

国際日本学研究科
修士学位請求論文 論文要旨

論文題名

中国におけるゲーム雑誌の起源と変遷

国際日本学研究科

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	2024 年度
学生番号	4911241002
氏名	孔瑞笙
指導教員	森川嘉一郎
提出日	2026 年 1 月 9 日

中国では、1990年代から2000年代にかけての時期を中心に、ゲーム雑誌が盛んに刊行され、同国におけるゲーム文化の形成と発展に極めて重要な役割を果たした。家庭用ゲーム機やパソコンゲームの急速な普及にともない、攻略法や新作情報を求めるプレイヤー層が現れた。その新たな需要に向けて作られた、それまでにないメディアであった。これらの雑誌は単にゲーム情報の伝達に与るだけでなく、ゲームを核としたコミュニティを形成し、この時期の中国の若者文化を象徴する文化的現象の一つとしても注目を集めるようになった。

本研究では、このような中国のゲーム雑誌の発展過程を「起源期」、「隆盛期」、そしてウェブ上の媒体との競合による衰退や共存形態への「移行期」の3つのフェーズに区分し、雑誌編集関係者への取材および誌面調査を通じて、中国のゲーム文化に果たした役割と産業へ与えた影響の実態を明らかにすることを目的とする。具体的には、1990年代初頭から1990年代中盤までを「起源期」、1990年代中盤から2010年代初頭までを「隆盛期」、そして2010年代以降現在までを「移行期」とし、それぞれを対象に中国のゲーム雑誌業界において最も影響力のあった雑誌の内容や広告の特徴を分析する。また、ゲーム雑誌編集関係者へのインタビューを通じて、出版の背景にあった編集理念や経営上の課題、さらにはゲーム文化に対する意識などの諸要素を複合的に探る。これにより、中国のゲーム雑誌がいかにして誕生し、どのような社会的役割を果たし、そしてなぜ紙媒体のものを中心に衰退へ向かったのかを多角的に考察する。

ゲーム雑誌は、娯楽情報誌として消費されるとともに、時代の技術発展や若者文化、産業構造を映し出す鏡としての側面も帯びていた。ゲームを通じて社会の変化を観察するうえで、雑誌というメディアの存在は極めて高い資料的価値を有する。これまでの中国ゲーム史研究においては、産業史や個別の作品論については一定の蓄積があるものの、ゲームとプレイヤーを媒介する「雑誌メディア」に関する研究は極めて少ない。また、わずかに存在する中国ゲームメディアに関する研究も、業界関係者による一次資料に基づいた実証的な分析に乏しい。本研究は、こうした学術的な空白を埋めるべく、中国ゲーム雑誌というメディアを通して、ゲーム文化の変遷、さらにはメディア環境の変化を解明する試みである。

予備調査の結果や先行研究を踏まえ、下記の仮説を立てた。

仮説 1: 中国におけるゲーム雑誌の誕生は、中国における市場や産業の原理によらず、むしろ産業が不在であった時点の状況下において、ファンによるゲームに対する興味関心を中心的原理としていた。

仮説 2: 2000 年代初頭の「ゲーム機禁止令」の施行は、中国のゲーム市場を非正規流通による水面下の「家庭用ゲーム機市場」と、正規の産業として表舞台で急成長する「PC オンラインゲーム市場」へと分断させた。この市場構造の二極化が、ゲーム雑誌のターゲット読者や扱うコンテンツの専門分化を促し、結果として広告出稿の傾向や、収益モデルの分化をももたらした。

仮説 3: 2010 年代以降のゲーム雑誌の急速な衰退は、インターネットの普及や技術的要因をその背景の一角としつつも、中国におけるゲーム市場の主流が「パッケージ型」から「オンラインサービス型」へと移行したことで、雑誌メディアの特性との「ミスマッチ」が生じたことが大きな要因となった。加えて、雑誌によっては雑誌社内の組織的な問題がデジタル時代への適応を阻害したことも局所的な要因となった。

上記の仮説を検証すべく、ゲーム雑誌編集関係者へのインタビュー調査ならびにゲーム雑誌の誌面調査を行う上で、中国ゲームメディアに参加した複数の関係者に対するインタビューを実施した。インタビュー対象は、雑誌創始者、長期間関わった編集者、中心的なライター、そして新メディアへの転身に関わったスタッフを中心に、下記の各氏を選定した。

- 『ゲームファン』創始者、『電子ゲームソフト』特別ライター 張弦 (Vega) 氏
- 元『電子ゲームソフト』ライター、元『UCG』ライター、元 DuoWan ゲームチャンネル編集長唐磊 (T 君) 氏
- 元『家庭用パソコンとゲーム』編集長 劉威 (Awei) 氏
- 触楽網 (ゲームメディア) 創始者、元『ポップソフト』ライター/マーケティングディレクター祝佳音 (cOMMANDO) 氏
- 元『UCG』編集者、現『UCG』事業部門責任者黄曦帆 (稀飯) 氏
- 現『UCG』編集長 紗迦 氏
- 元『UCG』編集者 D.S 氏

インタビューによって得られる、主観的叙述を含むと想定される証言に対して、客観

的な比較・補完を行うべく、雑誌のコンテンツと戦略の変遷を定量分析するため、本研究では前述の3つのフェーズに刊行期間が唯一またがる『ポップソフト』の、1995年8月の創刊から2016年12月の終刊にいたる全刊行期間を対象に、広告点数ならびにその内容別内訳の推移を中心とした誌面の定量分析を実施する。

結果、仮説1「中国におけるゲーム雑誌の誕生は、中国における市場や産業の原理によらず、むしろ産業が不在であった時点の状況下において、ファンによるゲームに対する興味関心を中心的原理としていた」は、張弦氏の証言によりおおむね裏付けられた。張弦氏へのインタビューでは、1990年代初頭の中国には正規のゲームソフト市場が存在せず、また既存の出版物もプレイヤーのニーズを十分に満たしていなかったとする証言が得られた。この2つの空白を埋めたと考えられるのが、張弦氏が開始した「物語化された攻略」という独自の手法であった。張弦氏が執筆した記事は、ゲームの内容や操作の単純な説明を超え、ゲームの物語世界を再構築し、プレイヤーに読み物としての楽しさを提供するものとなっていた。当時、規制や個人輸入などにまつわる言語の壁やハードウェアの入手の困難さから、多くの読者にとってゲームは「遊ぶもの」である以前に「読むもの」であった。

張弦氏のようなゲーム雑誌の先駆者によって生み出されたコンテンツは、ゲーム市場が未成熟なフェーズにおいてゲーム体験そのものを代替する機能を果たしたと考えられる。それが結果として「ゲーム雑誌」という新たな出版ジャンルを切り拓いたのであり、中国におけるゲーム雑誌の誕生は、市場や産業の原理によらず、ファンの興味関心を原動力とした文化的創造物として誕生したという仮説は妥当だったと考えられる。

仮説2「2000年代初頭の「ゲーム機禁止令」の施行による水面下の「家庭用ゲーム機市場」と表舞台で急成長する「PCオンラインゲーム市場」への市場構造の二極化が、ゲーム雑誌のターゲット読者や扱うコンテンツの専門分化を促し、結果として広告出稿の傾向や、収益モデルの分化をももたらした」についても、先行研究に本研究によるインタビューで得られた証言を重ねることにより、裏付けられたと考える。まず、PCゲーム雑誌(『ポップソフト』『家庭用パソコンとゲーム』等)は、必然的に急成長するオンラインゲーム産業と深く結びついた。劉威氏や祝佳音氏の証言、および『ポップソフト』の広告の変化の調査結果が示すように、これらの雑誌は2000年代以降、オンラインゲーム企業からの広告による収益で大きく賄われるようになった。しかし、王亜暉が先行研究で指摘した通り、これは雑誌がプレイヤーを啓蒙する「精神的指導者」から、産業資本のための「広告

媒体」へと変質したことを意味していた。雑誌は産業と同化することで一時的に繁栄したが、同時にメディアとしての批評的独立性を失い、後に衰退を招く一因にもなった。

こうした動きとは対照的に、家庭用ゲーム機プレイヤーに向けた雑誌（『UCG』等）は、禁止令の影響で正規メーカーからの広告収入を得ることができなくなり、D.S氏が証言するように、読者の購読料によって賄われるビジネスモデルを維持せざるを得なくなった。しかし、この「産業からの疎外」は、結果的に雑誌と読者との紐帯を強化することとなった。広告主よりも読者の信頼を優先させたことから、市場が変化してもなお、強いコミュニティ機能を維持し続けることができたのだと考えられる。

さらに、この市場の分化は、雑誌関係者の立ち位置によるゲームプレイヤー観の相違にも現れている。元ゲーム攻略ライターの唐磊氏が現在のプレイヤー層を「ライトユーザー」と捉え、かつてのような探究心を持つコアゲーマーの減少を嘆く一方、現在の『UCG』編集長である紗迦氏は、プラットフォームにこだわらず純粋に楽しさを追求する現代の読者を「最も純粋なゲーマー」として肯定的に評価している。この2人の関係者による対照的な認識は、中国のゲーム市場が複雑に分化していることを示唆している。すなわち、禁止令による市場の歪みは、単にハードウェアの流通を分けただけでなく、異なる価値観を持つプレイヤーコミュニティが並存する状況を生み、さらにはそれぞれに対応するメディアのあり方を決定づけたと考えられる。

仮説3「2010年代以降のゲーム雑誌の急速な衰退は、ゲーム市場の主流が「パッケージ型」から「オンラインサービス型」へと移行したことで、雑誌メディアの特性との「ミスマッチ」が生じたこと、並びに、雑誌によっては雑誌社内の組織的な問題がデジタル時代への適応を阻害したことも要因となった」の後半部分は、徐継剛等による先行研究に、本研究における劉威氏から得られた証言を重ねることにより裏付けられたと考える。劉威氏の証言は、雑誌社内部の「組織の硬直化」も、ゲーム誌衰退の小さくない要因であったことを示唆している。雑誌社によっては、既存の紙媒体の売上を守るためにウェブ展開を抑制したり、人材流出に対して有効な手を打てなかったりした。この経営判断の遅れが、デジタル時代への適応を阻害したと考えられる。

もっとも、D.S氏や黄曦帆氏、紗迦氏から得られた『UCG』の生存戦略に関する証言からは、適切な適応対応を行えば紙媒体の維持を可能とする需要も存続していることをうかがわせる。『UCG』は、速報性をインターネットに譲る一方で、紙媒体を「情報ツール」から「コレクションアイテム」へとシフトさせることで維持し続けた。この事例は、仮説3を

補完する形で、旧来の情報の伝達する機能に固執した雑誌が淘汰される一方で、「モノとしての価値」に転換できたメディアが生き残った経過を浮かび上がらせる。

以上の通り、本研究では仮説の検証に加え、インタビュー調査を通じて中国ゲームメディアの発展史に関する新たな視座が得ることができた。それは、メディアの変遷が「雑誌からインターネットへ」という単なる線形の進化ではなく、より複雑な「共生」と「断絶」のプロセスを含んでいたという点である。

唐磊氏の証言によれば、2000年代前半のインターネット黎明期において、ネットフォーラムと紙媒体は敵対関係ではなく、むしろ相互補完的な「共生関係」にあった。ネットは雑誌に才能ある人材と質の高い攻略情報を提供し、雑誌はそれらを編集して信頼性のあるパッケージとして世に送り出した。つまりこの時期のネットは紙媒体のコンテンツを充実させる基盤として機能していたのである。しかし、祝佳音氏が指摘するように、その後のSNSやアルゴリズム主導型メディアの台頭は、この連続性を断ち切るものであった。

現在のデジタルメディアは、収益モデル、制作プロセス、そして読者との関係性において、かつての雑誌や初期インターネットメディアとは根本的に異なる原理で動いている。祝氏の言う「断絶」とは、メディアの形態変化以上に、情報の価値基準そのものが「信頼と深度」から「即時性と拡散」へと不可逆的に変容したことを意味している。すなわち、中国のゲームメディア史は、紙とネットの融合による黄金時代を経て、産業構造とテクノロジーの激変により、まったく異なる位相へと「断絶的な移行」を遂げたと捉えることができる。