

“東京県民”の多様な東京スタイル

— mixi の県民コミュニティにみる共有性と固有性 —

Various Styles of “Tokyo-Kenmin”

- Analysis of the Common and Original Characteristics of the Prefectural Communities on mixi -

山崎 由佳（やまざき ゆか・Yuka YAMAZAKI）¹・熊坂 賢次（くまさか けんじ・Kenji KUMASAKA）²

¹慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科 後期博士課程・²慶應義塾大学環境情報学部 教授

[Abstract]

In this paper, we propose a new concept to understand the characteristics of the Tokyo living people who came from other prefectures, which we call “Tokyo-Kenmin.” For this purpose, we analyzed the data from mixi, the most popular SNS in Japan, in order to figure out the common and original characteristics. As for common characteristics, common aspects for mixi users and specific ones for *Tokyo-Kenmin* were extracted so that it was understood that the common features of mixi users are relationship perception of both oneself and others, on the other hand, the specific features of *Tokyo-Kenmin* are whether interior or exterior minded type. From these understanding we found that *Tokyo-Kenmin* represents a new lifestyle of “the chatty long-tail.” As for the original characteristics of *Tokyo-Kenmin*, we did the comparative analysis between six prefectures based on interior / exterior minded. Comparative criterion defined by common and original ratio of communities was the concept of “intimate sphere,” “intimate social sphere,” “free social sphere,” and “free sphere”. Through the analysis, it is understood that original characteristics have “separation type” with interior minded and “fusion type” with exterior minded. Additionally, there are the transitional patterns between the typical separation type, “Iwate prefecture,” and the typical fusion type, “Hyogo prefecture.” These results imply that there is a wide range of variations in *Tokyo-Kenmin* style in association with interior / exterior minded, corresponded to transitional patterns.

[キーワード]

共有と固有、自由と親密、自分と社交、生活内系と外系、リアルとネット、分化型と融合型

1. 背景と目的

ネットワーク化した現代社会において、地方から上京した若者達は、東京で生活すると同時にネットワークを介して絶えず故郷と繋がり続けることが可能となった。その結果、彼らはブログやSNSのようなソーシャルメディアを通じて、「東京に暮らす」と同時に「故郷に繋がる」という2つの空間に存在する「私」となった。そんな彼らを本研究では「東京県民」と呼ぶ。東京県民は、インターネットの登場によって初めて出現したタイプの上京者であり、ネットワーク社会の現状を理解する上で興味深い研究対象である。

本研究を支える研究には2つの流れがあり、一つはネットコミュニティの関係性の分析であり、もう一つは上京者の県民性分析である。ネットコミュニティの関係性分析には、SNSにおける関係形成原理に関する研究[1]や大量SNSの比較分析[2]などがあり、人々の関係性が所属やコミュニケーションの履歴データによって明らかにされる。他方、上京者の県民性については、祖父江[3]による先駆的研究があるが、この研究はネットワーク社会以前の成果である。

これらの研究を踏まえ、本研究では、日本最大級のSNSであるmixi[a]のデータを用いて、東京県民の東京スタイルとは何かを実証的に探索する。具体的には、東京県民として共有される＜東京＞県民スタイルと、東京県民を構成する各県民に固有な東京＜県民＞スタイルについて分析する。これらの分析によって、ネットワーク社会についてのライフスタイル論・都市論への貢献を目指す。

2. 分析の対象とデータ

本研究の分析対象とする東京県民は、mixi に参加する「北海道出身、関東在住よ集まれ〜」のような東京在住の地方出身者コミュニティに参加するユーザであり、分析データはこのユーザが参加する全てのコミュニティである[b]。収集したユーザ数は57,665名、ユーザの参加する総コミュニティ数は5,224,588個である。

図1は、関東主要都県の東京、神奈川、千葉、埼玉を除く43道府県出身者による東京在住コミュニティのユーザ数を降順で並べ替えたグラフである。ユーザ数最大は北海道の4,734名、最少は青森の248名と、ユーザ数のばらつきが非常に大きい。そこで各県ユーザ数のばらつきを補正するため、各ユーザの参加コミュニティ数の分布を基準として、次の2つの手続きを行った。

まず、参加コミュニティ数ごとにユーザ数をカウントし、その分布全体の累積比率を100%とした際、累積比率10%ごとの10層に全ユーザを分割した。分割したユーザ数と参加コミュニティ数の閾値を表1に示す。ここで、10層のうち、最も参加コミュニティ数が少ない10未満および最も参加コミュニティ数が多い195以上の2層は除外し、残る8層を分析対象とした。参加コミュニティ数が極端に小さい層はコミュニティ間の関連に乏しいデータであり、コミュニティ間の関連を分析する本研究の対象として相応しくなく、また極端に大きい層は一般ユーザと比較しネット依存などの偏った傾向があると考えられるためである。

次に、各県ユーザの参加コミュニティ数の分布が一樣でないため、各層からサンプリングを行った。分析対象となる8層から57名ずつをランダムで抽出した計456名を各県における分析対象に定めた。ここで、サンプリング時に8層全てにおいてユーザ数が57名に達しない愛媛、栃木、和歌山、青森、高知は分析対象外とし、37県16,738名のユーザおよび総コミュニティ数996,749個を分析対象とした。

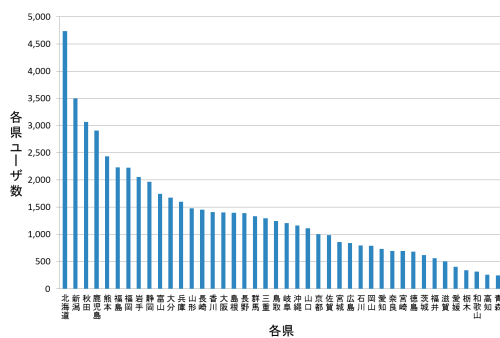


図-1 各県ユーザ数

表-1 各ユーザ層と閾値

累積比率の範囲	ユーザ数	参加コミュニティ最少	参加コミュニティ最大
0% - 10%	5,538	1	9
10% - 20%	5,421	10	16
20% - 30%	6,164	17	25
30% - 40%	5,812	26	35
40% - 50%	5,388	36	46
50% - 60%	6,024	47	61
60% - 70%	5,772	62	83
70% - 80%	5,680	84	115
80% - 90%	5,783	116	194
90% - 100%	5,771	195	1000

3. 分析の枠組みとフロー

本研究の分析は、目的に対応して、「＜東京＞県民スタイルの探索」と「東京＜県民＞スタイルの探索」の2段階から構成される。

第1の＜東京＞県民スタイルの探索では、東京県民について一般的に共有する特性を、mixiの全体特性との比較を通して分析する。具体的には、以下の手続きが必要である。

- ① mixi 全体において、ランキング上位50位以内のコミュニティを抽出した[c]。
- ② mixi 全体においてランキング50位のコミュニティが約1.0%の支持度[d]であることを参考に、37県の東京県民コミュニティについても、1.0%を超える支持度を有する共有コミュニティを抽出した。
- ③ ①と②から抽出されたコミュニティを共有性と固有性の視点から比較して、両者に共有するコミュニティと東京県民に固有のコミュニティを弁別する。前者がmixiユーザとして共有されたネット県民スタイルであり、後者が37県の東京県民に共有して見られる＜東京＞県民スタイルである。この2つのスタイルの実像を解釈することが最初の目的である。

第2の東京＜県民＞スタイルの探索では、第1の研究の知見をもとに県民単位での比較分析を通して、東京＜県民＞スタイルがどのように多様であるかを解析する。

- ① 第1の成果である＜東京＞県民スタイルを構成する要素を抽出し、その要素を典型的に表出する県を37県の中から特定し、それを比較分析の対象とする。ここでは6県を対象とし、その限りでの東京＜県民＞スタイルの比較分析をし、37県全体の比較分析は本研究では実施しない。
- ② 特定された6つの東京県民については、扱うデータについて、サンプリングデータでは規模が小さいためオリジナルデータを採用し比較分析を行う。
- ③ 6県のデータは、柔軟な構造化手法[4]に基づいて、レイヤー分割、クラスタリングによって東京＜県民＞

民>スタイルの系統図を作成する。

- ④ 比較分析は、ここでも共有性と固有性の視点を導入し、比較データの全コミュニティについて、6 県に共有されるコミュニティとそれ以外のコミュニティを弁別する。前者が共有コミュニティ、後者が固有コミュニティである。この構成比をもとに比較枠組を設定し、さらに構造図を作成し東京<県民>スタイルの比較分析を行う。なお詳細は具体的な解析と共に第5節にて説明する。

4. <東京>県民スタイル

東京県民として共有されるスタイルは何か。抽出された 54 コミュニティを、31 の共有コミュニティから示される mixi ユーザとしてのネット県民スタイルと、23 の固有コミュニティから示される東京県民に固有の<東京>県民スタイルに分け、コミュニティをユーザの共起および意味内容から系統化した。以下個別に検討する。

4.1 ネット県民スタイル

東京県民のネット県民スタイルとは、mixi ユーザ全体と東京県民との間で共有された 31 のコミュニティから解釈されるライフスタイルであり、今回は7つの系統を作成した。まず、31 コミュニティについて、Kohonen ネットワーク[5]を応用したアイテム間得点[4]の手法を活用して計量化し、そこでの得点に基づき 23 コミュニティを6つのクラスタとして析出し、残りの8コミュニティを残余とした。次に、6クラスタのうち2クラスタを意味的に分解した。さらに残余の8コミュニティそれぞれを、得点および意味を考慮しながらクラスタに振り分ける作業をし、その結果として7つの系統を作成した(表2)。7系統の名称については、mixi ユーザがもつ語感を意識しながら、彼らの生活の日常性がシンボリックに表現できるような意図をもって付与した。以下、7つの系統を具体的にみていくことにしたい。なお、系統名は<>で、コミュニティ名は「」で示す。

第1に、東京県民は<お気楽な私>を肯定する。「睡眠が好き。」で「よく物をなくす」、そんなダメな私も悪くはないかも、とあつけらかんと生きる。だから「期限ギリギリまで行動できない」のに、いつも「なんとかなる。」と信じる。一方「痩せる」にはほんの少し頑張るが、それも「なにかいいことがありますように」という期待へのオマジナイのようなもので、最後は「幸せはいつも自分の心が決める」という明るいハッピーな信念に生きる。こんな日々の生活を幸せに生きる<お気楽な私>の支持度は18.46%である。

第2に、東京県民は<やっぱスタバ>である。地方から夢や希望を背負って上京した東京県民は、東京もまた生活の地であることを実感する。その結果が「ラーメン大好き」で、「ヴィレッジヴァンガード」でサブカルをみつくり「スターバックス」で読書というライフスタイルに反映されている。その支持度は16.29%である。

第3に、東京県民は<心はダンク>を支えに生きる。上京しワンルームの部屋で、心の支えはやはり「SLAMDUNK」で、時にうまくいかないことがあれば「人志松本のすべらない話」でストレスを解消する。さらに東京県民は「空を見る人」、遠く離れた土地と繋がる空を見上げては、ウェブで見つけた「心に響いた名言集」を思い出し、明日も頑張ろう、と前向きになる。そんな心の支えを表す<心はダンク>の支持度は15.25%である。

第4に、上京という友人との別れを経験している東京県民にとって<友達は財産>である。だから「思いやる気持ちを大切に」というポリシーを持ち、いつだって「相手を喜ばせたい」と考える。「がんばってる人が好き」なのは当然で、なぜなら彼ら自身が日々東京で頑張っているからである。そして「笑顔がカワイイ人が好き」で「手をつなぐのが好き」と言える素直さが<友達は財産>を支える。支持度は14.48%である。

第5に、東京県民の生活は<簡単レシピ>に支えられる。慣れない自炊に迫られたとき、mixi ユーザの彼らはソリューションもまた mixi に求める。王道の「素材別簡単おいしい料理」を調べるだけでなく、「早い、簡単、旨い料理」のお得情報をしっかり収集する。東

表-2 ネット県民スタイルのコミュニティ

系統名	ユーザ数	支持度	コミュニティ名	ユーザ数	支持度
お気楽な私	3,090	18.46%	痩 せ る	774	4.62%
			睡眠が好き。	665	3.97%
			なにかいいこと ありますように	615	3.67%
			すぐ顔に出る	568	3.39%
			よく物をなくす	545	3.26%
			幸せはいつも自 分の心が決める	528	3.15%
			期限ギリギリま で行動できない	498	2.98%
			なんとかなる。	476	2.84%
やっぱ スタバ	2,727	16.29%	ラーメン大好き	826	4.93%
			世界中を旅行し たい!	713	4.26%
			そうだ、京都へ いこう	663	3.96%
			ヴィレッジヴァ ンガード	555	3.32%
			スターバックス	469	2.80%
心は ダンク	2,552	15.25%	心に響いた名言 集	1,100	6.57%
			SLAMDUNK スラ ムダンク	672	4.01%
			人志松本のすべ らない話 (1)	639	3.82%
			空を見る人	603	3.60%
友達は 財産	2,423	14.48%	相手を喜ばせた い	775	4.63%
			友達は財産	770	4.60%
			笑顔がカワイ イ人が好き	687	4.10%
			がんばってる人 が好き	493	2.95%
			手をつなぐのが 好き	488	2.92%
			思いやる気持 ちを大切に。	380	2.27%
			素材別 ★ 簡単 おいしい料理	1,181	7.06%
簡単レシ ピ	1,843	11.01%	早い、簡単、旨 い料理♪	748	4.47%
			☆みんなの●秘 料理レシピ公開☆	453	2.71%
いつも YouTube	1,768	10.56%	mixi で使える絵 文字	1,041	6.22%
			You Tube	877	5.24%
ミステル がしい	1,460	8.72%	Mr. Ghildren (ミ ステル)	582	3.48%
			音楽が無いと生 きていけない	544	3.25%
			おすすめ洋楽♪	471	2.81%

京の地で汗を流す彼らは、忙しいから簡単でおいしい料理を求める。支持度は11.01%である。

第6に、東京県民はくいつも YouTube>、つまりテレビより断然 YouTube である。彼らはかつての孤独な群衆として淋しく TV を眺めるサイレントマジョリティ[6]ではなく、iPhone や PC を駆使して友達とリアルタイムにコミュニケーションをしながら YouTube を楽しむおしゃべりなロングテール[7]である。「mixi で使える絵文字」は、そんな彼らのコミュニケーションに不可欠なツールである。この支持度は10.56%である。

第7に、そんな彼らだが結局は<ミスチルがいい>。もちろん「音楽がないと生きていけない」し「おすすめ洋楽」を探すことにも熱心だが、やはり王道は外せない。それは「Mr.Children」が友達と感情を共有する極めて優れたメディアだからだ。上京し友達ができたとき、ワンルームの部屋の中やドライブ車中で、ともに楽しめるのはやはり「Mr.Children」なのだ。支持度は8.72%である。

このように、ネット県民スタイルは7つの系統から構成される。この7系統の関係を表3および図2に示す。表3は、系統間の関係について、共起を表す確信度[e]を表の上段に、確信度から各系統の支持度を差し引いた確信度差[f]を下段に示す。図は各系統間で確信度差が最も高いものに矢印を引き、確信度を書き入れ全体像を構造化したものである。なお、以降で同様の解析を行う際は表を割愛する。

まず、<お気楽な私>は、<簡単レシピ><やっぱスタバ><ミスチルがいい><いつも YouTube>の4系統の確信度差が最大であり、核となる存在である。これら4系統は<お気楽な私>の自分らしさのライフスタイルをさらに具体的に表現する系統であり、<簡単レシピ>でそつなく料理をこなし、多忙な中でも好きなコンテンツはくいつも YouTube>でフォロー、実生活は<やっぱスタバ>でいいかと納得し、音楽は<ミスチルがいい>と実感する。そんな日常生活を過ごす東京県民が<お気楽な私>である。

だが、東京県民は孤独ではない。なぜなら<お気楽な私>は<友達は財産>と相互に強く関連し合っているからである。一人ならば<お気楽な私>だが、対人関係において東京県民は<友達は財産>だと考え、大切にしている。しかも<友達は財産>をフォローするのが<心はダンク>であるから、意外と熱い友情を大切にしている情景が浮かんでくる。このような関係性を発見すると、かつての上京者に見られる孤独な群衆のイメージからは程遠い。一人だから淋しいのではなく、かえってのんびりしてお気楽でいいと思い、かといって一人で部屋に籠りテレビを眺めるのではなくネットも含めスタバやラーメン屋で身近な友達とそこそこに慣れ親しんだコミュニケーションを楽しむ姿が想像できる。それがネット県民のライフスタイルであり、マスメディア時代の孤独な群衆ではなく、ネットワーク時代に典型的なおしゃべりなロングテールのスタイルである。

表-3 ネット県民スタイルの系統間関連

系統名	ユーザ数 と支持率	お気楽な 私	やっぱ スタバ	心は ダンク	友達は 財産	簡単 レシピ	いつも YouTube	ミスチル がいい
お気楽な 私	3,090 18.46%		31.23% 14.94%	31.23% 15.98%	38.83% 24.36%	21.84% 10.83%	20.03% 9.47%	18.41% 9.69%
やっぱスタ バ	2,727 16.29%	35.39% 16.93%		26.73% 11.49%	28.71% 14.24%	19.91% 8.90%	17.09% 6.53%	17.97% 9.25%
心はダン ク	2,552 15.25%	37.81% 19.35%	28.57% 12.27%		34.84% 20.36%	19.91% 8.90%	20.81% 10.24%	18.93% 10.20%
友達は財 産	2,423 14.48%	49.53% 31.06%	32.32% 16.02%	36.69% 21.44%		23.77% 12.76%	21.09% 10.53%	20.68% 11.95%
簡単レシ ピ	1,843 11.01%	36.63% 18.16%	29.46% 13.17%	27.56% 12.32%	31.25% 16.78%		18.99% 8.43%	14.76% 6.04%
いつも YouTube	1,768 10.56%	35.01% 16.55%	26.36% 10.07%	30.03% 14.79%	28.90% 14.43%	19.80% 8.79%		16.63% 7.91%
ミスチル がいい	1,460 8.72%	38.97% 20.51%	33.56% 17.27%	33.08% 17.84%	34.32% 19.84%	18.63% 7.62%	20.14% 9.57%	

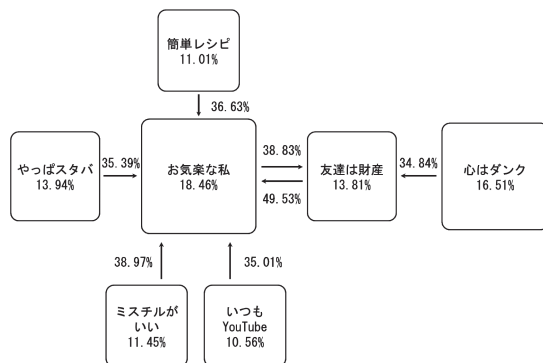


図-2 ネット県民スタイルの関連図

4.2 <東京>県民スタイル

東京県民に固有な23コミュニティが<東京>県民スタイルを特定するコミュニティであり、6系統から構成される（表4）。ここでもアイテム間得点を活用し、まず得点に基づき23コミュニティのうち11コミュニティから4クラスタを作成し、残余となる12コミュニティを析出した。次に、残余コミュニティのうち、生成された4クラスタのどれともアイテム間得点が高くない6コミュニティから新たに2クラスタを生成した。最後に、残りの6コミュニティを、アイテム間得点を参考に各クラスタに振り分け、結果として6つの系統を作成した。前節同様、系統名は<>で、コミュニティ名は「」で示す。

第1に、東京県民にとって上京し最も興味があるのは<おいしい東京の遊び方>である。「東京のカフェ」のオシャレな雰囲気を楽しむのみならず、「夜カフェ@東京」で真夜中も息づく深夜のカフェ遊びも嗜む。もちろん「隠れ家レストラン」で楽しむことも「酒好き」の東京県民には自明の魅力だろう。加えて「東京の休日を楽しむ1000

の方法」を全てこなしてしまう勢いの東京県民は、せっかくの東京を楽しむことに大忙しだが、そのような楽しみを通じて東京に生きる自分の意味を実感している。『これで、やっと東京人になった』と自己承認するのが<おいしい東京の遊び方>で、支持度は16.12%である。

第2に、東京県民は生活者でもあるため<一人暮らしの楽しみ方>に敏感である。上京し「ひとりぐらし」をこなすには「学生の一人暮らしレシピ」が欠かせない。また、簡単に引越すわけではなくとも「間取り図大好き」で、将来都心に住む家を想像しては夢を膨らませる。しかし現実にはワンルームでの一人暮らしなので、そんな彼らの強い味方は「サッカー日本代表」の中継や iPod なのだ。たとえ部屋で一人、お手軽料理を食べながら見るサッカー中継でも、みんなと twitter でおしゃべりをすれば孤独は解消される。そして普段は「iPod User's」な彼らにとって、音楽は誰よりも身近な友達なのだ。<一人暮らしの楽しみ方>の支持度は13.83%である。

第3に、一人暮らしにとって<自宅での暇つぶし方>のマスターは必須である。彼らは退屈なテレビに身を任せないで、常に「笑える画像」はないかと「おもしろ画像コミュニティ」で探し続ける。「ショートカットキー」に詳しいのも、ひとりでPCに向かっての暇つぶしが上手であるためなのだ。この支持度は11.09%である。

第4に、東京県民は<ちょっとした癒され方>を知らないといけない。「海が好き」で「星空好き」なのは故郷と繋がっているからなのか、彼らは、そうすることで自分を自然に癒している。加えて「ことばのくすり-心に効く名言集-」のような自分だけに大切な言葉を心に携えてちょっとした時に癒されている。支度は7.58%である。

第5に、食の他にも東京で楽しむべきことは数多くあり、その中でも<東京文化の楽しみ方>は東京県民にとって大きな関心事である。「美術館・博物館・展示情報」のチェックは怠らず、何か適当なものがあれば足を運び、夜になればカフェで友人らと展示物について歓談する、そんなスマートなスタイルが想像できる。<東京文化の楽しみ方>の支持度は5.87%である。

最後に、東京県民にとって、東京は上京先であると同時に故郷と同様に脱出したい場なのかもしれない。それを表しているのが<東京脱出の方法>である。もはや日常の生活空間でしかない東京は、カフェや美術館できらびやかに遊ぶ場である以上に、地道に一人暮らしをする場である。とすれば、その日常性からの離脱を夢見ることも当然の成り行きである。一方でやはり、東京は東京県民にとって永遠に憧れの場であり、それが日常性と矛盾する虚しい期待であることは分かっている、夢としての東京脱出を思考する。この支持度は5.20%である。

このように、東京県民に固有な特性は6系統から構成されており、その関連図を図3に示す。

まず、<東京文化の楽しみ方>と<東京脱出の方法>の2系統が<おいしい東京の遊び方>に繋がっている。東京にいるからには<東京文化の楽しみ方>や<おいしい東京の遊び方>の情報を収集し、休みがくれば外へ出かけて楽しむことが、東京県民の東京の楽しみ方のスタンダードである。一方で憧れの地としての東京が生活の地となった今、どこか他の場所への<東京脱出の方法>も押さえておく。このように<東京>県民スタイルの1つの核に、<おいしい東京の遊び方>を中心とした生活外に向かうスタイルがある。これを外系スタイルと呼ぶ。

次に、<自宅での暇つぶし方>が<一人暮らしの楽しみ方>に結合している。状況による一人暮らしの生活をいかに楽しむか、東京県民の生活への関心の高さがこの2系統から窺える。そのとき彼らは、ただ淡々と一人暮らしをこなすのではない。ネットワークの力を駆使して、一人暮らしを楽しみ、時には暇をつぶすことに余念が

表4 <東京>県民スタイルのコミュニティ

系統	ユーザ数	支持度	コミュニティ名	ユーザ数	支持度
おいしい東京の遊び方	2,698	16.12%	東京の休日を楽しむ1000の方法	775	4.63%
			東京自分的ウマ-なお店&穴場店	687	4.10%
			東京カフェ事情	614	3.67%
			■ 夜カフェ@東京 ■	569	3.40%
			酒好き	501	2.99%
			東京のカフェ!	404	2.41%
			隠れ家レストラン	371	2.22%
一人暮らしの楽しみ方	2,315	13.83%	学生の一人暮らしレシピ	714	4.27%
			ひとりぐらし	612	3.66%
			iPod User's	571	3.41%
			間取り図大好き!	418	2.50%
			サッカー日本代表	365	2.18%
自宅での暇つぶし方	1,856	11.09%	ショートカットキー	710	4.24%
			笑える画像	595	3.55%
			これをね、こうやって、ドーン!	475	2.84%
			おもしろ画像コミュニティ★	420	2.51%
ちょっとした癒され方	1,268	7.58%	星空好き★	483	2.89%
			海が好き	470	2.81%
			ことばのくすり-心に効く名言集-	471	2.81%
東京文化の楽しみ方	982	5.87%	美術館・博物館・展示情報	579	3.46%
			映画愛好会	461	2.75%
東京脱出の方法	870	5.20%	日本中を旅行したい!	469	2.80%
			世界遺産	448	2.68%

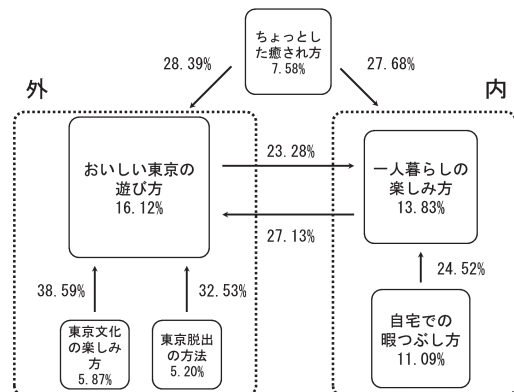


図3 <東京>県民スタイルの関連図

ない。退屈な日々を過ごすための状況ではない、という考えが、東京での家の内での生活に対する積極的な情報収集態度を作り出している。これを内系スタイルと呼ぶ。

このように、＜東京＞県民に固有な特性は、＜おいしい東京の遊び方＞を中心とした外系スタイルと＜一人暮らしの楽しみ方＞を中心とした内系スタイルから構成される。さらに、これら2スタイルは

互いに支持し合っており、加えて＜ちょっとした癒され方＞がマージナルな存在として両スタイルに関連しており、つなぎの役目を果たしている。

以上から、第1の研究目的については、ネット県民スタイルと＜東京＞県民スタイルという2つのレベルで関連図が作成され、東京県民に共有の特性がそれぞれ抽出された。ネット県民スタイルの＜お気楽な私＞と＜友達は財産＞からはネットワークという緩い繋がり方を状況に応じて使い分ける自他の関係性が浮かび上がる。それは、一人でいる時は＜お気楽な私＞でいられる程度の繋がりでリラックスする自己が現れ、けれども友人との関係状況では＜友達は財産＞だから他者関与の繋がりを大切にする、という状況に応じたネットワークの使い分けである。他方＜東京＞県民スタイルの＜一人暮らしの楽しみ方＞と＜おいしい東京の遊び方＞からは、東京という場での生活リズムの二面性が想像できる。普段は＜一人暮らしの楽しみ方＞をネットで探してはそれなりに日常生活を楽しみ、しかし時には親しい友人らと共に＜おいしい東京の遊び方＞を満喫する、という生活リズムの強弱がそこにはある。つまり東京県民は、＜お気楽な私＞は普段は＜一人暮らしの楽しみ方＞をネットで気ままに検索しては日常生活を楽しみ、時には＜おいしい東京の遊び方＞を共有することを通じて＜友達は財産＞であることを再確認する、という生活スタイルを持つと言える。このスタイルは意味的に肯定されるだけでなく、表5に示す通りデータからも読み解くことができる。表5は、ネット県民スタイルの＜お気楽な私＞と＜友達は財産＞、＜東京＞県民スタイルの＜一人暮らしの楽しみ方＞と＜おいしい東京の遊び方＞、各スタイル共起ユーザを除外したユニークユーザによる関連度を示しており、＜お気楽な私＞と＜一人暮らしの楽しみ方＞、＜友達は財産＞と＜おいしい東京の遊び方＞は、表中太字で示すように相互に関連し合っていることがわかる。この統合されたスタイルは、かつての上京者のスタイルとは全く異なり、豊かな社会だからこそ実現可能であり、ネットワーク社会だからこそ維持可能なスタイルである。このことは十分に予想されたことではあるが、その実態の実証はネットワーク社会論への貢献と言えよう。

5. 東京＜県民＞スタイル

本研究の第2の目的である東京＜県民＞スタイルの比較分析を、下記の手続きと概念構成に従って行う。

5.1 比較対象県の特定化

比較分析を行うため、37県からいくつかの県を特定する。特定化する視点は＜東京＞県民スタイルで確定された内系と外系の基準とし、これによって＜東京＞県民スタイルから東京＜県民＞スタイルへの連続性が確保され、東京県民の共有性と固有性を同一の枠組みの中で分析する論理が維持される。

具体的には、図3に示した＜一人暮らしの楽しみ方＞を核とする内系スタイルと＜おいしい東京の遊び方＞を核とする外系スタイルの2要因の支持度を基準にし、37県の県別支持度を確定し、その上位と下位を典型的な県として特定化する。内系スタイルでは支持度平均55.34%、最上位に長野64.50%と三重60.43%、最下位に広島46.59%と兵庫42.11%が位置する。他方外系スタイルでは支持度平均56.75%、最上位に兵庫74.74%と福岡65.57%、最下位に岩手49.46%と長野48.00%が位置する。ここから、内系スタイルとして長野・三重・岩手県を、外系スタイル

表-5 スタイル間の関連

分類	系統名	ユーザ数と支持度	お気楽な私	友達は財産	一人暮らしの楽しみ方	おいしい東京の遊び方
ネット県民スタイル	お気楽な私	1,768		0.00%	18.61%	15.84%
		10.56%		-6.67%	10.04%	4.81%
	友達は財産	1,116	0.00%		16.22%	22.22%
		6.67%	-10.56%		7.65%	11.20%
＜東京＞県民スタイル	一人暮らしの楽しみ方	1,434	22.94%	12.62%		0.00%
		8.57%	12.38%	5.95%		-11.02%
	おいしい東京の遊び方	1,845	15.18%	13.44%	0.00%	
		11.02%	4.61%	6.77%	-8.57%	

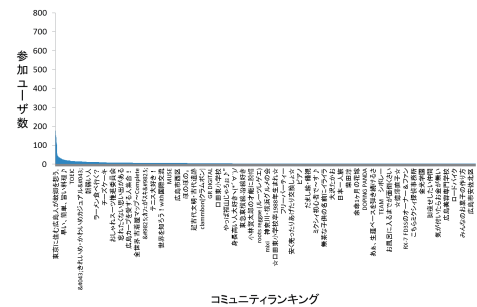


図-4 広島県コミュニティランキング

表-6 各県各レイヤーコミュニティ数

レイヤー	分類	岩手	広島	三重	長野	福岡	兵庫
1	共有	14	8	4	9	5	7
	固有	14	21	23	12	20	21
	合計	28	29	27	21	25	28
2	共有	15	11	14	18	8	20
	固有	10	12	9	7	9	15
	合計	25	23	23	25	17	35
3	共有	19	20	17	22	7	30
	固有	19	12	11	11	14	19
	合計	38	32	28	33	21	49
総計		91	84	78	79	63	112

として兵庫・福岡・広島県を設定する。なお、以降の分析では、サンプリングデータでは詳細な解析に無理が生じるため、各県のコミュニティユーザ数を実数に戻す[g]。

5.2 レイヤー分割

各県ごとにコミュニティ参加ユーザ数のランキングを見ると、全ての県で裾野の広いロングテールの分布になっている。図4は、例として広島県のコミュニティ参加ユーザ数を横軸の左から降順に並べた分布である。このような分布形態の場合、分布のヘッドとテールの間には情報量の格差があり、一括して解析しても適切な結果は導かれないため、データの規模に応じてレイヤー分割を行う。本研究では、各県ごとにコミュニティ参加ユーザ数のランキングを作成し、上位 30 をレイヤー1、30～90 位をレイヤー2、90～180 位をレイヤー3 とした。

5.3 分類とクリーニング

レイヤー分割の後、各コミュニティについて、6 県共有のコミュニティか各県固有のコミュニティかの分類、および共有コミュニティの特化係数に応じたクリーニングを行った。まず、共有／固有の分類に関しては、6 県全てのレイヤーに存在している場合に共有、それ以外の場合に固有という分類を行った。次に、共有コミュニティは全県で多く登場し、かつ重複しており比較分析にふさわしくないと考えられるため、特化係数[h]に基づき、特化係数の最大値の県にその共有コミュニティを帰属させた。表6に、各県各レイヤーに帰属するコミュニティ数を示す。

5.4 クラスタリング

クリーニングの後、レイヤー1（以下、L1）に属するコミュニティのクラスタリングを行った。クラスタリングでは、各ユーザのコミュニティ参加を変数とし、＜東京＞県民スタイルでの系統抽出同様、アイテム間得点を用いて、ユーザの参加傾向が似通ったクラスタを生成した。

5.5 系統化と系統図

L1 のクラスタリングの後、L2 および L3 に属するコミュニティを確信度差に従い L1 の各クラスタに連結し、系統化を行った。作成した系統に関して、レイヤーとクロスさせ、また固有コミュニティに下線を引いた系統図を作成した。なお、系統化においては、確信度差の最も高いクラスタに連結し、系統図には確信度を示している[i]。

5.6 比較枠組と概念構成

続いて、6 県の系統図をどのような枠組で比較するのか、その概念構成を確定する。比較枠組は、系統図を形成する各系統について、共有コミュニティ数と固有コミュニティ数の構成比を基準にして設定した4区分の圏域から構成される仕組みである。まず、固有コミュニティが優越する系統を親密系とし、共有コミュニティが優越する系統を自由系とした。また固有/共有の両コミュニティが混在する系統を社交系とした。各圏の具体的な構成比は、固有コミュニティが 75%以上 (H) の系統の集合を親密圏、50～75%未満 (L) の系統の集合を親密社交圏、反対に共有コミュニティが 50～75%未満 (L) の系統の集合を自由社交圏、75%以上 (H) の系統の集合を自由圏とした。これが比較分析をするための概念図である。

この比較枠組を図5に示し、以下その根拠を説明する。まず固有コミュニティについては、地元の高校とか故郷で馴染みだった食堂のようなコミュニティがその典型で、そこは、濃密な人間関係が今もなお維持され、外部には閉鎖的で、内部の自分たちにしか分からないコードで語られるルーラル（望郷的）コミュニティであり、そこでの人間関係は親密そのものである。親密とは、故郷との深い絆に支えられた自己関与であり、それと対照的な負の関与である束縛と表裏の関係にある概念である。次に共有コミュニティの場合、それは6県すべてに共有されたコミュニティで、そこには地元との関連はなく、空間的には遍在し、ある意味＜東京＞県民として自己関与するアーバン（東京的）コミュニティである。したがって、親密（束縛）と対照的な位置づけをもち、自由（その裏にある孤独）な自己関与こそが共有コミュニティにふさわしい概念となる。ここには、地元での生活に親密

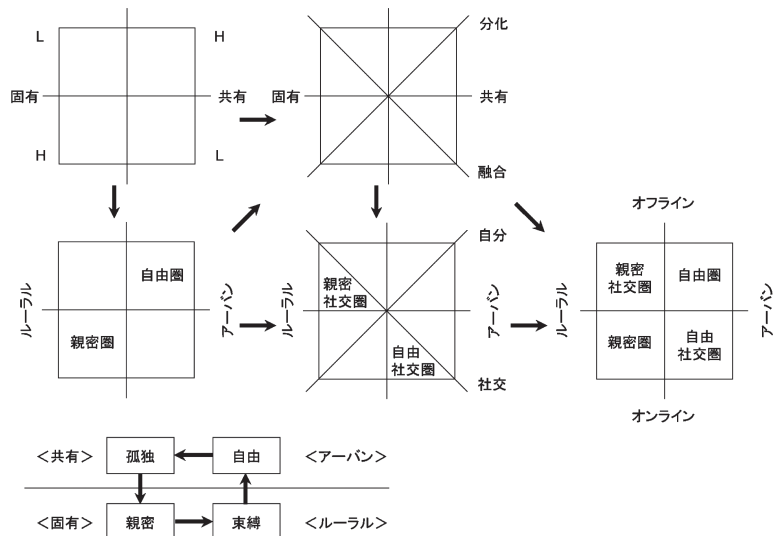


図-5 比較枠組の概念構成

な関係を維持しても、ある時、それが束縛でしかない意識されると、東京への憧れをもち、東京に出る。その時の解放感はまさに自由である。しかしその自由も、ふと気がつくと、身近な世界に誰もいない孤独となり、いつしか望郷への念で、故郷へ戻りたいと願う。そして地元に戻った時の安堵感は、東京へ脱出したときの解放感と対照的に、暖かな親密な感情に覆われる。そのような循環する構造を支持するのが、固有と共有の対照性がルーラル（望郷的）とアーバン（東京的）なコミュニティの対照性に変換可能だからである。

しかしこの対照性は、固有と共有の構成比について、どちらか一方に特化する状況であるほど、明確になる特性である。とすれば、構成比が1:1に近似するほど、その特化する状況は弱まり、特性が曖昧になる。その曖昧状況は、親密と自由のどちらかの関係を維持しながら、両方に共通する融合関係を浮かび上がらせる。ここでは、両方が特化することで、両者が分化する関係を形成するのに対して、融合する関係が形成される。この融合関係は、親密（束縛）にみられる濃密な関係と自由（孤独）にみられる希薄な関係との中間に位置し、同時に、状況に応じて、つまりある時は親密に振る舞い、ある時は自由を謳歌するように、状況に応じて柔らかな対応を示す関係である。それを＜社交性＞と呼ぶ。つまり社交は、親密か自由かの選択ではなく、その両者を融合させながら人間関係に柔軟に対応する状況主義的な関係である。ここから、社交は、より固有（親密系）寄りの親密社交圏とより共有（自由系）寄りの自由社交圏に区分される。さらに展開すると、状況適応的な社交性に対して、＜親密か自由か＞は状況適応的ではなく、強く自己関与性が優先されるという意味で、社交性との対比で＜自分性＞と呼ぶ。つまり分化と融合の関係は、社会的には自分性と社交性の対照性に変換される。

最後に、固有（ルーラル）と共有（アーバン）をもとに、交差する分化（自分性）と融合（社交性）の対照性を重ねると、固有と共有と直交するもう1つの軸の意味が生成される。それが、オフラインとオンラインの軸である。親密圏と社交自由圏は、前者は東京にいて地元とつながる望郷コミュニティであり、後者はネット上で緩やかにつながるコミュニティである点で、強くオンラインの特性を示す。他方、社交親密圏と自由圏については、前者がオフ会で地元の友人と集まるリアルなコミュニティにつながり、後者が自分の部屋で一人お気楽な自由を享受している点で、共にリアルなオフライン特性を示す。ここから、ルーラルとアーバンに対応する軸として、オンラインとオフラインの軸が設定され、概念化は閉じる。

5.7 多様な東京＜県民＞スタイル

分析対象とした6県に関して、系統図および比較枠組に当てはめた構造図に基づき解釈し、東京＜県民＞スタイルの特性を明確にする。なお解釈は、比較枠組にて導かれた自分性と社交性に基づき、最も自分性の強い岩手県（分化型）と最も社交性の強い兵庫県（融合型）を例として示し、他県については詳細な系統解釈を割愛する。

5.7.1 岩手県

岩手県の東京＜県民＞コミュニティの系統（表7）は、総数91、8系統に分類された。さらに8系統をそれぞれの共有・固有の構成比をもとに4圏域への特定化をすると、図6に示される構造となる。岩手県の構造図は親密圏と自由圏がきれいに分化するパターンとなっている。親密圏は＜心は岩手＞を核に＜盛岡グルメ＞＜岩手グルメ店＞が繋がり、さらにどの圏域にも属さない＜岩手のマイミク＞も強く＜心は岩手＞に繋がっており、この親密圏が岩手の東京＜県民＞の最大の特徴になっている。これに対抗するのが自由圏で、そこに4つの系統が緩やかに連なる。＜ナイーブな私＞から＜快適ワンルーム＞＜楽しい節約レシピ＞そして＜質素でもビューティ＞へと繋がり、東京ライフでの一人暮らしが浮かび上がってくる。

表-7 岩手県系統図

系名	質素でもビューティ	楽しい節約レシピ	快適ワンルーム	ナイーブな私	岩手のマイミク	心は岩手	盛岡グルメ	岩手グルメ店
支持度	10.75%	14.43%	15.64%	26.21%	9.90%	48.91%	34.72%	12.62%
共有率	100.0%	100.0%	100.0%	86.7%	50.0%	25.0%	14.3%	0%
L1	◆きちんと知ろう健康美! 絶対☆美肌美人!! 自宅でのスタ	手作りのお弁当 簡単なお菓子を作るぞ☆ ★炊飯器レシピ★	★楽しい節約で貯金しよう★ ダイエット成功&失敗談ONLY☆ 好き好きインテリア	岩手から神奈川へ 甘くて切ない4人-Hip Hop R&B Reggae 社交的3人見知り 1人で過ごす時間も好き。 ケツメシ	岩手県民マイミク 首都圏で友達のを広げるコミュ	東北の岩手県 岩手県の方言 岩手県出身で東京勤務の人	福岡/ハ 盛岡冷麺 もりおめ じやいし通 盛一 盛岡	北とどろく☆(岩手県北上市) マルカン大食堂 黒い黒い口、いいはとらふ
L2	資格・検定を取ろう! 0.33 お金をかけずに楽しむ方法。 0.48	ズバズバ人間が作るデザートレシピ 0.61 楽しい節約生活。 0.48 お金をかけずに楽しむ方法。 0.48	お洒落スナック 0.39 恋愛経験0 ラブストーリー 0.34	おかげさう。ごめんね。 0.46 加藤 ミリヤ 0.46 ニコニコ動画 0.34 RADWIMPS 0.31	岩手会in豊東 0.38	ミクニ/岩手 0.74 盛岡市 0.60 小笠原道男 0.56 水曜どうでしょう 0.53 わかまひなご 0.53 サッカーが好きだ! 0.51 ドラゴンボール 0.40 冬夜の夜が静けさ 0.33	盛岡人 0.77 盛岡てくし 0.70 モリカカのカフェ 0.67 盛岡第三支 0.63 岩手県立盛岡北高校 0.56 ドラゴンボール 0.40 冬の夜が静けさ 0.33	
L3	読書せしめ時間 0.43 おうちで☆カフェ☆ごはん計画	ホットケーキミックスでお菓子 0.71 節約レシピ手帳! らず 0.48 ディズニー TOKYO Disney RESORT 0.37 おうちで☆カフェ☆ごはん計画 0.36	食べたい 寝たたい... 0.55 プロが教える巻き寿司作り 0.46 甘いもの大好き!! 0.42 ワンピース大好き★ファン最高 0.38 ～恋愛の法則～ 0.37	晴れた日が好き♪ 0.46 好きな人に影響されやすい 0.43 スタバ大好き♪ 0.43 酒 0.39 久慈市の人 0.38 マキシマムザホルモンの 0.31	リアルで遊べる友達がいっぱい 0.47	岩手から東京方面へ出てきた人 0.75 岩手県立大学の学生生活 0.70 『なからよ!!』 0.68 岩手県立一関第一高等学校 0.67 岩手県立岩手郡滝沢村 0.65 東京ディズニーシー 0.56 ごま置/団子 0.55 太田の海の家 0.53 岩手県立市!!!!!! 0.53 深夜のドライブが大好き☆ 0.50	岩手県立盛岡北高等学校 0.41 岩手県金石市 0.33 藤巻の醤油 0.31	

以下、圏域ごとに主要なコミュニティを用いて各系統のイメージを簡潔に描写する。

A：親密圏

まず、岩手県民は常に故郷の岩手を忘れない。それが、最も支持度の高い＜心は岩手＞に表れている。「東北の岩手県」「奥州市」と出身地そのものに関するコミュニティが多く、岩手県民が上京しても絶えず故郷の情報収集を怠らない姿が想像できる。＜心は岩手＞の支持度は48.91%である。

次に、岩手といえばやはり盛岡である。34.72%支持される＜盛岡グルメ＞は、特に盛岡を中心とした地元名物グルメで構成されている。「盛岡冷麺」「じゃじゃ麺」とグルメが名を連ねており、故郷の名物グルメが自分たちの出身県を語る上でなくてはならない存在である。また「盛岡てくり」といったミニコミ情報誌による情報収集や、盛岡の学校コミュニティによる同窓生の繋がりを大切にする姿も窺える。

D：自由圏

岩手県民は強い故郷愛がある一方で、自己主張が決して得意ではないことが＜ナイーブな私＞から想像できる。「社交的だけど人見知り」な岩手県民は、上京し友人関係を構築していく中で時としてうまくいかないことも多いだろう。そのため「1人で過ごす時間も好き」で時折「甘くて切ないHip-Hop R&B Raggaie」や「RADWIMPS」の歌詞に思いを重ねながら自己を省みる。ナイーブな面のある岩手県民の対人関係は「ありがと。ごめんね。」だが、「好きな人に影響されやすい」ことに自覚的でもあり、決して引きこもって生きていたいわけではなく、少しずつ距離を縮めながら対人関係を大切にしている。＜ナイーブな私＞の支持度は26.21%である。

ナイーブな自己に自覚的な岩手県民は、堅実に、けれど内省の場である家の中で快適に過ごすことに余念がないことが＜快適ワンルーム＞からわかる。「楽しい節約で貯金しよう」「好き好きインテリア」からは、贅沢ではないもののこだわりを持って生活する慎ましやかな姿が見える。また「恋愛観察バラエティーあいのり」を欠かさず視聴しては「恋愛の法則」を学び、運命の人に出会う時のために「プロが教える巻き髪講座」と「お洒落スナップ」で華やかさを学ぶ。＜快適ワンルーム＞の支持度は15.64%である。

同様に、岩手県民の堅実さは＜楽しい節約レシピ＞にも表れている。「手作りのお弁当」は当然である。だが料理大好きというわけではなく、「簡単なお菓子を作るぞ」「炊飯器レシピ」と、楽をしておいしく節約が岩手県民の目指すところである。それもこれも、無理にではなく「楽しい節約生活」を送るための工夫である。＜楽しい節約レシピ＞の支持度は14.43%である。

このように、岩手県の東京＜県民＞スタイルは、親密圏と自由圏に特化して、その2つのスタイルを機能的に分化させたパターンである。日常生活では快適ワンルームに暮らし、節約レシピで食事を楽しみ、質素でもビューティを忘れない、そんなナイーブな私がリアルに生きている。それが岩手県民らしい私の日常のリアルな東京スタイルである。しかし他方、望郷の念がないわけではなく、時折ネットを活用し、故郷のあたたかさに触れている。心は岩手において、決して東京人になったわけではなく、心の底ではいつも故郷を思い、地元のグルメ情報を眺めては懐かしい思いに浸っている。東京ライフに疲れた時の癒しは何と言っても岩手の親密なコミュニティである。このように、岩手県のスタイルは、親密圏と自由圏を分化させた典型的なパターンであり、東京＜県民＞スタイルのモデルを策定する上で重要な実例である。

5.7.2 長野県

長野県の東京＜県民＞コミュニティは6系統に分類され、図7に示す通りに構造化された。長野県の東京＜県

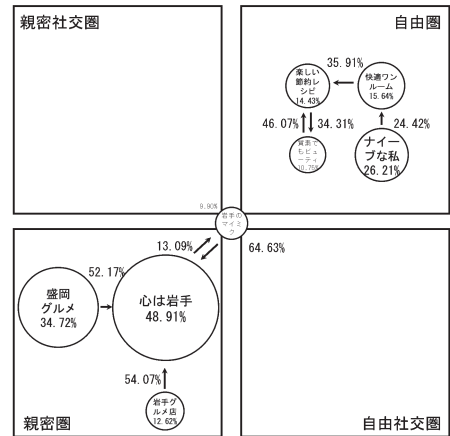


図-6 岩手県構造図

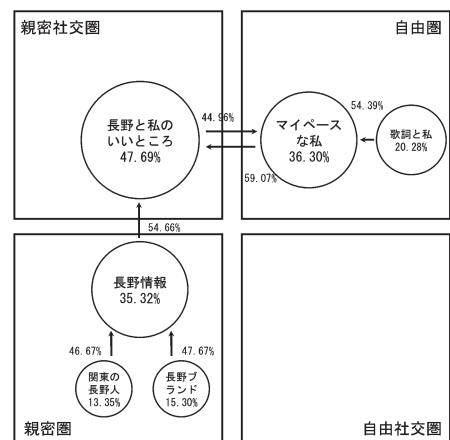


図-7 長野県構造図

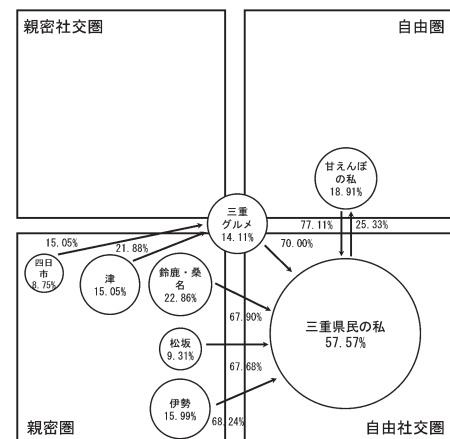


図-8 三重県構造図

民>スタイルは、親密圏と自由圏への分化を親密社交圏が繋ぐパターンである。まず、東京に生きる長野県民のリアリティは<マイペースな私>として生きることにより、慣れない地で自分のリズムを保つために、気持ちを代弁してくれる<歌詞と私>が欠かせないことが自由圏への特化からわかる。一方で長野県民の心は常に<長野情報><長野ブランド>といった故郷の現在を志向し、ネットワークを通じて故郷のイマを探る。このような分化を繋げるのは親密社交圏の<長野と私のいいところ>、すなわち東京という地で唯一安心できる同郷の者同士で集い、マイペースな私を理解し合いたいというメンタリティなのだ。このように、長野県民のスタイルは分化された親密圏と自由圏を親密社交圏で結合させたパターンとして東京<県民>スタイルのモデルの一例に位置づけられる。

5.7.3 三重県

三重県の東京<県民>コミュニティは8系統に分類され、図8のように構造化された。三重県の東京<県民>スタイルは、各地域情報に分化した親密圏と自由圏への分化を、全体の核となる自由社交圏が結合するパターンである。東京に暮らす三重県民は自由圏への特化から明らかなように<甘えんぼの私>であることに自覚的である。一方親密圏に示される通り、<津><伊勢>といった出身県各地方の情報をネットでしっかりチェックする。しかし、甘えんぼで出身地ばかりに目を向け閉じこもっているのが三重県民ではない。彼らは東京に生きる生活者としての<三重県民の私>のあり方を、自由社交圏に位置するネットワークコミュニティを通じて行っている。三重県のスタイルは、親密圏と自由圏が自由社交圏によって結合される東京<県民>スタイルの一例である。

5.7.4 福岡県

福岡県の東京<県民>コミュニティは7系統に分類され、図9の通り構造化された。福岡県の東京<県民>スタイルは、親密社交圏が最大の核となり、そこに親密圏と自由圏が連なるパターンである。東京に生きる福岡県民は、とくく同郷者同士で集い酒を片手に語り合う。それは親密社交圏に示される<we love 福岡>というただ一つの理由による。たとえ福岡の地を離れても「福岡ソフトバンクホークス」を愛する者同士で語り合うという、同郷者の集いによる福岡と東京の融合こそが彼らにとってのリアルな日常なのだ。そのような東京ライフを支えるのは当然福岡という地そのもので、だから福岡県民は望郷というより帰省時に集い語らうための<福岡の遊び場>情報をネット上でせっせと収集する。福岡県民にとって、どこに生きていようが重要なのは<夜遊び好きの私>が満足に楽しむ瞬間であり、だからこそ<東京でオフ会>にも積極的に参加する。このように、福岡県のスタイルは親密社交圏という融合軸に核を置き、親密圏と自由圏がわずかに結合する、東京<県民>スタイルの例である。

5.7.5 広島県

広島県の東京<県民>コミュニティは8系統に分類され、図10に示す通り構造化された。広島県の東京<県民>スタイルは、親密社交圏と自由社交圏の融合軸に特化し、わずかに親密圏と自由圏にも位置する系統があるパターンである。広島県民の東京ライフは、スポーツと言え<カープ・サンフレッチェ>で、食事なら<広島といえばお好み焼き>と、故郷にいたころと変わらず広島県民同士で楽しむ姿が親密社交圏に表れている。加えてここでは<広島弁な私>でいることが当然で、ネット上という故郷や身体から離れた空間においても<広島弁な私>でいるのが一番自然なスタイルなのだ。このように、東京に生きる私と広島県民の私は不可分であり、両者の融合は当然であることが、図10に示される構造図から明らかである。広島県のスタイルは、故郷の文化と東京ライフの融合スタイルとして、東京<県民>の一例に位置づけられる。

5.7.6 兵庫県

兵庫県の東京<県民>コミュニティの系統(表8)は、総数112、7系統に分類された。7系統は図11に示す構造となり、親密/自由社交圏の融合軸上に特化するパターンとなっている。まず、親密圏にはごく少数<神戸同窓>の出身大学同窓系統が位置している。次に親密社交圏に<神戸グルメ><神戸スタイル><神戸主義>の神戸情報と東京ライフの統合系統がある。自由社交圏には<神戸・東京遊び><世渡り上手の神戸人><関西人の私>

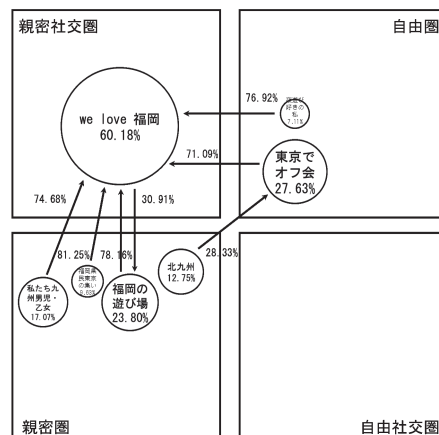


図9 福岡県構造図

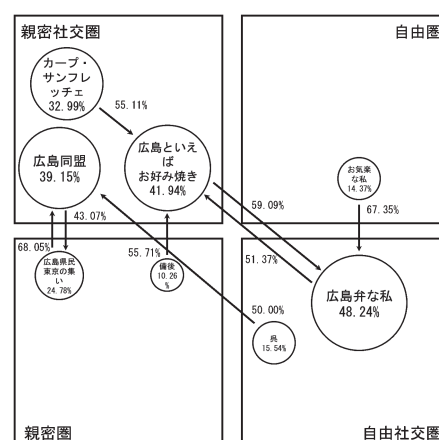


図10 広島県構造図

の神戸情報と関西人ブランドとライフスタイルとの統合系統が位置し、これら3系統はそれぞれ親密社交圏の＜神戸主義＞＜神戸スタイル＞に結合される。

A：親密圏

まず、大学同窓を中心とした＜神戸同窓＞が13.82%に支持される。支持度は高くなく、「ヴィッセル神戸」はそれなりに応援するもののわざわざ東京で集い応援するほどの熱意はない、というライトな応援態度が窺える。

表-8 兵庫県系統図

系名	関西人の私	神戸・東京遊び	世渡り上手の神戸人	神戸スタイル	神戸グルメ	神戸主義	神戸同窓							
支持度	43.39%	19.05%	29.49%	23.04%	37.71%	41.94%	13.82%							
共有率	64.0%	63.6%	63.6%	46.2%	42.1%	31.3%	16.7%							
L1	東京の関西人	神戸市東灘区	マクドと呼ぶ人々。	神戸カフェ(Sweets)が好き♪	神戸(Kobe)	関西弁？神戸弁やっ！	★★関西学院大学★☆							
	関西人	岡本(神戸)！集合	兵庫県立長田高校	三ノ宮	■関西在住の30歳以上の神戸人	やっぱ神戸が大好きやっ！	ヴィッセル神戸							
	関西人やのに東京に…	神戸高校同窓会	垂水ソックス	そして神戸っこ	神戸・芦屋・西宮のうまい店		神戸・阪急六甲							
	阪神タイガース	ぐるなびに載らぬ(うまい店)！	資料こそそうウェブサイトで		神戸-Kobe		探偵！ナイトスクープ							
	ナイトカフェでまったり		松本人志											
L2	関西在住の関西人	0.85	青山 / 表参道	0.41	Illustrator	0.52	神戸 元町！	0.48	☆神戸のミク友作ろう☆	0.70	神戸縁	0.67		
	関西 LOVE (東京)	0.83	クラブ音楽大好き(CLB MUSIC)	0.31	宇宙から見たらどうでもいし	0.46	クリエイター&デザイナー	0.33	たいていこの時の飲食店屋敷☆	0.61	神戸市 北区	0.54		
	関西の阪神タイガースファン	0.81			そっだ、世界を飛ぼう	0.40	IKEA	0.31	高級グルメ&有名店。	0.58	I Love 神戸電鉄	0.48		
	関西弁が好き	0.64			Photoshop	0.39			神戸市須磨区	0.52	やっぱ阪急電車っしょ！	0.48		
	■デザイナーズレストラン■	0.59			若手起業家ネットワーク	0.38			くぐれん	0.50	名谷友の会。	0.45		
	mixi 東京グルメの会	0.56			本気で学ぶ英語上達のコツ	0.37			吉祥寺フリークス	0.46	兵庫県立星陵高校	0.39		
	英語★できる人も勉強してる人	0.56			iPhone	0.36			株式投資	0.45				
	兵庫県民	0.48							兵庫県立北須磨高校	0.33				
								お店の味をパクリ会	0.33					
L3	ジーンズ大好き♪	0.80	六本木界隈 夜遊び系	0.44	面白くてなんぼかなと思ってる♪	0.61	甲南大学	0.50	神戸市中央区	0.70	Wc Line Kobe ~神戸総合~	0.64	灘区っ！！！	0.44
	ノンスモーカー	0.68	御殿場高校	0.42	フロント	0.61	神戸	0.50	坂の上から海が見える街が好き	0.48	いんじゅん関西西(兵庫県)	0.59	六甲学院	0.32
	[dir] 東京ガイドブック	0.68	水族館が好きなんです。	0.38	板尾創路	0.58	神戸の雑貨屋をハシゴする	0.42	神戸繁華街ランチ事情	0.45	神戸空装(マリエア)	0.55		
	東京阪神タイガース	0.67	Jazz	0.30	神戸市立須磨山中学校	0.58	世界の夜景	0.40	喜ばれる差し入れを考える会	0.45	言えそうで言えない 英語。	0.53		
	マーケティング	0.67			神戸空装利用します！	0.44	水が見ても顔も輝かせる会☆	0.38	暮合高校 卒業生の会	0.35	フロロ	0.52		
	原価を知りたい！	0.67			神戸大学	0.42	DIESEL	0.38	子連れでぶらっ！レストラン東京	0.32	m-fllo	0.50		
	ミニシアター系映画	0.65			瀬川は字高校〜瀬川路〜	0.39	お家でごはん	0.33			今日も独りで映画館♪	0.44		
	テニス大好き！	0.61			君に見せよう 景色がある	0.35					東急東横線 沿線好き	0.44		
	ANA Fan Club	0.56			☆西須磨小学校☆	0.33								
	iTunes	0.55												
	兵庫県	0.50												
	ジョジョの奇妙な冒険コミュニティ	0.48												
	村上 春樹	0.45												

B：親密社交圏

神戸ブランドを表す＜神戸主義＞は、41.94%に支持される。「やっぱ神戸が大好き」だから「神戸嬢」同士で集まり、「関西弁？神戸弁やし！」と神戸弁で「We love Kobe」とお喋りする、兵庫県民は東京ライフでも当然＜神戸主義＞である。

続いておしゃやかな＜神戸スタイル＞は23.04%に支持される。「神戸カフェ(Sweets)が好き」な彼ら「神戸っこ」は、帰省時に備え「神戸元町」で「神戸の雑貨屋をハシゴする」ための情報共有を日々行っている。買い物なら「IKEA」「DIESEL」、＜神戸スタイル＞は東京ライフでも忘れない。

また、兵庫県民は日々＜神戸グルメ＞情報収集を怠らない。「神戸・芦屋・西宮のうまい店」に敏感で「高級グルメ&有名店」志向、そのため「いざという時の飲食店探し」に熱心である。また、兵庫県民にとって自炊は節約ではなく、あくまで「お店の味をパクリ」という発想に基づいている点も興味深い。「喜ばれる差し入れを考える会」とセットに考えると、東京では懐かしい＜神戸グルメ＞を持ち寄ってホームパーティーのような華やかな社交の場を形成しているのだろう。を支持度は37.71%である。

C：自由社交圏

兵庫県民に最も支持される＜関西人の私＞の支持度は43.39%である。「関西人やのに東京に…」と、関西人としてのブランド意識と関東での集いを中心に構成される系である。当然「阪神タイガース」ファンで「関西弁が好き」だが、「ノンスモーカー」「テニス大好き」といった共有コミュニティも入りまじり、ネット上で自分を主張するには関西人であるということも欠かせないという思考が窺える。

そして兵庫県民は＜世渡り上手の神戸人＞である。ネット上で、ある時は自分たちのことを「マクドと呼ぶ人々」と括り、またある時は出身学校コミュニティでのネットワーキングに熱心かつ「若手企業家ネットワーク」で「本気で学ぶ英語上達のコツ」といったビジネススキル向上の情報共有をも行うというように、ネットの活用に向けた兵庫県民の姿を想像させる。この支持度は29.49%である。

また、＜神戸・東京遊び＞は神戸地方の集いと東京遊びが入り乱れた系であり、帰省すれば「岡本(神戸) 集

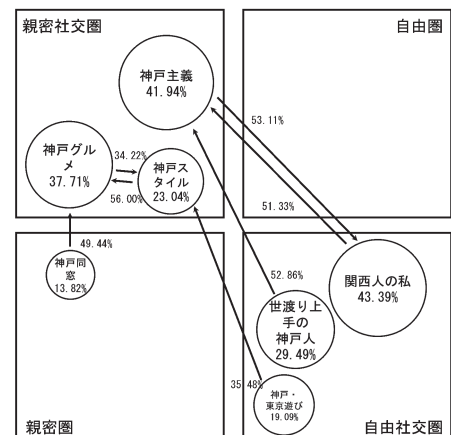


図-11 兵庫県構造図

合」だが普段は「青山／表参道」や「六本木界限夜遊び系」で華やかに遊ぶ。その支持度は19.05%である。

このように、兵庫県の東京＜県民＞スタイルは、親密/自由社交圏の融合軸上に特化するパタンであり、兵庫県民である自分と東京ライフにおける自分の融合を自然に受け入れ生きる姿が容易に想像できる。兵庫県民は＜神戸グルメ＞＜神戸スタイル＞＜神戸主義＞と神戸愛が強く兵庫県民同士集まっては神戸愛を語り合う。一方自由社交圏に示される通り、兵庫県民であることを足枷になどせず、ネットワークキングを最大活用する＜世渡り上手の神戸人＞なのである。兵庫県のスタイルは親密/自由社交圏に特化による故郷と東京ライフ両者の融合パタンの典型として、東京＜県民＞スタイルの一つに位置づけられるのである。

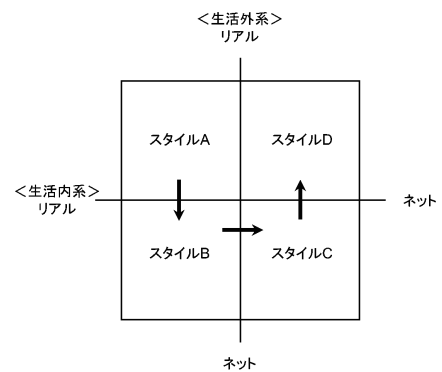


図-12 生活スタイル

1. 結論：スタイルとしての＜東京＞県民と東京＜県民＞

本研究は、県民コミュニティの特性を2つのレベルで実証分析をした。第1が＜東京＞県民のスタイルであり、第2が東京＜県民＞のスタイルである。

第1の＜東京＞県民スタイルについては、県民コミュニティ全体とmixi ユーザとの比較を、両者の共有性と固有性の視点で分析し、共有性からは東京県民が共有するネット県民らしさのスタイルを抽出し、固有性からは＜東京＞県民らしさのスタイルを抽出した。

まず、ネット県民らしさのスタイルでは、自他の認知に関係した特性が抽出され、＜お気楽な私＞という自己認知と＜友達に財産＞という他者認知が提示された。ここでは、従来のマスメディアの時代に典型的であった「孤独な群集」のイメージは払拭され、東京県民が新しいインターネットワーク環境の中で、友達とのコミュニケーションを大切にしながら、自分らしい個性を表出している姿が鮮明になっている。これが「おしゃべりなロングテール」のイメージである。そのような彼らにとって、主要なメディアはもはやテレビではなくスマートフォンのようなモバイルなネットワークメディアであり、インターネット環境やモバイルメディアを駆使しながら、身近な友達とのリアルなコミュニケーションも大切にして、自分たちの日常生活を豊かにしている。それが、おしゃべりなロングテールという、今の時代の新しい普通の人の姿である。東京県民も、ここでは例外でなく、ネットワーク社会に生活する新しい普通の人の姿を見ている。

次に、＜東京＞県民スタイルについては、2つのスタイルが抽出された。1つが生活内系の＜一人暮らしの楽しみ方＞であり、もう1つが生活外系の＜おいしい東京の遊び方＞である。ここには生活外系に仕事関連のコミュニティが皆無であるが、仕事のリアリティをおしゃべりしないことがネットコミュニティらしい。その前提の上で、＜東京＞県民スタイルの内系については、かつての一人暮らしの寂しさではなく、一人暮らしがインターネット完備のおしゃべりで快適な環境の中で維持され、それなりに節約しながらも楽しい暮らしのスタイルになっている。これは、ネットワークで外部と常時つながる状態が維持されることで、自分だけの世界に閉じることなく、いつも誰かとおしゃべりする自分と同時にいつでも一人になれる自分が一人暮らしの生活で可能だという事実から推論される新しい内系の生活スタイルである。このように、生活内系については、かつてはリアルな一人暮らしの選択しかなかった状況から、ネットワーク環境によって、自分の部屋にいても外部とストレートにつながるチャネルが可能になり、ひとり暮らしの意味が大きく変容した。そのことが一人暮らしを楽しみ空間へと意味の変換をもたらした。

他方、生活外系についても、＜おいしい東京の遊び方＞では、東京県民は、故郷と比較する視点をもつからこそ、生粋の東京人以上に東京らしさに敏感に反応して、東京らしさを発見している。しかもそこでのネットワークの活用も、東京スタイルを情報検索してノウハウとして獲得するばかりか、それをもとに東京スタイルの1000の魅力的な遊び方をリアルに味わっている。ネットワーク環境の導入によって、ネットの中の東京を味わうばかりか、ネットで知った新しい東京をもとにリアルにその場に行って東京を味わう、従来の狭いリアルではなく、十分に広がりをもってリアルな東京を味わうことが可能になった。

かくして、この内系と外系について、ネットワーク環境の整備によって、系それぞれにリアルとネットの空間を享受する可能性が生活スタイルにおいても確保されるようになった。それを図12に示すと、かつての東京暮らしの寂しさは、生活スタイルの可能性がスタイルAに限定されていたが、ネットワークの導入によって、そのス

表-9 各県の各圏域支持度

圏域	岩手	長野	三重	福岡	広島	兵庫
親密圏	1,156	563	606	881	216	180
	69.80%	50.10%	57.00%	48.20%	31.70%	13.80%
親密社交圏	0	536	0	1,100	477	859
	0.00%	47.70%	0.00%	60.20%	69.90%	66.00%
自由社交圏	0	0	612	0	376	833
	0.00%	0.00%	57.60%	0.00%	55.10%	64.00%
自由圏	725	512	201	584	98	0
	43.80%	45.60%	18.90%	31.90%	14.40%	0.00%

タイルは多様化し、最初は、スタイルBのように、一人暮らしはリアルだが外遊びはネットという分化パターンが登場したが、さらにCのようにすべてをネットに依存する引きこもり系のパターンが登場し、そしてDのように一人暮らしにはネットを活用して、外遊びは逆にリアルを求めるパターンが登場した。＜東京＞県民は、この多様性自体を活用しているが、特にスタイルDを実現することで、部屋に一人でいてもネットで繋がっていて楽しい、外の東京遊びでは新鮮なリアルな体験ができる、という生活を発見し、東京スタイルをより楽しむようになった。これが、おしゃべりなロングテールが生活スタイルで求める＜東京＞県民スタイルである。

さらに、ネット県民スタイルと＜東京＞県民スタイルの関連性を推論すると、ネット県民スタイルを構成する＜自分：お気楽な私＞と＜他者＝社交：友達＝財産＞は、＜東京＞県民スタイルの＜内系：一人暮らしの楽しみ方＞と＜外系：おいしい東京の遊び方＞と十分に対応していることが分かる。ここには、おしゃべりなロングテールが生活するスタイルには、一人暮らし（内系）にはお気楽な自分らしさ（自分）が似合っているし、東京遊び（外系）を味わうには身近で大切な友達（社交）が大事なのだ、という関連性が明確にある。それは、自分と他者のミクロな関係性認知をもとに構成されたネット県民スタイルのレイヤーと、生活の内系・外系から構成された＜東京＞県民スタイルのレイヤーが、レイヤー間で対応関係にあることを示している。つまり第1の研究目的の結論は、東京県民の共有スタイルは、ネットワーク環境を日常化させたおしゃべりなロングテールが、自分＝内系と他者/社交＝外系という2つの自分らしい生活スタイルをもって日常生活を営んでいる、という社会的事実の発見である。

次に、第2の研究目的である東京＜県民＞スタイルは、上記の生活スタイルの内系と外系の基準をもとに選定した6県（内系：長野・三重・岩手/外系：兵庫・福岡・広島）のコミュニティについて、共有性と固有性をもとに比較分析した結果である。

結果は、表9に示すように、内系（一人暮らし）3県と外系（東京遊び）3県では、明確な差異が発見された。内系では分化軸（自分性）に沿ってコミュニティが集合し、外系では融合軸（社交性）に沿ってコミュニティが集合している。つまり、一人暮らしの楽しさを優先する内系3県では、親密圏と自由圏が分化する構造に適合し、東京遊びを優先する外系3県では、自由社交圏と親密社交圏からなる融合構造に適合している。その典型が分化型の岩手県であり、融合型の兵庫県である。

岩手県の場合は、親密圏では地元コミュニティとのネットでのつながりを大切にして、いつも故郷とコミュニケーションが可能な状態を保ち、他方自由圏では自分の部屋でのリアルな生活を大切にしながら自由を享受している。これは、図13に関連して生活外系の空間を故郷にまで拡張すると、まさにスタイルBに適合する生活（内＝自由圏＝リアル/外＝親密圏＝ネット）である。親密と自由を分化させる構造をもつほど、スタイルBのように「内がリアルで外がネット」というパターンが優先される。他方、兵庫県の場合は、親密社交圏では、東京在住の兵庫県民がオフ会で集合してリアルに東京生活を楽しみ、自由社交圏では、兵庫県民の枠を超えてネットで知合った者同士で、自宅からネットでいろいろな情報交換をしたり、コミュニケーションを楽しんでいる。これは、スタイルDに適合する生活（内＝自由社交圏＝ネット/外＝親密社交圏＝リアル）である。つまり親密と自由を融合させた社会的な構造をもつほど、スタイルDのように「内がネットで外がリアル」という新しいパターンが優先される。

最後に、上記6県の構造は、図14に示すような推移パターンをもつ。大枠としての内系と外系の区分をもとに、それぞれの内部での変化と、両系とのつながりを予想すると、内系の典型である岩手系から始まって外系の典型である兵庫県につながるルート、つまり分化型が融合型に変容するルートが論理として発見される。親密圏と自由圏に分化している構造は、そこから社交軸にそって、2つに分岐し、一方は長野県のように親密社交圏が発生する経路と、他方は三重県のように自由社交圏が発生する経路である。当然、両社交圏が同時発生する経路もあ

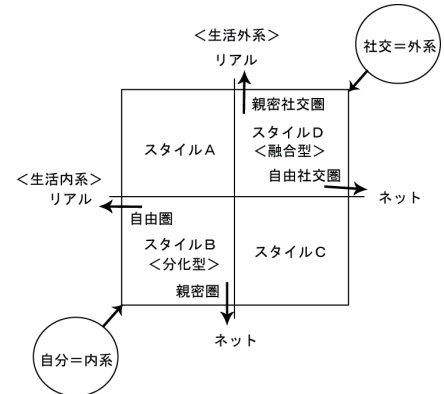


図-13 生活スタイルと東京＜県民＞スタイル

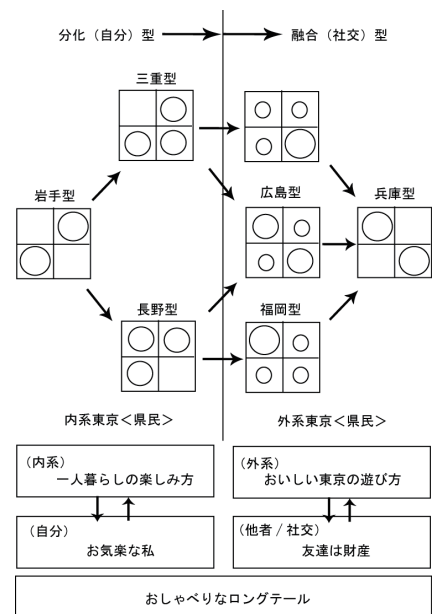


図-14 全体構造図

ろうが、今回の分析ではなかった。ここまで社交圏が発生すると、この社交圏が親密圏と自由圏に対して相対的に増大するパターンへの移行が予想される。それが福岡県の場合、親密社交圏が非常に強くなっており、長野県から移行する経路として位置づけられる。他方、同様の論理で、三重県からの移行経路として自由社交圏が拡大するパターンが予想されるが、それはここにはなかった。広島県の場合は、社交圏の2つが親密圏と自由圏に対して相対的に増大するパターンで、内系からのつながりとしては、長野県と三重県の融合パターンとして位置づけることができる。最後に、兵庫県は、福岡県や広島県と共に親密圏と自由圏を社交圏に移行させることで到達する経路であり、ここで、岩手県の分化型から最後の融合型への推移パターンが成立する。このような推移パターンが想定できることは、単に6県の東京<県民>スタイルの多様性の発見以上に、分化から融合までの推移パターンそのものが東京<県民>のスタイルの基本構造を導出する重要な視点であることを示唆する。「親密か自由か」というかっつの選択から、ネットワーク化によって「親密も自由も」への変化が生起し、そればかりか、その変化にはさらに2つの分化型と融合型のスタイルがあり、しかもそこには、分化型から融合型への推移パターンが予想される。またその推移を正当化する1つの要因が、分化型には「内系がリアルで、外系がネット」のスタイルBに関連する<自分=内系>の生活スタイルが適合し、融合型には「内系がネットで、外系がリアル」のスタイルDに関連する<社交=外系>の生活スタイルが適合する、という関連性にあることも重要な発見である。だからこそ岩手県から兵庫県への県民スタイルの推移はあっても、その逆はない、ということである。

以上から、第2の研究目的について、東京<県民>スタイルは多様ではあるが、典型的には分化型と融合型に集約され、しかもそこには分化型から融合型への推移パターンが予想される、と結論づける。またこの推移パターンについては、第1の研究目的で発見した生活スタイルとの関連性がそれを正当化している。このように、ネットワーク環境自体の大きな変化に伴って、生活スタイルでのリアルとネットをめぐる状況が大きく変容したことを背景として、親密と自由の関係、さらにそこに社交の関係が付加されることで、東京県民は、岩手県民の分化型から兵庫県民の融合型にまで、多様な東京<県民>スタイルを享受している。これが、現在の東京県民のウェブ上でのつぶやきから抽出できる生の姿である。

[注]

[a] <http://mixi.jp>

[b] 収集ユーザのうち複数の県に参加する312名のユーザは対象外とし、57,353名を分析対象とした(2010年4月時点)。

[c] mixiにてコミュニティを検索する際、ユーザ数順にコミュニティ一覧を表示すると1ページに表示される最大コミュニティ数は50件となっている。ユーザインタフェース上、ページ遷移をまたがずに表示される上位50件は、最も人気のあるコミュニティとして他コミュニティより多く目に留まる構造となっており、皆が支持する人気コミュニティとして位置づけられる。このことを参考に、mixiにて参加ユーザ数ランキング50位「くだらない事でテンションあがる」のコミュニティ参加ユーザ数223,265名(mixiユーザ全体の約1.0%)を基準とし、それ以上の参加ユーザ数を持つコミュニティは人気コミュニティ、つまり共有コミュニティであるとした(コミュニティランキング50位は2010年8月30日時点)。

[d] 支持度とは、全トランザクション数D(全ユーザ数)に対する、Xを含むトランザクション数であり、式1で表される。 $support(X)=count(X)/D \cdots (式1)$

[e] 確信度とは、Xを満たすトランザクション数(コミュニティXに参加するユーザ数)に対する、XとYを共に含むトランザクション数(コミュニティXおよびYに参加するユーザ数)の比であり、式2で表される。

$confidence(X \Rightarrow Y)=count(X \cup Y)/count(X) \cdots (式2)$

[f] 確信度差とは、確信度の大きさから支持度の大きさを差し引いた値である。確信度からアイテム間の関係を見る際、Yの支持度が巨大な場合に多くがその巨大なコミュニティに連結されてしまうという現象を解消する指標のひとつであり、式3で表される。 $確信度差(X \Rightarrow Y)=confidence(X \Rightarrow Y)-support(Y) \cdots (式3)$

[g] 岩手県1,656名、長野県1,124名、三重県1,063名、兵庫県1,302名、広島県682名、福岡県1,828名。すべての県において、サンプリング時同様参加コミュニティ数が10未満/195以上の層は対象外とした。

[h] 特化係数とは、ある県VにおけるコミュニティWの支持度を全ユーザにおけるコミュニティWの支持度で割った値であり、その値が1より大きければコミュニティWは県Vに特化している。

[i] 最大確信度が30.0%未満である90のコミュニティを切り捨てた。

[参考文献]

[1] 松尾豊、安田雪「SNSにおける関係形成原理—mixiのデータ分析—」人工知能学会論文誌、Vol. 22、No. 5、

pp. 531-541、2007 年

[2] 鳥海不二夫、石田健、石井健一郎「小規模 SNS のモデル化と活性化シミュレーション」電子情報通信学会論文誌、Vol. J91-B、No. 4, pp. 397-406、2008 年

[3] 祖父江孝男『県民性－文化人類学的考察』中央公論新社、1971 年

[4] 小野田哲弥「柔らかい構造化モデル：ロングテール事象のカテゴリーマネジメント支援」政策・メディア研究科博士学位論文、慶應義塾大学、2007 年

[5] Kohonen T, Self-organization and associative memory, Springer- Verlag New York, Inc., 1989.

[6] デイヴィッド・リースマン『孤独な群衆』みすず書房、1964 年

[7] 熊坂賢次、山崎由佳「おしゃべりなロングテールの時代－東京ガールズのネットコミュニティ解析－」法学研究、84 巻 6 号、2011 年（予定）

（2011 年 5 月 1 日受理）