

# デジタルゲームにおけるプレイ継続モチベーションに関する定性調査分析

中井理貴<sup>i</sup> 遠藤雅伸<sup>ii</sup>

<sup>iii</sup> 東京工芸大学 芸術学部

<sup>i</sup>m.nakai0806@gmail.com, <sup>ii</sup>m.endo@game.t-kougei.ac.jp

**概要:** プレイヤーは興味あるタイトルに対してプレイを開始し、プレイ継続へのモチベーションが生まれる。しかし日本ではプレイスタイルが独特で、そのモチベーションとなる要素も多様と思われる。そこで我々は、モチベーションの源泉に関する定性調査を行った。その結果、既存研究では明らかにされていない要素が存在し、「没頭」に分類される要素は細分化されていることが分かった。

**キーワード:** デジタルゲーム, モチベーション, 継続, プレイスタイル

## A Qualitative Survey Analysis on Motivation to Continue Playing in Digital Games

Michitaka NAKAI<sup>i</sup> Masanobu ENDOH<sup>ii</sup>

<sup>iii</sup> Faculty of Arts, Tokyo Polytechnic University

<sup>i</sup>m.nakai0806@gmail.com, <sup>ii</sup>m.endo@game.t-kougei.ac.jp

**Abstract** Players start playing games they are interested in, and this motivates them to continue playing. However, the style of play in Japan is unique, and the motivating factors are likely to be diverse. Therefore, we conducted a qualitative survey on the sources of motivation. As a result, we found factors that have not been identified in existing research, and the factors classified as "immersion" are subdivided.

**Keyword** Digital game, Motivation, Continue playing, Play style

### 1. はじめに

プレイヤーは興味あるタイトルに対してプレイを始め、このとき得られる体験や報酬に対しプレイを継続するモチベーションが創出される[1]。

エンターテインメントにおける商業としてのゲームはアーケードから始まり、その時代ごとに主流となるビジネススキームを変化させてきた。1983年には家庭用ゲーム機『ファミリーコンピュータ』の登場でパッケージ販売が主流となり、一度購入すれば無制限にプレイすることが可能となった。しかし1990年代に入ると、インターネット環境の普及に伴いMMORPGを中心としたオンラインゲームが増加し、ゲーム中に短期的目標を持たせつつ、サービスが終了するまでゲームを継続させる運営型のビジネスモデルが生まれた。また近年では、『プレイステーション4』『Nintendo Switch』を中心に基本プレイ無料でダウンロードコンテンツによる販売から利益を出す手法も増加している[2]。

ダウンロードコンテンツ販売や運営型のビジネスでは、プレイヤーにプレイを継続して貰うことで売上が増加する。そのためにはプレイヤーのプレイに対する継続的なモチベーションが必要となる。これまでゲームのプレイモチベーションについては欧米を中心に広く研究されているが、日本においては未だに研究例が少ない。また、日本においてはプレイヤーのプレイスタイルが海外とは異なることから、我々はプレイモチベーションも同様に差異が見られるのではないかと考えた[3]。

本研究の目的は、日本のプレイヤーがゲームプレイを継続するモチベーションとなる要素を明らかにすることである。

### 2. 関連研究

ゲームをプレイする動機については、メディアサイエンスの分野で利用と満足的手法[4]を用いた研究が行われている。Sherryらは学生を対象にゲームをプレイする理由について調査を行い、6要素のプレイ動機を明らかにしている[5]。ま

た井口は Sherry らの研究を参考に、日本の大学生におけるプレイ動機 7 要素を明らかにした[6]。

MMO(Massively Multiplayer Online: 大規模多人数同時参加型オンライン)ゲームにおけるモチベーションに関する研究も数多くある。Yee は Sherry らの研究がプレイ中の経験的モデルに焦点を当てておらず、モチベーションの多様性を考慮できていないことを指摘している[7]。そこで同氏は人気 MMO ゲームタイトルのプレイヤーを対象に調査を行い、モチベーションとなる要素として 3 分類 10 要素を明らかにしている[8]。これに対し Demetrovics らは、Yee の研究が特定のゲームタイトルに対する調査に留まりモチベーションとなる要素を網羅的に明らかにできていない可能性に言及し、オンラインゲーム全般におけるモチベーション 7 要素を明らかにしている[9]。しかし、この研究はプレイする理由についての調査である為、Sherry らと同様に経験的モデルから生じるモチベーションについては言及できていないと思われる。

これらを踏まえ、本研究では比較対象として Yee による分類[8]を採用した。Yee によるプレイモチベーションの分類を表 1 に示す。

表 1 Yee のプレイモチベーション分類

成果	前進	向上、力、蓄積、ステータス
	ルール	数、最適化、定型化、解析
	競技	挑戦、挑発、支配
社会性	交際	会話、援助、友達
	関係	個人、自己開示、支援
	協力	協調、グループ、集団成果
没頭	発見	探検、知識、遮蔽物の発見
	ロールプレイ	物語、キャラクター、役割、幻想
	カスタマイズ	容姿、アクセサリ、様式、配色
	逃避	リラックス、現実逃避、問題回避

### 3. 研究手法

研究手法は、インターネットを利用したアンケートによる定性調査結果の分析である。SNS で告知を行い 2020 年 12 月より回答を募集した。設問内容は、Yee のモチベーション研究[8]で使用されたアンケート作成の基盤となった質的調査[10]の質問方法を参考に設定した。次に示す。

- 最近プレイしたゲームで好きなタイトル:自由記述(必須)
- そのゲームの魅力:自由記述(必須)
- そのゲームのプレイ状況:選択肢 5 択(必須)
  - 1年以上前にプレイを終えた
  - 1か月以上前にプレイを終えた
  - 1か月以内にプレイを終えた
  - ただいまプレイ中
  - しばらく続いている
- 性別:選択肢 2 択(任意)
- 年齢区分:選択肢 5 択(任意)

自由記述部分に対しテキストマイニングソフト KHCoder を用い、モチベーションに関わるワードをタグとした。記述からゲームタイトル毎の状況を加味して要旨を抜き出し、タグ付けして類似内容の差別化を行って要素とした。全要素に対し GTA 法[11]を用いて系統化を行った。

### 4. 結果

ゲームに対するエンゲージメント[12]や思い出補正[13]と差別化する為、プレイを終了した時期が「1年以上前にプレイを終えた」に該当する回答については分析から除外とした。またアナログゲームの回答も無効としたところ、有効回答数は計 446 件となった。性別年齢区分別回答者数を表 2 に示す。

表 2 性別年齢区分別の回答者数

年齢\性別	男性	女性	不明	合計
20 歳未満	41	17	0	58
20 歳代	62	45	0	107
30 歳代	61	55	1	117
40 歳代	90	30	2	122
50 歳以上	30	11	0	41
不明	0	0	1	1
合計	284	158	4	446

#### 4.1 モチベーションとなる要素の抽出と分類

自由記述部分からゲームタイトルを加味して 41 の要旨を抜き出して要素とし、GTA 法による分析を行い 9 のラベルを分類として抽出した。抽出した要素の分類と、各要素名と内容を表 3 に示す。

表 3 モチベーションの分類と要素

分類	要素名	要素内容
非競技	遊戯	勝敗や明確なゴールが無い
	鑑賞	ゲーム画面を眺めて楽しむ
設定	単純	操作方法やシステムの理解し易さ
	手軽	一度のプレイ時間が短く手軽(暇つぶし等)
	親切設計	アドバイスが親切(チュートリアル、ヘルプ等)
	適正難易度	適正な難易度やレベルデザイン
	物語	ストーリーやシナリオ
	世界観	世界観や雰囲気
	音楽	BGM や楽曲
	グラフィック	グラフィックの描画や表現
	エフェクト	エフェクト演出(キャラクターの持つ技など)
	キャラクター	登場キャラクター(推しなど)
未知	現実体験	現実で出来ることをゲームで体験
	非日常体験	現実では成し得ない体験
	斬新	他のゲームでは得られないと感じる体験
	期待	偶然起きた良いことに味を占める
	運営	定期的な生放送やアップデート
成果	鍛錬	幾度の挑戦や鍛錬による上達の実感
	蓄積	ゲーム内資金やアイテムの蓄積
	育成	キャラクターや装備などの育成
	コレクション	アイテムなどのコレクション
	学習	学びや知識の獲得
自己目標	充実	ゲーム内要素が豊富
	ロールプレイ	役割や登場キャラクターを演じる
	縛りプレイ	自分で取り決めた制限下で遊ぶ
	探求	不具合を見つけて遊ぶ
	探索	フィールドやダンジョンの探索
自己満足	自己表現	自分の努力や成果を他者に披露
	発見	プレイする度に生まれる新たな発見
	キャラクターメイク	自分だけのキャラクター作成や装飾
	様式	ゲーム内レイアウトの拡充や装飾
競技	不備	欠点に愛着が湧く
	達成	課題の達成
	勝利	対戦相手や敵に勝利
	対戦	他者との対戦プレイ
	挑戦	ゲーム与えられる課題への挑戦
社会性	意思疎通	他者とのコミュニケーション
	協力	他者との協力や支援プレイ
合理化	自己承認	自分が他者より優れている優越感
	妄想	ゲーム世界を脳内で想像して楽しむ
	逃避	現実からの逃避

#### 4.2 先行研究との比較

比較対象とした Yee によるモチベーションの 3 分類「成果」「社会性」「没頭」と、対応する本研究のモチベーション分類の関連を表 4 に示す。

表 4 先行研究と本研究における分類の関連

Yee の分類	本研究の分類
成果	成果 競技 設定
社会性	社会性
没頭	自己目標 合理化 自己満足
該当なし	非競技 未知 設定(音楽、エフェクト、キャラクター、グラフィック) 自己目標(自己制限、探求) 自己満足(自己表現、不備) 合理化(自己承認、妄想)

「該当なし」となった分類のうち、「自己目標」「自己満足」「合理化」は Yee の分類における「没頭」に当たる。しかし、該当しない要素が含まれていることから、「没頭」が細分化されていると分かった。また「非競技」「未知」については Yee の分類に該当せず、本研究で明らかになった分類である。

## 5. 考察

先行研究との比較で差異が明らかになった「該当なし」の分類は、日本における独自のプレイモチベーションであると考えた。「自己目標」「自己満足」については、日本人のプレイ特性として遠藤が「武道」「芸道」との類似を述べている[3]。そこで本研究では「設定」「非競技」「未知」「合理化」の 4 つを考察した。

### 5.1 設定

Yee による分類との比較から、「キャラクター」「グラフィック」に注目した。

日本においては、主にエンターテインメントコンテンツにおいて好むキャラクター自体を示す「推し」という言葉が使われる[14]。そしてユーザーにとって「推し」の存在はコンテンツへの傾倒に直結する。

海外ではグラフィックの向上が重視されている為、ハイクオリティーのグラフィックに沿ったキャラクターデザインが必要となり見た目の変化が乏しい。しかし日本においてはデフォルメ調や等身による体型変化も起用されており、多様なデザインによって生まれるキャラクターの個性がユーザーのコンテンツへの傾倒を促していると思われる。また本調査において「推しの存在」「キャラクターが好み」といった回答が多数見られたことから、ゲームでも同様に好むキャラクターの存在自体がコンテンツへ傾倒させ、プレイ継続のモチベーションを創出していると考えた。

### 5.2 非競技

「遊戯」「鑑賞」が該当する。

「Game」の本来の意味は「競技」である[15]。そのためこれ

らの要素はゲームのプレイとは異なり、日本における特異な継続モチベーションと考えられる。実際に日本において非常に高い人気がある『どうぶつの森』は、ゲームから与えられる明確な課題や勝敗がなく、また操作せずに鑑賞して楽しむことができる。これらを踏まえ、日本においてはゲーム主体のルールに縛られた体験だけでなく、プレイヤー主体の「創発: Creation」[16]の体験を得やすいゲーム内環境が継続モチベーション創出の要因になり得ると考えた。

### 5.3 未知

「現実体験」「非日常体験」「斬新」に注目した。

本研究が比較対象とした Yee の研究[8]は、日常的にプレイするユーザーが多いと思われる MMO ゲームに関する研究である。その為、これらはジャンルを問わない本調査との間で差異が生じた要素と思われる。非日常体験や目新しさを提供することはエンターテインメントとして重要であり、ゲームプレイにおいてもモチベーション創出やその継続に大きく影響すると考えた。

### 5.4 合理化

「自己承認」「妄想」に注目した。

回答に「自分が強いから」「ゲーム世界に浸れる」といった記述が見られたことから、ネガティブな意味合いを持つ「現実逃避」とは異なる。これらはゲーム世界に存在しようというプレイヤーの意識が、確実にポジティブな体験を得られるゲーム世界に対する愛着や依存を生んでいると思われる。この意識を持ち続ける限りプレイヤーにとってのゲーム体験は持続し、実際のゲームプレイも継続させるモチベーションを創出していると考えた。シナリオのクリアといった明確な終わりがあるゲームの場合は、ゲームをクリアせず意図的にゲームプレイを中断する「意図的停滞」行為に繋がると考えた[3]。

## 6. まとめ

本研究は、日本におけるゲームのプレイモチベーションとなる要素を明らかにするという目的のもと、定性調査を行い分析した。その結果、先行研究では明らかにならなかった「設定」「自己目標」「自己満足」「非競技」「未知」「合理化」といったモチベーションとなる要素が明らかになった。

本調査では、各要素がプレイヤーのモチベーションにどの程度影響を与えるかは明らかにできていない。また調査手法が質的な分析に留まっていることから先行研究との比較が不十分である。今後は各モチベーション要素の影響度や、日本と海外におけるモチベーションの違いを更に明確にしたい。

## 参 考 文 献

- [1] 渡辺修司・中村彰憲(2014)『なぜ人はゲームにハマるのか』, SBクリエイティブ.
- [2] 小山友介(2016)『日本デジタルゲーム産業史: ファミコン以前からスマホゲームまで』, 人文書院.
- [3] 遠藤雅伸・三上浩司(2019)ゲーム道: ゲーム文化を理解するゲーム学の手掛かり, 2019 年夏季研究発表大会予稿集, 日本デジタルゲーム学会, pp.68-71.
- [4] Greenberg, B. (1974) "Gratifications of Television Viewing and Their Correlates for British Children," Blumler, Jay and Katz, Elihu

Editors, *The Uses of Mass, Communications Current Perspectives on Gratifications Research*, SAGE, pp.71-92.

- [5] Sherry, J. L., Lucas, K., Greenberg, B. S., Lachlan, K. (2006). Video game uses and gratifications as predictors of use and game preference, *Playing video games: Motives, responses, and consequences*, 24(1), pp.213-224.
- [6] 井口貴紀(2013)現代日本の大学生におけるゲームの利用と満足——ゲームユーザー研究の構築に向けて——, *情報通信学会誌*, 31(2), pp.67-76.
- [7] Yee, N. (2006) The demographics, motivations, and derived experiences of users of massively multi-user online graphical environments, *Presence: Teleoperators and virtual environments*, 15(3), pp.309-329.
- [8] Yee, N. (2006) Motivations for play in online games, *CyberPsychology & behavior*, 9(6), pp.772-775.
- [9] Demetrovics, Z., Urbán, R., Nagygyörgy, K., Farkas, J., Zilahy, D., Mervó, B., Harmath, E. (2011) Why do you play? The development of the motives for online gaming questionnaire (MOGQ), *Behavior research methods*, 43(3), pp.814-825.
- [10] Yee, N. (2001) Meta-Game Results. A Journey into EverQuest. A Journey into EverQuest (nickyee.com) (最終確認日:2021年1月30日)
- [11] Corbin, J. M., Strauss, A. (1990) Grounded theory research: Procedures canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), pp.3-21.
- [12] Brockmyer, J. H., Fox, C. M., Curtiss, K. A., McBroom, E., Burkhart, K. M., Pidruzny, J. N. (2009) The development of the Game Engagement Questionnaire: A measure of engagement in video game-playing. *Journal of experimental social psychology*, 45(4), pp.624-634.
- [13] 山本龍之介・遠藤雅伸・西條由起・高橋由美(2015)ゲームにおける「思い出補正」の研究, 2015年夏季研究発表大会予稿集, 日本デジタルゲーム学会, pp.67-70.
- [14] 大坂瑞貴(2019)腐女子の社会学—多様な世界観の共存のために—, *現代行動科学会誌*, 35, pp.45-53.
- [15] 新村出(2008)『広辞苑 第六版』, 岩波書店.
- [16] Juul, J. (2016) “Playing”, *Debugging game history*, MIT Press, pp.351-358.