

韓国ボードゲーム文化の形成と変遷

The Board Game Culture in South Korea: Its Rise and Development

シン・ジュヒョン¹⁾

Shin Juhyung

(立命館大学大学院先端総合学術研究科)

(Ritsumeikan University/ Graduate School of Core Ethics and Frontier Sciences)

Abstract :

In Japan, board games are mainly considered as a hobby. Unlike Japan, there are in South Korea, two board game cultures. One is board games as a hobby just as in Japan, the other is board games considered as an educational tool. The popularity of board games in South Korea is still growing and these two cultures remain present suggesting a status quo mostly dominated by the educational approach.

The main purpose of this paper is to explore the beginning and development of the board game culture in South Korea. This research briefly analyzes the history of board games in South Korea in relation to the places where such games are played (board game bangs, board game cafes and churches) and discusses the ties to education.

1. はじめに

近年、韓国では「ボードゲームブーム」と呼ばれるほどにボードゲームの人気が高まっており、韓国政府や教育機関、研究者、また国内外の市場から関心を集めている。韓国コンテンツ振興院 (Korea Creative Content Agency: KOCCA²⁾) によれば、世界的にもボードゲームは新しい有望な市場であるが、とりわけ韓国のボードゲーム市場は年20%以上という急速な成長がみられる。韓国では、PC 房は店舗数が減少傾向にあるのに対して³⁾、2000 年代に一度流行の兆しを見せ、2005 年に衰

退したとされるボードゲーム房が復興しつつある⁴⁾。また、初等中等教育の教科である数学・英語・歴史などの教育用ボードゲームも数多く出版されている (KOCCA 2013. pp.157-158)。

デジタル時代への進化と構築主義的教育観は教育・学習に大きな変化を起こした。学習者と講師の関係にはもちろん、環境、教育ツールや求められるニュースにも大きく影響を与えた (プレレンスキー 2009; 藤本 2007; マクゴニガル 2011)。

今までゲームを教育へ活用しようとする先行研究はシリアスゲームの効果に注目したもの (Kim 2014; Kim 2017) またはゲーム開発における方向性を提示する研究がほとんどだった (Im 2011)。韓国では行政や研究者からシリアスゲームの活用可能性について注目されてきたが、教育効能に偏っているため、シリアスゲームに対する韓国政府による政策も、期待も、失敗したと考えられた (Han 2010)。シリアスゲームは、児童には面白く

1) 立命館大学大学院先端総合学術研究科博士後期課程

〒 603-8577 京都市北区等持院北町 56-1

E-mail: gr0206xr@ed.ritsumei.ac.jp

2) 以下、韓国コンテンツ振興院はその略称である KOCCA として記す。

3) 韓国のネットカフェである PC 房 (パン) は、現在減少傾向をみせている (KOCCA 2016. p.58)。

4) ボードゲーム房 (パン) とは、韓国のボードゲームカフェである)。



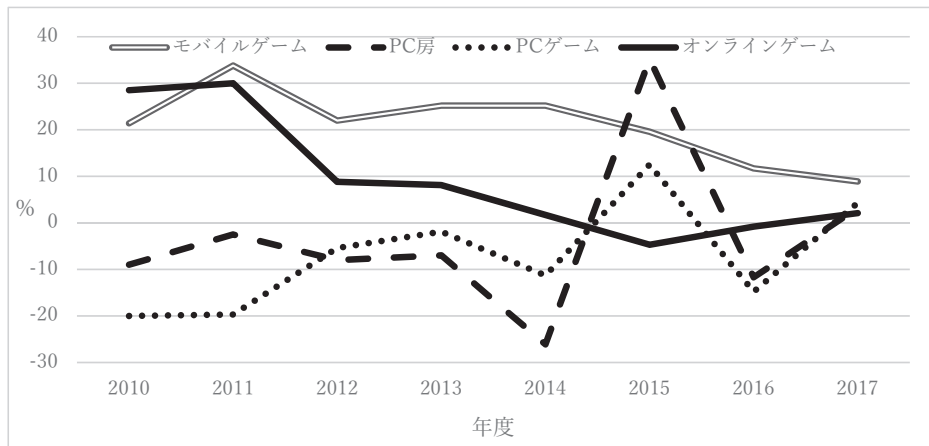


図. 1 韓国ゲーム市場の成長率 (%)

ないものとみなされ、現場の教師や保護者には活用上の技術的負担や、デジタルゲームに対する偏見を緩和することはできなくなったからである。しかし、近年増え続ける教育用ボードゲームの場合、「学習者の興味を誘発し、中毒性がなく」(Jung 2015)、「別途設備がなくても、学習ツールとして活用度が高い」(Yu and Jhun 2014)という理由で、注目を浴びている。

また、報告された成功事例が少なかったデジタルシリアスゲームに比べ、学術的なものだけではなく雑誌や放送など、さまざまなメディアからボードゲームを活用した成功事例や効果が報告されている (Park 2017)。

その結果、小・中学校の科目に限らず、近年その規模が増え続けている「ボードゲームジャム⁵⁾」「シリアスゲームジェム」や「訪ねるボードゲーム教室⁶⁾」など、より広い教育機会にボードゲームが活用されるようになった。

韓国においてボードゲームは、趣味や娯楽と異なる「教育のための新しいツール」として捉えられ、教育分野に幅広く応用されているといえる。このような状況について、KOCCA (2010) は、「韓

国におけるボードゲームは、ゲーム依存症および子どもたちへの悪影響というオンラインゲームの否定的イメージと比べて質の高いもしくは教育性を持つゲームプラットフォームとみなされる⁷⁾」と説明している。

このことから、ゲームといっても、韓国国内ではデジタルゲームとボードゲームのイメージに大きな開きがあると考えられる。

図1は各ゲーム市場の成長率を示したものである。オンラインゲーム市場はここで示される通り、モバイルゲーム市場と比べ、低迷している。2017年に少し回復したが、全般的に縮小傾向にあると判断すべきであろう。また、PC房ならびにボードゲーム産業については実態を計量的に把握することは難しいが、KOCCA (2017) の調査によると2016年には1500億ウォンの市場に拡大し産業としての可能性をみせたと考えられる⁸⁾。

2. 研究の概要

2.1 研究の目的

ボードゲームとはどのようなゲームだろうか。ボードゲームに関していくつかの定義がある。例

5) 決まった短期間に学生や一般人が集まって教育ボードゲームを製作するイベント <http://www.kocca.kr/> (参照 2018-08-30)。

6) 韓国政府とボードゲーム会社「KOREA BOARD GAMES」が共同で2014年から開催したプロジェクトである。各学校を訪ねてボードゲーム教室を開き、ボードゲームの教育的効果を知ってもらうということが目的であった (KOCCA 2016, p.183)。

7) 同書、p. 118

8) 韓国政府のゲーム政策の対象にボードゲームが含まれるようになったのは2009年以降である。その後、KOCCAが主催するゲームイベントにもボードゲーム関連の内容が含まれるようになった。2009年前後は「ゲームの悪影響」が社会的に議論となり、ゲーム規制法の必要性が高まっていた時期であった (KOCCA 2010, p.63)。

例えば、KOCCA はボードゲームを「ボード、チケットやトークン、カード、鉛筆、ダイス、紙などの物理的ツールを使って遊ぶゲーム」として定義している (KGDI⁹⁾ 2006. p.6)。この定義は、ボードゲームが物理的コンポーネント（ダイスまたはカード等）で構成されることに、着目したものである。さらに、韓国ボードゲーム産業で参照されることが多い韓国ボードゲーム産業協会 (Korea Association of the Board Game Industry: KABI) による定義は以下である¹⁰⁾。

2人以上の人が、ボード、カード、一定のルールを持ち、そして勝つために競合するような、物理的素材を使って対面し遊ぶゲーム¹¹⁾

しかし、これらの定義は全てのボードゲームを説明するものだと、言えるのだろうか。近年、ボードゲームは、デジタルプラットフォームに移植されることもあれば、デジタルコンポーネントを使ってプレイするゲームも発売されている。さらに「協調型ボードゲーム」と呼ばれるものも存在する。これは、ゲーム内の目標を達成するために複数のゲームプレイヤーが協力するといったものであり、すなわち競合や対立を所与の前提とすべきでないといえる。場合によっては、「ボードゲーム」という用語は、インターネット上でプレイされる PC ゲームと区別して、オフラインアナログゲームと呼ばれることもあるが、インターネットを通して遊ぶカードゲームなどのオンライン・ボードゲームもある。そのため、現在ではひとつの定義で、ボードゲームを説明することが困難になっている。

以上のように、ボードゲームの定義自体が議論の最中にあるが、従来のボードゲームに関する研

究では、ゲームデザインや、開発に関する研究、実践現場での効果報告などに限定されている (cf. Jang and Lee 2014; Oho 2017; Song 2016)。また、現状のボードゲームのイメージにはボードゲーム房もしくはボードゲームカフェや教会などボードゲーム文化における場の変化の影響力も大きいと考えられるが、その観点からの研究は少ない。そこで、本稿では、日本のそれと異なると想定される、韓国においてボードゲームが、どのように登場し受容され展開したのかその概略を記述する。これらを通じて発展の独自性と、ボードゲームに対するイメージの形成について考察を行うことを、本研究の目的とする。

以下ではまず、ボードゲームの歴史的な展開経緯を3つの時期に分けて記述する¹²⁾。その上で、ゲーム文化における「場所性」という観点から Oldenburg の「サードプレイス」論を用いてボードゲームの発展経緯を考察する。さらに、そこまでの記述を踏まえて総合的考察を展開し、韓国のボードゲームにおいて「娯楽」と「教育」といったイメージの形成と、それに対して「場」が、どのように絡み合っているかに焦点を当て、韓国のボードゲーム文化における特殊性を議論する。

2.2 研究方法と対象

本稿では政府が刊行した資料や、先行研究調査ならびに、ボードゲーム関連の書籍やウェブサイトなどといった資料調査に基づき、ボードゲーム文化の展開経緯を考察する。具体的には、どの要因がどれほどの影響をもたせたかを KOCCA によるゲーム白書などの定期刊行物、ボードゲーム関連書籍、そして KABI や各自のボードゲーム会社のサイト、ボードゲームコミュニティを用い、分析することで検証する。

2.3 韓国のゲーム文化における場所性について

これまでゲームを消費する場所、つまり「場所性」における研究はいくつかの先行研究が存在する。若者のコミュニケーションとゲームセンターという役割についての研究 (加藤 2011) や、遊び

9) KOCCA の前身のなる機関のボードゲームの教育的機能における研究報告書。

10) 以下において、韓国ボードゲーム産業協会はその略称である KABI として記す。KABI は、2006 年、韓国ボードゲーム文化と産業を発展のため、複数のボードゲーム会社により設立された。ボードゲーム博覧会や公募展の開催、ボードゲーム指導者教育などがその主要な活動である。

11) KABI のホームページ . <http://boardgame.or.kr> から引用 (参照 2018-08-30)。

12) ボードゲームの対象とそのゲームを消費する「場所」の変化に基づき韓国最初のボードゲームが登場した 1980 年代から現在まで 3 期に分ける。

場であると同時に関係性が広がる場としてのPC 房の意義についての研究などがある (Huhh 2009; Humanecoop 2017; Kwang et al. 2008)。とりわけ韓国ゲーム文化においては、韓国のインターネットカフェであるPC 房を「サードプレイス」として位置づける議論が展開してきた。

「サードプレイス (The third place)」は、もともと社会学者であるOldenburg (1999) が、彼の著書『The Great Good Place』で提唱したものであり、カフェ¹³⁾、バー、教会、クラブなどを家 (The first place) とし、職場 (The second place) と異なる環境であることを示すため第3の場所を示す¹⁴⁾。この空間は、社会学的また空間的な概念を包括するものであり、心理的に癒されるもしくは社会的欲求を満たすことができる空間を示すとしている¹⁵⁾。

Oldenburg は、「サードプレイス」には以下の特徴があると説明する。第一に誰もが自由に出入りできること、第二に人びとを地位や身分から平等にすること、第三に会話が主な活動であること、第四に利用しやすく便利であることである。さらに遊び心に満ちた雰囲気があること、もう一つのわが家のような居心地のよさを得られること、外見や内装が地味で目立たない存在であること、常連がいることの特性を持つとしている¹⁶⁾。

このOldenburg の議論を援用して韓国では、PC 房や本稿の対象であるボードゲーム場 (「ボードゲーム房」「ボードゲームカフェ」) を論じる研究がある。例えば、Chee (2006) は、家でゲームをすることがない韓国の若者にとってPC 房は居心地のよさを得られることやコミュニケーションを行う場所であることに注目した。そこで、非公式的 (informal) であるが、親密性のある関係を構築する、また社会の様々な制約から離れた「サードプレイス」として捉えられると指摘した。つまり、PC 房は韓国における、典型的な「サードプレイス」であるという言説である。Bae and Kim

(2014) も、PC 房は誰もが自由に出入りし、会話が活発に行われる場所であり、韓国の若者にとっての第三の居場所となっていると論じた。PC 房はこのような若者を中心とする韓国のゲームユーザにとって第三の居場所であるとともに、ゲーム市場ならびに文化の形成に、大きく貢献してきたとされている (cf. Wi 2006; Lee 2014)。

また、いくつかの先行研究では「サードプレイス」としてのPC 房については、若者を日常から分離させるといった批判も展開してきた (Song 2000)。

これに対して、PC 房と近い業態であるボードゲーム場は、ポジティブに捉えられている¹⁷⁾。例えば、Im (2004) は「ボードゲームカフェは老若男女を問わず一緒に付き合い、楽しむことができ、ゲームに負けても不快でない遊び文化として、多くの人々から愛される新しい文化空間を作った」と主張している。

韓国のボードゲームに対する総体的に肯定的な評価は、こうした「場所性」とも関連すると考えられる。ただし、ボードゲーム文化の発展経緯において以上で述べた「ボードゲーム房」「ボードゲームカフェ」はその一部を構成するに過ぎない。本稿では、ボードゲーム文化の発展やイメージの変化と、「サードプレイス」としてみなしうる場を含めた「場所性」がどのような関係にあるかを検討する。

3. 韓国におけるボードゲーム文化の展開経緯

3.1 第1期 家庭用ボードゲームの時代 (1980～1990年代)

韓国におけるボードゲームの歴史は、「ルドラド (Ludorado)¹⁸⁾」として知られるドイツや、最近「ラブレッター (Love Letter)¹⁹⁾」(2012) などで注目される日本と比べても、たいへん短い。

13) カフェがその代表としてあげられることが多く、例えば、スターバックスのCEOであるハワード・シュルツ氏 (1998) は『スターバックス成功物語』でスターバックスを第三の場所とするコンセプトを設定したと述べた。

14) Oldenburg 1999=2013. pp.64-97

15) Liu 2009. pp.170-171

16) Oldenburg, loc. cit. pp.64-97

17) ボードゲーム房とボードゲームカフェとは同じコンセプトではないため、あわせて「ボードゲーム場」を使った。

18) Stöckmann and Jahnke 2008

19) アークライトのカードボードゲーム。個性的デザインやストーリーで注目を受けている。

後述するように、韓国で「ボードゲーム」または「テーブル・ボードゲーム」という名称が使われることになったのは、韓国で最初に大きな商業的成功を収めたとされる「부루마블（ブルー・マーブル）²⁰⁾」（1982）が発売された後になる。ただし、1980年以前にもボードゲームに類似した形態のゲームはいくつか存在している。例えば、韓国版「蛇と梯子（へびとはしご）」の一つである「뱀 주사위（へび・ダイスゲーム）」というゲームもボードゲームの特徴を備えている。このゲームのルールは「蛇と梯子」と同じく、ボードとダイスを使用し、対面的にプレイするゲームである。



図. 2 「뱀 주사위（へび・ダイスゲーム）」と「부루마블（ブルー・マーブル）」
（出典：Jollymania²¹⁾）

「뱀 주사위（へび・ダイスゲーム）」は多様なテーマを扱っており、エンターテインメントとしてだけではなく、若い世代に共通の社会ルールや考え方を学ばせ、誠実な個人に育成する目的も含まれていたとされている²²⁾。例えば、70年代の「セマウル運動」、「韓国と北朝鮮の関係」や「反共産主義」など主要な社会的課題を扱っている。ただし、これらのゲームは当時、ボードゲームではなく、玩具の一種とみなされていた。

第1期にあたる80年代から90年代にかけては、韓国で最初のボードゲームブームが到来した時期

であった²³⁾。当時、ボードゲームは主に「子供向けのエンターテインメント」として認識されていた。その中でもとりわけ人気のボードゲームである「ブルー・マーブル」は元々、「ファミリーボードゲーム」、すなわち家族向けのゲームとして発売され、特に小学生のあいだで非常に人気を得た。「ブルー・マーブル」の成功は、この新規市場へ参入しようとする「サダリ」や「ドングリ」（後に「アイコム」に名称変更）等のボードゲーム企業が出現する契機となった。1990年代半ば、これらの会社から発売されたボードゲームは子供向けであったため、小学校近辺の玩具店もしくは文房具店で販売されていた²⁴⁾。

また、これらはゲームのルールが単純でプレイ時間が短いという共通点を持っていた。2004年までは韓国政府による日本の文化コンテンツの輸入規制（大衆文化規制）があったため²⁵⁾、マンガやゲーム、ドラマなどの日本産コンテンツが公式ルートで韓国に流通することはなかった。しかし、当時人気を集めた「ジョリーシリーズ²⁶⁾」のゲームの多数は、いわゆる海賊版ボードゲームであった。多くは日本のボードゲームを原作とするものであり、日本語に基づいて翻訳され、韓国国内で販売された。その中にはタイトルだけではなく、ルールなども当時韓国の背景に合わせて変更されたゲームが存在する。例えば、「ジョリーシリーズ」として知られたボードゲームとしては「마계도시（魔界都市：ジョリーシリーズ18番）²⁷⁾」や「악마의

23) <http://m.mk.co.kr/news/headline/2017/861325>（参照2018-08-30）。

24) 特別記事ゲーマーズ・「思い出のおもちゃ1000 ウォンボードゲーム」2010から引用。

25) 韓国では1965年に日本と国交が正常化された後も、自国文化の保護のためという名目で、日本のマンガや映画、音楽など、大衆文化を輸入先多変化品目制度で規制していた。1999年から2004年までの4回に分けて規制緩和が行われ、ゲームは3回目の規制緩和で開放された。

26) 当時放送していた番組やアニメなど流行するコンテンツを題材にしたため、オリジナルの著作は少なかった。特に「パーティージョイ」シリーズの多くが「ジョリーシリーズ」として翻訳され、ベストセラーとなった。

27) 人間が知恵と勇気と科学文明の力で悪霊を退けるストーリーのゲームである。

20) 「Si-Yat-Sa」のゲーム。当時大変な人気を博し、とりわけ小学生たちの間では、「このゲームを知らない小学生はいない」と言われるほどだった（KOCCA 2011. p.137）。

21) 出典：<http://cafe.daum.net/jollymania>（参照2018-08-30）。

22) <http://it.donga.com/20329/>（参照2018-08-30）。

계곡 (悪魔の谷: ジョリーシリーズ 01 番)²⁸⁾」などがある。「ジョリーシリーズ」は文房具屋で販売されたため、「文房具ゲーム」²⁹⁾とも呼ばれた。そのため、これらは、子供たちのお小遣いで購入可能な値段に設定されていた。

これらのボードゲームは、韓国がベルヌ条約に加盟し「著作権法」が施行される 1996 年まで、活発に出版された³⁰⁾。



図. 3 「ジョリーシリーズの「마계도시 (魔界都市)」と「악마의 계곡 (悪魔の谷)」
(出典: Jollymania³¹⁾)

3.2 第2期「ボードゲーム場」の登場と衰退 (2000 年代)

韓国ボードゲームの第2期 (2000～2010) における韓国のボードゲーム文化は、韓国のインターネットカフェ「PC 房」を中心とする「房 (Bang)」文化の影響が大きいと考えられる³²⁾。文房具ゲームのように、家庭でプレイされることが多かったボードゲームが、この時期には「家庭や職場以外の場所」でプレイされるものに変容していく。「房」文化の先駆けである「PC 房」は、MMORPG (オンライン型ロールプレイングゲーム) の人気とともに登場し拡大した。

前述したように、韓国ではこの時期に様々なタイプの「房」が出現し、そのひとつとして「ボー

ドゲーム房」が登場し、拡散していった。当時の「房」文化については「遊び文化が限られた若い世代に PC 房、ノレバン (カラオケ)、ビデオバン、ボードゲーム房は人気を集め、大学近辺を中心に急速に増加した」という (KOCCA 2009. p.101)。これらの房は、人々が集まってコミュニケーションが生じる、若しくはお互いの関心を共有できる「場所」を構成するようになった。

最初のボードゲーム房である「ペーパーストーリー」は、2002 年にオープンした³³⁾。「ペーパーストーリー」が開店した地域はソウル大学近辺の地域であり、その後も多くのボードゲーム房はシンチョン (Sinchon) やホンデ (Hongdae) など大学が多い地域に開店するようになる。さらに、これらの地区は、ボードゲーム房に代表されるように「入って、直接会話しながら遊べる」娯楽の場になっていく³⁴⁾。つまり、ボードゲーム房は、単に遊技場というのみならず、ボードゲームの情報が限られていた当時から、海外の新しいボードゲームを紹介するなど情報発信地としても認識されており、ボードゲームコミュニティの形成に大きく寄与したといえるだろう。事実、2000 年から 2010 年にかけては、日本のボードゲームのみならず、ドイツやアメリカなどの西洋諸国のボードゲームが韓国国内市場に広く普及するようになった時期でもある。この時期に「Catan」シリーズなど、海外のボードゲームが紹介された。言い換えればボードゲーム房は、新しいボードゲームを紹介し、文化を主導する役割を担っていたということである。

ボードゲーム房を中心に発展してきたボードゲーム文化は、ボードゲームジャンルの人気にも影響を及ぼしている。戦略ゲームより「ハリガリ」「ゼンガ」などのパティールボードゲームがボードゲーム房を中心に広がり、現在でも韓国で人気のあるゲームとして知られている。ボードゲーム房という場所では、翻訳なしですぐ理解できるゲームが好まれる点が、その主たる原因であると考えられる。

このようなボードゲーム房の普及を通じて、

28) 「パーティージョイ 34 呪われた洞窟死神伝説ゲーム」が原作である。

29) 文房具屋はボードゲームを販売することだけではなく、子供たちが集まり、ボードゲームを遊ぶ場としての役割を担っていた。

30) http://www.mcst.go.kr/web/s_policy/copyright/ (参照 2018-08-30)。

31) 「ジョリーシリーズ」やレトロボードゲーム関連のオンラインコミュニティである。出典: <http://cafe.daum.net/jollymania> (参照 2018-08-30)。

32) 房は韓国語で「部屋」もしくは「場所」を意味する。

33) <https://news.join.com/article/351983> (参照 2018-08-30)。

34) ボードゲーム房文化紹介記事

<http://www.ohmynews.com/> (参照 2018-08-30)。

ボードゲームが主として「趣味」とみなされていた2000～2004年（KOCCA 2016）の期間に多くのボードゲーム会社が設立された。しかし、2003年までは、増え続けていたボードゲーム房の数は減少傾向に転じる（KOCCA 2012. p.212）。つまり、ボードゲーム房はその流行でボードゲームの量的拡散や一般化に寄与し、一時期市場は成長傾向を見せたが、それは長く続かなかったということである。なぜならば、ボードゲーム房のスペースなどの制約上、多様なボードゲームがおかれていなかった。さらに、韓国ではMMORPGゲームの黄金時期であった（Yoon et al. 2012）。そのため、娯楽の選択肢が多く、安い金額でネットや食事もできるPC房やカラオケと比べ、競争力が弱かったことが要因だと考えられる。

3.3 第3期「子供の娯楽から教育へ」（2010年代）

2010年代に入り、韓国では「80年代半ばのノスタルジア」が注目されるようになった（Back 2014）。

特に2012年以降は1980年代を舞台とする、ドラマ、映画や音楽など、さまざまな過去を懐かしむコンテンツが人気を集めた。このブームがボードゲームの需要に強く影響する。2016年から、それまで減少傾向を続け、ほとんど市場から撤退したとされていたボードゲーム場が改めて開店し始めるようになる。また同時期からボードゲーム専門誌として月刊誌「보드 게임（ボードゲーム）」も出版されるようになった³⁵⁾。

前節で記述したとおり、ボードゲーム場は「ボードゲーム房」として2000年代に普及していたが、2010年代中旬以降は、「カフェ」すなわち「ボードゲームカフェ」に業態が変化した。開店する場所も、以前のように大学付近だけでなく、カンナム（Kangnam）やシンサ（Shinsa）のビジネス地区やプサン（Busan）などの地方の都市まで多く開店した。ボードゲームカフェは、ボードゲーム房のように、ボードゲームの専門的なサービスを提供する店舗というよりも、カジュアルな場に変容した。そうすることで、ボードゲームマニアなどのコアユーザのみならず、一般的な学生や社会人などが、友達と一緒に遊びに行くことができる

場所として機能するようになった。

また、同時期からボードゲームカフェ以外のボードゲームがプレイされる場所として、教会が挙げられる。教会では「青年期に望ましい遊び文化を発展させるため」にボードゲームを使用しているという³⁶⁾。2018年、キリスト教教育研究所が復活祭中、中高生を対象にボードゲーム（キリスト教教育研究所 2018）を用いて特別プログラムを実施したのが代表的な例である³⁷⁾。

このように教会はボードゲームの教育性や学習のツールとしての側面に着目している。以前には、ボードゲーム市場が小さかったため、出版社はほとんど存在しなかったが、徐々に市場が拡大した。そのような傾向も踏まえ、小規模のボードゲーム企業は継続的に増加しつつある³⁸⁾。

さらに、教育を目的として、テーマの多様化も観察される（KOCCA 2016）。「コラボレートボードゲーム」と呼ばれるバリュー教育コンサルティングの「낮선이의 투자（見知らぬ人からの投資）」（2016）は、プレイヤー同士の協力がゲームの最も重要な要素となっている。「돼지김밥（豚さんの海苔巻き）」（2016）は、Story makerが開発した食習慣を学べるゲームである。論理的思考、空間能力を学ぶJoenのボードゲーム「Hexus³⁹⁾」（2008）はよく数学の授業で使用された⁴⁰⁾。

また近年、その急速な普及を受けて、ゲームインストラクター養成の短期コースが注目を集めており⁴¹⁾、業界団体であるKABIもそのようなコース

36) <http://m.kidok.com/news/articleView.html?idxno=75969>（参照 2018-08-30）。

37) キリスト教教育研究所は、ボードゲームを活用したプログラムを実施した。「Fake Artist Goes to New York！」を始め、日本のボードゲームが多く用いられた。<http://www.cserc.or.kr>（参照 2018-08-30）。

38) KOCCAの調査によると、「韓国のボードゲームの市場を正確に計算することは難しいが、例えば「Gemblo」「KOREA BOARD GAMES」「HAPPYBAOBAP」などボードゲーム会社の多くの売り上げが25%以上成長すると見込まれる」と報告している（KOCCA 2017. p.138）。

39) 2009年に文化体育観光部主管の「ボードゲーム創作コンテ」優秀賞を受賞した。

40) 韓国文化体育観光部のホームページ <http://www.mcst.go.kr>（参照 2018-08-30）。

41) 韓国青少年文化創意体験協会のホームページ

35) 2016年から刊行が始まっている。



図. 4 Think Smart のインストラクター養成コースの様子 (2018-06-30 ソウル撮影)

を開講している。KABI では、ボードゲームの指導を行い、教育現場でボードゲームを活用できる講師を育成することを目的としている。これらのボードゲームインストラクターコースとボードゲームと教育の関係は、韓国のボードゲームが教育利用に重点を置いていることの証左であるとも言える。

2010 年代は多くのボードゲームイベントが始まった時期でもある。KABI は、「BOARDGAME CON」、「BOARD GAME FESTIVAL」を通して、デジタルゲームの否定的なイメージを提示し、逆説的にボードゲームの効果を強調してきた⁴²⁾。

2014 年以降、教育における韓国のボードゲームの必要性が高まった結果、KOCCA によると、最近公表された韓国のボードゲームは、「教育的」および/または「シリアスボードゲーム」とラベル付けされるようになった (KOCCA 2016)。このように最近のボードゲームのブームは政府に主導され、学習のためのボードゲームの可能性が集中的に議論されるようになったと考えられる。

上述したように韓国のボードゲーム文化は、積極的な「教育」イメージに基づいて教育市場と密接に関連していることが考えられる。その傾向はとりわけ 2012 年以降に強くなる。

4. 分析と考察

4.1 サードプレイス論の観点からのボードゲームの場所性に関する分析

以上で述べた内容を踏まえて、ボードゲームの展開において「場所性」がどのような意味を持つのかを考察したい。

前述したように、ボードゲームにおいては、空間、言い換えれば物理的コンポーネントを置く場所が、プレイの前提となる。ボードゲームが盛んな地域では、ボードゲームは「家庭内で、親と子供が一緒に遊べるゲーム」、すなわちファミリー向け (family oriented) ゲームというイメージが強いと言えるだろう。反面、韓国ではボードゲームは家で遊べるゲームより、ボードゲーム房などといった施設、すなわち家の外で遊べるゲームとしてのイメージが優先する⁴³⁾。近年、カフェの雰囲気強調するボードゲーム房が徐々に増えつつあり、家の外で遊ぶボードゲームという認識はより強まっていると考えられる (KOCCA 2017)。

また、ボードゲームの「場所」としては韓国ボードゲームにおいて「房」とは異なる、もう一つのサードプレイスとして教会にも注目する必要がある。ゲーム依存関連法の実用に関する議論は盛り上がった際に積極的に賛成したのは教育やキリスト教団体であったにもかかわらず、教会でのボードゲームの利用は広がっているという⁴⁴⁾。その傾向に言及した記事には、下記の記述がある。

教会で楽しく学べるゲームはないだろうか？
聖書研究に活用できるゲームがないのか？
[...] ボードゲームを通して神様の御言葉や価値観、性格教育まで並行することができる⁴⁵⁾。

43) 韓国文化体育観光部によると、特にドイツなどボードゲームが盛んでいる国では家族中心のボードゲーム文化が形成されていると述べている <http://www.mcst.go.kr> (参照 2018-08-30)。

44) THIS IS GAME のホームページ <http://m.thisisgame.com/webzine/news/nboard/216/?n=51655> (参照 2018-08-30)。

45) KidokSinmun. 2012-07-02. <http://www.kidok.com/news> から引用 (参照 2018-08-30)。

<https://www.kacea.co.kr/> (参照 2018-08-30)。

42) KABI のホームページ

<http://boardgame.or.kr> (参照 2018-08-30)。

教会は交流のサードプレイスを目指すこと以外にも「教育」という目的が背景にあることも考えられる。

以上のように、韓国でのボードゲームは、PC オンラインゲームやモバイルゲームのようなデジタルゲームとは異なる、物理的コンポーネントを配置する空間、言い換えればゲームをプレイするための場所との繋がりが重要であるといえる。

4.2 ゲームに対するイメージの変遷

すでに述べたように韓国のボードゲーム文化は、歴史的に場所と「娯楽」・「教育」と結びつけられて発展してきたといえる。

韓国内におけるボードゲーム普及第1期（1980～1990年代）の特徴を簡単にまとめると、この時期にボードゲームは、アーケードゲームや家庭用ゲームなどに代表されるビデオゲームとは明確に区別されており、「玩具」としてのイメージが固定していった。初期の「ブルー・マープル」は家庭用として受容された。また、小学生を対象に販売された「ジョリーシリーズ」に代表される文房具ボードゲームは、家族用ゲームというイメージも想定されていたとは考えられるが、実際には流通形態に影響され、主に子供向けのゲームとして受容された。

第2期（2000年代）において重要な役割を担ったのは、ボードゲーム房である。つまり、韓国のボードゲーム文化において「サードプレイス」の重要性が高まった時期であるとも言える。そのようなプレイ環境の変化に基づき、ボードゲームを遊ぶ年齢の幅が広がっていった。それはボードゲーム房が展開した地域が、大学が集積する地域であったことに起因する。

以降、第3期（2010年代）に入り、ボードゲーム房からカジュアルでより居心地がよく、マニア層以外にも利用しやすいボードゲームカフェに変容する。ただし、この時期のボードゲームカフェは、社会から離れた印象を与えたPC房やボードゲーム房とは異なる性質を有していた。つまり、以前のようなゲーム文化を主導する発信者としての役割はなくなったがこの新しいボードゲームカフェは家庭で職場でもない、社会内に存在する「サードプレイス」になった。

最後に第3期では韓国のボードゲームの文化が

「趣味」から、教育的用途への変容が観察された⁴⁶⁾。

2000年代後半以来、ボードゲーム房の低迷以来、ボードゲームの人気は縮小傾向にあったが、前述の通りごく近年に至り、それが回復する傾向が見られる。韓国社会のボードゲームの教育的潜在性の誘引と結びつくことで、ボードゲームの教育ツールとしての側面に注目が集まり議論が促されるようになったと考えられる。

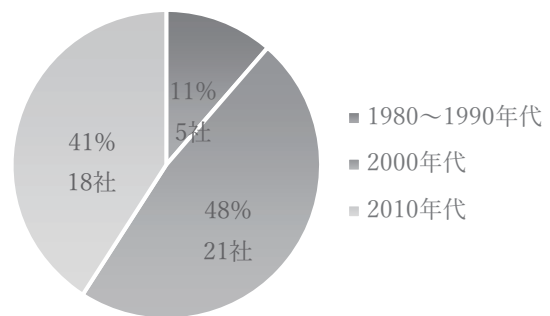


図. 5 ボードゲーム会社の設立年度（サンプル数 44 件）⁴⁷⁾

このことは韓国のゲーム文化の特色であるだろう。韓国では、デジタルゲームのイメージが否定的になった反作用として、ボードゲームのイメージが肯定的に変化したという側面がある。2012年から2013年に、子供の知的および社会性の発達におけるボードゲームの有効性に関する研究が複数展開された（Kim 2016; Kim and Son 2016; Lee 2014）。これら研究の多くにおいて、ボードゲームは直接的でリアルタイムの社会的相互作用を提供することから、様々な分野で遊びと教育を組み合わせることの可能性に注目していた。その変化はボードゲーム市場にも影響を与えている。

図5は1980年代から2017年までに設立したボードゲーム企業の設立年を示している。表1では、韓国のボードゲーム企業と、それぞれの事業を示した。

図5をみると、第2期と第3期、すなわち2000年代以降にボードゲーム会社が増加していること

46) これらの傾向にそって、韓国のボードゲーム市場も娯楽用と教育用に区分されるようになったと指摘されている（KOCCA 2017, p.137）。

47) KOCCAの白書 2009- 2017、KABIに登録されている会社を参考に作成。

表 1: ボードゲーム企業の事業内容（設立年度順）⁴⁸⁾

会社名	主なる事業内容	設立年度
Gemblo *	制作・流通	2003
Educakorea	ボードゲーム・教育用ツール流通	2003
HappyBaobop *	制作・流通	2004
Korea Board Games *	制作・流通・教育関連事業・ボードゲームイベント開催	2004
Jeon *	制作・流通	2005
Nabia World Co., Ltd.	ボードゲーム・おもちゃ流通	2005
Think Smart *	制作・流通	2009
FI Entertainment co., Ltd.	制作・流通	2011
Brainteasers *	流通・教育プログラム	2012
Ystory	教育ツール・制作	2012
UBO Fun & Learn	制作・流通	2013
story-maker	制作	2014
Mandoo games	ボードゲーム制作（教育用ボードゲーム含む）・流通	2015
Gameology	流通	2016
Illustnet.	制作・流通	2016
Dazzleedu	制作・流通	2016
VISIONWORKS	制作	2016
MAGICBEANGAME *	制作・流通	2016
VALUE EDUCATION	制作	2016

が分かる。また、近年設立されたボードゲーム企業の多くは、自作のボードゲームを製作・販売する傾向が強い。さらに、積極的に教育用ボードゲームを展開していることが明らかになった。つまり韓国国内は、教育的側面から離れてボードゲームを考えることは難しいといった環境にある。表 1 のボードゲーム企業の多くは、有名な西欧の教育用ボードゲームのローカル化にも試みている。

初期からボードゲーム房までの時期は、「教養」的であり、2010 年代以降は教育に転換したのである。これらの認識が変化し始めたのは、多くの期待を集めた、競争力のある産業として見られ、韓国のゲームマーケットを変えたオンラインゲームと関連する様々な問題が現れたからである。2000 年代後半以降のオンラインゲームと関わる事件や

ゲーム依存、ゲームへの恐怖がデジタルゲームの否定的イメージを強化したことも関係している。

ボードゲーム房と教会が「サードプレイス」としての肯定的に捉える事ができる点も言及する必要があるだろう。特に、教会にとっては、ボードゲームの活用を通して、若者に親密な空間にしようとする意図があることが、垣間見える。また一方で、ボードゲームは教会で多く活用されることで良いゲーム、すなわち肯定的なイメージを有するゲームとして普及に貢献したともいえるだろう。これと類する事例は、韓国の PC の普及においても観察されている。韓国では教育用 PC が登場した影響で、すぐに PC ゲームの時代に移行する。そのような経緯もあったため、PC は教育のイメージとセットで認識され、メディアにおいても多く取り上げられた（韓国言論学会 2011. p.337）。事実、これらの PC は、教育目的という建前のもと普及したが、ゲームを主目的として使用されることも多かった。

そのような背景もあり、今まで、韓国ではボードゲームのイメージを肯定的なものにするため、シリアスゲーム運動が展開された。シリアスゲームや教育用ゲームの開発を支援し、そのひとつとしてボードゲームを教育的ツールとして活用しよ

48) 本表は、2017 年時点におけるボードゲーム企業の事業内容を示したものである。図 5 のサンプルから廃業や業種変更により市場から撤退した企業を除き作成した。別の説明がない「制作」は教育用ボードゲームの製作を意味する。アスタリスクが付される企業はインストラクターコースを有する企業である。

うという動きが始まった⁴⁹⁾。この時期からボードゲームは、デジタルゲーム切り口として受容されるようになって考えられる。そのような中で、韓国政府は、ボードゲームが韓国のゲーム産業を活性化させ、それ自身の市場の成長性に期待しているとしている（KOCCA 2016. p.191）。実際、政府はホームページや出版物を通じて「ボードゲームの教育効果」を強調している⁵⁰⁾。これを受けて、様々なメディアで積極的にボードゲームが取り上げられるようになったほか、見本市や大会や祭典などの、ボードゲームをテーマとする多様なイベントが、KOCCA と KABI によって開催されている。韓国政府やボードゲーム産業が積極的に取り組んでいる理由は、デジタルゲームに対する否定的イメージを回避し、ボードゲームの教育性という側面からゲームに対する認識を改善しようとする政府の動きであると考えられる。

以上のように、韓国ボードゲーム文化は、子供の遊びとして始まったボードゲームが大学生や大人などが「家庭や職場の以外の場所」で楽しめるようになっていき、また、教育ツールとして見直されるというプロセスを経てきた。すなわち、韓

国において、ボードゲームを巡るイメージはその隆盛とともに変遷してきたということである。さらに、各時期のイメージの形成において、主要なゲームのプレイ環境、すなわち場所が大きく影響していることも明らかになった。また、ボードゲームのイメージが「趣味」や「教養」といったものから、「教育」に変化することで、教会や政府などの公共性の高い主体が関与を強めているという傾向があると整理することができる。

5. おわりに

本稿は、韓国のボードゲーム文化独自の特徴を明らかにすることを目的とするものである。

上述してきた通り、韓国のボードゲームは、デジタルゲームを含む、ゲーム全般を巡る展開経緯や環境に強く影響を受け、独自性の高い市場・文化を形成してきた。ボードゲームを教育に応用することの背景には、振興すべき産業でありながら「シンデレラ法⁵¹⁾」やゲーム関連法で規制をしなければならなかった韓国社会のデジタルゲームに対する矛盾した状況がある。つまり、韓国政府の努力を受けてボードゲーム文化は発展しているが、既存のデジタルゲームに対する否定的認識を固定化する結果にもつながっているとも考えられる。すなわち、結果として韓国ゲーム文化全般における良いゲームか悪いゲームかという二分法的思考の生成に寄与したとも言えるのではないかと⁵²⁾。

しかし、韓国のボードゲーム文化の独自性について考察するにあたって、韓国のボードゲーム文化の特徴を各国と比較する分析は行っていない。さらに言えば、歴史的展望を探る文献の多くが韓国

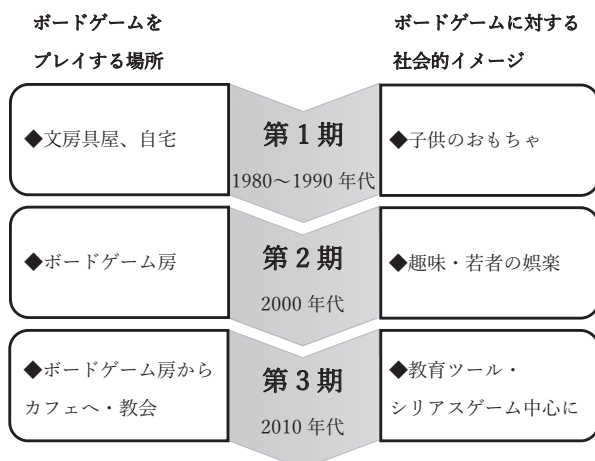


図. 6 韓国ボードゲーム文化の変遷

49) 2009年以降から、ボードゲームをシリアスゲームとして用い、産業や政策だけではなく、一般的にもボードゲームが教育的であると認識されてきた。とくに、このことを示している一つの例としてボードゲームを教育的シリアスゲームとして取り上げている KOCCA の「大韓民国ゲーム白書 2015 年」があげられる。

50) KOCCA のホームページ <http://www.kocca.kr/>（参照 2018-08-30）。

51) 「シンデレラ法」は、青少年保護法の一部の通称であり、深夜 12 時になると自動的に未成年のオンラインゲーム接続がシャットダウンされることから、名付けられた。

52) 今まで、KOCCA が開催したシリアスゲーム関連イベントには良いイメージを与えるため、「Good Game Show」や「Cha-kan（良い）ゲーム」などをとりあげてきたが、むしろ、良いゲームと悪いゲームという対立のきっかけになったと考えられる。ゲーム研究では、このような韓国社会にある二つの認識こそゲームを文化ではなく、規制の対象として考える原因となったと指摘する（Lee 2014）。

のゲーム産業ならびに文化の形成や韓国政府のゲーム政策において、大きな影響を与えているといわれている (Kim 2016) KOCCA もしくは KABI が刊行する政府刊行物や業界団体による資料であり、政府刊行物に拠るところは大きい。マクロな把握は不十分であったかもしれない。今後は、以上の課題を踏まえてボードゲーム文化の国際的な比較をしていきたい。

2018 年、KOCCA、韓国文化体育観光部と KABI は共同で「誰でも楽しめる」ボードゲーム歴史上、最大規模の「ボードゲームコン 2018」を開催し、2018 年に疎通と共感のゲーム文化拡散のため努力するという抱負を明らかにした⁵³⁾。デジタルゲームに対する教育ゲームとしての代案ではなく、韓国ゲーム文化の一つとして、共に共存できるゲーム文化が形成できることを期待したい。

参考文献

- (1) 加藤裕康. ゲームセンター文化論: メディア社会のコミュニケーション. 新泉社, 2011.
- (2) デジタルゲームの教科書制作委員会. デジタルゲームの教科書 知っておくべきゲーム業界最新トレンド. ソフトバンククリエイティブ, 2010.
- (3) マクゴニガル・ジェイン. 幸せな未来は「ゲーム」が創る. 藤本徹, 藤井清美, 妹尾堅一郎訳. 早川書房, 2011.
- (4) タツミムック. 日本懐かしボードゲーム大全. 辰巳出版, 2016.
- (5) レイ, オルデンバーク. サードプレイス: コミュニティの核になる「とびきり居心地よい場所」. 忠平美幸訳. みすず書房, 2013.
- (6) 日野貴博. 子どもの学習支援とサードプレイス (特集 教育と福祉をつなぐ). 教育. 2014, vol.825, pp.100-105.
- (7) 藤本徹. シリアスゲーム—教育・社会に役立つデジタルゲーム. 東京電機大学出版局, 2007.
- (8) プレンスキー・マーク. デジタルゲーム学習—シリアスゲーム導入・実践ガイド. 藤本 徹訳. 東京電機大学出版局, 2009.
- (9) 魏 晶玄. 韓国のオンラインゲームビジネス研究—無限の可能性を持つサイバービジネス成功の条件. 東洋経済新報社, 2006.
- (10) Bae, Jang-Eun, Kim, Seung-In. A Development Plan of Serious Game Based on Virtual Reality Through the Trend Analysis on Internal/External Game Industry. 2014, vol. 14, no. 3, pp. 737-748.
- (11) Baek, So-Youn. The Memory of the Survived, the Aspects and Limitations of Recreating 1990s - Focused on the Reply 1994. Journal of popular narrative. 2014, vol. vol.20, no.3, pp. 41-68.
- (12) Chee, Florence. The Games We Play Online and Offline: Making Wang-tta in Korea. Popular Communication. 2006, vol. 4, no. 3, pp. 225-239.
- (13) Han, Hye-Won. A Study on Conceptual Definition and Type of Serious Games. Humanity Contents. 2010, vol. 19, pp. 219-236.
- (14) Huhh, Jun Sok. Culture and business of PC bangs in Korea. Games and Culture. 2008, vol. 3, no. 1, pp. 26-37. DOI:10.1177/1555412007309525 (accessed 2018-08-30).
- (15) Im, Yeong-Mo. Mobile review. KOREA Data Agency Digital Contents. 2004, vol. 12, pp. 86- 89.
- (16) Jang, Jin-kyung, Lee, Seong-won. Comparing the effectiveness of story-telling techniques and board games for elementary school students' vocabulary learning. Journal of the Korea education society. 2014, vol. 13, no. 3, pp. 175-193.
- (17) Jung, Ha-Na. A Board Game to learn Saving Energy. The Korean Elementary Science Education Society. 2015, vol. 68, p. 208.
- (18) Kim, Bo-La, Son, Hyun-Dong. The Effect of Board Game play Large Group Activities in Children's Sociability. The Journal of Education Innovation Research. 2016, vol. 26, no. 3, pp. 195-217.
- (19) Kim, Jeong-Hun. Development of Educational Board Game for the Ethical Consumption. Consumer policy and education review. 2016, vol. 2, no. 3, pp. 127-141.
- (20) KOCCA. 大韓民国ゲーム白書 2009. Seoul, 2009.
- (21) KOCCA. 大韓民国ゲーム白書 2010. Seoul, 2010.
- (22) KOCCA. 大韓民国ゲーム白書 2011. Seoul, 2011.
- (23) KOCCA. 大韓民国ゲーム白書 2012. Seoul, 2012.
- (24) KOCCA. 大韓民国ゲーム白書 2013. Seoul, 2013.
- (25) KOCCA. 大韓民国ゲーム白書 2016. Seoul, 2016.
- (26) KOCCA. 大韓民国ゲーム白書 2017. Seoul, 2017.
- (27) Lee, Jeong Min. The Development and Use of a Board Game for Learning the Periodic Table. The Korean Society for School Science. 2014, vol. 8, no. 1, pp. 95-104.
- (28) Liu, Fengshu. It is not merely about life on the screen: Urban Chinese youth and the Internet café. Journal of Youth Studies. 2009, vol. 12, no. 2, pp. 167-184. DOI: 10.1080/13676260802590386 (accessed 2018-08-30).
- (29) Park, Jung-Ho. The Development and Application of Storytelling based Software Education Board Game. Journal of Digital Contents Society. 2017, vol. 18, no. 6,

53) <http://www.kocca.kr/> (参照 2018-08-30)。

- pp. 1057–1065.
- (30) Song, Do-Yong. The Making of the Urban Everyday Life Culture in Korea: an Analysis using the Concept of Speed in "Bang (room) - culture " Industry. *Korean Cultural Anthropology*. 2000, vol. 33, no.2, pp. 49-78.
 - (31) Stöckmann, Britta, Jahnke, Jens. Germany—a Ludorado: An Introduction to the German Board Game Market and the Possibilities It Offers. *Homo communicativus*. 2008, vol. 2, no. 4, pp. 93–101.
 - (32) Yu, Yeon-Jeong, Jhun, Young-Seok. Board Games for Energy Education. *The Korean Elementary Science Education Society*. 2014, vol. 14, no. 3, pp. 737–748.
 - (33) 강지웅 외. 게임과 문화연구. 커뮤니케이션북스, 2008.
 - (34) 김나영. 기능성 게임을 활용한 코딩교육의 효과 및 학습 성취도향상을 위한 연구. *한국게임학회 논문지*. 2017, vol. 17, no. 4, pp. 161–168.
 - (35) 김영수. 게임의 긍정적 역할과 인식변화를 위한 기능성 게임의 개발에 관한 연구. *한국게임학회*. 2014, vol. 14, no. 14, pp. 39–48.
 - (36) 김수연. 게임산업 규제정책의 전환 필요성 및 개선방향. *KERI Brief*. 2016, vol. 16, no. 3, pp. 1–16.
 - (37) 게이머즈. 추억의 장난감 “1000 원짜리 보드게임”. 2010.
 - (38) 송문정. “다중지능” 이론 접목한 보드게임마당. *교육교회*. 2016, vol. 451, pp. 67–70.
 - (39) 이동연. 게임 이펙트 - 행복한 뇌를 만드는 게임의 문화심리학. 이매진, 2014.
 - (40) 인문학협동조합. 81 년생 마리오. 요다, 2017.
 - (41) 임충재. 기능성게임의 현황, 개발 사례와 전망.

- 한국멀티미디어학회지. 2011, vol. 15, no. 2, pp. 1–9.
- (42) 오준원. 미디어 중독 예방을 위한보드게임의활용. *한국정신보건사회복지학회학술발표논문집*. 2017, vol. 2017, no. 11, pp. 81–96.
- (43) 윤형섭 외. 한국 게임의 역사. 선학사, 2012.
- (44) 한국언론학회. 한국사회의 디지털. 커뮤니케이션북스, 2011.
- (45) 한국게임개발연구원. 보드게임 현황 및 교육적 기능에 관한 연구: 사회성 발달을 중심으로. 서울, 2006.

参考 URL

- キリスト教教育研究所ホームページ.
<http://www.ceri.co.kr> (accessed 2018-08-30).
- 韓国青少年文化創意体験協会ホームページ.
<http://www.kacea.co.kr> (accessed 2018-08-30).
- 韓国文化体育観光部のホームページ.
<http://www.mcst.go.kr> (accessed 2018-08-30).
- KABI ホームページ.
<http://www.boardgame.or.kr> (accessed 2018-08-30).
- Kidok 新聞ホームページ.
<http://www.kidok.com> (accessed 2018-08-30).
- KOCCA ホームページ.
<http://www.kocca.kr> (accessed 2018-08-30).
- Jollymania サイト.
<http://www.cafe.daum.net/jollymania> (accessed 2018-08-30).
- THIS IS GAME ホームページ.
<http://www.thisisgame.com> (accessed 2018-08-30).