

## 科学研究費助成事業（学術研究助成基金助成金）研究成果報告書

平成25年 6月10日現在

機関番号：32619

研究種目：挑戦的萌芽研究

研究期間：2011～2012

課題番号：23650130

研究課題名（和文） ゲーム産業におけるパブリッシャー機能の研究

研究課題名（英文） Research on the Video Game Publishers

研究代表者

小山 友介 (KOYAMA YUHSUKE)

芝浦工業大学・システム理工学部・准教授

研究者番号：80345371

研究成果の概要（和文）：

ゲーム産業におけるデベロッパーとパブリッシャーの関係について、企業・ユーザについて調査を行った。出版行の作家・出版社関係と比べた際、ゲーム会社のデベロッパーとパブリッシャーの関係では、パブリッシャーが開発費を事前に支払っているケースが多く、パワー関係はパブリッシャー側に大きく偏っていた。

研究成果の概要（英文）：

We surveyed the relationship between publisher and developer in the video game. Results are 1) compared to the book publishing, video game developers financially depend on the game publisher. 2) in many cases, game publisher pay the development costs in advance.

交付決定額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
交付決定額	1,600,000	480,000	2,080,000

研究分野：図書館情報学・人文社会情報学

科研費の分科・細目：人文社会情報学

キーワード：パブリッシャー、デベロッパー、資源特殊性、評判

## 1. 研究開始当初の背景

マンガ（出版）やアニメーション（放送）、映画（配給）などの他のコンテンツ産業と異なり、ゲーム産業（パッケージ/ネットゲーム/アーケード）においては、ダウンロード販売サイトを除き、他者（他社）が制作したタイトルの発売・発表だけを行うパブリッシャー専門の企業は無い。プラットフォーム提供企業とゲーム開発大手企業（以後、大手ゲーム会社）が、自社開発タイトル以外にも中小デベロッパーが開発したタイトルの販売も担当している。

これら大手ゲーム会社では、社内デベロッパー部門が開発したタイトルを発売すると同時に、1) ゲーム内の一部分だけ外部デベロッパーに外注するケース、2) 企画は社内で行い、開発を外部デベロッパーが行うケ

ス、3) 企画段階から外部デベロッパーと共同で行うケース、4) 完成したタイトルが持ち込まれ、販売のみ関わるケースなど、様々な事例があることは知られている。また、デベロッパーがゲームを開発する際に、①自己資金で開発する場合だけでなく、②パブリッシャーが資金提供する事例も多く知られている。また、A) 開発されたゲームの国内販売と海外販売でパブリッシャーが異なるケース、B) 同じ会社があるタイトルでは別のパブリッシャーに販売を委託し、別のタイトルでは自社で販売し、また別のタイトルでは他のデベロッパーのタイトルを販売する、といったケースも存在する。

こういった、時には入れ子状態にもなるパブリッシャー/デベロッパー関係（以下、PD関係）を体系的に調査し、分類・分析した研

究は存在しない。本研究の目的は、家庭用（パッケージ）ゲーム産業におけるパブリッシャーが果たしている複数の機能を分類するとともに、その有効性を分析・評価することである。

## 2. 研究の目的

マンガ（出版）やアニメーション（放送）、映画（配給）などの他のコンテンツ産業と異なり、ゲーム産業においては、他者（他社）が制作したタイトルの発売・発表だけを行うパブリッシャー専門の企業は無い。ゲーム開発におけるパブリッシャーとデベロッパーの関係については、組織的な研究はまだなく、コンテンツ産業のビジネスモデル研究において「欠けたパズルのピース」の一つである。

本研究では、経済学の企業間関係論（取引費用論）の知見を用いつつ、ゲーム産業内の事例整理および他産業の事例との比較することで、ゲーム産業内でパブリッシャーの果たす役割について明確化することが目的となる。

## 3. 研究の方法

産業内特有の守秘義務の問題があり、当初計画通りに研究が進まなかった。そのため、研究(2)と(3)を新たに加える形で研究を再構成した。

### (1-1)事例研究

### (1-2)複数の企業へインタビュー調査

(2)ユーザーがデベロッパーをどの程度認知しているのか把握するための調査

### (3)他分野との比較研究

## 4. 研究成果

### (1) について

いくつか明らかとなっている文献を調査し、複数企業へのインタビューを行った。デベロッパーはパブリッシャーに開発費を事前に受け取って開発するケースが大半であり、その点で作家と出版社の関係とは大きく異なっていた。パワー関係がパブリッシャー側に大きく偏っていた。それ以外の結果は、事例それぞれの特殊性が大きく、一般化した結論を出すにはまだ不十分な状況である。

しかし、企業内で発生する業務量が少なく、一定期間のみしか業務が発生しない分野である音楽やキャラクターデザイン（イラスト）に関しては、大手デベロッパー件パブリッシャーであっても外注率が高かった。また、これらの作業は資源の特殊性が大きい、成果物がわかりやすい、評判がそれぞれのクリエイターにつく、という特徴があるため、独立しやすい、と言うこともある。

PCゲームにおける主な外注・内製の区分を

表1に示す。

表1 PCゲームにおける外注・内製

要素	作業発生時期	資源特殊性	内製／外注
音声(声優)	一時期、集中	大	外注
音楽	ごく短期	大	外注
シナリオ & スクリプト	ほぼ全期間	大	原則内製 有名人は外注
グラフィック(原画)	ほぼ全期間	大	原則内製 有名人は外注
グラフィック(彩色)	ほぼ全期間	小	内製 繁忙期一部外注
プログラム	ごく短期	小(ツール利用時)	外注
ムービー	ごく短期	大	外注
販促・発売	後半、5月雨的	大	外注(販売委託)

小規模のPCゲームデベロッパーでは、開発に特化するために発売に関する全機能を同じパブリッシャーに継続的にゆだねるケースが多く、この事例は出版社と作家の関係に近い。

### (2) について

消費者が書籍を購入するときは、通常、「どの出版社から発行されたか」は重要ではなく、「作家（クリエイター）が誰であるか」が重要である。しかし、ゲームに関しては、「どの会社から発売されているか」が重視され、「どの会社が制作したか」は重要視されていない、と考えられている。

その点について、ゲームを日常的に遊ぶ男女計2060名（10代～50代までの男女各206名）に対して、2011年度の家庭用ゲーム売上トップ100までに入ったタイトルの開発会社、PCオンラインゲームおよびソーシャルゲームの上場企業に対する認知度調査を行った結果が図1である。

当初の予想通り、様々なジャンルに年に複数本タイトルを発売しているパブリッシャー

一を兼ねる大企業は認知度が高いことが確認された。デベロッパーのみの企業の認知度は決して高くなかった。また、ソーシャルゲームのデベロッパーの認知度はさらに低かった。

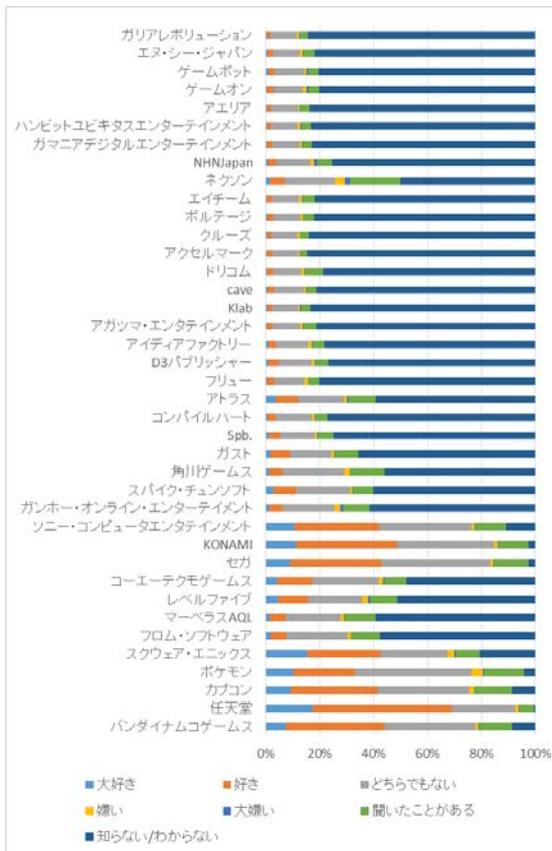


図1 ゲームパブリッシャーおよびデベロッパーの認知度

図1のデータを、企業を認知して好き／嫌いの態度表明をしている人のみで割合を示したのが図2である。

態度表明した人だけの分布で、「大嫌い」「どちらか」というと「嫌い」の割合が高い企業のトップ5は以下ようになった。

- ネクソン 17.6%
- ゲームオン 13.7%
- NHNJapan 13.6%
- ハンビットユビキタスエンターテインメント 12.0%
- ガンホー・オンライン・エンターテインメント 11.1%

運営への不満、という形で日常的にストレスがたまりやすいからか、PCのオンラインゲーム会社が上位だった。以後、大まかにはソーシャルゲーム会社、家庭用ゲーム会社、の順に続く。

「大嫌い」のみの結果は以下の通りとなった：

- ネクソン 6.1%
- NHNJapan 5.4%
- ゲームオン 4.6%
- Klab 4.0%
- ガンホー・オンライン・エンターテインメント 3.7%

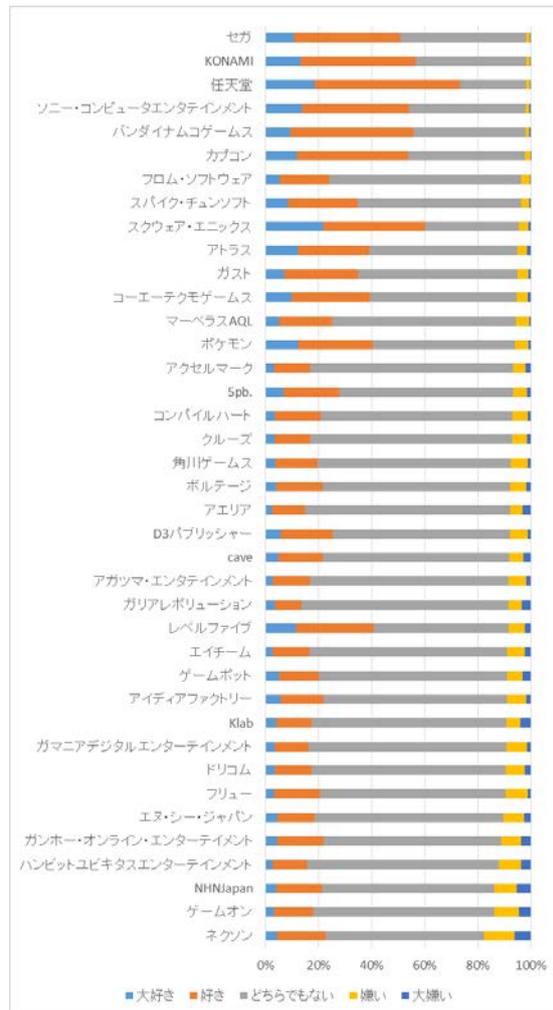


図2 ゲームパブリッシャーおよびデベロッパーの態度表明の割合

大きな変化はないが、ソーシャルゲーム会社のKlabが4位(4%)とかなり多い。2012年から「コンプガチャ」が社会問題化したが、その影響が大きいと考えられる。

「大好き」「どちらか」というと「好き」の割合が高い企業のトップ5は以下の通りである。

- 任天堂 73.2%
- スクウェア・エニックス 60.2%
- KONAMI 56.4%
- バンダイナムコゲームス 55.6%
- ソニー・コンピュータエンタテインメント

54.0%

基本的には、歴史のある大手家庭用ゲーム会社ばかりとなった。「大好き」だけの結果は以下の通りである。

スクウェア・エニックス 21.7%  
任天堂 18.4%  
ソニー・コンピュータエンタテインメント 13.7%  
KONAMI 13.1%  
アトラス 12.4%

スクウェア・エニックスがトップとなり、5位にアトラスが入っている。スクウェア・エニックス、アトラスともに看板となるタイトルがRPGのシリーズタイトルである。RPGファンは一度捕まえると熱心なファンになることが想像できる。

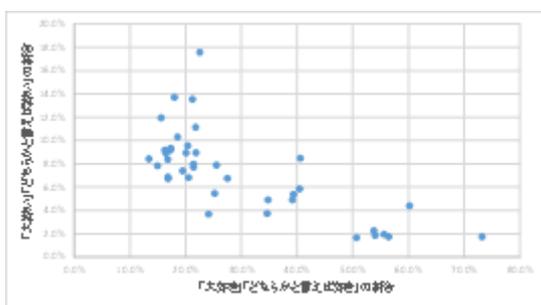


図3 「好き」「嫌い」散布図

図3に、横軸に「大好き」「どちらかと言えば好き」、縦軸に「嫌い」「どちらかと言えば嫌い」とした散布図を示す。大まかに逆相関することがわかる。

### (3)について

小規模・零細にあたる制作者とその発売者の関係を検討するに当たって、自作作品を商業ベースで発表する際の関係について、同人分野に関する調査を行った。その結果は論文(1)として雑誌『システム/制御/情報』に掲載された。

### 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1件)

(1) 小山友介、初音ミク-N次創作が拓く新しい世界、システム/制御/情報、査読有、Vol15、No57、2013、pp.189-194

[学会発表] (計1件)

(1) 林直樹、小山友介、プラットフォーム別ゲームユーザの違いに関する研究、日本デジ

タルゲーム学会、九州大学、2013年3月3-4日

### 6. 研究組織

(1) 研究代表者

小山 友介 (KOYAMA YUHSUKE)  
芝浦工業大学・システム理工学部・准教授  
研究者番号：80345371