

BOOK REVIEW 1

ゲーミフィケーション - <ゲーム>がビジネスを変える -

井上明人 著

NHK出版 ISBN 978-4-14-081516-8 2012年1月発行

評者：安齋昌幸（早稲田大学）

なぜ人は何かにハマるのか、時に金と時間の無駄遣いと分かっているにもかかわらず止められない。そのハマる心理をシステム化したのが、昨今のヒットゲームである。ソーシャルゲームのコンプガチャについては、ハマり過ぎる人々が続出したため、ついに消費者庁が口を出し、各社全面撤廃に至るほど社会問題化している。ゲームと言っても今やその応用範囲は広く、歩数計や勤務管理、商品キャンペーンなど生活のあらゆる部分に組み込まれつつある。またコンテンツ自体を見てもAKB48はしばしばその仕掛けがゲーム的と言われるし、最近大ヒットしているドラマ「SPEC」や「仮面ライダー」シリーズもカードバトル的な様相を見せている。まさに「ゲーム的リアリズム」社会が到来しているのだ。

この本は、ゲーミフィケーションと呼ばれる様々なゲーム性の高い社会的アーキテクチャを紹介しながら、最終的に人間の行動原理とは何かを炙り出している。そもそもゲームとは、世界を認識するためのツールである。世界を構成する基本要素、すなわち、数・空間・時間・法則といったものを設定し、それをプレイすることで俯瞰的に世界を把握する。チェスしかりサッカーしかりマリオしかり。そして我々はそれらゲームを通して獲得したセオリーを現実の世界にフィードバックしている。

現在はさらに、ネット環境の進化とともに可能となったソーシャル的繋がりが重要視されている。ゲームは人々のやる気を引き出し、やがてそれは次々に繋がって一体感が形成され、大きなうねりを生じていく。「人生はクソゲー」という言葉があるが、ゲーミフィケーションはそんなクソゲー的日常を一変させる力を持っているのだ。本書には選挙運動にポイント制を取り入れたオバマ大統領の例からFacebook上の友達を削除するごとにハンバーガーをゲットできるというバーガーキングの物議を醸したキャンペーンの例ま

で、ありとあらゆるシーンでのゲーミフィケーションが登場するが、どれを見てもゲーム性を取り入れることによって、その対象が途端に魅力的になるのは非常に興味深いことだ。

しかしどんなゲームでもよいわけではない。ハマるゲームには緻密に計算されたセオリーが必ず存在する。著者は「スーパーマリオブラザーズ」を例にしてそのセオリーを語る。ブロックや落とし穴を段階的に配置し練習させることで、プレイヤーはゲームの操作法を知らず知らずに理解する。このように無理なく課題をクリアさせながらプレイヤーにゲームの面白さを伝える手法は「レベルデザイン」と呼ばれる。また、アイテムを取るとキャラがパワーアップするが、そのような機能制限解放を随所に入れ込む「アンロック」という手法もプレイヤーに達成感を与える。こうした人間の行動心理を徹底的に研究した結果が、ゲームのヒットに繋がっている。

最近躍進がめざましい携帯・スマホのソーシャルゲーム。あんなものはゲームではないと言う人もいるが、その成功はこれまでのハマるゲームのセオリーを徹底的に研究した結果でもある。ソーシャルゲームのアーキテクチャに関しては『文化時評アーカイブス』（発行：サイゾー）において、さらに具体的な著者の意見が聞けるので併せて読むと参考になる。

いわゆるアイテム課金がソーシャルゲームの躍進を支え、その仕組みには批判も多いが、そもそも現代の社会がアイテム至上主義に覆われていると言っても過言ではない。あれもこれも欲しい、話題の場所や店は押さえたいと生活スタイルがアイテム集めのような様相を帯びている。まさにゲームのアーキテクチャを研究することは、現代社会における我々の欲望を解明することでもあるのだ。

