

# 同人ゲームの変化と変遷

三宅 陽一郎

yoichi-m@pk9.so-net.ne.jp

2009.2.8.(Sun) @ 東京工業大学CIC

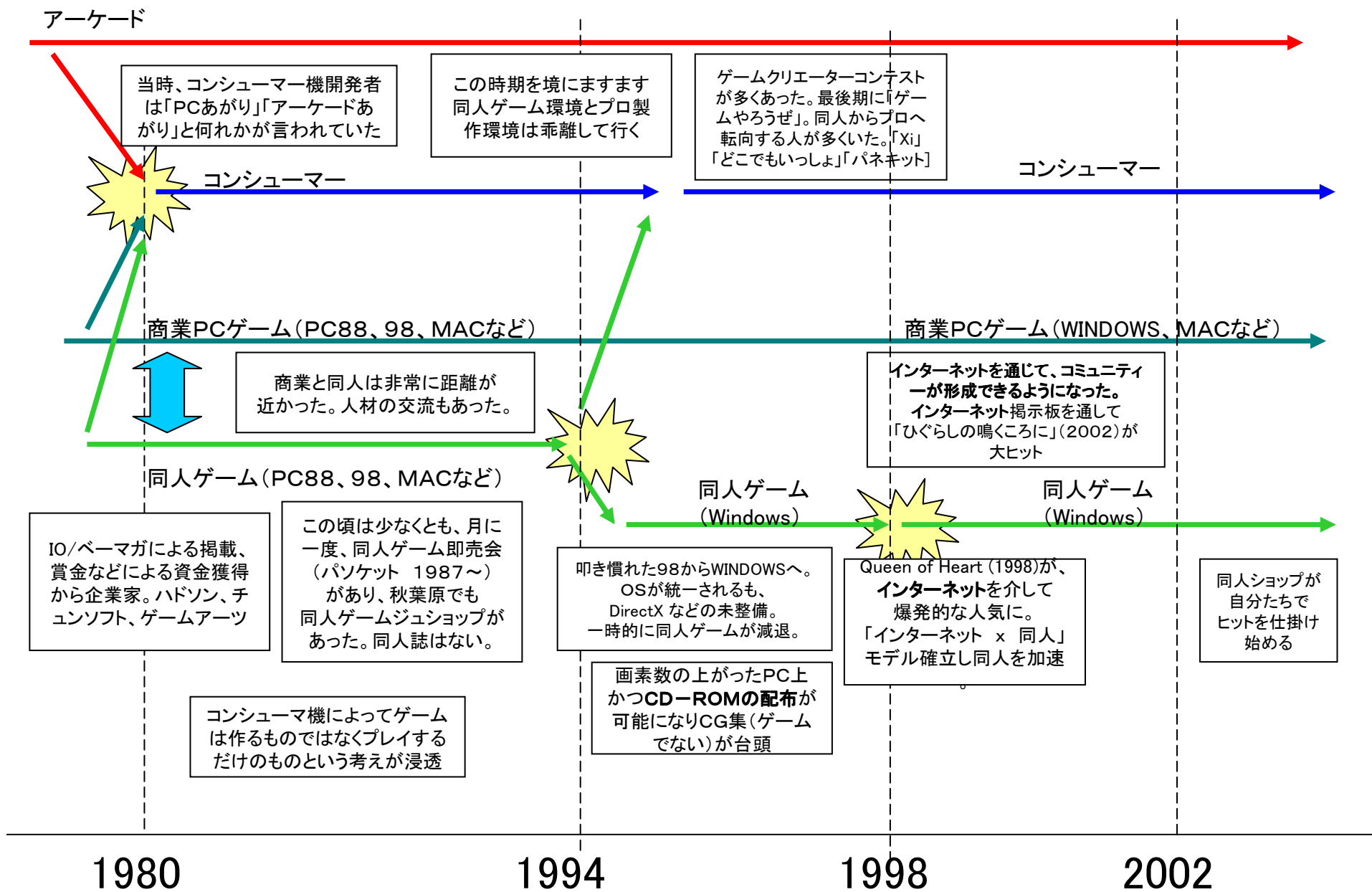
**y.m.4160@gmail.com**

# Contact Information

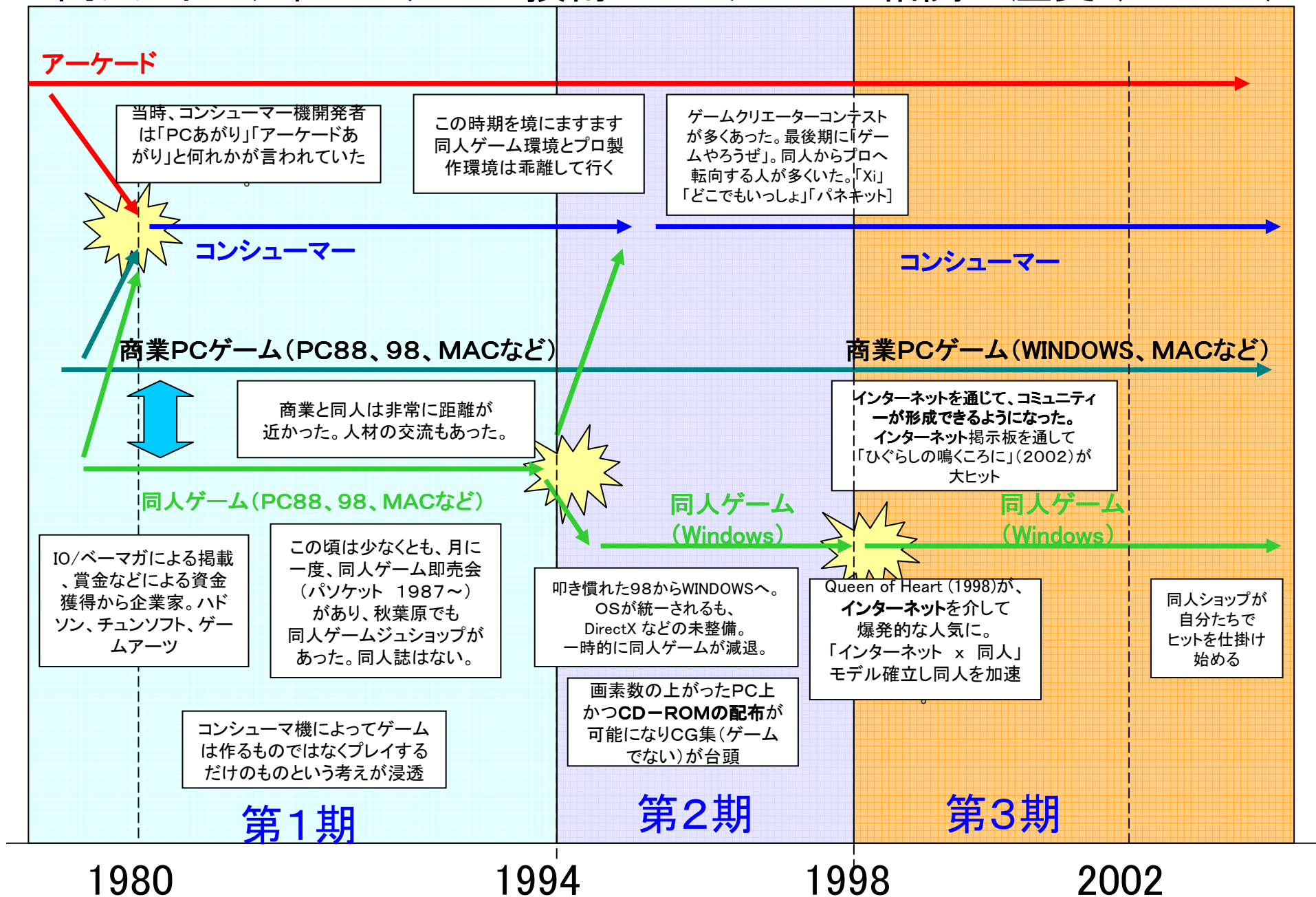
Youichiro Miyake

- Mail: y.m.4160@gmail.com
- Twitter: @miyayou
- Blog: <http://blogai.igda.jp>
- LinkedIn: <http://www.linkedin.com/in/miyayou>
- Facebook: <http://www.facebook.com/youichiro.miyake>

# 同人・インディーズゲーム技術とコンテンツの相関の歴史 (2008.11)



# 同人・インディーズゲーム技術とコンテンツの相関の歴史 (2008.11)

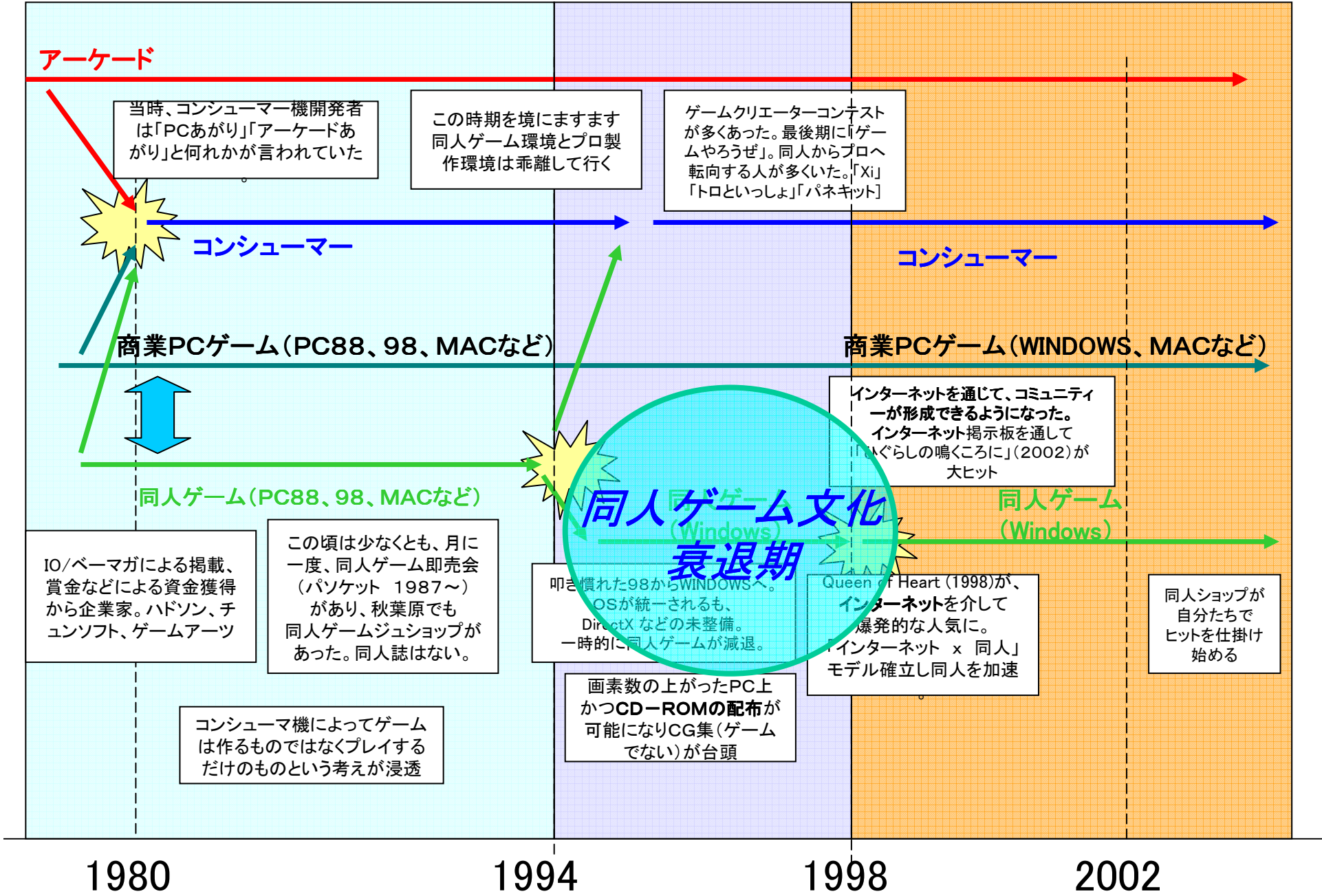


# 同人ゲーム文化隆盛期(第1期、80~94年)

## ヒアリング結果

- (1) そもそもパソコンを持っている人自体がコアだったので、買い手が作り手にすぐにも変わることも多かった。
- (2) パンケットはコミケのように半年前から申し込まなくてもよくて、当日空きがあれば、いきなり乱入することもできた。また電源設備が充実していた。
- (3) 80年代初頭は本当に本がなかった。
- (4) ニフティだけでなく草の根、BBSなどがあって、そこでコミュニティが出来て、ゲームサークルを結成したりした。

# 同人・インディーズゲーム技術とコンテンツの相関の歴史 (2008.11)



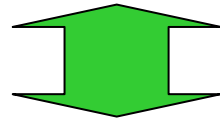
# 同人ゲーム文化衰退期(第2期、95～98年)

## ヒアリング結果

- (1) 全く同人ゲームが消えたわけではなく、数が少なくなった。
- (2) CG集が増えた。
- (3) Windows 機が支配的になりつつあったが、Windows では、当時、以前のPC98,主に68000ほど高速のゲームを作れるとは思えなかった。
- (4) 旧マシンからのWindowsへの移植が多かった。しかも、パズルゲームなど、アクションゲームは少なかった。
- (5) WinG、DirectXが未整備だった。
- (6) ちょうど同人ゲーム文化を支えていた団塊の世代が30代前後に入り、同人ゲーム製作を卒業して本業に徹するか、プロのゲームになるかの選択があった。
- (7) 当時、プレイステーションなどの3Dハードが台頭し始め、それに比べるとWindows は魅力がなかった。
- (8) 「Queens Of Heart」で同人でもあれだけ滑らかに動くかわかった。
- (9) 「Queens Of Heart」から同人ゲームに入った人が今の世代では多い。
- (10) コミケでよく動いているWindowsの格闘ゲームを見て作れると思った。
- (11) 68000の時代には「女帝戦記」「ムーンライツ2」「ときめき大戦」などの格闘ゲームがあった。決して断絶していたわけではない。

## 第3期 「QOH」以後の同人ゲーム文化の特徴

- (1) インターネットによる同人ゲームコミュニティの形成
- (2) 美少女ゲームキャラクターの格闘ゲームや以外なゲームジャンルへの応用(以前はアニメキャラが多い)
- (3) 一般層への同人ゲーム文化の波及



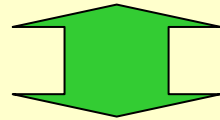
- (1) インターネット・インフラの過渡的な普及期
- (2) 美少女ゲームの一般メディア展開期
- (3) Windows マシンの過渡的な普及期・安定期

に対応している。



## 第3期 「QOH」以後の同人ゲーム文化の特徴

- (1) インターネットによる同人ゲームコミュニティの形成
- (2) 美少女ゲームキャラクターの格闘ゲームや以外なゲームジャンルへの応用(以前はアニメキャラが多い)
- (3) 一般層への同人ゲーム文化の波及



- (1) インターネット・インフラの過渡的な普及期
- (2) 美少女ゲームの一般メディア展開期
- (3) Windows マシンの過渡的な普及期・安定期

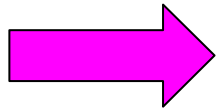
に対応している。



「同人の同人」への展開の土壌を作る

# 「同人の同人」現象とは？

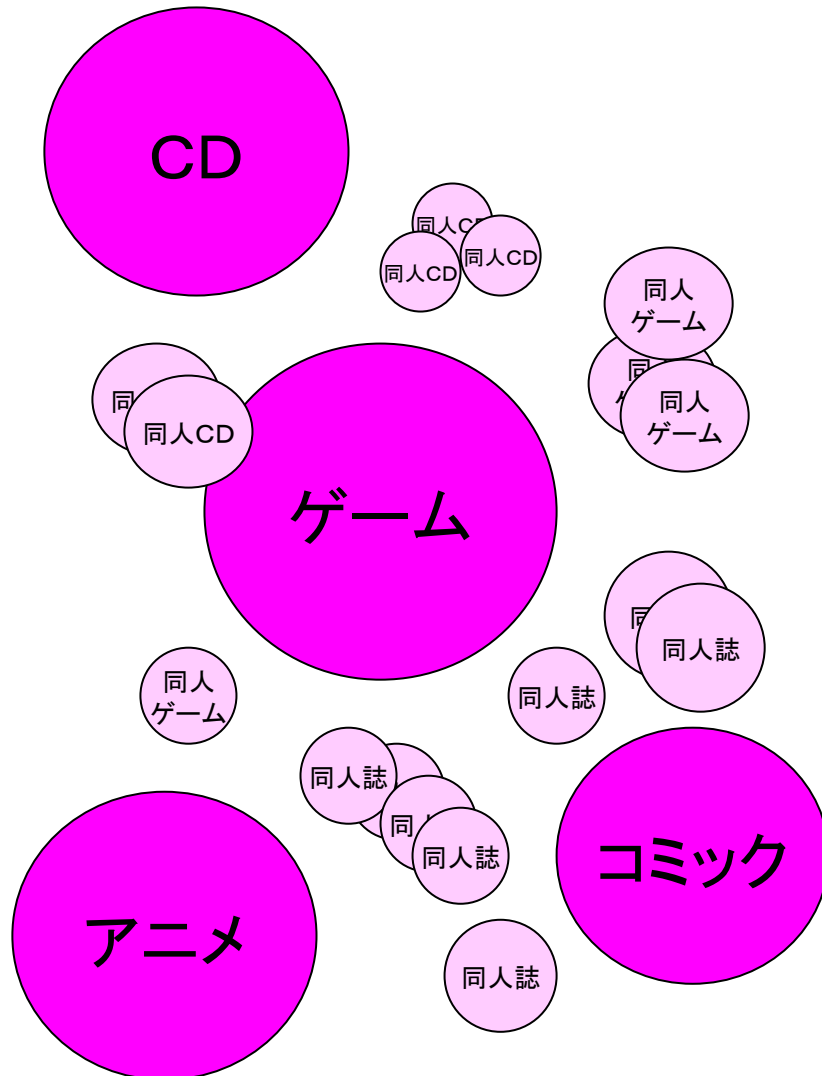
「月姫」「東方」に代表される  
オリジナルの同人ゲームをテーマとする創作



- (1) 完全に商業ゲーム、商業コンテンツからの乖離が始まる。
- (2) 「同人の同人」によるメディア・ミックス展開  
東方アニメ、東方同人誌、東方音楽、東方2次ゲーム、東方グッズ...

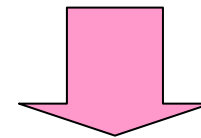
# 「同人の同人」と商業コンテンツの メディアミックス展開の相違

## 商業に対する同人



「本物」の作品があり、  
「本物」のメディアミックスがある。

その間を縫った同人2次創作。



ニッチなコンテンツであり、かつ、  
本物との明確な差異が意識される。

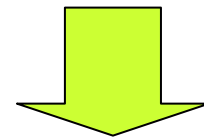
# 「同人の同人」と商業コンテンツの メディアミックス展開の相違

## 同人の同人



「本物」の作品があるが、それ以外  
は全て2次創作。

2次創作群自体がクラスタリングし  
て、それ自身が同人文化を形造る。



ニッチなコンテンツがない。  
2次創作自体が次のコンテンツと  
なる。「同人の同人の同人の...」  
現象。第3, 4, 5... 創作

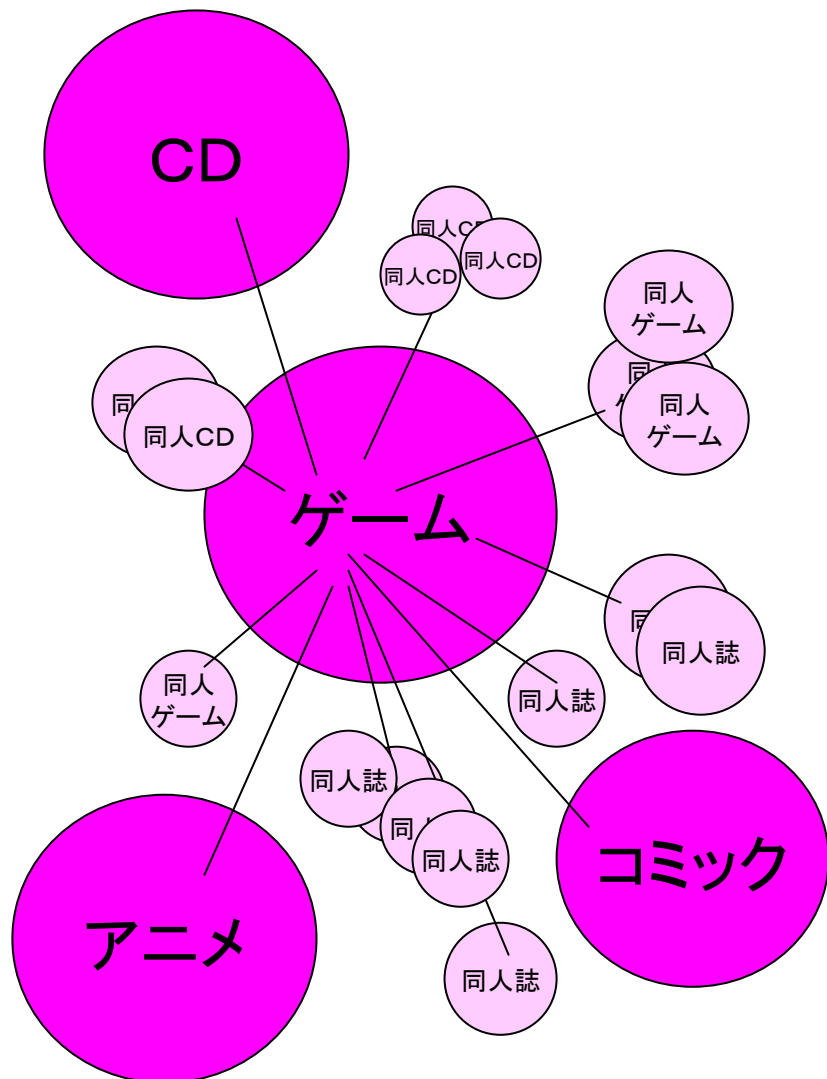
本物との差異の意識が希薄。

# 「同人の同人」と商業コンテンツのメディアミックス展開の相違

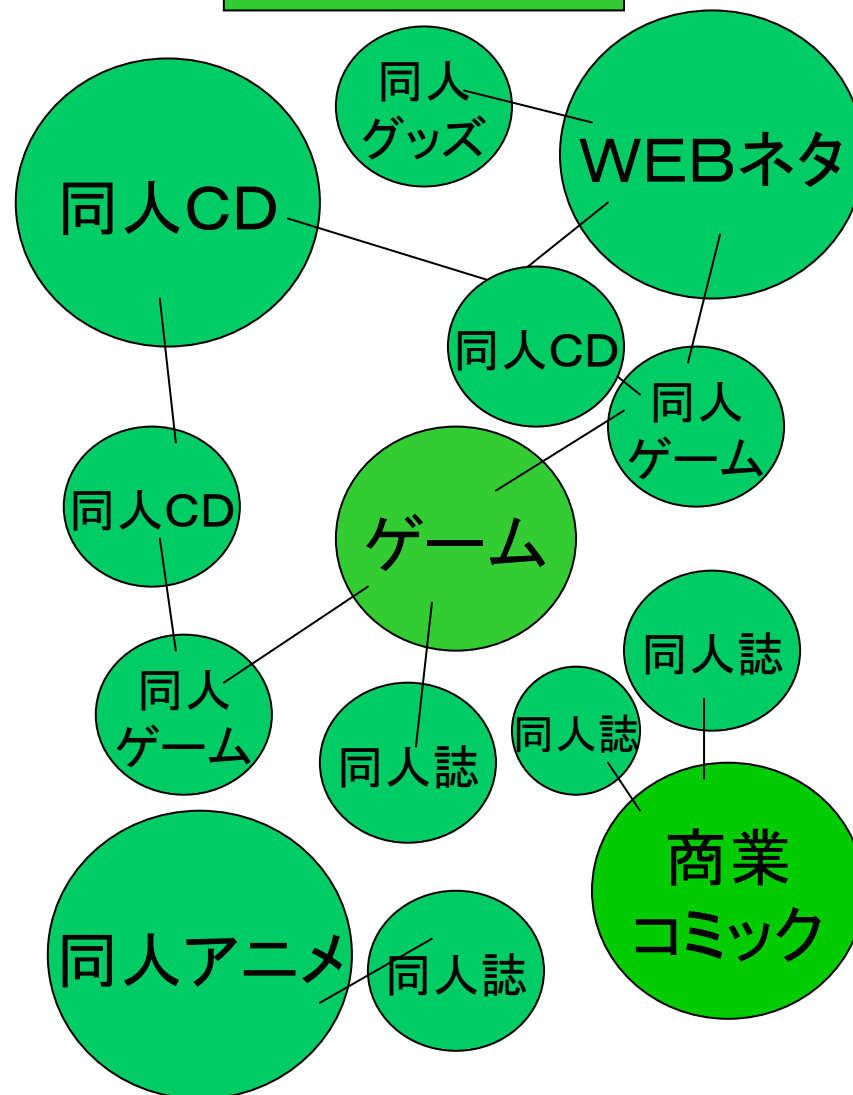
「商業に対する同人」では、本物と同人の存在感の比が大きいという傾向があります。

「同人の同人」では、同人が活発なコンテンツであるほどオリジナルと同人の存在感の差異が小さいという傾向があります。

## 商業に対する同人



## 同人の同人

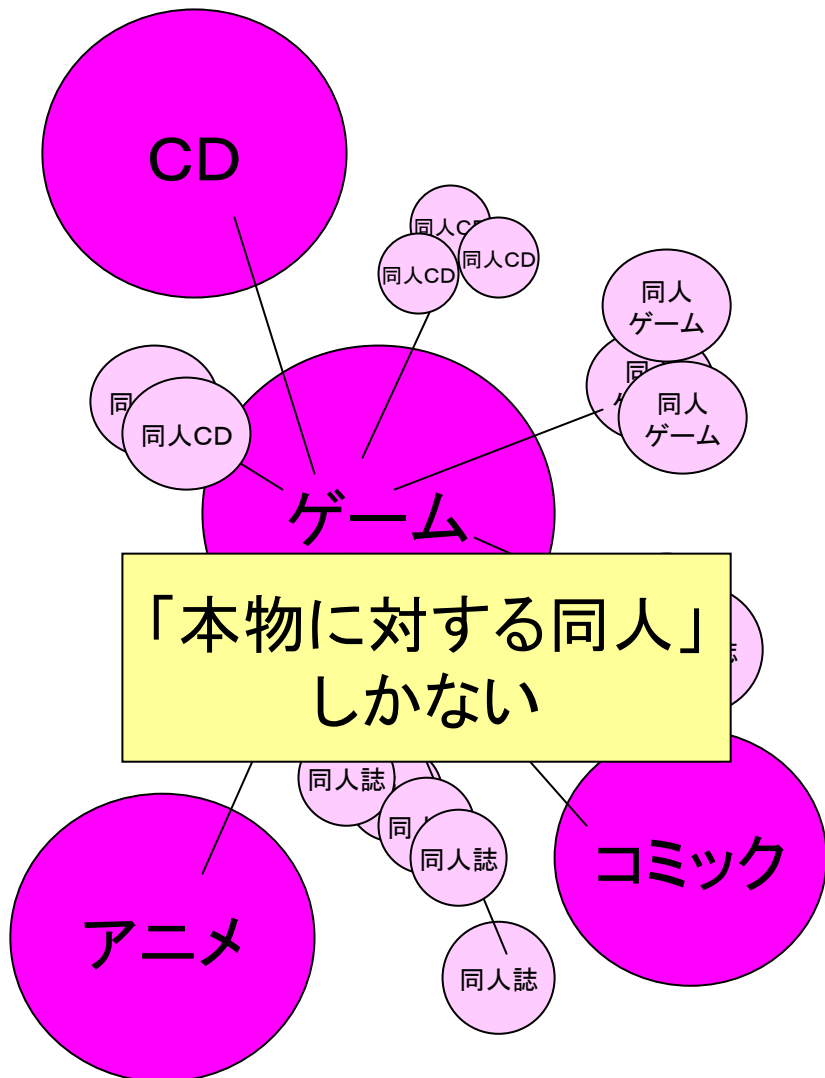


# 「同人の同人」と商業コンテンツのメディアミックス展開の相違

「商業に対する同人」では、本物と同人の存在感の比が大きいという傾向があります。

「同人の同人」では、同人が活発なコンテンツであるほどオリジナルと同人の存在感の差異が小さいという傾向があります。

## 商業に対する同人



## 同人の同人

