

企業にとっての二次創作の有用性

田嶋ゼミナール グループB

奥山 遥翔 小笠原風太 兵藤 夏樹

八木 綾菜 吉次 遥香

【アジェンダ】

1,研究概要

二次創作のマーケティング効果のある内容について研究する。

2,現状分析

二次創作を利用する企業は多く、公式に認められている存在である。

3,先行研究

二次創作やそのマーケティング効果についての研究を調べたが、二次創作の内容と関与についての研究は見つからなかった。

4,問題意識・研究目的

どのような内容の二次創作だと関与が上がるのか明らかでないため、どのような内容の二次創作だと関与が上がるのかを明らかにする。

5,仮説1.2

- ①世界観が日常だと関与度が上がる。
- ②キャラ設定が公式だと関与度が上がる。

6,検証概要・結果

仮説1,2共に棄却。

しかし、関与度上昇とまではいかないが、親近感上昇することは支持された。

7,学術的・実務的インプリケーション

全ての二次創作にプロモーション効果があるわけではない。
公式×日常のイラストを募ることでキャラクターの親近感上昇が見込まれる。

8,参考文献・URL

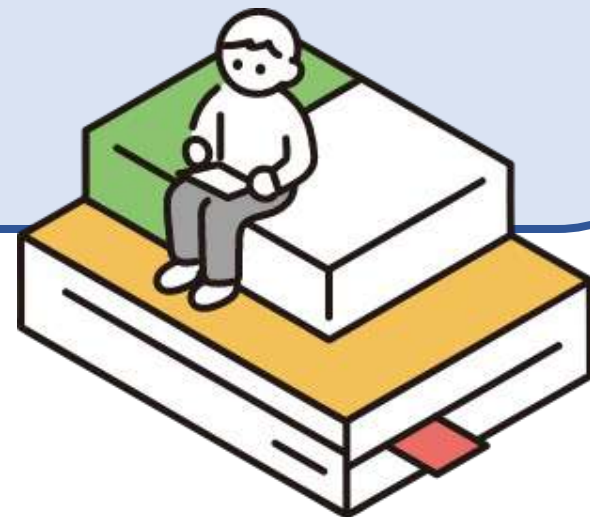
【研究概要】

近年、インターネットの普及によりSNSに気軽に二次創作を投稿することが可能になった結果、二次創作文化はより身近なものになりつつある。

本研究では、二次創作の内容に着目し、どのような内容の二次創作がマーケティングにおいて有効であるかを研究する。

【現状分析 1】 二次創作とは

「原点となるものの世界観や登場人物を
借りて創作した創作物」 （小山 2013）



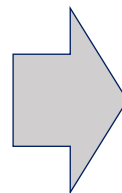
【現状分析 1】 二次創作とは

・ SPY × FAMILYの場合 . . .

公式



画像出典：ABEMA TIMESより



二次創作イメージ

(カラオケに行っているアーニャのイラスト図)

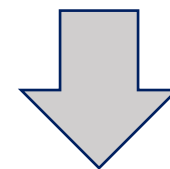


画像出典：HUFFPOSTより

【現状分析 1】 二次創作とは

・ 二次創作の実例

Twitter上で1.8万リツイート8.2万いいね
(12/2現在)



公式ではないが、
SNSで大きな反響を得ている



【現状分析 1】 二次創作とは

・ 二次創作の分類

まとめ・切り抜き



夢小説



イラスト



コスプレ



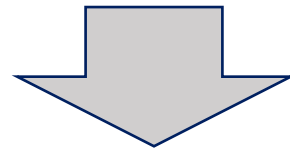
考察



二次創作は多数の種類が存在！

【現状分析 2】 二次創作の題材の絞り込み

- 先行研究のほとんどがイラストや同人誌を対象にしている研究が多い！
- SNSなどで挙げられている二次創作はイラストが多い！
- 二次創作の内容とマーケティングについての研究はまだない為、まずは分かりやすいイラストの分野から研究



本研究ではイラストに絞る

【現状分析 2】 企業の二次創作の活用例①

大賞
尾田栄一郎先生直筆サイン色紙を進呈!

ワンピースの活用例

・ ウソップギャラリー海賊団

→コミックス巻末にて募集している読者（一般人）によるイラストを膨大な量の、応募数の中から著者が選出しているもの。

他にも・・・

集英社でジャンプ世界イラストコンテストが
開催されている！

ぶつかり合う信念
wr さん

【現状分析 2】企業の二次創作の活用例②

原神の活用例

総ダウンロード数：約1億1500万回の人気ゲーム

総応募件数

～ 1565件 ～

⇒ ゲーム企業も積極的に活用！



画像出典：pixiv 「原神」 イラストコンテスト 第一弾より

【現状分析 2】 企業の二次創作の活用例③

雪印の活用例



雪印コーヒーのパッケージを
擬人化したイラストを募集し、
パッケージに採用



ロングセラーゆえ購入者層が高齢化していた



若者層の獲得に成功!

【現状分析 2】企業の二次創作の活用例④

グリコの活用例

・白沢パピ子デザインコンテスト

papicoのパッケージのイラストとして
親しまれていたキャラクターの
キャラクターデザインをpixivで募集

➡ 優秀作品はパッケージに採用！



【現状分析 2】 イラスト募集により、企業は…

- ・ プロモーション効果

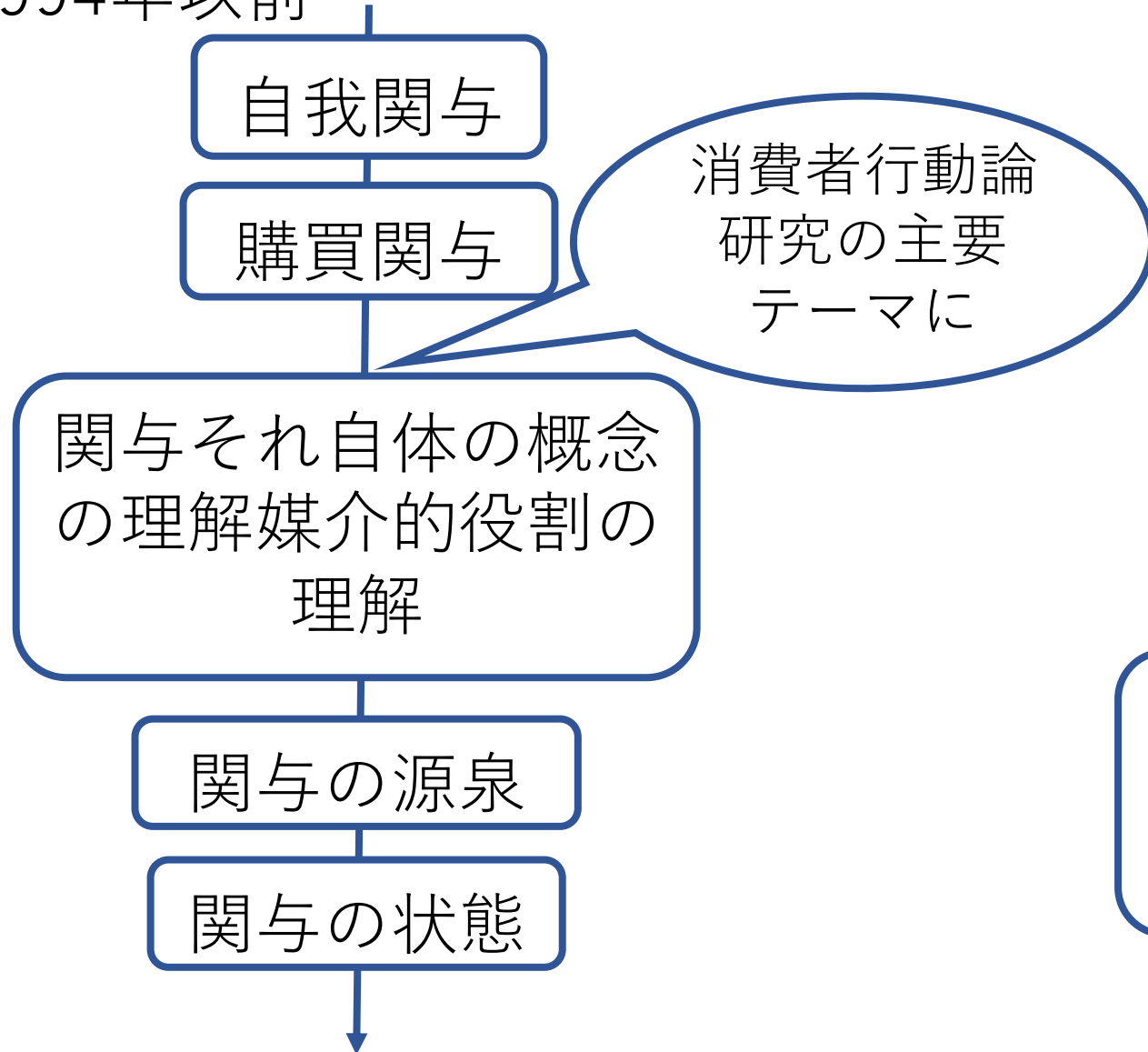
SNS等への投稿数上昇により
多くの人へ コンテンツの認知拡大・PRが可能

- ・ 二次展開、三次展開が可能

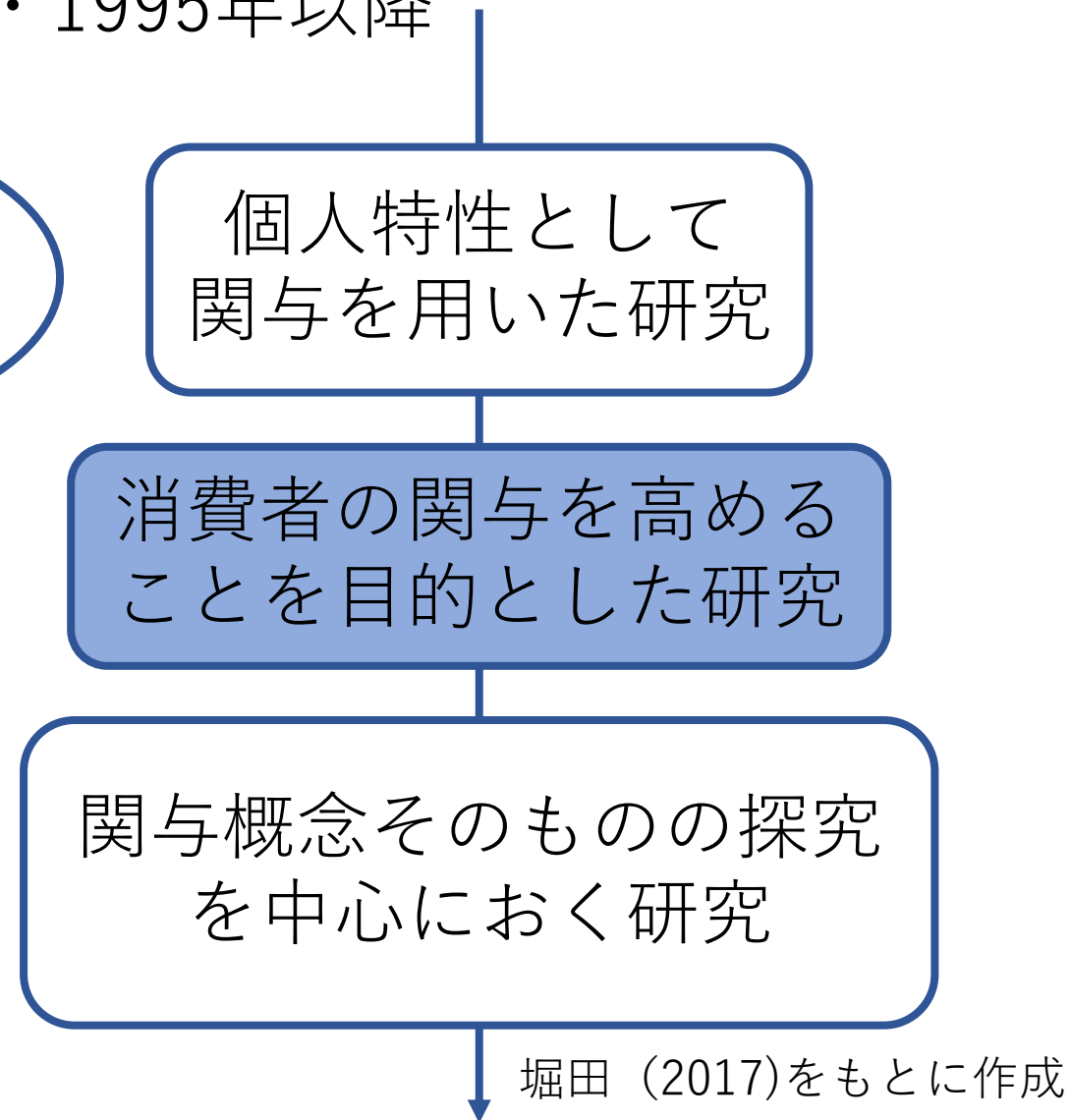
集めたイラストを パッケージに使用 したり、イベントで展示や
衣装を コスプレイヤーに着てもらう、ゲームに実装 などが可能

【先行研究】 関与研究史

・ 1994年以前

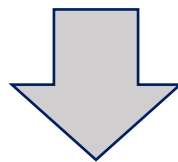


・ 1995年以降



【先行研究】 関与準備状態

消費パターンは人それぞれでも、共通するのは、
経験と知識に裏打ちされた高い基準を持った
「関与準備状態」である（堀田 2017）。



関与水準は経験と知識によって向上する

【先行研究】 関与水準向上の条件

先行研究

深いアート体験
生の舞台を見る体験

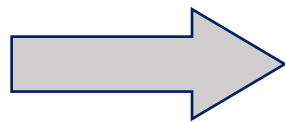
知識



本研究

日常体験

イラストの原作に
対しての知識



「日常体験」と「イラストの原作に対しての知識」に置き換えられる。

【先行研究】 二次創作

	「独立変数」 × 「従属変数」	研究概要
保坂（2008）	「著作権」 × 「二次創作」	二次創作に関する著作権上の諸問題
大戸,伊藤 （2019）	「創作物に対しての愛」 × 「二次創作コミュニティ」	二次創作コミュニティに属する人の一次創作に対しての愛着から、コミュニティの維持の方法を分析した。
八尾（2018）	「二次創作即売会」 × 「二次創作コミュニティ」	二次創作と同人誌即売会で形成されるコミュニティについての考察
飯塚（2015）	「二次創作」 × 「視聴者・文化」	二次創作は、一次創作の作家側にとって人気をはかるバロメーターとなっているのである。またファンにとっても二次創作は、作品の楽しみ方を増やすものとなる。

➡ 他にも「二次創作」や「二次創作とそのコミュニティ」に関する研究はあったが「二次創作の内容と関与」についての研究は見つからなかった

【先行研究】

- ・ 二次創作は原作に対してプロモーション効果があるのか

(李・鷺田 2016)



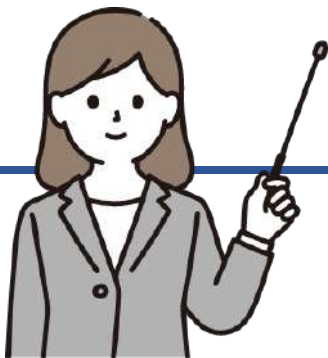
画像出典：刀剣乱舞-ONLINE-

【先行研究】李らの先行研究内容

・ 先行研究調査内容

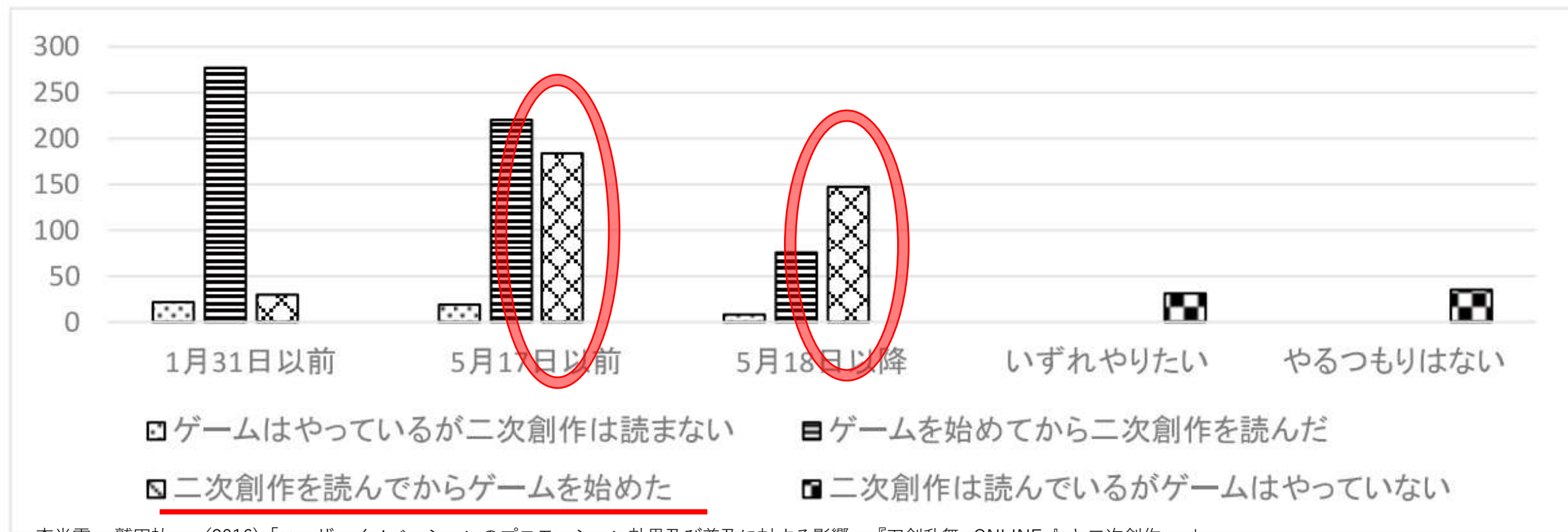
- ・ ゲームをいつ始めたのか
- ・ ゲームを始めた理由や二次創作との関連性
- ・ 二次創作活動や情報交換活動の状況
- ・ ゲーム関連商品購入や興行イベント参加状況

などについて質問



【先行研究】 二次創作の影響

図表-3 二次創作との関連状況

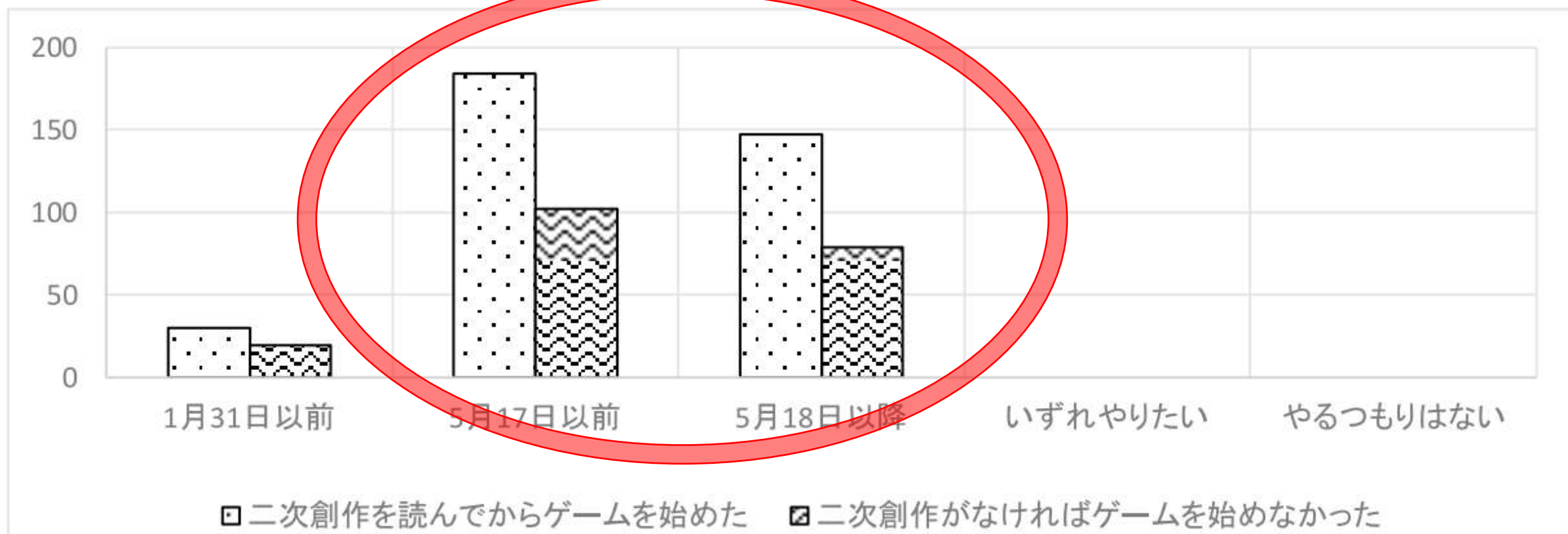


李肖霄・鷺田祐一 (2016)「ユーザーイノベーションのプロモーション効果及び普及に対する影響—『刀剣乱舞 -ONLINE-』と二次創作—」
『日本マーケティング学会 カンファレンス・プロシーディングス』vol5,pp175-184

二次創作を読んでからゲームを始めた人が多い。

【先行研究】 二次創作の影響

図表-4 二次創作の影響力



李肖霄・鷺田祐一 (2016)「ユーザーイノベーションのプロモーション効果及び普及に対する影響—『刀剣乱舞 -ONLINE-』と二次創作 —」
『日本マーケティング学会 カンファレンス・プロシーディングス』vol5, pp175-184

二次創作がなければゲームを始めなかった人がある。

【問題意識】

二次創作はSNSで拡散しやすい媒体であり、
二次創作がきっかけでコンテンツが
話題になることもある。
しかし、どんな内容のものが良いのかは
解明されていない。

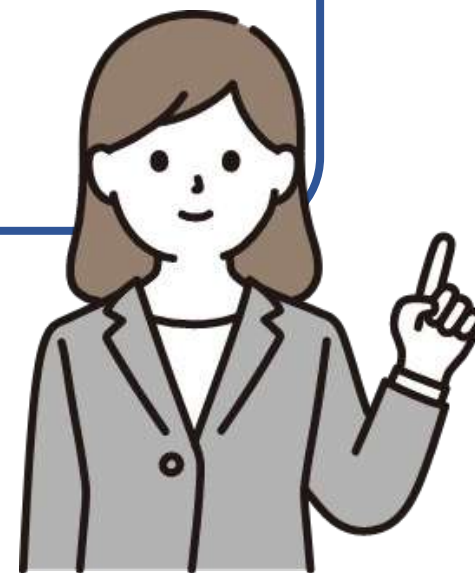
【研究目的】

二次創作のマーケティングにおける有用性と
二次創作の内容との関係について研究し、
マーケティングに有効な二次創作を模索する。



【仮説導出 1 - 1】 二次創作を分類

二次創作を分類してみた！



【仮説導出 1 - 1】 二次創作の分類表

世界観

キャラの設定

	公式	日常
公式		
変更		

【仮説導出 1 - 1】 二次創作の相違点

世界観



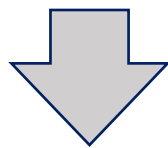
キャラの設定



様々な二次創作を見ていく中で、
違いはこの2つだと分かった！

【仮説導出 1 - 1】 日常の優位性

キャラクターが社会一般化する中で、私たちがキャラクターに求めるものやキャラクターとの付き合い方もかつてとは異なってきている印象を受ける。現在のキャラクターは、憧れのヒーロー・ヒロインというより、いつも話しかけることができる大切な友達に似ている（香山 2001 p87）。



日常シーンの二次創作の方がキャラをより身近な存在に
感じることができ、求められているキャラクター像である
「友達」に近づくのではないか。

【仮説導出 1 - 1】 表の軸

- ・ キャラの設定

対象キャラクターの性格や考え方を指す。

独自の定義

- ・ 世界観

俗に、文学・音楽などで、その作品がもつ雰囲気や状況設定。

goo国語辞書より

【仮説導出 1 - 1】 ONE PIECEの概要

- ・ ルフィの性格

明るい、元気、大食い、素直、仲間思い…

- ・ ONE PIECEの世界観

海賊がいる世界、戦闘が多く行われている、
多数の島が出てくる







画像出典：少年ジャンプ公式サイト

【仮説導出 1 - 1】

世界観

キャラの設定

	世界観	
	公式	日常
公式	① 	② 
変更	③ 	④ 

【仮説導出 1 - 1】①の説明

①公式×公式



• キャラの設定

公式のまま
(ルフィの性格や考え方は公式まま)

• 世界観

公式のまま
(海賊のいる世界観、船上など)

【仮説導出 1 - 1】②の説明

②公式×日常



・ キャラの設定

公式のまま
(ルフィの性格や考え方は公式まま)

・ 世界観

二次創作における世界観が日常
(学生生活、朝の身支度、食事などの描写)

【仮説導出 1 - 1】③の説明

③変更 × 公式



・ キャラの設定

ルフィの性格や考え方は公式と違う

・ 世界観

公式のまま
(海賊のいる世界観、船上など)

【仮説導出 1 - 1】④の説明

④変更 × 日常



・ キャラの設定

ルフィの性格や考え方は公式と違う





・ 世界観

二次創作における世界観が日常
(学生生活、朝の身支度、食事などの描写)

【仮説導出 1 - 1】

世界観

キャラの設定

	世界観	
	公式	日常
公式	① 	② 
変更	③ 	④ 

【仮説導出 1 - 1】ここに注目！

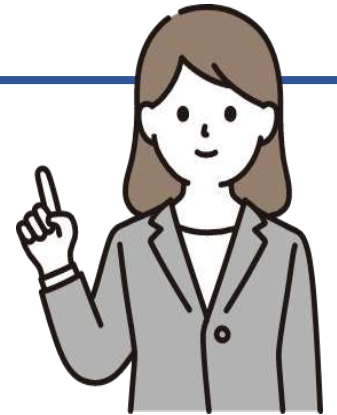
世界観



【仮説導出 1 - 2】 世界観の仮説



日常の二次創作は
自分たちの身近な内容を
作品に落とし込んでいる。



【仮説導出 1 - 2】 二次創作の類似性

日常が描かれている二次創作には
身近な内容が含まれているので、
見た人は二次創作に対し類似性を感じる。



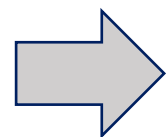
【仮説導出 1 - 2】

類似性があると何がイイの？



【仮説導出 1 - 2】 類似性の効果

一般的魅力の指標と考えられる“親しみを覚える”の項目については、類似性の主効果だけが有意になった（中村 1984）。

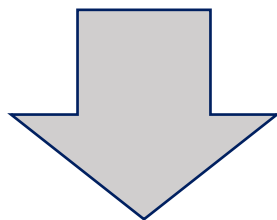


自分と類似性のある人物に親近感が湧く

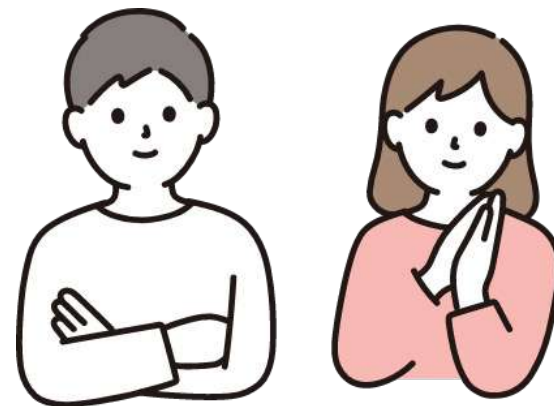


【仮説導出 1 - 2】 関与が上がる仕組み

親近感が湧くと対象に興味・関心が湧く。



関与度が
上がる



【仮説 1】

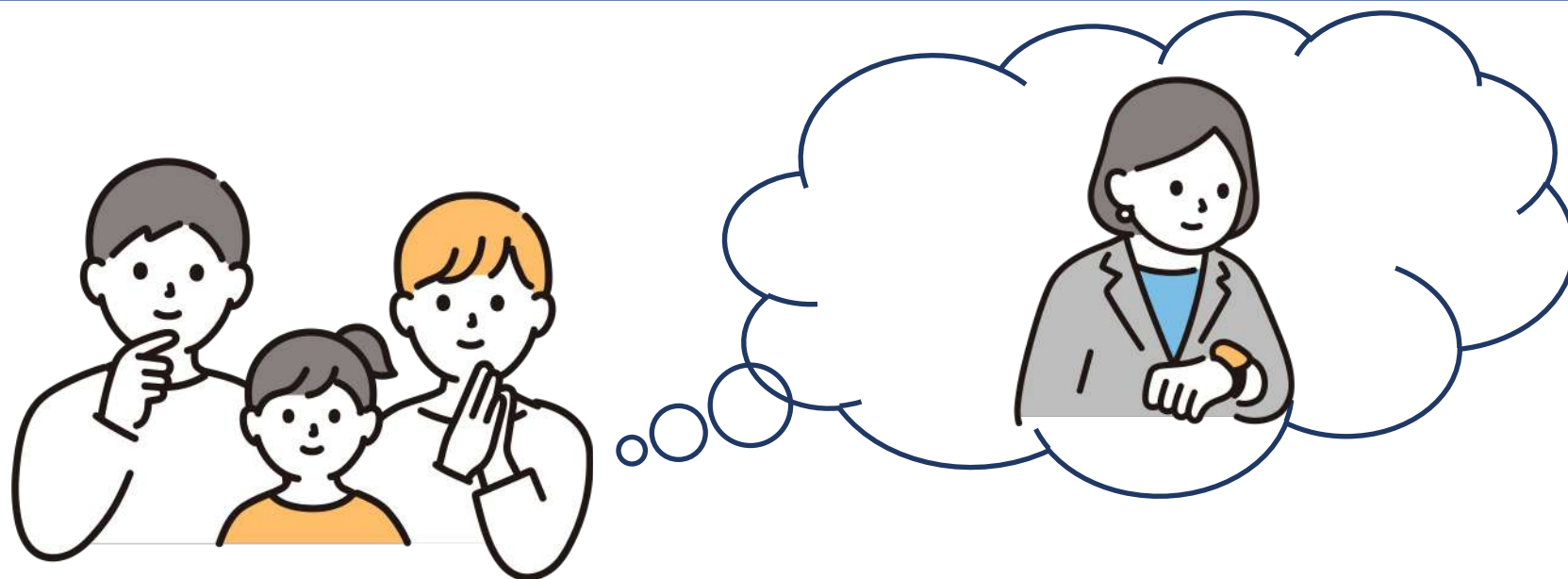
世界観が「日常」の二次創作は、
「公式」に比べて、
キャラに対して関与度が上がる。



【仮説導出 2】 キャラの設定の仮説

- ・ 縦軸を公式にした理由

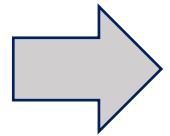
キャラの性格を知っている人はもうすでにキャラのイメージがある為、イメージを崩さないほうがいいのではないか。



【仮説導出 2】 キャラ設定を変えない理由

オタクがまんがやアニメ、ゲームなどを消費するにおいて、物語よりもキャラクターを重視する傾向がある（田川 2009）。

現在のオタク文化は二次創作を始め、まんが、アニメ、ゲームなどがメディアミックス的に展開される。その中心にあるのは、物語ではなくキャラクターである。そして、オタクたちはキャラクターに萌えつつ消費するという行動をとる（田川 2009）。

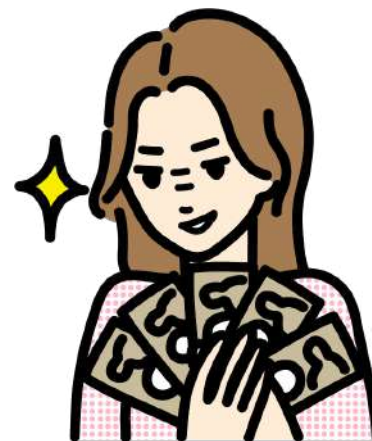
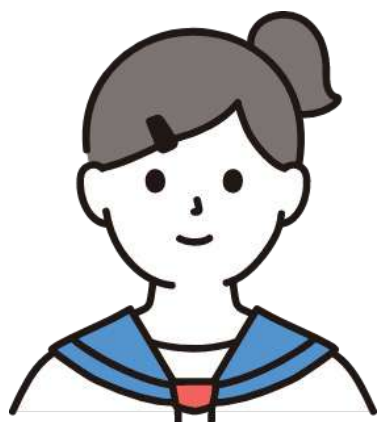


キャラ設定は変えないほうがいい



【仮説 2】

キャラの設定が「公式」の二次創作は
「変更」に比べて、
キャラに対して関与度が上がる。



【調査概要】

検証目的：「二次創作」による関与度の変化を調査

検証対象者：Googleフォームでのアンケート回答者
(ルフィの性格を知っている人)

調査期間：2022年12月2日～12月4日

調査方法：Googleフォームを使用し、対面・オンラインで調査

サンプルサイズ：300 (有効回答数 274)

分析方法：対応のあるt検定

独立変数：「二次創作」

従属変数：「関与度」

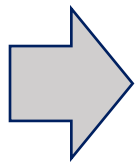
【検証方法】 検証題材



画像出典：モンキー・D・ルフィ | キャラクター

「モンキー・D・ルフィ」選定理由

- ・ 漫画「ONE PIECE」の累計発行部数が5億1000万部を突破している。
（ギネス世界記録更新）
- ・ 2022年12月4日現在、コミックス104巻まで発売



皆が知っている大衆作品であるため、
「ONE PIECE」の主人公
「モンキー・D・ルフィ」を選定

【検証方法】 イラストの作成

実際にルフィの二次創作を描き、検証に使用しました！

※一部トレースあり



【検証方法】 調査の流れ

- 「ワンピース」のルフィについての調査としてアンケートを実施
- ルフィについて知らない人はサンプルから除外
- イラストは4パターンあり、1人につき1パターンのみ見せる

1.被験者のルフィに対しての関心度・愛着度・重要度・親近感・好感度を6段階で聞く

2.作成したルフィの二次創作を見せる

3.**再度**、ルフィに対しての関心度・愛着度・重要度・親近感・好感度を6段階で聞く

【検証方法】 調査の流れ

調査対象者のグループを4つに分ける



ルフィに対しての関心度・愛着度・重要度・
親近感・好感度を回答



二次創作を見せる

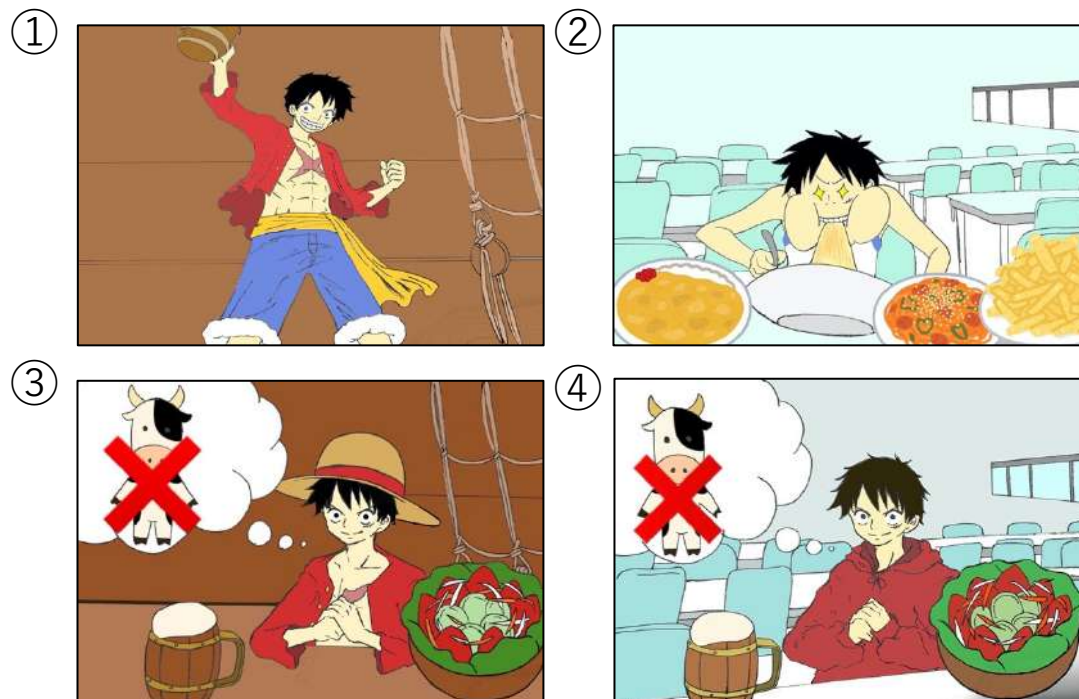


ルフィに対しての関心度・愛着度・重要度・
親近感・好感度を回答

この2点を比較
(対応のある t 検定)

【仮説検証】 独立変数と従属変数

独立変数



ルフィを用いた二次創作

従属変数

あなたはルフィに対してどの程度 *
関心がありますか。

- ☐ 非常に関心がある
- ☐ 関心がある
- ☐ 少し関心がある
- ☐ あまり関心がない
- ☐ 関心がない
- ☐ 全く関心がない

あなたはルフィに対してどの程度 *
愛着がありますか。

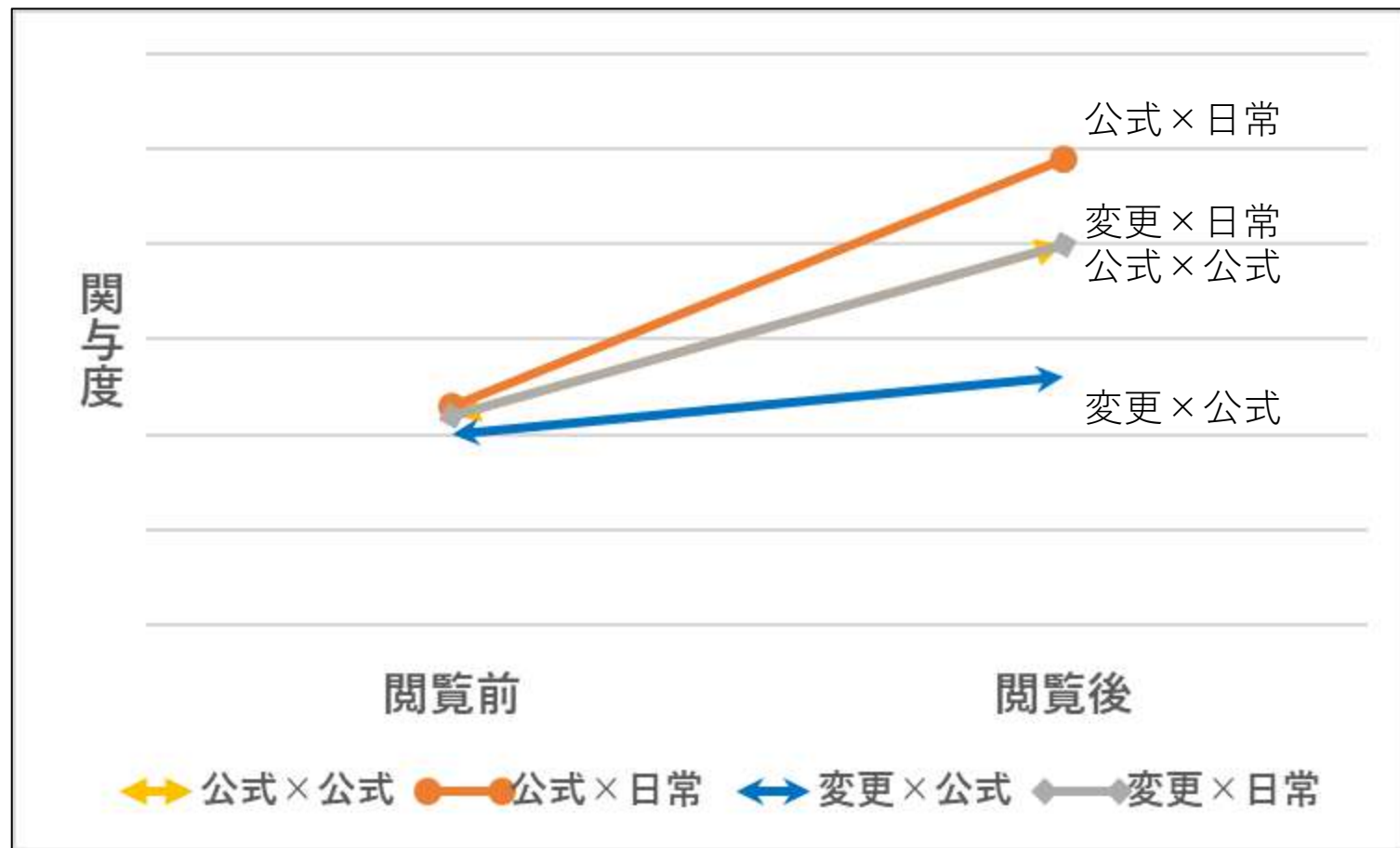
- ☐ 非常に愛着がある
- ☐ 愛着がある

あなたにとって、ルフィというキ *
ャクターはどの程度重要で
すか。

- ☐ 非常に重要である
- ☐ 重要である

関与度（関与尺度）

【仮説検証】 仮説 1 の検証結果予想

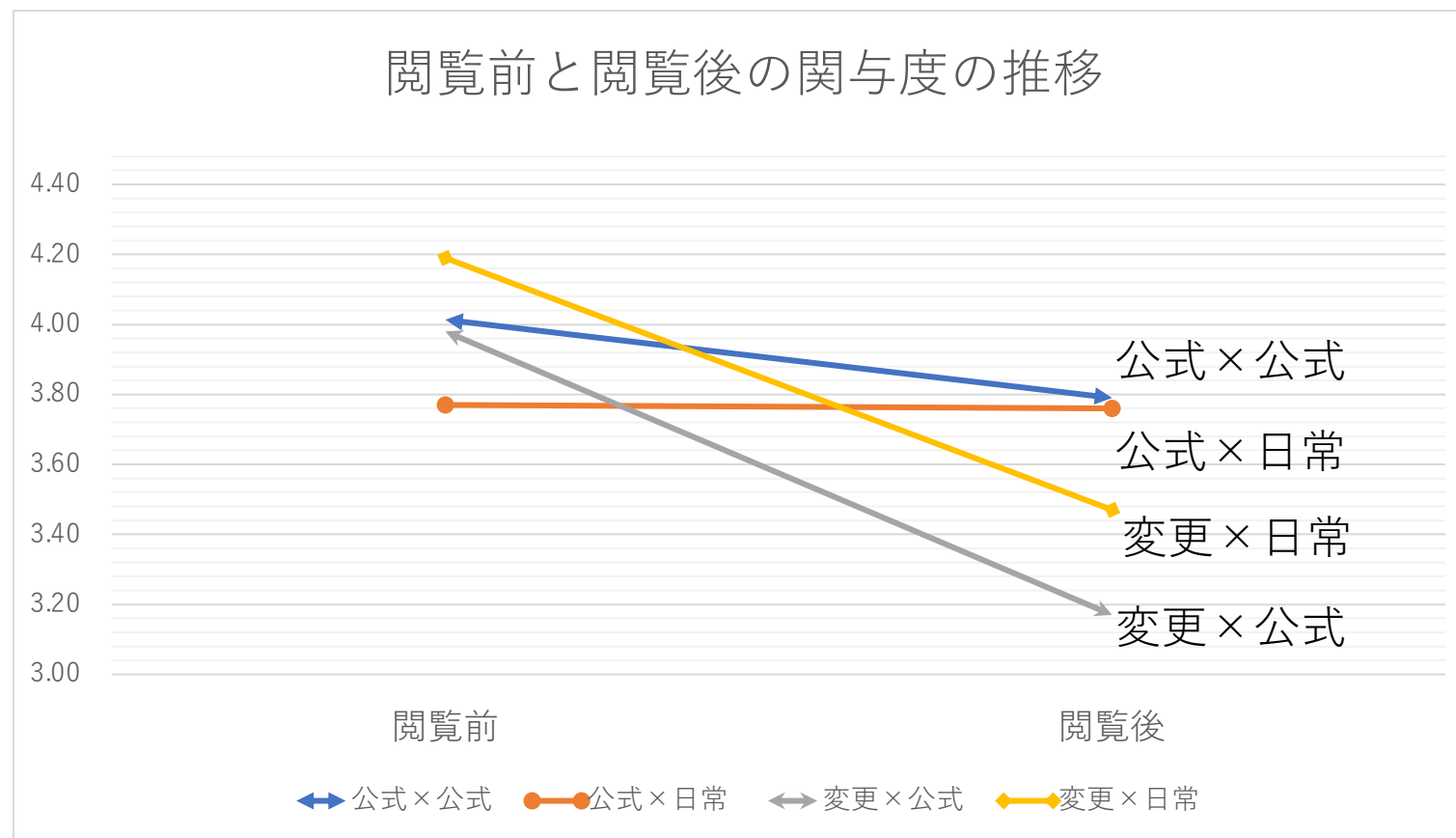


世界観が「日常」の場合は関与度が上がる

【検証結果】 仮説 1 結果

仮説1

世界観が「日常」の
二次創作は、「公式」
に比べて、キャラに
対して関与度が上がる



世界観が日常だと関与が上がるとはいえない

【検証結果】 仮説 1 結果の考察

対応サンプルの統計量

		平均値	度数	標準偏差	平均値の標準誤差
ペア 1	あなたはルフィに対してどの程度関心がありますか。	3.84	80	1.579	.177
	上のイラストを見たうえで、あなたはルフィに対してどの程度関心がありますか。	3.81	80	1.202	.134

対応サンプルの統計量

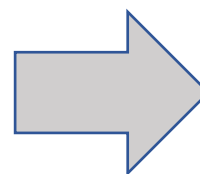
		平均値	度数	標準偏差	平均値の標準誤差
ペア 1	あなたにとって、ルフィというキャラクターはどの程度重要ですか。	3.81	80	1.692	.189
	上のイラストを見たうえで、あなたにとって、ルフィというキャラクターはどの程度重要ですか。	3.64	80	1.407	.157

対応サンプルの統計量

		平均値	度数	標準偏差	平均値の標準誤差
ペア 1	あなたはルフィに対してどの程度愛着がありますか。	3.65	80	1.654	.185
	上のイラストを見たうえで、あなたはルフィに対してどの程度愛着がありますか。	3.83	80	1.230	.138

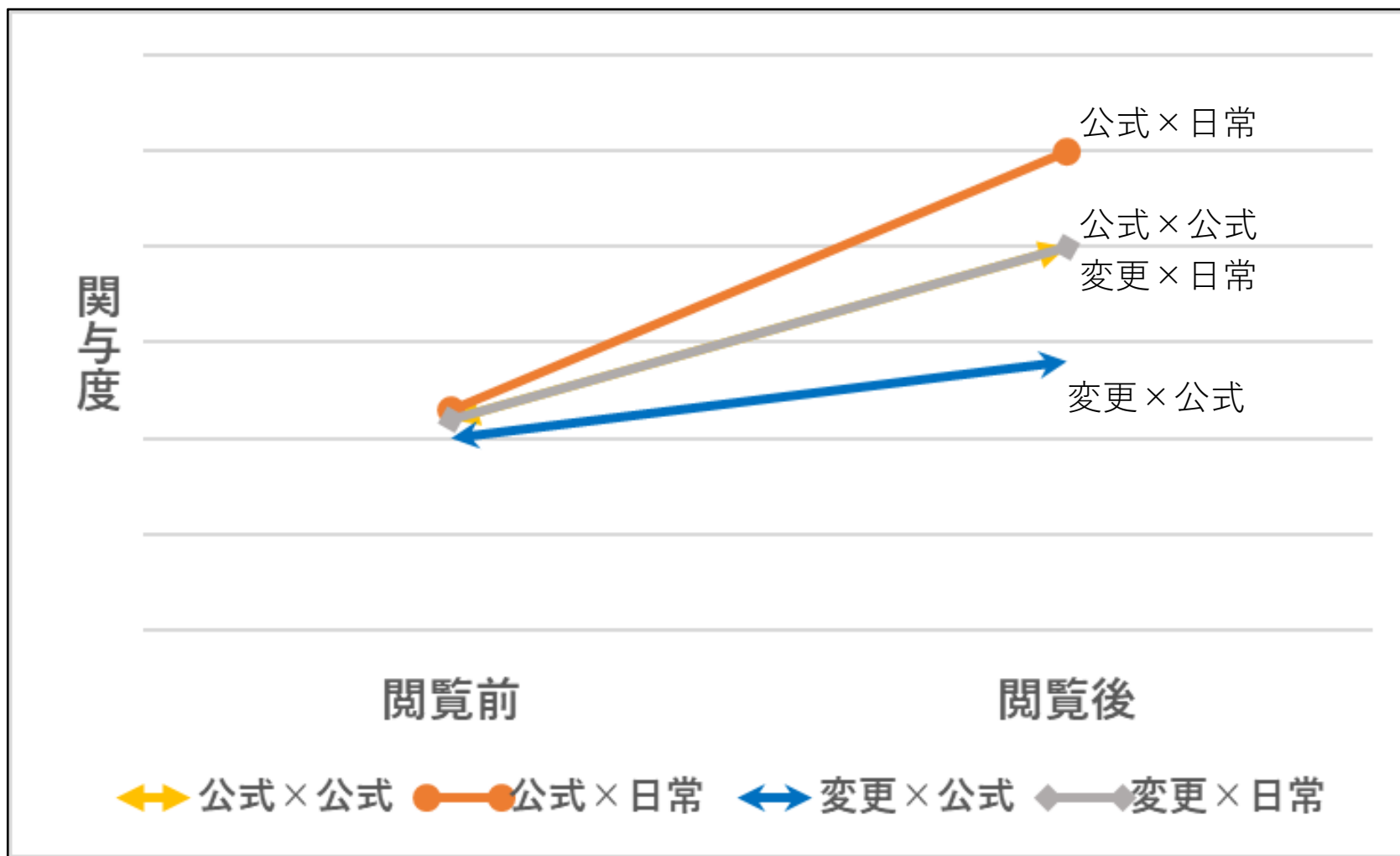
3つの平均値
閲覧前：3.77
閲覧後：3.76

公式×日常の関与度の平均値は
0.01ポイント下がっている



棄却

【仮説検証】 仮説 2 の検証結果予想

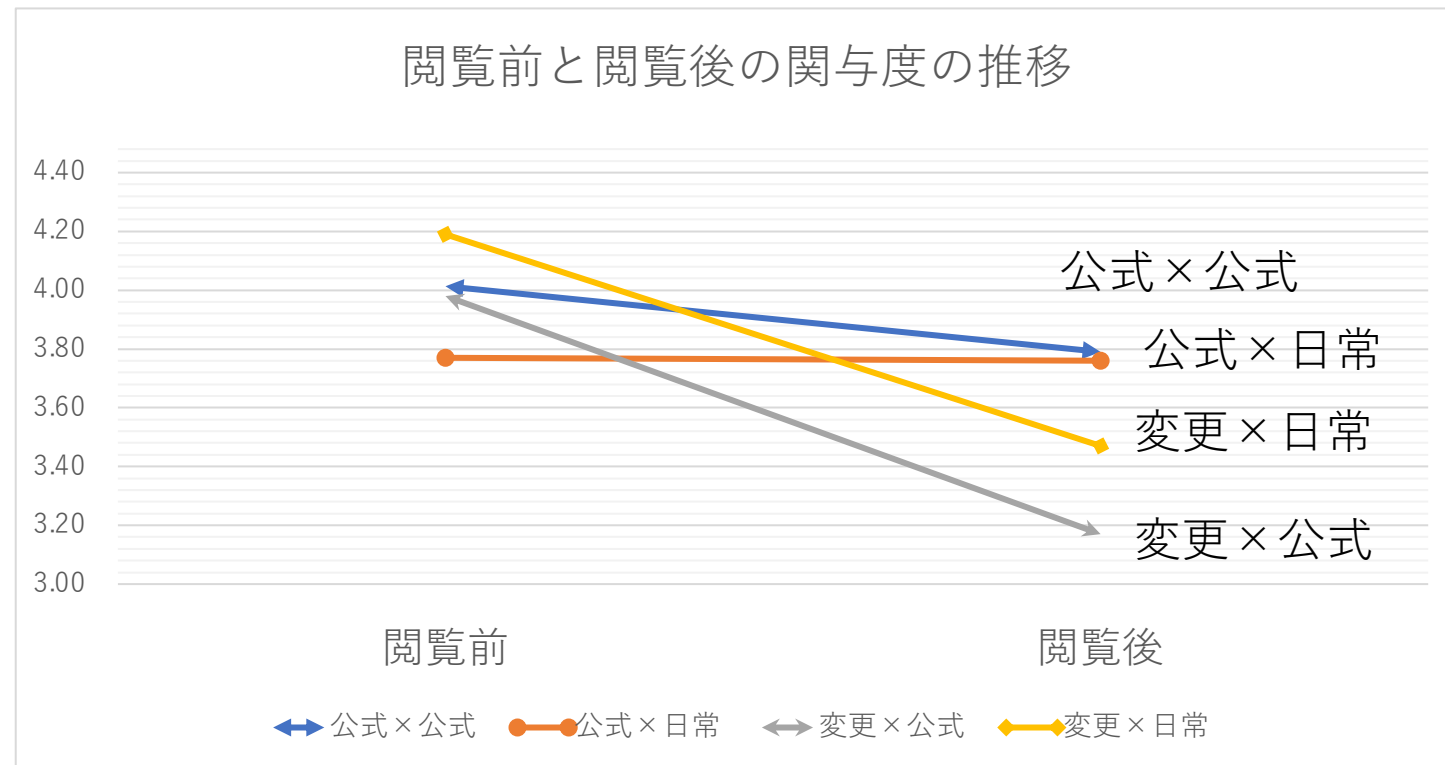


キャラの設定が「公式」のほうが関与度が上昇する

【検証結果】 仮説2 結果

仮説2

キャラの設定が「公式」の二次創作は「変更」に比べて、キャラに対して関与度が上がる



キャラ設定が公式だと関与が上がるとはいえない

【検証結果】 仮説2 結果の考察

対応サンプルの統計量

		平均値	度数	標準偏差	平均値の標準誤差
ペア 1	あなたはルフィに対してどの程度関心がありますか。	3.84	80	1.579	.177
	上のイラストを見たうえで、あなたはルフィに対してどの程度関心がありますか。	3.81	80	1.202	.134

対応サンプルの統計量

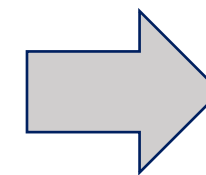
		平均値	度数	標準偏差	平均値の標準誤差
ペア 1	あなたにとって、ルフィというキャラクターはどの程度重要ですか。	3.81	80	1.692	.189
	上のイラストを見たうえで、あなたにとって、ルフィというキャラクターはどの程度重要ですか。	3.64	80	1.407	.157

対応サンプルの統計量

		平均値	度数	標準偏差	平均値の標準誤差
ペア 1	あなたはルフィに対してどの程度愛着がありますか。	3.65	80	1.654	.185
	上のイラストを見たうえで、あなたはルフィに対してどの程度愛着がありますか。	3.83	80	1.230	.138

3つの平均値
閲覧前：3.77
閲覧後：3.76

公式×日常の関与度の平均値は
0.01ポイント下がっている



棄却

【検証結果】 仮説2 結果の再分析

対応サンプルの統計量				
	平均値	度数	標準偏差	平均値の標準誤差
ペア 1 あなたはルフィに対してどの程度関心がありますか。	4.19	59	1.645	.214
上のイラストを見たうえで、あなたはルフィに対してどの程度関心がありますか。	3.80	59	1.595	.208

対応サンプルの統計量				
	平均値	度数	標準偏差	平均値の標準誤差
ペア 1 あなたはルフィに対してどの程度愛着がありますか。	4.03	59	1.553	.202
上のイラストを見たうえで、あなたはルフィに対してどの程度愛着がありますか。	3.07	59	1.507	.196

対応サンプルの統計量				
	平均値	度数	標準偏差	平均値の標準誤差
ペア 1 あなたにとって、ルフィというキャラクターはどの程度重要ですか。	4.34	59	1.646	.214
上のイラストを見たうえで、あなたにとって、ルフィというキャラクターはどの程度重要ですか。	3.54	59	1.633	.213

対応サンプルの統計量				
	平均値	度数	標準偏差	平均値の標準誤差
ペア 1 あなたはルフィに対してどの程度関心がありますか。	4.11	73	1.505	.176
上のイラストを見たうえで、あなたはルフィに対してどの程度関心がありますか。	3.81	73	1.209	.142

対応サンプルの統計量				
	平均値	度数	標準偏差	平均値の標準誤差
ペア 1 あなたはルフィに対してどの程度愛着がありますか。	4.01	73	1.603	.188
上のイラストを見たうえで、あなたはルフィに対してどの程度愛着がありますか。	3.79	73	1.301	.152

対応サンプルの統計量				
	平均値	度数	標準偏差	平均値の標準誤差
ペア 1 あなたにとって、ルフィというキャラクターはどの程度重要ですか。	3.92	73	1.673	.196
上のイラストを見たうえで、あなたにとって、ルフィというキャラクターはどの程度重要ですか。	3.77	73	1.400	.164

・ 公式 × 公式

閲覧前：4.01 差：-0.22

閲覧後：3.79

・ 変更 × 日常

閲覧前：4.19 差：-0.72

閲覧後：3.47

キャラの設定は公式のほうが変更よりも
差が小さく、閲覧後の関与度が高い

【検証結果】 棄却理由

- ・ 検証方法が不適切であった

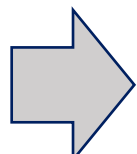
日常のイラストをより細かく表現すべきだった。
(より私たちの身近な世界観であると思ってもらうため。)

- ・ 題材が不適切であった

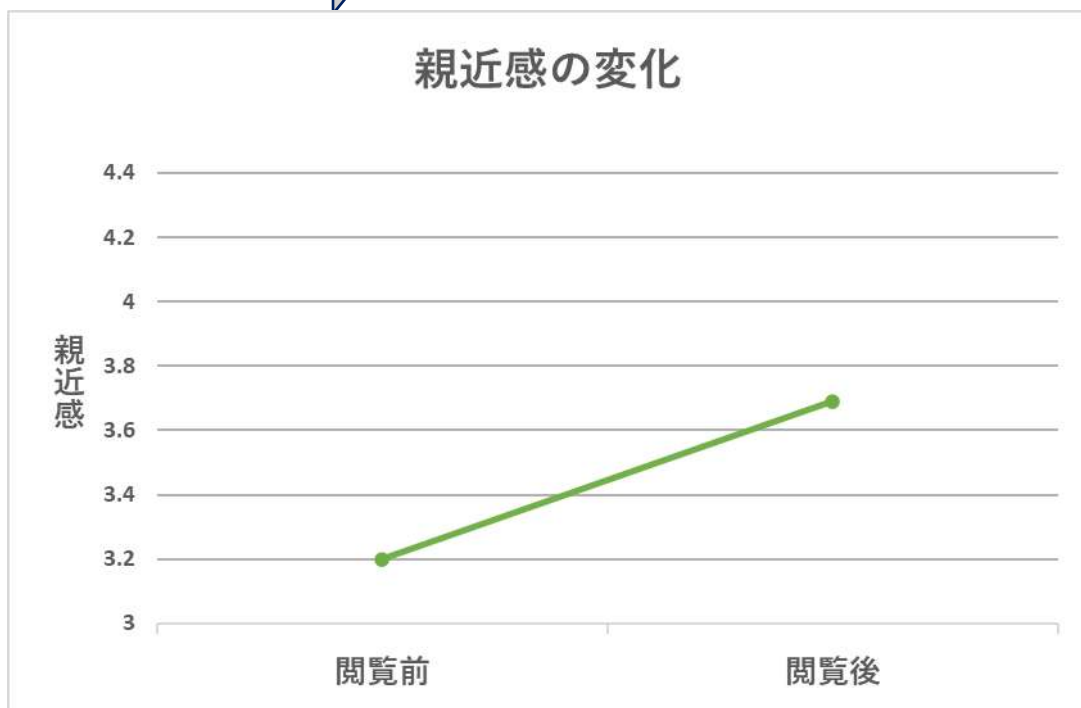
検証結果からルフィの関与度が高いことがわかったため、
元々関与の低いであろうキャラクターを選定すべきだった。
(悪役など)

【検証結果】 結果の分析

- ・ 関与度を求める際に3つの尺度から分析して下がってしまったが、親近感には上がっていた。



仮説導出の直前までは支持された



対応サンプルの統計量					
		平均値	度数	標準偏差	平均値の標準誤差
ペア 1	ルフィはあなたにとってどの程度親近感がありますか。	3.20	80	1.479	.165
	上のイラストを見たうえで、ルフィはあなたにとってどの程度親近感がありますか。	3.69	80	1.356	.152

0.49ポイント
上昇

対応サンプルの検定									
		対応サンプルの差				有意確率			
		平均値	標準偏差	平均値の標準誤差	差の 95% 信頼区間 下限 上限	t 値	自由度	片側 p 値	両側 p 値
ペア 1	ルフィはあなたにとってどの程度親近感がありますか。 - 上のイラストを見たうえで、ルフィはあなたにとってどの程度親近感がありますか。	-.487	1.551	.173	-.833 -.142	-2.812	79	.003	.006

有意確率1%水準で支持

【検証結果】 結論

仮説 1 と仮説 2 とともに棄却されたため、
二次創作が関与度を上げるとは言えない。
しかし、親近感を上げることが分かり、キャラ
設定を変えてはいけないことも改めてわかった。

【学術的インプリケーション】

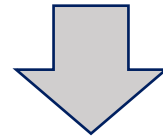
- ・ 二次創作の研究を一步進めた。
- ・ 二次創作を描くにあたり、キャラ設定は変えない方がよい。
- ・ キャラに対して親近感が湧く二次創作も存在することを明らかにした。
(キャラ設定を変更せず、日常シーンが描かれている二次創作)



【学術的インプリケーション】 副次的結果

- ・ 先行研究

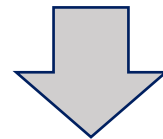
二次創作にはプロモーション効果がある と示されている。



- ・ 本研究

キャラクターに対する関与を下げた二次創作が存在する
ことを明らかにした。

(キャラクターの設定を変更している二次創作)



全ての二次創作にプロモーション効果があるわけではない！

【実務的インプリケーション】

- ・ 企業が行うべきこと

キャラクターの過度なイメージ崩壊を防ぐ

キャラクターの公式×日常のイラストを描いてもらう

【実務的インプリケーション】

- ・ これまでのイラストコンテスト

キャラクターの綺麗なイラスト、新たなキャラクターデザイン
募集や現行のキャラクターの衣装を募集

- ・ 今回の研究結果を踏まえて

キャラクターの性格や考え方が変わらないような日常シーンの
二次創作を募集（二次創作の内容を指定）
→SNSでの宣伝効果、現行のキャラクターの親近感を
UPさせることができる。例）お昼寝、朝の支度など

【今後の展望】

- ・ 二次創作の分類について

本研究は世界観を分類して日常が関与度を上げるとしたが、他の設定で分類をする必要がある。

- ・ 検証方法について

質問する際に性別についても聞き、分析したところ男女の差があると推測されたため、調査対象者の分類をする必要がある。

- ・ キャラの設定について

本研究では元のキャラクターの設定から大幅な変更を行った為、どの程度までなら変更が許容されるのかを分析する必要がある。

【参考文献・URL】

- ・ 小山友介 (2013)「初音ミクーN次創作が拓く新しい世界」

https://www.jstage.jst.go.jp/pub/pdfpreview/isciesci/57/5_57_KJ00008686545.jpg

- ・ 李肖霄・鷺田祐一 (2016)「ユーザーイノベーションのプロモーション効果及び普及に対する影響ー『刀剣乱舞 -ONLINE-』と二次創作ー」『日本マーケティング学会 カンファレンス・プロシーディングス』vol5,pp175-184

https://www.j-mac.or.jp/oral/fdwn.php?os_id=5

- ・ 保坂由美(2008) 「二次創作に関する著作権上の諸問題」

http://tokizane.jp/Kogi/Aichi08-Sotsuron/05L4094_HosakaHiromi.pdf

- ・ 大戸朋子・伊藤康信(2019) 「二次創作コミュニティにおける『愛』をめぐる闘争と調停」『コンタクト・ゾーン』11巻,2019号, p 207-232

<https://repository.kulib.kyoto-u.ac.jp/dspace/handle/2433/243979>

- ・ 八尾典明 (2018)「二次創作と同人誌即売会をめぐる語り：東方projectを軸としてそれぞれの体験」『日本学報』37号,p123-147

<https://cir.nii.ac.jp/crid/1050282676643680512>

- ・ 飯塚邦彦(2015) 「二次創作する読者の系譜ー『オタク系雑誌』における2次創作の背景を探る」『成形人文研究』23号,p63-90.

http://repository.seikei.ac.jp/dspace/bitstream/10928/627/1/jinbun-23_63-90.pdf

- ・ WEB版販促会議 2013年 10月 萌えキャラ「ゆきこたん」で、雪印コーヒーの若者購入率2ケタ伸長 「2022年12月6日 アクセス」

<https://mag.sendenkaigi.com/hansoku/201310/top-promotions/000592.php>

【参考文献・URL】

- 堀啓造(1991)「消費者行動における関与尺度の問題」『香川大学経済論叢』63巻4号,p545-600
<http://id.nii.ac.jp/1731/00006059/>
- Pixiv 白沢パピ子 デザインコンテスト「2022年12月6日 アクセス」
<https://www.pixiv.net/contest/wspapico.php>
- 世界観（せかいかん）の意味-goo国語辞典 「2022年12月6日 アクセス」
dictionary.goo.ne.jp/word/%E4%B8%96%E7%95%8C%E8%A6%B3
- 中村雅彦(1984)「性格の類似性が対人魅力に及ぼす効果」『実験社会心理学研究』2号,p139-145
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jjesp1971/23/2/23_2_139/_article/-char/ja/
- 葉山大地(2016)「共感関連反応を規定する要因の検討：共感性,心理的重なり,教示の効果を中心として」『中央学院大学人間・自然論叢』41号,p41-57
<http://id.nii.ac.jp/1471/00001514/>
- 田川隆博(2009)「オタク分析の方向性」『名古屋文理大学紀要』9号,p73-80
https://www.jstage.jst.go.jp/article/nbukiyou/9/0/9_KJ00006081539/_article/-char/ja/
- HUFFPOST『SPY×FAMILY』、アーニャの巨大な映像が渋谷に期間限定で登場。「見に行きたい」と反響続出「2022年12月1日 アクセス」
https://www.huffingtonpost.jp/entry/story_jp_633ce73ae4b03e8038c354b6

【参考文献・URL】

- ABEMA TIMES アニメ「スパイファミリー」アーニャの声優は種崎敦美さん！かわいい超能力者のファミリーでの役割は？「2022年12月5日アクセス」

<https://times.abema.tv/articles/-/10014998>

- Youtube ひろゆきの部屋「2022年12月6日アクセス」

<https://www.youtube.com/@hiroyukinoheya>

- Instagram えなこ「2022年12月6日アクセス」

<https://www.instagram.com/enakorin/?hl=ja>

- Youtube シン考察ch【進撃の巨人】作中最高の天才的な伏線回収ランキング10選【最終回】「2022年12月6日アクセス」

https://www.youtube.com/watch?v=ICYhiL31Q_c

- pixiv #小説「2022年12月6日アクセス」

<https://www.pixiv.net/tags/%E5%B0%8F%E8%AA%AC>

- pixiv #イラスト「2022年12月6日アクセス」

<https://www.pixiv.net/tags/%E3%82%A4%E3%83%A9%E3%82%B9%E3%83%88>

- [pixiv]「原神」イラストコンテストー第一段「2022年12月6日アクセス」

<https://www.pixiv.net/contest/genshin>

- 堀田治(2017)「体験消費による新たな関与研究の視点-認知構造と活性状態への分離-」『マーケティングジャーナル』37巻,1号,p101-123

https://www.jstage.jst.go.jp/article/marketing/37/1/37_2017.033/_article/-char/ja/