

# 第3回ゲームサロン 『クリエイターの表現の場としてのゲーム』

講師 東映アニメーション研究所非常勤講師 鷲谷正史氏



TEXT  
中 垣

1998年12月17日、京都リサーチパークにおいて第3回のゲームサロンが開催されました。

今回のお客様は東映アニメーション研究所の鷲谷正史氏でクリエイターとの視点でゲームの面白さとは何か、ということを中心に我々ゲームアーカイブプロジェクトの活動についても貴重な御意見を頂きました。

まずコンテンツとしてのゲームソフトを鷲谷氏は、プログラムと一つのものでありながら同時にプレイヤーによる多様な解釈が可能、言い換えれば閉じた作品でありながら同時に開かれた作品である、と定義された上で、テレビゲームは必ずしもコミュニケーションの欠落につながるものではなく逆にゲームによりコミュニケーションが可能であると述べられました。

この意見は、神戸で起こった幼児連続殺人事件などで一部評論家やマスコミによってテレビゲームそのものが青少年に負の影響を与えるといった意見と対立するものであると私は感じ、逆にテレビゲームによりコミュニケーションが促進されるという建設的な意見だと思いました。そして、鷲谷氏のユニークな分析として、「ゲーム業界水商売」というものを展開されました。

その論のなかで氏は、プラットホームを「店」に、ゲームソフトを「ホステス」にたとえ、現在の家庭用ゲーム機それぞれを説明されました。

プレイステーションは質の良いホステスを数多く手頃な値段で提供する「大衆優良店」。ニンテンドウ64を少数精鋭で安心な「高級店」、そしてサターンをホステス集めがあまりうまく行かなく、結果として18禁ゲームなどにより過激サービスと低価格化を売りとした店、と的を得た鋭い分析で参加者を唸らせてくれました。

また最近のトレンドとしての戦略は人気ホステス(ソフト)の囲い込み、他の店(プラットホーム)への客の流出阻止、ゲームボーイから64へ見られるような客の他のプラットホームからの呼び込み、等をあげられ、将来的にはネットワークの発達とともに体験版見せ物小屋方式(や、広告等を利用し、ゲームをすることにカネを使わなくてよい仕組み(社用族を増やす)、また姉妹店作戦と称して同一メーカーによる高級機、大衆機の住み分けなどが一般化してくるだろう、つまりゲーム会社は限りなく水商売的になるであろう)のご意見でした。

さらに鷲谷氏は、映画をはじめとする映像産業の歴史的技法の発展に

ついても造詣が深く、「撮る映像、作る映像」という二つの視点からの映像産業についての分析も我々にとって非常に勉強になりました。

ご自身もファミコン時代のゲームの企画に携わった経験もあり、クリエイターの苦悩や、葛藤みたいなものもお話のなかから感じることができました。

本来日本における映像クリエイターは、映画産業から出発しており、そこから鍋底不況を背景としてアニメーション映画へのクリエイターの第一の「さまよい」があったと氏は解説されました。

その後、ディズニードのような高品質のアニメーション映画を志したクリエイターは制作費の圧縮などによりテレビアニメへの転身が進み、さらに最近では、アニメの不振からゲーム業界や、コンピュータグラフィックスの世界へ、映像クリエイターが流れている、とお話で、現場における技術的な進歩の具体的説明を交えながらの興味深い解説でした。

その中で特にテレビゲームの面白さは、歳月の経過によってその面白さが朽ちるものではなく、ファミコン時代のソフトもいま遊んでも十分に楽しめるものが存在する、とご意見で、技術の進歩とゲームの面白さを

構成する要素は必ずしも比例しないということでしょうか。

また我々ゲーム・アーカイブ・プロジェクトの活動についてもクリエイターの立場から率直なご意見を頂きました。

まずゲームアーカイブそのものの意義として氏は、やはりなつかしいゲームを遊ぶことにその中心がおかれるべきであり、いくらアーカイブ化しても遊ばなければ意味がないとのことでした。

そして、ゲームプランナーならではの意見として取扱説明書の重要性をとかれました。

氏いわく、説明書というのはプログラムと並行して、企画書から直接作られるもので、いわば、ゲームの世界観から、シナリオ、クリエイターの意図を示した企画書そのものである、とのことでした。

つまり、企画段階で没になった企画書や、成功したソフトの説明書を分析することによってなにかゲームの面白さというものがわかるかもしれないと感じました。

エミュレータについての参加者からの質問についても、我々の予想に反して肯定的なご意見を持ってあられさらにソフトの媒体がROMからCDROMになったことに関して

どんなゲームも同じ値段で取引されるようになって、そのことは消費者が不幸であると発言されました。

氏によればゲームソフトの評価は市場、つまり消費者によって決められるべきとのご意見で、クリエイターは消費者の味方であると私は感じ、嬉しく思いました。

このように鷲谷氏はユーモアのなかに鋭い分析を披露され、さらにクリエイターの立場からゲームソフトまた、GAPにたいしてご意見を頂き第3回ゲームサロンは有意義なものとなりました。