

ソーシャルゲーム開発者大久保貴史さんに聞く

ゲームビジネスの可能性と 注目の「ゲーミフィケーション」

eスポーツに代表されるように、ゲームビジネスは大いに注目されています。また、ゲームの要素は、幅広いビジネス分野で応用されており、教育や医療の分野でも活用が進んでいるといいます。今回は、ゲームディレクターとして最新のゲームアプリを開発しつつ、アナログゲームのプレイヤーとして世界大会にも出場するほどの腕前を持つ、大久保貴史さんに、ボードゲームを含むゲームの可能性と、今話題の「ゲーミフィケーション」についてお話を伺いました。



左から大久保貴史さん、教育用ツールや企業研修として使われている様々なゲーム（イメージ）

ゲーム産業は今や日本だけでなく世界をけん引するビジネスであり、カルチャーとも捉えられています。経済産業省は、2033年までにゲームやアニメといったコンテンツ産業の海外売上高を20兆円に拡大する目標を打ち出しました。2023年のゲームを含むコンテンツ産業の輸出額は約5.8兆円で、半導体や鉄鋼産業を超える数字であり、自動車産業に次ぐ産業として期待が寄せられています。

変化するゲームに対する価値観

2023年の国内デジタルゲーム人口は過去最多の5,553万人（『ファミ通ゲーム白書2024』株式会社角川アスキー総合研究所）で、国民の2人に1人はゲームをしていることになり、「ゲームをするのは子ども」というイメージは通用しなくなっています。背景にあるのは、スマートフォンの普及で、いつでもどこでも気軽に遊べるモバイルゲームで遊ぶ人が最も多いといいます。

「スマートフォンが一般化したことで、大人もゲームのターゲットになりました。モバイ

ルゲームの開発では、通勤時間や、子どもの習い事の待ち時間などのすき間時間で楽しめるように短時間で遊べる内容に設計しています。逆に、家庭用ゲーム機やPCゲームのソフトは、ゲームに集中できるある程度の時間や環境を整える必要があり、週末などにじっくり遊びたい人向けに作っていることが多いですね」と語るのは、ゲーム開発者の大久保貴史さん。

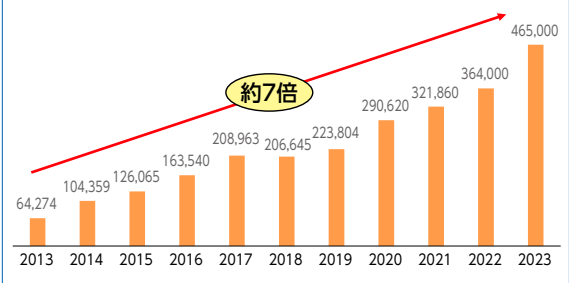
また、ゲームを競技化したeスポーツも人気で、国内のeスポーツ市場は既に100億円を超えています。eスポーツの影響で、「将来はプロのゲーマーになりたい」「ゲームクリエイターになりたい」など、ゲーム業界に関わりたいという夢を持つ子どもが増えています。そして、習い事の1つのような感覚で、ゲームの攻略方法を子どもに教える家庭教師の仕事もあるそうです。

「かつては、ゲームばかりしてはダメという風潮がありましたが、ゲームが好きなら突き詰めてみたらいい、将来の役に立つかもしれないと考える保護者も現れました。ゲームがビジネスに直結するようになって、ゲームに対する考え方が変化しています」

そんな中、年々拡大する開発費とライバルの台頭に懸念があるといいます。端末の質が上がっていくにつれて3Dゲームが当たり前になり、ユーザーがあっと驚くような大作を開発するには、少なくとも2年はかかるといいます。また、リリースしてからも“運用”というアプリのアップデートは必須で、物価が高騰し人件費も上がっているため、開発費は億単位になり、ますます膨大になります。そのような中で、近年、中国産の良質なゲームが台頭し、「資本力がある中国にどう対抗していくかが業界の今後の課題」と話します。

1ゲームあたりの平均開発費の推移（単位：千円）

■ 国内において、アプリゲームの平均開発費を経年比較したところ、2013年を基準として2023年までに約7倍増加している



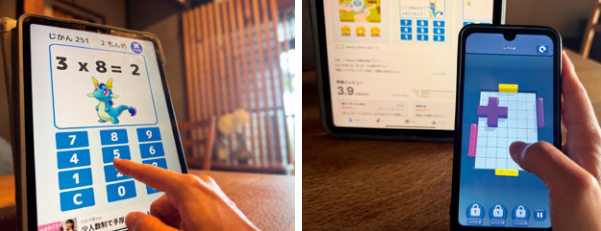
出典：経済産業省 事務局資料③「業界の現状及びアクションプラン(案)について」

経済産業省によると「ゲームの開発費はジャンルなどでバラつきがあるものの、デバイスの高性能化や人件費の増大の影響で年々増加しており、アプリゲームは平均4億6,500万円程度」とされている

ビジネスに転用できる「ゲーミフィケーション」の手法

そもそもゲームは、「人を熱中させるために作られている」という大久保さん。そこで、そのノウハウをゲーム以外の分野で応用させようという、「ゲーミフィケーション（ゲーム化する）」が注目されているといいます。

「私たちはゲームを開発するにあたって、プレイヤーが飽きて途中でやめないために、様々なタイプのプレイヤーの性格を分析し、それぞれにあった楽しみ方を提供しています。例えば、競争を好むタイプの人の場合、ランキング発表などの場を作ります。レベル上げや強い敵に挑戦することを好むタイプであれば、ミッションやタスクを設置して達成感をえられる



左：ゲームで九九（くく）を覚える教育（知育）アプリなども人気
右：スマホでできる、テトリス

ようにします。一方、勝利に関心がないタイプであれば、レアアイテムなど予想外の報酬を得られることでモチベーションを高めます」

このようなゲームで得られる「達成感」「競争心」「報酬を得る喜び」などが、人のモチベーションを高め、熱中させ続けるとして、ゲーミフィケーションが仕事、教育、医療などの様々な分野で活用されているそうです。

教育分野であれば、学習アプリが主な例です。質問に正解したらレベルが上がったり、アプリ内で報酬を獲得できたりなど、楽しく学習を続けられるように工夫しています。医療分野の例は、服用アプリです。薬を正しく服用すればポイントを獲得でき、ポイントが貯まればギフトカードに交換できるものなどがあります。医師の処方どおりに薬を飲むのは意外に難しいため、ゲーミフィケーションを取り入れた健康管理アプリによって、長期的な行動変容を生み出せると活用されています。こうしたゲーミフィケーションによって、学習習慣が定着できたり、健康行動の促進が可能になったりしています。

また、仕事の中に取り入れる例もあります。ポイント制の導入やランキング発表、称号（バッジ）などの報酬です。こうして仕事へのモチベーションを上げ、社員の生産性を高めている企業もあります。

社員同士のコミュニケーションにはボードゲームがおすすめ

また、近年はボードゲームにもビジネスの視点から注目が集まっています。世界では、年間に1,000以上の新作ボードゲームが生み出されており、それらを気軽に楽しもうと、日本では、2012年くらいから都内を中心にボードゲームカフェが誕生し始め、今では全国に500店舗以上あるそうです。

大久保さんは個人的にボードゲームの大会にも出場し、国内大会で優勝し世界大会に出場するなど、有名なボードゲームのプレイヤーです。早くからボードゲームの持つ、コミュニケーションに注目していて、それがビジネスの世界でも活用できるといいます。

「ボードゲームは、複数人で遊ぶことが多く、情報共有をしたり、駆け引きしたり、騙し合ったりして遊ぶ中で相手と多くのコミュニケーションが発生します。リアルなコミュニケーションが困難になったコロナ禍の間は、オンラインでボードゲームをするためのアプリやプラットフォームなどが人気になりました。職場でも地域でも、横のつながりが希薄になっている今、コミュ



シブヤ大学にて講師を務めたときの様子

ニケーションに飢えている人が多いから人気が出ているのだと思います」

大久保さんが、まちのあらゆる場所を教室に多様な授業を開催しているNPO法人「シブヤ大学^{*}」で、「人と人との距離を縮める！ボードゲーム体験講習会」をテーマに講師を務めたところ、大好評だったそうです（※シブヤ大学…2006年の開校以来、開催した授業は1,600講座以上。これまでに45,000人以上が参加。（2025年6月現在のデータ）。

「講座では、ほとんどの方が初対面なので、自己紹介をかねて最初に『テレストレーション』というゲームを行いました。これは、伝言ゲームに絵の要素を加えたゲームで、勝ち負けはあるものの、単純な勝利を目的にしているのではなく、お題を最後まで伝える共通のゴールを目指しながらとにかくみんなが笑顔になれるものです。その次は『DiXit（ディクシット）』というボードゲームを採用しました」

『DiXit』は相手の好きなものや興味があることを自然と知ることができる交流型のボードゲームで、会社の親睦会や、他部署との交流、社員研修プログラムにおすすめたといいます。

「ボードゲームはルールが簡単なものが多く初めての人でも遊びながらルールを覚えていくので、初対面の人同士でも気軽に遊ぶことができ、一体感も生まれます。チームビルディングにも一役買うことでしょう」

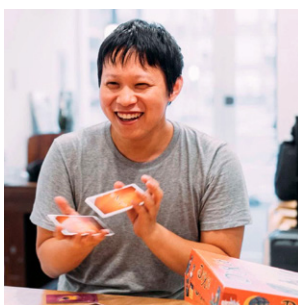
人類史上最も古いゲームは、古代エジプトのボードゲームだという説があります。技術が発展していくにしたがって、コンピューターゲームが生まれ、3Dのゲームへ、今ではVRを使ったゲームが誕生していますが、ゲームの基本は楽しいということ。人類にとって、人と競い合ったり、連携したり、ときに騙し合いをするゲームは、これからもなくてはならない楽しみの1つとなるでしょう。



ゲームの世界大会に出場したときの様子



人気のゲーム「ミスターダイヤモンド」。
ダイヤをさがせ！



様々な形でゲームの楽しさを広めている大久保さん。ボードゲームは人との距離を縮め、笑顔にする