

# ドイツ・日本のゲーム文化を巡る言説と流通

井上 明人

立命館大学 映像学部 専任講師

## Discourse and Material Video Game Culture in Japan and Germany

Akito Inoue

Full-time Lecturer, College of Image Arts and Sciences, Ritsumeikan University

### Abstract

A closer look at the actual reception of video games as a global culture reveals significant differences between Japan, Germany, the U.K., China, and other regions. This paper focuses on the discourse and material of games in Japan and Germany in particular to show the multidimensional status of video games as a global culture.

### 1. はじめに

若年層に普及しているサブカルチャーはしばしばグローバル・マーケットのなかで普及している文化としてみなされる。たしかに、ゲーム、マンガ、アニメ、ファッションなどグローバル・マーケットで同じものが展開され、日本でもドイツでも同じような文化を受容していることは一般的に見られることだと言っていいだろう。しかしながら、この文化受容の実態をつぶさにみると、たとえ同じものが流通しているように見えたとしても、それをとりまく受容の総体には、決して小さくない違いが見られる。

こうした受容の違いを明らかにするために、日本とドイツのゲーム言説の差にとくに着眼し、その言説構成、評価の状況、流通の実態、人々の態度などについて理解を深めるために日独の研究者がこの問題について議論するシンポジウムを開催した。本稿は、この2021年12月17日に開催されたシンポジウム「ドイツ・日本のゲーム文化を巡る言説比較」をめぐって明らかにされた論点を報告するものである。

報告は、(1) Martin Hennig「ドイツのゲーム文化」、(2) Martin Roth「ドイツと日本のビデオゲーム文化の対象物：Mobygames データに基づく実物の入手可能性と全体傾向の地域比較」、(3) 井上明人「何が「日本のゲーム」として表象されるのだろうか?」、(4) 小林(七邊) 信重「日英中でのコンピュータゲーム活動とゲームに対する見方の違い」の4つの報告が行なわれた。このうち、M.Henningと、小林の報告は、ゲーム自体をめぐる社会的な評価の差についての議論であり、M.Rothと、井上の報告はゲームの流通、売上等の基礎的なデータについての差異の報告であり、それぞれについて述べる。

これらの議論を通じて、グローバルな文化の展開というものの実像の一端を明らかにする。

## 2. ゲーム自体をめぐる社会的な評価の差異

M.Hennigと、小林の両者からの報告では、前者は質的、後者は量的な研究であり、研究対象とする地域にもややずれがあったにも関わらず、ヨーロッパにおけるゲーム文化の社会的ステータス自体が日本と比べると相対的に低俗なものとして扱われていないということを示すものとなっていた。

まず、M.Hennigからの報告「ドイツのゲーム文化」では、ドイツのゲーム雑誌の質的研究を中心としたものである。ドイツのゲーム雑誌文化などのなかには、日本のゲーム文化と共通する要素として、ノスタルジックなゲーム消費文化があるということを指摘した上で、近年のドイツのコンピュータゲームの賞を受賞する作品が、社会的課題を扱ったものが大きく増えているということが述べられた。ダイバーシティや、メンタルヘルス、LGBTQなどといったものを扱うことがゲームの賞の文化のなかでも高く評価されるようになってきているという。

そして、小林からの報告「日英中でのコンピュータゲーム活動とゲームに対する見方の違い」では、Kobayashi et al(2021)などで報告された質問紙調査の内容をもとに、日・英・中のゲームに関する活動や考え方の差が報告された。小林によれば、3か国の違いとして特に強く確認できたのは（1）日本より英国・中国で、ゲームに関する多様な活動が活発（2）日本より英国・中国で、週当たりのゲームプレイとプレイ動画視聴の日数が多い（3）日本より英国・中国で、コンピュータゲームの評価が高い、という三点であった。

特に、三点目についてより詳しく述べると、「ゲームをアートだと思う」という設問に、「はい」と答えた回答者の割合が、日本6%だったのに対して、英国26%、中国32%。「ゲームは現実世界の理解に役に立つと思う」という設問に「はい」と答えた回答者の割合が、日本6%だったのに対して、英国15%、中国20%。「E-Sportはスポーツである」という設問に「はい」と答えた回答者の割合が、日本9%だったのに対して、英国13%、中国45%という回答となっており、日本においてゲームに関わる評価が相対的に低いものであることを伺わせる状態が示された。

## 3. ゲームの流通状況の差異

では、この評価の違いはどこから来ているのだろうか。新規の文化に対する社会的な差異は、もちろんあるだろうが、M.Rothと井上のそれぞれの報告では、より基礎的に追跡可能な水準のデータからの検討がなされた。具体的には、ゲームの流通や売行きがそもそもの程度共通していたのか、という点である。

M.Rothからの報告「ドイツと日本のビデオゲーム文化の対象物：Mobygames データに

基づく実物の入手可能性と全体傾向の地域比較」では、日本とドイツでそれぞれ入手可能であったゲームソフトがどの程度まで重複していたのかということを示した。（表1）

表1：両地域で発売された作品数と、全体数において最も多売なプラットフォームでのプラットフォームごとの重複作品数。

プラットフォーム	日本-セット	ドイツ-セット	合計-セット	重複-セット	重複率-セット
Windows	864	5950	6814	195	2.86%
Playstation2	1300	712	2012	202	10.04%
DOS	21	1780	1801	10	0.56%
Playstation	1423	385	1808	196	10.84%
Arcade	1484	35	1519	8	0.53%
PC-98	1290	0	1290	0	0.00%
Playstation3	626	492	1118	72	6.44%
Nintendo Switch	729	359	1088	103	9.47%
Wii	700	336	1036	112	10.81%
Amiga	0	1014	1014	0	0.00%

この図を見れば明らかなおとおり、日独の両国の間でのゲームの重複率は高いとは言えない。相対的に重複率の高い家庭用ゲーム機のゲームプラットフォームでは10%強は共通していると言えるが、アーケードやPCゲーム（DOSやPC-98）について言えば同じゲームを遊んでいると言えるものはほとんどないということがわかるだろう。コンピュータ・ゲームがグローバル・カルチャーであるというとき、それは家庭用ゲーム機のうちの10%程度のゲームが担っている側面が強いということが伺われる。

では、その10%程度のゲームソフトについては、どこまでグローバルに共通する売れ方をし、評価されていたのだろうか？

井上の報告「何が「日本のゲーム」として表象されるのだろうか？」では、この問いについてのデータが示された。

下記の図1は、vgchartz.comのデータをもとに、パッケージとして発売されたゲームの売上傾向の相関係数を年ごとに並べたものをとったものである。ヨーロッパのマーケットと比較した場合に、アメリカ、ヨーロッパなどの市場は、概ね似たようなゲームソフトが売れているのがわかる。しかし、ヨーロッパと日本の売上の相関を比較

してみると、日本のマーケットだけが、世界の他の地域と比べると、売上の傾向が乖離していることがわかる。つまり、「日本で売れていたもの」の傾向は、ヨーロッパのゲームの歴史からみた場合、共通して語れない部分が多いのだということになる。

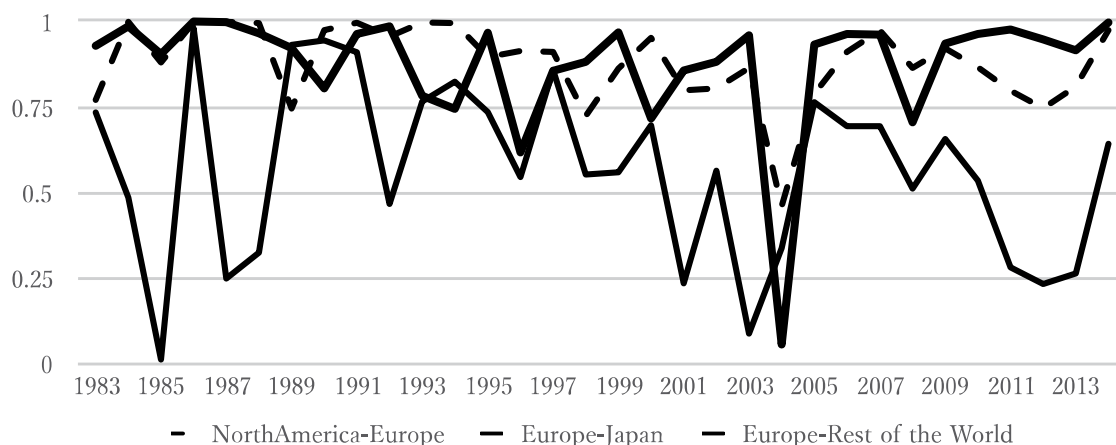


図1：地域間のコンピュータ・ゲーム売上の相関係数

また、Inoue(2016)での調査をもとに示された日本語圏、英語圏での評価が高いゲームのパブリッシャーの具体的な傾向を示したものが表2である。このデータは、ゲームの賞、ランキング、ゲーム史の書籍などで言及対象となっているゲームを収集し、英語圏・日本語圏での個別のゲームタイトルの評価の差を確認するものである。この表を見ると、国際的に偏りなく評価されているパブリッシャーは、任天堂が圧倒的に強いということがよくわかる。

表2：地域による評価の偏りが大きいパブリッシャー 出典：Inoue(2016)

	日本語圏でのみ高評価なゲーム上位50へのランクイン数		英語圏でのみ高評価なゲーム上位50へのランクイン数		英語圏／日本語圏双方で高評価なゲーム上位50へのランキング数	
	Publisher	N	Publisher	N	Publisher	N
1	BANDAI NAMCO /BANDAI/NAMCO	5	Atari	7	Nintendo	22
2	Chunsoft	4	Electronic Arts	2	SQUARE	5
3	KONAMI	4	Midway Games	2	SCE/SIE	4

#### 4. おわりに

以上、グローバル・カルチャーとしてのゲームという文化であっても、実際の受容状況を細かく見てみると、日本、ドイツ、英国、中国などのそれぞれの地域において、決して少なくない違いがあるということが明らかになった。

ゲームという文化が商業化されてからおよそ半世紀が経っており、ゲームという文化は流通レベルにおいても、言説レベルにおいても、ゲームという文化受容は多層化している状況があるといえるだろう。

#### 参考文献

- Dyer-Witheford, Nick, and Greig De Peuter. 2009. *Games of Empire: Global Capitalism and Video Games*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Dymek, Mikolaj. 2012. "Video Games - A Subcultural Industry." In *The Video Game Industry*, edited by Peter Zackhariasson and Timothy L. Wilson, 34–56. New York & London: Routledge.
- Hoffmann, Tracy. 2019. "Developing a Mediated Vocabulary for Video Game Research." In *Proceedings of the Doctoral Symposium on Research on Online Databases in History, Co-Located with 3rd Data for History Workshop*, edited by Thomas Riechert, Francesco Beretta, and George Bruseker, 2532:26–36. Leipzig: CEUR Workshop Proceedings.
- Huntemann, Nina B., and Ben Aslinger, eds. 2013. *Gaming Globally: Production, Play, and Place*. New York: Palgrave Macmillan.
- INOUE Akito et.al. 2016. Distinctive difference game titles between Japanese context and English context", *Replaying Japan 2016 Proceedings*
- INOUE Akito et.al. 2017. How was local game history made?" *Replaying Japan 2017 Proceedings*
- Kerr, Aphra. 2017. *Global Games: Production, Circulation and Policy in the Networked Era*. New York & London: Routledge.
- Kobayashi, Nobushige, Yuhsuke Koyama, Ema Tanaka, 2021, Characteristics of Computer Game Players in Japan, the U.K. and China: Results of an International Comparative Survey, *Replaying Japan 2021*.
- O'Hagan, Minako, and Carmen Mangiron. 2013. *Game Localization: Translating for the Global Digital Entertainment Industry*. Benjamins Translation Library, volume 106. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- 井口貴紀, 2013, 「現代日本の大学生におけるゲームの利用と満足——ゲームユーザー研究の構築に向けて」『情報通信学会誌』31(2): 67-76.
- 加藤裕康, 2011, 『ゲームセンター文化論——メディア社会のコミュニケーション』新泉社,

宮台真司監修，辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編『オタク的想像力のリミット——〈歴史・空間・交流〉から問う』筑摩書房，405-441.

七邊信重，2014，「世界の学校内外での生徒のICT利用状況と日本の課題—OECD『PISA2012年調査』の結果から」FMMC研究員レポート，（2021年11月20日取得，<https://www.fmmc.or.jp/activities/itemid488-003893.html>).

村尾雄斗，2020，「『ポケモン』が若者に与えるもの」東北学院大学2019年度卒業論文.

木島由晶，2014，「格闘ゲームのオタク・コミュニティ——彼らは何を『競って』いるのか」