

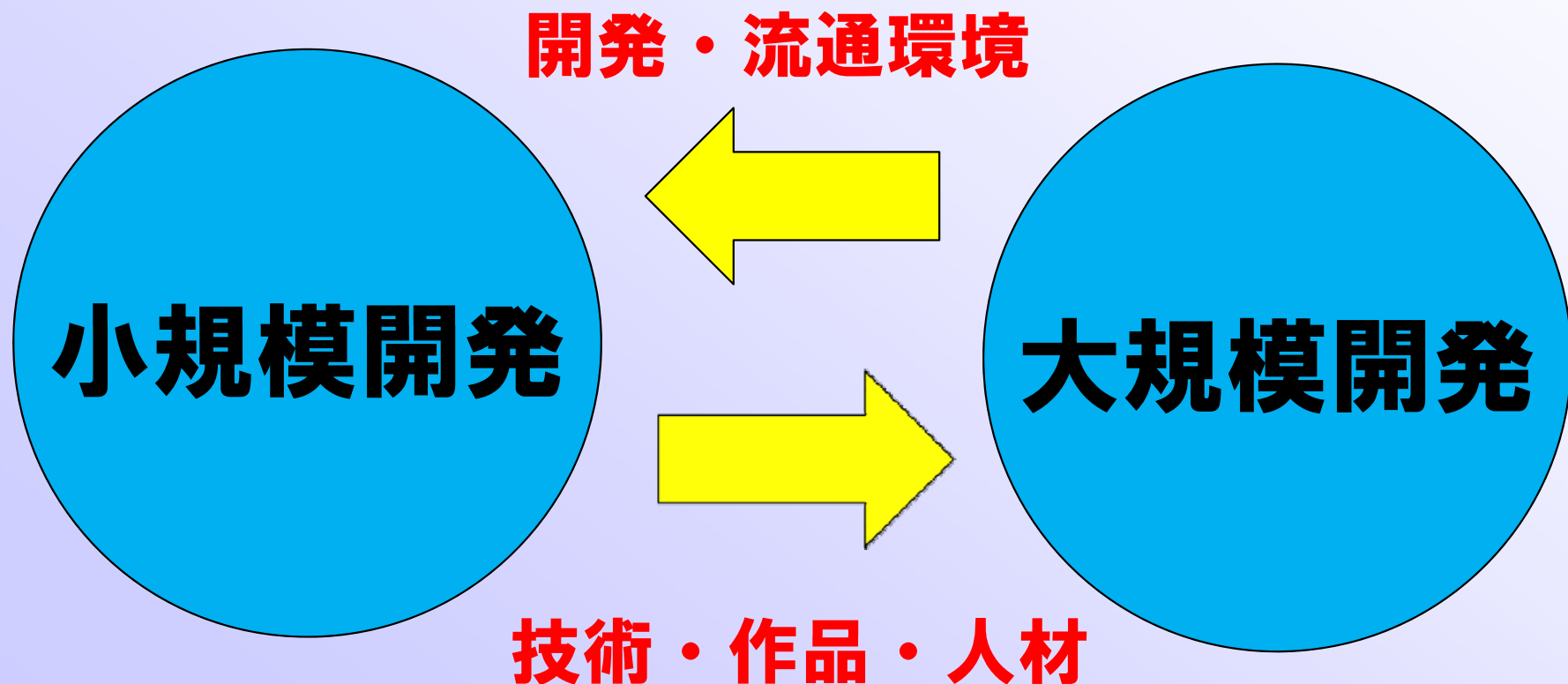
[http://www.\\*\\*\\*.net](http://www.***.net)

# 日本型「ゲーム開発・流通の 個人化」の動向

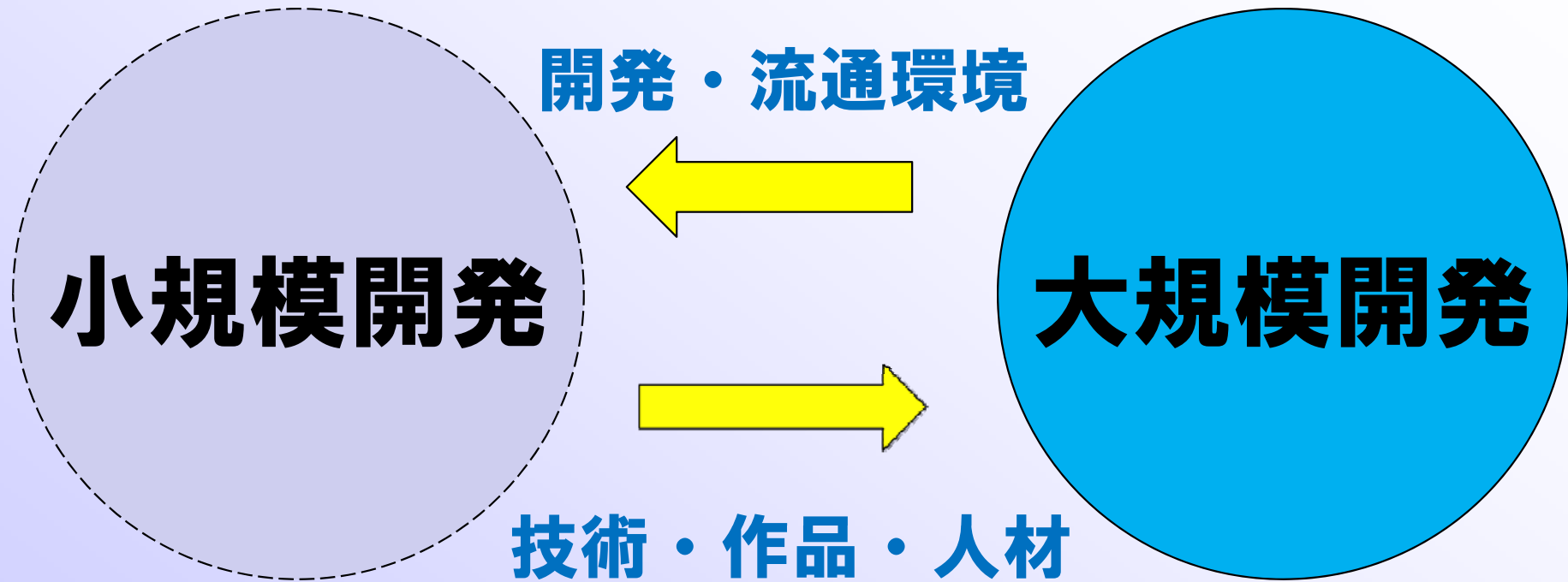
東京工業大学エージェントベース  
社会システム科学研究センター  
七邊信重

# ゲーム開発・流通の民主化

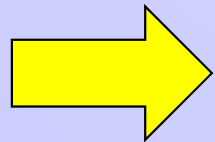
- 「ゲーム開発・流通の民主化」(GDC2008)
- アメリカ・・・小規模開発と大規模開発が連携



# 日本は？



- ・ **小規模開発が認知されていない**
  - ・ **両者の交流が盛んでない**
- Cf. マンガ、ノベル、音楽



**日本型「ゲーム開発・流通の個人化」  
である「同人ゲーム」の動向を報告**

# 日本の「同人ゲーム」の現状

- 開発環境の充実
- 同人誌販売、ダウンロードサービスが発達し、コンシューマ・PCに次ぐ「**第3の流通**」。  
Amazonでも取り扱い。
- 産業規模・・・30～40億円
- **20～30時間遊べる質の高いゲーム**
- **1作で10万本以上のヒット作も**
- **ファン創作、商業移植が活発に**

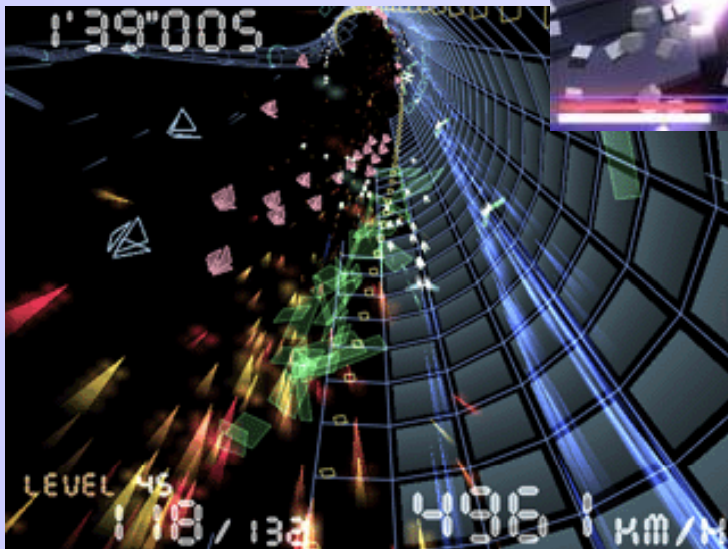
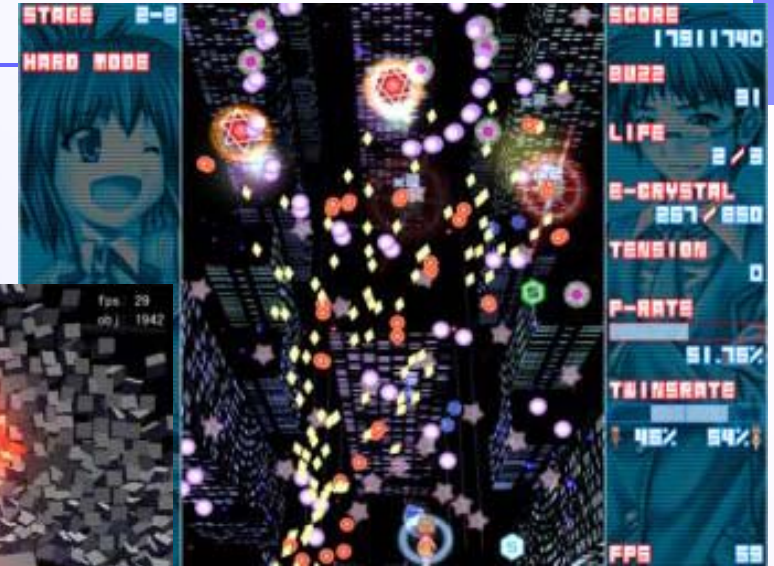
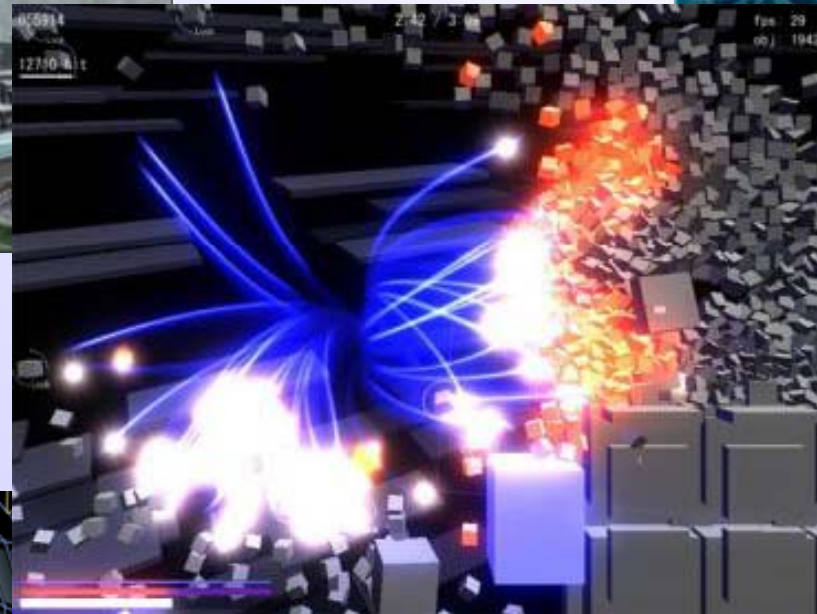


# 同人ゲーム



パッケージ、レーベルデザイン、プレスされ、  
商業ゲームと見分けがつかない。

# STG



# 対戦格闘

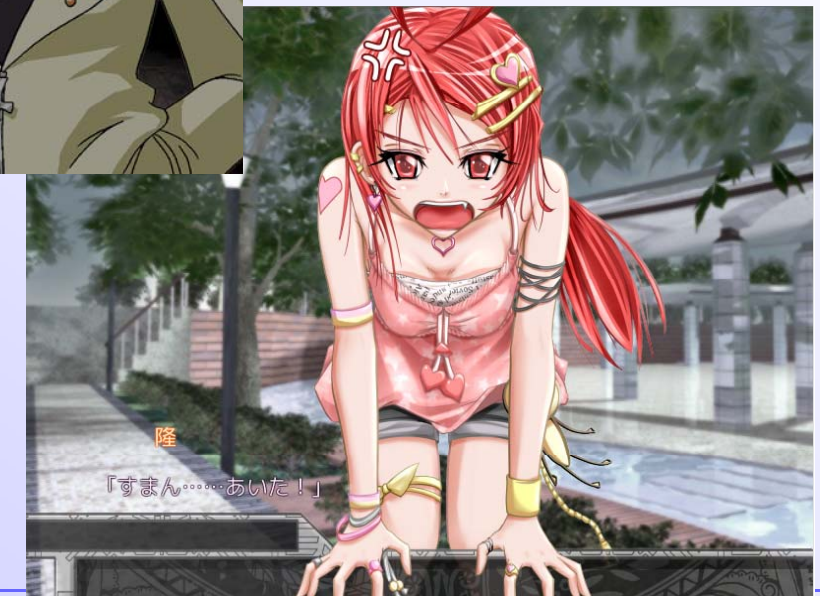
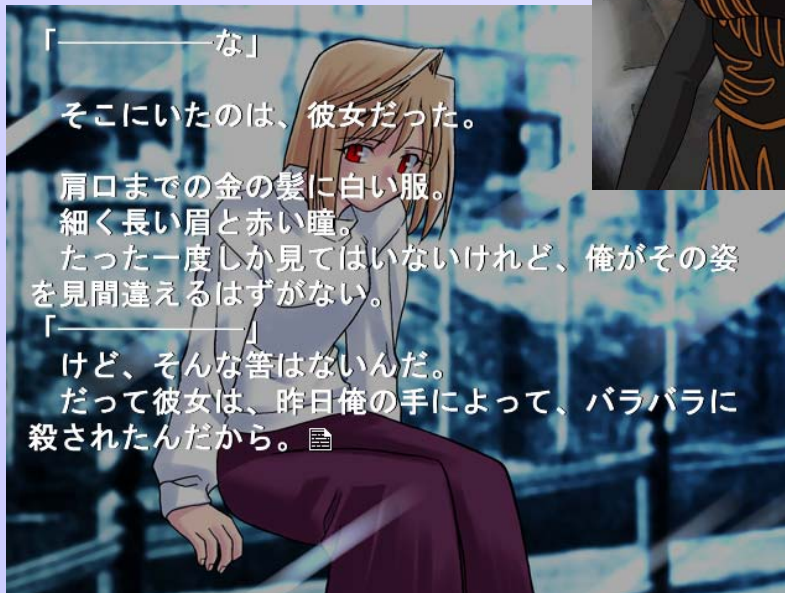


# アクション & RPG & SLG

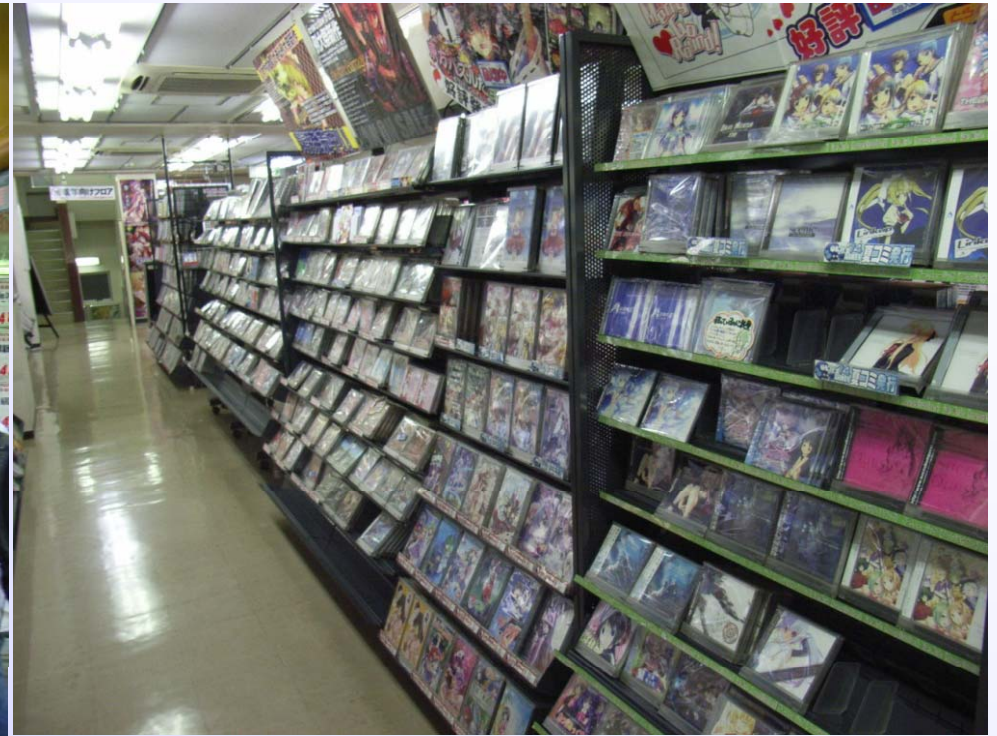




# ノベル & ADV



# 店舗販売



虎の穴、メロンブックス、メッセサンオー、ホワイトキャンバス、アニメイトなどが全国に展開。通販も行う。

# コンシューマへの移植作品(一例)



# 商業移植の事例(一例)

	CS	PC	ダウンロード	Archade	アプリ	マンガ	アニメ	ノベル	ドラマCD
月姫	○	○				○	○		○
MELTY BLOOD	○	○		○		○			
ひぐらしのなく頃に	○				○	○	○	○	○
ひぐらしデイベイク	○					○	○		○
うみねこのなく頃に					○	○	○		○
東方Project						○			
花帰葬	○				○	○			○
キラークイーン	○	○							
勇者30	○								
TUMIKI Fighters			○						
mosser			○						
Every Extend			○						
洞窟物語			○						
アカツキ電光戦記				○					
Monster				○					
トラブル☆ウィッチーズ				○					
exception				○					
ナルキッソス	○					○		○	
ひまわり	○					○		○	○
コーブスパーティー	○				○	○			○

# 中から見るとどうか？

---

- 以上は、やや外側から見た同人ゲームの世界
  - 「同人ゲーム界」は、**どういう社会的メカニズムで動く世界なのか？**
  - **なぜ独創的な作品が作られているのか？**
  - 「文化生産の界」(The Field of Cultural Production)という社会学の概念を用いて、上の問題を考察してみます。
-

# 「文化生産の界」の理論 (P.ブルデュー)

- ①文化が生産される「界」—芸術界、音楽界、文学界など—のロジック・法則と、②文化生産者の「利害」を説明するための理論
- 界・・・ある賭金をめぐる闘争空間。ここに参加した者は、彼が所有する資本により、この空間の一点に位置づけられる。
- 文化生産の界・・・①文化資本(象徴資本)と経済資本の総量と比率により、描くことができる  
②文化資本(象徴資本) > 経済資本
  - 文化: 技能、象徴 = 評価、経済 = 金銭

# 「同人ゲーム界」のメカニズム

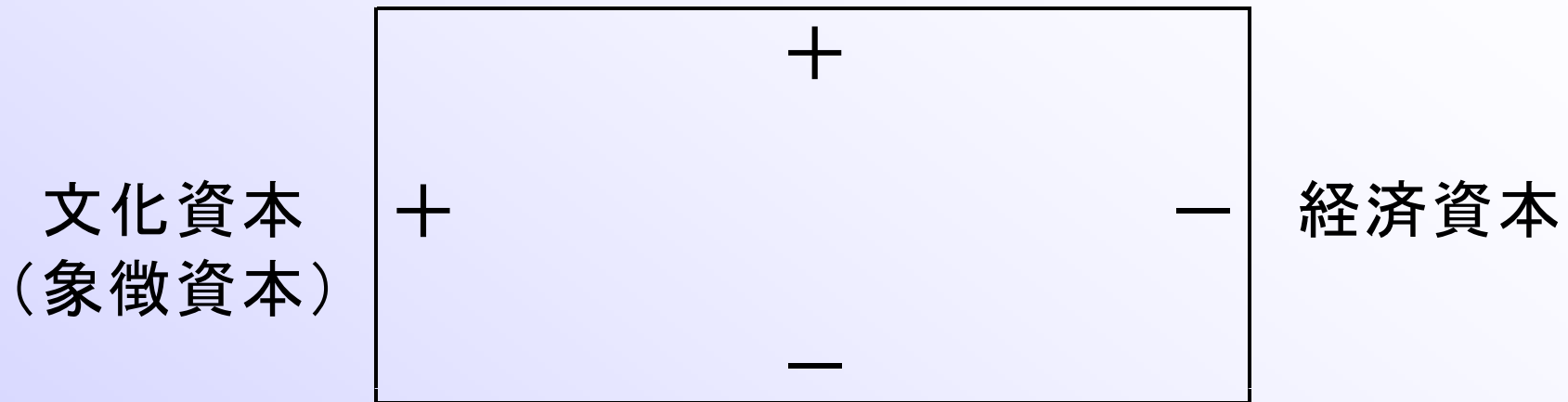


図1：「同人界」の構造

縦軸：資本の総量、横軸；資本の比率  
+ = 支配的な位置、- = 被支配的な位置

- 象徴資本(評価・名声)を争う世界
- × 経済資本(金銭)の追求を否定
- 図1の左上ほど、界の中では尊敬されます。
- 象徴資本は、金銭や人脈に変換されます！

# 資料：参加者の利益（コミケ30周年調査）

表1 同人作品制作の理由

作品を作ることそれ自体が楽しいから	49.8
作品を人に見てもらえることが楽しいから	27.1
主張や伝えたいメッセージがあるから	8.1
作品をきっかけに友人やファンを増やすことができるから	7.0
アート活動・表現活動として	5.3
作品を販売することで収入を得ることができるから	0.8
その他	1.9

表2：コミケットの魅力（サークル）

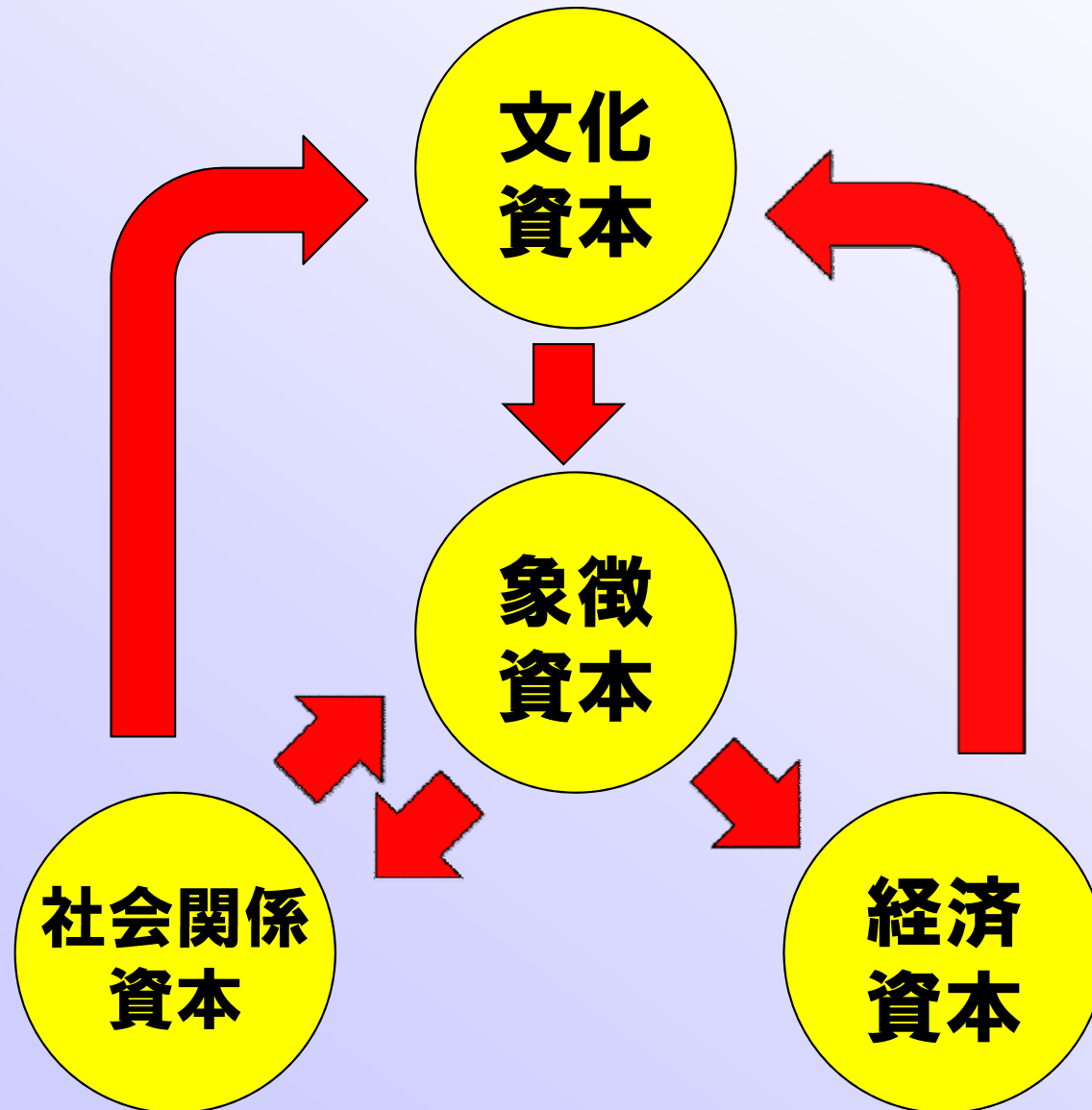
自分の作品を他人に見てもらえること	41.5
お祭りのような雰囲気があること	21.3
日頃会えない友人・知人に会えること	13.1
コミケでしか入手できない同人誌などがあること	9.4
多種多様な表現が許容されていること	8.6
同人誌を多く販売できること	4.2
特にこれといった魅力はない	0.2
その他	1.7

○象徴的利益（①制作の楽しさ、②評価・名声）

×経済的利益



# 資本の循環と蓄積



文化： 技能・機材  
象徴： 評価・信用  
社会： 人脈・資本  
経済： 金銭

資本蓄積した  
サークルが、**完  
成度の高い作  
品**を次々開発

Cf. 上海アリス幻楽団  
黄昏フロンティア  
07th Expansion

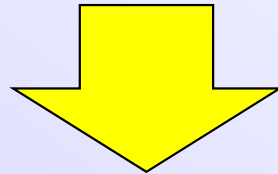
# 同人界との関わり方

- 多くの制作者の考え
  - 上(商業)に上がりたい× 商業 > 同人 ×
  - お金のためにやっている×
  - 仲間に認められたい○ 同人 > 商業○
  - 好きでやっている○

- 同人界との適切な関わり方
  - 搾取× ※制作者の反発
  - 青田買い× ※ファンの反発、ファン離れ
  - 独自の価値観を理解し、信頼関係を築く○
  - ファンコミュニティと共にボトムアップに盛り上げる○

## まとめ

- 同人界では独創的作品が生まれています。
- 小規模開発ゆえに、実験作が生まれる場。
- しかし、**独特な価値観**を持つ世界です。



- 同人界と商業界が良好な関係を築くためには、価値観の違いを理解することが大切です。
- 小規模開発と大規模開発の連携により、日本のゲーム開発はさらなる発展を遂げていくことができると思います！

# ありがとうございました！

- より詳しい研究成果はこちらをご覧ください！
  - 『デジタルゲームの教科書』(ソフトバンクパブリッシング、17・18章) **※会場で発売！**
  - 「『同人界』の論理——行為者の利害-関心と資本の変換」『コンテンツ文化史研究』3号.
- ご質問等は、下記までお願いします！
  - メール: [hichibe.n.aa@m.titech.ac.jp](mailto:hichibe.n.aa@m.titech.ac.jp)
  - twitter: yakumo415