

乳幼児のキャラクター志向に関する研究

—— 何故、子供は2歳のときにアンパンマンが大好きになり、
5歳になると「ださい」というのか ——

西 川 ひ ろ 子

A Study about the Character Intention of the Infact:
Why do Five-Year-Olds Find Anpan-Man Childish When Two-Year-Olds Love Him?

Hiroko NISHIKAWA

1. 研究の目的

保育園に行くと乳幼児や特に1.2歳児の部屋には必ず「アンパンマン」の玩具や食器やタオルを目にする。時には、手にアンパンマンのシールを貼って嬉しそうに「アンパン！アンパン！」と話しかけてくる幼児に出会う。トイレトレーニングが集中する2歳児のトイレにはアンパンマンの壁面が飾られ、子どもたちをやさしく応援している。一方、年長の5歳児は「アンパンマンは、ださい」「もう、あかちゃんじゃないもん！」と言って、戦隊キャラクターのアクションを見せてくれる。どうして、1.2歳児はアンパンマンが大好きなのだろうか？しかも、この10年以上もアンパンマンが大好きな子どもたちでいっぱいである。テレビのキャラクターは、テレビの放映が終わるとすぐにブームもおわる。アンパンマンもテレビ放映されているが、テレビ放映が無い時期も2歳児に大人気なのは、どういう理由なのだろうか？一方、あんなに夢中だったのに、どうして5歳児は「ださい」と言ってしまうのであろうか？小さいころから大人になるまでディズニーのキャラクターがずっと好きという学生や大人はたくさんいる。しかし、昔大好きだったキャラクターを貶したり、「ださい」というのは聞かない。子どもたちはアンパンマンを嫌いになってしまったのだろうか？

2006年のバンダイが行った男児1000人女児1000人を対象としたアンケート調査でも先述した状況に近い結果がでている。『それいけ！アンパンマン』が好きなキャラクターの総合1位となった。この結果を玩具メーカーのバンダイは、『『それいけ！アンパンマン』は2002年の調査以来、5年連続で1位を獲得しており、もはや日本を代表するキャラクターであるといえる。5年間の長期に及ぶ人気を支えている要因としては、最も多く票を獲得した0～2歳の世代からの圧倒的な人気が挙げられる。幼い子どもたちにとって、アンパンマンやバイキンマン、ドキンちゃんといった名前が面白くて覚えやすいキャラクターが登場することや、親子二世代キャラクターとして保護者からもストーリーが支持されていることが人気に繋がっているようだ。』¹⁾と分析し、キャラクターがわかりやすいことを要因に挙げている。また、2歳児のアンパンマン人気を証明した。アンケート結果を注視すると0歳から2歳まではアンパンマン人気は63.2%であったのが、3歳か

ら5歳になると第一位では29.2%に急激に下がっている。湯澤（2003）は、キャラクターを、男児用キャラクター、女児用キャラクター、悪役キャラクター、中性的キャラクターに分類し、アンパンマンは中性的キャラクターとし、年少児に大変人気があること、年齢が進むにつれて幼児のキャラクター志向は中性的キャラクターから性別のキャラクターを好む傾向があること、保護者側の選択要因の影響は少なく、子ども達は自らの性やキャラクターについての自身の認識によって主体的にキャラクターを選考していることを明らかにした²⁾。また、新井（2001）は、幼児期前期から中期（2歳くらいから5歳まで）の「最初に圧倒的な人気となるのが『アンパンマン』である。アンパンマンの世界観とストーリーが理解できるようになった」ことが人気の理由と論じた³⁾。

バンダイの2006調査 「お子様の好きなキャラクターは何ですか」

<男女総合年齢別アンケート結果>

● 0～2歳(500人)

NO.	好きなキャラクター	人数	%
1	それいけ!アンパンマン	316人	63.2%
2	くまのプーさん	49人	9.8%
3	きかんしゃトーマスとなかまたち	36人	7.2%
4	いないいないばあ	33人	6.6%
5	ミッキーマウス	26人	5.2%
6	ハローキティ	23人	4.6%
7	ミニーマウス	13人	2.6%
8	ふたりはプリキュア	11人	2.2%
9	スーパー戦隊シリーズ (主に毒毒戦隊ポウケンジャー)	9人	1.8%
10	仮面ライダーシリーズ (主に仮面ライダーカブト)	各6人	各1.2%
	ぐ〜チョコランタン		

● 3～5歳(500人)

NO.	好きなキャラクター	人数	%
1	それいけ!アンパンマン	146人	29.2%
2	ふたりはプリキュア	89人	17.8%
3	スーパー戦隊シリーズ (主に毒毒戦隊ポウケンジャー)	70人	14.0%
4	仮面ライダーシリーズ (主に仮面ライダーカブト)	48人	9.6%
5	きかんしゃトーマスとなかまたち	34人	6.8%
6	ポケットモンスター	28人	5.6%
7	ウルトラマンシリーズ オジャレ魔女ラブ and ベリー	各25人	各5.0%
9	ドラえもん	20人	4.0%
10	ハローキティ	17人	3.4%

● 6～8歳(500人)

NO.	好きなキャラクター	人数	%
1	ポケットモンスター	69人	13.8%
2	たまごっち	56人	11.2%
3	オジャレ魔女ラブ and ベリー	46人	9.2%
4	シナモロール	41人	8.2%
5	仮面ライダーシリーズ (主に仮面ライダーカブト)	39人	7.8%
6	ふたりはプリキュア	各36人	各7.2%
	ドラゴンボール		
8	甲虫王者ムシキング	30人	6.0%
9	ケロロ軍曹	各28人	各5.6%
	ドラえもん		

● 9～12歳(500人)

NO.	好きなキャラクター	人数	%
1	たまごっち	51人	10.2%
2	ポケットモンスター	46人	9.2%
3	ケロロ軍曹	35人	7.0%
4	ナルト	30人	6.0%
5	シナモロール	各28人	各5.6%
	ドラゴンボール		
7	ドラえもん	26人	5.2%
8	ハローキティ	24人	4.8%
9	くまのプーさん	各21人	各4.2%
	オジャレ魔女ラブ and ベリー		

(複数回答含む)

バンダイの調査の2歳児はアンパンマンのどのようなところをわかりやすいと判断したのであろうか。親子二世代にわたる人気が形成された要因は何か。湯澤論文では、アンパンマンの選択理由が不明であり、新井論文では他のキャラクターとどのように違うのかが明らかにされていない。乳幼児期の発達とどのような関連があるのであろうか？2歳児からどうしてアンパンマン以外のキャラクターが長期間にわたって出てこないのか？アンパンマンをめぐる疑問は次々に出てくる。

本研究の目的は、アンパンマンに焦点を当てて、乳幼児のキャラクター志向の特性を明らかにすることである。

2. 研究の方法

本研究の方法は、保育士及び保育学生側から見た乳幼児のキャラクター志向を分析と、アンパンマン商品の販売側からの調査・分析を行うことである。具体的には以下の3点である。

(1) 質的調査

まず、アンパンマンの人気度が最も高い2歳児を担当する保育士からみた幼児のアンパンマン人気の状況を質的調査によって明らかにすることである。

① 調査対象及び調査日時：

- ・事例1 広島市立保育園 2歳児担任保育士（平成19年6月）
- ・事例2 東広島市私立保育園 2歳児担任保育士（平成19年9月）

② 質問項目

「子どもたちは何のキャラクターを好んでいると感じますか。」他9項目。調査結果にて詳細記述。

(2) メールでのアンケート調査

3年次に2週間、4年次2週間、保育所実習に参加した保育学生からみた幼児がアンパンマンを好きな理由に関する調査

① 調査対象及び期間：

保育学生4年生28名（平成21年9月17日午後13時から16時まで）

回収率：60.7%

② 質問項目：

「どうして0歳児から2歳児はアンパンマンが大好きなのでしょう？他のキャラクターと違うアンパンマンの魅力について自由に書いて返信してください」

(3) 『アンパンマン』の出版社・フレーベル社へのアンパンマン戦略に関する質的調査

① 調査対象及び調査日：

(株)フレーベル館アンパンマン室（東京都文京区本駒込 6-14-9）主任 S氏

平成19年9月4日

② 質問項目：

「アンパンマンは乳幼児にいつ頃から人気があるのか。」他3項目。調査結果にて詳細記述。

3 研 究 結 果

(1) アンパンマンの人气が最も高い2歳児を担任する保育士からみた幼児のアンパンマン人气に関する質的調査結果

質問項目①：子どもたちは何のキャラクターを好んでいると感じますか。

事例1：アンパンマンが一番好き。他には女の子ではプリキュアが好きな女の子もいる。また、男の子でもお姉ちゃんがいる子は、プリキュアが好きである。ミッキーマウスやミニーマウス、プーさんなどが好き。

事例2：プリキュア、アンパンマン、トーマス、ミッキーマウス、しまじろうが多い。

質問項目②：子ども達の持っているキャラクターグッズは何が多いですか。

事例1：アンパンマン、ミッキーマウス、ミニーマウス、プーさん、ステッチが多い。おもちゃでもアンパンマンの柄のものが多く、使っている子が多い。しかし、これは親が使い始めたので使っているというもので、子ども自身が好きという感情はないのかもしれない。

事例2：アンパンマンが一番多い。

質問項目③：子どもたちの持ち物でアンパンマンが付いているものはありますか。

事例1：Tシャツやタンクトップなどの洋服が最も多い。また、おしぼり、プールバックなどもアンパンマンのものが多く。

事例2：かばん、ハンカチ、おしぼり、おしぼりケース、服、靴、パンツ、おまるの下のマット。

質問項目④：子ども達はアンパンマンの「絵」だけではなく、「話の内容」も好きであると思いますか。

事例1：話の内容は理解しやすい内容なので、理解しているようだが、アンパンマンはバイキンマンが悪さをしたのをやっつけるから好きというわけではないそうである。子ども達はバイキンマンが悪いキャラクターであることはわかっているが、悪いからバイキンマンが嫌いというわけではなく、バイキンマンも見ると喜ぶ。また、紙芝居を読んでもその話でも好きであり、何回読んでもその話が好きというのではないようである。

事例2：ビデオを良く見るので、ストーリーを喜んでいるわけではなさそうである。アンパンチがブームで、アンパンマンがいるだけで喜び、見て、楽しんでいるようである。泣いている子に「アンパンマンが見ているよ」というと泣きやむ。しかし、1,2歳児では、話の内容はそんなに理解していない感じがする。

質問項目⑤：子どもたちにとってアンパンマンはどのような存在であると思いますか。

事例1：アンパンマンの話の内容から「アンパンマンは良いことをしている人なんだ」と知り、「アンパンマンになれたらいいな」と思っているようだ。子どもと話をしていると、アンパンマンになりたいということも言うてくる。アンパンマンは、優しいという子どももいる。また、カレーパンマンや食パンマンも同じように言うてくる。要するにアンパンマンは良いことをする存在のようだ。

事例2：ヒーローである。

質問項目⑥：子どもたちがアンパンマンを好きなのだと思う具体的な場面や様子はありますか。

事例1：例えば、「アンパンマンの紙芝居読むから片づけて集まろう」というと、大抵の子どもは集まってくる。また、「アンパンマンの紙芝居持ってくるからね」というと、2歳児でも静かに待っている。アンパンマンだけでなく、新しい絵本の時も同じような反応をするが、いつも見ている他の絵本ではそのような事はない。

事例2：たくさんアンパンマンが付いてるものを持っていたり、アンパンマンの絵本が取り合いになったり、良く読んでるのでアンパンマンの絵本がびりびりになっている。また、アンパンマンのぬいぐるみも取り合いになっている。

質問項目⑦：アンパンマンを使ってどのようなことをすると子どもたちは喜ぶますか。

事例1：子どもたちが片付けたくない時や、甘えて何もしない時に、「終わったらアンパンマンの紙芝居を見ようね」というと頑張ります。また、「アンパンマンが見ているよ」と言ったり、服についているアンパンマンを指して「アンパンマンの力があるじゃん!」と言ったりすると、出来なくても途中まで頑張ってる。

事例2：アンパンマンの絵が窓に貼ってあり、泣いている子に、アンパンマンを見せると喜ぶ。

質問項目⑧：アンパンマンの手遊びをしますか。

事例1：「トントントントンひげじいさん」のアンパンマンバージョンや、「アンパンマンただ今パトロール中」が人気なのです。

事例2：「トントントントンひげじいさん」のアンパンマンバージョン

質問項目⑨：保育園にアンパンマングッズはどのようなものがありますか。

事例1：公立だからかもしれないが、紙芝居と絵本くらいしかない。おむつなど子どもが使うものは、子どもが持ってくる。壁面やトイレの絵にもアンパンマンはない。理由は、アンパンマンが好きでも、強調しすぎて個性があるので個性も大事にしているから。

事例2：おもちゃ、ぬいぐるみ、窓ガラスやトイレなどに作ったものを貼っている。また、運動会のコースに置いたものもアンパンマンにしたら、1,2歳児は喜んでいたようだ。しかし、5歳時にはあまり喜ばれていなかった。

質問項目⑩：キャラクターは乳児に必要であると思いますか。

事例1：その子のアンパンマンというわけではなく、みんな同じアンパンマンだが、自分のものと分かるし、自分のマークがあると喜んだりするので必要であると思う。着替えの籠やおしぼり、エプロンを入れるもの、座る場所、おしめを入れるもの、カバンをかける場所、靴を入れる場所など。その子のマークが描いてある。文字が読めないから、小さくても子どもには自分のマークがすぐ分かるようだ。以前、みんなが着替えをするために籠を出していた時、ある子はプールをしないので籠を出していなかったら、自分の籠が無いと泣き出してしまった。何十個も籠があるのに、自分のマークの籠が無いことをすぐ発見した。それくらい自分のマークは子どもにとって大切なものだと思う。

事例2：キャラクターは乳児も必要である。それは、安心でき、好きなものがあることは保育園が楽しいと思えるきっかけになるので大事だと思う。

(2) メールを用いた保育実習生からみた幼児がアンパンマンを好きな理由に関するアンケート調査結果

完全な自由記述形式をとった。下記のような率直な感想が寄せられていた。

回答1：主要キャラクターがアンパン・食パン・カレーパンというように身近な食べ物というところが子どもにも受け止めやすい。アーンパンチ！とお決まりのパターンでバイキンマンをやっつけるところ。一人ひとりの個性がはっきりして入り込みやすい（みんなそれぞれ良い性格のキャラクター）。10ヶ月の乳児が最近アンパンマンを見て「アンパ」というようになっていた。アニメだけではなく、お菓子のパッケージや絵本を見つけると「アンパ、アンパ」と言っています。発音しやすい名前なのかも。

回答2：アンパンマンは顔の作りが単純で分かりやすいところだと思います。あと、色もはっきりした色が多い気がします。絵などでは笑ってる顔が多く、安心して見ることができるところだと思います。

回答3：起承転結がはっきりしていて話がわかりやすい。キャラクターが全体的に丸く好感を持ちやすい（敵キャラクターも怖すぎない）。キャラクターが身近なものをモチーフにして作られている。親の代から知られているため、親と子が一緒に見れる。悪役が悪すぎない

回答4：①ストーリーが分かりやすいこと、どのお話も困ってるものを助ける事をテーマにして、いじわるするバイキンマンをこらしめるものなので見ていて分かりやすい。その為小さい子どもでも親しめる。②残酷でない。戦隊もののように戦いが激しくない。怪獣などといった怖いキャラクターはでてこない。③キャラクターが可愛くて親しみがもてる。出てくるキャラクターが可愛い。

町に住んでいる友達も、かばおくん等と言った動物がキャラクター化していたりして親しみやすい。

回答5：丸っこい所だと思います。輪郭もほっぺたも鼻も丸くて、かわいらしく、親しみやすいと思います。あとは、ヒーロー性があって、バイキンマンをやっつけるという所も魅力の一つだと思います！

回答6：あの丸い形に愛着がわくのかなあとと思います。そして、大きな丸の中に丸いほっぺを2個と丸い鼻を一つ描いて、目と口を描けばアンパンマンの出来上がりで、シンプルさもいいのかなあとと思います。やっとなが描けるようにもなってくる子ども達にとっても自分で描ける素敵なキャラクターだと思います。自分も二歳の時ではないと思いますが、よく描いていた記憶があります。まとめると、丸い形とシンプルさに他のキャラクターにはない魅力があるのかなあとと思いました。

回答7：アンパンマンは自分の顔を犠牲にしてでも、他の人を助けるという、典型的な『正義の味方』な感じが他のキャラクターとの違いだと思います

回答8：顔の作りがシンプルというか、単純なことではないかと思います。

あまり余計な飾りがついてなくて、表情がわかりやすいから人気なのではないかと考えました。あとは、身近な食べ物であるあんパンがスーパーマンという意外性？もあるのかなと思いました。

回答9：①男の子にとっても女の子にとっても親しみやすい。②ストーリーが分かりやすい。

③キャラクターがたくさんいる。そのため、自分のお気に入りのキャラクターに出会うことができる。④アンパンマンは子どもにとってのヒーローだし、バイキンマンも悪者だけど面白い。⑤アンパンマンはおもちゃがたくさんある、また、アンパンマンショーなどで実際に見ることができる。⑥歌がいい。

回答10：①愛嬌のある丸い顔②ヒーローものだが男女関係なく楽しめる③決めゼリフがあるから④空を飛べるから⑤ドキドキする場面が必ずあるから⑥身近な食べ物を題材にしている親近感があるから⑦話の構成が、最後は敵をやっつけて、めでたしめでたしで終わる、簡単なストーリーだから⑧歌が親しみやすい、踊りやすい

回答11：自分の顔を困っている人にあげて食べさせるといふ、他のヒーローには無い面白さがあると思います。まだ他人の気持ちを察するのに十分でない2歳児の子どもにとって、ヒーローが顔をあげることで、『力がでないよ〜』と言いながら、視覚的に弱っていきながらも頑張っただけ敵を倒すのが魅力の一つなのではないかと考えました。また、ドラえもんのように見やすく、かわいらしい容姿であり、内容もわかりやすいことから、保育所や家庭でアニメを見たり、多くあるアンパンマンの玩具で遊ぶ機会があることも、自然にアンパンマンを好きになる要因だと思います。

回答12：体のパーツが丸で構成されているので親しみやすいから。ハム太郎、ノantanなどはだいたい同年齢に設定されているが、アンパンマンは少し上のお兄さんで行った感じで、憧れを抱くから。多くのキャラクターが親しみのある食べ物、動物だから。敵（バイキンマン、ドキンちゃん、カビルンルン…）がいるにはいるが、憎みきれないキャラクターであり、敵自身も諦めないところに好印象を受けるから。アンパンマンたちに弱点があり、子どもにも分かりやすく、はらはらするストーリー展開だから。

回答13：教育的要素がある所。主人公が犠牲になって困っている人を助ける所

回答14：正義の見方。キャラクターが多彩。キャラクターの名前が食べたものや日常生活に関連のあるもので親しみやすい。ストーリーの中に教育効果が含まれている（協力すること・友達を大切にする…など）

回答15：「顔を替えれば何度でも蘇る」といふ、人の心を持ちながらも、取り替えのきかない人間とは完全に別の生物であるという設定は他のキャラクターにはないものではないかなと思います。「愛と勇気だけが友だち…」という主題歌の歌詞の意味も、「戦いに行くのは自分一人でもいい、愛と勇気を連れて行くから…」という意味だと聞きました。たくさんの仲間にも囲まれているように見えて、正義を貫くためにあえて孤独であろうとする面もあるのなら、なんて深いんだろうアンパンマン…（;へ;）自分の顔を分け与えることといい、他のキャラクターと比べて自己犠牲の念がかなり強いヒーローなのかもしれないと感じました。

回答16：①キャラクター設定が子どもの身近にあるものであることで親しみやすいこと。（例：メロンパンナちゃん、おにぎりまん、かびるんるん）②色が鮮やかだったり、形が単純かつ面白いものであること。角のない形で安心感が得られること。③必ず弱い者を助けることを一話ずつに完結させていること。また、一話につき1つのキャラクターと出会うことで、理解しやすいこと。

回答17：①物語の単純性。毎回ストーリーは違うものの、バイキンマンが悪さをしてアンパ

ンマンがやっつけるという根本的な部分は一緒なため、2歳児にとって分かりやすいのではないかと思う。② 題材が身近なもの。出てくるキャラクターがパンや井、なべなどといったように日常生活でよく目にするものを使っているため、親しみやすいのではないか、と思う。③ 絵の単純性。アンパンマンは丸の要素が多く、他のキャラクターに比べ描くことも安易にできるからではないか、と思う。

(3) 『アンパンマン』の出版社・フレーベル社へのアンパンマン戦略に関する質的調査結果

質問項目①：アンパンマンは乳幼児にいつ頃から人気があるのか。

乳幼児を対象にして出来上がったキャラクターではなく、通常の絵本の一つのキャラクターとして登場した。大人からは、幼児に向いていないキャラクターと嫌煙されていたが、子ども達からの急激な人気により、絵本がシリーズ化されていったのが現状だった。最初は、絵本が数冊製作された後、テレビシリーズ化され10年の歳月を重ねながら人気が定着していったようである。ただ、人気があるといって急激な売り込みや商品化には制限をかけている。理由は、作者やなせたかし氏のアンパンマンへの思いからである。自分を犠牲にして、人を救っていく菩薩のような慈悲の心を持つキャラクターであるから、単なる商品として取り扱って欲しくないとの要望があった。またフレーベル館としても一つのキャラクターというよりも人格をもった大切な存在としてむやみに商品化するようなことはせず、大切にしていきたいと会社全体で考えてる。

質問項目② 何歳ぐらいまでを想定してアンパンマンをつくられたのか。

特別な年齢想定はないが、乳幼児から低年齢児に人気があることは承知している。大切な存在なので、商品化できる企業を限定しており、それぞれ一緒に会議を重ねて商品化を決定している。乳幼児の人気のため、多くの商品依頼が殺到しているが、例えば紙おむつなどは商品化するにはかなりの時間と納得のための資料などが必要であり、先日やっと商品化され、ヒットしているようだ。

質問項目③ 商品はどのようなものがあるのか。

フレーベル館が扱っているのは、書籍と玩具が中心である。玩具は、バンダイさんも権利を持っている。また、映像は東映さんが権利を持っており、多くの企業が商品化の権利をそれぞれで制限がある中で持っている。

質問項目④ アンパンマンの人気の秘密は何か。

アンパンマンというキャラクターの持つ魅力が一番の人気の理由と思うが、それを大切に育てている企業や作者の思いが長年大切にされている理由であると思う。流行はすぐに飽きられてしまったりする。人気のキャラクターはたくさんあるが、テレビ番組の放送中だけ人気だったりすると、人気が長く続くキャラクターは日本ではアンパンマンくらいだと自負している。日本のミッキーマウスのように長年愛され、大切な存在になるために、決して安売りはしないようにしている。露出しすぎないことは、企業としては営業と相反する考えである。しかし、あえて大切にしたいと思うキャラクターがアンパンマンであって、子ども達にもそういう思いが伝わっているのではと思う。

4. 考 察

アンパンマンの人気は、保育士側から見ると乳幼児は、話の魅力よりアンパンマンそのものに魅力を感じていることが伺えた。また、保育学生のアンケートからは、アンパンマンの顔が赤ちゃんからも認識しやすく、乳幼児にとって名前も発音しやすかったり、乳幼児が関心が高い食べ物を題材にしているからと判断しているようだった。また、アンパンマン人気は2歳児にピークを迎えているが、10ヶ月の乳児が「アンパ」と発音して関心をしめしたことから、乳児から人気は始まっているようだ。乳児が安心感を持つ、つまり愛着を形成するのはボウルビーによってその重要性が指摘されている。乳児は保育者から愛情を持って抱かれ、触れられ、愛撫され、ほほえみかけられ、話しかけられること等の行為によって安心する。アンパンマンは、いつもほほえみの笑顔、乳児でも認識できる単純な丸顔で、食事を犠牲にしても与えてくれる。かえって、髪があれば表情や顔かたちは、わかりにくい。アンパンマンは、赤ちゃんが最初に認識できる大好きなキャラクターとなったのかもしれない。さらに、出版側の露出制限によりロングセラー化し、一、二年のブームではなく幼児が赤ちゃんキャラクターと認識が定着した。「アンパンマンは大好きだけど、もうあかちゃんじゃないから」という5歳児の発達の姿が、「アンパンマンはださい」という言葉になったと推測できた。

引 用 文 献

- 1) <http://www.bandai.co.jp/kodomo/question130.html> (2009.9.27)
- 2) 湯澤正道「幼児によるキャラクター受容と理解に関する研究」『第一回バンダイ・キャラクター研究者育成支援スカラシップ研究報告書』2003, pp.1-11.
- 3) 新井範子「子どもとキャラクター・グッズ：キッズ市場解明に向けて」『繊維製品消費科学』Vol.42, No.7, 2007, pp.16-22.

[2009. 9. 28 受理]