

# 4 ニコニコ動画の創造性

## 動画コミュニティサービス「ニコニコ動画」の5年間

戀塚昭彦 (株)ドワンゴ

### ニコニコ動画概要

ニコニコ動画という Web サービスがある (図-1)。(株)ニワンゴと(株)ドワンゴが一体となって開発・運営している。

ニコニコ動画は、名前に含まれているように動画コンテンツを中心としたコミュニティサイトである。ユーザが自分たちで投稿した作品を見せ合う CGM (Consumer Generated Media) と呼ばれる形態を主体としつつ、商用公式配信コンテンツもラインナップする混成サービスとなっている。コンテンツのフォーマットは動画以外にも広がっており、代表的なものでは生放送 (ニコニコ生放送) やイラスト, 漫画 (ニコニコ静画), 外部のコンテンツにコメントだけを付けるもの (ニコニコ実況, ニコニコ DVD) などを提供している。

ニコニコ動画は 2006 年 12 月の登場から多くのユーザに支えられ、規模を拡大し続けている。

2012 年 1 月時点では有料・無料を含めた登録アカウント数は 2,500 万を超え、そのうち月額 525 円の有料会員数も 150 万人を超えている (2012 年 1 月 5 日付 (株)ニワンゴ発表)。

会員の年齢内訳は 10 代 19.6%, 20 代 44.1%, 30 代 21.6%。男女比は男性 67%, 女性 33%。1 日平均 PV (ページビュー) は 9,247 万 PV, 月間訪問者数は 751 万人, 1 日平均滞在時間は 107.4 分 (2011 年 9 月 30 日時点, (株)ドワンゴ第 15 期期末報告書より)。

ニコニコ動画上で発表されて人気を博したコンテンツは多岐にわたるが、中でも「初音ミク」を代表とするテーマによる「創作の連鎖」、あるいは「N



図-1 ニコニコ動画 (原宿) の動画再生画面

次創作<sup>1)</sup>」が大規模に発生した場となっている。

本稿では、開設から 5 年という区切りを経たところであるので、この間に動画共有サイトとしてニコニコ動画が創作の場となっていくことに対する私見と、直面してきた運営の課題について開発担当の視点から紹介していきたいと思う。

### なぜ創作が集まったのか

ニコニコ動画は結果的に多くの創作が集まる場となっているが、実際にどんな要素がそれに寄与したのかは分からない。しかし開発・運営として見つけ続けてきた上で、影響があったと考えられるものを挙げてみることにする。

## ■ システム機能の効果

### コメント — コミュニケーション

ニコニコ動画では、動画を見ながら入力したテキストがその見ていた動画上の時間に対応する形で投稿され、再生時その時間が来たときに現れるようになっている。このテキストをコメントと呼ぶ。タイミングを限定する必要もなく、ただ動画を見ながら書くだけで自然に動画内の狭いタイミングに限定したコメントをすることができる。また、コメントは動画自体に覆い被さる形で流れてくるように表示されるため、動画と同時に目に飛び込んでくるという特徴を持つ。

動画の視聴者にとっては少ない言葉で多くを伝えられる利便性が、動画の投稿者にとっては動画の隅々にわたって動画の細部に対する感想が得られるという点がそれぞれ歓迎されたようだ。

### タグ — 話題の流通システム

ニコニコ動画の再生画面には、少数（最大 10 個）の短文「タグ」を自由に登録させることができる。このタグは動画のすぐ上に掲示されているため、再生を開始する前から目に入るし、動画を見ながら誰でも自由に削除や追加をすることができる（動画の投稿者には、半分の 5 個までは個別に削除禁止の「ロック」をかける権限がある）。

このタグをクリックすると同じタグが付いた動画を検索できるようになっているため、同じ着眼点で共通性のある動画に広げてゆくことで、自ら探すだけでは到達し得ない他ジャンルの動画にたどり着けるようになっている。

素晴らしい着眼点を提示したタグは動画内のコメントでも話題になる。そしてその着眼点に賛同した人たちが別の既存動画や新作動画にタグを付け、集団を形成してゆくという現象が発生する。

この現象により、タグはジャンルを飛び越えた関連創作を広げる契機の 1 つになっているといえるだろう。

### ランキング — 注目の増幅システム

作品が多く並ぶ場所は、今何が人気なのかを可視化するために、その人気の指標を一定期間ごとに集計したランキングを掲示することが多い。

ニコニコ動画の場合、このランキングの更新間隔

が 1 時間と短いため、流行の変化が素早く可視化され、熱心なユーザはランキングをチェックすることで新たに来る「祭り（特定のテーマで一斉に作品が発表される現象）」に速やかに参加する、という楽しみ方が発生した。

視聴者にとってはニコニコ動画に来たらまずランキングを見れば今流行っているものがすぐ分かり、変化が早く、またそれをチェックしておけばニコニコ動画のトレンドが分かる。そしてそれを求める視聴者が滞留する。

投稿者にとっては、そこに待ち構えている人たちに速やかに到達させるために、テーマを選んで動画を投稿する、というサイクルが発生していった。

### Web 動画であること

コンテンツの発表形式が「Web 動画」であることも、人が集まる要素の 1 つだったと考えている。

Web 動画を分解すると、Web サービスである点と、コンテンツ形態が動画である点に分けられる。

Web サービスであることによって、ネットでのクチコミとしてリンクが貼られたときにすぐにコンテンツ自体に到達することができ、さらに到達した先で視聴者同士の交流まで発生する。このような点は創作発表の場として重要だろう。

動画であることについては、動画は映像と音声の組であり、それらを使ってどのような見せ方をするかは作成者の自由度が高い。実写もイラストも、しゃべりも音楽も、ソフトウェアのデモやプレゼン、創作ストーリーなど、多岐にわたるテーマの設定が可能であり、それらが等しくアクセスできる。長さもまた数秒から数時間の範囲で好きなように決められるため、簡単なものから超大作まで、すべて同じ形式で引き受けることができる。このため、動画にまとめられさえすればあらゆる創作の段階、あらゆる分野の作品が同じように参加できるという利点を持っている。

## ■ 使い方の効果

### 手本を見て、ならう

新しいことをするとき、人は目の前の手本を見て、それにならって行動する。

ニコニコ動画のサイトデザインは、これがよく機能するように心がけた。

たとえば動画を開いたとき、同時にコメントが覆い被さって流れ込んでくる。操作できそうな場所にはコメントの入力欄と「コメントする」のボタンがある。ためしに入れてみると、すぐに自分の書いた文が画面に流れてくる。

何を書けば良いかは、流れてくるコメントを見れば分かる。

「タグ」も同じだ。見えているものが「使い方」を示している。編集ボタンを押して書いたテキストがそのまま掲示される。そのタグの評判は動画のコメントで言及されることによって分かる。

このような「使われ方から学習する」方式は、使われ方自体の内容が大きな影響力を持つ。

ニコニコ動画の場合、初期に飛び込んできた視聴者がとても面白い工夫をする人たちであり、またそれが評価されるというサイクルができていったため、後から参加した人たちもそれを壊さないように学んでゆく形ができあがっていった。

サービスの新機能は、この形をなるべく崩さないように、古くからいる「工夫する」ユーザが先行して使えるような形で登場させ、面白い使い方をまず目撃できるようにしてから広く開放する、という方法をとるようにしている。

### コメントによる他者への賞賛

タグなどのメタデータの編集行為は、すべてユーザが行う。彼らの行為は、それが素晴らしい場合、動画のコメントや掲示板などによって賞賛されることによって報われることになる。そして、この賞賛を目撃することで、その行為に参加する動機を発生させていることになる。

### ■ 相乗効果

これまで挙げてきたシステム機能とその使い方のそれぞれが相乗効果を起こし、「コンテンツ細部に対する意見交換」「コンテンツ間の流動性」「学習機会」「賞賛の目撃」「人が集まること」を実現し、創作活動に魅力的な場になれたのではないだろうか。

## ニコニコ動画の変遷

さて、ここからはニコニコ動画の変化を振り返ってみたい。

### ■ 動画共有サービスの登場

インターネットにおける動画の入手・視聴手段はニコニコ動画がサービスを開始するより数年ほど前から広がりがついていたが、コンテンツは限定的であった。動画ファイルはデータ量が多いため、配信に大きなコストがかかるが、それを賄いきれるビジネスモデルが成立していなかったためと考えられる。かかるコストを回避するため、P2Pファイル共有ソフトウェアを使って不正に共有するという現象も発生していた。

このような状況下、2005年頃からYouTubeをはじめとするWeb動画共有サービスが登場する。これらが画期的であった点は、誰でも自由に動画を投稿でき、配信するのに一切のコスト負担を求めない点にある（ビジネスモデルについては後から構築するというものであったが、YouTubeは後にGoogleに買収され、広告などいくつかの手段によって確立した）。

またさらに、動画のプレーヤを外部のWebサイトに埋め込んでその中で直接再生する機能もあり、手軽に紹介できる利点からアメリカを中心に急速に普及していった。

ニコニコ動画は当初はそれらのサービスの動画を外部から利用するWebサービスの1つとして始まった。

### ■ 役割の変化

#### マッシュアップから独自サービスへ

当初は外部の動画共有サイトに依存していたニコニコ動画だが、コメント機能によってアクセスが殺到し、これに伴っていくつかの問題が発生した。これを受けて2007年3月からは動画投稿・配信機能を独自に持つ形にリニューアルした。

この頃はインフラの増強が間に合わなかったため、需要を制限するためにユーザ登録制にした上で、後から登録した人は夜間のピークタイムは視聴できない、などという制限を設けなければならないほどの

活況であった。

#### 創作発表の場へ

ニコニコ動画は「ある瞬間に少数の作品が大量の注目を集める」という注目の増幅装置としてよく機能してきた。突然大量の注目対象に躍り出るテーマとその状況を指して「祭り」と呼ばれる。

「祭り」になると一気に有名になれるため、その祭りが起こせるか、あるいは乗れるかどうかが非常に重要である。

動画投稿で祭りに参加する、比較的小さな手間で大きな効果が得られる手法として、他者の既存の動画作品を再編集した「MAD」と呼ばれるかたちがあり、祭りではしばしばMADが人気を博していった。

しかし、この現象は盛り上がる反面、それらの核となる「よく知られたテーマ」としては既存の商業キャラクターを無断で利用する形が見られ、著作権侵害の温床と言われる状況であった。

このような中、2007年8月にクリプトン・フューチャー・メディア(株)から「初音ミク」が発売される。ヤマハ(株)製の歌唱用音声合成ソフトウェア「VOCALOID2」エンジンを利用した製品である。

製品が入手可能になると同時に、ニコニコ動画ではこの製品を利用した作品の投稿が始まった。この製品には従来の音源製品と違って「キャラクタ絵」があり、かつその設定に大きな想像の余地が残っていた。音源としての作品創作の投稿とともに、このキャラクタを膨らませていく作品が次々に登場し、ランキングから話題を提供し続けていった。これによって「初音ミク」という共通知識が広まってゆく。

「よく知られたテーマ」に加わった初音ミクは、次々と新しい歌唱技術や表現手法を生み出しながら、さらに雪だるま式に参加者を呼び込んでゆくことになる。これによって、ニコニコ動画で従来不利であったオリジナル創作が初音ミクを通して脚光を浴びられるようになっていった。

#### コラボレーションの場へ

初音ミク現象の特徴は、製品の目的である音源としての用途だけでなく、そのキャラクタを中心とした多様なジャンルの創作が爆発した点だろう。それ

までもジャンルを横断した作品は多く作られてきていたが、初音ミクもまた多くの分野の趣味人たちがそれぞれのジャンルから作品を投稿して一大勢力となっていった。ジャンルは具体的には楽曲のほかにイラスト、3D CG、立体物、ソフトウェア、ゲーム、電子工作、物語、コスプレなど挙げればきりがなく、そしてさらに、これらがお互いにコラボレーションをすることで、ジャンル間の往来が活発になり、視聴者が「発見」を楽しみ、参加する場になっていった。

#### ■ 要求変化への追従

ニコニコ動画はこれまでにさまざまな変更をしてきているが、ここからはその元となる課題や、経緯をいくつか紹介していきたいと思う。

#### マイリストランキング

ニコニコ動画のランキングは当初再生数やコメント数を基準に集計していたが、それぞれに問題があった。

再生数は実際に動画を再生する前にカウントされてしまうため、タイトルや画像で期待させて内容はいいかげんな動画(「釣り」と呼ばれる)が有利になってしまう。コメント数は動画の性質によって有利不利が大きく左右される。

これらの点から、これらに代わる新しい指標を標準のランキングにしようということになった。

そこで気に入った動画群を登録する「マイリスト」を実装し、その登録数から動画を順位づける「マイリストランキング」を登場させた。

マイリスト登録は動画を見たあとに行う仕組みであるため、見た上でのポジティブ評価のみを集計することになり、より実際に楽しめる動画が有利になるように誘導することができたと考えている。

#### 文脈の深まり

前述のように動画のタグは動画に関する知識を簡潔な文によって共有する手段として活用されていた。しかし、ある動画の知識を前提にした派生動画、という関係が何段か続くなどによって文脈が深まると、それを表現するタグを見ても新たに来た人が理解することが難しくなってゆく。

この問題を解決する手段として、「ニコニコ大百科」

(開発・運営は(有)未来検索ブラジル)を提供した。

ニコニコ大百科は、動画再生ページ上のタグそれぞれについて、有志が編集できる説明ページ(Wiki)を用意し、自由に解説を蓄積してゆくものである。解説ページは関連する情報を集約し、また掲示板も用意して議論も行えるようにしている。

これにより、動画再生ページにあるタグの言葉の意味が分からない場合、タグの脇にあるアイコンからすぐに意味やその歴史の解説に到達できるようになり、深まった文脈を把握する手段を確保した。

### カテゴリランキング

動画と視聴者の規模が大きくなってくるとだんだんと作品テーマと視聴者興味が分散してゆく。

規模が大きくなると多数派と少数派の格差が広がり、多数派の好むジャンルばかりがランキングを独占してしまう。ランキングに掲載されないジャンルの作品を好む人たちは全体ランキングでは楽しめなくなってしまう。

この問題は、動画タグに「カテゴリ」という特別なグループを導入し、ランキングをそれぞれのカテゴリごとに分割することで解決を目指した。これ自体はある程度功を奏したが、これは逆に異なるジャンル間の交流を妨げることになってしまい、さらなる分断を呼ぶことになってしまった。結局全体ランキングを復活させたりするなど、模索を続けている。

### 「荒らし」対策

人が集まるところには衝突が起きる。ニコニコ動画もあちこちで大小さまざまな誹りが発生するため、この問題にもさまざまなレベルで対処してきた。

細部には「NG機能」として、目にしたくないコメントに関する手掛かりを登録しておく自分の画面でだけ表示しない機能を用意した。さらに個人情報暴露など悪質なコメントについて通報する機能を用意し、スタッフが内容を確認の上、削除・ペナルティ付与などの対応体制を整備した。

投稿動画についても、著作権侵害や猥褻などの項目での申し立てや通報を受け付け、確認の上、削除・ペナルティ付与を行う。

このような体制を敷くことで、喧嘩が始まってし

まった場合にも沈静化に向かわせるように努力している。人が集まる以上問題は絶えないが、できるかぎり問題を減らすようシステムの改善を続けなければならないだろう。

### 派生創作のサポート

トラブルの原因はコメントだけでなく、作品そのものにもある。ニコニコ動画内では、ほかの人によって投稿された動画を借用した作品が多く投稿されている。これがあるからこそN次創作の爆発が起きたわけであるが、それらの作品をニコニコ動画の外でも活用する点について利用許諾が曖昧であり、また外部で発表された作品を勝手に利用するということも含め、問題が起きやすい状況になっている。運営的にはこの点について改善しようと、最初から動画作成に使うことを前提とした作品を登録する「ニコニ・コモンズ」というサービスを用意していた。このサービスは長らくあまり利用されずにいたが、2011年12月13日から、コンテンツツリーというシステムを導入し、リニューアルを図っている。

コンテンツツリーは従来ニコニ・コモンズの作品利用関係を可視化するグラフ「コモンズ・ツリー」を改訂したもので、ニコニ・コモンズ作品だけでなく、ニコニコ動画・ニコニコ静画の投稿作品もツリーに接続できるようにし、動画の再生画面には派生元作品を目立つ場所に表示するようにしたものである。

またさらに、コンテンツツリー登録を促進しつつ、人気作品の投稿者への感謝の気持ちを表すために「クリエイター奨励プログラム」の運用も開始した。これはコンテンツツリーに登録し、かつクリエイター奨励プログラムに参加した作品は、その再生数などに応じた報奨金を得られるという制度である。そして「子ども手当」という、コンテンツツリーの発展側(子)作品の人気も元(親)作品の報奨金に反映される制度を作ることで、派生創作を促進することを狙っている。

なお、クリエイター報奨プログラムの報奨金の支払いは執筆時点ではまだ始まっていないが、報奨金の支払時には再生成績などの評価だけでなく、作品が他者の権利を侵害していないかなどについて独自に審査してから行う形で準備をしている。

### 著作権問題（商業著作物）

ニコニコ動画のユーザが増えるに従って、著作権侵害に関する声も大きくなっていった。(株)ドワンゴは運営として、創作活動は推進し、外部の商業著作物の侵害については減らしてゆく決断をする。

2008年3月にはテレビ放送された映像と確認できるものについて、自主削除をすると在京テレビ6局に申し入れをし、削除を開始した。一方で2008年4月からは一般社団法人日本音楽著作権協会(JASRAC)、(株)イーライセンス、(株)ジャパン・ライツ・クリアランス(JRC)など音楽著作権管理団体と順次包括契約を結び、音楽に関しては削除ではなく利用を促していった。つまり、それらの管理下の楽曲を演奏したり歌ったりして投稿することが、合法的に可能となった。

さらに2011年からは、エイベックス・マーケティング(株)、(株)ドワンゴ・ミュージックエンタテインメント、(株)ランティス、(株)ワーナーミュージック・ジャパンなどの管理楽曲の原盤利用について許諾を受けようになり、許諾楽曲については元の音源を動画にそのまま利用することも可能としていった。

### 公式配信

音楽著作権について各権利者からの利用許諾を進めた上で、さらに映像についても利用の道を模索していった。「ニコニコチャンネル」という名前で公式配信のチャンネルを用意し、各コンテンツホルダに配信を取り付けていった。

動画の不正投稿のうち、コンテンツホルダの持つ商用作品をコメント付きで見ただけ、という需要に関しては、この道によって合法化することになる。

なお公式配信は有料配信にすることが多いが、最初は無料で公開してコメントを十分に溜め、それから有料化することで、購入者のみになっても十分にコメントがある状態で楽しむことができるような工夫をしている。

## ニコニコ動画の未来

### ■ CGM を運営すること

ニコニコ動画はCGMを中心としている。すなわち、

ユーザが作品を持ち寄り、発表し、それが楽しめる、というサイクルが絶対的に必要である。これがなくなると立ちゆかなくなってしまうため、運営は常にユーザが楽しめる場を維持する努力をしなければいけないし、時代の変化に適応していかなければならない。

### ■ デバイスの変化

ニコニコ動画はPC向けのWebサービスとして出発したが、コンピューティング環境の主流は今後PC以外の装置に広がっていきこうとしているようだ。それら人が集まる装置に進出していききたい。

具体的には、携帯電話、スマートフォン(iPhone, android)に始まり、デジタルTV用アプリや、携帯ゲーム機(PS Vita)などにはすでに対応を進めている。

### ■ 創作へのかかわり

ニコニコ動画は、創作発表の場としての役割は果たしているが、創作そのものを助ける機能がまだ弱いと考えている。前述の「クリエイター奨励プログラム」のようなインセンティブ設定以外にも、創作そのものを助けるさまざまなシステムの拡充を考えてゆきたい。

### ■ 「リアル」の充実へ

近年、ニコニコ動画は「ニコニコ本社」「ニコファーレ」などの施設やイベントを多数企画しており、執筆時点では「ニコニコ動画を地上に大体再現」というテーマで2012年4月28、29日に幕張メッセで開催する「ニコニコ超会議」というイベントを準備している。

本来創作はネットではなく「リアル」で行われ、繋がる人たちもまた「リアル」だ。ネットは遠い人を繋ぎ、「リアル」は繋がりを深める。これらの機会が新たな知己を作る一助になれば幸いである。

皆が「ニコニコ」できる未来へ。

### 参考文献

- 1) 濱野智史：アーキテクチャの生態系，NTT出版(2008)。(2012年2月11日受付)

戀塚昭彦 | koizuka@dwango.co.jp

ソフトウェアエンジニア。1999年に(株)ドワンゴに入社。2006年に「ニコニコ動画」を数人で開発。現在「ニコニコ動画 開発総指揮」。