

博士学位請求論文要旨

論文題目 クレーンゲームのメディア論
— 近現代のアーケードゲームにおける「間メディア性」の事例研究 —

ボトス ブノワ

提出者 BOTTOS BENOIT（中央大学大学院文学研究科社会情報学専攻博士後期課程6年）

論文の要旨

1. 論文の主題と研究分野における位置付け

クレーンゲームは日本社会の至る所に存在（遍在）する。しかしながらその一方で、それをめぐる議論については、三つの不在があり、本論文は、この「歴史的／現在的／理論的」な不在に取り組んでいこうとするものといえる。第一の不在は、歴史的な不在と呼ばれるもので、すなわち、クレーンゲームは、今日までに制作されたゲームセンターやアーケードゲームの歴史に存在しないか、極めて不完全にしか扱われていない。第二の不在は現在的と呼ばれ、筆者が現場で遭遇した矛盾を反映している。つまり、クレーンゲームが今日の日本の都市景観に遍在しているにもかかわらず、ゲームセンターやアーケードゲームを専門とする文献だけでなく、日本における都市文化論や文化研究など人文科学の文献にはクレーンゲームが存在しないという事実である。第三の不在は、理論的不在と呼ばれ、クレーンゲームとは何かという問いに答えられない学術的な状況を意味する。より正確にいうと、クレーンゲームは、ゲームとは何かを定義し、形式化することを目的とするような、ゲーム研究（Game Studies）において導き出された理論や概念のカテゴリーには当てはまらないか、もしくは当てはまりにくいという状況があり、それをここでは理論的不在とする。

アーケードゲームが出現し、最初に普及したのは19世紀の欧米である。本論文から明らかになるのは、クレーンゲームを含むその一部は現在の日本にもこの初期の機械とさほど変わらない形式で流行しており、この近接性がメディア間の関係に反映されているということである。したがって、メディアとしてのアーケードゲームの成立を理解するためには、現代

日本におけるメディアの相互関係だけでなく、西洋近代におけるメディアの相互関係、そして何よりもこの2つの間に残る連続性を取り込みながら、可能な限り包括的に間メディア性に光を当てる理論的アプローチが必要といえる。

そこで本論文の目的は、クレーンゲームとはどういうメディアであるのかという問いに答えることで、先行研究におけるクレーンゲームの不在を補い、事例研究を通じて、日本のアーケードゲーム研究、ひいてはメディア研究において間メディア論的アプローチの必要性を浮き彫りにすることである。

2. 論文の構成及び概要

本論文では、「理論」（1章～3章）「歴史」（4章～5章）「現在」（6章～7章）の3部と結論に当たる9章という構成で、クレーンゲームのメディア論を展開する。

1章では、異なるメディア間に存在する相乗効果や、これらの相乗効果が日本における特定のメディア環境をどのように形成しているかを理解する上で、メディアミックス論の有効性について論じる。メディアミックスと呼ばれる相乗システムの中にはアニメがあり、それ自体が紙芝居、マンガ、テレビという視覚メディア間の関係から生まれたものである。TVアニメが生み出した「動的静止画」を中核的な要素にするこれらのメディアミックス論は、現代日本で特に普及しているクレーンゲームが、メディアとしてどのようにこのシステムを統合しているのか、また、クレーンゲームが参加しているメディアの相乗効果を理解するのに必要な理論的ツールを提供してくれる。

2章においては、1920年代後半から1930年代にかけての西洋の文脈で出現したクレーンゲームと、日本で流行したクレーンゲームとの継続性を理論化する重要性と可能性について論じる。現在のメディア文化を理解するために、近代や19世紀のメディア文化との連続性にこだわること、そしてこの連続性におけるメディア間の関係の役割が、間メディア性とメディア系譜学の理論化の核心であることを示す。このように、メディアとしてのクレーンゲームを形式化するために本論文でもたらず理論的枠組みは、メディアミックス論を取り入れた間メディア論に基づいている。

3章においては、本論文の研究対象と方法を定義する。本論文は、クレーンゲームとは何かという問いへの答えとして、クレーンゲームをゲームとではなくメディアとしてとらえる視座を提示する。そのために本論文がとるアプローチは間メディア論の応用である。具体的

には、アミューズメント業界紙、全国紙とトレンド雑誌のアーカイブ分析に基づくメディア系譜学と、現場の観察調査と聞き取り調査に基づく考現学という二つの方法による。

4章においては、クレーンゲームの先行研究では言及されてこなかった時代、すなわち1920年代後半から1930年代がメディアとしてのクレーンゲームの形成において中心的な時期であることを論証する。ここでは欧米のみならず日本においてもクレーンゲームがプロトメディア、つまりメディアの原型として出現し、最初に普及したことを示す。さらにクレーンゲームがこの近代の間メディア的文脈から受け継いできたものを要約するために、ジオラマ的な性質、ショーウィンドウ的な性質、そして、自動販売機・ゲーム機・ギャンブル機の中間的な性質という3つのメディア特性を定義する。

5章においては、1960年代から1990年代にかけてのアーケードゲーム史におけるクレーンゲームの扱いを見直す。日本における最初のクレーンゲームのブームとされている1960年代半ばの時期には、地面に近い横型レイアウトのクレーンゲームが普及した。その結果、前章で指摘した3つのメディア特性のうちショーウィンドウ的な性質が弱まり、メディア系譜における断絶をなしている。このショーウィンドウ的な性質は、縦型レイアウトを採用した機械の開発と流通、そして1980年代後半から1990年代前半にかけての間メディア的文脈によって復活した。この間メディア性の復活は、TVアニメのキャラクターの利用権を獲得したことで供給可能となったキャラクター景品によって発生した。本論文では、これをクレーンゲームのメディアミックスシステムへの参入と呼んでいる。この相乗効果によって、1990年代初頭には日本独自のクレーンゲーム・ブームが巻き起こったのである。

6章では、2000年代初頭をクレーンゲームのメディアとしての到来期と定義する。先行研究では取り上げられていないものの、日本という特殊な状況において、2000年代初頭以降、クレーンゲームが最も広く普及し、日本のゲームセンターがクレーンゲーム化したという事実を浮き彫りにする。このクレーンゲームというメディアの到来は、アミューズメント産業だけでなく、日本の立法機関や警察機構においても、制度化という観点から説明される。本論文で示すのは、この制度化のプロセスは、クレーンゲームがその形成の歴史的背景から受け継いだメディア特性の安定化のプロセスでもあり、2000年代以降の日本の文化現象である「データベース消費化」、「趣都の誕生」、「モール化」と「フラット化」と近接性をもつ。

7章においては、クレーンゲームというメディア空間の形式化を試みる。クレーンゲーム化した日本のゲームセンターの現状を記録し、現代日本の都市におけるこうしたメディア空

間の位置づけを検証する。クレーンゲームはショッピングモールと繁華街のゲームセンターの店頭を通じて日本の都市景観に遍在している。この遍在性はなによりも、キャラクター景品との相乗作用によって強化されたショーウィンドウ的な性質の結果である。今日のクレーンゲーム化された日本のゲームセンターのメディア空間は、ヴァルター・ベンヤミンが近代都市の象徴と定義したもの、すなわち遊歩者のためのアーケード（パサージュ）と、森川嘉一郎が「趣都」と定義したもの、すなわちアニメの「動的静止画」の生産、消費、流通に特化した空間との間に位置する空間の一形態であると結論づける。

8章においては、クレーンゲームのメディア空間で行われる相互作用とコミュニケーションの特徴を検討する。主な特徴は、クレーンゲームのメディア体験において、ゲームセンター店員の存在感とその必要性が強く感じられることである。これは、コミュニティノートといった言語を通じたコミュニケーションにも見られるが、ディスプレイの制作過程とプレイ体験にさらに目立つ。ゲームセンターにある他のゲーム機とは異なり、クレーンゲームのデザインには店員が積極的に参加し、デザインをDIY的に構築する戦略も見られることを明らかにする。この店員の積極的な関与が、クレーンゲームのディスプレイに特有のメディア文法を生み出し、クレーンゲームに不確実性を与えていることを指摘する。この不確実性は、プレイに関連した相互作用やコミュニケーション、つまりプレーヤー＝店員＝マシンの間に影響を及ぼし、景品を安く手に入れるために交渉戦略を練るプレーヤーの存在を生むのである。

最後に9章では、本論文で展開したクレーンゲームのメディア論をまとめる。

3. 論文の独自性

本研究の独自性は以下の2点に集約される。第一に、研究対象としてクレーンゲームを取り上げ多角的かつ詳細な分析を行った点である。日本で最も人気のあるアーケードゲームであるにもかかわらず、クレーンゲームはあらゆる研究分野によって軽視されてきた。そこで本論文では、クレーンゲームに光を当てることで、日本のアーケードゲームおよびゲームセンターの文化について、その理論的、歴史的、現在の次元を問わず、理解を深める一助となる。

第二に、先行研究におけるクレーンゲームの不在を埋めるために間メディア論的アプローチを採用した点である。このアプローチによって、アーケードゲームを構成する間メディア性を浮き彫りにしながら、アーケードゲームのメディア論のモデルを確立することができた。

クレーンゲームにおいて、そのメディア的系譜は 20 世紀初頭におけるプロトメディアの出現、20 世紀末におけるメディアへの創発段階と 21 世紀初頭におけるメディアの到来という 3 つの段階から成る。これらの段階によって構成されたメディアとしてのクレーンゲームに、ジオラマ的な性質、ショーウィンドウ的な性質、自動販売機・ゲーム機・ギャンブル機の中間的な性質という主な間メディア性を特定した。

4. 今後の課題

本論文には特に 3 つの点が欠けており、今後の課題として取り上げる必要がある。1 点目は、クレーンゲームとデジタルメディア、特にインターネットとソーシャルメディアとの関係に関連している。近年ではオンラインのクレーンゲームプラットフォームの利用が徐々に増加しており、クレーンゲームに関する総合的な理解を得るためにこれらを対象とした研究が必要である。2 点目に、本論文がクレーンゲームを通じて理論化した間メディア論的アプローチについて、アーケードゲーム全般に適用可能な理論モデルとして一般化するために、事例研究を増やす必要性が指摘できる。特にクレーンゲームと同様に 19 世紀の西洋に起源を持ち、21 世紀初頭の日本でも人気を保っているメダルゲームやガチャポンが、間メディア論的アプローチの理論的補強に役立つと考えられる。3 点目は、試論である間メディア論をより良いものにするために、さらなる事例研究を加えるだけでなく、主流の社会科学的なアプローチとも向き合う必要性が挙げられる。間メディア性の概念と、モダニティ、ポストモダニティ、または消費社会とその変遷に関する文化論、または日本の文化の変遷を図式化したさまざまなアプローチとの間に接点を確立することでより豊かな間メディア論的アプローチによるメディア研究が可能となる。