

8

AUG, 2010  
vol.27

グループ 特別号

PROJECT 3 推進中：

**GAMANIA**  
**TOWARD**  
**THE GLOBAL**  
**NO.1!**

2010ガマニア夏季グループ戦略会議へ  
Namcoプロデューサー・川島健太郎本人がガマニアに来たる！  
SPACE 17 でHERO:108放映 アニメーション展

橘人誌



8 860282 269166

[brand.gamania.com/gvoice](http://brand.gamania.com/gvoice)

Read it, Know it, Love it!



gamania

# Contents

## :Features

- 06 動員数大幅アップ、グループ心を一つに
- 10 豊富な戦果、継続して世界一に向けて邁進
- 14 夏季グループ戦略会議の重大政策が明らかに
- 16 製品評価システムの推進
- 18 顧客クラス分け制度の推進
- 20 海外派遣システム
- 22 グループブランド推進の新政策

## :Special

- 24 ナムコプロデューサー 川島健太郎  
 ガマニアに本人登場でRPGゲームをどう製作するかについて大いに語る

## :Column

- 26 ネットマ ケティングウォッチャ Mika  
 iPhoneを持って旅に出よう
- 28 シャッフル同盟(呼喚同盟)Jo-Jo:  
 オリジナルと続編の王道
- 30 gamaniabrandcenter:  
 TED.com アイデア溢れるIdea Platform

## :Events

- 32 SPACE 17: 《HERO : 108》アニメーション展

## グローバル化に邁進するガマニア

昨年3月、ガマニアは《G!VOICE》を通してPROJECT 3を発表しました。この重要な政策は全グループのガマニア人に今後10年の目標が「世界一になる」ということを認識させました。続いて8月の夏季戦略会議では四大戦略の最高指導原則- G4を明確にしました。すべての戦略会議において、ガマニアは検討・修正及び分析ディスカッションを通して、一步一步着実にPROJECT 3を完成に導いていきます。また《G!VOICE》を通してすべてのガマニア人に一回一回の会議での目標及び結論を伝え続けていきます。ガマニア人として、ガマニアでのポジションやキャリアに関係なく、積極的にガマニアの目標を理解し、達成できるよう全力を尽くすべきです。今年ガマニアグループはさらにBSCを導入し、確実に「世界一になる」という企業目標を、グループ全体すべての社員の個人目標として広め、すべてのガマニア人が一つの目標に向かって努力していくよう導きます。

今年7月の夏季グループ戦略会議では、さらに膨大な人数が動員され、ディスカッションの議題もよりバラエティーに富んだものでした。最前線の情報を取材するため、《G!VOICE》編集チーム現場まで足を伸ばした。ガマニアのグローバルに成長した様子は様々な面から感じ取ることができます。BSCとは何か、ガマニアの新メンバーについてなど、グローバル化に向けて、ガマニアの出方について今期の《G!VOICE》で一挙大公開！

橋人誌  
**G!VOICE** 編集グループ

# Ready to Fight!

# 態勢を整え

# いざ戦場へ

上半期の健闘を経て、ガマニアはますますの成績を残すことができました。しかしこれに満足してはいけません。今回の夏季戦略会議では、ガマニアはグループ各地の指揮官と前線の战士们に号令を掛け、台湾の台東にある会議室に4泊5日こもり、上半期の戦果を検証し、必勝戦術を立てるべく活発に討論が繰り広げられました。攻撃態勢を整え、フルパワー全開でいざ出陣！

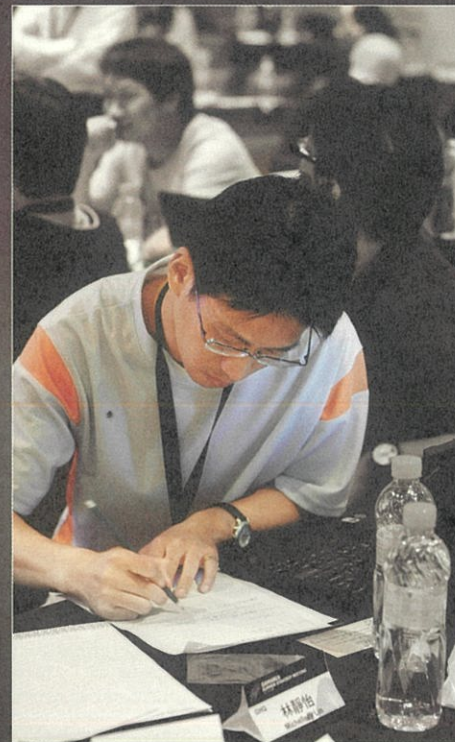


昨年12月に行われたグループ戦略会議では参加者が50名でしたが、今年6月では80名と大幅に増加しました。会議の参加者が80人もいるのは相当の規模だと言えます。このことからガマニアはグループメンバーが集まり、共に討論することを重視していることがわかります。

Group CEO--Albert

# 動員数大幅アップ、 グループ心を一つに

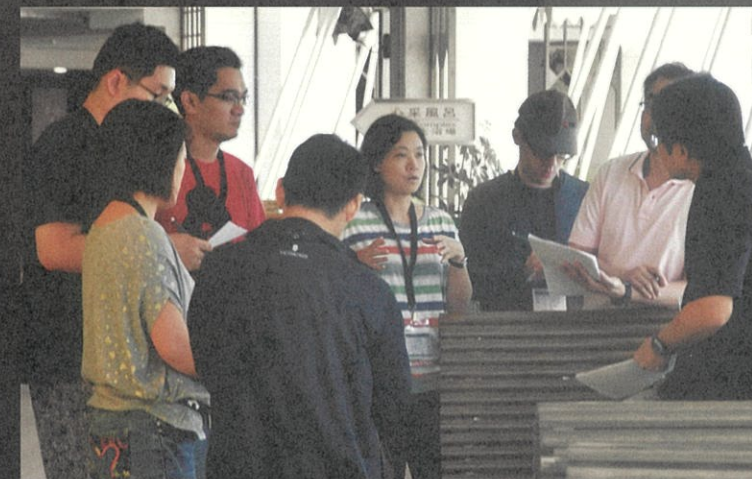
## 厳しい報告内容を厳粛 に受け止めよえ



昨年の夏季戦略会議では、グループCEOのAlbertさんが2010年をProject 3遂行重要年度であることを位置づけました。えそこで、ガマニアグループの研究開発部門、運営部門、および機能部門など部門を問わず、年初からグループから与えられた任務を完成させるべく、最大限を力を出し合いました。「年度中間の査定」に匹敵するような試練について、全ての部門長は厳粛な気持ちを持ち、過去半年間の成績を踏まえて立てられた下半期の計画を詳細に報告が行われました

### 休憩時間も 番外会議が継続

《G!VOICE》は今回の夏季戦略会議において、公式会議のほかに、数多くの非公式会議が行なわれているのを発見しました。例えば研究開発部門と財務部門は昼休みまたは会議後の時間を使用し、臨時ミーティングを開き、ただでさえ5日間という綿密な会議スケジュールがさらにハードなものになりました。皆さんに掛かっているプレッシャーは計り知れないものがあると感じました



# 急速にえ増大するガマニアビッグファミリー

ガマニアは2000年から積極的にアジアへと進出をはじめました。これまで、挫折を味わい、プレ-キがかかることもありましたが、ガマニアはネバーギブアップです。ここ数年さらに積極的に支社を配置し、グローバル化企業となるべく邁進しています。それに伴って、ガマニアの規模も拡大し続け、今では1千人以上のビッグファミリーにまで成長しました。今回の戦略会議参加を機に、《G!VOICE》ガマニアファミリーの新メンバーをご紹介します！



## ガマニアが正式にヨーロッパに上陸

北米に続いて、今年6月、ガマニアは正式にヨーロッパに上陸しました！ヨーロッパ総本部はオランダの首都アムステルダムに設置され、グループ戦略リーダーのWilliamがヨーロッパ地区COOを担当し、今後はヨーロッパ各地区の責任者を率いて一緒にガマニアのゲームエネルギーでヨーロッパ大旋風を巻き起こしていく予定です。最初にヨーロッパ地区の新メンバーとして加わったのがかつて4年間のガマニア人としてもキャリアをもつLuc Tomassiさんです。フランス人である彼がガマニアとどのような縁があったのか、将来どのようにフランス市場で発展いくのかについてインタビューしてきました。

私は友人との会食でAlbertと知り合ったのは友人が開いた会食に出席したときでした。当時私は商社マンで、Albertは食事の席でガマニアの将来の計画について語っていました。正直、ゲームについても概念が全くありませんでしたが、なぜか強く興味をそそられ、思わず次のように提案しました。「あなたの計画はとても素晴らしい！今後ガマニアが世界に進出したのなら、ヨーロッパ市場を十分に理解するパートナーが必要となるだろう、例えば私のような……」。

それに対してAlbertの答えは私を仰天させたのです。「その通り！あなたさえよければ、今すぐにもガマニアに来てください。そうすれば、あなたは私たちにヨーロッパ市場についての理解や研究の面で力を貸して頂きますから。」私のことを全く知らないにもかかわらず、Albertは私に絶大な信頼を寄せてくれた。私がガマニアに入った頃（1999年）、たった38名の社員で、オフィスは半フロアしかなかったのです。それから間もなく、ガマニアは急速に成長し、私たちはより広いオフィスを求めて3ヶ月間を移転し続けました。3年後、気が付かないうちにガマニアには450名もの社員を抱える企業に

成長したのです！なんともクレイジーですよ！

その後私は2003年にガマニアをしばらく離れました。最近またガマニアに再度加入し、ヨーロッパ地区フランス市場の責任者になりました。今回の夏季戦略会議から、私が深く感じたのはガマニアはすでにグローバルな企業へと変貌を遂げたということです。ヨーロッパ市場進出は大変困難な挑戦です。ヨーロッパにははたしてもユニークな国々があります。言語のみならず、文化、ゲームの好み、課金方式等においても大きく異なっています。私の役目はフランス市場の開拓です。それを達成するためにいくつかのステップが必要です。まずガマニアの知名度を広めることです。そのうえで、フランスにおけるエンターテインメントの重要なアイコンとしての地位を築くことです。そしてフランスにおいて、安定に利益収入のある企業にし、beandfun!プラットフォームの世界発展政策によってガマニアをフランス市場で進化させ、そしてガマニアがヨーロッパの他の国に進出するのをサポートしていきます。



ヨーロッパ地区フランス責任者--  
Luc Tomassi

## ガマニア研究開発軍団に新メンバー参入

ガマニア研究開発軍団は「ファンタジーフィッシュ（飛魚）」、「シード（果核）」、「レッドゲート（紅門）」、「プレイクー（玩酷）」の他に、最近さらに香港からの新メンバー--「ファイヤドッグ（火狗）」が加わりました。これにより、得意分野やスタイルがバラエティーに富んだ、研究開発エネルギーの驚異的なアニマル軍団が編成されました。すでに香港で何年も発展し、アニメで有名だった「ファイヤドッグ」ですが、ガマニア研究開発軍団に加入を決定したのはどんな興味深い理由があるのでしょうか？《G!VOICE》では「ファイヤドッグ」のCOOのGabrielをお招きし、お話を伺いました。



ファイヤドッグ工房COO--  
Gabriel (彭子傑)

実はファイヤドッグがゲーム作り始める前から、ガマニアはすでにその名を馳せておりました。当時はまだ富峰群という社名で、有名な代表作は《コンビニエンスストア》でした。1999年にゲーム製作の「ファイヤドッグ工房」を立ち上げることを決定した時、《コンビニエンスストア》の成功は私に借金をして創業する自信をくれました。Albertは覚えているかどうかはわかりませんが、2000年末、私たちの最初のゲーム《愛神餐館（レストラン）》がまだ未完成の段階で、ガマニアに入らないかとAlbertが誘ってくれました！その後この話は流れてしまいましたが、今思えば、あのときが初めてファイヤドッグが他人に認められた瞬間だったんだと気がつきました。

ファイヤドッグはいわゆる一般の会社らしきでない会社だと言えると思います。同僚というよりも、共に戦ってける仲間の集まりだと思っています。ここにいるみんなは誰もえアニメゲームが大好きで、自分と他人に感動を与える作品を作り上げることを目標にしています。このような前提があるから、全員が最高の作品に仕上げようと全力を尽すのです。

その作品へのこだわりや情熱は、見方によってはわがままとすら言えるときがあります。そういう意味で、アニメ、ゲームに対する情熱にかけては、ガマニアもファイヤドッグと同じではないかと信じています。その情熱を感じたからこそ、ガマニアに参加しようと決めたわけです。

ガマニアに参加することに加え、私は非常に興奮を覚えました。まるでもう一度起業するかの気持ちになります。私にとって、アニメも漫画もゲームも互いにリンクしていて、は分け隔てて考えられないものです。競争が激化する将来においては、自社での研究開発こそ重要であると考えています。この点に関して、ガマニアとファイヤドッグは同様の理念を持っています。いつか私たちのゲームのアニメ化、漫画化または様々なグッズを作り出し、ゲーム史における定番作品となること、そして世代を超えて、私たちのプレイヤーが自分の子供に「パパもね、子供の頃よくファイヤドッグのゲームで遊んだものだ、N/A、あれにはな……」と語ってもらえるようになることが夢です。これはぜひたく願ってほしいです！必ずやってみせます！（ガッツポーズ）

## ガマニアアニマル研究開発軍団：



# 豊富な戦果、 継続して世界一に 向けて邁進

ガマニアは上半期において宣戦布告した後、グループではこれを機にBSCを導入し、ビジョンおよび戦略マップより鮮明に把握することができるようになりました。グループ総本部のビジョンはポジティブなもので、「2019年ワールドクラスのデジタルエンターテインメントのリーダーブランドになる」という構図を実現させるべく、すべての部門がそれぞれのビジョンおよび戦略マップをはっきりとしたものにしていくべきです。厳格なるBSCシステムを通して、すべての部門の目標設定と得点基準はさらにハードルの高いものとなりました。半年間の努力により、ガマニアの成績はまずまずのものでした。それではガマニアが達成したすばらしい戦果を見ていきましょう！

## グループ全体で85得点！



今回の戦略会議では、すべての部門のパフォーマンスおよび成績が公開されました。これは一種の残酷かつ勇気の要る反省大会です。そこでは各部門の責任者がステージに上がり、説明責任を果たすのです。達成できなかった項目について理由を説明し、また具体的な改善プランを提案していきます。ただガマニアの上半期の全体成績は至って優秀で、グループ総本部の分野で85点という高得点をとり、また各運営部門もまずまずの成績でした。今後において、同じような努力、もしくはそれ以上の努力ができれば、ガマニアは今後10年の目標は目覚ましいものになると思われます。

## BSCプラン 責任者の観察

一年間の付き合いを通して、ガマニアがこれまでにしかかかってきた企業とは違いのものを持っていると感じ、そして企業理念の一貫性を徹底している唯一の企業でもあります。これまで数多くの企業とかかわってきましたが、消費者に対して一種の文化的PR（顧客第一）を謳い、一方で社員に対して（利益第一）を。しかしガマニアは戦略設定上において、非常に一致した企業文化（F.A.M.I.L.Y.）の伝達にこだわっています。

また、ガマニアの社内文化を垣間見る機会もありました。それは改革への態度についてですが、例えばBSC政策の導入についても、一般的に企業組織、運営に関して改革をもたらそうとすると往々にして内部の反対に遭うものです。ところが、昨年の夏季戦略会議終了後、Albertは私にこう話したのです。「私たちガマニア人は新しいものを拒みません。理解をすることによって、積極的に取り入れようと努力します。」と。ガマニアの管理職の平均年齢は一般にくらべると若いのですが、仕事への態度は至って落ち着いています。反発がないばかりか、本制度にとっても協力的です。

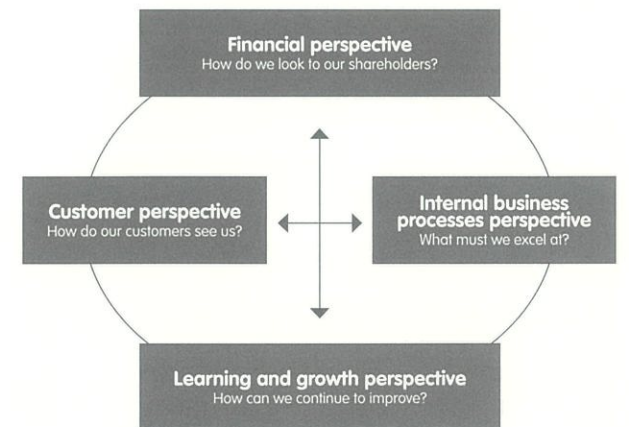


BSCプランマネージャー  
劉勇豪 顧問

### BSCとは何か？

バランススコアカード（Balanced Scorecard）とはRobert KaplanとDavid Nortonという二人のマネジメント専門家が個別ケースの研究結果をもとに、1992年に発表した戦略管理ツールです。バランススコアカードのメリットは業績評価システムと企業戦略が互いに影響し合う関係にあることを強調したうえで、指標を示す具体的なプログラムです。

BSCプログラムは「顧客」、「財務」、「業務プロセス」および「学習と成長」という4つの視点からなっています（4つの指標カテゴリーともいう）。そして視点ごとに適切なパフォーマンス評価指標を設計し、会社の運営に必要な情報を提供し、そしてなにより重要なのは企業戦略とビジョンの達成を促進できることです。



Source: Kaplan and Norton

## パワフルなガマニア研究開発エネルギー

もちろん今年の研究開発部門の勢いも侮れません。クオリティーにおいても、数においても著しい成果を挙げました。今年の東京ゲームショウの参展期間にて、ガマニアは次世代ゲームとして、スタイルの異なる自社開発タイトル8タイトルを一気に発表します。また同時にアニメ、ウェブサイトおよびケータイゲーム等の作品も展示し、ガマニアの次世代自社開発製品の實力を世界に発信し、ゲーマーの心を驚かします！

### ★「CORE BLAZE」プロジェクトコア★

2011年公開予定！ 壮大なスケールでお届けする、Unreal 3エンジン搭載のアクションゲーム！

「CORE BLAZE」は、2011年に公開を予定している、Gamaniaが全勢力をあげて開発中の大型3DMMORPGです。本作はUnreal3エンジンで開発を行っており、ハイクオリティなグラフィックで作成された、綿密且つ、美麗で難解なフィールドマップがプレイヤーを圧倒します。また戦闘においては、パーティプレイにおける戦略性の高さが重要となります。戦闘時のアクション性の高さや、キャラクターの動きに応じて発生する数々のエフェクト、巨大なモンスターによる大迫力の戦闘シーンなどから、非常に刺激的な戦闘アクションを体験することが出来ます。本作「CORE BLAZE」は、Gamaniaの開発力の集大成であり、グローバル展開を行う上では核となりうる期待のタイトルです。



### ★「剣雨」英訳: Reign Of Assassins★

中国のサスペンス巨編映画がオンラインゲーム化！ 監督「ジョン・ウー」や、出演俳優「鄭雨盛」と「ベース・ウー」が応援！

Gamaniaでは、2010年に中国武俠サスペンス巨編「剣雨」に投資を行うと共に、同名のオンラインゲームの開発をスタートいたしました。本作は映画の公開と時期を合わせたサービス開始を予定しています。これまでに前例のない試みとして、劇中のストーリーやシーン、人物をそのまま採用しており、ゲーム内では劇中の美しい景色や街並み、華麗なアクションシーンを体験することができます。本作では、国際的映画監督ジョン・ウーの作り出す壮大で混沌とした雰囲気と、劇中で主人公が経験する恩や仇といった感情をリアルに共有することができます。



### ★「ディビーナ (DIVINA)」★

「ルーセントハート」に続く力作。香港での好成績と共に世界進出  
ファンタジックゲーム「ディビーナ(DIVINA)」は、Gamaniaの「ルーセントハート」に続く可愛いビジュアルのゲームです。独自システムのダブルキャストは、バトル中でも同時に職業を切り換えることができ、また数十種類の可愛いペットと様々な乗り物などで、プレイヤーにこれまでになかった新たな楽しみを提供します。「ディビーナ(DIVINA)」は、2010年上半年期に香港で公開されると同時に香港中を席巻し、更には香港の2010年上半年期で、最も成功したオンラインゲームであるとされています。「ディビーナ(DIVINA)」は、今秋、日本市場に上陸する予定です。ゲーム内には日本の人気声優「田中理恵」や「堀江由衣」、「子安武人」、「水島大宙」などがゲームキャラクターやNPCの日本語吹き替えを行い、世界観を演出します。各国の神話をモチーフにしたストーリー展開で、新たな冒険の旅が始まります。



### ★「Soul Captor」★

東洋の妖怪をテーマにしたファンタジー作品。可愛い「元霊」と世界へ飛び出す！

「Soul Captor」は、東洋の妖怪をストーリーのテーマとしており、ファンタジーなゲームキャラクターと背景を作り上げています。知恵に富んだ「元霊」はゲームの中で最も特別な存在です。容姿は可愛く、様々な形に変化します。また妖怪を退治して主人を守るだけでなく、「元神」を捕まえたりする能力や、強力な必殺技も持っています。捕まえた「元神」を「元神図鑑」に集めることでエネルギーを蓄積し、プレイヤーはその能力を高めることができます。



### ★「Langrisser Schwarz」★

日本の有名なシミュレーションゲーム「Langrisser」のオンライン版タイトルが『Langrisser Schwarz』に決定。三大勢力の争奪戦でオリジナルゲームを再現！

Gamaniaは日本での有名なシミュレーションゲーム「Langrisser」のライセンスを獲得し、オンラインゲーム版として奥の深いストーリーと特色ある遊び方を再現、「Langrisser Schwarz」と正式に命名しました。「Langrisser Schwarz」はキャラクターのアクションを強化し、「聖」と「魔」による勢力戦ではテンポの良い刺激的な戦闘を楽しめます。さらに「Langrisser Schwarz」ならではの特色ある新しいシステムと、より豊富なアドベンチャーシーンが追加されており、オリジナルゲームとして進化を遂げております。「帝国」、「光」、「暗黒」の三大勢力の対決と「聖剣」、「魔剣」の争奪戦、そして生存、権力、忠誠を賭けた試練など、ハラハラドキドキの戦いが幕を開けます。



### ★「龍覇九洲」英訳: WARRIOR OF DRAGON★

東西の神話を融合。大規模な国対国の痛快バトル

東西の古代神話を融合させた「龍覇九洲」は、華麗で雄大な風景を作り上げ、神話の世界観に基づく特徴的な成長と生産システムを備えています。このためプレイヤーが自ら最強の古代神兵を作ることも可能です。また、大規模な国対国戦では、戦場での激しく痛快なPvPを体感することができます。これ以外にも「神々の戦い」では、神々の怒りや、神々の威厳を感じながら時空を超え、直接古代の神々に挑戦し、神への道を歩むこともできるのです。



### ★「Tiara Concerto」★

浮島世界のファンタジーアドベンチャー。音符で異次元ステージを召喚  
Gamaniaグループに参画した香港のゲーム制作会社「FireDogStudio Entertainment」社が開発した「Tiara Concerto」は、愛らしくてゴージャスなアドベンチャーゲームです。人々が幸せに生きていた世界が破壊され、異次元空間に置き去りにされてしまうところから物語が始まります。空中に漂う浮島でしか生活できなくなってしまった人々は、楽器を使い特定のメロディーを奏で、異次元への世界が開かれたところで、生き残るために必要な資源を獲得していきます。ゲーム内では、一般的な職業の他、音楽も今後の鍵となってきます。楽器を使った連続技と華麗で強力な昇華技を発生しながら敵を滅ぼし、美しい古代大陸文明を取り戻していくのです。



### ★「水火108」英訳: Hero: 108★

マルチプラットフォームへ大進撃！

世界各国でのオリジナルアニメーションの放送及び、USにてサービスが開始されたオンライン・アクションゲーム「HERO: 108」が、「Facebook」と「iPhone」などのマルチメディアプラットフォームへの参入を決定いたしました。これによりとても簡単な操作方法で、「HERO: 108」のミニゲームを遊ぶことができるようになります。このミニゲームは、個性溢れる「梁山泊」の英雄たちや、クリアまで興奮し続けられるゲームシステムが特徴的です。世界人類の平和を目指しながら、動物たちとの素晴らしい友情を取り戻してください。



### Albertの期待

去年PROJECT 3がスタートして以来、内部外部問わず、ガマニアの強い意志と行動力を感じ取れたと確信しています。創業から15年、これほどまでにつらい局面に立たされることもありませんが、その苦労が必ず報われると思います。またなによりも最高の達成感が味わえると思っています。ガマニアはこれまで使命感に燃えてきた会社であり、グローバル化の過程の中で、beanfun!についても、自社開発製品についても、新しく確立した運営エリアを含む各地の運営エリアについても、ガマニアが行ってきた一つ一つの決定は、いずれも歴史を作っているという意識をもってここまでやってきています。今はつらく感じるかもしれませんが、しかし、私は皆さんと前向きに歩んでいきます。半年後の再開には、皆さんが実らせた成績を携えて冬季戦略会議に出席することを期待しています！



# 夏季グループ 戦略会議の重大政策 が明らかに

ガマニアが去年9月に、これからの十年で世界一になるという目標のために達成すべき4大戦略--G4を発表。ここ半年間において、ガマニアは正式にヨーロッパ運営エリアを立ち上げグローバル化への発展を確立し、自社製エンターテインメントプラットフォームbeanfun!も次第に各地域でまずまずの反響を勝ち得るなど、パワー全開で進んできました。今後もさらにバラエティーに富んだエンターテインメントコンテンツを導入し、研究開発ファミリーも徐々にと拡大させていきます。自社開発の能力を最大限に引き出し、より多くより勢いのあるハイクオリティコンテンツ開発していきます。これら大掛かりな攻撃態勢はすべてG4作戦ルールに沿ったものです。今回の夏季グループ戦略会議では、攻撃政策を打ち立てるべく討論が白熱しそうですが、その様子を《G!VOICE》がいち早くお届けします！

## Project 3 : 全球第一

### G4 4大戦略

**G1** 安定的なグローバル化、各市場でのリーダー的地位を勝ち取る

**G3** ハイクオリティコンテンツの開発、消費者のトップチョイスブランドとなること

**G2** さまざまなエンターテインメントコンテンツプラットフォームを構築し、最もハイクオリティなサービスを提供する

**G4** デジタル管理バックグラウンドを発展させ、ワールドワイドなグループ組織を構築する



## 製品評価システムの推進 勢いのあるハイクオリティコンテンツを発展させる

激戦が繰り広げられているオンラインゲーム市場で、数日ペースで新しいゲームがリリースされます。このデジタルコンテンツ戦争においては、短期で決着をつけようと、新製品の良し悪しはなく、お金を稼ぐことを最優先事項とする会社も多々あります。しかしながら先見の目を持ち、競争力のある製品を導入できる会社だけがえ勝ち残ることができます。消費者のトップチョイスブランドとなるために、的確にハイクオリティなコンテンツを選び出すことが重要なのです。まもなく推進するGPRS (Gamania Product Rating System) --製品評価システムについて、グループ製品評価室のマネージャー--蔣公 (蔣鏡明) お話を伺いました！



GPRS office--  
Chiang (Chiang, Ching-Ming)

### 競争力向上に必要なツール

ガマニアがGPRSを開発したのは？「ガマニアはここ数年自社開発ゲームを発展させ始めたとはいえ、サービスしているゲーム総数で言えば、今も依然として他社ゲームが大多数を占めています。このような状況において、評価システムが必要なのは言う間でもありません。他社製品を選ぶ際の基準になるだけでなく、自社製品をも評価できます。」蔣公によれば、2008年から、ガマニアは各部門で積み重ねてきた経験を整理し

て、次々とより完全な評価システムの構築を試みてきました。そしてこのシステムの機能をテストすべく、グループ製品評価室は1年間に百種類を越える当時未発売の製品をテストしてきました。これらは、もちろん製品品質の確保が出発点ではありますが、ほかにももう一つ重要な役割があるのだそうです。実はこのシステムは知的財産なというのです。蔣公はその理由について以下のように説明してくれました。「現在ほとんどのゲーム会社において、サービスする製品を選ぶのは、エグゼクティブです。一般的に彼らの市場経験は非常に豊富で、ゲームの選定に長けています。しかしこれには一つの潜在的な問題があります。つまり彼らはいつまでも同じ会社にとどまる保障はありません。突然のヘッドハンティングなどによって、その経験とともに会社を去られるリスクは大いにあるのです。私たちが今日までに確立してきたガマニアの知的財産であるGPRSは、今後人事上の変動に左右されることなく、頼りにシステムになるはずで、2008年4月から蓄積されたデータバンクは、これまでに途切れがなく、そして今後も引き続きアップデートされます。」

### 万全な経験法則

続いて《G!VOICE》ではGPRSについてさらに蔣公に話を伺いました。まずさまざまな視点から考慮するために、GPRSはゲーム製品、開発メーカー能力、および効果評価と三段階に分けられています。「これらは、ガマニアで発生した事例ですが、サービスしようかと躊躇していた製品がほかの会社に先越されてしまう事例、または逆に優れている見込んでいた製品の成績が振るわなかったなど、そして最も反省すべきなのは、開発会社の開発能力について事前に評価せず、サービ

### GPRS3段階

第1段階 ゲーム評価	第2段階 開発メーカーの能力調査	第3段階 え利益効果および戦略の実行可能性への評価
ゲーム及びテストバージョンのテスト	発メーカーに対し、慎重に情報交換やコミュニケーションによって調査を進める	利益効果および戦略の実行可能性についてサービスを行なうに値するか否かを判断（自社製品または他社製品）、またはコンテンツについて修正を行なう

ス開始後にその事実がようやく認識され、解約にいたってしまう事例すらあります。」

まずはゲーム評価についてみてみましょう。2年間の修正と調整を経て、ゲームを評価する段階においては、デモ版、PR、および機能の3大側面から評価すると蔣公は言います。もちろん詳細な評価項目および方法は企業秘密ですから、《G!VOICE》上で皆さんに公表するわけにはまいりませんが、蔣公はこの3側面について面白い経験を語ってくれました。「一般的に、代理製品で最初に見るのはデモ版で、デモで最初の10分で感覚をつかみます。しかし現在は多くの韓国、中国の開発会社が代理業者にデモを見せる場合、自社のスタッフに操作させ、もっともよい面を見せてくれます。ガマニアの場合、さまざまな開発製品を見てきましたが、中にはひたすら歩くだけで、モンスターとの戦いどころか、モンスターすらいない、または攻撃などのエフェクトがまったくないものもありました。」

「以前であれば、製品が大体出来上がってから商談に入るわけですが、問題は同じ製品を自社だけでなく当然、他社も注目しているわけです。市場では数多くのパブリッシャーが価格戦を繰り広げて製品を獲得しようとしています。しかしこれでは徒に価格の引き上げになり、その上副作用もたくさん出てきます。。ガマニアは一貫して価格戦には参加しない方針を明確に示

しています。最も合理的な価格に加え、後に生じる利益を配分していく方針をオファーしています。このガマニアの立場が正しいことは、市場で最も長期にプレーされている製品のほとんどがガマニアがサービスしている事実を見れば明らかだと思います。」蔣公はさらに詳しい説明をしてくれました。ある製品は先に機能を完成させてから、音声や視覚効果を作成していきます。一方でデモを作成してからPRしていくので、一斉に評価することはできません。しかしこの3大側面によって異なる時点、異なるニーズに即して評価することができるようになります。また最後に蔣公は次のように明言してくれました。つまりGPRSは各部門、研究開発、運営そしてガマニア全体の経験が積み重ねてきたシステムであり、私たちの製品（自社開発または他社開発）はこのようなメカニズムを通して、研究開発チームも運営チームも製品コンテンツの各側面に対し、全面的な評価、ディスカッションそして調整を行い、競争力をつけ、一人でも多くのゲーマーに愛されるようにしていきたいと考えています。今後はこのメカニズムがガマニアグループ全体で適用され、また新しい経験をして、積み重ねていくことでGPRSをさらに強固で信頼性の高いものになるように切に願っています！

### ゲーム製品評価の3側面

デモ版分析	PR方法の分析	機能分析
ゲーム製品の第一印象を検証。または最初の10分間で遊んでみた感想。	製品ツールとPRの利便性と品揃えを検証。	製品コンテンツと機能上の完全性と魅力を検証。他の2項目の分析の評価点と合わせることで、製品の総評と見なすこともできる。

## 顧客クラス分け制度の推進 消費者トップチョイスブ ランドの確立

ガマニアは現在すでに膨大な会員を擁しています。グローバル化に伴い、将来ガマニアのプレイヤーはますます増えると思われます。プレミアム会員のロイヤリティをあげることは、会員管理において非常に重要なことです。今期《G!VOICE》では特別にグループ戦略計画室のベテランマネージャー---Kenny（陳鍵琪）を招き話を聞きました。オンラインゲーム大手メーカーのガマニアとして、どのような考えを持つのか、またそれに相応しい戦略についても伺ってみました。

この議題について、まず、「ユーザー課金」の観念について考えてほしいと思います。実際、ユーザーのクラス分けは各業界の中に潜在的にあるものです。一般的に、多額を支払う大口顧客は、通常VIPとして特別待遇を受けられます。お正月にはグリーティングカードを送り、お祝いの電話をかけるなど、さらにはなんらかのサービスの申し出をすることすらあります。消費または貯めた金額でサービスレベルを分けることは、一種のえ暗黙のルールです。そしてこのルールはインターネットの世界にも存在します。例えばインターネットのアルバム、ブログ等え、ユーザーの課金金額が高ければ高いほど、よりよいサービスが受けられます。一方で無料サービスでは、消費者が享受できる権利も相対的に小さくなります。例えば容量が制限されることや、または煩わしい広告を我慢するといったことです。サービスを投入するのにコストがかかることを考えれば、無料といえども最終的に利益を得られなければ、会社の存続にかかわってきます。それならば、無料方式で経営するオンラインゲーム業界がどうなるのでしょうか。

「もちろん、課金会員も無料会員もガマニアにとっては大切な顧客です。しかしガマニアの製品を好んで、時間と金銭をかけてくれるプレイヤーは、よりハイクオリティなサービスを受けられて当然だという感覚は一般的だと思います。そのため2008年に、AlbertはVIP会員クラス分けの考えを提案したのです。」Kennyによれば、1ヶ月の消費額数万円の会員と無料会員に対して

同じサービスすることは、リソースの配分の不均衡を生じさせてしまいます。そしてこのクラス分けには重要性・緊急性で優先順位を決め、またサービスの対象と内容をも決定できるとKennyは言います。

### 台湾のVIPクラス分け方式

「実はこの様なクラス分け制度はすでに台湾で実験的に実行されています。なぜならガマニアは台湾地区での発展規模えが最も大きく、安定もしており、プレイヤー数最多でありからです。台湾ガマニアでは今年4月より課金会員に対して、VIPクラス分け計画を打ち出しました。」またえ同時にbeanfun!ブランドを確立し、GASH会員のbeanfun!移行を加速させるため、台湾ガマニアもVIPクラス分け計画をbeanfun!プラットフォーム上で実施しています。ガマニアでは高額課金会員およびロイヤリティの高い会員を、支払え金額によってえ「ダイヤモンドビーン」、「サファイヤビーン」、「プラチナビーン」、「ゴールドビーン」、および「シルバービーン」に分け、これらVIP会員はカスタマイズされたええハイクオリティなサービスを受けられるようになります。例えばVIPホットライン受信ボックス、最高1000元のGASHポイントバースデープレゼント、ガマニア柑仔店（雑貨屋）のギフト券、最新ゲームの優先テストアカウント、VIPゲーム雑誌等……え多種多様なええプレゼントが用意されています。

「クラス分け制度を打ち出した時、とても多くの非VIP

ゲーマーから反発されました。数多くのえプレイヤーは、えサービスはえ貧富の差によって変えるべきではないという考えをもっているからです。その後ガマニアでは数回のコミュニティールームでの操作を通じて、ようやくプレイヤーの不満を沈めることができました。VIPクラス分け制度を1四半期実行し、ようやくプラス評価及びまずまずの成績を得ることができました。」Kennyは続いていくつかのデータを提示して補足説明しました。例えばすべての月のVIP人数は11%~19%の割合で成長し続け、会員の毎月の平均貢献度は40%以上の増加を達成し、台湾ガマニアに利益獲得上の成長をもたらしています。さらにガマニアが提供するすべてのサービス項目に対して、ほとんどすべてのプレイヤーが満足と答え、また87%以上にもなるプレイヤーが好んでガマニアのVIP会員を継続すると回答しています。「これらの反応から、VIPメカニズムは確かに高額課金会員のえ会員離れを防ぎ、課金率を刺激えしたと見ることができます。しかし現在のところ実施してまだえ1四半期えですので、台湾ガマニアではえ引き続きVIP会員の状況を観察し、調整を行なっています。」

### 世界最高級のノーブルなVIP

将来beanfun!は世界経営に向かって発展していきますが、VIPメカニズムも共にグローバル化していくのでしょうか。「この答えは疑う余地はありません。ガマニアのプラットフォームおよび会員は現在まさにグローバル化に向かっており、将来的に中国や欧州が台湾の



Group Strategy Planning Manager---  
Kenny

会員比率を越える可能性も出てくるかもしれません。そのため将来ガマニアは世界会員を基準として、グループ総本部によって会員のクラス分け制度を設定し、すべての運営地区に対してレベルを制定したうえ、現地のサービスの提供する構想があります。またグループ総本部でも『世界最高級VIP会員』に対してガマニアオリジナルの自社製限定版記念品を製作し、ポイント還元システム等の各種ノーブルな気分が味わえるサービスを提供します。」そして最後に、グループにおいても、各運営エリアにおいても、VIPクラス分け制度の推進の出発点はいずれも顧客第一の考えに立つものです。顧客関係管理システムの構築は、プレイヤーにガマニアのゲームを気に入ってもらうだけでなく、さらにガマニアというブランドの虜になってほしいという気持ちがこめられています。

## 海外派遣システム 世界的なグループ組織を構築

ガマニアグループのグローバル化配置に対して、現在欧米地区すでに凄まじい勢いで計画を実行し始めています。将来ガマニアグループ全体で必ずより多くのキーマンとなる人材が必要となり、数多くの人材を海外に派遣する機会が増えることが予測されます。今回の夏季戦略会議上で、グループのヒューマンリソース室ゼネラルマネージャーのLinus（張文杰）は特にこの点について以下のように説明してくれました。



Group HR director  
Linus

### ボーダーレス企業となろう

グローバル化の配置といえば、Linusはまずこれはガマニアがさらに多くの国の文化に触れることを意味すると述べ、「ほとんどのグローバル企業は、文化の面で大変な問題に直面してきていると思います。特にガマニアはコンテンツ産業であるため、コーラや靴を売するのに比べて、異文化により生じる問題はより浮き彫りになると確信します。いかに異文化に向き合いながら管理できるか、また異文化の企業を管理できるかは、ガマニアにとって非常に未知の領域になってきます。」またLinusは以下の例を挙げました。彼がかつて勤めていた会社に中東出身の同僚いたといいます。その同僚は毎日決まった時間に、メッカの方角に向かって礼拝します。朝、昼、夜にそれぞれ1回礼拝し、礼拝前には身を清めるのです。そのため出勤時間にスーツをぱりっと着こなした人たちがトイレで頭や足を洗うわけです。「初めて見た時は本当にとてもショックでした。しかし会社の発展に伴い、このような光景は将来ガマニアでも起きる可能性があると思うのです。」Linusはまたガマニアでの例もあげてくれました。「現在グループ各地のエグゼクティブ管理職のほとんどは台湾人ですが、発展に伴い、将来ガマニアは必然的にボーダーレス企業となるでしょう。将来的にアメリカ人がGTWを率い、ヨーロッパ人がGJPを率いるという可能性がないわけではありません。まだまだ先のことがかもしれませんが、えガマニアはこのような事態も起こりうることを常に意識しておくことが必要です。そして異文化間の摩擦を緩和することこそが、文化の違いを乗り越えられると思います。」Linusは、将来HRでは

人材トレーニングの計画の中で文化を乗り越える訓練を取り入れることを検討しており、将来の組織拡大への挑戦に備える予定と話しています。

### 積極的にキーマンとなる人材をトレーニングし、海外要員の海外派遣システムを推進

ガマニアは規模を拡大中で、しかも新市場へ向けて推進中なので、おそらく5年の内に、世界各地でCOOの職が不足するでしょう。Linusは、キーマン人材と海外要員派遣システムの推進は重要なうえ困難を極める作業でもありますが、今からでも準備を始めなければ、グループ全体の人材供給において、突発的なニーズに応えることは困難になると言います。「将来ガマニアはオーストラリア、ニュージーランド、メキシコまたはロシアに進出する可能性があるかもしれません。いつどんなチャンスにめぐり合えるかはわかりませんが、新しい運営拠点の確立や必要な人材を今からHRが計画しなければ、いざという時に太刀打ちできないのです。」とLinusは真剣に語りました。そのため、HRでは現在「キーマン人材育成」の計画の推進に着手しています。その目的として、一つにはガマニア内部で適切なエグゼクティブ管理職を育成、抜擢し、ガマニアグループが世界各地どこでも最高の人選ができるようにすること、そして二つにはこのようなシステムを通して、ガマニアグループ全社員えが昇進し、仕事における人生設計により余裕を持たせられることを願っているということです。「将来に備え、今からでもこのような意識を持つべきだと思います。各部署にいる人材はすなわちグループ全体の人材

と言えます。特に同じ職務に長く勤め、かつ優秀な成果を挙げている社員は、もし別の部署でさらなる発展を遂げられるのであれば、グループ全体でのローテーションを考慮しLee、会社としてベストなサポートをしていかなければなりません。」

「海外要員海外派遣システム」について、現在のところHRは依然として高度な専門知識を持つ管理職または専門スタッフを主な対象とするだろうとLinusは言います。また他も関連するえ事項も多岐に渡っており、研究が重ねられています。「海外派遣要員に意思があることが必要ですが、ほかにも労働法規および給与構造を考慮しなければならないのです。これらはは実に複雑ですので、今からでも計画に着手しなければ、各部門の管理職にも共通認識がなければ、このような政策を推進することは難しいです。」そしてLinusは最後に以下のように述べています。「現段階では、解決しなければならない難題がある山ほどあるとはいえ、今回を機に、HRはガマニアのすべての人とこれらの考え方ややり方でコミュニケーションを図り、積極的にグループの海外事業でのマンパワー配置を推進し、ガマニア人にさらに幅広い昇進の道が開けることを願っています。」

## グループブランド推進の新政策 世界的グループ組織の構築

ガマニアは創立以来、ブランドの発展を企業の永続的経営の長期戦略目標の一つとしてきました。ガマニアのグループ化およびグローバル化経営に伴って、グループ内のブランド（企業ブランド、製品ブランド、組織ブランド…等）も増え続け、ガマニアのブランドは常に企業の最高価値であると考えられてきました。顕著な効果をもつブランド資産の管理、そして全体の対外的統一性の維持のために、総本部は統一したブランド政策の制定および関連するブランドツールを提供し、各子会社並びにすべての内部部門に遵守すべき明確な原則および規範を示さなければなりません。続いてはグループブランド政策とは何か、ブランドイメージはどのように変化していくのかについてみていきましょう。



Group Brand Center director--  
Ahbin

### ガマニア世界ブランド管理の原則--G.O.D.

グループのブランド政策は一つの大きな管理原則「G.O.D」（ガマニア世界ブランド管理原則）に基づき出発し、これもグループのすべてのガマニア人がみな理解し遵守しなければならない原則です。

**G. Gamania Brand Above**を表す  
(ブランド至上主義を遵守)

**O. One Brand, One Spirit**を表す  
(ブランド精神を実行)

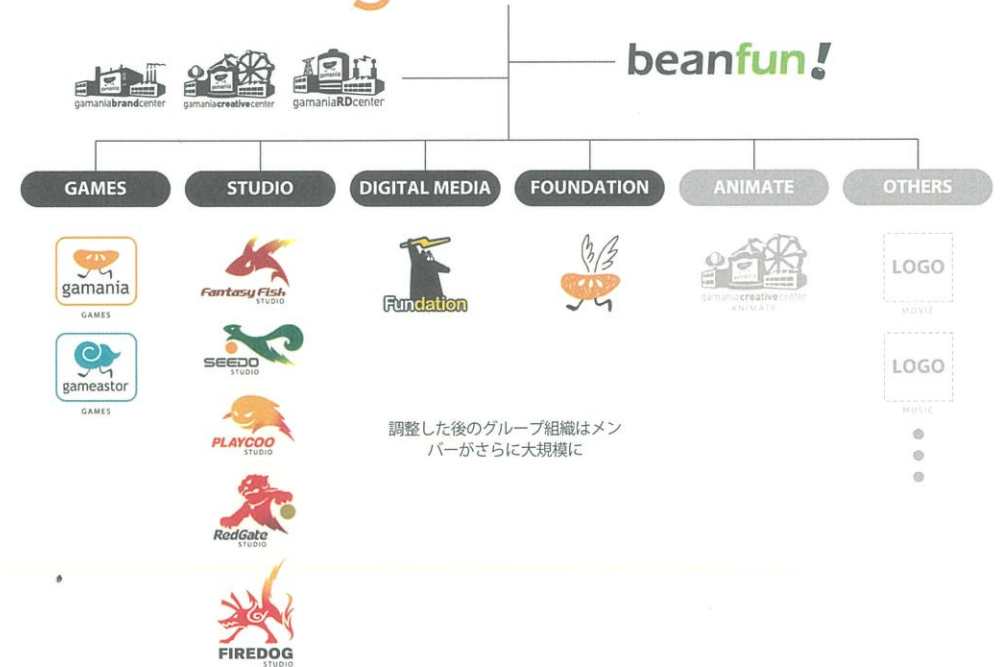
**D. Do Protect Brand**を表す  
(ブランド権利を保障)

そして将来すべてのブランド管理要項、ブランド政策の発展と策定はいずれもこの大原則に依拠するものとし、ガマニアのブランド戦略の実行に完全性をもたせなければなりません。

グループのブランド政策を制定する範囲に含まれるのは、すべてのブランド識別管理、ブランド空間、ブランド音声、ブランド商品およびプレゼント、ブランド成立およびフローの取消し、ブランド資産等の各種管理政策です。その目的はすべての子会社および内部部門にあるべきブランド意識を理解させ、またブランドに関連する事柄に対処する際、はっきりと正確な標準作業手順ができるようにするものです。ブランド政策

gamania

beanfun!



調整した後のグループ組織はメンバーがさらに大規模に

発表のほかに、総本部でもブランドツールを提供し、各子会社およびすべての内部部門に正確に使用するためのブランド使用ルールを知らせるものです。

Albert常々強調してきているものですが、「一つの企業の最終的な価値はブランドにあります。ガマニアのブランド計画と管理戦略においては業界の他の会社と比べてはるかに先進的なものです。当然ブランドの使用範囲は広く、対内的でも対外的でも、いかなる販売、宣伝さらにコミュニケーションの行為に至るまで、いずれもブランドの使用範囲なのです。この点については、ガマニアの運営チームは非常に包容的かつ協力的です。これは本当にありがたいことです。将来、私はグループ内にすべての部門が共にガマニアのブランドを推進してくれることを願っています。」

### 成長した新しい姿で、世界にえ羽ばたく

グループ組織が拡大するのに伴い、ガマニアを代表する企業イメージも変化してきました。ガマニアが大きくなり、成熟し、さらに自信を持つようになったことを表現するため、将来のグループイメージは以前よりも落ち着きがあり、洗練されたものでなければなりません。私たちはすべての人にガマニアは成長したのです！と伝えたいのです。成長しても遊び心をもつこと

には変わりありません。ただ、進化した遊び、洗練した遊びをしていきます。それは私たちが世界のデジタルエンターテインメントのリーダーブランドになりたいからなのです。

今後グループでは“gamania”を 対外コミュニケーション用とし、足が生えて枠があるロゴをすべての運営子会社が使用できるようにします。各種ブランドはどれも同じで、それが一定の程度に知名度が上がった場合、コミュニケーションロゴに字を置かずとも企業を代表するようになります。これは間違いなく企業の自信につながります。将来グループもブラックをメインカラーとし、グローバル化する企業の成熟と勢いを表現します。

グループの識別にも調整が行なわれ、すべての研究開発子会社も識別の下方にSTUDIOを足し、ガマニアの研究開発子会社として識別に統一性を持たせました。同時に、グループ事業体が絶えず拡大するため、ガマニアは現在運営、研究開発、出版のみの3大事業体であるとはいえ、今後アニメ、映画、音楽、グッズ等の事業体が増える可能性もあり、将来の組織をさらに管理および展開しやすくするために、識別においても調整をしています。

## ナムコプロデューサー 川島健太郎

# ガマニアに本人登場 でRPGゲームをどう 製作するかについて 大いに語る



NAMCO 製作人  
川島健太郎

川島健太郎という名前を聞いて、ナムコゲームに詳しい人なら絶対に知らないことはないはず。1994年にナムコに入りプロデューサーを担当して以来、絶えず素晴らしい作品を送り出してきました。例えば「ブライムゴール3」、「ファミスタ64」、「7~モールモースの騎兵隊~」、「ピーナス & ブレイブス~魔女と女神の滅びの予言~」等で、日本市場でいずれも幅広くゲーマーの人気を集めてきました。先日、彼はガマニアの要請に応じて、特別にガマニア研究開発チームのために素晴らしい講演を行なってくださいました。このゲーム界の巨匠が一体どんなことを語ったのでしょうか? 『G!VOICE』の特別報道をご覧ください。



講演が始まるや、川島さんはまず彼のナムコでの経験を説明しました。彼は自分は非常にラッキーだったと言います。ゲーム企画にそれほど従事していないのに、ナムコの人事刷新にあって、彼自身非常に若い時に一躍ゲームプロデューサーになるチャンスに恵まれ、ゲームの製作を開始できたのです。

川島さんは、実は自分は最初スポーツゲームのプロデューサーだったと言います。しかし実際はRPGゲームが大好きだったので、裏でこそRPGゲームを製作していたそうです。最後に、彼は思い切って自分のゲームを持ってきて会社の同僚たちに遊ばせ、ついに自分の社長にRPGの方へ発展したいと説得することができたのです。続いて川島さんは今回の講演のテーマ、すなわちRPGゲーム製作のテクニックについて語り始めました。そこで彼が語った内容は、いずれも充分実用的なものでし

た。例えばどうやって正確にアンケートを通してゲーマーの考え方を理解するか、どうやってフォームを通してゲームの脚本を設定するか、どうやって大型RPGの開発のタイムスケジュールを把握するか……等数々の実戦経験を教えてくださいました。ガマニア研究開発の人間の視野を大きく広げただけでなく、同時に大きな収穫を感じさせてくれました。

研究開発部門は、川島さんの長年にわたるゲーム製作の経験の共有を通じて、ガマニアが運営中のゲームと企画中のゲームに多くの考え方と啓発をもたらし、今後研究開発部門でももっとたくさんこのような経験共有の場を開催し、ガマニア研究開発の人間にさらに奥深い思考と幅広い視野を持つ機会を提供したいと述べています。

### 『G!VOICE』 V.S.川島 QA三連発

川島さんがせっかくガマニアにいらしたということで、『G!VOICE』でも自然の流れとしてしっかり今回のチャンスにインタビューさせていただきたいと思います。彼の講演終了後、同じ場でこのQ&Aが行なわれました。

Q: 川島さんのような優秀な研究開発者になりたかったら、どんな特性が必要ですか?

A: 私は最も重要なのは「人の話を聞くこと」だと思っています。一人の研究開発者としてたくさん話をしたくなることだと思います。例えば「私はこのようなゲームを作りたい」「私はこのようなこと、あのようなことを」……このような話をする人はとてもたくさんいます。しかしそれをやめて、他の人が何を言っているのか聞く人はとても少ないのです。私のやり方は、たくさんの方がいる場所に行き、彼らが何を言いたいのか聞きます。私の会議と同じようなものです。私は20%の時間を使ってしゃべり、80%の時間は私はじっくり聞くことにしています。このようにすることで多くの物事を学べるのです。

Q: ひたすらずっと研究開発の道を歩んでこられて、川島さんはどのような信念をお持ちでしょうか?

A: 私がずっと抱えている信念、それはすなわち、私が作ったゲームが、それで遊ぶ人に、意義があつてまた面白いと思ってくれることです。これだけで充分なんです。

Q: 最後に、川島さんに研究開発者としてすべての研究開発の人間、もちろんガマニア人も含めて励ましのお言葉をいただきたいのですが。

A: (ゲームの研究開発という) この仕事は世界で最も幸せな仕事です。私にとって、毎日の最も重要なミッションとはどうやって世界中の人に楽しいと感じてもらおうか、考えることだけです。この仕事が十分すごいと思うこと、それは同時にとても意義のあることでもあるのです。

# iPhoneを持って旅に出よう



作家紹介

Mika

台湾インターネットマーケティングウォッチャー

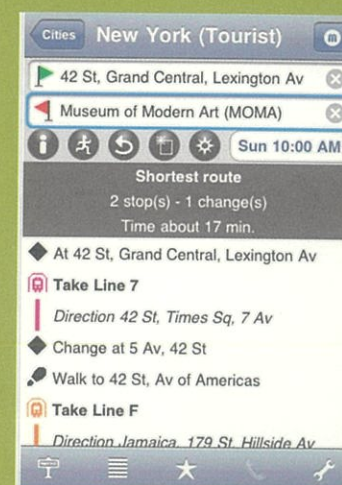
台湾の消費性産業のマーケティング分野で10年以上活躍。ブランド戦略、商品コンセプトから販売開始までを経験。伝統的なマーケティングモデル及びWeb2.0、Social Mediaの変化にも注目している。  
ブログ：<http://jabamay.blogspot.com/>



画像ソース：<http://www.offmaps.com>



画像ソース：<http://itunes.apple.com>、<http://www.trip-journal.com>、<http://itunes.apple.com>



あなたは何を持って旅をしますか？ 飲食情報・観光スポットが載った旅行ガイドブックですか？ それとも、マップ、カメラ、観光スポットをまとめた資料、公共交通路線マップ、旅日記、長い飛行時間の暇つぶしの3冊の小説等でしょうか、はたまた100曲の異なるシーンにぴったりのお気に入りの歌でしょうか？

素晴らしいことに、上記のものすべて持って行きたい私としては、あれやこれやとカバンに詰め込まなくてもよくなったのです。小さなiPhoneを、ポケットに入れとくだけで、OKなんです！  
現代のテクノロジーはその代価を支払う必要があります。もしスマートフォンを1台持ったら、関連ソフトにいくらお金がかかりますが（しかし実際の物の価格と比べたら、iPhone Appはとても安い）、iPhoneのソフトの便利さを楽しみたいなら、必ずインターネットも必要です。この点について、国内またはワイヤレスインターネットの環境にいるのなら、特に問題にはなりません。しかし一旦国を離れると、問題となります。も

しも3G国際ローミングでインターネットを使用したなら、後で何万円という請求書を受け取り、あいだ口が塞がらないでしょう。（海外旅行時、悲惨なことにならないように、iPhoneデータの国際ローミングのメニューは切っておいてください）  
知らない場所へ旅行するのに、最も必要なものはマップです。しかしよりによってiPhoneのgoogle Mapは必ずインターネットでダウンロードしないと使用できません。こんな時必要なのがインターネットを使わず、iPhone内蔵のGPSによって作動するソフト--Offmaps (USD\$1.99) です。  
旅行に出発する前、まず家で行きたい都

市のマップをiPhoneの中にダウンロードしておきます。Offmapsは無料で90ヶ国の台北、高雄を含む合計4500都市のマップがダウンロードでき、さらにスポット/道路名/地下鉄駅/レストラン/公共施設等の検索ガイドもダウンロードできます。こうして、iPhoneを持ってどこへ行っても、「次のスポットまでどうやって行くか、または私は今どこにいるのか？」という心配はなくなります。  
Offmapsにはもう一つメリットがあり、自分でスポットを設定し、システム内のあなたが食べたい、飲みたい、遊びたいスポットをみんなブックマークに設定して、さらにGPS位置情報をプラスして、《私の近所 Nearby》の機能を利用すれ

ば、あなたの所在位置周辺に、当初ブックマークに設定したスポットが表示され、システムがコースを示してくれます。Offmapsと一緒に歩けば、当初一生懸命計画した行きたかったスポットのいずれも見逃すことはありません。これはすごく効率がいいではありませんか！  
もう一つあなたにとって便利な旅の同伴がTrip Journal(USD\$0.99)です。GPSを応用して自動的にあなたに代わって旅のスケジュールのログを記録してくれます。美しいインターフェイスで、これも同様にオンラインでなくとも操作可能なソフトです。そしてこれは写真撮影/GPS位置測定/旅行の足跡の記録/ログの機能を融合しているのです。  
Trip Journal上ではあなたはiPhoneで写真撮影するだけで、自動的にあなたの座標/高度、あなたが散歩したコース、日程を記録してくれます。また、その時の気持ちを記録しておくこともでき、旅行が終わると同時に画像と文章が並んだ旅行

記の整理も完成するのです。最もすごいのは旅行記録全体（写真/メッセージを含む）をGoogle Earth/Facebook上に転載し、マップの方式で表現して、あなたの家族や友人に見せられ、コンピューターの中であなたと一緒に旅行する気分にもなれるのです。  
マップの問題が解決したら、今度は交通手段の問題も克服しなければなりません。迷路のように複雑なニューヨーク/パリ/東京/ロンドンの地下鉄に乗ると言うなら、Metro (free) というこのソフトに頼ればいいのです。これには全世界のあなたが思い付く地下鉄も、思い付かないような地下鉄もその路線データが入っています。しかも、これもインターネットがなくても使用できるのです。  
本が読みたいときもありますよね。iBook (システムをiOS4に更新すれば使えます) を使えば、山ほどある無料の電子書籍を読むことができます。音楽を聞けず、KKBoxを使いましょう。あなた

が聴きたい数百曲の歌をiPhoneに入れて、オフラインでも存分に聞くことができます。旅行ガイドブックなら、ロンリー・プラネット (Lonely Planet) が使えます。レストラン評価を探すなら、専門的なミシュランガイド (Michelin Guide)、Zagat to go、または無料のYelp、Urbanspooがあります。そこに無料のワイヤレスインターネットがあるか知りたいなら、Free Wifiを使います。チップや割り勘の計算なら、Tip Calculator Freeがあります。まだまだたくさんの面白いソフトがありますから、あなたは自分に適した旅行ツールを見つけられない心配はありません。ただiPhoneのバッテリー残量もつつかうだけ心配です。  
8月は、重たい荷物を放り出して、のんびりiPhoneを持って、「ハイテクを満喫する」旅をしてみましょう！

## オリジナルと続編の王道



作家紹介

Jo-Jo

シャッフル同盟呼びかけ人、  
現役大学講師

アニメファンになってすでに35年が過ぎ、オタクについて深く研究している。現在オタク精神の普及に尽力し、シャッフル同盟連合を率い『ACG啓蒙書：萌え系完全攻略』『日本アニメ五天王』、『アニメ2000』等の本の出版を推進。

画像ソース: <http://www.metroparisiphone.com>



NARUTOは日本のアニメランキングトップの常連です

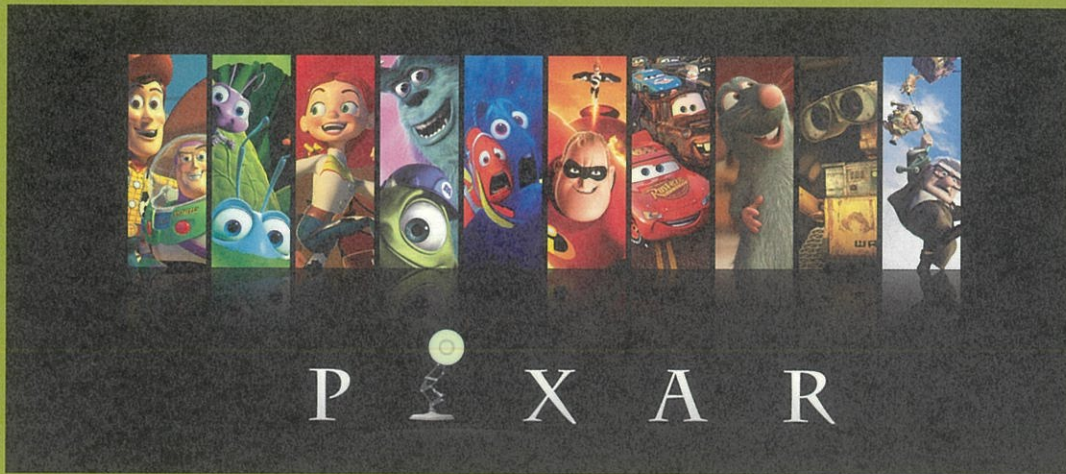
1995年に誕生した《トイストーリー》(Toy Story) はアニメーション映画で史上初のコンピューターアニメーションストーリーの長編です。また製作会社であるピクサースタジオ (Pixar Studio) では、現在までのところ唯一続編を送り出した作品でもあり、そのうえパート3を発表しています。これまで「異なる題材の作品」を送り続けることを自慢とするピクサーにとっては、特例です。

アニメで続編を出すことはアニメーション制作会社にとって、ひとかたならぬ意味が込められています。まず、作品が必ずヒットして人気が出てこそ続編を作るものです。これは製作会社が成功した作品を完成し、ファンがつくようになった「続編」は「ヒットのチャンス」を表しています。第二に、世界観およびキャラクター等多くのアニメーションの下準備作業が継続して活用でき、製作コストを大幅に下げることができ、利益獲得のチャンスとその割合が大いに増え、それはつまり「失敗の可能性」が低いということにもなります。第三に、続編の準備期

間も大幅に短縮することができ、スピーディーに送り出すことができる「相乗効果」的な連鎖効果も期待でき、前作を再びヒットさせることができます。最後に、続編はその作品がすでに「シリーズ作品」の雛型を具備していることを示しており、効果的にキャラクターグッズ化を進める余地ができ、消費者の心の中でブランド化させる効果もあります。時には続編の発展のカタチが前作と同じになるとは限らない場合もあります。例えば前作はアニメーション映画でも、続編はテレビアニメーションまたはDVDとなる可能性もあります。ヒット効果を伸

ばせるだけでなく、さらに創作の幅を拡大させ、ライバルに一步先んじて新たな領域に進むことで、マーケットリーダーとなれる確率も増えるのです。上述の続編を出す方式は、ほとんど過去においてアニメーション制作会社が基本として踏襲してきたことです。しかしピクサーは「続編でお金儲け」といったビジネス経営方式をひっくり返しました。なぜならピクサーはほとんど続編作品を出さなかったからです。それでも依然としてヒットを飛ばし収益をあげていました。そしてこのような思考および方式はもう一つの老舗アニメーション制作会

画像ソース: <http://www.metroparisiphone.com>



ピクサーが今まで送り出したきた数多くの有名なオリジナルアニメーション映画

社—ディズニーに影響を与え、さらには世界一のアニメーション王国であるディズニーの最も主要な株主にまでなったのです。当然これは奇跡であり、世界中でだれもが、ピクサーの経営者であるジョブズも含めて、いまだかつてこのようなことが起こりうるなんて想像もできませんでした。ピクサーの努力は「どこまでもオリジナルであること」がアニメーション制作会社発展の唯一の法則ということ伝えていたのではないのでしょうか？しかし答えはノーです。まさに米国と日本の2大アニメーション王国という二大柱のように、手描きとコンピューターアニメーションの製作方式がありますが、日本市場は依然として続編アニメーション映画の天下です。その原因は日本のアニメ市場では長きにわたって最大の創意の源である「漫画」の影響を受けてきたからです。日本では、漫画の経営方式はアニメ

よりもはるかに成熟しており、市場でのふるい落としのシステムもより広範で厳格です。漫画のヒットランキングというシステム自体「アニメ化」の前に行なわれる厳格なふるい落としシステムなのです。漫画では前作同様にアニメの製作コストを減少させることができ、幅広くファンを引きつけ、ヒットの基礎ができます。漫画市場にとって、アニメはまるで漫画の「続編」のような性格を帯びています。そのため、日本のアニメ映画はこれからも引き続き漫画市場に引きずられ、短い間には依然変革することはできないのです。(もちろん例外はあります。日本にえおいてもあくまでオリジナルにこだわり、続編を出さないアニメーション制作会社—ジブリスタジオがあります。ピクサーと互いにしのぎをけずり合い、東西2大アニメーション王国の王者の地位に鎮座しています。) オリジナルにこだわるピクサー (とジブ

り) は輝かしいヒットの成績は業界において独占的な地位でを築かれています。そして「あくまでオリジナルを作ること」の方針は業界でも特例となっています。しかしこれは彼らのやり方を追跡しさえすれば成功するというのではなく、もしかしたらこれはその他のアニメーション制作会社がこのことを深く悟り、旧来の方式に立ち返る原因となっているのかもしれない。徹底したオリジナリティはピクサーにとってある意味有利なビジネス上のニッチをもたらししています。ライバルに先手打って、新たなクリエイティブな題材に触れているのです。(当然これは一步先んじて危険な領域に踏み込む可能性もあるわけです！)

# TED.com アイデア溢れる Idea Platform

## gamaniabrandcenter のデザイン観察

あるブランドの中心メンバーが共同で書いているブログです。ここではデザイナー、プランナー、ミュージシャン、イベントプランナー、アイデアマン、宇宙人……のブランド、マーケティング、デザインに対する見解と観察を提供しています。《G!VOICE》は特別に転載します。ガマニア人はインターネットで彼らと交流することができます。  
アドレス: gamaniabrandcenter.blogspot.com



デザインの鬼才・フィリップ・スタルクはかつてユーモアあふれる面白い方法で彼のデザインに対する奥深いアイデアを語った。

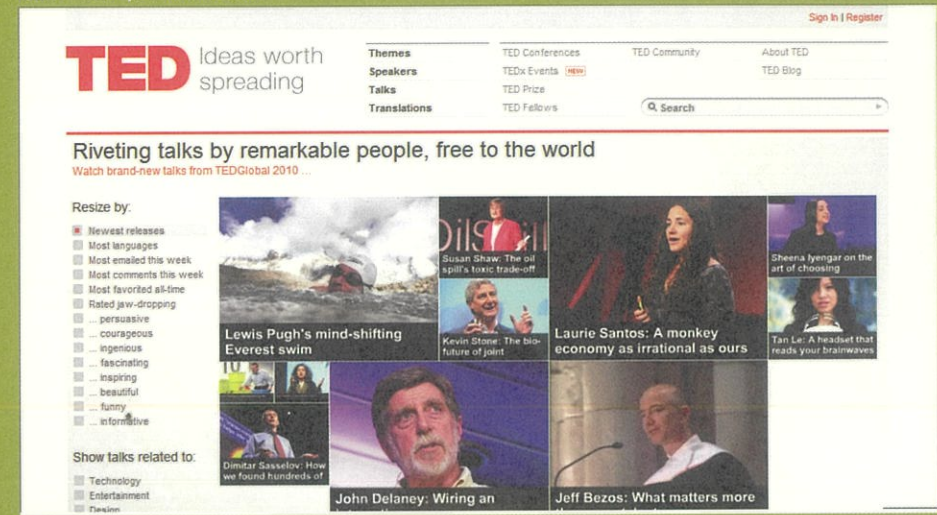
優れたアイデア (Idea) はどのぐらいのパワーがあると思いますか。もしかすると映画《インセプション》(Inception) の主人公Cobbが言った印象深い話が、感じ取れ理解できるかもしれません。「A single idea from the human mind can build cities. An idea can transform the world and rewrite all the rules. (人の心の中に生まれた一つのアイデアは都市を建設することができる。一つのアイデアで世界が変えられる。しかもすべての規則を書きなおすこともできる)」TED.Comというウェブサイトは、まさに一つのアイデアに満ちた、さまざまな角度、方法で世界を変えられるウェブサイトなのです。

ではなぜTEDと呼ぶのでしょうか？実はこれは略字で、これはテクノロジー (Technology)、エンターテイメント (Entertainment) とデザイン (Design) を表しています。TED.comはこれら三つの分野は現代人との関係が最も緊密な分野で、すべての人のにも影響します。TED大会が誕生したのは1984年で、その発起人はRichard Saul Wurmanです。2002年、Chris AndersonがこのTED大会

を引き継ぎました。彼はまず種子基金会 (The Sapling Foundation) を創立し、しかもこの非営利団体がリソースオペレーションTED大会を募集しました。毎年3月、彼らは世界中からたくさんの科学者、デザイナー、文学者、音楽家等各分野のトップ人材を招き、彼らにTED大会においてテクノロジー、社会と文化の思考と探索について表現してもらうのです。簡単に言えば、TEDとはすなわち一つのアイデアのプラットフォームで、理

想家と夢の実践家がアイデアを持つか、また自ら進んでアイデアを分かち合いたい人が、ここで18分のブリーフィングを通して、世の中の人に彼らの心に秘めたアイデアを伝えようとしています。またこれらの素晴らしいアイデアをはるか遠くまで伝えることをも意図しているのです。同時に、TEDも重要な一つのメッセージを伝えたいそうです。「一つの素晴らしいアイデアが人々のこの世界に対する見

画像ソース: <http://www.ted.com>



「ideas worth spreading」はTED.comで最も重要なアイデア。

方を変え、人々が自分たちの行為を反省する。だれであっても、あるTEDで講演され伝えられた観点到賛同するなら、その人もTEDコミュニティの一員なのです (この点は非常にターミネーターのレジスタンスの概念みたいです)。」彼らはある偉大な理想の実現のために共に努力するのです。この他、TED大会は2005年からさらにTED Prizeと名付けられた大賞を設立しました。これは人の心を激励する大賞で、TEDが「One wish can change the world」と考えているゆえに、彼らはこれらの各分野で卓出した表現に、彼らの理想と希望をTEDに教えて欲しいと願っているのです。毎年TED Prizeは3名の受賞者リストを発表します。すべての受賞者は、10万ドルの奨励金を獲得できる他に、さらにすばらしいことに、TED会議上でその願望を公開陳述する機会が与えられ、TEDの組織メンバーは全力を尽

くして彼らの願望を実現してくれるのです。まるでU2のヴォーカル・Bonoがかつてすべての人にアフリカのために行動を採るべきだと呼びかけたようなものです。米国のビル・クリントン大統領はみんなが医療・保健をルアンダに持って行くことを期待しました。名シェフのジェミー・オリバーは、将来全面的に私たちの食べ物に対する認識を改善するチャンスがあることを願いました。上記の人たちはいずれもかつてTED Prizeを獲得したことがあります。また、彼らが望む物事は、TED組織は現在も絶えず努力して実行している最中なのです。毎年TED大会ではさらに数多くの素晴らしい講演が行なわれます。例えばデザインの鬼才・フィリップ・スタルクがなぜデザインをするかについて語り (Why Design)、ビル・ゲイツがどのように慈善事業を進めるか等について話すのです。しかし、これらの講演は、かつて言

語的な隔りがあり、英語がわからない人にはとても理解し難い内容でした。そこで2009年、TEDでも特別に「翻訳計画」を打ち出しました。この計画では英語字幕を提供し、また翻訳ボランティアが各種言語への翻訳を提供するというもので、現在すでに40種を超す言語が翻訳され、さらに80種近い言語がこの翻訳項目に参加します。2010年3月1日までに、すでに4970編の講演が各国の言葉に翻訳されました。つまりすでに4970個の素晴らしいアイデアがすでにインターネット上で伝わり始めたということです。これらのアイデアはまもなくこの世界を変えようとしているのです！



# SPA 17

## ミニファイル

space17gallery.blogspot.com

SPACE17はガマニア人のエキシビジョンスペースだ。ガマニア内部の文化交流を目指してガマニア社内の者に無限の創意と妄想を解放する場を提供している。毎月展示やイベントが行われ、不定期にアーティストやデザイナーなどのクリエイターを招いて交流やトークを行っている。将来はより多くの創意のコンセプトの分かち合いやガマニア内のより面白い人物の発掘を計画している。



## 《HERO:108》アニメーション展 SPACE 17でVIP個室にいるみたい

前回の「It's my HERO」ガマニアアニメーション展に引き続き、SPACE 17ではアニメーションのテーマを継続して、SPACE 17の空間を巧妙に配置してオリエンタルテイストあるミニシアターに変えました。多くのガマニア人はこの個室に入ったら、驚きを隠さないでしょう。「SPACE 17は現在映画館になっちゃったの?!」と。

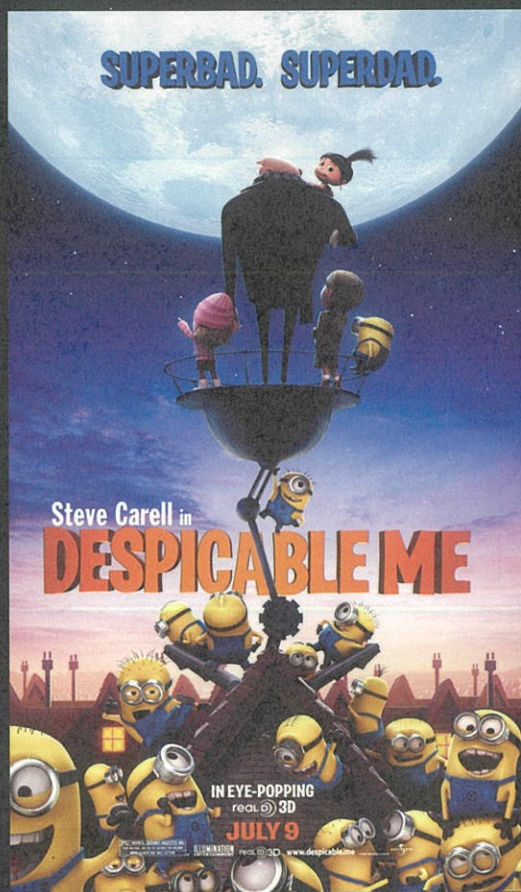
赤い絨帳、広々とした空間、快適なソファ、それに加えて内容の素晴らしく面白い《HERO:108》のアニメーション。なるほどSPACE 17は、映画館のVIP個室のようにアニメーション映画を楽しめる場所だったので。《HERO:108》がすでに欧米のCartoon Networkチャンネルでオンエアされたのを鑑みて、台湾華視チャンネルでも7月3日に正式に初オンエアを開始することになりました。ガマニア人として、自社製大人気のアニメーションをくれくれもお見逃しなく！そこでSPACE 17は特別にクリエイティブセンターと共同で、毎週2回分の《HERO:108》を放映し、ガマニア人にも自社製アニメーションの魅力を感じてもらえるようにします！

アニメーションムービー以外に、展示には主要キャラクターの基本紹介、および108人のキャラクター名鑑もあります。これらのかわいいキャラクターの個性と特徴を理解した後、あなたは《HERO:108》が人をとりこにしまつきにさせるのは、絶対に理由がないわけではないことを知るでしょう！



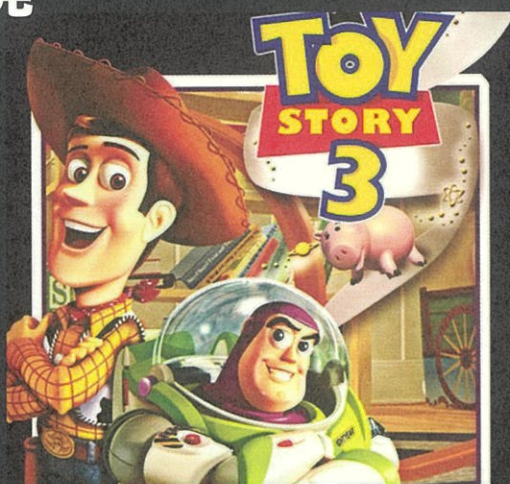
## アニメーション推薦3連発

自社開発のアニメがこんなにも素晴らしいものとは、最近の映画市場で上映されているいくつかのアニメも、どれも面白くてしかたないだろうと想像してしまいます。実写版の映画と比較すると、子供も大人もとりこにするアニメーション映画は、現在のところ比較的人気があるということです！



### 《Despicable Me》

「Despicable Me」は気軽なギャグ3Dアニメーション映画です。主人公のグルーは悪いことは何だってやる大悪者。彼は各種最先端のハイテク製品を持っているだけでなく、彼の月を盗むという計画を邪魔する奴がいれば、そいつを消すというのです。しかしこれ以上ないほどワルの彼は思いもかけず、自分の計画の最大の挑戦にぶつかります。というのは、彼は身寄りのない3人の女の子と出会うのです。このようなストーリー聞いた感じちょっとベタですが、しかしベタであっても笑わせてくれ、あなたはこのストーリーの威力（およびminion軍団のギャグパワーにも）に感心せずにはいられないでしょう。



### 《トイストーリー3》

ピクサーによって製作された大作《トイストーリー3》がやっと公開されます。ストーリーの始まりはおもちゃたちの主人アンディがすでに一人の青年となり、まもなく家を離れ大学生活を送るところです。ウッディとバズおよびその他のおもちゃたちは不安になり、自分たちが主人に捨てられるのを恐れ、一つの冒険を繰り広げた後、おもちゃたちはそれぞれの道に進んでいくというものです。このピクサーの定番シリーズのアニメーションは、今回すべての観客は笑いあり、涙ありで収穫を得て映画館をあとにするのでしょう。



### 《ファンタスティック・ミスター・フォックス》

ノルウェイ国籍のイギリスの児童文学作家Roald Dahlが改編した人形アニメーション《ファンタスティック・ミスター・フォックス》です。ストーリーは主にミスター・フォックス（吹き替え：ジョージ・クルーニー）という天性の怪盗が家庭を守るために這い上がっていく姿を描きます。しかし彼は根っからの「天性（Natural Call）」の寂しさ嫌いで、ついに葛藤の中で、付近の農場を盗み歩くのに挑戦する、人と狐のバトルを始めたのです。細やかでスムーズなストップモーションアニメーションに、活力あふれる音楽を配し、さらに緊迫してスリルあるストーリーが組み合わさって、たくさんのユーモアあふれるシーンにお腹を抱えて笑わずにはいられません。

图片来源：http://www.imdb.com

## 貴方の夢に手を差し伸べます



ガマニアCheer Up財団は、夢に世界を変えるパワーがあると信じています。

我々は、夢に手を差し伸べられるよう、  
多くの人に「力いっぱい夢を見ち、力いっぱい自分を生きる」勇気を与えたいと思っています。

楽観的な態度で、夢の種を蒔き、  
想像したものを実際に行動へ移すことで、違った未来が見えてくるはずです！





© 2010 Gamania Digital Entertainment Co., Ltd. All Rights Reserved.  
Powered by Gamania Brand Center

橘人誌

**G!VOICE**

<http://brand.gamania.com/gvoice>

