

映画の評判形成において Twitter が果たす役割に関する研究

吉見憲二^{†1} 松本淳^{†2}

概要: インターネットの普及によってユーザーのクチコミが商品/サービスの評判形成に大きな役割を果たすようになってきている。加えて、従来はレビューサイトが評判形成の中心となっていたが、近年では Twitter に代表されるソーシャルメディアの存在感が増してきている。本研究では公開前の Twitter における言説から、映画の評判形成において Twitter が果たす役割に関して検討する。

キーワード: Twitter, 映画, 評判, テキストマイニング

Research on the Role Twitter Plays in Reputation Formation of a Movie

KENJI YOSHIMI^{†1} ATSUSHI MATSUMOTO^{†2}

1. はじめに

2016 年の邦画はヒット作に恵まれ、年間興行収入 1 位の「君の名は。」に至っては歴代邦画興行収入 2 位にまでも達しており、邦画 2 位（全体 3 位）の「シンゴジラ」と合わせて東宝躍進のきっかけとなった（表 1）。他方で、年間ランキングは 37 位ながら根強い支持によってロングラン上映となり、累計興行収入が 25 億円を突破した「この世界の片隅に」が上映されたのも 2016 年であった。「この世界の片隅に」は前述の大ヒットした 2 作と比べて豊富な資金を誇っていたわけではなく、むしろ制作資金をクラウドファンディングによって調達したことで有名となった映画であった。加えて、事務所とのトラブルから事実上の休業状態となっていた「のん（能年玲奈）」氏を主役の声優に起用したことで話題となった。

表 1 2016 年興行収入ランキング（2017 年 1 月）

順位	タイトル	興行収入
1 位	君の名は。（東宝）	235.6 億円
2 位	スター・ウォーズ/フォースの覚醒（WDS）	116.3 億円
3 位	シンゴジラ（東宝）	82.5 億円
4 位	ズートピア（WDS）	76.3 億円
5 位	ファインディング・ドリー（WDS）	68.3 億円

（出典）オリコン

図 1 は「君の名は。」「シンゴジラ」及び「この世界の片

隅に」の検索ボリュームを比較したものである。この図より、「君の名は。」のヒットには及ばないものの、公開期間中に「この世界の片隅に」が検索数を増大させていたことが読み取れる。

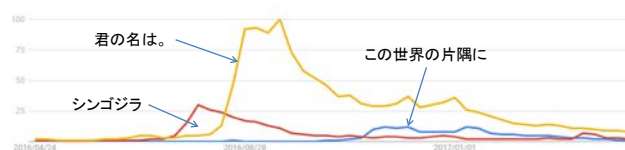


図 1 各映画の検索ボリューム

（出典）Google トレンド

さらに、前述の「君の名は。」「シンゴジラ」「この世界の片隅に」に加えて、「この世界の片隅に」と同じくマンガ原作の映画である「四月は君の嘘」と「聲の形」の公開前後 2 週間の検索ボリュームを示したものが図 2～6 である。

これらの比較より、「この世界の片隅に」が興行収入の近い「四月は君の嘘」や「聲の形」よりもむしろ、「君の名は。」や「シンゴジラ」に近いトレンドを描いていることがわかる。

両者の検索ボリュームは公開日に著しく伸びており、公開前の検索ボリュームは概ね最大値の 1/4 程度であった。このことは公開日より多くの観客動員がなされ、公開後の観客がソーシャルメディアでも言及しているものと考えられる。しかしながら、前述のように「この世界の片隅に」は資金難からクラウドファンディングに頼るほどであり、「君の名は。」と「シンゴジラ」に近いトレンドを示していることには疑問が残る。

^{†1} 佛教大学
Bukkyo University
^{†2} 法政大学
Hosei University

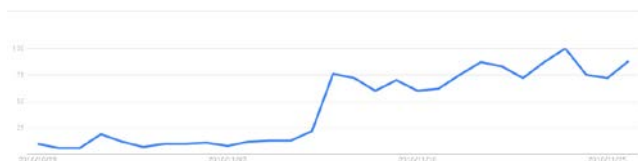


図2 「この世界の片隅に」公開前後の検索ボリューム
(出典) Googleトレンド

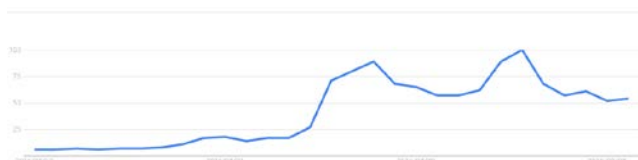


図3 「君の名は。」公開前後の検索ボリューム
(出典) Googleトレンド

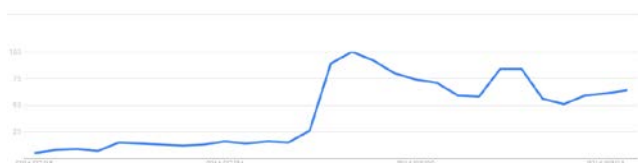


図4 「シンゴジラ」公開前後の検索ボリューム
(出典) Googleトレンド

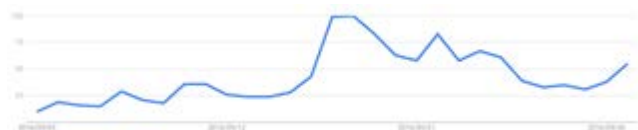


図5 「聲の形」公開前後の検索ボリューム
(出典) Googleトレンド

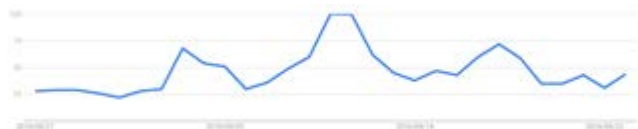


図6 「四月は君の嘘」公開前後の検索ボリューム
(出典) Googleトレンド

そこで本研究では、「この世界の片隅に」のヒットにおいて事前の広報・宣伝としてTwitterが果たした役割について着目し、その内容を分析することにより資金力で劣るコンテンツが大ヒットに至った要因について検討する。

2. 調査対象

本研究の調査対象として、映画「この世界の片隅に」に関するTwitter投稿を取り上げる。ただし、単純な検索キーワードでは意図しない単語が含まれる可能性があることから、

ら、ハッシュタグを加えた「#この世界の片隅に」を含む投稿を抽出した。このハッシュタグは映画の公開後も継続して使用されているものであり、映画への言及を意図的にやっているものとして判別できる。

抽出期間は10月21日(金)から公開前日の11月11日(金)までの22日間となっている。なお、抽出にあたってはWebのTwitter公式クライアントを利用した。

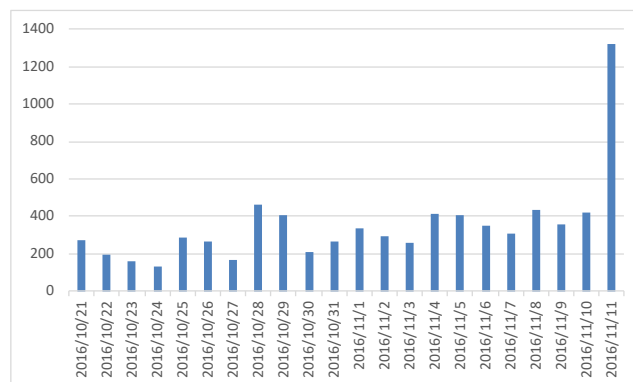


図7 日程別投稿数

「#この世界の片隅に」を含む投稿は期間中に7748件に達した。日程別の投稿数は図7の通りである。概ね図2の検索ボリュームと一致したトレンドとなっており、前日を除いては100件~400件程度の投稿数となっていた。

以下では、フリーのテキストマイニングソフトウェアである「KH Coder」を用いて期間中の投稿の傾向や特徴について分析する。

3. 分析結果

3.1 頻出単語

まず、頻出上位20語の単語を抽出した。当該の抽出語と出現回数は表2の通りである。一見して分かるように、映画のタイトルを除いては、主演声優である「のん(能年玲奈)」氏と監督である「片渕須直」氏への言及が上位になっていた。肝心の映画の内容については、主人公の名前である「すず(15番目)」、舞台である「広島(16番目)」「呉(19番目)」が登場する程度であった。

このことから、事前のTwitterでの話題については、映画の内容そのものよりかは、主演声優と監督が中心であったことが読み取れる。特に、「のん」は7748件の投稿中半分以上の4842回(重複含む)出現しており、いかに注目度が高かったかが示唆されている。しかしながら、どのような意図で「のん」が言及されていたかについては、単純な単語の出現数だけでは判断することは困難である。そのため、以降ではより投稿内容の意味に着眼した分析を実施し、内容面についても検討する。

表 2 頻出上位 20 語と出現回数

順位	抽出語	出現回数
1	この世界の片隅に	10918
2	のん	4842
3	映画	2207
4	片渚	1751
5	公開	1484
6	能年	1436
7	監督	1397
8	玲奈	1324
9	須直	1186
10	上映	1051
11	見る	963
12	観る	936
13	追加	797
14	思う	794
15	すず	772
16	広島	707
17	アニメ	685
18	応援	670
19	呉	668
20	月	654

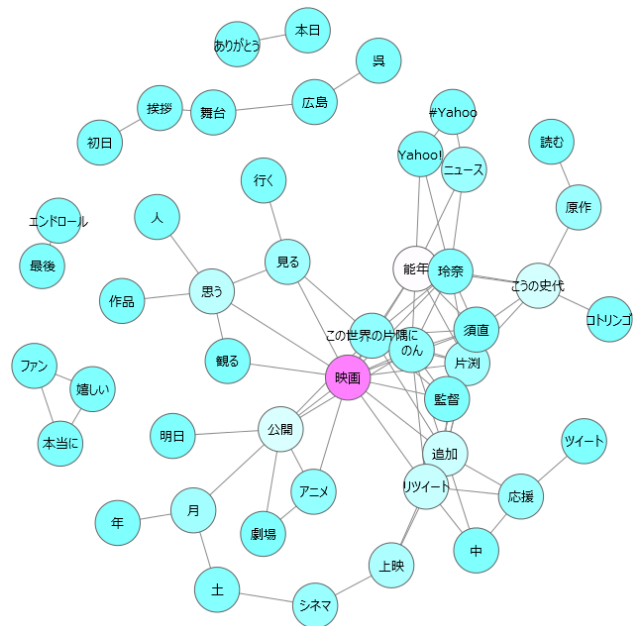


図8 共起ネットワーク分析結果

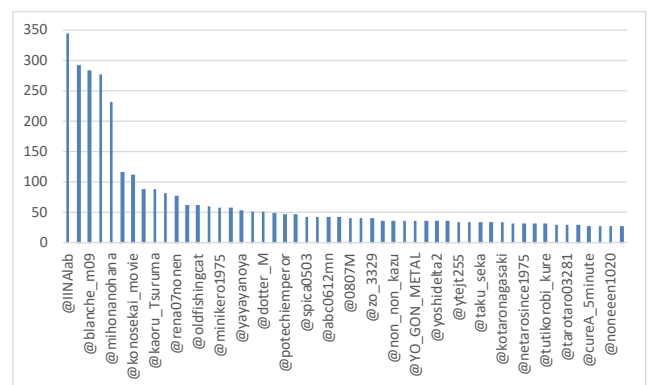


図9 期間中の投稿数が多いアカウント

3.2 共起ネットワーク分析

続いて、投稿内容についてより視覚的に把握するために共起ネットワーク分析を行った。共起ネットワーク分析は単語間の関係性をネットワーク図のかたちで示す情報縮約手法であり、単語間の関係性を把握するのに適している。

共起ネットワーク分析の結果は図8に示されているが、単語抽出の結果と同様に「のん（能年玲奈）」氏及び監督である「片渕須直」氏への言及が映画の名称とつながっていることが示されている。特筆すべきは、「のん」氏の本名である「能年玲奈」とYahoo!ニュースがつながっていることであり、話題としてYahoo!ニュースからの流入が多かったことが示唆されている。

「この世界の片隅に」についてはテレビメディアでの露出が少なかったことが指摘されているが、ネットメディアである **Yahoo!** ニュースの存在が話題の喚起に一役買った可能性はある。ただし、**Yahoo!** ニュースとの共起関係が見られたのは「能年玲奈」というキーワードであり、映画そのものではないことには留意する必要がある。

3.3 期間中の投稿数上位アカウント

最後に、期間中の投稿数上位アカウントについて着眼する。図9と表3はそれぞれ期間中の投稿数上位アカウントを示しているが、公式アカウントが全体では7番目に留まっている。

表3 期間中の投稿数上位10アカウント

アカウント	投稿数	概要
@IINAlab	344	のん応援アカウント
@Bakachin0306	293	のん応援アカウント
@blanche_m09	285	のん応援アカウント
@goripapa713	278	のん応援アカウント
@mihonanohana	232	
@dctfreak	116	
@konosekai_movie	112	公式アカウント
@MiyaPPOTEZ540	88	
@kaoru_Tsuruma	88	
@an_shida	82	

※4 ページ目の内容が提出原稿より落ちていたため、正誤表扱いとして追加いたしました。

もっとも積極的な投稿を行っていたのは非公認の応援アカウントであった。加えて、上位2番目から5番目までの4アカウントはいずれも「のん（能年玲奈）」氏を応援していることを公言しているアカウントであった。6番目にクラウドファンディングの出資者が登場しているものの、投稿数上位アカウントの傾向からも「のん（能年玲奈）」氏の影響が強いことが示されている。



図10 非公認宣伝アカウント

3.4 考察

ここまで頻出上位単語抽出、共起ネットワーク分析、投稿数上位アカウントと異なった観点から映画「この世界の片隅に」公開前のTwitter投稿の特徴を検討してきたが、いずれも主演声優である「のん（能年玲奈）」氏の影響力が顕著に表れていた。特に、期間中に頻繁に投稿を行っていたアカウントの多くが「のん（能年玲奈）」氏を応援するものであり、それが映画の事前広報・宣伝の原動力になっている側面があったものと考えられる。

こうした自主的な応援アカウントの存在は佐藤（2011）が提唱するSIPSモデルにおけるエバンジェリストや経営学における「組織市民行動（Organ et al., 2006）」のイメージと重なるものである。つまり、公式サイドのプロモーションではなく、非公式な応援者による広報・宣伝活動の展開が公開前には大きな役割を果たしていたということである。

4. おわりに

本研究では資金面のディスアドバンテージから事前広報の苦戦が予想された映画「この世界の片隅に」が公開初日から他の大ヒット映画と同様のトレンドを見せたことを問題意識とし、その事前広報の内容について分析を行った。

公開前のTwitter投稿のテキストマイニングによる分析より、以下のような点が明らかとなった。

- ・「のん（能年玲奈）」氏の起用及び彼女を応援する自主的な活動が事前の広報・宣伝に大きな役割を果たしていた。
- ・投稿内容については、「のん（能年玲奈）」氏と監督への言及が中心であり、事前段階では映画の内容にはあまり触れられていなかった（ただし、原作への言及はあった）。
- ・クラウドファンディングは投稿内容では目立たなかったものの、積極的に宣伝に協力している出資者のアカウントもあった。

これらの論点は簡単に他のコンテンツが模倣できるものではないが、公式を上回る非公式なファンたちの自主的な活動が重要な役割を果たしていたことについては、ソーシャルメディア時代の広報の在り方を考える上では参考になる事例と言える。

しかしながら、本研究の分析対象は映画「この世界の片隅に」のみであり、その傾向を一般化することは難しい。上述のように2016年は多くの映画のヒットがあり、そのうちのいくつかは「この世界の片隅に」と同様に漫画を原作とするものであった。そのため、同条件においてこれらの映画を比較することで事前の評判形成においてソーシャルメディアが果たす役割がより明確になるものと考えられる。

加えて、本稿では映画公開前のTwitterにおける評判形成に着目していたものの、公開後の評判形成についてまでは扱えていない。「この世界の片隅に」は他のヒット作に比べて当初の上映館数が少なかった一方で、公開後のクチコミによる高評価からロングラン上映につながっている。公開前後のクチコミを比較することで、評判形成における新しい論点が提示されることが期待できる。

このように本研究はまだ予備的な分析の段階に留まっているため、前述のような比較の観点を導入することで、より総体的な評判形成の実態について今後検討していきたい。

参考文献

- [1] Organ, D., Podsakoff, P.M., & MacKenzie, S.B. (2006) Organizational citizenship behavior: Its nature, antecedents, and consequences. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. (上田泰 (訳) (2007). 『組織市民行動』白桃書房).
- [2] 佐藤尚之 (2011) 『明日のコミュニケーション 「関与する生活者」に愛される方法』アスキー新書.

正誤表

表 3 について下記が正しい表記となります。

表 3 期間中の投稿数上位 10 アカウント

アカウント	投稿数	概要
@IINAlab	344	非公認宣伝アカウント
@Bakachin0306	293	のん応援アカウント
@blanche_m09	285	のん応援アカウント
@goripapa713	278	のん応援アカウント
@mihonanohana	232	のん応援アカウント
@dctfreak	116	出資者
@konosekai_movie	112	公式アカウント
@MiyaPPOTEZ540	88	その他
@kaoru_Tsuruma	88	サークル代表
@an_shida	82	その他