

Internet world ネット時代に生きる

櫻井 哲朗

第15回

ネット世界のトレンド

ところで、みなさんバレンタインはいつもどうですか。著者自身バレンタイン自体にいい思い出というよりも、そもそも思い出すらない身分です。そのため、いつの間にかバレンタインやクリスマスがただの平日になって幾星霜。昔は、お菓子業界の陰謀じゃーっと言っていたのですが、すみません正直強がっていました。

友チョコも出現して

ちなみに、日本チョコレート・ココア協会から出されている統計情報によりますと、だいたいバレンタインシーズンの販売額は1年間のチョコレート国内消費額の約12%を占めているというデータが出ています[1]。もしも、毎月同じ額だけ売れていると仮定するなら

毎月の消費額は1

00%÷12か月で

約8%となります。

それから考えると

12%という数字は

8%の1・5倍に

なりますので、やはりバレンタインにはチョコレートが売れているということがわかります。

また最近では、義理チョコ・本

命チョコに加えて友チョコなる新たなジャンルまであるそうです。ここで出てきました友チョコとは、女性が女性に贈るチョコレートのことだそうです。このように、時代によってトレンドに変化が出てきて、そのときどきで売れ筋が変化していきます。そこで今回は今年の2013年におけるネット世界のトレンドについて調べていきたいと思えます。また、実世界で流行ったものをインターネットを通してみていきます。

流行語のトレンド

それでは早速、昨年の流行について追っていききたいと思います。流行ということでもっとさきと思いつくのが新語・流行語大賞かと思えます。そこで昨年の流行語を思い出してみましょう。表1は2013年の新語・流行語大賞の大賞およびトップテンをまとめたものです。

昨年は、史上最多となる4つの大賞が選出されました。たしかに、予備校のCMで一躍有名となったあのフレーズや東京オリンピック招致でのスピーチでのあの言葉、そしてドラマがヒットして浸透し

時代の潮流を知るために 絶好なデータとなり得る

寒さが一段と厳しくなってきた今日この頃みなさんいかがお過ごしですか。もう今年も早いもので成人の日、節分といくつかのイベ

ントが過ぎ去っていきました。こう考えてみると1年は、ほんとうに過ぎるのが早いものだと思います。

表1

年間大賞	今でしょ!
	お・も・て・な・し
	じえじえじえ
トップテン	倍返し
	アベノミクス
	ご当地キャラ
	特定秘密保護法
	PM2.5
選考委員特別賞	ブラック企業
	ヘイトスピーチ
	被災地が、東北が、日本がひとつになった 楽天、日本一をありがとう

表2

金賞	いつやるの? 今でしょ!
銀賞	激おこブンブン丸
銅賞	倍返しだ!

表3

金賞	にゃんばすー(のんのんびより)	2013年10~12月
銀賞	駆逐してやる(進撃の巨人)	2013年4~9月
銅賞	俺はフリーしか泳がない(Free!)	2013年7~9月

まさに因果が逆転している、わけがわからないよ、と最近パチスロになった「魔法少女まどか☆マギカ」の名言を引用したところで、次のアニメ流行語大賞

また他の流行語大賞としてネット流行語大賞(表2)やアニメ流行語大賞(表3)があります。表2を見れば、林先生の「今でしょ!」というフレーズが実世界だけでなくインターネット上でも浸透していることがわかります。また同様に、ドラマ「半沢直樹」での名言「倍返しだ!」もランクインされています。

「激おこ」3回変身

ネット流行語大賞
「激おこ」3回変身

ンされています。

他には、若い女性たちの間で使われている、怒っていることを表す「激おこブンブン丸」がランクインされました。そう、「激おこブンブン丸」のおこは怒るのおこなのです。ちなみに、「激おこブンブン丸」はあと3回変身を残して最終的に「激おこステイックファイナリアリティぶんぶんドリーム」になります。

このような設定がうけたのか、Twitter上で流行り、さらには実は「激おこブンブン丸」は1985年に発売されたファミコンソフトが元になっているというジョークが回り、果てには実際にそのゲームを作ったアプリとして配信する猛者まで現れるようになりました。

に移りたいと思います。

アニメ流行語大賞

Twitter 盛り上がる

表3がアニメ流行語大賞とその作品名および放送期間になります。まず、金賞を受賞した「にゃんばすー」はほのぼのの日常系アニメ「のんのんびより」で使われていたセリフです。使い方としては挨拶の時に使います。このアニメは、男性がほとんど登場しないアニメで声にいたっては男性の声はありません。

次に、銀賞を受賞した「駆逐してやる」は巨人と人類の戦いを描いたファンタジーアニメ「進撃の巨人」で使われていたセリフです。これは人類の敵であるところの巨人に故郷を襲われ、そこから命かけながら逃げるときに主人公が絶望の中、発したセリフです。この作品も昨年末の紅白歌合戦でOPを歌っていたLinked Horizonが登場し、演出でアニメが多用されたことで、より幅広い世代に知れ渡ったことかと思えます。

また、このときにTwitter上でも盛り上がってありました。実際、Twitterでのつぶやき数を計測し

てくれるインターネットサービス「TOPSY」調べによりますと主人公の名前「イエーガー」という単語を含むつぶやきが2013年12月31日に999303もありました。最後になりましたが、銅賞を受賞した「俺はフリーしか泳がない」は男子高校生達の水泳青春アニメ「Free!」で使われていたセリフです。このアニメは京都アニメーションが制作を担当として

いることもあって、とても丁寧に作られています。まさに京アニブランドのアニメになっています。男子高校生たちの水泳にける青春を描いていることもあり女性層に人気がある作品となっています。また男子高校生ならではの友情や葛藤などの感情をしっかりと描いていることから男性でも楽しめる作品でもあります。

キー局以外が強い

アニメ流行語大賞の金賞、銀賞、銅賞と見てもらいましたが、この中でキー局とよばれる日テレ・テレ朝・TBS・テレ東・フジで放送されているのは金賞の「のんのんびより」だけで銀賞、銅賞の作品はキー局以外か独立UHF局で

放送されていた作品です。

ちなみに、キー局は昔VHF局ともいわれ、このVHF、UHFの違いは電波の周波数の違いを表しています。しかし、地上デジタル放送への移行に伴い、これらの違いはなくなりしました。では、なぜ独立UHF局での放送作品がこれまで浸透しているのかというと、その背景にはインターネットによる動画配信があります。いま放送されている多くのアニメコンテンツがインターネットでの動画配信を提供しています。なかには、インターネット配信のみ作品もあります。

このようなことから、アニメコンテンツに関しては放送局による違いがなくなってきました。また、独立UHF局の1つであるTOKYO MXではアニメをキャラクターコンテンツとして視聴率を伸ばしているところもあります。

検索に見るトレンド 増える情報の再利用

前章では、流行語について書いてきました。これらの選定方法は、新語・流行語大賞では選考委員会によって、ネット流行語大賞やア

ニメ流行語大賞ではネット投票によって決められています。では次に実際の検索の行動によるトレンドを探っていきたいと思えます。ここで使うインターネットサービスは「Googleトレンド」というサービスです。

これは、ある単語がGoogleでどのくらい検索されているか、その推移をグラフで表示してくれるサービスです。最近、このような検索またはインターネット上にある情報の再利用が増えてきました。たとえば、NHKで放送されている「NEWS WEB」のつぶやきビッグデータのコーナーでは、その日1日に「Twitter」でつぶやかれたつぶやきを分析して、前日に比べて急上昇している単語をランキングしています。

このように、我々が使ったインターネットサービスの行動を1つのデータとして再利用し、それをフィードバックすることが多くなりました。図で表すと図1のようなイメージとなり、入れ子構造のようなモデルとなっています。近年、このようなビジネスモデルが確立されつつあります。

例えば、転勤などで引越しを

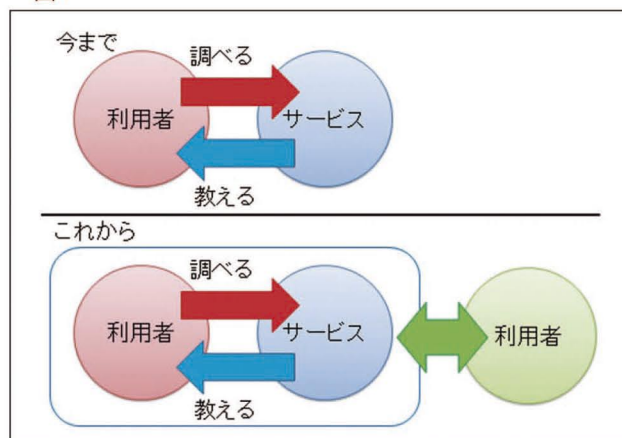
余儀なくされ新天地での住居を探すとき、インターネットを使い物件を探していきます。今までは、この物件を探すサービスを提供することで完結していました。このとき、検索された情報を利用しようとするのが図1下のようなビジネスモデルになります。検索された情報は、言い換えれば需要と捉えられることができます。

Yahoo!の「感情分析」

今回の例ですと、住みたい物件情報を入力して検索結果がゼロであるならば、その人は他の物件で妥協することになります。逆に求めらるような物件がその地域に求められていることがわかります。つまり、提供しているインターネットサービスで使われたデータを再利用して、さらなるビジネスチャンスにつなげていくことができます。

そんなわけで著者も、この流行りにのって、Googleの検索結果を使って2013年の流行を振り返ってみたいと思います。このようなサービスとして他にはYahoo!が提供しているリアルタイム検索などがあります。これは期間が24

図1



時間、7日間、30日間と決まっております。Googleトレンドのように期間を定めることはできないのですが、その期間に「TwitterやFacebookに投稿された実数が表示されるため、その点においてはより詳細なデータを手に入れることができます。また、Yahoo!のリアルタイム検索の面白いオプション機能として「感情分析(ベータ版)」があります。これは投稿された内容がそれに対して肯定的な内容なのか否定的な内容なのか、またはどちらでもないのかを機械的に判定し、全体でどのような割合となっているかを教えてくれます。これによ

表4

順位	総合	タブレット	総モバイル
1	Yahoo	Yahoo	ヤフー
2	Youtube	Youtube	Youtube
3	Facebook	Google	Facebook
4	楽天	Facebook	パズドラ
5	Amazon	楽天	楽天
6	天気予報	Amazon	天気予報
7	パズドラ	パズドラ	モバゲー
8	Twitter	天気予報	Mixi
9	Gmail	本	Amazon
10	ヤフオク	ニュース	ヤフオク

表5

順位	全体	ドラマ	映画	アニメ	ゲーム
1	台風	あまちゃん	風立ちぬ	進撃の巨人	パズドラ
2	パズドラ	半沢直樹	プラチナデータ	黒子のバスケ	艦これ
3	あまちゃん	ラストシンデレラ	パシフィック・リム	マギ	ポケモン xy
4	半沢直樹	サマーヌード	クロコリ団地	悪の華	モンハン 4
5	iphone5s	家族ゲーム	ワイルド・スピード	キルラキル	ドラクエ 7
6	進撃の巨人	最高の離婚	モンスターズユニバーシティ	はたらく魔王さま	FF14
7	WBC	夜行観覧車	脳男	サイコパス	ドラクエ 10
8	艦これ	ぴんとこな	ミニオン	ドキドキプリキュア	GTA 5
9	ラストシンデレラ	ごちそうさん	R100	境界の彼方	ガンダムブレイカー
10	風立ちぬ	安堂ロイド	華麗なるギャツビー	アイカツ!	海賊無双 2

Googleの場合は

ネットサービス上位

って、そのキーワードがみんなにどのように思われているかを知ることができませぬ。

まず表4はGoogleトレンドによる2013年の検索数が多かったキーワードの順位を端末別にまとめたものです。また表5は前年に比べて検索件数が急上昇したキーワードをジャンル別にまとめたものとなっています。まず端末別での集計に関して見ていきたいと思

います。このとき共通に出てきているキーワードとして「Amazon」、「Facebook」、「Yahoo!」、「Youtube」、「楽天」などのインターネットサービスがあり、また「パズドラ」

のようなスマー

トフォンで大ヒットしているゲーム(最近では3DSでも販売されこちらも売られています)が検索されているようです。

また、端末別の違いとしてタブレット端末やモバイル端末には出てこないが総合にランクインしているキーワードとして「Twitter」があります。これは、タブレット端末やモバイル端末には既に「Twitter」専用アプリが用意さ

れているためタブレット端末やモバイル端末にはランクインされなかったのかもしれないませぬ。

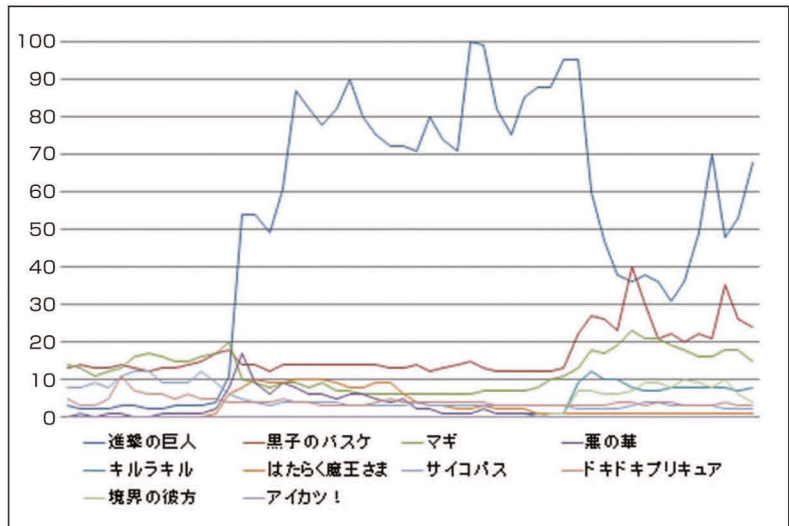
独特なキーワードも

モバイル端末の検索キーワードには「Mixi」や「モバゲー」といった独特なキーワードが登場してきていることからパソコンのような検索の使われ方が違った使用方をされていることが予測されます。

さらにタブレット端末のみに登場している「Google」も気になります。この調査はGoogleを使って調査されたもので、パソコン上のGoogleから「Google」というキーワードを調べることはなかなかないことばかりです。しかし、タブレット端末では「Google」が調べられている現状は、これは最近スマートフォンなどの搭載されている音声認識による操作アプリが影響しているかもしれない。

操作アプリのバックグラウンドで検索ワードにはGoogleに仕事をま

図2



わしている場合にGoogleで検索するためにGoogleを立ち上げる場合に「Google」というキーワードが反応してランクインしている可能性が考えられます。

検索語の対象に注意

では次に表5のジャンル別急上昇キーワードについて見ていきたいと思います。ここでは先ほど詳しく紹介したアニメコンテンツから調べてみましょう。各コンテンツのタイトルの検索数の2013年における推移は図2のようにな

っております。このとき、この図の値は期間内での最大の検索数を100とした基準化された値となっております。

この検索数も厳密にはアニメに関するだけの検索数ではありません。

それはなぜかというと、例えば「進撃の巨人」というキーワードで検索

された場合、それは原作マンガのことを知りたくて調べた場合も含まれていますので少し注意が必要です。アニメについて検索されたかどうかを知りたいのであれば、同時に調べられた関連するキーワードの情報や検索されて実際にクリックされた検索結果などの情報をあわせて調べることによって知ることが出来ますが、それに関する情報はGoogleトレンドでは提供されていないため、ここで調べ

ることは難しいです。全体の急上昇キーワードとジャンル別の急上昇キーワードを比較

図3

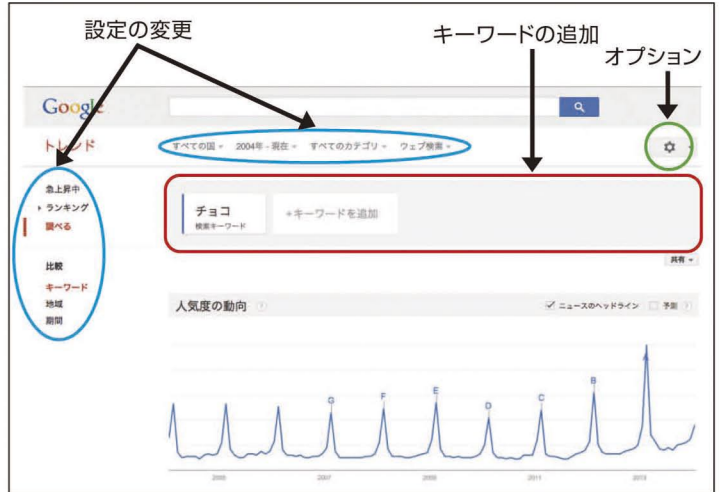


図4

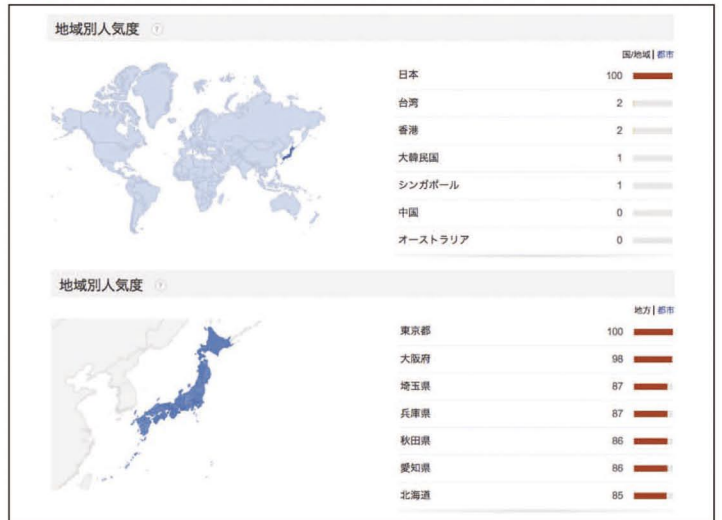


図5



Google Trendsの使い方

では、このような便利な結果を教えてください。Google Trendsの使い方を説明したいと思います。現在、Google Trends自体は誰でも使える無料のインターネットサービスです。次のページに飛んでいただければ、すぐに使うことができます。

<http://www.google.co.jp/trends/>

「範囲」を設定できる

そこにある検索フォームに調べたい「キーワード」を入力していただければ、どれくらい検索されているかを教えてください。たとえば、「チョコ」というキーワードで調べてみますと図3のような画面が出力されます。この画面にある人気の動向によって、そのキーワードの検索数の推移を知ることが出来ます。やはり、バレンタイン時期である2月に検索数が高いことがわかります。

人気の動向の左端にある「予測」という項目にチェックを入れれば、今度このキーワードの検索数がどのように推移するかを出力してくれます。また青く囲った場所検索の範囲を設定することができます。設定できる項目は地域(国別)、期間、ジャンル検索の種類を指定することができます。

例えば、地域を日本に限定したり、期間をここ最近の2、3年に指定したりすることができます。またジャンルでは、それがどのような項目意図で調べられたのかを指定できます。たとえばチョコとい

うキーワードが、フード・ドリンクなどの食べ物として調べられたのか、それともショッピングで調べられたのかを限定することができます。

最後に検索の種類では、ウェブ検索・画像検索などの検索された項目別で調べることができます。これにより、ある程度は幅広い意味を持つキーワードでも限定して、意図通りの検索数を調べることができる仕様となっています。

さらに詳しい項目も

では次にオプション機能について説明させていただきます。さきほど調べた図3のような検索結果を下にスクロールしていただきますと、図4のような地域別人気度や図5の関連キーワードが出てく

るかと思えます。まず図4の地域別人気度、これは各地域でどれくらい検索されているかを最大を100として基準化し地図上に表したものと、その横に基準化した数値を示したものとなっています。

このとき図4の上と下の違いは、さきほど説明させていただきました地域を「すべての国」と「日本」に限定した場合の違いとなっています。このように設定項目によって下の項目も変化していきます。たとえば、地域を「アメリカ」に限定すればアメリカの地図に差し替えられます。

また図5の関連キーワードでは、検索数を調べたキーワードと同条件で調べられたキーワードを表しており、「人気」と「注目」の違いは検索された総数で順位付けしたのが「人気」であり、「注目」は前回からの上昇率で順位付けしたのとなっています。

「人気」と「注目」の違い

今回の「チョコ」というキーワードでは図5の上が2004年から現在までの結果であり、下が過去12か月での結果となっています。このとき、「人気」に関しては順

位の違いこそあれ大きな違いはありません。ですが、「注目」では、それぞれの結果はまったく異なったものとなっています。これは期間が異なるためです。

2004年から現在までの結果では、たぶんですが女性3人組アーティストPerfumeの「チョコレイトディスコ」が1位となっていますが、過去12か月での結果では、女性アイドルグループ「ももクロ」こともいろいろクロバーZが1位となっています。これは、過去12か月ではすでに「チョコレイトディスコ」は世間に浸透しており、それほど上昇率が高くなく、そのかわり、ももいろクロバーZがロッテとのコラボレーションで発売した「ももクロマンチョコ」などの影響もあり「チョコ」での関連キーワードで急上昇したことが予想されます。

図5において、数値ではなく急激増加と表されている項目は上昇率が5000%を越えたものを急激増加として表しています。最後になりましたが、これらのデータを数値データとして取り出した場合には1番初めの検索画面の図3にあります緑で囲った歯車マー

クを押していただくとCSV形式でダウンロードすることができますのでお試し下さい。

ことし流行するのは

このように昨年も色々なものが流行っていききました。では今年はどうなるものが流行るのでしょうか。あくまで著者の予測ですが、いま今年発売の発表されている商品のなかでは「Google Glass」ではないかと思っています。これは、メガネ型のコンピュータで両手が自由な状態でインターネットに接続することができます。簡単にいえば「名探偵コナン」のコナン君がかけているメガネを想像していただければ分かりやすいかもしれません。これにより、もつと便利な社会を作ったりまたは恩恵を受けたりすることができるかもしれません。

まだまだ、技術の発展に終わりがなく、興味が尽きることもなく、それらのことをここで紹介できていけたら幸いです。そんなわけで、今年もどうぞ、よろしくお願いたします。

さくらいてつろう

中央大学大学院理工学研究科を卒業し、専攻は統計学。コンピュータなどによって計測される大量のデータをまとめる多変量解析の研究。現在は、諏訪東京理科大学共通教育センター講師。東京都出身、30歳。

参考文献

- [1] <http://www.chocolate-cocoa.com/statistics/domestic/valentine.html>
- [2] <http://www.google.co.jp/trends/topcharts#geo=JP>