

双方向メディアにおける「コミュニティ」の構築に関する考察

～「ウェザーニュース LIVE」を中心に～

細川 光法

星槎道都大学研究紀要

経営学部

第3号

2022年

双方向メディアにおける「コミュニティ」の構築に関する考察

～「ウェザーニュース LiVE」を中心に～

細川 光法

要約

SNSの普及で出演者と視聴者がやり取りできる双方向メディアが注目を浴び始めている。その中で、近年人気の配信番組が「ウェザーニュース LiVE」である。この番組を運営している気象予報会社である株式会社ウェザーニューズは有料天気アプリの会員数を急速に増加させている。その原動力となっているのが「ウェザーニュース LiVE」である。

この番組は生放送の天気情報番組であり、キャスターと視聴者がチャットなどを通じてやりとりを行う「コミュニティ」として成り立っている。番組内ではキャスターが天気情報のほかにも、視聴者からの写真の紹介、クイズの出題、キャスターを茶化した視聴者からのコメントを見て話をしていくなどバラエティの要素がふんだんに取り込まれている。

視聴者がこの番組に魅了される理由としては、YouTubeの「切り抜き動画」を視聴することなどを契機としてキャスターのことが気に入り見続けることと、コメントを送ることで番組が盛り上がり、自分たちが番組を作っている一員になっているという感覚を持てるからである。そこに一種の「コミュニティ」が形成されている。

経営学的な観点からみれば、企業の「トップダウン方式」と「ボトムアップ方式」が融合し、キャスターと視聴者の両者が両輪となって見事にかみ合っている。

社会学的な観点からみれば、「地域社会」の権力者がキャスターで、住民が視聴者となり、よりより社会を作っていくという思いに似ている。

今後心配なことは、視聴者が増えることによって今の自由な番組の雰囲気が変わっていかないかという点と、一部の視聴者が禁止されている「出待ち」などを行うことで、キャスターに不測の事態が起きないかということである。

これからも「和やか」で「自由」な「コミュニティ」を守れるかどうかは視聴者の倫理に負うところが大きい。

1. はじめに

近年、SNSの普及によって、YouTubeやTwitterなどをはじめとして個人でも情報発信することが可能になっている。最近では個人だけでなく放送メディア(NHKや民放とは異なるチャンネル、たとえばABEMA TV)なども参入してきており、数えきれないほどのコンテンツがあふれているのが現状である。

SNSでは、情報発信はもちろんだが、それに対する賛否や意見も自由に述べるができる上、その考えが直接的に情報発信者に届くところが、新聞や地上波テレビ局などの従来のメディアとは大きく異なる点がある。

そのため、他者や社会に損害を与えるような情報については、批判が数多く出ることとなるため謝罪に追い込まれたり、損害賠償請求が行われる事例も出てきている。また、法に触れる案件あり、その場合には逮捕される発信者も出ている状況だ。

このような事例を逆手に取って、自分の情報に注目を

集めたいとするいわゆる「迷惑系」と呼ばれるような発信者もあり、双方向メディアは今混沌とした時代に入ってきている。これは、新たな産業が出てきたときには、必ずと言っていいほど起こる軋轢とも思われ、今後はより成熟した発信者と視聴者の関係が築かれるのではないかと考えている。

その双方向メディアの有意義性の一つである、発信者が視聴者にとって有益な情報や気持ちが和む情報を提供し、視聴者からもその情報に対して好意的な意見が多く見られるというような両者にとって満足のいく発信者も増えてきている。

ここでは、現在急速に視聴者数を伸ばし、支持を集めている配信番組「ウェザーニュース LiVE」を取り上げて、経営学および社会学の両面からみた、今後の双方向メディアの情報空間である「コミュニティ」の在り方について考えていきたい。

2. 「ウェザーニュース LiVE」とは

「ウェザーニュース LiVE」と聞いても、多くの人は分からないかもしれない。まず、「ウェザーニュース LiVE」を運営する株式会社ウェザーニューズ（以下ウェザーニューズ）について述べていく。

ウェザーニューズは1986年に設立された気象予報会社で、2021年5月期の連結売上高は約188億円と世界最大規模の気象予報会社となっている¹⁾。中でも有料天気アプリ「ウェザーニュース」の会員数は2021年に約3000万人おり、これは2019年の2000万弱から見ると相当な伸びである²⁾。この有料会員は月に360円を支払っており、売上高は爆発的に伸びていると言っても過言ではないだろう。

ウェザーニューズの社は「よく遊べ、たくさん遊べ、仲間と遊べ」³⁾であり、この社は以下に述べていくように「ウェザーニュース LiVE」にも十分に反映していると思われる。

「ウェザーニュース LiVE」は現在、YouTube やニコニコ生放送、Twitterなどの媒体を通じてライブ配信やオンデマンド配信をしている。放送時間は365日、24時間であり、常時番組を配信している。

そのうち、視聴者が多い時間帯はキャスターと呼ばれる13人（2021年12月2日現在、そのうちの1人は地上波の全国放送に出演し、また1人は産休を取っているため実質11人が担当）の女性出演する午前5時から午後11時までである。

キャスターは主に3時間の生放送を担当し、その間に天気情報をはじめ、視聴者からの天気や食事、動物などのレポートを紹介したり、クイズを出題するほか、キャスターの発言や失敗を茶化したチャットやニコニコ生放送のコメントを逐一拾いながら、視聴者と一緒に番組を作り上げていく。

この番組はもともと2009年4月に始まった「SOLiVE24」が母体となっており、現在の番組名に変わった2018年4月16日まで、天気情報を伝えるということもさることながら、バラエティ要素も存分に含んだ過去に例を見ないコンテンツだった。

現在は、天気情報番組の色合いを強くしたものの、地上波とは全く違った形態を取っている。特に異なる点は、視聴者から届くコメントをかなりの頻度で取り上げ

て番組を構成していることである。

このような事例は最近の地上波でも視聴者の声を取り上げるという形で行われているが、この番組では地上波とは明らかに一線を画している。

というのは、地上波の場合、視聴者からの声を取り上げる時は、あくまで地上波でも「耐えうる」真面目なものや一般論、身近な出来事などを放送せざるを得ないのが現状である。しかし「ウェザーニュース LiVE」の場合は、不特定多数の視聴者を前提とはしておらず、「見たい」と思う視聴者だけをターゲットにしている。

そのため番組内では、地上波ではおそらく取り上げられないであろう、ふざけたコメントやリポートも当たり前のように紹介されている。

また、これまで見ていた視聴者にしか分からない内容や言葉が出てくることがあるものの、大概の場合キャスターがその事柄について、話の中でさりげなく触れるため、初見の視聴者でもあまり違和感を抱くことがないということも地上波では見られない光景である。

「ウェザーニュース LiVE」は2021年5月19日にはチャンネル登録者数が50万人を超え、その約5カ月後の10月29日には60万人を突破している。このように登録者数を順調に伸ばしているが、視聴者はこの番組のどこに惹かれるのだろうか。

3. 「ウェザーニュース LiVE」が視聴者を魅了する理由

視聴者が増加していることの要因はさまざまなことがあるだろうが、ここでは考えられる2点について述べていく。

1つ目はキャスターのファンになったからということである。どのような機会でも、そのキャスターのことを知ったかは千差万別だが、1人のキャスターの容姿、しぐさ、話し方、話の内容の面白さを、視聴者が気に入り見始める契機になるということである。

これに関しては、YouTubeの「切り抜き動画」の効果も非常に大きい。「ウェザーニュース LiVE」では、「ネットワークサービスにおける番組映像等の利用に関するガイドライン」というのを設けている。その「はじめに」という項目で、「参加者の皆様は、当番組やそれに関連するSNS等の映像や写真をキャプチャーおよびスクリー

¹⁾ TBS系列「がちりマンデー!!」、2021年10月24日放送分

²⁾ 同上

³⁾ 株式会社ウェザーニューズ社長メッセージ、2021年12月18日検索

<https://jp.weathernews.com/corporate-outline/ceo-message/>

ンショットした素材の二次配信によって世界中に拡散されている力も大きいと考えています⁴⁾と書かれている。「ガイドライン」では「悪意のあるもの」や「番組のイメージを損なうもの」、「性的な表現またはそれを連想させるもの」などの制約があるが、基本的に自由に切り抜いて番組を編集することを認めている。むしろ、歓迎している面もあるようだ。

YouTube を利用したことがある読者は経験しているだろうが、YouTube を見るときに「おすすめ動画」が上がってくる。ここに「ウェザーニュース LiVE」の「切り抜き動画」が上がってくるのがままたある。その「おすすめ動画」に出てくるほどに、現在数多くの「切り抜き動画」が作られて、YouTube に上げられている。

その「切り抜き動画」は、編集した視聴者が自分のひいきのキャスターを中心としてまとめている場合が多く、一つ動画を見ると立て続けにそのキャスターに関する動画（主に笑えたり、和やかな気持ちになるシーン）が出てくる。そのことを起点として、キャスターに興味を持ちはじめ、「ウェザーニュース LiVE」を見始める人が多いようだ。「多いようだ」という表現を使っているのはデータがあるわけではないものの、動画へのコメントを見ていると、「この動画を見て、番組を知った」という人が見受けられるからである。このように、「切り抜き動画」を見たことによって、キャスターの存在と魅力を知り、そこから実際の番組の視聴者になっている傾向が高い。

2つ目はチャットやニコニコ生放送のコメントで、自分の思いを伝えることができ、キャスターとともに番組を作っていけるという点である。

地上波テレビをはじめとしたメディアの場合、情報を提供することに対して、視聴者や読者からの意見は SNS などを通じて発信することができるが、メディアからの返信はほぼ期待できない状態である。これに対して、「ウェザーニュース LiVE」の場合は、キャスターが発した情報に対してすぐにコメントでき、キャスターもそのコメントを取り上げながら番組が進んでいくことで、「自分たちも番組を作っている」という感覚が生まれてくるのである。

これは、天気の情報だけでなく、キャスターの髪型、服装から趣味、言い間違いなど、何でも言いたいことを言うことができる。そのコメントからキャスターが話を膨らませ、番組が盛り上がっていくことが多々あるため、番組に参加できることへの快感を覚えるのである。

このようなコメントについて、キャスターが視聴者に感謝を述べる機会は頻繁に見られるのだが、その一例として番組歴が 10 年以上の山岸愛梨キャスターの言葉を紹介しておく。

「この番組ではいただいたウェザーリポートとか、皆さんからの報告などを基にしたり、(中略)…みんなの報告を基にしているってところが素敵だなーと思ったので、それがあ限りは(中略)…皆さんと天気予報をつなぐ架け橋のような存在になりたいなーと、ずーっと思っているので、これからも皆さんが送っていただく天気予報だったりメールだったり書き込んでいただくコメントも告知のリツイートもね、全てにおいて本当にありがたいなと思っています。これからもぜひ楽しみながら空を追いかけていただけたら幸いです」(2021 年 3 月 25 日配信)

「皆さんはもう何でも受け入れてくれますね。やっぱり。コンテンツ紹介の時には真面目なコメントもできるし、キャスターが出てくれば『俺のために手を振ってくれた』みたいな。皆さんほんと合わせていただき、臨機応変に対応していただきありがとうございます。そんな皆さんにこの番組は支えられております」(2021 年 7 月 17 日配信)

このような言葉がキャスターの口から発せられるため、視聴者はより、自分でコメントを発信する意欲がわき、番組と一緒に作り上げていくんだというモチベーションが上がっていくのである。

4. 経営学的観点からみた「ウェザーニュース LiVE」

このように「ウェザーニュース LiVE」はキャスターと視聴者のやりとりから番組が構成されていることはご理解いただけたと思う。

これを一つの組織として経営学的に見ていきたい。まずキャスターが番組を進行していき、そのキャスターが視聴者に向けた問いかけを行う。視聴者はこのことに關して、時には、キャスターの話とは関係なく「自発的」に発言し、時には、問いかけに答える形でおのおの発信していく。

このことは、例えば一つの企業を例にとると、社長や上司の役割がキャスターに当たる。番組はキャスターなしではありえないのだから、このことは自明である。そして、数多くの視聴者は部下に当たると見ていいのでは

⁴⁾ ウェザーニュース LiVE ネットワークサービスにおける番組映像等の利用に関するガイドライン、2021 年 12 月 18 日検索
<https://jp.weathernews.com/corporate-outline/ceo-message/>

ないか。

キャスターからの番組を通じた情報が視聴者に否応なく伝わることは、一方的に上位の者が下位の者に決定事項を伝え、部下がそのことに関して任務を遂行する、「トップダウン方式」に類似していると思われる。

また視聴者が、キャスターが求めているのにも関わらず発信し、そのことをキャスターが伝えることにより、番組がより盛り上がっていくという形は、部下が自らの意見を述べ、それを上司が採用しより充実した社内環境を作り上げていくという「ボトムアップ方式」に近いように感じられる。

このように、企業の形式に近似していると思われるものの、この番組は一般的な企業とかなり異なるものになっている。現代の企業の多くは「トップダウン方式」と「ボトムアップ方式」を両方とも採用している。上司からの指示を受けて、従業員が業務を行うことはもちろんだが、最近では、セクハラ、パワハラ、告発や職場内での生産性向上の意見を受け付ける制度（特に大企業では）もかなり導入されている。この両者を活用して、さらなる企業としての発展を目指している。

しかしながら実態として、どうしても「トップダウン方式」が勝ってしまう。それはある意味やむを得ないことだろう。企業が存立することの第一義的意味は「利潤」を上げることである。そこで、従業員の思いを多くくみ上げることは、企業にとって利点もあるが、利益を上げることに対してマイナスに働くことも多い。例えば、従業員を増やすことや賃金を上げることをはじめとして、社内の環境改善に対するものが多くあり、どうしてもコストがかかるものとなってしまふ。上層部などが決めた方針を従業員が行っていくという一方向の運営をしていくことが、企業としては組織を成り立たせる上で適しているのである。

それに対して「ウェザーニュース Live」の場合は、キャスターから天気やフリートーク、今日のテーマなどが与えられるなどして、上からの指示が出される。そのことに対して視聴者はおのおの思ったこと、感じたことをチャットなどを通じてコメントしていく。上司が部下に指示を出す形と同じように、まず一方の関係が成り立つ。

そして、視聴者が気が付いたこと（キャスターの言い間違いや服装、表情など）を本人に瞬時に伝え、そのコメントをキャスターが随時モニターをチェックして拾い上げ、話を膨らませていく。また他の視聴者もそのことに関して思うことをすぐさま送り、番組が盛り上がるというという結果になる。これは部下からの指摘を上司が取り上げることによって状況の改善（番組が盛り上がり、面白くなる）が起こることになり。逆方向の関係も成り

立つこととなる。

つまり、この番組では「トップダウン方式」と「ボトムアップ方式」が見事に融合し、キャスターと視聴者が持ちつ持たれつの関係となり、非常に和やかな雰囲気が醸し出されてくるのである。

もちろん番組は短期的な意味では「利潤」を上げることが目的としていないものの、番組内で有料天気アプリ「ウェザーニュース」の見方や活用の仕方も逐一紹介しており、この番組を見ることが長期的な意味では会社の利潤発生に大きな役割を果たしていることは間違いない。

このように、番組では「トップダウン方式」と「ボトムアップ方式」が見事に絡み合っており、一種のアットホームな「コミュニティ」を作っており、キャスターと視聴者が、それぞれ上司、部下として十分に機能するという理想的な企業の「コミュニティ」を体現している。

5. 社会学的観点からみた「ウェザーニュース Live」

この番組を経営学ではなく社会学的に見たらどう考えられるだろうか。これは全国規模（最近では世界規模）の「地域社会」を形成しているということになるだろう。

まず、先にも述べたようにこの番組はYouTubeなどを利用して「見たい人だけが見る」配信番組であることから、この番組を一つの「地域」と考えると、視聴者はそれぞれ「地域社会」（あまり規模の大きくない社会、村落地区などを思い浮かべてもらおうと分かりやすいと思う）の一員として存在することになる。

「地域社会」には、必ずその地域を治める権力者がいて、地域をまとめているのが一般的である。その権力者は昔からの由緒ある家の者であったり、寺社の住職や神主だったりときまぎまぎではあるが、その地域が一致団結していくには欠かせない存在であり、地域の事情に精通しているため、住民からは頼りになる存在である。そして、その住人はこの権力者の言うことをおおむね守ることによって、そこを安住の地として暮らしていくことができている。この権力者がキャスターに当たり、住民は視聴者とみなすことができるだろう。

その「地域社会」の住民たちは、安心感を持って気の置けない他の仲間と生きていける。これをつまらないと感じる者は自由にその地を離れてもいいし、また新たにその住人になりたいと思う者もよほど地域を荒らすようなことがなければ、その地域でいつまでも住み続けることができる。

そこで、権力者は住民に対して、地域の状況や新たな情報を提供し、時には住民に対して秩序を守るように促

したりするなど、その地域をしっかりと管理していくことが重要視されており、住民はその権力者の言いつけがある程度守りながらも、権力者とはすぐに話すほどの間柄になっているため、自分の思ったことはしっかりと伝えることができる。

キャスターはまさに権力者として、視聴者にさまざまな情報を提供しており、視聴者はその住民としてキャスターを信頼しているため、この「コミュニティ」は滞りなく運営されている。

また、キャスターにチャットなどで視聴者が思ったことを伝えた結果、番組が盛り上がることについても、権力者に住民が意見を言って、そのことで権力者が認めてくれたということに加えて、他の住民もその意見に同意し、「よりよい地域」を作り上げていくことに貢献したという満足感と優越感に浸れることができる。そのため、他の住民も「自分も地域を良くしていくことに貢献したい」と感じる者も出てきて、競争という形ではないものの、番組という「地域社会」を発展させていくことになる。

加えて、チャットの投稿を見ていると「こんにちは」や「ここで退出します」という何気ないコメントに対して、他の視聴者が「こんにちは」や「おやすみ」などとあいさつを交わす場面も多くあり、この視聴者間でのやりとりも「地域社会」での日常的な会話にかなり近似的なものである。

このように「ウェザーニュース Live」という番組は、単なる番組ではなくキャスターが引っ張っていくものの、視聴者の強い思い入れがあることで強固な「コミュニティ」が形成されている。

6. 「ウェザーニュース Live」の今後への一抹の不安

今まで述べてきたように、この番組は見事なまでのキャスターと視聴者の連携によって、ある意味安らぎにも似た「コミュニティ」が作られているのであるが、今後の番組の在り方に対して若干の心配もある。

「ウェザーニュース Live」はここ最近急速に認知度を高め、チャンネル登録者数もうなぎ上りの状態である。番組がさまざまな人に知られ、視聴者が増えることは、会社やキャスターにとっても、視聴者にとっても喜ばしいことではある。

しかしである。多くの人が見ることになれば、この番

組に期待することもより多様になってくる可能性がある。現在は、キャスターが視聴者のコメントやリポートを見て、笑いが止まらなくなったり、読み間違いをしたりすると、視聴者は責めるどころか非常に楽しんで番組を視聴しており、この自由な雰囲気「ウェザーニュース Live」の人気を支えている。

これがテレビの地上波で流れるようになると仮定すると、おそらく多くの苦情が入るだろう。この自由な空気を保つことは難しくなる。視聴者が増えてくると、この一種のふざけているような「和やかさ」に不満を持つ人が少なからず出てくるのではないかと。もちろん配信番組であるから、このような視聴者は見なければいけないのだが、会社に苦情が入ってくる可能性も考えられる。

その時、会社側が委縮してしまい現在の「和やかさ」が失われ、堅い番組へと変わっていかけてしまうかもしれない。それでは、現在視聴者が求めている「和やかさ」や「自由」は失われ、既存の天気情報と変わらなくなってしまう。当分の間は現在の番組の形態は変わらないとは思ふものの、長期的にみて形が変わってしまうとも限らない。

もう一つの心配事は、この番組はあくまでキャスターと視聴者がチャットなどの通信手段を使ってコメントでつながっており、「コミュニティ」としても、あくまで仮想的なものである。「コミュニティ」は現実のものとする程度区別しておく必要があるが、そのことの区別がつかない視聴者が出ているということである。

ウェザーニュースのホームページには「大切なお願い」として「近頃、一部の方の『出待ち、入り待ち』行為が行われております」と書かれた上で、「以下の行為は禁止とさせていただきます」とキャスターなどへの接近や接触、サインや握手などの依頼行為など8点にわたって詳しく書かれている⁵⁾。

キャスターは実際に存在する人間であるのだから、番組にのめり込んでいくあまり「会いたい」という気持ちが湧くのは自然なことかもしれない。しかし、この番組はあくまで通信手段を使ってキャスターと視聴者がつながっており、それ以上でもそれ以下でもない。そのことをわきまえる自制心のようなものが視聴者には求められている。

わざわざ、会社側がこのように書かなければいけないとうことは、もはや無視できる状況ではないのだろう。もしかしたら重大な事案が発生しないとも限らない。今の「和やか」で「自由」な「コミュニティ」を守るため

⁵⁾ ウェザーニュースお天気キャスタープロフィール、2021年12月18日検索

<https://weathernews.jp/wnl/caster/index.html>

にも、視聴者の行動倫理が問われている。

7. おわりに

双方向メディアとしての人気配信番組である「ウェザーニュース LiVE」についての分析をこれまで自分なりに書いてきたのだが、書ききれなかったことが数多くある。運営会社「ウェザーニューズ」の社風や経営の状況、番組スタッフの貢献度合い、キャスターの番組の具体的な進め方、視聴者の優れたコメントセンスなど、すべてがこの番組の「コミュニティ」としての場が作られていることにかかわっているのだが、概論のような形になってしまい、経営学、社会学の両面からより深く分析することが可能であったのではと思っている。今回は紙幅や時間的制約なども含めてここでペンを置くことにするが、番組を視聴している読者からは不満に思うかもしれない。

その点に関しては今後も番組を注視し、日を改めてより繊細な分析をしていこうと考えている。

これまでには見受けられなかった、非常に特異な天気情報番組である「ウェザーニュース LiVE」が今後より一層の進化を遂げた上で、「和やかさ」と「自由さ」を失わず、多くの視聴者にとって安住の「コミュニティ」として今後も配信を続けられることを願いながら、この論文を締めることとする。

参考文献

- ・「経営学の基礎知識」, 編集代表小川英次・北野利信・後藤幸男・高柳暁・村田昭治, 有斐閣ブックス, 1997 (新装版第21刷)
- ・「組織論」, 桑田耕太郎・田尾雅夫著, 有斐閣アルマ, 1999 (初版第3刷)
- ・「人事労務管理の思想」, 津田真澄著, 有斐閣新書, 1977 (初版第1刷)
- ・「社会学の基礎知識」, 編集代表塩原勉・松原治郎・大橋幸, 有斐閣ブックス, 1980 (新装版第5刷)

Consideration on building a “community” in interactive media

— Focusing on “Weathernews LiVE”—

HOSOKAWA Mitsunori

Abstract

With the spread of SNS, interactive media that allows performers and viewers to interact with each other is beginning to attract attention. Among them, the popular distribution program in recent years is “Weathernews LiVE”. Weathernews Inc., the weather forecasting company that runs this program, is rapidly increasing the number of members of the paid weather app. The driving force behind this is “Weathernews LiVE.”

This program is a live weather information program, and is established as a “community” where casters and viewers interact through chats and the like. In the program, in addition to the weather information, various elements such as introduction of photos from viewers, quiz questions, comments from viewers who turned the casters into tea are taken in abundantly.

The reason why viewers are fascinated by this program is that they continue to like the casters by watching YouTube’s “cutout video” and so on, and by sending comments, the program gets excited and they themselves This is because you can feel that you are a member of the making. A kind of “community” is formed there.

From a business perspective, the “top-down method” and “bottom-up method” of the company are fused, and both the caster and the viewer are in perfect contact with each other.

From a sociological point of view, it is similar to the idea that the people in power of the “community” are the casters and the residents are the viewers, and that we want to create a better society.

What is worrisome in the future is whether the atmosphere of the current free program will change as the number of viewers increases, and by doing “waiting”, which is prohibited for some viewers, to casters. The question is whether something unexpected will happen.

Whether or not we can continue to protect a “peaceful” and “free” “community” depends largely on the ethics of the viewers.

