

コミックマーケットのジャンルに関するメタデータを利用した 同人誌探索支援ツールの提案

安田つくし^{†1} 三原鉄也^{†2} 永森光晴^{†3} 杉本重雄^{†3 †4}

^{†1}筑波大学情報学群情報メディア創成学類 ^{†2}筑波大学図書館情報メディア研究科

^{†3}筑波大学図書館情報メディア系 ^{†4}筑波大学知的コミュニティ基盤研究センター

1. はじめに

近年、日本のサブカルチャーであるマンガの隆盛を支える要素である、ファンコミュニケーションとしての同人誌やコミックマーケット^[1]が注目されている。同人誌とは趣味を同じくする仲間が編集・発行する本のことを指す。それらの流通の場（同人誌即売会）のうち最も規模の大きいコミックマーケットは年に2回開催され、毎年10万タイトルを超える同人誌がやりとりされる。コミックマーケットでは、事前に同人誌の内容について明示的な情報の提供を行っていない。そのため、同人誌の購入者は会場内で同人誌の内容を吟味し、探索する必要がある。

本研究ではコミックマーケットで利用されている同人誌の内容に関するジャンル情報の変遷を利用し、同人誌の書誌情報を連携することにより、膨大な同人誌の情報から内容に基づく探索を支援する手法を提案する。

2. 同人誌の探索

コミックマーケットでは1日あたり1万グループを超える出展団体（サークル）を会場内に配置している。サークルは、発行する同人誌の大まかなジャンルに即した区分けと、更の中で同人誌の内容や主題に即して細かな区分けがなされて配置される。実際の配置は、サークルが申込時に申請する、この区分けを表現した規則である“ジャンルコード^[2]”に基づいて決定される。コミックマーケットでは、同人誌の購入者は会場内を歩き、ジャンルコードに即したサークルの配置を手がかりに本を探索する。

このジャンルコードは配置のための規則であるが、同時に、多岐に渡る同人誌の内容を表す

唯一の主題分類であると捉えることができる。しかし、ジャンルコードはコミックマーケットの開催期ごとに変化することと、概念構造に従った規則の整備がされていない。そのため、配置から推察可能な同人誌の内容は十分に推察できず、詳細な内容は実際に会場で同人誌を手にとらなければわからないため、主題に関する情報を用いた同人誌の探索は困難である。

そこで本研究では、ジャンルコードを同人誌の内容を表現するためのメタデータとして整備し、さらにこれを利用した同人誌の探索を支援するツールを提案する。

3. ジャンル情報の Linked Open Data 化による同人誌探索支援

ジャンルコードは“マンガ”，“アニメ”，“小説”，“ゲーム”，“その他”に分かれる5つの大分類から成り、それぞれの中で“630 鉄道・旅行・メカミリ”のように、コード番号が与えられた個別のジャンルが定義されている。さらに、ジャンル区分ごとに“バイク”，“車”，“おもちゃ”などの同人誌の主題を表す補足説明と呼ばれるキーワードが付与されている。与えられるキーワードには、二次創作における原著作のタイトルや、批評・評論ジャンルにおける研究対象の名称などがあるが、これらはジャンルコードの利用を補助するためのものであり、一般的な作品や主題の構造とは性質が異なっている。

ジャンルコードは即売会の開催期ごとに設定されており、それぞれのジャンルは流行や人気に即して併合や分離を繰り返す（表1）。

そのため、開催期ごとのジャンル分類は大きく異なり、開催期を越えたジャンルに関するデータの連携が難しい。これは、コミックマーケットの提供情報を利用して時系列を越えた同人誌探索を行う上で大きな妨げとなっている。

本研究では Linked Open Data (LOD)^[3]に則ったメタデータモデルの構造化を行い、ジャンルにおける変遷の関係や主題の概念構造を容易に記述できるようにした。

“Proposal of Doujinshi exploring support tool with metadata about genre of Comic Market”

^{†1}Tsukushi Yasuda. School of Informatics. University of Tsukuba.

^{†2}Tetsuya Mihara. Graduate School of Library, information and Media Studies. University of Tsukuba.

^{†3}Mitsuharu Nagamori. Shigeo Sugimoto. Faculty of Library, Information and Media Studies. University of Tsukuba.

^{†4}Research Center for Knowledge Communities. University of Tsukuba.

表 1 ジャンルコードの変遷例

第 70 回	第 75 回	第 80 回	第 85 回
413 ワンピース	431 ワンピース	431 ワンピース	400 FC(ジャンプその他)
414 NARUTO	432 NARUTO	432 NARUTO	
	435 REBORN!	435 REBORN!	
400 FC(ジャンプその他)	400 FC(ジャンプその他)	400 FC(ジャンプその他)	410 FC(ジャンプ球技)
401 FC(ジャンプ球技)	410 FC(ジャンプ球技)		
415 テニスの王子様	433 テニスの王子様	433 テニスの王子様	433 テニスの王子様
	434 銀魂	434 銀魂	434 銀魂

4. LOD に基づく同人誌に関するメタデータ

本研究では、コミックマーケットにおける開催期ごとのジャンルコードを連携し、ジャンル補足を関係づけることで過去の情報と主題の関連を記述するメタデータのモデルを設計した。

過去の情報を参照可能にするための仕組みとして、ジャンル変遷の記述に LOD を利用した(図 1)。このモデルでは同一ジャンルに所属するジャンルコードを comike:genre というプロパティで記述し、それらの前後関係を comike:nextGenre, comike:previousGenre で記述した。

一方、コードの付与されない補足説明には開催期に関わらず 1 つの実体として用いるよう定義し、comike:hasGenre というプロパティで記述した。さらに、ジャンルの補足のリソースを DBpedia^[4]や同人誌委託書店で利用されるキーワードと紐付けすることで、ジャンルコードをメタデータとして利用可能にした。

更にこのメタデータモデルに基づき、コミックマーケットのジャンルコードやサークルの参加情報に関するメタデータを作成した。ジャンルコードはコミックマーケットカタログ^[5]の情報を利用し、補足説明は公式 Web ページ^[6]から抽出した情報を利用した。委託書店のキーワードは、委託書店の所有する書誌情報を利用した。

5. 同人誌探索支援ツールの実現

4 章で述べた同人誌のメタデータを利用して、同人誌探索支援ツールを開発した。本ツールでは RDF 化した情報を SPARQL で検索することにより同人誌のジャンルを対象とした検索を可能とした。このツールは Web ブラウザベースの検索インターフェースに加えて Twitter^[7]を利用した探索機能を持ち、モバイル端末を利用した同人誌即売会会場を想定した移動中の検索が可能である。

6. おわりに

本論文では同人誌を効率的に探索するためのメタデータモデルを定義し、それらを利用したツールを提案した。この手法により、同人誌の探索者はこれまで難しかった時系列を越えたデータの参照及び横断探索が可能となった。本ツールで利用可能なジャンルの語彙を整備し、より多くの同人誌と紐付けることにより、より詳細な同人誌の探索を行うことが可能になると考えられる。

参考文献

- [1] コミックマーケット準備会. “コミックマーケットとは何か?”. <http://www.comiket.co.jp/info-a/WhatIsJpn080225.pdf>, (参照 2014-01-10)
- [2] コミックマーケット準備会. コミックマーケット 30's ファイル—1975 - 2005. コミケット
- [3] Linked Data. <http://linkeddata.org/>, (参照 2014-01-10)
- [4] DBpedia. <http://dbpedia.org/>, (参照 2014-01-10)
- [5] コミケット. コミックマーケット 85 DVD-ROM カタログ
- [6] C85 ジャンルコード一覧. <http://www.comiket.co.jp/info-c/C85/C85genre.html>, (参照 2014-01-10)
- [7] Twitter. <http://twitter.com/>, (参照 2014-01-10)

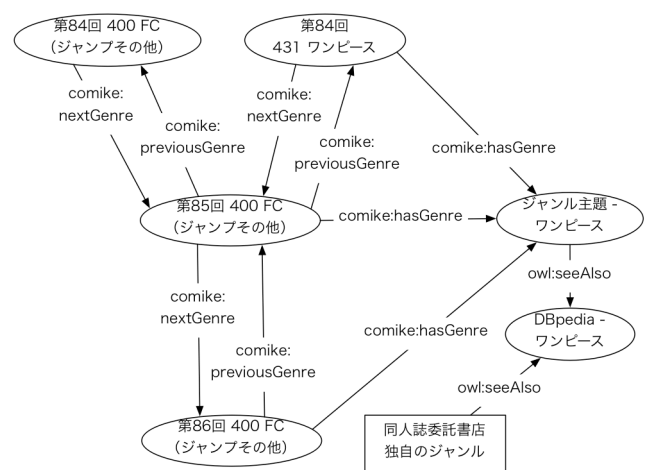


図 1 ジャンルの表現