

現代の子ども視点でのアウトリーチ活動： アンドロメダファンタジー



田中 幹人

〈東北大学大学院理学研究科 〒980-8578 宮城県仙台市青葉区荒巻字青葉〉

e-mail: mikito@astr.tohoku.ac.jp

アンドロメダファンタジーとは、対戦型カードゲームを通じて、子どもに楽しんで最先端の天文研究を知ってもらうことを目的とした、新しいアウトリーチ企画である。アンドロメダファンタジーの最大の特徴は、参加者の主体性と参加者同士のコミュニケーションを重視しているところにあり、時代に見合った独自の手法を取っている。過去3回実施され、毎年コンスタントに対象とする小学生の集客に成功し、三鷹地区の国立天文台特別公開・光赤外研究部の企画として定着し成功を収めてきた。本稿では成功要因の振り返るとともに過去の実施例を示し、アンドロメダファンタジーで得た経験を知恵に変えて、全国に展開することを目指す。

1. まえがき

三鷹の特別公開日とは、毎年10月に国立天文台三鷹地区で、国立天文台、東大、総研大が主催する合同オープンキャンパスである。毎年1,000人を超える来場者に恵まれ、その規模から天文業界におけるアウトリーチ活動の一大イベントである。毎年メインテーマが設定され（2009年度のテーマは天文学と望遠鏡の400年）、テーマに沿った講演会などが行われ好評を得ている。そして、各研究部・研究プロジェクト単位でも、たくさんの魅力的な企画が開催され内容盛りだくさんである。筆者は、特別公開をもっと活性化させたいと思い、当時所属していた光赤外研究部で企画を新規で立ち上げてきた。今回は縁あって、その中の1企画であるアンドロメダファンタジー（以下、AF）を本稿でご紹介させていただくことになった。

AFは、筆者が2007年10月に企画開発したカードバトルゲームで、参加者同士のコミュニケーションを重視した新しいアウトリーチの手法

を築き上げたところが特徴である。基本的なルールはAFオリジナルカードを集めて、規定枚数に達すればクリア。カードを集める方法は大きく分けて二つあって、他の参加者とカードバトルをする、または台内で発生するさまざまなイベントで入手する方法である。リアル世界のロールプレイング的な要素が強く、毎年たくさんの子どもの愛されている企画である。

AFは2007年以降、たくさんの方々の協力を得て、ブラッシュアップされ成長し、2009年には3周年を迎えることができた。本稿では、AFがこれまで実現してきたこと、実現できなかったことをしっかり振り返ることによって、経験を知恵にする。2章では、AFの概説を書き、3章では、過去の企画と比較することによって、AFが成功したポイントを振り返る。4章では、その成功ポイントをさらに深掘りし、5章ではAFでできなかったことを振り返り、次のステップで目指す夢を描く。最後に、付録としてAFの仕様と実践的なやり方をご紹介します。

2. アンドロメダファンタジーの概説

2.1 なぜアンドロメダファンタジーをするのか？

みなさんは自分がなぜアウトリーチ活動をするのか考えたことはあるだろうか？ 天文学をもっと知って欲しいから、キャリアのため、人脈形成のため、ただ単に楽しいから、それとも仕事だから、おそらく人それぞれだろう。それは筆者も例外ではない。これまで筆者がアウトリーチ活動を行う目的は「人を楽しませたい」という単純な想いであった。結果的に「天文学が普及して欲しい」という想いはあるが、それよりもまず、人を元気にしたいとか、幸せにしたいとか、そんな気持ちのほうが強い。そんな想いの下、AFは誕生し、成長していく。

「人を楽しませたい」と思ったときに、われわれができることはたくさんある。しかし、年齢性別、趣味思考によって、人それぞれ楽しむポイントは違う。特に価値観が多様化している現在、誰もが同じように楽しいと感じるものを想像することは容易ではない。そこで、まず子どもにターゲットを絞ってみる。さらに、子どもによっても楽しむポイントはそれぞれ異なるので、子どもたちが普段何をして遊んでいるのかを考える。すると、トレーディングカードというキーワードがでてきたのである。なるほど、現代の子どもにとって「楽しいこと」に代表される遊びは「カードゲーム」なのか。だったらカードゲームをして楽しみながら天文学のことを知ってもらおう。このカードゲームのことを筆者の研究テーマになぞらえてアンドロメダファンタジーと名づけることにした。

2.2 アンドロメダファンタジーの特徴

AFの最大の特徴は、参加者の主体性と参加者同士のコミュニケーションを重視しているところにある。この特徴に行き着いた経緯はこんな具合だ。

筆者が特別公開の企画を考えるとき、いつも念

頭に置いているのが新しいことをすること。とは言うものの、当初、今までの数ある洗練された特別公開の企画があるなか、真っ向から新しいことを考えても何もひらめかなかった。カードゲームをするといってもやり方はたくさんある。どうやってやるのか？ どうやれば子どもたちは一番楽しんでくれるのか？ を考えなければならぬ。

そこで、自分がもし子どもだったら、どんなときが楽しかったっけ？ ということ振り返ってみた。筆者にとって、「人が楽しむとき」というキーワードで思いついたことは二つあった。それは、自ら主体的になって物事に打ち込むときと、気の合う仲間同士でワイワイしているときである。天文学を通じてそんな機会を経験すれば、きっと楽しく天文学に触れられそうな気がしてきたのだ。参加者が自分から企画を組み立ててゴールに向かったり、他の参加者と積極的に会話をしたりするようなスタイルって、今までにないよね？ と思い立ったのである。そして、インターネットやゲーム機などを通じて、見知らぬ人とのコミュニケーションが盛んに行われている近年、他人とのコミュニケーションを億劫に思わない人が多いだろう、という仮説が後押しして、筆者はAFの立ち上げに踏み切った。

AFは一度参加登録を済ませれば、メインディッシュであるカードバトルを他の参加者としていくことによって、自分の意志でゲームを進めていける。どこまでやるのか、何を目指すのかは自分次第。そして、カードバトルによるコミュニケーションによって、カード集めという同じミッションをもつ人々がお互いに情報交換をして協力したり、ときにライバルとして戦ったりしながらAFは進んでいく。実際に参加した子どもたちは、笑ったり、悔しがったり、自慢したり、といろんな表情をしてAFを楽しんでいた。まさに筆者の思惑どおりであった。さらに予想を通り越え、子どもたちが楽しく遊ぶ様子を見たスタッフも一緒

になって楽しんでいたのである。さて、このようなユニークな特徴をもつAFはどんな子どもたちに受け入れられるのであろうか？ 次章以降では、AFが対象とする子どもたちの像について迫っていく。

2.3 アンドロメダファンタジーの定量結果

AFの集客状況は、天候にもよるが毎年数百人規模で、全体から見ると1割にも満たない。ただし、小学生に限ればAFの参加者はザックリと3割程度にもなる。テレビの視聴率に例えれば全盛期の月9ドラマ並の達成率である。よってAFは毎年成功しているといえよう。

この達成率の背景を表すデータが2009年11月19日付けの日本経済新聞に載っていたので少しご紹介しよう。ゲームソフトの好みを各世代で調査したものだが、「ゲームに関心がある」人の世代別比率をみると、40代が58%、30代が73%、20代が77%となり、若い世代ほど関心が高い。残念ながらAFがターゲットとする世代は掲載されていないが、10代ではおおよそ80%といったところだろう。次に、ゲームに関心がある人のうち買いたいソフトを聞いたところ、男性で1位となったのは「本格ロールプレイング」の40%であった。このことから、10代の男性の中で、ロールプレイングゲームに興味関心がある人は約30%となる。このデータは、ロールプレイングゲームの要素の強いAFに参加した小学生の割合と非常に良くあっており、現代の男子小学生のマーケットに合致した企画であるといえる。この事実からもわかるように、AFがねらった小学生のターゲット像が、現実の小学生を非常によく表していることこそが最大の成功要因であると言える。この成功要因について次章以降で、より具体的なターゲットを想像して詳しく述べる。

3. ぶらねたトトロから学ぶ、アンドロメダファンタジーの成功ポイント

ターゲットの設定を成功させるためには、「誰

に何をどうやって伝えるのか？」を明確にしなければならない。それと同時に「伝えたい側の一方的な欲求になっていないか」「伝えたいことは相手にとって価値があるのか」に注意する。例えば、野球に興味がない人にいくらそのうちくを語っていても、関心度は非常に低く頭に残らないのと同じように、的はずれな人に的はずれなことを伝えていても、企画に興味をもってもらえない。この章では、別企画での失敗体験を通して、ターゲット設定の成功ポイントを振り返る。

筆者はAFを開発する前年(2006年)の特別公開日で、ぶらねたトトロ(図2)という企画を行った。目的は「カップルに国立天文台のデートスポットを提供する」こと。トトロの中はドーム型になっていて、プラネタリウムの投影、音楽、そしてアロマの香りで、お客さまに少しの間リラックスしていただく、という企画であった。イメージは池袋のサンシャインシティにあるプラネタリウムのヒーリングプログラム。夕方、カフェでゆっくり会話を楽しんだ後、サンシャインで少

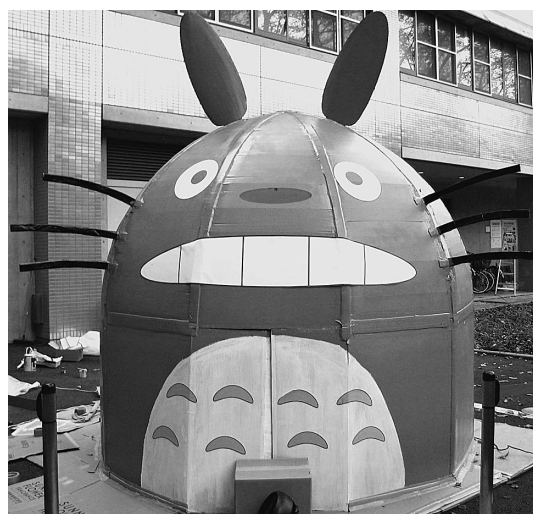


図2 ぶらねたトトロ。筆者が2006年度の国立天文台特別公開日で、段ボールを使って手作りしたトトロ型のプラネタリウム。投影はホームスターを使用し、内部をアロマの香りで満たし、リラックス空間を演出した。一番苦労したことは外部からの光をさえぎること。

しショッピング。そして、夜景の綺麗なレストランでディナーを迎える前に、もっとロマンティックなムードに浸って2人で感動を分かち合いたい、そんな気持ちのカップルに向けた企画だ。

ぶらねたトトロは、800人規模の集客に成功し、人気も上々であった。理想は2名から4名程度の定員のところを、多いときで12人の子どもがドーム内に入っていた。ぶらねたトトロを撤去するとき、小さな女の子が最後まで「壊さないで！」とトトロに張り付いて泣きじゃくっていたことは、今でも強く印象に残っている。そして、光赤外研究部主任・安藤裕康教授より安藤賞をいただき、当時それなりの評価を得た。しかし、ぶらねたトトロは、そのキャラクターブランド力とドームの大きさが目立ったおかげで、たくさんの人の目にとまり、集客数を稼ぐことができたが、人々の印象には残らなかった。その理由は、ぶらねたトトロで筆者がねらっていた客層と実際の来客層は大きく異なっていたことにある。筆者がねらっていた客層は、前述したとおり、若い世代のカップル。当然、そんなカップルはほとんどいない。実際に来た客層は、ファミリー層とか、おじいちゃん、おばあちゃん層。的は大きく外れてしまった。

ぶらねたトトロは、主催者側が提供したいことと、参加者が望んでいることがミスマッチしている場合、どれほど企画の印象が薄くなるのかを実感させてくれた企画であった。実際にこれを痛感したのは2年後の2008年で、ぶらねたトトロとAFのリピーターの違いを見て気づいた。というのも、ぶらねたトトロは800人規模の集客をしたにもかかわらず、翌年ぶらねたトトロを知っていた人はほとんどいなかった。一方、AFの場合、参加者は数百人規模であるのに、翌年になってもAFを目当てに天文台の受付にやってくる子がたくさんいたのだ。なかには前回のカードまでもってくる子どもまでいた。AFは「子どもたちに天文ゲームをして楽しんで欲しいと思っている筆

者」の気持ちと、「ロールプレイングゲーム要素があるカードゲームで遊ぶことが好きな子ども」の気持ちとの間にミスマッチがなく、子どもたちの印象に残り、リピート企画として定着したのである。このような「的はずれ」をふせぐためには、来場者はどんな人なのか、企画に来て欲しい人は誰なのか、われわれは彼らに何を伝えたいのか、伝える手段はどうするのか、企画はターゲット層に愛されるのか、などなど深く考える必要がある。決して独りよがりにならず、参加者の立場に立って「誰に何をどうやって伝えるのか？」を明確にすることはイベント成功の絶対条件だろう。

4. アンドロメダファンタジーのターゲット

参加者の立場に立つと言っても簡単ではない。再び、一つ例をあげてみる。ある店のオーナーがスポーツの魅力を知って欲しいと思い、たくさんの人が集まって、みんなでワイワイとテレビ観戦しながらお酒が飲めるスポーツバーを開いたとする。もちろんターゲットは「みんなで楽しくスポーツを観たい人」だ。このとき、スポーツ好きの人がたくさんいるけど、ファミリーで住むような団地や戸建てが建ち並ぶ住宅街で店を開くのと、スポーツ好きの一人暮らしの大学生や独身サラリーマンが多く住む賃貸マンションやアパートの近くで店を開くのとでは、後者のほうが店の経営がうまくいきそうな気配がするだろう。前者は、最初は物珍しさに客が入るかもしれないが、しだいに家族と家でスポーツ観戦をすれば十分に思う。しかし、後者の場合、みんなでワイワイ観たくても観られない人たちが恒常的にいそうなので、店の経営は前者に比べて衰えない。この例はAFが目指したターゲットにも当てはまり同じことが言える。カードゲーム好きな人がたくさんいるからカードゲームが流行るか、といえばそうではなく、カードゲーム好きな人がカードゲームをする理由を考える必要がある。ゆえに、もっと参

加者の気持ちを考える必要がある。

そのためには、普段からいろんな人の表情や仕草を観測し、ときに尋ね、人間の行動を研究する。そして、現実にはどんな人がいるのか想像を膨らまさないといけない。ターゲットのライフスタイルまで考えて、具体的な言葉に落とし込む。AFの場合だと、参加者として想定した人は「家でゲームをするのが好き、だけど、外に出てみんなと遊ぶのも好きと思っている小学生」になる。そんな小学生のイメージをもっと具体的に掘り下げて考えてみよう。ターゲットを細かくイメージし、ライフスタイルまで再現できれば参加者はもう目の前にいる。

特別公開日に遊びに来た、ある家族を想像する。家族構成は両親と息子。約1カ月前に父親の転勤で大阪から東京都三鷹市に引っ越してきたばかり。父親は43歳のサラリーマンで、名前は中川剛。趣味は特にないが、理系で宇宙のことは昔から少し興味がある。性格は大人しく内向的で嫁に頭が上がらない。母、礼子42歳、職業は専業主婦。年を重ねるにつれ、気が強くなり家庭の支配権をもつ。息子、準一は10歳で小学4年生。大阪には友達がたくさんいたが、引っ越してきてからは専ら家でDSをして遊んでいる。好きなゲームはポケモンとマリオカート。趣味は、お菓子のおまけのシールやカードを集めること。今回、父・剛の家族サービスで公開日に家族で遊びに来た。午後になり、疲れてきたが講演会を聞くために会場へ。会場は人がパンクして、入り口で立ち見。子どもは難しい話しと人混みの中で退屈している。そんな家族のある一場面。

準一「なあ、お母さん、僕のDSどこ？」

礼子「何言うてんの、あんた！　ウチにおいてきたやないの！　お母さん知らんで！」

準一「DS貸してえや。暇やねん。はよ帰ろうや」

礼子「もう、静かにしなさい！　暇やったら外で遊んできたらええやないの！　今お母さん、偉い先生の話し聞いとるんや！　そ

や、お父さん、準一と遊んでやって！」

剛「あ、ああ…(俺も講演会見たいのになあ…)」

この家族の会話を聞いてどう感じただろうか？　このままでは家族3人とも不満が残ったままだ。きっと今晚の夕食では家族の会話が弾まず、公開日に行って疲れたという愚痴だけが交わされるだろう。

ここで登場した息子の準一は、東京に来てから一人で、友達とワイワイ遊びたいと思っているのに、なかなか遊び相手が見つからない。友達とゲームやサッカーして遊びたいし、今まで集めてきたおまけのシールやカードを新しい友達に見せて自慢もしたい。そんな今時の小学生。AFはこんな準一みたいな小学生をターゲットにしているのだ。ワイワイ遊びたい、カードゲームが好き、何か集めるのが好き、友達作りたい、そんな気持ちの人に向けた企画。そして、AFによって準一のような子どもたちの不満を解消できる。さらに、準一の家族の場合だと、同時にお父さんとお母さんの不満も解消され、全員がハッピーになれるのである。そして、参加者の立場に立つ最終ゴールがこの不満の発見である。人間は不満を感じれば、その不満を解決してくれるものに必要性を感じる。人間の不満を発見することは、ターゲットを明確にすることにつながるのである。

このエピソードは筆者の人間観察に基づく想像に過ぎないが、中川家と全く同じではなくても、近い状況の家族がいそうなことはあながち間違いではないだろう。この例を読んだ読者の中には「いや、もっと違う家族がいるだろう」とか「家族じゃなくて、こんなカップルがいるよ」など他の参加者層の想像をされる方がいるかもしれない。しかし、その気づきは新企画が生み出せる大きなチャンスなので、ぜひ筆者とイメージを共有していただきたいと思っている。

5. アンドロメダファンタジーが描く夢

AFは過去3年間、継続して子どもたちに愛されてきた。しかし、すべての人は基本的に新しいものに興味をもつので、現状に満足しては、すぐに市場価値が下がり印象が薄くなってしまふ。カードゲームの市場はどうなっているのか、今の子どもたちは一番何に興味があるのか、男の子は、女の子は、何で大人じゃダメなのか、現状をどんどん掘り下げていく。さらに、われわれが伝えたいことは何であったのか、伝えてどうしたいのか、と最終的に達成したい目標を、そして夢を振り返る。自分たちが描く夢とターゲットの現状との相違点を発見できれば、次のステップへの成長のチャンスである。

1章で触れたように、筆者はアウトリーチ活動を通じて「人を楽しませたい」と思っていた。今AFによって子どもたちを楽しませることができたので、次のステップとして、AFによって天文学を広めて、天文学の発展につなげたいと思っている。発展には優秀な人材と潤沢な資金は必要不可欠で、そのためには、世の中のたくさんの人に天文学についてもっと興味をもってもらふ必要がある。そんな世の中を実現させる一つの手段として、子どもにもわれわれの研究を少しでも理解してもらふことがあげられる。ここで、「どうなれば理解したと言えるのか？」と考えると、筆者は「理解とは、自分の言葉で他人に語れること」であると思っている。つまり、子どもが友達に自分の言葉で語れるように、われわれの研究成果を子どもでもわかるように伝えないといけない。

AFでトレードするカードには、ビジュアル的な要素のほかに、コラム欄が設けてあり、そのコラム欄を通じてわれわれの天文学の研究内容を紹介することができる。カードを手に入れた人にコラムを読んでもらえれば、天文学をビジュアルだけでなく、科学的な内容も知ってもらえる機会と

なる。だから、手に入れた人が実際にコラム欄を読んでいるかどうか、知りたかったので、今年の参加者に対してアンケート（サンプル数は10人）を行った。つまり、去年の参加者が、その後カードのコラム欄を読んだかどうかの追跡調査である。その結果、すべての人が入手後すぐ、または家にもって帰ってからコラム欄を読んでいたことがわかった。この結果から、AFはたくさんの人に継続的に興味をもってもらえていて、かつ天文学の科学的内容も伝える機能を兼ね備えているといえるので、教育普及効果の潜在力は非常に高いだろう。

しかし、コラム欄の内容について振り返ると、天文研究を簡単な言葉で伝えることができているという課題がでてきた。ターゲットは子どもだ、内容はできる限り平易でなければならない。大人が読んでも「難しいかも？」と感ずる内容では絶対に子どもに伝わらない。もし、今後AFが実施されることがあるなら、このコラム欄を改善しなければならない。市販されているトレーディングカードはどんな言葉で書かれているのか、子どもは友だちと普段どんな会話をするのか、そのとき、どんな話し方をするのか、そういったところにAFが今抱えている課題を解決するヒントがあるのかもしれない。そして、コラム欄を十分にいかすことができれば、AFは強力な天文普及ツールになると期待している。

6. あとがき

実の話をする、ぶらねたトトロやAFを企画した当時、「人を楽しませたい！」という気持ちはあったものの、相手の望んでいることを考え、「誰に何をどうやって伝えるのか？」ということを追求め、企画を練ったわけではない。その場のノリやテンションでやりたいことをして突き進んでいた。本稿でまとめた内容は、時が経ち、自分がやってきた天文台公開日でのアウトリーチの取り組みを、客観的に振り返って初めて気づいたこと

が多い。自分がやっていることを振り返ることは非常に重要で、何が良かったのか、何がダメだったのかを言語化することによって、最終的に描く夢に対する現在の達成度と課題が明確になる。

そして、AFの成長とともに自分自身も成長し、筆者がアウトリーチ活動を行う目的は、ただ単に「人を楽しませたい!」ということから、もっと具体的に「一人ひとりにとってより楽しく幸せな生活を増やすために、それぞれにあった天文学を届ける」ことに変化してきた。アウトリーチをすることが、理科離れをふせいだり、科学を発展させたりするために必要であるということは重々承知である。しかし、それだけがアウトリーチの目的になってしまうと、結局アウトリーチをする側の自己都合で、される側との意識のずれが大きくなるだけで、結果的に大した普及効果は生み出せない。だからこそ、ターゲットの気持ちをトコトン考えて、一人ひとりにあったアウトリーチ活動をしていかなければならないと感じている。

本稿で筆者は、自分が感じた肌感覚を頼りにターゲット像を思い描き、ふらねたトトロやAFの振り返りをしてきた。今後は、観測天文学を研究する人間として机上の空論で物事を語るのではなく、参加者のリアルな声を大切にしていきたい。アウトリーチ活動の幅を子どもに絞るのではなく、これからは対象を生活者全体に広げたい。とくに、世の中のマーケットに影響力のあるF1層(20-34歳の女性)に対して、彼女たちの生活をもっと幸せにできるような天文学を提供することは、筆者のアウトリーチ活動にとっての夢である。

謝辞 AFの成長に携わっていただいた、国立天文台光赤外研究部のみなさまをはじめ、すべての方々に感謝いたします。特に、2年目と3年目のアンドロメダファンタジー実施において、高い実行力を発揮し、成功に導いていただいた、日本大学・丸山美代子さんに深く感謝いたします。彼

女の活躍がなければ、3年間やり続けることは出来ませんでした。昨年度実施した追跡調査は総研大・澁谷隆俊さんにディレクションしていただきました。公開日の詳細情報は国立天文台広報普及室・室井恭子さんよりご提供いただきました。ありがとうございました。

付録：アンドロメダファンタジーの取扱説明書

ここでは、AFの詳しいルールや準備に関する実践的な内容を書く。AFで100人の集客を想定するなら約3,000円の低コストで実施でき、かつ以下に紹介するようにある程度やり方が確立しているので準備は低労力で賄える。よって、すぐにも各機関でAFを提供することができるだろう。まず、AFの一般的な仕様を書いた後、過去3年間の実施例を書く。

A.1 ゲーム開始からクリアまでのフローチャート

AFは基本的には対戦型カードゲームで、いわゆるトレーディングカードゲームである。初期カードをもとに、カードバトルやさまざまなイベントをこなしつつ、カードを集めていく。目標枚数揃えることができればクリアとなる。基本的な流れは次のとおり。

- ①受付で初期カード5枚もらい、参加証であるリボンを付ける。
→リボンをつける理由は、参加者同士がお互いにプレイヤーであることを認識するため。
- ②天文台内を散策してカードを集める。
→カードを集める方法は大きく分けて二つあって、他の参加者とカードバトルをする、または天文台内で発生するさまざまなイベントで入手する方法である。イベントは、天文台内に置かれた封筒(中にカードが入っている)を探すパターンと、AF以外のプログラムに参加するパターンがある。
- ③クリア条件を満たせば、ゲームクリアとなり、受付で商品をもたらえる

→クリア条件は、たとえば「全種類のカードを集める」などと設定する。条件設定は簡単すぎず、ちょっと頑張らないとクリアできない程度（目安は参加者の約10%）。

A.2 準備

1) カードの制作

カードのデザインは Adobe Illustrator を使用。デザインしたイメージを業者に頼んでカードにしてもらおう。コストは名刺サイズで100枚あたり940円。

2) ルールブックの制作

ゲームの進め方、攻略方法そしてルールを書いた A4 サイズの AF 説明書。漢字や文章によって、大人用と子ども用を分ける。受け付けで参加者に配布する。

3) リボン

胸に付けられるようなバッチ状のものを用意。10枚あたり210円。

A.3 カードの種類

カードの種類は大きく分けて二つあり、通常のカードバトルなどで入手できる基本カードとある特定の条件を満たしたときに手に入るレアカードに分かれる。基本カードは三つの属性のいずれかの属性をもつカードで、レアカードはさまざまな追加効果をもっており入手困難なカードである。レアカードの追加効果および入手方法は3.6章の過去の例に詳しく書いたのでもちらを見ていただきたい。カードのデザインは天体写真とその説明が書かれたコラムで構成されており、過去に実際に使用したカードの一部を図1に示す。

A.4 カードバトル

カードバトルはカードを集めるための重要な要素である。ルールは簡単で、基本的にはじゃんけんと同じ。ほとんどのカードはグー、チョキ、パーのいずれかと同じ意味をもち、「アンドロメダファイト！」のかけ声で、手持ちカードを1枚ずつ出し合う。そして、勝てば相手からカードを1枚もらえ、引き分けならお互いにカードを交換

する。ただし、AFではゲーム感を大切にしているため、グー、チョキ、パーの代わりに、炎、水、雷というグループ分けをして、これを属性と呼んでいる。要するに、炎のカードと水のカードがでたら、炎のカードの勝ち、といった具合である。

A.5 ゲーム開始時の注意点

ゲーム開始時、参加登録者が少なく、カードバトルが成立しない可能性がある。その状況を回避するために、あらかじめ内部スタッフに頼んでサクラ役を用意しておく。サクラは多ければ多いほど良い。さらなる回避策として、基本カードを1枚入れた封筒をキャンパス内に隠しておき、宝探し要素も入れてカード集めを活性化させる。封筒の中にはまれにレアカードを混ぜておくと、レアカード入手イベントにもなる。

A.6 過去のアンドロメダファンタジー

別表に、実際に過去実施した3回のアンドロメダファンタジーの仕様を紹介する。

別表

アンドロメダファンタジー1

- 1) 実施日：2007年10月27日（土）
- 2) 天候：大雨
- 3) 参加人数：135名
- 4) クリア人数：1名
- 5) 受付でもらえる初期カード：ランダムで5枚
- 6) カード構成：基本カード15種類＋レアカード5種類の全20種類
- 7) 基本カード：炎、冷気、雷の3属性（各5種類）
- 8) レアカード：炎、冷気、雷、聖、無の5属性（各1種類）
- 9) レアカード追加効果：
 - ・炎：勝つと相手からカードを2枚奪える。
 - ・冷気：負けても一度だけバトルをやり直せる。
 - ・雷：雷属性の基本カードに勝てる。



図1 アンドロメダファンタジーで使用した過去3年分のカードのサンプル。上段が2007年度，中段が2008年度，下段が2009年度。

- 聖：使うと必ず負ける。
- 無：炎属性と冷気属性のカードに勝つが、雷属性に負ける。勝つとすべてのカードを交換。

10) レアカード入手方法:

- ゲーム開始時にもらえる5枚の初期カードの中にまれに混ざっている。
- 天文台内に散らばった封筒に、基本カードに混ざって入っていることがある。
- すばるプログラムであるアストロ・クイズ OX での優勝賞品。
- 天文台内にいる隠しキャラに話かける。
- 天文台内にいる隠しキャラにカードバトルで勝利する。
- 19種類のカード（基本15種類+レア4種類）を集めた状態で、すばるプログラムのアストロカフェで、あるメニューを頼む。

11) クリア条件と景品:

(次の a か b のクリア条件によって景品が変わる。)

- 全20種類のカードを集める。
景品: すばる未公開プレミアムポスター (A2判)
- 同じ属性のカードを20枚以上集める。
ただし、他の属性カードを所有してはダメ。つまり、炎なら炎属性だけ(基本5種+レア1種)を20枚以上集める。
景品: レアカード天体のポスター (A3判)。炎を集めると、炎のレアカード天体のポスターがもらえる。

12) その他ルール:

- カードの交換はバトルで使用したものを交換する。手持ちカードから選んで交換することはできない。
- 手持ちカードがすべてなくなった場合、すばるのプログラムを一つ遊ぶと3枚も

らえる。

- ゲーム中に集めたカードは、ゲームをやめるときにキーホルダーにして渡す。(2次利用を防ぐため。)

アンドロメダファンタジー 2

- 1) 実施日: 2008年10月25日(土)
- 2) 天候: 晴れ(ときどきくもり)
- 3) 参加人数: 311名
- 4) クリア人数: 13名
- 5) 受付でもらえる初期カード: ランダムで4枚
- 6) カード構成: 基本カード9種類+レアカード3種類の全12種類
- 7) 基本カード: 炎, 水, 雷の3属性(各3種類)
- 8) レアカード: 超(炎属性), 超(雷属性), 超(属性なし)の3属性(各1種類)
- 9) レアカード追加効果:

- 超(炎属性): このカードを使ってバトルに勝つと、敗者からカードを1枚奪うことができる。ただし、敗者がカードを1枚しかもっていない場合、1枚しか奪うことができない。
- 超(雷属性): このカードを使うと、同じ雷属性の基本カードに対しても、勝つことができる。ただし、両者がこのカードを使った場合は、引き分けとなる。
- 超(属性なし): このカードを使うと、勝敗にかかわらず一度だけバトルをやり直すことができる。ただし、続けてこのカードを使用しても、バトルをやり直すことはできない。

10) レアカード入手方法:

- ゲーム開始時にもらえる4枚の初期カードの中にまれに混ざっている。
- TMTのプログラムに参加するともらえる。
- 天文台内に散らばった封筒に、基本カー



ドに混ざって入っていることがある。

- 天文台内にいる隠しキャラにカードバトルで勝利する。

11) クリア条件と景品:

全 12 種類のカードを集める。

景品: すばる未公開プレミアムポスター (A2 判)

※2 種類のポスターから一つ選ぶ。

12) その他ルール:

- カードの交換はバトルで使用したものを交換する。手持ちカードから選んで交換することはできない。
- 手持ちカードがすべてなくなった場合、すばるのプログラムを一つ遊ぶと 3 枚もらえる。
- ゲーム中に集めたカードは、ゲームをやめるときにキーホルダーにして渡す。(2 次利用を防ぐため。)

★の数は 1~3 個までであり、同じマーク同士の場合には★の数が多いほうが勝者とする。

8) レアカード: 天, 昴, ? の 3 属性 (各 1 種類)

9) レアカード追加効果: すべてのレアカードは、他の基本カード 1 枚と組み合わせて使う。

- 天: ★の数の強弱が逆転する。
- 昴: 自分のほうが弱いマークだった場合、引き分けにすることができる。
- ?: マークの強弱関係が逆転する。

10) レアカード入手方法:

- ゲーム開始時にもらえる 4 枚の初期カードの中にまれに混ざっている。
- 天文台内に散らばった封筒に、基本カードに混ざって入っていることがある。
- すばるプログラムであるブラック星博士の OX クイズでの優勝賞品。
- 天文台内にいる隠しキャラにカードバトルで勝利する。

11) クリア条件と景品:

全 12 種類のカードを集める。

景品: すばる未公開プレミアムポスター (A2 判)

12) その他ルール:

- カードの交換は手持ちカードから自分の好きなものを選んで交換できる。
- 手持ちカードがすべてなくなった場合は受付で 4 枚新しいカードを渡す。
- ゲーム中に集めたカードは、ゲームをやめるときにキーホルダーにして渡す。(2 次利用を防ぐため。)

アンドロメダファンタジー 3

1) 実施日: 2009 年 10 月 24 日 (土)

2) 天候: くもりのち雨

3) 参加人数: 190 名

4) クリア人数: 27 名

5) 受付でもらえる初期カード: ランダムで 4 枚

6) カード構成: 基本カード 9 種類 + レアカード 3 種類の全 12 種類

7) 基本カード: 炎, 水, 雷の 3 属性 (各 3 種類; 属性ごとに, ★の数が三つ, 二つ, 一つのカードが 1 枚ずつ存在する。)

※炎などのマークの下に★が描かれている。