

【論文】

## 社会現象としての「ポケゴ」の分析

－ポケモンGOの社会学①－

Analysis of “PokeGo” as the social phenomenon – Sociology of Pokémon GO ① –

圓田 浩 二\*<sup>1</sup>

Koji MARUTA

専門分野：社会学

キーワード：ポケモンGO、拡張現実 (Augmented Reality)、位置情報取得技術、社会問題

Key Words：Pokémon GO, Augmented Reality, Location Information Acquisition Technology, Social Problems

### 要約

ポケモンGOは、2016年7月にリリースされたスマートフォンとタブレット端末用のゲームアプリである。本稿では、ポケモンGOの製作、グローバル・キャラクターとしてのポケモンの誕生とその受容、ポケモンGOが世界的にヒットした理由、そして、ポケモンGOが引き起こした数々の社会問題の分析を行う。学術的には、遊び論、身体論、ゲーム論などを用いて記述と分析を進める。そして、本稿は、ポケモンGOが社会に与えた影響の原因であるその特性を社会学的観点から考察するとともに、ポケモンGOというゲームアプリがもつ潜在的な可能性を、社会性の次元から分析する。本稿の仮説は、ポケモンGOが今までのゲームと異なる何か「新しい社会の変化や人間の思考や感覚の変化」をもたらしたのは何かという問題を提起し、解明することである。方法は、「遊び」や「身体」、「テレビゲーム」について書かれた文献を収集・探索するとともに、ポケモンGOのプレイヤー（「ポケモントレーナー」）についてのフィールドワーク（参与観察）を行い、またインターネットでの数多の発言を収集した。結論としては、ポケモンGOは、新しい社会の変化や人間の思考や感覚の変化をもたらし、現実をゲーム化する。そのことで生じる数々の問題は、社会との「折り合い」をつけることで解決されなければならない。

### Abstract

Pokémon GO is a game application for smartphones and tablet released in July 2016. In this paper, I analyze about the various social problems caused by Pokémon GO, the birth and acceptance of Pokémon as a global character, the reason why Pokémon GO hit globally, and the production of Pokémon GO. Academically, I push forward a description and analysis using play theory, body theory, game theory and others. And this paper considers the characteristics which is the cause of the influence Pokémon GO has given to

society from a sociological point of view and analyzes the potential possibilities of the game application Pokémon GO from the dimension of sociality. The hypothesis of this paper is to pose and elucidate the question of whether Pokémon GO has caused something different from the conventional games, “new social changes in a new society and changes in human thought or sensation”. The method collected and explored literature written about “play”, “body”, and “video game”, and I performed the fieldwork (observation of participation) about the player of Pokémon GO (“Pokémon trainer”), I gathered a great number of remarks on the Internet. In conclusion, Pokémon GO brings about changes in new society and changes in human thoughts and senses, and makes reality a game. A number of problems arising from that will have to be solved by attaching “compromise” with society.

### 1. ゲームアプリ「ポケモンGO」について

『ポケモンGO』とは一般名で、正式名称『Pokémon GO』である。略称として、日本では「ポケゲー」と呼ばれている。アメリカのベンチャー企業のナイアンティック（グーグルから独立）と日本の株式会社ポケモン（任天堂の子会社）によって共同開発されたスマートフォン向け位置情報ゲームアプリである。ゲームの特徴は、ナイアンティックが前作のゲームで培ってきた位置情報ゲームと、今やグローバル・キャラクターとなったポケモンキャラクターを組み合わせ、拡張現実（AR）を用いたゲームアプリの作成を実現したことにある。

拡張現実（Augmented Reality）とは、仮想現実（Virtual Reality）が人工的に「現実」を構築しユーザーが仮想現実の中に没入させるのに対し、現実の一部に手を加え、人工物を埋め込んだ空間である。「いま、ここ」にある現実を、新たな情報を付加・上乗せしたり、そこにあった情報を削除・隠蔽することで、ユーザーから見た現実を拡張する。このゲームは、スマホなどの画面上で、スマートフォンのGPS機能を使用しながら、ユーザーが現実空間を移動することで、「ポケットモンスター」というキャラクターと遭遇し、これを捕獲・育成し、ポケモン同士を戦わせるバトルを行う。プレイ料金は基本的に無料であるが、一部に課金アイテムが用意されている\*<sup>2</sup> [ウィキペディア日本語版 2017]。画像1は、ポケモンの「聖地」と呼ばれる大阪府天保山に出現したポケモン「ピカチュウ」である。

ポケモンGOのストーリーは、基本的に、1996年に発売された任天堂のゲーム『ポケットモンスター』やこのゲームから派生したアニメや映画などに沿っている。ストーリーは以下の通りである。ゲームを通して画面を覗くと、「ポケモン」と呼ばれる不思議な生き物が、現実空間の中に、数多く存在している。ユーザーは、研究を行っているウィロー博士という人物に、研究の手伝いを頼まれ、ポケモントレーナーとなって、ポケモンを収集する。ポケモントレーナーは、現実空間を歩きながら探索し、この世界に存在する数多くの未知のポケモンを捕獲して、図



画像1 大阪府天保山 2017. 2. 25 筆者撮影

鑑に登録し、博士にポケモンを送るという目的をもって旅に出るというストーリーである。

ポケモンGOは、2016年7月6日に、オーストラリア、ニュージーランド、アメリカで配信され、サービスが開始された。そして、日本は、2016年7月22日に配信され、サービスが開始された。2017年1月に韓国でも配信され、アジア、ヨーロッパ、中東、オセアニア、アフリカ、南北アメリカ大陸の国と地域で遊べるようになった [Tabiette編集部 2017]。政治、軍事、宗教上の理由で、配信サービスが中止されたり、遅れている地域もある。

ポケモンGOは、モバイルゲーム<sup>\*3</sup>として、5つのギネス記録を保持している。「モバイルゲームの中では最初の1カ月で最も売り上げを集めた」、「モバイルゲームの中では最初の1カ月で最もダウンロードされた」、「世界のモバイルゲームダウンロードチャートの中では最初の1カ月で最も多く同時にトップを獲得した」、「世界のモバイルゲーム売上チャートの中では最初の1カ月で最も多く同時にトップを獲得した」、「モバイルゲームの中では売上高1億ドルに最も早く到達した」[ねとらぼ 2016] である。

ポケモンGOは、配信された地域で、大きな熱狂を呼び、多くの社会問題を起こした。例えば、日本では、東京都お台場でレアポケモン（低確率で出現するポケットモンスター）「ラプラス」が出現したことによって、その地点に向かって一斉に走り始めた多くのユーザーたちが一時的に車道を占拠した事件があった。また自動車を運転中にポケモンGOをプレイし、死亡事故を起こした事件が数件あった。

ポケモンGO人気は、地方自治体の地域活性化政策にも利用されている。「宮城県は19日、スマートフォン向け人気ゲーム「ポケモンGO」のレアポケモン「ラプラス」が同県石巻市などに出現した2016年11月11日から21日までの11日間に、10万人の観光客が同市に訪れ、約20億円の経済効果があったと発表した」[産経新聞 2016]。2017年3月には、熊本でもイベントが開催され、福島県須賀川市や京都府宮津市では、観光客向けに、「ポケモンGO」公認の観光周遊マップ（ポケストップやジムを記載）を配布している [KiDD 2017]。

## 2. 本稿の目的

本稿は、ポケモンGOが社会に与えた影響の原因であるその特性を社会学的観点から考察するとともに、『ポケモンGO』というゲームアプリがもつ潜在的な可能性を、社会性の次元から分析する。本稿の目的は、ポケモンGOが今までのゲームと異なる何か「新しい社会の変化や人間の思考や感覚の変化」をもたらしたのは何かという問題を解明することである。また、株式会社ポケモンの宇都宮専務は、ポケモンGOについて、2016年8月の時点で、次のように述べている。「僕はまだ、「成功した」と社内では言ってないんですよ。本当にそう思っていないんです。いわゆる「社会との折り合い」をつけないと、ポケモン自体のブランドを損なうことにもなりかねないし、その辺の舵取りを間違えるとプロジェクト自体の失敗にもなる」[日経ビジネスオンライン 2016]。今後、ポケモンGOがどのようにして、既存の世界中の国や地域にある「社会との折り合い」をつけているのかを考察する。

方法は、「遊び」や「身体」、「テレビゲーム」について書かれた文献を収集・探索するとともに、ポケモンGOのプレイヤー（「ポケモントレーナー」）についてのフィールドワーク（参与観察）を行い、またインターネットでの数多くの発言を収集した。

### 3. グローバル・キャラクター「ポケモン」の誕生

ゲームアプリ『ポケモンGO』の誕生は、拡張現実技術を用いたゲームアプリを作成した経験を持つナイアンティック社とポケモンの世界規模の人気によって、可能になった。この節では、ポケットモンスターの誕生とグローバル展開について、詳述する。1節で述べたように、ポケモンGOは、全世界で流行し、多くの話題を提供し、またさまざまな社会問題を引き起こした。いくらナイアンティック社のもつ拡張現実技術を応用したゲームアプリを公開した\*<sup>4</sup>。ところで、「ポケモン」というグローバル規模での人気とブランド力がなければ、このような大きな話題とはならなかっただろう。

ポケットモンスターは、1996年に発売された任天堂のゲームボーイ・ソフト『ポケットモンスター』に始まる。原作者は、田尻智氏で、彼はこのゲームの企画を任天堂に持ち込み、開発資金を得て、当初は「モンスターの交換」をメインにおいたゲームを想定していた。企画書の段階では、『ポケットモンスター』というタイトルは、『カプセル・モンスター』という名前だった〔宮・田尻 2004 p.130〕。制作と完成には、当初の見込みより多くの時間がかかり、5年以上の歳月を経て、1996年2月に『ポケットモンスター 赤・緑』がゲームフリーク（田尻智氏が社長）から発売された。ゲームソフトは、9ヶ月で、当時に大ヒットの目安である、100万本を売り上げた。1996年当時に企画書を見ると、「カスタマイズ・育てる・初級者にも勝つチャンスがある」ことが小学生にとって魅力的であるとゲームソフトのポケモンについて説明している〔畠山けんじ・久保雅一 2000 p.251〕。ゲームに先立っていた連載されていたマンガに続いて、カードゲーム、アニメ、映画、タイアップ商品などの企画が持ち上がり、実現されていく。そして、これらの成功がますますポケモン人気に拍車をかけていった。

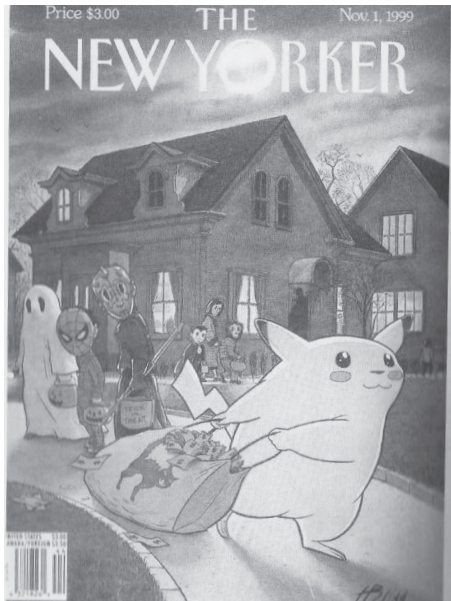
ゲームシリーズは、主要なシリーズだけでも、1996年発売の『ポケットモンスター 赤・緑』、1999年発売の『ポケットモンスター 金・銀』、2002年発売の『ポケットモンスター ルビー・サファイア』、2008年発売の『ポケットモンスター ダイヤモンド・パール』、2010年発売の『ポケットモンスター ブラック・ホワイト』、2013年発売の『ポケットモンスター X・Y』、2016年発売の『ポケットモンスター サン・ムーン』と続いていく。ゲームソフト『ポケットモンスター』シリーズは、2016年2月29日時点で「シリーズ累計販売本数が2億100万本を記録。本シリーズ以外のすべてのポケモン関連ソフトを含めると、累計販売本数は2億7,900万本以上に上る」ことを発表した〔マイナビニュース 2016〕。

全世界で2億本以上のゲームソフトを売り上げた『ポケットモンスター』シリーズだが、ポケモンのグローバル化にあたって、任天堂は北米市場の獲得を目標とし、結果的に成功を収めた。「ポケニゼーション」と言う名の5,000万ドル規模のキャンペーン\*<sup>5</sup>を行い、結果的に、北米の子どもたちを、ポケモンの「虜」にすることができた。北米におけるポケモンの成功は、文化的にも大きな意味をもつ出来事であった。ルイジアナ州立大学准教授の加茂美則氏は、「これほどの影響力を持った日本製のほかの文化を、寡聞にして僕は知らない」〔村瀬 2000 p.149〕と述べている。

それまで、アメリカでの日本のポップカルチャーの位置づけはきわめて小さいものであった。『ゴジラ』やウォークマンの名前は知られていたが、広まりはなかった。1990年代に、『パワーレンジャー』や『セーラームーン』、『ポケモン』が登場し、日本のアニメやビデオゲームが人気を集めると、日本のポップカルチャーへの見方は大きく変わった。まず、日本のマンガやアニメ・

ストーリーは、「正義は必ず勝つ」や「強くてたくましいヒーローと美しくかわいいヒロイン」という古いステレオタイプの視点を覆した。『セーラームーン』は、おしゃれな女の子が戦士になることで、「かわいい」についての鋭い解釈を提示した。ポケモンはペットであると同時に戦士であり、交換もされるが戦闘もする。「かわいらしさ」を特徴とする日本のキャラクター・ビジネスやファッションは、バブル以後の日本で唯一成功した世界的なビジネスとなった。

ポケモンの北米市場での成功は、アメリカの子どもたちを魅了したおとぎの世界のキャラクターが、ディズニーやハリウッドではなく、日本からやってきたことが大きな衝撃となった。それまでの『ミッキーマウス』や『スヌーピー』、『スターウォーズ』などがそれまでであったグローバル・キャラクターであり、アメリカ生まれだった。「スーパーヒーローのスーパーパワーを身につけた」『ニューヨーク・タイムズ』は報じ、



画像2 『NEW YORKER』表紙

雑誌『NEW YORKER』の1999年11月1日号では、ドルの札束の詰まった鞆を重そうに引きずって意気揚々と去って行く「ピカチュウ」がその表紙を飾った（画像2）。四方田氏は次のように述べている。「一九九八年、劇場版アニメ『ポケットモンスター ミュウツーの逆襲』が完成したとき、それをロードショー公開したアメリカの映画館は三〇〇〇を越した。当然それは興行成績一位に躍りでて、ポケモンは雑誌『NEW YORKER』で、その年のもっとも影響力のあった人物（キャラクター）に選ばれた」[四方田 2006 p.174]。

ポケモンはキャラクターとしても成功したが、それはまずゲームとして成功があつてこそだった。『ポケットモンスター』シリーズは、戦略、スキル、忍耐力、トレーニングと知識が必要となるゲームで、収集、競争、ペットの育成、熟達、冒険、そしてロールプレイを含めた遊びを促進する。当初、アメリカ人の目にはポケモンを「育てる」という行為によってポケモンに愛情をもつことは、日本的な行為として映っていた。当初、アメリカ人には、ポケモンはビジネスとしかたえられなかった。ポケモンのアニメとゲームの成功は、マンガ、ぬいぐるみ、トレーディングカード、次々と開発される商品を作っていた。1998年までに、台湾、中国、香港、アメリカ、カナダ、オーストラリア、西欧諸国、中南米、イスラエル、中近東、東欧諸国へ輸出された。2003年には、ゲーム70カ国、アニメ51カ国、映画33カ国、ポケモンカード11カ国がポケモン関連商品を扱った [Allison 2006]。

#### 4. 社会現象としてのポケモンGO

##### 4-1. その日常風景が変わった

『ポケモンGO』は、日本では7月22日にリリースされた。アンドロイドとiPhoneのスマホでアプリをダウンロードすれば、無料でプレイができるようになった。日本のメディアやインター

ネットでは、「今日リリースか？明日か？」という話題が7月に入ってから毎日のよう報道されていた。リリース当日はダウンロードした若者たちが外に出て、ポケモンの収集に熱狂した。東洋経済新報社は次のように報じている。「ポケモンGO狂騒曲」とでも言うべき、大騒動が続いています。日本版リリース開始からの1週間で、東京・新宿御苑や池袋駅前などのこれまでではありえなかった異様な人だかりをはじめ、そこら中でポケモンGOに興じる人々の姿が話題になっていますし、それに関連したポケモンGOに関連した（筆者記入：ママ）事故の話題やポケモンGOの利用制限を求める声などネガティブな報道も続いているようです。海外で先行配信されたこともあって、日本はリリース前からテレビやネットでの報道が過熱すぎたため、現在は本来ならポケモンGOに全く興味を持たなかったであろう層も流行に乗ってプレイしている状態。個人的には、この1週間のポケモンGO熱は明らかに行き過ぎだと思しますので、もう1～2週間もすれば今ほどの熱狂振りは落ち着くのではないかと考えています」[東洋経済オンライン 2016]。

ポケモン・ブランドと拡張現実技術（Augmented Reality）という新しいテクノロジーを用いた「これまでになかったゲーム」として、多くの人々、特に20代の男女に受け入れられた。13歳以下は利用不可ということで、これまで子ども向けのゲームであったポケモンが大人のゲームとして変わった。

ポケストップが短距離で連なるような場所は人々がスマホを片手に集まってきた。ポケストップ<sup>6</sup>は公園や街頭のお店、公共の建物、寺社、モニュメント等に配置され、そこからアイテムが獲得でき、同時に、そこにポケモンが出現する。当時、日本で獲得できるポケモンは、全151種類のうち、143種類であった。とりあえず人々は、ポケストップを回して、モンスターボールを投げて、ポケモンを捕獲し始めた。ポケストップが集中している場所やレアなポケモンが出現する場所に人々が日夜問わず集まった。東京都のお台場や錦糸公園、名古屋市の鶴舞公園、大阪府の天保山などは「聖地」と呼ばれるようになった。画像3は、2016年10月の土曜の夜の大阪府天保山の写真である。このように多く老若男女がスマホやタブレットを片手にポケモンGOに熱中していた。これは、2チャンネルのポケモンGO関連の掲示板への書き込みである。「名前：名無しさん@1周年 [sage] 投稿日：2017/04/05（水）12:34:45.87 リリース直後2、3ヶ月はほんと凄かったよね。外出したらプレイしてる人だらけ。社会現象ってこういうのなんだあって当時思った」。ポケモンGOは、社会現象となり、数々の社会問題を引き起こすことになる。「ゲーム、玩具のジャンルで日本でブームになったもので比較すると、スマホゲーム業界関係者の鈴屋二代目タビー氏と井原渉氏は、その共著の中で、「ポケモンGO」は「たまごっち」以来の社会現象だったのではないのでしょうか」と記述している [鈴屋・井原 2016 p.30]。



画像3 大阪府天保山 2016.10.8筆者撮影

人々の熱狂ぶりは、NHKが放送した『ド

キュメント72時間「大都会モンスターに沸く公園で」(2016.10.7)というドキュメンタリーでも伝えられた(画像4)。舞台は東京都の錦糸公園だったが、公園以外では、徒歩、自転車、バイク、自動車という移動手段を用いて、ポケモンGOをプレイした。



画像4 ドキュメント72時間の1シーン

ポケモンGO以前でも、「歩きスマホ」が問題となっていたが、ポケモンGO配信後は、モンスターを捕獲するためにボールを投げる動作に入るため、一旦停止する。このことが、通行者の歩行を妨げる行為として、問題となった。また、自動車を運転しながらのポケモンGOのプレイは、多くの交通違反者を生み出し、中には死亡事故を起こす者も現れた。

この事態によって、ポケモンGOプレイヤー以外の人々にも影響を与え、受益者と受苦者が誕生した。次節では、それを社会問題と絡めて、分析する。

#### 4-2. 社会問題としてのポケモンGO

ポケモンGOが大流行し、人が特定の場所(公園や施設)に集まり、レアポケモンが出現するとその場所(たとえば、深夜の住宅街の路地や立ち入り禁止地区)に一時的に人だかりができる。そして、社会問題化する。すると、受益者と受苦者が誕生する。

たとえば、東北と熊本・大分のイベントでは、多くのポケモン・トレーナーが全国から集まり、レアポケモン(東北ではラプラス、熊本ではカビゴン)を収集していた。そのおかげで、ホテルなどの宿泊業や飲食店は、一時的であれ、ポケモンGO特需の恩恵を受けることができた。しかし、地域住民は、普段の日常にはなかった、騒音や渋滞、ゴミ問題で悩まされることになった。同じ地域に住む人でも、ポケモンGOのイベントによって、恩恵を受ける受益者と、逆に日常生活に支障を来すなどの被害を受ける受苦者が誕生する。画像5は、宮城県石巻市のポケモンGO・イベントの時の画像である。イベントに参加したポケモントレーナーが撮った写真で、ネットにアップロードされていた。道路の歩道を埋め尽くすトレーナーと道路の車の渋滞によって、一時的にせよ、日常生活に支障を来した地域住民は少なくなかった。しかし、宮城県は、このイベントで10万人が訪れ、20億円の経済効果があったと試算している[産経新聞 2016]。このように、ポケモンGOが地域にもたらす経済効果は大きい。



画像5 石巻市のラプラスイベント

また、海外や日本国内で、ポケモンGO

が原因となった死亡事件や事故（私有地侵入による射殺や交通事故）が起こっている。テレビや新聞といったメディアがポケモンGOによる事件や事故を取り上げる頻度が高まり、「ポケモンGOバッシング」という事態にまで発展した。例えば、ラインやフェイスブック、他のソーシャルゲームの利用による事件や事故は取り上げられなかった。これには別の分析が必要となる。

画像6は、関西のポケモン聖地と呼ばれている大阪府天保山にあったポケモントレーナーに対する警告の看板である。天保山を筆者が初めて訪れたのが2016年の10月8日であったが、その時はこのような看板はなかった。いかに多くのポケモントレーナーが長期にわたって、訪れたかがわかるだろう。この天保山以外にも、日本各地の「聖地」と呼ばれる場所や重要な史跡や施設でも同じようなことが起こっている。つまり、「レアポケ」と呼ばれる発見と入手しがたいポケモンが登場する可能性の高い場所と、そうでない場所が存在している。拡張現実という技術の使用するがあるがゆえに、視覚可能な現実において問題が生じてしまった。これが仮想現実であるならば、このような問題は生じなかったであろう。この問題は、ポケモンGOの抱える大きな問題点、地域格差という問題につながっていく。



画像6 大阪府天保山の警告看板  
2016.12.25

#### 4-3. プレイヤーの高齢化と若者のポケモンGO離れ

日本において、ポケモンGOは2016年7月22日に配信されたが、当時は、若者を中心に、大流行を見せた。しかし、ゲームとしての作りが浅い、単調なため、多くの若者が短期間でやめていくことになった。ゲームとしての欠点は、モンスターにボールを投げて、収集し、図鑑を完成させること、ジムという場所でポケモン同士を戦闘させ、3つのカラーのうち、1色がその所有権をもつというものであった。

モンスターは、配信時151種類が用意され、日本国内で捕獲可能なのは、143種類である。人口密度によって、ゲーム内にポータルとジム数、ポケモンが現れるポケソースは配置されているので、地域格差を生み出した。人口密度の高い都会の方がゲームを進めるのに有利なのである。この問題について、株式会社ポケモンの宇都宮専務は、「都会と地方の格差問題については、大変多くのお問い合わせをいただいております。何とかしたいと思っていますし、むしろ都会から地方へと足が向かうようなことができれば、と考えているところです。ただ、ここは技術的なところも含め、少し時間をかけながら解決していかなければならない、とも思っています」[日経ビジネスオンライン 2016]と述べている。同じポケモントレーナーでも、居住する、あるいは活動する範囲によって、ゲームに難易度が異なってくる。『「東京うらやましい」ポケモンGO、地方の嘆き』という記事では、「地方ではポケストップやジムが少なく、地方ユーザーからは不満も出ています」と書かれている。

また、ポケモンGOは、拡張現実技術と位置情報取得技術を使っているため、他のゲームとは



違う格差を生み出した。それは、自由時間の格差と端末格差である。ポケモンGOは、他のオンラインゲームやソーシャルゲームとは違って、あまりゲーム内課金をしなくてもすむ仕様となっている。これは、ナイアンティック社のCEOジョン・ハンケが外に出て健康的で親子や仲間と遊べるようなゲームを創りたいという思想が影響している。

ポケモンGOは、先ほども述べたように、モンスターを見つけて、ボールを投げて捕獲し、進化や強化して、強いポケモンを育て、ジム戦で勝利するという、ある意味で単調な作業を繰り返すことになる。そのために、外出し、街をさまよひ、膨大な時間を使うことになる。したがって、時間がある人が有利になってくる。「ポケモン世代ど真ん中の20代を中心に大人も夢中になっている」[東洋経済オンライン 2016] という記事があったが、徐々に若者は去り、他のゲームへと移り、ポケモンGOは、いまや40代や50代以上のゲームとなっている。言い換えれば、スマホゲーム初心者のためのゲームとなっている。

また、ポケモンGOは、拡張現実技術と位置情報取得技術を使用しているため、大量のRAMとバッテリーを消費する。そのため、ポケモンGOを支障なく遊ぼうとすれば、相応の高性能な端末と通信環境が必要になってくる。若者のポケモンGO離れの原因は、単にゲームとしての完成度が低くだけでなく、ポケモンGOが要求とするスペックの端末と通信環境を用意できなかったことも、その原因の一つとして考えられる。ポケモンGOのプレイには、2014年以降に発売されたスマホやタブレット端末に加えて、比較的新しいバージョンのOSが必要となる。KDDIの田中孝司社長は、2016年度第1期四半決算の説明において、「新しいスマートフォンへの機種変更が20パーセントほど増えた」と語り、その原因をポケモンGOの配信にあると考えている [西田 2016 p.99]。

さらに、ポケモン図鑑を完成させることがたいへん難易度が高く、「レアポケ」と呼ばれるようなポケモンを捕獲するために、「聖地」と呼ばれる場所に足繁く通ったり、何時間も街中や公園を徘徊したりしなければならなかった。そこで登場したのが、出現したポケモンの場所を教えてくれるサーチツールと、遠く離れた場所でも瞬時にその場所に移動してそのポケモンの捕獲画面を出現させる位置偽装ツールの登場であった。両ツールとも、ポケモンとの遭遇と捕獲画面への移行へと導いてくれる。捕獲できるかどうかは、ボールを投げてみないとわからない。サーチツールと位置偽装ツールは、ナイアンティック社が使用禁止としているが、ポケモンGOでは多くのユーザーが使用している。

サーチツールは、当初ポケモンは出現から15分で消滅する(30分に延長された)ので、出現場所まで自動車で駆けつけるという「車でGO」という現象を生み出した。また、位置偽装ツールは、サーチツールを併用することで、自宅の部屋でテレビを見ながらの、ポケモン捕獲を可能にした。つまり、位置偽装ツールは、ポケモンGOの最大の特徴である拡張現実技術を、ただのスマホゲームやオンラインゲームと同じゲームへと変えていった。

ポケモンを捕獲し、図鑑を埋め、進化や強化をして、強いポケモンを育て、ジム戦で勝利し、ジムに展示するというゲームの醍醐味が、これらのツールによって、陳腐化していった。ポケモントレーナーが当初より8割減ったという米国のリサーチ会社の報告がある [GAMESPARK 2017] が、それもこれらのツールの利用者が有利にゲームを進められるため、正統な利用者が離れていった側面もあるだろう\*7。

## 5. ポケモンGOの社会的可能性

以上のように、ポケモンGOとそれを取り巻く社会への影響、社会問題について述べてきたが、本稿の目的であるポケモンGOが社会とどのようにして「折り合い」をつけていくかについて考察する。

「ゲーム行動にとってなによりも重要なのは、登場人物のキャラクターに支えられた物語の展開ではなく、プレイヤーがキャラの身体にシンクロして得られるゲームの「行動感」[西村 1999 p.127] と、西村清和氏は1999年出版の著書で述べていた。ポケモンGOはゲームのキャラがユーザー＝トレーナーの身体にシンクロして、現実の空間を移動する。それが熱狂を生んだ。仮想現実（VR）と拡張現実（AR）の違いでもある。仮想空間のキャラクターに自分自身の身体をシンクロさせるこれまでの、ゲームとはポケモンGOは異なっていた。正規のユーザーは、ポケモンに出会いたければ、外に出て、ポケモンを探して、遭遇しなければならない。この「行動感」から得られる満足感と一体感がポケモンGOの面白さの秘密である。それは「聖地」と呼ばれる場所やレアポケモンと遭遇したときに得られる感覚でもある。

しかし、この「行動感」が社会的な多くの問題を引き起こしてしまった。原因は、拡張現実技術と、あまりにも多くの人々がポケモンGOにはまり、ポケモン捕獲に熱狂してしまったからである。ナイアンティック社の拡張現実技術を使ったゲーム「イングレス」では、さまざまなトラブルがゲーム内で起こっていたものの、「社会問題」にまでには至らなかった。

ある意味で、現実をゲーム化するポケモンGOは、社会との「折り合い」を模索しなくなってきた。問題は3つある。それらは、ポケモンの出現とポケストップ・ジム関連の問題、次に格差の問題、最後にユーザーであるトレーナーのマナー問題である。

まず、ポケモンの出現とポケストップ・ジム関連の問題である。対策として、ナイアンティック社は、ポケモンの出現の時間の延長を行った。「車でGO」や聖地や人口密集地でのポケモン・ダッシュを防ぐために、ポケモンの出現から消滅までの時間は15分から30分に延長された。また、危険な区域や場所、それからその場所の所有者が望まない場合、ポケストップやジムを排除させたり、移動させたりした。また、ポケストップやジムの数を大幅に増やした。

次に、格差問題である。格差の中でも、地域格差はまだ解決できない大きな問題となっている[西田 2016 p.117]。ナイアンティック社は、「地域による不公平を「是正する」とコメントしている。しかし、この地域格差は、拡張現実技術を用いたゆえに、生じてしまったもので、反対の視点から見ると、地域格差は拡張現実というゲームの特性上、筆者は致し方ないものだと考える。この地域格差は現実での人の移動を加速させる。宮城県や熊本県・大分県でのポケモントレーナーの大規模移動がこれにあたる。観光がてら、ポケモンGOを行うという企画も誕生している[Yahoo! ニュース 2017]、[KiDD 2017]。現実世界での人の移動は、交通費や宿泊費、飲食費などの経済効果を期待できる。現地での、ポケモントレーナーの移動手段が徒歩ならば、ナイアンティック社の意図した「健康」にもプラスの効果も期待できる。ジョン・アーリは、「移動の歴史から見れば、歩くことは間違いなく最も重要な移動形態である。そして、今なお、歩くことは他のほとんどの移動形態のを構成する要素である」[Urry 2007=2015 p.97]と述べ、「歩く」ことの重要性を指摘している。ポケモンGOは、ゲームを通じて、「歩く」ことの楽しさを教え、

再認識させてくれた。

最後に、トレーナーのマナー問題については、各人に自制してもらうしかない。交通事故や不法侵入の問題は、ポケモンGOが現実空間を用いて遊ぶゲームである以上、トレーナーに自覚と抑制をもって、遊んでもらうしかない。また、チャットシステムを導入して、マナー違反のトレーナーに対して、同じトレーナーが注意や警告をできるシステムを導入できればいいかもしれない。しかし、チャットシステムの問題は、ハラスメントやリアルマナーによる情報やポケモンの取引に利用される可能性が高いため、筆者はあまり賛成ではない。

ポケモンGOのゲームとしての将来的な可能性は、十二分にあると言っていい。2016年9月27日のインタビューで、「開発責任者であるナイアンティックの野村達雄ゲームディレクターは、現在の「ポケモンGO」について「まだやりたいことの1割しかできていない」と明かした」。今後の展開に希望を抱かせる[MANTANWEB 2016]。実際、「本家」と呼ばれるゲームでは、トレーナー同士によるポケモンの交換や対人バトルが実装されている。また、ポケモンGOの目玉であるジム戦や使いにくいインターフェイスの改良など、まだまだ改良・改善の余地を残している。そして何よりも、ポケモンGOのグローバル展開によって、世界中のさまざまな国や地域で、異なった歴史や文化的背景をもつ多くの人々が、ポケモンGOで遊んでいる現実（ボールを投げてポケモンを捕獲したり、レアポケモンに遭遇して興奮したり、ジムバトルで勝ったり負けたりしていること）は、実に興味深い。「たかがゲーム、たかがポケモン」と言われるかもしれないが、新しい社会や社会性を生み出す余地がそこにある。

ゲームメーカーのスクウェア・エニックス社のチーフプランナーである安西崇氏は、「2016年に発売されたゲームの中で、最も感心させられた（あるいは衝撃を受けた）タイトルは何か」と訊かれ、『Pokémon GO』と答えている。理由は、「世界中の人々を同時にしあわせにする。かつて、これを実現できたのはサンタクロースか、ミッキーマウスぐらいだと思います。日本人として、同じ業界の人間として誇りに思います」と答えている [4gamer net 2016]。筆者も大いに共感する。世界中の人々を同時に幸せにすることができのなら、人類史上、これほどの快挙はないと考える。その目的を果たすためには、まだポケモンGOは道半ばだと考えている。

本稿では、ポケモンGOと社会との「折り合い」という問題を扱ったが、今後の課題として、①拡張現実 (Augmented Reality) の可能性、②「歩く」ことの復権についての、健康とからめた考察、③ポケモンGOトレーナーの若者離れと高齢化問題、④観光と地域活性化ツールとしてのポケモンGO、⑤フラッシュモブのツールとしてのポケモンGOの考察について、各々の論考を用意したい。

2017. 4.28脱稿\*<sup>8</sup>

## 文献

- Allison, Anne 2006 “Millennial Monsters: Japanese Toys and the Global Imagination”  
University of California Press=アン・アリスン 2010 『菊とポケモン：グローバル化する日本文化力』実川元子訳 新潮社
- 東浩紀 2014 『弱いつながり』 幻冬舎
- 畠山けんじ・久保雅一 2000 『ポケモン・ストーリー』 日経BP社

- 畠山けんじ 2005 『踊るコンテンツ・ビジネスの未来』 小学館
- 榊山寛 2001 『テレビゲーム文化論：インタラクティブ・メディアの行方』 講談社（新書）
- 村瀬ひろみ 2000 『フェミニズム・サブカルチャー宣言』 春秋社
- 中沢新一 1997 『ポケットの中の野生』 岩波書店
- 西村清和 1999 『電脳遊戯の少年少女たち』 講談社（新書）
- 斎藤環 2003 『博士の奇妙な思春期』 日本評論社
- 富増章成 1999 『空想哲学読本』 洋泉社
- 松田恵示 2001 『交叉する身体と遊び：あいまいさの文化社会学』 世界思想社
- 松田恵示 2008 「「Wii」はなぜ売れるか？：同期する肉体の現代」 池井望・菊幸一編『「からだ」の社会学：身体論から肉体論へ』所収 世界思想社
- 松岡慧祐 2016 『グーグルマップの社会学：ググられる地図の正体』 光文社（新書）
- 宮昌太郎・田尻智 2004 『田尻智 ポケモンを創った男』 太田出版
- 西田宗千佳 2016 『ポケモンGOは終わらない』 朝日新聞出版（新書）
- 鈴屋二代目タビー・井原渉 2016 『なぜ人々はポケモンGOに熱中するのか？』 徳間書店（新書）
- Urry, John 2007 “Mobilities” Polity Press；2015 吉原直樹・伊藤嘉高訳 『モビリティーズ：移動の社会学』 作品社
- 四方田犬彦 2006 『「かわいい」論』 筑摩書房（新書）

#### 参照ウェブページ

- Forbes Japan 2017 「ポケモンGO、今でも月間「6,500万人」が利用 運営元が発表」  
<http://forbesjapan.com/articles/detail/15807> (2017. 4. 6 閲覧)
- 4gamer net 2016 「149人のゲーム業界著名人に聞く、2016年の回顧と2017年への展望。4Gamer 恒例の年末企画をお届け」  
[http://www.4gamer.net/games/000/G000000/20161208073/index\\_5.html](http://www.4gamer.net/games/000/G000000/20161208073/index_5.html)
- gamenet 2017 「Niantic CEO：VRは“凄すぎる”。“社会問題”を起こしかねない」  
<http://jp.gamesindustry.biz/article/1704/17040501/> (2017. 4. 8 閲覧)
- GAMESPARK 2017 「『ポケモンGO』配信半年でデイリーユーザー数8割減、昨年末は約500万人に」  
<http://www.inside-games.jp/article/2017/04/04/106314.html> (2017. 4. 5 閲覧)
- game watch 2017 「「ポケモンGO」、今後、夕方や天候の変化などを導入予定！」  
<http://game.watch.impress.co.jp/docs/news/1047016.html> (2017. 3. 2 閲覧)
- KiDD 2017 「【ポケモンGO】公認の周遊マップが作れる！ 地方自治体とのコラボを開始」  
<http://www.appbank.net/2017/02/27/iphone-application/1315470.php> (2017. 3. 2 閲覧)
- きなこ 2016 「傀儡侵略ビジネス」  
<http://ameblo.jp/kinakoworks/entry-12183860964.html> (2017. 2. 4 閲覧)
- マイナビニュース 2016 「『ポケットモンスター』シリーズ世界累計販売2億本を突破、誕生から20年で」  
<http://news.mynavi.jp/news/2016/03/17/380/> (2017. 3. 2 閲覧)
- MANTANWEB 2016 「ポケモンGO：当初の構想から「まだ1割」 ナイアンティック開発

- 責任者語る」 <http://mantan-web.jp/2016/09/28/20160927dog00m200032000c.html> (2017. 3.23閲覧)
- ねとらぼ 2016 「「ポケモンGO」リリース1カ月のDL数や売上高でギネス世界記録に」  
<http://nlab.itmedia.co.jp/nl/articles/1608/16/news043.html> (2017. 2. 4 閲覧)
- 日本経済新聞 2016 「「ポケモンGO」開発者に聞く 現実世界、ゲームの舞台に」  
[http://www.nikkei.com/article/DGXLASGM22H7Q\\_S6A720C1000000/](http://www.nikkei.com/article/DGXLASGM22H7Q_S6A720C1000000/) (2017. 3.23閲覧)
- 日経ビジネスオンライン 2016 「ポケモンGOの開発秘話から今後まで、幹部語る」  
<http://business.nikkeibp.co.jp/atcl/report/16/081700063/082900009/?ST=print> (2017. 3.23閲覧)
- 産経新聞 2016 「レアポケモンで被災地・石巻に10万人、経済効果も20億円」  
<http://www.sankei.com/politics/news/161219/pl1612190036-n1.html> (2017. 2. 4 閲覧)
- Tabiette編集部 2017 「【1月24日更新】海外でポケモンGO！『配信国一覧』と知っておくべき注意点 (最新版)」 <http://tabiette.com/?p=982> (2017. 2. 4 閲覧)
- 東洋経済オンライン 2016 「ポケモンGOが切り開く「スマホ課金」の新境地」  
<http://toyokeizai.net/articles/print/129627> (2017. 3.18閲覧)
- Whitwam,Ryan 2017 「ポケモンGO、売上1千億円突破でも、先行きは暗い？」  
<http://forbesjapan.com/articles/detail/14946> (2017. 2. 4 閲覧)
- ウィキペディア日本語版 2017 「Pokemon GO」  
[https://ja.wikipedia.org/wiki/Pokemon\\_GO#cite\\_note-79](https://ja.wikipedia.org/wiki/Pokemon_GO#cite_note-79) (2017. 2. 4 閲覧)
- Yahoo!ニュース 2017 「ナイアンテック公認 天橋立に西日本初のGOマップ」  
<https://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20170317-00010003-rtn-126> (2017. 3.17閲覧)

\*1 沖縄大学法経学部法経学科 教授

\*2 「リサーチ企業アップアニーによると、ポケモンGOは昨年（筆者補足：2016年）、9億5,000万ドル（約1,090億円）の売上を生んだという」 [Whitwam 2017]。

\*3 モバイルゲームの歴史については、『なぜ人々はポケモンGOに熱中するのか？』の第6章と第7章が詳しい [鈴木・井原 2016]。

\*4 ナイアンティックは、スマートフォン向けゲームアプリ「インGRES」を、2013年12月に公開している。これは、「GPSによって認識されたプレイヤーの位置情報にもとづいてゲームが展開される」ゲームで、同時に「現実空間と情報空間を重ね合わせる拡張現実（AR）を実現するゲーム」でもあった。2015年2月には1,000万のダウンロードを達成している [松岡 2016 p.206]。ポケモンGOの基本的な設計（ポケストップやジムの地図上の配置）は、インGRESから受け継いだ遺産である。

\*5 このキャンペーンのキャッチフレーズは、「全部ゲットしちゃおう！ Gotta catch 'em all」であった。米国任天堂・ゲイル・ティルデンは、次のようなことに注意したという。「子どもたちには、できるだけ日本からやってきたキャラクターだということを、感じさせないように気をつけました。ローカライズもそのためです。それは、日本製であることを隠すという

- 意味ではなくて、ポケモンがグローバルキャラクターであるという印象を与えたかったから」。
- \*<sup>6</sup> ポケモンGOの前作にあたる『インGRESS』では、ポータルを選定基準を以下のように定めている。「興味深いエピソードがある場所や、歴史的教育的に価値のある場所。興味深い芸術作品や他で見られない建築。秘宝やその地域ならではのスポット。公共図書館。公共の礼拝所」[鈴屋・井原 2016 pp.92-93]。
- \*<sup>7</sup> 2017年4月4日、ロンドン・ゲーム・フェスティバルでナイアンティックのジョン・ハンケ CEOは「ポケモンGOの月間アクティブユーザー数（MAU）は現在6,500万人だ」と発表した [Forbes Japan 2017]。サーチ会社の外からの推定よりも、信頼できる数字である。世界中で、地域によるが、リリース後10ヶ月もたったゲームが、全世界で6,500万人のアクティブ・ユーザーを獲得していることは、驚異的なことである。
- \*<sup>8</sup> この原稿は、2017年4月28日時点の情報を元に執筆されている。一般的に、ネットゲームは、その性質上、短期間に、頻繁に、そして不定期に、アップデートが行われ、ゲームのデザインやシステムの根本的な変更が行われることがある。また、ゲーム制作会社が経済的な利潤を生み出せなければ、ネット上からゲームは消えてなくなる。