

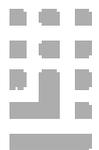
INOUE seminar × nikoniko douga

事業コンセプト分析

ニコニコ動画

早稲田大学商学部 井上ゼミ9期
高橋里佳 村田帆

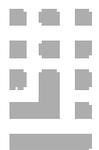
アドバイザー 永山晋



事業概要

設立会社	株式会社ドワンゴ (提供元は株式会社ニワンゴ)
代表	ドワンゴ会長 川上量生 (ニワンゴ社長 杉本誠司)
事業内容	動画共有サービス
サービス開始日	2006年12月12日
会員数 ※1 (うち、有料会員数)	3,626万人 (211万人)
利用率	国内2位

※1…(株)ドワンゴ 2013年9月期決算資料より



動画共有サービスの利用率

順位	サイト名	利用率
1	YouTube	83.3%
2	ニコニコ動画	47.6%
3	FC2動画	37.1%
4	Dailymotion	12.0%
5	Anitube	10.2%

※ 株式会社コムスコアジャパンによる
2012年12月単月の動画サイト利用者数から筆者作成



動画共有サービスの主な収益源

ユーザー課金

- ニコニコ動画

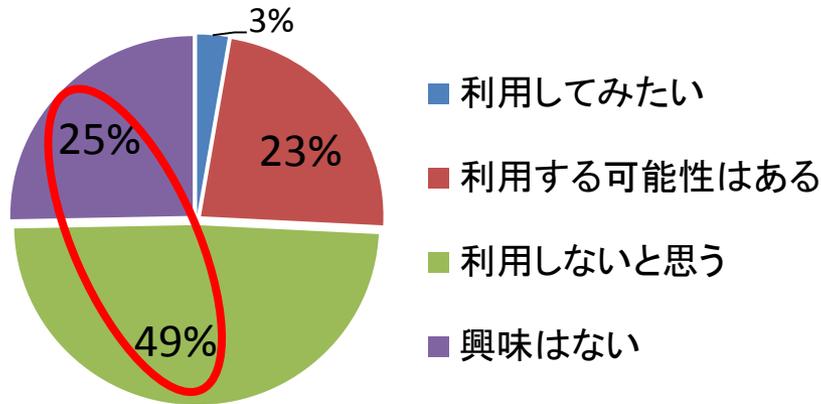
企業広告

- YouTube
- FC2動画
- Dailymotion
- anitube

ニコニコ動画のみ
ユーザーからの課金収入

課金制成立の難しさ

【非利用者の有料動画サービスの利用意向】

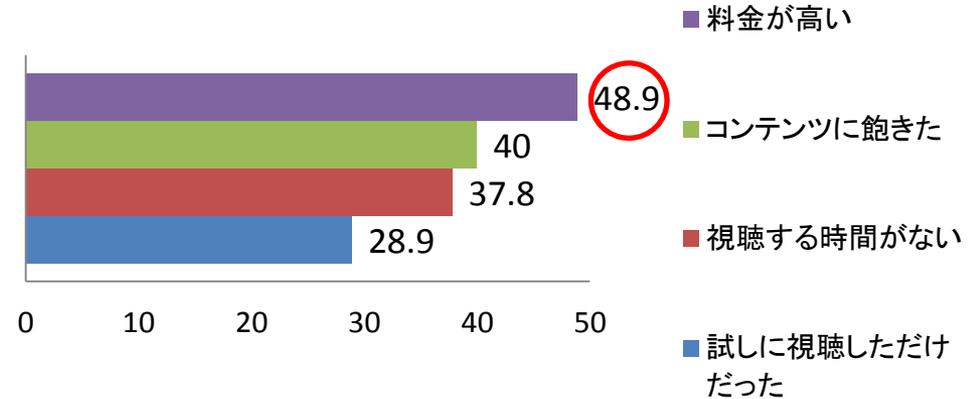


(甲斐祐樹『動画配信ビジネス調査報告書』(2013) p.170-参照)



課金する意向がユーザーにない

【有料動画サービスの利用を止めた理由】



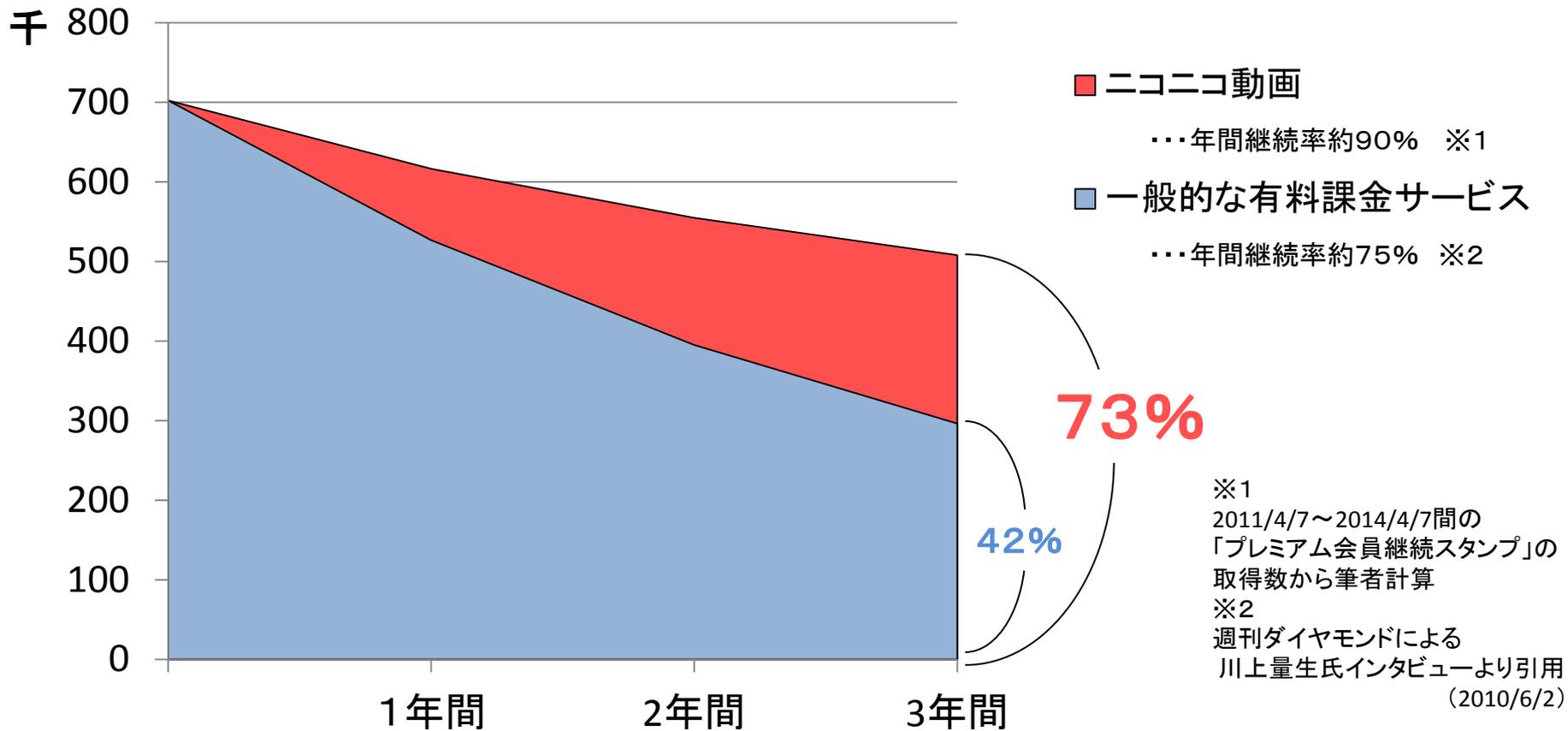
(甲斐祐樹『動画配信ビジネス調査報告書』(2013) p.171参照)



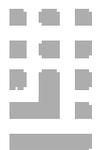
サービス停止の最大の要因は料金

ネットユーザーは有料動画サイトの
利用に消極的な傾向にある

驚異的な継続率

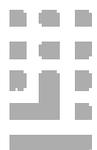


ユーザーは長い間使い続けている



問い

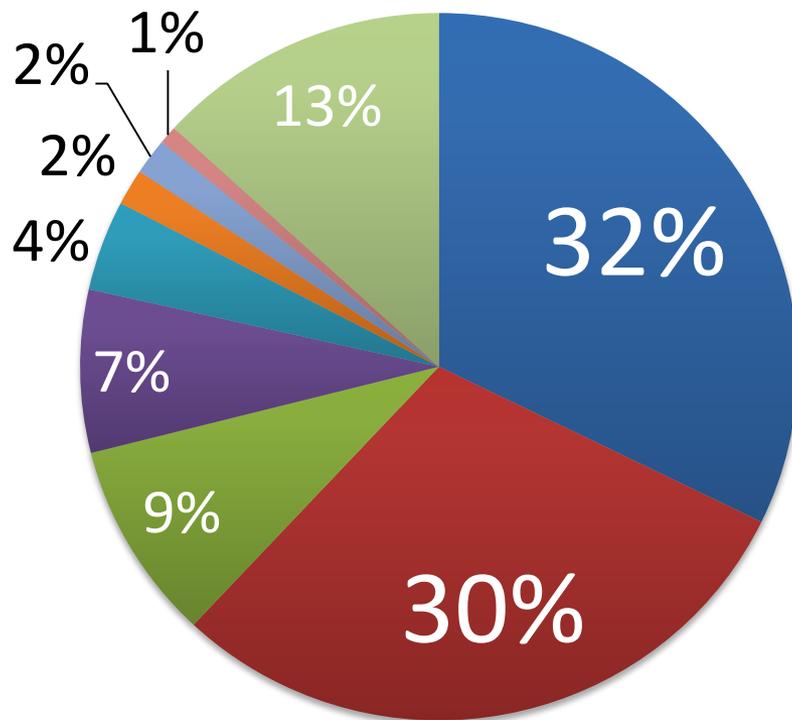
なぜユーザーは
ニコニコ動画を使い続けるのか？



誰に【顧客】



人気ジャンルから見るユーザー像



- アニメ
- ゲーム(半数は実況)
- ボーカロイド
- 歌ってみた
- 時事ネタ(佐村河内)
- 描いてみた
- 踊ってみた
- 弾いてみた
- その他

※ニコニコ動画 2014年3月 月間ランキングより
上位100位までの動画のジャンルを集計

ユーザーはアニメやゲームが好きな人たち



ユーザーへの一般的なイメージ

「アニメ・ゲーム趣味を持っている人にどのようなイメージがありますか？」 N=21(自由回答)

※非ニコ動ユーザーにアンケート実施

- **引きこもり**
- その趣味だけに傾倒している
- 独自のコミュニティにこもっていそう
- **インドア派**
- サブカルチャー
- さわやかな感じはしない
- **内向的**
- **2次元に生きている人**
- **現実にはありえない出来事を別の次元に求めている人**

ユーザーは内向的なのか・・・？





実際に観察したところ・・・

ニコニコ超会議3より
(2014.4.27~4.28開催)



※一部、動画『全員主役』ニコニコ超会議3『2日目』スライドショー」ニコニコ動画より

あれ、意外と“普通”な人がいっぱい...



インタビューしてみたところ...



- 「高校では、**体育祭やクラス行事のリーダー**を任されていた」
「**東南アジア支援関係のボランティア活動**に取り組んでいる」(14/04/08 20代女性)
- 「**テニスサークルに所属**し、毎日のように練習に取り組んでいる」(14/04/24 20代女性)
- 「高校では部活の友達と固まることが多く、
人気の音楽グループや流行っていたドラマの話などで盛り上がった」(14/04/11 20代男性)
- 「ラジオ企画サークルに所属し、
自身で立案した番組を近くのカフェで流すような活動を行っている」(14/05/13 20代女性)

様々な活動を通して、
積極的に他人と交流している



さらに聞いてみると...



- 「“**こんなの**”で盛り上がっている自分を認識しちゃう。」
(興奮の波が引いたあとで空しい気持ちになることがあり、その理由としての発言)
「公共の場でアニメの話をするときには、

多少ならずとも抵抗がある。」

(14/04/08 20代女性)

- 「アニメの話は**なにも知らない人には伝えられない**。」(14/04/24 20代女性)
- 「オープンな(受け入れてくれる)環境がなければ、
やっぱり**隠さないといけない**と思う。」(14/04/11 20代男性)

ユーザーは自身の趣味について
積極的に話そうとしない



なぜ積極的に話そうとしないのか

- 「『全然興味ない人から見たら、**引かれる**かもしれない...』
って**他人の目**が気になる。」(14/04/08 20代女性)
- 「興味がない子に話すのも違うし、
痛い目で見られるのも嫌。」(14/04/08 20代女性)
- 「**実際(アニメとかを)見ていなかった**
中学までは、やっぱりちょっと**偏見**あった。」
(14/04/11 20代男性)



ユーザーは趣味を楽しむことで
自身の社会的立場が崩れることを恐れている

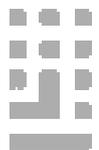


趣味の堪能への思い



- 「友達とは声優さんの話とかもしてたけど、周りの大部分は漫画とかストーリーとかの話しかしてなくて、そこに差を感じたし、深さというか、**まったく話せないわけじゃないけど、歯がゆい**というか」(14/04/08 20代女性)
- 「(大学に入って)そういう話題を**共有したくてもできない**ことが多くなった」(14/05/12 10代女性)
- 「マンガとかアニメの話について**特化して話せる(語れる)人がいないのは寂しい**」 (14/04/11 20代男性)

自身の趣味の話題について
理解してくれる人と深く共有したい

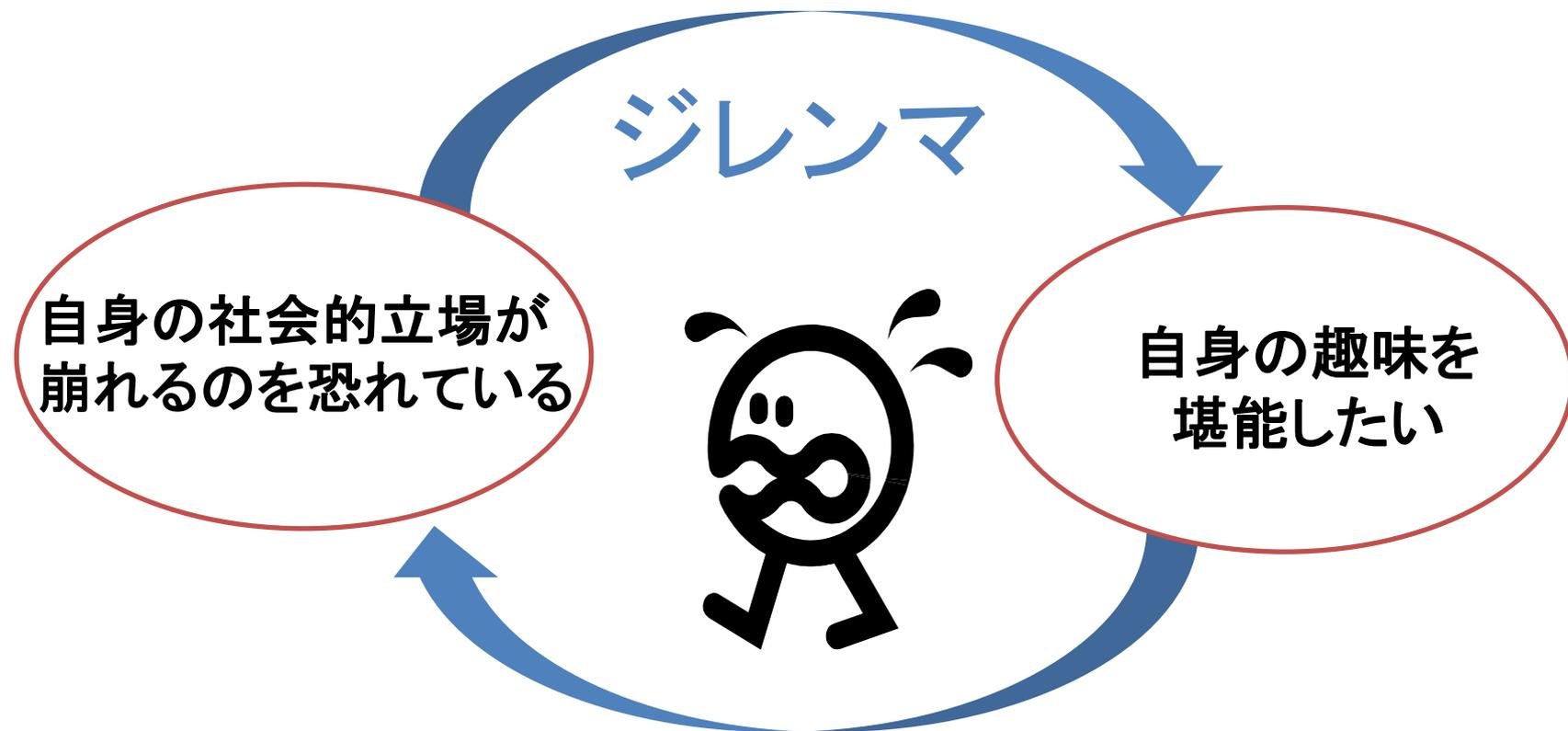


顧客

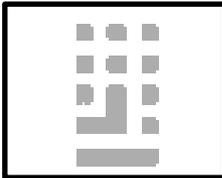
社交的であるがゆえに
自分の趣味を公開しない人



これまでのインタビューから推測すると



ユーザーはジレンマを感じているはず



何を【価値】

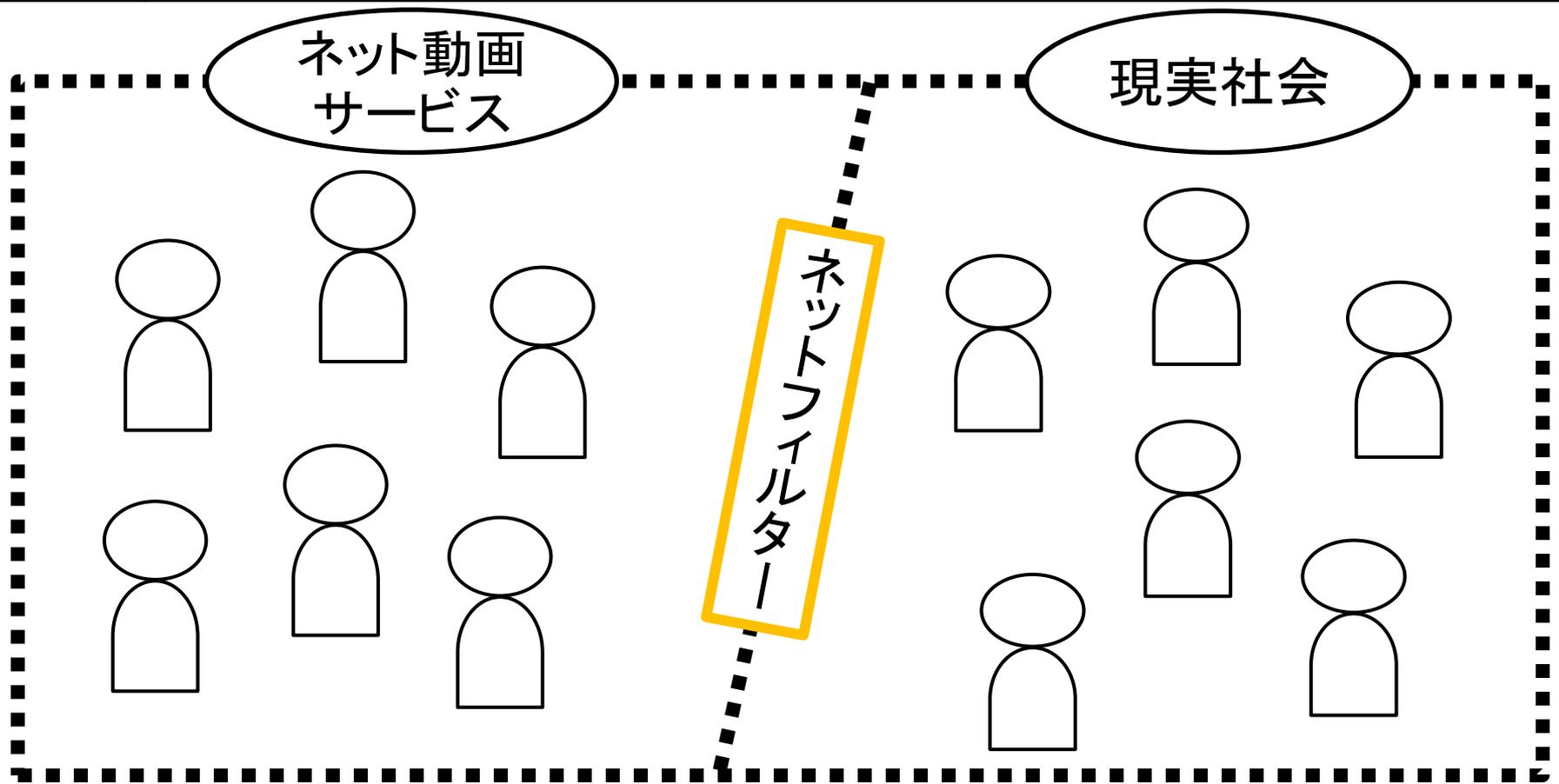
ジレンマの解消



- 「ゲーム作成に打ち込んでいる自分と、
普段大学で過ごしている自分っていう**2つの自分**がある。」
(自作のゲームのプレイ動画をニコニコ動画で投稿しているユーザー) (14/04/11 20代男性)
- 「**別の自分**なんですよ。ニコ動を見ている自分は。
こうやってサークルでワイワイ話しているときの自分と、
ニコ動の自分は**全然違うもの**だと考えてる。」 (14/05/12 10代女性)
- 「自分のなかで**ON/OFF**つけている。」 (14/04/08 20代女性)

ユーザーはニコニコ動画を使うことによって
ジレンマを解消している

動画サイトの利点



ネットサービスでは社会的立場を維持できる

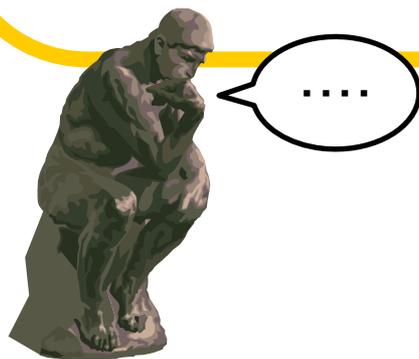


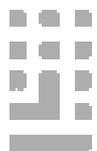
一般的な動画サイトの問題点

①自分の嗜好にあった動画が
見つけにくい

②話題の共有がしにくい

⇒自身の特殊な趣味の堪能がしにくい





①自分の嗜好に合った動画を見つけにくい ～YouTubeの場合～

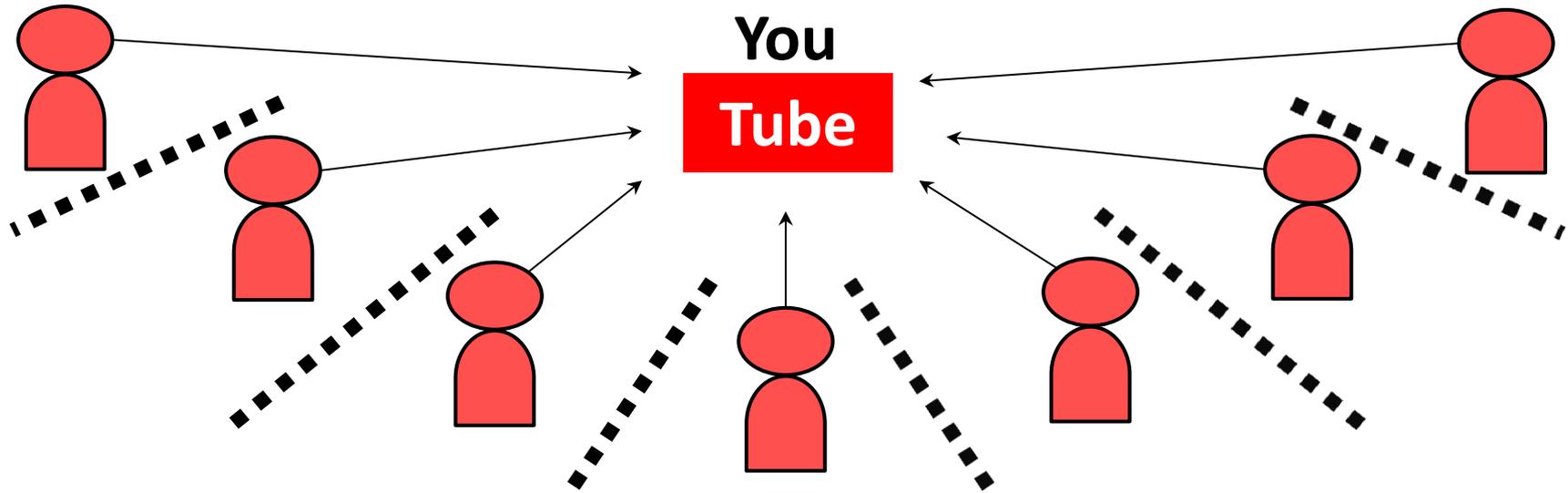
1	"Gangnam Style" - PSY
2	"CANDY CANDY" - きゃりーぱみゅぱみゅ
3	"FANTASTIC BABY M/V" -BIGBANG
4	"乙女戦争" -ももいろクローバーZ
5	"ファッションモンスター" - きゃりーぱみゅぱみゅ

※ Youtube国内再生数ランキング(2012年度)より筆者作成

サブカルチャー作品がメインになっておらず
ジャンルについて多様性がない

②話題の共有がしにくい ～YouTubeの場合～

- 「YouTubeのコメントは**全体への感想**って感じ。性質が違う。」(13/12/16 20代男性)
- 「YouTubeのコメントには、ニコ動と違って**一体感**みたいなものがない。」
(14/05/12 10代女性)



動画単体としては楽しめるが
それを共有している感覚を得られない

①自分の嗜好に合った動画を見つけやすい ～ニコニコ動画の場合～

【ニコニコ動画でメインのジャンル】

ボカロ

アニメ

ゲーム

...

日本では年間、約百数十本の
アニメーション番組が放送されている。
2013年は206本もの作品が放送された。

(例) 弱虫ペダル／ラブライブ！／進撃の巨人

銀の匙 silver spoon／マギ／ちはやふる2

ストーリー

- アニメ本編(公式配信)
- 作品中に出てくる武器を再現した動画

主題歌

- 歌ってみた動画
- 踊ってみた動画
- 別のアニメの映像と合わせてみた動画

キャラ・声優

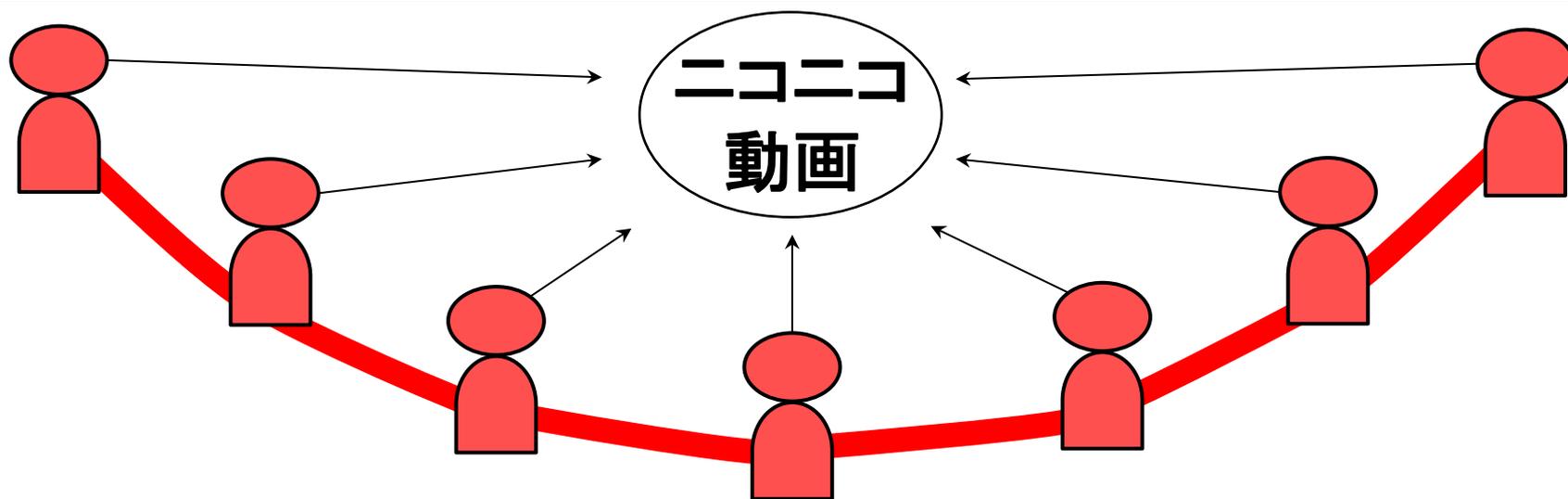
- あるキャラのセリフ部分のみを繋げた動画
- 演じる声優を特集した動画

多様なコンテンツが投稿されている

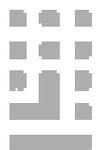
②話題の共有がしやすい

～ニコニコ動画の場合～

- 「みんなで**同じコメントを打って盛り上がるのが好き。**」(13/12/16 20代男性)
- 「**コメント多かったり、「この人同じこと考えてる！」**って
思ったりするとテンション上がる。」(14/05/12 20代女性)
- 「**ゲーム実況は一緒にゲームを楽しむような感じ。**違った視点を楽しめる。」
(14/05/13 20代女性)

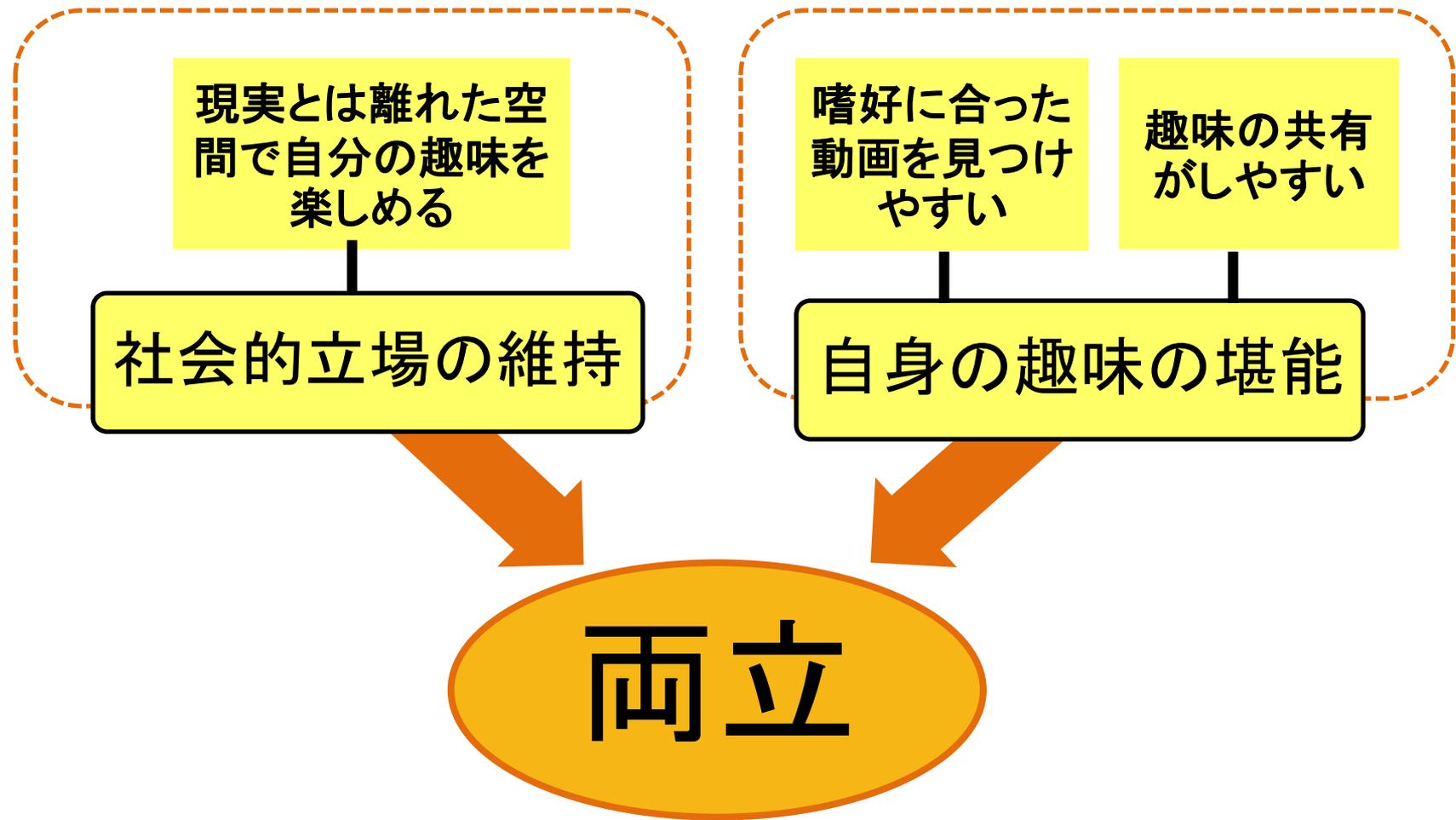


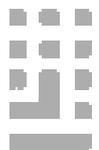
他の視聴者と共有している感覚を得られる



価値

ニコニコ動画はどちらも実現できる

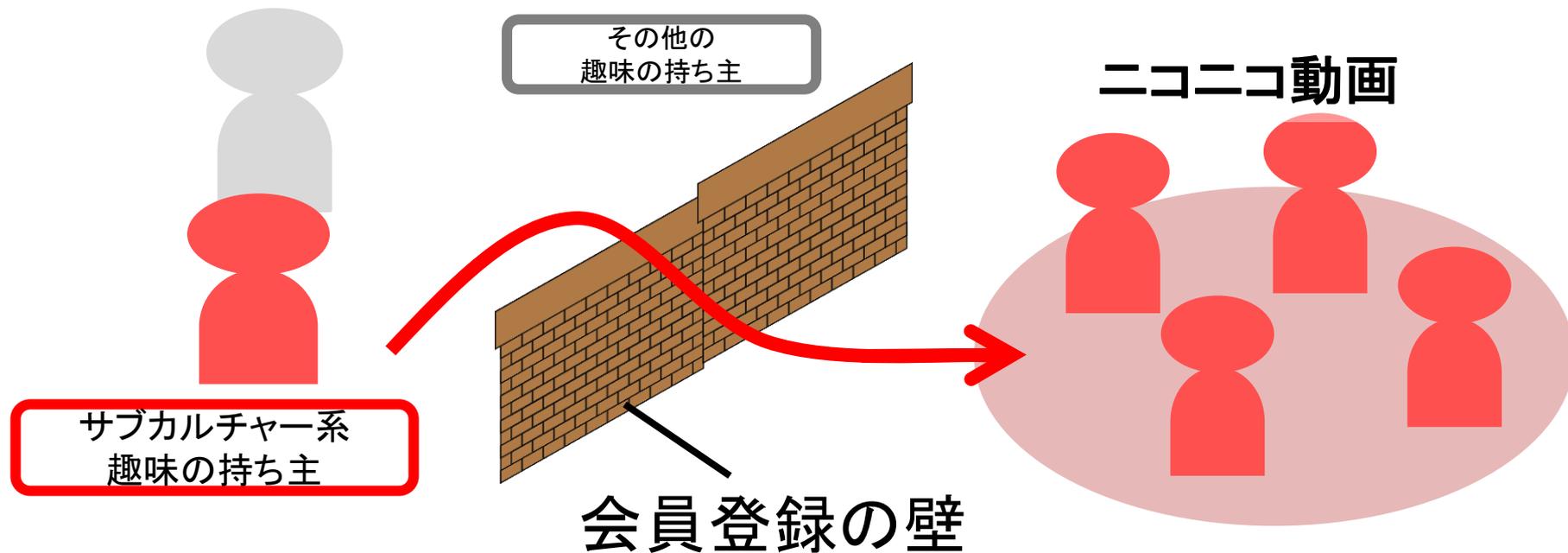




いかに【仕組み】

動画が受け入れられる前提

会員登録制



興味がなければ手間のかかる会員登録はしない

ニコ動には同じ趣味を持つ人が多い

動画が作り出される前提

✓ 収益モデルが鍵

課金収入

再生数が増えても、
儲けとは関係ない



ユーザーの好きな動画
が増える

広告収入 (例: YouTube)

再生数を稼げる動画を
生まなければ、儲からない



大衆向けの動画ばかりが
充実

課金収入だから
それぞれのユーザーが好む動画が増える



仕組み1

動画投稿者の やる気UPシステム

①

リアクション
サポート

②

賞賛
サポート

仕組み1① リアクションサポート

視聴者の目に動画が触れやすいようにする

- 画面のトップに
新着投稿動画・新着コメント動画の一覧を表示

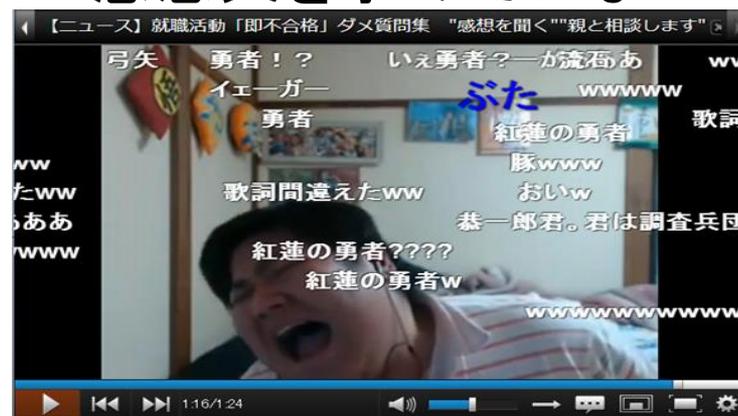
新着投稿動画



※ニコニコ動画トップページ 新着投稿動画欄 (14/5/22 閲覧)

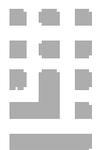
コメントをつきやすくする

- 匿名コメント
- 動画の一時点ごとにコメントできる
- 感想文を求めている



※ニコニコ動画【恭一郎】紅蓮の弓矢 進撃の巨人OP【歌ってみた】

動画について視聴者から何らかのリアクション
が来るようにサポート



仕組み1② 賞賛サポート

ニコニコ動画

- 再生数、コメント数、マイリスト数など多くの指標あり
- ジャンル別、時間別のランキングも

⇒ 再生数約1万回から上位3位に入ることも

ランキング機能

YouTube

- 再生数のみの指標
- ジャンル別もなし
- 時間別もなし

⇒ 有名動画になるには再生数約1000万回が必要

動画について視聴者から賞賛されるようにサポートしている

動画視聴者の 満足UPシステム

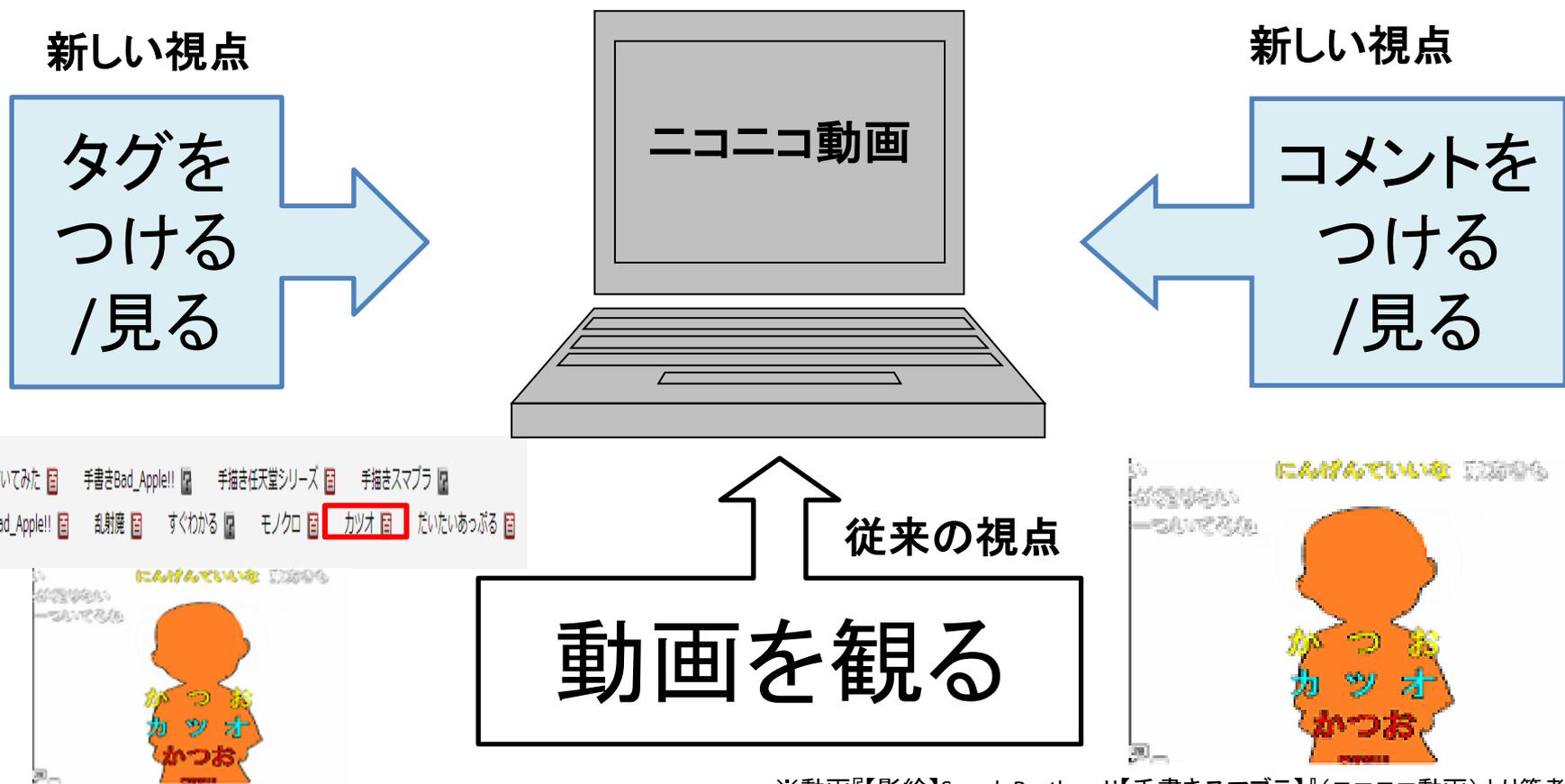
①

視点
サポート

②

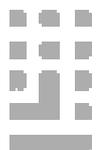
一体感
サポート

仕組み2① 視点サポート

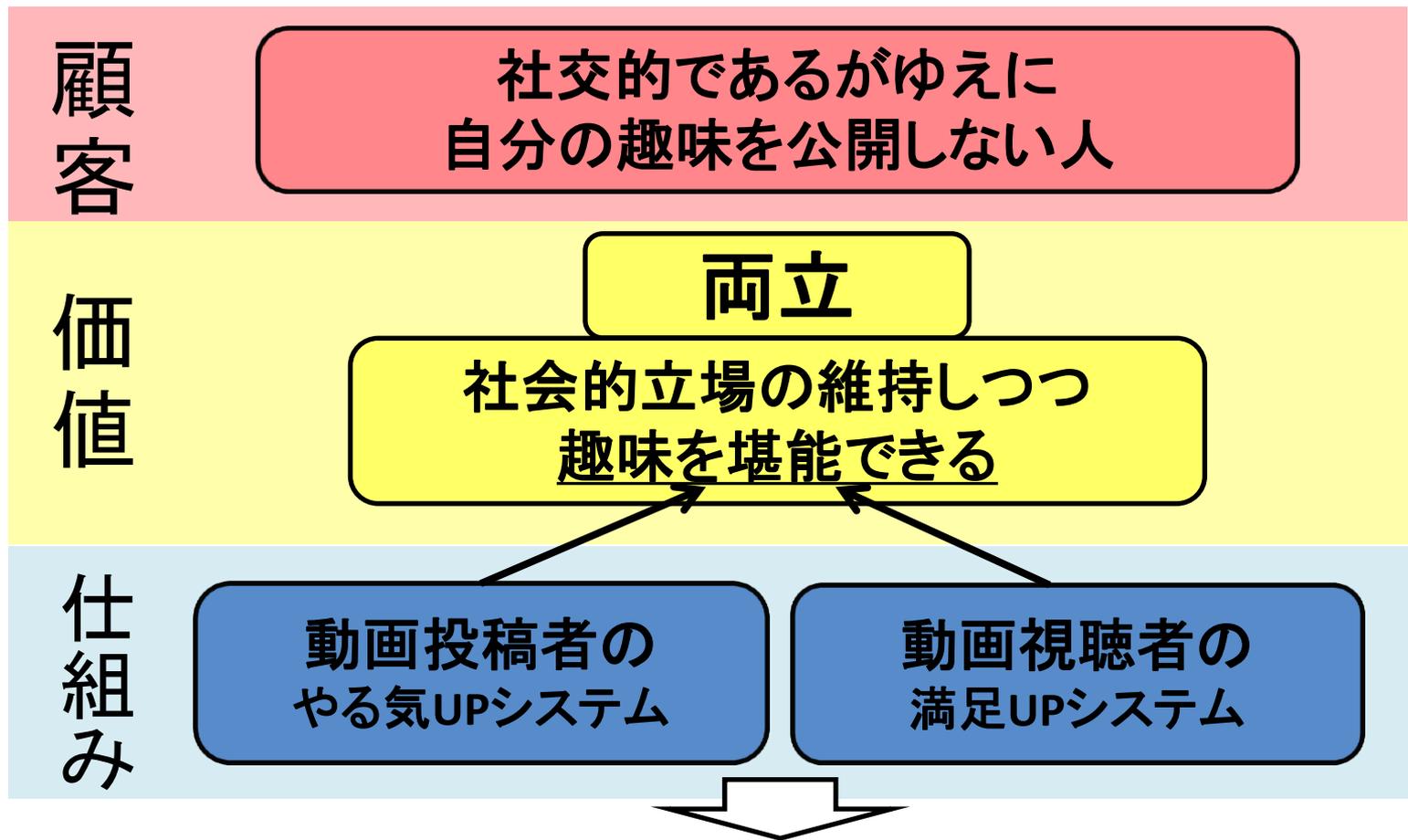


※動画『【影絵】Smash Brothers!!【手書きスマブラ】』（ニコニコ動画）より筆者作成

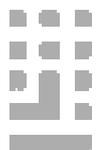
動画を楽しむ視点を変えるサポートをしている



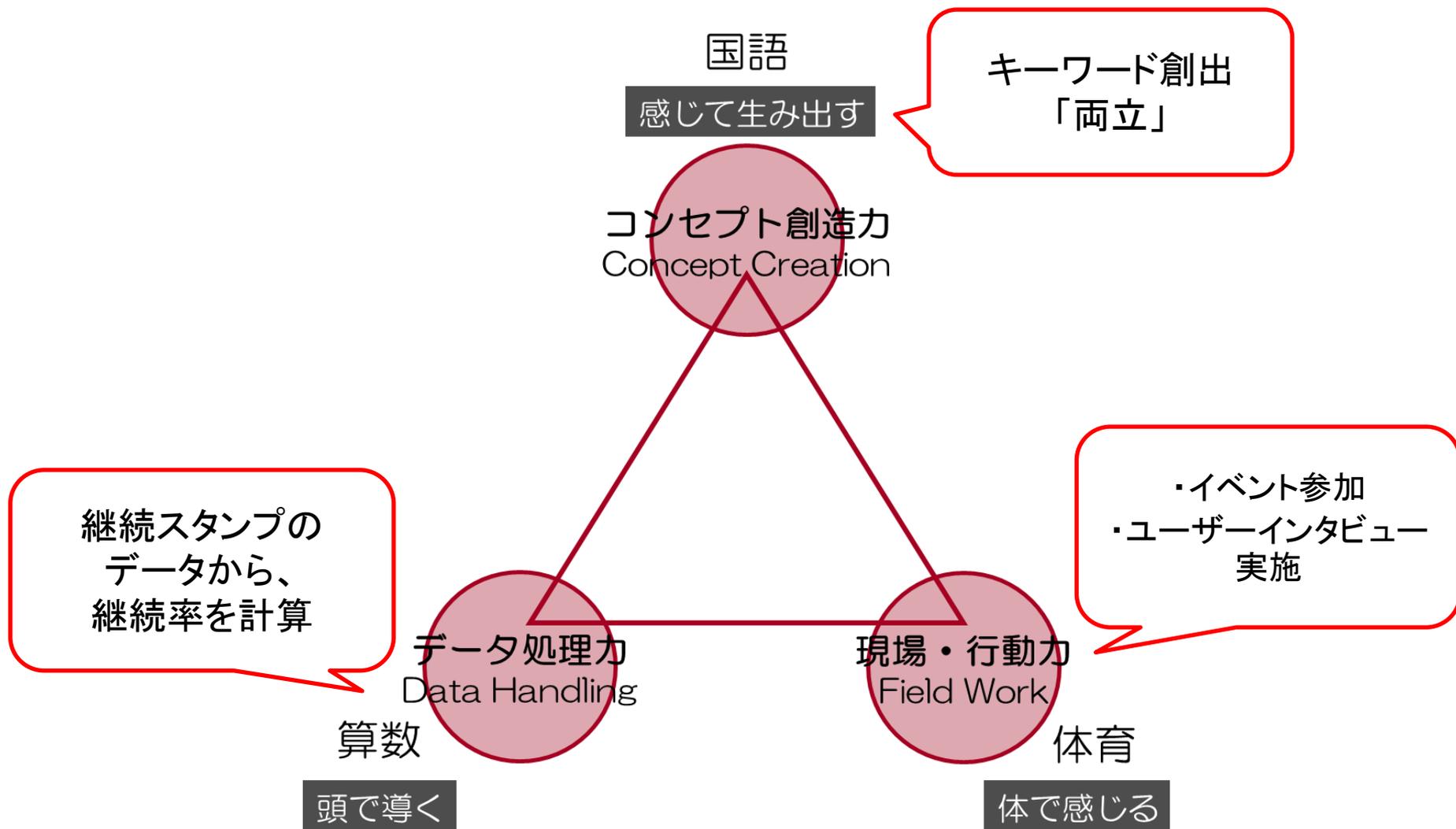
まとめ～顧客・価値・仕組み～

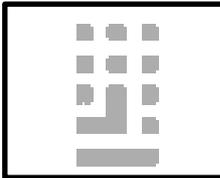


ニコニコ動画独自の価値・仕組みだけがジレンマを解消できる。
だから、ユーザーは使い続けるのだ。



3つの力の実践





参考文献

【文献】

- 川上量生(2013)『ルールを変える思考法』角川EPUB選書
- 濱野智史(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』NTT出版
- 『公式ニコニコ動画の中の人 2冊目』(2011) PHP研究所

【Webサイト】

- “7つのメジャーなSNSのアクティブ率を比較してみた(LINE, Facebook, Twitterなど)”
APP APE BLOG 〈<http://blog.appa.pe/majorsns-active-rate/>〉 (2014/05/14 アクセス)
- “ニコニコ動画は得体の知れなさが強さになっている ドワンゴ会長 川上量生インタビュー”
ダイヤモンド・オンライン 〈<http://diamond.jp/articles/-/8305>〉 (2014/05/14 アクセス)
- 株式会社ドワンゴ 公式ホームページ 〈<http://info.dwango.co.jp/>〉 (2013/12/20 アクセス)
- “【日本の動画サイト利用動向】Google・ドワンゴ・FC2の3強、年齢層に違い
PR TIMES 〈<http://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000009.000003461.html>〉 (2014/05/14 アクセス)
- ニコニコ動画 〈<http://www.nicovideo.jp/>〉 (2014/04/22 アクセス)
- YouTube 〈<https://www.youtube.com/?hl=ja&gl=JP>〉 (2014/4/22 アクセス)
- ニコニコ動画研究所 〈<http://looooooopp.blog35.fc2.com/>〉 (2014/4/22 アクセス)

【TV番組】

- テレビ東京「会員が急増中『ニコ動』って何だ！？ ネット動画に革命！—カンブリア宮殿」(2012/5/13放送)

【フィールドワーク】

- ニコニコ超会議発表会 (2014/1/9)
- インタビュー (2013/12/16~2014/5/13 のべ15名)
- ニコニコ超会議3 (2014/4/28)