

# 先輩から学ぶ：創立 30 年のコーエーが描くゲームの未来像\*

藤重 和博 (株式会社コーエー)

## 1. はじめに

今日の講演は、16 年間、ゲーム制作に携わってきた立場から話をさせていただく。学会の活動、大会テーマに合わせて、少しでも役立つ話ができればと思っている。「つくり手」の立場から見たゲームが主題になる。

最初に、自己紹介も兼ねて、用意してきたゲームの映像を見ていただきたい。(『真・三國無双 Online』ワンシーン)

現在、ネットワーク事業部開発担当という肩書きと、モバイルコンテンツ開発担当という 2 つの肩書きを持っている。『真・三國無双 Online』は、もともと三国志の世界観をアクションゲーム化したものがあって、それをオンライン化したものである。この他にも、『大航海時代 Online』『信長の野望 Online』などがあるが、私の担当は、オンラインゲームのプロデュースである。

16 年前 (1993 年) に入社した当時は、シミュレーションゲームがコーエー製品の主流であり、私はシミュレーション研究所というところに配属された。当時、全社で社員が 200~300 人だったのに、研究所の所員は 30 人位いた。今から思えば、1 割以上の社員を基礎研究に配置していたわけで、会社が基礎研究をいかに重視していたかがわかる。

私の仕事は、サウンドのプログラムであった。当時 PC-9800 を使っていて、SSG 音源や FM 音源では 3 音や 6 音しか鳴らない。そこで、MIDI や独自のシーケンスを使ってサウンドを再生するライブラリの開発をしていた。大学に入ってプログラミングに興味を持ち、それが仕事になったので毎日がとても楽しかった。

コーエーという会社に興味を持ったのは『信長の野望・全国版』というゲームをファミリーコンピュータ (以下ファミコン) で遊んでいたから。それまで、ゲームというアクションゲーム、シューティングゲームというイメージがあったが、考えながら進めていく『信長の野望』はと

ても新鮮だった。それで、「コーエーってどんな会社だろう」と関心を持ち、就職活動をしている時に葉書を出したら返ってきたという流れもあって、入社試験を受けた。

コーエーでは、昔から「面白くて、タメになる」ということをゲーム制作時のコンセプトにしている。今はソフトウェア事業部という名前になっているが、当時、事業部も E&E (Entertainment & Education) 事業部という名前だった。「創造と貢献」というコーエーの基本精神に基づき、「面白くて、タメになる」ゲームをつくらう、そして、「タメになるから面白い」と思ってもらえる「ものづくり」をしようと考え、今も仕事をしている。

「面白くて、タメになる」というコンセプトで開発されたゲームは、歴史シミュレーション以外にもあり、英語学習ゲーム『EMIT』というものがあって、最初、FM-TOWNS 用ゲームとして発売したが、やがてファミコン用としてもリリースした。当時ファミコンに音声を出す機能はなかったが、家庭用の一般 CD プレイヤーをコントロールするための赤外線リモコンまで同時に開発してしまった。「よくここまでやるなあ」と、会社のゲームづくりに対する執念のようなものを感じた。

他にも、ビジネスシミュレーションとして『トップマネジメント』というゲームを制作した。産能大学などと共同制作し、JMA などで幹部社員向け研修教材として活用された。

「面白くて、タメになる」——これは日本だけでなく世界で通じることだと思っている。これまで社外の方と話をしている、「コーエーで働いています」と言うと、『三國志』、『信長の野望』のコーエーですか？ 私も『三國志』や『信長の野望』をプレイして、歴史に興味を持ちました」と言われることは多かった。

最近、オンラインゲームの仕事で海外の方と話をする機会が増えると、例えば中国の方から、『三國志』をプレイして歴史に興味を持ちました」といった話を聞くようになった。

ゲームは、学ぶことへの敷居を低くできる、と感じる。「面白くて、タメになる」から「タメになるから、面白い」

\*1 本稿は、2009 年度春季全国大会における講演の内容を、藤重氏本人の許諾を得て、松田稔樹 (大会企画委員長・東京工業大学) が文書化したものである。タイトルの「先輩から学ぶ」は、創立 20 周年を迎えた本学会が創立 30 周年を経た「コーエー」から学ぶという意味で、企画者から依頼してつけさせていただいたものである。なお、講演後の質疑については、記録音声で十分に聞き取れなかったため、割愛させていただいた。

へ。ゲームで遊んだあとに、関連する知識を学びたくなる。知識を学ぶと、よりゲームが面白くなる。こうしたサイクルは日本だけでなく、万国共通であると感じている。

コーエーに入った当初は『信長の野望』や『三國志』を自分でつくってみたい、ユーザに伝えていきたい、と思っていた。やがて自分流にアレンジした『三國志』、自分でデザインした『信長の野望』にチャレンジしたいと思うようになった。そんな頃、ゲームの開発部署に異動になった。異動後に関わったタイトルには次のようなものがある。

- 歴史シミュレーションゲーム
  - 信長の野望シリーズ (『将星録』『烈風伝』)
  - 三國志シリーズ (『三國志 VI』『VII』『VIII』『IX』)
- アクションストラテジー
  - 『決戦 III』
- オンラインゲーム
  - 『真・三國無双 Online』

## 2. つくり手の立場から見たゲーム

ここからは、「つくり手」の立場から見たゲームについて、ゲームづくりのエピソードも交えて話していきたい。まず最初は、『信長の野望・将星録』(7作目)。これは斬新なゲームデザインで、日本全国を1つの巨大な戦術マップとしている。そこで軍団を動かして、見えてくる敵と戦うというゲームになっている。それまでは、例えば、部隊の移動とかを含めて、情報を数字で表していたり、その瞬間だけの情報であったりするものが多かった。『将星録』では、これを目に見えるようにした。コマンドを実行するのは月に1回だが、遠くから敵が迫ってくるのが目に見える。敵が迫ってくる緊張感をビジュアルで表現し、距離と戦略という概念(当然、史実では実際にあったことだと思うが)を採り入れた。これは多くのユーザに受け入れられ、支持された。

また、「内政コマンド」というのもビジュアル化した。ここ(提示したスライド)にマップがあるが、「内政」や「開墾」のコマンドを実行すると、それまでは数値が上がるだけだったが、目に見えて田んぼや町が成長していくようにした。そうすると、見た目に楽しく、自分の土地に愛着を持てる。愛着がある分、そこに敵が攻めてきて田んぼや町が荒らされると、「俺の土地に何をやるんだ」という感情がわく。このゲームでは、日本全国をマップ化するという新しい手法を採り入れ、それが新しい可能性を引き出した。

自分が担当したのは、毎月の自動処理(お金の計算など)、コマンド・イベントのビジュアル化などだった。例えば、台風が通過するイベントでは、日本地図上を台風が動いて通過する様子を見せるようにした。「俺の領地を通らないでくれ」といったリアリティを感じられるように。また、毎月の自動処理の中にも、遊び心で追加してみたものがある。それは、一向一揆を発生させるイベントである。通常は、農民が起こす一揆なので、一揆と戦闘になっても

そんなに強くない。あまり強くし過ぎると、信長の世界を壊してしまう。しかし企画者と話をして、いつも弱い勢力だとならない。たまに強い勢力を入れてみようかということに変化をつけた。変化がないと「一揆なんて放っておけばいいや」としだいに無関心になっていくが、たまに強いのが来るとなると、放っておけなくなる。ユーザにも掲示板で「たまに強い奴が来るんだよ」と書かれたりもした。変化をつけて関心を持たせることは大事なことだと思う。

アーケードゲームをつくっている人は、ゲームセンターなどでお客さまの顔を直接見られる。パッケージゲームをつくっている人はそれができないが、掲示板を通じて反応を知ることができる。いろいろな形でお客さまとコミュニケーションすることは非常に楽しいし、大事だと思っている。

この次に関わったのが『信長の野望・烈風伝』である。このタイトルでは前作をうまく発展させて、新しい可能性を探ろうとした。前作が結構シンプルなつくりであったためか、お客さまから「合戦が単調」という意見をいただいていたので、そこを強化しようと思った。また、昔のコンピュータは性能が貧弱だったが、この頃から少しずつ性能がアップしてきていたので、ビジュアル表現なども改良した。例えば、原色っぽい表現だったものに中間色を使うなど、視覚の面でも選択肢は増えた。

『烈風伝』では、初めてメインプログラマという立場で、コンピュータの軍団のコマンドとアルゴリズムを担当した。特にアルゴリズムの作成は責任重大だった。お客さまは、常にコンピュータと戦うわけで、その歯ごたえがゲームの出来を左右するからである。

つくったアルゴリズムは、チームメンバーにテストプレイしてもらおう。そうすると、信長をすごく好きなメンバーがいて、「あの大名はちょっと強すぎるんじゃないか」とか「ああいう戦況でこういう攻め方はあり得ない」とか、そういう意見がたくさん出てくる。特に歴史が好きな人は、大名にも思い入れや愛着を持っていて、「俺の好きな武田はこんなに弱くないぞ」といった意見も出てくる。非常にありがたいながらも、正直すぐには理解しかねるダメ出しもたくさんあった。ただ、お客さまの中にも、そうした方がたくさんいるはずである。だから、アルゴリズムをつくる際にはお客さまの遊び方を想像して、それを反映していった。計算のアルゴリズムとか、構造的なアーキテクチャとか、そうしたものをいくら入れても、楽しくはならない。ゲームは何と言っても娯楽なので、まずはとにかく楽しんでもらうことが大事。メンバーが昼間にテストプレイしてくれた結果に基づいて、夜な夜な改良する。「これでどうだ!」という形でまた次の日にモニタリング(テストプレイ)してもらおう。そのようなことを1ヶ月も続けると、やがていい仕上がりになってくる。ゲームは、ひとつのアイデアからつくり始められるが、最終的にはそうした粘り強い調整次第で、面白くなるかどうかが決まってくる。

『烈風伝』で工夫したのは、「軍団の合流・分離コマンド」というものだった。このゲームでは、城の数を少し増やしたのだが、そうすると、兵が分散してしまい、城の兵数が減ってしまう。史実で城を空にするということもあったようだが、しかし、基本的に城には兵がいる。合戦する時は、この城から何千人、あの城から何千人出そうという兵力を決める。それをうまく再現できないか、と考えた。コンピュータが戦うと決めた時、とにかく近いところ、行ける余力があるところから兵をかき集める。そして、味方が先行している間に援軍を出す。そこで工夫したのが、敵の勢力が出てこられない（1回のコマンドでは届かない）ギリギリのところで後続の援軍を待つ戦術。そこで待ち構えて、兵が集まったところで、一気に「オー！」と討って出るというような戦闘を考えてみた。これは、戦国時代に同じことが実際にあったからそれを再現したかったということもあるが、やられる側の「おー、また集まって来ちゃった」「何千人、何万人になるんだよ？」といった緊張感、ドキドキ感みたいなものを再現したかった。工夫の成果もあり、当時、パソコンでは10万本も売れるタイトルがなかったが、それぐらいは売れたと思う。

私自身、今は信長シリーズを担当していないが、次にリリースされる最新作は『信長の野望・天道』（2009年9月発売）というタイトルで、シリーズ13作目となる。信長シリーズは、1983年に始まり、1作目の登場から四半世紀以上上っているが、これだけ続いたのは、それだけお客さまに受け入れられてきたからで、過去作を担当したこともあり、非常に感慨深いものがある。

『烈風伝』の次につくったのは、『三國志VII』。これは今までのものとは少し違うタイプのものなので、ちょっと紹介したい。従来のシミュレーションゲームは、君主とか、一番偉い人の立場になってプレイする。織田家とか、劉備軍とか、そういう勢力を担当することを前提にしている、君主も駒として動かす。そういう絶対的な、神としての視点からのゲームがほとんどであった。

対して、『三國志VII』では少し趣を変えて、一人の武将を担当できるようにした。つまり、「劉備の勢力」ではなく、「劉備」という一人の武将を担当する。これは、コーエーの歴史ゲームの中で初めての試みで、登場する500人以上の武将の誰でも担当できるようにした。武将は、君主、軍師、都市の太守、一般、在野（浪人）という5つの身分に分かれ、それぞれによって世界観が変わるようにした。君主なら配下に命令する、逆に、配下なら君主に提案する。配下になった場合、君主からの命令に従うかどうかは自分で決める。断ると上の人からよく思われないという具合になる。中間段階の役を担当すると、中間管理職の気分が味わえる、などの感想もいただいた。ゲームと現実が妙にリンクするといった中で、新しい遊びを提供できたように思う。

次はディレクタとして担当した『三國志IX』というタイトル。前作は一人の武将を担当できるようにするなど新しい形のシミュレーションとして一定の成功を収めたが、シミュレーションゲームはどんどん複雑化しており、お客さまにとってわかりにくくなっているのではないかという危惧もあった。そこで、一旦、シミュレーションゲームの原点である、「戦略シミュレーション」というところに立ち戻ってデザインしたのがこのゲームである。

このゲームも、中国全土を1枚のマップで表現するということは、これまでの手法を踏襲した。そして、今までにないものとして、全君主の戦略を同時に処理する、「同時プロット制」を採用した。それまでは命令を出す順番が交代で回ってくる「ターン制」という仕様だったものを、命令を出すのは順番だが命令の結果は一斉に見せるという、いわば「じゃんけん」のようなものに変えた。自分が勝てると思って「チョキ」の命令をあらかじめ出している、相手が「グー」の命令を出してくると負けてしまう。そういうところで、「読み」のおもしろさみたいなものを生かせたら、新しい可能性があると思って採り入れた。

ただ、そうは言っても、あまりにも読めない面白くなくなってしまうので、ちょっと工夫をした。コンピュータを強くするには相手に読めないようにランダム性を高くする場合もあるが、逆に、あえて読みやすくするために、「こういう戦況の場合、この君主ならこういう考え方をする」みたいなものを提供できるアルゴリズムにした。アルゴリズムの差で君主ごとの個性を出すと同時に、読みやすさも提供したのだ。

もう一つ、この時、市場のパソコンの性能がかなり良くなってきたので新たに採り入れたのが、音声である。ゲームの最初のナレーションに音声を入れるという工夫してみた。

この次に担当したのが、『決戦III』である。PlayStation 2が発売された時、ゲームと映画の融合を目指し、シブサワ・コウ（襟川陽一・コーエー最高顧問）が「とにかくやるぞ!」という意気込みで立ち上げたシリーズの3作目である。このタイトルもシブサワ・コウがプロデューサとして陣頭指揮を執り、私はディレクタという立場に関わることになった。

それまで『決戦』シリーズは、ゲームの新しい可能性を追求するということを使命にし、特に、ゲームのインタラクティブ性と、映画的な映像表現とをうまくリンクさせようと意欲的にチャレンジしてきた（映像紹介）。

『決戦III』では、ゲームと映画の融合のみならず、戦略シミュレーションとアクションゲームをも融合しようと取り組んだ。社内開発による「群れ制御エンジン」を特許とし、いろいろな部隊を群れとして表現・操作することには成功していたので、新しいアクションゲーム、戦略ゲームがつかれないかと思ったのだ。

私は、このタイトルに携わるまで、3D表現のゲームを

つくった体験がなく、(他社が3~5年位かけて作るのが普通という中で)8ヶ月という短い期間でつくったということもあって、3Dでゲームをつくるのはつくづく大変だと感じた。開発現場は、毎日がお祭り騒ぎのような感じだった。例えば、ゲームの映像をつくるには、脚本書いて、配役を決め、セット(背景)を用意し、映像を撮っていく、といった映画の撮影と同様な工程を経るが、映画にないのが、役者(人物モデル)をつくるという作業。こういう設定の人を出したいとなったら、デザインを起こし、人物モデルをつくって、という作業をしないと、ゲームには出せない。しかも、人物をただ配置しただけでは無意味で、モーションキャプチャーで動きを付ける必要もある。作業工程が分かっていたいなかったということもあり、当初はものすごく試行錯誤しながらスタッフと一緒に夜な夜な作業した。プロデューサーが朝から映像をチェックするため、夜中の12時から関係スタッフ全員で十数分の映像を事前に確認し、「よーし」と思ってチェックしてもらおうと、「あぁ、ここダメだ」と簡単にダメだしを受ける。この時より改めて、シブサワ・コウのすごさに敬意を払うことになった。ものを見る時の絶対的な目がある。「ここはいい、ここは悪い、こういう表現をしたい、だからこういう風なものをつくりたい」といった「つくりたいもの、表現したいもの」がはっきりしていて、芯が通っていてブレなかった。だからこそ、ああいうシミュレーションゲームの名作をつくってこられたのだと痛感した。私も頭の中では分かっていたつもりだったが完全に会得できてはおらず、先駆けとなられたシブサワ・コウと一緒に仕事ができて、本当に勉強になったタイトルであった。

こうした苦労の甲斐もあって、雑誌「週間ファミ通」のレビューでは高評価のプラチナ殿堂入りを果たし、今でもコーエーで一番高い点数をとったタイトルとなっている。このタイトルに関わったメンバーは、今でも戦友のような感覚で、一生忘れられない時間を共有した仲間になっている。

この後担当したのが、今も担当している『真・三國無双 Online』である。松原部長(現社長)の「オンラインでアクションやったらどう？」みたいな一言から始まった。しかし、その実現には、インフラ、通信処理、ゲームデザインなど、本当に今までにない、すべての面でのチャレンジが必要だった。

(画面を示しながら)ここで武将がいっぱい戦っているが、これはオンラインゲームなので、それとは別に、「ロビー」というのをつくって、みんなでコミュニケーションできるように工夫した。このような形で、とにかく新しいチャレンジをするというのはとても大事で、新しい可能性が開けたタイトルだと感じている。

ここで話は変わるが、ネカマという存在があるのをご存知だと思う。オンラインゲームは仮想世界で、ここにいるキャラクターは男性でも、中身(操作している人)は男性

か女性か分からない。異性の恰好をしてもたいていはバレるが、バレないで遊び続ける方もいる。

オンラインゲームは、プレイヤーが集まって、コミュニティができる。街やテーマパークに遊びに行くのと同じ感覚である。そういうコミュニティができるところがオンラインゲームの特徴であるわけだが、せっかくの仮想世界なのだから自分にできないことをさせたい、あるいは自分の分身として存在させたいと考えるのだと思う。よくありがちだが、普段は着られない派手な服を着るなど、ある種の自己表現の場になっている。

私も「自分が男性なら分身も男性でしょう」と思っていた。どうしてネカマなのか、その心理が理解できなかった。ゲームをする時は必ず女性でやるという友人男性がいて、その人に「どうして女性キャラでやるのか」と聞いてみた。すると、「どうせ一日に3、4時間ずっとゲームの登場人物を見ているなら、女の子の方がいい」と返された。それで、「なるほど、そういう心理もあるのか」と思い直した。

オンラインゲームのキャラクターは、自分好みに体のパーツや顔、服、髪などを決められることが多いが、私は、女性になりたい人が女性キャラを選ぶのかと勘違いしていた。そうではなくて、女性を見ていたいから女性キャラを選ぶという心理があるということで勉強になった。それ以来、自分も時々、女性キャラを使うことがある。

少し話はズレるが、正直なところ、このタイトルは最初あまり売れなかった。インフラ整備だったためハードルが高く、ビジネス的には厳しかった。問題を1つずつ解決していくことにした。最初は、プロバイダ解放を行った。発売当初は特定のプロバイダでしかアクセスできなかったが、すべてのプロバイダからアクセスできるようにしたのである。また、課金の方法も変更した。従来は1ヶ月いくらという期間で課金していたが、このタイトルでは基本的に無料で遊べるようにした。特別な洋服であるとか、ちょっとした付加価値のあるアイテムであるとか、それらを所有することに対して料金を支払っていただく形に変更したのである。アイテム課金または部分有料化という方式で、現在『真・三國無双 Online』では8割程度のお客さまには無料で遊んでいただいている。それでも、ビジネスとしては成立している。

今では、国内外を問わず、アイテム課金や部分有料化がオンラインゲームの主流になっている。ただし、ビジネスとして売り上げ規模で見ると、まだ半数くらいである。『真・三國無双 Online』はアイテム課金への移行で受け入れられてきて、現在、日本と中国、韓国、台湾という4地域でサービスを提供しており、毎日10万人が遊びに来るコンテンツになっている。この人数は、去年、東京ディズニーリゾート(ディズニーランド&シー)の来場者数が、1日平均7万4千人位ということから考えると、オンラインゲームの可能性の高さを示している。現実世界の空間だと、あれだけ人が集まっているという印象を受けても7万人強である。それが、仮想空間だとそれ以上の人数が集め

られる。そういう意味でも、これからのゲーム市場の将来を考える上で、オンラインというのは大きな可能性を持っていると言える。

### 3. ゲームを取り巻く環境の変化

コーエーがオンラインゲームを立ち上げた理由の1つに、海賊版やコピー品の問題がある。残念なことだが、アジアで商品を提供すると、海賊版という問題はどうしても避けられない。これは、パソコンだけでなく、家庭用ゲーム機も同じで、海賊版は非常に蔓延している。私も市場を実際に見て回ったが、ハードは売れても、ソフトはほとんど売れない。PlayStation Portable (以下 PSP) に至っては、ハードの OS を書き換え、ディスクがなくても動くようにしてしまう。メモリスティックにパソコンのサイトからダウンロードすれば動いてしまう。我々が、5000 円で売っているものを 100 円、200 円で売られたらビジネスにならない。

オンラインゲームの場合、処理の大半が離れたサーバの側で行われるので、サーバがなければ遊べなくなる。ゲームが面白ければ、継続して遊んでもらえるはずということで、主要シリーズをオンラインゲーム化し、各地域に展開している。

ゲームをつくる上で何が大事かという点、ゲームは娯楽であるから、やはり「面白い」ということに尽きる。商品として提供するゲームとして一番大事なのはそこののだが、人は同じことを繰り返すと飽きてくる。「面白さ」は感覚的で、客観的に評価するのは難しいが、何とか評価できないかということを考えている。

工夫のひとつとして、ゲームの評価システムというものを導入している。これは、社内のいろいろな部署から 20~30 名のスタッフを集めて、ゲームを数日かけて評価し、点数をつけ、コメントを書く。そして、そのコメントを参考にゲームを改善する。コーエーでは、その点数が 70 点に満たないと販売しないことにしている。甘えずにつくっていかうという我々の姿勢はここからきている。

中には、アルバイトの方の意見などもある。どんな意見であろうと、そこにダイヤの原石みたいなものがあると思って大事にしている。ゲームは、立ち上げる時は一人のデザイナーやディレクターのアイデアで始まることもあるが、最後の仕上げでは、こういった粘り強い作業が大事になる。その時、お客さまが遊ぶ姿を想像するということが大事で、どんなに忙しくてもこれを忘れては開発者失格だと思う。

2004 年、Nintendo DS (以下 DS) が登場した。これは、ご存知のとおり、タッチパネルやデュアルスクリーンを搭載したもので、一時、「脳トレ」などが大きく話題になった。脳年齢という言葉が流行したが、私も 30 代半ば頃に試してみたところ 40 歳以上の結果が出てしまい、「俺の脳

年齢はこんなものか?」と悔しくて、毎日毎日、挑戦を繰り返すようになった。中身はかけ算や、ブロックを数えるなど、すごく単純な問題だが、それを何秒でできるかとか、どれだけ間違えずにできるかという基準で点数化し、それが脳年齢として表示される。これが自分の年齢より若く表示されると、ちょっとうれしくなる。妻も私と一緒に毎晩のように挑戦を繰り返し、脳年齢が 20 歳代前半に達したところで、「やった!」という達成感を味わって、やっと休憩できた。

脳のトレーニングとしては、もしかしたら紙媒体のドリルをやっても同じような効果があるかもしれない。DS であることの利点は、普段持っているゲーム機でできるようにしたこと、記録を簡単に残せることだと思う。ドリルを自分で記録したりするのは大変だが、それを記録してグラフ化して示してくれる。コンピュータの特性を活かし、面倒な作業を肩代わりしてあげることで、今までゲームに触れてこなかった幅広い年齢層、特に、お年寄りなどを獲得することに結びついた。社内でも、お父さんにゲーム機と一緒にプレゼントしてあげたというような例が結構あり、確かにそういう効果もあると思った。

これと一緒に DS で新しい可能性を示したのが、「どうぶつ森」である。これは、ネットワークに DS をつないだゲームであり、村の中では何をやってもいい。魚を釣ってもいいし、動物としゃべってもいいし、花に水をあげるだけでもいい。とにかく、スローライフを気ままに楽しむというゲームである。

ただ、何をやってもよいという中で、ほかの人とコミュニケーションをとることもできる。そこに変な障害などがなくやれるようにという工夫がされていて、それが女性を中心に支持された。今でも主婦などに結構楽しまれており、新しいゲーム機の登場を受け、ゲームデザインが進化した例だと思う。

Wii でも同じような例がある。Wii には、振ることで操作が可能な Wii リモコンが付属しており、「Wii Sports」などが有名である。おじいちゃんの家で Wii をやるとか、おじいちゃんが来たらおじいちゃんと一緒に Wii をやるとか、新しく家族内のコミュニケーションというものをとれるようにしたのではないか。

「Wii Fit」でも同じようなことが言える。体重計を応用し、体重を測るポイントを 6 ヶ所設けた「バランスボード」を使用し、加重のかかり方で、バランス感を測る。これで、リビングでフィットネスができるようなゲームをつくったのである。目新しいのはバランスボードのみだが、それを利用した新しい遊びが提供されている。ヨガとか筋トレ、フラフープのような遊びが楽しめる。

これがすごいなと思ったことがある。夜、帰宅して「Wii Fit」をやろうとして、記録が更新されているのに気づいた。昼間、子供が遊んで記録を更新したのだろう。「何だ、いつの間に」と思って、夜中に一生懸命、再び子供の記録

を更新しようとする。そうすると子供が、朝、「何、お父さん、記録更新してたの」というような話になる。実際には時間を共有していないのに、ゲームを通して家族内でコミュニケーションがとれていることに気づいた。ゲーム機に記録を残すということが大事だと思ったのは、こういう効果があるからである。ゲームでコミュニケーションまで広げていこうという中で、新たな可能性を見いだせた。

ゲームを取り巻く環境の変化では、その他にも、ネットワーク機能の拡充が挙げられる。今やすべてのビデオゲーム機にネットワーク機能が搭載されている。先日発表された PSP go は、iPod と同様、コンテンツの入手はダウンロードのみ。今まで UMD というメディアを用いていたが、今度はその機能を持っていない。それほど、ネットワークを重視している。

ここで大事になってくるのは、コミュニティだと思う。通信で人が集まり、人とつながれば、そこにコミュニティが生まれる。これをどう取り込むかが、ものをつくる時の鍵になる。今後はこれまで以上に協力・対戦ゲームが増えていくだろうが、コミュニティというものをどう取り込むかで差がつくと思う。

もう1つ大事なのはサービスであろう。やはりものをつかって売るだけではなく、常に変化に対応するサービスを目指す。ある種、TV局のような存在にゲームメーカーはなっていないといけないのではないか。

#### 4. ま と め

ゲームはやはり娯楽である。一方、ゲームは、インタラクティブ性が高いので、それをうまく活用していくといろんな効果が生まれる。このインタラクティブ性の高さをどう活用していくのかについては、「面白くて、タメになる」というものづくりが大きく関わっていくのではないと思う。

また、シミュレーションゲームで仮想世界を楽しんだり、歴史を想像したり、はたまた、DS や Wii Fit のように新しいデバイスが出てきて、新しいユーザー層に新しい遊びを提供したり、そういう形でゲームとは進化していくものだと思う。

実際、私が取り組んでいるオンラインゲームでも、仮想空間というものを提供することで、遊ぶだけでなく、コミュニケーションをとることができる。つまり単純な娯楽としてのゲームだけではなく、新しいサービスとしてもゲームは可能性を広げつつあると思う。

また、ゲームが進化していくと、環境自体も変化していかないといけなくなる。遊びなので、同じことを繰り返していると飽きる。みんな飽きてしまった時には、その環境ごと変えていかないといけない。そういう時に備える努力もしておかなければならない。

ゲームメーカーの使命は、テクノロジーと環境の変化に応じて、それを100%活かしたコンテンツを提供して新しい価値を生み出し、新しい面白さを提供することである。メーカーとしては、ゲームを娯楽として捉えているんならチャレンジをしている。

一方、JASAG のような学会は、ゲームを学術的な見地から捉えていると思う。そういう両方からの見地から提案し合えると、ゲームというものがもっと広域的に発展するのではないかと感じる。この学術的な研究も含めることで、ゲームというものに新しい環境の変化を生み出せるものだと思う。また、ゲームが進化することによって、新しい学術的な知見も見いだせるのではないかと考える。

今後、ゲームをつくる立場と学会が交流するのは非常に大事であろう。コーエーはゲームメーカーとして、これからも「創造と貢献」の精神に基づき、社会に役立つ商品をつかって貢献していく。そして私自身もそれに少しでも影響を与えられるよう、取り組みたいと思う。