

## 〈研究ノート〉

## 現代日本の社会経済変化と男性／性の変容をめぐる試論

——「場所」と「ホーム」の視点から——

熊谷 圭知

This paper highlights a recent change in Japanese men and masculinities in relation to the idea of place, home and domesticity. In Japan, the prevalence of non-regular employment in the labor market has drastically increased since the 1990s. This has hit younger men in particular, as they find it difficult to establish themselves in line with the existing gender norm of men as breadwinners.

The author examines three types of newly emerging masculinities in Japanese youth: (1) *soshokukei-danshi* (literally, herbivorous boys), (2) *otaku* (nerds, obsessives) and (3) *netouyo* (the internet right-wing). Herbivorous boys, who prefer the home to the public space, present a mirror image of the corporate warriors of older generations, who focused almost exclusively on their jobs, rejecting domestic involvement. *Otaku* place themselves in imaginary homes either in cyberspace or in commercial maid cafés and are escaping from a commitment to real others. *Netouyo* turn to Japan as their home and defend it by using an exclusionist discourse that targets neighbouring nations and immigrants. They have some differences.

However, lacking vibrant and bodily others is a common feature for these masculinities. Viewed together, as young Japanese men experience growing distress about their social standing, it becomes apparent that they are homebound, seeking a sense of domesticity.

キーワード：男性性、日本、場所、ホーム、家内／国内性

---

## 1. 問題関心の所在

グローバル化の中でさまざまに「男性／性の危機」が語られている。

社会学者のキンメルは、グローバル化が、市場や多国籍企業や国際機関に新しい覇権的男性性のモデルを生み出す一方で、そこから取り残された多くの中下層の男性に、社会経済的な下降とフラストレーションをもたらしていると指摘する (Kimmel 2012)。こうした状況は、中下層の男たちに、過去へのノスタルジアとともに、自らを貶める存在 (移民、女性、西欧化…) への憤りを暴力的に誇示する動きをもたらすが、そこには「男性性」(masculinity) が象徴資本として動員される。アメリカ合衆国や北

欧諸国における白人至上主義、イスラーム原理主義のアルカーイダに共通するのは、グローバル化によって浸食された秩序を男たちの暴力によって回復しようとする志向性である (Kimmel 2012, p. 605)。

チャントとグットマンは、ジェンダーと開発に男性を組み込む必要を主張する。その理由の一つとして著者たちが挙げるのは、構造調整策や新国際分業の進展の中で、既存の男性の職が減少し、「稼ぎ手」(breadwinner)としての役割を担う見通しが低下していることである。それは、男たちの地位やアイデンティティを掘り崩すとともに、男たちが夫や父親として家族に統合される度合いを弱め、暴力や犯罪の増大といった社会問題にも結びついている (Chant and Gutmann 2000, p. 1)。

二つの論考は、まったく異なる文脈からではあるが、いずれもグローバル化にともなう男性／性の危機が、暴力を伴う社会問題に展開する危険を語っている。こうした動向は、日本も無縁ではありえない。2000年以降の異常なジェンダー (フリー) バッシング、ネット上だけでなく公共空間にまで流出したヘイトスピーチの蔓延などが想起される。

1990年代後半以降、日本では、企業によるコスト削減要求と、政府による新自由主義的経済改革の中で、男女を問わず若年層の非正規雇用が急増した。長年非正規雇用に就いてきたのは、パートタイム労働者としての女性であり、それは正規雇用の夫を持つ妻の家計補助的な労働と見なされ、低賃金が容認されてきた (中野2006)。したがって若年層における非正規雇用化の進行は、いわば男性雇用の「女性化」ともいえる。正規雇用に就く若年男性と非正規雇用に就く者との間には、収入に大きな格差があり、結婚率にも格差がある (藤森2010, pp. 114-5)。「稼ぎ手」としての自己実現が望めない現代の若い男たちの中に、どのような男性性が生み出されているのか、それは日本の社会にどのような影響をもたらすものなのか、本稿はこの課題に応えるための試論である<sup>1</sup>。

## 2. 分析の枠組み——「場所」・「ホーム」・「家内／国内性」

本稿では、このテーマを、3つのキーワードを軸に考えたい。それは、place (場所)、home (ホーム)、そしてdomesticity (家内／国内性) である。これらは相互に重なり合う。

人文地理学では、1970年代以降、それまで支配的な方法だった実証的で定量的な空間分析が人間を置き去りにしてきたことへの批判がなされ、人間主義的地理学 (humanistic geography) と呼ばれる潮流が生まれる。その中では、「空間」(space)と「場所」(place)が対置され、「場所」という言葉は、人間が意味を与えた特別の空間という意味で用いられた (Cresswell 2004)。人間は、空間に働きかけたり、関わりを持つことで、その空間を自らの「場所」として捉えるようになる (熊谷2013)。「ホーム」はひとつの場所であり、感情や文化と結びつく観念やイメージでもある (Blunt & Dowling 2006, p.2; 福田2008)。それは単なる家や世帯ではなく、人が「アットホーム」に感じたり、癒しを覚えたり、愛着や帰属意識を持つ場所のことである (Blunt & Dowling 2006, p.22)。

人間主義的地理学では、これまで人文地理学の研究対象となってきた私的な空間や場所が対象化された。しかしフェミニスト地理学者のローズが批判するように、そこには、男性にとっての安らぎの場所として、ロマンティックに私的空間／ホームが語られたり、場所やホームを女性／性と結びつけてしまうような、男性中心的なバイアスも内在していた (Rose 1993, pp.41-61)。男性にとっての安息の場としての家／ホームは、女性にとって無償の再生産労働の場所であり、抑圧や家庭内暴力の場所かもしれない。したがってホームには、ジェンダーの観念が深く関わる。またホームは、家や住居だけではな

く、近隣から国家まで、様々なスケールで論じうる (Blunt & Dowling 2006)。

そこで深く関わるのが、domesticityの観念である。domesticは「家内」とも「国内」とも訳される。domesticationは、植物であれば野生種の「栽培化」であり、動物であれば野生種の「家畜化」である。domesticateには「飼い慣らす」「訓化する」の意味がある。すなわちドメスティックとは、単なる内部ではなく、何かの力によって統制された領域の内側を意味する。植民地化とは、「未開」の人々やその文化を訓化し、飼い慣らしていく過程であり、そこに「文明」や秩序という力を浸透させていく実践にほかならない。

### 3. 新しい男性性の諸相

高度経済成長期の男性のモデルにはもはや乗ることができない若年世代の中には、どのような男性性が生起しているのであろうか。ここで注目するのは、いわゆる「勝ち組」ではない、社会の主流から「周縁化」されている若い男たちである。

本稿ではこれを、1)「草食系男子」、2)「オタク」、3)「ネトウヨ」という3つのタイプに焦点を当てて捉える。これはあくまで暫定的な試論であり、3つの類型は相互に排他的なものではない。また新しい男性性を、この3つに限定して捉えるつもりもない。たとえば、ワークライフバランスが唱道される中、育児を積極的に担う男たち(「イクメン」)は一つの望むべきライフスタイルとして定着しつつある。これは厚生労働省も推薦する、社会が認める望ましい男性像である。これに対し上記の3つの類型は、社会的に「問題」を含む存在として捉えられており、そこに焦点を当てることで、現在の若い男たちが抱える葛藤がより鮮明に見えてくるのではないかと考えるからである。

#### (1) 草食系男子

「草食(系)男子」の語がメディアに最初に登場するのは、2006年のことである。この語は当初、コラムニストの深沢真紀によって、「セックスにがっつかない」新しい若い男たちの多数のタイプの一つとして提示された(深澤2008)。この語は2008年以降、女性誌を皮切りに、新聞やテレビなどのメディアに取り上げられ、多くのポピュラリティを獲得することになった。

草食系男子のメディアによるイメージの作られ方を知る上で役に立つのが、草食系男子のための雑誌として、2009年11月にマガジンハウス社から創刊された『Hanako for Men』(不定期刊行。現在も継続中)である。創刊号のコンテンツを見ると、総頁数134頁のうち、広告・商品紹介が51頁、レストランガイドや街歩きが32頁を占める。それに次ぐのが、料理・園芸・アロマセラピーなどのインドア・ホビー(22頁)である。対象物としては、①洋服・小物(33頁)、②レストラン、バー(19頁)、③食品・嗜好品(18頁)、④髪(ヘアケア)(18頁)、⑤インドアグッズ(8頁)が続く。紙面で特徴的なのは、室内・国内の記事や写真が多いことである。グラビア記事では、部屋の中に緑(盆栽)をどう飾るか、キッチンをどう磨くかが紹介される。逆にアウトドアの活動や海外の記事・風景はほとんど登場せず、旅の場所も東京近辺に設定されている。広告に取り上げられるのは、いずれも比較的安価な(5万円以内)商品である。そこには、新たな——経済的余裕を持たず、外の世界に対して関心が薄い——若い男たちを消費者として捉え、その市場を開拓しようとする志向性が見出される。この創刊号は6万部が売り切れ、1万2千部を増刷した。読者層は、未婚の男性が多く、平均年齢は31.8歳、居住地は東京都

市圏が7割を占める（編集部での聴き取りによる）。

以下は、副編集長のA氏（40代、男性）へのインタビュー<sup>2</sup>の一部である（下線は筆者による。以下同じ）。

「草食系」という言葉はネガティブな形容詞として使われることが多かった。上の世代からそのように捉えられる。コミュニケーション能力が落ちている…とか。生身の人間とのコミュニケーション力が落ちていることは確かだが、叱られるとやる気をなくしてしまう。「君たちは大丈夫。素敵だ」と言いたかった。「草食」とは「優しさ」であり「奥ゆかしさ」。日本人が持っている文化的なもの。アメリカ文化の侵食で失われる。それを自分たちの周りで見直して、ポジティブな形で捉えていく（というのがこの雑誌のコンセプト）。

草食系は、今の若い男の子のマジョリティ。かつては、ヤンキー（Exile風）や、肉食系がマジョリティだった。今は掃除が趣味、料理が趣味、盆栽が趣味（といった男の子が増えている）。「草食」ではなく、女性的なものが男性の嗜好に混ざり合っている。これは時代性であり、それを評価する。

こうした男性向けの雑誌は今までなかった。かつては、雑誌はどンドン物を買いました。香水をつけましょう…という感じばかり。「時代にマッチした質感」を大事にしたい。かつての男性誌の男性イメージは、「チョイ悪」（LEONなど）。アルマーニを着こなすような。しかし男性性は変わってきた。将来のルールが見えなくなる。（適応できないわけではなく）小器用に仕事をやって、あとは自分たちの世界を楽しむ（というライフスタイルが選ばれている）。

——最近の若い世代は、海外に関心を持たなくなったのではないか？

今の人たちは、ネットが発達したことによって、行かないうちに「もうわかった」。想像さえしない。（われわれの頃は）行って生還する（それが重要だった）。今は、行かないで知ってるつもりになる。感知能力。あらかじめ答えを（考えるのではなく）「見るだけ」。

（しかし）花の話や、苔の話をしましょう、というのは悪くない。ビジネス以外の話もできる人たちであるということは大切。日本の中のことに興味を持つ傾向がある。金がなくて海外に行けないということもあるが、日本は素敵だったと再発見する。

ふつうの日常の中に、豊かさを発見できるということは大切。自分の中にこんな能力があったという発見。コーヒーを入れることで自分自身を発見する。コーヒーを入れることにこだわり、それを大切に思える自分に感応している。家事ができる男が増えている。女性にとっては男性を選ぶ選択肢が増えることになるのでは。男の美容やリラクゼーションも（特別なことではなくなりつつある）。女性にとっては共通の話題を持つ男が増える（のはよいこと）。

女性たちは「草食系男子」をどう見ているのだろうか。筆者は2010年6月にお茶の水女子大学でアンケートを取った。それによれば、回答者104名（ほとんどがお茶大の学生、一部教職員を含む）の大半（88名：85%）が身の回りに「草食系男子」がいると答えている。それらは、①友人（52名）、②サークルの仲間（27名）、③アルバイト先の同僚（18名）などである。「草食系男子」は「友人、仲間、同僚として」は肯定的に評価される（A大いに評価する：16名、Bまあまあ評価する：28名、Dあまり評価しない：10名、E全く評価しない：0名）のに対し、「恋人として」見たときには、否定的な評価（D：25

名、E：14名）が肯定的な評価（A：4名、B：13名）を大きく上回る。そして「結婚相手として」見た場合には、肯定的（A：2名、B：34名）、中立的（Cどちらともいえない：25名）、否定的（D：31名、E：3名）回答が拮抗する。そこからは、草食系男子の内実がまだ不分明な中、若い女性たちがパートナーとしての草食系男子への評価を留保していることが伺える。

「草食系男子」と称される若い男性の肉声として、B氏の語りを挙げる<sup>3</sup>。B氏は29歳（当時）で、美容師である。大学卒業後、美容師の道を志し、通信教育で学び、美容師の試験を受けて合格した経歴を持つ。

今、彼女はいない。（彼女いない歴は）もう4年くらいになる。「追っていたけど、追いつかず。追われているけれど追いつかれず」というところ。後者は、好意を寄せられていることは感じ、気になるけど付き合うまで行かないという感じ。前者については、本気になったら、多分「アキレス腱を切っていた」だろう。ダッシュするまでの気持ち、パワーはなかった。本当に自分が好きな相手に対しては、向こうからは「好きでも嫌いでもない」と思われているような関係が続けるのは苦痛なので、ドカドカ行った方がよいのだが、それにも体力が要る。

——将来、結婚を考えるなら、結婚相手の女性に求めるものは？

（相手の）家族関係がよい人。自分自身が、最大のスポンサーで理解者でもある家族を大切にしたいと思っているので、相手も自分の家族を大切にしている人を選びたい。

——周囲に合わせようとするのはなぜ？波風を立てたくないから？それとも相手に対するリスクペクト？

どちらかといえば前者。（逆らうと）ストレスが自分に降りかかってくる。

——周囲に応じて、状況に応じて決めていくということだろうか。それは自分本位ではないということ？

自分本位ではある。しかし執着心が薄れている。前の店を辞める時、（これまで培ってきた）人間関係や身に付けた技術が、なくなっても構わないと思った。積み重ねてきたものを（他人に壊されるのは嫌だが）自分自身が壊すことには抵抗はない。

——周囲に合わせるというような態度は、いつ頃から、どうやって身に付けたのか？

小学生・中学生の頃からそうだった。目立たない存在。大人しく、NOと言わない。ほどほどに生きる。不適應は起こしたことはない。いじめられもせず、いじめることもなかった。学校が嫌とも思わなかった。いろんな人に会うと「自分は平凡だ」と思うようになる。その真似をしようと思わないこともないが、それは付け焼刃になってしまう。（しいて言えば）根なし草的な無責任感、身軽さが個性。

——今の若者（男性）について

ジェントルマン。レディーファーストという感じ。今の僕らに「亭主関白」はできない。それは女性が求める男性像に近づいているということかもしれない。ハンドバックは持たないが、重い荷物は持ってやるというような。今は「オレが養ってやる」というようなタイプ（オラオラ系）はもうマイノリティになっている。

## (2) オタク

「オタク」の語は、生身の現実や異性関係より、マンガやアニメーション、PCゲームなどによって作りだされたヴァーチャルな対象に執着し耽溺する若者（男性）たちとその世界を指す言葉として使われてきた（東2001; 大塚2004ほか）。オタクを、近年の男性性の一つとして語ることには、違和感を覚える人が多いかもしれない。オタクの語の登場は1980年代に遡るし<sup>4</sup>、近年ではオタクの世界は女性にも広がり（腐女子、ヤオイなど）、日本のサブカルチャーへの関心とともに海外にも拡大しているからである。しかし本稿では、現代の男性に特徴的なひとつのタイプとしてのオタクを語ることにしたい。

オタクの範疇や評価が拡大・変化した背景には、日本サブカルチャー産業の発展、インターネットの普及によるメディアとコミュニケーションの質の変容などが、重層的に関連している。オタクの市場は、1980年代当時は未形成であり、もっぱらアンダーグラウンドな情報・作品の交換（コミケ）として成立した。しかし、その後日本文化産業の発展にともない、オタクの消費市場は拡大し、マイナー（隠）からメジャー（陽）へと変化していく。こうした中で、オタクは消費者として、また文化産業の低賃金の生産者として組み込まれていくことになる。

オタクにとっての「場所」「ホーム」とは、まずは自らのお気に入りのアイテムやコレクションを並べた自室であろう。オタク同士が集まる場所としては、年に何回か開催されるコミケや、ネットで知り合った同行者同士が集まるオフ会などがあげられる。そしてこうしたオタクたちが集まる、いわば常設の盛り場空間＝場所が秋葉原である。秋葉原は、かつての電気店街から相貌を変え、パソコン関連商品やゲームソフトの販売店が集積する、オタクの聖地となっている。秋葉原に最初のメイドカフェが登場したのは、2001年のことである。メイドカフェの定番のひとつは、店に入るとメイドたちからかけられる「お帰りなさい、ご主人様」という言葉である。オタクたちにとってメイドカフェは、いわば疑似ホームであり、そこには古典的（植民地的）なジェンダー関係が、誇張され仰々しく演じられる。しかしオタクたちの「萌え」の対象となるメイドたちは、いわば3次元化した偶像であり、身体は有するが生身の存在ではないようにみえる。

秋葉原で、自称メイドカフェ・オタクのC氏にインタビューした<sup>5</sup>。まず電気街の中央通りを10分ほど歩いた、C氏のお気に入りのメイドカフェD（C氏の「ホーム」）で話を聞いた。Dは、通常のメイドカフェとは異なり、落ち着いた色彩で、メイドの話し方も穏やかである。この店のコンセプトは「図書館」であり、壁に設えられた棚には、メイドたちが持ち寄った特撮系や、鉄道模型などの本が並び、それが客との話題の素材になる。

C氏は30代で未婚。会社にはSEとして採用されたが、現在の職務はアナリストで、両親と同居する埼玉の実家から、丸の内の勤務先に通う。ゲーム会社を志望したが、希望の会社には受からず、現在の職に就いたという。

——「オタク」という言葉にはどういうイメージを持っているか？「オタク」と呼ばれることには抵抗がある？

オタクには二つある。カタカナ書きの「オタク」と、ひらがなの「おたく」。前者は海外を意識した、クール・ジャパンのような格好良いイメージ。後者は、宮崎勤事件で作られたような、湿っぽい暗いイメージ。80年代のオタクと今のオタクは異なる。50代がオタク第一世代。自分たちは第三世代で、今20

代後半から30代前半くらい。興味を持つジャンルは、アニメ、ゲーム、音楽、PC系。ゲームでもPC系。PCゲームは美少女ゲームが多い。ソフトをたくさん買う人は、年間に100本くらい。

最近の大学生などは、もう一つ下の世代。自分たちと違うのは、(オタク文化に)全く抵抗感がないこと。「涼宮ハルヒは面白い」とあっけらかんと言ってしまえる。「エヴァンゲリオン」が始まった(テレビ東京で夕方放映されていた)のは、自分たちが高校1年生の頃。その頃、クラスで「オタク」系と、「非オタク」系ははっきり分かれていた。サッカーやっている奴が、オタクであるということはありませんでした。オタクは、文系の図書委員とか、新聞部やっているとかいうような奴で、マイノリティだった。

自分は高校生の頃はオタクではなかった。大学4年生の頃、当時は下宿をしていて、ファミコンのゲームにはまったことから(オタクの世界に)入っていった。当時はひきこもりのような生活を送っていた。大学時代、美術サークルに入っていたが、「オタク」(サブカルチャー的なもの)を出すのは気持ち悪いという感じ。「大友克洋」ならOKだが、「萌え系」のアニメが好きなのは知られたくないという気持ちがあった。オタクを恥ずかしい、他人に知られたくないと思う最後の世代。

同世代より下の関心は、アニメ、ゲーム、フィギュア、ドール…など。「ドール」というのは、人型の人形で、可動式で持ち歩くもの。よく秋葉原をバイオリンケースを持って歩いている人がいるが、あの中身はバイオリンではなくてドールが入っている。最近は、女性も多い(女性も女性のドールを持つ)。ドールが(生身の女性の)代償行為であるのかどうかは、「半々」というところ。男性はやはりセクシュアルなものを感じているのではないか。男は、どうしてもリアルなものを求めてしまうので、2次元から3次元にはみ出してしまう。それに対し、女性は、フィクションはフィクション、現実現実とドライに割り切っているように思える。

女性の声を出すオフ会というのにも参加している。女の子を好きになると、女の子を手に入れたいというより、むしろ自分が女の子に同化したいという気分がかなりある。所有したいというより、そのものになりたい(同化したい)という感じ。現実の女の子というのは完全ではない。毛穴もあれば、枝毛もある。足もそんなに細くはない…。リアルな現実化された女の子にはなれないが自分の場合は声だけなら同化できるかもしれないと思った。これはリアルじゃない。リアルな女の子に同化したいというわけではない。女性の所有物に欲情するようなフェチとは異なる。虚構であるところの女性。「理想の女性のタイプは」とよく聞かれるが、純粋に理想を追求しようと思うと、生身(の女性)ではありえない…

女性と付き合っていると、(相手に対して)人情は生まれるし、大事にしたいと思うが、それ以上の気持ちが起きない。セックスでも、今までそういう成り行きにならなかったわけではないが、自分を客観視する視線を感じて、出来なくなってしまう。それで相手とうまくいかなくなるということがあった。将来、結婚して子供がほしいとは思う。家族を作りたい。ただ(女性に対し)「ときめく」思いがない。ベタの現実があるだけ。(恋愛を介さない)昔の見合い結婚のような形の方が自分には合っている。昔の人は羨ましいと思う。両親から結婚しろとは、最近あまり言われなくなった。早く家を出るとは言われるが…

——日本という国、社会・文化をどう思うか?日本人を意識するか?

日本人という意識はある。海外に行って帰ってくると、日本の料理がおいしくて、海外に行くと、日本にはない自由を感じ、それも好き。「ネット右翼」については、全然わからない。「最低」。ネットの言論は分かりやすく洗脳されやすい。秋葉原に来る友達にもそういう奴は結構いるが、スルーしてい

る。秋葉原には、中国人がたくさんいるし、中国の資本もたくさん入ったりしている。吉野家も、中国人じゃないと雇えない。

### (3) ネットウヨ（プチナショナリスト）

「ネットウヨ」（ネット右翼）とは、インターネットを通じて右翼的・差別的言説を流布する人のことである。匿名性を特徴とするインターネット空間の中で、人物像を特定することは難しいが、その言葉遣いや話題の選び方などから、そのマジョリティが比較的年齢の若い男性であろうことは想像できる<sup>6</sup>。

精神科医の香山リカは、日韓共催ワールドカップの前後から顕在化した、ナイーブに日本を礼賛する若者たちの行動を「ぶちナショナリズム」と評した（香山2002）。その後、小泉政権（2001～2006年）下の一連の新自由主義的政策と政治的パフォーマンスの中で、プチ／ネオナショナリスト的言説とそれを支持する気分はますます拡大している。こうした動きには、様々な異質な集団と志向性が関わっている。たとえば、嫌韓、嫌中を喧伝するマスメディアがあり、「自虐史観」を批判する歴史修正主義者たち（「新しい歴史教科書をつくる会」）があり、ジェンダーフリー・バッシングに熱を上げる新保守主義の政治家たちがあり、街頭でヘイトスピーチを撒き散らすレイシストたち（在日特権を許さない市民の会＝在特会）がある。「ネットウヨ」（ネット右翼）という言葉は、ネットを使った右翼的・差別的言動に力点がおかれるため、こうした潮流や主体のすべてをカバーするものではないが、本稿では象徴的な呼称としてこの語を用いる。

筆者自身は「ネットウヨ」男性への直接のインタビューの機会はまだ得られていない。ここではそれに代わり、小熊英二と上野陽子の研究（小熊・上野2003）を参照する。小熊・上野は、「新しい歴史教科書を作る会」の神奈川支部（「史の会」）に集う若者たち（ほとんどが男性）へのインタビューと参与観察から、彼らのリアリティの一端を伝えている。会の中では、「良識的」「普通の感覚」「健全なナショナリズム」「庶民」「日本人としての誇り」「伝統」などの言葉がよく使われる。彼らは、自らは普通の市民であり、右翼的なイデオロギーを信奉しているという意識はなく、「健康な常識」＝リアリズムに従っているだけだと思っている（小熊・上野2003、pp.89-91）。興味深いのは、この会に集まる10代・20代の若者と戦争体験を持つ戦中派の間には、ギャップがあることだ。戦中派が求めるのは、戦争体験を語ることのできる場だが、それ以外の若い参加者たちは、アイデンティティの核が定まらないという不安を抱え、それを癒してくれる場を求めて、「史の会」にやって来る（同、p.204）。小熊は、そこに自分が「普通」であることを立証したいという不安におびえ、そのために〈普通でないもの〉を発見し、排除し続けていくことでアイデンティティを保とうとする人々の共同体を見ている。

ネットからリアルな空間に流出したネオナショナリスト的運動の代表例として「在特会」（在日特権を許さない市民の会）がある。在特会を取材してルポルタージュを著した安田浩一によれば、「在特会」の参加者たちは「弱者」を自覚しており、反エリート感情があるという（安田2012）。参加者にとって、在特会は「疑似家族」のようなもので、家にも会社にも学校にも拠り所を持たない人間が、自分を見てもらい、認めてもらい、いざとなれば助けてくれるという安心感を持てる場所である（安田2012、pp.320-321）。そこでは、小熊・上野の考察と同様に、居場所やホームの存在が、運動に参加する若者たちに希求されていることが指摘されている。安田は、労働力が資材の一つとして扱われ、格差と分断が生まれ、何の所属も持たない者が増えていく中で、アイデンティティを求めて立ち上がる者たちの一部が拠り所とするのが、自らが「日本人」であるという、揺るぎのない所属だった（同、p.353）と結論付

けている<sup>7</sup>。

姜尚中は、日本人の「在日化」という興味深い指摘をしている（姜2004、pp. 179-180）。戦後、差別に苦しんできた「在日」がようやく住民や市民として生きていける可能性が見えてきたときに、逆に日本の平均的な国民がセーフティネットを失い「在日」的な境遇に近づきつつある。そうであればこそ、「在日」と「日本人」の境を、目に見える形で作り直す力が働くようになったのではないかという。これは、在特会が活動をはじめ以前の書であるが、まさにそれを予感した卓見であろう。

しかし、実はその「日本人」の領域は、昔も今もけっして自明ではない。第二次世界大戦前の、植民地帝国としての日本は、「日本人」の境界を、包摂と排除という二つの実践を使い分けながら、拡大していった（小熊1998）。日本が「単一民族」であるという言説は、敗戦により朝鮮半島や台湾などの「外地」を失った後の神話にほかならない。そして現在の「日本人」の境界を揺るがしているのは、「在日」や日系南米人だけでない。国際結婚もその重要な要素である（安里2009）。結婚総数に占める国際結婚の比率は2006年には6.1%にまで増加した<sup>8</sup>。その多くは、日本人男性とアジア人（とりわけ中国人）女性のカップルである。こうしたカップルの間に生まれる子供は、日本という場所で育ちながらも、二つの文化的出自を持つ、いわば「境界的日本人」（熊谷2011）となる。こうした多様化の現実と日本人の境界の揺らぎこそが、「日本人」を再構築し、日本という空間を、「純粋な」日本人の場所／ホームとして画定しなおそうという反応＝反動を生み出しているのかもしれない。

#### 4. 結語——男性性の再構築と「場所」・「ホーム」

3つの男性性の間には、差異とともに共通性がある。

草食系男子は、高度経済成長期の男性性の裏返しともいえる。『Hanako for Men』の風景は、ドメスティック（国内、家内）であり、自らのホームの内に愉しみを求める志向性が支配的である。それは個としての自立を求めたり、父親の世代が置き去りにした家庭や家族を積極的に再構築していこうとする意欲というよりは、パートナーを含む他者への関わりへの躊躇のように見える。この点で、草食系男子が覇権的男性性（Connell 1995）を脱却したオルタナティブな男性性たりうるかどうかはまだ不明である。

オタクは、生身の人間以外の存在を価値と志向性の対象にする。他者への関心や働きかけは、自らと志向の対象や世界を同じくする仲間に限られる。メイドカフェは、彼らにとっての居場所であり、いわば疑似ホームともいえるが、そこではリアルではなくファンタジーが演じられる。「萌え」は、セクシュアリティを含む感情であるが、現実の異性関係には消極的であり、自己を揺るがす他者との関わりを欠落させたまま、自己の内に閉じているように見える。

ネトウヨは、日本を自らの「ホーム」とするために、排除すべき対象（サヨク、フェミニスト、外国人、韓国、中国…）を見出し、攻撃する。そこには流動性と混淆への不安と恐怖がある。しかし現実には国際結婚を通じて、あるいは韓流文化やK-POPといったポピュラーカルチャーを通じて、日中韓の社会は共有財を増やしつつある。他方、韓国や中国の側にも、日本同様の脅威が存在し、グローバル化の中で排除された中下層の若者たちのフラストレーションと重なり合って「反日」が叫ばれている（高原2006）。

これらの3つの男性性に共通するのは、異性としての女性への志向性が希薄であるとともに、自己を

揺るがす生身の他者の存在が欠落していることである。こうした意識の下部構造には、経済的な困難さを抱える若い男たちの結婚可能性の低下という現実が存在する。家父長制的な家族制度を拒否して、個人の生き方として積極的にシングルを選び取ることは、男性・女性を問わず、現代社会の中で望まれるべきことかもしれない。しかし積極的であれ、消極的であれ「非婚」という選択と単身者の増加は、年金や介護など、新たな課題を社会にもたらし（藤森2000; 山田2014）。またたとえ自ら積極的に「家族」を選ばなくても、家族の存在や規制や負荷は個人に無縁ではありえない。それは家族の関係性、そして家族が形成する空間、すなわち家（ホーム）という場所のあり方が、人間の成長過程で個人を規定するからでもある。もちろん家族やホームは独立変数ではなく、社会の反映であり、その関数にほかならない。

欧米でも日本でも、家事や家庭というドメスティックな領域は女性のものであり、男の関心事ではないとされてきた。しかし皮肉なことに、草食系男子も、オタクも、そしてネトウヨも、彼らの多くが依拠するのは、自らが慣れ親しみ、支配力を及ぼしうる（と信じる）ドメスティックな空間である。そしてドメスティックな空間の外に出て、他者と関わりあい、自己を更新していこうとする志向性は希薄である。そこには、彼らの人生における居場所が、好むと好まざるとに関わらず（自ら創りだしたのではなく与えられたものとしての）家族とそのセーフティネットの枠内にとどまっている現実も透けて見える。

しかし、制度や性別を問わず、パートナーとは実は最も身近な他者であり、他者との対立を含む交渉や協働の上に創られるのが家族であるはずだ。自らの場所／ホームが、一人暮らしの磨かれたキッチンや、フィギュアで囲まれた自室や、自らの存在を脅かす外国人のいない（ファンタジーとしての）日本にとどまる限り、そこに異質な他者との交渉や協働や、それによる自己の豊饒化の可能性を拒絶する限り、その男性／性は脆弱なものでしかないだろう。場所／ホームの構築を、他者の排除を通じて行うのではなく、ジェンダーや国籍を問わない多様な他者との交流と共感／共感を、いかにローカルな場所で実践していくか。そこに男たちが能動的な主体としてどのように関わるのか。そのための処方箋をつくる作業は、私たちのこれからの課題である。

（くまがい・けいち／お茶の水女子大学大学院人間文化創成科学研究科教授）

掲載決定日：2014（平成26）年12月22日

## 注

- 1 筆者は、このテーマに関し、これまでいくつかの試論を重ねてきた（熊谷2010; Kumagai 2012）。海妻径子は、フェミニズムこそが支配権力の一部であるかのように称する「フェミナチ」論の背景に、一部男性の周縁化、男性内部の格差の拡大を見ている。海妻は、若い男たちが「真の男性」であることも周縁であることも拒否して、女性と連帯し、ジェンダー秩序の否定へと向かうこと、そのための発信をフェミニズムが周縁化された男性に向かって積極的に行っていくことに希望を託す（海妻2005、pp. 50-51）。本稿はこの海妻の主張に応えようとするものでもある。
- 2 インタビューは、2010年6月18日13:15～14:30、マガジンハウス社にて行った。
- 3 インタビューは、2010年9月7日16:00～18:00、新宿小田急センチュリータワーホテル20Fラウンジにて行った。「草食系男子」としてB氏を紹介してくれたのは、当時お茶の水女子大学大学院博士後期課程に在学中で、社交範囲の広いE氏である。
- 4 「オタク」の語は、1983年、中森明夫が、コミックマーケット（コミケ）に集まるマニアたち相互の呼びかけの語から、批判的な意味を込めて、創出したとされる。

- 5 インタビューは、2010年9月14日19:20~22:30まで、秋葉原のメイドカフェDと、ロイヤルホストにて行った。C氏を紹介してくれたのも、先述のE氏である。
- 6 もちろんプチナショナリストやネトウヨのすべてが男性ではないし（「愛国女子」も存在する）、若年層であるとも限らない。ネトウヨ／プチナショナリストの階層的出自については、「負け組」の中下層であるという見方のほかに、大都市に居住し、小規模自営業者を多く含む、比較的裕福な集団という見解（古谷2013）も存在する。
- 7 この安田の在特会の分析に対しては、社会学者の樋口直人が批判を行い、活動家へのインタビューに基づく実証的な分析を提示している（樋口2014）。樋口が聞き取り対象とした排外主義の活動家34名（25名が在特会）のうち30名が男性である。学歴は大卒以上が多く、職種もホワイトカラー、正規雇用が多数を占め、排外主義運動の担い手が階層の低い層や不遇状況にある者とは言えないとする（樋口2014、pp.54-55）。ただ樋口の調査は、中心的な活動家を対象としているため、階層が高く主張が明確な（対面的コミュニケーションに前向きな）（同、p.215）層を拾っている可能性があることを割り引かなければならないだろう。
- 8 国際結婚比率は、2006年をピークに減少し、2012年には3.5%まで低下している。この傾向が、近年の嫌中とかかわりがあるかどうか、検討が必要であろう。

## 引用文献

- 安里和晃「家族化政策と人の国際移動」国際移動とジェンダー研究会編『アジアにおける再生産領域のグローバル化とジェンダー配置』pp.135-151、2009年。
- 東 浩紀『動物化するポストモダン——オタクから見た日本社会』講談社、2001年。
- 大塚英志『「おたく」の精神史——「1980年代論」』講談社、2004年。
- 小熊英二『「日本人」の境界——沖縄・アイヌ・台湾・朝鮮 植民地支配から復帰運動まで』新曜社、1998年。
- 小熊英二・上野陽子『「癒し」のナショナリズム——草の根保守運動の実証的研究』慶応義塾大学出版会、2003年。
- 海峯径子「対抗文化としての〈反「フェミナチ」〉——日本における男性の周縁化とバックラッシュ」木村涼子編『ジェンダー・フリー・トラブル——パッシング現象を検証する』現代書館、2005年。
- 香山リカ『ぶちナショナリズム症候群』中央公論社、2002年。
- 姜 尚中『在日』講談社、2004年。
- 熊谷圭知「ローカル・センシティブなジェンダーと開発と男性——私のジェンダー論」『お茶の水地理』50、2010年、pp. 27-47。
- 熊谷圭知「グローバル化の中で日本の空間はどう変わるか——ナショナルな排除から開かれたローカルへ」、小林誠・熊谷圭知・三浦徹編著『グローバル文化学——文化を越えた協働』法律文化社、2011年。
- 熊谷圭知「場所論再考——グローバル化時代の他者化を超えた地誌のための覚書」『お茶の水地理』52、2013年、pp. 1-10。
- 高原基彰『不安型ナショナリズムの時代——日韓中のネット世代が憎しみあう本当の理由』洋泉社、2006年。
- 中野麻美『労働ダンピング——雇用の多様化の果てに』岩波書店、2006年。
- 樋口直人『日本型排外主義——在特会・外国人参政権・東アジア地政学』名古屋大学出版会、2014年。
- 深澤真紀『草食男子世代——平成男子図鑑』光文社、2009年。
- 福田珠己『「ホーム」の地理学をめぐる最近の展開とその可能性——文化地理学の視点から』『人文地理』60-5、2008年、pp. 403-422。
- 藤森克彦『単身急増社会の衝撃』日本経済新聞社、2010年。
- 古谷経衡『ネット右翼の逆襲——「嫌韓」思想と新保守論』総和社、2013年。
- 安田浩一『ネットと愛国——在特会の「闇」を追いかけて』講談社、2012年。
- 山田昌弘『家族難民——生涯未婚率25%社会の衝撃』朝日新聞出版、2014年。
- Blunt, Alison and Dowling, Robyn. *Home*. Oxon: Routledge, 2006.
- Chant, Silvia and Gutmann, Matthew. *Mainstreaming Men into Gender and Development: Debates, Reflections and, Experiences*. Oxfam Working Papers, Oxford, 2000.
- Connell R. W. *Masculinities*. NSW: Allen & Unwin, 1995.
- Cresswell, Tim. *Place: A Short Introduction*. Oxford: Blackwell, 2004.

Kimmel, Michael S. "Globalization and its Mal(e) Contents: The Gendered Moral and Political Economy of Terrorism". *International Sociology* 18 (3) (2003): pp.603-620.

Kumagai, Keichi. "Floating Young Men: Globalization and the Crisis of Masculinity". *HAGAR (Studies in Culture, Policy and Identities)* 10(2) (2012): pp.157-165.

Rose, Gillian *Feminism and Geography: The Limits of Geographical Knowledge*. Cambridge : Polity Press, 1993. (ジリアン・ローズ『フェミニズムと地理学——地理学的知の限界』吉田谷子ほか訳、地人書房、2011年)。