

ISSN 2186 – 3989

BCCWJ におけるカタカナ語「ブーム」の様相  
—雑誌記事見出しとの比較を中心に—

大谷 鉄平

Aspects of the Katakana Word 'Boom' in the BCCWJ  
-A comparison with Magazine Article Headlines-

Teppei Otani

北 陸 大 学 紀 要  
第57号(2024年9月)抜刷

# BCCWJ におけるカタカナ語「ブーム」の様相 —雑誌記事見出しとの比較を中心に—

大谷 鉄平\*

Aspects of the Katakana Word 'Boom' in the BCCWJ  
-A comparison with Magazine Article Headlines-

Teppei Otani\*

*Received July 16, 2024*

*Accepted August 20, 2024*

## 抄録

カタカナ語「ブレイク」「ブーム」「トレンド」は、いずれも「流行する・している／人気を博す・している」という意味的特徴を含み、見出し文に多用される。一方、見出し文は、字数制限の都合上、本文中での語句を取捨選択し構成した、ある種特殊な文章といえる。したがって見出し文における特定の語のふるまいや意味機能を記述するうえでは、本文中でのふるまいや意味機能を確認したうえで比較対照を行う必要がある。そこで今回、「ブーム」に焦点を当て、雑誌記事見出しコーパス、ならびに現代日本語書き言葉均衡コーパスから得た各 1000 の用例を言語資料としたうえで、①「ブーム」の対象の傾向、②同語を伴う言い回し・文脈の傾向、について調査した結果を比較対照し、両者間での異同を確認した。

このうち①に関しては、両コーパスに共通し「モノ・コト」が「ブーム」の対象となる傾向にあった一方、その詳細としては、前者では「飲食物」「場所」が後者に比し対象になりやすく、後者では「動植物」「出来事・現象」「その他」が前者に比し対象になりやすいことが浮き彫りとなった。また、②に関しては、「大」が前接した「大ブーム」との言い回しが雑誌記事見出しにおいて多用される一方、本文中ではその傾向が認められない、との相違があった。これに対し、文脈面での傾向としては、両コーパス共に「『ブーム』が始まった／『ブーム』の状態にある」、「『ブーム』が終わる」との文脈を示唆する関連語が抽出され、共通する可能性が窺われた。

**Key Words (キーワード) :** Katakana Word(s) (カタカナ語), Boom (ブーム), Headline (見出し文), BCCWJ

---

\* 北陸大学国際交流センター International Exchange Center, Hokuriku University

## はじめに<sup>1</sup>

カタカナ語「ブレイク」「ブーム」「トレンド」は、いずれも「流行する・している／人気を博す・している」という意味的特徴を含み、雑誌をはじめとした見出し文において多用される。<sup>2</sup>しかしながら、各々が置き換え可能な場合もあれば、そうでない場合もある。以下は雑誌記事見出しの例である（カッコ内は雑誌名）。

### <置き換え可能と思われる例><sup>3</sup>

- 例 1 技術 ペイリン株は大暴落でもメガネは大（ブレイク／ブーム）「福井の匠」が世界を席卷（AERA）
- 例 2 大規模再開発が続く、街がさらに進化する シブヤ消費（トレンド／ブーム）40 年史（日経トレンディ）
- 例 3 IT 業界で密かに（ブレイク／トレンド）!? スマホでハイヤーを呼ぶプチ贅沢感が味わえるアプリ UBER（週刊文春）

### <置き換えると不自然と思われる例>

- 例 4 エンタメニュース TV アイバン ボーイッシュなオネエキャラで、アイバンが（ブレイク／??ブーム）中（an・an）
- 例 5 （トレンド／??ブーム）デニムを狙い撃ち!新しいシーズンに合わせて、デニムもアップデート。今買うべき最旬 4 タイプをリコメンド。（ELLE girl）
- 例 6 African Business News エコな靴が大（ブレイク／??トレンド）!エチオピア発世界ブランド「IssoleRebel」（ソトコト）

このような実態を踏まえ、筆者は現在、雑誌記事見出し文を言語資料とし、そこに現れる当該 3 語のふるまいと意味機能に関し、①辞書記述上の異同、②対象となる事物の傾向の異同、③言い回し・文脈の傾向の異同、④アспект上の異同、⑤指し示す時期の異同、との観点から検討を進めている。

しかしながら、見出し文は「本文の内容に関する概要を（文言を取捨選択し）非常に短い文で表したもの」という点で、ある種特殊な文章であり、各々の語について、一般の文章中でふるまいとの対照も押さえておく必要がある。

このような背景から、大谷（2023）では、「ブレイク」を焦点とし、雑誌記事見出しコーパス<sup>4</sup>ならびに BCCWJ（現代日本語書き言葉均衡コーパス、「中納言」を利用）を用い、両者間でふるまいの異同について明らかにした。なお、調査手法としては、雑誌記事見出しのみを対象とした大谷（2024a）での「対象となる事物の傾向」、「言い回し・文脈の傾向」に関する調査を、BCCWJ を言語資料として行い、両者の結果を比較する、という形をとった。そこで今回は、焦点を「ブーム」に移し、同様に BCCWJ を言語資料とした調査を行ったうえで、雑誌記事見出しの場合との比較を行い、ふるまい上の異同を確認する。なお、雑誌記事見出しにおける「ブーム」の「対象となる事物の傾向」、「言い回し・文脈の傾向」については、雑誌記事見出しにおける「ブレイク」「ブーム」のふるまい上の異同を検討した大谷（2024b）での調査結果を用いることとする。

## 見出し文、そしてカタカナ語

上述では、「本文の内容に関する概要を(文言を取捨選択し)非常に短い文で表したもの」という点で見出し文が「特殊な文章」である、とした。これについて少々詳しく述べると、「非常に短い」とは、端的には、読み手が一目で内容を大まかに把握できる字数に収まっている、ということであり、奥村(2010)では、Yahoo! JAPAN のトピックスが必ず 13 文字である理由として、「目を動かさずに見出しが読める (p.73)」限界であると指摘する。

さて、雑誌記事見出しをはじめ、「見出し文」があれば必ず「本文」が存在する。そのため、当然のことながら、書き手の期待としては、**1)「読み手が見出し文を目にしたのち、本文の閲覧に至る」ことが挙げられよう**。そしてその期待を満たすには、まずは見出し文が「読み手の目を惹く」ものでなければならず、さらには「本文を閲覧したくなる」ものでなければならない。加えて、**2)「読み手が見出し文を目にしたのち、思考や行動の変化を起こす」ことも挙げられよう**。例えば上掲の例 5 の雑誌記事見出しの場合、本文中で「4 種類のデニムが紹介される」ことが読み取れるが、それに加え、「トレンド」との語を用い、当該のデニムが「流行の先端ないし主流となる」との情報が付加されていること、ならびに、「買うべき」と、書き手の価値観や判断を示すモダリティ表現が用いられることによって、ファッションに敏感な読み手の中には、本文閲覧により当該のデニムに関する詳細な情報を得るのみならず、「他者に先んじたい」「時流に乗り遅れたくない」といった心理が刺激され、<sup>5</sup>購入に至る可能性があることも想像に難くない。

筆者による一連の雑誌記事見出しを対象とした研究では、**1)**と**2)**の期待を満たすための方略を「二重の誘導」と称しているが、特に**2)**については、庵(2017)での指摘に依拠している。以下、見出し文以外との対照の必要性への言及も含め、引用する。

…現在において、メディアの「誘導性」を考えるうえで、「見出し」は非常に大きな意味を持っているのです。もちろん、今回と同じ対象(筆者注: NHK 番組「時論公論」)について、本文を考察対象に含めればより多くのことが明らかにできると考えますが、そうした分析は別の機会に譲りたいと思います。(p.157)

無論、庵(2017)では同じ「時論公論」の「見出し」と「本文(＝番組内)」での対照について述べており、厳密には本稿の「雑誌記事見出し」と「BCCWJ」とを対照する分析とは異なる。しかしながら、見出し文が本文に比し文言の取捨選択が行われていることを加味すると、限られた字数の中での語のふるまいと、そうでない場合の語のふるまいとは、相違が認められる可能性は十分に考えられることであろう。

なお、記事見出しを調査対象とした先行研究としては、見出し文中の語句・文脈に基づく言説分析が多くみられ(木村他(2005)、今村(2017)、胡(2023)など)、受信側への『「行動・思考の変化」への誘引』との関連では、「発信側の言説への同調」という思考の変化が焦点となる傾向にあり、本稿を含む筆者による一連の研究も、これに属する。

一方、「読み手の目を惹く」うえで、敢えて見出し文でカタカナ語が用いられる実態がある。この点について、語種の面からは、外来語との関連からカタカナ語がもつ印象に関わる考察の蓄積が豊富である。<sup>6</sup> 特に、商用的効果については、熊抱(2005: 4-5)にて「カタカナ語効果」を指摘しており、注視に値する。

カタカナ語(英語)を使用すると、読み言葉にしてもお洒落な感じがするし、漢字と平仮名だけよりも読みやすいような気がする。日本語だけでは単調になりがちな文

章を‘カタカナ語効果’により文章を際立たせ、垢抜けした印象を与える‘カタカナ語効果’を巧みに利用し、消費者の購買力を刺激するのである。

筆者による一連の研究では、同論の「カタカナ語効果」とは別に、雑誌記事見出し中に用いられる特定の語の商用的利用について語用論ならびに批判的談話分析の観点から検討を進めている（表 1、大谷（2020）より）。

表 1 事実上の広告文で商用的にはたらく語句の例

対象の宣伝面	語句
認知度の高さ	おなじみ ご存じ 有名 あの みんな
話題性の高さ	話題 注目 トレンド 流行 ブーム アツい 噂の～
評価の高さ	絶賛 評判 大人気 満点 完璧
その他	～ないと損 欲しい ～たい

本稿での焦点とする「ブーム」は、記事中で取り上げられる対象が「多くの人の間で話題となっている」とし、対象を称揚する。しかしながら、読み手はその真偽を記事見出しのみからは判断できない。実際は対象の「認知度を高める」「消費・利用を促す」ことを目的とした「事実上の広告文」であるかもしれず、その解釈可能性を記述することが、研究の最終的な目標である。本稿での検討はその段階には至っていないものの、「事実上の広告文」としての解釈可能性が窺える雑誌記事見出しにカタカナ語「ブーム」（ならびに「ブレイク」「トレンド」）が多用される背景としては、「話題性の高さの称揚」と「カタカナ語効果」の 2 点を重視しておくことが必要であると考ええる。

## 前提 1—大谷（2023）概要—

本稿で取り上げる「ブーム」の雑誌記事見出しコーパス（＝OYA）・BCCWJ でのふるまいの異同に関する調査・分析に入る前に、「ブレイク」に焦点をあてた大谷（2023）、ならびに「ブーム」の雑誌記事見出し上でのふるまいについて検討した大谷（2024b）について、概略的に述べる。

大谷（2023）は、雑誌記事見出し上の「ブレイク」のふるまいに関し、「①『ブレイク』の対象の傾向、②同語を伴う言い回し・文脈の傾向」について検討した大谷（2024a）の結果を踏まえ、同様の調査を BCCWJ をコーパスとして実施し、両結果を対照したものである。<sup>7</sup>

まず、①、②に関し略述する前に、OYA と BCCWJ との間で用例数に差があったことに触れておきたい。OYA では、計 7791 の用例が抽出され（初出:1929 年 12 月、最新例:2014 年 11 月）、このうち大谷（2024a）では、不適格な用例（ブレイクダンス、コーヒーブレイクなど）を除いた最新 2000 例を調査対象としたが、BCCWJ で文字列検索を行ったところ、「ブレイク」が 625 件、「ブレーク」が 185 件にとどまり、かつ、同様に不適格な用例を除外したところ、最終的に抽出できた用例は「ブレイク／ブレーク」合わせて 189 件のみとなった。大谷（2023:371）では、この実態に関し、『ブレイク』は特に見出し文において、『キャッチコピー』のようなパワーワードとして、受信側の目を惹く（あるいは煽る）ことを目的に多用されている」ことを示唆するものであると指摘した。

これを踏まえ、①に関しては、まず対象を「モノ／コト」と大別したうえで、用例再観察を通じ詳細な分類枠を仮設し、分類枠ごとの出現数を把握した（表 2、大谷 2023:371、2024a:40）。

表 2 「ブレイク」の対象となる事物の分類枠（仮）

1. ヒト	1.1 +エンタメ	1.1.1 俳優	2. モノ	2.1 +マスメディア	2.1.1 テレビ・ラジオ
		1.1.2 歌手			2.1.2 映画
		1.1.3 アイドル		2.2 -マスメディア	2.2.1 楽曲
		1.1.4 モデル			2.2.2 書籍・DVD
		1.1.5 芸人			2.2.3 漫画・アニメ
		1.1.6 MC			2.2.4 IT
		1.1.7 その他			2.2.5 商品
	1.2 -エンタメ	1.2.1 アナウンサー	3. コト		2.2.6 その他
		1.2.2 スポーツ	4. 不明		
		1.2.3 有識者			
		1.2.4 その他			

調査の結果、雑誌記事見出しの場合、メディアに登場し芸能活動を行う人物（すなわち、1.1. 全体の 68%を占めた）が「ブレイク」の対象となりやすいことが明らかとなった。一方、本文中、すなわち BCCWJ の場合は、同様に 1.1 の割合が 53%と最も多かったものの、「モノ・非メディア」すなわち 2.2 が 29%と次いで多く、雑誌記事見出しの 15%との差が見られた。ただし、用例数の多寡の問題もあり、当該の相違の背景については、「本文中」の用例数を増やすなどしてから再調査を行う必要があり、今後の課題となっている。

次に、②に関しては、テキストマイニングツールである KH Coder を用いた関連語調査に基づく。まず言い回しに関しては、OYA、BCCWJ とともに「大」「中」との関連度が高く、<sup>8</sup>「雑誌記事見出し」であれ「本文中」であれ、「大ブレイク」「ブレイク中」とのかたちでの出現が多いことが分かった。一方、文脈の傾向としては、OYA では「対象が『これからブレイクする』との文脈」を示唆する語句の使用が目立った。具体的には、「ブレイク○○」の形で使用として、後続する語に「必至（関連語 7 位）」「寸前（8 位）」「（の）予感（29 位）」「予測（37 位）」「確実（40 位）」「直前（42 位）」が認められた。これに対し、BCCWJ では「予感（5 位）」「間違い（23 位、『間違いなし』『間違いない』）」にとどまり、雑誌記事見出しのような傾向は認められなかった。

## 前提 2 —雑誌記事見出しにおける「ブーム」のふるまい—

大谷（2024b）では、雑誌記事見出しのみを対象とし、「ブーム」を伴う用例における「①『ブーム』の対象の傾向、②同語を伴う言い回し・文脈の傾向」に関する調査を行い、大谷（2024a）での「ブレイク」の場合の結果との対照を行った。ここでは同稿の「ブーム」に関する調査結果について略述する。<sup>9</sup>

①に関しては、「ブレイク」の際に仮設した分類枠（＝表 2）を用い、目視による用例観察から分類を行ったが、「ヒト・エンタメ（1.1）」の割合が少ない（全体の 8%）一方、「モノ・非メディア（2.2）」の割合が全体の 52%を占め、特に 2.2.5「商品」、2.2.6「その他」に分類される例が多く認められた。また、3.「コト」も全体の 28%を占め、結果、この 3

枠をさらに細分化する必要性が生じた。結果として、表 2 の 2.2.5、2.2.6、3.に関し、表 3 の詳細な分類枠を改めて設け、分類を行った（大谷 2024b:237）。今回の BCCWJ を対象とした調査でも、表 2 の 2.2.5、2.2.6、3.についてはこの詳細な分類枠を用いる。

表 3 表 2「モノ・非メディア」「コト」の詳細な分類枠

分類枠	概要	出現数	表2
ファッション	身につけるもの全般、美容品、コーディネートなど	192	2.2.5 商品
飲食	ヒトが体内に取り入れるもの（薬やタバコ等も含む）	114	2.2.5 商品
商品	雑貨、文具、玩具、自動車、日用品などの物品	48	2.2.5 商品
動植物	ヒト以外の生き物や植物（キャラクターを含む）	19	2.2.6 その他
場所	地域、店舗や各種施設など特定の場所	114	2.2.6 その他
行為・活動	ヒトやヒト以外が動作をもってすること	181	3. コト
出来事	各種イベント、社会現象、事件・事故など	86	3. コト

次に、②に関し、言い回しの面では、「大」との関連度の高さが認められたが、雑誌記事見出しにおいて対象となる事物の「人気・流行の度合いの高さ」を強調する目的が考えられる。反面、「中」については「ブレイク」との関連度の高さが顕著であったが、「ブーム」との共起はほぼ皆無であった（2 件のみ観察された）。見出し文にて「今、人気・流行の状態にある」との意味合いで「ブーム中」とは非常に言いにくい、ということである。一方、文脈の傾向としては、関連語上位に「到来（ブーム到来）」「いま（いま、ブーム）」「空前（空前のブーム）」などが認められ、『ブーム』が始まった／『ブーム』の状態にある」との文脈を構築する傾向にあることが明らかとなった。また、「終焉（ブームの終焉）」も認められ、『ブーム』が終わる」との文脈を構築することも少なくないことが確認された。なお、KH Coder を用いた具体的な調査結果（数値など）は、BCCWJ での調査結果との比較の都合上、後に掲げることとする。

## 調査概要

今回の調査は、「前提 1」に略述した内容を、焦点を「ブーム」に移して行う、というものであるが、改めて調査対象、手順などの概要について整理する。

「前提 2」の注にも示したように、雑誌記事見出しの用例は OYA から収集した最新 1000 件であり、不適格な用例（「ザ・ブーム（歌手グループ）」など）は目視にて除外している。一方、BCCWJ の用例は「ブーム」で文字列検索を行い抽出したものを用いる。なお、文章中での出現であることから、文脈把握の必要上、前後 50 語の設定で検索をかけている。また、「ブレイク」の際と異なり、1827 件の検索結果が得られたため、雑誌記事見出しと同様、最新 1000 例（不適格な用例を除いたもの）を調査対象とした。

調査内容は、OYA、BCCWJ での「ブーム」を伴う用例における「①『ブーム』の対象の傾向、②同語を伴う言い回し・文脈の傾向」の比較対照であり、まず、「前提 2」と同様の手法で BCCWJ での用例を対象とした調査を行った。①については、表 2、表 3 の分類枠を再編成した新たな分類枠を仮設し（表 4）、Excel 上のテキストを逐一目視する形で分類を行った（図 1 参照）。

表 4 「ブーム」の対象となる事物の分類枠（仮、再編成版） 10

1. ヒト	1.1 +エンタメ	1.1.1 俳優	2. モノ	2.1 +マスメディア	2.1.1 テレビ・ラジオ	3. 場所
		1.1.2 歌手			2.1.2 映画	
		1.1.3 アイドル		2.2 -マスメディア	2.2.1 楽曲	
		1.1.4 モデル			2.2.2 書籍・DVD	4. 行為・活動
		1.1.5 芸人			2.2.3 漫画・アニメ	
		1.1.6 MC			2.2.4 IT	5. 出来事・現象
		1.1.7 その他			2.2.5 商品	
	1.2 -エンタメ	1.2.1 アナウンサー			2.2.6 ファッション	6. その他
		1.2.2 スポーツ			2.2.7 飲食	
		1.2.3 有識者			2.2.8 動植物	7. 不明
		1.2.4 その他				

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	
1	俳優	歌手	アイドル	芸人	MC	その他		アナ	スポーツ	有識者	その他	テレビ	映画	ラジオ	書籍・漫画・IT	商品	音楽	漫画	音楽	漫画	音楽	漫画	音楽	漫画	音楽	漫画	音楽	漫画	音楽	漫画	音楽	漫画	音楽	漫画	音楽
534												1			1					1	1													不詳	
535																																			
536																																			
537																																			
538																																			
539																																			
540																																			
541																																			
542																																			
543																																			
544																																			
545																																			
546																																			
547																																			
548																																			
549																																			
550																																			
551																																			
552																																			
553																																			
554																																			
555																																			
556																																			

図 1 BCCWJ における用例の分類作業シート

②については、KH Coder の関連語調査機能を用い、「ブーム」との関連度の高い語、ならびに「ブーム」と関連語との共起ネットワーク図から、言い回し、ならびに文脈の傾向を把握した。そして、得られた結果と大谷（2024b）での結果を照らし合わせることで、ふるまいの異同について確認した。

なお、BCCWJ から得られた用例が掲載された文章のジャンルについて触れておく。BCCWJ では書誌情報に関するレジスターが設けられており、どのようなジャンルの文章で「ブーム」が出現したかを確認することができる。これをまとめたものが表 5 である。また、表 5 のうち「書籍」のジャンルをさらに細かく分類したものが表 6 である。

表 5 「ブーム」が出現する文脈を伴う文章のジャンル

ジャンル	ブーム	レジスター	ジャンル	ブーム	レジスター	ジャンル	ブーム
法律	0	特定目的	教科書	2	図書館	書籍	134
知恵袋	184		広報誌	13	出版	書籍	268
ブログ	219		国会議事録	3		雑誌	134
ベストセラー	3		白書	8		新聞	32



表 6 「ブーム」が出現する書籍・ベストセラーのジャンル

レジスター・ジャンル：書籍（出版＋図書館＋ベストセラー）							
分類	ブーム	分類	ブーム	分類	ブーム	分類	ブーム
総記	6	社会科学	134	産業	49	文学	32
哲学	13	自然科学	32	芸術美術	41	分類なし	13
歴史	38	技術工学	40	言語	7	合計：405	

表 5、表 6 からは、「ブーム」が一般の人が手に取る書籍（特に社会科学）、あるいは web での投稿に多く用いられ、公的であらたまった文章（国会議事録や白書など）にはあまり用いられない、との傾向が見て取れる。このことは、上掲の熊抱（2005）にある「読みやすさ」をはじめ、カタカナ語が有する「親しみやすく、平易」という語種面での特徴を反映しているものと考えられる。

### 調査結果①—「ブーム」の対象の傾向—

雑誌記事見出し（OYA）、本文中（BCCWJ）の用例各 1000 件を対象とした『『ブーム』の対象』に関する分類結果は、表 7 の通りとなった。なお、各分類項目名は表 4 の通りであり、各項目における左側の数値が BCCWJ での件数、カッコ内の数値は、OYA での件数であり、大谷（2024b）の調査結果を改めたものとなっている。

表 7 「ブーム」の対象となる事物（カッコ内は OYA）

1. ヒト	1.1 +エンタメ	1.1.1	6(20)	2. モノ	2.1 +マスメディア	2.1.1	23(33)	3. 76(114)
		1.1.2	10(20)			2.1.2	14(27)	
		1.1.3	1(13)		2.2 -マスメディア	2.2.1	23(28)	4. 188(181)
		1.1.4	0(2)			2.2.2	31(40)	
		1.1.5	40(8)			2.2.3	20(15)	
		1.1.6	0(0)			2.2.4	8(13)	5. 129(86)
		1.1.7	8(9)			2.2.5	85(71)	
	1.2 -エンタメ	1.2.1	1(2)			2.2.6	56(48)	
		1.2.2	5(6)			2.2.7	115(192)	6. 82(31)
		1.2.3	13(4)			2.2.8	50(19)	
		1.2.4	12(29)			合計：1004 (1026)		7. 8(15)

また、各項目別での多寡を視覚化するため、表 7 の結果をグラフ化し、表 8 とした。

表 8 「ブーム」の対象となる事物（グラフ）

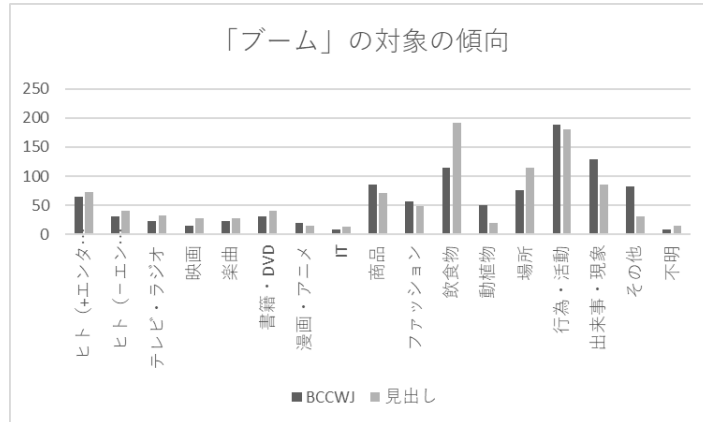


表 7、表 8 の結果を見るに、まず、共通点として、「ブレイク」では対象となる場合が多かった)「ヒト・エンタメ」が占める割合が小さいことが挙げられる。また、「行為・活動」が対象となる割合が大きいことも共通点といえよう (OYA:全体の約 17.6%、BCCWJ:全体の約 18.7%)。なお、「行為・活動」は、表 3 に示した通り、ヒト・ヒト以外の何らかの動作を伴う事象を指すが、例 7 の「テニス」、例 8 の「ダイエット」、例 9 の「占い」など、目的や方法については多岐に渡る (以下 3 例は BCCWJ より。以下同様に、サンプル ID を付したものは BCCWJ、それ以外は OYA からの用例である)。

- 例 7 両陛下の軽井沢でのテニスロマンスから・・・戦後最初のテニスブーム。庶民の間にもテニスブームが広がりました。(OY14\_21368)
- 例 8 以前は納豆ブームがありましたが、今度は「朝バナナダイエット」がブームだそうです。(OY07\_01208)
- 例 9 韓国が今占いブームで血液型を気にしてる (特に B 型の男性に対しての偏見が強い) と今日ヤフーのトピックス? かいてあったのですが… (OC01\_04201)

一方、両者間で件数に差があるものとして、まず、雑誌記事見出しに多いのが「飲食物」(OYA:全体の約 18.7%、BCCWJ:全体の約 11.5%)、「場所」(OYA:全体の約 11.1%、BCCWJ:全体の約 7.6%)であった。分類した個々の用例を再観察したところ、雑誌記事見出しの場合、特定の飲食物や場所 (施設、地名など) を紹介する記事内容を示唆するものが多く認められた (一例として、例 10、例 11) 一方、BCCWJ では、あるブームそのものの紹介というより、むしろその内実に焦点があるような文脈構成となっている (例 12、例 13)。「本文中」であるから当然、と言ってしまうとその通りかもしれないが、雑誌記事見出しの場合、上述した「読み手が見出し文を目にしたのち、思考や行動の変化を起こす」との点を考慮すれば、ある個別の事物に対する認知度向上 (あるいは消費や利用) を企図した紹介「風」の見出しを制作するうえで、「ブーム」が多用されている可能性は否定できまい。

- 例 10 夏のおとりよせ大賞発表! 全国から話題の逸品、取り寄せました! ブームの地サイダー! 冷やし唐揚げ? なんと天然氷まで! ? (an・an)
- 例 11 旅行 日本人の知らないヒロシマ 外国人を魅了する「感情を揺さぶる街」

広島が外国人旅行客の間でブームになっている。(AERA)

例 12 今でこそ、空前の自然塩ブームといわれ、沖縄だけでも相当な数の塩メーカーがある。その中でも、今年で創立十周年を迎えた沖縄海塩研究所の「栗國の塩」は自然塩の草分け的存在。(PB5n\_00044)

例 13 十九世紀の八十年代は、第一次宇宙ブームと言ってよかった。そのなかで、カミール・フラマリオン(千八百四十二―千九百二十五)の存在を忘れることはできまい。(PB57\_00170)

対して、BCCWJでの出現件数が多かった項目としては、「動植物」(OYA:全体の約2%、BCCWJ:全体の約5%)、「出来事・現象」(OYA:全体の約8.4%、BCCWJ:全体の約12.8%)、「その他」(OYA:全体の約3%、BCCWJ:全体の約8.2%)となった。先ほどと同様に分類した個々の用例を再観察したところ、「動植物」について、BCCWJでは例14の「盆栽」をはじめ、ガーデニング、や生け花が対象として多く認められたが、「植物を『育てる・加工する』行為」と捉えれば「行為・活動」に分類されるべきと言えなくもない。これらの例に関しては、分類枠そのものの妥当性の検証、ならびに分類枠の定義の明確化といった大きな課題とも関連するため、改めて精査することとしたい。

例 14 平成の世は空前の盆栽ブーム かつては一部の愛好家のものと思われていた盆栽も、このところはそれに親しむ年齢層がぐっと広がり、日々一般に定着しつつあります。(LBr6\_00012)

「出来事・現象」については、BCCWJでは例15などの「韓流ブーム」に焦点を当てた記述が57例と顕著であった。なお、直前の分類に際しての課題との関連で、BCCWJでは、いわゆる「韓流ブーム」を指す語として「韓国ブーム」との文言が用いられているように窺える文脈も複数見受けられた(例16など)。今回はあくまで「韓国」を「地名」として捉え、同様の用例はすべて「場所」に分類したものの、分類を精緻化してゆくうえで、これらの例が「出来事・現象」に分類され、OYAでの用例数との差がさらに開くことも予想されることを付言しておく。

例 15 政府のある関係者は”ペ・ヨンジュン氏が韓流ブームを導いた韓国の代表文化人に選ばれて、文化体育館館長で勲章を推薦したし、現在決裁過程にある”と話しました。(OY14\_23658)

例 16 韓国ブーム、韓国ブームとか言っていますが、日本人のあなたはヒュンダイの車に乗れますか？今乗っている人、その決め手は何ですか？単純に安いだけ。(OC06\_00943)

「出来事・現象」ではこの他、「ベビーブーム」「癒し」ブーム「健康ブーム」などが見られたが、やはり先ほどと同様、ブームそのものの存在や内実には焦点があるような文脈構成となっており、ことさらに対象の「話題性の高さ」を称揚する(表1参照)うえでの使用、と解されるものは見当たらなかった。

最後に、「その他」については、例17をはじめ、「ブーム」「マイブーム」それ自体が話題となっている文脈がこれにあたる。すなわち、「『ブーム』の対象」が認められない場合を指す。

例 17 やり方1 まず、グループで「マイブーム」について話し合います。  
(PM52\_00053)

なお、雑誌記事見出しの場合も、例 18 など「マイブーム」にまつわる用例が散見されたが、これらはあくまで「個人内での流行」であり、社会全体での話題性の高さを示唆するとは言い難く、発信側の商用的企図があるもの（例えば同例で「消しゴム」の認知度を上げる、消費を促す、など）として捉えることは困難であろう。

例 18 天才子役の先輩後輩、ドラマ初共演に密着！ 芦田愛菜・鈴木梨央 小3  
女優のお仕事現場、拝見！マイブームは消しゴム、撮影合間に飛行機ごっこ  
…（女性自身）

また、前掲の表 4 は、表 2 の分類枠をさらに細分化したものではあるが、同表の 1.~5. のいずれに分類すべきか判断しかねる事物が対象となる用例も見られ、これも「その他」に含めた（例 19 の「身体」。その他、「日本語」「武士道」など）。この点もまた、今後の課題である分類枠の再検討ならびに精緻化を進めるうえで、修正を行う予定である。

例 19 見逃してならないことは、こうした身体のブームがなぜ起こっているのか、その一点にあるのでなかろうか。(PB43\_00722)

## 調査結果②—「ブーム」を伴う言い回し・文脈の傾向—

次に、OYA、BCCWJ の用例を対象とした『ブーム』を伴う言い回し・文脈の傾向の調査結果を示す。表 9 は OYA における「ブーム」関連語上位 50 語、同じく表 10 は BCCWJ における 50 語であり、KH Coder の関連語機能を用いた調査による。なお、表 9 は大谷 (2024b) の再掲でもあることをお断りしておく。

表 9 「ブーム」関連語上位 50 (OYA) 表 10 「ブーム」関連語上位 50 (BCCWJ)

抽出語	Jaccard	抽出語	Jaccard	抽出語	Jaccard	抽出語	Jaccard	抽出語	Jaccard	抽出語	Jaccard
1 大	0.3144	18 語る	0.0261	35 公開	0.0177	1 最近	0.0998	18 映画	0.0213	35 起こす	0.0149
2 到来	0.0927	19 再燃	0.025	36 最前線	0.0177	2 思う	0.0776	19 近年	0.0213	36 背景	0.0149
3 ニュース	0.076	20 聞く	0.025	37 食べる	0.0167	3 韓流	0.0606	20 作る	0.0213	37 広がる	0.0138
4 関西	0.0605	21 効果	0.024	38 進化	0.0167	4 マイ	0.0595	21 始まる	0.0212	38 受ける	0.0138
5 東京	0.0428	22 問題	0.023	39 鉄道	0.0167	5 言う	0.0477	22 日本人	0.0202	39 昔	0.0138
6 ヒット	0.0417	23 旅	0.023	40 A.V	0.0157	6 前	0.0329	23 去る	0.0191	40 知る	0.0138
7 夏	0.0355	24 行く	0.0229	41 ケーキ	0.0157	7 健康	0.0287	24 経済	0.0181	41 定着	0.0138
8 カフェ	0.0303	25 観光	0.0219	42 レシピ	0.0157	8 到来	0.0287	25 商品	0.0181	42 問題	0.0138
9 いま	0.0302	26 魅力	0.0219	43 火付け	0.0157	9 現在	0.0255	26 来る	0.018	43 バブル	0.0128
10 空前	0.0302	27 秋	0.0219	44 終焉	0.0157	10 テレビ	0.0255	27 ドラマ	0.017	44 ファン	0.0128
11 健康	0.0282	28 パン	0.0209	45 小説	0.0157	11 出る	0.0244	28 食べる	0.017	45 好き	0.0128
12 中国	0.0282	29 検証	0.0209	46 NEWS	0.0146	12 見る	0.0244	29 留学	0.017	46 世紀	0.0128
13 登場	0.0282	30 新た	0.0209	47 オープン	0.0146	13 お笑い	0.0223	30 ベット	0.0159	47 聞く	0.0128
14 阪	0.0271	31 ゲーム	0.0209	48 サバイバル	0.0146	14 巻き起こ	0.0223	31 観光	0.0159	48 いま	0.0117
15 続々	0.0271	32 アイドル	0.0188	49 教える	0.0146	15 行く	0.0223	32 今日	0.0159	49 一種	0.0117
16 マイ	0.0261	33 作品	0.0188	50 経済	0.0146	16 乗る	0.0223	33 投資	0.0159	50 市場	0.0117
17 ドラマ	0.0261	34 企業	0.0177			17 女性	0.0223	34 海外	0.0149		



表 9 と表 10、ならびに図 2 と図 3 を比較するとまず目につくのが、「大」との関連度の高低であろう。すなわち、上掲大谷（2024b）の調査結果でも述べたように、雑誌記事見出しの場合は「大ブーム」と流行している状態を強調する形での言い回しが多用される。これに対し、本文中での用例の場合は同様の傾向が認められない結果となった。無論、例 20 のように、BCCWJ での用例において「大ブーム」との言い回しが認められないわけではないが、同コーパスでは「大」とは別に関連度の高い語が認められた、ということであり、一方、OYA では極端に「大」と関連度が高かった、ということである（表 9、表 10 の Jaccard 係数を参照）。

例 20 ホームスクール というやりかたが海外では大ブームになり→教育の理想型と思うアメリカ医療の最大のトレンドは素人の医師、…（以下略）（OY14\_03312）

では、BCCWJ において、「ブーム」に前接し「○○ブーム」との言い回しを構築する語としてはどのようなものが挙げられるであろうか。これについては、表 10 ならびに図 2 から見て取れるように、「マイ」「韓流」が代表的といえる。<sup>13</sup>また、同じく図 2 からは、中心語の「ブーム」「マイ」「最近」等の語同士の link、「韓流」「ドラマ」「冬」等の語同士の link より、「最近のマイブーム」「韓国ドラマ『冬ソナ（＝冬のソナタ）』と韓流」に関する文脈が多く出現している実態が窺えよう（例 15、例 18 参照）。ただし、繰り返すが、用例再観察の結果、当該の文脈では「ある個人のマイブームについて」「韓流ブームについて」が話題となっており、ことさらにブームの認知度を高めたり、読み手を同調させようといった企図は窺えなかった。

なお、「マイブーム」について付言すると、表 5 のジャンルとしては「ブログ」での出現が最も多く、投稿者の「最近のマイブーム」に関する語り、が内容となっていた（図 4）。

KWICコンコーダンス

Search Entry

抽出語:
品詞:
活用形:
追加条件

ソート1:
出現順
ソート2:
出現順
ソート3:
出現順
(前後 24 語を表示)

Result

メインイベントである「N≒1万語追加されました。時代を反映し、めっちゃ、自己中、マイブーム、着メロなどが掲載されています。ただ、新語の中に私が歌愛ω開発、そしてブームのグレープフルーツ・ジュースは、いつもより氷を粗めにしました。こうするとω違いプレイボーイでブームである。さて、本日は日本橋は八丁堀三丁目「今村稲荷神社」をω最近のマイブームが「柚子胡椒」で、味噌汁にでもなんでも入れてしまっているω同期ぐらいで出人はいると思うω。。。欲しい願あつけど、手持ちも少なくて絞りに絞ってマイブームカラーのTシャツ1・キャミ1・キースヘリングのエコバック1買ったω。ωブーム後も。薄化粧だから。ωました。〃昨日からメルで行くって知らせてたので最近母のマイブームの抹茶味のレンジういろうを作ってくれていました。お店で売ってωのっての予感…かもよω本当は、日本的に味噌汁作ろうと思っただけですが最近のマイブームにより、・ナツメ・生薑・大蒜・唐辛子を入れ、グツグツ煮込んでましたら、ωかな（・グツグツ煮込んでましたら、ωかな（笑）食べてみれば、汗噴出しますね。でも、ωの婚約発表（千九百ωものが縁のω特徴。だいたいレシピ料理が多いのだが、最近のマイブームは「エジヤ、魚介類を入れた」「エジヤ作りはまっているようだ。というわけω目算なんでもモニーに彩られた作品、これはブーム到来の予感です。8.570366x{2212}六十七しう。メイド喫茶もブームが盛り、今度は何が流行るのだろうω常マイブームの松谷みよ子先生の、直樹とゆう子のシリーズ一作目でごいませーす！ωが全然になりいろんな人たちがデビューしたんですね。THE BLUE HEARTSのωグダグダマイブームωいろんな妖怪がいるけどまわりを見渡せばかなりωもしい妖怪？って事ω中のちいω{301c}妖怪？って事ω中のちいω{301c}最近は一カーテンの裏になってるところでまったり過ごすのがマイブームωしい（\*^。^\*）おりこうで待っててねωωこのキャンドルを灯し、音楽おりこうで待っててねωωこのキャンドルを灯し、音楽と共にリラックス…ωというのが最近のマイブームです。このように、季節を感じる物を身近に取り入れることによって生活がωくらが会員の皆様へ

図 4 BCCWJ 「マイブーム」を伴う文脈（KH Coder「KWIC コンコーダンス」）

また、「健康」は両コーパスに共通して上位の関連語となっていた。ただしこれもまた、前述したように、BCCWJ ではことさらに「健康ブーム」そのものを称揚する文脈は認められず、一方の OYA においても、用例再観察の限りでは同様であった（一例として、例 21）。

- 例 21 森永卓郎のニュースを疑え！25回 新・健康ブームを斬る！ カラオケ＋ダンス、旅行＋運動… “異色の健康コラボ”が大流行のワケとは？（雑誌名：BIG tomorrow、発行日：2013年04月、pp.86-87）

次に、文脈の傾向に目を転じると、雑誌記事見出しでは『ブーム』が始まった／『ブーム』の状態にある」との文脈を構築する傾向にあることを示したが、表 10 には「到来」「現在」「巻き起こる」「始まる」などが認められ、BCCWJ でも同様の文脈構成が多く存在することが分かる。また、『ブーム』が終わる」との文脈に関しては、「終焉」こそ認められないものの、23 位の「去る」がその代わりといつてよいであろう。各々の文脈について、実際の用例を 1 例ずつ挙げる。

- 例 22 十年西海岸に住む私の意見は・・・食べ物がまずくグルメブームが最近始まったばかり。（OC13\_00004）

- 例 23 教えてください鳴子を持ってよさこいソーランしょうか？すでにブームは過ぎ去ったようにも思いますが。（OC10\_04706）

以上、言い回し・文脈の傾向における異同としては、「大」との関連度の高低が大きな相違点として浮き彫りとなった。大谷（2023）では、「大ブレイク」との言い回しが（用例数の多寡はありつつも）雑誌記事見出し・本文中いづれでも多用されていた、との結果を示したが、本調査の結果はこれと異なるものであった。一方、文脈の傾向に関しては、同じく大谷（2023）では、雑誌記事見出しにおいて「対象が『これからブレイクする』との文脈」が認められる反面、本文中ではその傾向に乏しい、との結果を示したが、今回の調査ではこれとは逆に、『ブーム』が始まった／『ブーム』の状態にある、あるいは『ブーム』が終わる」との文脈は、雑誌記事見出し・本文中いづれでも構築されやすいことが示唆された。

## おわりに

本稿では、「流行する・している／人気を博す・している」との意味的特徴を含むカタカナ語「ブーム」に焦点を当て、雑誌記事見出し（OYA）・本文中（BCCWJ）での用例を対象とし、そのふるまい、特に①「ブーム」の対象の傾向、②同語を伴う言い回し・文脈の傾向、について調査した結果を比較対照し、両者間での異同を確認した。

このうち①に関しては、両コーパスに共通し「モノ・コト（表 2）」が「ブーム」の対象となる傾向にあった一方、その詳細としては、前者では「飲食物」「場所」が後者に比し対象になりやすく、後者では「動植物」「出来事・現象」「その他」が前者に比し対象になりやすいことが浮き彫りとなった。また、「読み手が見出し文を目にしたのち、思考や行動の変化を起こす」との誘導性の観点から用例再観察を行った結果、本文中での用例に関してはそのような背景的企図を窺わせるような文脈は（雑誌記事見出しの場合と比し）認められなかった。また、②に関しては、「大」が前接した「大ブーム」との言い回しが雑誌記事見出しにおいて多用される一方、本文中においても同言い回しが用いられないわけではないものの、関連度の点からすると雑誌記事見出しの場合との相違が認められた。これに対し、文脈面での傾向としては、両コーパス共に『ブーム』が始まった／『ブーム』の状態にある、『ブーム』が終わる」との文脈を示唆する関連語が抽出され、共通する可能性が窺われた。筆者による一連の研究は、「特定のカタカナ語を伴う見出し文」を対象とするも



のであるが、「見出し文」特有の特徴を抽出するうえでは、本文中での使用やふるまいとの対照が不可欠であろう。そのうえで、「ブレイク」を対象とした大谷（2023）の場合と同様、今回の調査結果でも共通点と相違点を見出したが、当該の共通点と相違点の背景は何か、また、相違をもって「見出し文特有」と指摘することは果たして妥当であるか、といった問題については、今後、さらに検討を進めてゆきたい。

また、本文中でも触れたが、分類枠自体の妥当性の検討、そのうえでの再分類の実施も今後の大きな課題である。加えて、雑誌記事見出しの調査結果同士を比較対照した大谷（2024b）の補論として、BCCWJ 同士の調査結果の比較検討も行う必要があろう。

これらの課題を解消したうえで、次の段階として、カタカナ語「ブーム」（ないし「ブレイク」「トレンド」）を伴う見出し文が「事実上の広告文」となる場合の解釈可能性の記述（あるいは発信側の背景的企図の抽出）を行ってゆく予定である。

## 注

<sup>1</sup> 本稿は日本比較文化学会第 35 回九州支部大会（2024 年 2 月 17 日、西南女学院大学）での口頭発表「BCCWJ におけるカタカナ語「ブーム」の様相 ―雑誌記事見出しとの比較を中心に―」の内容を加筆・修正したものである。

<sup>2</sup> 小学館『日本国語大辞典』第 2 版によると、「ブレイク」には「⑤売り上げや人気が飛躍的に伸びること」、「ブーム」には「②あることがにわかに人気を呼んで、一時的に非常に勢いで流行すること。または、特定の人が熱狂的にもてはやされること。また、その期間」、「トレンド」には「②先端的な流行。最新流行。」があり、「人気／流行」との点で共通する。一方、講談社『類語大辞典』では、「ブレイク」は「7806 高まる」の類語範疇に属すのに対し、「ブーム」「トレンド」はともに「7911 はやる」の類語範疇に属し、相違が認められる。ただし、「ブレイク」「ブーム」に関し、同辞典の語義としては、「急に人気が高まったり流行したりすること（ブレイク）」「急に人気が出て、非常に勢いで流行すること（ブーム）」と非常に似通っている。

<sup>3</sup> 置き換えの可否についての判断は筆者自身の内省によるものであり、今後改めてより多くの用例を集めたうえで複数の日本語母語話者にチェックを依頼する予定である。なお、例 1～3 について、実際の用例中で使用されている語には、下線を付している。

<sup>4</sup> Web OYA-bunko（以下、OYA）収録の雑誌記事見出し文を用いる。

<sup>5</sup> 実際、「トレンド」を伴う雑誌記事見出し 1000 例を対象とした調査の結果、「先取り」「最前線」といった語と共起する傾向が認められた。

<sup>6</sup> 直近では、垣花（2023:209）の「知的で、新しく、やわらかい」、また、「現代的・明るい・若々しい・優雅（菊地 1993:8）」「ファッショナブル（イハス 2010:16）」など、肯定的なイメージとして評されることが多い。

<sup>7</sup> 発行年が前後しているが、学会口頭発表は大谷（2024a）の内容の方が先である。その後、再検討に時間を要してしまい、論文投稿が遅くなってしまった。

<sup>8</sup> なお、頻出語調査でも、「大」はともに第 1 位（OYA:3968 例、BCCWJ:112 例）、「中」は OYA が第 3 位（1515 例）、BCCWJ が第 2 位（53 例）となった。ちなみに、OYA における頻出語第 2 位は「タレント」である（1972 例）。

<sup>9</sup> 用例は OYA における最新 1000 例とした。なお、比較対照のうえで、「ブレイク」の用例数についても、大谷（2024a）では 2000 例であったが、1000 例に調整した。

<sup>10</sup> 分類枠の再編成に基づき、大谷（2024b）での「ブーム」に関する調査結果も再分類を行った。

<sup>11</sup> KH Coder での「共起」は、Jaccard 係数により測定される。Jaccard の類似性測度は、測度値が 0 から 1 までの値をとり、2 つのコードに関し、同じ文章中に共起すると関連が強いとみなし、その値は 1 に近づく。

<sup>12</sup> 図中の□、○を node といい、その大きさは出現数の多寡を示す。node 間を結ぶ線を



edge といい、その太さは関連度の高低を示す。そして、ある node と node が edge で結ばれている状態を link といい、複数の語が link で結ばれることによってネットワークが構築される。

<sup>13</sup> 表 9 にあるように、OYA でも「マイブーム」は認められるが、Jaccard 係数に注目すると、同表の「大」との差、あるいは表 10 の BCCWJ の「マイ」との差より、「ブーム」との関連度はそれほど高くないものと判断される。

#### 参考文献

- 庵功雄「マスコミの言説に潜む誘導性—NHK「時論公論」の場合—」名嶋義直（編）『メディアのこぼれを読み解く 7 つのこころみ』, ひつじ書房, pp.141-159(2017).
- イハス・ペーテル「カタカナ語と対人関係の構築と維持—カタカナ語の果たしている役割について—」『大分大学国際研究センター年報』, 2009, pp.16-29(2010).
- 今村和宏「平和と脱原発を考えるメディア・リテラシー」名嶋義直（編）『メディアのこぼれを読み解く 7 つのこころみ』, ひつじ書房, pp.29-49(2017).
- 大谷鉄平「宣伝文における「アツイ」の商用的利用について—雑誌記事見出しの事例分析から—」『日語日文学研究』, 114, pp.85-108(2020).
- 大谷鉄平「BCCWJ におけるカタカナ語「ブレイク」の様相—雑誌記事見出しとの比較を中心に—」『日本文化学報』, 99, pp.365-382(2023).
- 大谷鉄平「見出し文におけるカタカナ語「ブレイク」の出現様相について—ふるまいと意味機能の解明に向けて—」『比較文化研究』, 154, pp.37-49(2024a).
- 大谷鉄平「見出し文におけるカタカナ語の出現様相—「ブーム」と「ブレイク」との異同について—」『日本文化学報』, 101, pp.229-246(2024b).
- 奥村倫弘『ヤフートピックスの作り方』光文社, 2010.
- 垣花真一郎「カタカナ語と漢字語の既知感、理解、印象の違い—付印式、記述式語彙テストの比較—」『心理学研究』, 94(3), pp.209-218(2023).
- 菊地悟「大学生の語種イメージ (2) —数量化第 III 類による解析の結果—」『教育実践研究指導センター研究紀要』, 3, pp.75-87(1993).
- 木村洋二・板村英典・池信敏子「「拉致」をめぐる 4 大新聞の荷重報道 (3) —「日朝実務者協議」を報じる見出し語の分析—」『社会学部紀要』, 37(1), pp.1-56(2005).
- 熊抱ゆかり「氾濫するカタカナ語—‘歯止め’から‘共生’へ—」『福岡大学人文論叢』37(2), pp.633-648(2005).
- 胡益頓「戦後日本における育児言説の変容—1950～80 年代の新聞記事見出し分析から—」『社会システム研究』, 26, pp.191-208(2023).