

・ 題目

パチンコ業界におけるコンテンツ消費について

・ 氏名

若宮 花瑛

・ 所属

武蔵大学大学院人文科学研究科

・ 研究概要

本論文は、パチンコの持つ文化産業としての役割について論じるために、パチンコ産業におけるコンテンツ消費のあり方を分析し、パチンコ産業の持つ文化産業としての側面を明らかにした論考である。

近年、大衆文化やサブカルチャーといったこれまで低俗であると軽視されてきた分析対象が、現代社会を分析するための研究対象として注目されるようになってきている。しかし、パチンコは長い歴史を持ち、大衆に親しまれてきたにも関わらず、これまで学術研究の対象として扱われることが少なかった。パチンコが研究の対象として扱われることが少ない理由の1つとして、パチンコの高度に拝金主義的な側面だけが強調され、そうした印象が人々に根付いていることがあげられるだろう。しかし、そのようなマイナスのイメージに先行され、アカデミズムの世界から研究対象として除外してしまうと、大衆文化としてのパチンコの実態が見えなくなると筆者は考えている。

近年のパチンコ台は、既存のコンテンツとタイアップした「タイアップ機」と呼ばれるものが主流となり、アニメや音楽といった他のサブカルチャーとの関わりを持っている。パチンコが、長い歴史を持ち、大衆に根付いてきた娯楽である以上、日本独自のサブカルチャーといった視点を持って研究を行うことで、日本における文化研究において新しい視点に立って研究を行うことができると考える。

本論の構成は以下の通りである。第1章では、パチンコ産業における市場規模や参加人口といった調査データを概観した後、近年のパチンコ台のタイアップの動向や、プレイヤーに関する調査データの確認を行った。

第2章と第3章では、パチンコに関する先行研究の振り返りを行った。パチンコに関する先行研究を供給側と需要側において整理し、先行研究がどのような視点でパチンコを研究対象として捉えていたかを明示することで、文化研究の対象としてパチンコを捉え、パチンコのプレイヤーではなく、パチンコ産業に注目する本研究の独自性を主張した。

第4章において、パチンコ産業の関係者らにインタビューを行った。パチンコホール企業と遊技機メーカーでは、音・音楽や、タイアップ機に対する認識の違いがあるということがインタビューから明らかになった。パチンコホール企業はレジャーとしてのサービスを提供する産業、遊技機メーカーは装置を作る製造業であり、パチンコホールは快適な環境作り、遊技機メーカーはよりインパクトのある演出の制作というそれぞれ異なる目的によってこうした認識の違いが生じていると考えられる。

第5章の「考察」では、これまでの調査を踏まえ、パチンコ産業を文化研究の対象とし、文化産業としてのパチンコ産業の持つ役割についての考察を行った。本章では、東浩紀やハワード・S・ベッカーの議論を用いて、遊技機メーカーは既存のコンテンツの背景にある物語を強化し、パチンコホールは演出としてコンテンツを分配し、パ

パチンコ台は媒介メディアとしての役割を持つという結論を提示した。終節では、パチンコをメディア再生機器として捉えることで、パチンコを文化研究においてどのような位置づけにすることが可能か検討した。

パチンコのタイアップがどういった変遷を追っているのかを整理し、時代ごとに日本社会の様子と照らし合わせることで、パチンコを通して、大衆が何に熱狂していたのかを明らかにすること、日本独自の文化としての特徴をより明確にするため、海外のスロット・マシンとの比較及び、海外のカジノの持つ文化産業としての役割についての検討を行うことが今後の課題である。