

マーケティングの新潮流 2021

New Frontiers of Marketing Research and Practice 2021

2種類のアニメ聖地巡礼動機
——社会的疎外感に着目して——



慶應義塾大学商学部
小野晃典研究会

Professor Akinori Ono's Seminar of Marketing

マーケティングの新潮流 2021

New Frontiers of Marketing Research and Practice 2021

2種類のアニメ聖地巡礼動機
——社会的疎外感に着目して——



慶應義塾大学商学部
小野晃典研究会

Professor Akinori Ono's Seminar of Marketing

目次

目次	iii
 論文 「2種類のアニメ聖地巡礼動機 ——社会的疎外感に着目して——」	
序文	2
第1章 はじめに	3
第2章 既存文献レビュー	5
2-1 オタクと呼ばれる人々・1	5
2-2 オタクと呼ばれる人々・2	5
2-3 アニメ聖地巡礼	6
2-4 社会的疎外感	7
2-5 宗教的聖地巡礼・フィルムツーリズム—旅先での人でないモノとの繋がり—	8
第3章 仮説の提唱	10
3-1 分類方法	10
3-2 仮説1：人との繋がり構築を動機とした聖地巡礼	11
3-3 仮説2：キャラクターとの繋がり構築を動機とした聖地巡礼	12
第4章 調査	13
4-1 調査概要	13
4-2 社会的疎外感	14
4-3 人／キャラクターとの繋がりおよびアニメ聖地巡礼意図	15
第5章 分析	16
5-1 分析方法	16
5-2 分析結果	17
5-3 考察	18
第6章 おわりに	19
6-1 本論の学術的貢献	19
6-2 本論の学術的含意	20
6-3 本論の限界	21
6-4 今後の課題	21
参考文献	22
補録 調査票	27
図表索引	31

バックナンバーの紹介	32
執筆者一覧	36