

ピコ太郎「PPAP」はなぜ世界的にヒットしたのか？

SNSの拡散力が生み出す空前の大ヒット

高橋暁子

謎のシンガーソングライターピコ太郎の動画「PPAP（ペンパイナッポーアッポーペン）」が世界的な大ヒットとなり、話題となっている。皆さんも、Googleの動画共有サービス「YouTube」でヒョウ柄の服を着たサングラスの男性が踊りながら歌う不思議な歌を聞いたことがあるかもしれない。

YouTubeの週間再生回数ランキング「ミュージック全世界トップ100」（2016年9月30日～10月6日付け）で世界一を取ったが、同ランキングで日本人が1位を取るのなんと初の快挙となる。現在、YouTubeにおけるオリジナル動画の再生数は、2016年11月18日時点ですでに8,400万回以上であり、同曲のロングバージョンも執筆時点で再生数2,100万回以上。動画が登録されたのが2016年8月25日であることを考えると、わずか数カ月でこの驚異的な再生回数を達成したことになる。関連動画の再生回数もうなぎのぼりであり、テレビなどのメディアにも出演を増やしている。

10月7日には、同曲は世界134カ国・地域に配信され、19日付け全米ビルボードチャートで77位にランクイン。日本人のトップ100入りは松田聖子以来、26年ぶり7人目という歴史的快挙となる。同曲はわずか45秒という短さであり、10月末には、米ビルボードの同チャートのトップ100入りした世界で一番短い曲としてギネス認定もされている。

その後、ロングバージョン動画発表に合わせてテレビ朝日の『ミュージックステーション』に出演。さらに、映画『デスノート』の死神リュークが歌うPPAP動画が発表されるなどの相乗効果もあり、11月14日付けビルボード・ジャパンの総合チャート1位も獲得した（表-1）。

なぜPPAPはここまでの大ヒットにつながったのだろうか。大前提として、簡単な3つの英単語し

順位	曲名	アーティスト名	発売日	チャートイン回数
1	ペンパイナッポーアッポーペン	ピコ太郎	2016/12/7	5
2	恋	星野 源	2016/10/5	8
3	道は手ずから夢の花	KinKi Kids	2016/11/2	2
4	夢幻クライマックス	℃-ute	2016/11/2	1
5	恋ごころ	Da-iCE	2016/11/2	1

表-1 2016年11月14日付けBillboard Japan Hot 100より

か使われていないので世界中誰でも理解でき、短くて単純な踊りと歌なので真似しやすい点が受け入れられたと考えられるだろう。しかしそれだけではなく、この事象には現代ならではの背景や事情が大きく関係しているのだ。

著名でなくてもYouTubeから世界的大ヒットへ

実はピコ太郎は、お笑いタレントの古坂大魔王さんが扮しており、実在する人物というわけではない。古坂大魔王さんは、爆笑問題やくりいむしちゅーに近い世代であり、彼らの間で「天才」と言われてきた人物であったものの、派手な売れ方はしてきてはいない。

ピコ太郎はギネス認定された会見の冒頭挨拶で、「元々10万円で作った動画です。スタジオを借りて6時間で20曲を撮りました。それがこうして広がっていくって、ネットってすげえ」と言っている。ピコ太郎が投稿したのはYouTube。

ピコ太郎のTwitterアカウントを見ると、10月時点でフォロワーは3万人程度と特別多くはなく、ピコ太郎自体が著名で拡散力を持つというわけではなかった。つまり、発信者が著名でなくても、YouTubeから世界的な大ヒットにつながったということになる。

SNSの拡散力が大きく影響

では、なぜこのようなことが起きたのか。元々は、古坂さんが親しくしているAAAやLiSA, Silent Sirenなどに公開したYouTubeを知らせたところ、彼らが各SNSなどで紹介し、TwitterやMixChannelで広がっていったことから快進撃は始まっている。

MixChannelとは、女子中高生に人気のスマートフォンで10秒の動画を撮影・編集できる動画アプリだ。ダンスや歌、演奏などを公開する「やってみた」や歌に合わせて2人で同じダンスをする「双子ダンス」、カップルが2人の日常などを公開する「カップル動画」が人気となっている。PPAP動画はMixChannel内で人気のテーマとなり、ユーザにより数千件以上の動画が投稿された。中でも人気がある「まこみな」とピコ太郎本人が踊る「ピコ太郎 with まこみな」バージョンの動画も投稿されて、若い子の中で人気広がった。

PPAPの人気は世界的なものだ。実は、英語圏でもこれと同様なことが起きている。ソーシャルメディア『9GAG』でPPAP動画が拡散された後、『TIME』や『The Straits Times』、『Mashable』などの海外メディアでも多数取り上げられるようになる。一番の転機は、約8,800万人以上のフォロワーがいるJustin BieberがTwitterで「My favorite video on the internet (僕のお気に入り動画)」と紹介したことがきっかけだ。これによって、BBCやCNNなどの海外テレビメディアにも取り上げられるようになって、世界的大ヒットにつながったというわけだ。

さらに、本家PPAP動画以外にも、カバー動画やパロディ動画などもYouTubeにたくさん投稿されたことも、ヒットの一端を担っていると言われている。いわゆるパクリ動画は本家にはメリットがなさそうだが、実はそうでもない。YouTubeは2007年10月に「コンテンツID」という仕組みを導入している(図-1)。

「コンテンツID」では、「ブロック」「トラック」「マネタイズ」という3つのオプションから選択できる。それぞれ、違法動画は公開させない、トラフィック情報を記録して様子を見て、本来の著作権者を表示した上で正当な著作権者に広告料を還元させる仕組



図-1 コンテンツ ID の仕組み

みだ。YouTubeで同動画のパクリ動画を開くと、ライセンス欄にピコ太郎さんの名前が表示されている。パクリ動画に対して「マネタイズ」を選んでいるというわけだ。パクリ動画の閲覧回数も莫大な数に上っている。つまり、ユーザ動画とパクリ動画が図らずしもPPAPの空前の大ヒットを後押ししたと考えられるのだ。

さらにビルボードは、実売数でカウントする日本のオリコンチャートなどとは計測の方法が異なる。2013年にランキングの出し方を変更。CDの売上やラジオで流れた回数などだけでなく、YouTubeや有料の聴き放題サービスでの再生回数も評価指標に加えられているのだ。そのため、ただ「売れた」曲ではなく、「受けた」曲がランキング上位に入るようになっているという背景がある。

つまりPPAPの世界的大ヒットには、拡散力の高いSNSが普及していることが大きく影響している。YouTube, Twitter, MixChannel, 9GAGなどのSNSによる拡散力が大きな役割を果たしているというわけだ。著名人や人気のインフルエンサーが同動画を投稿することで一般ユーザ間に伝播し、メディアが取り上げることで相乗効果が働いて世界的に拡散したということになる。ヒットの裏には、このように現代を読み解くヒントがあるので、見逃さないようにしたい。

(2016年11月14日受付)

高橋暁子 aki-akatsuki@nifty.com

ITジャーナリスト。書籍・雑誌・Webメディアなどの記事の執筆、監修、講演を手がける。メディア出演多数。SNSや情報リテラシー教育に詳しい。『ソーシャルメディア中毒』等著作多数。元小学校教員。