

2021 年度先端共同研究機構研究プロジェクト実績報告書（研究実績報告書）

1、研究期間

2021 年 4 月 1 日～2022 年 3 月 31 日

2、研究課題名

物語生成がもたらす影響 ―価値、面白さ、コミュニケーションについて―

3、プロジェクトメンバー

- ・研究代表者（所属・職名）
津村将章（経営学部・准教授）
- ・共同研究者（所属・職名）
井関紗代（経営学部・助教）

4、助成額

970,000 円（収支決算報告書別添）

5、研究プロジェクトの概要（目的・計画）

本プロジェクトの目的は、物語を楽しむ行為や生成について理解することにある。このため、本研究では、物語に関する基本的な選好及び、どのようなジャンルの物語を読むか、視聴するかの実態について調査を行った。

6、研究成果

既存研究において、物語に関する基本的な態度に関しての調査は少ない。一部に、民間で行っているネット調査が存在しているが詳細な分析を行っているとは言い難い状況にある。このため、本研究では物語への態度に関する基本的な調査の結果について報告を行う。

物語の態度に関する調査

本調査は 2022 年 3 月に、アンケート調査会社フリージーにて実施した。年齢は 15 歳～85 歳、回収数は 1000 サンプルであった（男性 500 サンプル、女性 500 サンプル）。

「物語への選好」に関しては、ポジティブな回答が、10 代（56.7%）、20 代（51.4%）であるが、年代を追うことにポジティブな評価は下がり、30 代、40 代では 40.0%程度、50 代以上では約 35.5%になることが確認された。男女比では、物語へのポジティブな回答は、男性は 34.0%、女性は 48.2%であり、女性の方が多いことが確認された。

「お気に入りの物語作品」に関する調査では、ポジティブな回答が、10代(45.0%)、20代(47.1%)であるが、年代を追うことにポジティブな評価は下がり、30代、40代では32.0%程度、50代以上では約29.0%になることが確認された。男女比では、物語へのポジティブな回答は、男性は29.6%、女性は38.6%であり、女性の方が多いことが確認された。

「自分の好みの物語作品を家族や友人に勧めたい」とする推奨意向に関しては、ポジティブな回答が、10代(38.3%)、20代(30.0%)であるが、年代を追うことにポジティブな評価は下がり、30代、40代では20.0%程度、50代以上では約14.0%になることが確認された。男女比では、物語へのポジティブな回答は、男性は15.6%、女性は25.6%であり、女性の方が多いことが確認された。

「自分の好みの物語作品をSNSなどで発信したい」とする推奨意向に関しては、ポジティブな回答が、10代(15.0%)、20代(20.0%)であり、30代、40代では約14.0%、50代以上になると下がり約5.0%になることが確認された。男女比では、物語へのポジティブな回答は、男性は12.0%、女性は10.2%であり、女性の方が多いことが確認された。

物語に関連したジャンルに関する調査では、小説、漫画、ドラマ、アニメ、映画についてのどの程度視聴等を行っているのについて調査を行った。月1作品程度以上を読む、もしくは視聴を行う割合について報告を行う。

小説に関しては、10代(43%)、20代(39%)、30代(34%)、40代(42%)、50代(35%)、60代以上は(34%)であり、40代が少し上昇しているものの、基本的には年代を追うごとに接触頻度が下がっていることが明らかとなった。漫画に関しては、10代(53%)、20代(54%)、30代(40%)、40代(49%)、50代(30%)、60代以上(11%)であり、40代が少し上昇しているものの、基本的には年代を追うごとに接触頻度が下がっていることが明らかとなった。ドラマに関しては、10代(68%)、20代(57%)、30代(54%)、40代(56%)、50代(60%)、60代以上は(68%)であり、10代と60代が高い傾向がみられた。アニメに関しては、10代は(57%)、20代は(59%)、30代(54%)、40代(54%)、50代(39%)、60代以上は(19%)であり、50代以降顕著に低下していることが明らかとなった。映画に関しては、10代(55%)、20代(51%)、30代(48%)、40代(41%)、50代(44%)、60代以上(39%)であり、50代が少し上昇しているものの、基本的には年代を追うごとに接触頻度が下がっていることが明らかとなった。

男女比でみると、小説に関しては男性(36%)、女性(39%)であり、女性の方が僅かではあるが小説に親しんでいることが分かった。漫画に関しては男性(41%)、女性(36%)であり、男性の方が僅かに親しんでいることが分かった。ドラマに関しては男性(52%)、女性(66%)であり、女性の方が14%程親しんでいることが分かった。アニメに関しては男性(50%)であり、女性(44%)であり、男性の方がやや多く親しんでいることが分かった。映画に関しては男性(48%)であり、女性(43%)であり、男性の方がやや多く程親しんでいることが分かった。

調査の結果、年齢とともに物語への選好が下がることが確認された。また、物語作品への購買意図も同様に年齢を経るごとに低下することが明らかとなった。このような傾向は推奨意向においても同様に結果を示した。各ジャンルごとの接触に関する調査では、小説、映画においてはそれほど年代差はなかったものの、漫画やアニメに関しては50代以降は接触頻度が低下することが明らかとなった。また、ドラマに関してはU字型を描いており、10代と60代の割合が高い傾向にあった。男女別では、男性は漫画やアニメ、映画を好むことに比べて、女性はドラマや小説を好むことが明らかとなった。

7、研究成果の発表（2022年度発表予定も含む）

《図書・雑誌論文・学会等発表・特許等の出願及び取得等》

- ① 日本広告学会
- ② 日本マーケティング学会

8、研究会・学術シンポジウム等の開催

《名称・開催日時・開催場所等》

- ① 関西研究会

9、今後の展望及び課題

本報告書では、紙面の関係から、物語を楽しむという点について基礎的な調査結果を載せているが、物語作品への態度、反応、嗜好について個人差を測定する質問票(小山内 & 岡田, 2011)、ビッグファイブ(小塩 et al., 2012)について調査を行っている。これらの結果と物語への選好や生成に関して、今後精緻な分析を行い学会誌投稿を目指すものである。

参考文献

小塩真司, 阿部晋吾, & Cutrone, P. (2012). 日本語版Ten Item Personality Inventory (TIPI-J) 作成の試み. *パーソナリティ研究*, *21*(1), 40-52.

<https://doi.org/10.2132/personality.21.40>

小山内秀和, & 岡田斉. (2011). 物語理解に伴う主観的体験を測定する尺度 (LRQ-J) の作成. *心理学研究*, *82*(2), 167-174. <https://doi.org/10.4992/jjpsy.82.167>