

平成 21 年 4 月 1 日現在

研究種目：若手研究（B）

研究期間：2007～2008

課題番号：19700236

研究課題名（和文） 非ハリウッド型の日本ゲーム産業システムの探求

研究課題名（英文） Inquiring the non-Hollywoodized system of the video game industry

研究代表者

小山 友介 (KOYAMA YUHSUKE)

東京工業大学・大学院総合理工学研究科・助教

研究者番号： 80345371

研究成果の概要：

非ハリウッド型＝日本型のゲーム産業システムの特徴として、「数多くの潜在的創作者が存在しており、そういった人々が次々と新しいコンテンツの上流を生み出すこと」「生み出されるコンテンツのビジネスユニット（制作者が生活を営むことが可能な売上ライン）が小さいこと」にある。そのことを PC ゲーム制作者へのヒアリングと Web 調査で明らかにした。

交付額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2007 年度	1,300,000	0	1,300,000
2008 年度	1,200,000	360,000	1,560,000
年度			
年度			
年度			
総計	2,500,000	360,000	2,860,000

研究分野：情報学

科研費の分科・細目：情報学・図書館情報学・人文社会情報学

キーワード：ゲーム産業，ハリウッド，同人活動，多様性

## 1. 研究開始当初の背景

近年，Japan Cool と呼ばれて活況を呈している日本発コンテンツであるが，ゲームは例外である。日本の家庭用ゲーム産業は大規模化・複雑化による高コスト化に苦しんでいる。このような重厚長大化（ハリウッド化）は内容面でのリスク回避志向を強めるため，作品の魅力が失われることになりかねない。

日本製コンテンツが世界で強い理由として，申請者は次のような仮説を立てている

(1) 日本が消費対象となる物語の“源泉”を次々と生み出せること。“源泉”とは，それをもとにビジネスモデル＝消費モデルを次々と生み出せる「原（プロト）物語」を指

し，主たる源泉としてアニメ・マンガ・ゲーム・ライトノベルの4つをイメージしている。

(2) “源泉”が次々生まれるのは単なる偶然ではなく，同人誌文化や作者の評判ネットワークなどの，源泉が次々と生み出され，競争の中で洗練され，再生産される仕組み---いわば「日本的コンテンツ産業システム」とでも言うべきもの---が存在していること。

ゲーム産業のうち，ここであげた「コンテンツ産業システム」内に位置しているのは主に PC ゲーム（同人含む）である。

## 2. 研究の目的

現在、日本のゲーム産業は「ハリウッド化」とも言うべき状況が進展しており、低迷の度合いを強めている。「日本型コンテンツ産業システム」の優位点を保持したゲーム産業のあり方の探求が、本研究の最大の目的である。

### 3. 研究の方法

ゲームの場合、新しい制作者はビジネス単位が小さく新規参入しやすい PC ゲーム市場で参入する。そのため、PC でゲームを制作しているいくつかの企業にヒアリングを行った。加えて、他の調査プロジェクトとの合同調査の形式で、同人でゲームを制作しているサークルを 22 か所ヒアリングした。

実際に創作活動をしている人の割合を知るために「コンテンツリテラシー調査」と名付けた Web 調査を行った。

### 4. 研究成果

いくつかの企業にヒアリングをした結果、ビジネスモデルの全貌をつかむことができた。加えて、この分野でも家庭用と同様に大規模化が進んでおり、ビジネスの採算が厳しくなっている実態も知ることができた。また、web 調査の結果、20 代～40 代で創作活動（イラスト、小説、マンガ、ゲーム）を現在続けている層がかなりの数に上ることがわかった。

#### (1) ヒアリング調査

ビジュアルノベル系のゲームを制作している PC ゲーム開発会社にヒアリングしたところ、いわゆるフルプライス（＝定価 8800 円で販売される作品）タイトル 1 本あたりのテキスト 1～2 メガバイト、CG80～100 枚（差分含まず）、とのことだった。このボリュームの作品を 4～6 人で 6～8 カ月で制作し、制作費は 2000 万～3000 万、売上は 6000～8000 本ということだった。

しかし、近年は市場に出回るタイトル数が増えたことで 1 本当たりの売り上げが低下していること、業界全体がシナリオの質ではなく、ゲームのボリューム（＝プレイ時間もしくはテキスト・CG 分量）競争が激化した結果、収益性の低下が問題となってきている、とのことだった。その意味では、家庭用とは性質の異なるものではあるが、ここでも重厚長大化が進んでいる、という結果が得られた。

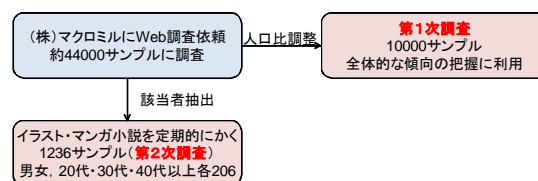
#### (2) コンテンツリテラシー調査

##### ① 調査概要

本調査の関心は、次の 2 点である：

- 1) イラスト・マンガ・小説などを、定期的に創作している人の割合はどれぐらいか
- 2) 創作活動を行っている人は、創作に必要な

な技術をどうやって修得したのか



創作活動を行っている人の割合はそれほど高くないと思われる。そのため、単純な集計を行っただけでは、2) の分析をする際には多くのサンプルが無駄（＝創作活動をしていないサンプル）となってしまう。そのため、今回の調査では 2 段階調査を行った。

調査候補者のサンプリングを目的とした第 1 次調査として、20 代・30 代・40 代の男女それぞれに、創造活動に関する質問を行った。質問を行ったサンプル数は 44000 サンプルに及ぶ。このサンプルから、年齢階層・性別で人数調整した 10000 サンプルを「第 1 次調査データ」として分析に用いる。また、同じサンプルからイラスト・マンガ・小説のうち定期的にかいていると回答した質問が 1 つでもあるサンプルから、20 代・30 代・40 代の男女それぞれ 206 サンプル、合計 1236 サンプルを集めた。

#### ② おもな結果：第 1 次調査

図 1 が、性年齢別の創作活動のサマリーである。これは 6 つの年代・性別のコンテンツ創作の経験率を積み上げたもので、最大では 600% となる。ただし、「イラスト」は「定期的に描く」を集計した、他は「創作経験」を全て足し込んだものである。マンガ、小説が各年代とも平均して経験率が高いことがわかる、それに較べると、ゲームや映像は創作のための技術の習得が必要であったり、また、機材や装置が比較的效果であったりするため、経験率は低くなっている。

図 1 性年齢別創作活動

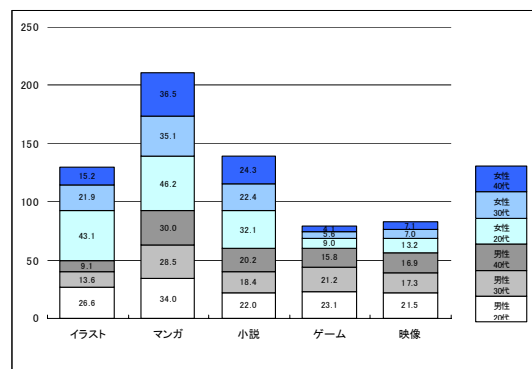


図 2 は、現在検索を行っているジャンル数である。1 つ以上創作活動を継続的に行っている人の比率は最も高い 20 代女性では 20% を

超え、最も低い40代男性でも10%程度存在する。複数のジャンルで現在定期的に創作している人の割合は、20代男性で約6%、女性で約9%となる。また、過去に1つでも創作経験がある人の割合だと、すべての階層で50%を超える。複数のジャンルを創作したことがある人も、すべての階層で30%を超える。

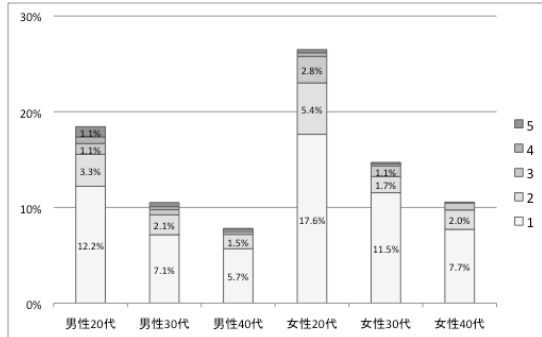


図2 現在創作しているジャンル数

紙数の関係で個別ジャンルの集計結果は省略するが、全体の傾向は次の次の通りである：

- 過去に何らかのジャンルのコンテンツを創作した経験がある人は過半数である。また、現在、継続的にコンテンツを創作している人は20代では20%程度存在する。
- イラスト・マンガ・小説では女性の方が創作活動をしている比率が高く、ゲームと映像制作では男性の方が創作活動をしている比率が高い。

日本の創作経験者・現在作者の割合が高いのかどうかは国際比較を行う必要があり、今後のかだいである。しかし、第1次調査の結果は、データを集めた筆者にも驚くべきものだった。この潜在的な作者の層の厚みが、日本のコンテンツ産業の競争力に影響を与えているのでは、という仮説に強い示唆を与えるものであった。また、「実際に創作活動をしたことがあるか」によって、作品への批評眼が変化する可能性がある。日本から海外に通用する優れた作品が多数出るのも、制作者の観点を持つ厳しい批評眼が影響を与えている可能性があるだろう。

③おもな結果：第2次調査

第2次調査はイラスト・小説・マンガのうち、少なくとも1ジャンル以上「現在継続的に創作している」と回答した人を分析対象とした。各ジャンルの作者の人数は図3のようになっている。

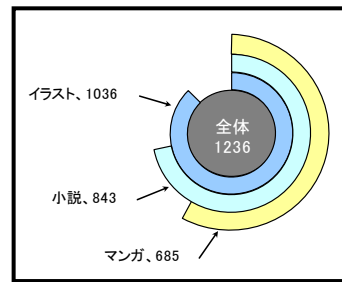


図3 回答者の属性

図4は、各ジャンルの作者が創作技術を学んだ方法を集計したものである。「完全な独学」「特に何もしていない」の2項目は排他項目（この項目を選択すると、他の項目を選択できない）、その他の選択肢は複数回答可能な選択肢とした。

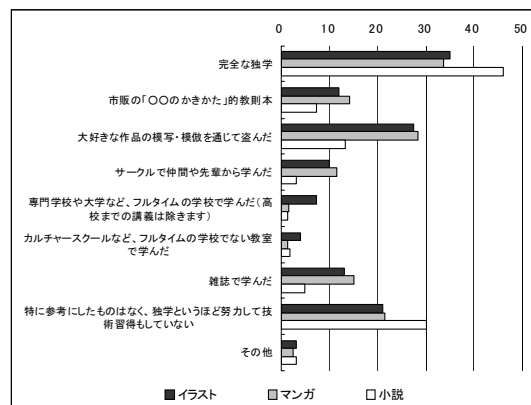


図4 技術の習得方法

すべてのジャンルで、「独学」と「特に何もしていない」で過半数を占めている。特に小説は、とりあえず書いてみるための敷居が低いいためか、2つの選択肢で合計は7割以上にのぼる。次に続くのは「模写・模倣」「教則本」「雑誌」であり、誰かに教えてもらう形式である「サークル」「専門学校・大学」「カルチャースクール」はそれぞれ10%に満たない。

表1は、創作した作品の種類である（複数回答）。オリジナル作品が二次創作作品より創作されている割合が高い。同人誌即売会では多くが二次創作なのでこれは一見矛盾する結果である。

表1 創作形態（マンガ・小説） 単純集計

マンガ	
オリジナルなコマ割りマンガ	65.7%
オリジナルの4コママンガ	46.3%

二次創作のコマ割りマンガ	30.1%
二次創作の4コママンガ	21.2%
小説	
オリジナルの長編創作小説	33.0%
オリジナルの短編創作小説	76.7%
二次創作の長編小説	10.6%
二次創作の短編小説	26.1%

そこで、作品の発表形式とクロス集計した結果が表2（マンガ）・表3（小説）である。作品の発表形式は選択肢が多いため、ここでは「メディアを販売したことがある」「Webで公開」という作品を外部に発表する志向の強い2つに加えて、プロ志向である「コンクールに応募」と個人内で完結した志向の「見せる気がない」の結果を示す。オリジナル作品の創作割合については「メディア販売」「Web公開」がやや少ないものの、「コンクール応募」「見せる気がない」とあまり差がないが、二次創作については、「メディア販売」「Web公開」が「コンクール応募」「見せる気がない」2つに比べて非常に高いことがわかる（その他の選択肢の集計結果は、この中間に属している）。特に「マンガ」の「メディア販売」においては、「オリジナル」よりも「二次創作」の経験率のほうが高くなっている。

単純集計で二次創作作品の制作割合が低かったのは、作品を外部に公開してみてもらおう、という创作者の割合が全体の中では少数派だったためである。

表2 創作形態（マンガ）クロス集計

	メディア販売	Web公開
オリジナルなコマ割りマンガ	64.0%	66.7%
オリジナルの4コママンガ	34.8%	53.5%
二次創作のコマ割りマンガ	70.8%	58.9%
二次創作の4コママンガ	61.8%	51.2%
	コンクール	見せる気なし
オリジナルなコマ割りマンガ	87.6%	60.7%

オリジナルの4コママンガ	50.6%	46.8%
二次創作のコマ割りマンガ	34.8%	16.2%
二次創作の4コママンガ	24.7%	9.8%

表2 創作形態（小説）クロス集計

	メディア販売	Web公開
オリジナルの長編創作小説	47.5%	47.09%
オリジナルの短編創作小説	64.4%	66.0%
二次創作の長編小説	49.2%	25.5%
二次創作の短編小説	61.0%	52.6%
	コンクール	見せる気なし
オリジナルの長編創作小説	62.6%	19.0%
オリジナルの短編創作小説	80.6%	78.2%
二次創作の長編小説	6.5%	5.6%
二次創作の短編小説	19.4%	21.2%

また、これら外部に自分の作品を公表する人は、同人文化との親和性が高い。図5は、それぞれの発表形態ごとにマンガ同人誌の消費動向を集計したものである。作品を見せる気がない人はマンガ同人誌を全く読まない層が半数を超えている。一方、コンクールに応募する層も含めて自分の作品を対外的に公表する意思のある人では、半数以上が同人誌を年に1冊以上は読んでいる。週に複数冊読むへビーなユーザーも多い。

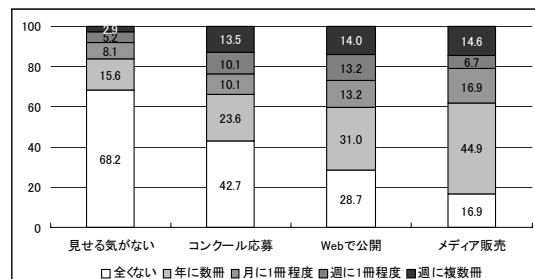


図5 マンガ制作者のマンガ同人誌消費状況

第2次調査の分析で得られた結果は、次の通りである：

なし

- 1) イラスト・マンガ・小説のいずれも、制作は個人、技術の習得は独学が大半である。
- 2) 制作された作品は、Web で公開するのが3割、イベントなどで販売するのが10%程度である。自分の周辺の家族・友人に見せる程度の人が多く、人に見せる気が全くない層も存在する。
- 3) 創作される作品は、全体でみるとオリジナル作品の制作経験率が二次創作経験率を上回る。特に、コンクールに応募する層・誰にも見せずに個人で創作を楽しむ層でその傾向は顕著である。一方、Web 公開・メディア販売といった形で外部に公開する層では二次創作の制作率が高い。

#### 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計 3 件)

- ① 小山友介, 「作品『で』楽しむコンテンツ創作の厚み」, KDDI 総研 R&D, 2009 年 4 月号 (査読なし)
- ② 小山友介, 「日本の家庭用ゲーム産業での発売延期率推移—ゲーム開発の複雑化と産業としての適応—」, 『デジタルゲーム学研究』, Vol. 2, No. 1, 76-84, 2008 (査読有)
- ③ アレックス・ウェイド (翻訳 小山友介), 「英米でのビデオゲーム制作の現状」, Vol. 2, No. 1, 102-114, 2008 (査読なし)

[学会発表] (計 2 件)

- ① 小山友介, 「日本型コンテンツ産業システムについての一考察」, 文化経済学会, 北海道大学, 2008 年 7 月 6 日
- ② Yuhsuke KOYAMA, "Survey of the adjourned sale rate of the Japanese home video game industry", The Third DiGRA Conference, University of Tokyo, 24/09/07

#### 6. 研究組織

(1) 研究代表者

小山友介 (KOYAMA YUHSUKE)

東京工業大学・大学院総合理工学研究科・助教

研究者番号: 80345371

(2) 研究分担者

なし

(3) 連携研究者