



## 昭和生まれの社会人における近現代の元号イメージ： IATと好感度アンケートを用いた調査

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2020-09-29 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 林, 美都子 メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://doi.org/10.32150/00006898">https://doi.org/10.32150/00006898</a>

## 昭和生まれの社会人における近現代の元号イメージ

— IATと好感度アンケートを用いた調査 —

林 美都子

北海道教育大学函館校認知心理学研究室

### What are Impressions that People in the Showa Period have of Japanese Era Names in Modern Times?

: A Survey Using IAT and Favorability Rating Questionnaires.

HAYASHI Mitsuko

Laboratory of Cognitive Psychology, Hokkaido University of Education, Hakodate Campus

#### 概 要

国際化やIT化が推進される現代社会においては、西暦の利便性が高く、元号の不自由さが強調されることもあるが、元号にどのような心理的機能があるのかについては十分な検討が行われていない。本研究では、林（2020）にて平成生まれの大学生64名を対象に行ったのと同じ、大正、昭和、平成、令和の元号イメージに関する調査を、昭和生まれの社会人24名を対象に、潜在的な好感度を測定するIATと人名に関する好感度アンケートとを用いて行った。本調査の結果、昭和生まれの社会人においても平成生まれの大学生同様（林，2020）、自分の生まれた元号は内心特別に好まれ、また、元号によって主観的に「時代」に意味づけやイメージづけがなされており、元号の心理的機能は昭和世代においても健在であることが示唆された。さらに、調査時点で最新の元号である令和に対するIAT値がもっとも高かったことから、「元号には、赤子が生まれたときに名前をつけ、その健やかな成長と未来を願うのと類似の心理的機能が含まれている」（林，2020）ことがより明確に支持されたと考えられる。

本研究では、昭和生まれの社会人を対象に、近現代の元号のうち、令和、平成、昭和、大正の4種類に対するイメージを、人名に対するイメージアンケートを流用した好感度アンケートならびに、無意識的な好感度を測定するIATテストを用

いて測定した。国際化によって諸外国との交流が増え、コンピュータやネットワーク等を扱ううえでも、基本的に数字4桁で構成される西暦の利便性は高く、漢字と数字を織り交ぜた元号は効率が悪いとの指摘を受けることもある。しかし、平成

生まれの大学生を対象に同様の調査を行った林 (2020) では、元号の心理的機能がいくつか示唆されており、もはや元号は遺物であると結論づけるのは早計であるようにも思われる。

林 (2020) では、平成生まれの大学生64名を対象に、IAT (Implicit Association Test: 潜在連想テスト) を集団で行えるように改良したFUMIEテスト (Filter Unconscious Matching of Implicit Emotions; Mori, Uchida, & Imada, 2008) と、名前のイメージ尺度 (宮沢, 1989) を用いて、令和、平成、昭和、大正の4種類の元号に関するイメージを測定した。その結果、令和と平成との好感度が高く、無意識の好感度を示すIAT値は自分たちが生まれた平成のみが高く、令和や平成には洗練されたイメージがあるが昭和や大正には重厚な重みと複雑性がある等、各元号間にさまざまなイメージの相違が確認された。どの元号に対しても同じイメージがもたれているのであれば、心理的にはいずれの元号も同じものとして捉えられている可能性が高く、元号のイメージの違いをベースとしてもたらされるであろう、より複雑で有機的な、元号の心理的機能を期待することは難しい。しかし、調査の結果、元号イメージに相違が示され、平成生まれの大学生も元号の心理的機能が働きうる素養を持っていることが明らかになった。

所・久禮・吉野 (2019) は、元号には西暦にはない独自の機能があることを指摘している。例えば、単なる数値の羅列ではなく、漢字を用いることで新たな時代の理想を表明している。また代替わりなどにより改元することで、意味のある年代帯が形成されうる。元号は、地域に根差したロー

カルな知恵の結晶であり、大変人間的なものであるという指摘である。

文献調査に基づいて行われた所ら (2019) の指摘を元号の心理的機能として捉えなおし、その存在の可能性や働きを心理学的手法により、以前よりも明確にした点では林 (2020) は優れているが、問題点も多い。本研究では、それらの問題点のうち、主に以下の2点を取り上げ、検討を行う。

一つは、林 (2020) では平成生まれの大学生しか調査対象としていないことである。そのため、「他の元号よりも、自分の生まれた元号に思い入れが生じ、好感度が高くなる」という同論文の考察で提唱されている仮説に対し、支持されたと結論付けるにはやや根拠が乏しい。

もう一つは、所ら (2019) の指摘を踏まえ、林 (2020) では「元号には、赤子が生まれたときに名前をつけ、その健やかな成長と未来を願うのと類似の心理的な機能が含まれている」との説が提唱されているが、もしそうであれば、令和に対するIAT値も高くなることが期待される。しかし、平成生まれの大学生においては、好感度こそ、令和と平成の両方に関して高いものの、無意識の好感度を表すIAT値は平成に対してのみ高い。

IAT値は本音と建前のうち、本音を表すものであると考えられることから、平成は心から好きであるが、新元号である令和は、本音ではさほどであることがうかがわれる。このような結果になった理由として、そもそも仮説が間違えている可能性、人間は誰でも自分と関係の深い元号のみが好きである可能性、調査対象の大学生たちが、赤子の成長等を願うような心境に至るには若すぎる可

● 練習課題 (合図があったら、左端から、ポジティブなイメージの肯定語には○、ネガティブなイメージの否定語には×をつけてください)

安	危	最	満	貯	清	借	不	短	幸	戰	差	安	健	不	絶	勝	長	最	勝	当	不	平	不	病	悪	敗	差	下	落	上	平	貯	危	清	希	落	不	天	満
全	險	高	足	金	潔	金	潔	所	福	争	別	心	康	安	望	利	所	低	選	幸	等	滿	氣	意	北	別	品	選	品	和	金	險	潔	望	選	幸	使	足	

● 課題01 (ターゲット語: 令和 ○をつけてください)

天	令	安	危	長	所	安	令	当	絶	借	令	希	滿	令	短	上	貯	平	悪	令	最	清	令	不	幸	令	敗	不	下	落	差	病	不	戰	健	勝	令	平	最
使	和	心	險	全	所	和	選	望	潔	不	滿	意	上	和	所	品	金	等	意	和	低	潔	和	滿	福	和	北	安	幸	品	選	別	氣	潔	争	康	利	和	和

● 課題02 (ターゲット語: 令和 ×をつけてください)

幸	勝	令	安	最	病	戰	令	平	不	不	惡	上	不	令	平	下	令	貯	清	短	令	落	長	健	最	天	令	当	差	希	不	令	危	滿	令	絶	借	敗	安
福	利	和	心	險	全	争	和	和	潔	滿	意	上	和	所	等	品	和	金	潔	所	和	選	所	康	低	使	和	選	別	望	幸	和	險	足	和	望	金	北	全

図1. FUMIEテストの一例 (最上段: 練習用・中段: 令和へのポジティブ反応測定用・最下段: 令和へのネガティブ反応測定用) (林, 2020より引用)

能性や、当該調査では訊ねていないが常識的に、おそらく子持ちではないことが影響している可能性などが挙げられる。しかし、それらの可能性を絞り込むには、調査1件のみでは難しい。

そこで本研究では、昭和生まれを対象として、同様の調査を行うこととした。昭和生まれでは、昭和に対する好感度やIAT値が高くなることが予想される。また、新元号への期待という意味で、令和に対する好感度やIAT値も高くなるであろう。

## [方法]

**調査参加者** 40代から50代の男女24名。H教育大学の学生を通じ、彼らの両親や親せきなどで昭和生まれの人々に協力を求めた。全員、昭和生まれであった。正確な年齢について尋ねると難色を示す参加者が多かったため、その場合それ以上は尋ねなかった。全員子持ちであった。

**調査時期** 2019年12月下旬から2020年1月上旬であった。調査時には、新元号「令和」が2019年4月1日に公布されてから約9か月、同5月1日に施行されてから約8か月経過していた。

**IAT調査用紙** ターゲット語は「令和」「平成」「昭和」「大正」とし、各元号に対する潜在的な好感度イメージ、すなわちIAT測定用にFUMIEテスト(Filter Unconscious Matching of Implicit Emotions; Mori, Uchida, & Imada, 2008)を用いた。漢字2字からなる40語を横に並べた課題群をA4用紙一枚につき9列分並べた。図1には、例として、練習用の1列と、「令和」のIATを測定するために必要最低限となる2列1セットを示した。ターゲット語並びに肯定語や否定語の提示順や並び順をランダム化したものを8種類用意し、実験参加者1名につき、並び順の異なっているもの2種類を組み合わせて用いた。

**好感度調査用紙** 上記4種類の元号それぞれについて顕在的なイメージを明らかにするため、名前に関するイメージ尺度(宮沢, 1989)に、好感度を端的に測定するために追加で「好き嫌い」を尋ねる項目を設け、いずれも6段階で評定を求めた。

宮沢(1989)の12対の形容語は「洗練性」「量感」「複雑性」のいずれかの因子に所属していた。「洗練性」因子は「明るい-暗い」「新しい-古い」「楽しい-つまらない」「派手な-地味な」「しゃれた-やぼったい」,「量感」因子は「深みのある-うすっぺらな」「大きい-小さい」「強い-弱い」「広い-狭い」「安定な-不安定な」,「複雑性」因子は「わかりにくい-わかりやすい」「複雑な-単純な」「特色のある-ありきたりな」「親しみにくい-親しみやすい」「幻想的な-現実的な」でそれぞれ構成されていた。また各元号の印象的エピソードを3つまで自由記述で求めた。

**手続き** 個人もしくは2~3人程度の小集団形式で実施した。まずIAT調査を実施した。練習試行として、15秒間で左から右へと肯定語に○, 否定語に×を出来るだけたくさんつけるよう教示した。それに加えて、指定されたターゲット語(4種類の元号のいずれか、提示順は参加者間でカウンターバランス)に、指示に従って○もしくは×をつける作業を追加した本試行を16回繰り返した。その後、各元号に関する好感度調査を実施した。なお、回答途中で離席し、戻ってきてから回答を続けた者が5名、飲酒状態で回答した者が1名いたが、回答内容には大きな不備がなかったため、そのまま用いた。所要時間は約30分であった。

## [結果]

**結果の処理** 分析対象データの中には、部分的に欠損値のあるデータがあったため、当該箇所のみ、該当の回答者のデータを削除して分析を行った。

**IAT値** 図2には、各元号のIAT値を示した。実験参加者内一要因分散分析を行ったところ、有意であった( $F(3, 69) = 3.58, p < .05$ )。LSD法による下位検定の結果、令和、昭和の値が大正より高かった( $MSe = 28.70, p < .05$ )。

**好感度** 図3には、各元号の好感度を示した。上記と同様の分析を行った結果、統計的に有意な差が示された( $F(3, 66) = 9.82, p < .01$ )。LSD法による下位検定の結果、令和、平成、昭和の値が、大

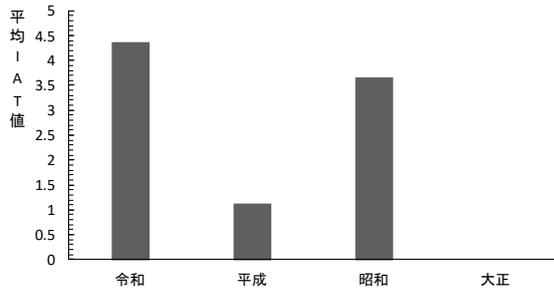


図2. 令和, 平成, 昭和, 大正の平均IAT値

正よりも高かった ( $MSe = .55, p < .05$ )。

**名前のイメージ下位尺度得点** 図4には、洗練性、量感、複雑性の因子ごとに各元号の平均イメージ得点を示した。洗練性得点について実験参加者内一要因分散分析の結果、有意であった ( $F(3, 66) = 11.96, p < .01$ )。LSD法の結果、令和と平成の平均得点が同程度で、昭和や大正より高かった ( $MSe = 10.85, p < .05$ )。

次に、量感得点について同様の分散分析を行ったところ、有意であった ( $F(3, 63) = 4.80, p < .01$ )。LSD法の結果、令和や大正より昭和の平均量感得点が高かった ( $MSe = 10.62, p < .05$ )。

複雑性得点について実験参加者内一要因分散分析を行ったところ、有意差はなかった ( $F(3, 63) = 1.16, ns$ )。

**名前のイメージ尺度の各項目** 図5には、質問項目ごとの平均イメージ得点で、各元号のプロフィールを作成した。まず、洗練性得点を構成する5つの質問項目に関して分析した。質問項目「明るい-暗い」について、実験参加者内一要因分散分析を行ったところ、元号間の平均得点の差は統計的に有意であった ( $F(3, 66) = 6.98, p < .01$ )。LSD法の結果、令和と平成の平均得点が同程度で、昭和や大正より高かった ( $MSe = 1.14, p < .05$ )。次に「新しい-古い」について同様の分析を行ったところ、各元号の平均値間に統計的に有意な差が示された ( $F(3, 69) = 16.86, p < .01$ )。LSD法の結果、令和と平成が同程度で新しく、昭和と大正が同程度で古くとらえられていることが示された ( $MSe = 1.33, p < .05$ )。「楽しい-つまらない」について同様に分析したところ、統計的に有意な差を得た ( $F(3, 69) = 5.91, p < .01$ )。LSD法の結果、

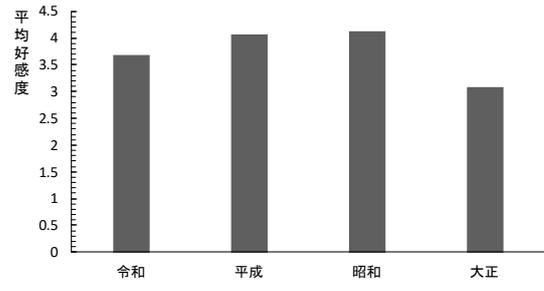


図3. 令和, 平成, 昭和, 大正の平均好感度

大正が一番つまらない印象であった ( $MSe = 1.22, p < .05$ )。「派手な-地味な」に関しては、統計的に有意な差は示されなかった ( $F(3, 69) < 1$ )。「しゃれた-やぼったい」について分析したところ、統計的に有意な差は示されなかった ( $F(3, 69) = 1.44, ns$ )。

次に、量感得点を構成する質問5項目について、それぞれ実験参加者内一要因分散分析を行った。「深みがある-うすっぺらな」について同様の分析を行ったところ、各元号の平均値間に統計的に有意な差は示されなかった ( $F(3, 69) < 1$ )。「大きい-小さい」について実験参加者内分散分析を行ったところ、統計的に有意であった ( $F(3, 66) = 6.76, p < .01$ )。LSD法の結果、もっとも大きな印象がもたれていたのは昭和であった ( $MSe = 1.19, p < .05$ )。「強い-弱い」について分析した結果、有意な差が得られた ( $F(3, 69) = 3.31, p < .05$ )。LSD法の結果、昭和が令和や大正より高く、強い印象であった ( $MSe = 1.14, p < .05$ )。「広い-狭い」について分析したところ、統計的に有意な差が示

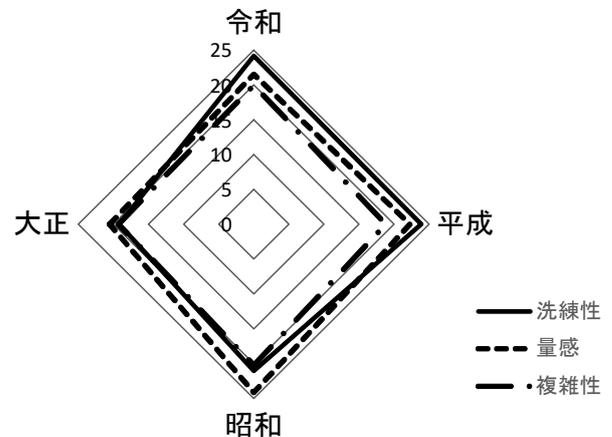


図4. 令和, 平成, 大正, 昭和における洗練性, 量感, 複雑性の各下位尺度の平均得点

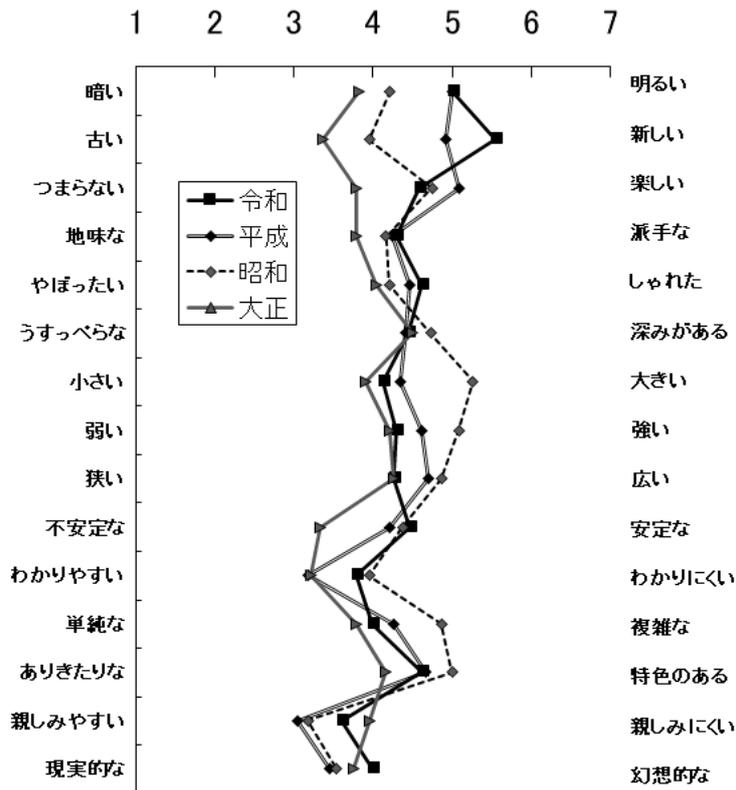


図5. 令和、平成、昭和、大正の各質問項目に関する平均イメージ得点

された ( $F(3, 66) = 3.35, p < .05$ )。LSD法の結果、令和や大正よりも昭和の得点が高く、広い印象であることが示された ( $MSe = .66, p < .05$ )。「安定な-不安定な」について分析したところ、統計的に有意な差が示された ( $F(3, 69) = 4.17, p < .01$ )。LSD法の結果、令和や平成、昭和は大正よりも得点が高く、安定したイメージであることが明らかになった ( $MSe = 1.54, p < .05$ )。

複雑性得点を構成する質問項目5件について同様に分析を行った。「わかりにくい-わかりやすい」について、実験参加者内1要因分散分析を行ったところ、元号間の平均得点間に統計的に有意な差が示された ( $F(3, 66) = 2.87, p < .05$ )。LSD法による下位検定の結果、昭和が最も分かりにくいイメージであった ( $Mse = 1.26, p < .05$ )。「複雑な-単純な」について同様の分析を行ったところ、統計的に有意な差が示された ( $F(3, 66) = 3.99, p < .05$ )。LSD法の結果、昭和が最も複雑なイメージであった ( $MSe = 1.27, p < .05$ )。「特色のある-ありきたりな」について分析したところ、統計的に有意な傾向が示された ( $F(3, 69) = 2.62, p < .10$ )。LSD法

の結果、昭和は大正よりも得点が高く、特色あるイメージであった ( $MSe = 1.08, p < .05$ )。「親みにくい-親しみやすい」について分析したところ、統計的に有意な差はなかった ( $F(3, 66) = 2.06, ns$ )。「幻想的な-現実的な」に関しては、統計的に有意な差は示されなかった ( $F(3, 69) = 1.16, ns$ )。

**各元号の印象的エピソード** 最後に、各元号における印象的エピソードについて集計し、表1にまとめた。表1には、元号ごとにエピソードの総回答数をnとして、印象的なエピソードを回答数の多い順に、3件ずつ回答数と元号内におけるパーセンテージとともに示した。また、祖父母が生まれた、自分が生まれた、子どもが生まれた、孫が生まれた、結婚、転職、死別等の私的出来事のエピソードについては、独立項目として別途集計を行い、最下段に件数とパーセンテージを示した。

表1に示したように、令和においては、調査時期が年末年始であった影響か、2019年9月から11月にアジアで初めて行われたラグビーワールドカップが印象に残っているとの回答が最も多かつ

表 1. 令和, 平成, 昭和, 大正における印象的エピソード上位 3 件  
(n は総回答件数, % は元号ごとに回答数 ÷ 総回答件数で求めた)

	令和(n=49)	件	%	平成(n=52)	件	%	昭和(n=55)	件	%	大正(n=44)	件	%
1位	日本ラグビーW杯	7	14	IT革命	8	15	第二次世界大戦	10	18	大正デモクラシー	11	25
2位	東京オリンピック	6	12	東日本大震災	7	13	バブル経済	6	11	関東大震災	7	16
3位	新天皇の即位 増税(消費税10%)	5	10	バブル経済崩壊	5	10	高度経済成長	5	9	第一次世界大戦	6	14
私的出来事		9	18		14	12		9	16		4	8

た。次いで、開催が間近に迫った東京オリンピック、新天皇の即位が挙げられた。

平成では、スマートフォンやパーソナルコンピュータの普及などのIT革命が第一位となった。その次には、平成23年3月11日に発生した東日本大震災が挙げられ、続いて、バブル経済の崩壊による不景気の始まりの指摘が多かった。

昭和では、第二次世界大戦、バブル経済、高度経済成長の順で挙げられた。大正は、大正デモクラシー、関東大震災、第一次世界大戦であった。

各元号における総回答数は、昭和が55件と最も多く、次に平成の52件、令和の49件、大正は44件であった。私的出来事を最も印象的な出来事として報告している件数は、元号間で差はなかった(回答比率を用いて $\chi^2$ 自乗検定を行ったところ、統計的に有意な差はなかった [ $\chi^2(3) = 4.37, ns$ ])。

### [考 察]

本研究の結果、昭和生まれの社会人は、自分の生まれた元号である昭和と新元号の令和とを内心特別に好んでおり、また、各元号にさまざまな異なるイメージを抱いていることが確認され、目的の項で述べた2種類の仮説とは矛盾しない結果を得た。つまり、元号によって主観的に「時代」に意味づけやイメージづけがなされており、元号の心理的機能は昭和世代においても健在であることが示唆され、自分が生まれた元号が好まれやすい点は平成生まれでも昭和生まれでも共通しているものと思われる。平成生まれでは確認されなかった、新元号の令和に対する潜在的な好感度、IAT値の高さは、昭和生まれでは示された。

本研究の結果、昭和世代でも、林(2020)同様、自分の生まれた元号に対する好感度とIAT値がともに高いことが示された。林(2020)では、平成生まれの大学生では、好感度は令和と平成の両方で高かったが、IAT値、潜在的な好感度に関しては平成のみが高かったことについて「他の元号よりも、自分の生まれた元号に思い入れが生じ、好感度が高くなる」のではないかと考察されていたが、平成世代のデータしかなかったため、単純にどの世代においても平成が好まれる可能性などが否定しきれなかった。しかし、本調査において、昭和世代は昭和に対する好感度やIAT値が高いことが示されたため、本音でも建て前でも「自分の生まれた元号への好感度が高くなる」可能性がより強くなった。今後、明治生まれや令和生まれ等、他世代への調査を行うことで、より明確になるであろう。

次に本研究では、調査時点で最新の元号である令和に対し、好感度もIAT値も高いことが示され、「元号には、赤子が生まれたときに名前をつけ、その健やかな成長と未来を願うのと類似の心理的な機能が含まれている」可能性(林, 2020)があることと矛盾しない結果となった。調査時点では令和に改元されてからまだ一年が経過しておらず、大正約15年、昭和約63年、平成約30年などと比べると、経過年月や出来事から、令和へのイメージや好感度を形成するのは難しい。命名による名前の響きやこれからへの期待の影響が、このような内実両方における好感度の高さをもたらした部分が大いだと推測される。このような結果や推測は、所ら(2019)の、元号とは漢字を用いて理想を表明するものだという指摘とも合致しているよ

うに思われる。

しかし、結論を下すにはデータが不十分であり、慎重な議論が必要である。本研究で、各元号を代表するエピソードを3つまで挙げてもらったところ、確かに昭和がもっとも多くエピソードが報告され、次いで平成となり、令和のエピソード数はその両者よりは少なかった。しかし少ないとは言え、その差が何十倍もあるわけではなく、大正よりは多い。私的なエピソードに関しても、各元号において大差はなかった。つまり、各元号が内包する年数の長さに関わらず、エピソードや思い出などの量は、どの元号においても同程度であると考えられ、それらが影響するため、名称それ自体が形成するイメージへの影響を純粹に抜き出すのは難しい。

印象的なエピソードや思い出は、元号のイメージ形成に影響すると考えられるため、エピソード数や思い出の量を確認することは大切だと思われるが、本研究のテーマを有意義に検討するためには、それらの取り扱いをよく考える必要がある。各元号の長さ、時間経過の影響、教科書等の伝聞情報なのか実体験なのかも考慮する必要があるように思われる。例えば、元号の長さに着目して、1年あたりで考えるならば、1年未満の令和のエピソード数は、もっとも多いことになるであろう。一方で、調査時点を基準として経過年数の長さで考えるならば、経過年数が経つほどエピソードや思い出は忘れてしまうと考えられ、もっとも経過年数の長い大正のエピソード数がかもっとも多いことになる。

一方、同じデータに基づきつつも視点を変えると「元号が意味のある年代帯を形成している」(所ら, 2009) ことが傍証されたととらえることも可能で、イメージ形成のような主観的テーマの場合は、「意味のある年代帯」が単位として重要なかもしれない。各元号が含む年数の長さに関わらず、イメージ形成に必要な量のエピソードや思い出は、元号名を核として、一定量が紐づけられ、実際のエピソードや思い出の量が足りない場合に、願いや期待、名前の響きなどの影響が大き

くなるのかもしれない。

そのことは、本研究の、元号のイメージ下位尺度や質問項目の分析からもある程度、裏付けられるように思われる。下位尺度の分析によると、令和や平成など、自分が生まれた元号である昭和より新しい元号には、洗練されたイメージが抱かれ、昭和に対しては、他の元号よりも、ずっしりとした量感があると受け止めていることが示された。質問項目レベルでみると、令和は新しくしゃれたイメージ、平成は安定感があり、昭和は大きく広く特色があつて、大正はあまり面白い時代だとは思われていない。このような意味のあるイメージのまとまりは、意味のある名前たる元号があるから生じているのではないだろうか。

この点を厳密に検証するためには、西暦などの他の暦などでも類似の検証を行う必要がある。しかし、林(2020)でも指摘されているように、仮に西暦で同様の調査を行う場合、例えば大正の15年間を調べるためには、元号ならば大正の1回で終わる調査を、年単位で実施するならば15回行う必要がある。出来事やイベント単位で調査を行う方法もあるが、その場合は、出来事やイベントのイメージなのか、その西暦年や西暦年帯へのイメージなのかという問題が生じる。

このような対照調査に関する思索は、間接的に元号のいくつかの機能に気づかせてくれる。例えば、元号を用いると、複数の年や出来事を束ねて、一つのイメージのまとまりを形成することが容易になる。過去に起きた出来事を、後から意味づけし、名前をつけ、まとめて一つのイメージとする行為は珍しくないように思うが、元号による区切りは原則として後付けではなく、未来に対して行われる。どのようなイメージや意味を持つ時代となるか分からないうちから、イメージや意味のよりどころとなる名前をつけて区切るのである。元号の大きな特色の一つであるように思われる。

最後に、本研究の結果は、新元号となった年にしか収集出来ないデータであるという意味で資料的価値の高いものであるが、本研究の結果を元号のイメージや元号の役割の一部をとらえたものと

して普遍的に解釈するには、残念ではあるが、さまざまな問題があることを指摘しておきたい。平成生まれでは、令和に対しては好感度のみ高く、IAT値はさほどでもなかった（林，2020）ことから、このような結果は昭和生まれの世代の特徴である可能性、子どもの有無や子育て経験の影響などによる可能性なども捨てきれない。また、本調査と林（2020）とでは、約半年の時間差がある。改元のような大きな社会的出来事は研究者の統制できる要因ではなかったため止むを得ず生じてしまった時間差ではあるが、そのため、平成世代と昭和世代との結果を比較するときには配慮が必要であろう。

今後、単なる元号イメージの実態調査を超え、元号イメージが生じるメカニズムへと踏み込むためには、次の改元までに、より洗練された調査項目や調査時期の設定を準備しておくことが不可欠であろう。

## 引用文献

- 林 美都子（2020）. 平成生まれの大学生における近現代の元号イメージ：IATと好感度アンケートを用いた調査 人文論究, 83, 103-108.
- 所 功・久禮旦雄・吉野健一（2019）. 元号読本：「大化」から「令和」まで全248年号の読み物事典 創元社

（函館校准教授）