

第7章

萌える！ 秋葉原

アキバといえば電気の街。これに間違いはない。昭和初期の白物家電の街から、今は情報家電街に変わったぐらいだ。いずれにしても電気を使う機械に違いない。情報家電＝パソコンの次に来るべきものは、当然「ロボット」だと思っていたら、何を間違ったか、可愛い女の子に逝ってしまった。なぜっ！それが電気をまったく使わないアキバの新興勢力、アニメ・フィギュアショップだ。その原動力は「萌え」というキーワードにある。そして今、アキバは桃色に萌えている!!



駅を降りるとこうゆうアニメ絵の女の子たちが迎えてくれる。

アキバが萌えている！

デジカメ、エアコン、オノデン坊や。オーディオ、パソコン、アンテナケーブル。どれもアキバのカンバンに掲げてある文字だ。ところが、ここ数年で、カンバンが変な方向にビジュアルライズされた。駅前からして、可愛い女の子の横断幕。メインストリートを歩けば、スクール水着少女のアニメ絵に、猫の耳が頭に生えたイカレた女の子の絵。街はカラフルな髪の毛と瞳をした美少女の絵であふれている。そのカンバンに添えられているのが、アニメキャラグッズや巨乳フィギュア、美少女やギャルゲーといった文字だ。

なんでアキバで「巨乳フィギュア」や「スクール水着」「ブルマ」なんやネン！ と声を大にして叫びたい。しかも女の子達は、メイド服やら巫女さんの服を着て、何かをお願いするようなくぐさだ。えらく可愛いじゃねーか！ 「5年ぶりに秋葉原に来た」という人やアキバ初体験という人であれば、その驚きは目が飛び出るほどだろう。事実、駅前では、飛び出た目をあわてて押し込んでいる人をよく見かける。

それはうそだ（笑い）。

さらに拍車を掛けるのが、街を歩くアニメファンたち。可愛いく描かれた女の子を見ては、「ピッチのルチアにもえるぜ」や「ウルマニつてもえキャラだね」と会話を交わす。アニメや漫画に明るくない人であれば、会話の意味はサッパリだ。主語と述語の区別さえあやしい…。

彼らがいう「もえ」を漢字で表すと「萌え」になる。その意味は「可愛い」ということ。「萌える」のように動詞的に使う場合は、「大好き」という意味だ。ただしその対象は、アニメ

絵の女の子だけ。いくら「飛行機が大好き！」といっても、「俺、飛行機に萌えてる」とはいわない。「俺の彼女は萌え」というように、3Dの女の子に対しても「萌え」は使わない。もし、それを耳にしたら、彼女の名前が「萌さん」というだけの話だ。

「萌え」の活用は、ラ行変格活用。「萌える」「萌えれ」「萌えろ」「萌えろ」だ。また「萌え」で止める場合は、形容詞を意味する。もちろん形容詞なので、比較級や最上級がある。それがよく目や耳にする「萌え萌え」だ。最上級は「萌え萌え〜」や「萌えハァハァ」になる。ちょっとウソも入っているが、アニメファンをはじめとするオタクたちはこう使う。なんだか声に出して読むと非常に恥ずかしいけど、ニュアンスは分かるだろう。ぜひとも『声に出して読みたい日本語』だ。

出して読むと非常に恥ずかしいけど、ニュアンスは分かるだろう。ぜひとも『声に出して読みたい日本語』だ。

アキバの人生はトコで狂ったんだ！

いったいアキバという街の歴史は、いつから進むべき道を間違えちゃったんだろうか？ 萌えの基本はアニメとゲーム。で

ビジュアルライズ
その昔からビジュアル的なものはあった。それこそ、オノデンの「オノデン坊や」や、電気のナカウラの「電気アンコウ」、サトー無線のオスメスつがいの変な「トラ」でも、どれもデザインがダサイ…。どうあがいても、携帯ストラップのマスコットにや、ならんだろう。

ピッチのルチア

アニメファンは番組のタイトルも短縮する。これは「びちびちピッチ」という番組の主人公「るちあ」という女の子のこと。ウルマニは「ウルトラマニアック」という番組名。元からして分からない？ 最近のアニメは日本語乱れてますからな！。この本もだ！。

萌え

アニメやゲームに登場する美少女キャラクターの些細な仕草にタマラナクなって、ちょっと悶えている状態。せつ、説明するの難しいなあ。語源はNHKのアニメ「恐竜惑星」のヒロイン「驚沢萌」からといわれている。メカや男気あふれるキャラクターには「燃え」を使う。

アニメとゲーム

「キューティーハニー」の変身シーンでドキドキした幼少のころの思い出もあるだろう。あるいは、「まいっちんぐマチコ先生」か!? マンガという日本独自の文化の頂点に立つアニメやゲームには、男の理想を具現化した、そりゃあ、スゲー可愛い女の子がてんこ盛りなのだ。



今は中古DVD店として賑わうリバティ。店舗はアキバにいくつか点在する。

もこのふたつ自体は、昔から秋葉原では扱われていた商品だ。ゲームは、パソコンやファミコンソフトなどのソフト。アニメは、ビデオやレーザーディスクのソフトの販売だ。そこに新規参入したのが、中古ソフトの買い取り・販売店。リバティやヤマギワソフト館、ソフマップマルメディア館などが有名だ。

中古ソフトの買い取り・販売店が進出しようと、それが後にアニメファンをアキバに呼びよせかけるには、誰しも思わなかったこと。この発端はここにあるのだ。

アニメファンだけではないが、「オタク」と呼ばれる人種は、コレと決めたものには、とにかく金を注ぎ込む。アニメファンは、それが顕著だ。食費を圧迫しようと、テレビシリーズ全話をまとめた10万円のレーザーディスクを平気で買う。そのためなら、多少貧乏してもかまわない。ところがさすがに何十回も見ていると飽きてくるし、魅力的なアニメが次々放送されるすると新しいアニメのレーザーディスクを買うために、10万で購入したものを中古買い取り店に持ち込んで、軍資金を作るのだ。

かたや、さすがに生活までは犠牲にできない「オタク予備軍」が「10万円は出せないけど5万で買えるなら…」と、中古を買いにアキバに集まるようになる。こうしてアキバに中古レーザーディスク、ただしアニメの流通市場が産声を上げた。なぜアニメのレーザーディスクなのかは、追って説明するのでお楽しみに（はあと）。そして「アキバに行けば中古のアニメが安く買える！」「アキバに行けば中古のアニメが高く売れる！」ということが広まり、徐々にアニメファンを集めることになるのだ。

こうしてレーザーディスクという家電製品の延長上に、アニメファンが集まっていたが、不況やパソコンの波におされて、無線屋やジャンク屋が次々と店をたたむ。跡地に入ったのは、パソコンショップやレーザーディスクの中古販売店だ。そして1995年ごろになると「どうやらアキバにはアニメファンが多く集まっているらしい」ということに多くの会社が目をつけた。とはいえ、無線機屋もジャンク屋もアキバのはずれにあり、アキバに進出したアニメ関連ショップも、最初は裏路地の日陰者だったのだ。

しかしパソコンはいつまでも爆発的に売れまくるわけじゃない。その売れ行きに頭打ちがくると、今度は小さなパソコンショップがつぶれた。おりしも時代は不景気真っ只中だ。一転その跡地に

金を注ぎ込む

イヤ、この本の取材で秋葉原を回ったんだけど、ライターたいしょ氏は、美少女ゲームの女の子が印刷された下敷きを10枚買った。お前！「今月お金ないから原稿料を先払いして！」って電話してきたじゃん！

オタク予備軍

高校生や大学生など、そもそもお金をそんなに稼げない人。そして、独身時代は第一線のオタクだったけど、結婚しちゃって生活まで犠牲にできないオタク引退組がソレ。

裏路地

いやホントに裏路地。秋月や千石の通りを1本入ったビルの上階とか…。しかも、階段がぶつ壊れているようなビル。



中央通りから駅前に移転した「でじこビル」。変なキャラクターが描かれているのがよく分かる。

は、裏路地ながら不況知らずだったアニメ関連ショップが、ゾクゾクとメインストリートに流れ込む。なにせ、景気がよくろうが悪かろうが、お気に入りアニメのためであれば、アニメオタクの財布のヒモはユルユル。こうして売り上げを伸ばしてきた店が、裏路地からついには駅前に進出してきたのだ。

メインストリート

裏路地から少しでも目立つところに、徐々に進出してくるのが特徴。たとえば悪いけど、それは体をむしばむガン細胞のよう。

それを象徴するのが、駅前にあるラジオ会馆。オーディオ屋や小さなPCショップはことごとく退散し、コミック・同人誌販売のP.O.P.O.が入店。続いてキャラクターフィギュアを武器とした海洋堂やボックス、カード系ゲームに強いイエローサブマリンが続げざまに入店する。駅に隣接された秋葉原デパートもわかり。アニメや模型専門店フジヤマやホビーショップコトブキヤが店を出し、駅周辺はフィギュア・カードゲーム店に一気に塗り替えられたのだ。

ここで大きな転機が訪れる。アニメ・ゲームのキャラクターグッズを総合的に扱い、飛ぶ鳥落とす勢いで業績を伸ばしていたブロッコリー（ゲームーズの母体会社）の登場だ。秋葉原の

フィギュア

お人形のこと。でもリカちゃんとかと違って、アニメの女の子に本当にそっくりに作ってある。女の子のフィギュアは、ついスカートの中を覗いちゃう。え!? ワシ変態? もっといつてー!

でじこビル

猫と人間のアイノコのような女の子が「でじこ」。語尾に「によ」をつけてしゃべる、いかれポンチだ。深夜番組や日曜の朝に、見たことも多いのでは?

大動脈である中央通りにビルひとつ、丸々ゲームーズという秋葉原本店（通称でじこビル）を出店したのだ！ ビル1本、まるごとアニメ関連の萌え萌えグッズで溢れ返っている。この豪快な店舗にオタクたちはむらがあった。それまでアニメグッズは池袋や新宿、レーザーディスクはアキバと山手線をほぼ半周して買物しなければならなかった。ところが、アキバだけでことうりようになったのだ。こうして、アキバのアニメオタク人口は、加速度をつけて増加することになる。

これに続けといわんばかりに、同人専門店のとらのあな、アニメグッズ販売の最古参であるアニメイトが、少しでも駅に近づこうと中央通りに店を構える。そして順番を競うように、裏路地から表通りに小さな店が進出してきた。今もそうだ。

気が付いてみればアキバの電気城は、アニメ軍団の前に落城寸前。ときはすでに遅し。ゲームーズがさらに駅前のラジオ会馆向かいのビルに本店を移転。電気城の秋葉原がアニメ・フィギュア軍団によって陥落させられた瞬間であった。

現在、駅前のラジオ会馆とゲームーズビルには、大手電気機器メーカーのキャンバンと肩を並べて、巨大な萌え萌えアニメの女の子の看板が立ち並ぶ。そして萌えるキャラクターグッズを求めて改札口を出るオタクたちを歓迎している。

もしレーザーディスクじゃなく、VHDが普及していたらアニメの街アキバはなかったかもしれない。すべてはレーザーディスクが、街を変えたといってもいいだろう。

順番を競う

次にアキバでつぶれそうなのは、C/Dカメラとかの小さな店かな？ なにせパーツ屋から転身した競合店が非常に多い。今裏路地で営業している店舗も、そのうち跡地に入ってくる可能性大だ。

VHD

レーザーディスクと同じころに発売された、アナログ映像機器。レーザーはその名のごとく、ディスクを非接触のレーザーで読み取っていたので、何回見ても劣化がない。いかんせん、VHDは接触式の針で読み取っていたので、劣化する。ここがアニメファンの選択の分かれところになる。



いろんな意味ですごい「げちゅ屋」。訴えられないモンなんだろう？ その意気込みを買って、客が集まる。

ショップの店員は萌え？ 燃え？ キャラクター

商品やメーカー自体の知名度を上げる方法に、イメージキャラクターを立てる方法がある。S M A P を起用した N T T や、小便小僧が愚痴をこぼしながらグイ飲みしているドリンクなどだ。芸能人や分かりやすいキャラクターを用意して、彼らの人気や親しみやすさで商品をアピールする戦略だ。

アキバも例外ではない。さまざまな業種でイメージキャラクター戦略が行われている。ただアニメグッズ販売店ほど、恩恵を受けた(踊らされた?)業種はない。

メイド服をアレンジした衣装に、大きな猫耳のかぶりモノ、謎の黄色いマリモ型生物と一緒にゲームズで売り子として頑張るデ・ジ・キャラクター(通称でじこ)がよい例。語尾に「によ」を付けるヘンテコなしゃべり方と、目からビームを出すという謎の設定が、これまたなぜか世のオタクたちのツボにジャストミート!

関連グッズはバカ売れ。でじこを主人公に据えたTVアニメまで放送されるほどだ。もとはといえば、ゲームズ(=プロッコリー)のイメージキャラクター。今じゃ、プロッコリーの売り上げを叩き出す、カリスマ主力製品にまでのし上がったのだ。

こんな棚ボタのサクセスストーリーを他店がみすみす見逃すワケがない。「げちゅ屋」も語尾に「にゃの」をつけてお店を手伝う「こむちゃん」と、謎のマリモ型猫耳生物である「ミケ」で、この流れに追従。萌えキャラとグッズで2匹目のドジョウを虎視眈々と狙っている。そして「とらのあな」や「メロンブックス」といった同人誌販売店までもがキャラクターを

人気や親しみやすさ

「マサにガスだね」もそう。コンロを使う主婦層に「田村正和」がウケるからだ。キャラクター自体の可愛さだけで売ってる普通のジューズ「Q.O.O」なんかは、女子供向けやね。

猫耳

でじこよりも前に、女の子に猫の耳をつけると可愛く見えるというので、一時期流行したが氾濫しすぎてブームは去った。でじこが登場したときは「またか」といわれ、流行るはずはないと踏んでいたのに、なぜか大ヒット。世の中分らないです。

TVアニメまで放送

最初は健気でドジっ子のでじこだったが、その後TVシリーズを境に、毒を吐きまくる大暴れキャラクターに変わってしまった。

げちゅ屋

脳髓をトロけさせるショップソングや、アキバで超有名なおやつ「おでん缶」をショップブランドで販売している。反則ストレスの大技で有名なゲーム・アニメグッズショップ。

島本和彦

「燃える」といえば氏を置いて他はないといわれている。少々ビーンホール気味の熱血と情熱を大土段から読者のハートに叩き込む漫画家。代表作は炎の転校生、燃えよベン等。みんな燃えているよ…。

起用。もちろん、そのグッズの販売にも乗り出している。商品と店をアピールするためのキャラクター自体が、商品ライオンナップの1ジャンルになってしまったのだ。これにはナニワのアキンドもびつくり。

対するアニメグッズ販売の最古参アニメイトは、差別化した戦略をとる。炎の漫画家、島本和彦氏とタッグを組んで「アニメ店長」という「萌え」ならぬ「燃え燃え」イメージキャラクター路線で対抗したのだ。もちろんアニメ店長の瞳には、燃えさがる炎が入ってる。その姿は、学ランを着た星飛馬だ。燃えるぜ!

こうしてアキバのアニメ・コミック系のショップには、イメージキャラクターが欠かせないモノとなっている。ワシはでじこより、うさだに萌え萌え。