

2種類のアニメ聖地巡礼動機 －社会的疎外感に着目して－



慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会 第19期

富江克優 神谷愛理 喜多村留衣 鈴木智也

長谷川鈴音 丸山紗里奈 三浦公暉 山崎清乃

AGENDA

1 はじめに

2 既存研究

3 仮説

4 調査

5 おわりに

はじめに

これらの場所を見たことはありますか？



はじめに

既存研究

仮説

調査

おわりに

これらはすべてアニメ作品のロケ地です！



はじめに

既存研究

仮説

調査

おわりに



出所：「ラブライブ！」



出所：「あの日見た花の名前を僕たちはまだ知らない。」



出所：「君の名は。」

Okamoto (2009)

アニメ聖地巡礼とは、アニメ作品のロケ地等の場所を訪ねること。

はじめに

既存研究

仮説

調査

おわりに

巡礼動機は何？

7

Ono *et al.* (2020)

アニメファンは、アニメファン同士での交流や、現地人との交流を動機に、アニメ聖地巡礼を行う。



ファン

要するに、アニメファンは、
「**人とのつながり**」を動機に、
アニメ聖地巡礼を行うと主張している。

はじめに

既存研究

仮説

調査

おわりに

オタクとは

Kinsella (1998)

オタクとは、多くの時間を家で一人で過ごしている人や、遠回りで堅苦しい言葉を使って会話をするようなコミュニケーション能力の低い人のことである。

浅羽 (1990)

オタクとは、サブカルチャーと呼ばれるジャンルにマニアックに没頭する人を指す蔑称である。

アニメに没頭するアニメ視聴者は、一般社会から軽蔑され、
「社会的疎外感」を抱いている。

既存研究からの考察

既存研究①

アニメ視聴者は、「人とのつながり」を動機にアニメ聖地巡礼を行う。

既存研究②

アニメ視聴者は、一般社会から社会的疎外を受けている。



「人とのつながり」を動機にアニメ聖地巡礼を行うという現象の背景には、一般社会から軽蔑されることによる社会的疎外感を解消したいという動機があるのではないか？

しかし

アニメファンや現地人とさえ満足に交流できず、
「人とのつながり」を持つことができない人々もいる！

真のオタクは、
最もアニメ聖地巡礼を行いそうな存在だが、
既存研究では言及されていない。



真のオタク

彼らのアニメ聖地巡礼動機は、
「**人とのつながり**」でないのは明らか！
では、彼らのアニメ聖地巡礼動機は
一体何なのだろうか？

アニメ聖地巡礼動機の根底に、「**社会的疎外感の解消**」が存在することを明らかにする。

「**人とのつながり**」を持つことができない種類の巡礼者のアニメ聖地巡礼動機を明らかにする。

既存研究

アニメ視聴者の抱える社会的疎外感

高田 他 (2020)

アニメ視聴者はアニメに没頭し、その結果、一般社会とのコミュニケーションを苦手とするため、一般社会からネガティブなイメージを持たれている。

岡田 (2008)

アニメ視聴者は、社会的疎外感を抱いている。



はじめに

既存研究

仮説

調査

おわりに

社会的疎外感による影響

Maner *et al.* (2007)

人は、潜在的に所属欲求を持っているため、社会的疎外を経験すると、新たなコミュニティとつながることで、所属している状態を保とうとする。



はじめに

既存研究

仮説

調査

おわりに

Williams (2009)

社会的疎外を経験した後新たなコミュニティと関係を築けない場合、ペットやテレビキャラクターなど、人間以外の存在とのつながりを通じて、社会的疎外感を解消する。

アニメファンや現地人との
新たなつながり



ファン



オタク



キャラクターとの
つながり



出所：「あの日見た花の名前を僕たちはまだ知らない。」

Thomas, *et al.* (2018)

宗教的聖地巡礼において、巡礼者は、同じ聖地を巡礼している
他の巡礼者とのつながりや、神との交信を期待して、聖地巡礼を行う。

他の巡礼者とのつながり



神との交信



アニメ聖地巡礼研究における問題点

Ono *et al.* (2020)

アニメファンは、アニメファン同士での交流や、
現地人との交流を動機に、アニメ聖地巡礼を行う。



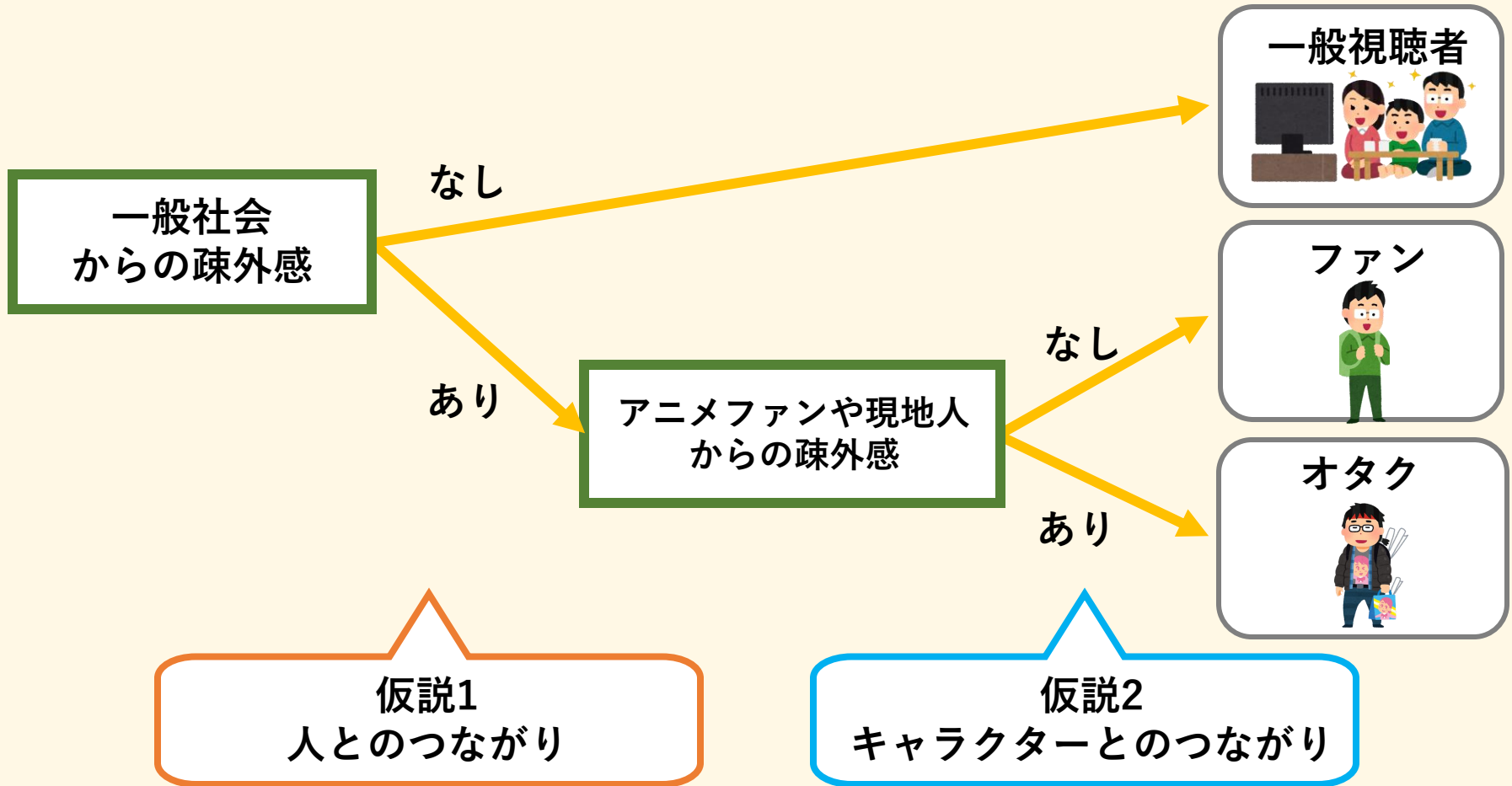
①新たな「人とのつながり」を求めるファンの行動原理である
「社会的疎外の解消」に言及できていない。

②同じ行動原理に基づいて「キャラとのつながり」を求めるオタクの
存在に言及できていない。

仮説

本論での巡礼者の3分類

巡礼者は、2種類の社会的疎外感に基づいて、3種類に分類できる。



仮説1

「人とのつながり」に関して

「人とのつながり」への期待度と アニメ聖地巡礼意図

一般視聴者

アニメ聖地巡礼意図は、3分類の中で相対的に**低い**。
一般社会において「**人とのつながり**」を十分に持っており、疎外感を抱く度合いが低い。そのため、アニメ聖地巡礼の最中に「**人とのつながり**」を求めている。したがって、アニメ聖地における「**人とのつながり**」が期待できたとしても、アニメ聖地巡礼意図は低いままである。



ファン

アニメ聖地巡礼意図は、3分類の中で相対的に**中程度**。
一般社会から軽蔑されることによる疎外感を解消するために、アニメ聖地巡礼の最中に「**人とのつながり**」を求める。したがって、アニメ聖地における「**人とのつながり**」への期待が高いほど、アニメ聖地巡礼意図も高くなる。

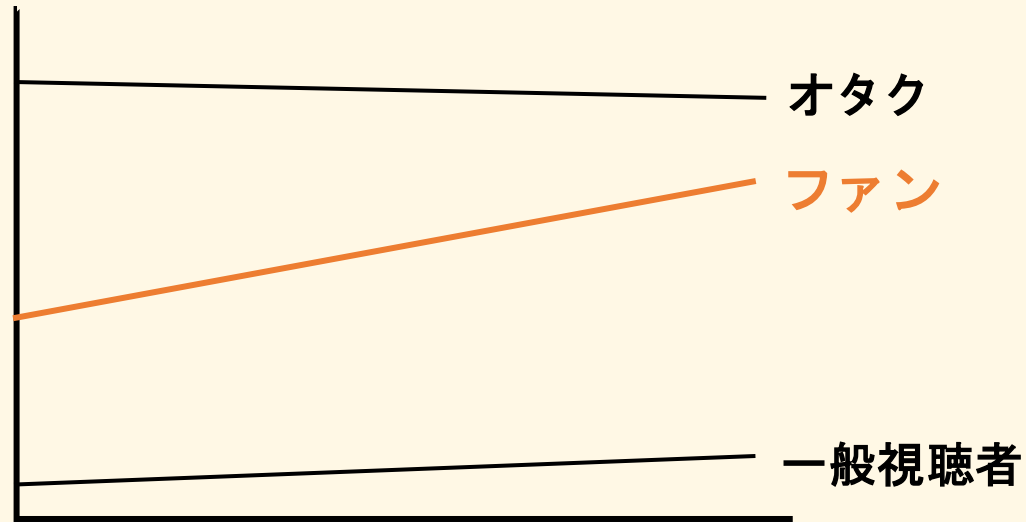


オタク

アニメ聖地巡礼意図は、3分類の中で相対的に**高い**。
一般社会から軽蔑されることによる疎外感を解消したいが、アニメファンと現地人との間においても、人とつながることができないため、アニメ聖地巡礼の最中に「**人とのつながり**」は求めている。したがって、アニメ聖地における「**人とのつながり**」が期待できたとしても、アニメ聖地巡礼意図は高まることはない。



アニメ聖地巡礼意図



「人とのつながり」への期待度

仮説 1

ファンは、アニメ聖地における「人とのつながり」への期待度が高い（低い）ほど、アニメ聖地巡礼意図が高い（低い）。

他方、オタクおよび一般視聴者は、その傾向が低い。

仮説2

「キャラクターとのつながり」に関して

「キャラクターとのつながり」への期待度とアニメ聖地巡礼意図

一般視聴者

アニメ聖地巡礼意図は、3分類の中で相対的に**低い**。
 一般社会において、「**人とのつながり**」を十分に持っており、疎外感を抱く度合いが低い。そのため、アニメ聖地巡礼の最中に「**キャラクターとのつながり**」を求めている。したがって、アニメ聖地における「**キャラクターとのつながり**」が期待できたとしても、アニメ聖地巡礼意図が高まることはない。



ファン

アニメ聖地巡礼意図は、3分類の中で相対的に**中程度**。
 一般社会から軽蔑されることによる疎外感をアニメ聖地における「**人とのつながり**」によって解消するため、アニメ聖地巡礼の最中に「**キャラクターとのつながり**」を求めている。したがって、アニメ聖地における「**キャラクターとのつながり**」が期待できたとしても、アニメ聖地巡礼意図が高まることはない。

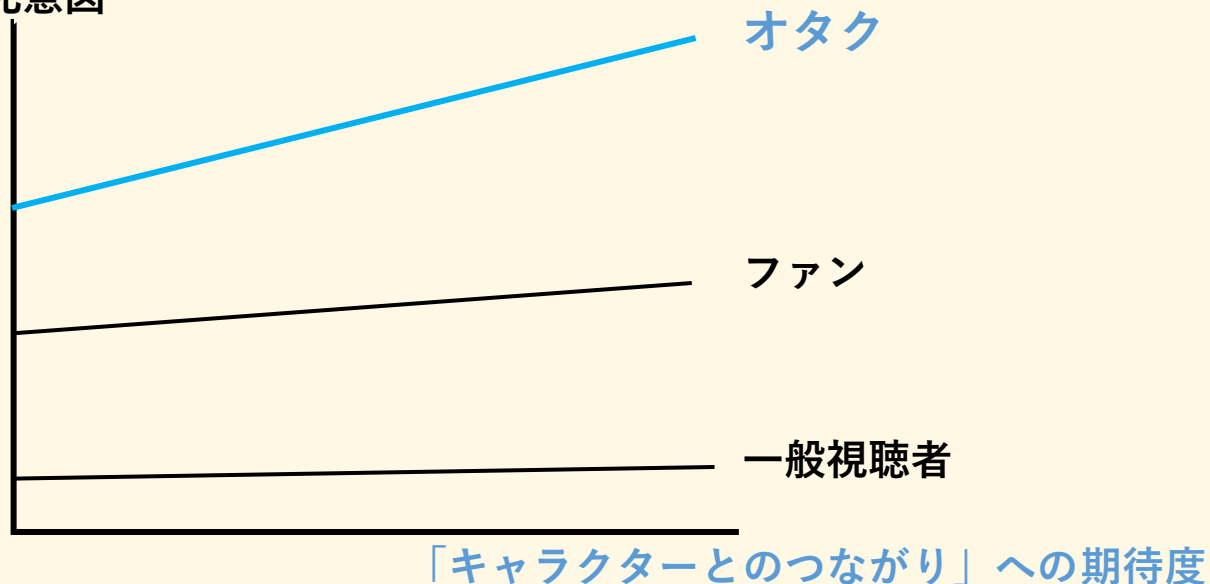


オタク

アニメ聖地巡礼意図は、3分類の中で相対的に**高い**。
 一般社会から軽蔑されることによる疎外感を解消したいが、アニメファンと現地人との間においても、「**人とのつながり**」を持つことができないため、アニメ聖地巡礼の最中に「**キャラクターとのつながり**」を求めている。したがって、アニメ聖地における「**キャラクターとのつながり**」への期待が高いほど、アニメ聖地巡礼意図が高い。



アニメ聖地巡礼意図



仮説 2

オタクは、聖地における「キャラクターとのつながり」への期待度が高い（低い）ほど、聖地巡礼意図が高い（低い）。

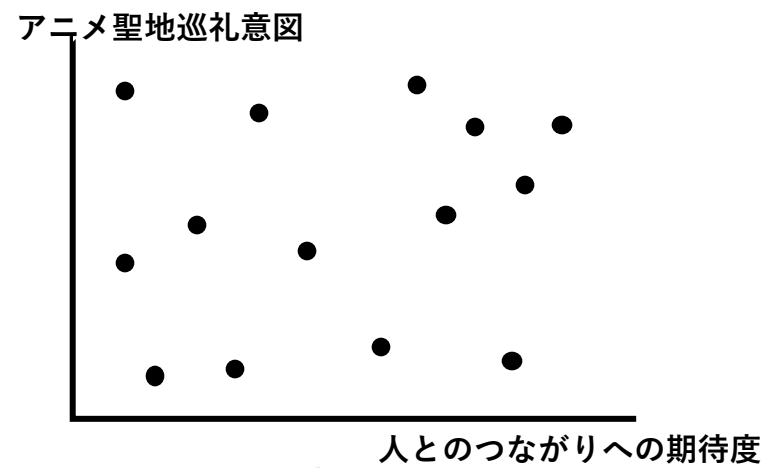
他方、ファンおよび一般視聴者は、その傾向が低い。

調査 マルチレベル分析

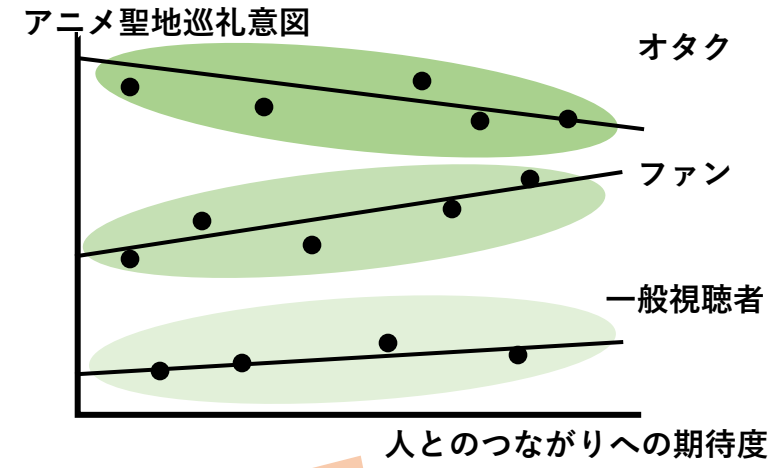
マルチレベル分析

概要

データをグループに分け、それぞれに縦軸と横軸の関係があるかを考え、回帰モデルを推定。



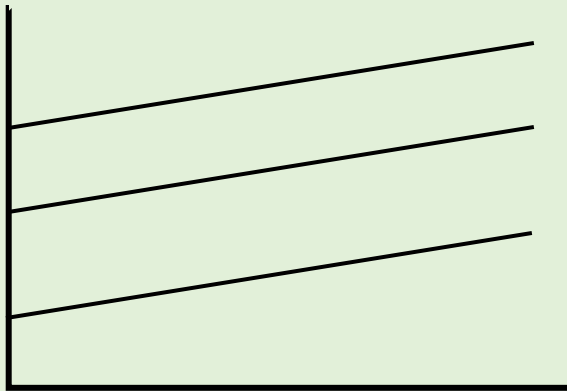
無相関に見える



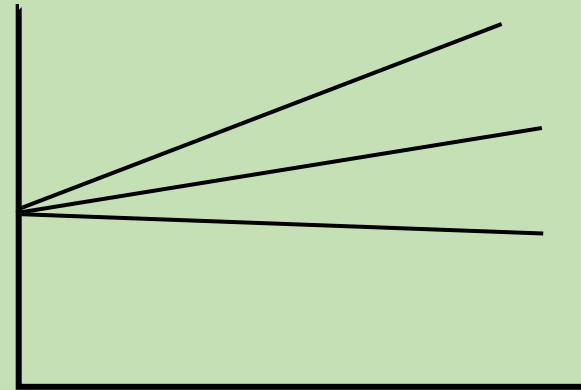
グループ毎の相関が見える。

概要

- ① 係数が同じで、切片が違う。
(ランダム切片モデル)



- ② 係数が違って、切片が同じ。
(ランダム係数モデル)



本論で使用するランダム切片ランダム係数モデルでは
係数が違い、切片も違う。

調査方法

場所：秋葉原

対象：アニメ聖地巡礼者

（オタク、ファン、一般視聴者）

目的：仮説の検証

手段：質問票調査

分析手法：マルチレベル分析

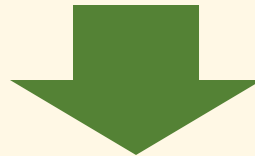
（ランダム切片ランダム係数モデリング）

おわりに

学術的含意①

既存研究

既存研究では、巡礼者が抱いている
「社会的疎外感」について考慮されていなかった。



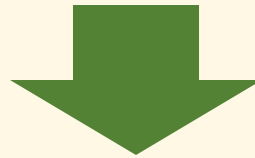
本論

「社会的疎外感の解消」が巡礼者の
アニメ聖地巡礼動機背景にあることを示す。

学術的含意②

既存研究

既存研究では、巡礼者の
聖地での「キャラクターとのつながり」に
注目されていなかった。



本論

アニメ聖地での「キャラクターとのつながり」によって
疎外感を解消するという新たなアニメ聖地巡礼動機を見出す。

- 浅羽通明 (1990), 『ニセ学生マニュアル 〈死闘篇〉 知的スノビズムを超えるための気になる講義総覧』, 徳間書店.
- Kinsella, Sharon (1998), “Japanese Subculture in the 1990s: Otaku and the Amateur Manga Movement,” *Journal of Japanese Studies*, Vol. 24, No. 2, pp. 289-316.
- Kirillova, Ksenia, Cheng Peng, and Huiyuan Chen (2018), “Anime Consumer Motivation for Anime Tourism and How to Harness it,” *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 36, pp. 268-281.
- Maner, Jon, Natham DeWall, Roy Baumeister, and Mark Schaller (2007), “Does Social Exclusion Motivate Interpersonal Reconnection? Resolving the “Porcupine Problem”,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 92, No. 1, pp. 42-55.
- Mourey, James, Jenny Olson, and Carolyn Yoon (2017), “Products as Pals: Engaging with Anthropomorphic Products Mitigates the Effects of Social Exclusion,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 44, No. 2, pp. 414-431.
- 岡田斗司夫 (2008), 『オタクはすでに死んでいる』, 新潮新書.
- Okamoto, Takeshi (2009), “A Study on Impact of Anime on Tourism in Japan: A Case of ‘Anime Pilgrimage’,” *Web-Journal of Tourism and Cultural Studies*, Vol. 13, pp. 1-9.
- Ono, Akinori, Sumiaki Kawamura, Yasuto Nishimori, Yuki Oguro, Ryosuke Shimizu, and Sari Yamamoto (2020), “Anime Pilgrimage in Japan: Focusing Social Influences as Determinants,” *Tourism Management*, Vol. 76, No. 103935.
- 高田治樹・菊地学・尹成秀 (2020), 「オタクはどのような印象をもたれているのか？—オタクカテゴリと印象との相互関連性の検討—」, 『目白大学心理学研究』, 第16巻, pp. 1-13.
- Thomas, Simon, Gareth White, and Anthony Samuel (2018), “To Pray and to Play: Post-postmodern Pilgrimage at Lourdes,” *Tourism Management*, Vol. 68, pp. 412-422.
- Kipling, Williams D. (2009), “Chapter 6 Ostracism: A Temporal Need - Threat Model,” *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 41, pp. 275-314.

ご清聴、ありがとうございました！



【付録】 質問項目



社会的疎外感

一般社会において、交友関係に欠けている。

一般社会において、省かれている。

一般社会において、孤立している。

一般社会において、独りぼっちだ。

アニメファンや現地人のコミュニティにおいて、交友関係に欠けている。

アニメファンや現地人のコミュニティにおいて、省かれている。

アニメファンや現地人のコミュニティにおいて、孤立している。

アニメファンや現地人のコミュニティにおいて、独りぼっちだ。





人とのつながり

あなたが好きなアニメの聖地に行けば、アニメ理解者に会えると思う。

あなたが好きなアニメの聖地に行けば、アニメ理解者と気持ちを通じ合わせることができると思う。

あなたが好きなアニメの聖地に行けば、アニメ理解者との時間を楽しむことができると思う。

あなたが好きなアニメの聖地で、アニメ理解者と会うことは、とても嬉しいことだと思う。

あなたが好きなアニメの聖地で、アニメ理解者と会うことは、とても心地よいことだと思う。

あなたが好きなアニメの聖地で、アニメ理解者と会うと、友達といるような感覚になる。

あなたが好きなアニメの聖地で、アニメ理解者と会うと、何でも話せるような気がする。

あなたが好きなアニメの聖地で、アニメ理解者と会えば、嫌なことを忘れられると思う。

あなたが好きなアニメの聖地で、アニメ理解者と会うことは、友達と遊ぶような感覚である。

あなたが好きなアニメの聖地で、アニメ理解者と会っているときのあなたは輝いていると思う。

あなたが好きなアニメの聖地で、アニメ理解者と会っているときのあなたが本当の自分だと思う。

(アニメ理解者とは、アニメファンや聖地の現地人のことをさす。)



キャラクターとのつながり

- あなたが好きなアニメの聖地に行けば、好きなアニメキャラがそこにいるように思う。
- あなたが好きなアニメの聖地に行けば、好きなアニメキャラと気持ちを通じ合わせることができると思う。
- あなたが好きなアニメの聖地に行けば、好きなアニメキャラとの時間を楽しむことができると思う。
- あなたが好きなアニメの聖地で、好きなアニメキャラと会うことは、とても嬉しいことだと思う。
- あなたが好きなアニメの聖地で、好きなアニメキャラと会うことは、とても心地よいことだと思う。
- あなたが好きなアニメの聖地で、好きなアニメキャラと会うと、友達といるような感覚になる。
- あなたが好きなアニメの聖地で、好きなアニメキャラと会うと、何でも話せるような気がする。
- あなたが好きなアニメの聖地で、好きなアニメキャラと会えば、嫌なことを忘れられると思う。
- あなたが好きなアニメの聖地で、好きなアニメキャラと会うことは、友達と遊ぶような感覚である。
- あなたが好きなアニメの聖地で、好きなアニメキャラと会っているときのあなたは輝いていると思う。
- あなたが好きなアニメの聖地で、好きなアニメキャラと会っているときのあなたが本当の自分だと思う。