

雑誌記事の変遷に見るジャニーズアイドル需要の質的变化 —親しい存在から貢献の対象へ—

本研究の目的は、アイドルのファンが雑誌を購入することで彼らに貢献するという行動がいかにして生まれ、またそこにどのような時代背景が関係してきたのかを示すことである。

第1章では、現在「ジャニーズアイドル」を掲載する雑誌が生まれた経緯、目的を振り返るとともに、その時代背景と関係づけてその変遷を辿った。第二次世界大戦後に文芸娯楽雑誌として誕生した『平凡』『明星』の2誌は、1980年代までのアイドルの興隆によって「アイドル」専門誌として名を馳せ、中でも『明星』はSMAPがデビューした1990年代に「ジャニーズアイドル」との関係性がより強固になった。2000年代以降、「ジャニーズアイドル」の人気に伴い、アイドル雑誌に止まらず女性ファッション誌やライフスタイル誌でも男性アイドルが表紙を飾るようになった。

次に第2章では、アイドルが興隆した1980年代で彼らが社会的にどのような役割を担い、アイドル雑誌でどのように表現されていたのか、また彼らを支えるファンにとって彼らはどのように見えていたのか考察した。1950年代の『平凡』はグラビアと小説を2本の柱としていたが、テレビ放送の開始によってラジオと結びついていた掲載小説の数が減少し、グラビアがメインになっていった。その後テレビ番組でアイドルが歌っているシーンが放映されるようになり、テレビでは見えない素顔をアイドル雑誌が補うようになっていった。『平凡』は1987年に休刊するが、『明星』は当時の国民の均質化と「平準化された大衆社会」を投影し、アイドルを高度経済成長期の「近代家族」から独立する“若者の象徴”として、そして同世代の読者にとっては同級生や恋愛対象のような“親しい存在”として描いた。

先述したように1990年代以降、「アイドル」雑誌以外の女性誌等でも「ジャニーズアイドル」が表紙を飾る頻度が高まった。第3章では、その理由と背景にあるファンの消費心理について考察した。その主な原因として1990年代のバブル崩壊後、格差拡大が広がる2000年代で「SMAP」が個の自立と両立した“理想の集団モデル”となったことが大きい。彼らをきっかけに「ジャニーズエンターテインメント」が拡大し、次いで同じ「ジャニーズアイドル」の「嵐」が「国民的アイドル」として名を馳せた。しかし「SMAP」が解散、「嵐」が活動休止を発表したことで、若手の「ジャニーズアイドル」ファンが彼らを「ポスト嵐」にしようと、彼らが表紙を飾る『an・an』を「応援買い」する動きが見られるようになった。そこにはソーシャルネットワーキングサービス(SNS)の進化によるアイドルとファンの間のヴァーチャル・コミュニケーションの発展と、スマートフォンの情報検索形式が導くタコつぼ化が原因として存在する。

現代における「ジャニーズアイドル」は、1980年代の女性アイドルのように“若者”の象徴や同級生や恋愛対象などの“親しい存在”から、ファンが経済的に“貢献”する対象に変化しているといえる。

なぜ「女性アイドルオタク」を生む女性アイドルが増えているのか

本研究の目的は、昭和の女性アイドルと平成以降の女性アイドルの特徴の変化を示し、その要因とそれによるファン層の変化を考察していくことである。

まず第1章では、昭和と平成以降のアイドルを比較し、特徴の変化を明らかにした。昭和のアイドルは「素人感」を売りにしたおニャン子クラブなどの例外もあるが、山口百恵などに代表されるように、ほとんどはスター性が高く高嶺の花のような存在であった。一方でモーニング娘。やAKB48などの平成以降のアイドルは、ファンにとって親近感があり、成長を確認できる存在に変化した。

次に第2章では、テレビの3つの変化がアイドルの特質・ファン層どのように影響を与えたかを考察した。(i)「テレビのバラエティ化」という変化は、アイドルの「役」と「プライベート」の境界線の消失、そしてアイドル独自の時間軸を生み出した。(ii) 歌番組のMCにお笑い芸人が起用されたことにより、アイドルに歌やダンスだけではなく、キャラクターが求められるようになった。(iii) アイドルオーディション番組の放送により、「成長過程にある」「身近な」アイドル像が求められるようになった。そしてこの3つの変化によって、アイドルのファン層には女性も取り込まれ、女性ファンがアイドルになることへ憧れを抱くようになった。

第3章では、(i) SNS (ii) 劇場・握手会 (iii) 雑誌、の3つの活動に焦点を当て、アイドル像やファン層への影響を明らかにした。(i) では SNS が認知度に影響する時代になり、多くのアイドルが「普段とは違うプライベートな一面を出す SNS 投稿」に力を入れていることが明らかとなった。また、SNS によってファンとの距離感が近くなったことや女性ファンの増加などの影響があった。(ii) では握手会や特典会によって、アイドルは「ファンとともに作り上げる」という性格を帯びるようになった。また、アイドルファンは親近感を持つことで「アイドルになれるかも」という思いを持つようになった。(iii) では、女性誌に取り上げられることで、「女性から見てもかわいい」という地位をアイドルが手に入れたことが明らかになった。

以上を総合して第4章では、なぜ現代の女性アイドルが「女性アイドルオタク」を生み出す傾向にあるのかを考察した。テレビから SNS などへと主要メディアが変化し、女性アイドル像もまた変容した。それに伴い、女性アイドルが備えるようになった性格が、どのように女性ファンを惹き付けていったのかをまとめ、結論とした。

ベジタリアンとしての生き方

本研究の目的は、ベジタリアンが非ベジタリアンに、ベジタリアンとしての食生活を強制しがちなことの理由を示すことである。

まず、第1章では、ベジタリアンとはどのようなものであるかについて概観した。ベジタリアンは英語で「vegetarian」と書くが、その語源は「ベジタブル (vegetable=野菜)」ではなく、「健全な、新鮮な、元気のある」という意味のラテン語「ベゲトゥス (vegetus)」である。

日本で菜食が始まった背景には7~8世紀頃、仏教の影響により、天皇によって「肉食禁止令」が発布されたことが挙げられる。それから明治時代まで米を主食とし、大豆などの豆類や野菜、時折魚介類を食べる食生活をしてきた。

次に第2章では、人々がベジタリアンになる主な理由である、「動物愛護の観点」「健康効果の観点」「環境問題の観点」の3つについて示した。「動物愛護の観点」では、畜産動物たちが劣悪な環境で育てられていることを、牛や鳥を例に挙げて説明した。また近年ではアニマルウェルフェア (animal welfare) という、感受性を持つ生き物としての家畜に心を寄り添わせ、生まれてから死を迎えるまでのあいだ、ストレスを可能な限り少なくし、家畜たちの行動要求が満たされた健康的な生活ができる飼育方法をめざす畜産のあり方が広がっていることが分かった。「健康効果の観点」ではベジタリアンになることで得られる健康効果についてまとめた。

特にベジタリアンになる理由として大きいのが3つ目の「環境問題の観点」であり、肉食が地球に与える悪影響が大きいことを明らかにした。家畜を育てるにあたって、一般的に「バーチャルウォーター」といわれている、目には見えない部分で大量の水を消費している。牛肉1キログラムを作るために必要な水が20,700リットルなのに対して、トマト1キログラムを作るために必要な水は214リットルであり、その差は歴然である。また畜産が引き起こす森林伐採と土地利用、温室効果ガス排気量について見出だした。

最後に第3章では、ベジタリアンがどのようにしてベジタリアンになったのかを実際に調べていく。インターネット記事やYouTubeの動画から、ベジタリアンを対象としたインタビュー等を引用し、ベジタリアンとして生きる人たちのベジタリアンになった理由についてまとめた。肉を食べることでの動物や環境へのダメージは大きいものであり、ベジタリアンになる必要があることは明らかであると考えられる。

男性同性愛を愛好する女性たち

— 少年愛、JUNE、やおい、BL —

本研究は、「ボーイズラブ(以下 BL)」と呼ばれる男性同士の恋愛を扱った作品への愛好が女性に広がった背景には、女性たちのどのような変化があったのかを問題として設定し、愛好する女性たちの視点からそれを検討していく。

まず、第1章では、BL 作品の成り立ちについて概観した。男性同士の恋愛をテーマとした作品は女性向けの漫画や小説の中で生まれ、その後いくつかの段階を経て発展してきた。本章ではBL史を4つの時期に区分した。1976-78年の〈創成期〉では「少年愛」と呼ばれ、「24年組」を中心とした少女漫画家たちによって少女漫画誌に掲載された。1978-90年の〈JUNE・同人誌拡大期〉では少女漫画誌や『JUNE』に掲載されると同時に二次創作ブームが訪れ、「やおい」が出現した。1990-99年の〈BL期Ⅰ〉では商業ジャンルとして「BL」が確立した。2000年-現在の〈BL期Ⅱ〉ではインターネットの普及に伴いBLが広く認知されるようになり、物語やキャラクターの設定も多様化する。

次に第2章では、前章で述べたBLが広まってきた過程の中で起きたBLを取り巻く出来事から、BLを好む女性たちにとってBLがどのような意味を持つかについて述べた。「やおい論争」や「BL図書排除事件」で見られた周囲の反応から、BLは女性たちにとってジェンダー規範から解放されるための物語であることが指摘できる。

以上をふまえ、第3章ではBL作品を愛好する女性たちの中でそれらの作品群はどのように受け入れられ、広がってきたのかを検討した。そのために、BLを愛好する女性がどのようにしてBLに出会い好きになったかについて調査した。書籍・インターネット上からBL作品を好んで読んでいる20~60代の女性の「BLを好むようになったきっかけ」を可能な限り抽出した。どのようにしてBLを好きになったのかを調べるために「現在の年齢」「好きになった時の年齢」「好きになったきっかけ」「好きになった時の心情」「好きになったきっかけの作品」の分類を行った。

最後に第4章では、前章の調査の結果を踏まえ、BLはどのように広まってきたかを考察した。BLが広まった要因として、やおいの出現に着目した。二次創作の一種であるやおいは、ただBLが好きだということに加え、元の作品のファンでもあるという女性のコミュニティを作り、BLへの新たな入り口を作った。また、やおいは誰もが物語を創作できるという点が特徴的であり、創作活動が気軽にできるようになったことがジェンダー規範からのさらなる解放を促しているのではないかと考えられる。

環境要因を重視した幼児教育の可能性

本研究の目的は、主に家庭環境に焦点を当てて、どのような環境や教育介入の仕方が幼児の能力を開花させることにつながるのかを検討することである。

まず、第1章では、学習意欲と幼児を取り巻く環境について述べた。核家族化や女性の社会進出、父親の単身赴任などによる家族機能の低下、また、それによる地域社会の変化が家庭での親の教育意欲の低下につながっていることを示した。

次に、第2章では、親を父親と母親にわけ、それぞれの幼児とのかかわりを検討した。その結果、たとえ短い接触時間であっても、幼児と積極的にコミュニケーションをとり、愛情表現や子どもの自立に向けた支援を行うことで、父親は幼児の社会性の発達を促進しうることが分かった。同時に、日本は諸外国に比べ父親が幼児と一緒に過ごす時間が少ないため、職場で育児休暇を利用しやすい環境を整える必要もあると示した。また、母親については、日本社会の学歴主義と近年の英語力の重要性への認識の高まりによって「よりレベルの高い学校へ」という発想になっていることがわかった。しかし、「どれほど賢いか」という部分に気をとられるのではなく、幼児の社会性を育てようとする意識が、幼児の可能性を開花させることにもつながると示された。

よって第3章では、非認知能力という数字では測れない能力を育てる重要性について述べた。ここでは、40年以上にわたる追跡研究によって就学前教育の重要性について言及したヘックマンの研究を検討した。そして、社会的に成功するためには、非認知能力が十分に形成されていることが重要であり、それが就学前教育で重要な点だということがわかった。

また、日本の教育における非認知能力は、研究成果や能力概念が市場に浸透しはじめて間もないため、粘り強さや挑戦する気持ちなどの育成はそれほど重視されてこなかったことがわかった。よって、非認知能力を伸ばす教育のあり方や、認知能力と相互に関連し合うのであれば、認知能力の下支えになるような非認知の形成につながる教育の実践の検討についても、今後の課題である。

父母ともに安心して育児ができる環境を整えることが必要であり、さらに、家庭で非認知能力を伸ばそうとする教育の仕方が、幼児の可能性を開花させることにつながるとわかった。

ロボットは異世界の夢を見るか — 日本 SF アニメにみる社会変動 —

本研究の目的は、テレビアニメ（以降アニメと呼ぶ）が日本の社会とともに変化してきたことを様々な社会的観点から考察し、示すことである。

まず、第 1 章では前提として、視聴者にとってのアニメは娯楽の一つであるが作り手にとっては確固たるビジネス戦略にもとづいているということを述べた。アニメは「オリジナルアニメ」と「原作があるアニメ」の 2 種類に分けることができるが、「原作があるアニメ」は約 7 割を占めている。しかし、原作となりえる作品は多岐にわたり数えきれないほど作られている。その中からより多くの視聴者に見てもらえるように選ぶのだから社会的影響を受けるのは必然であるといえる。さらにアニメ制作にはアニメ制作会社や原作関係者だけでなく、2 次利用する企業など多くの企業が関わっているということもあり、アニメ制作には社会情勢などの社会の流れを読むことは必須となる。

次に第 2 章では、アニメと人々のかかわりの変遷を追った。アニメが始まった 1960 年代は主に子どもがターゲットだった。1970 年代には大人をターゲットとしたアニメが出てきてその時の「おたく的楽しみ方」をする人たちも出てきたが当時はおたくに対する偏見はなかった。しかし 1980 年代中頃になるとバブル景気により新しい価値観や文化が創造されていき、それに対応するものとして「おたく」が誕生し、偏見を受けられるようになった。さらに 1988 年～89 年に起こった宮崎勤事件によってオタクへの差別は決定的なものとなった。1990 年代中頃に、差別対象だったアニメが海外で高い評価を受けていることの認識が徐々に広まり、オタクが差別対象になる傾向は減少し、今ではアニメは一般的な存在へと変化している。

以上の変遷をふまえ、第 3 章においてはアニメと社会の関係を明らかにするためアニメの内容分析を行った。アニメはジャンルが多岐にわたるため、老若男女問わず支持があるファンタジーと SF に絞り、「時代」「場所」「主人公のキャラクター」「ストーリーの基調」「メインテーマ」の 5 つの区分からなる 32 の要素を用いて分析した。その結果、どの要素も特に 1963 年から 1984 年にかけて大きな変動があったことがわかった。

最後に第 4 章では、分析の結果から日本の社会情勢の変化に同調して変動しているようにみられたのでそこに着目して考察した。SF アニメは高度経済成長やオイルショック、プラザ合意やバブル崩壊など日本の歴史に残る社会の変化とともに変化していることがわかった。分析からは、ファンタジーアニメは SF アニメが減少すれば増加するという対照的な動きをしていることがわかった。そしてバブル崩壊後にもかかわらず増加しているところをみるとファンタジーアニメはどの要素にもなじむことができ、どの年齢層からも支持されているというところから SF アニメに代わり台頭してきたことがうかがえる。以上の分析結果から、アニメと日本社会がどのように繋がっているかを明らかにした。

コミュニケーション観の変化が今後の社会に与える影響

—幸福感と社会性に注目して—

本研究の目的は、2020年に流行した新型コロナウイルス流行下でのコミュニケーション方法・コミュニケーション観の変化が、人々の幸福感と社会性のどのような影響を与え、最終的に社会にどう作用していくかを考察することである。

まず、第1章では、これまでに示されてきた2つのコミュニケーションモデルと、辞書的定義をもとに、本研究におけるコミュニケーションの定義を定め、本研究の目的を明確にした。

次に第2章では、コミュニケーション方法が大きく移り変わってきた平成30年間を中心に、その中での変遷に伴う人々のコミュニケーション観の変化をたどり、この新型コロナウイルスの世界的流行という特異な状況下での変化を分析した。face to faceのコミュニケーションから、手紙、メール、そしてLINEというコミュニケーション方法の変遷を総務省のデータからたどり、新型コロナウイルスの流行下において主流になったZoom等のオンラインコミュニケーションに着目した。直接会わないコミュニケーションのスタイルが、新型コロナウイルスの流行によってさらに浸透し、人々のコミュニケーション観が「浅く・速く・多く」から「深く・じっくりと・狭く」に変化してきたことがわかった。

第3章では、前章で上げたコミュニケーション観の変化が幸福感に与える影響について検討した。複数の先行研究から総合的に考えると、個人的な幸福感の上昇には、他者の存在が必要不可欠であり、他者とどのようなコミュニケーションを取るかによって幸福感も変化すると予想される。そして、コミュニケーション方法が制限された新型コロナウイルスの流行下での幸福感は、国民生活選好度調査の結果などから、自らの望む範囲内でのコミュニティを創ることが可能になり、その範囲内の関係を深化させていく過程で感じられていたと推測できる。また、家族間でのコミュニケーション時間の増加によって、幸福感が増加したことも分かった。

第4章では、コミュニケーション観の変化が社会性に与える影響に着目した。社会性向上のための様々な取り組みがある中で、コロナ禍でのコミュニケーション観の変化は、新しい生活様式に適応していくための訓練としての役割を果たし、結果的に「子どもの社会性」「大人の社会性」の向上に繋がったと考えられる。

最後に第5章では、コミュニケーション行動の変化による人々の幸福感、社会性の変化が今後の社会にどのような影響を与えていくのかを考察した。実際のコロナ禍でのアンケートや調査データから、これらの変化が社会的な生産性や人々の新しい繋がりを作ることになり、社会全体にプラスに働くと結論づけた。

現代日本の自殺観からみる自殺の善悪についての考察

本研究の目的は、自殺は「悪」ではなく「善」にもなりうると仮定し、日本における自殺の現状を明らかにしたうえで、自殺に対するさまざまな価値観や法律を考察し、自殺についての理解を深めることである。

まず、第1章では、現代日本の自殺の現状を、年齢や性別、要因、方法別で概観した。令和元年の日本の自殺者数は、前年より減少しており、自殺統計で過去最少となった。自殺の動機は、「健康問題」によるものが最も多く、次いで「経済・生活問題」となっていた。そこで、「健康問題」を自殺の動機とする自殺者の減少には、抗うつ剤の売り上げが関与していると考えた。また、「経済・生活問題」を自殺の動機とする自殺者の減少については、失業率が関与していると考え、アベノミクスが発動する以前と現在の雇用を比較した。そして、自殺を選択する人の特徴を、精神障害の有無や、脳科学、精神医学、パーソナリティなどの視点から考察した。

次に第2章では、自殺についての代表的な考え方について、宗教的価値観（キリスト教・仏教）と、デュルケムの自殺についての議論、法律に反映された自殺観、海外の自殺観を参照しながら、現代日本の自殺観を検討した。仏教において、自殺はその当事者が周囲の人々とのつながりを自らの意志で事前に断ち切っている、または、自らの死の選択を周囲の人々に認められていることが前提で、3つの条件の下であれば、自殺は是認されるということが明らかになった。仏教のみならず、多くの国で布教しているキリスト教においても、解釈次第では自殺を禁じてはいなかった。また、人々の価値観に大きな影響を与えるであろう文化的な背景も、「切腹文化」などの存在から、日本人の自殺に対する価値観は、他の国に比べたら、抵抗感が低いということが明らかになった。ショーペンハウエルとデュルケムも、自殺は完全なる「悪」とされていなかった。人が自殺を選択した時、その結果がどうあれそれは当事者たちの自由な選択であり、それそのものを否定することはなかった。世界の自殺観と比較すると、日本よりも自殺が前向きに是認されている国も存在することが明らかになった。

以上の自殺についての考え方をふまえ、第3章では、自殺は悪なのかという問題を考察した。人々の思想に大きな影響を与える宗教的な観念は、意外にも自殺を全面から否定するものではなかった。自殺を法律で禁ずることができない理由の一つとして、自己決定権が保障されないというのは、人間の「自由」の最後の選択肢であり、希望が完全に断たれたとき、最期の自由の行使として、自殺は認められうると言い換えることはできないだろうか。死を思うことが禁忌とされる価値観が社会に存在しているというのが、私を含めた社会の常識であるが、実際には自殺についての考え方は、意外にも許容的な時代・社会が多い。むしろ、現代がなぜ自殺を強力な禁忌としてしまったのかを検討する必要があるのではないかと考える。

卓球選手が長期に渡って活躍し成功するための要因の研究

本論文の目的は、世界ランキングトップ 20 以内で 30 歳以上の卓球選手を分析し、長期に渡って世界のトップとして活躍し、成功するための要因を探り、目標や目指すべきプレースタイルを明らかにすることである。

まず、第 1 章では、卓球についての競技力上達の練習方法について調べた。ただ練習するだけでは世界のトップになることが出来るとは限らず、ジュニア世代において世界で活躍してもその後一般の部で成功しなかったケースの選手も多くいることが分かった。そこで、ジュニア世代で成功してその後も長い間トップ選手として活躍できる選手と活躍出来ない選手に分かれてしまうことが問題として挙げ、長期に渡って世界のトップとして活躍し、成功するための要因を探り、目標や目指すべきプレースタイルを明らかにするために、実際の試合内容を用いて 1)~8)の仮説を立てた。

次に第 2 章では、仮説を検証するための方法として、対象者、測定方法を示し、実際の試合を 1)~8)の仮説を基に分析した。その結果、1)サービスは、30 代の選手のサービスを出すコースはフォア前かミドル前が最も高い割合となり、回転の種類は横回転が最も高い割合となった。2)ストップレシーブは、30 代の選手のサービスをレシーブする際、高い割合と表すことが出来た。3)レシーブからの展開は高い得点率を表せず、4)ブロックは、高い成功確率を表せなかった。5)平均ラリー回数は、多い平均回数を表せなかった。6)ドライブの引き合いは、多い回数を表せなかった。7)ロビングは、回数を比較出来なかった。8)チキータは、低い使用率を表すことが出来た。

以上の試合の検証結果を踏まえ、第 3 章においては 1)~8)の仮説の検証結果を考察した。1)の仮説「出すサービスはシンプルな短い 2~3 種類である」は支持され、横回転を短くフォア前に出す割合が最も高く、2 番目は横回転を短くミドル前に出す割合が高かった。2)の仮説「レシーバーの際の基本戦術がストップである」は支持され、相手のサービスに対して、高い割合でトップ 20 以内の選手はストップを使用していることが分かった。3)の仮説「相手のサービスに対して安定してレシーブし、ラリーを作ることや得点が出る」は支持されなかった。4)の仮説「相手のドライブやスマッシュに対するブロックが得意である」は支持されなかった。5)の仮説「ミスが少ないため、ラリー回数が多い」は支持されなかった。6)の仮説「中陣に下がってのドライブの引き合いが得意である」は支持されなかった。7)の仮説「ロビングの展開で粘るのが得意である」は測定できなかった。8)の仮説「チキータのような積極性かつハイリスクなレシーブを使う頻度が少ない」は支持され、相手のサービスに対して、トップ 20 以内の選手はあまりチキータを使用しないことが分かった。

最後に第 4 章では、以上の考察を踏まえ、卓球において長期に渡って活躍するために必要な要因を検討した。サービスは基本的に横回転でかつコースがフォア前に出し、サービスに対するレシーブはストップレシーブを中心とすると効果的だった。一方で、3)4)5)6)の仮説については成功するために必要な突出した要因ではないと考えられる。

海外ドラマのリメイクに見る日本的感性

本研究の目的は、海外作品をもとに製作されたリメイクドラマと、元作品を比較し、相違点を調べることで日本人に特有の感性や特徴を考察することである。

第1章では、日本が海外作品を輸入するようになった背景、そして日本での海外作品のリメイク動向を概観した。元々日本の連続ドラマの源流はアメリカからのテレビドラマ映画の輸入と放送にあった。日本のテレビドラマ制作の供給能力が高まってくると、輸入していたアメリカのテレビドラマ作品をルールに作品制作を展開し、日本独自のアレンジなどを加えながら、現在に至っている。リメイク作品は2004年に作られ、2016年を境にしてリメイク作品の本数は徐々に増え続けていて今後さらに増えることが予想される。

第2章では、リメイク作品の元になった作品の現地での視聴率を調べ現地の人気を確認し、それを元にして研究対象となる作品を選定した。調査対象は複数作品がリメイク元となった韓国ドラマとアメリカドラマとした。研究対象として選定したのは、より多くの作品が研究対象として選定できる韓国ドラマとし、現地で一定の視聴率があるドラマを、ジャンルが重ならないように選定した。刑事物からは『シグナル』、逃亡劇からは『TWO WEEKS』、医療物からは『サイン』、社会派作品からは『ごめん、愛してる』、恋愛作品からは『ホテルier』、復讐劇からは『銭の戦争』を選出した。

第3章では作品の放送期間と原題など作品の概要について述べ、第4章では日本リメイク版との相違点をまとめた。

第5章では第4章でまとめた相違点を元に、日本人に特有な感性と特徴、そしてリメイク作品が作られる理由を考察した。相違点は死生観に関わるもの、恋愛関係のもの、家族関係のもの、作品の構成的なものに分けられる。死観にかかわる相違点については、家族に対しての命の犠牲描写は受け入れられやすく、仕事や恋愛に対しての犠牲描写は受け入れられにくいという点と、死が物語の終わりとして語られる描写は受け入れられにくいという点が指摘された。恋愛関係の相違点からは、仕事をテーマとする作品において、オリジナル作品にあった恋愛要素は薄められ、「プロフェッショナル」であることが受け入れられる傾向が見られた。家族関係の相違点は、最も多く改編が加えられているポイントだが、複数の相違点に共通する要素がみられなかった。作品の構成的な相違点については、先の展開が暗示されるような予告の構成をすると、先の展開を自分の目で確かめようとする傾向が日本のドラマにはあるのではないかと考えられた。