

# 博士學位論文

内容の要旨及び審査結果の要旨

第 8 号

2015年3月

京都精華大学

## はしがき

本編は、学位規則（昭和28年4月1日文部省令第9号）第8条による公表を目的として、平成26年度本学において博士(芸術)の学位を授与した者の論文内容の要旨及び論文審査結果の要旨を収録したものである。

# 目 次

報告番号	学位の種類	氏 名	学位論文題目	ページ
甲 第 2 0 号	博士 (芸術)	孟 祥宇	バーチャル 3D 空間における映像オブジェクトについて ——レイヤー構造の考察を通じて	1
甲 第 2 1 号	博士 (芸術)	金 孝源	日本と韓国における マンガ産業の比較論 —新たなマンガビジネス構築に向けて	6

氏名	モウ ショウウ 孟 祥宇
学位の種類	博士(芸術)
報告番号	甲第20号
学位授与の日付	2015年3月21日
学位授与の要件	学位規則第4条第1項該当
学位論文題目	バーチャル3D空間における映像オブジェクトについて ——レイヤー構造の考察を通じて (Moving Image Object in Virtual 3D Space, being based on a study of layer structure in CG software.)
論文審査委員	主査 教授 伊奈 新祐 副査 教授 相内 啓司 副査 教授 佐藤 守弘 副査 教授 武蔵 篤彦 副査 京都工芸繊維大学准教授 池側 隆之

## 内容の要旨

映像コンポジティング・ソフトウェアであるアフター・エフェクツはバージョン5.0から、3D レイヤーとカメラ・レイヤーを追加したことによって、コンポジション・パネルにある「コンポジティングの結果」とタイムライン・パネルにある「レイヤー構造」の関係はどのように変化したか、といった課題がたてられる。

本論文は『はじめに』、『第1章 レイヤー構造の系譜』、『第2章 ソフトウェアのインタフェースにおけるレイヤー構造』、『第3章バーチャル3D 空間の映像オブジェクト』、『第4章まとめと今後の展望』によって構成される。具体的には、デジタル制作に利用されているレイヤー構造が歴史上のさまざまなメディアの特徴を継承したことを明白にする。コンポジティングの結果とレイヤー構造の間には制約関係があり、擬似的なバーチャル3D 空間のなかで、制約関係が変化したことを記述する。3DCG ソフトウェアが提供したバーチャル 3D 空間のなかで、さまざまな映像オブジェクトの表現が展開されている。また、自作品と関連作品を取り上げ、作品における「透明性の戦略」と「反映性の戦略」の視点から論じた。このような一連の段階を踏まえ、「映像オブジェクトの表現は、従来のレンズベースの映像をシミュレートすることではなく、新たな視覚言語を展開させるためのイメージ形式である」という結論した。

はじめに

アフター・エフェクツ (After Effects、以下 Ae) は「レイヤー構造の時間軸をもったフォトショップ (Photoshop、以下 Ps)」といわれている。バージョン5.0から「3Dレイヤーとカメラ・レイヤー」機能が追加され、映像コンポジットング・ソフトウェアでありながら、3DCGソフトウェアのバーチャル3D空間に近づいた。この変化につれて、従来の「コンポジットングの結果」と「インタフェース上のレイヤー構造」の関係が変わった。

この変化に向かって、「Aeのレイヤー構造における歴史的関連の整理ができるのか」、「コンポジットングの結果とレイヤー構造はどんな関係をもっているか」、「両者の関係はどのように変化したか」、「その変化による状況はバーチャル3D空間内でどのように展開するか」という課題が立てられる。

上記の課題に対し、一つの結論——映像オブジェクトの表現は、従来のレンズベースの映像をシミュレートすることではなく、新たな視覚言語を展開させるためのイメージ形式である——を導き出すことができる。さまざまなメディアがコンピュータに収斂されつつあり、インタフェースにおける「レイヤー構造」は単なる制作上に使われる「ツール (透明的存在)」ではなく、「イメージとして存在するオブジェクトの表現 (反映的存在)」にも展開していく。又は「どのように展開するか」という「課題」を明確にするために「映像オブジェクト」という用語を設定する。

## 第1章 レイヤー構造の系譜

「レイヤー構造」について歴史的に関連する内容を整理する。とりわけ、キアロスクーロ版画、カラージュ及びフォトモンタージュにおける「レイヤー構造」からはじめる。「舞台装置、ピープ・ショー、展開型しかけ絵本」という異なるメディアもすでに「レイヤー構造」が使われていることを明白にする。またセル・アニメーションの制作に使用された「セル画」と「マルチプレーン・カメラ」は「レイヤー構造」の特徴をもち、フィルムのマスク合成に使われているオプティカル・プリンターも (作品例: リプチンスキーの《TANGO》、1980年) 「レイヤー構造」が欠かせない存在である。そしてビデオ・スイッチャー、キー合成 (作品例: リプチンスキーの《STEPS》、1987年) は、オプティカル・プリンターの特徴を継承している。

まとめとして、ジェイ・ディヴィットボルターとダイアン・グロマラが著書『メディアは透明になるべきか』において言及した「モダニズム、ポストモダニズム、透明性の戦略、反映性の戦略」といった理論を用い、本章のなかで取り上げた作品の特徴 (レイヤー構造) を説明する。また、レフ・マノヴィッチが著書『Software Takes Command』において記述した「オブジェクト指向」の内容を参照し、歴史上のさまざまなメディアに含まれている「レイヤー構造」がソフトウェアのインタフェースに応用されている状況について述べる。

## 第2章 ソフトウェアのインタフェースにおける「レイヤー構造」

Ps のインタフェースは前章において記述した制作経験と技法を継承し、イメージが画像ウィンドウに配置され、レイヤーとして処理される。イメージにおける前後関係はレイヤーの上下順番に「制約」されている。また多くの操作はイメージに対する操作というより、レイヤーを経由しイメージを操作することとなる。

Ae は Ps と Maya の中間的な存在である。とりわけ、Ae は Ps のレイヤー構造を継承し、静止画像に時間軸を加えることができる。またすべての素材を「レイヤー」に置き換え、タイムライン・パネルに配置する特徴をもっている。しかし、Ae は 3D レイヤーとカメラ・レイヤー機能を追加したことにより、バーチャル 3D 空間に近づけようとしている。その結果、またイメージは厚みのない「プレーン・オブジェクト」となっているが、レイヤーに置き換えられることは変わっていないので、「制約」が完全になくなるとはいえない。

3DCG のデジタル環境において (Maya の場合) 必ず「レイヤー」を作成する必要がなくなり、コンポジティングの結果はレイヤー構造に「制約されない」といえよう。

以上、「コンポジティングの結果とレイヤー構造の関係」がどのように変化してきたかをまとめた。Ps から Ae を経由し Maya に展開していくことにつれて、コンポジティングの結果はレイヤー・パネル内のレイヤー構造に制約されなくなる。また、Ae が制作者に擬似的なバーチャル 3D 空間を提供し、バーチャル・カメラの移動ができるようになり、間隔をあけて配置されたプレーン・オブジェクトを「コンポジティング・パネル」で表示することができるようになる。バーチャル・カメラを設定することと同時に、さまざまな「バーチャル 3D 空間」を利用した「映像オブジェクト」の表現に結びつける。インタフェースにおける「レイヤー構造」は単なる制作上に使われる「ツール (透明的存在)」ではなく、「イメージとしてのオブジェクトの表現 (反映的存在)」にも展開していく。

## 第3章 バーチャル 3D 空間における映像オブジェクト

「オブジェクト (オブジェ)」における歴史的な前提を踏まえ、本論において、この用語を使用した目的について説明する。

3DCG ソフトウェアが制作者に提供した「真のバーチャル 3D 空間」において、「コンポジティングの結果」は「レイヤー構造」に制約されずに、作品形式によって、異なる「映像オブジェクト」に展開していく。

上映形式作品の場合、筆者が制作した《互 (Link)》と《量 (Layers)》は、「画像と動画像をマッピングしたプレーン・オブジェクト」を利用しレイヤー構造を象徴的に表現する。インターネット・アート作品では、Art+Com の《過ぎ去った事物の不可視のかたち》について、「フィルム・オブジェクト」を中心して述べる。インタラクティブ・アート作品では、藤幡正樹が制作した《Field-works@Alsace》を取り上げ、位置データと動画像イメージを 3D バーチャル空間内でコンポジットする特徴について記述する。

4 つの作品には「多視点、視点変換、時間要素の空間化」といった共通している特徴が含まれている。

## 第4章 まとめと今後の展望

ここまでの内容を整理し自作品の立ち位置を明白にしたうえで、結論を導き出す。

本論は画像処理 (Ps)、映像コンポジティング・ソフトウェア (Ae) における「コンポジティングの結果とインタフェース上のレイヤー構造の関係」という課題をめぐり、考察を行ってきた。Ps と Ae がもつ「レイヤー構造」について、歴史的関連性を明白にしたうえで、Ps から Ae を経由し Maya に展開していくことにつれて、コンポジティングの結果はレイヤー構造に「制約されなくなる特徴」に結びつく。「この変化と共に、これらのソフトウェアを使用した表現にはどんな影響を及ぼしたか」という課題について、本論では、「レンズベースの映像から映像オブジェクトへの展開」を取り上げ、記述した。

筆者が制作した《互 (Link) 》や《量 (Layers) 》、Art+Com が制作したインターネット・アート作品《過ぎ去った事物の不可視のかたち》、藤幡正樹が制作したインタラクティブ・アート作品《Field-works@Alsace》を取り上げる。異なる映像作品には「多視点、視点変換、時間要素の空間化」といった共通している特徴をまとめることができる。このような特徴は「レンズベースの映像 (透明性の戦略)」と異なり、本論において広い意味で「映像オブジェクト」と記述する。また「映像オブジェクト」は反映性の戦略を利用したことは明白な特徴である。「映像オブジェクト」はデジタル技術を利用しているが、デジタル制作に頼らない時代では、「映像オブジェクト」の特徴をもった作品はあるのかという疑問に対し、本論の第1章においてヴァスルカ夫妻が制作した作品《C トレンド》(1974年) のほかに、伊藤高志が制作した《SPACY》(1980-81年) を取り上げる。

以上の内容を踏まえ「映像オブジェクトの表現は、従来のレンズベースの映像をシミュレートすることではなく、新たな視覚言語を展開させるためのイメージ形式である」と結論づける。

コンピュータを利用したCG技術は「いかに現実空間をシミュレートできるか」という目標を目指し、ソフトウェアが進化してきた歴史がある。その歴史を確認した上、次回の研究テーマを「バーチャル3D空間に関連する3DCG技術と中国の老子思想(宇宙観)」に設定する。

## 審査結果の要旨

論文<バーチャル3D空間における映像オブジェクトについて～レイヤー構造の考察を通じて～>は、申請者の自作品の理論化・理論的位置付けを目指した「制作系博士論文」として提出された。論文のサブタイトルが示すように、「レイヤー構造」の歴史的考察を通じて論は展開され、舞台装置、玩具を含む広く視覚文化を対象にレイヤー構造をもつ特徴の考察から始まり、特に版画技法からの参照すべき対象(キアロスクーロ版画)、写真のフォトコラージュの作品やアニメーション技術(特にマルチプレーン・カメラの構造)、映画(オプティカル・プリンターによるマスク合成技術)、ビデオ(クロマキー合成やマスク合成技術)の映像表現技法におけるイメージ形成に関わる各メディアの映像のレイヤー構造の在り方の考察、そして今日のデジタル革命以後のコンピュータ・ソフトウェア上での

レイヤー構造との関係の変遷を検討している。特にアフターエフェクトの進化(2Dから3Dレイヤー(2.5次元的表現))から、3DCGアニメーション・ソフトウェアであるMayaを例にして自作品である『互(Link)』と『量(Layers)』をZ.リプチンスキーやART+COMなどの作家作品の比較分析を通じて「映像オブジェクト」の概念を提起し、その新たな映像表現の可能性を指摘する。

この「映像オブジェクト」の概念は、映像のレイヤー構造の歴史的考察を通じて知ることとなったビデオアートにおける「ビデオ・オブジェクト」(W.ヴァスルカ)やバーチャル3D空間における「フィルム・オブジェクト」(ART+COM)の用語使用を参考にして申請者が新たに作り上げた概念であるが、本論文の中心的なタームであり、一般的にリアリティーを追求する3Dのモデリング表現からは至らない結果であろう。実写素材を対象とするレンズベースの映像表現をレイヤー構造の分析からスタートすることによって、この新たな認識を拓くに至ったといえよう。コンピュータ・ソフトウェアの「インターフェイス上のレイヤー構造」と「映像画面上のレイヤー構造の関係」、そして最終的に「バーチャル3D空間における映像表現(プレーン・オブジェクト)」の位置付けを確認できたことが本論文の価値ある視点として特に評価したい。また映像メディア表現における「透明性と反映性」の関係を一貫して分析の視点に置いた点も評価されよう。

論文の前提となった「作品制作の実績(『互(Link)』と『量(Layers)』)」については、博士前期課程から博士後期課程の始めにかけて、国内コンペだけではなく、海外の国際コンペでの入選、特にドイツ・オスナブリュックで毎年開催される「ヨーロッパ・メディアアート・フェスティバル」(2008年と2009年)にて2年連続選抜上映されたことは、大いに評価される(活動歴参照)。

提出された論文内容に関連した事項について試問を行った結果、全審査委員によって博士学位に相応しいものと評価され、合格とした。



氏名	キム ヒョウオン 金 孝源
学位の種類	博士(芸術)
報告番号	甲第21号
学位授与の日付	2015年3月21日
学位授与の要件	学位規則第4条第1項該当
学位論文題目	日本と韓国におけるマンガ産業の比較論 —新たなマンガビジネス構築に向けて (A comparative study on cartoon industry between Japan and Korea -For construction of a new cartoon business)
論文審査委員	主査 教授 吉村 和真 副査 教授 竹宮 恵子 副査 教授 ジャクリーヌ・ベルント 副査 教授 島本 浣 副査 デジタルハリウッド 大学客員教授 中野 晴行

## 内容の要旨

日本におけるマンガの産業的価値は、出版産業のみに限らず、大衆メディア全般にかけて大きな意味がある。日本においては、ドラマ・映画・アニメなどのメディア市場やキャラクター産業の大部分がマンガを原作としていて、関連産業への展開はマンガ界に産業的成果として還元される連携消費市場を形成しているのである。マンガジャンルの販売市場が不安定な韓国において、日本のマンガ市場構造はマンガビジネス成功モデルとして研究されてきた。また、日本マンガビジネスへのベンチマーキングとして、マンガ雑誌システムやマンガコンテンツのテレビアニメ化などといった産業的な試みもあった。これは、日本と韓国におけるマンガジャンルが白黒を基本フォーマットとするため、鑑賞における経済費用が効率的であることに起因する。

現在、両国のマンガ市場においては、マルチメディアの発達とオンラインの登場に伴い、デジタルプラットフォームを基盤とするマンガジャンルがビジネスを形成し、消費市場が拡大、または移動をしている。そして、スマートフォンやタブレット PC などの新たなプラットフォームの登場により、このような変化はより急速化している。韓国においては、マンガ市場の主流がオンラインとなったことにより、デジタル技術として表現領域が拡大されたといわれているが、マンガ産業に関連する専門家の不在などに起因し、零細な消費市場を抜けきれていない。その反面、日本におけるオンライン基盤のマンガジャンルは、表現の領域が大きく拡大されてはいるが、既存の巨大な市場規模を維持しているという特徴がある。従って本研究の目的が、—新たなプラットフォームに適応したマンガジャンルのビジネス構築—という点において、日本と韓国におけるマンガ産業の比較は、時代的な当為性をもつのである。

本研究は、両国における戦後の印刷媒体市場から現在のデジタル基盤のマンガ産業を比較する論文として、五つの章で構成されている。

- 一. 文化産業におけるマンガコンテンツ研究
  - ー日本と韓国におけるマンガ産業の比較を中心に
- 二. 韓国マンガ産業におけるキャラクタービジネスの分析
- 三. 日本と韓国におけるデジタルマンガ表現の比較
  - ー日本モバイルコミックと韓国ウェブトゥーンの比較を中心に
- 四. 日本のデジコミを巡る主要事業者
- 五. 新たなマンガコンテンツのストーリーテリングと未来

本研究の目的としては、理論的成果を根拠とする作品研究を並行することにより、具体的なマンガビジネスのロードマップを提示することである。新たなプラットフォームへ向っている両国のマンガ産業において、本研究が効率的なマンガビジネス構築への基礎となることを期待する。

- 一章. 文化産業におけるマンガコンテンツ研究
  - ー日本と韓国におけるマンガ産業の比較を中心に

経営学者ピーター・ドラッカー (Peter Ferdinand Drucker, 1909~2005) は、21C には文化産業によって各国の勝敗が決定されるという。つまり、優秀な文化コンテンツの確保が、21C 産業の鍵になると言っても過言ではない。

文化コンテンツ産業(知的財産権産業)が各国の重要産業として競争されている中で、マンガジャンルはコンテンツ産業の中心として注目されている。日本においては、映画・アニメ・ドラマ・キャラクターなどの文化コンテンツ産業全般にかけて、マンガジャンルを中心とする連携消費市場が既に形成されている。そして、韓国では文化コンテンツ産業が主要産業として浮かび上がることに共に、低費用・高効率のマンガジャンルがオンライン上でビジネスを形成し、コンテンツ産業への動きが発見されている。

本章は、国内・外の文献を参考し、文化産業におけるマンガコンテンツの定義と概念を分析する。また、日本と韓国におけるマンガ産業の比較は、パク・ソンシク (2006) によって導出された‘文化価値を備える産業’、‘興行産業’、‘原作販売を基盤とする産業’というマンガコンテンツの産業的特性を基準とし、両国の事例を中心に具体化する。内容としては、日本の人気マンガ作品と韓国の人気マンガ作品が備えた文化価値を分析することで、市場における競争力を比較して、両国における興行産業としての産業的成果とその要因を解明する。そして、マンガコンテンツがもつ原作としての産業的価値と特性を明確にする。本研究は、マンガコンテンツの産業的特性を根拠とし、両国のマンガ産業を比較することにより、文化産業における効率的なマンガコンテンツビジネスへの条件を提示する。

## 二章. 韓国マンガ産業におけるキャラクタービジネスの分析

韓国では、1988年に日本の週刊マンガ雑誌システムの導入を始め、テレビアニメなどのメディアミックスを通じたマルチウィンドウ戦略を並行してきたが、低調なアニメ制作水準によるコアファンの喪失・関連事業者の経験不足などで、韓国マンガ雑誌キャラクタービジネスは具体化されていない。現在の韓国では、オンライン技術の発達と共に多様なコンテンツが登場し、キャラクター産業を形成しているが、未だにマンガコンテンツを原作とするキャラクタービジネスはごく少数のケースに限る。韓国におけるキャラクター市場は、2000年代中盤に輸出額が輸入額を超え、黒字産業として注目されているが、低年齢向けのアニメ原作が大部分で、マンガ原作キャラクターは学習マンガを基盤とする教育用商品が主流である。韓国マンガコンテンツ産業におけるマンガ原作キャラクタービジネスの停滞は、マンガ原作キャラクターが備える本質的な産業可能性を薄め、マンガ原作キャラクターのビジネスが構築できない国という認識が広まることになる。これはまた、大部分のマンガ作品がキャラクタービジネス形成ができず、零細な市場構造を繰り返す原因となっている。しかし、韓国市場で需要を確保し、規模を拡張している日本のキャラクターは、マンガを原作とする商品が主流になっていて、韓国においても多様な世代向けの関連商品市場を形成している。これは、韓国マンガコンテンツ産業におけるキャラクタービジネス停滞の要因が、マンガジャンルに対する認識の問題より、むしろビジネス戦略自体に問題があることを意味する。

本章は、キャラクタービジネスの概念とキャラクターが備える産業的機能を理解して、韓国におけるキャラクター市場の成長過程と現況を分析する。また、日本マンガが韓国市場において、キャラクタービジネスが形成できた要因と、韓国のマンガキャラクタービジネスの具体的な事例を分析し、新たなプラットフォームにおける効率的なマンガキャラクタービジネスの概念を確立する。

## 三章. 日本と韓国におけるデジタルマンガ表現の比較

### ー日本モバイルコミックと韓国ウェブトゥーンの比較を中心に

デジタルマンガとは、マンガの内容をもつデジタルコンテンツという意味で、日本においては、通称デジコミ(DigiComi)と呼ばれている。1980年代後半に、日本の家庭用ゲーム機を通じて発売したデジコミソフトをデジコミ1世代とすると、電子書籍市場におけるオンライン基盤のマンガコンテンツをデジコミ2世代と区分できる。また、日本のモバイルコミックは電子書籍市場全体を牽引する程の規模を形成し、デジコミ2世代の代表的なコンテンツとなっている。

韓国で市場を形成したデジタルマンガコンテンツは、1990年代中盤に登場したPCのCD-ROMマンガが初である。以後、オンライン基盤のウェブトゥーン(WebToon)というデジタルマンガジャンルが生まれ、韓国マンガ市場の主流となっている。

モバイルコミックとウェブトゥーンの共通点としては、各国のデジタル基盤とするマンガコンテンツの2世代目であることと、ページ中心であったマンガ演出方式をコマを中心とするフレーム演出方式に変えたということである。モバイルコミックとウェブトゥーンの違いは、コンテンツの基盤となっているプラットフォームに起因する。韓国のウェブトゥーンは、PCのWEBを基盤としている為、多様な演出方法への試みができたが、日本のモバイルコミックは演出表現の多様さより、携帯端末機の機

能を活用する表現に特化したのである。

本章は、日本のデジコミ 2 世代に当たるモバイルコミック (Mobile Comic) と韓国のウェブトゥーン (Webtoon) における演出表現を分析するが、具体的には既存の印刷媒体のマンガジャンルとの比較と、映像ジャンルにおける技法を応用した演出などを中心として分析する。そして、両国のデジタルプラットフォームの特徴を把握し、各プラットフォームに適応した作品研究を並行することにより、新たなプラットフォームにおけるマンガジャンルの表現可能性を発見する。

#### 四章. 日本のデジコミを巡る主要事業者

マンガジャンルの販売市場が不安定な韓国において、日本のマンガ市場構造はマンガビジネス成功モデルとして研究されてきた。しかし、韓国市場のマンガコンテンツの主流がオンラインへ移行するにつれ、日本マンガ産業における主要事業者への研究は大きく減少してきている。マンガ雑誌システムやマンガコンテンツのテレビアニメ化などの日本マンガビジネスへのベンチマーキングもまた、出版マンガ市場の沈滞と共に、試みの意義を失ったと言える。

日本マンガ市場においては、オンライン基盤のマルチメディアや新たなプラットフォームなどが登場したことにより、多くのマンガ雑誌が休刊・廃刊を繰り返しているが、マンガ市場の全体規模は相変わらず巨大な水準である。特に、単行本の販売部数は、1990 年代中盤と大きな差がなく、今だにマンガ市場全体を牽引しているといわれている。これをみると、日本のデジタル(オンライン)マンガ市場においても、既存のメジャー出版社が中心となっていることがわかる。この反面、韓国ウェブトゥーンジャンルが、大手ポータルサイトのトラフィック増加のための戦略コンテンツとして活用され、興行によって収益の差が発生するエンターテインメント産業としての機能が弱まっていったのである。

本章は、日本におけるデジタルマンガの流れと主要事業者の動きを中心に分析する。デジタルを基盤とするマンガジャンルを日本においては、通称デジコミ (DigiComi) と呼ばれている。デジコミは、ゲーム機向けのデジタルコミック、電子ブックやモバイルプラットフォームでのマンガジャンルを含む概念である。本研究では、市場規模を形成したデジタルマンガジャンルの効率的な分析のため、大きく 3 世代と区分する。区分の基準はデバイスの変化を中心とするが、具体的には家庭用ゲーム機を通じて発売したデジコミソフトをデジコミ 1 世代、インターネットとマルチメディアの発達により登場した電子書籍をデジコミ 2 世代、またスマートフォンやタブレット PC のような新たなプラットフォームの登場に伴うデジタルマンガをデジコミ 3 世代と区分し、各世代のデジコミがもつジャンルの特徴と登場背景、そして、原作の商品価値を高める主要事業者の戦略を分析する。

#### 五章. 新たなマンガコンテンツのストーリーテリングと未来

現在のマンガコンテンツ市場は、スマートフォン・携帯タブレット PC などの普及率が高くなるにつれ、新たなプラットフォーム向けのマンガジャンルの開発・登場が増加している。海外においては、アニメ効果を活用したモーショコミックスを始め、特定場面の状況に合わせた効果音・BGM・アニメ効果などを、読者の選択ボタンによって実行するインタラクティブコミックスが注目されている。韓

国のウェブトゥーンは、スマートゥーン・アップトゥーンに舞台を拡張し、インタラクトゥーン (Interactive+Toon) という新造語を生み出して、日本においてもまた、登場人物としての経験や製作者としての関与を誘導するコンテンツが登場するなど、マンガジャンルにおけるストーリーテリングは、メディアの発達に伴い変化しているのである。

新たなプラットフォームにおけるマンガコンテンツ関連産業への成功率を高めるためには、プラットフォームの機能的特徴を活かしてコアターゲットを確保することで、既存のマンガとは差別化された新たな表現ジャンルの発見を前提とする。従って、スマートフォン・タブレット PC などといったプラットフォームにおけるマンガジャンルの表現研究は、新たなマンガビジネス構築に不可欠な課題であると思われる。

本章は、スマートフォンなどの新たなプラットフォームで登場しているストーリーテリングの概念と特徴を導出する。韓国を含む海外の新たなマンガジャンルにおけるストーリーテリングの変化を分析し、本人の作品研究を通じて新たな方式のストーリーテリングをより具体化する。また、変化するプラットフォームにおける主要コンテンツを把握し、新たなマンガジャンルの効率的な露出経路を確保する方法を提示する。そして、先行された研究である「文化産業におけるマンガコンテンツ研究」、「韓国マンガ産業におけるキャラクタービジネスの分析」、「日本と韓国におけるデジタルマンガ表現の比較」、「日本のデジコミを巡る主要事業者」の成果を基とすることにより、変化するマンガコンテンツのビジネス構築における具体的なロードマップを提示する。

## 審査結果の要旨

本論文はタイトルの通り、日本と韓国とのマンガ産業に関する比較論である。

巨視的に言えば、それぞれの歴史的推移や産業構造の特徴などを浮き彫りにし、具体的なコンテンツビジネスモデルを展望するための道筋を明らかにしようとするものである。マンガやアニメを通じた両国の文化的・産業的交流が盛んである現在において、博士論文にふさわしいテーマと言える。

特に韓国サイドで渉猟された資料には、近年の多種多様なデータや未翻訳の文献からの事例紹介も含まれており、国内動向に留まりがちであった従来のマンガ産業論の枠組みを開くものとして、本研究ジャンルに対する高い貢献が期待された。ただし、逆に見れば、韓国サイドの先行研究を忠実になぞる傾向が強かったこともあり、両国の比較論へと応用させるためには、情報引用や理論構築の面で一般的理解に留まる部分があったことも否めない。また、日本サイドのマンガ産業の推移に関する見解も、近年の動向を付け加えた点は認めつつも、基本的には先行成果を踏まえた水準であった。

一方、微視的に言うと、近年のデータが豊富に収集されていることは評価できる反面、例えば本文中で用いる「モバイルコミック」には「ケータイコミック」と「スマホアプリのコミック」の意味が混在しているのではないかというように、用語や概念の定義に関して曖昧さが残る点が指摘された。とりわけ日本のモバイルコミックと韓国のウェブトゥーンとの比較を論じた第3章は、両国の現在進行形あるいは近未来的なビジネスモデルを考案するうえで関心を集めた箇所であり、電子書店の事例の

補足にも要望が出るなど、具体的かつ生産的な質疑応答が寄せられた。

また、もう一つの本論文の特長として、理論面での比較研究のみならず、申請者自身による実作経験およびコンテンツを通じた実験的要素が主張されており、その考察には一定の独創性と具体性を確認することができた。例えば、新たなマンガジャンルのデジタルストーリーテリングとして示された、インタラクティブな要素としての、動き、空間、時間、質感、音などは、建築分野の研究との連結を期待させるものとしても評価された。ただ、本論文の到達目標である「韓国におけるマンガ産業の発展」に資するレベルをクリアするには、実作者としてのアプローチをより補強する必要があり、そこそが申請者ならでは結論を導く糸口になりえるのではないかとの意見も複数提示された。

さらに、5章構成による本論は、各論として一定の水準を保持しているものの、全体を貫く序章、および終章にあたる部分が欠如していたため、その加筆が求められた。また、そもそもどうしてデジタル時代における日本と韓国の比較なのか、あるいは、日本では数少ないマンガ産業論がなぜ韓国では突出して多いのかといった本質的な問いかけも続き、いっそう高次の研究意義の説明が求められた。あわせてその際、そもそも本論文がマンガ研究のみならず、広く芸術研究や日韓両国の交流にもたらす貢献をイメージできるよう、研究目的をより明確化することが求められた。

以上の審査員からのコメントを受け、修正を施した結果、序章にあたる全体の問題関心と研究目的を明確にする部分が加筆されたほか、用語・概念の精度や情報・データの確度も上がった。さらに、本テーマの研究意義がやはり時宜に応じていることが再確認され、今後の日韓両国の文化的・産業的交流にもたらす成果への期待を込め、本学の芸術研究科博士号取得申請論文として、規定の水準と条件を満たすものと認定された。