

論文

音楽産業における初音ミクの革新性に関する 社会システム論的考察

伊藤高史[†]

要約：本稿は、社会システム論の観点から、ボーカロイドソフトウェアとして発売された「初音ミク」が、人々の音楽への関わり方を変革していった過程を分析するものである。このことを通じて、現代の日本の音楽産業における初音ミクの革新性と、文化産業やメディア文化において創造性が喚起されるメカニズムの一端を明らかにすることが本稿の目的である。初音ミクは、そのユーザーが独自に創作したコンテンツが評判を生み、新しいメディア文化を生み出したと評価される。しかし社会システム論から見れば、文化産業システムは初音ミクの実現段階においても、従来通りの作動（オペレーション）を継続したといえる。つまり、消費システムから機能分化して生成する創作システムを観察し、「利益になるか否か」という独自の規則によってそれを商品化するという作動を、初音ミクの実現過程においても文化産業システムは続けてきたのである。社会システム論から初音ミクが大衆的認知を獲得する過程を分析するとき明らかにするのは、インターネットや動画サイトの普及によって、消費システムが消費システム自身の作動を反省的に観察する能力を飛躍的に高めたということである。このことによって、従来の文化産業システム、消費システム、創作システムの力関係の抜本的变化を促したのであり、この点に、初音ミクが音楽産業にもたらした革新性の意味を読み取ることができる。

キーワード：社会システム論、文化産業、UGC（ユーザー生成コンテンツ）、ボーカロイド、初音ミク

目次

1. 本稿の分析対象と目的
2. 初音ミクを巡るコミュニケーションの連鎖
 - 2-1. 創作の連鎖としての初音ミク
 - 2-2. 初音ミクの実現過程と文化産業システム
3. 消費システムの反省的観察能力の増大と初音ミクの革新性
4. 結語

[†]同志社大学社会学部教授

*2024年7月4日受付、2024年7月5日掲載決定

1. 本稿の分析対象と目的

本稿は、社会システム論の観点から、ボーカロイドソフトウェアとして発売された「初音ミク」が、人々の音楽への関わり方を変革していった過程を分析するものである。このことを通じて、現代の日本の音楽産業における初音ミクの革新性と、文化産業やメディア文化において創造性が喚起されるメカニズムの一端を明らかにすることが本稿の目的である。

筆者は別稿で社会システム論の観点から、大衆文化を分析するための理論的枠組みを提示した。そして、音楽アーティストや作曲家として音楽活動を続ける森高千里、佐村河内守、Perfume、BABYMETALらを分析し、文化産業やメディア文化において創造性が喚起されるメカニズムを明らかにしようとしてきた（伊藤高 2021c; 2021d; 2022a; 2022b; 2022c; 2022d）。

近年の音楽産業において、最も大きな変革を生み出したものとして、初音ミクを挙げることができる。初音ミクは趣味で音楽を制作する人々に、作品を不特定多数の人々に広く知らしめる機会を与えた。その結果、「ボカロ P」として世に認知され、後にメジャーな音楽家として認知される人々も出てきた。2009年頃から「ハチ」として活動し、その後メジャーデビューし、Lemon（2018年）などの大ヒット曲を生み出した米津玄師はその代表的な人物である。あるいは、初音ミクの歌を人間が歌唱する「歌ってみた」と呼ばれる動画などをアップロードすることで大きな注目を浴びる歌手も生み出した。2020年にメジャーデビューし、「うっせえわ」を大ヒットさせたAdoなどをこの例として挙げることができる。初音ミクは音楽ソフトウェアとして開発されたが、それを利用する様々なクリエイターが自発的に創造活動を繰り広げ、その活動の幅を拡大していった。音楽産業にビジネスとして携わる人々と、趣味として音楽を楽しむ人々の行為の連鎖によって想像を超える発展を遂げていった「初音ミク」は、コミュニケーションの連鎖によってつくられる様々な社会システムの複合性として社会を捉える社会システム論によって、その発展過程を分析するのに適切な事例であるとも言える。

初音ミクについては多くの著書や記事が書かれている。アカデミックで社会科学的な研究の代表例としては、マーケティング研究者の片野浩一と石田実による『コミュニティ・ジェネレーション：「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』を挙げることができる（片野・石田 2017）。片野と石田は、コミュニティへの作品投稿のつながりや連鎖をネットワークとして可視的に捉える「社会ネットワーク分析」のアプローチを利用して初音ミクを通じた創作活動を分析し、コミュニティからユーザー生成コンテンツが多様かつ爆発的に創造され、新たな「集合的な共創価値」を生み出して

いくような現象を「コミュニティ・ジェネレーション」という理論的な枠組みで捉えた(同上:i-vi)。音楽ジャーナリストの柴那典は『初音ミクはなぜ世界を変えたのか?』で、初音ミクが音楽の創造過程に与えた革新性を、関係者へのインタビューを中心に再構成し、それを現代のポピュラー音楽の歴史の中に位置づけている(柴 2014)。柴によれば、これまでに世界は、アメリカのサンフランシスコを発祥の地とするヒッピー文化を母体にした1967年以降の音楽ムーブメントと、1980年代後半のイギリスでのクラブミュージックの勃興という2つの「サマー・オブ・ラブ」を経験した。初音ミクが引き起こした現象は、これに次ぐ「サード・サマー・オブ・ラブ」である(同上:15-18)。初音ミクは、「60年代から脈々と続いてきたポップミュージックとコンピュータの進化の末に、必然的に生まれたものだった」と、柴は評価するのである(同上:6)。二次作品をもとに様々な二次創作作品が連鎖的に制作される現象を「N次創作」の概念で表現した批評家の濱野智史は『アーキテクチャの生態系:情報環境はいかに設計されてきたか』の第7章の前半を初音ミクの分析にあてている(濱野 2015〔2008〕:252-268)。濱野はそこで、初音ミクが知名度を高めていった「ニコニコ動画」という場に着目し、初音ミクを通じた「N次創作」が同サイトで発展していった要因を、ユーザー同士があたかもリアルタイムでコミュニケーションしているかのような感覚を作り出す「疑似同期型」アーキテクチャに求めている。ニコニコ動画では、動画コンテンツの上に、そのままコンテンツが被せられるインターフェイスを採用していることから、ニコニコ動画上の評価情報が強い「客観性」を持つのだという(同上:263-264)。このように濱野は初音ミクを題材にしながらも、初音ミクというよりは、初音ミクの作品が発表される場となったニコニコ動画に焦点を当てて分析を行っている。ファン・コミュニティの研究で知られるゾーイ・フラード・ブラナーとアロン・M・グレイザーは *Superfandom: How Our Obsessions are Changing What We Buy and Who We Are* の序章で、ファンが生成する文化の代表的事例として初音ミクを紹介している(Fraade-Blanar & Glazar 2017 = 関 2017: 12-19 = 33-41)。社会情報学者の遠藤薫はドイツの思想家ベンヤミンを参照しつつ、初音ミクについて論じている(遠藤 2013)。遠藤は「物質性を持ったものの複製ではなく、デジタル(データ)化され実体も場所も持たない抽象世界での『情報それ自体』の『再製』を可能にした技術」を「メタ複製技術」と呼び(同上:9)、社会思想史的な観点から、初音ミクをロボットや機械、ヴァーチャルアイドルなどとの関連で論じた。音楽学などを専門とする増田聡は初音ミクが音楽ソフトウェアであると同時にキャラクターであることに着目し、初音ミクという存在が持つ身体性について考察している(増田 2008)。増田は、「身体なき声の背後にやはり『身体』の形象を探し求め、虚構キャラクターをその位置に当てはめることに満足する」という傾向が日本に存在することを指摘する。そして、初音ミクが「爆発的なブーム」を起こしたことが示唆するの

は、「少なくとも日本においては、『身体なき声』という音楽素材は、拡散した主体による創作労力の積分として想像されることなく、キャラクター志向的な想像力の水路に従いつつ、それが虚構であれながしかの『主体』へと容易に帰属させられてしまう文脈が根強く存在する事実である」と述べている（増田 2008: 172）。このほか、関係者へのインタビューを交えて初音ミクを巡って起きた現象を多面的に論じた著書（阿部 2011, 『ボカロ P の中の人』の中の人編 2015, スタジオ・ハードデラックス編 2011）や、ボカロ P の体験談が語られた著書（40mP・たま 2018）、アイドル論の中に初音ミクを位置づけた論考（井手口 2017, 太田 2011: 262-270）など、初音ミクに関しては様々な観点から論じられている。

上記のような先行研究の成果を踏まえて、本稿では、専ら筆者が別稿で展開してきた社会システム論に基づく大衆文化の分析枠組みに基づき、現代日本の音楽産業における初音ミクの革新性と、文化産業やメディア文化において創造性が喚起されるメカニズムについて論じてみたい。ここでの社会システム論の基本的認識は、社会はコミュニケーションの連鎖で成り立つ社会システムとして分析できると同時に、社会は異なる社会システム間の複合的な絡み合いによって成り立っているということである。それぞれの社会システムは「環境」と、「環境」を構成する他の社会システムの作動（オペレーション）を観察しつつ、その中から有意な情報を選択し、それに反応して自らの社会システムの作動を継続させていく。多数の社会システムが複合的に相互に影響を与えつつ作動を継続する上で、環境の「観察」が不可欠であるが故に、社会システム論は「観察」を媒介するものとしてのメディアとも深いかかわりを持つ。「観察」の基本となるのは、それぞれの社会システムの作動にとって有意であるものとそうでないものを取捨選択する「規則（コード）」である。「観察」の技術的基盤となるのが一般的な意味での「メディア」である。このような観点から、初音ミクが生み出され、大衆的認知を獲得していく過程を、以下、分析していく。

2. 初音ミクを巡るコミュニケーションの連鎖

初音ミクは、音楽産業やメディア文化に関わる企業などが主体となって発展させたものではなく、多数のアマチュアが創作した UGC（User Generated Content = ユーザー生成コンテンツ）によって大きな発展を遂げたと言われている。本節ではまずこのことを確認した上で、文化産業システム、創作システム、消費システムという異なる社会システムの複合性という分析枠組みから初音ミクが大衆的認知を獲得していく過程を分析した場合、ある側面では初音ミクの発展過程において、文化産業システムが従来と変わらず重要な役割を果たしていたことを確認する。

2-1. 創作の連鎖としての初音ミク

初音ミクは、札幌に本社を置いて音声に関わるソフトウェアなどを扱うクリプトン・フューチャー・メディア（以下、クリプトン社）が2007年に発売した音声合成DTM（Desk Top Music）ソフトウェア、つまりは「コンピュータに歌わせることのできる『VOCALOID』技術を用いたソフトとして発売」されたものである（柴 2014: 3）。DTM ボーカロイドとは、楽器メーカーのヤマハが2003年に開発した「歌詞とメロディーを入力することにより、歌声を作り出す技術とそれを応用したアプリケーションの名称」である（阿部 2011: 14）。クリプトン社は2004年に最初のボーカロイドソフトウェア「MEIKO」を発売し、発売初年度に3000本を売り上げ、ヒット商品となった（同上：15）。2007年には声優の藤田咲、キャラクターのイラストにKEIを起用し初音ミクの販売に至った（同上：18）。初音ミクは評判を呼び、これを利用した楽曲、イラスト、動画などのUGCがインターネット上に多数発表され、大きな評判を呼ぶことになった。特に、2006年にサービスを開始した動画サイト「ニコニコ動画」が主要な発表の場となった。初音ミクの楽曲をつくり発表する人は「ボカロP」と称され、やがてプロとして活躍する人も多く生み出された。音楽に合わせた動画を制作する人も数多く現れるなど、多くのクリエイターが参加する「創作文化」が生み出されることになった。その後、初音ミクによるコンサートも開かれ、様々なタイアップ事業に参画するなど、その活動の幅を広げていった。

初音ミクの発展の経緯を手短に説明すれば以上のようなものとなるであろう。初音ミクが大衆的認知を獲得する過程を追ってみれば、様々な社会システムが複合的に重なり合って、初音ミクを巡る文化が創造されたことが容易にわかる。ボーカロイドの技術はヤマハが開発し、後にクリプトン社が商品化したものである。しかし、ヤマハやクリプトン社がその発展の過程を全てコントロールしたわけではなく、予想通りに発展していったわけでもない。ボーカロイドの開発担当者であったヤマハの剣持秀紀は、2011年に出版された著書に収録されたインタビューの中で、当初、彼が予想していたボーカロイドの利用法について次のように語っている。「開発当初の感触としては、リードボーカルに使用するというよりも、バックコーラスであったり、仮歌といったところで使用されるという用途を想定しておりました。ボーカロイドを使用していただくことでユーザーさんには、手軽にバックコーラスなどの歌唱音声を活用していただき、より音楽生活を豊かにしていただけたら……というところを目的にしておりました」。このため、「現状のボーカロイドがほぼメインボーカルとして使用されているという状況はすごく意外でした」という（剣持 2011: 41）。

剣持は、次のようにも述べている。「ソフトウェアの仕組みを提供した側として、発売直後にニコニコ動画に上がってくる動画は全部フォローしようと思っていました。で

も、二週間くらいで追いつかなくなった。覚えているのは、すぐにオリジナル曲が増えていったこと。こちらとしてはコピーが中心で、オリジナルを投稿する人はそんなにいないだろうと思っていたんです。でも、発売からすぐにオリジナル作品が増えていった。そのことが驚きでした。2007年の9月の頃は、一週間経つと状況が全然変わっているような、めまぐるしい時期でした」(柴 2014: 131)。また、クリプトン社代表取締役社長の伊藤博之は、動画サイトに楽曲が投稿されるのは当然のこととして受け止めていたが、「星の数ほどのイラストがネット上に投稿されたこと」については全く予期しておらず、何より「創作の連鎖」が起こったことに驚いたという。伊藤は、次のように語っている。「もちろん、イラストの創作が行われるだろうということは、ある程度は予想していました。しかし、その量は驚きでした。誰かが作ったコンテンツを元に、それをさらに上書きするようなコンテンツが生まれ、それが日々公開されていった。非常にダイナミックな現象として、そういう創作の連鎖が生じていた。それを、本当に驚愕の眼差しで見っていました。それが発売直後のうちの会社の風景でした」(柴 2014: 132)。このような状況について、柴は次のように的確に要約している。

初音ミクは、単に音楽制作ソフトやキャラクターとしてヒットしたのではなく、アマチュアの表現がネット上で互いに呼応する、一つの新しい文化現象を生み出したのである(柴 2014: 132)。

柴はまた、この「創作の連鎖」について、「重要なのは、それを『起こそう』と裏側で画策していた人間は誰もいなかった」「あくまで、ボーカロイドのムーブメントは自然発火的に広まった」「ボーカロイドのムーブメントは、誰かがプランを考え、仕掛け人となって、トップダウンのプロジェクトとして進められたものではなかった。投稿された曲にイラストがつき、動画がつき、自由な環境の中でその連鎖が拡大していったものだった」と指摘している(柴 2014: 134-136)。

かつて、未来学者のアルビン・トフラーは1980年に公刊された著書『第三の波』の中で、情報技術の進展などによってもたらされる「第三の波」が到達した時代では、生産者と消費者の役割分担があいまいになり、自分の楽しみのために制作し、それを世の中に発表するような「生産=消費者(プロシューマー)」が重要な役割を果たすようになる、と指摘している。「プロシューマー」は、生産者を意味するプロデューサーと、消費者を意味するコンシューマーをつなぎ合わせた、トフラーの造語である。トフラーによれば、農業革命によってもたらされた「第一の波」の時代には、人間は自分が生産した物を消費した。今日的な意味では、彼らは生産者でも消費者でもなかった。彼らはまさに、「生産=消費者(プロシューマー)」とでもいうべき者であった。この生産と消費の間にくさびを打ち込んだのが「第二の波」を引き起こした産業革命であり、このこ

とが、その後の交換市場網（市場）の発達を引き起こしたとトフラーは述べている（Toffler=徳岡 1980=1984: 277=353）。トフラーによれば、経済には二つの部門がある。自分のため、あるいは家族や地域社会のために行う無給の仕事から成り立つのが A セクター。一方、B セクターの商品やサービスの生産は、すべて市場を通じて交換される。第一の波の時代は、自給生産を基礎にした A セクターが強大だった。第二の波の時代には、これが逆になり、交換用財貨やサービスの生産は急成長し、A セクターはその存在すら忘れられた（同上：277=354）。こうした生産者と消費者を分離する境界線は、第三の波の到来とともに徐々にぼやけ始め、生産=消費者（プロシューマー）の役割が復権しつつある。トフラーは、人々が経済活動とはみなされずに行っている生産活動が徐々に重要性を増し、我々の身の回りの経済から世界経済に至るまでの「市場」の役割自体が、大きく変化しつつあることを指摘した（同上：278=355）。

このような「プロシューマー（生産消費者）」の重要性は、インターネット、スマートフォン、ソーシャルメディアの利用が一般化した今日においては疑いようはない。クリプトン社代表取締役の伊藤自身が、トフラーの「プロシューマー」の概念に言及しつつ、初音ミクについて次のように述べている。「（初音ミクが=引用者補足）登場する前までは、音楽はプロがつくりプロが歌いプロが売り、ファンはもっぱら聴くのみ、という生産者と消費者が分かれている音楽業界だったと思います。それがニコニコ動画や初音ミク、ピアプロ（クリプトン社が新たなコンテンツを生む「創造の場」として提供する投稿サイト=引用者補足、後述）が登場したことで、時代が大きくシフトし始めたと思います。今まで見えづらかった才能が可視化され、一斉に開花し始めましたし、その後の世代もそれになりました。UGC 作品を創り出すクリエイターは、トフラー氏が説く生産消費者と同義です」（伊藤博 2023: 197）。

このような見方は説得的である。しかし、文化産業システム、消費システム、創作システムという社会システムの連鎖という観点から考えれば、別様な解釈もあり得る。すなわち、文化産業システムは初音ミクの発展過程においても従来通りの作動を継続してきた、という解釈である。文化産業システムはこれまでも、消費システムの作動から機能分化した創作システムを観察し、「利益になるか否か」というコードによって有意な情報を見出し、それを商品化してきた。このような文化産業システムの作動は、初音ミクの発展過程においても従来と変わらず観察できた。単純に考えれば、少なくとも音楽などの楽しみ方が大衆化した近代以降は、音楽家と呼ばれる者も、最初は音楽の消費者としてスタートし、その中から、創作活動に取り組む者が登場したのであろう。小さなライブハウスや路上ライブでのアマチュア演奏家のパフォーマンスが、新しい才能を常に探している音楽関係者の目にとまり、デビューにつながった、という話は一般的にイメージされるものである。初音ミクの発展過程においても、文化産業システムは同様

の役割を果たしている。この点について、社会システム論の観点から、次項で確認しておこう。

2-2. 初音ミクの発展過程と文化産業システム

大衆文化やメディア文化を文化産業システム、創作システム、消費システムという異なる社会システムの複合性から分析するという、筆者の社会システム論の分析モデルから考えるとき、まず、確認すべきことは、初音ミクにおける様々な「創作の連鎖」の主体となったのは、文化産業システムや創作システムではなく、文化産業システムに対する消費システムであったという点である。文化産業システムは初音ミクという商品と、消費者が消費行動として楽曲を発表する場を提供した。初音ミクというボーカロイドソフトを手に入れた消費者は自ら創作活動に取り組んだ。そうした消費者のコミュニケーションは消費システムとして作動すると同時に、創作システムとしても作動した。社会システム論の概念を使ってこの過程を記述するならば、消費システムの中から創作システムが機能分化した、といえる。そのような創作システムの作動を通じて生み出された音楽は、イラストレーターのような人々の創作行為を促した。初音ミクというボーカロイドソフトウェアの消費システムから機能分化した創作システムの作動を観察し、そこに有意な情報を見出したイラストレーターのような人々のコミュニケーションの連鎖によって生み出された創作システムが新たに機能分化し、音楽とは別の創作活動が生み出されたのである。

文化産業システムは、消費システムと創作システムを観察し、自らのコードに沿って、それらの作動を自らの作動に取り込み、「商品化」を行ってきた。文化産業システムの作動を制御するコードを「利益になるか否か」というものと想定すると、文化産業システムは、消費システムから機能分化した創作システムを観察し、「利益になるもの」を商品化してきたのである。

実際に、初音ミクを商品として売り出したクリプトン社は、初音ミクの利用の在り方について、ユーザーに完全に委ねていたわけではない。クリプトン社は、初音ミク発売の約3か月後の2007年12月3日に投稿サイトの「ピアプロ」を開設し、「キャラクター利用のガイドライン」を発表した(柴 2014: 138)。このガイドラインは、個人が非営利で初音ミクのイラストを描く、動画を公開するなどの場合は、キャラクターを利用するたびに、初音ミクの公式イラストの著作権を保有しているクリプトン社に許諾を求める必要をなくすものであった(柴 2014: 139)。2009年6月には、クリプトン社は同ガイドラインを発展させた「ピアプロ・キャラクター・ライセンス (PCL)」を制定し、「非営利で対価を伴わない」「公序良俗に反しない」「他者の権利を侵害しない」といった要件に抵触しない限り、初音ミクなどのキャラクターの利用を自由に行ってかま

わないという意思表示を行った（柴 2014: 139-141）。コンテンツ投稿サイトの「ピアプロ」には、音楽、イラスト、テキスト、3D モデルが投稿の対象となり、作品は原則として、非営利目的である場合は他のピアプロユーザーにも利用可能とした。ユーザーが作品を利用した後は、その作品の作者に感謝の意を示すことが強く推奨され、ユーザーたちの自由な競作を促すとともに、作品づくりにおけるマナーの構築に努力した（柴 2014: 142-144）。

初音ミクが社会的な認知を得るにあたっては、伝統的な音楽産業のプレーヤーも大きな役割を果たしている。CD 制作、販売などを手掛けるクエイク社（レーベル名は EXIT TUNES）は、初音ミクなどのボーカロイドソフトウェアを使用した楽曲を集めた CD を発売した。同レーベルの「EXIT TUNES PRESENTS Vocalogenesis feat. 初音ミク」は 2010 年 5 月に、オリコンの CD アルバムチャートで 1 位を獲得した。このことは、「ボーカロイドファン達を沸かせ、また多くの音楽関係者を驚かせた」という（スタジオ・ハードデラックス 2011: 140）。筆者が別稿で論じたように、消費システムが自らの作動を反省的に観察する際に、チャートは旧マスメディア組織と同様に、重要な役割を果たす。消費システムはチャートや旧マスメディア組織を観察することによって、現在、どのように消費システムそのものが作動しているのかを理解するのである（伊藤高 2022c: 77-78）。チャートがこのような機能を果たしているため、初音ミクなどのボーカロイドソフトウェアを利用した楽曲を集めた CD がチャート 1 位を獲得したという事実は、初音ミクを大衆的に認知させる役割を果たしたであろう。

ところで、このように述べれば、文化産業に携わる人は「金儲け」だけを考えているのではない、という反論があろう。筆者は、クリプトン社やクエイク社の上記のような活動を、「単なる金儲けのための方便」と主張したいのではない。音楽産業に関わる人々が、多様な関心をもって行為しているのは当然のことである。音楽家であれ、プロデューサーやディレクターであれ、個人のレベルでは多様な関心や欲望に基づいて行為を重ねていくものである。例えば音楽家は、「よい作品をつくりたい」ということを第一に考えるにしても、「金儲けをしたい」とか「有名になりたい」「他人から評価されたい」といった様々な動機を同時に持っていることがあるだろう。レコード会社や音楽事務所の経営者や被雇用者であっても、「金儲けをしたい」という想いだけでなく、「よい作品をつくりたい」といった想いを持っているに違いない。社会システム論の観点からは、個人は様々な社会システムの力の流れが融合する場として捉えることができる。音楽家、プロデューサー、ディレクターといった人々は、個人的には、様々な動機をもって音楽ビジネスに携わっており、ある面では文化産業システム、ある面では創作システム、ある面では消費システムのコミュニケーションに巻き込まれている。このように、文化産業システムの作動を制御するコードを、「利益になるか否か」と想定する

ことは、そこに携わる個人が利益だけ、「金儲けだけ」を考えて日々行為していると想定することではない。文化産業システムの作動を制御するコードを「利益になるか否か」と想定することは、社会の動きを分析的に捉えるための便宜的措置に過ぎない。

文化産業についての社会学は、文化や芸術といったものが、いわゆる「金儲けの論理」に飲み込まれてしまうことの問題性を指摘してきた。一般的なレベルでも、そのような言説を見つけることは困難ではない。筆者は例えばそのことを、現代のベートーベンと呼ばれた佐村河内守について論じたときに確認した（伊藤高 2021d: 29-33）。

初音ミクに関して、企業による人々の創造性の管理、といった視点に立って批判的な論評を行ったのが、メディア産業などについての評論で知られる大塚英志である。彼は、初音ミク関連作品の投稿の場となったニコニコ動画を運営するドワンゴとKADOKAWAが経営統合を発表した際（2014年）に、ニコニコ動画のようなプラットフォームが人々の創造性に対して果たす管理的側面を強調して、警鐘を鳴らしている。大塚によれば、ニコニコ動画のようなシステムは、「投稿のインフラとして最適化されたもの」である。「『インフラの中で創作する』ということは、その中で創作行為そのものもまたインフラに対して最適化する」のだという。そして、「『創作し易いシステム』として、二次創作型の創造性を誘発するサービスの提供（例えば初音ミク）に『一次商品』は変化していくだろうし、それによって、二次創作されたコンテンツを、受け手はコンテンツとして接していく、という関係が成立する」と指摘する（大塚 2014: 34）。大塚はさらに、次のように続けるのである。

これを、ユーザーの側が能動的に文化を生産していく下から文化を成立させるシステムであり、日本のポップカルチャーの創造性だと賛美する議論が、北米のカルチュラル・スタディーズの一部にある。しかし、これは「下からの変容」を体制へのカウンターとして擁護しがちなカルスタの中途半端な左翼性の産物である。だからこういう主張に惑わされず、「KADOKAWA・DWANGO」は決してコンテンツの配信システムでもコンテンツ制作会社でもなく、「ユーザーのコンテンツ制作を誘発し回収するシステム」なのだとすることを冷静に見るべきだ。

つまり、ニコ動とKADOKAWAの合併で成立したのは、「ユーザーの創造性を限定的な条件の中で発露させ、コンテンツを提供させるインフラである」、ということだ。コンテンツ企業とWeb配信のインフラ企業の合併などでは決してない。（大塚 2014: 34-35）

初音ミクがUGCを活発化させ、音楽産業に大きな変革をもたらしたことは、現象としては疑いようがないであろう。しかし、社会システムの作動という観点に立ったとき、必ずともそうともいえない部分がある。上記の大塚のコメントは、消費システムと創作システムを観察し、「利益になるか否か」というコードに沿って作動する文化産業システムの役割の連続性を強調したコメントであると言えるだろう。UGCが一般化し

た今日にあっても、文化産業あるいはメディア文化の創造性を喚起するにあたり、文化産業システムは大きな役割を果たしている。このことは前記のクリプトン社の働きからも理解できる。

ニコニコ動画ユーザーで SF 作家の野尻抱介は、クリプトン・フューチャー・メディアが UGC を活用したマーケティングの活性化について大きな役割を果たしたことについて触れて、次のように述べている。

UGC は個人のみながつくるものだと思っていたけれど、実は舞台裏を見ると、企業の方々がすごく苦勞してリードしているんですね。一度クリプトンさんにお邪魔した時に、ドワンゴの方と一生懸命いろいろ相談しているところを拝見したこともあります。誰も、もちろん企業の損得は意識しているんだろうけど、目先の利益を求めているわけではなくて。まずは、この文化を盛り上げなきゃいけない、この流れを止めちゃいけないという想いが一致していたのを感じました。そういう意味では、僕らユーザーが外から見ているイメージどおりのものを、中でもやっていたんですね。大変そうだけど、頑張ってくれてありがたいなと、ずっと思っていました（野尻 2023: 158）

では、社会システム論の観点に立ったとき、初音ミクが起こした変革はどのように解釈することができるのであろうか。この点について、節を変えて考察してゆこう。

3. 消費システムの反省的観察能力の増大と初音ミクの革新性

社会システムは環境を観察し、環境における情報を自己のコードに則って選択し、有意とされる情報に対して反応して、社会システムとしての作動を継続する。このため、社会システム論は、社会システムの観察についての理論でもある。観察において重要なのがメディアである。この場合、メディアを2つのものに大別できる。ひとつはニクラス・ルーマンやノルベルト・ボルツが「伝播メディア」や「技術メディア」と呼んだもので、一般に我々がメディアとしてイメージする情報伝達の道具のことである。もうひとつは、「シンボルによって一般化されたコミュニケーション・メディア」や「制御メディア」と呼ばれるもので、情報を取捨選択し、特定の情報を有意なものとして選択するコードのことである（伊藤高 2021a: 144-147）。

このメディアという観点から初音ミクが大衆的認知を獲得した過程を分析してみよう。初音ミクが登場し、大衆的認知を得るにあたっては、インターネットにつながれたパソコンという、新しい「マスメディア」の存在が不可欠であった。「マス・コミュニケーション」とは、ひとつの情報発信源から、不特定多数の受け手への情報発信である。それを実現する道具やシステムが「マスメディア」と呼ばれるべきものであろう。そう考えるならば、インターネット、あるいはそれを媒介にして行われる不特定多数の

人々への情報発信行為はマス・コミュニケーションであり、そのときに利用される道具としてのインターネットやパソコン、スマートフォンといったものはマスメディアと呼び得るものである。インターネットやスマートフォンといった新しい情報伝達技術や機器の発達によって、従来のテレビや新聞といった「旧マスメディア組織」が衰退していく状況をとらえて、「マスメディアの終焉」と理解する言説も存在する。しかし、「旧マスメディア組織」は終焉の途上にあるのかもしれないが、今日は一般大衆の誰もがマスメディアを持ち、いつでもマス・コミュニケーションを行い得る、マス・コミュニケーションが全面化した時代である（伊藤高 2019）。初音ミクも、そのようなマス・コミュニケーションの全面化という技術的背景があつてはじめて、大衆的認知を得る存在となった。

初音ミクがインターネットやパソコンの普及を前提とした存在であることは、ここで繰り返すまでもない。社会をコミュニケーションの連鎖によって成り立つ複数の社会システムの複合性という観点から捉える社会システム論の観点から考えるべきは、「技術メディア」の変革が、社会システムの観察と、社会システムを構成するコミュニケーションの連鎖にいかなる変化をもたらしたのか、という点である。

このように考えたときに、インターネットがもたらしたマス・コミュニケーションの全面化という現象は、消費システムが消費システムそのものの作動を反省的に観察し、そこに有意な情報を見出だして次のコミュニケーションの連鎖に接続し、創作システムを機能分化させていく能力を飛躍的に高めたといえることができる。インターネットが普及する以前は、マス・コミュニケーションを實踐できるのは、テレビや新聞、ラジオといった「旧マスメディア組織」といったものに関与できる人々のみであった（伊藤高 2019）。有名俳優であっても、広く社会に自分の考えを訴えたいと思えば、「旧マスメディア組織」にとりあげてもらふ必要があつた。インターネットがもたらした「マス・コミュニケーションの全面化」は、旧マスメディア組織から、マス・コミュニケーションを独占するという特権を奪った。従来であれば、消費システムは環境を観察し、環境の中に存在する文化産業システムの作動を観察することによって、文化産業システムを通じて提供される創作システムの作動を観察することができた。もちろん、アマチュアのバンドの演奏を聴く機会は存在したが、そうしたアマチュアの演奏はライブハウスなど、特定の場と時間に拘束されていることが多く、「不特定多数の大衆」に向けて、アマチュアのバンドが自らの作品を聴衆に届けるには大きな困難が伴ったに違いない。インターネットの普及と、YouTube やニコニコ動画のような動画プラットフォームの一般化は、そうした状況に大きな変化を与えた。

初音ミクはボーカロイドという音声合成ソフトウェアであることにとどまらず、様々な人々が消費活動であると同時に創作活動を行うプラットフォームとして機能した。先

述の通り、クリプトン社はピアプロという投稿サイトを立ち上げて、ユーザー同士の創作行為を促した。そこでは、コミュニケーションの参加者が互いの行為を観察し、それがあらたな相互行為あるいはコミュニケーションを生み出すことを可能にした。

例えば、2008年から初音ミクを使って作品を発表し、やがてプロの音楽家となった40mP（イナメトオル）の例を見てみよう。彼は自身が初音ミクに触れてオリジナルの音楽を発表し、やがてボカロPとしてプロになっていく2008年からの4年間の過程を単行本（マンガ）にまとめている（40mP・たま 2018）。以下、彼の著書に従って、彼がプロになっていく過程を追ってみよう。

彼は、もともと音楽をつくることを趣味とし、学生時代には電子ピアノを使って作曲を行っていたが、音楽で生活をしていくのは難しいと思い、一般企業に就職した。そして、趣味としてDTMを勉強した。その過程で初音ミクを知るところとなった（同上：2-5）。最初は自ら動画もつくってニコニコ動画に楽曲を投稿した。発表した作品には批判的なコメントもついたが、それが勉強にもなった。初期の曲「Melody in the Sky」が週間のボーカロイドランキングで3位となり、さらに、この曲を実際に歌ったり、演奏したり、PV（プロモーション・ビデオ）をつくったりしてくれる人も登場した。自分の曲を歌ってくれた人を通じて、ボーカロイド利用者のSNSを知り、他のボカロPや作画作家、実演家らとの人脈を広げた。そうした人々の協力を得てオリジナルのCDを作成し、ライブも行うようになった（同上：10-71）。2010年には、メジャーレーベルからの誘いがあり、メジャーデビューを果たした（同上：74-81）。その後、彼の曲がテレビアニメのオープニング曲に採用されるなど、成功を収め、プロとしての独立を果たした（同上：105）。

上記の記述からもわかるように、彼がボカロPとして知名度を上げる過程において、生のボーカリストや実演家、PV制作などを担当する作家などとの出会いがあった。そのことが結果的に、彼がプロとして独立することを可能にした。そしてこうした出会いの多くは、オンライン上で実現した。初音ミクなどを利用したUGCにおいては、動画サイトに連絡先を書くことが常態化することになったという（スタジオ・ハードデラックス編 2011: 60）。

このことを社会システム論の言葉で表現すれば次のようになる。消費システムはインターネットや動画プラットフォームの発展により、自己を観察する能力を高めた。それによって消費システムは、創作システムを機能分化させる能力を飛躍的に高めた。匿名掲示板サイト「2ちゃんねる」の創始者であり、「ニコニコ動画」の立ち上げメンバーでもある実業家のひろゆきは、初音ミクとニコニコ動画との関係について次のように述べている。

ニコ動が残した功績のひとつは、匿名の人たちの共同作業というものを当たり前にしたことですね。曲をつくる人がいて、絵を描く人がいて、動画にミキシングする人がいて。そうして出来上がったものが動画として上げられるんだけど、その権利者が誰なのかって、未だにハッキリしていないんですよ（笑）。サイト上では最終的に上げた人の権利にはなっているけど、内容はみんなて寄ってたかってつくったもの、という特殊な文化が、初音ミクと相性が良かったんでしょうね（ひろゆき 2023: 151）

初音ミクの登場により、従来の音楽ビジネスの在り方が根本的に変わったわけではない。文化産業システムは消費システムを観察し、そこから機能分化して現れる創作システムを観察し、「利益になるか否か」という規則に沿って、創作システムで作りだされるものを「商品化」する。この過程は、40mPの例でも同じである。

ただし、従来との違いは、インターネットを中心とした技術メディアの発展によって、消費システムが自らを反省的に観察する能力を高め、そこから多様な創作システムを機能分化させたことである。文化産業システムは、そのような自己観察の能力を高めた消費システムと、そこから機能分化した創作システムを観察し、その新たな両システムのありように適合した形で有意な情報を自らの作動に採り入れていった。

従来のアドルノの文化産業論やボードリヤールの消費社会論では、資本による文化の支配や、大衆の欲求の管理が問題として意識されていた。これを社会システム論の観点から捉えれば、文化産業システム、創作システム、消費システムという異なる社会システム間の力関係において、文化産業システムが他の社会システムを支配している状態であったということが出来る（伊藤高 2020a: 14-15; 2020b: 65; 2021b: 78）。

文化産業システムが、消費システムと創作システムに強い影響を今日でも持っていると考えられることはできる。しかし、やはりそれを一方的な支配や、管理という側面だけから捉えることの説得力は失われつつあるであろう。特に、初音ミクを巡る音楽産業の変容は、文化産業システム、創作システム、消費システム、という互いに構造的カップリング状態にある異なる社会システム間の力関係の変容を明らかにした、と解釈することができる。つまり、消費システムが自らを観察する能力を高めたことにより、消費システムおよび消費システムから機能分化した創作システムは、より多くの自律性を文化産業システムに対して持つようになったといえる。

筆者はボードリヤールのシミュレーションとシミュラクルの議論を検討する中で、ボードリヤールの消費社会の理論において、資本主義や社会的エリートからの管理から逃れる方策として、記号の意味を問い直し、現実と記号のズレを明らかにすることが示唆されていると指摘した（伊藤高 2021b: 76）。社会的意味をつくりあげる記号の意味を問い直すことは、社会そのものの在り方を反省的に捉えなおすことである。このことによって、資本主義や社会的エリートが定義する現実とは異なる、多様な現実の可能性

に目を向けることができる。これは言い換えると、消費者自身が自らの行動を反省的に捉える能力を身に着けることが、消費社会における資本の管理から自由になるために必要であること意味する。資本の管理から自由になるとは、商品を選択するという「選択の自由」の領域にとどまらないことである。このことは、消費者が創造性を発揮することにつながる。消費システムが、自らの社会システムの作動を反省的に捉える能力を増したということは、上記のようなボードリヤールの議論で示唆されていたことを、社会システム論的に言い直したものである。インターネットや初音ミク、あるいはニコニコ動画のようなメディアあるいはプラットフォームの発達は、消費システムが自らの作動を反省的に捉える能力を飛躍的に高めた。その結果、消費システムは創作システムを機能分化させる能力を高め、文化産業システムからより高い自律性を持つことになったのである。これらが、初音ミクが音楽産業やメディア文化にもたらした変革の背景に存在するものである。

4. 結 語

本稿では、現代日本の音楽産業における、ボーカロイドソフトウェア「初音ミク」の革新性について考察してきた。

初音ミクは、そのユーザーが独自に創作したコンテンツが評判を呼び、新しいメディア文化を生み出したと評価される。初音ミクを生み出したのは、クリプトン社という企業であるが、そのコンテンツを生み出したのは、無数のアマチュアの音楽家や動画制作者たちであった。この意味で、初音ミクは UGC によって創り出された新たなメディア文化であり、そこで見出された新たな才能は、ボカロ P として様々な領域で活躍し、現代の日本の音楽産業の不可欠の要素となっている。

しかし、社会システム論の観点に立ってみると、必ずしも上記のような点だけをとらえて、初音ミクの革新性を論じることはできない。というのも、メディア企業のコミュニケーションによって構成される文化産業システムは従来より、消費システムの作動の中から機能分化して生成する創作システムを観察し、そこに有意なものを見出し、それを「商品化する」ということを行ってきたのであり、この点では、初音ミクの発展過程においても、文化産業システムは同様に作動したからである。

しかし、やはり初音ミクが現代の日本の音楽産業に大きな変革を与えたことに間違いはない。初音ミクの革新性を筆者の社会システム論の観点から捉えるならば、それは、インターネットや動画サイトなどのメディアやプラットフォームの普及にともなう、消費システムにおける自己観察、自己反省の能力の圧倒的拡大という点に求められる。テレビや新聞などのような旧マスメディア組織がマス・コミュニケーションを独占してい

た時代は、文化産業システム、創作システム、消費システム相互の力関係において文化産業システムの力は相対的に強かった。インターネットの普及は誰もがマス・コミュニケーションを容易に実践することを可能にした。その結果として、消費システムにおいては、自己の作動を観察する能力が飛躍的に向上した。そうした中で、消費者として初音ミクを利用して音楽創作をする人々や、その音楽に合った動画を制作する人々などのコミュニケーションが活性化し、それらが消費システムから機能分化して、創作システムを形成した。文化産業システムは、そうした創作システムの生成と作動を下支えすると同時に、従来のビジネスモデルである CD 化やテレビアニメへの起用などを行い、初音ミクを利用した創作活動の活性化と、その大衆的認知の向上に貢献した。

以上のようなことを本稿では論じてきた。

本稿では社会システム論の観点から、初音ミクの革新性について考察した。しかし、ボカロ P と呼ばれる人が大衆音楽シーンで数多く活躍するようになり、また、ボーカロイド楽曲を実際に歌ったり演奏したりする人がメジャーデビューを果たし、ヒットチャートの上位にランクインすることが日常化した今日において、初音ミクの革新性の全側面を本稿で論じることができたわけではない。初音ミクについてはより多角的な視点から考察していく必要があると考えるが、これについては今後の課題としたい。

参考文献

- 阿部裕貴 (2011) 『初音ミク革命：とある大学生の一考察』千葉北図書。
『ボカロ P の中の人』の中の人編 (2015) 『ボカロ P の中の人』PHP 研究所。
遠藤薫 (2013) 『廃墟で歌う天使：いま読む！名著 ベンヤミン『複製技術時代の芸術作品』を読み直す』現代書館。
Fraade-Blanc, Zoe & Aaron M. Glazer (2017) *Superfandom: How Our Obsessions are Changing What We Buy and Who We Are*, Profile Books. (=関美和, 2017, 『ファンダム・レボリューション：SNS 時代の新たな熱狂 (電子書籍版)』早川書房。)
濱野智史 (2015 [2008]) 『アーキテクチャの生態系：情報環境はいかに設計されてきたか』筑摩書房。
ひろゆき (2023) 「識者が語る初音ミク② ひろゆき・事業家」『別冊カドカワ 総力特集初音ミク』968 (カドカワムック)：149-154。
井手口彰典 (2017) 「コントロールラブル・アイドル：初音ミクにとっての 2010 年代」『コンテンツ文化史研究』10・11：5-20。
伊藤博之 (2023) 「インタビュー① 伊藤博之クリプトン・フューチャー・メディア株式会社代表取締役」『別冊カドカワ 総力特集初音ミク』968 (カドカワムック)：196-198。
伊藤高史 (2019) 「インターネット・SNS 時代の「マス・コミュニケーションの全面化」に関する考察」『評論・社会科学』131：1-21。
————— (2020a) 「『啓蒙の弁証法』の文化産業論と社会システム論に基づくメディア文化の分析枠組みに関する考察」『評論・社会科学』134：1-20。
————— (2020b) 「ボードリヤールの消費社会の「理論」と社会システム論に基づくメディア文化の分析枠組みに関する考察」『評論・社会科学』135：55-71。
————— (2021a) 「ノルベルト・ボルツの「メディア論」と社会システム論」『評論・社会科学』136号：141-159。

- (2021b) 「メディア文化の社会システム論的分析枠組みとボードリヤールのシミュラクルとハイパーリアル概念に基づく分析」『評論・社会科学』137: 65-84。
- (2021c) 「社会システム論的分析枠組みによるスター歌手森高千里の大衆的認知獲得過程の分析：理論モデルの実証研究への応用の試みとして」『評論・社会科学』138: 21-39。
- (2021d) 「『現代のベートーヴェン』と呼ばれた佐村河内守のゴーストライター騒動を巡る社会システム論的分析」『評論・社会科学』139: 23-42。
- (2022a) 「メディア論としての社会システム論に基づくスター歌手森高千里の身体性と大衆文化に関する考察」『評論・社会科学』140: 1-21。
- (2022b) 「テクノポップユニット Perfume の非人間的身体性の表象に関する社会システム論的考察」『評論・社会科学』141: 49-70。
- (2022c) 「『マス・コミュニケーションの全面化』時代におけるメタルダンスユニット BABYMETAL の成功過程に関する社会システム論およびメディア論的分析」『評論・社会科学』142: 69-89。
- (2022d) 「メタルダンスユニット BABYMETAL の創造性と大衆性獲得過程に関する社会システム論的分析」『評論・社会科学』143: 67-88。
- (2023) 「社会システム論における身体性とメタルダンスユニット BABYMETAL に関する分析」『評論・社会科学』144: 53-74。
- 片野浩一・石田実 (2017) 『コミュニティ・ジェネレーション：「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。
- 剣持秀紀 (2011) 「“音声を創る” システム 歌声合成エンジン『VOCALOID』開発秘話」スタジオ・ハードデラックス編『ボーカロイド現象：新世紀コンテンツ産業の未来モデル』PHP 研究所：40-47。
- 増田聡 (2008) 「データベース，パクリ，初音ミク」東浩紀・北田暁大編『思想地図 vol.1』日本放送協会：151-176。
- 野尻抱介 (2023) 「識者が語る初音ミク③ 野尻抱介・SF 作家」『別冊カドカワ 総力特集初音ミク』968 (カドカワムック)：155-160。
- 太田省一 (2011) 『アイドル進化論：南沙織から初音ミク，AKB48 まで』筑摩書房。
- 大塚英志 (2014) 『メディアミックス化する日本』イースト・プレス。
- 柴那典 (2014) 『初音ミクはなぜ世界を変えたのか?』太田出版。
- スタジオ・ハードデラックス編 (2011) 『ボーカロイド現象：新世紀コンテンツ産業の未来モデル』PHP 研究所。
- Toffler, Alvin (1980) *The Third Wave*, Pan Books (= 徳岡孝夫, 1982, 『第三の波』中央公論社。)
- 40mP・たま (2018) 『ボカロ P で生きていく：40mP のボーカロイド活動日誌』KADOKAWA。

Analyzing the Innovative Meaning that the Vocaloid Software Hatsune Miku Brought to the Music Industry from the Social Systems Theory Perspective

Takashi Ito

This study analyzes how Hatsune Miku, released as Vocaloid software in 2007, changed the way people interacted with music and clarifies the innovative meaning that Hatsune Miku brought to the music industry and the creativity of the cultural industry system. User-generated content using Hatsune Miku has attracted a large audience and has been praised for creating a new media culture. However, from the perspective of social systems theory, the cultural industry system has traditionally been an operation of observing the creative system, functionally differentiated from the consumption system, and commercializing it according to its own code of whether it is profitable or not. In this respect, the cultural industry system demonstrated its conventional creativity, and it cannot be said that Hatsune Miku brought revolutionary meaning to the music industry. When we analyze the process by which Hatsune Miku gained mass recognition from the perspective of social systems theory, it becomes clear that the spread of the Internet and online video-sharing platforms significantly increased the ability of the consumption system to observe its own operations reflectively. This has prompted a fundamental change in the power relations of the traditional cultural industry, consumption, and creative systems.

Key words: Social systems theory, Culture industry, UGC (User Generated Content), Vocaloid, Hatsune Miku