例えば、大澤 1995；東 2001；難波 2005；吉本 2009）。本稿の主題は、「おたく／オタク」を定義することではないため、こうした既往研究を参照、そのイメージが時代によって変化していることを念頭に置き、1980年代的な文脈では当時多く用いられた「おたく」、1990年代以降においては、「オタク」、両方を指す場合には「おたく／オタク」と表記している。

6 『漫画ブリッコ』『「おたく」の研究(1)街には『おたく』がいっぱい』（1983年6月号）、『「おたく」の研究(2)『おたく』も人並みに恋をする?』（1983年7月号）、『おたく地帯に迷いこんだ』（1983年8月号）

7 現在、中森のコラムは、「漫画ブリッコの世界」ホームページからその全文を確認することができる。以降引用はこれによる。<<http://www.burikko.net/people/otaku.html>> 2021年9月24日

は七三の長髪でボサボサか、キョーフの刈り上げ坊っちゃん刈り。イトーヨーカドーや西友でママに買ってきて貰った980円1980円均一のシャツやスラックスを小粋に着こなし、数年前はやったRのマークのリーガルのニセ物スニーカーはいて、ショルダーバッグをパンパンにふくらませてヨタヨタやってくる」、「女なんか出来るわきゃない」、「決定的に男性的能力が欠除し」ている「世紀末のウジャウジャネクラマニア少年達」を「おたく」と命名した。

松谷 (2008) は、「おたく / オタク」にまつわるメディア言説の変容を読み解くなかで、中森が提示した上記のような「おたく」を、①マニア性：何らかの対象への熱中と偏愛、②内向性：性的コミュニケーションからの退行、③共同性志向：内弁慶な仲間意識、④外見的特徴：ファッション性の低さや身体的特徴の四点に整理する。また、山中 (2009) は、『漫画ブリッコ』及び関連資料の網羅的・実証的分析を通じて、中森の「おたく」に関する言説力学を明確化することを試み、「女が出来る / 出来ない」という価値基準に基づいて「おたく」とそれ以外 (中森自身も含む) との差異を拡張しつつ、「おたく」の蔑視をはらむものであったと指摘する。

こうした「おたく」の偏ったイメージは、差別的であるとして当時の『漫画ブリッコ』読者等からも問題視され、物議を醸した⁸が、他方で、「おたく」という言葉が広まるきっかけともなり、社会的なインパクトを持って以降定着していくことになる。1988年～89年にかけて発生した東京・埼玉連続幼女誘拐殺人事件の犯人の趣味嗜好が、差別用語としてレッテルを貼られ語られる「おたく」像と過度にメディアを通じて結びつけられることで、「おたく = 社会性に欠けた犯罪者予備軍」であるかのような「おたく」に対するより一層ネガティブなイメージが増幅していく。

しかし、1990年代以降、社会学関連の諸研究において「おたくバッシング」ともいうべき状況が批判的に検討されていくなかで (宮台 1990; 中島

8 山中 (2009) によると、『「おたく」の研究』は1983年9月号で中断され、読者による反論投稿が合号に掲載された他、編集者であった大塚英志によっても同コラム連載が打ち切られる等批判的態度がとられていった。当時の編集体制については、大塚 (2004) における証言に詳しい。

1991；大澤 1995；小川 1994)、こうした負のイメージを払しょくするように、「オタク」を積極的に評価しようとする論調が表出しはじめる。“オタキング”を自称する岡田斗司夫は、「映像に対する感受性を極端に進化させた「眼」を持つ人間」、「高性能のレファレンス能力を持つ人間」こそが「オタク」であり、自分で自分の好きなものを判断する、早熟で知的な存在として、「オタク」を特権化した(岡田 1996)。ある種、「オタク」に対する社会的啓発ともとれる流れは、アニメ『新世紀エヴァンゲリオン』(テレビ東京系、1995年～1996年)等オタク系コンテンツの人気と相まって加速化し、2000年代の「オタクブーム」へとつながっていく。それを象徴するコンテンツとして、電子掲示板2ちゃんねるの投稿がきっかけとなり2004年に書籍化、翌年に映画化、テレビドラマ化もなされた『電車男』が挙げられる。ここに至って「オタク=秋葉原/萌え」という要素が新たに付与され、「萌え」を理解していないと「オタク」ではないという風潮やそれによる排他性が新たに浮かび上がった⁹。斎藤(2000)や東(2001)、森川(2003)らによるオタク論が展開されたのも、2000年代に入ってからであり、いずれも、「萌え」とは何かを問う点で、「萌え」を「オタク」の中軸として捉えていると言える。

一方で、「オタク」の大衆化も叫ばれ始めている。辻・岡部(2014)は、1990年に行われた大都市圏の大学生を対象にした調査(宮台ら 1992)と、これを踏襲しつつ2009年に東京都杉並区在住の20歳の若者を対象に行われた調査(辻 2010)とを比較しながら、若者の間に「オタク」に対する肯定的なイメージが広がっていく変化に着目する¹⁰。そして、少数派ではなく多数派とも捉えられるような状況を指して「オタク・ノーマライゼーション」と

9 岡田(2008)は、かつて「貴族主義」や「エリート主義」という名のもとに特権化されつつも「オタク」同士が有していた共通意識の喪失であると説き、これによって「オタクは死んだ」との表現を用いている。

10 「自分には「オタク」っぽいところがあると思う」という質問に肯定的な回答をした者の割合は90年の調査では13.4%だったが、2009年の調査では59.4%と過半数を超えている。また、2009年調査において、「オタク」が嫌いだと答えた者は24.7%であるのに対し、「オタク」は楽しそうでは、77.6%に達している。

言い表した。また、大倉（2021）は、各種調査結果¹¹を参照、経年変化を分析し、「オタク」を自認する若者やアニメ・マンガ・ゲーム趣味を持つ若者の増加と地域差の縮小について触れ、「オタク」が大都市のみならず日本全国に広く存在するようになったと指摘する。

このように、「オタク」概念の社会的な浸透に伴って、そのイメージもネガティブなものからポジティブなものへと変換されるようになっている。それは、今や日本が世界に誇るべきもの、また、「クールジャパン」的な文脈から市場的価値を看過できないもの、観光や地域活性化を促進するものとして関連コンテンツやオタク文化が論じられていることから理解される¹²。

2.2 「女性オタク」の語りが抱える課題

前節で確認したように、「オタクイメージ」は、近年一枚岩から脱しつつある。とは言え、長らくステレオタイプに陥っていた面がある。そして、実態如何にかかわらず¹³「オタク」は男性であると、ア priori に規定されてきた（村瀬 2003；難波 2005；池田 2011）。オタク論は、あくまで、'男性'オタク論であり、「女性オタクは入れられていないか、男性を語ることでそこに包摂されているかのようなイメージ」（池田 2011：54）しか持たれ得なかった¹⁴。存在自体を「不可視化されて」（村瀬 2003：136）きたとも言える。

そのような状況に変化がみられたのは、男性同士の恋愛や性愛を描いた作

11 上記調査に加え、青少年研究会が2014年に行った質問紙調査「若者の生活と意識に関するアンケート」、グローバル若者文化研究会が2015年に行った質問紙調査「若者の生活と文化に関する調査」（松田 2017）等が参照されている。

12 NHKのテレビ番組『COOL JAPAN—発掘！ かつこいいニッポン』（2006年～）では、アニメやマンガ、ゲームが「クール」の柱として度々紹介されている（田島 2020）。こうした論点を共有するものとして玉川（2020）。また、アニメ聖地巡礼やコンテンツツーリズムの射程からの研究としては岡本（2018ab）等。

13 注10「自分には「オタク」っぽいところがあると思う」の回答における男女別の割合を見ると、肯定的な回答の割合は男性69.8%、女性52.2%となっている。男性よりは少ないものの、この時点で「オタク」を自認する女性も多くいることがわかる。

14 例えば、中森は掲掲「『おたく』の研究」において、「おたく」を「女が出来ない」「ネクラマニア少年達」とし、比して、女性のオタクを「おたく」の結婚相手としての「おたくおんな」と補完的表現に留めている。

品群「やおい・BL」¹⁵を好む女性たちを「腐女子」としてメディアで可視化するようになった2000年代中盤以降である¹⁶。さらには、2009年頃からは、女性向けファッション誌やモード誌において、「オタク」に関連した特集が組まれるようになったことで、従来の「オタク」のなかにあった「オタク＝ファッションに興味ない/ダサイ」といったイメージが女性に向けたメディアにおいても拭かれるようになっていった¹⁷。

ただし、「腐女子」を通して映し出された「女性オタク」の姿は、「池袋」「乙女ロード」と殊更特定の場所と結びついてメディアにおいて切り取られ¹⁸、多様性を有しているとは言い難い。この点、「趣都」（森川 2003）として「秋葉原」と過度に結びつけられた2000年代頃の「オタク」とも通じる。また、「腐女子」は、男性同士の関係性を受容することを享受し、男性を客体としてまなざす様子から、一方では、異性愛至上主義的、かつ、男性中心主義的な既存の社会秩序からの抵抗を試みるようであり、他方で、異性の恋愛関係を同性に読み替えるなかで、従来の枠組みへの回収や再生産に加担してしまっている面が少なからずある¹⁹。

このように、「腐女子」への注目から「おたく/オタク＝男性」という図

15 東（2015：2）は「やおい・BL」について、「女性をおもな対象に男同士の恋愛関係を描いた創作物全体」とし、なかでも特に二次創作を「やおい」、オリジナル作品を「BL」と捉えている。「やおい・BL」とその歴史の変遷については、この他、溝口（2015）、堀・守編（2020）等が詳しい。

16 杉浦（2006）によると、「腐女子」という言葉を初めて一般のメディアが使用したのは、『AERA』2005年6月20日号の「萌える女オタク」という記事であるという。また、池田（2011）は、「腐女子」の表象もマンガ等で同時期に登場していることを指摘する。

17 例えば、モード誌『VOGUE JAPAN』（2009年7月号、コンデナスト・パブリケーション）が「ファッションニスタはマンガに夢中」、ファッション誌『Popteen』（2010年5月号、角川春樹事務所）が「『萌え』と『盛り』で世界を制覇」という特集を組んでいる（池田 2011）。

18 例えば、茂木健一郎は、『読売新聞』2006年10月29日朝刊において、杉浦由美子の著作『腐女子化する世界』（中公新書ラクレ、2006年）を評するなかで、「腐女子のメッカは、東京の東池袋」としている。また、『朝日新聞』2007年2月2日夕刊「『腐女子』、マンガで活躍 男同士の愛、妄想の喜び」では、「東京・池袋には腐女子向け同人誌を扱う店などの集まった「乙女ロード」があり」と紹介している。

19 「やおい・BL」及びその愛好者である「腐女子」については、ジェンダー、セクシュアリティ研究の領域から多様な議論が蓄積されており、東（2015）が詳しい。

式や一辺倒のイメージは相対化されるようになったものの、「女性オタク」は語られる対象が「男性オタク」に比べさらに限定化され、そのことがよりステレオタイプ化された「女性オタク」に対するイメージを作り上げてしまっているとも言える。

しかし昨今、かようなあり様を問題化する機運が高まりをみせつつある。例えば、『ユリイカ』（青土社）において、2020年9月号に「特集＝女オタクの現在—推しとわたし—」が生まれ「女性オタク」についての多様な対象についての論考が寄せられるなかで、これまでの男性中心的なオタク論や「腐女子」を軸とした「女性オタク」像の範疇をこえて女性の「オタク」（「女オタク」）を論じる視点の導入がなされている。論者自らが当事者として対象を語り、追求／追究する過程での気づきや葛藤が詳らかにされるようになった²⁰。また、本特集副題にも表れているように、これは、「推し／推し活」的な文脈から「女性オタク」を説くこと、よりマクロには「オタク」を捉え直すようとする試みであると位置づけられよう。

以上から、本稿では次章以降、社会的な関心、学術的な潮流を鑑み、「オタクイメージ」の変容をめぐって、「女性オタク」がメディアのなかでどのように映し出されているのかに焦点を絞る。具体的には、第一に、「推し活」をキーワードに各種新聞記事のデータベース検索を行い、記事言説において、女性が「推す」という活動／行為がどのように意味付けされているのか実証的にあぶり出す。第二に、「女性オタク」のメディア表象に目を向けていくことで、いかなる「女性オタク」のイメージが社会に向けて構築されているのかを考察する。その際、従来女性向けとみなされていなかったジャンルの対象／コンテンツを「推す」女性を描いた作品を分析対象に定めることで、また、ジェンダー、セクシュアリティの観点や他者表象にまつわる議論を参照することで、「おたく／オタク」ならびに「女性オタク」

20 例えば、本号における鼎談「＜女オタク＞とは誰のことか—私的領域と公共性」は、語り手である田中東子、ひらりさ、中村香住それぞれの「オタク」としてのライフストーリーを語るところから始まっており、また、「女オタク」の活動や当事者間での語りが活性化している一方で、これらの女性たちについての研究や批評が未だ数少ないことにも言及されている。同号の西森の論考では、女性が「推す」対象として男性を批評すること自体に困難さを伴うことも指摘されている。

に関する既往研究の空白部分を埋めるとともに、さらなる関連研究の蓄積に寄与することを目指す。

3. 「推し活」にまつわるメディア報道の分析

新聞のなかでも、社会的影響力と内容を鑑み、一般紙のうち発行部数が多い『読売新聞』（以下「読売」）、『朝日新聞』（以下「朝日」）の二紙及び、経済紙のうち発行部数が最も多い『日本経済新聞』（以下「日経」）合計三紙においてそれぞれのデータベース「ヨミダス歴史館」、「聞蔵Ⅱビジュアル」、「日経テレコン21」を用いて「推し活」をキーワードに記事検索を行った。

その結果、2021年6月30日時点で、「読売」は4件でいずれも2021年の記事、「朝日」は8件で2019年1件、2020年3件、2021年4件（ただしこのうち2件は『アエラ』、1件は『週刊朝日』、記事件数自体が少ないためこれも含めることにする）、「日経」は7件で2019年1件（このうち「日経MJ」が1件）、2020年3件（同2件）、2021年3件（同1件）となった。ここから、「推し活」について書かれた記事は現在までに数でみると多くはなく、また、2019年頃から現れ始め、微々たるものであるものの増加傾向にあることがわかる²¹。三紙のごとに内容について以下節に分けて確認する。

3.1 「読売」の記事分析

「読売」では、2021年になって「推し活」記事が出てきたが、これはいずれも「推し活のススメ」と題した連載記事が2021年4月28日から5月1日の計4回に渡って掲載されているものである。そもそも「推し活」とは何かが表示されているため、詳しくみることにしよう。

本連載は、「推し活」について、社会学（第1回）、行動学（第2回）、経済学（第3回）と分野別に学術的な視点を意識して考察を試みるもの²²であ

21 「推し活」とニュアンスが似た言葉として「オタ活」がある。記事検索すると、「読売」では、「オタ活」で2019年、2021年それぞれ1件がヒットした。

22 第4回では、実践者として、男性アイドルが自身の「推し活」を紹介する。

り、初回の記事では、「アイドルやアニメのキャラクターなどを熱狂的に応援する」ことを「推し活」とし、現象を読み解くとの提示がなされた上で、ある幕内力士を「推す」30代前半の女性が写真付きで紹介されている。「本場所中は十両以上の取組をすべて録画するほどの相撲ファン。地方巡業に足を運び、早起きして木瀬部屋の朝稽古も見に行く。コロナ禍で相撲部屋などへ行く回数は減ったが、力士がつける鬢付け油と同じ香りのハンドクリームを愛用し、気分を高めている。」とこの女性の熱心な「推し活」の様子が綴られている。また、「ジャストシステム」が2020年に行った調査を引用しながら、「推し活をしている」人の割合は、10代37.7%、20代26.3%を占めるとの記述がある。そして、横川良明氏や猿渡輝也氏ら「推し活」関連の専門家の話を引き、「結婚などが幸せとは限らない。幸せはひとそれぞれで推し活に生きる意味を見出している」、「多様性が強調される一方、ネットなどで同調圧力が高まり窮屈な時代でもある。他人の意見に惑わされず、自己確立の手段として推し活に夢中になる人が増えているのかもしれない」との考察がなされる。

続く第2回は、「自分を変える 人生が変わる」と題して、「推し活」によって自身の人生に影響があった人びとが紹介される。YouTuberを「推す」うちに動画編集に興味を持ち専門学校に通って関連会社に転職した20代前半の女性、男性アイドルグループのメンバーを「推す」ため、グループの活動拠点付近での勤務を希望、実際に居住し、「推し」に倣って柔和な接客態度を心がけるようになった20代中盤の女性等。その上で、「推し活」の行動原理の一つとして、「徳を積む」という考えに触れている。「徳を積む」とは、「コンサートでいい席が当たるように / 推しにふさわしい人間になりたい」といった願いのため、日々善行を積むことを指す」とされ、前述のYouTuberファンの女性であれば、「推し」の千葉県（2019年に台風15号発生直後、千葉県はメンバーの一人の出身地である）でのイベントでの寄付行為といった具合に。「今後、イベントのチケットが当選するなどいいことがあるのかなと思って」とその行為を理由づける本人であるが、記事ではこれを「社会貢献」と表現する。一方、「推し活」にはトラブルも付き物だとし、「自分

の考えを他人に強要したり、制限なく推し活にお金を使ったりしないように」と戒めつつも、「推し活」の効果として、心理カウンセラーの浮世満理子氏の「推しは自分を投影し、共感できる存在」であるという話を挿入し、「コロナ禍でリアルな喜びが少なくなる中、空想（ファンタジー）で心を満たす人もいる」、「仕事に精を出したり、身だしなみを整えたり、推しは外面や内面を磨くきっかけ」と結ばれる。

第3回では、「応援したいという熱い気持ちがあるが、消費を後押ししている」として、「推し活」で購入される関連商品が多様化していること、使う金額も高額化していることに言及する。特に後者については、「好きなことにお金を惜しまない価値観が広がっている」と「シブヤ109ラボ」が15～24歳女性230人を対象に2019年に実施した調査を挙げて、「推し活」に使う年間費用は「15万円以上」が最も多いと指摘する。シブヤ109ラボ所長の長田麻衣氏はこれを「応援消費」と表現している。また、「応援消費」をサポートするサンリオグッズ「エンジョイアイドルシリーズ」（2019年5月から販売）が累計出荷数220万個、売り上げ16億円を超えており、またアイドル誌の『Myojo』（集英社）が出版不況のなかで発行部数を伸ばしていると記述する。さらには、コロナ禍の状況を踏まえ、「コロナが収束してイベントなどが再開されるようになれば、推しに会えなかった飢餓感を満たすために、応援消費が爆発的に増える可能性もある」と結ぶ。

3.2 「朝日」の記事分析

「朝日」では、時期的には「読売」より早い2019年から「推し活」がキーワードとなった記事がみられた。ただ、確認した限りの初出となる2019年8月22日付「（まだまだ勝手に関西遺産）車折神社 推しに会える？ 芸能人の聖地【大阪】」（夕刊）では、表題に‘推し’という言葉が用いられてはいるものの、京都に所在する芸能神社の車折神社を訪れる芸能人に焦点が当たっており、‘推し活’は、そこで販売されている「推し活お守り」を紹介する文脈でのみ使用されている。つまり、パワースポットとしての場所への関心が中心にあり、「推し活」そのものを追究するものではない。

2020年になると、数が3件に増える。「染められる、福岡タワー「好きなキャラの色に」、誕生日祝い人気【西部】」（2020年9月12日夕刊）では、福岡市の福岡タワーで展開された記念日等に好きな色にタワーをライトアップできる有料サービスを紹介するなかで、ゲームのキャラクターの誕生日にそのキャラクターのイメージカラー（「推し色」）を依頼した新潟県在住の会社員女性を例に挙げる。「思わぬニーズ」であると表現、担当者の「想像もしていなかった」というコメントを差し込みつつ、こうした依頼はすでに10件ほどあるとも書かれている。同時に、本例では、依頼者のSNS上で投稿が2万件以上リツイートされたこと、「推し色」に染まった画像が数多く投稿されたことにも言及する。

同年残りの2件については、前述の『推し、燃ゆ』の作者に関するインタビュー記事（「いま聞く）宇佐見りんさん 小説家 からみつく痛み、21歳はなぜ書く」2020年9月26日夕刊）、同作の書評（「書評」『推し、燃ゆ』宇佐見りん〈著〉」2020年10月17日朝刊）のなかでキーワードとして表出したものである。

2021年には、『アエラ』『週刊朝日』といった週刊誌記事においても「推し活」が報じられる。『アエラ』では、2度に渡り「推し活」を取り上げている。「開かれた推し活未来形 アイドル&俳優オタク異種格闘技大會ロボ」（2021年2月8日）と題した記事では、アイドルや俳優に傾倒する20代女性の「推し活」に密着する。「推し活」を行う当事者のことを「オタク」と称し（自称する4人の20代女性）、2次元（アニメやゲーム）、舞台俳優、K-POPと様々な対象の自らの「推し」について語らう「オタク異種格闘技大會」の様子が伝えられる。「推し」の魅力を伝えることで相手にも興味を持ってもらおうとする「布教」がゲーム形式でなされ、他/多ジャンルのファン同士のつながりが深められていく。これは、「コロナで行きたかったライブや舞台が中止になって、推し活が思うようにできなかったので、みんなで振り返って慰めあう会がしたいなと思って」提案されたという。そして、「他への関心が薄く世間との付き合いに疎い」（2018年に改定された広辞苑第七版に書かれている「オタク」の定義）が変容しているのではないかと

結論付けられる。

同じく『アエラ』の「あなたの推し活、合法ですか？動画や写真のSNS利用で著作権を侵害しない」（2021年2月22日）では、「コロナ禍でオンライン配信が普及した結果、著作権侵害行為が急増している」として、インターネット上の「推し活」にまつわる諸問題について本誌が実施したオンラインアンケートの回答や弁護士の見解に基づいて検討され、侵害したとみなされる場合は刑事罰に処される可能性があるとの注意喚起がなされている。

また、『週刊朝日』では、「60代からの「推し活」で人生輝く心、時間、お金の余裕…実はシニアに最適」（2021年6月25日）において、「シニア世代の「推し活」を取り上げる。例えば、神戸市在住の60代の女性は、K-POPの男性アイドルグループのファン（「ハコ推し」）であるが、「オンマ（母親）」感覚で「推し」を応援し、SNSでの「推し活」を通じて32歳の女性と親友になる等（この女性をオンニ（姉）として慕ってくれるという）世代を超えつながりあい、人間関係も広がったと記述される。「人生経験が豊富だから、自分の愛情を押しつけず、過剰にならない応援ができる」という前述の横川氏のコメントを挿入しながら、若者とは異なる「推し活」のあり方に目を向ける。

3.3 「日経」の記事分析

「日経」において「推し活」キーワードが初めて現れたのは、2019年、「タワーレコ渋谷店、改装に見る強み一体験・聖地化・推し活がカギ（柴那典の新音楽）」（2019年2月1日『日経 MJ（流通新聞）』）と題した記事においてである。ストーリーミング配信への移行により苦戦を強いられるCD専門店のなかでも好調な業績を上げるタワーレコード、特にその旗艦店である渋谷店のリニューアルについて、「“応援する人”を“応援する”店舗」をコンセプトに、熱狂的なファンの多いアイドルのフロアを拡張し、自社開発の「推し活グッズ」に力を入れている様子を取り上げる。また、2020年になると、雑貨店ヴィレッジヴァンガードのオンライン店においても、アニメやアイドルの応援グッズを増やしたことが紹介されており、「推し活」に利用できる商品

はニーズが高い」と記述されている（『ヴィレヴァンが「推し活」グッズ。』『日経 MJ（流通新聞）』2020年2月5日）。

そして、2021年には、「若者の LIFE 観、広がる「推し活」の輪」（『日経 MJ（流通新聞）』2021年1月4日）と題して、若い世代に特徴的な消費行動の一つとして「推し活」が位置づけられている（「推し消費」とされる）。動画共有サイトやアプリでカップルアカウントに共感を寄せたり、「推し」のためにファン同士がお金を出し合って広告を出したり（「センイル広告」という）することを例にとりながら、若い世代がお金をかける価値があるともみなす熱量が高い行為は「他人を応援する」ことであり、「今や若者にとって、『推し』はアイデンティティーそのもの」（博報堂若者研究所の瀧崎絵里香研究員）で、『『好き』ということ自体を自分のアイデンティティーにして、楽しんでいる自分を友達に見せる」（明治大学藤田結子）ことに特徴があると読み解いている。さらには、こうした「推し活」や「推し活」の輪は SNS の浸透がその背景としてあり、また「推す」対象が同性やアニメのキャラクター等多様になっていること、より身近で等身大性を有しているとも指摘されている。

3.4 小括

以上、「読売」「朝日」「日経」それぞれの記事の内容をみていくことで、次の点が明らかになった。

まず、記事自体は2019年からみられたものの、「推し活」をする女性ファンの姿に焦点が当たり、その具体的な活動／行為から「推し活」とは何かが追究されるようになったのは、2020年以降であると言える。そのなかで、「推し活」はそれを行う当事者にとって、人生を豊かにし、自己のアイデンティティーにまで関わり、自分自身のあり方にポジティブな影響を与えるものの、さらには、「応援消費／推し消費」により経済的な効果をうみ、「徳を積む」という行為を通じた「推し」との個人的な関係性の追求が結果的に社会をより良くする社会貢献としての機能を有すると意味付けされている。

そして、SNS等ソーシャルメディアの普及と、コロナ禍というコンテクストの強調がなされている。ソーシャルメディアによって「推し」がより身近になったことで自身を投影できるような存在へと変わり、またそれが「推し」とファンとの関係性をも変質させたこと、新型コロナウイルス感染症の感染拡大から従来通りの生活がままならないなかで、他者とつながりたいという欲求が高まり、「推し」を介した「布教」による交流やソーシャルメディアが活用されることで満たされていること、ここから現在の「推し活」にはソーシャルメディアが不可欠であり、だからこそ、課題も残されていること、このような言説が作り出されていっている。

さらに、「推し活」においては、「推す」対象のジャンルが従来よりも幅広くなり、同時に‘同性’や‘シニア世代’というように「推す」側も多様性を帯びていき、上記のコンテクストによって、つながりやすい状況になっているとみられている。いわば、これまで相いれなかった他者同士が「推し活」的な文脈によって交じり合うかのように映し出されているのである。

4. 関連コンテンツの表象分析

本章では、メディア・コンテンツにおいて「女性オタク」の姿がどのように描かれているのかを分析する。分析の対象とするのは、従来女性向けとみなされていなかったジャンルの対象を「推す」女性が主人公になっており、なおかつ、前章で確認した通り「推し活」がメディアで取り上げられるようになった2019年以降のコンテンツで、幅広い視聴者層が見込め社会への影響力を有する地上波で放送されている映像コンテンツである、以上の条件を満たす、『トクサツガガガ』、『推しが武道館いってくれたら死ぬ』（詳細は後述）の二つ²³とし、これを比較する。

23 なお、共に原作はマンガであるが、本稿で分析対象とするのはすでに放送を終了している映像コンテンツ版とする。

4.1 『トクサツガガガ』における表象

『トクサツガガガ』は、2019年1月～3月にNHK総合テレビ金曜夜10時からの「ドラマ10」枠で放送されていたテレビドラマである（全7話）。原作は、丹羽庭によるマンガで、『ビックコミックスピリッツ』（小学館）にて2014年から2020年まで連載していた（単行本全20巻）。

主人公の仲村叶（演：小芝風花）は、24歳、中堅の商社に勤めるOLで、職場では、‘女子力’が高いと思われるように振舞っている（「擬態’している」）が、実は「特撮」²⁴をこよなく愛する「特撮オタク（略して特オタ、いい年して特撮に夢中になっている大人のこと」（第1話冒頭ナレーションより）」である（現在は、『獅風怒鬨ジュウショウワン』の‘シシレオー推し」）。幼少期に「女の子らしくあること」を望む母親・志（演：松下由樹）から特撮のような男児向けのコンテンツを好む自分を拒絶されて以来、「特オタ」であることが周りに気づかれない（「オタバレ」しない）ように生活している。物語は、叶が、同じく「特オタ」である30代の女性・吉田久美（演：倉科カナ）や小学生の男子・ダミアン（演：寺田心）、叶の職場の同僚で自身も男性アイドルオタク（「ドルオタ」）であることを隠している女性・北代優子（演：木南晴夏）、叶が通う菓子店（おかしのみつもと）の息子で美少女アニメオタクの任侠さん（大柄で強面であるためこう呼ばれている）（演：竹内まなぶ）らとの交流を通じて少しずつ変わっていく様子を描いていく。

「オタク」ならではの「あるある」エピソードを交えつつ「オタバレ」しないようにと日々やり過ごす叶の姿からは、「オタク」であることの日常的な葛藤が浮き彫りとなる。例えば、第1話で職場の同僚とカラオケに行くことになった叶は、普段「特ソン（特撮番組の主題歌や挿入歌）」しかカラオケ（一人で行く）では歌わないため、どうすべきか困惑してしまう。「自分の趣味ばかりで一般的のものを嗜まなかったツケだ」「どうしようもないクソオタなのを隠してきた罰だ」「オタク女に安住の地などどこにもないの

24 番組内では、「特撮」を「特殊な映像技術で作られた映像作品」とする（第1話冒頭ナレーション）。

だ」と、頭のなかに現れた妄想の特撮世界の怪人（カラオケ怪人）の声に追い詰められていく。もし「特ソン」を歌ってしまえば、同僚たちから冷ややかな目（「底なし沼のような死んだ目」）でみられてしまうのではないか。しかしその時、幼少期に初めて好きになった特撮ヒーローエマージェイソンの「己の生活を守るため、正体を隠すのは悪ではない」という言葉が聴こえ、「守るべきもの＝平穏な生活」のため、エマージェイソンの主題歌を歌い始めるものの、「小さい頃にみて歌だけ覚えている」という設定や随所に「詳しくないアピール」を散りばめながら「オタバレ」の危機を回避する。これは叶の自問自答を象徴しているシーンであると言える。

またそれは、女性である自分が男性（男児）向けコンテンツの「オタク」であることも相まって二重の葛藤として表出する。例えば、第2話、ファストフード店で特撮おまけ（おまけA シシレオー炎陣装備前 ver. フィギュア）付きの子ども向けメニューを「お腹すいてないからぁ」と店員に弁明しつつ勇気を出して注文しようとした叶だが、たまたまその場に居合わせた男性同僚（チャラ彦）の手前、咄嗟に女兒向け（おまけB ラブキュートのチャーム）の方を選んでしまう。

これらは、ありたい自分と「大人として/女性として」の社会的な規範（「～でなければならない」）との狭間で揺れ動くさまを描いていると言え、その根底には「自分の好きなものを悪く言われたり嫌われたりすることってものすごく怖いことなんだよ」（第1話叶の台詞）という思いがある。そして、叶がそのようなジレンマを強く抱えるようになった要因は、幼少期からの母・志との関係性にある。

叶が幼い頃に夫と離婚し、「オシャレも遊びも諦めて女手一つで必死」に子育てしてきた志は、「自分の我慢してきたことを子どもに与えることが愛情で信じて疑わず」（第6話叶の兄・望の発言）、「ちゃんと女の子らしく」してもらいたいと「かわいらしいもの」（ピンクのぬいぐるみ、華やかなものやフリフリした服、赤いランドセル）を買い与え、地味なデザインや色の服や特撮を好む叶のあり方を否定してきた。「いつの時代も女の幸せは結婚」と言って憚らない志に対し、「価値観の押し付け」だと感じながらも、なか

なか本心が伝えられない叶は、事あるごとに小学生の頃に母に言われた「あんな、いくつよ。女の子がそんなんみてる子おらんじょ」（第3話、第5話）という言葉の思い出し、「特オタ」である自分自身と対峙する。

また、叶ら「オタク」にとって、現実世界（リアル）での人付き合いは、ありたい自分を脅かす厄介なものとして描写される。例えば、第3話、自由にお金を使えることを羨ましがるダミアンに対し、叶は、「行きたくないのに行かなきゃいけない飲み会とか」にも行かなければいけないし、「リアルってのはさあ、オタクたちから容赦なくお金とっていくんだよ」と漏らす。それに対しダミアンが「なんかりアルってまるで怪人だね」と言ったことから、以降、「リアル」の象徴として怪人が現れるようになる。なかでも、叶にとってそれは、母＝社会一般の視線を代弁するものとして叶に否応なく降り注ぎ、母から刷り込まれた女性らしさを演じることで、乗り越えようと努める。

しかし、こうした叶のあり様は、同じく「特オタ」であり、自らも葛藤を抱える久美からかけられた「好きなものに性別とか年齢とか、それはきっと自分が決めていいことだと思います」（第2話）という言葉や、女兒向けアニメオタクである息子を受け入れる任侠さんの母の姿（第6話）に励まされ、理解し合うこともできるのではないかと母と話す覚悟を決める。「オタク」仲間同士でのつながりが、自分らしくあることを肯定できるのではないかという心境へと叶を導いたのである。

4.2 『推しが武道館いってくれたら死ぬ』における表象

『推しが武道館いってくれたら死ぬ』は、2020年1月から3月までTBSテレビの木曜深夜アニメ枠「アニメリコ」で放送していたテレビアニメである（全12話）。原作は、『月刊 COMIC リュウ』（徳間書店）²⁵で連載中の平尾アウリのマンガである（2021年9月時点で既刊7巻）。

岡山県の地下アイドル ChamJam（7人組女性アイドルグループ、以下

25 2018年8月号を持って紙媒体は休刊し、WEB媒体『COMIC リュウWEB』へと移行した。

Cham) のメンバーの一人市井舞菜を「推す」女性ファンであるえりぴよとその「オタク」仲間(「ドルオタ」)であるくまさ(れお推し)や基(空音推し)らとの交流、Chamのメンバーが成長する様子が描かれる。

えりぴよは、「収入のすべてを推しに貢献、自らの服は常に高校時代の指定ジャージ。その赤い姿に多くの新規は恐れを成す」「古株にして唯一の舞菜オタ」(第1話)である。内気でシャイな不人気メンバー舞菜がいつか「武道館に行く」ことを夢見て、Chamの「現場」(ライブが開催される場所)である劇場(MKCandy studio)に毎日足を運び舞菜と「接触」(CD購入の特典として握手やツーショットチェキを撮ること)を行ったり、ファンレター代わりにお願い事(「舞菜ちゃんがセンターとれますように」や「舞菜ちゃんが武道館にいけますように」等)が書かれた七夕の短冊100枚分をプレゼントしたり(第2話)、人気投票で舞菜を1位にするべくいくつものアルバイトを掛け持ちしながら働いてCDを複数枚購入したり(これを「積む」という)(第4話～8話)、自身のSNSに「舞菜の最高なところ」を何件も投稿したり(第11話)と、舞菜を「推す」ために日夜奮闘する。周囲から「怖い」「重い」と疎まれても、舞菜の「塩対応」(対応が冷たい、反応が薄いこと)でそれが報われないもどかしさを感じつつも、また、常に金欠に苦しみ過労から怪我をしても、「舞菜は生きていることが私へのファンサだから。生きてくれてさえいたらいいから」(第5話)と、舞菜を「好きだ/愛してる」気持ちや、「全世界のみんなが舞菜のかわいさに気づいて好きになればいいのに」(第1話)、「この気持ちをもっと多くの人に教えたい」(第11話)という一心で献身的に振る舞う姿に焦点が当たる。

それは、周りからどうみられようとも揺らぐことがない。例えば、第2話、「岡山の子が全員観客席に集う」という岡山 Girls Festaに出演するChamの姿を観覧しようとくまさと共に会場に足を運んだ際、「おしゃれ女子」から「場違いなやつがいる」と囁かれても懸命に声援を送ったり、第8話、クリスマスイブに街中で仲睦まじそうなカップルを目にし「いいなあ」と基が言えば、「何言ってるんですか？好きな人とクリスマスイブを過ごすのは僕たちだって同じでしょ」(くまさ)「そうだよ、イブに一緒にいられるなん

てもう付き合ってるのも同然だよ」(えりぴよ)と言い聞かせたり。えりぴよたちにとって最も重視されるのは、「推し」との関係性なのである。

一方で、「オタク」である自分が「アイドル」である舞菜にどのようにみられているのか常に気にかけており、互いの距離感に苦悩する場面が度々挿入される。例えば、新曲衣装の舞菜とチェキを撮るため物販の列に朝一で並んだのにもかかわらず、「物販のために1番に並んでるなんて舞菜にバレるの恥ずかしいから」と舞菜の前で顔を隠し、チェキ撮影時も汗まみれで臭いから近づきたくないという理由から距離をとってしまった(第1話)、「現場」から帰る途中、偶然同じ電車の同じ車両に乗り合わせた舞菜に気を遣ってその場を立ち去ったり(第3話)、メイド喫茶でアルバイトをしていた舞菜と居合わせても「お金払ってないのに舞菜ちゃんと会話なんてできない」と接触を拒んだり(第10話)という具合に。「舞菜は私がいなくてもなんとも思わないだろうけど、私にとっては舞菜の一分一秒が必要なんです」(第1話)、「舞菜がどれほど私に興味がなくとも私は舞菜のことが好き」(第2話)といった台詞からは、舞菜に対する思いがあくまで一方通行であると認識されていることがわかり²⁶、同時に、えりぴよは、「相手が人間って怖いよね。絶対に好きか嫌いかで判断されるってことじゃんね。それってすごく怖くね?」(第3話)と、舞菜に嫌われてしまうことを恐れている。そして、第7話における「私はさ、嬉しいことも悲しいことも全部一番に舞菜に伝えたいと思うけど、こういう時舞菜にも気持ちを伝えたい存在がいるのかな」(えりぴよ)、「オタクは所詮オタクですからね」(くまさ)という二人のやりとりは、これらは「ドルオタ」が共通して抱える葛藤であることを想起させる。

しかし、第7話の同じシーンで「私のはれおの幸せが一番ですけどね」(くまさ)、「私だってそうだよ」(えりぴよ)と共感し、「舞菜にとって私はただのファンに過ぎないかもだけど、たった一人を推し続けることをこんなにも

26 この気持ちを代弁するように、エンディングテーマでは、片想いをテーマにした『♡桃色片思い♡』(2002年のつくく作詞・作曲、松浦亜弥の歌唱の楽曲)をえりぴよの声優(ファイルーズあい)が歌っている。

幸せだって教えてくれた」(第9話)というえりびよの発言からは、「推し」が幸せであることが自身の幸せで、なおかつ、そもそも「推す」という行為自体が幸せなのだという結論が導き出されている。

他方、舞葉は、内気な性格と自信のなさゆえ、えりびよを前にして素直に自分の気持ちを吐露できず「塩対応」と捉えられてしまうことを悩んでいた。しかし、上記のようなえりびよのひたむきさに心動かされ、えりびよへのさまざまな思いを募らせていく。それは、「私のことなんて誰も待ってないと思ってたから」「私を選んでくれた、ありがとうえりびよさん」(第2話)といった感謝の念でもあれば、えりびよの「推し変」(「推す」メンバーを変更すること)の噂をきき、また積めないことを詫げるえりびよに対し、心のなかで「積んでほしいじゃなくて、来て欲しいんです。えりびよさんが来てくれないと会えないから。私は待つことしかできない」(第5話)という「会いたいのに会えない」もどかしさでもあり。そして次第にえりびよと舞葉の思いは言葉にはならないが互いの心のなかで呼応し合うようになる。「舞葉の未来しか見えない」とえりびよが思えば、舞葉は「私の未来にえりびよさんにもいてほしい」と願う(第8話)といった具合に。

つまり、えりびよら「オタク」同様、「推し」の対象である舞葉ははじめ「アイドル」当人もそれぞれ葛藤を抱え、相互作用のなかでそれを克服していくとする姿が描写されていくのである。

4.3 小括

以上、『トクサツガガガ』(以下「ガガガ」)及び『推しが武道館いってくれたら死ぬ』(以下「推し武道」)二つの映像コンテンツにおける「女性オタク」表象を分析した結果、「オタク」であることの葛藤が描かれているという共通点が浮かび上がった。一方、両者を比較すると、それぞれの葛藤は性質が異なるものであると言える。「ガガガ」においては、「オタク」であることに加え、大人の女性である主人公が男児向けのコンテンツを愛好することという二重の葛藤が存在しているが、「推し武道」においては、「オタク」としての葛藤は同様にあるものの、「女性オタク」であることについては、当

人もさして気に留めずまた周りも目立って問題視はしていない²⁷。あくまでそれは、「オタク」全般が抱えるものとして受けとられていっているのである。「ガガガ」では、社会におけるジェンダー規範と結びつくことで「オタク」であることの葛藤がより乗り越え難いものであるように表出していく。

これらの差異は何を意味するのか。葛藤はなぜ生まれてきたのかを考える必要がある。「ガガガ」では、主人公とその母との関係性を軸に、自分らしくあることを理解されたいという欲求があった。片や「推し武道」では、主人公と「推し」である「アイドル」の関係性を軸に、「推し」に受け入れられたいという欲求があった。共に「他者からどうみられるか」を気にかけるからこそ生まれる葛藤であるわけだが、社会（‘リアル’を生きる人びと）/「推し」と、意識される視線がそれぞれ異なっていることを意味していると言える。

5. 総括—「推し活」から読めるもの

5.1 総合考察

本稿では、「推し活」という文脈によって、従来の「オタクイメージ」にどのような変化があったのか、また、「推し活」にいかなる社会的な意味が付与されているのかを探るにあたり、「女性オタク」に対象を絞り、メディア報道及びメディア表象に目を向けた。その結果、次の点が明らかになった。

まず、新聞記事の分析から、2020年以降、「推し活」をする女性ファンの姿に焦点が当たるなかで、「推し活」とは、当事者と「推し」との個人的な関係性の追求だけではなく、社会貢献としての機能を有するとの意味が付与されていること、ソーシャルメディアの普及とコロナ禍という現代のコンテクストが強調されつつ、「推し」がより身近になり、また他者と関わりたい

²⁷ えりびよの家族の描写については、そもそもほぼない。唯一第9話では、大晦日に自宅でおせちを作る母親と、その手伝いをしようとするえりびよ、遊びに来ていられると思われる親戚とのシーンがある。ここで、母親からは不器用なことを、親せきからは就職しないことをなじられるが、それに対する葛藤は特に描かれない。

という欲求が高まったことも相まって、「推し」を通じた他者同士のつながりが一層顕著に描写されるようになったことがわかった。

次に、『トクサツガガガ』、『推しが武道館いってくれたら死ぬ』二つの映像コンテンツの分析から、他者の視線を意識し、「女性オタク」は、「オタク」である自らのあり方に葛藤を抱えているというイメージから共に描かれているが、一方では、社会的な規範をどう乗り越えるのか（「ガガガ」、他方では、「推し」との当事者同士の関係性をいかに構築するのか（「推し武道」）とそれぞれ異なる部分が軸にあることがわかった。これを新聞記事検索の結果との関連からみると、メディア表象において、社会貢献という要素は抽出されないが、「推し」を通じて人と人とのつながりが深められている点で「推し活」的な文脈に即していると言える。そして、「推し武道」については、相互作用がなされるほどに「推し」が身近な存在になっている点、「オタク」のなかにあった「男/女」という性別カテゴリーを越境して「ドルオタ」仲間として他者同士を結び付けた点で、「推し活」的な文脈の導入による「オタクイメージ」の変化を特に示すコンテンツであると捉えられる。

5.2 他者としての「おたく/オタク/女性オタク」

「おたく/オタク」は、メディアを通じてステレオタイプ化されたイメージで長らく描写されてきたことはすでに述べた。それは、「他者」（われわれではないもの）としての社会の視線にさらされてきたと言い換えることもできる。さらに「女性オタク」は、「オタク」カテゴリーのなかで排除されることで、さらに他者化されてきた存在である。

この点、サイド（1979=1993）の他者表象をめぐる「オリエンタリズム」の枠組みが援用されながら、他者化された「おたく/オタク」に関して議論されてきた（山中 2009；辻・岡部 2014）。サイドは、18世紀以降の英仏米における文芸作品や政治的文書、旅行記、学術論文などさまざまな言説にあらわれる「オリент（主にアラブおよびイスラムをめぐる経験）」のイメージを分析するなかで、「西洋＝オクシデント」と「東洋＝オリエン

ト」を二項対立的に把握し、「西洋」が一方的に「東洋」を規定することで、「オリエント」の多様性が無視され、一面的なステレオタイプとして描く傾向があると指摘した。「西洋」とは正反対の他者として「東洋」を一方的に表象する様式を「オリエンタリズム」とみなした。サイドは、「オリエンタリズム」という概念を用いて、「西洋」が「東洋」を支配する様式としての表象を問題にし、他者表象の歪みや支配の形態、暴力性を告発したと言える。

辻・岡部（2014）はこうした「オリエンタリズム」概念を受け、社会における他者として「オタク」を理解し拒絶してしまうことを、「オタク・オリエンタリズム」と名付けている。そして、「オタク」に対して肯定的なイメージが社会に流布し、現象としては国内外で大きな広がりを見せている近年においても、「オタク・オリエンタリズム」が未だに乗り越え難いものとして影を落としているのではないかと問題提起する。

以上を踏まえると、「推し活」の文脈から「おたく/オタク」をまなざすことで、「オタク・オリエンタリズム」の克服が期待できるのではないか。そのために、「社会の役に立つもの」、つまりは‘社会貢献’という意味付けがメディアによってなされていると読むことが可能ではないだろうか。

また、「女性オタク」に関しては、排除され、さらなる他者としてまなざしを向けられてきたというこれまでの状況を打開し、多様なイメージを浸透させる契機となる可能性もある。「女性オタク」の存在が不可視化され、議論の蓄積がなされなかった背景には、当事者のセクシュアリティと分かち難く結びつけられてしまうがために、性について主体的に語ることが男性に比べ禁忌とされる女性のあり様を顕在化すること自体が容易ではなかったという課題があった（吉澤 2020）。しかし、「推し武道」では、えりぴよが抱える葛藤を「女性オタク」ならではのものとしてではなく、「オタク」全般にあてはまるものとしたことで、また、えりぴよのセクシュアリティを不問に付すことで、ジェンダーやセクシュアリティと切り離して「女性オタク」をめぐる他者との関係性を描く試みがなされていると言え、これは新たな局面

を思わせる²⁸。

最後に、「オタク・オリエンタリズム」における他者化は、「オリент」が西洋からなされるとみなされたのと同じように、「オタク」ではない立場から一方的になされるものなのだろうか。「ガガガ」においては、特に「リアル」を、自分たち（「オタク」）とは相いれない他者として規定していた。その意味からは、「おたく／オタク／女性オタク」側からも「われわれではないもの」という線引きは行われているとも言える。今後は、そもそも「自己／他者」という二項対立的な枠組み自体を問い直しつつさらなる議論を積み重ねることも必要となろう。

参考文献

- 浅野智彦 (2019) 『『オタク』は孤独か』友枝敏雄・山田真茂留・平野孝典編『社会学で描く現代社会のスケッチ』株式会社みらい、pp.63-71
- 浅野智彦 (2021) 「オタク文化とジェンダー」『東京学芸大学紀要 人文社会科学系 II』(72)、pp. 141-154
- 東園子 (2015) 『宝塚・やおい、愛の読み替え 女性とポピュラーカルチャーの社会学』新曜社
- 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』講談社現代新書
- 池田太臣 (2011) 「オタクの“消滅”～オタクイメージの変遷」『女子学研究』1、pp.42-60
- 大倉韻 (2021) 「オタク文化は、現在でも都市のものなのか」木村絵里子・轡田竜蔵・牧野智和編『場所から問う若者文化 ポストアーバン化時代の若者論』晃洋書房、pp.24-44
- 大澤真幸 (1995) 『電子メディア論』新曜社
- 大塚英志 (2004) 『『おたく』の精神史—一九八〇年代論』講談社現代新書
- 大尾侑子 (2021) 「デジタル・ファンダム研究の射程—非物質的労働と時間感覚にみる「フルタイム・ファンダム」」伊藤守編『ポストメディア・セオリーズ メディア研究の新展開』ミネルヴァ書房、pp.208-232

28 上岡 (2020) は、「推し武道」を例に、えりびよの表象はアイドル文化がはらむ異性愛主義と男女二元論を乗り越える可能性があることを指摘する。一方で、「女性オタク」のあり方と当事者のジェンダー、セクシュアリティの問題とを結びつけて描写するコンテンツも未だ存在する (例えば、『ヲタクに恋は難しい』(原作はマンガ、アニメは2018年放送、実写映画は2020年公開) や『ウチの娘は、彼氏が出来ない!!』(2021年放送のテレビドラマ)) ため、この点は引き続き観察する必要がある。

- 岡田斗司夫 (1996) 『オタク学入門』 太田出版
- 岡田斗司夫 (2008) 『オタクはすでに死んでいる』 新潮社新書
- 岡本健 (2018a) 『アニメ聖地巡礼の観光社会学—コンテンツツーリズムのメディア・コミュニケーション分析』 法律文化社
- 岡本健 (2018b) 『巡礼ビジネス ポップカルチャーが観光資産になる時代』 角川新書
- 小川博司 (1994) 「「おたく」現象とは何だったのか」 林進編 『メディア社会の現在』 学文社
- 上岡磨奈 (2020) 「アイドルを研究する女ヲタのまなざし えりびよの視線の先へ」 『ユリイカ 2020年9月号 特集=女オタクの現在—推しとわたし—』 青土社、pp.258-265
- 北田暁大+解体研編 (2017) 『社会にとって趣味とは何か』 河出書房新社
- Said, Edward (1979=1993) 板垣雄三・杉田英明監修、今沢紀子訳 『オリエンタリズム (上・下)』 平凡社
- 斎藤環 (2000) 『戦闘美少女の精神分析』 太田出版
- 杉浦由美子 (2006) 『オタク女子研究—腐女子思想体系』 原書房
- 田島悠来 (2020) 「「クール」な日本は誰のもの? 「クールジャパン」政策と「セルフ・クールジャパン」表象」 岡本健・田島悠来編 『メディア・コンテンツ・スタディーズ 分析・考察・創造のための方法論』 ナカニシヤ出版、pp.86-97
- 玉川博章 (2020) 「非創造的なクールジャパン政策におけるアニメ産業—創造産業とアニメへの無理解」 永田大輔・松永伸太郎編 『アニメの社会学 アニメファンとアニメ制作者たちの文化産業論』 ナカニシヤ出版、pp.97-117
- 辻泉 (2008) 「メディアと集いの文化への視座—経験的 / 批判的アプローチからマルチメソッド・アプローチへ」 南田勝也・辻泉編 『文化社会学の視座—のめりこむメディア文化とそこにある日常文化—』 ミネルヴァ書房、pp.14-37
- 辻泉 (2010) 「地方の若者・都市の若者—愛媛県松山市・東京都杉並区2地点比較調査の結果から」 『松山大学論集』 22(1)、pp.443-465
- 辻泉・岡部大介 (2014) 「今こそ、オタクを語るべき時である」 辻泉・岡部大介・伊藤端子編 『オタク的想像力のリミット—<歴史・空間・交流>から問う』 筑摩書房、pp.7-30
- 中島梓 (1991) 『コミュニケーション不全症候群』 筑摩書房
- 難波功士 (2005) 「戦後ユース・サブカルチャーズをめぐって(4) : おたく族と渋谷系」 『関西学院大学社会学部紀要』 (99)、pp.131-153
- 西森路代 (2020) 「批評—オタクと推しを繋ぐ言葉。」 『ユリイカ 2020年9月号 特集=女オタクの現在—推しとわたし—』 青土社、pp.202-209

- 丹羽典生編（2020）『応援の人類学』青弓社
- 堀あきこ・守如子編（2020）『BLの教科書』有斐閣
- 松谷創一郎（2008）「＜オタク問題＞の四半世紀—＜オタク＞はどのように＜問題視＞されてきたのか」羽瀨一代編『どこか＜問題化＞される若者たち』恒星社厚生閣、pp.113-140
- 松田美佐（2007）「若者のコミュニケーション・メディア利用の地域差／性差」『中央大学文学部紀要』（268）、pp.29-61
- 溝口彰子（2015）『BL進化論 ボイズラブが社会を動かす』太田出版
- 宮台真司（1990）「新人類とオタクの世紀末を解く」『中央公論 1990年10月号』中央公論社、pp.182-202
- 宮台真司他（1992）『高度技術社会における若者の対人関係の変容』（平成3年度科学技術研究費補助金：重点領域「高度技術社会のパスバクティブ」研究成果報告書）
- 宮台真司（1993=2007）『増補 サブカルチャー神話解体』筑摩書房
- 村瀬ひろみ（2003）「オタクというオーディエンス」小林直毅・毛利嘉孝編『テレビはどう見られてきたのか—テレビ・オーディエンスのいる風景』せりか書房、pp.133-152
- 森川嘉一郎（2003）『趣都の誕生 萌える都市アキハバラ』幻冬舎
- 山中智省（2009）「「おたく」誕生—「漫画ブリッコ」の言説力学を中心に」『横浜国大国際語研究』（27）、pp.16-34
- 横川良明（2021）『人類にとって「推し」とは何なのか、イケメン俳優オタクの僕が本気出して考えてみた』サンマーク出版
- 吉澤夏子（2020）「＜私＞の性的主体性 腐女子と夢女子」『ユリイカ 2020年9月号 特集＝女オタクの現在—推しとわたし—』青土社、pp.119-125
- 吉光正絵（2021）「ライブ・エンターテインメントとファン活動 COVID—19自粛期間中の「推し活」」『東アジア評論』13、pp.51-62
- 吉本たいまつ（2009）『おたくの起源』NTT出版

***Oshi-katsu* as Depicted by Media: From analysis of media coverage and representation**

TAJIMA Yuki

This study clarifies how “images of *otaku*” have changed by “*oshi-katsu*” (rooting for one’s *oshi*, or favorite member) depicted by media in recent years, and what kind of social significance has been given to “*oshi-katsu*” by focusing on “female *otakus*” and analyzing the media reports in newspaper articles mainly and the representation of video contents.

The analysis revealed that based on the context of “*oshi-katsu*,” the activities/ actions of “female *otakus*” are contextualized not only as a pursuit of personal relationships among the concerned parties, but also to function as “social contribution.” It was also found that the existence of “female *otakus*” that have been excluded even among “*otakus*” as others could be manifested and the image that had become stereotypical could be diversified.

Key words: *oshi-katsu*, *otaku*, *female otaku*, media representation