

修士学位請求論文要旨

論文題名 日本と中国におけるデジタルゲーム産業の比較分析

—ゲームプレイを行う「遊ぶ場」の違いに着目して—

所属研究科 国際日本学研究科 国際日本学専攻

研究領域 企業・メディア・コンテンツ領域

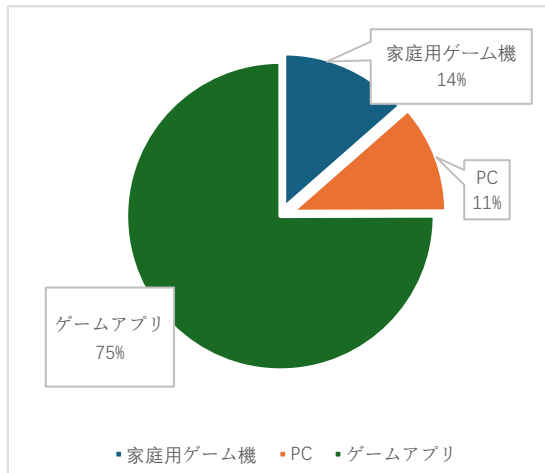
本人氏名 張 慶瑞

学生番号 4911232001

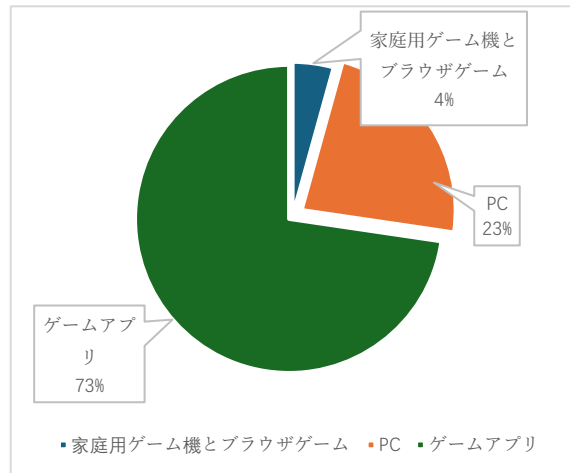
1 研究背景と目的

ゲーム産業の世界動向を調査したデータ年鑑である『ファミ通ゲーム白書 2023』（角川アスキー総合研究所）によると、日本では家庭用ゲームは PC ゲームよりその市場規模が大きく、ユーザー人口も多い。逆に中国では、PC ゲームと比べて家庭用ゲーム市場の占有率が低い。このように、日本と中国にはゲームプレイの際に利用するデバイスが異なっている。

「図表 1」 2022 年日本ゲームコンテンツ市場規模



「図表 2」 2022 年中国ゲームコンテンツ市場規模



(出典：『ファミ通ゲーム白書 2023』をもとに筆者作成)

またデジタルゲーム産業はクラウドゲームやクロスプラットフォームなど多様なサービス展開を行っており、この産業の特徴は複雑化の度合いを増している。さらに、日本と中国には「遊ぶ場」としてのデバイスが違うだけでなく、従来形成されてきた日本のゲームセンターと中国のネットカフェという「遊ぶ場」としての現実空間においても大いに異なっている。従って、この産業を対象とした研究として、新たなアクセス型ゲームの時代の特徴を定式化し、再考する。そして日本と中国のデジタルゲーム産業を比較する際に、共通の時代区分が求められる。またそれを踏まえて「遊ぶ場」の概念及びその変遷について論究を必要としている。

2 研究方法

本論文は、日本と中国におけるデジタルゲーム産業を、(1)「遊ぶ場」としての現実空間、(2)「遊ぶ場」としてのデバイス、(3)「遊ぶ場」としてのコミュニケーション・ツールのように三つの側面から比較する。

まず「遊ぶ場」としての現実空間、そして「遊ぶ場」としてのデバイスの相違点を産業の史的発展の分析を通じて、ビジネスモデル、アーキテクチャ論で考察する。そして、「遊ぶ場」としてのコミュニケーション・ツールに存在するオンライン上のゲームコミュニティのなかで、実践するコミュニケーションのあり方を比較して明らかにしたい。そのため、日本と中国のゲーマーが使用するコミュニケーション・ツールについてフィールドワークを実施し、各国ごとに 5 名ほどの利用者に半構造インタビューを行い、ゲームプレイの習慣及びゲームコミュニティへの参加について分析する。最後に、「実践

コミュニティ」という枠組みを通じて、日本と中国におけるデジタルゲーム産業「遊ぶ場」の変遷及びその位置付けと役割について比較して論じる。

3 結果

中国と日本のデジタルゲーム産業は図表 3 のようにこの三つの「遊ぶ場」が異なっていることが本論文の考察を通じて明らかになった。

「図表 3」日本と中国における「遊ぶ場」の比較

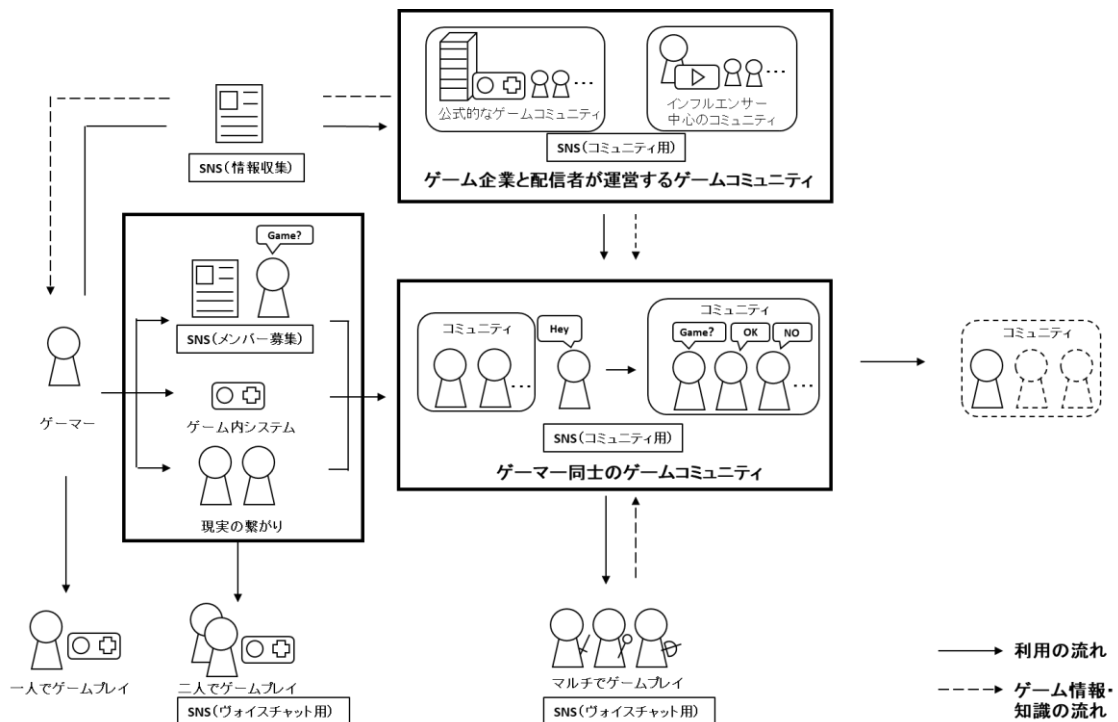
	日本	中国
「遊ぶ場」としての現実空間	ゲーム機を利用できる場 (ゲームセンター、家…)	ゲームに関わるネットサービスを楽しむ場 (ネットカフェ、家…)
「遊ぶ場」としてのデバイス	ゲーム産業の中心であるゲーム機はゲーム企業が製造し、機能はゲームプレイだけで、ゲームソフトウェアとハードウェアの関係が直接	ゲーム産業の中心である PC・スマートデバイスは他産業が製造して、機能は多様であるが、ゲーム企業が活用、ゲームソフトウェアとハードウェアの関係が間接
「遊ぶ場」としてのコミュニケーション・ツール	自分のゲーム体験をさらによくするために複数のゲームコミュニティを渡って流動的に利用することが多い (領域重視型実践コミュニティ)	ゲームを友人と楽しむために、固定メンバーで形成するゲームコミュニティを優先的に利用することが多い (メンバー重視型実践コミュニティ)
	(日中共通) 情報収集、メンバー募集、マルチプレイをする際にコミュニケーションを取る場	

日本はデジタルゲームの黎明期から、ゲーム機を軸にゲーム産業を展開し、今でもその中心が変わらない。中国は後発で参入し、海賊版流通と政府におけるゲーム機禁止法の影響で家庭用ゲームを中心としたゲーム産業はなかなか成立できなかったが、ネットサービス企業はオンラインゲームを利用して、ゲームに関わるネットサービスを中心としたゲーム産業が急速に発展してきた。こうした産業の特徴の違いにより、「遊ぶ場」としての現実空間は日本において、そのゲーム機を体験する場のことを意味する一方で、中国においては、ネットサービスを楽しむ場のことを表している。

そして、日本と中国のゲーム産業をリーダーする大手企業の事業展開に関して、日本の任天堂やソニーはゲーム企業として、ゲーム機というハードウェアも製造する。中国のテンセントや NETEASE 等はもともとネットサービスの企業であるが、オンラインゲー

ムもそのサービスの一環として事業を拡大するにしたがって、ゲーム企業とも呼ばれるようになった。そして、アーキテクチャ論で製品の特徴を分析すると、ゲーム機はクローズ的なアーキテクチャ製品であり、ゲームのために製造されたため、ゲーム企業はゲーム機を軸にゲームソフトを開発し、ゲームプレイが主な機能である。パソコンはオープン的なアーキテクチャ製品であり、ゲーム以外のソフトやネットサービスも楽しめることから、中国のゲームが活用しているというように、日本と中国における「遊ぶ場」としてのデバイスも異なっている。

「図表 4」 ゲームプレイの流れ



(出典：筆者作成)

最後に、日本と中国における「遊ぶ場」としてのコミュニケーション・ツールについて、パソコンでゲームを楽しむプレイヤーを対象として、その利用状況についてヒヤリング調査を実施した。その結果、ゲームプレイの流れとゲームコミュニティへの参加について明らかになった (図表 4)。

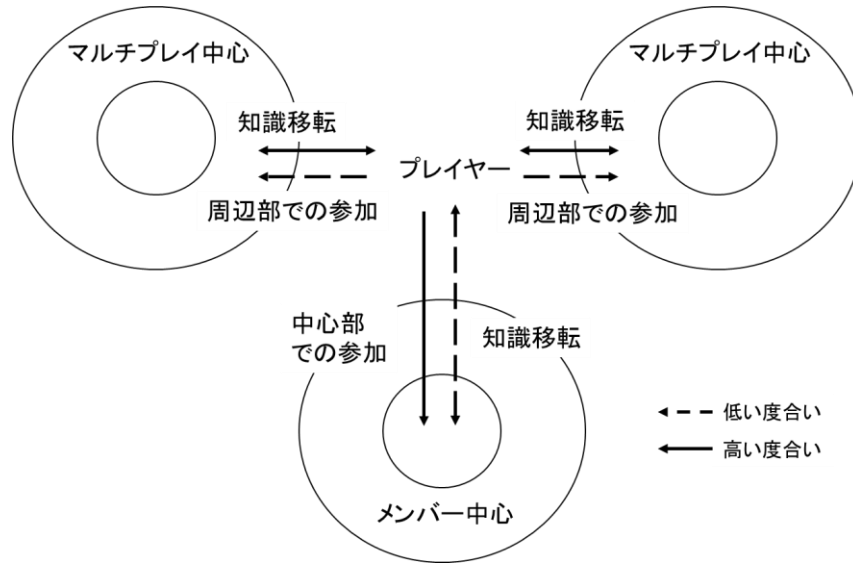
「図表 5」ゲームコミュニティの比較

	目的	規模	領域	メンバー	プレイヤー同士のコミュニケーション	何のために参加する	存続期間
公式的なゲームコミュニティ	ゲーム企業が情報の発信	大規模 (千人から万人)	1タイトル	流動的	(ほまれない)	ゲームの情報へのアクセス	ゲームの運営が続く以上 終えない
インフルエンサー中心のゲームコミュニティ	インフルエンサーがファンとの交流	大規模 (千人から万人)	1タイトルが多い	流動的	文字チャット	配信者に興味を持ち、ゲーム知識へのアクセス	配信者が活動し続ける以上 終えない
ゲーム中心のゲームコミュニティ	プレイヤー同士がゲームに関する情報の交換	中規模 (百人から千人)	1タイトルが多い	流動的	文字チャット	ゲームの情報や知識へのアクセス、メンバー募集	メンバーが情報交換を行う限り 存続する
マルチプレイ中心のゲームコミュニティ	プレイヤー同士がマルチプレイをする	小規模 (数人から数十人)	1タイトル	流動的	文字チャットとボイスチャット	ゲームプレイ	メンバーは共同的にプレイすることに関心を感じる限り 存続する
メンバー中心のゲームコミュニティ	プレイヤー同士がマルチプレイをする	小規模 (数人から数十人)	複数のタイトル	固定的	文字チャットとボイスチャット	ゲームプレイ、人間関係	メンバーは共同的にプレイすることに関心を感じる限り 存続する

(出典：筆者作成)

「遊ぶ場」としてのコミュニケーションはプレイヤーが情報収集、メンバー募集、マルチプレイをする際にコミュニケーションを取るための場であることが同様である。また、それらの利用目的とコミュニティの特徴により、プレイヤーが利用するゲームコミュニティは五つ区分される（図表 5）。

「図表 6」 実践コミュニティであるゲームコミュニティの違い



	領域	コミュニティ	実践	特徴
プレイ中心のゲームコミュニティ	一タイトル	流動的メンバーの周縁的参加	ゲームプレイ	ゲームを第一に、複数のコミュニティに渡る
メンバー中心のゲームコミュニティ	複数タイトル	固定メンバーの中心部での参加	ゲームプレイ	メンバーを第一に、一つのコミュニティを優先的に利用する

(出典：筆者作成)

その中、実践コミュニティとしてのゲームコミュニティはマルチプレイ中心のゲームコミュニティと、メンバー中心のゲームコミュニティである。図表 6 で示したように、この二つのコミュニティは実践コミュニティを構成する要素への重視度が異なっている。マルチプレイ中心のゲームコミュニティは、1 ゲームタイトルを領域として、メンバーが複数のコミュニティに渡って、周縁的に参加しているので、「領域重視型実践コミュニティ」とも言えるが、メンバー中心のゲームコミュニティは、中心部で参加する固定メンバーが活動することが基本であるが、領域が変動するということから見ると、「コミュニティ重視型実践コミュニティ」であると考えられる。そして、日本の対象者は現実の繋がりが少ない流動的なメンバーとゲームをプレイする一方、中国の対象者は現実の繋がりが強い固定的なメンバーとゲームをプレイするという特徴から見ると、日本はマルチプレイ中心のゲームコミュニティを流動的に参加するが多く、中国はメンバー中心のゲームコミュニティを優先的に利用することが基本である。

その原因を考えてみると、リアルな友人はハードウェアの利用に関して、日本は家庭用ゲーム機でゲームプレイすることが多いが、中国は PC でゲームプレイすることが多い。また、他人に自分が好きなゲームを紹介して、一緒に遊ばせるという時に、中国に

は海賊版が存在することにより、ゲーム試しという参入障壁は、日本と比べてより低いからである。したがって、PCでゲームを遊ぶプレイヤーを入口とした「遊ぶ場」としてのコミュニケーション・ツールの利用には日本と中国にも異なっていると明らかになった。

4 考察

「遊ぶ場」としての現実空間の新動向

外でゲームを楽しめる場として、日本はゲームセンター、中国はネットカフェというのが特徴的である。しかし、日本の対象者はメンバーとオフラインに会ってからゲームと一緒に遊ぶ場として e-スポーツ向けネットカフェを利用する。このように日本において、e-スポーツ向けネットカフェと複合型ネットカフェは同じくネットカフェであるが、意味合いと役割が異なり、これからの行動に関して、更なる考察が必要である。

一方中国の対象によると、スーパーマーケットでは、Switch や PS が置かれるコーナーが用意され、誰でも自由にゲーム機を借りて、その場でゲームを楽しめることもできる。そのほか、家庭用ゲーム機を体験できる「電玩室」という存在もある。このように、中国における「遊ぶ場」としての現実空間はパソコンを利用するネットカフェ、アーケードゲームを体験するゲームセンターのほか、家庭用ゲーム機でプレイする場としては家庭以外に、「家庭用ゲーム機コーナー」、「電玩室」という存在もある。こうした家庭用ゲーム機を利用して商売を行うことはどのように定義し、またその役割への考察が求められる。

ゲームコミュニティ間の知識移転がなぜ早いのか—ゲーム以外への応用について

どんなゲームコミュニティでも、メンバー同士がゲームという領域で共通し、自分なりの目的を持ちながら、参加することが基本である。プレイヤーはコミュニティに参加する価値を判断し、複数のコミュニティへの参加の度合いも違う。そのため、プレイヤーたちは、多くのゲームコミュニティへの参加が容易であり、人間関係を配慮せずに、負担のない参加や離脱が多く発生するため、個々のゲームコミュニティの形成も衰退も迅速である。このように、参加条件の緩さ及び単一ゲームコミュニティの脆弱性があるからこそ、ゲームコミュニティ全体が活発であり、知識も素早く移転できると考えられる。

さらに、ゲームコミュニティのあり方は、ゲーム以外の実践コミュニティにも参考できると考えられる。企業における実践コミュニティに関しても、社員ではない関係者を呼び寄せ、共に課題解決することが実践の形成に役立つという可能性を示唆している。また他部門・他企業の活動に流動的に周辺参加し、得られた情報などを自分の部門に伝えることが企業・産業全体の知識移転に対しても、効果的であると推測する。実際にゲームコミュニティのあり方を他コミュニティへの導入については、さらなる考察が必要である。

中国における家庭用ゲーム機市場にめぐる問題点

家庭用ゲーム機は中国での事業展開が順調ではないとも言えるが、中国の対象者によれば、全員が Switch を利用することから見ると、プレイヤーの利用とデータにはズレが生じたとも言えるだろう。家庭用ゲーム機の市場規模と利用側面の間に何かが問題が

発生したと考えられる。

ゲームのプレイ方とゲームの意味合い

違う姿勢を取るプレイヤーは、ゲームに対する意味合いの認識、ゲームをプレイする度合い、ゲームコミュニティへの利用も異なるだろう。このように、異なるプレイする姿勢とゲームの意味合いの関連性については、またフィールドワークを行なって、さらなる検証が必要となる。

デジタルゲーム産業における分類の曖昧さ

ゲームのクロスプラットフォーム化及びクラウド化により、マルチプレイを前提とするオンラインゲームとソーシャルゲームは、1 ゲームタイトルは多様な端末に対応できるようになった。そうすると、従来ゲーム産業の史的発展を議論する先行研究では、区分されてきた①アーケードゲーム、②家庭用ゲーム、③PC ゲーム、④オンラインゲーム、⑤ソーシャルゲームという分類の境界がますます曖昧になってきていることが考えられる。このように、クロスプラットフォーム化とクラウド化が進んでいるアクセス型ゲームの時代においては、デジタルゲーム産業の分類が更新すべきだと考えられる。

5 今後の課題

ゲームコミュニティの考察に対して、ゲームと性別を規定していないため、特定のゲームタイトルにおけるゲームコミュニティの特徴への考察が不十分である。そしてメンバー構成に関して、男性が多いコミュニティと女性が多いコミュニティの特徴についてもまだ明らかではない。

また、ゲームコンテンツのゲームデザインにもプレイヤーが「遊ぶ場」としてのコミュニケーション・ツールの利用を影響すると考えられ、デバイスの利用によらず、異なるゲームタイトルにはそれなりに形成するゲームコミュニティの様子も異なるだろう。ゲームコンテンツの特性がいかにゲームプレイ及びゲームコミュニティの形成を影響するかということは今後更なる考察が必要となる。

そして、日本と中国におけるデジタルゲーム産業の事業展開に関して、政策や大手企業の動向によって、常に変化しているため、そこに関して継続的にフォローすることも求められる。そして、ゲーム産業から派生したビジネスである e-スポーツ、ライブ、二次創作、ゲーム代行などに関して、更なる考察が期待されている。

さらに、デジタルゲーム産業におけるゲームのパブリッシングについて、中国の場合、ゲームタイトルを商業化する際に「版号」という政府からの許可が必要となっている。政府から「版号」を発行しなければ、企業がゲームの正式運営を開始することはできない。一方、日本の場合、CERO (Computer Entertainment Rating Organization) や IAR C (International Age Rating Coalition) のレーティング審査を通らなければ、ゲームコンテンツを販売できない。こうした日本と中国におけるゲームのパブリッシングの違い及びゲーム産業への影響についての考察が求められる。

参考文献

- 相原君俊 (2021) 「実践コミュニティにおける二重編み組織に関する一考察—地方の農家グループの事例を対象に—」『経営哲学』(法政大学) 第 19 巻第 1 号, pp. 49-60, https://www.jstage.jst.go.jp/article/jmp/19/1/19_49/_article/-char/ja/.
- 有吉洸 (2011) 「インターネットカフェにおけるパーソナライゼーションに関する基礎的研究」(北海道大学)【北海道大学学術成果コレクション】<https://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/handle/2115/52043>.
- 井口貴紀 (2015) 「大学生のゲーム利用実態—ゲームジャンルと利用動機を中心にした考察」『情報通信学会誌』(情報通信学会) 第 33 巻第 2 号, pp. 41-51.
- 井上明人 (2007) 「ゲームという認識の枠組み—日本の先行研究を中心に—」『デジタルゲーム学研究』(デジタルゲーム学会) 第 1 巻第 1 号, pp. 46-53.
- 、山根信二 (2008) 「デジタルゲーム産業の産業構造：日本のゲーム開発体制はいかにして選択されたのか」『電気通信普及財団研究調査報告書』第 24 号, pp. 104-111, <https://www.taf.or.jp/files/items/530/File/pl04.pdf>.
- 魏晶玄 (2008) 「オンラインゲーム開発の成功要因に対する探索的接近—「FreeStyle」開発プロジェクト管理に対する事例分析—」『デジタルゲーム学研究』(デジタルゲーム学会) 第 2 巻第 1 号, pp. 137-146.
- 上村雅之 (2009) 「テレビゲームの産業・技術史(第一部) —世界初のテレビゲームブーム—」『デジタルゲーム学研究』(デジタルゲーム学会) 第 3 巻第 2 号, pp. 191-203 .
- 王亜暉 (2022) 『中国游戏风云』(中国遊戲風雲) 中国人民郵電出版社.
- 大向一輝 (2015) 「SNS の歴史」『通信ソサイエティマガジン』第 9 巻第 2 号, pp. 70-75, https://www.jstage.jst.go.jp/article/bplus/9/2/9_70/_pdf/-char/ja.
- 角川アスキー総合研究所 (2023) 『ファミ通ゲーム白書 2023』<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000036.000017610.html>.
- 笠松寛矢、松吉俊、兼松祥央、三上浩司 (2023) 「シャルゲームユーザの新規 IP ゲーム開始に至る SNS 履歴分析」『デジタルゲーム学会』第 13 回年次大会予稿集, http://www.jstage.jst.go.jp/article/digrajproc/13/0/13_161/_pdf.
- 株式会社 MOTO (2023) 「Discord の認知率と利用率とユーザ数はどれくらいか？～国内ゲーマーの SNS、コミュニティサービスの利用調査 2023～」<https://note.com/mottoi/n/ne4736cbfeb35>.
- 株式会社インセプト (2023) 「マルチプラットフォームとクロスプラットフォーム」<https://e-words.jp/w/> (2024 年 8 月 15 日にアクセス)
- 城川俊一 (2008) 「知の創造プロセスと SECI モデル—オープン・イノベーションによる知識創造の視点から—」『経済論集』(東洋大学) 第 33 巻第 2 号, pp. 27-37, https://toyo.repo.nii.ac.jp/record/2322/files/keizaironshu33-2_027-037_OCR.pdf.
- 川崎寧生 (2015) 「ビデオゲーム機が導入された喫茶店の役割の見直し—ゲーム機が作り出した都市型娯楽の新しい形—」『デジタルゲーム学研究』(デジタルゲーム学会) 第 7 巻第 2 号, pp. 1-12.
- (2021) 「ゲームセンターと法規制の関係性についての調査分析—各都道府県の関連条例による規制を中心に—」『デジタルゲーム学会』2021 年夏季研究発表大会予稿集, https://www.jstage.jst.go.jp/article/digrajprocsummer/2021/0/2021_7

[7/_pdf/-char/ja.](#)

- (2022)「日本のゲームセンターに対する社会的認識の変遷」『デジタルゲーム学会』第12回年次大会予稿集, https://www.jstage.jst.go.jp/article/digrajp-rocsummer/2022/0/2022_49/_pdf/-char/ja.
- (2022)『日本のゲームセンター史』福村出版.
- (2023)「日本のゲームセンターの社会的認識についての調査分析-各都道府県議会の会議録を中心に-」『デジタルゲーム学会』第13回年次大会予稿集, https://www.jstage.jst.go.jp/article/digrajproc/13/0/13_96/_pdf/-char/ja.
- 木下裕也, 田矢祐樹 (2023)「日本のデジタルコンテンツ産業の展望」『コラム 経済トレンド100』(財務省) https://www.mof.go.jp/public_relations/finance/202309/202309j.pdf.
- 木原麻子, 伊吹勇亮 (2018)「課題解決型授業における学外者との交流経験と受講生の活動および心理的な変化の関係」『高等教育フォーラム』(京都産業大学) 第8巻, pp. 1-8, https://ksu.repo.nii.ac.jp/record/10267/files/FHER_8_1.pdf.
- 小山友介 (2008)「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』(デジタルゲーム学会) 第2巻第1号, pp. 76-84.
- (2020)『日本デジタルゲーム産業史』人文書院.
- 小出治都子 (2023)「「文化資源」としてのビデオゲームの収集・保管・展示の課題と展望」『デジタルゲーム学会』第13回年次大会予稿集, https://www.jstage.jst.go.jp/article/digrajproc/13/0/13_64/_pdf/-char/ja.
- 小泉真理子 (2016)「日本のゲーム産業：その発展とビジネスの特徴」『情報処理』第57巻第11号, pp. 1086-1092
- 小林信重 (2020)「日本・中国・欧州のデジタルゲーム文化・市場の比較調査研究」『中山隼雄科学技術文化財団研究成果発表』(中山隼雄科学技術文化財団) [https://www.nakayama-zaidan.or.jp/action/pdf/2018_report-A2\(2\)-05.pdf](https://www.nakayama-zaidan.or.jp/action/pdf/2018_report-A2(2)-05.pdf).
- 佐伯胖 (2014)「そもそも学ぶとはどういうことか：正統的周辺参加論の前と後」『組織科学』(組織学会) 第48巻第2号, pp. 38-49, https://www.jstage.jst.go.jp/article/soshikikagaku/48/2/48_38/_article/-char/ja/.
- 財津康輔 (2023)「ゲームリテラシー観に関する基礎的検討—専門家へのインタビュー調査から—」『デジタルゲーム学会』第13回年次大会予稿集, https://www.jstage.jst.go.jp/article/digrajproc/13/0/13_217/_pdf/-char/ja.
- 須田一哉 (2014)「日本の高校生を対象としたゲーム依存とプレイ行動の実態」『シミュレーション&ゲーミング』(日本シミュレーション&ゲーミング学会) 第24巻第1号, pp. 1-10.
- 杉山淳一 (2005)「E スポーツ文化の現状と将来性について—コンピュータゲームコミュニティの新しい方向性」『エンタテインメント感性特集』第5巻第3号, pp. 3-10.
- 鈴木真奈 (2022)「個人を対象としたコンピュータの黎明期とビデオゲーム」『デジタルゲーム学会』第12回年次大会予稿集, https://www.jstage.jst.go.jp/article/digrajproc/12/0/12_98/_pdf/-char/ja.
- 高田佳輔 (2016)「オンラインゲームコミュニティにおける合理的問題解決能力・チームワーク能力 —Final Fantasy XIVの参与観察を通じて」『社会情報学』第5巻第1号,

pp. 89-105.

田島祥、松尾由美、瓜生恭子、坂元章 (2009) 「MMORPG 使用がプレイヤーの対人ネットワークに及ぼす影響」『デジタルゲーム学研究』(デジタルゲーム学会) 第 3 巻第 2 号、pp. 159-170.

武田拓也、久野桜希子 (2023) 「ゼロ年代以前のゲーム雑誌分析」『デジタルゲーム学会』第 13 回年次大会予稿集, https://www.jstage.jst.go.jp/article/digrajproc/13/0/13_102/_pdf.

陳建功 (2013) 「中国 SNS 网站的发展历史、現状和趨勢」(中国の SNS の發展経緯、現状と趨勢)『伝媒: MEDIA』2013 年 6 月, pp. 13-15, https://xueshu.baidu.com/usercenter/paper/show?paperid=499837a3e19a402ccda755d7f88696af&site=xueshu_se.

中川大地 (2016) 『現代ゲーム全史: 文明の遊戯史観から』早川書房.

中村彰憲 (2016) 「中国デジタルゲーム産業の形成と発展」『アジア経営研究』2016 年第 22 巻, pp. 17-30, https://www.jstage.jst.go.jp/article/jamsjsaam/22/0/22_2/_pdf/-char/ja

——— (2018) 『中国ゲーム産業史』ビジネスファミ通.

西村明美 (2023) 「国民文化と COVID-19 の流行がゲームモチベーションに与える影響」『デジタルゲーム学会』第 13 回年次大会予稿集, https://www.jstage.jst.go.jp/article/digrajproc/13/0/13_70/_pdf/-char/ja.

日本オンラインゲーム協会 (2009) 「オンラインゲームガイドライン」, pp. 5, <https://japanonlinegame.org/wp-content/uploads/2017/06/JOGAonlinegameguideline.pdf>

日本経済新聞 (2024) 「テンセント、26 年に中国で Switch のネットサービス停止」, <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOGM272E00X21C24A1000000/>.

任天堂 (2024) 「会社の沿革」, <https://www.nintendo.co.jp/corporate/history/index.html>.

野中郁次郎、竹内弘高 (1996) 『知識創造企業』東洋経済新報社.

——— (2002) 「解説」『コミュニティ・オブ・プラクティス ナレッジ社会の新たな知識形態の実践』野村恭彦監修・櫻井祐子訳, 翔泳社, pp. 50-70 (*Cultivating Communities of Practice*, Harvard Business School Press, Wenger, E. McDermott, R. and Snyder, W.M, 2002)

橋本裕之 (2015) 「ガンホーが考えるモバイルゲーム開発とゲーム業界のあり方(〈特集〉スマート・モバイル・ビジネス戦略)」『日本情報経営学会誌』(日本情報経営学会) 第 35 巻第 4 号, pp. 11-17.

平出美栄子 (2015) 「実践コミュニティ概念の検討: 経営・マーケティングへの適用のために」『経済科学論究』(埼玉経済学会) 第 12 巻, pp. 53-65, <https://sucra.repo.nii.ac.jp/record/15110/files/KY-AA11950211-12-05.pdf>.

——— (2019) 『ネットカフェの社会学: 日本の個別性をアジアから開く』、慶応義塾大学出版会.

平田知久 (2010) 「日本・中国・韓国における「インターネットカフェ」利用状況の比較とその課題—東アジア諸国の IT メディア環境の展開と親密圏・公共圏の変容を考えるために—」(京都大学)【京都大学グローバル COE「親密圏と公共圏の再編成

- をめざすアジア拠点】http://gcoe-intimacy.bun.kyoto-u.ac.jp/images/library/File/working_paper/New%20WP/WP_NextGenerationResearch_16_HIRATA_s.pdf.
- 藤本隆宏 (2002)「製品アーキテクチャの概念・測定・戦略に関するノート」『経済産業研究所』2002 年度第 8 号, <https://www.rieti.go.jp/jp/publications/dp/02j008.pdf>.
- 福井昌則 (2023)「ゲームリテラシー観に関する基礎的検討～学生対象のアンケート調査から～」『デジタルゲーム学会』第 13 回年次大会予稿集, https://www.jstage.jst.go.jp/article/digrajproc/13/0/13_221/_pdf/-char/ja.
- 松原健二 (2007)「産業として見たオンラインゲームの現状と展望」『デジタルゲーム学研究』(デジタルゲーム学会) 第 1 巻第 1 号, pp. 65-73.
- 松本雄一 (2012)「二重編み組織についての一考察」『商学論究』(関西学院大学商学研究会) 第 59 巻第 4 号, pp. 73-100, <https://kwansei.repo.nii.ac.jp/record/20401/files/59-4-4.pdf>.
- 増田和浩、神田楊治 (2020)「ゲームハードウェアのアップグレードの中で、e スポーツのエコシステムはどのように変化を遂げてきたか?—PlayStation3 以降のコンソールのアップグレードを通じて—」『国際 P2M 学会』第 29 回春季研究発表大会予稿集. https://www.jstage.jst.go.jp/article/iappmproc/2020.Spring/0/2020.Spring_121/_article/-char/ja/.
- 山根信二 (2009)「デジタルゲームの歴史研究の展開—『ハッカーズ』から『Digital Game Preservation White Paper』まで—」『デジタルゲーム学研究』(デジタルゲーム学会) 第 3 巻第 2 号, pp. 185-190.
- スクウェア・エニックス・グループ (2024)「会社の沿革」, <https://www.hd.square-enix.com/jpn/company/history.html>.
- セガ (2024)「会社の沿革」, <https://www.sega.co.jp/company/history/index.html>.
- ソニー (2024)「会社概要」, <https://www.sony.co.jp/corporate/corporate-data/>.
- テンセント (2024)「テンセントの歴史」, <https://www.tencent.com/zh-cn/about.html#about-con-3>.
- バンダイナムコグループ (2024)「会社の歴史」, <https://www.bandainamco.co.jp/about/history.html>.
- 37 互娛 (2024)「37 互娛の歴史」, <https://www.37wan.net/introduction.html#development>.
- CCF (2022)「聯想 1+1 系列台式电脑 (1990 年代)」(Lenovo1+1 シリーズデスクトップパソコン), https://www.ccf.org.cn/Computing_history/Full_List/2022/ellsjy/2023-03-01/786745.shtml.
- Hao Liwei、中村彰憲 (2023)「ACG 産業における海賊版使用者の購買行動に関する研究」『デジタルゲーム学会』第 13 回年次大会予稿集, https://www.jstage.jst.go.jp/article/digrajproc/13/0/13_141/_pdf/-char/ja.
- 和訊網 (2022)「三七互娛首登出海榜第一, “因地制宜” 策略构建出海竞争力」(37 互娛海外展開ランキング一位、実情に即した戦略で競争力を構築), https://baike.baidu.com/reference/60672308/533aYd06cr3_z3kATKWDzfj5YXmXZYiuurDaVrBzzqIPmGapB4zkU4I74d8-8b11FQLPpdZhb9tahbejXkZE6fMZd-8xQLIglX77VTPHwL3j6Z5n2NwH49MXDe8B0a6zuwSv.

- JITERA (2024)「クロスプラットフォーム (マルチプラットフォーム) の開発環境や言語を比較・解説！トレンドやフレームワークも紹介」<https://jitera.com/ja/insights/12147> (2024 年 8 月 15 日にアクセス)
- NetEase (2024)「NetEase の歴史」, <http://gb.corp.163.com/gb/about/overview.html>.
- Newzoo (2023)「Top 25 Companies Game Revenues」<https://newzoo.com/resources/rankings/top-25-companies-game-revenues> (2024 年 8 月 15 日にアクセス)
- PlayStation (2024)「年齢別レーティングについて」, [https://www.playstation.com/ja-jp/legal/ratings/.](https://www.playstation.com/ja-jp/legal/ratings/)
- SINA (2005)「網絡遊戲防沈迷系統」https://baike.baidu.com/reference/6883084/533aYd06cr3_z3kATPPfmPm1MXmSZN-t77DWVrpzzqIP0X0pT4_oX5t8894x_71kGwaFs5YtesJalfGsTVQSv6pFceU3QLUjgg
- Steam (2023)「Steam Cloud Play (ベータ)」[https://partner.steamgames.com/doc/features/cloudgaming?l=japanese.](https://partner.steamgames.com/doc/features/cloudgaming?l=japanese)
- Takashi Mochizuki (2019)「Sony Cracks Down on Sexually Explicit Content in Games」(WSJ), <https://www.wsj.com/articles/sony-cracks-down-on-sexually-explicit-content-in-games-11555427944>.
- Unity (2024)「マルチプラットフォームを選択」<https://unity.com/ja/solutions/multiplatform> (2024 年 8 月 15 日にアクセス)
- Wenger, E. McDermott, R. and Snyder, W.M (2002) , *Cultivating Communities of Practice*, Harvard Business School Press
- Wenger, E. and Lave, J. (1991) , *Situated learning: Legitimate Peripheral participation*, Cambridge: University Press, pp,98-113