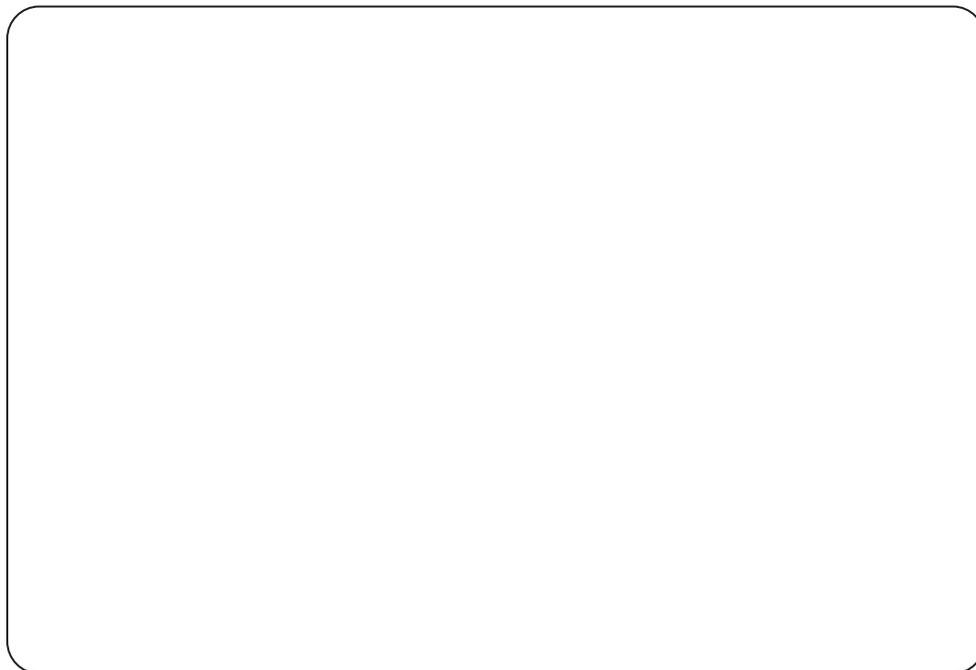


文化庁

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

石井ぜんじ第1回インタビュー前半：ゲームの魅力を発信する仕事

生稲 史彦

鳴原 盛之

山口 翔太郎

Zenji Ishii, Oral History (1st, 1): Job of conveying the attraction
of games

Ikuine, Fumihiko

Shigihara, Morihiro

Yamaguchi, Shotaro

目次

子供時代のゲームとの関わり	3
当時のゲームに対する社会の価値観	11
ゲームビジネスのメーカー間の相違	13
ゲームメディアに携わる経緯	20
ゲーム雑誌の作り方	26

子供時代のゲームとの関わり

Q：まず趣旨から簡単に説明させていただきます。私どものほうで去年から、まあ、随分前から構想はあったんですけれども、ゲームの草創期、ビジネスの始まりってものを理解したいなど。で、資料は石井さんを含めていろんな方がゲームってこうだと残しててくださったんですけど、やっぱりわれわれのほうでもう少し、できれば網羅的に、それでさらに言えばご本人の話からオーラルヒストリーって形で聞いたほうが後々、アカデミシャンにとっても一般の人にとっても、多くの人にとって価値があるんじゃないかなって考えました。

石井：そうですね、そういう感じで後には資料として残しておきたいですね。結構昔っから、ちょっと余談になっちゃうんですけど、昔からばりばり一線でやってきた人って、

「パックマン」をつくられた岩谷さんはもう教授とかになられていますから別ですけど、昔からばりばり一線でやってきた人って、割と今でも僕ぐらいの年代でも結構現場でやっている人たちがいて、そういう人たちってやっぱり、今ゲーム業界をどうしていくかとか、今仕事をどうしていくかということに関心があるんですよ。

僕なんかメディアに関わる人間なんで、そういう過去に活躍した人たちにどうやってきたかを聞こうとしても、なかなか本人の口からは出てこないんですよ。過去のことはもう考えていないんで。

Q：(笑)。

石井：もう今、何をやってきたかっていうバイタリティーでずっと進んできたので、なかなかそういう人たちは、いまだに頑張っておられるところがあるので、逆に過去に向かないんですよ、あのとき、自分が。

Q：過去のことは、なかなか関心が向かないと。

石井：そうですね、そういう傾向がやっぱり僕はあるなとは思ってます。

Q：われわれ大げさに言うと、とても研究者たちとしてはいい時代に巡り合えていて、あるいは大きなビジネスが、大げさに言えば世界的なビジネスが立ち上がる瞬間にはそうそうお目にかからないと思うんですけど、これはまさにそういうタイミングなので。だからこそちよっとご無理を、石井さんはそうでもないかもしれませんが、多くの方にご無理申し上げても昔のことを聞き取っておいて、われわれだけではなくそれに続く人たちがそうやって記録を残していけば、日本っていう国でどういうふう文化が、こういうゲームと文化とビジネスが出てきたのかってことが、いろいろできるのかなって。今お名前のあった岩谷先生にもちよっと聞き取りが終わったところで。

一線を引退された方、一つのわれわれの意図は、任天堂の山内社長も亡くなってしまいましたし、それから中村雅哉会長もいなくなってしまいましたので、やはりなるべく生きてらっしゃる方から、きちっと書き取っておきたいと、このタイミングでっていうのも、一つ意図としてありまして。去年から始めて、上村先生とか。西角さんとか。という形で、ほんとにゲームがまだコンピューターを使ってなかったころのお話から伺って今日に至ってます。きょうは石井様の第 1 回目ということで。ゲームの関わりみたいなのところからの、少しその前ぐらいからでも、お伺いできればと。

石井：どうでしょうか。じゃあ、結構個人的なところから言っているのかな？

Q：もう差し支えなければぜひ、そういうところからお伺いしたいんですけども。

石井：まあ、ビデオゲーム、僕もビデオゲームの歴史とかは結構、後から勉強とかはしたんですけど、僕はビデオゲームをほんとにちゃんとやったのは、「スペースインベーダー」よりもちょっと後ぐらいからですかね。だから僕は当時としては結構もう年がいったから、高校 2 年とか 3 年ぐらいからだと思います。そのころにはちょうど任天堂の「ドンキーコング」とかが出てきたころですね。僕なんかは、その後かなりゲームにはまっていた人間なんで、そのくらいゲームをやり込んでた人って結構小学生ぐらいからやってるみたいなのが多いんですけど、そういう点から言えば僕はちょっと遅いほうだったかもしれないですね。まあ単純にお金はあんまり持ってなかったっていうのはあったかな、やっぱり小さいころは。で、インベーダーブームのころがちょうど中学生ぐらいのころで、インベーダーは、ここで本（※石井氏著「ゲームセンタークロニクル」を見ながら話している）とかにも書いていますけど、よくあんなにお金使ってやるなあと思ってました、単純に。

Q：なるほど。

石井：そこまではひかれてなかったかもしれないですね。インベーダーは友達のうちに筐体が、喫茶店から流れて来たのがあったんで、友達のうちで結構ただで遊んでたりとかはしてましたね。そんな感じかな。

でも当時は、僕はインベーダーよりも前のゲームっていうのは、実はインベーダー以降に結構遊んだところもあって。割と古い 70 年代ぐらいのゲームが残ってるゲームセンターっていうのが地元にあったんで、あまり深く考えずに、それをバッテリーセンターとかでバッテリーやりに行ったついでかなんかに、10 円とかで遊んでた記憶があります。それはたぶんインベーダー以前の、ゲームのアタリのゲームで、たぶん「スプリント」とかそこら辺だと思いますね。あと、「ブロックード」っていう形式の、バリケードをつくってって、途中で先に自爆したほうが負けみたいな。まあ、海外ではそこそこはやったんですけど、日

本ではそれほどはやらなかったらしいすけど。

Q：そうですね。

石井：そういうタイプのゲームをやった記憶があります。当時はメダルゲームとかもあったんですけど、子どものころはたぶん箱根の温泉とか行ってメダルゲームとか遊んでたんじゃないすかね。ビデオゲームのほうがやや料金設定が高かったはずなので、ビデオゲームはたぶんあんまりやってないんじゃないかな、その当時は。

ビデオゲームを友達がやるのを、「ドンキーコング」なんかをやるのを見て、そこから1人で始めたのが最初あたり。その前にだから、たぶん70年代のゲームもちょこちょこ触ってると思うんですけど、かなり意識してやり始めたのが「ドンキーコング」とかのあたりですね。「ドンキーコング」とか、ユニバーサル「スペースパニック」ですよ、そのあたりをやってましたね。

本格的にはまり始めたのがやっぱり「ゼビウス」あたりかな、ナムコの「ゼビウス」。当時はデパートの屋上とかにゲームセンターがよくあって、ナムコとかもともと木馬とかをデパートに設置したのが始まりみたいなことはよく言われますけど、そういう感じで僕の地元にもナムコの屋上のゲームセンターがあって。屋上と言っても屋根が付いてるスペースが結構あって、そこに「ゼビウス」とかがあって、それでやってそこではまったのがたぶんこっちの方向に歩んできた一番大きな。

これもこの本に書いたんですけど、「ゼビウス」のやっぱり一番すごいところっていうのは、画面がスクロールしてくるところで。画面がスクロールしてくると何が違うかっていうと、やっぱりそこに世界の広がりが見られるところで。それまでのゲームっていうのは割と狭い決まったフィールドでやるものだったんですけど、どんどんどんどん見たことない景色が流れ来てて、その景色の中に実在感があるっていう。まあ、今で言えば、広い意味で言えばオープンワールドっていう感じだと思いますね。やっぱりそういうものを感じて、「これはすごい」という。先を見るために後をプレーしたいっていう感じで、はまりましたね。

当時のゲームの特徴っていうのは先を見る、基本的にインベーダーの前のブロック崩しあたりからそうなんですけど、昔のエレメカっていうのは30秒で何分とか、40秒で何分とか1分、何分とかそういう時間制だったんですけど、ブロック崩しあたりから残機制になって、ミスをしないうり永久に遊べるみたいなものでブロック崩しはやったところがあって。「スペースインベーダー」も基本的には同じ形式。まあ、「ゼビウス」も同じなんですけど。そうすると、理論的には死ななければゲームが終わらなくなります。

まあ、それで実際にすごい人気があったんで、ゲームセンターはすごく流行って元は取れていたんですけども、長く遊ばれるってことはそれだけお金が落ちないということになるんで。ゲーム自体の難易度がある程度上がって行って、そういう「早く終われよ」というようなつくりにはなってるのに、先のほうを見たいためには遊ぶしかない、うまくなるしか

ない。うまくなることが長く先を見ること、ゲームを楽しむことにつながるっていうそういう時代ですよ。

それが 80 年代、ほぼ「ストリートファイターII」が出てくる 90 年代の前半、一番最初まで、80 年代のゲームの、ゲームセンターのゲームの大きな特徴で、うまい人がゲームを長く楽しめる。そして楽しめる人はすごい人、うまい人は偉い人みたいな自然な発想があって。あんまり長く、でも遊ばれちゃうと、まあ、これ重要なんですけど、あんまり長く遊ばれちゃうとゲームセンターがもうからないし、メーカーのほうにも文句がくるっていうのがあって、そういうスタイルですよ、80 年代のゲームセンターのゲーム。

Q：そうですね、昔の「スピードレース」とかだと、時間が少しエクステンドするだけですから、どんなにうまくなってもエクステンドがなくなったら終わりっていうところがあって。

石井：その価値観っていうのは非常に重要で、そのビジネス的なところはかなり絡んでくるんですけど。まあ、そういう文化だった。

Q：そうでしたね。ちょっとお話を戻らせていただいて。もし差し支えなければ、高校とか中学ってどこら辺にいらしたんですか？

石井：高校も地元は小田原です。だからずっと小田原からは出てないですね。

Q：温泉って言うと、箱根とかそちらのほうの温泉なんですか？

石井：温泉は箱根ですね。箱根の小涌園とかに行ってるはずですね。もう今ちょうど、閉園になって話題になってる小涌園に相当ゲームがあった、当時は。もう 90 年代ぐらいに全部なくなっちゃったのかな、いったん。結構いいものがなくなって。いまだに温泉、一部残ってるものとかあって、マニアがこっそりいろんなところを、全国中を回って確保したり撮影したりとかしているという。

Q：そうですね、「撮り鉄」ならぬ、「撮りゲー」みたいななところがありますよね。

石井：そう、そういうところなんですね。

Q：一つ場所をお伺いしたかったのが、結構その 70 年代の企業の方から見ても、温泉とかそういうロケーションに置く、回るっていうのが一つのキーワードだったので、どこら辺でそういうのを、それこそ温泉旅館、デパートの屋上って地理的な広がりを少し確認したかっ

たのは一つありますね。

石井：だから熱海とかも相当あったはずですよ、たぶん。一時期はハトヤとか、結構話題になってましたから。

Q：そうですね、なってましたね。

石井：箱根とか熱海とかは相当数の温泉があるので、たぶんビデオゲーム以前からエレメカが置かれていたと思いますけどね。

Q：ちょうど1年ちょっと前ぐらいに座談会で任天堂とタイトーの方に来ていただいて、特に営業の方がおっしゃってたのはまさにそういうロケーション回り、エレメカのものをビデオで置き換えていくっておっしゃってましたので、まさにそういう時代だったんだなあっていう今、確認というか、聞き返したところです。

石井：素晴らしいですね、話を聞きたかったですね。任天堂は、でも80年代のインベーダー以降のVSシステム出てくるあたりだから84年か5年？85年ぐらい？あのぐらいのゲームで、すごいいいのが出てますけどね。でも、そこから完全にファミコンにシフトしちゃったんで、ゲーセンで遊ぶゲーマーとしてはちょっと、むしろ残念ではあったかな。作り手がいかにもゲームを分かっている感じっていうのはすごい感じてたので。

Q：やはりゲームは今お話が出たように、徐々にコンシューマーの、いわゆる家庭用ゲーム機で大きくなるんですが、石井さんはどちらかというところアーケードのほうで？

石井：そうですね。家庭用ほとんどやってないですよ、当時は。家庭用をやったのは正直2000年ぐらいからじゃないですか。それ以前も全くやらないことはなかったけども、やっぱりずっとゲームセンターのアーケード一筋できたんで。何十年もブランクがあって2000年から取り返す感じですよ、家庭用は（笑）。

Q：アーケードで見たときに、そういう意味では80年代から90年代の「ストII」が出るぐらいまでっていうのは、結構コンテンツが入れ替わりながらも、同じようなことが同じような価値観で動いてたっていう感じでしょうか？

石井：大きく言えばそうじゃないすかね。これは2000年までずっとそうなんですけど、やっぱりそのゲームのハードが進歩することで、新しいものをどんどん見せてくるっていう流れが2000年ぐらいまで。まあそれで、どんどん見た目とか技術を生かしたゲーム性とか

新しいものがどんどん出てくるので、早いサイクルでどんどん入れ替わっていく、それが 80 年代ですね。80 年代、そうだな、通してほぼそうなんじゃないですかね。

それで 80 年代の前半のころはハードスペックがまだそこまで至っていなかったんで、少人数でゲームがつくれたということもあり、ものすごくゲームの稼働、出てくるタイトル数が多い。だから 1 年で調べると、だいたい 150 ぐらいは出てるんですよ。200 は行かないぐらいかな、だいたい。それがゲームセンターでは、まあ早いものは 1 週間で撤去。ある程度人気あるもので 3 カ月ぐらい。1 年間残ると大ヒット作っていう感覚です。

だから 85 年ぐらいからっていうと「グラディウス」とか「魔界村」が 1 年間稼働したゲーム。いまだに名作と言われるものですよ。それ以外はだいたい、ヒット作でも 3 カ月ぐらいですよ。3~4 カ月ぐらい、半年もつかもたないかぐらいまでいったら、もうかなり人気作。ただ、基板自体の開発費もそこまでかかってないし、基板の値段もそんなに高くないので、そのくらい稼働すれば全然ゲーセンでは元は取れている感じですね。そして基板自体もそんなに高くないんで、中小のその駅前商店街にあるようなゲームセンターが割と普通に栄えるという。

Q：結構そういう小規模なお店がお好きだったんですか？ 好みとして（笑）。

石井：僕はね、別に特にそういうこだわりはないんだけど、もともと大都会に住んでるわけじゃないから。そうだね、そんなにおっきい、どうなんだろうな、そんなにすごい小さい店ってわけじゃないけど、まあまあ小さい店に行ってたのが多かったかもしれませんね。

Q：僕も、僕はまあ年は下ですけど小規模な店で遊んでて、ゲームがそろってないじゃないですか、一つは。やっぱり偏りがあったり、あれがないっていうことがあるじゃないですか。もしくはあれしかない、あれを遊びに行くとか。そういうところの遊ばれ方だったのかなと思って。僕よりもね、だいぶなさってると思いますけど。

石井：だから、まあまあ、そこそこタイトルがそろってるような店には行ってましたけど、やっぱりあんまりね、あんまり都心の新宿とか行くとやりづらい、むしろやりづらいですよ、落ち着かないというか。そういうところもあるんで、やっぱりほんとに新製品でそこしかないとかいうときは見に行ったりしましたけど。

Q：僕は千葉なんで、やっぱり地元でゲームしてて、時々新宿とか秋葉原へ出て来てゲームをすると、ちょっと勝手が違うっていうか。

石井：まあ似たような感じ、理由かな。

Q：まあ、千葉だとやっぱりそういう感じはありましたね、「わざわざ」っていうのもありますし、僕のほうが下なんでお金もなかったですからもっと。

当時の、どうでしょうかね、まず一つはそのゲームで今幾つかお名前、「ドンキーコング」以降で出てきたのが「ゼビウス」、「グラディウス」、「魔界村」ですけど、印象に残っているゲームとしては他に当時、「ああこれは」っていうのは。さっき、『ゼビウス』は素晴らしい』っていうお話でしたが。

石井：どうだろう、まあ普通、人気のあったものはそうですね、やっぱり「魔界村」と「グラディウス」ではまって大学を辞めたという形だから、「魔界村」と「グラディウス」はすごく印象に残ってるかな。あとはね、そんなにそこまで人気だったわけじゃないんですけど、カプコンの 80 年代のゲームは大概好きでしたね。「ゼビウス」の後ではまったナムコのゲームは「パックランド」と「ドルアーガの塔」かな。まあ「ドルアーガの塔」はちょっと特別な感覚のゲームですね。インターネットのない時代の情報戦をリアルタイムでやってた世代なので、「ドルアーガの塔」のは特別な思い出がありますね。

Q：インターネットのない時代の情報戦っていうのをちょっと。

石井：「ドルアーガの塔」ってすごい特殊なゲームで、本来だったらゲームじゃ絶対やっちゃいけないことを平気でやってるようなゲームで。クリアするのに、まあ、全部は必要ないんですけど、それぞれのフロアで宝箱を出していかなきゃいけないんですけど。

Q：はい。そうですね。

石井：その宝箱を出すのにコマンドを、隠しコマンドを入力しなきゃいけない。でも、インターネットのない時代で、いきなり全くノーヒントでゲームがぼんとゲーセンに出てきたんで、その隠しコマンドが必要だということがまず分からなきゃいけないんですけど、その隠しコマンドが必要だっていうことが分かってから、その各面各面、隠しコマンドとか宝箱の出し方……、隠しコマンドって言い切れるのかな、宝箱の出し方を全部調べる、ノーヒントで調べていく。そういうことをリアルタイムでやりました。

だから、そういう遊び方をした人も結構、限られてると思うんですけど、やっぱり 80 年代のゲームって長く遊べないようにつくってあるのを、長く遊んでうまい人が楽しめるっていう要素があるんですけど。「ドルアーガの塔」も似たようなところですがごくむちゃくちゃなもの押し付けられて、それをなんとかしなきゃいけないっていうところで、やっぱり特別な思い出が残るところがありますよね。

その情報を集めに、東京のゲームセンターとかに情報収集に行っ、そこで知り合いとかが増えて、そこから「ゲーメスト」の発足に関わるメンバーとかとも知り合いになってる。

ゲームのマニア同士のネットワークがつながって、そこから「ゲーメスト」が創刊して、そこに入るのにつながってったことは間違いないですね。だから僕の知り合いは、つるはし（※「ドルアーガの塔」に存在する宝物・アイテムの一種）を使うと迷路の壁が壊れるんですけど、そのつるはしで無数にある迷路の壁をひたすら全て壊して、「宝箱が出ない、出ない」とか言ってました。もう1日1面、ずっとそういう感じです。

一同：(笑)。

石井：「どうすんだ」って。

Q：あれ、でもどうやってみんな解いてたんでしょうね。僕の友達でもいましたけど、やっぱり。

石井：僕は自力で半分ぐらいは解いてると思いますよ。最終的にはその情報を集めて。情報は、そこはよく言われますけど開発のほうが情報を少しは流してた、こっそり、ほんの少しは。それで先にクリアした人とかがいて、いたみたいですけどね。でも、どうですかね、半分以上はたぶん自力で見つけたと思いますよ。もっと見つけてるかな。まあ、よくやった。

でも、それもいろんなネットワークで情報戦ですよ。インターネットのない時代の情報戦。だから人脈をつくって人を増やしてって、そのゲームの攻略をする時も同じなんですけど、人脈をつくって情報を増やしてって有益な情報を得ていくという。

Q：そういう意味ではだいぶ、今までお名前が挙がった「グラディウス」、「魔界村」に比べると、「ドルアーガの塔」は特殊な経験で。

石井：すごい特殊なゲームです。だから、昨日ちょっと知り合いとアドベンチャーゲームの話をしたんですけど、80年代のアドベンチャーゲームって、PCのアドベンチャーゲームって英語のコマンドを入力するんだけど、その英語が辞書にも載ってないような単語が、辞書に載ってないっていうことにはないですけど、むちゃくちゃな単語だったりして。「解くのに1年かかりました」みたいな、そういうゲームが当時あったんで、それに近い感覚なんじゃないかな、「ドルアーガの塔」は。もうノーヒント。

Q：全然違うのは、これはアーケードのゲームですもんね。PCゲームじゃないので。家で1年間やるのも大変ですけど。

石井：むちゃくちゃなこと、まあ、さすが「ゼビウス」つくった遠藤さん、「むちゃくちゃなことをやってくれるよ」っていう。

一同：(笑)。

石井：でも、だからこそ記憶にずっと残ってるし、それを真面目に、本気で解こうと、自力で解こうとしてました。時間かけたら解けるとは思いますよ、自力で。

Q：僕は友達に教えてもらってやってたんですけども。まあ、雑誌とかにも書いてあった気もしますが、少し。少しずつ解けました。不思議なぐらいノーヒントで結構みんなちゃんと自力でやるんですよ。

石井：(笑)。

Q：どうやってるんだろうなと思って。

石井：並大抵の努力じゃないっすよ。

Q：画面見ても、ヒントが全然出てこないですし(笑)。

石井：まあ、なんかね、ほんとにわずかなきっかけから想像はしますけどね。要はレバーとボタンとプレー時間の長さでできることは限られてますから、理論上ね。そこら辺でやっぱり開発してる人間の頭を推理する、そういうことはよくやりましたよね。

当時のゲームに対する社会の価値観

Q：一つ今、ネットワークっていうお話し出たんで、「ゲーメスト」につながるネットワークっていうお話でおっしゃった。その前は基本的な、一人でとか地元でなさってましたんですか？

石井：地元で遊んでたんですけど、やっぱりいつも通ってくるやつらがいて、どんどん仲間になっていく感じです。それで当時はスコアネームとかで言ったりとか、あだ名で人を呼んだりとかするので、本名は全然知らないまますごく仲良くなってるのが普通なぐらいですね、そういう感じですね。気づいたら仲良くなってるから、いつ知り合ったかもよく分からない。ゲームセンターにもいまだに行ってますけど、仲間はほぼいませんが、当時はものすごいいましたね。知り合い20人30人ぐらいは。そこまでいかないな。20人ぐらいはいたんじゃないですか。みんな知り合いでした。

これも本には書いてあるんですけど、やっぱりゲームというものに対しての社会の目が非常に厳しいところがあったんで、共同体意識というものが逆に強くありましたね。だから

それはもう 90 年代以降とは、はっきり大きく違うところで、自分たちがすごく面白いと思ってる事が認められてないという意識は大概のプレイヤーが持っていて。それがプレイヤー同士の結束感と、ゲームっていうのは面白いものだという信念と、それをなんとかして伝えていきたいという気持ちとかが、多かれ少なかれあったんじゃないかなって。

Q：われわれは学校でもうゲームセンター行っちゃいけない、みたいな。もしくは、行ったら実際、不良がいるとかそういう世代。まあ、年も小さかったというのもあるけど、僕は当時まだ 10 代だったか、10 代の前半だったかな、小学生だったもんで。高校生、もしくは大学生としてはどういうふうにそういう、今のお話と重なりますけど。

石井：だから、大学生とかだと、もうちょっとちゃんと。っていうか、僕は結構、小さいころからいろいろそういうことは考えるタイプだったと思うんですけど。まあ、不当に差別されている感はすごいありましたね。

そしてやっぱりバブル経済期だったので、これも散々、本に書いてるんですけど、やっぱり今と比べると価値観が割と単一で、「サザエさん」のマスオさんじゃないけど、良い大学を出て、取りあえず良いところの会社に入って、一生稼いでいきなさい、みたいな家庭をつくって。そういう価値観が非常に強くて。それでいて、あんまり多様な価値観がなく、ゲームというものが、やっぱりゲームをやっていると不良になる、みたいな。あと、仕事にしたらゲームをやって、これを、こんなのを幾つ年まで続けられるんだってことはずっと言われてきたので。そういうものに対する見方というか、そういうのは社会的にどうということなんだろうっていうことはずっと考えさせられる、否応なく考えさせられましたね。

ゲームセンターに来てるやつは何がしか、だいたいそういう、「行ったら不良になる」とか、「行っちゃ駄目だ」と言われてる中に来てる人間なので、それなりにやっぱり考えてることとか。「ヤンキーは早く結婚する」じゃないけど、みんな考えたり、思うところはいろいろあったと思うんで、そういうのに折を触れて接してはいたんで。いろいろ考えることはありましたね。既存の価値観っていうもの？

まあ、理不尽な思いはあったと思いますよ、80 年代はずっと。世間で一般とされている価値観との違いっていうのは常に感じてたんで。なんとかそういうのが認められるような世の中になるといいなと思って、ずっと仕事してたところもあるし。

でも、いざゲームがある程度社会に浸透してしまうと、当時ゲームやってた人間のその真摯な思いとか、ゲームを大事に思う気持ちみたいなものは逆に薄れていきますよね。それは逆にまた実感しましたね、その流れでは。

Q：今や、そういう時代ですからね。まあ、今だけじゃないですけど、だいぶ前から。

石井：真剣さは違うでしょう、全然。80 年代のゲームやってた人間のほうがやっぱり真剣

さはあったと、そういう点では。迫害、正直ぶっちゃけ言って迫害されてたことは間違いないと思うので、迫害されてた分、真剣だったところがあると思います。

Q：その中で年を取って、それこそそういう普通、いわゆる既存の価値観のほうに合わせていくことと、そうじゃない方っていらっしゃると僕は思うんですけど。やっぱり今のおっしゃったようなことを形にして、自分の仕事にしていこうっていうのはどういう、例えばそういうきっかけとか。

石井：いや、だから、何となくなく、なしくずしに大学を辞めて（笑）。ゲームの文章で攻略を書いて、そのまんま 90 年代突っ走った感じではあるけど。僕の場合は個人的なことを言えばやっぱり、何だろうな、小さいころからすごくいろいろ考えることがあって。仕事をどうやって、どういうふうに生きて仕事をしていこうかっていうのをいろいろ悩んでたので。やっぱりゲームセンターに出てったときに、社会で一般的に言われることとかとは違って、いろんな家庭環境の人間のるつぼなわけですよ。

だから、こういう階級の、当然金持ちもいれば貧乏なやつもいるし、当時はみんな結婚してるのが当たり前っていう、離婚するやつもないっていう時代だったんだけど、親が蒸発したってやつとかもいたし（笑）。いろんなやつがいて、そういう人たちがいるんだっていうのはやっぱりゲームセンターの知り合いを通じていろいろ教わったこともあって、そういういろんな社会の状況を見ていって自分がどういう仕事をしていくのか、どういうふうにやっていけばいいのかっていうにすごく悩んだ時期ですよ、大学の時期は。

でも大学は、僕が在籍してたのは、実は、まあ、途中で辞めちゃいましたけど慶應の経済だったの。慶應の経済で、バブル期の慶應の経済っていうと、もうどっかのおぼっちゃんばかりなので（笑）。「楽しくやってます」みたいな、「キャンパスライフを」みたいな。だからすごい落差を感じて。そういう点で社会っていうものはどういうものなのかっていうのは結構いろいろ悩んでたのと、やっぱり経済学っていうのはいまいちじめないところがあって、そこで大学辞めて編集、「ゲーメスト」編集部をやり始めて。

その「ゲーメスト」編集部に入る前から、ゲームっていうものをみんなにもっと分かってほしいとか、うまくなってほしいとか、楽しんでほしいっていうことで、同人誌っぽいものを結構、友達とつくってたりしたので。そこら辺、その前から結構、文章、本を読むとか文章を書くのが好きで文章を書いていたので。だから、そこら辺でやってきたことがそのまんま、編集部でそのまんまライティングとして、そういう技術を使えたという感じはありますよね。

ゲームビジネスのメーカー間の相違

Q：ゲームをプレーすること、その中でいろいろ感じることに、文章にそれを表現するっていうのは結構離れてると僕は思うんですけど。その前の段階で、だから今の編集部に入

られる前の、同人向けに記事を書き始めたきっかけとかについて、もしよろしければ教えてください。

石井：どうなんだろう。割と自然な感じですよ。だから、やっぱりゲームは素晴らしいものなんだけど、もうちょっとやっぱり分かってほしい、面白い部分を分かってほしいってところから自然にやった感じです。自然な、同じような人って多いと思うんですよ、すごくて。だから、「ゲーメスト」ができる前もそうやって、例えばゲームセンターの店員が勝手に会報を出してつくってたりとか、ゲームセンターに個人の書いた同人誌を置いてもらうってことはそこそこあったはず。

難しかったので、ゲーム自体が。自分たちは何となくコツが分かってて、先に進めてるんだけど、結局すぐお金すっちゃって、ゲームを楽しめずに終わっちゃってる人ってやっぱりいたので。このゲームは本当はこういう、こうすれば先に進めて、こうすれば本当はこのゲームは面白いんだよっていうことを教えてあげたいなっていう気持ちがあって。ゲームセンターのゲーム自体もやっぱり、みんながゲームの意図が分からずに、すぐに人気なくなっちゃって撤去されるものもあったので。必ずしもそれは売上を阻害してることではないという認識ですよ。

Q：そうですね。

石井：でも、そこら辺はいろいろやっぱり意見があって、当時は長く遊ぶと永久に、7時間8時間も遊べるゲームあったので。要は攻略されると、ここは重要なポイントなんですけど、攻略されるとプレー時間が長くなって店の売上が落ちるっていう意識がすごく強くあったので、「ゲーメスト」の80年代はそれとの闘いですね、基本は。「いや、そんなことはないですよ。ある程度教えてあげたほうがもっと人が付いてくれて、1つのゲームでちゃんとお金が入ってくれるんですよ」っていう。

それは田舎と都会とかでも実は違いがあって、そういうこともあまり認識されてなかった印象ですね、当時は。要は、都会のゲームセンターだと何も知らなくても、「とにかく遊びたい」みたいな一見の客が山ほど通り過ぎていくので、何も考えずに置いておくだけでも結構お金が入ったりするし、そういうロケーションだとむしろ難しいゲームですすぐ終わってしまうゲームのほうが稼いだりすることもあるんですけど。ちょっと田舎のゲームセンター、そっちのほうがはるかに数が多かったと思うんですけど日本では、当時は。ちょっと田舎のゲームセンターではやっぱりそんなね。ほんとに3分ぐらいしか遊べないゲームだったらもう誰もやらなくなって、すぐ撤去。なんで、全然状況が違うんですよ。

ただ、メーカーのほうは結構どんぶり勘定で見たりするので、都会の大きく売上げ上がってる店だと、「こんな感じ」みたいなところがあるので、そこら辺あまり考慮しない。そういう価値観だったりしたので、そこら辺はちょっといろんなずれは感じましたけどね、現実

に。

Q：そういうところまで考えられて、考え抜かれて、ちょっと今のだと都会よりも田舎って言ったらあれですけど、人が比較的固定、一見さんが来ないようなお店のことを念頭に置いた先ほどのお考えかなと思ったんですけど、どちらかと言えば。

石井：それがね、どんぶり勘定でいったりすると、やっぱり都会のほうが、確実にお金を落とす量が多いので、確かに企業的に見ればそういうところは大きかったりするとは思いますが。じゃあ、全国にどれだけの、全国に散らばってて、そういう点でどのくらい影響力を持つかという意味では、都会なんかほんとに地域的には一握りなわけで、ほんとに都心の山手線、関東で言えば山手線沿線以外の店だったら、やっぱりある程度通ってきてる人間が多いので、プレー時間がある程度確保されない。最低限のプレー時間確保して、なおかつ、プレーすることによって少しずつ時間が伸びていくみたいな学習効果がない。そういう優れたゲームじゃないとやっぱりやってくれない。

その認識はちょっと、あんまりなかったんじゃないかな。特に都会と田舎の違いってすごくでかいんだけど、そういう認識はメーカーにもあまり感じられなかったですね。それはやっぱり、今だとほんとにインターネット社会とオンライン社会なんで、情報がすごい取りやすいんですよ。でも、当時はやっぱりそういうのがなくて、メディアもほんとに出版に頼ってるような状況ですから、どういう人間がどれだけお金を落として、どういう人間はちょっとしかプレーしないとか、どういう傾向があるかっていうのはデータとして数字でなかなか出てこない。そういう点でほんとに現場を知ってるか知ってないかっていうのは大きかったというか、なかなかそういうことが伝わらなかった印象があります。

都会でちょっと、とにかくインカムだけは上がってるけど、ほんとにさくっとお金を落としていくようなゲームって、あまり思い入れが入らないので。例えば、そこそこ楽しんだっていう充実感を与えてくれるゲーム、ある程度長く遊べて。そういうものってプレイヤーの気持ちにいろいろ残るんで。当時は家庭用にアーケードから移植されたものが多かったと思うんですけど、家庭用に移植されたときにやっぱり、そういうときの人気が大きく左右されたりするんですよ。

だから、家庭用に移植して広がりを持つという意味でも、やっぱりある程度遊ばせてくれる、プレイヤーを満足させてくれるゲームってものはやっぱり大事で。「そんなん当たり前じゃん」と思われるかもしれないが、やはり当時そこまで意識されていたのかっていうのは、そのメーカーによってかなり格差を感じます。

ぶっちゃけ言っちゃうとセガ。セガは大型筐体はすごくいいものを出しているけれども、家庭用のゲームでも「ファンタジーゾーン」とか、「ゲインランド」とか結構いいゲームは出たんですけど、当時って大型筐体がすごく大きいんですよ。そして1台売るときにすごくお金も、かなり高い値段で売れる。だからもう、どれだけ利益を上げたかで言うと、も

う比較にならないわけですよ。

だけど、その「ファンタジーゾーン」とか「ゲイングランド」とか。特に「ファンタジーゾーン」とかは、今でもすごく有名なタイトルとしてもはやされているかもしれないですけど、当時もすごくいいゲームだとみんなは思っていましたよ。だけど、じゃあ、セガ自体がどれだけその IP っていうか、そのブランドを利用していたかということ。「2」っぽいものも出て、いまいちな出来の「2」も出ましたけど。

一同：(笑)。

石井：あんまりこれ、言っちゃっていいのか分からないけど。

Q：公開前にちょっと確認していただければ。はい(笑)。

石井：だから、そういうことを考えると、じゃあ、ちゃんと、これなんか家庭用に移植したらすごくキラータイトルになったと思うんですけど、「ゲイングランド」も。そういうふうな意識をちゃんとメーカーが持ってたのかっていうのはかなり怪しいと僕は思ってる。今でこそ名作扱いですけど、当時もやってる人間は面白いと思ってたし、すごいものが出てきたなと思ってたけれども、じゃあ、メーカーがその価値をちゃんと把握してたかっていうと、まだちょっと足りなかったんじゃないのかな。

Q：80年代、90年代前半ぐらいのイメージですね。

石井：そうです。だけど、そのメーカーによって違いますよ、全然。セガはだから、例えば海外で売れるタイトルとか、大型筐体ゲームとか、そういうのが強かった分、そういうところに対する価値判断がちょっと甘かったような気はします。

Q：それこそ、もったいないみたいな？

石井：もったいない。プレイヤーは望んでいたんですけどね。まあ、大型の「アウトラン」とか、「アフターバーナー」とかが売れ過ぎたからね、そっちはしょうがないね。

Q：そうですね(笑)。あれも面白いから。やっぱわれわれも行って。今の、特に「アフターバーナー」なんかは僕も思い入れあるんですけど、無理やり PC でも友達のとこでやりましたが、確か。あれってだから、でも、一方で家庭用が出ちゃったんで、「家庭用でできない体験を」っていう、メーカーはよくおっしゃいますよね、当時のことを。それについてはどう見てらっしゃったんですか。そういうことを結構言われてたと思うんですけど。

石井：何て言ったらいいのかな、まずね、セガは昔から基本的に技術のメーカーで、当時の最先端の技術を、2000年代ぐらいまではほんとに追究してたメーカーなんです。だからああいうものに至るのは必然だったと思います。だから、ポリゴンのない時代にポリゴンにほぼ近いぐらいの演算能力を持つ基板をぶちこんで、無理やり動かしてたっていう力業で。その技術をどう生かすかっていうところでああいうようなものが出てきた。

あと、これもよく言われるんですけど、ゲームセンターのインベーダー当時の暗いゲームセンターを、背中を丸くして縮こまって暗い所でやってるっていうイメージを払拭したかっていうのがあって。「ハンゴオン」とか「アウトラン」とか、だから違う、「これはもうビデオゲームとは違うものなんだよ」ぐらいの意識で、そういうイメージで売ってたかっていうのがあったと思います。だから、アミューズメントスペースとかそういう。まあ、正確な言い方は分かんないけど、アミューズメントなんちゃらとかいう言い方してて。

Q：そうですね、アミューズメント施設とかアミューズメントセンターとか言っていましたね、はい。

石井：「ゲーセンだろう？」みたいなことは言っていましたけど、僕らは（笑）。そういうのは全然いいと思うんですよ、イメージ変えてくれるのは。でも、そういう方針で行っちゃってるから、やっぱり普通のゲームセンターで稼働するゲームっていうものがちょっと軽く見られるとこがあって、自分とこでそういう基板でいいゲーム出てるのに、もうちょっと推してってくればなという思いは、「ゲーメスト」時代はありました。まあ、90年代以降は全く変わってきますけどね、若干。

メーカー別に軽く言ってみましょうか。じゃあ、80年代。80年代は、ナムコは「ドルアーガの塔」とか「パックランド」とか、その前に「ゼビウス」とかあって、もちろん、その前に「パックマン」とかもあって、もうすごいブランドが確立してましたので、ナムコファンっていう、いわゆるナムコファンっていうのがすごく多かったです。マニアのゲームでもナムコのゲームを、次は何だって待っていたゲームがすごい多くって。ナムコもIPっていう概念を、まあ、当時は言われてませんでしたけど、すごく意識してブランド戦略をやった印象がすごく強くあった。

でも、今から振り返ってみると80年代の後半でナムコがほんとに優れたアーケードゲームを出していたかっていうと、ちょっと怪しいところがあるかな。だから、すごく独特の世界観とか、そこそこいいものはできてるんですけど、80年代前半のようなほんとに突出した、グローバルにすごいついていうものはあんまり出てこなかった気がしますね。

逆に「ゲーメスト」とかで、これはほんとに個人的な話になっちゃうんですけど、「ゲーメスト」とかに入って思ったのが、みんなナムコファンとかナムコマニアがゲームマニアの中で多いはずなのに、ゲーメストのライターはみんなナムコが嫌いっていうね。なんで嫌い

なのかっていうと、やっぱり取材がやりにくい。

Q：(笑)

石井：なぜ取材がやりにくいかっていうとゲームメーカー、当時のゲームメーカーとしてはちゃんと自分たちのブランドっていう意識がすごくあって、ブランドを大切にしようという意識があって、それが逆に取材対応がやりづらっていう、協力的じゃないとかそういう印象を強く持ってたんじゃないですかね、ライターは。

でもね、それはやっぱりナムコがもうすでに他のメーカーよりも自分たちのブランドっていうものを意識してたんで、それはいいことなんですよ、すごく。

Q：そこは石井さんがおっしゃる、ゲーム自体を愛してほしいとか、長持ちさせてほしいとかそういうのとは、方向性は近いかなと思うんですけど。

石井：ただ、結構 IP をどう……。IP を大事にしようとか今でも言いますが、じゃあ、実際、何やるのっていうのは結構、難しいところがあって。例えば、IP の部署を立ち上げますよね。これまた話がずれちゃうけど。IP の部署を立ち上げて、じゃあ、何を会社がやるのか。IP の部署を立ち上げました。じゃあ、利益を出す。だったら昔の IP とかを取材させて、僕なんかよく本とかをつくるときに、「画像を提供してください」とかなんとか言いますよね。IP の部署がちゃんとできちゃってると、「じゃあ、1枚1万円をお願いします」ってことになっちゃうわけですよ。「じゃあ、やらなくていいです」みたいな。「それ、むしろマイナスになってますよね」っていう (笑)。

Q：そうなんですよ。パブリシティーっていう意味ではむしろマイナスで、これじゃあそもそもブランディングになってないし、公共の利益にもつながっていないですから。

石井：今だとね、「本とかつくってほんとに人に伝わんのかよ」ぐらいな時代、ネット社会になってきちゃってますけど。まあ、難しいですよ、いろいろ。

だから、逆に取材のやりやすかったのは、タイトーとかコナミのほうがやりやすかったですね。タイトーっていうのは、70年代のインベーダーのときはすごく利益を上げたんですけど、その後に基板の償却がすごく苦戦して、古い基板でやっていたために時代に取り残されて、ヒット作が80年代後半まで出てないんですよ。

だからタイトーは、「ぜひ取材に来てください」みたいな感じだったんで、もうどんどん取材行ってたし、80年代に「バブルボブル」とか「ダライアス」みたいな結構面白いゲームがどんどん出てきたので、そういう点で「ゲームスト」とタイトーの距離はすごく近かったですね、80年代。だから自分たちが「あんまり盛り上がってないけどアピールしたい」

みたいな会社のほうがやりやすかったと思う、結果論としては思いますね。

コナミも結構厳しいメーカーではあるんだけど、当時はそんなに日本で人気だった作品が、まあ、海外では強かったんですけど、日本で強かったのは「グラディウス」「グラディウス II」とか、あのあたりのシューティングぐらいだったんで、結構取材はいろいろ対応していただいてやりやすかったです、80年代は。

ただ、担当者レベルで結構、変わっちゃうのが問題で。広報の人間が1人替わっただけで対処ががらっと変わるという、そういうのがやっぱりやりづらかったですね。

Q：今もそんな感じありますけどね。

石井：やっぱそうですかね。

Q：コーポレートポリシーを感じないってことですよね、小難しく言えば。要するに会社としての方針がないから。

石井：そうそう。会社としての方針が本来あるべきで、どういうふうに対処していったらいいかって。だから、そういうことが昔は多かった。

でも、そういうのがね、しっかりし過ぎていて、し過ぎていてまたやりづらいところもあったりするんで難しいんですけどね。だから今だと、例えば出版社から編集やってた人間がメーカーの広報に行ったりして、「こうやってやってください」みたいなことを全部がちっと知ってるから、出版社の内情なんか。がちっと出してこられて、こっちが手を加える余地がないみたいな（笑）。「ちょっとやりづらいですよ、これ」みたいな。これ、全部このとおりにやらなきゃいけないですか？」みたいな。ぶっちゃけ言うとカプコンとかはそれに近い。

Q：（笑）。

石井：ちゃんとやり過ぎていて、かえってやりづらい。

Q：普通だとモンハンの記事ばかり出てくるんですよ、インターネットで。そういう意味では伝統なんですよ。僕も見てて。

石井：だってメーカーから来る資料がもうがちっと出てて。今は分かんないですよ。今また出版の影響力もだいぶ落ちて、ネット社会になってきちゃったので。この時期にこれ出して、この時期にこれ出してって、もう全部資料がきちっとできてき、それは俺たちに考えさせてくれよって言う（笑）。ちょっと思います。それやっぱり、「有能な編集がメーカーに行っち

やうとやりづらいつすよ」みたいな。

Q：そろそろこれネタとしてというか、「そろそろ取り上げてもらっていいんじゃないの？」みたいなことを雑誌に、出版の立場で考えてくれるって、そういうことですよね。

石井：そうそう。反論が難しい。ちょっと違うなと思っても。でも、家庭用とかだと結構メディアが受け身に立ったと思うんですが、「ゲームスト」の場合は先駆けだったところもあって。メーカーと、これも本に書いてるんですけどメーカーと打ち合わせしながら、「こういう段階でこういう情報を出してって、こういうふうに盛り上げていきます」みたいなことをやってみましたね。

特にアイレムの「R-TYPE」が出た時なんかは特にそう。そういうのを僕が最初にやっただと思えます、「ゲームスト」の中では。最初から最後までそういうことを主にやって回った感じですね。初めに取材に行く、これはどのくらい売れるゲームで、どの程度すごいゲームなのかっていうのをまず最初に目利きして。その段階でいろんなライターの見解を聞いて、こういう時期にこういうふうな情報を出してって、こういうふうにやろうっていう、そういう展開ですよ。だから、そういうことを最初から考えてプロデュースしていけるっていうのは「ゲームスト」の強みだったと思えます。

Q：出版社としてプロデュースしていくみたいな感じ？

石井：そうですね、そういう意識はすごいありました。だからゲームにおんぶに抱っこで記事を書いていくのではなく、ムーブメントをつくっていくという意識は常に、80年代からありますよね、僕は特に。まあ、その原点としてはやっぱりその同人のときに、このゲームのこういうところを分かってほしい、「みんな魅力、分かってくれ」みたいなところが原点ではありますけど。そういうのがインターネットのない時代なので。やりやすかった部分がある。

ゲームメディアに携わる経緯

Q：少し時代また、すいません、また戻しちゃうんですけれども、その同人で始められて。今の話にもつながる、ゲームの良さを分かってほしい、ゲームを大事にしたいってところから周りの人のプレイヤーにっていうのは、同人で始められたあれかなと思うんですけど、一つはその立ち位置として、小田原の地元と都心に出られ、大学に出られたって、そういういろんな所を見てらっしゃったっていうのもあるんですか？ ゲームセンターとか。

石井：それはあるのかな。

Q：先ほどおっしゃった、都会とあれの違いを敏感に感じられたっていうのも、やっぱりそうなのかなって勝手に思ってますけど。

石井：それはちょっと後になってから、「ゲーメスト」に入ってから思ったことが大きいのですが、メーカーの人と話していると、やっぱり感覚のずれをすごい感じるんですよね。だから常にゲームセンターを見ていて、どのくらい人がやってて、どのくらいの期間どう遊んでるのかって常に見ている、注意して見てたんで。そういう状況からすると、やっぱりちょっとメーカーの人と話していると、なんかずれてるなっていう感じが。じゃあ、なんでずれてるのかっていうことをいろいろ考えた結果、そういうところに行きつきましたね。

Q：じゃあ、先ほどおっしゃった、何度も同じようなことを聞いちゃうんですけど、そこって、ただゲームをしている人にはない感覚とか、見方だと思うんですけど。僕はただゲームをした人間なんで、そこら辺の石井さんの中での変化とか、いつごろって難しいと思うんですけど、どういう……。

石井：何だろうね、昔からそういうところはあったと思いますけど、やっぱりゲームってすごく素晴らしいものなのに評価されていないという意識がすごくあって、それを何とかしたいというところからスタートしてると思います。だからいまだに、結構これは評価すべきものなのに評価されてないものを、なんとかメディアを使って評価してもらおうようになっていこうみたいなことはいまだにやっていますんで、それは古い新しいには関係ないですね。そこら辺が原点かな。

でもね、やっぱりそういうことを考え始めるともう癖になっちゃって。ゲーム以外にもね、ラーメン屋行っても、この立地がどうで、このぐらいのテナント料が幾らかかって、この味で客層がこうだからとか、何か考えちゃうんですよ。全然ゲーム関係ないのに。別にラーメン屋とか経営したこともない。何となくね、そういうのを考えますよね。全然、起業とかしてるわけでもないのにね（笑）。

Q：そういうある種の批判的というか批評的な目、そういうのが芽生えたのはいつごろですか？ 高校生のころになるんですかね、やっぱり。

石井：ゲームを、そこはやっぱりゲームのハイスコアっていうものを競ってて、ある意味、今はeスポーツとか言いますが、eスポーツ的に言えば高い点数を競うっていうのはすごい盛り上がったんですよね、80年代は。それって陸上競技に近い形のeスポーツなんですよ。1カ月単位にどれだけの点数を、高い点を出したかを、全国で、雑誌で競って載せるっていう。そういうのを本気でやっていったときに、やっぱり突き詰めて考えてやってかないとトップは取れないんですよね、やっぱり人と勝負するときに。

だから、ほんと突き詰めて突き詰めて、毎日そのことばかり考えて、どういうことをすれば人より点数を上回れるのかっていう、そういう経験。だからさっき言った原点と、そういう物事を突き詰めて考えるっていうものが合わさってそうなってる感じかもしれない。

Q：先ほどの既成の価値観とか社会のそういう無理解、理解のなさとか、ゲームそのものに対する愛情だとか、一個一個はそれぞれ伺って分かるんですけど、それが高じていくっていうか、何か書く側に回るっていうところのあれが、大きな変換じゃないかなと思うんですけど。書く側に回るって、ゲームに。一個一個はおっしゃるとおり。そうでもないですか？ 石井さんにとって。

石井：いや、ゲームが好きなんで、好きで自分も苦勞するじゃないですか、ゲームを攻略するときに。あんまりそこまでゲーム、自分では才能あってうまいとは思ってないので。だから、やっぱり挫折がいっぱいあるんですよ、今までの間に。自分の挫折の経験があって、やっぱり人のプレーを見ていると、「ああ、ここで引っかかっているな」とか思うじゃないですか。そうずっとやっぱり言ってあげたくなるじゃないですか。

Q：はい（笑）。「そこで右に行かないほうがいいよ」とか、そういう感じで。

石井：そうそう。それでそういうのを文章に書くじゃないですか。文章に書くときに、「これじゃ分かりづらいよね。こういうのじゃ理解されないよね」とかって、できるだけ当時、その人の気持ちになって分かりやすいやつ、書くじゃないですか。ほんとは、でも、攻略の文章って、ほんとそういうところですよ。ライターとしてはほんとにそうだね。

それとは別に、やっぱりゲームをもっと分かってほしいとなるじゃないですか。ゲームが分かってほしいなってなったときに、どうやったら盛り上げるのかっていうプロデューサー的な考え方になっていくわけですよ。この時期にはこういうふうなことを教えて、こういうふうみんなこのくらいまで腕が上がってきて、「まあ、だいたい売れるのは半年ぐらいが限界ですかね、このゲームだと」みたいなことが。そういう感覚で見て、「R-TYPE」のときとかはそういうのを全部メーカーに提出して、「このくらいの期間で、何号でどのくらい、何面まで出してくれます」って、全部出しましたね。

開発者インタビューはこの時期に入れて、ゲームがある程度、みんなすごいゲームだというのが分かってきた時点で、じゃあ、「つくってきた人はこんな人なんですっていうのを出していきましょう」みたいなところまで込みで考えて、プロデュースするってことを考えました。

Q：結構、攻略するための情報提供みたいなものっていうのは何か、人に教えるみたいな感じですよ、ゲームセンターで。

石井：基本的にそうです。

Q：その延長線に。

石井：その延長線上です、ほんとに。だから現場を知ってるから。

Q：プレーする現場を？

石井：プレーする現場を知ってるから。だから、「ゲーメスト」もずっとそうです、90年代も。プレーしてる現場を知ってるからどういう情報を求めてほしいのか。

Q：その当時、高校、大学、同人のお話も少し伺いたいで。初期のゲームのメディアだと思うんですけど、どんなことで書かれていたとか。

石井：いや、同人と言ってもね、何なんだろうな。だから、そういう感じで攻略法っぽいものを先駆けて書いてた感じ。まあ、半分（自分のプレーを伝えたいという）自慢も入ってるのかもしれないですけど、ほんとに普通に文章を書いて、それをコピーして、印刷とかは当然ないのでコピーして店に置いておくぐらいの感じですよ。当時からもうコミケとかありましたけど、そういう同人活動ではなかったですね。でも、そういう人、結構いたような気がするなあ。結構って言っても少ないでしょうけど（笑）。

Q：僕の周り、まあ、僕もそんなにたくさん、それこそ石井さんほどじゃないし、行ったことないんで、あんまりそういうのって、「あると珍しいな」ぐらいな感じ、ゲームセンターに。ちょっとしたペラ1枚なやつで攻略情報、珍しいなっていうぐらいだったので、ちょっと正直その80年代のイメージが湧かないんですよ。

石井：でもね、そんなもんですよ。どこにでもあるもんで当然ないけど、当時はゲームセンターの数自体がいっぱいあったんで。ぶっちゃけで言うと、変な言い方すると意識高い系のゲームセンターがあるんですよ（笑）。当時ってすごくゲームセンターによっても差があって。ゲーム置いてあるだけの、どっかのおっちゃんがやっているような店もあって。メンテナンスもろくにしないから、レバーもろくに入らないって店もあれば、「俺はゲームが好きなんだから、店員になってすごいいい環境をつくってやるぜ」みたいな意識高い店もあるの。

Q：そうですね、ほんとに。

石井：そういう店だと「ぜひこの素晴らしいゲームをやってほしい」みたいな感じで、自分で勢い余って紙に書いて、ゲーセンの会報っぽいものが置いてあったりとか。当時はナムコの直営店に割とナムコファンの意識高いやつが集まっていたので、ナムコのゲームセンターにみんな行ってたっていう。

Q：小田原のナムコランドってハイスコア集計とかもやられてました？ 当時は。

石井：当時はね。

Q：「AM ライフ』とか、あるいは「マイコン BASIC ベーマガジン」とかで。

石井：どうだろうな。やってないかも。ただ、ハイスコアボードを置いた時期はあったよ。

Q：ボードはだいたいありますよね、店内独自のホワイトボードですけど。

石井：でも、雑誌には載ってないかもしれない。小田原のウィルトークタイトーは雑誌のハイスコア集計をやっていましたね。やっぱね、ナムコのデパートの屋上ゲーセンは、7時に閉まっちゃうから難しかったですね（笑）。

Q：要するに最初はデパートの屋上で始められたんですよね？ ゲームを。

石井：最初はどうか分かんないけど、結構行っていました。

Q：だんだん、いわゆる意識高い系のゲームセンターに移られたって感じなんですか？ プレーするのは。

石井：意外にね、ナムコの屋上のゲームセンターは意識高かったというかね。意識高いって変なんだけど、すごく理想、僕の意味では一つの理想のゲームセンターでした。なぜかって言うと子どもがすごく多い。子どもが結構楽しく、特に土日とかになると小田急沿線から子どもが集まってきて、結構みんな年代を問わず集まって楽しくわいわい遊んでる。ものすごく明るい、当時としてはゲームセンターで理想形でしたね、一つのね。

Q：営業時間の問題はあるけれども、そこはそこで嫌いじゃない？

石井：うん、すごい良かったね、あのゲーセンは。やっぱり子どもも、へたすると中学生、

小学生ぐらいから高校生とか僕とか大学に近いやつらまで全部一緒に分け隔てなく、楽しく遊んでみたいな。すごい明るいゲーセンだった、当時としてはあり得ないぐらい明るいゲーセンだったね。やっぱね、それ以外にも、すごく真っ暗で。当時、学ラン着てカラスみたいな、もう真っ暗で闇に溶け込んだようなゲーセンもありましたからね、当時ね。そこはそこで面白かったけどね。

Q：今のお話で分かるように、いろんな所にいらっしゃってるイメージでよろしいですか？

石井：そうですね。だいたいいつも行ってる所はある程度は決まってるんですけど、時々遠征に行って、「ハイスコア点到俺の名前を残してきてやるぜ」みたいな道場破りみたいなことをやってくわけですよ。あんまり言いたくないけど（笑）。

Q：いえいえ。

石井：そして、ひそかに嫌がられるんですよ、きつとたぶんね、今思えばね。いろんなゲーセンに行くのは好きでしたね。いつも行ってたわけじゃないけど。だいたい行ってる店は決まってはいるんですけど。

Q：遠征って言ってましたよね。それこそ、うまいやつは外の店に腕を見せ付けるために出かけて行って。

石井：そうそう、そういう感じですね。オレンジという、オレンジも小田原のゲーセンですが、そこにも行きました。初代マルゲ屋（※「ゲームスト」を発行していた、新声社が経営していたゲームグッズショップ）の店長が店員で、店長やっています。

Q：C.Cさんですか？ 今、ここにある昔の、1988年の「ゲームスト」を見ますと、お名前が出ていますね。

石井：C.Cって出てるね。このとき、店員だったのかな？ どうなのかな？ 「店員でスコア載せていいの？」みたいな。1988年か。まあ、いいや。

Q：僕たちひがみっばいから、あんなの金を持ってる年上の人か店員がやってるんだらうと思って見てみたけど。僕たち、小学生ぐらいだと。誇らしげに書いてありましたんで。そういう形でゲームセンター行かれて、大学は都内で、都内でもやっぱりそういう形でゲーム？

石井：そうですね。日吉のゲームセンターとか行ってたな。でも大学に行かなくなっちゃってからは、大船のキャロット（※ナムコ直営のゲームセンター）に割と朝から晩までいました。まあ、朝から晩までゲームセンターで遊んでた割には、まあまあ、その後に仕事につながってたから、「まあ、良かった良かった」って感じですね。

Q：そうやって文章、記事を書かれながら、じゃあ、それを仕事にするっていうところにもう少しまた改めてお伺いしたいんですけど、きっかけとかその経緯。

石井：きっかけってというか、「魔界村」の攻略を書いてくれということで、「ゲーメスト」で記事を書いたのが最初で。ゲームセンターに行っているいろいろ情報交換をするっていう習慣がもうそのときすでに普通についていたんですけど、有名なゲームセンターに、例えば巣鴨キャロットに、1カ月に最低でも1回は行って、みたいな。

それと同じような感じで、「ゲーメスト」の編集部に行って仕事の話とかをしつつ、そこに行くときどき当時のもう有名なプレイヤーがたむろっているのでも、そこでいろいろ話を聞いて情報交換しながら、「こういう雰囲気なんだな。こんな感じなんだな。新作はこんなものが出るんだな」みたいな、いろんな情報交換をしててちょこちょこ記事を書きましたね。

そこら辺は、「ゲーセンに行つてうまいやつらと情報交換する」の延長線上みたいな感じですよ、そういう意味では。そういうやっぱりゲームに詳しいやつらが集まるとどんどん知見が深まっていく、いい言い方をすれば知見が深まっていく。ゲームに対する理解が深まっていくし、店でバイトした経験があるやつとか、いろいろ業界のことを知ってるやつとかいっぱいいるから、そういうのも自然に自分の知識になっていく感じですよ。

Q：深く広くなっていくようなイメージ？

石井：そうですね、やっぱりそういう共通の趣味がある人間で、いろんな知識を持った人間が集まると。やっぱ、そういう点で環境はすごいやっぱり大事。

ゲーム雑誌の作り方

Q：当時、例えば「ゲーメスト」以外でそういうことを、近い雰囲気を持つてる出版社とか、もしくはそういう集まり、ゲームセンター以外ですね。

石井：まあ、ほぼないでしょう。ただ、雑誌としては「マイコン BASIC マガジン」がハイスコア集計をやっている、あの当時としては有名な人が出ていたので。見城こうじさんとか。後にね、「カスタムロボ」とかつくった見城さんなんか、「マイコン BASIC マガジン」で記事、書いてたので。ナムコの開発からそっちに行つただけ。

だから「ベーマガ」はちょっと、当時は特別な雑誌でしたね、「ゲーメスト」よりも早かったし。ハイスコア集計の先駆けみたいなもん。まあ、それ以前にもあるっちゃあるんですけど。だから、アーケードの情報で割とバッティングするのはもう「ベーマガ」ぐらいしかなかったし。ゲーマーがたむろしながらいろいろ切磋琢磨して情報を交換しながらつくっていたようなものってほんとに出版業界では特殊っていう感じ。

だから、「ゲーメスト」の強みっていうのはまさにそれで。例えば「ファミ通」とか他の所から 90 年代以降にライバル関係になるような要素もあるんですけど、「ゲーメスト」みたいなやり方をしてる所は、ゲーマーが集まっている話しながらどンドン知識増やして行って、それを記事にうまくつなげていくみたいな所はほぼなかったと思いますよ。だから、それが一番の強みだったと思います。

だから、ほんとにその個人の、例えば僕なんかは特に「ゲーメスト」を出てからすごい思ったんですけど、嶋原君なんかも経験あると思うんですけど（※本稿の著者の一人、嶋原は「ゲーメスト」編集部で専属ライターをしていた経験がある。）、他の所で仕事をした場合には当然ライター一人一人が個人事業主なので、その個人対編集部、編集者とのやり取りが基本になるんですよね。個人で仕事を請け負って打ち合わせして、「じゃあ、何やります。これやります」みたいな感じで、ある意味、雑誌の方針に沿ったものを請け負ってやる記事を書く感じになる。

これが「ゲーメスト」の場合は、企画立案が基本ライター陣なので、いつもライターがたむろっている編集部の中から、ごちゃごちゃいろんなことを言ったり取材したりとか、編集者ともいろんな雑談したりとか、編集部に置かれているゲームで奇声をあげながらゲームをしたりしてるんですね。

一同：(笑)。

石井：そういう中から、「どういう記事をつくっていったらいいのかな」みたいなものが生み出されるんですよね。

Q（嶋原）：ちょっとお話がそれですけど、「ゲーメスト」編集部での経験が、おかげさまでフリーになった今もめちゃくちゃ役立っています。

石井：(笑)。

Q（嶋原）：毎号、編集会議ってやるんですけど、ライターと編集者が 1 つの部屋に集まって。で、「次このゲームで何ページ分、攻略やらせてくれ。これ、紹介記事を何ページ分やらせてくれ」とかって、もうあらかじめ自分の中で担当のゲーム、担当の内容とかを……。

石井：ある意味でプレゼン、今思えばプレゼンだよな、それね。

Q：企画会議みたいな。

石井：うん、そうそう。

Q（鳴原）：で、会議に来るまでに自分が担当してるゲームで、「こういうことが自分ではでき、こういうふうにしたほうが、誌面が盛り上がるんじゃないかな？」って頭の中でもある程度決めとかないと、もう会議の中でしゃべれないんですよ。そうしないとページ、仕事を取ってこれないから。

石井：そうそう。それでやっぱりある程度、いろんなアプローチがありますよね。「ゲームが俺はうまいから、これだけすごい攻略が書けるんだ」って人も当然いるし。「僕はキャラクターとかグラフィックとか、そういうのにすごく詳しいから、こういう角度から記事を書けます」っていう人もいるし。それぞれに実力が基本的にないと、編集部内でいつも顔を合わせてるので、「なめられちゃうし仕事取れないし」っていう感じで、割とガチンコのバトルですよ、そういう点では。やっぱり企画力が必要とされる。だから編集から「こういうのでやってください」って企画を受け渡される一対一の関係じゃなくて、敵と仲間が常に複数その場にいる状況なので（笑）。

Q：要するに、切磋琢磨する関係っていうことですよな。

石井：まあ、切磋琢磨、そういう環境。

Q：そうしないと、逆にみんなから糾弾されちゃうような環境があつて。

石井：僕はすごい厳しかったんで。ハイスコアずっとやってきたから、もうとにかく突き詰めてやる、やんなきゃ駄目だって、物事を突き詰めてやらなきゃ駄目って考えなんで。まあ、甘っちょろいやつは脱落させる方向でやってたんで、相当きつかったと思います、そういう意味では。

Q（鳴原）：ある意味、読者からの文句よりも、身内の批判のほうが怖かった。

石井：身内の批判、批判がすごいから。

Q（鳴原）：「てめえ、半端なことやりやがって」とか言われちゃうんですよ、みんなに。み

んなすごくプロ意識を持って仕事してるんで。「なんだてめえ、こんな適当なことを書くんだよ」みたいに糾弾されちゃうんで。

石井：駄目出しがすごいからな。とにかくね、批判とか駄目出し能力に優れてるので、恐ろしいことに。だから新作ゲームとか来るじゃないですか。もう駄目なところはぼろくそ……、出さないですよ、記事には出さないですけど。

Q（嶋原）：はい。もう、けちょんけちょんにみんなが言っちゃう。

石井：このゲームのどこが駄目だっていう。

Q（嶋原）：「こんなの、絶対に売れない」とか、もうみんなびしっと言っちゃいますしね。

石井：あんなの聞かせられない、とてもメーカーには。その1割ぐらい出すともうメーカーの人から怒られちゃう。そういうこと結構あったから（笑）。「でも、内部ではそんなもんじゃないですよ」って、「ぼろかすですよ」っていう。でもね、そういうのって普通の社会人はあんまりそう言わないと思うんですよ。どうしても歯に衣を着せるというか、丸く。

Q：オブラートに包んじゃったりしますよね。

石井：オブラートに包んでコミュニケーションを取っていくのが普通の形だけれども、じゃあ、物事を突き詰めた形でいいものをやろうとしたときに、どうしても必要なのは批判精神と、思ったことが言える環境なんですよ。やっぱり思ったことを言えないで、ぬるいことを言わざるを得ない環境だと、出来上がるものもやっぱりぬるいものになっちゃうので。

そういう点で、どれだけライターが言いたいことを言えるような勝手な、ある意味、「勝手なことを言えるような環境はつくれるように」という環境づくりは常に考えてましたね。それが実は「ゲームスト」の記事ができてくる秘訣で。それはゲーセンでたむろってる人間の雰囲気がお互いに切磋琢磨できる環境だっていう。それが「ゲームスト」の創刊当時の雰囲気だと僕は思ったので。それを90年代で対戦格闘ゲームとか、いろんな時代が変わってきたときでも、そういうことを残そうという意識がすごく強くあって、それはなんとか廃刊になるまでは守れたかな。

Q：われわれの世界も、まあ、われわれはまた違う対象でそういう批判精神はあれするわけなんでやっぱり訓練するんで、やっぱりそのほうが外に出るものもとんがったものが出やすくなったりとか、意味のあるものになるんだからなっていう意味ではとても理解できるっていうか、おっしゃるとおりだと僕も思いますけど。一つは、われわれは先生にそうやっ

て教えられますけどね、師匠と弟子との関係で。その「ゲーメスト」っていうのはそういうふうにできてたっていうのは、もう入った時にはそういうふうには？

石井：やっぱりね、ハイスコアラーが集まってたっていうのがね、すごく大きいと思う。ハイスコアラーっていうのは人より高い点数を出さないといけないから、一種のアスリートですよ。それを例えば、野球のトップ選手でも将棋のトップでも同じだと思っんですけど、やっぱり客観的に見て、そぎ落としてそぎ落として行かないと、たどり着けない境地なんですよ。だから、あいまいなものをあいまいなまま残していたりとか、ぬるい状況だとやっぱり人に抜かされてしまうわけですよ。

そういう感覚を持った人間が最初に集まったので、舌鋒が激しいっていうか鋭いっていうか、もう駄目なものは駄目っていう。「これはこんなんだから駄目。こういう理由だから駄目。こうこう、こうだからこう。これだからいい」っていうのが全部、理詰めで鋭い、ぱっと切ってくるっていう、そういう人間がやっぱり。キャラクターは人それぞれなんですけど、やっぱりどっかにそういうものがあって。だから、毒にも薬にもならない記事とかを嫌う（笑）。

Q：ある意味、別におべんちゃらじゃなくて、メディアのあるべき姿ですよ、マスメディアの。

石井：それはほんとにマニア同士、好きな趣味、ほんとにゲームが好きっていう者だけが集まって、変に編集が絡まずに、社会常識を押し付けずにいったからできたスタイル。これがやっぱり普通に社会として真っ当にやってる出版社であれば、もうちょっとやり合うときも丸くなるだろうし。

Q：あれですね、いわゆる大手の出版社がゲーム雑誌をつくるのとは違う。

石井：違う、そういう点では。だから、もともと雑誌のつくり方を知らなかったんですよ。新声社は。書籍は出してましたけど、雑誌をつくった経験が全然なかったの。だから雑誌のつくり方のスタイル自体からしても全く違う。普通の雑誌のスタイルは、だいたいある程度レイアウトを決めて、その中に文字を必要な数だけ落としていくのが当然の形で。少し余裕を持って初校を出して再稿を出してやっていくんですけど、「ゲーメスト」の場合はゲーマーが集まってるとんだから、もう書きたいことを書く。まずは書きたいって思うのを書いちゃう。「それを何ページ以内に収めなさい」とは言われるけど、たとえるならデザイン無視。書きたいものを書いちゃって、なんとかそのデザインで後々、後付けでなんとかする。

それで最新情報を入れたいからぎりぎりまで粘って、原稿が遅れて。原稿上がったって、「やっぱり変わりました」みたいな。「いいパターンが分かりました」みたいな、「もう直せませ

ん」みたいな感じで、写真だけチェックする色校のときとかでも、本文変えられないからキャプションの、「写真のキャプションの所に突っ込んどけよ」みたいな感じで、どんどん後から入れてやろうっていう。「ベストを尽くします」って、よく言えば。

Q（嶋原）：そうなんですよね、締め切りぎりぎりまで、書きたい情報が新たに見つかったらどんどん加筆して（笑）。悪く言えば融通利かないんで。わがままっていう。

石井：悪く言えば、「このデザインは素人がつくってるのか？ この雑誌は」みたいな、デザイン面から言うよね。

Q：それは最初からやっぱそういうふうにつくられてたから、まあ、石井さんには合った感じなんですかね、さっきのお話、雰囲気とか雑誌のつくり方が。

石井：だから、最初はやり方、分かんないんでそういうやり方になっちゃって。そして 90年代の初めぐらいから、僕が編集長でやってた時はもう意識してました、「ここがいいところなんだ」って。だから、その環境を守っていく、それを時代に適応させる形で守ってって。大手の出版社が、やっぱり格闘ゲームがすごい売れたんで、参入してきたときに、どういうところで対抗するのか。そういう点では負けない自信は絶対的になりましたね、「まさかこんなふうにつくってるとは思うまい」っていう（笑）。

Q：そうですね、ちょうど真ん中ぐらいなので。ありがとうございました。

石井：ちょっと小休止しましょうか。

Q：いったん小休止を入れに。5分前に。

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。