

中国におけるネットゲーム研究の展望

李 万 莉

はじめに

1990年代後半における情報化の進展と文化産業の成長に伴い、ネットゲームは単なる娯楽媒体を超え、社会文化の伝達装置としての役割を担うようになった。とりわけ中国においては、ネットゲーム産業の急速な拡大が文化消費のあり方を変化させるとともに、心理学、社会学、法学、経営学など、さまざまな学術分野において新たな研究課題を提起している。本稿は、これまでに蓄積されたネットゲームに関する中国国内の研究成果を体系的に整理し、その研究動向と今後の課題を展望することを目的とする。

本稿では、主に中国知網（CNKI: China National Knowledge Infrastructure）に収録された修士論文および一部の学術誌論文を対象とし、「ネットゲーム（网络游戏）」というキーワードで検索した結果に基づいて、四つの主要な研究分野を紹介する。具体的には、①ネットゲーム依存に関する心理・社会的研究、②ゲームを通じた伝統文化の伝播に関する文化研究、③ネットゲームに関わる法律問題、とりわけバーチャル財産¹⁾（虚擬財産）の保護に関する法的研究、④ゲーム企業の市場戦略や国際化路線に関する経営学的研究である。

いち早く取り組まれたのは、「ネットゲーム依存」に関する心理・社会的な研究であった。中国ではネットゲームに対する否定的なイメージが根強く、とくに未成年や学生層における依存症問題が注目されてきた。田明陽（2021）はアンケートとインタビューを組み合わせた調査によって、大学生のネットゲーム依存行動に影響を与える要因モデルを構築し、経済状況、性別、家庭教育などが依存傾向に強く関連していることを示した。加えて、周瑛（2020）や楊華耕（2024）らによる研究では、親子関係や学校帰属感、基本的心理欲求など、家庭および学校という社会的環境要因が依存傾向に与える影響が明らかにされており、ネットゲーム依存は個人の心理特性だけでなく、より広い社会的文脈と密接に結びついていることが指摘されている。さらに、李敏（2025）はプレーヤー間の交流の要素が強いゲームである『王者荣耀』と『和平精英』の未成年プレーヤーを研究対象とし、グラウンデット・セオリーを用いて未成年プレーヤーたちの道徳観の形成を分析した。そこでの結論は、ネットゲームの中の成人文化や用語などは未成年に悪質な影響を与えるが、ゲームの存在自体を責めるのではなく、社会や家庭なども未成年の立場に立って道徳支援をすべきだというものであった。

中国におけるネットゲーム研究の展望

中国発のゲームは中国の伝統文化を国内外に伝える媒体としても注目されている。中国政府は2017年に「中華優秀伝統文化伝承発展プロジェクトの実施に関する意見（关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见）」を発表して以降、ネットゲーム企業に対して伝統文化の普及・継承を奨励しており、企業側もこうした方針を意識的にゲーム制作へ反映してきた。張玲（2019）は、『王者荣耀』に登場する歴史上の人物像を分析し、ゲームが若者の文化的記憶に影響を与える媒体であることを示した。史哲嘉（2023）は、『原神』の日本における異文化コミュニケーション戦略を分析し、日本文化与中国文化の間に成立した「文化的共鳴」に注目した。『原神』は、「稻妻」という架空の地域において日本文化的要素を再構築しながら、現地ユーザーとの接点を創出し、成功した国際展開の好例とされている。

さらに、法学的な観点からの研究として、ネットゲームにおけるバーチャル財産の法的保護に関する議論が交わされている。中国における初期の研究は、2005年に宋旭東（2005）が発表した論文に始まり、ネットゲーム内の財産が法律上どのような地位を有するかという基本的な問い合わせに焦点が当てられた。その後、黃震宇（2010）、周文鳳（2014）らによって、所有権、契約権、権利侵害に対する損害賠償、相続などの具体的な法的論点が深掘りされ、近年では朱天玉（2019）、朱玉霞（2022）らによって相続権・刑事罰則にまで議論が及んでいる。これらの研究は、ゲーム内で発生するトラブルが現実世界の法律体系と接触する際に直面する課題を提示しており、中国法制の今後の整備にとっても貴重な知見を提供している。

最後の領域としては、ゲーム企業の経営戦略と国際化展開に関する研究がある。張恬恬（2015）は、テンセント（Tencent、腾讯、騰訊）のモバイルゲームにおけるプロモーション戦略を5Wモデルに基づいて分析し、メディア選定、ターゲティング、広告内容の最適化といった要素の成功例を示した。また、易禹開（2022）はネットイース（NetEase、网易、網易）の代表的な海外展開タイトル『第五人格』や『陰陽師』を例に、現地文化への適応戦略が企業の海外成功に不可欠であることを論じている。さらに、楊珂（2023）はミホヨ（miHoYo、米哈游）の『原神』を対象に、「ダブル循環（双循環）」政策を背景とする中国ゲーム産業の国際戦略を分析し、国内市場での二次元文化基盤と技術革新、海外市場での文化適応とブランディング戦略を総合的に評価した。

筆者自身もこれまでの研究において、『原神』を題材に日本市場におけるローカライズ戦略や地域文化との連携に注目してきた。とくに、ゲーム内の「稻妻」エリアにおける和風世界観の構築、SNSやコラボイベントを活用したプロモーション活動、日本現地の二次元文化との融合によって、日本市場での受容が強化されたことが確認されている。これは文化的受容性と企業戦略の接点を明示する具体的事例として、今後の比較研究においても有用である。

このように、中国におけるネットゲーム研究は、初期の「問題行動」から出発しつつも、今日では文化、法、社会、経済といった多様な領域に広がりを見せている。特に、テンセントとネットイースに代表される中国の有力なゲーム企業が、国際的企業として成長していく

中で、ゲームを通じた文化の国際発信とその受容、異文化間の摩擦と融合といった新たな研究課題が浮上している。より多様な研究方法と理論的枠組みに基づき、ゲーム研究の学際的深化が求められる時期に差し掛かっているといえよう。

1. ネットゲーム依存に関する研究

1990年代後半から始まった中国のネットゲーム産業は、約30年の発展を遂げてきたが、最初の20年ほどの間はネットゲームやそれを生み出す企業に対する社会的評価は必ずしも肯定的なものではなかった。特に、当時、40~50代の親世代の多くが、ネットゲームを青少年にとって有害な趣味として捉えていた。ネットゲームといえば依存症を連想させることも多く、ネットゲーム依存に関する研究は早くから重要視されてきた。

ネットゲーム依存に関する研究は、治療法に関する研究と依存に影響を与える要因に関する研究の2つに大別される。治療法の研究では、研究者の専門分野によって治療方法が異なり、依存の影響要因の分析は、依存者を中心と周囲の環境要因を調べる社会学的な研究が中心になっている。両者の間では依存の定義にも多少の違いがあり、治療の研究では依存を厳格に定義する傾向があるのに対し、社会学的研究では依存の判断基準は重視されていない。

治療法を中心とした研究の例である倪舜敏 (2021) 「基于认知行为疗法的网络游戏成瘾个案干预研究 (認知行動療法に基づく、ネットゲーム依存者への関与研究事例)」は、精神疾患の診断・統計マニュアルである DSM-5 のネットゲーム依存症の自己評価表に基づき、大学生の600人の中からネットゲーム依存症の判断基準に適合した対象者を数十人抽出し、インタビューを行い、介入研究の対象者一人を選び、認知行為治療法を施した結果の報告である。ここではこの治療法はゲーム依存症患者のゲームプレーの時間を効果的に減らし、ネット依存の症状と孤独感を軽減する上で有効であること、また、一定の長期的な効果もあることが証明されたとしている。

田明陽 (2021) 「大学生网络游戏成瘾的对策研究 (大学生のネットゲーム依存の対策研究)」では、ネットゲームの主なターゲット層は大学生であると考えている。既存のネットゲーム依存に関する研究を基に、ネットゲームの主たるターゲット層と考えられている大学生を研究対象として、アンケート調査とデプスインタビュー (in-depth interview) を組み合わせた方法を用いて、大学生のネットゲームへの課金に関する消費観念や課金後の体験感といったゲーム消費の要因が検討された。大学生へのアンケート調査から大学生のネットゲーム消費レベル、家族の経済状況、大学生の生活費とゲームへの課金額の比率を統計分析し、他の資料も参考にして大学生のネットゲーム依存行動に影響を与える要因のモデルを構築した。この論文はネットゲーム依存行動の影響要因モデルの構築を軸に、依存対策や依存行動、さらには学校教育との関係にも言及している。このモデルは、ゲーム依存を「時間投入」と

中国におけるネットゲーム研究の展望

「金銭投入」という二つの指標から検討し、時間投入はゲームの種類やゲームの体験感つまりプレー体験に関連し、金銭投入の影響要因は性別、経済状況、ゲーム依存度などに関連することが指摘された。ただし、論文の中でもデータに地域性があることなど、結論に限界があることは認識されている。その上での結論として、大学入学教育の強化、大学生の挫折耐性の向上、合理的な学生評価システムの構築による質の高い教育の推進、キャンパス文化の強化、政府による審査および規制強化の必要が示唆されている。

周瑛（2020）「亲子沟通，学校归属感，基本心理需求与青少年网络游戏成瘾的关系研究（亲子交流、学校への所属感、基本的な心理的欲求と青少年のネットゲーム依存症の関係研究）」は、小学四年生から高校三年生まで 5037 人を研究対象とし、ネットゲーム依存症の発生と親子交流行動、学校への所属感、基本的な心理的欲求の間の関係を検討したものである。この研究の結果によると、親子のコミュニケーション、学校への所属感、そして基本的な心理的欲求が青少年のネット依存症に重要な影響を与えていていることが証明されている。良好な親子間のコミュニケーションは極めて重要であり、青少年の基本的心理的支えることに繋がる。また、学校への良好な帰属意識を育むことも、青少年の基本的心理的欲求を満たすことができ、そして、基本的心理的欲求が満たされることは、青少年のネットゲーム依存を大幅に緩和させる。

また、楊華耕（2024）「基于潜在剖面分析的多重家庭因素与中学生网络游戏成瘾的关系：非适应性认知的中介作用（潜在面分析に基づく、多重家庭要素と中学生のネットゲーム依存の関係：非適応性認知の仲介作用）」のように、家庭環境がネットゲーム依存者に与える影響を研究するものも含まれ、家庭要因が依存者の心理にどのように作用し、依存を助長または抑制するかに焦点を当てた研究も存在する。家庭環境において、父母である夫婦間の葛藤や、子どもに対する無視は、親から子どもに対するサポートの質的低下に至り、中学生のネットゲーム依存症を最も引き起こしやすい、と述べている。

李敏・郭威（2025）は、ネットワークゲームにおける交往文化（交流文化）が児童の道徳発達に及ぼすリスクを、グラウンデッド・セオリー（Grounded Theory）の方法を用いて探鉱的に分析したものである。この研究では、2020 年に中国中部の大都市で調査を行い、小学生・中学生計 15 名と成人プレイヤー 3 名を対象にインタビュー、ゲームプレイ観察、日記資料などを収集した。その結果、ネットゲームの交流文化が児童に与える主な道徳的リスクとして以下の三点が明らかになった。1. 交流から否定的な文化の影響を受けることによる自己認知の危機：ネットゲームでは「干得漂亮（よくやった）」「小学生」など、本来中立的または肯定的な語が揶揄や侮蔑に転化する現象が多く見られ、こうした語義の貶降や児童に対するステイグマ化は、児童の自尊心を傷つけ、道徳的認識や行動の混乱を招く危険性がある。2. 成人文化の侵入による同輩関係の歪曲：ネットゲーム内では「cpdd（カップル募集）」などの流行語をはじめ、成人的な性文化や暴力的要素が児童の交流場面に入り込み

やすく、これにより、児童は成人的な言動を模倣し、未熟な段階で成人社会の価値観を受け入れざるを得ない状況に置かれる。3. 道徳境界の曖昧化と責任回避：ゲーム空間の匿名性・仮想性は、児童に「ネットは遮羞布（隠れ蓑）」という認識をもたらして道徳規範の拘束力を弱め、その結果、不良行為が娯楽化され、児童が道徳責任を回避する傾向が強まる。以上の結果から、家庭・学校・社会・ゲーム企業がより慎重に、児童の立場に立って道徳的発達を支援する必要性が強調されている。また、ネットゲームは児童の道徳発達にリスクをもたらす一方で、新たな教育的契機や発達の可能性をも内包しているとし、教育学的観点からのさらなる検討が不可欠であると結論づけている。

中国国内におけるネットゲーム依存の研究は、おおむね上記のように、ネットゲーム依存の対策研究と影響要因研究に大別される。特に、対策研究においては研究の方向性が多様であり、前述の倪舜敏（2021）が行った心理学的研究に基づく研究や、田明陽（2021）のようにデータモデルを構築し、それを基に対策方法を導き出すといったアプローチが見られる。社会学的な研究においては、親子関係、家庭の経済状況、教育方針などが、依存傾向に影響を与える可能性が検討されており、これらの要因が依存者の心理に与える影響を分析して、対策を講じるための一助となっている。さらに、李敏（2025）のように、ネットゲーム依存症という言葉から脱離し、具体的に現在のネットゲームの環境が未成年のプレイヤーにもたらす道徳観発展の問題を分析する議論も登場している。

社会認知の進展と中国インターネットの急速な発展に伴い、ネットゲーム依存に関する研究の論点が多様化するのみならず、ゲーム研究全体も肯定的な方向へと発展しつつある。本稿でこれから論じるように、ネットゲームが伝統文化の伝播において果たす役割、ゲーム内の仮想財産に対する法的保護の整備、さらに中国オンラインゲームのプレイヤー層拡大と海外市場におけるマーケティング事例などがその具体例として挙げられる。

2. ネットゲームによる伝統文化の伝播

ゲーム会社は、ゲームが持つ優れた媒介機能を活用し、伝統文化を巧みにゲーム内に融合させることで、多くのプレイヤーの支持と国家の政策支援を獲得している。研究者らもこの点に注目し、現在市場にある有名なゲームを対象に研究分析を進め、文化を担う新たな媒介としてのゲームの役割を解明しつつある。

1990年代後半にネットゲームが中国で発展を始めた頃、中国政府は伝統文化の普及に注力し始めた。1978年に中国が改革開放を始め、重工業の問題が解決された後、政府は文化的継承と発展を重視するようになった。特に2017年に発表した「关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见（中華優秀伝統文化伝承発展プロジェクトの実施に関する意見）」以降、中国国内のネットゲーム業界はこれに従うことを表向きの方針とし、伝統文化の普及を、い

中国におけるネットゲーム研究の展望

わば政府の介入からの「お守り」のように扱っている。当初は単に伝統文化の普及を掲げるだけで、その実際の作用に重きを置かないゲームも多くあったが、ネットゲームの繁栄と共にプレイヤーの目が肥え、業界内の競争が激化する中で、伝統文化の普及やその活用がゲームの成功要因の一つとなっていった。このため、ネットゲームの研究においても、伝統文化の普及に関する分析が盛んに行われた。

史哲嘉（2023）「网络游戏《原神》在日本的跨文化传播调研报告（ネットゲーム『原神』の日本における異文化伝播調査報告）」は、『原神』の日本におけるソーシャルメディアとネットでの動きや異文化コミュニケーション戦略に注目し、『原神』の異文化交流を分析して異文化コミュニケーションとして多いに注目すべきことを語っている。論文の注目点は異文化コミュニケーションにあり、日本の文化的雰囲気と社会的雰囲気にも言及している。この論文は、日本における『原神』の異文化交流を分析することで、ゲームがどのように海外市場への進出に成功しながら異文化伝播を実現すべきかを導き出している。その中で、日本文化と日本のゲーム市場を分析し、日本のゲーム市場の規模は巨大だが閉鎖性が高いという特徴があること、国内のゲームメーカーが市場の大部分を占めており、ゲーム機やPCゲームが市場の主流となっていることを指摘する。内部的な要素から見ると、『原神』は異文化コミュニケーションの過程でまず中国の文化を符号化し、他者（日本）の文化も符号化して、「稻妻」というゲーム内の地区の世界観に表現している。ゲームの内容に反映された価値観は文化交流を通じて広まっていく。

外部環境に注目すると、『原神』はソニー、任天堂などとも協力し、さまざまな端末、環境でのプレーを可能している。『原神』は日本での宣伝戦略をソーシャルメディアで日本語公式アカウントを開設したり、広告を大量に投入して、日本の二次元文化産業と連動させる取り組みもおこなっている。『原神』の成功は、市場側における努力のほか、「文化」を中心とした異文化伝播を意識していることが背景にある。ゲーム自体が文化と密接に結びついており、柔軟で変化に富んだメディアである。ゲームは潜在的にプレイヤーの美意識を改変し、国別の文化の枠組みを破る。『原神』は、ゲームのターゲット層を特定し、伝播市場を拡大して、プレイヤーの二次創作を重視することで成功を収めたのである。

張玲（2019）「《王者荣耀》的传统人物再造与受众认知改变研究——基于媒介记忆视角（『王者荣耀』（Honor of Kings）の中の伝統人物の再構築と受け手の認知改变研究——メディア記憶の視角から）」は、文化が民族性をもつと同時に時代性も備えているという点について考察を行っている。社会の全面的なデジタル化という背景の中で、文化の伝播と継承の方法や考え方も社会の発展に伴って変化しており、ネットゲームの急速な発展は注目すべき事態である。中国のネットゲームには、伝統文化からゲーム制作のインスピレーションを得るという特徴があるが、この論文はその一例として、MOBA（マルチプレイオンラインバトルアリーナの略称、『Dota 2（ドータ 2）』『League of Legends（リーグ・オブ・レジェン

ド)』などが代表的作品) ジャンルに属する中国製『王者荣耀』を研究対象として選んでいる。このゲームには、中国の有名な歴史上の人物や神話の人物が数多く登場し、著者はメディア記憶理論を用いて、メディア記憶の視点(邵鵬 2016)からネットゲームが文化認識に与える影響を検討している。この論文では、1. ネットゲームはどのようにして歴史上の人物や神話上の人物を再構築し、ゲーム化しているのか、2. 再構築されたゲーム内のキャラクターが、プレイヤーの文化認識に変化をもたらすのか、3. 伝統文化にとって、ゲームによる再構築は利点か、それとも弊害か、という三つの問い合わせている。その背景には、ゲームによる伝統人物の再構築が伝統人物の人物像を完全に改変することを警戒する見方の存在があった。結論として、人物の形象については、具体的なデザインやモデリングがなされたゲームの記憶が勝ったが、他の様々な文化的局面の争いではゲームの記憶は大きな影響を与えることはなかった。ゲームの記憶は、元々の伝統的なキャラクター像を置き換えることはできず、そのキャラクターの特徴をより鮮明にすることに留まった。また、ゲームに触れていない人々の認識においては、ゲーム記憶は影響を及ぼすことができなかった。

『王者荣耀』の例を通して、ネットゲームはメディア記憶の一種の形態として、特に若者が伝統文化を忘れないようにする効果をもっている、ということが証明された。伝統文化を革新し、活性化させることにも成功しているとも言われた。しかし、ゲームの記憶が大衆の文化認識に与える影響は浅く、記憶として深く定着するようなものではないため、以前多くの人が懸念していた伝統文化への誤解を引き起こす恐れも小さい。総じて、ゲーム記憶が伝統文化に良好な影響を与えていていることは間違いないとする判断が、結論として示されている。

3. ネットゲームに関する法律研究

プレイヤー数の拡大に伴い、ゲームに関連する諸問題やトラブルも続出しており、ゲーム内の仮想財産を巡る法的問題は社会に顕在化し、多くの人々に無視できない切身の課題となった。ネットゲームに関する法律研究の主な研究内容はネットゲームの発展と共に大きく変化してきた。

ネットゲームに関する法律関連の論文が最初に発表されたのは、2005 年の宋旭東(2005)「网络虚拟财产的性质认定及其民法保护(ネットバーチャル財産の性質認定および民法による保護)」である。2005 年から 2010 年の間は、中国インターネットの初期発展段階であり、宋旭東(2005)のほか、王旭東(2005)「网络虚拟财产盗窃行为的认定及刑法規制(ネットバーチャル財産の窃盗行為の認定および刑法規制)」といった、法律における財産の性質認定、行為の定義、およびバーチャル財産の保護を研究する論文が大半を占めている。2010 年以降、ネットバーチャル財産の法律研究論文は大幅に増加し、黄震宇(2010)「我国网络虚拟财产保护的现状及对策(中国におけるネットバーチャル財産保護の現状と対策)」、周文鳳(2014)「网络虚拟财产

的民法保護（ネットバーチャル財産の民法による保護）」のような段階的な総括や、異なる法的視点からバーチャル財産の保護を検討する論文が増えた。さらに2019年以降、公芳宇（2019）「论网络虚拟财产的民事法律保护（ネットバーチャル財産の民事法的保護）」、朱天玉（2019）——「我国网络虚拟财产继承研究（中国におけるネットバーチャル財産の相続に関する研究）」と朱玉霞（2022）「窃取网络虚拟财产行为的刑法定性研究（ネットバーチャル財産窃盗行為の刑法における法定性に関する研究）」といった、バーチャル財産の相続や窃盗といったテーマへの研究が増え、研究の方向性が多様化している。このように、論文のテーマを通じて、ネットバーチャル財産の法律的位置付けは一貫して議論されてきたにテーマであるが、初期の法的位置付けの議論から整備後の権利保護、さらにはより広範な議論へと、内容は大きく変化してきた。関する研究が各時期にわたって継続的に行われてきたことがわかる。同時に、中国社会におけるバーチャル財産への認識と関心度が時間の経過とともに高まり、法律制度も定義や立法から保護、さらには罰則や相続問題の議論へと次第に進化していることが示されている。

次に、こうした三つの段階からそれぞれ1本の論文を選び、その内容を紹介する。まず、2005年ごろの論文として宋旭東（2005）を取り上げる。この論文はネットゲームとバーチャル財産の出現を紹介し、バーチャル財産の法律保護の必要性を提起した。続いて、バーチャル財産の性質認定、すなわちバーチャル財産が「財産」として認められるかどうかを検討し、その法律属性を分析した後で、保護の提案、立法と司法の両面からバーチャル財産を保護する具体的な方法を提示した。この段階の研究は、バーチャル財産を法的保護対象として認定することに焦点を当てており、中国におけるネットバーチャル財産法学研究の基盤となるものであった。論文の中では、バーチャル財産の保護に関する部分で、プレイヤーと運営者の紛争解決、および、プレイヤー同士の紛争解決について司法の観点から言及がある。

プレイヤーと運営者の紛争においては2つの状況がある。一つは運営者がプレイヤーアカウント内のバーチャル財産を削除する場合、もう一つは運営者の安全責任に関する紛争である。ここでは、李宏晨が北極冰会社を訴えた事件が検討されている。自分のアカウントにあるバーチャル装備がすべて消失していることに気付いた李が調査を求め、結果として、装備の他のプレイヤーへの転送が判明した。李は不正アクセス者の具体的な情報を要求したが、運営者はプライバシーに関わるため提供できないと拒否した。さらに、運営者李の2つのアカウントのヴァーチャル装備を複製品と主張してすべて削除した。李は、運営者が自分の個人財産を侵害したとして北極冰会社を法廷に訴え、アカウント内のすべてのヴァーチャル装備の返還および1万元の精神的損害賠償を要求し、最終的に勝訴した。こうした判例を踏まえ、論文ではバーチャル財産の属性について、バーチャル財産が労働と経済的価値の観点から、法律上の「財産」として認定されるべきであり、特に、バーチャル財産が無形であっても、使用価値や交換価値をもつことがその本質であると述べ、これを保護するための民法的な根拠を提示すべく、バーチャル財産を物権法の調整範囲に含めることで、より確実な保

護が可能になると主張した。

2010年ごろの研究例としては、黃震宇（2010）が取り上げる。この論文の第1章は、バーチャル財産の概念および発展の概要、および、バーチャル財産の定義、特性、種類、法律地位についての概説である。第2章の内容は保護に関する法律問題、所有権の帰属、証明責任の分担、侵害行為の責任原則などの具体的な問題の分析、第3章は中国内外の現状分析、中国と他国のバーチャル財産立法の進展の比較第4章は保護策と提言、実体法、手続法、行政管理を含む保護策の提示である。この研究は、バーチャル財産保護に関する具体的な法律問題に注目しており、保護体制の構築に向けた緊急性が強調されている。当時はバーチャル財産に関する訴訟が頻発し、増加傾向にあってネットバーチャル財産の保護が法的に不十分である現状が指摘されている。バーチャル財産侵害事件が増加している中で、適切な法律が欠如しているため、ユーザーの権利保護が困難であると述べている。このため、明確な立法によるバーチャル財産保護の必要性がある。論文では、バーチャル財産保護のための具体的な対策として、実体法と手続法の改善、司法解釈の明確化、独立した法律制定を提案し、行政管理や業界団体の自主規制を通じて、バーチャル財産の保護を補完するべきだとしている。バーチャル財産がゲーム運営会社の「データ」なのか、それともプレイヤー個人の財産として認められるべきかが議論された。黃震宇は、プレイヤーがゲーム内で労力を費やして得たバーチャル財産は、プレイヤー個人の所有権として保護されるべきだと結論付け、また、バーチャル財産の保護を強化するため、法的枠組みに加え、政府機関による規制や試験的な管理措置を導入することを提案した。

2022年ごろの論文として周文鳳（2022）は、ネットバーチャル財産の定義とネットバーチャル財産の基本概念を説明し、特徴として客観的実在性、価値性、稀少性、排他性、依存性を挙げている。ネットゲームの武器・装備を視角として、バーチャル財産の民法的保護を論じ、バーチャル財産は客観的実在性・価値性を有しつつ依存性・時間性といった特殊性を備えた新たな財産形態であると位置づけられる。例えば、ネットゲームの武器や装備が現実世界で売買され、経済的価値をもつことが示されている。法的性質については既存の物権説・債権説等の限界を指摘し、物権と債権を兼ね備えた複合的財産権であると結論づける。その上で、物権法・契約法・不法行為法・相続法の四側面から具体的保護の必要性を提示している。本研究は、バーチャル財産の法的保護を制度的課題として明確化した点に意義がある。最後の結論として、ネットバーチャル財産は、物権と債権の複合的属性をもつ新しいタイプの財産として、現行の法律体系を適応させながら保護を強化する必要があると述べている。

4. ゲーム企業に関する研究

バーチャル財産に関する法整備が進む中、近年、中国製ゲームの種類と数が増加し、業界

中国におけるネットゲーム研究の展望

が成熟するにつれて、業界内の競争も激化の一途を辿っている。このような状況を受けて、ゲームに影響を与えるより深層の要因、すなわちゲームを開発・運営するゲーム企業そのものに注目する研究も主流となっている。

数多くのゲーム企業の中で研究対象とされているのは、主に大規模なゲーム企業や有名ヒット作をもつ名の通った企業が多い。周熙霖・魏輝（2023）「任天堂、索尼、微软三巨头PK：家用游戏主机的商业模式竞争」のように、任天堂やソニーといった国際的ゲーム企業に関する研究もあるが、ここでは、主に中国の国内企業を対象とした研究例を紹介し、テンセント、ネットイース、ミホヨを分析した研究例を挙げる。

これらの研究は、各社の市場戦略や国際化へのアプローチを中心に分析している。張恬恬（2015）「手机网络游戏的传播策略研究以腾讯手游为例（モバイルゲームの伝播策略研究 テンセントゲームズを例に）」は、テンセントのモバイルゲームに関する研究である。この論文では、スマートフォン技術の普及により急成長したモバイルゲーム市場で、テンセントがどのようにマーケティング戦略を展開し、ブランド構築や市場調査を通じて成功を収めているかが示されている。文中の「テンセントのモバイルゲーム」とは、テンセント社の子会社であるテンセントゲームズにおける、主にモバイルゲームを制作する部門を指している。この論文ではまず、中国国内のモバイルゲームの発展の歴史と、2015年当時の将来への見通しから今後の発展が期待される状況を分析し、研究対象であるテンセントのモバイルゲームの発展状況へと話題を移す。テンセントのモバイルゲーム製品ラインナップは幅広く、市場シェアも大きい。しかし、テンセントのモバイルゲームは高品質だが、革新性に欠けている点も指摘されている。続いて、ハロルド・ラズウェルが提唱した伝播過程の5つの基本要素である「5W」（Who says what in which channel to whom with what effect）に基づき、テンセントのモバイルゲームのプロモーションプロセスが分析される。モバイルゲームの受け手の特徴として、比較的若く消費力があり、ゲームが好きという傾向が見られることや、モバイルゲームの受け手の中では、女性の割合が増加し、若年層が大部分を占めており、ゲームに費やす時間が細切れから固定化へと変化していること、テンセントのモバイルゲームのプロモーション戦略が認知、心理および態度、行動という3つのレベルでテンセントのモバイルゲームは良好な反響を得ており、全体的に成功していると述べられる。テンセントは効果的なマーケティング手法によって国内市場での優位性を築いており、この成功戦略は他のモバイルゲーム企業にも応用可能な指針とされている。

一方、易禹开（2022）「中国游戏产业海外发行运营策略调研报告——以网易游戏为例（中国ゲーム産業海外発行の経営策略の調査報告——ネットイースを例に）」は、ネットイースのケーススタディを中心とした研究であり、中国国内の規制強化に伴い、ネットイースが国際市場、特に日本や東南アジアでのローカライズや現地文化への適応を強化することで市場拡大に成功していることが示されている。論文では『第五人格』『Knives Out（荒野行動）』

『陰陽師』『Naraka: Bladepoint (永劫無間)』というネットイースの代表的な中国ゲームを分析して、ゲームの海外への展開と運営戦略をまとめている。『陰陽師』はネットイースが初めて海外展開に挑戦した作品であり、IP化構築戦略を採用した。この作品は典型的な中国製で、ほぼ完全に日本文化を背景としている日本風ゲームである。多くの日本の有名声優を起用し、ゲームの日本への進出に合わせてオンラインでのプロモーションを行い、秋葉原や駅などで大量の広告を流した。『Knives Out (荒野行動)』は、ネットイースがシューティング系サバイバルゲームのトレンドに迅速に対応して開発した製品であり、同社の工業化された効率的な進出と運営戦略を強調している。ネットイースはゲームの開発時、爆発的な人気を得る可能性のあるジャンルを見定め、内部プロジェクトを立ち上げて研究を行い、将来的な正式な制作に向けて経験を積もうとしている。『荒野行動』は、このような経験の蓄積と、日本のシューティング系サバイバルゲーム市場の可能性を見定めた結果、迅速に日本市場に参入した成功例である。

『陰陽師』を日本で運営した経験を得て、ネットイースはターゲットユーザーの特定やローカライズの方法論をすでに確立していた。ローカライズと運営を同時に推進し、日本のプレイヤーの特性に合わせて、キャラクターモデル、マップ、衣装、ゲームの難易度などを調整し、プレイヤーの没入感を高めた。また、オンライン広告への投資を拡大し各種のコラボレーションやライブ配信、課金の軽減化などの「神対応」「神運営」によって、安定的なプレイヤー層を確保した。『第五人格』の日本への展開は、ネットイースの成熟したローカライズ運営を象徴している。『第五人格』もオンライン広告を利用し、SNS上に公式アカウントを開設したが、一般的な公式の口調ではなく、ゲーム内のキャラクターを模した口調で情報を発信するというユニークな手法を採用した。ローカルコラボを推進し、コンビニエンスストアとの連動を行い、日本のコンビニ普及率を活用してゲームを宣伝し、多くのプレイヤー層を惹きつけ、認知度を高めた。また、日本各地でオンラインイベントを開催し、原作IPで登場したキャラクターを活用した舞台劇の上演やAGF（アニメイトガールズフェスティバル）への参加など、多くのプレイヤーを積極的に巻き込んだ。『Naraka: Bladepoint (永劫無間)』では、ゲームのマーケティングなどを担う発行チーム（発行団体）をゲーム開発の初期段階から参加させ、継続的にグローバルプレイヤーに情報を公開してコア顧客のフィードバックを収集し、開発過程でタイムリーに改良を行った。

筆者はこの論文の中で、『Naraka: Bladepoint (永劫無間)』の東南アジアのプレイヤーたちを主な対象とした検討を通して、友達とくつろいだり、コミュニティを築くのに適していること、海外への展開に特有の課題、不足な点などを捉えている。『Naraka: Bladepoint (永劫無間)』が公開された初期段階ではプレイヤー達はゲームの遊び方、コミュニティ、eスポーツなどに注目していた。プレイヤー満足度は、コラボレーションイベント、eスポーツ大会、コミュニティ運営、ゲーム体験の4つの要素と正の相関関係がある。ネットイースが

中国におけるネットゲーム研究の展望

未だ克服できていない課題を指摘するとともに、ゲーム産業の今後の発展に向けた論点をまとめている。総じて、この論文はローカライズに注目し、対象地域の文化に適合した多チャネルでのプロモーション戦略が重要であることが強調されている。進出先の日本におけるIPとの提携、中国の伝統文化を良好に取り上げたゲーム内の表現により、ゲームという新しいプラットフォームを通じて、中国の伝統文化を再構築する取り組まれている。戦略的アプローチを取り、現地コミュニティとの連携を深めながら、各市場に合わせた多様なマーケティング手法を実施していくという戦略は、中国のゲーム産業が国際競争力を高める上で重要な鍵となっている。

また、楊珂（2023）「双循环背景下游戏产业国际化发展路径研究——以米哈游为例 MI-HOYO（ダブル循環の背景でゲーム産業の国際化発展経路の研究——ミホヨを例に）」では、政府の「ダブル循環」（中国政府が2020年5月に提出した国内経済循環と国外経済循環の経済政策を指す）政策を背景に中国ゲーム産業の国際化発展の道筋を探求し、ミホヨを事例として、中国のゲーム産業が国内大循環と国際循環の両方を活用して高品質で持続可能な発展を実現する方法について考察している。まず、議論の背景として、国際貿易における保護主義の復活や、コロナ禍の「巣ごもり経済」の終了によって、中国のゲーム産業は国際化発展に多くの不確実性を抱えることになった、という現状の認知が示される。そして、これを克服するためには、国内大循環に立脚し、国際循環への積極的な参加を通じて、両者が相互に促進し合う「ダブル循環」を形成する必要があるとする。この論文が、ミホヨに注目するのは、『原神』が中国ゲーム文化の「海外進出」の成功例、特に中小企業の国際化の参考モデルとして有益と考えられたためである。続けて、ミホヨの事例研究を通じて、国内外の循環を支える条件が分析され、国内市場における二次元文化の利用と技術革新を通じた基盤形成、現地化戦略や文化適応を重視した国際市場での成功が論じられる。この論文は、ミホヨの事例研究を通じて、理論的および実践的に価値のある国際化発展モデルを提示し、中国のゲーム企業の海外進出に有益な情報を提供している。

このように、テンセント、ネットイース、ミホヨの各社がそれぞれ異なるアプローチで成功を収めており、それぞれの戦略は他のゲーム企業にも適用可能な重要な参考例となっている。テンセントは国内市場でのブランド力とマーケティング力を活かし、ネットイースは各地域ごとのローカライズ戦略を重視し、ミホヨはダブル循環政策を基盤とした国際的な文化交流の促進を図っている。これらの研究は、中国ゲーム産業が国内外での持続的成長と国際競争力向上を目指すための重要な知見を提供しているといえる。

まとめ

総じて、中国におけるネットゲーム研究と社会的認識の変遷は、中国社会および経済の発

展と密接に連動してきた。1990年代後半から2000年代初頭にかけて、ネットゲームは主に青少年の依存や学業への悪影響といった負の側面から語られることが多く、社会的にも「問題的存在」として位置づけられていた。しかし、インターネット環境の普及や文化産業の拡大に伴い、大衆のゲーム観は徐々に変容し、単なる有害な娯楽ではなく、一つの文化的・社会的現象として認知されるようになった。

こうした認識の変化は、社会政策の方向性と人々の認識度とも深く関わっている。中国政府は2010年代以降、文化産業を国家戦略の一環として重視し、2017年に発表された「中華優秀伝統文化伝承発展プロジェクト」に象徴されるように、ネットゲームに対しても伝統文化の普及・継承や文化輸出の役割を担うことを期待する姿勢を鮮明にしてきた。その結果、ゲーム産業においても伝統文化を題材とした作品や、国際市場に向けたローカライズ戦略が積極的に推進されるようになり、研究の対象も依存問題中心から文化・法・経営など多岐にわたる領域へと拡大していった。そして、中国の30代や40代のネットゲームに対する認知は、すでに中立的で多様なものになっている。

近年の中国では、国産ネットゲームの開発や普及が奨励されると同時に、国際市場への進出、すなわち中国製ネットゲームの「海外展開」が国策によって支援されている。代表的な事例としてミホヨの『原神』は、世界的な成功を収め、中国のゲーム産業が単なる国内消費にとどまらず、文化発信と国際的影響力の拡大を実現できることを示した。このような成果は、ネットゲームが経済的価値のみならず、文化的な意義をも担う存在へと成長していることを物語っている。

したがって、中国におけるネットゲームは、初期において偏った認知により否定的に語られており、社会における中立的な文化コンテンツとしての受容段階を経て、現在では国策的に推奨される文化産業の先端領域へと変貌を遂げてきたと言える。この変遷は、ゲームそのものが中国社会において占める地位の変化を反映すると同時に、今後のゲーム研究にとっても重要な視座を提供するものである。すなわち、今後は依存症や消費行動、ネット環境といった社会的問題に加え、文化的価値の創出、国際市場での影響力拡大、さらには法制度や産業構造の整備といった多角的な課題に注目し、学際的かつ実証的な研究の深化が求められる段階にあるといえよう。

注——

- 1) 本論で言及するバーチャル財産、つまり仮想財産はネットゲーム内のアイテムや通貨などの資源を指す。

参考文献

- 公芳宇,「论网络虚拟财产的民事法律保护」(硕士学位论文) 山东大学. 硕士 (2019) DOI: 10.27272
2/d.cnki.gshdu.2019.000615.
- 胡建,「论网络虚拟财产的侵权法保护」(硕士学位论文) 西南政法大学. 硕士 (2007)
- 黄震宇,「我国网络虚拟财产保护的现状及对策」(硕士学位论文) 复旦大学. 硕士 (2010)
- 李敏, 郭威.「网络游戏交往文化影响儿童道德发展的风险研究——基于扎根理论的探索性分析」『自然辩证法通讯』47 (03). p102-111 (2025) DOI: 10.15994/j.1000-0763.2025.03.013.
- 李万莉,『『原神』の日本市場におけるメディアPRの現地化』(修士学位論文) 東京経済大学. 修士 (2025)
- 倪舜敏,「基于认知行为疗法的网络游戏成瘾个案干预研究」(硕士学位论文) 华中师范大学. 硕士 (2021) DOI: 10.27159/d.cnki.ghzsu.2021.001205.
- 史哲嘉「网络游戏《原神》在日本的跨文化传播调研报告」(硕士学位论文) 广西大学. 硕士 (2023) DOI: 10.27034/d.cnki.ggxiu.2023.001118.
- 宋旭东 (宋旭東),「网络虚拟财产的性质认定及其民法保护」(硕士学位论文) 北京大学. 硕士 (2005)
- 田明阳 (田明陽),「大学生网络游戏成瘾对策研究」(硕士学位论文) 江西财经大学. 硕士 (2021) DOI: 10.27175/d.cnki.gjxcu.2021.001724.
- 王旭东 (王旭東),「网络虚拟财产盗窃行为的认定及刑法规制」(硕士学位论文) 安徽大学. 硕士 (2005)
- 杨华耕 (楊華耕), 孙芳 (孫芳), 李欢欢 (李歡歡)「基于潜在剖面分析的多重家庭因素与中学生网络游戏成瘾的关系: 非适应性认知的中介作用」『心理与行为研究』(03). p329-337. (2024)
- 杨珂 (楊珂),「双循环背景下游戏产业国际化发展路径研究」(硕士学位论文) 华东师范大学. 硕士 (2023) DOI: 10.27149/d.cnki.ghdsu.2023.000714.
- 易禹开 (易禹開),「中国游戏产业海外发行运营策略调研报告」(硕士学位论文) 广西大学. 硕士 (2022) DOI: 10.27034/d.cnki.ggxiu.2022.000193.
- 张玲 (張玲),「《王者荣耀》的传统人物再造与受众认知改变研究」(硕士学位论文) 安徽大学. 硕士 (2019)
- 张恬恬 (張恬恬),「手机网络游戏的传播策略研究」(硕士学位论文) 湘潭大学. 硕士 (2015)
- 周文凤 (周文鳳),「网络虚拟财产的民法保护」(硕士学位论文) 吉林大学. 硕士 (2014)
- 周瑛,「亲子沟通, 学校归属感, 基本心理需求与青少年网络游戏成瘾的关系研究」(硕士学位论文) 华中师范大学. 硕士 (2020) DOI: 10.27159/d.cnki.ghzsu.2020.002607.
- 朱天玉,「我国网络虚拟财产继承问题研究」(硕士学位论文) 山东大学. 硕士 (2019)
- 朱玉霞,「窃取网络虚拟财产行为的刑法定性分析」(硕士学位论文) 中南财经政法大学. 硕士 (2022) DOI: 10.27660/d.cnki.gzcuzu.2022.001554.
- 周熙霖, 魏炜 (魏煒).「任天堂, 索尼, 微软三巨头PK: 家用游戏主机的商业模式竞争」『清华管理评论』(04) p108-116 (2023)
- 邵鹏 (邵鵬)『媒介记忆理论』浙江大学出版社 (2016)