

# ネットに見る「メディアミックスコンテンツ」に関する「消費者活動」の研究 －「ポケモン」を例として－

寺田 雄太郎

日本には、アニメ、ゲーム、マンガ等、複数のメディアでコンテンツを展開している「メディアミックスコンテンツ」が存在する。「メディアミックスコンテンツ」に対して消費者が行う活動には、著作権違反や迷惑行為等の問題視される活動もある。生産者がコンテンツを展開する際、アニメやゲームといったメディアごとに、どのような消費者の活動が行われているか把握できれば、問題となる活動にも対応しやすくなると考えた。

そこで、本研究では消費者の活動をすべて「消費者活動」と呼び、「メディアミックスコンテンツ」について、メディアのコンテンツに対する「消費者活動」の傾向を明らかにすることを目的として調査を行った。「メディアミックスコンテンツ」の代表例として「ポケモン」を取り上げ、検索エンジンの Google を用いて Web 上の「ポケモン」の「消費者活動」を調査した。ページの最終更新期間は 2023 年 6 月に限定し、妥当だと考えられる検索クエリを作成して検索した結果、調査対象は 242 件となった。

調査の結果、(1)ゲーム、(2)カードゲーム、(3)グッズ、(4)アニメ、(5)ポケモンセンター、(6)その他のメディア(映画、『#水源地行ってみた』キャンペーン、PJCS2023、Pokémon Music Collective、コラボ商品、二次創作動画、ポケモン化石博物館)、(7)特定のメディアでない(特定のメディアを対象としていない)の「消費者活動」が見られた。

242 件中、(1)ゲームに関する「消費者活動」が 177 件と最も多く、ゲームの解説や実況動画が見られた。(2)カードゲームに関する「消費者活動」は 14 件とゲームに次いで多かったが、ゲームとは異なり実際にプレイする「消費者活動」はなく、カードの中古売買に関する「消費者活動」が 8 件で過半数を占めていた。他のメディアでも、それぞれ異なる内容の「消費者活動」が見られた。(7)特定のメディアでないの「消費者活動」は複数のメディアに登場するキャラクターの二次創作や、「ポケモン」の世界観に言及した解説動画等である。これらは特定のメディアを対象としていないが、実際には「ポケモン」における複数のメディアに共通して登場するキャラクターや世界観、すなわち「メディアミックスコンテンツ」としての「ポケモン」を対象にした「消費者活動」と言える。

また、規約違反として問題視される可能性のある「消費者活動」が(1)ゲームと(2)カードゲームで行われていた。具体的には、プレイ代行サービスとカードの高額売買である。そのような「消費者活動」は、生産者の目の届かない所でコンテンツイメージを毀損し、他の消費者が被害を受ける危険性もあると考えられる。よって、問題となるような「消費者活動」を注視し、把握する必要があると考える。

(指導教員 三波 千穂美)