

# ファンのライフコースからみる メディアミックス作品の経験

杉山 怜美

本稿では現代日本に特徴的なメディアミックス現象に関する研究が産業視点での分析に偏っていたことと、それをファン個人の多様な経験から分析する重要性を指摘した。その際、メディアミックスの時間的展開に着目して、ファンのメディアミックス作品の経験を、作品を受容する経験、ファンの個別のライフコース、メディア経験を可能にするインフラとしてのメディア状況が組み合わさったものとして捉えて分析することを提案した。分析対象としてメディアミックスが30年ほど継続している『スレイヤーズ』作品のファンを取り上げて、インタビュー調査に基づき分析した。その結果、メディアミックス作品は、ファン自身のライフコース、その経験を支えるインフラとしてのメディア状況、ほかのファンの存在、家族の協力状況に影響されて、作品の展開タイミングより遅れて、なおかつ長期的に、各自の生活に根ざしたかたちで経験されていることを明らかにした。

## 1 はじめに

### 1-1 問題の所在

現代日本のコンテンツ産業においては、アニメ・マンガ・ゲーム・ライトノベルなどのいずれかの形態で発表された作品が、一つの作品形態にとどまらず複数のメディアで展開されるメディアミックスが広く採用されている。今やメディアミックスは日常のさまざまな場面に浸透していて、街中で関連商品や広告を目にすることも珍しくない。

こうした現象が浸透していることは、ファンによる作品の位置づけからも読み取れる。本稿で取り上げる、ライトノベルやテレビアニメなどにメディアミックスされた作品である『スレイヤーズ』のファンに筆者が行ったインタビュー調査のなかで、作品がどのようなカテゴリーに属すると認識しているか尋ねた際の語りは以下の通りであった。

#### 【語り 1<sup>1</sup>】

A：入口がアニメだから、やっぱり、言うときは、なんか、アニメ何が好きですかって言われたら『スレイヤーズ』ですって答えることのほうが多いかもしれないですね。ラノベって言うよりは。(中略) マンガとかゲームっていうよりはアニメかラノベっていうイメージ。でも、ラノベっていっても今のラノベとも違うしなっていうのがあって。なんか、好きな作品は『スレイヤーズ』ですって感じですかね。

筆者：あー、なるほど。なるほど。好きな作品って感じなんですね。

A：作品って感じですかね。

この語りからは作品が複数メディアで展開されていることを前提に、とくに「アニメかラノベ」として認識していることを示しつつ、最終的には「好きな作品」として総体的に位置づけていることが読み取れる。この事例に象徴的に表れているように、メディアミックス作

品は複数のメディア形態の作品群で構成されていることが認識されながら、個々の作品に還元しきれないものとして受容されているといえよう。

これまでメディアミックスという現象はおもに産業や企業側の視点からの分析（田中 2009; Steinberg 2012=2015; 大塚 2014; 野口 2017; 田 2018）が蓄積されてきた。とくに現在まで後続する研究の重要な参照点となっているのは、日本におけるメディアミックスを北米で発達した「トランスメディア・ストーリーテリング」<sup>2</sup>と区別したうえで、その歴史的な変遷を分析したマーク・スタインバーグの議論である（Steinberg 2012=2015）。

スタインバーグは日本におけるメディアミックスとトランスメディア・ストーリーテリングとの重要な違いについて、①物語よりもキャラクターの存在が重要である、②物語の連続性を必要とせず、矛盾があっても許容される、③メディア形態間の階層化の程度が低く、個別のメディアでそれぞれ成功することが求められる、④あらかじめ組織や計画がなされずに、あとからメディアミックス展開がなされる作品が存在する、⑤商業展開の規模や密度が多様である、⑥メディアミックスされる作品数が多い、の6点を挙げている（Steinberg 2012=2015: 25-31）。こうした特徴をもつ、今日まで続くメディアミックスを直接的に用意したのは、1980年代後半に角川書店（現在のKADOKAWA）で角川歴彦によって展開されたメディアミックスだったとされる（Steinberg 2012=2015: 230）。

さらに、そのようなメディアミックスが現代では「創造的な相互作用が発生し、新しい文化様式を生み出し、人々が金銭による取引で文化に触れることができる場所」（Steinberg 2012=2015: 318）としてのプラットフォームの機能を果たし、コンテンツの創造、消費、娯楽というメディアと文化のエコロジーを支えていると指摘されている。スタインバーグはそうしたプラットフォームが巨大なアメリカの国際企業に専有されることを危惧して、KADOKAWA・DWANGO（現在のKADOKAWA）に創造的なメディアミックスを引き起こすプラットフォームとしての役割を期待できると述べた。

一方で大塚英志はそういった動きが結局はプラットフォームの寡占につながり、「消費者の隷属的な創作」（大塚 2014: 58）として管理されていく危険性を強調している。

以上のように、産業側からみたメディアミックスは、単に複数のメディア形態で作品が展開される現象を指すだけでなく、特定の企業活動と結びつけられながら、受け手である消費者の創造の源泉となる一方で、それらが企業によって管理・搾取される危険性を孕むものとして説明されてきた。しかし、メディアミックスのプラットフォームの下での受け手の個別の行動は十分に焦点化されてこなかった。実際には各々のメディアに展開された作品受容や、二次創作活動<sup>3</sup>をはじめとするファン実践がすべての消費者によって画一的に実施されることは想定しづらいが、これらの研究では産業側の記述が重視されているため、メディアミックスに沿って行動する消費者が前提とされているようにみえる。

こうした産業側からのメディアミックスの分析の問題点は、ファン研究の領域での議論とも接合しうる。瀬尾祐一は、ファン研究の代表的な視座の一つである参加型文化論的アプローチが、ファンが生産・流通プロセスに関与することによって文化産業へ影響を及ぼすことができる側面を強調するあまり、ファンの一面的表象を示しがちであるとして批判を受け

ていることを述べたうえで、マルチパースペクティブ・アプローチをそれと対置される視座として挙げている（瀬尾 2020: 26-8）。後者のアプローチはファン実践が特定のステレオタイプに収まらない多面的で複雑なものであることを主張するため、日常的でよりカジュアルな実践も分析射程に含めることを特徴とする（瀬尾 2020: 29）。

本稿でも基本的に後者の立場を採用する。それにより、本研究はメディアミックス研究に対して、メディアミックスがプラットフォームとして機能するとしても、そういった作品の消費者・ファンを、想定通りに創造性を発揮する、もしくは隷属的に消費させられる存在としては表象せずに、ファン個人の多様な経験を明らかにする重要性を示すことができる。

一方でファン研究に対しては、マルチパースペクティブ・アプローチの論点の一つであるファンとファン対象との関係について、アニメやマンガなどの単一メディアに還元されないファン対象のあり方を明らかにできる。とくに日本では同一タイトルの作品が複数展開していて、作品の完結も判断しづらい状況が一般化していることから、両者の関係の内実をメディアミックスの視点で捉えることが重要だと考える。

以上を踏まえて本稿では、「ファンたちは、産業側から異なるメディア形態の作品が複数提供されるメディアミックス作品をどのように経験したのか」という問いを設定して、産業によって生産された作品の受容と、創造的なファン実践の代表事例としての二次創作活動を取り上げ、それらの2側面から問いを解明することを目指す。

本稿の構成は以下の通りである。まず本章の2節では、ファンによるメディアミックス作品の経験を解明するうえでその時間的展開に着目した分析視座を明らかにする。続く3節では、本稿で取り上げる『スレイヤーズ』のメディアミックス作品としての特徴を確認して、問いに答えるための事例としての有効性を明らかにする。2章では分析に用いるインタビュー調査の概要と分析対象者の属性を示す。そして3章および4章で、ファンに固有のメディアミックスの経験を個人のライフコースやメディア状況との交差から描き出す。最後に5章で、本稿の分析で得られた知見から導ける問いへの回答についてまとめる。

## 1-2 本研究の分析視座

前節で述べたファンによるメディアミックス作品の経験を明らかにするため、本稿ではメディアミックス作品内での時間的展開に着目する<sup>4</sup>。田中絵麻は、日本における水平分離型のコンテンツ産業構造でのメディアミックスを可能にした企業間取引が1990年代に製作委員会方式として洗練されたことを述べたうえで、実態調査の結果、メディアミックス展開は同時期の実施に限らず時系列的な時間差がある事例も多いと述べた（田中 2009: 170-7）。

作品展開に時間差があり、なおかつ物語の連続性がさほど重視されない（Steinberg 2012=2015: 25）という日本のメディアミックスの特徴を踏まえると、ファンが作品を受容する順序についての絶対的な基準が明確でないことから、メディアミックス作品はファンごとにさまざまな順序で時間経過をともなって経験されることが想定できる。

このようなメディア経験を分析するうえで二つの異なる方向性が考えられる。

一つはファンのメディア経験に関する語りに着目して個別の経験を捉える方法である。池上賢は、年齢や愛好する作品の異なる2人のライフストーリーに着目してマンガ経験の分析

を行い、長期間のマンガとの関わりが、社会的・歴史的状況の経緯、個人の経験、特定世代に共有されたストーリーなどを重層的に含んだ経験であることを明らかにした（池上 2019: 293-6）。本稿でもこの分析に倣い、ファンのメディアミックスの経験を作品受容と直接関わらないファン個人の人生経験や社会的・歴史的文脈に関連するものとして位置づける。

ただし、池上は個人個人のストーリーを綿密に追うことに注力しているが、本稿ではファン個人の経験が可能となった条件やそれによって生じた結果に着目して分析を進める。この方針と後述するもう一つの方法とを組み合わせることで、どのような条件がファンにとって活用しやすく、逆に限られたファンにしか活用できなかったのか総体的に検討できる。さらに、個人の多様な経験を一定の共通性をもつものとして記述するため、ライフコース研究の概念を参照する。C. リー・ハリントンとデニス・D. ビールビーはライフコース研究の概念を用いてファン研究の体系化を試みているが、本稿ではそのなかでも就学、就業、結婚、妊娠、退職など、各人が加齢とともに経験していくライフコース上の変化を表す「生活移行 (life transitions)」に注目してファンの経験史を分析する手がかりとする (Harrington and Bielby 2010: 435)。

もう一つは、あるメディアが経験可能となる際にそれを支えたインフラに着目して、その歴史的経緯を明らかにする方法である。山森宙史は、雑誌とならんで出版物としてのマンガの代表的な形式である「コミックス」に着目して、それがメディアとしての物質性を獲得する過程を描いているが、その際にコミックスの書店内での扱われ方やマンガ専門店、二次流通を担う新古書店などのインフラの重要性を指摘している（山森 2020: 270-3）。

本稿ではメディアミックスという総体的なメディア形態の認識枠組みの成立過程を直接問うことはしないが、ファンのメディアミックスの経験を、ファンの外部に存在していたインフラと関連づけて分析していく。その際、ある時代のメディア経験を広く一般的に支えたインフラと、ファンのメディア経験を専門的に支えたインフラを区別して論じる。

具体的には、本研究で対象とする『スレイヤーズ』がもっとも盛んにメディアミックスを行った 1990 年代では、一般的なインフラとしては録画メディア（ビデオ）（永田 2015）、新古書店（山森 2020）、レンタルビデオ店（近藤 2020）などが普及していた。さらに、インターネットは世帯普及率が 1999 年時点の 19.1% から 2001 年には 60.5% まで急速に上昇した時期にあたり（総務省 2002）、普及前と後でそれぞれ作品を経験していると想定できる。

一方、専門化されたインフラとしてはアニメ雑誌（永田 2015）、同人誌即売会や同人誌の委託書店（玉川 2014）、さらにインターネット普及後には二次創作作品の投稿サイト、SNS 上のファンコミュニティなどを挙げることができ<sup>5</sup>、こうしたインフラを基盤にしたファン同士の交流・関係にも注目して分析を行う。

本研究では、以上の研究の分析視座を組み合わせ、特定のメディア状況がメディアミックスの経験を可能にした側面に着目しながら、ファンの個別の経験を明らかにしていく。

### 1-3 研究対象

前節まででも述べたとおり、本稿では『スレイヤーズ』という作品およびそのファンを対象に具体的な経験を記述していく。本作は 1990 年に第 1 作目の小説が富士見書房<sup>6</sup>から刊

行されて以来、約30年に渡ってメディアミックスが継続されている作品である。本作は角川歴彦によるメディアミックスの大ヒット作品の一つであると同時に、初期の製作委員会方式のメディアミックスでの成功事例（田中2009:171）としても知られている。

『スレイヤーズ』のストーリーは主人公のリナ＝インバースという魔術の才能に恵まれた少女が、仲間とともに旅をしながら、道中で遭遇する敵やトラブルへ対処していくのが基本となっている。メディアミックスにあたっては、リナと数名のメインキャラクターを中心に、魔術の設定や地理関係などが共通した世界観での冒険譚が描かれる場合が多い。

原作小説は長編が文庫で出版され、コメディ色の強い短編や外伝は雑誌掲載後に文庫化されて（山中2018:29）、おもに長編はテレビアニメ、短編は劇場版アニメやラジオドラマなどの原案となったが、物語の順序や詳細、登場キャラクターはメディア形態ごとに異なっている。このことは、スタインバーグの指摘する物語の連続性や階層性を重視しないというメディアミックスの特徴を体現している（Steinberg 2012=2015:25-7）。

本作のメディアミックス展開は1995年のテレビアニメ化以降とくに盛んになり、2000年前後まで集中的な作品展開が継続した。その後は商業展開の動きは鈍化した。現在まで少数ながらも継続していて、とくに2010年代は既存のコンテンツを活用したコラボレーションやグッズ販売、ファン向けのイベント企画などが展開されてきた。なかでも2008年の新作テレビアニメ放送と2015年の原作小説イラストの原画展は、後述するインタビュー調査内でも複数の調査対象者から重要な作品経験として言及されていた。

メディアミックス作品の時間的展開に着目してファンの経験を明らかにするにあたっては、角川歴彦によるメディアミックスの初期の代表的な成功事例であること以外に、次の3点を満たしていることから分析対象として適していると考えられる。

1点目が、現在に至るまで作品のメディアミックス展開が継続されていて、その変遷が明らかだという点である。2点目は、そのメディアミックス展開がファンのライフコース上の推移やメディア状況の変遷を観察可能な程度に長期におよんでいる点だ。最長で30年という年月の間、個人の人生や個人を取り巻くメディア状況に大きな変化があったことが予想される。そして3点目が、そういった長期間におよぶメディアミックスの経験について聞き取りを行うことができるファンが現在も多数存在していて、ほかのファンの存在を相互に認識できるファンコミュニティが成立している点である<sup>7</sup>。

次章では以上で述べたような特徴をもつ『スレイヤーズ』ファンに対して実施した調査の概要と、分析対象者の属性について確認する。

## 2 調査概要

本稿で用いる調査データは、2016年7月～10月に『スレイヤーズ』ファンを自認している30代～40代の男女7名を対象に実施したインタビュー調査に基づくものである。調査にあたっては、1時間から2時間程度の半構造化インタビューを実施して、追加の質問があればSNSのメッセージにて確認した。インタビュー内容の論文化については今回の分析対象である5名には事前に許可を得た。インタビューでは『スレイヤーズ』シリーズと出会ってから

調査当時に至るまでの調査対象者のライフコースを追いながら、作品との関わり方にどのような変化があったのかを中心に聞き取りを行った。なお、筆者と調査対象者はインタビュー調査以前に『スレイヤーズ』ファンとしてオフ会や同人誌即売会などで対面したことがあった。そのため調査対象者は、筆者が作品の知識をもっているという前提でインタビューに答えていた。本稿の分析においては、テレビアニメ1作目から『スレイヤーズ』を知った5名を対象にして経験を分析する。

表1は、インタビュー当時の分析対象者の属性を示したものである。特徴として、学歴や就業形態が多様なこと、既婚者が2名、子どものいる人が1名いること、海外への移動経験がある人（Cさん）や首都圏以外の地方在住者（Fさん）がいることが挙げられる。

また、次章の分析にあたって理解の助けとなるように、作品を初めて知った年（1995年）の学年と、現時点で最後に劇場版アニメが公開された年（2001年）の学年や状況を記載している。後者はメディアミックス展開の動きが減少し始めたタイミングを示している。

表1 分析対象者の属性

|              | Aさん      | Bさん   | Cさん       | Fさん    | Gさん   |
|--------------|----------|-------|-----------|--------|-------|
| 生年           | 1986年    | 1984年 | 1985年     | 1982年  | 1981年 |
| 年齢           | 30歳      | 32歳   | 31歳       | 33歳    | 35歳   |
| 性別           | 女        | 女     | 女         | 女      | 男     |
| 居住地          | 東京       | 茨城→東京 | 東京→南米→神奈川 | 沖縄     | 神奈川   |
| 最終学歴         | 大学卒      | 大学卒   | 大学卒       | 専門学校卒  | 高校中退  |
| 就業形態         | 契約社員・声優業 | 正社員   | 正社員       | 契約社員   | 正社員   |
| 結婚の状況        | 未婚       | 既婚    | 既婚        | 未婚     | 未婚    |
| 子供の有無        | 無        | 無     | 有         | 無      | 無     |
| 作品ファン歴       | 21年      | 21年   | 21年       | 21年    | 21年   |
| テレビアニメ1作目放送時 | 小学3年     | 小学5年  | 小学4年      | 中学1年   | 中学2年  |
| 劇場版アニメ5作目放送時 | 中学3年     | 高校2年  | 高校1年      | 専門学校1年 | 正社員   |

注：テレビアニメ1作目放送は1995年、劇場版アニメ5作目放送は2001年

### 3 ファンによるメディアミックス作品の受容経験

本研究で扱う『スレイヤーズ』ファンたちがはじめて作品と接触したのは、1995年のテレビアニメ放送であった。語りを得られたのはそれ以降の約20年間の経験だが、作品を知った直後に彼らが『スレイヤーズ』をテレビアニメで完結したものとして捉えていたのか、それとも当初からメディアミックスされた作品の一部として捉えて、場合によってはほかのメディア形態の作品にも関心を示していたのか確認することから分析を始める。

結論を先取りして述べると、分析対象とする5名全員が何らかのかたちでテレビアニメ視聴と連続してほかのメディア形態の作品を知り、受容していた。そこで本章の1節では5名のテレビアニメ視聴直後の受容経験の内実を示す。

それ以降の時期については、産業側からの作品展開のタイミングが基本的に共通であるにもかかわらず、分析対象者それぞれが独自の経験を積み重ねている。そのため2節以降では

ファン固有の『スレイヤーズ』作品の経験を整理して、メディアミックス展開が本人のライフコースと当時のメディア状況とどのように結びついて経験されたのか分析する。まず本章では作品受容の仕方に特色があった A さんと G さんの事例を取り上げる。

続く 4 章では代表的なファン実践である二次創作活動に焦点化して B さん、C さん、F さんの事例を比較検討し、メディアミックス作品の多様な経験を明らかにすることを試みる。

### 3-1 作品への接触とメディアミックスの関心

本章の冒頭で述べた通り、分析対象者の 5 名はテレビアニメを視聴後すぐにほかのメディア形態の作品を受容していた。その具体的な内容を当時の年齢が若い順に確認する。

年齢がもっとも幼かった当時小学 3 年生の A さんは、テレビ CM の合間にゲームが発売されていることは知っていたが、とくに購入はしていなかった。しかし、同時期に放映されていた劇場版アニメは兄や家族に連れられて見に行ったという。

A さんより 1 学年上の C さんは、テレビアニメ放送時に「出てた出版物は全部」購入して、誕生日とクリスマスにテレビアニメの収録された、当時録画メディアとして流通していたレーザーディスクをプレゼントしてもらった。

小学 5 年生だった B さんは、テレビ CM で原作小説を知り本屋で見かけて購入し始めた。

中学 1 年生だった F さんは、近所の友人が購入していた原作小説を借りて読んでいた。

最年長で中学 2 年生だった G さんはマンガを購読していたほか、キャラクターの文房具などのグッズを「アニメイトってものが今ほど近くにないので。ほんとに大きなところに軒とかなので。たまに行って何かが出てれば買うよ、みたいな」かたちで購入していた。

以上の経験にくわえて、C さんと G さんはテレビアニメの録画も経験していた。

まず C さんは当時すでに「ものすごくコレクター心のあるオタク」だったと表現していて、テレビアニメのビデオ録画を行い、カセットテープレコーダーを用いてオープニングやエンディングなど BGM の曲集を作っていたと語った。

G さんはテレビアニメの 2 作目が始まるタイミングで、後から見返すためにビデオ録画を開始したが、そのことを作品との関わり方の一つの変化だと捉えている。

以上から多くの場合にテレビアニメ放送時の CM がほかのメディア形態へ誘導する役割を果たして、どの分析対象者もテレビアニメ以外の作品も受容していたことが読み取れる。

くわえて、当時小中学生だった分析対象者たちは、家族（A さん、C さん）や友人（F さん）を頼る、もしくは家庭に存在していた道具を用いる（C さん、G さん）ことをしていた。

とくに C さんは原作小説が「漢字難しくて、調べて読みました」と述べるなど、可能な手段を最大限活用してメディアミックスされた作品を網羅的に受容しようとする志向が強く、最初に作品に触れた時点からファンのもしくは「オタク」的な経験をしていた。

では、当時の C さんのような経験がほかの分析対象者やそれ以降の C さんにも共通していたのかといえば、そうではなかった。本章の後半では、作品を受容するタイミングに特色があった A さんと G さんの事例を取り上げる。

### 3-2 時間差での作品受容を支えたインフラ —A さんの事例

テレビアニメ以後の作品受容に特色のある経験をしていたのが、AさんとGさんである。

Aさんはほかの分析対象者と異なり、テレビアニメ放送時に原作小説を知らなかったが、中学校に進学して「図書室とかに小説とかが置いてあって、あ、読もうみたいな感じになってきた」ことがきっかけで原作小説を知った。また、当時はマンガが「ブックオフとかで売られ始めるぐらい」の時期で手に取るようになった。高校では図書館にラジオドラマのCDが所蔵されていて、所属していた演劇部の練習の合間に聞きに行っていたという。

Aさんはこうした中高生の時期に『スレイヤーズ』の二次創作活動にもっとも熱心に取り組んでいたという。同人誌即売会に初めて一般参加<sup>8</sup>したのが中学生の前半で、本格的に二次創作に取り組むようになったのは高校3年生のころ、携帯電話を用いてサイトを始めたことがきっかけだった。しかし、大学生になると大学の勉強と、声優になりたいという夢を叶えるために通い始めた声優養成所の両立で多忙だったことにくわえて、以下の理由からも中高生で「買い漁って」いたほどには同人誌即売会に熱心に参加しなくなった。

#### 【語り2】

A：同人の人気のなもので、サークル数とかもやっぱりスレイヤーズのサークルがけっこう多かったんですね、昔は。アニメ雑誌とかで人気のある人とかがスレイヤーズの絵を描いて投稿してみたいのとかあったし、で、実際にコミケとかで見かけて、あーいるーとかっていうので、けっこうワイワイしてた時期だったのが中高ぐらいだったかな。その時期は（サークルが）すごいいっぱいあったけど、やっぱり大学生ぐらいになってから、まあ、私があんまり行かなくなったっていうのもあるんですけど、サークル数自体もすごい減りましたよね。

大学卒業後、Aさんは数年間別の仕事をしながら養成所に所属していた。その時期からインタビュー当時までの『スレイヤーズ』との関わりについて以下の語りが得られた。

#### 【語り3】

A：お金にちょっとずつ余裕じゃないですけど、いや余裕はなかったんですけど、けっこういつもカツカツではあったんだけど、いろんなものを買えるようになってきたのは、大学卒業してからぐらいかなっていう感じは。マンガとかに関しても集められるようになってきたのはそれぐらい。（中略）

ゲームとかに関しても最近（3、4年前）なんか買い集めてっていう感じだし。

ここで注目すべきなのは、【語り3】では大学卒業から就職への変化によって経済的な余裕が生まれたと述べられている一方で、同人誌への出費は中高生のほうが多かったという点である。表1にあるように、Aさんが高校生の時点ですでに集中的にメディアミックスが展開されていた時期は過ぎていた。つまり、ファンによる二次創作活動の多寡は産業側のメディアミックスの実施状況にある程度連動していた一方で、産業側によって生産された作品は発売後も比較的長期間入手することが可能であったと指摘できる。

Aさんの語りからは、『スレイヤーズ』を受容した時期が（ファンの二次創作物以外は）発売された時期よりも遅れていることが読み取れる。このように時間差での作品受容経験は学校図書館への所蔵や、新古書店などの二次流通市場の成立によって可能となっていた。とくに新古書店は1990年代半ば以降に新刊書店と並ぶコミックスの主要販売ルートとなった（山森2020: 254-5）ことから、まさに存在感を増している時期だったと考えられる。同人誌についても90年代後半には委託販売を行う書店での流通が発達していた（玉川2014: 240-1）が、少なくともAさんについては同人誌即売会での人気に参加や購入を後押ししていて、委託書店よりも同人誌即売会の影響が大きかったことが伺える。

以上のAさんの事例からは、メディアミックス作品を展開されたタイミングですぐに受容できなかったとしても、長期的にそれらの商品の流通を担保するインフラが整備されていたために、ファンのメディアミックス作品の受容経験が可能なタイミングが延長されていたことが指摘できる。ただしとくに影響を与えたのはファン経験に専門化したインフラではなく、一般的なインフラのほうであった。

メディアミックスは同じタイトルを冠するメディア形態が異なる作品を大量に流通させることにつながるが、学生は自力での収集が就業している場合よりも相対的に難しいと考えられる。就業によって経済的な余裕を獲得するまでの長期間、そういった作品を流通させられるインフラが成立していることで、結果的にファンとしての経験が長期化することに寄与している可能性があるといえる。

### 3-3 メディアミックス作品のなかでの受容の取捨選択 —Gさんの事例

多数ある『スレイヤーズ』のメディアミックスの出発点でもある原作小説の受容タイミングに特色があるのがGさんだ。Gさんはテレビアニメを視聴していた中学生の時点で原作小説の存在を認識していたが、実際にそれを読了した時期がほかの調査対象者より大幅に遅く、インタビュー調査の前年の2015年のことだった。Gさんが当初原作小説に触れなかったのは、すでに多くの既刊があり、その情報を把握できなかったことが一因だと語る。

#### 【語り4】

G：今みたいに情報が簡単に手に入らないもので、どれから手を付けていいかわかんなかった。当時もう「すべしやる」（短編小説のシリーズ名）とか、何巻もあったので。原作もどこまで出てるかもわからないし。当時中学生なので、全部まとめて買うっていう財力もないし。まあ、アニメで楽しめるならそれでいいやっていう。

このように「アニメが楽しめるならそれでいい」と受容する作品のメディア形態を限定していたGさんだったが、学生時代に一度だけ、原作小説を読む機会が訪れたという。幼馴染の家に遊びに行った際、彼がスレイヤーズの原作小説を所有していたのである。しかし、Gさんは友人から1冊借りて読んでみた結果「テレビと違うんだなあ」という感想をもって、「リナはリナなんだけど、服装も違うしな。わかるようになってからでいいかー、って置いちゃったんですけどね、そのときは」と、継続して読むことを断念してしまった。

これは、Gさんが借りたのがおもにテレビアニメの原案となった長編シリーズではなく、

短編シリーズであることを認識していなかったことが原因だった。

その後Gさんは高校を中退して、高校進学と同時にアルバイトを始めていた工場で正社員として就職した。就職後に欲しかったグッズを一通り買いそろえてからは、「1回区切りついちゃった」と感じて『スレイヤーズ』を受容することからは離れてしまった。

ただし、その後も2008年の『スレイヤーズ』の新作テレビアニメを視聴したり、「調べることはしなかったですけど、目に入る範囲では」グッズの購入をしたりと、産業側からのメディアミックスには逐次反応していたという。

そして、近年になってGさんはほかの『スレイヤーズ』ファンと知り合いになったことがきっかけで、原作小説を読了した。具体的には2015年に開催された『スレイヤーズ』の原作小説の原画展を閲覧のみに使用していたTwitterで知り、会場に何回か足を運んだ。そのときにほかのファンに声をかけられて知り合いになった結果、Twitter上でもやり取りをするようになった。そして「なんか（話題を）振られたときにこれ見とかないとまずい、なんで（原作を読んでいない人間が）いるのみたいな、これまずいよなあって思って」ほかのファンと交流するうえでの必要性を感じると同時に「長年のね、つかえてた部分、そのロック外せるとき来たかな、と」考えて、原作小説を購入して読了したのだと語る。

#### 【語り5】

G: そのタイミングで。で、今だったらもう、何がどこまで出てるかってのも全部、ネットですぐ出るじゃないですか。だから物語自体は、それより数年前にもうwiki (Wikipedia<sup>9</sup>の略称) とかで全部見て。おおよその流れは全部わかっていたので。それこそ、第二部（原作長編シリーズで映像化されていない部分）とか、映像化されていないところとか、もう、そういうのは知っていたので、周りがしゃべってる云々に関してある程度はわかってたんですけど。

以上の語りからは、Gさんが学生だった時期には一般的なインフラとしてのインターネットが十分普及していなかったために、情報が入手しづらかったことが読み取れる。友人に原作小説を借りた際のエピソードも、シリーズやメディアミックス作品同士の情報を正しく把握できていなかったことから、作品の受容が妨げられてしまっていた。

反対に、改めて原作小説を読もうとした際には、インターネットで事前に既刊の情報を集めることができただけでなく、背景知識も把握したうえで、さまざまメディアミックスされた作品を受容しながら原作小説だけを受容していないという「つかえてた部分」、「ロック」を外すための行動に踏み切ることができたのだと理解できる。くわえて、ほかのファンとの交流が始まったことも作品受容に大きな影響を与えていた。

まとめると、自身をある作品のファンであると認識している場合でも、必ずしもすべてのメディア形態の作品を受容しようとするわけではなく、メディアミックスされた作品のなかから自分に合った作品を取捨選択したうえでファンとして作品との関係を成立させることができるといえる。その一方で、ほかのファンとの関係が生じることで、ある種の作品がファンであれば当然受容されるべきだと認識されるようになり、成立していた作品との関係を変

化させる動きが生じる可能性を指摘できる。

## 4 メディアミックスと二次創作活動の結びつきの多様性

前章までの分析では、メディアミックス展開された作品はファンによって必ずしも産業側の展開に沿った時間軸で経験されるわけではなく、それよりも遅れて、なおかつ長期間にわたって経験されうることを示した。そのような遅れた作品経験には、本人のライフコース上の生活移行と関係がある経済的余裕の有無や、インフラの整備状況に左右される作品に関する情報取得、インフラを基盤に成立するほかのファンとの関係も影響を与えていた。

本章では、今日盛んに実施されているメディアミックス作品のファンによるファン実践の代表事例として二次創作活動に焦点を当てる。ファンの二次創作活動も、前章までで詳細に取り上げたような作品受容に関する固有の経験やメディア状況によって実践される時期や形式にヴァリエーションが生じていることを、3名の事例を比較して確認する。

### 4-1 ファンとのつながりの断絶と形成 —Bさんの事例

Bさんがこれまでに『スレイヤーズ』の二次創作活動に関与した時期は2度に分かれる。1度目は大学生の時期で、おもにほかのファンが運営するサイトの閲覧が中心だった。Bさん自身は中学生のころから『スレイヤーズ』以外のゲーム作品のコスプレを実践しており、『スレイヤーズ』は「好きだけど、一緒にやれる仲間うちがない」期間が長かった。

Bさんはその時期にコスプレをする友人とのつながりを築いたが、就職後しばらくして断絶してしまった。そのつながりの内実や断絶の理由は以下の語りに表れている。

#### 【語り6】

B：今はもう一番当時の、全盛期というか、遊んでたころの方々は結婚しちゃったりとかしてて、出なくなって、一緒にはやらなくなっちゃってるんだけど、その方々は、特段このジャンルだから一緒にやるっていうわけじゃなく、このジャンル、この作品やりたいんだよね、この作品やりたいんだよねって言ったら、じゃ一緒にやるか。で、それが違えば違ってたで、じゃ別によくねっていうような。作品は違って、ま、一緒に撮り合って遊ぶみたいな関係だったかな。

以上から、Bさんは一緒にコスプレをすることを重視してつながりを築いていたが、友人たちが結婚という生活移行を経験したことで疎遠になってしまったことが読み取れる。

Bさんが2度目に『スレイヤーズ』の二次創作活動に関与したのは、結婚とそれともなう茨城県から東京都への移動を経験したあとの時期で、Gさんと同じく2015年に原作小説の原画展が開催されるというニュースが契機となった。そのニュースを見た感想は「あ、懐かしいなっていうのと、やるんだーって思って」だったという。Bさんは原画展には足を運べなかったものの、「自分の好きなもの、好きだったサイトさんは、もう、数年前に閉じちゃってるし、支部<sup>10</sup>とか漁ってもほぼほぼ出てこないし、じゃあ書くか、っていう」考えから、小説形式での二次創作活動に取り組み始めた。それ以降はTwitterを介してファンとのつな

がりができて「オタクサイドの友達が増えたというか、戻ってきたっていうか。でも自分がそっちに戻ったのかなっていうような感じもするんだけど」と述べている。その後は『スレイヤーズ』でもコスプレを楽しむなど対面のファン実践にも取り組んでいる。

Bさんは、同年代の友人たちとのつながりが生活移行によって断絶した一方で『スレイヤーズ』の二次創作活動を契機にインターネットを活用して新たなファンとのつながりを形成できたと理解できる。なお、Bさん自身は「周りの協力体制」、とくに夫の理解に支えられてファン実践を継続できたと語っている。その際、ロールモデルとしてCさんに言及しており、ほかのファンを参照することで継続が可能になる側面があると指摘できる。

#### 4-2 海外への移動経験と二次創作活動への注力 ―Cさんの事例

Cさんは前章で言及したとおり、小学生のころにはメディアミックスされた作品を網羅的に受容することを志向していた。こうした作品への傾倒は、Cさんの海外経験によってより増幅されていた可能性がある。というのも、Cさんは幼稚園のころに南米へ渡航して、テレビアニメ1作目の放送が始まった直後に帰国し、中学時代を再び南米で過ごしていた。

とくに中学生の期間中は、滞在していた地域の治安の関係で自由に外出できなかったことから、多くの時間を日本に住む親戚や友人から送ってもらったアニメの録画されたビデオを見ることや、「今まで録りためたスレイヤーズを何十回と見たりして、むしろちょっと、どんどん深堀りしていった」ことに費やしたという。

Cさんは帰国直後の高校時代と、就職直後からインタビュー当時までの期間で二次創作活動に関与していて、活動期間はBさんよりも長期にわたっていた。

高校時代は、高校の友人と合同でサークルを立ち上げて、Cさん自身は二次創作マンガやコスプレで神奈川県内の小規模な同人誌即売会に参加していた。活動はメンバーが受験勉強で忙しくなったため2年ほどで終了して、大学進学後は学業と軽音楽部での活動に専念していたため、二次創作活動から離れていた。

就職後は「ちょうど卒業のタイミングとスレイヤーズの再アニメが被って、で、社員になるとちょっとお金もできたんで、そこから、コミケとかに」参加するようになったという。それ以降、Cさんは二次創作小説でのサークル参加を行っているが「毎年毎年、やるのが大きくなっていて、『スレイヤーズ』のみを対象にした同人誌即売会<sup>11</sup>の主催者などを精力的にこなしていった。くわえて、Cさんが前述の主催を務めたのは結婚後で、妊娠、出産のタイミングでも同人誌即売会に参加するなど、家族の協力を得ながら二次創作活動を継続していたのは特筆すべき点である。

Cさんは結婚、出産後も精力的に活動を継続している理由として「サークルするって、けっこう責任があるものだと私は個人的に思っていて」、子どもができるなどの「プライベート」の変化で活動をやめることに責任を感じると語る。

通常、ファン実践は「プライベート」の範疇に入ると考えられるが、Cさんにとっての「プライベート」はより私的な家庭生活に関するものに限定されていて、個人の生活移行を指す言葉として用いられていた。一方、二次創作活動は「責任があるもの」で、ライフコースからの影響を最小限に抑えるべきものとして捉えられていると整理できる。

Cさんがここまでの熱意をもって活動に取り組んでいる理由としては、子どものころの海外経験の影響も自覚されている。

【語り7】

C：ほんとに暇だったんですね。うん。人生のなかの大切な子どもの時間をほんと家の中でしか過ごせない期間がすごい長かったんで。そうなんですよ、たぶん日本にいたらここまで、創作に熱意、なんだろう、創作にばかり熱意を燃やさなかったんじゃないかなど、個人的には思いますね。たぶん友達と普通に関わったり、いろんな楽しい場所に行ったりとかして、たぶんここまで、家の中で、ひたすら同人活動をするっていうスタンスが身についたのは、たぶんこの幼少期の、なんていうんですかね。隔離された生活のなかで（笑い）

この語りからは、Cさんの二次創作活動へのストイックさは、「隔離された生活」のなかで「スレイヤーズを何十回と見」た体験と接続して理解されていることが読み取れる。二次創作活動への集中力はこうした子どものころの地理的要因によって培われた一方で、発表の場である同人誌即売会がもっとも盛んに開催されている首都圏への居住という中学以降の状況も重なって、Cさんの活動が可能になっていると推測できる。

#### 4-3 地方在住経験とインターネットで完結した二次創作活動—Fさんの事例

Fさんは二次創作活動へ長期間関与している点がCさんと共通しているが、その実践形式は異なっている。その差異が生じる要因として地方での居住に着目して事例をみていく。

沖縄県に居住しているFさんが二次創作活動を開始したのは高校2年生の秋か冬で、高校でインターネットが使えるようになったことが契機となった。当初はインターネットに関心を示さなかったFさんだが、『スレイヤーズ』の原作小説を借りていた友人の勧めで利用した際、「最初はまだ、スレイヤーズで（検索して）出てきたところを見てた流れで、たまたま、X<sup>12</sup>（『スレイヤーズ』の二次創作投稿サイト）、あっちにたどり着いて。で、読み漁り初めて、（二次創作小説を）自分でも書きたいなって思って、書き出した」のだという。

その後Fさんは高校卒業後に専門学校のパソコン関係の学科に進学して、就職と何度かの転職を経験するが、高校生以来「ずーっと書き続けてる」、「距離感ずーっと変わってない」と述べている。実際には「ネタがなくなった」ためほかの作品の二次創作活動に専従していた時期も3年ほどあったとのことだが、「自分のなかですっかり血肉となってしまった」と感じていたために、『スレイヤーズ』から離れていた感覚はなかったという。

Fさんの二次創作活動の形式で独特なのが、長年にわたって多数の作品を創作しているにもかかわらず、そのほとんどがインターネット上での公開で、紙ベースの同人誌を作成した経験が一度もないという点である。その理由として「単純に、そこまでバイタリティがない」といったんは述べながらも、それに続けて次のような語りが得られた。

【語り8】

F：バイタリティがないっていうのと、あとやっぱり、離島出身者だから、イベントご

とってというのが、希薄なんですよ。距離として。だから積極的に参加しようっていう意識がない。育つ素地がなかったっていうのかな。(中略)

自分で作りたいていう意識を育てる、時期がなかった。たぶん、若いころから(同人誌即売会に)行ってる人ほど育ちやすいんじゃないかな。

この語りからは、Fさんの二次創作活動には、Cさんとは異なるかたちで地理的要因の影響が読み取れる。同人誌即売会などに「参加しようっていう意識がない」というFさんは、そういった場に参加せずとも、おもにインターネットを介した発信やつながりだけで満足することができるのだともいえる。

ここまで、二次創作活動に携わりながらも、その活動の重点が異なっている3名の事例をみてきた。Bさんは生活移行によってつながりの断絶を経験したが、二次創作活動によって再び「オタクサイドの友達」を得ることができた。Cさんは二次創作活動を対外的に責任ある活動と捉えて、生活移行の影響で活動から離脱することを否定する。Fさんはインターネットを介して「血肉」となった作品の二次創作を作り続けている。BさんとCさんは首都圏に居住していて、両者ともほかのファンと対面するイベントを重視している。また、家族の協力が得られている点でも共通している。一方で地方在住のFさんは、インフラとしてのインターネットを活用しながら二次創作活動の実践を行っている。

彼女たちの実践の内実は大きく異なっているが、それぞれが長期的なメディアミックスの受容を経てほかのファンとの関係を含めた作品との独自の関わり方を形成していて、ファンの生活に根ざした二次創作活動を実践している点では共通していると指摘できる。

## 5 まとめ

本稿では「ファンたちは、産業側から異なるメディア形態の作品が複数提供されるメディアミックス作品をどのように経験したのか」という問いを掲げて、ファンのメディアミックス作品の経験を分析してきた。本章では得られた知見を整理する。

第1に、メディアミックス作品の受容については、図書館や新古書店のような二次流通市場など、長期的に作品の流通を担保するインフラが整備されていたために、受容経験が可能なタイミングが延長され、作品展開から遅れてより長期的に経験することが可能となっていた。こうした受容可能なタイミングの延長は、結果的にファン経験の長期化にも寄与している可能性がある。さらに、自身をある作品のファンであると認識している場合でも、メディアミックスされた作品のなかから受容する作品を取捨選択しうることを明らかにした。これらの作品経験には、本人のライフコース上の生活移行と関係がある経済的余裕の有無や、インフラの整備状況に左右される作品に関する情報取得、インフラを基盤に成立するほかのファンとの関係も影響を与えていた。

第2に、ファンによる二次創作活動およびその受容については、移動経験や居住地の影響を受けながら、それぞれのファンが二次創作活動での重点を見出して、ファンの生活に根ざしたかたちで実践していた。その際、生活移行がファンとのつながりを断絶させる方向に働

く場合もあったが、そういったライフコース上の変化によるファン実践への影響を抑えようとする動きもみられ、こうした実践はおもにインターネットなどのインフラやほかのファンの存在、家族の理解や協力によって支えられていた。

以上の知見から、冒頭の問いに対しては、産業側からのメディアミックス作品の展開は、ファン自身のライフコースやその経験を支えるインフラとしてのメディア状況、ほかのファンの存在、家族の協力状況に影響されて、作品の展開タイミングより遅れて、なおかつ長期的に、各自の生活に根ざしたかたちで経験されていると回答できる。

本稿での分析を通して、産業側からのメディアミックスの研究に対しては、これまでの展開時を起点に実施されていた分析を、ファンに受容されたタイミングを起点にして再検討することで、長期間作品と関わるファンを射程に捉えられる可能性を提示できた。ファン研究に対しては、産業側が同一作品のメディアミックスとして提示している作品群であっても、どこまでをファン対象として捉えるかには個人差や時間差がある一方で、ほかのファンとの関係が考慮されると、ファン内で流通している公式的な捉え方が強調されてファン対象の範囲が変化しうることを示せた。このことから、ファンとファン対象の関係は完全に自由に決められているのではなく、メディアミックスという枠組みによって影響を受けていると指摘できる。

最後に、本稿では個人の経験が可能になった条件に注目して分析を進めたため、ファンによる作品の位置づけやライフストーリーとしての語られ方を詳細に明らかにすることはできなかった。今回の分析を踏まえてそれらを解明することを今後の課題としたい。

## 注

- 1 インタビューデータからの長い引用は【語り】として、短い引用は話者を明示したうえで「」でくくって提示する。また、笑いながら発話している箇所は（笑い）と記載する。これ以降、インタビューの途中を一部省略した場合には（中略）と記し、筆者が文意を補う必要があると判断した場合には（）内に記載する。なお、引用中の一部表記について特定を避けるため任意のアルファベットに置き換えている。該当箇所は別途注釈で示す。
- 2 メディアミックスと比較したトランスメディア・ストーリーテリングの特徴は①物語重視、②メディアを超えた連続性の重視、③メインとなる作品を「拡張」してメイン作品を成功させることの重視、④トップダウン戦略として開始、⑤大規模なビジネスプロジェクトに基づく、⑥作品数が相対的に少ない、である（Steinberg 2012=2015: 25-31）。
- 3 二次創作は「商業コンテンツ（マンガ・アニメ・映画・ドラマ・小説・ゲームなど）の登場人物や設定を借りて、新たに物語を創作する試み」（名藤 2007: 58-9）であり、その活動はメディアミックス作品における創造的なファン実践の代表事例である。
- 4 本研究に近い関心での先行研究として、横濱雄二がメディアミックスの時間的展開のうちキャラクターの変容に着目したテキスト分析を行っている。横濱は時間経過とともにキャラクターの特徴にテキスト間の相互影響がみられることを指摘しているが（横濱 2017）、本研究ではそうした時間経過がどのような受け手の経験として表れるかに焦点化する。
- 5 『スレイヤーズ』についてインターネットを活用したオンラインコミュニティが成立した時期を特定することは難しいが、調査対象者から 1999～2004 年あたりに二次創作の個人サイトや投稿サイトを利用しはじめたという語りが得られたことから、この時期以降はファン内でもオンラインコミュニティの存在が周知されていったと推測できる。

- 6 同社は1991年に角川書店に吸収合併され、現在はKADOKAWAのブランドの一つとなっているが、同社が出版していたファンタジア文庫などのレーベルは存続している。
- 7 『スレイヤーズ』のファンコミュニティは現在も作品の送り手も巻き込んで成立している。事例として、「めがぶらblog」（2021年3月10日取得，<http://t-trap.cocolog-nifty.com/blog/>）という、以前存在していた原作小説の作者のファンクラブに由来するサイトでは、現在でも作者がファンからのキャラクターや世界観に関する質問に回答するコーナーが毎月更新されていて、それを受けてファンがTwitter上で反応したりファン同士で会話したりする光景がみられる。コミュニティの凝集性という観点は『スレイヤーズ』とほかの代表的なメディアミックス作品（『美少女戦士セーラームーン』、『新世紀エヴァンゲリオン』など）を区別するうえで重要だと考えられるが、それぞれのファンコミュニティについての調査が必要で、今後の課題となる。
- 8 同人誌即売会は「非商業資本による、営利を目的としない自主制作」（玉川2014: 223）の成果物を頒布するイベントのことで、同人誌やグッズなどの購入を目的に会場を訪れる者は一般参加者、自ら同人誌などを頒布する者はサークル参加者と呼ばれる。
- 9 ボランティアによって執筆されるインターネット上の百科事典のことを指す。
- 10 pixiv（2021年3月10日取得，<https://www.pixiv.net/>）の俗称。イラスト・マンガ・小説などを一次創作（オリジナル）、二次創作問わず投稿できるSNSの一種。
- 11 こうした同人誌即売会はオンリーイベントと呼ばれる。
- 12 特定を避けるため、サイトの名称をアルファベットに置き換えている

## 文献

- Harrington, C. Lee and Denise D. Bielby, 2010, “A Life Course Perspective on Fandom,” *International Journal of Cultural Studies*, 13(5): 429-450.
- 池上賢, 2019, 『“彼ら”がマンガを語るとき、——メディア経験とアイデンティティの社会学』ハーベスト社。
- 田泰昊, 2018, 「メディアミックスに関する日本出版人の認識と実践に関する質的研究——ライトノベル編集者を中心に」『年報カルチュラル・スタディーズ』6: 145-168.
- 近藤和都, 2020, 「レンタルビデオ店のアーカイブ論的分析に向けて——初期店舗の生成過程とその条件」『社会学研究所紀要』1: 31-45.
- 永田大輔, 2015, 「コンテンツ消費における『オタク文化の独自性』の形成過程——一九八〇年代におけるビデオテープのコマ送り・編集をめぐる語りから」『ソシオロジ』59(3): 21-37.
- 名藤多香子, 2007, 「『二次創作』活動とそのネットワークについて」東園子・岡井崇之・小林義寛・玉川博章・辻泉・名藤多香子『それぞれのファン研究——I am a fan』風塵社, 55-117.
- 野口光一, 2017, 「メディア変革期における『メディアミックス』の新展開——『妖怪ウォッチ』を事例に」『アニメーション研究』19(1): 31-44.
- 大塚英志, 2014, 『メディアミックス化する日本』イースト・プレス。
- 瀬尾祐一, 2020, 「ファンカルチャーの理論——ファン研究の展開と展望」永田大輔・松永伸太郎編『アニメの社会学——アニメファンとアニメ制作者たちの文化産業論』ナカニシヤ出版, 23-38.

- 総務省, 2002, 「通信利用動向調査報告書 平成 13 年 世帯編」, (2021 年 3 月 10 日取得, [https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/pdf/HR200100\\_001.pdf](https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/pdf/HR200100_001.pdf)) .
- Steinberg, Marc, 2012, *Anime's Media Mix: Franchising Toys and Characters in Japan*, University of Minnesota Press. (大塚英志監修, 中川譲訳, 2015, 『なぜ日本は〈メディアミックスする国〉なのか』 KADOKAWA.)
- 玉川博章, 2014, 「コミックマーケット——オタク文化の表現空間」 宮台真司監修, 辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編『オタク的想像力のリミット——〈歴史・空間・交流〉から問う』 筑摩書房, 221-53.
- 田中絵麻, 2009, 「メディアミックスの産業構造——企業間取引と製作委員会方式の役割」 出口弘・田中秀幸・小山友介編『コンテンツ産業論——混淆と伝播の日本型モデル』 東京大学出版会, 59-186.
- 山森宙史, 2019, 『「コミックス」のメディア史——モノとしての戦後マンガとその行方』 青弓社.
- 山中智省, 2018, 『『ドラゴンマガジン』創刊物語——狼煙を上げた先駆者たち』 勉誠出版.
- 横濱雄二, 2017, 「メディアミックス——そういうのもあるのか」 山田奨治編『マンガ・アニメで論文・レポートを書く——「好き」を学問にする方法』 ミネルヴァ書房, 149-68.

(すぎやま さとみ、慶應義塾大学大学院社会学研究科、[satomi.sugiyama.s@gmail.com](mailto:satomi.sugiyama.s@gmail.com))  
(査読者 池上賢、矢吹康夫)

## Experiences of Media Mix Works from the Perspective of Fans' Life Course

SUGIYAMA, Satomi

In this study, I analyzed the phenomenon from the perspective of the diverse experiences of individual fans. This paper explains that research on the media mix phenomenon, which is characteristic of contemporary Japan, is biased toward analysis from an industrial perspective. Therefore, this study focused on the long-term development of the media mix. I propose to analyze the fans' experiences of media mix works as a combination of the following three points: a) the experience of accepting the works; b) the individual life course of a fan; and c) situations with the media that work as the infrastructure, enabling the media experience.

The object of analysis conducted using an interview survey are the fans of "Slayers," whose works have been released continuously for about 30 years. The analysis revealed that media mix works are accepted long after their release and the related experiences are rooted during each fan's life. Furthermore, I found that fans are affected by situations with the media, which function as the infrastructure, other fans, and family cooperation.