アニメキャラクターの分類と女性タレントとの類似性

○太田碧¹・越智啓太²

(¹法政大学大学院人文科学研究・²法政大学文学部)

キーワード: キャラクター, メディアミックス

The classification of the anime character using correspondence analysis

Midori OTA and Keita OCHI

(¹ Graduate School of Humanities, Hosei Univ., ² Faculty of Letters, Hosei Univ.)

Key Words: Character, Mediamix

目 的

漫画や小説などが一定の経済効果を持った時、その作品の副次的作品を複数のメディアを通して展開し、ファンサービスと商品販促を拡充する手法のことをメディアミックスとよぶ。特に近年は実写化の例が多いが、その際に原作品と実写化作品との印象が異なることが作品への批判となる場合がある。そこで本研究では、魅力的なメディアミックスにつなげるため、作品の要素であるキャラクターに注目し、二次元のアニメキャラクターと三次元の女性タレントの印象を測定、それらの分類と類似性の把握を目的とする。

方 法

調査 1

参加者 都内大学のオタク系サークルに所属する男女 51 名。

手続き 質問紙調査を行った。1995 年以降にテレビアニメーションに登場したキャラクター 15 人の名前・作品名・画像を 1 ページごとに印刷した質問紙を配布し、参加者はそのキャラクターが性格や特徴をあらわす形容語 24 語にどの程度当てはまると感じるかを、あてはまる (5) - あてはまらない (1) の 5 段階尺度で評定した。評定尺度は、キャラクターを評価する際に使用されるものを調査者が選定した。

調査 2

参加者 都内大学の大学生男女 31 名。

手続き 質問紙調査を行った。近年テレビ番組や映画で露出の多い女優、女性タレント 21 人の名前・画像を 1 ページごとに印刷した質問紙を配布し、参加者はそのキャラクターが性格や特徴をあらわす形容語 24 語にどの程度当てはまると感じるかを、あてはまる (5) - あてはまらない (1) の 5 段階尺度で評定した。評定尺度は、調査 1 と同様の尺度を用いた。

結 果

アニメキャラクターと女性タレントの印象がどのように評定されているのかを検討するため、評定尺度に用いた形容語について最小二乗法、直接オブリミン回転による因子分析を行った。因子負荷量の絶対値が 0.4 未満の項目を削除して再度因子分析を行い、スクリー基準より 4 因子を抽出した。4 因子による累積説明率は 52.89% であった。第 1 因子の項目は、姉・セクシー・頼れる等の負荷量が高く「大人っぽい姉」に関する因子とした ($\alpha = .79$)。第 2 因子の項目は、優しい・清纯等の負荷量が高く「清纯派」に関する因子とした ($\alpha = .77$)。第 3 因子の項目は、活発・おてんば等の負荷量が高く「明るく元気」に関する因子とした ($\alpha = .76$)。第 4 因子の項目は、無口・病弱・等の負荷量が高く「守ってあげたい」に関する因子とした ($\alpha = .70$)。

続いて形容語、アニメキャラクター、女性タレントについてコレスポンデンス分析を行い、2 次元平面上にそれぞれをプロットした (Figure 1)。第 1 次元の + 方向には「高貴」、

“姉”などの形容語が、一方向には“幼い”、“妹”などの形容語が布置された。第 2 次元の + 方向には“優しい”などの形容語が、一方向には“ツンデレ”などの形容語が布置された。累積寄与率は 61% であった。形容語の布置から、縦軸はきついーやさしいの印象を表す軸、横軸はこどもっぽいーおとなっぽいの印象を表す軸とした。因子分析の結果も併せて、「大人っぽい姉」「明るく元気」「清纯派」「守ってあげたい」の 4 グループに分類した。

Figure 1. コレスポンデンス分析による結果のプロット。●はアニメキャラクター、○は女性タレント、×は形容語を示す。

考 察

因子分析の結果、形容語は 4 因子に分類された。キャラクターの印象は大きく分けてこれら 4 つの印象で評価、分類されることが明らかになった。

そして、コレスポンデンス分析によって 4 グループの分類がなされた。原作品のキャラクターを実写化する際には、これらの同グループの中から演じる女性タレントを選出する方法が取れそうである。また、アニメキャラクターや実際の女性タレントのみのグループは見られなかったが、全体的にアニメキャラクターは女性タレントと比較して外側にマッピングにされている。創作上のキャラクターは特性が極端に表現されることによって、キャラクターとして消費者にわかりやすいような個性が確立されているのではないだろうか。

この分析によって同グループに分類された人物同士が実際に違和感なく受け入れられるかの検討、メディアミックスにおけるキャラクターの特性や相貌などといった要因ごとの検討が今後の課題である。