

■ 4-5 消費者の嗜好

嗜好とはそれぞれの人々がどのようなものを好むかという意味の言葉であり、消費者の嗜好を知ることには、ゲーム産業に限らず、どのような商売においても重要であることは言うまでもない。

ユーザーの嗜好を満たすことができるかがゲームの面白さに直結する。クリエイターは、ユーザーが何を欲しているかを理解し、ゲームの世界観やシステムを考案、構築する必要がある。本項ではゲーム制作のヒントになればと、私が実体験したユーザーの嗜好に関する2つの情報をお伝えする。

一つはキャラクターの髪の色に関する嗜好だ。ある大手ゲームメーカーの方から、過去に発売したゲームの主人公の髪の色と発売本数を調べたところ、褐色の髪の色が最も人気が高い結果が出た（＝発売本数が多かった）という話を聞いたことがある。私自身、自分の勉強のためにと、80年代から現在まで、漫画を原作としたアニメで大ヒットした作品の主人公の髪の色を調べたところ、黒をベースに、茶、青、緑いずれかを混ぜた色使いのものが多数を占めることが判った。これはそういった色にしたからヒットしたわけではなく、万人に好まれる髪の色があるということを示している。

「これまでにない斬新なキャラ」「人目を引くパッケージが作りやすい」という理由で、主人公の髪を蛍光ピンクや派手な緑色にするとどうなるか考えてみる。目立つには目立つ。しかしそういった髪の色で、多くのユーザーを惹き付けるキャラクターが作れるかという点と少し無理がある。主人公を取り巻く仲間や、敵として登場するキャラクターは、奇抜な髪の色で型破りな設定にすると面白くなるだろうが、主人公キャラはできるだけ多くの人を惹き付けるものにしたい。魅力のあるキャラクターを作るには、無論、髪の色だけでなく、顔つき、服装、体格など全ての調和を考え、デザインする必要がある。ちなみにゲームのキャラクターの体つきで一般的に好まれるものは、男性キャラクターなら長身で細マッチョ、女性キャラクターなら巨乳という設定だ。

もう一つ、これは嗜好という言葉からは少し離れる気はするが、ユーザーの好みという点でRPGの乗り物の話がある。私の会社の取引先から、RPGのゲーム紹介画像に乗り物があるとダウンロード数が増えるので、必ず乗り物を入れて欲しいという要望があった。

私の経験でも、ドラゴンクエストで船、ファイナルファンタジーで飛空艇を手に入れ、移動範囲が一気に広がった時に大きな感動があったことを覚えている。行動範囲が広がることは、誰もが嬉しいと感じることである。思い出して欲しい、自転車に初めて乗れるようになった時、自転車をうまくこげた感動も大きかったが、自転車で外出するようになると、徒歩より格段に楽で遠くに行けるようになった喜びや満足感もあった。自動車免許を取得したり、自分の車を手に入れた時もしかりで、車を運転する能力を身に着けた満足感や、車を所有できる物欲が満たされた気持ちもあるが、行動範囲が一気に広がった喜びも大きいものだ。ゲーム中に登場する乗り物も、現実世界のそういった喜びに近いものを体験でき、それがゲームの面白さにつながっているのである。

ゲームの中で乗り物が手に入るRPG、最後まで徒歩のみで移動するRPG、どちらがユーザーに好まれるかといえば、それは前者であり、ゲーム紹介に乗り物の画像を用意することがダウンロード数増加につながるの自然だと言える。