

あなたはソシヤゲになぜ
ハマるのか!?



驚きのメカニズムと
質問紙によるプレイヤータイプ診断!

大阪大学 大学院 工学研究科
ビジネスエンジニアリング専攻 担当 田中勇氣

ながれ

1. ソーシャルゲームとは
2. ソーシャルゲームはなぜハマるのか？
3. ゲーミフィケーション・フレームワーク
 1. プレーヤーの分類
 2. 目的／目標
 3. 可視化
4. 学習への応用

ソーシャルゲームとは

➤ ソーシャルゲーム(本来の意味)

主にSNS上で提供されるオンラインゲーム・ブラウザゲーム

- 友人とのコミュニケーションが主体
(ゲーム内で仲間を作ってプレイ)
- GREEやMobageが先駆者
例)釣り☆スタ(ガラケー版)



ソーシャルゲームとは

➤ ソーシャルゲーム(実際に使われている意味)

スマートフォン向けのネイティブアプリのゲーム

- スマートフォンの爆発的な普及に伴ってSNSを介さないゲームも
- GungHoのパズル&ドラゴンズを筆頭に多種多様なゲームが登場
例)パズドラ、DQMSL



ソーシャルゲームはなぜハマるのか？

➤ Q. ソーシャルゲームはなぜハマるのか？

➤ A. ユーザを惹きつける仕組みが多数施されているから
ゲーミフィケーション・フレームワーク



いわゆる携帯依存の原因の1つにもなっている.....

ゲーミフィケーション・フレームワーク

➤ ゲーミフィケーション・フレームワーク

ソーシャルゲームを設計するための構成要素

- プレイヤーの分類
- 目的
- 目標
- 可視化とフィードバック
- ソーシャルパワー
- プレイサイクル
- 運用の手

プレイヤーの分類

プレイヤーの分類

➤ ゲームのプレイヤーは2つの指標で分類できる

- タイプによる分類

ゲーム研究者のリチャード・バートルが考案した分類法で、プレイヤーを4つのタイプに分類可能

- 熟達度による分類

ゲームのプレイヤーを熟達度に応じて「初級者」、「中級者」、「上級者」、「離脱者」の4段階に分類可能

※ただし、それぞれの捉え方はゲーム提供者によって異なる

プレイヤーの分類

➤ 学習タイプ診断

皆さんはどの学習タイプに属しているでしょうか？



- 当てはまるものを答えて、どの選択肢が一番多かったかをチェックしてみてください
- 学習タイプからプレイヤータイプがわかります

※学習タイプの質問項目は、巻末の参考文献『受験のNEWカリスマが伝授! 子どものやる気を引き出す ゲーミフィケーション勉強法』, (清水章弘, 八尾直輝, 綿貫知哉, 2016年, 講談社)をご参考ください。

プレイヤーの分類

➤ (ア)が最も多かった人 = **アチーバー(達成家)**

※著作権上の理由
により画像なし

孫悟空タイプ

- 夢中になるものは「目標」
- 達成意欲が高い
- ゲーム世界に対し、
自分が中心となるような関わり方を好む
- レベル上げやアイテム収集をコンプリートさせることなどへの関心が強い
- 目標が曖昧だったり、高すぎたりすると
逆にやる気をなくす

プレイヤーの分類

➤ (イ)が最も多かった人 = エクスプローラー(探検家)

※著作権上の理由
により画像なし

ルフィタイプ

- 夢中になるものは「自分の興味」
- 好奇心が強い
- ゲーム世界と相互に関わることを好む
- ダンジョン開拓や、隠し要素の発見など
新しさや発見が伴うものに関心が強い
- 順位や勝敗にはあまりこだわらない

プレイヤーの分類

➤ (ウ)が最も多かった人 = **キラー(覇者)**

※著作権上の理由
により画像なし

ジンタイプ

- 夢中になるものは「勝ち負け」
- 競争心が強い
- 他のプレイヤーに対し、
自分が中心となるような関わり方を好む
- プレイヤー殺しで悪評を高めるなど、
優越感を伴うものに関心が強い
- 競い合う仲間や敵がいなければ、
怠けがちになる

プレイヤーの分類

➤ (エ)が最も多かった人 = ソーシャライザー(社交家)

※著作権上の理由
により画像なし

ドラえもんタイプ

- 夢中になるものは「仲間との関係」
- 社交性が高い
- 他のプレイヤーと相互に関わることを好む
- プレイヤー同士のコミュニケーションや協力プレイに関心が強い
- 周りのプレイヤーに影響されやすい

プレイヤーの分類

➤ アチーバー

ゲーム世界に対し、自分が中心となるような関わり方を好む

➤ エクスプローラー

ゲーム世界と相互に関わることを好む

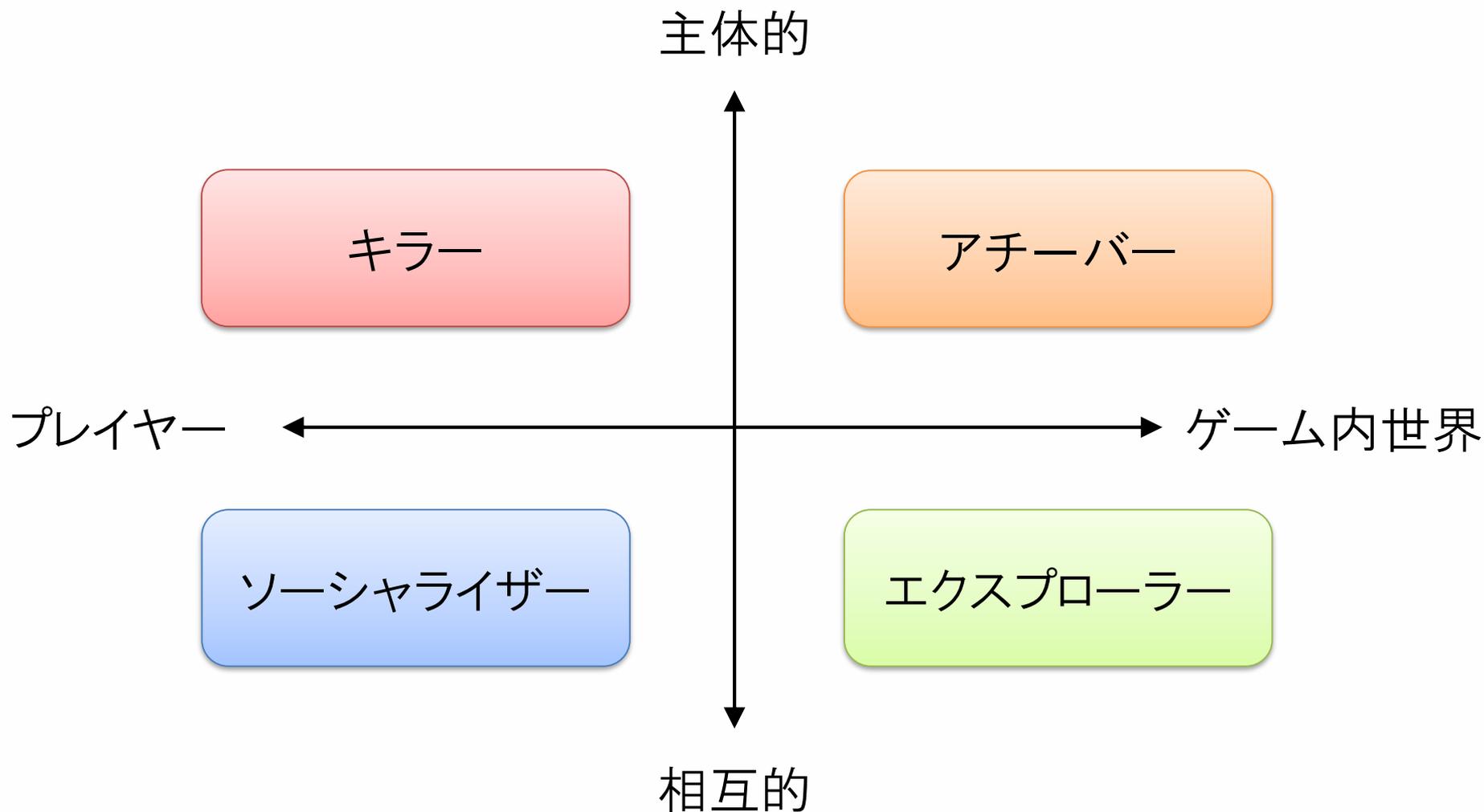
➤ キラー

他のプレイヤーに対し、自分が中心となるような関わり方を好む

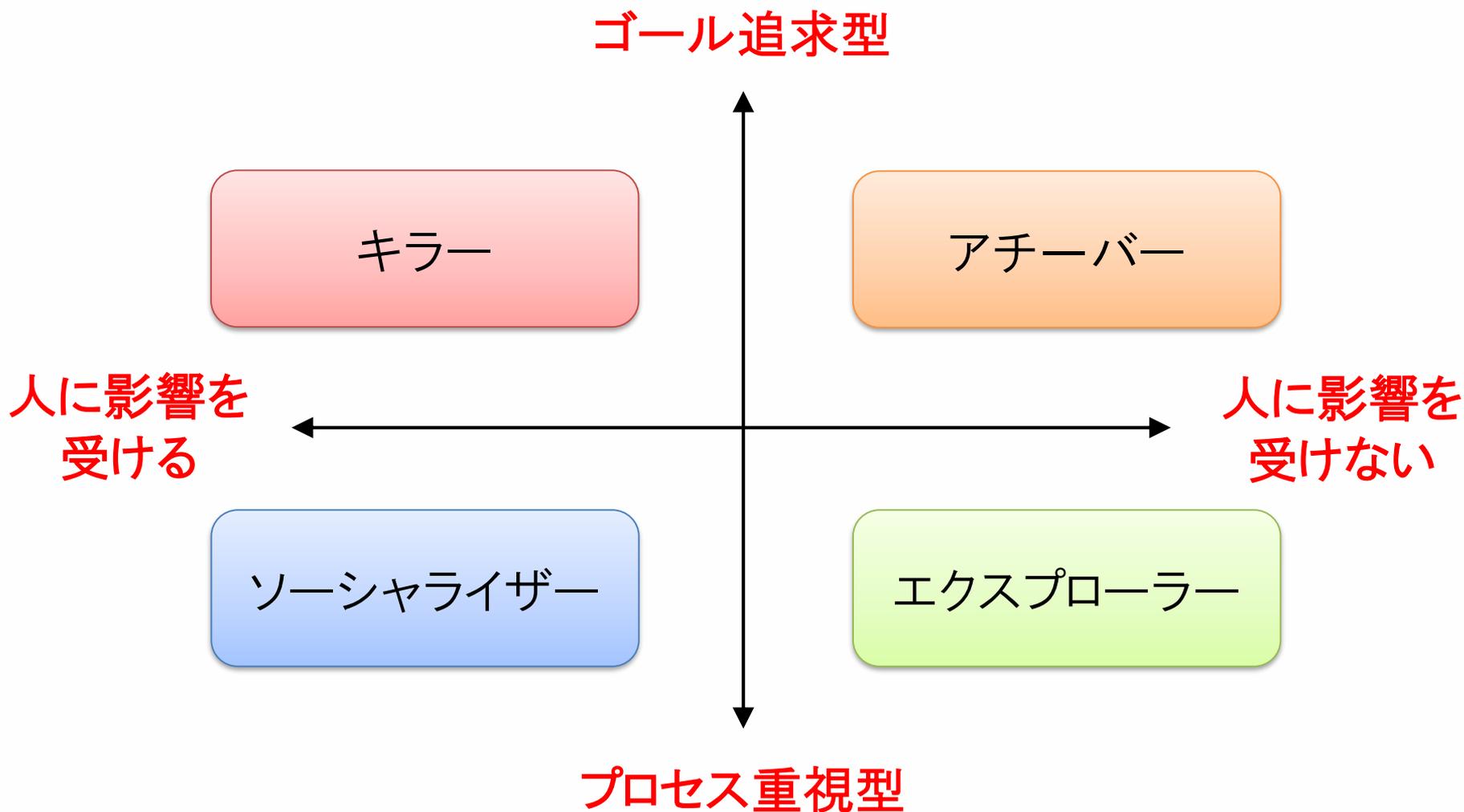
➤ ソーシャライザー

他のプレイヤーと相互に関わることを好む

プレイヤーの分類



プレイヤーの分類





目的／目標

目的／目標

D:開発者(Developer)

U:ユーザ(User)

➤ 目的と目標

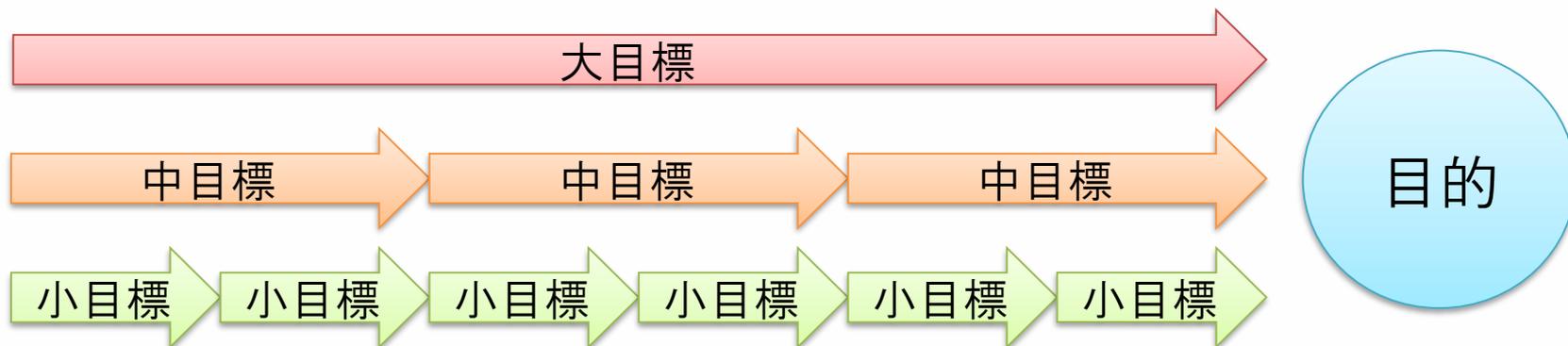
- 目的(ゲームコンセプト)

D:いかにゲームを使ってもらうか

U:ゲームのゴールはなにか

- 目標

U:目的に到達するための具体的な達成事項



目的／目標

D:開発者(Developer)

U:ユーザ(User)

➤ 目的と目標(家庭用ゲーム・RPGの場合)

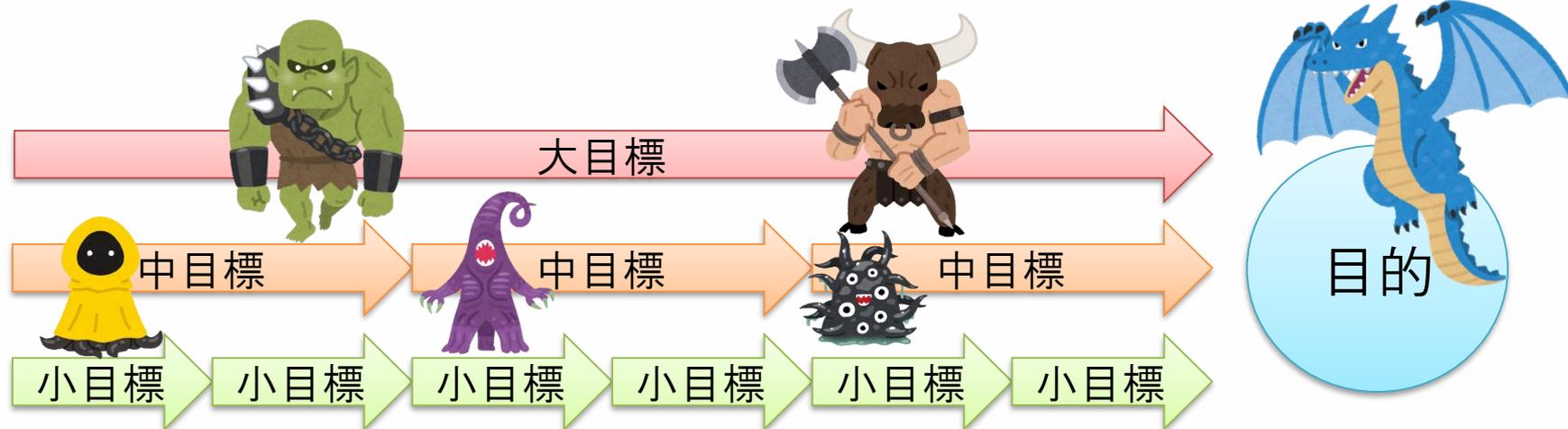
- 目的(ゲームコンセプト)

D:ゲームを買ってもらう

U:魔王を倒す=ゲームクリア

- 目標

U:情報を集める、装備を整える、手下を倒す...



目的／目標

D: 開発者 (Developer)

U: ユーザ (User)

➤ 目的と目標 (ソーシャルゲームの場合)

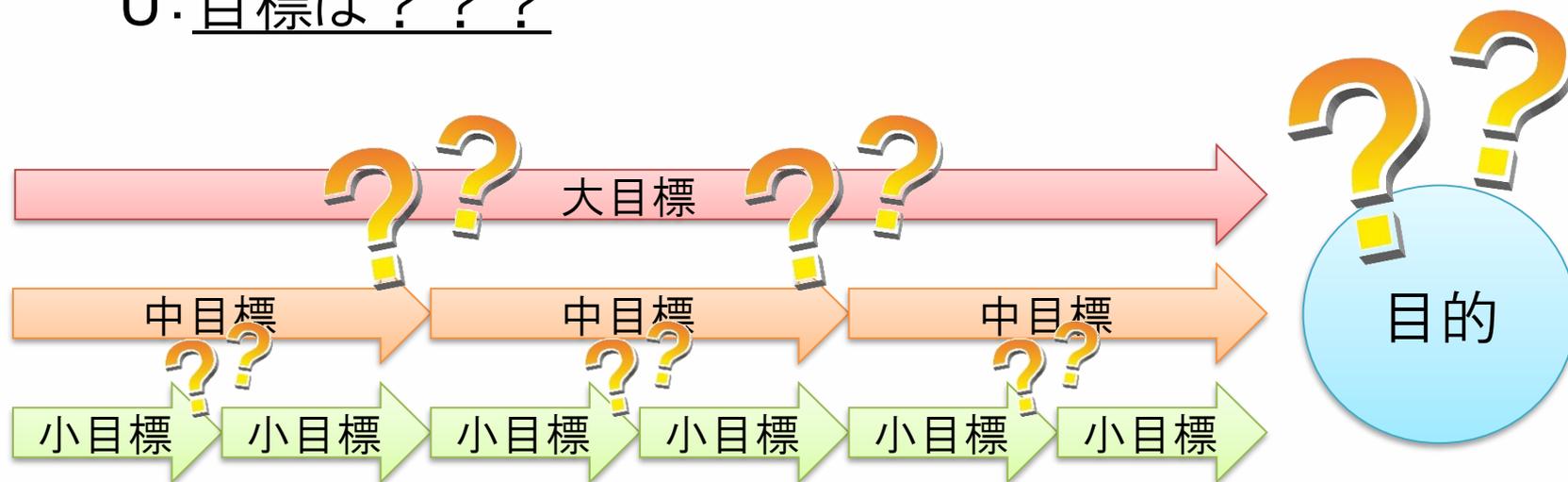
- 目的 (ゲームコンセプト)

D: ゲームを継続してもらおう

U: ゲームクリアの概念が無い = 目的は ???

- 目標

U: 目標は ???



目的／目標

➤ プレイヤータイプ別の目標設定

● アチーバー

達成意欲を満たすことができるような目標

ex. 自分を強くする、コンプリートする

● エクスプローラー

好奇心を満たすことができるような目標

ex. 新しい世界を開拓する、珍しいものを収集する

● キラー

競争心を満たすような目標

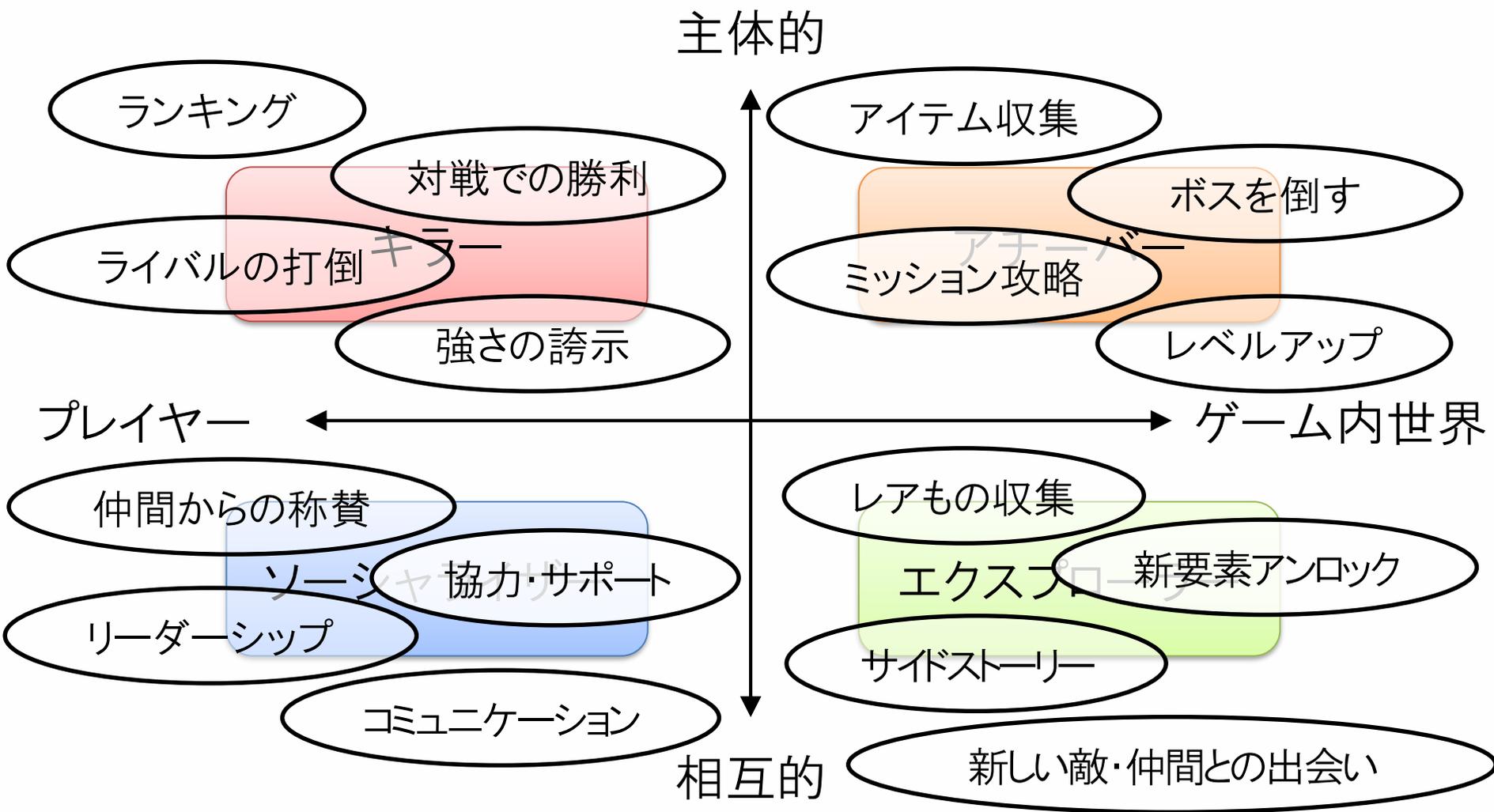
ex. 対戦で勝利する、ランキングで上位に入る

● ソーシャライザー

他のプレイヤーとの交流や支援ができるような目標

ex. フレンドを増やす、協力して何かを達成する(レイド)

目的／目標





可視化

可視化

可視化

見えるようにすること

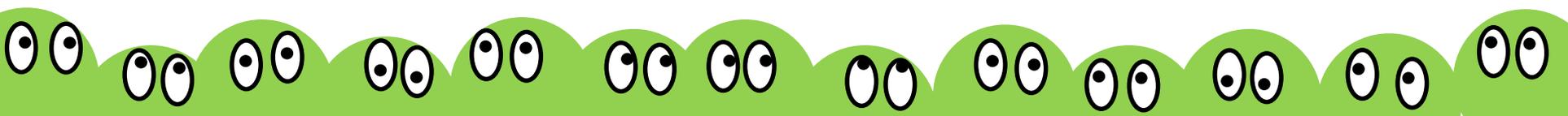
- 「可視化」ができるのはゲームの強み！
- ex. 個体パラメータ



名前 : 阪大太郎
 Level : 20歳
 HP : ???
 MP : ???
 攻撃力 : ???
 防御力 : ???
 素早さ : ???
 賢さ : ???

ゲームの世界 参照:

現実の世界



可視化

- 可視化の対象となるもの
 - ステータス
 - ゲーム内世界
 - ソーシャルアクション
 - 演出効果

可視化

➤ ステータスの可視化

ゲームの中の状態を示すために用意されている要素の可視化

- 自身のキャラクターの強さ
- 過去の戦歴
- 保有しているアイテムや称号
- 目標までの距離

たぬき

経験値  Lv : 264

スタミナ  18 / 88

 17973409G

 3390 個

回復まであと 8:26

マイページに表示されているものが典型的

可視化

➤ ステータスの可視化

ゲームの中の状態を示すために用意されている要素の可視化

称号やレベルは他のプレイヤーに見えるため、強さのアピールにもなる

ゲーム内通貨や有料コインの所持額が把握できる

たぬき

経験値  Lv : 264

スタミナ  18 / 88

 17973409G

 3390 個

回復まであと 8:26

ダンジョンを回れる回数はスタミナに依存しており、その回復量がプログレスバーで確認できるため、ユーザにゲームを常に意識させることができる

可視化

➤ ゲーム内世界の可視化

- 自分ができること
- 自分ができないこと(ロックされているもの)

期間限定

初心者

推奨プレイヤーレベル:10

メダルを10枚獲得しよう

目標数: 0/10 終了まであと18時間

報酬: 回復薬 1個

未達成

条件を満たすと要素がアンロックされるのでプレイヤーがゲームを遊ぶ上での1つの目標になる

推奨プレイヤーレベル:30

いずれかのイベントをクリアしよう

未達成

デイリーミッションや条件付きダンジョンなど

可視化

➤ ソーシャルアクションの可視化

- 他のプレイヤーから受けたアクション
- 自分から他のプレイヤーに対して行ったアクション



サポートをした回数は起動する度に表示される



フレンド申請がくると即座に通知され、メッセージを送って交流することもできる

サポートやフレンド申請・承認など

可視化

➤ 演出効果

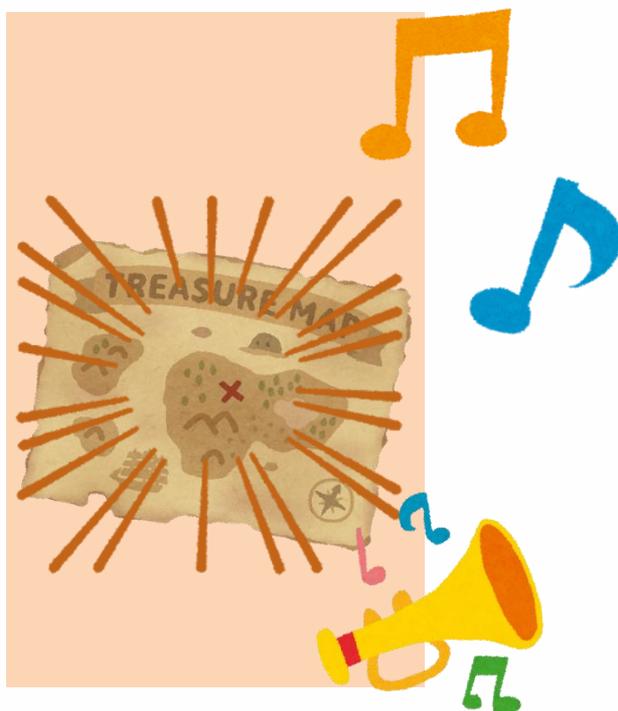
ゲームに必須ではないが、プレイヤーの気分を盛り上げたりする

- レアアイテムを入手したとき
- 強敵を倒したとき
- 対人戦に勝ったとき、負けたとき

可視化

➤ 演出効果

ゲームに必須ではないが、プレイヤーの気分を盛り上げたりする



派手な演出と共に
ファンファーレが
鳴りひびく

ガチャでレアなキャラクターが手に入ったとき

ゲーミフィケーション・フレームワーク

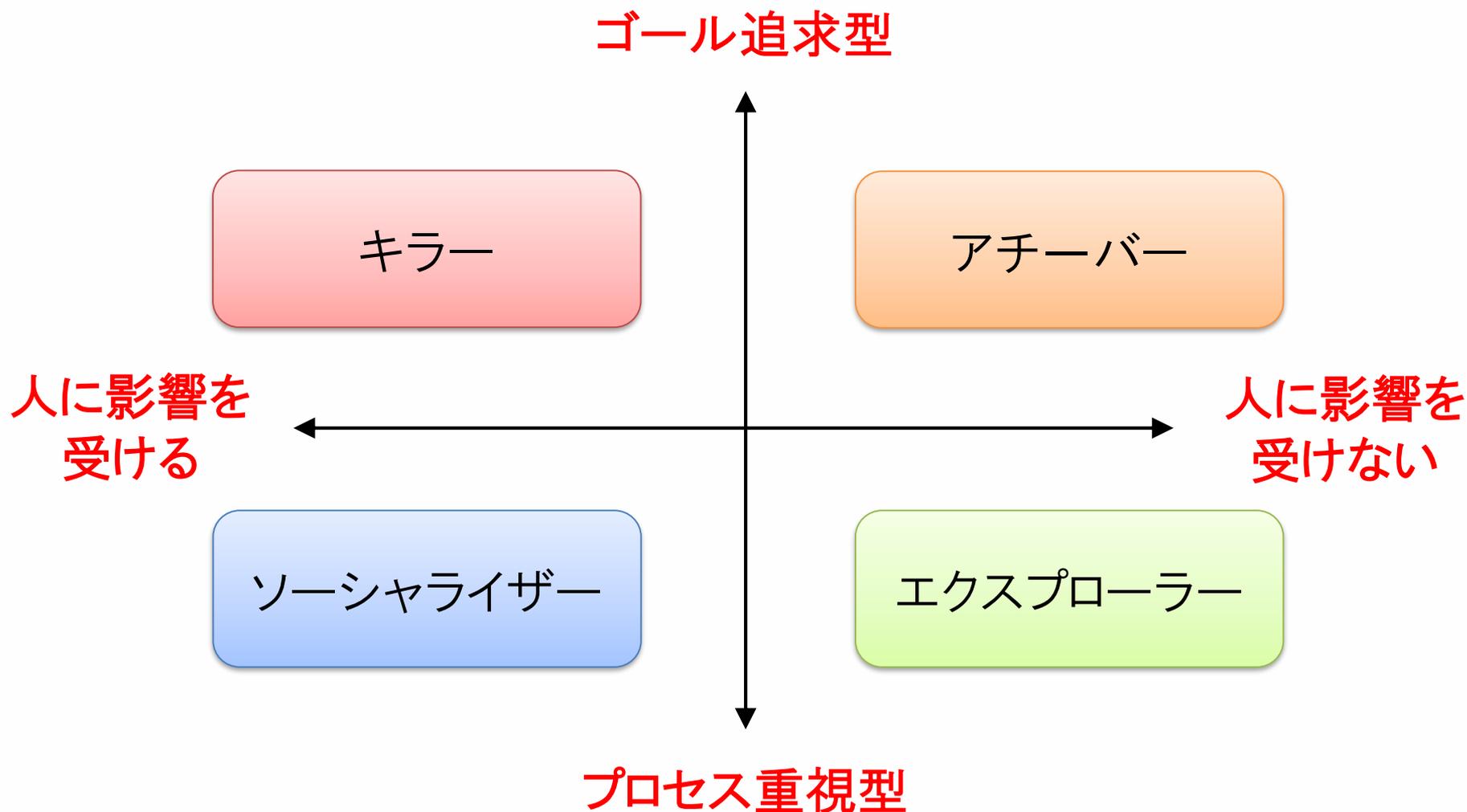
➤ ゲーミフィケーション・フレームワーク

ソーシャルゲームを設計するための構成要素

- プレイヤーの分類
- 目的
- 目標
- 可視化とフィードバック
- ソーシャルパワー
- プレイサイクル
- 運用の手

学習への応用

プレイヤーの分類(再掲)



プレイヤーの分類

➤ アチーバー

目標を達成できたかどうか、自分の前回の点数との比較が重要

➤ エクスプローラー

点数よりも、問題をどうやって解いたかが重要

➤ キラー

周りの人に勝ったかが重要

➤ ソーシャライザー

平均点と比べて何点とったかが重要

目的／目標

➤ プレイヤータイプ別の目標設定

● アチーバー

高すぎず低すぎず、ある程度努力しないと達成できないくらいの「ちょっと背伸び」な目標を設定する

● エクスプローラー

興味の枝を広げて、新しい興味のヒントを得られるような工夫をする(ex. 分からなかったら徹底的に調べる)

● キラー

自分と同じくらいの実力者がいるような環境に身を置き、競争する

● ソーシャライザー

みんなで共通の目標を持って一丸となって頑張れるような環境に身を置く

参考文献

- ソーシャルゲームはなぜハマるのか -ゲーミフィケーションが変える顧客満足-



深田浩嗣 著
SB Creative
定価:2200円+税

- 受験のNEWカリスマが伝授! 子どものやる気を引き出す ゲーミフィケーション勉強法



清水章弘, 八尾直輝, 綿貫知哉 著
講談社
定価:1200円+税