

バーティカルシアターアプリ「smash.」提供開始から1周年

世界最大の縦型映像サービスを創り上げたCEO 前田裕二が次に見据えるビジョン

smash.は動画メディア業界に何をもたらすのか？ 佐久間宣行、だいにぐるーぷ、劇団ノーミーツが語る

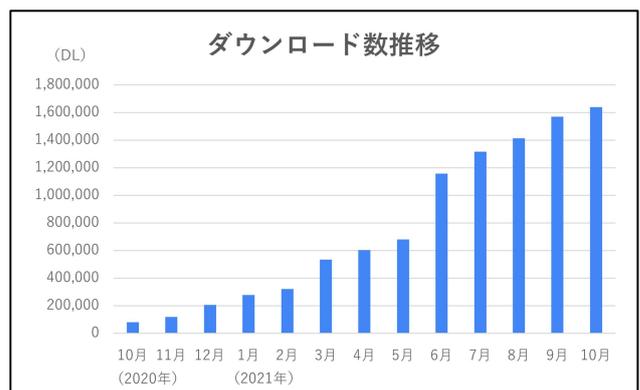
SHOWROOM 株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：前田 裕二）は、スマートフォンでの視聴に特化したプロクオリティの短尺映像を配信するバーティカルシアターアプリ「smash.」が、2021年10月22日（金）を以て、提供開始1周年を迎えることをお知らせします。これに伴い、世界最大の縦型映像サービスへと成長した1年間の軌跡と、CEO 前田裕二が見据える今後のビジョンを発表します。



smash.は、スマートフォンに特化した5～10分程度の短尺映像コンテンツを、音楽・ドラマ・アニメ・バラエティなどの幅広いジャンルで展開するバーティカルシアターアプリです。昨年の提供開始からこれまで、多くの芸能事務所や制作会社、プロデューサーやクリエイター、視聴いただいているユーザーの皆様を支えられ、無事、提供開始から1周年を迎えました。日頃ご愛顧いただいている皆様へ、改めて感謝申し上げます。

■smash.1年目の成長

smash.は、提供開始から順調に成長を遂げ、2021年10月時点で163万のダウンロードを突破しました。世界を代表するトップアーティスト・クリエイターとのコラボコンテンツ等を定期的にリリースし、2021年6月にはBTSオリジナルコンテンツの提供を開始。同時にグローバル展開も開始し、以降スピードを落とすことなく右肩上がり成長を続けています。



smash.の特徴的な機能である「PICK」も多くの視聴者に受け入れられ、当初の事業計画比の10倍以上も使っていただけています。「PICK」は、作品の好きな瞬間を動画で最大15秒まで、二本の指でつまむように切り取って、アプリ内のマイページに保存し、シェアできる機能で、2021年10月時点の最新値では累計972万PICKを突破しました。自分の“好き”をシェアしたい、共通の趣味嗜好を持つユーザー同士で繋がりたい、時間を共有したい思いという思いが、PICK数に現れていると考えています。海外でも新たなジェスチャーとして浸透しつつあり、今後も米国・韓国ユーザーと日本ユーザーがボーダレスに繋がれるような導線を目指していきます。



smash.1周年を迎え、SHOWROOM 代表取締役社長前田裕二より1年の振り返り、ここから1年の挑戦と可能性について、以下よりご説明させていただきます。

■縦型映像の可能性は、仮説から確信に。これから求められるのは“ディープな体験価値”

元々、“映画館ほどの感動”を得ることができるコンテンツを作りたいという思いがあり、TwitterやTikTokとは違い、プライベートな空間でじっくり視聴していただくことを望んでいました。とあるユーザーの方が、トップアーティストがコーヒーを淹れる映像を見て、「1週間も経たずに100回も見ました。観るたび毎回コーヒーを淹れているから、カフェインを摂取しすぎてしまうんです（笑）。」とコメントを寄せて下さいました。1回見て満足する視聴コンテンツではなく、その中に自分がいるかのような体験コンテンツを提供できていることに、非常に嬉しく感じたのと同時に、スマホがあり、ネットが繋がっていれば**“映画館ほどの感動”をスマホ・短時間という条件でも味わえるということが仮説から確信に変わりました。**

縦型映像だからこそ表現できる映像特性を活かすことで、思わず何度も見て没入してしまう“ディープな体験価値”を今後も提供し続けたいと強く思っています。



■“視点のコントロール”の重要性にたどり着いた1年

縦型映像だからこそ表現できることに対する考えは、より解像度が高まりました。提供開始した当初は、「縦型で切り取れば自然と没入感が生まれてくる」と些か短絡的に考えていましたが、実際には必ずしもそうではありませんでした。「横型の映像も、縦型に切り取れば面白くなる」という仮説も、実際にやってみると想定よりも没入感が薄く、縦型専用の映像に特化して撮影する必要性がありました。

また、この1年での最も大きな発見は、**視聴者の“視点のコントロール”の重要性**です。例えば、「とある人がゲームをしている」映像を制作する場合、ゲームをしている人を横から見ている視点で撮影するか、

自分もゲームをしているかのような視点で撮影するかでは、没入感が大きく異なります。自分が映像の世界に入り込める疑似体験系のコンテンツも、ドラマなどオリジナルのコンテンツも、視聴者の視点をいかにうまくコントロールするかがポイントだと学びました。

さらにユーザーの皆様は、必ずしも1対1視点を求めているとも限りません。1対1視点ではなく、第三者視点で視聴する方が喜ばれるコンテンツがあることもユーザーの皆様の反応からわかりました。コンテンツ特性やユーザーの皆様のニーズに合わせた“視点”を意識した映像制作によって、さらに魅力的なコンテンツを揃えていきます。

■1年で世界最大の縦型映像サービスに成長した smash. 前田裕二が描く次なるビジョンとは

smash.は、当初想定していた以上に10代・20代という若い世代の方々に視聴いただいております。一因として、スマホネイティブ世代が、縦型映像に慣れており、自然に溶け込めることもあると考えています。前述でお話させていただいたように、縦型映像と横型映像の魅力は似て非なるものなのだとこの1年を通して認識しました。smash.が想定以上にスマホネイティブ世代に受け入れられたことで、縦型映像のポテンシャルを確信しました。これからもスマホ向け映像の演出に磨きをかけていき、もっと多くのユーザーの皆様へ愛されるコンテンツを届けていきます。



「スマホで映画館ほど感動するコンテンツを作る」というこれまでにない新しい挑戦に心から共感できる方々には、経験問わずぜひ smash.でコンテンツを創っていただきたいと思っています。僕自身、10代・20代の自分にはない感性をもつ世代と一緒に仕事がしたいですし、スマホが当たり前の環境で育ったスマホネイティブの世代が創る、スマホでしか味わえない体験コンテンツをいち視聴者として観てみたいです。今後さらにオリジナルコンテンツを増やしていく予定ですので、多くのクリエイターとのコラボレーションを望んでいます。

また、現状で1話完結のコンテンツがメインですが、直近では視聴者に“つい次が見たくなる”ような**連続性のあるコンテンツを企画**しています。今、smash.では、連続性のある作品の割合が大体2割ぐらい。今後この割合をぐっと増やし、6-7割程度にもっていきたいと考えています。“連続性のあるコンテンツ”とは、ドラマシリーズだけでなく、例えばオーディション番組もあります。多くの視聴者の方が夢中になれる壮大なオーディション番組を、日本をはじめ、米国、韓国へも発信できるよう具体的に計画中です。

■改めて、前田裕二より視聴者の皆様へ

smash.が、皆さんのスマホの中に入っていて、視聴いただけることが震えるほど嬉しいです。少しでも異世界へ心を飛ばして、また現実世界で頑張ろうと思ってもらえるのであれば、サービスを提供する価値があると思っています。今後もより深く、幅の広いコンテンツを配信していく予定ですので、ぜひ期待しててください。smash.を見て、寂しい気持ちを埋めて、前向きになれるコンテンツを制作していきます。



またこの度、1周年を記念し、smash.にて配信中のコンテンツ制作に携わる3組の方々より、“smash.は映像メディア業界に何をもたらしたのか”をテーマにコメントをいただきました。

■佐久間宣行氏よりコメント

〈制作コンテンツ：ハライチのYAMi／総合プロデュース〉

smash.1周年への率直な感想コメント

1周年おめでとうございます！BTSやジャニーズ、坂道シリーズのトップスターが集まるプラットフォームの中で、くだらないバラエティを作らせてくれるsmash.に感謝しています。制作と表現に自由度があって、純粋に楽しみながらコンテンツを作らせてもらいました。

“縦型”映像に感じた魅力

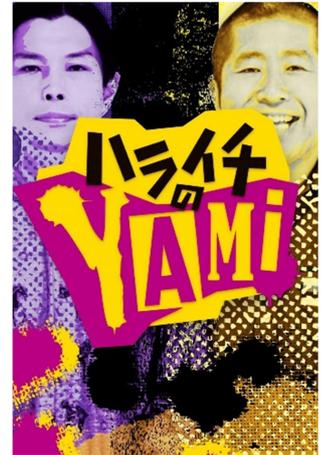
縦型という特徴を最大限活用するために、上下2画面での会話を取り入れてみたり、パワーのある縦型の大きなコメントテロップを入れてみたり。面白く使えたんじゃないかと思います。今後は、縦型でしかできないバラエティを開発するだけでなく、短め尺で過激な、グイグイ見たくなるような連続ドラマも撮らせてもらいたいですね！

smash.で注目のコンテンツ

『ハライチのYAMi』以外でオススメのsmash.作品は、『乃木坂スター誕生！in smash. ～秘密のひな壇～』です。身内同士の親密な会話を撮るのに、縦型画面って臨場感があっていいですね。

<プロフィール>

’75年生まれ。テレビ東京のプロデューサーとして、『ゴッドタン』『あちこちオーダー』『ウレロ☆シリーズ』『ピラメキーン』など多数の番組を手掛け、『ゴッドタン キス我慢選手権 THE MOVIE』では監督も務めた。’21年3月末にテレビ東京を退社。現在は、フリーのテレビプロデューサーとして活動。オールナイトニッポン0水曜日のパーソナリティーも担当している。



■だいにぐるーぷよりコメント

〈制作コンテンツ：人のスマホを見てはいけない／企画・プロデュース・脚本・監督・出演〉

smash.1周年への率直な感想コメント

1周年おめでとうございます！テレビ、Youtube、各種サブスクサービスと、多種多様な映像メディアがしのぎを削る中、“縦型”という前代未聞の形で確実に存在感を増していった1年だったと思います。

smash.でコンテンツを制作して感じたこと

“縦型”での映像という大前提のもと制作を進めていく中で、今の時代にそった映像表現、演出の試行錯誤の連続でしたが、その分制作者としての創意工夫が求められるため、クリエイターとして貴重な場であると感じました。他メディアと違い、ユーザーも積極的に作品を見に来てきてくれているので、作品に対してより熱のこもったリアクションが受けられ嬉しかったです。今後もsmash.のコンテンツ制作に関わり続けたいですし、視聴者さんには、他のどのメディアにもないsmash.だけのコンテンツを楽しんでいただきたいです。



“縦型”映像の魅力・面白さ

スマートフォンが完全に生活の基盤になった時代で、ユーザーの縦型映像への抵抗感は弱まっています。いつものスマホの持ち方そのままに楽しめるため、より主観的に作品を楽しむことができるのではと感じました。今回制作した「人のスマホを見てはいけない」は、その点を最大限活用し、「自分のスマホそのままに体験できる」作品を目指しました。ドラマ全体を通して、まるで自分のスマホがその主人公のものになったかのような感覚を持ってもらい、より主体的にドラマを楽しんで頂くことを意識しました。

smash.で注目のコンテンツ

「MUSIC BLOOD」（毎週金曜 23時 | 日テレ系列）の完全撮り下ろしで配信される「UNCUT 映像」に注目しています。地上波でのオンエアを受けてのライブ映像をスマホ縦型ならではのカットやカメラ位置で切り取り、ここでしか体験できない音楽体験を提供していると思います。まさにsmash.を活用したお手本のようなメディアミックスの例であり、音楽以外でもこのような絡ませ方を探りたいと思っています。



<プロフィール>

中学からの友人同士で結成された早慶生と中卒による23-24歳の6人組グループ。映画やテレビ番組顔負けのハイクオリティな映像演出と先が読めないドキュメンタリータッチの企画で人気急上昇中。今最もホットなYouTuberの1組。



■ノーミーツ主宰 広屋佑規氏よりコメント

〈制作コンテンツ：フェイスマ、バスラボ／企画プロデュース・出演〉

smash.1周年への率直な感想コメント

smash.1周年おめでとうございます！この1年間、ノーミーツとしても様々な縦型作品を作らせてもらいました。新しい表現の場に挑戦できることほど、作り手にとって幸せなことはありません。

smash.でコンテンツを制作して感じたこと

smash.さんで初めて縦型作品を制作させていただき、その面白さと難しさを痛感しました。面白い部分は、縦型表現の正解は未知数な部分が多いからこそ、自由な発想で作品作りに挑戦でき、一つ一つ仮説検証しながら正解を見つけ出せること。難しい部分は、正解がないからこそ、気を抜くと既存の横型作品でできてしまう表現に陥ってしまうことです。縦の魅力が詰め込むにはどうすればよいか、“縦型ならではの”を追求し続けた1年でした。



“縦型”映像の魅力・面白さ

縦型作品の面白さは、今がフェーズ1で、「近さ」と「気軽さ」がポイントだと思っています。縦型は対象を近くで映すことができるため、目の前にいるかのような距離感で作品を届けられます。制作したコンテンツでは、縦型だからこそ生まれるクリエイティブを面白がる番組作りを意識しました。ユーザーさんとインタラクティブに楽しめる番組として、縦作品の新たな挑戦ができたと思っています。

今後 smash.で制作してみたいコンテンツ

縦型作品の面白さのフェーズ2として、より「没入感」と「物語性」が必要だと思っています。続きが見たくてたまらなくなるような、スマホ画面に食い入ってしまうような没入感ある仕掛けを入れてみたいと思っています。そこに、縦型ならではの物語性の高いドラマをかけ合わせてみたい。5分縛り×没入感×縦型ドラマならどうなるか。まだまだ実験しがいがあります！

<プロフィール>

1991年生まれ。ストーリーレーベル ノーミーツ主宰 / 株式会社 Meets 代表。1度目の緊急事態宣言禍において、オンライン演劇を主軸に活動する「劇団ノーミーツ」を旗揚げ。3作の長編公演やサンリオピューロランド、HKT48とのコラボ公演等も実現し、旗揚げ1年ながら観客動員数は累計3万人超え。演劇に限らず、ドラマ、番組、映画など50以上の作品を生み出しました。今後もまだ出会ったことのない、新たな物語を創作するべく活動中。文化庁メディア芸術祭、ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS、AMD アワードなど受賞。



■その他配信コンテンツ

smash.では、上記作品以外にも、幅広いジャンルで多数のコンテンツを配信しています。

- ・メンバーの休日を息遣いまで聞こえてきそうな近さで覗き見「BTS オリジナルコンテンツ」
- ・メンバーが特別なレストランでおもてなし「TOMORROW X TOGETHER オリジナルコンテンツ」
- ・メンバーが共同生活をおくる仮想のシェアハウスへご招待「SEVENTEEN オリジナルコンテンツ」
- ・乃木坂 46 メンバーが激レア料理をただ食べまくる「ヤミー！おいしい坂道」
- ・Hey! Say! JUMP が送る“超ドS席”パーティカルコンテンツ「JUMP in smash.」
- ・ニッポン放送とタッグ！「オールナイトニッポン X (クロス)」
- ・週刊少年ジャンプの大人気漫画を舞台化「僕のヒーローアカデミア The "Ultra"SMASH!!」
- ・“豪華キャストの無駄遣い!?” 新感覚ブラックコメディアニメ「暗黒家族ワラビさん」
- ・台本の一部を出演陣が即興で演じるサスペンス「Hitch×Hook」

■Twitter にて「smash.祭り」も開催中！

1周年を記念した Twitter キャンペーンも実施中です。
指定ハッシュタグを付けて、smash.で1番好きなコンテンツを選び投稿することで、抽選でsmash.オリジナルグッズが当たります。

・応募方法：

① @smash_media_jp をフォロー

② 1番好きな作品名を、ハッシュタグ「#smash1周年」を付けて引用リツイート投稿

- ・応募期間：10月22日（金）～10月31日（日）23:59
- ・当選発表：11月22日（月）頃予定（※DMにてご連絡）
- ・商品発送：12月頭から順次予定
- ・当選商品：

A 賞：smash.オリジナルタンブラー（5名様）

B 賞：smash.オリジナルスマホスタンド（10名様）

C 賞：smash.オリジナルイヤホンケース（30名様）



■ 「smash.」について <https://smash-media.jp/>



スマートフォンでの視聴に特化した短尺のバーティカルシアターアプリ。音楽・ドラマ・アニメ・バラエティなど、様々な映像作品を配信します。さらに、お気に入りの映像コンテンツの一部を、二本の指でつまむようにして最大 15 秒まで切り取って保存する smash.オリジナルの「PICK 機能」を搭載。PICK した動画をご自身のマイページにコレクションしたり、SNS でシェアしたりすることが可能で、サービスを通じて新しいジェスチャー体験をしていただけます。また、プレミア公開（リアルタイム配信）でのチャット機能など、サービス内でお客様同士がつながって楽しめるソーシャル機能も提供しています。

- ・ 提供開始日：2020 年 10 月 22 日（木）
- ・ 料金：月額 550 円（税込）
- ・ 提供会社：SHOWROOM 株式会社
- ・ 利用方法：

【android】 <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.showroom.smash>

【iOS】 <https://apps.apple.com/jp/app/id1506521850>

- ・ SNS：https://twitter.com/smash_media_jp

<本件に関する報道関係者各位からのお問い合わせ先>

smash.PR 事務局（株式会社サニーサイドアップ内）

担当：細井（090-9152-6342）、蜂須賀

TEL：03-6894-3251 / E-mail：smash@ssu.co.jp