

# 「コンテンツ視聴時の情動変容と 余韻形成メカニズムの解明と 定量化系構築に向けた研究」 調査結果について



# 目次

<b>01</b>	背景	3
<b>02</b>	調査のポイント	4
<b>03</b>	調査結果	
	「主要因子特定」「余韻形成メカニズム仮説の検証」について	6
	3.1. 「余韻形成に寄与する主要因子」の特定と初期仮説の考察	7
	3.2. 個人特性①(サイコグラフィック)の考察	8
	3.3. 個人特性②(デモグラフィック)の考察	9
	3.4. 補足調査結果：刺激映像刺激別による差異の考察	10
<b>04</b>	まとめ	11
	参考情報	12

## 背景

### これからの時代に求められるコンテンツの提供価値再考

近年のエンタテインメント・メディア業界は、コンテンツ消費行動やマネタイズ手法、コンテンツクリエイション手法などに大きな変化が生じています。特に映画やテレビ番組を中心とした映像コンテンツにおいて、OTT(Over-The-Top media service)による海外ディストリビューションの浸透や書籍以外の原作起点の多様化、川下におけるライセンス利活用ビジネスの拡大などを要因に、知的財産(Intellectual Property、以降「IP」と表記)戦略の多様化・複雑化が急速に進んでいます。その結果、製作委員会を中心とした川上のマスメディア露出から始まり、二次、三次と川下へ利活用展開されていく「フロー型」だけでなく、IP価値の展開力や持続力を備えた「ストック型」価値の重要性が増しています。

コンテンツの提供価値として一過性の「楽しい」などの感情惹起にとどまりません。コンテンツ受容後の「余韻<sup>参考5</sup>形成」は、他者推奨や関連作への興味喚起、さらには「ドキドキ・ワクワク」を伴う体験への昇華、より高次元の「感動」「共感」といった深い「情動変容<sup>参考5</sup>」、そしてイベント参加やグッズ購入などの行動喚起に繋がると推察されており、近年注目されている”推し活”や海外にも波及する“ファンダム”のキードライバーとなり得ると考えられます。

このような背景から、PwCコンサルティング合同会社では、コンテンツ(映像刺激)視聴時におけるポジティブ／ネガティブ反応などの感情惹起のプロセスや視聴後に生じる余韻形成に寄与する因子<sup>参考5</sup>を定量的に捉え、その発生メカニズムの解明を目的とした研究プロジェクトを推進しています。こうした取り組みの一環として、本分野で世界的な研究拠点でもある広島大学の脳・こころ・感性科学研究センター(以降「BMKセンター」と表記)の協力の下、先行研究<sup>参考1</sup>を踏まえた映像刺激視聴時の情動変容を科学的に捉える実証実験を行ってきました。本レポートによる研究成果の公開を通じ、エンタテインメント・メディア関連企業／団体の皆さんと一緒に日本のエンタテインメント・メディア業界、特に具体的なコンテンツクリエイションの発展に貢献していく所存です。

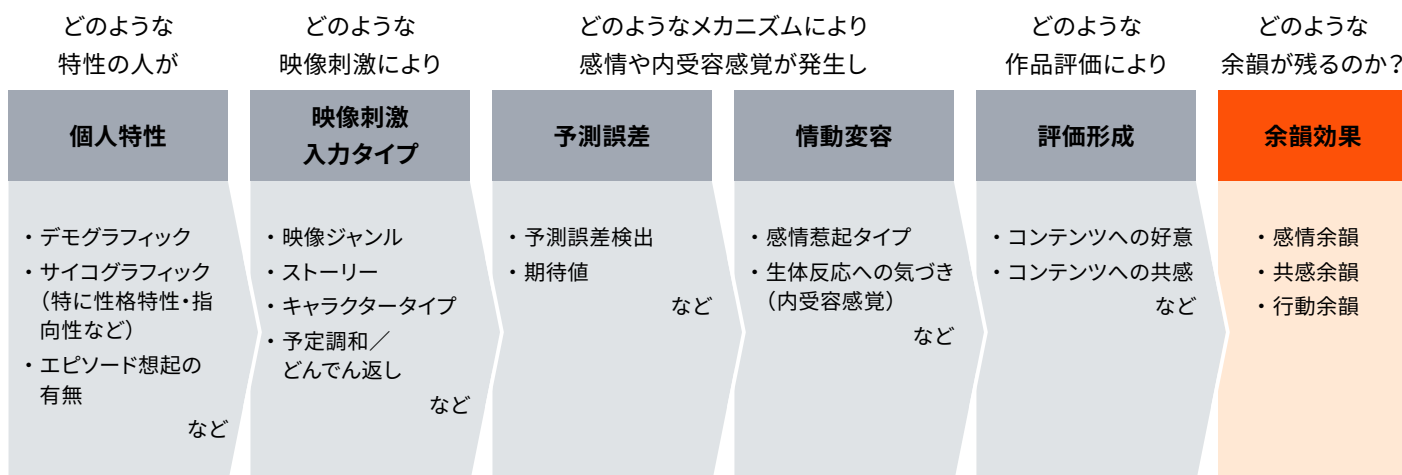
## 調査のポイント

### 「余韻」が残る映像視聴体験には「感情惹起」が重要、 初期仮説の検証と個人特性の深掘りへ

2024年に先行実施した予備調査<sup>参考2</sup>ではタイプの異なる映像4作品を映像刺激とし、「余韻」形成に関するWeb実験および質問記述式の調査を行いました。本調査における「余韻」とは、映像視聴体験によって生じる心理的・行動的な影響のことを指し、映像刺激視聴後の(1)感情や価値観の変容(感情余韻)、(2)好意や共感の形成(共感余韻<sup>参考5</sup>)、(3)他者推奨などの行動の喚起(行動余韻)の3つと定義しています。調査の結果、「映像視聴による“情動変容”(生体反応への気づき(内受容感覚))が余韻形成に関与する特定因子として存在」することが判明しました。さらに、同じ映像刺激を視聴しても参加者によって結果に大きな差異が生じたことから、「個人特性」にも着目しました。その結果、「子育て経験の有無」や「過去の体験・エピソード記憶の有無」など個人の経験由来の因子や、「内受容感覚<sup>参考5</sup>を伴う生体反応の有無」など身体特性における特殊な因子を発見しました。また、先行研究や予備調査結果からも「予測誤差<sup>参考5</sup>」や「感情惹起プロセス」の関与可能性が確認できたため、図表1のような「コンテンツ視聴時の情動変容と余韻形成メカニズムの初期仮説」を構築しました。

このメカニズムの初期仮説では、まず映像視聴前の参加者の「個人特性」が存在し、映像由来の刺激(映像視聴)を受容すると、映像視聴時の予測メカニズムから生じた「予測誤差」が働き、「感情惹起」や「生体反応(内受容感覚)」が発生、その後映像作品への「評価」や「共感」が形成されることで、「余韻形成」へと繋がる、という情動変容と余韻形成メカニズムを仮定しています。

図表1：コンテンツ視聴時の情動変容と余韻形成メカニズムの初期仮説



今回の調査では、初期仮説を踏まえ調査サンプル数と設問項目数を拡大し、さらに予備調査結果を基にヒューマンドラマ2タイプ(A.家族愛／青春ストーリー、B.社会風刺／シニカルストーリー)を映像刺激とした実験を行いました。実験を通じ、余韻形成に関係のある因子特定と初期仮説のメカニズム検証、および個人特性の差異による影響度合いをより広く、深く分析し考察しています。

## 【調査概要】

参加者から個人属性やパーソナリティ特性に関する質問への回答を取得し、その後参加者が2種類の映像刺激を順に視聴、それぞれの視聴後に設問への回答や自由記載回答を行うWeb実験を伴うWeb調査を実施しました。

■ **サンプル数**：2,000名(年代性別で均等割付け)

■ **調査期間**：2025年2月7日～10日

■ **映像刺激**(5分以内に完結するヒューマンストーリー)

- A. 父親と息子がメインキャラクターとして登場、学生から社会人までの成長シーンで構成、親子関係・青春・ハートウォーミング・予定調和ストーリー
- B. 上司・部下・友人が複数メインキャラクターとして登場、職場・自宅・路上の会話シーンで構成、社会風刺・シニカルな視点・切なさ・どんでん返しストーリー

■ **主な設問項目**

Web調査では、参加者は以下の項目について、映像刺激の視聴前後に回答しました。

### ① 参加者の個人特性(視聴前)

- ・デモグラフィック：性別、年齢、婚姻経験など
- ・サイコグラフィック：過去の体験の有無、性格・心理特性(共感性の高さ、主要パーソナリティ因子など)、嗜好性(行動特性)、生体反応の気づきやすさ(内受容感覚)

### ② 情動変容(視聴後)

- ・感情：感情惹起(A.ワクワク B.ホッとする C.イライラする D.悲しくなる、の4項目における情動の変容)、映像刺激への好意形成<sup>参考5</sup>(作品記憶)、映像刺激への自己投影(自分事化)、生体反応変化(内受容感覚の知覚)
- ・非感情：視聴動画の鑑賞経験の有無、視聴前のイメージとの差異、過去体験の有無(長期エピソード記憶<sup>参考5</sup>)

### ③ 余韻形成(視聴後)

- ・余韻：感情余韻(感情や価値観などの感情変容)、共感余韻(映像刺激への共感形成)、行動余韻(他者推奨、再視聴などの行動喚起)

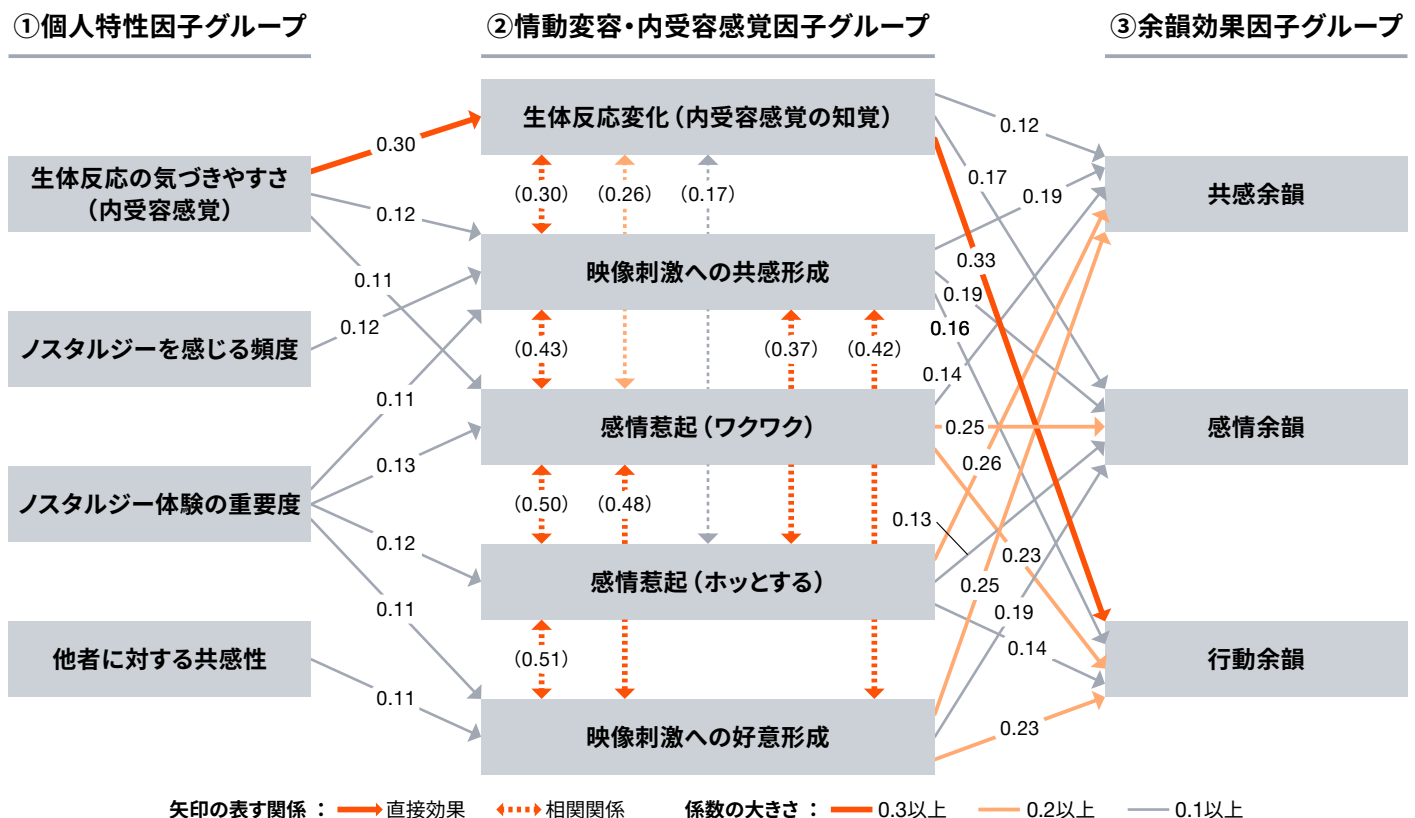
## 調査結果「主要因子特定」「余韻形成メカニズム仮説の検証」について

主要仮説である「映像コンテンツ視聴時の情動変容と余韻形成メカニズム」を検証するため、余韻形成への関与が想定される因子を以下の3群に分類しました。

- ① 個人特性因子グループ
- ② 情動変容・内受容感覚因子グループ
- ③ 余韻効果因子グループ

その上で、これら3つの階層モデルを仮定し、構造方程式モデリング(SEM: Structural Equation Modeling)を実施しました。さらに、②情動変容・内受容感覚因子グループには、各項目間の関連も想定されるため、①③間のパスに加え、②の項目間をつなぐパスも設定しています。この分析結果を以下図表2「余韻形成メカニズム」に示します。

図表2：余韻形成メカニズム



※各因子を長方形で記し、結びつき(係数)を矢印で表現(パス係数が0.1以下は比較的弱い結びつきであるとし本図表中では省略)、各項目をつなぐ主要なパスの結びつきの強さ(パス係数)は矢印に付した数字と線の太さで示した

出所：PwC作成

### 3.1. 「余韻形成に寄与する主要因子」の特定と初期仮説の考察

まず、映像刺激視聴時に生じる②「情動変容・内受容感覚因子グループ」において「生体反応変化(内受容感覚の知覚)」「感情惹起(ワクワク)」「感情惹起(ホッとする)」「映像刺激への共感形成」「映像刺激への好意形成」に、③「余韻効果因子グループ」との関連が認められ、特に以下のような興味深い特徴がありました。

- ・「共感余韻」は「感情惹起(ホッとする)」「映像刺激への好意形成」「映像刺激への共感形成」との結びつきが特に強い
- ・「感情余韻」は「感情惹起(ワクワク)」と「映像刺激への好意形成」「映像刺激への共感形成」との結びつきが特に強い
- ・「行動余韻」は「生体反応変化(内受容感覚の知覚)」「感情惹起(ワクワク)」「映像刺激への好意形成」との結びつきが特に強い

さらに、②「情動変容・内受容感覚因子グループ」内の因子同士にもパス係数が0.1を超える繋がり強さが認められ、これらは以下のようなことを示唆していると言えます。

- ・「感情惹起(ワクワク)」と「感情惹起(ホッとする)」の結びつきが強く、ポジティブな感情惹起同士の繋がり強い
- ・「映像刺激への好意形成」と「映像刺激への共感形成」との結びつきが強く、好意と共感形成の間に強い繋がりが見て取れる
- ・「生体反応変化(内受容感覚の知覚)」と「ポジティブな感情惹起群」「映像刺激への共感形成」との結びつきが強く、生体反応の変化を伴った場合の感情惹起と共感形成のサブメカニズムの存在が示唆される

視聴後の購買行動に繋がると想定される行動余韻を残す作品は、ライセンスビジネスなどの多面展開においても商業価値が高まると想定できます。また、コンテンツの多面展開、ファンダム形成などの視点においても、共感余韻や感情余韻を残すことが非常に重要であり、今回の特定因子である「生体反応変化(内受容感覚の知覚)」「感情惹起(ワクワク)」「感情惹起(ホッとする)」「映像刺激への共感形成」「映像刺激への好意形成」がキードライバーとなると言えます。加えて、生体反応変化(内受容感覚の知覚)やワクワクやホッとするといったポジティブな感情惹起も因子となるため、作品のシナリオやキャラクター設計などクリエイティブプロセスへの示唆を得られます。さらに、共感や好意形成のトリガーとなる詳細因子の解明も今後期待される深耕テーマと言えるでしょう。



### 3.2. 個人特性 ①(サイコグラフィック)の考察

---

①「個人特性因子グループ」と②「情動変容・内受容感覚因子グループ」の間にも強いパス係数が存在しており、これらは個人の特性が直接、または間接的に余韻形成に影響を及ぼしている可能性があると言えます。以下に特徴的な個人特性を列記します。

- ・参加者の「生体反応の気づきやすさ(内受容感覚)」「生体反応変化(内受容感覚の知覚)」「映像刺激への共感形成」「感情惹起(ワクワク)」の間のパス係数が比較的大きいことから、生体反応への感度が高いとポジティブな感情や共感が生じやすい
- ・「参加者がノスタルジーを感じる頻度」と「映像刺激への共感形成」間のパス係数が比較的大きく、結びつきが強い結果から、ノスタルジーを感じる傾向が強い個人は、共感を伴うストーリーに敏感な反応を示す可能性がある
- ・「参加者自身のノスタルジー体験の重要性」「映像刺激への共感形成」「感情惹起(ワクワク)」「感情惹起(ホッとする)」「映像刺激への好意形成」の間のパス係数が比較的大きい結果となった。このことは、ノスタルジーな体験に重きをおく参加者は映像刺激に対するポジティブな感情を抱きやすいことが示唆される
- ・「他者に対する共感性」と「映像刺激への好意形成」の間にも比較的大きな相関が見られ、他者に対する感度の高い参加者は映像刺激の登場人物に共感とともに好意を抱きやすい傾向がある

個人特性において、「生体反応の気づきやすさ(内受容感覚)」が大きい個人ほど、映像刺激に伴うポジティブな感情への感度が高いことが示唆されます。また「他者に対する共感性」が高い人も映像刺激への没入や自己投影、心理描写や作品メッセージなどを受容しやすいことが推測されます。

さらに、今回注目すべきは「ノスタルジア傾向」であり、主要因子である感情惹起、映像刺激への好意、共感形成による余韻形成に寄与する重要な特性と言えます。この「ノスタルジア傾向」の把握は過去の作品視聴体験やエピソード記憶などにも関与していると推察され、近年のリバイバル作品ブームを考察する上でも非常に興味深い因子と言えます。

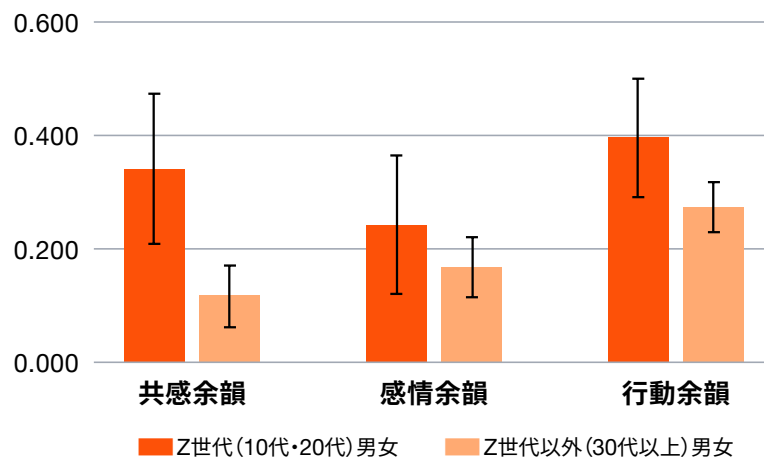


### 3.3. 個人特性 ②(デモグラフィック)の考察

余韻形成において、年代差における特徴にも着目し、参加者をZ世代(10代・20代)とZ世代以外(30代以上)に分割し、構造方程式モデリング分析を実施しました。得られたパス係数の差異を比較することで、「共感余韻」と「生体反応変化(内受容感覚の知覚)」の間のパス係数に有意な差異(有意水準1%)が見て取れました(図表3)。

この結果から、他の世代とZ世代を比較した場合、映像刺激によって生体反応変化(内受容感覚の知覚)が発生したZ世代において、共感余韻形成に繋がりやすい傾向にあると言えます。この特徴的なメカニズムの存在は、Z世代を意識したコンテンツクリエイションなどの観点においても非常に興味深い示唆でした。この結果を踏まえると、余韻形成を促す生体反応を生じさせるトリガー因子の深掘りや、予測誤差との関係、サブメカニズムの解明が今後の重要な研究テーマと考えられます。

図表3：Z世代とZ世代以外のパス係数比較



※グラフ中エラーバーは99%信頼区間を表す

出所：PwC作成

### 3.4. 補足調査結果：映像刺激別による差異の考察

**映像刺激A、映像刺激Bにおいて、「感情惹起」の余韻形成に対する相関に差異があるも、主要因子は変わらず**

映像刺激A・Bはどちらもヒューマンストーリーですが、映像刺激Aはハートウォーミングな家族愛、映像刺激Bは社会風刺的でシニカルなストーリー構成であり、内容に違いがあるため、映像刺激別の相関分析を実施しました。結果として、どちらの映像刺激でも余韻形成には前述同様の主要因子との繋がりが強く見受けられ、素材差はありませんでした。一方で「感情惹起」において、「ネガティブな感情惹起」が余韻形成と負の相関の特徴がありました(別紙4:映像刺激別相関分析(ヒートマップ)参照)。

どちらの映像刺激においても、視聴後の「イライラの感情惹起」が行動余韻に対して負の相関を見せており、このことから「イライラ」は映像刺激に関係なく行動余韻を阻害する可能性が考えられます。さらに、映像刺激Aにおいて、「イライラの感情惹起」があった参加者は、全ての余韻において負の相関があり、映像刺激Bにおいても行動余韻には負の相関がありました。一方で、感情余韻、共感余韻については、「イライラ」が余韻形成において正負両方の相関があったため、余韻形成への効果は映像刺激、すなわちストーリーに関係があると推察できます。

したがって、映像刺激の内容に関わらず、「ネガティブな感情惹起」は余韻形成を阻害するという結果がある程度普遍的な特徴であることが確認できました。他方、社会風刺的なストーリーを取り扱った映像刺激Bにおいては「イライラの感情惹起」が感情・共感余韻と正の相関があるため、ストーリー次第ではネガティブな感情惹起もポジティブなものと同様に感情惹起に繋がる可能性も示唆されています。



## まとめ

今回の実証結果から、内受容感覚を伴う感情惹起のポジティブループから好意と共感形成を生じ、それが余韻の形成につながるという初期仮説の確からしさが確認できました。また、年代や性別といったデモグラフィック要素よりも、心理・性格特性などのサイコグラフィック要素の方が相対的に余韻形成に対して強い関係があることが示唆されており、従来のマスマーケティングアプローチから個人の特性を考慮したパーソナルアプローチの必要性が考えられます。さらに、ノスタルジア傾向の強さなどの個人特性も、リメイク作品や過去ヒット作のライセンスビジネスなど商業視点において有用な示唆であると言えるでしょう。今後、クリエイティブプロセスへのより有益な示唆提供に向けて、作品に関連するトリガー因子の深掘り（ジャンル、フォーマット、ストーリーテリング、キャラクター要素）などの映像刺激側の因子特定も研究テーマとしていく必要があると考えています。

また、今回の記述質問票形式の実験調査では、予測誤差モデルの組み込みや自身が知覚していない内受容感覚反応、脳科学観点の感情惹起などは勘案できていません。そのため、今後、感性工学と脳科学を融合した「感性脳科学」の観点から、脳情報と各種生体情報を統合的に計測・解析する実証実験を企画し、予測誤差メカニズムや感情惹起モデルとの関連性探索や精度向上などにチャレンジすることで、より有益な示唆が得られると考えます。

今回の実証調査にご協力いただいた「広島大学脳・こころ・感性科学研究センター」の山脇成人特命教授、笹岡貴史准教授、小野健太郎助教をはじめ、サポートいただいた関係者の皆様に心より感謝申し上げます。



# 参考情報

## 1. 先行研究について

感情に関する主な先行研究として「感情の輪(Wheel of Emotions)」(Plutchik, 1980)と、「円環モデル(Circumplex Model of Affect)」(Russell, 1980)が挙げられます。Plutchikのモデルは、8つの基本感情を円環状に配置し、それらの組み合わせによって複雑な感情が形成されることを示しています。一方、Russellの円環モデルは、感情を「快-不快」と「活性-不活性」の2軸で構成される空間にマッピングし、感情の構造を視覚的に捉えることを可能にしました。

これらの2軸モデルに対して BMKセンターでは感性のモデルを拡張させ、従来の2軸モデルに「過去」と「未来」の時間軸を加えた、独自の3軸モデル(感性多軸モデル)を構築しています。この3軸モデルでは、ポジティブ・ネガティブな感情と時間軸との相関に着目し、「ワクワク」や「憂うつ」といった感性の可視化において、時間軸の視点が不可欠であるとされます。さらに、時間軸の導入により、過去を懐かしむ「ノスタルジア傾向」(期待軸の負方向)や「共感性」など、映像刺激受容における個人差に関与する特性との紐づけが可能となりました。

加えて、感情のメカニズムを内受容感覚の予測符号化によって説明するモデルも提案されています。内受容感覚とは、「空腹」や「心拍の高まり」など身体内部の感覚を指し、例えば、音楽聴取によって生じる感動は、鳥肌や身震いなどの身体的反応を伴います。BMKセンターによる研究では、内受容感覚感度の高い個人は、音楽によって生じた生理的変化が感度良く検出できることが分かっています(Maekawa et al., 2024)。

さらに、音楽における転調のような予測誤差が感情を生じさせるメカニズムについても研究が進んでいます。音楽の和音列における意図的な予定調和の阻害、つまりは「予測誤差」の発生が、内受容感覚を刺激し、それが感情反応を誘発することを明らかにしました(Daikoku et al., 2024)。

## 2. 予備調査について(2024年3月リリース)

「PwCコンサルティングと広島大学 脳・こころ・感性科学研究センター、映像コンテンツ視聴時における感情惹起と余韻形成メカニズム解明に向けた共同研究の予備調査結果が判明」

<https://www.pwc.com/jp/ja/press-room/bmk240328.html>



### 3. 本調査における「余韻」定義と設問方法について

余韻関連設問(この動画を観た後の心の状態は、以下の状態にどのぐらい合致しますか?)の回答結果のカテゴライズの方法は以下のとおりです。構造方程式モデリング(SEM)分析においては、以下の割り当てを用いて余韻関連設問の回答を3種類の余韻項目に統合し、カテゴリごとの合計スコアを目的変数として用いました。

#### 余韻関連設問のカテゴライズ方法

余韻カテゴリ	余韻関連設問
感情余韻	<ul style="list-style-type: none"><li>・感情が強く引き起こされた</li><li>・価値観が変わった</li></ul>
共感余韻	<ul style="list-style-type: none"><li>・強く共感した</li></ul>
行動余韻	<ul style="list-style-type: none"><li>・誰かと会いたくなった</li><li>・また見たいと思った</li><li>・関連する情報を入手したくなった</li><li>・誰かに推奨したい</li></ul>



## 4. 映像刺激別相関分析(ヒートマップ)

### 映像刺激 A

		感情余韻		共感余韻	行動余韻			
		感情が強く 引き起こされた	価値観が 変わった	強く共感した	誰かと あいたくなった	また見たいと 思った	関連する 情報を入手 したくなった	誰かに 推奨したい
予測誤差	事前イメージ提示による 予測誤差	-0.0324	-0.0940	-0.0584	-0.0986	-0.0819	-0.1232	-0.0866
感情惹起／ 内受容感覚	ワクワクする (感情惹起)	0.5961	0.5286	0.5613	0.4790	0.5531	0.4733	0.5528
	イライラする (感情惹起)	-0.2139	-0.0092	-0.2507	-0.0337	-0.1990	-0.0175	-0.1000
	ホッとする (感情惹起)	0.5471	0.3777	0.5738	0.3875	0.4812	0.3201	0.4263
	悲しくなる (感情惹起)	0.1576	0.2421	0.1329	0.2510	0.1496	0.2260	0.1963
	生体反応変化 (内受容感覚の知覚)	0.2101	0.4267	0.1801	0.4022	0.3238	0.4801	0.4078
評価形成	映像刺激への好意形成	0.5990	0.3626	0.6034	0.3490	0.5563	0.3419	0.4680
	映像刺激への共感形成	0.5312	0.4646	0.5185	0.4434	0.5066	0.4386	0.5076

### 映像刺激 B

		感情余韻		共感余韻	行動余韻			
		感情が強く 引き起こされた	価値観が 変わった	強く共感した	誰かと あいたくなった	また見たいと 思った	関連する 情報を入手 したくなった	誰かに 推奨したい
予測誤差	事前イメージ提示による 予測誤差	0.1846	0.0372	-0.0853	-0.1405	-0.0411	-0.0905	-0.0728
感情惹起／ 内受容感覚	ワクワクする (感情惹起)	0.4919	0.4857	0.5337	0.5011	0.5999	0.5823	0.5756
	イライラする (感情惹起)	0.1531	0.0590	0.0162	0.0635	-0.0664	-0.0048	-0.0151
	ホッとする (感情惹起)	0.3876	0.4281	0.5205	0.4978	0.5266	0.4760	0.5085
	悲しくなる (感情惹起)	0.4606	0.3648	0.2569	0.2626	0.2443	0.2228	0.2608
	生体反応変化 (内受容感覚の知覚)	0.3409	0.3597	0.4930	0.3437	0.5692	0.4573	0.5253
評価形成	映像刺激への好意形成	0.4507	0.4664	0.5531	0.5050	0.5283	0.5332	0.5681
	映像刺激への共感形成	0.3229	0.4419	0.4337	0.5387	0.4417	0.5373	0.4922



## 5. 専門用語の解説

因子：本研究において、余韻形成(目的)に作用する要素

予測誤差：五感などの外受容感覚と内受容感覚において生じる予測と実際の刺激とのズレ

内受容感覚：「お腹が空いた」「心臓の鼓動が早い」など生体反応・身体内部の感覚

情動変容：感情惹起や内受容感覚などの心身の状態変化

好意形成：映像刺激や作者に対して好意的な感情に繋がった状態

長期エピソード記憶：いつ、どこでという時間的、空間的文脈がはっきりしており、感情が結びついたエピソードとしての記憶

余韻：映像刺激受容後の感情・行動の変化

共感余韻：映像刺激への好意形成、過去体験の想起など

感情惹起：知覚された感情(悲しい、うれしい、ハラハラなど)

行動余韻：動画の再視聴や他者推奨、ポジティブ評価など

## 6. 参考文献リスト

Daikoku T, Tanaka M, Yamawaki S.

Bodily maps of uncertainty and surprise in musical chord progression and the underlying emotional response.

iScience, 2024; 27(4).

<https://doi.org/10.1016/j.isci.2024.109498>

Maekawa T, Sasaoka T, Inui T, Fermin ASR, Yamawaki S.

Heart rate and insula activity increase in response to music in individuals with high interoceptive sensitivity.

PLOS ONE, 2024; 19(8): e0299091.

<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0299091>

Plutchik R, Kellerman H (Eds).

Emotion: Theory, Research, and Experience. Vol. 1: Theories of Emotion. Academic Press, 1980.

<https://doi.org/10.1017/S0033291700053769>

Russell, J. A.

A circumplex model of affect.

Journal of Personality and Social Psychology, 1980; 39(6), 1161–1178.

<https://doi.org/10.1037/h0077714>

Fukui H, Aoki S.

The Development of the Japanese Version of the Plymouth Sensory Imagery Questionnaire (Psi-Q)

The Japanese Journal of Personality, 2022; 31(2), 87-99

<https://doi.org/10.2132/personality.31.2.2>

Hishitani S.

Estimating auditory-imagery ability using the auditory imagery questionnaire  
The Japanese journal of mental imagery, 2005;3 (1), 1-12.

<http://id.ndl.go.jp/bib/8924633>

Hishitani S, Tayama T, Kawabata Y.

心を測る

Yachiyo Shuppan, 2005.

<https://ndlsearch.ndl.go.jp/books/R000000004-I8924633>

Kino K, Suzuki Y.

Development of a short form of the Multidimensional Empathy Scale (MES-SF).

Bulletin of Miyagi Gakuin Women's University, 2017; 123, 37-52

<https://doi.org/10.20641/00000283>

Kobayashi R, Honda T, Machizawa M, Ichikawa N, Nakao T.

Factor structure, reliability and validation of the Japanese version of the Body  
Perception Questionnaire-Body Awareness Very Short Form (BPQ-BAVSF-J)

JAPANESE JOURNAL OF RESEARCH ON EMOTIONS, 2021; 28(2), 38-48

[https://doi.org/10.4092/jsre.28.2\\_38](https://doi.org/10.4092/jsre.28.2_38)

Nagamine M, Toyama M.

Developing the Japanese version of the Southampton Nostalgia Scale

The Japanese journal of psychology, 2019; 90(4), 389-397

<https://doi.org/10.4992/jjpsy.90.18206>

Oshio A, Abe S, Cutrone P.

Development, Reliability, and Validity of the Japanese Version of Ten Item  
Personality Inventory (TIPI-J)

The Japanese Journal of Personality, 2012; 21(1), 40-52

<https://doi.org/10.2132/personality.21.40>

Shoji M, Mehling W, Hautzinger M, Herbert B.

Investigating Multidimensional Interoceptive Awareness in a Japanese Population:  
Validation of the Japanese MAIA-J

Front. Psychol., 2018; 9:1855. 13

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01855>

Takahashi, A.

Development of Japanese version of the 19-item Highly Sensitive Person Scale  
(HSPS-J19)

JAPANESE JOURNAL OF RESEARCH ON EMOTIONS, 2016; 23(2), 68-77 14

[https://doi.org/10.4092/jsre.23.2\\_68](https://doi.org/10.4092/jsre.23.2_68)

---

## 【本調査に関するお問い合わせ先】

PwCコンサルティング合同会社 TMT エンタテインメント&メディアセクター

---

### PwC Japanグループ

<https://www.pwc.com/jp/ja/contact.html>



## [www.pwc.com/jp](https://www.pwc.com/jp)

PwC Japanグループは、日本におけるPwCグローバルネットワークのメンバーファームおよびそれらの関連会社（PwC Japan有限責任監査法人、PwCコンサルティング合同会社、PwCアドバイザリー合同会社、PwC税理士法人、PwC弁護士法人を含む）の総称です。各法人は独立した別法人として事業を行っています。

複雑化・多様化する企業の経営課題に対し、PwC Japanグループでは、監査およびブローダーアシュアランスサービス、コンサルティング、ディールアドバイザリー、税務、そして法務における卓越した専門性を結集し、それらを有機的に協働させる体制を整えています。また、公認会計士、税理士、弁護士、その他専門スタッフ約12,700人を擁するプロフェッショナル・サービス・ネットワークとして、クライアントニーズにより的確に対応したサービスの提供に努めています。

PwCは、クライアントが複雑性を競争優位性へと転換できるよう、信頼の構築と変革を支援します。私たちは、テクノロジーを駆使し、人材を重視したネットワークとして、世界149カ国に370,000人以上のスタッフを擁しています。監査・保証、税務・法務、アドバイザリーサービスなど、多岐にわたる分野で、クライアントが変革の推進力を生み出し、加速し、維持できるよう支援します。

発行年月：2025年8月

管理番号：I202505-07

© 2025 PwC. All rights reserved.

PwC refers to the PwC network member firms and/or their specified subsidiaries in Japan, and may sometimes refer to the PwC network. Each of such firms and subsidiaries is a separate legal entity. Please see [www.pwc.com/structure](https://www.pwc.com/structure) for further details.

This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.