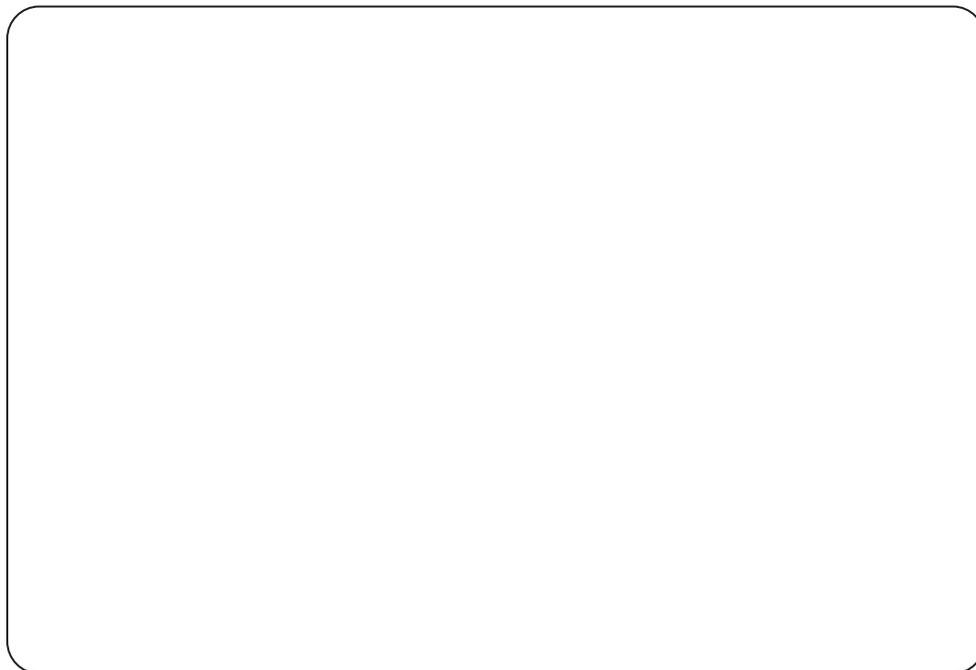


文化庁

Agency for Cultural Affairs,
Government of Japan

メディア芸術連携促進事業
連携共同事業



RCGS
立命館大学ゲーム研究センター
Ritsumeikan Center for Game Studies

Hitotsubashi University
Institute of Innovation Research



ゲーム産業生成における
イノベーションの分野横断的なオーラル・ヒストリー事業
EMERGENCE of Industry,
An Oral Historical Research Project focusing on Game Industry

岩谷徹第5回インタビュー前半：エンターテインメント企業としてのナムコ

生稻 史彦

鳴原 盛之

山口 翔太郎

Tohru Iwatani, Oral History (5th, 1): “namco” as an Entertainment
Company

Ikuine, Fumihiko

Shigihara, Morihiro

Yamaguchi, Shotaro

目次

ゲームを超えたエンターテインメントへの展開.....	3
ファミコンのインパクト.....	5
80年代の開発部門のスタイル.....	6
ビデオゲーム開発のプロデュースに戻る.....	10
3Dをいち早くゲームに取り入れる.....	12
ナムコのアイデンティティ.....	14
岩谷氏とナムコ創業者中村雅哉氏との関係.....	18
ビデオゲームとエレメカの両立.....	19
開発部門の分業の在り方.....	21

ゲームを超えたエンターテインメントへの展開

Q：今回は開発のところから、開発の次のエンターテインメントを考えるっていうところまでお話をお聞きます。以前にも未来商品開発プロジェクトにいらっしゃったというお話をされていましたよね。

岩谷：未来商品開発プロジェクトというのは、おもちゃ産業であるとか、それから周辺の産業に手を出していかないと、ゲームだけでは非常に危なっかしいというふうな思いがあったので。情緒産業というような位置付けとか、教育産業とか健康とかですね。高齢化の問題についていろいろ研究をしていました。（※手元の資料を見て）これは昭和 55 年ですね。いろいろとナムコの遊びを追求する姿勢から、それぞれの産業に遊びという概念を掛け合わせて、いろいろ展開できないかということを考えて、その中の 1 つに手で動かすおもちゃみたいなものを考えたりとか。それから、何か楽しいな目覚まし時計みたいなものを考えたりすることにも関わったりとか。

でも、やはりナムコはアミューズメント産業の会社だったんですね。タカラやバンダイやトミーと違って、いわゆる大量生産の物を作った経験が全くなく、いきなりおもちゃを作ろうといっても作れないんです。試作で終わってしまうということの繰り返しでしたね。

Q：大量生産に向かない、やはりアミューズメントの企業っていう意味を、もう少し詳しくお願いします。

岩谷：今でいうゲームセンター向けの機械を 100 台単位で作っていて、うまくいけば 1000 台売れるっていう、そういうような世界でやっていたので。PC ボード、コンピューターボードのほうは何千枚と出ていく時代だったんですけども、やっぱりロケーションの中の大きな筐体とかのところに、基板を差し替えるような形でしか、大量に出ていかないところがありましたので。

おもちゃは何万とか何十万個も作るということで、コストが大変意識として高いのがおもちゃ業界なんです。アミューズメント業界のほうはゲームマシンですから、まあ良い表現効果のあるものは、多少単価が上がってもぜひそれを実現したいっていうことで、それほどコストカットしてゲームの内容を削るってことはあまりしないんですよ。

そうすると、やっぱりコンシューマーではないゲーム場あつてのものと、あとはデパートの屋上の仕掛けものみたいなのですよね。ナムコは観覧車とか、ロープウェイのような乗り物までやってましたからね。まあ業務用っていう、一言で言えば業務用ですね。

Q：少ない台数をみんなに遊んでもらう。

岩谷：そうですね、少ないっていうか、そんなに大量生産するものではなくて、中規模な生産量で、とにかくロケーションというゲーム場に置かれますので、数が限られているわけですね。個々が相手ではありませんので。

Q：周辺産業を見ていくと、そうじゃないところがたくさん見えてくるわけですよね。

岩谷：はい。

Q：一方でナムコという会社は、そういう制約っていうか会社の成り立ちがあるというところの矛盾があったと言いますか、そこは先生の中でどういうふうにお考えだったんですか。

岩谷：中村雅哉さん、と言いますか会社自身も、ゲームだけではない幅広い展開を見せる姿勢っていうのは常に見せていました。そういう意味で、（※手元の資料を見せながら）ここに福祉産業とかの話も出てくるんです。後にこれが「トーキングエイド」になったりしましたね。ゲームというのは遊びと捉えて、遊びというのはゲームに限らない展開ができるということです。遊びの力を用いた福祉であるとか、それからスポーツとか健康とかにも展開できるのではないかというムードも常にありましたよね。

ですから、遊園地展開っていうのも、遊びを平面的に展開しようというところでナムコランドから始まって。それが花と緑の博覧会への出展になって、二子玉川の「ナムコ・ワンダーエッグ」になっていくと、そんな感じですよ。ゲーム機という展開から、今度は平面、空間への展開ですよ。

Q：そういう意味では、ゲームの周辺のところでナムコの開発能力が生きるようなところを選ばれた。

岩谷：そうですね。

Q：今の平面展開とか、あるいはそうした 90 年代の福祉関係のものとか、かなり先駆けてやっていましたね。

岩谷：はい。もちろん、それぞれその専門の開拓者がいて開拓しましたけどね。

Q：その中でいくと、岩谷さんの中では「パックマン」を中心にゲームそのものをやられていたことと、どういうふうにバランスって比重が変わっていったのかについて、時期を追って伺いたいんですけど。岩谷：まあ、ビデオゲームの開発のセクションを自ら盛り上げて、こういう未来商品開発っていう、未来とかっていう言葉に常に動かされる場所がありますので。後々ナムコも未来研究所っていう形で実現したりしてるんですけど、そういうとにか

く未来志向ですよ。現在、今ある姿ではない、それを土台に未来を見据えたときに、どういったところに

ナムコの力が発揮できるかとか、そういうことばかりみんなで考えてましたね。

Q：一方でビデオゲームのセクションで、ビデオゲーム中心に考えてらっしゃる方も。

岩谷：そうですね。

Q：当時、いましたよね。それこそファミコンですとか……。

岩谷：でも私、この未来商品開発プロジェクトから、すぐ開発に戻ったんですね。ですから、この未来商品開発プロジェクトは1年半ぐらいだったと思います。結局、大量生産する土台がないって言うので、もうやめてしまいましたね。

Q：この辺がちょっと時期的には、ちょうどビデオゲームのビジネスが、アーケードでもコンシューマーでもグッといく時期ですよ。

岩谷：そうそう。

Q：それがちょっと不思議なんですけど。

岩谷：1983年のファミコンが出るまでは、家庭でゲームがっていうのはあまり考えなかったんですね。「パックマン」の開発が終わって、それから82年に「リブルラブル」の企画を考えて戻ってきたんですけども。その間の81年からの1年半は、未来商品開発プロジェクトにちょっと寄り道をしたという感じがしますね。ああなんだ、大量生産はできないんだっていう。今でこそ、コンシューマー向けの商品を作ってますけども、当時はまだありませんでしたからね。

ファミコンのインパクト

Q：われわれは外から見てる人間なので、「パックマン」含めて大ヒット商品が出て、それがスムーズにファミコンに行くのかなって勝手に思いがちなんですけど。

岩谷：ええ。われわれもファミコンにはびっくりしましたよ。家庭用にあれだけ安い物が出てきて。そのときは、ただ単にゲーム場の「ギャラクシアン」や「ゼビウス」が家庭でできるっていうのはすごいなあって。それで、2度おいしい思いができるわけですよ。最

初にゲーム場でコンテンツっていうかゲームの機械を出して、それをファミコンに移植して 2 度目の利益を上げられると。利益からいくと、ファミコンのほうが圧倒的に利益があるん

ですよね。だからしばらく 2 度おいしいっていうことをずっとやっていました。

Q：その辺が、特にナムコさんだったらと思うのは、やっぱり業務用が中心でコンシューマーは、まあ追加の利益っていう考え方が最初にあったんじゃないかなと思うんですけど。

岩谷：そう、そのとおりですね。だんだん利益がものすごく入ってくるっていうのが分かってくる、もうファミコンを意識した作り方になっていくんです。

Q：徐々にシフトしていったのでしょうか。

岩谷：両輪っていうことですね。ファミコンがかなり幅を利かせてきて、ふと「このままでいくとじゃあ、家庭でゲームができてしまうと、ゲーム場に人が来なくなってしまうんじゃないか？」っていう思いがやっぱり出てくるんです。そうすると、家では難しい大型マシンになりますよね。コックピットのドライブゲームとか、バイクゲームというようなものとか。「アルペンレーサー」なんかもそうですね。「アルペンレーサー」はもっと後の時代のゲームですが、スキーのゲームとかも家で遊ぶのは無理ですよね。当時は家庭用との差別化で、体感ゲームブームっていうのがずいぶんありましたよね。

Q：そんな時期が確かにありました。83～84 年の辺りは、まだアーケードの時代でしたね。

岩谷：もうほとんどアーケードの時代ですね。ファミコンは片手間に、片手間っていうか片側の車輪としてあるという感じですよ。

Q：じゃあ 80 年代、85～86 年ぐらいから、今おっしゃったようなファミコンにシフトするというのは。

岩谷：シフトはしてないですね。アミューズメントのほうは、ずっと我々の王道として残っています。

80 年代の開発部門のスタイル

Q：コンシューマーとアーケードとで、開発セクションが完全に組織として分離したとか、そういういきさつとか時期とかっていうのは分かってらっしゃるんですか。もしくは、いつ

の間にか気付いたら VS、CS 的にラインができてるのか、自然発生的になったものですか、ファミコンの時代から。

岩谷：ファミコンは同じ業務用の中で作り始めましたけども、途中から PS プロジェクトだったか、途中からコンシューマーの専門のセクションはできてますよね。でも、それは売るほうを中心だったと思いますので、開発のほうは、まあどちらかというはずっと混在していましたね。

Q：筐体販売と、CS コンシューマー販売は、もうはっきり売り先が違うのですね。

岩谷：はい。もう分かれて。

Q：その中で、中にいらしたときにどういう変化、その部署の変化とか市場の変化みたいなことに、どういうふうにお考えになったんですか。

岩谷：組織とか会社の中での変化っていうのは、そんなに意識しないです。むしろ、何を作っていたらいいのかっていう、そっちのほうに私は重きを置いていましたね。

Q：そのときに、何を作るのかっていうことの念頭に置かれるのが、まあ両方だと思うんですけど、強いて言うとファミコンなのか、コンシューマーかアーケードなのかどっちのほうを考えていたんですか。元々はアーケードしかなかったわけですよね？ それが変わられたのか、やっぱりアーケードが、先ほど王道だからアーケードを中心に考えられたのかっていうことなのか。

岩谷：アーケードですね。

Q：そういうふうに大きな、それこそ違うマーケットができてきたら、組織として対応するんじゃないかなっていう。だから、中でも気付かれるんじゃないかなと思いましたので。

岩谷：そうですね。前回も組織としての質問をよくされましたが、あまりそういうところはなく、まあ必要であればそういう組織が自然に出来上がったりとか、そういうのが多いですよ。私自身が組織を意識していなかったもので、記憶にあんまり残ってないんですよ。

Q：開発のスタイルなんかも、大きくは変わらない。岩谷：そうですね、変わんないですね。ナムコット事業部っていうのができてたりとかですね。あとはコンシューマー事業部っていうのができたりとか。手元の資料を見ると、ナムコ・ホームテック INC.っていうのが

90年にできてますね。あとCG事業部なんていうのも90年代に出てきますね。コンピューターグラフィックス、CG映像を作って、それを商業用に売ったりとかしてましたね。

Q：そういうふうに事業部ができて、開発は開発でこう、仕事としてあまり変わらなかったのでしょうか。

岩谷：やっぱり業務用とコンシューマーが分かれたのは、この資料を見る限り90年代ですね。コンシューマー事業部、コンシューマー開発部っていうのができてますね、CS開発部っていうのが。

Q：じゃあ、80年代はそんなにはっきりとは分けていないんですか？

岩谷：ええ、全然分かれてないです。販売は別ですけど。

Q：この辺がナムコの面白いところかなと思うんですけど、開発を分けたりせずに、それこそずっと前回までのお話を伺っていると、一体で開発者が集まってプロジェクトを組んでっていうスタイルで。

岩谷：そうですね。開発一部、開発二部、開発三部、開発技術部という時代がありましたね。その時代は、一部、二部、三部でエレメカの開発部隊であるとか、それからビデオゲームのアーケードの開発であるとか、そんなような分け方です。あと技術部は研究部に近いような形で、先々の技術研究、ネタを作っていくという、そういうような研究ですね。そういうところには石村繁一さんがいらっしゃいましたね。

Q：一方で人は増えていきますよね。

岩谷：そうですね。

Q：どんな感じですかね、人のその当時の増え方っていうか。

岩谷：増え方はですね、私の時代が二十数名で、3~4年たってくると、100名入ったりとか、そのような時代になってきます。「源平討魔伝」のあと、「妖怪道中記」のあたりだから、86~87年あたりですね。「パックマン」が出てから6年、7年たつと、かなり大量に採用されるようになりましたね。

Q：100名っていうのは開発だけですか？

岩谷：全体で100名ですね。そのうち開発に……今、私たちが入ったときは23名のうち開発が10名もいないですから、半分ぐらいか……私では詳しくは分かりません。

Q：例えば、開発のほうは前回までのお話だと、こう言うのは失礼ですが少ない人数で大部屋的にワイワイガヤガヤやってたイメージなんですけど、それは変わっていくんじゃないのかなと思ったの80年代のように思ったのですが。

岩谷：そうですね、結局、フロア面積をいう人も多いんですよね。建物をどうするかっていうことで、結局何度も移動しました。

Q：みんな知り合いついていうか、パッと見て分かるような時代のままいくんですか、ナムコの会社。

岩谷：そうですね。

Q：人数が、50名ぐらいずつ増えていっても。

岩谷：そうですね。だから仲町台の未来研に移ったときは、まあ見通しがいいというか全員のことをよく分かってましたね。

Q：フロアが広いからですね。

岩谷：そうですね、というか1ヶ所に入り切ってるっていうことですね。そこから、神奈川県新町のYCCという横浜クリエイティブセンターに移ったら、もうかなりフロアが分けられていて。フロアが違くと「あ、知らない人がいるな」っていうそんな感じですね。

Q：1カ所でワイワイガヤガヤやって。数カ所に分かれていたのが、未来研で一堂に会して。

岩谷：そうそう。

Q：で、後でまた少しフロアごとに分かれる。岩谷：そうです。仲町台の未来研のときは、みんなこうウロウロして、試作中のものを見られたりとか、耐久テストをやっているものとかを見られたり、旋盤があつたりとか、本当に町工場のような物があつて。YCCに行ってからフロアに分かれて、だんだんフロア間の行き来がなくなりましたね。みんなお散歩をしなくなつて。

Q：ビルの上のフロアばかり借りていると、外に出にくいですよ。あと、ICカードで認証しないと部屋に入れなくしたすると交流がしにくくなつたりして。

岩谷：そうそう。

Q：開発のしやすさとか、開発部門、開発チームの交流って何か変わってきましたか。

岩谷：そうですね、変わってきますね。

Q：先生はどちらかっていうといろいろ散歩されるほうなんですか。

岩谷：散歩はよくしますね。

Q：会社の、前回だと外の散歩に行くと勉強になったとお伺いしましたが、会社の中でもやはりそう。

岩谷：そうですね。お散歩時間っていうのがあつて、よくやりましたね。

ビデオゲーム開発のプロデュースに戻る

Q：じゃあ、ちょっと変な方向いっちゃったんですけど。では、未来商品のところから、戻られてからの開発活動、管理も含めて、少し時系列でお伺いしたいんですけど。

岩谷：そうですね。ビデオゲームの開発にまた戻るっていうことで。この「リブルラブル」の企画書を書いて、これを手土産にみたいな感じで戻りまして。あとは80年代のナムコのビデオゲームの黄金期みたいなものに携わることができたのです。「ニューラリーX」とか、「ギャラガ」とか、「ボスコニアン」とか、「ディグダグ」「ポールポジション」「ゼビウス」「マッピー」とかですね。「リブルラブル」「ギャプラス」「パックランド」あたりがとても面白かったですね。あと「ドラゴンバスター」なんかもそうですね。

Q：だいぶ名前を挙げてもらいましたが、関わり方としてという、できれば順番というか。

岩谷：そうですね、課長職になってますので、いわゆるプロデュースをするっていう形ですね。企画段階から見て、それから営業販売との交渉ですよ。これは面白いんだからっていうようなことを、うまく説得したりとか。あるいはプロモーションをどうしようかみたいな形ですね。そういう意味でのプロデュース業務をずっとやってきてます。ですから発案とかっていうのも、もう全部、横山さんであったりとか、岡本進一郎さんだったり、あるいは澤野さんだったり、いろんな方が。今のバンダイナムコスタジオの社長の中谷君とかもそうですね。「ギャプラス」を見たりとかですね。

Q：当時課長職だったそうですが、同僚っていうか同クラスの方はいらっしゃいましたか。

岩谷：同期が二十何名いました。で、そのあと 18~17 名ぐらいに減ったと思いますが。

Q：課長職って形でプロデュースを手掛けられた。

岩谷：同じような立場の人は澤野さんでしょう、それから誰だろう？ あと技術のほうは誰が見てたのかな。田城さんですね、技術のほうの課長やっていましたね。部長が石村繁一さん、技術部ですね。詳しくは資料を見ないと分かんないですけど。あと平岡さんっていう課長もいましたね。平岡さん、途中から来た人なんだけど。

Q：というのは、いろんな方がナムコですからきっと企画を持って、作って持ってくると思うんですけど、それが先生のところにガーッと集まるのか、それとも幾つかのセクションに集まるんでしょうか。

岩谷：まあ幾つかですね。大きく分けると、私と澤野さんとに分かれてるっていう感じですね。

Q：それぞれに、「こういうのどうでしょうか？」ってお伺いすると。

岩谷：あと、企画会議みたいのやったりとかですね。あんまり組織に興味がないから全然覚えてない（笑）。本当覚えてないなあ。

Q：じゃあ、なんか僕の関心がちょっとずれてるのかもしれないけど、クリエイティブに作るっていうのが、少しずつ変わっていくんじゃないのかなっていう。

岩谷：そうでもないですね。

3D をいち早くゲームに取り入れる

岩谷：ずっとこう、誰かがこれやりたいっていうのとか、企画会議とかそういうところで、ポリゴン基板ができるから何やろうかとか、そんなような感じとかですね。

Q：マーケットは大きく変わっていったはずなんですけど、開発の仕方があまり変わってないっていうか。「パックマン」とか 80 年代初期の頃から大きく変わられたって感じがしないですね。

岩谷：業務用のほうはポリゴン基板が入ってきて変わったと思いますね。3D の開発と、それから表現の仕方と、その表現の仕方によってゲーム内容もずいぶん変わってくるという感じですね。だから高い CG 装置で作りましたね。後々 3D の基板ができて、業務用でもこういうのがこうやって動くんだっていうのを、実際動く物をプログラムするのは大変なので、イメージの絵だけ先に 3D で作っちゃえて、ドラゴンがいて道の上でポーズをとって止まった絵を描いて、将来これが動いて戦って、そういうゲームになるだろうなっていう。

その写真を作りましたね。北原君が作りました。

Q：それはおよそいつ頃？。

岩谷：下川ビルの時代だから……。

Q：87～88 年ってところですかね。システム I ですよ、基板でいうと、時期的に。

岩谷：「バラデューク」ってやつは、あれ何年だっけ。

Q：「バラデューク」は 85 年ですか。

岩谷：85 年ぐらいの「バラデューク」の時代に、将来はポリゴン 3D になるからっていう絵を作ってますね。でも、「源平討魔伝」の後かなあ、「バラデューク」が 85 年だから。

Q：「サンダーセプター」が 85 年に出ていますよね、疑似 3D ものですが相当出たのが早い
ですよね。「源平討魔伝」は、キャラクターの大きさとかも新しいですけども、技術的に
は。

岩谷：そうそう。

Q：平面的なドット絵中心だった時期に。

岩谷：3D 空間でこうなるぞっていう、絵だけ作るところって、そのイメージを持つことは
大事だよなって。その当時の CG マシンは、ものすごく高くて。今のパソコンみたいに出
せる映像のマシンがあって、3000 万円とかするんですよ。それで作ったんですよ。夜
に計算させてみたいな。ミラージュとかいう機械だったかな、イスラエル製かなんかの。
それで北原が、コーヒーをこぼして壊したっていうね（笑）。

Q：そんなオチが（笑）。

岩谷：たぶんそれ一応修理しましたけどね、高いから。

Q：会社で買ってくれたんですね。

岩谷：そうなんですよ。買ってくれましたね。

Q：最初にビデオゲーム作りたいって言ったときの、あの雰囲気を感じるんですけど。

岩谷：そうですね。石村繁一さんが建白書を書いたときのような感じで、これからはもう
CG の中でやるんだって言って。そのミラージュっていうやつは、ある写真の映像なんか
は、電線の線を消せるとかね。それで驚いていましたのでね。

Q：それもこう、それこそ若い人を中心にやっぱそういうのを作り上げた。

岩谷：そう。作り上げたっていうか、買っていじって遊んでたという。ミラージュって結
構でかいんですよ、なんか音楽スタジオのなんかミキサーみたいな感じで。

Q：初めて聞いたんで全然分かんないですけど。そこら辺が結構、不思議かなってというのは、大きくなっていろんなことやってるはずなのに、新しいものを早めに手を出すという。

岩谷：そうですね。まあ先ほどもゲーム以外のこともやっていこうっていう、そういう気運とかムードとか、そういう文化がある中で、やっぱり将来はこういう表現になっていくだろうとかですね。コンピューターグラフィックスの時代だろうということとかですね。

Q：われわれ、ただ遊んでた人間には全然そういう方向性が分かんなかったんですけど、80年代の真ん中ぐらいってのは。やっぱり作ってる方はだいぶそういうふうに、10年ぐらい先の話をしていたと。

岩谷：そうですね。10年先ぐらいは常に追っかけてる感じですね。VRなんかも結構早めにトライしてますね。イギリスのバーチャリティっていう会社が作った戦闘機のVRマシン、それをロケーションテストしたんですね。

Q：図らずも、そういう実験的なものがありつつ、一方で先ほどおっしゃった黄金期で、どんどん作品が出てくるっていう時代だったんですね、80年代は。

岩谷：そうですね。

ナムコのアイデンティティ

Q：先ほどお名前上げてくださった、8つか7つぐらいのソフトで、先生から見て「おお、これは！」っていうのがあったらぜひ。これはとか、こういうのがまあ面白かったとか、うまくいったっていうのがあったら伺いたいのですが。

岩谷：いや、黄金期だからみんな面白いですよ。本当に。これはっていうか、よくぞこんなに、みんなすごいのを考えてたなあと。要するにキャンバスが白い、誰も塗っていない、こう未開拓なところがいっぱいあったので、本当に好きなように描いていったっていう。今はいっぱい塗られちゃって、どこ塗ったらいいのかって困ってる。ネタ切れで困ってるぐらいですよ、今。でも80年代後半になると、私はこの企画のところから離れちゃうんですよ。

Q：何年頃ですか。

岩谷：何年でしょうかねえ。全然覚えてない。89年かな。

Q：その時期は、会社が株式公開をするタイミングですよ。

岩谷：株式公開っていつでしたっけ、あんまり興味がなくて……。

Q：東証一部上場が 1991 年で、東証二部が 1988 年です。

岩谷：全然覚えてない。

Q：未来研究所ができたと同じ年だっていうふうに、手元の資料には書いてあります。岩谷：じゃあ、その上場した後ですかね。

Q：やはり世間的にも知名度が上がって、求人も、まあ景気も良かったし、増えたんだろうなあと。

岩谷：そうですね。上場して知名度が上がってって、ということでしょうね。

Q：本当にまさに会社……何度も繰り返して聞きますけど、会社がどんどん大きくなっている人が入ってくるイメージがあるんですけど、先生がそれこそ入社されたときとはだいぶ違っている。

岩谷：そうですね。ですから、顔を知らないっていう人も結構いますよね。

Q：あと、そのゲームを、ピンボールも含めて、遊びを作りたいっていう人が多かったと思うんですけど、ほかの会社に比べれば。何か変わってくるんじゃないかなって勝手に思うんですけど、そんなことはないですか？ 若い人を見てて。

岩谷：そうですね、若い人が増えてくると、本当に純粹にビデオゲームを作りたいっていう、そういう人が増えてきますよね。それはもう当然のことですね。エレメカ作りたいっていう人は、もう滅多にいないですね。

Q：先生のように幅広く何か遊びをクリエイトするとか、そういうのに惹かれるんですか。

岩谷：だから、そういう人もやっぱり、遊びをクリエイトするとか遊びは文化であるっていうことを常に言ってますから、ビデオゲーム以外の領域をちゃんとカバーする人も入っていますよね。

Q：採用面接も、以前はされていなかったか。

岩谷：面接はしてましたね。

Q：ちょうどそのころですか、80年代の真ん中。

岩谷：そうですね、80年代の真ん中辺りに、盛んにやりましたね。

Q：そこで、以前の2回目のインタビューぐらいのときに、異性にモテる人か、それともモテない人のどちらを採るのかとか、そういうお話があつて。

岩谷：そうそう。モテない人を採る。モテるやつは駄目、サービス精神が足りないと。(一同笑い)

Q：異性を引き付ける、サービス精神を持つ人を優先的に採ったっていうわさがあつたような？

岩谷：もう逆ですよ。イケメンはサービス精神を発揮しなくてもモテるので、あまり相手を思いやる気持ちが育ちにくいという。それは女性も一緒で。

Q：そういうのを面接なさったのはちょうどその頃ですか。おっしゃってたような採用基準を持って。

岩谷：はい。

Q：なんかこう、僕の質問が悪いかもしれないのですが、80年代にファミコンとかそういうアーケードゲームもそうですけど、大きくなって会社も組織も変わって、会社の雰囲気が変わっていくっていうことが、あんまりなかったっていうのが意外でもあるんですけど。

岩谷：そうですか？

Q：それこそ会社がバンバンと大きくなって二部になり、すぐ一部上場が迫ってくるわけじゃないですか。そこでの社風とかの変化、お感じになっていませんか。

岩谷：そうですね、その大きな変化っていうのは感じ取れなかったですね。徐々に変わって
るっていう感じですよ。何がどう変わったって、そんなに変わってないような気がするん
ですよ。

Q：いわゆるナムコらしさが。

岩谷：ずっと結構続いてるっていう感じしますね。「太鼓の達人」が出てきたときもナムコら
しいなと思いましたし。「料理の達人」とかもね。

Q：はい。

岩谷：「プロップサイクル」っていうのもナムコらしい。

Q：ああ、そうですね、はい。

岩谷：そうすると、ナムコらしいっていうのが、やっぱりずっと基本にあるっていう感じが
しますね。その中で、人数が増えてきてるなどか、引っ越しを繰り返して、広いとこ広いと
こ行ってるなあと、そんなイメージですね。

Q：まあ、側っていうか、規模とかオフィスは変わっても、ナムコらしさがあんまりってい
うか、ほとんど変わらない。

岩谷：なぜそういうアイデンティティみたいなのっていうか、そういうのがあったのは、中村
雅哉さんが亡くなられて初めて分かりました。ああ、中村雅哉さんだったんだっていう
(笑)。本当にこう、僕たちの年代の人たちは、中村雅哉さんのお別れ会で会って、やっぱり
すごかったよねっていう話ばかりするんですよ。それまではけちよんけちよんに言ってた
人たちのほうが多かったのに、なんか急に亡くなられてから築いてきたこととか。そういう
ナムコらしさっていうのをずっと保ててたのも、中村雅哉さんだなぁあって感じがしますね。
10月にスペインで、バルセロナ・ゲームス・ワールド (Barcelona Games World) ってい
うのがあって、そこに行ったら中村雅哉追悼コーナーがあって。

Q：追悼コーナーが海外で。

岩谷：そこで、中村雅哉追悼コーナーに合わせた講演を「岩谷さんやってくださいよ」って
いうので。昔からの雅哉さんとのエピソード話をして、「パックマン」の話をしてっていうの
を会場でやって。そのときも年表があって、1955年から。やっぱりそういうのを見ても思い
ますよね。会場の追悼コーナーを見てもですね。

Q：そういった変わらなさが。

岩谷：変わらなかったのは、大きな柱として中村雅哉さんがいたんだなっていうのは。それはもう開発だけじゃなくて、営業さん販売さんにも同じ思想っていうか考え方が入ってますよね。遊びっていう言葉を常に使うところがありますよね。だから、この大学でゲーム学科作る時にも、遊び遊びって言葉ばかり使っています。

Q：なるほど。岩谷：パンフレットとか、こういう大学の、高校生に向けて配るものには、とにかく遊びっていう言葉よく使ったなあ。

Q：ご説明とかこう、大学の説明会とかで。

岩谷：ええ、そうですね。

岩谷氏とナムコ創業者中村雅哉氏との関係

Q：ここまで伺ってきて、やっぱり先生がそういう方だっていうイメージを僕は持ってるんですけども。

岩谷：はい？

Q：もともと、そういうところはお持ちだったっていうイメージがあるんですけど。遊びとかそういう人に楽しませるっていう要素をお持ちの先生だったというイメージを、勝手に持ってるんですが。でも、実は中村雅哉さんの影響を先生ご自身がずっと持ってらしたのかなあと。

岩谷：共振してたんでしょうね。お互いに振れ合ってたと思いますね。でもそういう方は多いですよ。「ゼビウス」の遠藤さんや遠山さんもそうですし。やっぱり遊びとは何かとか、あとはおもてなしで人の気持ちを考えると、サービス精神とかっていうのはもう、雅哉さんからわれわれに降り注がれていて。もともとそういうのを持ってる人が吸い寄せられるように来てるっていう、そんな感じですよ。

Q：入ってくる時点ではもう吸い寄せられる要素は持ってるんですね。

岩谷：そう。

Q：さらに入ってくれば、もう余計にそうなるよ。

岩谷：そうなんです。やっぱりゲーム会社で働きたいっていう中で、選択肢の基準になるのが、ヒット商品を出しているとか、技術的に高いとか、セガさんやコナミさんやタイトーさんとかの中で、やっぱり自分は遊びが好きだってなると、ナムコの考えている遊びが、やっぱり選ぶキーワードになるんですよ。

Q：そこら辺が 80 年代 90 年代通じて、少しまあいわゆる近いところの競合、セガさんとかとも違うのかなと思うんですけど、少し。

岩谷：そうですね。

Q：あんまり遊びってこと言わないですね。

岩谷：言わないですね。でも逆に、2000 年代に入るとセガさんとかも遊びとかずいぶん意識して、今も作りますよね。ジョイポリスなんかも、やっぱりそういう系統ですしね。

Q：80 年代～90 年代でいうと、あまりそういう対比は良くないかもしれないけど、遊びの結果からゲームが出てくるナムコと、ゲームを中心に技術とかヒット作品をめざすセガっていう感じがあったのが、次第にだんだん似通ってきていったというか。

岩谷：ええ。そうですね。そういう遊びっていう、まあエンターテインメントっていうような言葉も使うようになってきたりとか、そういう意味ではセガさんもタイトーさんも、ずいぶん意識してきているような気がしますね、今。

Q：ナムコはそういう意味でまあ、ぶれてないっていうか。

岩谷：ぶれてないです。

ビデオゲームとエレメカの両立

Q：今日、冒頭でお話があった、そのプロジェクトもやっぱり。遊びをこうゲーム以外の普通の商品に入ってきて。

岩谷：そうですね。また「アフレコ！」とかっていうのもやっちゃうしね。そういうアフレコをゲーム機として遊んでやっちゃうっていうのを。要するに、少し気分の落ち込んだ人の気分を良くする、まあ、うつまでいかないけども、そういうゲームが社会の問題解決になら

ないかっていうので、「アフレコ！」で気持ちよくなるかという。落ち込んだ気分をこう上昇させるゲームはないか、じゃあ取材対象として「アフレコ！」があるから、その作った人に聞いてきてごらんとか学生に言ったことがあったんだけど。

Q：だから、その中から先ほどおっしゃったような、「アフレコ！」もそうだし「太鼓の達人」も出てきたりして。

岩谷：そうですね。

Q：僕の意見をあんま言っちゃいけないんですけど、インタビューなんで。でも、そうするとエレメカがいつまでもっていうか、あまり小っちゃくならないのも、それもひとつあるんですかね。ビデオゲームオンリーにならないのは。

岩谷：ええ、そうです。

Q：ビデオゲームオンリーの会社にならないですよね。

岩谷：そうですね。

Q：ならなかったですよね。

岩谷：ええ。エレメカで「1・2の三四郎」とか作りましたけどね。

Q：それ知らないです。

岩谷：「Mr.プロレス」に近い。ガッとやってこう、腕がこう出てて、それをグーッと広げる。要するに腕相撲を両手でするんですね。まあプロレス技というんですか。「1・2の三四郎」はあれだ、使えなかったんだ、あの……。

Q：商標をですか？

岩谷：そうです。

Q：企画の対象として、エレメカなんかもやっていたんですか。

岩谷：エレメカもやってみました。企画はビデオゲームもエレメカもやってみましたんで。

Q：そこもやっぱりアーケード、コンシューマーの混在もそうですけど、エレメカとビデオゲームの混在もまだ普通。

岩谷：普通ですね。

Q：それで今ふと思ったんですけど、そうするとじゃあ、「コズモギャング」シリーズのビデオゲームは、元々はエレメカだったものをビデオゲームにしたと思うんですけど、これもそのような混在した状態の中から生まれたものであると。

岩谷：あれは別の、私と違うところだったので全然分かんないですね。

開発部門の分業の在り方

Q：今、お話のあったゲームもそうだけど、先生のあれでも、やっぱり開発部門を分けないんですね、ナムコは。少なくともあの時期は。

岩谷：そうですね。

Q：それぞれ分けて、セクション分けてるイメージを勝手に持つんですけど、そこら辺でこう分化しない組織を作ってた。

岩谷：そうですね。

Q：今お話した「コズモギャングズ」は 90 年のエレメカなんですけど。もうこのころは岩谷さんは現場からもう……。

岩谷：うん、離れちゃった。

Q：結構分けるもんかなと思うんですけど、分野ごとに。技術か美術ごとに分けるのが結構多いのかなと。

岩谷：なるほどね。何となく「何々組」みたいなイメージですよ。 「何々組」の中で、エレメカもビデオゲームも作って。隣の組でも、同じようにやってるっていうことですね。

Q：あの「黒澤組」みたいなイメージ？

岩谷：そうですね。まあそこまでいくか分かんないですけどね。

Q：岩谷先生が、「岩谷組」みたいな中で、幾つかブロックが分かれて、開発部も。さっきおっしゃった一部、二部、三部との関係はどうなんですか。

岩谷：その中でも分かれてましたし。

Q：失礼な言い方かもしれないけど、一、二、三っていうのはまあ外向けに一、二、三なんだと……。

岩谷：中ではまた別で。

Q：それって結構固定的だったんですか。それこそ「岩谷組」に関して言うと。

岩谷：まあ固定的ですよ。

Q：そういうところも、会社が大きくなってもまあ変わらない、ユニットみたいのが結構、維持されてる。

岩谷：そうですね。

本内容は文化庁委託事業「平成 29 年度メディア芸術連携促進事業」『ゲーム産業生成におけるイノベーションの分野横断的なオーラル・ヒストリー事業』で実施した内容となります。