

コミックマーケットシンポジウム



コミックマーケットの現状と海外参加者
コミックマーケット準備会共同代表
市川孝一



2009年12月30日 於:東京ビッグサイト



コミックマーケットの 歴史と現在



- 業界団体主催の東京モーターショーなどを除けば、1民間団体主催では**日本最大**の屋内イベント
- イベント内容: まんが・アニメ・ゲームその他周辺ジャンルの自費出版(同人誌)の展示即売会
- 西4Fには、約150社出展の企業ブースも
- 東京ビッグサイト(有明)全館で、夏に3日間・冬に3日間開催
- 略称: コミケット(COMIKET)・コミケ(COMIKE)

・コミックマーケット76

- 2009年8月14日~16日
- サークル(出展者)数 約3万5千
- 申込サークル数 約5万1千
- 入場者数 **のべ約56万人**
- コスプレイヤー のべ約1万6千人
- スタッフ 約2,900人
- 単純加算
 - ・搬入数: 約**1216万冊**
 - ・販売数: 約 **944万冊**

・コミックマーケット75

- 2008年12月28日~30日
- サークル(出展者)数 約3万5千
- 申込サークル数 約4万9千
- 入場者数 **のべ約51万人**
- コスプレイヤー のべ約1万3千人
- スタッフ 約2,700人
- 単純加算
 - ・搬入数: 約**1157万冊**
 - ・販売数: 約 **920万冊**



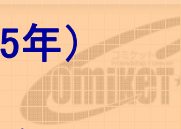
●初期のコミケット(C1～C30／75年～86年)

- ・32SP/700人→40百SP/3万5千人
- ・少女まんが、『ヤマト』、『ガンダム』
- ・79年頃から急速に混雑。抽選も激化
- ・いわゆる「ロリコン」、『高橋留美子』
- ・『キャプテン翼』大ブーム



●さらなる拡大(C31～C49／86年～95年)

- ・44百SP/4万人→13千SP/25万人
- ・『星矢』『トルーパー』、「美少女」ブーム
- ・『スラムダンク』『ガンダムW』『セーラームーン』
- ・『エヴァンゲリオン』『ときメモ』
- ・宮崎事件とバッシング、「有害」コミック問題
→逆にコミケットの存在を知らしめる結果に
- ・書店委託でのワイセツ摘発事件
→幕張メッセ追われる
- ・2日間開催の常態化
- ・関連産業の増加
- ・パソコン通信によるコミュニケーション



●第1期有明

(C50～C57／96年～99年)

- ・18千SP/35万人→35千SP/40万人
- ・女性向け同人誌の停滞期
- ・「ギャルゲー」大ブーム
『サクラ大戦』『雫』『痕』
『Piaキャロ』『To Heart』
- ・夏の3日間開催の常態化
- ・税金問題・著作権問題
- ・発火事件。度々の脅迫状

●第2期有明

(C58～C71／00年～06年)

- ・35千SP/43万人→35千SP/51万人
- ・「ジャンプ」系『テニプリ』『リボーン』
- ・『ガンダムSEED』『ハガレン』
- ・「萌え」系ブーム
「Key」「TYPE-MOON」
『マリみて』『なのは』『ハルヒ』
- ・企業ブースの大混雑
- ・書店委託の増加
- ・「オタク」ブームと「お客様」化
- ・Webとの連動

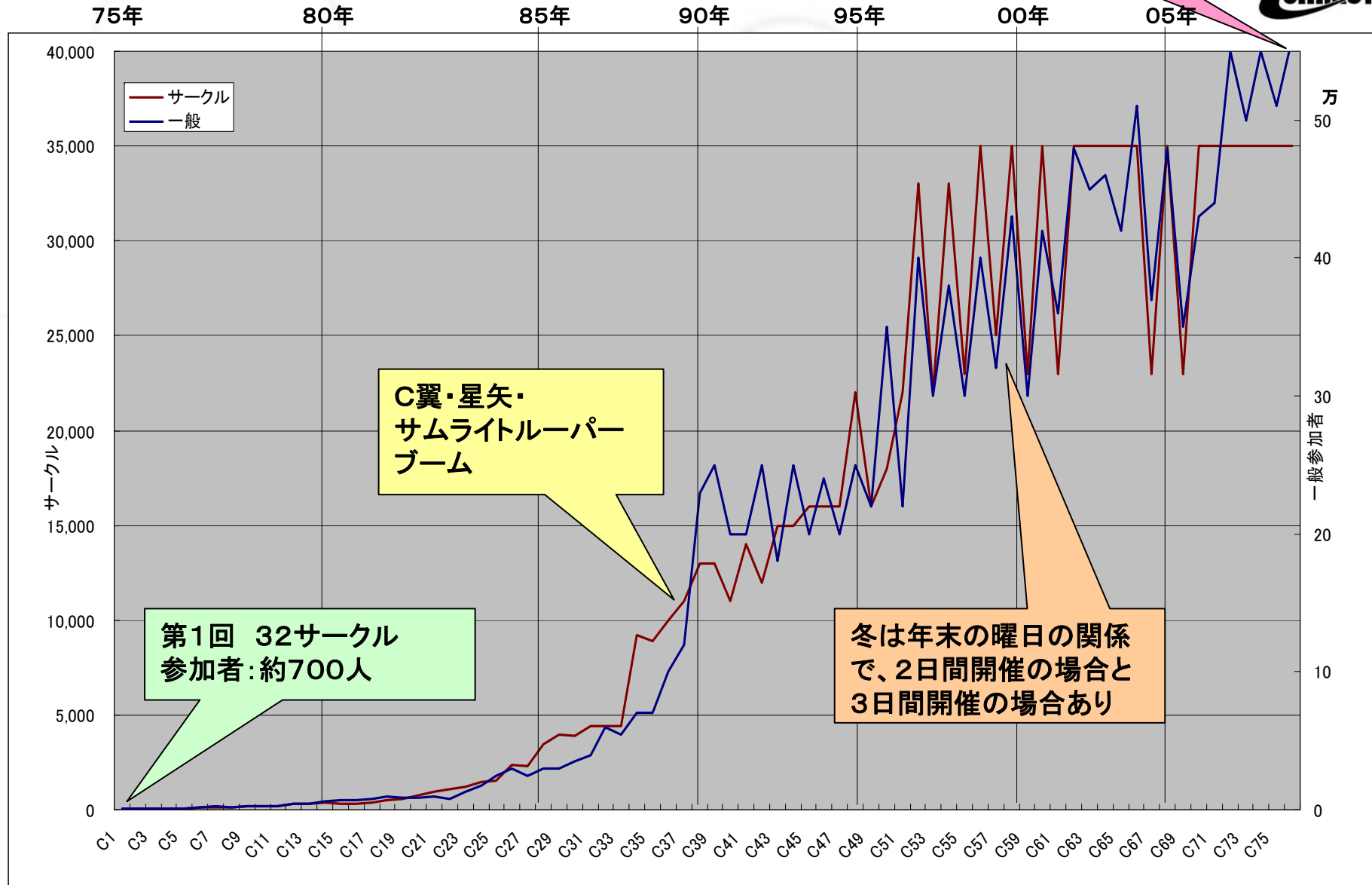
●最近の傾向

(C72～／07年～)

- ・35千SP/56万人
- ・ネット発のブーム
『初音ミク』『ヘタリア』
『東方Project』
- ・ビッグサイトを使い切る
- ・増える参加者を安全かつ
スムーズに誘導する必要

一般参加者数と参加サークル数の変遷

ビッグサイト全館3日間の
最大値56万人(C76)



第1回 32サークル
参加者:約700人

C翼・星矢・
サムライトルーパー
ブーム

冬は年末の曜日の関係
で、2日間開催の場合と
3日間開催の場合あり



- 東1～3ホールの俯瞰図



- ・ 午前10時の開場を前に数万人規模の一般参加者を会場周辺の駐車場・空き地・公園等に誘導
- ・ これらの来場者を捌くために、ゆりかもめ、りんかい線、都営バスは臨時ダイヤを編成
- ・ 入場無料(カタログ購入を推奨)





- ・ 人気のあるサークルの同人誌を求めて長蛇の行列ができることも
- ・ 人気サークルは、各ホールの搬入シャッター前に配置され、行列を会場外に誘導
- ・ 1回のコミケで数千冊以上販売するサークルも





- ・ 人気マンガ・アニメ・ゲーム等のキャラクターのコスチュームプレイを楽しむ
- ・ 着替えのための専用更衣室を用意 (男女別・登録料800円)
- ・ 混雑ゆえ、規制が他のイベントと比して若干厳しい
- ・ 男女比 男性1:女性4~5

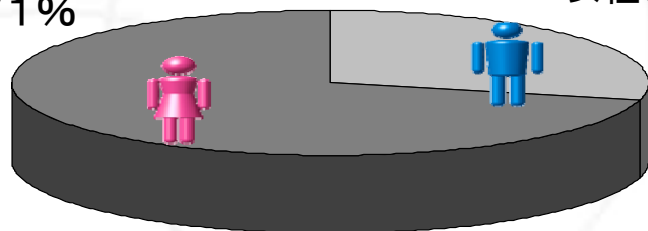


- 30周年調査(2004年)とコミケット77(2009年冬)との対比
- 世の中の認識とは異なり、**女性の参加者が多いが男性増加傾向**
- 平均年齢が若いジャンル：**東方24.8才、ヘタリア26.6才**

出展サークル性別・年齢 30周年調査

平均年齢 全体:28.4歳
男性:28.6歳
女性:28.3歳

女性
71%

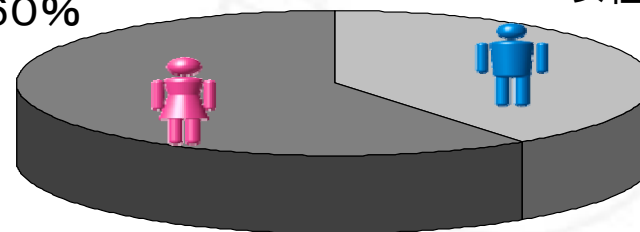


男性
29%

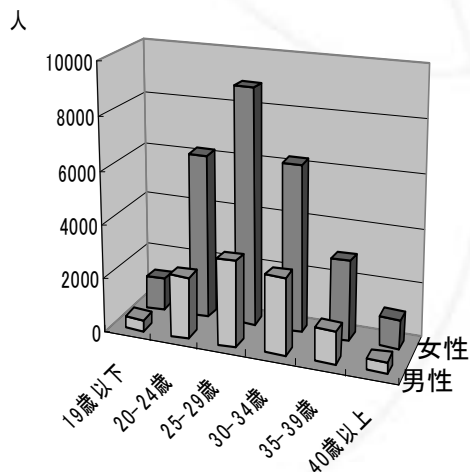
出展サークル性別・年齢 コミケット77

平均年齢 全体:30.3歳
男性:29.6歳
女性:30.7歳

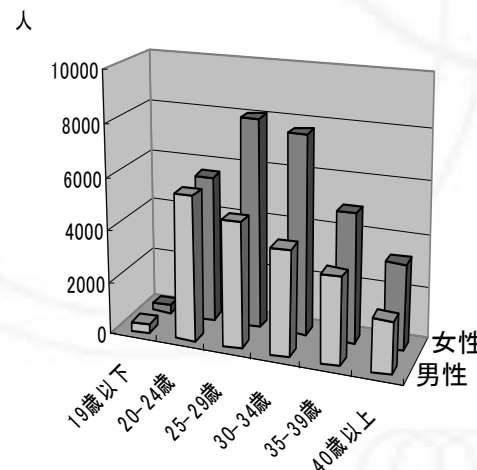
女性
60%



男性
40%



区分	男性	女性
18以下	4.1%	4.6%
20-24	22.1%	23.2%
25-29	30.5%	33.4%
30-34	27.6%	23.5%
35-39	11.6%	11.2%
40以上	4.1%	4.1%

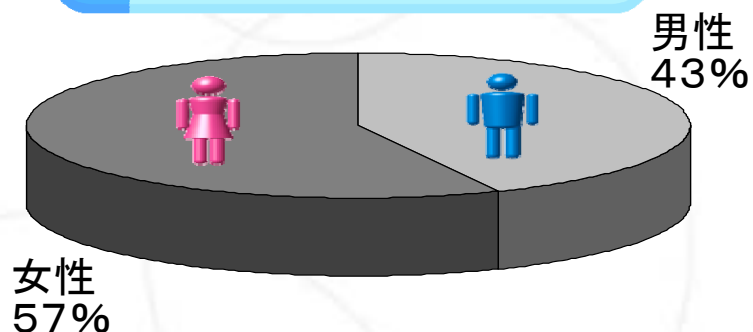


区分	男性	女性
18以下	1.6%	1.0%
20-24	27.9%	18.9%
25-29	24.0%	27.0%
30-34	20.2%	25.6%
35-39	16.5%	16.6%
40以上	9.8%	11.0%



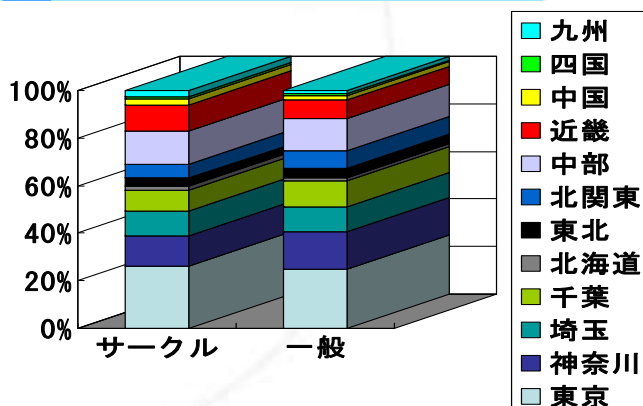
- 一般参加者の平均年齢は概ね出展者より2~3才程度若い
- 参加者の約6割は首都圏在住

一般参加者性別 30周年調査



現在、おそらく一般参加の男女比は半々??

参加者の居住地 30周年調査



C77ベースでもほぼ同じ

【おまけ】

C78申込書セットに、35周年記念調査のアンケート用紙を挟み込み。東京工業大学を中心とした「コンテンツ研究チーム」が主体。コミケット準備会が協力。今のコミケットの実相を明らかにしていく。



- ・ コミケットの自己定義(『コミケットマニュアル』より)
 - マンガ、アニメ、ゲーム、小説及びその周辺ジャンルにおける表現の可能性を追求するメディアとしての同人誌、営為の結実としての作品。それを一般に向けてのアピールする場
 - プロジンや既製の物にはない新しい形での表現を求めていく創作活動、研究したり楽しんだりするファン活動を行う人たちの為に、出会いの場を提供し、それを通して刺激を与えていく活性剤の役割。即売会の形を取った、コミュニケーションの場、マンガ、アニメファンの社交場
 - 新たな可能性を求める人たちが作品に出会える場、作品を受け止めてくれる人を見つける場



- 「場」であることを前提としている以上、コミケットに参加の意思を持つサークル、人すべてを容認し、受け入れていく努力、物理的限界へ挑戦する意志を準備会は持つ



- ・ コミケット自体の変化
 - マニアのイベントに留まらない。マンガ・アニメ・ゲームの「お祭り」
 - 認知度の増大



- ・ **止まらない参加者の増加／急速に増加する海外参加者**
- ・ **リアルなロコミ主体→ネット経由の間接情報に導かれる**



- ・ コンテンツ文化／ビジネスの変化
 - 「オタク」そのものの普遍化
 - インターネットの普及による情報の普遍化
 - 日本のコンテンツが海外へ
 - ・ 海外でのマニア層の拡大



コミックマーケット と 海外参加者



- 85年『ロボテック』全米放映
 - 『超時空要塞マクロス』・『超時空騎団サザンクロス』・『機甲創世記モスピーダ』再編集・再構成した作品
 - この頃よりアメリカのマニア層が日本のアニメーションに興味を向けはじめる(アニメが先行)
- 80年代半ば、商用パソコン通信であるCompuServeやGEnieが一般化。
 - アニメフォーラムが作られ活発に情報交換が行われ、世界中にファンが広がりはじめた。
- 家庭用ビデオが普及し、ファン同士が集まって上映会を開くようになる。
 - それが発展してアニメコンベンションになってゆく。
 - 1983年初めてのアニメコンベンション、ヤマトコンがテキサス州ダラスで開催
 - 90年プロジェクト-Aコン
 - 91年アニメコン
 - 92年アニメエキスポ



- ・ 90年代前半くらいから、アジア・アメリカなどで、日本のマンガ・アニメファンが増え始める→コンベンションの誕生
 - 93年のアニメアメリカにコミケットが招待される
 - その後、アメリカの「カツコン」「やおいコン」、イタリアの「ロミックス」などに招待参加
- ・ 93年に映画監督ジャン=ジャック・ベネックスが来日。コミケットを取材（おたく Otaku : fils de l'empire virtuel (1993)）
- ・ 04年ヴェネチア・ビエンナーレ第9回国際建築展の日本館「おたく：人格＝空間＝都市」にコミケットが参加
- ・ 90年代前半コミケット準備会内に、外国からの来場者向け対応専門部署「国際部」ができる。同じ頃、初の海外からのサークル参加
- ・ コミケットカタログでの海外来場者向けアナウンス
 - 英語版：99年のC56～ 日英中韓4ヶ国版：05年のC68～



- ・ いわゆる「コスプレ」の起源:アメリカのSFコンベンション「ワールドコン」
 - 日本SF大会、往事の漫画大会にもコスプレが存在
 - コミケットでも「コミケット5」(77年)からコスプレイヤーが現れる
 - 80年代のアニメ・90年代のゲームの盛り上がりとともにコミケットでもコスプレも増加していく
 - 欧米では元々「マスカレード」と呼んでいたが、90年頃から、「コスプレ=CosPlay」という言葉が広く使われていく(一番最初に使われたのは、84年の「SFマガジン」のワールドコンレポートとも言われる)
- ・ 海外のイベントは、複合イベントが多く、コスプレイベントも盛ん
- ・ 世界コスプレサミットにも注目が集まる
 - 2003年開始(3ヶ国)→2009年(15ヶ国)
 - 2007年ビジット:ジャパン・キャンペーンの一環に
- ・ YouTubeによるコスプレ動画。いわゆる「やってみた」系動画



取材

- 最近は「コミケは何かはわかった上での海外からの取材」が増加
 - ・ 07年:C73:ゲイ関連雑誌(アメリカ)、「らき☆すた」女装コスプレ(フランス)
- 最近の変わった例
 - ・ 07年:C73:オランダ、ブラジル、オーストラリア
 - ・ 08年:C75:トルコ、カタール(アルジャジーラ)、ノルウェー
- 日本からの情報発信
 - ・ 07年:C73:外務省の海外向け日本文化紹介ビデオ

一般参加者

- 総数は不明(特にアジア系は区別が付かない)だが、体感的には急増中
- 06年:C70:スペインからの団体ツアー60名(スペイン語対応できない)
- 07年:C72:韓国人の「迷子」(ネットで知り合った相方とはぐれる。日本語通じない)

コスプレイヤー

- 総数は不明(特にアジア系は区別が付かない)だが、体感的には急増中
- 05年:C68:イタリア人、インド人あたりからだんだん目立ち始める



- ・ 海外サークル参加者の急増
 - 常にサークル参加は一般参加に遅れてやって来る
 - ネット上の投稿サイトの影響も一因？(YouTube、pixiv等)
 - ・ 09年11-12月のpixivへのアクセス(2900万セッション)の8%は海外から(主に台/米/中/韓。1年前の海外からのアクセスは5%。2年前は1.6%。サービス開始から一貫して増加)
- ・ しかし、コミケットとしては、サークル参加に制約がある
 - 「申込責任者は日本国内に在住していること」
 - 現実としては、海外からのサークルは、日本在住の友人を介して参加申込している
- ・ 人気サークルも生まれはじめている



- ・ 言葉の問題…国際部という専門部署だけで対応しきれなくなりつつある
 - 言語の種類増加
 - ・ 現在対応可能言語: 英語・ドイツ語・中国語・ハンゲル
 - そもそもの参加者数の増加と拡大
 - ・ 一般参加者、コスプレイヤー、サークル参加者……
- ・ 連絡手段の制約…国内郵便を超えての一律的な対応は難しい
 - インターネットをどこまで活用できるのか？
 - 「言葉の壁」という問題はここでもつきまとう
(C77申込書セットから文面追加)
 - ・ 「準備会発行物の内容が理解できること」(≒日本語が読めること)
 - ・ 「当日のサークル参加者には準備会との対応において日本語での対応ができる人が含まれていること」
- ・ 文化的差異
 - 国によって異なるレーティング
 - 同人誌文化は、日本の出版文化の特性に有形無形の影響を受けている
(例: マンガ出版、再版価格制度等)

Thank you!

www.comiket.co.jp



- **撮影：**

- 森川嘉一郎

- コミックマーケット準備会 記録班

- **Special Thanks**

- (株)東京ビッグサイト

- ピクシブ(株)