

アーティストとファンのコミュニケーションツールとしての オンラインフリーマーケットの活用

Online Flea Market as a Communication Tool between Artists and Fans

鈴木 由信 SUZUKI Yushin

デジタルハリウッド大学大学院 特任助教
Digital Hollywood University, Graduate School, Project Assistant Professor

吉田 めぐみ YOSHIDA Megumi

(株)スペースシャワーネットワーク 事業開発部
SPACE SHOWER NETWORKS INC

岡 有子 OKA Ariko

(株)スペースシャワーネットワーク 事業開発部
SPACE SHOWER NETWORKS INC

アーティストとファンとの新しい交流プロトコルの創造を目標とし、アーティストのパーソナルな物を販売するECキュレーションサイト「アーティストフリマ GOOD VIBES SHARING」を立ち上げ、運用を行った。また、サイト上の商品を巡回展示するイベントを3都市で行い、web空間とリアル空間を融合したフリマ体験を試みた。

キーワード：リテールテック、音楽、フリーマーケット、展示、デジタルトランスフォーメーション

1. はじめに

1.1 プロジェクト発足の敬意と動機

コロナの影響でミュージシャンやファンは既存のエンタテインメントの形式の範疇でコミュニケーションをとることが制限され、オンラインでライブを配信するなど、新しい表現方法を模索し始めた。ミュージシャンやクリエイターにとってアーティストグッズを販売することは一つの表現でもあり、ファンとのコミュニケーションツールでもある。多くのライブが中止になったことで会場での物販の機会も失われている事態に対し、コロナ渦及びパンデミック収束後の新たなコミュニケーションツールとしてのBtoB型のECサイトを企画した。鈴木と吉田の共同提案により、(株)スペースシャワーネットワーク(以下SSNW)の新規事業検証プロジェクトとして発足し、オンラインフリーマーケットサイト「GOOD VIBES SHARING」(以下GVS)を制作、運用した。岡、吉田はSSNW主催のカルチャーイベントGOOD VIBES NEIGHBORS(以下GVN)の中でミュージシャンやクリエイターによるフリーマーケットの実績があった為、GVSはGVNのオンライン版の位置づけとしてローンチした。

1.2 本プロジェクトの目標

ミュージシャンやクリエイターの新しい表現の場とコミュニケーションの機会の増加を目的に、ネットとリアルを越境したフリーマーケットの仕組みを構築し、個人的な作品発表の場として、新しいファンや仲間とのつながりの場として育むことを目標とする。ファンにとってはショッピングを通して音楽との出会いを楽しめる構成とする。

1.3 企画制作について

音楽チャンネルを起源として、イベントやネット事業など音楽にまつわる多くの事業を展開するSSNWと鈴木が主宰するクリエイティブレーベルSurv ver.による共同企画である。SSNWのプロデュースのもと、Surv ver.がwebディレクションを行った。

2. 「GOOD VIBES NEIGHBORS」について

SSNWによる、音楽好きから始めるフード&カルチャーイベントとして2017年よりスタートした。「くらしの中へ、グッドバイブス。いつもの生活、いつもの景色にグッドミュージックを」を掲げ、春と秋、年に2回の恒例行事として下北沢ケージ / ロンヴァクアンにて行われていた。



図1：GOOD VIBES NEIGHBORS 2019 Autumn

3. 社会背景

3.1 ファンとの交流機会の減少

新型コロナウイルス感染症の拡大により、2020年2月以降、ほとんどの公演が開催中止や延期となり、ライブ・エンタテインメント市場は大幅な縮小を余儀なくされた^[1]。



図2：ライブ・エンタテインメント市場規模の推移

ライブが中止となった事態は、音楽業界の収益の減少と共に、ミュージシャンとファンにとっては、フィジカルなコミュニケーションの機会損失を意味している。

4. 先行事例

4.1 PASS THE BATON

NEW RECYCLEをコンセプトに、個人から集めた思い出の品物や、すごく愛用していたけれど今は使わない、でも捨てるのは惜しい。そんな品物を、大切にしてくれる次の人へ、持ち主の顔写真とプロフィール、品物にまつわるストーリーを添えて販売している^[1]。現代のセレクトリサイクルショップとして、物との出会いを重視している。GVSは音楽クリエイターとの交流と、新しい音楽との出会いを重視しており、GVSだけのオリジナル商品も展開している。また、アフターコロナではリアルでのフリマ&音楽イベントを予定している。

4.2 HATCH

著名人が選んだセンスのいいモノを販売するキュレーションストア^[2]。著名人が既製品の中から独自の視点でキュレーションし、紹介している。GVSではミュージシャンや音楽に縁のあるクリエイターが、私物やオリジナル作品を販売している。

5. オンラインフリーマーケット「GOOD VIBES SHARING」β版について

アーティストが私物やオリジナルグッズを売るオンライン上のフリーマーケットサイト「GOOD VIBES SHARING」^[3]のβ版を作成、運用した。出品商品の紹介動画やリアルイベントとの連携など、サイトに来なくなる仕掛けを試みた。

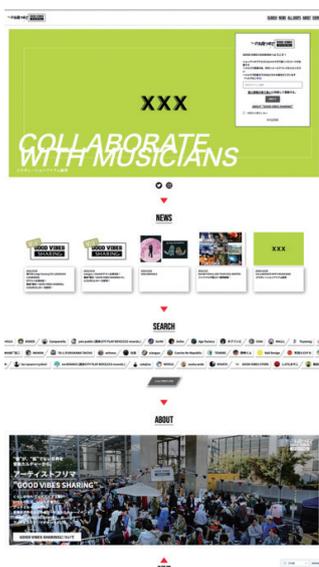


図3：GOOD VIBES SHARINGウェブサイト

5.1 フリーマーケットにおけるコミュニケーション

リアルなフリーマーケットでのコミュニケーションの構造から要素を抽出し、サイトの特性として取り込みたいと考えた。大型のフリーマーケットイベントでは、複数の出店者が私物を販売する他、ライブやトークステージ、飲食出店など多層的な楽しさがあり、来場者にとっては来場目的以外の要素に偶発的に出会う機会にもなる。

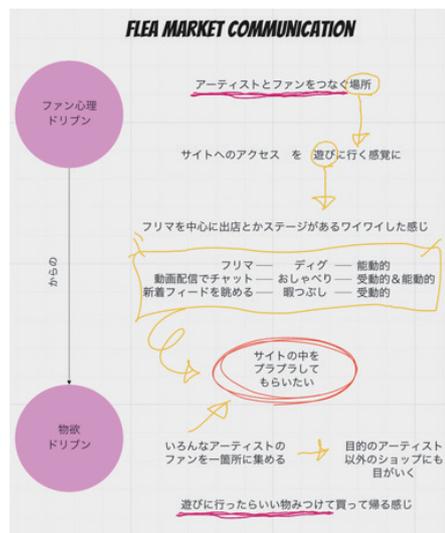


図4：フリーマーケット要素の分析

5.2 システム概要

ショッピング機能はネットショップ作成サービスBASE^[4]を使用しており、ミュージシャンや音楽に縁のあるクリエイターが、BASEに個々のショップをオープンしている。各BASEのショップには入店する為の共通のパスコードを設定しており、ユーザはGVSへの登録を行うことでパスコードを取得することができる。



図5：GVS登録フォーム

5.3 参加者と出品商品

SSNWが長年築いてきたミュージシャンとの信頼関係をサイトの強みとしている。まだ発展途中であるプロジェクトに多くのミュージシャンやクリエイターが参加、私物やオリジナル作品を出品している。

出店者:Age Factory、asuka ando、Ball Design、BOXER、Campanella、catejina、CHAI、Cikah、Czecho No Republic、GRAPEVINE、lee (asano+ryuhei)、MA1LL、町田ヒロチカ、MANON、松田“CHABE” 岳二、MISATO、northNADO (週末CITY PLAY BOYZ/CCS records.)、野崎くん、pen public (週末CITY PLAY BOYZ/CCS records.)、Seiho、しげたまやこ、柴田ひかり、Soi48、社長、TA-1 (FURUKAWA TAICHI)、タブゾンビ、TENDOUJI、TENDRE、Toyameg、witness、WOK22、xiangyu、yurinasia

5.4 タグ機能について

ミュージシャンや音楽、アイテム、クリエイティブにまつわるキーワードをタグとして各出店者を紐付けし、タグから出店者を探ることができる。ショッピングから新しい音楽との出会いを生む仕組みを試みた。



図6：タグ一覧



図7：タグのリレーションページ

5.5 特集

ニュース性を作る為に、定期的特集を組み、特定のテーマで括った商品を追加し、特集ページにて紹介した。



図8：特集ページ

5.6 配信番組

出店者や出品アイテムを紹介する番組「開店! GOOD VIBES SHARING」をYouTubeで配信した。



図9：開店！GOOD VIBES SHARING

VJ: 三宅正一・奥富直人(BOY)

GUEST: 増子央人(Age Factory)・TA-1(KONCOS/LEARNERS)・CHAI・社長(SOIL & "PIMP" SESSIONS)・タブゾンビ(SOIL & "PIMP" SESSIONS)・xiangyu・MALL・町田ヒロチカ・野崎くん・Ball Design・Seiho・松田"CHABE"岳二・アサノケンジ(TENDOUJI)・ヨシダタカマサ(TENDOUJI)・Cikah・BOXER・Toyameg・武井優心(Czecho No Republic)・清水エイスケ(Age Factory)

6. EXHIBITION & LIVE TOUR 2021 WINTERについて

「EXHIBITION & LIVE TOUR 2021 WINTER」(以下GVSツアー)は、(株)スペースシャワーネットワーク事業開発部が企画。文化庁の文化芸術収益力強化事業に採択されて実施した。リアル・オンラインを融合させた、地域密着多世代交流型イベントの開催を模索。官民・首都圏地方連携により、ニューノーマル時代の新たな音楽文化マーケット創出を目指す。

6.1 概要

「音楽ライブ配信+オンラインフリーマーケット+地域連携」させた、リアル×オンライン複合プロジェクト。オンラインフリマ出店作品を、3都市で巡回展示。作品と店舗の紹介をオン・オフ同時に行う。また各ローカルのライブハウス、クラブから 発信する音楽ライブ配信で、全国音楽ファンをつなぐ。

6.2 目的

音楽カルチャーを核とした消費機会をオン・オフで創出し、地域経済と人、文化をつなぐエコシステム創造を目指す。

6.3 取り組んだ課題

リアル・オンラインが融合した、地域密着多世代交流型イベントの開催を模索。官民・首都圏地方連携により、ニューノーマル時代の新たな音楽文化マーケット創出を目指す。

6.4 参加店舗とライブハウス

各都市在住のイベントオーガナイザー等の協力のもと、アパレルショップや飲食店、ライブハウスにて商品展示とライブ配信を行った。

東京: Brother, Boy, BONUS TRACK, ことたりぬ, イエローページセタガヤ, CANDLE CAFE&Labratory △ll, まほねん, skavati
 福井: Casa, bud, Cocotte, HANDS COFFEE, HIDING PLACE, Livin' for green
 福岡: manucoffee roasters クジラ店, manucoffee 大名店, TAG STA. como es, FOOLS GOLD, NEU! ALBUM, Record Shop BAGISM, Proof Of Power (POP), HIGHTIDE STORE FUKUOKA, Kieth Flack, SQUASH DAIMYO



図10：福井budでの展示風景



図11：福岡manucoffee roasters クジラ店での展示風景

6.5 オンラインライブ配信

各都市のライブハウスにて、GVSの参加アーティストによる無観客ライブを有償でオンライン配信した。配信プラットフォームにはSSNWが運営するLive Wireを採用した。同社のサービス同士で連携を組むことで、スタンブラーでの無料視聴URLの配布や、撮影・配信についても円滑に行うことができた。



図12：LEARNERS

6.6 デジタルスタンブラー

QRコードを利用した展示会場へのチェックイン機能をGVSサイトに組み込んだ。スタンプを取得したユーザは、オンラインライブ配信を無償で視聴するURLとGVSツアーのオリジナルトートバッグプレゼントへの応募資格を得る仕組みになっている。



図13：QRコード読み取り風景

7. まとめ

7.1 サイトについて

ミュージシャンのストーリーが詰まった私物や音楽以外のクリエイション、ミュージシャンと作品作りを共にするクリエイターの個性溢れるプライベート作品、GVSのディレクションによるオリジナル商品を通して、ファンとの交流の機会を生む新しいサービスとしての可能性を感じた。あるミュージシャンは注文のあった商品を自ら梱包し、手書きのメッセージを添えて購入者へ送っていた。ファンにとっては商品のみならず、パッケージにも価値を感じるのではないだろうか。また、ミュージシャンやクリエイターにとっては、これまでの活動とは違う表現の場としても活用できそうだ。

7.2 ショップについて

オンラインショップで販売している商品を飲食店やレコードショップ、衣料品店で展示することで、商品への印象と店舗の雰囲気が相互的な作用によって変化する光景を見ることができた。コーヒーや料理の香りの中ではペイント作品のストーリーが変容し、レコードショップでは音楽によって楽器やアーティストがジャンルを越境して見えた。また、衣料店に展示された古着などは、店舗ごとの品揃えの中で、異なったカルチャーのコンテクストに組み込まれていった。各都市のオーガナイザーや店舗のアイデンティティとGVSのキュレーションが一体となり、ミュージシャンやクリエイターの新たな価値を発見するパースペクティブを再発見することができた。今回はコロナ禍での開催となり、多くのファンに来場を促すことができなかったが、協力頂いた店舗のスタッフの方々には積極的に参加していただき、開催期間中には街の賑わいに貢献できたと感じた。

7.3 今後の課題

現状のGVSでは、ショッピング機能を外部サービスに頼っていることで、ユーザーにとっては購入までに複雑な操作を強いられており、出店者にとっても外部サービスに店舗を開設する手間が掛かっている。また、出店者によっては、自身で注文の管理や商品の発送をすることが手間となり、ストレスを感じている。この2点に関しては今後改良を進めていきたい。今までのアーティストグッズは量産品が多く、ファンの一体感を生むことができた反面、個性を出しにくかった。他のファンが持っていない、自分だけが持っているアーティストとつながるスペシャルな物を提供したい。またGVSオリジナルアイテムは受注生産とすることで作りすぎや無駄を解消、アーティストの私物販売でリユースされるきっかけを作るなど環境保全も意識していきたい。ブロックチェーンを活用して、デジタルグッズの販売や商品プロデュースにも挑戦したい。

参考文献

- [1] Smiles Co., Ltd., "PASS THE BATON," <https://www.pass-the-baton.com/> (参照2021年7月31日).
- [2] HATCH and eight co.,ltd., "HATCH," <https://hatch8.jp/> (参照2021年7月31日).
- [3] SPACE SHOWER NETWORKS INC., "GOOD VIBES SHARING," <https://sharing.spaceshower.jp/> (参照2021年7月31日).
- [4] BASE, Inc., "BASE," <https://thebase.in/> (参照2021年7月31日).