

研究報告

イラストレーターの創作活動とSNSにおける評判獲得に関する考察

A Study of Illustrators' Creative Activities and Reputation Acquisition on SNS

松浦 李恵 Matsuura Rie
宝塚大学東京メディア芸術学部

抄録

イラストは私たちの生活の中の溶け込んだ身近な創作物である。印刷物としてはもちろん、画像データとしても当たり前のようにさまざまなメディアで世界に発信、利用されている。また、近年では趣味の活動としてだけでなく、マンガ家やイラストレーターといった商業的なクリエイターを目指す者も増えてきた。そして作品の発信の場としてSNSを用いることが一般的な活動になっており、ファン同士のコミュニケーションの場になっていることもあれば、評判を獲得することでイラストレーターやマンガ家として仕事を得ることができる場にもなっている。このように、多様な環境で創作活動ができるようになった今日において、どのようにSNSと関わりながら創作活動を実施、継続にしているのかを詳細に明らかにしているものは少ない。そこで本研究は、イラストの創作活動を行う人びとを対象に、SNS利用に着目しイラストの創作プロセスについてケーススタディとして考察する。

キーワード：イラスト、イラストレーター、創作活動、SNS、評判

Key Words : Illustration, Illustrator, Creative work, SNS, Reputation

I はじめに

イラストは私たちの生活の中の溶け込んだ身近な創作物である。印刷物としてはもちろん、画像データとしても当たり前のようにさまざまなメディアで世界に発信、利用されている。また、近年ではマンガ家やイラストレーターといったイラストを用いた商業的なクリエイターを目指す者も増えてきた。例えば、京都精華大学では2006年にデザイン学部とマンガ学部、京都芸術大学では2021年に通信教育部にデザイン科イラストレーションコースを開設している。また、2023年度より熊本県立高森高校にマ

ンガ学科が新設されるなど専門性を持った学校も増えつつあり、教育的関心が高まってきている。このように、マンガやイラストを描くことをキャリア1つとしてとらえる人びとは増えつつある。また創作活動は商業的な活動だけにとどまらず、趣味的な創作はもちろんファンカルチャーにおいても嗜好対象への愛情や興味の表現としてマンガやイラストの二次創作を行うことが一般的な活動になっている。

このように近年クリエイターとして活躍できる場が増えているが、どのようにイラスト制作を学び、そして活動やコミュニティへ参加しているのかを明らかにしているものは少ない。

岡部（2021）は『ファンカルチャーのデザイン』においてファンたちの学習環境について、「学校での学習やファン活動を分断的にとらえようとせず、対象者の学校における学習、SNSでの活動、趣味活動、日常生活などといった社会システムに埋め込まれた活動」としてとらえる必要性を考察している。また杉本（2021）は『「趣味に生きる」の文化論』において、アマチュアの写真家の例を取り上げながら、趣味活動をする人びとは「刺激的な他者の活動や不特定の観衆から反応をもらうことを通して趣味の面白さに出会うことができ、それらをSNSが担っている」と論じる。つまり近年の創作活動をとらえるには、SNSを含むさまざまな活動の場を円環的に観察した上で、クリエイターの学習を検討する必要があるだろう。

このような研究背景をふまえ、本研究では、多様な場を往還するイラストレーターの創作活動において、どのような環境の中で創作活動を可能にしているのかインタビューデータを元に報告する。

II 調査方法

芸術系の大学に通う学生であり趣味的なもののづくり活動を行っている12名を対象に半構造化インタビューを実施した（表1）。インタビューでは主にイラストの創作活動のプロセス、SNSの利用方法、創作に対する意欲などについて質問した。取得したデータをふまえ、ケーススタディとして以下結果を紹介する。

表1 インタビュー調査協力者

番号	名前	インタビュー日
1	Sさん	2022/1/29, 2022/9/26, 2022/10/18
2	Aさん	2022/2/2
3	Hさん	2022/2/2
4	Mさん	2022/1/28
5	Tさん	2022/2/2
6	Oさん	2022/1/28
7	Eさん	2022/1/29
8	Iさん	2022/1/28
9	Kさん	2023/2/6
10	Nさん	2023/2/6
11	Yさん	2023/2/6
12	Bさん	2023/2/6

III 結果

1. イラストの創作活動とSNS利用

調査協力者のほとんどがSNSのアカウントの1つ以上持っており、頻度はそれぞれではあったが自身が創作したイラストなどをアップロードしていた。日常的に描いたイラストをSNSにアップロードしているOさんは、Twitter（現在はX）の利用について以下のように語る。

[Oさん]

Twitterとか見ても、フォロワーが多ければ多いほど、絵うまいんだなっていう気持ちがちよっとあって。でもフォロワーが少なくても、絵うまい人とかももちろんいるんですけど、なんか1つの基準としてフォロワー数が多い＝画力が高いみたいな。フォロワー数といいね数とかがうまさに直結している感じですね。

Oさんはイラスト創作活動用のTwitterアカウントで他者とコミュニケーションとる上で、自身のフォロワー数よりも相手のフォロワー数が多いとコミュニケーションが取りづらいつ感じている。そして、フォロワー数の差をどのようなものとしてとらえているのかについて上記のように述べる。また、Oさん以外の調査協力者もSNSにおいてフォロワー数や反応が多いことと、イラストのうまさは比例していることについて多く言及していた。近年のイラストレーターの活動の場は、Twitter、YouTube、TikTok、Pixiv など多岐にわたるSNSを利用している場合が多い。利用方法は、ファン活動の交流の場としてであったり、仕事の依頼につなげるために戦略的に利用していたり、またはその両方を担っていたりとさまざまであった。

調査協力者のSさんは、プロのイラストレーターを目指している。そのため仕事を獲得するため、SNS上においてフォロワーの獲得、閲覧

数の獲得のために戦略的に行動している。以下ではSNS上における評判獲得について考察する。

2. 「うまさ」とはなにか

まずは、Sさんが商業的なイラストレーターを目指す者として、イラストレーターとしてのうまさやコミュニティそのものをどのようにとらえているのか、インタビューデータとともに記述する。

インタビューの際、Sさんは自身の絵を見比べた際の変容について下記のように述べる。

聞き手：今教えてくれたような（イラストのうまさの）違いとあって？ 自分で見つけているの？

Sさん：それはもう今のレベルになってからそう見えるって感じですかね…今はこれ（図1右）が一番うまいと思って、でもこの時もこれ（図1左）が一番うまいと思って。



図1 Sさんが描いたイラストの変容

Sさんは2枚の絵を上げ、自分自身の絵をどのような点でうまいと言えるのか、またどのように上手くなったりならなかったりするのかについて述べた。そこでSさんにとって変容のあった1年（2020年～2021年）に着目し、さらに結果を下記にまとめた。

1) SNSを通した「うまさ」の観察と練習

Sさんは日々イラストを描く練習をしている。その際、イラストの「うまさ」について下記のように述べる。

Sさん：全然絵のうまさがなんか一年前と変わらないって思ったことがあって、それに焦って。ちょっと今、変わってないっていうのがなんかその大学一年のなんか冬あたりに、なんか高三と自分の違いが分からないってなって。いつも毎年成長を感じたんですけど、その年だけ感じなくて、どうしようと思って、一旦ここは自分をちょっと教育させて急激にうまくさせて、一年前との差を、ここで作ろうと。そのなんか成長してないって感じた時の、なんか怖さが超あったので、慌てて一年終わる前になんか上手くならないとみたいな感じで、猛練習始めたんです。

Sさんは、自身のうまさが変わらないことを自身の過去の絵と現在の絵を比較することを通して感じ、練習を始める経緯について語っている。Sさんはイラストを専攻できる芸術大学に通っているがそこでの評価は学内だけのものとしてとらえている。また、商業的な活動を目指しているSさんにとって、収入などわかりやすい到達点がない状態で自身がどのように「うまくなった」かを観察するのは難しい。そして、何が「うまさ」を表しているのかということも曖昧なものである。そのため自身の過去の絵や他者の絵の中から「うまさ」を観察することをはじめの様子が見える。そして、Sさんはイラストの練習として、自身が良いと思ったイラストに赤いペンでなぜ良いのかを考え書き込むといった添削を行っており、その行為について下記のように述べる。

Sさん：見つけようとする力ができるんですよ…もう本当はぼんやり考えていたことが3個とか4個かもしれないんですけど、それが10個に増えるんで、考えることが増えるんですよ。で、そこで初めてその絵の上手い人の法則とかルールを発見できて。で、発見した時が一番力になるんですよ。

このようにSさんは、イラストにおける「うまさ」を見つけるため自身のイラストを観察していたり、また、うまくなるための練習としてSNSに投稿された評判の絵を添削したりしている。

Sさんはイラストに対するより明確な「うまさ」の理解と確信を得るために、SNSに投稿された他者の絵を批判的に分析し、「あるべき絵」を想像し研究していることがわかった。また、他者のイラストを添削するという行為自体もSNSの中で得た練習方法であると語る。このように、SさんはSNSを通してうまさを見つける方法を知り、うまさを理解するといった、SNSを通した集合的な学びを実践していると言えるだろう。また、SNS上で評価されているイラストからうまさを見つけようとしている点から、SNSにおける評判の良いイラストは、Sさんにとって目指すべきイラストであることがわかる。

以下では、SさんがSNSの評判をどのようにみているのかデータとともに考察する。

2) 手の内（ノウハウ）を作ることを通した「ファンの獲得」と「うまさ」の認定

Sさんは、SNS上における評判について下記のように語る。

Sさん：（フォロワーの多いイラストレーターは）深夜とか適当な時間に上げても1万とかいいねもらってる人とかすごい。落書きとかでも1万2万いいねとかあったりとか。適当なつぶやき「お腹すいたとか」だけで400いいねぐらいあったり。それを見ると、なんかもう、アイドル的になってる感じだからすごいなんかモヤモヤする。

Sさんは、SNS上でフォロワー数の多いイラストレーターの投稿に対する反応について言及している。SさんはSNSのフォロワー数を増やすため戦略的にSNSを運用しているため、反

応の多いイラストレーターのSNSの投稿を日々観察している。このことから、いかにSさんがSNSにおけるフォロワーからの反応を重視しているかがうかがえる。そのため、Sさんはフォロワー＝ファンを増やす戦略として、図2のような自身のイラストに関するノウハウ（手の描き方など）をイラスト系SNSに投稿しているおり、下記のように語る。

Sさん：ノウハウに関する投稿は閲覧数が増えるので、自身のオリジナル作品をみるきっかけ作りづくりのために投稿している。本来は作品に対する閲覧数や評価が欲しいが、ノウハウ



図2 手の描き方に関する投稿

に関する投稿は閲覧数が増えるので、オリジナル作品をみるきっかけ作りのためにノウハウを投稿している

Sさんは、自身のイラストを見てもらうための戦略としてノウハウを投稿し、ファンを獲得するための機会を意図的に作っている。そして、自身のイラストの「うまさ」を認定してくれるファンの存在の獲得の仕方も投稿への注目具合を見ながら学んでいると言えるだろう。また、ノウハウを投稿することは、自身の中で「うまくなったこと（発見したこと）」を個人の中だけで認定するのではなく、『ひらめき』を認定する社会的な眼差し（奥村・有元・阿部、2022）に共有していることにもなるだろう。ファンを獲得することと自身のうまさに関する学習とが混じり合っていて切り離せない関係になっている。

3) AIで生成されたイラストを通した「参考の生成

Sさんはイラストを制作する際、生成AIサービス「Novel AI」を使っている。複数のキーワード（プロンプト）を組み合わせてイラストを自動的に出力してくれるサービスである。図3では、制作予定のイラストについて、光の差し方や足の重心の掛け方などの参考にするため、ラフの絵とキーワードを元にNovel AIで画像を生成している。AIで生成されたイラストは、参考とされているイラストからキーワードに合ったものを抽出し、なるべく自然になる



図3 AIで生成されたイラスト(赤枠内)を参考にした制作過程

よう（自然にならないことも多い）に組み合わせられた画像である。これまで世の中に出回っているイラストの特徴をキーワードで抽出し、簡略化した画像とも言えるだろう。このようなAIによる参考の生成を通して自身の創作活動を進めることもある。

IV まとめ

趣味的にイラストを描く人びとの調査を通して、SNSにおける活動を具体的に確認することができた。そして、フォロワーの数、何かしらの反応があること、評価を得られることが創作活動のモチベーションや継続につながっていることがわかった。

また、商業的なイラストレーターとして活躍することを目指している中で、SNSにおいてどのようにうまさや評判をとらえているのかを観察することができた。また、SNSの反応＝評判を得ることはイラストレーターとして活躍することにつながっており、ノウハウを戦略的に共有することでファンを増やし、自身の創作を評価してもらえ環境そのものを構築していることがわかった。Sさんのイラスト制作におけるSNS上での評判獲得のためのふるまいは、彼女自身が曖昧ながらも「うまくなったこと」を意識することができる学びの場となっていることがわかった。そして、近年では他者のイラストだけではなく、生成AIが出力したイラストも参考にしたりと、近年ではうまさを獲得できる機会が広がりつつある様子を観察することができた。

今後の研究では、調査協力者の中から数名を対象に、より詳細なSNS利用に関する観察と創作場面の観察を進める。そして、イラストレーターのSNSにおける学習環境の考察と、評判獲得とアイデンティティの関係性について考察を進める。

本研究報告は、2022年質的心理学会大会、2023年度デザイン学会大会、2023年度認知科学

会においてポスター発表した内容を元に再編したものとなる。

参考文献

岡部大介（2021）：ファンカルチャーのデザイン—彼女らはいかに学び、創り、「推す」のか—，共立出版，東京。

奥村高明，有元典文，阿部慶賀（2022）：コミュニティ・オブ・クリエイティビティ，日本文教出版，大阪。

杉山昂平（2021）：SNSが築く弱い趣味縁の面白さ，「趣味に生きる」の文化論 宮入 恭平・杉山 昂平（編），ナカニシヤ出版，京都。