

# 大学生アニメ視聴者のアニメ視聴の動機と満足

## －利用と満足研究の手法を用いて－

阿相 祐樹

アニメーション（以下、アニメと称する）は日本を代表するメディアコンテンツである。経済産業省はクールジャパン政策を推進しており、アニメを、日本の魅力を海外に効果的に発信していくための戦略資源と位置づけている。このように、アニメは重要なコンテンツとされながらも、アニメに関する研究、特にアニメを消費する視聴者の実態を扱った研究というのは極めて少ないのが現状である。

アニメ視聴者に関する先行研究を見てみると、アニメ視聴行動と視聴者の属性との関連を検証したものがあつた。しかし、これらの先行研究では、アニメ視聴者のアニメ視聴行動に影響を与える視聴者の属性や行動の部分的な検証にとどまっており、アニメ視聴者の動機や目的を明らかにしたものではなかった。アニメ視聴者の動機を明らかにしなければ、視聴者がアニメに何を求めているのかを把握することが困難であり、アニメを用いた日本の魅力の効果的な発信もできないと考えた。そこで、一大アニメ視聴層である、大学生のアニメ視聴者の視聴の構造を明らかにすることにした。

アニメは視聴者が目的を持って消費するメディアである。利用と満足研究の手法は、メディアを目標的に利用する行為を分析するのに適しているとされていたため、本研究では、利用と満足研究の手法を用いることにした。特に、石井（2002）が提案するモデルは、アニメ視聴にそのまま適用できるだけでなく、アニメ視聴と石井が研究対象としたテレビ視聴全般と比較できるため、このモデルに従って、アニメ視聴行動の動機と満足进行分析することにした。また、この他に、アニメ視聴の没入度とアニメ視聴者の孤独感が、アニメ視聴における動機と満足にどのように関わるのかを検証することにした。

具体的には、筑波大学生を対象に調査を行い、以下の結果を得た。大学生アニメ視聴者のアニメ視聴の動機としては自身の情緒的安定に関する動機が最も大きなウェイトを占めていた。アニメ視聴によって得られる満足は、登場するキャラクターに関する満足が最も高く、次いで日常生活の緊張の緩和に関する満足が高かった。また、アニメに対する没入度とアニメを介した対人コミュニケーションならびに情緒的安定に関する動機とは相関が見られた。特に没入度が高い者ほど、アニメを介した対人コミュニケーションが多くなる傾向が見られた。一方、孤独感とキャラクター志向ならびにアニメ視聴の間には相関は見られなかった。

以上のことから、自身の情緒的な安定を求める動機により、アニメを視聴し、その結果として、登場するキャラクターに関する満足や日常生活の緊張の緩和に関する満足を得ているというアニメ視聴の構造が明らかになった。

（指導教員 歳森 敦）