

テレビゲームの ちょっといい おはなし

4



はじめに

「テレビゲームのちょっといいおはなし」は今回で4号目を迎え、回を重ねる毎に多くの反響をいただくようになりました。普段ゲームをあまりされていない方からも本書のご感想をいただくことが多く、「この冊子を読んでテレビゲームに対する見方が変わった」「レーティング制度がきちんと機能していることが良く理解できた」とのご意見を頂戴いたしました。私どものこうした活動を通じ、ゲーム産業の取り組みについて広くご理解を賜りましたことに、改めて御礼申し上げる次第です。

昨今では家庭用ゲームの普及が著しく、中でもこれまで家庭用ゲームをあまりプレイされなかった方々が興味を持ち始め、多くの方々に参加していただけるようになりました。またゲーム利用だけでなく、実用系ソフトの普及が進んだことで、従来の遊び方にはない利用方法も増えてまいりました。こうしたゲーム産業における追い風の時期にこそ、当産業の取り組みを客観的にご理解頂ける最適の時期ととらえ、現在様々な活動を進めております。

今回の「テレビゲームのちょっといいおはなし・4」では、昨今のトピックス5テーマを収録いたしました。ふだんゲームを良くプレイされている方々から、あまりゲームをご存じない方も含め、いずれも幅広くご関心いただける内容となっております。ご一読いただくことで、以前にもまして家庭用ゲーム産業に対する関心が高まることを期待する次第です。

また今回は新たに「『オンラインゲーム』はルール・マナーを守って楽しく遊ぼうね!」という、オンラインゲームを理解して頂くためのマンガを本書の後半に収録しました。レーティング制度同様、一般の方にはまだ馴染みの薄いオンラインゲームについて、分かりやすく解説していますのでご参考にして頂けると幸いです。

平成19年9月

社団法人コンピュータエンターテインメント協会
調査広報委員長 安田 善巳

テレビゲームの ちょっといいおはなし・4

- **テレビゲームとともに～高橋名人の25年～** 1
株式会社ハドソン コンシューマーコンテンツカンパニー
CE事業部 CE宣伝部 名人 高橋 利幸
- **ゲームが開く新しい可能性**
～KONAMIの「ダンスダンスレボリューション」を活用した
アメリカ・ウェストバージニア州の
「子どもたちの健康維持・増進」のための取り組み～ 10
KONAMI
- **小さなゲーム会社のユニーク経営と人材育成**
～日本で最初の合同会社 合同会社スタジオフェイク～ 16
合同会社スタジオフェイク
代表社員 岡安 啓司/業務執行社員 石本 則子
- **文化庁メディア芸術祭の10年とゲーム** 24
CG-ARTS協会(財団法人 画像情報教育振興協会)
文化事業部 事業部長 阿部 芳久
- **ゲームセンターCXの“挑戦”** 27
テレビプロデューサー・ディレクター 菅 剛史
- **『オンラインゲーム』はルール・マナーを守って楽しく遊ぼうね!...** 35
- **家庭用ゲームの『年齢別レーティング』ってなあに?** 41



本書は「2007CESAゲーム白書(2007CESA Games White Paper)」に掲載された内容を再編集・再構成したものです。

2007CESAゲーム白書 (2007CESA Games White Paper)

定価 6,300円(税込)

ISBN978-4-902346-15-2

※詳しくはホームページをご覧ください。 <http://report.cesa.or.jp/>

テレビゲームとともに ～高橋名人の25年～

株式会社ハドソン
コンシューマーコンテンツカンパニー
CE事業部 CE宣伝部
名人 高橋 利幸

「名人」という役職

ども、名人です。

*

*

*

2006年11月1日、人事発令があり、私は名実(?)ともに株式会社ハドソンの「高橋名人」となりました。

「名人」とはどんな仕事をする役職なのか。簡単に言えば、ハドソンの宣伝担当です。それまでもコンシューマーコンテンツカンパニーでテレビゲームを中心に宣伝・広報の仕事をしていたのですが、ネットワークコンテンツカンパニーも含めた会社全体の宣伝企画の仕事をしてほしいという意向があり、私の動きを社全体に見えやすくするには「『名人』という役職が一番いい」というハドソン社長・遠藤英俊の発案で、こうなりました。

それにしても、「名人」という役職をつくってしまうのだから、ハドソンというのは面白い会社です。

入社前、私は札幌の大手スーパー青果部に勤めていました。店舗前で大声を出して野菜や果物を売っているところを当時社長だった工藤裕司が見かけ、「こんな元気のいいやつがコンピュータの仕事をするのもいいかもしれない」と思っていたようです。数カ月後、その男が自分から飛び込んでくることになりました。面接試験で私の顔を見て、「あっ、君は」と驚き、採用が決まったという逸話が残っています。私のほうは「家から近くていい」というのが入社動機でした。4日後には東京に来ることになるとはつゆ知らず、入社して25年が経ちました。いろいろなところで話したり書いたりしていますが、私の経歴を簡単にお話しましょう。

高橋名人が誕生するまで

私は札幌で金物屋を営む家に長男として生まれました。小さい頃から「お前は跡継ぎだ」と言われ続け、高校卒業のときには「そろそろ簿記を覚えろ」と言われました。近くの自動車短期大学がその年から簿記を教えるというので、軽い気持ちで入りました。でも、心から入りたかったわけではないので、授業がつまらないわけです。友だちから「スーパーの青果部でバイトを探している」と誘われ、アルバイトを始めます。

一カ月もすると、バイトが面白くなり、短大を中退します。マネージャーから「社員にならないか」と誘われ、翌年、改めて新入社員として入社しました。新入社員研修では通常、鮮魚・精肉・青果の3部門の仕事を順番に覚えていくのですが、青果部の研修になると、「君は、今さら習うことはないだろう」と言われ普通に仕事を任される始末。さらに、その後の配属先の振り分けで、ある店舗に配属されたら、青果部担当の社員は私一人という状態でした。つまり、新入社員なのにすでに責任者という立場で社会人生活が始まりました。

いくつかの店舗をまわるうちに、世の中にマイコンブームが到来。学校もいやになったくらいだから、簿記や伝票を書くのが面倒くさい。「コンピュータを買うと伝票整理がラクだ」という話に騙され、パソコンを見に行きました。モニターに文字が出て、何か動いているのを目の当たりにした瞬間に買っていました。シャープのMZ80Bという機種です。一緒に片面ドライブのフロッピーとメモリーとプリンターを買って確か100万円ぐらいだったと思います。その当時、中古で買った車が45万円でした。

さて、コンピュータをどうやって覚えようか。シャープMZシリーズはクリーンコンピュータなので、カセットテープからOSを入れないといけな。カセットテープが何本かあって、どれを入れてもうまくいかない。それで1回やってはみたものの、一週間くらい埃をかぶるという状態が続きました。代金は当然、分割です。今は自動引き落としですが、その当時は用紙が送られてきて振り込むというかたちでした。自分で振り込むのは大事です。1回目の支払いのときに、金額を見て「埃をかぶったままではまずい」と痛感しました。すぐにパソコンショップに行き、いろいろ訊ねました。コンピュータが作動するようになると、本を買って試してみる。うまくいくと、どんどん面白くなる。プログラムをつくるのが楽しくて、いつの間にかコンピュータが好きになっていました。

もっと勉強したいとスーパーをやめ、カルチャーセンターに行くことにしました。ただし生徒ではなく、なんと講師としてです。

生徒は初心者だから、BASICのコマンドを10個くらい知っていれば、どうにかなるだろう。1日に2個か3個、多くても5個教えれば1時間の授業はなんとか成り立つ。次の週までに新しく5個くらい覚えて授業をするという繰り返し。当然、質問も出ます。私がまだわからないことへの質問には「それを今、教えると皆さんの勉強にならないので、皆さんなりに考えてみてください。来週、お答えします」。私は翌週までに必死で勉強して答える。あの頃の生徒さんが聞いたら怒るだろうという話ですが、人に教えることが一番自分の勉強になりますね。

そんな生活を3カ月ほど続けて、ハドソンの面接を受けたのが82年8月のことです。入社4日後に「東京に行け」といわれ、出張のつもりだったのに、そのまま住むことになりました。当初は営業部で、1年後に宣伝部に異動。その頃、任天堂がファミリーコンピュータ（ファミコン）の周辺機器「ファミリーベーシック」を投入。開発にあたり、任天堂、シャープ、ハドソンが共同開発することになりました。販売するにあたって、解説本をつくるのが宣伝部での私の最初の仕事でした。「ファミリーベーシック」がヒットし、ハドソンはソフト製作にも着手します。84年7月、ハドソンとしてのファミコン用ソフト第1弾「ロードランナー」と「ナッツ&ミルク」を発売します。任天堂と玩具問屋の親睦会「初心会」でのお披露目で、私はプレイ実演と説明を担当しましたが、この時はまだ「ハドソンの高橋」です。



「任天堂のファミリーコンピュータ・ファミリーベーシックがわかる本」

翌年85年2月、「チャンピオンシップロードランナー」の発表に当たり、小学館「コロコロコミック」主催「コロコロまんがまつり」で子ども向けのデモンストレーションを行いました。このゲームは全50面からなるステージで構成され、11面以降は前ステージをクリアした際に表示されるパスワードを入力することで次のステージに進める形式のゲームでした。発売前のプロモーションで色々なステージを見せたかったわけですが、子どもたちには発売後に実際に自分たちでステージをクリアして欲しいという思いがありました。そのため先に進めるパスワードはその場で秘密にしておく必要があり、子どもたちには見せたくないわけです。そこで私は向かい合っていたテレビから振り返り子どもたちの方を向いて、背中でテレビ画面を隠し、両手を後ろに回し入力する手を隠しながらコントローラーでパスワード

を入力しました。(当時の子どもたちはまだコントローラーと画面を交互に見ながら操作する子が多かったので)子どもたちが「画面とコントローラーを見ないでパズワードを入力している。すごい、すごい!」と大騒ぎ。そんなことで、全国で実演したら面白いと企画されたのが、後の全国ファミコンキャラバンです。

その時にその場で手本を見せながら遊び方を教えつつ、子どもたちに親しい存在として受け入れられやすいように、「名人」という称号が考えられました。

「高橋名人」誕生です(だから、実は名人歴は22年です)。



第一回全国キャラバン(1985年)の出場者と高橋名人

*

*

*

「高橋名人」のプレゼンテーション力の基礎は、スーパーの店頭販売やカルチャーセンターの講師の経験で培われたと思っています。振り返ると学生時代はたくさんアルバイトをしました。誰でも自分に合っている仕事がすぐわかるわけではありません。若いときにいろいろなアルバイトをしてみたらいいと思います。「高くて効率がいい」ものより、安くても雑多な経験をできるものがおすすです。結構、自分のスキルになりますし、自分はどんなことが好きなのか、どんなことに向いているのかが見えてくると思います。

高橋名人伝説にまつわるあれこれ

「高橋名人」といえば「16連射」がセットです。この名称は第1回ファミコンキャラバンのあとに登場しました。キャラバン終了後、コロコロコミックに「名人はボスキャラを倒すのがものすごく速いけど、どんなスピードで打っているの?」という質問が届きました。1秒間に何回打っているのかを調べてみることになり、あるゲームを使って類推すると、16という数字が出てきました。



高橋名人の16連射

私たちコンピュータ世代は「16進数」に親しみもあり、収まりがいい数字なので「16連射」と答えることになりました。実はその後、17連射という数字が計測できたのですが、ずっと16連射で紹介しています。



1987年に発売された連射測定器付時計
「シューティングウォッチ（略称：シューウォッチ）」
発売から20周年を迎えた記念に、
本製品の復刻版が限定販売された。

練習は長時間やっていたわけではありません。
大体30分から1時間です。失敗し始めたらやめたほうがいいと思います。イメージトレーニングではないけれど、自分が成功したときのイメージだけ持っているほうがいいのです。また、1時間以上やると、目も体も疲れてきます。そんな状態で続けるのはよくありません。

日頃がそうですから、何気なく「ゲームは1日1時間、外で遊ぼう元気良く…」と言ってしまう、問屋さんやお店から怒られたこともあります。

実は「1日1時間」だけクローズアップされましたが、本当は

**ゲームは1日1時間
外で遊ぼう元気良く
僕らの仕事はもちろん勉強
成績上がればゲームも楽しい
僕らは未来の社会人！**

といったキャッチフレーズだったのです。ところがその中の「ゲームは1日1時間」だけが大きく取り上げられ怒られた訳です。売る方としては怒りますよね。1本でも多く売りたいと思っているのに、子供たちにとっての力スマ的なお兄さんがゲームの時間を規制するような発言をしたのですから。

会社でも問屋さんやお店からのクレームが続いたので、役員会が開かれることになりました。しかし、当時の工藤裕司社長が「ファミコンが健全な遊びだということを打ち出せた方がいい」と賛同してくれて、その後は「ゲームは1日1時間」と力強く言えるようになりました。

親御さんに納得してゲームを買ってもらえるようにしたいですし、子どもたちにも健全に遊んでほしい。そこで、「ゲームは1時間、あとはほかのことをしなさい。いろんな遊びをやるから楽しいんだよ。大人になってから、鬼ごっこや隠れんぼをするのは恥ずかしいだろう。恥ずかしくない年のときにやるべきだよ」と言い続けています。



ハドソン全国キャラバンの一コマ



高橋名人主演映画
「はっちゃき先生の東京ゲーム」撮影風景

ファミコンの一番のピークは85年9月に「スーパーマリオブラザーズ」が出てからの1年間だと思います。85年の年末に東京新聞で「高橋名人」が大きく紹介されます。世の中のファミコンブームに乗って、ファミコンについて語れる人ということで、私のところへの取材依頼が増えてきました。「高橋名人」として、テレビ、ラジオ、映画に出演し、書籍の執筆もしました。私をキャラクターにしたゲーム「高橋名人の冒険島」シリーズも発売され、まさに寝る間もないほどの分刻みの生活でした。まさに「ハドソン所属のタレント」といった具合でした。

TVの収録があり、雑誌の取材があり、イベントがあり、CM撮りがあり、キャラクターグッズまで発売されましたから寝る間もないといった具合でまさに猛烈な忙しさでした。肩やひじなども16連射によって熱を持つのでよく冷やしていました。まるで野球のピッチャーのようでしたね。



取材を受ける高橋名人

そんな中には私が警察に逮捕されたという風説が流れたこともありました。

86年～87年ごろのことです。「高橋名人がコントローラーにばねを仕込んで連射速度をごまかして逮捕された」などと子供たちの間で噂になったのです。当時私は警察庁の依頼で「牛込警察署の一日署長をつとめないか」と要望されたことがありました。結局はその話はスケジュールの関係で実現しませんでした。どこからその話が伝わったのか、「警察に呼ばれた」→「警察に連行された」→「警察に逮捕された」といった具合に伝言ゲームのように子供たちに間違っただけで広がっていったのです。まさに「寝耳に水」とはこういうことですね。当時はインターネットもない時代で、これだけ子供たちの間に噂が広がっていくということでも、当時の過熱ぶりがわかると思います。その上会社には「高橋名人が逮捕されたのは本当ですか?」という問い合わせが殺到したため通常業務が滞り、すごく迷惑をこうむったこともありました。私の落ち込む状況を見て、「あまりにもかわいそうだ」と思った大里幸夫専務(当時)が小学館に相談してくれて、コロコロコミック誌上の記事やマンガで読者である子どもたちにきちんとした事実を説明することになりました。最終的に事態は沈静化していましたが、ブームの中にいるというのは本当に怖いと思いました。

その頃から、私のずっと変わらない姿勢は「子どもを指導するのではなく、一緒に遊んでいるお兄ちゃんでしょう」ということです。だから、私が出るイベントでは30分の時間があつたら、ファミコンの実演は2～3分。あとは指の体操とか昔からの伝承遊びみたいなことを中心にやっています。子どもたちが私の言うことを聞いて、一生懸命、体操をやってくれているのを見ると、「高橋名人でよかった」としみじみ思います。ちょっと小太りで、明るく親しみやすいやつだから、テレビゲームが健全だということを暗黙のうちにアピールできたのではないかとよく言われます。私自身も自負するところです。



5年前から、頭をスキンヘッドにしています。趣味のオートバイのツーリングで北海道の旭川に行った時、ちょうど猛暑で、ヘルメットを取ると汗が滝のように流れてくるし、もううっとうしくなって旭川の理容院に行って剃ってもらったのです。そして、もう快適この上ない。それ以来スキンヘッドで過ごしています。実はそれまで寝癖を気にしてドライヤーをかけたり、帽子をかぶったりしていた時期があったのですが、今では一変しラクで快適です。毎日、自分で剃っています。本当に快適ですよ。子供たちにはそれほど違和感がなかったみたいで反応はよかったです。スキンヘッドで怖いと思われたら困りますから安心しました。

高橋名人のこれから

長くプロモーション活動に携わってきて、テレビゲームに対する子どもたちの感覚の変化を感じます。

80年代半ばの小学生にとって、テレビゲームは一番最先端の遊び。当時は喫茶店にインベーダーゲームやブロック崩しゲームが置かれていましたが、子どもたちだけでは喫茶店に行けないから遊んでいない。また、テレビは「番組を見るだけ」という受け身のものでした。ところが、「ロードランナー」などのテレビゲームは、テレビの中のキャラクターを自分で操作できる。斬新ですし、それまでの伝承遊びやスポーツの世界に、まったく新しい遊びがズバツと切り込んできた感じでした。子どもたちが飛びつくのは当たり前だしインパクトも強かった。だからこそ当時の子供で今大人になった人たちにとっても思い入れが深いのだと思います。

しかし、今の子どもたちは生まれたときからテレビゲームがあり、いろいろある遊びの中の一つです。今の子どもたちが30代になったときに、当時の子供たちほどテレビゲームに思い入れがあるかどうか、私にはわかりません。それくらいテレビゲームに対する感覚の違いはあると思います。

80年代に小学生だった人が今や大人になって子どもをもっている。その子どもが小学生になれば、テレビゲームをするでしょう。子どもと親父の会話の接点は野球やサッカーかもしれない。ほかの遊びかもしれない。でも、その中にももちろんテレビゲームが入っている、入ることができるようになったことが私はすごいと思います。子どもが成長するとき、遊びは必ず必要であり、そこから学ぶことがたくさんあります。

昔、私は「テレビゲームは文化になる」と言って笑われましたが、今、ゲームはまさに日本が発信する文化になりました。80年代半ばの創成期から、子どもたちと「テレビゲーム」という遊びを共有し続けて来られたことが私の宝です。この宝物をこのままで終わらせたくないと思っています。

*

*

*

ゲームは最先端のハードが開発されている一方、携帯型ハードが登場。CGをものすぐ使って、バーチャルな世界を追求するゲームと、グラフィックもシンプルで簡単に遊べる昔のファミコンのようなゲームの両極があります。私は両方が兼ね合いをとっていくことで、テレビゲーム業界が伸びていけばいいと考えています。

今の子どもたちはいろいろゲームがあるので、複雑でできないものはできないまま、攻略しようなんて思わずに終わらせてしまうことが多いようです。子どもたち

には達成感を知ってもらいたい。できるようなものを提供してあげて、「ゲームはこんなに楽しいんだ」とわかってもらうのも一つの方法だと思います。ゲームからネットワークを広げたり、他の分野への好奇心を引き出すこともできるでしょう。せっかくの名人職ですのでぜひ子供たちにゲームの素晴らしさを伝えていきたいと思っています。

現在はイベントなどのプロモーションにも出かけますが、公式ブログ『16連射のつづやき』ほか、Podキャストやmixiで個人的なコミュニティも持っており、インターネットでの活動も増えてきました。いろいろな媒体を使いながら、子どもだけでなく大人に向けても「ゲームの在り方」「遊びの可能性」を伝えていけたらと思っています。

*

*

*

では、これからも頑張ります！



高橋 利幸

株式会社ハドソン
コンシューマーコンテンツカンパニー
CE事業部 CE宣伝部「名人」

1959年、北海道札幌市生まれ。
1982年、ハドソン入社。
1985年、第1回全国ファミコンキャラバンをきっかけに「高橋名人」の称号を確立。
以後、全国キャラバンを中心に各種イベント、テレビなどでゲーム名人として活躍を続ける。
2006年、人事発令で役職としても「名人」に。
趣味は音楽。歌のうまさ定評があり、LPおよびCDをリリースしている。

高橋名人公式サイト <http://www.16shot.jp/>

ゲームが開く新しい可能性

～KONAMIの「ダンスダンスレボリューション」を活用した
アメリカ・ウェストバージニア州の
「子どもたちの健康維持・増進」のための取り組み～

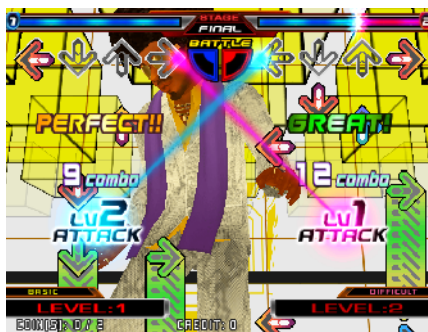
KONAMI

日本における「ダンスダンスレボリューション」の浸透
～音楽ゲームという新たなジャンルを確立した
KONAMIの「ビーマニ」シリーズ～

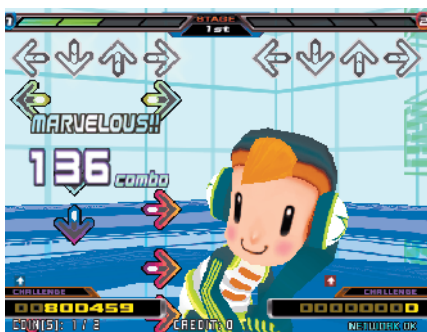
KONAMIの「ダンスダンスレボリューション (Dance Dance Revolution、以下DDR)」は、同社の音楽ゲーム「beatmania」、「pop'n music」に続く、「ビーマニ」シリーズ第3弾として、1998年9月にアミューズメント施設向けに登場しました。DDRは、音楽に合わせて、モニターに表示されるマークに従って、ステップをタイミング良く踏むことで得点を競うゲームで、プレイヤーが思い思いにダンスパフォーマンスを披露しながらプレイできることから、若者たちを中心に人気広がりました。その後、DDRオリジナル楽曲を追加したり、著名アーティストをフィーチャリングしたりするなど、ユーザーの要望を取り入れながら、現在も進化を続けています。今でこそ、音楽ゲームは、業務用ゲームの1つのジャンルとして認知されていますが、DDRをはじめとする、KONAMIの「ビーマニ」シリーズのヒットが、この新しいジャンルを開拓したのです。



Dance Dance Revolution Super NOVA
© 1998 2006 Konami Digital Entertainment Co., Ltd.



© 1998 2006 Konami Digital Entertainment Co., Ltd.



© 1998 2006 Konami Digital Entertainment Co., Ltd.

DDRの家庭用ゲームソフト版が初めて登場したのは1999年の4月です。アミューズメント施設向けDDRのヒットとともに、家庭用も好評を博し、発売から1年を待たずにシリーズ累計300万本以上のセールスを記録します。市場でのDDRの注目が高まるなかで、テレビ、雑誌などから、「からだ全体を使って遊ぶDDRのゲームスタイルは、よい運動になるのでは」といったかたちで紹介されました。こうしたことを背景に、KONAMIは、音楽ゲームとしての完成度を高めながら、健康という全く異なる要素を融合させることにチャレンジしました。1999年12月、フィットネスクラブとの共同開発により、プレイ中の足の移動過程から消費カロリーを計算する機能を初めて搭載した、「DDR KaraokeMIX」を業務用市場向けに投入。翌年6月には、「DDR 3rdMIX」に家庭用として初めて、「ダイエットモード」を搭載しました。さらにコナミグループでは、フィットネスクラブの運営など、健康サービスに関する事業を展開しており、DDRのコンセプトを受け継ぎながら、全く新しい本格的なフィットネスプログラムとして「GROOVE MOTION DDR」も開発し、注目を集めています。また、DDRは海外でも人気があり、アメリカ合衆国ウェストバージニア州では、肥満問題の解決策としてDDRを活用する、健康維持・促進の取り組みが行われています。



現在、コナミスポーツクラブで開発中の
デジタルダンスプログラム「GROOVE MOTION DDR」

米・ウェストバージニア州公立学校の授業にDDRを導入 ～DDRを活用して子どもたちの健康維持を図る プロジェクト進行中～

2006年1月、ウェストバージニア州とKONAMIは、パートナーシップ契約を締結し、同州内の公立学校の体育の授業にDDRを導入し、子どもたちの健康維持を図るプロジェクトを開始しました。

プロジェクトについて、社会的背景、パートナーシップ締結にいたるまでの経緯、プロジェクトの内容、進行状況について、順を追って紹介していきましょう。

◆アメリカにおけるゲーム事情

現在、DDRの全世界累計販売本数は1,100万本を超え、世界中のユーザーに楽しられています。ヨーロッパでは、「Dancing Stage」として知られ、アメリカでは、日本と同じ「Dance Dance Revolution、通称DDR」として発売されています。アメリカでは2001年に家庭用のDDRが発売され、2007年4月現在の累計販売本数は460万本を超えています。日本と違い、アメリカでは高層集合住宅における振動問題をあまり心配する必要がないので、DDRはホームパーティなど、家庭内で楽しめることが多いようです。

また、アメリカにおいても、日本と同様に運動面の効果が注目され、DDRの各バージョンにはカロリー消費量を表示・記録したり、ワークアウトの管理をしたりできる機能が搭載されています。

実は、アメリカでは2005年頃、いわゆる家庭用ゲームについて、政府や州のレベルで反対する動きがありました。一部の家庭用ゲームにおける暴力的な内容や、子どもたちが一旦ゲームを始めると集中してしまいソファから立ち上がらなくなるといった現象の増加から、ゲームに対する否定的なムードが強くなったのです。

しかし、DDRは子どもたちをソファに座らせるゲームではありません。逆にソファから立ち上がらせ、体を動かすことをサポートするゲームです。このDDRの特長に、アメリカのさまざまなメディアが注目しました。

◆肥満に悩むウェストバージニア州

ウェストバージニア州は、アメリカ東部中央に位置する人口約180万人の小さな州で、全域がほぼ山岳地形で四季があり、自然に恵まれたところですが、この州は、「肥満」に関する問題をかかえていました。アメリカは、肥満が国民病ともいわれる国ですが、その中でもウェストバージニア州は、肥満者率が非常に高い地域で、肥満に関係の深い高血圧症や糖尿病の人の比率も高く、心血管疾患による死亡率

も高くなっています。また、こういった疾患者の医療保険費の増加も問題となっていました。

●米国における肥満関連指標 上位5州(2004年)

順位	州	肥満者
1	ミシシッピ州	29.5%
2	アラバマ州	28.7%
3	ウェストバージニア州	28.6%
4	ルイジアナ州	27.4%
5	ケンタッキー州	26.7%

順位	州	糖尿病
1	ウェストバージニア州	10.4%
2	ミシシッピ州	10.1%
3	サウスカロライナ州	9.3%
4	テネシー州	9.0%
5	アラバマ州	8.9%

順位	州	過体重者・肥満者合計
1	ミシシッピ州	65.9%
2	アラバマ州	64.1%
3	ケンタッキー州	63.8%
4	ウェストバージニア州	63.7%
5	ノースダコタ州	63.3%

順位	州	高血圧症
1	ミシシッピ州	32.7%
2	ウェストバージニア州	32.5%
3	アラバマ州	32.0%
4	テネシー州	29.9%
5	アーカンソー州	29.8%

資料

Trust for America's Health 2006 report

"F as in Fat: How Obesity Policies are Failing in America, 2006"

そこで、ウェストバージニア州は、「ゲームズ・フォー・ヘルス」という試験的な臨床研究を開始しました。子どもの頃から運動習慣を身につけることで、州全体の肥満予防につなげたいとの取り組みで、2005年1月にスタートしました。7歳～12歳までの重い肥満を抱える35人の子どもたちにDDRを貸与し、6カ月間、家や学校でゲームで遊びながら運動を続け、肥満への影響を調べるというものです。臨床研究はウェストバージニア州公務員保険組合(PEIA)とウェストバージニア大学運動機能センター(WVU)が担当し、「全体的に健康状態が改善し、深刻な体重増加も抑えられた」という結果が得られました。「ゲームなら、子どもたちが楽しみながら運動を継続でき、生活習慣を変えることに役立つこと」に加え、DDRの技術や購入のしやすさも評価されました。



◆KONAMIとウェストバージニア州が進めるプロジェクト

KONAMIは、ウェストバージニア州政府と子どもたちの健康維持・増進を図るプロジェクトを推進するために、パートナーシップ関係を結びました。

このプロジェクトは、2006年1月から州内の公立学校にDDRを導入し、約2年でDDRを州内全ての公立学校（765校）、幼稚園から12年生（日本における高校3年生）までの体育や健康関連の授業に導入。DDRを活用したオリジナルのレッスンプランを作成し、授業の一環として実施するというものです。授業では、プレイの前後に心拍数を測定、プレイ中は歩数計をつけるなどして、身体の状態を管理しながら、ステップ数や消費カロリー量などを継続的に記録していきます。使われているプラットフォームはプレイステーション2（PS2）が多くXboxを使用している学校もあります。個人のデータはメモリーカードに保存されます。これら収集したデータはウェストバージニア州とKONAMIでシェアし、研究や分析を進め、経過は雑誌等で報告していきます。また、校内でDDRの大会も開催される予定です。プロジェクトの実質の監督はPEIA、WVU、ウェストバージニア州教育省、Mountain State Blue Cross Shield（民間保険会社）とKONAMIが共同して行います。

2007年4月現在、200校まで導入が進みました。設備の導入、セットアップ、インストラクターの配置なども含め、このプログラムには約50万ドルの総予算が計上されていますが、その資金は、PEIAやMountain State Blue Cross Shieldなどからの寄付によるものです。日本では公的な健康保険組合によって医療費がサポートされますが、アメリカでは日本のような公的な保険組合がなく、州の公務員保険機構や民間保険会社によるサポートが一般的です。これらの保険機構や保険会社にとっても、肥満が原因となる病気の増加は保険給付金の増加につながるという問題があり、予防医療への関心が高まっていることもあって、プロジェクトはスムーズに進行しています。



ウェストバージニア州のDDRを活用したプロジェクト



DDRをプレー中の子どもたち

◆プロジェクトの今後の成果に期待が高まる

このプロジェクトは現在も進行中であり、具体的な成果についてはまだ発表できる段階にはありません。しかし、「ゲームズ・フォー・ヘルス」の臨床研究の成果については、今年、学会で発表されることになりました。それに先立つウェストバージニア州のプレスリリースでは「参加した子どものうち大多数は、心肺機能、循環器機能および全般的な身体機能が改善し、体重の増加もストップ。さらにエクササイズに対する姿勢も前向きになり、自信にもつながっている」と述べています。今回、正式に始まったプロジェクトにおいても、同様の傾向と効果が期待されています。

DDRとゲームの今後の可能性

アメリカでは、ウェストバージニア州のDDRを活用したプロジェクトは大きな注目を集めています。それだけ肥満解消や健康維持に関心が高く、子どもから大人まで応用できる予防医療のツールとして、期待されているといえるでしょう。大人の肥満についてのDDRの効用の研究も行われていますし、老人ホームなどでもDDRを導入し、健康維持の効果を試しているところもあります。

また、ウェストバージニア州のパートナーシップの締結を受けて、アメリカではDDR以外のゲームソフトへの関心も高くなっており、今後、さまざまな分野とのコラボレーションが期待されます。DDRは、音楽ゲームというジャンルを確立した立役者であるとともに、ゲームがエンタテインメント以外の分野でも活用できるということを実証しました。

DDRは、「レボリューション」という名前が示す通り、まさに「革命」的なゲームなのです。

この文章は、株式会社コナミデジタルエンタテインメントおよび
Konami Digital Entertainment, Inc.へのインタビューを基に構成いたしました。

小さなゲーム会社の ユニーク経営と人材育成 ～日本で最初の合同会社 合同会社スタジオフェイク～

合同会社スタジオフェイク
 代表社員 岡安 啓司
 業務執行社員 石本 則子

スタジオフェイクとは？

私共スタジオフェイクは、神奈川県川崎市にあるゲームソフト開発会社です。現在スタッフは17名、主に任天堂、コーエー、ハドソン等のゲーム開発を行っています。昨今は3Dゲーム開発の技術を転用し、パチンコ・パチスロの液晶演出やテーマパークの映像演出なども手掛けています。

ここまではありがちなゲーム会社ですが、普通と大きく変わっている点がその会社形態です。弊社は2000年に合資会社で設立し、更に昨年5月、新会社法施行と同時に合同会社へ種類変更致しました。いわば日本で最初の合同会社です。



LLC関連の取材は数十誌ありました。他にビジネスマナーやユニークな社内システム等、分野を問わず幅広い取材を受けています。

LLCが立ち上がる以前からLLC第1号を目指すと言っていたこともあり、新会社法施行前後には様々な取材を受けました。日本経済新聞、朝日新聞、Japan Times等の各新聞をはじめ経済誌・雑誌等に「日本初の合同会社(日本版LLC)はゲーム会社」などと数多く記事が掲載され、各方面から大きな反響がありました。

なぜ私共は合同会社を選択したのか…それをお伝えする前に、そもそもこの合同会社とは一体何なのかを簡単に説明致します。

平成18年5月の会社法「大改正」

平成18年5月1日、我が国の会社法制の現代化を目的とした「新会社法」が施行されました。この法改正は有限会社法の廃止や株式会社制度の見直し、会計参与

の新設など会社法制全般かつ多岐に渡っており、現行の商法が創設された1899年以来107年ぶりとなる抜本的な大改正でした。会社形態も刷新され、有限会社の廃止と合同会社の新設により「株式会社・合同会社・合名会社・合資会社」の4形態となったのです。

「合同会社（日本版LLC）」とは何か

合同会社は、民法上の組合の「出資比率に関わることなく業務執行者の総意で自由に利益分配等の様々な取り決めを決められる」特徴（内部自治）と、株式会社の「有限責任」を併せ持つ会社形態で、英語では「Limited Liability Company」と呼称され、既に欧米をはじめ世界の先進国において広く普及しています。合同会社が日本版LLCと呼称されるのはこのためです。

ただ、日本版LLCである合同会社には欧米のLLCと大きく異なる点が1つあります。それは「パススルー（構成員課税）」がないことです。パススルーとは法人課税が課せられた上に出資者への利益分配にも課税される二重課税を免れる措置のことで、事業内容によっては税法上大変有利な恩恵を預かれる制度です。

日本の合同会社には、このパススルーが認められていません。当初はパススルー採用も検討されていましたが税法上の問題で認められず、パススルーは法人格のない組合、LLP (Limited Liability Partnership: 有限責任事業組合。平成17年8月新設) のみに認められた経緯があります。

株式会社、LLC、LLPの違いについては、下記の概念図をご覧くださいと解りやすいでしょう。

	株式会社	合同会社 (LLC)	有限責任事業組合 (LLP)
有限責任制	○ 有限責任のみ	○ 有限責任のみ	○ 有限責任のみ
内部自治	× 損益や権限の配分は出資額に比例。 機関の設置必要（最低限取締役が必要）。	○ 損益や権限の配分は自由。 機関の設置は不要。	○ 損益や権限の配分は自由。 機関の設置は不要。
法人格と内部留保	○ 有。内部留保可能。	○ 有。内部留保可能。	× 内部留保は不可。
構成員課税 （パススルー）	× 法人課税	× 法人課税	○ 構成員課税
現状の対外的な信用	○	× 平成18年5月施行	× 平成17年8月施行
意思決定のスピード	× 重要な事項は株主総会の決議が必要。 機関設計や状況に応じ株主通知、 株主総会の開催、 議事録の作成など必要	○ 迅速に対応可能	○ 迅速に対応可能
組織変更	○ 持分会社（合同・合資・合名） へ改組可能	○ 株式会社、持分会社 （合資・合名）へ改組可能	× 法人格のある会社 への変更不可

このように合同会社は株式会社とLLPの中間にあたる組織です。パススルーが適用されないとはいえ、法人格がありますから内部留保は認められ、その上株式会社に比べ義務は遥かに少なく迅速な意思決定が可能です。設立・解散も容易なことから活用の幅も広く、ゲーム開発をはじめとするコンテンツ産業、様々な専門職集団での創業、短期的なアライアンスの母体にも向いています。

会社制度の「柔軟設計」が可能に

合同会社の設置と同時に会社形態間の移行についての見直しも行われ、事業規模・経営内容に応じ会社組織を柔軟に設計できるようになりました。持分会社（合同会社・合資会社・合名会社）間の種類変更に加え、従来は認められなかった持分会社と持株会社（株式会社）間の組織変更の手续も可能となり、かつ手続自体も簡易となりました。



2006/5/1、第1号の登記を目指し前夜から法務局前に並びました。ブルーシートを広げ座り込み、警備の職務質問を受けたのも良い思い出です…。

これらの改革が横断的に行われた背景には、形に見えるお金やモノに傾注する時代から、情報にも価値を見出す世の中へと急速に変化したことが挙げられます。実際、LLCの創設前に経済産業省の出したパブリックコメントでは「情報化の加速する中、大規模・公開型の物的会社の限界と小規模・閉塞型の現代版人的会社の必要性」が謳われ、我が国の「会社＝株式会社」の固定概念や会社の在り方そのものを抜本的に再構築する必要がある、とされていました。

今回の改正で法人・組合等のそれぞれの特徴が明確になり、より多彩な組織選択ができるようになりました。創業時だけでなく、組織の拡大・縮小、方向性の転換など、その時々を経営ビジョンに応じ器の選択の出来る仕組みが整ったのです。

元々LLCを想定し合資会社で起業

さて、今回私共が合同会社を積極的に選んだ理由をご説明するには、この会社の設立当時まで遡る必要があります。

スタジオフェイクは平成12年9月、合資会社として川崎の地に創業致しました。当時はスタッフ数5名。オーナーのグループ企業として創業するゲーム開発会社が多い中、スポンサー不在、完全に自力のみでの創業でした。

創業前は2人とも大手のゲームメーカーに勤めており、会社の皆様には大変良くして頂きました。しかし私共のやりたかったのは「小規模で、長期的に強い開発組織の育成」です。大手では、長期的に強い開発組織の育成には挑戦できるとしても、いまさら小規模になるとは到底思えません。また、こういった長期計画を実現するには経営から携わることが必要だろうと思いましたが、2人とも当時経営に携われるほど偉くありません。熟考を重ねた結果、スピンアウトすることにしました。

さあ創業しようと決めたものの、お互いサラリーマン家庭に育った人間、しかも経営を専攻してもいない者同士で、何をどうすれば良いかさっぱり解りません。お恥ずかしながら「経営とはなんぞや」を一から知ることが必要でした。

欧米のLLCという組織形態を知ったのはこの時のことです。国内外の会社について勉強を重ねるうち、専門職である私共の会社にはLLCのような所有と経営の一致する会社形態こそ合っている確信が生まれました。規模拡大を想定した株式会社は公開型であり、会社法による制約も多々あります。しかし我々はあくまで小規模を目指すのですから、株式会社の様々な義務は弊害になるだけです。むしろスピーディに自由に機関設計のできる閉鎖型の会社が良いと考えたのです。

結局、当時一番LLCに近い会社形態として合資会社を選び創業致しました。マイナーな会社を取敢て選択することに躊躇がなかったといえば嘘になりますが、選んだ理由に迷いはありませんでした。このような過去の事情もありましたので、合同会社の創設とともに会社形態を変更したのは当然の成り行きといえます。

小規模経営のつらさと醍醐味

創業してからは毎日が忙しく、正直LLCがどうのこのどころではありませんでした。独立して会社を営むには大変な労力が必要なのは、どの会社であっても同じことでしょう。



社は「楽しいものを楽しく創る」。オンラインワンの自負のもと、真剣に、時にユーモアを取り入れながら仕事しています。

銀行で口座を開き、創業融資を受けるための各種申請をし、信用保証協会などというものと知り、多くの面談を重ね、何とか会社が立ち上がったとしてもある程度資金繰りが安定するまでは予断を許しません。税理士の指導のもと毎日おぼつかない経理をし、加えて納税、社会保険や労働保険の申請、入居場所の手続など、サラリーマンの時には想像もできない量の責任と事務が待っています。会社とは、物を作り売る以外にやらねばならぬ事がかくもあるものなのか…創業はゴールではなくスタートなのだとしたら、この状態がずっと続くのか…。起業して初めて経営の大変さが身に染みたものです。

勿論、ベンチャー創業ならではの醍醐味もあります。何につけても自分達にとって最適な選択ができる自由とは、かけがえの無いものです。例えば文具一つ購入するにしても不条理な規定はありませんし、誰かの立てた無謀な努力目標に縛られることもありません。経営方針も状況に応じて変えられます。

試行錯誤しながら様々な経験を積み、信頼できるスタッフと共により良い方向を模索出来るのは、小さい会社ならではの幸せだと思っています。

ユニークな経営と人材教育

よく入社希望の学生さんから「合資会社、合同会社は普通の会社と違うのですか?」と質問されます。会社法上の「社員(=役員)」と「正社員(=従業員)」の言葉を混同し、心配されるようです。



新人研修の1コマ。社外・社内共に充実した豊富な研修を用意。報連相を中心にしたコミュニケーション手法、仕事の進め方などを勉強します。

働くスタッフ達にとってはアットホームで楽しい普通の会社です。ただ会社が「長期的に強い開発組織の育成」を目指していることもあり、若手への社員教育は業界の中でもかなり厳しいと思います。教育内容も一風変わっており、ゲーム開発を行う専門職のスタッフであっても一般的なビジネススキルやビジネスマナーの獲得に十分時間をかけ、専門技術より先に完全に出来ることを求めています。

特にプロジェクトマネジメントの基礎であるコミュニケーション技術の習得は徹底しています。ただでさえ曖昧になりがちな日本語を用い、文系・理系・芸術系で育ってきた人間達が正しく相互理解し1つの作品制作にベクトルを合わせるのは、思った以上に変なことです。どのプロジェクトであってもそれらの人間が絡み合う以上、たかが意志伝達でも正しい技術が必要です。

特別変わったことを教えるのではありません。仕事をする上で必ず必要になるであろうこと、例えば様々なコミュニケーションツールの使い方、発声、会話表現・手法、積極傾聴、ロジカルシンキング、報告・連絡・相談・確認等を個別に丁寧に教えていくだけです。研修して終了ではなく、個別に出来るまで細かく指導しています。

ともするとこのような基礎程度は出来て当たり前、と思いがちです。しかし実際にプロジェクトを行うとこれらの能力の低さこそがボディブローのように効いてきます。個人の技術、着想や発想を最大限活かすためにも、また全てのプロジェクトのリスクを軽減するためにも、組織のネットワーク手段であるコミュニケーション技術はないがしろにできないものです。

プロの集う電話対応コンクールでも優秀な成績

人材教育の一環として、様々な外部機関の集合研修も積極的に活用しています。第三者の持つ技術の取り入れや、外部からも解りやすいコミュニケーションが出来ているかを判定するためには、社内での教育には限界があるのです。



2005年、2006年度と連続して電話対応コンクールの神奈川県代表選手を輩出。毎年の好成績がさらなるレベルアップや良い伝統を紡ぎます。

中でも私共の独特な研修に、NTTの外郭団体である財団法人日本電信電話ユーザ協会 (<http://www.jtua.or.jp/>) の主催する「NTT電話対応コンクール」への出場があります。これは全国の電話対応者が僅か3分間で電話での会話と表現技術、対応マナーを競うもので、出場会社には国内の著名な会社がズラリと並びます。7000名程度の地区予選、県大会を経て全国大会に残るのは50余名。国内最高の電話対応技術を目指す、いわば電話のプロによる電話甲子園です。

弊社ではこのコンクールに2004年から参加し、毎年優秀な成績を収めています。この2年は連続して開発スタッフが神奈川県大会の優勝・準優勝を勝ち取り、全国大会への出場を果たしました。優秀賞や優良賞なども数多く受賞しています。入社時は普通の開発員達であっても、基本を守り地道に努力すれば、電話のプロにも負けない全国レベルのコミュニケーション技術の獲得が可能なのです。

多忙な開発中に電話コンクールへ出場させるための調整は難儀です。しかし

スタッフ達にとって出場の価値は計り知れません。他の優秀な出場者の口頭表現を知り、社外一流の先生方に指導を受け、自分の会話技術の限界を伸ばすためにあらゆる努力をする経験は、会社で用意するどんな研修よりも著しい効果をもたらし、プロジェクトへも良い影響を与えるように感じています。

子供の体験学習やインターンを積極的に受け入れ

電話対応コンクールへの出場以外にも変わった取り組みは多々あります。CESAからの子供体験学習や高校生のインターンの受け入れもその1つです。準備や機密保持の手間もかかりますし、大学生や専門学校生のインターンと異なり即戦力の補佐にはなりません。単なる社会貢献、ボランティアの要素が強いため、一般の会社では敬遠しがちと聞きます。



小学生から高校生まで、ゲーム業界に興味のある子供達の職場体験を積極的に受け入れています。
(写真:芝浦工業大学中学高等学校)

しかし私共は、子供達へゲームの作り方を直接説明できるのは、スタッフ達の成長に大変プラスになる貴重な機会だと捉え、積極的に行っています。簡単な言葉で的確に教えられることができれば、おのずと仕事の基礎力も上がるはずです。

短期的にはマイナスであったとしても長期的には必要なことに対して出来る限り挑む。目先のプロジェクトも大切ですが、長い目で見た柔軟な取り組みも可能な限り大切にしたいと考えています。

今後創業をお考えの方へ

最後に、現在この業界でベンチャー創業を検討されている方にお伝えしたいことがあります。どうかぜひ起業なさってください。経営者としてヒヨコの私共が申し上げるのは大変おこがましいのですが、この私共でも何とかなっているのですから、真剣にお考えの方ならもっと素晴らしい会社を作れることでしょう。

経済が上昇気流に乗り、新しい器たる会社形態が整い、コンテンツ産業を後押しする動きも活性化しています。ご自身のビジョンを信じ、畏れずにどんどんチャレンジして下さい。業界内でお互いに切磋琢磨することこそ、日本の技術力を上げることに繋がります。

経営には苦難も困窮も沢山あります。が、共に働くスタッフ達の成長は我が事以上の喜びですし、仕事に対する思い入れも違ってきます。1人の人間として確実に視野は開けますし、新しい価値観が生まれ、本物を見る目が培われ、人間関係もより広く深く構築されます。会社を興した人間にしか味わえない感慨が確かにあります。

機会がありましたら、現在、そして未来の中小のゲーム会社を経営する者同士で集まり、胸襟を開き、この業界を盛り立てるために何が出来るかお話させて頂きたいものです。

最後に、この寄稿にあたり惜しみないご教示を下された前経済産業省経済産業政策局産業組織課LLP・LLCチームの石井芳明氏、高市邦仁氏、渡邊佳奈子氏、財団法人日本電信電話ユーザ協会部長 吉川理恵子氏、NTT東日本一神奈川主査妹尾富美子氏へ心より御礼申し上げます。

これからも在籍スタッフをはじめステークホルダーの皆さまと共に幸せになれるよう、精進を重ねて参る所存です。今後ともより一層のご指導ご鞭撻を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

合同会社スタジオフェイク

2000年9月19日、合資会社として設立。

2006年5月1日、合同会社へ種類変更。

創業時より「現代版人的会社」として各種新聞やビジネス系雑誌の取材を多数受け、経済産業省の日本版LLC創設プロジェクトにあたってはLLCのモデルケースとされた。

主な開発作品は

ゲームキューブ「カスタムロボ バトルレボリューション」、「大玉」、ニンテンドーDS「真・三國無双DS」等。

他に携帯電話向けゲームやパチンコ、パチスロの液晶演出、テーマパーク演出等を幅広く手掛ける。

スタジオフェイクURL <http://www.studiofake.co.jp/>



岡安啓司

1966年東京生まれ。合同会社スタジオフェイク代表社員。1988年株式会社セガ・エンタープライゼス（現株式会社セガ）入社。メガドライブ「レンタヒーロー」、セガサターン「バーチャファイター2」、ドリームキャスト「シェンムー」等のディレクターとして活躍。2000年9月に同社退社。同月合資会社スタジオフェイクを設立。

石本則子

1971年東京生まれ。合同会社スタジオフェイク業務執行社員。さくらプロダクション等を経て、1995年株式会社セガ・エンタープライゼス（現株式会社セガ）入社。教育用ソフトのプロジェクトマネージャー、ドリームキャストのソフトウェアプロデューサー等を担当。2000年8月に同社退社。同年9月、岡安氏と共に合資会社スタジオフェイクを設立。

文化庁メディア芸術祭の 10年とゲーム

CG-ARTS協会（財団法人 画像情報教育振興協会）
文化事業部 事業部長
阿部芳久

安倍総理も参加された祝賀会

第10回を迎えた文化庁メディア芸術祭賞の贈呈式は2007年2月23日に行なわれ、祝賀会には安倍総理も出席されて受賞者や来場者を驚かせました。

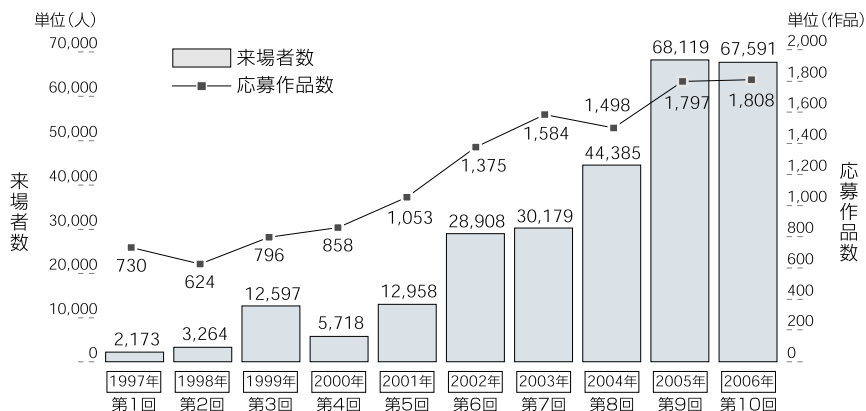
翌24日から3月4日までは、東京都写真美術館にて受賞作品展、上映会、シンポジウムなどを行いました。会期を通しての来場者数は6万7千人を数え、1日あたりの来場者数としては写真美術館の記録を更新しています。

また、来場者アンケートでは「とても良い」と「良い」の合計が74.3%、次回への来場意向が85.4%と、非常に高い評価を得ています。



第10回文化庁メディア芸術祭賞贈呈式・
祝賀会・受賞作品展の様子

文化庁メディア芸術祭 来場者数と応募作品数の推移（第1回～第10回）



メディア芸術祭とは

文化庁は、メディアやテクノロジーの進展が文化や芸術に大きな変化をもたらしている状況を踏まえて1996年7月より「マルチメディア映像・音響芸術懇談会」を組織し、新しい時代に対応した芸術振興方策について検討を行いました。第一線で活躍されているクリエイターからも多くの意見を集め、1997年7月には報告書がまとめられました。メディア芸術祭はその報告書の中で提案された施策の一つです。

メディア芸術祭は公募展であり、アート、エンターテインメント、アニメーション、マンガの4部門が設けられています。部門ごとに文部科学大臣賞として、大賞1作品、優秀賞4作品、奨励賞1作品が選ばれます。

発展してきた10年間

1997年のスタート当初から受賞作品の展示や紹介に力を入れてきました。1999年には公式Webサイトの開設、2002年からは地方展の開催。2003年からは、海外のフェスティバルでの受賞作品紹介を行ってきました。

そのような活動の結果、回を重ねるごとに応募する側のメディア芸術祭への理解も進み、より厳選された質の高い作品が集まるようになりました。海外での認知度も高まり、現在ではコンスタントに40前後の国から応募があります。

ゲームとインタラクティブアート

メディア芸術祭の中でゲームは大きな位置を占め、様々な優秀作品が受賞しています。

第1回では「I.Q～インテリジェントキューブ」「ファイナルファンタジーVII」、第2回では「ゼルダの伝説 時のオカリナ」「メタルギアソリッド」、第3回では「シーマン」、第4回では「ドラゴンクエストVII」「シェンムー」、第5回では「ピクミン」、第7回には「ファイナルファンタジー・クリスタルクロニクル」、第8回では「まわるメイドインワリオ」「ピクトチャット」、第9回では「ニンテンドッグス」、第10回では「大神」「リズム天国」「しゃべる!DSお料理ナビ」が選ばれています。

これらの作品はゲーム部門として選ばれているのではなく、様々なジャンルのエンターテインメント作品と競い合っているところが特筆すべき点です。

また、受賞作品において、アート部門のインタラクティブアートとゲームを比べてみると、表現の共通性も垣間見られ、アートとエンターテインメントが融合する未来が感じられます。

まとめ

第11回メディア芸術祭の作品募集は2007年7月18日から10月5日まで。受賞作品展は六本木の国立新美術館において2008年2月6日から2月17日まで開催します。

今回もアートやエンターテインメントといった既存のジャンルの垣根を越えて素晴らしい作品群が世界中から集まることを期待しています。

阿部 芳久

CG-ARTS協会(財団法人 画像情報教育振興協会)

文化事業部 事業部長

1964年生まれ。

キャノン販売(株)を経てCG-ARTS協会へ。文部科学省認定「CG検定」や「マルチメディア検定」など、CGやメディア関連の教育づくりにたずさわる。「文化庁メディア芸術祭」においては、立ち上げ時から企画、制作、運営などを担当。この夏には中国での企画展「日本媒体芸術祭 上海2007」を行う。

<主な仕事>

「文化庁メディア芸術祭」1997～、Webサイト「メディア芸術プラザ(MAP)」1999～

「Robot-ism 展」2000・草月会館、「学生CGコンテスト」2001～

「CHARAMIX.com展」2001・恵比寿ガーデンホール、「日本媒体芸術作品展」2002・北京

「文化庁メディア芸術祭地方展」2002～、「国際アニメ・マンガフォーラム」2003・丸ビル

「日韓デジタルアート展」2005・ソウル、「日本の表現力展」2007・国立新美術館

ゲームセンターCXの“挑戦”

テレビプロデューサー・ディレクター
菅 剛史

「ゲームセンターCX」とは…?

2003年秋、フジテレビのCSチャンネルで始まったゲーム番組…。

それが当番組「ゲームセンターCX」です。出演者はお笑いタレントのよみこ・有野晋哉さん扮する有野課長ただひとり。20年前のファミコンソフトにスポットをあてた地味な番組構成でした。

僕達があの頃熱狂したソフト開発者にインタビューし、色々な話を聞くというのが当初の柱だったのです。

ところが、その合間にやったミニコーナーが思わぬ反響を…!

「有野の挑戦」

放送第1回目が「TAITO特集」。そこで記念としてゲーム史に残る思い出の迷ソフト「たけしの挑戦状」のエンディングをテレビで初めて見せよう…こうしてこのコーナーは始まりました（「有野の挑戦」の“挑戦”というフレーズは「たけしの挑戦状」からいただいたものです）。

ところが、これが思った以上に大苦戦…予定どおりにロケが進まず大変な思いをしてクリアとなりました。一体なぜ？ それもそのハズ。このソフトこそ、ゲーム史に輝く“クソゲー”（愛着を込めて呼んでいます。他意はないのでご理解下さい!）だったのです。

「2コンのマイクを使って唱う」

「何もせず1時間放置」

「操作性が最悪のシューティング」

今では考えられないような理不尽で不条理で説明不足で何よりとても難しいゲームでした。当時のメーカーには苦情電話が殺到したそうです。

ところが番組が放送されるや「有野の挑戦」は大人気!!

途中で投げ出した人が8割を超えるクソゲーの幻のエンディングだったため、大いに話題になりました。その非情なゲームバランスが面白く感じられたのです。



真剣なまなざしで
レトロゲームをプレイする有野課長



当番組のゲームソフト化を記念し、
発売元・バンダイナムコゲームス
受付での記念撮影

こうして「ゲームセンターGX」はいつしか昔のゲームソフトを攻略し、エンディングを見せる番組となっていました。

現在までにDVDは3巻発売され、15万枚を超える大ヒット。本やグッズも人気商品になり、イベントをすればファンが多数集結。この秋にはオリジナルゲームソフトもDSで発売されます（ミイラとりがミイラになったようで居心地悪いのですが、バンダイナムコゲームスから出ます。お楽しみに…）。

一体何故ここまで皆さんに受け入れられたのでしょうか？

冒険は小さな箱の中に…

テレビマンとして心がけている事。そのひとつに視聴者を「ハラハラドキドキさせよう!」というのがあります。分かりきった予定調和ではなく、この先どうなるか分からない。ある種のスポーツ観戦、勝負ごとの面白さを取り入れて行きたいと考えています。

ですから本当はアマゾンの奥地に行き巨大ワニと対決したり、アフリカの砂漠に行き巨大サソリを捕まえることが「ハラドキ感」につながる…はずでした。

しかし、“有野の挑戦”を撮影していて冒険は海外に行かなくても可能だという事を気付かされました。有野課長が主人公のマリオやアーサーやウィン（「アトランチスの謎」の主人公）となって小さなファミコンソフトの中でハラハラドキドキの冒険を楽しめるのです。テレビはそれをくまなく拾って映し出して分かりやすく見せれば良いのだと…。しかもその冒険をする場所は視聴者にとって未知なる土地ではなく誰もが見た事のある（体験した事のある）土地だったのです。

テレビの旅番組などでは誰もが知っている有名な場所（例えば京都とか鎌倉とか）を紹介する方が視聴率が高い…というのは経験上知っていました。

つまりあらゆる条件を“有野の挑戦”は兼ね備えていたのです。

最初からすべてを狙って企画し演出したのならとても格好良いのですが、正直この企画のヒットは何もかも偶然でした（笑）。たまたま当たったのです。

ですので、ここからの分析は結果論に過ぎません。それでも何かこの番組がゲーム業界に小さな蟻の一穴をあけた気がするのです…。

友達の家でゲームをする感覚

この番組へいただく意見の中に「昔の友達の家と一緒にゲームをしているようだ…」というのがあります。

ファミコン全盛の80年代、小学生はみんな友達の家を集まってひとつのゲームに全員で熱中していました。

うまく行くと喜びを分かち合い失敗すると交代したり、壁にぶつかるかと相談したり…。今考えると不思議ですが、当時は1台のゲーム機に多数が参加していました。ゲームはプレイするものであり、見るものでもあったのです。

「有野の挑戦」で有野課長が困った時、ADが出てきて手助けをしたりアドバイスをしたりします。苦勞してクリアしたときには部屋にいるスタッフ全員が声を出して喜びます。声を出して応援したり…。いずれもテレビ的にはタブーに近いのですが（笑）、自然発生的なものなので黙認していました。それが、どうも当時の友達の家にいる状況に近いようで共感を呼んだと考えられるのです。

有野課長は決して上手いゲームプレイヤーではありません。100人いるゲーム愛好者の50番目ではないでしょうか？ゲームクリエイターが仕掛けたワナにきっちり（案の定？）ハマってくれる典型的平均男なのです。つまり僕たちのとなりにいたAくんやBくんと同じ…。もしかしたら番組のファンは有野課長に対して少し優越感をもっているかも知れません。

「俺の方が上手い…」

そう思った瞬間にそこは友達の家となるのです。

「天気がいいんだからファミコンばかりやってないでみんなで外で遊んだら？」

「ファミコンじゃないよ！メガドライブだよ…」

（当時、母親にとって「ゲーム＝ファミコン」でした…）

何度となく繰り返された不毛なやりとり。それでも「少年ジャンプ」や「コロコロ

コミック」を読みながらファンタグレーブなんぞを飲み友達のプレイに一喜一憂していたあの頃…。

番組でADが有野課長に掛ける言葉が全てを表しているのでしょうか…。

「一機やらせてもらっていいですか？」

ADがタレントにこんな言葉を投げ掛ける番組は他に存在しません。でも、友達の家ではごくありふれた会話だったのです。

ゲーム開発者へ感謝！感謝！！

我々の番組は何をおいても当時のソフトがないと成立しません。ですから放送に対して快く協力していただき、映像使用許可を下さるソフトメーカーさんに対してとても感謝しています。

この場をお借りして、改めてお礼申し上げます。

そして何より当時のゲームを開発された全ての皆さんに多大なるリスペクトの意を表したいのです。

例えば横スクロールアクションをしていて急がなければならない時、知らず知らずBボタンを押してダッシュします。「Bダッシュ」ですね。もちろん有野課長もプレイ中にBダッシュを行います。するとテレビを見ているほとんどの人は無意識に有野課長がBダッシュをしている事を認識しています。もしかしたら心の中で一緒にボタンを押しているのかも知れません。

やがて穴が見えてきました。タイミングを合わせて今度はAボタンです。しかし、有野課長は失敗して穴に落ちてしまいました。

「Aボタンを押すタイミングが遅い…」

テレビを見ている人はこう認識するでしょう。

これらの行為は全て有野課長と視聴者との間にプレイ上の約束事が共通認識としてあるから成立しているのです。当たり前の事ですが、実はとても大切な事です。「共感」がなければ「ゲームセンターCX」は成立しないのですから…。

冒険におけるルールを最初に作った方…本当にありがとうございます。番組から表彰状をお送りしたいぐらい感謝の気持ちでいっぱいです。

高い所から飛び降りたら痛いと感じる。炎は熱そうだし、氷の上ではつるつる滑る。連続ジャンプは緊張します。

ゲーム内で起こる現象はどうしたらよりリアルに感じられるのか？

プレイヤーと主人公をどう一体化すればいいのか？

20年前の先人は試行錯誤を繰り返しながらひとつの形にたどり着いたのでしょ…。「プロジェクトX」ばりの開発秘話があったと想像します。

ゲーム黎明期…パイオニアの方々の発見や工夫、もっと言うと啓蒙的な活動が現在のゲーム開発へとつながっている…。

その環境の中で「ゲームセンターCX」は遊ばせてもらっているのです…。

本当に感謝をせずに入られません。ありがとうございます！

シブサワ・コウさんはご自身の作ったゲームの中で感動して泣いたそうです。

広井王子さんは森本レオさんの「絵を描けよ！」のひと言がきっかけでゲームを作り始める一歩を踏み出しました。

さくまあきらさんは今でも旅をして自分の目で現場を確かめています。

遠藤雅伸さんは、AIが開発される前にいち早く「難易度の自動調整」というシステムを「ゼビウス」に取り入れていました。

田尻智さんはゲームを開発する時、必ずひとつの動詞をテーマにするそうです。

熱くて一途な開発者のゲームに対する思いは特別です。

今もきつとどこかで産みの苦しみを味わいながらクリエイターはゲーム開発に携わっている事でしょう。私は「ゲームセンターCX」を作るとき、このクリエイターさん達の努力やこだわり、そして伝えたい本質だけは損なわないようにしたいと考えています。

20年という時間が必要だった

番組で取り上げるソフトは主に80年代後半に作られたものが多く、今では20年の月日が流れました…。

当時最新のコンピュータグラフィックスは現時点では“古い”を乗り越えてレトロ感あふれる画面…とても味のある映像と言えるでしょう。

20年という月日は最先端産業を成熟産業へと進化させます。物心がついた時にはテレビゲームに慣れ親しんでいた世代が社会の中核を担おうとしています。

そして昨今の“昭和ブーム”も相まってファミコンゲームは再び注目を集めたのでしょうか。そこには20年という時間が必要だったのかも知れません。

現役のゲームは現時点でプレイをしている人も多く、当然エンディング画面を見せるわけにはいきません。番組の目的のひとつである「エンディング画面を見せる」ためにはソフトもおのずとレトロゲームに限られてきます。

懐かしさを感じられてエンディングも見せられる…やはり当番組が立ち上がる環境もこのタイミングだったのです。

そしてもうひとつ。20年前のゲームソフトは**クソゲーの宝庫**でした。番組内で紹介していく時、思わず笑ってしまうほどいいかげんで雑なソフトがたくさんあります(スイマセン!事実です)。

「実質3人で作りました」

「素人同然なのに作っちゃいました」

「時間がなくてデバッグできませんでした」

当時の開発者から様々な武勇伝(?)をたくさん聞きました。

でもそこには何とも言えない作り手の情熱や勢い、そして愛すべき勘違いなどが見え隠れしています。それが20年という熟成期間を経て今改めてプレイしてみるととても面白いのです。笑えて楽しめる内容になっています。ゆるさや詰めの甘さ、ゲームバランスの悪さがなんと絶妙で「ゲームセンターCX」の大事な要素となりました。

あの時泣かされたのに今は笑える…。

20年前のゲーム開発者のゲーム上の**ボケ**に対して20年後の有野課長が苦労しながら**ツッコミ**を入れていく…。

時空を超越した漫才が成立しているようです。

現在はゲーム制作費も高騰し、もはやクソゲーが生み出される環境ではないと聞きました。成熟して行く産業においては仕方のない事かも知れません。だからこそ我々が“戦後のドサクサに作られた闇市的なソフト”(こんな表現して本当にスイマセン…)を探し出してその面白さを再確認して未来へと伝えたいと考えています。

テレビとゲームの融合…そして

番組が成功する要因は3つ。「手間」「お金」「思い込み」と教わりました。これが正しいかどうかは別として当番組は「お金」がない分、「手間」と「思い込み」だけはたっぷりかけています。

よみこの有野さんという人気タレントを本気で12時間軟禁してゲームをしています。そしてその収録したテープ12時間分をADは全て見て、番組内の有野課長の発言をくまなく書き上げています。

毎回250枚以上のキャプションシートをディレクターがチェックして番組は作られていくのです。これを手間と言わずして何と云うのでしょうか？その他“ロケハン”と称したゲームの事前プレイや“宿題”という名の後始末など、あらゆる準備を怠りません。低予算は手間でカバーしているのです。

さらに「思い込み」。

「レトロゲームは楽しい！」
「厚化粧をせずシンプルに！」
「ゲームをリスペクトして行こう！」
「番組の基本形は崩さない！」
「有野課長の面白さを伝えたい！」



苦労の末エンディングを迎えた瞬間、
満面の笑みを浮かべる有野課長

あらゆる思い込みをスタッフと共に言い聞かせながら制作しています。

もしかしたら今のゴールデンタイムの番組作りとは正反対のやり方かもしれませんが、正しいと思った以上思い込むしかないので。

その昔、テレビマンにとってゲームは敵でした。視聴率全体のパイをゲームは持って行ったからです。テレビモニターは当初オンエアーだけを見る機械だったのにいつの間にかゲームをしたりビデオを見たりDVDを見始めました。そして今ではパソコンや携帯電話に「視聴時間」は奪われています。

さらに5年後、10年後どうなっているのか？現状では何も見えていません。

そんな中で偶然始まった「ゲームセンターCX」は期せずしてテレビとゲームの融合と言う形を提供しました。

対立して行くメディア同士がMIXされる事で別の化学反応を起こしたのです。テレビやゲームに限らずジャンルの壁を超えてメディアは手を結ぶ時期に来ているのかも知れません。

先述しましたように現在テレビマンの私がゲーム制作のプロデュースに携わっています。刺激的で勉強になる事ばかり…とても貴重な体験です。たくさん吸収していつかテレビにフィードバックできれば…後輩に何かを伝えられれば…と考えています。

そこで知り合ったインディーズ・ゼロの鈴木さんというクリエイターは、若いのにアグレッシブでユニークな発想の持ち主です。彼がテレビ番組を作ったら面白いんじゃないか？

また、ゲームのみならずアイドルや漫画などのカルチャーに造詣が深い有野さんが本気でゲームをプロデュースしたらどうなるんだろう？当番組の作家、酒井くんや岐部くんがオリジナルゲームを開発するのもありなんじゃないのかな…？

テレビ、ラジオ、ゲーム、映画、CM、インターネット、写真…あらゆるジャンルのクリエイターがひとつの分野にとどまる事なく飛び出して欲しい。刺激を与え刺激を受け、また出身地に戻れば良いのです。思っている以上にハイスピードで技術革新が続く中、クリエイターも自己防衛としてメディアミックスの波に乗るべきだと考えています。

「ゲームセンターCX」はマイナーチェンジを繰り返しながら骨格部分は変えることなく、レトロゲーム番組の老舗になりたいと考えています。20年後、WiiやPS3やXboxのソフトに挑戦したら…楽しいですね。

開発者の皆さん！その時はぜひ映像使用許可の程、よろしくお願いします。

菅 剛史

テレビプロデューサー、ディレクター。
(株)ビーワイルド 常務取締役。

1964年大阪生まれ。京都産業大学卒。
バラエティ番組を中心にこれまで300本以上の番組を制作。
また、映画「風花」「刑務所の中」「血と骨」などの
メイキングやプロデュースを担当、
ドラマ「踊る大捜査線 ソウルSP」の演出も手掛けた。
現在、「ゲームセンターCX」の他、「タモリ倶楽部」(ANB)や
「百識」(CX)を制作している。

『オンラインゲーム』は ルール・マナーを守って楽しく遊ぼうね!

①



昨日お兄ちゃんが買ってきた
『ドラゴン・オンライン』っていう
ゲームをやらせてもらったんだけど
すごく面白かったんだ!

『ドラゴン・オンライン』?

ネットワークにつないで遊ぶ
オンラインゲームだよ!

③



ある日――

②

いろんな人と対戦したり
協力して大きな敵を倒したりして
ものすごく面白いんだ



家庭用ゲームでも
出ているみたいだから
太郎も今度やって
みるといいよ!

へえ
なんだか面白そう
僕もやってみたい
なあ……



④

今日学校で言っていた
『ドラゴン・オンライン』は……

あった これだ!



⑤

すごく面白そう!
僕の持っているゲーム機でもできるんだ

でもインターネットに
つながないとできないのか……



⑥

ねえおかあさん!

なあに?



⑦



そうなんです！
そのゲームの
始めるところから
できそこも含めて
教えてほしいん
ですが…



『ドラゴン・オンライン』というのは
このソフトのことなんです
が実は今流行っていて
同じような質問が結構多いんです

16

『ドラゴン・オンライン』の
ようなゲームは
MMORPGという
ジャンルに
分類されるんですよ

MMORPG？



17

家庭用ゲームで
RPGというジャンルがあるのは
ご存知ですか？



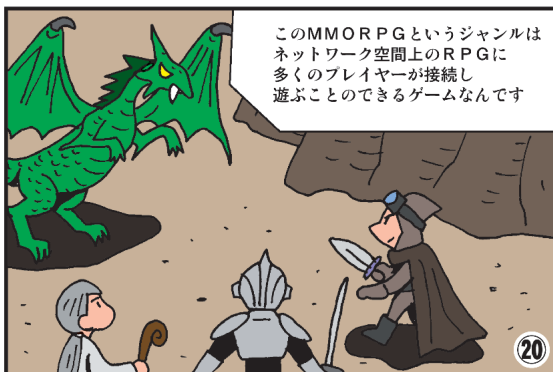
19



ええ

MMORPGとは
オンラインゲームの
ひとつのジャンルの
ことです
こちらを
ご覧ください

18



このMMORPGというジャンルは
ネットワーク空間上のRPGに
多くのプレイヤーが接続し
遊ぶことのできるゲームなんです

20

もう少し詳しく説明すると…

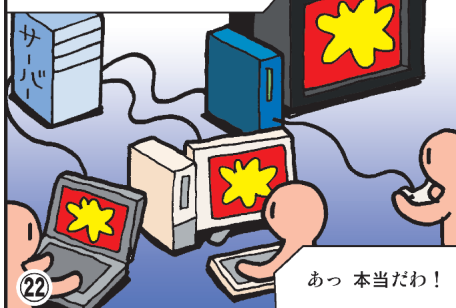


21

ゲームの中には
パーティーゲームのように
ひとつのゲーム機に
複数のコントローラを
つないで同じ画面で
遊ぶという形式のものが
ありますよね

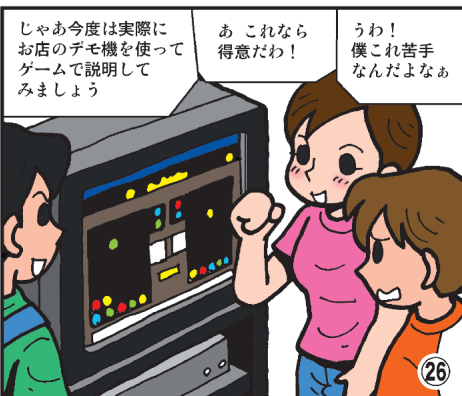
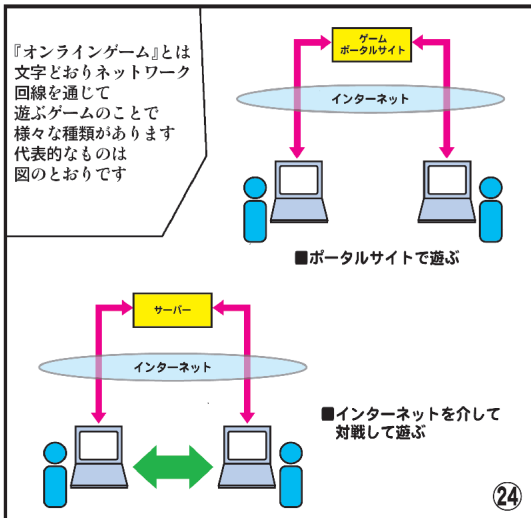
これが『オンラインゲーム』になると
メーカーが設置している「サーバー」という
機械の上でゲームを共用して
サーバーとみなさんのゲーム機を
ネットワークでつなぐという形になります

この図を見ると
家庭用ゲーム機の
複数プレイと
構造が一緒なのが
わかりませんか？



22

あっ 本当だわ！

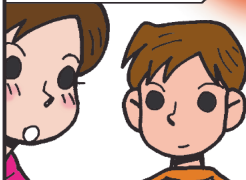




さっきのメッセージボードで
相手をバカにするようなことを書いたりしたら
不愉快な思いをされるでしょう？



そっか
ネットワークの向こうにいる
人の気持ちを考えて
プレイしたり発言しないと
まずいですよね



そうなんです

オンラインゲームの
面白さの本質は
『コミュニケーションを
楽しむこと』ですからね
マナーやルールを
守ることが大事なんです



数日後

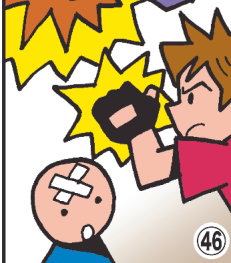
あーダメだ！
やられる！



ん？



やった！
助かった！



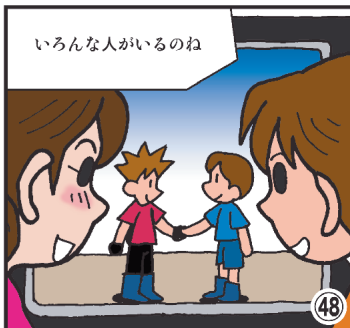
大丈夫？ 初心者さんなら
一緒に冒険しませんか？

メッセージが
出ているわ
お礼を言わなきゃ

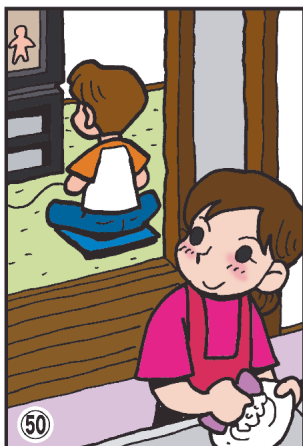


えっと…
『助けてくれて
ありがとうございました』
っと…

僕も初心者の頃に助けてもらった
ことがあるから気にしないで！
はじめの頃は難しいと思うけれど
だんだん慣れてくると面白くなるよ



仲良くプレイするのよ



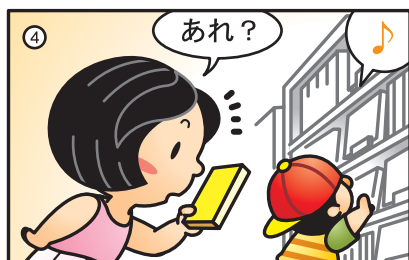
オンラインゲームメーカーがオンラインゲームを運営する上で守るべきルールをまとめた
『オンラインゲーム運営ガイドライン』やオンラインゲーム上で発生する不正の代表例を
まとめた『オンラインゲーム不正事例報告書』が、CESAのホームページで
紹介されております。こちらもご参考ください。

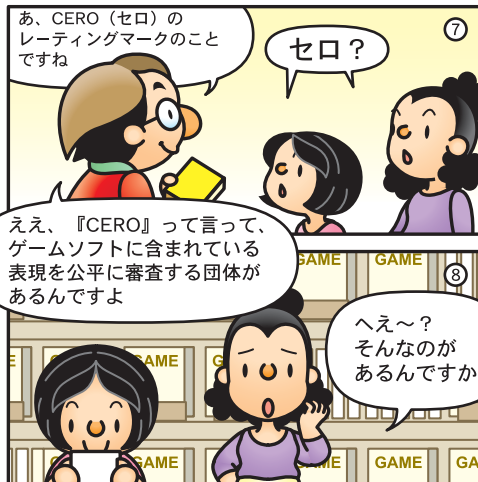
<http://onlinegame.cesa.or.jp/>



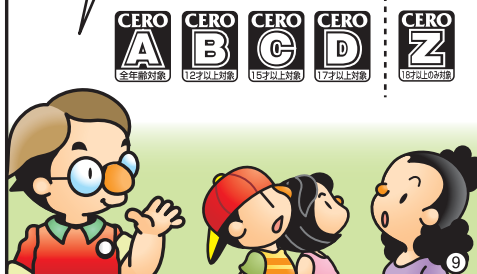
社団法人コンピュータエンターテインメント協会 (CESA)

家庭用ゲームの『年齢別レーティング』ってなあに？





正式名称は「特定非営利活動法人コンピュータエンターテインメントレーティング機構」といいます。ここでは家庭用ゲームソフトの映像をチェックし、ゲームソフトに含まれる表現の度合によって『A』『B』『C』『D』『Z』の5段階に分ける等の審査をしています

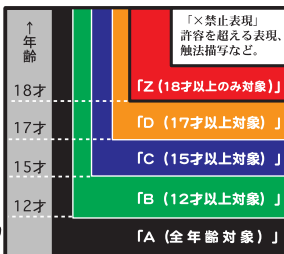


※ 正式名称は「映倫管理委員会」



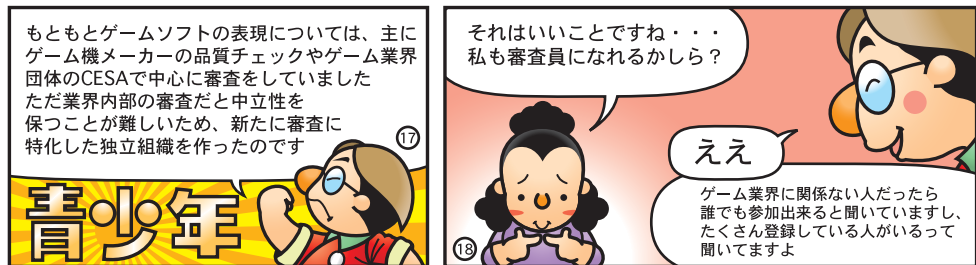
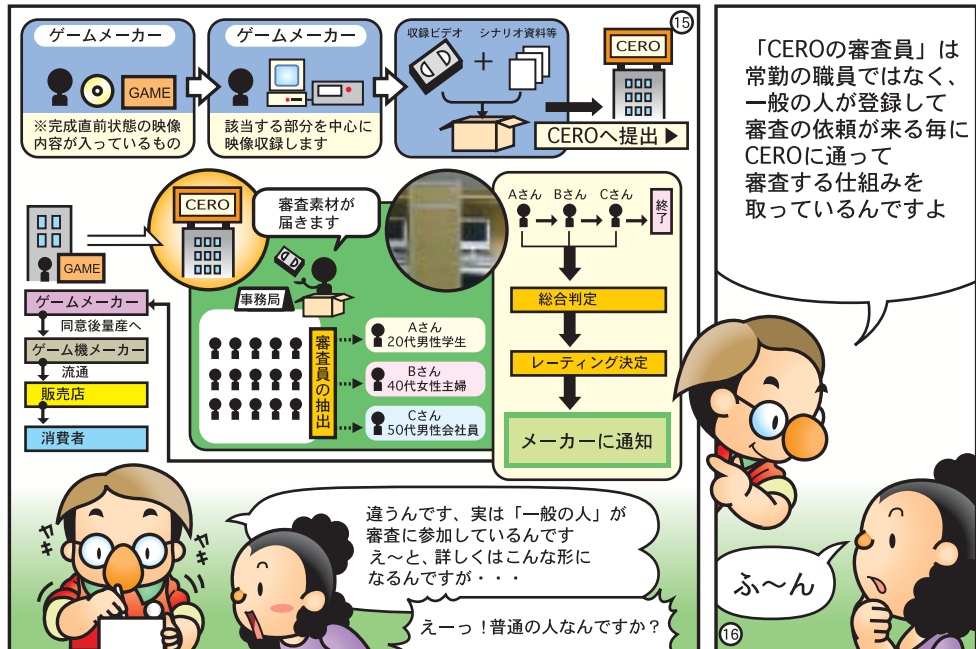
もちろんすべての家庭用ゲームソフトとしては、家庭で遊ぶのにふさわしい内容のゲームだけが販売されています

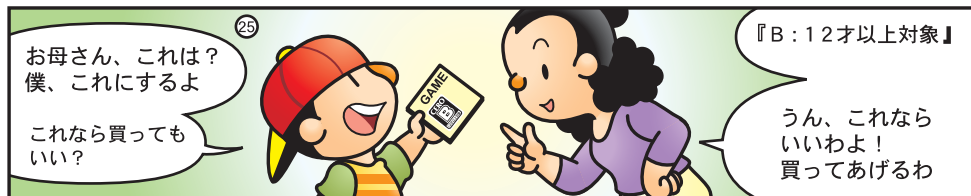
ただやっぱり高い年齢層向けのソフトっていうのは、その年齢にふさわしい表現が入ってますので、一番良いのは『年齢にあったゲームソフトを買うこと』だと思いますね

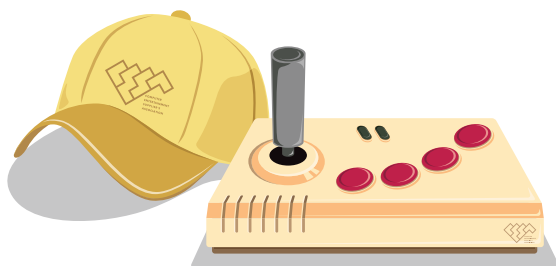


へえ～、
そうなんですか









<http://www.cesa.or.jp/>

このハンドブックを読んでのご意見・ご感想をお寄せください。

● **郵送でお寄せいただく場合**

以下の宛先までお送りください。

〒105-0003 東京都港区西新橋1-22-10 西新橋アネックス3F
社団法人コンピュータエンターテインメント協会 (CESA)
「テレビゲームのちょっといいおはなし・4」感想係

● **ホームページからお寄せいただく場合**

「ゲーム研究データインデックス」
<http://research.cesa.or.jp/>

上記ホームページに感想文入力用のページがございますので、こちらから必要事項をご入力の上送信してください。

テレビゲームのちょっといいおはなし・4

発行 / 平成19年 9月

発行者 / 社団法人コンピュータエンターテインメント協会 (CESA)

発行責任者 / 和田 洋一

編集責任者 / 安田 善巳