

企業にとっての二次創作の有用性

田嶋ゼミ グループB 小笠原 風太 奥山 遥翔 兵藤 夏樹 八木 綾菜 吉次 遥香

【目次】

研究概要

現状分析

先行研究

問題意識

研究目的

仮説導出

仮説1

参考文献

【研究概要】

インターネットの普及により二次創作文化はより身近なものになり、ユーザー数も増加しているため、無視できない市場と言える。

本研究では、二次創作の有用性を分析し、企業のマーケティング活動において二次創作を用いるべきだと主張する。

【現状分析1】 二次創作とは

「原点となる創作物から登場人物（キャラクター）や世界観などを借りて創作した創作物」のことを「二次創作物」と呼んでいる。（小山 2013）

【現状分析1】

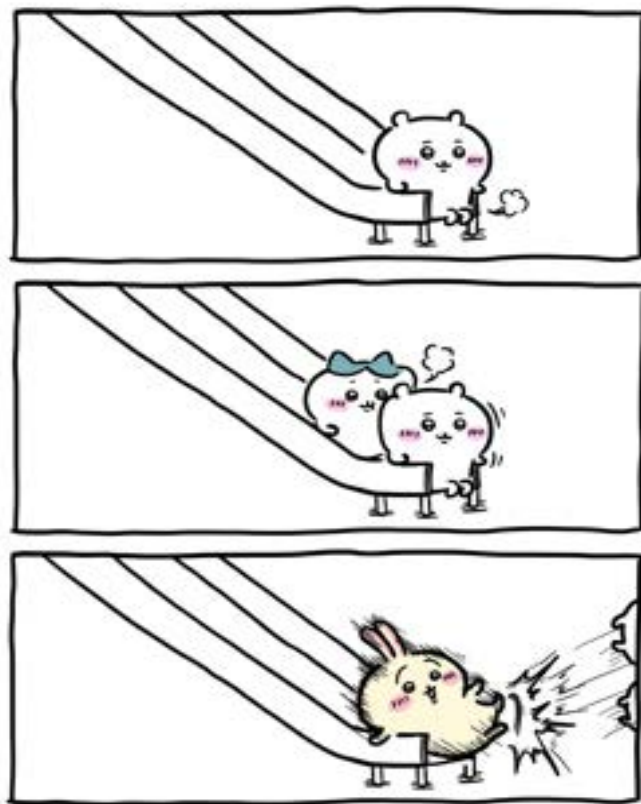
二次創作

小山

夢小説、イラスト

まとめ・切り抜き動画、考察、ゲーム実況、コスプレ

【現状分析1】二次創作の実例



ちいかわの憂鬱さん

2022年8月27日のツイート
9月6日現在で7.1万いいねを得ている



大きな反響を呼んでいることがわかる

【現状分析1】二次創作の実例



ひろゆき, hiroyuki

チャンネル登録者数 157 万人・420 本の動画

Howdy? >

公式 157万人



ひろゆきの部屋【ひろゆき,

hiroyuki】切り抜き

チャンネル登録者数 88.2 万人・910 本の動画

ひろゆきさんの生放送の切り抜き動画を投稿しています。 >

切り抜き 88万人

【現状分析1】二次創作とは

「二次創作」という言葉に具体的には
どんなものが含まれるかは曖昧



切り抜きまとめ動画



コスプレ



ゲーム実況

【現状分析1】私たちが考える二次創作

主にイラストやファンアート(漫画含む)、考察動画、
公式動画の切り抜きやまとめ、夢小説(公式の人物を
主人公にして勝手に物語を作った小説)、コスプレ、
ゲームなどの実況動画

【現状分析1】二次創作についての補足

・考察動画

アニメ・マンガ・ドラマで、表立って語られていない背景や事情を解説したり、独自の仮説を用いて解明を試みたりする動画を指す。

・切り抜き・まとめ動画

長時間の配信や動画を編集して、一部を切り抜いたり、複数の映像を繋げてまとめたりした動画を指す。

・夢小説

コンテンツの登場人物や世界観を借りて、ifストーリーを書いた作品である。主にネット上ではアイドルや俳優、キャラクターと自分が恋愛関係だったらという女性向けの設定が多い。他にも、日常生活が明らかになっていない人物を性格などから推測して私生活を描くものなど様々である。

【現状分析2】二次創作に注目する理由

SNSの普及により...

誰でも簡単に二次創作作者として
認知してもらえるようになった

二次創作閲覧者の数が増えた

【現状分析2】二次創作に注目する理由

SNS普及前



SNS普及後



二次創作作者、閲覧者は地域や場所の制限を超えて活動できるようになった

【現状分析2】二次創作に注目する理由

63%が二次創作商品であり、
円グラフ全体での市場規模は
732億円にのぼる



無視することができない
大きな市場である

コミックマーケットにおける二次創作 www.comiket.co.jp

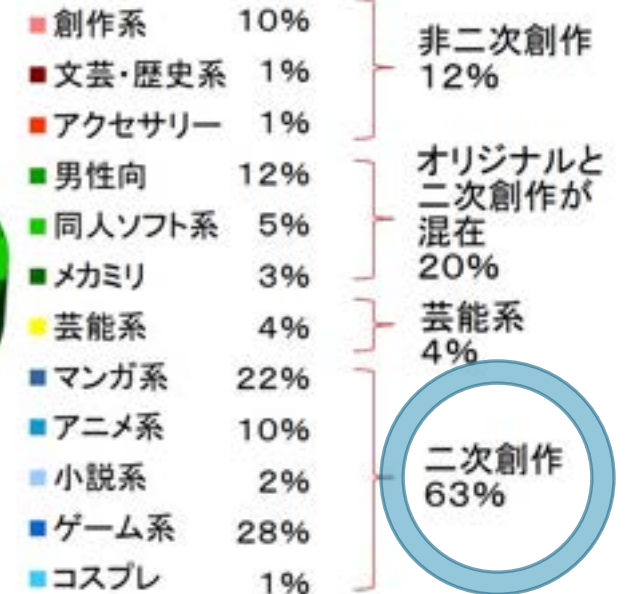
・ コミックマーケット88

ジャンル毎の割合



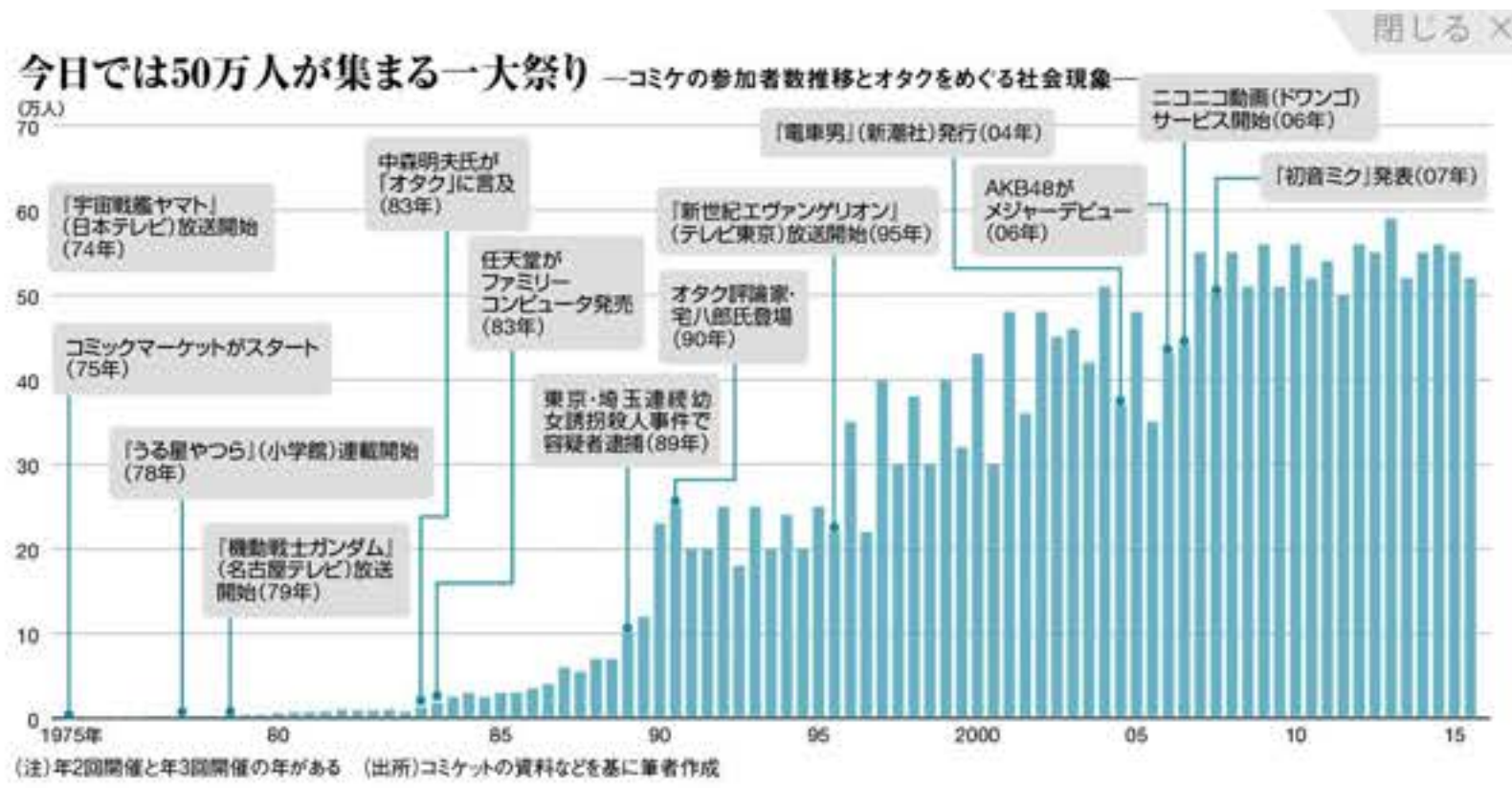
様々なジャンルの生み出す
多様性がパワーとなる

全体の約3/4が
二次創作



【現状分析2】二次創作に注目する理由

コミックマーケット来場者数の推移



【現状分析3】 実は違法！？

二次創作の中には、違法となる創作物もある

例えば...

著作権者に許可を得ていない二次創作



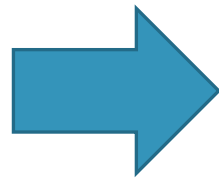
~~許可~~



【現状分析3】ガイドラインを設けた二次創作の例



大阪・関西万博公式キャラクター



ナム・ナモさんの作品



氷厘亭氷泉さんの作品

【現状分析3】二次創作を活用している例



鳥取市米子市公式キャラ
「ヨネギーズ」

初音ミクの二次創作
デフォルメキャラクター
「はちゅねミク」



一次創作ではなく二次創作作品とコラボ

【現状分析4】

原作とはっきり区別せず二次創作情報のみに接して採用をしたユーザーが普及初期から非常に多いことから、二次創作はイノベーション係数のほうにも大きな影響を与えうると言える。
(李, 鷺田 2016)

【現状分析4】

ユーザーイノベーションとしての二次創作は原作に対して無視できないほどのプロモーション効果を有しており、潜在的なユーザー層を惹きつけられることが明らかになった。
(李, 鷺田 2016)

【現状分析4】

企業はマーケティング活動において、
積極的に「二次創作」を用いるべき



【先行研究】

	研究概要
保坂（2008）	二次創作に関する著作権上の諸問題
大戸,伊藤 （2019）	二次創作コミュニティに属する人の一次創作に対しての愛着から、コミュニティの維持の方法を分析した。
八尾（2018）	二次創作と同人誌即売会で形成されるコミュニティについての考察
飯塚（2015）	二次創作は、一次創作の作家側にとって人気をはかるバロメーターとなっているのである。またファンにとっても二次創作は、作品の楽しみ方を増やすものとなる。

→「二次創作」や「二次創作とそのコミュニティ」に関する研究はこれ以外にも多く見られた

【先行研究】

	研究概要
李, 鷺田 (2016)	オタク層によく見られる「二次創作」現象を中心にユーザーイノベーションの新たな可能性を模索した。
片野, 石田 (2015)	二次創作ユーザーコミュニティに着目して、イノベーション・ユーザーの行動について探索的な発見を試みた。

→二次創作をユーザーイノベーションの観点から調査した先行研究

【問題意識】

二次創作の有用性について調査した先行研究はあるが、それが具体的にどのような消費者心理によるものなのか、実際にマーケティングに活かす場合どのようにすれば良いのかについては明らかになっていない。

【研究目的】

今日的なものを含めた、二次創作が消費者心理に与える影響を明らかにすることで、企業の二次創作を利用したマーケティング活動において必要な要素を導き出す。

【仮説導出】

李, 鷺田 (2016)の研究から、公式情報より
二次創作で興味を持った人が多いとわかった

【仮説導出】



公式情報きっかけより二次創作きっかけで始めた人の方が多いなら...



公式情報でゲームに興味を持てなかった人がもし、先に二次創作を見ていたら興味を持ってもらえていたのでは！

【仮説導出】

つまり...

一次創作より二次創作の方が興味を持たせやすい



【仮説導出】

二次創作を読んだ後にゲームを始めた理由として多かった回答

キャラクターを実際に入手したかった

(李, 鷺田 2016)



ゲーム全体ではなく、キャラクターへの興味

【仮説導出】

二次創作を見たことで、キャラクターに対して興味が出た



考察動画はどうなるの？

【仮説導出】

- ・作品では気付かなかったキャラクターの個性や良さに気付ける
- ・作品のストーリー奥深さに気づかされる



二次創作を見たことでストーリーに興味が出た

【仮説導出】

二次創作でフォーカスされている部分に興味が出る



二次創作から見ることにより、最初から自分の好きな部分にフォーカスしてその作品を見ることができる

【仮説1】

公式情報よりも二次創作に触れた時の方が
一次創作に対し、より興味が生じる



【参考文献】

李肖霄・鷲田祐一(2016)「ユーザーイノベーションのプロモーション効果及び普及に対する影響—『刀剣乱舞-ONLINE-』と二次創作—」『日本マーケティング学会 カンファレンス・プロシーディングス』vol5,pp175-184

https://www.j-macorn.jp/oral/fdown.php?os_id=5

コミックマーケット公式サイトへようこそ

https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/chosakuken/hoki/h27_06/pdf/shiryo_12.pdf (参照 2022-09-08)

佐藤達郎(2016)「「内なる」共感から「外への」共感へ。」『Marketing Researcher』No,129,pp10-15

<https://www.jmra-net.or.jp/Portals/0/member/MR/mr129-1015.pdf>

「二次創作やパロディは法律違反？ 著作権法違反となる行為を弁護士が解説」 ベリーベスト法律事務所 船橋オフィス(2021)

https://funabashi.vbest.jp/columns/general_civil/g_others/4434/ (参照 2022-09-08)

池田拓生(2012)「地域振興におけるキャラクター運用に関する一考察-鳥取県米子市・境港市におけるキャラクターの活用-」『観光科学研究』5号,pp127-135

https://tokyo-metro-u.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=3546&file_id=18&file_no=1

【参考文献】

保坂由美(2008) 「二次創作に関する著作権上の諸問題」

http://tokizane.jp/Kogi/Aichi08-Sotsuron/05L4094_HosakaHiromi.pdf

大戸朋子・伊藤康信(2019) 「二次創作コミュニティにおける『愛』をめぐる闘争と調停」『コンタクト・ゾーン』11巻,2019号,p207-232.

<https://repository.kulib.kyoto-u.ac.jp/dspace/handle/2433/243979>

八尾典明(2018)「二次創作と同人誌即売会をめぐる語り: 東方projectを軸としてそれぞれの体験」『日本学報』37号,pp123-147

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/repo/ouka/all/71626/NG_37_123.pdf

飯塚邦彦(2015) 「二次創作する読者の系譜－『オタク系雑誌』における2次創作の背景を探る」『成形人文研究』23号,p63-90.

http://repository.seikei.ac.jp/dspace/bitstream/10928/627/1/jinbun-23_63-90.pdf

片野浩一・石田実(2015) 「ユーザーコミュニティ創発の創作ネットワークに関する研究－『初音ミク』コミュニティに見る価値共創－」JAPAN MARKETING JOURNAL Vol.34 No.4 p88-107

https://www.jstage.jst.go.jp/article/marketing/35/1/35_2015.035/_pdf

小山友介(2013)「初音ミク－N次創作が拓く新しい世界」

https://www.jstage.jst.go.jp/pub/pdfpreview/isciesci/57/5_57_KJ00008686545.jpg