

# テレビゲームの ちょっとといい おはなし

7



ご自由に  
お持ちください

## 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7号目を迎えます。2004年の創刊以来、「東京ゲームショウ」会場やゲームショップ店頭でお手にとっていただくことが多いと思われます。このように発刊を積み重ねてきた本書ですが、ゲームユーザーの方はもとより、ふだんゲームをプレイされない方からも高い評価をいただき、毎回楽しみにしているとの声も頂戴しております。当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感謝いたします。

現在では家庭用ゲームの普及が進み、据え置き型ゲーム機は「一家に一台」、携帯型ゲーム機は「一人に一台」所有する社会になったと言われています。利用目的が娯楽のみにとどまらず、他方面へも広く展開されるようになったことが大きな要因であると考えられます。また本書でもご紹介しておりますが、「他産業とのコラボレーション」や「産学官連携」の動きなども活発化しております。ゲーム産業を軸とした、これまでの枠を越える動きに今後ますます期待したいと考えております。

今回の「テレビゲームのちょっといいおはなし・7」では、先の話題も含めたトピックス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、以前にも増してゲーム産業に対する関心が高まるることを期待する次第です。

また、昨今では「ゲームソフトの違法コピー流通」が社会問題化しており、産業としても非常に大きなダメージを受けております。違法コピーについてはご承知の通り著作権法等の法律違反ですが、簡便なプロテクト解除装置やインターネットの普及などに伴い、違法行為と知りつつ安易に手を染めてしまうといった事例が多く報告され、産業としても大変困惑しております。こうした状況をご理解いただく目的から、「ゲーム会社の許諾のない不正な装置は絶対に使わないで！」という漫画を作成し、本書の後半に収録しました。漫画をご覧いただくことで、本問題につき改めてご参考いただけると幸いです。

平成22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 鵜之澤 伸

# テレビゲームの ちょっといいおはなし・7

「JAPAN国際コンテンツフェスティバル(コ・フェスタ)2009」 ..... 1

関連事業／「東京ゲームショウ2009」親子ゲーム制作体験

～我が国のゲーム産業を正しくご理解いただくために～

経済産業省 商務情報政策局 文化情報関連産業課 課長補佐 高柳 大輔

日本賞2009に見る「デジタル時代の良質なコンテンツ」とは? ..... 12

「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール 事務局長 坂上 浩子

福岡をゲームのハリウッドに ..... 16

～GFFと産学官連携プロジェクトの効果～

福岡ゲーム産業振興機構 委員長／GFF 会長／

株式会社レベルファイブ 代表取締役社長／CEO 日野 晃博

福岡ゲーム産業振興機構事務局（福岡市経済振興局新産業学術振興課）

九州大学 知的財産本部 国際産学官連携センター コーディネーター／芸術工学博士 末次宏成

リアル×バーチャルの融合 ..... 31

～「カラオケ パセラ」のサブカルチャーコンテンツタイアップ戦略～

株式会社ニュートン マーケティング室 室長 兼元 知大

「パックマン」生誕30周年を迎えて ..... 39

株式会社バンダイナムコゲームス フェロー／

東京工芸大学 芸術学部 ゲーム学科 教授 岩谷 徹

ゲーム会社の許諾のない不正な装置は絶対に使わないで! ..... 45

家庭用ゲームの『年齢別レーティング』ってなぁに? ..... 49



本書は「2010CESAゲーム白書(2010CESA Games White Paper)」に掲載された内容を再編集・再構成したものです。

**2010CESAゲーム白書**  
(2010CESA Games White Paper)

定価 7,350 円（税込）

ISBN978-4-902346-21-3

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

# 「JAPAN国際コンテンツフェスティバル (コ・フェスタ)2009」関連事業／ 「東京ゲームショウ2009」親子ゲーム制作体験 ～我が国のゲーム産業を正しくご理解いただくために～

経済産業省 商務情報政策局 文化情報関連産業課 課長補佐 高柳 大輔

## はじめに

私ども経済産業省文化情報関連産業課はゲームをはじめ、音楽・アニメ・映画といった我が国コンテンツ産業の振興にあたっての各種政策に取り組んでおります。

その中でも2007年から始まった「JAPAN国際コンテンツフェスティバル(愛称：コ・フェスタ)」はコンテンツ各分野が相互に連携して日本のコンテンツ力を世界発信するために、世界中のコンテンツ関係者が一度に日本の数多くのコンテンツに触れる機会を提供することを目的として開催しており、官民合同で開催されている世界最大規模のコンテンツフェスティバルです。



ゲーム産業につきましても、「東京ゲームショウ」と「日本ゲーム大賞」が、公式イベントとして、コ・フェスタの盛り上げに大変なご協力をいただきました。

「東京ゲームショウ2009」の中ではコ・フェスタ関連の事業として

1. クリエイターズトークショーの開催
2. コ・フェスタメインブースの出展
3. コ・フェスタ親子ブースの出展

を実施しました。

中でも今回紹介する「親子ゲーム制作体験コーナー」は「なつかし＆最新ゲーム体験コーナー」「アンケートコーナー」と並んで「コ・フェスタ親子ブース」で開催しました。

本ブースは小学生とその保護者を対象に、ゲームのエンターテインメントとしての魅力の訴求、ゲームを創造するクリエイターへの共感、さらにはゲーム産業への正しい理解を促進することを目的としました。

特に「親子ゲーム制作体験コーナー」は「コ・フェスタ親子ブース」の目玉企画として、高い注目を集め、成功裏に終わりました。

改めまして、企画・運営にあたって大変なご尽力をいただきました、社団法人コンピュータエンターテインメント協会様をはじめスタジオフェイク様、各関係方のご協力に感謝申し上げます。



開場前から「東京ゲームショウ2009」の「キッズコーナー」入場口に並ぶ親子連れの来場客

## 委託趣旨

もう少し詳しく「親子ゲーム制作体験コーナー」を国の委託事業として実施した趣旨をご説明します。

ゲームだけではなく、アニメやマンガといったコンテンツは、「親が子供には見せたくない・やらせたくない」代表格として取り上げられることも多いのですが、日本のコンテンツは世界中で人気を博しているように、その作品世界のオリジナリティは高く、良質な作品がたくさんあることも事実です。

特にゲームは欧米を中心に海外市場が伸長しており、ソフトパワーを特に強く発揮している産業のひとつであり、近年ではエンターテインメント目的に止まらず、教育や健康など様々なジャンルと積極的に融合し、そのビジネス領域を拡大させています。

また青少年に向けた取り組みとしてコンピュータエンターテインメントトレーニング機構を中心に、安心してゲームソフトを購入できるための年齢別レーティング制度が設けられています。

少子化による需要減予測などゲーム産業全体への影響が予想される今、改めて子供とゲームとの関わりをクローズアップし、ゲームを楽しむ皆様に、ゲームの実態を正しくご理解いただくことが重要と考え、今回の事業をお願いいたしました。

## 親子ゲーム制作体験コーナーの成果

ゲーム制作工程の一部を実際に体験していただくことで、ゲームで遊ぶだけではなく、「創作する」という今までと違う魅力を感じていただき、コンテンツの健全性やクリエイティビティをご理解いただけたのではないかと思います。実際に体験していただいた方々のアンケートを拝見してみても、

「ひとつのゲームを作るのに沢山の人が携わり、長い時間をかけて作られている」ということが分かって良かった」

「ゲームそのものが悪いわけではなく、『時間を取られる事』がよくないことが分かった」

といったご意見をいただきました。

このブースがきっかけとなって、親子でゲームに対する遊び方のルールを話し合っていただく契機となり、また事業者の皆様にも青少年の健全な育成に寄与するソフト開発をお願いできればと思います。



ゲーム制作体験を楽しむ親子連れ

# 「親子ゲーム制作体験」の舞台裏 実施から見えた「ゲームによるメディアリテラシー教育の可能性」

株式会社スタジオフェイク 代表取締役社長 石本 則子

## はじめに

私どもスタジオフェイクは、今回「親子ゲーム制作体験」のゲーム本編の制作、及び運営の総合監修を担当いたしました。2日間161組もの親子が力を合せて1つのゲームを作り上げる工程の中には、たくさんの真剣な顔、はたまたこぼれるような笑顔、そして楽しい会話が溢れており、スタッフサイドも大変幸せな気持ちをたくさんいただけた印象に残るイベントでございました。

このような意義ある素晴らしい取り組みに参加させていただけたことを光栄に思います。まずは経済産業省文化情報関連産業課様、CESA様、株式会社アサツー・ディ・ケイ様、株式会社フロントエンド様をはじめとする全ての関係者の皆様に深く御礼申し上げます。

ここでは私より、運営側から見た「親子ゲーム制作体験」をお伝えさせていただきます。

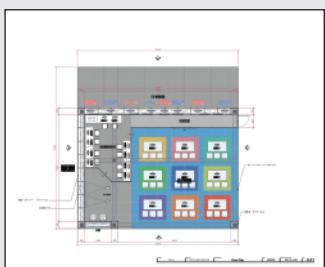
## 体験概要と全体の流れ

このたびの制作体験を簡単にまとめますと、開催は2009年9月24日、25日の2日間、東京ゲームショウ2009のキッズブースに設けた特設会場で行いました。

会場内に9つのデスクとパソコンをスクール形式で設置、1つのデスクには小学生の子どもとその親1組と先生役のTA(Teaching Assistant)が着席します。

親子はTA指導のもと、PCベースの簡単なアクションゲームの制作に力をあわせながら取り組みます。

制作体験の所要時間は30分程度です。



「親子ゲーム制作体験コーナー」図面



「親子ゲーム制作体験コーナー」全景

終了後は開発員がデータ整理と編集を行い、体験終了1時間後には自宅でプレイできるよう、CD-ROMに焼いたゲームをおみやげとしてプレゼントいたしました。

制作したゲーム内容は、勇者がお姫様を助けようとする横スクロールアクションゲームで、1プレイ1分30秒程度の内容です。主人公の勇者キャラクターの顔にはお子さんの顔写真、助け出すお姫様の顔に親御さんの顔写真をはめ込み、ヘルプキャラとして東京ゲームショウのマスコットキャラクターであるフェレッタ君の画像を使用させていただきました。

マップには東京駅から幕張メッセまでのランドマークをちりばめ、時間経過に伴う背景(昼→夕→夜)の変化を入れております。



オープニング



お姫様は親御さん



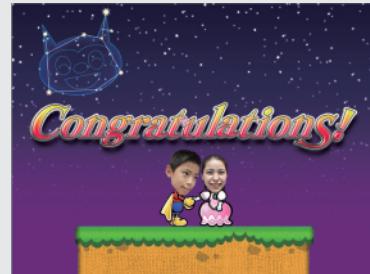
主人公の勇者キャラクターがお子さん



ヘルプキャラは東京ゲームショウの  
マスコットキャラクター「フェレッタ君」



ラスボスとの対決



エンディング

(c)StudioFAKE (c)KOGANE MUSHI STUDIO

実施当日の流れは以下の通りです。

(★は制作側のみの作業です)

## 体験の流れ

## 1. 受け入れ準備

- ①受付で受付票記入、体験時間の予約
  - ②撮影スペースで顔写真の撮影
  - ③★バックヤードで顔写真の切抜き加工を行う。



「親子ゲーム制作体験コーナー」受付

## 2. 制作体験

※親子1組にTA1名が付く

※各工程は子どものワークシートに記入しながら行う

- ④制作するアクションゲームを説明、確認
  - ⑤主人公とお姫様の名前の登録
  - ⑥顔写真(子は主人公・親は姫)の登録
  - ⑦サウンドを4種の中から選び登録
  - ⑧コンパイルし、データをチェック
  - ⑨デバッグ(不具合チェック)をする  
※顔が大きく表示されるバグ(不具合)が予め仕組まれている
  - ⑩バグを修正、顔の大きさの数値を8から1に変更
  - ⑪コンパイルし、データをチェック
  - ⑫レーベル面のイラストを選択して終了。ワークシートは一時回収



親子 1 組に TA 1 名が付く

制作体験ワークシート

### 3. データチェック、CD化、お渡し

⑬★ワークシートと作成データをチェック、確認

親子の本名をスタッフロールへ登録

(※自宅プレイ後に解るサプライズ)

⑭★CD制作、デバッグ、ワークシート最終確認

⑮ワークシートに関係スタッフ全員のサインとお子さんへの一言メッセージを記入

⑯受付でCDとワークシートを親子へお渡し



完成ディスクのレーベルサンプル

### ■半年にわたる準備

実施は2日間でしたが、本取り組みの最初のお打ち合わせが2009年の3月でしたから、準備には半年以上を費やしたことになります。

当初からCESA様よりプロジェクトの方向性をご明示いただきおり非常に助かりました。具体的には「①プログラム・デザイン・サウンドの3要素を組み込むこと、②なるべくプロ仕様をそのまま体験させること、③教育・啓蒙の質を重視すること、④作ったゲームはお持ち帰りいただき自宅でプレイできること」などのご指示がございました。加えて私どもからは「ゲーム制作に興味を持って下さっているお子さんに、ゲームにはいかに様々な知識がつめこまれているかを伝え、プロとしてゲームを作るためには(学校などの) 真面目な勉強が大切であることを伝えたい」と申し上げ、最初のお打ち合わせでゴールが固まりました。

以降はこれらの柱をもとに、関係者でコンセンサスを取りながら進めて参りました。本施策の成功要因は、初期の目的が明快であったこと、また問題発生時は必ず初期の目的に立ち戻ったことがあると言えます。

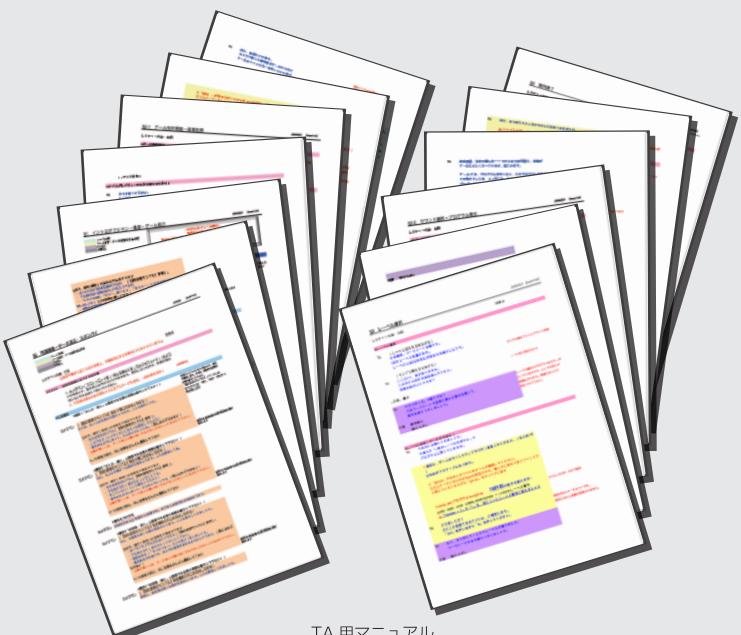
開発ゲームに関しては、実は初期段階に「某有名パズルゲーム」を元にしたリメイク案が検討されていました。しかし残念ながらプログラム流出の問題等で実現せず、結果オリジナルゲームを一から制作するに至り、前述のゲーム内容に落ち着きました。

現地の設営と人員の調達はアサツー ディ・ケイさんとフロントエンドさんにお任せして、私どもはゲームの制作と当日のオペレーションマニュアル、TAのインストラクションマニュアルの整備に集中させていただきました。

ゲームの内容は社内である程度想定が出来ておりましたので、施策中で最も肝要なのはお客様である親子連れと直接触れ合う、総勢14名のTA(先生役)であると考えてきました。TAの必要スキルには、ゲームの制作に必要なOAスキルの他、親御さんを相手にするための人柄の良さも求められます。また制作体験コーナーがキッズステージの向かいに位置しており後ろから大きい音が流れてくる関係上、子どもを体験に集中させる声量・話術も必要です。

しかしTAのスキルは前日になってみないと解らず、その上TAのトレーニングに充てられる時間は実施前日の1日のみ。日ごと不安が募ります。

誰が来ても、何が起きてても良いようにマニュアルの整備は念入りに行った結果、主要インストラクションだけでもA3で20枚以上になりました。想定外のリスクに対しては当日バックヤードでTAを手助けする弊社の開発員を多めに待機させるよう手配致しました。



## ■実施前日から当日

実施前日は大変慌ただしく過ぎました。まずは全TAのスキルチェック。その後3チームに分けて一分一秒を惜しんでのインストラクション指導に入りました。OA知識、会話術、発声、滑舌、積極傾聴、語先後礼のお辞儀、報連相の徹底などをトレーニングいたしました。

前日練習が終り、不安で一杯な顔をするTA達を前に最後「親子の前でマニュアルを見てもいいから確実に。コ・フェスタのスタッフとして、経済産業省の方の代わりとして恥ずかしくない態度を見せよう、精一杯がんばろう！」と叱咤激励をして、翌日の本番を迎えたのです。

いよいよ初日。朝から多くのお客様が詰めかけてくださいました。想定外のパニックが多発し、バックヤードは大混乱、初回はTAの接客のミスも多々出ました。しかしながら2回、3回と実施を重ねるうちにTAの皆さんのが互いに協力し、また提案なども積極的に行ってくださるようになり、スムーズに進行するようになりました。お客様である親子の好反応が自信につながったようでした。

翌2日目になると、殆どのTAが親子の前で冗談も交えながら節度を守って快活に振る舞えるようになっていました。2日前が嘘のような立派な様子に感心しました。

体験中の親子のみなさんの反応にも大変興味深いものがありました。事前は子ども達の中には飽きる子もいるのではと想定しておりましたが、ほとんどの子が真剣そのもので制作最後までしっかり取り組んでいました。



また、終了後に親子で穏やかに会話されていたご家族が多く、キッザニアとも授業参観とも違う雰囲気だったのが印象的でした。

また、2日目が終了するまで、文字通り絶え間なくバックヤードで活躍した弊社の開発員にとっても、今回の制作体験は稀有な経験となりました。エンドユーザーが近いようで遠い開発員にとって、若いお子さんと直接触れ合える機会は貴重でしたし、自身が当たり前に理解していることをTAや子どもに解りやすく伝える努力を通じ、意思伝達能力が向上したように感じております。

体験を支えた開発員のみなさん

## ■総括

実施の数日後、弊社宛に体験者の方や親御さんから「最高に楽しい」「嬉しかった」などのご感想をいくつか戴きました。中には未体験のご家族の方からのお言葉もあり、家庭での話題づくりにも貢献できたようです。

さて、このたびの「親子ゲーム制作体験」では、ゲームという身近な玩具を、商品の前段階である制作物に戻し、学習的側面で再構築した教材として扱いました。

限られた人数とはいえ、親子共に高く満足いただけた事実は、ゲーム(ゲーミング)の技術がメディアリテラシーを学べる素晴らしい教材そのものである証拠です。さらに子どもの教育や家庭教育のツールとしての底知れぬ潜在能力を秘めている示唆でもあるようにも感じます。この試みを1回で終了させず継続することで、本分野が学術的にもさらなる発展を遂げますことを期待しております。

さらに企業の皆様にも、未来の人材育成の一環として、ぜひ小学生や中学生の職場体験や制作体験の機会を、より積極的にお与え下さいますようにと願っております。

セキュリティをはじめ諸処問題もございましょうが、子どもが子どものうちに本物のゲームプログラムに触れることは何にも代え難い経験です。また就業する開発員の意欲向上が見込まれる、人材教育機会にもなります。

今後、職場体験や制作体験を実施いただける会社が1社でも増えることを切に願っております。もし私たちの拙い経験がお役に立てるようでしたら喜んでご協力させていただきますので、お申し付け下さい。

最後に、この執筆にあたりましてはCESA様でTGSキッズブースの指揮をお執りくださいました五十嵐様、業界啓蒙に取り組まれている町谷様の御二方に陰日向なくお助けいただきました。心より感謝申し上げます。



大盛況に終わった東京ゲームショウ2009の「親子ゲーム制作体験」

## 《学識経験者からのコメント》

東京大学大学院情報学環教授／日本デジタルゲーム学会会長 馬場 章

近年、欧米ではゲームリテラシーという言葉がさかんに使われるようになりました。この言葉は、2007年に東京でデジタルゲームの国際学術会議を開催したときに私たちが提唱した概念です。

ゲームリテラシーというのは、子どもたちがゲームの本質を理解し、技術の中身を知り、それを使いこなすスキルのことです。それは、ゲームを先端ITと捉え、メディアと捉える考え方方に基づいています。

ゲームリテラシー教育の有効な方法は、実際にゲームを制作してみることです。ゲーム制作を通じて、多数のクリエイターの創意工夫の結晶であるゲームの本質を理解し、戦略的思考、合理的解釈、協調精神、集中力や忍耐力、そしてコミュニケーション能力を身に付けることが出来ます。

今回の「親子ゲーム制作体験」は、親子でゲーム制作の楽しさが実感できる優れたワークショップであり、ゲームリテラシー教育がさらなる創造に結びつく可能性も示しています。

今後、家庭や学校、社会において、ゲーム制作を教育や学習に取り込む試みが広く実践され、ゲームに対する理解が深まっていくことを期待します。

高柳 大輔

Daisuke Takayanagi

東京工業大学工学部卒（都市工学）。ロンドン・スクール・オブ・エコノミクス（LSE）修士課程修了。  
政策研究大学院大学博士課程在学。

平成7年通商産業省入省。通商政策局、工業技術院、経済産業研究所等を経て、平成13年資源エネルギー庁総合政策課課長補佐。平成16年貿易経済協力局安全保障貿易審査課課長補佐。平成17年経済産業省製造産業局織維課課長補佐、ファッショングループ政策室長補佐併任。平成19年文化庁国際課国際著作権専門官。平成21年経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課課長補佐。

# 日本賞2009に見る 「デジタル時代の良質なコンテンツ」とは？

「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール 事務局長 坂上 浩子

## はじめに

「日本賞」は、1965(昭和40)年に、教育番組国際コンクールとしてNHKが創設しました。以来、「世界の教育番組の向上と国際的な理解・協力の増進」という目的を掲げ、教育番組の発展に寄与してきました。

その創設の目的を継承しつつ、2008年に「日本賞」は大きく変わりました。デジタルメディアの進展により、世界の教育現場も大きく変化しています。これに対応して、審査対象をリニアコンテンツ(テレビ、ビデオ、映画など)、ウェブサイト、ゲーム、その他双方向コンテンツへと大きく広げました。また、並行して催す「日本賞」クロスマディア・フォーラムは、世界でも類を見ない、メディアの枠を超えた制作者の集う場となっています。



「日本賞」賞牌



昨年のクロスマディア・フォーラム  
「ミート・ジ・エキスパート～教育現場でGAMEがもたらす力～」  
左から中谷日出(NHK 解説主幹)、佐藤隆善(アート・ディレクター)、  
水口哲也(プロデューサー)

## 日本賞から見えてくる世界のメディア状況

毎年、秋の恒例の国際イベントとなった日本賞。2009年度は10月22日～28日に催され、28日の授賞式では、皇太子殿下御臨席の下、グランプリを発表しました。参加作品数としては、史上最高の324本のエントリーをいただき、初参加の機関を含め、世界中からノンリニアコンテンツの意欲的な作品が数多く応募されたのが特徴でした。



「日本賞」授賞式でお言葉を述べられる  
皇太子殿下



「日本賞」授賞式 受賞者一同

内容的にも、クロスメディアを生かした優れた作品が話題となりました。例えば、放送番組の財産といえるアーカイブとウェブを融合して新たなプラットホームで楽しませるものや、双方向ならではの手法で「学び」のトライ＆エラーを楽しませるものなど。また、伝統的な子ども番組「ミスター・ロジャース」(米)などは、新たなウェブサイトとなって応募されました。

多くの才能ある作り手たちが今情熱を傾けて作り始めているのは、新しい技術とプラットホームを生かしたメディアなのです。



「ミスター・ロジャーズ・ネイバーフッド」ウェブサイト



「日本賞」審査風景

さらに特筆すべきは、送り手と受け手の関係も変革の時代だということです。例えば2009年度のグランプリ「日本賞」受賞作品、イギリス・TT アニメーション制作の「きみのニュースはなーに？」。子どもたちからホームページ上に寄せられるニュースをCGキャラクターがキャスター やレポーターとして紹介、現実の子どもたちと闊達にやり取りします。「うちに飼ったばっかりのメンドリがいなくなっちゃった！」、「すごくかっこいい長靴を買ってもらったんだ」……まさに、ターゲットの子どもたち、視聴者（ユーザー）のアイディアや投稿映像をアクティブに取り込んだ作品であり、子ども達の能動的な態度を育てる優秀な教育コンテンツであると評価されました。これは、メディア・コンテンツの制作がプロだけに閉じられず、双方向の知恵の融合となる、そんな現代的状況を映し出していると思います。



審査委員長（左）よりグランプリ賞牌を受け取る  
イギリス・TT アニメーションのクリス・ディッカー氏



グランプリ受賞作品イギリス・TT アニメーション制作  
「きみのニュースはなーに？」

## 日本賞史上初めてゲーム作品が受賞

もうひとつ、日本賞2009で注目を浴びたのは生涯教育カテゴリーの最優秀賞、オランダ・ランジ シリアス ゲームズ制作のオンラインゲーム「シャークワールド」です。大規模なサメの水族館を上海に建設するというシミュレーション・ゲームで、プレイヤーは外国企業のプロジェクトマネージャーという設定です。プランニングやマーケティング分析、交渉能力、予算管理などの手腕を試されるわけで、実際の事業さながらにリスクに直面しつつ、登場人物を成長させていく醍醐味があります。

審査委員は「この作品の魅力は、一度ゲームを始めるとこれが教材であるということを忘れてしまうところにある」と、ドラマティックなストーリー展開や解決すべき問題のリアルさ、映像の使い方などに魅了されたと言います。学習コンテンツとして適切なだけでなく、魅力的なゲーム内容がきっちりと評価された点で、日本賞教育コンテンツ国際コンクールの歴史の新たな一頁を開く受賞となりました。また同時に、ゲームの教育分野での活用の可能性を挙げたと言えると思います。

そして最後に、制作者ハンバーレン氏の受賞の言葉は私たち事務局にも嬉しいメッセージとなりました。

「今後、より多くのシリアスゲームがエントリーされると期待してください！」

この言葉通りになることを心から願いつつ、皆様のご参加をお待ちしております。



ランジ シリアス ゲームズ制作「シャークワールド」

★今年度は会期を一日延長し、2010年10月20日(水)～27日(水)に開催の予定です。

授賞式典は10月27日、東京・渋谷のNHK放送センターで行われます。

- ・コンクールエントリー期間：4月1日～7月31日
- ・応募情報：<http://www.nhk.or.jp/jp-prize/>

注)本稿は2010年3月に執筆いたしました。

## 制作者コメント

ランジ シリアス ゲームズ ゲームディレクター ハフ・ハンバーレン

私たちのシリアスゲームが予備審査を通過しただけでも大変光栄なことなのだと考えていましたので、ゲームとしてこのカテゴリーの賞を初めて受賞したと聞いた時、本当に驚きました。

この賞を受賞したことは、私たちの仕事を世間に知らせるだけではありません。シリアスゲームの発展を目指す、国際的なコミュニティがあることを知らせるものとなりました。シリアスゲームは、そのメディアの特性から教育での活用の可能性を秘めています。今後、より多くのシリアスゲームがエントリーされると期待してください！

坂上 浩子 Hiroko Sakae

NHK「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール事務局長

NHK 教育イベント総合事務局長

(NHK 編成局ソフト開発センター エグゼクティブ・プロデューサー)

1958年生まれ。80年NHK入局。学校放送番組、NHK 大阪局、教育番組センター、NHK エデュケーションナルを経て現在に至る。担当した番組は「いちにのさんすう」「いってみようやってみよう」NHK 特集「舞台～宇野重吉・旅公演2万キロ～」「まだ・みちお～すばる劇場へご招待～」等のほか、1999 年より「ピタゴラスイッチ」「いいないないばあっ!」「にほんごであそば」などの幼児番組プロデューサー。2009年より現職。

# 福岡をゲームのハリウッドに ～GFFと産学官連携プロジェクトの効果～

福岡ゲーム産業振興機構 委員長／GFF 会長／  
株式会社レベルファイブ 代表取締役社長／CEO 日野 晃博

福岡ゲーム産業振興機構事務局(福岡市経済振興局新産業学術振興課)

九州大学 知的財産本部 国際産学官連携センター コーディネーター／芸術工学博士 末次 宏成

## GFF誕生のきっかけ

現在では福岡のゲーム制作会社も認知されるようになりましたが、少し前までは福岡でのクリエイター不足が悩みの種で、人材確保が大変な時期がありました。福岡にはゲームやCG、映像制作会社が比較的多いのですが、そのことがあまり知られていなかったんです。結果、優秀な学生やクリエイターは中心都市に流出してしまっていました。

そこで、2003年、福岡で、株式会社サイバーコネクトツー、株式会社ガンバリオン、当社の3社で「GAME FACTORY FUKUOKA 2003」というイベントを開催しました。当時、デベロッパー主催のイベントは少なく、更に3社合同で実施したことによって、業界全体の話題となり認知を高めることに成功しました。

このイベントをきっかけとして、2004年、九州・福岡のゲーム制作関連会社がパートナーシップを結び、「GFF(GAME FACTORY'S FRIENDSHIP／GATE FOR FUTURE)」を設立。現在では13社が加盟する団体となりました。加盟会社間で開発技術についての交流会を実施したり、経営の悩みなどお互いに相談し合うことで、それぞれの弱点を効率よく補い合うことができています。ライバル会社同士ながらも一緒に切磋琢磨することで、福岡全体のレベルアップに繋げたいと考えています。



GFF ウェブサイト  
<http://www.gff.jp/>

## 日本ゲーム業界初の「産・学・官」連携プロジェクト

GFF発足から2年後、福岡市・九州大学と共に「福岡ゲーム産業振興機構」を設立しました。現在は福岡市だけでなく、九州経済産業局や、福岡県が産学官に呼びかけて設立した「福岡コンテンツ産業振興会議」とも協力し、コンテンツ関連企業との交流会や人材育成事業などを行っています。

このように、行政がゲームというコンテンツに非常に協力的になっていることを感じますし、ゲーム業界に良い印象を持っていなかった方々からの安心感も得られるようになってきて、業界自体のイメージアップにも繋がっています。

このまましっかりと活動を続けていけば、最終的に大きな成果を得られるのではないかという予感もありますが、本当に支援が必要なところはどこか、落ち着いて考えなければなりません。工夫の足りないところに力を入れても効果は得にくいでしすし、支援を得るということはそれに対する責任を伴うということですから、まず業界や個々の自立的な経営が基本で、それがあって初めて効果的な連携が実現すると考えています。

大学とは、人材面での期待はもちろん、知識の偏りのあるゲーム会社に新しい分野を専門的に教えてくれる「百科事典」のような存在としても期待しています。私たち制作会社はその知識を生かしながら、作品の幅を広げ良い連鎖を生みたいと考えています。しかしながら商品に対するコスト意識においては、大学と企業との間にハードルが感じられ、これをどう調整していくかが今後の課題となっています。

## 「福岡」であるメリット・デメリット

「福岡に拠点を置く際のデメリットは何ですか」とよく聞かれますが、ゲームをつくったりエンターテインメントビジネスをやる上では、むしろ都会よりも適している環境ではないでしょうか。現在はインターネットの普及で情報に不便することはありませんし、満員電車にも巻き込まれず、食事もおいしいし、家賃も安い。適度に都会で適度に田舎という、ストレスの少ない街なんです。環境から受けるストレスが少ないと、ゲーム作りに良い影響を与えていたと思います。

実際、福岡で作られた作品(※)が「売れる人気ソフト」としてしっかりと成果を出しています。最近の採用状況でも、関東・関西という首都圏の優秀なクリエイターが中心に応募してくることから、福岡のゲーム制作会社の認知度が上がり、さらにクリエイティブ面でも評価され始めたのではないかと思います。

※福岡では「NARUTO—ナルト—ナルティメット」シリーズ(全世界累計出荷660万本)、「.hack」シリーズ(全世界累計出荷280万本)、「ONE PIECE グラバト、アンリミテッド」シリーズ(国内出荷200万本)、「ドラゴンクエストVIII」(全世界累計出荷490万本)・「IX」(国内累計出荷420万本)、「レイトン教授」シリーズ(国内外累計出荷約950万本)、「イナズマイレブン」シリーズ(国内累計出荷約270万本)等、世界を舞台に大ヒットを記録している作品が多数開発されています。



「NARUTO -ナルト- 疾風伝 ナルティメットストーム 2」  
(C) 岸本齊史 スコット／集英社・テレビ東京・ぴえろ  
(C) 2010 NBGI  
(発売元：株式会社バンダイナムコゲームス)  
(開発：株式会社サイバーコネクトツー)

「.hack//Link」  
(C) Project .hack  
(C) .hack Conglomerate  
(C) 2002-2003 BANDAI/NBGI  
(C) 2006-2007 NBGI  
(C) 2010 NBGI  
(発売元：株式会社バンダイナムコゲームス)  
(開発：株式会社サイバーコネクトツー)



「ONE PIECE グラバト！」シリーズ  
(C) 尾田栄一郎／集英社・フジテレビ・東映アニメーション  
(C) 2001,2002,2003,2005 NBGI  
(発売元：株式会社バンダイナムコゲームス)  
(開発：株式会社ガンバリオン)

「ワンピース アンリミテッド」シリーズ  
(C) 尾田栄一郎／集英社・フジテレビ・東映アニメーション  
(C) 2007-2009 NBGI  
(発売元：株式会社バンダイナムコゲームス)  
(開発：株式会社ガンバリオン)



ドラゴンクエストIX 星空の守り人  
(C) 2009 ARMOR PROJECT/BIRD STUDIO/  
LEVEL-5/SQUARE ENIX All Rights Reserved.  
(発売元：株式会社スクウェア・エニックス)  
(開発：株式会社レベルファイブ)



レイトント教授と魔神の笛  
(C) 2009 LEVEL-5 Inc.



イナズマイレブン3 世界への挑戦！！スパーク／ボンバー  
(C) 2010 LEVEL-5 Inc.

## 福岡をゲームのハリウッドに

私たちゲームクリエイターの使命は、面白いゲームを世の中に提供し続けることです。その為には、ゲーム作りに適した環境を整えながら、様々な知識を身につけなければなりません。この産学官での連携プロジェクトを有効に活用し、更に各企業とのパートナーシップを生かし、作品の糧としていきたいと考えています。

今、福岡のゲーム会社やCG制作会社などが増えてきています。これから更にこうしたエンターテイメントに携わる会社やクリエイターが、自然発的に福岡の街に200社、300社と現れていって欲しいと思います。

最終目標は、福岡をゲーム産業やコンテンツ産業の世界的開発拠点、ゲームのハリウッドにしたいですね。

福岡ゲーム産業振興機構 委員長／GFF 会長／  
株式会社レベルファイブ 代表取締役社長／CEO 日野 晃博

### 【GFF過去実績】

- 「FUKUOKA ゲームインターンシップ」(2006年～)  
《主催：福岡ゲーム産業振興機構》
- 「Game For Future2007」(2007年)  
《主催：GFF》
- 「福岡コンテンツマーケット」(2007年～)  
GFF ブースを出展  
《主催：福岡コンテンツ産業振興会議》
- 「福岡ゲーム産業就職フェア in 東京」(2007年～2009年)  
《主催：福岡コンテンツ産業拠点推進会議》
- 「九州ゲーム塾『九州ゲーム企画塾』」(2007年～2008年)  
《主催：九州経済産業局 協力：GFF》
- 「福岡ゲームコンテスト」(2007年～)  
《主催：福岡ゲーム産業振興機構》
- 「ゲームフロンティア in 福岡」(2008年～)  
《主催：福岡ゲーム産業振興機構》
- 「九州ゲームフォーラム」(2008年)  
《主催：九州経済産業局 協力：GFF》
- 「九州ゲーム塾『九州ゲームクリエイターズ・サーキット』」(2007年～2009年)  
《主催：九州経済産業局 協力：GFF、九州大学》
- 「東京ゲームショウ 2008」「東京ゲームショウ 2009」  
福岡ゲーム産業振興機構としてブースを出展
- 「ゲーム塾 短期集中合宿」(2009年)  
《主催：九州経済産業局 協力：GFF》
- 「デジタルコンテンツアカデミーセミナー」(2008年～)  
《主催：福岡コンテンツ産業振興会議》
- 「福岡ゲームフェスティバル」(2010年)  
《主催：福岡コンテンツ産業振興会議 協力：GFF》

# 福岡市における産学官連携による ゲーム産業振興の取り組み

## 1. 福岡ゲーム産業振興機構設立の経緯

福岡市は、ゲーム制作会社の一定の集積やゲーム制作企業による「GFF (Game Factory's Friendship 現在 13 社)」の誕生、多数のデジタルコンテンツ関連教育機関の存在という地域の強みを生かし、大きな潜在力を有するコンテンツ産業の中でも、裾野と活用範囲が広いゲーム分野に注目して、産学官によるゲーム産業の振興に積極的に取り組むことを決断しました。

2006年、「九州・福岡を世界が目指すゲーム産業都市にする」を合言葉に、GFF、九州大学、福岡市の三者により日本ゲーム業界初の産学官一体の組織として福岡ゲーム産業振興機構が誕生しました。委員長は、株式会社レベルファイブ代表取締役社長そしてGFF会長の日野晃博氏、事務局を福岡市経済振興局内に置き、人材育成、市場開拓、広報などに取り組んでいます。

### ■福岡ゲーム産業振興機構の軌跡

2003	福岡のゲーム制作会社3社が協力し、初のイベント「GAME FACTORY FUKUOKA」を開催
2004	九州・福岡のゲーム制作会社7社により福岡ゲーム産業のさらなる発展を目指す組織として「GFF」が設立
2005	GFFと九州大学が「産・学」共同による情報交換・優秀な人材育成・研究開発を行うために連携協定を締結
2006	「九州・福岡を世界が目指すゲーム産業都市にする」を合言葉に「福岡ゲーム産業振興機構」を GFF、九州大学、福岡市の三者により設立「FUKUOKA ゲームインターンシップ」事業開始
2007	GFF主催「GAME FOR FUTURE 2007」を開催 「第1回福岡ゲームコンテスト」開催
2008	「第1回ゲームフロンティア in 福岡」開催 「TOKYO GAME SHOW」初出展
2009	「CEDEC」初出展 「G-STAR」初出展
2010	福岡市・九州大学主催によるシリアルゲームシンポジウム開催

## 2. 各事業の紹介

### ■FUKUOKA ゲームインターンシップ(2006～)

人材育成・獲得のために主軸として取り組んでいる事業のひとつです。

この事業は、学生や一般アマチュアでゲームクリエイターを真剣に目指している人を対象に、インターンシップ参加者を広く募集、選考し、福岡のゲーム制作会社で約1か月間、ゲームづくりの現場を体験してもらうものです。参加者は、プログラマー、デザイナー、プランナー、デバッガーブレイヤーの職種コースごとに、それぞれゲームづくりに関わる仕事の一部を担い、与えられた課題に取り組みます。すでにこの事業から数多くのゲームクリエイターが生まれています。



FUKUOKA ゲームインターンシップの様子

インターンシップでの生の業界体験レポートを GFF のホームページに掲載しています。

<http://www.gff.jp/internship/>

### ■福岡ゲームコンテスト(2007～)

福岡ゲームコンテストは、人材の発掘・育成を目的に、学生や一般アマチュアを対象としてゲームソフト、ゲームパッケージ、ゲームムービーの3部門で作品を募り、優秀作品を表彰する事業です。

第3回目の2009年度は、前年の約300点を大幅に上回る約380点の応募がありました。全国からの幅広い応募に加え、優秀作品を手がけた制作者の多くがプロへの道を歩み始めています。

### ■ゲームフロンティア in 福岡(2008～)

福岡のゲーム産業について広く認知してもらうと同時に、若きゲームクリエイター志望者の意識啓発を図り、ゲームづくりの土壤を豊かにする目的で「ゲームフロンティア in 福岡」というイベントを毎年3月頃に開催しています。

GFF、九州大学、福岡市の各代表が一堂に会して行うプレゼンテーション、ゲーム業界の第一線で活躍するトップクリエイターによる講演やパネルディスカッション、ゲーム関連企業のパネル展示、教育機関PRコーナー、そしてゲームコンテストの授賞式もこのイベントで行います。



ゲームフロンティア in 福岡 2009

「TOKYO GAME SHOW」  
福岡ゲーム産業振興機構ブース

## ■企業誘致の取り組み

地元企業を育てるという施策に加え、ゲーム関連企業の更なる集積を目指し、企業誘致にも積極的に取り組んでいます。その一つとして、「TOKYO GAME SHOW」や「CEDEC」で多くの来場者に福岡ゲーム産業振興機構の取り組みや福岡のビジネス環境等を紹介しました。

## ■海外との交流

海外都市との交流も活発に行っており、2009年11月には、韓国最大のゲームの祭典「G-STAR 2009」に釜山側と共同で「釜山－福岡ゲーム共同館」としてブースを出展しました。福岡からは福岡ゲーム産業振興機構(GFF、九州大学、福岡市)が参加し、韓国のゲーム関連企業との交流や企業誘致に向けてPRを行いました。

そのほか、福岡と同様に産学官によるゲーム産業振興の取り組みがさかんなオランダユトレヒトとは、2008年、2009年、ユトレヒトで開催されたゲームフェスティバルにスピーカーとして福岡のゲーム企業、九州大学、福岡市が参加。産学官によるゲーム産業振興の取り組みなどについて、活発な意見交換を行うとともに、関係者との交流を深めています。

さらに、福岡市は2010年ジェトロの地域間交流支援事業（RIT事業）として、ゲーム分野が採択され、福岡市－シアトル、バンクーバー地域との交流を開始するなど国際連携の輪は着実に広がっています。

## ■新たにシリアルスゲームの取り組みも開始

2009年度からは、福岡市が新たに「シリアルスゲーム産業育成事業」への取り組みを開始しました。産学官の連携スキームを活用してシリアルスゲームを開発し広く提供することにより、日本においてはまだあまり知られていないシリアルスゲームについて周知するとともに、企業に制作に関するノウハウの蓄積を行い、シリアルスゲーム産業の発展を目指しています。

## 3. 今後の展望・展開

“九州・福岡を世界が目指すゲーム都市にするために”今後も産学官での様々な取り組みを展開していきます。

### ■人材育成事業

福岡から優れたゲームを生み出し続けるために、優秀なクリエイターやプロデューサーなどの人材を育成・獲得することを支援します。

### ■市場開拓事業

国内、海外を問わず、優れた技術を持つ企業や資金力がある企業など、様々な企業との橋渡しやゲーム関連企業の誘致を進めるとともに、シリアルスゲームなどゲーム産業の新たな可能性を追求します。

### ■広報事業

ゲーム制作の拠点としての「九州・福岡」を日本全国および世界にアピールし、さらなる企業や人材の集積を図ります。



福岡ゲーム産業振興機構パンフレット

福岡ゲーム産業振興機構事務局(福岡市経済振興局新産業学術振興課)

# 九州大学のゲーム研究活動と国際産学官連携

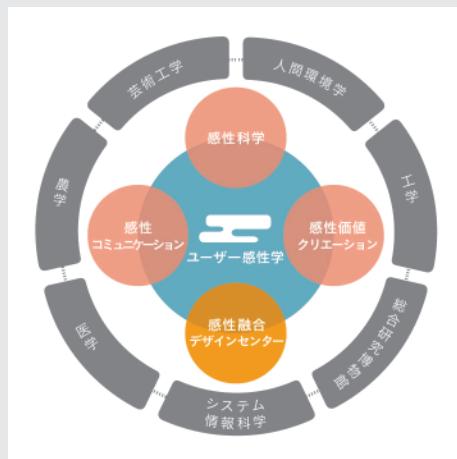
## 1. 九州大学のゲーム産学官連携活動

2005年のGFFと九州大学との産学連携(連携協定締結)は、翌年の福岡ゲーム産学官連携を形作る発端となりました。

この活動での大学の役割は、おもに人材育成の支援です。大学の研究者や学生がさまざまな産学官連携事業に参画することにより、地元のゲーム産業振興を後押ししています。大学では、培われた基礎から応用研究までの最新技術をゲーム分野に適用させ、一方では、ゲーム企業の開発力を大学内の教育や研究にとり入れることで、新たなゲームの学術的な分野を創造しています。

九州大学のゲームとのかかわりとして、芸術工学部は大きな存在です。いわば、大学にゲーム開発に必要な人材と設備が一通りそろっており、ゲーム制作におけるプランナー、プログラマー、デザイナーそして知的財産の管理まで、ゲーム開発を支える要素技術や教育研究プログラムが設置されています【図1】。

昨今は、学生自らのゲーム制作の取り組みや、各種研究分野を超えた活動が活発化し、大学組織や学術領域にも少なからず影響を与えています。大学は、人材や設備など知的資源の基盤を活かした連携活動によって、福岡ゲーム産業の活動を支援しています。

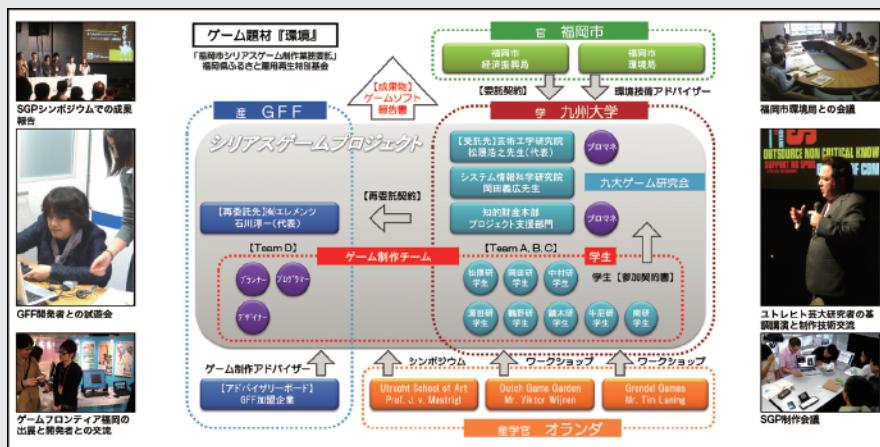


【図1】教育メニューの例:統合新領域学府ユーザー感性学専攻

## 2. 九州大学のシリアルゲームプロジェクト

2009年度、九州大学芸術工学研究院は、福岡市からシリアルゲームの制作を受託しました。

この事業は、新たな産業としてのシリアルゲームを一般社会に広めるとともに、日本型シリアルゲームのビジネスモデルを模索するトライアル事業として、大学は、学生を中心としたゲーム制作に取り組みました。このプロジェクトにおいても地元の産学官が連携してゲーム制作が始まりました【図2】。



【図2】福岡市シリアルゲーム制作事業の産学官連携体制図

結果として、「環境」をテーマに制作された4つのシリアルゲームは、バラエティに富み、学生ならではの新鮮な視点がゲームに吹き込まれました【図3】。

この大学発の制作を通じて、シリアルゲームに新たな産業の可能性が垣間見えたようです。2010年度も引き続き大学は、福岡市からシリアルゲームの制作を受託し、今後、さらなる進展が期待されます。このように大学は、日本で先行するエンターテインメントゲームに対して、新たな領域を創造し、提案すべく、産学官連携でのゲーム制作を試行しています。

(C) 武田十季 山本和彦  
安東道一 河野彰太  
(SGP-A)(C) 井上喜子 西依太一  
田代成美 佐藤聰栄  
川尻大輔 (SGP-B)(C) 金子晃介 宮原克典  
若山雄己 滝田亮  
近藤鈎子 川尻大輔  
(SGP-C)

(C) SGP-D

## ●Aチーム「ダーウィンの箱庭 —みずうみクリエイチャー—」

【テーマ】外来種問題

【プラットフォーム】PC (Mac)

生態系を考慮したシミュレーションゲーム。ネイチャーステージ・クリチャーステージ・イベントステージから成り、プレーヤーは湖の生態系を理解しながら自分だけのオリジナルの湖を作り上げていきます。

途中から攻めてくる外来魚の侵略にいろいろな知恵を絞り、崩されていく生態系を工夫しながら守ることが必要。

湖の中の生物もプレーヤーが一筆書きで書くだけで生物となって動き出したり、地形も自由に変えることができたりと、誰もが楽しめる内容です。

## ●Bチーム「あいにいくけん」

【テーマ】身近なゴミ問題

【プラットフォーム】PC (Windows)

身近なゴミ問題（環境問題）についての知識が身に付くデスクトップアプリケーション型ゲーム。かわいいワンちゃんが、メタボな飼い主の体重を上手くコントロールしながら街のごみ問題を解決し、女の子のワンちゃんに会いに行きます。

常にデスクトップ上に置いておく事ができますので、他の作業をしながらでもプレイすることができます。

福岡市のゴミルールブックをもとに、身近ですぐに役に立つゴミ問題について多く取り上げています。

## ●Cチーム「鉄屑(ガラクタ)のキリン」

【テーマ】リサイクル問題

【プラットフォーム】iPhone 3GS

iPhone 3GS のデジタルコンパスを使った、巨獣とのリアルな一対一の戦闘が楽しめるアクションゲーム。iPhone を上下左右に動かすことによってプレーヤーの視点操作がなされ、迫力ある戦闘シーンを体感できます。

ゴミをなくすことを目的として人間に開発された巨獣が暴走し、その暴走を食い止めるべくプレーヤーは一人立ち向かっていくという内容。巨獣が落す様々なガラクタをリサイクルし、戦いに有利となるアイテムや武器を作ります。

ガラクタからどんなものがリサイクルできるか等、リサイクルに関する興味を持つもらえる内容です。

## ●Dチーム「エコろじっく」

【テーマ】CO2削減

【プラットフォーム】PC (Windows)

「エコろじっく」は、家庭内でCO2削減につながる行動を見つけていく組み合わせアクションゲーム。宇宙には、惑星環境問題に対して介入する宇宙人グループがいて、そんな宇宙人たちの一番の気がかりが急激に増加している地球のCO2増加であるという設定。日本担当のグループ一番のオチコボレ宇宙人が、人間にテレパシーでCO2削減につながる行動をとらせています。

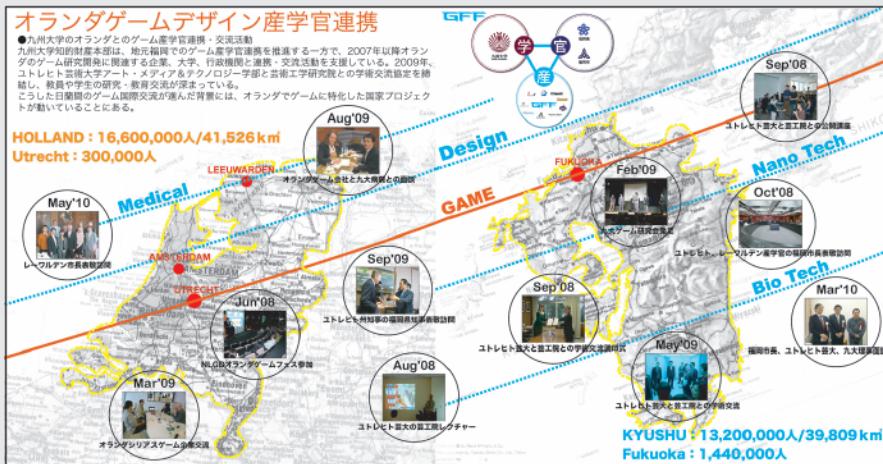
すぐに家庭で実行できるCO2削減のアイディアや情報が身に付きます。

【図3】福岡市シリアルスゲームプロジェクトの成果

### 3. オランダとの国際産学官連携活動

九州大学知的財産本部は、地元福岡でゲームの产学官連携を後押しする一方で、2007年以降、オランダのゲーム研究開発にかかわる企業、大学、行政機関と連携・交流活動を深めています。

2008年9月、ユトレヒト芸術大学アート・メディア&テクノロジー学部と芸術工学研究院とが学術交流協定を締結しました。また同時に、オランダの3地域（ユトレヒト、レーワルデン、アムステルダム）と連携を拡大、展開しています【図4】。



【図4】オランダと九州大学との国際産学官連携の展開活動イメージ

#### ■ユトレヒト地域からゲーム産学官連携を学ぶ

オランダは欧洲の中でも「ゲーム产学官連携」が成功している地域といえます。

国策として、数十億規模の補助金を背景に、クリエイティブ産業としてのゲームを後押し、知識基盤の大学を拠点に、人材育成、产学連携、中小企業支援、ベンチャー育成など「イノベーション土壤としてのゲームコミュニティ」をつくっています。娯楽目的のゲームに限らず、「楽しさ」を生みだすゲームのしくみやデザイン手法を異分野・異業界に適用させる、ゲームを活力としたクリエイティブ産業の振興が特徴的です。

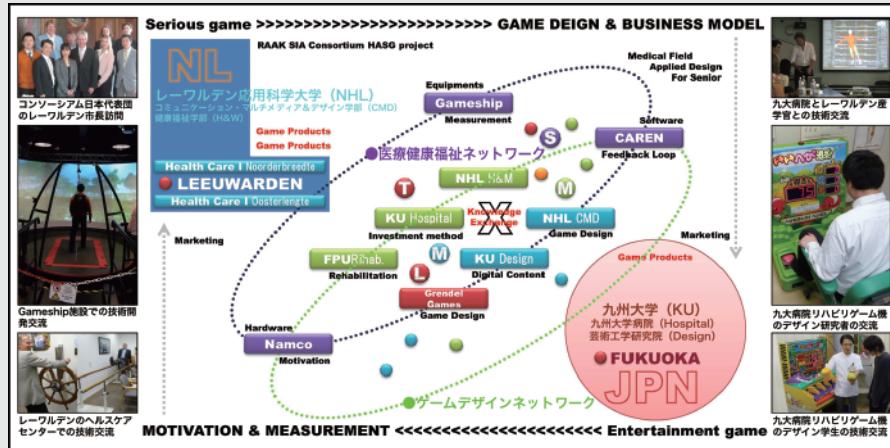
オランダのゲーム関連企業(約80社)の特色は、世界的に有名な大企業はみあたらず、むしろ小企業集団を形成しています。シリアルゲームなど応用的なゲーム分野が、制作の約6割を占め、教育や健康といった異業種、異分野との横断的なつながり得意としたオープンな連携での制作現場が特徴的です。ここには産学官の連鎖を生む一連の活動が、地域イメージを向上させ、新たな企業誘致や投資の吸引力となっているようです。

## ■レーワルデン産学官とのゲーム開発コンソーシアム

2010年、九州大学はオランダ・レーワルデン産学官組織とのヘルスケアゲーム開発コンソーシアム「Healthy Ageing through Serious Gaming」を開始しました【図5】。レーワルデン地域は、オランダにおけるシリアスゲームの先駆者といわれています。

この日蘭国際コンソーシアムでは、大学学内の情報デザイン系と健康福祉系学部、そしてゲーム制作企業、ヘルスケアセンターとが協同し、実用化に向けたシリアスゲームを制作するプロジェクトです。ゲームデザイン分野と医学分野が結合して、医療介護やアンチエイジングを目的に、健康維持管理の手法としてゲームが採用されました。

ここには、ゲームの力で社会貢献すべく、苦しいトレーニングを維持継続させる「動機づけ」に、ゲーム技術が応用されます。日本側は、お家芸であるゲームのエンターテインメント性を引き出すしきみを期待されています。



【図5】レーワルデン産学官とのヘルスケアゲーム開発コンソーシアム体制図

## 4. 九州大学の今後の活動について

九州大学は、日本型の産学官連携を起点としたゲームイノベーションを模索しています。ゲームを知的集合体としての研究教育分野に位置づけ、学術的にゲームがもつ潜在性を引き出すことに挑戦しています。

一方で、大学は、ゲームがひとに与える効能や効果を科学的に検証し、一般社会に提示する役割があると考えています。

九州大学 知的財産本部 国際産学官連携センター コーディネーター／芸術工学博士  
末次 宏成

## 日野 晃博 Akihiro Hino

福岡ゲーム産業振興機構 委員長

GFF会長

株式会社レベルファイブ 代表取締役社長／CEO

福岡の開発会社でメインプログラマー、ディレクターを経て、1998年10月、レベルファイブを設立。『ドラゴンクエスト VIII』・『IX』の開発を手掛ける。初のパブリッシャー作品『レイトン教授』シリーズは、全世界で累計約950万本(2010年7月31日現在)を記録し、2009年12月には初の映画化。『イナズマイレブン』シリーズではTVアニメ・マンガ・カードゲームなどとのクロスメディア展開を生かし、シリーズ国内累計約270万本を記録(2010年7月31日現在)。また、現在スタジオジブリがアニメーションを担当する『ニノ国』などを制作中。エンターテインメントブランドの確立を目指し、ゲームを中心としたクロスメディア展開を図る。

<代表作>

- ・『レイトン教授』シリーズ  
プロデューサー／企画／シナリオ  
(発売元：株式会社レベルファイブ)
- ・『イナズマイレブン』シリーズ  
プロデューサー／企画／シナリオ  
(発売元：株式会社レベルファイブ)
- ・『白騎士物語』シリーズ  
(発売元：株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント)  
(開発：株式会社レベルファイブ)
- ・『ドラゴンクエスト VIII 空と海と大地と呪われし姫君』  
開発ディレクター  
(発売元：株式会社スクウェア・エニックス)  
(開発：株式会社レベルファイブ)
- ・『ドラゴンクエスト IX 星空の守り人』  
開発ディレクター  
(発売元：株式会社スクウェア・エニックス)  
(開発：株式会社レベルファイブ)

## 福岡ゲーム産業振興機構事務局(福岡市経済振興局新産業学術振興課)

〒810-8620 福岡市中央区天神 1-8-1

Tel : 092-711-4329

<http://www.fukuoka-game.com/>

## 末次 宏成 Hiroaki Suetsugu

九州大学 知的財産本部 国際産学官連携センター コーディネーター

芸術工学博士

2005年 九州大学芸術工学府 博士後期課程修了

2005年～2008年 九州大学芸術工学研究院 21世紀COE学術研究員

2008年～現在 九州大学知的財産本部 国際産学官連携センター

## [九州大学 芸術工学研究院 シリアスゲームプロジェクト事務局]

〒815-8540 福岡市南区塩原4-9-1

九州大学大学院 芸術工学研究院 7号館2F 松隈研究室

TEL/FAX : 092-553-4499

<http://macma-lab.heteml.jp/sgp/>

# リアル × バーチャルの融合 ～「カラオケ パセラ」のサブカルチャーコンテンツタイアップ戦略～

株式会社ニュートン マーケティング室 室長 兼元 知大

## 「カラオケ パセラ」って？

ご存じない方も多いと思いますので「パセラ」についてご説明申し上げたいと思います。

パセラは「カラオケ屋」さんです。

あえてカラオケ屋と申し上げました。

～～屋。そば屋さんとかラーメン屋さんとかそんなイメージと一緒にですね。

～～屋さんが悪いわけではないですよ。悪しからず(笑)。でも、決して高級なイメージはこの言葉からは出てきませんね。

では、カラオケ屋さんからイメージするものを連想してみてください。

「歌が歌える(あたりまえですが)」

「汚い」

「学生ばかりでうるさい」

「料理はまずい」

「サービスは悪い」

こんな感じでしょうか？

今世の中は大変な不景気です。その上で企業として存続していくかなくてはなりません。その競争に勝つためには？？？

答えは先ほどの「カラオケ屋」さんにあります。

つまり、イメージの決して良くないカラオケ屋を徹底的に「綺麗かつお洒落に」「大人が安心していける雰囲気に」「料理はレストランより美味しく」「サービスは最高！」に変えてしまえば絶対にはやるのです。

それが「パセラ」なのです。

宣伝っぽくてごめんなさい。でも本当なのです。他と同じことをおこなっていても激しい競争に打ち勝つことはできません。規模(店舗数)で劣っているパセラが大手に打ち勝つためには他と違うこういった戦略で勝負するのが必要だったのです。

おかげでパセラは「美味しい」「サービスが良い」「歌えない歌がない(64万曲で曲数世界一です)」と評判になりました。

## 高級志向からジャパニーズクールへ

でも…世の中は色んな方がいらっしゃいます。前述の「美味しい」「サービスが良い」「綺麗かつお洒落」なんかはほぼ全ての方が好まれるとは思いますが、もっと「こんなのがあったら良いな~」って思われる方も沢山いらっしゃいます。

日本には文化があります。文化と言って也能や歌舞伎なんかの話ではないですよ。この場で語る文化とはいわゆる「サブカルチャー」です。このサブカルチャーは日本が誇ることのできる立派な文化なのです。

「オタク」というと「日本ではちょっと特殊な人」というイメージなのですが、これが海外に行き「OTAKU」となると全く評価が変わり「クール」であるとなります。日本語だと「かっこいい」でしょうね。だから OTAKU文化の発祥地の秋葉原に外国人の方は来たがります。

そこに目をつけました。本当はサブカルチャーが好きなのだけれどもその場がない。コミックマーケット等には行きづらい。そんな方々が「カラオケ」というコンテンツを通じて遠慮なく自分の趣味の世界にひたれる。

そんな発信地にしたいと考えました。

そこでサブカルの中でも人気のコンテンツとのタイアップを行うことにしました。例えば「エヴァンゲリオン」「モンスターハンター」「サイボーグ 009」「ドラゴンクエスト」等々…



モンスターハンターアイベント特別メニュー



パセラ秋葉原店「エヴァンゲリオンルーム」

## これまでの企画例

タイアップコンテンツ		タイアップ内容
アニメ・ゲーム系	モンスターハンター	渋谷にて期間限定のモンスターハンターイベントを定期開催(2008年～) パセラ秋葉原店にてモンハンルームをOPEN(2009年～)
	エヴァンゲリオン	パセラ秋葉原店にてエヴァルームをOPEN(2008年～)
	サイボーグ009	パセラ秋葉原店にて009ルームをOPEN(2009年～)
	ドラゴンクエスト	六本木にてコンセプトバー「ルイーダの酒場」OPEN(2010年～)
	他料理タイアップ多数	
お笑い系	パセライブ 「ネクストブレイク」	各お笑いプロダクションとの提携により 次世代の若手を結集しライブを行う(2009年～) 昨年のM1王者の「パンクブーブー」も出演

## 企画その1「サイボーグ009」

前述の中でも、私が立案から交渉、プロデュースまで全て行いました企画について書いて参りましょう。

石ノ森 章太郎先生。いわゆる知れた大大漫画家です。「仮面ライダー」「人造人間キカイダー」「HOTEL」そして「サイボーグ009」。

パセラの目的はもちろん「はやる」ことです。それで「サイボーグ009」に目をつけました。009のカラオケルームを作ったのですが、これは昨年のことです。

ここで気付かれた方もいらっしゃることでしょう。そうですね。昨年は2009年。「009」イヤーだったのです。当然石森プロも009に力をいれるでしょうし、話題にもなる。

そこで交渉を開始し、サブカルチャーの本拠地であるパセラ秋葉原店内に「009ルーム」を作ったのです。普通のルームよりも若干高い料金設定にも関わらず、おかげさまで高い稼働率を誇っています。

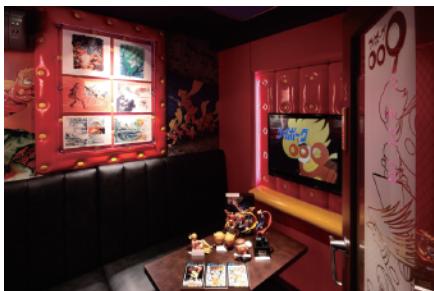
パセラとしての目的は当然他のルームに比べて「お客様がたくさん来ていただけすること」です。でもそれだけではこちら側の自己満足に終わってしまいます。そこで「009」イヤーを利用したのです。009の版権を管理している石森プロさんからしても、当然メディアから注目され009の価値が高まるのは嬉しいことです。だから交渉時にはその点をアピールし合意を取り付けました。

結果は？

パセラ秋葉原店はカラオケ店としては小規模です。パセラの中でも小さな店舗です。場所も秋葉原の中では一等地では決してありません。

その小さな不便な店舗にお客様が集まっています。理由は「ここでしか歌えない歌」があり「ここでしか得られない世界観」があるからなのです。アニメやゲームのファンがオフ会を開く際にはパセラ以外はないとも言われています。

要するにはやっています。その中でもこの「009 ルーム」は稼働率が高いのです。予約も中々とれなくなっています。



パセラ秋葉原店「サイボーグ009ルーム」



## 企画その2「ドラゴンクエスト」

### (1)「ルイーダの酒場」

「ドラゴンクエスト」——スクウェア・エニックス様より発売されている大人気ロールプレイングゲームです。大人気という言葉では言い表すことができない日本を代表する「国民的」ゲームと言っても差し支えないでしょう。

「ドラゴンクエスト」(通称「ドラクエ」)シリーズの最新作「ドラゴンクエストIX 星空の守り人」(「ドラクエIX」)が昨年の7月に発売されました。この「ドラクエIX」が社会現象を巻き起こしたのはご記憶に新しいことだと思います。ゲームの中に「すれちがい通信」という機能を設定し、町の中でユーザー同士が自分の探し出した「地図」を交換するのです。

この地図にはゲームの本編では見ることのできない「ボス」がいたり、珍しい「アイテム」をゲットできたりします。このすれちがい通信が社会現象を巻き起こしたのです。

ゲームユーザーはこの地図の中でも「レア」な地図が欲しいがためにゲームユーザーが沢山いる場所に集合しました。

---

代表的な場所はやはり秋葉原です。秋葉原の家電量販店に自然発生的にユーザーが集まり(集まりすぎ!)、危険な状況にもなってきたため、その家電量販店は店の前に「レイーダの酒場」という場所を作り(作ったといつても店の前の広場をロープで仕切り、その名称にしただけですが)、その場所ですれちがい通信ができるようにしたのです。

これが話題になりました。

私もこの時のマスコミの放映を見ていた一人です。ただ、この時に非常に悔しかったのですね(笑)。なぜか?と申しますと、こんな風に思ったからなのです。

「この企画をなぜ思いつかなかつたのだろう?」

ドラクエに出てくる「レイーダの酒場」というのはドラクエファンなら誰でもが知っている言葉です。しかも「酒場」というリアルな場所を思い起こさせるネーミングがついています。多分今までとても多くの方がこの言葉から実際の「レイーダの酒場」を運営したいと考えたはずです。これがこの秋葉原で形は異なるとはいえた実現してしまったのです。悔しかったですね。

そこで行動を起こしました。

## (2) 企画提案

通常であればサブカルチャーの代表地である「秋葉原」で「レイーダの酒場」を行わないか?と提案すると思います。ところが今回は秋葉原はあえてはずしました。

理由は?

ドラクエはRPG(ロールプレイングゲーム)と呼ばれるゲームです。プレイヤー(ゲーム購入者)がゲームの中の主人公になり冒険を進めていくのです。目的が必ずあり、多くは「世界を救う」です。

このためこの目的を達成してしまうとそれ以上ゲームを続ける意味が無くなってしまうのです(ドラクエは例外です)。これらのRPGは通常1週間~2ヶ月位で目的を達成してしまいます。

また、超人気ゲームであるが故に、発売当初に爆発的に売れ、その後の売上は落ち着いていきます。この発売直後に購入するのはいわゆる「ゲームマニア」層であることが多いのです(ドラクエは例外で420万本も売れるのにはマニア層だけでなく一般層の支持が必要となります)。

ここでマーケティングの話を少し。

商品を売るためには一般的に売りたい層(あるいは売上目標)の8割に対しては広告予算の2割程度で賄うことが可能。残りの2割の層に対して8割の予算をつぎ込むことが必要な場合が多い。

かなりはしょっていますし、必ずあてはまる訳ではありませんが参考になると思います。

話は戻りますが、スクウェア・エニックスさんの立場に立つと、今後ソフトを売るために力をかけなければならぬのは誰か?

ドラクエのコアなファン層やゲームマニア層ではなく「今まであまり興味がなかった方、やライトなユーザー層」であり特に「女性」であることは上記のマーケティングの理論からしても当然だと思います。

ですから「秋葉原」ではなく、あえて秋葉原から一番遠いところに位置している(距離的なことではなく心理的な意味です)「六本木」を選択したのです。

ターゲットは「当然ライトなユーザー」や「女性」ですよね。特に女性を意識しました。そのため内装はお洒落に。店員の服装もお洒落に。料理は美味しい。この3点を徹底しました。

これらの提案をスクウェア・エニックスさん側が受け入れてくれたのです(これは後ほど話ですが、スクウェア・エニックスさんのドラゴンクエストIXのプロデューサーとは『『阿吽の呼吸』で進んでいたよね』と笑い話になっております。当然この企画提案の時にはお互い面識はありませんでした)。

1. ライトユーザー(女性)をターゲットに
2. お洒落で
3. それでいてドラクエのユーザーが思い切り楽しめる(日常を忘れ、世界観にひたれる)
4. 何度も飽きない。ずっと楽しめる
5. 料理は美味しい

一番苦労したのは「5.」です。料理が肝であり、料理でドラクエの世界観を表現する必要があります。ここはドラゴンクエストの作者の堀井雄二さんやスクウェア・エニックスさんの皆様にもアイデアのお手伝いをいただき、試食会等も開かせていただきました。

ですから、料理一つをとってもドラクエにちなんだエピソードがあります。これは是非お店に来て体験してみてください(笑)。



ギガンテスのこん棒



スライム!にくまん



女神の果実

### (3) OPEN !

今年の1月28日に「ルイーダの酒場」をOPENさせて頂きました。

当初はあえて六本木にしたことやお洒落な内装等が「ゲームマニア」層からの猛烈な反発を生みました。しかしOPEN後は一般層、特に女性から「お洒落」「行きたい！」等の声がものすごく高まり、いつしか反発の声は消えていきました。

お店自体は前述の「3.」「4.」を実現するために「LEVEL」制をとり入れており、現在「LEVEL2」となっております。LEVELが上がるたびにメニューが変わったり、内装がかわったり色々な変化があります。

おかげ様で定員が25名（しかも立ち飲みで椅子はありません）の非常に小さなお店にもかかわらず、約13000名の方（2010年4月末現在）にご来店いただいており、大盛況となっております。

お客様も企画意図通り女性のお客様の方が男性よりも多くいらっしゃっているほどです。

ドラクエをプレイしたことのない方も多くご来店いただいており、「ルイーダの酒場」でドラクエの世界観をご体感いただき、その場でゲームソフトを購入されるお客様も多数いらっしゃいます。



パセラ六本木店「ルイーダの酒場」



## おわりに

今後も「レイーダの酒場」以外にも、お客様に「新しい発見や驚き」を提供し日常を忘れ「非日常」をご体感していただくために、また「ジャパニーズクール」を体現するために、色々な楽しくワクワクすることを仕掛けてお客様に喜んでいただける様にして参りたいと考えております。

皆様ご期待くださいませ。



「カラオケパセラ」公式サイト  
<http://www.pasela.co.jp/>



コラボレーション企画サイト「パセラTV」  
<http://www.paselabotv/index.html>

兼元 知大 Tomohiro Kanemoto

株式会社ニュートン マーケティング室 室長

1988年中央大学法学部卒業。

マーケティング・営業コンサルティングとして数々の企業に参画。

現在は「世界一の曲数＆お味保証制度」のカラオケ「パセラリゾーツ」を運営する株式会社ニュートンのマーケティング室 室長。

ニュートンでは前述のドラゴンクエストタイアップの「Luida's Bar（レイーダの酒場）」のプロデューサーの他にシニア層をターゲットにした「趣味村（シュミレッジ）」プロジェクトのプロデューサーも行っている。趣味村にはニュートンの他に株式会社サントリービア&スピリッツ、株式会社タイトー、株式会社クレディセゾン等の企業も参加しシニア層の応援を行っている。他には株式会社バルコとのタイアップ等でもプロデュースを行っている。

# 「パックマン」生誕30周年を迎えて

株式会社バンダイナムコゲームス フェロー  
東京工芸大学 芸術学部 ゲーム学科 教授 岩谷 徹

## はじめに

私が仕事としてゲームに係わるようになってから33年が過ぎました。その間に、ゲームマシンは技術であるハードウェアと表現であるソフトウェアが目を見張るような進化を遂げ、あらゆる形で社会に大きな影響を与えていきました。その過程をリアルタイムに体現できたことに大変感謝しております。

中学生の頃にボウリング場の待合スペースに設置されていたピンボールマシンに魅せられてから、ゲームに対するある思いが心に芽生えたようです。ゲームを作りたい、人を楽しませたいという若き思いから、1977年に迷いなく株式会社ナムコ（現：株式会社バンダイナムコゲームス）に入社しました。入社してすぐに読まされたフランスの思想家ロジェ・カイヨワの著書「遊びと人間」、そしてオランダの歴史家ヨハン・ホイジンガの著書「ホモ・ルーデンス」に感化されつつ、ややもすると頭でっかちな考え方でゲーム開発に臨んでいたことを懐かしく思います。

## 人にとってのゲーム

現場知らずの新入社員にとって、ゼロからゲームを作っていくことは想像を超える大変難しいことでした。しかし、ゲームをプレイするプレイヤーの喜び顔を見ることが幸せと達成感は何物にも代えられず、その後の30年間のゲーム開発における様々な障壁や葛藤を乗り越えることができた心の支えでもありました。

初めて企画とグラフィックスを担当したナムコオリジナルビデオゲーム機「ジービー」（1978年）はヒットはしませんでしたが、このゲームのプログラム・グラフィックス・サウンド等の総データ容量は、たったの5Kバイトでした。現在のゲームの数百万分の1程度のデータ容量ですから、自分ながらよくゲームとして作れたと不思議に思ってしまうくらいです。しかし、今から振り返って見るからこそ、そのあまりにも少ないデータ量に驚くわけで、その当時に現在のような実写と遜色のないゲーム表現が可能となるとは想像できなかったですから、逆に未来を垣間見られていたらもっと驚いていたかもしれません。

ゲームの形態も様変わりし、いつでもどこでもゲームが楽しめ、ネットで知らない人同士でもコミュニケーションが取れるようになり、人にとって社会にとってのゲームのあり方も大きく変化してきました。楽しむだけではなく、医療・教育へのゲームの活用など、社会の隅々まで広くゲームは浸透していく時代ですから、楽しみでもあり、ゲームリテラシーの必要性も感じております。

## パックマンについて

1980年に発表されたビデオゲーム「パックマン」は、2010年で生誕30周年を迎えました。その間、色々なゲーム機器の登場のたびに、スタンダードナンバーのように移植され続けました。そのお陰で長い期間、多くの人々に愛されてきましたが、全世界の老若男女そして世代交代してもプレイされ続けてきた「パックマン」の魅力について、自らですが整理してみました。



「パックマン」ゲーム画面



「パックマン」テーブル筐体



「パックマン」アップライト筐体

---

「パックマン」は、何か一つの特徴が強烈に秀でているわけではありません。様々なゲーム要素が上手く組みあがって構成されているに過ぎないのです。ゲーム要素を列挙してみると、

●シンプルなゲームルール

迷路の中の主人公のパックマンを操作して、4匹のゴーストに捕まらないようにクッキーを食べ尽すことがゲーム目的であると、ゲーム画面をパッと見た瞬間に理解できる。

●簡単な操作性

パックマンを上下左右の4つの方向にコントロールするだけである。

●デザイン性とキャラクター性

シンプルデザインのパックマンと敵役なのに可愛らしいゴースト達にキャラクター性がある。

●作戦性とゲーム展開

パワークッキーを食べて、逃げる立場から逆転してゴースト達を追いかけることができる。

●プレイヤー視点のゲーム設計

ゴーストの波状攻撃や、ミスしたあとに難易度を下げて再スタートさせるなどの工夫が随所に施されている。

●スリル感の提供

4匹のゴーストに別々の動きをさせるアルゴリズムをプログラミングに採用し、パックマンを包囲するようにしている。

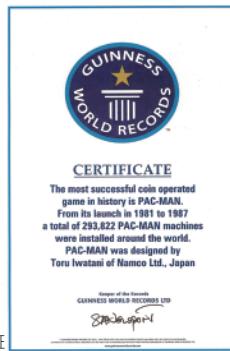
●抵抗感の無いテーマ設定

敵を打ち落とせといった殺伐としたテーマでは無く、「食べる」という行為をメインとして攻撃性を薄めている。

ここに列挙したゲーム要素以外にも、何面かクリアするとパックマンアニメーション(寸劇)が登場する、作り手の想定を超えたパターン攻略法の存在などがありますが、総じて言えることはプレイ中に刻々と変化するプレイヤーの心理を考えて、難しさであるハードルの高さを上下させるなど、至れり尽くせりのゲーム設計で構成したからこそ、長く愛され続けていると自負しています。一言で言うと「楽しさ第一主義」(Fun First)の精神だと思っています。

「パックマン」は全世界的にヒットしたおかげで、パックマンの形をした電話機やパックマンがデザインされたネクタイやおもちゃなどのキャラクター商品は、450アイテムにも及びました。また、ハンナ＝バーべラプロダクションによりTVアニメーション化され、アメリカで最高視聴率56%を記録する大人気番組となりました。そして、2005年には「パックマン」は業務用ビデオゲーム機分野で最も成功したゲームとして、ギネス・ワールド・レコード社より認定を受けることができました。

ギネス認定証



「パックマン」は、「パックランド」(1984年)、「パックマニア」(1987年)、「パックマン・ワールド」(1999年)、そして「パックマン・チャンピオンシップ・エディション」(2007年)と色々なタイプのゲームに展開されてきました。今後も思わぬ形で「パックマン」は進化していくと思いますので、是非応援してあげて下さい。



さまざまな「パックマン」のキャラクター商品

## 大学でゲームを学ぶとは

現在、私自身は株式会社ナムコと株式会社バンダイナムコゲームスにて、30年間ゲーム開発とプロデュース(50タイトル強)を行って得られたノウハウを活かして、若いゲームクリエイターを育成するために、東京工芸大学芸術学部ゲーム学科(TOKYO POLYTECHNICUNIVERSITY Faculty of Arts Department of Games)にて学生達にゲームを教えています。

ゲームは、電子工学、機械工学、プログラミングのための数学、物理学、グラフィックデザインのための美術、ストーリー・シナリオのための文学、面白さの追求の心理学、BGMとしての音楽、など多くの学問が集合した工芸融合の稀有な存在で、学び教えることはたくさんあります。

また、ゲームをゲーム学として体系化していくと同時に、脳血流測定装置を設備として導入し、ゲームが人間に与える影響を科学的に研究し解明を進めています。一般世間で誤解されがちなゲームに対する評価を正しくと共に、そこで得られたゲームの効果効用のデータ等を教育・福祉・医療などへ活用していく研究は、今後のゲームの拡張と分野開発という意味で、ゲーム業界にとって本来必要な活動なはずですが、ゲーム会社ではなかなか投資・研究しにくい状況も考え併せると、大学で地道に研究していく他にないようです。



脳血流測定装置

## 最後に

私は、ゲーム業界に長く籍を置き、多くの方々に支えられながらゲーム制作を行ってまいりました。その中で得られたものを活かして、「あらゆる人にゲームを届ける」をテーマに教育と研究をしております。このテーマは、例えば目の見えない方々にもゲームが楽しめるように、また電気の通っていない地域を含めた地球の隅々までゲームが届くようにしたい思いからています。

私を育ててくれ、このような機会を与えてくれたゲーム業界と皆様に深く感謝いたします。そして、これから広く社会に浸透して行こうとする未来のゲームを、若い皆さんと共に創って行きたいと思います。

また最後になりましたが、本書にて、私の勝手なお話しを載せて頂く機会を与えて頂きましたことに深くお礼申しあげます。本当にありがとうございました。



「パックマン」30周年公式ウェブサイト  
<http://pacman.com/>

岩谷 徹 Toru Iwatani

1955年 東京都生まれ

1977年 株式会社ナムコ（現：株式会社バンダイナムコゲームス）に入社

1980年 ビデオゲーム「パックマン」のゲームデザインを担当。

「パックマン」は「食べる」をテーマに制作され、世界中で高い評価を受けた。2005年には世界でもっとも成功した業務用ビデオゲーム機としてギネスブックから認定された。「パックランド」、「リッジレーサー」、「アルペンレーサー」、「タイムクラッシュ」など50タイトル強をプロデュースする。

2007年より東京工芸大学 芸術学部 ゲーム学科 教授。

日本デジタルゲーム学会 理事。

株式会社バンダイナムコゲームス フェロー。

著書：「パックマンのゲーム学入門」（単著・エンターブレイン社）

# かいしゃ きょだく ふせい そうち ゲーム会社の許諾のない不正な装置は ぜつたい つか 絶対に使わないで！

ようやく「もじびったん」が  
買えるね！お小遣いを  
一生けんめいためたしね

ぼくも待ちきれ  
なかつたよ

© NBGI

だったらこっちに  
来てごらん  
おじさんがあの  
お店より安く買う  
方法を教えて  
あげるよ

えつ  
やす  
安く買う  
ほうほう  
方法？

かいしゃ  
ゲーム会社の  
ひと  
人かなあ  
おもしろ  
面白そだから  
い  
行ってみようよ

でも ぼく  
みせ よやく  
あのお店で予約  
しちゃってるし

だいじょうぶだよ  
こっちの方が  
やす  
安かったら ぼくが  
ことわ  
断ってやるよ

う・  
うん

こっちこっち

ふふふ  
これこれ

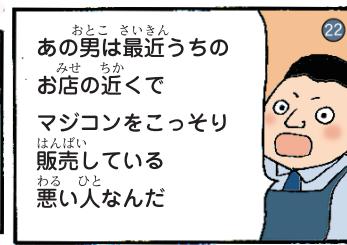
なん  
これ何ですか？

これはマジコンと  
い  
言ってね  
インターネットから  
コピーした  
ゲームソフトを  
あそ  
遊ぶことができる  
そうち  
装置だよ

えーっ  
そうち  
そんな装置があるなんて  
し  
知らなかつた  
それっていくらですか？

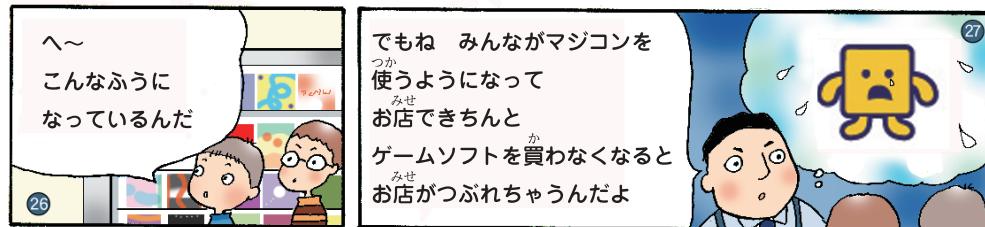
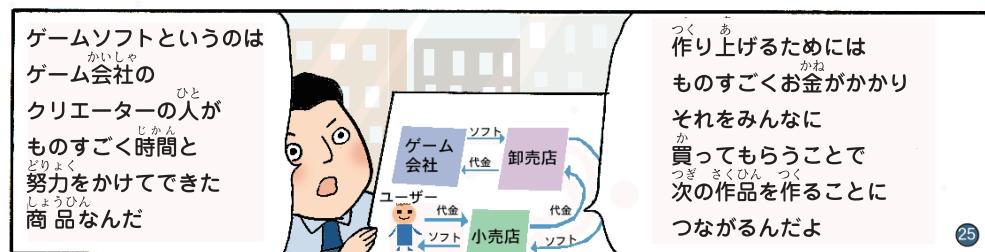
マジコン

マジコン



そんなこと とんでもない！





(※注1)著作権法 23条1項記載の「公衆送信権」などを侵害。10年以下の懲役若しくは1,000万円以下の罰金、若しくはその両方。



マンガの内容に関するお問い合わせ

社団法人コンピュータエンターテインメント協会 (CESA)

Tel: 03-3591-9151 URL: <http://www.cesa.or.jp/>

ゲームソフトの違法コピーを見つけたら

社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会 (ACCS)

Tel: 03-5976-5175 URL: <http://www2.accsjp.or.jp/>





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

ええ、『CERO』って言って、ゲームソフトに含まれている表現を公平に審査する団体があるんですよ



へえ~? そんなのがあるんですか



それでこのマークの意味なんですが、これはもともと欧米の「レーティング制度」を参考に作られたもので、ゲームソフトの内容・表現によって楽しんでいただける年齢を表示する制度なんです



あ、あの映画のチケット売り場にある『R-15』とかと同じものですか？

あ、「映倫(※)」のものとはちがうんです『Z』は年齢を制限するのですが『A』~『D』は購入指標を決めるもので、『だいたいこのくらいの年齢の方だったらこういう表現は大丈夫』っていうことを



お客様に購入前に御理解頂くことを目的としてるんです

※ 正式名称は「映画倫理委員会」



なるほど、じゃあ『Z』のソフトはうちの子にはふさわしくないということですね

そのとおりです

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

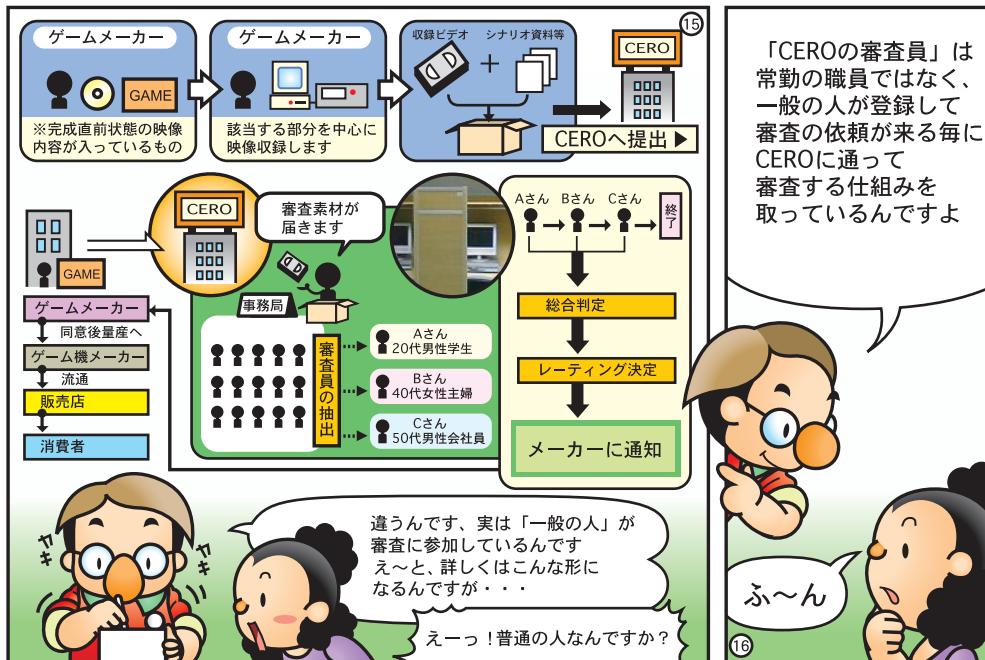
ただやっぱり高い年齢層向けのソフトっていうのは、その年齢にふさわしい表現が入ってますので、一番良いのは『年齢にあったゲームソフトを買うこと』だと思いますね

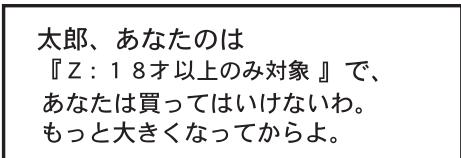


年齢	×禁止表現 許容を超える表現、 触法描写など。
18才	「Z (18才以上のみ対象)」
17才	「D (17才以上対象)」
15才	「C (15才以上対象)」
12才	「B (12才以上対象)」
	「A (全年齢対象)」

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・7」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。

バックナンバー「テレビゲームのちょっといいおはなし(1～6)」は下記サイトから  
ダウンロードできます(※PDFファイル形式となります)。  
<http://research.cesa.or.jp/handbook/>

**テレビゲームのちょっといいおはなし・7**

発行 / 平成22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 / 鵜之澤 伸