



**G**  
A M E

**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2回インタビュー前半：アーケードゲーム専門誌『ゲーメスト』  
の独創的な誌面作りとアーケードゲーム論

生稲 史彦  
鳴原 盛之

Zenji Ishii, Oral History (2nd, 1):  
Creating the Unique Magazine and Arcade Game

Ikuine, Fumihiko  
Shigihara, Morihiro

## 目次

アーケードゲームのトレンドの変化と『ゲーメスト』誌への影響 .....	3
『ゲーメストビデオ』やムック本の制作・販売に挑戦 .....	10
ゲームグッズショップ、「マルゲ屋」の回顧 .....	17
『ストリートファイターII』の功績 .....	22

## アーケードゲームのトレンドの変化と『ゲームスト』誌への影響

Q：今日は、前回の続きからお話を伺いたいと思うんですけども、ちょっと重なっても構いませんので。

石井：もうだいぶ忘れてますけど。(笑)

Q：以前に小田原から都内のゲームセンターに時々通っていて、ゲームセンターでのコミュニティがあったり、ゲームスト編集部との関わりがそこから出てきたというお話をお聞きしましたが、今回は雑誌、ゲーセンのビデオゲームが一番盛り上がった、90年代に盛り上がった頃の話からお伺いできればと思います。

石井：何をもって全盛期と言うべきなのか、難しいですけど。

Q：紙媒体が一番元気だった90年代のお話をぜひ伺いたいですね。あとはもう1回、ゲームの編集部との関わりが出てくるような、相当変わったカルチャーを持つ編集部に入出入りするようになったところからお話をいただければいいのかなと思いますけど。

石井：何をもって全盛期と言うのかは難しいのですが、まあゲームストの売上で見れば、全盛期は格闘ゲームがブームになって以降が一番あったと思うんですけど。全盛期というよりは、まあ時代が違うという感じですね。大雑把なことを言うと、僕の個人的話というよりも、91年に『ストリートファイターII』が出てきてから、それから2000年ぐらいまでがゲームセンターの歴史では節目になると思うんですけど、それまでの間と、まあインベーダーブームから、91年までの間の10年ちょっとぐらいの間とは、もう時代が違うという印象のほうが強いですね。

80年代には、基本的にはいろいろ移り変わりも色々あって技術の進歩してきたのですが、全体としては同じような空間だった。ビジネスとしてもスタイルも、どこも結構近い感じだった気がしますけどね。

Q：新しい機種が出て技術が変わっても、なんとなくアーケードの雰囲気、世界は似たようなものだったと。

石井：ええ。ビジネス的にも、文化的にも似たようなところはあったような気がしますけどね。まあ80年代の後半からは、だいたい88年ぐらいからはテーブル筐体がなくなって、ちょっとミディの、アップライトっぽいものに変わっていったんですけど、インベーダ

一以降、テーブル筐体がズラッとゲーセンに並ぶようになって、いろんな種類のゲームが置いてあるスタイルはあんまり変わってなかった。そこに 1980 年代の中頃から、セガが大型体感筐体を出すようになって、『アフターバーナー』とか『アウトラン』とか、ドライブゲームを中心にそこに交ざるようになった。その雰囲気は、1991 年の『ストリートファイターII』が出るまではほとんど変わらないと思います。

それで、同じようなスタイルの中で技術が上がってきたりして、ゲームのジャンルが若干、ハードの進化や時代の流れに乗って多少移り変わりがあると言う感じですよ。だから、前回僕が話していたことは、80 年代は主にそういうところでの文化なんですね。

Q：そこでプレイヤー同士がライバル心を持ちながら、「特にシューティングでは」ということを前回詳しくお話いただきましたよね。

石井：まあ全国、今となっては若い世代にはわからないかもしれないけど、全国津々浦々にどこに行ってもゲームセンターがあった。駅前の商店街とかそういうところを中心に、どこに行ってもゲームセンターがあるような感じでしたよね。90 年代にも、ゲームセンターの数は同じぐらいあったとは思いますが。まあ、ここまでの話は全体の感じですけど、では、そこらへんからどこに向けてフォーカスしていきましょうか？

Q：前回もお話を聞きましたが、『ゲーメスト』の『ストリートファイターII』の攻略記事を、最初は CPU 戦を中心に行っていたけど、やがて対戦攻略にシフトしていくという、その経緯からお話をもう一度伺いたいのですが。

石井：この前、僕が書いた本でもいろいろ書いたんですけど、『グラディウス II』が出たのは、だいたい 88 年頃でしっけ？

Q：そうですね。『グラ II』は 88 年ですね。

石井：多分 88 年ぐらいが、84~85 年から 88 年までの間がひとつのピーク、テーブル筐体のシューティングの最後のピークかな。もちろん、それ以降にもシューティングが出ていますが、ひとつのピークはここかなあとと思います。いわゆる普通のゲーセン、僕なんかゲーメスト編集部に入るまでに僕が遊んでいた頃で、一番盛り上がっていたのが『グラディウス』とか『魔界村』が出ていた頃だから、1985 年ぐらいですか。

その辺りが、インベーダーの時代から少しずついろいろなゲームが出るようになってきて、そこそこ盛り上がって、いかにもその時代のゲームセンターが盛り上がっていいゲー

ムが出ていたような気がするのは、85～88年ぐらいの間に、『ゲーメスト』が創刊されていますから。創刊は確か1986年ですね。88年がひとつのピークで、それからちょこちょここと、まあまあそれなりのゲームは出ているんですけども。『テトリス』は何年だったかな、88年か89年？

Q：1989年発売ですね。

石井：『テトリス』が一時期大ブームになったんですけども、その『テトリス』ぐらいを契機に、ゲームセンターのゲームがちょっとイマイチになってくるんです。これはゲームセンターに通っていた人間もあまり気づいてないと思うんですけども、『ゲーメスト』で実際に仕事をしていたからわかったところもあるんですけども、88年ぐらいまでは、割といい記事を作って、例えば前回説明した『ドライアス』特集とか、メーカーといろいろ計画を立てて話をしながら、ベストと思われる方法を模索しながら記事を作ってきたんですけども、割とそういうふうやってるんですけども、部数があまり伸びないようになってきたんですよね。89年ぐらいあたりから90年ぐらいまでは。

一時期、僕はたまたまゲーム制作の仕事もやっていて1、2年ぐらい雑誌のほうにしっかり関われなかったところもあるので、それも若干影響してると思うんですけど、雑誌の売上も、それからゲームセンターのビデオゲームの売上自体も、この時期は落ちているんですよね、確か。この辺りで、業界のひとつの行き詰まりがあった時代であったことは、多分間違いないと思います。

Q：確かに、言われてみるとそうだなってわかるんですけど、これっていったいなぜだったんでしょうね。

石井：今、振り返ると、そういうところは結構わかるという面があると思いますね。多分、いろんな要素が絡んでくると思うんですけども、まずひとつは、シューティングゲームでヒット作と呼ばれるものが、本当の意味でヒット作と呼ばれるものが多分出ていないと思うんですよね、この時期は。東亜プランからの系譜を受け継ぐ、いわゆる弾幕シューティングのゲームでは、まあそこそのものは出ていますが、それまで引っ張ってきた、例えばコナミの『グラディウス』シリーズとか、『グラディウス III』がイマイチだったというのものもあるんですけど、そういうところでプレイヤーの期待に完全に盛上がるものが出ていない。ジャンルの行き詰まってる場所もあったと思います。

ゲームというのは、いつの時代もそうなんですけど、同じジャンルのゲームを続けて出していくのは非常に難しいことで、アーケードは特に…まあアーケードに限らないかな、

同じゲームのジャンルを続けると、プレイヤーの目もだんだん肥えてくるんですよ。プレイヤーの目が肥えてくると文句ばかり言うようになって、それなりクオリティが高いものが出て、前のものとみんな比較して見るようになるから、全体としてみればいいものでも、いいものには見えなくなってしまう。今までの積み重ねによって、実際にはいいゲームだったけども、前作との比較で考えるのでいいものとは思えなくなって満足度が低くなると。これは、多分ゲームに限らないと思うんですけどね。

ですから、目先を変えることが絶対に必要なんです。そういう意味で、シューティングはかなり難しい時代に入ってきてきましたね。90年代後半以降の対戦格闘ゲームにも同じことが言えて、ゲームというのは、プレイヤーが常に比較しながら見るから、初めのうちは完成度が低い作品でもすごい作品だということになるけど、開発の方が頑張ってるインパクトではなく質、クオリティという面で練り上げていっても、プレイヤーの方が意外とそこには気づかないで、実際には質が上がって面白いはずなんだけど、思ったより評価しない傾向にある。それでシューティングは行き詰まった。同じジャンルがずっと続いたことのひとつの弊害ですよ。

それとは別にハードの進歩、ゲーム上の表現が色々できるような時代になって、スペックが変化したことによって、求められるゲームというのもやっぱり変わってくるんですよ。そういうところの境目だったように思うんですよ。

Q：シューティングって、インベーダー以降に十数年かけて成熟したと思うんですよ、徐々に徐々に。後で出てくる格闘ゲームと比べると、息の長いジャンルなんだなあって。今、お話を聞いてると改めて思いました。

石井：確かに息は長いけれども、ハードの進歩によって、見た目のインパクトも随分変わってきたし、それをうまく生かしてきた気がしますね。

Q：いわゆる弹幕シューティングはまさにそうで、演出がもうインフレ気味でしたよね。

石井：いえ、弹幕シューティングの場合は、結局何でああいうのができたのたかって言うと、ハードが進歩したからできたんですよ。要は、シューティングは弾を撃つじゃないですか？ 弾をたくさん撃つということは、一个一个全部スプライトで出すんですけども、そのためにはスプライトをたくさん出せるハードが必要なんです。昔のハードではたくさん弾を出せなかったから、そういうのができなかったんです。

ショットは基本、全部スプライトで描かれていると思うんですけど、まあ『グラディウ

ス』のレーザーの場合は多分スプライトじゃないと思いますけど、ああいう特殊なものを除いて、弾は全部スプライトで描く、スプライトを画面内でたくさん表示しなくてはいけない、ハードがどんどん進化することによって、シューティングは弾数が増えてきたわけですよ。

だから『ゼビウス』の時代は、まだ画面上に弾数がそんなにたくさん出せないの、戦略的にボムを地上に落とすみたいな、そういう戦略性の部分で補っていたわけですよ。でも、ハードが進化して画面上に弾がいっぱい出せるようになったことで、爽快感をより追求したものが出てきた。爽快感をより追求したもののほうが、訴求力が強いわけですよ、人間の本能的に。だから、そういう形で変わっていくわけですよ。

アーケードの歴史を見ると、ゲームって例えばボードゲームとか将棋とか、頭脳戦と言うかパズルゲームみたいなものがありますよね。そういうパズル的なものっていうのは、ある意味ハード的な能力がそんなに高くなくても存在し得るけども、ハードがいろいろ表現できるようになるに従って、一般的に比較的爽快感が高いものに人気を引きずられる傾向がある。だから結局、そういう頭脳・パズル的なものと爽快感が高いものが、ゲーセンでは同じところに並べられて、ジャンルは違うけど同じ場所に並んでインカムを勝負させられるので、そうなる爽快感が高いもの、より本能的なものが強いなのというのが、今考えるとそういう印象がありますね。

シューティングでも、どこに先に動いてどこに撃つとか、そういう戦略性もあるんだけども、いまだにあるといえばあるんですけども、そういうものよりも最低限、弾を避けて楽しめる、ガリガリ撃ち込んで破壊して気持ちがいいとか、そのものを突き詰める方向へと変わっていくんですよ。なので、『ゼビウス』に似たようなタイプのはあまり売れなくなって、もう80年代中盤から、それよりも『スターフォース』とか、東亜プランの流れのような弾がたくさん出てくるシューティングの方が、こっちもすごい攻撃力でバンバンをしまくるぜみたいなゲームのほうが、やっぱり最終的で人気が高くなっていて、2000年頃ぐらいまで生き残るのもそういうタイプのシューティングゲームが多い。

それは格闘ゲームにも言えて、最初の頃の間人が出てくるゲーム、例えば『妖怪道中記』とか『ワンダーボーイ』とか、その前だと『パックランド』とか、あるいは『スーパーマリオブラザーズ』的な…まあこれは家庭用ですけども、ジャンプして障害物を巧みに超えていくテクニカルなゲームというよりも、自分から攻撃して相手を打ちのめすというようなゲームのほうがゲーセンでは主流になっていく。何で昔のゲーセンにはそういうゲームがなくて、やがてそういうゲームになっていくかというと、でかくてリアルなプレイヤーを画面上に表示できるようになって、それぞれの肉体の動きを精密に表現できるよう

にもなって、人間がパンチやキック繰り出したりする絵のほうが、敵が弾を撃つとかの表現をするよりもよっぽど難しいのですが、そういうリアルな表現ができるようになっていくと、戦略的な面白さというよりも、単純に拳で殴った相手を吹っ飛ばすみたいな、そういうそう快感があるもののほうが、同列に並べた時に人気が高くなる傾向がゲーセンではやっぱり出てくると。

Q：その人間を動かすゲームの嚆矢となるのはやはり、『ファイナルファイト』あたりになるのでしょうか。

石井：だから、そういうのって、時代の只中にいると見えないんですよ。なかなかね。

Q：ある程度時間が過ぎて、過去を振り返れるようになると当時の実態が見えてくると。

石井：10年前とかを振り返れば、ゲームの方向性とか時代がどこに向いていたのかがわかる。結局、自分の頭の中でいろいろ考えて戦略性があるってすごく奥が深いねみたいなことよりも、単純に打撃の爽快感みたいなことを押し出しながら、その裏に戦略性を混ぜていくものが売れている、これも今だから言えることで。当時、そのただ中にいると、『ゼビウス』に似た面白いゲームを作ろうと思ったら、やっぱりそういうふうにはならない。だから、80年代はどんどん爽快感を追求する方向に、シューティングも格闘系も、人間を動かすアクション系にどんどん変わっていった。今見るとそれはもう間違いない。そっちの方向に、いち早くそれに気づいた人がいたとか、たまたまそう方向が好きだったのか、そういう傾向のゲームが売れていくと。

だから、ゲーム作りはそんなに天才が必要ではないんですよ。その時代の流れ、トレンドをちゃんと理解して読めるような人がいれば。でも、それがわかっているけど質が伴わなければしょうがないですけど。やっぱり、ゲームのことがよくわかっていることがすごく大事なんですけどね。

Q：先程、誌面作りを頑張っても売上が伸びないという話がありましたけども、その市場トレンドとの変化と何か関係はあるのですか？

石井：だからその時は、シューティングゲームの人気自体が落ちてきているというのがひとつあって。要はゲームマニアというか、ゲーセンで遊んでる中学生や高校生あたりが一番好むゲームが増えてくるわけだから。それで、シューティングの勢いに陰りが、モロに直撃してるのかもしれないね。体感ゲームも、セガの『アフターバーナー』とか『アウトラン』とか一世を風靡した体感筐体も、もうあの頃はダメになっていますよね。もう

ポリゴンが出る手前の時代になってて。

Q：そうですね。ポリゴンが本格的に登場する、ほんのちょっと前の時代ですね。

石井：そうそう。だから、僕らから見ると、『アフターバーナー』はものすごい高速でガンガン画面が動いてるんだけど、それからシミュレーション色の強い大型ゲームがいくつか出てきてるんだけど、そういう物を見るとやっぱり刺激が不足している感じがして。だから、今までみたいにクオリティの高い雑誌をちゃんと作ってるのに、本が売れなくなったから、会社の方から「どうなってるんだ？」「何で雑誌が売れないんですかね？」みたいなことを突っ込まれて。そこまで数字を見ながらライターは記事を作ってるわけではないので、これだけちゃんと記事を作ってるのになんで売れないんだろう、どういうことなんだろうということを、そこで改めて考えさせられましたね。

Q：以前にも、『ゲーメスト』本誌でシューティングゲーム特集をやった時に、全然売れなかったという話をされていましたよね。

石井：それはあれですね。『ストII』が出てからやったやつもそうだし、その前にやったのもそうでしたね。ヘリシューティング特集的なものもやりましたが、多分相当売れていない。

Q：ボタンの連射の仕方とか、操作テクニックを教えたりとか、シューティングの腕を上げるために役立つ特集とかもやっていましたけど、どうも売れなかったようですね。

石井：だから『ファイナルファイト』があつてよかったね、本当に。『ファイナルファイト』以外は売れなかった時代なんで、その時代で唯一売れていたアクションゲームだったので、あれのおかげで『ゲーメスト』もだいぶ助かった。ゲーセンは、そのときにビデオゲームの勢いがだんだん失われてきた頃で、『UFO キャッチャー』がブームになってそれで助かっているんですけど、『UFO キャッチャー』を置くスペースが増えるから、その分ビデオゲームを置くスペースが減っていくと。

それからあの頃は、もう今だから言いますが、海外向けに作ったゲームがあつたんだよね、セガとかで。で、海外で売れるゲームと日本で売れるゲームというのはまた違って、しかも「いかにもこれ海外向けだよ」っていうゲームを日本にそのまま出されると、もうそれこそ「3分で終われ」みたいなが多いんですよ。やりがいがないと言うか、プレイ回数を重ねても全然意味のない、深みがないと言うか。

例えば、コナミの『魔獣の王国』とか、セガの『エイリアンストーム』は、多分海外ではすごい売れてると思うんですよ。ところが、日本の何度もプレイして、少しずつ遊びたいプレイヤーには向いていない。だからその時代の、1990年直前ぐらいの海外向けの作品を日本でやったときに、もう絶対に先に進めないという難しさを感じたプレイヤーは多かったのではないかと。

『ファイナルファイト』は、もう全然よくできている。『ファイナルファイト』も、本当は「マジかよ！」って言うぐらい本当に難しいんだけど、ちゃんとやると少しずつ先に進めるようになっていて、しかもちゃんと計算してあって、友達と何となく2人で同時でやる、ついついお金をつぎ込んでしまっていう、そういう要素も残してあるので、ゲーセンでインカムが落ちちゃう時期でも、ずっとヒットが続く。そういうところがちゃんと計算されているんですよ。だからもう、『ファイナルファイト』ぐらいからですかね、もう完成度がすごく高くて計算されていて。だから、僕から言わせると『ファイナルファイト』とセガとかテクノスジャパンの似たようなベルトスクロールのゲームとは、もう比較にならないんですよ。同じ土俵で語ってほしくない。多分、足下にも及んでいない。

### 『ゲームストビデオ』やムック本の制作・販売に挑戦

Q：そう言えば当時、ゲームスト編集部で作った『ファイナルファイト』の攻略ビデオ、VHSビデオを発売していましたよね？

石井：そう。ゲームストブランドで最初に発売したビデオが『ファイナルファイト』。それまでは、ポニーキャニオンとかで出していて、我々が撮影だけやるっていう形を出していた。『ファイナルファイト』は、『ゲームスト』が90年代から自分のところでそういうビジネス的なところもやっていくようになるんだけど、『ファイナルファイト』のビデオがまさにその先駆けで、自分たちでやりたいからということで作った。僕もディレクターやりましたよ、スタジオに行って。

Q：実際ビデオは売れましたか？ 当時としては、かなり儲かる商売だったのでしょうか。

石井：どうだったかなあ、あまり覚えてないですね。でも、大赤字にはなっていないと思いますよ。でもね、やっぱり90年代を通してそうなんですけど、ビデオの時代はなかなか売上が取れない。だから、今のほうが全然いいでしょう？ なぜかと言うと、ビデオは商品ができるまでの間がとにかく面倒で、人手がかかるしスタジオ代もすごいかかるので、もう今とは比較にならない。

当時はまだバブルの時代の名残があって、六本木とかそこら辺のスタジオ代がすごい高くついて、こういうスタジオを使って何かやるという職業が花形になっていて。もうすごい高いスタジオ代を取られて、しかもディレクターの人件費も高い。だから、「俺たちが全部やりますよ！」みたいな。まあ向こうから見れば、そんな大したお金じゃないかもしれないけど、そこまで売れるものじゃないので、「もうこっちでやらせろよって」いう感じでしたね。

スタジオ代は、まだ 90 年代は DVD が存在しない時代でしたから、こういうのは 2000 年代になってからやりたかったね。そうしたら、編集部のそこら辺に置いてある機材で、編集まで自分たちでできますから。しかも給料もらってるから、変な言い方だけど、そんなのタダでやれますでしょ、自分たちで。

Q：今の言い方であればコンテンツ、その肝であるゲームのうまい、わかっている人がいますよね。そうじゃない人の所でやるとお金もかかってしまいますし。

石井：そうです。プレイヤー側がどんなビデオが欲しいのかは全部分かっているんで、ゲーム知らない人よりもよっぽどわかっているんだから、こんなつなぎ方でこんな構成でっていうのも全部自分たちでできるし。後はエフェクトだけでしょう？ エフェクトとか CG ぐらいで、当時はまだ CG を作るのはなかったから、そこだけを業者に頼んで。

だから、ビデオの時代と DVD との時代では、映像の作り方がもう天と地ほどの差があるということが言えると思います。だから先駆けだよ、今思えばだいぶ早くやっていたよね、もったいなかったなあみたいな。まあやっぱり自分は面白いことをやっていきたい人なので、やっぱり楽しかったですよ。ちゃんとビデオのディレクターとして、ここはこう繋いでとか。

まあ『ファイナルファイト』に関しては、そんなに細かくやらなくても大丈夫でしたけど。これが対戦格闘ゲームになると、1 ラウンド 2 ラウンドとか、ラウンドごとに切ったりとか、短いものをつなげ合わせなきゃいけないので、編集作業が段違いに多くなるわけですけども。『ファイナルファイト』の場合は、そんなに切らなくてもずっと流しっ放しでも割といいものなので。そんなに難しくはない。ただし収録時間はかかるので、当然スタジオ代も、なんだかんだで 高いお金がかかる。

Q：ビデオを出すにあたって、メーカーから許諾はすんなり出ましたか。

石井：割と楽勝でした。当時は今と比べれば適当でしたね。基本的にメーカーがナムコと

かはちゃんとしていたと思うけど、そこらあたりを除くと、マルシーとか許諾のそういう関係って、結構いい加減だったんじゃないですかね。カプコンとかでも、本当にまだまだ小さな会社でしたし。

Q：カプコンも、まだ上場する前のタイミングだったかもしれませんね。

石井：だからムック本を作るときも、ゲームの写真とか勝手に撮って勝手に載せてたぐらいの感じじゃないですか。メーカーチェックとかは当然やってますけども、その延長線上でムックとか作った時も本当に延長線上で行っちゃったから、本当に今は昔と比べるとめっちゃめっちゃ厳しいですね。90年代にはたくさんムックを作ったけど、この当時は他社のゲームの写真とかをごちゃまぜにして普通にメーカーに見せて、「一応見せましたよ！」ぐらいの勢いで、そのままバツと載せちゃいましたしね。もうそのぐらいの勢いですよね、今では考えられないぐらいですが。

今ではメーカーにロイヤリティを払うのが普通のムックでも、ものよってはそうではないものがあるかもしれません。例えば攻略本扱いとかになってひとつのタイトルだけで作ると、そのメーカーにロイヤリティとして何パーセントかを払うのが常識なんですけど、『ゲーメスト』の初期の90年代のものはだいぶ怪しいですね、そこらへんは。雑誌の延長線上という形で始まっているので。僕はあまり詳しくないのはっきりは言えませんが……。

Q：その後、家庭用もそうですけど、メーカー自身で出版もやるようになりましたよね。

石井：僕は直接関係ないのですが、印象深いのはコーエーでやった『三國無双』とか、あのあたりかな。コナミとかも、いろいろ自社ブランドで出しましたよね。

Q：カプコンも自分たちで攻略本とかを出すようになりましたよね。

石井：そのひとつの理由は、ゲームの出版の編集者が、結構ゲームメーカーの広報とかに就職するようになったからだと思いますよ。

Q：そうですね。この間、『ストリートファイター』30周年の本の編集を担当した方が元『ゲーメスト』の編集者ですしね。では、その逆のパターンはなかったですか？ メーカーからライターや編集者になる人って、昔から。

石井：逆もまあ、いないことはないでしょうけど、あんまりいないですね。新声社はいな

かったですね。

Q：ゲームの見せ方を知っている人が、「ウチに来ないか？」って言われてスカウトされるわけですか。

石井：普段からメーカーの人と接点があるから、『ゲーメスト』の編集やってると、普段からよくメーカーに取材に行くので、広報の人といろいろ話をしたりしますので、元々ゲームが好きだったりもしますし。

Q：その人の流れが、一方的と言いますか、アンバランスな感じがしたので。

石井：ゲームからアニメという流れはあるんだよね、間違いなく。アニメからゲームというのもあるよね。ゲームの開発者がゲームメーカーを辞めて、アニメ制作の方に流れていくと。よくわからないですけど、僕は直接は知りませんが、アニメはゲーム業界と若干繋がりがあがる印象がありますよね。微妙に違うものなんだけど何だか近いものがあるんですかね。

あとは、単純に2000年以降の話になりますけど、インターネットの影響で出版不況になって、ゲームの編集やライターがみんなゲームを作る方に回る。そういうのをリアルタイムで見ているので。まあ下手すると、自分自身もそれに近い。(笑)

Q：ちょっとお話を戻しまして、『オールカプコン』とか『ザ・ベストゲーム』とか、当時の新声社では割と近い時期にそういうムック本をどんどん出すようになりましたけども、当時から採算的にはよかったですか。

Q：もっとムック本ビジネスっていうのは昔からやるべきだったと思うんだけど、やってなかったってことなんですよ、逆に言うと。『ゲーメスト』はまだまだその頃は余力がなくて、そこまでやろうという発想に至ってなくて、だからその頃に、ようやくやり始めたって言うていい。全部が売れるというわけじゃないんですけど、やっぱり最初にやる時って、どうしても余程利益が出ると思わないとやらないところがあるから。でも、ちゃんと作っておけばよかったなと思いますよ。

特に言えるのが『テトリス』で、あれだけ人気が出ているのにムックを出さなかったというのはすごい損失だったと思いますよ。そういうことをライターに言ったら、「あ、実は僕が同人誌で記事を書いて、すごい売れたんですよ」て言うから、お前そんなことやってたのかと。会社に儲けをちゃんと入れろよと。

(一同笑)

石井：だって、あのとき『テトリス』のムックをちゃんと出して売ってたら、もしかしたら一年分ぐらいの儲けが出てるんじゃないのかなあ、何でやらなかったんだろう…。多分そのときは、たまたま僕はゲーム開発の方にもう半分ぐらい足を突っ込んでたんじゃないかな。今思えば、みんながやらなかったことを、昔やっとけばよかったなっていうことが、そういう踏み込みが足りなかったっていうことでしょうね。

だから、『ザ・ベストゲーム』のときも、やりたかったからやったんですよ。採算とかを別にして、今までのゲームの文化・歴史をまとめたものを作ろうと思って。でも、これもスケジュールにはかなり追われたりして、まあスケジュールなんか全然関係ない気もするけど。でも、現実として締め切りとかが色々あるんで、あれも納得した出来ではなかったかなあ、今思えば。でも、まあなんとか出しました。

それはやっぱり、使命感からですよ。どちらかと言うと文化的な歴史を残したい、ゲームのリストを出したいという思いで、同人誌では既にいくつかありましたけど、そういうのを初めて出したムックが、その『ザ・ベストゲーム』ですね。でも、やっぱり『テトリス』のときにムック出さなきゃダメですよ。『ファイナルファイト』でも作れたとは思いますが。

Q：つまり、当時は営業部とかがちゃんと経営戦略を考えてムックを出していたわけではなかったと。

石井：まあ人手が足りていなかったよね。『ゲーメスト』時代も売れてたとは言っても、果たしてどこまで売っていたのかなという部分はありますが、『テトリス』はちょっともったいなかった。

Q：先ほどのゲームセンターのお話で、1988～89年ぐらいにゲームセンターに来る人の雰囲気が変わったみたいなお話がありました。『テトリス』の捉え方はどうだったんですか？ 『ゲーメスト』の編集部、あるいは石井さんとして、もしくはゲームセンターに集う人にとっての捉え方はどうでしたか？

石井：自分で本にも書きましたが、やっぱり『テトリス』というのは、僕は突然変異だと思っています。ゲームとして非常に優れたものが、時代の流れとは関係なくいきなり出てきてしまったという印象が強いですね。例えば、時代の流れからハードがすごい進歩して

きて、人々の求める傾向が色々と変わったりして、その必然の中から生み出されたゲームではないですよ。

Q：ローテクですからね、言ってみれば。それを、ゲームをかなりディープにやりこむ人から見て、どう思ったんですか？ 面白いとか、何なのこれとか。

石井：『テトリス』が出てちょっとした頃のゲームライターは、みんな評価してましたよ。みんな遊んでたし、みんな上手かったし、みんないいゲームだと思ってましたよ。思ってはいましたが、僕は『テトリス』を最初に見たときは、これは本当に売れるかどうかの判断はつかなかったですね。僕も相当に、正確に何が売れて何が売れないのかは予測できるつもりだし、その予測のおかげで雑誌を今まで売ってきたようなものだし、ほぼ当ててるとは思いますけど、『テトリス』に関してはわからなかったですね。

例えばカプコンの、今では『モンスター』とかを作って有名になった岡本さんは、「これはすごくよくできてるから売れるだろう」と言っていましたね。『雷電』とかでも同じことを言っていました。これを言えるのはすごいことですよ。僕から見ると、『雷電』とか『テトリス』は売れるとは言えないんですよ。何でかと言うと、『雷電』は東亜プランのパクリじゃないかということですよ。それまでと同じようなシューティングと同じようなものを、ただ何となく作ってるだけに見えちゃうと。それまでのゲームとの比較だけで判断できないタイトルっていうのがいくつかあって、そのうちのひとつが『テトリス』だと思うんですけど、だけど岡本さんには僕が見えてないものが見えてるんですね。

だから、『テトリス』が売れた理由は後付けでいろいろ語ることはできるんですけど、まず『テトリス』が売れた大きな理由としてはスピード感と爽快感。パズル的な要素も大事なんですけど、やっぱりゲームセンターのアーケード用だった場合は、爽快感とリアルタイムでのスピード感というのがやっぱり重要で、スピードに幻惑されるという感じが、結構売れる定番となるひとつの要素なんですよね、アーケードでは。例えばシューティングで弾がいっぱい飛んできて、「うわーどうするんだ！」というあの感じがいい。あるいは、『アルカノイド』みたいなブロック崩しで球がすごく高速で飛び回るとか、あれに感じに近いですよ。『テトリス』もどんどんスピードが速くなるし、そういう人間の感覚ギリギリの近いところで楽しませる。

『テトリス』はパズルとして非常に完成度が高いんですけど、じゃあパズルをゆっくり解かせるようにしたら売れるかと言うとそうでもない。スピード感とブロックを転がした時のハマる感じとか、そういうところのセガのアレンジの仕方がすごくよかった。

Q：そのセガのアレンジの上手さは、他の家庭用と比較するとよくわかりますよね。もう操作性が、ブロックを動かしたときの気持ちよさがアーケード版とは全然違うので。

石井：だから、アタリの『テトリス』は『テトリス』じゃない (笑)。だから当時、『テトリス』が好きだった人はセガの評価がすごく高い。いつの間にか任天堂のゲームになってしまいましたけど。

Q：『ゲームスト』以外でもビデオ、プレイ動画を撮る人が昔からいたんですか？ ビジネス以外でも、趣味として撮る人はいたのでしょうか？

石井：結局、ハードルが高かったんですよね、ビデオを撮ること自体の。みんな残してたいとは思っていたんですが。今でも明確に覚えているのは、『グラディウス』の復活パターンをビデオで録画したものが『ゲームスト』の編集部に置いてあった。それは知る人ぞ知る逆さグラディウスというやつで、なぜか逆さまに映像が映ってるということで。それは確かコナミに行って撮らせてもらったんじゃないかなあ。今でもネットに流れてると思いますよ。

そういう動画を撮れる環境がなかなかなかったのも、ゲームストビデオみたいなものをVHSで残したというのがありますね。80年代のゲームビデオの大半、8割ぐらいは僕が関わってるんじゃないでしょうか。実際にプレイしてるわけではないですけど、笑えることに…。いまだに20年前とか30年前のゲームをプレイして動画作ってる人とかいますけど、本当にびっくりしちゃいますね。もうさすがに勝てない、今やったら全然かなわないでしょうね。

映像自体を、プレイ自体を残すことがなかなか難しかったのでゲームストビデオで作ろうというのはありましたよね。当然、作るからにはビジネスにしなきゃいけないけど、でもまあとんとんならいいだろうという感じですよ、僕の発想としては。これで大赤字を出しちゃおうと続けられないけども、儲からなくてもそういうのを残していければいいなあ。それをやることによって、コンテンツが膨らむという、今の言い方で言えば。

Q：そのコンテンツをきっかけに、ゲームのファン層、裾野が広がればいいなど。

石井：そうそう。だから、それでぼろ儲けしよう、大きな利益を出そうとは考えていない。

Q：今ではYouTubeとかSNSとかにアップして、「いいね」をつけてもらうのが楽し

みたいなのがリアルの世界で起こるんでしょうね、ビデオで。

石井：まあ要するに楽しんでもらうってことですよ。結局数千人とか、買う人はそれほどいないかもしれないですけど。

## ゲームグッズショップ、「マルゲ屋」の回顧

Q：それから、新声社ではゲームグッズショップのマルゲ屋も運営していましたよね？その立ち上げに、石井さんは関わっていらっしゃいましたか。

石井：立ち上げというよりは、ゲームストビデオもそうなんですけど、色々なグッズを新声社で作りましたよね。要は、新声社の読者サービス部というところから始まっているんだと思いますよ、通販の。すごい言い方は悪いですが、略称で「読サビ」って言っていたんですが、結構劣悪な感じでしたけどね、ちゃんと業務をやっているのかよと。雑誌のほうではプレゼントがあるわけですよ。応募してきて当たった人にプレゼントとかを送る、「ゲームスト」で作ったグッズとかテレカを送ってあげましょうということで、読者サービス部というところが、読者から送られてきたハガキを当たった人をそこから送る。

ですが、それを送るのを半年経ってもやってないとか、そんないい加減な部署でしたね。正直やばかったですよ。それならやらないほうがマシだろうと（笑）。その辺のアルバイトに適当にやらせてたんで。やばいですよね、こういうのはちゃんと事務的にしっかりとやる人がいないとダメですよ。もう会社としての体をなしていない感じで。でもそういうところから、例えばテレカみたいなそういうものから、ちょっとしたものを数百枚作ってさばくとか、そういうところをやっている中から、お店を作ってそういうものを売ろう、1軒作って売ってみようというところから始まるんですね。

大々的にやろうというのではなくて、多分そういう読者サービス部を作った延長線上で、グッズやゲームストビデオを作ったのであれば、その作ったものを置く場所が欲しいから、そういうのを置いてみたいになっていくことになるんですけども、これがどんどん膨れ上がって、後に会社の経営を圧迫することになるんですが。でも、その辺も先取りは凄いでしたので、まあ面白いところではありましたけどね。

Q：自前でグッズ作って物販をやる、在庫管理もしなきゃいけないですね。

石井：ゲームグッズというものの自体が存在して、それがまた売れることで、ファンがそれを買うことでゲームをただ遊ぶだけでなく、キャラクターグッズを買って楽しんでいて

う、そういう方向性で楽しむっていうのが 90 年代はほとんどなかった。実は、ナムコが 80 年代にグッズをいろいろ出して売っていたっていう過去があるんですよ、例えば下敷きとか筆箱とか。そういうのはいっぱいゲーセンで売ってたんだけど、物販が 80 年代後半からもうなくなってくるんです。でも、僕はリアルタイムでそれを見ていたけど、物販で買ったものがメーカーに対するファンの気持ちに結びつくんですよ。そういうものも絡んでいたと思いますよ、マルゲ屋には。

ですから、自分たちでグッズを作って売って、ファンがマルゲ屋に行って「ゲームスト」のグッズを買いましたよという、『ゲームスト』に対するファン意識が広がるんですよ。すごいファン意識が高まるんですね。そういうところの意識はありましたよ。ちなみに初代の店長は、僕が小田原で遊んでいた頃の知り合いです。

Q：以前にもお話していただいた C.C さんですね。ビデオなりグッズなりでコンテンツが広がるということですが、そういうのは当時あまりなかったのでしょうか？ メーカーや競合する出版社にも、石井さんが見た範囲でやっていたところはありませんでしたか？

石井：ゲームの物販に手を出すのは、家庭用ゲーム雑誌がちょっとあったぐらいで。そもそもゲームのグッズ自体がほとんどなかったのでは？ メーカーが、ファン向けにちょっとサービスで配るぐらいしかなくて。

Q：昔は、電波新聞社がナムコのゲームグッズの通信販売をやっていましたよね。

石井：だって、電波新聞社はそもそもゲーム自体を作っていたでしょ。

Q：そうですね。ナムコのアーケードものの移植をよく作って出していましたね。

石井：だから、ほとんどゲームグッズなんてなかったんじゃないかな、家庭用でも。

Q：今思えば、コンテンツの二次利用も IP のマルチ展開も普通にありますが、90 年代の初めぐらいというのは、やはり全然なかった。

石井：いや、今考えるとそう思えるだけで、当時はあまり意識してなかったですね。個人的にあまり欲しいというグッズもなかったし。ただ、80 年代のナムコのグッズ展開でナムコが好きになった人がいたのをリアルタイムで見ているから、そういうのは今後もやってくべきだなあというのはありましたね、感覚的に。もう、そのときはすでに売る方の立場に僕はもうなっちゃっていたので、この感覚は全部わかっているわけではなかった。

あとは、昔に比べてゲームと中にキャラクターが表現できるようになったというのがすごい大きくて、また新しい時代に入ってくんだよね。キャラクターグッズがまさにできるようになると。そういうのを、もっとちゃんと意識して現場でしっかりできるような人がいれば、きっとすごいことができたと思いますよ。だから今思うと、これだけちゃんと目の付け所が良くて、この程度のことしかできないっていうのはやっぱりレベルが低いと言わざるを得ない。(笑)

Q：目の付け所が良くて先進的だったのか、それが他の雑誌社や企業、メーカーになかったのか、そういうところをお聞きしたいのですが？

石井：先進的だったと思います。先進的だったとは思いますが、ビジネス的な意味でいろいろ考えてそこにたどり着いたというよりは、なんとなく延長線上で来た感じですね。もうちょっと、ちゃんと本質的にみんながどういうものが必要でビジネス的にどうなのかを考えたら、もっとちゃんと突き詰められたんじゃないのかなあ。

ゲームグッズをなんとなく作って売ってというその流れで、じゃあ店に出して1軒だけ小さい店を出して置いとけばみたいなの、そのくらいの発想ですよ。でもそれが正しい、やっぱり世の中ちゃんとそういう方向になっていったので先進的でしたね、今思えば。当時は、ただなんとなく読者サービス部が膨れ上がったただけだったように思っていました。

Q：私（嶋原）もマルゲ屋で少しイベント手伝ったことがあるんですけど、お店の中でよくゲーム大会とか集客イベントを開催してたんですよ。

石井：お店の中にゲームの筐体を1、2台置いてあったよね、客寄せ用に。

Q（嶋原）：確か、ゲーム大会の日になると、メーカーの方も時々お店に来てたりしましたよね。

石井：そういう場所があるのはいいことだよ。ただオフィスだけがあるよりはね。

Q：前回お話した、ハイスコアのランキング集計なんかもそうですけど、やっぱり先進的ですよ。こういう言い方は失礼なんですけど、アイデアはいいんだけども当時の技術とかビジネス感覚の中で、どうしても突き詰められないというのがやっぱりあったのかなあ。

石井：やっぱり人材が足りていないんだよね。人材がある程度あったとしても、やっぱりそれを生かす会社組織がないと。マルゲ屋の初代店長もかなり優秀だったと思うんですけど、結局辞めちゃったんですよね。会社とぶつかっちゃったんで。

Q：ただ一方で、先進的だったというのは、もうひとつ伺いたかったのはメーカーだとか周りで見てる雑誌社とかが、「じゃあうちでやったら、もっとうまいことやれるぞ」と思ったりしなかったのかなあと。

石井：まだまだ全然、グッズとかの方にはまったく目が向いていなかった。『ファミ通』とか『ファミマガ』とか、一部のゲーム雑誌はもう盤石の体制を築いていたと思いますけど、ゲームセンターのゲーム絡みのことなんて、他の出版社は全然想像もしていないと思いますよ。

Q：『ファミ通』も、まだこういう方向には向いてなかったでしょうね。他の雑誌社も、ほぼそんなところに向いていない。

石井：まだ向いてなかったでしょうね。ほとんどそんなところに向いていないし、ゲームの物販であれば、今で言うところのゲーマーズみたいな店とか、ああいうところはまだ出てきていませんからね、その時期は。

Q：さっき、メーカーの方がマルゲ屋に来るという話がありましたが、メーカーからの反応はどうだったんですか。

石井：特に印象はないですね。結局、何て言うのかな、この頃の発想というのは決して悪くなくて、アンテナショップであったということがよかったと思うんですね。メーカーさんが様子を見に来たりだとか、プレイヤーのほうもなんとなく物がいっぱい並んでちょっと来てみたいなあとか、そういう接点になっていたの。そういう価値は、僕はすごく感じていましたね、物販というよりも。

Q：今の秋葉原で言うところのアイドルのショップみたいなものですよ。方向性はだいぶ違いますけど、今はたくさんありますよね。

石井：だから、そういうアンテナショップとして僕も捉えていたし、そういう形で行ったほうがいって、会社にさんざん言った気がするけど、ちょっとうまくいかなかったですね、言うだけは言ったんですけど…。忙しかったんで、なかなか一人では会社は回らなかったですよ、社長ならともかく。

Q：メーカーのほうでも、そういう自分たちのグッズのアンテナショップを作ろうかって気付くような人がいましたか？

石井：あんまりいなかった印象がありますね。でも、カプコンは90年代後半ぐらいから結構気付いていて、ゲームの冊子っぽいチラシ、ブローチャー的なものを作るにしても、一見グッズに見えるようなものとか、編集にすごい凝ったもの出すようになったよね。あと、カプコンもテレカを作ったし、数は少ないけどもグッズっぽいもの作っていたよね。その辺の意識は高かったんじゃないかな。

Q：ゲームそのものの面白さを、グッズとかで日常的に身近に感じつつ、コンテンツを広げることでゲームがまた売れるっていうのは、ある意味近い発想ですよ。

石井：そうですね。そう考えると、ずいぶん先を行ってましたよね。

Q：雑誌もグッズも売れるようになったのは、やはり対戦格闘ゲームがブームになってキャラクターがより引き立つようになったのが特に影響が大きいんでしょうね。ある意味、ここでパラダイムシフト的なものが起こったと。

石井：対戦格闘って、要はキャラクターですよ。キャラクターが大きくなって、ハードが進歩したことで大きなキャラクターが出せる、人間がリアルで表現できるようになった。人間がリアルに表現できるということは、キャラクター性をよりゲームの中で強く出せるようになった。まあ『パックマン』の時代から、キャラクター性はあると言えばあったんですけど。

Q：ただ、当時の『パックマン』みたいなキャラクターは、極論すればまだ記号みたいな形でしたね。

石井：昔は記号みたいなものだったのが、本当にリアルな人間みたいなキャラクターが出せるようになった。昔のキャラクターはアイコンに近いからね。

Q：私も『ストリートファイターII』を最初に見た第一印象は、やはりキャラクターがデカイな、でしたね。

石井：まあ、『ファイナルファイト』のキャラクターもかなりでかいんだけどね。

## 『ストリートファイターII』の功績

Q：80年代の終わりから90年にかけてのお話をまたお伺いしたいんですけども、対戦格闘ゲームが出たときは、もう『テトリス』の人气がひと息ついたその後ですよ。それから、さっき出た『ファイナルファイト』というのは『ゲームスト』、もしくは石井さんの中ではどういう位置付けですか。

石井：個人的なことを言うと、当時は自分でゲームを作っていて、ゲーム雑誌から距離は若干離れていた。記事は書いていましたけど、ちゃんと編集部を統率しきれていないなという記事がやっぱりあったというのを感じていて。作り方が甘いなというのが、他の人が気付けない部分が結構あって、レベルが落ちてるなというのをすごい感じてたので。ゲーム作りがさんざん苦勞して、それが終わって一段落して戻ってきたときに、たまたま『ストII』があったんですね、個人的な体験から言うと。

それから、『ゲームスト』とアーケードゲーム業界的に言うと、『テトリス』はすごく売れたんだけど、あれはどちらかと言うと突然変異的な売れ方だったので、あまり後には続かなかった。その後に『コラムス』とか、いわゆる落ち物パズルというのが出てくるようになるんですけども、ゲームセンターはこれからどうしたらいいんだろうというところで、そこに『ストII』が出てきたという感じですね。ただ『ストII』は、ある意味必然の部分もあって、ハードやグラフィックがどんどん進化してキャラクターが大きく出せるようになって。

ゲーム的に見ると、ポリゴンとかでゲームを作るのはまた別なんですけど、そうじゃないときは絵を2Dで描いてますから、小さいものと大きいものを別々に絵を描いて用意しておかないといけない。ポリゴンとかであれば、計算してその都度出せばいいんだけど、2Dだとそれができない。それを考えると、やっぱりキャラクターを大きく見せるというのは重要なことだったので。それを考えると、キャラクターを大きく出して、背景に図形とかが存在しないで密度の濃いゲームが成り立つという意味では、1対1の格闘ゲームはそこに帰結するのは、まあ当然の流れだったのではないかという気がしますね。あれはたまたま、まあいろいろあるんですけども、『ストリートファイター』がアメリカで結構人気があって、続編を作ってほしいという話があって作るようになったと。

そのときにゲームライターが、そこそこ東京でもマニアとして名前を知られていた西谷さんが、『ストリートファイターII』の開発に関わったことで優れたゲームができた。開発者としての能力もかなり飛び抜けてますよね。あの才能はまだ生かしきれてないですよ、まだまだ引退まで早い、もったいないですよ、あれほどまでにゲームをよくわかってる人

はいないですから。何をやらせても、多分ディレクターでも何をやっても、すごくいいゲームができると言い切れる、数少ない人の一人ですね。社長なんかやらせてる場合じゃないですよ、ゲームを作らせないと。

(一同笑)。

石井：まあ、その辺のゲームの落とし込みというところでは、初代『ストリートファイター』はまだ完成されていなかったんです。1対1の格闘ゲームというのを全面に落とし込むという時の方法論が。カプコンは『魔界村』の頃から、とにかく素晴らしい絵を描くという継続性があって、そのメーカーとしての継続性が『ストリートファイターII』でまさに結実したんだと思います。いまだに続いてるよね、カプコンが世界で通用する、世界でも一流のものを作るという思想は。やっぱり、80年代からひと味違いましたからね、そんな継続性のある数少ないメーカーですよ。

Q：前回の話でも、カプコンがまだ小さいメーカーだった頃から『ゲーメスト』に協力的だった企業という話でしたけども、長い歴史を見ている中でもすごく感じられたということですか？ カプコンらしさというものが。

石井：カプコンらしさというのは確かにありますね、80年代からずっと変わっていないと思いますよ。開発がベストのものを作っていこう、一番いいものを作っていこうという姿勢は変わっていない。カプコンから出て行った人も山ほどいるけども、やっぱり継続したものは感じますね。あれは、やっぱり会長の影響なんではなかね、辻本憲三さんの。この前にちょっとインタビューさせてもらいましたが、スマホの「ス」の字も出てこない感じでしたね。スマホとかやってるからダメなんだよぐらいな感じで。

Q：そろそろ、ここで休憩を入れたいと思いますが、後半は『ストリートファイターII』が登場して対戦格闘ブームが起きて、新声社や『ゲーメスト』の編集部が急に大きくなった頃の話からまた伺っていただきたいと思います。

石井：大きくなったというか、『ストII』はもう人気は圧倒的でしたからね。何度も言ってますけど、80年代は「テトリス」とその前の『グラディウス』ぐらいしか、同じゲーセンに2台も3台も置いてあるようなものはほぼなくて。

Q：『ストII』に関しては、同じ店に10台ぐらい平気で置いてあるところも普通にありましたよね。

石井：そういう点では、やっぱりアーケードの歴史を通して見た場合に、『スペースインベーダー』か『スト II』かっていうぐらい、そのぐらいインパクトがあるものでしたよね。今となっては『スト II』も古いし、意外に短過ぎてあまり意識されていないんですが、インベーダー相当のレベルだったと思いますよ。世界的にもそうだったし、だから歴史に残る名作ゲーム、過去の名作ゲームと言っていいと思いますけども、まだみんな、何だか身近に感じてる気がするのです。

Q：今でも、eスポーツで『スト II』シリーズの後継である『ウルトラスト IV』とかが使用されるぐらいですしね。

石井：文化的な歴史を振り返るときに、そういう評価をちゃんとしてあげるといいと思いますよ、今のうちに。短過ぎて意外に忘れちゃいますけど。『パックマン』とか『スペースインベーダー』とかであれば、これを作った人は歴史上すごい人だ、ゲームの歴史に刻まれるような人だってみんな今は言いますが、『スト II』はまだそうになっていないでしょう？

Q：確かに、まだ『スト II』を作った人は意識されていないですよ。

石井：『スト II』は多分、もうそのクラスになってると思います。欧米では確かに『パックマン』が強いんですけど、それより上のクラスだと僕は思いますね。ゲームの歴史に燦然と光り輝くものですよ。

聞き取り調査ワーキングペーパーの一覧表

[http://www.iir.hit-u.ac.jp/doc/WPlist\\_Game.pdf](http://www.iir.hit-u.ac.jp/doc/WPlist_Game.pdf)