

# ゲームプレイの魅力となる効果的な要素に関する研究

高橋 尚人<sup>i</sup> 遠藤 雅伸<sup>ii</sup>

東京工芸大学芸術学部 〒164-8678 東京都中野区本町 2-9-5

E-mail: <sup>i</sup> g1427046@t-kougei.ac.jp, <sup>ii</sup> m.endo@game.t-kougei.ac.jp

**概要** ゲームプレイには、魅力となる要素の存在が明らかとなっている。その要素により人はゲームに夢中になり、ゲーム依存として表面化する例もある。しかし、これはゲームプレイの継続を促し、利益を上げるための手段にもなる。本研究は「よく遊ぶゲーム」について調査を行い、得られた回答からゲームプレイ継続に繋がる効果的な要素とは何かを考察した。その結果、上達の実感、目標がある、交流の場の3つが明らかとなった。

**キーワード** デジタルゲーム, ゲーム依存, 夢中, プレイの魅力, 利益

## 1. はじめに

ゲームプレイの魅力となる要素の存在は明らかとなっている<sup>[1]</sup>。この要素によって人はゲームに惹かれ、夢中になって遊ぶ。しかし、どの要素が多くのプレイヤーのゲームプレイに影響を与えているかは、分かっていない。

本研究はゲームプレイの魅力となる要素について調査を行い、その結果からゲームプレイに影響を与えやすい要素の考察を行った。

## 2. 先行研究

阿部によればゲームプレイの継続には7つの魅力がある<sup>[1]</sup>。その要素を以下に挙げる。

- (1) 能力の向上や達成感を、素早く得られ、感じられる
- (2) 競争心・向上心をあおられる
- (3) 人との出会いが簡単に得られる
- (4) その関係は、簡単にリセットできる
- (5) 現実の自分とは全く異なる自分を演じて、楽しむことができる
- (6) 長時間のプレイで上達する
- (7) 費やした時間やお金の投資が無駄になるという気持ちが働く

以上の要素により、プレイヤーはゲームプレイの継続に魅力を感じ、結果としてゲームに夢中になる。

またゲーム制作者はプレイヤーのコミュニケーションのためにチーム機能を持たせ、ゲーム運営者は社会的欲求を満たすためにイベントを用意している<sup>[1]</sup>。

## 3. 本研究の目的

本研究の目的は、ゲームプレイの魅力となる要素のうち、多くのプレイヤーのゲームプレイ継続に影響を与える要素の考察である。そのために、アンケートによる調査を行った。

## 4. 調査方法

Google フォームを使用し、「よく遊ぶゲーム」に関するアンケートを行った。アンケート項目を以下に示す。

- よく遊んでいるゲームタイトル：自由記述
- どのくらい遊んでいるか（頻度）：択一方式
  - ほぼ毎日
  - 週数回
  - 月数回
  - 年数回
- いつから遊んでいるか（期間）：択一方式
  - 最近はじめた
  - 数か月前
  - 数年前
  - それ以上前
- 当てはまる要素へのチェック：複数回答
  - 強く（上手く）なったのが実感できる

- 負けたくない相手がいる
- 目標がある
- 今までにかけたものを無駄にしたくない
- 交流の場になっている
- イベントが多い
- チームがある
- その他の要素：自由記述
- 性別種別：択一方式
  - 男性
  - 女性
- 年齢種別：択一方式
  - 20歳未満
  - 20代
  - 30代
  - 40代
  - 50歳以上

表 3 該当するゲームの開始時期

期間	回答数
最近はじめた	27
数か月前	34
1年くらい前	60
数年前	125
それ以上前	32
合計	278

表 4 該当するゲームに当てはまる要素

要素	回答数	割合
上達の実感	184	66%
負けたくない相手	37	13%
目標がある	162	58%
無駄にしたくない	87	31%
交流の場	121	44%
イベントの開催	80	29%
チーム機能	49	17%

## 5. 結果

2017年5月25日より調査を行い、278件の有効回答を得た。回答者の属性分布を表1に、該当するゲームのプレイ頻度を表2に、プレイ開始時期を表3に、当てはまる要素の回答数と母数に対する割合を表4に示す。

表 1 回答者の属性分布

	男性	女性	合計
20歳未満	25	3	28
20代	115	25	140
30代	38	13	51
40代	42	10	52
50歳以上	1	6	7
合計	221	57	278

表 2 該当するゲームのプレイ頻度

頻度	回答数
ほぼ毎日	166
週数回	75
月数回	28
年数回	9
合計	278

ゲームのプレイ頻度については「ほぼ毎日」という回答が全体の6割、プレイ開始時期については「1年以上前から継続して遊ぶ」という回答が全体の7割以上を占めた。この結果から、高い頻度で長期間ゲームを遊んでいるプレイヤーの回答を得たと考えた。

当てはまる要素は「上達の実感」「目標がある」「交流の場」が上位となった。

## 6. 考察

自由記述の内容を含めて、要素別に考察を行った。

### 6.1 上達の実感

上達の実感に該当する主な内容を以下に示す。

- キャラクターが強くなる
- ボスに勝った時の達成感

キャラクターの成長や勝てなかった相手に勝利することにより、プレイヤーはゲームの上達を実感する。再び同様の実感を得るためにプレイは継続されると我々は考えた。

## 6.2 目標がある

目標があるに該当する主な内容を以下に示す。

- ストーリーを追いたい
- 新しい戦法を試したい

ゲーム進行中の経験から、プレイヤーはゲーム内に自分の目標を設定する。設定した目標の達成のためにプレイは継続されると我々は考えた。

## 6.3 交流の場

交流の場に該当する主な内容を以下に示す。

- ゲーム内で知り合った人との繋がり
- みんなと一緒に遊べる

プレイヤー同士の交流に魅力を感じて、ゲームを交流の場として利用する。そのゲームを交流の場として利用するためにプレイは継続されると我々は考えた。

本要素に該当するゲームの中には、ゲーム内にコミュニケーション機能を持たないものがあり、プレイヤーはゲーム外でも交流しているのではないかと考えら

れる。

## 7. まとめ

ゲームプレイを継続させるために有効な要素は、上達を実感できる、目標がある、交流の場になる、であることが分かった。

これらの要素をゲームに実装することにより、ゲームプレイは継続されると我々は考えた。

## 文 献

- [1] 阿部圭一他 (2012). ゲーム依存の現状と対策—個人的視点と社会的視点から, 社会情報学会(SSI)学会大会研究発表論文集 2012, 189-194.
- [2] 三原聡子他 (2012). インターネット依存に関する我が国の現状, 第1回インターネット依存国際ワークショップ 2016.3.16 <[http://www.kurihama-med.jp/tiar/pdf/20120403\\_no1\\_workshop\\_report1.pdf](http://www.kurihama-med.jp/tiar/pdf/20120403_no1_workshop_report1.pdf)>(2017年6月26日)
- [3] 大野志郎他 (2011). ネット依存の若者たち, 21人インタビュー調査, 東京大学大学院情報学環情報学研究 調査研究編, 101-139.
- [4] 深田浩嗣 (2011). ソーシャルゲームはなぜハマるのか, ソフトバンククリエイティブ
- [5] まつもとあつし (2012). ソーシャルゲームのすごい仕組み, アスキー新書
- [6] 週刊ダイヤモンド(2012). 無料ゲームの落とし穴, 週刊ダイヤモンド 2012/06/02号, pp. 26-31.

# Study on the Effective Elements of Attractive Game Playing

Naoto Takahashi<sup>i</sup> ENODH Masanobu<sup>ii</sup>

<sup>i</sup> Faculty of Arts, Tokyo Polytechnic University 2-9-5 Honcho, Nakano-ku, Tokyo, 164-8678 Japan

E-mail: <sup>i</sup> g1427046@t-kougei.ac.jp, <sup>ii</sup> m.endo@game,t-kougei.ac.jp

**Abstract** Attractive elements in game playing were already clarified. Due to these elements, players were engaged in a game playing, and sometimes it became a game addiction. On the other hand, the engagement in game playing makes big profits in business. We conducted a survey on “games that usually playing” and analyzed the effective elements to continue game playing. As a result, three elements “sense of improved”, “goal” and “fields for communication” were obtained.

**Keywords** Digital games, Game addiction, Engagement, Attractive game playing, Profit