

5か国同時開催  
ボーカロイド  
編曲コンテスト  
「Mixaloid」  
について

EC論 I ③  
越智、鈴木、紅谷

# 発表目次

1.構想概要

2.目的

3.マネタイズ、権利関係

4.内容

5.今後の課題

6.将来の展望

## 1. 構想概要

# 初音ミクの既存人気曲 編曲コンテスト

## Mixaloid - VOCALOID Remix Contest -

日本、台湾、シンガポール、韓国、インドネシアの5か国での共同開催  
(第1回は日本主催)

## 2. 目的

- ・ **初音ミク**を通して日本のコンテンツをアジアに広げてゆく
- ・ アジアのコンテンツを日本に紹介する→**双方向的な文化交流**へ
- ・ アートにおける市場的な価値を肯定する機会にする（金銭的利益と芸術は相反するものではない）：嫌儲的な価値観の打破
- ・ 音楽に特段興味のない一般人をも巻き込んだ一大イベント
- ・ コンテスト形式で参加者の知名度上昇、あらたな才能の発掘

## 2. 目的

なぜ**初音ミク**楽曲なのか？

- ・ **日本発祥**の音楽文化
- ・ 国外での**知名度**
- ・ 合成音声故の**無国籍性**

なぜ**編曲コンテスト**なのか？

- ・ アジア圏の言語に対応していない
- ・ 既存人気曲を題材にし、**認知度を上げる**



## 3. マネタイズ、権利関係

### ★マネタイズ

- ・ スポンサーの導入（Google、ポカリ、日清、ユニクロ、航空会社、ヘッドホン）
- ・ 本選ライブ会場での入場料
- ・ 優勝曲等の使用による収益

### ★権利関係

- ・ コンテストにおける音源は、原曲の作曲者に編曲の許可を貰った楽曲だけを使用する。
- ・ コンテスト参加時に権利に関する注意書き（エントリー曲は予選、本選等でYouTubeにアップする等）。同意する人のみ参加。
- ・ 優勝曲（予選通過曲）の使用の際には、著作権者に収益の10%程度を支払う。残りの収益は優勝者と主催者で分配、数%が主催側の収益となる）

# ビジネスモデル @ 予選

## ① コンテストを周知

...スポンサーを活用

(1) Google・YouTube  
を通しての広告



(2) スポンサー企業の  
商品に概要を記載



## ② 参加者・素材を募る



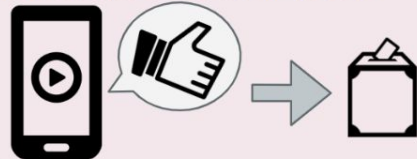
好みの素材をDL



## ③ 予選 (曲数を絞る)

@オンライン

アップされたコンテンツを  
YouTube ショートにて公開  
高評価数を票数に換算



@オフライン

イベントの開催

ランダムで流れた楽曲に投票

一度でオンラインと比べ2倍の  
票を投じることができる





# ビジネスモデル @ 予選

## ① コンテストを周知

...スポンサーを活用

(1) Google・YouTube  
を通しての周知

曲は作れないけれど  
参加できる！

(2) スポンサー企業の  
商品に概要を記載



## ② 参加者・素材を募る



好みの素材をDL



## ③ 予選 (曲数を絞る)

@オンライン

アップされたコンテンツを  
YouTube ショートにて公開  
投票数に換算

知名度向上に  
繋がるかも？

@オフライン

イベントの開催

ランダムで流れた楽曲に投票

一度でオンラインと比べ2倍の  
票を投じることができる





# ビジネスモデル @本選～

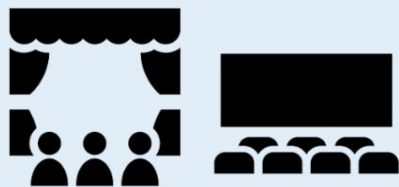
## ① コンテスト開催

第一回開催国である日本で、リアルライブを行う

予選で選抜された楽曲中から一位の楽曲を決定



YouTubeでの  
同時ライブ配信



参加各国の  
ライブハウス、  
映画館等を利用した  
ライブビューイング

審査員のライブ  
課題曲のDJライブ  
etc



## ② 優勝曲発表・商品授与

優勝曲のMV制作 + 賞金

本選に出場した楽曲が  
収録されたアルバムを  
CD・ストリーミングにて公開



## ③ その後

各参加曲のアップロード解禁

優勝曲のCM使用

日本以外を主催としたコンテストの次回以降開催

## 4. 内容

(a)スポンサーによるイベント告知

(b)予選

①素材の投稿→音源枠、音素材枠、イラスト枠の三種。曲提出

②オフラインイベント

③各国ごとの代表2組（日本4組）選出

(c)本選

①各国代表曲の発表、披露。ライブビューイング配信も。

②優勝曲の発表、賞品の授与

③その後の展開

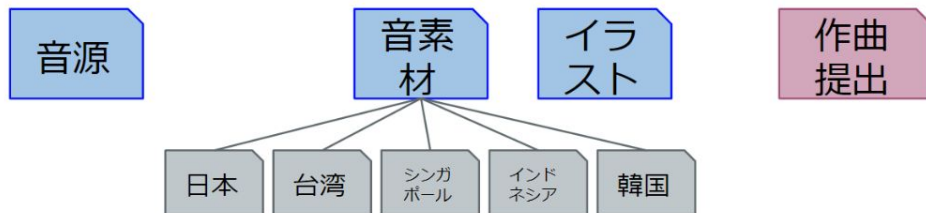
# (a)スポンサーによるイベント告知

- ◆Google社のYouTubeを利用した告知：**オンライン**での広告、shortsの利用
- ◆スポンサー側のメリット
  - ・ボカロファン層の取り込み
  - ・ニコニコからニコニコ的コミュニティの市場を奪うチャンス
  - ・YouTubeのコミュニティとしての機能構築・改善（タグ機能等）→滞在時間の延長へ
- ◆スポンサー企業：コラボ商品、パッケージなど**オフライン**での告知
- ◆スポンサー側のメリット
  - ・ミクとのコラボ商品の販売権
  - ・話題性の獲得

## スポンサー案

ポカリ 日清 ユニクロ 航空会社	ネット・サブカル系 に理解 アジアから日本へというテーマ
---------------------------	------------------------------------

## (b)予選



### ①素材の投稿→音源枠、音素材枠、イラスト枠の三種

★フォルダを音源枠、音素材枠、イラスト枠、作曲提出枠の4つに分ける。音源は1つのフォルダに開催側がまとめて提供。音素材、イラスト、作曲提出の3つはフォルダの下に5か国のフォルダを設ける。投稿時には国などのタグ付け

★音源枠：編集しやすいよう、歌唱とメロディーを分離させて提供（著作権の許諾が取れたもののみ）

★音素材枠：誰もが投稿できる音素材。自国の音を録音して投稿できる

・録音用アプリ（位置情報と結びつけるため）からgoogleドライブへ投稿

・アプリにはSNSアカウントでログイン（粗悪なクオリティの投稿をアカウント認証を用いてはじく）

・ワークショップの開催（各国の小学校や大学に音素材への協力要請）→教育プログラムの一環

★イラスト枠：ミクに関する一枚絵の投稿

拍手、声、車の音、信号機の音、etc...



作曲者はこれらを用いて作曲、提出

## ②オフラインイベント：参加各国で行われる投票、作品展示。

- ・ 駅近の広いスペースでイベントブースを設置。入場無料。
- ・ 投稿されたイラストの展示
- ・ 投稿された音素材が会場でBGMとして流れる
- ・ 予選のエントリー曲を試聴、投票できる

オンラインでもYouTube Shortsの高評価数を投票として換算。ただし、現地イベントでの投票で1票が2倍に。

→端末にランダムで5曲のプレイリスト。ヘッドホンで試聴可能。

(スポンサーのヘッドホン会社製品の防音性のプロモーションも意図)

## ③各国ごとの代表2組（日本4組）選出

・ 投票による上位数曲から、審査員（各国著名アーティスト、音楽関係者数名）が2組の代表を選出。日本は他国と比べ参加者の多さが見込まれるため、4組とする。



## (c)本選

### ①各国代表曲の発表、披露。ライブビューイング配信も。

- ・各国代表曲の発表、披露
- ・投票はオフライン、YouTubeの投票機能、専用サイトなどから行う
- ・審査（審査員1票＋現地＆ライブビューイング参加者1票＋視聴者1票）、優勝曲の選定
- ・YouTubeで配信
- ・各国でライブビューイング
- ・余興として審査員のライブ、課題曲のDJライブ等々



## ②優勝曲の発表、賞品の授与

- ・ 優勝賞品として優勝曲のMV制作、賞金
- ・ 本選出場12組の楽曲を収録したアルバムをCD・ストリーミングにて公開

## ③その後の展開

- ・ 全参加者の曲のアップを解禁
- ・ 優勝曲のCM使用など

## 5. 今後の課題

- ・ ファンの気持ちを汲んだ楽曲活用（炎上回避）
- ・ YouTubeのUI改善（検索等使いづらくコンテスト開催に不向き）

## 6. 将来の展望

- ・ 毎年開催（当面は3年に1回程度、いずれ毎年開催）
- ・ 本戦の各国での巡回開催
- ・ ゆくゆくはアジア圏を飛び出して全世界へ
- ・ 他の合成音声ソフト（重音テト、結月ゆかり、ずんだもん等）にも展開

**Thank you for listening.**