

# 明治大学国際日本学部 学生論集

SCHOOL OF GLOBAL JAPANESE STUDIES STUDENT JOURNAL

## 第 12 集 (2025)

---

- 国際日本学部学生論集の刊行に寄せて …………… 国際日本学部長 鈴木 賢志
- VTuber のキャラクターはどのように形成されているか …………… 佐野 明果寧 (1)
- 日本におけるアイスホッケーの普及に向けた方策  
—大学およびプロチームの現状と課題解決の提案— …………… 倉田 泰 (37)
- 広告における AI エンドーサーの写実性水準と製品タイプが広告好意度に及ぼす影響  
…………… 山本 彩乃 (67)
- アイデンティティについての演劇的考察：ドキュメンタリー演劇『わたしのルーツを探る航海』の制作と上演  
…………… 浦澤 紗香 / 佐々木 杏 / 前田 明空 (89)
- 音楽ジャンル別の英語韻律特徴と英語教育への応用  
—ピッチ・テンポ・強勢に基づく比較分析— …………… 角田 雛菊 (113)
- 日本人英語学習者における習熟度とストラテジー使用の関連  
—SLSI(Speaking Learning Strategy Inventory) の試験的作成— …………… 長尾 健汰 (129)
- 日本人 EFL 学習者における singular they の使用傾向・態度調査と EFL 教育への示唆  
…………… 橋口 愛未 (151)
- 第二言語としての英語が日本語母語話者の感情表現に与える影響  
—文化的価値観の内面化が感情表現の直接性に及ぼす作用— …………… 房洲 彩子 (171)
- 江戸川乱歩「黒蜥蜴」と映画「プロテア」 …………… 藤田 陽梨 (214)
- 2025 年度卒業論文等テーマ一覧 …………… (215)



## 国際日本学部学生論集の刊行に寄せて

国際日本学部長 鈴木賢志

みなさんご存知の通り、本学部は卒業論文の執筆が学位取得における必須条件ではありません。そのおかげで、論文という形にとらわれずに様々な学びと経験を在学中に得ることができるのは事実です。けれども、自分の関心を1つのテーマに集中させ、その中で問いを発し、その答えを探してもがき苦しむという経験、さらにそれを誰もが理解できるように言語化する努力を積み重ねることで、自分がこの明治大学国際日本学部で学んできた証を後世に残すことができるのが、論文の大きな魅力です。

今回、この国際日本学部学生論集に自らの論文を掲載されたみなさんは、ここまでそうした苦労や経験、努力を積み重ねてこられたことでしょうか。これから卒業し、それぞれの道を歩んで行かれる中で、物事がうまく運ばないことがあるかもしれませんが、そんな時にはこの学生論集を読み返して、自分はこの研究をやり遂げたのだということを思い出せば、きっと自信と元気を取り戻すことができると思います。

なお、この論集に論文を発表するまでには至らなかった方々についても、これまで取り組んできた研究テーマを一覧として掲載し、本学部におけるみなさんの学生生活の足跡を残すようにしています。本学部において取り組んできた研究が、みなさんの将来に何か影響を与えるのか、与えるとすればいかなる形であるのかは、まだ誰にも分からないことですが、みなさんそれぞれの学びの証として、大切にしてください。

本学部における学びは、既存の学問体系の枠組みにとらわれず、扱われるテーマはとても幅広いものです。しかしそれこそが、自由な発想で日本や世界の姿を明らかにするというこの学部の学びの姿勢であり、かけがえのない魅力です。本学部における学びを糧にして、みなさんがさらに幅広い視野を持って活躍してくれることを切に望みます。



# VTuber のキャラクターは どのように形成されているか

How VTuber Characters Are Formed

明治大学 国際日本学部

佐野 明果寧

Meiji University School of Global Japanese Studies

SANO, Akane

## 目 次

1. はじめに
    1. 1. 本研究の問い
    1. 2. 先行研究と本研究の関係
    1. 3. 仮説と資料
  2. ガワ
    2. 1. 本稿における「ガワ」
    2. 2. VTuber の「ガワ」がキャラクターを形成している事例
  3. 中の人の言動
    3. 1. 個人配信のコーディングによる分析
      3. 1. 1. 結果
  4. ガワを演じる行為
    4. 1. 個人配信のコーディングによる分析
      4. 1. 1. 結果
    4. 2. コンテンツのタイトル・概要欄・内容の分析
      4. 2. 1. 結果
  5. 視聴者を中心とした他者が VTuber を特定のガワを持つ存在として扱う姿勢、およびそれに伴う言動
    5. 1. 周囲の発言の分析—コラボ配信の分析—
      5. 1. 1. 結果
    5. 2. 視聴者の反応の分析—ライブ配信のチャットリプレイの分析—
      5. 2. 1. 結果
    5. 3. 周囲と視聴者それぞれの、VTuber を特定のガワを持つ存在として扱う姿勢、およびそれに伴う言動の比較
  6. ①～④の組み合わせの必要性
    6. 1. ①～④についての検証結果のまとめ
    6. 2. 「組み合わせ」の必要性についての検討
  7. 結論
    7. 1. 研究結果のまとめ・考察
    7. 2. 今後の課題・展望
- 参考文献
- 資料動画

## 1. はじめに

### 1. 1. 本研究の問い

この論文では、VTuber のキャラクターはどのように形成されているかを問う。

Vtuber について『現代用語の基礎知識 2025』では「VTuber、ブイチューバー。VR(仮想現実)スタジオ内で3DCG キャラクターに扮し、実況動画を配信する人のこと。2016年にキズナイイがユーチューブに最初の動画を投稿してバーチャルユーチューバーと称したことで定着した」と説明している(自由国民社編 2025, p. 309)。

一方、NTT 西日本の『ICT 用語集』では、「VTuber には明確な定義はなく、配信者によって活動スタイルはさまざま」で、「アバターとするキャラクターも2D・3Dを問わず、静止面で配信している人」や「キャラクターになりきり演じているケースもあれば、キャラクターに自身のパーソナリティを反映して使用しているケースも」とされている(無記名 発表年不明)。

これらの一般向けの解説に共通して見られるのが「キャラクター」と「配信者」という要素である。上の二つの解説はいずれもVtuberとは要するに「キャラクター」ではなくそれを演じる「配信者」のことでありと捉えているように見えるが、あとで見るように、近年の学術的な研究では、単にVtuber=配信者と捉えてよいのかが問題になっている。

こうしたVtuberという存在の実態について、近年様々な問題意識から学術的な研究が行われるようになってきている。本稿では、実在する一人のVTuberの活動を事例として、VTuberのキャラクターがどのように形成されているかを問うことで、そうした研究の一端を担うことを目指す。

### 1. 2. 先行研究と本研究の関係

Vtuber 研究の様々なアプローチを示した論文集『Vtuber 学』(岡本・山野・吉川編著, 2024)の中で、山野(2024)は、VTuberのモデルの重要性を念頭に置き、「VTuberは配信者とモデルが結びつくことによって構成される第三の存在者のことである」という観点を示している。その「結びつき」の詳細は、「配信者がVTuberとしての身体的アイデンティティ・倫理的アイデンティティ・物語的アイデンティティを獲得することを通して結びつく」(p. 263)状態である。そして、「三つのアイデンティティが次第に一体化することによって『VTuberとしてのアイデンティティ』が成立するに至る」と述べている(p. 265)。

篠崎(2024)は、山野とは違い、「VTuber=配信者」という立場をとる。そのメリットとして

「配信者の出来事とVTuberの出来事的一致」(p. 276)を挙げるが、同時に「配信者とVTuberの不一致の問題」(p. 279)という弱点も出てくる。例えば、「尾無タイプ」という架空の化け猫VTuberと、いわゆる「中の人」の立場に当たる配信者「秋山花子」という架空の女性について、篠崎の立場なら「秋山花子=尾無タイプ」であるから、「尾無タイプは化け猫である。」「秋山花子は化け猫である。」「秋山花子は化け猫ではない。(秋山花子は、配信者で人間だから。)」これら3つが全て正しいことになるが、それでは明らかに矛盾が生じる。

そこで篠崎は、たとえば「〇〇物語において」という副詞を使って、物語オペレーターの適用を、文全体ではなく、文の一部に適用する=部分的フィクション戦略を取って、問題の解決を試みた(p. 284)。具体的には、パラフレーズという手法を使って、次のように「厳密な言い換え」(p. 282)をする。「尾無タイプは、VTuber尾無タイプの物語において、化け猫である。」「秋山花子は、VTuber尾無タイプの物語において、化け猫である。」「秋山花子は化け猫ではない。」、これら3つは矛盾なく正しいことから、部分的フィクション戦略によって不一致の問題は解決できる、と篠崎は述べている。

富山(2024)は、篠崎の理論の難点として、「同一の配信者が異なる活動をしていた場合、我々はそのすべてを応援するとは限らない」ことを挙げている。富山は、「我々は(…)一連の活動の主体として一定の人格を区切って『推し』たり応援したりといった実践を実際に行っている」として、VTuberとしての「限定された人格」の存在を認める立場を示している(p. 302)。

松本(2024)は、フィクショナル・キャラクターとしてのVTuberに着目し、「配信者がVTuberとして配信する行為それ自体が、フィクショナル・キャラクターを創造する行為(キャラクター創造的行為)である」(p. 311)という立場をとる。また、VTuberのキャラクター創造や配信そのものにおいて、「配信者は技術的所産であるVTuberに貢献する中核的な技術者として、私たちの想像力に訴えかけ、それをけん引する役割を担っていると考えられる。」とも述べている。

本間(2024, pp. 328-329)は、VTuberと配信者との関係に加え、VTuberの存在論的な構成において、フィクショナル・キャラクターが重要な位置を占めるとしている。中世哲学の「身体と魂モデル」をVTuberに適用し、フィクショナル・キャラクターを「魂」、配信者を「身体」とみなし、「魂」と「身体」とが複合する(あるいは何らかの仕方では協働する)ことによってVTuberという第三の存在者が成立すると唱えている。

以上5名の哲学者の先行研究に対し、本稿は山野と本間の二人の説に近い立場を取る。ごく簡単にまとめると篠崎はVTuber=配信者、富山はVTuber=配信者に「ペルソナ」という修正を加え、山野と本間はVTuber≠配信者、松本はVTuber=配信者説と≠配信者説の中間のような立ち位置となる(山野, 2024, p. 257)。VTuber≠配信者という立場の山野と本間は、それ

ぞれ内容に違いはあるが、モデル(本稿ではガワと呼ぶ)を含む複数の要素がVTuberを「構成」するという立場であり、本稿も複数の要素の「組み合わせ」という仮説を立てる。

ランダムなVTuber96人×最新の雑談配信2本ずつの計192本の動画を分析対象とした田中らの先行研究や(2025, p. 2)、一定期間内にデビューした約600名のVTuberを対象に、約20万本の動画と約600万件のコメントを含むデータを構築した村上・吉田の先行研究(2025, p. 2)など、VTuberやYouTube研究では、複数名の活動者を網羅的に分析する傾向があるのに対し、本稿では一人のVTuberの活動に焦点を絞って分析することで、VTuberのキャラクター像が成立している様をより細やかに多角的に観察することを目指す。これによってVTuber研究の手法の多様性に寄与できると考える。

富山(2024)は、ホロライブ所属のVTuber「角巻わため」の一人に概ね焦点を当てながら論を進めている点で本稿と共通しているが、角巻わための一ファンとしての富山の、かなり個人的な経験の蓄積から得たものを論拠としている。これは「様々な経験をその経験されているがままにありのままに記述することからスタートする」、「現象学」という哲学的試みを富山が採用し、「VTuberを観る者にVTuberがどのように経験されているのか、ということを含め、ありのままに記述し、それを通じて我々にとってのVTuberという存在を炙り出そうと」しているためであるが(富山 2024, pp. 289-290)、読者が富山と同じ体験をして同じ過程を経て同様の結論に辿り着く、というのは極めて困難であろう。つまり再現性が高くないという点を克服する一つの提案という意味で、VTuberやその他動画・配信の資料収集、選定、分析方法を示すことに本稿の意義があると考えられる。

### 1. 3. 仮説と資料

本稿の問い「VTuberのキャラクターはどのように形成されているか」に対する本稿の仮説は、「VTuberのキャラクターは、①ガワ、②中の人と言動、③ガワを演じる行為、④視聴者を中心とした他者がVTuberを特定のガワを持つ存在として扱う姿勢、およびそれに伴う言動、以上①～④を不可欠の要素として、その組み合わせによって形成されている。」というものである。以下、まず①から④について、それぞれが不可欠であることを2章から5章で検証し、6章でそれらの「組み合わせ」について考察していく。

仮説の検証のために以下の資料を用いる。

にじさんじ所属のVTuber「星導ショウ」を分析対象とし、星導ショウのYouTubeチャンネルに投稿されたコンテンツ(動画、ショート、ライブアーカイブ)を主な分析資料とした。他チャンネルに投稿された星導ショウが出演するコンテンツについては、資料を集める時点から範囲が広くなりすぎてしまうため、今回は星導ショウのチャンネルのみに焦点を絞った。

本論中で特定の動画に言及する際は、巻末にまとめた動画の番号を記した。

星導ショウが論証の事例として適切であると判断した根拠は以下の2点である。1点目に、2023年4月のデビュー以降、長期の活動休止期間が無く、活動形態が全期間を通して安定していることである。2点目に、星導ショウのYouTubeチャンネル登録者数は39.9万人(2025年11月11日時点)と、にじさんじ所属VTuberの平均登録者数41.2万人(全158名、2025年11月11日時点)に近いことである。にじさんじは二大大手VTuber事務所の1つであり、その中の平均登録者数に近いことから、標準的なVTuberの活動として分析できると考える。

また、筆者は約1年間星導ショウのファンとして配信・動画を日常的に鑑賞してきた経験を持つ立場であることを明らかにしておく。継続的に鑑賞してきたことから、中々理解しづらいVTuberごとのガワの設定などについても、星導ショウにおいては概ね把握していることから、分析の対象として適していると判断した。

## 2. ガワ

### 2. 1. 本稿における「ガワ」


まず、一般的にVTuberにおいて「ガワ」とは「VTuberの外見、すなわち『アバター』や『モデル』」(coneなセカイ編集, 2025)を意味する。本稿ではこの「ガワ」自体の設定(外見上の特徴など)に加えて、「ガワ」を支える周辺的な「設定」として、VTuberのプロフィールをも合わせて、「ガワ」として分析していく。具体的には、名前・年齢・性別・容姿・性格・職業・モチーフ・ファンネームなどが含まれる。

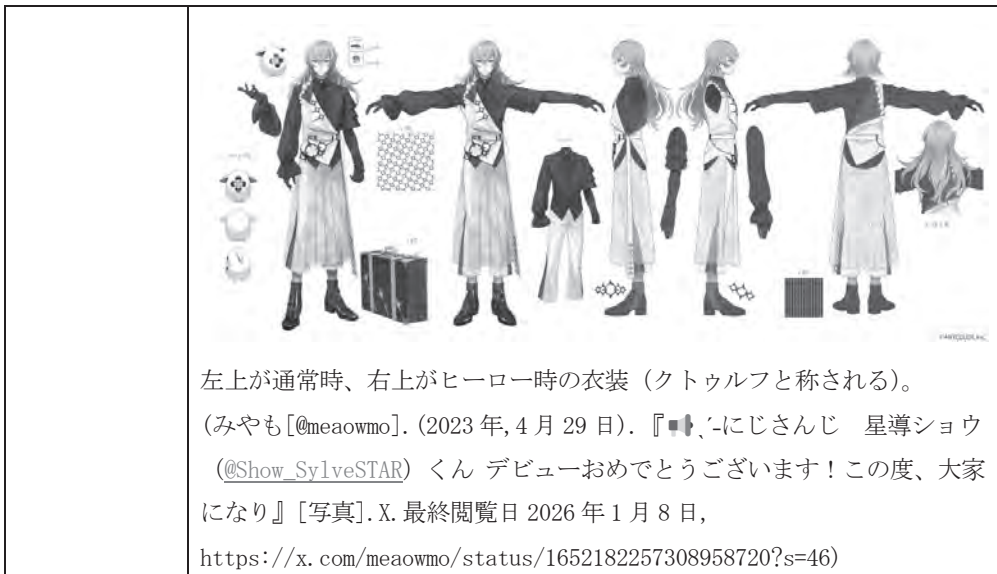
「ガワ」というくくりで、外見以外のプロフィール要素も含むことには違和感があるかもしれない。しかし、VTuberがデビューする時のことを考えると、名前のないVTuberは存在しないし、キャラ設定のモチーフや職業などが名前と外見に反映されているなど、外見と外見以外の設定は密接に関係していることが多い。そこで本稿では、VTuberの外見に加え、それと切っても切り離せない関係にある名前、職業、モチーフなどのプロフィール全体を指すものとして、「ガワ」という言葉を定義する。

星導ショウのガワについて、にじさんじ公式HPのタレント紹介、本人のYouTubeの説明欄、初配信、にじさんじ非公式Wikiなどを参照して整理したのが以下の表である。

表1. 星導ショウの代表的なガワ一覧

名前	星導ショウ (ほしるべしろう)
年齢	141 億歳 (2026年1月時点。デビュー時は宇宙と合体したため宇宙の年齢)

	と同じ(138億2000万歳)。誕生日を迎えるたびに1億歳年をとっている)
誕生日	9月10日
性別	男性
身長	177cm
職業	昼は鑑定士、夜はヒーロー(西のヒーローユニット「Dytica」所属)
所在地	R' Beyeh (ルベイエ): 魔術が発展したとある島国の西側の路地裏にあるアトリエ。大家さん(イラストレーター「みやも」さん)に家を貸してもらったかわりに鑑定士をしている。
ファンネーム	インショウ派
ファンマーク	☼☼
その他特徴1	タコに変身できる。タコっぽいことはだいたいできる。
その他特徴2	宇宙の全てを知ろうとした結果、記憶喪失になってしまった。
その他特徴3	オトモがいる。
その他特徴4	ヒーロー衣装の左腕の口は、敵を飲み込み宇宙に転送する。
容姿	



(出典) 筆者作成。

## 2. 2. VTuber の「ガワ」がキャラクターを形成している事例

それでは、以上のようなガワが星導ショウという VTuber のキャラクターを形成していると言えるのか、事例を確認していく。

VTuber の配信では、サムネイルや配信画面にほぼ常に VTuber の姿（主に胸から上、顔）が現れている。大きさや顔全体を映すか、シルエットのみか、ファンアートの場合は絵柄の違いなどがあるが、星導ショウの場合、サムネイルに本人の姿が映っていない動画は 784 本中（2025 年 11 月 11 日まで）10 本に満たなかった。VTuber の外見は、その VTuber を他の者と区別するとき機能している。

また、ある VTuber が他の VTuber の配信に、声だけで出演することがある（動画 1）。そのとき、視聴者の目に直接 VTuber の外見が映し出されているわけではないが、声を聴いて、声のみを VTuber として捉えるのではなく、声を聴いたらその VTuber の姿が自然と頭に思い浮かぶ視聴者は多いのではないだろうか。これは、声という VTuber 中の人の言動（詳しくは 3 章で）と VTuber のガワの姿はセットで想起されるものであり、それはつまりガワは一人の VTuber のキャラクターを形成する要素であることの証拠にもなる。


VTuber がデビューをするとき、上記の星導ショウのガワ一覧のような情報が（形態は様々だが）公開される。そして本人の初配信では、それらを強調して自身のガワを視聴者に覚えてもらおうとする傾向がある。実際に星導ショウの初配信では、「鑑定士」、「タコ」、「ヒーロー」

などのガワを前面に押し出した企画を行っている(動画2)。こうした行為は、まさに、視聴者に自らのキャラクターを覚えてもらおうとする行為であり、ガワがVTuberのキャラクターを形成する重要な要素であることを示している。

歌ってみたのMVの中で、配信では見られない(Live2Dの技術的制約などで、中の人表情が100%モデルに反映される訳ではない)推しの様々な表情のイラストが見られた時、それはイラストレーターが描いた絵で、配信や動画に現れているモデルよりも中を人の言動が(リアルタイムでは)反映されていない(つまり中を人の言動という要素が薄い)ものだと分かっている、それはそれで、Live2Dや3Dで推しの新たな表情が見られたことと殆ど同じ体験として捉えられ、ファンにとっては嬉しいこととされる。つまり、通常時に中を人が自分の体とモデルをリンクさせながら話したりゲームをしたりする様子を見てファンになるパターンが多いが、好きになった後は推しVTuberの外見の設定を守ったイラストそのものも、独立してVTuberの存在であると、ある程度認められるようになると言える。

またその真偽を確かめることは現時点では困難だが、VTuberがMVの制作をイラストレーター等に依頼する際、絵の表情や雰囲気などについてVTuber側が希望を出している可能性は十分にあるので、その点で「中を人の思考」はイラストの表情に反映されていると言っても良いかもしれない。

多くのVTuberが、その人物を絵文字で表した「ファンマーク」を持つ。ファンマークは、SNS上で視聴者がVTuberに抱いた感情やリアクションなどを語る際や、ファンアートがどのVTuberの絵なのかを端的に表すときなどに多く使用されている。

星導ショウのファンマークは「」で、タコになれる設定と名前が由来になっていることが分かる。このようにガワの中でも特に際立ったもの(モチーフや職業・名前であることが多い)で、特定のVTuberを指すことが明らかなものがVTuberのファンマークになる傾向がある。名は体を表すように、ガワは絵文字としても現され、VTuber本人を簡潔に指し示す効果をもつ。

星導ショウに限らず、近年推し活の一環で推しのぬいぐるみやアクリルスタンドを外出先に持ち歩き、ファンが食事や景色などと一緒に写真を撮って楽しむという現象が見られる。ぬいぐるみは生地と綿、アクリルスタンドはアクリル板であるが、ファンがそれらに価値を見出しているのは、推しの外見がそこに再現されているからである。

ファンによるVTuberのコスプレや、イベントや誕生日などでファンが推しの概念コーデ・概念ネイルなどをするときも、VTuberのガワの中で特に外見に焦点が当てられる。

概念ネイルをしたとして、自分の爪に乗っているのは別に推し本人ではないが、自分が推しと同じ服を着ることで、同じ髪色・髪型になることで、推しの顔や服の一部などを爪の上

に表現することで、推しを近くに感じられる、推しと一体になれる、という感覚が生じるのではないか。

VTuber のファンが、推しそっくり、またはデフォルメされた外見の物体を推し本人に見立てて一緒に外出を楽しんだり、コスプレや概念コーデ・ネイルで推しの外見全体または一部を自分の身体の上に表現して推しに近づこうとしたりする行動は、VTuber の外見の設定が VTuber そのものを代表的に表象しているからこそ起こるものであると言える。

インターネット上には、VTuber の二次創作やファンアートがあふれている。「星導ショウ」と検索すると、6136 作品(うちイラストやマンガは 4994 件、小説・ショートストーリーは 768 件。2026 年 1 月 12 日時点。)がヒットした。X で公式ファンアートタグ「#ショウゾウ画」を検索すると、ファンアートやファン制作の創作マンガが数多く見られる。

ファンが「これは星導ショウだ」と思いながら描いた(書いた)イラスト・マンガ・小説等の中に表れるそれぞれの「星導ショウ」の制作過程には、ファンの創造や妄想も含まれるが、根本にはファン間で共通したガワへの認識が存在する。星導ショウ、もしくは所属事務所から主にデビュー時にファンに対して与えられた基本的なガワの情報が土台にあり、ファンアート・二次創作はその中の容姿や職業、モチーフなど、ガワの要素のうち 1 つ以上を含む。ガワを起点に、各ファンが思い思いにイメージを膨らませたり理想を表現したりしているのが、星導ショウの二次創作やファンアートの実態である。つまり星導ショウの「ガワ」はそのまま星導ショウのキャラクターとして受け入れられながら、さらにそれを起点に様々に世界観を拡大させたり、世界観をより強固なものにしたりする役割を担う場合もある。

ここまで見てきた事例から、ガワが VTuber のキャラクターを形成する重要な要素であることは明らかであると言える。

### 3. 中の人と言動

VTuber を語る上で欠かせないのが、ガワに加えて一般的に「中の人」と呼ばれる演者(配信者)の存在である。VTuber の絵があるだけの状態では VTuber として活動しているとは決して言えない。だからこそ、2018、2019 年ごろの VTuber 黎明期は特に、VTuber 事務所がガワであるイラストを公開したうえで、それに応じた中の人のおオーディションを開催していた。

つまり中の人存在は VTuber の存在に不可欠であり、イラストに生命を吹き込む役割を担う核となっている。

仮に VTuber = フィクション・キャラクターとすると、VTuber のガワは予め決められたセリフ・行動しかとらないマンガやアニメなどのキャラクターに相当し、中的人是キャラクター

一に声を当てる声優に相当することになるが、上に述べたように、Vtuber における中の人は、予め決められたセリフしか話さないわけではなく、もっと重要な役割を果たしている。

逆に、Vtuber=配信者と仮定すると、Vtuber の二次元的な容姿が実在することになり、現実的ではない事態が発生する。こちらも、そのようなことはあり得ない。

では、フィクショナル・キャラクターでも配信者でもない Vtuber とはどんな存在かという点と、イラストと、その背後にいる中の人の、両方を不可欠の要素として組み合わせることで成り立つ、フィクショナル・キャラクターと配信者の要素を兼ね備えている存在であると言える。

例えば「星導ショウ」という人物は戸籍上では存在しないはずであり、また「タコに変身できる」や「宇宙と合体した」などの設定、ヒーロー時の衣装で右目周辺が割れたようになる容姿も、現実の人間としてはあり得ないものであることから、これらの点は「フィクショナル・キャラクター」的要素と言える。しかし、星導ショウとしての配信をしている最中、マンガやアニメなどのフィクショナル・キャラクターのように作者に与えられたセリフがあるわけでも、もしくは声優のようにすべての発言に台本があるわけでもない。星導ショウは、星導ショウ自身、より正確に言えば、「演者である中の人が感じたこと、考えたことが反映された言動」をとっていると言える。この点が、配信者と共通する要素である。

中の人の存在が Vtuber の成立に不可欠であることは確認できた。その上でこの章では、Vtuber 中の配信者の要素である「中の人が感じたこと、考えたことが反映された言動」が Vtuber のキャラクター形成にどのように、どの程度寄与しているのかについて、以下の資料と方法で明らかにする。

### 3. 1. 個人配信のコーディングによる分析

#### 【資料】

星導ショウの YouTube チャンネルに投稿されているコンテンツ 784 本(2025 年 11 月 11 日まで。コンテンツの種類は動画、ショート、ライブアーカイブ(有料のメンバー限定配信含む))のうち、1)無料で誰でも視聴可能、2)日本語字幕がある、3)機材トラブルやバグなどで星導ショウの意図と関係なく始まった配信ではない、4)「ぶいらび」で最大視聴者数、終了時の再生回数のうち、最低どちらか一つのデータが取得可能、という 4 つの条件を満たすライブアーカイブから、

・初配信をした 2023 年 4 月 29 日から 1 ヶ月後の 2023 年 5 月 28 日までのライブアーカイブ、計 28 本

・2023年5月29日から2025年11月11日までのライブアーカイブからおよそ1ヵ月ごとに2、3本ずつ選定した、計72本

の計100本を分析対象とした。

選定方法としては、各ライブの最大視聴者数と、最大視聴者数を基準とした一人当たりのアーカイブ視聴回数(総再生回数-ライブ終了時の再生回数/最大視聴者数)について、およそ1ヵ月ごとに区切って偏差値を出し、2つの偏差値の平均から順位付けをし、上位2もしくは3本ずつを選ぶという形を取った。なお、最大視聴者数とライブ終了時の再生回数のデータはぶいらび(2025年11月29日閲覧)を参照したが、終了時の再生回数が最大視聴者数を大幅に下回っているなどの明らかなバグや終了時の再生回数のデータのみ記録されていないなどの場合については、動画の尺が長くなるほど終了時の再生回数が増える傾向にあることなどを踏まえ、同時期の同程度の尺の他のライブアーカイブを参考に数値を修正・追加した上で、偏差値出しと順位付けを行った。

## 【方法】

①YouTubeの自動生成字幕を、「LangChain」<sup>1</sup>を用いて文字起こしする。

その際、句読点のない字幕テキストに対し、意味的な文の切れ目を推定し、句点を挿入した後、句点でセグメントに分割させた。

②セグメントごとに内容を抽象化したラベルを貼り、星導ショウの発言を分類する(質的コーディング)。

その際、LangChainで分割させたセグメントに対し、「ね。」や「よ。」のように一文字でセグメントに分割されているなどの明らかな間違いについては、手動でセグメントの分割を修正したうえでコーディングを行った。その他の修正は基本的に行っていないため、不自然な意味的切れ目となっている文が存在するが、あまり分析に影響しないためそのままとした。

また、YouTubeの自動生成字幕であるため変換ミスや多少の字の抜けなどもあるが、膨大な量の修正は不可能であったこと、そしてコーディングの際には該当の動画を再生して正しい音声を聞きながら一つ一つ判断を行ったため、字幕テキストに不備はあるが、コーディングにはそれほど影響していない。

「星導ショウの発言」のみを分析対象としているので、ゲーム内音声の内容は、コーディ

---

<sup>1</sup> LangChainは、大規模言語モデル(LLM)に基づいてアプリケーションを構築するためのオープンソースフレームワーク(無記名(発表年不明)「LangChainとは?」AWS. <https://aws.amazon.com/jp/what-is/langchain/>, (2026年1月16日閲覧))である。

ングはするが基本的に考察の対象外とする。

③コーディングしたカテゴリーごとの件数と内容から読み取れることを考察する。

### 3. 1. 1. 結果

事前に決めた仮のカテゴリーを実際にコーディングしながら修正し、最終的に以下のカテゴリーに決定した。1つのセグメントは、全11のカテゴリーのうちのいずれか1つのみに分類した。1つのセグメントの内容が11のカテゴリー中の複数カテゴリーに当てはまりそうな場合でも、より適した1つのカテゴリーを選択した。

表2. コーディング用カテゴリー一覧

大カテゴリー	小カテゴリー
ゲームに関する発言	ゲーム内字幕等の読み上げ
	ゲーム内音声
	☆ゲーム関連・派生した雑談/プレイ内容へのコメント・反応 (☆)ゲーム操作/設定に関するコメント・反応
視聴者に向けた発言	(☆)挨拶
	(☆)スパチャ感謝
	コメントの読み上げ
	☆コメントへの反応・返答
	☆雑談(視聴者への問いかけ・呼びかけ, 進行等含む) (☆)配信環境・設定等に関して
歌枠の場合	歌詞

(出典) 筆者作成。

以下は、セグメントごとに行ったコーディングの実際の画面の一例である。なお、4章は3章のカテゴリーに項目を1つ加えたという点のみ異なるので、コーディングは同時に行った。よって、4章も同様の画面である。

図1. 実際のコーディングの画面

(出典) 筆者作成。

全11のカテゴリーのうち、星マーク単体は内容が「星導ショウに固有の発言」で「中の人」の思考や性格などがかなりの程度で反映されている」と言えることを意味する。カッコつき星マークは、内容が「星導ショウに固有の発言」ではあるが「中の人」の思考や性格などがかなりの程度で反映されているとは言い切れない」ことを意味する。

「星導ショウに固有の発言」であると判断する根拠は、「ゲーム内字幕等の読み上げ」・「ゲーム内音声」・「コメントの読み上げ」・「歌詞」と比較すると明らかである。11カテゴリーのうち星マーク単体、カッコつき星マークのいずれも付与されていないこれら4カテゴリーについて、星導ショウ以外の誰がプレイしてもゲーム内音声の内容は変わらないし、星導ショウ以外誰が読む・または歌ってもゲーム内字幕等・コメント・歌詞の内容は常に変わらない。対して残りの7カテゴリーは、人によって常に内容が不変とは限らない、むしろ変わらないことの方が不自然であることから、「星導ショウに固有の発言」であるとと言える。

後で詳しく述べるが、本稿では「声」も「中の人」の言動に含めているため、その「声」で読まれた4カテゴリーのうちの「ゲーム内字幕等の読み上げ」・「コメントの読み上げ」・「歌詞」は、内容的に「星導ショウに固有の発言」ではないが、「中の人」の言動」としてカウントした。一方「ゲーム内音声」は中の人「声」すら含まれないため「中の人」の言動」としてカウントはせず、ゲーム内音声が含まれる配信の場合はコーディングののち、総セグメント数からゲーム内音声の件数を引いた数を後の分析では利用している。

「中の人」の思考や性格などがかなりの程度で反映されている」とはより詳しく言うと、「星導ショウ」の中の人「性格や考え方、物事の感じ方、思考のクセなど、中の人由来の様々な特質が発言内容に表れている」状態のことである。発言を聞いて、発言者の性格や考え方、感

じ方などの性質、行動パターンや癖などを他者がある程度読み取れるのであれば、その発言は「中の人への思考や性格などがかなりの程度で反映されている」と言うことができる。そして、それは配信の個性を生み出す。

例えば星導ショウのホラーゲーム配信と、他のVTuberが同じゲームをプレイした配信を見比べたとする。ホラー演出に対する怖がり方や叫びなどの反応の程度や、ゲームから派生する雑談の内容や切り口など、似ている場合はあってもそれらが完全に一致することは殆どあり得ない。つまり同じゲームをしても内容が全く同じ配信は世の中に存在しないこと、そしてその配信同士の差異を生み出しているのが中の人への性格、考え方、感じ方、行動パターンなどの特性に由来する言動であり、「☆ゲーム関連・派生した雑談/プレイ内容へのコメント・反応」・「☆コメントへの反応・返答」・「☆雑談(視聴者への問いかけ・呼びかけ, 進行等含む)」はそれにあたると言える。

カテゴリー「(☆)ゲーム操作/設定に関するコメント・反応」・「(☆)挨拶」・「(☆)スパチャ感謝」・「(☆)配信環境・設定等に関して」は、細かな文言などが人によって異なる場合があるので「星導ショウに固有の発言」ではあるが、その発言内容から「発言者の性格、考え方、感じ方、行動パターンなど」の情報について読み取れるものは少ないので、「中の人への思考や性格などがかなりの程度で反映されている」とは言い難い(発言の内容ではなく、「挨拶の元気が良い」や「スーパーチャットに沢山お礼を言ってくれる」という言い方や行為自体の特徴から中の人への性格などを読み取ることができる可能性は大いにある)。

ここまで、カテゴリーに付与された記号の意味を確認してきた。星マーク単体のカテゴリーに分類された発言は、基本的に星導ショウの中の人への性格や考え方、物事の感じ方、思考のクセなど、中の人由来の様々な特質が反映された発言だと言えることを見た。よって、最初に星マーク単体の3つのカテゴリーに分類された発言を中心に見ていく。

各配信内で、星マーク単体のカテゴリーに分類された発言を集計した結果、発言全体(1つの配信の文字起こしにおける総セグメント数からゲーム内音声の件数を引いたもの)に占める割合の平均は、約84.6%となった。最も低い割合で39.7%、最も高く約95.9%となった。

星導ショウの配信活動でメインのゲーム配信において、「中の人への言動」と言える発言の多くは「☆ゲーム関連・派生した雑談/プレイ内容へのコメント・反応」に分類された。このカテゴリーの発言内容をより詳しく見ていくと、種類ごとに以下のような発言が見られた。

表3. ゲーム配信における発言の種類と例

発言の種類	発言例
ゲーム内容への反応	「うわっ」「おー」、叫びなど

ゲーム内容へのコメント	「あ、バイトリーダーの称号ゲットしたぞ。」 「は、何これ? ちょっと待って。」 「めっちゃ不気味だわ。」など
ゲーム内容に関連・派生した雑談	「やっぱミラコスタとかさ、ミラボレアスとかさ、高級なものってミラってつくのかな?もしかしたら。」 「ホタルって得だよなかなり、あいつらさ、尻尾が光らなかったらね、ちゃんと結構な虫なのに、光るっていう1点の利点だけでもはやされてるからね。」など
ギャグや声マネ、歌など	「王様 おはようございます。今日も1日頑張らせていただきます。(ゲーム内キャラのマネをして、わざと高い声で)」 「アナタは私のほんのイチブしか知らない 勝ち誇るように笑われてもそれほどイヤじゃないよ (ゲーム内容からブザービートの雑談に発展し、主題歌のB' z『イチブトゼンブ』を歌う)」

(出典) 筆者作成。

続いて雑談配信において、「中の人言動」と言える発言の多くは、「☆コメントへの反応・返答」と「☆雑談(視聴者への問いかけ・呼びかけ, 進行等含む)」に分類された。なお、「☆コメントへの反応・返答」は「コメントの読み上げ」に付随するので、必ず「コメントの読み上げ」→「☆コメントへの反応・返答」という順番で見られた。

雑談配信はその名の通り「雑談」がメインで、中の人性格や考え方、感じ方、思考のクセといった、中の人由来の特質がより分かりやすく反映された発言、また中の人経験・体験にまつわる発言が多く確認できた。

ゲーム配信においても、「コメントの読み上げ」と「☆コメントへの反応・返答」をセットで行う場面は定期的に見ることができた。ゲーム配信では、平均で発言全体の4.5%で「☆コメントへの反応・返答」をしており、一つのコメントにつき平均3、4セグメント分の返答をしていた。

これを参考に「中の人言動」が星導ショウのキャラクターを形作る例を考えてみる。忙しいゲーム操作の合間にも、視聴者とのコミュニケーションを欠かさないようにする

「VTuberとしての活動指針」を「中の人」が持っているのではないかと、「中の人」が視聴者との交流も大事にするような、プロ意識が高く褒められるような人柄の持ち主なのではないか、ということも多く視聴者が想像すると仮定する。「中の人言動」はそのまま「星導シ

ョウの言動」として視聴者の前に表れるので、「中の人」の言動が「星導ショウの言動」として捉えられ、時間の流れや情報の広がりとともに「視聴者との交流を大事にしている」という「中の人」の(思考が反映された)言動が「星導ショウのキャラクター」の一つとして定着していく、という過程が考えられる。

実際に、星導ショウは「虚言癖」というキャラクター性を持っていることがファンの間で知られている。この特徴は「ガワの設定」にあるものではなく、星導ショウおよびそれを演じる「中の人」が、日ごろから冗談や口から出まかせを言うことが頻繁にあるのが理由である。

ここまで、「中の人」の言動」として配信中の発言を中心に見てきた。その結果、「中の人」の言動は星導ショウの配信のうち平均的に8割以上を占めること、そして「中の人」の言動が実際に「星導ショウのキャラクター」として成立していることがわかった。よって、「中の人」の言動は、VTuberのキャラクターを形成していると言える。

最後に、「中の人」の言動」として、とくにVTuberにおいては「声」がその大事な一部であることも述べておきたい。2章でも示した例で、VTuber(星導ショウと同じ西のヒーローユニットDytica所属の叢雲カゲツと伊波ライ)が他のVTuber(星導ショウ)の配信に、声だけで出演した時を考える(動画1)。VTuber(叢雲カゲツと伊波ライ)はその姿が見えない場合にも、「声」によって特定のVTuber(彼ら)であると視聴者に認識されていた。そしてその「声」の持ち主は(叢雲カゲツと伊波ライ)の「中の人」である。「言動」の辞書的な意味である「言葉と行動」の「行動」として「声を発する行為」を含めると解釈すれば、「声」も「中の人」の言動であると言える。このように「声」によってVTuberを判別したり認識できたりするということは、「声」がVTuberのキャラクター要素の一つであることの証明になる。

さらに細かく述べると、「声」に加えて「喋り方」や「言い方」、「方言」など、中の人」の身体的な性質や成育環境の影響も「中の人」の言動」に反映され、VTuberのキャラクターを形成する働きを持つと言える。

例えば、カテゴリー「(☆)スパチャ感謝」は「中の人」の思考や性格などがかなりの程度で反映されている」とは言えないということを項の前半で確認したが、言い方がおもしろかったり特徴的だったりすると、それが人にモノマネされたりいじられたりすることから、「言い方」によって「(☆)スパチャ感謝」がキャラクターの一部になっているVTuber「葛葉」のような例がある。星導ショウの「スーパーチャットありがとうございます」も若干独特な言い方であるので、ファンによってはそこにキャラクター性が表れていると感じることも十分あり得る。

#### 4. ガワを演じる行為

本稿での「ガワを演じる行為」について説明する。ここでは「ガワ」は2章で述べたように「VTuber の名前・年齢・性別・容姿・性格・職業・モチーフ・ファンネームなど」の設定全般を指す。例えば星導ショウの場合、2章の表1で示したような名前(星導ショウ)、年齢(141億歳)、容姿、職業(鑑定士、ヒーロー)、特徴(タコになれる、記憶喪失、宇宙と合体している)等がガワにあたる。

次に「演じる行為」とは、主にガワに沿った語彙への言い換えや、出来事とガワを結びつける発言・選択のことを指す。例えば星導ショウの場合、配信外での活動を話す時→「今日任務があったんですけど…」、何かカッコいい発言をする→「ヒーローなんで」、何か忘れたときの言い訳→「記憶喪失なんで」、最近目が悪くなった→「141億歳にもなれば」などが、ガワを演じる行為として考えられる。

なお、「行為」と言っているが、VTuber の活動形態の特性上、文字も口頭も含めた「発言」を扱うことがとくに多かった。

##### 4. 1. 個人配信のコーディングによる分析

2章で述べたような「ガワ」そのものに加え、星導ショウが星導ショウのガワを意識しながら発言したり選択をしたりする、つまり「演技」をすることで、星導ショウというキャラクターを形作ろうとしているという仮説を、3章と同じ100本のライブアーカイブを資料とし、3章と同じ方法で各配信の文字起こしとコーディングに基づいて、検証していく。

「星導ショウの発言」のみを分析対象としているので、ゲーム内音声の内容は、コーディングはするが基本的に考察の対象外とする。ゲーム内音声はコーディングののち、総セグメント数からゲーム内音声の件数を引いた数を後の分析では利用している。

##### 4. 1. 1. 結果

3章の表2のカテゴリに「ガワを演じた発言」という項目を加え分類した。1つのセグメントは、カテゴリ「ガワを演じた発言」を除いたその他11のカテゴリのうちのいずれか1つのみに分類した。1つのセグメントの内容が11のカテゴリ中の複数カテゴリに当てはまりそうな場合でも、より適した1つのカテゴリを選択した。カテゴリ「ガワを演じた発言」は、各セグメントを11のカテゴリに分類したうえで、さらに星導ショウのガワを演じた発言か否かで振り分けを行った。

配信中の発言において、「ガワを演じた発言」は、ほぼすべての配信で実際に確認された。これは、星導ショウの配信冒頭の挨拶が「ご来店ありがとうございます。にじさんじ所属の鑑定士、星導ショウと申します。本日のショーも楽しんでいってください。」で固定されていて、挨拶をほぼ毎回欠かさず行っていたため。

挨拶を除くとその他のガワを演じた発言は見られなかった配信もあったが、平均で約23セグメント分のガワを演じた発言をしていた。全体のセグメント数の平均は約1900個、配信全体の発言のうち平均で約1.2%がガワを演じた発言であったことになる。

約1.2%という数字から考えると、「ガワを演じた発言」はあまり重要ではないと考えられるが、例えばゲーム内のアバターやキャラクターをクリエイトするような場合には、星導ショウは積極的に自身の設定を踏まえた選択をしている。

例えば、動画3(00:06:40～)では、「やっぱりちょっとね、俺といえば『タコ』なんで、紫のドレッドヘア、それがあって良いんですけど」、「髪の色、うわさすがに紫はない？紫ないか？ちょっと紫のじゃあ反対側で金色にしとく？」、「目の色は、まあ青にしとくか」と発言しながらキャラクターのデザインをしている。選択肢に存在しなかったため髪の色を紫にすることはできなかったが、発言からその意思はあったことが窺える。

また動画4(00:04:55～)で、ゲーム内キャラの服の色・髪型は自身の容姿を基に選択したと語っている。特徴的なお面について本人の言及は少ないが、ヒーロー衣装時に称される星導ショウのモチーフとも言われている「クトゥルフ」というキャラクターおよび「タコ」にそっくりなので、ガワを意識していると考えられる。なお、クトゥルフとは「H・P・ラヴクラフトのホラー中編小説『クトゥルフの呼び声』で登場した邪神」で「タコのような頭部」を持つ「海底の都市ルルイエに眠っている」「宇宙的生物」でもある怪物である(朱鷺田, 2018)。

つまり、発言以外にも視覚的要素でガワを演じている場合もある。動画3のように、直接視覚的要素に表れない場合もあるが、星導ショウにはガワを演じる意思が明確にあることが言える。

さらに重要な点は、星導ショウの中の人「星導ショウ」という名前や容姿、鑑定士という職業の設定を持ったVTuberとして活動することを受け入れ、実際に活動しているということ、それ自身が「ガワを演じる行為」と言えるのではないかと、ということだ。同様のことを、山野は「倫理的アイデンティティ」として説明している(山野2024, p.264)。

倫理的アイデンティティとは、フランスの哲学者ポール・リクールが提唱したもので、「他者からの呼びかけに対して『私はここにいます』と応答し、かつそのような応答を行う義務を自らに課すことで生起するアイデンティティ」のことである。これをVTuberに当てはめる

と、例えば「尾無タイプ」という架空の化け猫VTuberと、「中の人」の立場に当たる配信者「秋山花子」という架空の女性について、「秋山花子は、尾無タイプとしてライブ配信をしているときは、『秋山花子』と呼ばれても返事をせず、『尾無タイプ』（ないし「タイプちゃん」）という声掛けにのみ応答する」ということ、つまり「現実世界における自己ではなく、VTuberとしての存在全体を『自己』として理解し、そのような存在者としてのアイデンティティを引き受け」ている状態ということになる。

「尾無タイプ」という名前は、本稿で言う「ガワ」の一つであり、その名に対する呼びかけにのみ応答することで、配信者が「ガワ」に自分を融合させ、そのような存在としての義務を自己に課し続けている間は、VTuberとしてのアイデンティティを形成できているということだ。そして「VTuberとしてのアイデンティティ」はVTuberとしてのキャラクターを形成する要素となると言える。

以上を踏まえると、配信中の発言としての「ガワを演じる行為」は割合として低かったが、視覚的要素で「ガワ」を演じている場合もあり、さらに星導ショウの中の人「星導ショウ」というVTuberとして活動を続ける限り、それ自身がVTuberのキャラクターを形成する行為であることから、「ガワを演じる行為」は一定程度VTuberのキャラクターを形成していると結論付けられる。

#### 4. 2. コンテンツのタイトル・概要欄・内容の分析

YouTubeの各コンテンツのタイトル、概要欄、コンテンツの内容について、チャンネルの持ち主が主に決定権を持つ場合が多いことから、そこにチャンネル主の思考や判断などが大いに現れていると言える。よって、星導ショウ本人の「ガワを演じる意思」がそれらに反映されている可能性があることから、以下の資料と方法で確かめる。

##### 【資料】

星導ショウのYouTubeチャンネルに投稿されているコンテンツ784本(2025年11月11日まで)。コンテンツの種類は動画、ショート、ライブアーカイブのうち、無料で誰でも視聴可能、という条件を満たす計750本。

##### 【方法】

- ①「YouTube API キー」を用いて、星導ショウのYouTubeチャンネルから各コンテンツのタイトルと概要欄を含む動画情報を取得し、一覧にする。
- ②各コンテンツの冒頭を閲覧し、その簡単な内容と、星導ショウがその内容(曲やゲーム・企

画など)を選択した理由があれば確認する。

③各コンテンツのタイトル、概要欄、内容において、星導ショウのガワに沿った選択や発言が見られた場合カウントし、件数や内容から読み取れることを考察する。

#### 4. 2. 1. 結果


全 750 本中、およそ 3 分の 1 の 252 本のコンテンツで、タイトル、概要欄、内容のうちどれか、もしくは複数において、星導ショウというガワを演じる意思が感じられる発言・選択が見られた。

そのうち、「鑑定士」の設定に沿った発言・選択が最も多く、全体の 3 分の 1 を占めた (87 回/252 本)。次いで、「タコ」(61 回)、「ヒーロー」(36 回)の設定に合わせた発言・選択が多かった。

以下が、YouTube コンテンツのタイトル・概要欄・内容において、星導ショウがガワを演じている発言・選択の例である。

表 4. YouTube コンテンツのタイトル・概要欄・内容におけるガワの演技の例

鑑定士	<p><b>【タイトル】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・【GeoGuessr】日本全国、鑑定いたします。【星導ショウ/にじさんじ】(動画 5)</li><li>・【地獄銭湯 Restored Edition】ご来店ありがとうございます (番台)【星導ショウ/にじさんじ】(動画 6)</li></ul> <p><b>【概要欄】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・「絵画のお見積りはこちらの電話番号まで。」(動画 7 【音信】 みつけて 0120-■■■■■-■■■■■【星導ショウ/にじさんじ】)</li><li>・「R' Beyeh にてお待ちしております。」(動画 8 【パラソーシャル】 ご来店ありがとうございます。【星導ショウ/にじさんじ】)</li></ul> <p><b>【内容】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・美術品と鑑定士という職業に繋がりがある。(動画 9 【9to9 Museum】 美術館で異変探し【星導ショウ/にじさんじ】)</li></ul>
-----	--

	<p>・ 絵画を鑑定する企画を行っている。 (動画 10 察しの悪い鑑定士)</p>
タコ	<p><b>【タイトル】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>【雑談】 絶賛夏バテ茹でダコ状態【星導ショウ/にじさんじ】</b> (動画 11)</li> <li>・ <b>【フィンチ家の奇妙な屋敷でおきたこと】 おきタコと【星導ショウ/にじさんじ】</b> (動画 12)</li> </ul> <p><b>【概要欄】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「俺に歯向かつタコとを後悔させてやる。」 (動画 13 <b>【カニノケンカ -Fight Crab-</b>】 開戦 <b>【星導ショウ/にじさんじ】</b>)</li> <li>・ 「 ×3</li> </ul> <p>↑残機です。タコなので心臓が3つあります。」 (動画 14 <b>【At Dead Of Night # 1】</b> オクトパス vs サイコパス <b>【星導ショウ/にじさんじ】</b>)</p> <p><b>【内容】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ゲームタイトルに「タコ」が含まれている。 (動画 15 <b>【Tacoma】</b> 宇宙ステーション体験会 <b>【星導ショウ/にじさんじ】</b>)</li> <li>・ ローションとタコの、「ヌルヌル」という共通点をかけている。 (動画 16 <b>【真・ローション侍】</b> ヌルヌルヒーロー (タコ) <b>【星導ショウ/にじさんじ】</b>)</li> </ul>
ヒーロー	<p><b>【タイトル】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>【僕、アルバイトオオ！！】</b> 迷惑客を制裁ヒーローオオ <b>【星導ショウ/にじさんじ】</b> (動画 17)</li> <li>・ <b>【ドキドキ AI 尋問ゲーム】</b> ヒーローなので尋問します <b>【星導ショウ/にじさんじ】</b> (動画 18)</li> </ul> <p><b>【概要欄】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「ヒーローなので。」 (動画 19 <b>【Cats Hidden in Italy】</b> たまには猫探しても <b>【星導ショウ/にじさんじ】</b>)</li> </ul>

	<p>・「決めポーズは得意です。ヒーローなので。」  (動画 20 【Perfect Poses】 もじもじくんみたいなゲーム【星導ショウ/にじさんじ】)</p> <p>【内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・星導ショウを含むヒーロー11人限定のサーバーでゲームプレイ。(動画 21 【Minecraft】 マイクラヒーロー鯖に降り立ちます【星導ショウ/にじさんじ】)</li> <li>・星導ショウを含むヒーロー11人でのマリオカートプレイ。(動画 22 【マリオカート8 デラックス】 ヒーローズドライバー最強決定戦【星導ショウ/にじさんじ】)</li> </ul>
--	--

(出典) 筆者作成。

視聴者が YouTube のコンテンツを視聴する際に高確率で目を通すであろう、サムネイル、タイトル、概要欄、そしてコンテンツの内容は、基本的にはチャンネルの持ち主が決定・選択していると言える。そして、YouTube を含む動画投稿プラットフォームが活動の主な場である VTuber にとって、サムネイル、タイトル、概要欄、コンテンツの内容などは、そのままその VTuber の活動実態の記録として視聴者に受容される。

そのような効果を持つコンテンツのタイトル・概要欄・内容について、ガワを意識した発言・選択が全体の約 3 分の 1 で確認できたことから、星導ショウはコンテンツのタイトル、概要欄、コンテンツの内容を通じて、ガワに基づいた「星導ショウというキャラクター」を演じる意思があり、ガワの演技によって「星導ショウのキャラクター性」を他者に提示していると十分に言える。

最後に、コンテンツのタイトル・概要欄・内容におけるガワの演技が配信中の発言でのガワの演技よりも多くみられる理由を考察する。星導ショウの配信の内容はゲーム実況が主だが、数時間に及ぶ配信の中で、ゲームの内容と喋り、配信環境の構築、加えて視聴者のコメントやそれに対するリアクションなどかなりのリソースを割くことになる。これらをリアルタイムで行っているという状況から、ガワの演技にまで気を遣うのは容易ではないことが想像できる。一方で、タイトル・概要欄・内容については、言葉遊びのような気軽な感覚でガワの演技をすることができる、またリアルタイムではなく任意の時間を割いて考え、決定することができる、といった違いがあると予想される。このような背景から、星導ショウにとって、配信中よりもタイトル・概要欄・内容におけるガワの演技の方が少ない負荷でできるため、頻度に違いが出ると考えられる。

## 5. 視聴者を中心とした他者がVTuberを特定のガワを持つ存在として扱う姿勢、およびそれに伴う言動

VTuberはガワと中の人がいて成り立つことは3章で確認したが、VTuber側が視聴者に中の人  
の存在を匂わせたり、逆に視聴者がVTuberに向かって中の人  
の存在を指摘したりすることは一般的にあまりよしとされていない。

VTuberと視聴者の間だけでなく、VTuber同士の間でも、視聴者が目にできる表の会話では  
中の人  
の存在を気づかせず、さらにファンタジックな職業や年を取らない永遠の高校生・大  
学生といった特殊な設定をお互いに認識し認め合い、守り合うことに気を配っているという  
印象を、筆者は一視聴者として抱いていた。

よって、周囲、主にVTuber同士のコミュニケーションにおいて、相手のガワを理解し、そ  
れについて配信中に言及するというを通して、VTuberのキャラクター形成を手助けして  
いるのではないかという予測から、以下の資料と方法で確かめる。

### 5. 1. 周囲の発言の分析—コラボ配信の分析—

星導ショウのYouTubeチャンネルに投稿されているコンテンツ784本(2025年11月11日ま  
で)のうち、

- ・「コラボ」の再生リストにあるライブアーカイブ全122本
- ・星導ショウ本人が「コラボ」の再生リストに分類してはいないものの、全体の時間の中で  
他VTuberや配信者との会話がある程度なされているライブアーカイブ計57本

から、日本語字幕があるという条件を満たした上位(選定方法は3章、4章1節と同様)計100  
本を分析対象とし、3章、4章1節と同様の方法で各配信を文字起こしするとともに、該当の  
動画を再生して音声聞きながら、星導ショウと星導ショウ以外で発言者を区別し、星導シ  
ョウに対する周囲からの発言の中で、ガワに関するものがあればカウントし、その件数と内  
容から読み取れることを考察した。

#### 5. 1. 1. 結果

周囲、主に他のVTuberの発言で、「ヒーロー」、「タコ」、「鑑定士」、「Dytica」などの星導  
ショウに特徴的なガワに関して言及したものを見ることはできた。コラボ配信の平均セグメ  
ント数約4500個中、周囲から星導ショウのガワに言及した発言は平均4.33個と、割合とし  
ては0.096%とかなり低かった。0個のコラボ配信も一定数あった。

少ない中でも、周囲から言及される頻度が最も高かった星導ショウのガワは「タコ」で、ほぼ同じ程度で「ヒーロー」が、その後ろに全体的な「容姿」、「名前」と続いた。星導ショウ本人は「鑑定士」の設定についての演技をよくしていたのに対し(4章2節参照)、周囲から星導ショウへの印象では「タコ」と「ヒーロー」が強いということがわかった。

そもそも配信上で周囲が「星導ショウ」として中の人である演者に接し、「星導ショウ」の名を呼ぶという行為それ自体が、「星導ショウ」という名前がガワに含まれることから、星導ショウを「星導ショウというVTuberとしての設定を持つ者として扱う姿勢」であると捉えることもできる。

周囲から星導ショウへのガワに言及した発言が、少ないが確認されたことに加え、星導ショウから周囲、また周囲から別の周囲の人に対するガワに言及した発言も、同程度見られた。

以上、周囲、主に他VTuberが星導ショウのガワについて理解し、配信中にそれを認めて言及する、という状況は実際に確認できたが、VTuberのキャラクターを構成する最も根本的な『星導ショウ』という名前と演者を結びつける姿勢と言動を除き、その他のガワについての言及は配信を構成する割合として取るに足らない程度であった。

このことから、「周囲がVTuberを特定のガワを持つ存在として扱う姿勢、およびそれに伴う言動」はVTuberのキャラクター形成において、「VTuberの名前と演者の継続的な同視」だけは最低限不可欠だが、その他の設定でのキャラクター形成に関与しているとは言い難いということがわかった。

## 5. 2. 視聴者の反応の分析—ライブ配信のチャットリプレイの分析—

次に、「視聴者」に焦点を移す。視聴者は星導ショウのガワを受け入れ、「星導ショウを特定のガワを持つ存在として扱う姿勢」を持ち、「それに伴う言動」をとっているのか、そしてそれが星導ショウというキャラクターが成立する過程で貢献するところはあるのかについて、検証する。

資料は5章1節で使用したライブアーカイブから50本、3章・4章1節で使用したライブアーカイブから50本をランダムに選定した計100本の、ライブ配信時のチャットのリプレイを対象とし、

- ①選定したライブアーカイブのチャットリプレイを「yt-dlp」<sup>2</sup>を用いて文字起こしし、
- ②各チャットリプレイの文字起こしから星導ショウのガワに関連した視聴者のコメントが見つければカウント、
- ③適宜、コメントと動画の該当箇所と照らし合わせながら、件数や視聴者のコメントと星導ショウまたはコラボ相手の言動の内容などから読み取れることを考察した。

### 5. 2. 1. 結果

ライブ配信時のチャットリプレイで、1つの配信の平均総コメント数が約1万6000個、そのうち星導ショウのガワに関連したコメントの数が平均121.58個で、割合としては平均0.75%と少なかった。しかし、平均コメント数が100個を超えているため十分考察に値する上、割合以上にコメントの内容に注目したい。

星導ショウのガワのうち、数にばらつきはあったものの「タコ」という設定のみ、すべての配信でコメントが確認された。またコメントの総数でも「タコ」の設定に関するものが最も多く、星導ショウのガワに言及したすべてのコメントのうち25.5%を占めた。ガワについてのコメントのうち、4つに1つは「タコ」にまつわるコメントであるということは、特徴的である。

細かな設定に関する言及について「鑑定士」や「ヒーロー」という大きなくくりにまとめられるものはまとめた場合でも、「タコ」についてのコメントが最も多く、次いで「容姿」、「ヒーロー」、「名前」、「鑑定士」の順に多かった。

細かくカウントや記録はしていないが、コラボ配信においては、星導ショウに対してだけでなく、コラボ相手のガワに言及した視聴者のコメントも複数見られた。

ここまで、星導ショウの配信において平均約120個以上のガワに関連したコメントが視聴者によって書き込まれていること、言及されやすいガワに偏りがあること、そして視聴者はコラボ配信においてはコラボ相手のガワにも言及することがあるとわかった。

ライブ配信のコメントで多い「(笑)」「www」「爆笑」などの簡単な反応ではなく、明確に星導ショウのガワを意識し、それらと星導ショウの配信の様子などを結び付けたり関連する点を見つけたりしながらコメントを書く、という手間のかかる行為をする視聴者が一定数存在するという事は、星導ショウの「ガワ」は「星導ショウというキャラクター」を構成

---

<sup>2</sup> yt-dlp とは、コマンドラインツールで、YouTube などの動画をダウンロードできる。

する要素として視聴者に認識されていると明確に言えるとともに、それが積極的に言及され、現実(あるいはゲームの世界)の様々な状況や星導ショウの言動の片鱗の中に星導ショウのガワを見出すことで、設定をより現実感のあるものにする効果を持ちながら、星導ショウというVTuberのキャラクターの存在にリアリティを付与していると言え、そのような「視聴者が星導ショウを特定のガワを持つ存在として扱う姿勢、およびそれに伴う言動」は星導ショウのキャラクター形成の一部を担っていると言える。

### 5. 3. 周囲と視聴者それぞれの、VTuberを特定のガワを持つ存在として扱う姿勢、およびそれに伴う言動の比較

星導ショウのガワのうち、ファンマークにも含まれている「タコ」の設定が周囲と視聴者に共通して最も多く言及されていた。その他にも「ヒーロー」、「容姿」、「名前」、「鑑定士」など、よく言及される設定は周囲と視聴者の間である程度似通っていたことから、星導ショウのガワの中でも「タコ」を筆頭に、「ヒーロー」、「容姿」、「名前」、「鑑定士」などが特にキャラクターを構成する要素の中で存在感があると言える。

同じ配信の中で、星導ショウ自身も共演者もガワに関連した発言をしていない場面でも、視聴者は積極的に星導ショウのガワに絡めたコメントをしている場合が複数回あった。

例えばコラボ配信中、ゲーム内で星導ショウがぬいぐるみを真っ黒に焼いたことに対し、星導ショウ自身とコラボ相手のVTuberたちは「カリカリのバケモン」、「炭になってる」、「灰になってる」、「特級呪物」、「真っ黒になるまで使い古してる」、「毎日抱いて寝てる」、「どんだけ体汚いんだ」、「風呂キャン」などのリアクションをとっていた。

これに対しチャットリプレイを参照すると、星導ショウとコラボ相手らの発言を繰り返したり感想を述べたりするコメントに加え、「墨吐いて寝てるんかw」、「墨出てね?w」、「たこだからね」、「140億年の汚れが」などのように、ゲーム内での出来事を星導ショウのガワと進んで結び付けているコメントが12件あった。一連のくだりに対するコメントは全部で145件あり、そのうち8.27%がガワと意図的に関連付けたコメントであったということだ(動画23)。

このような例や、ガワに言及したコメント数の差から、周囲にいる同じVTuber同士よりも、視聴者の方が星導ショウのガワを星導ショウのキャラクターの要素としてより重大に扱っていると言える。

## 6. ①～④の組み合わせの必要性

## 6. 1. ①～④についての検証結果のまとめ

ここまで、仮説の4つの要素をそれぞれ検証してきた。それぞれの結果は、以下のようである。

①の結果：星導ショウの「ガワ」は、デビューの瞬間以降、サムネイル、グッズ、ファンによる推し活、二次創作など、「容姿」の設定を中心に様々な場面で「星導ショウ」というキャラクターを形成している。

②の結果：星導ショウの「中の人と言動」は、配信中の言動の8割以上を占め、実際に「中の人と言動」がそのまま「星導ショウのキャラクター」として成立している。そもそも中の人が存在がなければVTuberは存在しえないことも踏まえて、「中の人と言動」はVTuberのキャラクターを形成するうえで核となっている。

③の結果：星導ショウの配信中の発言で「ガワを演じた」割合は約1.2%であったが、発言以外にも視覚的要素でガワを守っている・意識している場合もある。さらに根本的に、中の人「星導ショウ」というVTuberとして活動を継続することを選択している状況それ自体が、星導ショウというガワを「演じる行為」であると言える。よってまとめると、「VTuberとしての活動を受け入れ実践していることそれ自体」が土台にあり、その他発言や選択で部分的に「ガワを演じる行為」によって星導ショウというVTuberのキャラクターを成り立たせている。

また、星導ショウのYouTubeチャンネルのコンテンツのタイトル・概要欄・内容において、約3分の1の割合でガワを意識した発言・選択が見られたことから、星導ショウはコンテンツのタイトル・概要欄・内容を通じて「星導ショウ」を演じていると十分に言え、「ガワを演じる行為」によってキャラクターを形作っている。

④の結果：周囲、主に他VTuberによって星導ショウのガワに関して配信中に言及されるのは平均4.33セグメント分で全発言の0.1%にも満たないことから、「名前」と人物の結び付けを除き、ガワについてのキャラクター形成で、周囲の姿勢は殆ど影響していないと言える。

一方、視聴者については視聴者全体で、ライブ配信中に平均約120個、0.75%の割合でガワに沿ったコメントが書き込まれている。星導ショウのガワに言及したり、その時の状況からガワとの関連を積極的に見出すコメントが100を超えた一定数存在するという事は、「視聴者が星導ショウを特定のガワを持つ存在として扱う姿勢」は実際にあるものであり、「その姿勢が表れた視聴者の言動」は、星導ショウのキャラクター形成に影響を持っている。

以上の結果から、①～④はそれぞれVTuberのキャラクターを形成する要素として不可欠であると言える。

## 6. 2. 「組み合わせ」の必要性についての検討

次に、①～④の「組み合わせ」でなければVTuberのキャラクターが形成されないと本当に言えるのか、①～④それぞれの要素単体ではキャラクターは形成されないのか、について検討する。

①～④それぞれは、キャラクターを形成する「部分的」な要素であって、それらが組み合わせることで「キャラクター全体」が形成され、キャラクターとして完成形になると考えられる。

「ガワ」、「中の人と言動」、「ガワを演じる行為」、「視聴者を中心とした他者がVTuberを特定のガワを持つ存在として扱う姿勢、およびそれに伴う言動」が、それぞれ単体で存在しても、それではそもそもVTuberという存在として認識されないと考えられる。

例えば、中の人となる配信者のオーディションのために用意された、アニメ・マンガ的な「イラスト」やファンタジーな「名前、職業、年齢」などの設定を見せられたとき、我々はそれを「これからVTuberになるもの」としては認識できるだろうが、「VTuber」としては認識できないだろう。

また、実際には生身の人間であるVTuberの「中の人」が「中の人」として活動しているところを見た時、我々がその存在を配信者・ストリーマー・YouTuber・活動者などとは別の何かである、つまりVTuberであると考えすることは難しいだろう。

そして「ガワを演じる行為」と「視聴者を中心とした他者がVTuberを特定のガワを持つ存在として扱う姿勢、およびそれに伴う言動」は、「ガワ」と「中の人」の二つの存在があるうえで、それらを併せ持つ行為者がVTuberとしての活動を始めない限り、決して生じることはない。活動開始後も、行為者が「自分は特定のVTuberである」と自認して活動を継続することを選択しなければ、すなわち「ガワを演じる行為」を放棄すれば、VTuberとしてのキャラクターは崩壊する。

また、ある存在が特性を持つ存在として他者に認められていなければ、その存在がキャラクターとして成立しているとは言い難い。よって、他者がガワと絡めた「コメントを残す」や「SNSでそれについて述べる」など実際の言動を伴わせ、他者が特定の行為者のことを「VTuber(固有名詞)」という「特定のガワを持つ存在として扱った」という目に見える証拠がない限り、つまり「自認VTuber」だけでは、その存在はVTuberとしての存在が認められキャラクターが確立している状態とは言えない。

このように、①～④単体ではVTuberのキャラクターを形成することはできない。では、具

体的に①～④はどのように組み合わせさせてキャラクターの形成に至っているのだろうか。

最初は①「ガワ」と②「中の人と言動」からだ。ガワが完成してから中の人を見つけるのか(「キャラ有り」オーディション方式)、中の人要素や特徴を活かしながらガワを制作するのか、はどちらの順序も考えられる。どちらにせよ、「ガワ」と「中の人」という二つの存在がそろって初めて、そのVTuberの存在が成立する。この時点ではまだ「存在」し始めただけで「キャラクター」が形成されているとは言えない。

ガワと中の人存在によってVTuberとしての存在が認められる状態になったら、次に中の人「VTuberとしての自己を引き受け、VTuberとして活動する」という「ガワを演じる行為」を始める。それが始まると、活動していく中で②「中の人と言動」と③「ガワを演じる行為」の要素である性格、考え方、感じ方、声、喋り方、ガワに沿った発言・選択などが、それぞれ様々な頻度で視聴者の前に現れ、キャラクターの形成が始まる。

そして最後に、①「ガワ」、性格、考え方、感じ方、声、喋り方、ガワに沿った発言・選択などの要素に代表される②「中の人と言動」と③「ガワを演じる行為」が全てそろったVTuberの活動を視聴者が目撃し、ある程度そのVTuberについて理解した後、コメントやイラストなどの発信といった④「視聴者を中心とした他者がVTuberを特定のガワを持つ存在として扱う姿勢、およびそれに伴う言動」をとり、「他者によって、VTuberがその存在を、特定のガワを持つ者として扱われた」ことへの証明を付与するとともに、VTuberのキャラクター形成に部分的に寄与していく。またここに至るまでに、その視聴者もすでに星導ショウの視聴者であった人らによる「VTuberを特定のガワを持つ存在として扱う姿勢、およびそれに伴う言動」を目にする機会があったと考えられる。

以上のような過程を辿り、①～④すべての要素が様々な具合に組み合わせさせてVTuberのキャラクターは形成されている。よって、VTuberのキャラクターが形成されるには、①～④それぞれだけではなく、①～④の「組み合わせ」がなければならないことが分かる。

## 7. 結論

### 7. 1. 研究結果のまとめ・考察

本稿は、実在する一人のVTuberの活動を基に、VTuberのキャラクターがどのように形成されているかを問いながら、VTuberという存在の実態を明らかにすることを目指した。

「VTuberのキャラクターはどのように形成されているか」という問いに対して、「VTuberのキャラクターは、①ガワ、②中の人と言動、③ガワを演じる行為、④視聴者を中心とした他者がVTuberを特定のガワを持つ存在として扱う姿勢、およびそれに伴う言動、以上①～④

を不可欠の要素として、その組み合わせによって形成されている。」という仮説を立て、星導ショーという一人の実在する VTuber によって生み出されたコンテンツを主な資料として、4つの要素がそれぞれ必要な要素であることを検証した上で、それらの組み合わせが必要であることの論理的必然性を確認した。

また、以上の仮説の検証のために、YouTube の字幕を利用したコーディングとその後使用する動画の選定方法の提案、チャンネル内の YouTube コンテンツのタイトル・概要欄・内容を資料とした包括的な分析、ライブ配信のチャットリプレイの取得と分析を実際に行ったが、これによって、VTuber 等インターネット上の活動者についての研究に利用できる資料、その選定方法、分析方法を具体的に提案するという目的も達成できたと考える。

さらに、分析対象を一人の VTuber の活動に限定して詳細に掘り下げた研究として、VTuber 研究の多様性にも寄与することができたと考える。

## 7. 2. 今後の課題・展望

本稿では、星導ショーの YouTube チャンネルの個人配信・コラボ配信、コンテンツのタイトル・概要欄・内容、個人配信・コラボ配信のチャットリプレイを資料として分析を行ったが、これらに加えて X の投稿を資料とした分析も有効だと考えられる。

X の分析を行うことで、主に視聴者の視点に関してより詳細な分析が叶う。具体的には、X で星導ショーに関するハッシュタグやワードを複数検索し、ヒットした X の投稿内容などについて分析することを想定している。②「中の人言動」に関する視聴者の反応・考えや、④「視聴者を中心とした他者が VTuber を特定のガワを持つ存在として扱う姿勢、およびそれに伴う言動」の具体例としてまとめた数の投稿を分析することで、本稿では明らかにできなかった新たな事実や解釈などが得られ、VTuber のキャラクター形成についてより正確な理論を構築できる可能性があると考えられる。

また、本稿で「一人の VTuber に絞って分析することで、VTuber の活動をより細やかに観察し、その実態を明らかにする」という当初の目的は大方達成できたが、当然サンプル数が 1 なので、VTuber 全体に適用できると十分に言える結論が得られたわけではないという難点が残った。そこで本稿で実践した手法やその他適した手法によって分析する VTuber の対象数を増やしていくことで、より普遍的に VTuber に当てはまる論を得ることができると考える。

## 参考文献

- 岡本健, 山野弘樹, 吉川慧編著 (2024) 『VTuber 学』岩波書店
- 篠崎大河 (2024) 「実在する配信者としてのVTuber」岡本, 山野, 吉川編著同上
- cone なセカイ編集 (2025. 05. 28) 「初心者が知っておきたいVTuber用語21選」cone なセカイ. [https://conesekai.skima.jp/others/vtuber\\_glossary/](https://conesekai.skima.jp/others/vtuber_glossary/), (2025年12月1日閲覧)
- 自由国民社編 (2025) 『現代用語の基礎知識 2025』自由国民社
- 田中久温, 伊東俊輔, 松倉悠, 野崎裕二, 坂本真樹 (2025) 「大規模言語モデルを活用したVTuberの雑談配信における自己開示の抽出とその分析」『人工知能学会全国大会論文集』39回、人工知能学会
- 朱鷺田祐介 (2018. 04. 26) 「ゼロから始める“クトゥルフ神話” 第5回: クトゥルフ 水底に封じられ、夢見る邪神」『ファミ通App【スマホゲーム情報サイト】】. [https://app.famitsu.com/20180426\\_1271831/](https://app.famitsu.com/20180426_1271831/), (2026年1月12日閲覧)
- 富山豊 (2024) 「人格(ペルソナ)としてのVTuber」岡本, 山野, 吉川編著同上
- 本間裕之 (2024) 「「身体」と「魂」としてのVTuber」岡本, 山野, 吉川編著同上
- 松本大輝 (2024) 「フィクショナル・キャラクターとしてのVTuber」岡本, 山野, 吉川編著同上
- 無記名 (発表年不明) 「VTuber (Virtual YouTuber)」. NTT西日本 ICT用語集. <https://business.ntt-west.co.jp/glossary/words-00014.html>, (2026年1月12日閲覧)
- 村上智洋, 吉田光男 (2025) 「VTuber市場におけるクリエイター属性とファン基盤の分析」『人工知能学会全国大会論文集』39回、人工知能学会
- 山野弘樹 (2024) 「「VTuber」とはいかなる存在者か」岡本, 山野, 吉川編著 (2024)

## 資料動画

- 1 星導ショウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2023年, 5月28日). 『【Overwatch2】相方起きるまでやります【星導ショウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, [https://www.youtube.com/live/mSq6MGus-8I?si=FI91MRsBE\\_-ThP6a](https://www.youtube.com/live/mSq6MGus-8I?si=FI91MRsBE_-ThP6a)
- 2 星導ショウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2023年, 4月29日). 『【初配信】開店いたします。【星導ショウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日,

[https://www.youtube.com/live/e1L876\\_SiEU?si=-BgkTMdfeCiBmzBu](https://www.youtube.com/live/e1L876_SiEU?si=-BgkTMdfeCiBmzBu)

- 3 星導ショウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2025年, 7月 26日). 『【ファミリーフィッシング】さおコン片手に釣りします【星導ショウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, <https://www.youtube.com/live/qs95QOX0k64?si=ofMXIe4iY3-H73im>
- 4 星導ショウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2024年, 6月 15日). 『【#にじGTA】海賊王に俺はなる【星導ショウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, [https://www.youtube.com/live/IsEC2Qt7Cm0?si=k8SQHTComQ\\_2AaKT](https://www.youtube.com/live/IsEC2Qt7Cm0?si=k8SQHTComQ_2AaKT)
- 5 星導ショウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2023年, 8月 28日). 『【GeoGuessr】日本全国、鑑定いたします。【星導ショウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, [https://www.youtube.com/live/zZMokSgcDNA?si=caE-fX\\_tzg5hksc1](https://www.youtube.com/live/zZMokSgcDNA?si=caE-fX_tzg5hksc1)
- 6 星導ショウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2024年, 8月 14日). 『【地獄銭湯 Restored Edition】ご来店ありがとうございます(番台)【星導ショウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, [https://www.youtube.com/live/\\_F8B5HX6kco?si=V-q6VhJP1dpyh1Ip](https://www.youtube.com/live/_F8B5HX6kco?si=V-q6VhJP1dpyh1Ip)
- 7 星導ショウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2024年, 3月 21日). 『【音信】みつけて0120-■■■■-■■■■【星導ショウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, <https://www.youtube.com/live/Spfrk0MjZMQ?si=5y6y21ylwU09fRhu>
- 8 星導ショウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2023年, 8月 30日). 『【パラソーシャル】ご来店ありがとうございます。【星導ショウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, <https://www.youtube.com/live/mS1CEwBGWVo?si=kdjkhGvHTdkcld34>
- 9 星導ショウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2024年, 6月 28日). 『【9to9 Museum】美術館で異変探し【星導ショウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, [https://www.youtube.com/live/up\\_tygmwlLQ?si=jbpE910xF0d8tx1A](https://www.youtube.com/live/up_tygmwlLQ?si=jbpE910xF0d8tx1A)
- 10 星導ショウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2024年, 4月 30日). 『察しの悪い鑑定士』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, <https://youtu.be/YLEXroVH6-I?si=FP0oLgcJV6KwD8do>
- 11 星導ショウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2023年, 7月 1日). 『【雑談】絶賛夏バテ茹でダコ状態【星導ショウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, [https://www.youtube.com/live/H2K5uHwb2q8?si=96EQ8\\_eRyn0LHpm9](https://www.youtube.com/live/H2K5uHwb2q8?si=96EQ8_eRyn0LHpm9)

- 12 星導シヨウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2023年, 7月20日). 『【フィンチ家の奇妙な屋敷でおきたこと】おきタコと【星導シヨウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, [https://www.youtube.com/live/KTSPcbzRXN4?si=mMEw\\_EWaiYm5yMV\\_](https://www.youtube.com/live/KTSPcbzRXN4?si=mMEw_EWaiYm5yMV_)
- 13 星導シヨウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2023年, 5月20日). 『【カニノケンカ - Fight Crab-】開戦【星導シヨウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, [https://www.youtube.com/live/XtPvZyGt-UM?si=0\\_XoKNYhv1kbau8S](https://www.youtube.com/live/XtPvZyGt-UM?si=0_XoKNYhv1kbau8S)
- 14 星導シヨウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2023年, 5月16日). 『【At Dead Of Night # 1】オクトパス vs サイコパス【星導シヨウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, <https://www.youtube.com/live/-zPW7ykt8cE?si=016kSq7eyM7Jgt5Q>
- 15 星導シヨウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2024年, 10月5日). 『【Tacoma】宇宙ステーション体験会【星導シヨウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, <https://www.youtube.com/live/ku9S2S3Ck0k?si=n5namjxLxj8Gjx0o>
- 16 星導シヨウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2023年, 11月5日). 『【真・ローション侍】ヌルヌルヒーロー (タコ)【星導シヨウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, [https://www.youtube.com/live/lJk7Uti069Q?si=Am\\_qTFhQKqnj0x8\\_](https://www.youtube.com/live/lJk7Uti069Q?si=Am_qTFhQKqnj0x8_)
- 17 星導シヨウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2024年, 7月4日). 『【僕、アルバイトオオ！！】迷惑客を制裁ヒーローオオ【星導シヨウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, [https://www.youtube.com/live/3k-nEWk5HuI?si=AFDvODLfi6\\_k-zpP](https://www.youtube.com/live/3k-nEWk5HuI?si=AFDvODLfi6_k-zpP)
- 18 星導シヨウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2024年, 6月27日). 『【ドキドキ AI 尋問ゲーム】ヒーローなので尋問します【星導シヨウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, <https://www.youtube.com/live/mDzpQS3n0mU?si=iHWb-nQFLtfrvU3I>
- 19 星導シヨウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2025年, 1月3日). 『【Cats Hidden in Italy】たまには猫探しても【星導シヨウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, <https://www.youtube.com/live/C0fXjTRwYkE?si=1U5QV4jyBlxqfCj>
- 20 星導シヨウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2024年, 5月9日). 『【Perfect Poses】もじもじくんみたいなゲーム【星導シヨウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, <https://www.youtube.com/live/yS4Wgz39dzE?si=DJx1VMj3YUskIXBU>

- 21 星導ショウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2024年, 5月17日). 『【Minecraft】マイクラヒーロー鯖に降り立ちます【星導ショウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, [https://www.youtube.com/live/tY6GZJ\\_UvSw?si=lnrqV4fp9QXNEAcL](https://www.youtube.com/live/tY6GZJ_UvSw?si=lnrqV4fp9QXNEAcL)
- 22 星導ショウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2024年, 4月10日). 『【マリオカート8 デラックス】ヒーローズドライバー最強決定戦【星導ショウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, <https://www.youtube.com/live/7f3ztRl67VI?si=egYKA2fli8fzUcXK>
- 23 星導ショウ / Hoshirube Sho 【にじさんじ】. (2025年, 8月29日). 『【PEAK】情報登山組です【星導ショウ/にじさんじ】』 [動画]. YouTube. 最終閲覧日 2026年1月12日, <https://www.youtube.com/live/WRPJyN5UQhQ?si=AAulvv7oMvCkPe1S>



日本におけるアイスホッケーの普及に向けた方策  
—大学およびプロチームの現状と課題解決の提案—

Strategies for Promoting Ice Hockey in Japan  
—Current Status of University and Professional Teams  
and Proposals for Addressing Challenges—

明治大学 国際日本学部  
倉田 泰

Meiji University School of Global Japanese Studies  
KURATA, Yutaka

## 目 次

はじめに

### I 日本におけるアイスホッケーの現状

1. 日本でのアイスホッケーの盛衰と近年の動向、および課題
2. 大学アイスホッケー界の現状と課題
3. プロアイスホッケー界の現状と課題

### II 大学アイスホッケー界の改善に向けた考察

1. 大学スポーツの史的発展と日本版 NCAA 構想
2. アメリカの NCAA が行う施策と役割
3. 大学アイスホッケー界の改善に向けた提案

### III プロアイスホッケー界の改善に向けた考察

1. 企業チームの衰退および他スポーツにおけるプロチーム化の成功事例
2. 海外のアイスホッケーチームにおけるスポーツマーケティング
3. プロアイスホッケー界の改善に向けた提案

おわりに

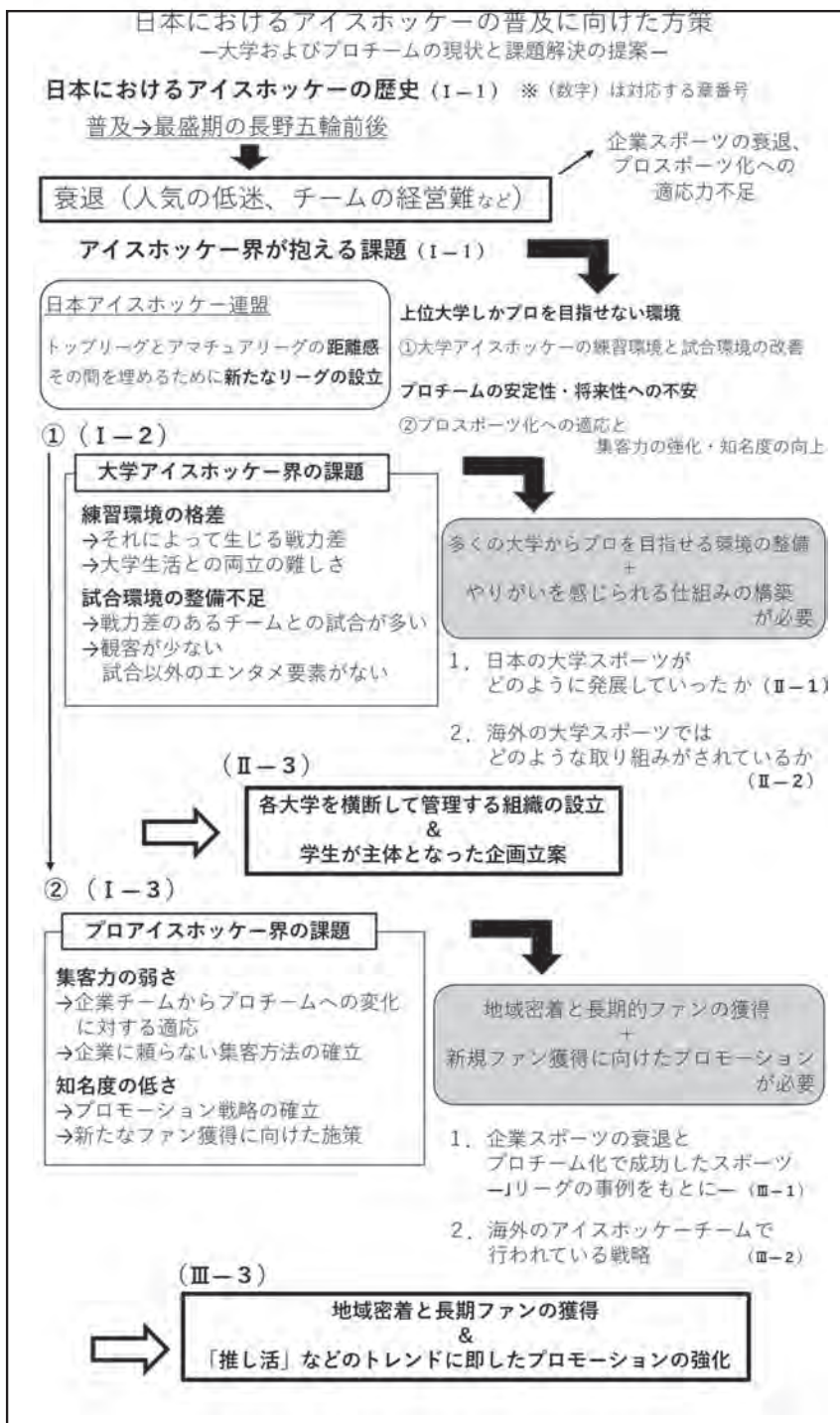
参考文献

## はじめに

筆者は物心つく前からアイスホッケー観戦に行く機会に恵まれ、小学 1 年時にはクラブチームに入部し、20 年近くアイスホッケーとの関わりを持ってきた。しかし、日本でのアイスホッケーの人気や知名度は当時のままか、むしろ衰退していると言わざるを得ない。北米や北欧では、国民的スポーツとして親しまれるアイスホッケーが、なぜ日本ではマイナースポーツとして位置づけられ、衰退の一途をたどっているのか、本稿ではその理由の解明と同時にアイスホッケーの普及と活性化に向けた方策の検討を目的とする。

本論文の構成は、下記の図表で示した通りである。I 章では、日本でのアイスホッケーの普及と現状、課題について整理する。まず、日本アイスホッケー連盟が捉えている問題と、新たなリーグ構想をもとに、筆者が考えるより根本的な課題を明確にし、大学アイスホッケーとプロアイスホッケーという二つの領域に分けて説明する。II 章では、一つ目の課題である大学アイスホッケーの環境改善について、日本と海外の大学スポーツを管理する方法や組織などを比較して考察する。そして、課題の解決に向けて、①各大学を横断して管理する組織の設立、②学生が主体となった企画の立案の二点を提案する。III 章では、二つ目の課題であるプロアイスホッケーの経営力強化や集客力の向上について考察する。トップチームの多くが企業チームだったことから、企業スポーツの衰退要因について触れ、現在プロスポーツとして成功している J リーグを参照しながら論点をまとめる。そして、海外のプロアイスホッケーチームにおいて、どのような取り組みが行われているかを整理し、日本のプロアイスホッケー界の課題解決に向け、①地域密着と長期的ファンの獲得、②「推し活」などのトレンドに即したプロモーションの強化という二点を提案する。

図表1 本論文の構成図



## I 日本におけるアイスホッケーの現状

アイスホッケーは北米において、四大スポーツの一つとして国民的人気を誇る競技である。日本でも過去には大企業がチームを保有し、地上波で試合が放送された時代もあったが、近年は人気の低迷やトップチームの経営不振などの問題を抱えている。温暖化の影響も重なり、気候的な要因から日本での普及には限界があると主張する者もいる。しかし、2024年には世界最高峰のアイスホッケーリーグである NHL (National Hockey League) で、フロリダ・パンサーズが初優勝を果たし、2025年には2連覇を達成した。フロリダといえば温暖な気候でリゾート地としても人気があり、沖縄と同じ緯度に位置している。そのような温暖な地域でもスケートリンクの整備を実現し、安定したファンの獲得に成功していることから、気候的要因は克服可能だといえるだろう。日本でアイスホッケーの普及を進めるために、NHL や日本で成功している他のメジャースポーツの戦略について学ぶことは、価値のあることだと考え、次節では、日本でのアイスホッケーの発展と現状について確認し、どのような課題を抱えているのか明確にする。

### 1. 日本でのアイスホッケーの盛衰と近年の動向、および課題

日本アイスホッケー連盟は、日本におけるアイスホッケー発展の歴史を概説している<sup>1</sup>。日本でアイスホッケーの強化と普及が本格的になったのは、1966年に札幌五輪の開催が決定したことであり、その一環として1966年11月に日本リーグがスタートした。

当初は、図表2で示したように五つの企業チームが参加し、チームの入れ替わりがありながら、日本リーグは第38回大会まで続いた。1975年に札幌と1977年には東京で世界選手権も開催され、東京大会では国立代々木競技場の立見席まで埋まる12,000人以上の観衆を集め、日本の全8試合がテレビ放送された。

---

<sup>1</sup> 以下、歴史的な経緯については日本アイスホッケー連盟公式HP「アイスホッケー全史」を参照している。

図表2 日本のトップリーグにおけるチーム変遷（1996年～2025年）

1966年	2001年	2003年	2009年	2023年	2025年
日本リーグ	日本リーグ	日本リーグ	アジアリーグ	アジアリーグ	アジアリーグ
岩倉組	雪印				
王子製紙	王子製紙	王子製紙	王子製紙	レッドイーグルス北海道	レッドイーグルス北海道
福徳相互銀行					
西武鉄道	西武鉄道	コクド	西武プリンスラビッツ		
	国土計画				
古川電工	古川電工	日光アイスバックス	日光アイスバックス	日光アイスバックス	日光アイスバックス
	十條製紙	日本製紙	日本製紙	ひがし北海道クレインズ	
				東北フリーブレイズ	東北フリーブレイズ
				横浜グリッツ	横浜グリッツ
					スターズ神戸
					EXTREME ICE HOCKEY LEAGUE
					東京ワイルズ
					名古屋オルクス
					滋賀ブルーライズ

（出典：日本アイスホッケー連盟公式HP「アイスホッケー全史」をもとに筆者作成）

1991年に長野五輪の開催が決定してからも、代表チームの強化がこれまで以上に力を入れて行われ、メディアによる取材も活発になった。日本は予選リーグで2敗1分と順位決定戦に回るも、オーストリアにPS戦の末に勝利し13位で幕を閉じた。大会の観客数の記録は合計で約37万人と、他の競技より注目度が高かったことがうかがえる。

図表3 長野五輪のチケット販売数

《個別販売状況》					
競技・イベント	価格(大人)	発売数	販売数	売却率	観客数
開会式	21,000-36,750	38,000	38,000	100.00%	48,937
閉会式	15,750-31,500	39,000	39,000	100.00%	49,257
アルペン	3,150-8,400	177,200	166,092	93.70%	128,211
クロスカントリー	2,100-4,200	146,000	82,680	56.60%	82,770
ジャンプ	6,300-10,500	96,000	96,000	100.00%	102,641
ノルディック複合(ジャンプ)	7,350	73,000	73,000	100.00%	76,544
フリースタイル・スキー	2,100-5,250	37,000	37,000	100.00%	37,225
スノーボード	2,100-5,250	43,000	31,561	73.40%	26,006
スピード・スケート	3,150-10,500	93,000	93,000	100.00%	118,555
フィギュア・スケート	8,400-31,500	52,000	52,000	100.00%	72,831
ショートトラック	3,150-5,250	16,000	16,000	100.00%	21,952
アイスホッケー	2,100-31,500	330,700	295,802	89.40%	369,718
ボブスレー	2,100	35,000	35,000	100.00%	37,336
リュージュ	2,100	39,000	31,040	79.60%	30,461
バイアスロン	2,100-3,150	54,000	46,340	85.80%	33,475
カーリング(含タイブレーク)	2,100-3,150	17,100	17,100	100.00%	39,610
計		1,286,000	1,149,615	89.40%	1,275,529

（出典：北海道札幌市（2013）「大規模冬季スポーツイベント調査」より筆者作成）

ここまで順調に注目度と人気を高めてきたが、長野五輪後は衰退の一途をたどることとなる。大幅にチーム数が減少したことで日本リーグの継続は難しく、2003-2004 シーズンからは、韓国のチームを加えたアジアリーグが誕生したが、2021 年までに実業団チームがトップリーグから消滅した。日本製紙と王子製紙はクラブチームとして活動を継続したものの、コロナ禍の影響もあり、日本製紙がクラブチーム化したひがし北海道クレインズは赤字経営、給料未払いといった問題が発生し、全選手がチームを去った。現在、アジアリーグに参戦している日本チームは、図表 2 で示した 5 チームである。

2024 年 8 月には、2026 年のミラノ・コルティナ五輪に向け、アイスホッケー男子日本代表が二大会ぶりに最終予選に出場した。世界ランキング 24 位の日本は、格上相手に 3 戦全敗したが、全試合で得点を記録し、2 点差以内の接戦を繰り広げた。中でも、世界ランキング 11 位とグループ最上位のデンマーク戦では、同点のまま延長戦までもつれ込み、敗れはしたものの勝ち点 1 をもぎ取った。長野五輪以来、最も出場に近づいたといえるが、その注目度は決して高いものとはいえなかった。中継は YouTube ライブでのみ行われ、テレビや新聞で大きく扱われることはなかった。日本のアイスホッケー史上、最も注目度が高い五輪予選でさえ、世間からの関心は低いというのが現状である。

人気低迷が続く中、日本アイスホッケー連盟は 2025-2026 シーズンに向け、新たな国内リーグである「EXTREME ICE HOCKEY LEAGUE」の開幕を発表した。これはアジアリーグの下部リーグであり、東京ワイルズ<sup>2</sup>を始め、2023 年に設立された名古屋オルクス、2025 年に設立された滋賀ブルーライズの 3 チームで構成される。日本アイスホッケー連盟によると、現状ではアジアリーグとその下にある社会人リーグ<sup>3</sup>・大学リーグの距離感が課題であり、アジアリーグの下部リーグを作ることで解決を図るといふ。これによりアジアリーグ参戦前のチーム管理や選手の確保、経営面の強化といったステップを踏むことができる。また、社会人リーグに所属するチームも加入の検討ができるようにすることで日本のアイスホッケーリーグの拡大を目指している（日本アイスホッケー連盟 2025）。

しかし、これでは表面的な課題を解決しようとするだけで、より根本的な課題が見えていないのではないかと考える。図表 4 は、直近 5 年間で新たにプロ入りした選手の人数をまとめたものである。アイスホッケーにおいて、プロへ進む選手のほとんどはアマチュアトップに位置する大学リーグの出身者である。しかし、最近ではプロチームへ進む選手が非常に少なく、限られた上位校出身の選手でなければプロ入りの可能性がほとんどない。

---

<sup>2</sup> ひがし北海道クレインズの選手が中心となり、新たに設立した北海道ワイルズが東京へ拠点を移動したためチーム名を変更した。

<sup>3</sup> 一般企業で働きながら、大半は趣味としてアイスホッケーをプレーする人が集まるリーグ。ただ、上位チームには大学で活躍した選手や、プロを引退した選手も所属し、アマチュアトップレベルの実力を持つチームも存在する。

図表 4 各プロチームにおける新規入団選手数と出身校

	レッドイーグルス北海道	ひがし北海道クレインズ	東北フリーブレイズ	栃木日光アイスバックス	横浜グリッツ	合計
2021年	0	1 (法政)	4 (東洋2,早稲田1,関大1)	1 (東洋)	2 (中央1,法政1)	8
2022年	1 (明治)	0	0	0	3 (明治1,早稲田1,関大1)	4
2023年	1 (東洋)		2 (東洋1,法政1)	0	2 (中央1,早稲田1)	5
2024年	3 (東洋2,明治1)		2 (東洋1,早稲田1)	0	0	5
2025年	2 (東洋1,法政1)		4 (東洋1,中央1,慶應2)	0	2 (中央1,法政1)	8
						30

東洋10,明治3,中央4,法政5,早稲田4,慶應2,関大2

(出典：ケイ・スクウェア株式会社 (2025)「ブレイクアウェイ」より筆者作成)

関東大学リーグに出場しているチームだけで 40 チームあることから、非常に狭き門であることが理解できる。また、上位大学の選手へ取材をしても、環境面や今後のキャリアを考えてプロに進むことに消極的な人が多く、上位校から人気が高いともいえない。このような現状で、プロの下部リーグに所属するチームを増加させたところで有望な若手選手が集まるとは考えにくい。

そこで、筆者が考える日本アイスホッケー界が解決すべき課題は以下の通りである。

- ① 大学アイスホッケーの練習環境と試合環境の改善
- ② プロスポーツ化への適応と集客力の強化・知名度の向上

次項では、まず大学アイスホッケーの課題についてより詳しく考察していく。

## 2. 大学アイスホッケー界の現状と課題

まず、練習環境に焦点を当てると、同じリーグに所属する大学であっても、練習時間や回数に大きな偏りがあることが分かる。図表 5 のチーム A、B、C はトップライグの上位、中堅、下位、チーム D は上から二番目のリーグに所属している大学であり、それぞれの大会前、大会期間中のスケジュールをまとめた。

まず、大会前のスケジュールを比較すると、氷上練習の回数と開始時間で大きく差がついていることが分かる。上位校は週 4 日ほど練習を行い、多くが午前中の授業が始まる前の時間である一方で、下位校は週 2 日ほどと少ない。また、開始時間も深夜のものが多く、生活習慣に支障が出ることや、大学生活との両立も困難になることが推測できる。また、深夜に練習があることで、陸上トレーニングの実施回数にも差が出ている。練習環境にもこれほどの差があれば、同じリーグに所属していても力の差が顕著になることは容易に想像できる。これでは、競技力の向上につながらないだけでなく、選手にとってもやりがいを感じにくい試合になってしまう。



③ チームC													
大会前スケジュール (4/1~30)							大会中スケジュール(11/1~30)						
日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
										○	○	●	☆
	●	○	○	◎		●		●	○	○	○	●	☆
◎		○	○	◎		●	☆		●○	○	○	○	●
	●	◎	○	○		●	☆	○	○	●	☆	●	☆
	●	○	○	○	◎		☆			○	○		
						10日							4日
			21時~	23時~	25時~					21時~	22時~	23時~	
		○ 氷上練習	4	4	1	9日			○ 氷上練習	0	2	11	13日
		◎ 練習試合	4	0	1	5日			☆ 公式試合				7日
			6時~	7時~						6時~	13時~	18時~	
		● 陸上トレーニング	2	4		6日			● 陸上トレーニング	2	3	2	7日

④ チームD													
大会前スケジュール (4/1~30)							大会中スケジュール(11/1~30)						
日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
			○		○					●	○	○	
●		◎		○		◎	☆		○	●	○	○	
●		○		○	◎	◎	☆		○	●	○	○	
	○	○		◎		●	☆		○	●	○	○	
●	○	○					☆		○	●	○	○	
						12日							8日
			17時~	21時~	23時~					21時~	22時~	24時~	
		○ 氷上練習		5	4	9日			○ 氷上練習	4		10	14日
		◎ 練習試合	1	2	2	5日			☆ 公式試合				4日
			13時~							15時~			
		● 陸上トレーニング	4			4日			● 陸上トレーニング	5			5日
		● 陸上トレーニング	4			4日			● 陸上トレーニング	5			5日

(出典：大学トップリーグ上位～下位校、下部リーグ上位校から入手した練習スケジュールをもとに筆者作成)

さらに、大学アイスホッケーにおいて練習だけでなく、試合の環境も改善すべきであり、

観客数を増加させ、注目度を高めることが必要だと考える。現状では、大学の主要大会における集客力はほぼ皆無である。観客がいることで選手のモチベーションが高まり、より大きなやりがいを感じることができ、それとともに競技力の向上にもつながると考えられる。さらに、大学で活躍した選手がプロ選手になった場合、ファンがそのままプロチームのファンになる可能性も高い。このように、アイスホッケーの普及促進のためにはプロチームだけでなく、大学アイスホッケーにおいても集客やプロモーションが重要だといえる。大学における集客は、現役学生や OB をターゲットにすることでプロチームの新規顧客獲得より難易度は低い、練習スケジュールからも分かる通り、現状では一般学生との交流に時間を使うことが難しいのではないかと推測できる。練習に力を入れることも技術面の強化に重要ではあるが、授業や大学生活と両立できるように環境を整え、一般の学生との交流を増やすことも必要だと考える。

### 3. プロアイスホッケー界の現状と課題

人気の低迷を抜け出せずにいる現状で唯一、将来性が期待されているのは 2020-21 シーズンからアジアリーグに加入した横浜グリッツの存在である。他のチームと違い、選手全員が一般企業で働きながらプロアイスホッケー選手としてプレーをする「デュアルキャリア」を取り入れた日本初のチームである（ブレイクアウェイ 2020,pp52-60）。平日は働きながら練習に参加し、土日は試合を行うといった厳しいスケジュールではあるが、アジアリーグ参入から 5 シーズン目には最下位を脱出するなど着実に成長を遂げている。また、働きながら選手を続ける「デュアルキャリア」は、引退後のキャリアを考えながらプレーすることができるといったメリットもあり、名古屋オルクスも取り入れている。

しかし、このような「デュアルキャリア」では、アジアリーグのチーム数を維持することはできるものの、練習の量や質を上げることが難しく、日本のアイスホッケーの強化に直接貢献する仕組みではない。再び注目を集めるためにトップリーグとしてレベルの高い試合を行い、世界と戦える水準まで競技力を高めることが必要だと考えると、デュアルキャリアへの依存は危険だといえる。そのため、デュアルキャリアから始まったチームだとしても、徐々に完全なプロチームとして安定した環境を整える必要があると考える。

I.1 で示した通り、プロチームの課題はプロスポーツ化への適応と集客力の強化・知名度の向上だと考える。企業チームから全チームがプロチームとなり、企業や従業員としての選手ファーストの考え方から、顧客ファーストに変化しなければならないにもかかわらず、そこへの対応が不十分ではないかといえる。過去の五輪などから、アイスホッケーというスポーツ自体に魅力がないわけではなく、それをどのように発信するかが足りていないのではないかと考えた。

## II 大学アイスホッケー界の改善に向けた考察

プロスポーツ発展の根源には、高校や大学といったアマチュアスポーツが存在し、重要な役割を果たしてきた。アイスホッケーにおいても、大学の部活動はアマチュアのトップレベルであり、大半の選手がここからプロのキャリアをスタートさせている。しかし、大学からプロチームへ入団できる選手は非常に少なく、限られた強豪校に在籍しない限り、不可能に近いのが現状である。さらに、そのような強豪校に在籍する選手であっても、プロチームへ入団せず、トップレベルの戦いから身を引く人も多い。これではプロチームの選手は競争力の低下が進み、新人選手が加入しないことでファン離れも懸念される。そのため、まずは大学アイスホッケーの環境を改善し、競技力の底上げを図ることが第一に必要なのではないかと考えた。次節では、日本で大学の部活動がどのような歴史をたどり発展してきたのか確認する。

### 1. 大学スポーツの史的発展と日本版 NCAA 構想

現在の大学において、正式な運動部は体育会と呼ばれる組織に所属している。明治大学にも「駿台体育会」という組織があり、会員相互の親睦を図り、明治大学及び体育会各部との関係を密にすると共に、学生スポーツの本分を真摯に追求し、実践することによって、明治大学及び体育会発展に寄与することを目的としている（明治大学駿台体育会 2022）。体育会の誕生は明治時代までさかのぼる。開国をきっかけに海外の軍人や教師などが来日し、西洋のスポーツを娯楽として楽しむ様子が報じられるようになった。そして、イギリス人教師フレデリック・ストレンジは学生の先頭に立って、陸上競技やボート競技を指導した。さらに、校友会組織である「運動会」を組織し、学生の自立した競技会開催の道筋を立てさせた。1890年には高等商業学校（現在の一橋大学）で、1892年には慶應義塾で「体育会」が組織されるなど広がりを見せた（新井 2019,p.60）。

明治時代に体育会が誕生してから、現在まで学生主導の取り組みが維持されてきたが、最近では変化が見られる。それは「日本版 NCAA（National Collegiate Athletic Association）構想」と呼ばれ、アメリカの NCAA を日本に取り入れようとする動きだ。文部科学省・スポーツ庁は「第2期スポーツ基本計画」および「大学スポーツ振興に関わる検討会議 最終とりまとめ」において、「日本版 NCAA 構想」と「学内の体育部（ATHLETIC DEPARTMENT：AD）」の設置、さらには「スポーツアドミニストレーター」の配置を提唱することとなった。これは大学内、大学間における三つの課題を克服することを目的としている。

#### 課題① 学内における大学スポーツの組織運営問題

大学のスポーツ活動が「課外活動」と位置付けられることで引き起こされる。学生による自

主的・自律的な運営というプラスの側面はあるものの、大学のスポーツ活動が大学内の組織として正式に位置付けられていないため、責任体制が不明確となってしまう場合が多々ある。

### 課題② 学生アスリートの学業と将来キャリアの問題

学生アスリートの学業と卒業後の進路に対する大学の関与が十分でないことで引き起こされる。これにより、学生アスリートの学習成績の低下や留年、卒業後に必要な技能の欠落といった問題が生じる。

### 課題③ 大学スポーツ界全体の組織問題

大学間および競技間を横断するスポーツ組織が存在しないことで引き起こされる。現在の大学スポーツでは、大会の開催や競技規則の運用などを担う組織が競技種目ごと、および地域ごとでばらばらに存在している。このため、競技種目間および地域間での連携が不十分となってしまうことが多い。その結果、大学スポーツはその潜在力を発揮できず、全体的な発展と社会への貢献ができないといった問題が生じる。

ADとは、各大学でスポーツ分野を一体的に取り扱う学内組織である。この組織において実務を担うのが「スポーツアドミニストレーター」となる。従来、学生や学部にまかせていたスポーツ関連の業務を学内の単一部局で集約し、教学面や事業面で積極的な役割を果たすことを目指している（齊藤 2018,pp.150-152）。現時点で存在する各大学の事務室はADと似た性質を持つが、学生へ積極的にアプローチする部署である「スポーツアドミニストレーター」は大学アイスホッケーにおいても重要な役割を果たすと考える。

三つの課題を日本版NCAAによって解決することで、学生アスリートの学業との両立や就職など、スポーツ以外で必要となる技能の形成、練習環境や試合スケジュールの管理から、保険制度の充実、不祥事の発生の防止、地域のスポーツクラブや学校へのボランティア活動による社会的貢献といったメリットを獲得できる。（齊藤 2018,p.152）。これらの効果は大学アイスホッケー界の改善につながり、技術の向上やプロとしてのキャリア選択の増加などが期待できる。

日本版NCAAは創設から期間が短く、大学加盟数や効果などには限りがあるため、次節ではアメリカのNCAAはどのような施策を行い、学生に対して利益をもたらしているのかを確認していく。

## 2. アメリカのNCAAが行う施策と役割

1905年後半、アメリカの大学体育協会が創立され、NCAAと名付けられた。創立時は62校の大学が参加し、危険で搾取的な競技の慣習から若者を守るといった目的があった。現在

では、約40万人の学生アスリートを管理し、およそ1,000の加盟機関を誇っている。学生アスリートの理想的な姿は、スポーツをする機会を楽しみながらも授業に出席し、成績を取ることだとされている（Miller 2012 和訳, pp.1141-1142）。そこでまず、NCAAの加盟大学には競技クラブを統括するADとは別に学生アスリートの学習支援をサポートする専門部署があり、学生アスリートは履習相談や学習方法のアドバイス、個別指導を常に受けられる環境が整っている。また、アドバイザーの全国組織であるN4A（National Association of Academic Advisor for Athletics）は1975年から存在し常に現場の最新の支援ノウハウや方法論、NCAA規定を情報共有し学生アスリートの学業とスポーツの両立を支えてきた。

これらの支援の下、NCAAは学生アスリートに向けて学業面での規制を課している。それは大きく三つに分けられ、①入学のための学業規定、②学生アスリートの成績管理、③クラブ単位の成績管理がある（長倉 2018, pp.33-36）。入学前に高校の成績と指定されたテストの成績を提出し、入学後は個人とクラブごとに学業状況や卒業率などの報告を義務付けている。

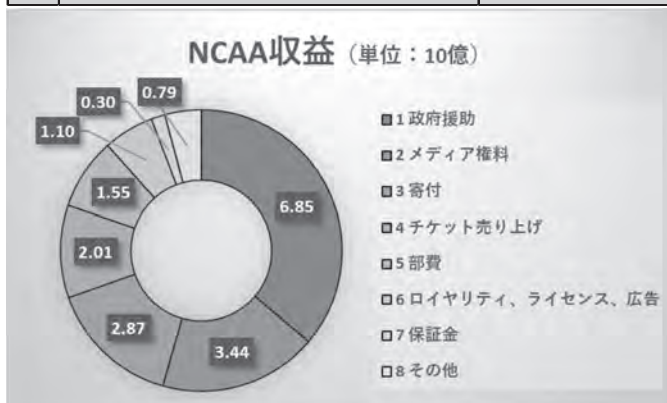
また、NCAAは学生の支援だけでなく、プロチームの組織と同等の収益を上げていることも特徴の一つである。

図表6 NCAAの収益金額と収益割合

	項目	金額（10億）
1	政府援助	6.85
2	メディア権料	3.44
3	寄付	2.87
4	チケット売り上げ	2.01
5	部費	1.55
6	ロイヤリティ、ライセンス、広告	1.10
7	保証金	0.30
8	その他	0.79
	合計	18.91

（出典：Richter, Felix (2021) 「U.S. College Sports Are a Billion-Dollar Game」より筆者作成）

図表6から援助や放送権料によるものも多いが、チケット収入だけでも多くの収入を得ていることが分かる。NCAAディビジョンIのすべてのスポーツ部門は、チケットの注文受付や取引処理を行う窓口スタッフを雇用しており、これらのポジションは顧客が販売プロセスを開始するのを待つ「インバウンド販売ポジション」とされている。一方、プロアクティブなアウトバウンドチケット



販売スタッフは、潜在的なチケット購入者との関係を築く役割を担っており、現在では北米のプロスポーツチームで一般的になっているという（Popp 2019 和訳,p.206）。このような積極的なアウトバウンド営業活動は、大学によって多様な形態をとっているが、消費者との関係構築と潜在的な購入者からのチケット販売を積極的に促す取り組みは、マーケティング活動やチーム成績に依存するよりも、相対的に効果的であるという（Popp 2019 和訳,pp.217-218）。

このように、NCAA では学生が部活と勉強の両立を支える上で重要な役割を果たしているだけでなく、試合へ観客を誘致するプロモーションも行っていることが理解できた。次節では、ここまで紹介してきた事例をもとに、大学アイスホッケーの環境改善に向けてどのような施策が有効であるか考察していく。

### 3. 大学アイスホッケー界の改善に向けた提案

大学アイスホッケー界が抱える課題を解決するために、以下の二点が必要だと考える。

- ① 各大学を横断して管理するスポーツアドミニストレータ的な組織の設立
- ② 学生が主体となった集客や試合以外で観客を楽しませる企画立案

なぜこれらの施策が効果的なのか、現状の課題と照合しながら詳述していく。

#### ① 各大学を横断して管理するスポーツアドミニストレータ的な組織の設立

まず、練習環境を整える上で、各大学にある事務室規模を超え、大学を横断して部活動と大学生活の両立を支援する組織が必要だと考える。アイスホッケーには、独自の解決困難な課題として練習場所の制限がある。練習はスケートリンクを貸し切ってしまう必要があるが、それができるのは一般営業が始まる前後の朝か夜に限られる。さらに、小学生から高校生のチームも利用するため、大学生は早朝か深夜の練習枠が多くなる。これを解決するにはスケートリンクの増設が必要であるが、これを実行するには莫大な資金と時間が必要であるため、スポーツアドミニストレータ的な組織の設立と新たな制度を作ることで解決を試みる。

具体的には、前節で確認した NCAA の例を参考にし、部活動と大学生活との両立が可能なスケジュール作成と、各選手の出席状況や成績の照合を求める。また、各選手へのヒアリングによって部活動に偏った生活になっていないか確認する。そして、各大学を横断して管理する組織によって練習可能な時間を一括で確保し、各大学の授業への取り組みと比較しながら練習枠を振り分けるという方法である。これは短期的にみると、下位チームへの優遇であり、上位チームは練習時間を減らされてしまうといった批判があるかもしれないが、長期的に見れば双方にとってメリットが大きいといえる。まず、下位チームにとっては練習量の増加だけでなく、大学生活との両立が可能なスケジュールの作成により、生活環境の改善と有望選手の獲得がしやすくなるといった利点がある。また、上位大学であってもプロチー

ムへ進む人数は非常に少なく、競技に集中してその後のキャリアに支障が出てしまう危険がある。そのため、学業や部活動以外の社会経験への時間と労力増やすことは選手の将来を考えた際に非常に有効であるといえる。そして、これによって大学間の競争力は高まり、根本的な競技力強化につながると考える。

## ② 学生が主体となった集客や試合以外で観客の満足度を高める企画立案

大学間を横断する組織によって練習環境の改善と競技力の強化が実現した場合、それぞれの大学は強さ以外の面でも魅力を創出し、有望選手の獲得や選手のモチベーション向上に努める必要がある。そこで必要なのが試合環境の改善であり、具体的には、選手やマネージャーなど学生が主体となって集客を行うことや、アイスホッケー以外の面で観客を楽しませる企画の実施が有効だと考える。これはチーム単位だけでなく、各選手が所属するゼミや学生団体で行うことも含む。これにより、各選手への競技上でのメリットはもちろん、大学アイスホッケーのファンやアイスホッケーの潜在的な顧客の獲得にもつながる。

まず、学生主体の集客はプロモーション戦略において欠かせないものだと考える。現在の集客では、「刺激→態度形成・変容→行動」というコミュニケーションプロセスのうち、「刺激」の部分がほとんどなく、これによって新規の観客が少ないのではないかと考えられる<sup>4</sup>。そのため、大学アイスホッケーの潜在的な観客である学生に対し、日常的に関わりのある選手が直接的に「刺激」を与えることで、その先の「態度形成・変容→行動」を生み出し、新たな観客を獲得できるのではないかと考えている。NCAA では、①で提唱した組織が学生に直接チケット販売を行っていたが、それだけではコミュニケーションプロセスの「刺激」の部分が弱く、その先の「態度形成・変容→行動」を生み出すには至らない可能性が高い。そのため、各選手が起点となって SNS で告知をしたり、授業やアルバイトで交流のある学生に直接宣伝を行ったりといった「刺激」を生むことが効果的だと考える。

次に、アイスホッケー以外の面で観客を楽しませる企画の実施を、選手やマネージャーなど学生が主体となって行うことは、経験価値の提供と新規観客の獲得に効果的だといえる。

---

<sup>4</sup> プロモーションとは単なる宣伝広告活動ではなく、スポーツ消費者を製品・サービスの選択・消費行動まで導くためのプロセスである（原田 2018,p.191）。そこで的確なプロモーションを開発する上で欠かせないことが①コミュニケーションプロセスの理解と②プロモーションプランとプロモーションミックスの開発である。そのうちのコミュニケーションプロセスには、AIDMA（Attention, Interest, Demand, Memory, Action）モデルやAISAS（Attention, Interest, Search, Action, Share）モデルなどがあるが、コミュニケーションチャネルからの刺激に対する消費者行動がすべてこれらのモデルで説明できるとは限らない。しかし、「刺激→態度形成・変容→行動」というプロセスの理解は重要であり、どのような刺激によってどのような態度形成・変容を促し、どうやって行動まで導くかがマーケターの役割である（原田 2018,p.194）。

具体例を挙げると、アイスホッケーの早慶戦では試合以外で観客を楽しませるための取り組みが多く実施されている。早慶戦は日本のアイスホッケー全体の観客動員数で常に上位を維持しており、約 2,000 人の観客が会場に集まる。それぞれの大学がプロ選手を多く輩出するような強豪校ではないものの、応援団とチアリーディングによるパフォーマンスや、入場時の豪華な演出が魅力の一つであり、試合以外の面で観客を満足させるような取り組みが行われている。また、アイスホッケー以外の事例として、明大サッカー部の明大サッカーマネジメント (MSM) という組織の活動が参考になると考える。MSM は、明大サッカー部をサポートする組織として設立され、チケットやグッズの販売、ファンクラブの運営や試合でのイベント考案といった幅広い活動を行っている。また、法人としての活動だけでなく、学生インターンとも協力することで、大学生ならではのつながりやアイデアも活用している。このように、大学ならではの環境を有効活用し、試合の勝敗以外にも観客が楽しめるような経験価値を提供することで、リピーターとしての観客が増加し、選手の競技に対するモチベーションの向上と競技力の強化が期待できる。

一方で、選手が集客などの活動に割く時間が増えることで、競技に取り組む時間が減るといった懸念もあるだろう。しかし、プロ選手より一般企業に就職する学生が多い現状では、競技以外にも他の学生と協力して成功体験を積むことは重要である。また、次章で詳述するが、プロ選手になったとしても、アイスホッケーのプロチームでは競技以外の地域密着戦略やプロモーション戦略に力を入れる必要がある。そのため、学生のうちから集客やプロモーションの経験を積むことの重要性が理解できるだろう。

### Ⅲ プロアイスホッケー界の改善に向けた考察

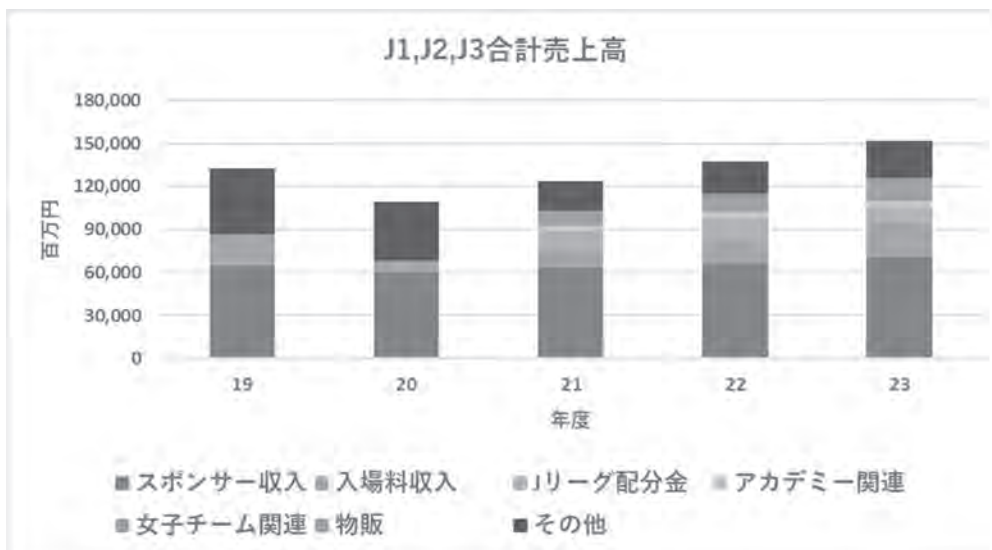
本章では、プロスポーツチームの運営について調査する。大学アイスホッケーの競技レベルが上がり、プロに興味を持つ学生が増加した場合にそれらの人員を受け止め、アイスホッケーに対する熱を維持、発展させるためにプロアイスホッケー界がどのような取り組みをしていくべきか考察していく。日本で人気が高いサッカーやバスケットボールのプロチームは、複数の企業がスポンサーとしてチームを支援する形が多い。しかし、アイスホッケーのトップチームは長い間企業チームであり、それ以外のスポーツも多くが企業スポーツからのスタートである。そのため、次節では日本における企業スポーツの仕組みと衰退の要因についてまとめる。そして、企業スポーツに代わって主流となったプロチーム運営について、その先駆けとなったJリーグを例に明確にしていく。

#### 1. 企業チームの衰退および他スポーツにおけるプロチーム化の成功事例

企業スポーツの誕生は戦前までさかのぼる。高等教育機関に普及されたスポーツが中学から大学まで拡大し、学校だけでは収まらない状況となったことが企業スポーツの誕生につながった。明治期には、人間関係づくりや健康管理といった労務管理における福利厚生に役立つとされ、推奨されたという。その後は戦争特需によって、社内の一体感や士気高揚のために企業チームの育成が促進されたが、戦後には再び社員同士の交流の場としての役割が戻った。そして、企業チームの増加とメディアの発展によって広告宣伝やコーポレートアイデンティティの形成としての機能も持つようになった。企業スポーツの誕生にはこれらの背景があるため、選手は社員として雇用されている人々で構成され、必要な資金や施設は企業が負担していた。さらに、企業側がチケットの買い取りも行うことがあるため、チケット販売やグッズ販売といった外部資金の獲得を行う必要性がなく、競技のみに専念できる。しかし、1974年に五輪憲章からアマチュア規定が削除されたことでスポーツのプロ化が推進され、インターネットの発展とともにレベルの高い競技をリアルタイムで視聴できる環境が整えられた。これによりアマチュアの企業スポーツは注目度が下がり、1990年代のバブル崩壊も重なったことで衰退していった（大久保・櫻井 2017,pp.25-26）。

このように、現在では企業スポーツといったチームの所有からクラブチーム化やプロチームの支援などに方向転換が行われ、Jリーグを筆頭に普及と強化に成功するスポーツが増加している。

図表7 Jリーグの売り上げ推移



(出典：Jリーグ (2024) 「2023 年度クラブ経営情報開示資料」より筆者作成)

図表8 Jリーグで各売り上げが向上したチーム数とその割合

	増加したクラブ数		
	J1	J2	J3
売上高	16(89%)	19(86%)	9(50%)
スポンサー収入	13(72%)	16(73%)	9(50%)
入場料収入	17(94%)	20(91%)	12(67%)
売上原価・販管費	14(78%)	18(82%)	14(78%)
トップチーム人件費	9(50%)	16(73%)	12(67%)

(出典：Jリーグ (2024) 「2023 年度クラブ経営情報開示資料」より筆者作成)

図表7、8からも分かるように、Jリーグは2023年には1,517億円を記録し、コロナ前の1,324億円を大きく上回った。また、チーム別での売上高を見てもJ1は89%、J2は86%のクラブが増加している。

Jリーグが新たに掲げたビジネスモデルは以下の四つである (奥村 2016, pp.5-7)。

- ① Jリーグ化をサッカーの技能向上の手段と位置付けること
- ② クラブ経営者に振り回されることのないJリーグの運営
- ③ 「地域名+愛称」という呼称を採用し、特定企業の経営状況に左右されにくい財政構造をつくる
- ④ 「地域名+愛称」という呼称により、地域のサポーター及び地方自治体の支持と協力を取り付け、財政構造や施設の充実を展望する

その中でも、③と④のビジネスモデルは、企業スポーツからプロスポーツへ転換する上で欠かせないものだと考える。Jリーグのチームについて松橋・金子（2007）は、親会社への依存度が徐々に低下してきた中、収益性の安定を図るためには個別のクラブの努力が直接反映されやすい、入場料収入、グッズ料収入、スクール運営収入、特に収入全体の中で高い比率を占め、かつ近年その比率が増加傾向にある入場料収入の重要性が大きくなっていると言える（松橋・金子 2007,p.42）と述べている。図表7でも入場料収入は、スポンサー収入の次に高い割合を占めていることから、入場者数を増加させることはプロスポーツ化に適応する上で各クラブチームが特に注力すべきだと理解できる。さらに松橋・金子（2007）は、Jクラブの組織マネジメントにとって、“地域コミュニティ戦略”がひとつの重要な要素として考慮されるべきものであることを検証した。地域サービス活動と入場者数の関係を分析したところ、J1ではクラブの「地域サービス活動」の実施状況と「入場者数の変動数」がかなり強い相関を示していることが分かった（松橋・金子 2007,p.49）。

次節では、アメリカのプロアイスホッケーチームでどのような集客が行われているのかについて調査する。I章の冒頭でも触れた通り、温暖なアメリカの地域でも安定したファンの獲得とチームの運営が実現されていることから、アメリカ南部のチームがどのような取り組みを行い、収益を増加させているのかについて確認する。

## 2. 海外のアイスホッケーチームにおけるスポーツマーケティング

Gantz（2020）によるとカナダと北東部アメリカのNHLチームは、比較的安定した収益を上げている一方で、南部アメリカ（サンベルト）のチームはリーグの収益と観客動員数のリストで常に下位にランクされていたという（Gantz 2020 和訳,p.1）。

図表9からも分かる通り、サンベルトにある9チーム中8チームはNHL平均収益を下回っており、そのうち5チームは1億ドルを超えていない。

Gantzはサンベルト地域でNHLチームの収益を生み出すための戦略を実施し、成功した5人のリーダーへ取材を行い、収益増加に効果的であった戦略を調査した。そこでまず強調されたのは、ファンが実際に試合会場へ足を運ぶようにすることの重要性であった。アメリカで人気の四大スポーツは、連日のようにテレビ放送がされており、NHLもメディア放送関連の収入は存在する。しかし、アイスホッケーは他のスポーツとは違い、大規模なテレビやメディア権料を享受していないという。NHLに所属するチームのほぼ半数が、年間収入の3分の2以上をチケット販売によって確保しており、テレビからの収入はわずか17%である（Gantz 2020 和訳,pp.81-82）。

図表9 NHLの各チームにおける収益とプレーオフの成績

チーム名	収益 (百万ドル)	プレーオフ進出回数	プレーオフ勝利数	スタンレーカップ優勝数
New York rangers	217	19	10	0
Toronto mapleleafs	190	9	4	0
Montreal canadiens	187	18	8	0
Chicago blackhawks	172	22	16	3
Boston bruins	164	19	10	1
Vancouver canucks	154	18	7	0
Los Angeles kings	146	16	11	2
Pittsburgh penguins	141	22	13	1
Philadelphia flyers	136	21	10	0
Detroit redwings	134	29	17	2
Calgary flames	122	10	4	0
Edmonton oilers	119	6	3	0
Ottawa senators	117	18	8	0
San Jose sharks	117	23	11	0
Washington capitals	117	13	4	0
Dallas stars	113	11	4	0
Minnesota wild	111	10	4	0
New Jersey devils	111	21	12	1
Anaheim ducks	107	21	13	1
Colorado avalanche	104	16	9	1
Buffalo sabres	103	10	5	0
Winnipeg jets	102	1	0	0
Nashville predators	98	10	2	0
St.Louis blues	98	13	4	0
Tampa Bay lightning	97	16	10	1
Carolina hurricanes	91	12	9	1
Columbus blue Jackets	86	2	0	0
Florida panthers	83	2	0	0
New York islanders	83	6	0	0
Arizona coyotes	80	6	2	0
Mean	123	14.03	7	

(出典：Light, Jennifer. Chernin, Alina. Heffernan, M Jane(2016)より筆者作成)

この事実をもとに、サンベルトのNHLチームが収益を増加させるためには、以下の三つの重要性が示された (Gantz 2020 和訳,p.122)。

- ①地域市場の成長
- ②新しいファンの獲得・市場セグメントの拡大
- ③追加の顧客製品の提供

#### ①地域市場の成長

取材に答えた全員が、成功の重要な要因としてファンが参加することを強調した。前述した通り、売り上げの多くをチケット収入で賄っていることから、ファンの創出と維持が最大の課題だという認識を持っている。そのため、ターゲットは熱心なファンや一時的なファンではなく、長期的で持続可能な地元ファンだとしている。ある参加者は、積極的な戦略として地元都市やテレビ市場外の郵便番号へのチケット販売を制限し、地元ファンの開拓をしていると述べた。具体的には、チケット購入サイトに登録されたクレジットカードなどの情報に、地元やテレビ視聴エリアの郵便番号がない人は購入できないよう制限をしていると

いう (Gantz 2020 和訳,pp.81-84)。

### ②新しいファンの育成・市場セグメントの拡大

一方で、常に新しいファンを獲得し続けることで、成長と持続可能性を得ることも望んでいる。具体例として、一つのチームではアイスホッケーのイベントのためのチケットが獲得できる抽選会が挙げられていた。これには 47,000 件の応募があったが、そのうちの 800 件のみがシーズンチケットを保有する熱心なファンであり、大半はデータベースに情報がない新規顧客であったという (Gantz 2020,p.85)。このようなチケット購入者の情報は顧客管理 (Customer Relationship Management : CRM) システムと統合されており、顧客が何枚のチケットを買ったかだけでなく、どのようなメールを開封したかや、同じサイトからコンサートのチケットを購入した履歴なども追跡している。このような CRM システムを使って、消費者を惹きつける要素を特定し、より効果的にマーケティングを行うべきだと述べている (Gantz 2020 和訳,p.83-84)。試合だけでなく、アイスホッケーのイベントを開催し、新規顧客へのマーケティングを行ったことで、新たに 120 万ドルのシーズンチケットの販売を生み出すことができたとも述べている。

さらに、より詳細なセグメンテーションを行い、家族や子どもに焦点を当てることが重要であることも述べている (Gantz 2020 和訳,pp.89-91)。まず、家族に焦点を当てた戦略が効果的な理由は、多くの家族がみんなで楽しめることを探しており、それらの人々の投資が期待できるからである。また、子どもの頃にファンだった人々が家族や子どもを持つようになり、さらに持続可能なファンの獲得につながっているという意見もある。次に、子どもへのアプローチが効果的な理由は、若年層のファンを増やすことでアイスホッケーが世代を超えた趣味になるからである。あるチームでは、アイスホッケーを学ぶプログラムによって、アイスホッケーを始める子どもたちとの接点を作り、その後もプレーする機会を提供することで親の関与や興味を得ることができ、結果的に 10 年ほどの安定的なファン獲得につながると主張する。

### ③追加の顧客製品の提供

これは、サンベルト地域ならではの戦略である。アイスホッケーの人气が根強い地域ではないため、消費者へのプロモーションをやめた瞬間、忘れ去られてしまう危険性があるからだ。具体例として、ダイナミックプライシングの設定、試合数が指定されたシーズンチケットを購入してもらうことがあり、サブスクリプションの導入も試みているという。あるチームでは、数年ごとに座席やスコアボードの交換、マスコットのアップグレードなどを行い、ファンが改善を実感できるようにしていると述べている。観客にエンターテインメントを提供し続け、楽しい時間にしてもらうためを目指し、シーズンチケットの購入者には、製氷車への乗車権をかけた抽選会、駐車場や商品の割引といった人々の購買欲を促進するような取り組みも行っている。別のチームでも、限定のラウンジを用意したり、試合前の選

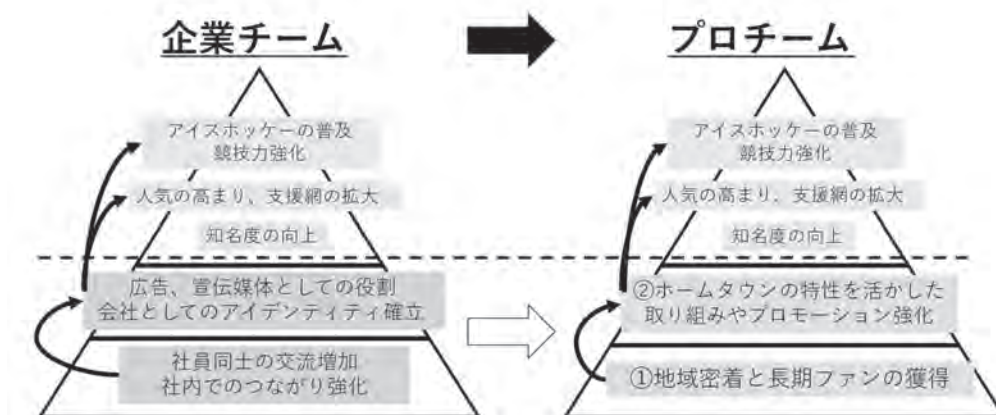
手たちとの交流できる機会を設けたりといった工夫もされている（Gantz 2020 和訳,pp.103-104）。

次節では、ここまで確認した各チームの取り組み事例をもとに、日本のプロアイスホッケーが抱える課題をどのように改善していくべきか示していく。

### 3. プロアイスホッケー界の改善に向けた提案

日本の全チームが企業チームからプロチームとなり、根本的な部分が変わっているにもかかわらず、対応が不十分であるといった現状がある。本章で確認したプロスポーツ化に必要な要素を比較し、下記の図のような変化が必要だと考える。

図表 10 企業チームからプロチームへの適応のために必要な要素



企業チームは、図表 10 で示した「社員同士の交流増加・社内でのつながり強化」が第一の土台であり、そこから発展して「広告、宣伝媒体としての役割・会社としてのアイデンティティ確立」が第二の土台としてある。そこから徐々に目的が拡大していき、最終的にはアイスホッケーの普及に貢献してきた。しかし、プロチームになることでこれらの二つの土台は消失するため、新たに土台となるものを作らなければ、かつて上に積みあがっていた要素を支えることはできない。

そこで、本章で確認した事例をもとに考え、プロチームとして成功するための土台に必要な要素において以下の二点を主張したい。

- ① 地域密着と長期的ファンの獲得
- ② 「推し活」などのトレンドに即したプロモーションの強化

なぜこれらの要素がプロチームとして成功する土台として必要であり、具体的にどのような施策が効果的か、現状の課題と照合しながら詳述していく。

#### ①地域密着と長期的ファンの獲得

Jリーグや NHL の取り組みにおいて共通する点は、地域のファンを大切にすることである。スポンサーや放送権料に頼らないことが収益の安定につながるから、まずは地域に根差したチームづくりを行い、そこから得られるチケット収入や、家族を巻き込んだ長期的なファンの獲得を重視すべきである。そこから徐々に人気を獲得した先に、企業からのスポンサー支援や、放送権料の享受があるわけで、まずは土台となる地域密着がクラブチームに必要な要素だといえる。

松橋・金子 (2007) は Jリーグの 24 クラブを、売上高に基づいて売上高が高い順に“タイプⅠ”、“タイプⅡ”、“タイプⅢ”と分類した (松橋・金子 2007,p.43)。これに当てはめると、プロアイスホッケーチームは、“タイプⅢ”の常にクラブ存続の危機に瀕する可能性があるようなチームと似た状況にあるのではないかといえる。上位二つのグループには J1 に所属するチームも含まれており、チームの規模を考えればこれら二つのグループには適さないことから、“タイプⅢ”だと仮定した。

“タイプⅢ”は、一般的にリソースが不足しているため、また限られたリソースを戦力アップに集中的に利用する必要があるため、「スポーツを通じた地域貢献活動」は活発に実施できないというのが現状である。「地域からの支援を受け入れる活動」は、特に経営危機を経験したクラブについては、危機を契機に活発に行なわれ、それに応えるように運営ボランティアや地域コミュニティからの物的支援・資金的支援が活発になるというケースがある。「スポーツを通じた地域貢献活動」に比較して、限られた「手持ちのリソース」を活用することで効果が期待できる「地域行事への参加や訪問活動」を進めるとともに、日頃から「地域からの支援を受け入れる活動」に取り組むことが重要 (松橋・金子 2007,pp.51-52) だという。

そこで、「地域行事への参加や訪問活動」や「地域からの支援を受け入れる活動」として地域の祭りやイベントへ参加することは効果的であり、サンベルトのプロアイスホッケーチームの戦略としてもあった、子ども連れの家族をターゲットにできる可能性も高い。選手や関係者が参加し、アイスホッケーの宣伝を行うことで、新たに子ども連れの家族が参加できるイベントとして認知されやすい。さらに、不定期な祭りやイベントとは違い、試合は年間の日程が決まっているため、家族のスケジュールに組み込みやすいといえる。これにより、祭りやイベントへの参加から、徐々にアイスホッケーの試合観戦を選ぶ頻度が高くなるのではないかといった期待がもてる。また、プロチームにはジュニアの育成を行っているチームもあり、子どもにアイスホッケーをプレーする機会を多く提供することで安定したファンとして長期的な収入源になることが期待できる。このような地域貢献活動を行うことで、ファンの獲得につながることはもちろん、「地域からの支援を受け入れる」ことも活性化できる。

## ②「推し活」などのトレンドに即したプロモーションの強化

次に必要な要素は、地域密着戦略によって獲得したファンを維持しながら、徐々に新たなファンを獲得するためのプロモーションの強化だと考える。近年は、インターネットや SNS を用いることで容易に宣伝することができ、それが集客や収益の増大に影響を与える。しかし、マイナースポーツである現状では、各チームだけで発信したとしても、情報の届く範囲は限定されてしまうのではないかと推測できる。

この問題を解決するためには、トレンドに即したプロモーションの強化が必要である。そこで、まず有効だと考えたのは長期的なファンによるプロモーションを活性化させることだ。これは近年話題になっている「推し活」の一部でもあり、植木 (2023) によると「推し活」では、個人的に楽しむだけでなく、他人に広めるため、もしくは対象を応援するために積極的な活動を行う。個人で完結せず、SNS やインターネットで、積極的な情報発信がなされることから、インターネットコミュニティに集まる膨大な情報を収集・選別し、わかりやすく要約・解説するという役割へのニーズも高まっているという (植木 2023,p.104)。岡本 (2025) の調査でも、「推し活」は、何らかの形で金銭を用いて消費を行う活動が含まれることが多い行動であるとしているが、それ以外にも情報の受信、拡散、発信をソーシャルメディアを通じて継続的に行うことが、「推し活」なっていると示された。

このように、選手やチームを「推し」として認知してくれることで、ファンがただ応援するだけでなく、プロモーションまで行ってくれる可能性があることが分かった。そのため、チーム側は「推し活」が推進されるような企画として、III.2でも紹介されていたような選手と交流できる機会や、SNS に乗せたいくなるような体験を考えるべきである。これはファンだけでなく、チームの成長につながる手段であり、積極的に行動していくべきだと考える。

ここまで「推し活」の一環として長期的なファンによるプロモーションの重要性についても述べたが、もちろんそれに頼るだけでは不十分で、各チームが個別に行うことに追加で、リーグ全体や各選手が積極的に発信していくことが求められる。ここでは総合格闘技の RIZIN を具体的な成功例の一つとして説明していく。

RIZIN は、団体の垣根を越えたマッチメイクを実現することを一つの理念としており、那須川天心と武尊が戦った試合は、当日の観客動員数約 6 万人、PPV ペイパービューのチケット販売数は 50 万件を超え、総売り上げは 50 億円を超えた (榊原 2023,pp.6-7)。大晦日には、地上波で生中継が行われるなど、大きな成長を遂げた。その理由の一つに、YouTube や Tik Tock を中心とした動画によるプロモーションの成功が挙げられる。タイムパフォーマンスを重視する今は、いろいろなものが切り取られる時代だ。現代のヒットの法則は、「15 秒以内」。15 秒の中で、みんなを虜にするようなアクションやムーブ、表情など、あらゆる表現ができるかどうかにか懸かっているのだ (榊原 2023,p.134) とあるように、試合の印象的なシーンを切り取った動画を多くアップロードしている。そして、公式アカウントでは試合だけでなく、選手や裏方までスポットライトを当てた動画も公開している。試合の前後には各選手同士の因縁や試合後の様子まで細かく作り込まれたドキュメンタリーが公開され、

選手や試合の予備知識を提供することで短い動画に興味を持った人々が、実際に試合へ行きやすくなるような工夫が施されている。さらに、朝倉兄弟をはじめ、各選手が個人的に動画の作成や SNS の更新によって知名度アップに貢献している。

II.3 でも述べたが、プロモーションを開発する上で「刺激→態度形成・変容→行動」というプロセスの理解は重要であり、RIZIN のプロモーションに当てはめると、Tik Tok などのショート動画や各選手の発信は刺激に当たる。そこから長編の動画や試合のハイライトといったより長い時間のコンテンツに興味を持つようになり、そこで得た知識をもとに最終的には現地に足を運ぶといったプロセスが構築されていることが分かる。また、各選手のドキュメンタリーや個人チャンネルなどで、競技のルールや選手の知識だけでなく、選手の内面まで発信することで、実際に生で見たいという感情の変化や、勝敗に関係なく選手を長期的に支えていきたいという思いを醸成することができているのではないかと考える。

アイスホッケーは「氷上の格闘技」とも呼ばれており、RIZIN のように短い時間で人々に刺激を与えることは十分に可能だといえる。しかし、それで終わるのではなく、そこから態度形成・変容に持っていき、その先の「推し活」といった応援を超えた安定的なファン層を形成する必要がある。このように、アイスホッケーにおいても各チームが協力し、初めてアイスホッケーを知るような人にとっても興味を持ってもらいやすく、選手やルールなどの知識を補助することはもちろん、より深くファンの感情に訴えかけ、会場に足を運びたくなるようなプロモーションを開発していくべきである。

## おわりに

本稿では、日本でアイスホッケーを普及するために克服すべき課題や、その方法について考察した。長野五輪の開催まで、アイスホッケーが日本で注目を集めていた期間があり、1966年から半世紀以上トップリーグが存続していることから、育成環境を整え、アイスホッケーの魅力をどのように発信するかが、観客数やファンを増加させ、メジャースポーツとして発展する上で必要であると示した。

まず、大学生の育成環境に目を向け、NCAAの取り組みやスポーツアドミニストレータの役割を参考にし、大学生活と両立しながら練習や試合を行える環境を整えることを提案した。これにより、多くの大学で互いに高め合いながら、さらに上のレベルで競技を続けたいという気持ちをつくりだし、プロ選手として試合をすることへの魅力を作ることができる。また、大学生としての生活とも両立させることで、プロ以外の選択肢とも比較し、自らキャリアプランを描けるようにすることや、新たな人間関係を構築し、観客として試合を見に来てもらうことで、競技に対するモチベーションを高めることも期待できる。

次に、大学アイスホッケー界の成長を受け止め、さらなる発展を目指すにあたり、プロアイスホッケー界でどのような取り組みが行われるべきか考察した。アイスホッケーのトップチームが解決すべき課題は、企業スポーツからプロスポーツへの適応であり、Jリーグや海外のプロアイスホッケーチームの事例をもとに、地域密着とプロモーション強化といった提案を行った。

地域密着に関しては、プロスポーツの土台を形成する上で欠かせない要素である。企業スポーツであれば、親会社が担っていた部分だが、プロスポーツの場合は第一に取り組むべきである。また、子ども連れの家族をターゲットにし、全員で楽しめる場を提供することで世代を超えた長期的ファンの獲得にもつながる。プロモーションの強化については、地域密着と長期ファンの獲得といった土台の上に積み上げるものである。「推し活」の推進や、より深くファンの感情に訴えかけるプロモーション開発によって、さらなる土台の強化と新規ファンの獲得にもつながる。

これらの土台が盤石なものになるにつれ、知名度が向上し、長野五輪を超えるような最盛期の到来が期待できると考える。そして、さらなる競技力の向上により、男子アイスホッケーにおいても、再び世界と肩を並べて戦える日が来るのではないかと希望を持っている。

## 参考文献

- Gantz, Dewey (2020) 'Strategies for Increasing Revenues for Sun Belt National Hockey League Teams' 『*ProQuest Dissertations and Theses*』 Doctoral dissertation, Walden University.
- Jリーグ (2024) 『2023 年度クラブ経営情報開示資料』 .  
[https://aboutj.league.jp/corporate/assets/pdf/club\\_info/club\\_doc-2023.pdf](https://aboutj.league.jp/corporate/assets/pdf/club_info/club_doc-2023.pdf)
- Light, Jennifer. Chernin, Alina. Heffernan, M Jane(2016) 'NHL expansion and fan allegiance: a mathematical modelling study' 『*Mathematics-In-Industry Case Studies*』 7(7), pp,1-20.
- Miller, Grace Mary (2012) 'The NCAA and the Student-Athlete: Reform is on the Horizon' 『*University of Richmond Law Review*』 Vol.46,pp.1141-1174.
- Popp, Nels. Jensen, A Jonathan. McEvoy, Chad. Weiner, James (2019) 'Quantifying the Impact of Adding a Proactive Outbound Ticket Quantifying the Impact of Adding a Proactive Outbound Ticket Sales Force on Revenues of NCAA Athletics Departments Sales Force on Revenues of NCAA Athletics Departments' 『*Journal of Issues in Intercollegiate Athletics*』 Volume 12.
- Richter, Felix (2021) 「U.S. College Sports Are a Billion-Dollar Game」 *statista*.  
<https://www.statista.com/chart/25236/ncaa-athletic-department-revenue/>
- 新井博 (2019) 『スポーツの歴史と文化』 道和書院.
- 植木重治 (2023) 「医科学コミュニケーションに「推し活」を導入する」『*秋田医学*』 49 巻 3/4 号 ,pp.103-109.
- 大久保英哲、櫻井貴志 (2017) 「企業スポーツの運営と指導に関する研究—企業バレーボールチームにおけるマネジメントを事例として—」『*金沢大学人間社会学域学校教育学類教育実践研究*』 35 号 pp.23-31.
- 岡本健 (2025) 「「推し」および「推し活」の様態と SNS や動画投稿サイトのメディア利用状況の把握—2024 年度に実施した大学生へのアンケート調査結果から—」『*近畿大学総合社会学部紀要*』 第 13 巻 2 号,pp.89-106.
- 奥村陽一 (2016) 「Jリーグ・Jクラブ経営の分析視点」『*立命館経営学*』 第 54 巻第 4 号,pp.1-22.
- ケイ・スクウェア株式会社 (2020) 『*ブレイクアウェイ*』 第 130 号.
- ケイ・スクウェア株式会社 (2025) 『*ブレイクアウェイ*』 第 181 号.
- 齊藤裕志 (2018) 「日本版 NCAA の前途～大学スポーツを考える～」 *東洋大学経済論集* 43 巻 2 号,pp.147-185.
- 榎原信行 (2023) 『*負ける勇気を持って勝ちに行け！雷神の言霊*』 株式会社 KADOKAWA.
- 長倉富貴 (2018) 「全米大学体育協会 (NCAA) の「学業とスポーツの両立」を可能とさせる仕組み」『*山梨学院大学経営情報学論集*』 第 24 号,pp.33-44.

- 日本アイスホッケー連盟『日本アイスホッケー全史』.  
<https://www.jihf.or.jp/museum/history/>
- 日本アイスホッケー連盟 (2025)『下部リーグ構想』.  
<https://www.jihf.or.jp/news/detail.php?id=2248>
- 日本アイスホッケー連盟 (2025)『国内に新たなアイスホッケーリーグ誕生「EXTREME ICE HOCKEY LEAGUE」2025年10月開幕!』.  
<https://www.jihf.or.jp/news/detail.php?id=2283>
- 日本学生氷上競技連盟 (2024)『97回インカレ ホッケー部門 大会、競技、宿泊要項について』.  
<https://jacsif.jp/97%E5%9B%9E%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%82%AB%E3%83%AC%E3%80%80%E5%A4%A7%E4%BC%9A%E3%80%81%E7%AB%B6%E6%8A%80%E3%80%81%E5%AE%BF%E6%B3%8A%E8%A6%81%E9%A0%85%E3%81%AB%E3%81%A4%E3%81%84%E3%81%A6/>
- 原田宗彦・藤本淳也・松岡宏高 (2018)『スポーツマーケティング』大修館書店.
- 北海道札幌市 (2013)『大規模冬季スポーツイベント調査』.  
<https://www.city.sapporo.jp/somu/machikiso/documents/sportsevent.pdf>
- 松橋崇史、金子郁容 (2007)「スポーツ組織マネジメントにおける地域コミュニティ戦略— Jクラブの事例研究—」『スポーツ産業学研究』17巻2号,pp.39-55.
- 明治大学駿台体育会 (2019)『駿台体育会とは』.  
<https://sundai-taiikukai.jp/about/>



# 広告における AI エンドーサーの写実性水準と 製品タイプが広告好意度に及ぼす影響

The Impact of AI Endorser Realism Levels and  
Product Type on Advertisement Liking

明治大学 国際日本学部  
山本 彩乃

Meiji University School of Global Japanese Studies  
YAMAMOTO, Ayano

## 目 次

### 要旨

#### I はじめに

#### II 先行研究ならびに仮説提唱

1. 写実性水準に関する先行研究
2. 製品タイプに関する先行研究
3. 仮説

#### III 実験概要

1. 実験デザイン
2. 被験者
3. 実施期間・実施方法
4. 刺激物（実験用広告画像）の作成
  - （1）製品選定
  - （2）写実性水準の操作
5. 測定項目
  - （1）操作チェックのための測定項目
  - （2）従属変数
  - （3）共変量
6. 分析方法

#### IV. 分析結果

1. 操作チェック
  - （1）製品タイプの操作チェック
  - （2）写実性水準の操作チェック
2. 二元配置分散分析
  - （1）写実性水準の主効果
  - （2）製品タイプの主効果
  - （3）写実性水準と製品タイプの交互作用効果
3. 単純主効果検定
  - （1）写実性水準の単純主効果
  - （2）製品タイプの単純主効果
4. 共分散分析

#### V. 考察

#### VI. おわりに

1. 学術的貢献

2. 実務的含意
3. 本研究の限界
4. 今後の課題

参考文献

補録

## 要旨

近年、生成 AI 技術の急速な発展に伴い、広告分野において AI エンドーサーの活用が拡大している。しかし、AI エンドーサーの写実性水準が広告効果に及ぼす影響や、その影響が製品タイプによってどのように異なるのかについては、十分な検討がなされていない。本研究は、AI エンドーサーの写実性水準（高・中・低）および製品タイプ（功利製品・快楽製品）が広告好意度に与える影響を明らかにすることを目的とした。

架空広告画像を用いた実験を実施し、広告好意度を従属変数、エンドーサー好感度・信頼度・不気味さを共変量として測定した。二元配置分散分析の結果、写実性水準と製品タイプの間に有意な交互作用効果が認められ、功利製品においてのみ高写実性条件が広告好意度を高めることが示された。さらに、功利製品に限定して共分散分析を行った結果、各共変量が広告好意度に有意に影響を及ぼし、写実性水準の主効果は有意ではなくなった。

これらの結果は、AI エンドーサーの写実性効果が製品タイプ、とりわけ功利製品の文脈における心理的評価に依存して生じることを示唆している。すなわち、AI エンドーサーの写実性水準を一律に高める戦略は必ずしも有効ではなく、製品特性に応じた写実性の最適化が求められることが示された。

## I. はじめに

近年、デジタル技術の進化は、企業のマーケティング戦略に新たな可能性をもたらしている。特に、AI 技術を活用した広告コンテンツの成長は目覚ましい。サイバーエージェントでは、広告キャッチコピーや画像生成、1,000 人を超える AI タレント輩出など、生成 AI の多岐にわたる広告コンテンツ活用がなされている<sup>1</sup>。中でも、AI エンドーサー、つまり人工知能によって生成された広告キャラクターの起用が拡大している。例えば、伊藤園 TVCM 「お〜いお茶 カテキン緑茶」では、現在の人物に対して約 30 年後の未来の姿を若々しく生き活きと見せるべく、2 回にわたって AI エンドーサーを起用した<sup>2</sup>。また、PARCO は、2023 年冬のファッション広告である「HAPPY HOLIDAYS キャンペーン」において、人物のみならず背景、音楽など全ての広告要素を生成 AI で作成し、その革新性から AMD アワードで「優秀賞」を受賞した<sup>3</sup>。さらに、アパレルメーカーしまむらでは、2024 年から AI キャラクター「瑠奈（るな）」を公式ファッションモデルとして起用しているほか、インスタグラム

---

<sup>1</sup> 株式会社サイバーエージェント 「最適な AI タレントを効果実績から自動生成、広告効果の高い AI タレントの起用が 1,000 名を突破」 <https://www.cyberagent.co.jp/news/detail/id=31016>、2025 年 12 月 20 日閲覧

<sup>2</sup> 株式会社伊藤園 「AI タレントを起用した「お〜いお茶 カテキン緑茶」の TV-CM 第二弾！」 <https://www.itoen.co.jp/news/article/64855/>、2025 年 12 月 20 日閲覧

<sup>3</sup> 株式会社パルコ 「「HAPPY HOLIDAYS 広告」が、AMD アワードで「優秀賞」を受賞」 <https://www.parco.co.jp/blog/detail/?id=678>、2025 年 12 月 20 日閲覧

での発信などインフルエンサーとしての役割も持たせている。このように、AI エンドーサーの活動幅の広がりがうかがえる<sup>1</sup>。

AI エンドーサーは、その生成の自由度から、企業が表現したいブランドイメージや製品特性に合わせて、外見、表情、声、パーソナリティに至るまで、ゼロからカスタマイズすることが可能であるという大きなメリットを持つ (Dwivedi et al., 2022)。これにより、従来の人間エンドーサーが持つ肖像権や契約上の制約、スキャンダルリスクといった課題を回避しつつ、ブランドメッセージの一貫性を維持しやすいという利点が、学術研究者によっても指摘されている (Hock & Raithel, 2019)。

しかし、AI エンドーサーの広告起用において、企業がどのような特性を持つエンドーサーを生成すべきかについては、十分な判断基準や戦略的指針が示されていないのが現状である。特に、AI エンドーサーの写実性水準、つまり現実の人間らしさの度合いが、消費者の広告態度にどのように影響するのか、そしてその影響が製品タイプ、つまり快楽製品か功利製品かによってどのように異なるのかについては、体系的な知見が乏しい。現在の AI エンドーサーの生成技術は、すでに極めて高い写実性から、アニメ調のデフォルメされた表現まで、幅広いレベルでの調整を可能にしている。このような技術的自由度を最大限に活かしながら、製品タイプと AI エンドーサーの写実性水準の最適な組み合わせを見つけることは、企業にとって広告効果の最大化、そして企業のマーケティングの投資対効果の向上に直結する重要な課題である。

本研究は、この課題に対し、AI エンドーサーを起用した文字なしの架空広告画像を生成した上で、AI エンドーサーの写実性水準と製品タイプが消費者の広告好意度に与える影響を実証的に検討することを目的とする。さらに、エンドーサー好感度、信頼度、不気味さといった心理的要因が、これらの関係においてどのような役割を果たすかを明らかにすることで、企業が AI エンドーサーを円滑に生成・起用する上での具体的な指針を提供することを目指す。本研究の知見は、学術的に、AI エンドーサー研究における知見を深めるのと同時に、実務的に、効果的な AI エンドーサー活用戦略の策定に貢献するものである。

## II. 先行研究ならびに仮説提唱

### 1. 写実性水準に関する先行研究

近年、AI 生成キャラクターやバーチャルインフルエンサー (virtual influencers: VIs) を広告に活用する事例が増加する中で、エンドーサーの外見的写実性 (realism) が消費者反応に及ぼす影響に関する研究が注目されている。写実性水準とは、AI キャラクターの外見や

<sup>1</sup> 株式会社しまむら 「ファッションセンターしまむらから AI モデル「瑠菜」がデビュー！」  
<https://www.shimamura.gr.jp/assets-c/uploads/release20240605luna.pdf>, 2025 年 12 月 20 日閲覧

質感がどの程度現実の人間に近いかを示す概念であり、消費者による人間らしさの知覚や信頼判断と密接に関連する要因であると考えられている。

例えば、Gu et al. (2024) は、AI 生成広告の写実性向上が知覚される不気味さを低減し、知的印象を高め、消費者の広告受容を促進することを示している。さらに、Baake et al. (2025) は、科学情報を発信する文脈において、AI アバターの外見的写実性が高いほど、専門性、誠実性、善意といった信頼性評価が高まることを実証しており、ここには高写実性が情報源としての信頼判断を強化する可能性が示されている。さらに、Jayasinghe et al. (2025) は、AI インフルエンサーの人間らしさが、消費者エンゲージメントや購買意図といった購買行動につながる要因に対しても正の影響を及ぼすことを報告している。

一方で、写実性の効果が必ずしも単純な線形関係となるわけではないことも指摘されている。Mori (1970) は、不気味の谷理論において、人間らしさが一定水準を超えた際に、不気味さや拒否反応が生じる可能性を理論的に示した。その後の研究では、この現象が、分類困難性 (categorization difficulty) や知覚的不整合 (perceptual mismatch) に起因することが示されている (Yamada et al., 2012; Kätsyri et al., 2015)。さらに、Pan et al. (2024) や Kim et al. (2024) は、バーチャルインフルエンサーを用いた実験において、人間らしさと購買意図の関係について、中程度の擬人化条件において評価が相対的に低下する場合があると指摘している。

以上の議論から、写実性水準の効果については、肯定的評価を高めるとする知見と、不気味さの喚起によって評価が低下する可能性を指摘する知見が併存しており、その影響の方向性については一貫した結論が得られていないといえる。したがって、本研究では、写実性水準が広告好意度に及ぼす主効果の有無に加え、その影響の方向性についても検討することとする。

## 2. 製品タイプに関する先行研究

製品タイプに関する研究は、Hirschman and Holbrook (1982) による快楽的消費と功利的消費の区別を起点として発展してきた。彼らは、消費を単なる合理的判断の結果としてではなく、感情的、経験的、多感覚的な側面を含む現象として捉え、楽しさや自己表現といった価値を重視する製品を快楽製品 (hedonic products)、問題解決や実用性、効率性といった機能的価値を重視する製品を功利製品 (utilitarian products) として整理した。

その後、Voss et al. (2003) は、製品が快楽的価値と功利的価値の双方を併せ持ちうる点に着目し、快楽的側面 (HED) と功利的側面 (UT) を独立次元として測定する HED/UT 尺度を開発し、4 象限の分析枠組みを提示した。この枠組みによれば、製品は単に快楽製品と功利製品に二分されるのではなく、①高快楽的・高功利的、②高快楽的・低功利的、③低快楽的・高功利的、④低快楽的・低功利的という 4 つのタイプに分類される。これにより、

製品タイプは絶対的なカテゴリではなく、消費者がどの価値次元を相対的に強く知覚するかによって位置づけられる概念として捉えられるようになった。

近年では、製品タイプとエンドーサータイプとの適合関係に着目した研究も蓄積されつつある。例えば、Duan et al. (2025) や Belanche et al. (2024) によれば、バーチャルインフルエンサーは功利製品との適合性を高く評価される一方で、人間インフルエンサーは快楽製品との適合性が高く評価されることを報告している。また、Makino et al. (2025) は、バーチャルインフルエンサーと快楽製品の組み合わせについて、一般的には広告効果の観点から適合性が低いと想定されてきたことを整理した上で、消費者の擬人化傾向や製品知識が高い場合には、広告評価が例外的に人間エンドーサーと同様あるいはそれ以上の効果を持つ可能性があることを指摘している。

### 3. 仮説

以上の先行研究を踏まえると、AI エンドーサーの写実性水準および製品タイプはいずれも広告好意度に影響を及ぼす重要な要因であると考えられる。しかしながら、写実性水準については、その効果の有無や方向性については必ずしも一貫した結論が得られていない。また、製品タイプについても、広告文脈やエンドーサータイプ、消費者側の特性などによって評価のされ方が異なる可能性が指摘されている。よって、本研究では、まず AI エンドーサーの写実性水準および製品タイプが、それぞれ独立に広告好意度に影響を及ぼすか否かを検討するため、以下の主効果に関する仮説を設定する。

#### 仮説 1 (写実性水準の主効果)

写実性水準の違いによって、広告好意度には差がある。

#### 仮説 2 (製品タイプの主効果)

製品タイプの違いによって、広告好意度には差がある。

さらに、先行研究の知見を総合すると、AI エンドーサーの写実性水準が広告好意度に及ぼす影響は、単独で様に作用するのではなく、製品タイプによって異なる評価文脈のもとで処理される可能性が高いと考えられる。精緻化見込みモデル (Petty & Cacioppo, 1986) の枠組みを応用するならば、功利製品の文脈では、消費者は製品の機能性や有用性といった実用的価値を重視するため、広告情報は「中心経路」で論理的に処理されやすい。このような状況において、AI エンドーサーの写実性は、情報源の妥当性を評価する際に参照されやすい属性となり、写実性が高いほど広告好意度は高まるだろう。

一方で、快楽製品の文脈においては、消費者は楽しさや心地よさといった情緒的価値を重視するため、広告情報は視覚的印象や感情反応に基づく「周辺経路」によって処理されやす

い。この場合、写実性は広告全体の印象を左右する周辺的な手がかりとして作用し、直感的な好悪判断を喚起する。近年の研究（Jayasinghe et al., 2025）が示す通り、写実性の向上は基本的には人間らしさを高め、好意的な感情反応を促進するだろう。しかし、その一方で、Mori（1970）らの先行研究で指摘された「不気味の谷」の影響が顕在化しやすくなる。すなわち、写実性が中程度から高程度に達するにつれ、人間との微細な非類似性が違和感や不気味さとして強調され、快楽的消費におけるポジティブな感情を阻害するだろう。

よって、写実性の向上が広告好意度にもたらす促進効果は、製品タイプによって異なると予測できる。具体的には、信頼性が重視される功利製品では写実性の向上がそのまま評価の底上げに直結するのに対し、心地よさが重視される快楽製品では、高写実化に伴う不気味さがプラスの効果を相殺するため、評価の伸びが抑制されると考えられる。

以上の議論より、次のような仮説が提唱できる。

### **仮説 3（写実性水準と製品タイプの交互作用効果）**

写実性水準が広告好意度に与える影響は、製品タイプによって異なる。

**仮説 3a：** 功利製品では、写実性が高いほど、広告好意度は高い。

**仮説 3b：** 快楽製品では、写実性水準の上昇に伴う広告好意度の上昇は生じにくい。

## **Ⅲ. 実験概要**

### **1. 実験デザイン**

本研究では、AI エンドーサーの写実性水準および製品タイプが広告好意度に及ぼす影響を検討するため、3（写実性水準：高・中・低）×2（製品タイプ：快楽製品・功利製品）の広告画像を作成し、被験者 1 人に対しいずれかの製品について、写実性の各 3 水準について画像を見せながら広告好意度ならびに共変量を計測するという混合計画を立て、実験を実施した。

### **2. 被験者**

実験参加者は 39 名であり、内訳は女性 27 名（69.2%）、男性 12 名（30.8%）であった。年齢は 19 歳から 53 歳までで、平均年齢は 23 歳（標準偏差 5.3）であった。調査はオンラインで実施され、全ての参加者は任意参加であり、事前に研究目的および倫理的配慮について説明を受けた。

### 3. 実施期間・実施方法

実験は2025年12月12日から12月18日までの1週間にわたり実施された。実施方法はGoogle フォームを用いたアンケート形式であった。回答時間は2, 3分を目安とし、実際の回答時間は問わなかった。

### 4. 刺激物（実験用広告画像）の作成

#### （1）製品選定

実験財として、快楽製品には香水、功利製品には電動歯ブラシを用いた。これらの製品は、視覚情報のみでも製品価値が想起されやすく、先行研究において代表的な快楽製品および功利製品として扱われることが多い点を考慮した。また、Hirschman and Holbrook (1982) や Voss et al. (2003) の製品タイプ理論より、電動歯ブラシは、「歯の清潔を保つ」「虫歯を予防する」といった機能的・実用的価値が主要な目的であり、情緒的価値は低いと考えられる。一方、香水は香りによる気分向上や自己表現といった快楽的・情緒的価値が中心であり、実用的価値は限定的である。この点から、本研究では電動歯ブラシを低快楽的／高功利的製品、香水を高快楽的／低功利的製品として位置づけ、快楽製品と功利製品の差が明確になるように選定を行った。

#### （2）写実性水準の操作

広告に登場するAI エンドローサーの写実性水準は、先行研究 (Kim et al., 2024) に基づき、外見的な人間らしさの程度として、「高」「中」「低」の3段階で操作した。

まず、グラフィックデザインツール Canva の AI 生成機能を用いて、人間に極めて近い高水準の写実性をもつ人物が製品を手にしている広告画像を生成した。なお、この時点で人物および製品はいずれも実在しない架空のものであり、製品についても実写に近い外観をもつ画像となるように生成した。

次に、生成 AI ツール Gemini を用いて、構図、背景、表情、視線、ポーズ、製品の写実性の描写条件を維持したまま、エンドローサーの外見的写実性のみを段階的に調整した。具体的には、肌の質感、顔の立体感、目鼻の精緻さといった要素を操作対象とし、これらの人間らしさの程度を体系的に変化させた。各写実性水準の定義は以下の通りである。

表 1 各写実性水準の定義

高写実性	実在の人間とほぼ区別がつかない外見を有し、現実に近い非常に自然な質感や陰影、顔の立体構造が知覚される水準。
中写実性	全体として人間の形態を備えているものの、肌や顔の細部に人工的な印象が残り、実在人物と即座に判断しにくい水準。
低写実性	人間の基本的な形態は保たれているが、イラスト的・CG的な特徴が顕著であり、人間らしさが相対的に低く知覚される水準。

さらに、Makino et al. (2025) の広告評価の実験画像の構図を参考に、Gemini を用いて製品のみを画像を別途生成し、これを各写実性水準のエンドーサー画像と組み合わせることで、最終的な実験用の広告画像とした。全ての条件において、製品写真およびエンドーサーが保持する製品は同一の実写風画像を使用した。実際の実験用画像については、補録 1 を参照されたい。

## 5. 測定項目

### (1) 操作チェックのための測定項目

写実性水準および製品タイプの操作が意図通りに認識されているかを確認するため、操作チェック項目を設けた。まず製品タイプについて、被験者はデモグラフィック情報に関する質問群に回答した後、ランダムにいずれかの製品タイプ条件に割り当てられた。その後、Belanche et al. (2024) の先行研究を参考に、広告画像を提示する前に製品名のみを呈示し、「1 (機能的) —7 (快樂的)」の 7 段階尺度において、該当製品について評価した。なお、この評価時点では広告刺激は一切提示していない。

次に、写実性水準の操作チェックについては、3 種類の写実性水準ごとに行った。Li et al. (2024) を参考に、被験者は、条件の広告画像を閲覧した後、AI エンドーサーの人間らしさについて、「このエンドーサー (キャラクター) は人間らしい。」という項目に対し、「1 (全くそう思わない) —7 (非常にそう思う)」の 7 段階リッカート尺度を用いてそれぞれ評価した。測定項目については、補録 2 を参照されたい。

### (2) 従属変数

従属変数である広告好意度について、Bichal et al. (1992) を参考に、「この広告が好きだ。」という項目に対し、「1 (全くそう思わない) —7 (非常にそう思う)」の 7 段階尺度を用いて測定した。得点が高いほど広告に対する好意度が肯定的であることを示す。

### (3) 共変量

広告好意度に影響を与える可能性のある要因として、AI エンドーサーに対する好感度 (Von Mettenheim & Wiedmann, 2021)、信頼度 (Li et al., 2024)、不気味さ (Wu & Jing Wen, 2021) をそれぞれ複数の質問項目から測定した。上記と同様に、7段階リッカート尺度を用いた。好感度、信頼度については得点が高いほど、不気味さについては得点が高いほど態度が肯定的であることを示す。

## 6. 分析方法

広告好意度を従属変数とし、写実性水準および製品タイプを独立変数とする二元配置分散分析を行った。交互作用効果が有意であった場合には、単純主効果検定を実施した。さらに、エンドーサー好感度、信頼度、不気味さを統制した共分散分析を補足的に行った。いずれも分析に際しては、統計ソフト R を用い、10%以下の水準で有意と判定した。

## IV. 分析

### 1. 操作チェック

本実験における独立変数の操作が意図通りになされたかを確認すべく、操作チェックのための測定項目について、検定を行った。

#### (1) 製品タイプの操作チェック

製品タイプの知覚について、対応のない t 検定を行った結果、功利製品 (平均値 1.96、標準偏差 1.33) に比べ、快楽製品 (平均値 6.19、標準偏差 0.66) の快楽性評価値が有意に高かった ( $t=13.13, p<0.001$ )。よって、被験者は両製品タイプの性質を意図通りに識別しており、製品タイプの操作は有効であったと判断できる。

#### (2) 写実性水準の操作チェック

AI エンドーサーの人間らしさの知覚について、一元配置分散分析を行った結果、写実性水準による知覚の差は有意であった ( $F=10.39, p<0.001$ )。続いて、各写実性水準間の差を検討するために Tukey の多重比較分析を行った結果、高写実性条件は中写実性条件および低写実性条件よりも有意に人間らしさ知覚が高く (それぞれ  $p=0.01, p<0.001$ )、また、中写実性条件は低写実性条件よりも有意に高かった ( $p=0.07$ )。よって、被験者は写実性水準の差異を意図通りに識別しており、写実性水準の操作は有効であったと判断できる。

## 2. 二元配置分散分析

### (1) 写実性水準の主効果

高写実性条件における広告好意度の平均値は 3.79 (標準偏差 1.38)、中写実性条件では 3.21 (標準偏差 1.24)、低写実性条件では 2.62 (標準偏差 1.50) であった。写実性水準が低下するにつれて広告好意度も低下する傾向が見られた。分散分析の結果、この主効果は有意であった ( $F=13.35$ ,  $p<0.001$ )。よって、仮説 1 は支持された。

### (2) 製品タイプの主効果

功利製品条件における広告好意度の平均値は 2.99 (標準偏差 1.47)、快楽製品条件下では 3.52 (標準偏差 1.37) であり、快楽製品の方が高い傾向が見られた。しかし、分散分析の結果、この主効果は有意ではなかった ( $F=2.38$ ,  $p=0.13$ )。よって、仮説 2 は支持されなかった。

### (3) 写実性水準と製品タイプの交互作用

写実性水準と製品タイプの交互作用について、快楽製品条件では高写実性 (平均値 3.75) から低写実性 (平均値 3.25) にかけての低下が緩やかであったのに対し、功利製品条件では高写実性 (平均値 3.83) から低写実性 (平均値 2.17) にかけて大幅な低下が見られた。分散分析の結果、この交互作用は有意傾向が認められた ( $F=3.12$ ,  $p=0.05$ )。よって、仮説 3a および仮説 3b はともに支持された。

表 2 各分類変数の有意性 (F 値)

X <sub>1</sub> (写実性水準)	F= 13.35***
X <sub>2</sub> (製品タイプ)	F= 2.38
X <sub>1</sub> ×X <sub>2</sub> (写実性水準と製品タイプの交互効果)	F= 3.12*

\*\*\*は 0.1%水準で有意、\*は 5%水準で有意、無印は非有意

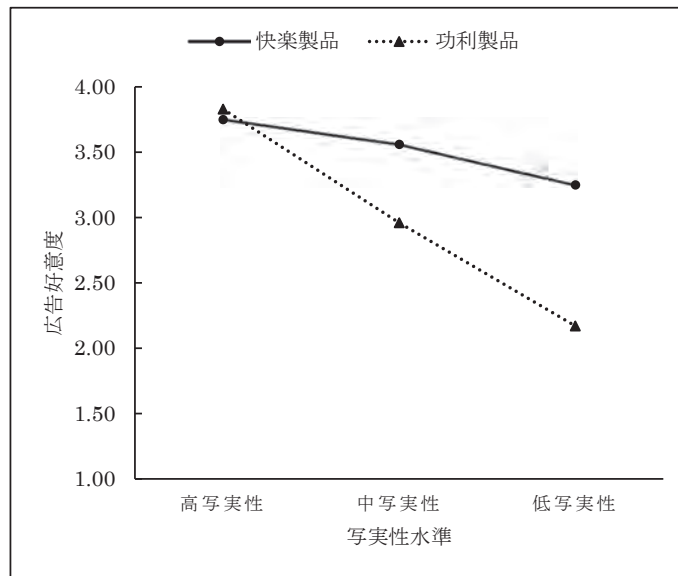


図 1 広告好意度の平均値

表 3 広告好意度の平均値 (標準偏差)

	X <sub>1</sub> : 高写実性	X <sub>1</sub> : 中写実性	X <sub>1</sub> : 低写実性
X <sub>2</sub> : 快樂製品	3.75 (1.48)	3.56 (1.15)	3.25 (1.48)
X <sub>2</sub> : 功利製品	3.83 (1.34)	2.96 (1.26)	2.17 (1.37)

### 3. 単純主効果検定

#### (1) 写実性水準の単純主効果

各製品タイプ内における写実性水準の単純主効果を検討した結果、快樂製品条件では、写実性水準による広告好意度の有意な差は認められなかった ( $F=0.98$ ,  $p=0.39$ )。一方、功利製品条件では、写実性水準の単純主効果が有意であった ( $F=15.74$ ,  $p<0.001$ )。具体的には、高写実性条件は低写実性条件よりも有意に広告好意度が高く ( $p<0.001$ )、中写実性条件に対しても有意となった ( $p=0.07$ )。なお、中写実性条件と低写実性条件の差は有意ではなかった ( $p=0.12$ )。

#### (2) 製品タイプの単純主効果

各写実性水準において製品タイプの単純主効果を検討したところ、高写実性条件 ( $p=0.87$ )

および中写実性条件 ( $p=0.13$ ) においては、製品タイプ間に有意な差は認められなかった。しかし、低写実性条件においては、功利製品条件に比べて快楽製品条件の広告好意度が有意に高かった ( $t=2.30$ ,  $p=0.03$ )。

#### 4. 共分散分析

功利製品条件において高写実性の優位性が顕著に認められたことを受け、この効果がエンドーサーに対する評価の差異に起因する可能性を検討するため、功利製品に限定し、エンドーサーの好感度、信頼度、不気味さを共変量とした共分散分析を補足的に実施した。分析の結果、投入した全ての共変量において極めて有意な主効果が認められた。具体的には、信頼度 ( $F=27.90$ ,  $p<0.001$ ) が広告好意度に対して最も大きな影響を示しており、次いで不気味さ ( $F=21.37$ ,  $p<0.001$ ) および好感度 ( $F=14.25$ ,  $p<0.001$ ) についても強い影響力が確認された。一方で、これらの心理的評価を共変量として制御した後は、写実性水準の主効果は有意ではなくなった ( $F=1.15$ ,  $p=0.32$ )。

表 4 功利製品条件下における共分散分析結果

	F 値
写実性水準	1.15
エンドーサー好感度	14.25***
エンドーサー信頼度	27.90***
エンドーサー不気味さ	21.37***

\*\*\*は 0.1%水準で有意、無印は非有意

#### V. 考察

本研究では、AI エンドーサーの写実性水準および製品タイプが広告好意度に与える影響について検討を行った。二元配置分散分析の結果、写実性水準の主効果が有意であり、写実性と製品タイプの交互作用についても有意な傾向が認められた。単純主効果検定の結果、功利製品条件では、写実性水準の差が広告好意度に有意な影響を及ぼし、高写実性条件のときに中・低写実性条件よりも高い広告好意度を示した。一方で、快楽製品条件においては写実性による有意な差は認められなかった。また、低写実性条件の中で、功利製品よりも快楽製品の方が有意に高い広告好意度を示した。

これらの結果は、「写実性向上が評価上昇につながる」という先行研究の見解を部分的に支持する一方で、その効果が製品タイプという文脈に依存し、とりわけ功利製品の場合に限定されることを明確に示している。特に注目すべきは、功利製品において高写実性の優位性が確認された一方で、中写実性と低写実性の間には有意な差が認められなかった点である。この結果は、写実性の向上が評価に対して直線的に作用するのではなく、一定の水準を超えて初めてポジティブな評価につながる可能性を示唆している。もっとも、中写実性と高写実性の差が有意傾向 ( $p=0.07$ ) にとどまったことを踏まえると、功利製品の文脈において、どの程度の写実性が信頼に足ると判断される閾値となるのかについては、今後さらなる精査が必要だろう。

こうした解釈を補強する知見として、功利製品条件に限定して実施した共分散分析の結果が挙げられる。エンドーサーに対する好感度、信頼度、不気味さを共変量として統制したところ、写実性水準の主効果は消失した。この結果は、写実性水準が広告好意度に直接的な影響を及ぼすというよりも、写実性の変化に伴って生じる信頼感の増減や不気味さの喚起といった心理的反応を介して、間接的に広告評価が形成されている可能性を示唆している。特に、信頼度が最も大きな F 値を示した点は、功利製品のように合理性や妥当性が重視される文脈において、エンドーサーが情報源として信頼に足る存在であるか否かが、広告好意度を左右する重要な判断基準となることを示しているだろう。この点は、高写実性の AI エンドーサーが専門性や誠実性といった信頼評価を高めるとする先行研究 (Baake et al., 2025) とも整合する。

一方で、快楽製品において写実性が広告好意度に影響しなかった点は、「写実性は高いほど良い」という一律の仮定に疑問を投げかけるものである。低写実性条件においてのみ功利製品よりも快楽製品で評価が高かった事実は、低写実性の「作り物らしさ」がもたらすネガティブな影響の受けやすさが製品タイプによって異なることを示唆している。快楽製品では感覚的・情緒的要因が重視され、エンドーサーの外見的写実性よりも、広告画像全体としての美的な雰囲気、演出が優先された可能性がある。その結果、写実性の低下による評価の悪化が相対的に抑制され、AI エンドーサー特有の不完全さに対する許容度が高まったと考えられる。

以上のことから、広告好意度について、必ずしも AI エンドーサーの写実性を高めれば一様に広告好意度が向上するというわけではなく、製品タイプという文脈要因、ならびにそれに結びつく信頼感や不気味さといった心理的評価を通じて、その効果が顕在化することが推測される。

## VI. おわりに

### 1. 学術的貢献

本研究では、AI エンドーサーの写実性水準および製品タイプが広告好意度に与える影響について検討を行った。その結果、写実性水準の主効果が認められた一方で、製品タイプの主効果は有意ではなく、両要因の交互作用効果が有意となった。また、その際、功利製品においてのみ高写実性の優位性が確認された。これは、高写実性水準の AI エンドーサーに対して知覚される信頼感が、功利製品の購買意思決定における情報の信頼性評価と整合した結果であると推察される。

本研究の意義は、AI エンドーサーの写実性効果を製品タイプと結びつけて検討した点にある。先行研究では、写実性や製品タイプが独立した要因として扱われることが多かったが、本研究は両者の交互関係に着目することで、写実性の効果が一様ではなく、功利製品と快楽製品で異なるパターンを示すことを明らかにした。また、写実性を高・中・低の三段階で操作したことにより、功利製品では一定水準以上の写実性が確保されて初めて評価向上が生じる可能性が示唆され、写実性効果が連続的ではなく閾值的に機能する可能性を示した点も重要である。

### 2. 実務的含意

本研究の結果は、広告に用いる AI エンドーサーの設計や選定を行う企業に対し、写実性水準を一律に高めればよいわけではないという実務的示唆を与えるものである。功利製品では、購買判断において機能性や信頼性が重視される傾向があり、高写実性の AI エンドーサーがこれらの評価基準と整合的に作用することで、広告好意度を高めた可能性が示唆された。したがって、家電製品やヘルスケア関連商品など、合理的判断が求められる製品カテゴリにおいては、現実の人物に近い高写実性の AI エンドーサーを起用することが、広告好意度を高める有効な戦略となり得る。

一方で、快楽製品においては、必ずしも写実性の高さが最重要要因ではなく、世界観や感情的訴求、非現実性といった広告全体としての表現的完成度がより重視される可能性が示された。そのため、ファッションや化粧品、エンターテインメント関連製品などに AI エンドーサーを起用する場合には、写実性を過度に高めることよりも、AI エンドーサーの雰囲気と背景やモチーフなど周辺要素との調和を図ることで、ブランドの独自性や創造性を効果的に訴求することができるだろう。

このように、AI 生成技術の柔軟性を活かし、製品タイプやブランド戦略に応じて写実性水準を適切に調整することが、今後の AI エンドーサーの広告起用における重要な実務的指針となるだろう。

### 3. 本研究の限界

本研究には、しかしながら、いくつかの限界点が存在する。まず、被験者数の制約と年齢層のばらつきが挙げられる。次に、実験用広告画像において、製品タイプをまたいでの構図や背景の厳密な統制が困難であった点も課題である。また、被験者が同一製品について複数の写実性水準の刺激を閲覧したため、写実性操作への気づきが強まり、不自然さや不気味さを意識しやすくなった可能性も否定できない。したがって、今後は、被験者を一条件のみに割り当てる被験者間実験計画の採用など、操作への気づきを制御した上での再検証が必要だろう。

### 4. 今後の課題

最後に、本研究では製品タイプという比較的マクロな文脈に着目したが、今後は同一製品であっても、ブランドのポジショニングや、エンドーサーに期待される役割、例えば専門家的立ち位置や共感的存在などの役割によって、写実性の最適水準がどのように変化するのかが検討する必要があるだろう。また、本研究では広告好意度を従属変数としたが、購買意図や心理的な抵抗感の払拭などの評価指標を併せて検討することで、写実性が消費者判断のどの段階に影響を及ぼすのかについても明らかにすることができるだろう。これにより、企業が AI エンドーサーを生成・起用する際、製品特性やブランド戦略に応じた、より理論的で実践的な広告設計の実現が期待できる。

## 参考文献

- 株式会社伊藤園. 2024 年. 「AI タレントを起用した「お〜いお茶 カテキン緑茶」の TV-CM 第二弾！新作 TV-CM 「食事の脂肪をスルー」篇を、4 月 4 日（木）より放映開始」（株式会社伊藤園, 2024 年 3 月 29 日）  
<https://www.itoen.co.jp/news/article/64855/>（検索日：2025 年 12 月 20 日）
- 株式会社サイバーエージェント. 2024 年. 「最適な AI タレントを効果実績から自動生成、広告効果の高い AI タレントの起用が 1,000 名を突破」（株式会社サイバーエージェント, 2024 年 11 月 20 日）  
<https://www.cyberagent.co.jp/news/detail/id=31016>（検索日：2025 年 12 月 20 日）
- 株式会社しまむら. 2024 年. 「ファッションセンターしまむらから AI モデル「瑠菜」がデビュー！」（株式会社しまむら, 2024 年 6 月 5 日）  
<https://www.shimamura.gr.jp/assets-c/uploads/release20240605luna.pdf>（検索日：2025 年 12 月 20 日）
- 株式会社パルコ. 2024 年. 「「HAPPY HOLIDAYS 広告」が、AMD アワードで「優秀賞」を受賞」（株式会社パルコ, 2024 年 3 月）  
<https://www.parco.co.jp/blog/detail/?id=678>（検索日：2025 年 12 月 20 日）
- Baake, J., Schmitt, J., & Metag, J. (2025). Balancing realism and trust: AI avatars in science communication. *JCOM*, 24(02), A03.  
<https://doi.org/10.22323/2.24020203>.
- Belanche, D., Casaló, L. V., & Flavián, M. (2024). Human versus virtual influences, a comparative study. *Journal of Business Research*.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114493>.
- Biehal, G., Stephens, D., & Curio, E. (1992). Attitude toward the ad and brand choice. *Journal of Advertising*, 21(3), 19–36.  
<https://doi.org/10.1080/00913367.1992.10673373>.
- Duan, Y., Hao, Z., Liang, F., Fan, M., Zhang, W., Wu, C., & He, X. (2025). How mind perception shapes influencer–product fit: The diverging effects of virtual versus human influencers on utilitarian and hedonic evaluations. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 20(4), 305.  
<https://doi.org/10.3390/jtaer20040305>.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., Dennehy, D., Metri, B., Buhalis, D., Cheung, C. M. K., et al. (2022). Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging

- challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 66, 102542.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102542>.
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: Emerging concepts, methods and propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92–101.  
<https://doi.org/10.1177/002224298204600314>.
- Hock, S. J., & Raithel, S. (2019). Managing negative celebrity endorser publicity: How announcements of firm (non)responses affect stock returns. *Management Science*, 66(3), 1473–1495.  
<https://doi.org/10.1287/mnsc.2018.3243>.
- Kätsyri, J., Förger, K., Mäkäräinen, M., & Takala, T. (2015). A review of empirical evidence on different uncanny valley hypotheses: Support for perceptual mismatch as one road to the valley of eeriness. *Frontiers in Psychology*, 6, 390.  
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00390>.
- Kim, I., Ki, C.-W., Lee, H., & Kim, Y.-K. (2024). Virtual influencer marketing: Evaluating the influence of virtual influencers' form realism and behavioral realism on consumer ambivalence and marketing performance. *Journal of Business Research*, 176, 114611.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114611>.
- Li, C., & Huang, F. (2024). The Impact of Virtual Streamer Anthropomorphism on Consumer Purchase Intention: Cognitive Trust as a Mediator. *Behavioral Sciences*, 14(12), 1228.  
<https://doi.org/10.3390/bs14121228>.
- Makino, H., Ogura, Y., & Yan, X. (2025). Influence of advertising characters created by generative AI on consumers' evaluation of advertisements. *Quarterly Journal of Marketing*, 45(4), 268–278.  
[https://www.jstage.jst.go.jp/article/marketing/45/4/45\\_2025.044/\\_article/-char/en](https://www.jstage.jst.go.jp/article/marketing/45/4/45_2025.044/_article/-char/en).
- Mori, M. (1970). The uncanny valley. *Energy*, 7(4), 33–35.
- Pan, M., Blut, M., Ghiassaleh, A., & Lee, Z. W. Y. (2024). Influencer marketing effectiveness: A meta-analytic review. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 53(1), 52–78.  
<https://doi.org/10.1007/s11747-024-01052-7>.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123–205.  
[https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2).

- Von Mettenheim, W., & Wiedmann, K. P. (2021). The role of fashion influencers' attractiveness: A gender-specific perspective. *Communication Research and Practice*, 7(3), 263–290.  
<https://doi.org/10.1080/22041451.2021.2013087>.
- Voss, K. E., Spangenberg, E. R., & Grohmann, B. (2003). Measuring the hedonic and utilitarian dimensions of consumer attitude. *Journal of Marketing Research*, 40(3), 310–320.  
<https://doi.org/10.1509/jmkr.40.3.310.19238>.
- Wu, L., & Jing Wen, T. (2021). Understanding AI Advertising from the Consumer Perspective: What Factors Determine Consumer Appreciation of AI-Created Advertisements? *Journal of Advertising Research*, 61(2), 133–146.  
<https://doi.org/10.2501/JAR-2021-004>.
- Yamada, Y., Kawabe, T., & Ihaya, K. (2012). Categorization difficulty is associated with negative evaluation in the "uncanny valley" phenomenon. *Japanese Psychological Research*, 55(1), 20–32.  
<https://doi.org/10.1111/j.1468-5884.2012.00538.x>.

補録 1：実験に用いた広告画像

	製品タイプ：電動歯ブラシ	製品タイプ：香水
写実性水準…高		
写実性水準…中		
写実性水準…低		

## 補録2：アンケート内容

(注1)

本調査では、被験者はいずれか一方の製品（電動歯ブラシまたは香水）についてのみ回答した。以下の「製品タイプの操作チェック」項目は、アンケートの冒頭で一度のみ提示され、被験者が割り当てられた製品条件に対応する設問が表示された。なお、この操作チェック実施時には広告画像は提示されていない。

電動歯ブラシという製品は	1 機能的（効能、実用性） — 7 快楽的（気分向上、楽しさ）
香水という製品は	1 機能的（効能、実用性） — 7 快楽的（気分向上、楽しさ）

(注2)

次に、被験者は提示された各写実性水準（高、中、低）の広告画像について、以下の項目に回答した。各製品タイプに共通する質問項目であり、全ての項目は7件法尺度（1=全くそう思わない、7=非常にそう思う）で測定した。

写実性水準の操作チェック	このエンドーサー（キャラクター）は人間らしい。
エンドーサー好感度	このエンドーサー（キャラクター）は魅力的だ。
	このエンドーサー（キャラクター）は洗練されている。
	このエンドーサー（キャラクター）は美しい。
エンドーサー信頼度	このエンドーサー（キャラクター）は信頼できる。
	このエンドーサー（キャラクター）は誠実だ。
	このエンドーサー（キャラクター）は正直だ。
エンドーサーの不気味さ	このエンドーサー（キャラクター）は不気味だ。
	このエンドーサー（キャラクター）は奇妙だ。
	このエンドーサー（キャラクター）は怖いと感じる。
広告好意度	この広告が好きだ。

アイデンティティについての演劇的考察：

ドキュメンタリー演劇

『わたしのルーツを探す航海』の制作と上演

Theatrical Reflection about Identity:  
Creation and Performance of the Documentary Theatre  
*Voyages Exploring My Origins*

明治大学 国際日本学部

浦澤 紗香

佐々木 杏

前田 明空

Meiji University School of Global Japanese Studies

URASAWA, Suzuka

SASAKI, An

MAEDA, Miku

## 目 次

はじめに

- 1 ゼミナール活動概要
- 2 作品の成立経緯
- 3 作品内容解説
- 4 上演の展開

おわりに

参考文献

付録 『わたしのルーツを探す航海』上演台本

## はじめに

本論文は、明治大学国際日本学部の2025年度「演習A/B」（萩原健教授）での活動について記す。1章では活動の概要、2章では演習で制作された演劇作品の成立経緯、3章ではその作品の内容、4章では上演の展開について記す。

## 1 ゼミナール活動概要

本ゼミナールでは、実際に起きた／起きている出来事をベースに作られる「ドキュメンタリー演劇」の制作に取り組んだ。春学期には関連文献の講読を通じてドキュメンタリー演劇の手法を学ぶとともに、「多文化共生」というテーマについても議論を深めた。その過程で自らのアイデンティティとは何か、という問いが浮かび上がった。秋学期には、自己のアイデンティティの形成プロセスをたどるべく、祖父母の世代から現在の学生生活に至るまでの歴史を辿ることで、自己のルーツを多角的に探った。これらの試みをもとに制作した作品の前段階を2025年11月30日の学部内イベント「GJS-DAY」で、完成した作品を、同年12月20日の、アートベース・リサーチ(arts-based research, ABR)に関心を寄せる研究者が主に集まる「第1回ABR研究会」にて発表した。

以下、各月での活動を示す。

4～5月

文献講読①『ドキュメンタリー演劇の挑戦』

→「ドキュメンタリー演劇」とは何かを学ぶため。ゼミ生3人が3つの章をそれぞれ読み、内容を報告した。

文献講読②『*The Palgrave Handbook of Theatre and Migration*』

→各国におけるドキュメンタリー演劇の事例を知るため。1人1章選択し、その内容を報告した後、ディスカッションを行った。

ディスカッション

→各人にゆかりのある場所や言語について共有した。

6～7月

脚本制作、課外活動（観劇、映画鑑賞）

8月

オープンキャンパスでのポスター発表（記載内容は後述）、東京芸術劇場主催のワークショップ見学

9～12月

稽古ほか準備、GJS-Dayで上演（11月）、ABR研究会で上演（12月）

1月

学生論集投稿論文執筆

（以下はオープンキャンパスのポスターから引用）

**浦澤：〇〇人らしさってなんだ！？～京劇と台湾人～**

(Daphne P. Lei, *Diasporic Trauma, Nativized Innovation, and Techno-Intercultural Predicament: The Story of *Jingju* in Taiwan*)

台湾の人々の一部は、1950年前後に国共内戦で毛沢東率いる中国共産党に敗れ、台湾に渡ってきたというルーツがある。同時に中国版歌舞伎とも言われている伝統的な古典演劇「京劇」

も共に台湾に渡ってきた。彼らは、台湾人であるというアイデンティティ、自分は何者なのかということに頭を悩ませていた。そんな中、京劇は故郷を懐かしむものとして彼らの心のよりどころの一つになっていたが、結局は中国大陆のものではないかという虚しさもあった。しかし、次第に京劇を独自のものに進化させ、台湾の京劇へと変えていった。大陸からやってきた台湾の人々の「台湾人」としての誇り、アイデンティティが徐々に芽生えていく。

東アジア全般（特に中国と台湾）に興味があるので選んだ。東アジアの政治情勢に関する授業を取っているが、政治を知るには歴史や文化を知ることが大切だと感じている。今回の文献講読では、台湾人の様々なルーツを掘り下げて理解することができたので、現在の台湾が以前よりクリアに見えるような気がしている。

### **佐々木：イラク系ユダヤ人俳優が直面したイスラエルの壁**

(Naphталy Shem-Tov, Shylock Is Me: Aryeh Elias as an Immigrant Jewish-Iraqi Actor in the Israeli Theater)

イスラエルはユダヤ人国家として建国された一方で、長年アラブ人との対立を抱えており、その緊張は社会や文化の中にも深く影を落としている。この地において、「ユダヤ人であり、アラブの言葉話す」という出自は、舞台上に立つうえでの大きな壁となった。だが、自身の経験から生まれた痛みを原点に、国境や敵対を越える舞台表現を模索し、ユダヤ人とアラブ人の共存を促す革新的な取り組みを行った。

この文献を選んだ理由は、歴史的に差別されてきた人々の歩みや、それに対抗する民族的寛容の理念に関心があり、移民やマイノリティが直面する壁についてより深く理解したいと考えたからである。2024年の夏には、ドイツで実施された歴史対話プログラムに参加した。ホロコースト関連の資料館を訪問するとともに、参加者との対話を通じて理解を深めた。この文献を通じて、政治的に対立する両方の国にルーツがある人の存在や、そうした人々が文化や芸術を通じて架け橋となり得ることに気づかされた。

### **前田：アフリカからスペインへ、命をかけた移住と2つの文化の衝突を描く演劇**

(Andrés Pérez-Simón, Staging Borders: Immigration Drama in Spain, from the 1990s to the Present)

1990年代初め、北西アフリカ諸国の人々がスペインへ移住を始めた。国境における取り締まりが追い付かないほど数を増し、スペイン人口の10%以上を外国人が占めるようになったという。同時にスペイン国内では、アフリカ人移民が命懸けで地中海を渡る道のりや、スペイン人との共生による文化の衝突を扱う、「移住」をテーマにした演劇が発展していく。この文献では、その具体例となる作品が多数紹介されている。

この文献を選んだのは、アフリカとスペインのどちらにも関心があったからだ。アフリカには、「特別講座」世界に広がるアフリカン・ミュージックの歴史」「アフリカと近現代世界」という2つの授業を通して興味を持った。スペインは、高校と大学でスペイン語を勉強したことがきっかけだ。それぞれの歴史や文化について学んできたが、両方を結びつけて考えたことがなかったため新鮮だった。今回の文献講読を通して、アフリカとスペインの新たな一面を知ることができた。

(文責：浦澤紗香)

## 2 作品の成立経緯

作品制作は、3人の文献講読発表を受けて、ディスカッションを行うことから始まった。特に作品制作に大きく影響したのは、浦澤の読んだ京劇関連テキストを受けて行ったディスカッションだ。

このディスカッションは、アイデンティティは一つに定まっていた方がいいのか、それとも流動的であるべきかという点が中心的な論点となった。人は環境や周囲との関係性によって変化するが、揺るがない部分も持っている。ゼミ生の1人はそれを「アイデンティティへの固執」と呼んだが、他の2人は否定的なものでもないという意見だった。マジョリティとして生きてきた人は、アイデンティティを意識せずに済むことが多い。しかし、海外で自分自身がマイノリティになった瞬間が自分のアイデンティティについて考えるきっかけになる場合がある。たとえば海外で自己紹介するときに、自分のことを「普通」としか言えなかった経験だ。また、ゼミ生の1人は、タイで育った時よりも、帰国後、タイから来たことをからかわれた時に自分のマイノリティを実感した。こうしたことから、マイノリティとは他者から意識させられるものだと結論づけた。

このディスカッション後、「アイデンティティ」や「ルーツ」に興味関心を抱き、ゼミ生それぞれの過去を分析するために、3人分の〈並行年表〉の作成に着手した。この並行年表とは、ゼミ生3人が「自分を形作ってきた」と考えるエピソードを年代別書き出し、共通する状況やテーマごとに並べて比較したものだ。そして、自分の特徴的な出来事を深掘りしていく過程で、年表への記載は次第に両親や祖父母世代にまで広がっていった。また、自分らしさがどのような場所やつながりで構築されてきたのかを考えるにあたって、3人の経験の共通項である「横須賀」や「海」が挙げられた。

これらの要素を組み合わせ、最終的なテーマの軸に設定するかが大きな悩みとなり、試行錯誤を繰り返した。最初は、講読した文献で扱われていた演劇のテーマが「差別」や「アイデンティティ」であったことから、この2つが主題の候補だった。そして、「差別」は政治的要素が強く、発表の場であるGJS-DAYや第1回ABR研究会に適さないと感じられたため、「アイデンティティ」を主題に設定した。こうした思考を重ねる中で、ゼミ生それぞれが体験した「マイノリティ」「マジョリティ」をキーワードに、各自のアイデンティティを追究するとともに、多文化共生社会の実現を核に据えた公演を目指した。

しかし最終的に、公演で示された結論は、「マイノリティになることでアイデンティティが見えてくる」というものから大きく変化して、「アイデンティティは18歳以降の自分の選択である」というものになった。

この変化の背景には、当初のメッセージがアイデンティティを「与えられた属性」として捉えすぎているのではないかと、という違和感があった。当初は、環境といった先天的属性に焦点を当て、「マイノリティ」や「マジョリティ」という立場からアイデンティティを描こうとしていた。しかしこれらの立場は本人の意志で選択されるものというより、外部から与えられる側面が強い。そのため、家族史や個人史との結びつきが弱く、観客に対しても受動的で否定的な印象を与えてしまう可能性があると考えた。そこで、大学生以降の語りを中心に据え、強い好奇心に基づいて自ら選択し行動してきた経験をなぞることで、それらが現在の関心や行動にどのようにつながっているのかを明確に示す方針へと転換した。与えられた環境の中で「何を選び、どう行動したのか」に焦点を移すことで、より能動的で前向きなメッセージを観客に届けられると判断した。

以上の過程を経て、作品のタイトルを「わたしのルーツを探る航海」と設定し、内容は、家族や自分自身が経験した決定的な出来事を各自の成長の背景と位置づけ、各自の未来までを展

望する構成となった。結果として、メンバー各自の個人史と家族史、そしてその背景の世界史を重層的に描く内容となった。

演出に関しては、長方形の会場の縦長の空間をどのように活用するかが最大の課題だった。会場の短辺のひとつにはスクリーンが備わっていたが、家族写真や自分を特徴づけた出来事の写真を投影し、その前に観客が座り鑑賞するという形式は採用しなかった。これは、縦長の空間の魅力をも十分に活かさないことに加え、スクリーンというデジタルデバイスが観客の視線を一方向的に誘導し、受動的な鑑賞にしてしまうと考えたためだ。

そこで、スクリーン投影に替えて、写真を印刷した冊子（アルバム）を観客に配布する方法をとった。この形式を採用することで、観客は自身のペースで視線を移して鑑賞することができ、より能動的な興味を引き出せると判断した。また、演出をアナログにすることで、観客を「スクリーンの前」という特定の位置に拘束する必要がなくなり、空間の活用における自由度が高まると考えた。



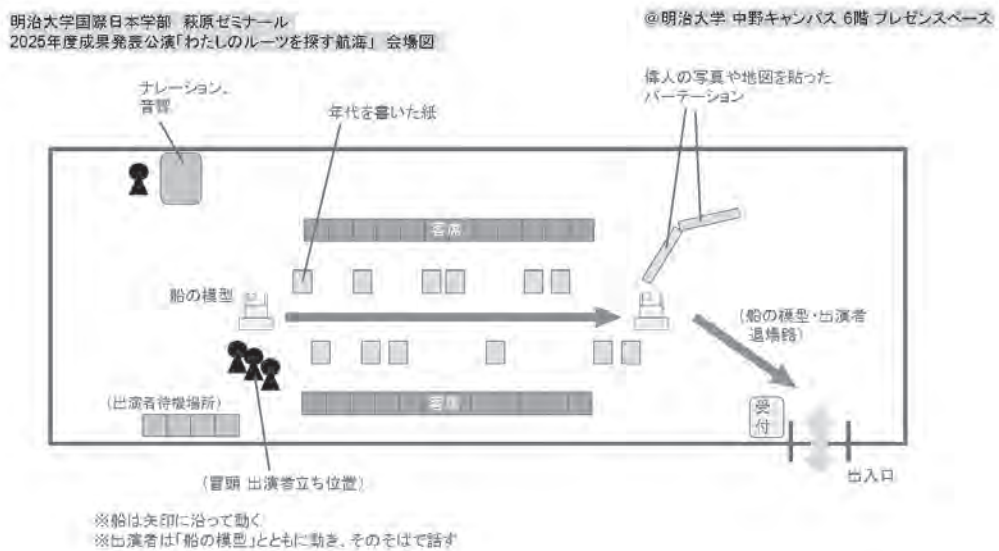
(写真1：アルバム)

次に、縦長の空間を最大限に活用するための演出方法について、2つの案が挙げられた。1つ目は、年代順に演出する方法だ。「わたしのルーツを探す航海」というタイトルに即し、縦長の空間の一端を過去、もう一端を未来と位置づけ、一つの時間軸として見せる構成である。2つ目は、会場を2つの「陸地」とそれらを隔てる「海」として演出する方法だ。ゼミ生の1人がタイでの経験を有していたことから、会場の一端に日本の陸地を、もう一端にタイの陸地を対置させる案が挙げられた。

しかし大学入学以降にはタイ以外の海外での経験も含まれるため、後者の案は構成が複雑になるという課題があった。そこで、人生の時間的な流れと未来への展望を一つの軸として提示できる点を重視し、年代順に構成する演出を採用した。またテーマである「航海」との関連性を強めるために、段ボールで作した船を用い、演者がそれとともに空間を進む演出にした。

また個人史や家族史に世界史の要素を重ねる演出については、ドイツの演劇ユニット、リミニ・プロトコルによる演劇作品『Black Tie』(2008)の手法を参考にした。具体的には、自分たちにゆかりのある土地で、どのような歴史的出来事が起こっていたのかを演出に加え、個人史や家族史を広い文脈へと拡張した。「自分らしさ」が私的な経験だけでなく、歴史的要素と結びついて形成されていることを示すことで、観客の興味をより引くことを意図したのである。

(文責：佐々木杏)



(図1：会場見取り図〔作成：前田明空〕)

### 3 作品内容解説

全体は上演前のアナウンスと三場からなる。リーディング公演の形式で、出演者は第三場の結びの場面を除き、台本を手にしてテキストを読み上げた。

上演前のアナウンスでは、制作の過程で作品の方針が変化したため、公演の内容が事前告知していたものとは異なっていることを説明した。

第一場は二部からなる。ゼミ生3人が生まれる前の出来事であることにちなみ、深海で生まれる「泡」をタイトルとした。一部の冒頭では、作品に登場する愛知や横須賀などの場所にゆかりのある歴史的出来事が、ナレーションにより語られた（この後も全編にわたり、出演者による語りの中に歴史的出来事への言及がナレーション形式で行われる）。続いて、1930年代から50年代を扱い、曾祖父やその弟の戦争体験に触れた。部のタイトルは「海の戦い」に設定し、神奈川の横須賀や山形の鶴岡を主な舞台とした。二部では1980年代から90年代の、両親の青春時代の出来事を扱った。日本の世の中が波打ち泡立った「バブル」をテーマとした。ワーキングホリデーや旅行で海外を訪れ、海外が身近になる時代である。

第二場は三部からなる。ゼミ生らが成長していった期間であることにちなみ、場のタイトルは「海の恵み」とした。一部ではゼミ生3人のうち2人について、幼少期から中学校までの出来事を抽出した。2人はいずれも横浜・横須賀といった東京湾南部で生まれ育っており、物語の舞台を「東京の南の海」と設定した。2つの土地が地理的に近いからこそ、互いに無関係だったはずの人生が同じ場所で交差する瞬間が、この部の見どころである。二部ではもう1人のゼミ生について、同じく幼少期から中学校までの出来事を抽出した。当ゼミ生は6歳から7年間タイで暮らしており、物語の舞台は「もっと南の海」とされた。海外生活のエピソードのみならず、当ゼミ生が日本に住んでいた頃の他のゼミ生たちとの驚くべきニアミスにも注目したい。三部では、ゼミ生3人が日本で送った高校生活での出来事を語った。コロナ禍という嵐が過ぎるのを待つ時間を風に見立て、テーマを「大しけ」とした。それぞれのゼミ生が何を思いながら苦難の時期を過ごしたのか、耳を傾けてほしい。

最後の三場は二部からなる。社会へと歩み始める大学時代を扱うことにちなみ、タイトルを「船出」とした。一部は「大学（＝上演場所）で過ごしてきた日々」をテーマに、明治大学国際日本学部に入學した3人のゼミ生が、萩原ゼミで会うまでの出来事を扱った。国際日本学部生ならではの国際色豊かな経験が見どころである。二部では結論として「いままでの自分の選択が今の自分のアイデンティティをつくっている、これからの自分の選択が未来の自分のアイデンティティをつくる」をテーマに、ゼミ生それぞれが「自分らしさ」の答えを出した。

#### 4 上演の展開



(写真2 (左) : 上演中の会場)



(写真3 (右) : 上演後の記念撮影。前景に小道具の船、後景に偉人等の写真)

本章では、上演の前後および上演中に起きた出来事について記す。

##### \* 上演前

【観客が偉人ほかの写真を見ないで席につく】上演前に見てもらふことを想定して、観客が席に着くまでの動線上にあるパーテーションに、印刷した写真（勝海舟、豊臣秀吉、小泉純一郎、ペリー、世界地図、源頼朝、東郷平八郎、横須賀の地図、金沢文庫）を掲示したが、なかなか目に留まっていなかった。

【アルバムを事前に見てしまう】上演中、出演者の語るセリフに合わせて、出演者にまつわる写真を収めたアルバムを見てもらふ想定だったが、開場時から客席の上に置いておいたため、観客が席についてすぐ目を通してしまっていた。アルバムについての説明を公演前にしっかりと行うべきだった（「隣の方とみてください、時系列になっているので、順番に見てください」など）。はっきりとした説明がなされなかったのは改善すべき点だった。

##### \* 上演中

【出演者3人の待機場所が変化した】リハーサルの段階では観客がいなかったため、客席に背を向ける形で動いてしまっていた。しかし、本番では観客の視線の邪魔にならないよう、出演者自身が臨機応変に対応した。そのことで、当初想定していた、セリフを言っていない間の待機場所が変化した。

【観客に対面するように向きを変えながら話した】立ち位置が移動していくごとに出演者が会場の中央に近づき、観客に囲まれる形になるため、出演者は前後左右を見回すようにしながらセリフを発した。これも出演者の臨機応変な対応だった。

【アルバムを上演中に見ない、そもそも持っていない人がいた】アルバムは公演の進行に合わせて目を通してもらうことを想定していたが、そうせずに、出演者だけに注目している観客がいた。また、アルバムは2人で1冊をシェアしてもらう予定で、2席に1冊置いていたためか、

アルバムを持っていない観客もいた。隣席の観客同士でシェアしてもらうこと、時系列になっているため順番に見てほしいことなどを上演前にはっきりと伝えるべきだった。

また出演者が観客の目を見て話す際、反応してくれている観客がいたのは喜ばしかった。一方で退屈そうな観客もあり、強く話しかけたい欲求にかられた。

\*上演後

【終演のタイミングが曖昧だった】出演者が退場した後、想定していた拍手がなかなか起きなかった。「退場後に会場へ戻って挨拶をする」という段取りは打ち合わせしておらず、状況を見て行った。観客にとっては上演終了の合図が分かりづらかったのかもしれない。

【観客からコメントを得た】終演後、複数の観客が出演者に話しかけ、次のような感想や質問を伝えた。

- 自分の人生を振り返るきっかけになったと同時に、出演者らが未来に向かっていく「航跡」が見えた。
- 最初にアナウンスされていた、作品制作の方針の変化はなぜ起こったのか気になった。
- （外国人を相手に教師をしている女性）マイノリティ・マジョリティというテーマが気になって観劇したため、最終的な公演のテーマは想像通りではなかったが、面白かった。家族史がアイデンティティにつながるという内容に納得し、また古い写真が残っているのがすごいと感じた。自分が教えている外国人生徒にもこうした公演制作を体験させたいと思った。
- 特別な力を持った人ではなくても制作できる公演だと感じた（担当教員の見解：むしろ誰もが特別なことができるユニークネスを持っている）。
- 特に戦争の話は口にしながらいない人もいるため、伝えてくれる家族がいたからできた公演だと感じた。
- どのような方法でこの公演を制作したのか気になった。
- 出演者3人が偶然同じ場所にゆかりがあったのが奇跡的であり、驚いた。

（文責：前田明空）

## おわりに

以下、各メンバーの総括を記す。

### (浦澤)

このゼミ活動の集大成となった最終公演後、幅広い年齢層の観客から多様なフィードバックを頂いた。その中で「自身のルーツと照らし合わせながらこの作品を観ていた。ひとりひとり尊い物語を持っていると感じた」という声があった。本作品は、我々3人の個人史を通して、観客自身の人生や記憶も重ね合わせる契機となっていたのだ。

自身のルーツを探る中で、祖父母や両親の世代にまで遡り、個人史に象徴的な歴史上の出来事や人物を織り交ぜて自己のルーツを描く過程において、自分が生まれる以前の過去が教科書で習うような「文字上の歴史」ではなく、現在の自分と地続きである「生きた歴史」へと変わっていった。

本ゼミで「アイデンティティとは何か」を迫及するために自身のルーツを探ることで、自身の知らない歴史や過去が確かな手触りとなって現れた。また、観客からの「自分自身も重ね合わせていた」という言葉から、個々のルーツを共有することは、他者の人生や歴史に思いを馳せるきっかけとなりうることを示している。ドキュメンタリー演劇ならではの可能性を感じた。

### (佐々木)

本ゼミでの演劇制作は、私にとって「グローバル」の概念を捉えなおす契機となった。

当初は留学生を交え、文化や価値観の違いを描く構想を立てていた。しかし結果的に集まったのは、日本で生まれ育った者が2人、子供時代の一時期を日本国外で暮らした者が1人の計3人であり、グローバルや文化差を扱うことは断念せざるを得なかった。そして作品が成立しないのではないかと不安を覚えた。

しかし制作を進める中で、経験の違いではなく共通点に着目することで、3人の過去が交差する作品を立ち上げることが出来た。公演後、外国人労働者支援に携わる方から、作品が支援先の人々と重なって見えたという感想をもらった。海外ルーツや文化差を直接的に描けなかったにも関わらず、むしろ私的でローカルな作品が国境を越える共感を生んだことに大きな驚きを覚えた。

この経験を通して「グローバルとは異なる文化を知ること」という以前の前提が揺さぶられた。遠くて特別だと考えていたグローバルは、日常の中や自分自身の内側にすでに存在しているということを制作を通じて学んだ。

### (前田)

本ゼミの活動が始まった当初は、「自分らしさとは何か？」という問いに対する答えを出すことになるとは思ってもみなかった。これまでの人生を振り返る機会となったことが感慨深く、並行して行っていた就職活動に生きる部分も多かった。

公演を終えて考えたのは、全く関係がないと思っていた者同士でも、共有している物語があるということだ。本ゼミの学生3人は偶然集まったにもかかわらず、過去に奇跡的とも言えるすれ違いをしていたことに驚いた。さらに、作品では具体的な地名や歴史的事実に言及しており、発表後に観客から、自身に重ね合わせながら聞いていたという声ももらった。偉人や祖父

母世代のエピソードを交えたことも含め、人と人の人生は壮大な物語のように時間的・空間的なつながりがあるのだと感じた。

また、公演制作を通じ、ドキュメンタリー演劇を実践することができた点も興味深かった。表現の自由度が高い手法だと感じ、GJS-Dayでの公演もそうだが、萩原ゼミの考えを余すことなく伝えるかけがえのない作品となった。

参考文献

飴屋法水(2014)『ブルーシート』東京：白水社

松井かおり（編著）／田室寿見子（著）(2017)『ドキュメンタリー演劇の挑戦』東京：成文堂

Meerzon, Yana / Wilmer, S.E. (Ed.) (2023): *The Palgrave Handbook of Theatre and Migration*. Cham (Switzerland): Palgrave Macmillan

Haug, Helgard / Wetzel, Daniel (Rimini Protokoll) (2008): *Black Tie*. [上演録画] <http://www.rimini-protokoll.de/website/en/project/black-tie>

明治大学国際日本学部 萩原ゼミナール 2025年度成果発表公演  
「わたしのルーツを探す航海」  
台本

(公演日時)

2025年12月20日 12:10-13:10

@明治大学中野キャンパス高層棟6階プレゼンスペース  
於

第1回ABR研究会 (下記リンク参照)

<http://m-kishi.com/abr-japan/ja/abr-society2025.php>

複数のパーティーションに横須賀関連の偉人の写真が示されている（ペリー、勝海舟、東郷平八郎、マッカーサー、小泉純一郎）。ほかに三浦半島の地図や、出演者に関連する場所（ヨーロッパ、東南アジア）の地図や偉人の肖像画。  
会場は細長い空間で、両脇に客席がある。アルバムが来場者向けの席に置いてある。表紙に但し書きで「ふたりで一冊をシェアしてください」  
会場奥の床の上には大きい船の模型がある。

#### Scene 0（上演前のアナウンス 1min）

- 佐々木杏（以下A） みなさん、こんにちは。佐々木杏です。  
浦澤紗香（以下S） 浦澤紗香です。  
前田明空（以下M） 前田明空です。
- M 本ゼミの作品制作の方針は、当初、マイノリティやマジョリティをキーワードに、メンバー各自のアイデンティティを追究するものでした。しかしこの方針は制作の過程で変化してきました。
- S そして最終的に、本日ご覧に入れる作品は、メンバーそれぞれ、またその家族が経験した決定的な出来事を追い、これを各自の成長の背景と位置づけ、各自の未来までを展望する内容となりました。
- A 以上の経緯についてご理解いただき、上演を体験していただけると幸いです。メンバーたちの個人史と家族史、またその背景の世界史の展開を、どうぞごゆっくりお楽しみください。

#### Scene 1「泡」（10min）

音響。波の音、船の音。

##### 1-a) 海の戦い(5min)：祖父母（の世代）

以下のナレーションの間、出演者たちは、関連する肖像画を掲げる。

- ナレーション 1192年、源頼朝、鎌倉幕府を開く。  
1275年、北条実時、蔵書を集めて金沢文庫を設立。  
1582年、豊臣秀吉、清須会議を開く。信長死後の後継体制を決める。  
1853年、ペリー、浦賀に来港。  
1860年、勝海舟、浦賀から咸臨丸で出港。  
1902年、横須賀に日本海軍下士官兵集会所が開設される。  
1905年、東郷平八郎、ロシアのバルチック艦隊を破る。旗艦「三笠」は現在、横須賀の三笠公園に展示されている。  
戦前、横須賀は軍港として栄える。

A わたしの曾祖父、母方の祖母の父、30代。浦賀ドックで働いていました。当時の浦賀は造船所がたくさんあったそうです。

出演者のひとり、「1944」と記した紙を、観客に示し、会場奥の床に置く。以下、同様に紙が置かれていき、年が新しくなるほど、置く場所は会場入り口に近づいてくる。  
あわせて、船の模型が、紙が置かれるごと、その位置まで動かされる。

M わたしの母方の曾祖父の弟、27歳。山形県から陸軍に徴兵され、日中戦争のさなかに現地で亡くなったそうです。

A わたしの曾祖父、母方の祖父の父、20代。海軍でした。フィリピンあたりで船が沈んで泳いで帰ってきました。徴兵でなく志願して海兵になった曾祖父は、戦後になかなか職に就けなかったそうです。

ナレーション 1945年、第二次世界大戦が終結。マッカーサー来日。日本海軍下士官兵集会所は米軍に接收され、米海軍兵員クラブ、EMクラブが開場。

出演者のひとり、「1946」と記した紙を、観客に示し、会場奥の床に置く。

S わたしの父方の祖母の親戚はGHQの通訳者でした。母方の祖母は、幼少期、横須賀でアメリカ兵にGive me chocolateと言って、チョコをもらっていたそうです。

出演者のひとり、「1959」と記した紙を、観客に示し、会場奥の床に置く。

A わたしの祖母、10代。横須賀の銀行に勤めていました。米軍の人々のお金をドルから円に換える業務についていて、昔は1ドル360円で固定されていて楽だったのと言っていました。今でも近くの商店街は、ドルが使える街というポスターが掲げられています。

#### 1-b) バブル(5min)：両親（世代）

ナレーション 1972年、米海軍兵員クラブのEMクラブが閉じる。

73年、アメリカがベトナム戦争から撤退。

80年代、バブル景気。日本の世の中が波打ち、泡立つ。

ディスコの音楽。

M わたしの父、10歳。証券会社に勤めていた父親の転勤で、生まれてから暮らしていた千葉県から奈良県に引っ越したそうです。その後、高校卒業まで奈良県で過ごし、大学に進学すると千葉に戻って一人暮らしを始めました。働くことになったのは現在わたしが住む神奈川県横浜市です。父が離れた後も、実家の方は福井や名古屋にも引っ越したそうです。

出演者のひとり、「1988」と記した紙を、観客に示し、会場奥の床に置く。

S 母は地元の横須賀にある大津高校に通っていました。当時、家庭科は女子のみの科目だったようですが、男子も家庭科を受けるようになっていった、その転換点でした。

A その26年前、大津高校にわたしの祖母も通っていました。当時は女子校だったらしく、バレー部のセッターをやっていました。

M 一方、28年後には、大津高校に私の兄も通うことになります。体育祭で髪を派手な色に染めてチームで応援ダンスを披露したり、文化祭でこだわりのクラス企画を披露したり、充実した高校生活のようでした。

A 両親、20歳。美術大学で空間デザインとプロダクトデザインを学んでいました。「人と違うことをしている人がかっこいい」という価値観は両親の姿勢から学びました。幼少期からモノづくりが身近にあって、「塗り絵よりも自分で絵を描く」、「ピアノの発表会や卒業式は既製品ではなく、自分たちで作る」ということが日常でした。

S わたしの父の大学では学生運動が盛んで、父も友人に学生運動のピラ配りに誘われたのですが、雰囲気合わなくてすぐにやめてしまったそうです。

M わたしの母、25歳。4か月間ニュージーランドへワーキングホリデーに行ったそうです。最初はホストファミリーの家から語学学校に通い、そこでできた友人と映画を見に行き英語を聞き取れたか話すなど、楽しく過ごしたそうです。その後はファームステイと言って、自分で泊まらせてくれる家を探し、ファームで羊や馬の世話を手伝っていたとか。滞在中に母を訪ねて行った父は、自然になじんでいる姿にすごいなと思ったそうです。

A わたしの両親、24歳。卒業旅行でタイに行きました。大きな寝釈迦像の前でねっころがっ

ていました。

ナレーション 1990年、米海軍兵員クラブ、EMクラブの建物が解体される。  
94年、跡地に横須賀芸術劇場が開場する。

出演者のひとり、「1996」と記した紙を、観客に示し、会場奥の床に置く。

S 母が大学在学中に初めてブラジルへ短期留学に行きました。そこから母は海外にはまった  
そうで、タイに植林ボランティアにも行きました。その十数年後、私が小学生のころ、私も植  
林ボランティアで、母が植林をした場所をもう一度訪れました。十数年前、母がタイで植えた  
木を子供が見に来るなんて想像しなかったことでしょう。

ちなみに大学時代、父は、母がボランティア活動で忙しくしている中、雀荘通いに明け暮れ、  
大学を留年してしまいました。

#### Scene 2「海の恵み」(15min)

2-a)「東京の南の海」(8min)：幼年期～高校まで；M(横浜)、A(横須賀)

ナレーション 2001年から2006年、小泉純一郎が首相。地元は横須賀。

出演者のひとり、「2004」と記した紙を、観客に示し、会場奥の床に置く。

A これは0歳のわたしです。ママじゃない人にだっこされています。周りの赤ちゃんは泣いて  
いるけれど、とにかく眠いからあくびばかりしている子どもでした。ゆっくり寝ていること  
が評価されて雑誌に抜擢されたそうです。

A これは2歳のわたしです。アンパンマンを見るのが好きでした。いつものようにリビングの  
テレビで見ようとしたら、両親がテレビにかじりついて、ある政治家の会見を観ていました。  
小泉純一郎首相の退任会見でした。

A わたし4歳。地元の盆踊りのお祭りに参加したら、人だかりが来ていました。誰だか知ら  
なかったけど、おかあさんと一緒に写真を撮りました。小泉進次郎さんでした。

A これは5歳のわたしです。母は三つ上の兄の習い事につきっきりでした。わたしは祖母をお  
母さんだと思っていて、ママと呼んでいたそうです。

出演者のひとり、「2011」と記した紙を、観客に示し、会場奥の床に置く。  
緊急地震速報の警報音。

ナレーション 2011年、東日本大震災。

A わたし6歳、ママとお兄ちゃんの授業参観に行く途中、商店街で転びそうになった。驚い  
て立ち止まった。ママの顔が不安でいっぱいだった。その日は友達の家が停電だったから、  
わたしの家に泊まった。はじめてこたつで寝た。一晩中テレビがついていた。

M わたし5歳、友達の家に行ってシルバニアファミリーで遊んでいたら、突然揺れた。お母  
さんが自転車で迎えに来て、急いで家に帰った。電気がつかなくて、懐中電灯とか、小さな  
明かりをつけるだけの暗い部屋が不思議だった。お母さんがお父さんに電話してる、すぐ帰  
ってくるのかな？

出演者のひとり、「2012」と記した紙を、観客に示し、会場奥の床に置く。

波の音。

M わたし7歳、近所の海にたくさん行った。小学校の給食では毎年、近くの柴漁港という漁港でとれたアナゴの天ぷらが出て、美味しくて大好きだった。アナゴを採る方法も教えてもらって、漁師さんってすごいなあと思った。海には、潮干狩りやサンドアートづくりにも行った！砂浜を歩き回るのが大変で、砂だらけにもなったけど、子どものころの思い出の大部分は海！

波の音がやむ。

M もう一つの思い出の場所は、毎年夏休みと冬休みに行っていた、母方のおばあちゃんとおじいちゃんの家がある山形県の庄内地方。家族4人で車に乗って、長旅だったな。おじいちゃんと家のすぐ隣の公民館でやっていた夏祭りに行き、かき氷を買ってもらうのが楽しみだった。そこで会ったお兄さんに『大きくなったね』と言われたけど、あの人は誰だったんだろう？お盆になると親戚の人がたくさん来て、大叔父さんとか、みんなが可愛がってくれて嬉しかったな。

A わたし8歳、寺子屋が発祥で明治5年に設立された豊島小学校の全校生徒で集合写真を撮った。学校が140周年で、市で一番古い学校だかららしい。新聞にも載って嬉しい。

出演者のひとり、「2013」と記した紙を、観客に示し、会場奥の床に置く。

A わたし10歳、自分の名前をローマ字で書くと二文字だけ。だから赤毛のアンみたいに、a nneで書く。友達や先生に間違っているって言われるけど、いいの。

出演者のひとり、「2014」と記した紙を、観客に示し、会場奥の床に置く。

M わたし9歳、目が悪くなってメガネをかけなきゃいけなくなった。ゲームのやりすぎや暗いところで本を読んだからだけど、お父さんからの遺伝もあるのかもしれない。友達に何て言われるか気になって恥ずかしかった。そういえばこの頃、外で友達と鬼ごっこや缶蹴りをするのが好きだった。よく行っていた公園は、歴史ある場所、金沢文庫のすぐ裏にあった。

A わたし10歳。尾崎豊の曲が好き。周りはジャニーズが好きみたい。でもわたしは両親より年上の担任の先生と尾崎の話をするのが楽しい。

音楽（尾崎豊『十五の夜』）が少しかけて流れてやむ。

出演者のひとり、「2015」と記した紙を、観客に示し、会場奥の床に置く。

M わたし10歳、初めての海外旅行でシンガポールに行った。英語は全然話せなくてお父さんとお母さんについていくばかりだけど、ホテルの廊下ですれ違ったスタッフさんに笑顔で“Hello!”って言えたのは嬉しかった！ご飯はもちろん水の味まで日本と違って、びっくりした。

M わたし10歳、アメリカのDisney Channelのドラマにハマった！登場人物の子たちはわたしと同じ年くらいの設定だけど、友達同士じゃなく大人とも冗談を言い合って、意見をちゃんと伝えて、自立していかっこよかった。主人公たちの毎日が楽しそうで憧れていた！吹き替えで見ていたけど、英語ってテンポが良くて心地いいな。

A わたし10歳、横須賀芸術劇場で職業体験に行った。お母さんが広報として働いてたり、バレエの発表会をやったり、すごく身近だけどどんな仕事があるのか分からない。マイクで話してみたり、照明をいじってみたりした。初めて触る機材ばかりで緊張したけど、かっこ

いい仕事だな。わたしの発表会もこういう風に準備してくれていたんだな。

出演者のひとり、「2017」と記した紙を、観客に示し、会場奥の床に置く。

- M わたし12歳、中学校の合唱コンクールは、毎年横須賀芸術劇場で開催されてた。こんなに大きな劇場のステージだけど、クラスのみんなとだからワクワクする。でも3年生でピアノ伴奏を担当することになった時は、さすがにすごく緊張したなあ。お母さんやピアノの先生も見に来てくれて、褒めてもらえて嬉しかった！
- M 部活は弦楽部に入部して、先輩に憧れてビオラを始めた。私以外の同い年の子たちはみんなバイオリンをやっていた。ビオラはちょっと低い音がきれいだし、弦楽器自体に触れるのが初めてで練習が楽しかった！早く上達して先輩たちと一緒に合奏できるようになりたかった。

波の音。

- A わたし12歳。鎌倉の学校に通う。すぐ近くに海岸があって、毎年海で掃除をした。中学では「鎌倉学」という授業があって、フィールドワークや考古学講座、歴史講座が楽しかった。ゲストの先生に「鎌倉時代の名残で、今でも至るところに人骨がある。この学校の下も掘ったら出てくると思います」と言われたときは、すごく怖かった。

波の音がやむ。

- A わたし13歳。近所で米軍の軍人さんに突然投げキスをされた。びっくりしたけど返さないと。返したらめっちゃ笑ってくれた

2-b)「もっと南の海」(4min)：幼年期～高校まで；S(タイ)

ムエタイの音楽。

船の模型が、「2006」と記された紙の位置まで戻される。それ以降は、それまでと同様、年が進むごと、その年に即した位置まで、船の模型が動かされる。

ナレーション 2006年、タイで軍事クーデター。タクシン政権が倒れ、軍が全権を掌握。

- S わたし6歳、弟それぞれ4歳と1歳でタイに渡ったんだよね。両親は大変だっただろうなあ。父は少し先にタイに渡っていたから、母はその間、日本で地獄のように忙しかったと言っていた。  
タイには約7年住んでいて、バンコク日本人学校までマンションからバスに乗って1時間近くかけて通学してたなあ。  
そういえば、ムエタイを弟と一緒に習ってた。タイ人のコーチもたくさんいて、みんな優しくて仲良くしてくれたな。

S 長期休みのたびに、日本人が主催するタイの教育キャンプに参加してた。タイのいろんな地域に行っていて、よく地元のタイの子供たちと一緒に植林やスポーツをして交流したけど、わたしたち日本人よりずっと運動能力が高くて、毎回スポーツで対戦するときはわたしたち負けてたんだよね。

ナレーション 2010年、タイ反政府デモ。

S 一度タイの反政府デモの関係で日本に帰国しないといけなくなって、横須賀にある母方の祖母の家に父以外の4人で数週間滞在したことがあった。そこでわたしが通っていたのは豊島

小学校。ゼミ生の1人が通っていた小学校と同じだったことが、このゼミに来てわかった。びっくりした。

うっすらと、緊急地震速報の警報音。

ナレーション 2011年、東日本大震災。

S 東日本大震災の際に募金活動したときは、多くのタイの方が募金してくれてうれしかったな。この写真に写っている子供たちはほとんどわたしの友達。結構話題となって、タイの地元紙にも取り上げられたんだよね。

S 2014年、とうとう7年住んだ大好きなタイから帰国しました。もともと住んでいた愛知県の清須市に戻ったのですが、帰国後初めての日本の冬はあまりにも寒くて、この寒さをみんな乗り越えているのかあ、と、恐ろしかったです。地元の中学校に編入し、初めてきちんとした部活に入りました。剣道部にはいり、部活仲間に愛知の尾張地方の方言を教えてもらって、だんだん使いこなせるようになりました。しばらくして母に、あんたたち兄弟3人で話しているとき、すごい訛ってると言われました。

2-c)「大しけ」(3min)：コロナ／苦難の時期；嵐が過ぎるのを待つ風の時間

ナレーション 2019年から23年、パンデミック。

M わたし15歳、高校に入学した。コロナが一気に流行して登校できないまま、新しい学校には友達が一人もいなかったけど、少しずつ平常になっていって、特に弦楽合奏部で仲間ができた。中学校の時とは違う人たちと、緩い雰囲気で合奏するのが楽しかった。それと、私が高校に決めたのは、舞台スタッフの勉強ができるから！音響の機材の勉強は難しかったけど面白くもあったし、技術が身についたことを誇りに思う。

A わたし15歳、高校に進学した。でも6月まで学校に行けなかった。中学の頃から、高校の先輩たちはすごくきらきらして見えていて、「自分もあんなれる」と思っていたら、高校のイベントが全部なくなってた。部活もこの先どうなるか分からないまま宙づりにされている感じが嫌で、テニス部を退部した。「もう自分で充実させるしかない」と思って、バレエを再開し、美大の予備校に行き、生徒会に入った。

波の音。

A 友達と毎週金曜日、逗子海岸でだべりに行く時間が、「これが青春だよ」と自分に言い聞かせるための大切な時間だった。

波の音がやむ。

M わたし16歳、弦楽部と一緒にビオラを弾いてた友達がK-POPアイドルにハマってて、一緒にハマらない？と誘われた。BTSっていうグループ、前から知っていたけどあんまり興味がなかった…でもこの時はなぜか気になって、彼らの動画をYouTubeで見始めたら、言語はもちろん何もかも文化が違って、面白い！

A わたし17歳、修学旅行は三泊四日の沖縄から一泊二日の箱根になった。感染が怖くて行かない友達も多かった。まるで、ちゃんと最後に青春させてあげられた、っていう先生たちの満足のために用意されたみたいだった。楽しくなかった。

- A わたし17歳、視力検査の結果が返ってきた。左0.1、右1.5。そのまま黒板が見えたけど、なんかかっこいいから左だけレンズの入った眼鏡をつくった。
- S わたし18歳、わたしは一度、愛知の大学に入学したのですが、入学と同時にコロナ禍になってしまって、なにかも台無しになったような気がして家出したりして…あのときは両親に迷惑かけました。その後、一念発起して大学3年の時点で休学し、もういちど受験勉強をして明治大学に入りました。

### Scene 3 「船出」 (5min)

3-a) 大学 (=上演場所) で過ごしてきた日々

S わたし21歳。

A わたし18歳。

M わたし18歳。

SAM 明治大学、国際日本学部に入學。

S わたし1年生、中国人留学生に連れられてガチ中華に目覚めました。すべての調味料を中国物産店でそろえ、それから自分で作るようになりました。

M わたし1年生、ボランティアサークルで先輩に紹介してもらったボランティアに参加し始めた。小学生と中学生が自習していて困ったところをサポートするのが私の役割。勉強の知識が必要だと思ってたけど、「ただ子どもたちのそばにいてあげることも大切」だと教わったのが印象的。最初は声をかけに行くにも緊張したけど、今はたくさんお話しするのが楽しいし、こっちがエネルギーをもらえる！

A わたし1年生、ベトナムに行った。障がいを持った子どもたちに勉強を教える。授業でベトナム戦争の枯葉剤の影響が今も続いていることを知って、なにかできることがあればやりたいと思った。わたしはベトナム語を話せないし、子どもたちは言葉を話すことができなかったので、表情や反応を見てコミュニケーションをした。もちろん言語も大事だと思うけど、それだけでもないのかもしれない。

ナレーション 2024年、中国の日本人学校で襲撃事件。

ドイツでは連立政権が崩壊、極右政党が躍進。

韓国で非常戒厳令発令。

中国風の音楽。

S わたし2年生、中国に旅行に行きたかったのですが、誰もついてきてくれなかったので一人で中国に行ってみました。

中国のネット環境ではグーグルやラインが使えないので、それらができるSIMをあらかじめ日本で購入していました。しかし飛行機の遅延により延泊となったので、途中でSIMが切れてネットが使えなくなったらどうしようと憔悴しましたね。しかし、同じ飛行機に乗るはずだった中国人の女性が助けてくれて、結果、ホテルに相部屋で2泊して、観光地にも案内してくれました。

その後、彼女は明治大学に遊びに来てくれました。いいご縁でした。

中国風の音楽に替わって、ドイツ風の音楽。

A わたし2年生、今度は一か月一人でドイツに行こう。ドイツ語の授業で習った芸術や歴史を自分の目で見てみたい。古典的なドイツも現代的なドイツも両方知りたいから、ミュンヘンから始まってベルリンを目指そう。その間、プログラムにも参加してより充実させよう。古城修復ボランティアいいね。歴史対話プログラムいいね。

ドイツ風の音楽に替わって、韓国風の音楽。

M わたし2年生、お母さんとともに初めての韓国旅行！お母さんは韓国料理や韓国ドラマが好きだし、私もK-POPや韓国ドラマが好きだから、現地に行けてすごく嬉しかった。コンビニとか地下鉄とか、日本と似ている文化はたくさんあるけど、細かいところが全然違って新鮮だな。日本人観光客とか、日本語を話せる韓国の方が多くて、そんなに不安はなかった。でも、独学で勉強した韓国語で買い物ができる時は、達成感があった！もっとたくさん話せるようになりたい。お気に入りの場所は、王様が住んでいた景福宮！日本の和とはまた違う雰囲気建物がすごく好きになった。

韓国風の音楽がやむ。

A わたし20歳、成人式の髪飾りで本物の花をつけることに。おかあさんが花屋に取りにいいたら、進次郎さんに会った。次の日、成人の集いでスピーチしてくれた進次郎さんは、わたしとお母さんの話をしてくれた。スピーチ後に会いにいいたら、母の顔を覚えてくれていて、三人で写真を撮った。

A わたし3年生、ドイツの若者歴史対話に行ったけど、国際情勢とか歴史、政治、経済の知識が全然足りなかった。授業で紹介された、国際情勢をテーマに共同論文を書く学生団体があったから参加してみよう。

3-b)

「いままでの自分の選択が今の自分のアイデンティティをつくっている、  
これからの自分の選択が未来の自分のアイデンティティをつくる」

SAM わたしたち、萩原ゼミで出会う。

M わたしのルーツを探る旅をしてきたけど、結局自分らしさってなにか？

S 私はあまり後先考えない性分だけど、そのおかげで1人で中国旅行行ったりとかその時興味を持ったことを目いっぱい楽しむことができたのかも。

A わたしは、振り返ってみたら、歴史や芸術に引き寄せられてたんだよね。誰かの想いや考えが詰まったものに触れるのが好きなんだと思う。

M 私は、自分の感じた「ときめき」に正直でいたら、どんどん世界が広がってきたと思う。

A だから、自分らしさって、なりたい、ありたい姿に寄せていくものではなくて、静かな海、荒海、今までの航海を振り返った時になんとなく見えてくる共通点だと思うんだよね。

M だから今まで選んできたことや経験してきたことが自分らしさを作る。

S いま選んだことが、未来の自分の糧になっているんだよね。

A 将来はどんな自分になっているのかな？

SMA 楽しみだね。

霧笛の音。波の音。

出演者たち、船の模型を押し、会場入り口へ向かっていく。そのまま退場。

完

音楽ジャンル別の英語韻律特徴と  
英語教育への応用

—ピッチ・テンポ・強勢に基づく比較分析—

Genre-Based Prosodic Features of English in  
Music and Their Applications to English Education  
—A Comparative Analysis Based on Pitch, Tempo, and Stress—

明治大学 国際日本学部

角田 雛菊

Meiji University School of Global Japanese Studies  
TSUNODA, Hinagiku

## 目 次

- I. はじめに
- II. 先行研究
  - 1. 言語と音楽
  - 2. 英語教育における音楽の活用
  - 3. 音楽活用の課題
- III. 研究方法
  - 1. 研究課題
  - 2. 調査方法
    - (1) 分析対象
    - (2) 分析項目
    - (3) 分析手順
- IV. 結果と考察
  - 1. ジャンルごとの韻律的特徴
  - 2. 学習者のレベルに合わせた目的設定
  - 3. 考えられる実践方法
- V. 今後の課題
- VI. おわりに
- 参考文献
- 謝辞
- 付録

## I. はじめに

本研究では、英語教育における韻律 (prosody) の習得の難しさに着目する。韻律とは、発話におけるピッチ (声の高低)、テンポ (発話速度)、強勢 (音の強弱) といった音声的特徴の総称であり、話し言葉の自然さや意味の伝達に大きく関わる要因である。特に日本語母語話者は、母語の拍リズムの影響により、英語の強勢拍リズムやイントネーションを身につけることに困難を抱えることが指摘されている (Kawase, Kim, & Davis, 2016)。英語はストレスタイミング言語 (意味的に重要な語や音節が一定の間隔で強く発音され、その間の弱い音節は短く発音される言語) であり、強勢の置き方や抑揚の付け方が自然な発話に不可欠である。一方で、日本語はモーラタイミング言語 (一つ一つの拍〈モーラ〉がほぼ等しい長さで発音される言語) であり、このリズム構造は英語と根本的に異なるため、学習者が英語らしいリズムを再現することは容易ではない。

英語教育においては古くから歌が補助的教材として活用されてきた。歌はメロディやリズムが言語形式と結びついているため、学習者が英語の韻律を身につける上で有効に働く可能性があると考えられている。しかしながら、歌唱活動は英語授業に一時的に導入されることはあっても、継続的に活用される例は少ない。筆者自身も中学生時代、英語の授業で洋楽「Good Time」を用いた活動を経験したが、数回の実施にとどまり、継続的な取り組みには至らなかった。このような状況は個別的な事例にとどまらず、音楽を活用した授業全般に共通する課題を反映していると考えられる。

その背景として、第一に、授業で用いられる楽曲の選定が学習目的と必ずしも一致していない点が挙げられる。第二に、音楽を活用した英語授業の進め方が体系化されておらず、単発的な活動にとどまりやすい現状がある。さらに、選曲や活動内容が教師個人の経験や感覚に依存しやすいことも、継続的实践を困難にしている要因の一つである。

とりわけ、教師自身が英語の歌を授業に取り入れる教育的意義を十分に把握していない場合、生徒の興味喚起や授業の雰囲気づくりが主目的となり、韻律的特徴や学習目標との整合性が十分に考慮されない傾向が生じやすい。このような点が、歌唱活動が学習として定着しにくい一因であると考えられる。

以上を踏まえ、本研究は音楽ジャンルごとに見られる英語の韻律的特徴に注目し、それらが学習者の英語韻律習得にどのように影響し得るのかを比較・分析することを目的とする。さらに、ジャンル別の特徴に基づき、英語教育における目的別の最適な楽曲選択について示唆を得ることを目指す。

## II. 先行研究

### 1. 言語と音楽

英語の発話理解や発音において、韻律は極めて重要な要素である。したがって、英語教育においては単音レベルの発音指導だけでなく、英語特有のリズム感やイントネーションパターンを体得することが、自然なコミュニケーション能力を育成する鍵となる。

しかしながら、従来の英語教育は文法や語彙中心の指導に偏りがあり、リズムやイントネーションといった「音の流れ」を扱う訓練は十分に行われてこなかった。その結果、学習者は個々の音を正確に発音できても、英語らしい“流れ”や“抑揚”に欠ける発話になりやすい。そんな中で、言語習得研究においては、音楽的要素が言語学習に影響を及ぼす可能性が指摘されている。例えば、音楽と言語はいずれも時間的な構造を持ち、リズムやメロディが記憶や模倣を促進する点で共通しているとされる (Patel, 2008)。このような観点から、音楽は言語の韻律的特徴を学習者に直感的かつ身体的に理解させる媒介となり得るということがわかる。

以上の背景から、近年では音楽的要素を取り入れた音声教育が注目されている。具体的には、歌唱やチャンツなどの音楽的活動は、学習者が英語特有のリズムや強勢を身体的に体感しながら習得できる点で効果的である。チャンツとは、英語の自然なリズムやイントネーションを強調した短い定型表現を、一定の拍やリズムに乗せて繰り返し発話する活動であり、旋律を伴わない点に特徴がある。意味理解と発話練習を同時に行えるため、学習者は過度に音程や歌唱技術を意識することなく、英語の韻律的特徴に集中することが可能となる。加えて、Murphey (1992) は楽曲が頭に残りフレーズを自然に記憶する「song-stuck effect」を提唱し、歌が反復学習を強化することを示した。また、Ludke (2009) は歌唱活動が発話リズムの獲得に寄与することを報告しており、さらに Good et al. (2014) は音楽を用いた指導が発音精度およびイントネーションの改善に効果を示すことを実験的に明らかにしている。

これらの研究は音楽的活動が単なる補助教材にとどまらず、英語の韻律習得において有効な教育的手段となり得ることを強く示唆している。

## 2. 英語教育における音楽の活用

学校教育においても、英語授業での歌の活用は広く行われている。特に小学校など初級レベルでは、英語への導入として歌を用いる例が多い。

授業内で音楽がどのように利用されているかについては、さまざまな報告がある。日本の実践を詳細に分析した小林 (2003) は、音楽が学習者の情意面を高め、リラックス効果や動機づけ向上に寄与する一方で、計画的な活用が十分に行われていない授業も多いことを指摘している。さらに、中田・藤本・湯舟 (2022) は歌唱活動が発音やイントネーションの改善に寄与することを明らかにし、選曲の重要性を指摘している。角山 (2001) はポップスを教材化することで異文化理解と英語学習を結びつけ、学習者の動機づけを高める成果を報告した。

これらの事例は、歌を単なる「息抜き」や「雰囲気づくり」として導入するのではなく、文化的背景や韻律的特徴を意識した計画的な活用が、学習者の主体的な参加と英語韻律習得を促す鍵となることを示唆している。したがって、英語教育における歌の活用は、選曲の工夫、目的の明確化、そして背景知識を伝える指導を組み合わせることで、より効果的な学習活動へと発展し得る。

### 3. 音楽活用の課題

歌が英語教育に有用であることは多くの研究で支持されている一方で、「どの曲を使えばよいのか」「どのジャンルがどの学習目的に適しているのか」といった点については、体系的な検討が十分に行われてこなかった。特に音楽ジャンルは、ピッチやテンポ、強勢配置など韻律的特徴が大きく異なるにもかかわらず、ジャンル別の比較研究は限定的である。そこで本研究では、音楽ジャンルごとに見られる英語の韻律的特徴に注目し、それらが学習者の韻律習得にどのように影響し得るのかを比較・分析することを目的とする。さらに、ジャンル別の特徴に基づき、英語教育における目的別の最適な楽曲選択について示唆を得ることを目指す。

## III. 研究方法

### 1. 研究課題

音楽ジャンルによって英語の韻律的特徴はどのように異なり、これらは英語教育にどのように応用できるか。

### 2. 調査方法

本章では、本研究の目的である「音楽ジャンルごとの韻律的特徴の比較と英語教育への応用可能性の検討」を達成するために採用した分析手法について述べる。

#### (1) 分析対象

分析対象は、ラップ、童謡、ゴスペル、ポップス、バラード、民謡の 6 ジャンルとし、各ジャンルから 10 曲ずつ、計 60 曲を選定した。加えて、比較の基準として用いる話し言葉の音源も TEDTALK や著名人のスピーチから 10 件選定し、合計 70 音源を分析対象とした。楽曲の選定基準は以下の通りである。

- 英語詞であること：英語の韻律的特徴を明確に分析するため、すべて英語の歌詞または英語による発話を含む音源を対象とする。
- 録音が明瞭であること：発話リズムおよびピッチ抽出の精度を保つため、音質が明確な音源のみを採用する。

- 代表的アーティストまたは話者による作品であること：各ジャンルを代表する特徴的な演奏スタイルや発話スタイルを反映させるため、一般的にそのジャンルや形式を象徴するアーティスト・音源を選出する。

さらに、分析の公平性を確保するため、各ジャンルにおいて可能な限り男女の比率が均等になるよう配慮した。また、特にポップスやバラードについてはジャンル内での人気や代表性を担保するため、YouTubeなどの動画配信サービスにおける再生回数も加味し、広く認知されている楽曲を優先的に選定した。

## (2) 分析項目

選定した60曲の音源は、各曲から分析対象区間として、サビ(chorus)・ヴァース(verse)・繰り返しフレーズ(refrain)など、明確なリズムと発音パターンが確認できる部分を抽出した。民謡はサビやヴァースといった構造を持たないことが多いため、題名が歌詞として出てくる部分を抽出している。各曲あたりおよそ30秒程度を対象とし、同一基準で比較できるように設定した。

本研究では、音声的特徴を以下の3項目に分けて分析した。

- ピッチレンジ (Pitch Range) :  
最小ピッチと最大ピッチの差を算出し、音高変動の幅を示す。イントネーションの幅に対応する指標として用いる。
- テンポ (Tempo, BPM) :  
全体のビート数をもとにテンポを算出。発話の速度感やリズム構造を比較する指標とする。
- 強勢率 (Stress Rate) :  
音圧・音節長・ピッチ上昇位置などをもとに、強勢がどの程度の割合で配置されているかを分析する。英語発話における強勢のリズミック的特性との対応を確認する。

## (3) 分析手順

音声データは、音声分析ソフト Praat を用いて以下の手順で処理を行った。

1. 音声の読み込み：各音源を Praat にインポートし、波形およびスペクトログラムを表示。
2. ピッチレンジの測定：ピッチの変化を時系列で抽出し、最大値から最小値を引いたピッチの範囲を記録。
3. テンポの算出：拍ごとの時間間隔（発話間隔）を測定し、BPM (Beats Per Minute) を算出。話し言葉に関してはBMPの算出が難しいためWPM (Word Per Minute) で

代用する。

4. 強勢率の分析：音圧（intensity）、音節の長さ、ピッチ上昇位置を基に強勢の配置を特定し、10秒間の音節数に占める強勢の割合を算出。
5. 比較分析：各ジャンル内およびジャンル間で平均値・変動幅を比較し、韻律的特徴の傾向を明らかにした。

## IV. 結果と考察

### 1. ジャンルごとの韻律的特徴

本研究では、話し言葉を自然な発話の基準モデルと位置づけ、音楽の各ジャンルがその韻律的特徴にどれだけ近いかを検討した。具体的には、ピッチレンジ(Hz)、テンポ(BPM)、強勢率(%)の3指標を用いて計70音源を分析した(付録参照)。

以下に、分析結果と各ジャンルの特徴を整理する。

表 1: 話し言葉の平均値と標準偏差

分析項目	平均値	標準偏差
ピッチレンジ	421.7	120.85
テンポ	191.4	30.64
強勢率	20.9%	2%

表 2: 話し言葉と各ジャンルの距離

ジャンル	ピッチレンジ	話し言葉との差	テンポ	話し言葉との差	強勢率	話し言葉との差
ラップ	529.4	107.8	150.3	-41.1	27.3%	6.4%
童謡	505.8	84.1	106.8	-84.6	25.1%	4.2%
ゴスペル	543.6	121.9	111.0	-80.4	32.7%	11.9%
ポップス	572.7	151.0	128.8	-62.6	20.8%	-0.1%
バラード	591.0	169.4	96.2	-95.2	27.7%	6.8%
民謡	434.8	13.1	116.6	-74.8	30.3%	9.4%

表 1 には話し言葉の平均値と標準偏差を、表 2 には各ジャンルの平均値および話し言葉との距離を示した。以下では、これらの結果をもとに、各ジャンルの特徴と話し言葉との距離から読み取れる考察を述べていく。

ラップはテンポ 150.3 BPM と、話し言葉 (191.4 WPM) に最も近いテンポ感をもつ音楽ジャンルであった。ラップは語りに近い発声法を持ちながら、リズム的な強勢配置が特

徴であり、語の強弱を際立たせるスタイルが英語のストレスリズムと高い親和性をもつ。ただし、ピッチレンジは 529.4 Hz と広く、話し言葉よりも抑揚が強い。また、歌詞は韻を踏む構造と複雑な語彙が多いため、学習者には一定の負荷がある。さらに、ジャンル特性上、男性ラッパーが中心であるため、声質や音域が偏りやすい点も考慮が必要である。また、ラップに用いられる語彙や表現は比喩性が高く、俗語や文化的文脈への依存度も高いため、学習者が音声的特徴以外の要素に注意を奪われやすい。さらに、楽曲内容に暴力性や性表現を含むものも少なくなく、教育現場での使用には慎重な配慮が求められる。したがって、ラップは韻律研究の対象としては有意義である一方で、英語教育の教材としては限定的、もしくは不適切である可能性が高いと結論づけられる。

**童謡**は、ピッチレンジ 505.8 Hz と話し言葉よりも高い値を示すが、メロディラインが単純で、語彙も最も平易であった。テンポも 106.8 BPM と比較的ゆっくりであり、発音しやすく、歌詞も短く繰り返しが多いため、初期学習者の英語音声への導入として適している。話し言葉との距離という観点では、抑揚の幅はやや大きく、歌声としての“歌唱的”要素が強いいため、リズム習得よりも発音練習・音の定着に向くジャンルといえる。

**ゴスペル**はピッチレンジ 543.6 Hz と広く、強勢率 32.7%と全ジャンル中最も高い値を示した。これは、ゴスペルがキリスト教文化における“神への賛美”という性質を持ち、感情表現が強く、語りかけるような発音が多いためではないかと考える。また黒人音楽の伝統との結びつきから、強いストレス・長い伸ばし・ビブラートが強調される傾向がある。このため、話し言葉とは距離があるものの、英語の強勢を「誇張して体感する」教材としては非常に有効である。

**ポップス**はピッチレンジ 572.7 Hz と広い一方、強勢率 20.8%と話し言葉（20.9%）に最も近い数値を示した。メロディが多様でテンポも 128.8 BPM と中程度であり、一般的に学習者がよく耳にするジャンルであるため、模倣もしやすい。強勢配置が話し言葉に近いことから、発話リズムの自然さを維持したまま学習できる教材として高い教育的価値を有しているといえる。

**バラード**は平均ピッチレンジ 591 Hz と最も広く、強勢率も 27.7%とやや高い。テンポが 96.2 BPM と非常に遅いため、語を伸ばす箇所やメロディ的な装飾が多く、話し言葉とは韻律構造が大きく異なる。ただし、ゆっくりしたテンポによって英語の音の連結や母音の質を丁寧に聞き取るには適しており、話し言葉からは遠いが、発音細部の気づきには有効という特徴を持つ。

**民謡**はピッチレンジ 434.8 Hz と、話し言葉（421.7 Hz）に最も近い値を示した。これは、民謡が元々語りの文化に強く根ざしているため、過度なメロディ変化を伴わず、言葉の自然な抑揚がそのまま歌に乗る構造を持っているためと考えられる。テンポも 116.6 BPM と中庸で、強勢率も 30.3%と比較的明瞭だが誇張的ではない。このことから、民謡は「話し言葉をゆっくり・丁寧に発音したようなスタイル」を保持しており、英語の基本的な韻律

(強弱・高低・長短)のパターンを崩さない“話し言葉に最も近い音楽ジャンル”として位置づけられる。歌詞も平易な語彙が多く、初級学習者が英語の自然なリズムを習得するための足場として有効である。

## 2. 学習者のレベルに合わせた目的設定

本研究の分析結果から、音楽ジャンルごとの韻律的特徴と話し言葉との距離を明らかにすることができた。これにより、各ジャンルが英語韻律習得に果たし得る役割を整理し、学習者のレベルに応じた教材選定の指針を得ることができる。

まず、分析の結果から初期学習者に適しているのは童謡・バラード・民謡だと考えられる。童謡やバラードはピッチレンジが広く、抑揚が強調されるためイントネーション習得に有効である。テンポも比較的遅いため、初心者が英語のリズムや抑揚を体感しやすい。また、民謡は歌詞が簡潔で意味が分かりやすく、発話理解の補助として活用できる。これらのジャンルは、学習初期段階において「イントネーション」や「意味理解」を重視する活動に適していると考えられる。

次に、中級学習者にはポップスやゴスペルが有効である。ポップスはテンポ・ピッチ・強勢のバランスが取れており、自然な発話と音楽的抑揚の両方を体験できるため、総合的な韻律習得の補完教材として適している。ゴスペルは強勢率が高く、リズム感や抑揚を身体的に体感できる点が特徴であり、発話の流暢さや強勢習得を促す活動に効果的である。中級段階では「リズム感」や「強勢の習得」を重視する教材選定が望ましい。

最後に、ラップは上級学習者における韻律理解の深化を目的とした場合に、理論的有効性を持つジャンルであると位置づけられる。ラップは高速なテンポの中で強勢が拍に明確に配置されるため、英語のストレスタイミング型リズムの特徴が顕在化しやすく、上級学習者が自然な発話速度やストレス構造を分析的に捉える上で有用である。特に、複雑なリズム処理や語の強弱の知覚が求められる点は、高度な韻律習得を目指す段階の学習者に適した負荷を与えると考えられる。

一方で、ラップに用いられる語彙や表現は比喻性や文化依存性が高く、内容面において教育的配慮を要する点も多い。そのため、ラップは英語教育の一般的教材として幅広く使用するというよりも、韻律的特徴の理解や分析を主目的とした限定的な活用が望ましいといえる。

以上のように、音楽ジャンルごとの韻律的特徴を学習者の習熟段階に応じて位置づけることで、英語教育における音楽活用の枠組みを整理することが可能となる。すなわち、初級者には童謡・バラード・民謡を、中級者にはポップスやゴスペルを、上級者にはラップを補助的・選択的教材として用いることで、学習目的に応じた段階的な韻律習得を支援できる可能性が示唆される。

### 3. 考えられる実践方法

本研究で明らかになったジャンルごとの韻律的特徴は、学習目的に応じた授業設計に直接的な示唆を与える。以下では、各ジャンルの特性を活かした具体的な実践方法を提案する。

まず、ラップは強勢とテンポの面で話し言葉に最も近い特徴を持つため、強勢習得に有効である。授業では歌詞をリズムに合わせて発話させ、強勢の位置を身体的に体感させる活動が考えられる。さらに、拍に合わせて手拍子やステップを取り入れることで、強勢の感覚を強化し、英語のストレス構造を自然に習得させることができる。

次に、童謡やバラードはピッチレンジが広く、抑揚が強調されるためイントネーション習得に適している。音高の変化を意識させながら歌唱させることで、英語の抑揚を自然に体感させることが可能である。また、歌詞の意味理解と結びつけることで、イントネーションが文意を伝える機能的役割を学習者に理解させることができる。

ゴスペルは強勢率が高く、共同体的な歌唱スタイルを持つため、リズム感の育成に有効である。授業ではコール&レスポンス形式を取り入れ、強勢とリズムを共同体的に体感させる活動が効果的だと考えられる。これにより、学習者は発話のリズム感を身体的に習得し、自然な英語のリズムに近づくことができる。

ポップスはテンポ・ピッチ・強勢のバランスが取れているため、総合的な韻律習得の補完教材として活用できる。授業では、歌唱活動を通じてイントネーション・リズム・強勢をバランスよく学習させることが可能であり、基礎的な韻律習得を定着させる段階に適している。

最後に、民謡は歌詞が簡潔で意味が分かりやすいため、韻律練習と同時に意味理解を促す活動に適している。歌詞の背景や文化的文脈を共有することで、学習者は韻律的特徴と意味理解を結びつけ、英語学習における情意的側面を強化することができる。

以上のように、ジャンルごとの韻律的特徴を学習目的に結びつけ、具体的な実践方法を設計することで、音楽を用いた英語韻律教育の体系化が可能となる。これは、単なる「楽しい活動」としての歌唱を超え、学習者のレベルや目的に応じた計画的な教材選定を可能にする点で、教育的意義が大きいといえる。

## V. 今後の課題

本研究では、話し言葉を基準モデルとし、音楽ジャンルごとの韻律的特徴をピッチ・テンポ・強勢の3指標に基づいて比較・考察した。ジャンル別の特徴を明らかにし、学習者のレベルや目的に応じた教材選定および実践方法の提案を行ったが、今後の研究に向けていくつかの課題が残されている。

第一に、テンポの指標としてBPM (Beats Per Minute) とWPM (Words Per Minute) という異なる単位を用いざるを得なかった点が挙げられる。音楽ジャンルにおいてはBPMが

一般的に用いられる一方で、話し言葉においては発話速度を示す WPM の方が適している。両者は直接的に比較可能な指標ではないため、テンポに関する分析には一定の制約が生じた。今後は、発話と音楽のテンポをより統一的に測定・比較できる指標の検討が必要である。

第二に、分析対象とした音源の抽出箇所によって、算出される数値にばらつきが生じる可能性がある点も課題である。特に音楽の場合、曲全体の中で韻律的特徴が大きく変化することがあり、冒頭・サビ・ヴァースなど、どの部分を分析対象とするかによって結果が異なる。話し言葉においても、スピーチの冒頭と終盤ではテンポや抑揚が変化することがあるため、今後はより厳密な抽出基準の設定と、複数箇所の比較分析が求められる。

第三に、強勢率の算出においては、音圧・音節長・ピッチ上昇位置など複数の要素をもとに推定を行ったが、強勢の判断には一定の主観性が伴う。特に歌唱においては、音楽的な強調と韻律的な強勢が一致しない場合もあり、強勢率の定義と測定方法の精緻化が今後の課題となる。

最後に、本研究では韻律的特徴の定量的分析を中心に行ったが、学習者の実際の習得効果との関連については十分に検証できていない。今後は、実際の授業における教材活用と学習成果の追跡調査を通じて、韻律的特徴と学習効果の関係性を実証的に明らかにすることが求められる。

以上の課題を踏まえ、今後は指標の統一、抽出基準の精緻化、強勢の定義の明確化、そして教育現場での実践的検証を通じて、音楽を用いた英語韻律教育の理論的・実践的基盤をさらに強化していく必要がある。

## VI. おわりに

本研究では、話し言葉を自然な発話の基準モデルと位置づけ、音楽の各ジャンルがその韻律的特徴においてどの程度距離があるかを、ピッチ・テンポ・強勢の3指標を用いて比較した。その結果、ラップは強勢とテンポの面で話し言葉に最も近い特徴を示し、英語のストレス構造習得に有効であることが確認された。しかし、ラップは比喩的表現や俗語、文化的要素を多く含むことや、教育的配慮を要する内容を含む楽曲も多いことから、英語教育の教材としての活用には一定の制約があると考えられる。一方、童謡やバラードは音高変化が顕著であり、イントネーション学習に適していることが明らかとなった。さらに、ゴスペルはリズム感と強勢の明瞭さを備え、ポップスはバランスの取れた韻律的特徴を持ち、民謡は歌詞の簡潔さを通じて意味理解の補助に有効であることが示唆された。

これらの知見は、英語韻律習得を目的とした教材設計において重要な示唆を与える。すなわち、ジャンルごとの特徴を組み合わせることで、学習者がイントネーション・テンポ・強勢といった韻律要素を段階的かつ多面的に体得できる可能性がある。童謡やバラードで抑揚に慣れ、ラップやゴスペルでリズムと強勢を習得し、ポップスや民謡で自然な発話の

補完を行うといった指導法は、音楽的アプローチの有効性を最大限に活かす方法となり得る。

さらに、ジャンルの音声的特徴は文化的・歴史的背景とも密接に関連している点に留意すべきである。例えば、ゴスペルの強勢性は労働歌や礼拝におけるリズム表現に由来する可能性があり、ジャンルの「機能」と「音声的特徴」が相互に結びついていることを示している。このような背景を理解することで、単なる音声的模倣にとどまらず、学習者が文化的文脈を含めて韻律を体得することが可能となる。

以上のように、本研究は音楽ジャンルと話し言葉の韻律的特徴を比較することで、英語教育における音楽的アプローチの有効性を示す基盤を提供した。韻律習得を支援する教材開発に向けて、音楽ジャンルの特性を活かした多面的な指導法の可能性を提示した点に、本研究の意義がある。今後は、学習者のニーズに応じたジャンル選択や、文化的背景を踏まえた教材設計を進めることで、より効果的な英語韻律教育の実現が期待される。

## 参考文献

- Good, A. J., Russo, F. A., & Sullivan, J. (2014). The efficacy of singing in foreign-language learning. *Psychology of Music, 43*(5), 627-640.
- 角山照彦 (2001) 『英語教育における音楽教材の活用—音楽と異文化トピックを組み合わせた総合教材「ポップスで学ぶ総合英語」の開発—』 広島文教女子大学紀要, 第 36 巻.
- Kawase, S., Kim, J., & Davis, C. (2016). *The influence of second language experience on Japanese-accented English rhythm*. Proceedings of Speech Prosody, 746-750.
- 小林敏彦 (2003) 『洋楽を活用したリスニング活動』 小樽商科大学, 第 105 巻.
- Ludke, K. M., Ferreira, F., & Overy, K. (2009). Singing can facilitate foreign language learning. *Memory & Cognition, 42*, 41-52.
- Murphey, T. (1992). *Music and song*. Oxford University Press.
- 中田ひとみ・藤本淳史・湯舟英一 (2022). 『英語歌の授業活用 —実践例と選曲における調査と提案—』 外国語教育メディア学会関東支部研究紀要, 第 7 巻.
- Patel, A. D. (2008). *Music, language, and the brain*. Oxford University Press.

## 謝辞

最後に本論文執筆にあたり、ご指導いただきました明治大学国際日本学部廣森友人教授、助言をいただきました廣森研究室大学院生の皆様に心から感謝申し上げます。

## 付録

以下に各ジャンルの分析結果を掲載する。

### <話し言葉>

No	分析対象	最大ピッチ	最小ピッチ	ピッチレンジ	テンポ(WPM)	強勢率
1	TEDTALK/ジュリアン・トレジャー	334.3	70.7	263.6	240	21.2%
2	TEDTALK/ケリー・マクゴニガル	445.5	149.1	296.4	174	20.6%
3	スピーチ/ウィリアム・マクレイヴン	433.0	117.9	315.1	168	18.8%
4	スピーチ/スティーブ・ジョブズ	377.7	71.1	306.6	162	18.5%
5	スピーチ/ウェントワース・ミラー	604.0	56.4	547.6	144	20.8%
6	スピーチ/エマ・ワトソン	552.1	82.5	469.6	192	23.4%
7	TEDTALK/スーザン・ケイン	490.5	148.8	341.7	180	25.0%
8	スピーチ/アンハサウェイ	580.5	119.8	460.7	204	18.8%
9	TEDTALK/デレク・シヴァーズ	686.1	78.9	607.2	198	21.6%
10	TEDTALK/エイミー・カディ	792.5	184.1	608.4	252	20.4%
平均値		529.62	107.93	421.69	191.40	20.90%
標準偏差		128.42	38.49	120.85	30.64	2%

### <ラップ>

No	曲名	アーティスト	最大ピッチ	最小ピッチ	ピッチレンジ	テンポ	強勢率
1	Lose Yourself	Eminem	360.7	50.1	310.6	174	34.4%
2	God' s Plan	Drake	489.1	46.3	442.8	150	32.0%
3	Empire State of Mind	Jay-Z & Alicia Keys	491.8	90.8	401.0	180	26.6%
4	Juicy	The Notorious B.I.G.	595.4	51.3	544.1	102	28.3%
5	Can' t Hold Us	Macklemore & Ryan Lewis	629.5	50.5	579.0	144	30.0%
6	The Real Slim Shady	Eminem	599.1	50.5	548.6	102	24.3%
7	99 Problems	Jay-Z	667.8	80.3	587.5	186	32.0%
8	Hotline Bling	Drake	633.2	73.3	559.9	135	24.0%
9	Thrift Shop	Macklemore & Ryan Lewis	686.3	47.3	639.0	192	17.1%
10	Old Town Road	Lil Nas X	726.9	44.9	682.0	138	24.0%
平均値			587.98	58.53	529.45	150.3	27.27%
標準偏差			99.98	14.91	102.03	29.46	5%

< 童謡 >

No	曲名	最大ピッチ	最小ピッチ	ピッチレンジ	テンポ	強勢率
1	Twinkle, Twinkle, Little Star	340.4	53.7	286.7	102	23.5%
2	Mary Had a Little Lamb	511.6	54.0	457.7	84	28.6%
3	The Wheels on the Bus	635.7	64.2	571.5	90	46.7%
4	Old MacDonald Had a Farm	641.2	54.3	586.9	186	20.0%
5	Itsy Bitsy Spider	531.9	57.8	474.1	102	15.8%
6	London Bridge Is Falling Down	574.5	58.1	516.4	108	27.8%
7	If You're Happy and You Know It	612.1	55.0	557.1	114	25.0%
8	Hickory Dickory Dock	766.4	51.5	714.9	102	23.5%
9	Row, Row, Row Your Boat	696.9	53.2	643.7	78	21.4%
10	Head, Shoulders, Knees and Toes	303.8	54.8	249.0	102	18.8%
平均値		561.44	55.66	505.79	106.8	25.10%
標準偏差		132.65	3.26	132.69	27.05	8%

< ゴスペル >

No	曲名	アーティスト	最大ピッチ	最小ピッチ	ピッチレンジ	テンポ	強勢率
1	Oh Happy Day	Edwin Hawkins Singers	662.3	50.8	611.5	120	22.2%
2	Amazing Grace	Aretha Franklin	721.6	54.1	667.5	66	33.3%
3	Take Me to the King	Tamela Mann	510.9	49.0	461.9	114	45.5%
4	Total Praise	Richard Smallwood	748.4	57.4	691.0	96	37.5%
5	Shackles (Praise You)	Mary Mary	597.0	64.9	532.1	102	27.3%
6	I Smile	Kirk Franklin	506.6	51.2	455.4	138	40.9%
7	Every Praise	Hezekiah Walker	796.9	50.8	746.1	108	25.0%
8	Jesus Is Love	Commodores	373.9	51.6	322.3	132	33.3%
9	I Will Trust in the Lord	Traditional	373.6	50.0	323.6	150	33.3%
10	Never Would Have Made It	Marvin Sapp	679.2	54.6	624.6	84	29.2%
平均値			597.04	53.44	543.60	111.00	32.75%
標準偏差			136.41	4.29	135.25	23.06	7%

< ポップス >

No	曲名	アーティスト	最大ピッチ	最小ピッチ	ピッチレンジ	テンポ	強勢率
1	Shape of You	Ed Sheeran	430.9	60.2	370.7	96	17.9%
2	Levitating	Dua Lipa	775.4	51.5	723.9	96	31.6%

3	Uptown Funk	Mark Ronson ft. Bruno Mars	714.5	52	662.5	120	24.0%
4	Rolling in the Deep	Adele	599.4	51.2	548.2	108	18.2%
5	Bad Romance	Lady Gaga	678.4	54.1	624.3	120	14.3%
6	Blinding Lights	The Weekend	710.5	51.7	658.8	174	18.8%
7	As It Was	Harry Styles	673.6	53.5	620.1	174	21.4%
8	Call Me Maybe	Carly Rae Jepsen	532.1	63.8	468.3	120	22.7%
9	Happy	Pharrell Williams	624.9	52.2	572.7	156	13.0%
10	Don't Start Now	Dua Lipa	531.5	53.9	477.6	124	26.7%
平均値			627.12	54.41	572.71	128.8	20.85%
標準偏差			94.78	3.81	97.51	26.40	5%

<バラード>

No	曲名	アーティスト	最大ピッチ	最小ピッチ	ピッチレンジ	テンポ	強勢率
1	Someone Like You	Adele	661.5	54.7	606.8	138	23.1%
2	Perfect	Ed Sheeran	693.2	50.5	642.7	66	36.4%
3	All of Me	John Legend	635.8	50.6	585.2	120	20.0%
4	My Heart Will Go On	Celine Dion	463.0	51.4	411.6	102	25.0%
5	When I Was Your Man	Bruno Mars	650.4	50.0	600.4	72	26.3%
6	Let It Be	The Beatles	655.0	55.4	599.6	78	25.0%
7	Hello	Adele	642.8	51.8	591.0	84	36.4%
8	Stay With Me	Sam Smith	645.3	54.4	590.9	90	20.0%
9	The Power of Love	Jennifer Rush	689.3	49.0	640.3	72	33.3%
10	love is gone	slander	703.6	61.7	641.9	140	31.3%
平均値			643.99	52.95	591.04	96.20	27.67%
標準偏差			61.30	3.40	60.54	24.99	6%

<民謡>

No	曲名	アーティスト	最大ピッチ	最小ピッチ	ピッチレンジ	テンポ	強勢率
1	Scarborough Fair	Simon & Garfunkel	370.4	54	316.4	126	38.5%
2	Blowin' in the Wind	Bob Dylan	489.3	46.4	442.9	174	20.0%
3	This Land Is Your Land	Woody Guthrie	380.9	46.3	334.6	96	19.0%
4	The Water Is Wide	Traditional	442.0	54.4	387.6	78	33.3%
5	House of the Rising Sun	The Animals	558.0	60.4	497.6	78	28.6%
6	Danny Boy	Traditional	508.6	54.1	454.5	108	25.0%

7	Greensleeves	Traditional	599.6	53.2	546.4	108	66.7%
8	Streets of London	Ralph McTell	634.3	52.6	581.7	156	22.7%
9	Leaving on a Jet Plane	John Denver	646.2	54.4	591.8	108	31.3%
10	Where Have All the Flowers Gone	Pete Seeger	252.8	58.4	194.4	134	18.2%
平均值			488.21	53.42	434.79	116.60	30.32%
標準偏差			115.58	4.01	115.66	28.39	13%

日本人英語学習者における習熟度と  
ストラテジー使用の関連

—SLSI(Speaking Learning Strategy Inventory)の試験的作成—

The Relationship Between English Proficiency and Strategy Use  
in Japanese EFL Learners

—A Pilot Development of the Speaking Learning Strategy Inventory  
(SLSI)—

明治大学 国際日本学部  
長尾 健汰

Meiji University School of Global Japanese Studies  
NAGAO, Kenta

## 目 次

- I. はじめに
  - 1. 研究概要
  - 2. 背景
  - 3. 研究背景と仮説
  - 4. 意義
- II. 先行研究
- III. 研究方法
  - 1. 予備調査
    - (1) 調査課題
    - (2) 調査協力
    - (3) 調査方法
    - (4) 結果
  - 2. 本調査
    - (1) 調査課題
    - (2) 質問紙の作成
    - (3) 調査方法
    - (4) 結果の予想
- IV. 結果と分析
  - 1. 分析方法
  - 2. 結果と分析
- V. SLSI の作成
  - 1. 作成手順
  - 2. SLSI
- VI. 今後の課題
- VII. おわりに
- 参考文献
- 付録

## I. はじめに

### 1. 研究概要

本論文では、日本人英語学習者間におけるスピーキング能力の格差が生まれる原因を、学習ストラテジーの使用の調査によって分析・考察する。その結果を元に、学習者のスピーキング学習のストラテジー使用を測定する質問紙である SLSI (Speaking Learning Strategy Inventory) の試験的な作成を試みる。

### 2. 背景

英語は世界で最も影響力のある言語 (文部科学省, 2021) であり、各国の機関は国民の英語習得のために様々な教育の実践や研究を行ってきた。しかし、国際教育機関である Education First 社が国別の English Proficiency (英語の習熟度) を調査した「EF EPI EF English Proficiency Index」によると、日本人の英語習熟度は 116 か国中 92 位と低い水準となっている。特に日本の英語教育は、大学入学試験の構造上、リーディングとリスニングに偏重している。TOEIC を運営する IIBC 社のアンケートでは、「英語で話すことが好き」と答えた人は 500 人中、全体の 85.2%である一方、「英語で話すことが苦手」と回答した人が 52.2%、「英語四技能の中でスピーキングが一番難しい」と答えた人が 55.8%という結果が出ており、日本人英語学習者がスピーキングに苦手意識を持っていることが分かる。

### 3. 研究背景と仮説

背景で日本の英語教育がリーディングおよびリスニング技能に偏重していることを指摘した。しかし、そのような教育環境下でも高いスピーキング能力を有する学習者が存在することも事実である。この点に着目すると、「リーディング・リスニング中心の教育を受けながら、彼らはいかにして高いスピーキング能力を身につけたのか」という問いが生じる。本研究では、この問いに対して次の仮説を立てた：

「スピーキング能力の高い学習者は、教室外での自律的学習において、スピーキング能力の向上に寄与する特定の学習ストラテジーをより頻繁に活用している。」

日本の英語教育はリーディング・リスニングに偏重しており、教室内でのスピーキング指導の機会は限られている。このような環境下でスピーキング能力を高めるためには、学習者自身が教室外で学習機会を確保し、自律的に効果的な学習方法を選択する必要がある。したがって、スピーキング能力の高い学習者は、教室外での学習の中で特定の学習ストラテジーを積極的に用いているのではないか、という仮定に基づく説である。

## 4. 意義

学習戦略のインベントリーについては Oxford (1990) の SILL を筆頭に多くの研究が存在する一方、スピーキング学習に特化したものは多くは見られない。スピーキング学習に特化した戦略のインベントリーの作成によって、SLA における戦略の理論的枠組みを発展させる。

## II. 先行研究

学習戦略研究は Rubin (1975) を起点として注目を集めてきた。Rubin は、外国語学習において「成功する学習者 (good language learners)」の行動を観察し、学習成果の個人差は能力や環境だけでなく、学習者自身の意識的な行動によっても説明できると指摘した。

O'Malley and Chamot (1990) は学習戦略を「言語習得を効果的に進めるために学習者が意図的に用いる行動や思考過程」と定義し、これを認知的、メタ認知的、社会的／情意的戦略の三つに分類した。認知的戦略は言語材料を直接操作する行動、メタ認知的戦略は学習の計画・管理・評価に関わる行動、社会的／情意的戦略は他者との協働や感情の調整を通じて学習を支援する行動である。

Oxford (1990) は学習戦略を「学習をより容易かつ効果的に進めるために学習者が取る具体的な行動」と定義し、直接戦略（記憶・認知・補償）と間接戦略（社会・情意・メタ認知）の二種類に分類した。Oxford は SILL (Strategy Inventory for Language Learning) を用いて戦略使用頻度を調査し、習熟度の高い学習者ほど多くの戦略を使用する傾向があることを示した。SILL は以後、多くの研究で使用されている。

一方、実際の会話場面での困難を克服する方略として、コミュニケーション戦略 (Communication Strategies: CSs) が注目されてきた。Corder (1981) は CSs を「会話中の困難に対処し、意図を伝達するための体系的技法」と定義し、Dörnyei (1995) はジェスチャーや語彙の言い換え、新語の創出などをその具体例として挙げている。CSs は Oxford (1990) の分類では補償戦略に該当する。

Nakatani (2006) は、Oxford (1990) が作成した SILL の有用性を認めつつも、SILL は初期の語彙学習や第二言語学習の一般的側面を主に扱っており、実際の言語使用に関する戦略が十分に反映されていないと指摘した。そこで EFL 教室における CSs に焦点を当てた OCSI (Oral Communication Strategy Inventory) を作成し、日本人英語学習者 62 名を

対象に調査を行った。その結果、OCSI は妥当性が確認され、口頭熟達度の違いによってストラテジー使用の認識に有意差があることが示された。

このように学習ストラテジーや CSs に関する研究は多く存在するが、スピーキング学習そのものに焦点を当てた研究は比較的少ない。SILL は包括的な尺度である一方、スピーキング能力向上を目的とする学習者にとっては部分的な参考にとどまる。また CSs 研究は発話中の工夫に焦点を当てており、発話前の学習行動を十分に扱っていない。学習者にとって重要なのは、会話中の対処ではなく、スピーキングを可能にする学習過程である。

Razmjoo & Ardekani (2011) は EFL 学習者を対象に独自の質問紙を用い、スピーキング・ストラテジーと習熟度の関係を調査した。質問紙は学習者へのインタビューと先行研究をもとに作成され、21 項目から構成されている。初級・中級・上級の三群を比較した結果、初級者と上級者は中級者よりもストラテジー使用頻度が高い傾向を示したが、有意差は確認されなかった。さらなる分析の結果、学習者がスピーキング能力を高めるために用いているオフライン・ストラテジー（発話前の準備の方略）として、英語の映画・音楽・ニュースの視聴、会話文の暗記や要約練習、授業外での英語使用の機会を積極的に探す行動などが挙げられた。これらの行動は、教室外での自律的学習や英語使用の機会に対する敏感さが、スピーキング能力の発達に寄与していることを示唆している。

Razmjoo & Ardekani (2011) の研究は CSs だけではなく、オフラインストラテジーに注目した点で、スピーキング学習ストラテジーの研究を推進したといえる。しかし、スピーキング能力を向上させるためのオフラインストラテジーに関する質問が 21 項目中 12 項目のみであり、スピーキングに関わる多様なストラテジーを十分に網羅しているとはいえない。また、テクノロジーの発達や時代の変化によって学習ストラテジーは多様化しているため、それらに考慮した質問項目の追加が求められる。加えて、対象がイラン人 EFL 学習者に限定されており、学習者の個人差や文化的背景を考慮すると一般化が困難である点が指摘できる。

以上を踏まえ、本研究では、スピーキング能力の高い学習者が実際に使用している学習ストラテジーを明らかにし、それに基づいてスピーキング学習に特化した質問紙尺度 SLSI を作成することを目的とする。

### III. 研究方法

#### 1. 予備調査

##### (1) 調査課題

本調査で学習者のストラテジー使用を測定する質問紙が必要であるため、その質問項目を作成する目的で、学習者がスピーキング能力向上のためにどのようなストラテジーを使用しているのかを把握する予備的アンケート調査を実施した。

## (2) 調査協力

英語学習を経験したことのある、無作為で選ばれた 52 名が回答をした。年齢は 20 歳から 25 歳となった。

## (3) 調査方法

予備調査では、英語学習者に対し、①「英語のスピーキング能力を上げるために、効果的だと思う学習方法を教えてください。」、②「実際にあなたが行っていて、スピーキング能力の向上に役立ったと感じる学習法を教えてください。」、③「今後、スピーキング力を伸ばすために取り入れてみたい学習方法があれば教えてください。」という三つの質問によって、自由記述形式で回答を集める。この回答によって、現代の学習者が実際にどのような方法を用いてスピーキング能力の向上をはかっているのか、どのような学習ストラテジーがあることを把握しているのかを調査する。

## (4) 結果

幅広い回答を得ることを目的に記述回答にしたため、別表記でありながら類似している回答は統合する。同一の回答者が一つの質問に対して複数のストラテジーを記述した場合、それぞれを独立した回答として扱った。例えば、①「英語のスピーキング能力を上げるために、効果的だと思う学習方法を教えてください。」という問いに対し「シャドーイング、独り言、映画を見る」と回答した場合、シャドーイング・独り言・インプット視聴系の三つのストラテジーがそれぞれ一件としてカウントされる。以下が結果である。(表 1, 2, 3)

表 1:「英語のスピーキング能力を上げるために、効果的だと思う学習方法を教えてください。」

カテゴリ	件数	主な内容例
シャドーイング	30	シャドーイング、音声模倣
実践会話	20	ネイティブと話す、外国人と話す、英会話実践
音読	8	音読、例文音読
インプット視聴系	15	映画、ドラマ、洋楽、Podcast の視聴、鑑賞
独り言	5	自分で言う、頭の中で英語を話す
環境構築	4	海外滞在、英語必須環境

カテゴリ	件数	主な内容例
フレーズ・記憶系	4	例文暗唱, 言い回しを覚える
その他	2	アルバイトで話す, 仲良くなる等

表 2: 「実際にあなたが行っていて, スピーキング能力の向上に役立ったと感じる学習法を教えてください」

カテゴリ	件数	主な内容例
シャドーイング	25	ドラマのセリフ・YouTube 等含む
実践会話	20	ネイティブと話す, 友達, 恋人, 外国人
音読	10	音読, 例文音読
独り言	10	独り言, 頭の中で考える
インプット視聴系	12	ドラマ, YouTube, Podcast, 洋楽の視聴, 鑑賞
メモリ系	6	フレーズ暗記, 例文作成
環境構築	4	海外滞在, 英語環境
AI 活用	3	ChatGPT, 録音アプリなど

表 3: 「今後, スピーキング力を伸ばすために取り入れてみたい学習方法があれば教えてください。」

カテゴリー	件数	主な内容例
実践会話	20	ネイティブと話す, 海外で会話, 英会話
インプット視聴系	15	映画, ドラマ, YouTube の視聴, 鑑賞
AI 活用	15	AI アプリ, AI との会話, オンライン英会話
シャドーイング	10	シャドーイング, 改善したい
独り言	6	独り言, 日記, 思考を口に出す
環境構築	10	留学, ワーホリ, 海外滞在
メモリ系	3	フレーズ習得, 言い回し学習
その他	2	トピック会話, 訛り対応など

予備調査の結果から、回答者が「効果的」「実際に役立った」「今後取り入れたい」と認識する学習ストラテジーには、いくつかの共通点と傾向が示された。

まず全体的な傾向として、「シャドーイング」「実践会話」「インプット視聴系」に関する回答が多く見られた。シャドーイングとは、玉井 (2005) が「聞こえてくるスピーチに対して、ほぼ同時に、あるいは一定の間をおいて、そのスピーチと同じ発話を口頭で再生する行為、またはリスニング訓練法」と定義している学習方法である (玉井, 2005, pp. 34-35)。玉井 (2005) の定義ではシャドーイングはリスニングの訓練法として位置づけられているが、この調査ではスピーキングの学習方法として多く挙げられていた。

また、「インプット視聴系」の回答が多く見られたことから、学習者がスピーキング能力の向上には、リアルな英語音声への接触が重要であると認識していることがうかがえる。「実践会話」と比較して「シャドーイング」の回答数が多かった点については、英語を発話する際に他者を必要とせず、一人で取り組むことが可能であるという実践上の容易さが影響していると考えられる。

「独り言」の回答が質問②で多く見られたことは注目に値する。この質問は実際に効果的であったストラテジーを問うものであり、「独り言」が一般によく知られているストラテジーではないが習熟度の高い学習者が使用しているストラテジーである可能性を示唆している。

## 2. 本調査

### (1) 研究課題

本調査では、予備調査において抽出したストラテジー項目を基に作成した質問紙を用い、各ストラテジーの使用頻度を測定した。得られたデータをもとに、学習者を習熟度に基づいて上位群および下位群に分類し、両群間におけるストラテジー使用の差異を統計的に分析することを目的とする。これにより、スピーキング能力の高い学習者に特徴的な学習ストラテジーを明らかにし、スピーキング学習に特化した質問紙尺度である **Speaking Learning Strategy Inventory (SLSI)** の作成に向けた基礎データを得ることを目指す。

### (2) 調査協力

日本で大学受験を経験し、大学入学以前に 3 か月以上の海外滞在を経験していない学習者を対象に行った。

### (3) 調査方法

回答項目は二つのセクションで構成されている (付録 A を参照)。第一は、回答者の基本情報を尋ねるセクションである。ここでは年齢などのプロフィールを問う質問に加え、自分

の英語スピーキング能力をどの程度だと考えているかを回答してもらった。その際、言語能力を A1～C2 の 6 段階で示す CEFR を用い、各レベルの説明文 (can-do statements) を提示したうえで、自身が最も当てはまると思うレベルを選択させる形式とした。この時回答者には、大学入学時における習熟度を答えるよう指示をする。その理由は、先述の通り読み書き偏重の教育は大学受験の構造に由来するため、大学入学以降は英語の授業が多様化し、スピーキングの習熟度の差が大学ごとの英語の授業形態に影響される可能性があるからである。さらに、海外滞在経験を問う質問を設け、3 か月以上の滞在経験を有する回答者については、学習ストラテジー以外の要因がスピーキング習熟に影響している可能性を考慮し、分析対象から除外した。

第二のセクションでは、教室外におけるスピーキング学習ストラテジーの使用頻度を測定した。ここでも同様に、回答は大学入学以前の学習について答えるように指示する。回答は、1 (全く当てはまらない) から 5 (非常によく当てはまる) までの 5 件法 Likert 尺度を用いた。ストラテジー使用を問うセクション 2 は、表 4 の通りである。

表 4：本調査の調査紙 (セクション 2)

<b>【カテゴリー①：音声模倣系】</b>
1. シャドーイング (英語の音声に合わせて発話を真似る練習) を行っていた。
2. 英語の音声を繰り返し聞き、発音やイントネーションを模倣していた。
3. 英文を声に出して読み、自然な発音やリズムを意識して練習していた。(音読)
4. ネイティブスピーカーのイントネーション・リズム・間の取り方を観察し、その話し方を発話練習に取り入れていた。
<b>【カテゴリー②：会話・環境構築系】</b>
5. 英語を話すための機会を日常的に意図的に確保するよう努めていた。
6. 英語を話す外国人の友人を積極的に作るようにしていた。
7. オンライン英会話または対面レッスンに参加していた。
<b>【カテゴリー③：インプット理解・観察系】</b>
8. 英語の映画やドラマを視聴する中で、表現や言い回しを学んでいた。
9. 英語の YouTube・SNS 動画・Vlog 等を視聴し、話されている英語に注目していた。
10. 英語の Podcast・ニュースなどを聞いて、リスニングを強化していた。

11. 視聴した作品から気になった表現の意味を知らべて学習していた。
12. 気に入った/気になった英語のセリフや表現が出てきたら、その部分を繰り返し視聴していた。
13. 洋楽 (英語で歌われる楽曲) を日々聞き、表現に注目していた。
<b>【カテゴリ④：独り言系(セルフトーク)】</b>
14. 日常の行動や考えを、英語で独り言として話してみることがあった。
15. 頭の中で、自分の考えを英語で組み立ててみるがあった。
16. 英語話者との会話を想定し、その会話を独り言でシミュレーションしてみる。
<b>【カテゴリ⑤：メモリ・フレーズ系】</b>
17. よく使う英語フレーズや表現を調べて覚え、声に出して練習していた。
18. 学んだ単語や構文を使って、自分で例文を作り、声に出して練習していた。
19. 新しく学んだ単語が、実際の例文でどのように使われているかに注意を払っていた。
<b>【カテゴリ⑥：メタ認知系】</b>
20. 自分の英語を録音し、発音や話し方を確認することがあった。
21. 英語での発話をした後、自分が改善すべき点を振り返ることがあった。

質問紙項目の作成は、予備調査の自由記述に基づく具体的な学習行動を反映させた。また、類似した戦略は一つの項目としてまとめた (例: 「例文を自作し音読する」と「フレーズの音読」という回答は、項目3の質問として統合される)。戦略を過度に細分化すると学習者の行動のわずかな違いが数値として不利に反映されるため、質問文は意味的なまとまりを保ちつつ抽象度を適切に調整した。次に、戦略を内容の類似性に基づき、「音声模倣」「独り言」「映画・動画視聴」「ネイティブとの会話」「フレーズ暗記」「メタ認知」などのカテゴリに分類した。

以上の過程を経て、本研究の目的に即した、日本人学習者のスピーキング学習戦略を測定するための質問紙を構成した。この質問紙は、予備調査の実データに基づき、既存理論の枠組みを踏まえつつ、新たな SLSI 作成のための基礎となる。

#### (4) 結果の予想

大きく分けて二点が分析によって明らかにされると期待している。

一点目は、回答者を習熟度で分類した時に、上位群と下位群の回答傾向に有意な差異が存在することだ。Oxford (1990) の SILL や Nakatani (2006) の OCSI の双方のストラテジーに関する質問調査では、習熟度によって回答に差が現れると報告されており、もし本調査でも同様の傾向が見られた場合、質問紙の有効性を主張することができる。

二点目は、どのストラテジーがスピーキング能力の高い学習者によって頻繁に使用されているかを特定できる点である。学習者が教室外で実際にどのような学習行動を採用しているのか、習熟度とどのような関係があるかを検証する。

上位群で特に頻度が高いストラテジー、また下位群との差が顕著に現れたストラテジーは、SLSI における主要指標として採用される。本研究が示すストラテジー分類と使用傾向の可視化は、学習者の自律的学習を支援する指針となるだけでなく、スピーキング中心の学習ストラテジー研究を理論的に拡張する点でも意義があると考えられる。

## IV. 結果と分析

### 1. 分析方法

本調査で収集したスピーキング学習ストラテジーの使用頻度データと、回答者のスピーキング能力指標 (CEFR) を基に、以下の統計的分析を行った。

第一に、記述統計を用いてストラテジー使用傾向を把握した。各ストラテジー項目について平均値および標準偏差を算出し、日本人英語学習者における全体的な使用傾向を示すとともに、後続分析の基礎資料とした。

第二に、回答者をスピーキング能力に基づいて上位群および下位群に分類し、独立サンプル  $t$  検定を用いて両群間のストラテジー使用頻度の差異を分析した。これにより、スピーキング能力の高低によって使用頻度に差が見られるストラテジーの有無を検討した。

### 2. 結果と分析

回答は 61 件得られたが、調査対象に該当しないと自己申告した回答および、同一選択肢への不自然な連続回答が見られたものを除外した。その結果、最終的な有効回答数は 55 件となった。回答者は 23 名が男性で女性が 32 名、社会人 11 名、大学 4 年生 29 名、3 年生 11 名、2 年生と 1 年生が各 2 名となっている。CEFR による習熟度の自己評価では、C2 が 0 名、C1 が 1 名、B2 が 8 名、B1 が 22 名、A2 が 15 名、A1 が 9 名という結果になった。今回の研究では CEFR の回答の分布を考慮し、上位群を C1 と B2 (n=9)、下位群は B1, A2, A1 (n=46) とした。

各ストラテジーの使用頻度について、全体ならびに上位群（以下、high 群）と下位群（以下、low 群）それぞれの平均値および標準偏差を算出し、群間の傾向を比較した。以下にその結果を示す（表 5）。なお、ストラテジーの列 1~21 は表 4 の質問番号と対応している。

表 5：ストラテジー使用頻度のスコア

ストラテジー	全体		high		low	
	平均	標準偏差	平均	標準偏差	平均	標準偏差
1	3.20	1.38	3.89	1.37	3.07	1.34
2	3.47	1.23	4.33	0.67	3.30	1.25
3	3.71	1.02	4.67	0.47	3.52	0.99
4	2.96	1.28	3.67	1.25	2.83	1.24
5	2.76	1.41	3.33	1.63	2.65	1.34
6	2.00	1.26	2.89	1.45	1.83	1.15
7	2.29	1.56	3.00	1.83	2.15	1.46
8	2.76	1.48	3.78	1.31	2.57	1.42
9	2.82	1.44	3.78	1.40	2.63	1.37
10	2.27	1.35	3.11	1.52	2.11	1.26
11	2.67	1.38	3.56	1.07	2.50	1.36
12	2.36	1.41	2.89	1.37	2.26	1.39
13	2.93	1.22	3.11	0.99	2.89	1.26
14	2.45	1.44	3.33	1.49	2.28	1.36
15	2.73	1.39	3.89	0.87	2.50	1.36
16	2.56	1.44	2.67	1.41	2.54	1.44
17	2.67	1.24	3.11	0.87	2.59	1.28
18	2.60	1.36	2.67	1.25	2.59	1.38
19	3.49	1.25	3.67	1.15	3.46	1.26
20	1.95	1.29	2.11	1.29	1.91	1.28
21	2.93	1.33	3.44	0.96	2.83	1.37

結果として、すべての項目において high 群の平均値は low 群を上回った。このことから、スピーキング能力の高い学習者は、特定の一部のストラテジーに限らず、全体としてより多様なストラテジーを相対的に高頻度で使用している可能性が示唆される。特に、項目 2, 3, 15 においては、high 群と low 群の平均値の差が 1.0 以上と大きく、両群間の差が顕著であった。さらに、これらの項目では high 群における標準偏差が比較的小さく、使用傾向が一定していることが確認された。このことから、これらのストラテジーはスピーキング能力の習熟度差と関連する可能性が高い項目であると考えられる。

一方、low 群では、ほとんどの項目において平均値が 2 点台にとどまり、標準偏差も比較的大きかった。これは、low 群の学習者のストラテジー使用の頻度や方法に個人差が大きく、学習行動が安定していない可能性を示す結果と解釈できる。しかし high 群が 9 名と少ないのに対し、low 群は 46 名と人数に大きな差があるため、標準偏差の差は人数差に起因する可能性がある。

次に、各ストラテジー項目について、上位群 (high 群) と下位群 (low 群) の平均値の差を検討するため、対応のない2群間の *t* 検定 (Welch 検定) を行った (表 6)。

表 6 : *t* 検定による high 群と low 群の平均値の有意差検証

ストラテジー	high	low	<i>p</i> 値
	平均(標準偏差)	平均(標準偏差)	
1	3.89(1.37)	3.07(1.34)	p=.144
2	4.33(0.67)	3.30(1.25)	p<.05
3	4.67(0.47)	3.52(0.99)	p<.05
4	3.67(1.25)	2.83(1.24)	p=.109
5	3.33(1.63)	2.65(1.34)	p=.291
6	2.89(1.45)	1.83(1.15)	p=.077
7	3.00(1.83)	2.15(1.46)	p=.242
8	3.78(1.31)	2.57(1.42)	p<.05
9	3.78(1.4)	2.63(1.37)	p=.055
10	3.11(1.52)	2.11(1.26)	p=.109
11	3.56(1.07)	2.50(1.36)	p<.05
12	2.89(1.37)	2.26(1.39)	p=.258
13	3.11(0.99)	2.89(1.26)	p=.590
14	3.33(1.49)	2.28(1.36)	p=.090
15	3.89(0.87)	2.50(1.36)	p<.05
16	2.67(1.41)	2.54(1.44)	p=.825
17	3.11(0.87)	2.59(1.28)	p=.170
18	2.67(1.25)	2.59(1.38)	p=.873
19	3.67(1.15)	3.46(1.26)	p=.648
20	2.11(1.29)	1.91(1.28)	p=.696
21	3.44(0.96)	2.83(1.37)	p=.138

分析の結果、21 項目中 5 項目において、high 群と low 群の間に統計的に有意な差が認められた ( $p<.05$ )。有意差が確認された項目は、項目 2「英語の音声を繰り返し聞き、発音やイントネーションを模倣していた。」、項目 3「英文を声に出して読み、自然な発音やリズムを意識して練習していた。(音読)」、項目 8「英語の映画やドラマを視聴する中で、表現や言い回しを学んでいた。」、項目 11「視聴した作品から気になった表現の意味を知らべて学習していた。」、項目 15「頭の中で、自分の考えを英語で組み立ててみることもある。」であった。これらの項目では、いずれも high 群の平均値が low 群を有意に上回っており、スピーキング能力の高い学習者がこれらのストラテジーをより頻繁に使用していることが示された。本研究の仮説の「特定の学習ストラテジー」に該当する可能性があるのがこれらの項目である。

一方で、残りの項目については、high 群の平均値が一貫して low 群を上回っていたものの、その差は統計的に有意には至らなかった ( $p\geq.05$ )。このことから、有意差が見られなか

った項目については、習熟度の高低で使用頻度に差はあるが、習熟度の高低を区別する指標とはなりにくいことが示唆される。

## V. SLSI の作成

### 1. 作成手順

SLSI にはまず、 $t$  検定で有意差が見られた項目 2, 3, 8, 11, 15 は、質問紙に採用する。しかし、質問紙として項目が 5 つしかないのは妥当とは言えないため、また項目選別において統計的有意差の有無のみを基準とすると、サンプルサイズの影響を受けやすく、習熟度差を反映する可能性のある項目を過度に排除してしまう恐れがあるため、統計的に有意差には達しなかった項目についても、追加的に検討を行う。その際には、平均値、標準偏差、 $p$  値に一定の基準を設け、該当する項目を無効として削除する。

始めに、high 群と low 群のストラテジー使用頻度の平均値の差が 0.7 未満である項目を削除する。high と low の項目 1~21 の平均値の差の分布は 0.08~1.39 である。この内、平均値の差が 0.7 未満の項目は項目 17, 21 を除き  $p > .20$  となっている。サンプル数の偏りを考慮しても有意差があると判断し難い数値であるため、平均値 0.7 未満の項目 (5, 12, 13, 16, 18, 19, 20) を削除した。項目 17, 21 に関しては  $p = .170$  (項目 17),  $p = .138$  (項目 21) と平均値の差が 0.7 未満の項目の中では  $p$  値が比較的低く、習熟度差との関連が完全には否定できないと判断したため、この段階では削除せず、以降の分析を通して検討を行う。

次に、標準偏差の大きさを基準として項目の検討を行った。標準偏差が大きい項目は個人差が過度に大きく、質問紙項目の安定性に欠けるため、本研究では high 群と low 群の標準偏差が 1.0 以上 1.5 以下の範囲に収まっていない項目を削除対象とした。その結果、残った項目 7, 10 が削除対象となった。しかし  $p$  値に着目すると、項目 7 が  $p = .242$  で項目 10 は  $p = .109$  となっており、項目 10 は  $p$  値が比較的低く、習熟度差との関連が一定程度示唆されることから、この段階では削除せず、他の基準と併せて総合的に判断することとした。

検討対象とした項目 10, 17, 21 に関しては、ストラテジーの内容と SLSI 全体の構成の観点から検討する。項目 17 「よく使う英語フレーズや表現を調べて覚え、声に出して練習していた」は、「発声を伴う練習」という点において、SLSI に採用された項目 1~4 からなる音声模倣系ストラテジーと内容的に重複している。また、「実際に用いられる英語表現を学習する」という点では、英語の映画・ドラマや動画媒体を通して表現を学ぶ項目 8 および項目 9 とも共通している。このように、項目 17 の学習行動は、発声練習およびリアルな英語表現の学習という二つの側面に分解することができ、いずれも既存の採用項目によって十分に代表可能であると判断した。したがって、項目 17 は他項目との内容的重複を避ける観点から、削除対象とした。

項目 10「英語の Podcast・ニュースなどを聞いて、リスニングを強化していた」は、英語の映像・音声媒体を通してインプットを行うという点において、項目 8「英語の映画やドラマを視聴する中で、表現や言い回しを学んでいた」、および項目 9「英語の YouTube・SNS 動画・Vlog 等を視聴し、話されている英語に注目していた」と内容的に類似している。平均値を比較すると、項目 8 (high=3.78, low=2.57) および項目 9 (high=3.78, low=2.63) はいずれも使用頻度が比較的高い水準にあるのに対し、項目 10 (high=3.11, low=2.11) は両群ともに使用頻度が低い傾向を示していた。一方で、high 群と low 群の平均値差は、項目 8 (1.21)、項目 9 (1.15)、項目 10 (1.00)と、いずれも同程度であった。以上より、項目 10 は習熟度差を反映する点では一定の有効性を有するものの、英語インプットを通じた戦略として、項目 8 および項目 9 によって十分に代表可能であると判断した。したがって、項目 10 は他項目との重複を避ける観点から削除することとした。

項目 21 は「英語での発話をした後、自分が改善すべき点を振り返ることがあった。」というメタ認知の戦略である。SLA においては、学習者が自身の学習を計画・モニタリング・評価するメタ認知的活動が、言語学習に重要な役割を果たすとされてきた。また、学習戦略研究においても、メタ認知は主要なカテゴリーの一つとして位置づけられている。項目 21 を削除した場合、SLSI からメタ認知的側面を直接的に捉える項目が欠落することになる。そのため、項目 21 は平均値差や標準偏差の基準には完全には該当しなかったものの、SLSI が総合的にスピーキング学習戦略を評価できることを理由に採用することとした。

最終的に残った項目は、1, 2, 3, 4, 6, 8, 9, 11, 14, 15, 21 の 11 項目である。

## 2. SLSI

以上の手順の結果、学習者のスピーキング学習戦略の使用頻度を問う質問紙である SLSI (Speaking Learning Strategy Inventory) が作成された (付録 B)。各カテゴリーについて、スピーキング学習に効果的な理由と質問として、どう機能するかについて考察する。なお、分析の結果を参照しやすくするため、項目番号は変更しない。

まず【カテゴリー①：音声模倣系】では項目 1, 2, 3, 4 が採択された。これらの項目は平均値が high と low とともに高く、比較的一般的なスピーキング学習戦略であることが示唆される。特に有意差が見られた項目 2, 3 は high の標準偏差が小さく、習熟度の高い学習者が特に使用している戦略であった。カテゴリー①は発声を伴う戦略であり、リーディングとリスニング偏重の教室内で不足している「音声アウトプット」として機能し、スピーキングの貴重な機会として学習者の能力を向上させている可能性が

示唆される。これらの項目によって、学習者が具体的にどの程度またはどのようにスピーキング練習に時間を割いているかを評価することができる。

次に【カテゴリー②：会話・環境構築系】には項目 6 が選定された。この項目は能力向上の為に実践を設ける行動力だけでなく、学習者の動機の高さを評価できるものであると考えられる。この項目のスコアが高く出た学習者は、通常大学受験にスピーキングが必要ないにも関わらず、会話モチベーションの高さが学習効果に影響することは SLA では広く知られている。この項目はスピーキング学習における「モチベーションの高さ」とその「行動力」を評価する項目として機能する。

【カテゴリー③：インプット理解・観察系】として、項目 8, 9, 11 が選ばれた。項目 8, 11 では  $p < .05$ , 項目 9 では  $p = .055$  と有意差の観点では最も信頼度の高いカテゴリーである。これらの項目はネイティブスピーカーの表現やサウンドのインプットに関するものであり、学習者がアカデミックな英語に限らず、実践的な英語を学習に取り入れているかどうかを評価することができる。大学受験で大部分を占める読解の英語と実際の会話で使用される英語は異なるため、これらの戦略は発話時の語彙使用に寄与していると考えられる。

項目 14, 15 が【カテゴリー④：独り言系(セルフトーク)】として選定された。調査で最も顕著な結果が出たのが項目 15 である。high と low の平均値差は 21 項目中最大の 1.39 であり、また high の標準偏差が 0.87 と低く、 $t$  検定でも有意差が見られた。アウトプットの機会が少ない日本人英語学習者がアウトプットに慣れるため、この項目は「英語で思考する」基礎的かつ重要な学習戦略であると考えられる。項目 14 は 15 に発話を組み合わせたものであり、15 を一段階発展させた戦略である。このカテゴリーによって、学習者がどれだけ英語で思考の練習をしているかを評価できる。

最後に【カテゴリー⑤：メタ認知系】で項目 21 が質問紙に入った。この項目は SLA で重視されるメタ認知を、スピーキングに焦点を当てた形で SLSI に必要である。スピーキングは即時的な処理を要する技能であるため、発話後に自身のパフォーマンスを振り返り、次の学習や発話に活かすメタ認知的活動は、スピーキング能力の発達において重要な役割を果たすと考えられる。

作成した 11 項目からなる SLSI について、内的一貫性を確認するために信頼性分析を行った。その結果 Cronbach's  $\alpha = .85$  であり、高い内的一貫性が確認された。このことから、SLSI を構成する各項目は、スピーキング学習戦略という共通の構成概念を一貫して測定していると考えられる。以上より、本研究で作成した SLSI は、探索的質問紙として十分な信頼性を有していることが示唆された。

## VI. 今後の課題

これまでの議論を踏まえ、今後の議論について三点述べる。

第一に、本研究で実施した質問紙調査はサンプル数に限りがあり、特に high 群が 9 名と少なかった点である。このため、得られた結果を一般化することが困難である。習熟度とストラテジー使用頻度との関連性の検討および SLSI の作成において、モデルとなる high 群の人数が少ないことは、結果の安定性や信頼性に影響を及ぼす可能性がある。今後は、本調査を再度実施し、high 群と low 群の人数を同程度に確保した上で、結果の再現性を検証することが求められる。

第二に、本研究で用いた習熟度指標が、回答者の過去の経験に基づく自己申告であり、客観的な測定値ではなかった点である。このため、実際の英語運用能力と回答された習熟度との間に乖離が生じている可能性は否定できない。今回の調査では、回答者の負担軽減および回答数確保を優先し、英語試験のスコア等は尋ねなかったが、今後より信頼性の高い分析を行うためには、TOEFL や TOEIC などの英語試験スコアを用いて習熟度を分類することが望ましいと考えられる。

第三に、質問紙のカテゴリー構造を因子分析によって検証できなかった点である。本研究で使用した質問紙および作成した SLSI は、項目数およびサンプル数の制約から因子分析を実施することができなかった。そのため、カテゴリー分けは先行研究および理論的枠組みに基づく著者の判断によって行われている。今後は、項目数およびサンプル数を拡充した上で因子分析を行い、SLSI の構造的妥当性を検討する必要がある。

## VII. おわりに

英語能力の向上には学習ストラテジーの使用が重要である。本論文では習熟度の高い学習者のストラテジー選択をモデルとし、どのようにして学習者がスピーキング能力を向上させたかについて検証した。しかし最終的に SLSI の項目に選定されたストラテジーは、習熟度と相関があったという事実にとどまり、これらの学習をしたからといってスピーキング能力が確実に向上するというわけではない。学習者は自身の適性や目標に応じてストラテジーを選択する必要がある。この論文で提示したストラテジーは、スピーキング能力を伸ばす学習方法の参考として、学習者のストラテジー選択の一助となることを期待したい。また、SLSI が研究や教育現場で活用され、日本人の英語スピーキング能力の向上に寄与し、日本人が自信を持って英語を話すことができる未来に繋がってほしいと考える。

## 参考文献

- Corder, S. P. (1981). *Error analysis and interlanguage*. Oxford University Press.
- Dörnyei, Z. (1995). On the teachability of communication strategies. *TESOL Quarterly*, 29(1), 55–85.
- EF Education First. (2024). *EF EPI English proficiency index: A ranking of 116 countries and regions by English skills*.  
<https://www.efjapan.co.jp/assetscdn/WIBIwq6RdJvcD9bc8RMd/cefcom-epi-site/reports/2024/ef-epi-2024-japanese.pdf>
- IIBC 一般財団法人国際ビジネスコミュニケーション協会 (2020). 「IIBC『英語のスピーキングに関する実態と意識』調査結果を発表—ビジネスパーソン、英語で話すことが「好き」85%、「苦手」52%」 <https://www.iibc-global.org/iibc/press/2020/p141.html>
- Nakatani, Y. (2006). Developing an oral communication strategy inventory. *The Modern Language Journal*, 90(2), 151–168.
- O'Malley, J. M., & Chamot, A. U. (1990). *Learning strategies in second language acquisition*. Cambridge University Press.
- Razmjoo, A. A., & Ghasemi Ardekani, S. (2011). A model of speaking strategies for EFL learners. *The Journal of Teaching Language Skills (JTLS)*, 3(3), 115–142.
- Rubin, J. (1975). What the “good language learner” can teach us. *TESOL Quarterly*, 9(1), 41–51.
- Shofia, A. O., & Pravitasari, H. (2014). Learning strategies used by fluent senior high school students in developing their speaking skill: A case study. *English Didactic*, 1(2), 90–97.
- TOEFL iBT. (n.d.). Comparing TOEFL iBT scores.  
<https://www.ets.org/toefl/institutions/ibt/compare-scores.html#accordion-ff2afbe1ab-item-95a6512adf>
- 玉井健 (2005). 『リスニング指導法としてのシャドーイングの効果に関する研究』 風間書房.
- 文部科学省 (2021). 「総合的な英語力の育成・評価が求められる背景について」大学入試のあり方に関する検討会議(第 21 回)参考資料 4.  
[https://www.mext.go.jp/content/20210216-mxt\\_daigakuc02-000012828\\_11.pdf](https://www.mext.go.jp/content/20210216-mxt_daigakuc02-000012828_11.pdf)

## 付録

### 付録 A：本調査の質問紙

注意書きを読み、自身が調査対象であることを確認しましたか？

注：本調査の対象とならない方

- ・ 大学受験を経験していない方 (形式は問いません。推薦型や AO 入試の方は対象です。)
  - ・ 大学入学以前に 3 か月以上の海外滞在経験がある方
- はい いいえ

あなたの性別(生物学上のもの)を教えてください。
男性 女性
あなたの学年を教えてください。
1年 2年 3年 4年 修士 社会人
あなたの大学の学部は、国際系や英語系など、外国語の使用頻度が高い学部ですか。
はい いいえ
5. 以下の説明文を読み、自身の「大学入学時」の英語レベルに当てはまるものを選んでください。(※英語への自信とは関係なく、能力を客観的に判断してください。)
<b>【CEFR レベルと説明】</b>
<b>C2</b> 聞いたり読んだりした、ほぼ全てのものを容易に理解することができる。いろいろな話し言葉や書き言葉から得た情報をまとめ、根拠も論点も一貫した方法で再構築できる。自然に、流暢かつ正確に自己表現ができる。
<b>C1</b> いろいろな種類の高度な内容のかなり長い文章を理解して、含意を把握できる。言葉を探しているという印象を与えずに、流暢に、また自然に自己表現ができる。社会生活を営むため、また学問上や職業上の目的で、言葉を柔軟かつ効果的に用いることができる。複雑な話題について明確で、しっかりとした構成の詳細な文章を作ることができる。
<b>B2</b> 自分の専門分野の技術的な議論も含めて、抽象的な話題でも具体的な話題でも、複雑な文章の主要な内容を理解できる。母語話者とはお互いに緊張しないで普通にやり取りができるくらい流暢かつ自然である。幅広い話題について、明確で詳細な文章を作ることができる。
<b>B1</b> 仕事、学校、娯楽などで普段出会うような身近な話題について、標準的な話し方であれば主要な点を理解できる。その言葉が話されている地域にいるときに起こりそうな、たいていの事態に対処できる。身近な話題や個人的な関心事について、筋の通った簡単な文章を作ることができる。
<b>A2</b> ごく基本的な個人情報や家族情報、買い物、地元の地理、仕事など、直接的関係のある領域に

<p>関しては、文やよく使われる表現が理解できる。簡単で日常的な範囲なら、身近な事柄について単純で直接的な情報交換に応じることができる。</p>
<p>A1</p> <p>具体的な欲求を満足させるための、よく使われる日常的表現と基本的な言い回しは理解し、用いることができる。自分や他人を紹介し、住んでいる場所や人間関係、持ち物などの個人的情報について質問・回答ができる。相手がゆっくりはつきり話してくれれば、簡単なやり取りが可能。</p>
<p>該当するものを1つ選んでください。</p>
<p>自身の大学入学以前の英語のレベルは</p> <p>C2 C1 B2 B1 A2 A1</p> <p>である。(選択形式)</p>
<p>(確認)一つ前の回答は「大学入学時点での英語レベル」ですか？</p> <p>はい いいえ</p>
<p>以下の質問では、それぞれの学習行動について あなたが普段どの程度あてはまるかを、1～5の数値で回答してください。</p> <p><b>【1～5の意味】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>まったくあてはまらない</li> <li>あまりあてはまらない</li> <li>どちらともいえない</li> <li>ややあてはまる</li> <li>非常によくあてはまる</li> </ol> <p>当てはまる数字を選択肢から選んでください。</p> <p>なお、この回答は成績評価などには一切関係ありません。正解・不正解はなく、あなた自身の普段の行動に最も近いものを選んでください。</p> <p>ここでの学習行動は大学入学以前のもです。</p>
<p>以降の回答が、あなたの大学入学までの学習行動に対して答えるということを理解しましたか。</p> <p>はい いいえ</p>
<p><b>【カテゴリ①：音声模倣系】</b></p>
<p>1. シャドーイング(英語の音声に合わせて発話を真似る練習)を行っていた。</p> <p>1 2 3 4 5</p>
<p>2. 英語の音声を繰り返し聞き、発音やイントネーションを模倣していた。</p> <p>1 2 3 4 5</p>
<p>3. 英文を声に出して読み、自然な発音やリズムを意識して練習していた。(音読)</p> <p>1 2 3 4 5</p>
<p>4. ネイティブスピーカーのイントネーション・リズム・間の取り方を観察し、その話し方を発話練習に取り入れていた。</p> <p>1 2 3 4 5</p>
<p><b>【カテゴリ②：会話・環境構築系】</b></p>
<p>5. 英語を話すための機会を日常的に意図的に確保するよう努めていた。</p> <p>1 2 3 4 5</p>
<p>6. 英語を話す外国人の友人を積極的に作るようにしていた。</p>

	1 2 3 4 5
7. オンライン英会話または対面レッスンに参加していた。	1 2 3 4 5
<b>【カテゴリー③：インプット理解・観察系】</b>	
8. 英語の映画やドラマを視聴する中で、表現や言い回しを学んでいた。	1 2 3 4 5
9. 英語の YouTube・SNS 動画・Vlog 等を視聴し、話されている英語に注目していた。	1 2 3 4 5
10. 英語の Podcast・ニュースなどを聞いて、リスニングを強化していた。	1 2 3 4 5
11. 視聴した作品から気になった表現の意味を知らべて学習していた。	1 2 3 4 5
12. 気に入った/気になった英語のセリフや表現が出てきたら、その部分を繰り返し視聴していた。	1 2 3 4 5
13. 洋楽(英語で歌われる楽曲)を日々聞き、表現に注目していた。	1 2 3 4 5
<b>【カテゴリー④：独り言系(セルフトーク)】</b>	
14. 日常の行動や考えを、英語で独り言として話してみることがあった。	1 2 3 4 5
15. 頭の中で、自分の考えを英語で組み立ててみるがあった。	1 2 3 4 5
16. 英語話者との会話を想定し、その会話を独り言でシミュレーションしてみる。	1 2 3 4 5
<b>【カテゴリー⑤：メモリ・フレーズ系】</b>	
17. よく使う英語フレーズや表現を調べて覚え、声に出して練習していた。	1 2 3 4 5
18. 学んだ単語や構文を使って、自分で例文を作り、声に出して練習していた。	1 2 3 4 5
19. 新しく学んだ単語が、実際の例文でどのように使われているかに注意を払っていた。	1 2 3 4 5
<b>【カテゴリー⑥：メタ認知系】</b>	
20. 自分の英語を録音し、発音や話し方を確認することがあった。	1 2 3 4 5
21. 英語での発話をした後、自分が改善すべき点を振り返ることがあった。	1 2 3 4 5

## 付録 B Speaking Learning Strategy Inventory (SLSI)

以下の質問では、それぞれの学習行動について、あなたが普段どの程度あてはまるかを、1～5の数値で回答してください。

### 【1～5の意味】

1. まったくあてはまらない
2. あまりあてはまらない
3. どちらともいえない
4. ややあてはまる
5. 非常によくあてはまる

当てはまる数字を選択肢から選んでください。

なお、この回答は成績評価などには一切関係ありません。正解・不正解はなく、あなた自身の普段の行動に最も近いものを選んでください。

### 【カテゴリー①：音声模倣系】

1. シャドーイング(英語の音声に合わせて発話を真似る練習)を行っていた。 1 2 3 4 5
2. 英語の音声を繰り返し聞き, 発音やイントネーションを模倣していた。 1 2 3 4 5
3. 英文を声に出して読み, 自然な発音やリズムを意識して練習していた。(音読) 1 2 3 4 5
4. ネイティブスピーカーのイントネーション・リズム・間の取り方を観察し, その話し方を発話練習に取り入れていた。 1 2 3 4 5
<b>【カテゴリー②: 会話・環境構築系】</b>
6. 英語を話す外国人の友人を積極的に作るようにしていた。 1 2 3 4 5
<b>【カテゴリー③: インプット理解・観察系】</b>
8. 英語の映画やドラマを視聴する中で, 表現や言い回しを学んでいた。 1 2 3 4 5
9. 英語の YouTube・SNS 動画・Vlog 等を視聴し, 話されている英語に注目していた。 1 2 3 4 5
11. 視聴した作品から気になった表現の意味を知らべて学習していた。 1 2 3 4 5
<b>【カテゴリー④: 独り言系(セルフトーク)】</b>
14. 日常の行動や考えを, 英語で独り言として話してみることがあった。 1 2 3 4 5
15. 頭の中で, 自分の考えを英語で組み立ててみるがあった。 1 2 3 4 5
<b>【カテゴリー⑤: メタ認知系】</b>
21. 英語での発話をした後, 自分が改善すべき点を振り返ることがあった。 1 2 3 4 5

# 日本人 EFL 学習者における singular they の 使用傾向・態度調査と EFL 教育への示唆

Japanese EFL Learners' Use of and Attitudes toward Singular They:  
Implications for EFL Education

明治大学 国際日本学部  
橋口 愛未

Meiji University School of Global Japanese Studies  
HASHIGUCHI, Manami

## 目 次

- I. はじめに
  - II. 先行研究
    - 1. 英語圏における singular they の歴史的背景と L1 話者の研究
    - 2. L2 学習者を対象とした singular they 研究
    - 3. 日本の EFL 文脈における singular they 研究
    - 4. 英語教育における規範と singular they の位置付け
    - 5. 目的と意義
  - III. 研究方法
    - 1. 調査対象者と調査時期
    - 2. 調査内容
  - IV. 結果
    - 1. 先行詞分類別の代名詞の選択傾向
    - 2. Singular they に対する認知状況と学習機会
    - 3. Singular they に対する抵抗感・違和感の評価
    - 4. Singular they に対する利便性評価と使用意欲
  - V. 考察
  - VI. おわりに
- 参考文献
- 付録：アンケート内容

## I. はじめに

言語は絶えず変化するものである。Aitchison (2001) が「この宇宙のあらゆるものは絶え間なく変化し続けて」おり、「言語もまた他のあらゆるものと同様に、この普遍的な流動性に加わっている」(p. 3) (筆者翻訳) と述べているように、その変化は本質的に自然に行われてきた。英語もその例外ではない。例えば、性別を特定する名詞表現は社会的価値観の変化を反映しやすく、actor/actress から actor のように、性別を特定しない表現へと移行してきた。一方で英語は代名詞の使用頻度が高く、相手の性別を特定せずに言及することが難しいという特徴を持つ。その結果、男性を基準とした言語表現が用いられてきたが、こうした表現は批判の対象にもなってきた。このような課題や多様な性への受容から使用されるようになってきているのが、三人称単数としての they (singular they, 以下 ST) である。ST は一般的な使用が広く認められている一方、様々な議論がなされており、特に学術的文章における使用はスタイルガイドなどにより立場が異なる (Chicago Manual of Style, 2017; Public Manual of the American Psychological Association 第7版)。

このように母語話者間で受容や議論が進む一方で、英語を外国語として学ぶ学習者にとって、こうした変化は必ずしも自然に受け入れられるとは限らない。教育を通じて体系的に英語を学ぶ EFL 学習者は、言葉の変化をどのように理解・受容し、態度形成を行うのだろうか。本研究では ST に着目し、日本人 EFL 学習者を対象に ST に対する知識の有無や使用傾向、態度を明らかにすることで、変化し続ける言語に対して、教育がどのように向き合うべきかを考えるための示唆を提供することを目的とする。

## II. 先行研究

### 1. 英語圏における singular they の歴史的背景と L1 話者の研究

ST は主に 2 つの用法を持つ (Cambridge Dictionary; Merriam-Webster Dictionary; Oxford English Dictionary)。1 つ目は、everyone のような先行詞の性別が不明、または特定する必要のない場合の通性代名詞としての用法である。先行詞を男女両方に配慮した he or she に関しては、繰り返し使用すると冗長になることや性別を二分するべきではないという考え方、he と she のどちらを先にするかという順序の問題を免れないことなどから、ST がそれらを解決する代名詞として一般的になっている。2 つ目は、性自認がノンバイナリーである個人を指す代名詞としての用法であり、多様な性を受容する動きから近年一般的になりつつある用法である。1 つ目の用法は歴史的にも確認されており、Oxford English Dictionary によると、1375 年のロマンス小説“William and the Werewolf”で「名前のない人を指すため」に使用されており、ST は「14 世紀後半以前から一般的であった可能性」がある (筆者翻訳)。

近年、英語母語 (L1) 話者の社会一般においては急速に ST の受容が進んでおり、既存の研究によって L1 話者にとって ST が最も頻繁に使用される通性代名詞であることが示さ

れている。Newman (1998) の口語コーパス分析では、L1 話者の実際の使用において性別を特定しない先行詞に対する代名詞として they が最も頻繁に使用され、generic he に比べて they の使用が一般的であることを明らかにした。イギリスの新聞コーパスを通時的に分析した Paterson (2011) の研究では、1960年代には generic he が通性代名詞の選択肢として支配的であったのに対し、2000年代には ST が generic he を上回ったことを明らかにしており、背景として文法規範の変化だけでなく、フェミニズム運動や社会的圧力が影響した可能性を指摘している。また、Foertsch & Gernsbacher (1997) では、性別の不明な先行詞に対して ST を用いる文が、generic he を用いる文と比較して同等かそれ以上に速く読まれることを明らかにし、ST が generic he の代替として定着していることが示唆されている。

このように、L1 話者において ST は一般的な通性代名詞として使用されている。一方、ST は 18 世紀以降、規範文法の中で「誤り」と位置付けられてきた歴史を持ち、現在に至るまで議論がなされている。近年になって一部のスタイルガイドが ST の使用を認めるようになったものの、学術的文章や公的文章における位置付けは依然として様々である。

## 2. L2 学習者を対象とした singular they 研究

L1 話者間において ST に関する様々な研究が行われている一方で、L2 学習者を対象とした研究は限られている。国際語として英語が使用されている以上、学習者も同様に L1 話者間で一般的な ST を理解することは重要であると考えられる。しかし、特に EFL 学習者は言語変化に自然に触れることが難しく、ST を理解、使用する機会は①母国語の影響や②教科書が限定的であること、③学習者が誤りとして使用を避けることなどから制限される可能性が指摘されている (Stormbom, 2022)。

また、母語話者とは異なる言語・文化的背景を持つ L2 学習者が、ST をはじめとする言語変化を L1 話者同様に受容するとは限らない。8つの L1 を背景に持つ 338 人の大学生を対象とした Stormbom (2022) は、意味的に複数の先行詞の場合は ST が最も頻繁に用いられる一方で、性別固定観念に基づく先行詞の場合では ST が最もまれであったことを明らかにしており、L1 話者の研究と同様に、ST の選択は先行詞に依存することがわかる。また、ST の使用頻度が母語グループにより差があったことを指摘しており、その背景として①母語で男性的な表現が一般的であるか、性に中立な言語であるかが影響していること、②それぞれの母国の英語教育においてジェンダー化された表現がどのように扱われているかが、ST の使用に影響する可能性があることを示唆している。中国の大学生 802 人を対象とした Zhang et al. (2020) の研究では、通性代名詞の中で he or she が最も選択された先行詞であり、先行詞の種類やステレオタイプの職業語が選択に影響することを明らかにしている。

以上の研究から、L2 学習者においても ST の選択が先行詞に依存する点は L1 話者と共通している。しかし、母語や教育環境といった要因が ST の使用や受容の影響を与える可能性が指摘されている一方で、なぜそのような差が生じるのか、特に教育との関係については十分に検討されていない。

### 3. 日本の EFL 文脈における singular they 研究

前節で示したように、L2 学習者を対象とした研究は一定数存在するものの、日本の EFL 学習者を対象とした研究はさらに限られている。母語や教育環境が ST の使用や受容に影響するのであれば、日本の EFL 学習者においてどのような特徴が見られるのかについても、検討する必要があると考えられる。日本の大学生 55 人を対象とした Smith (2022) の研究では、74%の学生が ST の使用機会を増やしたいと回答した一方で、これまでの学習経験と矛盾する ST の用法に対する否定的な認識も抱いていることから、教育現場において ST の指導を取り入れる必要性を示唆している。しかし、対象者は英語専攻に偏っており、日本の EFL 学習者全体の状況を反映しているとは言えない。

また、母語による違いは、言語的背景だけでなく、文化的背景の違いとも密接に関わっている。日本の EFL 学習者のジェンダーインクルーシブな表現に対する態度に焦点を当てた Sugiyama (2025) の研究では、多くの学習者がそれらの言語に対してニュートラルな態度をとったことから、その態度が今後否定的にも肯定的にも変化しうる可能性を指摘し、それが教育によって受容される可能性を指摘している。ただし、Sugiyama (2025) はジェンダーインクルーシブな表現全体を対象としており、ST に焦点を当てた研究を行ったわけではない。そのため、日本の EFL 学習者が ST をどのように理解し、どのような態度を形成しているのかについては明らかにされていない。

### 4. 英語教育における規範と singular they の位置付け

前節で示した日本の EFL 文脈における研究の限界や Sugiyama (2025) の示唆を踏まえると、ST の使用や態度の形成を教育環境との関係から検討する必要がある。英語教育では言語の実際の使用実態（記述文法）よりも、一定の伝統的な規則（規範文法）が学習者に提示される傾向にある。特に話し言葉や略式の用法は文法上「誤り」であるとされる傾向が見られ (Huddleston & Pullum, 2002)、これは英語教育において ST をどのように扱うかにも影響を与えてきた。Bodine (1975) は、ST が歴史的な使用があるにも関わらず、従来の規範文法の影響により教育や出版の場で排除されてきたことを指摘している。ST が 18 世紀以降「誤り」と位置付けられてきた背景として、男性優位な思想において generic he を、男女両方を指す代名詞として正当化する考え方がこの決定に影響したと指摘されている (成田, 2001)。このことから、教育において提示される「正しい」文法は、必ずしも実際の使用や言語変化を反映しているとは限らない。

また、EFL 環境において、学習者が母語話者のように言語の変化に自然に触れる機会は限られているため、教育の中で提示される文法や例は学習者にとってその言語の「正しさ」という一定の基準として機能することになる。その結果、学習者が授業外で ST の用法を見聞きした際に、違和感を覚えたり誤りと認識したりする可能性がある。さらに、こうした「正しさ」の基準は評価と結びつくことで固定化されやすい。日本の英語教育では教科書の内容がテストや評価と強く結びついており (washback) (Buck, 1988)、このような評価構造

は、学習者に誤りを避ける傾向(avoidance)を促す可能性がある。

一方で、ST の扱いが全ての教科書やカリキュラムで除外されているわけではない。一部の教科書では「単数の they を使用し、she/he, her/him などの表現を減らすことで、現代の英語の実情を映し、多様な生徒の実態に配慮」することを編修の 1 つの留意点として明記しているものも見られる（文部科学省，2025）。しかしながら、こうした移行が教育現場全体に一樣に行われているとは言い切れない。明確なスタンダードが存在しないことは、学習者によって ST をどのように理解・使用するべきかを判断する上で混乱を招く可能性がある。このように、英語教育における規範のあり方は、学習者が言語変化や表現をどのように理解し、受容するかという態度形成に関与していると考えられる。

## 5. 目的と意義

以上の先行研究から次の課題が挙げられる。まず、ST に関する研究の多くは L1 話者を対象としており、EFL 環境の学習者を対象とした実態調査は限られていることである。特に日本人 EFL 学習者を対象に、ST の認知や使用傾向を運用能力の差と関連づけて検討した研究は見られない。次に、規範的な文法観が提示される傾向にある教育の中で、ST のような言語変化が教材や授業でどのように扱われ、それが学習者の理解や態度形成にどのような影響を与えているのかについては、十分に明らかにされていない。これらの課題を踏まえ、本研究では日本人の EFL 学習者を対象に、通性代名詞に関するアンケート調査を実施し、特に ST に対する知識の有無及び学習経験、実際の使用傾向、態度（抵抗感や受容傾向）を明らかにする。本研究の意義は、EFL 環境における ST の使用実態と態度を明らかにすることで、変化する言語に対して教育がどのように向き合うべきか考えるための示唆を提供する点にある。ST をどのように教えるべきかを論じるのではなく、今後の英語教育における表現提示のあり方や学習機会の公平性について検討することを目的とする。

## Ⅲ. 研究方法

### 1. 調査対象者と調査時期

調査対象者は日本の大学に所属する 157 名であり、全員が英語を外国語として学習している。男性 69 名、女性 86 名、その他 1 名、無回答 1 名。年齢の内訳は 18 歳以上 24 歳以下が 154 名、25 歳以上が 3 名であった。専攻は「英語・英文学・英語教育など」が 24 名、「英語以外の外国語や文学など」が 4 名、「人文・社会系」が 66 名、理工・自然科学系が 16 名、「その他」が 47 名であった。英語の習熟度については、検定試験を元に CEFR レベルを回答してもらい、A1 が 13 名、A2 が 20 名、B1 が 73 名、B2 が 45 名、C1 が 6 名であった。調査は 2025 年 10 月 11 日から 23 日の 13 日間にわたり実施した。

### 2. 調査方法

質問紙は Google Form で作成した。質問紙は 4 つのセクションに分かれており、セクション 1 では回答者の基本情報を収集した。セクション 2, 3 は 4 つの代名詞を選択肢とした問題の 18 問で構成されている。問題は Zhang et al. (2020) の研究で使用された先行詞の 5 つの分類に基づき、例文を作成した。

Type 1 : 不定代名詞 (設問 1, 8, 16)

例 : Everyone should respect ( ) and others. (設問 1)

Type 2 : 量的表現 (設問 2, 7, 13)

例 : Every member should do ( ) best for the team. (設問 2)

Type 3 : 職業・社会的役割 (設問 3, 12, 14)

例 : A doctor said ( ) would do everything possible to save the patient. (設問 3)

Type 4 : 特定の個人 (設問 5, 11, 15)

例 : The baby finally stopped crying when ( ) mother came. (設問 5)

Type 5 : 付加疑問文 (設問 4, 6, 9, 10, 17, 18)

例 : A nurse has to be patient, ( )? (設問 4)

Type 5 の付加疑問文に関しては、それぞれ Male terms (manager, dentist, engineer) と Female terms (nurse, secretary, shop assistant) を用意した。また Type 1~4 では選択肢も主格, 所有格, 再帰代名詞を尋ねる設問をそれぞれ用意した。なお、質問は順不同であり、アンケートの回答者はその分類について認識していない。

セクション 4 では英語学習への態度に関する質問を 3 問 (設問 1~3)、ST の用法を示したのちに、ST の知識の有無や学習経験を尋ねる質問を 3 問 (設問 4~6) 用意し、それぞれ選択肢は 1 (全くそう思わない) から 5 (非常にそう思う) のリッカート式で回答を収集した。最後に設問 7~13 では、ST やそれを使用することに対してどのように考えるかを尋ねた。セクション 4 のうち、分析や考察の対象としたのは設問 1~3, 11 を除く設問 4~10, 12, 13 である。ST の受容に関する設問 (7~10, 12, 13) の内容は 2 つに分類できる。まず、ST に対する対抗感や違和感を尋ねる項目 (設問 7~9) は、学習者が ST に対し、これまでの学習知識や他の代名詞と比較した、文法的または心理的な抵抗を示すかどうかを尋ねている。次に、ST に対する受容や使用意欲を問う項目 (設問 10, 12, 13) は、ST の英語圏での使用に対する背景を知り、学習者がその使用に積極的な態度を取るかを捉えるものである。なお、調査に使用したアンケートは、すべて巻末に記載する。

## IV. 結果

### 1. 先行詞分類別の代名詞の選択傾向

表 1 ではセクション 2, 3 の代名詞選択問題の回答を先行詞の分類ごとに比較し、図 1 は

表 1 を棒グラフに表したものである。表を見ると、設問全体として日本の大学生が最も選択した通性代名詞は **he or she** (41.50%) であり、次に **they** (35.03%), **he** (17.44%), **she** (6.01%) と続いた。分類別にみると、Type 1 と Type 2 ではどちらも **they** の回答が最も多かったのに対し、Type 4 と Type 5 では **he or she** が最も多く、その次に **they** が多かった。Type 3 では **they** が最も多いものの、**he or she** と回答数の差は 1 件とほとんど変わらなかった。Type 3, 4, 5 と比べ対象が漠然としており、意味的に複数扱いの先行詞が使用されている Type 1, 2 では **they** が最も使用された。一方で、より具体的な人物像や社会的役割を表す先行詞を使用した Type 4, 5 では **he or she** が最も選択された。また、Type 5 において最も多い回答は Male terms, Female terms のどちらも **he or she** であるものの、他の分類と比較すると前者の場合は **he** が、後者の場合は **she** という回答が最も多い。これらは Zhang et al. (2020) の研究でも同様の結果が出ており、学習者の回答は先行詞に依存していることがわかる。このことから、回答者はどの代名詞が適切であるかを先行詞の意味的特徴に基づいて判断していることが示唆される。

表 1. 先行詞の分類別に見る代名詞選択の分布と割合

	Type1	Type 2	Type 3	Type 4	Type 5 (Male terms)	Type 5 (Female terms)	合計	割合 (%)
he	62	73	76	108	122	52	493	17.44
he or she	165	150	185	235	223	215	1173	41.50
they	232	241	186	113	106	112	990	35.03
she	12	7	24	15	20	92	170	6.01

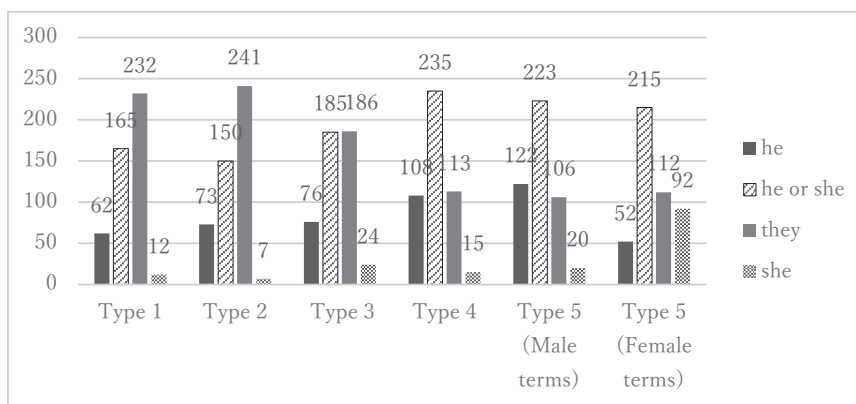


図 1. 先行詞の分類別に見る代名詞選択の分布

## 2. Singular they に対する認知状況と学習機会

図 2 では ST の認知・使用経験についての回答の割合を習熟度別に比較した（設問 4～6）。なお、CEFR レベルごとに回答者数が異なることに留意すべきである（A1 が 13 名、A2 が 20 名、B1 が 73 名、B2 が 45 名、C1 が 6 名）。まず「全体」のグラフを見ると、全体のうち 63.69% が ST について「知らない、または学習したことがない」と回答した。全体の 36.29% は「知っている」と回答したが、それらの学生のうち「実際に自分で会話や文章などでも使用したことがある」のは 24.55% であり、全体の中でもわずか 8.91% であった。次に CEFR のレベル別に比較すると、習熟度が高いほど、ST について「知っているが、実際に自分で会話や文章などで使用したことはない」と「知っており、実際に自分で会話や文章などでも使用したことがある」の回答がともに増えている。一方で、ST について「知らない、または学習したことがない」回答が A1 で最も多い。これは習熟度が高い学生ほど学習量や英語への接触経験の差から知識量に差が生じているためであると考えられる。ここで着目したいことは、CEFR レベルが高いほど ST について「知っており、実際に自分で会話や文章などでも使用したことがある」という回答が多いことである。この結果は、ST の受容が知識の有無や習熟度の差だけではなく、英語との接触経験や使用経験を通じて形成される可能性を示している。

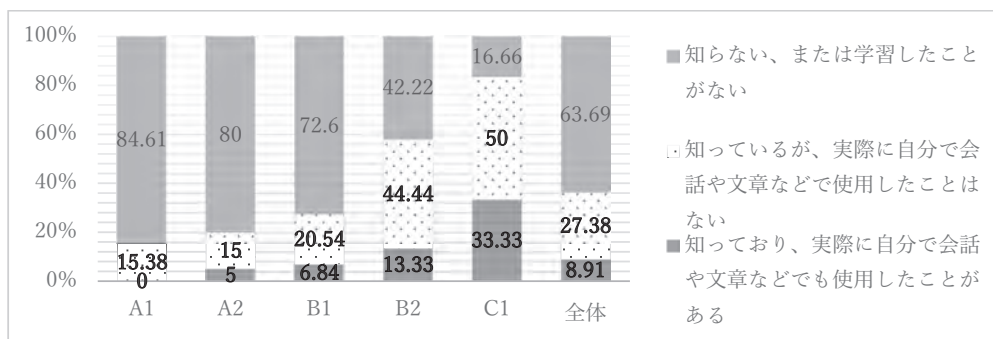


図 2. CEFR レベル別に見た ST の認知・使用経験

図 3 では設問 4 と 5 をもとに ST の知識の有無、またどこで ST について学習したかについてまとめた。左円グラフの「知っている」という回答は、設問 4 の「知っているが、実際に自分で会話や文章などで使用したことはない」と「知っており、実際に自分で会話や文章などでも使用したことがある」の回答の合計である。また、どこで学習したかについては、「知っている」と回答した 36.29% を基準とし、その内訳の割合を全体に対する割合として算出した。まず全体の回答者の 63.69% が ST を「知らない、または学習したことがない」と回答しており、ST の認知度は極めて低いことがわかる。また ST について「知っている」学習者のうち、学習した場所として最も多かったのは「授業で使用する教科書や参考書」であり、15.55% を占めた。設問 6 の ST について授業や教材で学習した経験がある

かという質問に対して「ある」と回答したのは全体の 11.4%のみであったことから、日本の学習者たちが教育の中で体系的に ST を学んでいる人はわずかであることがわかる。2 番目に多かった回答は「友人や知人との会話・SNS など」の 13.82%，次に「留学先での授業や現地での会話」が 4.03%と続いた。会話や SNS は教育の外での偶発的な ST の知識の獲得であり、このような機会は学習者全てに平等に与えられるわけではないため、依然として ST に触れられる機会は限定的であるといえる。

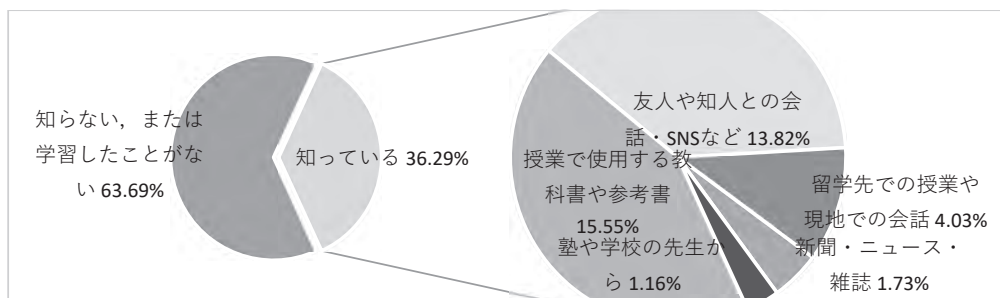


図 3. ST の認知状況と学習経験の内訳

### 3. Singular they に対する抵抗感・違和感の評価

次に図 4～6 では、設問 7, 8, 9 の回答の割合を CEFR レベル別に比較する。

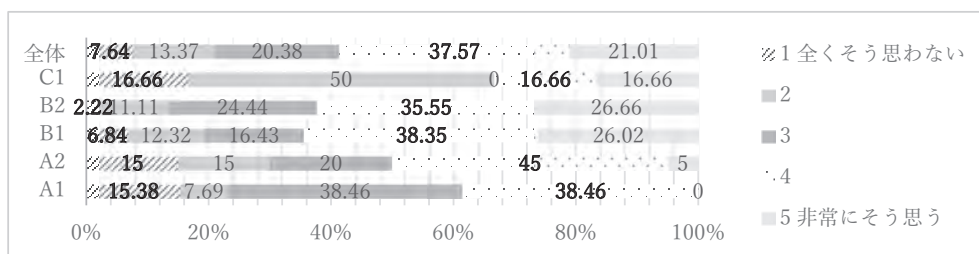


図 4. ST に対する違和感の有無 (設問 7) — CEFR 別比較

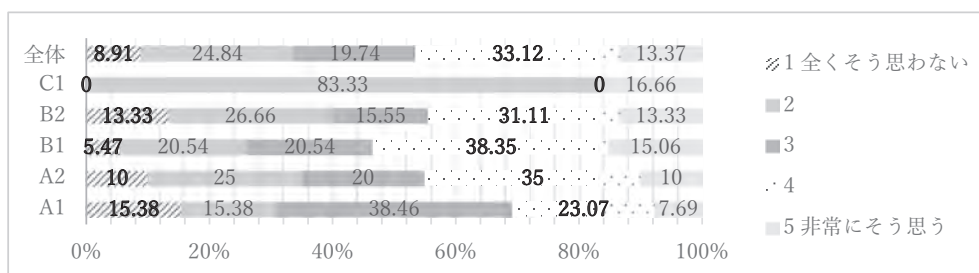


図 5. ST の分かりにくさに関する評価 (設問 8) — CEFR 別比較

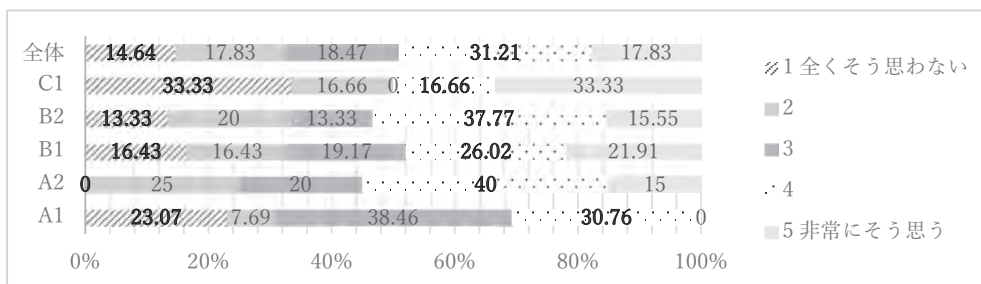


図 6. ST と比較した he or she の使いやすさに関する評価（設問 9） — CEFR 別比較

まず図 4 の全体の結果をみると、「そう思う」（4, 5）と回答した人が 58.58% と全体の半分以上を占めた。CEFR レベル別にみると、A1 から B2 までは同様に半数以上が they の単数としての使用に違和感を覚えていることがわかる。一方、C1 では異なる傾向が見られ、「そう思わない」（1, 2）と回答した学生が 66.6% と 6 割以上を占めた。

この傾向は設問 8（図 5）においても同様である。「そう思う」（4, 5）の回答の合計が 46.49% と半数近くを占めており、文脈的なわかりにくさを感じる学習者が多いことが示された。全体及び A1 から B2 までの各レベルでは 4, 5 の割合に大きな差は見られなかった一方で、C1 では 2 の回答が 83.33% と突出していた。前節で述べたように、習熟度が高い学習者ほど ST の知識を持ち、実際に使用することがこの結果にも反映されていると考えられる。実際設問 7 と 8 において、最も違和感や抵抗感が低かったのは C1 であった。

最後に設問 9（図 6）の全体をみると、「そう思う」（4, 5）の合計は 49.04% と約半数を占めており、多くの学習者がこれまでの学習経験に基づき he or she に対して使いやすさを感じていることがわかる。A1 を除く全てのレベルにおいても同様に、半数以上が 4 と 5 を選択していた。一方、A1 では 3 の回答が 38.46% と最も多かった。これは設問 4 において、ST について「知らない、または学習したことがない」と回答した学生が全体の 8 割を占めていたことから、ST の比較を前提とした判断自体が困難であった可能性がある。

3 つの設問から、全体として ST の使用にわかりにくさや違和感を覚える学生が約半数であり、he or she の方が馴染みやすさを感じるという意見も同程度であった。一方で、設問 7, 8 では C1 のみが他のレベルと異なる傾向を示しており、習熟度の高い学生ほど ST へのわかりにくさや違和感を覚えにくいということが示唆される。

#### 4. Singular they に対する利便性評価と使用意欲

次に図 7～9 では、設問 10, 12, 13 の回答の割合を CEFR レベル別に比較する。

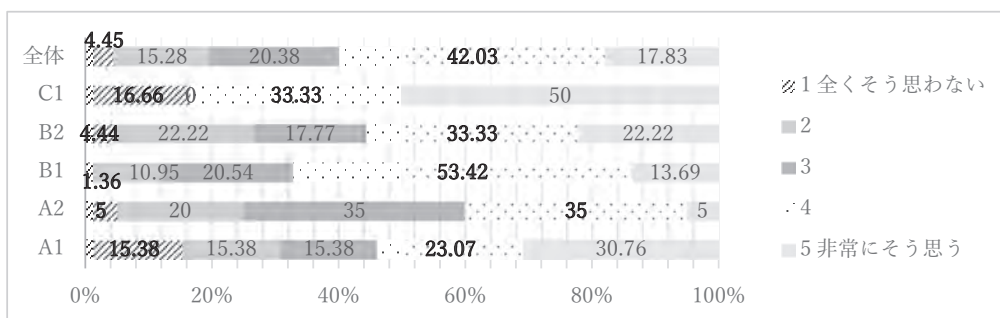


図 7. ST をジェンダー配慮表現として使用したい意識（設問 10） — CEFR 別比較

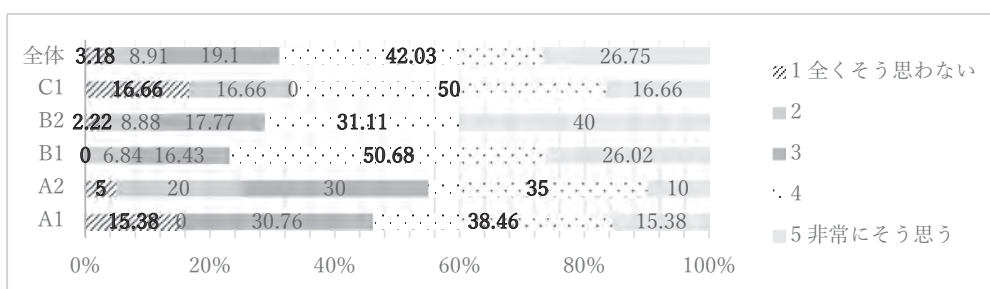


図 8. ST の実用性の評価（設問 12） — CEFR 別比較

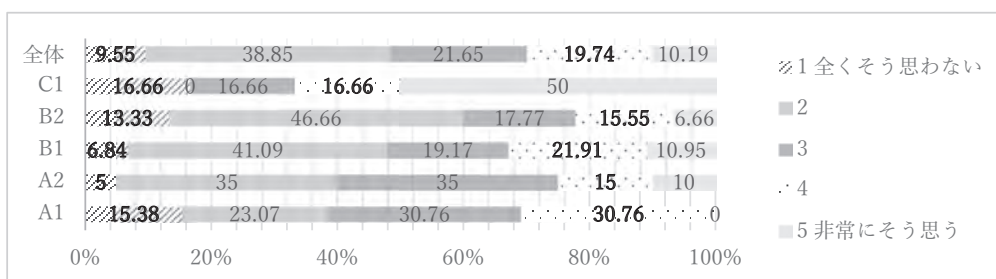


図 9. 文章を書く際における ST 使用への抵抗感（設問 13） — CEFR 別比較

まず設問 10（図 7）の結果をみると、全体の約 60%が「そう思う」（4, 5）と回答しており、多様な性への配慮という観点から ST の使用に肯定的な学生が半分以上を占めた。運用能力別に見ると、習熟度が高い学習者（B1, B2, C1）では 4, 5 の回答がそれぞれ 50%以上を占め、特に C1 では 83.33%と高い割合が見られた。A1 においても「そう思う」（4, 5）の回答が 53.83%と過半数を占めた一方で、A2 では 40%にとどまっており、習熟度が高くなるにつれて一様に肯定的になるわけではなかった。このことから、ST に対する肯定的な態度が必ずしも知識の有無や使用経験に基づくものではない可能性がある。またこの設問に関しては、多様な性への配慮という社会的望ましさに対する賛同が反映された可能性

も考えられる。

次に設問 12 (図 8) の結果では、全体の 68.78%が「そう思う」(4, 5) と回答しており、実用的な観点から ST の使用を肯定する傾向が見られた。設問 10 と同様に習熟度別に比較すると、A1・A2 に比べ、B1・B2・C1 では 4 と 5 の回答の割合が多く、後者は全体の約 7 割を占めている。中・上位レベルの学習者ほど ST を実用的な表現として肯定的に捉えていることがわかる。

一方、設問 13 (図 9) では、全体の 48.4%が「そう思わない」(1, 2), 29.93%が「そう思う」(4, 5) と回答しており、約半分の学生が実際に文章を書く際に ST を使用することに対して抵抗を感じていることが示された。CEFR 別に比較すると、A1 から B2 では 1 と 2 の回答が多く、特に B2 では 59.99%と最も高かった。一方、C1 では 4 と 5 の回答の方が 66.66%を占め、抵抗を感じない学生が多かった。

以上の 3 つの設問から、多様な性への配慮や実用性の観点では、ST の使用を肯定的に捉える学生が全体として多く、特に中・上位レベルの学習者でその傾向が見られた。一方で、実際に自分自身で使用することに対しては抵抗を感じる学生が多く、その傾向は習熟度が低い学習者ほど顕著であった。

## V. 考察

アンケートの結果から主に次の 3 点が明らかになった。まず代名詞選択問題の結果から、日本人 EFL 学習者が選択する通性代名詞は *he or she* が最も多く、次いで *they* であった。ただしこの傾向は先行詞の分類によって異なり、*everyone* など複数人が想起される先行詞の Type 1 と 2 では *they* が最も多く選択される一方、特定の人物が想起される先行詞では *he or she* が最も多かった。また、男女それぞれに関連する職業が先行詞となる場合には *he* または *she* の選択が増加し、ジェンダーバイアスが見られた。この結果は、L2 学習者においても ST の選択が先行詞に依存するという先行研究 (Stormbom, 2022; Zhang et al., 2020) と整合的であった。このことから、学習者は先行詞の意味的特徴に基づいて代名詞を選択しており、*they* を単数としてではなく、複数として捉えている可能性が高いことが示唆される。

次に、英語の習熟度が高い学習者ほど ST に関する知識を持つだけでなく、実際の発話や文章作成において使用している傾向が見られた。また、習熟度が高い学習者は ST に対する抵抗感や違和感も少なく、多様な性への配慮や実用性の観点からも受容的な傾向にあることが明らかになった。一方で、習熟度が低い学習者ほど ST の知識や使用経験が乏しく、抵抗感も高い傾向にあった。これらの結果は、ST の使用や受容が単なる文法知識の有無や習熟度の差だけでなく、英語との接触経験や使用経験を通じて形成される態度とも関係している可能性を示している。

最後に、ST を多様な性への配慮や実用性の観点から使用したいかを問う設問では、全体として半数以上の学習者が肯定的な態度を示した。一方で、ST を高校や大学の授業・教科

書などで学んだ経験を持つ学習者は全体の約 1 割にとどまり、「知らない・または学習したことがない」学習者が全体の約 6 割を占めた。また、ST に触れる機会は学習者間で均等に与えられておらず、SNS や友人との会話などの教育外の偶発的接触に依存している。このことから、英語に触れる機会が多く、習熟度の高い学習者ほど ST を知り、使用するという知識と使用の格差が生じていることが示唆される。学習者の多くが ST そのものに否定的であるというよりも、教育の中で体系的に扱われてこなかったために知識として十分に獲得されていない可能性がある。特に、本研究では多様な性への配慮や実用性では肯定的な態度が多く見られた一方で、実際の使用場面では抵抗が見られ、態度と使用の間で乖離が生じていた。これは、ST に対する否定的態度ではなく、教育を通じて形成された「正しい英語」に対する規範意識と関係している可能性がある。日本の英語教育では、教科書の内容がテストやそれによる評価と強く結びついており、言語使用が正誤によって判断される傾向がある。そのため学習者は誤答と見なされる可能性のある表現を避け、より安全な選択肢を取る avoidance が生じる可能性がある。

以上の 3 点から、日本人 EFL 学習者における ST の使用や受容は、学習者個人の学習量や価値観だけでなく、they という代名詞が教育の中でどのような用法として提示されてきたかという点にも影響を受けている可能性が示された。多くの学習者が多様な性への配慮や実用性から ST に対して肯定的な態度を持ちながらも、複数形としての知識に偏った学習経験や誤りを避けようとする意識により、その使用が限定されていると考えられる。

#### IV. おわりに

本研究では日本人 EFL 学習者を対象に、ST の使用実態や態度について調査を行った。EFL 環境において、学習者は母語話者のように言語の変化を自然に触れられるわけではない。そのため、教育の中で提示される文法や例は、学習者にとってその言語の「正しさ」という一定の基準として機能することになる。本研究において、英語の習熟度の低い学習者が they を複数形としてのみ捉える傾向にあり、肯定的な態度と実際の使用との間に乖離が見られた。これらは教育で示されてきた「正しさ」が学習者の認識を決定づけ、選択を狭めている可能性を示している。以上のことから、言語が歴史的、社会的に変化することを踏まえ、ST のような用法が存在するという事実やその使用に対する背景、目的を学習者に提示する機会が重要であると考えられる。文法的な規範から言語教育が学習者に提供する知識や使用を限定するのではなく、学習者自身が言語の変化を理解し、文脈や意図に応じて表現を選択できるようにする機会を公平に提供することが、今後の英語教育に求められる役割であると考えられる。

最後に、本研究にはいくつかの限界がある。まず、CEFR 別の比較を分析の主軸としたものにも関わらず、各レベルの回答者数を均等に揃えることができなかった。結果の精度には制約があるため、今後は均等に回答者数を確保し、分析の信頼性を高める必要がある。

次に、社会的望ましさを十分に検討できなかった。ST は Political Correctness と強く結びついた表現であるため、回答者が実際の考えとは異なる回答を選択した可能性も考えられる。最後に考察において述べた教育的課題について、改訂が数年単位で行われるという制度的制約を持つ教科書が言語の変化にどのように対応していくのかについても、今後さらに検討する必要がある。

## 参考文献

- Aitchison, J. (2013). *Language change: Progress or decay?* Cambridge University Press.  
[https://archive.org/details/languagechangepr0000aitc\\_g3f0/page/3/mode/1up](https://archive.org/details/languagechangepr0000aitc_g3f0/page/3/mode/1up)
- American Psychological Association. (n.d.). *Singular “they”*. APA Style.  
<https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines/grammar/singular-they>
- Bodine, A. (1975). Androcentrism in prescriptive grammar: Singular “they,” sex-indefinite “he,” and “he or she.” *Language in Society*, 4(2), 129–146.  
<https://doi.org/10.1017/S0047404500004607>
- Buck, G. (1988). Testing listening comprehension in Japanese university entrance examinations. *JALT Journal*, 10, 15–42. <https://jalt-publications.org/sites/default/files/pdf-article/jj-10.1art1.pdf>
- Cambridge University Press & Assessment. (n.d.). *They*. In Cambridge Dictionary.  
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/they>
- Chicago Manual of Style. (2017). *Chicago style for the singular “they”*. CMOS Shop Talk.  
<https://cmosshoptalk.com/2017/04/03/chicago-style-for-the-singular-they/>
- Foertsch, J., & Gernsbacher, M. A. (1997). In search of gender neutrality: Is singular they a cognitively efficient substitute for generic he? *Psychological Science* 8(2), 106–111.
- Huddleston, R., & Pullum, G. K. (2002). *The Cambridge grammar of the English language*. Cambridge University Press.
- IIBC (n.d.). *TOEIC CEFR 対応表*. [https://www.iibc-global.org/toEIC/official\\_data/toEIC\\_cefr.html](https://www.iibc-global.org/toEIC/official_data/toEIC_cefr.html)
- Newman, M. (1998). What can pronouns tell us? A case study of English epicenes. *Studies in Language*, 22(2), 353–389.
- Merriam-Webster. (2019). Word of the year 2019: They. *TIME Magazine*.  
<https://time.com/5746516/merriam-webster-word-of-the-year-2019/>
- 文部科学省 (2018). 第91回大学設置・学校法人審議会資料.  
[https://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/chousa/koutou/091/gijiroku/\\_icsFiles/afieldfile/2018/07/27/1407616\\_003.pdf](https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/koutou/091/gijiroku/_icsFiles/afieldfile/2018/07/27/1407616_003.pdf)
- 文部科学省 (2025). 編修趣意書 (英語コミュニケーション).  
[https://www.mext.go.jp/content/20250415-ope\\_dev03-000041685-2.pdf](https://www.mext.go.jp/content/20250415-ope_dev03-000041685-2.pdf)
- 成田圭市 (2002). 3人称・単数・通性の代名詞：背景と現状：新潟大学教育人間科学部紀要

- 人文・社会科学編, 4(2), 345–360. <https://niigata-u.repo.nii.ac.jp/records/26949>
- OED. (n.d.). A brief history of singular they. *Oxford English Dictionary*.  
<https://www.oed.com/discover/a-brief-history-of-singular-they>
- Paterson, L. (2011). Epicene pronouns in UK national newspapers: A diachronic study. *ICAME Journal*, 35, 171–184.
- Smith, C. (2022). Japanese university students' exposure to and attitudes toward singular they. 新潟国際情報大学国際学部紀要, 7, 81–90. <https://nuis.repo.nii.ac.jp/records/3496>
- Stormbom, C. (2022). Singular they in English as a foreign language. *Applied Linguistics Review*, 13(5), 759–786. <https://doi.org/10.1515/applirev-2019-0115>
- Sugiyama, Y. (2025). The attitudes toward gender-inclusive language among EFL speakers in Japan. *Proceedings of the International Conference on Gender Studies and Sexuality*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.33422/icgss.v2i1.814>
- Zhang, X., Hong, K. H., & Hwang, K.-H. (2020). Chinese university EFL learners' perceptions of the gender-neutral singular they in English. *Theory and Practice in Language Studies*, 11(2), 127–146. <https://doi.org/10.17936/pkelt.2020.32.4.7>

## 付録：アンケート内容

### セクション1：基本情報

- あなたの年齢を教えてください。—— ～17/18～24/25～
- あなたの性別を教えてください。—— 男性/女性/その他/回答しない
- あなたの主な専攻分野を教えてください。—— 英語・英文学・英語教育など/英語以外の外国語や文学など/人文・社会系/理工・自然科学系/その他
- 下の資料を参考に、あなたの英語力に最も近いCEFRレベルを選択してください。※試験を受験したことがない場合でも、ご自身の英語力に最も近いレベルを選択してください。

(図は文部科学省 (2018), IIBC「TOEIC-CEFR 対照表」をもとに作成)

CEFR	英検	TOEC (L&R)	IELTS	TOEFLiBT	iTEP
C2			8.5~9.0		6.0
C1	1 級	945~	7.0~8.0	95~120	5.0~5.5
B2	準 1 級	785~	5.5~6.5	72~94	4.0~4.5
B1	2 級	550~	4.0~5.0	42~71	3.5
A2	準 2 級	225~	3.0		2.5~3.0
A1	3~5 級	120~	2.0		0.0~2.0

- 過去2年以内に受験した英語検定試験とそのスコアを試験名、スコアの順に記入してく

ださい。過去 2 年以内に受験していない場合は、「受験していない」と記入してください。

例①：英検，2 級 例②：受験していない（自由記述）

6. これまでに海外での留学または居住の経験がありますか？

— 英語圏（アメリカ，イギリス，カナダ，オーストラリアなどで合計 1 年間以上の経験がある）/英語圏で合計 1 年未満の経験がある/非英語圏で合計 1 年以上の経験がある/非英語圏で 1 年未満の経験がある/留学も在住経験もない（複数選択）

### セクション 2：代名詞選択問題

( ) に当てはまる選択肢を 1 つ選んでください。

※ご自身が最も自然だと感じる，または自分なら使うと思う代名詞を選択してください。

1. Everyone should respect ( ) and others.

A. himself B. himself or herself C. themselves D. herself

2. Every member should do ( ) best for the team.

A. his B. his or her C. their D. her

3. A doctor said ( ) would do everything possible to save the patient.

A. he B. he or she C. they D. she

4. A nurse helps many people, ( )?

A. doesn't he B. doesn't he or she C. don't they D. doesn't she

5. The baby finally stopped crying when ( ) mother came.

A. his B. his or her C. their D. her

6. An engineer should solve problems creatively, ( )?

A. shouldn't he B. shouldn't he or she C. shouldn't they D. shouldn't she

7. One of the volunteers said ( ) felt excited about joining the event.

A. he B. he or she C. they D. she

8. Whoever made this decision should explain ( ) opinions clearly.

A. his B. his or her C. their D. her

### セクション 3：代名詞選択問題

9. A secretary usually works in an office, ( )?

A. doesn't he B. doesn't he or she C. don't they D. doesn't she

10. Our manager often arrives early, ( )?

A. doesn't he B. doesn't he or she C. don't they D. doesn't she

11. The patient said ( ) felt much better after the treatment.

A. he B. he or she C. they D. she

12. A parent must support ( ) child kindly.

A. his B. his or her C. their D. her

13. Each of the players blames ( ) for losing game.  
 A. himself B. himself or herself C. themselves D. herself
14. An adult should be able to take care of ( ) without relying on others.  
 A. himself B. himself or herself C. themselves D. herself
15. The participant introduced ( ) confidently before giving the presentation.  
 A. himself B. himself or herself C. themselves D. herself
16. Someone said ( ) would join the meeting later.  
 A. he B. he or she C. they D. she
17. The shop assistant was very kind, ( )?  
 A. wasn't he B. wasn't he or she C. weren't they D. wasn't she
18. The dentist told us to brush every day, ( )?  
 A. didn't he B. didn't he or she C. didn't they D. didn't she

#### セクション 4 : ST に対する知識や態度に関する質問

ご自身の英語学習における目標や考え方について、当てはまるものをそれぞれ回答してください。―― 1 (全くそう思わない) ~ 5 (非常にそう思う)

- 英語学習においては、規範的な文法規則を正確に学ぶことが最も重要である。
- 授業や教材は、辞書的な規則よりも、ネイティブスピーカーによる実際の英語使用に見られる、新しい表現や言語変化を取り入れた方が良い。
- 私は、たとえ文法的に完全でなくても、通じる英語を積極的に使いたいと思う。
- 代名詞が指す対象が不明な場合は he, he or she, s/he, she などが用いられますが、近年は they もそれらと同様に使用されるようになっていきます。(= singular they)

例① Everyone has their own style. 例② This is Mary. They are an English teacher.

singular they の用法について、これまでに見聞きしたことがありますか?―― 知っており、実際に自分で会話や文章などでも使用したことがある/知っているが、実際に自分で会話や文章などで使用したことはない/知らない、または学習したことがない/その他 (自由記述)

- Singular they について、主にどこで知りましたか?―― 授業で使用する教科書や参考書/留学先での授業や現地での会話/友人や知人との会話・SNS など/知らない、または学習したことがない/その他 (自由記述) (複数選択)
- これまでに singular they について、高校や大学などの授業や教材で学習した経験がありますか?―― ある/ない/覚えていない・判断できない

以下の 7 つの質問は、あなたの singular they に対する考え方を尋ねるものです。―― 1 (全くそう思わない) ~ 5 (非常にそう思う)

- they は複数代名詞として学んだため、単数として使われていると違和感を覚える。
- Singular they は、文脈上誰を指しているのか分かりにくく、紛らわしさを感じる。
- 性別が分からない人を指すとき、they よりも he or she を使用する方が馴染みやすく、

使いやすい。

10. 相手の性別を問わない singular they の使用は、ジェンダーに配慮した表現であるため、積極的に使いたいと思う。
11. Singular they の使用は、英語圏の現代社会において一般的な表現になりつつあると思う。
12. Singular they の用法は、冗長になりがちな he or she を使うよりも便利で効率的だと感じる。
13. 英語の文章を書く際、単数代名詞として they を使うことに抵抗感はない。
14. 【任意回答】代名詞の使い方（特に singular they について）に関して、あなた自身の考えや体験を自由に記述してください。（自由記述）



第二言語としての英語が日本語母語話者の  
感情表現に与える影響

—文化的価値観の内面化が感情表現の直接性に及ぼす作用—

The Impact of English as a Second Language on Emotional Expression  
among Native Japanese Speakers

—How the Internalization of Cultural Values Affects the Directness of  
Emotional Expression—

明治大学 国際日本学部

房洲 彩子

Meiji University School of Global Japanese Studies

BOSHU, Ayako

## 目 次

- I. はじめに
- II. 先行研究
  - 1. 感情はどのような過程で形成されるのか
  - 2. 文化的価値観の違いは、感情表現のスタイルにどのような差を生むのか
  - 3. 複数文化を持つ個人は、どちらの文化の枠組みで認知・表現を行うのか
  - 4. 第二言語習得と文化的価値観の内面化は感情表現にどのような影響を与えるのか
- III. 研究方法
  - 1. 研究課題
  - 2. 調査協力者
  - 3. 調査方法
    - (1) 質問紙調査
    - (2) ロールプレイ形式自由記述課題
    - (3) 感情表現の評価方法
  - 4. 手続き
    - (1) 調査の流れ
    - (2) 各段階の詳細
- IV. 結果と考察
  - 1. 調査協力者の概要
  - 2. Self-Construal Scale (SCS) の結果
  - 3. ロールプレイ課題の評価結果
    - (1) 得点算出の手順
    - (2) 観点別群平均
  - 4. 本研究の結果を考察する視点
  - 5. 高得点回答にみられる感情表現の特徴
  - 6. 非滞在群の低得点回答にみられる特徴
  - 7. 滞在経験があっても得点が低かった参加者の分析
  - 8. 文化的価値観が感情表現を「媒介」するモデル
  - 9. 第二言語教育への示唆
  - 10. 考察のまとめ
- V. 今後の課題
- VI. おわりに

## I. はじめに

言語は社会的現実を映し出す単なる道具ではなく、それを形づくる枠組みそのものである。言語と文化の関係について、Sapir (1929) はこのように述べている。この指摘は、言語が単なる情報伝達手段ではなく、人が世界をどのように理解し、意味づけるかを方向づける存在であることを示している。とりわけ感情表現においては、言語が「何を言えるか」だけでなく、「どこまで言葉にするべきか」という判断に影響を与えていると考えられる。

この視点に立つと、日本語と英語の違いは、単なる言い回しや語彙の差にとどまらない。感情をどの程度言葉として明示するのか、あるいは文脈や状況に委ねるのかという点で、両言語は異なる前提を持っている。言語が異なれば、同じ感情であっても、それを「言うべきもの」と捉えるか、「察されるもの」と捉えるかという認識自体が変化しうるのである。

私自身、アメリカ滞在中、日本語母語話者としてこの違いを強く意識させられる経験をした。とくに印象に残っているのは、インターンシップ先の同僚が母親との電話を終える際、ごく自然に“I love you, Mom”と述べた場面である。その言葉は特別な感情表現ではなく、日常的な別れの挨拶として用いられていた。一方、日本語文化において、成人した男性が母親に対して「愛している」と直接言葉にする場面は一般的とは言い難く、このやり取りは私に強い印象を与えた。

この経験を通じて、私は、日本語母語話者が第二言語として英語を使用する際、感情表現のあり方にどのような個人差が生じるのかに関心を抱くようになった。英語使用時に感情を率直に表現する人がいる一方で、高い英語運用能力を有していても、日本語的な控えめさを維持する人もいる。この差異は、語学力の問題というよりも、英語文化への接触やその価値観の内面化の程度と関係している可能性がある。

以上を踏まえ、本研究では、日本語母語話者が英語を使用する際に示す感情表現の傾向に着目し、文化的経験の違いがそれらの表現にどのような影響を与えるのかを明らかにすることを目的とする。

## II. 先行研究

本研究は、日本語母語話者が英語を用いて感情を表現する際に見られる「直接性・明示性」の表現傾向の違いが、単なる英語運用能力の差ではなく、英語文化の価値観をどの程度内面化しているかによって説明できるのではないかという仮説に基づいている。

ここでいう「直接性・明示性」とは、感情や評価、話し手の立場を言語的にどの程度明確に言語化して表現するかという傾向を指す、本研究において分析のために用いる記述的な概念であり、その具体的な定義については後述する。

また、本研究で用いる内面化とは、ある言語が使用される文化的・社会的文脈の中で繰

り返し言語経験を積むことによって、感情の意味づけや、感情をどの程度・どのように表すべきかという判断基準が、個人の認知的枠組みとして取り込まれている状態を指す。

この仮説の検討に先立ち、本節では、感情と言語・文化の関係についての先行研究を、以下の四点から整理する。

1. 感情はどのような過程で形成されるのか
2. 文化的価値観の違いは感情表現のスタイルにどのような差を生むのか
3. 複数文化に接してきた個人は、状況に応じて認知や表現の枠組みを切り替えるのか
4. 第二言語習得と文化的価値観の内面化は感情表現にどのような影響を与えるのか

#### 1. 感情はどのような過程で形成されるのか

感情は従来、「外的出来事に対して自動的に生じる内的反応」や「人間に生得的に備わった心理状態」として捉えられてきた。こうした立場は、感情を普遍的・生物学的反応として位置づける古典的感情理論や基本感情理論に代表される (James, 1884; Ekman, 1992)。しかし近年の心理学では、感情をより動的で学習に基づく現象として捉える立場が示されている。その代表例が、Barrett (2017) による感情構成理論である。

この理論によれば、感情は刺激に対して固定的に生起するものではなく、身体状態、状況情報、過去の経験をもとに、脳が意味づけを行うことで構成される。人が最初に経験するのは、心拍数や筋緊張といった生理的反応であり、それ自体が「怒り」「悲しみ」として直接経験されるわけではない。脳は、その身体状態がどのような状況で生じたのか、過去にどのように解釈されてきたのかを参照しながら、特定の感情の概念を当てはめる。

この過程において重要なのが、感情の概念が社会的・言語的経験を通して学習されるという点である。どの状態を感情として理解するのかは、周囲の人々が感情をどのような言葉で説明し、どの場面でその表現が適切とされるのかを観察する中で形成される。したがって、感情の理解は個人の内面だけで完結するものではなく、文化的・言語的環境に支えられた認知的枠組みによって成り立っていると考えられる。

この観点からすると、感情は普遍的に同一の形で存在するものではなく、どのような文化や環境の中で感情概念を学習してきたかによって、その捉え方や整理の仕方が異なりうる。特に、感情を言語化し他者と共有する場面では、使用言語が前提とする概念や慣習の影響が大きい。この点は、日本語母語話者が英語を使用する際の感情表現を考える上で重要な出発点となる。

#### 2. 文化的価値観の違いは感情表現のスタイルにどのような差を生むのか

感情は内的経験であると同時に、他者に向けて表現される社会的行為でもある。そのため、感情をどの程度表出するかは、感情の強さそのものだけでなく、その社会で共有され

ている対人規範や価値観に強く影響される。

この点を実証的に示した研究として、Matsumoto (1990) による感情表現規則 (display rules) の比較研究がある。Matsumoto は、感情そのものではなく、「感情をどのように外に表すべきか」という規範が文化によって異なる点に着目した。調査の結果、アメリカ人参加者は、日本人参加者に比べ、怒りや喜びなどの感情を比較的率直に表出することを許容する傾向が高いことが示された。一方、日本人参加者は、他者との関係性や場の調和を重視し、感情表現を抑制することを望ましいと判断する傾向を示した。

この違いは、英語圏と日本語圏におけるコミュニケーションスタイルの差としても深く関係している。例えば、文化を高コンテキスト/低コンテキストとして整理する枠組みでは、英語圏 (低コンテキスト) では意図を言語化して明示する傾向が相対的に強く、日本語圏 (高コンテキスト) では文脈を前提とした暗示的伝達が相対的に重視されるとされる (Hall, 1976)。

また、自己を他者から独立した存在として捉える独立的自己観と、関係性の中で捉える相互協調的自己観の違いは、認知・感情・動機づけの様式に影響しうると論じられている (Markus & Kitayama, 1991)。この観点からは、独立的自己観が相対的に強い文化では自己の内面を明示することが肯定されやすく、相互協調的自己観が相対的に強い文化では対人関係の観点から表現が間接化・抑制されやすいという見通しが得られる。

以上の知見は、日本語母語話者が英語を使用する際に、どの文化的価値観を基準として感情表現を判断しているかが、表現の直接性・明示性に影響を及ぼす可能性を示唆している。

### 3. 複数文化に接してきた個人は、どの文化の枠組みで認知・表現を行うのか

感情表現のスタイルが文化的価値観によって形成されるとしても、個人が常に一つの文化的枠組みを用いて行動しているとは限らない。複数の文化に接してきた個人は、状況に応じて異なる文化的枠組みを使い分けている可能性がある。

この点を示したのが、Hong ら (2000) による文化的フレームの切り替えの研究である。彼らは、複数文化を背景にもつ個人の中には、異なる文化に由来する認知的枠組みが同時に存在し、外的手がかりによっていずれかが活性化される可能性があると指摘した。実験の結果、参加者は提示される文化的刺激に応じて、行動の原因を個人の内的特性に帰属させたり、状況的要因に帰属させたりと、説明の仕方を変化させることが示された。

この結果は、文化的価値観が一度内面化すると固定的に働くのではなく、状況や使用言語に応じて切り替わりうることを示している。つまり、言語は単なる伝達手段ではなく、特定の文化的枠組みを想起させる手がかりとして機能すると考えられる。日本語母語話者が英語を使用する場面でも、英語という言語自体が英語文化の価値観を活性化させ、感情表現のスタイルに影響を及ぼす可能性がある。

#### 4. 第二言語習得と文化的価値観の内面化は感情表現にどのような影響を与えるのか

第二言語習得が感情表現や自己感覚に与える影響については、バイリンガル研究において検討されてきた。Pavlenko (2006) は、多言語話者を対象とした国際的な調査を通じて、使用言語によって感じ方や振る舞いの変化すると感じる話者が多数存在することを報告している。分析からは、その違いが語彙・文法能力の差ではなく、言語と結びついた社会的経験や対人規範と深く関係していることが示された。

また、第二言語における感情表現の特徴については、Dewaele & Nakano (2013) が、多言語話者を対象に調査を行い、第二言語では感情的距離を保ちやすい場合がある一方で、特定の感情については第二言語の方が表現しやすいと感じられることを報告している。これらの結果は、感情表現のスタイルが母語・第二言語という二分法ではなく、使用言語の社会的・文化的文脈に依存することを示している。

さらに、Nguyen & Benet-Martinez (2013) は、二つの文化の価値観をともに取り入れている個人ほど心理的・社会的適応が高い傾向にあることを示しており、第二言語使用や異文化経験が文化的価値観の内面化と結びついている可能性を指摘している。

これらの研究を総合すると、第二言語習得は単なる言語能力の獲得ではなく、感情の意味づけや表現の基準を再構築する文化的経験であると考えられる。すなわち、日本語母語話者が英語を使用する際に見られる感情表現の違いは、英語力の高低だけでは十分に説明できず、英語文化の価値観をどの程度内面化しているかという点が重要な要因となる可能性が高い。

以上の先行研究は、感情が言語や文化から独立した内的現象ではなく、社会的・文化的枠組みの中で理解され、表現されるものであることを示している。また、複数文化に接してきた個人においては、感情の捉え方や表し方の枠組みが状況や使用言語に応じて変化することも明らかにされてきた。

しかし、日本語母語話者という同一言語集団の中で、文化的経験の違いが英語使用時の感情表現にどのような差として現れるのかを、発話データに基づいて検討した研究は限られている。本研究はこの点に着目し、英語力が一定水準にある日本語母語話者を対象に、文化的価値観の内面化の程度と感情表現の直接性・明示性との関係を実証的に検証することを目的とする。

### III. 研究方法

#### 1. 研究課題

本研究の目的は、日本語母語話者が英語で感情を表現する際に見られる表現傾向の違いが、単なる英語運用能力の差ではなく、英語文化の価値観（とくに自己観）の内面化の程

度によって説明できるかを検証することである。

加えて、異文化経験（英語圏での継続的生活経験）の有無によって、文化的価値観の内面化の程度が異なるのか、異なるとすればどのように異なるのかを明らかにすることを第二の研究課題とする。

この検証のため、本研究では(a) 文化的価値観の内面化を数量化する質問紙調査と、(b) 英語使用場面における感情表現を実際の産出データとして得るロールプレイ課題を組み合わせた調査を実施した。以下では、調査協力者、調査手続き、使用した質問紙および課題内容、データの評価方法について順に述べる。

## 2. 調査協力者

調査協力者は、日本語を母語とする大学生・大学院生 20 名である。参加者は英語圏での生活経験の有無に基づき、以下の二群に分けて募集した。

第一群（長期滞在群）は、アメリカに継続して 2 年以上滞在した経験をもつ日本語母語話者 10 名である。英語圏文化への日常的接触を通じ、価値観や自己観の内面化が一定程度進んでいる可能性のある集団として位置づけた。2 年以上という基準は、価値観や自己観の比較的安定した変容には、継続的かつ日常的な異文化接触が必要であるとする異文化適応研究の知見に基づき設定した（Berry, 199）。

第二群（非長期滞在・高英語力群）は、海外での長期滞在経験をもたないものの、高い英語運用能力を有する日本語母語話者 10 名で構成した。英語力による影響を可能な限り統制するため、英語資格試験スコアを確認し、TOEFL iBT 90 点以上または TOEIC L&R 900 点以上を目安として選定した。これにより、両群間で英語運用能力に大きな差が生じないように配慮した。

## 3. 調査方法

本研究では、日本語母語話者が英語を用いて感情表現する際の表現傾向を、文化的価値観の内面化という観点から多面的に捉えることを目的とし、質問紙調査とロールプレイ形式の自由記述課題を組み合わせた。

質問紙により参加者の文化的価値観志向（自己観）を数量的に把握し、ロールプレイ課題により英語使用時の感情表現を産出データとして収集することで、両者の関連を検討する設計とした。

### (1) 質問紙調査

質問紙調査は、参加者の背景情報および文化的価値観の内面化の程度を把握することを目的として実施した。

#### ①背景情報

背景情報として、年齢・性別等の基本属性に加え、英語圏滞在経験の有無と期間、滞在時の主な活動内容、居住形態、英語母語話者との交流頻度について回答を求めた。とくに英語母語話者との交流頻度は、英語圏文化への接触度を補足的に把握する指標として位置づけた。

## ②文化的価値観の内面化（自己観）の測定：Self-Construal Scale

文化的価値観の内面化の程度を測定するため、Self-Construal Scale (SCS) を用いた。SCS は、自己をどのように捉えるかという自己観のあり方を測定する心理尺度であり、独立的自己観 (independent self-construal) と、相互協調的自己観 (interdependent self-construal) の二側面から構成される。

本研究では、英語圏文化に相対的に特徴づけられるとされる「自己主張・個の規律」を重視する独立的自己観と、日本文化に相対的に特徴づけられるとされる「関係志向・調和」を重視する相互協調的自己観の双方を測定することで、参加者がどの価値観にどの程度志向しているかを数量的に捉えることを狙いとした。

SCS は全 24 項目から構成され、独立的自己観 12 項目、相互協調的自己観 12 項目からなる。ここで重要なのは、独立的自己観項目は「自分の意志・選好・判断を明確にしやすい傾向」を、相互協調的自己観項目は「他者との関係・状況への配慮を優先ししやすい傾向」をそれぞれ反映している点である。したがって、本研究で扱う「英語での感情表現の明示性・直接性」は、独立的自己観の高さと理論的に関連しうる（＝感情や要求を“私”の立場として明確に言語化しやすい）と想定される。

回答は各項目について「まったく当てはまらない (1)」～「非常によく当てはまる (7)」の 7 件法で求めた。得点化は、独立的自己観項目・相互協調的自己観項目それぞれについて合算し、項目数で除した平均得点を算出した。

本研究では、独立的自己観スコアが相対的に高いほど、英語圏文化的価値観（自己主張・主体性）の内面化が強い傾向を示すものとして解釈し、文化的価値観の内面化を示す主要指標として用いた。

## (2) ロールプレイ形式自由記述課題

英語使用時の感情表現の実態を捉えるため、ロールプレイ形式の自由記述課題を作成した。参加者には、日常生活において起こりうる具体的な対人場面を想定したシナリオを英語で提示し、その状況に置かれたと仮定したうえで、「自分なら実際にどのように相手に伝えるか」を英語で自由に記述するよう求めた。

### ①課題設計の方針

本研究では、怒り、不満、失望、感謝といった感情が喚起されやすく、かつ感情表現の明示性や直接性が顕在化しやすい場面を中心に課題を設定した。これは、感情の強さそのものではなく、感情をどのように言語化し、どの程度主体的に表出するかという表現スタ

イルの違いを捉えることを目的としたためである。

## ②ロールプレイ課題の内容

ロールプレイ課題は以下の4場面から構成した。

1 つ目は、ルームメイトとの対人葛藤場面である。参加者は、ルームメイトが長期間にわたり家事や金銭面のルールを守らず、注意しても改善が見られない状況において、疲労や不満を感じつつ、今後のために明確な境界線を示す必要があるという設定で、テキストメッセージを書く課題に取り組んだ。

2 つ目は、母親への感謝を伝える場面である。久しぶりに帰省した際、母親のこれまでの献身的な行動を思い出し、普段は十分に言葉にできていなかった感謝の気持ちを、対面で初めて率直に伝えるという設定で発話を記述した。

3 つ目は、恋人との別れを告げる場面である。長期間交際してきた相手との関係に精神的疲労を感じ、熟考の末に関係を終わらせる決断をしたという状況で、相手と静かな場面で対面し、明確に別れを伝える発話を記述した。

4 つ目は、レストランでの苦情申し立て場面である。記念日の食事中に度重なる不手際があり、感情的に不満を抱きつつも、責任者であるマネージャーに対して直接改善を求めるという設定で発話を記述した。

## (3) 感情表現の評価方法

ロールプレイ課題によって得られた自由記述回答は、英語母語話者による評価を通じて数値化した。ここで評価するのは、文法の正確性や語彙力としての英語能力ではなく、英語母語話者の視点から見た、英語圏のコミュニケーションに典型的な「感情・意図・主体の明示性」の現れ方である。すなわち、評価は「英語が上手いか」ではなく「英語での感情表現が、どの程度英語圏的な表出様式として知覚されるか」を測るために実施した。

### ①評価者

評価者は英語母語話者2名(アメリカ人大学教員1名,カナダ人大学教員1名)である。いずれも日本国内の高等教育機関において英語教育に携わった経験を有し、学習者英語および対人コミュニケーションに関する知見を有するものである。

### ②ブラインド化

評価は、参加者の属性情報(英語圏滞在経験の有無,SCSスコア,英語資格スコア等)を伏せた状態でを行い、先入観が判断に影響しないよう配慮した。

### ③評価視点の妥当性(なぜこの5観点が“英語圏的”なのか)

本研究が扱う「英語圏的な表出様式」とは、価値判断としての“良し悪し”ではなく、文化心理学・異文化コミュニケーション研究でしばしば指摘される、自己主張・主体の明示・感情や意図の言語化を重視しやすい傾向を指す。したがって本研究の評価観点は、「英語圏文化の方が優れている」という前提ではなく、文化的規範の違い(どの情報を言語化

することが自然とみなされやすいか) を操作的に捉えるために設定した。

また、直接性が高いことは常に望ましいわけではなく、場面や関係性によっては配慮の欠如として知覚されうる。そのため本研究では、攻撃性ではなく、感情・意図・主体が読み手に明確に伝わるかを評価の中心に置いた。

#### ④評価尺度と観点

各観点について1点(非常に低い)～5点(非常に高い)の5件法で評価した。観点は以下の五つである。

##### 1. 感情の明示性 (Emotional Explicitness)

怒り・失望・感謝などの感情が、どの程度はっきりと言語化されているかを評価する。

高得点:感情語を用いて「自分の感情」が明示される(例:I feel really hurt and disappointed.)

低得点:感情は示唆されるが内容が曖昧(例: This situation is difficult.)

##### 2. 要求・意図の明確さ (Clarity of Request/Intention)

相手に何を求めるか/自分がどうしたいかが、具体的かつ論理的に示されているかを評価する。

高得点:求める行動・結論が明確(例: From now on, I need you to wash your dishes right after using them.)

低得点:期待や結論が読み取りにくい(例: Maybe you could try to be more careful.)

##### 3. 主語の明示性と行為主体の明確さ (Subject Explicitness & Agency)

「誰を感じるか」「誰が行動すべきか」といった主体・責任の所在が明確かを評価する。

高得点:I/youが明示され責任主体が明確(例: I feel ignored when you don't reply.)

低得点:受動態・主語省略で主体が曖昧(例: Sometimes messages aren't replied to.)

##### 4. 感情語の使用 (Frequency & Appropriateness of Emotion Words)

感情語彙が状況に即して自然に用いられているかを評価する。重要なのは語数ではなく、文脈に適した語が選択されているかである。

高得点:適切な感情語が自然に使用される

低得点:感情語がほぼなく認知的表現のみ(例: I think/I believe のみに終始)

##### 5. 表現の直接性 (Directness)

結論や立場、感情がどの程度率直に提示され、読み手に明確に伝わるかを評価する。

高得点:結論・立場が明確(例: I want to end this relationship.)

低得点:核心部分が婉曲で結論が読み取りにくい(例: Things are a bit complicated.)

#### ⑤スコア化

以上の五観点に基づいて各回答を独立に採点し、評価者2名の得点を平均化することで、各参加者の感情表現傾向を数値化した。これにより、主観的になりがちな感情表現を、一定の基準に基づいて比較可能なデータとして扱うことを可能にした。

#### 4. 手続き

本研究の調査は Google フォームを用いたオンライン形式で実施した。質問紙調査およびロールプレイ形式の自由記述課題は同一フォーム上に統合し、参加者は指定 URL にアクセスして各自の環境で回答した。対面調査は行わない。

質問の順序は、前後の項目が互いに影響しないよう配慮し、以下の順で統一した。

- ・第1段階：研究説明・同意確認（倫理的配慮）
- ・第2段階：背景情報質問（属性把握）
- ・第3段階：Self-Construal Scale（文化的価値観の測定）
- ・第4段階：自由記述課題（感情表現データ収集）
- ・第5段階：回答完了・送信（回収）

第4段階の自由記述課題では、フォーム上で次の点を明示した。

- ①文法や語彙の正確さは評価対象ではないこと
- ②実際に自分が用いると考えられる自然な表現を書くこと
- ③短文ではなく状況や感情が伝わる程度の分量で記述すること

これにより、英語運用能力の差よりも、感情表現スタイルが反映されやすい回答を得ることを意図した。

## IV. 結果と考察

### 1. 調査協力者の概要

本研究の分析対象者は、日本語を母語とする大学生・大学院生 20 名であった。参加者は、英語圏での長期滞在経験の有無に基づき、滞在群 ( $n=10$ ) と非滞在群 ( $n=10$ ) の 2 群に分けて分析した。

英語運用能力については、調査方法で述べた基準に基づいて選定された参加者のみを対象としている。英語資格試験の群平均は TOEFL iBT において非滞在群 94.6 点、滞在群 97.8 点であり、TOEIC L&R においては非人間群 905.4 点、滞在群 919.1 点であった。いずれも高得点帯に位置しており、両群間で英語運用能力に大きな差は見られないことが確認された。

また、滞在群における現地コミュニティとの関わりの程度は、5 点満点中平均 4.1 であった。この結果から、滞在群の参加者は英語圏社会において比較的高頻度で日常的な対人接触を経験していたことが示唆される。参加者属性の要約を表 1 に示す。

表1 参加者属性の要約

項目	非滞在群 (n=10)	滞在群 (n=10)
TOEFL iBT 平均	94.6	97.8
TOEIC L&R 平均	905.4	919.1
現地コミュニティとの関わり	—	4.1

## 2. Self-Construal Scale (SCS) の結果

文化的価値観の傾向を把握するため、Self-Construal Scale (SCS) における独立的自己観および相互協調的自己観の群平均を算出した。SCS は7点満点中の尺度であり、結果はすべて7点中の平均値として示す。表2から明らかなように、非滞在群では、独立的自己観の平均が4.4、相互協調的自己観の平均が6.1であった。一方、滞在群では、独立的自己観の平均が5.4、相互協調的自己観の平均が5.6であった。

この結果から、非滞在群は相互協調的自己観が顕著に高く、独立的自己観が相対的に低い傾向を示しているのに対し、滞在群では独立的自己観が高まり、両自己観の差が縮小していることが分かる。すなわち、英語圏での長期滞在経験を有する参加者は、日本文化に特徴的とされる相互協調的自己観を保持しつつも、英語圏文化に特徴的とされる独立的自己観を相対的に強めている可能性が示唆される。

表2 SCS 下位尺度の群平均 (7点満点)

下位尺度	非滞在群	滞在群
独立的自己観	4.4	5.4
相互協調的自己観	6.1	5.6

## 3. ロールプレイ課題の評価結果

ロールプレイ課題で得られた英語による自由記述回答について、英語母語話者による評価得点を数値化し、群別に比較した結果を以下に示す。評価手続きおよび評価観点の詳細については調査方法で述べた通りであるため、ここでは得点算出の流れと結果を焦点に当てる。

### (1) 得点算出の手順

ロールプレイ課題の得点は、以下の手順で算出した。

まず、各参加者の各回答について、英語母語話者である大学教員2名が独立に評価を行った。各観点について評価者2名の評定値を平均し、その値を当該回答の得点とした。

次に、1人の参加者が複数のロールプレイ課題に回答しているため、それらの得点を平均し、参加者ごとの観点別得点を算出した。これにより、各参加者について「感情の明示

性」「要求・意図の明確さ」「主語の明示性・行為主体の明確さ」「感情語の使用」「表現の直接性」の5観点それぞれについて1つの代表値が得られた。

続いて、これらの参加者別得点を群（滞在群・非滞在群）ごとにまとめ、各観点について群平均を算出した。さらに、全体的な傾向を示す指標として、5 観点の得点を単純平均した「総合平均」を算出した。

以下に示す数値はすべて小数点第2位を繰り上げて表示している。

## (2) 観点別群平均

観点別の群平均を表3に示す。非滞在群では、すべての観点において平均値が3点台前半にとどまっていた。一方、滞在群では、全観点で4点前後の値を示しており、すべての評価観点において滞在群が非滞在群を上回る結果となった。

とくに「表現の直接性」および「要求・意図の明確さ」において群間の差が大きく、英語圏での生活経験をもつ参加者が、感情や要求をより明確かつ主体的に言語化している傾向が確認された。

表3 ロールプレイ評価の観点別群平均（1～5点）

評価観点	非滞在群 (n=10)	滞在群 (n=10)
感情の明示性	3.1	4.0
要求・意図の明確さ	3.4	4.3
主語の明示性・行為主体の明確さ	3.2	4.0
感情語の使用	3.0	4.1
表現の直接性	3.3	4.4

表4 ロールプレイ評価の総合平均

群	総合平均
非滞在群	3.3
滞在群	4.2

## (3) 独立的自己観と感情の明示性の関係

文化的価値観と感情表現の関連を検討するため、SCSの独立的自己観得点に基づき、全体平均以上を「独立性高群」、平均未満を「独立性低群」として分類し、「感情の明示性の平均値を比較した。

その結果、独立性高群では感情の明示性の平均が4.1であったのに対し、独立性低群では3.2にとどまっていた（表5）。この結果は、独立的自己観が高い参加者ほど、自身の感情を英語で明示的に言語化する傾向が強いことを示唆している。

表5 SCS 独立的自己観の高低と感情の明示性

区分	感情の明示性の平均
独立性高群 (SCS 平均以上)	4.1
独立性低群 (SCS 平均未満)	3.2

#### 4. 本研究の考察視点と目的

本研究は、日本語母語話者が英語で感情を表現する際に示す直接性・明示性の違いが、英語運用能力そのものではなく、英語圏文化に特徴的な価値観をどの程度内面化しているかによって説明できるのではないかという問題意識に基づいて実施された。

結果の章では、英語運用能力を一定水準以上に統制したにもかかわらず、ロールプレイ課題における感情表現の評価得点において、滞在群が非滞在群を一貫して上回ること、また、Self-Construal Scale (SCS) における独立的自己観が高い参加者ほど、感情の明示性が高い傾向が見られることを示した。

本章ではまず、ロールプレイ課題における具体的な回答例を取り上げ、評価得点の差が実際の言語使用としてどのように現れていたのかを検討する。その上で、滞在経験および現地コミュニティとの関わりの質、文化的価値観の内面化との関係を整理し、感情表現の違いがどのような過程を経て生じているのかを考察する。

#### 5. 高得点回答にみられる感情表現の特徴

まず、ロールプレイ課題において最も高い評価を受けた回答の一例を示す。以下は、ルームメイトの家事・金銭面での問題行動に対して注意を促す場面での回答である。

**Alright Chris, we seriously need to talk. This is completely unacceptable. I can't believe you've still not done any of the damn dishes or even paid the rent. If you don't pay the rent by the end of the week, I will call the landlord and ask him to evict you. You're my friend but get your shit together man.**

この回答は、語彙や文法の丁寧さという観点では必ずしも模範的とは言えない。むしろ、「damn」「get your shit together」といった強い口語表現や、相手を脅すような言い回しを含んでおり、対人配慮の観点からは攻撃的と捉えられる可能性もある。

しかし、本研究の評価基準に照らすと、この回答が高得点となった理由は明確である。第一に、話者の感情が極めて明示的に表現されている点である。「This is completely unacceptable」「I can't believe～」といった表現を通して、怒りや不満が曖昧なく言語化されており、感情の存在だけでなく、その強度までもが明確に伝えられている。

第二に、要求および結論が非常に明確である点が挙げられる。支払期限 (by the end of the week) と、それが守られなかった場合の具体的な結果 (call the landlord and ask him to evict you) が明示されており、話者の意図に解釈の余地がない。

第三に、主語と行為主体が一貫して明示されている点も重要である。I と you が明確に使い分けられ、誰が怒っており、誰が行動を変えるべきなのかが明白である。これは、感情表現が単なる感情の吐露ではなく、自己主張として機能している典型例であるといえる。

このように、高得点回答は「丁寧さ」や「優しさ」ではなく、感情・意図・責任の所在がどれほど明確に言語化されているかという観点で評価されていることが分かる。

## 6. 非滞在群の低回答にみられる特徴

次に、非滞在群において低い評価を受けた回答例を示す。

**Chriiiissss u left your dishes agaiiinn! I know you doing your best and I hate keep telling ppl what to do but plz wash ur dishes 😞 unless you can do it bc ur busy or any, just ask me! i'd like to help u kn. or let's just wash dishes together 😊**

この回答は、一見すると非常に親しみやすく、相手との関係性を重視した表現である。絵文字や強調表記、冗談めいた語調を用いることで、相手を責めない姿勢が前面に出ており、日本語文化における対人配慮の感覚と高い親和性をもつ。

しかし、本研究の評価観点に照らすと、この回答が低得点となった理由も明確である。第一に、感情語がほとんど使用されておらず、話者がどのような感情を抱いているのかが不明確である。「困っている」「嫌だ」といった感情は暗に示されているものの、怒りや不満といった具体的な感情が言語化されていない。

第二に、要求が一貫していない点が挙げられる。「plz wash ur dishes」と述べた直後に、「unless you can do it」「let's just wash dishes together」と要求が緩和・撤回されており、相手にとって何をすべきなのかが確定しない。

第三に、主語や責任主体が全面化されておらず、話者自身の立場が明示されていない。その結果、問題の深刻さが伝わりにくい構造となっている。

このような表現は、日本語話者同士の親しいやり取りとしては円滑な関係維持に寄与する可能性があるが、英語圏文化においては「本気度が低い」「問題として認識していない」と受け取られる可能性が高い。

## 7. 滞在経験があっても得点が低かった参加者の分析

本研究において重要なのは、英語圏での滞在経験を有する参加者のすべてが高得点を示したわけではない点である。滞在群の中にも、ロールプレイ評価が非滞在群と同程度、あ

るいはそれ以下となった参加者が存在した。

以下は、そのような参加者による回答例である。

**Hey, so I don't want to be mean but you've been leaving a lot of dirty dishes lately that I end up having to clean and you've been eating my food without even asking me. I know mistakes happen but you've been doing this for the last 2 months. Also I don't want to keep having to remind you to pay rent. Anyway, if you could work on that I'd appreciate it, thanks.**

この回答は、非滞在群の低得点回答とは異なり、問題行動が具体的に列挙されており、一定の明示性を備えている点が特徴である。しかし、それにもかかわらず評価が伸びなかった理由は、結論部分の弱さである。

「I don't want to be mean」「I'd appreciate it」といった表現によって、話者の立場が終始和らげられており、怒りや限界といった感情が明示的には表現されていない。また、具体的な起源や行動変容の基準が示されていないため、要求の明確さという観点では高得点には至らなかった。

この回答は、「英語は使用できているが、日本語文化に基づく配慮的な対人規範が英語使用時にも保持されている」例として位置づけることができる。この知見は、文化的価値観の内面化が、単に「どこにどれだけ長く滞在したか」ではなく、どのような社会的関係の中で言語を使用してきたかによって左右されることを示している。

## 8. 文化的価値観が感情表現を媒介するモデル

以上の結果を統合的に理解するためには、文化的価値観を媒介変数として位置づける視点が有効である。本研究では、SCSにおける独立的自己観が高い参加者ほど、感情の明示性が高い傾向が確認された。

これは、英語使用時の感情表現が、英語という言語形式そのものによって自動的に変化するのではなく、「自己をどのような存在として捉えているか」という認知的枠組みによって調整されている可能性を示している。

本研究の結果は、以下のような媒介モデルとして整理できる。

**アメリカ滞在経験→(現地コミュニティとの社会的接触)→独立的自己の相対的強化→英語使用時の感情表現の直接性・明示性の上昇**

重要なのは、このモデルにおいて「滞在経験」は必要条件ではあるが十分条件ではないという点である。文化的価値観が実際に内面化されるかどうかは、その滞在がどのような社会的経験を伴っていたかによって左右される。

## 9. 第二言語教育への示唆

本研究の結果は、第二言語教育、とりわけ日本における英語教育の在り方に対して、いくつかの重要な示唆を与える。

第一に、従来の英語教育が重視してきた「正しき中心」の指導だけでは、実際の対人場面におけるコミュニケーション能力を十分に育成できない可能性があるという点である。日本の英語教育では、文法的正確さや語彙の適切さ、発音の明瞭さが評価の中心となることが多く、感情や意図をどの程度まで明示するかといった「表現の姿勢」そのものは、ほとんど扱われてこなかった。

しかし、本研究で示されたように、英語による対人コミュニケーションにおいては、「何を言うか」だけでなく、「どの程度はつきり言うか」が極めて重要である。たとえば、非滞在群の低得点回答に見られたような、配慮的で曖昧な表現は、日本語話者同士の間では円滑な関係維持に寄与する可能性があるが、英語圏の対人場面では「本気度が低い」「問題として認識していない」と受け取られる危険性がある。

第二に、感情表現や自己主張に関する英語教育は、単なる定型表現の暗記では不十分であるという点が挙げられる。たとえば、「I'm angry」「I don't like it」といった表現を教えるだけでは、学習者は「いつ」「どの程度」「どの文脈で」それを使うべきかを判断できない。本研究の結果が示すように、感情表現の適切さは、言語形式そのものではなく、その背後にある文化的価値観や対人規範と密接に結びついている。

したがって、英語教育においては、「この表現は失礼か」「この言い方は強すぎるか」といった形式的な判断にとどまらず、「なぜ英語ではこのように言うのか」「この言い方は、どのような価値観に基づいているのか」を明示的に扱う必要がある。たとえば、同じ不満表明でも、日本語的な間接表現と英語的な直接表現を並べて提示し、それぞれが相手にどのような印象を与えるかを比較させる活動は有効であると考えられる。

第三に、留学や海外滞在を伴う学習の設計においても、本研究の結果は示唆を与える。滞在群の中に低得点者が存在したことは、「海外に行けば自然に異文化的コミュニケーション能力が身につく」という考えが必ずしも成り立たないことを示している。文化的価値観の内面化には、単なる滞在期間の長さではなく、現地コミュニティとの実質的な関わりが不可欠である。

そのため、留学プログラムや短期研修においては、授業や観光に加えて、現地の人々と対等な立場で意見や感情を交換する機会を意図的に設けることが重要である。たとえば、ディスカッションやロールプレイを通じて、自分の不満や意見を英語で明示的に伝える練習を行い、その際に生じる違和感や葛藤を振り返る活動は、文化的価値観の内面化を促進する可能性がある。

このように、本研究は、英語教育において「文化を知る」だけでなく、「文化に基づいてどう振る舞うか」を学習目標として位置づける必要性を示唆している。

## 10. 考察のまとめ

本研究の考察を通じて、日本語母語話者が英語で感情を表現する際の直接性・明示性は、英語運用能力や滞在経験の有無だけでは十分に説明できず、文化的価値観の内面化が重要な媒介要因として機能している可能性が明らかとなった。

特に、英語圏文化の中で他者と継続的に関わり、感情や意見を言語化することが対人関係において正当であるという価値観を体験的に学んだ参加者ほど、英語使用時に感情や要求を明確に表現する傾向が見られた。一方で、滞在経験があっても現地コミュニティとの関わりが限定的であった場合には、日本語文化に基づく間接的・配慮的な感情表現が英語使用時にも保持される傾向が確認された。

以上より、本研究は、第二言語使用における感情表現の差異を、「言語能力の不足」として捉えるのではなく、「どの文化的価値観が前提として用いられているか」という視点から理解する枠組みを提示した点に意義がある。この視点は、第二言語学習者の表現を「不十分」と評価するのではなく、その背後にある文化的判断を理解するための重要な手がかりを提供するものである。

## V. 今後の課題

本研究は、日本語母語話者が英語で感情を表現する際の直接性・明示性の違いを、英語運用能力ではなく文化的価値観の内面化という観点から捉えることを試みたものである。一定水準以上の英語力をもつ参加者を対象とし、ロールプレイ課題と文化心理学的尺度を組み合わせて分析を行った点に意義がある一方で、今後の研究に向けていくつかの課題も残されている。本章では、それらの課題を主に四つの観点から整理する。

第一に、本研究のサンプル数および対象範囲に関する課題が挙げられる。本研究では、調査協力者を 20 名に限定しており、質的分析と量的分析を両立させるには適切な規模であったと考えられるものの、結果の一般化可能性には一定の制約がある。特に、滞在群・非滞在群それぞれ 10 名という構成では、個人差の影響が相対的に大きくなりやすい。今後は、参加者数を増やし、滞在年数や滞在目的（留学・就労・移住など）ごとに細分化した分析を行うことで、文化的経験と感情表現との関係をより精緻に検討することが可能になると考えられる。

第二に、文化的価値観の測定方法に関する課題である。本研究では、Self-Construal Scale (SCS) を用いて独立的自己観と相互協調的自己観の傾向を把握したが、文化的価値観は必ずしも二次元で単純に整理できるものではない。実際、滞在群の中にも相互協調的自己観が比較的高い参加者が存在し、そのような参加者では英語使用時にも配慮的・間接的な感情表現が維持される傾向が見られた。今後の研究では、SCS に加えて、対人距離感や衝

突回避傾向、自己主張に対する態度などを測定する尺度を併用することで、文化的価値観の多層的な側面を捉える必要があるだろう。

第三に、ロールプレイ課題という調査手法自体の限界についても考慮する必要がある。本研究では、参加者が想定された状況に基づいて英語で発話を記述する形式を採用したが、実際の対面コミュニケーションでは、相手の反応や場の雰囲気によって発話内容が変化する可能性が高い。すなわち、ロールプレイ課題で示された感情表現は、あくまで「その状況をどう言語化するか」という認知的判断を反映したものであり、即時的な対話における表現とは必ずしも一致しない可能性がある。今後は、ペアワークによる即時的な対話課題や、実際のやり取りを記録・分析する方法を取り入れることで、感情表現の動的な側面を検討する余地がある。

第四に、評価の視点に関する課題も挙げられる。本研究では、英語母語話者である大学教員による評価を通じて感情表現の直接性・明示性を数値化したが、評価者が英語圏文化の規範を前提としている以上、評価結果自体もその文化的枠組みに基づいていることは否定できない。これは本研究の目的と整合的である一方で、「どの文化の規範を基準とするのか」という問題を内包している。今後の研究では、英語母語話者だけでなく、日本語母語話者や多文化背景をもつ評価者を加え、評価の差異を比較することで、感情表現がどのように異なる文化的視点から解釈されるのかを検討することも有意義であろう。

最後に、本研究は日本語母語話者を対象として英語使用時の感情表現を分析したが、同様の枠組みは他の言語対にも応用可能である。たとえば、日本語母語話者が第三言語として別の言語を使用する場合や、他文化背景をもつ学習者が英語を使用する場合にも、文化的価値観の内面化が感情表現にどのような影響を及ぼすのかを比較することで、第二言語使用と文化の関係についてより普遍的な理解が得られる可能性がある。

以上の課題を踏まえると、本研究は探索的な位置づけにあるものの、日本語母語話者の英語による感情表現を、言語能力ではなく文化的価値観の媒介という視点から捉える重要性を示した点に意義がある。今後の研究では、本研究で得られた知見を基盤として、より多様な方法と視点を組み合わせることで、第二言語使用における感情表現の理解を一層深めていくことが期待される。

## VI. おわりに

本研究は、日本語母語話者が第二言語として英語を使用する際に示す感情表現の直接性・明示性について、英語運用能力の差ではなく、文化的価値観の内面化という観点から検討することを目的とした。英語圏での滞在経験の有無や現地コミュニティとの関わりの違いに着目し、質問紙調査とロールプレイ課題を用いて分析を行った。

その結果、英語力を一定水準以上に統制したにもかかわらず、英語による感情表現には

滞在群と非滞在群の間で明確な差が見られた。滞在群では、感情や意図を明示的かつ直接的に表現する傾向が強く、一方で非滞在群では、日本語文化に基づく配慮的・間接的な表現が英語使用時にも保持される傾向が確認された。また、滞在群の中でも現地での社会的交流が限定的であった参加者では、必ずしも高い直接性が見られないことから、単なる滞在経験ではなく、文化的価値観の内面化の程度が感情表現に影響している可能性が示唆された。

これらの結果から、日本語母語話者の英語による感情表現の違いは、「英語ができるかどうか」という問題ではなく、「どの文化的枠組みを前提にコミュニケーションを行っているか」という点と深く関わっていると考えられる。本研究は、第二言語使用における感情表現を、言語能力の問題としてではなく、文化的価値観が媒介する現象として捉える視点を提示した点に意義がある。

言語を学ぶことは、単に新しい表現を身につけることではなく、異なる価値観や対人規範と向き合う過程でもある。本研究が、第二言語学習者の感情表現をより多角的に理解するための一助となれば幸いである。

## 参考文献

- Barrett, L. F. (2017). *How emotions are made: The secret life of the brain*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Berry, J. W. (1997). Immigration, acculturation, and adaptation. *Applied Psychology: An International Review*, 46(1), 5–68.
- Dewaele, J.-M., & Nakano, S. (2013). Multilinguals' perceptions of feeling different when switching languages. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 34(2), 107–120.
- Ekman, P. (1992). An argument for basic emotions. *Cognition and Emotion*, 6(3–4), 169–200.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. Anchor Books.
- Hong, Y.-Y., Morris, M. W., Chiu, C.-Y., & Benet-Martínez, V. (2000). Multicultural minds: A dynamic constructivist approach to culture and cognition. *American Psychologist*, 55(7), 709–720.
- James, W. (1884). What is an emotion? *Mind*, 9(34), 188–205.
- Markus, H. R., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98(2), 224–253.
- Matsumoto, D. (1990). Cultural similarities and differences in display rules. *Motivation and Emotion*, 14(3), 195–214.
- Nguyen, A.-M. D., & Benet-Martínez, V. (2013). Biculturalism and adjustment: A meta-analysis. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 44(1), 122–159.
- Pavlenko, A. (2006). Bilingual selves. In A. Pavlenko (Ed.), *Bilingual minds: Emotional experience, expression, and representation* (pp. 1–33). Multilingual Matters.

Sapir, E. (1929). The status of linguistics as a science. *Language*, 5(4), 207–214. (本文引用箇所 : p. 209)

Singelis, T. M. (1994). The measurement of independent and interdependent self-construals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20(5), 580–591.



※右開きからお読みください。



# 江戸川乱歩「黒蜥蜴」と映画「プロテア」

Edogawa Rampo's *The Black Lizard* and the film *Protea*

明治大学 国際日本学部

藤田 陽梨

Meiji University School of Global Japanese Studies

FUJITA, Hinari

## 目次

はじめに

一、エクレール社、映画「プロテア」とは

(一) 映画「プロテア」の作品体系

(二) 「プロテア」シリーズの日本での公開

(三) 近現代日本文学における映画「プロテア」受容

二、江戸川乱歩のプロテア受容

(一) 乱歩作品に登場した映画「プロテア」

(二) 乱歩の「プロテア」受容とその問題

三、映画「プロテア」と小説「黒蜥蜴」の比較と検討

(一) 「プロテア」における物語構造と主人公像

(二) 乱歩の「プロテア」像

(三) 「プロテア」と小説「黒蜥蜴」の共通点

おわりに

はじめに

江戸川乱歩の作品の中には、「プロテア」という活動写真の名前がたびたび登場する。「プロテア」は一九一三年にフランス、エクセル社により製作され、公開された連続活劇映画で、変装の達人である女性探偵プロテアを主人公とする作品である。乱歩は自身の随筆において「我々の探偵趣味は、実はかつての『ジゴマ』『ファントマ』『プロテア』などに影響された点が多い」と述べており、彼の創作活動においてこの映画が重要な役割を果たしていたことがうかがえる。

このように乱歩自身が映画「プロテア」から影響を受けたことを明言しているにもかかわらず、これまでの先行研究では、乱歩と「プロテア」を直接的に比較・検討したものは数少ない。松村喜雄が「乱歩の女性観には無声映画の『プロテア』の影響が濃い」として毒婦ものとしての「江戸蘭子」がプロテアに影響を受けていると述べているものを除いては、乱歩のプロテアからの影響を論じるものは管見の限り見当たらない。

本研究では、乱歩の長編作品「黒蜥蜴」に焦点を当て、この作品が映画「プロテア」からどのような影響を受けているのかを明

「江戸川乱歩『探偵映画其他』『映画時代』文藝春秋社、一九二六年九月。

②松村喜雄『乱歩おじさん 江戸川乱歩論』晶文社、一九九二年九月。

③江戸川乱歩「江戸蘭子」『新青年』一九三〇年九月

④江戸川乱歩「黒蜥蜴」『日の出』一九三四年一月〜一月。

⑤堀江珠喜「江戸川乱歩と昭和ベルエポック」『大阪府立大学紀

らかにすることを目的とする。

『黒蜥蜴』は、美貌と知性を兼ね備えた女盜賊・黒蜥蜴と、名探偵・明智小五郎との攻防を描いた作品である。本作は乱歩の唯一の女賊ものであり、黒蜥蜴は妖艶な美女として、変装や巧妙なトリックを駆使しながら、宝石や美女といった美を象徴する存在を盗み出す。その魅力的で神秘的な物語には、フランス映画「プロテア」との共通点が多く見られる。

「黒蜥蜴」のモデルについては、幾つかの先行研究が存在する。堀江珠喜<sup>⑤</sup>は、黒蜥蜴の姿がサロメやマタ・ハリ、男装の麗人として知られた女性スパイ・川島芳子を連想させると述べた。

海老澤彩香<sup>⑥</sup>は、少女歌劇の男役スターや川島芳子のイメージが黒蜥蜴に共通することを述べ、黒蜥蜴の刺青は谷崎潤一郎の「刺青」<sup>⑦</sup>に影響を受けてのものではないかと論じている。

中相作<sup>⑧</sup>は黒岩涙香の「片手美人」の主人公が「黒蜥蜴」のモチーフになった可能性について論じた。

古閑祐規<sup>⑨</sup>は、「黒蜥蜴」作中の「男装の麗人」という語に着目し、メディアから使用状況を確認し、時代の影響を見ることよって、堀江論や海老澤論の考察をより深めることに成功している。それ

要（人文・社会科学）四三巻、一九九五年三月。

⑥海老澤彩香「黒蜥蜴」の表象をめぐって―江戸川乱歩『黒蜥蜴』論―『大衆文化』二〇巻、二〇一九年三月。

⑦谷崎潤一郎「刺青」『新思潮』一九一〇年十一月。

⑧中相作「乱歩と三島 女賊への恋」『乱歩謎解きクロニクル』言視舎、二〇一八年三月。

⑨黒岩涙香『片手美人』聚栄堂、一八九〇年二月。

に加え、歌舞伎の演出と「黒蜥蜴」の関連を述べ、演劇性という観点で、黒蜥蜴のモデルが形成されていることを主張した。

以上のように、「黒蜥蜴」の源流においてはさまざま論がある。しかしながら、映画「プロテア」との関連については、これまで検討されておらず、検討の余地が残されていると筆者は考える。今回の論文では、映画「プロテア」の概要をまとめた上で、乱歩の「プロテア」の受容を整理し、「プロテア」が「黒蜥蜴」のモデルとなった可能性を明らかにする。

## 一 エクレール社、映画「プロテア」とは

### (一) 映画「プロテア」の作品体系

映画「プロテア」について、乱歩が影響を受けたと明言しているにもかかわらず、乱歩の受容がほとんど研究されてこなかったのは、そもそもこの映画の概要や全体像がどのようなものだったのか今日知られていないためだと思われる。そこで、本節ではまず、映画「プロテア」の概要や全体像について概観しておきたい。

その人気が社会現象を巻き起こしたとされる映画「ジゴマ」(一九一一年)と同様に、フランスのエクレール社によって製作された本作「プロテア」は、タイトルと同名の女性ヒロインを主人公として描いている。彼女は変装の達人であり、催眠術や柔術を自在に操る。

「プロテア」は一九一三年九月にフランスで公開され、日本では

同年十二月、浅草電気館で上映された。作品は大きな成功を収め、第一作に続いて四本の続編が制作されている。このように日本でも大ヒットを記録した作品であるにもかかわらず、先に述べた通り、これまで「プロテア」に関する体系的な研究や資料の整理はほとんど行われていない。

まずは「プロテア」シリーズが公開された年月を整理する。フランスでの公開は、一九一三年九月九日に一作目の *Protea*

、一九一四年六月二日に二作目の *Protea e l'automobile infernale*<sup>10</sup>、一九一五年一月二日に三作目の *Protea III - Verso la morte*<sup>11</sup>、一九一七年九月二日に四作目の *Protea: i misteri del Castello di Malhorf*<sup>12</sup>、一九一九年一月四日に最後の作品 *Protea: la regina dei poliziotti* が公開された。第一作目の「プロテア」は、「ジゴマ」(一九一一年)を作ったヴィクトラン・ジャッセによるもので、彼の遺作となった。

現在、フィルムを確認できるものは一九一三年の第一作目「プロテア」の一部のみであり、一九九八年に複数のネガ(三五 mm/一六 mm)を元に修復版が作成され、二〇一三年に 2K デジタル化が行われた。デジタル版はシネマテーク・フランセーズの公式サイトで視聴可能である。中盤にフィルムの見つからない箇所があり未完成のままになっている。タイポグラフィについては発見された一九一三年のエクレール社製のインタータイトルに基づいて再編集されている。<sup>13</sup>「プロテア」は日本でも公開され、

<sup>10</sup> La Cinémathèque française “Protea”,

<https://www.cinemathèque.fr/henri/film/49285-protea->

大好評を取めた。映画の日本公開に関しては次の章で詳しく述べる。

(二) 映画「プロテア」シリーズの日本での公開

本章では、映画「プロテア」シリーズが日本でどのようなように公開されたのかを、当時の映画資料・雑誌記事などをもとに時系列で整理する。

一九一三年二月一日「プロテア」第一作目が日本浅草電気館で公開された。同年二月一五日の『読売新聞』では「電気館の日延 国事探偵プロテア(長編五巻)は連日満員なるより当日日延べする由」<sup>12</sup>と掲載されており、当時の人気が伺える。筑峰『探偵活劇プロテア』<sup>13</sup>と言う小説が、後の一九一六年に発売されている。この内容は第一作目の内容と重なるものであり、作品の細かな設定や内容などはこの小説から確認することができる。

二作目に当たる「プロテア続編」の上映は一九一四年七月五日であり、キネマ・レコードの同年七月号<sup>14</sup>には、「驚くべきプロテア続編 到着封切」と大きく書かれた広告が一ページを使って載った。「エクセルル社曰く『プロテア』が発売せられたのは六月十五日でプロテアデーと称してゐた。そして「プロテア」が一度番組に入ると切符売り場は、チリン、ガランと金銭の音絶

victorin-jasset-1913/ (二〇一五年一月二六日閲覧)

<sup>11</sup> 『読売新聞』一九一三年十二月一五日、朝刊、三頁。

<sup>12</sup> 筑峰『探偵活劇プロテア』春江堂書店、一九一六年。

<sup>13</sup> 『キネマ・レコード』三(一三)、一九一四年七月。

<sup>14</sup> 『キネマ・レコード』三(一四)、一九一四年八月。

間ない位であった云々」と記していた。同誌は翌月の誌面に「プロテア続編」<sup>15</sup>と題してあらすじを掲載している。「殊に4巻目の美しいダンスの場面(但此場の最も幻感的の美しい處は肉感的に渉るの由にて観客には見せられてゐない即警察で許可されないのである)」とあり、肉感的な内容から警察の検閲のために一部カットされたことが明かされている。また同誌一〇月号には、「内地通信」<sup>16</sup>と言う情報欄にて、名古屋や小倉でも「プロテア」が好評であると言う内容の記事が載っており、「プロテア」の人気の広がりを見ることができた。

「第三プロテア」は、一九一六年二月二六日帝國館で公開された。そのあらすじは一九一六年三月発売の『サンデー』<sup>17</sup>に詳しく記されている。また、一九一六年に発売された宮地竹峰『探偵大活劇 プロテアと迅雷』<sup>18</sup>はその内容を見ると、この三作目の小説版だとわかる。

第四プロテアについて調べると、そのように名乗った二種類の映画があつたようだ。一九一〇年代に日本で上映した映画の目録を『キネマ旬報』が一九六〇年三月号別冊としてまとめているが、そこに一九一六年一月三日に浅草のキネマ倶楽部で上映された *The Oath of Protea* 全四巻が「第四プロテア」という邦題のもとで掲載されている。もう一つは一九一八年四月二〇日に電気館で

<sup>15</sup> 『キネマ・レコード』三(一六)一九一四年一〇月。

<sup>16</sup> 『サンデー』(二六八)、一九一六年三月。

<sup>17</sup> 宮地竹峰『探偵大活劇 プロテアと迅雷』山口屋書店、一九一六年。

上映されたもので、原題は *Protea IV, the Mysteries of the Castle of Myrpor* 全十二巻からなる。こちらにも「第四プロテア」という邦題がつけられている。両者ともエクレール社で製作されたものである。後者の「第四プロテア」が発売された際の『東京朝日新聞』で「愈来れり 一昨年第三プロテアを輸入せし以来欧州大戦乱の為撮影を中止し居たる続編は愈今回完成し去る十一日倫敦出張員は之を携へ帰朝せり」<sup>18</sup>と云う記事が掲載された。一九二〇年『活動画報』の「質疑応答」<sup>19</sup>には「『第四プロテア』として上映せし映画二本あり其何れかは記者には不明なれば二本共記載せり。一つは大正七年四月廿八日に電気館に上映せる映画(省略)他の一つは(省略)大正五年十一月三日キネマ倶楽部に上映せりされど前者の方真貫なる『第四プロテア』なり。」と云う記述があり、一九一八年四月に公開されたプロテアが「真貫」、つまり正統なものであると書かれていた。同記事の中に、それぞれの作品の俳優たちの役割が描かれている。その記述を参照すると、二作は同じ女優が主役を演じている点こそ共通しているものの、その他の登場人物や配役は大きく異なっている。一九一六年の「第四プロテア」には山賊が登場する一方、他方にはそうした人物は見られず、物語の筋立ても同一とは考えがたい。したがって、一九一六年の作品は、同じ女優を起用した別系統の映画、もしくはシリーズ名「プロテア」の人気に依拠して興行上付与された便宜的な題名であった可能性がある。

<sup>18</sup> 『東京朝日新聞』一九一八年四月一九日、朝刊、七頁。

<sup>19</sup> 『活動画報』四(一〇)、一九二〇年一〇月。

「第五プロテア」については、一九一九年四月発行の『活動之世界』の「キネマ通信」<sup>20</sup>欄において、エクレール社が同作を完成させた旨の記事が確認できる。また、これとは別に、一九一七年三月二十五日に「第五プロテア」という映画が千代田館で公開になったとされている<sup>21</sup>。一九一七年九月の『活動之世界』の「各地常設館便り」と云う欄には、「名古屋通信 池田太生 太陽館(日活)大好評の『赤輪』も終了其の後は佛國エクレール社の『神の判決』並びに米國パテ支社の『吸血鬼』『第五プロテア』等上場せり」とある。しかし、一九一八年公開の「第四プロテア」を正当なシリーズ作品とみなし、さらに一九一九年にフランスでエクレール社が「第五プロテア」を完成させたとすれば、この一九一七年公開の「第五プロテア」も正式なシリーズ作品として位置づけることには問題がある。むしろ、年代的な整合性から見て、一九一六年に公開された「第四プロテア」の続編的作品として国内で扱われた可能性が高いと考えられる。

さらに、当時の新聞広告欄をはじめ各種資料を調査したが、一九一九年にフランスで作成された「第五プロテア」の日本公開を示す確かな記事は一切確認できなかった。雑誌記事にも公開情報は見当たらず、これらの状況を総合すると、フランスで制作された正式な「第五プロテア」は日本では公開されなかった可能性がある。

以上見てきたように、「プロテア」シリーズは一九一三年に第一

<sup>20</sup> 『活動之世界』四(四)、一九一九年四月。

<sup>21</sup> 『キネマ旬報』、三月号別冊、一九六〇年三月。

作が公開されて以降、日本において相当の人気を博したことが、同時代の新聞広告、映画雑誌の記事、鑑賞記録など、多様な資料から確認できる。特に第一・第二作の公開時には、満席のための「日延べ」の告知や、大きな広告展開、読者向けの詳細なあらすじ紹介など、興行的成功を示す報道が数多く存在した。その一方で、シリーズが進むにつれて、作品の上映などに混乱が見られた。

(三) 近現代日本文学における「プロテア」受容

『プロテア』は日本公開当時、連続活劇として爆発的な人気を博し、その影響は文学者にも及んだ。とりわけ萩原朔太郎は深い関心を示した一人である。朔太郎が『第二プロテア』を鑑賞したことは月村麗子によって明らかにされており、一九一四年の夏には室生犀星を伴って同作を観たという<sup>25</sup>。また、朔太郎は自らを「プロテア」と称するほどの熱烈な愛好者であったことも知られている<sup>26</sup>。さらに月村は、朔太郎の「殺人事件」<sup>27</sup>が「プロテア」から

影響を受けた可能性を指摘している<sup>28</sup>。

朔太郎のみならず、彼が敬愛していた高村光太郎もまた『第一プロテア』を鑑賞している。光太郎は「先月末に見た『プロテア』という同種類のものが、かなり印象を僕に残して居るのに気がきました。」<sup>29</sup>と述べ、評価する文章が残っている。谷崎潤一郎も『魔術師』において *Protea* という語を用いている。山中剛史は、『人面疽』の作中、百合枝が主演して大ヒットしたと語られる映画「武士の娘」などは、その内容からどう見ても当時のヒット作であり、「魔術師」においても言及されているジョゼット・アンドリオ主演の連続活劇映画「プロテア」を想起させる<sup>30</sup>と述べており、谷崎が創作に「プロテア」のイメージを使用した可能性に触れた。

戦後に入っても、「プロテア」を思い起こす作家はいたようだ。

海野十三は『地獄の使者』<sup>31</sup>で「女賊プロテア」という語を用い、香山滋も『とかげの様な女』<sup>32</sup>および『蜥蜴夫人』<sup>33</sup>において「プ

<sup>25</sup> 月村麗子「プロテアとチグリズ」『群像』三四(一〇)、一九七一年一〇月。

<sup>26</sup> 井上洋子「兇賊チグリズ」の行方―室生犀星と言語革命―『日本近代文学』一九九三年一〇月、安智史「くり返す亡霊たち―萩原朔太郎における映画の側面について」『日本近代文学』一九九六年一〇月、田中麻美「萩原朔太郎「殺人事件」試論―〈探偵〉の追跡するものをめぐって」『大正文学論叢』二〇一六年一月など。

<sup>27</sup> 萩原朔太郎「殺人事件」『地上巡禮』一九一四年九月。

<sup>28</sup> 月村麗子「シュルリアリズムの絵を先取りした朔太郎の詩」

『国際日本文学研究集会会議録』(二一)、一九八八年三月一日

<sup>29</sup> 『読売新聞』一九一四年一月二五日、朝刊、六頁。

<sup>30</sup> 山中剛史「銀幕の夢魔―谷崎潤一郎「人面疽」攷」『藝文攷』二〇〇二年一月

<sup>31</sup> 海野十三「地獄の死者」『自警』一九四七年一月―一九四八年一月。

<sup>32</sup> 香山滋『とかげの様な女』東方社、一九五五年

<sup>33</sup> 香山滋「蜥蜴夫人」『サンデー毎日』一九四八年八月八日―九月五日。

「プロテア」に言及している。このように、戦前・戦後を通じて多くの作家が自身の作品の中で「プロテア」に触れており、この映画が文学者の記憶に強く刻まれていたことがうかがえる。

しかしながら、これらの先行研究や諸作における言及は、あくまで「プロテア」という作品が当時存在したらしいこと、あるいは作家たちの記憶の中に強い印象として残っていたらしいことを指摘するにとどまっている。換言すれば、「プロテア」という語はさまざまな文脈で引用されるものの、作品そのものが日本でどのように紹介され、どのような形で観客の前に現れたのかといった具体的実態には十分に踏み込んでいなかった。

## 二、江戸川乱歩のプロテア受容

### (一) 乱歩作品に登場した「プロテア」

映画「プロテア」は大正期の人々に強い印象を与え、一般人から詩人、小説家に至るまで幅広く人々の印象に残った作品であった。では、「プロテア」から影響を受けたと自ら述べる江戸川乱歩は、「プロテア」をどのように受容したのだろうか。

はじめにも触れた通り、乱歩は自身の随筆において「我々の探偵趣味は、実はかつての『ジゴマ』『ファントマ』『プロテア』などに影響された点が多い」と述べており、彼がシリーズ作品に接していたこと自体は確実である。また、「僕にとって、東京

の魅力は銀座よりも浅草にある。浅草故の東京住まいといってもいいかもしれない。尤も、活動写真の中心が浅草を離れた形で、その上「プロテア」時代の魅力ある絵看板も禁ぜられているので、やや昔日の佛を失ったが、それにしても、やっぱり浅草は浅草である」<sup>22</sup>とも述べ、「プロテア」という語を、ある時代の浅草を象徴する言葉として用いた。このような記述からも、乱歩が「プロテア」を強く意識していたことが読み取れる。また乱歩は「プロテア」という語を多くの作品に登場させている。それらを発表順に見ていこう。

まず「屋根裏の散歩者」<sup>23</sup>には、犯罪に憧れる主人公の郷田三郎が「昔活動写真で見た、女賊プロテアのように、真黒なシャツを着たかったのですけれど」というくだりがある。ここでは、憧れの対象となる犯罪者の象徴としてプロテアが選ばれているのである。

翌年の「二人の探偵小説家」<sup>24</sup>では、探偵趣味を共有する二人の主人公が序盤の場面で、「彼等は声をそろへていふのである。『何よりも活動写真ですよ。それもあたり前のじゃいけない。ジゴマ、ジゴマ、それからファントマ、プロテア!』」と意気投合する。主人公たちの探偵小説趣味というのは、もちろん乱歩自身の趣味が投影された側面を持つだろうが、それを語るのに相応しい作品として「プロテア」は捉えられている。

<sup>22</sup> 江戸川乱歩「探偵映画其他」『映画時代』一九二六年九月。

<sup>23</sup> 江戸川乱歩「浅草趣味」『新青年』一九二六年九月。

<sup>24</sup> 江戸川乱歩「屋根裏の散歩者」『新青年』一九二五年八月。

<sup>25</sup> 江戸川乱歩「二人の探偵小説家」(のち、「空気男」と改題)

『写真報知』一九二六年一月五日〜二月一日。

同年四月に、乱歩は「映画横好き」<sup>35</sup>という随筆にて、「私の映画歴は笑ってはいけない『ジゴマ』に始まるのだ。当時小学の何年生かであった私は名古屋御園座に於てスコブル大博士駒田好洋(?)の説明の『ジゴマ』全何巻を、どれ程の感激を以て見たことであったか。私はそれを、同じ映画を三晩も続けて見物に行つた程である。／＼引き続いて『ファントマ』『プロテア』殊に『ファントマ』の凄みに至つては、今思ひ出しても逆も逆も口中に生唾が湧くのである」というふう述べて、自身の映画遍歴を語つた中に「プロテア」の名前を挙げ、鑑賞した際の感動について語つた。

また、同年九月には、「探偵映画其他」<sup>36</sup>という随筆に「我々の探偵趣味は、実は嘗つての『ジゴマ』『ファントマ』『プロテア』などに影響された点が多い位で、探偵と映画と云えば切つても切れない兄弟分の様な気がする」と述べ、「プロテア」に直接影響を受けたことを書いている。

また同月、「浅草趣味」<sup>37</sup>という随筆では、「僕にとつて、東京の魅力は銀座よりも浅草にある。浅草故の東京住いといつてもいいかも知れない。尤も、活動写真の中心が浅草を離れた形で、その上プロテア時代の魅力ある絵看板も禁ぜられているので、稍昔日の佛を失つたが、それにしても、やっぱり浅草は浅草である」

と回想し、プロテアが上映されていた時代の浅草を、郷愁をもつて語っている。

次に時代は戦後になり、一九五五年一月〜二月に連載された「影男」<sup>38</sup>にまた「プロテア」の名が序盤で登場する。男を鞭で痛めつける謎の美女が登場し、その姿は「今から四十年前に大人気を博した女賊映画の主人公プロテアのような姿の美女であつた」「その胸の上に、恰好のよい長い頸と、プロテアの顔がついていた」「プロテアの美女は、横倒しになつた醜悪なけだものを見おろして、嫣然と笑つた」といった表現によって描写されている。ここでは、暴力性と妖艶さを併せ持つ女性の美貌を「プロテア」を用いて表象している。

乱歩作品において最後に「プロテア」の名が使われたのは、一九五九年一月の「べてん師と空気男」<sup>39</sup>である。同作では、主人公の野間の妻である美耶子を「彼女は多くは和服を着ていたが、その夜は黒っぽい洋装だったので、一層西洋女刺客の感じがした。わたしは少年時代に見た連続映画の女賊プロテアを思い出していた」と述べている。この描写からは、黒い洋装に身を包んだ女性の姿が、乱歩の記憶の中にある「女賊プロテア」のイメージと結びついていることがわかる。このように、乱歩はデビュー間も無くの一九二五年から晩年の一九五九年にわたつて「プロテア」という言葉を幾度も使用している。このことから、乱歩にとつて

<sup>35</sup> 江戸川乱歩「映画横好き」『映画と探偵』一九二六年四月。

<sup>36</sup> 江戸川乱歩「探偵映画其他」『映画時代』一九二六年九月。

<sup>37</sup> 江戸川乱歩「浅草趣味」『新青年』一九二六年九月。

<sup>38</sup> 江戸川乱歩「影男」『面白倶楽部』一九五五年一月〜二月。

<sup>39</sup> 江戸川乱歩「べてん師と空気男」『桃源社版書き下ろし推理小説全集』一九五九年一月。

「プロテア」は単なる懐古的な記号ではなく、彼の創作に深く影響を与えた存在であったと考えられる。

## (二) 乱歩の「プロテア」受容

これまでみてきたように、乱歩が「プロテア」シリーズ作品に接していたこと自体は確実である。また、「昔活動写真で見た」<sup>60</sup>「少年時代にみた連続映画」<sup>61</sup>「今から四十年前に大人気を博した女賊映画の主人公プロテア」<sup>62</sup>というように、乱歩の文章において確認できるのは、あくまで活動写真としての「プロテア」であり、一九一六年刊行の二つの小説版に触れていたことを示す資料は確認できない。したがって、乱歩の「プロテア」受容について論じる際には、彼が映画版を視聴したという事実を中心に据えて検討する必要がある。しかし、乱歩は「プロテア」のうち、どの作品を観賞したのかまでは明言していない。ただし、乱歩が「プロテア」に接した可能性の高い時期と場所を推測するための手がかりはいくつか残されている。本章では、「プロテア」シリーズ各作の日本公開時期と、当時の江戸川

<sup>60</sup> 江戸川乱歩「屋根裏の散歩者」、『新青年』一九二五年八月。

<sup>61</sup> 江戸川乱歩「二人の探偵小説家」(のち、「空気男」と改題)『写真報知』一九二六年。

<sup>62</sup> 江戸川乱歩「影男」『面白俱樂部』一九五五年一月〜二月。

<sup>63</sup> 中島河太郎「江戸川乱歩年譜」『江戸川乱歩全集』第一四巻(化人幻戯)講談社、一九七九年一〇月。「江戸川乱歩年譜集

乱歩の生活状況を年譜<sup>63</sup>に基づいて整理し、その鑑賞可能性を検討する。

まず、「プロテア」の第一作目が公開された一九一三年、乱歩は牛込区喜久井町で母方祖母と同居し、早稲田大学に通い始めた時期にあたる。翌一九一四年、「第二プロテア」の公開期には、同級生と回覧雑誌『白虹』を発刊し、東京での活動範囲も広がっていたため、この時期に見ていた可能性も十分にある。

一九一六年の「第三プロテア」公開時、乱歩は新小川町に転居している。乱歩の従兄弟を母に持つ松村喜雄は「私の叔父の話によると、牛込新小川町の家から浅草まで活動写真を見にく折り、(省略)その頃、乱歩はまだ学生だったと思われる。」<sup>64</sup>と述べており、この証言から、当時乱歩が浅草の映画館に足を運んでいたことがわかる。続く一九一六年一月には、浅草・キネマ倶楽部で二種類あるうち早い方の「第四プロテア」が公開された。この時期、乱歩は同年の前半まで東京にいたものの、八月には大阪へ移っており、一九一六年夏に失職した後、一九一七年五月から伊豆の温泉などを放浪し、映画論を執筆している。そのため、浅草で公開された「第四プロテア」を鑑賞した可能性は高くないが、乱歩がいた土地で上映されていたと

成「『名張人外境』<http://www.e-net.or.jp/user/stako/ED1/E04set.html> (二〇一五年一月二六日閲覧)。

<sup>64</sup> 松村喜雄『乱歩おじさん 江戸川乱歩論』晶文社、一九九二年九月。

すれば、そこで観た可能性は否定できない。一方、一九一七年三月には、やはり二種類あるうち早い方の「第五プロテア」が公開されている。乱歩は同年六月に東京へ戻り、本所区中ノ郷竹町の仕事師宅二階を借りて生活していたが、その頃を振り返って「朝起きると手拭いを下げて家を出た。そして、隅田川を越して浅草公園に入り、各所の銭湯、各所の一膳めし屋、各館の映画、時には昼席の講釈、時には江川の玉乗りと、毎日そんなことで過していた」と述べている。この証言から、乱歩が当時、浅草の映画館に日常的に足を運んでいたことが明らかであり、その環境を踏まえると、この「第五プロテア」を鑑賞していた可能性は十分に考えられる。一九一七年一月から乱歩は鳥羽造船所に勤務した。同僚たちと「鳥羽おとぎ倶楽部」を結成し、鳥羽の劇場や小学校でお伽話の会を開き、造船所の雑誌「日和」の編集係となった。忙しい日常の中、映画を鑑賞できる機会は減少したと推測される。しかし一九一九年一月には辞職し再び上京。浅草オペラの後援活動に関わったことで、ふたたび浅草の大衆文化圏にも身を置くことになった。一九一八年四月には、正統版とされる「第四プロテア」も公開されている。前述のように、正統版「第五プロテア」が日本で公開されたかどうかは不明である。

さらに、乱歩は随筆で、「プロテア時代の魅力ある絵看板も禁ぜられているし」と記しているが、これは一九一七年七月に警視庁が公布した「活動写真工業取締規則」による絵看板の規制

ま 江戸川乱歩「活弁志願記」『人世』一九五一年一月。

を指すと考えられる。それを考えると、一九一七年以前を「プロテア時代」と呼んだ可能性が高い。この記述と上述の年譜を合わせると、乱歩が一九一三年から一九一七年の間に上映された「プロテア」シリーズのいずれかを実際に鑑賞していた可能性が高いと推測できる。

以上のように、乱歩の生活史と公開時期を照合すると、少なくとも一九一三年から一九一七年にかけて上映された「プロテア」シリーズを鑑賞していた可能性が高いと推測される。

つまり、日本で上映された「プロテア」シリーズのうち、正統版「第四プロテア」を除く作品は乱歩が鑑賞することが可能な生活を送っていたことになる。では、それらのうち、どれを見たのかという点についてそれ以上の推定はできないだろう。

実は、先に触れた「影男」の冒頭の場面はまさにその手掛かりになると考えられる。獅子に見立てられた五十男を「獅子使いの鞭」で謎の美女が痛めつける場面から本作は始まる。この美女が「女賊映画の主人公プロテアのような姿」で「プロテアの顔」を持ち、「プロテアの美女」と呼ばれているのだが、エクレール社の映画「プロテア」シリーズでプロテアが獅子使いに変装する場面を持つ作品が一つある。「プロテア」の第一作目がそれである。

「プロテア」第一作をもとにした小説版『探偵活劇プロテア』では、この場面は次のように描かれている。

ま 江戸川乱歩「影男」『面白倶楽部』一九五五年一月〜二月。

「イールや、困ったことには、お金が少し足らなくなつたが、何うしたらいいだらう。」

「旅費を造るため、此先の町へ、明日到着たら興行をはじめたらいいでせう」

「ナル程、それもいゝね、そんなら、其手配を頼むよ。」  
とプロテアは、獅子使ひと変装して。

■大胆にも一本の鞭を振つて――

――老たる獅子を巧みに操り■  
通過せる、町々村々を疑はれることなく、国境付近の某村落まで、漸く近づいた。

この後、プロテアはこのライオンを自分の部屋に番兵として入れることで敵方から逃げおおせることになる。

獅子使いの鞭を持つ場面は、小説版では短く書かれているのみだが、一九九八年に作成された修復版にも映像として含まれており、檻の中でプロテアが獅子使いとして鞭を持ってライオンに対峙しているスリリングな場面が数十秒にわたって映っている。

「影男」では、「三葉三四郎」が編纂した「世界映画史」の口絵写真にある、今から四十年前に大人気を博した女賊映画の主人公プロテアのような姿の美女であった」とあり、文献に掲載された写真を参考に乱歩が「プロテア」の姿を思い浮かべた

「平山雄一」註釈『江戸川乱歩全集第18巻 月と手袋』光文

ことを想像させるが、全集の注釈<sup>5)</sup>によれば、三葉三四郎という映画評論家は実在せず双葉十三郎のもじりとされ、「双葉に「世界映画史」という著書は見当たらない」ということなので、これは乱歩が文献を参照したのではなく、自身の「プロテア」鑑賞の記憶によって虚構の書物を設定したものである。

このことから、乱歩は少なくとも「プロテア」の第一作は見ていると考えられる。他方で、第二作目以降については鑑賞したかどうかについて明確な根拠は指摘できない。後年、大きな影響を受けたことを語っていることから、いくつかについては見ていても不思議ではない。

三、映画「プロテア」と小説「黒蜥蜴」の比較と検討

(一)「プロテア」における物語構造と主人公像

本章では、こうした乱歩の「プロテア」受容が後年の乱歩の創作にいかなる影響を及ぼしたかを検討していく。

映画「プロテア」は、当時の広告や映画雑誌において「探偵活劇」として紹介されていた作品である。「探偵活劇」とは、探偵を主人公とし、推理のみならず身体的行動や冒険を通じて物語が展開されるジャンルを指す。主人公プロテアは、政府の命を受けて活動する国事探偵として描かれ、敵国の追跡や陰謀をかわしながら任務を遂行していく。その物語は、追跡、潜入、変装といった要素を軸に、連続的かつスピーディーに展開される構成をとっている。

社、二〇〇四年

本作において特に注目すべき点は、主人公が女性であるにもかかわらず、男性探偵と同等、あるいはそれ以上に能動的な役割を担っている点である。プロテアは屋根を飛び越え、壁を伝い、潜水や体操、アクロバットといった高度な身体能力を駆使して行動する存在として描かれる。実際、当時の観客の記憶においても、「若く美しき女探偵が、スペツシャルに真黒い海水服の従妹見たいのへ全身を惜しみなく包んで屋根を飛んで廻」<sup>20</sup>り、「機械体操（まま）の場面があつて、ぐるぐる大車輪をやつたあと、鉄棒の上ののつかつて股ひろげて、こつちを見ながらにっこり笑う」<sup>21</sup>と姿が印象に残つたようだ。こうしたアクロバティックな演出は、物語進行のための装置にとどまらず、「動く女性の身体」そのものを見世物として提示する効果を持っていたと考えられる。

プロテアの人物像は、女探偵・女賊・女間諜といった複数の役割を自在に横断する存在として構築されている。彼女は常に男性を出し抜き、欺き、操る立場にあり、物語の主導権を男性側に委

<sup>20</sup> 正岡蓉、柳家金語楼『漫談的なそして余りに漫談的な人を喰つてる話』田中書房、一九三〇年。

<sup>21</sup> 植草甚一『対談植草甚一』晶文社、一九七九年七月。

<sup>22</sup> ベント 勇亮ヘンリー「新時代の日本女性」という虚像―海野十三と敗戦直後の女性探偵・蜂矢風子―『早稲田大学大学院文学研究科紀要』二〇二五年三月。

<sup>23</sup> 『プロテア』なんていうのは、女どろぼうですね。それが全身真っ裸に、全部黒いタイツなのか、黒い布地を引っつけて、黒い体の女になって入ってくるんです。トカゲみたいなもんですね。屋根から入ったり煙突から入ったりして悪いことし

ねることはない。また、彼女は男性の手下を一人従えて行動するが、その人物はあくまで補佐的役割にとどまり、指示を与え、判断を下すのは常にプロテア自身である。この構図は、当時の一般的な男女関係の力学を反転させるものであり、観客に新鮮な驚きを与えたと考えられる。戦後になつても、女性探偵が男性以上には活躍できないのが当たり前のものとして描かれていたこと<sup>24</sup>を考えると本作のこうした新鮮さが長く記憶されるものになつたのも頷ける。

さらに、プロテアの身体表象も重要な特徴である。彼女が身にまとう黒いタイツは、身体に密着することで肉体の輪郭を強調し、遠目には裸身のように見える錯覚を生み出す。この装いは、露骨な裸体表現が制限されていた時代において、極めてエロティックな視覚効果を発揮するものであった<sup>25</sup>。また、変装によつて男にも女にも姿を変えるプロテアの存在は、性別の境界そのものを流れていくんですね。面白けれども、どこが面白いかわくのはエロティックなんです。全部真っ黒にして、裸体の黒い女が歩いているみたいな感じなんです（淀川長治『淀川長治映画塾』講談社、一九九五年二月）、『プロテア』なる映画で、ジョセット・アンドリオが、全身びつたり黒いタイツを着こんだ、いともすさまじいカアヴを露出し、臨終まぎわのお爺さんから小学校へ入りたての少年まで興奮させた（双葉十三郎『ハリウッドの内幕 女優デカメロン』鱒書房、一九五五年）など。

動化させ、女性でありながら男性的役割を担うという越境性を際立たせている。

このように「プロテア」は、探偵活劇というジャンルの枠組みの中で、女性の身体能力と視覚的魅力、そしてジェンダー規範の反転を同時に提示する作品である。プロテアは単なる物語上の登場人物ではなく、アクロバティックな動作とエロティックな身体表象を通じて、観客の視線を強く支配する存在として成立しているのである。

## (二) 乱歩の「プロテア」像

前章では、映画「プロテア」における物語構造と主人公像について考察した。本章では視点を転じ、江戸川乱歩の作品および随筆に現れる「プロテア」への言及を手がかりとして、乱歩にとつてのプロテア像がいかなるものであったのかを明らかにする。

乱歩の作品や随筆において言及される「プロテア」は、物語の細部や筋立てが具体的に語られることは少なく、むしろ姿や雰囲気、そして身体的印象として反復的に想起されている点に大きな特徴がある。

その象徴的な要素の一つが、黒を基調とした服装である。二章でも触れた通り、乱歩作品中では、「昔活動写真で見た、女賊プロテアのように、真黒なシャツを着たかったですけれど」<sup>23</sup>といった表現が見られるほか、「その夜は黒っぽい洋装だったので、一層

西洋女刺客の感じがした。わたしは少年時代にみた連続映画の女賊プロテアを思い出していた」<sup>24</sup>と記されている。これらの記述から、乱歩にとってプロテアは、黒い装いを身にまとった女賊、あるいは女刺客として強く印象づけられていた存在であったことがうかがえる。

同時に、乱歩の中のプロテアは美女として想起される存在でもある。乱歩はプロテアについて、「今から四十年前に大人気を博した女賊映画の主人公プロテアのような姿の美女であった」「その胸の上に、恰好のよい長い首と、プロテアの顔がついていた」「プロテアの美女は、横倒しになった醜悪なけだものを見おろして、嫣然と笑った」<sup>25</sup>と表現している。このような描写からは、乱歩の中で「プロテア」の「美しい身体」「美しい顔」という視覚的印象が強かったことが伺える。

このように、江戸川乱歩にとつて「プロテア」とは、主として視覚的印象によって想起される存在であった。乱歩にとつてのプロテアとは、何よりもまず「黒い服を着た美女」というイメージを核として形成された存在であった。

## (三) 「プロテア」と「黒蜥蜴」の共通点

これまで、映画「プロテア」および江戸川乱歩作品におけるプロテア像を検討してきた。では、「プロテア」の影響を最も強く受けた江戸川乱歩の作品は何なのだろうか。それは一九三四年の

<sup>23</sup> 江戸川乱歩「屋根裏の散歩者」『新青年』一九二五年八月。

<sup>24</sup> 江戸川乱歩「二人の探偵小説家」(のち、「空気男」と改題)

<sup>25</sup> 『写真報知』一九二六年一月五日〜二月一日。

<sup>26</sup> 江戸川乱歩「影男」『面白倶楽部』一九五五年一月〜二月。

「黒蜥蜴」なのではないかというのが本稿の主張である。映画「プロテア」と江戸川乱歩の「黒蜥蜴」には、時代や媒体の差異を超えて共通する女性像の特徴が認められる。

一つ目の共通点は、両者とも「黒い服を着た美しい女賊像」であることだ。前章で述べた通り、乱歩の「プロテア」像には「黒い服を着た美女」というイメージがある。この特徴が、「黒蜥蜴」にもそのまま現れている。

黒蜥蜴の初登場場面では、「まつ黒なイヴニング・ドレスに、真黒な帽子、真黒な手袋、真黒な靴下、真黒な靴、黒づくめの中に、輝くばかりの美貌」と描写され、黒一色の装いと際立った美しさが強調されている。

さらに作中では、黒蜥蜴は「黒天使」「黒衣婦人」など、「黒」を基調とする三人称表現によって呼ばれ、その存在は色彩イメージの面でも一貫している。また、「美しい婦人」「美しい女」「目ざめるばかり美しい黒天使」といったように、彼女が「美しい女性」として造形されていることは明らかである。

二つ目の黒蜥蜴とプロテアにおける共通点は、両者とも「男性の自分を従えている」という点である。「黒蜥蜴」には、男性の従者・雨宮潤一が登場する。雨宮は恋人と恋敵を殺害した後、その罪を黒蜥蜴に隠蔽してもらった場面で登場し、以後、彼女の側近として行動する。雨宮と黒蜥蜴はその一年ほど前からの知己であり、黒蜥蜴は雨宮を「恩人」と呼んでいる。

「プロテア」では、第一プロテアに「イール」、第二プロテアに「トムミー」、第三・第四プロテアに「テディ」という男性の忠僕が登場する(第五プロテアについては不詳)。彼らはいずれも作中

でプロテアを助け、任務遂行を補佐する存在として描かれている。第一作目「プロテア」に登場したイールも「黒蜥蜴」の雨宮と同じように、元来は監獄に収監されていた人物であり、プロテアは任務遂行のために彼を釈放させ、自身の手下として用いる。このように、罪によって社会的に追い詰められた男性を救済し、忠実な協力者として従えるという関係性の構図は、「プロテア」と「黒蜥蜴」の双方に共通していると言える。先に述べたように、乱歩は第一作目「プロテア」を観た可能性が高いと考えられることから、この第一作目「プロテア」内のイールの設定が、「黒蜥蜴」における雨宮潤一の造形に影響を与えた可能性は十分に想定できる。すなわち、強い主導権を持つ女賊と、救済されることで彼女に従属する男性という関係性は、映画「プロテア」において形成された構図が、乱歩作品の中で再構成されたものと捉えることができる。

次に、両者とも「変装」に長けているという点も共通している。変装という設定は、「プロテア」および「黒蜥蜴」の両作品において、物語を成立させる上で重要な役割を果たしている。両者はいずれも性別や年齢にとらわれず、老若男女さまざまな人物に変装する能力を持つ。黒蜥蜴はその卓越した変装技術から、「男装の麗人」や「魔術師」と称される存在として描かれている。

さらに、両者の名称に付与されたモチーフも、変装・変身という性質を象徴している。「プロテア」という名は、変身の術に長けたギリシャ神話の神プロテウス(プロテアス)に由来するとされている。一方、「黒蜥蜴」におけるトカゲも、擬態によって周りの目を欺く特徴で知られる生物である。

最後に、「プロテア」第一作目と「影男」に登場した「獅子使い」に似た場面が、「黒蜥蜴」においても確認することができる。それは、「黒蜥蜴」の中盤で、黒蜥蜴が早苗を連れて、自身の「美術品」を紹介するシーンで登場する。黒蜥蜴は美術品の中に「ピチピチと生きて動いているもの」があるという。その場面は以下のよう

太い鉄棒の獅子か虎の檻のようなものがあつて、その中に、赤々と燃える電気ストーヴと一緒に、一人の人類が閉じ込められているのだ。

それは日本人であつたが、Tという映画俳優によく似た、二十四五歳の水際立つた美少年。それがすつきりと均整のとれた肉体を丸裸にされて、一匹の美しい野獣のように、檻の中に入られている。

黒蜥蜴は美青年を檻に入れ、あばれている美少年を見て楽しんでいる。このようなサディスティックな要素はプロテア自身の性質には認められないものの、「プロテア」第一作で獅子使いの鞭をもって檻の中の獅子と対峙している場面のプロテア扮する獅子使いには見てとることができる。第二章で触れた「影男」に登場した「獅子使いの鞭」を使う「プロテアの美女」も同様のモチーフであった。「影男」の連載は一九五五年に始まり、「黒蜥蜴」よりも後の作品である。「影男」の「プロテアの美女」は「毒婦」的な登場人物だが、『黒蜥蜴』で変容させた「プロテア」像を投影させたのではないだろうか。

そして最後に指摘したいのが、映画「プロテア」におけるダンスの場面と、「黒蜥蜴」冒頭に描かれる「宝石踊り」との共通性である。映画「プロテア」におけるダンス・シーンは、第二作目の「プロテア続編」において確認されている。現時点では、乱歩が「プロテア続編」を実際に鑑賞したかどうかは明らかではないものの、当時の観客に強い印象を残した場面であることから、関連するイメージとして言及しておく必要がある。「黒蜥蜴」の「宝石踊り」のシーンは以下のである。

「黒天使、いつもの宝石踊りを所望します！」  
だれかが口を切ると、ワーツというドヨメキ、そして一せいの拍手。片隅のバンドが音楽を始めた。わいせつなサクソフォンが、異様に人々の耳をくすぐった。

人々の円陣の中央には、もう宝石踊りが始まっていた。黒天使は今や白天使と変じた。彼女の美しく上気した全肉体をおおうものは、二筋の大粒な首飾りと、見事な翡翠ひすいの耳飾りと、無数のダイヤモンドをちりばめた左右の腕環と、三箇の指環のほかには、一本の糸、一枚の布切れさえもなかった。

彼女は今、チカチカと光りかがやく、桃色の一肉塊にすぎなかった。それが肩をゆすり、足をあげて、エジプト宮廷の、なまめかしき舞踊を、たくみにも踊りつづけているのだ。

この場面では、黒蜥蜴が宝石のみを身にまとい、ほとんど裸体に近い姿で舞踊を披露する様子が描かれており、その描写はきわめて官能的である。

一方、「プロテア」のダンスについては、一九二五年一月『キネマ・レコード』<sup>52</sup>に次のような感想がある。

ダンスの入った映画 私は箱の中にダンスの加へられた写真を見るのを好みます。プロテアの美しいダンス!!!本誌十四號を見るにつけ思出しなりました、何といふ華やかな人を引き寄せるダンスではありませんでしたか、

また、同年二月の『キネマ・レコード』<sup>53</sup>でも次のような感想がある。

夢の如きダンス 暗黒なる背景の前に青白い光を浴びつゝ石膏細工の様にたつた。遊女の雪の肌。軽衣羅袖を纏ひ葡萄の眸に薔薇の頬に微笑みを浮べて夢想的なダンスを演じた。と思ふ間に死出の族路の如く迷宮の中から洩れ出づるヴァイオリンの音につれて星に見まがふ乙女は思ひのまゝに金髪を漂馳せて花瓣の飛散するかのような艶麗なる舞を舞つて風の様に去つた……斯うして幾度も幾度も内感的且つ神秘的な舞踏は繰り返されたのである。私の未だに忘れることの出来ない「プロテア」中のダンスは即ち斯うしたシーンでした。

<sup>52</sup> 小林琴月「読者欄」『キネマ・レコード』四(一九)、一九二五年一月  
<sup>53</sup> 姿夏子「読者欄」『キネマ・レコード』四(二〇)、一九二五年二月

これらの感想から、第二作目「プロテア続編」において、プロテアが「軽衣羅袖を纏ひ」「夢想的なダンス」を舞ったことがうかがえる。また同誌の『キネマ・レコード』<sup>54</sup>の「プロテア編続」という欄で、「殊に四巻目の美しいダンスの場面(但此場の最も幻感的の美しい處は肉感的に渉るの由にて観客には見せられてゐない即警察で許可されないのである)」とあり、肉感的な場面だったことから、規制さえかけられていたことがわかる。

以上の資料から、「黒蜥蜴」と「プロテア」には、ともに舞踊を通じて女性の身体性を強調するという共通したイメージが存在していることが確認できる。両者のダンスはいずれも、幻想性と官能性を併せ持ち、観客や読者の視線を女性の肉体へと強く誘導する。もし乱歩が、映画「プロテア」におけるダンスの印象を踏まえて「黒蜥蜴」冒頭の「寶石踊り」を構想したとするならば、乱歩が第二作目の「プロテア続編」を鑑賞していた可能性も低くないと考えられる。この点については断定を避ける必要があるものの、少なくとも「プロテア」におけるエロティックな舞踊のイメージが、「黒蜥蜴」の身体描写に影響を与えた可能性は十分に考えられる。

<sup>54</sup> 「プロテア編続」『キネマ・レコード』三(一四)、一九二四年八月

本章では、映画「プロテア」および江戸川乱歩の「黒蜥蜴」に共通する人物造形の特徴や物語の特徴を整理した。その結果、「プロテア」と「黒蜥蜴」は人物的特徴や物語で使われたモチーフにおいて幾つかの共通点を挙げる事ができた。これらの特徴は単なる偶然の一致とは考えにくく、乱歩が「プロテア」という人物像から受けた強い印象を、「黒蜥蜴」において独自に再構成した結果として捉えることができるだろう。

#### おわりに

以上、本論では、映画「プロテア」と江戸川乱歩「黒蜥蜴」の間に見られる人物像や表象の共通性を手がかりに、両者の関係性について検討してきた。ここで改めて問われるのは、仮に乱歩が映画「プロテア」から影響を受けていたとすれば、なぜそれが一九三四年という時代に「黒蜥蜴」として再構成されたのか、という点である。

「黒蜥蜴」が発表された一九三〇年代前半の日本は、昭和恐慌以降の深刻な社会不安を背景に、満州事変や五・一五事件、一九三三年の社会主義大弾圧を経て、国家主義的・軍国主義的な価値観が急速に浸透していった時代であった。文学や大衆娯楽においても、国家秩序や社会規範に奉仕する人物像が求められ、そこから逸脱する存在は次第に否定的に扱われる傾向が強まりつつあった。このような時代状況を踏まえると、映画「プロテア」に描

かれた主人公像は、きわめて時代と親和的なものであったと言える。プロテアはしばしば「女賊」と形容されながらも、その実態は国家の命を受けて活動する国事探偵であり、敵国と対峙する存在として描かれている。その人物像は、軍事国家化が進む一九三〇年代の日本社会において、本来であれば肯定的に受容されやすいモデルであったと考えられる。

しかし、「黒蜥蜴」において乱歩が描いたのは、国家や社会秩序に奉仕する女賊ではなかった。黒蜥蜴は国家的正義を体現する存在ではなく、社会秩序の外部に立ちながら、独自の美学と欲望に基づいて行動する犯罪者として造形されている。しかもその魅力は、秩序を象徴する探偵である明智小五郎でさえ惹きつけてしまうほどであり、国家主義的価値観の高まりとは明確に異なる方向性を示している。

乱歩は一九二〇年代後半から、「陰獣」<sup>88</sup>や「芋虫」<sup>89</sup>に代表されるように、猟奇性やエロティシズムを通して、社会規範や倫理の不安定さを描き出してきた。とりわけ「芋虫」が後年発禁処分を受けた事実は、乱歩の表現が当時の国家的価値観と強く緊張関係にあったことを示している。「黒蜥蜴」もまた、エログロナンセンス的要素を備えつつ、国家や秩序に回収されない人物像を提示する作品として位置づけることができる。

したがって、もし乱歩が映画「プロテア」に強い印象を受けていたと仮定するならば、「黒蜥蜴」における人物像の変容は、単な

<sup>88</sup> 江戸川乱歩「陰獣」『新青年』一九二八年八月〜十一月。

<sup>89</sup> 江戸川乱歩「悪夢」(のち、「芋虫」と改題)『新青年』一九二

九年一月一日。

る翻案や模倣ではなく、時代が要請する「国家に奉仕するヒーロー像」から距離をとり、反転するものとして理解することが可能であろう。国家主義的価値観が強まる一九三〇年代という歴史的な脈のなかで、乱歩はあえて秩序の外部に立つ女賊を魅力的に描くことで、国家的な正義とは異なる価値のあり方を提示しようとしたのではないだろうか。

江戸川乱歩の「黒蜥蜴」は、一九六二年に三島由紀夫によって戯曲化されたことを契機に、乱歩作品の中でも後世に大きな影響を与えた代表的な作品である。その後、三島版の戯曲は映画化されるなど、時代やメディアを越えて展開していった。近年では、シンガーソングライターの吉澤嘉代子が三島版「黒蜥蜴」を原型とした楽曲「シーラカンス通り」を発表している。このように「黒蜥蜴」は、映画「プロテア」を起点として小説、戯曲、映画、さらには現代音楽へと姿を変えながら受け継がれてきた作品であり、時代やメディアを超えて反復・再創造されることで、その魅力を更新し続けている。



## 2025 年度卒業論文等テーマ一覧 /List of undergraduate final project themes

卒業論文等テーマ	学生氏名	指導教員名	
中国 Bilibili 動画における二次創作と企業との協働 ～ゲーム企業 miHoYo の例を中心に	チャン イーゼ	藤本 由香里	
K-POP韓国ファンフィク（二次創作）の歴史と特徴	カン ナヨン		
TSMC とサムソンとの半導体事業の比較研究 ～なぜ TSMC はファウンドリーで競争優位に立ったのか～	アン グンジン	呉 在垣	
OTT 時代における映画業界の今後	菊地 晃史郎		
株式会社アイスタイルが運営する@ COSME 独自の DB × EC ×リアル店舗の 経営戦略	菅 千年星		
フィットネス市場の進化と企業の戦略	榎本 由伸		
東南アジアの紙おむつ・生理用品市場における日系企業の競争優位 ～ユニ・チャームの「日本品質×現地化」戦略に着目して～	藤田 ありさ		
製菓業界における MR 不要論の台頭とその妥当性について	野村 俊輔		
アメリカ発の Coca-Cola 社が日本の缶コーヒー市場でなぜシェアトップになれ たのか～ブランド戦略とその成功要因～	樋口 彩花		
香水ブランドのマーケティング手法	浦山 遥花		
なぜ不便なフィルムカメラ『写ルンです』の人气が再熱しているのか	谷口 響		
SHEIN の競争優位はどこから生まれるのか	リク ショウショウ		
SNS を利用したブランド戦略～T i kT o k とインフルエンサー P R～	石黒 友実子		
CHATGPT による業務改革～三菱 UFJ の事例～	高橋 芽生奈		
国籍別にみる訪日外国人観光客の行動特性	長沼 和奏		
学習塾は少子化時代においてどの様に生き残っていくのか	細谷 一真		
外資系ホテルのブランド戦略～外資系ホテルは日系ホテルと比較して、どの ように競争優位を形成してきたのか～	金沢 にいな		
日韓アイドル産業におけるファンダムプラットフォーム戦略の比較分析	平田 理子		小野 雅琴
テレビ CM におけるエンドーサータイプの違いが広告効果に与える影響	高橋 佳乃子		
和文装飾フォントが印刷広告の態度形成に与える影響	石川 真衣		
物語型広告に対する共感が広告態度に与える影響	霜田 結花		
スマートフォンにおけるデバイスの使用場所が消費者反応に及ぼす影響	美濱 帆人		
動画広告における縦型・横型の画面比率と被写体の視覚的距離による効果の 違い	黒田 紗羽		
購買対象の種類による個人的要因および社会的要因の重視度の差異	奥本 菜名		
時間表現の強弱が消費者の購買意図に与える影響	宮田 ひなの		
定額動画配信サービスにおける金銭的コストの知覚が e コミに与える影響	石橋 龍樹		
業界特性とリポジショニング戦略における適合性－実証研究による戦略選択 の決定要因分析－	岡越 海香		
広告における AI エンドーサーの写実性水準と製品タイプが広告好意度に及ぼ す影響	山本 彩乃		
一緒にやることで見えてくること——ひらかれたアートベース・リサーチの 実践	本吉 美帆	岸 磨貴子	
アートを媒介としたまちと人との関係性の探究	土屋 志恵留		
ネパール人保育園教師を対象としたフォトエリシテーションによる省察実践 の研究	佐藤 遥香		
まち歩きと音環境を通じた地域理解の再構築	鈴木 彩心		
音を手がかりとしたまち歩きによる地域への認識の変容	花咲 ひなた		
「音」から色と形で地域を編み直す—中野を歩くアートベース・リサーチ実践 による地域の捉え直し—	岡部 美鈴		
食をつくる経験から世界の文化に触れる学びの実践	山本 佳奈		
スライムづくりから生まれることば：子どもの動機づけと意味生成に着目して	小野 玲央		

卒業論文等テーマ	学生氏名	指導教員名
鑑賞における対話がひらく自己と他者の関係性—対話的アート鑑賞を通して	矢木 穂乃果	岸 磨貴子
描くことで立ち現れる自己像—ファッションメイク・ドローイングによるABR実践—	松田 紗優果	
遊びを通じた特権への気づきを促す教育実践—高校生向けボードゲーム型ワークショップの開発と評価—	山口 涼介	
表現ツールとしての対話型ボードゲームによる無意識のバイアスの探究	緑川 怜	
詩と写真を用いたウォーキング・エスノグラフィーの表現と意味生成	徳永 和香	
フォーラムシアターを通じた異文化体験の探究—南カリフォルニア大学の学生との共同実践を通して	南條 絢音	
高等教育のゼミにおけるアートベース・リサーチ実践の意義と可能性	福留 颯	
フォトボイスを媒介とした異文化間の意味生成プロセス—エジプトの学生との協働実践を通して—	丸橋 恵那	
フォトボイス展示がもたらす〈見ること〉の変容—シリア・アレッポ大学の学生との実践研究—	南井 里穂	
デジタル社会における「見られる」体感がウェルビーイング認識に与える影響—インスタレーションを通して—	KIM YOOCHA	
援農ボランティア活動の魅力は何か—伊方町援農ボランティア・喜久屋プロジェクトを事例に—	西田 起菜	佐藤 郁
なぜゲストはキャストに道を尋ねるのか？—アンケート調査に見るゲストの情報探索行動の分析—	小川 幸輝	
チェジュ島で外国人観光客が増加した背景とは？—独自の観光政策に着目して—	糠信 美希	
神奈川県湯河原町における民間主導のまちづくり—湯河原の独自性と由布院温泉の事例より—	角館 颯一郎	
なぜ「峠の釜めし」はロングセラー駅弁となったのか—新聞メディアにおける語られ方の変遷と荻野屋の販売戦略から探る—	大塩 彩加	
日本におけるコンセプション方式による空港運営の現状と課題—阿蘇くまもと空港を事例に—	川崎 慧	
長崎県長崎市さしみシティ推進事業の現状と課題—持続可能な観光まちづくりの視点から考える—	小西 杏果	
神奈川県横浜市における東海道宿場跡の課題と可能性—横浜市神奈川宿と静岡市丸子宿の比較を通じて—	吉川 宏太	
静岡県沼津市「沼津まちあるきスタンプ」の発展過程と今後の展望—設置店舗とファン意識の分析から—	澁澤 瑠花	
埼玉県荒川東地域の酒造のプロモーションの特徴はなにか—酒造の取り組みとパンフレットの分析—	秀岡 彩音	
千里浜なぎさドライブウェイではどのようにして車両が走行できる砂浜を保全してきたのか—保全の歴史的な流れに着目して—	齊藤 高弥	
旅行ガイドブックにみる観光情報の構成とその変容—「地球の歩き方パリ&近郊の町」10年間の比較から探る—	松田 莉桜乃	
宇都宮市と浜松市の「餃子のまち」としてのプロモーション方法の違い—両市が発行する観光パンフレットの比較を通じて—	沖倉 ひより	
青森ねぶた祭りにおける保存・伝承の特徴—ねぶたの家ワ・ラッセの資料展示物の分析から—	金田 美祐	
ペルーナドームを利用した地域誘客は実現できるか—所沢市の周遊観光における拠点として機能する可能性を探る—	津坂 恭真	
なぜ日本ではジェンダー平等が進まないのか—スウェーデンとの比較からの示唆	伊藤 羽奈	
スウェーデンの移民政策-労働による移民統合について	大関 渚	
なぜスウェーデン人は自己肯定感が高いのか	宍戸 愛	

卒業論文等テーマ	学生氏名	指導教員名
国民意識と制度が、スウェーデンの民間防衛参加と戦う意志に与える影響	田中 啓太	鈴木 賢志
スウェーデンから学ぶメディアリテラシー教育	戸田 万貴	
日本とスウェーデンの国家ブランド戦略	山本 健	
『スウェーデン流 夢を描ける子どもの脳の育て方』講演会を通して	小澤 美妃	
	長山 倫子	
	能川 里奈	
	三井 彩加	
	南川 あずさ	
北欧×日本インタビュー —多様な分野の当事者が語る北欧からみる日本と日本からみる北欧の実像—	王 雅美	
	鈴木 芹里乃	
	中村 亮太	
	南川 あずさ	
	米田 裕哉	
政治をもっと身近なものに ～高校における授業実践からの学び～	植村 崇由	
	上村 健太	
	山下 千尋	
日本から見た北欧の魅力 ～万博アンケート・インタビュー・ムーミンから読み解く	菊池 美羽	
	嶋田 未来	
	本林 愛梨	
未来の働き方の模索： ワークライフインテグレーションの可能性	吉濱 花小里	
	荒川 七海	
	井手 満菜	
	伊藤 翔凜	
	今井 幹太	
	金子レイチエル奈々	
	坂口 翔竜	
	仲間 侑大	
	成清 大輝	
山口 彩華		
日本におけるアイスホッケーの普及に向けた方策 —大学およびプロチームの現状と課題解決の提案—	倉田 泰	戸田 裕美子
選手移籍の分類から見るクラブの経営戦略—欧州クラブの移籍動向に基づく理論的検討—	小林 克海	
The Japan - US Military Alliance: Current Issues and Prospects	TERADA TAISEI	Svetlana Vassiliouk (ヴァシリョーク・スヴェトラーナ)
The Legacy of the Fukuda Doctrine: The Role of Japan's ODA in Strengthening Japan-ASEAN Relations	KAKINUMA MAIKA	
Evaluation of Human Exchanges between Japan and China in the Field of Higher Education	YOKOCHI HARU	
Japan-India Joint Economic Security Policies in Addressing China's Challenge in the IPR	MATSUI HINANO	
Analysis of Japan's ODA to China in 1979-2022 and Its Impact on Japan-China Ties	TERADA MASAHIRO	
The Issue of the Unit 731 Atrocities and Its Post-war Settlement in Japan's Relations with China	KOSHINO SHUTA	
The Abe Administration's Policy in Addressing Security Concerns in the Indo-Pacific Region under the FOIP Framework	HIRAKI CHIHIRO	
The Assessment of the "Nanjing Incident" Controversy and Its Impact on Japan-China Relations since the 2000s	YANG TIANYI	

卒業論文等テーマ	学生氏名	指導教員名
江戸川乱歩「黒蜥蜴」と映画「プロテア」	藤田 陽梨	小谷 瑛輔
文芸誌『ファウスト』の再定義—ジャンル分類を超える自己記述分析—	北山 智也	
食事および睡眠の質と、アスリートのパフォーマンスの関係性	金丸 英里奈	長尾 進
踏み込み動作から考える警察剣道と膝障害予防	竹町 知聡	
サッカーのテクノロジー化についての是非、およびスポーツ観戦のバリアフリー化	永井 稜大	美濃部 仁
現代中国社会における「ハウハイズ（好孩子）」の諸側面—時間・空間・主体の相互作用に着目して—	AN XIRONG	
自覚としての価値研究—西田幾多郎『善の研究』を手がかりに	田中 達博	
Elle Teresa から考える日本語ラップのアイデンティティ形成	田中 悠大	
サミュエル・パティ事件を手がかりに考えるフランスのライシテと公教育における宗教的対話の可能性	張 梨穂	
純粹経験と批評の言葉：論理以前の出来事をいかに語るか	中村 彩花	
自己形成と実存における自由との関係性	平本 理子	田中 牧郎
『多情多恨』の語りを見る、言文一致期文学における人称の意識とその表現方法	中村 彩花	
映画『Paddignton』の字幕翻訳	大熊 杏実	大須賀 直子
映画『My Intern』の字幕翻訳	奥村 涼香	
映画『Pan』の字幕翻訳	垣沼 真理子	
映画『Ruddy』の字幕翻訳	亀田 篤樹	
映画『I Feel Pretty』の字幕翻訳	唐 穂香	
映画『Catch Me If You Can』の字幕翻訳	工藤 野乃香	
映画『Wonder』の字幕翻訳	佐々木 美羽	
本『The Speck on the Lens』の翻訳	芹野 陽菜	
映画『The Martian』の字幕翻訳	角津 果歩	
映画『Catch Me If You Can』の字幕翻訳	椿 廉弥	
映画『Ghost』の字幕翻訳	直井 瑠那	
映画『About Time』の字幕翻訳	日比野 優衣	
映画『Thelma & Louise』の字幕翻訳	平田 小桃	
映画『My Intern』の字幕翻訳	本澤 奈波	
映画『The Greatest Showman』の字幕翻訳	水野 佳菜	
映画『Hair Spray』の字幕翻訳	森川 結月	
映画『If』の字幕翻訳	山田 帆花	
日本人 EFL 学習者における Singular They の使用傾向・態度調査と EFL 教育への示唆	橋口 愛未	廣森 友人
英語授業内における音読に対する意識とその導入法	松原 愛彩	
イメージスキーマとコーパス分析に基づく英語多義動詞の意味範疇規定	寺澤 周次郎	
日本人英語学習者におけるスピーキング能力と学習ストラテジー使用の関連	長尾 健汰	
日本人大学生の留学経験が L2 自己の変容・形成に与える影響	野村 充希	
第二言語としての英語が日本語母語話者の感情表現に与える影響	房洲 彩子	
大学生の完全主義傾向と留学に対する心理的障壁の関係性	太田 知里	
日本と海外の英語教科書におけるユーモア表現の比較分析	小川 温大	
英語スピーキング前のライティング準備が学習者の心理的不安に与える影響	立岩 百叶	
学生から見た ALT の認識と学習意欲の関連性	小山 莉歩	
女子校の環境が英語授業内不安に与える影響：共学・男子校・女子校の比較	前田 優	
大学生英語学習者における生成 AI の批判的利用と習熟度・動機づけの関連	長谷川 七海	

卒業論文等テーマ	学生氏名	指導教員名
認知的観点から分析した第二言語学習における Short 動画の有効性についての考察	加藤 優衣	廣森 友人
高校時代における最適な英検受験時期に関する研究	新明 茉鈴	
音楽ジャンル別の英語韻律特徴と英語教育への応用：ピッチ・リズム・強勢に基づく比較分析	角田 雛菊	
帰国子女の英語に対する心理的变化：英語回避から再受容のプロセス	吉田 周作	Mario Leto
Ground Zero: Nuclear Metaphors for Climate Change	Suzu Yoshida	

本号執筆者

佐野 明果寧

倉田 泰

山本 彩乃

浦澤 紗香

佐々木 杏

前田 明空

角田 雛菊

長尾 健汰

橋口 愛未

房洲 彩子

藤田 陽梨

編集委員

藤本 由香里 (編集委員長)

瀬川 裕司

美濃部 仁

大須賀 直子

酒井 信

明治大学国際日本学部学生論集 第12集 (2025)

2026年3月31日

編集責任者 明治大学国際日本学部

発行所 東京都中野区中野 4-21-1

明治大学国際日本学部

電話 (03) 5343-8034

印刷所 共立速記印刷株式会社



