

Will Japan be restored as “Great Videogame Nation”?

ゲーム立国ニッポンの復権は可能か？

～ 「game++4」講演とシンポジウムの記録～

日時：2002年11月22日（金）13:00～17:30

場所：京都リサーチパーク1号館サイエンスホール

主催：京都府、（財）京都産業21、京都リサーチパーク、
立命館大学アート・リサーチセンター

共催：立命館大学大学院先端総合学術研究科、IGDA 東京

後援：近畿経済産業局

「オープニングスピーチ」

京都府商工部産業活力支援室室長
山下晃正氏

「基調講演」

韓国ゲーム総合支援センター初代所長
世宗大学映像大学院院長
金 東絃氏

「パネルディスカッション」

金 東絃氏
経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課
片岡宏一郎氏
(株)七音社 CGクリエイター
松浦季里氏
IGDA 東京コーディネーター、メディアライター
新清士氏
立命館大学政策科学部
細井浩一(司会)

【オープニングスピーチ】

(山下)京都府の山下でございます。今日はご多忙のところご出席いただき、本当にありがとうございます。「ゲームぷらぷら」も今回で4回目ということになります。京都府がゲーム業界のことに取り組もうと言った頃は、行政がこういう分野に手を出すことはあまりありませんでした。ただ、われわれはこれからの時代はエンターテインメントがいかに生活の中で重要になるか、あらゆるシーンで重要になるのではないかと、またエンターテインメントの中で人の能力の開発が行われることもあるのじゃないか、例えば、自閉症の方が病気から脱出する、高齢者の方が失われつつある機能を回復する、そんな部分も含めて人の開発みたいなことがエンターテインメントを通してできないか、という思いでもって立ち上げをさせていただきました。幸い、立命館大学、京都リサーチパーク、任天堂さん、セガさん、ソニーさんなどゲーム関係の企業の方にもお世話になって今回を迎えることができました。特に今回、まだ正式には下りていないようですが、来年の4月から立命館大学の新しい大学院の中で、われわれがこの4年間取り組んできたことを受け継いだような授業が始まるということです。たいへん嬉しく思っている次第です。

先日この場所で、「日中ベンチャー・フォーラム」が開かれ、私も参加していくつか感じたことがござい

ます。両方ともベンチャーさんですが、中国のベンチャーさんは20代30代で、日本は40代50代60代で、年齢差が格段に違う。私が思うに、年齢によってできる失敗と、できない失敗があるのではないかと。20代でできる失敗をやるような環境を作ることが非常に大事なことだと思っております。したがって、今度大学でエンターテインメントをキーワードに新しい人材育成が始まったら、その年代で大いにチャレンジしていただいて失敗ができることをわれわれもサポートしたいし、そういう中から新しい分野が開けると確信しています。そういうチャレンジフルなプロジェクトにご支援を賜りたいと思います。

今日は長時間でございますが、韓国や東京から講師の先生にわざわざ来ていただいておりますので、実りの多いセミナーになりますよう期待しております。ありがとうございます。

【基調講演】

「韓国ゲーム産業の現状及び展望」
ゲーム立国を目標とする韓国」

(司会)続きましてメインゲストのキム・ドンヒョン先生より、第一部の基調講演をお願いしたいと思います。先生は、韓国ゲーム総合支援センターの初代所長を務められて、クリエイターの養成やゲーム関連企業の育成に取り組まれるとともに、ゲーム産業の発展に携わってこられました。現在、韓国の世宗大学の映像大学院院長として教育に携わるとともに、株式会社デジタル・シルクロード代表取締役も務めておられ、韓国ゲーム産業の立て役者として活躍されています。本日は、韓国ゲーム産業発展の歴史と現状、今度の展望などにご講演をお願いしたいと思います。それでは、キム先生よろしくお願ひいたします。

(金)ただいまご紹介にあずかりましたキムと申します。まず、この「ゲームぷらぷら」で講演をすることができ、たいへん光栄に思います。それからこのイベントの関係者の皆様に感謝を申し上げます。実は、私は大阪大学で博士号をとって、1991年に韓国に帰りましたので、日本語で大勢の方の前でしゃべるのはちょうど12年ぶりです。ですから変な日本語が出ましたらお許し願ひたいと思います。今日は、韓国のゲーム産業についてご紹介することになっているのですが、最初この依頼を受けたとき、ゲーム先進国である日本が、ゲーム後進国の韓国のゲーム産業に興味を持っているのかということで、あれっ?と思いました。最近、韓国では政府が前に出てゲーム産業を押し進めようという点では、どんどん発展していることは事実です。その内容について説明させていただきます。

1. 韓国ゲーム産業の発展史

最初にゲーム産業の発展について、20 数年前から今日まで韓国のゲーム産業がどうやってきたのかを説明し、その次に政府によるゲーム産業の育成方法、現在のゲーム産業の現状を数字的に示しまして、それからみなさんが興味を持たれているオンラインゲーム産業について説明します。続いて、次世代ゲームのための動き、働きについて私個人が考えていることをお話ししたいと思います。

まず、これまでの韓国のゲーム産業について説明させていただきます。韓国にゲームが入ったのは 1972 年です。その時にアメリカ製のゲームが最初に輸入されて、たぶんポンだと思います。その頃はゲームセンターというものがなかったので、最初は喫茶店のテーブル代わりにゲーム機が入りました。その後 1978 年に日本製のゲームの輸入が始まりました。この頃から、電子娯楽室というゲームセンターが登場したわけです。1980 年代でも韓国では自前でゲームは作られずに、日本製のゲームが 90%、残り 10% くらいがアメリカ製のゲームでした。やがて韓国で国産の複製品が流通し始めました。スペースインベーダーは韓国ではヒットしませんでした。それと似ているギャラガというゲームが 1982 年に大ヒットして電子娯楽室が急速に広がっていきました。それとともに、不正コピーが氾濫しました。その時には韓国の法律ではコピーは違法ではありませんでしたので、コピー製品を作って輸出して国から表彰してもらった会社もあるくらいで、たくさんの不正コピーが作られました。その後、1985 年前後に MSX とファミコンが販売され、家庭用ゲームの市場が始まりました。87 年には韓国製の MSX ゲームとかアップル用のゲームが発売されました。それからが問題ですが、1991 年に科学技術処が著作権法の立法予告をしました。これによって今までコピー製品を作っていたゲーム会社が、「これは先がないなあ」とカラオケや PC ボードの会社に転身し、ゲームからみんな逃げ出しました。残りの数社くらいが、自分のオリジナルな物を作りたいとがんばったのですが、それまでコピーばかりしていたので、全然開発能力もないし人材もないので、みんな苦労していました。私が 1991 年に韓国に帰ったときの状況はそういったものでした。

そのときに、私が科学技術処傘下の国立研究所で画像関連の研究室長をやっていたから、科学技術処に行って「ゲーム産業を政府が育成しましょう」と進言しました。そのとき政府の担当事務官から、「ここをどこだと思って、そんなことを言うんだ？」と言われて、「ここは政府じゃないの？」と答えました。当時、ゲームの担当は風俗営業を担当している保健福祉

部でした。要するに、酒場で働いている女性たちを管理して身体検査や保険証を出すところが、ゲームも担当するという考えだったのです。ですから、「私がゲーム産業を育成しましょう」と言ったら、「変な奴だ、変人が来た」という感じだったのです。

このとき私が新たに学会を作って、大学の先生を集めて CG の研究会を作りました。その時に、「これから CG はゲームにたくさん使われるから、ゲームの勉強をしましょう」と言ったら、「大学の先生がなんでゲームなんか研究しないといけないんだ?!」と猛烈に反対されたわけです。それでも私はずっと言い続けました。話がなかなか通じなくて苦労しました。

その間、1992 年に始めて韓国製の PC ゲーム機が発売されました。93 年著作権法がスタートしました。その時初めて韓国製の 2D ベースのアーケードゲームが発売されました。これが大失敗でした。というのは、セガさんが、バーチャファイターみたいなアーケードゲームがすぐに作られて、韓国製 2D アーケードゲームは花も咲かずにどんどん破れてしまったわけです。それで韓国では、やる気がなくなって、お手上げという状況でした。

それでも何とか物にしよう、私は作戦を変えました。私が言うことを誰も信じてくれないので、自分の発言権を高めるために、遠回りして、まず映画に手を出そう。「九尾の狐」という昔の伝説を現代に翻案した映画ですが、そこで狐が人間の形に変わるのを、CG を使って表現しました。この映画は 30 万人くらい動員があり大ヒットして、夢が軌道に乗ったわけです。これで「何とか自分の言いたいことが言える」と思って、一生懸命あちこちで、「ゲームと映画はこれから韓国が生き残るための産業として重要だ」ということを主張したのです。

うまいことに、1995 年にソフトウェア産業が情報通信部とあって、日本の昔の郵政省みたいなところですが、そこにソフトウェア関連業務が全部集められました。それまで産業資源部とか科学技術庁とかあちこちばらばらであったものが、一カ所に集められたのです。私が 1991 年に「ゲーム産業を育成しましょう」と言ったときにボロクソに言った事務官が、ちょうどそのソフトウェア産業振興課の課長になったのです。情報通信部はお金がたくさんあるところですから、この課長が科学技術庁では自分の年間予算が 50 億ウォンだったのが、情報通信部に移ってそれが一気に 500 億ウォンを自分が扱うようになったのです。10 倍になっているので使い道が分からないのです。それで、私に電話してきて「おまえ、ゲームを育成して、ちゃんとモノにする自信があるか？」と聞いてきたわけです。「自信があるから、とにかくやりましょうよ」ということで、1995 年に 1 年間作業をして、1996 年に

情報通信部から情報化促進資金を使って、ゲーム産業を支援することになったのです。実はこのときにゲーム産業支援の対象として具体的な範囲を決めなければいけなかったのです。そのとき、「3Dアーケードゲーム企業を支援する」とちゃんと書いて発表していたのに、実際に後でこの資金を支援してもらったのはオンラインゲーム会社だったのです。というのは、アーケードゲーム会社はみんな不正コピーばかりやっていた人だから、まさか国が日陰者の自分たちを支援するなど誰も思わなかったのです。

一方、オンラインゲーム会社は、みな若いし学歴もあるので、政府が要求する研究計画書をちゃんと書けたのです。しかし、アーケードゲーム会社は、支援のことを知っていても研究計画書を書けないので応募できなかったのです。それでそのとき韓国で初めてグラフィックを使ったオンラインゲーム「風の国」が開発されサービスが開始されました。

その後97年にインターネットPCバンが登場しました。これは最初日本と同じインターネットカフェの形だったのですが、そこにゲームを入れてサービスすることを考えた人が釜山の人でした。このPCバンは釜山からスタートしたのです。それでどんどん北上がってソウルまで来ました。1998年に韓国の経済が破綻してIMF管理下で国全体が構造改革をやっている最中にたくさんの失業者が出たわけです。この失業者達が退職金をもらって何か新しい仕事をやらなければなりません。それがほしい5000万ウォンから1億ウォンくらいの退職金を得ていたので、PCバン開業とぴったり合ったわけです。1998年1年間でPCバンが1万件オープンしました。これには、オンラインゲームのスタークラフトが大ヒットしたのが一番の役割でした。このPCバンがどんどんオープンしていくちょうどそのときに情報通信部がブロードバンドをどんどん引いていく事業をやっているのと、タイミングが合ったわけです。韓国通信などのいろんな通信会社が競争的に安くPCバンにブロードバンドを引いてあげたのです。ほぼ、ただでした。というのは、ブロードバンドを広げるために、政府からPCバンに支援金が出たのです。インターネットの高速回線を引くのにほぼ無料で引けるようになってるので、経営者は、PCだけを買ったらすぐ事業ができましたので、PCバンがどんどん増えていったのです。

実はこのとき私は、情報通信部に「PCバンを積極的に支援するのをやめろ」と言ったのです。今、そのとき私が予測したような状況になっているのですが、ブロードバンドはやがて家まで行きます。韓国ではPCバンをどんどん作っていきながら、もう一方で家までブロードバンドを引くので、PCバンに行く必要が

なくなりPCバンの営業ができなくなります。それでも当時はどんどん支援していたわけです。今はPCバンがだいぶ苦労しています。どこでも家でブロードバンドができるようになっていきますから。

1998年にゲーム産業が保健・福祉部から、文化・観光部に移管されました。ちょうど今のキム・デジュンが大統領になって国の組織を変えるときに、「自分は文化大統領になりたい」と宣言しました。つまり、21世紀の国家の基幹産業として文化産業を育成する、と声明したわけです。そのころ、21世紀をリードする産業は何か？というときに、民間や各界でいろいろな話し合いがあり、「21世紀に金になるビジネスは、食べる、観る、遊ぶ、の3つだろう」という見解が多く出ました。20世紀は、製造業中心の産業構造で、不便なことを便利にするために一生懸命モノを作ったわけです。21世紀はある程度不便なことはなくなったから、人間の生活の質を上げるようなビジネスが求められる。そういうことで文化産業が一番重要である、と大統領が指示したわけです。これを受けて、文化観光部が、文化産業の中でランクをつけたのです。というのは、韓国は狭い国だし人口もそう多くないので、この小さい国で自分の国が持っている潜在力と世界市場での競争力などいろんなことを分析して、ランクを決めました。一番目がゲーム、二番目がアニメーション、三番目が音楽、四番目がキャラクター、五番目が映画という順でした。当時、映画に一番力がありました、それを差し置いてなぜゲームやアニメーションが前に出たかということ、ゲームやアニメーションには韓国人が出ないからです。黄色い顔の東洋人が出る映画を西洋人はあまり観ないので、悪いけど映画は下がってもらおうと。人工的に作るキャラクターで世界と勝負しようということで、ゲームとアニメーションが前に出たのです。

このようにゲーム産業を育成することを1998年に文化観光部が発表して、その一番目の事業として「ゲーム総合支援センター」を設立することを発表しました。この記事を読んだら、文化観光部に行って、「ゲーム総合支援センターの事業計画書を私が書きたい。私は1991年からずっとゲーム産業を育成したいと言いつけてきたから、どうやったらいいのがある程度分かるから」と頼んで、事業計画書を書いて提出したのです。一ヶ月ほど経ってから文化観光部から呼ばれて「ゲーム総合支援センター所長になってくれ」と言われて、研究所をやめてその所長になりました。このゲーム総合支援センターの事業内容は後ほど説明しますが、1999年から2年から所長を務めた中で一番力を入れたのは、ゲーム関連の規制を全部なくそうと働きかけたことです。政府組織の全部がゲーム関連の規制にかかっていたので、それをいちいち当たって

説得することが大変でした。いくつか裏話を紹介したいと思います。

まず、税金や国のお金の政策を決める財政経済部ということでは、ゲームには特別消費税として 25% くらい税金がかかり、それに風俗営業税が 10%、日本の消費税にあたる付加価値税が 10%、あわせて 45% がゲームにかけられていました。担当の事務官に「ゲーム産業を育成するためには、この特別消費税をなくさないといけないですよ」と一生懸命言ったところ、この事務官は 98 年に特別消費税をゲームからいくら取ったか？と調べたようです。98 年に韓国のゲーム市場の規模は 8000 億ウォンでした。そうしたら 2000 億ウォンが特別消費税として国に入るはずですが、実際に入ったのは 3 億ウォンだったのです。というのは、全部領収書なしで裏でビジネスをやっていたのです。担当事務官から「払ってもいない税金を、なんでなくせと言うのか」と言われました。私は、「付加価値税をもらいたいのなら、これをなくしたら付加価値税の 10% くらいは払うんじゃない？国にとっても利益だよ」と言ったところ、「よし、なくそう」ということになり、99 年夏に撤廃されました。

その次に、産業資源部関係では、家庭用ゲーム機、ハードウェアは輸入禁止でした。任天堂のスーパーファミコン以降、韓国では輸入先多変化品目という制度があって、これは貿易赤字がたくさん出る国からの輸入品について、いくつかの品目を輸入禁止にする制度でした。98 年に輸入先多変化品目から家庭用ゲーム機を除外しました。

文化観光部では、ゲームセンターの業務が移管され、青少年向けのゲームと成人向けゲームが同時にサービスされるよう総合娯楽室ができたわけです。中では成人専用のゲームは間仕切りがしてあって独立空間にならないといけないという規制があります。これによってゲームセンターがどんどん大型化しました。建設交通部では、ゲームセンターはできるだけできてほしくない、行ってほしくないものでしたから、50 坪以上は許可できないという面積制限がありました。これをなくして無制限にしました。

保健福祉部では、営業場内で飲料の販売ができなかったのをできるようにしました。警察庁に関しては、ゲームセンターの営業時間について夜 10 時までという制限がありましたが、これを 24 時間に変えました。未成年者は 10 時までしか入れません。これは規制緩和というより支援策の一つですが、統計上で標準産業分類コードが日本でもあると思いますが、ここにゲーム、アニメーション、映画、音楽などを文化産業として産業分類コードに入れました。これによって国の統計数値や市場規模が正確にわかるようになりました。

日本では理解できないことかもしれませんが、韓国

には兵役義務がありますが、国策で重要な産業に勤めている人は 5 年間ここで働いたら兵役を免除されるという法律があり、ゲーム会社もその兵役特例の対象となりました。ですから、ゲームをうまく作ってある資格を得たら、軍隊に行かずにゲーム会社で 5 年間働くことができます。

こういうふうに、1999 年から国を挙げてゲームをどんどん支援、育成していきましたから、民間レベルでもゲームに関してブームになりました。1999 年には、プロゲーマーというものができました。野球選手のプロ球団のように、チームに所属して年俸をもらってゲーム試合をする人もいますし、個人で賞金稼ぎをする人もいます。うまい人たちは、20 歳前後で年間 1 億ウォンから 2 億ウォンくらいの収入があるそうです。さらにゲーム大会やプロゲームリーグもスタートしました。プロゲームリーグは、月一回リーグをやっていて年末にワールドリーグのように決勝戦をします。ゲーム大会は大企業が自分の会社の宣伝のためにイベントとして開催したり、ゲームを開発した会社がお客さんを集めるためにやるものです。このようなゲーム大会が年間 40 日くらい開催されています。99 年から、ゲームの教育機関の設置がスタートしました。

今のところ大学院でゲーム専攻を持っている大学院が 5 つ、学部レベルでは 7 つ、それからインターネットで勉強する 4 年制のサイバー大学のゲーム学科が 4 つ、短大のゲーム学科が 22 です。高校レベルでは、商業高校の需要がなくなり情報高校などにどんどん名前を変えていっていますが、ゲーム学科もあるのが 5 つあります。そのうち一つは来年オープンしますが、情報高校のゲーム学科ではなくて、高校自体がゲーム高校となって、デザイン学科、プログラム学科などに分かれています。

1999 年からの政府の育成策が、2000 年になって少しずつ結果が出始めました。ご存じかと思いますが、KOSDAQ に上場したゲーム会社は 10 社くらいあります。2000 年には IT バブルで、ドットコム会社には目をつぶって投資するという状況でした。IT 関連の会社ならその会社が何をやっている会社なのかも聞きもせず投資をするという意味の、「聞くな投資」という言葉すらあったほどです。しかし、2001 年から IT バブルがなくなってどんどん会社がつぶれていきましたが、ゲーム会社、特にオンラインゲーム会社は売り上げがどんどんのびています。ですから韓国のベンチャーキャピタルは、不景気で投資を軒並み手控えている中ゲームと映画だけには投資をしています。

2000 年に、第三次日本大衆文化開放がありました。私もその審議委員会の委員ですが、今まで映画、音楽、ゲーム、マンガ、テレビのアニメなど日本の大衆文化は、すべて輸入禁止だったのです。日本製品は輸入で

きますが、ただ日本語が出てはいけないということでした。2000 年になって、まずコンソールゲームがまだ残りましたが、テレビゲームと PC ゲームは日本語のまま輸入していいということになりました。もともと今年コンソールゲームも輸入開放になるはずだったのですが、去年の教科書問題などで、たぶん来年にのびると思います。

1999 年にゲーム関連教育機関がたくさん作られましたが、大きな問題が起きました。勉強したい人もいる、教える場所もある、政府からの支援もある、しかし、教える人がいないのです。ちゃんとゲームを勉強した人がいないので、教える人がいないのです。それでゲーム総合支援センター内に、ゲーム講師を育成するための公共のゲームアカデミーを設立したわけです。そこにはゲーム関連での経歴が 3 年以上ある人達を集めて、再教育して今年の 12 月に最初の卒業生が出る予定です。

2000 年には、ゲーム専用のケーブルテレビ局ができました。3 社ほどが一日中ゲームばかりを放映しています。これは子どもが大好きな番組です。韓国ではケーブルテレビはほとんど失敗しているのですが、ゲームチャンネル、暮のチャンネル、ホームショッピングの番組の 3 つだけが成功しています。

それから、これも大きな話に多分なると思うのですが、国際大会が開催されました。オリンピックという言葉を使うには IOC の使用許可が必要で、その許可はもらえなかったのですが、ワールドサイバーゲームというイベントが今年も行われました。37 カ国から参加し、第二回は 57 カ国が参加しました。オリンピックのように、国家代表が参加して 4 つのゲームの種目ごとに予選を通った代表選手が韓国に集まって、10 日間試合をやりました。これは三星グループが主催していますが、三星グループのイー会長が IOC 委員でもあります。IOC サマランチ会長にオリンピックの使用許可を依頼しているようですが、既定ではオリンピック種目になるためには参加国が 97 カ国以上必要だそうで、今参加国を一生懸命に増やしているようです。97 カ国以上になったら名前もゲームオリンピックに変わると思います。

2001 年にゲーム専用のデジタル衛星放送が開局されました。ゲーム TV という名前のチャンネルです。デジタル放送ですから、双方向でできるはずですが、視聴者からの送信方法が定着してなくて、今は一方向でサービスされています。以上、1972 年から 2001 年までの韓国のゲーム産業の流れを整理してみました。

2. 韓国政府のゲーム産業育成

これから、韓国政府が具体的にどのような形でゲーム産業を育成したのかを説明します。

最初に、ゲーム産業を育成するための目標を決めました。99 年からスタートするものだったのですが、2003 年までに世界 3 大ゲーム強国への侵入を目標として、世界ゲーム市場占有率 10% 以上達成を目標としています。そのためにどうやったらいいのかわ、企業、研究所、学会の人などいろんな人たちと委員会を作りました。それを、簡単にまとめました。何を支援するのかということでは、まず人、それから技術、輸出、情報、資金の 5 つを支援したら全部できるのではないかと。それを総合的に実現するため支援センターとして、ゲーム総合支援センターを作ったわけです。

資金の方ではさっき申しました情報通信部の情報化促進資金で低利融資をゲーム会社に行いました。それが 96 年でした。その資金は 2 年後から返さないといけない資金だったのですが、ちょうど 98 年に IMF 体制で韓国経済が潰れてしまって、国から借りた資金を返せなくなって多くの会社が潰れてしまいました。これでは支援になりません。国から支援して会社が潰れるのは国のためにはよくないのじゃないかということで、リスクを国と民間が分け合っけいこうと投資組合を作ることになりました。国も投資するし民間も投資する。それをベンチャーキャピタルが管理する。国はその投資先を決めるのに干渉できない、という法律です。要するに市場経済に任せるということです。ベンチャーキャピタルも自分のお金を出しているから必死になって考えて、どの会社がいいのかを判断して、そこに投資するのでリスクも減ります。民間の資金が入りやすくするため、投資組合のファンドが赤字になったときには国のお金を優先的に削る、ということにしました。管理責任がありますから、民間ファンドが一番最後に削ります。そこまで削る事態になったら投資組合全体が潰れるということで、それはありえませんが、民間の投資資金がこの投資組合に競争的にどんどん入ったのです。半分くらいを国が出し、10% をベンチャーキャピタルが出しました。残り 40% が民間の資金でした。ゲームの方で第三号の投資組合までできたのですが、全部の資金をあわせると 400 億ウォンが今くらい集まっています。それをどんどん投資して、KOSDAQ に上場してお金を返す。そのような状況にまで育っています。

それから技術支援メニューです。アーケードゲームやオンラインゲームになるとありとあらゆる先端技術が必要となります。それを一つの会社で全部持つということは非常に難しい。それから、例えばモーションキャプチャリングシステムとか、3D スキャナーとかの機械は高価ですから小さなゲーム会社には買えません。それで、ゲーム研究所に高価な設備を設置して、ゲーム開発者に安く貸してあげる。ただ貸してあげるだけではなく、ちゃんとオペレーターがいて依頼

されたら処理してあげる。機械の使い方を開発者が知る必要はありませんから。これを作るために、いろんな所の支援センターを全部ベンチマーキングしてみたのですが、国が作った支援施設は普通民間の人が使わないのです。なぜかと分析してみたら、勤務時間が公務員と同じく朝から6時まで。仕事が終わったら閉鎖です。しかし、ゲーム関連の人たちは夜働いています。夜、支援センターに行っても閉まっている。支援センターの職員はサービスというよりも管理という観念になっている。機械をちゃんと管理するためにはどうしたらいいと思いますか？使わせないのが一番です。ややこしい申請書を書かせるなどして、なるべくお客さんが来ないようにするわけです。それで、ゲーム支援センターでは民間企業に委託管理させました。機械代や建物の賃貸料は不要ですから、「その分を値下げして運営資金だけでサービスしろ、それで儲かった分はあんた達のものだよ」となれば、サービスする人たちが一生懸命にやるんです。ですから他の支援センターと比べると活用率が高くなりました。

次に、輸出振興です。私が最初にゲーム総合支援センターの所長になって、ゲーム会社、ベンチャー企業の社長を集めて話をしてみたら、彼らが一番困っていたのはマーケティングでした。最初からマーケティングという概念がないのです。社会的経験もないし、ゲームオタクみたいにゲームのことばかりやっていたので、どうやって売るのが分からない。たとえば、海外に展示に行っても、誰もバイヤーが目を向けてくれない。「こんなに良いものを作っているのに、なんで買ってくれないの？」と怒っているわけです。「それは、あなたがたにマーケティング概念がないからだよ」と。ある程度できるまでは、それを支援センターがやらないといけな。現地事務所を作ったり、海外展示会を一つのブースでまとめるなどのことをやりました。今、現地事務所は東京、北京、ロサンゼルスにあります。多分どんどん増えていくと思います。

次に情報支援です。支援センターの中にゲームポータルサイトを作って、ゲーム関連の情報をどんどん集めました。英語の資料でしたらある程度読めるのですが、日本の資料は読める人は少ない。ゲーム関連の資料は日本が一番多いのですが、ほとんどのゲーム会社には日本語のできる人がいません。支援センターがまとめて韓国語に翻訳して情報を流すようにしました。こういう形で情報支援をしました。

そんな事業を展開しながら、2000年になってこの事業をまとめてみたいということで、マーケティング概念を入れた支援活動をしようということで、支援センターがやっている事業を全部マーケティング概念で整理してみました。アクティブ・マーケティングと、パッシブ・マーケティング。アクティブ・マーケティ

ングはどんどん打って出るということです。パッシブ・マーケティングでは、バイヤーが買いたくなるようなゲームをつくることです。アクティブ・マーケティングでは、海外展示会、東京ゲームショウ、アメリカのE3などに、「ゲーム・インフィニティ」という一つのブランド名で出店するということを支援しました。それと現地事務所の運営です。集積化というのが、ゲーム・インフィニティの発想ですが、共同ブランドをつくることです。韓国のゲーム会社はまだブランド力がないので、いくらいい物を作ってもB級になるのです。いくら良いものでも量が少ないので見えないのです。それをゲーム・インフィニティというブランドマークを全部付けていたら、目が向くでしょう。こういうことで共同ブランドを開発したわけです。パッシブ・マーケティングは先ほどお話ししたことで飛べます。

韓国のゲーム産業発展の基盤を簡単にまとめますと、ネットワークインフラと政府の体系的な支援の二つが重なって、それでゲームブームになっているということです。昔は、韓国でゲーム会社を10年以上やっている社長さんたちに「昔と今と比べてよくなったことを一つ挙げて」聞いたら、みんな同じ答えでした。「自分の子どもに、お父さんはゲームを作っている、と自信を持って言える」と。昔は暴力団も関わるような「陰地産業」だったのですが、それが高付加価値産業として韓国全体に認められました。それが一番の大きなことじゃないかと思います。

韓国のゲーム産業の現況を数字で見ますと、今オンラインゲームがどんだのびています。2000年までは300億ウォン足らずだったのですが、それが9倍になり、今年も1.5倍になると思っています。このような予想通りになるかどうかは問題です。PCベースのオンラインゲームは頭打ちだと思っています。というのは、ビデオゲーム、コンソールゲームがオンライン化されたら、それがどんだのびてくるので、シェアはコンソールゲームになるだろうと思っています。モバイルゲームも伸びているのですが、市場全体の規模が大きくないので、モバイルゲームで儲かっている会社は5社くらいしかありません。アーケードゲームは停止状態にありますが、オンラインゲームはどんだのびています。アーケードゲームが苦勞しているのは、日本のアーケードゲームも元気がなく新しい製品が出ないので、韓国に輸入される物もありません。ですからブームになりません。子供たちが売り場に行ってもいつも同じ物しかないの、どんだのびPCバンに行っています。それでも続いているのは、成人用のゲーム、賭博関係のゲームがどんだのび入っていて、ゲームセンターの売り上げはほとんど変わらないのですが、実際青少年向けのゲームはほとんど作られて

いない状況です。

政権が変われば状況も変わると思います。これも釜山からスタートしているのですが、韓国ではパチンコは禁止されているのですが、日本のパチンコの流行機がどんどん輸入され、不法営業がどんどんやられています。現在、韓国は今、政権末期で大統領の言うことが下まで通じない状態です。警察もお手上げでパチンコ店がどんどん営業しています。これも政権が変われば元に戻ると思います。

3. ネットワークゲームの隆盛とその課題

オンラインゲームについて話したいことがあります。韓国でブームになり、日本でも使われているのですが、オンラインゲームの特徴を説明しますと、「風の国」みたいに、仮想空間の中に数千人、何万人の人たちが入って、そのなかでお互いに試合をやりながら自分の力をどんどん上げていくゲームです。ですから相手が誰かも知らずにやっているのです。チャットもしながらやっているのです。それ以外に、パッケージゲームにオンライン機能が付いたものがあります。要するにパッケージを売ることです。スタークラフトなどは、パッケージを売って、ネットワークサービスはただでやってあげる。オンラインゲームはパッケージがないのです。ゲームプログラムをネットワークでダウンロードして、それを動かしてやっているのです。パッケージがいらぬのです。ですからこの意味では非常に良いビジネスです。流通がないわけですから。メーカーと消費者の間の直販になりますからどんどん利益が上がります。

もうひとつインターネットゲームというものがあります。これは軽いゲームです。トランプとかいろんなボードゲームです。それをたくさん入れる。50個とか100個とかを一つのサイトにして、会員になってIDをもらったら、そのサイトに入って100くらいのゲームを何でも自由に使える形です。問題はオンラインゲームですが、ビジネスモデルとしては、一回作ったらその後はネットワーク管理だけやったらいいのです。たとえばこの「リネージ」というゲームは売り上げに対する収益率が70%くらいです。非常にいいビジネスです。ただ、問題はいつ切るか、です。というのは、ある程度売り上げが下がるとこれを切って、他のサービスをやらないと売り上げが上がらない。それを途中で切ってしまうと、例えば100万人の会員が50万人になったときに、そこで切ってしまうと50万人の全部が怒るでしょう？「俺はやりたいのに何でサービスが終わるんだ？」と。どこで切るのかがオンラインゲーム会社みんなの悩みです。

それともう一つは会員数で勝負するオンラインゲームの場合はメーカー直販だから、メーカーが消費者

にサービスしないとイケない。しかし、ゲームの開発ばかりやっていた人はサービス概念があまりない。オンラインゲームの業界に参入したての会社はマーケティングなどで非常に苦労します。今、韓国でやっているマーケティング方法は、オープンベターとクローズベターというプロセスがあります。クローズベターというのは、それを市販、オープンする前にある程度選ばれた人たち、たとえば1000人くらい集めて、ただでサービスします。それでたくさんの人たちが入ったときに何か問題が起きないかをデバッグするためのプロセスです。それを3~6ヶ月くらいやります。その後、オープンベターというプロセスに入ります。オープンベターというのがマーケティング活動ですが、6ヶ月か1年間ただで無制限のサービスをします。たとえば100万人くらい集まった時点で有料化します。そこから儲かることになります。今平均的に有料化するとだいたい10%位の会員が残ります。100万人いたのが、10万人がお金を払ってもやりますといって会員になる。ですから、できるだけ無料会員をたくさん集めるのが、後で儲かることに直結しますから必死です。問題は、オンラインゲームは端末で動いているだけでなくサーバーの運営も開発しないとイケないので、普通、開発までに2年くらいかかります。そして開発資金も30億ウォンくらいかかります。

今までのゲームは開発が終わったらそこから儲かるので2年以内で投資回収期に入れます。オープンベターサービス、クローズベターサービスをやると、開発を始めてからお金が入るまで最悪5年近くかかります。それで、もしオープンしても会員が誰も入ってこない、入っても「これはおもしろくない」と批評する。オンラインゲームをやっている人たちはインターネットでチャットをしながら開発者と関係なく勝手に自分たちでコミュニケーションをしながらそのゲームを批評しますから、宣伝広告などでマーケティングをいくらやっても通らないのです。「やってみただけおもしろくない」と全国にばらまかれたらアウトです。ですから、成功と失敗が確実に分かれるのです。成功したら大金持ちになれますが、失敗したらゼロです。2~3年の開発期間と30億ウォンもかけて、もとを取れなかったらこれは潰れるしかない。非常にリスクの高いビジネスです。

韓国のオンラインゲーム市場をもう少し説明します。去年2600億ウォンのオンラインゲーム市場のほぼ半分1200億ウォンが大ヒットしたゲームを作ったNCソフト社の売り上げです。ですから、オンラインゲームは一位しか残れない厳しいビジネスです。それでもその一位になりたいと思って、約300タイトルのオンラインゲームがクローズであるいはオープンで有料化を待っています。そのうち290くらいは潰れ

るでしょう。韓国がゲームブームにあるのは私としてもいいことですが、すっかりゲーム消費王国になりました。政府がゲームは良いと一生懸命言うから、子供が親に「政府も良いと言っているでしょう？勉強しないでゲームをやるよ」と言われたら強く言えない状況になっているのです。また、韓国が非常にいい市場になっているので、海外ゲーム企業の攻勢にさらされつつあり、多くの企業が韓国に支社を置くようになりました。競争がどんどん激しくなっています。

それから中間サイズのオンラインゲームというのは、先ほど言ったインターネットゲーム、ボードゲームなどの簡単なものが急上昇して、それがまた最もオンラインゲームよりサービス料が安いのです。ここにたくさんの人たちが集まっています。オンラインゲームの会社の収入を分析すると、半分がPCバン、半分が個人からの収入です。今PCバンがどんどん潰れていっています。潰れていくのは家でもブロードバンドができるからです。PCバンが潰れるとなぜ市場が縮小するかというと、PCバンは基本的にいいゲームだったら全てのIDを買わなければいけない。親は子どもに家でオンラインゲームをするためのIDをいくつも買ってやらない。こうして市場全体が縮まる、というわけです。

いろんな事情で、オンラインゲーム市場が危機に晒されるような出来事がありました。ジャンルが一つに傾いているということです。戦略シミュレーションゲームばかりでゲームの中で仮想的にいろんなことができますから、その中で行われることが問題になった事件がありました。「リネージ」というゲームです。リネージは、仮想世界の中で闘いもできるし、いろんなアイテムがあります。相手と戦って彼を殺すと、その武器を奪うことができます。武器をたくさん奪うと自分がどんどん強くなるのです。アイテムを取られた人は、仮想世界の中のどこかで働いてサイバーマネーを稼ぐことができます。そのサイバーマネーでアイテムを買い取ることができる仕組みです。サイバー世界の中だけならいいのですが、実際の世界でアイテム販売が行われています。たくさんのアイテムを集めてPCバンで売ることもできます。アイテムを買うために2000万ウォンを使った、大学生が話題になったりして、大変なことになっています。それがお金になりますから、ゲームが好きで家出した高校生を隠れた場所に集めて、一日中ゲームをさせてアイテムを集めさせ、それを売る商売もできています。2週間くらい前、テレビでそういう問題の特別番組を見て、私もびっくりしました。そういう問題が起きているから、最近18歳以上限定に指定されました。

もう一つ社会的に悪いことに、その戦略シミュレーションゲームではPK (Player Killing) というのが

あります。相手を殺したらアイテムを奪うのですが、何人かが集まって相手を集中的にいじめます。ひとりぼっちで歩いている人を5人が集まって殴りかかって奪う。これは普通の不良、暴力団の世界です。そういうことがゲームの中でできますから、一つ間違えると実世界でも同じことをやってもいい、と子どもが思う可能性もあるでしょう？そんな事情もあって、ゲームの等級審議制度が強化されました。それともう一つは中毒症です。ゲームはおもしろくなければならない。ゲーム性です。それと中毒性はあまり変わりません。それに実際にお金が行ったり来たりします。42歳の人が家出して、PCバンでゲームばかりやっているのを会社をクビになって妻からも離婚されひとりぼっちになった、というニュースもあります。完全に賭博の世界という状況がゲームの世界にも起きています。日本ではオンラインゲームがあまり流行っていませんが、コンソールゲームがオンライン化されるときに、こういう問題を日本のメーカーや業界の人たちがちゃんと考えていかないと、たぶん自分の首を絞めることになるでしょう。韓国は完全にそうなっています。

韓国でのゲーム産業を立ち上げるために、私がいろいろ働いていることがあります。まず一つは、ゲーム中毒の人たちを治療するゲームクリニックです。ラスベガスにカジノクリニックがあるのと同じです。医師に訊いてみたら、ゲーム中毒は精神病らしいです。精神病と同じように治療しなければいけません。最初は、韓国の情報文化センターにゲームクリニックができています。ここは、その人が中毒症かどうかを判断、チェックしてあげるだけです。本格的な治療は自分で医者に行くしかありません。

ゲームがドラッグのような形、あるいは暴力性など悪い目で見られている状況を少しずつ変えるために、教育関係の人たちはエデュテイメントとって、ゲームを使った教育プログラムをどんどん作っています。私が取り組んでいるのはシルバー産業としてゲームを入れるということです。実はこれは、私が作った会社と国の研究所の画像系研究室といっしょに、痴呆老人の治療のためのゲームを今開発しています。ゲームをどんどんやったら痴呆を予防、治療できる。それを医師とともに開発中です。もう一つは、これからゲーム産業として、特にアーケードゲームの場合は子どもたちに飽きられてしまっています。これまでたくさんのゲームを作っているのに、新しいアイデアや新しい発想、企画のネタがほとんどなくなっているのです。

4. 次世代のゲーム産業と人材育成について

それでは、次の世代のゲームはどこに行くのか？ということ。今、ゲーム産業で子どもたちが要求するものが何かと一言で整理してみたら、アーケードゲ

ームの場合はバーチャルリアリティを使った体感型です。コンソールゲームはどんどん実写に近いイメージにいつている。ゲームボーイやPDAゲーム、携帯電話ゲームは、ポータビリティ、いつでもどこでもゲームができる移動性を強調しています。それからオンラインゲームはハイスピードコミュニケーションです。いろんな人とコミュニケーションしながらゲームをやりたい。これらの要求を満足させるゲームがほしい埋まっているのですが、ここが残っています。体感型でハイスピードコミュニケーションができるゲームはまだありません。ですから、こういうゲームができれば新しい需要を生むと考えると、今40社くらいゲーム会社を集めて、ネットワークアーケードゲーム研究会を作って勉強しています。オンラインゲームのときも同じだったと思うのですが、今までのサービスのやり方が違うので、お金をどこでもらうのか、ゲーム機に入るのはコインだけでいいのか、オンラインネットワークサービスする、どこかで課金をしたらいいのかといった問題や、コンテンツの面でどういうゲームでどういうものが生まれるのかを今研究しています。

最後に、ゲームの人材育成についてです。今日の第二部でのテーマになっていますが、私もゲーム産業の人材育成に関わっていますが、実際にはかなりの問題が起きています。今私がやっていることは、ゲーム人材育成のために既存の制度権教育、一般的な中等教育からどう切り離すのか。日本もたぶん同じだと思いますが、中学生や高校生は受験勉強を一生懸命させられています。どんどん想像力がなくなっていきます。どれだけ暗記をたくさんするのが受験勉強ですから。そこからどうやって切り離すかということで、ゲーム関連高校を特殊目的校に格上げしたいということを国に一生懸命言っています。たぶん来年からそうなると思います。今は、高校のゲーム学科は実業系で、実業系高校のカリキュラムは基本的には大学に行けないことになっています。ゲーム学科を特殊目的校にするということは、韓国では音楽や美術をやっている芸術高校があり、芸術大学に上がることができます。それと同じようにゲーム高校もしたい。

それからゲーム講師が未だに足りません。大学院まで作りましたが最初の卒業生がようやく今年から出る。講義ができる人がまだまだ少ない。それで高級ゲーム人力養成センターを情報通信部と一緒に作りかかっています。講師がいても教科書がありません。標準カリキュラムとゲーム教科書の発刊に今年末をめどに取り組んでいます。

次の問題は大学制度です。四年制大学でゲーム学科ができましたが、ほとんど工学部か芸術学部に来ています。そこでどういう問題が起きるかといいますと、

まずゲーム高校を出た人が大学のゲーム学科に入れないのです。工学部の試験科目を習っていませんから。それから大学の教授を募集するのにも苦労します。韓国では教授に対する評価があります。ある点数の評価を上げなかったらクビになります。その評価項目に、たとえば海外でジャーナルに論文をいくつか出さなければいけない。ゲームは語学だけでできるものではありません。

デザインもあります。デザイン専攻の教授がゲーム学科の教授になれないのです。入っても評価できないので次の年にクビになりますから。ですから芸術学部みたいに、たとえばコンテンツ学部、文化産業学部、あるいはゲーム学部として既存の学部から切り離さないといろんな問題が起きます。そのことを国に一生懸命言っているのですが、情報通信部や文化観光部は分かってくれるのですが、教育を担当している教育人的資源部の人たちはものすごく頭が固い。「俺は教育者を管理する部署だから、生意気なことを言うな」という感じです。さきほどお話ししたように政府の規制を全部一気に緩和したのですが、教育部関連の法律だけは規制緩和ができません。学校から200メートル以内の所ではゲームセンターやPCバンの許可が出ないのです。それは間違いじゃないか、「学校から200メートル先に行ったらあなたたちの生徒が何をやってもいいのに、自分の目に見える範囲ではゲームをしてはいけないというのか」、だからこれはなくしましょと。「学校の近くにゲームセンターがあったら、先生が退勤するときに自分の生徒が何をやっているか監視も出来ていいんじゃないですか？」。そう言いましたがダメでした。韓国の教育界の人たちは頭が固いので、たぶん大学制度の改善が一番重要ですが、一番難しいと思います。資料の下に私の悩みを書いています。後ほど機会があればお話をさせていただきます。どうもありがとうございます。

【パネルディスカッション】

「ゲーム人材育成の課題と展望」

(細井)第二部はパネルディスカッションです。第一部でもキム先生がお話されましたが、人材育成をテーマにしてシンポジウム、フリートークに近いところまでいければいいなと思っています。私が進行を務めさせていただきます立命館大学の細井と申します。この企画の実行母体であるゲームアーカイブ・プロジェクト(GAP)の代表も務めています。

先ほどキム先生のお話を聞かせていただいて、僕はいくつかずっと疑問に思っていたことがたくさん氷解しました。やはり実際に現場で政策を取扱っていた方のお話を聞かないと分からないことがたくさんあ

るんだなあ、とつくづく思いました。なるほど、ここでこういう政策的なポイントがあって、政策的なところを切り崩して、いわば突破口を作っていかれた当のご本人にお話しただくと分かることがたくさんありました。第二部では、「じゃあ、日本ではどうだ？」という話になります。果たして今伺ったような韓国の見事に絵に描いた突破のシナリオが日本では描けるのか？が大きなポイントになると思います。そのあたりの所をお話しただくディスカッションとして、3人の方にお越しいただいています。キム先生についてはご紹介を省略しまして、それぞれの方について私の方から簡単にご紹介させていただきます。

まず、片岡宏一郎さんです。現在は経済産業省の商務情報政策局文化情報関連産業課、略してメディアコンテンツ課の課長補佐をされています。お隣が松浦季里さんです。学生時代からコンピュータグラフィックスの制作をはじめとして短編作品を作っておられて、1993年に七音社を設立され、現在ビジュアルプロデューサーとしてゲーム企画やグラフィックスやキャラクターデザインに関わっておられます。若い方でしたら、「パラパラッパー」の開発者だと言うとすぐにお分かりになるんじゃないかと思えます。お隣が、新清土さん。1996年に(株)シナジ幾何学、(株)アトラスでゲームの制作に関わられて、現在は『ゲーム批評』や、『アスキー』でゲームライターとして活躍されています。2002年の4月からIGDAという国際的なゲーム開発者のためのNPO組織の東京でのコーディネーターをされています。最近、『「サムライ」はこうして作られた アクワイア制作2課の660日戦争』というゲームソフト制作過程についての著書を出されています。

それでは、お三方からゲームに関する、あるいは、ご自分のお仕事に関するところでの人材育成のテーマについて30分程度プレゼンテーションをしていただいて、その後、会場の皆さんからもご意見をいただきながらディスカッションをしていきたいと思います。まず片岡さんからお願いします。

(片岡)キム先生のお話を聞いてたいへん感銘を受けました。非常に体系だってゲーム産業の政策をやっておられると感じました。それに比べると、われわれ日本政府のやっていることは非常に心細い気がしました。と言うのは、文化情報関連産業課というのは、いろんなコンテンツを見ているのです。例えば映画、アニメ、ゲーム、出版、音楽、印刷、広告、新聞……。その7つか8つの産業をわずか13人の人員でみています。僕自身がそれを総括しているのですが、ゲーム産業をみている課が韓国にはあるということでしたが、私の所ではゲーム産業をみている係が一人います。

非常にさみしい実態です。

今日は人材育成についてしゃべれ、ということですが、正直申し上げれば、まず第一に断っておかなければいけないのですが、ゲーム産業の人材育成ということは経済産業省では一切やっていません。個別の産業ごとの人材育成はほとんどやっていないという状況です。人材育成に対してゲーム産業係の人が資料を書いてくれたのですが、「育成を取ってくれ」言いました。政府が人材を育成するということはなかなかないのだろう、と。何かスパイ育成という感じになりますね。育成というよりも、むしろ環境の整備をしていくのが政府の役割じゃないかと常々思っています。そういう話をしたいと思えます。

大体、紙に書いてあることは公式答弁なのですが、口頭でしゃべっていることはほとんど個人的見解をもとに話していますので、あまり経済産業省そのものとか、日本政府そのものの公式答弁ではないかもしれません。その辺をことわっておきます。

産業の発展とは、いい人材が拡大再生産していくことによってできあがるのだろう。いい人がどんどん入ってきて産業が発展して、さらにいい人が入ってくると。どんなに優秀な人材を引きつけられるのかということが産業の発展にとって勝負だと思えます。そのため条件は二つくらいあると思えます。

一つは、産業の中での新陳代謝、よく言われる言葉では競争、産業の中で活発な競争が行われる。新しい企業がたくさんできて、負ける企業はどんどん退出していき、また新しい企業が入ってくる。そういう形でやる気のある新しい企業がどんどん生まれては消えていくと。優勝劣敗が起こる。これが一つの条件だと思えます。日本の企業においては、開業率や廃業率が下がってきていることは憂慮すべき状況だと思えます。ゲームはその点、競争が極めて活発に行われていると思っています。

二つ目に、これは産業そのものだけでは解決できない話かもしれませんが、消費者のライフスタイル、消費者の支持をうまく受ける、ライフスタイルに合致した形でニーズをくみ取れるということがどんどん行われることが重要ではないか。どんないいものを作ってもライフスタイルにあわなければ産業としては成り立たないわけですから、そういう形でうまくニーズをくみ取れる柔軟性がある。競争と柔軟性が産業にとって重要ではないか。

元気な産業であれば、当然人材はどんどん集まってくる。若い優秀な人がその産業に入りたい、仕事をしてみたいということであれば、当然民間で、大学や教育機関を含めて言っているのですが、そういう機関がその人達を育成していくのだろうと思えます。政府が育成しろとか、こういう人材が必要だということの

はなく、そういうニーズがあれば自ずとそういうサービス、教育が行われていくのではないかと思います。身近な例で言うとスポーツがそうです。若い男の子は野球やサッカーをしますが、イチローや松井、中田などお金だけでなく名誉とか人気もあります。やってみたい、ああいう人になりたいということであれば、いい人材がどんどんきます。そうするとサッカースクールや野球チームができ、指導する大人もいたり、育てる体制ができてくるのだと思います。最近人気がなくなった相撲なんか悲惨です。新弟子検査といっても5人くらいしか新弟子に通ってなくて、そのうち3人か4人は外国人という状況になっています。そのように産業として魅力があれば、人材がどんどん出てくると思っています。

ゲームは昔からずっとそうだった、今も、今日のプレゼンテーションではゲーム産業はやばいのじゃないか？と警鐘をならしに来た面があるのですが、ゲームは黎明期からそういうことがあったのではないかと思います。僕がまだ高校生だった頃、20年弱前ですが、オタクみたいな奴が全然学校に来ないなあ、と思っていると、作ったゲームをあてて100万円や200万円を手に入れた奴が何人も僕の高校にいました。そういう一発屋の人たちもゲーム業界に入ってきて、やっていこうという機運があった業界だと思います。

つい最近もコンテンツ業界の人と話をすると、「人がいない、人がいない、若い人がいない。」と言って、さらに「ゲームの人がうらやましい。最近いい人材は全部ゲームに行ってしまう。昔から伝統のあるアニメや映像、映画にはなかなか来ない。」という話をよく聞きました。ゲームの中にはプロデューサーも含めてこういう人材になってみたいという理想像があり、頑張った人に大きなリターンが返ってくるということがあったのではないかと思います。ただ、どんなにいいものを作っても、先ほどの二番目の条件でいう、ライフスタイルとあわないと産業としてはどうなのかな、と思います。僕は生まれも育ちも京都で、家は西陣で呉服の仕事をやっていると、僕は着物の方が服よりも良いと思うんです。でも、着物を着ていると車も自転車も乗れないし、ライフスタイルに合わないんです。その結果として産業として衰退してなくなっちゃいました、と。着物なんかどうしようもないと思うんです。僕が所管している業界でいえば、映画がそういう産業だと思います。昭和30年代の映画全盛期には年間12億人が映画を観ました。つまり一人10回くらい映画館に通っていたのです。現在、映画の動員人数は1億2000万人です。年に1回行くかどうか。何回もいっている人もいますから、大半の人は映画に行かないという状況になってしまった。やは

りライフスタイルに合わないんです。都心部の映画館にわざわざ足を運んで2時間拘束されて映画を観るということに日本人の生活が合わなくなってきたのかなあと感じています。アメリカでは映画館も含めて映画産業ががんばっています。アメリカ人は日本人と比べて10倍くらい映画を観ます。簡単にもっと安く、たとえばショッピングモールには必ずシネコンプレックスがあって、5、6本映画をやっている。いつでも入れてすぐ観れますよ、という努力をしてきたことが、映画産業を残した。日本では産業努力がやや足りなくてライフスタイルの変化についていけずに産業自体が減りつつあるというか、趣味の世界に陥っているのではないかと感じています。

ゲーム産業の現状は、着物はしょうがないとしても、映画になっては困る。やはり世界に発信している産業ですからそうなるのは困る。そういう意味の警鐘を鳴らすために、そういうデータを用意しました。じゃあ政府は何もしなくていいの、放っておいていいの。じゃあ政府ができることは何か。さっき申し上げた産業の発展の条件。新陳代謝を活発化する、ライフスタイルに合致した形での産業のニーズ把握ができる環境を作っていく。環境整備として何があるのかを議論したいと思っています。

ゲームだけに限らずコンテンツ全体について、たとえばキム先生の話にありましたが、ブロードバンドインフラを立ち上げていくとか。海外でゲームやアニメ、音楽など海賊版でどんどんやられていますが、政府としても外交交渉を通じて退治して行って、それでもっと儲かる環境を作っていく。いろんなことを別途やっています。他には、あんまり強い人が弱い人を搾取する、自由経済なので一定程度はいいのですが、それがあんまり構造的になってしまうと産業自身が死んでしまいますから、そうならないように独占禁止法という法律を使って競争政策を活用するというのもやっています。

今回のテーマは人材ということですから、それにやや近いものを二つピックアップしています。一つはゲームのクリエイターというよりむしろプロデューサーです。いかにクリエイターと呼ばれる才能のある人にお金を回すか。お金を回してくる人はクリエイターそのものではないんです。ちゃんとビジネス化して回していく、媒介していくプロデューサーの機能をどういうふうに高めていくのか。それが一つ日本のコンテンツの課題になっていると思っています。

二つ目には、個々の企業がライフスタイルにあわせて形で投資をしていく、トライをしていく。それを支援する形で技術開発に支援を一定程度しています。これについて簡単にご説明します。何でゲーム産業が危ないと思っているのかですが、ゲームの市場データで

すが、日本のゲームソフトの国内販売額は1997年以降どんどん減っています。子どもが少なくなっているとか、日本の子どもは集中力をなくしているからゲームができなくなっているという噂がありますが、その要因もあるかもしれません。国内販売の減少を海外が増えていることで補っている状況になっています。海外といっても、アジアは海賊版天国でなかなか出られないので、任天堂さんをはじめとしてアメリカ、ヨーロッパが増えています。ゲームの産業構造はやや複雑になっています。ゲームのプロダクションが約600社とありますが、ここでクリエイターの方が案をついたり、絵を描いたりするわけです。それをゲームパブリッシャーといっしょになってゲームはできあがります。こっちはハードです。それが国内やネットの方に流れていく。国内以外は全部海外に行っていると考えていいと思います。

いろんな卸を通じて小売りに行ってユーザーに行きます。最近、中古の問題が出ていますが、「ゲームの売り上げが落ちているのは中古で売買しているからだ」と言う人がいますが、これは一定程度マーケットメカニズムが働いている、消費者が高いと思っていることの表れかなあと思っています。国内6400億円くらいですが、大きいと言っているのか、小さいと言っているのか。自動車産業は関連業界も含めるとだいたい40兆円以上あります。たとえば電力とかは14兆円。それから比べればさすがに小さいです。映画の日本国内の興行は2000億円弱くらいです。そう考えると大きな市場かなあと。ネットユーザーはまだまだ小さいです。これが今後どうなっていくのかが考えなければならぬ一つのポイントです。

最近ゲームをなかなかやらなくなっている。ゲームのメーカー団体のCESAが非常に詳細な『ゲーム白書』を作っています、そのデータがあります。1999年、2000年、2001年と一般生活者に「ゲームをどれだけやりますか」と聞いたゲーム接触経験の数字を見ると、「以前はよくやったが今はほとんどやらない」という人が、31%、39%、44%と毎年増えているのが非常に気になります。その理由を見ると、一番上の「一般生活者・休眠顧客」では、「仕事が忙しい」「家事育児が忙しい」みんな忙しいのですね。なかなか根を詰めてゲームを何時間もやる状況にはない。それから、先ほど中古の話が出ましたが「ゲームソフトが高い」と。この辺が大きな理由として挙げられています。一番上だけ説明しました。

一方、デジタルコンテンツ全体の市場の中で、真ん中に「ゲーム系コンテンツ、家庭用ゲーム、PCゲーム」、ネットワークの中で「ゲーム系コンテンツ」があります。上の方のゲーム系コンテンツは、プレステとか任天堂とか家庭用のソフトの市場です。PCゲー

ムとはパソコンゲームです。下の方はキム先生が仰っていたネットワークゲームです。これを見ると圧倒的に大きいのが家庭用ゲームの4710億円(2002年予測)です。PCゲームはまだ小さくて121億円。ネットワークゲームは更に小さくて2001年ではわずか14億円。ただ倍々ゲームで増えるだろうと思っています。

これは若干データが古いのですが、特許庁が取っているデータがあります。パソコン、携帯電話、家庭用ゲーム機のハードの台数です。家庭用ゲーム機は非常にゆっくりと伸びている。パソコンはもう少し伸びている。携帯電話はご存じの通りものすごく伸びている。さっきの消費者の思い、たとえば「なかなか時間が無い。」とか「忙しい。」とか、それに加えてこういうハードの普及状況を考えますと、日本はこれまでの歴史上、圧倒的にコンソールゲーム、家庭用ゲーム機が強いし、大きな産業なんです。それ以外にいろんなライフスタイルにあわせたゲームの遊ばせ方というか、モデルの提示ということもそろそろやっていくように考えた方がいいのではないかと。そんなことを言うと「そんなこと分かっている。」とゲーム産業の人から怒られそうですが、「みなさん、そんなことを考えたらどうですか？」と最近私は言っています。そんな状況になっています。

政府の方の役割ですけれど、さっき申し上げたように、クリエイターにちゃんとお金が廻ってくると、クリエイターにいい人が入ってきますから、お金を廻してくる仕組みが必要です。それがさっき申し上げたプロデューサーの機能だと思っています。大上段に構えています。音楽、映像、ゲームなどコンテンツ産業の競争力強化は、最近あちこちで流行のように国家的課題として言われています。最近、世界のテレビアニメの6割が日本製だと。実際には正確なデータがないのですが、みんながそう言っているのでそうかなと思って書きましたが。それから、ご存じのように『千と千尋の神隠し』がベルリン映画祭で金熊賞という最高の賞を取って、評価が非常に高まっている。それから家庭用ゲーム機のソフトの生産額は、米国と並んでソフトの生産はトップです。日本のハード、ソフトをあわせた生産額の65%が輸出に回っています。日本経済が苦しい中で、こういう形で海外に売っていける、自動車などとともに「優秀な」業界となっています。それから他のコンテンツも含めて、さっき海賊版の話がありましたが、アジアでニーズが広がっています。

そういうこともあって、政府レベルでいろんな戦略が書いてあります。最近戦略ばかりがたくさんできています。「経済活性化戦略」「知的財産戦略大綱」それから「e-JAPAN重点計画」など、全部総理大臣がヘッドになっています。総理大臣がヘッドというのは最近の流行で、いかにリーダーシップを取っているかとい

うことなんです、実態は「大事だ大事だ」ということは言われています。ここにも「人材の育成」ということが書いてあります。しかし、実際には政府がどうやって人材を育成するのにはむずかしいのです。このように一つのブームになっているということです。

先ほど申し上げたように、コンテンツとは一つの知財なんです。知財をいかに活用して経済的な価値を高めていくのかという観点では、僕はダイヤモンドの原石だと思っています。たとえば、マンガがアニメになって海外に行ったり、さらにゲームになったり、さらには実写のハリウッド映画になったり、キャラクタービジネスも出てくる。このように何倍にもその価値が膨れあがります。ただ、日本では、本当にその価値が最大化されているのかということです。アイデアや企画の所では、スタジオジブリがディズニーと包括契約を結んでいます。20世紀フォックスが「ドラゴンボール」を買ったとか。テクモのホラーゲーム「零」をスピルバーグの会社ドリームワークスが獲得したり。このようにみんなネタを探しに来ているのです。ハリウッドもなかなか企画のネタがないものですから、ゲームやアニメから良い素材を取って来れないかと、鶴の目鷹の目で狙っています。こういうコンテンツが出てくるためには、最初の所に戻りますと、クリエイション、さっきの人材の効果です、がんばりです。優秀な人材のクリエイションがビジネスに結びついて、それがちゃんと利益として返ってくる。それでさらに優秀な人が入ってくるという、知的創造サイクルの好循環が重要ではないか。問題は、現状ではそれが十分実現できているか、最大化しているでしょうか。ほんとうはもっともっと儲かるのじゃないか。その前提としては、海外を含めて契約がなかなかうまく結べないとか、資金調達ももっとうまくやれば民間資金も集めてもっと大きくできるのに、それが十分できていないとか。こういったプロデュース機能が弱いのではないかと、そんな思いがあります。

したがって、そういう知識、ノウハウを体系化して、一種の市場の共有財産として投入していきたい。これを一定程度ちゃんと身につければ、国際的に活躍できるプロデューサーとしてやっていけるのではないかと。単に映画というジャンルだけではなく、アニメやゲーム、キャラクターも含めてトータルな設計をするプロデューサーという意味です。そのために、今概算要求中ですが、1億円の要求をしています。海外調査もやっていますのでそれも含めてプログラムを作って、講師を雇って、制作プロダクション、クリエイターの社会人を対象に来年度実験的にセミナーやコースを作りたいと考えています。プログラムを最初作って、後半は大学や企業、団体とやりたいと思っています。各地にプロモーションをしているのですが、ぜひ自治

体の方でやってみたという方がいれば、関心をもっていたいただければと思います。

以上が、プロデュース機能を高めていけば、クリエイターにもっとお金が回るのじゃないか、ちゃんとクリエイションの方にお金が廻ればいい人が入ってくるのではないかとということです。

次に二つ目の課題である技術開発です。消費者のライフスタイルやニーズに合致していこう、常に新しいものを出して行って消費者の気を引こうとすれば、相当な技術開発の金がいります。大きな企業はそれができますから、基本的には民間の仕事ではありますが、なかなかクリエイターだけではできないとか、小さな企業もたくさんありますから、そういうところに対して過去随意予算を投入しています。昔、補正予算というのがあって、補正予算でこういのが大事だと言って、お金をたくさん取れました。これを使って技術開発、ネットワークゲームとか、それ以外のCGとか、映像関係の技術、ネットのプラットフォーム系の技術など59件を支援しています。その後も随時、12年、13年、14年トータルで毎年6~7億円くらい国費を投入して10件~30件程度の案件に対して技術開発の支援をしてきました。財務省も最近は厳しくて、「IT関連のこういう技術開発で成果はどうなったのか？ 定量的に示せ。」と言われます。補助を出して委託をして開発したら、それでいくら雇用が生まれたか、いくら儲かったのかを示せと。そもそも、儲かるものなら補助をしません。技術開発ですから、ある程度国がリスクを取って支援をしているわけです。僕はよく言うのですが「目に見える成果として、これがいくら稼いだかということとはなかなか申し上げられません。実は儲かっていません。ただし、これを通じて、これに関わることによって様々な人材がさらにそのアイデアを発展させてビジネスをしたり、そこからスピンアウトして別のビジネスをやるということで、日本全体の知的資本は上がっているんです。したがって、こういう技術開発の案件については大きな目と大きな心で見守ってください。」と言っているのですが、毎年予算を取りに行くたびに厳しく詰められるという状況になっています。

おもなわれわれの政策は以上の通りですが、当然これ以外にも政策としてはあり得ると思います。たとえば、民間でやっていますが、いいものを表彰する、がんばったと表彰するのも政策かなあと考えています。ゲーム業界の中ではゲームアワードとか新しい才能の発掘に努めていますが、どう国がお墨付きをするのかしないのかはありますが、政策の一つになり得ると思います。場合によっては近い将来、文化勲章をゲームのクリエイターがもらう時代が来るかもしれません。それがいいのか悪いのかということは当然ありま

すが、やはり頑張った人にはそれをちゃんと賞賛する、評価することが非常に重要ではないかと思えます。

それから教育につきましては、先ほど政府がやる仕事ではないと申し上げましたが、当然そういうニーズがあれば民間でどんどん出てくるでしょう。もっと大事なのは、キム先生のお話にありましたが、初等中等教育から創造性を大事にする、いろんなアイデアやクリエイションをもっと伸ばしてやるような教育が必要ではないかと思っています。とりわけ、ゲームのクリエイターになっている人は、とても受験戦争には勝ち抜けない人なんです。そういうのには合わないけれど、別の分野で活躍できるルートをもっともっと広げていくことで、全体のレベルアップが図られていくと思っています。

以上が私の簡単なプレゼンテーションですが、キム先生のように体系だってやっているわけではありませんが、ゲームもコンテンツ産業の一つとして非常に重要な分野であると考えて、こういう政策をすすめています。どうもありがとうございました。

(細井) 片岡さんのお話しの中に「ゲーム文化勲章」というお話がありましたが、次にその第一号にぜひなっていたきたい松浦さんの方からお願いします。

(松浦) こんにちは。松浦季里です。七音社は非常に小さな会社で、ご存知ない方がほとんどだと思いますので、今日の発表では七音社がどんなことをしている会社なのかについて紹介させていただきます。残りの時間で、今日のテーマであるゲームと人材についての考え方を述べさせていただきたいと思えます。まず七音社のゲーム作品集をご覧ください。

1996年に「パラッパラッパー」を発表してから、今ご覧いただいたように、プレイステーションやワンダースワン向けの音楽ゲームなどを作成しています。デモには入っていないのですが、一番下にある「70万倍速人・麗子」が現在発表されている最新作です。お手元にパンフレットをお配りしていますが、NTTコミュニケーションズの音声認識技術を使ったサービスでVポータルというのがあって、そのコンテンツとして制作しました。これはパッケージではなくて電話をかけるだけで遊べるゲームです。Vポータルの番号に電話して「70万倍速人・麗子」とおっしゃっていただくだけで、ゲームがスタートします。変なタイトルですが人間の70万倍のスピードで成長する麗子と電話でお話ししながら育てていくというゲームです。固定電話でも携帯電話でも電話代だけで遊べるのでぜひやってみてください。

さて、1993年に創業しました七音社ですが、もともとゲーム会社としてスタートしたわけではありま

せん。そのバックグラウンドについてお話しします。弊社の代表の松浦雅也は1984年に大学を卒業しまして、当時のCBSソニーレコードからサイズというバンドでデビューしたミュージシャンです。私はその頃美術を学んでいまして、大学在学中にCGに魅せられて、当時「ゴルゴ30」の映画のCG部分を作ってもらった大阪大学の村皓一先生のところで研究生となり、CGアーティストとして短編のアニメーション作品などを作っていました。当時としては、珍しくコンピュータを使って制作するもの同士として学生時代に知り合って、一緒に作品を作るようになりました。これがたぶん七音社のゲームの種みたいなものです。残念ながら、その時の種は商品になることはなくて、ほどなく別々に創作活動をするようになりました。

1990年くらいにマルチメディアブームがありまして、CD-ROMが流行しましたが、松浦のバンドもミュージシャンとして初めてCD-ROM作品を発表しました。今のゲームの技術から考えますと、かなり稚拙だったのかもしれませんが、私たちはそこに音楽と映像の新しい可能性を感じまして、七音社をつくりました。そのときソニーさんがプレイステーションを開発していたのですが、グループ会社のソニーレコードのアーティストにCD-ROMに興味のある松浦という者がいる、ということで、「何かおもしろいものを作りませんか？」というお話があり、「やりましょう！」ということになって作ったのが「パラッパラッパー」でした。

世代的にもそうなのですが、ゲームとしては作り手としても遊び手としてもほとんど知識がないままのスタートでした。プロデューサーの松浦雅也は東京の自宅スタジオで音楽を制作しまして、東京郊外にありますがプログラマーの会社に出向いてディレクションをしていました。当時私は、大阪でそのためにマンションを借りまして、教え子や知り合いを集めてCGを手探りで作りました。CGの経験者は私ともう一人しかなくて、他の人はCGもしたことがない、もちろんゲームもしたことがないという状況でした。こうして完成したパラッパラッパーは元祖音ゲーとして評判になりまして、アジア、ヨーロッパ、アメリカなどオフィシャルに分かっているだけで70カ国で発売されることになりました。現在は東京の目黒にオフィスとスタジオを集めて作っていますが、基本的には当時と変わらず少人数で、1年から2年に1本タイトルくらいを制作しています。

このような成り立ちの会社ですから、大きなゲーム会社とはかなり違った制作方法をとっていると思えますので、七音社のゲーム制作の特徴をまとめますとこんな感じです。

- ・プロジェクトベースの物づくり
- ・プロデューサー中心のコラボレーション
- ・ディレクタレスの制作
- ・社内 LAN を利用した意見交換システム

新しいプロジェクトが立ち上がると、それに必要な人材を集めてきます。現場は目黒の事務所内とは限らず、新しい場所を借りたり、開発会社となったりプロジェクトごとに変わります。それからプロデューサーと現場スタッフの間に連絡係的な人とか、演出担当のディレクターという存在はなくて直接やりとりの中で試行錯誤をすすめ完成させていくというスタイルをとっています。たとえば、パラッパラッパーを作った当初は、子ども向けの英語学習ソフトというスタートだったのですが、できあがりにはあのような形になってしまいました。少人数チームということもありますが、会社の階層はありません。それぞれが意見を出し合いながらまとめ上げていくという感じです。そのためにプロジェクトごとに wiki というソフトを使って知識を共有したり、討議を行ったりしています。wiki というのはアメリカのフリーソフトですが、一言に言うと、簡単にコンテンツを作ることができるウェブソフトです。七音社では wiki を使って各自が自分のページを作って、そこに進捗やスケジュールを報告したり、担当している仕事のページを自主的に立ち上げて意見を述べたり試作を発表したり、チームのみんなに意見を問うということをしています。公開で討議のやりとりをしていますから、スタッフ全員でその情報を共有していることとなります。たとえば私の場合、現在進行中のプロジェクトでは、松浦季里というページとストーリー、キャラクター、ストーリーボードみたいなページを持っていて、そこでキャラクターだったら紙に書いた落書きみたいなスケッチを上げてたりして、みんなから「それはかわいくない」「これがいい」とかいう意見をもらいながらどんどん進めていっています。実際、ゲーム性の部分には特に関連していないことが多いのですが、ビジュアルに関係するところでは積極的に意見を述べたり、自分のページにリンクして意見を述べたりしています。社内風景のビデオがありますのでご覧ください。

こんな感じで、今のうちのスタッフ全員です。今、プロジェクトが一つ終わって更に人が減っているんですが、こんな感じで朝遅くから夜遅くまで毎日制作しています。いろんな人がビデオに出てきましたが、どんな人材を集めているのかをまとめてみました。面接の時に注意するポイントです。

まず、専門分野があること。当然なのですが、学生時代からインターンとして来てもらって仕事をして

もらいながらというケースも前はあったのですが、最近はそのような悠長なこともできにくくなってしまっていて、即戦力になる人を捜すことが多いです。ゲームのバックグラウンドが全くなくても、別の分野できちんとやってこられた人は新しい視点で活躍してもらえることが多いので、今でもゲーム制作の経験者を優遇しているということはありません。その人自身がおもしろい人、ということを優先しています。それからコミュニケーション能力が高い人。いろんな人が集まって能力を出しあって制作していますから、自分の意見をきちんと言え、人の意見も受けとめることができる、また日本人じゃない方もいますから新しい言葉や文化との接触にこだわりがないということもチームでやっていくうえで必要です。それから柔軟な考え方ができるということ。七音社は最新のゲーム機のためのソフトと思えないようなゲームをたくさん作ってしまっていて、私たちのコンセプトとしては今まで見たことのないゲームを作ろうということをもっとにしていますので、既成概念に縛られ過ぎて「ゲームはこうじゃなくっちゃ。」という部分が多い人は、本人が精神的に大変になってしまうようです。それから学び続ける力、自己活性能力のある人。ゲーム自身日々進んでいる技術のうえで成り立っている産業ですので、常に学び続けていく姿勢は重要です。でも、ゲームだけに限らず、いろんなことに興味を持って自分の発想を広げることがもっと大事だと思います。たぶん、これはどんな仕事でも必要な力だともいます。それから、自己管理能力が高いこと。ゲームの開発はとて時間がかかりますから、自分自身の身体や精神を健康に保っていくことが本当に一番大切なことです。たいていの人は一人社らしですからいろんなことを自分で管理できないと長期間がんばり続けることができないということです。

というようなことを面接していますが、七音社はそんな人材をどこで調達しているのか。今までのスタッフの出所を調べてみますと、こんな感じになりました。

- ・知り合い（仕事仲間・教え子）
- ・紹介
- ・WEB や取材記事などをみて応募

音楽業界、CG業界、ゲーム業界の知人に「一緒にやりませんか？」と直接声をかけたり、「いい人いませんか？」と知人から紹介してもらったりという場合がほとんどです。プロジェクトベースですから、その人の所属がフリーランスか会社員か、どこかの企業の研究所か、などに関係なく、企業の人なら出向で来ていただいたり、会社ごとにチームだったり、会社と一緒にやりませんかとかコラボレーション中心になって

いますから、やりたいと思った人には直接声をかけます。たまに履歴書と作品を送ってこられた方でそのまま採用になるケースもあります。さっき「13月。」と言っていたアメリカのアニメーターの方は、「母の国が日本なんですけど、お宅のゲームがとても好きなので、仕事をやらせてくれないですか？」とアメリカから eメールを送ってきました、「じゃあ、面接に来てください。」ということで、来てもらって今一緒に仕事をしています。

七音社の人材確保ポリシーですが、国籍、性別、経験、年齢を問わず獲得ということ。もう一つ加えますと、所属を問わずということになります。国籍、性別、経験、年齢を問わずということは、七音社のゲームのユーザー層の考え方と全く一致することで、「いろんな人と作って、いろんな人に遊んでもらいたい」ということです。

以上、七音社での制作と人材についての考え方についてお話しをさせていただきましたが、ちゃんとしたゲーム会社と比べると会社の成り立ち方も、ゲームの作り方もかなり違うと思います。ですから、制作会社の代表として受け取るのではなく、特殊なケースとしてご参考になさってください。残りの時間を使いまして、今回のテーマである日本において今後のゲーム産業を担う人材をどう育成していくべきかという、巨大なテーマについて私の考え方をお話したいと思います。

まず、ゲームとは何かを、私なりに考えてみました。ゲームはまず科学・理論・技術という分野と、経済・産業という分野と、芸術・娯楽のいずれにも関わる総合的な分野ということが出来ます。たとえば、科学・理論・技術と、芸術・娯楽の間であれば、メディアアートみたいなもの。科学・理論・技術と、経済・産業的なことであれば、産業ロボットということとか。芸術・娯楽と経済・産業であれば、デザインみたいなことかなあと、私なりに考えているのですが、たいへん大雑把な考え方ですが、ゲームの成り立ちにはいろいろな要素が必要で、当然制作に関わる人たちもこの中で自分の立つ位置、すなわち自分の独自の専門を持ってそれを活かすことが必要だということが私の意見です。みなさん個人が立つ位置はこの中でどのあたりになるのでしょうか？ 私はこの辺かな。産業にはあまり関係ない。これまでの人生では、科学・理論とか全く縁のない人生だったのですが、新しいゲームを作っていく中では苦手なことも学ばざるを得ない状況です。自分の専門分野とは矛盾する違いを超えてもっともっと中心に近づく、あるいは反対側になるとか、この中には全然ないですがたとえば医学であるとか、関係ない分野をこの3つの円に足していく、可塑性をもっていくことが必要かと思えます。

そして、ゲームをめぐる人材について3つくらい意見があります。

まず、可塑性ということをおっしゃいましたが、自分の立つ位置を変えていく柔軟な力ということ。七音社はゲーム業界では全く外様だったので、さっきの図で見ると中心に行くためにはすごいエネルギーが必要だったわけです。そのエネルギーそのものがゲームを生み出したように思います。ですから、最初からゲームだった人、ゲームを作っていた会社ということもそうだと思いますが、新しくエネルギーを得るためには一旦真ん中の所から離れる必要があるのかもしれない。たとえば、ゲームの仕事をしていてボクサーになる。それで再びゲームの世界に戻ってくる。そうすると、全てボクシングの見方でゲームを見る。そのくらいのダイナミックさがあってもいいんじゃないかと思っています。

同じ作業ばかり、同じ考え方ばかりの組み立て工場的な制作環境だと、仕事に関する新鮮度を失ってしまうし、情性的に作っていったおもしろいゲームができるほどこの業界はヤワではないということはみなさんご存知かと思えます。

それから、雇用の流動性ということについて。社内でのトレーニング的人材育成はどの会社でも積極的に取り入れていると思いますが、社外の教育についてはどうでしょうか。私はもともとCGをやっていたから、新しいアプリケーションの発表会によく行くのですが、その参加者のタイプがゲーム以前、ゲーム以降で大きく違いがみられます。ゲーム以前はどうだったかといいますが、CG業界の人は会社を越えたつながりが強くてあちこちで談笑するという風景が見られました。シーグラフとかNI グラフとかCG業界の発表の場が国内、海外ともありますから、そこで知り合ったりすることも多かったのですが、当時のCG業界は会社がどんどん新しくできて、どんどん潰れていくということでしたので、同僚も上司も含めてどんどん転職していき、会社を渡り歩く人が非常に多かったのです。ですから、転職ではなくて業界内転部と言っていたくらいです。ですから、あちこちにつながりと知り合いが多かったという感じです。

CGアプリケーションの発表会に行くと、一人ぼっちで誰とも話さない人がとても多い。世代的なことあるのかもしれませんが、何となく暗い感じがして、たとえば声をかけたとしても、ゲーム会社のスタッフの人は名刺を持っていないかたり、メールアドレスを持っていないかたりということも多くなって、「他社の人とは話すな」という通達があるのかなあと感じました。勿論、ゲームは大きな産業となっていますから、守秘義務はありますし、それを守ることは会社の利益のために当然必要なことと思えます。でも、自分の専門性

を越えて自分の立つ新しい位置を作っていくためには、多くの人と話し合ったり、出会ったり、違う会社のプロジェクトに参加したりすることがとても重要なことだと思います。人材の流動性が結果的にゲーム業界の人材育成を図っていくのではないかと思います。鮭の放流みたいな感じでしょうか、あるいは、「かわいい子には旅をさせよ。」ということでしょうか、優秀な人を「一回り大きくなって帰って来いよ。」と外に出して、また、戻ってきてその人達が成長していく、そういう活性化のやり方があるのではないのでしょうか。

それから、ゲームクリエイター教育について。新卒の人材について思っていることがあります。ゲームの専門学校がたくさんあり、「ゲームが好きだから」「ゲームを仕事にしたいから」という理由でたくさんの学生がそこで学んでいます。パンフレットには実践的な教育と書かれていますが、実際には実践的に使える学生に出会ったことはありません。ゲーム会社によって作り方が全く違うでしょうから、実践的風の技術だけを学んでもどうにもならないという場合が多いです。産業として創作物として、誰かがお金を出して買ってくれるものを作るという意味とか責任感を理解できない人がとても多い。残念なことに、会社に入ってそれが身に付くかということ、先輩や同僚から学ぶ機会も少ない。それについて何とかならないのかといつも思っています。少し飛躍した意見ですが、そういう専門学校では、まず人間とは何かとか、自分なりにまとめるくらいの大きな課題を出して、広い分野の興味を持って自分で考えるという力を付けることが、小手先の技術を身につけるより、人材予備軍のためには必要だと思います。

今回の発表を通して、よい人材について考えました。よい人材とはゲーム業界に限らず、どんな業界にとってもよい人材だといえると思います。ただ、ゲームを作るということは、他の産業と比べて人間そのものが原材料になると考えられますから、その重要度はもっと高いのではないかと。人材はお料理の材料みたいだといつも思います。調理方法が違っていても、よい材料を使うとかなりの確率でおいしいものが作れます。いろんなよい素材でいろんなおいしい料理を作り続けて、料理人も料理を食べる人も、みんなが幸せになって、どのお店も繁盛する、そんなゲーム業界になったらいいと思っています。ゲームを作ることで作り手も成長し、ユーザーも楽しみ、会社も儲かる。なんて素敵なんでしょう。私は周りから「幸せ教」と呼ばれるのですが、特定の宗教ではないのですが、自分だけが儲かったらいい、自分だけが楽しかったらいいというのではダメで、みんながゲームをすることによって幸せになる、そんな社会になったらいいなあと思っています。

ます。そういう産業に関わっていることは私自身幸せだと思います。みんながそう思って、ゲーム産業がどんどん盛り上がっていけばいいなあと思っています。ありがとうございました。

(細井)「幸せ教」っていいですね。次のゲームのタイトルになりませんか。それではラストに新さんをお願いします。

(新) IGDA 東京の新と申します。もともと、私はゲーム会社で営業経験と海外のタイトルを日本で販売した経験、それからゲーム開発そのものでも1本経験しています。最後のタイトルをやった時に身体を壊しまして、1年間くらい倒れていました。ゲーム界のことは、何をやっているのか外からは全く見えないだろうと思うんです。ゲームの開発のプロセスも分からない、ゲームに関する情報もない、それは何かおかしいんじゃないだろうと思う点から、ライターとして書いてみようという形でライターの仕事に移るようになりました。今年の6月に私が出した本、『侍』はこうして作られた・アクワイア制作2課の660日戦争』ですが、1年間半あまり一つのプロジェクトを毎週行っているインタビューを繰り返し、一つのプロジェクトがどういふふうに進んでいって、どういふふうに変化していったか、それがどういふふうで収束して、最終的にお客さんのところに商品として届くのかを多くの人に知ってもらいたいという目標がありました。それで一つたり着けたと。

実は、IGDA というのはまさに開発者同士の情報交換をサポートする組織としてできあがった団体で、まさに今松浦さんがおっしゃったことなんです。日本では企業間で情報を交換することを禁止するような異常な状態が続いているんです。そのためにほとんど外に情報が出なくて、どういふふうにしてゲーム会社が人を育てているのかということ、まさにオンタイムジョブという形で社員を雇って実地教育で1、2タイトルを作らせてみて、サポートをやらせるとだんだん分かってくるから、じゃあメインにしていこうか、というふうに。だけど、せっかく育てたと思ったら、他の会社にどんどん移っちゃう。それが困るからできるだけ押さえようと。実際に流動性は起きていないのかというと、非常に起きていて、特に東京の企業では一つのプロジェクトが終わると半分くらいの間がやめるということはよくあることです。実はそこでミスマッチがあって、ゲーム会社の現場の人間はちゃんと情報交換をしたくて、会社でもフォローしたいと思っている。だけど実際には情報交換も何もできなくて、情報交換がおもしろいような所があったらポツ動くことの繰り返しが続いているのです。それはちょっとおか

しいだろうと。

もう一つ紹介しますが、IGDA というのはゲーム開発者を対象とした NPO（非営利団体）です。NPO ということで基本的には利益なしという形です。ボランティアでできていて、ゲーム開発者自身によって設立されて、ゲーム開発者自身によって運営されている組織です。どちらかというと企業ではなく、ゲーム開発をやっている個人をを対象とした組織です。1985 年に IGDA はスタートしました。写真に写っているのは、クリス・クロフォードという人です。80 年代に米ソ冷戦をテーマにした PC ゲーム、『バランス・オブ・パワー』というゲームを出した人です。それで非常に有名になった人ですが、彼を中心にアメリカ国内の方、サンフランシスコ周辺で情報交換するということをやろうと言い出したのがスタートランです。それで、GDC (Game Developers Conference) というゲーム会社同士で情報交換する機会がつけられました。第一回が 1985 年に行われて、その時の参加者が 500 名でした。現在はものすごく大きな規模になってきて参加人数は 1 万人です。松浦雅也さんも毎年呼ばれて行って、3 回くらい話されています。松浦雅也さんの講演は日本では聞けないのですが、アメリカに行ったら聞けるんです。宮本茂さんも日本では一度も講演をしたことがないのですが、そこで講演を行っています。セガ AM 2 研の鈴木裕さんも講演を行われている。そのような状況で、アメリカに行くと GDC に参加すると、日本人のトップクリエイターの講演が聴ける。ところが日本ではそういうことがほとんどできない、というおかしな状況になっています。

GDC には全世界から人が集まってきました。北米からの参加者が 70% くらいで、残りの参加者は海外、特にヨーロッパ、オーストラリア、ニュージーランドが多い。そして今年は特に韓国、台湾からの参加者がものすごく多かった。私は、去年と今年と両方参加しているのですが、日本人の参加人数を数えてみましたが 20 人以下でした。それはなぜかというと、一つは、GDC が PC 系のテクノロジーを中心とした団体として始まったので、ほとんど日本の開発現場に関する情報がなかったということもあると思います。もう一つは、英語の壁があると思います。ただ、去年私はライターとして取材に行ったのですが、日本から取材に行っていたのは私とその連れれの二人だけだったという状況でした。それはどうもおかしいだろう。行くともものすごいショックを受けます。向こうのトップクリエイター、デベロッパーの人たちがまさに今自分が作っているプロジェクトの最新テクノロジーから、そのプロジェクトが終了して何がどういふふうになったのかについて、朝から晩まで 270 もの講演が行われます。ものすごく規模のでかいものです。

実は IGDA の初期の段階が始まったときに、1993 年に初めて GDC の運営を始めたのですが、NPO として事務作業量が膨大になりすぎて、オーバーしてしまいました。GDC が巨大化したときに、イギリスの出版社である CMP 社に GDC の運営権を売却します。そのときに再度 IGDA という形で、メンバーのサポート組織として残ろうという形で残っています。この CMP 社というのは、「Game Developer Magazine」という雑誌を発行している出版社で、この雑誌は多分世界で唯一のゲーム開発の専門誌です。非常に高い権威を持っている雑誌で、たとえば一つのプロジェクトが終了したときにそのプロジェクトの終了について丸々特集を組んだり、最新テクノロジーのツールについての解説を行ったり、また、Gama Network というゲーム開発者向けの専門情報を出しているメーカーのウェブサイトの運営元でもあります。そのあと GDC は非常に発達し、1 万人規模にどんどん大きくなっていくのですが、IGDA そのものはアイデンティティがあやふやになってしまった時期が 90 年代にありました。それが 2000 年に大きな再編成が行われます。一つは GDC そのものが経理システムが弱かったのが、事務関係の経理システム、お金の支出のところまで CMP に移管しています。特にメンバーシップはどういうふうな人間がメンバーシップとしてルールにできるのか、メンバーシップになるとどうの特典があるのか、全世界で共通にできるようなウェブページをちゃんと作ろう。各支部の設立支援をするものを作ろうというルールができます。事務局がきちんと立ち上げられました。IGDA は基本的にボランティアですが、NPO 組織にも事務局は必要でして、6 名前後の人間が現在給料をもらって専門の事務局運営を行っています。そのときに急激な発展の基礎ができます。特に 2001 年から 2002 年にかけて急激に大きくなるのですが、チャプター（支部）は、サンフランシスコ、ロサンゼルス、ニューヨーク、モントリオールなど都市ごとに作られます。2001 年に急激に支部が増えて 35 になります。このころは、アジアの方では台湾と韓国に動きが少しずつ出ていました。2002 年今年に入って、シンガポールに 9 月にチャプターが立ち上がって、インドにもチェンナイとムンバイの二つに立ち上がっています。その後すぐにパキスタンのイスラマバードにも立ち上がりました。イスラマバードにゲーム会社があるのだろうかと非常に不思議に思いましたが、そんな形でほぼ全世界的なネットワークができてきていて、残っているのが中国本土とロシア地域くらいです。ヨーロッパにはほとんどありません。こういう組織が日本になかったということそのものが不思議でならないですね。

IGDA の存在そのものを私も知らなかったのですが、実際に行って向こうの人たちと「日本にはこういった

ものがなくてやる人がいない」と話していると、「じゃあしょうがないから私が引き受けます」という形になって、私がコーディネーターをやることになりました。加盟企業制度も作られまして、今年、Sega of America が加盟しました。あと、id Software とかアメリカでは非常に有名な PC ゲームを作っているメーカーなども加盟しました。特に独立系のメーカーが作っていたので、これは CESA との日本のゲーム企業との関係とも微妙に似ているのですが、IDSA という E3 を運営しているアメリカの大手企業の経営者団体があります。それと一方反対に個々のデベロッパーをサポートしようという形で機能分けを行っています。IDSA と IGDA は基本的に連携した形を取ってまして、IGDA の活動をやっているからといって IDSA の会社の人たちが怒って「そういうことはやめろ」と言うことは起きない状況ができています。

チャプターが何をやっているのかというのは、基本的にはミーティングを行って情報交換会をやってください、というレベルです。非常に簡単に言えば、月に一回くらい飲みましょうというレベルからです。とにかく連絡先を作って、そういうものを作ろうという流れとして来ています。スポンサーも今年システムができて、非常に増加してきています。一つはマイクロソフト研究所、クライアントサーバー運用ソフトウェアといったミドルウェアツールの企業、あとは 3D 関係の企業などもスポンサーという形で IGDA に資金提供を行っています。ただし運営資金は年額 100 ドルの個人個人の年間費用で大半が補われています。

2002 年に入って非常に大きな成果が出てくるようになりました。一つは、オンラインゲーム委員会が作り上げたものです。IGDA には、専門の委員会組織がいくつかありまして、今年、オンラインゲーム委員会というもののが「オンラインゲーム白書」を刊行しました。これはインターネット上で無料配布されているものにもかかわらず、60 ページにも及ぶさまざま内容のもので、基本的なビジネスモデルから課金モデル、開発形態についての可能性が、それぞれの専門的な開発者によって、ボランティアによって書かれている内容です。現在でもフリーで公開されています。

もう一つは教育委員会が行っていることです。IGDA はもともと教育に力を入れてきたのですが、特に学術教育機関とゲーム業界との架け橋的存在を作ることには力を入れています。今年の GDC で IGDA が主催という形で 2 日間、アカデミックサミットというものが行われています。そこでは既にアメリカの方で、どういうカリキュラムを大学の方で整備すべきかということが始まっています。これもフリーでインターネットから手に入れることができます。これは、ゲーム開発の現場の人間と大学関係者とが議論しながら詰めて

いるという現在の段階では非常に水準の高いものです。

今、アメリカ、ヨーロッパでもゲーム学部の新設が続いています。一番有名なのが、MIT が始めている「Game-to-Tech」プロジェクトというのがあります。これはマイクロソフト研究所がスポンサーする形で MIT のメディアラボの中にゲームを専門的に教えると同時に、研究をするというものです。特に物理演算、エンジニアリングとか数学的知識や高等物理をどういうふうに表示していくのかという意味ではレベルの高いもので、ただ単にゲームを学ぶという水準を超えているプロジェクトです。今年 2 年目に入っています。また、スタンフォード大学でも既にゲーム開発コースが始まっています。具体的な成果はまだ出ていませんがスタートしています。あとカリフォルニア州にある大学もいろいろ動いていて、カリフォルニア大学でも既に今年からプロジェクトが動いています。アメリカでもゲームの開発者が大学の教授になるケースが出てきています。id Software にいて、いろいろ事情があって辞めた有名なゲームデザイナーであるジョン・ロメロがテキサス州立大学でこの 9 月から客員教授になっています。その意味で世界的な流れでもあるんです。また、ゲームの国際学会の準備が既に始まっています。やっぱり IGDA と連携した形で、特に英語圏ということでアメリカとヨーロッパが既にくっついた形です。理事長をやっているのがフィンランドの人で、事務の中にアメリカだけじゃなくてイギリスなど、すでに国際学会として準備が始まっています。

これが(写真)教育委員会の中で大きな役割を果たしている二人です。右側はウィル・ライトでシムシリーズの開発者で有名な人です。彼は教育にもものすごく情熱を注いでいる人です。彼は自分が持っているアイデアを丸ごと全部教えてくれるんです。人が自分のアイデアを言ったときも、どうすればいいのかを徹底してアドバイスしてくれる人で、アメリカでもっとも尊敬されているゲーム開発者の一人です。私自身も直接彼と話したんですが、ほんとうに気さくな人です。彼のプレゼンテーションが去年と今年行われたのですが、「ここまで物を考えているのか」と聞いた人は誰でもショックを受けるくらい高い水準のプレゼンテーションを行いました。左の人はウォーレン・スペクターといいまして、日本ではあまり有名ではありませんが、オースチンにある ION Storm という会社の 3D エンジンの開発者として非常に有名な人です。彼が教育委員会の委員長をやって、教育委員会全体を引っ張っています。

IGDA はそもそも何をするためにできた団体かと言いますと、二つ大きなものがあります。一つはゲーム

産業そのものを成長させること。そして、ゲームそのものをより優れたものにしていくということです。

もう一つが、メンバーが専門技術をお互いが刺激しながら学ぶことができるように、ゲーム開発者のコミュニティをつくることです。ボランティアで非営利という基本的精神がルールになっていますから、数人の常勤の事務局員がいるだけで、すべての人間がボランティアとして協力しています。ディレクター、理事にあたる人は2年ごとに選挙制度が実施されていて、今年新しい人間が選ばれています。これが(写真)GDCの中で行われている年次総会の様子です。今年IGDA東京として東京ゲームショウの時、実は右側にいるディレクターの一人、ロバート・ヒューブナーに来日してもらって、講演してもらっています。海外の人から講演をしてもらうのが一番分かりやすいだろうということで、CESAさんにも協力いただいて場所を提供していただいて幕張メッセに場所を借り、彼がまさに作っている最中のタイトルに関する情報で今直面している技術についての講演してもらっています。

NPOとは非常におもしろい組織で、最近NHKで「世紀を超えて」のシリーズの中にも何度も登場しているのですが、NPOの国際的役割は非常に高まっていると同時に、簡単に潰れないんです。なぜかというと、ボランティアベースで「こういうことをやりたい」という人が手を挙げたら、「じゃあ、やってください」とお願いすると、そうすると当たり前機能が勝手に追加されていくわけです。

また、財政面ではIGDAが既に数千のメンバーが全世界にいることから、問題はクリアされています。それで自己増殖的に勝手に増えていく力を持っています。また、IGDAのメンバーであるということで、どこのコミュニティに属しているゲーム開発者に対しても、われわれは接触する権利を持っているんです。たとえば先月私はニューヨークに取材に行きましたが、ニューヨークチャプターの人と会いました。しゃべっているうちに昔からボードゲームをつくっている非常に有名な人だったということが話しているうちに分かってきました。企業間を通すと現状ではむずかしいことが、IGDAというコミュニティ組織を通すと簡単にすり抜けてしまうというおもしろさがあります。

IGDAは基本的に開発者個人を対象にしています。集まった資金は最初の目的であるゲーム産業をすすめて、コミュニティを作るという目的にそのまま再投資されます。利益団体ではないので、利益を生む必要はないんです。非常に根が強い組織です。今年世界的に爆発的に広がっていった理由には、そういった準備が整って、ついに広がる時期になったのだらうと思います。実は韓国でもIGDA Koreaは非常に強い組織と

して立ち上がってしまっていて、韓国宣伝発明協会という政府の外郭団体を中心に、3ヶ月に1回くらいは外国から人を呼んでワークショップをやっています。

日本でどういうことが起きているか。現場の開発者の人は、日本の状況は間違いなく危機的であるという認識があります。一つは技術とニーズが多様化し過ぎていること。日本の市場の成熟化が進んでいて、海外の市場は分化が進んでいるのですが、日本のゲームは世界で強いと思われているかもしれませんが、それは完全な間違いです。一定の意味では強いのですが、実はアメリカの市場シェアでも35~36%しか持っていないんです。今、アメリカでは爆発的にゲームが経済環境をバックボーンに普及期に入っていて、ヒットタイトルが続出しているのは全てアメリカとヨーロッパの地域で作られたゲームです。日本のゲームタイトルが爆発的に売れたという例はあまり多くないんです。だからファイナルファンタジーやポケモンといった数少ないタイトルは行きますが、数十万本や数万本しか売れないようなタイトルは海外に持っていったもほとんど商売にならないんです。日本国内の売り上げでもっていた企業が淘汰されてきている。

もう一つが、そもそもファミコンが始まったときには、ゲームは既に枯れた技術だったんです。既に先端を行っていたものを後から追いかければいい技術だったのが、逆に最先端技術になってしまったのです。特に今はPS2でもXboxでもそうですが、それを作るために、たとえばSIGGRAPHに乗っていた論文をそのまま転用するくらいの技術力が要求されるようになってきています。その最先端情報をどのようにして得ていけばいいのか。日本人同士ではもう情報はないので、私がリサーチしているんな人にお話を聞いている限りでは、だいたいどこの会社にも何とか英語圏の情報を英語能力がなくても調べ回る人がいて、その人を中心にして海外の情報が入って来て何とか持たせているパターンが多いように私は感じています。その人が辞めると、そこから技術がドタッと落ちて、その会社は何を作っていたのか分からなくなるという状況が起きる。とにかく今までは家内製手工業的だったのが、最先端技術を追っかけていくような状況へと変わり、簡単ではなくなっている。

もう一つが、雇用状態の不安定性です。ゲーム業界がそもそも年功序列制度がだんだん崩れていった業界ですが、問題は年功序列制度によって維持されていたのは技術の継承です。年功序列制度が崩れかけていたときに、外の会社に行かれては困る、自分で育てたので困るという形で情報閉鎖が行われていたのですが、実際それがもう崩れてしまって、現状はもう少なくとも東京のゲーム会社であれば契約社員、もしくはアルバイトがほとんどで、生活が保証されていないの

が普通です。プロジェクトが潰れば、そこから会社をクビになる、もしくは解雇されるという非常に不安定な雇用状態にある。そうなってくると開発者個人が、今どういうふうな状況があってどういうふうなスキルを自分が身に付けたいのかという情報さえも、企業の側から提供されなくなっている。そうなってくると、そういうものを作らないといけない。IGDA は今非常に多くの方から支持されつつあるというのは、そういうニーズも含まれているんだと思います。とにかく企業で育てる余裕がなくなっている。もっと開発者向けの情報が入ってくるような仕組みを作らないといけないと私は思っています。

開発方法そのものが大きく変化してきている。特に英語圏で今何が行われているのかという情報で、たとえば韓国と比べると、ネットワークゲームに関するノウハウは日本は既に数年遅れています。その間に積み上がっている情報は私は取材し続けているのですが、日本の企業がかなり遅れているのは事実です。そういった情報が入ってきて、情報交換できる仕組みを作らないとまずいと思います。

一つは根本的にあるのが、ランゲージバインドです。日本語圏にはゲームの開発者が自分で勉強するための開発者情報はほんとうにないんです。自分で努力された方は分かると思います。ほんとうに情報がないんです。ところが英語圏の情報を探したとたんに、今度は永遠に読み切れないくらいの膨大な情報があるんです。これはオープンソースなどの既にそういったコミュニティが作られるノウハウを持っている影響だと思うのですが、GDC で行われている論文を読んでいだけでも1ヶ月や2ヶ月は余裕で潰れるくらいに大量の情報量が英語圏にはあります。とにかく最先端情報が入ってくるような仕組みにしていかなければならない。

もう一つは学術分野としてのゲームです。MIT やカリフォルニア大学で起きている状況は、ひとつは60年代に映画学部が大量に作られた時期と重ねられて今説明されています。この後に、スピルバーグやルーカスが出きます。そういった人たちのバックボーンを支えているのは、やはりそういった高等教育機関なんです。専門学校教育を批判するわけではないんですが、専門学校教育の限界というのは、たとえばコンピュータサイエンスの基礎をほとんど学ばないで入ってしまうという問題点があります。そのためテクノロジーが大きく変わったときに全くついていけなくなる人が出てしまう。技術そのものがどういうふうに変化してしまうのかということに関して、基礎能力を育てることが大学の持っている能力だと思います。それが無いとついていけなくなるとますます思っています。先ほどお話ししましたように、学会などに関しても、ア

メリカでは既にゲーム学会が動いています。たとえばSIGGRAPHでもそうですが、アメリカの根本的な強みとは、彼らはメソッドを作り始めるとものすごく強くなるということです。映画でもそうです。映画の開発のシナリオ1本とってみても、そのメソッドは死ぬほどあるんです。それがいいか悪いかは分かりません。本当にいいゲームを作る方法としてそれが正しいかどうかは分からないのですが、産業としてそれが強くなるのは間違いありません。だから日本でも進んでいかなければならない。

実は、日本の映画産業、アニメ産業が潰れていったプロセスにも、今の状況を重ねて話されることがよくあります。アニメ産業はアニメ業界そのものに魅力がなくなっているわけではなくて、労働雇用状態が非常に悪化していて、たとえば初任給6万円とかで5~6年働かなければならない。これは無理なんです。だから、ゲーム業界はまだ食えるから、ゲーム業界に来るんです。映画産業もそうです。監督としてデビューできるのは、もしかして40歳くらいになってからかもしれない。もしかしたらアルバイトで月15万円とかで暮らしていかなければいけないという雇用状態そのものが崩壊している。それはその産業が衰退して当然なんです。だからいくらスタジオジブリが賞を取ろうが、スタジオジブリの初任給は15万円です。それでもアニメ業界内ではすごく高いと言われている。そんな実状がある限り、日本のゲーム業界でも同じようなことが起きてくるのは間違いありません。

そういうことを防ぐためには、一つはIGDAが日本に本当に定着するかどうか私にも分かりませんが、それはボランティアとして手を挙げてくださる人と通じてやってみるしかないと思っています。少なくとも日本にはボランティアカルチャーはほとんどありませんし、NPOが、たとえば福祉とか教育では分かりやすいのですが、特定職業、特定業種の成長を目標としたNPO組織は私も聞いたことがないので、この新しい概念が日本に定着するかどうかは私にも分かりません。少なくともIGDA東京としては、情報交換をやる機会を作ればいいのだなということです。IGDA東京では過去3回セミナーを行い、来週の土曜日には4回目のセミナーを行います。「インターネットゲームの可能性を探る」という内容でして、このセミナーもIGDAのおもしろさを使おうと思って、韓国NCソフトさんに講演してもらおうと思っています。さらにそこにカプコンさんとかナムコさんにもご協力をいただけたので、そこで講演を行っていただいて、情報交換を行う機会を作ろうと思っています。もしかして経営者側の人にとって問題になった時は、その時になって悩みましょうというスタンスで進んでいます。

もう一つはGDCそのものの情報収集にもっと力を

入れ、日本でも状況を知ってもらわないといけないと思っています。ゲームを論文にまとめていくことが正しいかどうかは、かなりクエスチョンがあるのは確かです。IGDA のアカデミックサミットでも、ゲーム開発者の現場の人と議論になったのは、ゲーム開発者は「論文を書いている時間があつたらゲームを作る」と言います。それも事実です。GDC では個々のセッションで、個々の作っている人間が話すことによってプライオリティをとっている。もしかしたら、そういう制度の方がゲーム業界には落ち着きやすいのではと思っ

ている部分もあります。もうひとつは、日本でも、CESA さんが行っている毎年9月に行われるセデック (CEDEC) という GDC に近い、ゲーム開発者向けに情報交換を行う仕組みがあるのですが、そこをもっと強化していく必要があると思っています。来年以降、CEDEC に対して IGDA は全面的に関わっていく体制をとるように話を進めているところです。これは (写真) 第2回セミナーのときのことですが、秋葉原のリナックスカフェというところで行ったのですが、SCE のあるディレクターとプロデューサーの方から話をさせていただきました。実は会社に黙ってやっています。SCE さんから怒られるかもしれないけど、がんばってやりました。結局怒られず、後で、ご理解をいただくことができました。集まった人数は60人くらいで、想定した人数を超えて立ち見の人も出ました。

これは東京ゲームショウの時にやったセミナーの状況です。上に写っているのが Xbox を開発したシェーマス・ブラックリィという人です。作った直後にすぐ辞めたという問題のある人間ですが、彼に何かしゃべってくれと言ってお願いしました。先ほどお話しした、ロバート・ヒューブナーもここで話しています。このときの参加者は90人くらいでした。その後実は今年、マイクロソフトさんが日本の IGDA の立ち上げに関わっておきたいという意図もあったと思うのですが、ラッキーなことに全面的にスポンサーしていただき、東京ゲームショウのときにパーティを行いました。330人が参加し、日本人はもちろん、アメリカ人、韓国など全く国籍を問わない形で、各企業も役職を全く問わないでやったパーティになりました。こういうパーティは東京ゲームショウでは過去行われたことがなかったと思います。多くの人から「ほんとうに楽しかった、勉強になった」と言っていて、何とかいい成果を作れたと思っています。この規模のパーティを来年もできるかどうかは分かりませんが、努力していきたいと思っています。

IGDA は基本的に参加型の組織です。NPO として「私はこういうことを手伝えませんか」と言ってくださることから全てが始まるんです。IGDA の発展そのもの

はそれぞれの個人にやってもらわなければなりません。都市ごとに支部を作りますから、たとえば京都にあつても、大阪にあつても、広島にあつても、福岡にあつてもいいんです。それをやろうと言って、手を挙げてくれる人がいれば、その人にお任せして、どう運営していくのかについては IGDA 東京の事務局としても全面的にサポートしていきたいと考えています。アカデミックレポート、ゲーム白書など原著は英語ですから、「それを日本語化する作業をやりたいんだけど」と言っただけであれば、完全にお任せします。その作業をすれば、日本が進む形になります。実は今日、お配りしている資料「IGDA 年次報告書日本語版」も編集、翻訳ともボランティアでやったものです。印刷に関しては、ボンデジタルさんという企業が協力してくれました。

IGDA としてもう少し分かりやすいメリットとして、特典も準備していこうとすすめています。ひとつはセデックの参加費を安くしていただいたりとか、ボンデジタルから発売されている「ゲームプログラミングジェムズ」とか、「コンピュータゲームのための数学」といった高額な技術書籍を、IGDA メンバーはインターネットで1割引が自動的に行われます。メンバー向けのツアーサービスなども検討しています。もう一つ、メンバーになると、英語の情報ですが Game Developer Magazine が世界中どこに住んでいても送られてきます。それによって少なくとも開発者向けの情報が入ってくる。これは CMP 社が発行しているのですが、これは日本から年間購読すると70ドルくらいしますから、それだけでも非常にお得です。IGDA の年会費は100ドルです。実は学生は35ドルなんです。学生に対しても非常に力を入れていまして、ホームページでクレジットカードで申し込んでいただく必要がありますが、35ドルでこれが自動的に送られてきます。

IGDA はこういった形でどんどん動いています。今日、見ていただいて IGDA の存在を知っていただいたことがスタートになりますから、今後とも継続的なご協力をお願いします。ありがとうございました。

(細井)今お三方からお話しをいただきました。キム先生の話に入る前に、私の方で交通整理をしておきたいと思います。概ねお話を聞いていると、前半のキム先生のお話のところであったキーワードは、規制緩和と政策のパワーをどう使うかということだったと思います。規制そのものをどうやって緩和させて、それを政策パワーに転換させるか。そこに韓国が突破した大きなポイントがあるだろうというお話しだったと思います。

経済産業省の片岡さんから伺った話は、プロデュース力を政策にしないといけない、政策のプロデュース

力をどう付けるのかというお話だったと思います。直接人を育てたり、直接産業を育成したりというダイレクトパワーではなくて、環境を作って誘導して、イニシアティブを与えていくという形で、プロデュースの力を政策的にどう発揮できるのかというところに主眼が置かれていました。ちょうどキム先生が、ゲームをがんばらなければとだいがやっておられた時期に日本はあまっているのかなあ、と思うのですが。経済産業省以外のいろんな官庁との横のつながりや政策的な協調であるとか、これからの課題になるのかなあと考えながらお聞きしました。

七音社の松浦さんのお話しは現場の話で非常に分かりやすく、直感的に理解できるところがたくさんあったのですが、一言で言うと「プロジェクトの専門性とは何か」という話だったと思います。専門性が大事である。ただの専門家ではダメだ。プロジェクトのようなものを動かしていく柔軟性とかフレキシビリティであるとか、手の抜き方であるとか、力の入れ方であるとか、人との仲良く仕方であるとか、自分の力の評価の仕方、人の評価の仕方、そういうようなプロジェクト型の組織運営やものの作り方にマッチする専門性、そういうものがないとダメだというお話だったと思います。これは、大学人としては非常に耳に痛い話です。一般に専門的な能力を養成することは困難ではないのですが、できあがった人間は専門バカになってしまう場合もあります。そういうのは大概プロジェクト的には役に立たないというのがほとんどのケースですので、その両方のアンヴィバレントなものを両立させなければいけないという、現場からのご意見だったと思います。

IGDA の新さんのお話しは、そういう話を全部吹っ飛ばしかねないパワーのあるお話しでした。「いや、もうそんな段階じゃないよ。世界はもうそういうレベルではない」と。基本的にはリナックスのコミュニティベースのような開発のパワーが渦巻いていて、企業の個別の戦略であるとか個別企業のシェア競争のレベルを超えた、極めて強い力を持ち始めている。その力をうまく味方に付けて、ゲームという世界を強めていくのか、あるいはそうじゃないのかという選択が迫られている。たとえば、「黒船みたいなものが浦賀の沖にもう来ているよ。黒船はこんなものであるけれど、さあみんなどうするんだ。とりあえず学生は25ドル払って会員になろう」というお話だったと思います。私は25ドルではなく100ドル払わなければいけません。

これらを組み立てると、今日の話はイメージがよく分かってきたなあ、と私は思っているのですが。韓国型の強烈なリーダーシップのあるモデルがある。キム大統領が重点分野を決めるところから、その政策が雪

崩を打つように進んでいって、キム先生が実際の現場をどんどん掘り起こして転換させていったわけです。そういうタイプのものの作り方、政策の押し進め方みたいのと、一方ではリナックスのようにUNIXの開発コミュニティのような利害を超えた技術とか面白味だけで横につながるようなインターネットコミュニティの独特のパワーみたいなものがある。そのパワーの両極端の世界が今見えてきているんですね。日本はどうかというと、片岡さんがきちんとご自分でお認めになったように、日本政府としてはそのどっちをやっているわけではない。基本的には両方をにらみながら日本型のプロデュースのあり方を考えておられる、という話だったと思うのですが。おそらく経済産業省の考え方通り、外から見ていると日本はどっちのパターンでもないなあ、と見えていると思うんです。ファジーな形に見えている気がする。さて、そこでじゃあ、日本のやれる方向があるのか。こういう話になると思います。私が大雑把な整理をしましたので、少し前後しますが、今までのお話を聞いていて、キム先生の方からコメントをいただきたいのですが。今までは立場の違う日本の方からの人材やゲーム産業に関わるスタンスや意見をお聞きになっての、コメントをよろしくお願いします。

(金)私も教育現場で働いています。世宗大学の映像大学院を紹介しますと、ゲーム学科、アニメーション学科、映画学科の3つの学科があります。そのなかで私は主にゲーム学科で講義を行っています。私が担当している科目が、遊び文化論、エンターテインメントビジネス論、画像現実論の3つです。どう見ても工学博士がやる科目ではない。遊び文化論を文学部の先生に頼んだら、文学部の先生はやさしい話もえらいむずかしくする技術を持っていらっしゃるのみんな寝てしまうのです。それにエンターテインメントビジネス論は実際にマーケティングを中心に講義を頼んでみたら、今のマーケティング理論はほとんど製造業のためのマーケティング理論です。要するに触れる、見られる、使える。「使ってみていいなら買いなさい」ということです。映画やゲームは手に触れないものです。これをどうマーケティングするのか。映画を観る前にはその映画がいいか悪いかは分かりません。入場料を払って入ってみて、「今日はダメだった」「今日は涙が出るくらいよかった」と。いい映画だったらたくさんお金を取って、悪い映画だったら少しお金を取ることができないんです。そういうのがエンターテインメントビジネスです。買う前にゲーム機を見ても、自分の顔しか写らないでしょ。そういうものに対するマーケティングをどうするのかを、日本はどうか知りませんが、韓国の経済学部先生はなかなか教えてくれ

ません。しょうがないから私が勉強して、学生たちと一緒に勉強しながら講義をやっています。

今、ゲーム制作スキル、ゲームをどうやって作るのかというのは、今の工学部とか文学部の学生でも十分できると思います。たださっきの話にもあったように、プロデューサーをどうするのかという問題があります。プロデューサーは文学、経済、芸術的デザイン、工学も全部知っていなければなりません。そういう人をどうやって作るのか。発想をちょっと転換して考えると、今の学校制度がいつできたのかを考えると答えが出ると思います。今の大学の制度、専門分野ができたのはたぶん産業革命以降だと思います。西洋人が人間を動物として効率よく扱うために作った分野分けがそのまま大学制度になって、いまだに続いているわけです。

じゃあ、東洋人はどうだったか。大工とか陶工という職種があります。日本にもたくさんいらっしゃると思います。陶工で後ろに工という字が付いているでしょう？土器を作っている方です。その土器を作っている方は技術者ですか、芸術家ですか？その区別はないでしょう。大工さんも同じです。後ろに工学部の工が付いているのに、この人は建築デザイナーなのか建築技術者なのか。東洋にはそういう区別がなかったんです。

要するに今のゲームプロデューサーみたいな人材を育成するノウハウは昔からもっていたわけです。西洋人は自分たちが切り離したものを、今、マルチディシプリンというような言葉で学問の融合を考えていますが、東洋人はもともとそういうノウハウを持っているから、それをどうやって現在のゲーム産業や文化産業に適應させるのかということで答えが出るのじゃないかと思います。

全く例がないのではなくて、建築学科を見るとそれをベンチマーキングできると思います。私も建築学科の出身ですが、建築学科では建築法も教えます。デザインも教えますし、芸術史、芸術哲学、それから施行計画、強度計算、全部やるんです。自分が卒業するときにあるところに専門的にいきたい人が、3年生か4年生のときから集中的にあそこに行く。そういう形です。

ですからそれを考えると、コンテンツ産業への人材育成は建築学科を参考にしたら、すぐに何かできるのじゃないかと思います。もちろんそれをやるためにはさっきの発表の時に申しましたように、教育制度そのものからどうやって切り離すかということが一番大事じゃないかと思います。以上です。

(細井)なるほどなあと思いました。一種のアーキテクトを作るような、徒弟的な人材育成といいましょうか。環境型の人材育成に変えないと、カリキュラムが

いくら精緻化したり近代化したり、情報交換をやっているだけではたぶんダメだという、こういう指摘ですよね。ある種、西洋的人材育成から東洋的人材育成への転換ということ。今のカリキュラム、学校での仕組みを捨ててしまうことが急にできるかどうかは別にして、やはりプロデューサーのようなものが必要だということに焦点が当たっているような気がするんですが、今のキムさんのお話はクリエイターに近い話かもしれない。あるいはクリエイターとプロデューサーの区別すらもはやアンシャンな話なんだということかもしれません。プロデューサーがクリエイターと違うものだとすると、一番むずかしいのはプロデューサーじゃないかというニュアンスがあったと思うんです。もう一度国の政策というスタンスから見て、片岡さん、プロデューサーの育成についていかがでしょうか。先ほどキム先生は横のいろんな省庁をザッと説得されて規制を緩和されたということでしたが、そういうことは今の日本ではできるのでしょうか。

(片岡)最初に断っておきたいのは、キム先生がやられたみたいに、各省庁にいろいろな規制があってゲーム産業の発展を阻害しているという状況は日本にはないと思います。各省庁を説得するためにリーダーシップが要るかということ、僕は基本的にはいらんと思っています。あそこで挙げられていた規制はいっさい日本には当てはまりません。

次に育成です。まずプロデューサー機能とクリエイター機能と二つ分けたときに、さっきの新さんの話もそうだと思いますが、技能とアイデアの二つがあります。まず技能の方から話しをしますが、技能はある程度標準化するでしょう。標準化するというのはリナックスタイプのああいうやり方もあれば、あるいは徒弟制度の中で社内で標準化する方法もあるだろうし、やり方は日本モデルと西洋モデルかで違うかと思いますが、それは一つの方法論はあるからやりたいと思います。

もう一つ大事なのは、アイデアです。技能はある程度教育すればできると思いますが、コンテンツはアイデア勝負ですから。技能は標準化する必要はあるが、アイデアは標準化すると死んでしまう。僕はアイデアの方を育てるということは基本的には無理だと思っています。最後に申し上げたように、国の教育システムそのものをある程度標準的な人間を作っていくという主義から個性を伸ばしていく方向に行って、みんなそれを賞賛する社会を作らないとしょうがないかなあと思っています。

(細井)その最後の点ですが、今、学力低下ということが話題になっていますが、個性化教育について長年

議論を重ねて進めてきたのに、個性化教育が始まったとたんに「もう要らないんじゃないか」という声がいぶでかくなって、学力低下を何とかするためにもうちょっとキチツした古い教育をという声が出ていますね。

(片岡)やっていない段階から評価するのはむずかしいと思うのですが、教育というものは誰もが経験したことがあるので、一過言持っているんです。だから言いたくなるのは分かるんですが、これまでの大量生産方式のもとで一面的なステレオタイプ人間を作っていく方向は見直すべきだと。ストーリーはそうだと思うんです。あとは方法論として何を教えるのか。「3.14じゃなくて3でいいですか、よくないですか」という議論は方法論としてはあると思います。あるいは総合学習の時間をどう使うんですかという方法論はあると思います。ただ方向性自体、僕は正しい方向に進んでいると思います。それも「ああしろ、こうしろ」とお上が言うのではなく、地域のコミュニティを中心として教育がどうあるべきか、親と学校と子どもが三位一体になって「どうやっていくべきか」という議論がされることの方が重要じゃないかと思います。

(細井)地域教育とか学校教育とかに話を広げると少し大変なんですけど、本質はたぶん同じだと思うんです。ゲームやクリエイターの教育ということに話を絞らせていただくと、今の基本的な話は技能的やカリキュラムライズできるとことはともかくとして、クリエイティビティについては無理だというお話しですよ。たぶんそこを引き受けなければならないのは現場だと思うのですが、現場の松浦さん、プロデューサーの育成はOJTという形で仕事の中で可能ですか？

(松浦)どうでしょうねえ。普通の会社にはお勤めしたことが一度もないので、普通の会社もゲーム会社も知らないのですが、上の人が出て、その人の下に中間の人がいて、その人に言われたことをその日のうちに終わって、それを週でやって月でやって年でやってみたいなことをやっているんじゃないか。かなり古い方法なのかもしれませんが、そういうことを想像しているんですけど。実際に大きなゲーム会社がそうやっているのかどうかは私自身は知りませんが、うちの場合はプロデューサーとクリエイターは近い感じです。プロデューサー的能力のないクリエイターの人はいづらいいいとか、ワープロの専門家だった人が職を失ったように、作るものが変わってしまったり、ハードが変わってしまったりするといらない職業になってしまう可能性があるんで、クリエイターの人もプロデューサー的思考方を持っていないと、これからはダメか

なあというふうに思っています。うちの場合はそういうふうになるように仕事をしています。

さっき IGDA の話を伺ったときに、アメリカのリナックス的にボランティア精神で、日本ではボランティアというと福祉関係のここのように使われていますが、実際には「私やります」というふうに立ち上がるということだと思うのです。私がさっき言ったウッキーのシステムも自分で立ち上げるということをやっているかといけないうんです。自分の知識を人に教えましょう、知っていることは教えたいし、あなたのことも教えてみたいという相互関係が、アメリカでは当たり前のことになっているのに、日本の会社的な人事関係とか管理系ではすごくやりにくいのかなあと思っています。

もう一つ、グループウェアを開発しようとしている方が「日本の会社でみんなが自由に意見をのべられるようなソフトを作っているんです」と言ったときに、「うちでは wiki というただのソフトを使っていますよ」と言いましたら、「どうやって使っているのか教えてください」と一度ヒアリングに来られたんです。「こういうふうに意見を出すんです」と説明したら、たぶんそのソフトをノーツみたいな感じで有料で全員がもって書くようにしたとしても、書く前に上司の承諾を得ないといけないうとか、自分の考えを述べていいのか、課としてしゃべらないうといけないうのか、という。サポートシステムとしてはちゃんとワークするけれど、実際にその中で活発に議論が行われるかと言ったら、事後報告書の代わりになるだけで、実際にワークしないんじゃないかということ、かなりがっかりされていました。

ですから現場的に言うと、クリエイター一人ずつがプロデューサー的要素を兼ね備えて、実際にはいろいろなことを決めていくのはプロデューサーだと思いますが、そういうことを活発に行えるような仕組みを作っていけば育っていくんじゃないかと思っています。

(細井)それは仕組みなんですか。それともクリエイターの中から一定の確率でプロデューサーになる人が生物学的に進化していくんですか？

(松浦)うちでもいくらそういう話をしても、全然興味がない、職人的に物を作るのがすごく好きな人もいて、やはりそれはパーソナリティの問題なので、実際には現場で作るのが好きという人もいると思うんです。人数の確率と言うよりも、会社組織で押さえている人の中に、大きな種を持っている人がいるんじゃないかな。それが組織のやり方の関係で、プロデューサー魂が育たないような仕組みになっているところがあるのではないかな。

(細井)環境と文化の問題だということですね。ちょっと新さんにお伺いしたいのですが、プロデューサーみたいな人が育たないといけないというのは、世界のゲーム開発の現場では問題になっているんですか。

(新)そういうわけではないと思うんです。ただプロデューサーそのものを販売とかそういうものとするのか、それともゲームのタイトルをまとめていくものとするのかで、またちょっと違ってくると思います。私が存じ上げているプロデューサーの方というのは、確かにたどり着くまではみんなメチャクチャな履歴なんです。共通項がそんなにないという印象を持っています。そこに何となくたどり着いて、そこに発生したプロジェクトに対して、そのプロジェクトにあったような運営形態を作るような人を中心に、ちゃんとチームとして回り始めるという印象があります。プロデューサー教育をやるとしても、その人がプロデューサーになれるかという、たぶんどの会社でも御免蒙りますというのが現状だと思います。ただ販売の方のプロデューサーという意味では、日本でもその状態がだんだん進んできていると思うのですが、アメリカの場合だと開発会社とそれをパブリッシュする会社というのは非常に明確に分かれてきています。それもエレクトロニックアーツ型と言われていますが、エレクトロニックアーツがいろんな小さな開発会社のゲームを買い上げて、それを編集販売する。販売するところに関してはうちがもつ、と。こういった仕組みは日本でもキチンと比較的やっている。意識的にやっている会社はコナミさんとか、任天堂さんも当然タイトルの中でやっているものもありますし。パブリッシングのプロデューサーという面と、デベロップのプロデューサーは別の側面だと思います。ゲームに関しては全世界に発売していくためのプロデューサー方法はほぼ確立されつつあると、現状でも言えると思います。

(細井)ここでの中心問題は前者だと思うんです。クリエイティビティがコンテンツの命ですから、そういうものをチームワークやグループで作っていくときの人材が必要だと。それには二つに分かれて、一つがクリエイションをする人と、一つは全体を作り上げていく人。クリエイションについては比較の見えてきた気がします。大学の中でもクリエイションに的を絞った細分化が行われてきています。ところが最後に残るのがプロデューサーの問題です。組織化や体系化は無理かもしれませんが。

(片岡)そうなんですよね。最初、プロデューサー人材養成事業と書いていたのですが、やめたんです。そ

れこそさっき新さんが仰っていたように、プロデューサーなんて養成できないんです。どんな形態を取るかわからないし、どんなバックグラウンド、どんな状況によって成功するか分からないので、「何人プロデューサーを養成しましょう」というのは無理なんです。したがって、われわれが言っているのは、プロデューサー基盤の強化ということです。プロデューサーにそういう機能をもってやりたいと思った人が、そのノウハウを得られるようにしてあげること。たとえば、販売のノウハウであったり、契約のノウハウであったり、あるいは資金管理のノウハウであったり。そういう知識を得る場があまりにもないのではないかな。こういう問題意識です。

(細井)キム先生にお伺いします。僕も以前韓国に調査に行ったときに何校か大学を回ったのですが、そこで話を伺ったら、クリエイターであるとかグラフィックを描いている学生、ゲームのシナリオを書いている学生やそれを教えている先生がおられたのですが、ゲームそのものを全体的にプロデュースしたり、産業的にチームをマネージしたりすることに特化したカリキュラムや学科科目はあるのでしょうか？

(金)今現在はほとんどないです。世宗大学の映像学科はそれを目指していますが、さっき私が担当している科目を言いましたが、それ以外にプロジェクトマネジメントとかゲーム心理学とかの科目があります。これは技術と芸術、心理学、経済学の全てを少しずつでも学んで、少なくとも卒業するときには、たとえば経営分野では自分は何を知らないのかくらいは分かってほしい。大学院の二年間でそれを全て教えるのは無理ですから、少しずつあたってみて行き先を教える、現場に出たら自分で勉強するしかないと思います。

(細井)それではプロデューシビリティの話はこれくらいにして、もう一つお話ししたい論点があります。いつもこういう場や、いろんな審議会でもプロデューシビリティの話をしてはいますが、どこに行っても解決しないですね。良案が出てきた記憶もない。それほどむずかしい問題だと思いますが、これは引き続き大きなテーマとして会場のみなさんもいっしょに考えていただきたいということで締めさせていただきます。もう一つ今回の議論で私が論点にしたいと思う点に移らせていただきます。

特に松浦さんと新さんがお話しされたことです。松浦さんはプロデューサーもクリエイターも含めてのことだと思うのですが、人材の基本がしっかりしていれば、あと大事なのはオープン性や流動性だということをおっしゃいました。それも自由にやっていい、そ

の方がむしろ強くなると。新さんの話では、世界はそういう状況にとっくに突入していて、ゲームはもう会社の枠とか自分の開発しているものの枠を超えて、自分が作っているものそのものを見せてしまうところまで来ているんだよ、というお話でしたよね。

僕はさっきリナックスモデルという話になぞらえましたが、そういうオープン化の話だと思うのです。この話は、みんなが共通して使うOSであるとか社会基盤のようなところには比較的分かりやすいのですが、個別の人は嗜好性や好み、やり方も違いますから、嗜好性の高いゲームは、商業的なポジションとしては非常に厳しいポジションに置かれていると思います。そういう世界で、オープンなゲーム開発というのは本当に成立するのでしょうか。世界がそうだから日本でも活発化するのか、あるいは活発化した方がいいのか、ということも含めて、現場とNPOと立場が違いますが、お二人どうでしょうか。

(新)むしろ、それはアメリカの事情をお話しした方がいいと思います。たぶん日本では育っていないのですが、フォースパーティという概念が今出始めています。ファーストパーティ、セカンドパーティという形で、ファーストがその会社のプラットフォームホルダーのとことで、セカンドがプラットフォームホルダーに非常に近い会社、サードはそのライセンス会社。さらにフォースパーティという概念がある。それは何をやる人かという、出てきたゲームそのものに付属してくるような開発ツールを使って、さらに違うゲームを作ってしまう人です。それはアメリカンPCゲームのカルチャーに出ていまして、実は全ての経済統計に出てこないにもかかわらず、いまだに全世界で遊ばれ続けているもっとも強力なゲーム、それは『カウンターストライク』というゲームです。テロリストとアンチテロリストに分かれて、銃を撃ちあうゲームなんです。インターネット上でフリーで手に入ります。サーバーも勝手に立ち上げられる。もともと『ハーフライフ』というゲームのソフトとして出たものが、全部技術情報が開示されたものだから、それを使ってユーザーが勝手に作っちゃったんです。ユーザーが最初にリリースしたものを、まさにリナックスのようにみんながああしろ、こうしろと言う間に、どんどん発展しちゃったんです。韓国も中国も『カウンターストライク』がPCバンの普及期に大きな役割を担っているのは間違いないんです。作った人のところにはお金は行かないんです。カウンターストライクの別のバージョン、第二次大戦をテーマにしたものが最近出てきています。デイズ・オブ・デフィートというドイツ軍とアメリカ軍とが戦うゲームです。こういう人たちが作るのをフォースパーティと呼んでいます。

最初は開発ツールがばらばらだったのですが、どんどん標準化が進んできて、それそのもの、買うとシナリオ一本ができてしまうようなツールが付いている。日本のコンシューマー文化ではゲームを基本的にいじれなかったのが、そういうものはなかったのですが、逆にそれにあたる存在がたとえば同人誌だったのです。日本でのコミュニティの同人誌がフォースパーティにあたる存在です。マイクロソフトのXboxが非常に苦しくなったときには、彼らはデータをオープンにする。内部をさわっても構わないという条件をとってくることがあると思います。そうすると一気に普及する可能性がある。そういう意味で時間の問題だと思っています。

(細井)日本の「開国」は時間の問題だということでしょうか。

(新)日本が開国するかどうかは分からないのですが、世界がそちらの方向に否が応でも引きずられているのは事実です。

(細井)なるほど。松浦さんどうですか。ビジネスの立場から、オープンやフリーな世界が広がったら困りますか？

(松浦)ハードを売って日本の産業を振興することを基盤に考えているように、私からは見えます。だから、ソフトを自由にしたらハードも売れると言ったら、日本もそうしかねない。うちのように企画とソフトを作ることで成り立っている仕事にとっては、うーんと思います。

フォースパーティについて考えるのは、たとえばうちがパッパラッパーを出したときに考えていたこともあるのですが、たくさんのメーカーが同じ方法で音楽ゲームを作られたときに、「パッパラッパが出たから作りやすくなった」「上司の承諾が取れた」というふうな、「バクリました」ということを宣言しているようなインタビュー記事もたくさん読みました。そのときに、「バクリなのか、そうじゃないのか」というところに入り込んでしまうと、裁判とか面倒くさいことになるのですが、作り手としては新しいこと、「誰かがやっているのだったら、別のことを考えたらいいやん」と次々に考えていける力を持てるかどうか、やはり大事だと思います。まず作り手の方としては、次々考えていって、最初に作った人にはちゃんとお金が入るような仕組みになっていることが大切だと思います。

それからもう一つ、音楽業界が、先ほど新さんが心配されているような状況になってきて、大きなレコー

ド会社で出したからといって売れるとは限らなくて、大きな会社でもそれを隠して小さなインディーズレベルにしているということもあります。ちょっとずついろいろ嗜好のものが売れる仕組みになってきています。ゲームも開発にはものすごくお金がかかるようになってきていますが、大きな会社を辞めたプログラマーの人とグラフィックの人が、自分たちでストーリーも全部考えてやって、手売りするみたいなことがこの間のゲームショウにも出ていました。こういう感じになっていく部分もどんどん増えていくのではないかと。そうするとコミケみたいに「手売りで3000本、3000円で売れたらいいや」ということになったら、それでは産業ではないですね。見えないところでやり取りされている趣味みたいな。だからゲームがホビーみたいになることは心配なことです。

(細井)最後の点ですがほんとうにそうですね。アンダーエコノミーになってしまうということもあり得ます。

(新)ちょっとだけ補足すると、今でもアメリカのPCマーケットは、昨年の経済好調で消費市場が拡大したにもかかわらず縮小しました。その原因がたぶんフォースパーティの存在が強くなりすぎたためだと言われています。

(細井)地下に潜ったわけですよね。片岡さん、どうですか。それはまずいんじゃないですか？

(片岡)公式にはまずいでしょうね。つまり政府の役割とは国富の増大、つまり雇用の確保ですから。それで食っていく人がいなくなったら大変だと思います。ただし、それも含めて、サービスを選ぶのは消費者です。いくらいい物でも買ってくれなければ産業にならないわけですから。そこはまさに知恵比べ、消費者の心を誰がどうつかんでいくのかということしかないという気がします。

(細井)地下経済化ということでは、経済産業省では何か政策的な対応はあるのですか？

(片岡)さっきのフリーソフトを自由に改変して楽しんでいくということは全くフリーです。しかし、「それは嫌だ。このコンテンツには著作権があって自分のものだ」と言っているものをネット上で勝手に配布するとか、コピーするとか、改変することは法律で止められています。一方でピアツーピアも含めてネット上ではなかなか不正行為が捕捉ができないということがあるので、これについては技術開発をすることによ

って追跡ができるようにすることはやっています。

(細井)片岡さんを買めるわけでもないし、まったく片岡さんの責任でもないのですが、やっぱり後手、現状追認型ですよ。むしろもっと先に出て、そういう状況の経済を新しいモデルとして提案して、その新しい経済で人の雇用とお金が回る仕組みをどう作るかということが政策的ポイントだと思うのですが。日本全体の政策的スタンスがひっくり返っているような気がします。

(片岡)インターネットの世界は手が付けられないということがあります。コンテンツ屋さんのところさっきの音楽レーベルとか含めて、あるいは映画会社も含めて、ネットよりもセキュアなメディアといわれるものになるべく寄っていったらいいのじゃないかと、言う人もいます。そっちの方がつまらなければ、つまり、金を払うほどの価値がないわな、安い方で十分満足だということになってしまえば、どうしようもない世界にならざるを得ない。

(細井)なるほど、よく分かりました。一応、ご案内している時間に近づいてきているのですが、こういうメンバーで集まる機会のはめったにないと思いますので、もし会場の方からお話を聞いていて質問やご意見などがありましたら遠慮なくお寄せいただきたいと思います。

【会場との質疑応答】

(質問者1)松浦さんのお話で、七音社が専門家の集団だと言われました。七音社が作っているゲームは新しい物が次々に出ていると思います。最初、音楽とCGの出会いがあったと言われましたが、ゲームにするにあたって、ゲームそのもの、システムとかルールをどうしても乗せないとゲームにならないと思います。その部分の専門家はいるのでしょうか。いるとしたらその人達は育成されてきた人たちなのですか？

(松浦)イエスカノーかでお答えするとしたら、ノーです。実際にいません。プロデューサーである松浦雅也が「こんな感じかな」と、どんどんルールを決めています。だからゲームっぽくないと言えるのかもしれませんが、実は私は全然ゲームができなくて、自分のとこで出したゲームはどれもクリアできずに最終まで行ったことはないのですが、ゲーム性に関してもビブリオンだったら、私は×の位置も覚えられないし、だったら最初からボタンを4つ使うところからスタ

ートしてほしい、という小さな願望を集めていってルールになっていくという感じです。プログラマーは外にお願いすることが多いのですが、嫌がられることは仕様書がないということです。仕様書がないということは世間的には大変なことらしいのです。しょうがないので途中で仕様書みたいなものを聞き書きしてルールをゲーム性に基づいて作ってもらったりします。仕様書も途中で変わってしまって、最後まで行くということがなく、ビルド・アンド・スクラップ方式で作っては潰れています。能率的にはほんとうはよくないと思います。

(質問者1) 僕も現場にいるのですが、仕様書はすごく切実です。新さんの著作もまさにそういう現場を書いています。みなさんにも是非ご一読をすすめます。

(質問者2) 私は、ゲームを作っている人間ですので、あまり公的な人と話す機会がなかったので、かねがねそういう方のお話を聞きたいと思っていて、今日はたいへん参考になりました。片岡さんにお伺いしたいのですが、私どもはゲームを作っていると、日本の国内の場合はCESAとかで倫理規定があったり、業界団体で取締まりがある。映画の場合でも映検という形で業界団体で取締まりをやって、みんなで規準を決めようというフェアなやり方、民主的なやり方ですすめていると思います。ところが他の国になりますと、公式な場では自由自由と言っているのに、いざ映画を出そうゲームを出そうとした場合に、政府がそれを見て検閲をして、政府の方針にあわなかったらそこを削除するという行為が平気で出されているわけです。しかもその行為の理由付けが、犯罪を抑制するためだとされています。それを言っている国は、日本より犯罪率が非常に高い国がほとんどです。国の成り立ちや国民性が違うので、一概にその国が間違っているとは思わないのですが、これだけ矛盾がはっきりしているのですから、日本側からも「それはおかしい、そういうことは変えてほしい」と日本の参考事例をもっと指し示してもいいと思うのですが、そういう宣伝活動はされているのでしょうか。

(片岡)非常にむずかしいご質問ですね。あんまりやるとアジアの国々からひどく責められかねません。日本では、検閲はしてはならないと憲法で保証されていますから、いずれの場合もみんなで話し合ってみんなの自主的な規制でやっています。韓国ではそうならないことが当然あって、文化の観点やその国の歴史に基づいています。WTO(世界貿易機構)が、そういう非関税障壁をなくしていきましょう、なるべく自由な取引をしていきましょうと言っているのですが、

WTOの場でさえも「文化は別だ、その人やその民族にとって大事だから」と、文化の分野はなかなか進みたいという現実の認識があります。非常にご苦労されていると思いますが、引き続きご苦労してください、がんばってくださいとしか言いようがない。本当に理不尽であれば政府間の協議で言うことも可能ですが、なかなか言いづらいところかなあという気がしています。

(細井)今日は特に人材育成といっても現場に踏み込んだ細かい話よりも、もうちょっと大きな枠でお話をさせていただいたので、現場の問題意識で来られた方は食い足りないと思っておられる方もいらっしゃるかもしれませんが、今、大局的に問題なのはここで議論された大きな枠だと思います。日本は、グローバルスタンダードと呼ばれているアメリカやヨーロッパ型のやり方とも違うし、キム先生が話された韓国のような日本人よりももっとうまい集団の使い方、組織の使い方グッと一点を突破して全面的に展開するというやり方も、パブルの崩壊以降はあまりうまく機能できない構造になった。どうも真ん中でフニャフニャして、それが全て悪い方向に出てしまっている。特に最近、主な政策的課題が銀行や金融であって、不良債権の処理であったり、要するに過去の時間をどう精算するのかに限定されてしまっているような気がします。ゲームみたいな新しい産業をどう作るかということは、未来をどう作るかという話ですから根本的に違う。そのあたりからどうしても抜け出せないなあということが今日も感じたことです。ただいつもと違って、一個一個の問題点については、さすがに現場の専門家の方をお呼びしましたので、より深まったと思いますし、私自身も勉強になったことが山ほどありました。たいへん有意義な時間を過ごさせていただいたと思っています。今日は長時間ありがとうございました。

【解題】

本稿は、テレビゲームの保存と活用を研究する産官学プロジェクトである「ゲームアーカイブ・プロジェクト」*1がプロデュースしているアカデミックゲームイベント「game++(ゲーむぷらぷら)4」の記録である。このイベントは1999年から数えて4回目であり、前回につづいて今回もゲーム立国をめざす韓国からメインゲストをお迎えして、2002年11月22日(金)に京都市リサーチパークで開催した。*2

第一部の講演者、金東絃氏は、韓国ゲーム産業を国家的な戦略産業に育て上げた立役者であり、この講演において1990年代後半以降に急速に国際競争力

を向上させてきた韓国のメディア産業の「謎」があまりとなく明らかにされている。韓国が財閥主導型の経済に起因する構造的な不況に陥る中、当初、「陰地産業」と呼ばれていた映画やマンガ、ゲームなどのメディアコンテンツ産業は、大統領のリーダーシップもあって急速に戦略産業としての地位を獲得して行くのであるが、そのプロセスは単なる時代の流れのようなものではなく、金氏のようなゲーム産業の理解者＝プロデューサーによる政策的努力の積み重ねによって進められてきたのである。ネットワークゲーム、オンラインゲームと呼ばれる次世代型の新しいゲームにおいて良質ともに韓国がリードし始めているのもこのような歴史的前提があるからであり、日本のゲーム産業の今後を考える上でも大変示唆に富んだ講演であった。

第二部のパネルディスカッションは、人材育成をキーワードとして我が国のゲーム産業の現状と課題を考えるという趣旨でおこなわれた。

経済産業省の片岡宏一郎氏は、冒頭、日本のゲーム産業の危機と斜陽について問題提起され、あわせて韓国の現状と対比して国情や政策決定過程の相違から同じような産業育成のプロセスは考えにくく、日本的な発展の道筋を考えるべきであると主張された。パラッパッパーなどのヒットで有名な松浦季里氏は、かならずしもテレビゲーム制作の伝統的な手法や文化にこだわらないところに新しいインタラクティブメディア性を豊かに表現できる作品が生まれる可能性を示唆され、そのような新しい方向のゲーム制作には、オープンで専門性の高いフレキシブルなチームワークが必要であると述べられた。ゲーム開発者の国際NPOであるIGDAの東京代表であり、メディアライターの新清士氏からは、特に技術開発のスピードと内容の高度化に伴って、閉鎖的なタイプのゲーム開発が困難になりつつある現状が紹介され、世界的なレベルでゲーム開発者の情報交換、トレーニング、学術研究を進める組織が立ち上がっていることが示された。また、第一部のゲストである金氏からも、韓国のゲーム人材育成がすでに高等学校のレベルから取り組まれていること、また大学においても従来型の縦割りの学問体系にこだわっていない、総合性の高いゲームのようなメディアコンテンツの人材育成は困難であるという認識が広まっている現状が示された。

総じて、このパネルディスカッションで明らかになったことは、パッケージ型のテレビゲームで先行した日本の優位性は失われつつあり、国家戦略として中等レベルの教育改革を前提としつつ人材育成を進めている韓国やオープンな文化やマインドを背景にした高度な欧米型の協調ネットワークが急速に追い上げつつある、という現状である。かつての日本産

業を彷彿とさせる官民組織力を示す韓国と、オープソースの強大な文化と力学を背景に持つ欧米の間に挟まれ、どちらでもなく斜陽していく日本、という構図である。もちろん、会場とのディスカッションも含めて、このような現状と問題点についてなんらかの解決策が示されたわけではないが、ゲームとアニメは日本の十八番で強い国際競争力をもった産業であるという一般的な理解が、実はかなり困難な状況にあるという認識を参加者と共有した。

そして、逆説的に考えれば、韓国の歴史から緻密な政策的な戦略化と教育課程全体のリデザインを学び、欧米の事例からオープン化、ネットワーク化によるシナジー効果的なクリエイティビティの切磋琢磨を学べば、一見閉塞状況にあるかに見える日本のゲーム産業における人材育成のヒントが得られるように思われる。

パネリストの一人、松浦氏が開発しているゲームは、どちらかといえば従来型のテレビゲームというよりネットワークサービスやデジタルアート、インタラクティブアートという側面の強い作品であるが、会場で紹介されたような非常にオープンな人材育成の環境もあわせて考えると、このような方向にも新しい日本発のゲームの世界が示唆されているのかもしれない。

- 1) ゲームアーカイブ・プロジェクト (GAP) は「人材育成を目的としたテレビゲームのアーカイブ構築とその活用」を考える産官学協同プロジェクトであり、京都府、京都リサーチパーク株式会社、立命館大学の三者によって運営されている。また、研究に不可欠なテレビゲームのハードウェアとソフトウェアについては、任天堂株式会社、株式会社セガ・エンタープライゼスを始めとするゲーム関連企業から寄託等の協力を得ている。
<http://www.kyoto-one.ad.jp/gap/>
- 2) 過去の game++ の概要と記録については以下の URL を参照されたい。
 - ・「game++」(1999年11月17日)
<http://www.kyoto-one.ad.jp/gap/game/>
 - ・「game++2」(2000年11月20日)
<http://www.kyoto-one.ad.jp/gap/game2/>
 - ・「game++3」(2001年11月10日)
<http://www.kyoto-one.ad.jp/gap/game3/>