

アニメ東京卍リベンジャーズのヒットはバイク人口増加へ影響を与えたのか —アニメが与える経済への影響—

情■■■■ 亀田 悠介
指導教員 宋 財法

はじめに

ポップカルチャーは娯楽を超え経済行動や産業に影響を及ぼす。『東京卍リベンジャーズ』（2021 年 4 月放送開始）は、場人物が小型二輪車を日常的に使用する描写を通じネイキッドバイクを若者向けの文化的シンボルとして再定位しバイクの人気を高めることになったが、その因果関係は未検証である。

そこで本研究は国土交通省の月次保有台数データを用い放送前トレンドに基づく反実仮想分析により、アニメが小型二輪保有台数に与えた因果的影響を計量的に推定する。これはポップカルチャーが耐久財市場に与える影響を実証した初の試みであり、文化経済学とコンテンツ政策に新たな知見を提供するものである。

理論・仮説

本研究は、『東京卍リベンジャーズ』が小型二輪車の保有行動に与えた影響を、社会的証明・文化的資本・SNS 同調といった統合的視点から検討する。作品は小型二輪を「自由」「成長」「絆」の象徴として描き、若年層のアイデンティティ形成と結びついた。また、SNS で模倣行動が可視化されトレンド化し消費を加速させたと考えられる。

小型二輪は高額な耐久財であり維持コストもかかるため一時的な流行では保有に至りにくい。が、放送後に保有台数が統計的に有意かつ持続的に増加したことは文化的シンボルが経済行動に深く浸透したことを示唆する。コロナ禍で「三密回避型モビリティ」として関心が高まる中本作は既存需要にポジティブな物語性を付与し定着を促進した可能性があり、パンデミック効果とコンテンツ効果を分離するには反実仮想分析による厳密な因果推論が必要である。

データ

本研究は国土交通省の「自動車保有台数の推移（月次）」を用い、2012 年 1 月～2025 年 3 月の 159 か月分のパネルデータを分析する。対象は小型二輪（250cc 超）など 5 車種の全国保有台数で、用途や所有者属性は含まない。関心変数は『東京卍リベンジャーズ』（2021 年 4 月放送開始）で注目された小型二輪車であり、2021 年 3 月以前を処置前、以降を処置後として反実仮想分析を行う。2021 年春以降、小型二輪のみ他車種と異なる顕著な増加が見られ、これが因果推論の動機となっている。

分析方法

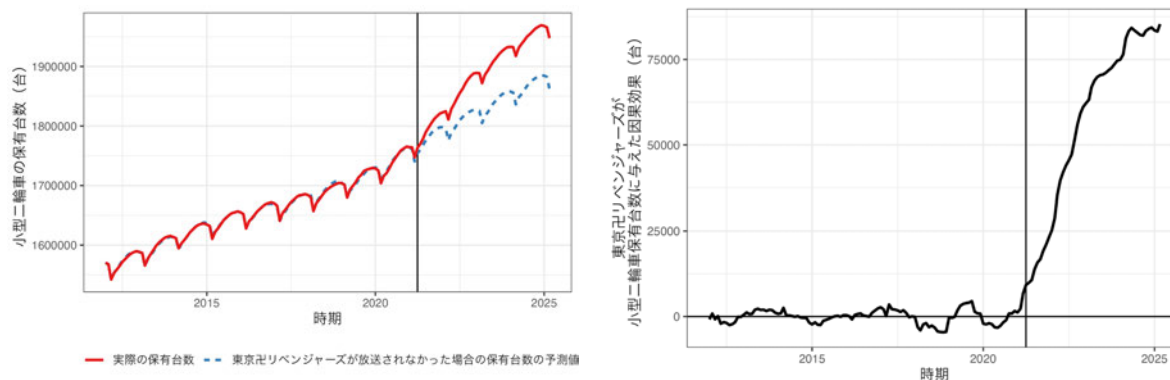
本研究は、2021 年 4 月に放送開始されたテレビアニメ『東京リベンジャーズ』が小型二輪車の保有台数に与えた因果的影響を定量的に推定することを目的とし、線形回帰による反実仮想分析（counterfactual analysis）を用いる。分析は 2 段階で行われる。第 1 段階では、アニメ放送前（2012 年 1 月～2021 年 3 月）のデータを用いて、小型二輪車の保有台数を他の車種（軽二輪・軽四輪・小型車・普通車）の保有台数、年次、月次固定効果で予測する回帰モデルを構築する。具体的なモデル式は以下のとおりである：

$$\text{小型二輪}_t = \beta_0 + \beta_1 \text{軽二輪}_t + \beta_2 \text{軽四輪}_t + \beta_3 \text{小型車}_t + \beta_4 \text{普通車}_t + \beta_5 \text{年}_t + \gamma_t + \varepsilon_t$$

- 小型二輪_t : t 期における小型二輪車の保有台数 (応答変数)
- 軽二輪_t、軽四輪_t、小型車_t、普通車_t : t 期におけるそれぞれの車種の保有台数 (説明変数)
- 年_t : t 期が属する年
- γ_t : t 期が属する月の固定効果

第 2 段階では、このモデルを 2021 年 4 月以降の期間に適用し、実際に観測された他の車種の保有台数から「アニメが放送されなかった世界」における小型二輪車の保有台数 (反実仮想値 A_t) を推定する。現実の観測値 B_t との差 ($\text{Effect}_t = B_t - A_t$) をもって、アニメによる純粋な因果効果と解釈する。最終時点 (2025 年 3 月) での Effect_t が正であれば、『東京リベンジャーズ』が小型二輪車の保有を有意に押し上げたことを示唆する。

分析結果



本研究は、テレビアニメ『東京リベンジャーズ』(2021 年 4 月放送開始) が小型二輪車 (250cc 超) の保有台数に与えた因果的影響を計量的に評価した。放送前 (2012 年 1 月～2021 年 3 月) のデータを用いて構築した線形回帰モデル ($R^2=0.998$) により、他の車種の動向から「通常の保有トレンド」を高精度で予測。これを放送後 (2021 年 4 月～2025 年 3 月) に適用し、反実仮想値と実測値の差 ($\text{Effect}_t = B_t - A_t$) を因果効果として推定した結果、2025 年 3 月時点で約 8 万 5 千台の増加が確認された。ギャップは放送直後から継続的に拡大し短期的なブームにとどまらない持続的影響が示された。これはポップカルチャーが現実の耐久財保有行動に因果的に作用することを実証する初の知見である。

おわりに

本研究は、アニメ『東京リベンジャーズ』の放送が小型二輪車保有台数を統計的に有意に増加させたことを反実仮想分析で実証し、ポップカルチャーが耐久財需要に影響を与えることを示した。これはコロナ禍の「三密回避型モビリティ」需要に文化的意味を付与した可能性を示唆する点で社会的意義を持つ。今後の課題として、登場バイクごとの価格動向、視聴者の属性と行動変容の因果メカニズムの詳細分析、および因果効果である約 8.5 万台の統計的有意性をブートストラップ法による検証が挙げられる。