

東方コミュニティを対象とした統計データ集計の概要と課題について

久樹輝幸

1. 諸言

オタク系サブカルチャーの世界において、東方Projectをとりまくコミュニティ（以下東方コミュニティ）は多く人の興味関心をひきよせ、コミュニティの成立、発展、そして今後の展望について、様々な観点から議論がなされてきた。しかし、そのような状況でありながら、議論の前提となる基礎的な研究や統計データについて十分な知見が重ねられているとは言い難く、ともすれば主観による印象論となることも少なくない。

こうした状況を鑑み筆者は、東方コミュニティの理解と適切な評価の一助となるよう、ジャンルの様々な要素に対する基礎的な統計データを編纂し、「東方コミュニティ白書」（以下白書）として年に一度のペースで発表している。

本稿では白書における事例を中心に、東方コミュニティを統計・評論するにあたっての、データ収集方法の紹介と課題をまとめる。

1.1 東方ジャンルに客観的指標が少ない理由

そもそも何故東方コミュニティに対する統計データや客観的指標（ベンチマーク）が少ないのか。これは東方コミュニティの大半が同人の枠組みで構成されていることによると考えられる。最盛期ではオンリーイベントに約5000ものサークルが参加し、10年以上の歴史をもつ東方コミュニティは、原作を含め主たる活

*1) ここでいう同人とは、営利事業による商業創作に対して、趣味・ファン活動の一環としての創作を指す。

*2) たとえば商業書籍であれば、累計何部発行などの情報は販促にプラスとなり得るため、積極的に公開される。また上場企業においては財務状況や収支内訳の公開が義務づけられている。

動が同人^{*1)}の枠組みで構成されており、それをとりまくコミュニティもほとんどが同人コミュニティの一分野に属している。

同人コミュニティは歴史的経緯からコミュニティ外に対する情報公開に消極的な立場をとる人が多いこと。また商業流通は大規模流通を効率するために共通フォーマットや作品データベースなどを作成・公開するが、同人流通にはそのような動機が存在しないこと。非営利の活動であるため売上や作品の頒布数などの情報を公開^{*2)}すると、儲け主義という批判を受けるリスクが高いことも理由として挙げられる^{*3)}。同人誌即売会などの各種イベントも同様で、来場者数を公開していないイベントの方が多い。

市場調査も不十分かつ個々のジャンル単位で行われることはほとんどなく、学術研究においても大規模な調査を行えるほどの関心が寄せられていない^{*4)}。

このような事情から、今後も東方コミュニティ（あるいは同人そのもの）に対する客観的指標が積極公開される状況になるとは考えにくく、評論にあたって必要なデータは自ら調達することが求められるだろう。

1.2 統計計画の作成

データ収集を行うに辺り、まずは「何について調べたいのか（目的）」「どんな手法を使ってデータを集めるか（抽出）」「出たデータをどう解析するのか（解

*3) コミックマーケット77におけるアンケートでは、全サークルのうち約66%は年間収支が赤字であり、さらに約17%は黒字でも5万未満と回答している。それでも公開に対して消極的なのは、内外に金銭を得ることに対するネガティブな意識が強いためと考えられる。

*4) 比較的大規模に行われる調査の例として、コミックマーケット準備会が数年ごとに行うアンケートがあり、数万近いサークルから提供された貴重な統計情報が公開されている。