

恋愛アニメの利用とイメージに関する調査

土屋 慶輔（文教大学情報学部メディア表現学科）

1. 序論

近年、時代背景や環境の変化によって、学生の恋愛そのものに対するイメージが変わってきているのではないだろうか。SNSが発展したことによって、男女の出会いやお互いのやり取りの場は現実のみにとどまらず、インターネットを使った環境へと急速に広がっていった。環境が変化していく中で私たちが抱く実際の恋愛イメージと理想とされる恋愛イメージにも変化が訪れているのではないか。

イメージといえば、従来のオタクに対するイメージも変わりつつある。オタクといえば、「アニメオタク」や「鉄道オタク」など様々な分野でそれに精通している人や名称のイメージがある。また、グッズをたくさん持っている人やアニメや漫画の舞台となった場所を巡るといった消費行動もオタクのイメージを決定づけている。海外でも、日本のオタク文化やサブカルチャーは注目を浴びていて、近年ではオタクが好むコンテンツがメディアの普及によって急速に広がっている。それをきっかけに、オタクという言葉自体に抵抗がなくなっている（折原、2009）。オタクが好むコンテンツは、映画やドラマ、漫画、アイドルなど様々な分野が挙げられるが、私は「アニメ」というコンテンツの普及がオタクのイメージを変えていったと考えている（電通、2012）。

現在、アニメはテレビ放送だけでなく、アニメーション作品として社会現象にまでなったアニメも存在する。例えば、2016年に公開された「君の名は。」は大ヒットを記録し、映画の舞台となった岐阜県には大勢のファンが押し寄せたという（毎日新聞、2016）。「君の名は。」が大ヒットを記録した要因はいくつかあるが、その中の一つとして、主人公たちの恋愛を阻む障害として「時間」を採用しながらも、新しい結末を用意していたことが、全世代的なヒットにつながったと考えられるという（打田、2018）。

他にも、恋愛の障害として「時間」を採用しつつ、大ヒットを記録したアニメーション作品の代表例として「時をかける少女」や「秒速5センチメートル」が挙げられる。「時間」という障害を採用すると、その作品はファンタジーやSFといったジャンルに分類されることがほとんどである。ファンタジーやSFのイメージには非現実的といったイメージが付きまとう（吉田、2010）。「君の名は。」の中でも、時間を遡る描写や彗星の落下といった、非現実的な描写がされていた。非現実的な描写がありながらも、「君の名は。」のような恋愛アニメがヒットする理由は、恋愛の展開や心理描写をリアルに描くことによって、登場人物に感情移入したり、共感を得られるから

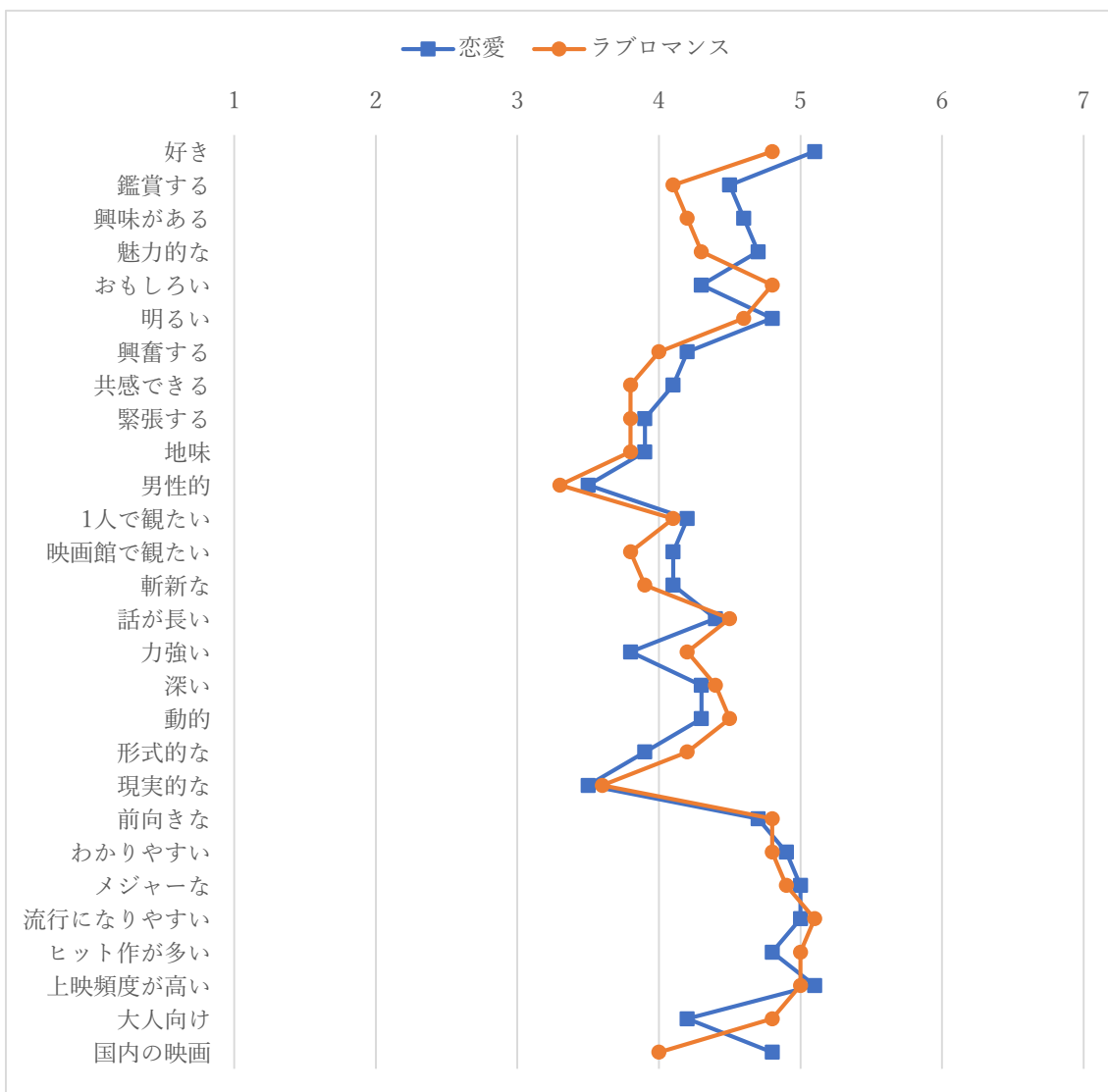
だと考えている。

しかし、ユーザーが共感を得られる恋愛というものは時代や環境とともに変化していく。オタクへのイメージがコンテンツの拡大によって変わったように、現実的な恋愛そのもののイメージも変わってきているのではないだろうか。例えば、「男が女に告白する」といった今までの恋愛シチュエーションが当たり前のイメージではなくなってきている。あるいはそういったイメージを覆す作品がユーザーの印象に残るのではないだろうか。

そこで、まず予備調査では、恋愛作品そのものに対するイメージを測定するためにセマンティック・ディファレンシャル法 (Semantic Differential, SD法。以下、SD法と記す) を用いて「恋愛映画」と「ラブロマンス映画」に対するイメージについて28項目を7段階で回答してもらった。その結果が図表2ある。「恋愛」と「ラブロマンス」の定義に厳密な違いはなく、表現を変えただけに等しい。その中でもイメージが異なるのかどうか、評価や間隔尺度を測定するSD法を用いて調査したところ、両者のイメージに違いは見られなかった。言葉が違うだけではイメージの違いが明らかにならないことが分かった。そこで本調査では、28の項目を因子分析し、似た要素をまとめて6項目に絞った。そして、新たに9つの項目を加えた15項目を設定した。さらに、言葉だけでイメージの差は表れなかったので、本調査では4つの映像を回答者に見せ、それに対するイメージについて回答してもらった。

本研究では、広く認知されるようになったアニメというコンテンツにおいて、恋愛というジャンルに焦点を当て、「4つの映像の間でイメージによる差はあるか」。また、「恋愛アニメは現実の恋愛や恋愛行動に影響を与えているか」についてまとめていく。測定したイメージの中に、今の大学生ならではの恋愛観や理想とする恋愛像を分析する。そして、近年放送されている異色の恋愛アニメがどんな印象をもたらすのか、従来の恋愛アニメと比較しながら分析することを目的とする。

図表1 「恋愛」と「ラブロマンス」の違い



2. 調査概要

2-1. 進捗経緯

4~6月	調査テーマの決定・文献収集	6~8月	予備調査実施・集計
9~11月	本調査票作成	12~1月	本調査実施・集計

2-2. 予備調査

【調査目的】

『恋愛』と『ラブロマンス』という言葉によるイメージの違いを調査する。

【調査実施時期】

2019年7月12日

【調査方法】

調査票を用いた自記式調査

集合調査

【調査対象者】

文教大学湘南キャンパスの在学生

回収数 169 枚

有効回答数 132 名 回収率 78.1%

【主な質問項目】

- ・『恋愛』映画のイメージについて
- ・『ラブロマンス』映画のイメージについて

2-3. 本調査

【調査目的】

大学生の恋愛アニメに対するイメージを調査する。

【調査実施日】

・2019年12月3日

・2019年12月6日

【調査方法】

調査票を用いた自記式調査

集合調査

【調査対象者】

文教大学湘南キャンパスの在学生

回収数 188 枚

有効回答数 179 名 回収率 95.2%

【主な質問項目】

- ・アニメに期待すること
- ・それぞれの映像のイメージ

3. 調査に使用した映像

本調査で使用した4つの映像は、いずれも学生が主人公の恋愛アニメである。恋愛作品には学生だけでなく、大人が主人公の恋愛作品も含まれている。しかし、今回の調査対象者が学生であるので、対象者が想像しやすく、親近感が湧く映像にするために学生が主人公の恋愛アニメを選んでいる。また、すべて主人公が学生である作品に統一することによって他の作品との比較がしやすいと考えたためである。

まず、「からかい上手の高木さん」は2018年に放送されたアニメで、中学生の高木さんとクラスメイトの西方のやり取りを描いたラブコメディである。2人の関係性を中心に物語が進んでいき、高木さんのいたずらに翻弄される西方コミカルに描かれている。調査に使った4つの映像の中で最も短い内容であり、男の子が女の子にからかわれるというありがちなシーンから、他作品との特徴が比較できるように選んでいる。

次の「Charlotte」は、2015年に放送されたSF恋愛アニメである。主人公の乙坂有宇と生徒会長の友利奈緒が特殊能力を持った生徒たちと関わりあいながら、待ち受ける壮絶な運命に立ち向かっていくというストーリーとなっている。最初はいがみ合っていた二人だが、少しずつお互いを認め合って恋に発展していく展開である。調査に使ったシーンは乙坂と友利が夜空を見上げるシーンで、乙坂が初めて友利のことを女性として意識するシーンでもある。会話の流れは友利が引っ張っていき、強気な友利に対して男である乙坂は基本的に会話では受けの立場になっている。他の作品よりも感情の起伏が少なく、落ち着いた恋愛シーンによって、雰囲気や男女の感情表現による差を比較するために選んでいる。

そして、「俺を好きなのはお前だけかよ」は2019年に放送されたアニメで、主人公のジョーロとジョーロが想いを寄せる二人のヒロインを中心に物語が始まる。しかし、その二人のヒロインが想いを寄せていたのはジョーロではなく、ジョーロの親友であるサンちゃんだったという衝撃的な事実が発覚する。勢いで二人のヒロインの恋路を手伝うことになってしまったジョーロとヒロインたちの恋愛を描いたドタバタ恋愛コメディ作品となっている。前述の作品とは違い、主人公は恋愛関係の中心人物ではないという異色な作品であり、調査映像の中で最も登場人物が多い映像となっている。登場人物は全員個性的で、綺麗なアニメーションであるにも関わらず、作品内の人間関係の複雑さは昼ドラマを彷彿させるほどである。とにかく要素が多いため、本編の映像ではなくプロモーションビデオの一部を使用している。従来の恋愛作品とは根本的に異なり、主人公が恋愛の対象ではないが、作品の中には現実の恋愛に通じる奥が深い人間関係や恋愛に奥手な学生を模写したようなシーンも存在する。

最後に「かぐや様は告らせたい～天才たちの恋愛頭脳戦～」(以下、「かぐや様は告らせたい」

と記す)である。この作品は従来の恋愛作品の結末の1つでもある「告白する」といったことを間違いであると否定することから始まる。調査映像の中でも、「好きになった方が負けである」や「いかに相手に告白させるか」など、恋愛そのものの流れに異議を唱えている作品である。登場人物がお互いに告白させようとするということが従来の作品と比べて回りくどいということが言えるかもしれないが、言い換えれば「いかに劇的に告白させるか」という思考を持っていると言えるのではないだろうか。調査で使った映像の中にも、登場人物である四宮かぐやと白銀御行は自分のプライドを持ちながらも相手に真剣に告白させようとするシーンがある。映像の中では最高の告白のカタチや恋愛の仕方が強く描かれていて、恋愛に関連する表現が直接的であることから他の作品との比較になると考えた。

これらの映像について、私はまず2つのグループに分けて考えている。1つは「からかい上手の高木さん」と「Charlotte」であり、もう1つが「俺を好きなのはお前だけかよ」「かぐや様は告らせたい」である。「からかい上手の高木さん」と「Charlotte」はほとんどの恋愛作品にも見られる傾向を含んでいるシーンを使っているため、従来の恋愛イメージが測定できる作品だと考えた。これに対して、「俺を好きなのはお前だけかよ」と「かぐや様は告らせたい」は、まさに異色と言える作品である。もう1つのグループのような今までの作品と比較するとテーマやストーリー展開に根本的な違いを見ることが出来るだけでなく、今までの作品よりも現在の恋愛に近いものを描写しているかどうかを測定できるグループだと考えている。

本調査では、「からかい上手の高木さん」を通常A(日常)、「Charlotte」を通常B(発展)、「俺を好きなのはお前だけかよ」を異色A(ドタバタ)、「かぐや様は告らせたい」を異色B(戦い)という4つのグループに分けて分析していく。それぞれの調査映像を見て、そのイメージに関連する15の項目を7段階で回答してもらおうというやり方である。回答を終えたら次の映像を見てもらい、イメージに関連する項目について回答してもらおう。これを4つの映像すべてで実施した。4つの映像への質問の後に「あなたが一番印象に残った映像はどれですか」と「あなたが考える恋愛アニメのイメージに最も近い映像はどれですか」という質問項目を設けることによって、映像視聴後のイメージを調査することが出来ると思った。

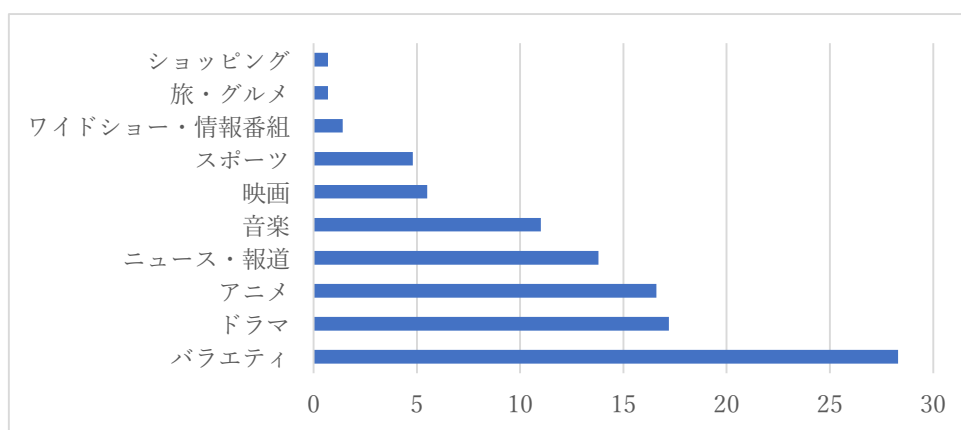
これらの質問項目によって、回答者が考える恋愛アニメの最も強いイメージについて考察していきたい。また、それぞれの映像が性別やアニメの利用目的によって差が出るのかも合わせて分析していきたいと考えている。

4. 調査結果

4-1. 調査対象者の属性

回答者の性別の内訳は、男性が 79 名 (44.1%)、女性が 96 名 (53.6%)、その他が 4 名 (2.2%) と、女性が過半数を占めていた。調査対象者が最もよく見るテレビ番組のジャンルを尋ねたところ図表 2 のような結果となった。

図表 2 最もよく見るテレビ番組のジャンルの傾向

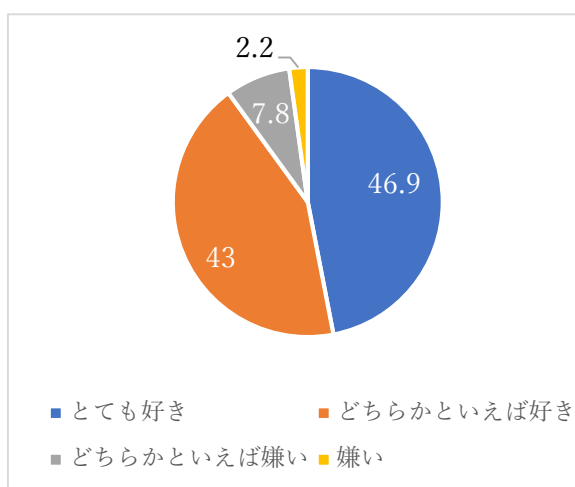


4-2. 調査対象者の傾向

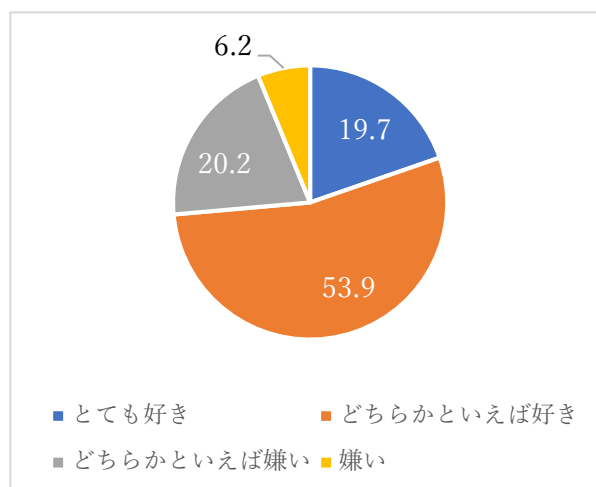
4-2-1. アニメの利用について

調査対象者のアニメの視聴について尋ねた結果が図表 3 である。また、恋愛アニメの視聴について尋ねた結果が図表 4 である。

図表 3 アニメの視聴について



図表 4 恋愛アニメの視聴について

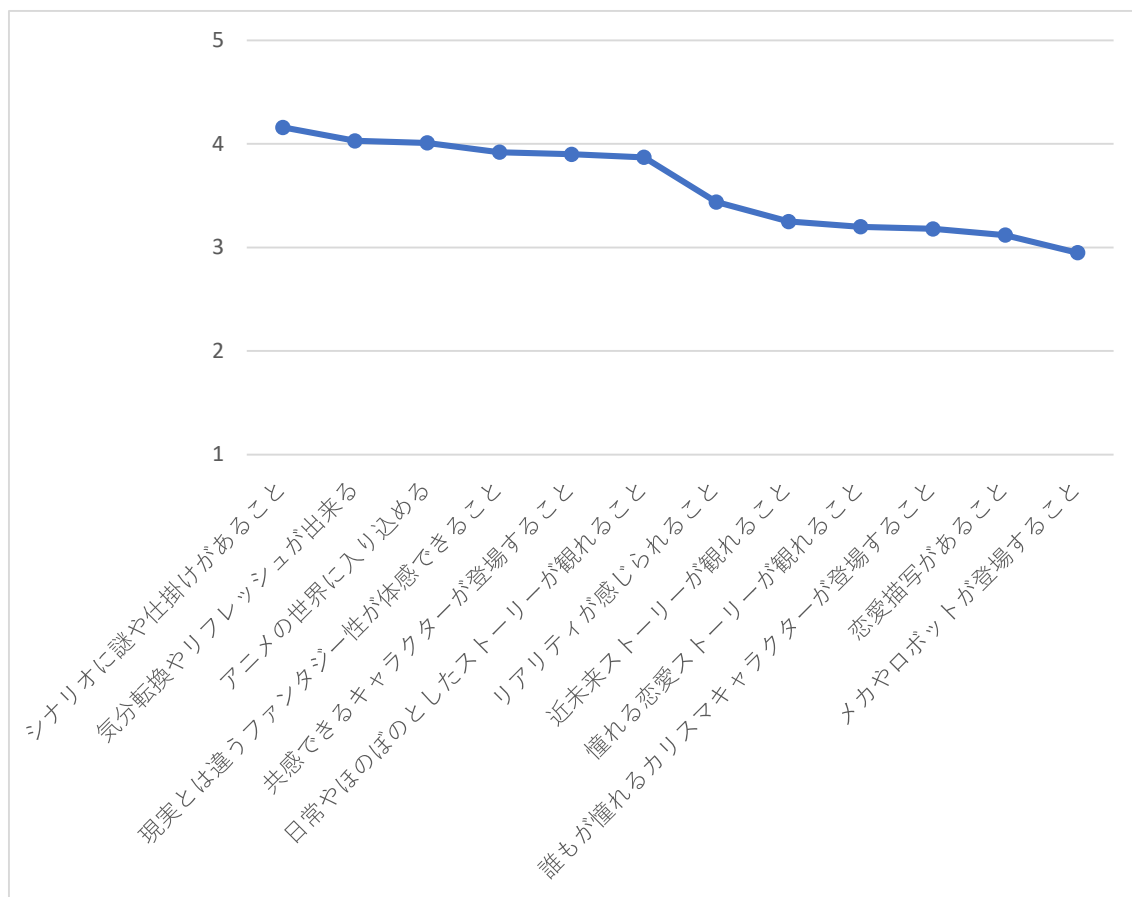


図表から、回答者の約9割がアニメの視聴を好んでいることがわかる。また、恋愛アニメに関しては、「とても好き」「どちらかといえば好き」と回答した人が7割を超えていることが分かった。

4-2-2. アニメの利用と満足度

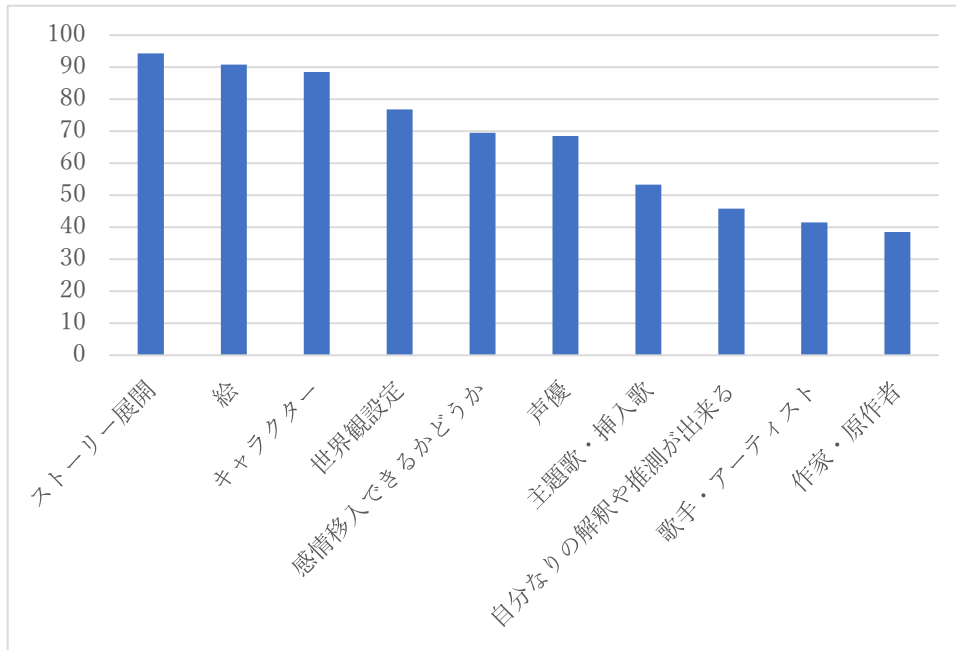
調査対象者のほとんどがアニメの視聴に好意的なことが分かった。では、調査対象者がアニメに期待することは何か。また、アニメどのように利用されているのか。まず、アニメの期待に関する12項目について、「とても期待する」「少し期待する」「どちらともいえない」「あまり期待しない」「全く期待しない」の5段階で回答してもらった。その結果が図表5である。

図表5 アニメに期待する要素



5段階で評価してもらったところ、「シナリオに謎や仕掛けがある」という項目が最も高い。その他にも「気分転換やリフレッシュが出来る」や「現実とは違うファンタジー性が体感できる」といった、アニメ利用に関する項目の期待が高くなっている。別の調査でも、ストーリーに対する期待は高いということが明らかになっている（電通、2012）。本調査でもその傾向が見られ、アニメを視聴する人のほとんどがストーリーに期待しているということが言える。

図表6 アニメの中でこだわる要素

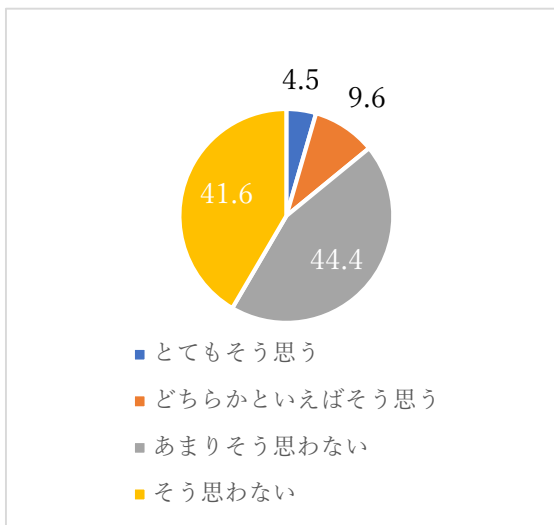


※ 電通/「第一回『オタクが好きなもの』調査で『美オタ』層の存在が明らかに」参照

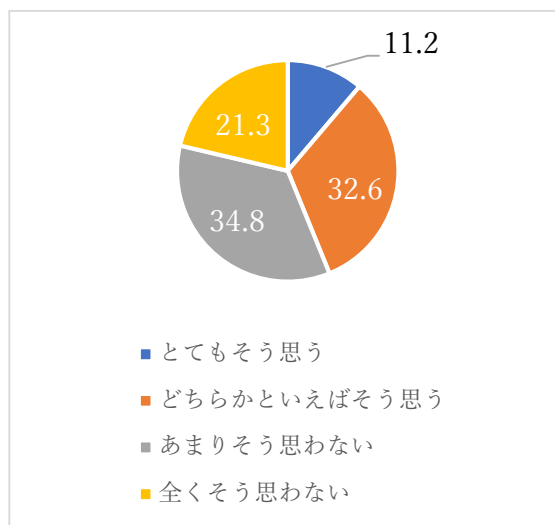
しかし、恋愛アニメを見ることに対して好意的な回答者が多い反面、「憧れる恋愛ストーリーがある」や「恋愛描写がある」といった、恋愛アニメを見る要因となりうる項目はそれほど高くはないことがわかる。

そこで、恋愛アニメが現実の恋愛に与える影響を調査した結果が次の図表7と図表8である。まず、「恋愛アニメはあなたが恋愛をする上で役に立ちますか」という質問では、「とてもそう思う」が8名(4.5%)、「どちらかといえばそう思う」が17名(9.6%)であり、「あまりそう思わない」が79名(44.4%)、「そう思わない」が74名(41.6%)と、ほとんどの回答者が恋愛アニメは現実の恋愛では役に立たないと回答している。また、「恋愛アニメを見て、恋愛をしたいと思うことはありますか」という質問では、「とてもそう思う」が20名(11.2%)、「どちらかといえばそう思う」が58名(34.8%)、「あまりそう思わない」が62名(34.8%)、「全くそう思わない」が38名(21.3%)という結果になった。このように、恋愛アニメの視聴は現実の恋愛行動を助長しているわけではないということが分かった。

図表7 恋愛アニメは役に立ちますか



図表8 恋愛をしたくなりますか

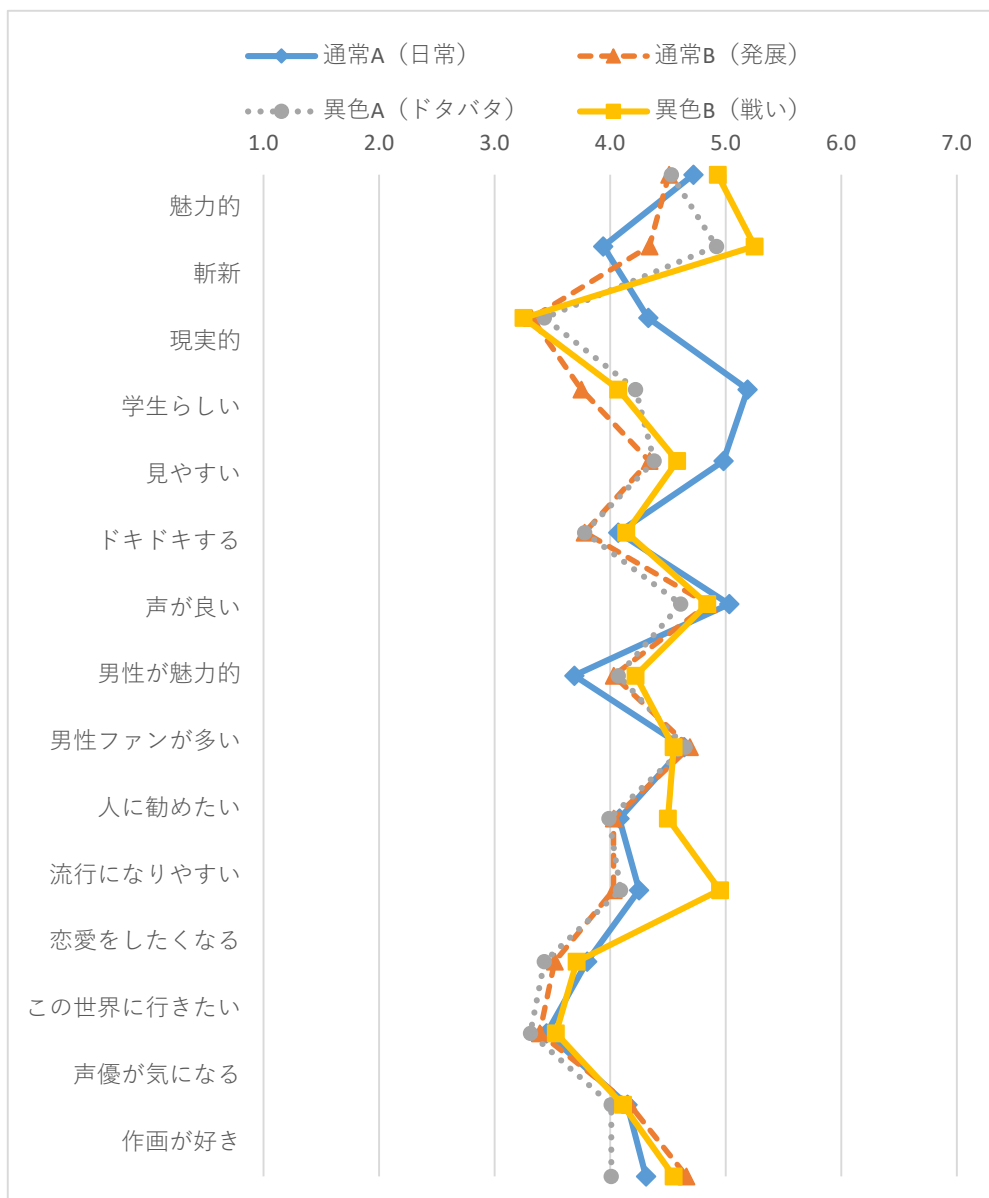


4-3. 恋愛アニメのイメージ分析

4-3-1. 調査映像に対するイメージ

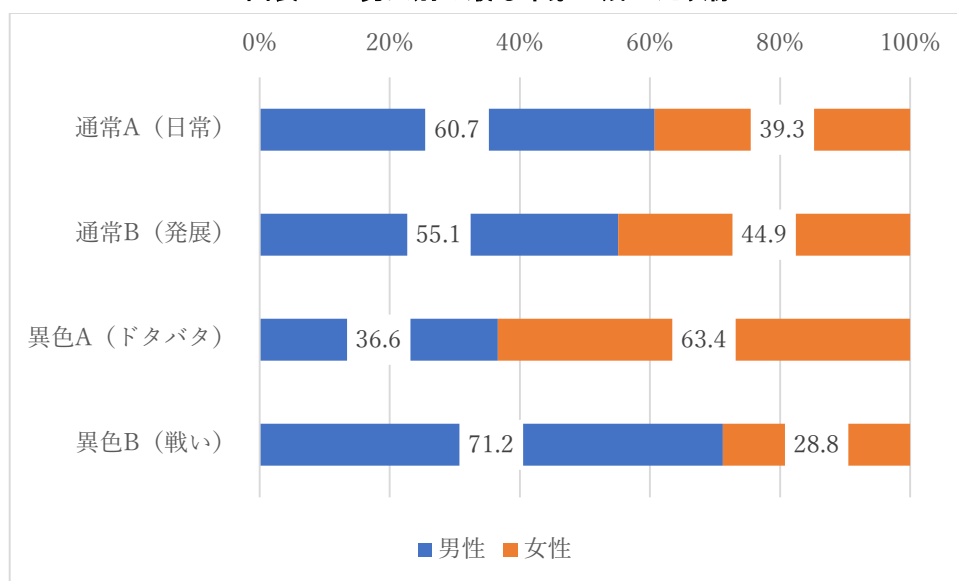
本調査では、恋愛アニメのイメージを分析するため回答者に4つの映像を視聴してもらい、映像に対するイメージや評価に関する15の項目を7段階で回答してもらった。その平均値をまとめた結果が図表9である。

図表9 それぞれの映像に対するイメージ



さらに、これらの4つの映像に関して「あなたが一番印象に残った映像はどれですか」という質問をしたところ、通常A(日常)と回答した人が27名(15.7%)、通常B(発展)が24名(14.0%)、異色A(ドタバタ)が54名(31.4%)、異色B(戦い)が67名(39.0%)となり、最も印象に残った映像は異色B(戦い)である「かぐや様は告らせたい」という結果になった。しかし、「あなたが考える恋愛アニメのイメージに最も近い映像はどれですか」という質問では、通常A(日常)と回答した人が76名(44.2%)、通常B(発展)が28名(16.3%)、異色A(ドタバタ)が25名(14.5%)、異色B(戦い)が43名(25.0%)と、恋愛アニメのイメージに最も近い映像は通常A(日常)の「からかい上手の高木さん」が最も高い割合を占めるという結果になった。これらの結果に性別による関係があるか調べるためカイ二乗検定を行った。その結果、「性別」と「あなたが考える恋愛アニメのイメージに最も近い映像はどれですか」という質問では有意な差が見られなかった。しかし、「性別」と「あなたが一番印象に残った映像はどれですか」という質問では有意な差が見られた($\chi^2(6)=13.136, p<.05$) (図表10)。

図表10 男女別の最も印象に残った映像



4-3-2. 「からかい上手の高木さん」が作るイメージ

ここからは、恋愛アニメのイメージに最も近い通常A(日常)の「からかい上手の高木さん」と一番印象に残った異色B(戦い)の「かぐや様は告らせたい」に限定して、分析を進めていく。

恋愛アニメのイメージに最も近い映像であった通常A(日常)の「からかい上手の高木さん」のイメージを構成する要素を分析するため、バリマックス回転を用いて主因子法による因子分析を行った(図表)。分析の結果、3つの因子が抽出された。

第一因子は「恋愛をしたくなる」や「ドキドキする」といった「恋愛的要素」に関連する因子が抽出された。第二因子は「学生らしい」や「見やすい」といった内容に対する「親近感」に関連する因子が抽出された。第三因子は「男性が魅力的」「現実的な」といった作品自体が持つ「個

性」に関連する因子が抽出された。

また、性別によってイメージの平均値に差があるかどうかを調査するため、独立したサンプルの t 検定を実施した。その結果、「魅力的な」「斬新な」の平均値の間に 1%水準で有意な差が見られた。また、「男性が魅力的」「作画が好き」の平均値の間に 5%水準で有意な差が見られた。

図表 11 「からかい上手の高木さん」の因子分析結果

	恋愛要素	親近感	個性
恋愛をしたくなる	.815	.106	.218
人に勧めたい	.758	.345	.248
ドキドキする	.753	.244	.196
魅力的な	.66	.426	.074
この世界に行きたい	.627	.095	.546
流行になりやすい	.623	.372	.291
作画が好き	.553	.35	.398
声優が気になる	.551	.359	.21
斬新な	.467	.24	.421
学生らしい	.055	.717	.081
声が良い	.396	.682	.032
見やすい	.426	.636	.152
男性ファンが多い	.235	.428	.196
男性が魅力的	.178	.063	.743
現実的な	.156	.37	.378

図表 12 男女別の「からかい上手の高木さん」に対する

		n	平均	t	df	p
< 魅力的な >	男性	79	5.24	4.76	170	p<0.01
	女性	93	4.29			
< 斬新な >	男性	78	4.44	4.22	172	p<0.01
	女性	96	3.54			
< 男性が魅力的 >	男性	79	4.09	3.11	172	p<0.05
	女性	95	3.37			
< 作画が好き >	男性	79	4.57	1.99	173	p<0.05
	女性	96	4.13			

4-3-3. 「かぐや様は告らせたい」が作るイメージ

次に、最も印象に残った映像である異色 B (戦い) の「かぐや様は告らせたい」のイメージを構成する要素を分析するため、バリマックス回転を用いて主因子法による因子分析を行った (図表)。分析の結果、3つの因子が抽出された。

第一因子は、「この世界に行きたい」や「恋愛をしたくなる」といった「行動欲求」に関連する因子が抽出された。第二因子は、「斬新な」や「魅力的な」といった「作品の魅力」に関連する因子が抽出された。第三因子は、「学生らしい」や「見やすい」といった「現実感」に関連する因子が抽出された。

「からかい上手の高木さん」と比較すると、第一因子には「恋愛をしたくなる」や「この世界に行きたい」のように同じ要素が含まれているが、「からかい上手の高木さん」では「恋愛をしたくなる」という要素の割合が最も高く、「かぐや様は告らせたい」では「この世界に行きたい」という要素が最も高い割合を占めていることが分かった。また、どちらの映像も「学生らしい」という要素で1つの因子のほとんどを説明していることがわかる。

図表 13 「かぐや様は告らせたい」の因子分析結果

	心理的要素	作品の魅力	現実感
この世界に行きたい	.81	.125	.265
恋愛をしたくなる	.783	.218	.296
ドキドキする	.689	.288	.361
作画が好き	.603	.483	.206
声優が気になる	.587	.359	.217
斬新な	.077	.823	.096
魅力的な	.329	.676	.311
人に勧めたい	.568	.596	.34
声が良い	.441	.594	.278
流行になりやすい	.43	.578	.119
見やすい	.448	.509	.314
学生らしい	.273	.207	.708
現実的な	.374	.036	.705
男性が魅力的	.239	.405	.58
男性ファンが多い	.124	.473	.516

4-4. 恋愛アニメへの憧れによる変化

「恋愛アニメを見て、恋愛をしたいと思うことはありますか」という質問項目で、「とてもそう思う」「どちらかといえばそう思う」と回答した人を「恋愛したくなる」に、「あまりそう思わない」「全くそう思わない」を「恋愛したくならない」にまとめ、2つの平均値の間に差があるかどうかを分析した。

まず、アニメへの期待について2つのグループの平均値に差があるかどうか独立したサンプルのt検定を実施した(図表14)。7つの項目で平均値の間に有意な差が見られた。特に、「憧れる恋愛ストーリーが観れること」や「恋愛描写がある」といった恋愛アニメの利用に直接関連する項目に有意な差が見られる。また、他の項目について見ると、「日常やほのぼのとしたストーリーが観れること」や「リアリティが感じられること」といった、より現実に近い描写に対する期待の項目に差が見られる。それ以外の「現実とは違うファンタジー性が体感できること」や「近未来ストーリーが観れること」などでは有意な差が見られなかった。したがって、「恋愛したくなる」と回答した人は、アニメの恋愛の描写や現実的な内容に期待しているということが明らかになった。

図表 14 恋愛アニメに対する憧れとアニメへの期待の平均値の差

		n	平均	t	df	p
アニメの世界に入り込めること	恋愛したくなる	77	4.19	2.14	175	p<0.05
	恋愛したくない	100	3.87			
共感できるキャラクターが登場すること	恋愛したくなる	78	4.19	3.32	176	p<0.01
	恋愛したくない	100	3.68			
憧れる恋愛ストーリーが観れること	恋愛したくなる	78	3.76	6.03	176	p<0.01
	恋愛したくない	100	2.77			
日常やほのぼのとしたストーリーが観れること	恋愛したくなる	78	4.18	3.77	176	p<0.01
	恋愛したくない	100	3.64			
気分転換やリフレッシュが出来る	恋愛したくなる	78	4.22	2.31	176	p<0.01
	恋愛したくない	100	3.89			
リアリティが感じられること	恋愛したくなる	78	3.65	2.55	176	p<0.01
	恋愛したくない	100	3.27			
恋愛描写がある	恋愛したくなる	78	3.62	5.71	176	p<0.01
	恋愛したくない	100	2.74			

次に、通常 A（日常）の「からかい上手の高木さん」に対するイメージについて、2つの平均値の間に差があるかどうか分析するため、独立したサンプルの t 検定を実施した（図表 15）。分析した結果、「人に勧めたい」「流行になりやすい」「声優が気になる」の平均値の間に 5%水準で有意な差が見られた。さらに、「魅力的な」「ドキドキする」「恋愛をしたくなる」の平均値の間に 1%水準で有意な差が見られた。

図表 15 「からかい上手の高木さん」における恋愛への憧れごとの平均値の差

		n	平均	t	df	p
<魅力的な>	恋愛したくなる	78	5.05	2.79	173	p<0.01
	恋愛したくない	97	4.46			
<ドキドキする>	恋愛したくなる	78	4.53	3.27	176	p<0.01
	恋愛したくない	100	3.72			
<人に勧めたい>	恋愛したくなる	78	4.33	2.05	176	p<0.05
	恋愛したくない	100	3.88			
<流行になりやすい>	恋愛したくなる	78	4.54	2.32	175	p<0.05
	恋愛したくない	99	4.03			
<恋愛をしたくなる>	恋愛したくなる	78	4.37	4.52	175	p<0.01
	恋愛したくない	99	3.35			
<声優が気になる>	恋愛したくなる	78	4.51	2.25	176	p<0.05
	恋愛したくない	100	3.87			

やはり、「恋愛したくなる」と回答した人は「魅力的な」や「ドキドキする」といった恋愛感覚的な項目で、「恋愛したくならない」と回答した人と差が出ることが明らかとなった。

同じように、異色 B（戦い）の「かぐや様は告らせたい」でも平均値の間に差があるかどうかを分析したところ、「ドキドキする」「男性が魅力的」「人に勧めたい」「流行になりやすい」「恋愛をしたくなる」の平均値の間に 5%水準で有意な差が見られた（図表 16）。2つの映像では「ドキドキする」「人に勧めたい」「流行になりやすい」「恋愛をしたくなる」の項目が共通して平均値に差が見られた。一方で、通常 A（日常）に見られた「魅力的な」「声優が気になる」という項目は、異色 B（戦い）では有意な差が見られなかった。通常 A（日常）は実際の会話のやり取りがあるため、声を当てる声優や二人の関係性に魅力的な要素があると考えている。逆に、異色 B（戦い）で有意な差が見られた「男性が魅力的」という項目は、通常 A（日常）で有意な差が見られなかった。異色 B（戦い）の映像はテンポが良く、様々なやり取りが映されるため、登場人物たちの個性や心理描写が多く見ることが出来る。よって、通常 A（日常）では見られなかった「男性が魅力的」という項目で有意な差が見られたのではないかと考えた。しかし、異色 B（戦い）の映像では女性の登場人物が男性よりも多かったが、男性が魅力的とイメージする人が多いのは意外な結果だった。

図表 16 「かぐや様は告らせたい」における恋愛への憧れごとの平均値の差

		n	平均	t	df	p
<ドキドキする>	恋愛したくなる	76	4.47	2.35	171	p<0.05
	恋愛したくならない	97	3.89			
<男性が魅力的>	恋愛したくなる	77	4.51	2.52	172	p<0.05
	恋愛したくならない	97	3.99			
<人に勧めたい>	恋愛したくなる	77	4.75	2.16	174	p<0.05
	恋愛したくならない	99	4.31			
<流行になりやすい>	恋愛したくなる	77	5.23	2.38	174	p<0.05
	恋愛したくならない	99	4.75			
<恋愛をしたくなる>	恋愛したくなる	77	4.09	2.99	174	p<0.05
	恋愛したくならない	99	3.41			

5. まとめと考察

今回の調査では、学生が抱く恋愛アニメのイメージについて調査し、最もあてはまるイメージについて考察することを目的としていた。

4つの映像の中で最も印象に残った映像が「かぐや様は告らせたい」という結果は予想通りであった。しかし、恋愛アニメのイメージに最も近い映像が「からかい上手の高木さん」だったのは意外だった。アニメというコンテンツが広く認知されるようになったため、従来通りの恋愛アニメでは印象に残らない。そのため、異色というグループに分類した「俺を好きなのはお前だけかよ」と「かぐや様は告らせたい」は、「学生の恋愛」というテーマに新しい展開を加えている。その新しい展開こそが、今の大学生から共感を得られる恋愛や現実的の恋愛を表わしたものと考えていた。しかし、「恋愛アニメのイメージ」は、異色な作品ではなく「からかい上手の高木さん」のように従来からの恋愛アニメがあてはまるという結果になった。このことから、恋愛アニメが次々と新しい展開を採用しているにもかかわらず、恋愛アニメのイメージは従来通りであるということが言える。

恋愛アニメの利用については、ほとんどの回答者が「恋愛アニメは恋愛をする上で役に立たない」と考えていることが分かった。例えば現実に近い恋愛描写があったとしても、恋愛アニメはコンテンツとして見られているからではないかと考えている。アニメに期待する要素についての質問でも、恋愛に関連する要素の期待はそれほど高くなかった。期待する要素で言えば、「シナリオに謎や仕掛けがあること」や「気分転換やリフレッシュが出来る」といった期待が高いことが分かった。この結果は恋愛アニメに限らず、アニメそのものの利用目的に関連する結果が表れたのだと考えている。また、「恋愛アニメを見て、恋愛をしたいと思うことはありますか」という質問項目の分析では、「恋愛したくなる」と回答した人はアニメに対する期待の質問項目でも恋愛描写や現実的な作品内容に期待している傾向が見られた。

それぞれの映像に対するイメージについては分析することが出来たが、回答者の中での差が見られる項目が「性別」や「恋愛アニメを見て恋愛をしたいと思う」と少なかったため、差が見られる項目の設定や恋愛アニメの別の利用方法についても検討していきたいと考えている。

6. 参考文献

- ・オタク層の視点でマーケティングするプロジェクトチーム 電通
「第一回『オタクが好きなもの』調査で『美オタ』層の存在が明らかに」
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/pdf-cms/2012021-0305.pdf>
(2019年12月27日観覧)
- ・松原実香 サトウタツヤ (2013) 「対象、評価、情動の観点から検討する『萌え』」『立命館科学研究』No26
(2020年1月18日観覧)
- ・奥山陽子 (2006) 「海を渡る日本アニメとオタク認知」

<http://www.bunkyo.ac.jp/~mediares/2005/sem12/7okuyama-f.PDF>

(2020年1月18日観覧)

・折原由梨 (2009) 「オタクの消費行動の先進性について」『JOURNAL OF ATOMI UNIVERSITY FACULTY OF MANAGEMENT』No8

<https://ci.nii.ac.jp/naid/110007342455>

(2020年3月1日観覧)

・毎日新聞 (2016年11月19) 「三葉に会いたい 聖地巡礼、飛騨にファン続々」

(2020年3月1日観覧)

・打田素之 (2018) 「『君の名は。』大ヒットの要因：日本的悲恋物の系譜における位置づけ」『神戸松蔭女子学院大学研究』No7

<https://ci.nii.ac.jp/naid/120006411845>

(2020年3月6日観覧)

・吉田香織 (2010) 「ファンタジーにおけるイデオロギー的意味作用の考察—アニメーション研究の見解と展望—」『立命館大学国際言語文化研究』No22

(2020年3月6日観覧)