

保育現場とオタク文化

大北 凜 坂本 美来 八田 風花
坂田 剛琉 吉永 賢人

中村学園大学短期大学部幼児保育学科

概要

日々変化して多様化している保育であるが、保育現場には閉鎖的な一面もある。コロナ禍が進む昨今、日本人の心に火をつけたのは日本発祥のオタク文化であり、外出制限の中でオタク市場の売り上げは大きく伸び、日本の経済を支える一つとなっている。しかしながら、このようなオタク文化はこれまで保育現場では子どもの健やかな成長において「悪影響」として受け入れられてこなかった歴史があり、保育現場の閉鎖的な一面と言えるのではないだろうか。そこで、本研究では世界中に広まったオタク文化の現状について考察すると共に、保育現場へのオタク文化の参入の可能性および「好影響」について考えていくことにする。

1 章 オタク文化

この章では今や日本から世界中へと広まっているオタク文化について、このオタク文化が広まっていった経緯やこのオタク文化によって人々の日常生活に与えた影響について考察していく。

1.1 節 オタク文化の広がり

オタクという日本の文化は今では世界中に広がっており、ロサンゼルスでは 2011 年から“コミカゼ・エキスポ”というコミック、アニメ、ゲームなどの大ポップカルチャーイベントが開催されている。このイベントには毎年全米から詰めかける数万人を超えるオタクファン達が集い賑わいを見せている。また、アジア発のポップカルチャーを中心にファン達が集う北米最大級のイベントのひとつに「オタコン」がある。オタコンは「オタク・ジェネレーションのコンベンション」の略であり、名前の通り北米のオタク世代が作り上げてきたものである。ここでは、アニメや映画を流し続ける「ビデオルーム」から、ゲームを体験できる「ディーラーズルーム」などがある。オタコンはアジア発のポップカルチャーを祝う祭典となっているが、その中心を占めているのは日本発祥のポップカルチャーである。このように、今では日本発祥のアニメ文化やオタク文化がアメリカに世界にと広がり続けている。

1.2 節 教育的オタク文化

「オタク」文化の教育面における影響として、アニメ好きな人やゲーム好きな人が楽しく勉強ができるようなオタク向けの参考書やゲーム教材が発売されており、オタク文化を利用した学習方法が定着し始めている。子どもの頃は勉強へのモチベーションが上がりにくい傾向にあり、ゲ

ーム教材を使って勉強が楽しいと感じる環境は一つの可能性として注目される。ゲーム教材を使うことのメリットとして、1つ目は家庭学習を習慣として確立できることであり、2つ目は採点を自動でやってくれることであり、3つ目はゲーム感覚で楽しく進められることである。このように楽しく学べるツールとして様々にあるオタク文化を利用した教材は子どもにとって望ましいものと言えるであろう。しかし、このような教育面に良い影響がある一方で悪影響も懸念されている。現在の小学校では授業の妨げになることやトラブルが起きないようにすることを理由に学校で使うノートや鉛筆などキャラクターが禁止されている学校が増えている。すなわち、「オタク」文化の教育面への進出は子ども達は歓迎するものであるが、教師や保護者等の大人の影響が大きい低年齢層、その大きさに比例した強い否定的な意見が多い実態となっている。

1.3 節 心理的オタク文化

オタクを楽しむことによる日常生活に心理面での変化としては以下のようなものが挙げられる。

- 仕事や勉強のモチベーションが上がる
- 元気になる・癒される
- ストレス発散になる
- ポジティブになる
- 美意識が上がる
- 人脈が広がる

その他にも公認心理師、伊藤氏[3]によると、自己注目が軽減されることうつ病の治療に効果があり、メンタルヘルスが低下している人にはオタクをすることによって喜びや悲しみなどの感情を豊かにしてくれる効果がある。すなわち、オタクをすることで普段の日常生活にプラスで新しい体験をもたらすことで人生が豊かになることがオタクのメリットである。但し、他のファンとの比較による情緒不安定やファン同士のトラブルに合う、また、ファン以外の友達との関係が崩れる等のデメリットも問題となっている。

2 章 オタク文化の経済効果

この章では日本から世界に広まったオタク文化がもたらす経済効果について詳しく述べていくと共に、オタク文化の売り上げの上位を示すアイドル・漫画・アニメの市場規模について、様々な背景からその要因を考察していく。

2.1 節 オタク文化の市場規模

はじめに、オタク市場文化のアイドル・アニメ・漫画オタクの売り上げベースとその背景について考察していく。下の表は株式会社矢野経済研究所[4]の2020年度の国内の「オタク」市場の売り上げベース等を示したものである。

(単位: 百万円、%)

分野	算出ベース	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度予測
アニメ	制作事業者売上高ベース	268,000	290,000	300,000	275,000	280,000
		前年度比 107.2	108.2	103.4	91.7	101.8
同人誌	小売金額ベース	79,700	82,000	85,500	74,300	80,000
		前年度比 100.3	102.9	104.3	86.9	107.7
プラモデル	国内出荷金額ベース	27,500	27,800	29,200	38,300	45,000
		前年度比 100.0	101.1	105.0	131.2	117.5
フィギュア	国内出荷金額ベース	31,900	31,000	31,200	32,700	33,000
		前年度比 99.7	97.2	100.6	104.8	100.9
ドール	国内出荷金額ベース	11,100	11,400	11,600	10,200	9,800
		前年度比 104.7	102.7	101.8	87.9	96.1
鉄道模型	国内出荷金額ベース	11,300	11,000	10,500	11,500	11,900
		前年度比 107.6	97.3	95.5	109.5	103.5
アイドル	ユーザー消費金額ベース	215,000	240,000	261,000	140,000	150,000
		前年度比 115.0	111.6	108.8	53.6	107.1
プロレス	ユーザー消費金額ベース	13,000	13,700	14,300	12,000	12,600
		前年度比 103.2	105.4	104.4	83.9	105.0
コスプレ衣装	国内出荷金額ベース	36,500	35,500	35,000	24,000	26,000
		前年度比 93.6	97.3	98.6	68.6	108.3
メイド・コスプレ 関連サービス	事業者売上高ベース	11,400	11,600	11,900	8,800	9,300
		前年度比 102.7	101.8	102.6	73.9	105.7
ボーカロイド	小売金額ベース	10,000	10,400	10,710	9,750	9,280
		前年度比 104.2	104.0	103.0	91.0	95.2
トイガン	国内出荷金額ベース	8,000	8,400	8,500	9,000	9,200
		前年度比 101.3	105.0	101.2	105.9	102.2
サバイバルゲーム	事業者売上高ベース	10,400	10,500	10,500	8,600	8,000
		前年度比 104.0	101.0	100.0	81.9	93.0

矢野経済研究所調べ

注1. 「ボーカロイド」は表中、同人誌市場、フィギュア市場、ドール市場、コスプレ衣装市場に一部包含されるコンテンツがある。

注2. 2021年度は予測値

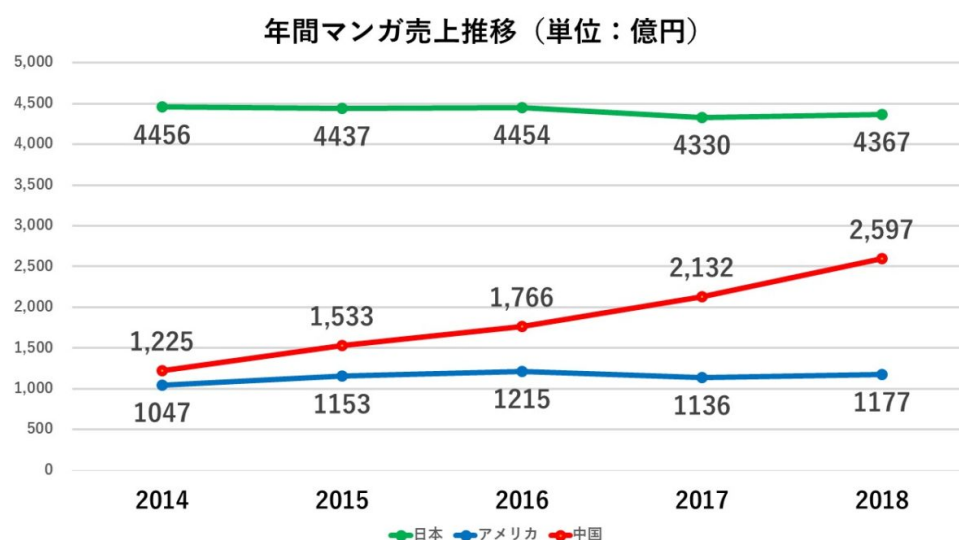
「オタク」主要分野別市場規模推移 (株式会社矢野経済研究所[4]より引用)

上の表から分かるようにアイドル・アニメの売り上げベースが高くなっている。また、2017年から2020年までの変化として、プラモデルや鉄道模型などの在宅が基本の分野の増加、アイドルやコスプレ衣装などの外出が基本の分野の減少が特徴的であるが、この閉経としては新型コロナウイルスの影響が大きく関わっていると考えられる。

アニメに次ぐ市場規模のアイドルについて、アイドルオタクの消費金額が2019年と比べて2021年は約1000億円以上の大幅に減少しているが、この原因としては2019年の終わりがごろから流行りだした新型コロナウイルスの影響が考えられ、これまで経済効果をもたらしてきたアイドルオタクによる消費額が翌年から急激に少なくなったと考えられる。2019年は2610億円という消費金額ベースが見られたが、2020年には1400億と約半分となっている。コロナ禍でアイドルの代表的なイベントの一つのコンサートやライブ等が中止や無観客の開催により、必然的にお金を使う用途が無くなったと考えられる。一方、プラモデルのようにコロナ禍という状況で消費金額ベースが増加した分野もある。以前までは在宅時間が少なく、コロナ禍になってから外出が出来なくなって在宅時間が長くなり、在宅で遊びを楽しめるものの需要が高まったと考えられる。その結果プラモデルはコロナ禍になってからの2020年から少しずつ売り上げが増えてきている傾向にある。また、プラモデルと同様に家で楽しめるフィギュアやトイガン、鉄道模型も好調に推移しており、コロナ禍でオタク文化は大きな変容しているのである。

2.2 節 アニメ文化

日本のアニメは今や世界で絶大な人気を誇っている。下図は 2014 年から 2018 年のマンガ市場売り上げ推移のグラフである。近年の日本マンガ市場については紙コミックが減少して電子コミックの売り上げが伸長してる状況であるが、この 5 年間をみても 4000 億円以上の売り上げを維持しており、諸外国と比較しても非常に大きな市場規模となっている。また、アメリカにおけるマンガ市場の規模は日本の 3 分の 1 程度であり、人口の多さに比べて市場が小さい状況である。アメリカの市場は日本のような複数の出版社がマンガを出版しているのではなく、人気マンガ出版社（Marvel Comics や DC Comics 等）から刊行されるアメリカ発の「スパイダーマン」や「スーパーマン」などの人気のヒーローマンガに依存していることに特徴がある。更に、近年マンガ市場が急拡大している中国では電子コミックが中心であり、子ども向けのマンガや学習教材が好まれており、翻訳された日本初のマンガが人気の上位となっている。



マンガ市場売上推移
(オタク産業通信[6]より引用)

日本のアニメのキャラクターはマンガやテレビの中だけでの人気ではなく、キャラクターを人形に再現したフィギュアも絶大なブームとなっている。フィギュアのマーケットは 2004 年の 180 億円から 2 年で 1.3 倍となっており、市場を引っ張るのは「ウルトラマン」「仮面ライダー」「機動戦士ガンダム」などである。すなわち、いわゆるオタク層を越えて幅広いブームになっている状況である。

3 章 保育現場へのオタク文化の参入の可能性

この章ではアニメのキャラクターが保育現場にもたらす影響について考察すると共に、教育現場における制服制度と保育現場の制服制度から考えられる可能性について考えていく。

3.1 節 アニメ文化の可能性

1984 年頃、北海道の稚内南中学校では時代背景も相まって校内暴力やいじめが多発していた。そのような中で教師らが生徒たちの更生を目指して、皆で何かをすることの喜びや達成感を味わうことを目的として考案されたのがソーラン節である。1992 年に稚内南中学校が出場した第 10 回民謡民舞大賞全国大会でグランプリを受賞したことで、「ソーラン節は、荒れた学校を更生に導いた」というイメージとなり、以後、稚内南中学校をはじめとして北海道の中学校で運動会の演目に取り入れられるようになった。また、1999 年に国民的ドラマとなった「3 年B組金八先生」でもソーラン節を取り上げたことで更に運動会での定番種目として人気に火を付け、ここから全国に広がりを見せ、今では全国を通して小学校以上の学校で演舞が行われている。

若者の間でダンスが人気を博したこともあり、2012 年の学習指導要領改訂により中学校の 1・2 年生は必須科目、3 年生は選択科目としてダンスが組み込まれることになった。それ以前から小学校では体育授業の一環として「表現運動」や「リズムダンス」が必修化されていた為、子ども達は 9 年間連続してダンス教育を受けることになったのである。また、幼児教育でも幼少期から集団生活の中で社会性や協調性を身につけることができることを目的として保育現場においてもリトミック（キャラクターを使ったダンス）が多くの子園で取り組まれている。最近では子ども達に人気のアニメの中で人気キャラクターがダンスを踊るようになり、アニメのキャラクターが踊っている姿を見て子ども達もそれを真似してダンスを行い、体を動かすことの楽しさを体験することが一般的になっている。ダンスは乳幼児期の健やか心身の発育に非常に有効なものである。

上記したような小学校以上の教育課程でダンスが必須化された中で取り入れられている演目は昔ながらのソーラン節だけではなく、ストリートや HIPHOP 等、様々である。その理由は児童生徒が楽しむことを大切にしているからであろう。

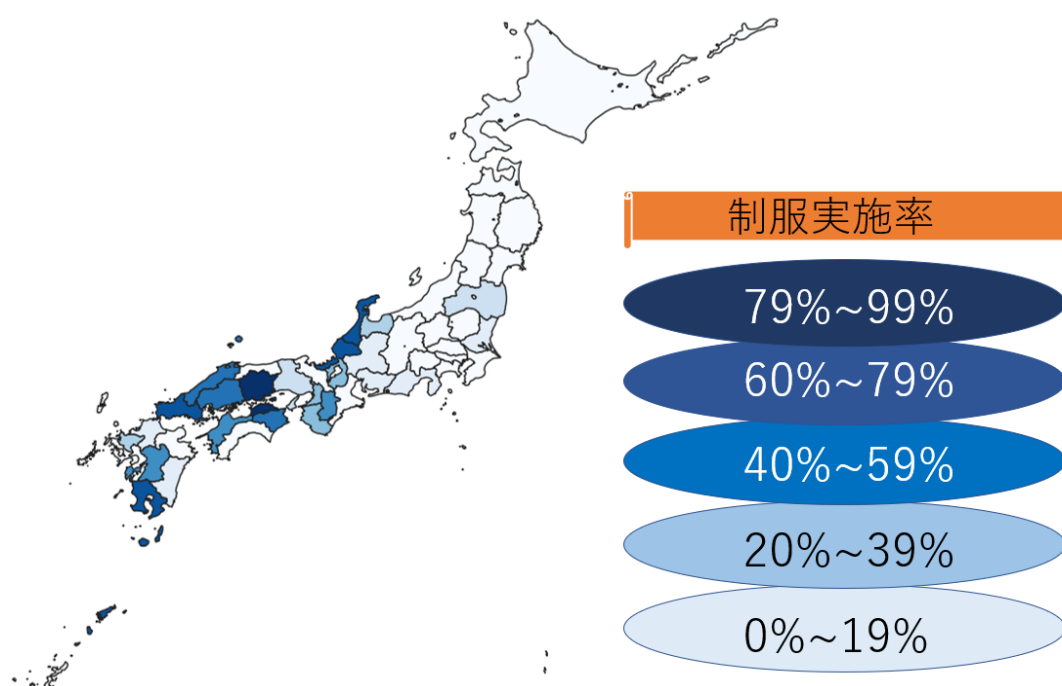
子どもにとって保育現場でのアニメのキャラクターがもたらす影響は大きい。これまではその影響力の強さから保育現場でのアニメのキャラクターの利用は避けられてきたが、今後は積極的に利用される、利用すべきとの考え方が主流となるのではないだろうか。例えば、子どもに人気のアニメのエンディングでは登場人物のキャラクターが出てきて曲に合わせて踊っているのが多く見られるようになっており、子ども達は好きなアニメのキャラクターがテレビの中で体を動かして踊っているのを見て必然的に真似をして一緒に踊りたくなるだろう。日本では 2012 年の学習指導要領改訂により、中学校の 1・2 年生は必須科目、3 年生は選択科目としてダンスが組み込まれることになり、それ以前から、小学校では体育授業の一環として「表現運動」や「リズムダンス」が必修化されていたため、子ども達は 9 年間連続してダンス教育を受けることになった。

このように、リズムダンスが教育に影響を与え、子どもを意識したアニメでリズムダンスが取り入れられている現状において、アニメのキャラクターを保育に積極的に利用することは就学前教育の在り方として自然であり、リズムダンスを通じた集団での一体感、健全な心身の発達等、保育の基本的な目標達成の為に必要不可欠なものとなっていくであろう。

3.2 節 コスプレ文化の可能性

コスプレ文化の可能性としては制服制度が考えられる。以前は、殆どの小学校・中学校・高校

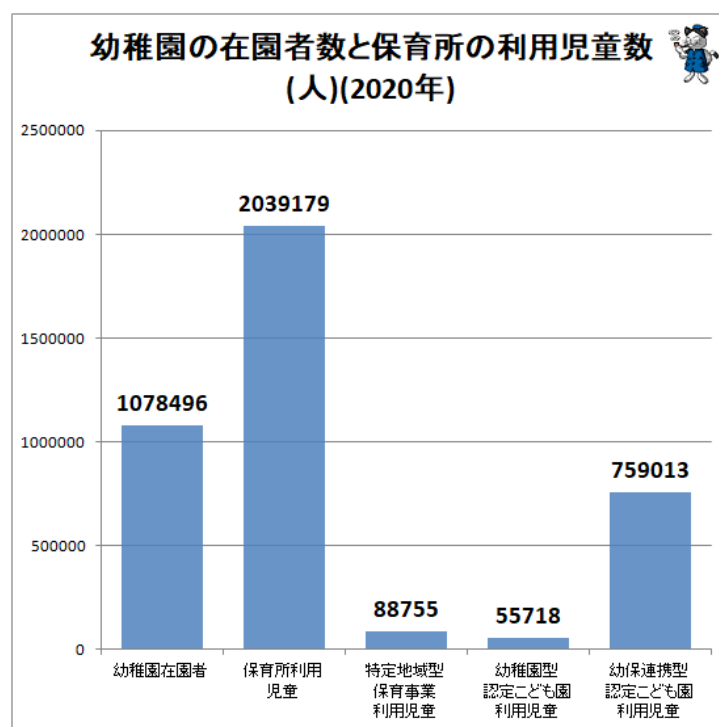
で制服制度が取り入れられていたが、中学生や高校生の制服姿は現在でも毎朝の光景であるが、小学生の制服姿を殆ど目にすることがなくなっている。小学校と中学校の制服の導入状況として、G コラム[5]によると全国的に約 20%の公立小学校が制服制度を取り入れており、公立中学校における導入率は 97%以上となっている。中学卒業の進路はさまざまであるが、高校での制服導入率は中学校と同程度であることを考えると、小学校の制服制度の導入が全国的に見て少数派であることが特徴的である。下の図は都道府県単位に制服制度導入率を示したものである。全体を見ると制服の導入は西日本に集中しており、実施率が高い地域以外の導入率は 1 桁%である。



公立小学校の地域別制服制度導入率

(G コラム[5]より引用)

上記のように、現在では小学校の 2 割で制服が導入されており、また、中学校においてはほぼ 100%に近い状態で制服が導入されている。更に、小学生以下の子ども達の状況、幼稚園・保育園での制服の導入状況の比較として、全国で幼稚園利用児童数（含む特定地域型・幼稚園型：幼保連携型認定こども園）は約 198 万人、保育園利用児童数は約 204 万人であり、幼稚園の殆どが制服を導入していると仮定すると、概ね半数の子どもが制服を着用していることが推測される。就学前の子どもの服装として制服を思い浮かべる人が多いが、専業主婦が 3 割を超えていた 1992 年以降、その割合は 2 割を下回っており[2]、子育てをしながら働く親（共働き）が増え、それと同時に保育園の需要も一気に右肩上がりとなり、30 年前では大半であった制服が保育者利用者の増加と共に現在では約半数となっているのである。



ガベージュニュース[1]より引用

すなわち、就学前では5割、小学校では2割の制服導入率も中学校・高校では殆どが制服を導入しているという実態である。これは1992年以降に保育所利用者が増加したことで制服の導入割合が低下して、その影響が小学校に伝搬したと考えられる。一方で中学校・高校までこの影響が波及していない理由としては、仲間意識を高めるもの、学校の規則などに従うことを示した忠誠心等が挙げられている。保育現場の制服導入については賛否あるが、幼稚園保育園に関わらず保育現場が制服を導入することで小学校での制服着用の割合が自然と増えていくことが予想される。保育現場は集団生活や社会性を始めに身に付ける場であり、「格差」は望ましいことではない。保育の無償化が進む中、家庭または行政による制服導入費用の負担は十分に可能であろう。すなわち、保育園・幼稚園に制服があることで、小学生に上がる前の幼児の頃から集団を意識できるようになり、社会性や規範意識もおのずと身につくのではないだろうか。幼児から学生まで全ての子ども達に当てはまることは、制服があることで自分はこのコミュニティの中で過ごすことが出来ている、存在を認められているというような存在意義にも繋がってくるだろう。

まとめ

保育現場では影響力の大きさからアニメのキャラクターの利用を控える傾向があるが、最近子ども向けのアニメにはダンスが取り入れられた場面をよく目にするようになった。保育現場ではリトミックなどのダンスを取り入れた保育が行われてきたが、子ども達が心から楽しむことを優先させるのであれば、また、乳幼児期の健やか心身の発育に繋がるのであれば、保育現場でアニメ

メのキャラクターを使うことは寧ろ率先して行うべきではないだろうか。すなわち、保育も日々変わっていく中で昔から言われていたキャラクターの悪影響について考え直す転回点と考えることも必要ではないだろうか。また、制服導入は小学校では少なく中学校・高校では多いが、保育現場の状況変化が大きく影響していると考えられる。保育現場は集団生活を身につける初めのであることを考えると制服の導入が望ましく、保育現場の制服については小学校や中学校の教科書と同様に無償化していくことを検討する必要があるのではないだろうか。

参考文献

[1] ガベージュニュース「幼稚園 9121 件・保育所 2 万 3899 件、特定地域型保育事業は増加中…幼稚園と保育所の推移(最新)」

<http://www.garbagenews.net/archives/2092001.html> (2022 年 12 月 5 日確認)

[2] 伊藤ひなた, 井村日香梨, 植村亜美「メンヘラ」, 中村学園大学短期大学部幼児保育学科「幼花」卒業研究論文集, Vol.7 (2020), Page 12-16.

<https://www.nakamura-u.ac.jp/~hashimot/members/papers/Vol7/vol7-3.pdf> (2022 年 12 月 5 日確認)

[3] あの人の笑顔が元気の源? 「推し活」がメンタルヘルスに良い理由, 毎日新聞

<https://mainichi.jp/articles/20220209/k00/00m/040/104000c> (2022 年 12 月 8 日確認)

[4] 株式会社矢野経済研究所 (オタク主要分野別市場規模推移)

https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2836 (2022 年 12 月 13 日確認)

[5] G コラム「地域ごとに大きな差が? 公立小学校の制服導入事情」

<https://www.gaccomm.jp/wp/article/ranking-uniform-1.html> (2022 年 12 月 15 日確認)

[6] オタク産業通信「日本・アメリカ・中国のマンガ市場比較」

<https://otakuindustry.biz/archives/82383> (2022 年 12 月 15 日確認)