

外側から見える コミケット

——新聞・雑誌報道・商業誌作品・アンケート——

コミケットには多くのマスコミが集まつてくる。

文化面からだけではなく、青少年の風景、

経済、時には事件報道など目的は様々だ。

そしてマスコミの視点も時代を追つて変わってきた。

記事の切り抜きから見えてくるのはコミケットの変化だけではなく、

書く側の変化でもあるのだ。同時にコミケットを扱ったマンガや

小説なども楽屋落ちから一般向けへ読者を広げてきた。

そして、今のコミケットをアンケートデータで解析する試み。

コミケット30周年 記念調査 結果報告

コミック文化研究会・杉山あかし編

30周年アンケート結果

コミックマーケットは、30周年を迎えた現在、どのようなものとなっているのでしょうか？コミック文化研究会(代表：杉山あかし 九州大学助教授)は、コミックマーケット準備会と共に一連の調査を行なわせていただき、コミックマーケットの現状を分析させていただきました。ここにその結果を報告させていただきます。

まず、調査の概要について記させていただきます。調査はアンケート調査3企画(サークル参加者向け、一般参加者向け、スタッフ参加者向け)、グループインタビュー調査1企画(スタッフ参加者)の、計4企画が実施されました。コミックマーケット66参加者を対象とし、それぞれ順に、37,620名、1,482名、336名、27名、という多数の方にご回答・ご参加をいただきました。ご協力

まことにありがとうございました。

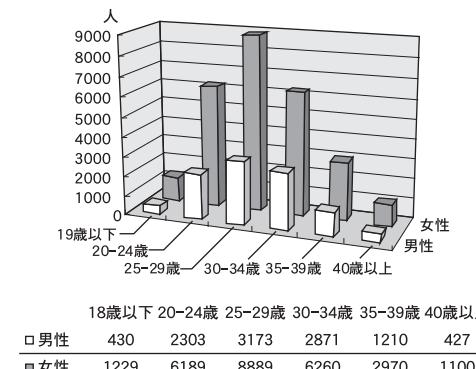
なお、今回の報告は、サークル参加者アンケート調査を中心とさせていただきます。一般参加者調査は、会場に設置した回収箱にアンケートを投函していただく方法でアンケート回収を行なっています。1日あたり十数万人参加する人々の中で、敢えてアンケートを投函した1,482人ほどという限られた数の人々は、なんらかの特徴を持った人々かもしれません。この意味で一般参加者調査の結果は、もともと「参考程度」と考えておくのが良い数字です。また、スタッフ参加者調査については現在、集計・分析作業中です。(なお、本調査は独立行政法人日本学術振興会の科学研究費補助金によって実施されており、詳しい結果などについては、報告書・一般書等で発表していく予定です。)

1. 参加者はどんな人？

1.1. 参加者の性別・年齢について

まず参加者の性別・年齢です。

図表1 サークル代表者の性別・年齢



サークル調査では、男性27.2%(10,437人)、女性71.2% (26,772人)という結果になりました。コミケの参加者について、一般的には男性が多いというイメージがありますが、今回の調査では、サークル代表者について、これが実態を反映したものではないことが示されています。

なお、一般参加者調査でも、女性56.9%(843人)、男性42.9%(636人)となり、やはり女性参加者が、男性参加者を上回りました。ただし、この結果は既に書いたとおり、必ずしも正確なものではありません。申込サークル5万2千のうち、37,620回答、つまり約72%の回答率となったサークル参加者調査の結果は信用できますが、自発的に投函

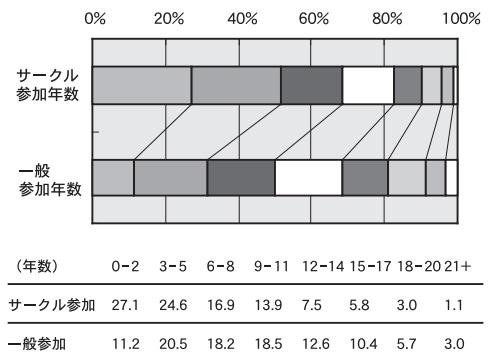
をした一般参加者少数についての数字は必ずしも実勢を反映していないかもしれません。今回試験的に行なった通行者の男女をカウントしてみる調査では、一般参加者(通行者)では男性がやや多いかもしれませんという結果が出ています。

なお、サークル代表者の平均年齢を計算してみると全体で28.42歳、男女別では女性28.32歳、男性28.64歳になりました。

1.2. 参加者の時間的・空間的広がり

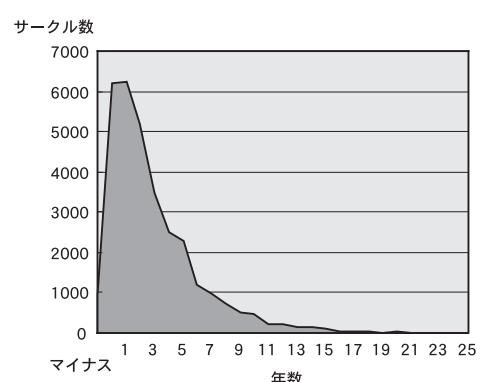
それでは、サークル参加している人は何年くらいコミケと関わっているのでしょうか。

図表2 コミケ参加年数



サークル参加者調査では、コミケへの一般参加年数とサークル参加年数を尋ねています。図表2のように、全体として見れば一般参加している年数の方が、サークル参加年数よりも長くなっています。まず一般参加してからサークル参加するようになる、というのがやはり一般的なようです。

図表3 一般参加からサークル参加に至る年数



では、このタイムラグがどのくらいあるのか、一般参加年数からサークル参加年数を引いた数字をグラフにしたのが、図表3です。マイナスの数値、すなわち、まずサークル参加してから一般参加するようになった、という人も3.0%いました。0年(19.6%)、1年(19.7%)、2年(16.3)、3年(11.0%)、4年(7.8%)、5年(7.2%)、6年(3.7%)と、一般参加と同時に、その年の内、もしくは1年でサークル参加に到るケースが多く、それ以後のケースはだんだんと少なくなっています。しかし、20年という数字になったサークルも26サークル(0.08%)ありました。

さて、以上が時間的な展望ですが、空間的な状況はどうなっているでしょうか。

図表4 参加者の居住地域

| | サークル(%) | 一般(%) |
|---------------|---------|-------|
| 東京 | 26.0 | 24.8 |
| 神奈川 | 13.0 | 15.6 |
| 埼玉 | 10.3 | 10.5 |
| 千葉 | 8.9 | 11.1 |
| 北海道 | 1.5 | 1.4 |
| 東北 | 3.4 | 3.8 |
| 北関東(茨城、栃木、群馬) | 6.1 | 7.6 |
| 中部 | 13.8 | 13.4 |
| 近畿 | 11.1 | 7.6 |
| 中国 | 2.3 | 2 |
| 四国 | 1.1 | 0.6 |
| 九州 | 2.5 | 1.5 |

申し込みサークルの地理的分布状況については、コミケ会場のある東京近郊からの申し込みがもっと多く、一都三県で58.2%と6割近くになります。しかし、沖縄からの申込サークルも約0.1%(45サークル)あり、サークル申し込みのない都道府県はなく、コミケの参加サークルの全国的な広がりが示されました。

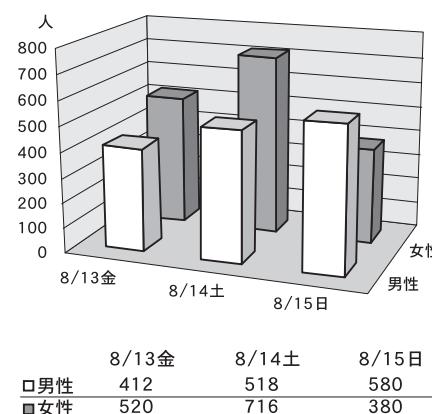
一般参加者についても、ほぼサークル参加と同じ傾向が窺われ、参加形態の違いによらず、コミケへ来る人々は全国から集まっているということがわかりました。

1.3. みんなどのくらい買っているの?

さてそれでは、コミックマーケットではどのくらい売られたり、買われたりしているのでしょうか。売る方については次の「サークル」の章で扱いますので、ここでは購入について見ていきます。

購入については一般参加者から見ていかざるを得ませんので、まずは一般参加の状況を見たのが、図表5です。

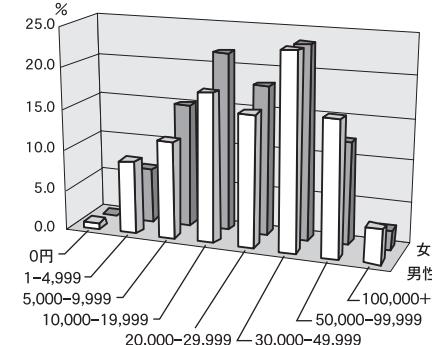
図表5 一般参加者の参加パターン



13日、14日は女性の参加が多く、15日は男性の参加が多くなっており、いわゆる「女の子日」「男の子日」という分類に相応しい回答者が得られています。ちなみに参加日数から見ると、三日間参加したのは564人(38.0%)、二日間参加が542人(36.6%)、一日のみが376人(25.4%)でした。

こういった一般参加者の購入額が図表6です。

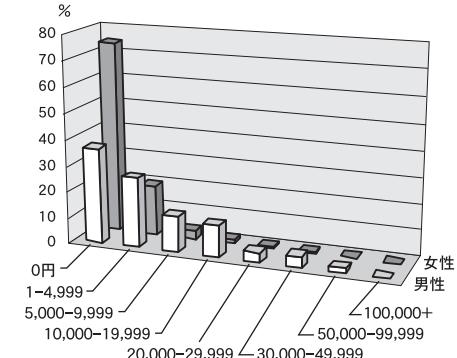
図表6 同人誌(含グッズ)の購入額:一般



図表6は男女別で表示しましたが、全体で言えば、最も多いのが、3万円から5万円未満の23.6%です。中央値を見ると、2万円台になりますが、5万~10万円未満が14.1%、10万円以上が3.1%と同人誌を非常に多く購入している参加者も17%程いるようです。

これに対して企業ブースでの購入状況が、図表7です。

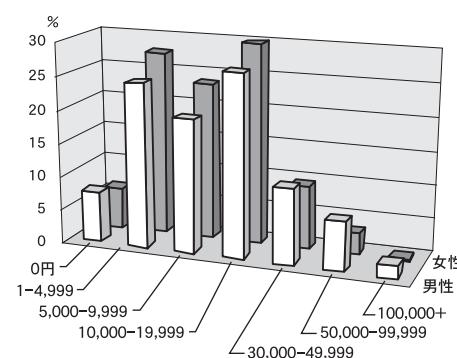
図表7 企業ブース販売物の購入額:一般



ここでは男性と女性の購入状況の違いがはっきりと出ています。男性でも女性でも企業ブースでは購入しない「0円」が最も多い回答ですが、男性の36.9%と比較して、女性では74.2%と、企業ブースで購入しない者は倍以上になっています。

サークル代表者の同人誌購入状況は図表8です。

図表8 同人誌(含グッズ)の購入状況:サークル

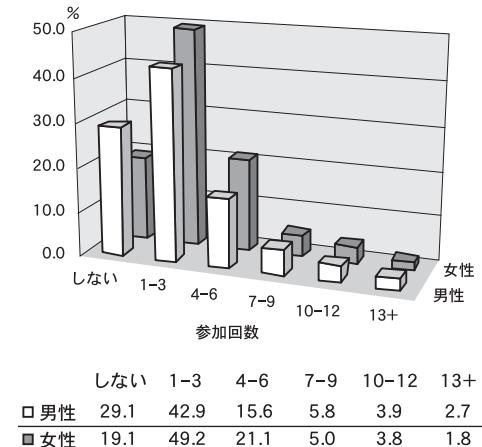


全体的に見ると一般よりも購入額が低くなっています。1~29,999円に78.2%が集中しています。

5万円以上購入した人は5.1%です。0円と回答した同人誌を購入しなかった人も6.5%います。

一般参加者の、コミケ以外の即売会への参加を質問した結果が図表9です。

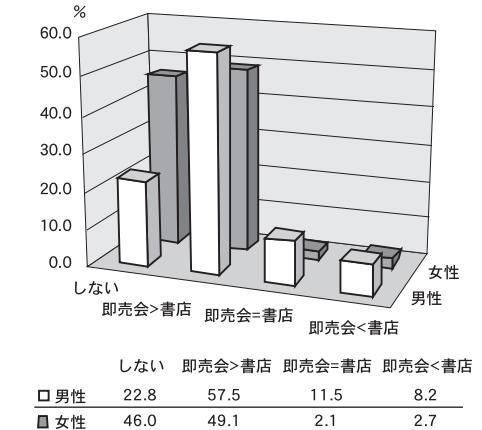
図表9 コミケ以外の即売会への参加回数



男性では他の即売会に参加しない者が29.1%に上り、女性の方が、他即売会に参加する機会が多いと言えそうです。全体で言えば、コミケにしか参加しない人が23.4%、年に1~3回参加する人が46.6%を占めています。10~12回、13回以上という毎月即売会に参加しているであろう人は、6%程度でした。

ところで、同人誌は今日、即売会以外でも流通しています。書店委託があります。一般参加者の書店での購入傾向を示したのが図表10です。

図表10 書店委託同人誌購入量

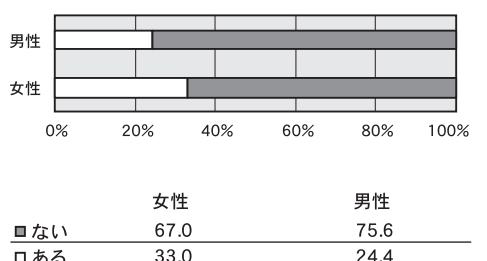


書店委託については、女性では購入しない者が46.0%と男性の2倍以上に上り、書店委託につい

ては男性一般参加者の方が良く利用していました。

以上、購入については一般参加者アンケートを中心報告して参りましたが、一般参加者もコミックマーケット66以外では同人誌制作を行なっているかもしれません。図表11が、一般参加者に同人誌制作経験の有無を尋ねた質問の結果です。

図表11 一般参加者の同人誌制作経験の有無



女性に同人誌制作経験のある人が多かったようです。

1.4. コミックマーケットの魅力

以上のように購入状況を見てきましたが、そもそも人はなぜコミケに集まるのでしょうか。単なる同人誌販売・購入を超えた何かが、コミケにはあります。「あなたにとってコミケの最大の魅力とは何ですか」という質問に対して、選択された答えは図表12と図表13のようでした。

図表12 コミックマーケットの魅力:サークル

| 魅力 | % |
|------------------------|------|
| お祭りのような雰囲気があること | 21.3 |
| 日頃会えない友人・知人に会えること | 13.1 |
| 多種多様な表現が許容されていること | 8.6 |
| 自分の作品を他人に見てもらえること | 41.5 |
| 同人誌を多く販売できること | 4.2 |
| コミケでしか入手できない同人誌などがあること | 9.4 |
| その他 | 1.7 |
| 特にこれといった魅力はない | 0.2 |

サークル代表者では「自分の作品を他人に見てもらえること」が41.5%を占めています。次が「お祭りのような雰囲気」で21.3%です。「友人・知

人に会える」という交流の侧面をあげた人は13.1%でした。

図表13 コミックマーケットの魅力 : 一般

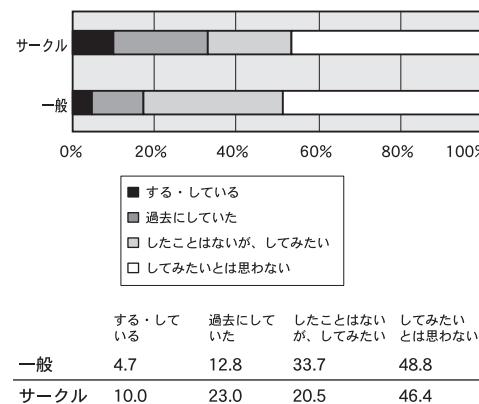
| | % |
|------------------------|------|
| お祭りのような雰囲気があること | 26.3 |
| 友人や知人に会えること | 7.9 |
| 多種多様な表現が許容されていること | 15.7 |
| 日本最大の即売会であること | 17.6 |
| コスプレ | 0.4 |
| 企業ブース | 0.3 |
| コミケでしか入手できない同人誌などがあること | 29.6 |
| その他 | 1.8 |
| 特にこれといった魅力はない | 0.3 |

一般参加者では、「コミケでしか入手できないものがある」という要素をあげた人が29.6%と一番多く、二番目が「お祭りのような雰囲気」で26.3%となっていました。

コスプレは、マスコミが取り上げたがるコミックマーケットの映像ですが、それをコミケ最大の魅力と答えた一般参加者はわずか0.4%に過ぎませんでした。

ただしコスプレについては、図表14のように、高い関心が持たれています。

図表14 コスプレについて



コスプレをした・している（サークルはC65、一般はC66にて）人はそれぞれ10.0%、4.7%となっています。経験者やこれからしてみたいと思っている人を合計すると、サークル、一般ともに

ほぼ半数を占めています。

1.5. 同人誌活動と商業メディア

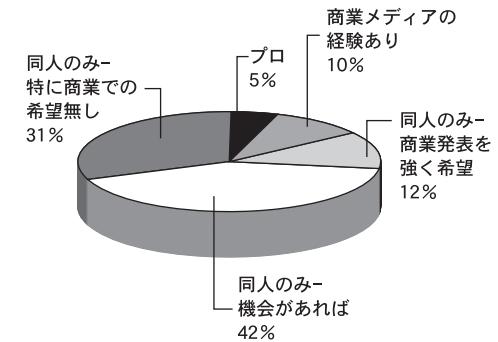
さてところで、同人誌活動には、同人誌でなければならない理由があるのでしょうか。サークルアンケートでは同人作品の制作理由について質問しています。選択肢の中から選んでもらったところ、「作品を作ること自体が楽しいから」という回答が49.8%と半数を占めました。二番目に多かったのが27.1%の「作品を人に見てもらえるから」という回答です。

図表15 同人作品制作の理由

| | % |
|----------------------------|------|
| 作品を作ることそれ自体が楽しいから | 49.8 |
| 作品をきっかけに友人やファンを増やすことができるから | 7 |
| 主張や伝えたいメッセージがあるから | 8.1 |
| 作品を人に見てもらえることが楽しいから | 27.1 |
| アート活動・表現活動として | 5.3 |
| 作品を販売することで収入を得ることができるから | 0.8 |
| その他 | 1.9 |

コミケからプロの作家になった例もあり、コミケをプロへのステップと考える人もあるかと思われます。サークル参加者の商業メディアでの活動についてまとめたのが図表16です。プロとして生計を立てている人が4.7%、生計を立てていないが商業誌経験者が10.2%となっていました。同人活動のみの人の商業メディアへの関心は、強く希望する人が11.6%、機会があればと思っている人が42.9%でした。

図表16 商業メディアとの関係



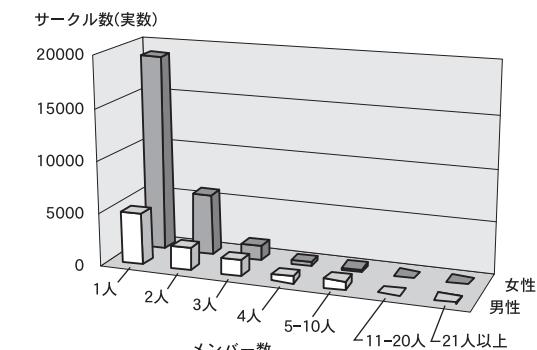
2. サークルについて

2.1. サークルのプロフィール

今回のアンケート調査では、サークルの現状や特徴を見るための質問がいくつか用意されています。このセクションでは、サークルについて、明らかになったことを報告いたします。

まずはサークル構成員の人数です。女性代表者のサークル（以下では「女性サークル」と書きます）では、70.8%が一人サークルでした。これに対し男性代表者のサークル（以下では「男性サークル」と書きます）では、一人サークルは47.0%と、一人サークルが最も多いのは同じなのですが、半数以上のサークルが複数人から構成されるサークルとなっていました。

図表17 サークル構成メンバーの人数



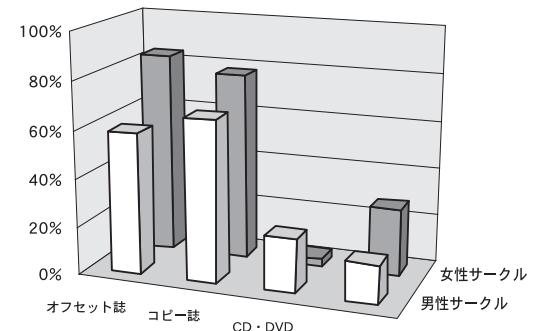
| メンバー数 | 1人 | 2人 | 3人 | 4人 | 5-10人 | 11-20人 | 21人以上 |
|-------|-------|------|------|-----|-------|--------|-------|
| 口 男性 | 4889 | 2227 | 1617 | 636 | 838 | 113 | 84 |
| ■ 女性 | 18894 | 5855 | 1311 | 312 | 249 | 34 | 48 |

次に、発行物の種類を図表18に記します。女性サークルではオフセットが主流(84.3%のサークルが発行)、これに対し男性サークルではコピー誌がトップ(67.0%)でした。もっとも女性サークルでもコピー誌発行サークルは78.5%と、印刷物では女性優位です。CD・DVDの発行では男性サークルで22.2%、女性サークルで2.9%と、男性サークルが多く発行していました。これに対しグッズの発行は男性サークルで16.0%、女性サークルで27.7%と、反対になっています。

これがどれだけ売れているのかに関するデータが図表19になります。発行部数が1000部を超えるようなサークルはやはり少数のようで、半数以上のサークル（男性サ

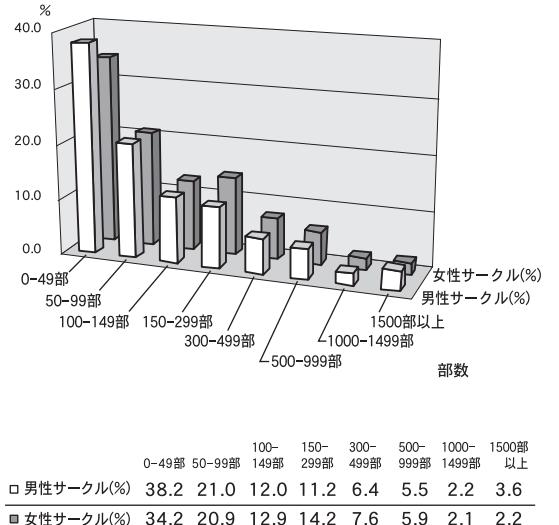
ークルの59.2%、女性サークルの55.1%）が、100部未満の発行部数となっています。

図表18 発行物の種類



| | オフセット誌 | コピー誌 | CD・DVD | グッズ |
|----------|--------|-------|--------|-------|
| 口 男性サークル | 58.7% | 67.0% | 22.2% | 16.0% |
| ■ 女性サークル | 84.3% | 78.5% | 2.9% | 27.7% |

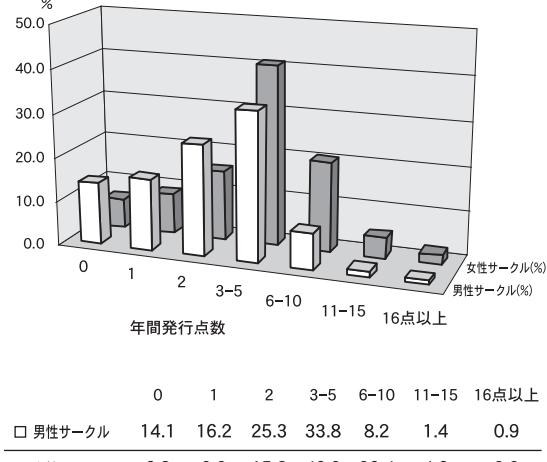
図表19 発行部数



同人発行物の種類、発行点数については図表20のようになりました。男性サークルでも女性サークルでも、年間3～5点発行というサークルが最も多くなりましたが、男性サークルではそれより多く発行するサークルは

がっかりと減ってしまうのに対して、女性サークルでは、かなりのサークルが6~10点、発行しています。

図表20 年間の発行物 発行点数



さてところで、「女性サークル」「男性サークル」と書いてきましたが、どういうジャンルが、より「女性サークル」的で、どういうジャンルが、より「男性サークル」的なのでしょうか。ジャンル別にサークル代表者の性別比を出して、並べてみたのが、図表21です。おおむね予想したとおりだとは思いますが、何か意外な発見などはありましたでしょうか。

さて、ジャンル別に考えるついでに、ジャンル別に頒布部数と発行点数を見てみましょう。アンケートで、発行部数は、「①0~49 ②50~99 ③100~149 ④150~299 ⑤300~499 ⑥500~999 ⑦1000~1499 ⑧1500以上」といった形で尋ねていますので、それぞれ1から8までのポイントを与えて、ジャンルごとに平均値を出してみました。また同様に、年間の発行点数は「①0点②1点 ③2点 ④3~5点 ⑤6~10点 ⑥11~15点 ⑦16点以上」という質問になっていますので、それぞれ1から7までのポイントを与えて、ジャンルごとに平均値を出しています。その結果が図表22と図表23です。

発行部数は多くとも発行点数の少ないジャンルもあれば、その逆もあるようです。

収支については図表24のようになりました。多くのサークルは赤字運営のようです。

ちょっと気になるのは、コミックマーケット以外での

図表21 ジャンル別・サークル代表者の性別比

| | 男性(%) | 女性(%) |
|------------------|-------|-------|
| 音楽(男性アイドル) | 0.2 | 99.8 |
| FC(ジャンプ球技) | 0.3 | 99.7 |
| テニスの王子様 | 0.4 | 99.6 |
| ワンピース | 1.0 | 99.0 |
| NARUTO | 1.2 | 98.8 |
| ゲーム(恋愛) | 1.4 | 98.6 |
| 音楽(洋楽・邦楽) | 1.6 | 98.4 |
| 特撮(補足) | 2.0 | 98.0 |
| 創作(JUNE) | 3.0 | 97.0 |
| FC(ガンガン) | 3.5 | 96.5 |
| FC(ジャンプその他) | 3.7 | 96.3 |
| TV・映画・芸能 | 6.0 | 94.0 |
| ゲーム(RPG) | 6.1 | 93.9 |
| FC(少年) | 6.7 | 93.3 |
| スクウェア・エニックス(RPG) | 7.1 | 92.9 |
| FC(コロコロ) | 7.9 | 92.1 |
| ガンダム | 8.0 | 92.0 |
| 歴史 | 9.6 | 90.4 |
| アニメ(サンライズ) | 10.3 | 89.7 |
| 創作(少女) | 11.1 | 88.9 |
| FC(小説) | 11.1 | 88.9 |
| FC(少女) | 11.6 | 88.4 |
| スポーツ | 13.9 | 86.1 |
| ゲーム(格闘) | 22.6 | 77.4 |
| ゲーム(その他) | 22.8 | 77.2 |
| FC(青年) | 24.2 | 75.8 |
| アニメ(その他) | 36.9 | 63.1 |
| 創作(文芸・小説) | 49.2 | 50.8 |
| 特撮(その他) | 52.0 | 48.0 |
| アニメ(少女) | 54.4 | 45.6 |
| オンラインゲーム | 55.0 | 45.0 |
| SF・ファンタジー | 58.1 | 41.9 |
| ギャルナー(CS) | 68.9 | 31.1 |
| 評論・情報 | 70.6 | 29.4 |
| 学漫 | 74.8 | 25.2 |
| 創作(少年) | 77.0 | 23.0 |
| その他 | 77.1 | 22.9 |
| ゲーム(電源不要) | 79.5 | 20.5 |
| 鉄道・旅行・メカミリ | 82.0 | 18.0 |
| 男性向 | 83.7 | 16.3 |
| Leaf&Key | 84.6 | 15.4 |
| ギャルナー(PC) | 86.3 | 13.7 |
| 同人ソフト | 89.1 | 10.9 |

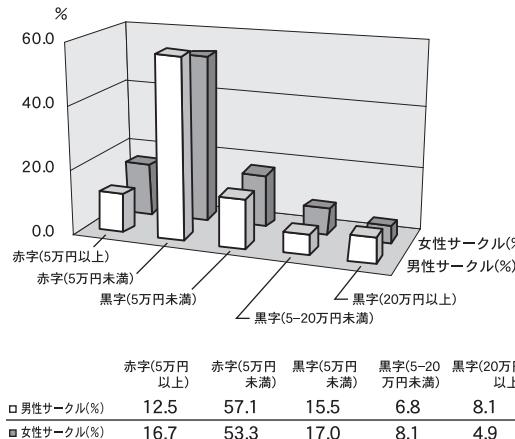
図表22 ジャンル別・頒布部数

| | ポイント |
|------------------|------|
| 男性向 | 3.65 |
| FC(ガンガン) | 3.27 |
| ガンダム | 3.24 |
| NARUTO | 3.18 |
| 創作(JUNE) | 3.17 |
| テニスの王子様 | 3.15 |
| ワンピース | 3.09 |
| 音楽(男性アイドル) | 3.04 |
| FC(コロコロ) | 2.86 |
| FC(小説) | 2.76 |
| その他 | 2.71 |
| FC(ジャンプ球技) | 2.72 |
| FC(少年) | 2.71 |
| ギャルナー(PC) | 2.71 |
| 特撮(補足) | 2.68 |
| 同人ソフト | 2.67 |
| 創作(少年) | 2.66 |
| FC(ジャンプその他) | 2.66 |
| アニメ(その他) | 2.65 |
| Leaf&Key | 2.62 |
| アニメ(少女) | 2.62 |
| ゲーム(その他) | 2.61 |
| オンラインゲーム | 2.61 |
| ゲーム(RPG) | 2.55 |
| ゲーム(恋愛) | 2.51 |
| FC(青年) | 2.49 |
| 鉄道・旅行・メカミリ | 2.43 |
| TV・映画・芸能 | 2.41 |
| FC(コロコロ) | 2.41 |
| 歴史 | 2.39 |
| スクウェア・エニックス(RPG) | 2.39 |
| FC(少女) | 2.36 |
| 創作(少女) | 2.35 |
| 評論・情報 | 2.31 |
| ギャルナー(CS) | 2.30 |
| ゲーム(格闘) | 2.25 |
| スポーツ | 2.14 |
| アニメ(サンライズ) | 2.12 |
| 特撮(その他) | 2.07 |
| 音楽(洋楽・邦楽) | 2.03 |
| ゲーム(電源不要) | 1.93 |
| SF・ファンタジー | 1.75 |
| 創作(文芸・小説) | 1.51 |
| 学漫 | 1.38 |

図表23 ジャンル別・年間発行点数

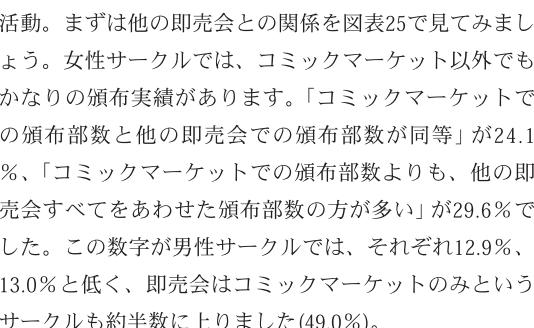
| | ポイント |
|------------------|------|
| テニスの王子様 | 4.27 |
| 特撮(補足) | 4.24 |
| ワンピース | 4.21 |
| 音楽(男性アイドル) | 4.19 |
| ガンダム | 4.10 |
| NARUTO | 4.07 |
| FC(ジャンプ球技) | 4.06 |
| FC(コロコロ) | 4.00 |
| FC(少年) | 3.89 |
| ゲーム(恋愛) | 3.88 |
| FC(ジャンプその他) | 3.85 |
| FC(ガンガン) | 3.80 |
| スポーツ | 3.76 |
| ゲーム(その他) | 3.74 |
| 音楽(洋楽・邦楽) | 3.72 |
| FC(小説) | 3.72 |
| ゲーム(RPG) | 3.70 |
| TV・映画・芸能 | 3.65 |
| FC(青年) | 3.60 |
| スクウェア・エニックス(RPG) | 3.58 |
| ギャルナー(CS) | 3.52 |
| ゲーム(格闘) | 3.50 |
| Leaf&Key | 3.45 |
| 創作(少女) | 3.44 |
| アニメ(サンライズ) | 3.37 |
| 男性向 | 3.34 |
| FC(少女) | 3.34 |
| 学漫 | 3.34 |
| 創作(JUNE) | 3.33 |
| アニメ(少女) | 3.32 |
| アニメ(その他) | 3.30 |
| ギャルナー(PC) | 3.25 |
| 特撮(その他) | 3.21 |
| 創作(少年) | 3.20 |
| 歴史 | 3.19 |
| オンラインゲーム | 3.13 |
| 創作(文芸・小説) | 3.11 |
| ゲーム(電源不要) | 3.11 |
| 鉄道・旅行・メカミリ | 3.07 |
| 評論・情報 | 3.02 |
| SF・ファンタジー | 2.89 |
| 同人ソフト | 2.88 |
| 創作(文芸・小説) | 2.88 |
| SF・ファンタジー | 2.53 |

図表24 サークルの収支



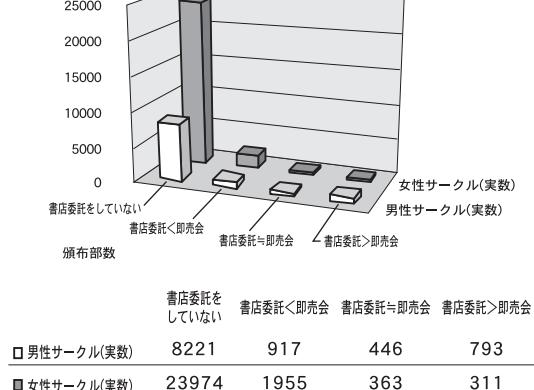
1.4%、7.3%と少なく、書店委託をしていないサークルが90.1%と、書店委託は男性サークルの方が盛んでした。

図表25 コミケ以外の同人誌即売会での頒布部数



活動。まずは他の即売会との関係を図表25で見てみましょう。女性サークルでは、コミックマーケット以外でもかなりの頒布実績があります。「コミックマーケットでの頒布部数と他の即売会での頒布部数が同等」が24.1%、「コミックマーケットでの頒布部数よりも、他の即売会すべてをあわせた頒布部数の方が多い」が29.6%でした。この数字が男性サークルでは、それぞれ12.9%、13.0%と低く、即売会はコミックマーケットのみというサークルも約半数に上りました(49.0%)。

図表26 書店委託の状況



さて、こういった、様々な特性がわかりましたが、これをまとめてるために、因子分析という方法を使って、サークル活動のあり方をまとめてみました。アンケートでは質問に対して様々な回答があり得ますが、例えば、頒布部数と年間収支といった質問では、頒布部数の多いサークルほど年間収支も黒字になる傾向があるといったように、関係の深い質問もあります。因子分析では、全体の特徴を見るために、質問をまとめた方法を数学的に計算します。メンバー数、頒布部数、年間発行点数、コミケ以外の即売会での頒布の多さ、書店委託、年間収支、という質問をどうまとめることができるのか、計算結果は次のように出ました。

図表27 回転後の成分行列

| | 成分 | |
|----------|------|-------|
| | 1 | 2 |
| 頒布部数 | .841 | .177 |
| 年間発行点数 | .326 | .741 |
| コミケ/他即売会 | .034 | .830 |
| 書店委託 | .717 | -.132 |
| 年間収支 | .848 | .037 |
| メンバー数 | .163 | -.494 |

因子抽出法: 主成分分析
回転法: Kaiser の正規化を伴わないパリマックス法

次に、書店委託との関係です。男性サークルでは、7.6%のサークルが書店委託の頒布部数が即売会での頒布部数より多いと回答しており、ほぼ同数頒布と回答しているサークルが4.3%、即売会よりも頒布部数は少ないが書店委託をしているというサークルも8.8%ありました。これに対し女性サークルではこの数字がそれぞれ、1.2%、

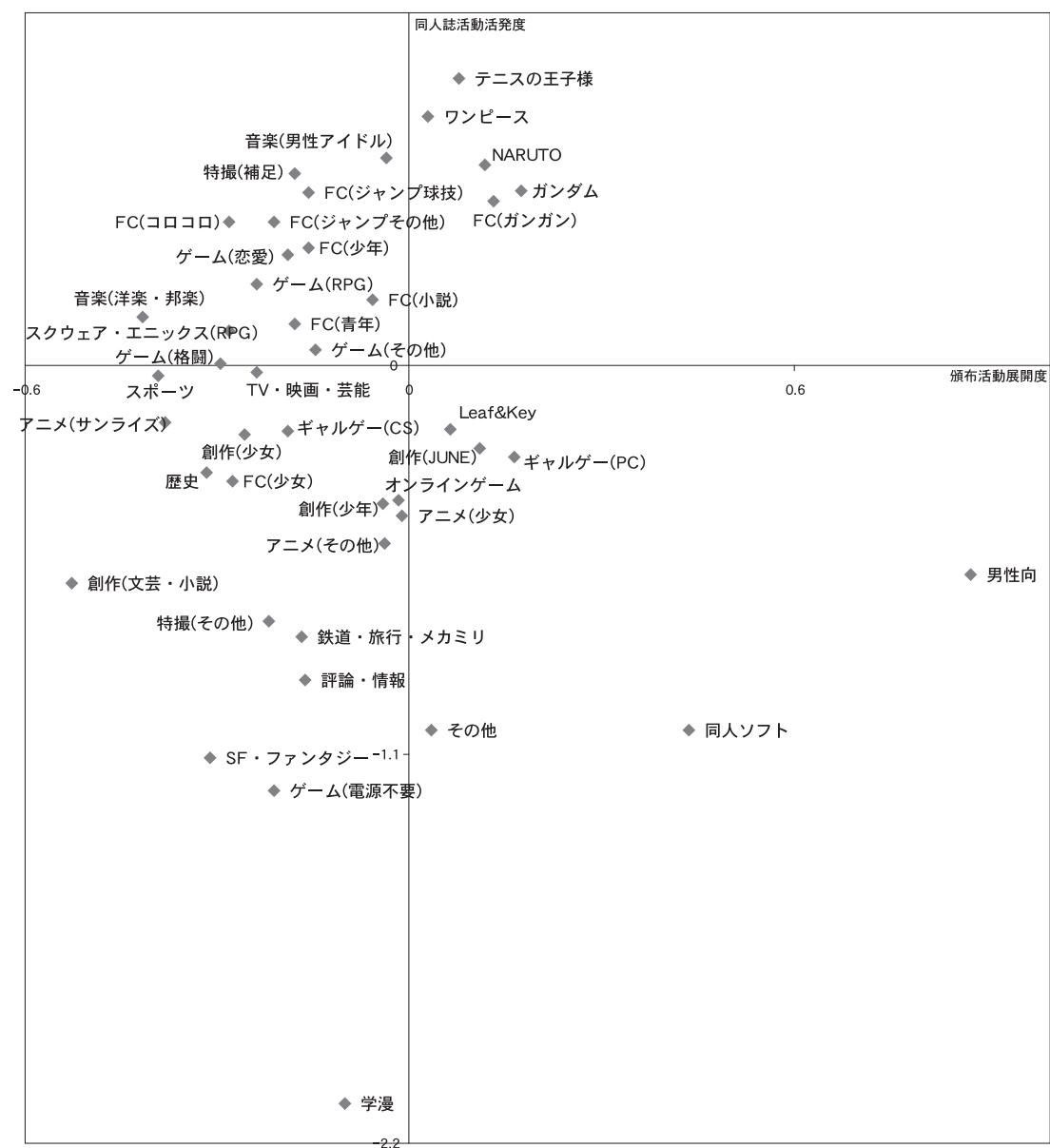
結果として、二つの成分が出てきました。「成分1」は、

頒布部数、書店委託、年間収支と関係が深く、「成分2」は、年間発行点数、コミケ以外の即売会での頒布量と関係が深く、メンバー数とはやや相反する性質を持っていいます。この内容から、「成分1」については「頒布活動展開度」と名付けておきましょう。また、「成分2」については「同人誌活動活発度」と名付けてよいのではないで

しょうか。サークルの性質は、この二つの指標でだいたいわかるということになります。

ジャンルごとにこの二つの指標の平均値を出し、グラフ上に記してみたところが、図表28です。コミケ参加サークルのあり方は、ジャンル別に、このように描き出されました。

図表28 抽出されたサークルの特性とジャンルの配置



3. サークル参加者の作品の好みについて

3.1. 好きな作品、嫌いな作品

サークル参加者アンケートでは、「商業誌、同人誌を含めて、あなたの好きな作品、嫌いな作品について」という質問で、19の項目に渡って作品の好き嫌いについて回答してもらいました。作品の項目は、具体的な作品名やジャンルではなく、「ドラマティックな展開のある作品」、「癒してくれる作品」、「ヒーローやヒロインが活躍する作品」、「絵がうまい作品」、「コミカルな作品」、「性的な描写の多い作品」、「萌え系・美少女系」、「疎外感や劣等感をテーマとする作品」など、様々な作品の要素を質問項目にしました。これらの項目

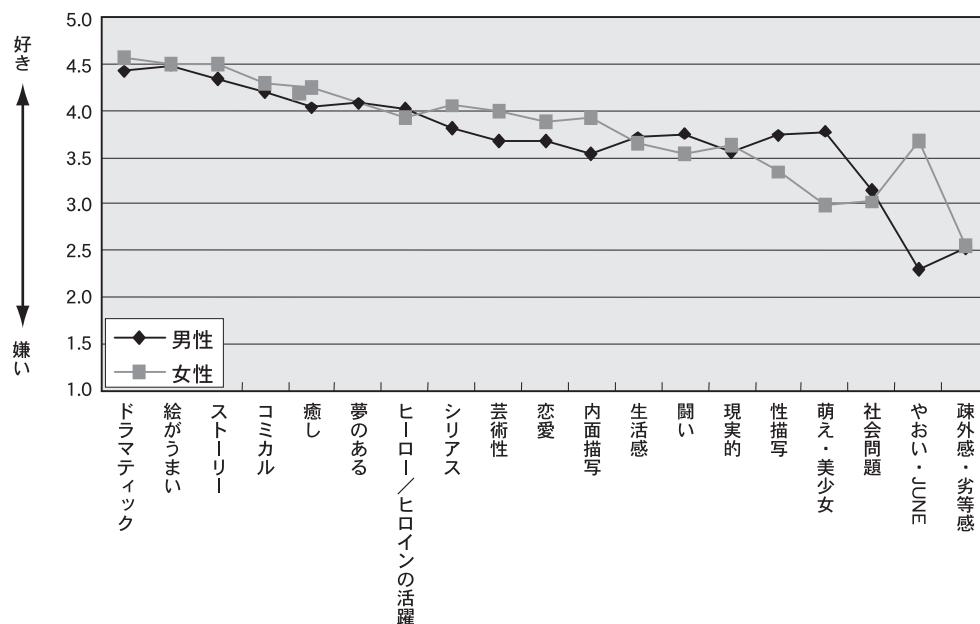
それぞれに、「①好き ②やや好き ③好きでも嫌いでもない ④やや嫌い ⑤嫌い」と五段階で各自の好みを回答してもらいました。

このサークル参加者の作品の好き嫌いについての質問から、参加者の作品の好みについて分析してみたいと思います。

3.2. 好きな作品の要素、嫌いな要素

各要素に対する好みを性別、年齢別に分けて平均を求めた結果は図表29、図表30のとおりでした。図に示されるように特に嫌いな要素(平均値2以下が目安になります)と呼べるものはありません

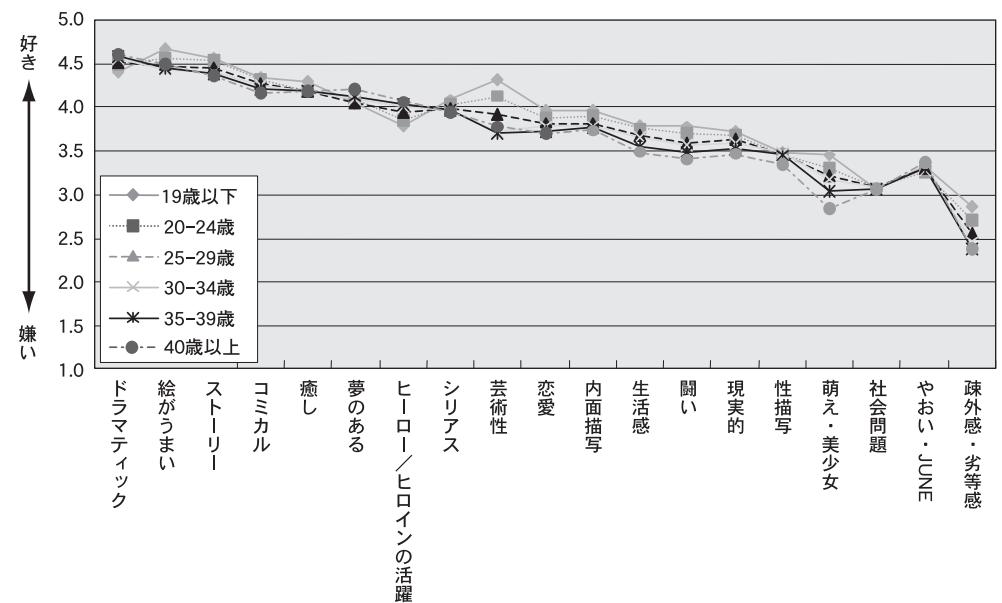
図表29 各要素に対する平均好悪(性別)



注 アンケートの質問項目は以下のとおりです。

1. ドラマティックな展開のある作品
2. 癒してくれる作品
3. ヒーローやヒロインの活躍する作品
4. 内面描写の多い作品
5. ストーリー展開の凝った作品
6. 絵がうまい作品
7. 芸術性の高い作品
8. 生活感のある作品
9. 夢のある作品
10. 現実的な作品
11. 恋愛を描いた作品
12. 闘いを描いた作品
13. 性的描写の多い作品
14. シリーズな作品
15. コミカルな作品
16. 萌え系・美少女系
17. やおい系・JUNE系
18. 疎外感や劣等感をテーマとする作品
19. 社会問題を扱った作品

図表30 各要素に対する平均好悪(年齢別)



でしたが、要素毎にいくつかの傾向が見て取れます。例えば「ドラマティックな作品」「絵がうまい作品」など、性別、年齢層に関わらず多くの人に好まれる要素、逆に「社会問題」など、性別、年齢層に関わらず比較的好まれない要素、「やおい・JUNE」など、性別によって評価に違いが出る要素、「芸術性」など年齢層によって評価に違いが出る要素、「萌え・美少女」など、性別と年齢層の両方で評価に違いが出る要素といったように、各要素の好まれ方はさまざまでした。

3.3. 作品の要素は6つに分類される

ところで、今回対象とした19要素に対する好みは、相互に関係があります(例えば、「癒し」が好きな人は「夢のある」も好きな人が多いのではないかでしょうか)。これは個々の要素の背後に個人の好みを規定するなんらかの要因があるためです。この要因を明らかにするために主成分分析という統計手法で分析したところ、6つの要因があることがわかりました。それぞれの要因は、①「社会問題」「疎外感・劣等感」「現実的」に強く関連する『現実世

界に対する嗜好』、②「内面描写」「ドラマティック」「シリーズ」「やおい・JUNE」「ストーリー」に強く関連する『内面世界に対する嗜好』③「癒し」「夢のある」「生活感」「恋愛」に強く関連する『癒しに対する嗜好』④「ヒーロー／ヒロイン」「闘い」に強く関連する『戦闘に対する嗜好』⑤「性描写」「萌え・美少女」に強く関連する『性描写に対する嗜好』⑥「絵がうまい」「芸術性」に強く関連する『美術性に対する嗜好』でした。なお、「コミカル」は複数の要因に同程度関わっており、一つの要因にあてはめることはできませんでした。

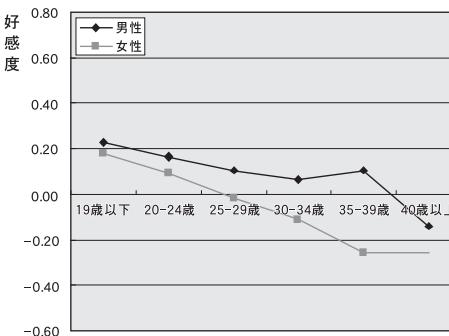
3.4. 各要因に対する嗜好

次に、人々がそれぞれの要因に対してどの程度嗜好を持っているかを見るために、各データについて要因ごとの得点(主成分得点)を算出し、性別、年齢層別に平均を求めました。なお、ここで得点は要因ごとに全体の平均が0、標準偏差(得点の散らばり具合)が1になるように標準化してあるため、好き-嫌いの得点は絶対的な意味ではなく、要因内の相対的な評価になります。

①現実世界に対する嗜好(図表31)

『現実世界に対する嗜好』(「社会問題」「疎外感・劣等感」「現実的」の嗜好に関連する要因)に関しては、相対的に女性より男性の方が好意的でした。また、年齢層が高くなるにつれて否定的になる傾向があります。特に女性の場合その傾向が顕著になっています。

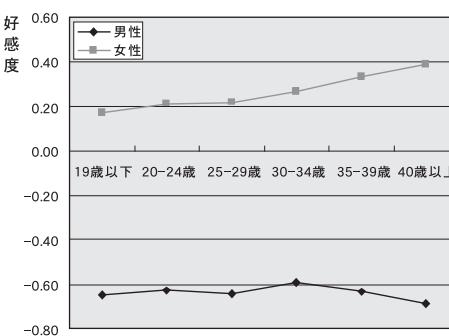
図表31 現実世界に対する嗜好



②内面世界の嗜好(図表32)

『内面世界の嗜好』(「内面描写」「ドラマティック」「シリアル」「やおい・JUNE」「ストーリー」の嗜好に関連する要因)に関しては、女性の方が男性より明らかに好意的です。また、年齢層が高くなるにつれて女性の好意度が上昇していますが、男性の好意度は特に30代以降減少しています。そのため、男女を合わせて見ると年齢層による差はありません。

図表32 内面世界に対する嗜好

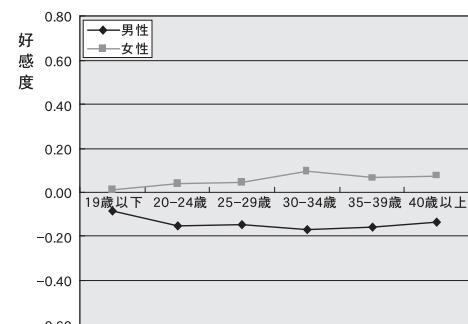


③癒しに対する嗜好(図表33)

『癒しに対する嗜好』(「癒し」「夢のある」「生活感」「恋愛」の嗜好に関連する要因)に関しては、

女性の方が男性より好意的です。しかし、年齢層による違い、また年齢層の変化と性別との関連については、大きな差は認められません。

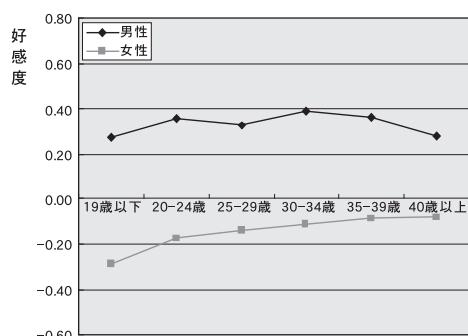
図表33 癒しに対する嗜好



④戦闘に対する嗜好(図表34)

『戦闘に対する嗜好』(「ヒーロー／ヒロイン」「闘い」の嗜好に関連する要因)に関しては、男性の方が女性より好意的です。男性の場合年齢層が高くなつても好意度はあまり変化しませんが、女性の場合年齢層が高くなるにつれて、若干好意的になっています。男女を合わせて見ると年齢層による差はありません。

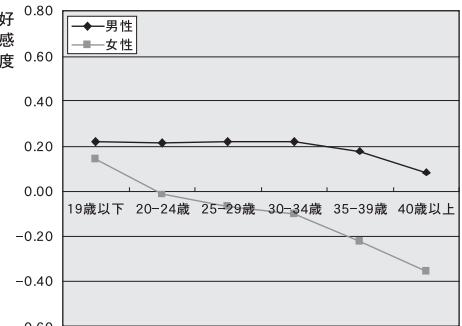
図表34 戦闘に対する嗜好



⑤性描写に対する嗜好(図表35)

『性描写に対する嗜好』(「性描写」「萌え・美少女」の嗜好に関連する要因)に関しては、男性の方が女性より好意的です。男性の場合年齢層が高くなつても好意度はあまり変化しませんが、女性の場合年齢層が高くなるにつれて、ますます非好意的になる傾向が認められます。男女を合わせて見ると年齢層による差はありません。

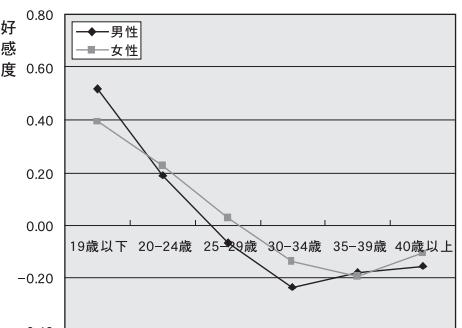
図表35 性描写に対する嗜好



⑥美術性に対する嗜好(図表36)

『美術性に対する嗜好』(「絵がうまい」「芸術性」の嗜好に関連する要因)に関しては、男女の差はほとんどありません。年齢層に関しては若年層の好意度の方が高い傾向があります。また、女性の方がより若い年齢層で好意度が低くなるという傾向も認められます。

図表36 美術性に対する嗜好



3.5.サークル参加者は5つのグループに分類される

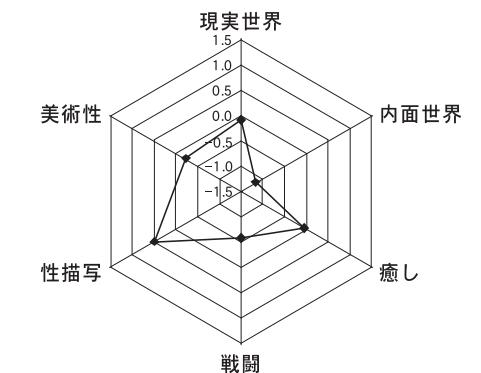
これまでの分析により、それぞれの要因についての性別、年齢層毎の平均的な傾向が明らかになりました。しかし個人を考えた場合、例え性別、年齢といった条件が同じであっても好きなジャンルがまちまちであることは、敢えて述べるまでありません。こうした嗜好の多様性は、①『現実世界に対する嗜好』、②『内面世界に対する嗜好』、③『癒しに対する嗜好』、④『戦闘に対する嗜好』、⑤『性描写に対する嗜好』、⑥『美術性に対する嗜好』という6つの要因を個人が持っている程度に関係していると考えられます。そこでこれら6要因についての得点を基にクラスター分析という統

計手法を用いて個人を分類したところ、1)「成人向け」派、2)アクション派、3)ホンワカ派、4)哲学派、5)現実直視派と解釈される5つのグループに分類されました。なお各要因の得点は先に述べたように標準化されているため、個々の要因についての得点が+0.5以上であるか、または-0.5以下であれば、上位、または下位1/3に入ることになります(コメントでは単に高い、または低いと表現します)。また、得点が+1.0以上であるか、または-1.0以下であれば、上位、または下位15%に入ることになります(コメントでは極めて高い、または極めて低いと表現します)。

1)「成人向け」派(図表37)

「成人向け」派のグループは⑤『性描写に対する嗜好』(「性描写」「萌え・美少女」の嗜好に関連する要因)が高く、④『戦闘に対する嗜好』(「ヒーロー／ヒロイン」「闘い」の嗜好に関連する要因)が低く②『内面世界に対する嗜好』(「内面描写」「ドラマティック」「シリアル」「やおい・JUNE」「ストーリー」の嗜好に関連する要因)が極めて低いという特徴を持ちます。このグループに分類された人は6,319名(18%)でした。

図表37 「成人向け」派のプロフィール

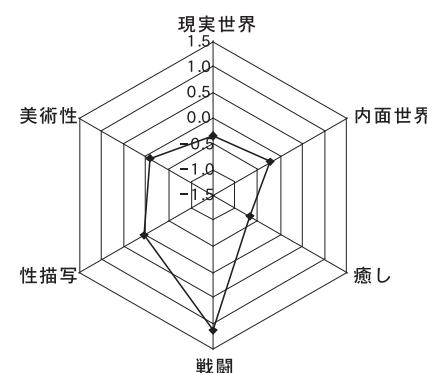


2)アクション派(図表38)

アクション派のグループは④『戦闘に対する嗜好』(「ヒーロー／ヒロイン」「闘い」の嗜好に関連する要因)が極めて高く、③『癒しに対する嗜好』(「癒し」「夢のある」「生活感」「恋愛」の嗜好に関連する要因)が極めて低いと表現します。

関連する要因)が低いという特徴を持ちます。このグループに分類された人は6,075名(17%)でした。

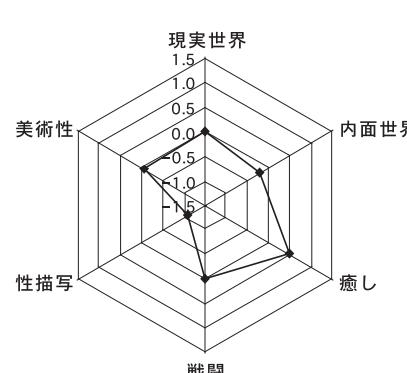
図表37 アクション派のプロフィール



3)ホンワカ派(図表39)

ホンワカ派のグループは③『癒しに対する嗜好』(「癒し」「夢のある」「生活感」「恋愛」の嗜好に関連する要因)が高く、⑤『性描写に対する嗜好』(「性描写」「萌え・美少女」の嗜好に関連する要因)が極めて低いという特徴を持ちます。このグループに分類された人は7,410名(21%)でした。

図表39 ホンワカ派のプロフィール

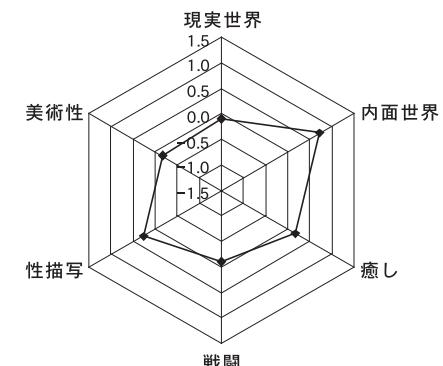


4)哲学派(図表40)

哲学派のグループは②『内面世界に対する嗜好』(「内面描写」「ドラマティック」「シリアス」「やおい・JUNE」「ストーリー」の嗜好に関連する要因)のみが高いという特徴を持ちます。このグループは14,414名(31%)と最大規模になって

います。

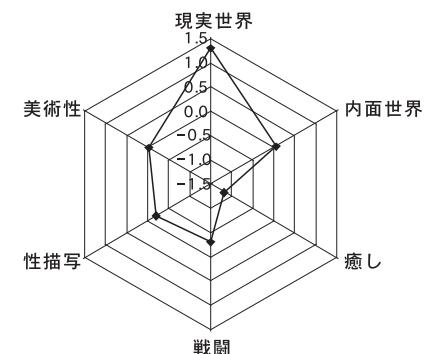
図表40 哲学派のプロフィール



5)現実直視派(図表41)

現実直視派のグループは①『現実世界に対する嗜好』(「社会問題」「疎外感・劣等感」「現実的」の嗜好に関連する要因)が極めて高く、③『癒しに対する嗜好』(「癒し」「夢のある」「生活感」「恋愛」の嗜好に関連する要因)が極めて低いという特徴を持ちます。このグループに分類された人は4,313名(12%)でした。

図表41 現実直視派のプロフィール



3.6.年齢・性別により所属グループに明らかな傾向が!

以上の分析により、グループ毎の特徴が明らかになりました。では、それぞれのグループにはどのような人たちが所属しているのでしょうか。図表42に、年齢・性別毎にそれぞれの人がどの程度含まれているかを示しました。以下、グループごと

に傾向を見てみましょう。

まず「成人向け」派についてですが、要因毎に記述した際の『性描写に対する嗜好』と類似した傾向がここでは見られます。つまり男性は女性よりこのグループに含まれる比率が極めて高く、男性についてはすべての年齢層でほぼ30%の人がこのグループに含まれているのに対し、女性の場合年齢層が低くなるにつれてこのグループに含まれる率が高くなっています。このグループの名称を単に成人向け派でなく、「」付にした所以もあります。

次にアクション派についてですが、このグループについても男性は女性より多くなっています。また、男女共に年齢層が高くなるにつれて比率が高くなっています。ホンワカ派については、女性の方が男性よりも多くなっており、年齢層が高くなるにつれ若干比率が高くなっています。哲学派については、男性に比べて女性の比率が極めて多いことが特徴として挙げられます。女性に人気の高い「やおい・JUNE」を嗜好する人の多くがこのグループに所属することが原因として考えられます。最後に現実直視派についてですが、男女毎の構成比にあまり大きな違いは見られません。また、年齢層が高くなると構成率が低くなるとい

う傾向も男女共に共通しています。自分やまわりの知り合いの人がどのグループに属しているかといった点から見ると面白いのではないですか。

- ▼スタッフ調査では、コミケを「文化運動」と意識することがあるかという質問をさせていただきました。アンケート調査では「よく意識する」19.5%、「時々意識する」37.1%、と、なかなかの反応でしたが、グループインタビュー調査で「文化運動」と言われて何を意識したかと聞いたところ……
- ▽「もはや、サブカルで済まなくなった。(笑)まあ、文化運動と認知されるのも、うーん、ここ最近の話じゃないですかね。」
- ▽「まあ僕結構初期スタッフの方から色々話は聞いて始まってるはずなんですよ、漫画で革命を起こす……」
- ▽「結局先日あったビエンナーレですか……」
- ▽「書道の個展とか、絵を飾っている展覧会とか、文化運動、そっちのそういう感じだと思うんですけどね。まさか本とかを売り買いするというのは、それは文化じゃなくて……」
- ▼ほんと、いろいろな捉え方がありました……(汗)

図表42 性別・年齢層毎のグループ構成比

