

ダイエット系「口コミ」にみられる語彙の特性

——新聞折り込みチラシの場合との差異に注目して——

大谷 鉄平¹⁾

[キーワード：①口コミ ②ダイエット ③ソーシャルメディア ④KH Coder
⑤広告的情報]

1. はじめに

グローバル化が進んだ現代では、ソーシャルメディア（以下、SM）²⁾を活用した言語活動の実態ないし構造の把握が盛んである。本稿は、web上に商品購入者が自由に意見を述べられる空間としての「(ダイエットに関する) 口コミ」に注目し、そこでの「語彙の使用」について検討する。特に、旧来の「新聞折り込みチラシにみられる体験談」での語彙（本稿では、vocabularyを指す、とする）や言い回し（同様に、idiomを指す、とする）との比較検討から議論を進めたい。すなわち、言語媒体が異なれば何らかの差異があることは当然であるが、「同一テーマで」「SMと折り込みチラシとの間で」「語彙や言い回しの使用に関して」との条件下での差異の様相を明確化し記述することが、本稿の目的である。

2. 問題意識および先行研究—大谷（2007）を中心に—

通信・交通網の飛躍的発達に伴うグローバル化が日本研究に与えた影響は大きい。しかしながら、web上の言語データを扱った社会言語学的研究は豊富である一方、他の言語媒体の場合との差異（特に、同一テーマの語り）に着目した研究は、管見の限り、見当たらない。また、デジタルネイティブ（生出時からwebが生活に浸透している世代）にとって、web上にみられることばと他の言語媒体にみられることばとの差異の様相を把握することは、彼ら自身の言語生活をより豊かにする契機になるものと期待される。このような問題意識のもと、本稿は、その一端となる比較検討結果を提示する。その前提として、大谷（2007）は、文章・文体論の観点から「新聞折り込みチラシにみられる体験談」の「語り手」の記述的偏向を、量的調査から指摘したものである。同稿では、チラシのジャンルごとに（商品・サービスを購入・利用するであろう）読み手をターゲット化し、同じ位相の「語り手」が集中していること、体験談の内容、文体的特徴もまた、

読み手に合わせた傾向にあることを指摘した。しかし、現在は当時と比較し、広告も圧倒的にwebを利用したものが多い。また、現状では「商品・サービスの賞賛に徹底した広告」よりも、「ロコミ」(SMの範疇)など、ある程度の批判的内容も公開する。メディアが紙媒体(チラシ)からweb媒体(SM、特にロコミ)に推移したことで、体験談自体の記載に関する差異がある事実に対し、それがどのような意味を持つか、また、その背景には何があるかについて、以下で検討したい。

3. 調査データおよび分析ツールについて

3.1 調査データと分析ツールの紹介

本稿では、CLUB Panasonic「ダイエットナビ」の「ダイエット方法体験談・ロコミ広場³⁾」コーナーを扱う。同コーナーは「食事」「運動」「日常生活」カテゴリーに分かれ、全2793例が観察された。なお、テーマとして「ダイエット」に限定した理由は、筆者の過去の研究において収集した「新聞折り込みチラシにみられる体験談」のうち、商品・サービスのカテゴリーの中で、最も事例数が多かったことが挙げられる。

一方、本稿において用いる分析ツールは、樋口耕一氏の作成によるKH Coder⁴⁾である。本ツールを用いることで、言語データにおける頻出語や、特定コードをもとにした単語同士の共起関係ないし関連語の分布、加えてそれらの体系を明示することが可能となる。次章では、本ツールを用いた分析結果を提示し、「語彙・表現の使用」「共起関係」の観点から、「ロコミ」と「新聞折り込みチラシにみられる体験談」との異同を検討する。すなわち、「①『ロコミ』データ全体における頻出語の調査」、「②頻出語との共起関係・関連語に基づく、特徴的な文脈・言い回しの抽出」、「③②で得られた結果と、大谷(2007)での観察結果との比較による考察」の順で、既存メディアでの体験談との比較検討を行う。

3.2 KH Coderを用いた分析過程について

次に、分析過程に関して説明を加える。まず、データの収集に関しては、KH Coderの読み取りがtext形式のみであることから、「ロコミ」サイトの場合はコピー&ペーストおよび必要箇所以外の削除、「新聞折り込みチラシにみられる体験談」では本文の直接入力により行った。次に、KH Coderに読み込ませる作業があるが、これは、KH Coderトップページ上の「プロジェクト」から「新規」を選択し、対象データを選択すること、および、同じトップページ上の「前処理」を用いてプログラム上解析不能な文字列(アルファベットを除く他言語の文字、絵文字、環境依存文字など)を捨棄することで、KH Coderの各機能による分析が可能なデータを準備する作業である。そして、次章に提示する各分析結果は、「ツール」から「抽出語」をした際に開かれるタブ内に存在する機能を用いた結果に基づくものである。

なお、ここでは、分析過程をより分かりやすく示すために、任意の参考例文を用いた

分析例を紹介したい。言語データは、本稿で扱うダイエット系「口コミ」データのうち、「運動でダイエット」カテゴリーの「足上げ」に属する事例（全4例。便宜的に以下の引用では、個別事例の区切りに「・」「／」を付加した。また、全て、原文ママである）を選んだ。

・運動不足解消のためにあお向けになり足を45℃ほど上げて自転車漕ぎをしています。たるみかけた足も引き締まってきています。／・毎日テレビやパソコンをしながらイスに座って足上げをするようにします。背筋をのばして、10秒で1回やるようにします。一日30分以上は必ずするようにします!! これでどれだけ効果がでるか!?がんばります。／・まだ中学生なのにこんなに太っている醜い体系が私はきらいです! まっちゃががんばって皆が驚くようなスマートな体系になって見せます!!!／・今、腹筋、足上げ運動してます お腹と、下腹のお肉をとりたいたいですけど他に、いい方法ありますか?／・テレビわ見てる時や椅子に座ってる時など...ただ足を上げるだけですが結構きつい... 下っ腹のぶよぶよが気になるのでとにかく腹筋!! でも腹筋をするより足上げのほうが効果大ということで、とにかく暇さえあれば足を上げてます。

まず、KH Coderを開き前述の過程よりデータを入力する。前処理を行い、読み取り不可能な記号（他言語の文字、絵文字、環境依存文字など。KH Coderは日本語以外には非対応である）を除く処理を施した結果、【参考1】が得られる⁵⁾。次に、【参考1】にも確認される「ツール」タブより「抽出語」→「抽出語リスト」を選択すると、【参考2】が出現する。

(左) 【参考1】 KH Coder メインページ (一部抜粋) (右) 【参考2】 KH Coder 「抽出語リスト」

プロジェクト(P)	前処理(R)	ツール(T)	ヘルプ(H)
Project			
現在のプロジェクト:	運動 足上げ.txt		
説明(メモ):	足上げ		
Database Stats			
総抽出語数(使用):	231 (88)		
異なり語数(使用):	123 (60)		
	集計単位	ケース数	
	文	8	
	段落	5	

抽出語リスト - オプション

Options

抽出語リストの形式:
 品詞別 頻出150語 1列

記入する数値:
 出現回数(TF) 文書数(DF) 段落

出力するファイルの形式:
 カンマ区切り(*.csv) Excel (*.xls)

OK キャンセル

このうち、「頻出150語」のラジオボタンを選択し、OKを押すと、【参考3】が得られる（結果は自動的に、Excel形式の表として提示される。当該データは単語数が少ない

ことから、便宜的に上位 40 語のみを抜粋したもの)。なお、第 1 位「足」と第 7 位「上げ」が分離していることから明らかなように、KH Coder では複合語や連語は分析されない（その他、例えば「気になる」は、「気／に／なる」と分析される）。

【参考 3】 ダイエット系「ロコミ」、「足上げ」における頻出語（40 語）

	抽出語	出現回数		抽出語	出現回数		抽出語	出現回数
1	足	7	15	パソコン	1	29	醜い	1
2	上げる	3	16	椅子	1	30	漕ぐ	1
3	腹筋	3	17	引き締まる	1	31	他	1
4	運動	2	18	下る	1	32	太る	1
5	効果	2	19	下腹	1	33	中学生	1
6	座る	2	20	暇	1	34	肉	1
7	上げ	2	21	解消	1	35	背筋	1
8	体系	2	22	気	1	36	必ず	1
9	あお向け	1	23	驚く	1	37	秒	1
10	お腹	1	24	結構	1	38	不足	1
11	きらい	1	25	見せる	1	39	腹	1
12	ぶよぶよ	1	26	見る	1	40	方法	1
13	イス	1	27	今	1			
14	スマート	1	28	自転車	1			

一方、当該データに出現する語同士の共起関係に関するネットワークを示すには、同様【参考 1】からのタブを辿り「共起ネットワーク」を選択することで、以下の【参考 4】を得る。

【参考 4】では、共起ネットワークを図示するうえで必要に応じて設定を付加することができるが、基本的に、分析に最適な状態が提示される。ただし、出力媒体の形式に合わせるため、右の〈共起ネットワークの設定〉については、個別の場面において調整が必要となる。最終的に、調整を終えたうえで出力した共起ネットワーク図が【参考 5】となる。

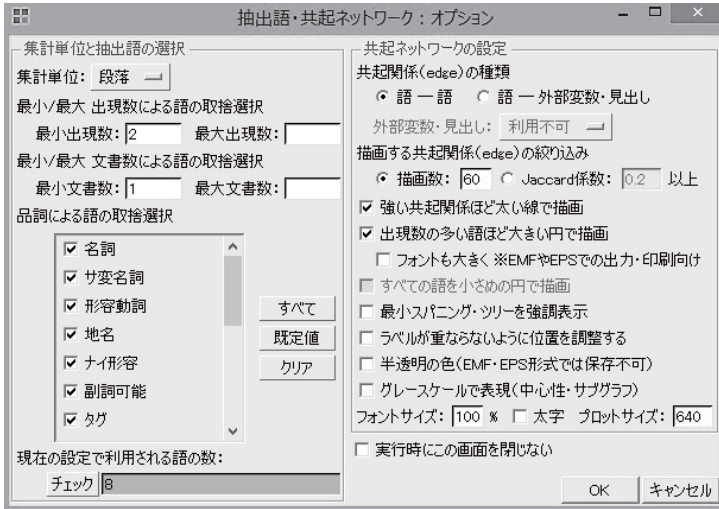
以上より、「ロコミ」より得た任意のデータを例に、(母体となる語数の少なさはあるものの)「頻出語の実態把握」ないし「頻出語相互の共起関係（出現パターンに基づく類似性と相関関係）」が、KH Coder を用いて視覚化されることが確認されよう。次章では、以上に示したものより多くの図表を提示するが、必要な説明は、適宜、行うこととする。

4. 観察・分析

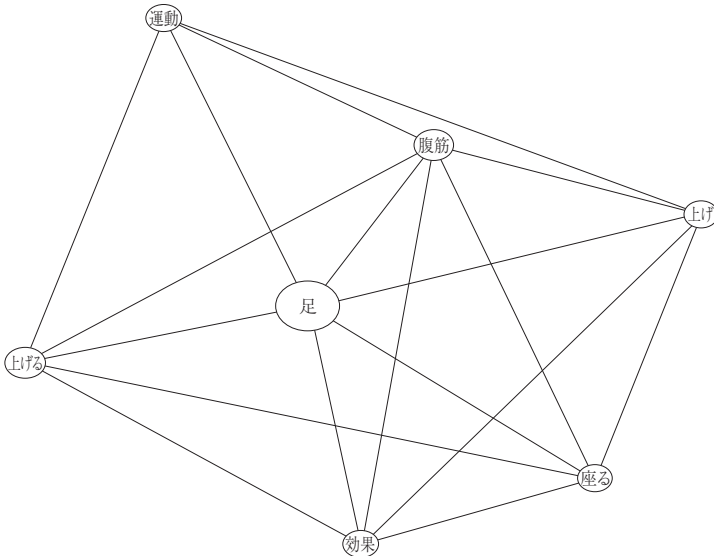
4.1 「ロコミ」データに出現する語彙の諸相

まず、「ロコミ」における頻出語を示す。

【参考4】 KH Coder 「共起ネットワーク」



【参考5】 ダイエット系 「ロコミ」、「足上げ」における共起ネットワーク



【表1】 ダイエット系「ロコミ」における頻出語

	抽出語	出現回数		抽出語	出現回数		抽出語	出現回数
1	ダイエット	1658	35	お腹	265	69	健康	146
2	キロ	1609	36	朝	265	70	方法	146
3	食べる	1483	37	減量	248	71	変化	144
4	体重	1255	38	言う	240	72	感じ	141
5	思う	965	39	週	234	73	使う	140
6	痩せる	961	40	出る	230	74	行く	137
7	食事	703	41	見る	217	75	足	137
8	運動	685	42	自分	210	76	変わる	135
9	減る	597	43	気	206	77	軽い	133
10	kg	578	44	減らす	205	78	週間	133
11	今	569	45	間食	204	79	生活	133
12	続ける	537	46	走る	204	80	結果	132
13	効果	518	47	制限	200	81	半年	132
14	体	491	48	リバウンド	197	82	普通	132
15	飲む	459	49	目標	193	83	豆腐	130
16	前	456	50	自転車	189	84	入る	128
17	歩く	438	51	昼	189	85	最近	127
18	夜	411	52	夕食	185	86	多い	127
19	顔	408	53	月	177	87	ストレス	126
20	毎日	395	54	ヨーグルト	176	88	寒天	126
21	頑張る	387	55	現在	173	89	肉	124
22	始める	375	56	最初	172	90	継続	123
23	カロリー	363	57	実行	172	91	朝食	122
24	成功	350	58	汗	171	92	甘い	121
25	野菜	331	59	増える	170	93	便秘	120
26	炭水化物	329	60	量	169	94	ウエスト	118
27	ウォーキング	328	61	人	167	95	今日	116
28	脂肪	327	62	スープ	159	96	維持	115
29	良い	309	63	ストレッチ	159	97	その後	114
30	時間	288	64	筋肉	156	98	一番	114
31	落ちる	281	65	出来る	151	99	入れる	113
32	ご飯	280	66	無理	150	100	試す	112
33	少し	269	67	好き	148			
34	太る	266	68	続く	148			

【表1】より、頻出語として、まず目につくのは、単位の「キロ・kg」である。この結果は、数値的情報を付加した「〇〇キロ痩せた」という文脈の多用を推察させる。また、上位に「食べる(第3位)」「飲む(第15位)」「食事(第7位)」をはじめとし、「食」に関連する語が多いことが分かる。ダイエットというテーマに関し、書き手には、「運動」や「日常生活」よりも「食」とダイエットとの関係に関心が高い傾向があることが窺えよう。

さらに、実線、すなわち edge の太さに注目すると、「食事」—「制限」、「朝」—「昼」—「夜」の共起関係の強さが目立つ。前者からは、書き手にとって、ダイエットにおける「食事」の「質（どのようなものを食べるか）」の問題より「量（どれだけ食べるか）」の問題が注目されやすいこと、後者からは、書き手が一日三食の食事の中のどれかだけではなく、三食すべてにおいてダイエットとの関係を考慮している実態が浮き彫りになったといえよう。なお、edge の太さ、という点では「体」—「脂肪」間での関係も強いことが指摘されるが、ダイエットを試みる人々にとって、体の中で「気になる部分」は、当然「脂肪」であるため、当然の結果であり、特記する必要性はないものと判断した。

4.2 「ロコミ」における、表現形式の特徴

4.2.1 「ダイエット」と共起する語

ある特徴的な語が出現する際、ともに用いられる語を量的に調査することは、当該言語データにおける文脈の傾向、ないし頻出語相互の連関性や多様性を把握するうえで有意義である。まず、テーマでもある「ダイエット」に関し、共起する語の調査結果を報告する。

【表2】からは、突出して「食べる（【表1】頻出語3位）」と共起することが確認された（「食事」は5位、「飲む」は17位と、こちらも上位）。これは、4.1での結果と同様、ダイエットにおいて運動や生活習慣以上に「『食』との関係性」を意識していることを示唆する。

なお、事例の再観察の結果、ダイエットと「食」との連関性は、以下、3つのパターンとして分類されることが分かった。紙幅の都合上、各々、無作為に選んだ1例ずつ掲載する。

①食事、特定食品・飲料制限

【例1】断食4日。お茶以外の飲み物は一切なし。85Kが77Kに…8k減。5日目からは炭水化物なしの一日600Kcal以下の食事中です。今7日目で10.5K減。立ちくらみがしても気合です。

②特定食品・飲料の摂取

【例2】夕飯を食べる30分ほど前に、市販のプレーンヨーグルト（砂糖・柑橘類不使用）をスプーンで3~4杯食べるだけで1カ月で3kgやせました（*_*) V

【表2】「ダイエット」と共起する語70⁷⁾

	抽出語	品詞	全体	共起	Jaccard
1	食べる	動詞	899(0.099)	329(0.253)	0.176
2	思う	動詞	733(0.081)	301(0.232)	0.1739
3	キロ	タグ	1026(0.113)	324(0.249)	0.1619
4	体重	名詞	970(0.107)	294(0.226)	0.1489
5	食事	サ変名詞	573(0.063)	221(0.170)	0.1339
6	痩せる	動詞	751(0.083)	240(0.185)	0.1326
7	今	副詞可能	490(0.054)	195(0.150)	0.1223
8	前	副詞可能	410(0.045)	179(0.138)	0.117
9	運動	サ変名詞	512(0.057)	182(0.140)	0.1117
10	成功	サ変名詞	337(0.037)	164(0.126)	0.1114
11	減る	動詞	494(0.055)	174(0.134)	0.1075
12	続ける	動詞	492(0.054)	172(0.132)	0.1062
13	効果	名詞	452(0.050)	165(0.127)	0.104
14	始める	動詞	355(0.039)	140(0.108)	0.0925
15	炭水化物	名詞	252(0.028)	127(0.098)	0.0892
16	夜	副詞可能	348(0.038)	127(0.098)	0.0836
17	飲む	動詞	354(0.039)	124(0.095)	0.0811
18	体	名詞 C	390(0.043)	125(0.096)	0.0799
19	カロリー	タグ	286(0.032)	116(0.089)	0.079
20	野菜	名詞	269(0.030)	113(0.087)	0.0777
21	太る	動詞	231(0.026)	101(0.078)	0.0707
22	言う	動詞	213(0.024)	94(0.072)	0.0663
23	kg	タグ	381(0.042)	101(0.078)	0.064
24	リバウンド	名詞	182(0.020)	87(0.067)	0.0624
25	頑張る	動詞	359(0.040)	97(0.075)	0.0621
26	顔	名詞 C	346(0.038)	92(0.071)	0.0592
27	毎日	副詞可能	366(0.040)	93(0.072)	0.0592
28	少し	副詞	243(0.027)	86(0.066)	0.0591
29	脂肪	名詞	272(0.030)	87(0.067)	0.0586
30	良い	形容詞	260(0.029)	86(0.066)	0.0584
31	朝	副詞可能	244(0.027)	85(0.065)	0.0583
32	ご飯	名詞	220(0.024)	82(0.063)	0.0571
33	落ちる	動詞	237(0.026)	80(0.062)	0.0549
34	自分	名詞	180(0.020)	75(0.058)	0.0534
35	昼	副詞可能	174(0.019)	74(0.057)	0.0529
36	スープ	名詞	132(0.015)	69(0.053)	0.0507
37	見る	動詞	194(0.021)	69(0.053)	0.0485
38	制限	サ変名詞	183(0.020)	68(0.052)	0.0481
39	ウォーキング	名詞	281(0.031)	72(0.055)	0.0477
40	減らす	動詞	172(0.019)	67(0.052)	0.0477
41	出る	動詞	211(0.023)	68(0.052)	0.0472
42	方法	名詞	131(0.014)	64(0.049)	0.0469
43	間食	サ変名詞	181(0.020)	66(0.051)	0.0467
44	挑戦	サ変名詞	101(0.011)	62(0.048)	0.0463
45	夕食	名詞	164(0.018)	64(0.049)	0.0457
46	量	名詞 C	151(0.017)	63(0.048)	0.0454
47	健康	形容動詞	138(0.015)	62(0.048)	0.0451
48	お腹	名詞	217(0.024)	65(0.050)	0.0448
49	時間	副詞可能	236(0.026)	65(0.050)	0.0442
50	ヨーグルト	名詞	135(0.015)	60(0.046)	0.0437
51	気	名詞 C	186(0.021)	62(0.048)	0.0436
52	現在	副詞可能	165(0.018)	61(0.047)	0.0435
53	試す	動詞	103(0.011)	58(0.045)	0.0432
54	実行	サ変名詞	152(0.017)	60(0.046)	0.0431
55	減量	サ変名詞	214(0.024)	60(0.046)	0.0413
56	豆腐	名詞	102(0.011)	54(0.042)	0.0401
57	最初	名詞	162(0.018)	56(0.043)	0.0399
58	その後	副詞可能	110(0.012)	54(0.042)	0.0399
59	週	名詞 C	216(0.024)	57(0.044)	0.0391
60	増える	動詞	152(0.017)	54(0.042)	0.0387
61	無理	形容動詞	141(0.016)	53(0.041)	0.0382
62	ストレス	名詞	116(0.013)	52(0.040)	0.0382
63	軽い	形容詞	122(0.013)	52(0.040)	0.038
64	結果	副詞可能	124(0.014)	52(0.040)	0.0379
65	半年	副詞可能	128(0.014)	51(0.039)	0.0371
66	多い	形容詞	121(0.013)	49(0.038)	0.0357
67	続く	動詞	136(0.015)	49(0.038)	0.0354
68	維持	サ変名詞	110(0.012)	48(0.037)	0.0353
69	歩く	動詞	295(0.033)	54(0.042)	0.0351
70	肉	名詞 C	118(0.013)	48(0.037)	0.0351

③ダイエット食品・飲料の摂取

【例3】万年ダイエット者の私が、3ヶ月で5kgのダイエットに成功！今でもキープしてます。(2ヶ月経過) ○○(商品名)、これはいいですよ～。

4.2.2 「痩せる」と共起する語—「期間」・「で」・「キロ (kg)」—

次に、同様に頻出語である「痩せる（【表1】より、頻出語第6位）」と共起する語の調査結果を【表3】に示す。ここでは特に、表現・言い回しに注目したい。

【表3】「痩せる」と共起する語 70

	抽出語	品詞	全体	共起	Jaccard
1	キロ	タグ	1026(0.113)	320(0.426)	0.2196
2	思う	動詞	733(0.081)	190(0.253)	0.1468
3	食べる	動詞	899(0.099)	204(0.272)	0.1411
4	食事	サ変名詞	573(0.063)	157(0.209)	0.1345
5	ダイエット	サ変名詞	1299(0.144)	240(0.320)	0.1326
6	今	副詞可能	490(0.054)	125(0.166)	0.112
7	体重	名詞	970(0.107)	163(0.217)	0.1046
8	顔	名詞 C	346(0.038)	92(0.123)	0.0915
9	続ける	動詞	492(0.054)	104(0.138)	0.0913
10	夜	副詞可能	348(0.038)	91(0.121)	0.0903
11	前	副詞可能	410(0.045)	94(0.125)	0.0881
12	野菜	名詞	269(0.030)	82(0.109)	0.0874
13	飲む	動詞	354(0.039)	88(0.117)	0.0865
14	kg	タグ	381(0.042)	90(0.120)	0.0864
15	減る	動詞	494(0.055)	98(0.130)	0.0854
16	太る	動詞	231(0.026)	77(0.103)	0.0851
17	毎日	副詞可能	366(0.040)	87(0.116)	0.0845
18	運動	サ変名詞	512(0.057)	97(0.129)	0.0832
19	ご飯	名詞	220(0.024)	71(0.095)	0.0789
20	頑張る	動詞	359(0.040)	80(0.107)	0.0777
21	リバウンド	名詞	182(0.020)	66(0.088)	0.0761
22	言う	動詞	213(0.024)	68(0.091)	0.0759
23	カロリー	タグ	286(0.032)	71(0.095)	0.0735
24	始める	動詞	355(0.039)	73(0.097)	0.0707
25	少し	副詞	243(0.027)	65(0.087)	0.07
26	スープ	名詞	132(0.015)	57(0.076)	0.069
27	体	名詞 C	390(0.043)	73(0.097)	0.0684
28	効果	名詞	452(0.050)	75(0.100)	0.0665
29	成功	サ変名詞	337(0.037)	67(0.089)	0.0656
30	制限	サ変名詞	183(0.020)	57(0.076)	0.065
31	落ちる	動詞	237(0.026)	60(0.080)	0.0647
32	炭水化物	名詞	252(0.028)	60(0.080)	0.0636
33	見る	動詞	194(0.021)	55(0.073)	0.0618
34	朝	副詞可能	244(0.027)	55(0.073)	0.0585
35	減らす	動詞	172(0.019)	50(0.067)	0.0573
36	肉	名詞 C	118(0.013)	47(0.063)	0.0572
37	量	名詞 C	151(0.017)	48(0.064)	0.0562
38	絶対	副詞可能	87(0.010)	43(0.057)	0.0541
39	週	名詞 C	216(0.024)	49(0.065)	0.0534
40	間食	サ変名詞	181(0.020)	47(0.063)	0.0531
41	お腹	名詞	217(0.024)	47(0.063)	0.051
42	ヨーグルト	名詞	135(0.015)	43(0.057)	0.051
43	健康	形容動詞	138(0.015)	43(0.057)	0.0508
44	歩く	動詞	295(0.033)	50(0.067)	0.0502
45	半年	副詞可能	128(0.014)	42(0.056)	0.0502
46	時間	副詞可能	236(0.026)	47(0.063)	0.05
47	良い	形容詞	260(0.029)	48(0.064)	0.0498
48	週間	名詞	121(0.013)	41(0.055)	0.0493
49	人	名詞 C	140(0.015)	41(0.055)	0.0482
50	変わる	動詞	128(0.014)	40(0.053)	0.0477
51	自分	名詞	180(0.020)	41(0.055)	0.0461
52	脂肪	名詞	272(0.030)	45(0.060)	0.0460
53	気	名詞 C	186(0.021)	41(0.055)	0.0458
54	普通	形容動詞	124(0.014)	38(0.051)	0.0454
55	夕食	名詞	164(0.018)	39(0.052)	0.0445
56	その後	副詞可能	110(0.012)	36(0.048)	0.0436
57	出る	動詞	211(0.023)	40(0.053)	0.0434
58	入る	動詞	121(0.013)	36(0.048)	0.0431
59	最初	名詞	162(0.018)	37(0.049)	0.0422
60	無理	形容動詞	141(0.016)	36(0.048)	0.0421
61	試す	動詞	103(0.011)	33(0.044)	0.0402
62	好き	形容動詞	135(0.015)	34(0.045)	0.0399
63	生活	サ変名詞	109(0.012)	33(0.044)	0.0399
64	昼	副詞可能	174(0.019)	35(0.047)	0.0393
65	ウォーキング	名詞	281(0.031)	39(0.052)	0.0393
66	結果	副詞可能	124(0.014)	33(0.044)	0.0392
67	足	名詞 C	114(0.013)	32(0.043)	0.0384
68	使う	動詞	120(0.013)	32(0.043)	0.0381
69	帰る	動詞	80(0.009)	30(0.040)	0.0375
70	目標	名詞	182(0.020)	33(0.044)	0.0367

【表3】から、「痩せる」と関連性が最も高い語は「キロ」となった。実際に事例の再検討を行った際も、次のような「○○キロ・kg 痩せた」との文脈が多く確認された。

【例4】耳つぼダイエットで20キロ近く瘦せたがやめたら次第に体重が戻った。

【例5】夜は半身浴をしていたら4日くらいで2キロ痩せてました。

どのように・なぜ書き手は「〇〇キロ・kg 瘦せた（瘦せる）」との文脈を多用するかについては、全事例の再観察から検討を行った。以下、一部を掲載する。

【表4】「〇〇キロ+瘦せる」の文脈（15例抜粋）

1	「キトサン」のサプリメントを飲んで3ヶ月で3	キロ	瘦せた。			
2	私はこれで10	キロ	瘦せた			
3	食事は軽めにしています。3ヶ月で、6.5	キロ	瘦せました。			
4	飲み始めて1ヶ月で3	キロ	瘦せました!!			
5	最初の一か月は3キロ、半年かけてトータルで7	キロ	瘦せました。			
6	2週間で3	キロ	瘦せました			
7	体重が減っていき、トータルで4.5	キロ	瘦せ、体脂肪率も30%以上あったのが2			
8	玄米を始めて3週間で3	キロ	瘦せました。			
9	最初の一か月は3キロ、半年かけてトータルで7	キロ	瘦せました。			
10	毎日体重を計る。それだけです。1	キロ	瘦せてもまたすぐもどります。			
11	長めにすぐ入って夕食を取るようにしたらなんと5日で1.6	キロ	瘦せました。			
12	1000~1400キロカロリーに抑えた食生活をして、1ヶ月で2.5	キロ	瘦せました。			
13	ちょっと荒行ではありますが、胃も小さくなり、2ヶ月で1.6	キロ	瘦せました。			
14	油ものはいっさいとらない、野菜を中心にしたら5	キロ	瘦せました。			
15	夜は半身浴をしていたら4日くらいで2	キロ	瘦せてました。			

ここで、【「期間（ヶ月、週間など）」+「で」+「〇〇キロ+瘦せる」】の用例の多さが確認される（77/202）⁸⁾。この言い回しが頻出する要因には、ダイエット商品・サービスの広告表現・キャッチフレーズの影響が考えられる。すなわち、ダイエット商品・サービスの広告に対し、閲覧者の関心は「どれだけ瘦せるか」にあり、広告制作者側は、それを刺激するために、誇張的に表示する。したがって、「口コミ」の書き手にとっても、この言い回しが印象に強く残っているものと推察される。

4.3 大谷（2007）との比較

ダイエット系「口コミ」にみられる語彙の特性は、他のメディアの場合と、どこが共通し、どこが異なるのであろうか。以下では、大谷（2007）で用いた「新聞折り込みチラシにみられる体験談」のデータのうち、ダイエット系商品・サービスに該当するもの（173例）を用い、同様にKH Coderによる分析を行った結果、ならびにその考察との比較検討を行う。

4.3.1 KH Coder を用いた分析結果の比較対照

まず、4.1の方法を用い、ダイエット系「新聞折り込みチラシにみられる体験談」の収集事例における頻出語抽出結果を以下に掲載する。

【表5】 ダイエット系「新聞折り込みチラシにみられる体験談」における頻出語

	抽出語	出現回数		抽出語	出現回数		抽出語	出現回数
1	ダイエット	236	35	ストレス	29	69	軽い	17
2	kg	126	36	服	29	70	好き	17
3	太る	99	37	友達	29	71	会う	16
4	体重	91	38	驚く	27	72	子供	16
5	思う	86	39	毎日	27	73	試す	16
6	自分	84	40	お腹	25	74	実行	16
7	言う	67	41	スッキリ	25	75	受賞	16
8	始める	67	42	実感	25	76	周り	16
9	今	65	43	きれい	24	77	出産	16
10	見る	64	44	減る	23	78	酢	16
11	飲む	63	45	スリム	22	79	知る	16
12	本当に	60	46	以前	22	80	ママ	15
13	ヤセ	53	47	自信	22	81	リバウンド	15
14	健康	52	48	感じ	21	82	下半身	15
15	減量	51	49	効果	21	83	結果	15
16	体	49	50	決意	20	84	身体	15
17	変わる	49	51	最初	20	85	太もも	15
18	落ちる	49	52	人生	20	86	肉	15
19	食べる	47	53	増える	20	87	友人	15
20	ウエスト	42	54	体型	20	88	キロ	14
21	顔	40	55	目	20	89	感動	14
22	人	39	56	可愛い	19	90	考える	14
23	生活	37	57	感謝	19	91	若い	14
24	細い	36	58	気	19	92	寝る	14
25	成功	36	59	習慣	19	93	昔	14
26	サイズ	35	60	絶対	19	94	全然	14
27	楽しい	34	61	入る	19	95	痩せる	14
28	主人	34	62	いま	18	96	体調	14
29	食事	33	63	運動	18	97	変身	14
30	ダウン	32	64	結婚	18	98	洋服	14
31	気持ち	32	65	仕事	18	99	良い	14
32	前	32	66	脂肪	18	100	ジーンズ	13
33	着る	32	67	出会う	18			
34	キレイ	29	68	早い	18			

【表1】と【表5】とを比較して目につくこととしては、複数挙げられる。

まず、【表5】では「キロ（【表1】で第1位）」が第88位へと後退し、一方で「kg（【表1】で第14位）」が2位へと上昇しているものの、各データ全体における出現割合⁹⁾としては、極端に少ない。また、【表1】で第6位であった「痩せる」は、【表5】では第95位である。この比較結果から導出されるのは、ダイエット系「新聞折り込みチラシ」にみられる体験談においては、4.2.2で指摘した「〇〇キロ+痩せる」との常套句が、（語りの内部において）「口コミ」ほどには用いられない、との結論である。すなわち、一般的にこのような情報は、広告におけるキャッチフレーズとなり、体験者の写真（ビフォー→アフター）とともに、体験談外に（読者の目に入りやすいように）大きく記される傾向にある。これは、広告という媒体的性質上、主要な情報として強調されているものと考えられる。

次に、【表1】（ないし【図1】）において指摘された「書き手にとっての『食』とダイエットとの関係への関心の高さ」は、【表5】では「口コミ」ほど強い傾向としては認められなかった。すなわち、「食べる（【表1】第3位、【表5】19位）」、「飲む（【表1】第15位、【表5】第11位）」¹⁰⁾、「食事（【表1】第7位、【表5】第29位）」との結果となっており、「新聞折り込みチラシにみられる体験談」においては、日常の食生活とダイエットとの連関性に対する書き手の関心の高さにおいて、「口コミ」との差異がみられた。

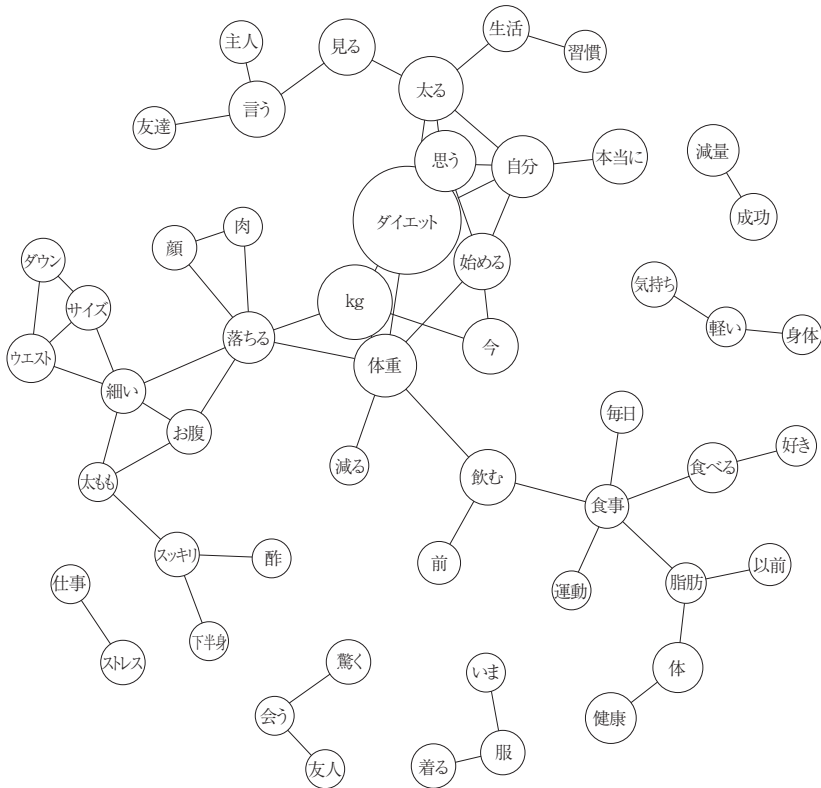
一方、「新聞折り込みチラシにみられる体験談」における共起ネットワーク（「口コミ」の場合、【図1】）は、【図2】のとおりである。

【図2】のネットワークを観察しても、【図1】にあった「食」のネットワークがそれほど特徴的でないことが浮き彫りとなった。その反面、【図2】では「身体」のネットワーク（【図1】では、「体重」を媒介した「減る」—「脂肪」—「体」という小さなネットワーク）が、「落ちる」を媒介し、表の左側に大きく形成されている。特に、「ウエスト」—「サイズ」—「ダウン」という共起関係の強いネットワーク、あるいは別の「服」—「着る」のedgeの太さからは、書き手の「身体」への関心とともに、「衣類」への関心も確認された。このように、【図1】と【図2】とでは、ネットワーク上におけるnodeの布置、ないしedgeの方向性や関係の強弱の点において、異なるネットワークが形成されていることは明らかであろう。

最後に、【表1】と比較し【表5】において出現割合が高い語のうち、「言う（【表1】第38位、【表5】第7位）」「見る（【表1】第41位、【表5】第10位）」について、その理由を、KWICコンコーダンスを用いた再観察から提示したい。

「言う」「見る」は、直感的には、「ダイエット」と直結しづらい動詞であるように思われる。ところが、KWICコンコーダンスにより、いかなる文脈においてこれらの語が出現するかを確認したところ、次のような傾向が浮き彫りとなった。

【図2】 共起ネットワーク（「新聞折り込みチラシにみられる体験談」）



①「言う」が用いられる文脈（全 67 例）

(1)「『美しい』と言われる」文脈（27/67）

【例 6】 信じられないくらい細くなれて、「誰だかわからなかったよ」なんて友達に言われたことも（笑）。

【例 7】 周りに「キレイになったね」なんて言われるたびに「そうかな」なんて照れてしまうけれど、

(2)「『醜い』と言われる」文脈（21/67）

【例 8】 主人には『デブはキライ』と言われて、ショックでした。

【例9】 彼氏とケンカした時に、「ぶた！」って言われたんです！勢いとはいえ、とてもくやしくて涙がでました。

②「見る」が用いられる文脈（全64例）

(1)「『美しく』見える」文脈（20/64）

【例10】 洋服はユルユルになっていくし、毎日やせていく自分を鏡で見てはうっとりしていましたよ。

【例11】 大変身した私を見て、佑季ちゃんも始めたくらいの威力です！

(2)「『醜く』見える」文脈（20/64）

【例12】 主人からは、「俺よりデカイ！」とか「体を見る気にもなれん」とか。

【例13】 プティックで販売の仕事をしているんですが、お客さまが私を見るなり「大きなサイズの店なの？」って。

以上のように、「新聞折り込みチラシにみられる体験談」の語りにおいては、「言う」「見る」いずれも、「身体的美醜」をテーマとした文脈の中で出現する事例が半数以上となった（「言う」＝全体の71.64%、「見る」＝全体の62.5%）¹¹⁾。すなわち、ダイエットをテーマとした「新聞折り込みチラシにみられる体験談」の語りでは、「口コミ」の場合と比較し、閲覧者のボディ・イメージ¹²⁾を刺激する（＝「やせている＝美」・「太っている＝醜」の意識を助長する）方策として、「言う」「見る」を用いた文脈が多用されているといえよう。

4.3.2 大谷（2007）における考察との比較検討

4.3.1では、「口コミ」、「新聞折り込みチラシにみられる体験談」、いずれもテーマとしての「ダイエット」が中心的話題となったことは共通していることが確認された。しかしながら、【表1】と【表5】、【図1】と【図2】の比較からは、「新聞折り込みチラシにみられる体験談」において「『〇〇キロ+痩せる』との常套句がそれほど多く観察されない」、「『食』とダイエットとの関係への関心の高さがそれほど多く観察されない」、「『身体』に関連する語彙を中心とした共起ネットワークが形成されている」との特徴の差異が確認された。さらに、「言う」「見る」に焦点を当てた使用文脈の観察・調査からは、「口コミ」の場合と比較し、「新聞折り込みチラシ」において、「美醜」というボディ・イメージに関わる文脈での使用が多く確認される結果となった。ここでは、これらの差異が意味すること、ないし、差異が生じる根拠に関し、大谷（2007）の考察を踏まえ、検討する。

大谷（2007）では、ダイエット系「新聞折り込みチラシにみられる体験談」の語彙の特徴や傾向を調査し、以下のようにまとめている。

〈(収集事例) 文章内〉の特徴となる文章中の表現、内容では、商品・サービスの効能に関する客観的事実として、減量した体重分の数値、および利用期間の記述がみられる。(大谷 (2007) p.32)

大谷 (2007) は、様々なカテゴリー¹³⁾における「新聞折り込みチラシにみられる体験談」の観察結果であり、いわば「新聞折り込みチラシ」というメディアにみられる、種々のカテゴリーに属する体験談間での構造的共通性を認めたものである。そのうえで、ダイエット系ナラティブの在り方自体に目を転じると、「新聞折り込みチラシにみられる体験談」と「口コミ」というメディアとしての差異に関する理由が浮き彫りとなろう。

まず、4.3.1において、【表1】と【表5】との比較の結果、「新聞折り込みチラシにみられる体験談」に増して、「口コミ」の場合、「〇〇キロ+痩せる」という語の組み合わせが、常套句として用いられやすい傾向にあることが分かった。一方、「新聞折り込みチラシにみられる体験談」においては、この傾向が弱い。その理由としては、「新聞折り込みチラシ」の場合、数値的情報は、「体験談『外』」、つまり、書き手の「ビフォー&アフター」の写真などととも、別途、強調したメッセージとして記される傾向にあることが指摘される。

また、「口コミ」と比較し、「新聞折り込みチラシにみられる体験談」においては「書き手にとっての『食』とダイエットとの関係への関心の高さ」が観察されない傾向、ないし「新聞折り込みチラシにみられる体験談」で「身体」に連関する語彙のネットワークが形成されていることや、「見る」「言う」が多用される点が確認された。その文脈的傾向としては、「広告」という媒体的特質上、閲覧者をより惹きつけるために、「美醜」のボディ・イメージへの刺激ないし助長を中心とした語りが指摘された。

このような差異が顕現した一方、「新聞折り込みチラシにみられる体験談」では体験談外に書かれることが多かった【「期間」+「で」+「〇〇キロ+痩せる」】のような定型化した言い回し自体は、「口コミ」において頻出することが確認された。この結果に関しては、佐野山 (2000) の「広告的情報」を援用したい。「新聞折り込みチラシにみられる体験談」のように、【「期間」+「で」+「〇〇キロ+痩せる」】とのフレーズは、端的かつ具体的（数値が明らかであるため）であることから、印象に残りやすい。「口コミ」の書き手もまた、ダイエットに関心がある以上、ダイエット系「新聞折り込みチラシにみられる体験談」に触れ、幾度となくこのキャッチフレーズを目にしたものと思われる。したがって、書き手にとって意識的にしろ、無意識的にしろ、【「期間」+「で」+「〇〇キロ+痩せる」】という、本来的には「広告的情報」として広告において多用

されているこの言い回しを、自らのダイエット体験を語る際にも使用する傾向にあると推察される。

5. まとめ

本稿では、SMに属する「口コミ」にみられる特徴的な語彙、ないし表現の共起関係を明らかにし、既存のメディアに属する「新聞折り込みチラシにみられる体験談」における場合との比較検討を行った。その結果、以下の二点が浮き彫りとなった。

①【「言い回し」の側面】

「口コミ」、「新聞折り込みチラシにみられる体験談」いずれも頻出語としてテーマの「ダイエット」は共通するが、「口コミ」では「キロ」「痩せる」が挙げられるものの、「新聞折り込みチラシにみられる体験談」にはこの傾向が強くはみられない。これは、後者の場合、体験談外に【「期間」+「で」+「〇〇キロ+痩せる」】の形であらかじめ記されていることによると思われる。したがって、この常套句（言い回し）の使用に関する両者の差異は、体験談内に記載されるか、体験談外に記載されるか、という点に指摘される（言い回しの使用自体における差異は見られない）。体験談「内／外」という記載場所の差異の根拠としては、後者の場合、広告という媒体的性質上、主要な情報（広告的情報）として強調されているものと考えられる。

②【「語彙」の側面】

頻出語および共起ネットワークの比較観察などから、「口コミ」の語りには、ダイエットと「食」との関係性への関心の高さが浮き彫りとなった。一方、「新聞折り込みチラシにみられる体験談」の語りには、「身体」ないし「美醜」（ボディ・イメージ）への関心の高さがみられ、総じて「痩せること」自体より「衣類が着用できるようになった」「美しくなった」という喜びとして表明される傾向にあることが明らかとなった。また、後者の場合、「言う」「見る」との語が用いられる傾向にあり、本文再観察の結果、「『美しい』と言われる」「『醜く』見える」など、「美醜」に関わる文脈として出現することが多いことが確認された。このような「瘦身＝美」とのイメージを強調する語りは、閲覧者をより（当該商品・サービスに）惹きつけるための方略として用いられるものと考えられ、広告ならではの特徴であると指摘される。

本稿で提示したことは、SM研究のほんの一端に過ぎない。しかしながら、SMの日本語学的研究において、SM間でのデータ比較検討のみならず、既存メディアとの連関性の検討も必須であると指摘したことが、本稿の、最大の学術的意義となろう。

注

- 1) (韓国) 国立江陵原州大学校、招聘教授。なお、本稿は、「韓国日本語学会第 28 回学術発表会 (2013 年 9 月 28 日、ハンバツ大学校)」での発表、「『ロコミ』にみられる語彙の特性—ソーシャルメディア研究への一考察—」の内容を大幅に修正・加筆したものである。
- 2) SM の一般的な定義は、「インターネット上で展開される情報メディアのあり方で、個人による情報発信や個人間のコミュニケーション、人の結びつきを利用した情報流通などといった社会的な要素を含んだメディアのこと」とする。(『e-words IT 用語辞典』<http://e-words.jp/> 検索日：2013. 8. 30) による。
- 3) <http://club.panasonic.jp/blogs/diet-way/>
- 4) KH Coder は、テキストマイニング用のフリーウェアであるが、データベースサーバの MySQL、形態素解析ツールの茶釜、統計解析ソフトの R と連携してテキストデータから種々の単語を切り出し、対応分析、クラスター分析をはじめとした様々な分析を行うことができる。同ツールは石川他 (2010) や社会言語科学会 (2013) などに紹介されており、コーパス研究において定評のあるものである。以下、KH Coder 2x の「リファレンス・マニュアル」を参照し、本稿で用いる KH Coder の機能について、付記する。

【関連語検索】

関連語検索とは、特定の語と関連している語や、あるいは特定のコードと強く関連している語を調べるためのコマンドである。なお、KH Coder では、コーディングルールの設定によりコードを作成可能である。また、KH Coder でいう「関連」はデータから推察されるものであり、条件付き確率の計算による推測に基づく特定の「語」と「語」あるいは「コード」との関係性を指す。例えば語 A が出現する文章上で特に高い確率で語 B が出現すれば、語 B は語 A の関連語と認められる。

【共起ネットワーク】

まず、「共起」は KH Coder における用語であり、「類似した出現パターンの語同士」に対し「共起関係がある」といい、その度合いは後出の Jaccard の類似性尺度によって計算される。したがって、ある言語単位にふたつの語が出現する、との意味ではない (なお、このような場合について、KH Coder では「関連語」との語を用いる)。以下、作例より、具体的な説明を付記する。

【作例 1】 韓国のキムチは本当においしいね。

【作例 2】 日本のラーメンは本当においしいね。

以上の作例は、どちらも「[[名詞] の [名詞] は [副詞] [形容詞] ね」との構造を持ち、「韓国／日本」、「キムチ／ラーメン」との語のみの差異がみられる。文章全体に【作例 1】【作例 2】がともに現れる場合、これらは「出現パターンが似通っている」と判断され、「共起関係にある」度合が高い、ということになる。

以上を前提とし、共起の程度が強い語を線（リンク）で結んだネットワークを描くことができるコマンドである。共起ネットワークのグラフでは、語が互いに近くに布置されていると、それらの語の間に強い共起関係があることを意味する（しかし、近くに布置されていても、リンクで結ばれていなければ、共起関係が強いというわけではない）。共起関係の強弱については、分析対象となった語のすべての組み合わせについて、「Jaccard の類似性測度（Jaccard 係数）」の値によって指定される。したがって、KH Coder でいう「共起」とは、単に「ある言語単位中で共に出現する」との意味ではない。

【Jaccard の類似性測度】

Jaccard の類似性測度は、測度値が 0 から 1 までの値をとり、2 つのコードについて、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。Jaccard 係数 (R) は次の式にて求められる。

$$R = \frac{A}{A+B+C} \quad (0.0 \leq R \leq 1.0)$$

ここで、A は「コード X」「コード Y」両方に該当する文章数 ($X \cap Y$)、B は「コード X」のみに該当する文章数、C は「コード Y」のみに該当する文章数を表す ($A+B+C=X \cup Y$)。

- 5) 本稿における分析結果としての図表との差異化を図るため、便宜的に【参考 1】、【参考 2】…とした。
- 6) なお、「食べる」—「ダイエット」—「食事」、「思う」—「ダイエット」—「痩せる」のリンクは edge が 2 本あるように見えるが、これは「食べる」—「ダイエット」、「食事」—「ダイエット」のリンクに加え、「食べる」—「食事」のリンクが存在する、との意味である（「思う」・「ダイエット」・「痩せる」も同様）。
- 7) 【表 2】（および後の【表 3】）では、Jaccard の類似性測度に基づく共起関係の順位化が行われている。この中で「品詞」は、KH Coder 独自のものであり、日本語文法における用語とは意味が異なることに留意されたい。すなわち、「副詞可能」は「副詞として用いることが可能な名詞」、「名詞 C」は「一文字でできている名詞」、「タグ」は「単位や記号など、そのものではなく直前・直後の語の性質を特定するための語」を意味する。また、「サ変名詞」は名詞のうち、「サ変動詞の一

部」として用いられた語を指す。したがって、同表において、例えば「運動（名詞としての『運動』、および『運動（する）』というサ変名詞）」は、ふたつに分かれてカウントされる。なお、表中の「全体」は全体における出現数、「共起」は共起関係にあると認められた語数を指し、カッコ内については、前者は「前提確率」、後者は「条件付き確率」を指す。

- 8) 「77/202」の202は、「キロ+痩せる」のみの出現数を指す。なお、「期間」を示す語は、頻出語としては確認されていない。この理由としては、「年」「ヶ月」「週間」「日」等、個々のダイエット体験の期間に差があるからではないかと考える。
- 9) KH Coder に示される「異なり語数」を全体とし、当該単語の出現率を求めた結果に基づく。以下同様。
- 10) 「飲む」に関してのみ、【表1】より【表5】の順位が高い結果となっているが、これは「新聞折り込みチラシ」において、「飲む」タイプのダイエット商品の利用体験談が比較的多かったことに起因する。KWIC コンコーダンスを用いた再観察結果からも、「ロコミ」にみられる「ビール・ジュースを飲む」等の日常的な食生活に関する記述ではなく、「当該商品を飲む」という記述が多数を占めたことが明らかとなっている。
- 11) 「ロコミ」のデータを用いて同様の再観察を行った結果、ここに取り上げたような用例は皆無ではなかったものの、全体数に対する割合としては、以下のような「(ダイエット法を) 知った契機」としての文脈での使用が多数を占めた。

【例14】 ガムを食べ続けると言うダイエット法を見て、これからわ、間食大好きな私でも頑張れそうです

【例15】 きっかけは父がテレビでやっていたのを見て実行したことから始まりました。

- 12) 立花 (1978) の定義では、ボディ・イメージは「文字どおり自己の身体について心に抱くイメージ、もしくは身体についての概念」とあるが、研究の学際化が進む中で、複雑性・曖昧性が増し、その結果、「多次元的な構成概念」とされている（衛藤 (1999)）。その中で、昨今では、主観的・心理的イメージとしてのボディ・イメージの形成とその要因、ないし、身体（健康）への影響をテーマとした臨床的研究が盛んであり、特に、ダイエットとの連関性から論じるものが少なくない（根本・柴田 (2003)、馬場 (2004)、鍋田 (2004)、藤沢 (2011) 等）。これらの研究において一貫する捉え方として、現代社会において、スリムなタレントやモデルがファッション誌を飾る中、自身の体型に否定的なボディ・イメージを抱く（実際の体型より太っている（＝醜い）と感じる）傾向があり、ダイエット体験の背

景に「美醜」の意識が潜在する、ということがある。「新聞折り込みチラシにみられる体験談」の語りは、このボディ・イメージを刺激し、助長する効果が強調されているものと考えられよう。

- 13) 収集事例のカテゴリーには、その他「健康食品・グッズ系」、「美容・化粧品系」、「保険・ローン系」、「塾・家庭教師系」、「開運グッズ系」、「祈祷・人生相談系」がある。

参考文献

- 石川慎一郎 前田忠彦 山崎誠 (編) (2010) 『言語研究のための統計入門』 くらしお出版
- 衛藤裕司 (1999) 「ボディ・イメージとその類縁概念—「定義」に関する方法論の検討—」『大分大学教育福祉科学部研究紀要』 21(2) pp.325-333 大分大学教育福祉科学部
- 大谷鉄平 (2007) 「「広告の体験談」にみられる、「語り手」の偏向—文体的特徴を中心に—」『学習院大学大学院 日本語日本文学 第3号』 pp.25-40 学習院大学大学院
- (2013) 「「口コミ」の文末表現・語彙・内容の関連性」第186回青葉ことばの会 (2013年7月13日 学習院大学) 発表原稿
- (2014) 「ナラティヴィティ (narrativity) における「権威性」再考—ネットワーク分析、広告理論の知見を援用して—」発表準備中
- 佐野山寛太 (2000) 『現代広告の読み方』 文春新書
- 社会言語科学会 (2013) 「初級者から上級者まで役立つコーパス作成・分析 ツール講座」(2013年9月8日-10日、長野県松本市美ヶ原温泉富田屋別館) <http://www.jass.ne.jp/another/?p=1054>
- 立花義遼 (1978) 「身体心象について」『武蔵野美術大学研究紀要』 pp.79-89 武蔵野美術大学
- 鍋田恭孝 (2004) 「容姿の美醜に関する病理—醜形恐怖症を中心に—」『こころの科学』 117 pp.38-39 日本評論社
- 根本橋夫 柴田布美枝 (2003) 「思春期女子のボディイメージと摂食障害との関連」『山梨大学大学院紀要』 2 pp.49-54 山梨大学大学院
- 馬場謙一 (2004) 「摂食障害とボディイメージ」『こころの科学』 117 pp.26-27 日本評論社
- 樋口耕一 (2012) 「KH Coder 2.x チュートリアル」 <http://khc.sourceforge.net/> (検索日: 2013. 9. 2)
- 藤沢政美 (2011) 「女子学生のボディイメージとライフスタイル」『園田学園女子大学

論文集』45 pp.54-64 園田学園女子大学

(おおたに・てっぺい 2006 年度博士後期課程単位取得退学／

国立江陵原州大学校人文科学日本学科招聘教授)