

●シンポジウム

ゲームを活用した社会課題解決の可能性の研究

——スタートアップシンポジウム

竹内孝宏，川又啓子，石川ルジラット，
田嶋規雄，原田勝弘，椿彩奈

目次

- I.（第1部）青山学院大学総合プロジェクト研究所「知財と社会問題研究所」について 竹内孝宏
- II.（第2部前半）基調講演「ゲーム実況におけるコミュニケーション」
石川ルジラット
- III.（第2部後半）スタートアップシンポジウム「ゲームを活用した社会課題解決の可能性の研究」
竹内孝宏，川又啓子，石川ルジラット，田嶋規雄，原田勝弘，椿彩奈

キーワード

ゲーム (video games)
知的財産 (intellectual properties)
社会課題解決 (social problem-solving)
公共圏 (public sphere)
ゲーム実況 (game streaming)

●SYMPOSIUM

Research on the Possibility of Using Games to Solve Social Problems:
Startup Symposium

by TAKAHIRO TAKEUCHI, KEIKO KAWAMATA, RUJIRAT ISHIKAWA, NORIO TAJIMA,
KATSUHIRO HARADA & AYANA TSUBAKI

I (第1部) 青山学院大学総合プロジェクト研究所「知財と社会問題研究所」について

竹内 孝宏

青山学院大学総合プロジェクト研究所「知財と社会問題研究所」所長

青山学院大学総合文化政策学部 教授

「知財と社会問題研究所」について

知財と社会問題研究所 (Solving Social Problems through Intellectual Properties: SSP-IP) は、企業等が所有する知的財産を活用して社会問題解決のためのモデルを構築することを目的として、2021年1月に設立された。本学総合プロジェクト研究所のひとつである。

知財といい、社会問題といい、アカデミックな研究においても現場での実践においても、すでに膨大な蓄積がある。そうしたなか、SSP-IPのユニークな特色は、これはほかの媒体でもすでに述べたことだが¹、このふたつを接続する「と」にこそ見出すことができるだろう。しかも、ここで「と」は、記号でいえば「+」というより「≧」がもっともフィットする。

どういうことか。知財の側から世界を眺めてみたとき、まっさきに目に映る風景は、たとえばライセンスビジネスやコンテンツビジネスといったところだろう。また逆に社会問題のほうから見ると、その視線のさきに捉えられるのは、政策レベルや民間でのさまざまな活動なのではなからうか。それに対してSSP-IPは、そうした風景の書き換えを試みる。つまり、社会問題解決のためのオプションとして知財の有効性を検証すると同時に、知財のあらたな活用領域のオプションとして社会問題解決を召喚するということである。そのために、マーケティング、消費者行動論、創作文化論、表象文化論といった専門分野の研究者による領域横断的な体制をとっている。

しかし、それにしても、どうして「知財」なのか、またどうして「社会問題」なの



か。これは SSP-IP 設立の経緯に深く関わっている。

「知財と社会問題研究所」設立の経緯

本研究所設立の契機となったのは、青山学院大学総合研究所 2018 年度研究ユニット「五輪 e スポ」による「「e スポーツ」のスポーツ化に関する探索的研究」である。同研究課題は、近代スポーツの枠組みを拡張・変容する可能性をもつ「e スポーツ」に注目し、e スポーツのスポーツ化の促進・阻害要因の解明と活性化策の提案を目的として研究に着手した。当時は、東京五輪に向けて、スポーツの IT 化、社会的包摂／インクルージョンが進展しつつあり、「五輪 e スポ」では、e スポーツがもつユニバーサルな価値に着目した「ユニバーサル e スポーツ研究会」を開催する運びとなった²。この研究会から着想を得て「知財と社会問題研究所（SSP-IP）」を設立した。

共同研究に至る経緯

SSP-IP の最初の研究プロジェクトは、「ゲームを活用した社会課題解決の可能性の研究」である。理由はのちほど述べるが、「鉄拳プロジェクト」（TKP）と通称されている。

SSP-IP の活動における TKP の意義は、以下のふたつにまとめることができるだろう。まず第一に、これが研究所単体の研究ではなく、株式会社バンダイナムコエンターテインメント（BNE）との共同研究として実施されるということがある。つまり、アカデミアの内部で抽象的かつ理念的なモデル構築に耽溺するのではなく、具体的な外部の「現場」と不断にかかわりあいながら遂行される実践的研究という側面である。そのため、BNE で実際にゲーム制作にたずさわる原田勝弘氏を共同研究者として招聘した。原田氏は、BNE の代表的なオンラインゲーム『鉄拳』のプロデューサーであり、TKP の名称はここに由来する³。

そして第二に、ここで「知財」が、ほかでもない「ゲーム」にフォーカスしているということ。これは SSP-IP にとって、きわめてチャレンジングな状況であるといってもよい。ゲームを活用して社会問題を解決するといっても、そのゲーム自体が社会問題の原因である、あるいは社会問題そのものであるといった認識が根強く存在することは否定できない事実だからである。そうしたいわば「ゲーム社会問題論」に対して、SSP-IP としては、まずは価値中立的な立場をとり、あくまでも社会問題解決のひとつの手段としてゲームがもつ可能性そのものを掘り起こす作業に専心していく。

つまり、社会との関係性においても、研究プロジェクトの内部構造においても、TKP にはいわば自己相対化の機制がつねに作動しているということである。これを

どこまで創造的に方向づけていけるかが、研究の成否にとってもっとも重要な鍵になるだろう。

次頁から始まるのは、第二部スタートアップシンポジウム「ゲームを活用した社会課題解決の可能性の研究」の記録である。本誌掲載にあたり、若干の加筆修正作業を加えたものであることをお断りしておく。

◆企画概要

シンポジウム	ゲームを活用した社会課題解決の可能性の研究	
開催日	2021 年 6 月 26 日 土曜日	オンラインによる収録
開催概要	第 1 部「知財と社会問題研究所」趣旨説明、設立の経緯 「ゲームを活用した社会課題解決の可能性の研究」共同研究の紹介 第 2 部 スタートアップシンポジウム「ゲームを活用した社会課題解決の可能性の研究」 ・基調講演 「ゲーム実況におけるコミュニケーション」 ・パネルディスカッション タイトル「ゲームが創造する新たな公共圏」	

スタートアップシンボウム

第2部「ゲームを活用した社会課題解決の可能性の研究」

Ⅱ.（第2部前半）基調講演「ソーシャルメディアを用いる創作文化：

ゲーム実況におけるコミュニケーション」

石川ルジラット

青山学院大学総合プロジェクト研究所「知財と社会問題研究所」所員

総合文化政策学部 助教

インターネットとスマートフォンの普及により、ソーシャルメディアは多くの人々の日常生活の一部になっているといっても過言ではない。また、それによってコンテンツの消費・制作・配布・循環が簡素化され、スマートフォン一台があれば、コンテンツのプロデューサーになれる時代になった。テレビでは「将来就きたい仕事」を子供に聞くと、「ユーチューバー」という職業がランクインしたという報道も度々取り上げられた。一方で、「創作」する行動はインターネットによって生まれたわけでは



なく、昔から存在している文化である。これまで日本では同人文化というアマチュアによる物作り文化が存在しており、インターネット上でもこの文化は消えず、変遷し、メディアにも影響を与えている。本研究は創作文化とソーシャルメディアの相互作用に注目し、ソーシャルメディアを用いるゲーム実況におけるメディアの生態系を明らかにしたい。また、本基調講演では、その生態系を把握するため、まず、ゲーム実況者におけるコミュニケーションに焦点を置き、観察を実施し、報告した。

ゲーム実況とは？

ゲーム実況（実況プレイ、ゲーム配信、ゲームストーリーミングとも呼ぶ）はさまざまな定義がある。テレビでゲームをやりながら実況する情報番組は1980年代からあったが、「ゲーム実況」という言葉が流行り始めたのはニコニコ動画におけるゲーム実況が定着してからであった。2009年には200人以上のゲーム実況プレイヤーがいたという⁴。本論において、ゲーム実況とは、YouTubeやニコニコ動画、Twitchなどのような動画配信・生配信アプリを利用し、自分または他者がプレイしているゲーム内容について実況中継することと定義し、ソーシャルメディアがプラットフォームになっているゲーム実況に限定する。また、音声のみの実況もあるが、ゲーム画面を共有しながら実況することが一般的である。以前、ゲームをプレイしている動画に対し、視聴者（リスナー）が実況コメントを書くという意味もあった。実況内容は、ゲーム戦略の解説が多いが、ゲーム内の台詞を朗読するなど笑いをとるネタ系もある。また、ゲームを実況する人は、ゲーム実況者（以下：実況者）・ゲーム配信者・実況プレイヤー・ストリーマーなどと呼ばれる。さらに、リスナーとコミュニケーションしながらゲームを進行する生配信タイプと録画して編集作業を行ってから投稿するタイプがある。

ゲーム実況の市場

日本経済新聞によると、2020年から新型コロナウイルス禍による自粛生活の巣ごもりのため、ゲーム実況の「総視聴時間は倍増し、世界で1日1億時間に達する」という⁵。また、同記事によれば、有名な実況者の影響がゲームの売上まで及び、そのため業界内では取り合いが激しくなっているという。実況者の影響はよく知られているeスポーツ市場のみならず、個別のゲームタイトルも例外ではない。本発表はその中から『Among Us』というゲームを研究対象として取り上げ、実況者の間のコミュニケーションを分析したい。

先行研究

これまでゲーム実況における創作文化とメディアの生態系に関する先行研究はまだ少ない。Kaytoue⁶は、初めてゲーム実況を研究したと主張。Twitchを対象にeスポーツにおけるゲーム実況のコミュニティや行動等を分析した。彼らによると、Casual Player（エンジョイ勢）にとってゲーム実況が新たなエンターテインメントジャンルになっているという。また、ゲーム実況ではないが、松井広志⁷は、メディア論の視点からソーシャルゲームを分析し、次の3つの時代に分類した。第一はプレ・ソーシャルゲームの時代（1990年代）であり、『ポケモン』『たまごっち』等が人気で、コミュニケーションを重視した。また、断片化・偏在化するゲームプレイが主流であった。第二はソーシャルゲームの時代（2000年代）である。この時代は、ガラケープラットフォーム（モバゲー、GREE等）が中心となり、SNSでの交流・競争を体現し、他のユーザーとつながることが優位となっていた。そして、第三はポスト・ソーシャルゲームの時代（2010年代）でありスマートフォンゲームが中心となった。この時代の代表的なゲームタイトルは『パズドラ』、『Fate/Grand Order』等で、これまでの時代と異なり、コミュニケーションと虚構世界が主流になり、断片的・偏在的ゲームプレイが日常化したという。さらに、参与観察によると、実況者同士はコラボレーション動画作りやコミュニケーションすることが多い。生態系の全体像を把握するために、ゲーム実況におけるコミュニケーションはどのように行われたかを分析する必要がある。

研究方法と研究対象

本基調講演の基盤となる研究の方法と対象について述べる。当該研究は現在も継続中で、フィールドワーク（参与観察およびインタビュー）を実施している。本基調講演では、2020年の10月からYouTubeにおいて日本人ゲーム実況者を中心に、リスナーとして参与観察を行った結果の分析である。

研究対象は、2018年6月15日に米国 Innersloth 社よりリリースされた PC/iOS/Android/Switch 向けの「宇宙」を舞台としたオンライン人狼ゲーム『Among Us』というゲームである。スマホ版は無料（アバター課金あり）で、PC版は約5ドル、Switch版は520円である。また、日本経済新聞によると、オンラインゲームコミュニティが巨大化している中、『Among Us』がゲームプレイ人口1位を取得し、月間利用者は5億人いるという⁸。また、このゲームがリリースされた2018年はほとんど人気なかったが、2020年7月あたりから有名な Twitch ストリーマーの実況により、大ブレイクした⁹。さらに、人気になったきっかけの一つはプレイヤーの間のコミュニケーションである。

参与観察結果

①コラボレーション動画で新たな出会い・視聴者が増加

2021年6月20日にグーグルで「Among Us 実況」を動画のみで検索したところ、833,000の結果が出た。日本においては2020年秋ごろから実況者の間で人気が集まりはじめた。動画を検討すると、実況者同士で遊んでいた動画が多い。すなわち、コラボレーション動画（以下、コラボ動画）である。ここで注目したいのは、ゲーム実況者コラボ動画の場合、全員がまとめて一つの動画になるのではなく、各自が自分の視点を実況し、投稿する。また、コラボ動画を生配信する場合は、リスナーがネタバレ禁止というルールがある。当時『Among Us』は最大10人でプレイできたが、実況者全員が生配信をする場合、リスナーは全員の動画をチェックすれば、ゲームのクレーに紛れ込んだ「インポスター（詐欺師／偽者／裏切り者）」である実況者を知ることができた。しかしネタバレ禁止というルールがあるのでリスナーはコメントに書かない。後日、リスナーは気になる実況者視点の動画を確認することも可能。ゲーム実況者の間では、『Among Us』を利用して、他の実況者と知り合いになり、既に友達になっている人はより交流を深めた。一方、リスナーは、これまで知らなかった実況者の動画を視聴する機会を作り、実況者同士の視聴者増加につながる。

②『Among Us』のゲーム実況におけるコミュニケーション

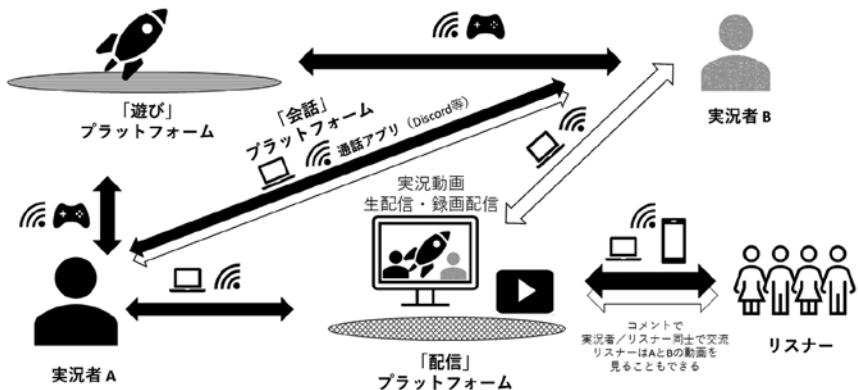


図1：実況者同士がコラボレーションする場合のコミュニケーション

上記の図1は、二人の実況者とリスナーのコミュニケーションの様子を簡単に描い

たモデルである。『Among Us』のグラフィックは豪華ではなく質素な感じであったが、ゲームを盛り上げたのは、プレイヤー達の議論である。ゲーム自体は簡単で、プレイヤーが色々なプラットフォームからアクセスでき、時にリスナーが自ら配信を始めて、実況者デビューする人もいた。ゲーム内の機能はチャットのみだが、Discordという通話アプリを使えば、音声で討論できる。日本の実況者は、双方向的なコミュニケーションが重視されているためDiscordを活用することが多い。特に、仲間がインポスターにキルされた後、残っているクルーの中からインポスターを探る場面や、プレイヤーがインポスターになった場合、どのように言い訳をして逃げ切るかが関心を集めた。

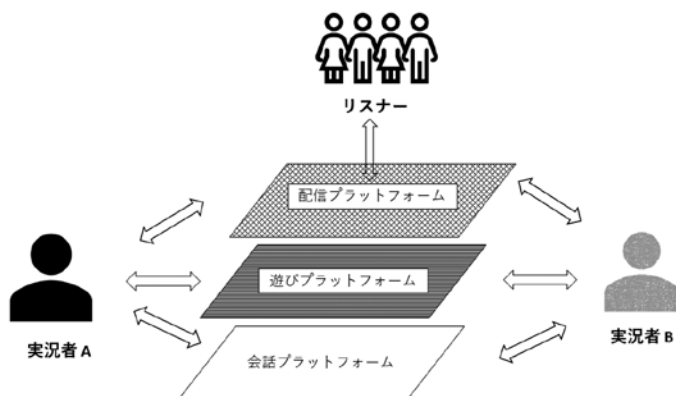


図2：実況者同士のメディア生態系（仮）

ここで強調したいのは3つのプラットフォームの存在で、それは、「会話」、「遊び」、そして「配信」のプラットフォームである。図2のようにゲーム実況におけるコミュニケーションは一つのプラットフォームに限らず、既に複数のプラットフォームが含まれレイヤー化していくことが見られる。このように新しいメディア生態系が生まれたのではないかと考えられる

考察：職業化するゲーム実況

最後に、ゲーム実況はどのように社会問題を解決できるかを検討したい。現在、ゲームに夢中になると、ゲーム依存症になる恐れがあると心配している人は少なくない。特に反社会的で働かない、引きこもりというイメージがある。しかし、現在ゲーム実況における職業化がかなり進んでいる。有名な実況者の収入源を見ると、配信の

プラットフォームからの広告費・投げ銭や企業からも広告や出演依頼などもあり、職業として成り立っている可能性が十分ある。今後は職業化の可能性を見極め、ゲーム実況を職業化し、ゲーム依存症に対する解決方法として提言していきたい。

Ⅲ. (第2部後半) スタートアップシンポジウム

「ゲームを活用した社会課題解決の可能性の研究」

竹内孝宏、川又啓子、石川ルジラット、田嶋規雄、原田勝弘、椿彩奈

椿彩奈：続きましては、ゲームが創造する新たな公共圏というテーマでディスカッションを進めていきたいと思います。石川先生、田嶋先生、原田様、そして私、椿で進めてまいります。まずは竹内先生からこのテーマについてのご説明のほうをお願いいたします。



1. 「公共圏」とはなにか

竹内孝宏：ありがとうございます。シンポジウム、このメンバーで何をやろうかと考えていて、私の頭の中にあるときぽっと降ってきたのが、この「公共圏」という言葉だったんです。ゲームというと、まったく公共的なものではないように思われます。例えば、さっきの石川さんの講演にもありましたが引きこもりとか、そういった社会問題と連想が容易につながると思うんですが、それでもなお、あえて「公共圏」というトピックをおつけてみよう。これ、本当に降ってきたんですけど、どこから降ってきたのかなって自分の頭の中をサルベージしてみたところ、思い出した一つの本があります。それは早稲田大学の齋藤純一先生が書かれた、『公共性』という、岩波書店から出ている小さい本なんですけど、「思考のフロンティア」というシリーズの一冊で、これだったんですね。

ハーバーマス、アーレント、カントなど、「公共性」について深く考えた思想家についての本なんですけど、その冒頭で齋藤先生は、「公共性」とか「公共圏」とかいうときの「公」というものについて、三つのカテゴリーに分けることができるのではないかとっておられるんですね。一つは、英語で言うと「オフィシャル」、つまり政府が関与する領域としての「公」というものがあると。これは、例えば、公共事業と

か公的資金、公教育なんていうときの「公」、政府が担い手になるような部門としての「公」ということです。

そして次に、「コモン」という意味での「公」。つまり、みんなに共通するという意味での「公」というものがある。例えば、公益財団法人なんていうときの「公益」とか、あるいは「公共心」といった例を齋藤先生は挙げておられます。これは「パブリック」と言っているのかもわかりません。そして3番目、これが今回のシンポジウムにとってとても重要だと個人的に思っているのですが、「オープン」ということ。誰に対しても開かれているということ。排除しないということ。たとえば「公園」というときの「公」。これは素晴らしい例えだと思います。

今、ここで議論しようと思っている「公共圏」というのは、何もこういうものだって決めてかかる必要はないのですが、お題を出した私の意図としては、3番目の「オープン」、「公園」のようなものとしてのゲームというイメージがありました。ですがこれから先の議論は全く自由というか、当初、私がまったく考えてもいなかったような、あるいは皆さん一人一人が予想もしなかったようなところに話がつながっていったらいいなと思います。

椿：ありがとうございます。それでは、それぞれのパネラーの専門分野からのご意見をいただきたいと思います。まずは石川先生、お願いいたします。

(a) 研究者の立場から見た「公共圏」

石川ルジラット：先ほど基調講演で創作文化の三角柱の話がありましたね。その中から新しくできた真ん中の領域があって、それが公共圏になれるかはこれから研究しないといけないんですが、新しい「場所」が既に生まれたと思っております。竹内先生がおっしゃっていた「オープン」という言葉は、近代サロンやカフェでみんなが交流し、政治力が生まれたという意味だと思います。そのような交流の場は、だんだんなくなっているのではないかという話があります。すると、インターネット時代になって、ポストモダン的な公共圏が生まれたのではないかという話が学者の間にできています。どういう形なのかは、恐らくさっきお見せした創作文化の三角柱の中のどこかに潜んでいるのではないかと、今、考えております。

椿：ありがとうございます。続きまして、田嶋先生、お願いいたします。

田嶋規雄：竹内先生から公共圏というキーワードをいただきまして、私のアンテナが引っ掛かったテレビ番組がございまして、約2カ月ぐらい前ですかね、NHKの『クローズアップ現代』で「オープンシェア革命」というテーマで、そこでメジャーリーガーのダルビッシュ投手と、それこそ青学の陸上部の事例が放送されていました。どんな内容だったかという、ダルビッシュ投手は変化球が得意で、変化球の握り方であるとか回転数であるとか、全部ではないんでしょうけどYouTubeで公開しているわけですね。



それは本来、ピッチャーが秘密にしておくべきものですが、それを公開しているわけです。結果として、それを真似るピッチャーが出てきたり、ダルビッシュ投手の変化球への対策を考える打者が出てきたりする可能性があるわけですが、ダルビッシュ投手は競争を活性化させることで野球のレベルが上がっていけば良いという考え方なんです。青学の陸上部の原監督も同じことおっしゃっていて、隠したほうが勝てるんだけど、練習メニューであるとか全部公開したほうが駅伝の発展につながって、ひいては青学の陸上部のレベルアップにつながっていくという印象深いお話をされていました。これを聞いたときに、公共圏という考え方に通ずるものがあると考えました。公共圏の一側面として「クローズ」なものを「オープン」にしていくところに価値があると考えるのであれば、ダルビッシュ投手や青学陸上部のように本来ならば秘匿しておくべきものをオープンにして、誰もが利用可能にしていくことで全体最適を目指すことができるわけです。クローズなものをオープンにしていく、そういう変化にこそ公共圏の価値があるのかなと思っています。

そこでゲームを、従来のゲームユーザーのためのゲームではなく、もう少しいろいろな方たちにオープンにしていく、そういう変化にこそ何か価値がありそうだなというふうに考えるようになりました。それと、先ほど石川先生から『Among Us』の実況の動画を見せていただきましたけども、実際、楽しかったんですね。川又先生とは以前から知り合いではあったのですが、竹内先生、石川先生とは『Among Us』で会うのが2回目で、『Among Us』によって個人的にすごく距離が縮まった感じがありました。

そういう意味では、私にとって『Among Us』はゲームではあったのですが、ゲームとしてだけではなくて、何か知らない人が距離を縮めていくための、何か懇親会としての役割があったのではないかと思いますし、石川先生もおっしゃったよう

に、コミュニケーション機能に注目して考えると、もう少し応用範囲は広いかなと思います。さらに、『Among Us』をやるのにあたって、実は2日前に私、ゼミ生に教えるを乞うたんですね。それで私と学生との距離も縮まったという意味で、ゲームをゲームとしてではなく、少しフレームを外して考えていくと、実はいろんな機能や効果があると思うようになりました。このように普段ゲームをあまりやらない人にもオープンにしていくプロセスに、すごく可能性があると思っています。

先ほど石川先生から、引きこもりとゲーム、関係ありますねって話もありましたけども、考えようによっては、ちょっと何かで調べたことがあったんですけども、引きこもりをしている子はゲームがあるから救われていると、そういう考え方もあるそうで、ゲーム依存を引き起こすゲームとしてだけではなく、もう少しフレーム外して考えてみると、何かいろんなゲームの可能性が見えてきそうな気がしています。

椿：田嶋先生、ありがとうございます。ここまでの2人は研究する側の立場からのご意見でしたが、ここで株式会社バンダイナムコエンターテインメントの原田さんから、ゲームメーカーの視点からどのようにお考えなのか伺いたいと思います。原田さん、お願いいたします。

(b) 実務者から見た「公共圏」

原田勝弘：もちろん私が全てのゲーム業界を代表しているわけではないのですが、まず公共圏というところで、いわゆるオープン、公園のようなものというキーワードは、実は当初個人的には、大変戸惑いを感じました。振り返ってみると、ゲーム業界はもともと全く公園とか公共というつもりではやっていなかったって言い方が、ある意味できると思うわけです。つまり、過去この業界は色々と閉じられていた部分があった



と思うんですね。昔はインターネットもなかったですし、テクノロジーもここまで発展してなかったというのはあるのですが、例えば、いわゆる昔のインベーダーゲームみたいなものも、特別な場所に行って特別にある部分クローズドな場所でお金を払って遊ぶという、非常に限られたお客さまとの商売でしたよね、子どもが行けないとか。そういう環境が限られているですとか、パッケージゲームもそうですが、ディスクの中に入っていて非常に高価なお金を払う、そういうこ

とが好きな人に対して我々がゲームを作っていた。ゲームの世界観を含めて、お客さんとは一対一の関係性だったわけです。

だから、そのゲーム内の世界の中で、独自の世界、創造の世界があっても、現実とは全く切り離した状態で評価されていたというのがあります。これが、徐々に変化してきました。例えばインターネットの出現と全てがリンクしているわけではないと思うんですが、大きなきっかけの一つではありました。また、ゲームをプレーすること自体にあまりハードルがなくなって、ゲームがオープンな存在になってきた。例えば、Free-to-play といわれる無料で遊べるのもそうですし、先ほどの『Among Us』みたいなものもそうですけど、マルチのプラットフォームでみんなが持っている何らかのデバイスで気軽に家から知らない人同士でも繋がって遊べる。プレー自体に大きな金額はかからず、例えば友達が誰か一つ、ゲームタイトルを持ったらみんなで遊べちゃうとか、そういうことでだんだんオープンになってきたという流れがあると思います。こうした変化によって我々ゲーム業界側、私のような作る側としてはとても気を使わなきゃいけないことが当然増えてきました。

今まで、公園で例えるなら、公園よりかは超クローズドなテーマパークだったので、多少危なくてもここには運動神経のいい人だけ来てください、とてもスリルが味わたる危ない乗り物ですってやれたんですけど、今度はこれがだんだんオープンになってくると、いや、もう少し低年齢層のこういう人にも気を使ったものにしてほしいっていうことが、もちろん起きますね。それは表現の幅で言うと、実は広がったとも取れるんですけど、逆に言うと、いわゆる一種の過激な表現ですとか、今までできてたとてもとがった表現みたいなものはやりにくくなる場合もちろんあるので、この表現と相反するオープンというこの、本当、クローズドとオープンの関係そのものだと思うんですけども、ジレンマにとっても苦しむことも増えてきた。逆に言うと、オープンになることで経済圏は非常に広がってるので、これはわれわれの本当、ジレンマというところが率直な感想ですね。

椿：原田さん、ありがとうございました。司会の私が自分で話すのも恐縮なのですが、せっかくのこの機会ということで、私なりのゲームが創造する新たな公共圏というテーマで、考えたことをお話しさせていただけたらと思います。

まずこの単語、ここ2、3年で一番思ったのは、うれしい気持ちがすごく多かったんですね。ゲームの公式イベントや番組、eスポーツのMCや実況もさせていただいたときに、非常に温かくなる気持ちが多かった、プレーヤーのかたがたが人権、得たなって思う感触がすごく多かったんですね。というのも、私が小さい頃、ゲーセンは

不良のたまり場とか、ゲームをしたらばかになるとか、ましてや女がゲームするなんてって言われた時代もありました。こんなに女性も活躍できて、老若男女、活躍できるジャンルがあるんだっていうのが、最近になってようやく浸透してきたのかなっていうことがありますて、本当に最近の受け入れられ方がすごい急激に來たなって感じがします。戦隊モノでeスポーツのプロのキャラが使われたり、最近だと『コントが始まる』というドラマでは神木隆之介さんがeスポーツのプロプレイヤーの役だったり、CMなんかでも「ときどさん」っていう方が目薬とかスポーツドリンクに使われたり、『情熱大陸』に出るプロプレイヤーもいたり、本当に近年、盛り上がってきたなって感じがすごくあって、私の中でうれしくて。

一番感動したのが、国体です。eスポーツ文化プログラムで2年ぐらい前からeスポーツも採用されて、その中で皇室の方がご視察されて、参加してる子どもたち、大人もいるんですけど、ご家族が喜んでたんですね。ご家族たちがすごく喜んでる姿を見て、私、ちょっと泣いてしまっ。私たちの時代だと窓際で、おたくなんてだっせえよなみたいな感じだったのが、県の代表で、県、背負ってみんな、堂々と歩いてる姿をご家族が見守るっていう姿に、結構、感動してしまっ。コロナ禍のこともあって、各メーカーさんとか力入れてる影響もあると思うんですけど、すごく私はうれしいことが多いなと、ちょっとした県では条令とかで禁止されたりもあるんですけど、非常に明るい面が多いなと思ってます。

石川先生が講演でおっしゃってくださったとおり、Discordの普及とか、任天堂のSwitchとかでも、最近、ボイスチャットが初めから付いてるのも増えてきてるんですよ。なので、コミュニケーションに困る子どもとか大人とかが減ってきてるんじゃないかなって、体感で感じます。私、本当、ゲーム好きでおたくなんですけど、この1、2年でゲーム全くやらない人たちから、ゲーム好きなんでしょ？ やろうよって言われる機会がすごく増えたんですよ。それ、『Among Us』だったり『フォートナイト』とかもそうですし、雪山人狼とかもそうなんですけど、ここ1、2年で私の分からないところでライト層にすごく受け入れられて、すごくオープンに、パブリックになったなっていうのを実感しています。それと同時に、世界ともつながってきた中で、日本はeスポーツのチームとかプロの待遇とかはまだちょっと遅れてる一面があるなっていうのも、eスポーツの近くにいる立場としては感じたりはしています。

ということで、ご意見やご質問がある方がいらっしゃいましたら、挙手をお願いいたします。

2. ゲーム実況が開く可能性と課題

(a) 職業化

石川：椿さんはゲーム実況もやっていらっしゃると伺いまして、先ほどの説明もあったんですが、コラボの話、他の実況者と一緒に実況する機会はありましたか。そして、どのような感じでコラボのような話が来たかについてすごく興味があります。実況者しか分からない世界だと思いますから。研究者として、創作文化が生まれた経緯について知りたいです。それが一点と、もう一点は、職業化についてです。だんだん職業になっていくゲーム実況者。逆に、職業化した時のゲーム実況の難しさ、つまり、ゲーム実況が仕事になってから難しく感じる場合がありますかという質問です。次は、原田さんに伺いたいことです。これからゲームを作る際に、ゲーム実況ということ意識して作っていくかについて教えてください。

椿：ありがとうございます。では、私が先にいただいた質問、答えたいと思います。コラボの仕方なんですけど、本当にいろいろな形があると思います。まず一つは、リスナーの皆さんからコメントや意見で、誰々が面白いから誰々とコラボしてよってコメントすごく来ます。この配信者、見てるから、好きな人と好きな人が一緒にゲームしてるの、恐らく見たいんだと思うんですけど、そういう意見が来るっていうのが一つ。あと、『Among Us』なんかのすごくいいところは、大人数でいたほうが楽しいので、実況者が実況者友達を呼んできて、みんながそれぞれ呼んできて、それで気付いたら集まって、なんかサークルみたいになってるというような形も結構、多いのではないかなと感じます。大体、コラボはそんな感じですか。

あとは、Twitterとかで動画をバズったりしたら、興味持ってコラボしてくださいって言いに行くパターンもあります。最近だと、この後の質問の職業化にもちょっと通ずるものがあるんですけど、芸能のエンタメ業界のほうでコロナで完全に死んでしまっていて、収入を得るのが大変になってきている芸人さんやタレントさんがすごく多くなってきた中で、YouTubeを始める方がここ1年でものすごく増えたと思うんですね。その中で、芸能畑同士でやってみようよっていうのがあったりとか。あとは、OPENREC、Mildom 含め配信サイトのほうから公式扱いする、お金を渡してといいますか、ギャラを渡して実況やっていただくみたいな。最近だと狩野英孝さんとかがすごくはやってますが、そういうのが結構、増えてはきてますね。なので、芸能が職業ではあるんですけど、YouTube、配信等の職業化が本当に加速しているのもあると思います。

石川：ありがとうございます。すごく興味深いです。

(b) ゲーム開発現場への影響

原田：いわゆるゲーム実況などの新しい形を意識してゲームを作るかという質問ですけど、まさにこれは面白いテーマです。ゲームは幾つかジャンルがありますので、一人で小説を読むように進めるようなタイプのゲームの場合は、あまり実況ですとかそういうことは意識しないタイプの作品になると思います。ですが、例えば対戦ゲームみたいなものは最近の実況を意識した要素がはいってきています。これも一昔前はインターネット実況はありませんでしたので、全く意識はされていませんでした。例えば、ゲームセンターですが、ゲームセンターはある意味、公共の場ともいえると思います。それでもやっぱりそのゲームをよく分かってる人が集まる場所であり、対戦相手は一对一で、しかも周りでゲーム画面を見ている人もそんな何百人も見えないわけです。数十人から100人ぐらいが集まるゲームセンターの大会では、実況中継する大会参加している人も、そのゲームの事をよく分かってる人、見る人もそのゲームの中身をよく分かってる人っていう状況でした。

これが世の中が変化して、現状、どうなってるかというと、私が作ってるゲームなんかまさにそうですが、大会が常にインターネットで世界に向けて放映されるという状況です。例えばアメリカの大きい大会とかヨーロッパの大きい大会になりますと、同時視聴者は何十万人にもなるわけですね。見ている人の中には新しいタイプが出てきています。例えばこれまでは、ゲームに興味があってゲームを買ったプレイヤー＝見ている人、見ている人＝プレイヤーだったんです。しかし新しいタイプで、ゲームは買わないしプレイもしないけれど、観戦はするという層が増えてきたんですね。そういう新しい層は、ボクシングとかサッカーとかを観戦するという感覚でゲームを見ている。総合格闘技なんかもそうですね。なかなか自分で関節技とかを毎日、訓練している人はいませんが、UFCなどは見に行くじゃないですか。ああいう感覚でゲーム観戦する層です。

そうすると、カメラアングルがもっとこうだったら見やすいのにとか、今、何が起きたか分からないとか、実況者が話していることや、ゲームの盛り上がりポイントと映像のリンクはどうか、起きてることと言ってることっていうのを同時にぱっと見て人が理解できるか？みたいなことは、とても重要視されるようになってきました。例えば、最新作の『鉄拳7』ではKOする直前、KO決まってからのリプレイ映像ではなくて、先読みプログラムを走らせてKOするタイミングを常に監視しているんですね。この技が最後かもしれない、体力が減っている状態でもし当たった

ら KO になりますよってことをプログラムが先読みすると、そこで画面がリアルタイムに超絶スーパースロー状態になる仕掛けが実装されています。

普通だとパチン！はい KO です。で終わってしまうところなんですけど、映画のような表現で映像がブーンってゆっくりになって、見てる人も、ああ、当たっちゃう。ガード間に合うのかな。それともカウンターで当たるのかな。相打ちかな、みたいな感じで、普通だったらコンマ何秒で終わっちゃうところを、何秒にも延ばして、何が起きたかを観戦者にわかりやすくしたところ、とても好評だったんですね。

ただ、面白いのが、ただ観戦だけしている人はゲームにはお金を払っていないわけです。同じく、ゲーム実況者も YouTube で広告収入がありますが、別に再生回数がいくらあったところでゲームメーカーに広告収入があるわけでもない。一方で、求められる機能とか実況の分かりやすいゲームにしてくださいって要求はたくさん来るわけ、一見するとゲームメーカーにどういうメリットがあるか見えにくい。だけど、回り回ってこうした新しい経済圏が生まれると、面白いことにゲームの売れる客層とか地域も広がってくるので、最終的には僕らのゲームもよく売れるという構造です。でするので、ゲーム実況などの新しい形を意識するかどうかといえは、最近は特に意識するようにはなっていますね。

石川：ありがとうございます。

椿：いつの世代でも見るだけで文句言う人、たくさんいるんですね。

原田：それが今は逆に文句っていう意味で盛り上がりなので、そのノイズも含めてオーディエンスとして重要になっているという感じですね。

椿：貴重な意見になってるんですね。

原田：声援とかやじとか含めたオーディエンスが飛び交ってないゲームはある意味では盛り上がってないという印象が醸成されるんです。むしろメイク・ノイズをどれだけできるかってこと自体がプロモーションになって、マーケティングになっちゃう時代になってきている。お金の取り方がただパッケージを売ってそれを買ってもらうだけではなくなった事も影響してきていますね。

3. メディア／プラットフォームとしてのゲーム

田嶋：私から石川先生に伺いたいです。先ほどのご発表で、プラットフォームが3種類あるのは、とても面白い考え方だと考えており、特に『Among Us』は実況者同士のプラットフォームもあるわけですね。今、椿さんと原田さんのお話を伺っていて、ゲームをやっていく中で他の方たちのコラボが生まれてきたり、リスナー同士の議論が生まれてきたりと、そこでまた新たなプラットフォームが生まれてくるのかなと思いました。このように考えると、ゲームのプラットフォームは三つとは限らず、どんどん増殖していくようなイメージを持ってるのですが、どのように思われますか。

石川：今のところ結構はっきりしているのは三つありますが、これからは増えると思います。また、増えることによってもっと面白くなるかもしれません。原田さん、椿さん、いかがでしょうか。もし他の要素があったらぜひ教えてください。

原田：明らかに増えると思いますね。先ほどおっしゃっていただいたように、リスナーや視聴者同士の交流の場などもそうです。例えば、ゲームを観戦するようなeスポーツバーのようなものが想定できますね。飲料メーカーがいわゆるスポンサーとして東京都のある場所を借り切って、ずっとそこにゲームを置いて、普段、有名プレイヤーを見たかったらここに来てくださいよ、みたいなことを仕掛ける。来る人はゲーム自体は無料で観戦できるし、場合によっては実況とかで有名なプレイヤーと一緒に遊べる機会もある。これらは、ゲームソフトを作って売るというこれまでの経済活動とは全く違うところでプラットフォーム化しているわけじゃないですか。

これに近いこと、さっき言ったDiscordみたいなツールもそうですけど、あれはゲームそのものではないわけです。もちろんゲーム向けにつくられたものですが、ゲームをゲーム観戦が主たる人まで使ってるわけじゃないですか。というような形で、リアルなライブのフィジカルなプラットフォームだけでなく、デジタルなコミュニティのプラットフォームっていうのは、既に増えつつあるので、これからもっと増えるんじゃないかなと正直、思ってます。

石川：ありがとうございます。ちなみに、椿さんのご視点からも聞いてよろしいでしょうか。

椿：プラットフォームはすごく増えていくと思いますし、あとはeスポーツ含め、さ

らに低年齢化が進むんじゃないかなって思います。ちょうど最近、リリースされる『ポケモンユナイト』っていうタイトルなんかも、テンセントのところの、本当にeスポーツの最先端の『リーグ・オブ・レジェンド』っていう『LoL』っていわゆるのポケモン版みたいなのが出たんですけど、それもボーイチャ付きで完全にeスポーツで、子どもたちにすごく受け入れられるのを見ると、どんどんプラットフォーム含め低年齢化が進んできて、また新しい楽しさとか新しい問題とか出てくるのかなっていう考えも、ちょっとあったりはしますね。

石川：ありがとうございます。田嶋先生、ご質問ありがとうございます。

椿：というわけで、いろいろな意見が出たところで、最後に竹内先生からご意見のほういただきたいと思います。お願いいたします。

4. オープン、コモン、オフィシャルから社会問題解決へ

竹内：皆さん、ありがとうございました。それこそライブ実況を聴いてる気分でしたが、大変刺激を受けました。お題を出した立場でまとめというか、開きつつまとめていくなら、「新たな公共圏」というときの「新たな」とはどういうことなんだろうかと、ずっと考えていました。今の皆さんの一つ一つの発言にインスパイアされたことなので、どなたのどこにとは申し上げませんが、たぶんそれは、例えば現実世界ではなかなかコミュニケーションがうまく取れない人がいるという「社会問題」が一つあったとして、ゲームであればそれができるようになる、というレベルでは全くない、ということなのだと思います。

それは、例えば、先ほどの『Among Us』で私が何をしていたかということを考えてみるとすぐに分かるんですが、つまり、このゲームという「公園」の中では、コミュニケーションを拒否する者も排除しない。まさに私がそうだったんですよ。人影を見たら速攻で逃げるといって、いかなるコミュニケーションも拒絶するという仕方あのゲームに私は参加していたんですね。それでもみんなに誤解を受けて殺されてしまったので、大変悲しいわけなんですけど(笑)。『Among Us』にしても、排除しないとか言いながら殺して追っ払うとかいうことがあるんだけど、多分、それはいわば排除することによって包摂するためのギミックにすぎなくて、あのゲームの面白さは、私のようにコミュニケーションを拒否する者までも排除しないという徹底的なオープンネスにあるということが、実際にゲームをやってみて、それから石川さんの発表と皆

さんのお話をうかがって、あらためて思ったことですね。

これを社会問題の解決にどうやってつなげていくか。コミュニケーションが現実には苦手な人も、ゲームによってコミュニケーションすることはできるという次元の上に、コミュニケーションを拒否する者までも排除しないということなのであれば、これはさきほど齋藤純一先生が出された三つの公共性の概念を、逆からたどっていくことになるんだろうなと思いました。取りあえずは誰でもOKという「オープン」。ただし、この「オープン」というのは限定的な「オープン」であったわけですね、大前提として、ゲームに参加する必要がある。これを「コモン」の次元、みんな同じ、共通の、という次元にまで持って行って、さらにはそれをより有効に、社会にとって効果的なものにしていくには、やっぱり「オフィシャル」な次が必要だと思うんですね。

だから、それを一つ一つ、「オープン」から「コモン」を経て「オフィシャル」へという逆向きのステップが多分、社会問題解決っていうことにつながっていくんじゃないか。ということで、われわれの研究の方向性が何となくほんやり見えてきたように感じています。

椿：竹内先生、ありがとうございました。最後に、これから本研究、ゲームを活用した社会課題解決の可能性の研究を進めるにあたっての考えや思いについて、研究メンバーからそれぞれお話をいただきたいと思います。それではまず、川又先生からお願いいたします。

5. 今後の研究に向けて

川又啓子：皆さん、ありがとうございます。本日も本当に勉強になりました。私は文



化的な製品の中で、いわゆるタブー、スティグマがあるような、ネガティブな側面をもつ製品の、社会的な受容というテーマで、ここ数年、田嶋先生他と共同研究をしています。ゲームもそのような製品のひとつであろうと考えておりますが、ネガティブなイメージが付随する文化的製品の受容に関して、正当化の文脈で考えていました。先ほど竹内先生から、3, 2, 1と上がっていくというご意見いただいて、そういうことあるなと思っています。

椿さんはよくご存じだと思いますけれど、ゲームを使った地域振興というのは、現在多数存在していますよね。私の場合はマーケティングを専門にしておりますので、ゲームを使ったエコシステムの構築として、地域振興をとらえたらどうだろうと思っています。たとえば、研究機関としての大学ですとか病院、ゲーム開発の現場にいる方々、地元、学校をつなぐハブといいますか、プラットフォームでもいいのですが、その中核にゲームを置いて考えてみたらどうだろうというようなことを今、今日の皆さんからのインプットをいただいて考えてます。以上です。

椿：川又先生、ありがとうございました。続いて石川先生、お願いいたします。

石川：私のほうでは、さっきも提案しました職業化に関する研究ですね。でも、先ほど、パネルのところに公共圏という言葉が私の中で新しいキーワードになっていて、職業化だけではなくて、社会問題解決に向けて公共圏の在り方とその可能性を追及したいと思います。皆さん、本当にありがとうございました。すごく勉強になりました。

椿：石川先生、ありがとうございました。続いては田嶋先生、よろしくをお願いいたします。

田嶋：今後の研究所としての研究の方向について考えると、本日は、主にゲームに関わるプラットフォームであるとかコミュニケーションというものが社会問題の解決につながりそうだと、そんなお話だったかと思います。しかし、恐らくゲームのもつ可能性はそれだけではなく、ゲームをすることで何か難しいものが分かりやすくなったとか、楽しくできたりっていう学習効果があったりとか、自分の存在意義のようなものを確認することができたりとか、そんなことを一つ一つ探っていくことも今後の研究の方向性の一つであると思います。

また、私自身がマーケティングの研究者として言えることとして、本日は株式会社バンダイナムコエンターテインメントさんから原田さんがいらっしゃっていること自体が公共圏であると考えており、企業の方にサステナブルに公共圏に関わっていただくためには、多分、マーケティングとしてどのようにビジネスと折り合いを付け、企業の利益にどのようにつなげていくのかの筋道を立てていく必要があると考えています。

先ほどダルビッシュ投手の話をしましたが、ダルビッシュ投手は公開することに

よって決して損をしているわけではなくって、結果として恐らく彼に対する評価も上がるだろうし、ピッチャー業界というのがあるとするのであれば、ピッチャー業界が非常にコンペティティブになり、ダルビッシュ投手が自ら激しい競争の中に身を置くことで自分のレベルを上げていくことができる。それと同じようなことが企業にも起こり得るのであれば、企業が公共圏に関わること、すなわち企業が持っているリソースをオープンにすることは、一見すると利益にならないように見えるのかもしれませんが、最終的には企業の利益につながるような筋道を立てることが、マーケティングの研究者としてできればいいなと考えています。

椿：田嶋先生、ありがとうございます。それでは原田さん、お願いいたします。

原田：公共圏という言葉が僕の中でも徐々に咀嚼できてきましたので、こういった場はとても必要だと思いました。というのは、椿さんですとか僕らみたいなゲーム好き、ゲームを作ってる中から発信する言葉っていうのは、ゲームが好きな人にはしっかり届くのですが、こういったアカデミックな形のフォーマット、組み合わせでやると、明らかにゲームの有害性を信じてやまない親御さんなどにもちゃんと聞いていただけるんだろうな、と思うんですよ。ですので、この形で研究進めていくっていうのはとてもメッセージとしても重要だし、多くの人の理解や関心を促進すると感じたので、今後ともぜひよろしくお願いします。ありがとうございました。

椿：ありがとうございます。私もちょっと感想を。本当に原田さんのおっしゃるとおりで、ゲーム畑に近い人が何を言っても割と通じないもので、私も初め、ゲームの仕事したとき、親に「遊んで仕事するの？」って言われたことあるぐらいなので、こういった素晴らしい専門家のかたがたが言われると、聞く耳、持ってくださる方も多いんじゃないかなと、ちょっと明るい気持ちになったのも事実でございます。そして、先ほど川又先生がおっしゃった地域振興の件もすごく未来があるなと思ってまして、先日、東京都のeスポーツの都フェスと、埼玉の埼玉フェスに出させていただいたんですけど、その地方のかたがたが、eスポーツと地域を絡めて何かしたいって皆さん、おっしゃるんですよ。ただ、やり方が分かんないと。新聞社とか地方のテレビ局と組む準備だけはできているのに、やり方、分かんないっていう話、すごくいただいたの覚えていて。

今までだと、昔の闘劇は千葉でしたっけ、どっか田舎のほうでやったりとか、近年だとEVO Japan、どこか福岡の所とコラボしたりとか、結構、盛り上がる可能性はあ

と思うので、そういうところ含め、地域振興ですてきな面も見れるんじゃないかなと、すごく明るい気持ちで最後は終わらせていただいて、ありがとうございました。

それでは、最後に竹内先生から今日のまとめといいますか、一言、お願いいたします。

竹内：皆さん、長時間にわたってご視聴いただきありがとうございました。何か一つ、二つでも皆さん、それぞれ持って帰っていただけるものをわれわれ提供できたのなら幸いです。この場を借りて一つだけ申し上げさせていただきたいことがあります。研究所の立ち上げにあたっては、株式会社バンダイナムコエンターテインメント様はじめ、学内の事務方の皆さんに多大なお力添えをいただきました。また、このシンポジウムの開催にあたりまして、いろいろ人がいろいろと働いてくださっております。それで初めてこういうふうになっているのだということを、皆さんにお伝えしたいと思います。

特に本日、わざわざお忙しい中いらしてくださいました原田さん、椿さん、ありがとうございました。それからまた研究所の運営管理等々を担ってくださっているビッグタウンズの皆さん、記録写真を撮りに来てくださった広報課の皆さん、本当にありがとうございました。知財と社会問題研究所、これがスタートアップイベントということで、本格的な活動はこれからになりますが、どうぞ皆さん、引き続きよろしくお願いいたします。本日はありがとうございました。



(了)

- 1 竹内孝宏「『知財と社会問題研究所』開設」、『青山学報』第275号（2021年3月）：40頁。
- 2 丸山信人他「『eスポーツ』のスポーツ化に関する探索的研究——ユニバーサルeスポーツ研究会（青山学院大学，2019年9月5日）」、『青山総合文化政策学』第11巻第1号（2020年3月）：111-157頁。
- 3 現代社会におけるゲームの位置づけについて、原田氏はシンポジウムにおいて以下のように述べた。現場からではないと見えてこない、きわめて重要な指摘を数多く含んでいるため、本人承諾のもと、以下に転記しておくことにする。

バンダイナムコエンターテインメントで現在、チーフプロデューサー、ゲームディレクターを務めております、原田勝弘と申します。よろしくお願ひします。これまでは数多くアーケードゲームや家庭用ゲーム、VRのゲームなどを開発してまいりました。自身が手掛けるタイトルが全世界向けということもありまして、あらゆる国を飛び回って、グローバルマーケティングなども長く携わってきております。

まず、私が本研究に携わりたい、共同研究したいと思った動機、きっかけについて少しお話しさせていただきたいと思ひます。私は職業柄、全世界どこへ行ってもゲームについての質問はよく受けます。ゲームが大好きな人々からは、当然、ゲームのコンテンツについての質問を受けることがあります。あとゲームの作り方です。ただ、子どもを持つご両親からは、世界中共通して子供にゲームを辞めさせるにはどうすればいいか、と聞かれることが多いです。聞く相手と内容が間違ってるなと思うところもありますが、なぜかゲームを作ってる人にゲームの辞めさせかたを聞けば、解決策や答えがあると考える方が多いようです。この質問に象徴されるように、恐らく世の多くの親御さんたちには、ゲームの負の部分、負の側面しか目に映ってないんだと思ひます。一方で、今現在、世の中ゲーム人口20億人といわれています。経済圏における調査、研究では30億人ほどいるのではないかという形でいわれています。そうすると、実に世界の人口の約4割は何らかの形でゲームをプレイしているということになる。ここまで来ればゲームという文化が市民権を得たと思ひたいのですが、それにしてもゲームはやっぱり負の側面ばかりが語られることが多く、その有用性とか、良い側面についてはあまり研究が進んでないのかなというふうに感じています。もしくは知られていない。研究はあるんですけども意外と内容が知られていない可能性がある。私はこの業界にいて、こうした研究をもっと進めたほうがいいのではないかという思ひになりまして、この青山学院大学のほうにこうして共同研究をしたいと言ったのが一つのきっかけです。

世の中におけるゲームの社会的地位というのは常に興味深い場所に位置しています。例えば世界保健機構、WHOがゲーム障害なる国際疾病を認定したという出来事がありました。先ほど竹内先生からもお話ありましたが、ゲームが常に、ゲーム自体が社会問題の要因だという、ある意味一つの認定例が出てしまったとも捉えられます。ですがその一方で、2020年には急速に広まったこのコロナ禍において、同じく世界保健機構のWHOがいわゆる Play Apart Together、つまりお家でゲームを一緒にやろう、ステイホームでゲームをやろうという、ゲーム業界のキャンペーンを後押しする形で積極的に支援をしたという事も起きました。また、近年非常に広がっているeスポーツにおいては、その競技シーンで人種、国境のみならず、健常者、障害者、何の区分もなく、誰でも参加できるものとして非常に注目され、ゲーム業界以外から、非常に多くの資本の流入があって人材が集まるというような社会

現象も起きています。

こういうことから、ゲームという文化自体が社会的地位、非常にユニークな位置にあることは理解していただけてるのではないかと思います。

また、われわれゲーム開発の現場は非常に複雑かつ多くの課題に直面しています。ゲームはもう消費されるだけのコンテンツではなくなってしまっていて、例えば社会通念として広がりを見せている、いわゆるポリティカル・コネクトネスと総称されるものですが、これがゲームのコンテンツ、表現の在り方、ゲームの世界観にも影響を与え始めています。社会からのゲームコンテンツに対する要求は非常に複雑になってきていて、あらゆる矛盾や衝突も内包して要求されるというのが現状です。例えば、社会で実際に起きている問題とリアルな生活においても未解決の多くの問題や課題を、仮想世界であるはずのゲームコンテンツ内の表現や内容において、一定の解決を求められる、というものです。この研究を通して、ゲームの社会的地位であるとか、ゲームコンテンツが果たしている役目や役割を考察し、世界的に起きている社会問題、課題、ゲームコンテンツ開発にどのような影響を与え、そしてゲームがどう社会問題解決に貢献できるかっていうのを、そういう可能性を探っていきたい、そんなふうに思っております。

- 4 池谷勇人「日々は遊戯——ゲームも今や「ネットで見える」時代に？——動画共有サイトで広がる「実況プレイ」の波」、『ねとらぽ』(ITmedia), 2009年1月28日掲載, 2021年9月7日閲覧, <https://nlab.itmedia.co.jp/games/articles/0901/28/news110.html>。
- 5 「「ゲーム実況」激戦——視聴倍増、世界で1日1億時間」、『日本経済新聞』2021年2月16日, オンライン版, 2021年6月24日閲覧, <https://www.nikkei.com/article/DGXZQODZ255HE0V20C21A1000000>。
- 6 Kaytoue, Mehdi, Arlei Silva, Loïc Cerf, Wagner Meira Jr, and Chedy Raïssi, "Watch me playing, I am a professional: a first study on video game live streaming," in *WWW'12: Proceedings of the 21st Annual Conference on World Wide Web: April 16-20, Lyon, France* (New York: Association for Computing Machinery, 2012), 1181-8.
- 7 松井広志「ソーシャルゲームというメディア」, 松井広志・岡本健編『ソーシャルメディア・スタディーズ』(北樹出版, 2021年)所収, 63-70頁。
- 8 「「億ゲー」10作突破——ゲームのプレー人口、大国に匹敵」、『日本経済新聞』2021年2月14日, オンライン版, 2021年6月24日閲覧, <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC02BSV0S1A600C2000000>。
- 9 SullyGnome, "Among Us Long-term Stats," accessed June 24, 2021, https://sullygnome.com/game/among_Us/longtermstats.