

Internet world ネット時代に生きる

櫻井 哲朗

第5回

ゲームに2つの顔

ん。それが原因かはわかりませんが、今年もチョコ0個という悲惨な結果を迎えました。

そのおかげで、ホワイトデーの心配をする必要がないので結果的にはプラスマイナス・ゼロなのかも知れませんが。

このようにバレンタインがあってホワイトデーがあるように、前回のソーシャルゲームの成り立ちをうけて今回のテーマはソーシャルゲームの活用について取り扱いたいと思います。かなり強引なつながりですが、チョコがもらえなかったことがあまりにもショックだったので勢いに任せて書いてしまいました。

凄いゲームの魅力

皆さん、ゲームは好きでしょ

うか。たぶんですが、好きだと思えます。なぜなら、本誌の扱っている題材がパチンコ・パチスロだからです。もちろん、パチンコ・パチスロだけ

がゲームではありません。いま販売しているPSP・3DSのような携帯ゲーム、PS3やWiiUのようなテレビゲームだったり、パソコン

ンを使ったオンラインゲームだったり、先月取り上げたソーシャルゲームもゲームです。

また、もつと歴史を振り返ればトランプや双六などのゲームもあります。これらゲームというものは、とても強い力を持っています。それは、人々を熱中させる力です。または、人々をハマらせる力があるともいえます。

寝る間を惜しんでゲームをやりこんだ経験、皆さんはありますでしょうか。著者は、ドラゴンクエストVやファイナルファンタジーVなどが、それに当たります。他にもいろいろゲームにハマりました。いまでも、ゲームをやり続けていますので、ゲームにハマっている状態が続いています。

他分野と合体して

そんなとき、ふと思うことがあります。もしも、このゲームをしている時間を他の勉強や仕事に割り当てていたら、どんなに人生が違っていたのだろうか。もしかしたら、希望の高校・大学に入学できたかもしれない。もしかしたら、もっと多くの仕事ができただけかもしれない。そんなことをときどき思

ゲーム使い現実を解決 現実の活動をゲーム化

失敗した。失敗しました。先月の書き出しを失敗してしまいました。皆さん先月を思い出ししてみてください。先月は2月つまりバ

レンタインでした。なんで、「○○先生、チョコが欲しいです…」という書き出しができなかったのかと本当に悔やんでも悔やみきれませ

うときがあります。

子供のころは、こんなことを思わなかったのに。いまでは罪悪感にさいなまれながらゲームをしている時もあるような気がします。よく比較の対象にあがるのが、ゲームの総プレイ時間と資格取得にかかる勉強時間を比較したものです。これを見ますと、「いろんなことができたんだな」と思います。

このように、もしもゲーム時間を他の時間に使っていたらと考えた方は著者だけではないと思います。ですが、周りをみますとにも熱中するものやハマるものはゲームだけではありません。ある人は仕事に熱中し、またある人は勉強にハマる人もいます。では、仕事や勉強がゲームだったらどうで

しょう。最近、そのような取り組みが話題となつています。つまり、ゲームをゲーム以外の分野に活用しようという取り組みです。このような取り組みには、シリアスゲームやゲーミフィケーションなどがあります。

勉強にハマる脳も

また、このハマるといふ行為を脳科学的に分析し、ハマる脳をいかに作るかということ解析した文献として篠原菊紀先生の「勉強にハマる脳の作り方」(フォレスト出版、2009)があります。その文献にはハマる脳の作り方が書いてあります。その作り方として

- ・「気がつけば〇〇してしまうようになる」な仕組みを作る
- ・「目標は評価可能な形に！」

などがあげられています。実は、これがゲーム以外のものをゲームにするための枠組と深く関係しています。

シリアスゲーム

社会問題の解決に

シリアスゲームというのは、教

さくらいてつろう

中央大学大学院理工学研究科を卒業し、専攻は統計学。コンピュータなどによって計測される大量のデータをまとめる多変量解析の研究。現在は、諏訪東京理科大学共通教育センター講師。東京都出身、30歳。

育・医療・公共政策・福祉などの社会にある諸問題を解決するため利用されるゲームのことを指します。

このようなシリアスゲームとして、「みなさんに馴染みが深いものとして「シムシティ」などがあります。それぞれのゲームをシリアスゲームという観点から解説していきます」と思います。

例えば都市開発も

「シムシティ」はゲームのジャンルで分類しますと「シミュレーションゲーム」に分類されます。さらに細分化しますと「都市開発シミュレーションゲーム」です。プレイヤーは市長となり様々な方法を使って都市を發展させ、理想の都市を目指していきます。このような「シミュレーションゲーム」の良いところは、コンピュータ上で現実をシミュレート(模倣)することができるところです。

例えば、都市の中でどこに消防署を建設するのが理想的かという問題があつたとします。現実世界で消防署を建てる際、建設できるのは1回かぎり、他の場所に移動するにはよほどの理由がない限り不可能です。そこで、ある特定の地域だけ到着が遅れるなどの不具合がでてきたりしたら大変なことになってしまいます。ですが、コンピュータ上ならば消防署を何度でも建設することができます。実際、「シムシティ」においてもゲーム内資金がある限り何度も建設可能です。

何度でもやり直せる

このようにして何度でもやり直して理想の建設場所を探すということが「シミュレーションゲーム」では可能です。このようにしてみてもみると、いままで娯楽としてのゲームだったものが問題解決のためのゲームとして捉えることができます。

なかなか、そのような観点で遊んだ方は少ないかと思いますが、著者がよくやっていた「シムシティ」の遊び方は、ある程度まで都市を發展させたら災害ボタンを連打して、破壊と創造のカタストロフィという「中二病」的な楽しみ方でした。

「シムシティ」以外のシリアスゲームとして、「トロピコ」(政策シミュレーション)やニンテンド

1DSなどで販売されていた「えいご漬け」(英語トレーニング)などがあります。

また九州大学が中心となり産学官連携でゲーム開発を行っている「シリアスゲームプロジェクト」があります。ここでは、リハビリを支援する「リハビリウム」というゲームなどが作られています。

ゲーミフィケーション

多くの企業が実際に

皆さんはゲーミフィケーションという言葉聞いたことがありませんか。まだ、それほど世間に浸透している言葉ではないと思いますので、知らない方が多いかと思えます。ですが、このゲーミフィケーションという概念は今後注目すべき大きなテクノロジーの1つとして挙げられています。

IT分野の調査・助言を行うグロトナー社の分析によれば、「2014年までに、Global 2000企業の70%以上が、ゲーム化されたアプリケーションを少なくとも1つは持つようになる」といわれています。

このゲーミフィケーションには様々な定義がありますが、ここで

は井上明人著「ゲーミフィケーション」(ゲーム)がビジネスを変え「NHK出版、2012)にある分かりやすい定義を採用したいと思います。

ゲーミフィケーションの簡単な定義は「ゲームの要素をゲーム以外のものを使う」ということ

また同著には、ゲーミフィケーションとシリアスゲームの違いも明確に書かれています。

「シリアスゲームは社会のさまざまな問題をゲームのなかに持ち込むこと」

「ゲーミフィケーションはゲームを社会のさまざまな場所に持ち込むこと」

単純な行為にバネ

では、実際のゲーミフィケーションの活用例として、どのようなものがあるかというと同著では「歩くこと」が挙げられています。

皆さんは、その昔「ポケットピカチュウ」という歩数計があったことを憶えていますでしょうか。たしか著者が中学生か高校生ぐらいの1998年に発売された携帯用小型ゲームです。これは、任天

堂から発売されている大人気ゲームのポケットモンスターの大人気キャラクターであるピカチュウを題材としたゲームで、歩けば歩くほどピカチュウと仲良くなることができます。このように歩くという、ただ単純で退屈な行為に意味をもたせ楽しませることを実現しました。

さらに、これを進化させたのが「ナイキプラス」です。これには「ポケットピカチュウ」にはなかったソーシャル性が加わっています。「ナイキプラス」では特殊なセンサーを取り付けることによって移動速度や時間を測定し、その測定した記録はインターネットを通じて他

のユーザーと共有することができます。そうすることによって、ランニング仲間とともに走っているという感覚を擬似的に再現していきます。このようにソーシャル性を



使うことによって、ランニング仲間との共有や競争が生まれ、走るという作業を継続的に行えるようになります。

構築に3ポイント

これでゲーム化をすることが有効なことはわかっていただけたと思います。では次に、どうやってゲームフィクションを実現するかについて考えてみます。ここでは、深田浩嗣著「ゲームにすればうまくいく」ゲームフィクション9つのフレームワーク（NHK出版、2012）にありますgーデザインブロック（図1）をもとにいくつかのポイントに絞って説明したいと思います。ここで注目するのが次の3つです。

- ・オンボーディング
- ・目標
- ・可視化

実は、これが先ほどあげたハマる脳の作り方と関連する部分となります。

気がつけば〇〇に

まず、オンボーディングについ

図1：gーデザインブロック（参考文献[3]より）



て説明させていただきます。オンボーディングとは「新しいメンバーを迅速に新しい組織に適応させるプロセス」を意味します。もう少し簡単にいいますと「わかりにくいものをわかりやすく説明する方法」のことです。このオンボーディングがうまくいっていないとゲーム化がうまくいきません。なぜなら、ハマるゲームというのは、そこまで説明書を読み込まなくてもなんとなくゲームができ

てしまい気づいたらハマっている状態になっています。つまり、参考文献[1]の

- ・「気がつけば〇〇してしまうようになる」な仕組みを作る

に対応しているのがオンボーディングだと言えます。

具体的にみえること

また、目標・可視化が、どのようにゲーム

ム化に貢献しているかについて説明したいと思います。たとえば、ダイエットをするときに「やせる」という目標と「10kg体重を落とす」という目標でしたら、どちらが実現可能な目標にみえるでしょうか。このとき「やせる」という目標は、どこまでいけばやせたことになるのかハッキリしていないため目標としては不向きです。また、「10kg体重を落とす」という目標でしたら毎日、体重を計ることによっ

て、あと何kgやせればいいのかハッキリと目に見える形でわかるようになります。他には大手予備校で行われている東大までの55段階なども、目標・可視化にあたります。実際、ゲーム内においてもスコアという形で現れてきます。これは参考文献[1]の

- ・「目標は評価可能な形に！」

に対応した考えだと捉えることができます。

このようにして脳活動とゲームフィクションの構築について関連しながら見ていくと人が熱中したりハマったりといった特徴を捉えることができるような気がします。

ビジネスへの活用

「位置情報」利用して

次にソーシャルゲームを実際のビジネスに活用した例について紹介したいと思います。ここでは炭谷大輔著「ソーシャルゲーム・ビジネス入門」（同友館、2011）で紹介されているゲームについて簡単に紹介させていただきます。この本では、それらをまとめて位

置情報ゲームとよんで取り上げておられます。これらは携帯電話に備え付けられている位置情報機能を活用したゲームのことです。この機能を使うことで現実世界とネット世界との連携を行っています。

コロニーな生活

コロニーを発展させるコロニー育成ゲーム。コロニーを発展させるには仮想通貨「プラ」が必要となり、「プラ」を得るためにはリアルでの移動距離に連動して手に入れることができます。移動距離は位置情報機能より取得。また課金することによって得られるアイテムによって発展することも可能です。他プレイヤーとの交流機能として贈り物や協力があります。

位置情報機能の活用として、特定の地域で位置登録をすることによってゲーム内で「お土産」を手に入れることができます。ここで、育成ゲームとは何かを育てることを目的としたゲームのことです。

ケータイ国盗り合戦

日本各地を舞台にした各地域の位置情報を集めるスタンプリ

ゲーム。日本全国を600国に区分けし、各土地の位置情報を取得することにより「国盗り」という状態となり、プレイヤーは全国各地をまわり天下統一を目指します。取得した位置情報の数によってアバターや城下町を成長・発展させることもできる側面もあるため育成ゲームとして捉えることもできる。また、「リアルタイム戦況」という機能により他プレイヤーの状況も把握できる。

FourSquare

アメリカ発の位置情報を活用したゲームで、TwitterやFacebookの次に流行るインターネットサービスとして注目を集めている。プレイヤーは自分がいる場所にある「ベニュー (venue: 会場などの意味)」と呼ばれる特定の場所に「チェックイン」することで得点を得る。また、この「チェックイン」の回数や頻度によってプレイヤーは「バッジ」を得ることが出来る。

ここで「ベニュー」は実在の店舗だったり、「駅」や「観光名所」などの施設であったりする。また自分自身で「ベニュー」を作成す

ることもできる。獲得したポイント数や獲得したアイテム数によってゲーム内でのランクが決定する。「Tips」という機能によって、チェックインしたスポットに情報を書き残すことができ、他プレイヤーと情報を共有することができる。

また「メイヤー (Mayor: 市長などの意味)」という機能があり、これは最も多くその「ベニュー」に「チェックイン」したプレイヤーに与えられる称号です。他プレイヤーが現「メイヤー」よりも多く「チェックイン」した場合には、他プレイヤーが「メイヤー」に任命されます。つまり誰が一番の常連さんかが、わかるようになっており



ます。ウィキペディアがみんなで作る辞書ならば、FourSquareはみんなで作るガイドブックのようなイメージです。まだ日本では実現していません

が「FourSquare for business」というものがあり、実際の店舗側から「チェックイン」の回数などに応じたサービスの提供を受けることができます。これにより現実世界とネット世界との連携が生まれます。

全駅制覇！駅コレクション

日本中の駅を対象としたスタンブラーゲーム。プレイヤーは日本全国にある駅をコレクションしていきます。すべての駅をコレクションする全国制覇はハードルが高すぎるため、各路線の全駅制覇などを当面の目的とすすめる。

位置情報ゲームの特性上、個人情報の問題があり、とくに駅コレでは、駅という自分の生活に密接に関係する情報を扱っている。駅コレでは、この問題を解決するため、プレイヤー登録をメールアドレスの登録やゲーム内で使うニックネームなどの登録を排除し、プレイヤーIDの発行のみとした。また、そのIDも他プレイヤーから見えない形となっている。また「駅の掲示板」「駅長」「駅周辺の開発」「駅弁」という機能があり、鉄道を使ったゲームの世界観の演出

に効果的に作用している。

「拡張現実」を駆使し

先ほどは位置情報機能を使ったゲームのビジネスの活用について説明しました。ここでは、位置情報機能とカメラ機能を使った拡張現実をビジネスへの活用について考えていきたいと思います。

拡張現実（AR）とは、周囲を取り巻く現実環境に情報を付加させ、人間から見た現実世界を拡張したものを指します。実際に行われているサービスとしてはiPhone、Android上で動作する「セカイカメラ」というアプリが有名です。

これはiPhone、Android内蔵のデジタルカメラによって目の前の景色が画面上に映し出された上に、その場所などに関連する「エアタグ」と呼ばれる付加情報が重ねて表示されるアプリのことです。このエアタグはユーザーが自由に付加することができ、ユーザー間で共有することができます。またデジタルカメラ内だけに写るようなキャラクターやロボットを出現させることも可能です。

また、これらの技術はゲーム内で効果的に用いられているように

PS3・Xbox 360で販売されている「ROBOTICS:NOTES」やWiiUの「ZombiU」なども参考になるかと思えます。

より「層の楽しむ」

このようにして現実とのリンクをはかりビジネスへの活用を考えることができます。たとえば、著者が住んでいる諏訪地方では花火や御柱などが有名です。しかし、これらの催しはある特定の期間でしか見ることができません。そこで拡張現実（AR）を使い、デジタルカメラの世界では花火や御柱のときの映像やCGが出現するようにすれば、たとえその時期でなくても楽しみ事ができます。冬に見る花火もおつではないでしょうか。さらに、これに自分の作った花火を打ち上げることができるなどのゲーム要素を加えれば、いっそう楽しみが増すように思えます。

また先ほど取り上げましたゲームフィクションの考え方をを用いて、学校や教育をよりいっそう楽しく展開できるのではとも考えています。たとえば、卒業までに必要な単位をそろえるというそれ自体に意味を持たない行為にも、そ

れぞれの単位がロボットの部品に なっていて全ての単位をそろえる とロボットが完成するようなディ アゴステイーニ的な手法をとれば 単位をそろえるということに意味 を持たせられるのではとも考える ことができます。

著者自身、ゲームとともに育っ てきたような世代です。今までの ゲーム経験が少しでも役立てられ るなら、ちよつと罪悪感にさいな まれずゲームができるような気も します。

参考文献

- [1] 篠原菊紀、「勉強にハマる脳の作り方」、フォレスト出版、2009
- [2] 井上明人、「ゲーミフィケーション<ゲーム>がビジネスを変える」、NHK出版、2012
- [3] 深田浩嗣著、「ゲームにすれぱうまくいく<ゲーミフィケーション>9つのフレームワーク」、NHK出版、2012
- [4] 炭谷大輔著、「ソーシャルゲーム・ビジネス入門」、同友館、2011