

「ネットとダンス」：榊原敬太（株式会社アブストリームクリエイション代表取締役/RAB）

※ダンスを体験するのはもはや劇場だけではない。気軽にコタツでミカンを食べながらニジンスカの『結婚』が見られるようになったダンス受容の簡便さをおかつ『舞踊學』No.27（2005）「映像とダンス」で松澤は書いたが、今やダンスは発信する方も舞台やスタジオで踊ってそれを記録して見せるのではなく、自分の部屋でダンスを踊りwebを通じて気軽に発信するようになった。この舞踊体験はダンスに何をもたらすのだろうか。文責：松澤慶信

榊原氏はネットカルチャーとダンスについて、YouTube、ニコニコ動画における“踊ってみた”を主な具体例としてあげていた。主な講演内容としては、以下である。

1. “踊ってみた”における、魅力と技術の関係性（2006～2016年）
2. ビジネス利用される“踊ってみた”
3. ネット上のコミュニケーションツールとしての“踊ってみた”
4. ネットカルチャー、今後どうなっていく？

ネットカルチャーの世界で、ユーザー側から仕掛け役へと立場を変えていった榊原氏ならではのバックボーンからしか語れないような、貴重なお話を聞くことができた。

榊原氏本人も、趣味としてアニメソングでダンス動画をYouTubeやニコニコ動画にアップロードしていた経験がある。それが、現在では仕事になっている。当初は、遊びや趣味として10年ほど前から、アニメソングをつかって“踊ってみた”の動画をあげていた。自分自身でアップロードした動画の現在の総再生数は8千万回ほどの再生になる。そして仕事として現在行っているダンス振付に関しては、どちらかといえば、文化を構築する、世界中の人がダンスで面白くなるような事業や企画をつくることに興味がある。つまり演出すること、盛り上げることに對して、ダンスという手法を用いている（仕事に関するワード：オタ芸サイリウム、AKBライブ演出）。

1. “踊ってみた”における魅力と技術の関係性について（2006～2016年）

“踊ってみた”の踊り手は、技術があるわけではない。それも全くと言っていいほどにむしろない。うまいかどうかとか、深いかどうかではない魅力がそこにある。

まず、ニコニコ動画における2006年前後の“踊ってみた”については、「部屋で踊っている女の子」、「川沿いで踊っている」のを撮ったものが多いという。ホームビデオの延長線上？というような動画を例として挙げていた。ダンスカンパニーのアーカイヴィングなどとは全く異なる映像である。今や、ニコニコ超会議などといった動画サイト発信のイベントが開かれ、そういったイベントに多くの踊り手たちが参加する。

近年の動画の傾向としては、コスプレをして非現実な格好で踊る、2.5次元ダンス動画と呼ばれるものが登場してきている。また動画だからこそ



榊原氏SHOWING

できる編集技術を駆使した動画なども出てきており、多様化はさらに進んでいる。近年の“踊ってみた”におけるダンスの傾向としては、ストリートダンスなど技術面で上手いものが視聴者に受け入れられるようになっており、何千万回、ものによっては何億回の再生を生んでいる。

“踊ってみた”では、技術がある＝魅力がある、ではない。今はその傾向があるが、昔は違ったと榊原氏はいう。ダンスそのものを見せる場合なら、技術がある>魅力がある、というように、魅力がある人でも技術がない人は評価されない場合がほとんどだった。しかし現在の“踊ってみた”では、技術がある<魅力がある、というように、技術がなくても魅力があるものが評価される。だか

ら“踊ってみた”とは、見よう見まねでやってみる、一切ダンスの経験はないが振付という名のものづくりをしてみる、評価されるされないに関わらず、まず動画としてあげてみるということが起こっている。そしてネットで顔も知らない相手にコメントをもらうことができる。ただし評価は肯定も否定もされる。

2. ビジネスに利用される“踊ってみた”

“踊ってみた”が流行った理由は、“踊ってみた”の商業価値に目を付けた企業や広告業界の戦略があったから。アニメ音楽を踊ると、プロモーションになり、踊り手が浴衣を着て踊る、と知っている踊り手が着ている、だから浴衣が売れることになる。つまりゲームのPRにダンスを用いることで、企業が“踊ってみた”という言葉を使って企画書を書いている現実が生じている。きゃりーぱみゅぱみゅのステルスマーケティングは、“踊ってみた”に火をつけた良い例。ニコニコ動画によるプロモーションが行われ、派生動画が40本あがった。楽曲、振付、衣装なども著名人を使い、250万人のニコニコ動画会員が視聴、話題を呼んで、“踊ってみた”という単語が市民権を得るきっかけとなる出来事だった。ネット世代の若い人達だけでなく、企業がビジネスチャンスとして目を付けたのはここ5年くらいの話。

3. ネット上のコミュニケーションツールとしての“踊ってみた”

クリエイター同士が、動画投稿サイトを通じてコミュニケーションする。榊原氏は、作品のN次元利用という言葉を用いる。作品は網目のように広がり、親作品、子作品、孫作品、さらには姪作品などのように発展していく。榊原氏は音楽と共にあるダンスを、ネット上のコミュニケーションツールとして考える。

例えば、ボーカロイド（楽曲制作ソフト）。ネット上の音楽クリエイターは作曲しても歌ってくれる人がいない、友達がいなくてコミュ症が多い。そこで登場したのが、ボーカロイド。ネット上のクリエイター音楽が動画投稿サイトにアップロードされる。それを視聴した踊り手が、さらに“踊ってみた”をアップロードする。そうして作品の派生作品が生まれる。

“踊ってみた”だけではなく、“演奏してみた”といったものも存在するようになった。ネットカルチャーでは、自分が作ったものから派生した動画などが、ネット上のコミュニケーションツールになる。近年、ニコニコ動画では、システムの変更によって武器としていた再生数が落ち始めた。原因として、2007、8年の一番再生数が伸びた時期に再生数のカウントの仕方を変えた。これ

によって、動画の仕事していた人が食べられなくなるようになる。夢がなくなると、クリエイターがいなくなってしまうか、本当にプロのクリエイターになる。投稿者が減り、クリエイターが減る。クリエイターが減っていったことによって、見る人たちが減っていきつつある

4. ネットカルチャー、今後どうなっていく？

創生期、爆発期、過渡期を経て、ただ楽しいものとプロ化されたものの間くらいの平均化されたものが生まれてくるのではないかと榊原氏は言う。歴史がめぐるように文化もめぐる。広がっていきつつ、伸びしろは減る。そうするとますますわかりやすい見やすいものが出てくるのではないかと。