

# テレビドラマのキャズム理論

学籍番号 1210535 町田 良聖

高知工科大学 経済・マネジメント学群

## 1. 概要

本研究ではテレビドラマ視聴者をキャズム理論で説明し、今後の映像制作の新たな視点の獲得を目指している。近年、「テレビ離れ」という言葉をよく耳にすることが増えてきた。スマートフォンや動画共有サービスの普及がテレビの接触の回数、時間に影響を与えていると考えられる。片野利彦は、「2016年の放送界外観」で日本人のテレビ視聴について次のように述べている。

『テレビ視聴時間が初めて短時間化に転じたこと、すなわち、長時間視聴層および普通視聴者層が減少し、短時間視聴層が増加したことを確認した。特に、20代を中心とした若年層にテレビが見られなくなりつつあることがデータから読み取れた。』(引用文献 [1])

視聴スタイルの変化と選択肢の多様化などの要因で、テレビ番組が視聴率を取れないといわれている。しかし、高い視聴率を取れているテレビ番組がないわけではない。本研究ではテレビ番組の中でも約3カ月と短期間に放送され、特に視聴率が番組のヒットに関わってくるテレビドラマを対象にして、研究を進めた。また研究の中で視聴者の分類をキャズム理論の視点から行うことに決めた。

## 2. 背景

筆者は大学を卒業後、マスコミの仕事に就く。そのためテレビは視聴率がとりにくいといわれる中でも高視聴率を取れる番組について興味を持っていた。ニュースやバラエティ、スポーツ、音楽、ドキュメントのような番組がある中でも、ドラマは放送の開始日と終了日が決められているという違いがある。約3カ月という短期間の中でどれだけ視聴率を取れたかが重要になってくる。筆者は新たな視点が新たな発見を生み、それが新たな革新へとつながると考えている。そこで今までにない視点から、テレビドラマを分析し新しいテレビの制作視点の発見をしたいと考える。そこでIT業界でよく見られるキャズム現象を取り上げた。キャズム

とは初期市場から主流市場までに製品が普及するまでに発生する障害(溝)を表している。テレビドラマを製品として考えると、視聴率の増加を主流市場への普及として言い換えることが可能であると仮定した。

## 3. 目的

本研究の目的は、キャズム理論でテレビドラマを説明することである。つまりは筆者が目指す新たな視点の獲得である。テレビの視聴者をキャズム理論の採用者で説明することで、今後の映像制作で参考にすることを社会的目的としている。

## 4. 研究方法

まず初めに、テレビドラマにおけるキャズム(溝)を見つけ、その後キャズムについての先行研究並びにドラマを視聴者の特徴からキャズムの採用者で視聴者を分類する。それらを合わせてテレビドラマのキャズム理論として独自定義する。その後この独自定義の正誤性を確認するためのインタビューを行う。インタビューのための文献調査と並行して視聴行動にどのような要因が影響されたのかの仮設モデルを作成し、それらをもとにインタビューを行い、テレビドラマのキャズム理論を立証する。

## 5. キャズム理論

### 5-1. キャズム

中野明は、「ジェフリー・ムーアの「キャズム理論」がわかる本 ポケット図解」でキャズムについて次のように述べている。

『ムーアは、この溝、すなわち裂け目を3つ指摘しました。中でも大きく深いのは、初期採用者と前期多数派の間に横たわる裂け目です。これがキャズムに他なりません。この裂け目が大きく深いということは、言い換えると、初期採用者と前期多数派の顧客心理は全く異なるに、他なりません。』(引用文献 [2])

### 5-2. イノベーション採用者

中野明は、「ジェフリー・ムーアの「キャズム理論」がわかる本 ポケット図解」でキャズムについて次のように定義している。<sup>3</sup>

(1) イノベーター…専門知識が豊富、専門知識を用いた応用よりも、むしろ知識の取得そのものが目的になる傾向が強い、新しい知識をすぐに入れたがる。

(2) アーチャーアダプター (初期採用者) …新しいイノベーションが社会に及ぼす影響を予知する、対人コミュニケーション能力に優れる、コミュニティのオピニオンリーダーの位置を占める。

(3) アーリーマジョリティ (初期多数派) …イノベーションに直接的で目に見えるメリットがあるか見極める、実績を重視する、イノベーションの採用に比較的長い時間を要する。

(4) レイトマジョリティ (後期多数派) …従来のやり方を頑なに守る、イノベーションには懐疑的で警戒心が強い、別名、懐疑派とも呼ぶ。

(5) ラガード…別名、遅延者・因習派とも呼ぶ、イノベーションの確実な効果を確認してから採用する。(参考文献 [2])

### 5-3. キャズム再現の先行研究

難波和秀は「新規商品・サービスのマーケティングの為の普及現象の構造化」で普及について次のように述べている。<sup>3</sup>

『“消費者行動の不均一性  $b_0 \times Q_0 (n)$ ” が “情報ネットワークの不均一性  $b_1 \times Q_1 (n)$ ” の約5倍の設定とする。これにより、消費者行動の不均一性が大きい場合、普及初期の消費者行動の影響が情報ネットワークの影響よりも支配的となり、普及現象は消費者属性に依存し、キャズムが再現していると考えられる。』

(引用文献 [3])

### 5-4. キャズムに陥る理由

中野明は、「ジェフリー・ムーアの「キャズム理論」がわかる本 ポケット図解」でキャズムに陥る理由について次のように述べている。<sup>3</sup>

『顧客の購買心理を適切に把握していなかった点につきます。初期市場を構成するイノベーター、初期採用者と、初期多数派市場派を占める実利主義者とは、その購買心理が全く異なります。』

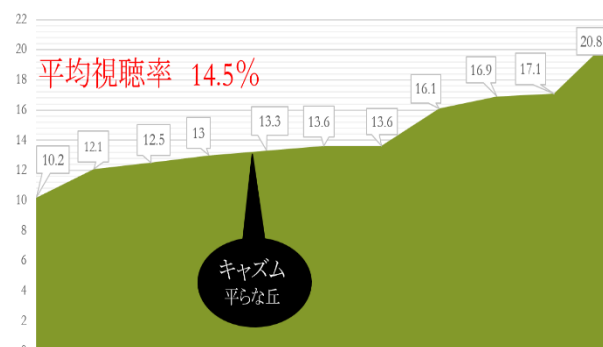
(参考文献 [2])

### 5-5. テレビドラマのキャズム

5-3では解決される課題の大きさ、消費者行動の不均一性、情報ネットワークの不均一性の値をもとにキャズムが再現され

た。消費者行動のばらつきが大きいほどキャズムは再現され、普及のためには消費者の需要を認知する必要があると考えられる。

5-4より初期市場と主流市場では商品に求める欲求が全く違う点を含め考える。商品をドラマとして考えた時、初期市場で求められるドラマのニーズは新しく始まるドラマという新規性や気分転換できそう、面白そうというような期待に対して、主流市場では確かな面白さや大多数が視聴をしているというような実績や安心感を求められているのではないかと考えた。また商品のキャズムとドラマのキャズムには大きな違いがある。採用者が購入しないことによって溝が発生するのがキャズムに対して、ドラマのキャズムは採用者が増えなかったとしても条件次第によって溝は発生しない。なぜならドラマは見続けるものであり、一度採用した視聴者は視聴をやめない限りはドラマが最終回を迎えるまで採用し続けるということになる。商品のキャズムを「深い溝」というのに対して、ドラマのキャズムは「平らな丘」と言える。そこで視聴者が増加せず一定の低い視聴率のまま低迷し平らな丘が発生することを、ドラマのキャズムと推論した。



(図-1 筆者作成 ドラマのキャズム)

## 6. ドラマ視聴者

### 6-1. ドラマクラスター

株式会社ビデオリサーチの河辺昌之は、「ドラマ、どんな見方をしていますか？」でテレビドラマの視聴者をその見方ごとで次のように分類した“ドラマクラスター”について次のように説明している。<sup>4</sup>

① ドラマ大好きクラスター…ドラマが大好きな層、ドラマに関する情報収集が盛んでクールごとに各局の新ドラマのラインナップをチェックしています。

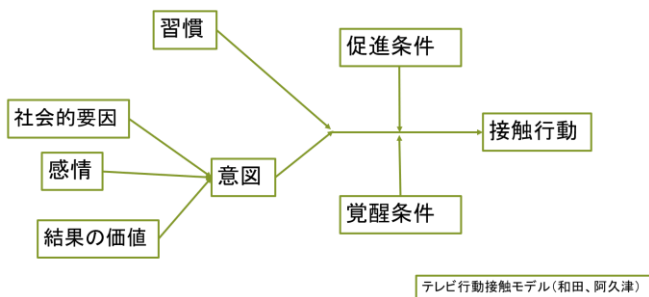
- ② 脚本重視クラスター…原作や脚本、演出を重視するコダワリ派。
- ③ 雑食録画クラスター…とりあえず録画しておき、ジャンルよりも主にキャストで視聴の有無を選ぶ、作品に対する思いはあまり高くなく、なんとなく習慣で見続けるタイプ。
- ④ 厳選録画クラスター…自分好みのものだけを録画視聴する層、ドラマに関して一通りの情報収集はするものの、視聴する番組を自分の好みに忠実に選定する層。
- ⑤ 付き添い視聴クラスター…家族の誰かが見ているドラマと一緒に見る共視聴型の層、ドラマへのこだわりは希薄。
- ⑥ 低関与クラスター…ドラマ全般に対する関心が低く、1クールに1本見るか見ないかといった程度、盛り上がっているものに追随する傾向は強く“流行”や“話題性”には敏感に反応を示す層。(参考文献 [2])

## 6-2. テレビ番組接触行動

和田正人は「若者のテレビ接触行動に関する実証的研究：1995年と2016年の比較」でテレビ接触行動に要因するものを次のように述べている。

『2つの研究の結果の大きな違いは、習慣の要因が選択的・非選択的行動にマイナスに関連した点である。つまり、現在ではテレビ番組を習慣的に見ていないほどテレビ番組に接触する行動を生じるということになる。』(引用文献 [4])

この研究では接触行動までの要因を社会的要因、感情、結果の価値で構成される意図と習慣、促進条件、覚醒条件の項目をもとに調査を行っている。



(図一2 筆者作成 テレビ行動接触モデル [和田、阿久津])

## 7. テレビドラマ採用者

6-1でドラマの見方によって分類されたクラスターの特徴と

視聴タイミング、5-2のイノベーションの採用者の特徴と採用の順番、6-2のテレビ番組接触までの要因を参考に、テレビドラマの採用者の独自定義を行った。人がテレビ視聴までに習慣と意図が関係してくる。なお、ドラマは約3カ月で終了する短期商品なので、採用までに時間を要するラグードに関しては、視聴率にはかかわらない視聴者として扱う。

### 7-1. イノベーター

イノベーターは知識が豊富で新しい知識を取得自体が目的という点とドラマ大好きクラスターのドラマに関する情報収集を欠かさないという点から定義した。テレビドラマにおけるイノベーターは習慣でドラマをよく見ている。ドラマ好きでドラマに対して関心が高い。放送前から情報収集を行い少しでも興味を持てば、1話目から視聴する。新しいドラマを見ること自体が目的。選択的にドラマを見るため、1クールに複数ドラマを見る。意図よりは習慣でよくドラマを見ている。

### 7-2. 初期採用者 (アーリーアダプター)

初期採用者は新しいイノベーションを予知するという点と脚本重視クラスターのドラマにこだわりがあるという点から定義した。テレビドラマにおける初期採用者は自分好みのドラマだと判断すれば採用するが、好みのジャンルやこだわりなど見る嗜好基準が存在する。習慣でドラマは見るが0の可能性もある。新しいドラマの情報収集もする。イノベーターと違うのは習慣よりも意図のほうが大きく視聴に関わってくるという点である。

### 7-3. 初期多数派 (アーリーマジョリティ)

初期多数派は直接的メリットといった実績を重視するという点と付き添い視聴クラスターのこだわりは少なく、家族の誰かが見ているドラマと一緒に見るという点から定義した。テレビドラマにおける初期多数派は友人や周りの人が「このドラマは面白い」と聞いてみ始める人である。面白いと聞いて見始めるのでドラマが始まってから少し遅れて視聴し始める。習慣としてはドラマを自分からあまり見ない。

### 7-4. 後期多数派 (レイトマジョリティ)

後期採用者はイノベーションに懐疑的で警戒心が強いという点と低関与クラスターの流行や話題性には敏感に反応するという点

から定義した。テレビドラマにおける後期採用者は、ドラマが流行やブームとなってから見始める人。習慣としてドラマは見ているが、ドラマに限らず話題なものには興味があるし、流行にはついていきたいと考え、流行ができてから追隨してくる。

### 7-5. ラガード

ラガードのイノベーションの確実な効果を確認してから採用するという点とドラマは約3カ月で終了するという特徴から定義した。テレビドラマにおけるラガードは、放送終了後にDVDや動画配信サービスを利用して視聴する人。習慣でドラマをリアルタイムで見ない。確実に面白いドラマを見たい。つまらないドラマは見たくないと考え、放送終了後にドラマの評価を確認してから視聴する。

### 7-6. 反応

各採用者がどのようなドラマに反応するのかを次のようにまとめた。

- ① イノベーター…新しいドラマに反応する。
- ② 初期採用者 …自分好みのドラマに反応する。
- ③ 初期多数派 …面白いドラマに反応する。
- ④ 後期多数派 …話題のドラマに反応する。
- ⑤ 最終採用者 …評価の高いドラマに反応する。

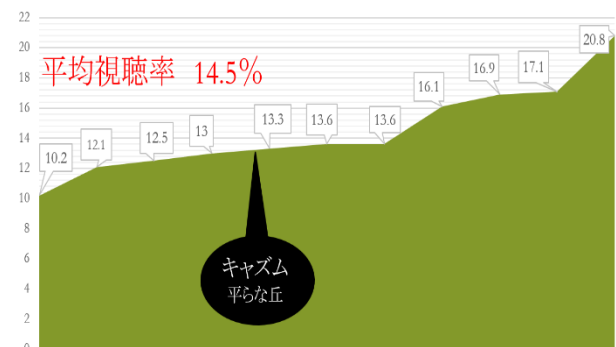
## 8. テレビドラマと仮説設定

### 8-1. 事例ドラマ

独自定義した視聴者がどのようにドラマを見ていたかを明らかにするため、今回はTBSのドラマ「逃げるは恥だが役に立つ」を例に研究を進めていく。「逃げるは恥だが役に立つ」は2016年10月よりTBS火曜ドラマとして放送された。主人公は派遣切りであった森山みくりが、恋愛経験のない独身サラリーマン津崎平匡の家事代行サービスを始めることをきっかけに、従業員と雇用主という仕事としての結婚すなわち「契約結婚」をするという恋愛ドラマである。原作は海野つなみの同盟漫画で、脚本には野木亜紀子、主演を新垣結衣と星野源が務めた。伊藤孝一は「テレビドラマにおけるクリエイティビティの現在—『逃げるは恥だが役に立つ』を中心に—」で紹介された、全11話の視聴率およびタイトルを以下の通りである。

- 第1話 プロの独身男と秘密の契約結婚 10.2%
- 第2話 秘密の契約結婚！波乱の両家顔合わせ 12.1%
- 第3話 一番好きです！契約妻の突然の告白 12.5%
- 第4話 私、恋人を作ろうと思います！ 13.0%
- 第5話 ハグの日始めました！ 13.3%
- 第6話 温泉一泊旅行にまつわるエトセトラ 13.6%
- 第7話 あのキスのあとさき 13.6%
- 第8話 離婚と実家と運命の相手 16.1%
- 第9話 あの人に好きだよと言われる3日前 16.9%
- 第10話 恋愛レボリューション2016 17.1%
- 最終話 夫婦を超えてゆけ 20.8%

平均視聴率 14.5% (視聴率：ビデオリサーチ調べ、関東地区・世帯・リアル) (引用文献 [5])



(図-3 筆者作成 逃げ恥視聴率)

図からわかるように逃げ恥の第1話の視聴率は10.2に対して最終話の視聴率は20.8と2倍の値を示している。またストーリーにおいても二人の関係を見て視聴者が、ムズムズしたりキュンキュンする「ムズキュン」という言葉が話題になったり、星野源が歌うエンディング曲「恋ダンス」はSNSで大きな話題となり逃げ恥はヒットドラマとして多くの人に認知された。しかし、独自定義のドラマキャズム理論から見ると、物語中盤の4話から7話にかけて視聴率が伸び悩んでいることがわかる。しかし8話以降視聴率は大幅な増加傾向を見せ最終的には20.8という高視聴率を獲得した。つまり逃げ恥はキャズムを乗り越え初期多数派（アーリーアダプター）と後期多数派（レイトマジョリティ）を獲得した成功例と考えられる。

### 8-2. 「逃げるは恥だが役に立つ」の成功要因

伊藤孝一は「テレビドラマにおけるクリエイティビティの現在—『逃げるは恥だが役に立つ』を中心に—」でヒットドラマとして成功した理由を、ドラマの特徴とどのように工夫したのかを次のように述べている。

1. 『逃げ恥』は、回を重ねるごとにクチコミがひろがり、普段テレビを見ていない層に普及していったという点で、同じTBSの『半沢直樹』（2013年）のヒットに似たパターンである。作り手の想いを感じ、他の視聴者の反応も楽しみながらドラマを見るという体験が新鮮で、SNS時代の新しいテレビの楽しみ方があった。

2. 注目するのは、ある程度、ドラマは見る人が固定しているため、普段見ていない人に請求するために接触ポイントをいろいろと考えたことである。（参考文献 [3]）

### 8-3. 逃げ恥の採用者の視聴タイミング

逃げ恥の視聴率から採用者の視聴タイミングを考察した。

イノベータ…選択して1話目から視聴

初期採用者…選好して1話目から視聴

初期多数派…面白いと聞いて2~7から視聴

後期多数派…話題になってから8話以降から視聴

ラガード…放送終了後に評価を認知してから視聴

### 8-4. 仮説設定

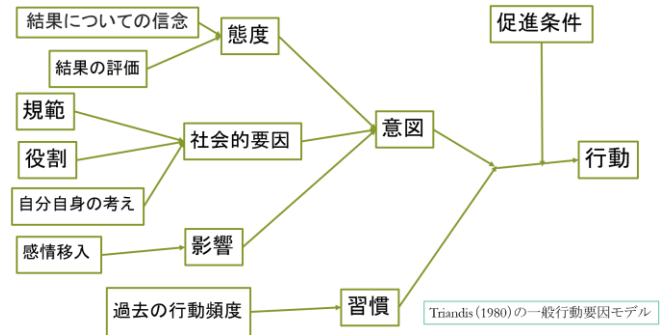
7-1、2、3、4、5、6ではドラマの採用者を定義した。

ドラマ「逃げるは恥だが役に立つ」はドラマキャズム理論における採用者のニーズに合ったドラマとして、キャズム越えを果たしたからヒットしたと考えた。そこで「キャズム理論でテレビドラマを説明できる。」という仮説を立てた。

## 9. 視聴行動と評価

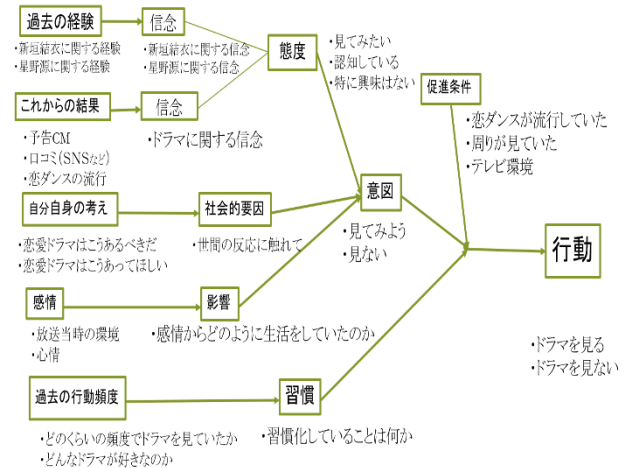
### 9-1. 視聴行動モデル

和田正人は「若者のテレビ接触行動に関する実証的研究：1995年と2016年の比較」においてTriandisの行動要因モデルをもとにして、テレビ接触行動モデルを作成している。本研究でもテレビドラマの視聴行動モデルとしてTriandisの行動要因モデルをもとにし、新たに作成した。（参考文献 [4]）



(図-4 筆者作成 Triandisの行動要因モデル)

ドラマについての規範や役割は自分自身の考えに含めて考えた。また結果についての信念と結果の評価も、テレビドラマを見る前の経験を得て信念につながると考え項目を増やした。これがテレビドラマ視聴行動モデルである。なお、本研究対象のドラマ「逃げるは恥だが役に立つ」に関する項目を付けてある。



(図-5 筆者作成 逃げ恥視聴モデル)

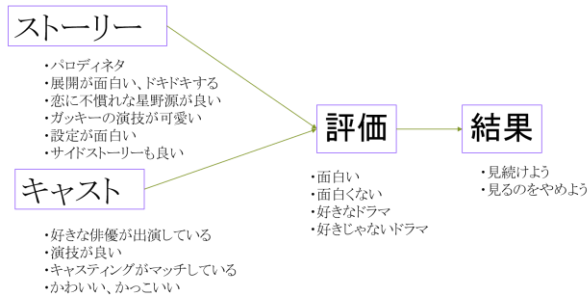
このモデルをもとにインタビューを行う。

### 9-2. 評価モデル

妹尾紗恵は「テレビドラマの構造化と評価要因分析 自由回答文のテキスト解析による分析と解釈」で次のように述べている。『ドラマは「誰が（キャスト）何をしたか（ストーリー）」から構成されている。そして、そのドラマに対して「何を感じたか（感情移入）」という要素がさらに追加される。この3要素がドラマ制作における最も基本となる要素であり、テレビ朝日との話し合いの結果、分類軸とした。』（引用文献 [6]）

今回はインタビュー形式で集計をするため、感情移入は結果の部分に含ませ、キャスト、ストーリーで評価モデルを作成した。

「逃げるは恥だが役に立つ」の評価モデル



(図一六 筆者作成 逃げ恥評価モデル)

10. インタビュー

10-1. インタビュー概要

2020年11月下旬から12月上旬にかけて、ドラマ「逃げるは恥だが役に立つ」に関するインタビューを実施した。インタビュー対象は21歳から62歳までの男女23名である。インタビューでは逃げ恥を視聴したかどうか、視聴をした、しないという行動までを図一五をもとに各要因に答えてもらった。また視聴経験のある人には図一六をもとにドラマの評価と視聴継続をしたのかどうかを答えてもらった。インタビュー結果をもとに視聴者をテレビドラマのキャズム理論における採用者に分類した。

10-2. イノベーター

【1】 以前から新垣結衣が出演しているドラマを見たことがあり、演技が良いと思っていた。そのため新垣結衣が出演しているといつも見たくなっていた。逃げ恥CMを見て恋愛系で面白そうな設定だと興味を持っていた。ドラマは娯楽としてみているので、放送当時受験で勉強が忙しくドラマの見る数を減らしていた。いつもなら週4で幅広いジャンルをリアルタイムで見ている。逃げ恥のキャストは主人公がかっこいい系じゃないところが、リアリティが出てよかった。古田新太と藤井隆以外のキャストिंगが良かった。ストーリーは主軸のストーリーと主人公以外（特に石田ゆり子）のサブストーリーが考えさせられるもので良かった。今まで見てきたドラマとは違う問題に触れていた。結果、面白かったので見続けた。

【2】 以前から新垣結衣が出演しているドラマを見たことがあ

った。新垣結衣はかわいくて面白いので、出演するドラマは見るようにしている。星野源は知らなかった。逃げ恥のCMを見て新垣結衣が出ているので見ると決めた。流行るとは思っていなかった。放送当時受験勉強で焦っていたので勉強の合間に気分転換もかねて見ていた。いつもは家族で週末のドラマなどをよく見ていた。気になるドラマはすべて必ず第1話は見るようにしている。逃げ恥のキャストは新垣結衣のショートカットがかわいかった。石田ゆり子や星野源の存在を初めて知った。ストーリーは家事代行から始まるといった、お金の関係から始まる、今までとは違った恋愛ドラマで設定が面白かった。登場人物の過去や背景がしっかり描かれていて、それを乗り越えていくところが良かった。自己否定して恋愛をしてきてない人の恋愛がこのドラマの魅力だと思った。結果、面白かったので見続けた。

【3】 以前から新垣結衣が出演しているドラマを見たことがあった。新垣結衣はかわいしいし、出演しているドラマもいつも面白い。逃げ恥CMを見て契約結婚って何？と興味を持った。家事代行はかわいしいはずだと思ったし、恋愛系なので見たいと思った。放送当時受験勉強で心に余裕がなかったので癒されたかった。また勉強の気晴らし、気分転換に見ていた。いつも家族で1つ以上ドラマを見ていた。クール終わりに次のドラマのCMを見て次の見るのを決めていた。必ず1話は見るようにしている。逃げ恥のキャストは新垣結衣がかわいかった。星野源が役どころと合っていた。ストーリーは恋に不慣れな星野源とかわいい新垣結衣の恋模様にキュンキュンした。番組パロディが面白かった。いろいろな結婚観があるのだなと思った。結果、面白かったので見続けた。

10-3. 初期採用者（アーリーアダプター）

【4】 新垣結衣が出演しているドラマを見たことはある。新垣結衣が出ているから必ず見ることはない。自分自身の考えとして、恋愛も仕事も頑張る女性が主人公のドラマが好き。少女漫画系や学園ものは展開が想像できるので見

ない。逃げ恥のCMを見てストーリーが面白そうと思った。ドラマは気になる時だけ見てきた。放送当時受験勉強で忙しかったので、息抜きに見ていた。ドラマは1回見逃したら見ない。録画もしない。キャストにこだわりがないので逃げ恥のキャストも特に好みはなかった。ストーリーは面白かった。ドラマきっかけで星野源の曲を聴くようになった。結果、好みのドラマだったので、面白かったので見続けた。

【5】 新垣結衣が出演しているドラマは見たことがある。逃げ恥のCMを見て新垣結衣がかわいいのだろうなと思った。恋愛ドラマが好きで母と一緒によく見ていた。キャストを重要視してみる。逃げ恥は星野源にあまり魅力を感じなかった。逃げ恥のストーリーは面白くないことはなかった。しかしキャストが好みの男性ではなかった。結果、好みのキャストではなかったので1話でやめて見続けることはなかった。

【6】 新垣結衣が出演しているドラマは見たことがある。星野源の曲を聞いたことある。よく家族と一緒に見て、おもしろいドラマがあれば見続けていた。放送当時は受験期間でテレビのある環境から離れるようにしていた。逃げ恥のキャストは星野源が好きで友達がいたので、話のネタになるなと思っていた。ストーリーは今まで見てきた主人公と違う感じが、自分の好みとはハマらなかった。結果、勉強でドラマを見るどころではなかったので、2話まで見てやめた。

#### 10-4. 初期多数派（アーリーマジョリティ）

【7】 石原さとみの出演しているドラマは見るようにしている。逃げ恥は3話から見だした。もともとドラマは好きなキャストが出ていないと見始めないが、友達から「面白いよ」と勧められてSNSで情報収集した。トレンドやいいね数を見て面白そうだなと思って見始めた。恋ダンスが良かった。放送当時は受験勉強で忙しく、気分転換したかった。逃げ恥のキャストは全く気にならなかった。新垣結衣もそこまで好きでもなかった。ストーリー

は設定が変わっていて先が読めなくて面白かった。今までにない設定で飽きずに続きが楽しみだった。結婚観が広がった。結果、面白かったので見続けた。

【8】 ドラマはあまり見てこなかった。放送当時は部活動を引退して家で過ごす時間が増えた。逃げ恥を友人に勧められて4話から見始めた。ドラマを普段からあまり見ないので、キャストが大事で、知っている俳優が出演していると見やすい。逃げ恥のキャストは恋に不慣れな感じの新垣結衣と星野源が良かった。ストーリーは結婚のカタチの多様性を知った。おもしろかった。結果、面白かったので見続けた。

【9】 面白いと教えてもらったドラマは今まで見てきた。周りが見ていてSNSなどで調べてみて気になった時だけ見ている。逃げ恥も友達が見ていて面白そうと思いSNSで調べた。放送当時は受験勉強で不安だったが、その時の感情とテレビはあまり関係がなく、勉強の合間に見ていた。逃げ恥のキャストは星野源の役があっていた。ストーリーはハグのシーンなどキュンキュンするところがあってよかった。結果、恋愛がしなくなった。面白かったので、見続けた。

#### 10-5. 後期多数派（レイトマジョリティ）

【10】 ドラマは作り物としてみているのでこだわりはない。新ドラマのCMを見ても認知するだけで特には何も思わない。放送当時は受験期間はやるべきことは学校でして家ではリラックスするため自由な時間が多かった。親がドラマをよく見ているので、時間が合えば見たりもしていた。恋ダンスが流行って、めちゃくちゃヒットしていたから興味を持った。恋愛ドラマは苦手だったが周りの評価が高かったので見てみようと思った。逃げ恥のキャストは星野源の役どころがイケメン過ぎないので良かった。ストーリーは面白くはないと思った。世間と自分の差異を感じた。恋愛ドラマはどんでん返しの展開がなく、落ちがわかるなと思った。恋愛のドキドキをドラマに求めている。結果、設定は面白いけど好きなドラマ

ではないなど見て分かった。

- 【11】 星野源の曲をよく聞いていた。新垣結衣の出演しているドラマを見たことがある。ドラマは面白いドラマだとしても時間が合わないとみてこなかった。放送当時は部活動を引退して少し時間に余裕ができていた。恋ダンスが流行っていて気になっていた。学校で恋ダンスを踊っている人がたくさんいたので見てみようと思った。8話から視聴した。逃げ恥のキャスティングは星野源と古田新太が好きだったので良かった。新垣結衣も可愛かった。ストーリーは恋に不慣れな星野源の役が良かった。恋愛ドラマをあまり見てこなかったので新鮮で良かった。

#### 10-6. ラガード

- 【12】 竹中直人や阿部寛が出演しているドラマは好き。でも絶対見たいとは思わない。恋愛ドラマがそもそも好きではない。ギャグやコメディなら許せるがあり得ない展開が好きではない。演技が下手だから邦画は嫌い。現実離れしているとだめなので脚本を重視する。週末にレンタルしたDVDを家族で見ていた。逃げ恥には興味はなかったが、世間的にはやっていたから放送終了の1年後に借りてきた。逃げ恥のキャストは星野源のイメージが歌手だったが、感情移入ができる良い俳優だった。新垣結衣がヒロインのドラマを初めてちゃんと見て、しぐさが可愛かったし、あざとさがいい演技をしていた。古田新太はもともと良い俳優だと思っていたけど、ゲイ役をこなしていて、ますます好印象を持った。ストーリーは金があったら家事代行を雇えるのだなと思った。また主人公津崎平匡が転職をする際企業選びの基準を「ホワイト企業は絶対」と言っていたシーンで、昔はブラック企業でも給料重視、でも今はホワイトで探すのだなと思った。家事分担について昔のように専業主婦が家事をするのではなく、旦那も家事をする風潮が良かった。全体を通じて、仕事よりも家庭を優先していて、世論にも評価を得ているのは良かった。結果、面白かったので見続けた。

- 【13】 ドラマに関心がないので見てこなかった。地上波のテレビはあまり見ない。暇な時や気晴らしでひかりTVを見ている。たまたまひかりTVで「逃げるは恥だが役に立つ」の挙放送をしていた。以前はやっていたのと毎週見るのは面倒だったので面白くなかったら見るのをやめられるので、丁度良いと思い見た。放送終了から2.3年経っていた。逃げ恥のキャストは新垣結衣が可愛かった。ストーリーはドキドキする展開でよかった。結果、面白かったので見続けた。

#### 10-7. 非視聴者

逃げ恥を視聴していないという人の中でも、意図的に逃げ恥を見ていないという人のインタビュー結果は次のようになる。

- 【14】 星野源の曲は聞いたことがある。予告CMを見てまた漫画が実写化されたのかと思った。実写化があまり好きではないので見たいと思わなかった。実写化は原作通りに終わらなかつたり、別物に変えられて楽しめない。原作が漫画ならそれに沿った再現度の高いドラマであってほしい。基本ドラマは見ないしテレビも見ない。放送当時は受験が終わり友達と遊ぶことが多かった。原作の漫画は読んだ。契約結婚という形の結婚もあることを知り結婚観が広がった。結果、漫画原作の実写化作品に対して否定的だったので視聴はしなかったが、興味はあったので原作の漫画は読んだ。

- 【15】 星野源の曲や映画を見たことがある。歌手が本業だと思っていたから演技力に対して期待度は低かったが映画を見て円気味で来てすごいと思った。SNSで盛り上がっていたがそれだけで見ようとは思わなかった。ドラマの良かったシーンをSNSで情報収集もできそれで十分だった。ドラマは見るのに体力を使うイメージがあるので、基本的に見ずにバラエティを見ていた。バラエティは何も考えず見られるのとドラマのように続かないから見忘れていても大丈夫なのでバラエティを好んでいた。ドラマはセリフがわざとらしくシチュエーションが非現実的で過ぎて嘘っぽく感じる。放送当時は受験勉強で忙しく家では解放されたい、ゆっくりしてやることを増やさずゆっくりしたかった。よくSNSを利用していたので逃げ恥のネタバレを見て見る気がなくなった。結



果、ドラマを見ることはなかったが、SNSの盛り上がりを見て恋ダンスによる認知度や話題性は認知していた。

## 11. 仮説検証

### 11-1. イノベーター

7-1と10-2よりイノベーターではドラマ好きで習慣でよくドラマを見ていた。またドラマに関心が高く、これまでも興味を持ったドラマは複数のドラマを視聴していた。選択的に視聴していると言える。キャストやストーリーについても評価が高かった。ドラマを娯楽や癒し、気晴らしに見ていた。ドラマに対して面白さより気分転換のため見ていることが分かった。

### 11-2. 初期採用者 (アーリーアダプター)

7-2と10-3より初期採用者はイノベーターほどではないが習慣的に興味のあるドラマを見てきている。ただ自分好みのドラマがあったり、面白さを重視していたりとある程度見る基準があり、それを満たさないと視聴をやめる傾向があるため、全く見ない時もあることが分かった。また受験シーズンということもあって気晴らしに見た人と勉強のため視聴をやめた人に分かれた。「面白そう」「好きそう」といった期待を持って視聴を決めていた。

### 11-3. 初期多数派 (アーリーマジョリティ)

7-3と10-4より初期多数派は周りからドラマを「面白い」と聞いて視聴を決めていた。ドラマを自分から見始めることよりは、人に勧められてから見始めることが多い。流行というよりは周りの人が見ていたからという理由が大きかった。またSNSなどで情報収取をしていることが分かった。習慣は「自分から見ない」と定義したがばらばらだった。面白そうと見始めているが(周りが見ていたから)という安心できる側面もあるのではないかと考えられる。

### 11-4. 後期多数派 (レイトマジョリティ)

7-4と10-5より後期多数派は逃げ恥が話題になってから視聴を始めていた。習慣に関しては「ドラマを全く見ない」と定義したがそのような人はいなかった。流行しているため話題についていけるように見始めたり、恋ダンスが流行っていたから、話題になったから見始めていた。

### 11-5. ラガード

7-5と10-6よりラガードは恋愛ドラマが嫌い、毎週1話見るのが面倒くさい、つまらないドラマに否定的といった理由でドラマを見ていなかった。習慣的にリアルタイムでドラマを見ていなかった。逃げ恥の流行や面白いと認知していた。放送終了後評価を確認してから視聴を決めている。そのため世間の評価をチェックして、ドラマに高い評価や確実性を求めているのではないかと考えられる。

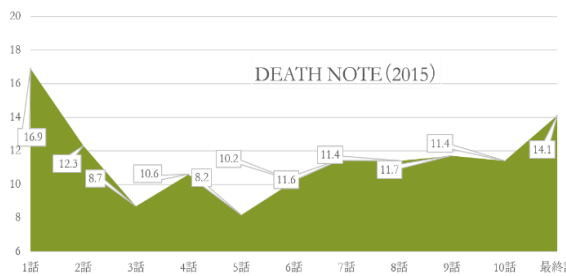
### 11-6. 結果

イノベーターと初期採用者とラガードについては定義通りの意図と習慣が見られた。初期多数派と後期多数派は定義通りの特徴が見られたが、唯一習慣にはばらつきが見られた。初期多数派のドラマを見る習慣はまちまちで、周りが「面白い」と言っていたからという意図は共通点が見られた。後期採用者についてもドラマを全く見ないという人はおらず、習慣にばらつきがあった。話題になったからという意図には共通点が見られた。また視聴を意図的にしない人の中には実写化作品を好まない層や流行に乗らない層を確認できた。インタビューにより、「逃げるは恥だが役に立つ」は放送開始から「面白い」と聞きつけ視聴した初期多数派と、話題になってから視聴した後期多数派が遅れて視聴していることが分かった。またドラマにおける初期市場と主流市場のニーズの違いを確認した。イノベーターや初期採用者のいる初期市場では気分転換や気晴らし、癒し、面白いだらうという期待でドラマを採用しているのに対して、初期多数派、後期多数派、ラガードのいる主流市場はみんなが見ているという安心できる面白さ、話題性、高い評価からドラマを採用していた。

## 12. 考察・結論

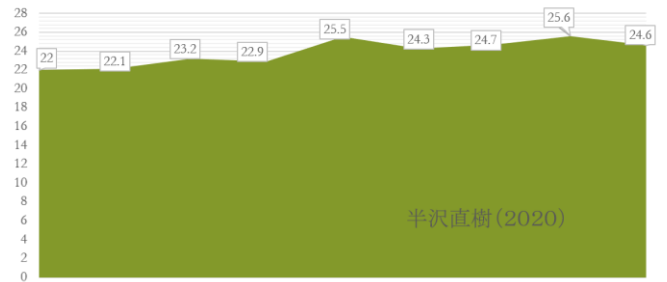
5-3では解決される課題の大きさ、消費者行動の不均一性、情報ネットワークの不均一性の値をもとにキャズムが再現された。ドラマのキャズム理論における採用者も初期多数派と後期多数派のドラマの習慣に対してばらつきが見られ、このばらつきが大きいほどキャズムが発生すると考えられる。また初期市場と主流市場でのドラマのニーズの違いを明らかにしたが、ドラマ「逃げるは恥だが役に立つ」はそれらのニーズをうまく満たしたと考

えられた。初めドラマ好きのイノベーターと自分好みのドラマだと判断した初期多数派（アーリーアダプター）が視聴した。その後、面白いと聞きつけた初期多数派（アーリーマジョリティ）の獲得と徐々に恋ダンスやムズキュンなど SNS を中心に話題になり流行を作ることに成功した。普段ドラマを見ないような後期多数派（レイトマジョリティ）の獲得へとつながった。「逃げるは恥だが役に立つ」をテレビドラマの採用者で説明できたが、他のドラマでも説明可能かを比較した。



(図—7 筆者作成 DEATH NOTE 視聴率)

図は2015年に放送された日本テレビドラマ「DEATH NOTE」の視聴率である。原作は少年ジャンプに連載されていた漫画でドラマ化以前から映画、アニメ、小説など人気のある作品だった。そのためドラマ化あたり放送前から注目されていたと考えられ、1話目の視聴率は16.9と高い視聴率でスタートしている。これは前作や原作の評価が高く、「面白い」という情報が放送前から広がることで一話目からイノベーターも初期採用者も初期多数派も採用したと考えられる。しかし、放送開始後、原作と違ったキャラクター設定やストーリー展開から視聴率は低迷し始めている。これは「DEATH NOTE」をより原作通りに作られている映画と比較して、ドラマはオリジナリティが多く、原作ファンが離れてしまったとも考えられる。後半は視聴率を回復させていたが、これはオリジナルストーリーが認められ、再び、視聴者が戻ってきたと考えられる。



(図—8 筆者作成 2020年度版 半沢直樹 視聴率)

また上図は2013年に大ヒットとなったTBSドラマ「半沢直樹」の続編の2020年度版「半沢直樹」の視聴率である。2013年度版の最高視聴率は42.2%で、多くの人が視聴していた。そのため2020年度版はかつて視聴していた人たちが再び視聴したため第1話から高い視聴率を獲得している。つまり第1話目からイノベーター、初期採用者だけでなく「面白い」予見したと初期多数派、さらには前作の話題に釣られた後期多数派までもが採用し、視聴を決めたということがわかる。つまりドラマ開始前からキャズムを超えていたということである。「DEATH NOTE」との違いは視聴率の大幅な低迷がなかったことである。前作を見ていた視聴者好みのドラマ構成になっていたと考えられる。「逃げるは恥だが役に立つ」は原作があるものの、原作ファンだけでなく、普段ドラマや恋愛ドラマを見ない人を連れてくることで普及していき、ヒットドラマとして成功したと考えられる。このようにドラマについての習慣がまちまちな層を獲得できれば高い視聴率を取れるのではないかと考えた。そのためには話題性や流行を作れるかがカギになってくるが、非視聴者の中には実写化否定層や流行には乗らない層も存在し、そういった人をドラマ採用者にするためのアプローチの仕方も考える必要がある。テレビドラマは例えストーリーが面白いものだったとしても普段ドラマを見ない人は見ることはない。固定しているドラマを見る人だけを集めようと思っても限界が来る。つまりほとんどのドラマは初回の視聴率を上回ることができなかつたり、視聴率が平らなまま最終回を迎えることが多い。

### 13. 課題

本研究ではドラマ「逃げるは恥だが役に立つ」を事例にテレビ

ドラマをキャズム理論で説明することができた。しかし、本研究での各採用者が他ドラマでは違う採用者になってしまうと考えられる。したがって、対象を変えた他ドラマにおける各採用者への追加インタビューを行い調査すべきである。またインタビューの回答者のほとんどが放送当時の2016年が受験期間と被っているため偏りが出てしまった。より幅広い年代の回答を調査することが好ましかったと考えられる。また今回ドラマ「逃げるは恥だが役に立つ」は流行を作ることで普段ドラマを見ないような後期多数派（レイトマジョリティ）の獲得に成功したが、何が流行になるかは時と人によって不確実なものであり、「流行を作るためのメカニズム」を明らかにすることができればよりテレビの未来は明るいものになると考えた。インタビューでは新型コロナウイルスの関係で十分な数のインタビューが行えなかった。今後は放送の現場で働く筆者が、キャズム理論の視点を含めた制作を目指していく。

#### 1 4. 謝辞

本研究を進めるにあたり、インタビュー調査にご協力いただいた皆様、関係者皆様、ご指導いただきました那須清吾教授、並びに那須研究室の皆様にご心より感謝申し上げます。

#### 1 5. 参考文献

- [1] 「ジェフリー・ムーアの「キャズム理論」がわかる本  
ポケット図解」中野明 著
- [2] 「ドラマ、どんな見方をしていますか？」 河辺昌之 著  
[ドラマ、どんな見方をしていますか？ | ウェブ電通報 \(dentsu-ho.com\)](https://dentsu-ho.com) (2021年2月2日アクセス)
- [3] 「テレビドラマにおけるクリエイティビティの現在  
—『逃げるは恥だが役に立つ』を中心に—」伊藤孝一 著
- [4] Values, attitudes, and interpersonal behavior.  
Triandis H.C. 著 [Triandis' Theory of Interpersonal Behaviour](https://cres.gr)  
([cres.gr](https://cres.gr)) (2021年2月2日アクセス)

#### 1 6. 引用文献

- [1] 「2016年の放送界外観」片野利彦 著 p 1
- [2] 「ジェフリー・ムーアの「キャズム理論」がわかる本  
ポケット図解」中野明 著 p 36

- [3] 「新規商品・サービスのマーケティングの為の  
普及現象の構造化」難波和秀 著 p40, 41
- [4] 「若者のテレビ接触行動に関する実証的研究：  
1995年と2016年の比較」和田正人 著 p416
- [5] 伊藤孝一は「テレビドラマにおけるクリエイティビティの  
現在—『逃げるは恥だが役に立つ』を中心に—」 p86
- [6] 「テレビドラマの構造化と評価要因分析 自由回答文のテク  
スト解析による分析と解釈」妹尾紗恵 著 p124