

# 次元を超えた付き合い インタビューから 見えるキャラクターとの付き合いの実態

池 田 健 人  
辻 井 正 次

## 1. はじめに

人との付き合いの形は様々である。その対象が必ずしも人であるとは限らない。その中でアニメのキャラクターを付き合い対象として見ている人もいる。そもそもアニメが私たちに対してどのような影響を与えているのだろうか。アニメは私たちの生活に多大な影響を与えている。心理面では、ノーマリザ・アブド・ラヒム (2013) は、オンラインアニメがキャラクターや設定、ストーリーを通じて子どもたちの日常生活にポジティブな影響を与えることを指摘している。具体的には、子どもたちはアニメを通じて積極的な交流を図るようになり、物語のキャラクターになりたいという願望が生まれることが多い。これにより、自己表現や社交性の向上が促され、子どもたちの成長に寄与する可能性が高まると述べている。このように二次元のキャラクターの影響は現実にも多大なる影響を与える。

アニメは、経済面においても、日常生活に顕著な影響を与えている。その一例がアニメ聖地巡礼である。岡本 (2009) によれば、アニメ聖地巡礼とは、アニメ作品の舞台となった場所や関連する場所を「聖地」として捉え、それを訪れる行為を指す。この現象は、アニメファンがアニメの世界を現実で体感したいという欲求から生まれたものである。また、岡本(2009)は、この行為が1990年代前半から始まったことを指摘している。アニメ

ファンがアニメの舞台を探し、その場所を訪れることで、アニメと現実が交錯する体験を楽しむようになったと述べている。湯川・佐藤（2017）は、アニメ「けいおん」をモデルにした調査を行い、アニメオタクがどのようにして聖地を設定し、巡礼を行うかを明らかにした。彼らの調査によると、アニメオタクはまずアニメの中で舞台を探し出し、その後実際の場所を探検し、最終的にはその場所を聖地として巡礼する。このプロセスを通じて、アニメ聖地巡礼が成立し、アニメファン同士の交流が深まる。さらに、アニメ聖地巡礼を活用して地域を活性化させようとする動きも見られる。森（2021）は、アニメファンが聖地巡礼として地域を訪れる際に、その地域の担い手になる可能性があることを示唆している。例えば、永田（2010）は、アニメ「らき☆すた」の舞台である埼玉県鷲宮町が、アニメの聖地巡礼によって地域が活性化されたことを考察し、その成功の要因としてアニメの人気と、地域がアニメの世界を体感できるコースを作り、アニメファンを呼び込む戦略をとったことを挙げている。このように、アニメ聖地巡礼はアニメと現実の関係性をより鮮明に表している。アニメの聖地巡礼以外にも、グッズの購入を通じてアニメと現実の関係性が見られる。牧（2011）は、女性オタクを例に取り、グッズ購入を経済学の観点から論じている。彼の研究によると、オタク集団は他の集団とは異なり、排他的な特性を持つ。オタクにとって、グッズはキャラクターの財産とみなされ、そのために過度な消費が行われることがある。これは、キャラクターへの愛情が深いため、その愛を形にするために多くのお金を費やすという行動につながると述べている。聖地巡礼を例に示してきたように、アニメやキャラクターは私たちの行動にも影響を与えている。

サンジェイ・ペインリー（2021）は、テレビのコマーシャルに登場するアニメキャラクターが視聴者との心のつながりを生み出し、そのつながりがブランドに繋がる役割を果たしていると述べている。アニメキャラクターが登場することで、視聴者はそのキャラクターに親しみを感じ、その結果としてブランドへの信頼感が生まれる。これにより、アニメキャラク

ターは単なる広告媒体以上の役割を果たし、ブランドと消費者の架橋的存在となると述べている。

このようにアニメが現実に影響を及ぼしている例は様々である。だが、先行研究の中に人に焦点を当てて、アニメキャラクターの影響が明記されていない。今までの先行研究の視点はあくまで社会の中の消費者と生産者との関係性という視点で付き合いを述べている。キャラクターと付き合いということは実際の間人と同等の付き合いを二次元のキャラクターでも行うという可能性があるということを示しているかもしれない。その時に重要と筆者が考えているのは、「キャラ愛」と呼ばれるものである。本研究はキャラクターとの付き合いにおいてキャラ愛がどのように関わってくるのか、のちに説明する次元局の「婚姻証明書」はどのような役割を持っているのかを明らかにすることを目的とする。次章において「キャラ愛」と実際のアニメキャラクターとの付き合いの例を見ていく。

## 2. キャラ愛を形にする仕組み

### 2.1 キャラ愛を体現していく過程

前節で述べたようにアニメと現実には密接に関連しており、ファンの中にはキャラクターとの特別な関係を持ちたいと考える人も少なくない。その特別な関係を「キャラ愛」と呼ぶ。「キャラ愛」は、ニコニコ大百科によれば、「キャラ愛とは、創作者やファンから、特定のキャラクターに捧げられた偽りのない愛情をいう。「愛」とは何かという問題もあるが、あなたが「愛だ」と思うなら、それは「愛」なのだろう。」と明記されている。キャラ愛を現実で体現しているとされている人もいる。その例に集英社の記事に二次元キャラクターと結婚式を挙げた20代女性のインタビューがある。その女性は、アニメの男性キャラクターと結婚式を挙げている。その女性は三次元の世界でも恋愛を経験しているが、二次元のキャラクターに100%愛を注ぎ込みたいという理由で破局している。その女性は、結婚はしたいと思っているが、自分には出来ないと思っていると記述されてい

る。TBS ニュースでは初音ミクと結婚式を挙げた男性が紹介されている。読売新聞 (2023) によれば、年々キャラ愛を体現する人たちは増えていると言われている。

しかし、キャラ愛を形にすることが増えているといっても結婚式を挙げるなど、例のような行動には経費や時間が膨大に消費される。そのため、形にするということに対してハードルが高い。そのハードルの高さによってキャラ愛を形にすることに抵抗感が生まれているかもしれない。そのハードルの高さやどのように形にすればいいのかわからない人たちをサポートするための仕組みとして「次元局」と呼ばれるインターネットサイトが生まれた。次節にて次元局の説明を行う。

## 2.2 次元局とはなにか

次元局のホームページによれば、以下のような仕組みであることが説明されている。以下、ホームページで紹介されている内容を示す。

次元局は、2017年11月22日に開始され、キャラ愛のみならず、LGBTの人々にも婚姻証明書を発行する非公式機関だ。この機関のコンセプトは、二次元キャラクターを愛する人を本気で応援することと、多様性の尊重である。次元局は、株式会社ゲートボックスの人事部が主体となって行われている。次元局は2018年に一度サービスを終了している。だが、再開している。次元局のコンセプトの例として、サンタクローズが挙げられる。サンタクローズは架空の存在であるにもかかわらず、フィンランドにはサンタクローズ村が存在する。同様に、キャラ愛も架空の存在かもしれないが、それを現実に演じることは素晴らしいことである。かつて見たアニメの影響からその道を志し、夢物語のように思われたことを現実に実現することもある。次元局は、「あいをかたちに」を合言葉にキャラクターを愛するというのがいつの日か何らかの形で実現する日を目指して、本

気で応援している。

## ※1 次元局サイト



次元局の活動は主にキャラクターとの婚姻証明書を発行することである。次元局は、婚姻証明書を発行したい相手の名前をホームページの申請フォームから記入し、代金として8,700円を支払うことで婚姻証明書を発行する。この証明書は、キャライラストを除いて全て次元局オリジナルのものであり、実際の婚姻証明書やメッセージカードを広く調査した上で、デザインやツールの品質、さらには印刷の仕方にまでこだわっている。その際にリアルと同じ気遣いを意識しており、キャラクターに対して真剣に向き合っている人たちに寄り添う形でサポートをしている。次元局は、キャラクターとの婚姻証明書を発行するだけでなく、キャラクターへの愛を形にすることでキャラクターを愛する人たちを繋げる役割も担っている。これが、次元局が本気でキャラクターを愛する人たちを応援するためのサポートである。

### 3. 調査方法

今回の調査では次元局で婚姻証明書を発行した一人の男性に対してインタビューを行った。今回、アニメ「ウマ娘」を中心に聴取を行っている。

本研究の調査方法は、半構造化インタビューで行い、主にオンラインにて聞き取りを行った。協力者の負担を減らすために事前にインタビュー項目を協力者に送り回答してもらった。インタビュー項目はアニメと現実の関連性に関する質問を重点的に行っている。協力者のNさんにはWebコミュニティにおける筆者からの呼びかけに対して協力を申し出て下さい、研究への参加等に関しての同意を得て参加していただいている。

### 4. インタビュー結果

#### 4.1 インタビュー経過（個人情報保護の関係で、一部改変を加えている。）

Q：あなたの年齢を教えてください。      A：24歳

Q：あなたの最終学歴を教えてください。      A：高卒

#### 【アニメとの出会い】

Q：あなたが初めて見たアニメを教えてください。

A：リトルバスターズのリフレイン

Q：そのアニメを見始めたのは何歳ですか？

A：14歳か15歳くらい（中二か中三）

Q：そのアニメにどのように出会いましたか。

A：友人から教えてもらったゲームから

Q：覚えている範囲でいいのでそのアニメを初めて見たときの印象を教えてください。

A : テーマが友情に関連していることと内容がおもしろかった。

Q : アニメのグッズを買い始めたのは、どのアニメからになりますか。

A : ポケモンのグッズ。ゲームもあるので無自覚だった可能性があり、実際に買ったものとしてはパズドラのフィギュアなど、ゲーム関連のアニメならグッズを買う可能性がある。

Q : 自分が面白いと思ったアニメに対してあなたは必ずグッズを買いますか？

A : 買わない。そもそも内容を楽しんでみたいから。グッズの種類によっては買う可能性あり (キーホルダーなど)。

Q : グッズを買った時にどのくらいの金額を使いましたか。(平均でどのくらい使っているのか)

A : あまり買いに行かないので平均はわからない。最近買ったものとしてウマ娘に関しての一番くじであり、1カートン購入をしている。

Q : そのアニメを週に何回見ていましたか。

A : 週二回程度、高2の夏まではほぼ毎日見ていた。だが、高2の段階で資格などの勉強に力を入れ始めたので見る頻度が減った。

### 【アニメに対する感想の共有】

Q : アニメに対しての感想や情報などを他人と共有しますか。

A : 自分からはあまり行わない。だが、友人から (自分の知っていて気軽に話せる人) から聞かれた場合は答えることが出来る。

### 【ウマ娘との関わり】

Q : ウマ娘とはどのように出会いましたか。

8 (8)

A : 正確には覚えていないが、アニメから入った。

Q : ウマ娘のゲームを週何回やっていますか？

A : 毎日行っている。ゲームのシステム上、ホーム画面を自分の好きなキャラクターにできるから。

Q : ウマ娘に関連しているイベントに何回足を運んでいますか？

A : 5回以内。実際には行きたいと思っても、仕事と遠出のためのお金を出すことに少し抵抗がある。

Q : ウマ娘に関連するグッズを何個集めていますか？

A : 30～40個ほど。実際のイベントで買ったグッズよりもアニメイトなどの専門店で買うことが多い。

Q : ウマ娘のキャラの中でもどのキャラが好きですか？

A : サトノクラウンとスペシャルウィーク

Q : そのキャラのどこを好きになりましたか？

A : 性格がすごく良く、何かに対してひたすらに努力する姿勢がかっこいいし、かわいい。

### 【キャラクターとの婚姻証明書】

Q : いつキャラクターとの婚姻証明書を出しましたか？

A : 大体2年前。

Q : あなたがキャラクターと婚姻証明書を出すきっかけになった出来事がありますか？

A : スペシャルウィークとの婚姻証明書を発行してもらった。きっかけ



は、よく覚えていないが、次元局の存在を知り、婚姻証明書を発行しようと思った。自分にとって一番良いものであると感じたから。

Q：そのキャラクターとどのように関わっていますか？

A：特に関わり方に変化はない。婚姻証明書を発行してから見る回数が増えたと感じる。

Q：キャラクターと婚姻証明書を発行したことによってキャラクターに対しての印象は変わりましたか？

A：あまり変わらない。

Q：キャラクターと婚姻証明書を発行したことによって他者との関わりに変化が生まれましたか？

A：他者との関わりに変化はあまり感じていない。

### 【現実世界の恋愛】

Q：あなたは現実世界において恋愛をしたことがありますか？

A：はい。

Q：結婚をしていますか？

A：結婚はしていない。

Q：キャラクターと婚姻証明書を発行していることを相手様には知らせていますか？

A：相手に知らせていない。知らせたことによって相手から変な目で見られると感じたから。

Q：彼女さんはアニメを見る人ですか？

A : 見る人です。だが、自分のようにグッズを買ったりはせず、内容を楽しむだけです。

Q : 彼女にはなぜ言わないのですか？

A : キャラクターとの婚姻証明書の発行は変であるということを自覚しているからです。

Q : 友人にも婚姻証明書のことを話しませんか？

A : 話さない。変な目で見られるのが嫌だから。

Q : 変な目で見られると分かっているならなぜ証明書を発行したのですか？

A : 発行当時はそんなことを考えずに購入した。でも発行したことに満足感がある。周りとは違うものを持っているという満足感があるから。

Q : それは例えば等身大のフィギュアでもよかったのではないですか？

A : 確かに別のものでもよかったのかもしれない、でも当時において印象に残ったのはこれだった。

Q : キャラクターとの結婚と現実世界の恋愛に違いを感じますか？

A : 違う。アニメというものはアニメでしか表現できない良さがある。現実では自分の気が許せるような人の内面を重視する。

Q : アニメは外形、現実の内面という認識ですか？

A : はい。自分にとってアニメは楽しむもの、キャラの心情を簡単に察することができない。現実では見る情報が多いのでアニメより簡単です。

## 4.2 インタビューの分析

このインタビューの経過から、Nさんは婚姻証明書を持っている自分のことをあまり話さない。その理由として「変な目」で見られるから」とNさんは述べている。これがNさんのアニメに関する活動全般に及んでいるのではなく、婚姻証明書に関連する事柄だけに対して共有する行為を行わないようであった。Nさんは婚姻証明書を持っていることに対してのマイナスなイメージを「変な目」と表現しているが、その「変な目」と呼ばれるような表現に至るまでの経緯や、「変な目」の内容に関する詳細は、日常生活の様子を聴取する中では語られなかった。

Nさん自身は中学生の頃からアニメの視聴をしており、グッズを買う行為を行うよりも内容を楽しむ行為が多いことが語られていた。グッズの購入に関しては、ゲーム関連であるのか、グッズの種類によって購入するかもしれないと述べている。Nさんは、アニメにおいての最初の購入においても「ポケモンのグッズ。ゲームもあるので無自覚だった可能性があり、実際に買ったものとしてはパズドラのフィギュアなど、ゲーム関連のアニメならグッズを買う可能性がある。」と述べている。今回の対象としているアニメはゲームにもなっているため、グッズを購入していることが分かる。だが、なぜゲーム関連になるとグッズを購入している行動につながる要因が今回のインタビューにおいては語られなかった。

Nさんは、恋愛観においてアニメとの違いを述べている。Nさんは、現実にも彼女がおり、その彼女もアニメを視聴している。アニメと現実の恋愛の違いについて、Nさんは、「アニメというものはアニメでしか表現できない良さがある。現実には自分の気が許せるような人の内面を重視する。」と述べている。Nさんはアニメを楽しむものとして見ているようであった。Nさんにとって現実とアニメの違いは、心情を察することが出来るかどうかであることが語られている。Nさんは現実の方が心情を察しやすいと語り、理由として「現実では情報が多いのでアニメより簡単です」と述べている。

婚姻証明書を発行した理由において「スペシャルウィークへの愛情」と述べている。一方で、婚姻証明書はNさんにとって「当時印象に残ったのがこれだった」と述べており、「別のものでもよかったのかもしれない」とも述べている。このことからNさんにとって婚姻証明書は、「スペシャルウィークへの愛情」を当時もっとも表現しているものとしてNさんは認識していたとも推測される。Nさんが婚姻証明書を発行した行動は愛情を基に行動したということとともに、グッズを買うための消費行動と類似した行動である可能性もあるのかもしれない。

## 5. 考察

### 1. Nさんはなぜ婚姻証明書を発行したのか

Nさんにとって婚姻証明書を発行した理由は、恋愛感情のようなものと筆者は仮定していたが、実際に語られた内容は違ったものであった。Nさんにとっての婚姻証明書はインタビューを見る限り、グッズを購入する行為と類似した扱いであったように語られた。それは、キャラクターとの付き合いがあるというよりも、グッズを買うという消費行動の延長線としての婚姻証明書である可能性を示している。

Nさんは、グッズを多く買っており、好きなキャラクターを身近に感じることが出来る環境を整えている。そこにさらに好きなキャラクター身近に感じることが出来る婚姻証明書を発行することによって作品自体に没入できるようになっていったと考えられる。Nさんにとって婚姻証明書はグッズを購入することと類似性があるように見えるが、婚姻証明書があるからこそ、作品をより楽しむことが出来るようになる要因となっているのかもしれない。だが、これが婚姻証明書を発行する理由と言えるのだろうか。「当時婚姻証明書が一番印象に残った」と述べているが、なぜ印象に残ったのだろうか。婚姻証明書が印象に残った経緯については今回のインタビューでは語られていない。なお、楠見・米田(2018)は、聖地巡礼に関

して、自分が登場人物に置き換える創造性が高いほど、旅の既知感と感動を喚起して作品への没入を深めることが明らかになったと述べている。これは聖地巡礼を分析した論考だが、Nさんは婚姻証明書を発行することによって、その作品に対して没入感を深めているのではないかとも考えることができる。ここでいう没入感は恋愛感情とは違い好意を持って注目するのではなく、ただ単に注目することを指す。この没入感にキャラ愛が加わったことによって婚姻証明書を発行したと考えることもできる。

Nさんが婚姻証明書を発行した理由の中に「婚姻証明書が当時印象に残った」と述べており、筆者は婚姻証明書が作品への没入感を深めていると述べた。Nさんは元々アニメを見るのが好きであると述べている。その中に初めて見たアニメに友情が好きであるということも述べている。Nさんは、アニメを見ることによってキャラクターの性格や雰囲気を感じる事が出来ると語っている。筆者はここにNさんの今までのアニメへの楽しみ方が関わっていると考えている。中川(2008)によるとキャラクターとは最も製作者の意図を反映させやすく、性格や仕草によって表現されると述べている。グッズを買うこと等の消費行動で満足感を得るよりもよりアニメをみて満足感を得る方が、キャラクターの魅力に気付き、ファンになり、ファンへの想いを重ねやすい。そうした、好きなキャラクターとのつきあいを現実の行動に起こす手段として、Nさんが婚姻証明書を発行したのではないかと考える。

## 2. キャラ愛の共有のむずかしさ

Nさんは「あまり自分から他人に話しかけるということをしない」と語っている。それは特別にキャラ愛に関わることに限定されず、全体的に話しかけないということのようである。さらに、キャラ愛になると、それを他者に話しかけ、キャラクターの魅力を共有することに関するむずかしさの難易度が上がる。Nさんは恋人に対してもキャラ愛を共有しようとしてい

ない。Nさんの恋人はNさんがアニメが好きということを知っており、恋人自身もアニメを視聴する人である。中島梓の「コミュニケーション不全症候群」(1991)では、オタク文化の特徴の中に、自分と共感できる部分があれば、他者とコミュニケーションをとることが出来るが、共感できる部分がないと同じ人として見れない傾向があると、オタク文化を論じ、そこから他者への振る舞いが分からないのではないかと述べている。Nさんにおいては、婚姻証明書を持っているということに共感してもらうことは行われてはいない。一方で、キャラ愛という観点でいけば恋人はアニメのことを好きであり、アニメの魅力を共有するという条件に合致しているとも考えられる。Nさんにとっては、この婚姻証明書の在り方が、キャラ愛とは少し異なるものとして認識されていたとも考えられる。

正木(2023)によれば、ソーシャルメディアの発達によって様々な他者との関わりにおいて適度な距離感を維持することが出来るようになったが、その反面、人間関係を構築することにおいて臆病になっていると述べている。そして親しい関係になることを目的とするのではなく、適度に距離を保った関係にとどめておく。それは、相手に対しての優しさの結果である。しかし「推し」との関係を実際の人間関係に頼るのではなく、かけがいのある人間関係にすると新しい方向へ向かっていると述べている。Nさんがあまり他人と自分の好きなアニメやキャラクターのことを共有しない理由として、キャラクターとの関係性を他者に否定されたくないことの表れであるとも考えられる。

小城(2018)は、以前からあったようなファン対象に対する尊敬や憧れの気持ちに加えて、昨今をもっと身近な存在で相互作用を前提とした「疑似友人」としてファン対象をとらえるようになったと述べている。また正木(2023)は推しとの関係性は成長を見守る親子のような関係性ともいえると述べている。Nさんが思っているキャラクターとの関係性は正木が提唱したような関係性とも類似しているのかもしれない。Nさんが「変な目」

と表現している理由として、一般的な社会において身近な存在がキャラクターであるということがおかしいと思われているのではないかということ。「変な目」と表現したのだろうか？ 二次元のキャラクターとの付き合いは友達関係と呼べるものではなく、親子のような関係性のようなより距離の近い関係のように考えられているとも考えられる。

### 3. 婚姻証明書は消費行動の一部に過ぎないのか

Nさんの婚姻証明書はグッズの購入行動と類似したいわば共通性があると考えられるが、キャラ愛の観点から見ると少し異なる部分があるとも考えられる。そもそもこの婚姻証明書は、グッズと同じように消費行動として分類して良いのだろうか？ 東浩紀の「動物化するポストモダン オタクから見た日本社会」(2001)の中に「データベース消費」という概念がある。この概念はオタク達がキャラクターの「萌え要素」と呼ばれる部分に反応して消費を行い、その「萌え要素」は今までの消費者たちが作り上げてきたデータベースによって作られていくという概念である。この概念を適用してみると、Nさんにとって婚姻証明書というものは、キャラクターの要素という情報が詰まった証明書というものとも考えられる。この情報が集まったものを集める行為を消費行動であると考え、キャラ愛がこの消費行動においてどのような位置づけになるのか、本調査では明確にすることは難しいために、消費行動と呼ぶのは難しいのではないかと考える。

青木(2013)によれば、消費行動はメディアの発達によって自分から情報を発することができるようになったので消費者が能動的になったと述べている。もしNさんがこのように消費行動を盛んに行っているのならば、その原動力としてキャラ愛があるということではできらる。だが、Nさんはあまり他人との共有をしないと述べていることからキャラ愛が消費行動に直接働きかけているとは言えない。そもそもキャラ愛は消費行動を促進させる効果があるのだろうか？ 二次元のキャラクターとの付き合いを

体現した行為は消費行動と類似していると考えられる。だが、キャラクターとの付き合いにおいて重要だと考えるキャラ愛がどのように関わっているのかははまだ明らかになっておらず、今回の調査からは婚姻証明書の発行は消費行動とは言い切れないと筆者は考える。

## 6. おわりに

今回のインタビューでキャラクターとの付き合いがどのようなものであるのか、キャラクターとの付き合いによってキャラクター自体への付き合いの変化、他者との付き合いの変化を、Nさんのインタビューから検討することが出来た。特に今回のインタビューではキャラクターとの付き合いの実態は、キャラクターを身近に感じることが出来るような状態であるということ、その身近に感じる状態を支えるものとして、婚姻証明書がその役割を担っていることが判明した。だが、婚姻証明書を発行することが世間に知られていないということから、現実のつきあいのある他者にはあまり伝えないということも分かった。これが、婚姻証明書を持っている人に共通していることであるのか、Nさん個人の特性であるのかは今後さらに他の婚姻証明書を発行した方に協力してもらって調査するなかで明らかにしていく必要がある。

今回の調査において実際にキャラクターとの付き合いというものを知ることが出来た。キャラクターとの付き合いというのは、自分の好きなキャラクターを身近に感じることができる。自分が好きなキャラクターと一緒にあるのならば、満足感を得られる。私はキャラクターとの付き合いはとても良いことであると考え。キャラクターとの付き合いは、満足感を得るほか、新しい付き合いの形であると考え。また自分が好きなキャラクターと付き合っていることは、自分のしたいことを実現している最高の形である。キャラクターと付き合っていることを公表することが恥ずかしいと思っている人にこの論文が手助けになることを願っている。最後に、インタビューにご協力くださったNさんに心より感謝を表す。



### 【文献と引用資料】

- ・サンジェイ・ペインリー氏、マンダキニ・シャルマ博士、プラバ・ラマ博士「Impact of Animated Characters on Consumer Behavior」 Webology 2巻 18号 2021年 p2126~2128
- ・N.A. ラヒム、ロズリナ・ママト「The influence of online anime towards children」 Online Journal of Communication and Media Technologies 3巻 3号 2013年 7月 p199~206
- ・湯川 寛学 佐藤 善信「アニメオタクの特徴と(消費)行動の分析『けいおん!』の聖地巡礼行動を中心に」 ビジネス & アカウンティングレビュー 2017年 p77~p95
- ・岡本 健「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」CATS叢書: 観光学高等研究センター叢書、第1巻 2009年 p31~62
- ・牧 和生「オタク文化における過度な消費と排他的行動の経済学」 京都橘大学研究紀要 第49号 p213~228
- ・永田 尚三「アニメの『聖地巡礼』を活用した地域活性化について考察」 武蔵野大学学術機関リポジトリ 2022年6月7日 p53~75
- ・森 裕亮「アニメファンは「よそ者」である: アニメ聖地巡礼は地域の担い手を生み出すか」 地方自治ふくおか 第73巻 2021年 p6~29
- ・楠見 孝 米田 英嗣「聖地巡礼 行動と作品への没入感: アニメ、ドラマ、映画、小説の比較調査」 コンテンツリズム学会論文集 5巻 2018年 p2~11
- ・中島 梓「コミュニケーション不全症候群」 ボイジャー・プレス 1991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」 2001年
- ・小城 英子「ファン心理尺度の再考」『聖心女子大学論叢』2018年 132, pp. 182 - 224.
- ・正木 大貴「推し」の心理: 推しと私の関係」2023年現代社会研究科論集: 京都女子大学大学院現代社会研究科紀要 第17号 pp53~62
- ・中川 浩一「宮崎アニメにおける「愛」の行方について—「ナウシカ」以降の

作品にみる語り部としてのキャラクターとその造形の変遷についての一考察(上)  
一」 倉敷芸術科学大学紀要 2008年 p37~46

・青木 幸弘 「近年における消費者行動の変化と研究上の課題消費者行動研究の  
新たな方向性と可能性を考える」 マーケティングジャーナル /33 巻 1号 2013  
年 p14-33

・集英社オンライン 「2次元キャラと“結婚”した20代女性が明かすセクシュアリ  
ティ 「3次元の男性ともお付き合いしましたが、キスはできなくて…」 「恋愛感  
情を向けられたくない」

URL <https://shueisha.online/articles/-/126290>

・読売新聞 「キャラと「結婚」2年で200組以上、「二次元恋愛」の今… 「恋愛に  
与える影響は増大し続ける」

URL <https://www.yomiuri.co.jp/national/20230224-OYT1T50172/>