

■ 4-4 フックと山場、エンディングについて

ゲームはつまらないと感じるとプレイすることが苦痛になってくる。ユーザーは苦痛が一定値を超えた時点でプレイすることを止める。家庭用ゲーム機のパッケージソフトの価格は一般的に数千円である。ユーザーは数千円を払ったので、もったいないから、つまらなくても最後まで遊ぼうという気持ちにはならない。むしろ、つまらないものに時間を割くことが、もったいないと感じる。つまらないゲームは部屋の隅に放置され、あるいは棚にしまい込まれる。そして中古ショップに売られてしまうか、不燃物や粗大ゴミとして廃棄されてしまう。

無料のスマートフォンアプリなら、なおさらだ。ユーザーは気軽にダウンロードし、ざっと遊んでつまらないと感じると、即削除する。一方楽しいゲームであれば、家庭用ゲーム、スマホアプリ問わず、ユーザーは何時間でも遊んでくれる。

「ゲームは1日1時間」という名言がある。それは私も賛成だし、子供が何時間もゲームをして困るという親御さんの気持ちも（私も子を持つ親であり）理解できる。しかし本項では、そのことは隅に置かせて頂き、ゲームはエンターテインメントの商品であり、作り手は消費者をとことん楽しませる物作りをしようという考えで書かせて頂く。

前置きが長くなってしまったが、クリエイターはユーザーがのめり込んでもくれるゲームを作る必要があるのだ。ユーザーが最後まで（エンディングまで）遊んでもくれるゲームを作るには、どうすればよいだろうか？

ゲームを途中で飽きさせないことが必要である。飽きさせないためには、ゲームの終わりまでユーザーを引っ張れる要素を、随所に散りばめる工夫をする。その基本的な要素として「フック」と「山場」がある。

フックとは、“つかみ”と言い換えることができる。判りやすい例を挙げると、ゲームをスタートして早々、大事件が勃発し、「この後一体どうなる？」とユーザーに思わせる。先が知りたいと思わせることが、ユーザーにゲームを続けさせる動機付けとなる。

フックはゲームをスタートし早い段階でユーザーに体験させる必要があるものだ。ドラマや映画のシナリオでもフックが用いられている。ゲームのクリエイターは、ゲームより歴史あるそれらのコンテンツを分析することも、ゲーム作りの参考になるのではと思う。

山場とは要所でゲームを盛り上げる部分だ。ゲームのユーザーは何時間も同じ操作を続ける。同じ行為を長時間続ければ必然的に飽きてくる。そこで一定の間隔で山場を入れ、ユーザーを緊張させる。

判りやすい例を挙げるとボス戦だ。アクションでもロールプレイングでもボスは手強い。ボスとの戦いには緊張感があり、ボスを倒した時には安堵感と達成感がある。

ボス戦は苦勞したが何とか倒せた、という難易度が良い。難し過ぎてなかなか倒せなければ、ユーザーを最後まで引っ張るはずの要素が、続けることを諦めさせる壁になってしまうからである。

シナリオが重視されるゲームであれば、物語の中に山場を設ける。

- ・祖国がモンスターの軍団に襲われ壊滅状態となり、家族や恋人が行方不明になってしまった！
- ・絶世の美女や可愛い女性キャラ、イケメン男性キャラが登場した！
- ・仲間に裏切られ、汚名を着せられ、辺境の地に追いやられてしまった！
- ・最終兵器が使われ、世界が崩壊してしまった！

etc

フックでユーザーの心をつかみ、山場を設け、飽きずに遊んでもらう。

そして最後に重要なものが「エンディング」である。映画、テレビドラマ、アニメ、小説など、物語性のあるコンテンツ全てにおいて結末は重要であり、ゲームも例外ではない。（補足：エンディングのないソーシャルゲームが増えたが、筆者は、ゲームはいずれエンディングがあるものに回帰すると考えている）

エンディングについて考察するため、映画や小説などのゲーム以外のコンテンツで、物語の最後で主人公が死んでしまうパターンを考えてみたい。主人公の死は視聴者や読者にとって残念ではあるが、主人公が命を賭け散ったことは、その物語の結末にふさわしく、深く心に残る作品となった。そんな作品をご存知の方も多いのではと思う。私も主人公の死によって完成されたと言える作品を知っている。

ではゲームにおいてはどうか？

結論から言うと、最後に主人公に死んでもらうパターンはよろしくない。

映画、ドラマ、アニメ、小説は受動的なコンテンツであり、ゲームは能動的なコンテンツであるところに違いがある。ゲームはユーザーが直接主人公となる感覚でプレイする。ゲームの世界で戦ったり冒険を繰り広げ、ユーザー自身が時間をかけ物語の終りまで辿り着く。主人公に深く感情移入したり、ゲームの主人公に成りきっているユーザーもいるだろう。その主人公が最後で死ぬことは、大げさな言い方をすれば、あなた自身が死ぬようなものだ。もちろん優れた映画や小説では、見る人、読む人が、物語の主人公になりきるほど感情移入する場合もあるが、直接操作するゲームの感覚とでは違いがあるのだ。

私の会社はロールプレイングゲーム（RPG）を主力商品とし、数十タイトルのRPGを開発してきた。RPGは物語性に富む商品であり、様々なストーリーを提供したが、ハッピーエンドでない作品はユーザー評価が悪い傾向にあった。評価は売り上げに直結する。ゲーム内容と売り上げのデータが蓄積され、やはりハッピーエンドが良いと確信できた年度から、ゲームはハッピーエンドで行くという社内指示を出した。そういった私自身の経験も踏まえ、**ゲームはハッピーエンドが良い**と考えている。