

ゲームセンター文化と EC: EC 研究者に何が出来るか, そして何を得られるか

西田健志^{†1}

本稿では, 衰退しつつあるゲームセンター文化に対して EC 研究者に何か出来るか, またゲームセンター文化という土壌を EC 研究にどう活用出来るかを議論する. その両者に関係する論点として, ゲーセンで一緒に遊べる仲間の存在, エンタテインメントにかかる金と時間, ゲーセンの多様な生き残り戦略, の3つの論点を提示する.

“Game Center Culture” and EC: What EC Researchers Can Do to and Get From It

TAKESHI NISHIDA^{†1}

We discuss what EC researchers can do to and what EC researchers can get from the “game center culture” in Japan, in the context of its recent declining trend. We bring up the following issues related to the both viewpoints: game-based community, time/money balance of EC contents, and diversified survival strategies of the gaming arcades.

1. はじめに

ゲームセンターやゲームセンター向け機器の売り上げは, スマートフォン向けゲームにお株を奪われた格好となっている家庭用ゲーム機の落ち込みほど顕著な打撃を受けているわけではないものの, 不採算店舗の閉鎖や効率化といった各社の経営努力後も厳しい状況が続いている [1]. そのような状況でもなお, 新しいアミューズメント機器が次々と開発され, プレイすることができるゲームセンター文化が日本に残っているのは, エンタテインメントを研究する者にとって貴重な財産だと言えるのではないかと.

本稿では, そのようなゲームセンター文化の危機に対して, EC 研究会にできることは何か, また, EC 研究を進めていくうえでゲームセンター文化という土壌をどのように活用することができるかの両面からゲームセンター文化を議論する. 以降, 「ゲーセン」「スマホ」の略称を用いる.

2. 今, ゲーセンへ行く理由

家庭用ゲーム機がスマホに取って代われようとしている中, なぜわざわざゲーセンに行く人がいるのか, その理由を考えることはゲーセン文化について考える第一歩である. 遊ぶことができるゲーム (ジャンル) の違いはゲーセンに行く有力な理由の一つであり, 機動戦士ガンダム戦場の絆や戦国大戦といったゲーセンならではのゲームに対する高いプレイ料金設定にもそれが表れている [a].

しかし, 現在のゲーセンにはタッチパネルのみでプレイできるスマートフォンでも遊べそうなゲームや League of Legend のようないくらでも無料でプレイできる大ヒット

PC ゲームと同ジャンルのゲームが後発で投入されるなど, それだけでは説明できない事象が少なからず見受けられる.

本稿では, ゲーセンで一緒に遊べる仲間の存在, エンタテインメントにかかる金と時間, ゲーセンの多様な生き残り戦略というゲーセンに行く3つの理由を論点の軸に, EC 研究との関連を論じる.

3. ゲームベースのコミュニティ

一緒に遊べる仲間がいるからというのは, ゲーセンに行く理由として納得しやすい理由の一つである. ゲーセンにおけるコミュニティには, 学校などでの友人と一緒にゲーセンに行く場合, 同じゲームを遊ぶことを通じてつながる場合とがあるが, ゲーセンに通い続ける理由として強いのは後者であり, ゲーセンでのコミュニティと言えは, 特定のゲームを基盤としたつながりであると思われる.

ゲームベースのコミュニティは, ゲーセンで同じゲームをプレイしているだけで自然に生まれるものではなく, 挨拶や会話をするようになるには何らかのきっかけが必要となる. 主なきっかけとしてはゲームセンターで開催される大会が挙げられる. インターネット越しでのゲーセン間対戦が主流になった影響でゲーセン内対戦をする機会が減っていることに対して, 各ゲーセンは大会を独自に開催することでゲームベースのコミュニティを育て, 安定的な売り上げを得ようとするのである.

SNS での交流をきっかけとしてコミュニティが生まれるパターンも定番である. この場合にはメンバーの集まりやすいゲーセンに集まるということになる. 各ゲームのコミュニティはそのゲームが稼働していた時に利用率が高かつ

^{†1} 神戸大学
Kobe University

a 戦場の絆は1プレイ500円, 戦国大戦は1プレイ200円, ただし各ゲームセンターの裁量で割引 (クレジットサービス) が行われている

た SNS に存在する。たとえば、2005 年に稼働開始した三国志大戦ではプレイヤー有志により運営されている招待制 SNS 「Maxi」にプレイヤーが集まっているのに対し、比較的最近稼働したゲームのコミュニティは Twitter 上にオープンなコミュニティを形成している。

ゲームベースコミュニティの寿命はゲームのそれと大まかに言えば等しい。とはいえ、そのゲームの稼働終了とともにすっぱりとゲーセンに行かなくなったり、コミュニティがなくなってしまったりするというわけでは必ずしもない。ゲームの稼働末期にコミュニティで主になされる会話は「次どのゲームをやるか」である。売上アップの戦略として多くのゲームにやりこみ要素が大量に実装された結果、一つのゲームをメインに遊び、他のゲームはお試し程度という層が増えているため、新しいメインゲームに乗り換えるコストは高く、流行るゲームを見極めようという心理が働くものと思われる。

4. エンタテインメントにかかる金と時間

ゲーセンでゲームを遊ぶにはプレイあたり料金が必要だが、それこそがゲーセンに行く理由の一つになっている可能性がある。金がかかるということは無制限には遊べないということであり、自然にプレイ時間に歯止めがかかる。ついいつまでもゲームで遊んでしまうという人にはこれはメリットとなるのである。

もちろん、ゲーセンでもスマホでも遊ぶのであれば金も時間も無くなってしまいますので、他のゲームをする気があまり起きなくなるくらいゲーセンでの体験が圧倒的な面白さを持っている必要がある。これに関してもプレイあたり料金を払っていることが関わっている。プレイあたり料金を払っているからこそ、対戦で負けそうになったら接続を切ろうと思うような相手にあまり関わることなく、真剣に楽しむことができる面があるのではないか。

ゲーセン文化を理解する上では、ゲームをプレイしていない時間、待ち時間も重要である。スマホ向けのゲームがいつでも遊べるのとは対極に、ゲーセンでは筐体数が限られるため目当てのゲームを遊ぶまで1時間待ちなどということもあり、店舗数が減っている現状その傾向は強くなっている。それだけ待つでもプレイしたいゲームがあるということは文化としては誇るべきことではあるが、待ち時間そのものは基本的に喜ばしいものではない。

この待ち時間を楽しい時間にするのが前章で述べたゲームベースのコミュニティである。遊んでいるのが知り合いであれば後ろからプレイをのぞきこんだり、話しかけたりしながら一緒に楽しむことができるが、知らない人のプレイをのぞきこむのは互いに気持ちいいものではない。知らない人に話しかける勇気を出すくらいならスマホをいじりながら待つというのが主流だろう。もちろん、ゲーセン側としては待ち時間には別のゲームを遊んでもらうのがベス

トであるのは間違いないが、各ゲームのやりこみ要素が強くなりすぎた結果、複数のゲームをスマホ向けゲーム以上の満足度でプレイしてもらうことは難しくなっている。

5. ゲーセンの多様な生き残り戦略

業界側も手をこまねいているわけではなく様々な戦略で閉塞感の打破を狙っている。たとえば、ゲーム内で使うアイテムの閲覧・編集、リプレイ動画の作成、撮影データのダウンロードといった機能がライバルであるはずのスマホと連動する形で提供されている。料金設定に関しても、スマホ用ゲームでは定番の「基本無料」を採用したゲームが稼働するようになり、100 円玉でガチャをするというガチャの語源を思わせる光景が見られるようになった。

リアル脱出ゲームセンター[2]のような、ゲーセンの空間を利用してデジタルゲーム以外のエンタテインメントを提供する試みも行われている。15分程度で謎が解けなければいったん部屋から出なければならないが、部屋の中は撮影が許可されており、外で謎解きを考えてから追加で料金を支払ってコンテンツで遊べるというように、ゲーセンやスマホの文化に適応させる工夫が盛り込まれている。ほかの文脈では有料では遊んでもらえないようなエンタテインメントコンテンツが、ゲーセンにあるだけで遊ぶ側の金払いが良くなるという可能性も十分あるだろう。

6. おわりに

ここまでの議論を踏まえて、本稿では EC 研究会に対して以下の提案を行う。

本稿で述べたようなゲーセンという場で起きる様々な事象を EC の研究対象とし、学術的に引用できる形で記録、英語でアクセスできる環境を整えていくべきである。残念ながら本稿の議論は著者の主観的な観測に基づいており、今後の実証研究を待つものである。VR 研究者なのに戦場の絆を知らない、テーブルトップ UI 研究者なのに三国志大戦を知らない、それらのゲームが驚くべき高額の料金設定でやりこまれていたことを知らないといった状態も改善されるべきである。

リアル脱出ゲームセンターのような形で、EC 研究の成果を披露する場としてゲーセンを活用すること、またそれによってゲーセンを盛り上げていくことも模索し始めるべきである。その場合、学会でのデモセッションをそのまま持ち込むのではなく、ゲーセン文化を研究し、親和を図ることが必要不可欠である。

参考文献

- 1) 日本アミューズメント産業協会: アミューズメント産業界の実態調査 (平成 24 年度版)
- 2) タイトー: リアル脱出ゲームセンター
<https://www.taito.co.jp/gc/realdgc/>