

# 国内外の TikTok に関する研究動向の差異

○小泉文 Koizumi Aya、庄司昌彦 Shoji Masahiko

Keywords : TikTok、ソーシャルメディア、コンテンツ、スマートフォン、テキストマイニング

## 1 目的

本研究の目的は、スマートフォン向けサービス TikTok に関する国内外の研究動向の差異を明らかにすることである。TikTok とは 2016 年に中国企業 ByteDance 社によって開発された、15 秒から 1 分ほどのショートムービーを扱うプラットフォームで、全世界に多くのユーザーを持つ。TikTok で多くのフォロワーを獲得した人物がインフルエンサーとして他メディアで取り上げられるなど、その影響力は拡大している。また、米国で規制強化が議論され他の国々でも公用端末からの利用が禁止されるという問題も生じており国際政治や安全保障上の観点でも注目されている。しかし、このプラットフォームに関する文献や調査は、日本国内と海外とで文献数やテーマ、ターゲットなどにおいて差異が生じている。本発表ではこれらの点どのような差が生じているのか、テキストマイニングを用いて検討する。

## 2 方法

本研究の調査・分析方法は以下の通りである。まず、「TikTok」という単語がタイトルに入っている、日本語と英語の学術研究を収集した。日本語の文献では CiNii、英語の文献では Google scholar を用いた。英語の文献の数が多いため期間はそれぞれ 2023 年 1 月 1 日から 4 月 11 日までとした。次に、それらの文献のタイトルのみを抽出し、テキストマイニングを用いた分析を実施した。そして共起キーワードや頻出単語から、それぞれの言語の文献における特徴や傾向を考察した。

## 3 結果

調査・分析の結果、2023 年 1 月 1 日から 4 月 11 日までの期間で TikTok に関する日本語の学術研究の文献数は 2 件のみであった。一方、英語の文献は同時期に発表された文献数は 161 件であった。

また、日本語の文献をテキストマイニングで分析した結果、「ライブコマース」「taobao」「経済圏」「シナジー」「事業」といった単語が共起キーワードとして出現しており、英語の文献では「分析」「ソーシャルメディア」「コンテンツ」「動画」「影響」「与える」「及ぼす」といった単語が頻出する結果となった。

## 4 結論

TikTok に関する研究の件数では、日本語と英語で約 80 倍という差があることが明らかになった。日本の TikTok に関する研究の数は海外に比べて極めて少ないといえる。また、それぞれの文献のタイトルをテキストマイニングした結果、日本語の文献では、TikTok を用いた他の分野に関する研究がなされており、英語の文献では TikTok 自体のコンテンツに注目し、それらがユーザーに与える影響について焦点を当てた研究が多いということが明らかになった。