

Twitter に投稿された マンガ原作ドラマに対する 視聴者意見の分析

正木誠子



1. はじめに

本稿は、マンガを原作としたテレビドラマに対する、視聴者意見を検討することを目的とする。具体的には、このようなドラマに対して視聴者がどのような言葉を用い、どのような感情、評価を示すのか、Twitter に投稿された意見のテキスト分析によって明らかにする。

近年、マンガや小説などの実写化が決まった場合、その賛否が話題になることがある。時にはファンによる拒否反応が示され、インターネット上で議論となり、炎上を引き起こすこともある（原田，2021）。この話題は新聞などのインターネット以外のメディアでも取り上げられやすく^{1,2}、人々の関心を集めやすいテーマであると考えられる。

さらに実写化発表後、完成した作品が放送される間も、インターネット上で議論がされ続ける可能性があると考えられる。多メディア化した現在、テレビを見ながらインターネットメディアを利用する人が増え（小島・執行，2014）、特に Twitter に特徴的な利用方法として、不特定多数の人とテレビ番組やインターネット生中継を楽しむ「実況」が指摘されている（柏原，2011）。このような現代のメディア利用状況をふまえると、実写化決定時だけでなく、実際の放送を見ながら原作と比較をし、それをふまえて自身の意見をツイートする、といったことは頻繁にされていると考えられる。

以上をふまえると、マンガや小説の実写化は、近年のインターネットメディアの発達や普及と相まって、盛り上がりやすく人々の関心を集めるテーマであると考えられる。しかし、マンガを原作としたドラマに対する視聴者の反応を詳しく検討した試みは少ない。そのため、本稿では実写ドラマに対する視聴者意識を明らかにするために、Twitter に投稿された意見を対象にテキスト分析を行う。

2. 先行研究

2-1 現在の実写ドラマ放送状況と視聴者反応

「Web the テレビジョン」³に掲載されている情報を参照すると、2022 年 10 月 7 日時点で、この年の 10 月期に放送されるテレビドラマは全部で 54 作品ある。これには朝の連続

テレビ小説や帯ドラマも含まれる。筆者が調べた限り、そのうちマンガや小説など原作が存在するものは31作品であり、さらにその中でマンガを原作とするものは19作品であった。したがって、2022年10月期の編成に限定すると、マンガが原作のドラマは全体の35%を占めていることになる⁴。

このように、マンガを原作とする実写ドラマはある程度の割合で制作・放送されていることがわかる。ドラマ制作の場では企画を早く決めなければならない、オリジナルドラマだと脚本家の力量に頼る必要があり大きなリスクを伴うため、すでに登場人物やあらすじが出来上がっているマンガはドラマの原作として採用されやすいといわれている⁵。このように、マンガが実写ドラマ化されやすい背景には、ドラマ制作のスケジュールなどが関連していることが伺える。

しかし、すべての実写ドラマがヒットするわけではない。藤田（2009）は、マンガをドラマ化することは原作ファンという潜在的な視聴者を生むが、それで高視聴率が保証されることはなく、むしろ出来上がったドラマが原作のイメージを台無しにしているという理由で、原作ファンからバッシングを受ける可能性を指摘している。そして、実際に『のだめカンタービレ』（フジテレビ系、2006年）や『ハチミツとクローバー』（フジテレビ系、2008年）といったマンガを原作としたドラマに対する視聴者によるmixiの書き込みを検討し、原作の比較に基づいた投稿の中に、一部ネガティブな内容があることが確認されている（藤田、2009）。

上記のような視聴者反応については、娯楽に関するメディアが実施したマンガ読者を対象としたアンケート調査結果からも読み取ることができる。2011年に「ORICON STYLE」が10～40代の男女1,000名に行ったアンケートでは、相次ぐマンガやアニメの実写化について、回答者の65.2%が「まったく嬉しくない」「あまり嬉しくない」と回答し、実写化の際に求めることとして「原作に合ったキャスト人選」と答えた人の割合が69.6%にのぼった⁶。2018年に大日本印刷が運営するサービス「honto」が実施したアンケート調査でも、全国15～44歳の男女400名に「好きな漫画が実写映画化されると嬉しいか」と尋ねたところ、「嬉しい」と答えた人が男性で34%、女性で35.5%、「どちらでもない」と答えた人が男性で27%、女性で27.5%、「嬉しくない」と答えた人が男性で39%、女性で37%おり、「嬉しくない」の回答が「嬉しい」の回答をやや上回る結果となった⁷。このように、マンガの実写化についてはそれ自体を喜ばしく思わない人が一定数いることが伺える。その背景には、藤田（2009）が指摘するように原作マンガのイメージとの相違に対する懸念があることも読み取れる。

しかし、上記「honto」の調査によれば、「好きな漫画が実写映画化されたときに、映画館まで見に行ったことはあるか」という質問に対しては、「ある」と答えた人が男性で45.5%、女性で46%、「ない」と答えた人が男性で54.0%、女性で54.5%おり、「ない」の方が若干多いものの、「実写映画化自体に複雑な気持ちを抱えていても、実際に映画館へ足を運ぶ人は一定数いる」と指摘されている。したがって、原作マンガやアニメのファンにとって、実写化は喜ばしくない場合が多いが、だからといって原作ファンが実写化された作品を見ないとは限らないということが伺える⁸。

上記で紹介した調査はマンガやアニメの映画化に関するものであったが、ドラマ化についても同様のことがいえるのではないだろうか。特にテレビでのドラマ視聴は映画観賞と比べて時間的・経済的な負担が少ないと想定できるので、視聴のハードルは映画より低いと考えられる。

加えて近年、テレビとインターネットメディアの同時利用が浸透し（小島・執行、2014）、テレビを見ながら番組の感想をつぶやくという視聴スタイルが一般化していると考えられる。実際に、西田（2009）や齋藤（2017）ではインターネットメディア上でテレ

ビドラマに対する「実況」のような投稿がされていることが示されている。さらに、近年は視聴率のみならず「SNS 上でどれだけつぶやかれたか」をテレビ視聴の新たな指標として注目する傾向や⁹、特にテレビドラマに関してはソーシャルメディアにおいて視聴率などの量的指標では説明できない質的な“熱”があることも指摘されている（二瓶・関口，2014）。以上をふまえると、原作と比較しながら実写ドラマを視聴し、感想をソーシャルメディアに投稿するという行為は一般的にされていると想定でき、またそのような行為が番組の盛り上がりにも関係していると考えられる。

2-2 マンガ実写化に際して求められる点

では、視聴者は実際にマンガを原作とした実写ドラマのどのような点を気にしながら視聴するのだろうか。前項では藤田（2009）や「ORICON STYLE」の調査によって、原作ファンが「原作のイメージ」や「キャスト」を重視していることが伺えた。これらの点について、マンガ研究やドラマ論に関する文献をもとにより詳しく論じていきたい。

まず、「原作のイメージ」について、「原作をいかに再現するか」という観点から述べる。治部（2021）によれば、2019 年にテレビ東京系で放送された『きのう何食べた？』はよしながふみ氏による同名マンガを原作としているが、原作を忠実に再現したことで高い支持を得たといわれている。このように、マンガが実写化する際、原作ファンが制作陣に原作のあらすじや世界観を忠実に再現することを求めるのは妥当なことであると考えられる。

しかし一方で、原作を忠実に再現するだけでは面白くないという指摘もあり¹⁰、ドラマ版ならではの良さを生み出すことも、実写化に求められると考えられる。それを表す例として、2016 年に TBS 系で放送された『逃げるは恥だが役に立つ』を挙げる。本ドラマは海野つなみ氏による同名マンガを原作としており、原作マンガは第 39 回講談社漫画賞少女漫画部門を受賞した¹¹。そしてドラマ版は平均世帯視聴率 14.6% を記録し¹²、ギャラクシー賞「マイベスト TV 賞第 11 回グランプリ」や日本民間放送連盟賞「テレビドラマ番組」部門を受賞した^{13,14}。また、録画された番組がどれくらい見られているかを表すタイムシフト視聴率では「ドクター X」（テレビ朝日系）と並び 30% を超えた¹⁵。2021 年にはスペシャルドラマも放送され、選択的夫婦別姓や男性社員の育休など時代を象徴したテーマを扱い、インターネット上では議論が白熱したといわれている¹⁶。

このドラマがヒットした要因は複数あると考えられるが、その一つに「原作を再現する以上のことを行った」という、制作陣の手腕も含まれると考えられる。佐藤（2021）は脚本を担当した野木亜希子氏のことを「単純に原作をトレースするだけにとどまらない、テレビドラマとして描かれる意味を感じずにはいられないという意味で、高い評価を得ている」（p.39）と評し、また野木氏が原作ものの脚本を手掛ける際には原作の哲学を遵守することをこだわりとしていることを明かし、「原作モノの名手」（p.39）と称えている。このように、マンガを原作としたドラマには、原作の世界観を忠実に反映させつつ、それ以上の「ドラマとしての価値」を生み出すことが求められていると解釈することができる。

次に、「原作のイメージ」という点を「キャスト」、具体的にはマンガのキャラクターをドラマでどのように実写化するか、という観点から述べる。マンガやアニメの実写化に際して生じる批判について原田（2021）は、「なぜ実写化が批判されるかと言えば、単純に、マンガやアニメのようなイラストと、実在の人間とで、ビジュアルの落差が大きく、見た目の違和感が必然的に生じるからと説明することも可能かもしれない」（p.38）と考察している。このように、マンガで描かれた人物を実在の人間が演じる違和感が、実写ドラマに対するネガティブ感情の根底にあるということは妥当であると考えられる。

同様のことは藤田（2009）でも指摘されている。マンガのキャラクターは線画による無

限の可変性を持つのに対して、ドラマの登場人物は生身の人間によって演じられるため、有限な俳優・タレントの選択肢から選択しなければならず、あらかじめ原作マンガの「キャラ」イメージを持っているマンガ原作の読者は、「キャスト」の「キャラ」への接近が不徹底だとそれを許容できないかもしれないと言及されている（藤田，2009）。

このように、マンガでは自由にキャラクターを作画することができるが、それを生身の人間が完全に表現することには限界がある。原作ファンや視聴者が感じる違和や拒否反応の背景には、このようなことが存在すると考えられる。さらにこの点は、マンガという創作メディアの特徴と関連するためマンガ論における「キャラ」と「キャラクター」の定義について説明しておきたい。伊藤（2015）は、「キャラ」のことを「比較的単純な線画を基本とした図像で描かれ、固有名で名指しにされることによって（あるいは、それを期待させることによって）、「人格・のようなもの」としての存在感を感じさせるもの」（p.126）、「キャラクター」のことを「「キャラ」の存在感を基盤として、「人格」を持った「身体」の表象として読むことができ、テキストの背後にその「人生」や「生活」を想像させるもの」（p.126）と定義している。

伊藤（2015）の定義をふまえると、単に「キャラ」を生身の人間が表現できていない、つまり藤田（2009）が指摘するところの「キャラ」への接近が不徹底であるという点が視聴者の拒否反応の引き金になることもあるだろう。さらに伊藤（2015）によれば、登場人物には図像で描かれ、名指しにされる「キャラ」のみならず、人格や人生、生活を想像させる「キャラクター」という見方も存在する。したがって、視聴者は単に俳優やタレントが「キャラ」に接近できているのかという点と、自身が想定・解釈した「キャラクター」を俳優やタレントが演じることができるのかといった、「キャラクター」の捉え方に対する不安や期待ともいえる感覚が、拒否反応として表出するとも考えられる。

2-3 まとめと本稿の目的

本稿はマンガを原作とするテレビドラマに対する視聴者意識に着目し、その放送状況と視聴者による反応について整理した。そしてマンガの実写化に際してどのような点が求められているのかについて論じた。

現在日本において、マンガなど原作を有するドラマはある程度制作・放送されている。しかしマンガや小説の実写化に関しては、娯楽に関するメディア（「ORICON STYLE」, 「honto」）が実施した調査によって、それを嬉しくないと思う人が多い反面、その作品を見る人も一定数いることが示された。視聴者が実写化を「嬉しくない」と思う背景には、原作のイメージやキャストが実写版にどのように反映されるのかという不安や期待が影響していると考えられる。

しかしながら、マンガの実写化に際して視聴者が実際にどのような反応を示すのか、その背景にどのような感情があるのか、さらに完成した作品をどのように評価するのかについては、実証研究が少ないのが現状である。このような点を明らかにすることは、オーディエンスが普段、どのような意識とともにマンガやテレビといった従来メディアに接しているかの理解につながると考えられる。

そこで本稿では、マンガを原作とするテレビドラマについて、視聴者がTwitter上でどのような投稿をしているのかを検討することを目的とする。視聴者が実写化に対してどのような気持ちを抱き、出来上がったドラマに対してどのような評価をするのか、実際のツイートを分析対象とすることでその一端を把握することができるだろう。加えて、Twitterでのテレビに関する投稿を把握することは、多メディア化した現代におけるメディア行動の解析につながると期待する。

3. 方法

3-1 概要

2022 年 1 月 10 日から 3 月 28 日に放送されたドラマ『ミステリと言う勿れ』（フジテレビ系、月曜 21 時放送）に対して、視聴者が投稿したツイートを対象とした。このドラマは田村由美氏の同名マンガを原作としており、マンガは「第 67 回 小学館漫画賞受賞作品 一般向け部門」を受賞¹⁷、2022 年 3 月現在でコミックスの累計発行部数が 1,400 万部を超えており¹⁸、人気マンガの実写化といってよいだろう。また、本ドラマは全 12 話の平均世帯視聴率が 11.9% であり¹²、より多くの視聴者意見（ツイート）を得ることが見込まれると考え、対象とした。

2022 年 10 月に Twitter「高度な検索」を用い、本ドラマ初回終了後の 2022 年 1 月 10 日（月）22 時 24 分から日付が変わる 23 時 59 分の間、「# ミステリと言う勿れ」というハッシュタグがついたツイートを収集した¹⁹。この時間帯にした理由は、視聴後の率直な感想を得るためと、放送時間内に集中されることが予想される即時的なレスポンスを除外し、「原作との比較」について言及されているものをより多く収集するためである。上記時間帯で得られたツイート数は 8104 であり、さらにそこから「原作との比較による意見」と判断できるツイートのみを選択した結果、2770 ツイートを分析対象とした。当然のことながら、これらのツイートには、批判的な内容だけでなく、好意的な内容も含まれる。

3-2 分析前処理

分析を行う前の処理について説明する。まず、削除する語を設定した。ドラマタイトル名、ユーザー ID、何らかのサイトの URL、「# ○○」といった項目を削除した。また、絵文字や顔文字も多くみられたが、分析の過程で正しく表記されない場合があるため、削除の対象とした。

次に、強制抽出する語を設定した。登場人物や俳優の名前は、極力統一して抽出できるよう設定した。まず、主演の菅田将暉氏は「菅田」「将暉」と別々で抽出されることがあるため「菅田将暉」を強制抽出語とし、登場人物の一人である「風呂光聖子」は苗字である「風呂光」が多くツイートされているが、「風呂」「光」と別々で抽出されるため「風呂光」を強制抽出語とした。出演者である永山瑛太氏は、収集したツイートでは旧芸名である「瑛太」のみで呼ばれることが多く、さらに「瑛大」などの記載もいくつかあったため、「瑛太」に統一した。また、遠藤憲一氏のことを「エンケン」と呼ぶ人も多かったのでこちらも強制抽出語とした。

そして、同じ意味を持つ語の統一設定を行った。「面白い」「おもしろい」は「面白い」、また主人公の雰囲気を表す言葉として「ほわほわ」「ホワホワ」「ぼわぼわ」「ボワボワ」「ぼわっと」などの言葉が見られたため、これについては最も多い「ホワホワ」に統一した。笑いを意味する「w」「www」「wwwwww」については「www」に統一した。

なお、データ抽出や分析過程で文字化けがあった文章については、該当箇所を削除した。

4. 結果

4-1 頻出語の分析

ツイートで多く使われている語を確認するために、頻出語の分析を行った。上位 50 語を表 1 に示す。

●表 1 頻出語分析の結果

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
原作	1496	菅田	302	キャスティング	118
整	861	来週	255	笑	116
ドラマ	853	話	242	風呂光	114
面白い	804	城田優	239	出る	111
ガロ	775	楽しみ	211	www	105
思う	754	人	209	雰囲気	104
見る	575	好き	206	違和感	102
瑛太	549	演技	201	渡部豪太	96
イメージ	528	観る	192	青砥	95
違う	467	言う	191	エンケン	94
良い	444	実写	167	セリフ	94
読む	410	キャスト	159	知る	91
菅田将暉	359	忠実	154	個人	88
漫画	337	池本	142	配役	86
感じ	318	期待	122	気	83
楽しむ	303	ファン	121	嬉しい	82
				合う	82
				役者	82



「原作」(1496回)、「漫画」(337回)、「読む」(410回)など原作マンガに関する語、「ドラマ」(853回)、「見る」(575回)、「観る」(192回)などドラマに関する語が上位にみられた。また、「瑛太」(549回)、「菅田将暉」(359回)、「菅田」(302回)「エンケン」(94回)など出演俳優名を表す語、「整」(861回)、「ガロ」(775回)、「池本」(142回)、「風呂光」(114回)、「青砥」(95回)など登場人物名も多く挙がった。感情やドラマに対する評価に関する「面白い」(804回)、「楽しむ」(303回)、「楽しみ」(211回)、「期待」(122回)、「嬉しい」(82回)などの語も確認できた。

原作との比較と関連する語としては、「イメージ」(528回)、「キャスティング」(118回)、「違和感」(102回)などが挙がった。また、「城田優」(239回)や「渡部豪太」(96回)など、本ドラマに出演していない俳優の名もみられた。

4-2 共起ネットワークと階層的クラスター分析

次に、共起ネットワークを行った。これは出現パターンの似通った語、つまり共起の程度が強い語を線で結んだネットワークのことであり、線でつながっていることが語と語の共起を示す(樋口, 2021)。共起が強いほど線が濃くなるように設定し、円の大きさは登場回数が多いことを意味する。また、強く結びついた部分ごとに色分けがされている²⁰。その結果を図1に示す。なお、以降に分析対象としたツイートも示すが、投稿者の特定を防ぐため、意味が変わらない程度に若干の加工、修正を行っている。

図1をみると、主に「原作」という語に「見る」「面白い」「ドラマ」という語が結びついたグループ、「整」という語に「菅田」「菅田将暉」「感じ」「良い」という語が結びついたグループ、「ガロ」という語に「城田優」「瑛太」「イメージ」「違う」という語が結びついたグループに分けることができる。また、これらより登場回数は少ないが「エンケン」と「藪」という語が結びついたグループ、共起の程度は強くないが「風呂光」と「青

砥」,「池本」という語が結びついたグループも分類できる。

さらに詳細な確認を行うため、60 回以上出現した頻出語について Ward 法による階層的クラスター分析を行った。その結果、9 つのクラスターに分類された (表 2)。

表 2 をみると、クラスター 1 は「藪, エンケン, 青砥, 池本, 風呂光」であった。「藪」「青砥」「池本」「風呂光」は登場人物である刑事の役名であり,「エンケン」はそのうちの一人を演じた遠藤憲一氏の呼称である。「1 話見たけどやっぱり受け付けない。整くんはホワホワしていて天然でおっとり, よく喋るイメージだったけど, 全体的に喋りが嫌味っぽい。(中略) エンケンさんの藪さんは良かったかな」,「池本さんのキャラが良くてずっと見ていたい。風呂光さんの声も格好よかった」などのツイートがみられた。

クラスター 2 は「分かる, 金髪, 全然, 違和感, 最初, キャスティング, 意外, 役者, 凄い, 俳優, 演じる, キャラ, 合う, 雰囲気, 配役」であった。「金髪」とは特定の登場人物の特徴を指すものだと考えられる。その登場人物に関する内容や, ドラマのキャスティング全体, 原作の世界観の反映に関する内容であった。「金髪ガロくん瑛太なんだ! 誰だ? と思ってよくみたけど全然わからなかった」,「俳優さんってすごい。原作とイメージ違ってもドラマが進むにつれ違和感がなくなっていく」などのツイートがみられた。

クラスター 3 は「演出, BGM, 感じる, 気, 月 9, 出る, 久能, 渡部豪太, 強い, 言う, 人, 声, セリフ, 多い」であった。クラスター 2 でもキャスティングに関する内容があったが, 本クラスターではキャスティングのみならず BGM や演出などの側面からドラマを評価するような内容であった。また, 本ドラマには出演していない俳優の名前も含まれていた。「キャストの演技も, 原作リスペクトを感じる脚本も良かったけど, BGM や謎の画像がインサートされるとか演出が気になった」,「フジの月 9 じゃなくてテレ東なら渡部豪太だっただろうな」などのツイートがみられた。

クラスター 4 は「作品, 田村」であった。「田村」とは本ドラマ原作の作者である田村由美氏のことを指しており, 原作の良さに言及するような内容であった。「田村先生の作品は大好きで実写化はどうなるか不安だったけど, 月 9 面白かった! ストーリーも原作に忠実だったし, 来週も楽しみ」などのツイートがみられた。

クラスター 5 は「ファン, キャスト, 期待, 実写, 好き, 最高, 大好き, 再現, 忠実, 個人, www, 楽しみ, 毎週, 話, バスジャック, 笑, 嬉しい, マンガ, 知る, 楽しめる, 次回, 観る」であった。「再現」「忠実」「マンガ」といった, 原作と関連するような語が確認できた。「好きな漫画が実写化されるのって緊張するけど, 整くんどんなかな, ガロくん誰かなとか, 楽しめてる気がする」,「原作に忠実だった! キャスト発表のとき菅田将暉はイメージと違って叩かれてたけど, 全然そんなことなかった!! (中略) 次週以降も楽しめそう」などのツイートがみられた。

クラスター 6 は「城田優, ガロ, 瑛太」である。「ガロ」とは登場人物の呼び名であり, そのキャスティングに関する内容であった。本ドラマに出演していない城田優氏の名前も含まれた。「ガロくん瑛太さんなの? マジか。ここで城田優持ってきてちょっと納得したかったのに」「こんなに皆の希望キャスティングと違うってすごい (笑) ガロ役は圧倒的に城田優くん推しの声が多くて, (中略) まさか瑛太くんとは。でも演技力ある方ばかりなのが辛い」などのツイートがみられた。

クラスター 7 は「イメージ, 違う, 演技, 菅田将暉, 良い, 思う, 見る, 感じ, 整, 菅田」であった。本作の主人公である「久能整」のドラマでのキャラクターや, 主人公を菅田将暉氏が演じたことに対する内容であった。「ほぼ原作通りだしドラマとして面白かったけど, 整くんって鋭いこと言うけど穏やかでほんわかしたイメージだったから, 菅田くんの整くんはちょっと高圧的というか怖くて, そこは違うかな」,「凄く面白かった! ただ原作のイメージだと整くんはもっと淡々と喋って欲しかったな。ちょっと語気が強いと

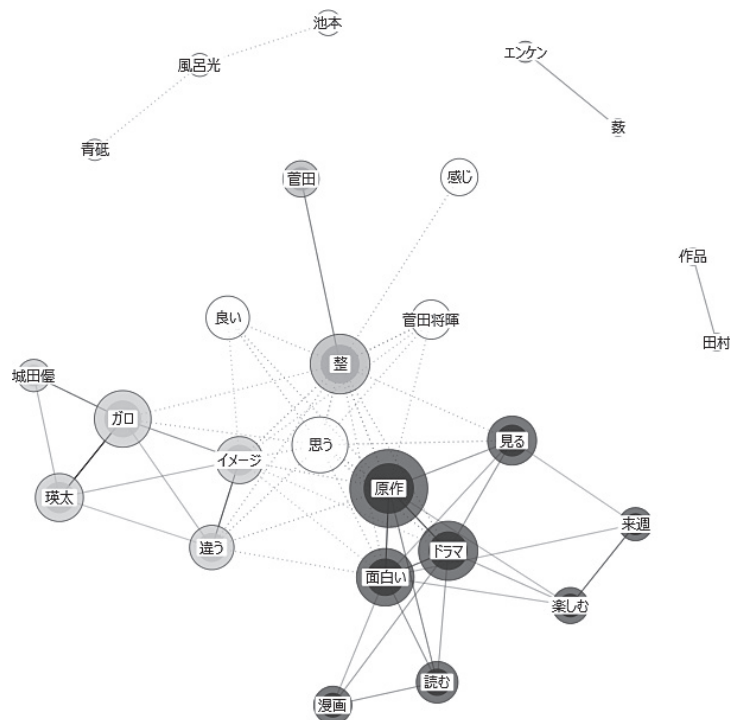


図 1 共起ネットワーク結果

●表 2 Twitter に投稿されたツイートのクラスター分析結果（数値は登場回数）

クラスター 1		クラスター 3		クラスター 5		クラスター 6	
藪	65	演出	66	ファン	121	城田優	239
エンケン	94	BGM	68	キャスト	159	ガロ	775
青砥	96	感じる	74	期待	122	瑛太	549
池本	164	気	83	実写	167		
風呂光	114	月 9	67	好き	207	クラスター 7	
		出る	111	最高	80	イメージ	528
クラスター 2		久能	81	大好き	78	違う	467
分かる	62	渡部豪太	96	再現	79	演技	201
金髪	65	強い	67	忠実	156	菅田将暉	359
全然	71	言う	191	個人	88	良い	532
違和感	102	人	209	www	105	思う	754
最初	67	声	61	楽しみ	211	見る	575
キャスティング	118	セリフ	94	毎週	63	感じ	318
意外	68	多い	72	話	242	整	861
役者	82			バスジャック	65	菅田	312
凄い	69	クラスター 4		笑	116		
俳優	81	作品	60	嬉しい	82	クラスター 8	
演じる	65	田村	63	マンガ	68	来週	255
キャラ	62			知る	91	楽しむ	303
合う	82			楽しめる	60		
雰囲気	104			次回	69	クラスター 9	
配役	86			観る	192	ドラマ	853
						原作	1496
						面白い	804
						漫画	337
						読む	410

思った。説得というより正論が心から漏れてしまうくらいでいいのにな」などのツイートがみられた。

クラスター8は「来週、楽しむ」であり、次回への期待を表すような内容であった。「めちゃくちゃ面白かった！観る前まではイメージ違うって思ってたごめん。瑛太にもびっくり！来週がもう楽しみー！」「菅田将暉くん、整くんに見えた！やっぱり安定の演技。漫画にも忠実で大満足。来週も楽しみ」などのツイートがみられた。

クラスター9は、「ドラマ、原作、面白い、漫画、読む」であり、「ここで終わるのか。ここからちょっと長いからじっくりやってくれないかな。ドラマはドラマとして原作とは切り離して見る事にした」「ドラマオリジナルのエピソードとかやってくれないかな？楽しみー！また漫画読もう」など、原作に基づく要望などに関する内容であった。

4. 考察

本稿ではマンガを原作とするテレビドラマについて、実際に視聴者がTwitterでどのような投稿をしているのかを検討することを目的とした。そのために、2022年1月期にフジテレビ系で放送された連続ドラマ『ミステリと言う勿れ』の第1話（2022年1月10日放送）終了後にTwitterに寄せられた視聴者意見を対象に、KHcoderを用いて分析した。分析結果をふまえ、本項ではツイートから視聴者のどのような感情や評価が読み取れたかについて考察を行い、さらに本稿の限界と課題について述べる。

4-1 視聴者はどのような感情、評価をツイートしたのか

まず本調査では、マンガの実写化を知ったときのネガティブな感情が、実際のドラマを見ることでポジティブなものに変わった、というツイートがよくみられた。たとえば、「最初はキャストが原作のイメージと違うと思ってたけど、皆さん演技が上手で引き込まれたし、面白かった」「キャスティングがどうかなと思ってたけど、今のところ原作に忠実だと思う」などである。

上記のようなツイートをした視聴者が当初抱いたネガティブ感情の背景には、前述の原田（2021）や藤田（2009）が指摘したような、マンガの登場人物を人間が演じることに對する違和があったのかもしれない。しかし実際の放送後にはポジティブな評価をしている人が多くみられ、このような視聴後の評価の変化には、「俳優の演技」「マンガの世界観の再現」が大きく影響していることが伺える。つまり、本ドラマにおいては、マンガのキャラクターを生身の人間が演じるという違和感を、この二点が打ち消したのだと考えられる。また上記で示したツイートからは、本ドラマに関しては実写化が発表された時点では違和を感じたとしても、ドラマ本編を視聴した人が多くいたことがわかる。「honto」の調査結果で示していたような、「実写映画化自体に複雑な気持ちを抱えていても、実際に映画館へ足を運ぶ人は一定数いる」ことと同様の現象が生じていたと考えられる。

しかしながら、ドラマ視聴を経ても「キャラクター」に対する違和感が拭えなかった視聴者もいることが伺える。中でも、主人公である久能整の持つ「雰囲気」に関する指摘がみられ、「菅田将暉は好きだけど整くんのキャラの解釈が合わない。もっと淡々として、脅す感じはなくて語尾が上らない印象」「菅田将暉が素晴らしい俳優さんなのは承知の上で、整くんはもっとおっとり、ほっこりしてほしい」などのツイートがみられた。これらの意見には、伊藤（2015）が定義するところの、登場人物を「キャラ」ではなく「キャラクター」として捉えていることが背景にあると考えられる。とはいえ、これらの意見は演じた俳優を否定するものではなく、自身が感じている違和について「仕方ない」と締めくくることが多く、視聴者自身が「自由に作画されたマンガの登場人物をキャラク

ターを人間が演じることの限界」を意識的または無意識的に受け入れていると想定することができる。また、視聴者自身が「キャラの解釈が合わない」といった旨の投稿をしているように、登場人物像は受け取る人の数だけ多様な「解釈」がされると想定できる。

二点目は、キャストに対する驚きという感情である。第1話後半に登場した「犬堂我路」の配役についても、視聴者が驚いている様子が伺えた。たとえば、「ガロくんが瑛太なのは予想外」、「ガロのキャストは意外だったけど、瑛太さんがどう演じてくれるのか…今日はまだ全然見られなかったから2話が楽しみ」などである。

ツイートを見る限り、この登場人物は第1話の後半に登場し、実写化発表時ではなくドラマ放送中に配役を知った視聴者が多かったようである。さらに視聴者の多くは別の俳優が演じることを想定していたことも伺えるため、驚いた状態のまま第1話終了を迎え、Twitterに投稿した、という流れが想定できる。佐々木・北村(2015)はTwitterで「共有したい」という気持ちを強く生む感情の一つとして「驚き」を挙げている。上記のようなツイートも、「驚きを共有したい」という動機によってされたものかもしれない。

しかしながら、話が進む中で視聴者の驚きの感情が変化する可能性もあると考えられる。本稿で対象としたのは第1話直後の視聴者意見であったが、第2話以降のツイートも検討することで、視聴者の意識の変化を把握することができただろう。

最後に、本ドラマに対するネガティブな感情について述べる。本稿で分析対象としたツイートはドラマに対しておおむね肯定的なものが多かったが、強い批判とまではいかないものの、キャストに対する不満を表すツイートや視聴からの離脱を宣言するような内容も認められた。たとえば、「無理すぎる。原作の良い雰囲気が作れないから本当に無理」、「今日は原作と配役がイメージと合っていたから見たけど、ガロや早矢・乙矢のイメージが全然合わない。2話は見ないかも」などである。

Twitterに寄せられる視聴者意見を分析した齋藤(2017)は、Twitterにはテレビ番組に対する是正を要求するような内容ではなく「つつこみ」のようなつぶやきが投稿される傾向があると指摘している。また、ニュース普及過程についての文脈ではあるが、李(2014)はTwitterでの投稿の特徴として、ユーザーがジョークを言ったりニュースの関係者を嘲笑うといった「遊戯的コミュニケーション」を指摘している。しかし、上記のようなツイートは、先行研究で指摘されているような「つつこみ」や「遊戯的コミュニケーション」というよりも、明らかな「不満」を表している。

上記のような不満については、原作マンガにどれくらい親しんでいるか、原作マンガをどれくらい夢中になって読んだかという程度が関連している可能性がある。この点について、今後の課題として次項で詳しく述べる。

4-2 本稿の限界と課題

本稿ではマンガを原作とした実写ドラマに着目し、それに対してTwitter上でどのような視聴者意見が投稿されるのかについて検討した。マンガやアニメの実写化が発表されると原作ファンなどによる拒否反応が引き起こされ、インターネット上で議論が巻き起こる、という事象は一般的になりつつある。しかし、人々がなぜ拒否反応を示すのか、そして実際に出来上がった作品をどのように視聴するのかについては、不明な点が多かった。そのため、本稿の試みはメディア・コミュニケーション研究のみならず、マンガ研究にも若干なりとも新たな知見を与えたと考えられる。

しかしながら、本稿には限界と課題も存在する。一点目は、投稿者の属性やメディア利用状況を調査対象としなかったことである。本稿は「Twitter上で、マンガを原作とした実写ドラマに対してどのような視聴者意見が投稿されるのか」を明らかにすることを目的として調査を行ったが、投稿者がどのような属性を持ち、普段テレビをどれくらい視聴

し、どれくらいの頻度で Twitter など SNS を利用するのかを明らかにすることで、本稿で収集したツイートの内容をより深く理解することができたと考えられる。

二点目は、前項で述べた内容と関連するが、投稿者がどれくらい原作マンガを読み、親しんでいたかという点を把握できなかったことである。近年、マンガは紙媒体だけでなく、ウェブやアプリでも読むことが可能である。MMD 研究所（2022）による調査では、2022 年 6 月時点で、コミックアプリやサービスの利用経験者が 35.6% いることが示されている。また、ウェブやアプリでは 1 話のみなど一部を無料で公開しているマンガも多く、「紙媒体で読んだのか」「ウェブやアプリで読んだのか」、「全話読んだのか」「一部だけ読んだのか」についても不明であった。この点を把握することで、原作への接触程度がドラマ版への感想にどのような影響を与えるか、ある程度明らかにできるだろう。

次に、調査対象としたドラマのジャンルについてである。本稿で調査対象としたドラマ『ミステリと言う勿れ』は公式ウェブサイト上では「新感覚ミステリードラマ」と表現されているが¹⁸、ジャンルによって視聴者の意見が異なる可能性もあるだろう。本稿ではマンガの実写化に際し、原作をトレースするだけに留まらない、ドラマならではの良さを生み出すことが重要である可能性を指摘したが、本調査結果に限れば、「原作を忠実に再現すること」が評価されているように見受けられた。しかし、冒頭で言及した『逃げるは恥だが役に立つ』のようなミステリー以外のジャンルを実写化したドラマを対象とすることで、その点について新たな知見が得られる可能性がある。

上記の限界や課題をふまえると、今後は Twitter に投稿された意見の分析以外にも、原作読者に対するインタビュー調査、マンガ、テレビ、SNS など多様なメディア利用に関する質問紙調査なども併せて行うことで、「マンガを原作としたドラマに対する視聴者意識」についての実証研究を展開することができると期待する。

● 注

1. 出典：「漫画原作増加、秋の連続ドラマの 3 割 各局の枠増える・技術進み実写化」、『朝日新聞』、2018 年 12 月 8 日、夕刊、p.4
2. 出典：「連ドラ常連、かぶり物で「荒川アンダーザブリッジ」TV・映画化 実写版もシュール」、『朝日新聞』、2011 年 10 月 1 日、夕刊、p.3
3. 出典：WEB ザテレビジョン <https://thetv.jp/program/selection/drama-autumn/>（最終閲覧：2022 年 10 月 7 日）
4. なお今期においては、マンガを原作とするドラマはプライムタイム（19 時～23 時）よりも遅い時間帯に集中していた。
5. 出典：「[モニター] マンガ原作の連ドラ減少」、『読売新聞』、2008 年 10 月 13 日、朝刊、p.19
6. 出典：アニメ&ゲーム by ORICON STYLE <https://www.oricon.co.jp/news/2004213/full/>（最終閲覧：2022 年 11 月 27 日）
7. 出典：honto ウェブサイト <https://honto.jp/article/manga-jissha.html>（最終閲覧：2022 年 11 月 27 日）
8. なお、岩下（2020）によれば、作り手側も昨今の「二次元」ジャンル実写化に対する厳しい目をあらかじめ念頭に置いたうえで実写化に取り組んでいるという指摘がある。
9. 出典：「つぶやき集めて番組評価 ビデオリサーチ、視聴率とは別の指標」、『朝日新聞』、2013 年 11 月 1 日、朝刊、p.2
10. 出典：「『原作に忠実』は面白いのか 03 年春の連続ドラマ、記者座談会」、『朝日新聞』、2003 年 5 月 6 日、夕刊、p.12
11. ドラマ『逃げるは恥だが役に立つ』公式ウェブサイト https://www.tbs.co.jp/NIGEHAJI_tbs/original/（最終閲覧：2022 年 11 月 27 日）
12. ビデオリサーチ調べ。ビデオリサーチの許諾を得て転載（禁無断転載・引用）。関東地区、番組平均世帯視聴率。
13. 出典：NPO 法人放送批評懇談会 ウェブサイト <https://www.houkon.jp/galaxy-award/%e7%ac%ac54%e5%9b%9e%ef%bc%882016%e5%b9%b4%e5%ba%a6%ef%bc%89/>（最終閲覧：2022 年 11 月 27 日）
14. 出典：一般社団法人日本民間放送連盟 ウェブサイト <https://www.j-ba.or.jp/category/aboutus/jba102347#TVdorama>（最終閲覧：2022 年 11 月 27 日）
15. 出典：「タイムシフト視聴率に熱視線 録画して見られた番組は？【大阪】」、朝日新聞、2017 年 2 月 9 日、夕刊、p.3
16. 出典：「（メディア空間考）ネット世論 過小評価できぬ、「逃げ恥」反応」、朝日新聞、2021 年 4 月 24 日、朝

- 刊, p.13
17. 出典: SHOUGAKUKAN COMIC ウェブサイト <https://shogakukan-comic.jp/shogakukan-mangasho-archives#previous> (最終閲覧: 2022 年 11 月 27 日)
 18. 出典: ドラマ『ミステリと言う勿れ』公式ウェブサイト <https://www.fujitv.co.jp/mystery/introduction/index.html> (最終閲覧: 2022 年 12 月 7 日)
 19. ツイートが非常に多かったため、ツイートの抽出には「ついすぽー Tweet Export」を使用した。
 20. 出典: KH Coder3 チュートリアル スライド 16 <https://kxcoder.net/tutorial.html> (最終閲覧: 2022 年 11 月 27 日)

● 文献

- 藤田真文 (2009). マンガが原作でなぜ悪い? テレビドラマとマンガの相互テキスト性をめぐって 平井智尚・大淵裕美・藤田真文・島岡哉・小林義寛・小林直毅 (編) ポピュラー TV—ポップカルチャー選書「レッサーの荒野」 風塵社 pp.147-188.
- 伊藤剛 (2015). テヅカ・イズ・デッド ひらかれたマンガ表現論へ 星海社
- 李光鎬 (2014). ツイッター (Twitter) 上におけるニュースをめぐるコミュニケーション 成城大学社会イノベーション研究 9(1), pp.1-16.
- 岩下朋世 (2020). キャラガリアルになるとき 2 次元, 2.5 次元, そのさきのキャラクター論 青土社
- 治部れんげ (2021). ジェンダーで見るヒットドラマ 韓国, アメリカ, 欧州, 日本 光文社
- 原田伸一郎 (2021). キャラクター・アダプテーション: マンガ・アニメの実写化に対する拒否反応 翻訳の文化/文化の翻訳 16 pp.35-50.
- 樋口耕一 (2021). 社会調査のための計量テキスト分析—内容分析の継承と発展を目指して第 2 版 ナカニシヤ出版
- 柏原勤 (2011). Twitter の利用動機と利用頻度の関連性: 「利用と満足」研究アプローチからの検討 慶応義塾大学大学院社会学研究科紀要 72 pp.89-107.
- 小島博・執行文子 (2014). テレビとインターネット: 番組関連の同時利用の実態を探る—E ダイアリーとデブスインタビューによるケーススタディーの結果から— 放送研究と調査 64(7) pp.82-100.
- 二瓶互・関口聡 (2014). 2014 年 春の研究発表とシンポジウム “ソーシャル” が生むテレビ視聴熱!? : あまちゃん現象が投げかけたもの 放送研究と調査 64(6), pp.2-17.
- 西田善行 (2009). 「視聴者の反応」を分析する—インターネットから見るオーディエンス論 藤田真文・岡井崇之 (編) プロセスが見えるメディア分析入門—コンテンツから日常を問い直す 世界思想社 pp.145-170.
- MMD 研究所 (2022). コミックアプリ・サービスに関する調査 https://mmdlabo.jp/investigation/detail_2082.html (最終閲覧: 2022 年 11 月 28 日)
- 齋藤誠子 (2017). Twitter にはどのような「テレビ批判」が投稿されるのか: 媒体によって異なる規範意識 慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要 84 pp.35-51.
- 佐々木裕一・北村智 (2015). ソーシャルメディアにおける投稿動機に関する探索的研究—テキストマイニングを活用したツイッターの事例— 電気通信普及財団 研究調査報告書 30 pp.1-14.
- 佐藤結衣 (2021). 逃げるは恥だが役に立つ 小田慶子・佐藤結衣・田幸和歌子・成馬零一・西森路代・藤原奈緒・横川良明 (編) 脚本家・野木亜紀子の時代 株式会社 blueprint pp.34-73.

正木誠子 (日本大学文理学部社会学科助手)