

富山大学平成 25 年度卒業論文

ニコニコ動画の出現に伴う
新規アーティスト出現の可能性

人文学部人文学科
社会文化コース 社会学分野
学籍番号 11010162 宮向沙知

ニコニコ動画の出現に伴う
新規アーティスト出現の可能性

〈目次〉

第1章 問題関心	1
第2章 ニコニコ動画の仕組み	2
第1節 ニコニコ動画（動画共有サイトとは）	2
第1項 コメント機能	2
第2項 タグ機能	3
第3項 マイリスト	4
第4項 コンテンツツリー	5
第5項 ニコニココミュニティ	6
第2節 先行研究—独特の機能がもたらす特徴	7
第1項 コメント機能がもたらす一体感	7
第2項 複数のクリエイターによる合同作品の増加	8
第3項 コンテンツツリーで繋がるN次創作	8
第4項 タグ戦争	9
第3章 動画がユーザーの評価を受ける構造	10
第1節 人気作品が浮かび上がる仕組み	10
第1項 ニコニコ動画ランキング	10
第2項 タグ・キーワード検索	11
第3項 コンテンツツリー	11
第2節 ユーザーが「作品」から「投稿者」に注目する構造	12
第1項 マイリスト	13
第2項 お気に入り機能／ニコレポ	13
第3節 まとめ	14
第4章 サイト内で活動するアーティスト	15
第1節 ClariS	15
第1項 デビューのきっかけ	16
第2項 リスアニ！が ClariS に注目した要因	16
第2節 √5	18
第1項 √5のプロモ活動	19
第2項 ニコニコ動画内での√5	21
第5章 考察	22
第1節 「作品」よりも「投稿者」に注目が集まるニコニコ動画	22
第2節 ニコニコ動画の可能性	22

第 1 項 「発掘の場」としてのニコニコ動画	2 2
第 2 項 「活動の場」としてのニコニコ動画	2 3
第 6 章 まとめ	2 5
注釈	2 6
参考文献・参考資料・参考 URL 一覧	2 7
図表 (図 2-1) コメント表示画面	3
(図 2-2) タグ表示画面	4
(図 2-3) マイリスト画面	5
(図 2-4) コンテンツツリー子作品画面	6
(図 2-5) コンテンツツリーリンク画面	6
(表 3-1) ニコニコ動画内のジャンル一覧	1 0
(図 3-1) とある作品のランキング推移	1 2
(表 4-1) ClariS 経歴	1 6
(表 4-2) 検索結果	1 7
(表 4-3) $\sqrt{5}$ 経歴	1 9
(図 4-1) さまざまなイラストレーター達に描かれる ClariS	1 5
(図 4-2) $\sqrt{5}$ のメンバー	1 8
(図 4-3) 歌ってみたの本作ってみた	2 0

第1章 問題関心

私たちの周りでは、日々、テレビやインターネットを中心に様々なアーティストが活躍している。彼らはそれぞれ、様々な過程を経て有名になってきている。その中でも特に最近では、単なる「趣味や遊びといった範囲での創作活動の場」として、インターネット上のコミュニティである動画投稿共有サイト「ニコニコ動画」を活用する一般素人が、そのコミュニティでの人気が増したことで、それをきっかけにプロデビューし、その後さらに知名度を得ていく、という事例が増えてきている。

このことに関して、「企業側が有志を募り、素質ある者を採用する」という既存のプロデビューの過程に加え、「ネット上での投稿サイトでの活動を通して、趣味を極めた一般素人がプロとしてデビューする」という道が開けたと考えられる。

本調査では、実際に、ネット上の投稿サイトとして、動画共有サイト「ニコニコ動画」を調査の対象とする。そして、「ニコニコ動画」サイト内での事例を元に、実際にサイト内で一つの作品（動画）がどのように評価されていくのか、この仕組みを利用したことで、なぜ上記に挙げた事例が増えてきたのか、また、これらの事例が増えてきたことで、今後のニコニコ動画に、どのような可能性が伴われていくのかについて、サイトの特徴に触れつつ調査および分析を行っていく。

第2章 ニコニコ動画の仕組み

第1節 ニコニコ動画（動画共有サイト）とは

ニコニコ動画とは、株式会社ニワンゴが運営する動画共有サイトである。2006年12月12日より、ニコニコ動画（仮）として実験的に運営、翌年1月からニコニコ動画（β）として本格的に始動した。以降、ニコニコ動画を中心に、ニコニコ生放送、ニコニコ静画、ニコニコ大百科、ニコニ・コモンズ等、“ニコニコ”の名が付くコンテンツが増えていったため、2012年4月26日に、総称「niconico」が誕生し、ニコニコ動画はそこに集約するコンテンツの一つとなった。2014年1月現在は、ニコニコ動画：GINZAとして運営している。また、仮、β、GINZAという名称は、動画サイト内の機能がバージョンアップされた際につけられるものである。

動画投稿数は、2013年12月の時点で100万本を超え、会員数は、2013年9月時点で、一般会員が3500万人、プレミアム会員が200万員を突破した。サイトユーザーから投稿される動画の他に、テレビアニメやニュースの配信も行っている。

利用上の機能は、世界的に有名なYouTubeと変わらないが、YouTubeをはじめとする通常の動画共有サイトが、TwitterやFacebookをはじめとするSNSでの共有機能の特徴としているのに対し、ニコニコ動画は、コメント機能やタグ機能といった、ユーザー同士がサイト内で利用するコミュニケーション機能に重点が置かれている。以下は、コメント機能やタグ機能等の、ニコニコ動画に設けられている機能についての説明である。

第1項 コメント機能

通常、YouTube等でのコメント機能が、再生プレイヤーの下にコメント一覧としてページ下部に表示されるのに対し、ニコニコ動画では、書き込まれたコメントの時間に合わせて、図2-1のように、再生動画画面内で右から左へ、横スクロールにて（一部、特殊な設定により横スクロール以外でも）表示される。また、コメント入力には左下の「コマンド」というボタンを押すことで、コメントの大きさ、表示の位置（上・中・下）を調整できる。実際にコメントが投稿されると、コメントした時間に合わせて、入力したコメントが黄色い枠で動画内に流れる。コメントできる文字数は最大75文字。連続して同じコメントを書き込むことはできず、短時間に何度もコメントしようとする、閲覧規制される仕組みになっている。



図 2-1 コメント表示画面

また、再生プレイヤー上に表示できるコメント数は限りがあるため、コメント数が多い動画内では、古いコメントから表示されなくなっていく。しかし、サイトの記録にはコメント履歴が残るため、データから完全に消えるというわけではない。誹謗や中傷をはじめとする動画に不適切なコメントに関しては、視聴者には指定したキーワードを非表示にする「NG 機能」が備わっていて、投稿者も特定のコメントを非表示（削除はできない）にできる。特に危険とされるコメントに関しては、運営の方で削除、という対応がとられている。

第 2 項 タグ機能

タグ機能とは、図 2-2 のように、動画上部に表示され、合計 10 個までのタグ（投稿者と運営のみつけられる一部タグは、10 個を超えていても登録することができる）を誰でも自由に編集及び削除ができる機能である。また、投稿者は 5 個までのタグを、他のユーザーが編集や削除をできないように「タグロック」することができる。

図 2-2 の動画内で登録されているタグは、「エンターテイメント」「√5」「Merry_Go_Round」「蛇足（歌手）」「ぼこた」「みーちゃん」「けったろ」「koma'n」「カオスを超えた何か」「謎の儀式」「仲良いなお前ら」である。投稿者及び運営が登録できるジャンルタグ（ここでは「エンターテイメント」が該当する）をはじめとし、投稿者のユニット名である「√5」、「Merry_Go_Round」（曲名）、「蛇足（歌手）」、「ぼこた」「みーちゃん」「けったろ」「koma'n」（各メンバーの名前）と続いていくのに対し、「カオスを超えた何か」や「謎の儀式」というタグは、動画内でカラオケの撮影機能を利用して歌っている投稿者たちの様子を、視聴者が例えたものであり、「仲良いなお前ら」というタグに関しては、動画に関しては直接関

係がなく、視聴者側の感想コメントに近い。



図 2-2 タグ表示画面

このように、ニコニコ動画のタグ機能は、誰でも簡単に編集、削除ができるために、動画の内容そのものを表すタグだけでなく、視聴者側の感想のようなタグまで登録されることがある。そのため、特に閲覧数が多い動画では、タグの入れ替わりも多く、その中で特に人気のタグが残りやすくなっていく、という傾向が見られている。

第3項 マイリスト

マイリストとは、ニコニコ動画内で気に入った特定の動画作品をお気に入りとしてブックマークできる機能である。ユーザーは、25 個までフォルダ分けすることが可能であり、100 個まで動画作品をブックマークすることができる。しかし、これは月額 525 円支払うことによって登録できる「プレミアム会員」になることで、最高 12500 個まで作品を追加で登録することができる。また、この機能とは別に「とりあえずマイリスト」という機能もあり、こちらは一般、プレミアム関係なしに、100 個までの作品を簡易登録でき、100 個を超えた場合には古い作品から順に「とりあえずマイリスト」から削除されていく。

マイリストの使い道としては、視聴者が気に入った動画を登録していくのに加え、投稿者が自身の投稿作品をまとめるフォルダとして活用されることもある。

また、最近のバージョンから、他のユーザーが作ったマイリストそのものをお気に入りとして保存できるようになり、趣味の似通ったマイリスト作成者のマイリストを登録したり、お気に入りの投稿者のマイリストを登録したりすることが可能になった。



図 2-3 マイリスト画面

第 4 項 コンテンツツリー

ニコニコ動画では、サイト独自の構造から、特定の作品を親元とした派生作品の投稿が多く見られる。この現象が起こる詳細については、2 節 2 項及び 3 項にて説明する。ここでは、特定の作品を元に作られた派生作品を「アレンジ作品」と規定し、サイト内にて多く投稿される「アレンジ作品」同士の繋がりをサポートする「コンテンツツリー」の機能について述べていく。

コンテンツツリーとは、特定の動画作品を用いて、アレンジ作品等を作った際に、元の作品を親作品としてリンクを繋がられる機能である (図 2-4)。作る元となった作品が「親作品」と言われるのに対し、リンクを繋ぐ方の作品は「子作品」と呼ばれ、図 2-5 のようにツリー型で表リンクがつながる。コンテンツツリーは、作品投稿時に設定することができ、投稿した後も、いつでも編集できるようになっている。

コンテンツツリーとして登録する、もしくはされた作品は、図 2-4 の赤枠部分が表示され、そこから図 2-5 へとリンクが飛ぶ仕組みになっている。そこで、ユーザーは、気に入った作品が、何かしらの作品のアレンジであったり、他の投稿者によってアレンジされていたりした場合には、この機能によって、どの作品同士が、「親作品」「子作品」として繋がっているのかが閲覧でき、たどることができるようになっているのである。



図 2-4 コンテンツツリー-子作品画面



図 2-5 コンテンツツリーリンク画面

第5項 ニコニココミュニティ

ニコニココミュニティとは、ニコニコ動画ユーザーで、任意で同じコミュニティに入ったユーザー同士が、コミュニティに投稿された動画を閲覧したり、コミュニティメンバー専用の掲示板で話し合ったりできる場所であり、ユーザー同士の交流を深めることを目的としたコンテンツである。コミュニティの設立はプレミアム会員のみができ、各コミュニテ

ィに参加したメンバーは、コミュニティへの動画投稿及びコメントや、専用掲示板の閲覧及び投稿が可能になる。

コミュニティへの動画の投稿は、新規投稿の作品だけでなく、既存の作品も登録することができ、コミュニティユーザ限定の公開範囲に設定することもできる。コミュニティへの参加は、メールで招待されてからの登録か、動画内の検索リンクから飛んできたユーザの申請を、設立者が承認することで、可能になる。そして、コミュニティ内にプレミアム会員が何人いるかで、「コミュニティレベル」というものが決まり、コミュニティレベルによって、参加人数の上限や、動画投稿数の上限が変化したりする。

プレミアム会員ならば、誰でも設立が可能であるため、コミュニティの種類も、特定の投稿者のファンコミュニティやアニメのコミュニティ、趣味のコミュニティなど、様々である。また、コミュニティにも、タグ機能が備わっているため、ユーザーはコミュニティに参加する際には、タグ検索から特定のコミュニティへ参加申請を送ることが可能である。

第2節 先行研究—独特の機能がもたらす特徴

前の節では、ニコニコ動画が持つ特徴的な機能について説明した。そして、ニコニコ動画内では、これらのコンテンツの機能に伴い、このサイトならではの現象を作り出している。ここでは、それらの現象について、先行研究を踏まえて、考察していく。

第1項 コメント機能がもたらす一体感

ニコニコ動画では、ユーザーから投稿された動画へのコメントが、再生画面上に、コメントされた時間に合わせて流れ、表示される仕組みになっている。そして、そのコメントの表示は常時更新され、動画上の特定のタイミングに多くのコメントが寄せられた場合には、そのタイミングに、大量のコメントが、再生画面上に流れることになる。つまり、動画へのコメント行為自体は、ユーザーごとの別々の時間軸で行われているのにも関わらず、今自分がまきに見ている同じタイミングでコメントが流れていき、そのリアクションされたコメントを見ることで、ユーザーは、まるで自分が同時に多くの人と一緒に動画を見ているような感覚に陥る。濱野は、この体験を「疑似同期」と説明し、場所も時間も異なる環境で動画を視聴しているユーザー同士の、動画へ抱く感覚の共有こそが、ニコニコ動画が動画共有サイトに革新をもたらしている（濱野智史 2012: 489-494）としている。

そして、この「疑似同期」は、動画視聴者に一体感を感じさせるだけでなく、動画内のコメントだけで一種のチャットルーム的な役割を果たし、ユーザー同士の会話を成立させる機能も果たしている。ニコニコ動画では、コメント機能の「疑似同期」がもたらす一体感により、動画視聴者は動画へのコメントに対して、YouTube 等のサイトで見かけるコメ

ントよりも親近感が起こりやすくなる。そのため、動画内のコメントに対するコメントを行う場面がよく見られる。(図 2-1 参照)

第 2 項 複数のクリエイターによる合同作品の増加

YouTube 等の動画共有サイトでは、基本的に、動画投稿は、ひとりの投稿者が、何かしらの動画を作成し、サイトへ投稿するのが一般的である。しかし、ニコニコ動画では、複数の作者によって、作品を作られることがよく見られる。

ニコニコ動画の人気コンテンツの一つに、VOCALOID(ボーカロイド)^①というものがある。VOCALOID は人工の歌声を制作できるソフトであり、VOCALOID 動画の投稿者は、作詞・作曲をはじめとして、VOCALOID を用いた歌声の調律、伴奏の製作、動画 PV の製作、と複数の手順を踏んで動画制作に至る。そして、ニコニコ動画では、この工程を複数のクリエイターたちが分担して、動画投稿されるケースが多いのである。それは、個人の投稿者が、作詞・作曲、VOCALOID の調律を行って楽曲部分のみを制作し、動画投稿したものに、別の個人が後から PV を制作して、組み合わせた作品もあれば、投稿前に何かしらの形で連絡をとりあって、完成された物がサイトに投稿された作品もある。

そして、この後者の事例の注目すべきところは、彼らが、元々は個人個人で活動していた投稿者同士であることにある。彼らは、互いに、サイト上での作品をきっかけに、繋がりを持ち、一つの作品を作り上げていく。ニコニコ動画のサイト内は、そういった「コラボレーション」や「アレンジ」行為に対して、とても積極的な風潮を持ち、投稿者によっては、「仕事の依頼はこちらまでお願いします」と、連絡先を提示している投稿者もいる。濱崎・武田・西村は、この多数の作者による合同作品が、特にこの VOCALOID というコンテンツに多くみられ、インターネットが普及した社会での創造活動にとっても重要な役割を担っているとしている(濱崎・武田・西村 2009:1-6)。

ニコニコ動画が運営され始めてしばらくは、VOCALOID 分野に合同作品が多く見られたが、最近では VOCALOID 以外の分野でも、複数のクリエイターによる合同作品が増えている。

第 3 項 コンテンツツリーで繋がる N 次創作

前項で挙げたように、ニコニコ動画では、投稿前のクリエイター同士の連携による合同作品と同時に、投稿された既存の作品を用いた「アレンジ」作品も、数多く見られる。そして、それらの作品同士は、コンテンツツリーの存在によって、巨大なクラスタを形成している。濱野は、この作品同士のアレンジの繋がりを「N 次創作」と定義した。以下は、濱野(2012: 489-494)が定義した「N 次創作」のまとめである。

「N 次創作」という言葉は、「二次創作」という言葉に起因している。「二次創作」が、原作者が作り出した、何かしらのオリジナル(一次創作物)を用いて、そのオリジナルの構成要素を取り入れた別の二次的な作品を作ることに始まり、「N 次創作」は、その二次創

作がさらに三次創作へと、三次創作が四次創作へ…と、創作作品同士が、無限に N 次的な創造活動の広がり続けていくことである。

そして、この「N 次創作」の繋がり、派生作品が多くなるにつれて、その親元となる動画の影響力を強くさせ、たくさんの作品の中に投稿された一つである作品を、特定のブランド化させる、という現象をサイト内に引き起こしている。より多くの投稿者によってアレンジされた「親作品」は、元となった作品として、ユーザーの間で一種の共通認識のものとなるからである。

第 4 項 タグ戦争

タグ機能で指摘したように、タグ機能は、サイトのユーザーなら誰でも利用でき、編集できるため、動画投稿者や内容に関してタグが付けられることもあれば、感想コメントのようなものがタグに登録されることもある。そして、より多くの人に視聴される人気の高い動画ほど、タグの入れ替わりも頻繁に行われる。本来、タグとは検索を効率よくさせるためのものであり、サイト上でもページ下部に表示されているものであるのに対し、ニコニコ動画内では、タグ機能は、検索機能以外の要素も持ち合わせているのである。

濱野（2012: 489-494）は、この要素から発生する現象を「タグ戦争」と定義し、タグ戦争が起こる背景には、YouTube 等が「累積型」のタグ付与機能であることにに対し、ニコニコ動画はタグの数に制限がある「淘汰型」なことが挙げられるとしている。ユーザーたちは、タグ付けに制限があるために、登録されている中で不適切であるとされるものを削除し、編集していく。そして、いかに端的でおもしろくタグ付けをできるかで、タグの入れ替わりがページ内で頻繁に行われていき、ユーザーに人気があるもののみが残っていく。

さらには、ユーザーに人気があり、他の動画でも汎用性があるタグに関しては、そのタグそのものが「ブランド化」し、このタグが付けられた動画には一定の評価が付与される、といった独自の評価タグがサイト内で作られていくのである。

第3章 動画がユーザーの評価を受ける構造

第1節 人気作品が浮かび上がる仕組み

前節でふれたように、ニコニコ動画では、コンテンツツリーやタグ機能をはじめとするコンテンツによって、ある程度のユーザーからの評価を得た作品には、ブランド力が付与される。さらに、ニコニコ動画では、そのユーザーからの評価を、サイト内に反映する仕組みを持っている。本節では、そのユーザーからの評価を受け、ブランド力が付与された作品たちが、どのようにサイト内で浮かび上がっていくのかについて述べていく。

第1項 ニコニコ動画ランキング

サイト内には、ランキングのページが存在し、再生数・コメント数・マイリスト数・宣伝ポイントを中心に、表3-1のジャンルごとおよびカテゴリ合算で評価され、毎朝6時に更新される。

表3-1は、ニコニコ動画で設けられているジャンルの区分である。ランキング上位に入るには、「再生数」「コメント数」「マイリス数」「広告ポイント⁽²⁾」の4項目が必要とされ、それが動画ポイントとしてランキングに反映される。

カテゴリー一覧				
エンタメ・音楽	エンターテインメント	政治	政治	
	音楽		科学	
	歌ってみた		科学・技術	ニコニコ技術部
	演奏してみた			ニコニコ手芸部
	踊ってみた			作ってみた
	VOCALOID		アニメ・ゲーム・絵	アニメ
	ニコニコインディーズ			ゲーム
生活・一般・スポ	動物	東方		
	料理	アイドルマスター		
	自然	ラジオ		
	旅行	描いてみた		
	スポーツ	その他		例のアレ
	ニコニコ動画講座		日記	
	車載動画		その他	
	歴史			

表3-1 ニコニコ動画内のジャンル一覧

そして、ニコニコチャート（ニコニコ動画ランキングの分析サイト）では、ニコニコ動画ランキングにランクインした日限定で、各日の再生数、コメント数、マイリス数、広告ポイントが記録されている。今回、その数値を用いて、四日以上、数値が記録されている動画のデータを利用し、独自の計算を元に、再生数、マイリスト数、コメント数、広告ポイント数が、ランキングポイントとしてどの程度反映されているかを算出した。その結果、

再生数：コメント数：マイリスト数：広告ポイント ≒ 1：0.8：14：0.2

という数値が得られた。これらのことから、ニコニコ動画のランキングでは、評価基準として、ユーザーからの評価を「再生数」「コメント数」「マイリス数」「広告ポイント」を基準にしているとともに、特にその中でも、マイリスト数がランキングポイントに多く反映され、重視されている存在であることが考えられる。

第2項 タグ・キーワード検索

ニコニコ動画では、ランキングページ以外でも、特定のタグ・キーワードを検索したページ内で、条件別に動画を並べ替える機能を持っている。条件は、

1. 再生数が多い順／少ない順
2. コメント数が多い数／少ない順
3. マイリスト数が多い順／少ない順
4. 投稿日時が多い順／少ない順
5. 再生時間が多い順／少ない順

の5つである。ユーザーは動画検索をする際に、ランキングのような総合的に評価されている動画とは別に、特定のキーワードを元に検索した動画を、上記の指定した条件で並びかえることができる。このように、ニコニコ動画では、ランキングの他にも、動画検索において、ユーザーの反応を反映させる構造を持っている。

第3項 コンテンツツリー

コンテンツツリーは、派生作品同士の親子関係をたどりやすくしたものであり、派生作品が多いほど、「親作品」とされるものに人気が付随し、サイト内では、ユーザーからの評価が多い作品として反映されるようになっている。つまり、「親作品」がサイト内でユーザーからの評価を受けない存在となった後でも、投稿された「子作品」が人気のものとなった場合、その「子作品」に設けられているコンテンツツリーのリンクから、「親作品」へとユーザーが誘導され、「親作品」そのものが評価を受け、人気作品となる可能性が考えられるのである。

図3-1は、とある作品の再生数におけるランキング推移である。縦軸がランキング順位で、横軸が日付である。中央のラベルが表示されている縦線が、派生作品が投稿され、コンテンツツリーに登録されるとともに、ランキングに再浮上した日を示している。図のランキ

ング推移から読み取れることとして、投稿されてからユーザーに評価され、次第にランキング上位になったが、その後ゆっくりとランキング下位になり、ランキング外になったところに、派生作品が投稿され、派生作品のリンクから多くのユーザーがたどってきたことで、再び評価を受け、ランキング上位に再浮上した、という流れが読み取れる。このように、コンテンツツリーは、ユーザーの評価外となった作品を、派生作品の可能性次第では、再びユーザーの評価対象として浮かび上がらせる構造を持っているのである。



図 3-1 とある作品のランキング推移

第 2 節 ユーザーが「作品」から「投稿者」に注目する構造

第 3 章 1 節では、既に何らかの過程において、ユーザーからの評価を得た作品が、サイト内にて浮かび上がる仕組みについて説明した。ニコニコ動画では、これらの経緯を元に、ユーザーがさらなる評価を付けていくのである。

さらに、ニコニコ動画には、これらの評価が付いていく際に、動画そのものにさらに評価がついていくケースと、ここからの派生で、投稿者そのものに評価がついていくケースが見受けられる。第 2 章 1 節 2 項にて、より多くのユーザーに支持されて汎用されるタグは、一定評価を示すタグとしてブランド化する、と述べた。そして、それと同様に、ニコニコ動画では、より多くのユーザーに支持され、一定評価を受け続ける投稿者に関しては、投稿者自身が、サイト内でブランド化し、名前タグが独自のタグとして固定化される、という現象が見られるのである。この現象の背景には、単にユーザーが作品そのものを見るだけではなく、そこから投稿者そのもの注目させる何かしらの構造があると考えられる。本稿では、動画作品にある一定の評価を与えたユーザーを、動画そのものから投稿者へと注目させる機能を持つコンテンツについての調査である。

第1項 マイリスト

第2章1節3項で述べたように、マイリストは、お気に入りの作品をブックマーク出来る機能である。そして、マイリストはブックマーク機能を果たすとともに、投稿者にとっては、自身の作品一覧ファイルとしての役割も果たしている。そのため、ユーザーは、特定の動画を閲覧した後、その投稿者の他の作品に関心がある場合、マイリストを通じて、その投稿者の他の作品を閲覧できるのである。

さらに、第2章2節2項で触れたように、ニコニコ動画では、複数の投稿者同士による合同作品も多い。その際には、投稿者コメント部分に、それぞれの投稿者がマイリストのリンクをつないでいるため、片方の投稿者のマイリストからのリンクを通じてたどり着いた動画のリンクから、また別の投稿者の作品一覧へと関心が移っていく、という現象が起こるのである。これらのことから、マイリストには様々な使われ方があると同時に、ユーザーが特定の動画を気になった後のマイリストのリンクをたどる可能性として、以下の4項目が挙げられる。

1. 動画をお気に入りする基準が類似しているユーザーの、他のブックマーク一覧を見る
(マイリスト登録する相手のセンスを信頼しているケース)
2. 気に入った動画投稿者の投稿作品リストを通じ、他の動画作品を視聴する
3. 気に入った動画投稿者の投稿作品リストを通じ、投稿者の詳細ページを閲覧する
4. お気に入りの投稿者の作品を通じて、その投稿者とコラボした別の投稿者の投稿作品リストを見る

また、ニコニコ動画では、マイリストそのものをお気に入りとして登録することもでき、お気に入りしたブックマークに新着動画が追加された場合には、特定のページにて通知される機能も持ち合わせている。事項ではこの機能について詳しく説明していく。

第2項 お気に入り機能／ニコレポ

前項の3で挙げた詳細ページに関する説明として、ニコニコ動画では、ユーザーごとにマイページが設定されていることが挙げられる。マイリストはユーザー側が任意で作品を登録するのに対し、マイページでは、投稿作品一覧としてまとめて閲覧できたり、マイリストも一覧として閲覧できたりする。(ただし、投稿作品一覧及びマイリスト一覧は、設定によっては非公開にもできるため、非公開設定にしている投稿者の一覧は閲覧できない。)また、マイページではニコレポと呼ばれる、ユーザーの更新情報を一覧できるページがあり、ユーザーはニコレポを通じて、マイリストよりさらに詳細に、お気に入りの投稿者の最新情報を閲覧することができるのである。

マイページのお気に入り登録ができるものとして、「ユーザー」「タグ」「コミュニティ」「マイリスト」等が挙げられ、それらは動画が追加されたり、何かしらの情報更新がされ

たりする度に、マイページにニコレポとして反映され、新着情報として確認できる仕組みになっている。このニコレポ機能を通して、ユーザーは次第に動画単体の作品から、動画投稿を行う投稿者そのものへと関心が移っていき、作品よりも投稿者に人気が集まっていくことで、サイト内における投稿者自身のブランド化を引き起こしていくのである。

第3節 まとめ

ニコニコ動画には、コメントやタグ機能といった、YouTubeとは異なるいくつかの機能により、動画を閲覧するユーザー同士での関わりが起りやすく、また、サイト内の構造により投稿者同士での作品が繋がりがやすくなっている。さらに、ニコニコ動画では、ユーザーの評価を受ける人気作品が、サイトの中でさまざまな要素によって、反映されやすくなっているだけでなく、人気作品がサイト内でブランド化するという仕組みが起こっている。そして、ここで注目すべきことは、ブランド化するのは、人気のタグや動画作品そのものだけでなく、人気の投稿者もまた一種のブランド化することである。

この背景には、ユーザーからの評価を受ける動画作品が浮かび上がりやすくなっていることとともに、その作品から、マイリストやお気に入り通知、マイページでのニコレポ機能を通じて、投稿者そのものに注目するコンテンツが整えられているからだと考えられる。YouTubeにおいては、投稿者は「チャンネル」と分類され、チャンネル登録という形で登録が行われるため、個人としての像が浮かび上がりにくい。しかし、ニコニコ動画では、ユーザーをお気に入り登録する、という形になるため、お気に入りの投稿者を、と意識されやすい。この部分に、ニコニコ動画の独特の特徴が表れているのではないかと考えられる。

以上、ここまでのニコニコ動画の仕組みそのものへの調査を元に、次章からは、実際にニコニコ動画内で活動する投稿者（今回は歌唱投稿者に限定する）について、調査、分析を行っていく。

第4章 サイト内で活動するアーティスト

前章にて、ニコニコ動画が YouTube 等の動画共有サイトと異なる機能を持ち、それらの機能がニコニコ動画ならではの独特の現象を引き起こしていることについてふれた。ここからは、実際に、それらの現象を利用し、デビューしていった投稿者について調査していく。

第1節 ClariS (クラリス)

ClariS は、女子二人組によるアイドルユニットである。メンバーはアリス (図 4-1 左) とクララ (図 3-1 右)。この「ClariS」というユニット名は、メジャーデビューする際に付けられたものであり、ニコニコ動画内では「アリス☆クララ」という名義で活動していた。メジャーなアニメソングや VOCALOID を中心に「歌ってみた⁽³⁾」というカテゴリ内で投稿していたところを、アニメ音楽の専門雑誌「リスアニ！」のプロデューサーが注目し、リスアニ！の付録雑誌として彼女たちの CD を作成して、特集を組み、刊行した。さらに、その雑誌付録として作られた CD 楽曲を、とあるアニメプロデューサーが気に入ったことで、アニメの主題歌を担当したことがきっかけで、セカンドシングル「コネクト」がオリコン初登場 5 位にランクイン、ファーストアルバム「BIRTHDAY」は売上が 10 万枚を超える程の知名度を得ることになる。その後も、アニメ主題歌を中心に幅広く活動を続けている。彼女たちは 2013 年 4 月時点で、現役の高校 2 年生であり、生活でも学業を優先しているため、顔出しを伴う活動はしていない。そのため、CD ジャケットやプロフィール画像は、彼女たちがタイアップするアニメのイラストレーターたちが描き、さまざまな彼女たちのプロフィール画像が掲載されている。

尚、彼女たちは、2010 年の 7 月 24 日にリスアニ！付録 CD の視聴音源を投稿した時点で、ニコニコ動画サイト内での活動を停止している。



図 4-1 さまざまなイラストレーター達に描かれる ClariS

2009年	10月10日	ニコニコ動画にて、「アリス☆クララ」名義での同人活動を開始
2010年	4月ごろ	新人発掘プロジェクトに抜擢
	4月24日	リスアニ！vol.1 付録音楽CDに「DROP」
	7月24日	リスアニ！vol.2 付録音楽CDに「君の夢を見よう」 ＜この日以降、ニコニコ動画での活動を停止＞
	8月13日	コミックマーケット限定で「DROP/君の夢を見よう」商品化
	9月10日	メジャーデビュー
	10月20日	デビュー曲「irony」リリース
2011年	2月2日	セカンドシングル「コネクト」発売
	9月14日	サードシングル「nexus」発売
2012年	2月1日	4th シングル「ナイショの話」発売
	4月11日	初のアルバムになる「BIRTHDAY」が発売
	8月15日	シングル「Wake Up」発売
	10月10日	シングル「ルミナス」発売

表 4-1 ClariS 経歴

第1項 デビューのきっかけ

二人はアニメ音楽雑誌「リスアニ！」創刊号での、新人発掘プロジェクトの企画をきっかけにデビューした。そのことに関して、リスアニ！はインタビュー記事（『アジアンビート』http://asianbeat.com/ja/feature/issue_music/claris/ 2012年11月7日取得）にて、以下のように語っている。

中学生っぽくなかったんです、単純に。あと、若い子を探していたんですよ。（中略）
後は、ただ、はまっちゃったという感じです。あとは、ニコ動を引っ張り上げたいって
いう事もあって。だから、結構ニコ動ありきで考えていました。

リスアニ！は、以前から新人発掘を行うことに対し、ニコニコ動画に着眼していた。そして、何らかの形で ClariS のふたりを発見した。次の項では、リスアニ！がどうやって ClariS の二人を発見するまでに至ったかについて述べる。

第2項 リスアニが ClariS に注目した要因

リスアニ！が ClariS を見つけた要因として、ニコニコ動画の「タグ」「キーワード」検索が考えられる。インタビュー記事では、リスアニ！は、ニコニコ動画からの起用であると

同時に、若いローティーンの人材を求めている、と述べている。ニコニコ動画は、動画を投稿する際に、必ずカテゴリータグを登録する必要があり、「歌ってみた」の作品には「歌ってみた」というタグが登録される（このカテゴリータグに何を登録させるかは、投稿者へ任意的に任される）。

そして、検索部分には「キーワード」「タグ」「マイリスト」という分類があり、「タグ」で「歌ってみた」を検索すれば、「歌ってみた」を登録している全作品が検索できる。同様に「マイリスト」で検索すると、マイリストの説明部分に検索ワードが載っているマイリストを検出することができる。また、「キーワード」の検索には、タグ、投稿者コメント（プレイヤー上部にある白枠のコメント部分）、タイトルの全てが検索ワードの対象になるため、内容についてのキーワードまたはタグを登録してあれば、それに対応する形で検索画面に表示される。

今回、ClariS が新人発掘プロジェクトに抜擢される 2010 年 4 月までの時点で、「歌ってみた」「中学生」といった、リスアニ！のイメージに該当する検索ワードを用いて、動画を検索した。さらに、検索された動画を、投稿時期の古いものから並べ直し、3 月 31 日までに掲載された作品件数を集計した結果、表 4-2 のようになった。

10/03/31 まで 「中学生」「歌ってみた」で検索	→445 件該当
10/03/31 まで 「中 1」「歌ってみた」で検索	→54 件該当
10/03/31 まで 「中 2」「歌ってみた」で検索	→85 件該当
10/03/31 まで 「中 3」「歌ってみた」で検索	→93 件該当

表 4-2 検索結果

ClariS（ニコニコ動画内ではアリス☆クラ名義）の動画は「中学生」もしくは「中 1」という言葉を「歌ってみた」同時に検索にかけた際に該当する。特に「中 1」のワードを同時に検索すると、ほとんどが ClariS によるものである。さらに、ClariS は 2009 年 10 月～12 月にかけては毎月 2～3 本の「歌ってみた」作品を投稿しており、以降 2010 年 4 月までも月に 1～2 本は必ず投稿している。また、「歌ってみた」の内容も、アニメの OP や ED が多く、リスアニがアニメの音楽雑誌であることを踏まえると、ClariS の二人が、雑誌の内容と対応するアニメソングを歌っていた点、中学生というローティーンであったこと、リスアニが探していた時期に積極的に活動し、コンタクトがとりやすい相手であったことが、リスアニ！が彼女たちに注目したことが考えられる。その上で、リスアニが多くの作品を聞く中から、彼女たちの素質を見抜いて抜擢したのではないか。

第2節 √5

√5は、ClariSと同様、ニコニコ動画内のカテゴリ「歌ってみた」で活動する男性5人によるユニット。メンバーは図の4-2の左から「蛇足」「ぼこた」「koma'n (こまん)」「みーちゃん」「けったろ」。この5人は、当初から面識があったのではなく、初めは個々で活動していたところを、合同作品として、5人で「歌ってみた」動画を投稿したことをきっかけに、ユニットとしてプロデュースされ、メジャーデビューした。ファーストシングル「MERRY GO ROUND」は、オリコンウィークリーランキング14位、ファーストアルバム「ROOT FIVE」も同ランキングの7位といった高い売れ行きを見せ、他のシングルも同様に毎回ウィークリーランキング上位に入っている。



図 4-2 √5のメンバー

√5の公式サイトでは、彼らの紹介として、
会員数2000万人を超える動画共有サイト「ニコニコ動画」内の人気カテゴリ「歌ってみた」で人気を誇る歌手「蛇足」「ぼこた」「みーちゃん」「けったろ」「koma'n (こまん)」の5人によるニコニコ動画発V系ユニット。

と書かれている。このように、√5は、元々サイト内にて、始めは個々で活動し、それぞれが人気を持っていたメンバーで構成されている。ニコニコ動画を運営するドワンゴは、数年前から、ニコニコ動画で活動する人気の投稿者に関する雑誌やイベントを行っているが、彼らは個別でもそれらの媒体で紹介され、√5として結成する際にも、デビュー前後で数多くのバックアップを受けている。さらに、ClariSの二人がメジャーデビューした後は、ニコニコ動画での活動は見られないのに対し、√5のメンバーは、ユニットとしてシングルCDのMVを始めとした動画投稿を引き続き行うとともに、個々でもニコニコ動画への作品投稿を続けている。

2008年	6月	ぽこた ニコニコ動画での活動開始
	9月	けったろ ニコニコ動画での活動開始
	12月	koma'n ニコニコ動画での活動開始(演奏してみた)
2009年	1月	koma'n ニコニコ動画での活動開始(歌ってみた)
	2月	蛇足 ニコニコ動画での活動開始
	3月	みーちゃん ニコニコ動画での活動開始
2011年	7月15日	【5人で】結ンデ開イテ羅刹ト骸【歌ってみた】をニコニコに投稿
	11月18日	投稿された【√5】MERRY GO ROUND PV【組んでみた】 でデビュー
	12月14日	1st Single 「MERRY GO ROUND」
	12月17・18日	1st SINGLE「MERRY GO ROUND」リリース記念握手会
	12月22日	台湾アニメイト店頭にて握手会
2012年	2月12日～3月24日	年明けライブツアー
	4月14日～22日	√5「三日月姫」トラックが秋葉原・新宿・渋谷を走行
	4月18日	2nd Single 「三日月姫」
	4月21日・22日	全国アニメイト限定リリース記念握手会
	5月19日	「ROOT FIVE FIRST LIVE TOUR 2012」in 台湾のチケット販売開始
	8月15日	3rd Single 「Love Doctor」
	8月31日	テレビ朝日系『Break Out』主催の音楽フェス 《BREAK OUT 祭》出演
	12月5日	4th Single 「新星 Ω神話(ネクストジェネレーション) ／ボク時々、勇者」
	12月8日	「BREAK OUT 祭 2012 Day01」出演

表 4-3 √5 経歴

第1項 √5のプロモ活動

先ほどもふれたように、√5のメンバーは、ユニットとしても、メンバーとしても、ダウンゴが主催するイベントや、提携している企業が発行する雑誌にて、期待のアーティストとして多く取り上げられている。以下は、それらの彼らが紹介されてきた媒介についての調査結果である。

『歌ってみたの本を作ってみた』

『歌ってみたの本を作ってみた』は、ドワンゴと提携を結んでいる、KADOKAWA のブランドカンパニーの一つである、エンターブレイン社から出版されている雑誌。2010年7月から発行され、初めは不定期だったが、現在は隔月に一冊のペースで発行されている。現在（2013年1月時点で）は14冊目まで発行されている（号外を含むと30冊発行されている）。公式サイトの記事紹介文には、

ニコニコ動画に作品を投稿し、その歌声を披露している女性に人気の歌手たちを紹介する本を作ってみたよ☆

とあり、エンターブレイン社がピックアップするのではなく、あくまでもニコニコ動画でのランキング等を参考に、視聴たちに既に人気のある人物を取り上げる内容になっている。√5は、この雑誌には、個別でもユニットとしても、何度も取り上げられ（図4-3左と中央）、2012年3月30日には、√5だけの特集雑誌（図4-3右）も発行されている。



図 4-3 歌ってみたの本作ってみた

雑誌内では、インタビューやグラビアなどが掲載され、シングル発売前の号では、シングルの内容について特集記事を組まれている。√5は毎号ごとになんらかの形で掲載され、個々のメンバーとしても√5の記事とは別に取り上げられている部分も見られる。

ニコニコ大会議（超会議）

ドワンゴが主催する、ニコニコ動画ユーザー向けのイベント。2008年から始まり、毎回歌やダンスを始めとした、イベント内でパフォーマンスしてもらうアーティストを、サイトの投稿者の中からドワンゴが抜擢し、同時にサイトの新機能や追加サービスについての紹介を行っている。チケットは有料で、実際にイベント会場を訪れる際に必要とされるチケットと、ニコニコ動画サイト上にて閲覧を行う際に必要とされるウェブチケットと、二つのチケットが用意され、ユーザーは、会場かウェブ上か、好きな方からイベントの参加が可能になっている。2012年からはニコニコ超会議へと名前を変更し、2013年12月の時点で、計10回のイベントが開催されている。

√5のメンバーは、このイベントの初期から、「歌ってみた」のアーティストとして、そ

れぞれが個人で抜擢されていて、√5 を結成した後も、ユニットとしてメンバー全員での出演を続けている。

歌会 360° LIVE

2011年7月30日に開催された、ドワンゴ主催のイベント。5人がユニットとして活動することを、一般告知されることになった日でもある。内容としては、5人がそれぞれイベントゲストとして登場し、それぞれがソロでいくつかの歌を歌った後に、最後に5人そろって歌い、最後にユニット活動することを発表した。当日、会場は満員で、ライブの様子はニコニコでもアップされている。

第2項 ニコニコ動画内での√5

√5は、ニコニコ動画関連のイベントや雑誌で取り上げられるとともに、彼らはニコニコ動画でも引き続き作品の投稿を続けている。シングルCDのMVや、ライブイベントでの映像、5人での「歌ってみた」動画の投稿も見られ、2013年1月の時点では58件の動画が投稿されている。以下、その投稿された動画の中でも、特に注目されることになった作品について述べていく。

複数のMV

√5は、MVを「実写バージョン」と「イラストバージョン」の二通りで、ニコニコ動画に投稿している。√5のメンバーは、個人で活動していたころは、顔出しを行っておらず、サイト上での繋がりに関わった絵描きに書いてもらったイラストを、作品内に利用していた。しかし、√5として活動し始めた時から、イベントでの顔出しをきっかけに、写真を利用したCDジャケットや、PVにも本人出演のものが増えている。

うたスキ動画

うたスキ動画とは、株式会社エクシングが提供する「JOYSOUND」というカラオケ機種に備わっているコンテンツのことである。カラオケルーム内に小さなカメラが画面下に設置されており、歌い手はカメラで自身の歌っている姿や音声を記録し、ウェブサイト上で自身の動画をアップすることができる。√5のメンバーは、ファーストシングルの「MERRY GO ROUND」から、最新のシングル「新星Ω神話（ネクストジェネレーション）／ボク時々、勇者」まで、それぞれ自分たちの楽曲を用いて、うたスキ動画での作品投稿を行っている。内容としては、別にプロモーション用のMVが投稿されているのに対し、この動画は、5人のメンバーが騒ぎながら楽しく歌っている様子を撮ったものであり、どちらかという、ファン向けの作品傾向が強い。しかし、この作品の注目すべきところは、この作品をきっかけに、他の投稿者によるアレンジ作品が増えたことにある。第2章3節3項でコンテンツツリーが人気作品を浮上させる仕組みについてふれたように、この作品は、ニコニコ動画の特性により、後の投稿者のアレンジによって、ランキングに再浮上している。

第5章 考察

ここまでを通して、本論では、ニコニコ動画出身のアーティストについて焦点をあてて、(1) ニコニコ動画の特性 (2) 実際に特性を活かして活動しているアーティストの事例の調査を行ってきた。以上のことを踏まえて、ここからは、実際に、なぜニコニコ動画画は「ネット上での投稿サイトでの活動を通して、趣味を極めた一般素人がプロとしてデビューする」ことを可能としたのか、及び、これらのことから、ニコニコ動画はどんな可能性を併せ持っているのかについて、考察していく。

第1節 「作品」から「投稿者」へと関心を促すニコニコ動画

なぜ、ニコニコ動画から、これほど多くのアーティストがデビューしているのか。この原因と考えられるものに、ニコニコ動画が、動画作品そのものから、動画の投稿者へと関心を促しやすい構造をしていることが考えられる。

サイト内は、ランキングや検索機能からの条件検索により、他のユーザーによってどのような作品が評価されているのか閲覧しやすくなっている。また、コンテンツツリーによって、アレンジ関係にある作品同士の繋がりもわかりやすくなっているため、動画の視聴者視点だけでなく、投稿者にアレンジしたいと思わせるような、つまりは投稿者に人気がある動画もまた発見しやすくなっているのである。そのため、ユーザーは、多様な視点から動画を検索することが可能であり、より詳細に、自身の求める動画を閲覧できる。

そして、ニコニコ動画は、単に動画作品を探しやすい構造だけをしているのではなく、ニコレポやマイリストのお気に入り機能を通じて、登録した投稿者の最新の動向がわかる構造をしているために、投稿者そのものへと、関心がシフトするようになっているのである。そのため、ニコニコ動画では、人気作品から人気投稿者へとブランド化する対象が進んでいくという現象が見られていくため、サイト内での知名度を得ていくのである。

第2節 ニコニコ動画の可能性

前節にて、ニコニコ動画は、動画から投稿者へ注目が集まりやすい仕組みになっている、と説明した。ここからは、その性質を利用してデビューした ClariS と√5 の事例から、ニコニコ動画から新人アーティストがデビューするニコニコ動画の可能性について考察する。

第1項 「発掘の場」としてのニコニコ動画

ClariS の二人は、ニコニコ動画の中で、趣味の範囲で活動していたところを、リスアニ！の新人発掘プロジェクトに抜擢されてデビューした。この抜擢の背景には、ニコニコ動画

が、誰でも投稿できる場であることだけでなく、ニコニコ動画が、タグ検索やキーワード検索等の、より詳細な情報まで検出できる検索機能を備えていることが挙げられる。

今回、リスアニ！は、誰でも投稿ができるニコニコ動画の可能性に注目し、その中でもローテーションで活動する「歌ってみた」投稿者を探していた。それに対し、ClariS の二人は、常に自分たちの作品に「中学生」という言葉を入れて、作品を投稿していた。さらに、ニコニコ動画は、他の動画旧友サイトよりも、コメントやタグ登録を気軽に出来る仕組みになっているため、ファンの中で積極的に、動画の詳細を表現したタグも登録される。その結果から、「中学生」「若い」という言葉から、リスアニ！が二人を発見するにいたったのではないかと考えられる。

このことは、ニコニコ動画が、より詳細に動画を検索できる仕組みを持っているということ、さらに、投稿者だけでなくユーザーもまた、動画の詳細を、タグ機能を通し、検索ワードとして登録できることからこそ起こる事例である。投稿者だけでなく、ユーザーもまたタグ登録を行うと言うことは、第三者から観た端的な内容がタグとして登録されることとなる。さらに、それは第2章2節4項でもふれた「タグ戦争」によって、常に洗練され、出来の良いタグのみが残っていく。よって、ニコニコ動画は、ユーザー間での積極的な動画の詳細登録行われるために、より求めている作品を検索しやすいサイトであるのではないかと考えられる。

また、現在のニコニコ動画では、「コンテンツツリー」の存在により、ニコニコ動画の特徴であり、積極的にサイト内で行われている「N次創作」によって、どんな作品が人気作品としてアレンジされているかが明確に分かるようになっている。タグ検索による探したい動画を見つけやすい仕組みであるだけでなく、より人気の作品も見つけやすいように、現在のニコニコ動画は改良されている。このように、ニコニコ動画は、サイト内にある独特の機能およびそこから引き起こされる現象によって、検索する側が、より求める人材や人気の作品に注目しやすく、その中で活動する投稿者を「発見」しやすい仕組みになっているのである。

第2項 「活動の場」としてのニコニコ動画

ClariS は、ニコニコ動画の「発掘の場」としての機能を引き出し、デビューした。一方で、√5 は、「発掘」されただけでなく、ニコニコ動画内で宣伝のための「活動」も行っていた。これは、ニコニコ動画が、数多くの投稿者の中から優秀な人材を抜擢しやすい仕組みを持つだけでなく、ニコニコ動画をプロモーションの「活動の場」として利用できることを示しているのではないかと考えられる。

ニコニコ動画は、前節でもふれたように、人気の作品だけでなく人気作品を作り出す投稿者にも、注目が集まりやすく、固定ファンが付きやすい仕組みになっている。さらに、コメント機能を始めとする、匿名性を含みつつの、ファン同士の結束を強くする仕組みを

持つことで、動画作品そのものを一つの SNS 的な場所として成立させる働きを持っている。これらの点を利用することで、YouTube 等の他のサイトでは「動画投稿を行った上で、そこからのリンクを利用して他のサイトへ宣伝し、プロモーションとして活用していく」という形で行われる活動を、「ニコニコ動画に投稿することそのものが、一つのプロモーションとなる」現象を引き起こしているのである。これは、ニコニコ動画ならではの特有の可能性なのではないか、と考える。

特に、√5 は、元々がニコニコ動画内で積極的に活動し、且つサイト内でも上位の人気を持つ投稿者だったため、既に固定のファンが一定の数、存在した。そのため、5 人でユニットを組むということ自体が、既存のファンによつての朗報であり、いきなりの新人を起用するよりも、より注目を集めやすいものであったと考えられる。そして、それぞれ 5 人のメンバーのファンを√5 のファンとして獲得した後に、正式なプロモーションとしての MV を投稿するとともに、ファンサービスに近い「うたスキ動画」による動画投稿を行うことで、ファンたちの盛り上がりが起こる。その後、その動画による「N 次創作」が投稿されたり、誰かの「マイリスト」に登録されたりすることで、さらに√5 を知らなかったユーザー同士の繋がりが発生するのである。そして、「N 次創作」の繋がりには、元々の親動画を知らず、子作品としてアレンジした方の投稿者のファンだったユーザーを、N 次創作された親作品の√5 を知ることで、√5 のファンにするという側面も持ち合わせている。つまりは、人気投稿者の作品の繋がりから、ファンの輪を広げやすい要素も含んでいるのである。

また、第 3 章 2 節でもふれたように、このユニットのメンバーは、√5 として活動するだけでなく、個人でも活動の輪を広げている。ユニットとしてだけでなく、個人で活動することもまた、√5 のファンを増やすプロモーションに繋がっていると考えられる。

これらのことから、√5 は、『一つひとつの作品そのものが、一つの交流の場となりやすいこと』、『人気の投稿者同士での作品の繋がりからファンの輪を広げやすいこと』というニコニコ動画の特徴を活かし、ニコニコ動画への動画投稿そのものを、一つのプロモーションの「活動の場」としてデビューし、成功した例であると考えられる。

第6章 まとめ

ニコニコ動画から、数多くのアーティストが抜擢され、デビューしていく背景には、二つの大きな理由がある。一つは、動画から投稿者へと関心に移る構造をしていること、そして、もう一つは、ニコニコ動画そのものが、発掘だけでなく一つのプロモーションの場所となっていることである。

ニコニコ動画は、サイト内が、投稿者だけでなくユーザーからも、動画に関する情報を登録でき、且つそれが積極的に行われることで、それぞれの動画に対して詳細な評価がつきやすくなっている。さらに、ランキングや検索後からの条件絞り込みにより、具体的な作品検索を可能としている。注目すべきこととして、マイリストやニコレポの存在により、動画作品への関心から、動画投稿者へと関心に移る仕組みがあるために、サイト内において、人気作品のブランド化の派生として、人気投稿者のブランド化が起こるのである。

ブランド化した投稿者には、一定のファンがついてくるため、追加の動画の宣伝をしなくても、ついたファンたちが自然と評価してくれる。そのため、サイト内で自動的に浮かび上がることになり、さらに他のユーザーによって評価されていく。 $\sqrt{5}$ は、この仕組みを利用し、サイトへの投稿活動を、一つのプロモーション活動として成立させたのである。

今後、 $\sqrt{5}$ のようなアーティストが数多く輩出されることが考えられる。それに伴い、ただ見るだけであった動画共有サイトが、より新たな可能性を秘めた娯楽コンテンツへと変化していくことが予想される。

注釈

- (1) VOCALOID…ヤマハが開発した、歌詞とメロディーを入力しただけで歌声を合成する技術、およびそれを応用したソフト。(公式 URL : <http://www.vocaloid.com/>)。誰でも作曲活動を行えることを目的に作られた人工の声であり、それぞれ、音程や言葉、声の震えを打ちこむことで、歌声として出力することができる。ニコニコ動画では、この誰でも作曲活動を行えることを目的に作られた人工の声であり、それぞれ、音程や言葉、声の震えを打ちこむことで、歌声として出力することができる。VOCALOID を用いて、一般素人が作詞・作曲し、投稿することが人気コンテンツのひとつになっている。
- (2) 広告ポイント…プレミアム会員の為の課金とは別に、1円=1pt で購入できる「ニコポイント」を使い、100pt 以上のニコポイントによって、お気に入りの動画を宣伝できる機能。宣伝された動画は、運営側でもうけられた広告動画枠のスペースに反映され、サイトを訪れたユーザーにより閲覧されやすくなる。広告の効果がある期間は、設定した時間から 168 時間で、この時間は広告ポイントの追加課金で変動することはない。
- (3) 歌ってみた…ニコニコ動画内にて、ジャンル分けとして導入されているカテゴリータグの一つ。自らの歌声を動画に収めて投稿したもの。カラオケ音源に歌声をのせる、もともとボーカルトラックのない楽曲に歌をつける、伴奏まで自分で用意する、完全オリジナルソングを用意するなどの多様な形式がある。

参考文献・参考資料・URL

大野亜由子, 2012, 「傍観者をも巻き込む CGM—ニコニコ動画の事例から」『社会イノベーション研究』 7(1) : 93-106

濱崎雅弘, 2007, 「集合知を創発する場のデザイン」『デザイン学研究特集号』 17(4) : 14-21

濱野智史, 2012, 「ニコニコ動画はいかなる点で特異なのか」『情報処理』 53(5) : 489-494

濱野智史, 2008 「アーキテクチャの生態系 情報環境はいかに設計されてきたか」 NTT 出版

濱崎雅弘・武田英明・西村拓一, 2009, 「動画共有サイトにおける大規模協調的な創造活動の分析」『情報処理学会研究報告』 80(11) : 1-6

株式会社ドワンゴ <http://info.dwango.co.jp/>

ClariS 公式 HP <http://www.clarismusic.jp/>

開発者ブログ <http://blog.nicovideo.jp/>

エンターブレイン社 <http://www.enterbrain.co.jp/>

JOYSOUND 「うたスキ動画」 <http://joysound.com/ex/utasuki/index.htm>

「リスアニ！からデビューした現役中学生アイドル」—Asian Beat

http://asianbeat.com/ja/feature/issue_music/claris/

「ClariS 『irony』 インタビュー」—ホットエクスプレス・ミュージックマガジン

http://www.hotexpress.co.jp/interview/101020_claris/

√5 公式 HP : <http://avexnet.or.jp/rootfive/profile/>

「ニコニコ文化祭」で感じるプラットフォームとしての歴史と変化 - ニコニコのこれまでとこれから」—マイナビニュース

<http://news.mynavi.jp/articles/2012/12/05/niconicohofusai/index.html>

「ニコファーレ完成披露 ネットとライブの融合と差別化」—アニメ！アニメ！ビズ

<http://www.animeanime.biz/all/117121/>

ニコニコ新バージョン「GINZA」リリース - ニコニコインフォ

<http://blog.nicovideo.jp/niconews/ni042091.html>

「ニコニコ動画」サービスの総称が「niconico」に。

新バージョン「Zero」の機能や、楽曲ダウンロード機能「NicoSound」などが発表された

「ニコニコ動画 新サービス先行記者発表会」レポート | ニコニコニュース

<http://news.nicovideo.jp/watch/nw250116>

ニコニコ大百科 <http://dic.nicovideo.jp/>

ニコニコ Gsearch <http://nico.grn-web.net/>

ニコニコチャート <http://www.nicochart.jp/>