

日本のサブカルチャーにおけるアマチュア創作活動の特質 －初音ミクを例に－

文藻外語學院日本語文系
助理教授 小高裕次

1.はじめに

本稿では、初音ミクをめぐる創作・二次創作活動から、日本のサブカルチャーにおけるアマチュア創作活動に見られる特徴を指摘し、同時に創作活動におけるパラダイム変換の様相を明らかにしたい。

2.初音ミクとは

初音ミクとは、クリプトン・フューチャー・メディアという日本企業によって制作された DTM (Desk Top Music) ソフト、およびそのパッケージに使用されている少女のキャラクターである*1。

初音ミクでは、ヤマハが開発した音声合成システム『VOCALOID2』を採用し、女性の歌声を作成することができる。元データとなる音声には、声優である藤田咲の音声が使用されている。

2007年の発売以降、パッケージに描かれた少女のキャラクターが人気となり、多くのユーザが同ソフトを使用した既存楽曲のアレンジやオリジナル楽曲をニコニコ動画*2などの動画共有サイトに投稿し始めた。すると、その楽曲を聴いて刺激を受けた視聴者が楽曲に合わせた初音ミクのイラストを描き、再投稿するようになった。さらに、動画作成ソフトを自作し、初ミクの 3D データと共に無料配布する者が現れ、3D アニメーションをともなったプロモーション風ビデオクリップが投稿サイトに溢れることとなった。

*1 <http://www.crypton.co.jp/mp/pages/prod/vocaloid/index.jsp>

*2 http://www.nicovideo.jp/video_top

初音ミクのヒットを受けて、クリプトン・フューチャー・メディアはキャラクター・ボーカル・シリーズとして『鏡音リン・レン』『巡音ルカ』をそれぞれ 2008 年・2009 年に発売している。

3.初音ミクから見えてくるもの

3.1.アマチュア創作活動の多さ

日本におけるアマチュア創作活動の特徴の一つ目は、日本人が二次創作を含めた創作活動を非常に好むという点である。濱崎・武田・西村(2010)によれば、2008年5月末から6月の調査時点で、「初音ミク」というタグの付いた動画はニコニコ動画に26,079本存在し、再生回数が3,000回以上の動画だけでも7,138本ののぼり、それらは2,911人のユニークユーザによって投稿されていたという。一本のDTMソフトに関係する創作者だけをとっても約三千人ののぼるのである。

3.1.1 従来型の創作活動

日本人の創作活動好きには、長い歴史がある。

短歌や俳句・川柳は江戸時代から庶民に親しまれてきた。小説の同人誌は、明治18(1885)年に尾崎紅葉らによって創刊された『我楽多文庫』にまで遡ることができる。マンガの同人誌についても、1953年に創刊された石ノ森章太郎によって創刊された『墨汁一滴』に始まり、すでに60年近くの歴史を持つ。

マンガをはじめとするサブカルチャー同人活動の頂点は、コミックマーケットであろう。「コミケ」と略称されるコミックマーケットは、夏と冬の年二回・各三日間ずつ開催される同人誌即売会である。販売される商品の内容は、マンガや小説の同人誌・同人ゲームおよびそれらのキャラクターグッズはもとより、アイドル・プロレス・特撮・鉄道・航空・軍事などさまざまなジャンルに及んでいる。コミックマーケットの公式サイトによれば、2010年12月29日から31日まで東京ビックサイトで行われた「コミックマーケット79」

は、三日間の入場者数が延べ 52 万人にのぼる。参加サークル数も 3 万 5,000 であり、日本におけるアマチュア創作者の多さを物語っている。

また、音楽活動を行うアマチュア演奏者も多い。

例えば、「アーティストとライブファンのためのライブハウス特選ガイド」である LiveWalker という WEB サイトがある*3。ここに紹介されているライブハウス数は全国で 2,592 件である(2011 年 4 月 29 日現在)。もちろんプロの演奏者がライブハウスで演奏を行うことも少なくないであろうが、ライブハウスの総数から考えれば、演奏者の多くはアマチュアであると思われる。

また、大都市や中規模の都市では、駅前や公園・商店街などでストリートライブを見掛けることも少なくない。

具体的なアマチュア演奏家の数を推測する手がかりになるのが、日本経済新聞社が 2007 年から年に一度主催する「日経おとなのバンド大賞」である。応募資格は「満 40 歳以上の方が 2 名以上含まれた合計 2 名以上で編成されたメンバー全員が大人(満 18 歳以上)のバンド」である。2010 年に開催された「日経おとなのバンド大賞 2010」では、全国から 662 のバンドがエントリーしている。1 つのバンドが 3~5 名程度からなると考えると、同コンテストに参加したアマチュア演奏家だけで 2 千名にのぼるであろう。一般にアマチュアバンドは 10 代から 20 代の青少年によって結成され、年を経るに連れて仕事や家庭の事情などでバンド活動を「卒業」することを考えると、日本におけるアマチュア演奏者は万単位で存在すると推測される。

ライブハウスで演奏を行ったりストリートライブを行うアマチュア演奏家のほとんどは、既存のプロによって制作された楽曲を演奏しているであろう、ということは容易に予想がつく。しかし、演奏者の母集団の大きさから見れば、自ら作詞作曲を行うアマチュア演奏家の数も決して少なくないであろうと推測できる。

*3 <http://www.livewalker.com/>

3.1.2 コンテンツ投稿・共有サイトにおける創作活動

これまで述べてきたような従来型のアマチュア創作活動は、現在でも根強い人気を持っているが、インターネットの普及にともない、新しい形のアマチュア創作活動が広まっている。インターネットにおけるアマチュア創作活動の中で重要な位置を占めているのが、各種のコンテンツ投稿・共有サイトである。

コンテンツ投稿・共有サイトの中でも、最も広く知られているのが動画共有サイトである。

YouTube^{*4}は、世界規模で利用されている動画共有サイトである。YouTube は 2005 年にアメリカのベンチャー企業としてスタートし、翌 2006 年に検索サイト大手の Google に買収され、現在に至っている。日本語への対応が行われたのは 2007 年である。月間のユニークビジターはアメリカ国内だけで 1 億 1100 万人に達する。また、株式会社 Nielsen が行った調査では、2007 年 10 月の一ヶ月間における日本の利用者数は 1,455.1 万人であり、日本で最も利用されている動画共有サイトであった(岡本 2007)。

日本国内最大手の動画共有サイトはニワンゴが運営するニコニコ動画である。前述の Nielsen による調査では、2007 年 10 月の一ヶ月間における日本国内の利用者数は 386 万人と YouTube の四分の一以下であったが、一人あたりの利用時間は 2 時間 50 分 10 秒、利用頻度は 8.09 回で、YouTube の一人あたり利用時間 1 時間 6 分 53 秒・利用頻度 5.43 回を上回っている。

動画共有サイトに投稿されるコンテンツは、YouTube ではビデオ撮影による映像が多数を占める。これには、アマチュア演奏家の演奏も含む。一方、ニコニコ動画では、MAD と呼ばれる二次創作アニメーションや、MikuMikuDance (後述) による 3DCG・手書きアニメーションの比率が YouTube よりも高い。また、ニコニコ動画に投稿されたアニメーションが YouTube へ転載されることも多い。

*4 <http://www.youtube.com/>

小説に関しては、各種の小説投稿サイトがある。また、携帯電話からの投稿・閲覧を前提とした小説は「ケータイ小説」と呼ばれ、一つのジャンルをなしており、2006年にはケータイ小説を書籍化した『恋空』の発行部数が120万部を越えるなど、一世を風靡した。

SSと呼ばれる、主に二次創作を中心とする短編小説の場合は、2ちゃんねる^{*5}のスレッドに投稿されることもある。2ちゃんねるでは、書き込み数が1,000件になる・スレッドのファイルサイズが500キロバイトを越える・最終投稿から一定の時間が経過するなどすると、当該スレッドは過去ログに保管され、一般のユーザーが読めなくなってしまう。そのため、一般ユーザーがあとから読めるようにスレッドの内容をコピーしたまとめサイトやまとめブログが数多く作られている。

画像投稿サイトで最もユーザ数が多いのは、ピクシブ株式会社が運営するPixiv^{*6}である。pixivは無料でアカウントを取得し、イラストや漫画を投稿することができる。2007年のサイト開設以降順調にアクセス数を伸ばし、2009年12月には、月間ページビューが10億に達している。また、台湾を筆頭に185カ国からのアクセスがあり、現在では中国語（繁体字）環境と英語環境に対応している。

その他、外国にあまり類が見られないと思われるものに、音声投稿サイトのこえ部^{*7}がある。こえ部の説明によると、同サイトの基本的な楽しみ方は「どんな『こえ』を聞いてみたいかを『お題』としてリクエストする」「『お題』にこたえて『こえ』を録音する」「『こえ』を聞く」の三つである。投稿者が声優になった気分を味わえるというのが基本的なコンセプトである。2011年5月2日現在の「部員」ID数は約30万6,000人、投稿された「こえ」の数は約200万件である。

*5 <http://www.2ch.net/>

*6 <http://www.pixiv.net/>

*7 <http://koebu.com/>

3.2. インターネット上の協同によるコンテンツの進化

初音ミクのヒットの原因は、アマチュア創作者同士の連係にあった。その過程については第2章でも簡単に触れたが、本節では第2章の内容を補足するとともに、アマチュア創作活動の転換期における初音ミクの位置づけを試みたい。

初音ミク作品初期の投稿は、初音ミクのパッケージイラストの静止画像に楽曲を合わせたものであった。その後、投稿された楽曲を気に入った利用者が新たなイラストを描き、楽曲と合わせて再投稿するようになった。さらに、あにまさ（ハンドルネーム）がフリーウェア3DソフトBlenderで使用できる3Dモデルを公開すると、楽曲に合わせた3DCGアニメーションを作成するユーザが出始めた。この動きは、2008年に入って、樋口優（ハンドルネーム）が初音ミクの3DCGアニメーション作成に特化したMikuMikuDance^{*8}を無償公開したことによって、さらに加速した^{*9}。

イラストのバリエーションや派生キャラクター・定番アイテムも、インターネットユーザによって追加されてきた。例えば、三等身のデフォルメキャラクターである「はちゅねミク」と定番アイテムである長ネギは、Otomania（ハンドルネーム）が楽曲部分を作成し、たまご（ハンドルネーム）が動画を作成した、「ロイツマ・ガール」のパロディ動画「VOCALOID2 初音ミクに「levan Polkka」を歌わせてみた」から広まり、定着したものである。その他、「亜北ネル」「弱音ハク」など初音ミクに性格設定を付加した派生キャラクターも生まれている^{*10}。

インターネットにおける協同作業には、互いに顔も本名も知らな

*8 VocaloidPromotionVideoProject

<http://www.geocities.jp/higuchuu4/index.htm>

*9 MikuMikuDance 制作までの経緯については岡田(2008)を参照。

*10高橋(2008)を参照。

い者同士が、作品のみを通じて知り合い、オリジナル作品に付加価値を付け加え続けていくという大きな特徴がある。インターネット上の協同作業そのものは、初音ミク以前にも存在した。しかし、協同作業が、創作者同士だけでなく、付加価値の追加の過程をインターネット上で見守ってきたコンテンツ利用者をも巻き込んだ一大ムーブメントとなったという点において、初音ミクは象徴的な存在であると言える。

3.3. メジャーデビューへの過程の変化とインターネット特有の問題

インターネットの普及により、アマチュアからプロとしてデビューするに至る過程にも、新しい道ができつつある。それと同時に、アマチュア創作者が金銭を受け取るようになることに対するバッシングの問題が発生している。

3.3.1 メジャーデビューへの過程の変化

従来、創作物の商業化に関する決定権は、頒布媒体を大量生産する能力を有するコンテンツ産業が握っていた。

例えば、マンガ家や小説家の希望者は、出版社へ作品を持ち込むか、出版社の主催する新人賞に応募し、出版社にその価値を認められることがデビューの条件であった。

同様に、音楽の世界では、レコード会社などによるオーディションや、レコード会社社員によるスカウトによって、「発掘」される必要があった。

一方、アニメーションについては、アニメーション制作会社とテレビ局または映画会社・スポンサーなどからなるプロ集団によって企画される。アニメ監督になるためにはアニメーション制作会社に入社し、下積みを経たのち監督を任されるようになる以外方法はなかった。

このような状況は、インターネットにおける評価システムの充実により、変化しつつある。

インターネット上の評価システムのうち、最も古くから存在するものが、サイトへのアクセス数の表示である。WEBサイトに設置されたカウンターの数字がすなわちそのサイトの評価となる。YouTube やニコニコ動画の再生回数も同様である。

次に、サイトの被リンク数が評価の対象となった。あるサイトから別のサイトにリンクを貼るのは、単なる閲覧よりも能動的な行為であるため、閲覧者に「リンクを貼ろう」と思わせるサイトは良いサイトである、という考え方である。被リンク数によるサイトの評価は検索サイトの検索結果表示の順序に影響を与えている。また、はてなブックマーク^{*11}などのソーシャルブックマークや、ブログのトラックバックなどによる評価も同様の考え方である。

閲覧者によるより直接的な評価もある。WEBサイトに作成者のメールアドレスがある場合、閲覧者が直接 WEB 作成者に意見や感想を述べることができる。WEBサイトにコメント欄が設置されている場合には、閲覧者の意見や感想を第三者が見ることも可能である。また、アマゾン・ドットコム^{*12}では、購入者のコメントと五段階の評価という二通りの方法で商品の評価が行われている。また、閲覧者の評価をより簡単にしたワンクリック評価もある。web 拍手^{*13}や Facebook^{*14}の「いいね！」ボタンがそうである。プラス評価だけでなく、マイナス評価もクリック一つで行える WEB サイトもある。

インターネット上による新しい評価システムは、コンテンツの流通過程にも変化をもたらしつつある。

コンテンツの流布に関する決定権のすべてをコンテンツ産業が握っている状況では、コンテンツの存在を広く知らしめるため、宣伝活動が必要であり、そのためには多額の宣伝費用を必要とした。

*11<http://b.hatena.ne.jp/>

*12<http://www.amazon.co.jp/>

*13web 拍手公式サイト <http://www.webclap.com/>

*14<http://www.facebook.com/>

現在のコンテンツ産業は、インターネット上で一定の評価を得たコンテンツをすくい上げることが可能になっている。初音ミクの場合、2008年1月にニコニコ動画に投稿され、一ヶ月強で再生回数が25万回にのぼったdorikoの「歌に形はないけれど」が、同人CDの発売を経て同年3月からカラオケ配信されるようになり、6月にはグルーヴ・ノートから一般流通の形でCD化され、発売直後のオリコン・デイリーランキングで25位に入っている*15。このように、ニコニコ動画で再生回数が多かった楽曲が、カラオケ化されたりCD化されるという流れが出来上がっている。

インターネット上で発信されたコンテンツを、CD化や書籍化など「物質化」する形で消費者に届けるこのやり方は、元となるコンテンツがすでに一定の評価を得ているため、多額の宣伝費用が不要になるというメリットをコンテンツ産業にもたらす。

3.3.2 金銭授受の発生に関する論争

初音ミクユーザの中からプロデビューを果たす創作者が出現する一方で、トラブルも発生している。

初音ミクをめぐるトラブルの一つは、いわゆる「みくみく騒動」*16で明らかになった著作権のありかの問題である。クリプトン・フューチャー・メディアは投稿サイト「ピアプロ」*17を立ち上げ、初音ミクなどの自社キャラクターの著作権は同社の所有であること、二次創作及びその配布は自由であること、宣伝や広告のためのキャラクター使用を禁止すること、公序良俗に反する作品へのキャラクター使用を禁止すること、等のガイドラインを設けた。楽曲・イラスト・動画の制作者が異なる場合、出来上がったビデオクリップは

*15J-CAST モノウォッチ「「ニコニコ」の名曲 CD化 埋もれた「才能」を音楽業界へ」を参照。

*16ASCII.jp「みくみくにしてあげる♪「着うた」配信でひと悶着、ドワンゴ子会社が謝罪」を参照。

*17 <http://piapro.jp/>

誰のものになるのか。金銭の絡まないアマチュア創作活動では問題にならないことが、金銭の授受が発生すると重要な問題になりうる。

また、アマチュア創作者がプロフェッショナルとなり金銭を受け取ることで自体に忌避感を覚え、バッシングを行う勢力も現れている。「嫌儲」と呼ばれるこうした勢力について、IT・音楽ジャーナリストの津田大介は次のように分析している^{*18}。

ネットで、コミュニティーが育てた著作物は、そのコミュニティーの共有物だという考え方は、たぶん昔からあったと思うんですよ。ただ、いわゆる嫌儲みたいな考え方というのは、一体誰が主張しているのかという疑問はある。

コミュニティーが育てたと言っても、その中でもコアの部分に直接クリエイティブに貢献しているクリエイターがいるわけじゃないですか。例えば、初音ミクで曲を作りましたと、でもそれに対して絵を付けないとニコニコ動画は成立しないから、誰かCGを書く人が必要だし、Flashで動画編集をして——みたいな話でどんどん盛り上がっていく。でも、「実作業」をするクリエイターの数って実はそんなに多くない。

再生数を確認できたりとか、コメントやブログで宣伝したり、共有物のクリエイティブ作業のサイクルの中に見る側も参加できるけれど、やっぱり作る側と見る側では貢献の方法とか貢献度は明らかに違うわけですよ。ニコニコ動画はそのあたりがあいまいになっているとは思いますが、外野から引いて見ると、消費する側、クリエイティブに直接関わっていない側に「オレらがこれを育てたんだ」という意識はすごく強くあるように思えるんですよ。

で、おそらく、そういう消費する側、見る側が、嫌儲的な考え方をものすごく主張しているような気がするんですよ。そういう人たちが嫌儲的な「空気」を作っていく。

*18大塚(2008)より引用。

つまり、コンテンツの応援というかたちでムーブメントを「支えている」という意識を持つ消費者が、創作者が利益を得ることに対して否定的な態度を取るというのである。津田の分析は、違法ダウンロード肯定論者の主張と繋がる部分もあり、興味深い。

4. 結論

本稿では、初音ミクをめぐる創作・二次創作活動から、日本のサブカルチャーにおけるアマチュア創作活動に見られる特徴を三点指摘した。

一つ目は、日本におけるアマチュア創作者の多さである。日本では古くからアマチュア創作活動が盛んであった。さらに、インターネットの普及にともない、これまでになかった形のアマチュア創作活動の場が次々と作られている。

二つ目は、インターネット上におけるアマチュア創作者同士の協同作業である。名前も顔も知らない者同士が互いの作品に手を加えるという状況が出来上がっている。

三つ目は、インターネットの普及によるアマチュア創作者のメジャーデビューに至る過程の変化である。これまでは、コンテンツ産業の手を経ることによってしか作品を流通させることができなかった。しかし、現在ではインターネットを利用して、アマチュア創作者が直接全世界に自分の作品を発表できる環境が整えられている。一方で、インターネット上でアマチュア創作者のコンテンツを無償で楽しんできた消費者が、創作者の金銭授受に対してバッシングを行う、という問題も発生している。

本稿で取り上げた現象や問題は、もちろん初音ミクをめぐる創作・二次創作活動に限ってみられるものではない。しかし、一大ムーブメントを起こした初音ミクは、インターネット時代のアマチュア創作活動の可能性や問題点の縮図として、興味深い存在であるのは確かである。

参考文献

- asahi.com(2007)「普通の若者が携帯小説 ベストセラーも続々」
<http://book.asahi.com/clip/TKY200702100253.html>(2007/02/11)
- ASCII.jp(2007)「みくみくにしてあげる♪「着うた」配信でひと悶着、ドワンゴ子会社が謝罪」
<http://ascii.jp/elem/000/000/094/94608/>(2007/12/20)
- MSN エンタメ「Google、YouTubeのチャンネル充実のため予算1億ドルを用意」
<http://movies.jp.msn.com/news/article.aspx?articleid=553478>(2011/04/08)
- 大塚純(2008)「座談会 UGCの可能性を考える(前編):「ニコ動作家はもうけちゃダメ?」「才能、無駄遣いしていいの?」(2/4)」『ITmedia News』
http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0807/18/news048_2.html
(2008/07/18)
- 岡田有花(2008)「「神ツール」——初音ミク踊らせるソフト「MikuMikuDance」大人気」『ITmedia News』
<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0803/10/news020.html>(2008/03/10)
- 岡本亨(2007)「動画共有サイトの視聴率ランキング」
『Nielsen//NetRatings R E P O R T E R』(2007/12/15)
- クリプトン「HATSUNE MIKU(音楽ソフトウェア)」
<http://www.crypton.co.jp/mp/do/prod?id=29880>(2011/05/02)
- こえ部「こえ部って?」<http://koebu.com/about>(2011/05/01)
- J-CAST(2008)モノウォッチ「「ニコニコ」の名曲CD化 埋もれた「才能」を音楽業界へ」
<http://www.j-cast.com/mono/2008/06/12021697.html?p=all>(2008/6/12)
- 高橋暁子(2008)「なぜ「初音ミクがネギ」で「鏡音リンがロードロ

ーラー」なのか？」『ASCII.jp』

<http://ascii.jp/elem/000/000/100/100009/>(2008/01/15)

日本経済新聞社「日経おとなのバンド大賞2010」

<http://www.nikkei-ob.com/zenkoku/result.html> (2011/04/31)

濱崎雅弘，武田英明，西村拓一(2010)「動画共有サイトにおける大規模な協調的創造活動の創発のネットワーク分析 -ニコニコ動画における初音ミク動画コミュニティを対象として-」『人工知能学会論文誌』25-1:157-167.

pixiv 開発者ブログ(2009)「月間10億PVに到達/アクセス解析データを公開-part7」(2009/12/22日)

有限会社コミケット『コミックマーケット79アフターレポート』

<http://www.comiket.co.jp/info-a/C79/C79AfterReport.html>

(2011/04/31)