

## 売れるマンガの法則 —物理的構造と心理的構造からの分析—

1230521 富貴陸人

指導教員 林 一夫

### 研究背景

マンガはヒットすると、キャラクターとしての価値が上がり、アニメ化やドラマ化などの様々な展開がされる。そして、このキャラクター市場規模は近年増加傾向にあり、さらにこのキャラクターの商品化は作者や出版社だけでなく、関連企業にも大きな効果があることから、売れるマンガの法則を見つけ出すことは重要である。

### 研究目的

本研究は、売れたマンガと売れなかったマンガを物理的構造と心理的構造の観点から比較、検討し売れるマンガの法則を提案する。

### 研究方法

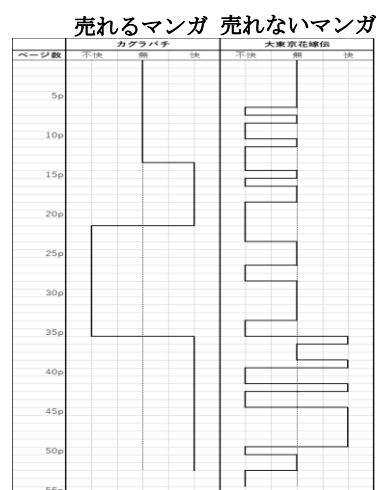
少年ジャンプで連載されたマンガ、8作品の1巻と2巻のコマ数、大ゴマ数、見開きページ数を計測し、連載が続いたマンガと続かなかったマンガを比較、検討した。また8作品の物語の展開をシーケンス分析し、同様に比較、検討した。

### 分析結果

物理的構造の観点からは、売れるマンガの法則は見つからなかった。心理的構造の観点からは、主人公や語り手に情動的感情を多く抱かせ、その情動的感情が快感情から不快感情、不快感情から快感情へと変化する回数を少なくすることがマンガの連載継続につながるということが分かった。

### 考察・結論

個人が獲得する情報量は一定水準までポジティブな影響をもたらすが、それを超えるとネガティブな影響をもたらす。本研究で8作品の比較、検討すると、連載中の作品である「カグラバチ」はコマ数、大ゴマ数、見開きページ数が他作品と比べて全体的に多かった。このことから、読者はマンガから得る情報量に対して、ネガティブな影響をもたらすまでの一定水準が高いのではないかと考えられる。また、情動的感情が多く、その感情の快感情から不快感情、不快感情から快感情への変化が少ない方が売れることから、コマ数、大ゴマ数、見開きページ数を活用して、快感情または不快感情の情動的感情を長く抱かせることが重要である。



図「売れるマンガ、売れないマンガの情動的感情の変化の違い」