

テレビゲームの ちょっとといい おはなし5

ご自由に
お持ち下さい



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5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。当初本書は、特にテレビゲームにあまり馴染みのない方々へ、ゲーム産業が取り組んできております様々な活動や様々な魅力を紹介する目的で作成されました。この5年間、回を重ねる毎に手ごたえを感じており、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、改めて御礼申し上げる次第です。

現在、家庭用ゲームの普及が更に大きく広がっております。中でも学習・実用系ソフトを中心に学校等の教育機関で活用される例といった、従来にはあまり見られなかった活用例もうかがっております。こうした状況の変化から、当産業に対する社会の関心はますます高まっており、当産業をテーマとした講演会も数多く開催されているとのお話を頂戴しております。またこうした講演会の開催の折に本書をご活用いただく機会も増えており、情報発信を着実に進められているものと自負しております。今後とも更なるご支援・ご協力を賜れば幸いです。

今回の「テレビゲームのちょっといいおはなし・5」では、昨今のトピックス6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。ご一読いただることで、以前にもまして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。

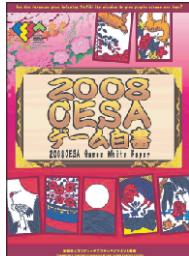
また今回は前回好評だったオンラインゲーム解説漫画の続編となる、「『オンラインゲーム』はあらかじめプレイ時間を決めて上手に楽しく遊ぼうね!」を本書の後半に収録しました。オンラインゲームと上手く付き合っていく遊び方を掲載したもので、レーティング制度同様、まだ馴染みの薄いオンラインゲームについて分かりやすく解説していますので、ご参考にしていただけると幸いです。

平成20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 伊藤 裕二

テレビゲームの ちょっといいおはなし・5

- ◆ ゲームの教育と研究の役割 1
—ゲームの明るい未来のために—
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
- ◆ 「プレイステーション3」で疾病の原因究明に貢献 14
株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント
エグゼクティブ・バイス・プレジデント(テクノロジープラットフォーム担当)
兼CTO兼戦略企画部部長 茶谷公之
- ◆ 開発体験型インターンシップへの取り組み 20
株式会社フロム・ソフトウェア 管理部 人事課 課長 立野怜子
- ◆ 存在感と存在価値を取り戻すために 31
—エイプリルフールコンテンツに込めた思い—
アイレムソフトウェアエンジニアリング株式会社
チーフプロデューサー 九条一馬
- ◆ 『saku saku』とゲーム業界の皆さんとの関わり 38
株式会社tvkコミュニケーションズ ミューコムカンパニー
企画制作部長 武内和之
- ◆ 生誕30周年を迎えた『スペースインベーダー』 43
株式会社ドリームス 代表取締役 西角友宏
- ◆ 『オンラインゲーム』はあらかじめプレイ時間を決めて上手に楽しく遊ぼうね! 51
- ◆ 家庭用ゲームの『年齢別レーティング』ってなあに? 57



本書は「2008CESAゲーム白書(2008CESA Games White Paper)」に掲載された内容を再編集・再構成したものです。

2008CESAゲーム白書 (2008CESA Games White Paper)

定価 6,300円(税込)

ISBN978-4-902346-17-6

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

ゲームの教育と研究の役割 —ゲームの明るい未来のために—

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

はじめに

2003年5月、東京大学教養学部の全学自由研究ゼミナール「ゲームデザイン&エンジニアリング論」のゲスト講師として登壇した山内一典氏（株式会社ポリフォニーデジタル）は、教室を埋めた学生に向かって「ゲームは社会に接続した」と説きました（写真1）。今から5年前のことです。

山内氏の言葉にはふたつの意味が込められていました。ひとつは、ゲーム機の進化に伴ってゲームソフトに表現の自由度が広がり、ゲーム開発者がアリティ豊かなゲームを追求したことによって、ゲームの中で展開される光景が現実の社会に接近してきたことです。そしてもうひとつの意味は、今日、ゲームをプレイする人は決して特別な人たちではなく、一般の人々にもゲームが広がりプレイ人口が増え、ゲームが社会に定着したことを指していました。

山内氏のこの言葉は、ゲームが持つふたつの性格、つまり、ITとエンターテインメントという両側面をうまく言い当てています。同時に、東大の授業から5年経って、山内氏の言葉はますます現実のものとして私たちの眼前に広がっています。

東大で行なわれたゲームの授業は、日本の大学におけるゲーム教育やゲーム研究の先駆的な動きのひとつでした。そして、5年後の現在、ゲーム教育やゲーム研究が日本の大学にも広がってきました。もし、大学における研究が、人類の幸福の実現のために行なわれるとなったら、そして、人間の社会や人間そのものの解明のために行なわれるとなったら、大学でゲーム教育やゲーム研究を行なうことは、むしろ当然のことと言えます。



写真1 東京大学における山内一典氏の授業風景

本稿では、ゲームの教育や研究に关心を持つゲームユーザー や保護者の皆さんと、ゲームとゲームに関する産業に従事する皆さんを対象に、ゲームの捉え方、ゲーム・リテラシーとゲーム研究、海外のゲーム教育とゲーム研究について紹介し、ゲームをめぐる教育と研究について考えたいと思います。

ゲームは「現代の知的複合体」

デジタルゲームの本質を一言で表現するならば、私は「現代の知的複合体（Modern intelligent complex）」と定義しています。ゲームにはコンピュータサイエンスをはじめとする科学の最先端技術が生かされているという意味です。

ゲームの特徴はインタラクティブとリアルタイムにあると言われます。映画やテレビや舞台、そしてアニメやマンガなども人間の文化を形成する大事なエンターテインメントですが、それらの作品は、作者が役者やキャラクターを通して一方的に表現し、私たちはそれを観賞するという受け身のスタイルです。ところが、ゲームは違います。モニタに表示された情報に応じてプレイヤーがコントローラーを使って入力すると、ゲーム機の中のコンピュータが素早く計算して新たな出力が示され、それに応じてプレイヤーはさらに新たな入力をすることでゲームが進みます。そのようなインタラクティブ性やリアルタイム性を実現するために、コンピュータプログラミングやコンピュータグラフィックスの最新技術が生かされているのです。

また、「知的複合体」という表現には、ゲームを通じて最先端の科学技術が家庭や社会に導入されるという意味も込めています。2000年3月のプレイステーション2（株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント）の発売が家庭にDVDが広まる契機となったことはあまりに有名です。DVDの普及は、家庭や職場でコンピュータを使って容易に取り扱うことのできる情報量を、飛躍的に増大させました。最近では、2006年12月に発売されたWii（任天堂株式会社）を通じて、センシング技術が改めて家庭内で活用されています。Wiiの1か月前に発売されたプレイステーション3がブルーレイディスク方式を次世代DVD規格の標準へと導きつつあることは、今、私たちの眼前で進行している出来事です。

私は、とくに、ゲームをたかが遊びと軽視する人々に対して、ゲームが最先端技術を活用しているという事実を再認識してもらいたいと思います。同時に、ゲームを軽視する人々のみならず、ゲームをこよなく愛する人々にも、ゲームに搭載された最先端技術が家庭の中に入り込んで人々の生活を変えていくという事実を再認識してほしいと考えています。すなわち、ゲームはインタラクティブメディアの代表として最先端技術を家庭に持ち込んで、社会的イノベーションを創発する可能性を持っているのです。もしも、ゲームをそのように捉え直すことができるならば、

皆さんはゲームが持つ可能性の広がりに改めて気付くはずです。

ゲーム・リテラシー教育の重要性

デジタルゲームのプレイをめぐっては、よくマイナスの側面が強調されます。「ゲーム脳」という説がその最たるものでしょう。「ゲーム脳」は、森昭雄氏が唱えた考え方で、ゲームプレイが人間の脳の前頭前野（前頭統合野）の活動を不活性化させ、とくに青少年をキレ易くして暴力的な行動に走らせるという考え方です。森氏の考え方は方法的にも論理的にも非科学的な考え方ですが、その影響は日本中に広まりました。子どもたちがゲームに夢中になっている様子を見て、「勉強しなくていいのかしら」と漠然と不安をいだいていた保護者の方々に受け入れやすかったかもしれません。あるいは、ゲームばかりしていて本や新聞、テレビを見なくなった子どもたちを、再びそれらのメディアに呼び戻すために、ゲームを批判する口実としては好都合だったのかもしれません。

しかし、最新科学技術とエンターテインメントが結び付き、今やニューメディアとしてコミュニケーション・ツールにまで成長したゲームを人間から遠ざけることは、人類の科学の進歩に背くことになります。

歴史を振り返ってみましょう。ニューメディアが誕生すると人間はそれに不安を感じ、常にマイナスの言説が登場しました。例えば、古いところでは、1477年にグーテンベルクが発明したと言われる活版印刷術は、書物の印刷を容易にして情報の流通に貢献しましたが、書物を読むと目が悪くなるといって批判されました。比較的新しいところでも、1953年から日本でも本格放送が始まったテレビ番組に対して、1957年、評論家大宅壮一は「非常に低俗で、人間の想像力や思考力を低下させる」という意味の批判をしました。しかしながら、その後の歴史で明らかのように、人間は印刷術やテレビ放送を否定するのではなく、ニューメディアをうまく使いこなす術を身に付けて、それらを人間の文化を向上させるツールとして使いこなすようになりました。

テレビゲームの歴史はたかだか20余年。ゲームはまだ新しいメディアです。しかも、コンピュータサイエンスの発展に伴って、ゲームは日々進化しています。ゲームに応用されている最新技術が高度化し、その核心を理解することが困難なために、人々はゲームに対して不安をいだいているに過ぎません。しかし、これまでの人間とメディアの関係が示すように、人間はメディアを使いこなすことによって文化を発展させてきたのです。ですから、ゲームに対しても私たちは、自分にあった付き合い方を身につけてゲームを使いこなすことによって、人間の文化を進めることが可能なのです。

ゲームと付き合い、ゲームを使いこなす力。私はそれをゲーム・リテラシー（game literacy）と呼んでいます。平たく言うと、ゲームにはゲームを開発した人々やゲームを販売した人々の気持ちが込められていることを理解して、自分がどんなゲームをプレイすればいいのか、どのくらいの時間ゲームをプレイすればよいのかを判断する力がゲーム・リテラシーです。

ゲーム・リテラシーの重要性は、ゲーム産業にも影響します。例えば、これまでゲーム開発力の国際順位のベストスリーは、アメリカ合衆国、日本、イギリスでしたが、2007年、カナダがイギリスを抜いて第3位に躍進しました。その理由として、カナダの連邦政府や州政府によるゲーム産業支援政策が引き合いに出されます。ケベック州、オンタリオ州、ブリティッシュ・コロンビア州などでは、ゲーム産業をITの起爆剤と位置付けて、ゲーム会社に対して税制の優遇や人件費の補助など経済的な支援策を積極的に進めてきました。また、カナダ政府は国内で開発されたゲームソフトの海外展開を後押ししています。そして、それらを支えた基盤には、大学と産業界の連携が存在します。大学は優秀な学生をインターンとしてゲーム会社に派遣し、それがゲーム会社に就職する機会を増やしました。とくに、ブリティッシュ・コロンビア州では、複数の大学とゲーム会社がコンソーシアムを組んで、ゲーム教育とゲーム開発に取り組んでいます。それらの取り組みが功を奏して、カナダのゲーム開発力を世界第3位に引き上げたと言われています。

しかし、もっと大事な理由は別のところにあるのです。それは、ゲームやゲーム産業を肯定的に捉えるカナダ社会の存在です。カナダでも、一部のゲームの暴力的な表現が批判の対象となることはあります。ところが、カナダの人々は決してゲームを否定することはありません。むしろ、そのような表現を含むゲームの存在をゲームの多様性と考えて、ゲームやゲーム産業の持つ可能性に注目します。そのようなカナダの人々の考え方は、メディア・リテラシー教育に基づくものです。

メディア・リテラシーというのは、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌などのメディアを通じてもたらされる情報を批判的に読み解く力をいいます。カナダは、現在世界で広く用いられているメディア・リテラシーという考え方を生み出した国であり、義務教育の課程でメディア・リテラシー教育をカリキュラムに組み込んでいます。

例えばゲームのレーティングについては、次のような授業が行なわれるのです。カナダの学校では、先生から、ゲームには開発者の人々がいて、ゲームのテーマ・システム・テクノロジーに工夫が凝らされていることが説明されます。そして、具体的なゲームのタイトルをあげながら、ゲームのさまざまなテーマや世界観、それに応じた多様な表現の採用へと説明が進みます。そして、先生は子どもたちに、ゲームの内容に応じてゲームを楽しむのにふさわしい年齢があることを自然に理解さ



写真2 カナダオンタリオ州で映画とゲームのレーティングマークを教えるリーフレット

せるのです。ゲームをプレイする標準的な年齢区分がレーティングにほかなりません。先生は年齢別レーティングのマークを指し示しながら、「これはすべての年齢が対象」「これは10歳以上が対象」というように、それぞれのマークの意味を解説していきます(写真2)。こうして子どもたちは、自分の好みや年齢にあったタイトルのゲームをプレイする態度を身に付けていきます。

こういう授業がカナダの全国の学校で繰り広げられているのです。だから、カナダの人々はゲームを敬遠することなく、ゲームのプラス面とマイナス面を理解したうえで、うまく付き合っているのです。したがって、ゲーム産業も市民から偏見の目で見られることはなく、むしろIT技術を活用した先進的な産業として受け止められています。カナダにはゲームに対する成熟した意識と態度が存在すると言えるでしょう。それが、今日、カナダのゲーム開発力を飛躍させた最も重要な理由なのです。

私はメディア・リテラシーの中でも、メディアとしてのゲームの特質を知り尽くしてゲームと上手に付き合っていく力を、とくにゲーム・リテラシーと呼んでいます。ゲーム・リテラシーを身につけるためには、ゲームのマイナスの側面だけでなくゲームのプラスの側面も知らなければなりません。しかしながら、日本ではゲームのマイナス面が科学的に検証されていないばかりか、ゲームのプラス面が理解されていません。ゲームが何にどのように役立つかを研究するのがゲーム研究者の大事な仕事のひとつです。私たちは、ゲームを実際の学校教育に用いて、どのようなプラスの効果をもたらすのかを科学的に明らかにする研究に取り組んでいます。

ゲームを教育に活用する研究

現在、日本のゲームシーンではシリアルゲームが話題になっています。シリアルゲームというのはアメリカ合衆国で生まれた言葉で、エンターテインメント以外の目的で開発されたデジタルゲームのことです。近年、日本でも実用的な学習ゲームソフトが多数発売されており、これらのゲームをシリアルゲームと呼ぶことができます。シリアルゲームの研究では、その研究のために独自のゲームソフトを開発することが多いのですが、私たちは市販のMMORPG(Massively Multiplayer Online Role-Playing Game、多人数同時参加型ロールプレイング・ゲーム)を

用いることにしました。

私たちは、香川県三豊市詫間町にある詫間電波工業高等専門学校の協力を得て、2006年からこれまで4回にわたり、1年生と2年生の歴史（日本史・世界史）の授業で株式会社コーエーからサービスされている『大航海時代Online』をプレイしてもらいました（写真3）。『大航海時代Online』は15世紀半ばから17世紀半ばのヨーロッパの人々の世界進出をテーマにした歴史シミュレーションゲームで、歴史的事象の正確な復元とダイナミックなストーリー展開で人気のあるMMORPGです。

実験の目的や内容は回によって少しずつ異なりますが、これまでの実験では、a.通常の授業を行なうクラス（統制群）、b.オンラインゲームだけを行なうクラス（実験群Ⅰ）、c.オンラインゲームと課題を組み合わせて授業を行なうクラス（実験群Ⅱ）などにグループ分けしています。そして、事前と事後に質問紙（アンケート）調査を実施して、その間の変化量を測っています。オンラインゲームと課題を組み合わせた授業を行なうクラスでは、課題をもとに発表を行なってもらっていますが、発表の方法も、壁新聞による発表を行なうクラス（実験群Ⅱ-1）とパワーポイントを使用して発表するクラス（実験群Ⅱ-2）とに分けました（写真4・5）。



写真4 詫間電波高専における実験風景（1）



写真3 『大航海時代Online』の1シーン

Koei Co., Ltd.

写真4 詫間電波高専における実験風景（2）



写真5 詫間電波高専における実験風景（2）

私たちはオンラインゲームの教育効果に4段階の仮説を設定しています。それは、1) オンラインゲームは学習意欲の向上に貢献する、2) オンラインゲームは知識の増大と定着に貢献する、3) オンラインゲームは歴史観や歴史認識の形成と深化に貢献する、4) オンラインゲームは人格形成に貢献する、というものです。

一般に学生はゲームが好きですから、オンラインゲームを授業に導入すれば学生の学習意欲が向上することは、容易に想像ができます。オンラインゲームをプレイすることによって、歴史の知識が確実に増え、通常の授業よりもよく覚えられるかどうかは不確実です。しかし、私が高等学校で社会科を教えていたとき、中国の三国時代や日本の戦国時代に詳しい高校生のほとんどはゲームから知識を得ていたのです。そこで、ゲームが知識の獲得や定着にも役立つのではないかと考えました。ただし、歴史学習の目標は、こまごまとした年号や人名や地名を覚えることではありません。過去に関する知識をもとに確たる歴史観や歴史認識を築いて、未来を切り拓く力を身につけることが歴史学習の目標です。さらに、教育の目標は、各教科の学習などを通じて、学生ひとりひとりが人格の形成を図ることにあります。私たちは、学習の入口である意欲の向上というレベルから、教育の目標である人格形成に至るまで、オンラインゲームの多様なプラスの効果があると考えて仮説を立てたのです。

しかしながら、これらを科学的に証明することはなかなか困難です。例えば、学習意欲や獲得した知識について検査することは比較的容易でも、歴史観や歴史認識の形成を検証するためには実験の方法を工夫しなければなりません。人格の形成の証明に至っては長期間にわたる観察も必要になります。また、オンラインゲームと実験結果の明確な因果関係も明らかにしなければなりません。私たちの研究は、現在6年計画の4年目ですので、その期間内でできることに限定して研究を進めています。

現在までに解明された重要なポイントは以下の通りです。

- 1) 学習に対する意欲は、オンラインゲームをプレイするだけのクラス（実験群Ⅰ）でもっとも増大している（図1）。学生のオンラインゲームプレイに対する興味を窺うことができる。
- 2) 授業を通じてオンラインゲームに関心を持った学生ほど、学習に対する意欲が増大している。このことから、オンラインゲームが学習に対する動機付けての役割を果たしていると考えられ、オンラインゲームが学習意欲向上の理由となっていることが分かる。
- 3) 知識量の増大および定着という点では、オンラインゲームと課題（発表形態は壁新聞）を行なったクラス（実験群Ⅱ-1）で顕著な効果が確認された。課題の出題が学生の学習に対する意欲を阻害することがないばかりか、オンラインゲームを通じて課題を解決することで、成績の向上をもたらすと考えられる。

- 4) コミュニケーション能力を中心とする社会的スキルの向上は、オンラインゲームと課題を行なったクラスのうちパワーポイントを使って発表を行なったクラス（実験群Ⅱ-2）でもっとも増大している（図2）。壁新聞（図中では“Poster”と表示）よりもパワーポイントのスライドを共同して制作するほうがコミュニケーション力を引き出すと考えられる。

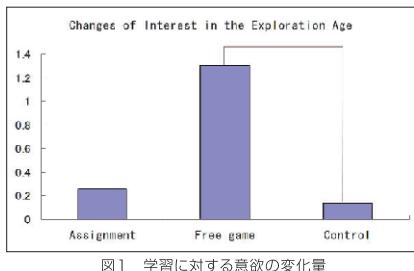


図1 学習に対する意欲の変化量

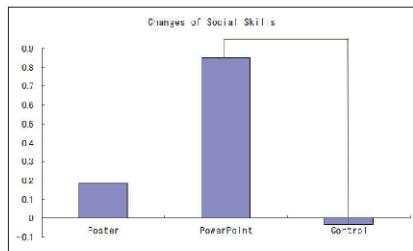


図2 社会的スキルの変化量

これらの結果から、授業にオンラインゲームを導入するだけでなく、ゲームのテーマや授業の主題に合致した課題を設定して、先生の指導の下に発表授業を行った場合、学生の学習に対する意欲を引き出すとともに、知識の増大と定着を助け、さらにコミュニケーション能力を伸ばすことが可能と言いうことができそうです。

私たちの研究はまだ途中ですので、今後はさらにさまざまな条件を設定して、オンラインゲームやオンラインコミュニティが持つ教育上のプラスの機能を明らかにしていきたいと考えています。また、オンラインゲームを導入して効果的な授業を進める方法や適切な効果測定方法の開発、オンラインゲーム開発者と学生との対話、ゲームを授業でプレイするだけでなくゲームを開発する授業の設計、そして、新たなゲーム評価法の確立などを目指していくつもりです。

海外のゲーム教育／ゲーム研究

日本の大学でも本格的なゲームの教育や研究が始まっていますが、海外の主要な大学では、ゲームの教育や研究がすでに常識になっており、成果をあげています。2007年に中国の上海交通大学が発表した世界の大学ランキングによると、世界の大学トップ10は、ハーバード大学、スタンフォード大学、カリフォルニア大学バークレイ校、ケンブリッジ大学、マサチューセッツ工科大学（MIT）、カリフォルニア工科大学、コロンビア大学、プリン斯顿大学、シカゴ大学、オックスフォード大学となっています。ケンブリッジ大学とオックスフォード大学がイギリス、ほかはすべてアメリカ合衆国の大学です。そして、これらの大学におけるゲーム教育とゲーム研究

について調べてみると、驚くべきことに、トップ10大学のうちプリンストン大学を除くすべての大学で、ゲームの研究や教育が行なわれていることが分かりました（表1）。しかも、それらは技術開発研究だけではなく、社会学・心理学・歴史学・文学など幅広い分野にまたがっています。

表1にはトップ10以外でゲーム教育やゲーム研究を熱心に進めている欧米とアジアの有名大学も併せて掲載しました。これらの大学の中でも、アメリカ合衆国のカーネギーメロン大学(CMU)と南カリフォルニア大学(USC)のゲーム教育とゲーム研究は、規模や内容のうえでとくに注目されます。

表1 世界の有名大学で行なわれているゲーム研究とゲーム教育

大学名	国名	学部・大学院・研究所・プロジェクトなど
ハーバード大学	米国	Berkman Center
スタンフォード大学	米国	HTGG2
カリフォルニア大学 パークレイ校	米国	Digital Youth Research
マサチューセッツ工科大学	米国	GAMBIT
カリフォルニア工科大学	米国	Humanities and Social Sciences
コロンビア大学	米国	Columbia Institute for Tele-Information
シカゴ大学	米国	Cultural Policy Center
ケンブリッジ大学	英国	Computer Laboratory
オックスフォード大学	英国	Oxford Internet Institute
カーネギーメロン大学	米国	ETC
南カリフォルニア大学	米国	Digital Youth Research, School of Cinematic Arts, Annenberg School for Communication, Viterbi School of Engineering
ユトレヒト大学	オランダ	Utrecht Institute for ICT Research
国立メディア大学	フランス	Interactifs Numériques
オーストラリア国立大学	オーストラリア	Centre for New Media Arts
チューリッヒ工科大学	スイス	CAAD
シンガポール国立大学	シンガポール	GAMBIT, Communications and New Media Programme, Faculty of Arts and Social Sciences
北京大学	中国	計算機科学技術研究所
コペンハーゲン大学	デンマーク	Institut Studie Informations System

カーネギーメロン大学は1967年に設立された大学で、ペンシルベニア州ピッツバーグに本部キャンパスを置いています。この大学では、1998年、コンピュータサイエンス学部と芸術学部のそれぞれ一部を統合させる形で、エンターテインメントテクノロジーセンター(ETC)を発足させました(写真6)。ETCでは映画やアニメも扱っていますが、とくにインタラクティブメディアであるゲームを重視して、ゲームの教育と開発研究に力を

注いでいます。センターの目標は、エンターテインメントのための新しいプロセスやツールの創造のために、研究と開発の両面で、コンピュータサイエンスと芸術の結合をリードしていくことにあります。また、ETCは修士課程の大学院を持ち、全米で初めてエンターテインメントテクノロジーの修士号を授与しています。なお、ETCは近年海外にもキャンパスを広げており、シンガポール、アデレード(オーストラリア)に並んで、2008年には大阪に日本キャンパスを開設して、日本国内のゲーム産業やゲームの教育と研究を行っている大学との連携を進める計画です。

他方、南カリフォルニア大学は1880年に創立され、ロサンゼルスにキャンパスを持ち、17の学部を擁する総合大学です。なかでも映像芸術学部は1929年の設立で、映像教育では全米で最も古い歴史を持ち、映画監督ジョージ・ルーカスをはじめとする著名な映画人を多数輩出していることで知られています。この映像芸術学部に、2002年にはインタラクティブメディア芸術修士課程が、2005年にはインタラクティブエンターテインメント芸術学士課程が設置されました。これらのプログラムは、エレクトロニック・アーツ社(EA)からの寄附によるもので、EAインターラクティブエンターテインメントプログラムと総称されています。このプログラムの目標は、ゲーム産業における次世代のクリエイティビティデザイナーやプロデューサーの育成です。他方、研究の面では、やはりEAからの寄附に基づくEAゲームインベーションラボが開設されています。このラボは、ゲーム研究のためのスペースとゲーム開発のシンクタンクとしての機能を持ち、ゲームデザイン・ゲームプレイやユーザビリティの新しいコンセプトとプロトタイプを開発し、ゲーム会社が商用ゲームを開発する際に生じるスケジュールや経営資源配分の制約から独立した、自由な環境でテストプレイを実施しています。ラボの目標は、現在のゲームのジャンルや市場、そして既存のプレイパターンを超えて、新たなゲームの概念を育てること



写真6 カーネギーメロン大学の
エンターテインメント・テクノロジーセンター

にあります。EAからの寄附であるにもかかわらず、ゲーム会社だけに寄与するのではなく、ゲーム産業全体の振興が目指されているところに特徴があります。

また、USCの工学部には、2006年、ゲームに重点を置いたコンピュータサイエンスの修士課程と学士課程が設置されました。これらの課程では、上記の映像芸術学部におけるコアプロダクションサイクルと統合されたカリキュラムが実施され、クリエイティブチームワークの経験を積んだゲームプログラマーの育成を目標としています。工学部でコンピュータサイエンスを志望する学生は減少気味でしたが、



写真7 南カリフォルニア大学工学部のゲームパイプラボ

新課程の設置により再び増加傾向を見せています。なお研究の面では、新教育課程の開設に尽力されたマイケル・ザイダ教授がゲームパイプラボを設立しました（写真7）。このラボの目的は、未来のインタラクティブゲームの技術とデザインの教育と開発研究に置かれています。また、ラボの取り組みは、複雑化するゲーム開発支援技術の開発やゲームプロデュースのイノベーションをはじめとして、政府関係機関や企業をスポンサーとするシリアルゲームやエンターテインメントゲームの開発にいたるまで、幅広いテーマをカバーしているのが特徴です。現在のゲームパイプラボでは、具体的には、①ゲーム開発のインフラストラクチャー、②人の認知とゲーム、③ゲームの没入感、④シリアルゲーム、⑤ゲームデザインの5つを研究の柱としています。なお、ゲームパイプラボでは、EAをはじめとしてソニー・コンピュータエンターテインメント・オブ・アメリカ、マイクロソフト、THQ、アクティヴィジョン、ミッドウェイ・ゲームズなど複数のゲーム会社と連携しています。

昨年2007年には、USCの芸術学部に、映像芸術学部と工学部のゲームコースを統合した2つの副専攻課程も設置されました。また、コミュニケーション学部では、カルチュアルゲームスタディーズのコースが開設され、社会学の観点からサイバーコミュニティ研究やゲーム研究が行なわれています。さらに2007年には、USC全学のゲーム研究組織としてGames ORU (Organized Research Unit) も設置されました。

このように、南カリフォルニア大学では、2002年以降、各学部の特色を生かしたゲームの教育と研究を開始し、今や全学横断組織の設立で大学の総合力をゲーム

の教育と研究の分野でも発揮しようとしています。ここでとくに注目されるのは、南カリフォルニア大学とEAをはじめとするゲーム会社が強固な連携を結んで、产学連携のもとにゲーム教育やゲーム研究を進めていることです。

むすびにかえて

ゲームがふたつの性格を持つように、ゲーム産業もふたつの顔を持っています。それはICT産業としての顔とエンターテインメント産業としての顔です。近年では他のエンターテインメントの分野でも、表現の多様性の実現や制作効率の向上のためにデジタル技術を導入するようになりました。ゲーム産業がデジタル技術の導入をいち早く成し遂げて、日本は世界に冠たるゲーム大国になりました。家庭用据置型ゲームのうち、代表的な2機種が日本発のゲーム機です。世界中でプレイされている日本発のゲームソフトも多数あります。しかしながら、近年、日本のゲーム開発力に陰りが見えてきたと言われています。それを挽回する方法は何でしょうか。そのひとつは产学の連携、すなわちゲーム会社と大学の連携だと思います。

2006年8月に、ゲーム産業戦略研究会は「ゲーム産業戦略」を発表しました(写真8)。これは、日本のコンテンツ産業の中でも優等生と言われてきたゲーム産業が、国家的支援の下に躍進する東アジア諸国の追い上げをかわして、今後も世界をリードし続けるために、開発・ビジネス・コミュニケーションの分野にわたって具体的な戦略を提案したものです。三つの戦略を貫く基軸として、人材育成と产学連携の推進も提唱しています。今後のゲーム産業の発展のために取り組むべき課題は、ほとんどこの戦略の中に網羅されています。私たちは、今一度、この戦略を読み直し、現在までの到達点と残された課題を確認する必要があるでしょう。



写真8 ゲーム産業戦略の発表会見(2006年8月25日)

本稿は、ゲーム産業戦略のうち、とくにコミュニケーション戦略として述べられているゲーム産業界と社会との対話、ゲーム産業界と大学との連携を念頭に置いて書きました。ゲーム産業の発展のためには、経営の効率化や新技術の開発ももちろん大事ですが、カナダの例にも明らかなように、ゲーム産業が社会から支持を得ていなければなりません。そのためにはゲーム・リテラシー教育が大きな役割を

果たします。ゲーム・リテラシー教育は、プレイヤーが正しくゲームと付き合っていくために必須の力です。ゲーム・リテラシーを身につけることによって、私たちは最新科学技術の結晶であるゲームを使いこなして、人類の文化を前進させることができます。

そのためには、大学におけるゲーム研究をもっと盛んにさせなければなりません。日本のゲーム研究は、欧米と比較すると残念ながら遅れた状況でした。しかしながら、2007年9月には東京大学でゲーム研究の国際会議DiGRA2007 (Digital Games Research Association's the 3rd International Conference in Tokyo 2007) が開催されて、国内外から注目されました(写真9)。これを契機に、技術開発だけでなく、人文社会科学も含む幅広い分野で日本のゲーム研究が活発化しようとしています。実践的なゲーム研究を進めるためにも大学とゲーム産業との連携が必須です。

ゲーム文化のさらなる発展のためにはゲームプレイヤーの成長が必要であり、ゲームプレイヤーの成長のためにはゲーム産業の成熟が必要です。そして、それらの実現のために大学をはじめとする教育研究機関が果たす役割は大きいと言えます。日本のゲーム産業とゲームプレイヤーの明るい未来を切り拓くために、ゲーム開発者をはじめゲーム産業に携わる方々と私たちゲーム研究者の協力関係は益々重要になっていきます。



写真9 DIGRA 2007で行なわれたワークショップ



馬場 章 Akira Baba

1958年茨城県生まれ。

東京大学大学院情報学環教授。社団法人コンピュータエンターテインメント協会(CESA)理事。日本デジタルゲーム学会(DiGRA JAPAN)会長。専門は日本経済史、歴史情報論、コンテンツ創造科学。2007年にはデジタルゲームの国際学術会議「DiGRA2007」の大会組織委員長を務めた。

馬場研究室 <http://chi.iii.u-tokyo.ac.jp/>

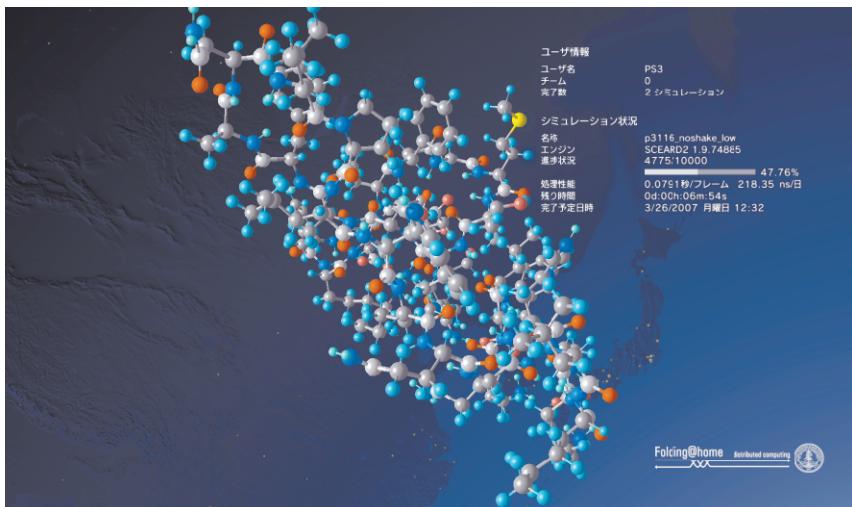
日本デジタルゲーム学会 <http://www.digrajapan.org/>

「プレイステーション3」で 疾病の原因究明に貢献

株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント
エグゼクティブ・バイス・プレジデント
(テクノロジープラットフォーム担当)
兼CTO 兼戦略企画部部長
茶谷 公之

「Folding@home™」プロジェクトにPLAYSTATION®3が参加

アメリカにあるスタンフォード大学の生化学の准教授、ビジェイ・パンデ博士のグループが2000年の10月から開始した「Folding@home™」(フォールディング・アット・ホーム)。タンパク質が折りたたまれていく様子(フォールディング)をコンピュータでシミュレーションし、そこで得られたデータを生物学や難病研究の分野に役立てる“分散コンピューティング”プロジェクトです。この「Folding@home™」に、2007年3月からPLAYSTATION®3(PS3®)が参加し、大きな成果をあげていることをご存知でしょうか。



研究が進むタンパク質の折りたたみ構造

人体を構成するタンパク質は、自力で「折りたたみ」を行ってさまざまな形を取り、それが役割に応じて集まって、皮膚や筋肉、心臓など、あらゆる器官になっています。この、タンパク質の折りたたみの際に異常が発生すると、人体に多くの影響をおよぼすといわれています。例えば、世界中で大きな話題となった狂牛病(BSE)は、発症原因が「異常型プリオントンタンパク質」とする説が、有力なものとして知られています。ほかにも、アルツハイマー病、パーキンソン病、癌など、さまざまな難病についてもタンパク質の異常に原因を求める研究が行われ、今後さらに解析が進むことが期待されています。

「Folding@home™」の目的は、このタンパク質の折りたたみのメカニズムをコンピュータ上で再現・記録し、異常が発生するときの原因や仕組みを探ることです。得られたデータは世界中の研究機関や大学に向けて公開され、多くの研究者が利用できる仕組みになっています。

分散コンピューティングとは

「Folding@home™」で使われている分散コンピューティングとは、複雑な計算が必要な大量のデータを細かく分け、複数のコンピュータで一斉に処理する仕組みのことです。分けられたデータは、プロジェクトの基地となるサーバーから、インターネットを通じてたくさんの参加者のコンピュータに送られ、データを受け取った人は、コンピュータを使っていない時などに専用のプログラムを動かしておき計算を行います。そして出た結果がサーバーに送り返され、最終的なデータとなって研究者の手元に届くのです。わかりやすく例えるなら、100問解かなければならぬ計算問題のテストを、100人が1問ずつ解き、それを集めてテストを早く終わらせるようなものです。

こうした分散コンピューティング・プロジェクトは、生物学、医学、物理学などさまざまな分野の研究のために数多く実施されてきました。参加者は基本的にボランティアであり、自分のできる範囲でプロジェクトに協力している人がほとんどです。ただし、使用するプログラムがパソコン向けであったため、当然ながら参加者のほとんどはパソコンユーザーでした。そこにソニー・コンピュータエンタテインメントが、PS3®からの参加という新しい入口をつくったことになります。



PS3®が「Folding@home™」に参加したきっかけ

PS3®が「Folding@home™」に参加するきっかけとなったのは、PS3®に搭載されているCPU、Cell Broadband Engine™ (CELL/B.E.) (セル・ブロードバンドエンジン)にありました。高い計算能力を持ち、ネットワークとの連携も意識したCELL/B.E.は、その性能を生かした使い道として、分散コンピューティングがキーワードのひとつに挙がっていたのです。そんななか、ソニー・コンピュータエンタテインメント・アメリカの研究開発スタッフのひとりが「Folding@home™」の存在を知っており、実際にそのプログラムをCELL/B.E.に移植してみたところ、パソコンで行うよりもはるかに効率よく、速く計算できることがわかりました。そこから本格的な開発が始まったのです。

開発に当たっては、スタンフォード大とソニー・コンピュータエンタテインメント・アメリカのスタッフの間で多くのやり取りが行われました。スタンフォード大からは「Folding@home™」のプログラムが行う計算の基礎となる情報が提供され、それを開発チームがCELL/B.E.でより効率よく動かせるよう改良しました。こうした流れでプログラムは完成し、2006年8月にドイツで開催されたゲームズ・コンベンションの会場で、PS3®上で動作する「Folding@home™」のプログラムが展示されました。続いて、2006年9月の東京ゲームショウの会場で行われたPS3®の生みの親である、久夾良木氏の講演でもPS3®の応用例として「Folding@home™」が紹介され、ゲームメディアだけでなく医学関係のメディアからも大きな注目を集めました。これで、正式にプログラムの提供が決定されたのです。

PS3®を使った「Folding@home™」への参加方法

PS3®で「Folding@home™」に参加する方法は、インターネットを通じて提供されている「Folding@home™」のプログラムをダウンロードして実行するだけです。プログラムが実行されると、自動的にスタンフォード大のサーバーからインターネットで計算すべきデータがダウンロードされ、すぐにシミュレーションが始まります。参加者が特に何か操作しなくとも、すべて自動で計算は行われています。

ひとつのデータの計算にかかる時間は、5~8時間前後で、中断した場合でもそれまでの経過が記録されているので、再び起動したときはその続きから計算することができます(ただし、数日単位の長い時間が経過していた場合は、新しいデータで計算をし直すこともあります)。こうして出た計算結果は、インターネットを経由してスタンフォード大のサーバーへと送られ、参加者はまた新しいデータをスタ

ンフォード大から受け取り、計算を続けることになります。

PS3®版「Folding@home™」は、提供開始から1年がたちますが、2008年4月現在、バージョン1.3.1にまで改良されています。計算中に表示されるタンパク質の構造モデルの表現形式は、Tapioka、Caviar、Licorice、Backboneの4種類。背景には地球が表示され、世界中の参加者がインターネットにアクセスしている場所を光る点でおおまかに表示しています。また、PS3®のハードディスクに収められた音楽ファイルをユーザーの操作により自動的に再生する機能も搭載されているため、「Folding@home™」に協力しながら、環境ビデオのように楽しむこともできます。また、ひとつのデータの計算が終わったところで本体の電源を切る自動シャットダウンなどの機能も搭載され、使い勝手もかなりよくなっています。

参加することが楽しくなる、PS3®版ならではの演出

ソニー・コンピュータエンタテインメントの開発チームが、PS3®ユーザーに向けて「Folding@home™」を提供するうえで気をつけたのは「参加しやすさ」でした。発表されたばかりのPS3®版「Folding@home™」のプログラムでは、化学の授業で見るような構造モデルが表示され、タンパク質が折りたたまれていく様子を画面で確認できました。しかし、開発スタッフは、それだけではユーザーに飽きられてしまい、最初は参加してもらえて何度も繰り返しやってもらうことはできないのでは、と考えたのです。そのためにまず最初に用意されたのが、映像を使った演出でした。

最初に提供されたPS3®版「Folding@home™」のバージョン1.0では、プログラムの実行中の背景に地球を配置して、世界のどこに住む人がプロジェクトに参加しているかがリアルタイムでわかるようにしました。この機能は、参加者がPS3®をインターネットに接続しているおおまかな場所を割り出し、地球に光の点を表示するというシンプルなもので、参加者にも非常に好評でした。

例えば、PS3®版「Folding@home™」はヨーロッパでの発売日と同時に提供されましたか、日を追うに連れヨーロッパの地図上に光点が増えていく様子がわかりました。また、アメリカや日本、ヨーロッパといった地域だけでなく、中には中東やアフリカといった地域にも参加者がいることがわかり、同じゲーム機でボランティアに参加しているという意識が参加者の間で盛り上がったのです。

PS3®のパワーで「Folding@home™」のギネス登録にも貢献

PS3®の参加が、「Folding@home™」にも大きな影響を与えるました。開始前の段階で、スタンフォード大では参加者の増加を予想して、学校内に置かれたサーバーやインターネット回線の強化を行いましたが、実際に始まってみると予想以上の参加者と効果が出たのです。提供開始から1ヶ月で、それまでのペースでは1年以上かかると思われていた作業量が数週間で終了。さらに、分散コンピューティング・プロジェクトとしては驚異的な、全体の処理速度が1ペタフロップスを超え、ギネスブックに「世界で最も強力な分散コンピューティングネットワーク」として「Folding@home™」が登録されました。

ちなみにフロップスとは、コンピュータの処理速度をあらわす単位で、1ペタフロップスは1秒間に1000兆回の浮動小数点演算が行えるということです。数学やコンピュータのプロでないと、そのスピードを正確につかむのは難しいですが、わかりやすくいうと「百ます計算」を1秒間で10兆問解くことができるぐらいのイメージです。単純に計算速度だけを比較した場合は、現行のスーパーコンピュータをも超える数値といったほうがすごさは想像しやすいかもしれません。

PS3®版「Folding@home™」のこれから展開

2008年2月には「Folding@home™」に一度でも参加したユーザーが100万人を超える、パソコンでの参加者を除いた、PS3®参加者の計算量だけでも1ペタフロップスを超えるというデータが得られています。ゲーム分野以外のメディアからの注目度も高く、参加者も今もなお増加中です。

今後も「Folding@home™」のプログラムの改良を続け、より参加しやすいものにバージョンアップする予定です。計算速度を上げるのはもちろん、映像を楽しみながら計算させておくなど、ほかの動作をしているときの余力を使い「Folding@home™」を動かせるようにすることも検討中で、より多くの参加者が気軽にプロジェクトに参加・協力できる工夫を重ねていきます。

ゲームで遊ぶことが難病の治療に役立つ。そんなユニークな方法で医学に協力できる日も、そう遠くないかもしれません。

Folding@home Update 2007-2008

「Folding@home™」プロジェクトは、2007年に数々の大きな成功を収め、タンパク質の折りたたみ構造のシミュレーションにおける画期的な進歩となりました。

最も注目すべきは、エンサン、カッソン、パンデ各氏が行った、実験的時間枠でのタンパク質の折りたたみ構造の直接シミュレーションであり、これにより、有意な比較対照調査を行うに十分な統計結果が得られました。通常、実験的時間枠でのシミュレーションを行うには、高速コンピュータで数千日から数百万日かかります。しかし、「Folding@home™」とPS3®などの高速処理システムを組み合わせれば、わずか数ヶ月で処理することが可能になるのです。

これをを利用して、現在「Folding@home™」にPS3®の高い計算能力を利用したプロジェクトが行われています。このプロジェクトにより、アルツハイマー病の直接シミュレーションも飛躍的な進歩を遂げ、その成果は、すでに学術専門誌に投稿されており、今後もさらに投稿が予定されています。



ピジェイ・S・パンデ
スタンフォード大学化学構造生物学部准教授

茶谷 公之 *Masayuki Chatani*

1963年1月6日生まれ

1987年3月 大阪大学大学院基礎工学研究科修了

1987年4月 ソニー株式会社入社 開発研究所

1994年5月 株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント (SCEI) 開発部

1997年10月 SCEI開発研究本部 新規事業開発部部長

1999年4月 Sony Computer Entertainment America Inc. (SCEA)
Business and Technology, Vice President

2002年9月 SCEA, VP兼SCEI執行役員兼開発研究本部本部長

2003年4月 SCEIコーポレート・エグゼクティブ兼CTO(ネットワーク&ソフトウェア担当)
開発研究本部本部長

2005年10月 ソニー株式会社 CELL開発センター センター長

2007年9月 SCEIエグゼクティブ・バイス・プレジデント(テクノロジープラットフォーム担当)
兼CTO兼戦略企画部部長

開発体験型インターンシップへの取り組み

株式会社フロム・ソフトウェア
管理部 人事課 課長
立野 恵子

突然ですが、以下についてイメージを聞かせてください。

- ・ゲーム :
- ・ゲーム開発 :

とある回答。

- ・ゲーム : 好き。楽しい。小さい頃から親しんでいる。
- ・ゲーム開発 : わからない。なんだか大変そう。そもそも自分にできるの?

…残念ながら、ゲームとゲーム開発では、そのイメージに大きな差があるようです。

今回は、ベールに隠されている（ように思える）ゲーム開発を、インターンシップで体験しよう！という取り組みについてお話をしたいと思います。

インターンシップとは？

「インターンシップ」という言葉をご存知でしょうか。その言葉から何をイメージしますか？もしあなたが理工系の学生であれば、企業での工場実習や研究などをイメージするかもしれません。あるいは、医学生の医療現場でのインターン（実地研修）を思い起こすという方もいると思います。「インターンシップ」という言葉が、さまざまな意味で捉えられているのがわかります。

1997年に文部省・通商産業省・労働省が共同で取りまとめた「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」では、「学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」とインターンシップを定義しています。

幅広い意味を持つ「インターンシップ」ですが、今回取り上げる「インターンシップ」を現状に即して説明をすると「大学生・大学院生（中でも学部3年生・修士1年

生が多い)が、夏季休暇などの長期休暇期間中に、就職活動を意識しながら企業などで就業体験をする」ことと言えるでしょう。

こういったインターンシップがこれだけ盛んになったのには、企業・学生・学校それぞれの思惑があると思いますが、今回は企業の視点を中心にお話をしたいと思います。

フロム・ソフトウェアのインターンシップ

本題に入る前に、フロム・ソフトウェアについて簡単に紹介します。

フロム・ソフトウェアは、1986年にコンピュータ用ソフトウェアの受託開発会社として設立されました。「よりユーザーに直接モノを届けられる場でモノ作りがしたい」という思いからゲーム開発に着手し、1994年にプレイステーションが発売されたのと同時に『キングスフィールド』を発売し、ゲーム業界に参入しました。現存するゲーム会社の中ではやや変わった生い立ちを持つ会社です。

現在従業員数は200名弱で、「人に楽しんでもらいたい。価値ある体験を提供したい」という考えを基本に、開発に取り組んでいます。

さて、私たちは2003年からこれまで計5回のインターンシップを実施してきました(これまでのインターンシップ概要は表1をご覧ください)。一般的なインターンシッププログラムでは、学生が現場に入り社員の仕事を手伝う形式のものもありますが、私たちは、グループワークを通して開発を疑似体験するプログラムを実施しています。これには、ゲーム開発現場の実情に由来する理由が大きく二つ関係しているのですが、これは後ほどお話したいと思います。

表1.過去に実施したインターンシップ

	期間	内容	受入人数
2003年夏	2003年8月18日～29日(実質10日間)	1)開発者インタビュー・ゲームレビュー 2)PSPでのゲーム企画・プレゼンテーション	12名
2005年夏	2005年9月3日～9日(実質7日間)	PSP『アドベンチャープレイヤー』(※)を利用したゲーム企画・開発体験	38名
2006年冬	2006年2月6日～10日(実質5日間)	PSP『アドベンチャーブレイヤー』(※)を利用したゲーム企画・開発体験	24名
2006年夏	2006年8月7日～9月1日(実質17日間)	携帯電話向けFlashコンテンツの企画・開発体験	12名
2007年夏	2007年8月20日～24日(実質5日間)	ゲームのマップ企画・開発体験 (3Dグラフィックツールでのマップ制作体験含む)	12名

※PSP『アドベンチャーブレイヤー』(以下ADVP)

ADVPとは、2005年6月30日に弊社が開発・販売したPSP用ソフト。配信データをダウンロードすることで、専用アプリを追加できる。また無料配布の「ADVPスタジオ」を用いるとユーザーがオリジナルの専用アプリを簡単に制作でき、インターネットで自由に配信できるのが大きな特徴。



さて、2003年のインターンシップでは、「ゲーム制作の面白さや大変さをできるだけリアルに知ってもらい、“開発者の視点から”ゲーム制作に興味を持ってもらおう」ということを目的とし、開発者へのインタビューや、プレイステーション・ポータブル（以下PSP）を想定したゲームソフトの企画立案を行いました。

その後1年あいて、2005年以降のインターンシップでは、PSP・携帯電話・PCと開発ハードは変更しているものの、全て企画・開発・プレイ体験までを一通り体験するプログラムを実施しました。

なぜ2004年は実施しなかったのか。また2005年以降、内容が変わったのはなぜか。

次からは、インターンシップを始めた理由から、私たちがインターンシップを実施する上で、戸惑い、試行錯誤した経験をお話したいと思います。

初めてのインターンシップ。その失敗（？）と試行錯誤

2003年当時（今でも続いているますが）、私たちは新卒採用において深刻な悩みを抱いていました。それは、「中小企業ゆえに、学生にあまり会社が知られていない。また、内定を出しても優秀な学生は大手企業を選び、なかなか入社してもらえない」ということでした。まずは学生に会社を知ってもらい、そして選んでもらえる会社になることが逼迫した課題でした。

そこで、これまでの採用手法を見直し、新たな手法を思案していたところ、候補にあがったのが「インターンシップ」でした。

まず当時はインターンシップが今ほど隆盛ではなかったこともあり、そのインターンシップへ興味を持つ学生は将来への模索に熱心で、意欲の高い学生ではないかと考えました。さらに、就職活動が始まる前に学生に接触できるため、社名が学生の印象に残りやすいこと、また何より通常の採用手法と違って一定期間継続的に接触できるため、私たちの開発姿勢…つまり開発哲学のようなものを身近で知つてもらえて、企業規模などの外見ではなく、会社そのものに興味を持ってもらえるのではないか、と思ったのです。

もちろん学生にとっても、興味のある業界を覗けるという利点もあるだろうと考え、私たち自身初めての取り組みに戸惑いながらインターンシップを実施しました。

しかし、第1回目のインターンシップを終え、学生に書いてもらったアンケートを読んだとき、私たちは思ったような成果が得られていないことに気づきました。おおむね満足度は高かったものの、一番期待していた「ゲーム開発の大変さも面白さも知つてもらった上で開発に興味を持ってもらいたい」「フォーム・ソフトウェアの開発姿勢を知つてもらいたい」ということが達成できたと実感できなかったのです。

インターンシップに本当に意味はあるのか、学生にとっても有意義なのかということに悩んだ私たちは、翌年2004年はインターンシップを実施しませんでした。代わりに、インターンシップの意義を再度考えようと、前年のインターンシップ参加学生に連絡がつく限り会いに行き、インターンシップに何を求めていたのか、参加してどのように考えたかをヒアリングしました。

そこから、インタビューや企画立案だけではプログラムが仮想的過ぎたこと、開発者との接点が多くなかったことなどの理由で、「開発のリアリティを感じにくく、どこか授業を聞いているようだった」という原因が見えてきました。学生は、もっとリアルで、ある意味泥臭い体験を求めていたのです。

一方で、通常の採用活動をしながら、学生の仕事や業界に対するイメージのあいまいさに違和感を覚えるようになりました。「開発者になりたい、作りたい」と面接では言うけれど、いったい開発の何に興味があるのだろう、熱意の源泉は何なのかということが見えにくいのです。

いろいろな場面で学生の話を聞き、自分でも学生の立場からゲーム開発を考えてみたとき、「ゲーム開発って、どのような流れで、誰がどのようなことを考えて、どのように作っていて、その何がおもしろくて、何が大変なのかが全く見えない。まるでブラックボックスだ」ということに気づきました。他の業界や仕事も同じかもしれませんのが、特にゲーム業界は「何日も徹夜で作業」などのイメージがあるわりにはその中身は知られておらず、「興味はあるけれど、正直よくわからない。」というのが多くの学生のゲーム業界に対する認識でした。

興味はあっても、それを仕事にしたいか、あるいはできるのかを学生が判断する材料が圧倒的に少ない。これでは何で開発の仕事をしたいのかを聞いても、明確に答えられる学生が少ないので当然です。まずはこの状況をどうにかしたい！と強く思うようになりました。

こうして、インターンシップに学生が求めていたもの、学生に提供したいと感じたものが結びつき、直接的な採用手法としてのインターンシップよりも、今後真剣に仕事と向き合うためのリアルな体験ができるインターンシップを提供したいと考えるようになったのです。

さて、「リアルな体験」を提供するのに最善の手法は、ゲーム開発現場で開発を手伝ってもらうことと思われるかもしれません。しかし私たちは二つの理由からそれをしませんでした。理由の一つは、ゲーム開発現場で求められるスキルは高く、学生にとって参加するための壁が高すぎると感じたことです。もう一つは、現場で手伝ってもらえたとしても、インターンシップ期間の限られた時間では、細かく切り分けられた先端の部分を少し体験するに留まってしまい、それでは開発の本当の醍醐味が体験できないだろうと考えたためです。

何とか企画から開発までを手軽に体験できないかと模索していたとき、ちょうど弊社で開発していた『ADVPスタジオ』が公開され、簡単にコンテンツ開発ができる好機に恵まれました。そうして2005年の「企画から開発、遊んでもらうところまでをトータルで体験できる」PSPコンテンツ開発体験型インターンシップが実現しました。

【2005年インターンシップ】

2005年PSP用コンテンツ開発でのプログラム。

2日目までに体験版を作成し、後半5日間をかけてコンテスト用作品を制作した。

第1日	第2日	第3日	第4日～第6日	第7日
10:00 オリエンテーション	10:00 オリエンテーション	10:00 オリエンテーション	10:00 オリエンテーション	10:00 オリエンテーション
10:30 源平合戦(※)	10:30 プランニングタイム	10:30 フィードバックタイム	10:30 プランニング &実制作	10:20 プレゼンテーション準備
13:30 プランニングセミナー		13:00 プランニング &実制作	…	13:30 コンテスト開始 ・3分プレゼン ・体験版プレイ& アピールタイム
14:30 プランニングタイム	15:30 プランニングシート提出 (最終版)体験版制作	…	…	17:00 結果発表 …
18:00 プランニングシート 提出	18:00 体験版提出	…	…	19:00 打ち上げ 21:00 解散
23:00 閉場	23:00 閉場	23:00 閉場	23:00 閉場	

※源平合戦:チームビルディングを目的としたコミュニケーションゲーム



企画会議の様子。毎年メンバー数などは変わるもの、
ほぼこのように全員でプランニングしていく。



最終日に行ったコンテストでの審査風景。

審査員は弊社プロデューサーのほか、
ゲスト審査員としてお笑い芸人さんを招待し、
ゲームとは違った“エンターテインメントのプロ”からの
フィードバックも取り入れた。

2005年 コンテストにおける優秀作品



「ひきこもルーム」
記憶を失った主人公が「ひきこもルーム」から脱出する
アドベンチャーゲーム。



『起きて! おきた君!』
どんな場面でも寝気に襲われてしまうおきた君を、
ミニゲームで起こしていくゲーム。
“プレイするとプレイヤーの目も覚める！”がコンセプト。

【2006年インターンシップ】



体験プレイ中のひとコマ。実際にプレイをし、レビューシートに評価を記入していく。



学生作品の一つ。
“理不尽ネタ”を売りにしたギャグアクション「プッコロ」。
かわいい見た目に似合はず、エグい演出も人気だった。

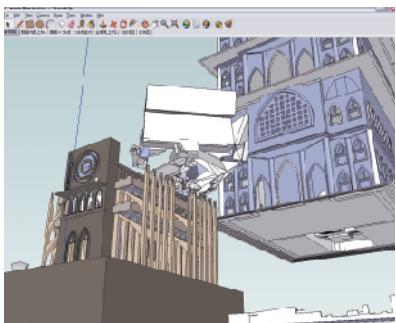


最終日のコンテストでの投票風景。
個性豊かなコンテンツが並ぶ。

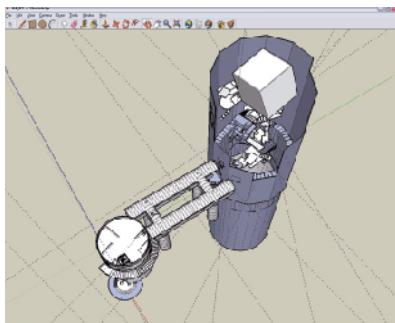


なんと、東京ゲームショウ2006の
ブロム・ソフトウェアブースで参考出展もされた。

【2007年インターンシップ】



学生作品の1つ。自分たちで企画したマップを、
3Dツールを使って制作していく。



完成したマップは、開発者の手を借りて、
キャラクタや敵を配置し、
実際にマップの中を動き回ることができた。

私たちが大切にしていること

2005年以降、インターンシップのプログラムを検討する際に大切にしていることは「企画・開発・体験プレイまでをトータルで体験できること」です。平たくいうと「とにかく、作ってみる！」ことです。

教えてもらって学ぶことも大事です。しかしそれ以上に自身の体験から気づいたことが、自分の成長に一番繋がると考えているため、体験と振り返りを中心としたプログラムを私たちは提供しています。

インターンシップの手応え

毎回のプログラムにもよりますが、学生は2～4名でグループを組み、企画を立て、役割分担をしてゲームを開発していきます。そして他グループの学生や開発者にプレイしてもらい、制作したものをユーザーはどのように受け取るのかというところまで体験してもらっています。

制作過程ではグループワークがほとんどのため、グループ内で意見の衝突や、情報の共有・理解不足によるずれ違いなどの問題が起こることもあります。しかしこれらはゲーム開発だけではなく、どのような仕事でも起こりうることであり、そういう問題をどのように解消し、回避したらいいのかを体験できるのは、ゲーム開発体験を超えて良い経験になっているのではと考えています。

また開発中に何度も開発者と意見交換や質疑応答を体験するため、一方的に伝えるということではなく、自然に私たちの制作姿勢を知つてもらっているのではと思います。

インターンシップ期間中は、学生も私たちも四苦八苦しながら取り組んでいますが、最終日に学生を見送るとき、疲れの中にも充実した表情を見られると、やってよかったですと毎回思います。



歴代のインターンシップ中に学生が作成した企画書や仕様書の一部。

意外な利点？「他学校の学生との交流」

想定以上に学生や学校の就職課の先生に好評だったのが、「全く違う背景を

もった学生との交流」でした。

「学校が同じ」「専攻が同じ」など環境が似ていると、全てを説明しなくてもある程度伝わってしまうことがあります。特に理工系や美術系の学校では、同じような考え方や志向を持つ学生が集まっているため、その傾向は大きいのではないでしょうか。

しかしこのインターンシップでは、多様な学生が集います。たとえば、文学部でフランス文学を専攻している学生もいれば、情報学部でプログラムを学んでいる学生、美術大学で彫刻を専攻している学生がいたり、学年も大学3年生・修士1年生はもちろん、大学1年生や就職活動中の4年生がいたり、などです。

このような学生が一つのグループで話し合いを始めると、普段とは違って自分の考えが伝わりにくいくことに驚くようです。普段から何気なく使っている言葉が通じなかったり、話をする時に注目するポイントが違っていたりなど、普段以上に相互理解に手間がかかることを体感し、はじめは苦労する学生が多く見られます。

逆に良い点としては、それまでは当たり前で誰でもできると思っていた手法や考え方、他の人にとっては新鮮で新しいものだと知り、自分の強みに気付くということもあります。「皆でゲームを作る」という共通の目的のもと多様な学生と出会うことで、お互い刺激しあえる存在になっているのではないでしょうか。

このつながりはインターンシップ終了後にそれぞれの学校に戻った後も継続していて、就職活動などでは情報交換をしているようです。特にここ2年は「インターンシップ同窓会」を有志で開催し、インターンシップ生の世代を超えた交流を行っています。ここでは、近況報告などはもちろん、前年のインターンシップ生から就職活動などの体験談を聞いたりする機会にもなっています。

実際のところ、採用活動に有効なのか。就職活動には？

フロム・ソフトウェアの採用活動の試みの一つとして始めたインターンシップ。途中で若干趣旨が変わったとはいえ、それが実際採用活動に有効だったのか、気になる方も多いと思います。

結論から申し上げて、一概には有効とも無効とも言えないと考えています。

インターンシップ経験者で現在フロム・ソフトウェアで働いている社員は3名おりますが、これまでの受入人数を考えると多いとはいえないでしょう。実際はインターンシップを通して、「やっぱり自分には向いていない」と感じ別の業界へ就職した

方もいますし、他のゲーム会社に就職した方も多いです。「フロム・ソフトウェアの採用への直接的な貢献」という意味では、成功とはいえないかもしれません。

しかし、参加学生による周囲や後輩への口コミなどもあってか、少しずつではありますか認知度は上がっていますし、継続して実施してきたことで、大学の就職課の方などからは、今年もぜひ、というようなお声をいただけるようになりました。このように学生や学校の方々との信頼関係を結べるようになったことは、大きな進歩だと思います。そして何より、インターンシップ体験を通じ自分の将来をかける仕事かどうか向き合い、それで違うと感じたなら別の仕事をするほうがお互いに幸せでしょうし、ほかのゲーム会社に行くにしても、優秀な学生がゲーム業界に入ってくることで少しでも業界の活性化になるのであれば、長期的観点から考えると良い結果につながっているのではと考えています。

一方で「インターンシップは就職活動に有利なのか」ということもおそらく気になるのではないかでしょうか。特に近年はインターンシップに参加すると就職活動に有利になるという考えが一般的になっているようで、私たちのインターンシップにも「参加するのは2社目」といった参加学生もいるくらいです。

実際に採用活動をしている立場から、(参加した企業に関わらず)インターンシップ経験のある学生が他の学生と比べて有利かどうかを考えると、必ずしもそうとは限りません。就職活動では、最終的には「どうしてやりたいと思うの? 何を大切にしてきたの?」という意志や価値観を、企業と学生がわかりあい共有できるかが重要で、インターンシップの経験は必須ではないと思っています。ただ、経験から学んだ事には説得力がありますので、その引き出しが一つ多いという意味では、有効な部分もあるとは思います。

また弊社のインターンシップ経験者である社員に、インターンシップで経験したことが実際の業務で役に立っているかを聞いたところ、まだ仕事の経験がそれほど多くないせいもあってか、現在のところ直接役立ったと実感したことはないようです(ちょっと残念…)

ただ学生の時は「仕事をする」ことや「社会人と接する」ことに高い壁を感じていたけれど、インターンシップを経験することで身近で現実的に捉えられるようになったことはためになったと話してくれました。

仕事としてのゲーム開発

一通りお読みいただいても、やはりゲーム開発という仕事がどのようなもののかはわからないと思います。

だからこそ、インターンシップという形かどうかはわかりませんが、私たちは今後もゲーム作りの仕事と向き合う機会を提供し続けたいと考えています。

定年を65歳と考えると、多くの人は「仕事」と40年以上向き合うことになります。だからこそ、可能な限り仕事を通して少しでも多くの充実感・幸福感を得られる職に就いてほしいと心から思っています。またそうして、仕事そのものに楽しさと意味を見出しながら事ができていれば、自然と良い仕事をできるようになるのではと考えています。人事担当として、少しでもそのことに貢献できたら幸いです。

最後に、社内でよく聞くセリフを。

「ゲーム開発は、ゲーム以上にゲームらしい」

気になったら、ぜひ“体験”してみませんか?

(c) 2008 FromSoftware, Inc.

株式会社 フロム・ソフトウェア

FromSoftware, Inc.

1986年11月1日、コンピュータ用ソフトウェアの受託開発会社として設立。

1994年12月16日、プレイステーション用ソフト『キングスフィールド』を発売し、ゲーム業界に参入。

2007年6月5日、3社合併で株式会社コアを立ち上げ、「meet-me」(東京を再現したコミュニケーションメタバース)の開発を発表。代表作は、「アーマード・コア」シリーズ、「天誅」シリーズなど。

単に一過性の流行を追うのではなく、ユーザーそれぞれが「価値ある体験」を味わえるものを目指して、独自のコンテンツを世に送り出してきた。その舞台は、プレイステーション3・Xbox360・ニンテンドーDS・PSPなど、多岐にわたっている。2007年にはメタバース「meet-me」の開発に着手するなど、それまでのノウハウを活かして、「デビゲーム」の枠に留まらないコンテンツ作りに挑戦している。

[フロム・ソフトウェア公式サイト]<http://www.fromsoftware.jp/>



立野 恵子 Reiko Tateno

株式会社 フロム・ソフトウェア
管理部人事課 課長

2001年、フロム・ソフトウェアに入社。総務担当を経て、2002年から採用担当となる。

22時に集合し、明け方まで企画会議を体験する「真夜中企画会議」や、他の学生の前で社長による模擬面接を受ける「社長モギメン！」など、“ちょっと変わった”採用イベントを手がけてきた。2008年は、約1ヶ月の長期型と1日限りのワンディ型の2種類のインターンシップを開催。どちらも他企業と連携して行うという“コラボレーションインターンシップ”を実施した。

採用担当チームで、ブログ「本音満載?! ゲーム業界採用記」を執筆中。

[採用担当ブログ]<http://reseblog.jp/blog/43/>

存在感と存在価値を取り戻すために —エイプリルフールコンテンツに込めた思い—

アイレムソフトウェアエンジニアリング株式会社
チーフプロデューサー
九条 一馬

アイレムソフトウェアエンジニアリング株式会社（以下、アイレム）では、毎年4月1日のエイプリルフールの日に、ゲームメーカーである当社が様々な産業や領域に参入するとの発表を一日限定の“ウソ”として自社Webサイトで発信しています。

例えば、2004年は「外食産業（ハンバーガーチェーン）への参入」（写真1）を発表。翌2005年は各ハードメーカーが次世代機の発表を控えていた時期でもあったため対抗して「次世代ゲーム機の発売！」（写真2）とぶち上げました。逆に2008年は「動物園の運営事業」（写真3）に参入していることを前提として（あたかも今まで動物園を運営していたという体裁で）、あえて「事業からの撤退」についての発表を行いました。もちろん、すぐに「ウソだ」とわかるように、シューTINGゲームに登場するモンスターを挟んだとんでもないハンバーガーを販売する



写真1 2004年 アイレムバーガー
エンターテインメントと飲食（イニシヨク）の融合を図った
「エンターテインショク」を指向するも
メニューの中身はおぞましさ爆発

(c)2004 IREM SOFTWARE ENGINEERING INC. All rights reserved.



写真2 2005年 次世代ゲーム機「EXIDNA」
目のくらむようなハイスペックと
プロジェクター内蔵のクリスタルボディで
ゲームファンを魅了した？

(c)2005 IREM SOFTWARE ENGINEERING INC. All rights reserved.

ハンバーガーチェーンだったり、到底今の技術では実現できないような、プロジェクト機能内蔵の超ハイスペックなゲーム機だったりします（スペックが高いだけでなく、ワイヤレスコントローラに車輪が付き音声認識で手元まで走ってきてくれたりと、とんでもなく、そして少し無駄と思える機能がついているのもミソです）。

ここ数年は、当社のエイプリルフール企画の認知も少しずつ上がり、3月下旬になると多くの取引先の方々や当社の会社説明会に来る学生さんから「今年も楽しみにしてるよ」と励ましの声をかけていただけたようになりました。そして公開日には数十万のアクセスをいただけたようになりました。

ちなみに2008年の『サヨナラあいれむどうぶつえん』は、「勝手な解釈で風変わりな進化をとげた動物たちの画像を一見アカデミックで、よく読むとバカバカしい解説とともに見てもらいたい」（写真4）というところから企画を膨らませていきました。ただ、今までのよう、「動物園事業に参入」するだけでは捻りがないため、奇妙な動物たちが世間から奇異な目で見られていることや、懸命に動物園の存続を目指してきた園長を始めとする飼育員などの関係者の切なさを表現し、見ていただいた方々の記憶に残るものにしたいと考え、「最後の営業日」という形にしました。動物たちの画像だけでも充分見たえがあるようにしたかったため、画像については可能な限り作りこんであります。



写真3 2008年 あいれむどうぶつえん
風変わりな動物たちが集まる動物園も今日が最後の営業日。
物言わぬ動物たちと名残りを惜しむお客さん、そして飼育員たち
(c)2008 IREM SOFTWARE ENGINEERING INC. All rights reserved.



写真4 2008年 動物たちの紹介ページ
本格的に作りこまれた動物たちの画像と考証
(c)2008 IREM SOFTWARE ENGINEERING INC. All rights reserved.

企画スタートのきっかけと続いている理由

当社のエイプリルフール企画のきっかけとなったのは1998年4月のTOPページです。特にエイプリルフールコンテンツを作成したわけではなく、当社サイトの月替わりTOPページのデザインについて私と担当デザイナーの間でもめたのがきっかけです。担当デザイナーは桜の季節なので花見をイメージしてコミカルなキャラクターが陽気に踊るgifアニメ(写真5)を用意しましたが、私は「いくらかわいいキャラクターでも股間を交互にお盆で隠すのは少し下品ではないか?」と思い、この画像を載せることを却下しました。ただ、デザイナーがせっかく作ってくれたものなので、4月1日だけその画像を使うことにしました。これがささやかですが当社のエイプリルフールコンテンツ第一号です。その翌年1999年は、「アイレムソフトウェアエンジニアリング株式会社」というただでさえ長い社名がさらに長く『アイレムソフトウェアエンジニアリングアミューズメントコミュニケーションクリエーションインダストリアルコーポレーション株式会社』になりました」とのウソ発表をWebサイトに載せました。これは日ごろから社名が長いという不満を開発者日記(アイレムWebサイト:コーナー名「開発者達の館」)に書き込んでいたことを悪乗りで載せたものです。そして、翌2000年には「和菓子の販売開始」(写真6)を発表したことを皮切りに本格的に準備したエイプリルフールコンテンツ作成が始まりました。この頃は当社サイトへのアクセス数がそれほど高くなかったために、対外的なコンテンツを出す上での社内チェックはあまり厳しくありませんでした。当時3名ほどでちょっとした「いたずら」のつもりで始めた取り組みは、その後年々エスカレートし今日に至ります。



写真5 1998年 エイプリルフールコンテンツ第1号
桜の季節に踊る当社キャラクター“ぐっさん”
(c)1998 IREM SOFTWARE ENGINEERING INC. All rights reserved.



写真6 2000年 和菓子販売開始
和菓子で有名な古都金沢にちなみアイレムも参入
(c)2000 IREM SOFTWARE ENGINEERING INC. All rights reserved.

当社のエイプリルコンテンツが大きく取り上げられるようになった転機は、2001年の「どきどきすいこでん」(写真7)という新作ゲームの発表を行ったことです。話題になった理由は、当社ではめずらしい“恋愛ゲーム”で、登場キャラクターが108人という爆発的なボリューム感とゲームシステムなどの解説があたかも“本当に発売予定のゲーム”だと思えるものだったからだと思います。この時のコンテンツは見ていただいた方々に強烈な印象を与えたたらしく、日本だけでなく、アメリカや韓国でもゲームのインタビューを受ける際に、必ず話題にのぼります。このような反応をいただいたことが励みになり、またプレッシャーにもなり、今日のような一つのエンターテインメントとしての取り組みになりました。つまり、小さなかかりを数名のスタッフが地道に、そして自分たち自身が面白がって制作し、公開しているうちに火がついたという形です。また、2000～2001年頃の当社は1994年に業績不振を理由にゲーム業界から一時撤退し、その後ゲーム事業を再開して数年経過していた頃で、「アイレムってどんな会社?」という点がとても曖昧になっていた時期もあります。本社も大阪から現在の所在地である石川へと移り(写真8)、「何をもってアイレムと呼ぶのか?」「アイレムをどんな会社にしたいか?」「ユーザーさんの目にどう写りたいか?」を自問自答していました。



写真7 2001年 どきどきすいこでん
108人のヒロイン、ラブドースシステムなどで話題沸騰。
海外からの関心も高く、
今でも「いつリリースするのか?」と尋ねられる
(c)2001 IREM SOFTWARE ENGINEERING INC. All rights reserved.



写真8 アイレム本社社屋
石川県の広々とした空と田んぼの中にたたずむ

そして、そんな中から、「地方の地味な会社」ではなく「地方で何やら画策している、少し気になる会社」もしくは、「何を考えているのか?何をしてかすかわからない会社」にすべく奔走していた頃と重なります。この時期ゲームの方は、当時では珍しい災害をテーマにした「絶体絶命都市」(写真9)というタイトルを開発していました。



写真9
プレイステーション2用ゲームソフト「絶体絶命都市」
災害で崩壊した街からの脱出を図るサバイバルアクションゲーム

(c)2002 IREM SOFTWARE ENGINEERING INC. All rights reserved.

他社の「エイプリルフール企画」について

同業他社のエイプリルフールの取り組みについては毎年気にしながら拝見しています。「負けられない」とか「悔しい、来年はもっと頑張ろう」など思ったり、「この会社さんと組んでこんなことができないか?」と考えたりします。特に今年はタイトーさんがYahoo!さんと組んでインベーダーを盛り上げられていたので、「こういう展開は効果があるだろうな…」と参考にさせていただいている。また他業種でもそれぞれの業種の強みを活かしたものには感心させられます。4月1日に他社さんのサイトを拝見しながら、「来年はどういった形にしようか?」と案を練ります。特に当社では現在アドベンチャーゲームに注力していることもあって「エンディングがあるもの」(写真10)を志向してコンテンツを作成していますが、それでもいわゆるWebサイトらしい造りの他社さんのコンテンツはとても参考になります。



写真10 2007年エンディングムービー
学校法人“夢礼夢学園”に何者かの魔の手が伸びる。
危機を察した学園長の号令のもと校舎が変形し、
巨大ロボットが出現!

(c)2007 IREM SOFTWARE ENGINEERING INC. All rights reserved.

準備期間

毎年4月1日の公開に向けて11月頃から準備を開始します。ゲームの販促・開発部門が中心になって制作を行いますが、3年前から全社的にスタッフを募集しています。最近は当社の商品ではなく、このエイプリルフールのコンテンツが気になって入社してくるスタッフもいます。コンテンツ制作に対し意欲のあるスタッフには部門内外を問わず加わってもらっています。そして、集まったスタッフが制作委員会を結成し、「どのようなテーマを扱うか?」「どのような構造のサイトにするか?」「見たユーザーさんにどう感じてもらうか?」という視点から企画を立てていきます。

そこから通常業務と並行して、各コーナーのアイデア出しや画像作成、テキスト作成を進めています。近年はCGと実写を組み合わせた動画やネットラジオなどを盛り込んでいるので、作業についても相当なボリュームになります。

抱える問題

年々少しずつですが盛り上がりを見せております当社のエイプリルフールへの取り組みですが、現実には幾つか抱えている問題点があります。

一つはコンテンツのボリュームアップにより制作コストが増加傾向にあることです。また、コンテンツのボリュームアップによってはサーバーや通信インフラに対しての投資も必要になります。その他にも、他の開発業務との兼ね合いが避けがたい問題として立ち塞がります。コンテンツの内容・質についても、いわゆる「ウソ」っぽくなってきたことなど問題に上がっています。これは、前述の「エンディングがあるコンテンツ」などとの表現からもわかる通り、Webサイトを使ってウソ情報を発表するというよりも、一つのストーリーを見てもらうという形になっています。ボリュームがあり、見ている人がある程度見たい順番にコンテンツを閲覧できるWebサイトという性質だからこそ、「どこまで見れば終わり」なのがわかり易い構成を意識しています。そのため「一瞬本当かと思った!」という驚きは薄く、「今年はこれできたか!」という感想になってしまっています。この点については社内でも賛否両論ありますので、今後の課題だと思っています。

それでも、エイプリルフールは当社の姿勢『おもしろさ優先主義（=おもしろいと思ったら実行する）』を示す上では欠くことができない活動です。たった一日のために数ヶ月準備を行う姿勢も含めて、「アイレムらしさ（=おもしろいと思うことの実現に労を惜しまない）」の醸成に活用しています。社内においても、複数の部署

にまたがって、一つのものを作り上げる数少ないプロジェクトでもありますので、これからも続けていきたいと考えています。

本企画の今後

今後は、年に一度のお祭りに賛同していただける会社さん（業種は問いません）と連係して、より大掛かりなウソがつけるとおもしろいのではないかと思います。興味がある方は、10月頃にぜひ声をかけてください。特に作業を受け持っていただけなくても、「この画像や商品をいじっていいよ」や「とにかく絡めてやってみてほしい」などでも結構です。日本人は「ユーモア不足だ」と言われがちです。しかし、アニメやゲームでは世界で一目置かれている日本が、“たった一日だけ”のことに力を入れる、その潔さも含めてむしろエイプリルフールは日本人向きのイベントではないでしょうか？微力ながら皆さんと連携して4月1日を盛り上げ『おもしろ天国ニッポン』をアピールしていければ幸いです。



アイレム本社

九条 一馬 Kazuma Kujo

大阪府生まれ。

アイレムソフトウェアエンジニアリング株式会社チーフプロデューサー。

1989年アイレム販売（旧アイレム）入社。アーケード「海底大戦争」の開発を担当。

1994年株式会社ナスカ入社。ネオジオ「メタルスラッグ」の開発を担当。1年のフリー経験後、1997年現在の会社に入社。

プレイステーション2「絶体絶命都市」、「ポンコツ浪漫大活劇バンビートロット」、R-TYPEシリーズ(DELTA,FINAL,TACTICS)等のディレクター、プロデューサー等を担当。

『saku saku』とゲーム業界の皆さんとの関わり

株式会社tvk コミュニケーションズ
ミューコムカンパニー企画制作部長
武内 和之

私は現在、テレビ神奈川で月曜日～金曜日の朝に放送中の『saku saku』という番組を担当しています。「エンタテインメント情報バラエティー」という肩書きを背負って、主にJ-POP系のアーティストの皆さんや様々な業界の皆さん（主に、音楽、映画、ゲーム関連）をスタジオにお迎えしながら、自由奔放なトークを展開しつつ、一方で、視聴者の皆さんからのメールやお便りをふんだんに採用するなど、番組を通じて本当に様々な立場の皆さんと交流を図っています。ここで、まだ番組をご覧になったことがないという皆さんに向けて簡単に『saku saku』の紹介も交えつつ、ゲーム業界の皆さんとの関わりについてお話をしたいと思います。

現在、グラビアや番組リポーター等で活躍中の女性タレント「中村優」（通称：優ちゃん）と、ちよつと毒舌ですが、基本はアニキ的性格の番組オリジナル・キャラクター「白井ヴィンセント」（通称：ヴィンちゃん）がこの番組のMCです。ちなみに、そのヴィンちゃんそのものは私が手掛け、キャラクターの声はウチの制作スタッフのひとりが行っています。

また、番組に関わる制作スタッフ数名も画面フレームの外から声のみで自由にトークに参加する、という独特のスタイルをとっています。そんな“女子+キャラ”的2MCとクロマキー合成された景色は「晴れた青空とアパートの屋根」。ヴィンちゃんが、この“アパートの大家さん”、優ちゃんとその他、声のみでトークに参加しているスタッフを“住人”としているのが基本設定です。



MCの優ちゃんとヴィンちゃん



画面の外から声のみで参加する“住人”



saku saku

<http://www3.tvk-yokohama.com/saku2/>

毎週月～金 7:30～8:00
(再放送:月～金 23:30～24:00)

出 演 白井ヴィンセント、中村優

放送局 tvk (テレビ神奈川)

福島テレビ、とちぎテレビ、岐阜放送、KBS京都、
山陽放送、中国放送、TVQ九州放送、熊本放送
(2008年4月現在。放送日時は各放送局により異なります)



2代目MC木村カエラさんとヴィンちゃん

さて実は、この基本設定で番組を展開してから、
優ちゃんは“3代目”。初代のあかざあいさん、2
代目の木村カエラさんの頃も含むと、2008年4
月で8年目に突入しているのですが、正直、よく
そこまで続いたものだな、と感心しています。
もう自画自賛です(笑)。

何とか番組を存続させようと、スポンサー獲得
に奔走した初期の頃から、それぞれに様々なきっかけで私共の番組と出会い、現在
に至るまでお付き合いいただいているスポンサーの皆々様を筆頭に、MCが卒業
するウワサが流れただけでも、番組の存続を心配してくださるようなたくさんの方の
“サクサカー”(この番組の視聴者の皆さんのお総称として使われています)に支え
られて現在に至るわけですが、そんな番組を通じての出会いを語る上で、ゲーム業
界の皆さん的存在は欠かせません。

ヴィンちゃんのキャラクター商品や番組のトレーディングカードなどがバンプレ
ストさんからリリースされているように、それに伴う開発・監修業務等を通じていろ
いろと学ばせていただきました。“定番商品”といえるくらいにヒットした商品もあり、
それはそれで嬉しかったのですが、私が特に印象深いのは「開発する難しさ」と
同じくらいに「売る難しさ」もある商品に携わったことです。それがどの商品だった
かはあえて公表しませんが、これはとても貴重な経験でした。

また、番組本編ではゲーム紹介コーナーを設けて、現在も不定期ながら継続し、
各メーカーさんとお付き合いさせていただいている。コーナーの基本構成としては、毎回、
メーカーさんの宣伝担当の方や代理店の方などをスタジオにお招きし、
番組にゲスト出演していただきながら、実際にスタジオでMCと一緒に試遊する、と

いう流れです。ちなみに、コーナー立ち上げの頃から現在に至るまで、新作のゲームソフトを紹介するようなテレビ番組が少ない状況はあまり変わっていません。そんな現状を踏まえて、私たちの番組で心掛けたのは、「常にわかりやすく」紹介することです。当たり前と言えば当たり前なのですが、こだわりも少しはあって、「例え話題作でも、番組スタッフがわからなかったり、興味が湧かなければ取り上げない」くらいの思い切りでチョイスしていく「らしさ」が出る、と勝手に思い込んで始めました。難解なことのすべては、メーカーさんとヘヴィ・ユーザーさんとの絆のために用意されたものと解釈して、そこはあえて番組では触れない。限られた時間の中で「こんな感じのソフトですけど、遊んでみませんか?」の印象を最優先しました。今思えば、自分自身が気持ちのどこかでシンプルな作品をもとめていたのかもしれません、自分の手掛ける番組でMCに「よくわからない」と言わせてしまうことだけはしたくなかったので…。ましてや、人々が家で慌しくしているであろう朝帯に放送している番組ですから、少しでも楽しげな印象を提供することで、開発の皆さんのが手塩にかけてつくりあげたソフトの存在を、より多くの人たちに知ってもらうきっかけのひとつになれれば、の思いで取り組んできましたし、今もその姿勢は変わっていません。

10代の頃からとても身近な存在であったゲーム。ゲーセンで気軽に楽しんでいた思い出もあれば、お小遣いが足りなくてソフトを買いたくても買えない、なんていう思い出もあり、勉強や部活をしながらも、いつも気になっていたゲームへの興味は、学校を卒業し、社会人となり、年を重ねても冷めませんでしたね。テレビの仕事をする立場になって、個人的な思い入れひとつでゲーム紹介のコーナーを提案したら、何とスタッフ全員がゲーム好きでした。団塊の世代の皆さんにはわかりませんが、少なくとも私の世代以降は、ゲームが家庭にあるのが当たり前の状況ですから「テレビ業界において、40代以下でゲームに嫌悪感を抱くような人間はまずいない」と、勝手に思っています(笑)。

以前から、別の番組等を通じて、ゲーム・メーカーのみなさんと接してはいたのですが、『saku saku』で明確にコーナー化したのは2000年頃…。振り返ると、この頃のゲーム業界は、一時期の“バブル”な感じがはじけている中でも、何とか新作ゲームや廉価版のリリースなどでショップの華やかさを保っていました。その一方で、ハイ・リスク＆ハイ・リターンの現状に悩まされていたメーカーさんたちの



さまざまなサブキャラクターたち

困り顔も記憶しています。ゲーム1本の開発費は『saku saku』の制作費の比じゃない。それだけに、超大作ソフトの発表会などに足を運ぶと「失敗は許されない」みたいな、緊迫した雰囲気があって、今後、大変な時代に突入していくのを、関係者の皆さんとの交流の中でひしひしと感じていました。

また、大変な時代といえば…番組内においても大変なことが起きました。アパートの住人として“ご意見番(通称:ゴイゴイ)”の愛称でトークに加わり、あわせて、ゲーム・コーナーを担当してくれていた制作スタッフの一人である番組ディレクター・金田真人さんが、突然の病に倒れ、年上の私よりも先に天国へ旅立っていました。この時は本当につらかったです。その当時の心境はとても言葉にあらわせません。どんなに泣いても嘆いても、番組収録や編集など、“いつもの仕事”が目の前にやってきますし、この時ばかりは「ゲーム・コーナーの存続は無理…」ということも頭に過ぎりました。当時、それくらい彼に依存していましたから…。いまだに番組のエンド・クレジットに彼の名前が明記されていますが、番組の“舵取り役”的立場の私としては、彼に一日も早く安心してもらうためにも、残ったメンバーで、彼が生前の頃とさほど変わらぬ視点で新作ソフトに注目し、楽しい雰囲気でゲーム・コーナーを視聴者にお届けしたい、という思いが今も強いです。でも、いまだに「もっとこうすればいいのに…」と思われているかもしれません…。ただ、きっと私たちが一生懸命な様子は見届けてくれていると思うので、これからも、天国にいる彼に新作ソフトを教えてあげるくらいのつもりでゲーム・コーナーを続けていきたいですね。

最後に、番組を通じて長い間、ゲーム業界の皆さんとやりとりさせていただいたひとつひとつが、今や、僕自身にとってかけがえのない経験ですし、その当時からずっと番組に注目してくださっているメーカーの皆さんにも心から感謝しています。私のような“テレビ屋”とは別の業界ではありますが、似たような点もたくさんあって、特に、「ピンチの時にどうするか」だと「ソフトの重要性」だと「ユーザーの存在」だと…今でも刺激になることばかりです。今後、ゲームに関わるすべてのことが、どんな進化を遂げていくのでしょうか。引き続き注目していきたいですし、番組の続く限り、友好的なお付き合いができるれば幸いです。

今後ともどうぞよろしくお願い致します。



DVD「saku saku Ver.4.0 定刻の逆襲」



イベント会場に掲げられた巨大ポスター



横浜クイーンズスクエアでのDVD発売イベント（2008年3月1日）



(c) 2008 tvk / mucom all rights reserved.

武内 和之

Kazuyuki Takeuchi

株式会社tvkコミュニケーションズ
ミューコムカンパニー
企画制作部長

1964年、東京都世田谷区生まれ。
1985年、(株)泉放送制作に入社。地上波キー局のクイズ番組で研修後、tvk(テレビ神奈川)へ出向する。県内自治体の広報番組等を担当した後、音楽番組制作班へ異動。
1988年、現会社[旧社名:(株)TVK音楽出版]に入社。洋・邦問わずの音楽好きが功を奏して、入社後、数々の音楽番組を制作する機会を得て、神奈川に居座ることを決意し、現在に至る。

現在放送中の「saku saku」では、番組制作のみならず、MCであった木村カエラのデビュー・アルバム『KAELA』までのプロデュース、番組オリジナル・キャラクターの制作や、番組HP&携帯サイト、番組DVD制作・監修等を手掛けている。

<制作した主な番組>
「saku saku」「FUNKY TOMATO」「Mutoma World」「Mutoma JAPAN」「ゲームの肝」「Mutoma Di:GA」「オンガクのDNA」...etc.

生誕30周年を迎えた 『スペースインベーダー』

株式会社ドリームス 代表取締役
西角 友宏

「スペースインベーダー」はこうして生まれた

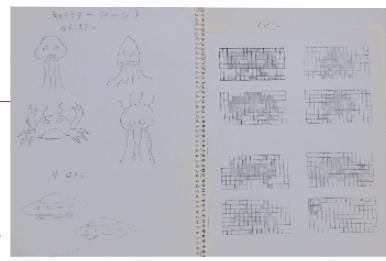
1978年に『スペースインベーダー(Space Invaders)』が世に出てから、今年で30周年になります。

私がビデオゲームの開発に関わるようになった1970年代初頭は、アメリカが先進国で優位にありました。アメリカに負けないという気持ちでゲームづくりをしているうちに、日本でもアメリカのゲームと遜色ないものができるようになりました。当時、ゲームは徐々に進化し複雑化していました。私もドライブゲームをつくりましたが、いかにして車らしいかたちにしようか、当時の限られた容量やツールでグラフィックをきれいにしていこうと工夫し、複雑なゲームをめざしていたときに、アメリカで『ブロック崩し』というシンプルなゲームが出て、ヒットしたのです。「ああいう単純なゲームでお客様を呼べるんだ」とショックを受けました。

ゲーム本来の核、ゲーム性といえばいいのでしょうか。それが面白くなければダメだ。では、ゲーム性が面白いものにプラスアルファをすれば、もっと面白くなるのではないかと思いました。そこで、『ブロック崩し』で1個1個ブロックを壊していく楽しさを別のものにできないだろうか。シューティングゲームにしてみたらどうだろうか。『スペースインベーダー』はそういう発想から生まれたものです。

もう一つ、考えていたことがあります。アメリカでは一部使っていたものがありますが、それまで日本のゲーム制作ではマイクロコンピュータを使っていません。私はコンピュータにとても興味があったので、次につくるゲームはぜひコンピュータを使いたいと思っていました。しかし、その頃、日本ではマイクロコンピュータについての情報がほとんどありませんでした。アメリカのコンピュータ会社が日本で開催する講習会に参加したり、英語の本を読んだり、マイクロコンピュータを使ってつくったアメリカのゲームを解析したりというところから、勉強を進めていました。『スペースインベーダー』の制作を始める頃には、ある程度、マイクロコンピュータについての知識を持っていました。

『スペースインベーダー』には、コンピュータを使ったからスムーズにできた仕様



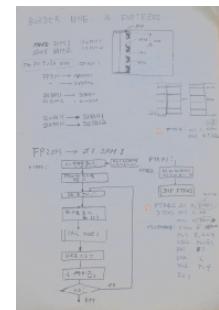
もたくさんあります。シューティングゲームは当時、こちらが一方的に攻めるだけというのがほとんどでした。でも、「向こうからも撃ってくれば面白そうだ、双方向のゲームにしたい」と思っていました。それを後押ししたのはコンピュータです。コンピュータを使ったことで複雑な計算ができ、双方向攻撃のゲーム制作を容易に進めることができました。

すべて一人でツール制作から始める

当時のゲーム制作は最初から最後まで一人で手がけることが一般的であり、マイクロコンピュータを使う場合でも同様でした。ハードウェアのボードをつくる。キャラクターの絵を描く。遊びの流れ、つまり仕様を考える。それに応じたプログラムを組む。そのうえ、制作ツールはあることはあるけれど、非常に高価でとても手が出せません。そこで、制作ツールそのものも自分で開発し、手づくりしました。

企画してから完成までに1年くらいかかりますが、その6割くらいはツールをつくっていました。

ツールはゲーム制作を進めていく中で、「こういうツールがないとここは進められない」という状況に応じて、開発・改造をしていきました。ライトペンでキャラクターを画面に打ち込んでいく、いわゆるペンデバイスも、絵を簡単に描きたいというところから生まれました。場合によっては、ゲーム制作を中断して、ツールづくりに1ヶ月をかけたこともあります。試行錯誤の連続で、『スペースインベーダー』の制作では、このツールづくりで結構苦しました。



当時のラフスケッチ

営業から厳しい評価を受ける

当時のゲーム制作はかなりの段階までチェックを受けずに進めることができました。『スペースインベーダー』は、60~70%できたところで営業に見せました。開発チームの仲間には途中で遊んでもらったりして、意見やアドバイスを聞きました。面白いという声が多かったのですが、営業からの評判は悪かったです。「難しい」とか、はっきりと「売れない」とも言われました。ゲーム制作をしていて、初めての経験でした。でも、一応、完成まではこぎつけることができ、他の新作ゲームと

ともに発表会に出しました。しかし、業者からも評判がよくありません。そのときの商談では、ほとんど売れなかつたようです。しかし、タイトーは自社で持っているゲームコーナーがあり、そこに何台か置いてもらうことができました。500店舗くらいあつたでしょうか。それが6月で、8月くらいには結構火がついていました。

サービス担当がとあるゲームコーナーを訪問すると、「(ゲーム機の投入口に)100円玉が入らず、ゲームができない」と言われたそうです。ゲーム筐体のキャッシュボックスを開いてみると、100円硬貨で満杯になつていて新しい硬貨が投入できなかつたようです。その時は週に2回集金にいっていたらしいのですが、キャッシュボックスを4倍くらいの大きさに急きょ改造したことがありました。それほど人気ゲームになっていました。

初めてつくして、ゲームの新しい可能性を拓く

『スペースインベーダー』が大ヒットしたもっとも大きな理由は斬新さだと思います。双方向の攻撃という、これまでとはまったく違うパターンを採用したこと。さらに、インベーダーに全部侵略されると、自機が残っていてもゲームオーバーになつてしまうというシステム。これについては、営業はものすごく反対しました。それまでのゲームから考えれば、ルール違反に近い一面があつたからです。「絶対直してくれ。お客様が文句を言ってくる」と言われました。しかし、回りに聞いてみたところ、「スリルがあっていい」という声が多く、また、私自身の時間的制約もありました。そこで、営業とは対立しましたが、そのまま行きました。営業はかなり心配していました。これはヒットした今だから、笑って言える話です。

ゲームの攻略本が出たのも、『スペースインベーダー』が最初かもしれません。それまでのゲームは大体2種類に分かれます。一つはデパートの屋上にあるような、小さな子どもが遊ぶもの。もう一つはゲームセンターで大人が遊ぶもの。ところが、『スペースインベーダー』が出て、プレイヤーの年齢層が広がりました。小学生、中学生、高校生辺りが中心になり、会話の中にゲームの話題が出るようになった。「名古屋打ち」や「レインボー」というのがありましたが、たぶん口コミで広がり、本に結びついたのでしょう。

それらの攻略法は今でいうバグ、プログラミングのミスをついたものなので、本当はあってはいけないことです。だから、ゲーム開発者としては複雑な気持ちでした。

その後、シリーズ化され、さまざまな家庭用ゲームソフトにも移植。目の不自由な方に向けた『スペースインベーダー フォーブラインド』も出ました。音で遊ぶという発想が面白いと思いました。

ゲーム制作において大切なこと

「ゲームについての考え方」はいろいろあると思いますが、私がゲームづくりをしているとき、一番大事にしていたのは「ユーザーが面白く遊べること」です。ずっと長く遊べる、遊んでいて快感を味わえる、大人も子どももできるゲームをつくりたいと思ってやってきました。



よいゲームをつくりたいという気持ちは大事です。ただ、「よいゲームとは何か」というのは難しいです。経営的に言えば、売れるゲームがよいゲームです。でも、お客様が遊んで面白いと感じるゲームがよいゲームなのです。そして、そういうゲームなら売れるはずであり、経営的にもよいゲームなると思います。

そして、ゲームをつくる人間の自己満足になってしまってはいけないと思っています。プレイヤーのことを考え、つくり手が変なところで「自分」にこだわり過ぎないほうがいいのではないかとも思います。

ゲームクリエイターをはじめ、ゲームの仕事に関わる人はもちろんゲームが好きという気持ちも大切ですが、冷静にゲームと向きあうことが重要だと私は思っています。私たちは、ゲームで遊ぶ人ではなく、ゲームをつくる人です。遊ぶ立場がなければ、ゲームをつくれないかもしれません、それが強すぎると、遊ぶ立場だけになってしまい、つくるということができなくなります。「面白いゲームで人を遊ばせてみたい」という考えを持つこと、それが基本ではないでしょうか。

『スペースインベーダー』生誕30周年を機に、新たなる侵略を開始！

株式会社タイトー

1978年、当社が発表したアーケードゲーム『スペースインベーダー（Space Invaders）』は瞬く間に日本中を席巻。海外でもヒットし、世界的なブームとなりました。タコ、イカ、カニをモチーフにしたスペースインベーダーのキャラクターが画面上方から隊列を組んで横移動しながら下方に進行、それを画面下方から攻撃するというシンプルなシューティングゲームに大人も子どもも熱中したのは、双方向で

攻撃し合うという、これまでにない斬新さがあったからです。当社代表取締役社長の和田洋一も夢中になった一人。大学時代、アルバイト代のすべてを使ってプレイしたといいます。

ゲームのスタイルだけでなく、アミューズメント施設以外にプレイの場を広げたこと、キャラクターが一つのデザインとして受け入れられたこと、あるいはコピー商品の流通に対して当社の異議申し立てがのちに著作権法の成立に結びついたことなど、『スペースインベーダー』はその後のゲームの在り方を決定づけた、先駆的なゲームといつても過言ではないと思います。

私たちタイトーにとって、『スペースインベーダー』は、当社のゲーム性、マーケティング、あるいは常に新しいムーブメントを引き起こしたいという姿勢の象徴であり、さまざまな事業を展開していくにあたっての原点であり、めざす目標でもあります。



「スペースインベーダー」
生誕30周年記念ロゴ

今年、生誕30周年を迎えるにあたり、新たなコーポレートブランド戦略を策定いたしました。『スペースインベーダー』をブランドキャラクターとして採用し、2008年4月から、生誕30周年記念事業とプラスアルファの事業展開を実施していきます。

具体的な取り組みとして、『スペースインベーダー』をフックに、アミューズメント施設、アーケード、家庭用ゲーム、PC&携帯コンテンツの全事業部で事業を展開し、「アクティブなタイトー」を発信していきます。

■アミューズメント施設

店舗名を「タイトーステーション」に統一し、イメージカラーを青から赤へ。ロゴおよび制服も一新します。見た目のブランディングだけではなく、お客様に安心・安全と夢中になつていただけるサービスを提供する施設として、店舗クルー教育の徹底を図っていきます。一定の基準を設け、審査の結果、厳正な基準を超える新ブランド看板を掲げられるというかたちで、順次「タイトーステーション」への転換を進めています。

また、お客様からの「この店舗がよかった」という評価を示していただく装置「ハッピーボタン」を直営店全店に設置しました。お客様とともに「タイトーステーション」を充実させていきたいと考えています。



■プライズ(景品)

クレーンゲームの景品として、直営店でしか手に入らないグッズを展開していきます。アーティストや企業とコラボレーションした『スペースインベーダー』キャラクターの景品も毎月シリーズ化してご提供します。また、自社企画・開発にこだわったオリジナルグッズもご用意しております。



ロッテとのコラボ企画
「スペースインベーダーガム」
(C)TAITO CORP.1978,2008

■家庭用ゲーム

Wiiをプラットフォームとしたソフト「スペースインベーダー ゲット イーブン～逆襲のスペースインベーダー～」を発売します。プレイヤーがスペースインベーダーを操って地球を侵略するという演出で、Wiiの特性を活かしたアクション性が強いゲームです。

また、2月に発売されたニンテンドーDSおよびPSPの「スペースインベーダー エクストリーム」は既存の「スペースインベーダー」の正統な進化系ゲームで、パワーアップアイテムで攻撃力と爽快感がアップするスピード感あふれるシューティングゲームとなっています。



Wii「スペースインベーダー ゲットイーブン
～逆襲のスペースインベーダー～」
(C)TAITO CORP.1978,2008



ニンテンドーDS
「スペースインベーダーエクストリーム」
(C)TAITO CORP.1978,2007



PSP「スペースインベーダーエクストリーム」
(C)TAITO CORP.1978,2007

※ゲーム画面は開発中のものです。

■PC&携帯コンテンツ

PCゲームでは、「スペースインベーダー世界大戦」を世界に向けて配信します。マウスクリックの操作でスペースインベーダーにマウスを合わせて撃ち落とすシューティングゲームで、国別ランキングを争います。今後、第2弾、第3弾とバージョンアップし、チャット機能やワールドワイドな国対抗合戦ができる展開を考えています。

携帯コンテンツ「みんなでインベーダー」は、これまでのシューティングゲームのイメージから離れ、「スペースインベーダー」をモチーフに、誰でもが楽しめるカジュアルゲームを配信。個々の端末にあったゲーム、キャラクター、アイコンとしての展開を進めています。また、待ち受け画像やメニュー画面に設定できるきせかえツール／ケータイアレンジサイト「LOVEキラ」も配信しています。



このほかにも、多彩な企業とのコラボレーション企画を実施していきます。例えば、4月1日にYahoo! JAPANと行ったエイプリルフール特別企画は大きな反響をいただきました。Webサイトのトップページを触ることは本来あり得ないのですが、ご協力をいただき、実現することができました。



2008年4月1日のYahoo! Japanとのエイプリルフール特別企画

イタリアのストリートウエア「55DSL」デザインチームとコラボレートした、PCゲーム「スペースインベーダー世界大戦」の55DSLスペシャルエディションの配信やTシャツの販売。ニフティ株式会社とコラボレートし、ブログサービス「ココログ」での「スペースインベーダー30周年記念」バージョンのテンプレートの配信など、2008年は今後、続々とインパクトのある企画を実現していきます。

「大人が占領して、遊びたいのにできなかつた」「100円玉を積んでやっていた」など、『スペースインベーダー』はその人その人が何かを語ることができるゲーム、人生の大切なメモリーに関わっている希有なゲームです。

私たちがこれからつくっていくゲームを皆さまの思い出になるものにしたい。そのゲームでしか得られないひとときをつくるコンテンツを出したい。その私たちの意志を現すアイコンが『スペースインベーダー』です。

生誕30周年を機に、私たちはさらに進化して、皆さまの心に“侵略”し続けてまいります。



タイトー スペースインベーダー30周年公式サイト
(C) TAITO CORPORATION 1978,2008 ALL RIGHTS RESERVED.

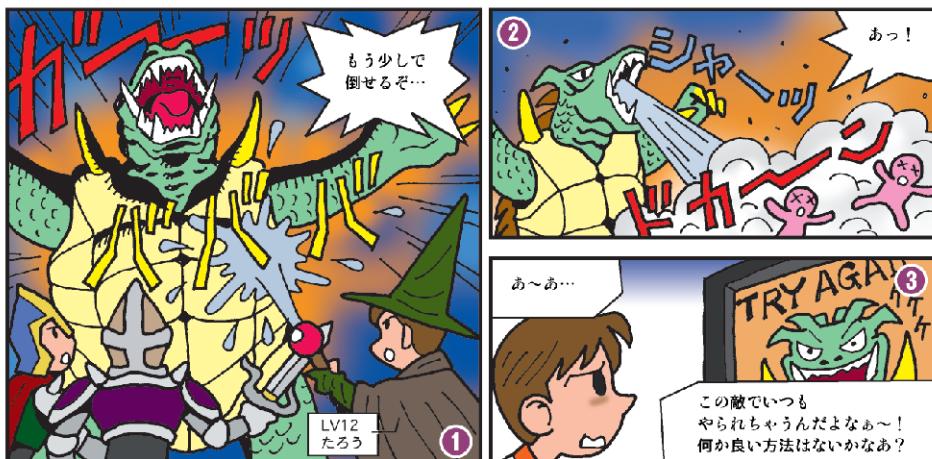


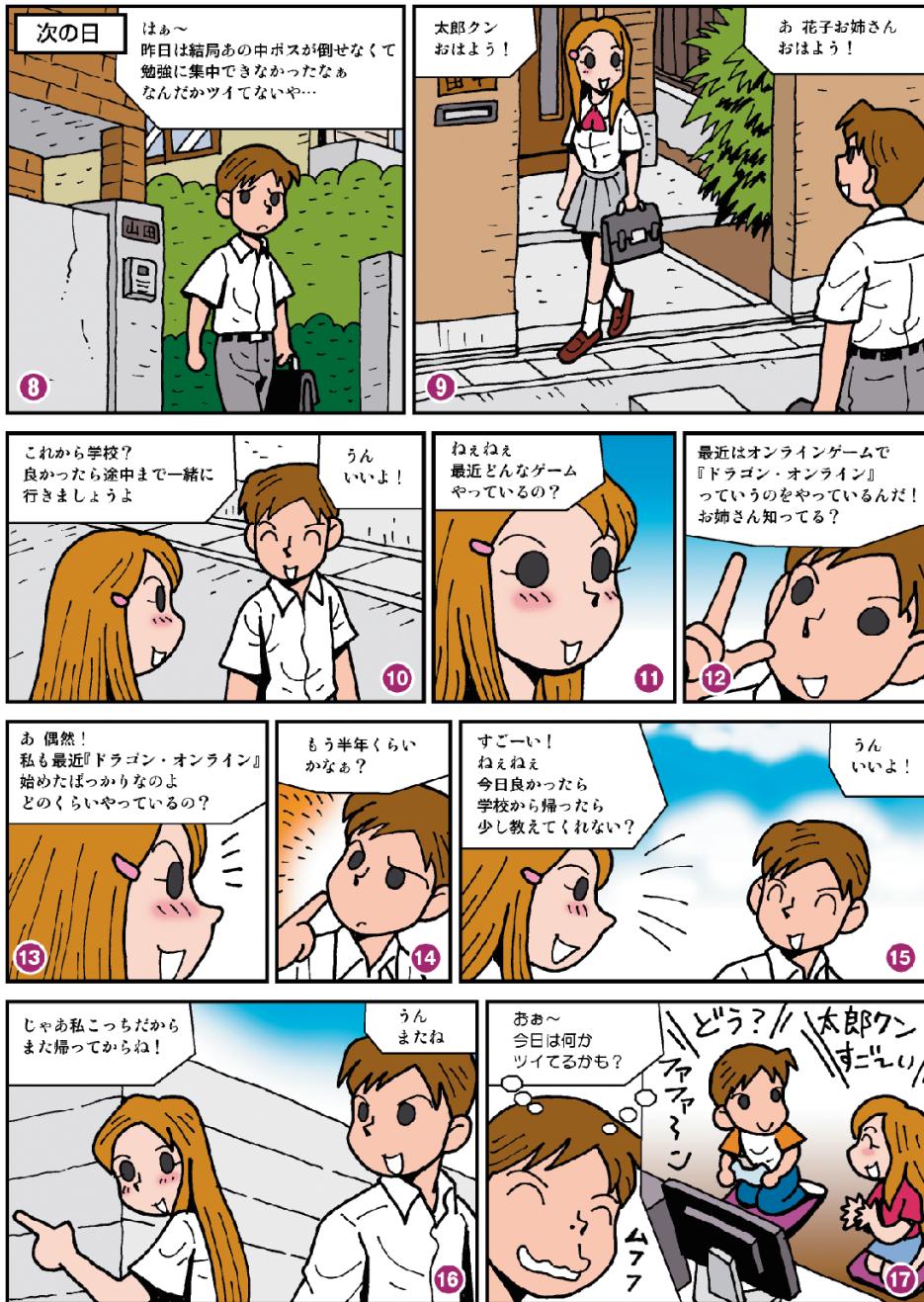
西角 友宏 Tomohiro Nishikado

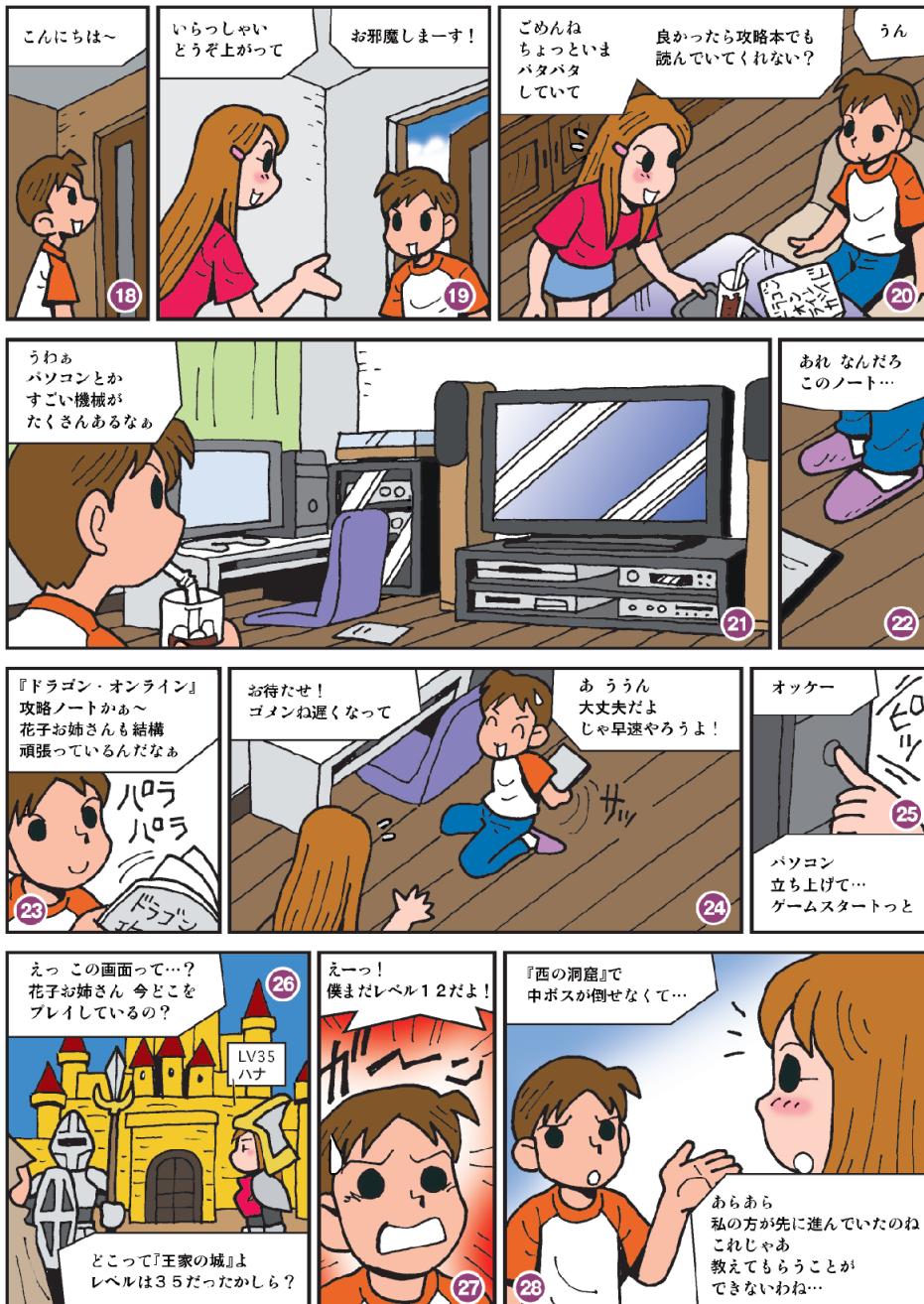
株式会社ドリームス 代表取締役

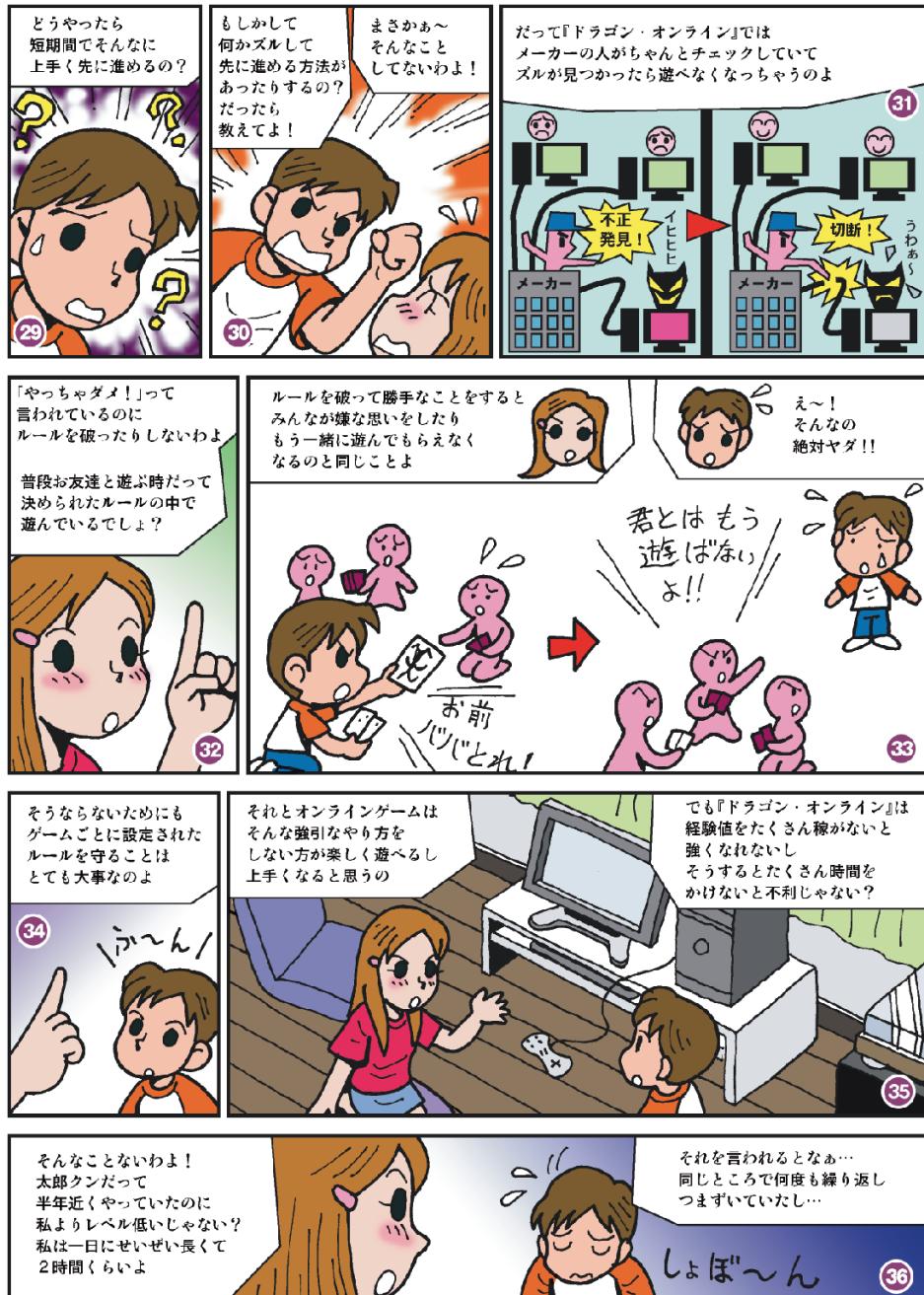
1944年、大阪府生まれ。

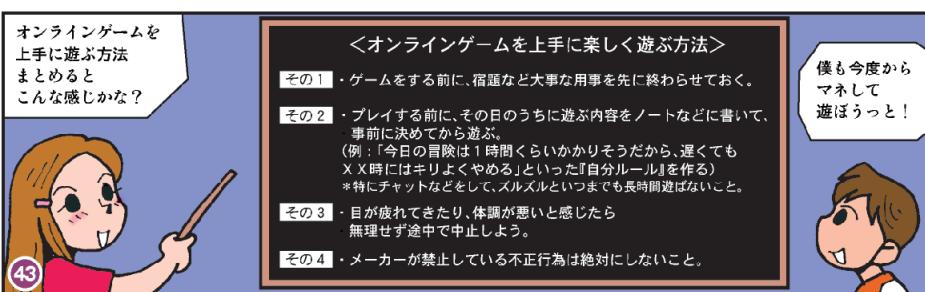
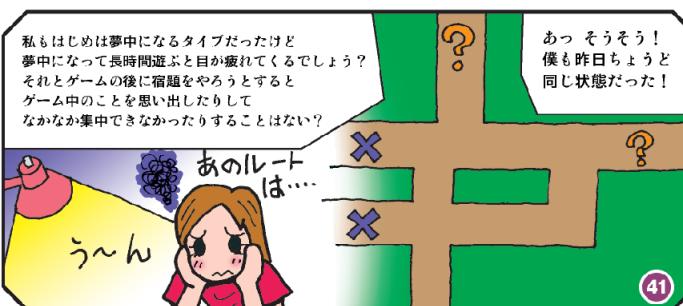
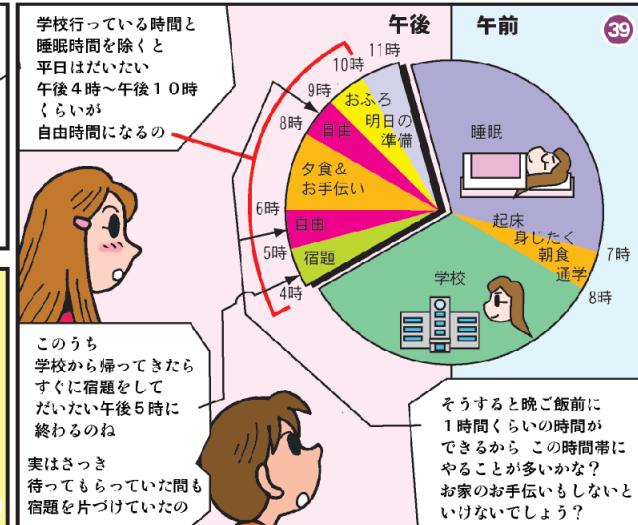
東京電機大学通信工学科卒業後、オーディオ機器メーカー入社。1969年、株式会社太東貿易（現・株式会社タイトー）に入社し、メカニックゲームおよびビデオゲームの開発に携わる。国産初のビデオゲーム「サッカー」をはじめ「スピードレース」「ウエスタンガン」など数々のゲームを制作。1978年、「スペースインベーダー」発表。その後、アミューズメントロボット、コンシューマーゲームのハードウェア等、システム関係の研究開発にも携わる。1996年、コンシューマーおよびアーケードゲームソフトの企画・開発等を行う有限会社ドリームス（現・株式会社）設立。現在、社長業のかたわら、マジックをキーワードにしたアミューズメント用ゲームの研究開発（趣味？）を行っている。













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/>

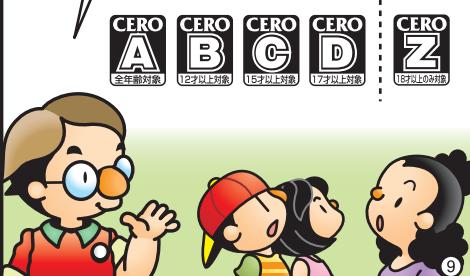
社団法人コンピュータエンターテインメント協会（CESA）

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



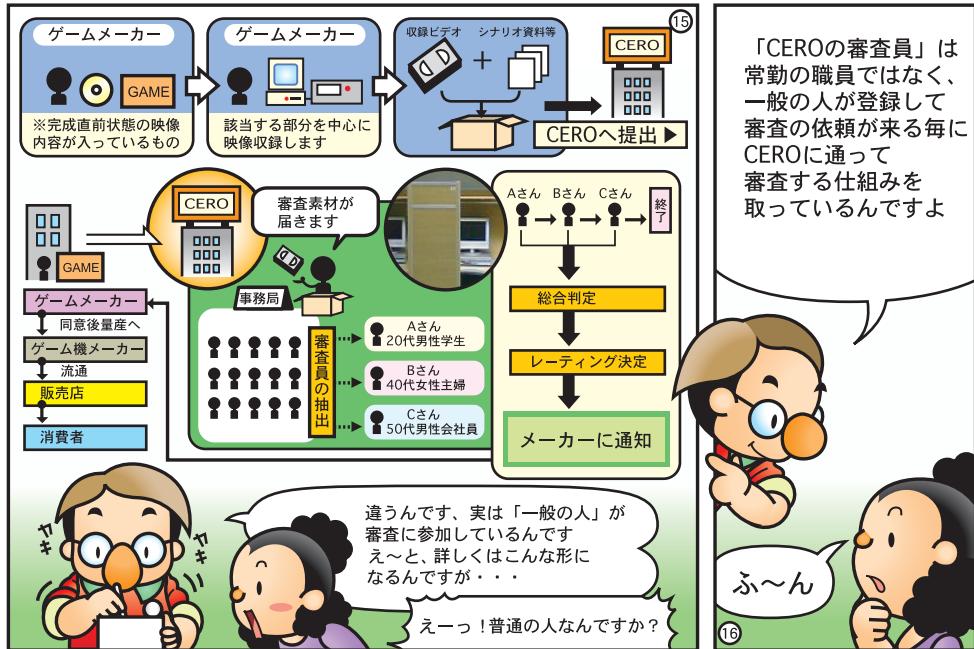
↑年齢		
18才		「×禁止表現」 諸容を超える表現、 触法描写など。
17才		「Z (18才以上の対象)」
15才		「D (17才以上の対象)」
12才		「C (15才以上の対象)」
		「B (12才以上の対象)」
		「A (全年齢対象)」

そのとおりです

へえ~、
そうなんですか

⑫

⑬



レーティング基準を理解するためには、それぐらい勉強しないとダメですね

とても責任がある仕事なんですね



20

このゲームは『A』の表示があるのでハナちゃんも楽しく遊べるわね、これにしましょう

わーい、ありがとう♪



23

そうなんです、
とてもやりがいのある
仕事ですので
お母さんも
是非トライしてみたら
どうですか？



21

ねえ、おかあさん！
僕たち
買うゲームソフトが
決まったよ



なあに？あら、
どんなソフト？
ちょっと見せてみて



25

お母さん、これは？
僕、これにするよ

これなら買っても
いい？

『B：12才以上対象』

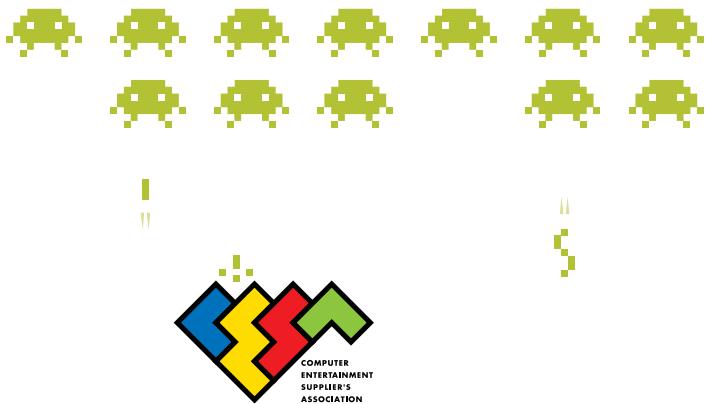
うん、これなら
いいわよ！
買ってあげるわ



26

家庭用ゲームソフトを
買う時は、
レーティングマークを
たしかめてから
買うようにしようね！

は——い！！




<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・5」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(1~4)」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・5

発 行 / 平成20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 / 伊藤 裕二