

# ゲームとアカデミズム

文教大学大学院 情報学研究科 教授 松原 康夫<sup>†</sup>

Yasuo Matsubara

## あらまし

ゲームは子供の遊ぶものという観念が根強いが、日本においてもようやく学術的な教育・研究の対象として認識されようとしている。

キーワード：シリアスゲーム、オンラインゲーム、サイバースペース

## 1. はじめに

ゲームは当初米国において作られたが、その後様々な経緯を経て、今では日本において数少ないコンテンツ輸出産業の一つとなっている。本文ではゲームを取り巻く最近の状況について概観するとともに、アカデミックな立場からのアプローチの必要性について考察する。

## 2. 政府の取り組み

平成 18 年 8 月に経済産業省は、「ゲーム産業戦略」という文書<sup>1)</sup>を公表している。この中でゲームを、日本を代表するコンテンツと位置づけ、海外において日本コンテンツの「ソフトパワー」を發揮し、新しい日本文化や日本ブランドの発信に貢献するなどの役割を果たしてきているもので、ゲーム産業がきわめて重要な産業であるとしている。

第 1 章のゲーム産業の意義において、日本のゲーム産業の位置づけを以下の 4 項目に集約している。

1. コンテンツ産業で最大の輸出産業であり、日本のソフトパワーの海外展開に貢献している産業である。
2. 今後のマーケット拡大の可能性が大きい産業である。
3. コンテンツ産業を技術面で牽引している産業である。
4. ユビキタス社会の実現に貢献している産業である。

第 2 章のゲーム産業の歴史においては、当初米国で誕生したのであるが衰退したのに対して、日本ではゲーム産業として確立し世界を席巻したことや、近年になっての米国の追い上げや、オンラインゲームにおいて韓国が急進したことなどが挙げられている。

第 3 章 ゲーム産業の現状と課題においては、日本において、情報通信産業では大学卒が約 53%、専修学校卒が 16%(平成 16 年度)であるのに対して、ゲーム会社の採用は専門学校卒が約 60%、大学大学院が 30%(平成 18 年度)と、ゲーム産業への人材供給は、専門学校に偏っていることが指摘されている。特に米国に比べて、日本では大学院卒が

約 1%と少なく、高度な教育を受けた人材の確保が十分ではないことを指摘している。

第 4 章 ゲーム産業の未来像と実現に向けた戦略においては、日本のゲーム産業が目指すべき 2 つの未来像を示している。〈未来像 1〉は、要するに、日本のゲーム産業が今後とも輸出産業として発展し続け、世界をリードしていくことであり、〈未来像 2〉は、次のようなものである。「日本のゲーム産業が青少年健全育成等の課題に積極的に対応し、教育・学習、医療・福祉等のエンタテインメント以外の分野においてもポテンシャルを發揮するなど、これまで以上に社会や国民に広く支持を受けること。」

そしてこうした未来を実現するための戦略をいくつか上げているが、その中では人材の確保のために、大学等の教育における産学連携の強化が必要であるとしている。そして研究開発を推進するシステムを確立するためにはゲームに関する学会の自主的かつ積極的な活動を強く期待しており、国が促進すべきとする。

## 3. 学術関係

従来、ゲームに関しては学問の対象ではないという観念が強かったのであるうか。余りゲームに関する学会が見られなかった。現在、日本において「ゲーム」を主なターゲットとする学会としては次のようなものがある。

！ゲーム学会 (<http://www.gameamusementociety.org/>)  
2002 年に設立された。

日本シミュレーション & ゲーミング学会  
(<http://www.econ.fukuoka-u.ac.jp/~yigarash/jasag/>)  
1989 年に設立された。教育との関連や広い意味でのシミュレーションの意味合いが強い。

日本デジタルゲーム学会 (DiGRA JAPAN)  
(<http://www.digraination.org/>)

日本国内におけるデジタルゲーム研究の発展及び普及啓蒙を目的として 2006 年に設立された。東京大学大学院情報

2008 年 9 月 29 日受付

<sup>†</sup> 〒253-8550 神奈川県茅ヶ崎市行谷 1100 ymat07@shonan.bunkyo.ac.jp  
Graduate School of Information and Communication, Bunkyo University

学環教授であり、自分でもゲームを作成する馬場 章氏が会長を務める。もともと、国際的なゲーム学会として2003年に設立されたDiGRA (Digital Games Research Association)の日本支部的な位置づけであり、2007年には国際会議DiGRA2007を東京大学本郷キャンパスで開催した。

また情報処理学会においては研究会の一つとしてエンタテインメント研究会およびゲーム情報学研究会がある。本文で取り上げるゲームに関しては、エンタテインメント研究会のほうが、親和性が高い。

もともと、専門学校ではゲームに関する学科を置くところが多いが、最近は大学においてもゲームを教育研究のテーマとして取り上げるところが増えつつある。

大阪電気通信大学総合情報学部では2003年にデジタルゲーム学科を設置している。宝塚造形芸術大学はメディア・コンテンツ学科を置くが、その中にゲームコースを置いている。東京工芸大学では、芸術学部のアニメーション学科の中にゲームコースを置いている。立命館大学の映像学部ではゲームデザインやゲームテクノロジーなども教育の内容としている。

特に学科名やコース名としてゲームを冠さないところでも、カリキュラムの一部にゲームに関連する科目を置くところが多い。文教大学情報学部では、情報システム学科でゲームに関する科目を複数置く<sup>7)</sup>ほか、広報学科ではコンテンツ科目群を置き、経営情報学部においてもビジネスゲーム<sup>8)</sup>の授業を行っている。

国外では米国をはじめとして、1990年代からゲーム開発を学んで学位が取得できる大学もあり、多くの大学で、ゲーム学科、情報工学部、芸術学部、コンピュータサイエンスなどの学部でゲームに関するカリキュラムがある<sup>23)</sup>。

#### 4. DS現象とゲームニクス

ニンテンドーDSは2004年12月に発売されてから僅か3年間で2000万台が売れた。これまでのゲーム機が1000万台を達成するのに約3年かかっているのに、DSは21カ月で1000万台を達成してしまったという<sup>4)</sup>。また、これまで据え置き型のゲーム機が主流であったのに対して携帯型のゲーム機が主流になったこと。さらにはいわゆる子供が遊ぶゲームソフトだけでなく様々な実用ソフトが売れるようになったことなど、DSはこれまでのゲーム機に関する常識を覆してしまったのである。

文献5)において、日本のTVゲーム業界が蓄積したuser interfaceに関するノウハウの蓄積を「ゲームニクス」という言葉で提示している。テレビゲームの基本はストレスと快感のバランスをとることによって、ゲームを面白いと感じさせるものであり、誰もがマニュアルを読まなくても使い方がわかり、誰もがいつの間にか機能を使い込めるようにするのである。

子供がゲームに夢中になることを逆手にとって、90年代前半にエデュテインメントという言葉で、教育関連のソフトが大量に発売されたが、市場を確立するには至らなかった。それに対してDSにおいて各種の知育ゲームが流行したのはゲームニクス的な考え方があると示唆している。

#### 5. オンラインゲームの重要性

MMORPGに代表されるオンラインゲームは、韓国が高い競争力を誇っている。日本や米国ではビデオゲーム産業が強力であったためにオンラインゲームへの転換が遅れたとする<sup>6)</sup>。オンラインゲームはインターネット上で展開されるサイバースペースへと発展する可能性がある。セカンドライフなどはその先駆けであろうが、日本では期待されたほどの参加者を集めていない。オンラインゲームはネットワーク技術の実験の場であると同時に、サイバースペースにおけるさまざまなコミュニケーションやそれによって形成されるコミュニティのあり方を探求する場として捉えるべきであろう。

#### 6. まとめ

日本の大学において、ゲームが研究教育の対象として意識されるようになったのは比較的最近のことである。欧米においては日本より先行しているが、その研究方法について明確なディシプリンが確立されているとは言い難い。新しい技術の開発、シリアスな目的への応用、将来のサイバースペースのあり方、サイバースペースと現実世界を融合させる可能性を探る等、多様な視点からの積極的な取り組みが必要な分野であり、文教大学大学院情報学研究科においても重要なテーマとして取り組んでいる。

#### 【文献】

- 1) 経済産業省、「ゲーム産業戦略」  
(<http://www.meti.go.jp/press/20060824005/game-houkokusho-set.pdf>)
- 2) 伊是名宏樹、「大学におけるテレビゲーム教育」  
([http://www.dcaj.org/column/cmu-etc/repo\\_1/index.htm](http://www.dcaj.org/column/cmu-etc/repo_1/index.htm))
- 3) 馬場 章：「大学のゲーム教育・世界編」  
(<http://www.rbbtoday.com/news/20060901/33575.html>)
- 4) 細川 敦、「なぜ大人がDSにハマるのか？」ソフトバンク新書、2007年12月。
- 5) サイトウ・アキヒロ、小野憲史、「ニンテンドーDSが売れる理由」秀和システム、2007年8月。
- 6) 魏 晶玄、「韓国オンラインゲームビジネス研究」東洋経済、2006年3月
- 7) 情報システム学科カリキュラム  
(<http://www.bunkyo.ac.jp/faculty/fac-info/is/program.html>)
- 8) 富田輝博、「大学におけるビジネスゲームの活用」  
(<http://www.bunkyo.ac.jp/~tomita/bg4.pdf>)

まつばら やすお  
松原 康夫



1948年仙台出身。1973年東北大学大学院修士課程応用物理学専攻修了、1986年工学博士、同年文教大学情報学部講師、現在情報学研究科教授、専門はコンピュータサイエンス、情報学、知識を利用した情報処理。最近はゲームの研究にも関心を持つ。