

物語られた都市経験

—映像制作実践「メディアコンテ秋葉原」作品の分析を通して—

Narratives of Urban Experience: An Analysis of Digital Stories
Generated in Akihabara

溝尻 真也
(Shinya MIZOJIRI)

Abstract:

This Paper aims to examine how audiophiles have experienced Akihabara analyzing the digital stories created by participants of digital storytelling workshop. In the past, a number of people had come to Akihabara in order to get electrical parts. But now, this city has become the center of Japanese otaku culture. In 2012, a digital storytelling workshop was conducted in Akihabara and seven audiophiles created their digital stories with facilitators. The participants narrated their personal experiences in Akihabara and feelings for the transformation of this city. On the other hand, these digital stories expressed how they enjoy this place with innumerable materials even now. Their narratives and images indicate a connection between their urban experiences and materials.

キーワード：メディア、物語、都市、秋葉原

Keywords : media, narrative, urban, Akihabara

1 研究の目的

本研究は、デジタル・ストーリーテリングの手法を用いて都市に集う人びとの想いを表現してもらいながら、その都市に堆積した経験の束を整理し、可視化することを目的としたものである。

これまでも都市社会学の領域では、都市に集う人びとの経験を記述するエスノグラフィー研究などが行われてきた。急速に都市化が進んだ1920年代のシカゴを舞台に、集まった移民や労働者の姿を克明に記述したシカゴ学派のモノグラフをはじめ、日本でも玉野（2005）など⁽¹⁾、そこに生きる人びとの経験を記述しながら都市という場の相貌を描き出す試みは、社会学の主要なテーマのひとつであったといえる。

本研究が対象にするのは、長期間にわたりある都市に通い続ける人びとが、その変化をいかなるものとして経験してきたか、という側面である。いうまでもなく、都市は時代状況に応じてその姿や役割を変化させる場であり、都市の変化とそこに集う人びとの都市経験の変化は、再帰的な関係にある。特に本論が焦点を当てる秋葉原は、建築学者の森川嘉一郎が“趣都”と表現したように、人びとの趣味経験と都市経験とが分かちがたく結びつきながら変化してきた場である。同時に、「家電の街」「パソコンの街」といった形容詞にみられるように、戦後の日本人の科学技術に対するイメージや経験が積み重なっている場でもある。

このような都市に堆積した人びとの経験を掘

り起こし、記述するための方法論として、本研究はデジタル・ストーリーテリング（DST）の手法を用いる。DSTとは、1990年代のカリフォルニアで考案された、プロではない一般の人びとが、自ら撮った映像に自分の語りをつけて短い物語作品を作る表現活動のことを指す。日本では主に小川明子らのグループが中心となっており、DSTのプログラムを各地で実施してきた。

今回、このDSTの手法を用いて秋葉原への想いを表現してもらったのは、秋葉原に長年通い続けるオーディオマニアである。戦後、ラジオ部品を扱う露天商が集まって形成された秋葉原電気街は、その後日本の経済発展と科学技術立国化を象徴する存在として語られてきた。また2000年代以降は「オタクの聖地」「萌えの街」として、その姿を変えながら現在に至っている。このような変化を目の当たりにしてきた人びとが、秋葉原という都市をいかなる場としてとらえ、またその変化をいかに経験してきたのかを、映像とともに語ってもらいながら、秋葉原に堆積してきた想いの束を整理・考察するのが、本研究の目的である。

2. 対象と方法

(1) 秋葉原の歴史と現状

前述の通り、戦後、秋葉原は幾度かにわたる大きな変化を経験してきた。

秋葉原の歴史を丹念にたどった三宅（2010）によると、山手線・総武線の結節点にあり、神田川を使った海運の要所でもあった秋葉原に、ラジオ部品を扱う電気材料卸売商が集まってきたのは、大正末期から昭和初期にかけてであるという。溝尻（2010）が指摘したように、1925年に日本でラジオ本放送が開始されたとき、流通していたラジオ受信機の多くはアマチュアによる自作品であった⁽²⁾。こうしたアマチュアに向けて部品を販売する材料商が、交通の便に優れたこの地に集まったのが、秋葉原電気街のおこりとされる⁽³⁾。

東京大空襲によっていったんは焼け野原になった秋葉原であったが、戦後再びラジオ受信機の需要が高まると、神田にあった電気工業専門学校（現・東京電機大学）の学生たちがラジオ

組み立てのアルバイトをはじめ、それに伴い米軍が放出したラジオ部品を学生たちに販売する露天商もこの地に集まってきた。その後1949年にGHQが露店撤廃令を施行したことで、露天商たちは秋葉原駅ガード下の代替地に集められ、これが現在の秋葉原電気街の原型となった⁽⁴⁾。

高度経済成長が始まった1950年代後半以降、こうした電子部品を扱う店は、「三種の神器」「3C」などと呼ばれた家電の普及率上昇にあわせて量販店化し、秋葉原電気街もそのエリアを拡大していった⁽⁵⁾。また家電製品の普及が一段落してからも、1970年代のオーディオブーム、1970年代後半から1980年代にかけてのマイコンブーム、そして1990年代のパソコンブームなど、それぞれの時流に合わせながら秋葉原はその姿を柔軟に変え、多くの来訪者を集めてきた。

さらに秋葉原が大きな転換点を迎えるのは、1990年代末である。軒を連ねていたパソコンショップの隙間に、同人誌やアニメグッズ、ガレージキットなどを扱う専門店がオープンし、徐々にその勢力を拡大していった。森川嘉一郎は、もともとパソコンマニアは漫画・アニメ・ゲームを好む傾向にあり、この“趣味の構造”が秋葉原の街の構造をも変化させたことを指摘している⁽⁶⁾。冴えないオタク青年の恋愛模様を描いた作品「電車男」が2005年にヒットし、「アキバ系」という言葉が流行語になったことで、この流れはさらに加速していく。メイドカフェが乱立し、秋葉原はサブカルチャーの集積地であると同時に、観光地としての側面も持つようになっていった。

こうした状況下で、昔ながらの電子部品店は現在も細々とではあるが営業を続けている。

秋葉原における業態別店舗数の変化を調査した牛垣・木谷・内藤（2016）によると、2006年と2013年の比較において、電子部品取扱店数の減少幅は、パソコン取扱店や家電取扱店に較べれば小さい（表1）。しかし、部品店の店員はもちろん、こうした部品を用いた自作趣味を営む層自体の高齢化が進行しており、牛垣らによる調査が実施された直後の2013年11月には、老舗の電気部品専門店街である秋葉原ラジ

表1 秋葉原地区における業種・業態別店舗数（2006年・2013年）

	パソコン取扱店		家電取扱店		電子部品取扱店		少女アニメ取扱店		アイドル製品取扱店		アダルト製品取扱店		メイド系店舗		チェーン店		店舗総数	
	占有ビル	雑居ビル	占有ビル	雑居ビル	占有ビル	雑居ビル	占有ビル	雑居ビル	占有ビル	雑居ビル	占有ビル	雑居ビル	占有ビル	雑居ビル	占有ビル	雑居ビル	占有ビル	雑居ビル
2006年	53	61	51	100	18	112	40	67	5	5	28	47	0	31	7	62	193	814
2013年	29	52	16	21	17	102	30	41	16	21	24	19	4	104	20	88	181	751
増減	△24	△9	△35	△79	△1	△10	△10	△26	11	16	△4	△28	4	73	13	26	△12	△63

牛垣・木谷・内藤（2016）p88より抜粋

オスターが閉館している。小規模電子部品店にとって、依然として厳しい状況が続いていることに変わりはない。

またこの調査からは、2005年の秋葉原駅前再開発によって大規模家電量販店が進出した影響で、その他の家電取扱店の淘汰が進んでいる状況を見て取ることができる。さらにパソコン取扱店の数も、インターネット通販の影響で急激に減少している。代わりに大幅に伸びているのがメイド系店舗であり、秋葉原の観光地化を裏付けているといえるだろう。ただし2006年に存在していたメイド系店舗で、2013年にも営業を続けていたのは31店中8店のみであり、入れ替わりの激しさも指摘されている⁽⁷⁾。このようなサブカルチャー関連店舗群が今後も観光地としての秋葉原の核を担う存在であり続けるのかは、不透明である。

（2）秋葉原を語る方法としてのDST

本研究では、こうした街の変化を経験しつつ現在も秋葉原の電子部品店に足繁く通う、オーディオマニアを中心とした参加者7名に秋葉原への想いを語ってもらった。その際、語りの方論として用いたのが、デジタル・ストーリーテリング（DST）の手法である。

DSTは、1990年代にアメリカで始まった、市民による表現活動である。現在は英語圏をはじめ、北欧や南米、そして日本においても幅広く展開されている。

DSTの構造はシンプルである。写真をつなぎあわせた2～3分程度の映像に、自らナレーションを吹き込み、短い物語作品を作っていく。多くはワークショップ形式で制作され、完成した作品は上映会やウェブでの公開を通して

参加者たちに共有される。

DSTの特徴は、プロではない一般の市民が、自分の言葉で個人的な物語を作り上げる点にある。プロの表現者に要求されるような物語や映像のクオリティは、ここでは要求されない。ファシリテーターの助けを借りながらも、基本的には参加者たちが自分の目で見たことや、自分の頭で考えたことを、自分の声で表現する。したがって、できあがる物語もきわめて個人的なストーリーである。DSTではこうした個人的な物語が相互行為の中から生み出され、共有されるプロセスを重視しており、プロが専門技術を駆使して制作した物語を一方的に受け取るというマス・コミュニケーションのモデルに対して、自分たちが作った自分たちの物語をみんなと共有するという、オルタナティブなメディアコミュニケーションを志向した活動として実施されてきた。

日本独自のDSTとしては、メディア研究者の小川明子らが中心になって展開してきたメディアコンテが挙げられる。小川は日本でDSTを行うにあたり、参加者とファシリテーターが対話を重ねながら、協働的に物語を編みあげるプログラムを開発した。メディアコンテと名づけられたこのプログラムは、2008年に日系外国人の子どもたちを対象とした第1回実践が岐阜県可児市で行われ、以降その範囲を広げながら、21回にわたり活動を展開してきた。

メディアコンテの特徴は「声なき想い」を物語化する点にある。ここでいう「声なき想い」とは「他者に対して発しているのかすらわからない悩みやもやもやした不満や愚痴、心の中に沈んでいる悲しみや、ちょっとした喜びの瞬間。内面に留まり、外に出されることのない想

いのかけら」⁽⁶⁾を指している。こうした「声なき想い」は、本人がそれを語るべきもの、共有されるべきものとして認識しない限り、表に出ることはない。しかしそこに物語という形が与えられ共有可能な作品になったときに、同じ立場にいる人はもちろん、立場の異なる他者にも大きな共感を呼び起こすことがある。メディアコンテは、作品の制作プロセス自体が他者との相互作用であると同時に、完成した作品の共有がさらなる他者との相互作用を生む、メディアを用いた二段階のコミュニケーション実践であるといえる。

本論が焦点を当てるのは、筆者が中心となって2012年9月に実施した、メディアコンテ秋葉原の事例である。参加者たちは、学生ファシリテーターとともに秋葉原の街を歩き、その思い出を語りながら、秋葉原をめぐる個人的な物語を編み上げていった。本論ではこの活動を通して作られた作品7本を採り上げ、その語りと映像を紐解きながら、参加者たちが秋葉原をいかなる場として意味づけていたのかを記述してみたい。

3 メディアコンテ秋葉原の概要

メディアコンテ秋葉原は、2012年9月29日(土)と30日(日)の2日間にわたり行われた。会場はJR秋葉原駅から徒歩7分程度の神田和泉町1丁目に位置する、ちよだパークサイドプラザの会議室を使用した。

参加者は男性7名である。うち5名は秋葉原で毎月例会を行っているオーディオサークルの会員で、年齢は30代から70代と幅広い。1名は筆者がオーディオイベントで知り合ったオーディオファンで、埼玉を中心に活動を行うオーディオサークルに参加している。もう1名は、秋葉原でアニメソングを中心としたクラブイベントを開催しているDJバー「MOGRA」に通いつつ、自身もアニソンDJとして活動している大学生である。

さらに、愛知淑徳大学メディアプロデュース学部でメディアを学ぶ3年生を中心とした大学生15名が、ファシリテーターとして参加した(男性6名、女性9名)。事前に簡単なレクチャーを受けて

はいるものの、多くの学生ファシリテーターは秋葉原の歴史について詳しいわけではなく、今回初めて秋葉原を訪れたという学生もいた。

各日の流れは以下の通りである。

◆1日目(2012年9月29日 土曜日)

- 10:30 開始, 趣旨説明
- 10:45 「物語の種」探し, 写真撮影場所の検討
- 11:45 写真撮影開始
- 15:00 会場に戻り写真の選定, 物語のあらすじづくり
- 16:00 あらすじ発表会
- 17:00 終了



図1 「物語の種」探し

当日は参加者1名に対して2~3名のファシリテーターがついて、活動が行われた。

趣旨説明が終わると、「物語の種」探しが始まる(図1)。これはファシリテーターが聞き手となって、参加者に秋葉原へのさまざまな想いを語ってもらいながら、これから作る物語のテーマを見つける時間である。メディアコンテでは最終的に写真の上にナレーションを重ねた映像作品を制作するが、そのためには実際に写真を撮りに行く必要がある。どこで写真を撮るかを検討する作業は、どの場所に、どのような想いが埋まっているのかを掘り起こしていく作業でもある。参加者は持ち寄った古い雑誌や写真、地図などを片手に秋葉原の思い出をファシリテーターに語り、それを受けてファシリテーターは、実際にその場所に赴き写真を撮りながら、さらなる語りを引き出せるよう方向づけていった。

その後多くのチームは、秋葉原に長年通ってきた参加者が、秋葉原に不慣れなファシリテーターたちを案内する形で写真撮影に出発した。各グループごとに昼食を取りながら、写真を撮影し、ファシリテーターたちは場所ごとにさらなる思い出話を引き出していく。結果、2時間から3時間ほどの撮影時間で、多いチームでは200枚を超える写真を撮り集めていた。

撮影が終わると、写真を印刷し、並び替えながら物語のあらすじ作りに入る(図2)。メディアコンテでは作品時間は2分程度という縛りを設けているため、すべての写真を使うことはできない。また、限られた時間の中で見る人にわかりやすく伝えるために、エピソードを絞り、話の構成を組み立てる必要も発生する。どのエピソードを、どの順番で、どのような写真とともに伝えるかをめぐり、参加者とファシリテーターの間では活発な議論が行われていた。

こうして完成したあらすじは、参加者全員の前で発表される。その後、よりわかりやすい作品にするための議論が参加者同士で行われ、1日目は終了した。



図2 物語のあらすじ作り

◆ 2日目 (2012年9月30日 日曜日)

- 9:30 写真絵コンテづくり
- 10:30 ナレーション原稿づくり
- 11:30 録音、編集
- 13:30 完成作品上映会
- 14:30 終了

2日目は前日の最後に作ったあらすじを元

に、写真をさらに絞り込み、作品で使用するものを確定させると同時に、写真を見せる順番も決めていく。さらにそこにどのようなナレーションを重ねるかを検討しながら、台本を作り上げていった。

台本が完成したチームは、録音・編集作業に入る(図3)。あらかじめiPadにインストールしておいた映像編集アプリ「Reel Director」を使って写真をタイムライン上に並べた上で、マイクをiPadに接続し、参加者自身の声でナレーションを吹き込んでいく。最後に写真の表示時間をナレーションにあわせて微調整し、作品が完成する。



図3 iPadを使った録音

この日の東京地方は、夕方以降に台風の接近・上陸が予測されていたため、当初予定していたプログラムを大幅に前倒して実施した。そのため参加者とファシリテーターは非常にタイトな時間設定の中での作品制作を余儀なくされた。特に録音は、同じ部屋で複数のチームが同時に吹き込むと雑音が多くなるため、譲り合いながら行わざるを得ない。そのため締切間際まで台本が完成しなかったチームの中には、廊下や踊り場、給湯室などでの録音を試みたチームも見られた。しかしその甲斐あって、最終的には上映会開始時間までに、すべてのチームが作品を完成させることができた。

上映会は、まずファシリテーターが作品の見どころについて簡単に説明をしたあと、参加者全員でスクリーンに投影された作品を鑑賞する(図4)。鑑賞後は制作した参加者が感想を述べる。これを繰り返す形で行われた。最後に2日



図4 完成作品上映会

間の振り返りとまとめを行い、活動は無事終了した。以下、制作された作品の概要を示す（表2）。

4 作品分析

(1) 固有名詞をめぐる語り

本章では、メディアコンテ秋葉原で制作された作品の特徴を整理しながら、参加者たちが秋葉原をいかなる場として意味づけたのか、記述していきたい。

まず特徴的に見られたのが、秋葉原を象徴す

る風景に対する意味づけ方の違いである。たとえば7作品中4作品において、家電量販店や大型アニメショップ、ゲームショップが立ち並ぶ、万世橋から秋葉原駅にかけての中央通りの写真が使用されていたが、これらの写真に共通して見られるような、秋葉原の象徴ともいえるべき構造物を確認することはできなかった（図5）。また、このうち2作品（「遠方からの自作マニア」「ARE YOU OTAKU？」）では、中央通りの風景に重ねて「オタクの街」に対する想いが語られていたが、他の作品では単に秋葉原電気街周辺の都市景観を表す写真として使用されるのみで、この風景に対する想いが語られることはなかった。「秋葉原の象徴」は、少なくとも独立した構造物のレベルでは共有されておらず、また、こうした秋葉原の風景に対する意味の強度も、人によって差があることがわかる。

一方、中央通りと並んで多くの作品で共通して用いられていた写真は、真空管やコンデンサーなどの電子部品や鉄道模型などのモノが並んでいる写真であり（図6）、多くの作品で、これらの写真の上にはそのモノに対する饒舌な語

表2 制作された作品の概要

作品番号	作品名	制作者	作品概要
1	真空管も、iPhoneも〜どっこい生きてる秋葉原〜	70代男性 オーディオサークル 所属	自身がオーディオ好きになった経緯と、現在も古くからのオーディオ好きが集まってくる秋葉原の魅力を語った作品
2	電気少年@秋葉原	50代男性 オーディオサークル 所属	40年間秋葉原に通い続ける制作者が、自慢のコレクションを紹介したり、秋葉原のジャンクパーツショップを廻る様子をコミカルに語った作品
3	手をつなごう、橋と	60代男性 オーディオサークル 所属	秋葉原を起点に制作者の生まれ育った墨田区まで、橋をめくりながらそれぞれの地域への想いを語った作品
4	遠方からの自作マニア	50代男性 オーディオサークル 所属	大学生の頃、少ない小遣いをはたいて秋葉原に通った思い出と、現在の秋葉原の変化を語った作品
5	ARE YOU OTAKU ?	30代男性 オーディオサークル 所属	秋葉原の街の変化とともに、自身もオタクになっていった経緯を語りながら、オタク文化への理解を求めた作品
6	鉄分いっぱい!	60代男性 オーディオサークル 所属	子どもの頃に秋葉原の交通博物館に通った思い出から、現在も続く鉄道への思い入れを語った作品
7	アキバ系DJに聞く秋葉原の魅力?	20代男性 大学生、アニメソングDJ	秋葉原でアニメソングDJとしても活動する制作者が、クラブイベントの魅力や秋葉原で出会った人との交流について語った作品

(年齢は参加時のもの)

作品 番号	4 (遠方からの自作マニア)	5 (ARE YOU OTAKU ?)	6 (鉄分いっぱい！)	7 (アキバ系DJに聞く秋 葉原の魅力？)
写真				

図5 秋葉原の都市景観

作品 番号	1 (真空管もiPhoneも〜ど っこい生きてる秋葉原〜)	2 (電気少年@秋葉原)	4 (遠方からの自作マニア)
写真			
作品 番号	5 (ARE YOU OTAKU ?)	6 (鉄分いっぱい！)	7 (アキバ系DJに聞く秋 葉原の魅力？)
写真			

図6 作品内で語られた「モノ」

りが重ねられていた。作者たちにとって秋葉原はモノの集積地であり、このモノを手に入れるために遠くから通い続けた経験が、作品内では語られている。

たとえば「遠方からの自作マニア」では、仙台に住んでいた参加者にとって、電子部品で埋め尽くされた秋葉原のパーツ店（ここでは「秋月電子」）がきわめて重要な意味を持つ空間であったことが、写真とともに語られる（表3）。

また、40年間秋葉原に通い続ける自らを「アキバ電気少年」と呼ぶ作品「電気少年@秋葉

原」では「あらゆるパーツが手に入る、ここ、秋葉原は、電気少年の聖地だ」と語られる。さらに、オーディオ好きであると同時に鉄道マニアでもある自身の秋葉原への想いを語った「鉄分いっぱい！」では、かつて交通博物館が置かれ、多くの鉄道模型店も集まっていた秋葉原が「ワンダーランド」という言葉で表現されている。こうした語りからは、秋葉原に遍在するモノこそが、この都市を訪れた彼らにとって最大の魅力であったことを見て取ることができる。

各作品におけるモノの語り方で特徴的な

表3 「遠方からの自作マニア」(16秒-1分36秒 抜粋)

   	<p>① 学生の頃には、仙台に住んでいました。</p> <p>② 春休みを利用してアキバに来ました。</p> <p>③ 当時の交通費は、たぶん1万円くらいです。小遣いが、</p> <p>④ 2万円くらいの身分には、痛い出費でした。ですから</p>	   	<p>⑤ 1年に1回くらいしか行きません。しかし、必要な</p> <p>⑥ 部品を手に入れるためには、行かねばなりません。</p> <p>⑦ 生基板の(不明)は、当時の信越電気、いまの秋月電子で</p> <p>⑧ 1枚100円のもの23枚買いました。これは、通信販売では買えませんので、アキバで買うしか</p>	  	<p>⑨ ありませんでした。当時、有名なトランジスタの</p> <p>⑩ 2SC1000は1個150円くらいでした。しかも、</p> <p>⑪ 欲しいランクのものは、アキバで実際に確認しながら買わないと、手に入りにくかったです。</p>
---	---	---	---	---	--

は、多くの固有名詞が登場する点であろう。「2SC1000」(「遠方からの自作マニア」)、「ウエスタンの巨大スピーカー」(「電気少年@秋葉原」)、「安達製作所」(「VVVF」(「鉄分いっぱい!」)などの固有名詞が、作品内では数多く語られる¹⁾。こうした固有名詞は、作品を見る視聴者にとってはその意味を理解するのが困難な単語であり、一般的な映像作品の制作過程ではむしろ削ぎ落とされるべき情報である。しかしファシリテーターたちは、これらの固有名詞が参加者本人にとって非常に強い意味を持つことばであることを理解しており、作品内にそのまま残すことを提案した。参加者にとっては、他のどの製品でもなく「2SC1000」や「ウエスタン」のスピーカーや「安達製作所」の模型であることが重要なのであり、秋葉原は、こうした個々に意味づけられたモノが立ち並ぶ、まさしく「ワンダーランド」として語られたのである。

(2) 趣味雑誌が具現化した空間

もうひとつ作品内で多用されていた写真が、参加者が持参した雑誌の写真、あるいはその雑誌を参加者自身が手にしている写真である(図7)。

「当時の最先端の技術がすべて詰まっていた、マニア用の雑誌をあれこれ読んで、秋葉原へ繰り出しました」(「真空管もiPhoneも〜どっこい生きてる秋葉原〜」)や、「僕の育った青森では、部品屋さんがないので、雑誌の通販でパーツを買っていた」(「電気少年@秋葉原」)などの語りに象徴されるように、1960年代から1980年代にかけて、マニアたちにとっての情報源は基本的に雑誌であった。マニア向け雑誌の誌面は憧れのモノに関する情報で埋め尽くされており、こうした雑誌上のさまざまなモノに関する情報が、実際に具現化した空間として秋葉原は意味づけられていたことが見て取れる。

さらに唯一の大学生参加者による「アキバ系DJに聞く秋葉原の魅力?」では、「いまだと家にながらにして、インターネットとかでこういうイベントの様子を見たりとか、CDやグッズなんかを注文して買うこともできるんですけど、こういった秋葉原みたいに、いろいろなものを実際に見聞きしたりとか、触ったりとか、あといろいろな人に会ったりとかできるところがすごい、いいなって思うところですよ」と語られている。マニアの情報源は雑誌からインターネットへと移行したが、その情報が実際にモノの形で具現化した空間として秋葉原が意味づけら

作品番号	1 (真空管もiPhoneも〜どっこい生きてる秋葉原〜)	2 (電気少年@秋葉原)	4 (遠方からの自作マニア)	5 (ARE YOU OTAKU?)	6 (鉄分いっぱい!)
写真					

図7 作品内で用いられた雑誌の写真

れているという点において、両者は共通しているといえるだろう。

(3) 変化に対する寂寥と順応

では、長年秋葉原に通い続ける彼らにとって、「電子部品の街」から「萌えの街」へと至る街の変化は、いかなる経験として意味づけられているのだろうか。

オーディオマニアである参加者たちの多くは、後述するように、自分たちの趣味が理解されにくい「時代遅れ」なものであることを自覚していた。こうした状況の下、お気に入りの電子部品店が姿を消し、メイド喫茶やアニメショップなどに変わっていくことに対する寂しさは、「電気少年@秋葉原」(表4)および「遠方からの自作マニア」(表5)に顕著に見て取ることができる。いずれの作品も、シャッターが閉まった部品店の写真に重ねて、消えゆく「電子部品の街」としての秋葉原に対する寂しさや不便などが語られている。

しかし作者たちにとって現在の秋葉原は、必ずしも消えゆく「電子部品の街」としてのみ意味づけられているわけではない。むしろ今回の作品群から見えてくるのは、古き良き秋葉原への寂寥に浸るよりは、あくまで現在進行形で自らの趣味を楽しむ、また秋葉原という都市を楽しもうとする参加者たちの姿勢である²⁾。

たとえば「電気少年@秋葉原」では、閉店したパーツショップの跡地にあるラーメン屋で「エネルギー充填」を終えた参加者が、「ジャン

ク屋を廻ろう!」と宣言し、「今日も新しいアイテムをゲットすべく、アキバへはっしーん!」と、自転車に乗って颯爽と出かけていく姿が描かれる。ここで「ゲット」される「新しいアイテム」とは、たとえば「アキバのほこり」が積もった「40年前の部品」(表6)などだが、このように参加者たちにとって、秋葉原でモノを探し手に入れる楽しみは失われてはいない。あくまで現在進行形で楽しめる都市として、秋葉原は経験されているのである。

また「遠方からの自作マニア」の続くシーンでは、「萌えの街」への変化に対する作者のポジティブな想いが語られている(表7)。ここで重要なのは、「これはこれで変化を受け入れ、楽しんでいきたいと思います」という語りであろう。参加者たちの多くは、数十年にわたり秋葉原の変化を経験してきた。裏を返せば、秋葉原とは絶えず新しい趣味や文化がモノの形で堆積していく場であり、そうであるが故に周期的にその姿を変える街であるという前提の上で、この都市は経験されてきたといえるのではないだろうか³⁾。

そのような変化し続ける都市としての秋葉原の魅力が端的に語られているのが、「真空管も、iPhoneも〜どっこい生きてる秋葉原〜」の次のシーンである(表8)。秋葉原は常に新しいモノが堆積していく場であるが、同時にこれまでに堆積してきた古いモノが残る場でもあり、こうした新旧のモノ(まさしく「真空管も、iPhoneも」)が混ざり合う都市として、彼

表4 「電気少年@秋葉原」(1分8秒-1分30秒 抜粋)

	① 今日もアキバは、新しい		④ 変わったりすると、		⑦ だった。でも、
	② 文化を発信しつづけている。でも、古い		⑤ 寂しいねー。このラーメン		⑧ アニメショップになる
	③ パーツ屋さん、アニメショップに		⑥ 屋さんも、昔はパーツショップ		⑨ よりは、いいかなあ

表5 「遠方からの自作マニア」(1分17秒-1分37秒 抜粋)








	① しかし、東京に住むようになって、毎日でも		④ 当時雑誌で見っていた店の多くは、		⑦ 買えないものがあると、困ります。
	② 来れるようになった頃には、よく行っていた店は、だいぶ		⑤ いまではなくなっています。		
	③ 閉店したり、店自体が、壊れてきました。		⑥ 部品は他の店でも買うことができますが、		

表6 「電気少年@秋葉原」(1分37秒-1分50秒 抜粋)







	①		③ すごい。		⑤ アキバのほこり
	② これは		④ 40年前の部品がある。触ると、指先には…		⑥

表7 「遠方からの自作マニア」(1分38秒-2分1秒 抜粋)









	① でも、寂しいことばかりでは		④ フィギュアの街になってきていて、かわいい看板や、建物や、		⑦ これはこれで変化を受け入れ、
	② ありません。新しい店ができていて、店を広げたりしています。		⑤ で、アキバの街が華やかになっています。また、		⑧ 楽しんでいきたいと思います。
	③ 最近のみなさんご存知の、アニメ・		⑥ 新しく行きつけの食べもの屋ができています。		

表8 「真空管も、iPhoneも〜どっこい生きてる秋葉原〜」（1分20秒〜1分51秒 抜粋）

	① 真空管は、と うに		④ たくさんい て、店の親父も、		⑦ iPhoneだっ て、いつかは必 ず古くなる。み なさんの使って いるもので、長 く生き残るのは 何だろう。
	② 時代遅れになっ たが、現在も、高 級品として生き残 っている。		⑤ 客の御仁も、 オーディオ		⑧ たとえ、時代 遅れと言われて も、大好きなこ とに打ち込んで、 いきいきする人 たちが、私は好 きなんです。
	③ それを好む人 も、		⑥ 大好きで元気 元気。		

らは秋葉原を意味づけているのである。

オーディオマニアであると同時にアニメ・ゲームファンでもある参加者による作品「ARE YOU OTAKU?」では、対照的でありつつ同型的でもある語りが見られる。作者は自身の興味が電子工作からパソコン、そして「萌え文化」へと移っていくのに合わせて秋葉原もその形を変えていった過程を語った上で、白い目で見られがちなこれらの「萌え文化」について「理解できないものは、確かに怖い。でも、理解しようとした?一度、秋葉原に来てみたらどうだい。私は、毎週来ています」と呼びかける。

また、鉄道ファンにとっての秋葉原を語った「鉄分いっぱい!」では、このような秋葉原の特徴がコミカルに描かれている。作品の最後のシーンで、参加者は女子大学生（役のファシリテーター）に「どうです?若い女性としての秋葉原の印象は」と問いかけるが、「アキバには来やすくなったけど、電車のことにはまったく興味ありません」と一蹴されてしまう。それでも参加者は「いやー電車つたって奥が深くてさ、昭和初期の吊り掛けモーターとかね、最近のVVVFとか…ということであ…えー…」と鉄道の魅力を語り続け、フェードアウトして作品は終了する。

こうした作品に共通しているのは、あらゆる趣味を許容し、それに合わせて姿を変えていく秋葉原という都市に対する思い入れであろう。

「時代遅れ」であったり、白い目で見られたり、「まったく興味ありません」と言われたりと、一般的には「理解できない」とされるモノについて、こうしたモノを手に入れ、また手に入れたモノについての想いを語り得る場として、秋葉原は意味づけられたのである。

5 まとめと課題

以上本論では、メディアコンテ秋葉原で制作された作品の分析を通して、参加者たちが秋葉原をどのような場として経験してきたか、またその経験がどのような物語として語られたかについて記述してきた。

メディアコンテ秋葉原で行われていたのは、参加者とファシリテーターの相互行為を通じた物語の構築であった。近年のライフストーリー研究の成果が示すように⁽⁹⁾、自らのライフストーリーを語ることは、自分の過去の経験を意味づけながら、自らの生を物語として構築していく現在進行形の営みに他ならない。その意味でメディアコンテ秋葉原は、参加者たちが自分のライフストーリーを、ファシリテーターという他者と協働しながら構築し、共有する活動であったといえる。

そして完成した作品から見えてきたのは、自分について語り、秋葉原という都市について語り、そしてモノについて語り、という三者の強固な結びつきであった。都市について語り、そこで手に入るモノについて語り

ことと、自らの生の一部を語ることで、分かち難くつながっていたのが、今回の作品群の特徴であった。

結果としては、こうした都市語り／モノ語りを通してライフストーリーを協働的に構築する活動として、メディアコンテ秋葉原は有効に機能したと考えられる。単にことばで語るだけでなく、都市を歩きながら写真を撮り集め、その写真にあわせて自らの経験を語るこの活動は、参加者たちのこれまでの生のなかで重要な意味づけがなされてきた、秋葉原という都市とモノとの結びつきを効果的に可視化した。その意味で、デジタル・ストーリーテリングとしてのメディアコンテ秋葉原は、これまでの生活史研究やライフストーリー研究に、新たな方法論的可能性を加えるものであるといえる。

一方で課題も残されている。仮にこうした活動をライフストーリー研究の方法論のひとつとして位置づけようとした場合、参加者とファシリテーターの相互行為の下で物語が構築されるプロセスを、より詳細に明らかにする必要があるだろう。どのような状況で、どのようなやり取りが行われた結果として作品が形作られていったのか、その過程を明らかにするためには、あらかじめファシリテーターに、共同制作者のみならず調査者としての自覚を与えておく必要がある。あるいは、それぞれのチームでどのようなやり取りがなされているかを記録するための仕組みが必要になるだろう。

しかし、調査研究としての側面が強くなるほど（たとえば各グループに記録者を張り付けてしまった場合）、こうした実践が持つダイナミズムも失われてしまう可能性がある。研究者の学問的関心を完全に排除するものではないとしても、基本的にワークショップは参加者が楽しみながら何らかの発見をしてもらえるプログラムを用意することに意義があるのであって、学問的関心に基づいてなされる調査研究（たとえばインタビュー調査）とは一線を画した活動である。こうした違いを乗り越えて、参加者に楽しんでもらいつつ新たな発見を提供することができ、かつ、既存の生活史研究やライフストーリー研究にも貢献し得る記述の方法論としてこ

うした実践を位置づけていくためには、その手法に対してさらなる検討が必要であろう。

【註】

- 1) 「2SC1000」はトランジスタの型番。「ウエスタン」は高級オーディオシステムで知られるアメリカの電機メーカー、ウエスタン・エレクトリック。「安達製作所」は鉄道模型メーカー。「VVVF」は鉄道車両のモーターの型式をそれぞれ表している。
- 2) この単純なノスタルジーを拒否する姿勢を端的に表していた作品が「鉄分いっぱい!」である。参加者は子どもの頃に交通博物館近くのレストランでよく食べたという「パーコーラーメン」を食べに行くが、その感想については「まあーこんな味だったかなー、ちょっとー、良かったような…」と言葉を濁している。また、交通博物館の跡地が高層ビルになると知ったシーンでも「ま、いいけどさ」とそっけない態度を取っている。これらのシーンからは、古い思い出を過剰に美化することから距離を置こうとする参加者の態度を見て取ることができる。
- 3) 新井克也は、オーディオマニアでもあるタレントのタモリの発言を引きつつ、「秋葉原は土地の歴史を振り返ることなく、次々とスクラップ&ビルドを繰り返して、過去の片鱗を残さない。つまり秋葉原は何でも収容する、入れ替え可能な箱のようなものである」⁽¹⁰⁾と論じている。

【引用文献】

- (1) 玉野和志、『東京のローカル・コミュニティ』、(東京大学出版会、東京)、(2005)
- (2) 溝尻真也、「ラジオ自作のメディア史—戦前/戦後期日本におけるメディアと技術をめぐる経験の変容」、『マス・コミュニケーション研究』76、(日本マス・コミュニケーション学会、東京)、pp140-145、(2010)
- (3) 三宅理一、『秋葉原は今』、(芸術新聞社、東京)、pp29-34、(2010)
- (4) 森川嘉一郎、『趣都の誕生—萌える都市アキハバラ 増補版』、(幻冬舎、東京)、p255、(2008)、内田久子、『秋葉原、内田ラジオでございます』、(廣済堂出版、東京)、pp12-15、(2012)
- (5) 三宅理一、前掲書、pp49-52、pp56-57、(2010)
- (6) 森川嘉一郎、前掲書、p 68、(2008)

- (7) 牛垣雄矢、木谷隆太郎、内藤亮、「東京都千代田区秋葉原地区における商業集積の特徴と変化—2006年と2013年の現地調査結果を基に」、『E-journal GEO』11(1)、(公益社団法人日本地理学会、東京)、p92, (2016)
- (8) 小川明子、『デジタル・ストーリーテリング—声なき想いに物語を』、(リベルタ出版、東京)、p88, (2016)
- (9) 桜井厚、『ライフストーリー論』、(弘文堂、東京)、(2012) など
- (10) 新井克弥、『ディズニーランドの社会学—脱ディズニー化するTDR』、(青弓社、東京)、p142, (2016)

