

平成 20 年度卒業論文

「お笑いブーム」を計る定量化手法の提案とその適用

文教大学 情報学部 経営情報学科

A5P21054 斉藤慶尚

「お笑いブーム」を計る定量化手法の提案とその適用

斉藤 慶尚

研究概要

人を笑わせる行為をお笑いという。2008年現在、お笑いをメインとしている芸能人がテレビ等で多く見られる。世の中一般ではこの状況を「お笑いブーム」と呼んでいる。しかし、お笑いブームは実際にあるのだろうか。本論文では、そのお笑いブームと呼ばれているものが実際にあったのか否かを定性的ではなく、社会の中でお笑いブームを計る方法を提案し、データを集め、定量的に判断する。

まず、お笑いとブームという言葉について、そして、定性的、定量的とはどういうことかを調べる。次に、社会の中でお笑いブームを計る方法を提案する。本論文では、社会の中でお笑いブームを計る方法として、(提案1)言葉、(提案2)映像メディア、(提案3)出版メディアの3つの提案を行った。その提案一つ一つに対し、定量化するツールを考える。データを集め、グラフ化し、ブームがあったと捉えられる部分、ブームではないと考えられる部分を探す。

その結果、いくつかの方法では定量化することに成功した。しかし、お笑いブームの時期を明確に判断することはできなかった。

研究概要

目次

第1章 はじめに

第2章 お笑いとブーム

2-1 お笑い

2-2 ブーム

第3章 定性的と定量的

第4章 お笑いブームを計る定量化手法の提案

4-1 (提案1) 言葉

4-2 (提案2) 映像メディア

4-3 (提案3) 出版メディア

4-4 適用結果のまとめ

第5章 ブーム時期の検証

第6章 まとめと今後の課題

第7章 おわりに

謝辞

参考文献

付録

「お笑いブーム」を計る定量化手法の提案とその適用

齊藤 慶尚

第1章 はじめに

2008年現在、よくテレビやインターネットの動画サイトなどでお笑いの番組や動画を目にする。また、雑誌のお笑いのコーナーなどを見ているとよくお笑いブームという言葉を目にする。しかし、お笑いブームはあったと定性的に言われているだけで具体的に、いつ、どの程度のブームがあったのか数値を用いて、定量的に判断しているものがないように思う。例えば、雑誌『DIME』[1]の2008年5月20日号には「これが日本のお笑いブームだ」という題名でお笑いブームについての記述があるが、これも定性的にお笑いブームをとらえている。そこで、本論文では、お笑いブームの定量化の手法を考え、提案し、それが適用できるか否かを検証してみる。

本論文のお笑いブームの定量化へのアプローチ方法は、まず、社会の中でお笑いブームを計る方法を提案する。次に、提案した方法に対するツールを使い、データを集める。そのデータをグラフ化し、ブームがあったのではないかと捉えられる部分とブームではなかったと捉えられる部分を探す。ここでそれぞれの提案に対し、ブームを定量化できたか否かを判断する。そして、提案した個々のグラフを重ね合わせ、ブームの時期の検証を行う。

提案した手法を適用した結果、ブームの定量化をすることはできた。しかし、個々のグラフを重ね合わせたグラフからはお笑いブームがいつあったのか、時期の判断をすることはできなかった。そこで、なぜこのような結果になったのかということを考え、今後の課題として示す。

本論文の構成は、まず、次章でお笑いとお笑いブームという言葉について、第3章で定性的と定量的についての説明をする。次に、第4章で社会の中でお笑いブームを計る方法を提案し、それに対するツールを使い、実際に定量化をする。また、適用結果のまとめを行う。そして、第5章でブーム時期の検証を行い、第6章で研究全体のまとめとなっている。

第2章 お笑いとお笑いブーム

この章では、本論文におけるお笑いとお笑いブームという言葉の説明をする。

2-1 お笑い

2008年現在、お笑いという言葉を目にする機会はテレビや雑誌などでとても増えている。お笑いという言葉の意味は、岩波国語辞典によると、『お客を笑わせるための芸、人をどうにかして笑わせようとする行為など』をいい、『落語・漫才・漫談・コント・コメディアーなど、笑わせることを目的にした演芸の総称』もお笑いという。

本論文でのお笑いという言葉の定義だが、2パターンの捉え方を行った。1つ目は、漫才やコントなどの演芸を行い、人を笑わせようとすることをお笑いとするパターン。2つ目は、1つ目より、より大きく捉えた考え方で、人が笑うような行為全体を、例えば、トークなどで見ている人や聞いている人が笑うことをお笑いとするパターンと設定した。

2-2 ブーム

ブームとは、あるモノなりコトなりヒトなりが爆発的に流行することをいう。ブームと似たような言葉にヒットという言葉があるが、ブームとヒットの差として、ヒットという言葉は、特定の商品が成功したときに使われ、ブームは単なるヒットをこえ、ひとつの社会現象またはその時代の雰囲気象徴するようなものにまでなったことをいう。ブームは、意図的にはなかなか起こすことはできず、もし仕掛けた人がいるならば、仕掛けた本人の予想をこえるようなものになることが原則である。ヒット商品は意図的につくることはできるが、ブームになる商品は意図的にはつukれないといわれている ([2], P3~P4)。

本論文でのブームの定義は、上記のように、爆発的に流行する、ヒットではなくブーム、その時代の雰囲気象徴する、仕掛け人の予想を超えるなど言葉や感覚での定性的なものではなく、定量化し、グラフ化した際に、前後の年などと比べ、少なからずブームはあったと捉えるような部分をブームと捉えることにした。

第3章 定性的と定量的

定性的とは、対象の質的な側面に注目した研究である。例えば、インタビュー記録や文書資料など文字テキストが中心をなっている調査データなどを言い、定量データ(数値データ)と対比させる意味で、よく定性データあるいは質的データと呼ばれる。また、定性データの特徴として資料が含む情報のうち最も重要な部分が数値で表現されていないという点である [3]。状況を言葉で表現する方法で、例えば、視聴率が高いといった表現をする。定量的分析とは、対象の量的な側面に注目し、数値を用いた記述、分析を伴う研究をいう [3]。状況を数字を使って表現する方法で、例えば、視聴率が25%といった表現をする。

本論文では、実際に数値を用いて調査し、判断することを定量的に判断するということとする。

第4章 お笑いブームを計る定量化手法の提案

この章では、社会の中でお笑いブームを計る方法を提案する。そして、実際にそれを適用し、お笑いブームの定量化を試みる。

本論文で、社会の中でお笑いブームを計る以下の観点を考えた。

- (提案1) 言葉に関するものでお笑いブームを定量化する方法
- (提案2) 映像メディアに関するものでお笑いブームを定量化する方法
- (提案3) 出版メディアに関するものでお笑いブームを定量化する方法

この3つの提案が適当であるのかという理由として、人々が社会の中でお笑いを感じられる機会はこの3つで網羅できると考えたからである。この3つの方法を次に詳しく説明したい。

4-1 (提案1) 言葉

(提案1) として言葉でお笑いブームの定量化をする。言葉で定量化するツールとして考えたのが流行語大賞である。なぜ流行語大賞をツールとして選んだのかという理由として、流行語という言葉の通り流行というくらいなのでブームに関連していると考えたからである。流行語とは、その1年の間に発生したさまざまな言葉のなかで、軽妙に世相を衝いた表現とニュアンスをもって、広く大衆の目・口・耳をにぎわせた言葉をいう*。

この流行語大賞の年間大賞、特別賞、トップテンの中にいくつお笑いに関するような言葉が入っていたかを調べ、数値をグラフ化した。どのような言葉がお笑いブームに関連した言葉として採用したかを付録1に記述した。図1は、1998年～2007年までの間で1年間毎に流行語大賞の中に何個お笑いに関する言葉が入っているかを示したグラフである。横軸が年を、縦軸が流行語大賞に入ったお笑いに関する言葉の数を示している。図中の上向き三角はブームかあったと捉えた部分を示している。

*新語・流行語大賞 新語・流行語大賞とは <http://singo.jiyu.co.jp/>

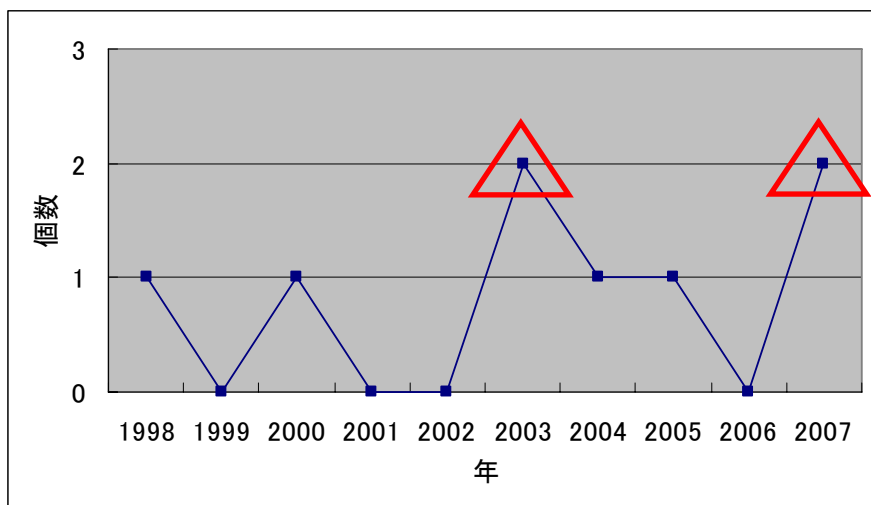


図 1 流行語大賞中のお笑い用語の数の変化

流行語大賞を調査した結果、流行語大賞内にお笑い関連の言葉が入ることは基本的に 0～2 個のため、予想していた年毎の差が開いたグラフという結果は得られなかった。

4-2 (提案 2) 映像メディア

(提案 2) として映像メディアでお笑いブームの定量化をする。映像メディアで定量化するツールとして考えたのがテレビ、インターネット動画である。本論文では、テレビを採用した。なぜテレビをツールとして選らんだのかという理由として、1 番の映像メディアであるだろうし、老若男女が目にするものだと考えたからである。テレビで調査する方法として考えたのがテレビ番組の放送時間数である。

新聞のテレビ欄を使い、一週間のお笑いの放送時間数を計ることとした。本論文では、スペシャル番組等の少ない毎年 11 月の 3 週目を調べることにした。また、時間帯をゴールデンタイムの 19 時～23 時の番組について調査を行った。ゴールデンタイムとは、テレビ業界で一日のうちで 1 番視聴率の高くなりやすい夜の時間帯を指す。また、NHK は基本的に毎年ニュースや大河ドラマなど決まったジャンルの番組を放送していたので民放の 5 局で調査することとした。

まず、新聞のテレビ欄を番組のジャンル毎に色を染める。ドラマ、アニメ、ニュース、ドキュメンタリーなどを染め、それ以外の番組でお茶の間を和やかにしたり、笑わせたりするような番組をバラエティ番組とした。また、コントや漫才などのネタみせ番組を純粋なお笑い番組として捉えることにした。付録 2 にテレビ番組のジャンル別の放送時間数を記述した。図 2 は、1998 年～2007 年までの間で 1 年間毎に何時間純粋なお笑い番組を放送していたかを示したグラフである。横軸が年を、縦軸が 1 年間における純粋なお笑い番組の放送時間数を示している。図中の上向き三角はブームがあったと捉えた部分を示して

いる。

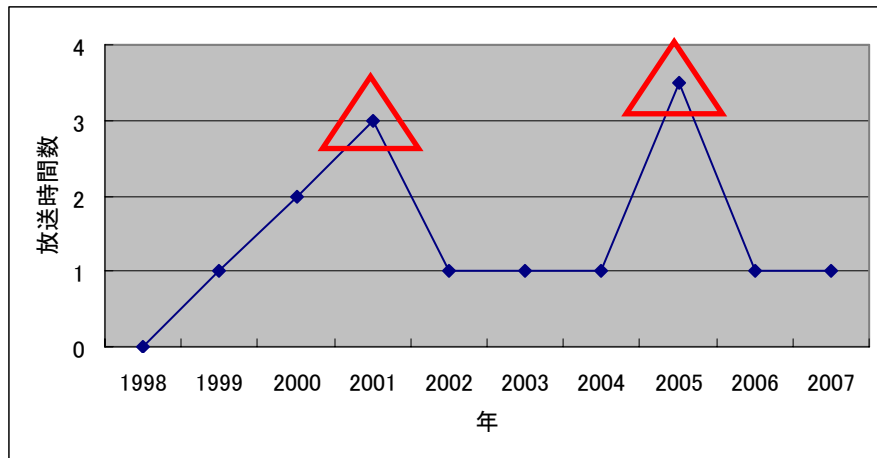


図 2 純粋なお笑い番組の放送時間数の変化

純粋なお笑い番組で調査した結果、純粋なお笑い番組は基本的に年間に 1 番組しかないため差が開かなかった。そこでテレビ欄を調べた際のバラエティ番組もお笑いに関連している番組として捉えてみることにした。図 3 は、1998 年～2007 年までの間で 1 年間毎に何時間バラエティ番組を放送していたかを示したグラフである。横軸が年を、縦軸が 1 年間におけるバラエティ番組の放送時間数を示している。図中の上向き三角はブームがあったと捉えた部分を示しており、下向き三角はブームではなかったと捉えた部分を示している。

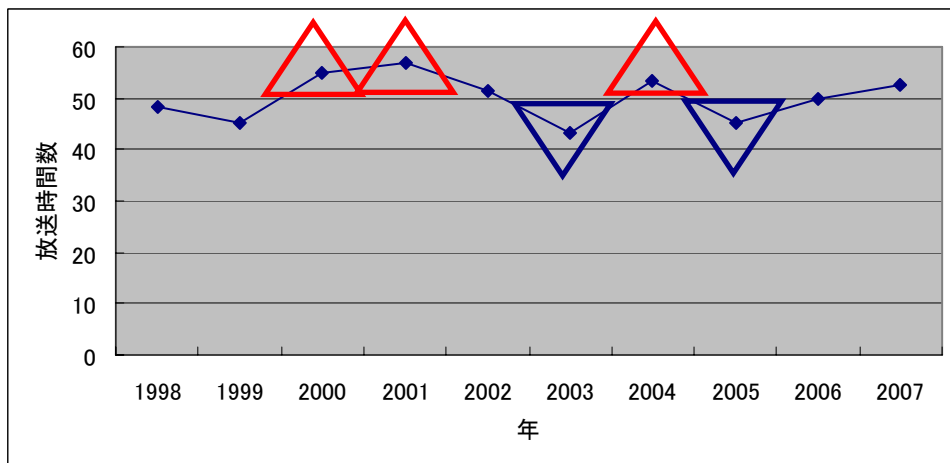


図 3 バラエティ番組の放送時間数の変化

バラエティ番組をお笑いに関連している番組をして捉えて調査した結果、うまく各年にばらつきがあり、ブームとブームではない部分とがみられた。

4-3 (提案3) 出版メディア

(提案3) として出版メディアでお笑いブームの定量化をする。出版メディアで定量化するツールとして考えたのが新聞、お笑い芸人の書いた本、お笑い芸人の出ている雑誌である。本論文では、新聞を採用した。なぜ新聞をツールとして選らんだのかという理由として、テレビを選んだときと同様に1番の出版メディアであるだろうし、老若男女が目にするものだと考えたからである。

新聞で調査する方法として考えたのが新聞の記事数である。新聞の記事数を調べる方法として、オンラインデータベースを利用した。オンラインデータベースとはインターネットを利用してデータ検索を行えるデータベースサービスのことをいう。本論文では、朝日新聞・毎日新聞・読売新聞のオンラインデータベースを利用した。検索用語として、まずは単純に「お笑い」という用語での検索を考えたが、昔は「お笑い」と言っていなかったのではと考え、インターネットのフリー百科事典『Wikipedia』の日本お笑い史のページ[†]で過去にどのような言い方をしていたのかを調べ、お笑い・落語・漫才・漫談・コント・コミックバンド・奇術・ものまね・喜劇・演芸・芸人・若手芸人・コメディアン[†]の13項目にした。付録3に各年毎のヒットした記事数を記述した。図4は、1998年～2007年までの間で1年間毎に載った記事数を示したグラフである。横軸が年を、縦軸が1年間における記事数を示している。図中の上向き三角はブームがあったと捉えた部分を示しており、下向き三角はブームではなかったと捉えた部分を示している。

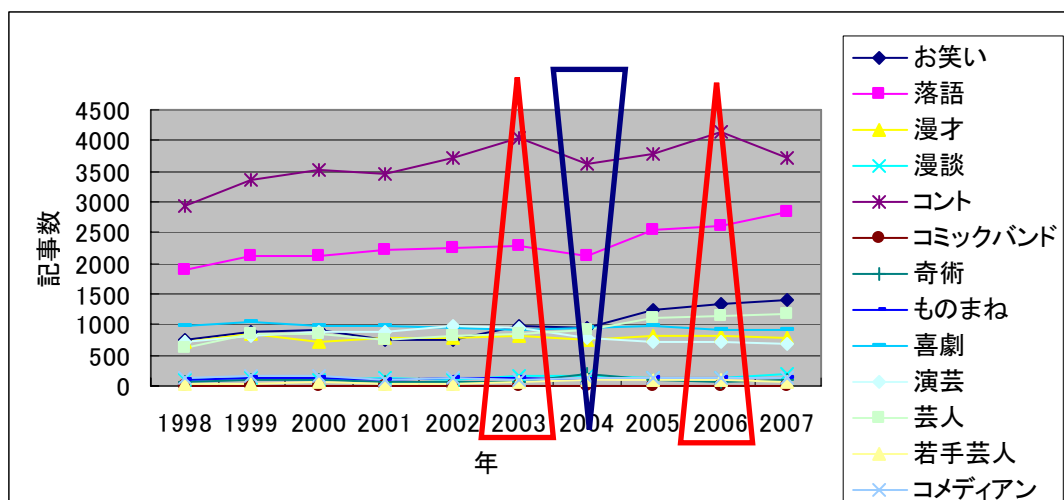


図4 オンラインデータベース検索による各用語の記事数の変化

[†] Wikipedia 『日本のお笑い史』

<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E6%97%A5%E6%9C%AC%E3%81%8A%E7%AC%91%E3%81%84%E5%8F%B2>

オンラインデータベースで調査した結果、検索用語それぞれのグラフにところどころ似たような変化をしている部分が見受けられブームを捉えられる部分があった。

4-4 適用結果のまとめ

提案 1、2、3 の方法による定量化をしてきたが、(提案 1) 言葉の流行語大賞による定量化、(提案 2) 映像メディアの純粋なお笑い番組の放送時間数による定量化では各年のデータ数が小さかったためうまくいかなかった。しかし、(提案 2) 映像メディアのバラエティ番組をお笑いの番組として捉えた場合の放送時間数による定量化、(提案 3) 出版メディアの新聞の記事数による定量化では各年にばらつきが見られ、うまくいった。

第 5 章 ブーム時期の検証

この章では、ここまでに調査してきたグラフを使い、お笑いブームの時期の検証を行う。

まず、第 4 章で得た (提案 3) 出版メディアの新聞の記事数をオンラインデータベースで検索した 13 項目のグラフの数値を平均したもののグラフを作成する。横軸が年を、縦軸が 1 年間における記事数の平均を示している。図中の上向き三角はブームかあったと捉えた部分を示しており、下向き三角はブームではなかったと捉えた部分を示している。

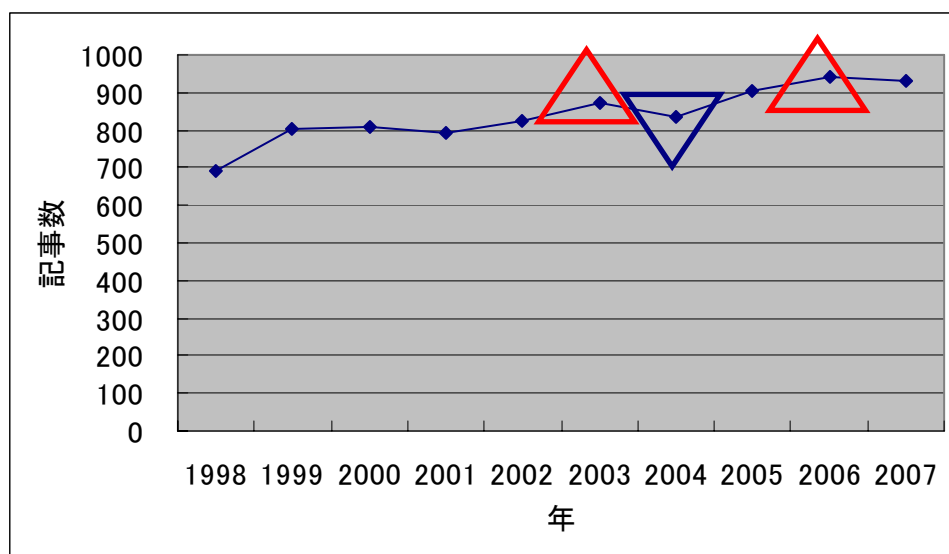


図 5 オンラインデータベース検索による各用語の記事数の平均の変化

平均のグラフでもうまく各年にばらつきがあり、ブームとブームではない部分とがみられた。

ここで（提案 1）言葉の流行語大賞のグラフと（提案 2）映像メディアのバラエティ番組をお笑いとして捉えたときの放送時間数のグラフと（提案 3）出版メディアの新聞の記事数をオンラインデータベースで検索したグラフの数値を平均したものグラフを重ね合わせる。横軸に年を、縦軸にデータ数を示している。

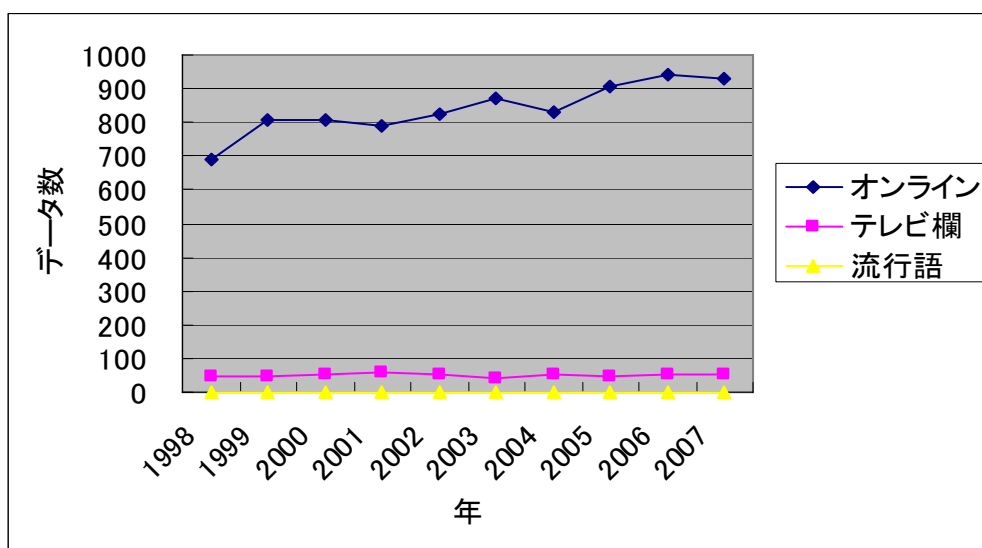


図 6 図 1, 図 3, 図 5 を重ね合わせたグラフ

図 6 のようにデータ数に差がありすぎるためうまく重なり合わなかった。そこで、データの大きさを合わせるためにデータの 1 番大きかったオンラインデータベースの値の平均を他の平均で割った値にそのデータの値をかけることでデータの大きさを合わせた。例えば、(オンラインデータベースの平均の値 ÷ 流行語大賞の平均の値 × 流行語大賞のそれぞれの値)と計算した。データの大きさを合わせ、重ね合わせたグラフが図 7 である。横軸に年を、縦軸にデータ数を示している。図中の上向き三角はブームかあったと捉えた部分を示しており、下向き三角はブームではなかったと捉えた部分を示している。

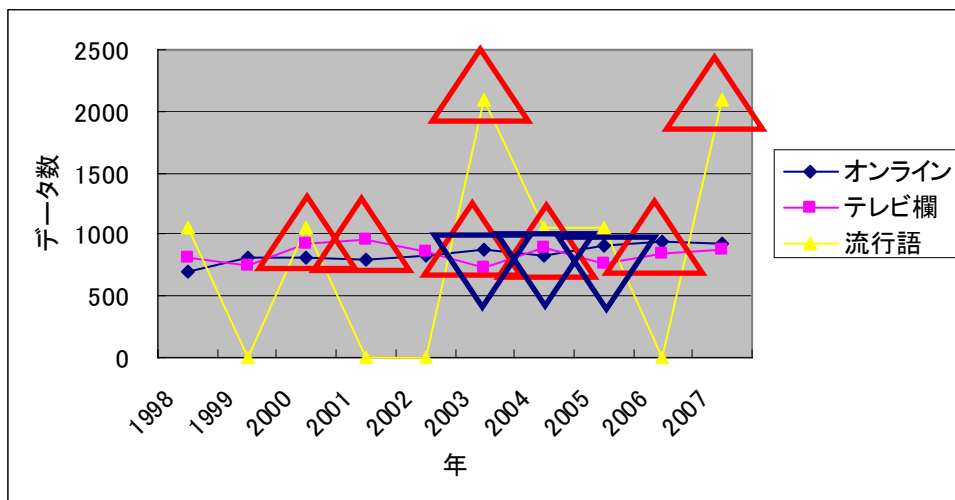


図 7 データの大きさを合わせ重ね合わせたグラフ

図 7 のように上向き三角と下向き三角とが同じ年に重なってしまっている。ブームだと捉えていた部分とブームではないと捉えていた部分が重なってグラフがバラバラの変化をしており、ここがブームだと言えなくなってしまった。

第 6 章 まとめと今後の課題

本論文では、4-4 節での適用結果のまとめのところでも示してあるようにお笑いブームを定量化することはできた。しかし、第 5 章でのブーム時期の判断のところでも示してあるようにお笑いブームの時期を明確に判断することはできなかった。なぜこのような結果になったのだろうか。

考えた理由の 1 つ目が、社会の中でお笑いブームを計る 3 つの方法が間違っていたということ。2 つ目が、映像メディアではテレビ、出版メディアでは新聞などの選択したツールが間違っていたということ。そして、3 つ目が、ブームの時期を判断する際にテレビでブームになった後、新聞でブームになる、または新聞でブームになった後にテレビでブームになるなどメディアなどによるブームの時期の前後について考慮しなかったということです。

それに対する今後の課題として考えたのが、まず、社会の中でお笑いブームを計る他の方法として、お笑いの公演・営業などの直接コントなどのお笑いを見るもの、お笑い芸人とのコラボ商品などの今回の提案に属さないものを考えた。

次に、今回の提案の中で他のツールを使用する方法を考えた。1 つ目に映像メディアとしてここ数年インターネットでお笑いのネタの動画などが見られるのでインターネットの動画。2 つ目に出版メディアとしてお笑い芸人の雑誌への露出、お笑い芸人が書いた本など。3 つ目にお笑い芸人がラジオパーソナリティやゲストとして出演しているラジオ番組であ

る。

最後に、ブームの時期のズレへの修正である。テレビの時期を 1 年前にずらす、新聞の時期を 1 年前にずらすなどメディアなどによってグラフの時期を前後させてみる方法によってグラフがどのように重なり合うかなどを調べることである。

本論文では、時間の都合上、今後の課題としてあげたものを実際に調べることはできなかったが、このようなものを調べることで本論文とは違った結果や、より細かい結果が得られるのではないかと考えた。

謝辞

この研究を進めるにあたり、多くのアドバイスをくださった担当教員の根本先生、OB・OG の方には大変お世話になりました。特に根本先生にはたくさんのヒントや指摘をしていただき、感謝しています。ありがとうございました。

参考文献

[1] 『DIME』小学館 2008 年 5 月 20 日号

[2] 中川右介 『ブームはどう始まりどう終わるのか』岩波書店 (2004 年)

[3] 佐藤郁哉 『定性データ分析入門』新曜社 (2006 年)

付録 1

流行語大賞内のお笑いに関する言葉として選んだものに○

年	言葉	受賞者
1998 年	○ だっちゅーの	バイレーツ
	ハマの大魔神	佐々木主浩
	環境ホルモン	井口泰泉
	貸し渋り	該当者無し
	老人力	赤瀬川原平
	ショムニ	安田弘之
	モラル・ハザード	中坊公平
	凡人・軍人・変人	田中真紀子
	冷めたビザ	ジョン・ニューファー
	日本列島総不況	堺屋太一
	スマイリング・コミュニスト	不破哲三
	ボキャ貧	小淵恵三
	1999 年	ブッチホン
リベンジ		松坂大輔
雑草魂		上原浩治
学校(級)崩壊		河上亮一
カリスマ		中根麗子ほか
ミッチー・サッチー		浅香光代
西暦 2000 年問題		井谷厚
だんご 3 兄弟		古屋光昭ほか
癒し		西口勇
i モード		立川敬二
2000 年	○ おっはー	慎吾ママ
	IT 革命	木下斉
	最高で金 最低でも金	田村亮子
	Q ちゃん	高橋尚子、小出義雄
	ジコチュー(ジコ虫)	寺尾睦男
	一七歳	受賞者無し
	バラバラ	江田昇
	めっちゃ悔し〜い	田島寧子
	ワタシ(私)的には…	飯島愛
	「官」対「民」	福田昭夫
	2001 年	米百俵
聖域なき改革		
恐れず怯まず捉われず		小泉純一郎
骨太の方針		
ワイドショー内閣		
改革の「痛み」		
明日があるさ		Re:Japan
e-ポリティックス		天野外支子
狂牛病		一瀬邦夫
塩爺(しおじい)		塩川正十郎
ショー・ザ・フラッグ		該当者無し
生物兵器(BC兵器)		常石敬一
抵抗勢力		受賞者無し
ドメスティック・バイオレンス(DV)		DV調査研究会
ブロードバンド		孫正義
ヤダねったら、ヤダね		水川きよし
人間て、なかなか死なないもんだ		武智三繁
ファンの皆様本当に日本一、おめでとうございます		若松勉

付録 1 続き

2002 年		<p>タマちゃん W杯(中津江村) 貸し剥がし 声に出して読みたい日本語 真珠夫人 ダブル受賞 内部告発 ベッカム様 ムネオハウス 拉致 Godzilla</p>	<p>佐々木裕司、黒柱祐子 坂本休 保留 斎藤孝 鶴啓二郎 小柴昌俊、田中耕一 串岡弘昭 藤本信一郎 佐々木憲昭 受賞者無し 松井秀喜</p>
2003 年	○	<p>なんでだろ～ へえ～ 毒まんじゅう マニフェスト 勝ちたいんや! コメ泥棒 SARS 年収 300 万円 バカの壁 ビフォーアフター</p>	<p>テツ and トモ テレビ番組トリアの泉より 野中広務 北川正恭 星野仙一 該当者無し 該当者無し 森永卓郎 養老孟司 加藤みどり</p>
2004 年	○	<p>って言うじゃない…○○斬り！…残念！！ チョー気持ちいい 気合いだー！ サプライズ 自己責任 新規参入 セカチュー 中二階 負け犬 冬ソナ</p>	<p>波田陽区 北島康介 アニマル浜口 武部勤 該当者無し 堀江貴文 片山恭一 山本一太 酒井順子 萩原聖人、田中美里</p>
2005 年	○	<p>フォーー！ 小泉劇場 想定内(外) クールビズ 刺客 ちょいモテオヤジ 富裕層 ブログ ポピーマジック 萌え～</p>	<p>レイザーラモン HG 武部勤ほか 堀江貴文 小池百合子 該当者無し 岸田一郎 田中嘉一 カズマ サブロー、今江敏晃 完全メイド宣言</p>
2006 年		<p>イナバウアー 品格 エロカッコイイ(エロカワイイ) 格差社会 シンジラレナ～イ たらこ・たらこ・たらこ 脳トレ ハンカチ王子 ミクシィ メタボリックシンドローム(メタボ)</p>	<p>荒川静香 藤原正彦 俣田来未 山田昌弘 トレイ・ヒルマン キグルミ 川島隆太 斎藤祐樹 笠原健治 (社)日本内科学会</p>

付録 1 続き

2007 年	○ そんなの関係ねえ	小島よしお
	○ どんだけえ～ （宮崎を）どげんかせんといかん	IKKO
	ハニカミ王子	東国原英夫
	（消えた）年金	石川遼
	鈍感力	舛添要一
	食品偽装	渡辺淳一
	ネットカフェ難民	受賞者無し
	大食い	川崎昌平
	猛暑日	ギャル曽根
		瀧沢寧和

付録 2

新聞のテレビ欄で調査した各年 11 月の 3 週のジャンル別放送時間数											
年	スポーツ	アニメ	ドラマ	クイズ	ニュース	バラエテ	トーク	音楽	ドキュ・旅	お笑い	合計
1998	10	4.5	39	5.5	10	48.5	1	8.5	13	0	140
1999	14	4	38	5	10.5	44	1	8.5	14	1	140
2000	2	4.5	35	7	10.5	53	1	11	14	2	140
2001	8	5.5	31.5	5	8.5	53.75	0.5	9.25	15	3	140
2002	2.5	7.5	36	5	7.5	50.25	0.5	6.25	23.5	1	140
2003	14.5	7.5	38	5	9	42.25	1.5	3.25	18	1	140
2004	2	5.5	39	9	8.5	52.5	1.5	3	18	1	140
2005	12.5	5	29.5	10.5	9.25	41.75	1	6	21	3.5	140
2006	13	4.5	35	8.5	10	49	2.5	2	14.5	1	140
2007	19	3	31	9	6.5	51.5	4	3	12	1	140

付録 3

オンラインデータベースで検索した結果のデータ数一覧							
年	お笑い	落語	漫才	漫談	コント	コミックバンド	奇術
1998	737	1882	709	98	2929	3	72
1999	873	2123	838	129	3357	11	91
2000	912	2113	712	102	3521	9	114
2001	763	2209	783	116	3463	10	72
2002	752	2253	778	114	3708	5	63
2003	962	2270	821	159	4035	4	80
2004	953	2127	745	163	3634	13	197
2005	1246	2559	825	137	3774	3	90
2006	1325	2600	826	140	4135	13	57
2007	1390	2844	793	187	3732	11	83

オンラインデータベースで検索した結果のデータ数一覧続き						
	ものまね	喜劇	演芸	芸人	若手芸人	コメディアン
1998	92	966	730	614	18	144
1999	126	1050	830	840	40	160
2000	137	964	869	857	51	148
2001	111	966	882	760	27	107
2002	117	943	977	820	42	126
2003	134	903	931	862	51	109
2004	106	960	785	921	89	134
2005	120	976	715	1095	93	136
2006	135	910	720	1140	95	137
2007	144	913	673	1167	57	123