

## 萌芽論文

### 「推し」の人類学的研究 — 「オタク」のインタビュー調査から

柳瀬 文乃

#### 1. はじめに

近年、ニュース番組や書籍などでも「推し」という言葉を耳にする機会は多く、たくさんの人にとってそれは身近なものになってきている。しかし、「推し」とは何かと聞かれると言葉に詰まる人も多いのではないだろうか。実際に「推し」を推すオタクである筆者自身もこの問いにはすんなり答えることが出来ない。「推し」については「対象に対する好意的な感情をもつ」という共通点はあるものの、「好き」と「推し」は異なる存在である(綾奈 2020: 58-59)というも指摘もあり、一言で表せない複雑な存在である。

本稿では東(2001)と岡田(1966)の定義を参照しながら、オタクを「オタク系文化に耽溺し、オタク系文化の知識を深める飽くなき向上心と自己顕示欲を持つ人びと」と定義する。その上でオタク同士のグッズ交換である「お取り引き」に焦点を当て、4人の「推し」を推すオタクにインタビュー調査を行った。彼女たちが「お取り引き」をどのように行い、それによって収集したグッズをどのように扱うかという語りを事例として、「推し」とは何かを人類学的に明らかにする。

#### 2. 問題の背景

本稿では「お取り引き」＝「交換」について検討するにあたり、まず、理論的背景となる「交換」と「マナ」について説明する。また、今まで語られてきた「推し」を巡る言説を資料とし、オタクが消費するモノについて検討する。

## (1) 理論的背景

### ① 交換

トロブリアンド諸島のクラ交易に関する研究を行ったマリノフスキ(2010)は、ソウラヴァと呼ばれる首飾りとムワリと呼ばれる腕輪が島々の間で交換され(マリノフスキ 2010: 122)、その中で共同関係が構築されていくことを指摘した。マリノフスキはトロブリアンド諸島の交換の事例から、人間同士の関係の構築に注目した。

このようなモノの交換により人間同士の関係構築を明らかにする研究は、その後も様々な形で続いていく。例えばモースは、贈り物には贈り物を与える義務、受ける義務、お返しの義務という3つの義務があると述べた(モース 2008: 48)。モースの研究では、事例として互いに価値のあるものを贈り合う人々の様子が記述されている。サーリンズ(1984)は、モースのこの議論を発展させ、①社会関係の近い親族同士などで行われる「一般化された相互性」、②友人関係での契約や婚姻互換のことを指す「均衡のとれた相互性」、③社会関係の遠い者同士で行われる「否定的互酬性」の3つの観点から交換を分析した。

今まで交換による人間関係の構築をめぐる研究は、地縁や親族間での交換を通して発生する社会関係の強化に注目してきた。大坪(2017)の論考は、元々関係のなかった買い手を開拓しつつ、その関係の維持に執着するのではなく、つかず離れずの距離を保ちながら再び新たな買い手を探すという、社会関係が再生産されづらい状況における交換を描いた点で特徴的である。大坪(2017: 267-272)はイエメン社会における嗜好品のカートの買い手(商人、購入者)と売り手(生産者、商人)の関係性に注目した。大坪(2017)が明らかにしたのは、交換により数多くある選択肢として買い手と売り手の顧客関係を作り、それが発展するなら歓迎し、発展しなかったとしても問題としないゆるやかな紐帯の存在だ。

交換を介した人間関係の構築・維持を意識的/無意識的に構築しているか、または構築された人間関係への期待の高低は様々だが、こうした研究はいずれも、交換の結果、発生する関係性に注目している。しかし、本論で扱うオタク同士の「推し」グッズの交換は、新しい人間関係の構築を目的としていない。本稿ではそのことに着目して、「お取引引き」という交換の特性を明らかにする。

## ② マナ

モースは、「呪術が1つの社会現象である」(モース 1973: 185)、すなわち一定の概念への共通理解を持った集団の中で呪術は存在する、という視座から呪術の分析を行った。モースはマナを「妖術使いの力、ある事物の呪術的資質、呪術的事物、呪術的存在、呪力を持つ、まじないをかけられる、呪術的に作用する、といったような言葉でもって示している雑多な観念を包摂」(モース 1973: 169)し、実在するものとして扱っている。このような多義的なマナについてモースは、①資質、②実体、③活動の3つの不安定な観念で構成されていると述べる(モース 1973: 169-170)。モースは「事物に追加された物」(モース 1973: 172)としてのマナに注目し、それが様々な形で現れることを指摘した。

以上を踏まえて、本稿ではオタクグッズを「お取引引き」によって交換する人びとに焦点を当て、「推しに対する気持ち」がマナのような力をもって彼女たちを「推し」に向かわせるのか否かを、彼女たちの行動を基に検討していく。

## (2) 民族誌的背景

### ① 「推し」

ここでは芸術総合雑誌『ユリイカ』の2020年9月号の記事と第164回芥川賞を受賞した宇佐見りんの『推し、燃ゆ』を参照しながら、「推し」の多義性について明らかにする。「推し」は「対象を好ましく思う」という漠然とした共通点を持ちながら、細かい定義は人によって大きく異なる。声優でありオタクを自認する悠木は、「推し」を「そのことを考えると幸せになり、踏ん張る力を貰える」(悠木 2020: 51)存在であると述べる。中には相反するような定義も述べられている。橋迫(2020: 85)は「推し」を他者とのコミュニケーションの中で現れる存在と述べるのに対し、岡田(2020: 100)は自分との孤独な関係の中で没頭する対象と述べる。『推し、燃ゆ』(宇佐見 2020)の中で「推し」を推す主人公のあかりは、「推し」を自分の存在理由であり生活であり核である、と説明する。

このように、全く視点が異なる十人十色の定義があることが「推し」を巡る言説の一番の特徴だ。「推し」は多義的であることを「許された」存在であるといえる。

### ② オタクの消費

本稿では、オタクを「オタク系文化に耽溺し、オタク系文化の知識を深める飽くな

き向上心と自己顕示欲を持つ人びと」と定義する。オタクは「オタク系文化」、すなわち「コミック、アニメ、ゲーム、パーソナル・コンピュータ、SF、特撮、フィギュアその他、たがいに深く結びついた一群のサブカルチャー」（東 2001: 8）に耽溺する。では、これらの消費の背景には何があるのだろうか。大塚(1989)の「物語消費」とそれを展開させた東(2001, 2007)の「データベース消費」からこれまでの議論を概説する。

大塚(1989)はオタクが何を消費するかについて、「小さな物語」と「大きな物語」という2つの概念を用いて「ビックリマンチョコレート」という食品玩具を分析することで明らかにした。「ビックリマンチョコレート」に付属する〈ビックリマンシール〉は、原作が存在せず、裏側に「悪魔界のうわさ」と題された短い情報が書かれたシールである。この情報を集めると、キャラクター同士の関係性という漠然とした「小さな物語」が積み上がり神話的叙事詩を思わせる「大きな物語」が出現するという(大塚 1989: 12-13)。この「大きな物語」は世界観と表現できる。こうした「大きな物語」を参照して作られるのが同人誌である。原作となる「大きな物語」に従って、ファンが「小さな物語」である同人誌を生産し、それを他のファンたちが消費する。大塚(1989: 24)は、こうした消費形態の最終段階では、商品の送り手が消費システムから排除され、商品を作ることと消費が一体化してしまう可能性を指摘した。

これに対して東(2001)は「データベース消費」を提唱した。東(2001: 58)によれば1990年代にはオタクの中に「キャラ萌え」と呼ばれる新しい消費行動が誕生し、アニメやコミックという個々の作品を消費していたオタクたちがキャラクター自体に魅力を感じるようになった。この魅力が萌え要素である。次第に同じ萌え要素を持った別のキャラクターが作られるようになり、オタクたちはそうした様々なキャラクターと萌え要素の間を行き来しながら、キャラクターを消費する。「特定のキャラクターに『萌える』という消費行動には、盲目的な没入とともに、その対象を萌え要素に分解し、データベースのなかで相対化してしまうような奇妙に冷静な側面」(東 2001: 76)があると指摘した。結果、このデータベース=萌え要素のなかでキャラクターが再生産されて消費されるようになり、オタクたちの消費の対象が作品からキャラクターへと変化した結果、「キャラクターの自律化」(東 2007: 38)が発生する。こうしてキャラクターが作品とは別に消費されるようになった。

このように東の議論は、「萌え要素」というキャラクターのパーツに焦点を宛てている。しかし、本稿が注目する事例では、オタクたちはキャラクターの人格というパーツとして分解し得ないものに価値を見いだしている。無数の「萌え要素」がキャラクターの人格によって統合され、一つのキャラクターとして構築されている。ゆえにこうしたキャラクターを「一個人」とみなすようなオタクたちのやり取りに注目するのが本稿の独自性である。

### 3. オタクへのインタビュー

ここでは筆者が2020年11月～12月、2021年8月と11月に行ったインタビュー調査について記述する。インタビュー対象者は「オタクである・オタクであった」と自認するRさん、Iさん、Yさん、Mさんの4人の女性である。彼女たちはそれぞれに様々なジャンルを推しており、それは2次元の作品から3次元、2.5次元俳優<sup>1</sup>まで多岐に渡っている。なお、本稿では対象者のプライバシーに配慮し、彼女たちの氏名はアルファベットで表記する。語りの中に登場する彼女たちの「推し」の名前は語りのまま表記する。

インタビューは筆者から質問を投げかけ、それに対して具体的なエピソードやインフォーマント自身の考えを語ってもらう会話形式で実施した。仙台市内で直接会うことが出来たYさんとMさんには対面で実施し、遠方に住んでいるRさんとIさんにはZoom<sup>2</sup>やLINE<sup>3</sup>を用いて行った。また、適宜LINEを通じたテキストメッセージでインタビューの補足調査を行った。インタビューの記述の中の括弧は特に断りがない場合、筆者がつけた注や補足である。

#### (1) 「推し」を楽しむためのグッズ

まず、なぜ彼女たちが「推し」のグッズを購入するのか、そして購入したオタクグッズをどのように扱うのかについて記述する。グッズは缶バッジやカードの他にも服

---

1 「2次元の漫画・アニメ・ゲームを原作とする3次元の舞台コンテンツの総称」(一般社団法人日本2.5次元ミュージカル協会 n.d.)のこと。

2 Zoomビデオコミュニケーションズが運営するアプリケーション。オンラインでビデオ・音声通話、コンテンツ共有、およびチャットが行える(Zoom 2020)。

3 LINEとは、2011年6月にサービスが開始されたコミュニケーションアプリ。1:1やグループでの会話を行うことが出来る(LINE株式会社 2020)。

飾関連の物など多岐に渡る。彼女たちがグッズを購入し、それを使用することで「推し」への「愛」を表現し「推し」を楽しむ様子を明らかにしていく。

#### ①「推し」のグッズを買う

グッズを購入する理由について、Iさんは以下のように語る。

その作品に対してお金をかけているっていう事実がほしい。ほしいっていうか事実があるからオタクをやっているなっていうふうには自分は思ってるんですよ。(中略)やっぱりその何か「運営」に対して還元できるものっていったら、自分たちが何かを買って、その「運営」に直接にお金を出してあげる、出してあげるっていうのが一番手っ取り早いじゃないですけど、それかなって思って。(中略)自分はちゃんと「運営」さんに対して感謝の意味をこめてお金を払って、なおかつちゃんとオタクが出来てるなというふうに感じるの。(中略)「公式」がこれからも続いていく、このコンテンツがずっと続いていきますように、みたいな。

Iさんはグッズを購入する理由を「運営」にお金を出すためであると説明する。「運営」とは、アニメやゲーム等のコンテンツを提供する側のことを指す言葉であり、「公式」も同様である。Iさんはコンテンツを消費しつつもグッズを購入することによって「運営」にお金を支払おうとする。そのことによって「オタクをする」権利を得られると考えるのである。彼女が支払うお金には「感謝の意味」がこめられており、自分がお金を支払うことがコンテンツをさらに盛り上げ、次の展開に繋げられる行為であると考えているのである。

RさんもIさんと同様に「推し」のためにグッズを購入したいと考える。同じ絵柄、同じ種類のグッズを何十個も購入することは、グッズを「積む」と表現される。Rさんは、普段はグッズを積まないが、彼女の「推し」である2.5次元俳優の翼くん<sup>4</sup>が一人で行うイベントの際はグッズを「積みたい」と感じるという。

翼くんの単独イベントだったら、積めば積んだだけ、そもそも彼だけに入るわけ

---

<sup>4</sup> Rさんの推しのひとりであるSunGnome所属の男性タレント(SunGnome 2020)。主に2.5次元の舞台やミュージカルで活躍している(SunGnome 2020)。

じゃない!?収益が。だから周りの同担に『自分は今だけ積んでますけど?』みたいなことがあるから、そういう現場はあるかも。

「同担」とは、同じ「推し」を推すオタクのことである。Rさんは自分と周りのオタクを差別化し、自分が翼くんをどれだけ「推し」ているか見せつけたいと考え、その指標としてグッズを使用する。また、グッズを積むことでオタクの中でも際立つ存在となり、翼くんに見てほしいという気持ちもあるという。彼女はグッズを購入したお金がそのまま翼くんの収益になることが最も重要なグッズを購入する動機であると考えている。彼女はこのことを「翼くんのために(グッズを)積んでる」と表現し、オタクとして翼くんの活動を支えるための行為だと考える。自分のためにグッズ購入するのではなく、自分がグッズを購入することで「推し」に貢献しようと考えているのであり、グッズを購入することで翼くんにお金が行くことを重要視する。では、彼女は「推し」に収益が行くことでどうなってほしいと考えているのだろうか。

「推し」がいいもの食べたり、好きなところ行ったり、好きな物買ったり、遊んだりしている姿が見たい、というのが大きいです!「推し」にはのびのびと育てて欲しいという謎の母性があるかもしれません...

彼女は収益が「推し」に行くことで「推し」に幸せな生活をしてほしいと考えており、この気持ちを「母性」であると表現する。彼女は母親が子供を育てるような気持ちで翼くんのグッズを購入し、自分が翼くんのために支払ったお金をもとに「のびのびと育ててほしい」と感じるのである。

Yさんもグッズを「積む」ことがあった。彼女はグッズをたくさん購入することで「嶺二<sup>5</sup>(Yさんの「推し」)の一番になりたかった」という。彼女は周囲の嶺二を推す他のオタクと自分自身を比較して自分が一番嶺二を推していたと考えていた。周囲のオタクよりもたくさんのグッズを持ち、自分が嶺二を推していることを周囲にアピールすることで推しへの愛の量を周囲の「同担」と競争しようとしていたのである。

---

<sup>5</sup> 「うたの☆プリンスさまっ♪」に登場する寿嶺二(ことぶきれいじ)のこと。

しかし、時に彼女たちは中古ショップやメルカリ<sup>6</sup>でグッズを購入する場合もある。Mさんも同様に「公式」のためにグッズを購入したいと考えているが、中古ショップでグッズを購入する場合もあるという。欲しかったグッズがどうしても手に入らない、あるいはトレーディンググッズで「推し」を引けなかった場合には、中古ショップを利用する。中古ショップで購入する場合、彼女が支払ったお金は「公式」には届かないため、グッズを購入する理由として語る「公式のため」とは乖離がある。中古ショップで購入する場合にMさんは「私の欲望だけ」のために購入する。Mさんは「好きなモノがあったら集めてしまう癖」があると語り、欲しいモノがあれば集めるために購入してしまうという。Mさんのように、「公式のため」と考えつつも自分のために中古ショップで格安品を購入しグッズを収集する場合もある。しかし中古ショップで購入する場合であっても、ショップにわざわざ足を運び目当ての「推し」のグッズがあるかどうか、たくさんのグッズの中から探す必要がある。Mさんは店頭で足を運びグッズを探す手間よりも、「推し」を購入して手に入れることを重視している。彼女にとって「推し」のグッズはそこまでしてでも手に入れたいものなのである。

Rさんもメルカリでグッズを購入した経験がある。彼女は仕事が忙しく、なかなか「推し」活をする時間がとれていないが、2021年10月ごろに仕事が一時落ち着き、家でDVD鑑賞をするなどの時間がとれたという。その時に彼女は様々な種類のDVDを鑑賞するためにメルカリでDVDを購入した。

多分ね、3万(円)分くらい買った、円盤。(中略)メルカリで。めっちゃ嫌だったけどメルカリで買ったな。(中略)(正規の販売元から新品で買うと)1枚が高くて手が出なかったの。

「円盤」とはDVDやブルーレイ、CDなどのことを指す。ここでは翼くんの出演舞台のDVDのことを指す。彼女は「嫌だ」という気持ちを抱えながらも、数を購入することを優先して正規の販売元ではないメルカリからグッズを購入した。このように、

---

<sup>6</sup> メルカリとは「かんたんに売り買いができて、あんしん・あんぜんなお取引ができるフリマアプリ」(株式会社メルカリ:2020)を指す。要らなくなった物などがアプリ上で出品され、それが欲しい人は提示された価格を支払う、フリーマーケットのような形式で中古品のやり取りが行われている。

彼女たちはグッズを購入する理由を「推し」のためとしながらも、実際には自分の欲を満たすためにグッズを購入するという側面もある。

## ②「推し」のグッズを楽しむ

ここでは彼女たちが購入したグッズをどのように使用するのかについて記述する。グッズは持ち歩くなど、各個人の思い思いに使用されるが、その前に彼女たちによって大切に保管される。彼女たちはその際に1つずつグッズを梱包したりファイリングしたりして傷がつかないように保護した上でグッズを保管する。これは「推し」のグッズも「推し」以外のグッズも変わらない。しかし、「推し」以外のグッズは後程「お取り引き」などを通して手放すために綺麗な状態で保管しようとする。このことについては次節で述べる。時にはグッズは部屋の中に飾られたり、眺められたりする場合もある。Rさんは「片付けしようかなとか、ちょっと頑張らなきゃ行けない時」に不定期でグッズを眺め、「推し」から活力を得る。Mさんは季節ごとにディスプレイするグッズを替えて部屋に「推し」のグッズを飾っている。その際にグッズを専用の額縁やボックスに入れ、埃が被らない状態にした上で飾るという。逆にYさんの場合、グッズは手に入れることが重要であり、購入した後は飾ったり眺めたりすることはない。このように、「推し」のグッズの楽しみ方は人それぞれで異なっており、統一性がないのである。

反対に「推し」以外のグッズは最終的に「お取り引き」を通して他のオタクへと譲ったり、中古ショップなどで売ったりされる。Rさんは「推し」以外のグッズを「いらぬもの」と表現し、時にはごみとして捨ててしまうという。「推し」のグッズが大切に手元に置かれることに対して、「推し」以外のグッズは彼女たちにとって不要なものであり扱いも大きく異なることが指摘できる。

彼女たちは保管したグッズを「現場」と呼ばれるイベントの時に持ち歩く。Rさんは缶バッジなどのグッズを表にはつけず、かばんの中など、彼女自身にしか見えないような場所に入れて持ち運ぶ。一方でシュシュなどのヘアアクセサリやリボンのような、元々身につける事を前提としたグッズは他のオタクからも見えるような部分につけて自分を着飾るためにも使用する。

現場(実際に足を運ぶ形のイベントや舞台のこと)によって違うんだけど、舞台だ

と「私は翼くんのオタクで一番かわいい」。でも2次元だと、「今日は〇〇くんのキャラクターに寄ってる」みたいな感じで。現場によって違う。

舞台関連のイベントでは同じ「推し」を推す他のオタクと比べて自分が一番かわいいオタクであるとアピールするために「推し」のグッズを身につける。その一方で2次元のイベントでは、「推し」のキャラクターに近づくために「推し」のグッズを身につける。彼女はこの違いについて「推し」に直接認識してもらえる可能性の有無の違いだと語る。翼くんは直接認識される可能性がある生身の人間であるのに対し、2次元のキャラクターではその可能性はない。だからこそRさんはグッズを身につけ「推しに寄る」ことで、少しでも「推し」に近づこうとするのである。

しかし、彼女は「推し」に直接認識されることはない2次元の「現場」でも洋服などの身なりに気を使い「かわいく」着飾って現場に行くという。なぜなら自分以外の他のオタクに「推し」キャラクターのオタクである自分自身が「ダサイ」と思われたくないからだ。Rさんはグッズを持ち歩く理由を「推し」に関連付けて説明しているが、そこには「周囲のオタクが自分自身のことをどう見るか」という視点もある。

Iさんはグッズを持ち歩くときには自分以外のオタクに見られることが前提となっている。

1個の缶バッジとか1個のアクスタ<sup>7</sup>とかをつけてくだけで同じオタクの人から誰々推しですか？とかって声かけられて、このグッズ持ってるんですけどどうですか？とか声かけられることもあったりするんで、そういうのでどんどん交換とか、例えばオタクとしての輪のつながりを増やしてくっていう1個のそのきっかけでもあるかなっていうふうに思ってるので。

彼女はグッズを持つことによって、自分が誰を推しているのかを他のオタクに表明し、グッズを交換する際にどのキャラクターを求めているのかを分かりやすく示している。そうすることによって、周囲のオタクとグッズを交換したり時には友人関係に発展したりするなど、オタクとしての交友関係を広げるきっかけとなる。しかし、彼

---

<sup>7</sup> キャラクターなどが描かれたアクリルスタンドの略。

女はグッズ全てを他者が見えるところにつけるわけではない。

道中あんまりガチャガチャつけてくのはあんまり、ってやっぱり私も思うので、別に好きにオタクすればいいじゃんとか思う人もいると思うんですけど、やっぱり引け目を感じる場所もやっぱりあるので。

彼女はグッズを他者に見せることを前提としている一方で、たくさんグッズをつけて歩くことに「引け目」を感じている。他者にグッズを見せ、「推し」を推したいと考えている一方で、「オタクである自分」を見られたくない、という矛盾した気持ちを抱えながらグッズを持ち歩く。

Yさんは同じ絵柄の缶バッジをたくさん購入し、「痛バ」にして持ち歩いていた。「痛バ」とは、キャラクターの描かれた缶バッジを、他者から見えるような場所にしきつめて付けたバッグのことである。彼女は「痛バ」を持って電車に乗る際は「もちろん」隠して歩き、オタクではない「普通の人」にはかばんを見られないようにしていた。その一方で同じジャンルを「推す」オタクには自分が誰を推しているか知ってほしかったという。

(グッズを持ち歩くことは)恥ずかしかった。やっぱりこういうことしてる人って普通じゃないっていうのもオタクしながらわかってるから、恥ずかしかった。(中略)オタクのなかでは「あ～嶺二好きなんだな」って思われたいけど、一般人には普通の人に思われたかった。

Yさんは他のオタクには自分が嶺二を推すオタクであることをアピールしたい一方で、そのような事をする人は「普通じゃない」と語る。オタクでない人には「普通の人」だと思われたいという。このように彼女たちは「推し」を推すオタクであることを周りのオタクにアピールしたい一方で、オタクは「普通」ではないと感じている。だからこそグッズを隠して持ち歩くことで彼女たちが考える「普通の人」になろうとしているのである。

## (2) 「お取り引き」

ここでは彼女たちの「推し」への愛が表出する事例である「お取り引き」について詳述する。「お取り引き」では購入したトレーディンググッズで引いた「推し」以外のキャラクターを、様々な工夫をしながら他のオタクと交換することで「推し」を手に入れる。

### ① 「お取り引き」を行う

最初に「お取り引き」によって交換されるトレーディンググッズの現状と、「お取り引き」の具体的な方法について記述する。「お取り引き」のやり方は山口(2020)と筆者が実際に行った「お取り引き」の経験に依拠している。Rさんによると、様々な種類のグッズがトレーディンググッズとして販売されている。缶バッジが代表的だが、そのほかにもコンテンツごとに若干の差異があり、ラバーバンドやコースターもトレーディンググッズとして販売される。MさんはKPOPアイドルと2次元作品に「推し」がいるが、KPOPではCDにランダムでアイドルの顔写真が印刷されたカードが封入されていることがある。2次元作品では、シチュエーションドラマが収録されたCDがランダムとして販売されている。

「お取り引き」は主にツイッター上で行われ、「お取り引き」に関するやりとりなどはツイッターの機能を使用して行われるのが普通である。「お取り引き」を行う際は最初に「募集ツイート」を出し、並行して自分の希望する条件にあった募集を探すことである。「募集ツイート」に関して山口(2020)はある程度の共通性が見られることを指摘している。「募集ツイート」は多くの人目に触れることで「お取り引き」相手が見つかりやすくなる。加えて、グッズに傷がついているか否かは「お取り引き」でのトラブルを避けるためにも重要であり、もし傷がある場合は「募集ツイート」に記載する。小さな傷であってもグッズに傷がついていることは嫌だと考える人も多くいる。だからこそ、「推し」以外のグッズを保管する場合であっても、「推し」と同様にグッズを綺麗に保たなければいけない。

次に「募集ツイート」に記載された条件にあった人を見つけ、「お声かけ」をする。「お声かけ」では見ず知らずの人に声をかけるため、最も重要なのは相手に不快感を与えない言葉遣いである。敬語や誤字脱字などの間違いがないようにお声かけ前には細心の注意を払い、自身の信頼性を高める必要がある。ここで条件がお互いに合い、

「お取引引き」が成立すれば DM<sup>8</sup>で発送日やグッズの梱包方法、発送方法や住所や氏名などの個人情報の提示と確認を行う。その後、OPP 袋や気泡緩衝材などでグッズを梱包し保護した上でグッズを「お取引引き」相手に発送する。場合によっては、待ち合わせをして手渡しでの交換になる場合もある。グッズが到着したら開封して中身を確認し、相手に連絡をする。グッズに不良などがあった場合もこの時点で相手に伝える。特に問題がなく、双方にグッズが到着したことが確認出来たら感謝を述べあって「お取引引き」は終了となる。

このように「お取引引き」は様々な過程を経て完遂されるものである。見ず知らずの相手とやり取りをし、個人情報の開示をする必要があるため信頼できる相手かどうか、相手のツイッターアカウントの限られた情報から見極める必要がある。では、彼女たちはどのようにしてそれを見極めるのだろうか。R さんは以下のように述べた。

私は人に対するリプ(リプライの略)を見る。どういう話し方してるのかとか、どういう態度なのかとか。ツイートの内容じゃなくて私はリプの内容を見てる。(中略)そういう話し方しちゃうんだ、みたいな。友達との会話の仕方で大体わかる。

R さんは取引相手が信頼のおける人物かどうかを判断するためにツイートのリプライ部分を確認するという。会話の仕方や友人との話し方を確認し、相手の人柄を推測しようとしている。

I さんも R さん同様に限られた情報の中から信頼性を判断しようとする。

ツイッターのその人の垢<sup>9</sup>見て bio<sup>10</sup>とかプロフィールは見て大丈夫そうかな、っていうのと、過去ツイ(過去のツイート)があるんだったら過去ツイ遡って取引トラブルがないかとかを確認して(中略)なんか心配だなって人は「取引」はしないようにしてます、応じないみたいな。

---

<sup>8</sup> ツイッターの機能であるダイレクトメッセージのこと。この機能を使用すると、非公開で自分と自分をフォローしている相手の会話を行うことが出来る(Twitter, Inc. 2020)。

<sup>9</sup> 「垢」とはアカウントの略語である。

<sup>10</sup> 「biography(経歴)」のことで、ツイッターアカウントの 160 文字で記載できる自己紹介の項目のことを指す。

Iさんはツイッターアカウントの「bio」と呼ばれる自己紹介の項目やプロフィール欄、「過去ツイ」などを最初に見て「大丈夫そう」かどうかを判断するという。彼女はその部分を見て経験則から「なんか心配だな」という人とは「お取引引き」をしないようにしている。

このように、彼女たちは「お取引引き」成立前に相手のツイッターアカウント内の様々な情報から相手が「信頼に足る相手かどうか」を見極めるための工夫を行っている。「お取引引き」を行って「推し」のグッズを手に入れるためにはこのような工夫が必要不可欠なのである。

## ②「お取引引き」を終えて

「お取引引き」は前項で述べたように複雑な過程を経て行われる。Rさんは「お取引引き」は嫌でもうやりたくない、楽しくない行為であると語る。ツイッターで条件のあう「お取引引き」相手を探す際に、なかなか良い相手が見つからず「しんどさ」を感じると語る。

Yさんも同様に「お取引引き」に疲れを感じることもあるという。

何回も(ツイッターを)見ながら(「お取引引き」を)やるわけじゃん。あれは最初は楽しかったけど段々疲れてきてげっそり笑(中略)トレーディングと「取引」がやっぱりセットになってるから、なかなか(交換)出来なかったりすると。ずっとツイッターに張り付いてやってたから。

Yさんは大量に買ったグッズを全て「推し」の絵柄にして集めたいと考えており、そのための「お取引引き」相手を探すことが大変だったと語る。「トレーディング(グッズを購入すること)と『取引』がやっぱりセットになってる」と語り、ツイッターを見て条件が合う人、合いそうな人を見るとすぐにツイートの内容などを確認し、「お取引引き」ができるかどうかを確認していた。その行動も最初は「推し」のグッズを手に入れられるというワクワク感や期待感のある行為だったが、時間が経ってもなかなか「お取引引き」相手が見つからないと、それはYさんにとって「げっそり」する行為に変わっていくのである。

Mさんは「お取引引き」をやらなくてもいいならやりたくはない、と語る。

基本的には面倒くさいじゃないですか、お取引引き自体が完遂するまで何か月かかかったりとか、早くで一週間とか。気も使うし、(中略)(「お取引引き」をしなくても)済むならしたくはない。

このようにMさんは「お取引引き」を「基本的には面倒くさい」行為であると捉えている。彼女は特に相手とのDMが面倒くさいと感じる。DMでは間違った情報を相手に伝えてしまうことによって、「お取引引き」相手に「この人と『お取引引き』をして大丈夫なのか」という不信感を与えてしまう可能性があり、やり取りの中で間違った情報を相手に伝えないように細心の注意を払う必要がある。彼女はそのような気を使い、時間もかかるDMに「面倒くささ」を感じている。

このように彼女たちは「お取引引き」を行うことを選択して行っているにも関わらず、「お取引引き」は「面倒くさい」「げっそり」「嫌だ」と感じている。「お取引引き」は強制されるものではなく、自発的に行う行為である。それにもかかわらず、彼女たちは「お取引引き」に対してマイナスの感情を抱きながら行っている。

このような「推し」を手に入れるために不可欠な行為である一方で、「面倒くささ」もある「お取引引き」を経て相手との関係性は変わるのだろうか。Rさんは「お取引引き」相手について、自分の趣味を共有して交流することはないと語る。「お取引引き」相手は同じ作品や人を「推し」ているオタクであるが、そこに「オタク仲間」であるといった仲間意識は生まれないのである。更に、Rさんは「お取引引き」は「ビジネス」であるとも語っており、「お取引引き」で出会った人と趣味の場においてほしい人は異なることがわかる。

また、Iさんは以下のように語る。

大体その日1回限りが多いので、仲良くなるってことはめったにないですかね。現地でもたまにまちょっとしゃべってみて、会話が弾んで仲良くなって繋がりませんか、みたいなことはたまにありますけど、大体その1回の「取引」限定が多いですかね。

「お取引引き」相手とは、1回限りの関係で「お取引引き」終了後に仲良くなることは滅多にない。イベント会場などで「お取引引き」をした相手とは会話が弾んで、友人関係に発展することはあるがそれも頻繁にあることではないという。

YさんもRさん、Iさん同様、「お取引引き」が終わったら取引相手とは一切関わらず、「個人的なやり取りはほぼない」という。ただ彼女は「元『お取引引き』相手」の取引募集ツイートをリツイート<sup>11</sup>し、ツイートを拡散することに協力していたという。取引募集ツイートはより多くの人の目に触れた方が自分と条件のあう「お取引引き」相手を探すことのできる確率が上がる。そのため、リツイートによってフォロワーのフォロワーに見てもらわなければならないのである。彼女は「お取引引き」相手とは「一切関わらない」と語りつつ、取引募集ツイートのリツイートのような「相互協力」の関係を築いているといえる。

Mさんも2次元作品の「お取引引き」では、「お取引引き」相手と友人関係に発展することはほとんどないと語る。しかし、一度「お取引引き」したことがある人は、見ず知らずの相手よりも信頼性があがると語る。

次とかに「お取引引き」できたら、知ってる人、知らない人よりかは知ってる人の方が良いし、例えば予約の時点で「取引」決めたいなってなったときに、フォロワーさんの中から決まったら安心。

彼女は一度「お取引引き」をした相手と再度「お取引引き」を行うことを望んでいる。特にグッズが販売される前に予約をし、ボックス単位でグッズを購入する場合は一度「お取引引き」を行ったことがある相手と交換をしたいという。予約を行ってグッズを購入する場合、グッズの販売日が数か月後、時には半年後などになる場合があり、「お取引引き」期間が長期にわたるというデメリットもある。その際に重要なのは「相手が最後まで責任をもって『お取引引き』を行ってくれるかどうか」である。Mさんはその際に一度「お取引引き」をしたことがある人の方が、安心して最後まで「お取引引き」をしてもらえるのではないかと考えるという。

---

<sup>11</sup> リツイートとは、「ツイートを再びツイートすること」(Twitter, Inc. 2021)。自分のアカウントでの投稿以外にも他のアカウントの投稿をリツイートすることも出来る。

このように、「お取り引き」相手と友人関係に発展することは多くの場合でない。しかし、一度「お取り引き」を行うことで信頼性が上がったり、リツイートによって「お取り引き」の手助けをしたりということが見受けられた。

#### 4. 考察

以上の事例を踏まえて以下の2点から考察を行う。

##### (1) 「お取り引き」という交換の特性

本論文ではオタク同士のグッズ交換である「お取り引き」に関するインタビュー調査を行った。結果として彼女たちは「お取り引き」においてある程度決まったやり方の形式の中で、相手から信頼を得、相手を信頼するために様々な工夫を行い、「お取り引き」を成功させていることがわかった。

オタクグッズの交換である「お取り引き」は、彼女たちにとって同価値のグッズ同士を交換しているのではない。彼女たちが価値を見いだすグッズは「推し」のグッズであり、「推し」以外のグッズに価値は置かれていない。「お取り引き」相手が見つからなかった「推し」以外のグッズは、彼女たちにとっては不必要なものであった。それに対して「推し」のグッズは価値がある。「推し」のグッズは「推し」以外のそれと区別して保管され、飾ったり持ち歩いたりされる。彼女たちにとって「推し」のグッズは使用するだけでなく、手に入れ、所持することが重要だ。それは「推し」以外のグッズと最も異なる点であり、「推し」のグッズは手放されることがない。

つまり、「お取り引き」とは等価のグッズを交換する行為ではなく、自分にとって最大級の価値がある「推し」と価値がない「推し」以外を交換する行為である。「お取り引き」では、マリノフスキが指摘したクラ交換の重要な原理である「贈物を受けた人は、公正に同等の価値のあるものを返すことを期待される」(マリノフスキ 2010: 143)ことはなく、異なる価値同士のものを交換しあう。「お取り引き」を行うオタク同士で共通して理解されるグッズの「価値」はなく、扱い方も人によって大きく異なる。つまり、「お取り引き」という交換においてグッズ自体がオタク全体で共通した「重要な地位のしるし」(マリノフスキ 2010: 132)になることはないのである。

また「お取り引き」終了後は、交換相手と社会関係が生じることはほとんどない。彼女たちは様々な工夫を行いながら「お取り引き」を完遂するが、関係性は即物的で

あり、一度の「お取引引き」が終わったらリセットされてしまう。「お取引引き」という工夫や配慮が必要な複雑な交換の中で、彼女たちは他者との繋がりを作らないのである。

さらに彼女たちは「お取引引き」を「面倒くさい」といった否定的な言葉を用いて表現する。彼女たちにとって「お取引引き」は「推し」を手に入れるための必要不可欠な行為である一方で、「面倒くさく大変な行為」という共通の認識がある。そのように「大変」な「お取引引き」を行ってまで「推し」のグッズを集め、それを使用することで他のオタクと自分自身を差異化する。つまり、十全に「推し」を推すオタクであることをアピールする。グッズ自体にオタク全体で認識される共通の価値はないが、それを「お取引引き」を通していかに収集し、手に入れたかということを他のオタクに示すことがオタクとしての地位のしるしとなるのである。

## (2) 消費から考える「推し」

彼女たちは「推し」を推すためにグッズを使用し、消費する。その消費の仕方は以下の3つに区分できる。

1 つ目は自分が十全に「推し」を推しているオタクであると他のオタクから承認されたいという承認欲求を満たすための消費だ。グッズを持ち歩くことは自分自身が「推し」を推していることを実感するためでもあり、他のオタクからそのように認識されるためでもある。2 つ目は他者との関わりの中で行われる消費だ。グッズを持つことは、「同担」のオタクに対しては「自分の方がより優れている」という、「同担」ではないオタクには「自分が誰を推すのか」を示す道具として使用される。3 つ目は楽しむための消費である。グッズの楽しみ方は人によって異なり、それぞれが最も楽しむことができる使い方をすることで「推し」を推す。「推し」は第2章で述べたように多義的であり、「推し」を推す態度も人によって異なることが可能なのである。

では、「推し」には共通の「何か」はないのだろうか。彼女たちの「推し」方は様々だが、彼女たちの中には「推し」を形作る意識されていない共通認識がある。この共通認識を形作るのが「事物に追加された物」(モース 1973: 172)としてのマナである。彼女たちは時間やお金を割きながら「推し」を推すための努力を行っている。それはグッズを持ち歩いたり SNS で写真を見せたりといった行為によって他のオタクからも認められ、認識される。この努力の原動力となるのが、オタクたちを「推し」に向

かわせる意識されていない共通認識、つまりマナである。彼女たちはトレーディンググッズを購入し数多くいるキャラクターの中から「推し」を引き当てることを「運命」という言葉で表現していた。「推し」を引き当てることは彼女たちにとっては自分自身の力で行うことができず、呪術的な力の作用によって発生することなのである。このことから「推し」にはマナが宿っており、「推し」が彼女たちのもつて来ることの要因となっていると指摘できる。

ここまで記述してきた3つの消費は、全て自分の欲求を満たすための消費であると言い換えられる。1つ目は自分をオタクとして認めてほしいという、2つ目は自分の「推し」が誰であるのか示したいという、3つ目は「推し」と収集したグッズを介して関り、「推し活」を楽しみたいという欲求である。彼女たちはグッズを購入する際には「公式のため」「『推し』のため」と語る。しかし、実際には「公式のため」にならないような場所でグッズを収集する場合もある。つまり、彼女たちがグッズを購入する目的は、「『推し』のグッズが欲しいという自分自身の欲求を満たすため」という側面が大きくある。事実、彼女たちが「公式のため」にグッズを購入したとしても、そこで得られた収益が本当に「推し」のために使用されているのか知る術はない。彼女たちが語る「公式のため」「『推し』のため」という言葉は独りよがりなものである。

このように、彼女たちの「推し」を推すための消費行動は自分の欲求に極めて忠実だ。自分が他者から認められ、自分が何者であるかを他者に顕示し、自分が楽しさを感じるためにグッズを使用する、自己満足的な行動なのである。しかしそのような欲求を全面に出して「推し」を推すのは、オタク以外の人には「普通の人」と思われたい彼女たちにとっては恥ずかしいことである。そのような「恥ずかしさ」を隠すために「公式のため」「『推し』のため」という言葉で自分の行動をカモフラージュする。

「『推し』のため」と語ることで、自分の行動を正当化し、「恥ずかしさ」を隠す。そこには、オタクたちのなかでの「推し」だからそのような欲求に忠実な行動をとるのだという共通認識があり、「推し」に対する努力を衝き動かすオタクに共通したマナがある。

このように、「推し」の消費は、「推し」のためという言葉を使って「恥ずかしさ」を隠しながら行われる。モースは様々な地域の民族誌的資料を収集し、ポトラッチのような自分の気前のよさを見せつける消費の形が世界中にあることを論じている(モ

ース 2010: 63-69)。しかし、本稿で論じた「推し」の消費は、この消費とは大きく異なる新しい消費の形である。筆者はこの新たな消費の形を「『推し』消費」と名付ける。

また、彼女たちがもつ欲求には「恥ずかしさ」があり、それを隠すために「推し」のためにグッズを買い、推すための努力をするのだという一種の枷を自分自身に課す。彼女たちを推すための努力に向かわせるこの枷がマナであり、それはオタク全体を衝き動かすものとして彼女たちに作用する。「お取り引き」のような面倒で大変な行為も実際は自分たちの「グッズを収集したい」という欲望のために行われている。困難のある「お取り引き」に彼女たちに向かわせるものが、彼女たちに課された枷であり、マナである。

## 引用文献

綾奈ゆにこ

2020 「推し依存症」『ユリイカ』52(11): 58-60。

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』東京: 講談社。

2007 『ゲーム的リアリズムの誕生—動物化するポストモダン 2』東京: 講談社。

橋迫瑞穂

2020 「「推し」を語るとは何か—あるいはマキさんの輝く日常」『ユリイカ』52(11): 82-87。

一般社団法人 日本 2.5 次元ミュージカル協会

n.d. 『一般社団法人 日本 2.5 次元ミュージカル協会パンフレット』

<<https://www.j25musical.jp/download/>>より、2021年2月5日取得。

株式会社メルカリ

2020 「メルカリ初心者ガイド」<<https://www.mercari.com/jp/guide/beginner/>>より、2020年12月23日取得。

マリノフスキ、ブロニスワフ

2010 『西太平洋の遠洋航海者 メラネシアのニュー・ギニア諸島における、住民たちの事業と冒険の報告』増田義郎訳、東京: 講談社。

モース、マルセル

1973 「呪術の一般理論の素描」有地亨・伊藤昌司・山口俊夫訳、『社会学と人類学 I』、pp.47-217、東京：弘文堂。

2008 『贈与論』有地亨訳、東京：勁草書房。

岡田育

2020 「呼ばれた名前」『ユリイカ 9 月号』52(11): 96-101。

岡田斗司夫

1996 『オタク学入門—東大「オタク文化論ゼミ」公認テキスト』東京：新潮社。

大坪玲子

2017 『嗜好品カートとイエメン社会』東京：法政大学出版局。

大塚英志

1989 『物語消費論—「ビックリマン」の神話学』東京：新曜社。

サーリンズ、マーシャル

1984 『石器時代の経済学』山内昶訳、東京：法政大学出版局。

SunGnome

2020 「吉澤翼(よしざわつばさ)男性タレント」

<<http://sungnome.net/talentmensdata/talent-yoshizawatsubasa/>>より、  
2020年12月23日取得。

Twitter, Inc.

2020 「ダイレクトメッセージについて」

<<https://help.twitter.com/ja/using-twitter/direct-messages>>より、2020年  
12月23日取得。

2021 「リツイートについてのよくある質問」

<<https://help.twitter.com/ja/using-twitter/retweet-faqs>>より、2021年12  
月3日。

宇佐見りん

2020 『推し、燃ゆ』東京：河出書房新社。

LINE 株式会社

2020 「LINE/LINE プラットフォーム」

<<https://linecorp.com/ja/services/line>>より、2020年12月23日取得。

山口晶子

2020 「オタク女子のグッズ交換に関する考察—Twitterでの「お取り引き」に着目して」『武蔵野大学教養教育リサーチセンター紀要』10: 203-218。

悠木碧

2020 「推しと俺」『ユリイカ』52(11): 50-54。

Zoom Video Communications, Inc.

2020 "About Zoom",

<<https://www.google.com/url?q=https://zoom.us/about&sa=D&ust=1608712240355000&usg=AOvVaw1HUdORcTJPRjB75v95e5by>>より、2020年12月23日取得。