

ご自由に
お持ちください

テレビゲームの ちょっといい おはなし・2



はじめに

前回「テレビゲームのちょっといいおはなし」では大変多くの反響を頂き、ゲーム業界内外の多くの方から「こういう取り組みは必要だ」というご意見を多数頂きました。また昨今の情勢を気にかけている方々の多さを改めて実感しており、大変ありがたいと思っています。この場をお借りしまして、厚くお礼申し上げます。

一方昨今では地方自治体等により、「一部ゲームソフトに問題があるのではないかと」するご意見をいただくようになりました。折からの「ゲームによる身体への悪影響論」の反面、ゲームが学習上有益な効果をあげるなど、ゲームに対する意見は様々です。

何故ゲームが他のエンターテインメントに比較して批判されやすいのかを探ってみますと、「ゲームを楽しんでおられる方とそうでない方との間に大きな認識の差があり、ゲームに対しての理解度が他に比べて低い」ことが挙げられます。そこで少しでも理解度向上の役に立ちたいと本小冊子を作成いたしました。

私たちはこうした現状を踏まえ、より多くの方々に正確な情報をきちんと伝えていくことが責務だと考えています。引き続き継続して情報発信していくと共に、より広く情報を伝えていくためには多くの方々のご協力が必要不可欠です。時間はかかるかと思いますが、もっとゲームのことを正しく理解していただけるようアピールしていきたいと考えています。

今回の「テレビゲームのちょっといいおはなし・2」では、昨今注目を浴びておりますゲーム業界のシニア市場に関する取り組みを2つ、ゲームの教育現場での活用事例、旧ハードウェアの復刻事業に関する取り組みの4テーマを収録いたしました。いずれのテーマもご一読いただくことで、皆さんの「ゲームに対する見方」が変わっていただけると幸いに思います。

平成17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 (CESA)
調査広報委員会

テレビゲームの

ちょっといい

おはなし・2

-  **1** アミューズメントが高齢社会を救う…………… 1
株式会社ナムコ バリアフリーエンターテインメントディビジョン
-  **2** 「テレビゲームとのつきあい方」を…………… 9
考える授業実践の開発
千葉大学教育学部助教授(NPO法人企業教育研究会理事長) 藤川 大祐
-  **3** シニアゲームユーザーの養成講座を全国に… 17
特定非営利活動法人おとなの暮らしと仕事研究所 代表理事 松本 すみ子
-  **4** MSX これまでとこれから…………… 21
MSXアソシエーション
-  **家庭用ゲームの
『年齢別レーティング』ってなあに?…………… 38**

■本書は「2005CESAゲーム白書(2005CESA Games White Paper)」および「2005CESAシニア調査報告書～日本・韓国合同調査～」に掲載された内容を再編集したものです。

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

2005CESAゲーム白書

(2005CESA Games White Paper)

定価 6,300円(税込)



2005CESAシニア調査報告書 ～日本・韓国合同調査～

定価 5,250円(税込)



●上記二書籍は、政府刊行物取扱書店並びに全国有名書店にてお買い求めいただけます。

ゲームに関する研究情報は・・・

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

までアクセスしてください。

■このハンドブックを読んだのご意見・ご感想をお寄せください。
郵送または、インターネットのホームページからお送りいただけます。

★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

「テレビゲームのちょっといいおはなし・2」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。

アミューズメントが 高齢社会を救う



株式会社ナムコ

バリアフリーエンターテインメントディビジョン

高齢者、ハンディキャップを持たれた方々へ「遊び」を通じて豊かに暮らしていけるサービスや機器の企画、開発、提供を行なう部署。

高齢者施設の企画、開発、運営、リハビリテーション効果の期待できるゲームマシンやハンディキャップを持たれた方の生活を支援する機器の企画、開発、販売を行なっている。

携帯型意思伝達装置トーキングエイド

ナムコの福祉事業のスタートは1985年発売のトーキングエイドが事実上のきっかけであったといえます。この製品がナムコにもたらしたものの、それは「医療機関」「医療・介護従事者の方々」とのネットワークでした。

このネットワークの中から「高齢者」「介護」「リハビリテーション」「身体能力の賦活」等のキーワードが誕生したのです。



トーキングエイド

アミューズメントの潜在能力

あるとき医療従事者の方々から「ゲーム機をリハビリテーションに活用したらどうか」というご提案をいただきました。「ゲームで遊ぶプレイヤーの体の動きとリハビリテーションの場における患者様の体の動きが非常に似通っている」と言うのがその理由でした。「単調で苦しいリハビリテーションの場においてはリハビリテーションの場にすら来てくれない。かたやゲームセンターにおいてはお金を出してまでゲームをやっている。ゲームの持つ“遊び感覚”がリハビリテーションの動機付けにならないだろうか」というものでした。それらの提案を受けて開発されたのが「遊戯要素を活用した身体機能促進訓練機器」でした。開発後、リハビリテーションの場で使用したところリハビリテーション機器として一定の効果は見られたものの、集まりの悪さはかわらず、当初期待された「リハビリテーションの動機付け」に繋がりませんでした。

先生方のサジェスチョンにより、本物のゲーム機を持って行ったところ「時間前から集まってくる」「お昼ご飯のおかずを対象に点数を競う」など状況は一変いたしました。この試みにより私達は「アミューズメントの持つ潜在能力」というものの存在を確信いたしました。



遊戯要素を活用した
身体機能促進訓練機器

バリアフリーエンターテインメント構想

1999年の秋、横浜ワールドポーターズ6階「ニューライフマート(=誰でも入りやすい福祉器具・用具等の展示販売場)」に出展の機会を得ました。そこで「バリアフリーエンターテインメント構想(=加齢により衰えの生じた方でもハンディキャップを持たれた方でも同じように楽しめる空間やモノ・コトを創造したい)」と言うナムコの福祉事業のビジョンの発表とともにリハビリテーション効果の期待できるゲームマシン「リハビリテインメントマシン」7台を設置いたしました。そしてリハビリテインメントマシンの販売先第一号となったのが青森県八戸市にある「デイサービスセンターちょうじゃの森」様です。同デイサービスセンターでは以前より「ゲームリハビリテーション」の検討をされておりました。今でも2ヶ月に1度「体力測定」を行なっており、ご利用者のイベント的な楽しみとなっていると聞き及んでおります。



リハビリテインメントマシン
(ワニワニパニック)



リハビリテインメントマシン
(ゲートボール倶楽部)

リハビリテインメントマシン仕様変更のポイント

仕様変更にあたっては「ゲームの仕組みは変えず、インターフェイス等“やりやすさ”を向上すること」のみとしました。「お年寄りだからスピードを遅くする」等のことは「ゲームの面白さを変えてしまう」ことになってしまうのです。「遊びのおもしろさは“年齢や性別を越えて一緒”」であったのです。したがって、ワニワニパニックにおいては「握力の衰えた方でも使えるようなハンマー」、車椅子にのったままでもやりやすいように「筐体に車椅子のフットレスト用のスペースを作る」という内容となりました。

また2004年11月には「太鼓の達人～日本の心～」を発売開始いたしました。かねてよりご要望のあった「お年寄りになじみのある楽曲で作って欲しい」という声のもと、音楽療法士の先生とともに「民謡」「懐かしい日本の歌」「音楽療法で使用されるもの」を中心に楽曲を選定し、楽曲作成、打点の設定を行い開発いたしました。筐体については「車椅子に座ったままでもできるように太鼓を本体から離す」「バチに握力支援ベルトをつける」などの工夫をしました。ビジュアルについては「カタカナや英語表記を日本語・文字に」「魂が抜けていく表現をやめる」などの変更を行ないました。

そして「リハビリテーション」「レクリエーション」だけではなく、「太鼓⇒音楽療法の補助具」としても使えることを期待し、「和太鼓」としてのみでも使えるモードを設定いたしました。



太鼓の達人～日本の心～

南小樽病院妖精の森

2001年夏、北海道小樽市の「南小樽病院」様のご依頼により「通所リハビリテーション室」の企画プロデュース、リハビリテインメントスケープの製作をいたしました。リハビリテインメントスケープとはナムコの造語であり「演出された空間の中にリハビリテーション動作を促すインタラクティブなゲーム性を持つ仕掛け」をさすものです。約300㎡をファンタジックな春の森の空間に見立て、床を長尺シートの貼り分けで「道」「小川」等を表し、擬人化した木々を生やしました。木々の枝を輪投げの軸、口をタマ入れのカゴに見立て、点数表示・音の演出を加えテーマパーク感覚でまとめました。平行棒は小川を渡るつり橋に見立て、往復すると「橋の精から本日のお告げが告げられる」という、いわば「大型歩行訓練占い機」としました。そしてワニワニパニック等既存のリハビリテインメントマシンを設置いたしました。



ゲームイベント光景

「お年寄りと子どものワニワニパニック大会、成績優秀者にはプロのメイクアップアーティストによるメイクアップサービス」、この試みはお年寄りのアクティビティを刺激し、あるイベントでは引きこもりがちであった方々自らが壇上に上がり「剣舞」「きやり」「民謡」などをご披露し始めたこともありました。

「一人でいるのが良い」とおっしゃる方でも、実は誰でもが「話したい」「主役になりたい」のです。そしてそれは気持ちの高揚が一線を越えたときに実現されることでした。一線を越えてしまえば、ゲーム機はもとよりメイクアップもお子さんも関係ありません。「私が」「ワシが」と前に出てくるのです。

しかし、きっかけがなければそういうわけには行きません。そのきっかけとなるのが「ゲーム機」であり「メイクアップ」でした。たかが「遊び」ですがされど「遊び」といえましょう。

私達はゲームマシンを中心としたイベントが「地域のコミュニケーションの軸を形成する力があること」「ご老人の心身の能力を賦活させる能力があること」、そして「遊びの持つ潜在能力」を実感いたしました。

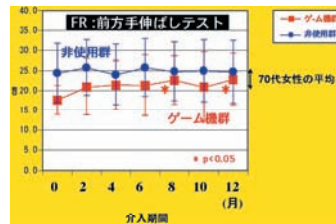
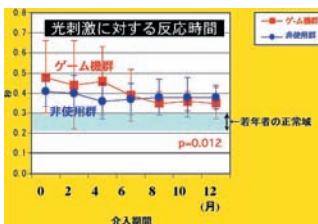
「楽しい時間を過ごしているうちに結果として心身の活性化、維持が期待できる」、これこそが「スピリチュアルヘルス=魂の健康」であると実感し、私たちの事業コンセプトと位置づけたのです。

リハビリテーションマシンの医学的効果

多くの施設様でご利用頂く様になる中、「脳血管障害で利き手側がマヒされた方が患側でワニワニパニックを行うようになられた」「プレイしているうちに思わず車いすから立ちあがってしまい今では杖で歩行できるようになった」「杖を使わなくなった」等のお声を頂いております。そしてなによりも嬉しかったのが既述の「利用者間のコミュニケーションが増加」でありました。

それを医学的見地から検証しようと音頭をとって進めてくれたのが兼ねてより親交のあった九州大学附属病院リハビリテーション部高杉医師のグループでした。高杉医師のグループとリハビリテーションマシン納入第一号となったデイサービスセンターちょうじゃの森と当社の3団体で発足していた「リハビリテーションマシン研究会」の活動の成果が一つの形となって発表されたのが、2004年5～6月に開催された「第39回日本理学療法学会」「第41回日本リハビリテーション医学会」「第38回日本作業療法学会」「転倒防止国際シンポジウム」の各学会でした。

これらにおいては「機能訓練やトレーニングとは意識せずに、ただ楽しくゲームを1年間継続した方々は、ゲームをやっていない方々よりも“光刺激に対する反応時間”と“ファンクショナル・リーチ”に統計学的に明らかな改善効果が見られた」というものでした（下表）。これらは“敏捷性”と“バランス”の向上を証明する確固たる科学的裏づけであり、高齢者の寝たきり原因の上位にある“転倒”を予防するのに有効であると考えられます。



リハビリテーションマシン利用者の改善効果

ナムコ・デイサービスセンター「かいかや」

2004年10月1日、神奈川県横浜市にある複合商業施設「横浜ワールドポーターズ」に直営の「デイサービスセンター」を開設いたしました。大正ロマンを演出モチーフとする和洋折衷の空間を持つデイサービスセンターです。施設コンセプトは「スピリチュアルヘルス＝楽しい時間を過ごしているうちに結果として心身の活性化、維持に繋がること」を目的とするアクティビティを触発するハードを組み込んでおり、それらハードを活かすソフトを開業以降も構築しつつけております。

ご自宅や他所の施設ではスプーンでお食事をされていたが「かいかや」では箸をお使いになるようになりました。施設環境、食事内容、食器、それらがそのご利用者の潜在能力を掘り起こしたのです。これが「空間の力」「自発的に楽しむことの力」であると実感いたしました。

今後の高齢者施設こそ「町の中核機能を有する施設」の中に存在すべきだと考えております。

周辺環境、施設環境、リハビリテーションツール、それらが「楽しさ」を誘発するものであり「結果として心身の活性化、維持を実現する」ものであるからです。それがアミューズメントの潜在能力であり「遊び」が「心身を変える」ということに繋がるものと考えております。



「かいかや」入口



箸を使った昼食

「お年寄りだから」という考え方ではなく、今後の超高齢社会を「私たち自身の問題」と捉え、私達自身が行きたくなくなるような「施設」を、そして「リハビリテーションや介護予防を目的としたアミューズメント機器」を、「介護層、非介護層」に関らず創出して行く事を目指しております。

(文章：株式会社ナムコ バリアフリーエンターテインメントディビジョン 河村吉章)

「テレビゲームとの つきあい方」を考える 授業実践の開発



千葉大学教育学部助教授
(NPO法人企業教育研究会理事長)

藤川 大祐
Daisuke Fujikawa

1965年生まれ。

千葉大学教育学部助教授(教育方法学・授業実践開発)。東京大学大学院博士課程、金城学院大学助教授を経て、2001年4月より現職。メディアリテラシー、ディベート・討論、数学、環境、キャリア教育等、さまざまな分野での授業づくりの研究に取り組む。NPO法人企業教育研究会理事長。

主な著書

『企業とつくる授業』(教育同人社)、『メディアリテラシー教育の実践事例集』『養護教諭のためのメディアリテラシーによる健康学習』『授業分析の基礎技術』(学事出版)。

ゲームと学校教育との不幸な関係

家庭用テレビゲーム機が子どもたちに広く普及し、子どもたちの遊びの中でテレビゲームは確固たる位置を占めている。

だが、テレビゲームは、多くの教師や親にとっては、悩みの種だ。子どもたちは毎日のようにゲームに没頭し、外で遊んだり、勉強したり、家族で会話をしたり、睡眠をとったりといった他の時間が削られてしまう。子どもが友達と遊ぶ際にも、ただ無言でそれぞれがゲームに興じるだけということが珍しくない。

これでいいのか!? — 多くの教師や親の思いである。

しかも、猟奇的な少年事件が起きると、かなり高い確率で、ゲームの影響が論じられてしまう。最近でも、2005年2月に大阪府寝屋川市で発生した小学校教職員殺傷事件では、加害者の17歳少年が幼い頃からゲームが好きで、ゲーム雑誌の編集者がゲームのデザイナーになりたいと小学校の卒業文集に書いていたことが報じられ、あたかもゲーム好きであることが凶悪事件の要因になっているといわんばかりである。ゲームに興ずると脳波に異常が生じ「ゲーム脳」になるという指摘まで出され、ゲームへの風当たりは強い。

このような状況は、テレビやインターネット、携帯電話にも当てはまる。これらのメディアについても、子どもが長時間接触して困るとか、子どもが悪影響を受けるといったことが問題となっている。だが、テレビはニュースを知る重要な窓口であり、インターネットはこれからの情報社会を生きるための必須のツール、携帯電話は子どもには早いかもしれないが大人になれば誰もが持つもの。こうしたことから、これらのメディアについては、メディアリテラシー（メディアについての基本的な能力）を向上させる方向で、「賢くつきあう」ことを目指した取り組みが多少なりとも進められている。

だが、テレビゲームは違う。大人の目から見ればテレビゲームは純粋な娯楽であり、擁護すべき理由はない。親はせがむ子どもに渋々買い与えるが、教師の側では「控えなさい」と言うくらいのことしかできない。

子どもたちの将来の夢には「ゲーム・クリエイター」が上位に入り、ゲーム産業を含むコンテンツ産業は日本が誇る輸出産業である。だが、テレビゲームは情報教育でも社会科教育でも、扱われることはまずない。

だが果たして、ゲームと学校教育との関係は、このままでよいのだろうか。

「ゲームの向こうの人」の姿に迫る

私は2000年にメディアリテラシー教育研究会を発足させ、多くのメディア関係者の協力を得ながら、現場の教師たちとともに、メディアリテラシー教育の授業を開発してきた(藤川編著『メディアリテラシー教育の実践事例集』学事出版、参照)。また、最近では千葉大学の学生たちとともにNPO法人「企業教育研究会」を発足させ、企業と連携した新しい授業実践の開発を進めている(藤川編、企業教育研究会著『企業とつくる授業』教育同人社、参照)。

■ 企業教育研究会(ACE) 概念図



このような授業づくりの研究を進める中で、テレビゲームに関する授業をすることは重要な課題であった。メディアリテラシー教育の基礎は「メディアの向こうに人がいる」ことを理解させることであるが、この手法をテレビゲームの授業にも取り入れたいと考えた。「ゲームの向こう」でゲームの開発に尽力している人たちの姿を知ることによって、子どもたちが自分とゲームの関係を自覚的に問い直すことができると考えたのである。

実際の授業づくりは、NPO法人企業教育研究会の「授業プランナー」である千葉大学の学生たちによって進められた。ゲーム世代でもある彼らは、自分たちとゲームとの関係を振り返りつつ、授業づくりを進めてくれた。これまでに、以下のよう
に3回にわたって実験的な授業を実施している。

- (1) 2004年3月、千葉県旭市の小学校5年生対象
- (2) 2005年2月、千葉県千葉市の小学校6年生対象
- (3) 2005年4月、千葉県旭市の小学校6年生対象



研究風景

(2)の取り組みについてはメディア各社にご案内させていただいたこともあり、5社が取材にいらしてくださり、「週刊朝日」2005年2月18日号等で比較的大きく報じられた。

ここでは、(2)を修正して実施された(3)の授業について、具体的にご報告させていただきます。授業を担当したのは、千葉大学教育学部4年で企業教育研究会授業プランナーの八木航(わたる)である。今後このような授業が全国どの学校でもできるように教材づくりや成果発表を進めていきたいと考えている。

授業「テレビゲームとのつきあい方」

<1 テレビゲーム産業について知る>

授業冒頭で、授業者の八木が6年生の子どもたちに、平日1日にどのくらいゲームをしているかを問いかけた。ほとんどの子どもが1時間から2時間以内とのこと。2時間以上という子どもも数名いた。

八木は「そのゲームとのつきあい方を考えてもらいます」と告げ、まずテレビゲームの歴史と、産業としてのゲーム産業について扱うことを宣言する。そして、資料を示しながら、ゲーム機の変遷や産業規模について説明した。



テレビゲーム産業についての説明

＜2 ゲームに夢中になる理由を考える＞

八木が「ゲームを作っている人がプレイヤーをゲームに夢中にさせるためにどんな工夫をしているか考えてみましょう」と問いかけ、まず個人で、次に班で考えさせる。

ここでは、KJ法の手法を取り入れ、子どもたちには1枚1項目で、付箋紙に自分たちが考えた「工夫」を書き出させ、整理させた。子どもたちは「画面をきれいにしていること」「アイテムを集めるのが楽しいこと」「対戦機能があること」というように、ゲーム制作者の工夫を想像し、各班数十枚の付箋に項目を書き出した。班では、「キャラがカッコいいよね」「でも、キャラはカッコいいだけじゃなくて、育てていくところも夢中にさせる工夫じゃない?」というように、話し合いが進んだ。



話し合う子供たち

続いて、班で話し合ったことを全体で発表してもらう。ある班は、次のように発表した。

「私たち、1班が考えたことは、ストーリーの工夫とキャラクターの工夫、ゲーム本体の工夫です。ストーリーの工夫は、自分で話が選べるところで、キャラクターの工夫は、キャラをカッコよくしていたり、自分で育てることができたりするところです。そしてゲーム機本体の工夫は、DVDが見られたり、持ち運べるようになっていたりするところです」



子供たちによる発表



<3 ゲーム制作者から>

では、ゲーム制作者はどんなことを考えてゲームをつくっているのだろうか。この授業では、株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメントの池尻大作さんへのインタビューを、子どもたちにビデオで紹介した。

「私は『みんなのゴルフ』というゲームをつくっています。ゲームに夢中にさせる工夫としては、『難しくしすぎないこと』『短時間で集中できるようにすること』がありますね。なるべくだれにでも、遊べるようにしています」



株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント 池尻大作さん



みんなのGOLF4

(C)2003 Sony Computer Entertainment Inc.All Rights Reserved

また、他の制作者・関係者へのインタビューも紹介した。「隠しアイテムやキャラクターを育成することで、繰り返し遊べること」「カードやアイテムを全て集めたいかなるようにすること」「次の展開を選ぶという、自分がゲームの展開を決めること」といったことが紹介された。

なお、ここではゲーム制作者からいただいた子どもたちへのメッセージも紹介している。池尻さんからのメッセージは次の通り。「ゲーム・クリエイターになるには、ゲームだけをしていればいいわけではありません。私もゴルフゲームをつくるために実際にゴルフをやってみました。みなさんもぜひ、いろいろなことに興味を持ち、何がおもしろいのか、自分の意見をもてるようになってください」



池尻さんからのメッセージ

子どもたちからは、「ゲーム・クリエイターがこんなことを考えているなんてはじめて知った。これからゲームをするときは、そういった工夫を考え、さらに夢中になりすぎないように注意したい」といった感想が出された。

■ 企業教育研究会ホームページ



<http://www5.ocn.ne.jp/~ace-info/>

シニアゲーム

ユーザーの

養成講座を全国に



特定非営利活動法人
おとなの暮らしと仕事研究所
代表理事

松本 すみ子
Sumiko Matsumoto

特定非営利活動法人おとなの暮らしと仕事研究所代表理事。有限会社アリア代表取締役。シニアライフアドバイザー、産業カウンセラー、キャリアカウンセラー。シニア世代／団塊世代へのライフスタイル提案と情報提供、マーケティング、調査研究などを行うかたわら、主に50代を対象にアクティブに生きるための仲間づくり、活躍づくり、仕事づくりを支援するNPOを主宰。日経BPビジネスインフォーマーで「団塊消費動向研究所」を連載中。著書「心理系の仕事を見つける本」「つまらない毎日なら、好きなことで独立しよう」など。

私たちは、シニアの活躍の場を作る様々な取り組みを行ってきました。その中でゲームに関する講座を開こうと思ったのは、技術系のシニアを活用できないかと考えたことが始まりです。技術系のシニアは退職した後、パソコン教室の講師などをしている人が多いのですが、これまで会社で培った知識を活かせば、ゲームのインストラクターができるのではないかと。その時にSCE(ソニー・コンピュータエンタテインメント)さんがシニアに対するマーケット拡大を目指している事と丁度マッチしたわけです。

シニアの人たちにゲームを楽しんでもらうためには、年齢の離れた若いインストラクターよりも、ゲームのイロハを教えてくれる同年代の人たちの方が安心します。しかも、その養成講座に参加していただいている人たちは企業でバリバリ働いていたエンジニアの人たちが多く、スキルも高く、教え方も上手なのです。

そして、何よりもホスピタリティに優れていて、教えてあげるといふより、親切にアドバイスするといった対応ができます。そうした技術者出身のインストラクターが率先して講座を開き、シニア層のゲームへの関心を引き出してほしいと始めたのがシニアのためのゲーム講座「諸兄、ゲームやろうぜ!」なのです。



シニアのためのゲーム講座「諸兄、ゲームやろうぜ!」



講座ではロールプレイング・パズルゲーム・アクションゲームなど様々なゲームからいくつかピックアップして学んでいただきます。参加された方は最初は戸惑っていますが、慣れるにしたがって、楽しめるようになります。今までゲームをしなくても子供や孫に聞くのは嫌だったという人には好評です。中にはご夫婦で参加されている方もいて和気あいあいといった雰囲気です。

一方、シニアインストラクターの方は認定制度を設けており、現在7名が合格し、第1期生として活躍しています。その人たちはゲームを教えるだけでなく、シニアにとってゲーム機とは何かを考えています。ゲームを通した仲間同士、子供や孫とのコミュニケーションの在り方、あるいはゲームの高齢化社会への活用などが視野に入っています。このような観点で、ハードメーカーやソフトメーカーへの提案、さらにシニア向けのゲーム機やソフトの企画などにも、将来的にはつなげていきたいと考えているのです。

今後も、SCEさんのご協力を得て、シニアインストラクターの育成を続けていきます。講座も現在は首都圏中心となっていますが、来期からは地方都市でも開催したいと考えています。予定としては、まず大阪、名古屋、福岡、仙台など全国6大都市に広がっていくつもりです。

インストラクターの養成も全国に展開することで、シニアの人たちにもっとゲームを楽しんでいただく「諸兄、ゲームやろうぜ!」講座を広げ、シニアゲーム人口が5%といった寂しい数字ではなく、もっと皆がゲームを楽しめる環境づくりをしていきたいと思っています。

その中からシニアに大切に長く支持されるソフトが生まれる可能性も夢ではないと考えています。ゲーム機は、その活用方法によっては決して若者のだけのものではなく、誰もが楽しめ、役立てることができるものだと思うからです。

シニアの人口はこれからさらに増加をたどることは間違いない事実です。ゲームの世界も、過去にインベーダーゲームで熱くなった経験を持つ団塊世代をどのような形で取り込んでいくかが大切です。ゲームをするだけでなく、提供側・情報発信側で活躍する人たちも生まれてほしいと思っています。



ゲームの遊び方を学ぶ受講者

シニア層をゲームユーザーに取り込む仕組みづくり

50代以上でゲームをする人口は現在全体の中で5%を切っていると言われて
います。しかし、大きなマーケットであることは間違いないことです。あらゆる業
種がその巨大で影響力の強い世代に向けてマーケティングを一生懸命に行って
いることは周知の通りです。

一方、ゲーム業界を見ればその世代の人たちはインベーダーブームの真っ只中
で熱くなってゲームを楽しんだ人たちなのです。つまり、50代以上のシニアの方
々はゲームの経験が全くないのではなく、過去にはゲームに親しんでいたのです。

ですから、その世代の人たちが
再びゲームを始めるような仕組み
づくりを目指し始めたのが、松本
さんの協力を得て開催したシニア
のためのテレビゲーム講座「諸兄、
ゲームやろうぜ!」なのです。現在
は首都圏で展開していますが、そ
れを全国に広げてシニアの人たち
にゲームを楽しんでいただきたい
と考えております。



熱心にゲームをプレイする受講者



株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント
宣伝部 メディアコミュニケーション課

山口 光秀
Mitsuhide Yamaguchi

1997年に株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメントから株式会社ソニー・コンピ
ュータエンタテインメントに。これまで、自社で制作したソフトウェアや「プレイステー
ション」フォーマットのプロモーション活動に携わってきた。

現在は、シニア層に向けてのゲームの普及を中心とした活動を行なっている。

MSXこれまでと これから



MSXアソシエーション

MSX関連商品を開発販売する会社・団体に対し、支援、管理を行う。旧アスキーMSX推進室の役割を引き継ぎ、有志により運営されている。2002年、西和彦を会長として発足。

はじめに

MSXとは、Microsoft Xの略とされ、アスキーとMicrosoft社によってその規格が制定された8bitパーソナルコンピュータの世界共通規格です。

日本のTVゲーム史の中では、大きく3つの流れがありました。ひとつは任天堂のファミリーコンピュータなどの家庭用ゲーム専用機、もうひとつは喫茶店やゲームセンター、デパートや遊園地などに設置されているアーケードゲーム機、そして最後に汎用のPC用に作られたゲーム群がありました。

1983年6月に発表され、その年の秋に登場したMSXは、一般家庭向け機種は94年頃までバージョンアップを繰り返しつつ約11年間発売され続けました。総生産数は500万台弱、国内だけでも300万台前後の普及台数を誇りました。また市販されたゲーム数も国内外で1800タイトル以上（MSXアソシエーション調べ）という膨大なものとなりました。

価格的には高級な汎用8bit PCとゲーム専用機の間位置するMSXですが、性能的にはMSXよりも価格設定の安い家庭用ゲーム専用機に劣るところもありました。しかしMSXはPCとして最低限の機能を持っており、またゲームが作りやすく、導入コストも安かったためアーケードやゲーム専用機、MSXよりも古い汎用PC向けゲームからの移植も盛んに行われ、かつ多くのオリジナルゲームがリリースされました。また完成度の高いBASIC言語を標準搭載した「コンピューター入門機」としての位置付けから、後に多くのコンピューター技術者を輩出しました。

MSXへの道

アスキー創業メンバーの一人にしてMSXの生みの親、西和彦はMSX誕生以前、既にいくつかのPCの誕生に関わっていました。1981年には米国Microsoft社の副社長としてIBM PCの企画、設計とMS-DOSの普及を推進、成功させました。



西和彦(写真左)とビル・ゲイツ(写真右)の両氏<1978年撮影>

MS-DOSの誕生によってPCの扱いは飛躍的に手軽になり企業を中心にPCが大きく普及しました。しかしこのIBMの16bit PCはまだ高額で家庭に入り込むことはほとんどありませんでした。続く82年にはTandy社にてハンドヘルドコンピューターの企画、設計に成功、大ヒットを記録するもやはりユーザーはビジネス系が中心となりました。こうなると西の次なる課題は、いかに家庭にPCを普及させるかということになります。

- 1.安価である
- 2.扱いやすい
- 3.ソフトに互換性がある
- 4.家電である

これは当時、一般家庭にPCを普及させるために、西が重視したMSXのコンセプトです。「定価が10万円以上もするようでは家庭では普及しまい、ゲームの入ったカートリッジをボンと挿し、家庭用テレビに接続するだけでゲームが始まらなくてはダメだ。メーカーが異なってもMSXマークさえ確認すれば、同じソフトや周辺機器が何も考えなくても動くようにしなければならない。そうなってはじめてパソコンは家電の仲間入りを果たすのだ」西はそう考えました。

MSXのマークをよく見てください。

この「MSX」マークが付いているパソコンなら、どこのメーカーのパソコンでも「MSX」マークの付いているソフトが動きます。実はヒントは家庭用ビデオデッキにありました。「VHS」マークが付いているビデオデッキならどこのメーカーのデッキでも「VHSビデオ」を見ることができます。テレビにケーブルでビデオデッキを接続するだけで簡単に映画が見れます。フィルムをくるくる巻きながら、スクリーンに映す時代は終わりを告げました。βデッキやVHSの登場でビデオはテレビ局や映画関係者、マニア向けのものから一気に家庭電化製品になりました。MSXが夢見たのはこのような家電としてのパソコンであって、コンピューターを生業にするような人に向けたものではありませんでした。「プロの現場から一般家庭に」という願いを込めて、「MSX」のロゴは「VHS」ロゴをヒントに西自身が考案しました。



MSX登場以前のPCは各社、仕様がバラバラで毎回、専用のアプリケーションを作らなくてはなりませんでした。つまりソフトの互換性が無かったのです。しかし

実際にはプログラムの多少の改変だけで各社向けのOSやアプリケーションを開発できる場合も多く、ソフト制作側の利益率は決して悪くありませんでした。この頃のアスキーも実に様々なメーカーの各機種用アプリケーションを作っていました。確かに利益は出ていましたが、同じようなソフトを各機種毎に作り直すことは本当に正しいあり方なのか疑問もありました。本当はPCのハード規格を統一すればソフトを一つ作るだけでどのPCでも同じソフトが動くことが望ましいはずだという考えが芽生えてきたのです。ただし発展途上にある16bit以上を規格で縛ることは望ましくないという考えから、統一規格は8bitで行われることになりました。

一方、ビル・ゲイツはハード製造ビジネスにはあまり興味がありませんでした。ハードはハードメーカーが作ればよい。むしろ基幹ソフト側（OS=当時のMS-DOS、後のWindowsなど）の普及に軸を置いていれば、ハード製造会社側が基幹ソフト側の規格に合わせてくることさえあり得ると考えていました。またターゲットも家庭用よりはビジネス向けを中心にと考えていました。このようにPCの規格統一という考え方について、西とビルは当初から方向性の差異を持っていました。

一方、松下電器はPC事業で先行する各社に対抗するため、すでにPCの企画、設計で実績のあった西に相談し、アスキーとMSの提唱するMSX規格への参入を決めると共に、ソニーにも声を掛けました。この時、松下電器の前田は「MSXは松下のM、ソニーのS、可能性のXだ」とソニーに説明しました。この呼びかけにソニーも応え、家庭用ビデオ規格では対立していた両社ですが、PCにおいてはガッチリと手を結ぶことになりました。これを見た国内メーカーは次々とMSX陣営に参入してきました。

MSXスタート

1983年末、ついにMSX販売の日がやってきました。アスキーは得意の出版チャンネルを使い、月刊MSXマガジンを創刊。創刊準備号、創刊号に掲載されていたMSXの思想はこれまでにないものでした。それはコンピューターの存在を意識させない、ホームコンピューターが切り開く未来というものでした。

また、同時発売ソフトを100本近く用意する気合の入れようでした。アスキーはMSX以前の8bit PCでも多数のソフトを販売していましたから、開発力もありましたし、協力的なソフトハウスも多数揃っていました。これまで他機種用に発売されていたソフトの移植が中心ではあるものの、価格を下げた一気にゲーム市場に打って出ました。

ところで実は当時、玩具系メーカーを中心に3～6万円程度の低価格な「おもちゃ系PC」がたくさん発売されていました。バンダイのRX-78、タカラのゲームパソコンM5（ソードM5）、トミーのぴゅう太など、海外メーカーも含め、多くの機種が発売されていました。MSXは実際にはNECや富士通などのPCよりはこういったおもちゃ系PCに近いスペックでした。価格的には10万円上のPC群と6万円以下のおもちゃPC群、そしてゲーム専用機に挟まれる形になっていました。

しかしMSXの本領はその拡張性にありました。当時ファミリーコンピュータをはじめとする、ゲーム専用機にポピュラーな仕様であったゲームROMカートリッジスロットを通じて、たくさんの周辺機器が接続できたのです。ビデオ、オーディオ、メモリ増設はもちろん、タブレットやライトペンなど多種多様な周辺機器が登場しました。独自仕様のおもちゃPCやゲーム機に比べて大きな差は、この周辺機器の充実ぶり、発売ゲーム本数の圧倒的な数でした。

MSX本体が低価格であり低機能だっただけに、かなり無理をしていた機器もありましたが、MSXマガジンに掲載された周辺機器群は今日では感じなくなってしまったPCへの夢と憧れをユーザーに与えたのでした。



多種多様な周辺機器群

当時、ほぼ同時に発売されたゲーム機に任天堂のファミリーコンピュータがありました。セガのSC-1000というライバル機と、そしてMSXに挟まれる形で、各社のゲーム専用機とおもちゃPCたちは、次々に駆逐されていきました。ゲーム専用機における任天堂とセガの時代が幕を開けたのです。一方、高級8bit PCではPC-6601、PC-8801のNEC勢と富士通のFM-7、シャープのX1、MZ勢の御三家が、他社の独自8bit機を蹴散らし、ほぼその市場を席巻しつつありました。一方、16bit勢の中からはNECのPC9800シリーズがシェアを拡大していきました。

MSXはゲーム専用機と御三家に挟まれながら集まったメーカー集団という印象となっていたのです。

ゲーム機との戦い

アスキーを始め、MSX参入各社は低価格なPCとしてMSXを捕らえ、ゲーム機よりは「PC機能を基本とする入門機だ」と考えていました。そんな中、カシオ計算機だけはMSXのライバルはファミコンであると明確に意識し、「PC的な性格も併せ持つゲーム機である」と解釈していました。ゲーム専用機でファミコンに負けたカシオは、MSXで勝つには「より一層低価格にしなければならない」とそして「ファミコンには無いオリジナルなゲームを多数リリースする必要がある」と考えていました。同社は今日に至るまで、数々のエポックメイキングな製品を各分野でリリースしてきましたが、MSXにおいても同様にこれまでに無い低価格化を推し進めました。定価29,800円、量販店では2万円台前半で実売されたという「PV-7」の登場（84年10月）は衝撃的でした。その後、定価を19,800円まで下げたMSX、MX-10を発表しますが、これはOSまで実装しているメーカー製PCとしては今日に至るも破られていない最低価格記録なのではないでしょうか。

こうした超低価格機の投入もあってMSXはその販売台数を順調に伸ばし、100万台、200万台の大台を楽々突破していきました。しかし、もともと利幅の少ないMSXが、この低価格路線によって一層利益の出ない製品になってしまいました。本体の価格が安くなりすぎて、周辺機器が割高に見えてきてしまったこともあって、周辺機器の売り上げは延びなくなっていました。他機種よりはずっと安いといっても、本体より高い周辺機器は購入しづらいのです。また、MSX規格を遵守している以上は、定価が高くて安くても同じ性能のMSXなのです。自動車を例に考えてみましょう。軽自動車でもプレミアムカーでも法定最高速度は同じです。高速道路を使って100キロメートル移動しても、4千CCの車でもリッターカーでも所要時間にはさほどの違いは無く、むしろ燃費は小型車の方がよっぽど良いです。それでもデザイン、高級感などに人々は何倍ものお金を支払います。MSXやPCの場合には高級感に数倍のお金を払う人はそんなにいません。CPUの速度やHDDやRAMの容量。そして面白いゲームや便利なアプリが揃っているかどうかが重要なのです。MSXにおいては低価格な機種と高級機種が市場において共存することはなく、超低価格機は結果としてMSX市場の価格破壊をしてしまいました。

ゲームの質においても、コナミをはじめ各社から名作が数多く登場するものの、総体としてはファミコンのようなゲーム専用機にはかないませんでした。MSXはPCとしてもゲーム機としても中途半端な印象になってしまったのです。

もう、限界まで安くしてもMSXのスペックでは戦えない。ファンとメーカーの期待を背負い85年にMSX2が登場します。特に弱点と言われたグラフィック機能が大幅に強化されました。

MSX2の最大の弱点は価格でした。中心価格帯は99,800円もしました。ゲームも当初はあまりリリースされませんでした。MSX2の機能を生かすにはFDDのような大容量メディアが不可欠でした。しかしFDDはまだ高価だったのです。そこでアスキーはメガロム規格を策定しゲームの大規模化に対応します。

86年の冬、本体のチップを高集積化し、ついに松下、ソニー、三洋から3万円前後のMSX2が登場し一大ブームを巻き起こします。松下は国内でPanasonicブランドを立ち上げ、ブランド第一号製品をMSX2「FS-A1」とする力の入れようでした。また、アスキーのみだったMSX専門誌市場に、徳間インターメディアからMSX・FAN誌が登場（87年4月号）。いよいよMSXの黄金期が始まります。

登場まもなくは高額だったFDDユニットも値下がりを続け、87年の終わりには高級機の上に搭載されていたFDDが標準で付いて実売5万円以下という普及価格帯のMSX2が登場します。FDソフトもイース、ファイナルファンタジー、ジーザス、スナッチャーなど名作、大作が次々と発売されヒットを量産していきました。

一方、ゲーム専用機は87年秋に「PCエンジン（NEC）」が登場、セガもSC系から88年にメガドライブへと進化させます。任天堂はディスクシステムでゲームをさらに充実させ3強時代に突入していきました。これにより過去に例を見ないほど質の高いソフトが次々と登場しました。本体価格も2～3万円以下と十分に安価だったため、これらの市場をMSXが切りくずすことはついにありませんでした。また、PCも16ビット機種が本格的に普及期に入り始め、MSX2をもってしても一定以上の市場を占有することはありませんでした。このときMSXは総販売数300万台を越え、ソフトの総タイトル数も1500種を越えていました。

MSXが終わる日

88年、アスキーは競争力の強化のためMSX2+規格を発表します。グラフィックの強化（後述）漢字への対応を含む日本語環境の強化など、今の目から見れば価格を上げずに大幅な改善を行ったものでしたが、当時のMSXはより安価で高性能なゲーム専用機と比較をされていました。残念ながらワープロへの応用やMSX-DOSの活用がより手軽になったことなどはあまり評価されず、むしろMSX2のマイナーチェンジ程度の印象を持たれてしまいました。

高性能化著しいゲーム専用機たちや高級なPCに比べ、8bitという貧弱なCPUではもはや地味な印象を拭い去ることは不可能でした。MSX2+は初期のMSX1から続く思想の集大成ともいえるものでしたが、最後まで評価を得ることはありませんでした。

90年、アスキーは待望の16bit CPUを搭載したMSXturboRを発表します。Z80と完全な上位互換を保つRISCチップ「R800」を搭載した松下の「FS-A1ST」は8bit時代から完成度を高めてきた内蔵ワープロ機能と簡易なPCM機能、これまでの4倍のRAMを内蔵し、階層ディレクトリに対応したMSX-DOS2を標準装備していました。さらに翌年に登場する「FS-A1GT」はGUIとMIDI-BASICまで搭載し、RAMはさらに倍の512KBにまで増えていました。これは「10万円以下で、カラーでMacみたいなGUIを持つ家庭用パソコン」という西の夢にかなり近づいたものでした。しかしビデオチップはMSX2+と同等で、色数こそ多いものの画像処理速度が遅く、スプライトの枚数の少なさや拡大縮小回転機能が無いことなど、もはやこのビデオチップでは同時期に登場した任天堂の最新ゲーム専用機「スーパーファミコン」に対抗することは不可能でした。アスキーにとっては次世代MSX規格への第一歩だったMSXturboR規格でしたが、互換性の確保という足かせによって中途半端な高性能化になり割高な印象を与えました。このため低価格MSX2登場時のような熱狂を持ってユーザーに迎えられないことはありませんでした。結果、新作ゲームのリリース本数はみると減っていききました。

■ Panasonic A1-GT

メーカー製としては最後にして最強のMSXturboR。
定価99,800円



92年夏号を最後に予告も無く自然消滅した本家アスキーのMSXマガジンの休刊は、ユーザーのみならずMSX関係各社に衝撃を与えました。一方、徳間書店のMSX・FANは一年前から95年8月号での休刊を宣言し、ユーザーに休刊後の準備を呼びかけるという異例の措置をとりました。

MSXはゲーム機としての性質も強く持っていたため、雑誌の誌面構成も基本的には新作ソフトの紹介が中心となっていました。しかし、もうゲームの紹介記事ではほとんど雑誌が成り立たなくなるほど新作のリリース数が減少していたのです。MSX・FANはある時期から投稿作品の紹介と付録FDへの過去の名作ゲーム収録を中軸に編集方針を変更していました。MSXは、初心者でもゲームが作りやすいという本体側の特徴だけでなく、ユーザー作品の発表の場が充実していたため多くのクリエイターを業界に送り出しました。

MSX・FANの北根紀子編集長が休刊までの一年間をかけて読者に送ったメッセージは「ユーザー同士で結束し、同人活動でMSXを守れ」というものでした。メーカーも、旗振り役のアスキーもMSXを見捨てたのだから、後は自分たちで必要なものを作るしかありません。「無いものは自分たちで作る」という精神はこのMSX・FAN最後の一年間で育まれたといっても過言ではないでしょう。MSXの父は西和彦ですが、母は北根編集長だと言われる所以です。

時代は16bitから32bit CPUへと少しずつ移行していきます。NECのPC9800シリーズやPC/AT互換機はますます高機能化、低価格化を進めていきました。MSXは互換性を保とうとするあまり、相対的に高コスト、低機能になってしまいました。

93年、こうして一部の特殊用途向けにMSX本体の供給を行う事業を残し、MSXプロジェクトは終了となったのでした。

MSXでやり残したこと

1. CD-ROMドライブの搭載
2. 映像コンテンツの再生
3. ネットワークへの接続
4. 1チップ化による超低価格化

西はMSXマガジンやMSX・FANの最終号において、MSXで今後やるべきことについて、いくつかの見解を述べています。CD-ROMの搭載は大規模化するゲームに対応するためには必須と思われましたが、MSXの基本機能では使いこなせないメディアでした。またMSX本体よりも高価であることもネックとなっていました。西としては映画が一本まともに収録できないCD-ROM規格はPCに搭載するには不完全なものに見えていました。MSX2+から搭載されたVDPIによる自然画モードは、当時のゲームメーカーにとっては使い道の良く判らないものでしたが、大容量メモリと高速処理できるCPUがあれば圧縮された動画データを動かすことが可能でした。この理論は後のMPEG (NTTとアスキーでISOへ提案)、MPEG2、DVDビデオへと続く技術へと成長していきます。

ネットワークへの接続はMSXの悲願でした。早期からパソコン通信を意識した周辺機器を多数用意したり、本体にモデムを内蔵した機種を各社から販売するなど通信インフラの整備には力を入れてきました。またキャプテンシステム (内部MSX2) というテストモデルを企画、運営しました。MSXと一般PC向けにアスキーネットも開局しました。会員は最盛期で14万5千人を越えるほど集まりました。しかしネットビジネスは、なかなか利益回収モデルには成長していきませんでした。実験の数々は、なにもかもまだ早すぎたのです。結果としてアスキーはネットビジネスから撤退せざるを得ませんでした。MSXもパソコン通信までは対応できましたが、インターネットに接続し、自由自在に画像を表示したりデジタルコンテンツを売り買いするには力不足でした。MSXでデジタルコンテンツを売り買いするなど、たくさんの夢がありました。一部、パソコン通信やキャプテンシステムでゲーム販売を実現しましたが、今日のようなネット配信ビジネスのように手軽ではありませんでした。

西は、次のMSXに二つのビジョンを持っていました。一つは「互換性を破棄して高性能化する」という次世代MSX。これは初期のMSX思想である「手軽で、かつ簡単にPCの知識なく家電として活用できる」という考え方の延長線上にあるものです。もうひとつはMSXの規格をturboRで一端固定し、ワンチップ化を行い、一万円台の超低価格にするというものです。これは「プログラミング遊びのできるPCの入門機」としての位置付けで、「コンピューターの教育」を強く意識したものでした。しかしturboR規格は思ったよりも製造コストを下げるできない、あまりシンプルではない規格でした。もはや本体の製造に賛同するメーカーも無く、アスキー自身での本体生産も繰り返し検討されたものの実現には至りませんでした。

MSX復活へ向けて

たとえ新作ソフトが出なくても、新機種が発売されなくても、それまで集めてきたコレクションで遊び続けることはできます。それに何もPCはMSXだけではありません。ゲーム専用機や、安価になったPCを購入しているMSXユーザーも大勢いました。しかし、MSX本体が故障してしまった場合、それまでコレクションしたゲームや自分で作ったプログラムはどうすれば使い続けることができるのでしょうか。これはゲームに限った話ではありません。例えば映画をLDソフトでコレクションしていたとして、LD本体が故障し、かつ入手不可能になった場合、そのコレクションを見ることはできなくなってしまいます。LDソフトを中古屋にでも売って、改めてDVDでソフトを買いなおすしかないのでしょうか。VHSテープやアナログレコードなど、今日でも新製品が発表されサポートも続いているプラットフォームもあります。ファミコンやLDもつい先日まで正規に本体が供給されていました。しかしこのように製造メーカーが後々まで責任を果たしてくれる例は稀で、多くのプラットフォームが出ては消えを繰り返してきました。対応するソフトは次々と使用不能になりユーザーは泣き寝入りとなります。売れなくなったからといって簡単にプラットフォームを投げ出して良いものなのでしょうか。ユーザーは「運が悪かった」と諦めるしかないのでしょうか。

MSXユーザーはアスキーをはじめとする各メーカーに対し、ある種の怒りや抗議の意味も込めてMSXを使い続けたのかもしれませんが。とにかく、これからMSXを使い続けようと思ったら自分たちでMSXを維持できるようにやれることをやるしかありませんでした。

本体が壊れたらどうするのか。答えの一つは、中古機を買い集めることでした。最終機種種のturboR系は一時期、美品なら定価に近い価格で取引されたこともありましたが、また、ソフトについても一部のタイトルが中古市場において定価を越える、場合によっては数倍にも達する例も出てきました。ユーザー同士で中古品を奪い合うことでは何の解決にもなりません。やはり、本体とソフトの再流通を試みなくてはダメなのです。

MSX・FANの終了前後から全国のMSXユーザーは盛んにパソコン通信や郵便で連絡を取り合いました。95年に東京で行われた「MSXパーティー」はユーザー主導で開催されたはじめての大型イベント（約400人が参加）であり、メーカーが撤退したら諦めるという常識に反旗を翻した転機となります。また、同時に全国主要8都市で「MSXキャラバン」が行われ、バラバラだったユーザーが徐々に連絡網を整備、組織化しゲームや同人誌を発表し流通させていきます。ハードを修理したりメンテナンスする会合を行うグループも登場し、MSXユーザーは仲間を求めて交流会を盛んに開催していきました。96年から97年にかけてはこうしたイベントが全国で年間60回以上も開催されていました（MSXアソシエーション調査）。

97年秋に千葉で開催された「MSX WORLD EXPO」の成功（700人が参加）によってユーザーは継続的な活動に自信を深め、更なるイベントの大型化を模索し始めました。98年にはインターネットの利用がユーザーの間で広がり始め、技術情報の交換や交流が更に盛んになってきます。また、インターネットの一般化により国境を越えた交流が行われるようになってきました。MSXユーザーは日本だけでなく、海外ユーザーとも連携を取り始めるのです。

99年初頭、数名のユーザーが西和彦に面会を求めるため、アスキーを訪れました。そしてユーザー自身の手で作られた周辺機器やソフトによって大幅に機能を拡張したMSXシステムを見せたのです。そこには、雑誌媒体で西が語っていたMSXの未来図が実現されていました。CD-ROMやHDDをMSXに接続し動画を再生し、インターネットに接続してみせました。

「おい、大変な事が目の前で起きてるぞ!」



ユーザーの手により
極限まで大幅な機能拡張を
実現したMSXシステム
「モンスターMSX」

西は驚いて、元MSX設計担当、アスキー未来研究所の山下良蔵氏に電話をしました。西はMSXを見ながら言いました。「だからMSXをやめちゃダメだと言ったんだ。MSXはまだ見捨てられて無かったんだ」。

ユーザーはアスキーがMSXを見捨てたのだと思っていましたが、西はユーザーがMSXを見捨てたと思っていたのです。売れなくなったのだから、そのように思うのは当然と言えます。しかしユーザー＝コンシューマという立場からは、それは想像できないものでした。

一方、PCの性能は益々向上し、手軽に32bit機が購入できるようになっていました。MSXは内部情報が積極的に公開されていたこともあって、古くからエミュレーターという手法による再現が盛んに行われていました。エミュレーターのひとつの解釈は、ソフトウェアによって、プラットフォームを別のプラットフォーム上に再現することです。つまり今日の高性能なPC上にかつてのパソコンであるMSXなどを再現するわけです。インターネットによってMSXエミュレーターの登場がユーザーの間で知れ渡っていきます。

この頃から世界各国で盛んにMSXエミュレーターは作られましたが、MSXシステムを完全に再現することは困難でした。CPU、ビデオ、音源、FDDなどを正確に同期させるのは、MSXの千倍も高性能なPCでもなかなか難しかったのです。またBIOSやBASICをはじめとするMSXシステムの権利関係はどうなっているのか、お手軽に、かつ安心して使える公式のエミュレーターを望む声が次第に高まってきました。

99年夏、「MSX電遊ランド」が秋葉原中央通りのビルで行われました。この時、MSX撤退後、初めてユーザーの前に西和彦が現れました。西来場の報を聞きつけ駆けつけた来場者は何と1000人!とても定員250人の会場には入りきれませんでした。あふれる人をさばき切れず近隣の店舗から苦情が出る中で、西はMSXユーザーの熱気と活気に感動していました。特別講演の中で「MSXとは何だったのか」を振り返り、これからどうすべきかをユーザーとの質疑応答を通じて考えました。そして「公式な形でエミュレーターをリリースすることを検討する」と述べたのです。

2000年10月、正式に公式エミュレーターの開発がスタートを切りました。このエミュレーターの開発には世界各国から多くのユーザーが参加、協力を申し出ました。その中にはMSXゆかりの企業に勤め、最新のコンピューター関連プロジェクトに従事する者もありました。既にMSXユーザーの年齢は各企業の主力開発に参加する齢に達していました。

12月には早くも「第18回Salon del MSX(スペイン・バルセロナ)」においてα版が初公開されました。続く2001年5月「MSXティルブルグフェア(オランダ・ティルブルグ)」において、西和彦自ら公式エミュレーターの進捗状況を発表、会場に駆けつけたヨーロッパのMSXファンを熱狂させました。

一方、日本では有志ユーザーが公式エミュレーターの名称を募集しました。賞金も何も出ないにも関わらず多数の応募が西の元に届けられました。その中から西が選んだのは「MSX-PLAYER」でした。西はこの名称に二つの意味合いを与えました。一つは「MSXソフトを再生する環境という意味」つまりレコードプレーヤー、ビデオプレーヤーと同じ意味です。もう一つは「MSXで遊ぶ(使いこなす)人々という意味」つまりテニスプレーヤーなどと同じ意味です。これは「MSXと、そのコンテンツをいつでも、いつまでも使えるようにしたい」、そして「パソコンの仕組みを勉強をしたり、使いこなそうという人に環境を提供し続けたい」という願いが込められています。デザインの的には「-」が削られ2つのプレーヤーの意味合いを強調する意味で「ER」が小文字になり「MSXPLAYer」となりました。その後、ロゴマークが登場します。



これもまた、西がデザインしました。西はMSXからturboR、そしてMSXPLAYerに至るまで全て自分でロゴのアイディアを出していました。ロゴをよく見ると、四角い縁取りの下側の角は丸くなっています。一方上は普通に角張っています。MSXはハードの規格で、PLAYerはソフトウェアで実現されているという意味が込められています。

MSXアソシエーションの設立

2002年、MSXPLAYerが実用に耐えるものとなってきました。実行環境が整えば、ゲームの復刻をはじめMSXに関する各権利の整理と交渉が必要になってきました。「有志ボランティアの集まりでMSXやっています」というのでは、対外的に支障をきたすようになってきました。そこで、西の関連会社内にMSX部署を設立、間借りさせて頂く形で「MSXアソシエーション」が設立され、ここにMSXのすべての権利と情報を集めていくことになりました。この頃、タイミング良くビル・ゲイツ氏がXboxのプロモーションで来日していたので、いくつかの案件について直接交渉、整理することができました。

権利の整理も概ね整い、MSXPLAYerも実用段階に入ったということで、これをどのように活用するかが検討されました。ひとつは、インターネット上で過去販売されたゲームをダウンロードするサービス「プロジェクトEGG」で使用されました。もうひとつは「MSXマガジン」の再開でした。MSXコンテンツの恒久的な利用機会の確立と、MSX自体のプロモーションにこれらは有効に機能しました。

MSXマガジンの製作は有志現役ユーザーと、かつてのMSXマガジンスタッフの混合で編成されました。懐かしいゲームを20本と、MSXを活用するための資料が主な内容でした。そしてBASICなどを実装し、手軽にWindows上にMSXを再現する「MSXPLAYer」を入れたCD-ROMを付録に付けたこの本は、発表するやいなやネット書店で予約が殺到、予約を受け付けていた各大手ネット書店で一位を獲得してしまいました。もしかして、店頭売りが無いのではと勘ぐられたのではないかなと思うほどの熱狂ぶりに、スタッフは狐か狸に騙されたような気分になってしまいました。

順調な予約を受け、2002年年末、別動チームで作られたもう一冊のMSX本と共にMSXマガジンは発売を開始しました。ついにMSXPLAYerが世に放たれました。都内の大型書店では特設フェアも行われ盛り上がりを見せました。そして後に発表された売り上げベスト10にて何とMSXの本が1位、2位を独占しました。21世紀の今日、遠い昔のPCであるMSXの専門書籍が書店において上位を占めることなど誰が想像できたでしょう。MSXマガジンはアスキー書籍部門において年間を通して2番目に売り上げが多かった本となりました。このとき、まさに「MSX復活」というユーザーの夢が実現されたのです。

■ MSXマガジン 永久保存版 1～3号



それぞれゲームが20本、ミニゲームがCDに多数収録されている。技術資料や関係者インタビューなど誌面も充実。2,500～2,800円（税別）

■ MSXゲームリーダー



MSXのROMゲームを差し込むだけでWindowsでゲームが起動する。MSXPLAYerをCD-ROMからインストールし、USBに接続して使う。

その後MSXPLAYerは教育用バージョンも製作され、中学の技術家庭授業用にBASICの教科書も作られました。これは、優秀映像教材選奨コンピュートソフトウェア学校教育部門において最優秀賞（文部科学大臣賞）に選ばれました。仕組みの理解しやすいコンピューターとしてMSXの価値が再認識されました。

一方、プロジェクトEGGでは80年代のゲームが、復刻、保存され、セキュリティを確保しつつ気軽にダウンロードして遊ぶことができるようになっています。海賊版ではなく正規の流通を通して、かつて楽しんだソフトや買い損ねたゲームを手したい。尊敬するゲームの著作権者にきちんと対価を支払いたいという層から圧倒的な支持を集め、今も会員数を延ばし続けています。音楽や書籍、映画並にゲームが文化として保存され活用し続ける仕組みが育っていています。ゲームを文化として保存する取り組みへの支持はもっともっと多いことが予想されています。これからもMSXアソシエーションは、MSXの恒久的利用機会の維持という課題を越えて、ゲーム文化とプラットフォームの保存・活用という課題に取り組んでいきます。

MSXとMSXアソシエーションのこれから

ソフトウェアによるエミュレーターは一定の完成度に達しました。また活用範囲もWindowsからモバイルへと広がりを見せ始めています。市販ソフトの再活用も順調に進行し、同人ソフトや自作ソフトについても恒久的使用が可能な環境の構築は、ほぼ実現されたと言えます。しかし、やはりユーザーの夢はMSX本体の復活なのです。

ユーザーはメーカー撤退後、自力で周辺機器などを設計、同人流通によって販売してきました。しかし、一個二個自作するのと、数千個以上量産するのではノウハウが根本的に異なります。アマチュアが同人流通を通して製造販売できる限界は、せいぜい500個程度でした。こんなに少数では「復活した気」になりません。また「1回作ってオシマイ」では、今後にも繋がりません。

有志による議論・研究の末、プログラミングが可能な「FPGA」というチップを用い、その回路構成を「VHDL」というハードウェア記述言語で書き換えることによって、1つのFPGAにMSXの機能を実装することにしました。大容量のFPGAはコスト面で厳しいのですが、ユーザーはFPGAをVHDLで書き換えることにより、性能をアップさせるなどMSXの規格を越えた改造が手軽に実験できるのです。

これは、昔BASICで書かれたゲームのプログラムを、自分で改造したりした「あの感覚」に似ています。ゲームプログラムの改造ではなく、8bitコンピュータを「理解」し、「改造」し、最後には自分でコンピュータを「創造」したりという遊びが楽しめるようになったのです。

「MSX3はどうあるべきだったのか」それをメーカーなど他人に委ねる必要はもうありません。各自、納得のいく改造をしてネットなどでソースを発表すればいいのです。まだ、権利の整理は一部残っていますが「オープン・ソース・ハードウェア」というコンセプトを1チップMSXは提唱する予定です。しかし既存のMSXの設計図はきちんと残していきます。1チップMSXは見た目は普通の小さな小箱（ハード）に見えますが、本質は「MSXの設計図をVHDLという形で未来に残す」小箱なのです。小規模な回路を自分で書き、ハードを念頭に入れたソフトが書けるようになるよう資料を用意しています。これにより実験と修正が手軽に可能になるのです。

私たちは、2005年5月中旬、1チップMSXの予約受付を開始しました。

コンピュータをめぐるソフトとハードを芸能・文化として再定義し、未来に保存、活用していく試みを支援、実行し続けていきます。単に過去にとらわれるのではなく、未来を模索するために教材としてMSXとゲームなどのプログラムを活用できるようにしていきます。MSXは一時代を築いたホームコンピュータとしてその意味を反芻しながら、これからも活用されていくでしょう。

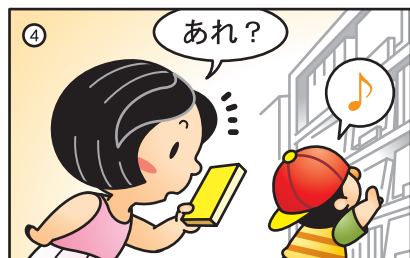
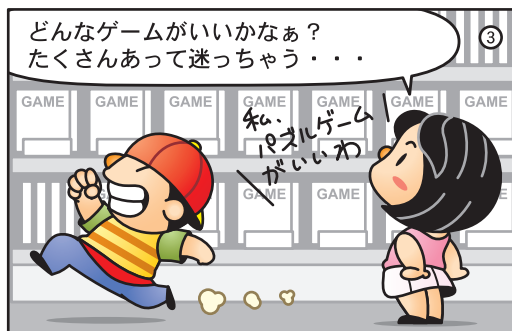


■MSXアソシエーション
<http://www.msxa.org/>

■プロジェクトEGG
<http://www.soft-city.com/egg/>
<http://www.amusement-center.com/index.html>

■1チップMSX
<https://www.ascii.co.jp/1chip/>

※MSX及びMSXPLAYerはMSXアソシエーションの登録商標です。



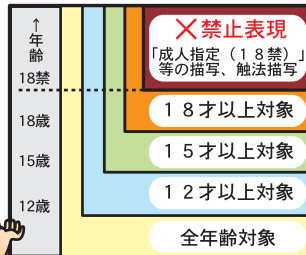


※ 正式名称は「映倫管理委員会」



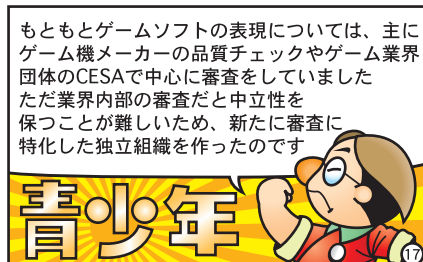
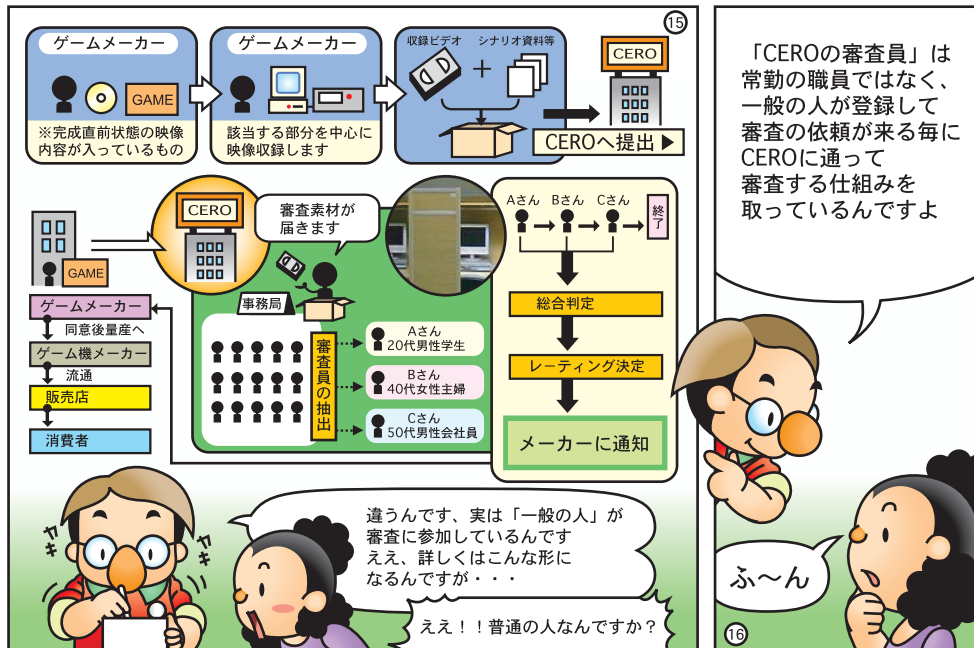
もちろんすべての家庭用ゲームソフトとしては、家庭で遊ぶのにふさわしい内容のゲームだけが販売されています

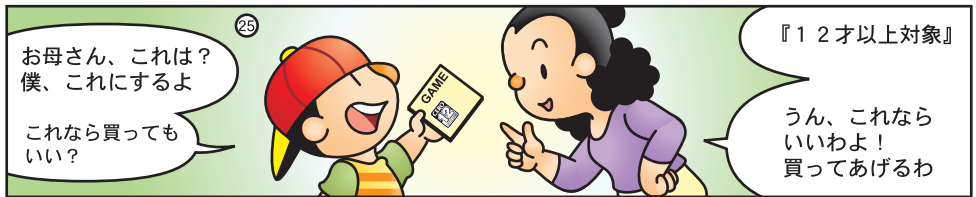
ただやっぱり高い年齢層向けのソフトっていうのは、その年齢にふさわしい表現が入ってますので、一番良いのは『年齢にあったゲームソフトを買うこと』だと思いますね



へえ～、
そうなんです







保護者の方へ

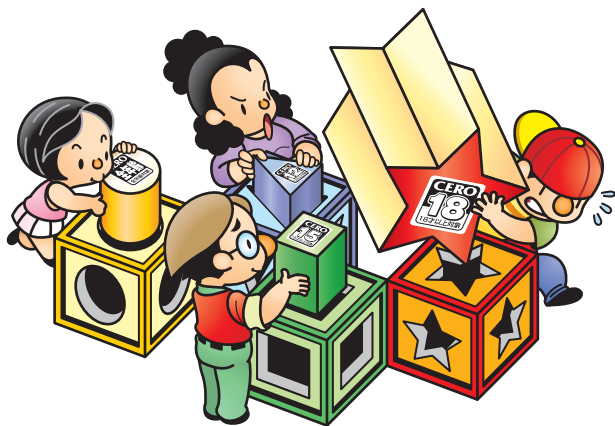
現在発売されている家庭用ゲームソフトは、＜社団法人コンピュータエンターテインメント協会（略称：CESA）＞主導の下、業界による自主規制が反映されております。

この業界自主規制は、家庭用ゲームソフトを表現の度合いによってどの年齢向けに適しているかを判定する「年齢別レーティング制度」で、「全年齢対象」「12才以上対象」「15才以上対象」「18才以上対象」の4段階に判定されます。判定結果は、家庭用ゲームソフトのパッケージの他、広告・テレビCMなどで掲示しています。なお「18才以上対象」許容を超える表現や、「成人指定等の描写」はレーティングを許可しておりません。

実際の審査はゲーム業界から独立した公正・中立機関＜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（略称：CERO）＞が行っています。

またCEROの審査はゲーム業界の関係者は一切関与しておりません。審査は全て一般から公募された「審査員」で、社会の皆様方の代表によってレーティング判定が行われる制度を採用しております。

皆様方におかれましては、ゲーム業界の取り組みをご理解いただきたく、CEROの「レーティングマーク」をご確認の上お楽しみ頂きますようよろしくお願いいたします。

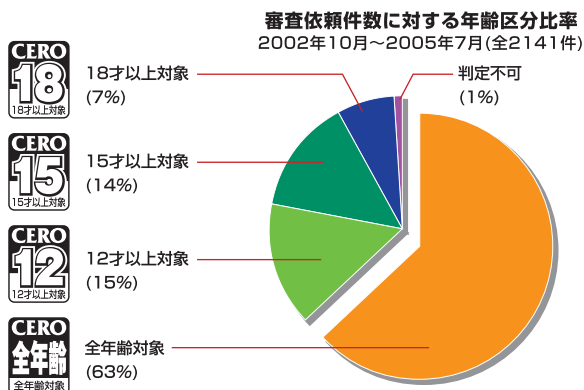


年齢別レーティング制度

年齢別レーティング制度は、ゲームソフトに含まれる表現内容によって対象年齢を表示する制度です。ご購入の際の目安としてご活用ください。

年齢別レーティング制度は、社団法人コンピュータエンターテインメント協会(CESA)が自主規制として2002年10月から実施しているもので、レーティングの審査は、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(CERO)が行っています。

年齢区分マーク



その他のマーク



教育・データベース



体験版



審査予定マーク
制作中ソフトの広告などに表示

◎年齢区分マークとは=「購入の目安」

表示された対象年齢は、購入を規制するものではありません。購入に際しての目安や参考にしていただくためのものです。

コンテンツアイコン

◎コンテンツアイコンとは？

ゲームソフトの対象年齢を決定した根拠となる表現を示すもので、ゲーム全体のジャンルや内容を表すものではありません。平成16年4月1日より導入されています。

◎コンテンツアイコンの種類

以下の9つのカテゴリーに分類して表示しています。



恋愛



セクシャル



暴力



恐怖



飲酒・喫煙



ギャンブル



犯罪



麻薬



言葉・その他

原則はパッケージの裏面に表示されています。

対象年齢を決定した根拠となる表現が複数の場合は、複数表示されます。「全年齢対象」ソフトには表示されません。

CEROホームページでは、レーティング制度の詳しい説明や、タイトル検索などレーティングに関する情報を掲載しております。

<http://www.cero.gr.jp/>



cesa.or.jp

発行/社団法人コンピュータエンターテインメント協会(CESA)
調査広報委員会