

ユーザー・コミュニティ創発のシミュラークル

Simulacre Generated from User-community

片野 浩一

Koichi Katano

要旨

インターネットの普及に伴うソーシャルメディアの拡大が目覚ましく、消費者はコミュニケーションの有力かつ効率的な手段として、ソーシャル機能をもつサービスを積極的に利用し、企業サービスもまた多様に展開されている。これらのサービスを利用する消費者・ユーザーが自ら制作するのがユーザー生成コンテンツ（UGC）である。日本のUGCで見られるのは、イラストや音楽、動画などのほか、料理レシピなどのコンテンツであり、ユーザーの投稿とその連鎖がコミュニティ全体に集合知を蓄積させ、企業のビジネス機会につながっている。製品イノベーションの担い手は企業側からユーザー側に着実にシフトしている。本稿では、音楽コンテンツのジャンルとして「ボカロ」を生み出した歌声合成ソフトウェア「初音ミク」をユーザーが模倣して創造した「重音テト」の偶発と創発について事例研究を行う。動画共有サイトのコミュニティで成長したバーチャルシンガー「重音テト」について、「初音ミク」の二次創作ではなく、オリジナルなき模倣＝シミュラークルとして考察する。

[キーワード] ユーザー・コミュニティ シミュラークル ユーザー生成コンテンツ

はじめに

インターネットの普及に伴うソーシャルメディアの拡大が目覚ましい。消費者はコミュニケーションの有力かつ効率的な手段として、ソーシャル機能をもつサービスを積極的に利用し、企業サービスもまた多様に展開されている。これらのサービスを利用する消費者の中には自らが制作した写真やイラスト、動画などを、動画共有サイト、写真共有サイト、イラスト投稿サイトなどのコミュニティへ投稿するようになった。こうしたインターネット・サービスのユーザーによって制作・生成されたコンテンツは、「ユーザー生成コンテンツ（user-generated content：以下UGC）」と総称される。企業が制作・発信する企業主導型コンテンツと対比される、このUGCは、ユーザー・コミュニティの中において、消費者ないしユーザーが協働して集合知を高めて製品イノベーションを誘発することも今や珍しくなくなった（片野・石田 2017）。Howe(2009)によれば、かつて、ほとんどの文化はUGCだと考えられる時代があった。芸術や科学の分野で達成された偉業の多くはアマチュアの手によるもの

であり、写真や映画、蓄音機、ラジオなどの大量再生産の技術と文化的生産物の商業化が進むと、文化の生産者と消費者が区別されることとなった。そして、インターネットとその技術を使ったコミュニティの登場は、この作り手と買い手の距離を再び縮め、ユーザーの創作活動への参加を促進するようになった。

日本のUGCで見られるのは、イラストや音楽、動画などのほか、料理レシピなどのコンテンツであり、ユーザーの投稿とその連鎖がコミュニティ全体に集合知を蓄積させ、企業のビジネス機会につながっている。製品イノベーションの担い手は企業側からユーザー側に着実にシフトしているのである (von Hippel 1986)。そこで、本稿では、音楽コンテンツのジャンルとして「ボカロ」を生み出した歌声合成ソフトウェア「初音ミク」をユーザーが模倣して創造した「重音テト」の偶発と創発について事例研究を行う。¹

1. 「初音ミク」現象とコミュニティ・ジェネレーション

(1)メーカー開発—歌声合成ソフトウェア「初音ミク」

ヤマハの歌声合成技術である VOCALOID エンジン「VOCALOID2」を搭載したソフトウェア「初音ミク」は2007年8月31日に発売された。商品名は『VOCALOID2 初音ミク』。発売元のクリプトン・フューチャー・メディア株式会社（以下、クリプトン社）は、サウンド素材の輸入代理店から事業を開始し、DTM に使用する楽器の音を再現するシンセサイザーのソフトウェアを制作・販売する企業である。同社代表取締役である伊藤博之氏(伊藤 2012)によれば、歌声の音源はアニメなどで活躍する声優、藤田咲さんの声を収録、そしてソフトウェアのパッケージにはアニメキャラクターのようなイラストを描いた(図1)。

図1 「初音ミク」のキャラクター絵



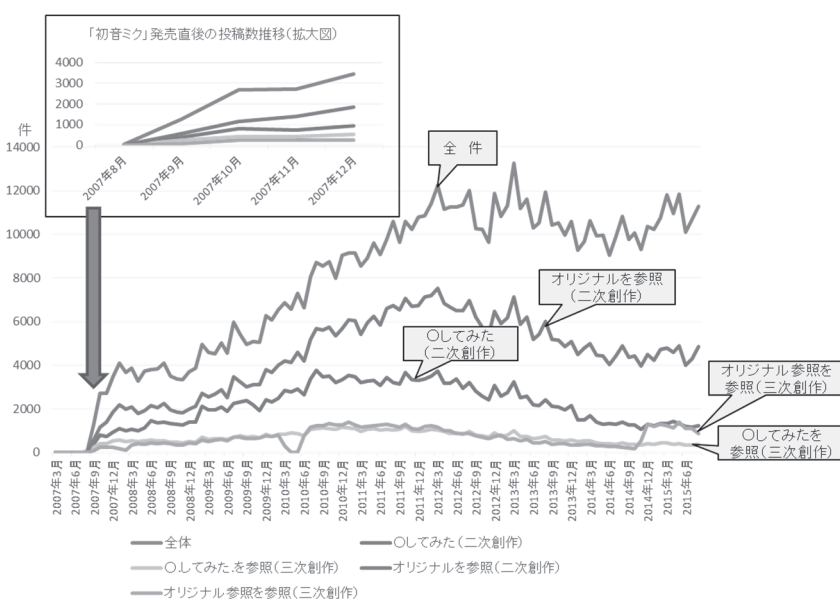
© Crypton Future Media, INC. www.piapro.net

この「初音ミク」の設定は、年齢16歳、身長158cm、体重42kg、得意なジャンルは、アイドルポップスとダンス系ポップス、また得意な曲のテンポは70～150BPM、得意の音域はA3～E5と設定した。このように、「初音ミク」には歌唱合成ソフトウェアの「商品名」と「キャラクター」という二重の意味をもつことになった(伊藤 2012)。他の原作やキャラクターコンテンツとは異なり、商品パッケージに描かれた3点のイラストと、年齢、身長、体重という簡単なプロフィール設定が、ユーザーサイドの創作意欲を高めた。現在は、「ピアプロ・キャラクターシリーズ」として、「初音ミク」のほか、「鏡音リン」「鏡音レン」「巡音ルカ」「MEIKO」「KAITO」というラインナップを持っている。ユーザーが、ボカロ楽曲を作る手順はだいたい次のようになる。まずは楽器やDTMソフトウェアを使ってメロディを作曲する。伴奏用ソフトウェアや楽器を演奏して完成した曲を録音する。

次に、「初音ミク」を立ち上げて、「VOCALOID Editer」に歌詞とメロディを入力し、ミクに歌ってもらう。そして、DTMソフトウェアを再び使い、ミクの歌声とドラム、ギター、ベース、ピアノという伴奏をミックスして楽曲が出来上がる。最後は、動画共有サイトに公開するための動画づくりとして、イラストやアニメーションを制作し、これに楽曲と合わせて動画編集ソフトウェアを使って合成させ、プロモーション・ビデオ（PV）が完成する。

このボーカロイド・ソフトウェア「初音ミク」の発売後、ユーザーが創作する音楽や動画などのUGCが作品投稿のコミュニティに連鎖的に創発・投稿されていき、多くのユーザーや企業を巻き込み、社会現象を起こした。ユーザーが創作したボカロ楽曲の作品投稿のコミュニティは、主に、ピアプロ（piapro）、ニコニコ動画、YouTubeの3つである。「初音ミク」発売後、4年ほど経過した2012年1月時点で、「初音ミク」の検索性数は、YouTubeで約403,000件、ニコニコ動画で約149,627件、Google約11,100,000件（伊藤2012）、そして、筆者の調査で、ピアプロは2013年8月時点で約60万件の作品数が投稿され、ニコニコ動画には2014年8月時点で殿堂入りボカロ作品のみの抽出で投稿数が80万件を超えていた（片野・石田2017）。図2は、ニコニコ動画に投稿されたボカロ関連動画の投稿数に関する時系列推移であり、作品種類としてオリジナル創作、二次創作、三次創作を区別して示した。

図2 ボカロ関連動画とN次創作の投稿数推移（ニコニコ動画）



(筆者調べ。2007年3月～2015年8月)

(2) コミュニティ・ジェネレーションのフェイズ

この「初音ミク」を初めとするボーカロイド・ソフトウェアを使用したクリエイティブ・ユーザーの創作行動について総合的に研究した片野・石田（2017）では、ユーザーの創作行動の連鎖とそのネットワークがコミュニティの中でどのように生成されているかについて実

証研究を行ない、UGCがコミュニティ内で創発されるプロセスを「コミュニティ・ジェネレーションのフェイズ」として提示した(図3)。

図3 コミュニティ・ジェネレーションのフェイズ

ユーザーの行動 売り手の行動	創作意欲の高い クリエイティブ・ユーザー	幅広く楽しみたい クリエイティブ・ユーザー
ルール(著作権) クローズ	オリジナル創作 協働創作	N次創作
ルール(著作権) セミオープン	シミュラークル	民主的創作

UGCが生まれるコミュニティには、クリエイティブ・ユーザーが、①作品の創作意欲が高い、②幅広く楽しみたい、という目的を持つ一方、製品の売り手とその運営コミュニティは、①創作・投稿されるコンテンツ

に関して所有する法的権利を含むルールをクローズドに管理しながら運営する、②コンテンツの著作権を部分的に開放するような柔軟なルールを運用する(セミオープン)、に分かれ、コミュニティ・ジェネレーションは次のように展開される。まず、UGCが生まれるのは、作品創作意欲が高いクリエイティブ・ユーザーが製品販売元の著作権範囲内でオリジナル創作や協働創作を行い、投稿する。これがきっかけとなり、幅広く作品創作を楽しみたいユーザーを巻き込み、二次・三次創作の連鎖を誘発してコミュニティが活発になる。その後シミュラークル(オリジナルなき模倣)のコンテンツが現れ、これを運営企業が承認すると、追従するクリエイティブ・ユーザーがさらに参入する。売り手企業がクリエイティブ・コモンズ・ライセンスのような柔軟なライセンス管理を導入すると、さらにシミュラークルのN次創作も誘発される。特筆すべきは、こうした現象が売り手の企業側ではなく、すべてユーザー側から創発され、そのストリームに企業側が追従する形で適応している事実である。オープン・メディアの中で、UGCが自律的かつ民主的に成長しているのである。コミュニティ・ジェネレーションは、コミュニティからコンテンツが創発される現象であり、ダイナミクスである。片野・石田(2017)の研究によれば、まず、ピアプロにおけるコミュニティ・ジェネレーションは、サイト運営企業の投稿ルールから、オリジナル創作、協働創作、シミュラークルなどのコンテンツに限定して生成されていた。ニコニコ動画は、すべてのフェイズで創作が起きる最もオープンなコミュニティであり、YouTubeは作品創作を幅広く楽しみたいユーザーが中心になってN次創作が起きるコミュニティとなっていた。

2. ユーザー創発のバーチャルシンガー「重音テト」の誕生と成長

(1) 掲示版コミュニティのお祭りから

2007年8月のボーカロイド・ソフトウェア「初音ミク」発売を契機としてUGCが爆発的にコミュニティに増殖する過程で、2008年4月1日(エイプリルフル)にバーチャルシンガー「重音テト」が登場する。ボーカロイド・ソフトウェアを発売するクリプトン社では、バーチャルシンガーのシリーズソフトをすでに3作リリースしていた。4月1日、第4作として、当時の2ch掲示板で「重音テト」が告知される。が、これはユーザーが仕掛けたエイプリルフルのフェイクであった。主催者の中心人物である小山乃舞世氏によれば、クリプトン社製のボーカロイドがニコニコ動画でブームとなり、初音ミク・鏡音リン・鏡音レンと

続き、シルエットだけとなっていた巡音ルカの発表がまだという 2008 年 3 月 30 日、「エイプリルフルでニコニコ動画のユーザーを釣ろう」という企画が 2ch 掲示板内で起こったという²。小山乃氏自身は、当時ボーカロイドのことはあまり知らなかったが、設定から絵を起こし、本家に近いクオリティを求めて試行錯誤をする楽しさやお祭り感があり、さらに掲示板に集まったコミュニティから次々とアイデアが出てくるスピード感もあり、多数のユーザーが参加していた。小山乃氏はスレッドの途中から参加したが、イラストを制作し、自分の声で音声データを貼り付けた。

そして、エイプリルフル当日に「重音テト」を公開し、祭りは終了した。掲示板にいた人たちは当然解散するが制作過程で盛り上がったことや、クオリティの高さなどからもっとテトのクオリティをあげて、「初音ミク」のようにユーザー主導で楽曲を創作してもらえりようなキャラクターを目指してみたいと考える人たちが掲示板に残った。そして、偶然にもテトが制作される前の 2008 年 3 月に「UTAU」という歌声合成エンジンがピアノロール上で行えるフリーソフトとして公開されていた。当時、UTAU はアニメなどのキャラクターのセリフや歌声から五十音を切り取り、ピアノロール上で音程をつけて、好きな歌を歌わせることを簡単にできるように作られたフリーソフト、つまりヤマハのボーカロイドエンジンの模倣である。このツール用に自分の声を録音して公開すれば、ボーカロイドのように誰でもテトに歌わせるようになるのではないかと、という提案が掲示板の参加ユーザーから出され、小山乃氏らは、UTAU 用の音源素材を作成することとなった。

(2) 「重音テト」のリリース

エイプリルフル前は本家に似たクオリティの高いキャラクターを作成し、たくさんの人を騙すことが目的となっていたが、UTAU が話題に上がってからは、いかにテトをきれいに歌わせて、不特定多数の人に使いやすい音源にできるかが目標となり、掲示板コミュニティの参加者や興味をもった人たちが数多く応援してくれて完成した。こうして、「重音テト」は、ボーカロイドと同じように歌うことのできるバーチャルシンガーとして歩み始めることとなった（運営元ホームページより）。キャラクターとしてのイラストのほか、性別（キメラ）、年齢（31 歳）などの設定をもつ（図 4）。

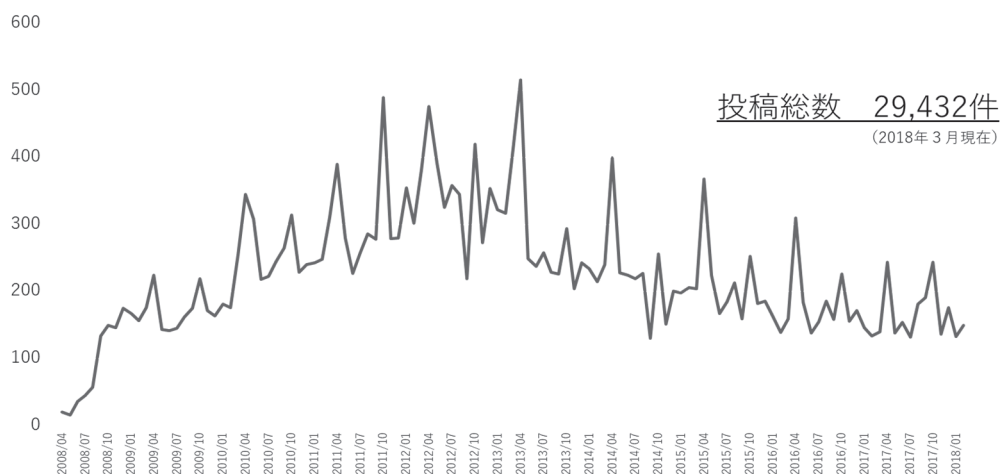
図 4 「重音テト」キャラクター



Illustration: 線

イラスト制作者と音源提供者がそれぞれの著作権を有し、オフィシャルサークル「ツインドリル」が運用を行い、ボーカロイドと同様に楽曲や動画、イラストが多くのユーザーによって創作されることとなった。音源ライブラリーはフリーソフトウェアとしてサイトから提供されており、ダウンロード後に上述の UTAU などで使用できる。図 5 は、ニコニコ動画に投稿された「重音テト」のタグをもつ関連動画の投稿数の推移である。

図5 「重音テト」投稿作品数推移（ニコニコ動画）



(筆者調べ。2008年4月～2018年3月)

「重音テト」の二次創作の投稿が増えるにつれ、クリプトン社製のバーチャルシンガーとの類似や模倣が、ユーザーの創作上に懸念や問題になってくる。そこで、小山乃氏らは、クリプトン社と協議を行い、2010年4月から、同社が運営する創作投稿サイトである「ピアプロ」に、ユーザーがテトの二次創作投稿を公認して、運用のガイドラインや商用に関するルールを明確にして、ユーザーがUGCを創作しやすい環境を整えることができた。

(3) バーチャルシンガーとしての成長

その後、「重音テト」はヒット曲のリリースや楽曲に配信に進む。テトが生まれたストーリーをボーカロイド曲の替え歌で表現した作品「嘘の歌姫」を初め、初のオリジナル曲となる「耳のあるロボットの唄」、さらに「初音ミク」で楽曲を書いてきた人気ボカロP（クリエイター）も参加していく。初の同人テトオンリーコンピレーションアルバム「Graduation from Lie」1000枚がイベントで即完売したことが契機になり、クリプトン社が運営するボカロ専門の楽曲配信レーベル「KARENT」での販売を交渉し、「重音テト」の楽曲はクリプトン社から公式配信されることとなった。

そして、カラオケ配信も始まり、JOYSOUNDで配信される際の手続きや著作権管理の整備も進んだ。「耳のあるロボットの唄」の歌手名を「重音テト」にしたいという交渉を行い、歌手名テトが使えるようになった。

その後、ビジネス機会も増えた。セガの「初音ミク」を使用したリズムゲームソフトウェア「Project DIVA」に採用されるほか、ファミリーマートのコラボ商品「テトのりんごフランス」（ピアプロコラボ）が発売されたり、キャラクターグッズの商品化も増えた。さらに、2013年には北海道テレビ放送（HBC）のPRキャラクターを1年間務める大役も果たしている。

3. 考察—ユーザー・コミュニティ創発のシミュラークル

「初音ミク」と「重音テト」は、同じバーチャルシンガーでありながら、その出自はメーカー主導で開発されたミクと、ユーザーとそのコミュニティから偶発と創発で生まれた相違がある。ここでは、ユーザー・コミュニティが生み出す創発力と、模倣からシミュラークルへと変化を遂げたプロセスに注目して考察したい。

(1) 二次創作とシミュラークル

まず、この「二次創作」は歴史的にどのように位置づけられるのだろうか。二次創作は、オタク系文化の中核を占め、その市場は拡大傾向にある。二次創作の市場をポストモダンの特徴として位置づける東(2001)は、フランスの社会学者、ジャン・ボードリヤール(Jean Baudrillard)が予見する文化産業の未来を引用する。ボードリヤールは、未来のポストモダン社会には作品のオリジナルとコピーの区別が希薄化し、その中間形態に相当する「シミュラークル:simulacre」(オリジナルを前提としない模倣)が溢れると予測した。原作とパロディを等しい価値で消費するオタクたちの価値判断は、まさにシミュラークルのレベルで働いていると主張した。そのうえで、ポストモダンの社会ではオリジナルとコピーの区別が消滅し、オリジナルを生み出す作家が、二次創作ではユーザーが主体的な役割を果たすだろうと予想する。

ボードリヤールは、近代の産業社会のなかで、その根本的な原則である生産中心主義を批判し、いまや社会のシステムにおいて生産の終焉が訪れ、生産と労働の原則がその中心的な基軸になりえないことを強調した(Baudrillard 1976)。その前提として、マルクスの生産主義が、生産された実在に使用価値や平等価値などモノの価値を照らし合わせる基準があると主張するのに対して、ボードリヤールはこれを照合系と名付けて整理する一方で、近代の経済システムの発達に伴い、実在するものの価値ではなく、効用(数値)によってモノの価値が計られる傾向が強くなると予言した。それが、オリジナルの完全なコピー、すなわち、「シミュレーション」が支配する社会である。今やすべてのものがシミュレーション化され、モデルのない実在、つまり「シミュラークル」で構成されていると説く。ボードリヤールによれば、「ここでは2個あるいはn個のモノが大量生産される関係が問題となる。これらのモノ同士の関係は、もはやオリジナルとその模造品でもなければ、アナロジーや反映の関係でもなく、等価性、つまり差異の消滅、を意味している。大量生産されるモノは、互いに相手を規定しようのない無限のシミュラークルとなる。モノだけではない。それらを生産する人間もまた、そうしたシミュラークルとなる。オリジナルという準拠の消滅だけが、等価性の普遍的法則(生産の可能性そのもの)を可能にするのである」(同訳書, 1982, pp. 132)。

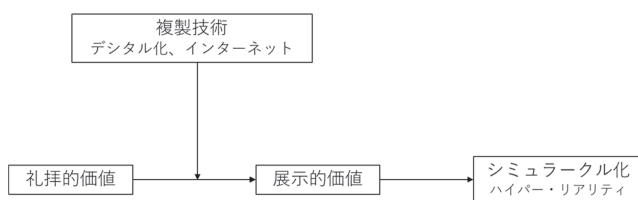
例を挙げると、メイドカフェで人気のメイド(コスプレした女性店員)は、だれか手本とする家政婦のコピーではなく、オリジナルの模倣とはいえない。カフェで顧客を出迎えるメイドにモデルは存在しない。しかし、ユーザーは誰もが彼女たちを「メイド」として認識する。また、東京ディズニーリゾートのテーマパークは「夢と魔法の王国」であるが、これにも実在するモデルはどこにも存在しないが、利用するユーザーは皆、本物を見たことはない

のに、これを夢と魔法の王国であるとみなしている。このようなオリジナルが存在しない模倣がシミュラクルであり、シミュレーション化されたリアルな現実世界なのである。こうした世界をボードリヤールは、「ハイパー・リアリティ」の到来と位置づけ、今やわれわれはモノを使うよりも、モノを読み取り、選ぶ人として、読解の細胞として生きていると主張する。複製的なメディアの連続的な移行により現実とは崩壊していき、代わって現実のための現実、つまり、ハイパー・リアリティが世界を支配する。

(2) 複製技術と展示的価値

一方、ボードリヤールより以前の1930年代に、複製技術の発達、具体的には写真や映画の登場によって、芸術作品のオリジナルとコピーの差異が消滅したと指摘したのは、思想家のワルター・ベンジャミン (Walter Benjamin) であった。その著作『複製技術時代の芸術作品』において、ベンジャミンは最高の完成度を持つ複製でも、ひとつだけ抜け落ちているものがあり、芸術作品にはそれが存在する場所に、1回限り存在することであり、オリジナルが今ここにあるという事実が真正性 (礼拝的価値) を形成するという。しかし、技術による複製では手製による複製よりも自立性 (展示的価値) を有している。写真の撮影技術はオリジナルの肉眼では捉えられない映像を作ることができる。また、技術による複製には、オリジナルの模造を想像もつかない場所、たとえば写真や磁気ディスクの形でオリジナルを受け手に届ける。この1回限りで時間と空間が同一の時点で表現される現象をベンジャミンは「アウラ (オーラ)」と呼び、このアウラの消滅に危機感を持っていた。そして、芸術作品が持つ、2つの価値、礼拝的価値と展示的価値のうち、複製技術の登場以前には礼拝的な作品価値が重要視されたが、今日の複製技術時代では展示的価値の重みがいっそう増していく (Benjamin 1969)。

図6 芸術・文化創作のシミュラクル化



ベンジャミンが予見した芸術作品の複製技術の登場で展示的価値が増大すること、そして、シミュラクルの「オリジナルなき模倣」で未来を予見したボードリヤールは、作品の作り手と受け手 (ユーザー) の境界が希薄になることを見通していた。本稿の研究対象であるボカロ・コンテンツに当てはめれば、音楽制作ソフトウェア (DTM) やボーカロイド・ソフトウェアなどのデジタル制作技術とインターネットの発展によって、作品を受容するだけであったユーザーが、主体的、能動的に楽曲を制作して公開、また、これを観た別のユーザーがインスパイアされて、踊ってみたり、歌ってみたりするようになる。オリジナルと二次創作が互いに共創しながら価値を高め合う。オリジナルから派生した二次創作物、三次創作物が次第

きなハイパー・リアリティとして現実のものとなっている。

(3) 「重音テト」はシミュラークルか


「重音テト」は、ユーザー発の「初音ミク」の模倣として登場したのち、市場から「模造品」として駆逐されることはなく、多くのユーザーに好意的に受け入れられ、またクリプトン社からもピアプロ投稿を公認されながら、ボーカロイドシリーズと同様のポジションを着実に確立している。このような現実から、ベンジャミンが複製技術による模倣を論じ、ボードリヤールが未来社会へ向けて予言した「オリジナルなき模倣」、すなわち、「シミュラークル：simulacre」のパワーが、いまや芸術家やプロフェッショナルの手からユーザー側にシフトしつつあることを実感せずにはいられない。「重音テト」は、「初音ミク」の二次創作ではなく、オリジナルのない模倣である点で、シミュラークルとして、ユーザーからオリジナルと同等の価値と評価を得ていると判断できる。後発の「欲音ルコ」「波音リツ」も同様である。Baudrillard(1982)は、領土（実在）から生まれた地図（シミュラークル）をととえに、領土が地図に先行するのでも従うのでもなく、地図、すなわちシミュラークルそのものが実在に先行すると述べる。ボカロのクリエイティブ・ユーザーを対象にした片野・石田（2017）のグループ・インタビュー調査の結果によれば、これらのシミュラークルをユーザー側は好意的に受け入れ、「企業側」ではなく「自分の側」の立場にあるものとして共感すらしている。あるクリエイターは、「カレーの発祥はインドであり、インドカレーと日本のカレーライスは全く別物だが、どちらもおいしい」と例えている（同書 pp.235）。「初音ミク」の模造品として低い評価をするのではなく、むしろオリジナルと同等の価値を見だし、かつ「2ちゃんねる」の掲示板発のコンテンツとして応援する姿勢すら見せている。そこにはオリジナルとシミュラークルの区別はない。二次創作やシミュラークルの浸透は、コンテンツを所有するパワーがコンテンツの売り手企業からユーザー側に確実にシフトする民主化の胎動を感じさせる。

最後に、重音テトはなぜ市場からオリジナルと同等の価値を与えられ、今日まで支持されているのか。開発者の小山乃氏はつぎのように語る。

「作ったバーチャルシンガーを無理やり流行らせようとしたり、また盛り上げようと必死になると、ユーザーにそれがバレますし、興ざめされてしまいます。テトはユーザーの声援が直接に反映されやすい事例だったと思います。運営側もマメにユーザーの声に答え、一緒に楽しむことができたのが大事なのではないのでしょうか」。

重音テトの後発として類似のバーチャルシンガーがいくつか登場したが、いずれも短命に終わり、姿を消してしまった。その理由をビジネスに走りすぎたのが原因であると語り、重音テトはそうした意図を一貫して持たなかったと言い、つねにユーザーからの声や要望に応える身近な存在であり続けたのが人気の要因ではないかとふりかえる。小山乃氏を中心とするグループは、ビジネスや商業の論理を持たず、純粹に趣味として重音テトをユーザーとともに育てることを楽しんできた。このように解釈できるだろう。

図7 メーカー開発とユーザー創発のコンテンツ比較

提供元	クリプトン・フューチャー・メディア ＝メーカー開発	オフォスサークル ツインドリル ＝ユーザー創発
歌声合成技術	ヤマハ株式会社 「VOCALOID」エンジン	UTAU (オープンソース・ソフトウェア)
キャラクターのイラストとプロフィール設定:	 年齢16歳、身長158cm 体重42kg 得意ジャンル: アイドルポップス / ダンス系ポップス	 年齢31歳、身長159.5cm 体重47kg 性別: キメラ他
キャラクター利用ライセンス:	<ul style="list-style-type: none"> ・ピアプロキャラクターライセンス(PCL)を制定して運用。 ・クリエイティブコモンズライセンス運用 	<ul style="list-style-type: none"> ・ピアプロキャラクターライセンス(PCL)を準用
提供方法:	有償	無償
位置づけ:	オリジナル	シミュラークル

おわりに

本稿では、インターネットにユーザーが書き込むコミュニティから偶発的かつ創発的に生まれ、動画共有サイトのコミュニティで成長したバーチャルシンガー「重音テト」について、「初音ミク」の二次創作ではなく、オリジナルなき模倣＝シミュラークルとして考察してきた。ユーザー・コミュニティから偶発的に創発されたバーチャルシンガーは様々なビジネス機会に結びついてきた。開発者は間違いなくユーザー・イノベーターであるが、この事例を一般化するのは難しい。ビジネスやマーケティング上の実務的示唆からすれば、こうした稀有なユーザー・イノベーターはどのように生まれるのか、その条件を探ったり、登場を促進し支援したりするコミュニティ環境をどのように設計すればよいのか、などを提言しなければならない。小山乃氏のグループのようなユーザーがコミュニティから数多く生まれれば、メーカー主導のコンテンツと相乗的に価値も共創され、ユーザー主導のコンテンツ・ビジネスが拡大するのも確かだろう。しかし、「重音テト」のようなユーザー創発で市場の支持を受けながら活動を続けるバーチャルシンガーは後にも先にも存在しない。「重音テト」を模倣するバーチャルシンガーは、その後も何人か登場したが、いずれも短命に終わっており、上でみた小山乃氏によれば、それらバーチャルシンガーが市場に根付かなかったのは、当初から儲けや商業主義に走ったからだと言語。「重音テト」はあくまで趣味とパロディの中から生まれ、そのウソが真実になり、商業主義に偏らない参加ユーザー間の遊び心が市場からの共感を呼んだ。

「重音テト」が登場しえた環境はいくつかあるだろう。2008年の「初音ミク」発売の前に、動画共有サイトであるニコニコ動画が運用を開始したこと、そして VOCALOID エンジン

は、その後に YouTube も普及し、動画の中で活動する VTuber（ブイチューバー）と呼ばれるバーチャルなアイドルないしユーチューバーも数多く登場するようになった。彼女らを創作するソフトウェアも身近なフリーアプリとして普及しつつあり、ユーザーの創作活動を支えている。こうしてみると、「初音ミク」のシミュラクルとして登場した「重音テト」は、その後に登場する VTuber へとつながっているようである。創作の環境と技術が揃うとユーザー創発のバーチャルシンガーや VTuber が生まれる条件になるのかもしれないが、この点は本研究の続く課題である。

※本研究は JSPS 科研費（Grant Number:15K03743）の助成を受けた成果物である。

注)

1 「初音ミク」を初めとするボカロのユーザー生成コンテンツに関するクリエイティブ・ユーザーの創作投稿行動やインターネット・コミュニティにおける創作ネットワークなどについての包括的な実証研究は、片野・石田（2017）に詳しい。本稿はその成果の部分的な発展である。

2 以下、小山乃舞世氏の発言は、講演録と筆者のインタビューによる。

「日本マーケティング学会 ユーザー・コミュニティとオープン・メディア研究会第3回研究報告会」小山乃舞世氏講演。（2018年3月17日、中央大学）

参考文献

- [1] Benjamin, W. (1969). *The work of art in the age of mechanical reproduction*, Ed. Hannah Arendt. New York: Schocken Books. 多木浩二, & 野村修訳. 「複製技術時代の芸術作品」精読. 岩波書店, 2000 年.
- [2] Jean, B. (1976). *L'échange symbolique et la mort*. Paris, Galilée. 今村仁司, & 塚原史訳. 象徴交換と死. 筑摩書房, 1982 年.
- Jean, B. (1981). *Simulacres et simulation*. Paris, Galilée. 竹原あき子訳. シミュラクルとシミュレーション. 法政大学出版局, 1984 年.
- [3] Howe, J. (2009). *Crowdsourcing: How the power of the crowd is driving the future of business*. Crown Business. 中島由華訳. クラウドソーシング: みんなのパワーが世界を動かす. 早川書房, 2009 年.
- [4] Von Hippel, E. (1986). Lead users: a source of novel product concepts. *Management science*, 32(7), 791-805.
- [5] Von Hippel, E. (2005). *Democratizing innovation*. MIT press.
- [6] 東浩紀. (2001). 動物化するポストモダン—オタクからみた日本社会. 講談社.
- [7] 伊藤博之. (2012). CGM の 4 現在と未来: 初音ミク, ニコニコ動画, ピアプロの切り拓いた世界: 3. 初音ミク as an interface. *情報処理*, 53(5), 477-482.

- [8]小川進.(2013). ユーザーイノベーション: 消費者から始まるものづくりの未来. 東洋経済新報社.
- [9]片野浩一, 石田実.(2017). 『コミュニティ・ジェネレーションー「初音ミク」とユーザー生成コンテンツがつなぐネットワーク』千倉書房.
- [10]剣持秀紀.(2012). 歌声合成技術の過去・現在・未来. 情報処理 (情報処理学会誌), 53(5), 472-476.