

# ゲームの世界観がもたらすメディア・インタラクションと普及

1150479 宮谷 茂奈美

高知工科大学マネジメント学部

## 1. はじめに

日本発でありながら、アメリカでも大ヒットし、世界中に大きなインパクトを与えたゲームソフトに「ポケットモンスター(以下ポケモンと呼ぶ)」がある。ポケモンは、ゲームソフトとして生まれたが、それだけでなくコミック、カード、アニメ(テレビ番組と映画の両方)でも大ヒットし、歴史的な大成功を収めた。それによって日本国内外のさまざまな分野の研究者がポケモンに注目して成功の要因を考察するようになった。先行研究【1】によると、ポケモンの大成功の根本要因は「キャラクターデザインとかわいいというクオリティの調和」「そうした調和を持つキャラクターをバトルで支配する満足感」であるとされている。

ポケモンは、まず、日本の子供たちから絶大な支持を得た。それは、ポケモンというゲームの背後にある「世界観」に子供たちが大いに共感したからである。そうしたポケモンの世界観とは「少年の夏の日のお話」であった。それは多分に日本らしい世界観でありながらアメリカの子供たちにも受け入れることになった。

日本でポケモンブームに火をつけたのはコロコロコミックという小学生低学年向けの月刊マンガ雑誌であった。コロコロコミックはマンガの連載だけでなく小学生が興味を抱きやすいトレンド情報を発信していた。まずはゲームの存在を読者に知らしめた後で、マンガとしても連載が始まって小学生の注目をいっそう集めた。ポケモンは、漫画連載と同時にトレーディングカードとしても販売されるようになった。そしてコロコロコミックの連載マンガがTVアニメ化され、アニメで人気となった「ピカチュウ」を中心としたゲームが発売されるようになり、アニメの内容を取り込んだカードが販売されるようになった。TVアニメは映画化され、グッズ展開にも波及した。こうしたことから、ポケモンでは、ゲーム、コミック、カード、アニメという異種メディアによる展開(すなわちクロスメディア)だけでなく、それぞれのメディアが特有のコンセプトを打ち出しつつ、それが他のメディアへ波及するとともに融合がなされるという「メディア・インタラクシ

ョン」が起きた。

ポケモンでこうしたメディア・インタラクションが起きたのは、ポケモンのゲームソフトの背後に豊かな世界観があったからであるとも言える。そうした世界観がコミック、アニメ、カードでも採用されることになった。ここで興味深いのは、それぞれのメディアで世界観が単に採用されただけでなく、アレンジされて特有の世界観へと育ったことである。それだけでなく、それぞれで育った世界観が他のメディアへ波及し、融合したことである。ポケモンで起きた世界観を根源とするこうした興味深い現象が世界中の子供たちの心を動かしたのだと言えよう。

本稿では以下に、ポケモンの強さの源泉となった世界観、ポケモンを社会現象にまでしたメディア・インタラクション、日本で醸成されたメディア・インタラクションの源泉としての世界観についてそれぞれ述べる。

## 2. ゲームのポテンシャルを高める「世界観」

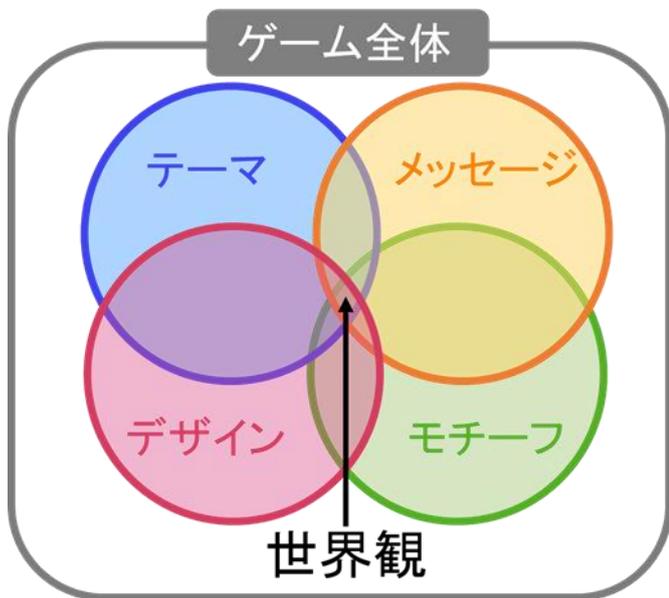
以下では、本研究で考えるゲームソフトを含む複数のメディアの根幹となる世界観を定義する。さらに、そうした世界観の定義のもとにポケモンにおける世界観の具体例を指摘する。

### 2-1 世界観の定義

広辞苑によれば、世界観とは、「世界を全体として意味づける見方」のことである。一方、精選版日本国語大辞典によれば、「世界を一つの統一体とみて、その意義や価値に関する考え方」のことである。こうした世界観の言葉の意味から、本研究ではゲームソフトの世界観を次のように定義する。

世界観のあるゲームにはテーマ、メッセージ、モチーフ、デザインがある。つまり4つの要素を満たしたゲームにしか生まれることのない、ゲームの源となるものが世界観であると言える。ポケモンの場合は、テーマが「交換というコミュニケーション」、モチーフは「人形の入ったカプセルとしての

ガチャガチャ」、メッセージは「多様なゲームオブジェクトに込められた数々のメッセージ」、デザインは「ストーリー、キャラクター、BGM、SE それぞれ」である。そしてこれら4つの根底にある世界観は「少年の夏の日の一日のお話」であると言える。



図：要素の関係図

## 2-2 ポケモンの世界観

ポケモンは日本のみならず世界中でヒットしたゲームである、つまりそれは世界中の子供や大人がプレイしても違和感なく遊べるということである。何故遊べるのか、そこに「少年の夏の日の一日のお話」というポケモン独特の世界観が存在するからである。制作者である田尻は「少年時代を全部ゲームのなかに表現した」と話しており、ゲームデザイン、つまりキャラクターやBGM、SEのデザイン等世界観を表現している点は沢山ある。

まずゲームシステムで具体的な内容として挙げられるのは「ミュウの存在」「太陽が沈まない」「宿屋がない」である。「ミュウ」は制作者によりこっそり作られたポケモンでバグによって現れるようになっている。つまりミュウの出し方は子供には分からないし、カートリッジによって出る人と出ない人がいるということである。これは誰もが一度は子供の頃に耳にする都市伝説を表現している。そして太陽が沈まない、またRPGゲームであるにもかかわらず宿屋がないというのは、先程話したように「少年の夏の日の1日のお話」ということを表現しているからである。誰もが子供の頃沈む夕日を見

て、遊んでいた時間が永遠に続けばいいのにとと思う、それをゲームで叶えているのである。

次にキャラクターやBGM、SEのデザインについてだが、こちらも子供の頃を思い出させるような工夫がされている。BGMやSEは一度聴いたら忘れがたくなるようなどこか懐かしいものとなっている。特にキャラクターデザインは151匹ただデザインを考えただけでなく、一匹一匹に世界観が反映されており親しみやすくなっている。一匹が他の150匹とはまた違う独特な良さが溢れており、名前が付けられるシステムもあって愛着が湧きやすくより一層ポケモンの世界観に夢中になるようになっている。

具体的なポケモンのエピソードとして「ニョロモ」を挙げる。ニョロモは子供時代によく見るオタマジャクシがモデルである。ニョロモはニョロゾに進化するとおなかのウズマキのデザインが逆になる。あれは南半球と北半球でニョロモのウズマキの向きが違うように、生き物であろうとなかろうと場所によって違うことがあるのだということを象徴している。そして世界は多様なのだというメッセージを子供に向けて表現している。この様な深い思い入れが子供にどこまで伝わっているかは分からないが、私は子供がプレイする中でメッセージや思いを感じ、親しみを持ったのではないかと考える。

## 3. ゲームの発展をドライブするメディア・インタラクション

### 3-1 多岐に亘るメディア展開の必要性

ポケモンは元々ゲームソフトであるが、ゲームだけに止まらず多くのメディアで売り上げを上げてきた。それだけに止まらず、ゲームとゲーム以外のメディアでは必ず相互関係が成り立っており、より知名度や価値を高め売り上げへと繋がっているのである。では各メディアの徹底されたメカニズムと相互関係とはどのようなものなのか。

- ①子供へ効果的に情報を配信
- ②カードでポケモンの良さを知りゲームをプレイするようになった
- ③アニメや映画の情報を独占、コミック化
- ④コミック限定カードをコミックの付録として販売
- ⑤アニメ設定のゲームの発売

⑥アニメ設定のカードの発売

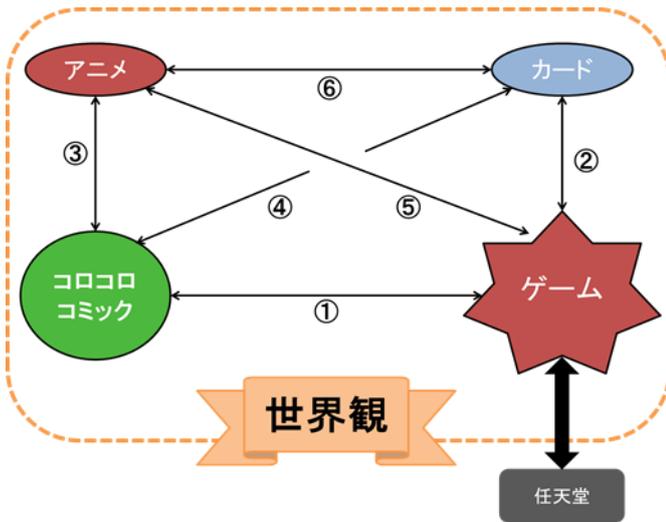


図1：ポケモンのメディア・インタラクション

3-2 ゲーム

このゲームは「交換」という徹底した動機付けが行われており、プレイヤーが交換をしたくなるようなゲーム作りが心掛けられている。交換したくなるとは具体的にどういったものなのかという点はいくつか挙げられているが、大きく3つの要因があると私は考える。

一つ目は「通信のみによるポケモンの進化」である、これは通信をしなければポケモンが全て集まらない、つまり完全にゲームクリアができないということである。二つ目は「カートリッジによる出現ポケモンの違い」である。これも一つ目と同じで、違うカートリッジを持った友人と交換しない限りクリアができない。そして一番大きな要因は三つ目の「優れたキャラクターデザイン」である。151匹もポケモンがいるのに実際に旅に連れて行けるのは6匹、つまり極端な話6匹いればクリアすることができるが子どもたちは全て揃えたいという気持ちになる。この様な気持ちにできるのは優れたキャラクター付けがあるからであると考えられる。プレイ画面に映るポケモンの姿は荒いドットでしかないが、それでも凝ったデザイン、キャラクターに込められた制作者の想いは十分に子どもたちに伝わっており、そこに手を抜かなかったことが交換という本来の目的に繋げることができた大きな要因であると考えられる。

3-3 ゲームとコミック

最初のメディア展開であり、ポケモンが子供達に知られた

きっかけである。ポケモンをコミック化したコロコロコミックは当時から子供達のニーズを熟知しており、その上キャラクターマーチャンダイジングのノウハウも出版社随一であった。それもあり、子供に効果的にポケモンの情報が配信できたのである。

ポケモンをコロコロコミックで取り扱う中で、コミックだけでなくミュウ(伝説のポケモン)の誌上プレゼントや青バージョンの誌上独占販売(オリジナルは赤と緑)を行うことにより、ポケモンは特別なゲームというイメージの定着を計れたことやコミックの売上や知名度の向上によるゲームの売上向上だけでなく、実際にゲームの販売数を増やすことに繋げることができた。

3-4 ゲームとカードゲーム

このカードにはカードゲームとしての遊びと、コレクション対象としての価値という二つの側面がある。まずカードゲームはゲームで得た知識をそのまま生かせるので、ゲームをプレイしていた子供が難なく遊ぶことができるようになっている。またゲームボーイで遊ばない、遊ばせてもらえない子供が新しくポケモンにふれるようになり、新たに元のゲームをプレイする子供も増えた。よって新規顧客の増加へと繋げることができたのである。次にコレクションとしての価値に繋がった理由として、カードになったことによりポケモンがカラーで描かれるようになったことが挙げられる。ゲームや漫画で白黒だったポケモンが美しいイラストで登場したことにより、より一層ポケモンへの愛着が増したと考えられる。

3-5 ゲームとアニメーション

ゲームでプレイした時に聞いたBGMやSE、そして何よりもポケモンが動き鳴き声を上げている姿により一層ファンは心を奪われたのではないかと思う。そしてこのアニメはオリジナルのゲームを除き、最も大きく展開できたメディアである。このアニメ化により、より低年齢層の子供や女の子のファンを獲得できた。また後の放送事故や社会現象を巻き起こすほどの人気により、日本に止まらず世界中で知名度が上がったきっかけでもある。特にピカチュウの人気により、赤・緑・青と続き「ポケットモンスターピカチュウ」というゲームの発売、そしてゲームの売り上げへと繋がった。

## 4. 日本の醸成された二次元の画像、映像と世界観

### 4-1 メディア・インタラクシヨンの源泉としての世界観

ポケモンでなぜメディア・インタラクシオンが可能となったのだろうか。ゲームの豊かな世界観がコミックやカード、アニメの世界観としても成立したからである。またゲームの世界観をコミックやアニメの中でむげにあしらず、オリジナルの世界観を尊重した上でアレンジを施した。

特に大きくアレンジが加えられたのはコミックとアニメである。どちらのメディアもゲーム以上に主人公とポケモンの友情に注目を置いている。アニメではポケモントレーナーのサトシとポケモンのピカチュウとの友情が大きく描かれている。何故ならアニメはゲームのようにプレイヤーである子供が自分の分身である主人公を動かすのではなく、第三者として主人公を見なくてはならないからである。同じまたはゲーム以上の楽しさや興奮、感動を与えるためにはよりドラマチックで分かりやすく、共感が得られるものでなければならない。これ等の点で人とポケモンの友情を強く描くことにより感情移入しやすく、ゲームで味わう成長を分かりやすく表現でき、子供たちにポケモンの楽しさをより分かりやすく伝えられるようになったと考える。

更にポケモンはそこで終わるのではなく、アニメでアレンジした世界観をゲームに反映し、より強く友情を表現した世界観を作り上げた。その世界観を素にピカチュウと主人公(プレイヤー)とのふれあいや友情をテーマにした「ピカチュウげんきでちゅう」といったゲームも発売した。この様に細心の配慮を配られた双方の世界観のアレンジにより、世界観は更に幅広く波及し、先々でポケモンワールドが増幅されていったのである。

### 4-2 日本における世界観構築能力の蓄積

では何故これほど重要な世界観が世界中のゲーム全てに存在していないのか。世界観を生み出すことは容易ではないからである。しかし日本人はそれを得意としている。何故ならポケモンの世界観は日本独自の文化によって生み出されてきたものであるからだ。

日本の文化として、漢字、絵巻物、漫画、アニメ、映画といったものが挙げられる。日本人が使う漢字には音読みと訓読みがあり、様々な意味も込められている。一つの形に対し

て様々な意味を込めることが出来るということは外国、特に欧米にはない。また「山」という漢字が山の形から連想されて出来たように漢字は線画という芸術でもある。

漫画とその素となる絵巻物は漢字の様に意味が込められているだけでなく、一つのストーリーが組み込まれた線画である。ストーリーが追加されたことにより、世界観の練り込みが可能となった。アニメと映画は漫画が動画となり、音楽や効果音が追加されたものであり、更に世界観を表現しやすくなったといえる。この様に日本人は古来より二次元での創作、つまり世界観を生み出すことに長けており、ゲームでもその受け継がれてきた能力を生かすことが出来るということだ。更にゲームは漫画やアニメといった受動的なものとは違い、プレイヤーが操作を行うという点においてよりいっそう世界観が重要となる。同時に世界観がストレートにプレイヤーに伝わり易いということでもあり、日本人が世界観をゲームの中で生み出すことは今までの媒体異常に効果的でもある。

## 5. まとめ

ゲームには人の心を動かすパワーがある。何故ならゲームとは、漫画やアニメのような受動的なものとは違い、自らが参加できるからだ。ゲームにはプレイして得られる達成感や感動があり、後に思い出となる。日本人は世界観を見事に作り上げ、この様なゲームを多く生み出してきた。同時に日本だけでなく世界中の子供たちに強い影響を与えるゲームでもあった。しかし現在は「世界観よりも手軽さ」という風潮がそこにあり、ソーシャルゲームやアプリへと流れが変わりつつある。その上日本が強いとされているゲーム専用機を駆逐しているのだ。そうした環境が、ゲームに世界観を練りこむことの大切さを忘れさせているのではないか。今一度日本のゲームの本当の素晴らしさを考え直し、新たなゲームを生み出していくべきだ。

## 参考文献

- 【1】「菊とポケモン グローバル化する日本の文化力」 アン・アリスン/著
- 【2】「ポケモンストーリー」 畠山けんじ・久保雅一/著