

フランスにおけるボードゲームの実践と 2020年のロックダウン

ムナン・ジュリアン[†], 曾 我 千亜紀^{††}
ドゥプラド・ヤニック^{†††}, 山 本 晃 輔^{††}

La pratique du jeu de société en France et le confinement en 2020

MENANT Julien[†], SOGA Chiaki^{††}

DEPLAEDT Yannick^{†††}, YAMAMOTO Kohsuke^{††}

Abstract

Dans cet article, nous examinons l'impact qu'a pu avoir le confinement en France sur la pratique du jeu de société. Pour aborder ce sujet, nous confronterons le discours de la presse et des sites d'informations avec les résultats d'enquêtes sociologiques sur les Français et leur pratique des jeux et des loisirs avant et pendant le confinement. Notre analyse abordera quatre aspects : la vitalité économique du secteur du jeu de société, les différents jeux qui sont pratiqués, l'évolution de la pratique et les raisons pour lesquelles le jeu de société semble se développer en France.

In this article, we examine the impact that the lockdown in France may have had on the practice of board games. To address this topic, we will compare the discourse of the press and news websites with the results of sociological surveys on the French and their practice of games and leisure activities before and during the lockdown. Our analysis will address four aspects: the economic vitality of the board game industry, the different games that are played, the evolution of practices and the reasons why board games seem to develop in France.

Mots-clés : jeu de société, France, confinement, loisir, pratique sociale

Keywords : board games, France, lockdown, leisure, social practice

[†] 大阪市立大学 文学部特任講師, 大阪産業大学 国際学部国際学科非常勤講師

^{††} 大阪産業大学 国際学部准教授

^{†††} 名古屋外国語大学 外国語学部准教授

草稿提出日 10月31日

最終原稿提出日 12月12日

キーワード：ボードゲーム，フランス，ロックダウン，余暇活動，社会的実践

はじめに

新型コロナの感染拡大に歯止めをかけるため、フランスは2020年3月に数週間、最初のロックダウンをおこなった。そのため、フランスに住む人々は、仕事上あるいは日常生活上の習慣だけでなく、消費の仕方や余暇の過ごし方についても、必然的に大きな変化に直面することになった。ところで、スカイプ・アペリティフ¹⁾などの新しい習慣が登場する中で、多くの一般メディアがボードゲーム業界の好調な数字を報じており、それはある種の「ロックダウン効果」を示唆していると言える。ロックダウンによってビデオゲームの売上が増大したと言われているが (Syndicat des Editeurs de Logiciels et de Loisirs, 2021, p. 10), フランスではアナログゲームであるボードゲームもまた、以前よりプレイされるようになったと考えられているのである。フランス人たちはロックダウンの最中、あたかもボードゲームに熱中していたかのように見える。

本論ではまず、ゲーム専門ではない一般メディアが、ロックダウン以前、その最中、ロックダウン以後に、それぞれボードゲームをどのように報じていたかを見ていく。そして、そのメディアの言説を、フランス人と彼らのボードゲーム実践についての社会学的調査と突き合わせることで、ロックダウンの影響が見られるかどうかを検証したい。この試みは、フランスにおけるボードゲームの実践を、家族や社会階層の問題を含む経済的、社会的、文化的なレベルで説明する機会にもなるだろう。

本論は以下の四つの章から成る。ロックダウンがフランスのボードゲームを取り巻く状況に影響を与えたかどうかを判断するために、まずは経済的な観点から、ボードゲームの販売数や生産に関わる問題を検討する。次に、フランス人がどのようなボードゲームをプレイしているのかについて見ていくが、これは「ボードゲーム」の概念とその拡張を明確にする機会になるだろう。第三に、フランス人のボードゲームのプレイ頻度が以前に比べて増えたのか減ったのかを判断するために、ロックダウンがボードゲームの実践に与えた影響について検討する。最後に、フランス人がボードゲームをプレイする理由だけでなく、それが文化的な習慣となった理由についても考えてみたい。

1) 日本ではオンライン飲み会として定着した習慣が、フランスでは“l'apéro Skype” (スカイプ・アペリティフ) と呼ばれている。ビデオ会議システムなどを利用して、各自アルコールなどの飲料や食べ物を楽しみながら、友人や同僚とのひとときを過ごすことができる (<https://www.leparisien.fr/societe/coronavirus-pendant-le-confinement-c-est-apero-skype-19-03-2020-8283831.php>, (2021年10月26日取得))。

第1章 メディアで取り上げられた経済の健全性

“Les jeux de société ont damé le pion au Covid en 2020”（「ボードゲームは2020年の新型コロナを凌駕した」）は、2020年12月15日にAFP通信²⁾が発表した記事で、多くのフランス語のニュースサイトで取り上げられた。一般（nouvelobs.com³⁾, rtl.be⁴⁾）、経済（bfmtv.com⁵⁾, challenges.fr⁶⁾）、地域（ladepeche.fr⁷⁾, lunion.fr⁸⁾, letelegramme.fr⁹⁾, larepubliquedespyrenees.fr¹⁰⁾）といったカテゴリで再掲載されたのである。この記事は、コロナ禍と何回かのロックダウン期間があったこの年に、ボードゲーム業界がどのように発展したかを明らかにすることを目的としていた。なお、この記事は2020年末に大きく報じられたが、その後の数ヶ月間はボードゲームの売上に言及する記事がメディアに複数掲載されている（CAMPAN, 2020; CHAPUIS, 2020; LOUIS, 2020; UBERTALLI, 2020; VALLET, 2020）。

実際、ビデオゲームへの支出は前年比11.3%増の53億ユーロに達している（Syndicat des Editeurs de Logiciels et de Loisirs, 2021, p. 10）。ビデオゲームの売上は明らかに好調であるが（DABOVAL, 2020）、ボードゲーム業界もまたコロナ禍にもかかわらず売上を維持し、さらに言えば、むしろ利益を出している。

JouéClub¹¹⁾のスポークスマンであるFranck Mathaisは「12月6日時点で（フランスの玩具市場が）2%減少した中、ボードゲームの売上高は、年間累計で10%増加

2) フランス通信社（Agence France Press）のこと。

3) <https://www.nouvelobs.com/societe/20201215.AFP3494/les-jeux-de-societe-ont-dame-le-pion-au-covid-en-2020.html>（2021年10月26日取得）

4) <https://www.rtl.be/info/monde/economie/les-jeux-de-societe-ont-dame-le-pion-au-covid-en-2020-1265919.aspx>（2021年10月26日取得）

5) https://www.bfmtv.com/economie/comment-les-jeux-de-societe-ont-profite-du-covid-en-2020_AD-202012150028.html（2021年10月26日取得）

6) https://www.challenges.fr/societe/les-jeux-de-societe-ont-dame-le-pion-au-covid-en-2020_742121（2021年10月26日取得）

7) <https://www.ladepeche.fr/2020/12/15/les-jeux-de-societe-ont-dame-le-pion-au-covid-en-2020-9259344.php>（2021年10月26日取得）

8) <https://www.lunion.fr/id215782/article/2020-12-15/les-jeux-de-societe-ont-dame-le-pion-au-covid-en-2020>（2021年10月26日取得）

9) <https://www.letelegramme.fr/economie/les-jeux-de-societe-ont-dame-le-pion-a-la-covid-15-12-2020-12673659.php>（2021年10月26日取得）

10) <https://www.larepubliquedespyrenees.fr/2020/12/15/les-jeux-de-societe-ont-dame-le-pion-au-covid-en-2020,2769036.php>（2021年10月26日取得）

11) JouéClubとはフランスでチェーン展開している玩具量販店である。

しました」と述べている。[...] NPDグループ¹²⁾ の世界の玩具のエキスパートであるFrédérique Tuttは、「2020年のボードゲームの国内売上高は、前年の3億2800万ユーロに対し、3億6000万ユーロ近くに達する可能性があります」と予想している(DANIAU, 2020)。

もちろん、ボードゲーム市場は、フランスでの総売上高が2019年に比べて11.3%、すなわち53億ユーロ増加したビデオゲーム市場と競合するほどではない(Syndicat des Editeurs de Logiciels et de Loisirs, 2021, p. 10)。またボードゲームの売上については、さらに詳しく見る必要がある。例えば、France Inter¹³⁾ は2020年2月に、2018年から2019年にかけてボードゲーム部門で10%の増加があったと言及しており(France Inter, 2020)、『Le Point』¹⁴⁾ も2020年6月に、この増加は実際には過去6年間の業界の平均と一致していると述べている(VALLET, 2020)。たしかに、Ielloの売上が60%増¹⁵⁾ となったように、売上高が大幅に増加した企業はある。とはいえ、これを部門全体に拡大することは難しいと思われる。つまり、本当の意味での増加というよりは、危機にもかかわらず維持されると見るべきだが、ロックダウン時のこの市場の好況は、経済メディアや一般メディアの注目を集め続けている。

コロナ禍という特殊な状況の中で、フランスの企業であり、ボードゲーム業界最大のパブリッシャーの一つであるAsmodée社^{アスマデー}は、2020年4月に事業が70%も落ち込み、様々な問題に直面した。すなわち、ボードゲームの供給(AMSILI, 2021)だけでなく、フェスティバルの中止、ゲームバーやショップの閉鎖などの問題が起こったのである。また、経済活動を維持するために、パブリッシャーはゲームを宣伝する際、コロナ禍の新たな制約に対応しなければならなかった。特に、TableTopiaやBoardGameArenaなどのボードゲームに特化したオンラインゲームプラットフォーム、SNS、ブログ、レビューア、Twitch¹⁶⁾ などの助けを借りるなど、変容を迫られたのである(VALLET, 2020年)。

そのため、解決策の一つとして、すでにボードゲームとして発売されたもの、あるいはこれから発売を目指すボードゲームのデジタル版をネット上にアップロードして、家にい

12) NPDグループとはアメリカの市場調査会社である。

13) France Inter^{フランス・アンテル}とはフランスの国営ラジオ局である。

14) 『Le Point』^{ル・ポワント}とはフランスの政治ニュース雑誌である。

15) Ielloはボードゲームパブリッシャー最大手の一つ。『キング・オブ・トーキョー』や『コードネーム』などを発売している。この売上増のデータは共著者のY.DEPLAEDTが同社に直接問い合わせたことによって得られた。

16) Twitchとは、ゲームを中心とした動画配信のプラットフォームである。

ながらゲームを検索し、テストしたりプレイしたりすることができるようにした。また、友人やオンラインで見つけた人々と遊ぶことができるようにもした。同様に、プリント&プレイ版¹⁷⁾をプレイヤーが利用できるようにして、バリエーションを追加することでゲームを発見、あるいは再発見できるようにしている（VALLET, 2020）。特にAsmodée社は、ゲームやその派生作品（特にシングルプレイ）の体験版を、すでに所有している人がダウンロードできるサイトを開設している¹⁸⁾。

したがって、メディアで取り上げられたボードゲーム市場の活況は、ロックダウンの影響によるものではない、と結論づけなければならない。すなわち、ボードゲーム市場は継続して増大しており、フランスは数年前からこの業界におけるヨーロッパのリーダーとなっているのである。そもそも、もしパブリッシャーが対応できなければ、ロックダウンに伴う問題は、この業界に悪影響を及ぼす可能性があった。これを踏まえ、次章では、フランス人はどんなゲームをプレイしているのかを見てみよう。

第2章 フランス人はどんなゲームをプレイしているのか？

ロックダウン中に購入され、専門ではない一般メディアによって名前の挙がったゲームとは、何よりもまずクラシックなものである。『クルード』（「Cluedo」）、『ダブル』（「Dobble」）（DANIAU, 2020）、『ラ・ボンヌ・ペイ』（「La Bonne Paye」）、『モノポリー』（「Monopoly」）、『スクラブル』（「Scrabble」）、『ウノ』（「Uno」）、『トリビアール・パースト』（「Trivial Pursuit」）は長年変わらずベストセラーとなっている（AMSILI, 2021; CHAPUIS, 2020）。フランス人はまず、家族を一つにまとめようと、無難な価値観に基づきゲームを選んでいく（CHAPUIS, 2020; DANIAU, 2020; UBERTALLI, 2020）。

また、『チケット・トゥ・ライド』（「Les Aventuriers du rail」）、『カタンの開拓者たち』（「Les Colons de Catane」）、『ディクシット』（「Dixit」）、『カルカソンヌ』（「Carcassonne」）、など、比較的最近である1995年以降に発売されたいわば「現代的な」ボードゲームの売れ行きが良いことを紹介している記事もある（AMSILI, 2021; DANIAU, 2020; UBERTALLI, 2020）。Asmodée社から発売された『パンデミック』（「Pandemic」）は、そのテーマにもかかわらず、あるいはそのテーマのおかげで、売り上げが5倍になったという（DANIAU, 2020）。ゲーム専門ではないサイトで推薦されているゲームの中には、2人用ゲームのカ

17) プリント&プレイ版とは、プレイヤーが自分でゲームのボードや駒などをサイトからダウンロードし、印刷し、切り貼りした上でプレイするボードゲームのことを指す。

18) <https://print-and-play.asmodee.fun/fr/>（2021年10月26日取得）

テゴリー（『世界の七不思議デュエル』（「7 Wonders Duel」）、『パッチワーク』（「Patchwork」））や、1人用ゲーム、つまりソリティアの要領で遊ぶように設計されたゲーム（A. X. A. Prévention, 2020; LE BRETON, 2020）が登場していることに注目したい。

まず、いわゆるクラシックゲームの中には、2009年に発売された『ダブル』（「Dobble」）があることに気づく。他のゲームはいずれも40年以上の歴史を持っているが、2000年代に発売された『ダブル』がこのカテゴリに入れられているのは興味深い。一般メディアにとって、クラシックゲームは長い歴史を持っていることを意味していない。一方で、このリストにはチェス、プロット、フレンチ・タロット、ラミー¹⁹⁾などの伝統的なボードゲームやカードゲームは含まれていない。実際、「jeu de société」という用語は、英語に直接対応するものがなく、いわゆるボードゲームだけでなく、サイコロゲーム、カードゲーム、その他の伝統的なゲームを含む広い意味を持つことがある（BERRY et COAVOUX, 2021）。そのため、BERRY et COAVOUXが「パブリッシャーゲーム」と呼ぶ、「ゲームの作者とその著作権関係者（多くの場合、その分野の企業）が素材やルールをコントロールすることを特徴とする」ゲームについてのみ言及しているように見える（同、§ 4）。本論で私たちがクラシックと呼ぶゲームは、BERRY et COAVOUXが「国民的」ゲームと呼ぶものに含まれるか、それに近いものである（同、§ 26）。日本では、『人生ゲーム』『オセロ』『ウノ』がそれに相当するが、2021年1月に実施された山本・横光・曾我・Menant（2021）によるオンライン調査では、ロックダウン中にプレイされたボードゲーム（アナログゲーム）の中に、これらのタイトルが20代、30代、40代、50代のいずれの年齢層でも挙げられている²⁰⁾。ゲーム専門ではない一般メディアが発表するゲームのリストには、地理的な起源やスタイルが異なるゲーム（ドイツ式、アメリカ式、フランス式など）、対戦型や協力型のゲーム、友人同士でリラックスした時間を過ごすためのシンプルなルールのパーティゲーム²¹⁾などが見られる（France Inter, 2020）。最後に、パーティゲームは通常、パブリッシャーの売上の要であるにもかかわらず、「『スカイプ・アペリティフ』の壁を超えられない」ため、いわゆる上級者向けのゲーム²²⁾同様、ロックダウンの影響を最も大きく受けている（DANIAU, 2020）。コロナ禍以前は、アペリティフの最中にパーティゲームがプレイされることがあったが、その場がスカイプ（つまりオンライン）に移された場合、ゲー

19) プロット、フレンチ・タロット、ラミーはいずれもトランプを使用するカードゲーム。

20) 一部未発表データを含む。

21) 誰もが（初心者であっても）楽しめるゲーム。友だち同士で楽しみを目的として、あるいはアイスブレイクを目的としてプレイされる。

22) パーティゲームに対置され、ルールを理解するのに時間がかかったり、システムが複雑だったりするため、ある程度ボードゲームに慣れた人たちがプレイするゲーム。

ムをするには至らない、あるいは困難となったのである。

しかしながら、このようにゲーム専門外のメディアに取り上げられたパブリッシャーのゲームには多様性が見られるとしても、BERRY et COAVOUX が実施したゲーム文化についての調査では、三つのカテゴリに分類されていることに注意する必要がある。すなわち、ほぼ全人口が知っていてプレイしている伝統的なゲーム（ここには『モノポリー』などのクラシックなパブリッシャーのゲームが含まれる）、最大で人口の4分の1がプレイするパーティーゲーム、そして、一般大衆向けであるかどうかにかかわらず、マージナルにとどまると専門家が認めているゲームがある（BERRY et COAVOUX, 2021, § 26）。

このように、パブリッシャーによるゲームの売上が伸びたとはいえ、フランス人が主に伝統的なゲームをプレイしているという事実は依然として残っている。しかし、プレイするゲームが何であれ、ロックダウンは実際にゲームのプレイに影響を与えているのかと問うことができるだろう。

第3章 フランス人は以前よりボードゲームをプレイしているのか？

NPDグループによると、2020年4月末時点で、フランス人の37%が「以前よりもボードゲームで遊ぶようになった」と答えており、イギリス人（31%）、ドイツ人（27%）を上回っている（The NPD Group, 2020）。彼らの分析によると、「ロックダウン期間の延長に伴い、家族のための新しい娯楽を見つけることがフランス人の関心事になっている」（同）とのことで、ロックダウン中のボードゲームの売れ行きが好調だったことを示している。しかし、このようなゲーム実践の増加がフランス社会にどのように反映されているかを検証する必要がある。

子どもに関しては、2020年春の最初のロックダウン期間中、平均9歳の子どもの文化的活動についてフランスで実施された調査（BERTHOMIER et OCTOBRE, 2020）によると、この期間中に学校に通えた子どもは調査対象者のわずか2%であり、たとえ学校の勉強があったとしても、そのために割かれる時間は1日あたり2～3時間と大幅に減少している（同, p. 4）。楽器や絵画、歌といった様々なアマチュア活動、読書、ボードゲームなど、ネットやデジタル機器を使用しない余暇活動に充てた時間は、63%の回答者が普段よりも増加したと答えていたが、これはテレビなどのスクリーン（ゲームやSNSを除く）の視聴（65%）、ゲーム機やオフラインのゲーム（53%）についても同様であった（同, p. 7）。また、ロックダウン時の習慣の変化は、子どもたちの社会的背景に大きく左右されることを指摘しておきたい。性別、出自、住環境、きょうだいの有無、両親の仕事に対するロッ

クダウンの影響などである²³⁾。この数字の裏には、大きな格差がある。25%の子どもが1日に2時間以上ビデオゲームをプレイしたのに対し、25%は1日に12分以下しかしなかった。同様に、読書やボードゲーム、アマチュア活動に費やす時間が1日1時間未満の子どもが25%いる一方で、これらの活動に1日2時間以上費やす子どもも25%いた(同, p. 16)。最後に、99%の子どもが自由時間を読書やボードゲーム、アマチュア活動に費やしているが、今回の調査では、ボードゲームを頻繁にプレイしている子どもの割合を明確化することはできなかった。とはいえ、ネットやデジタル機器を使用しない余暇活動は、両親のうちの少なくとも一人が管理職であるような家庭において奨励されていた。「ロックダウン下での子どもの余暇活動の変化は、高学歴層において安定と幸福への関心が高いことを示しており、それは彼/彼女らが好む余暇活動にあらわれている」(BERTHOMIER et OCTOBRE, 2020, p. 10)。

NPDグループの調査対象は子どもではないが、大人の場合も状況はそれほど明確ではない。Crédoc²⁴⁾が15歳以上を対象に行った、2020年の最初のロックダウン期間(5~7週間)における文化的活動についての調査では、2018年全体の数字と比較すると、ボードゲームの実践はわずかに(3%)減少しているようである(JONCHÉRY et LOMBARDO, 2020, p. 5)。この減少は主に独身者と子どものいない夫婦に影響し、すなわち子どものいない夫婦では-14ポイント、独身者では-15ポイントとなっている(JONCHÉRY et LOMBARDO, 2020, p. 17)²⁵⁾。一方、NPDグループによると、子どものいない人の22%も、ロックダウン中にボードゲームで遊ぶ時間が増えたと述べている(The NPD Group, 2020)。また、Crédocの数字は、クラブやサロンでプレイすることが多い60歳以上の年齢層がより強い影響を受けたことを示している(JONCHÉRY et LOMBARDO, 2020, p. 14

23) INSEE (フランス国立統計経済研究所)によると、2020年には、少なくとも1人は未成年の子どもを養っている800万世帯のうち、66.3%がいわゆる「伝統的な」家族の世帯(両親と子どもからなる世帯)、24.7%がひとり親世帯、9.0%が複合家族の世帯(famille recomposée 直訳すると再構成家族。日本では子連れ再婚家族と呼ばれる)となる。子どもの数は世帯によって異なるが複合家族世帯が最も多く、平均2.4人の子どもがおり、38.4%が3人以上の子どもを育てている。ひとり親世帯では平均1.8人と最も少なく、47.6%が子ども1人、35.5%が子ども2人である。いわゆる「伝統的な」家族世帯には平均1.9人の子どもがおり、45.5%が2人、33.8%が1人の子どもを育てている(<https://www.insee.fr/fr/statistiques/5422681> (2021年12月8日取得) とくに図2を参照のこと)。

24) 生活環境調査観察研究センター(Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie)のこと(<https://www.credoc.fr/> (2021年10月26日取得))。

25) INSEEによれば、2018年における単独世帯とカップルのみの世帯はそれぞれ36.7%と25.4%であり、この数字は90年代以降年々増加している。以下のINSEEのサイト(とくに図2)を参照のこと(<https://www.insee.fr/fr/statistiques/5427218?sommaire=5435421&q=famille> (2021年12月8日取得))。

およびp. 17)²⁶⁾。いずれの場合も、ゲームのパートナー探しの難しさが影響しているようだ。

この二つの調査で一致しているのは、若者、および未成年の子どもを持つ親の間でボードゲームのプレイが増えていることだ。NPDグループによると、後者の47%が「ロックダウン中にボードゲームで遊ぶ時間が増えた」と答えており、この数字は18～34歳では53%にまで上昇している（The NPD Group, 2020）。Crédocの調査では、15～39歳のプレイがわずかに増加していることが指摘されている。すなわち、14～24歳の65%が「ロックダウン中にボードゲームをしたことがある」と答え（2018年は62%であったので3%の増加）、25～39歳では1%の増加であった（JONCHÉRY et LOMBARDO, 2020, p. 15）。同様に、子どものいる家庭では62%の人がボードゲームをしているのに対し、子どものいない家庭では40%だった。

一方、BERRY et COAVOUXによると、「若者」と「未成年の子どもを持つ親」という二つのグループは、もともとボードゲームをプレイする傾向が強いとのことである。実際、3歳から12歳までの子どもを持つ親の92%が、少なくとも一度は子どもと一緒に遊んだことがあると答えている（BERRY et COAVOUX, 2021, § 13）。また、1980年以降に生まれた世代は、それ以前の世代に比べて、ボードゲームに関する知識が豊富で、調査で提示されたゲームをプレイした経験があることを指摘している（同、§ 36）。

また、フランス人の約20%が少なくとも月に一度は大人同士でボードゲームをすると答えていることから、「大人同士でボードゲームをすることは重要な文化的習慣であるようだ」とも指摘されている（同、§ 23）。だからこそ、大人同士のボードゲームプレイもロックダウンに起因して生じた行為ではないと結論づけられるのである。

この数字からわかることは、ボードゲーム実践の観点からは、本当の意味でのロックダウンの影響を見極めることは難しいということだ。ロックダウンによって家の中でボードゲームをプレイすることが増えた可能性がないとは言えないが、一方で、ロックダウンのせいで、このような余暇活動をする仲間を見つけることが困難になった可能性もある。したがって、ボードゲームの実践が大幅に増加したというよりは、ロックダウン前にすでに始まっていた傾向が継続している、あるいは、すでにプレイされていた環境でそれがさら

26) なお、フランスでは、子どものあるなしにかかわらず、カップルがその両親と同居することは珍しく、ほとんどが核家族世帯であるということを付け加えておく。このタイプの同居は、シェアハウスなどを含む世帯（フランス語ではménage complexeと呼ばれ、直訳すると複数世帯。INSEEの定義では単独世帯と核家族世帯のいずれにも属さない世帯を指し、例えば三世帯同居はここに含まれる）に属するが、すべてを合わせても全体の4%未満であり、しかもその傾向は減少している（<https://www.insee.fr/fr/statistiques/5427218?sommaire=5435421&q=famille>および<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1641>を参照のこと。いずれも2021年12月8日に取得）。

に強化されたと解釈した方がよいように思われる。では、なぜフランス人はボードゲームに没頭するのだろうか？

第4章 なぜフランス人はボードゲームに没頭するのか？

以上のように、フランスではボードゲームはマージナルな習慣ではなく、ロックダウンの直接の影響を指摘することは困難であると強調することができた。しかし、ボードゲーム専門ではない一般メディアでは、次のような見出しが示すように、ビデオゲーム全盛の時代に、このような形式のゲームが存続できるのか否かたびたび疑問視されている (France Inter, 2020年)。“2.0時代、ビデオゲームの時代に、なぜボードゲームが生き残っているのか？” (RICHAUD, 2013), “なぜボードゲームはゲーム機に抵抗するのか？” (ESCHAPASSE, 2018)。ビデオゲームと競合しているにもかかわらず、フランスでボードゲームが今でもプレイされているのには、いくつかの理由がある。

前章で見たように、これはすべての年齢層に関わる余暇活動であり、家族の輪に限定されるものではない。たとえば、BERRY et COAVOUXの調査によると、回答者の75%が1年間に大人と一緒にボードゲームをしたことがあると答えている。さらに言えば、54%が年に数回、21%が頻繁にプレイしたと答えている (BERRY et COAVOUX, 2021, § 18)。そのため、ボードゲームは「社会的絆を生み出す」のに適していると考えられる (A. X. A. Prévention, 2020)。

また、ボードゲームは世代を超えた遊びにもなり、「家族と一緒にテーブルを囲むことができるひととき」 (RICHAUD, 2013) である。France Interのラジオ番組「Grand Bien Vous Fasse !」では、ボードゲームには娯楽の重要な機能があり、楽しみの可能性を広げ、時事問題以外の話題を提供できると示唆されている²⁷⁾。番組のあるゲストは、誰かを喜ばせるために、あるいは一緒に時間を過ごす喜びを得るために、本当はプレイ (あるいは再度プレイ) したくなくてもプレイされるゲームがあると説明している (RIBEIHI, 2020, 13分45秒～)。このように、ボードゲームは、幅広い年齢層の人々が同じ活動に参加できるという点で、まずは評価されている。

さらに、2013年の時点で、Y. COGNARDは、ボードゲームが家族の団欒を可能にするという考えを支持したうえで、これを購買力の問題と結びつけている。

27) とくに、メディアが新型コロナについての先行き不明のニュースを流し続けるなか、それと異なる話題を提供しうるボードゲームは、人々の気晴らしとなったことであろう。

家族が再び焦点となっているのです。レジャーに使えるお金が減り、外出の機会が減り、家で過ごす時間が増えています。これらはすべて、ボードゲームに有利に働きます。大判のボードゲームの平均価格は30～40ユーロで、これは映画館のチケット3～4枚分に相当します（RICHAUD, 2013）。

この余暇活動は、あらかじめ注文して店舗に受け取りに行ったり²⁸⁾、配達してもらったりして簡単に手に入れることができるため、ロックダウンという状況に特に適応していた（SAINT-AMAND, 2020）。さらに、パブリッシャーが発売するゲームはある程度のお金をかけなければいけないが、特別な道具がなくても遊べるゲームも多く、単に鉛筆や付箋で代替できる場合もある（A. X. A. Prévention, 2020）。

これに加え、あらゆる分野のゲームが作られているという、その多彩さも指摘しておかねばならない。フランスでは、毎年1,000本近くの新作ゲームが発売されており（UBERTALLI, 2020）、フランス以外の発売元は、主に、アメリカ、イギリス、ドイツだが、他の地域、特に日本やチェコのゲームも提供されている（BERRY, 2018, p. 127）。

フランス発のゲームも、減るところかむしろ増加しており、2017年には新作ゲームの50%を占めている（BERRY, 同）。実際、2018年に開催されたカンヌ国際ゲームフェスティバルの総合キュレーターであるNadine Seulは、「これからは、どんな人のためにも、どんな瞬間のためにも、どんなプレイのためにも、ぴったりのゲームがあります」と述べている（ESCHAPASSE, 2018）。

ネットやデジタル機器を使わないボードゲームはまた、子どもの心身発達を促す活動の一つであると考えられる。たとえば、ボードゲームは、親が高学歴の子どもほど家庭内でプレイされている。そもそも、高学歴の親は、より頻繁に子どもと一緒に遊んでいる（BERRY et COAVOUX, 2021, § 16 & 17; OCTOBRE, BERTHOMIER et FACQ, 2018, § 26-30）。BERTHOMIER et OCTOBREの調査では、両親の少なくともどちらか一方が管理職である子どもの70%が、ネットやデジタル機器を使わない余暇活動を行っているのに対し、両親の少なくともどちらか一方が一般社員である子どもの58%がそのような余暇活動を行っており、これを裏付けている（BERTHOMIER et OCTOBRE, 2020, p. 10）。ボードゲームは、子どもたちをスクリーンから遠ざけ、親しみやすい雰囲気を作り、特定のスキル、特に集中力とルールの尊重を教えている（A. X. A. Prévention, 2020; MOHAMED, 2021）。

28) フランスではロックダウン中、食料品店など一部を除いて実店舗が閉店していたため、通常の買い物ができなかった。

このような状況を概観するに、ボードゲームは正当な文化製品となっていると言える。BERRYはこの変容について次のように説明する。まず、受賞した映画や本のように、パッケージである箱に表示される賞（Spiel des Jahres, Ace of Goldなど）の数が増えていること、次に、特に1990年代末から、Reiner Kniziaをはじめとするドイツ人作家たちのおかげで、作者が強調されるようになり、作者の略歴が掲載されることがあること、イラストレーターもますます認められるようになってきていること、ゲームの告知にテスター宛の謝辞が含まれるようになってきていることなどを挙げている（BERRY, 2018, p. 128）。この傾向を引き継ぎ、ヴィシー・ゲームフェスティバルでGroupement des Boutiques Ludiques²⁹⁾によって授与された賞は、作家賞、イラスト賞、エディトリアル賞³⁰⁾といった種類があることも確認できる。ゲームはもはや、ターゲットとなるカテゴリ（一般人、専門家、子ども）に応じて表彰されるのではない。したがって「ボードゲームの文化的側面を前面に押し出すことが重要である。Groupement des Boutiques Ludiquesのゲーム販売者にとって、ボードゲームは間違いなく文化製品であり、制度的に認知されるべきもの」³¹⁾である。こうしてボードゲームは「特異で自律的な文化的対象、専門家による批評や議論の場、聖別の場」となる（BERRY, 2018, p. 127）。

このような状況の変化は、世代交代から来ていると思われる。Nadine Seulによると、「今の若者たちは、ビデオゲームと一緒に生まれました。彼/彼女らは、ゲームが遍在する社会で育ってきました。ゲームは、ジョギングや映画鑑賞、読書などと同じように、社会的な活動のひとつだと考えているのです。さらに言えば、彼らにとっては大切な文化的営みにさえなっています」（ESCHAPASSE, 2018）。

この発言は、BERRY et COAVOUXの調査によっても裏づけられる。1980年代以降に生まれた世代は、それ以前の世代とは断絶があるようだ。1980年代およびそれ以降に出生した世代では、調査で示されたゲームについての知識や経験が豊富である（BERRY et COAVOUX, 2021, § 36）。その理由として考えられるのは、この世代がゲーム市場の爆発的な変化の中で成長してきた点が挙げられる（同, § 48）。また、メンタリティと価値観の変化も挙げられる。教育における遊びや気晴らしの重要性もさることながら、ブルデューが指摘したように、1980年代には道徳のパラダイムが変化し、伝統的なブルジョワジーの義務の道徳から、アメリカから輸入された快樂の義務の道徳へと移行し、快樂を享受でき

29) ボードゲーム専門のアソシエーション。

30) <https://boutiques-ludiques.fr/prix-des-boutiques-ludiques-2021/>（2021年10月26日取得）

31) <https://www.trictrac.net/actus/le-groupement-des-boutiques-ludiques-remet-ses-prix>（2021年10月26日取得）

ないことで自尊心が脅かされるようになったのである³²⁾。

ボードゲームが正統な文化製品になりつつある一方、学術的な世界でも正統性を獲得しはじめている。実際、2015年6月12日から14日にかけて、パリ第3大学とパリ第13大学が主催するTRPG（テーブルトークロールプレイングゲーム）をテーマとする大規模な学会が、TRPG誕生40周年を機に開催され³³⁾、その後出版もされた（ANDRÉ et QUADRAT eds. 2019）。ナラトロジー、ゲームデザイン、教育、社会学など、実にさまざまな角度からTRPGが分析されていることがわかる。また、2017年6月16日から18日にかけて、TRPGに特化した2回目の学会が開催されたが、これもパリ第13大学が主催した³⁴⁾。同時に、2017年に創設されたEdUTeamプロジェクト（Université Paris-Est Créteil）では、TRPG、ウォーゲーム、ビデオゲームという3つの極を軸に「高等教育におけるゲームの利用」を研究している。このプロジェクトは、言語教育だけでなく、マネジメント教育にも焦点を当てている³⁵⁾。2018年からAsmodee Research（Asmodéeグループによるゲームの学術的研究を支援する部門）とInnovation Factoryは、ボードゲームの学術的研究に資金を提供するプログラムを立ち上げ、さまざまな分野（ゲーム研究、教育、ナラトロジー、人類学、精神医学など）においてゲームを専門とする研究者で構成される学術委員会を招集した³⁶⁾。最後に、2021年4月13日から16日まで、パリで第23回Board Game Studies会議が開催され、世界中の、特にフランス語圏の愛好家や研究者がボードゲームについて議論した。この会議では、共著者のY. DEPLAEDTが日本のボードゲーム市場とその変遷について発表をおこなった³⁷⁾。ここでもまた、ボードゲーム研究は学際的であることが目指されており、考古学、心理学、数学などの分野で論じられ、異文化や実践における社会的影響など、さまざまな視点から分析されている。また、学術雑誌であるSciences du jeuが2021年の創刊号でボードゲームを取り上げ、そこにはBERRY et COAVOUXの論文も見出される。したがって、ボードゲームを含むアナログゲームが豊かな研究対象であり、多くの分野で学術研究の対象となっていることは明らかである。だからこそ、日本において

32) Bourdieu, 1979, p. 424（ブルデュー『ディスタンクシオンⅡ』藤原書店, p. 180）

33) https://www.fabula.org/actualites/journees-d-etudes-les-quarante-ans-du-jeu-de-role_68137.php（2021年10月26日取得）

34) <https://lpcm.hypotheses.org/10864>（2021年10月26日取得）

35) <https://eduteam.fr/>（2021年10月26日取得）

36) <https://www.game-in-lab.org/>（2021年10月26日取得）

37) 第23回Board Game Studiesのパフレットは以下のリンク先から読むことができる。

https://bgsparis2020.com/wp-content/uploads/2021/04/LLSHScolloque-livret-liens_2.pdf（2021年10月26日取得）

また、共著者の発表は2021年4月16日におこなわれた。

Y. DEPLAEDT, « The Japanese market, shifting from amateurship to professionalization »

もビデオゲームだけでなくアナログゲームも学術研究対象とし、アナログゲームの教育をはじめとする他分野への応用について考察を深めていくことは重要であろう。

このように、フランス人はロックダウン以前からボードゲームをプレイしていた。ボードゲームを含むアナログゲームについての学術研究の発展もこの事実を裏づけている。この文化的実践がすべての社会階級、すべての世代に広まっているとすれば、1980年以降に生まれた世代には、これまで以上に大きな存在感を持つことだろう。

おわりに

本論では、フランスにおけるボードゲームの実践にロックダウンが与える実際の影響を検証しようと試み、一般メディアの扱いと、このテーマに関する学術的研究との間の矛盾を浮き彫りにすることができた。メディアではアンケートやパブリッシャーの販売実績からロックダウンの影響を示唆する傾向にあるが、実際には後者の効果は明確には認められない。その理由は以下のとおりである。第一に、この分野の活況は新しいものではないということである。それはコロナ禍以前にすでに始まっていた。第二に、多種多様なゲームが提供されている市場にもかかわらず、フランス人は、すでに知っている伝統的なゲームに目を向ける傾向がある。とはいえ、メディアがボードゲームに関心を寄せることによって、ボードゲームが1980年以降に生まれた世代の間でますます存在感を強め、広く評価され認められている文化的な活動であること、そして今や学術研究の正当な対象となっていることが明らかとなった。ボードゲームはすでにフランスに根づきはじめており、今後も長く実践される文化となるだろう。

参考文献

※インターネットのサイトについてすべて2021年10月26日に確認済。

A. X. A. Prévention. 2020. *Quels jeux de société (re) découvrir pendant la période de confinement ?*

(<https://www.axaprevention.fr/sante-bien-etre/activite-physique/confinement-jeux-societe>)

AMSILI, Sophie. 2021. *La belle année 2020 du jeu de société*

(<https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/la-belle-annee-2020-du-jeu-de-societe-1293924>)

ANDRÉ Danièle et Alban QUADRAT (éds.). 2019. *Le jeu de rôle sur table, un laboratoire de*

l'imaginaire, ParisLettres modernes Minard.

BERRY, Vincent. 2018. « Le Renouveau du jeu de société », *Revue des livres pour enfants*, vol. 300: 124129.

BERRY, Vincent et Samuel COAVOUX. 2021. « « Qui veut jouer au Monopoly ? » Cultures et pratiques du jeu de société en France », *Sciences du jeu*, n° 14.

BERTHOMIER, Nathalie et Sylvie OCTOBRE. 2020. « Loisirs des enfants de 9 ans en situation de confinement au printemps 2020 », *Culture etudes*, vol. 5, n° 5 : 128.

BOURDIEU, Pierre. 1979. *La distinction. Critique sociale du jugement*, Minit. (ピエール・ブルデュー 『ディスタクシオンⅡ』 石井洋二郎訳, 藤原書店, 1990年)

CAMPAN, Pauline. s. d. *Confinement et business des jeux de société : un bilan en demi-teinte* (<https://objectif-languedoc-roussillon.latribune.fr/entreprises/commerce-services/2020-05-12/confinement-et-business-des-jeux-de-societe-un-bilan-en-demi-teinte-847473.html>)

CHAPUIS, Dominique. 2020. *Confinés, les Français se ruent sur les jeux de société* (<https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/confinés-les-français-se-ruent-sur-les-jeux-de-societe-1191129>)

DABOVAL, Adeline. 2020. *Ordinateurs, jeux vidéo, fitness... les produits stars du confinement* (<https://www.leparisien.fr/economie/ordinateurs-jeux-video-fitness-les-produits-stars-du-confinement-20-03-2020-8284071.php>)

DANIAU, Mychèle. 2020. *Les jeux de société ont damé le pion au Covid en 2020* (https://www.challenges.fr/societe/les-jeux-de-societe-ont-dame-le-pion-au-covid-en-2020_742121)

ESCHAPASSE, Baudouin. 2018. *Pourquoi les jeux de société résistent face aux consoles* (https://www.lepoint.fr/economie/pourquoi-les-jeux-de-societe-resistent-face-aux-consoles-25-12-2018-2281762_28.php)

France Inter. 2020. *Jeux de société : pourquoi continue-t-on à y jouer ?* (<https://www.franceinter.fr/vie-quotidienne/jeux-de-societe-pourquoi-continue-t-on-a-y-jouer>)

JONCHÉRY, Anne et Pierre LOMBARDO. 2020. *Pratiques culturelles en temps de confinement [CE-2020-6]* (<https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-etudes-2007-2021/Pratiques-culturelles-en-temps-de-confinement-CE-2020-6>)

- LE BRETON, Marine. 2020. *Les meilleurs jeux de société pour le confinement, à deux, en famille, seul ou à distance*
(https://www.huffingtonpost.fr/entry/meilleurs-jeux-de-societe-confinement_fr_5e78d512c5b63c3b64948feb)
- LOUIS, Paul. 2020. *Les jouets et jeux de société, grands gagnants du confinement*
(https://www.bfmtv.com/economie/consommation/les-jouets-et-jeux-de-societe-grands-gagnants-du-confinement_AN-202005020071.html)
- MOHAMED, Jimmy. 2021. *Pourquoi les jeux de société sont bons pour la santé (et pas seulement celle des enfants)*
(<https://www.europel.fr/sante/pourquoi-les-jeux-de-societe-sont-bons-pour-la-sante-et-pas-seulement-des-enfants-4038473>)
- OCTOBRE, Sylvie, Nathalie BERTHOMIER et Florent FACQ. 2018. « La primo-socialisation culturelle durant la première année de la vie à travers l'enquête ELFE », *Revue de l'OFCE*, vol. 156, n° 2 : 4376.
- REBEIHI, Ali. 2020. *Les bienfaits des jeux de société*
(<https://www.franceinter.fr/emissions/grand-bien-vous-fasse/grand-bien-vous-fasse-21-fevrier-2020>)
- RICHAUD, Nicolas. 2013. *Pourquoi le jeu de société survit-il si bien à l'ère du 2.0 et des jeux vidéo (1/2) ?*
(<https://www.latribune.fr/entreprises-finance/20131202trib000799040/pourquoi-le-jeu-de-societe-survit-il-si-bien-a-l-ere-du-2.0-et-des-jeux-video-12.html>)
- SAINT-AMAND, François. 2020. *Boom des jeux de société en 2020 : des chiffres records de ventes attendus*
(https://www.rtbef.be/vivacite/article/detail_boom-des-jeux-de-societe-en-2020-des-chiffres-records-de-ventes-attendus?id=10654540)
- Syndicat des Editeurs de Logiciels et de Loisirs. 2021. « L'Essentiel du Jeu vidéo : Bilan du marché Français 2020 »
(https://www.sell.fr/sites/default/files/essentiel-jeu-video/ejv_mars_21_web.pdf)
- The NPD Group. 2020. « Confinement : les Français se prennent au jeu »
(<https://www.npd.com/news/press-releases/2020/confinement-les-francais-se-prennent-au-jeu/>)
- UBERTALLI, Olivier. 2020. *Il se vend presque un jeu de société par seconde en France*

フランスにおけるボードゲームの実践と2020年のロックダウン（ムナン・曾我・ドゥブラド・山本）

(https://www.lepoint.fr/art-de-vivre/le-grand-boom-des-jeux-de-societe-03-05-2020-2373920_4.php)

VALLET, Marilys. 2020. *Comment les jeux de société ont résisté au Covid-19*

(https://www.lepoint.fr/pop-culture/comment-les-jeux-de-societe-ont-resiste-au-covid-19-17-06-2020-2380511_2920.php)

山本晃輔・横光健吾・曾我千亜紀・Menant Julien. 2021. 「ゲーム依存がCOVID-19に関するストレスおよび恐怖感に及ぼす影響」日本心理学会第85回大会発表論文集

付記：本研究はJSPS科研費20K03166および大阪産業大学産業研究所分野別研究組織の助成を受けた。