

# 日本と アメリカにおける 推し活とその文化に 関する見解

レーヴェン・アンソン リチャード・ペレス

キャップストーンプレゼンテーション

2023年春学期

アドバイザー:

齋藤-アボット佳子教授

関根繁子教授

## 「ファンダム」の定義

(名詞) 特定の人物、チーム、架空のシリーズなどのファンで、集合的にコミュニティまたはサブカルチャーと見なされる

例: 最近のディズニーによる続編シリーズに対するスター・ウォーズのファンダムの意見は分かれている

# 目次

- 研究質問
  - 研究の重要性
    - 研究背景
      - 研究方法
- 調査の結果
  - 結果のまとめ
    - 結果の考察
      - 研究における限界
- 謝辞
  - 参考文献

# 研究質問

質問1

日本と英語圏では、  
どのような点で  
ファンダム・スペースが  
異なるか、又は  
それはなぜか。

質問2

日本と英語圏では、  
どのような点で  
ファンダム作品の  
収益化が異なるのか、  
又はそれはなぜか。

# 研究の重要性(レーヴェン)

- 長年ファンダムに参加している
- 2020年、ツイッターを使い始めた
- ツイッターで日本人のファンとアメリカ人のファンの交流の仕方が違う事に気づいた
- 二つの文化のファンダム・スペースの違いについて興味を持った

# 研究の重要性(リチャード)

- 2022年、特定のファンダムに招待された
- グループは日本の音ゲーが好きなヨーロッパ人のファンが中心だった
- そのため、日本版ファンダムと何が違うのかを比較したいと思った

# 研究背景

- ファンダムの歴史
  - インターネット初期のファンダムの動向
    - コンベンション
      - 収益化
        - 著作権

# ファンダムの歴史

- インターネット以前にも、20世紀の多くの技術的な変化によってファンは自分の作品を作ることができるようになった
- 60年代と70年代に、SFのファン達が同人雑誌を作るようになった。多く人は、これを組織化されたファンダムの始まりの兆候と見なしている
- 70年代と80年代にファン作品はほとんど物理的な作品だった：同人雑誌を印刷するアマチュアグループ
  - 日本には、「オタク」のはじまり - アニメ、コミック、ゲームなどのメディア作品に自己陶醉している人たちのことを「オタク」と呼ぶ
- 90年代に、ファンはインターネットを利用し、「ファンダムの第二波」と呼ばれる新風を吹き込んだ

(Nagai, 2002; Reagin & Rubenstein, 2011; Versaphile, 2011)



# インターネット初期のファンダムの動向

- 80年代に「ユーズネット」でオンラインのファンダムが現れた
- 90年代半ばにファン小説のアーカイブが現れた
- 90年代にファンダムのためのメールリングリストが人気になった
- 多くの問題があったため、新しく人気のあるオンラインジャーナリングサービス(特にLiveJournal)のためにメールリングリストの使用を停止された
- 2011年のインターネットに、「LiveJournal」はファン活動と作品のために重点的な本場まだだった

(Versaphile, 2011)

# コンベンション

- オンラインと対面でファンダムスペースと興味に関する研究のために、キングトンはオンライン調査を行った
  - 多くの回答者は18歳-25歳と26歳-35歳の年齢層
  - 84%の回答者はコンベンションに出席。15%は出席しない
  - トップ5コンベンションでの活動:
    1. 「ディーラーズ・ルーム」(商人の部屋) (89%)
    2. アーティスト・アレー (83%)
    3. ファンのパネルに行く (77%)
    4. 公式ゲストのパネルに行く (74%)
    5. コスプレイヤーの写真を撮る (66%)

(Kington, 2015)

# 収益化

- ファン作品を制作することと収益化の関係について、一小路と勝又は調査を行った
  - 結果：
    - 一つの 카테고리のために作る消費者は他の 카테고리のためにも作る
    - 収益化は同じ傾向であることが示された
- コミケのでファン作品を販売することと購入することについて、相田は野外調査を行った; コミケは商業出版社から発行されていない印刷物を対象とした、日本最大、世界最大の同人誌市場
  - この会場では、一般参加者と同じようにファン作品業者の多くが同人誌を買うため、販売してもほとんど利益はないと報告されている

(Aida, 2004; Ichikohji, & Katsumata, 2015)

# 著作権とファンダム

- 作者が個人の著作権を侵害されている事がわかると、著作権所有者は中止命令をだし、ウェブサイトの管理者はたとえ違反でなくてもさらなる訴訟を恐れて作品を削除する – アン・ライスが中止命令に関して悪評が高い
- アメリカの法律
  - ストーリーの著作権はキャラクターより保護されている
  - 公正使用法は、利用目的、オリジナル作品の性質、使用量、潜在的な市場に対する影響に関して調査する事が目的
    - 利用目的が営利目的である場合、その点は著作権保有者に有利と認められる
- 日本の法律
  - 公正使用法はないが、著作権を侵害せずに著作物を使用できる場合が広い
    - 非営利目的の使用は可能

(Peaslee, 2015)

# 研究方法

- アンケート調査回答者

- 回答者:日本人の74名とアメリカ人の74名の調査回答者
- 英語のアンケートは1000以上の回答があったが、アメリカ人回答者に限った
  - 18歳未満の回答者は、大学の規則により外した

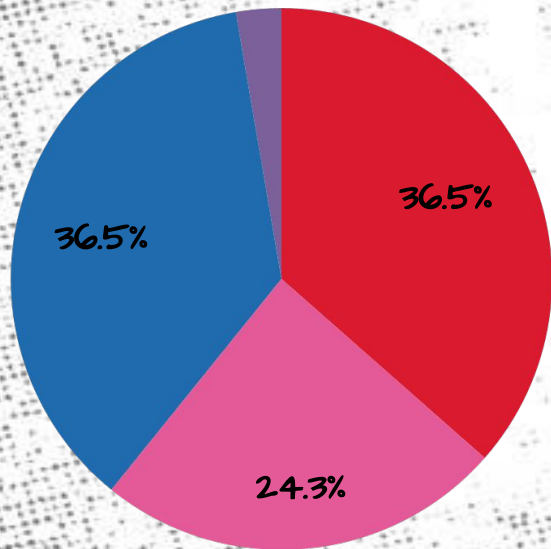
- データ収集法: オンラインの調査 (グーグルフォーム)

- 英語と日本語でそれぞれ一つずつ、二つのアンケート
- Discord、Tumblr、Twitterで伝えられた
  - 英語のアンケートは当初、上記のルートにより均等に配布された
  - 後でTumblrで多少バイラルになり、故に回答はTumblrに偏った
  - 日本語のアンケートは主にTwitterで配布された

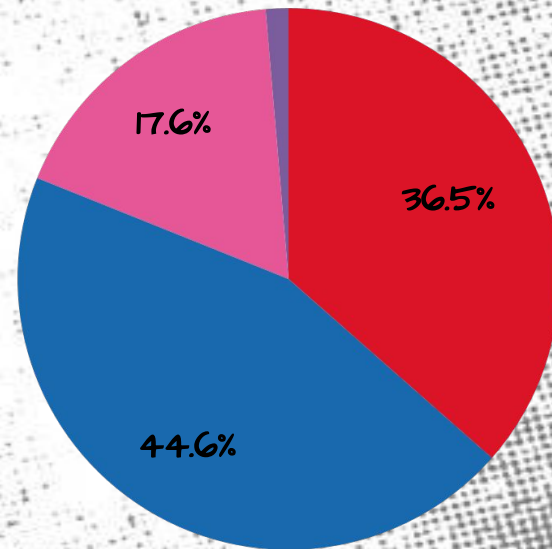
# 調査の結果

# 年齢層

## 日本



## アメリカ

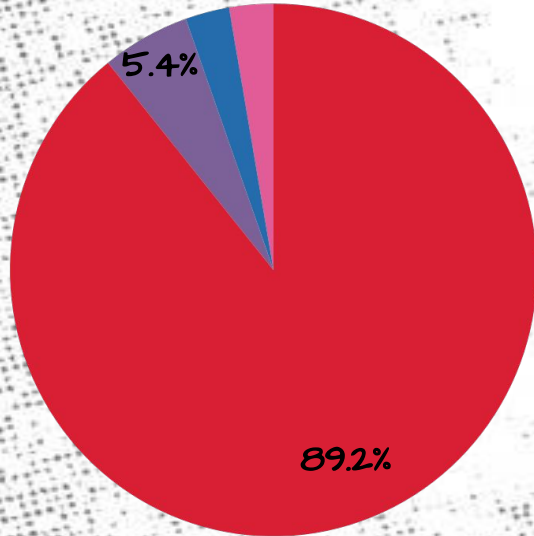


- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54

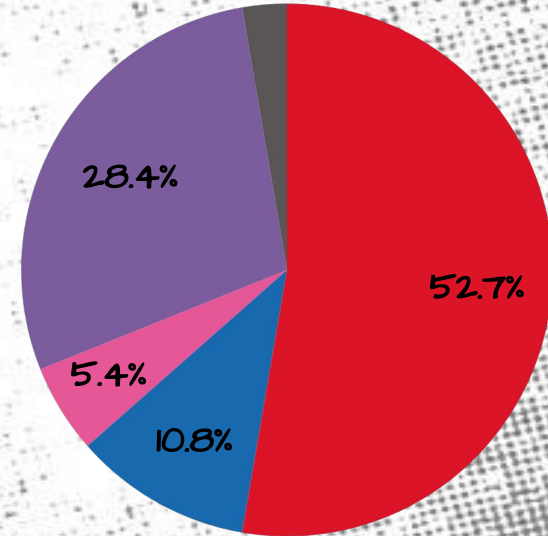
両グループとも、18-24歳、25-34歳のいずれかに該当する人が大半を占めている

# 性別

## 日本



## アメリカ

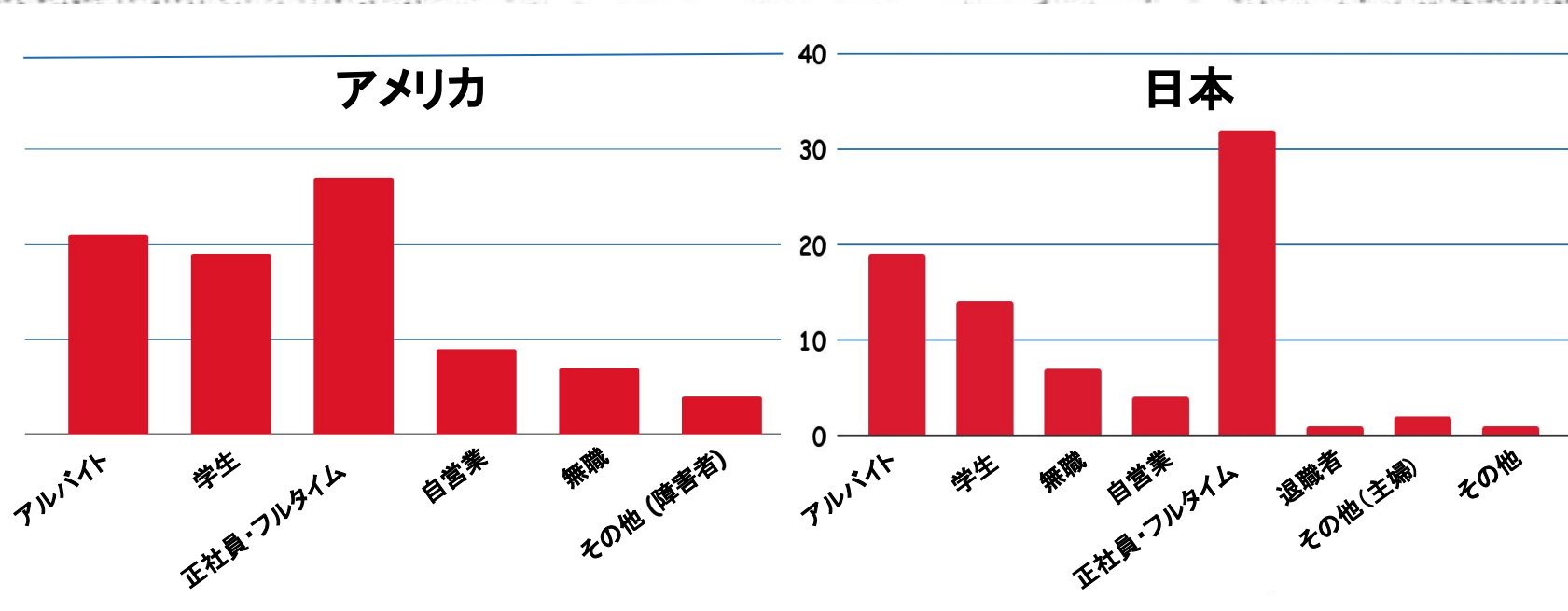


- 女性
- 男性
- ノンバイナリー・  
Xジェンダー
- 解答したくない
- その他

どちらのグループも、女性参加者が一番多かったが、  
アメリカの参加者はより多様で、4分の1以上がノンバイナリーである



# 職業



大半の調査の参加者は正社員・フルタイムだった

## 調査の結果1

### 研究質問1

日本と英語圏では、  
どのような点でファンダム・  
スペースが異なるか、  
又はそれはなぜか。

# 好きなファン作品を見た時、最も頻繁に行うことはどれか。

## 日本のトップ5

1. いいねする・ファボる:98.6%
2. ブックマークする:64.8%
3. 保存する・ダウンロードする:54%
4. そのサイト内で共有する(例:リブログ、リツイート):54%
5. 返信する・フィードバックする:22.9%

## アメリカのトップ5

1. いいねする・ファボる:97.3%
2. そのサイト内で共有する(例:リブログ、リツイート):70.3%
3. 返信する・フィードバックする:62.1%
4. ブックマークする:59.5%
5. 保存する・ダウンロードする:45.9%

両グループの95%以上がファン作品に「いいね」する事を好み、「返信する」と答えた日本のファンはアメリカのファンより40%も低い

# ファンダムに関わるために定期的に使用しているウェブサイトは何か。

## 日本のトップ5

1. Twitter(ツイッター) : 97.3%
2. Pixiv(ピクシブ) : 85.1%
3. YouTube(ユーチューブ) : 70.3%
4. ニコニコ : 47.3%
5. Instagram(インスタグラム) : 37.8%

## アメリカのトップ5

1. Tumblr(タンブラー) : 91.9%
2. Archive of Our Own (AO3)(アーカイブ・オブ・アワ・オーン) : 91.9%
3. YouTube(ユーチューブ) : 47.3%
4. Twitter(ツイッター) : 44.6%
5. Reddit(レディット) : 27%

ファンダムの90%以上のアメリカ人はTumblrとAO3を発信拠点として使う。日本人は、TwitterとPixivを好んで使う。

# ファンダムのために新しいサイトを使い始める場合、 どのようなサイトの機能や事柄が、重要か。

## 日本のトップ5

1. 使いやすさ:86.5%
2. サイトの言語:78.4%
3. 便利さ:78.4%
4. 匿名性がある:68.9%
5. 特定の内容を検索する機能(例:タグ付けシステムなど):68.9%

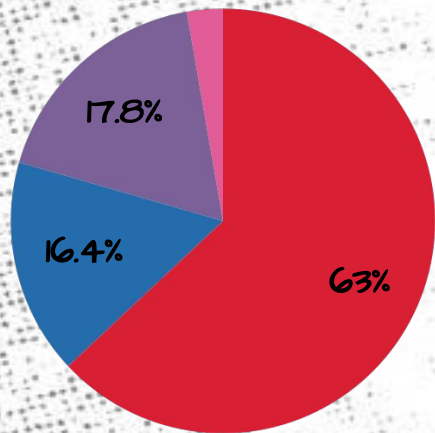
## アメリカのトップ5

1. 特定の内容を検索する機能(例:タグ付けシステムなど):82.4%
2. 匿名性がある:68.9%
3. すでに参加している以前に確立されたファンダム:66.2%
4. 検閲の懸念がない:59.5%
5. 特定の内容やユーザーをブロック・ミュートする機能:58.1%

アメリカ人は大半が、「タグ付けシステム」に興味があり、日本人は「使いやすい」を重視しているが、どちらも匿名性を重要視する

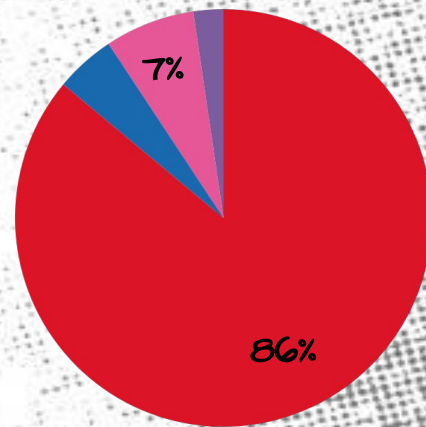
# Twitterでファン作品についてコメントやメッセージを送る方法として、社会的に最も受け入れられているのはどれか。

## 日本



それ以外の回答者は、すべてTwitterを使っている

## アメリカ



37.8%の人が「Twitterを使わない」と回答している

両グループとも返信することは社会的に最も受け入れられていると思った

# Twitterで、誰かが作ったファン作品を楽しんだことを表現する方法トップ3は何か。

65.8%

一番: いいねする・ファボる

56.2%

二番: リツイートする

34.2%

三番: 引用ツイートする

日本

65%以上の日本人は「いいねする」と答えた

48.8%

一番: リツイートする

44.2%

二番: 返信する

53.5%

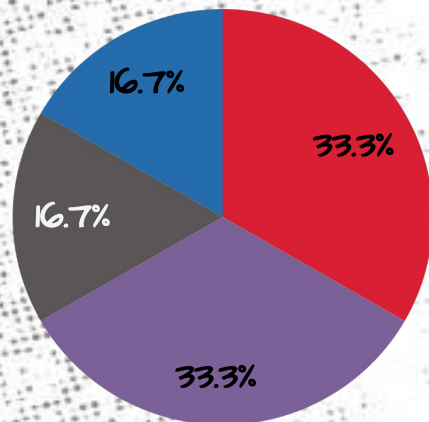
三番: いいねする・ファボる

アメリカ

アメリカ人の意見は分かれた

# Tumblrでファン作品についてコメントやメッセージを送る方法として、社会的に最も受け入れられているのはどれか。

日本

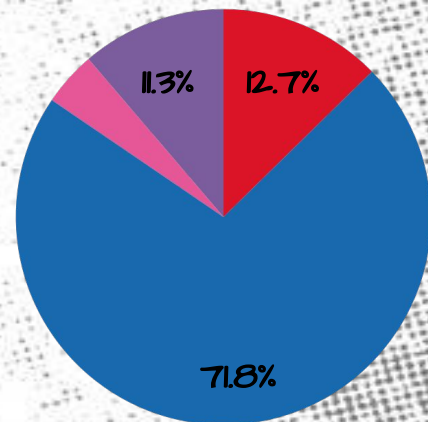


51.4%の人が「Tumblrを使わない」と回答している

どれか。

- リブログにレスする
- タグにレスする
- 作者の質問箱で何かを言う
- 返信する
- プライベートメッセージする

アメリカ



2.7%の人が「Tumblrを使わない」と回答している

アメリカ人のファンの大部分はタグにレスすると答えが、日本人のファンはリブログ(にレス)と返信に答えが分かれた



Tumblrで、誰かが作ったファン作品を楽しんだことを表現する方法のトップ3は何か。

50%

一番: いいねする・ファボる

33.3%

二番: リブログする

33.3%

三番: タグにレスする

日本

日本はここにツイッターの同じパターンに倣う

49.3%

一番: リブログする

40.8%

二番: タグにレスする

23.9%

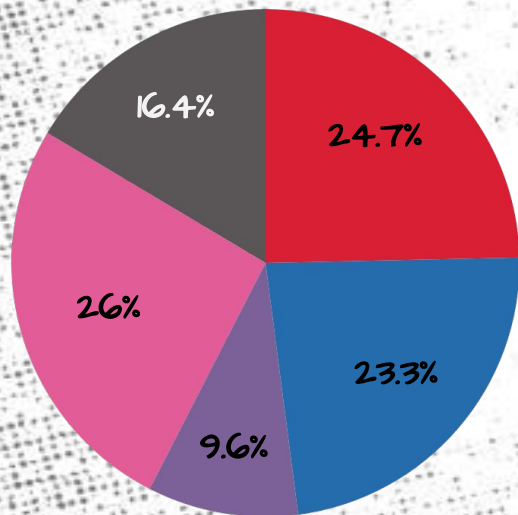
三番: いいねする・ファボる

アメリカ

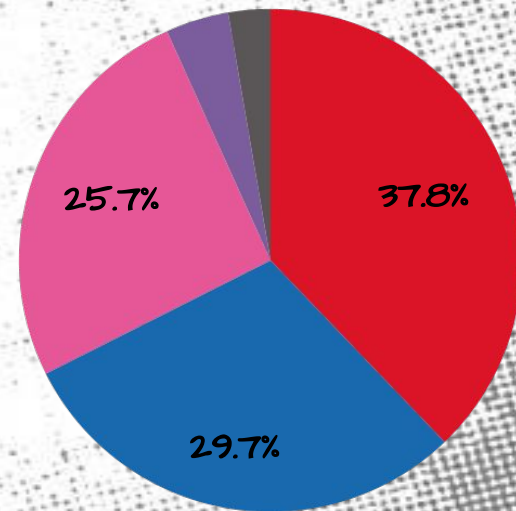
アメリカも倣っている

# ファン・イベント／コンベンションにはどのくらいの頻度で参加するか。

## 日本



## アメリカ



- 参加しない
- 1年に1回未満
- 1年に1~2回
- 1年に3~4回
- 1年に5回以上

日本のファンはアメリカのファンよりもコンベンションに参加する頻度が高い

# どんなファン・イベント／コンベンションに 参加するか。

## 日本のトップ3

1. 一般的なファンダムのコンベンション  
(例:コミケ、サンディエゴのコミコン  
など):56.8%
2. 特定の作品や番組、および／または特定の  
ファンダムについてのイベント:39.2%
3. アニメや漫画のコンベンション(例:  
アニメエキスポ、オタコンなど):23%

## アメリカのトップ3

1. 一般的なファンダムのコンベンション(例:コミ  
ケ、サンディエゴのコミコン  
など):43.2%
2. アニメや漫画のコンベンション(例:  
アニメエキスポ、オタコンなど):37.8%
3. 特定の作品や番組、および／または特定の  
ファンダムについてのイベント:24.3%

どちらのグループも同じトップ3を選び、  
一般的なファンダムのコンベンションに一番多く参加すると答えた

# ファン・イベント／コンベンションに参加する 通常の理由は何か。

## 日本のトップ5

1. ファングッズ(例:同人誌、ファンアートのポスターなど)を見たり購入するため:59.5%
2. 雰囲気を経験するため:51.3%
3. 公式グッズを見たり購入するため:50%
4. 特定の好きなものに焦点を当てている:32.4%
5. 他のファンに会うため:29.7%

## アメリカのトップ5

1. ファングッズ(例:同人誌、ファンアートのポスターなど)を見たり購入するため:50%
2. 雰囲気を経験するため:48.6%
3. 他のファンに会うため:36.5%
4. 公式グッズを見たり購入するため:35.1%
5. コスプレイヤーを見るため:29.7%

参加するトップ2の理由は両グループとも同じだった  
他の理由はほとんどおなじだったが優先順位が異なった

# 結果1のまとめ

- 日本とアメリカでは、重複するウェブサイトはあるものの、主に異なるサイトをファンダムに使用している
  - アメリカ人はTumblrとAO3を好み日本人はTwitterを使う
- **アメリカ人**: シェア → コメント → いいね  
**日本人**: いいね → シェア → コメント
  - どちらも通常、作品をシェアする何らかの方法で返信するのがベストだと考えている(引用ツイートする, タグにレスする)
  - しかし、**日本人**が返信するのは珍しい
- コンベンションに関わる行動について、両グループの間には違いよりも共通点の方が多かった

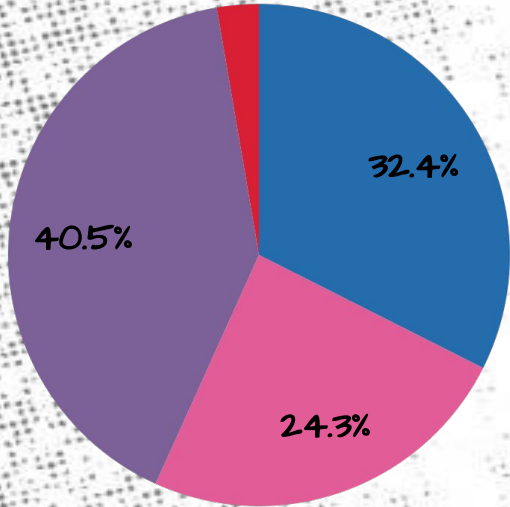
## 調査の結果2

### 研究質問2

日本と英語圏では、  
どのような点でファン作品の  
収益化が異なるのか、  
又はそれはなぜか。

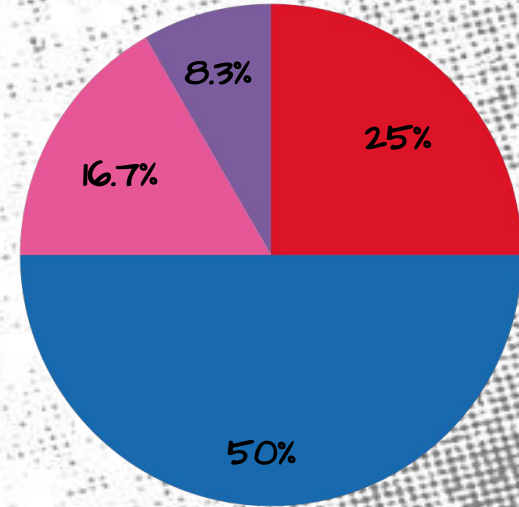
# ファン作品を販売する場合、いくらで販売するか。

日本



83.8%の人が「ファン作品を作ったり販売したりしない」と回答している

アメリカ

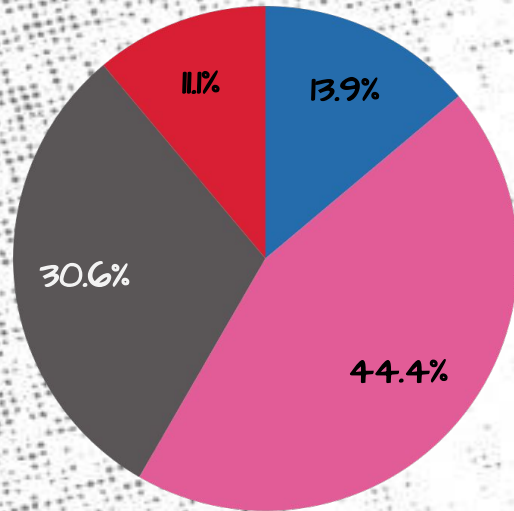


44.6%の人が「ファン作品を作ったり販売したりしない」と回答している

75%のアメリカ人のファンは作品を売って利益を得ていた  
半数以上の日本人のファンは作品を売っても利益を得ていない

# ファン作品を販売する場合、どこで販売しているか。

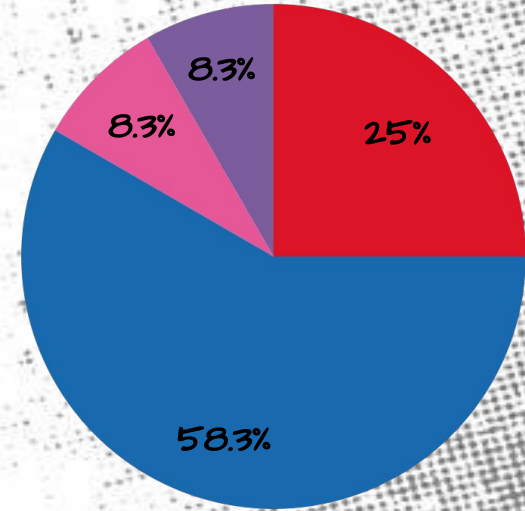
## 日本



44.6%の人が「ファン作品を販売しない」と回答している

- オンラインのみ、自分で管理しているストアで
- オンラインのみ、サードベンダー(例:ブース、Etsyなど)を通じて
- 対面のみ
- 対面とオンラインで
- その他(オンライン:ピア・ツー・ピア)

## アメリカ



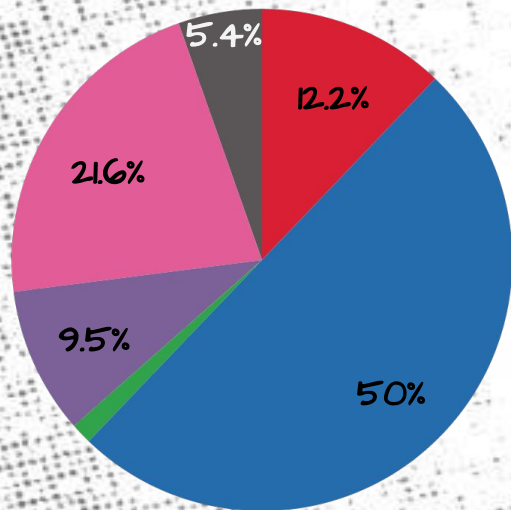
83.8%の人が「ファン作品を販売しない」と回答している。

アメリカ人のファンはほとんどがオンラインで自分の作品を販売する  
日本人のファンは75%が対面で自分の作品を販売する

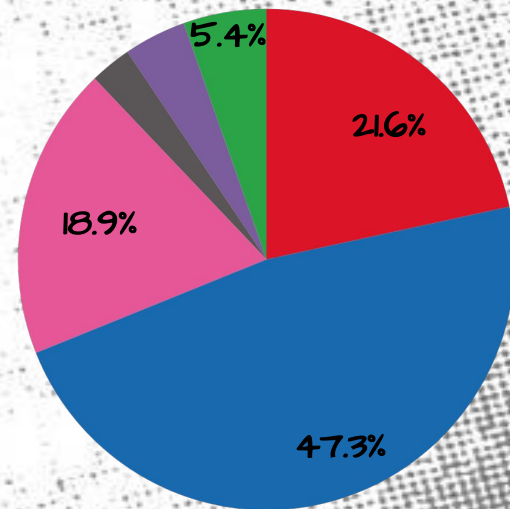


# ファン作品を購入する場合、どのくらいの頻度で購入するか。

## 日本



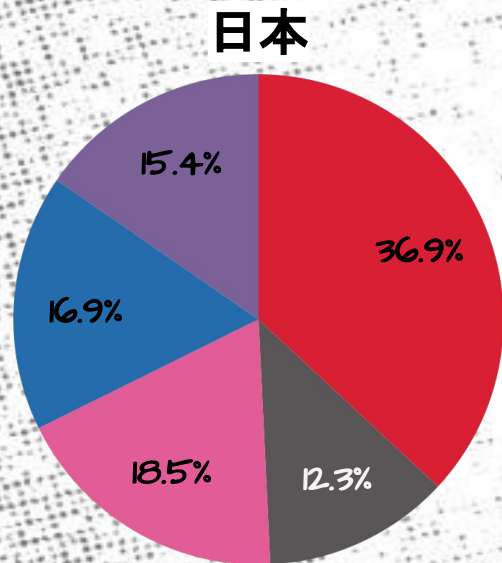
## アメリカ



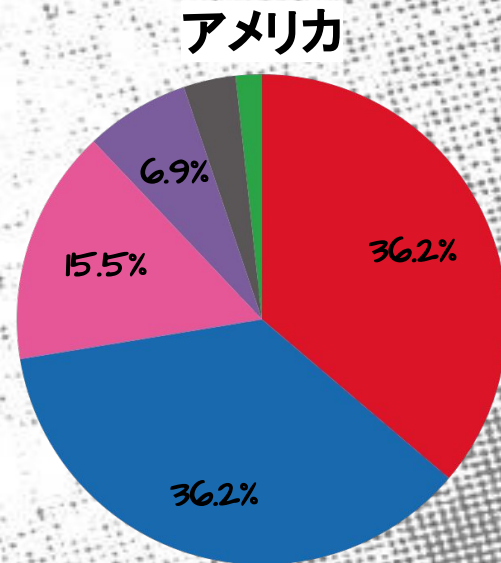
- 購入しない
- 1年に約1~2回
- 2ヶ月に約回
- ほぼ毎月
- 月に約2~4回
- その他

日本人のファンはアメリカ人のファンよりもファン作品をよく買う

# ファン作品を購入する場合、1年に大体いくら使うか(送料および手数料を除く)。



10.8%の人が「ファン作品を買わない」と回答している

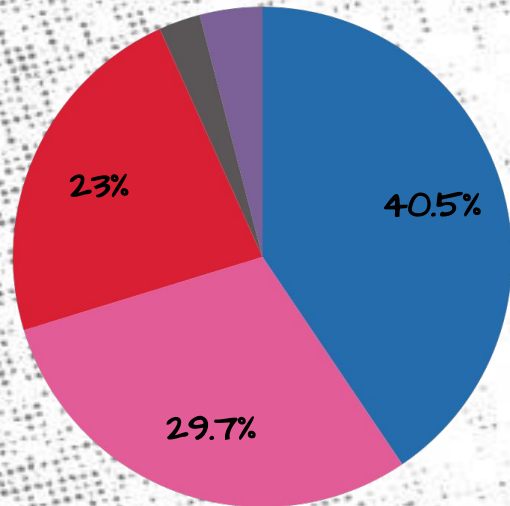


21.6%の人が「ファン作品を買わない」と回答している

**日本人のファンはアメリカ人よりもファン作品にお金をかける傾向があった**

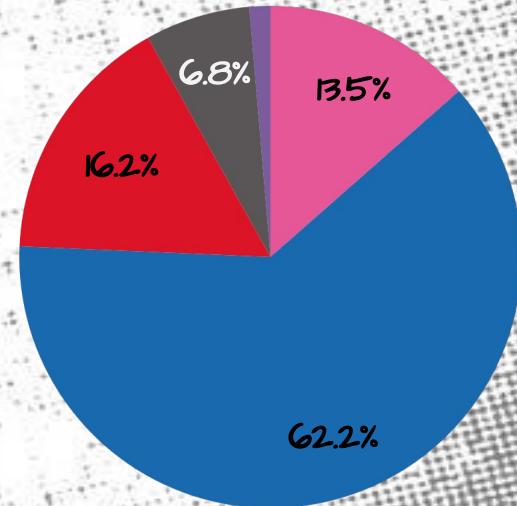
# 一般的に、著作権がファンダムに与える影響について どう思うか。

日本



- 非常に心配
- 多少心配
- あまり心配していない
- 全く心配していない
- 考えた事がない

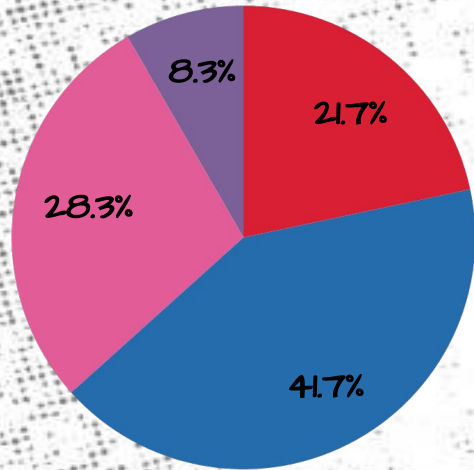
アメリカ



75%以上のアメリカ人が、ファンダム全般の著作権について心配していた  
一方心配している日本人のファンは約60%だった

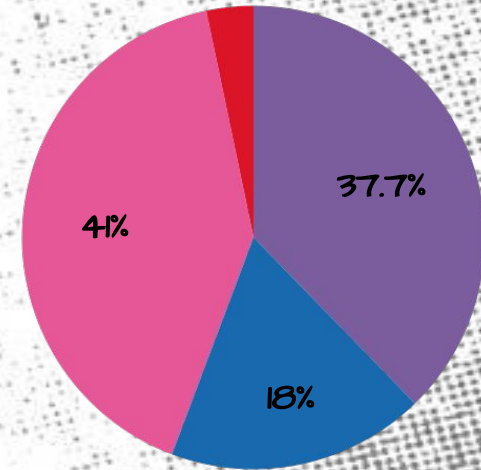
# 自分のファン作品に著作権が及ぼす影響について、 どう考えているか。

日本



16.2%の人が「ファン作品を  
作らない」と回答している

アメリカ



14.9%の人が「ファン作品を  
作らない」と回答している

日本人の60%以上が心配していると答えたが、  
アメリカ人はわずか約20%だった

# 結果2のまとめ

- ファン作品を作るファンのうち、**日本人**のファンの半数以上が作品を販売しているが、**アメリカ人**のファンは20%に満たない
- また、**日本人**のファンはファン作品をより頻繁に購入し、より多くのお金を費やす
  - その理由は日本のファン作品が低価格で販売されている可能性があることに起因していると言える
- **日本**と**アメリカ**のファンは、ファンダムに関する著作権の問題で大きく異なる

# 結論と考察

- 両グループの嗜好によって、惹かれるサイトが異なる
  - **日本**は日本語で使いやすいサイトを好む (pixivとニコニコは日本語がデフォルト、Twitterなどの他のサイトの言語を変える事ができるサイト)
  - **アメリカ人**は検索したり、タグづけできる機能があるサイトを好む
- コンベンションの参加について
  - 国のサイズが小さいためか、**日本**はアメリカよりもコンベンションに参加する頻度が高い
  - **日本人**はオンラインや対面、またその両方でファン作品を販売するが、**アメリカ人**の中で「対面のみ」で販売する人はいなかった
- **日本人**のファンは、自分の作品に著作権が影響することを心配して、低価格で販売する可能性がある(利益がなければ違反にならない)
  - 一方、**アメリカ人**のファンは自分の作品への著作権の影響を心配する人は少ないが、ファン作品を販売する頻度も少ない(公正使用法で著作権は守られているが、販売する際には様々な問題がある)

# 研究における限界点

英語のアンケートは、主に特定のDiscordサーバーやTumblrを通して行われ、

日本語のアンケートは、主にツイッターを通して行われた

いくつかの質問に対して、どのように答えればいいのか回答者が迷うことがあった。例:ある質問ではファン作品を作ったと答えたが、別の質問ではそうではないと答えた

**謝辞**

**関根繁子教授  
齋藤-アボット佳子教授  
小垣朋子先生  
WLC400の同級生と先輩  
家族と友人**



## 参考文献(1)

- Aida, M. (2005). コミックマーケットの現在:サブカルチャーに関する一考察 広島修大  
論集. 人文編 45(2), 149-201. <http://id.nii.ac.jp/1080/00000846/>
- Cavicchi. (2014). Fandom Before "Fan": Shaping the History of Enthusiastic Audiences.  
*Reception (Wilmington, Del.)*, 6(1), 52-72. <https://doi.org/10.5325/reception.6.1.0052>
- Ichikohji, & Katsumata, S. (2016). The Relationship between Content Creation and  
Monetization by Consumers: Amateur Manga (Doujinshi) and Music in Japan.  
*Annals of Business Administrative Science*, 15(2), 89-103. [https://doi.org/10.7880/  
abas.0151214a](https://doi.org/10.7880/abas.0151214a)
- Kington, C. S. (2015). Con culture: A survey of fans and fandom. *Journal of Fandom  
Studies*, 3(2), 21-228. [https://doi.org/10.1386/jfs.3.2.21\\_1](https://doi.org/10.1386/jfs.3.2.21_1)

## 参考文献(2)

- Nagai, J. (2002). オタクカルチャーにみるオーディエンスの能動性 *Soshioroji*, 4(3), 109-125 & 220, [https://doi.org/10.14959/soshioroji.46.3\\_109](https://doi.org/10.14959/soshioroji.46.3_109)
- Peaslee, S. S. (2015). Is there a place for us? Protecting fan fiction in the United States and Japan. *Denver Journal of International Law and Policy*, 43(2), 199-  
[https://link.gale.com/apps/doc/A407227933/AONE?u=csumb\\_main&sid=bookmark-AONE&xid=4bba74f5](https://link.gale.com/apps/doc/A407227933/AONE?u=csumb_main&sid=bookmark-AONE&xid=4bba74f5)
- Reagin, & Rubenstein, A. (2011). "I'm Buffy, and you're history": Putting fan studies into history. *Transformative Works and Cultures*, 6. <https://doi.org/10.3983/twc.2011.0272>
- Versaphile. (2011). Silence in the library: Archives and the preservation of fannish history. *Transformative Works and Cultures*, 6. <https://doi.org/10.3983/twc.2011.0277>