

国際日本学研究科

修士学位請求論文 論文要旨

〔論文題名〕

中国の「二次元ゲーム」の制作における日本のアニメ風のキャラクターのイラストレーションの画稿料に関する研究

国際日本学専攻 博士前期課程	
ポップカルチャー	研究領域
入学年度	2018 年度
学生番号	4911181004
氏 名	胡 芸豪
指導教員	森川 嘉一郎
提出日	2019年 1 月 9 日

国際日本学研究科
修士学位請求論文 論文要旨

中国の「二次元ゲーム」の制作における日本のアニメ風のキャラクターのイラストレーションの画稿料に関する研究

国際日本学専攻
ポップカルチャー研究領域
胡 芸豪

1. 研究の背景及び目的

日本政府による「クール・ジャパン」政策は、その振興対象が、輸出に際して文化や価値観の伝播をとめない、インバウンドを促進するようなブランディング効果を持ち得るという見立てで推進されている。その伝播が進行した結果、輸出先の国々の中には、日本のアニメ風の絵柄に影響を受けたり、あるいは積極的に用いたりしたマンガ・アニメ・ゲーム作品を、現地のクリエイターやメーカーが繰り出すところが出現してきた。その事例の一つに、中国における「二次元ゲーム」がある。

もともと日本には、「ソーシャルゲーム」と呼ばれるゲームのジャンルが存在する。中でも「コレクション系」とも呼ばれる一翼は、プレイヤーが課金を受け入れることによって、一定の確率で手札として使用できるキャラクターを、そのイラストレーションと共に獲得することができる仕組みになっている。このようなゲームのビジネスとしての核心にあるのは、有償抽選を介した金銭と画像の交換による収益システムである。

中国の「二次元ゲーム」は、日本のソーシャルゲームを下敷きにして作られている。RPGや戦略シミュレーションなど、手札となるキャラクターを使ってプレイヤーが行うゲームのタイプにはさまざまなものがあり、個々に独自の要素が含まれているが、収益システムの基本的な仕組みはいずれも同じである。加えてもう一つ共通するのは、キャラクターのイラストレーションが、いずれも日本のアニメ風の絵柄だということである。つまり、中国の「二次元ゲーム」は、実質的に、金銭と「日本のアニメ風のキャラクターの画像」の交換により営まれるゲームだと枠付けることができる。

中国の「二次元ゲーム」は、日本のアニメ風の絵柄という、文化の伝播に立脚してジャンル自体が成立し、その伝播がまがい物めいた模倣を超えて、日本に「逆輸入」されて人気を博するほどの水準に達した。加えて特徴的なのは、伝播した絵柄それ自体の、極めて純粋な具現であるキャラクターのイラストレーションが、金銭と交換される仕組みになっているということである。いわば、伝播した文化たる絵柄を、金額に置き換えて計測するという、たぐいまれな観測の可能性を、本研究は、そこに見出すものである。

本研究では、このような「二次元ゲーム」において、その中で収益システムと直結している日本のアニメ風の「立ち絵」と呼ばれるキャラクターのイラストレーションに注目し、2015-2017年の間で、個々のイラストレーターに支払われた画稿料がどのような基準で決められたのかについて調査を行う。同じ日本のアニメ風の絵柄の中でも、どのような絵がより高い収益性を見込まれたのか、あるいは実際に収益をもたしたのか、そしてそれが、

収益性の高い絵を描く能力があるイラストレーターに支払われた画稿料にどのように反映されたのかを調査する。その分析を通じて、日本のマンガ・アニメ・ゲームを特徴付ける絵柄自体が一定の経済的価値、ひいてはブランド力を帯びる条件や様態の一端を明らかにすることを目指すものである。

2. 仮説

- 1) 2015-2017年に中国で発表された「二次元ゲーム」の「立ち絵」は「日本のアニメ風の絵柄」で描かれているが、「日本のアニメ風の絵柄」を構成する要素の中にも「立ち絵」の発注責任者による絵師への評価に主たる関わりを持つ要素があり、これが絵師に支払われる画稿料を左右する。
- 2) 絵師の評価に主たる関わりを持つ「日本のアニメ風の絵柄」の要素は、日本のマンガやアニメのキャラクターに特有な性的アピールをもたらす要素である。

3. 研究方法

「二次元ゲーム」の開発元を含め、一般にゲームの制作会社には、「キャラクター立ち絵」を含む作中の美術（アートワーク）に関わる業務を統括し、絵師に支払われる画稿料の決定にも関わる「美術総監督」、ないしはそれに相当する役職が設けられている。主要な「二次元ゲーム」の開発元の美術総監督に就いている人物を特定し、対面形式のインタビューを試みる。取材に際しては、美術総監督が過去の複数作品にも関わってきた可能性を探り、現在の画稿料の判断基準に加え、過去からの基準の変化についても証言を得ることを試みる。

さらに、各会社でインタビュー対象となるスタッフも複数名のケースがあり、最終的に、中国最大の同人誌即売会 Comicup における同人誌に付けられた各ゲームのタグの数 および Pixiv 上の二次創作のトレンド数 を参照し、上海散爆网络科技有限公司関係者 4 名、上海蛮啾网络科技有限公司関係者 3 名、What's up Game Labo 関係者 2 名、上海幻萌网络科技有限公司関係者 1 名、上海鷹角网络科技有限公司関係者 3 名、総数 13 名に上記の仮説について取材した。

4. 結論

本研究で実施したインタビューを総覧すると、「キャラクター立ち絵」の画稿料は、おおむね次のような過程で定められる。画稿料はまず、絵師自身から発注側に提示されることが多い。その上で納期や、絵師と発注元とのそれまでの関係などが参照されつつ交渉が行われ、実際の画稿料が決められる。一方、絵師が画稿料を提示するに先立ち、発注元である各ゲーム制作会社では、「キャラクター立ち絵」市場の動向による感覚的な判断に基づいて、全絵師にまたがる許容可能な画稿料の「予算範囲」が見出される。一般にどの絵師に対しても、この範囲を逸脱することはない。その上で、各絵師に付帯するさまざまな因子により、各絵師の画稿料の想定値もしくは想定区間が、「予算範囲」の範囲内で見出される。例えば、図 1 のように全絵師にまたがる「予算範囲」が 6000-30000 に定められた上で、絵師 A の想定区間が 15000-28000、絵師 B が 6500-15000、のように見出される。そのような、納期などの要素が絡んで行われる交渉のやりとりに入る前の、発注元が見出す画稿料

の絵師ごとの想定区間が、いかなる要素にもとづいて判断されているかが、本研究の追求対象となる。

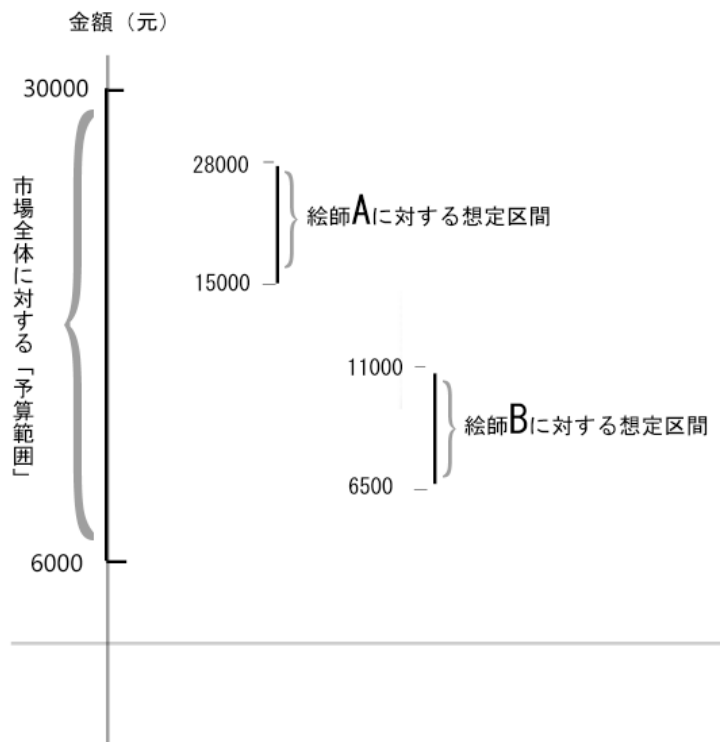


図1. 画稿料における「予算範囲」と絵師ごとの想定区間の関係

インタビューで得られた、その要素に関する証言は、絵師人気度、絵柄、そして「基本技術」の中の「ディテール量」に、おおまかに分類できる。

証言によると、絵柄が画稿料を直接左右することを前提とした部分は否定される。

人気度および「ディテール量」について：

- 1) 人気度は主に SNS のデータを指す。Weibo のフォロワー数と Pixiv のランキングは主な参考対象である。Weibo における絵師のフォロワー数が多ければ多いほど、ゲームメーカーの「予算範囲」における位置が高い。Pixiv に発表された過去の作品のランキングの位置がより高いと、ゲームメーカーの「予算範囲」における位置がより高い。
- 2) 「ディテール量」と画稿料の関係は、証言を引用すれば、「簡単なキャラクターは画稿料が低く、複雑なキャラクターは画稿料が高い」¹。物体の構造のディテールをより細かく描くことやより多くの色でグラデーションを構成することで、より高く評価され、ゲームメーカーの「予算範囲」における位置がより高い。

そして、証言によれば、SNS における人気度の方が、「ディテール量」よりも、基準としての優先順位がより高いことが分かった。

¹ 論文 p.94 を参照

〔主な参考文献〕

<書籍>

東浩紀、『動物化するポストモダン—オタクから見た日本社会』、講談社現代新書、2001

小山友介、『日本デジタルゲーム産業史』、人文書院、2016

中川大地、『現代ゲーム全史』、早川書房、2016

奥拉夫・维尔苏斯、『艺术品如何定价』、译林出版社、2017

中村彰憲、『中国ゲーム産業史』、G zブレイン、2018

楊蓉、『多视角下的中国绘画艺术品价格问题研究』、西南财经大学出版社、2018

<報告書>

『2015 年中国游戏产业报告：摘要版』中国音数协游戏工委（GPC）、CNG 中新游戏研究（伽马数据）、国际数据公司（IDC）编写、北京:中国书籍出版社、2015

『2016 年中国游戏产业报告：摘要版』中国音数协游戏工委（GPC）、CNG 中新游戏研究（伽马数据）、国际数据公司（IDC）编写、北京:中国书籍出版社、2016

『2017 年中国游戏产业报告：摘要版』中国音数协游戏工委（GPC）、CNG 中新游戏研究（伽马数据）、国际数据公司（IDC）编写、北京:中国书籍出版社、2017