

ゲームコンテンツの媒体と流通の変遷と、

それに伴う「移動」と「価値観」の変容

Shift in Medium and Distribution of Game Contents and Associated Changes in “Portability” and “Values”

研究者：相愛大学音楽学部音楽マネジメント学科 准教授 松谷 葉子

ゲームコンテンツ媒体の変化によって、コンテンツの質、内容、ユーザーの求めるニーズ、そしてゲームを楽しむ時間と空間も変化してきている。1983年のファミリーコンピュータ登場により一般的になった家庭用ゲーム機も多様化し、現在では携帯型ゲーム機、スマートフォンを含む携帯電話で遊ぶことができるアプリケーションまで登場している。

本研究では、ロールプレイングゲーム「ファイナルファンタジー・シリーズ」を題材に、ユーザー、コンテンツ、使用するハードウェアおよびプラットフォームなどの観点から、時間と空間の使い方、価値観の変容に関して考察を試みる。

As the medium of game contents changes, the quality, contents, and users' needs of games have also changed as well as the time and space in which games are enjoyed.

In 1983, the introduction of the “Family Computer” popularized home game devices, of which we have seen a great diversity since then. Today, games are available in portable game devices and game applications played on mobile and smart phones.

This study looks at a roll-playing game, the “Final Fantasy” series, and examines changes in the use of time/space and the values from the standpoint of users, contents, and the hardware and platforms used.

1. 研究目的

ゲームコンテンツ媒体の変化によって、コンテンツの質、内容、ユーザーの求めるニーズ、そしてゲームを楽しむ時間と空間も変化してきている。

モニターに映し出される映像を見て遊ぶゲームである、テレビゲームあるいはビデオゲームは、1972年にアメリカのアタリ社の創始者、ノーラン・ブッシュネルが発表したピンポンゲーム「PONG」に始まるが、当時は一部マニアのものでしかなかった。その後、1978年には「インベーダーゲーム」がブームとなるが、この頃のビデオゲームとは、ゲームセンターやアミューズメント施設にあるテーブル型ゲームを指していた。ⁱ

また、この頃は、「ビデオゲームで遊ぶ」とは、「ゲームセンターで遊ぶ」ことであり、ビデオゲームをするためには、ゲームセンターやアミューズメント施設に行き、テーブル型ゲーム機の前に座らなければならなかった。しかも、遊ぶためには、ゲーム機に投入するコインを購入しなければならなかった。

1983年に任天堂がファミリーコンピュータ（以下ファミコン）を発売すると、一部マニアの間だけであった「家庭でもビデオゲームで遊ぶ」ことが一般化し、ビデオゲームをお茶の間のテレビで遊ぶようになる。愛称も「テレビゲーム」となり、今では家庭用ゲーム機として、一般家庭に定着している。

ファミコン登場により一般的となった家庭用ゲーム機も多様化し、プレイステーション3（以下PS3）やXbox360のようなテレビに接続して楽しむ高機能を持つ家庭用ゲーム機から、プレイステーションポータブル（以下PSP）、ニンテンドーDS（以下DS）などの携帯型ゲーム機、スマートフォンを含む携帯電話で遊ぶことができるアプリケーションまで登場した。

本研究では、ロールプレイングゲーム（以下RPG）ソフト分野のロングセラーで、2012年には25周年を迎える「ファイナルファンタジー」シリーズ（現時点で全44作品（現在継続中）、シリーズ全タイトルの世界累計出荷本数は2010年12月31日現在で9,700万本ⁱⁱ）を題材に、ユーザー、コンテンツの両面から、「時間と空間の

使い方」の変容、ならびに「価値観」の変容に関して考察を試みる。

2. 研究経過

2011年9月開催の東京ゲームショーにおける現地取材を基本情報としながら、ランダム抽出にてユーザー層へのインタビューと、識者とのディスカッションを重ねた。

ユーザー層へのインタビューは、若い頃も今もゲームで遊ぶ社会人（ファミコン発売時に学生だった層（30代後半～50代前半））と物心ついた頃からどの媒体を使ったゲームで遊ぶかを選ぶことができる学生層（大学生、18～23才）、の2つのセグメントへのインタビューを行った。

また、ファイナルファンタジー・シリーズの第1作目から新作まで様々なハードウェアとプラットフォームで体験試用を行った。

3. 研究成果

1) 媒体の変遷と多様化

1987年12月にファミコン用ゲームソフトとして発売されたファイナルファンタジー・シリーズの第1作目は、1989年以降、次々に新たな媒体へと移植およびリメイクされる。（表1参照）

攻略するのに何十時間もかかるRPGは、2000年に携帯型ゲーム機ワンダースワンカラー（バンダイ）版のソフトが発売されるまで、テレビの前という限定された空間と、ある程度まとまった時間を確保しなければ遊ぶことができないゲームだった。

その後、2004年には携帯電話のアプリケーション（以下携帯アプリ）のダウンロード販売が始まる。

この移植版は、携帯電話専用のポータルサイトに会員登録（月額会費制）し、たまったポイントを使ってダウンロードする形である。500円相当で携帯電話さえつながっていれば、いつでもどこでもダウンロードできる。

発売年月	ハードおよびプラットフォーム		価格
1987年12月	ファミコン	家庭用ゲーム機	¥6,195
1989年12月	MSX/パソコン	ホビー用パソコン	¥8,190
2000年12月	ワンダースワンカラー	携帯型ゲーム機	¥5,040
2002年10月	プレイステーション	家庭用ゲーム機	¥3,990
2004年3月	i-mode	携帯電話	525円相当※1
2004年7月	ゲームボーイアドバンス	携帯型ゲーム機	¥6,090※2
2004年8月	EZ web	携帯電話	525円相当※1
2006年7月	Yahoo!	携帯電話	525円相当※1
2007年4月	PSP	携帯型ゲーム機	¥2,940
2009年5月	Wii(ダウンロード販売)	家庭用ゲーム機	500円相当※3
2009年6月	PS3(ダウンロード販売)	家庭用ゲーム機	¥600
2010年2月	iOS	スマートフォン	¥800
2011年2月	PSP(ダウンロード販売)	携帯型ゲーム機	¥2,100
2011年12月	Android	スマートフォン	840円相当※4
2012年6月	WindowsPhone	スマートフォン	¥605

※1)525円相当のポイント制

※2)ファイナルファンタジー1、2を同時収録

※3)500円相当のポイント制 ※4)840円相当のポイント制

表1 ファイナルファンタジー1 移植版年表
(筆者作成) iii

社会人層にインタビューすると、通勤時間のちょっとした合間、移動中に遊ぶことができるメリットと、学生時代に何時間も時間と空間を拘束させて遊んだ大人が懐かしんで遊んでいると言う。

一方、学生層にとって、この携帯アプリ版は、画面も音も稚拙で物足りないと感じている。RPGで遊ぶ今の学生によると、画像の美しさ(解像度の高さ)と、音の良さでそのゲームで遊ぶかどうかを決めるそうだ。

その後2004年のゲームボーイアドバンス版、2007年のPSP版は、いずれも画像や音がリニューアルされ、2010年にiOS(iPhone、iPod Touchなど、Apple製のスマートフォン、タブレットなどのOS)版として発売されたファイナルファンタジーは、画面も音も稚拙だった携帯アプリ版と違い、スマートフォン上ではPSP版とほぼ同じ画像と音が楽しめるようになった。

発売当初、ファミコンでしか遊ぶことができなかったファイナルファンタジーは、現在では複数のハードおよびプラットフォームを選ぶことができる。

このゲームを楽しんでいる社会人層、学生層それぞれにインタビューしてみると、次の3タイプに分かれることがわかった。

①携帯電話活用/手軽さ重視層:社会人に多い。携帯電話でゲームをする。画像や音の質は重要ではない。主に

消音状態で遊ぶ。

②携帯型ゲーム機活用層:学生に多い。携帯電話とは別。画像や音の質は重要。ヘッドフォンをつけるか、消音状態で遊ぶ。

③家庭用高性能ゲーム機活用層:学生に多いが社会人にも存在。画像や音の質は最重要要素。消音状態では遊ばない。

ファイナルファンタジー1作目の場合、PS3などの家庭用高性能ゲーム機で再生すると画質や音質が劣るので、③の層は基本的にダウンロード版が出ていたとしても、以前のハードウェア性能レベルの画質や音質のゲームでは遊ばない。テレビなどの画像再生モニターにも、音声を再生するステレオシステムにも高性能機材を導入するなど、ゲーム機だけではなく、周辺機器にまで設備投資をしている例もある。

2011年12月に発売されたファイナルファンタジー13-2は、そのような③層のニーズに対応している典型例である。このゲームは、現在のところ高性能家庭用ゲーム機であるプレイステーション3とXbox360でしか遊ぶことができない。

初期のファイナルファンタジーとは違い、まるで映画を操っているかのようなリアルな映像と音で展開されるゲームで、登場人物たちの台詞は文字でも表示されるが、基本的に声優が話す本物の「声」で会話がなされる。街を歩いている、足音、周囲の音、人の話し声、機械音など、本当に自分がその世界に入り込んだかのような錯覚に陥るほどのリアルさがある。

文字情報を確認することでゲームが進む1作目と違い、13-2は基本的に文字情報なしで、画像と音のみでゲームが進む。戦闘シーンさえも、文字情報を確認することなく、自動操作できるようになっている。

ゲームを進めるのに音や画像はあまり影響がなく、文字情報に従って進めていた初期のファイナルファンタジーとは全く違う価値観がそこにある。



図 1 ファイナルファンタジー 1 (左)、13-2 (右) の画面

iv

2) ゲームで遊ぶ空間

現在では、ゲームで遊ぶためのハードウェアやプラットフォームを選ぶことができ、遊ぶ空間も選ぶことができる。

RPG ゲームで遊ぶ学生のうち、前節の②、③層にインタビューすると、②携帯型ゲーム機活用層は、必ずしもゲーム機を持ち歩いているわけではなく、全員自宅の自分の部屋で遊んでいる。携帯し通学途中も遊んでいるのは少数だった。ただし、自室だけではなく家族のいる居間でも遊んでいる者もいる。

③家庭用高性能ゲーム機活用層は全員、自宅の自分の部屋にゲームが出来る空間を作っている。音響にこだわり、録画や録音ができるようにシステムを組んでいる者もいた。

一家に一台しかテレビがなかった頃は、テレビゲームをするには家族が集まる居間でしかできなかつたはずである。長時間を要する RPG ゲームが、自室での専用テレビを必要とさせたのかもしれないが、空間を選ばないはずの携帯型ゲーム機で遊ぶときでさえも自室に籠もって遊んでいる。つまり、①層のように、通勤時間帯に消音状態で細切れに遊んでクリアするのではなく、③層だけではなく②層も、ある一定の時間と限定された空間を確保した上で遊んでいる。

4. 今後の課題と発展

パッケージ媒体の場合、以前は販売店に赴き、行列を作つてまで購入するなど移動コストはユーザー側の負担であった。しかし、宅配システムの発達とともに、消費者側へ戸別配送が増加し、移動コストの販売者負担が

増加している。一方で、ダウンロード販売の場合は、双方に移動コストが発生しない。この販売時のコンテンツ移動環境の変遷は、価値観の変遷にも大きく関わっていると考えられる。

今後は、RPG だけではなく、その他様々なゲームコンテンツと各ハードウェアおよびプラットフォームごとの遊び方と価値観、それぞれの層が活用している時間と空間の調査考察に加え、購入／販売時の移動の変遷とコンテンツの関係について調査研究を行い、ゲーム産業を中心としたコンテンツ産業についての考察を深めたいと考えている。

5. 発表論文リスト

2012 年度はさらなる調査が必要だと考え、2013 年度に学会での発表を考えている。

-
- i 一般財団法人コンピュータエンターテインメント協会 (2011)『2011CESA ゲーム白書』56、59、137 ページより
 - ii 一般財団法人コンピュータエンターテインメント協会 (2011)『2011CESA ゲーム白書』「世界歴代シリーズミリオン出荷タイトル (国内+海外)」より 「ファイナルファンタジー」の順位は1位である。2位は「ワールドサッカーウイニングイレブン」で6,880万本。この時点では「ファイナルファンタジー13-2」がカウントされていないので、タイトル数は43タイトルである。
 - iii ファイナルファンタジーオフィシャルサイト <http://www.finalfantasy.jp> を元に筆者作成。
 - iv ファイナルファンタジーオフィシャルサイトより