

BNO-Story : ボクが西金沢少女団のオタクになるまでの物語 ～ご当地アイドルの新規ファン獲得を支援するための 古参ファンの体験を活用したノベルゲーム～

富田雄希^{†1} 高島健太郎^{†1} 西本一志^{†1}

概要 : 地域活性化の施策として、多くのご当地アイドルが各地で活動している。ご当地アイドルが円滑な活動を続けるためには、新規ファンの獲得が必要不可欠である。しかし、既存ファンコミュニティによる熱狂的応援や独特のルールなどが、潜在ファンの参入障壁を形成してしまう。本研究ではこの障壁を軽減するため、役割体験学習を活用した古参ファンの体験を追体験するノベルゲームを構築し、その効果を他者理解と愛着の増加の観点で検討する。モデルケースとして、石川県西金沢の商店街を拠点に活動する西金沢少女団の既存ファンコミュニティから実体験を収集し、その実体験を織り込んだノベルゲーム **BNO-Story** を潜在ファンに楽しんでもらう。このゲームにより、古参ファンがなぜ熱狂的応援をするのかを理解できるか、アイドルへの愛着が増加するかを評価する。

1. はじめに

アイドルの歴史は古く、1970年代初頭に登場したと言われている[1]。2005年12月にAKB48が登場したことで、アイドル市場は急成長した。インターネットの普及や新しいメディアの進化に付随し拡大を続け、その市場規模は2017年の時点で約2100億円まで拡大すると予測されており[2]、大きな経済的・社会的影響を持つに至っている。アイドルによる活動は、AKB48のような全国区のアイドルによるものだけではなく、日々各地で行われており、東京をはじめとする大都市圏に加え、地方都市で活躍するご当地アイドルによる活動も増えている。

ご当地アイドルは、震災復興支援や商店街の活性化、夏祭りの盛り上げなど、地域社会のために活動していることが多い[3]。それゆえに、ご当地アイドルにとっては、地域振興活動への参加者や協力者を増やすために、新規ファンを増やし、活動を継続・拡大することが特に重要となる。これまで、新規ファンを増やすために、チラシ配布やメディアへの露出、アイドルとファンの交流機会の増加、新規ファン限定ライブなど、多くの施策がなされてきた。

しかし、これらの施策にもかかわらず、多くのご当地アイドル事業において、新規ファン数の増加がある時点で頭打ちする問題が生じている。この要因の1つとして、アイドルグループに興味を持ちつつも、まだファンコミュニティには入っていない人々(このような人々を、本稿では「潜在ファン」と呼ぶ)が持つ、古参ファンらへの心理的障壁があると考えられる。アイドルグループが結成された最初期からの古参ファンらを中心として構成されるファンコミュニティは、熱狂的な応援や特殊なルールなどの、部外者から見れば一見奇異な行動を取ることが多い。これを潜在ファンが目当たりした際に、ある種の心理的な抵抗感を抱き、これが潜在ファンの参入障壁になっていると思われる。実際、石川県金沢市西金沢地区にある西金沢プリン

スロード商店街を活性化するために活躍している「西金沢少女団」[4]のマネージャーに対して本稿第1著者が行ったインタビューで、この問題が実在していることが指摘された。本研究ではこの心理的障壁を「古参の壁」と呼ぶ。多くの場合、古参の壁は、古参ファンらが作り出しているのではなく、潜在ファンらが作りだしている幻想である。この幻想を取り除き、心理的障壁を緩和することができれば、アイドル活動の円滑化やライブの多様化、盛り上がりの増加などが期待できる。

本研究では、この古参の壁問題の一解決策として、古参ファンの体験を活用することで、潜在ファンに対し、アイドルへの思い入れに加えて、古参ファンへの共感をも生み出すノベルゲームを提案する。本稿では、西金沢少女団を具体的事例として構築したゲーム「**BNO-Story : ボクが西金沢少女団のオタクになるまでの物語**」について説明し、その有効性を検証するために実施した予備的実験の結果について報告する。

2. 関連研究

「古参の壁」問題を解決するため、既存ファンコミュニティ内で新規ファンと古参ファンの共存を目指した研究[5]では、古参ファンへの印象向上を目指し、アイドルログというメディアでライブごとの感想などをレポートとしてまとめ、ファンコミュニティで共有している。これにより、情報を共有することへのモチベーションの向上や新規ファン獲得の可能性の向上を見出している。しかし、本来の目的であった古参ファンの印象向上については期待した結果を得られていない。また、この施策はファンコミュニティに所属した後の施策である。古参の壁問題の根本的解決には、まだファンコミュニティに入っていない潜在ファンを新規ファンとして参入させる施策が必要である。潜在ファンの感じる「古参の壁」を解消するため、アイドルへの愛着を深めるだけでなく、古参ファンへの理解を促すことが必要であると考えられる。

^{†1} 北陸先端科学技術大学院大学 先端科学技術研究科
Graduate School of Advanced Science and Technology,
Japan Advanced Institute of Science and Technology

3. 提案手法

本研究では、アイドルへの思い入れと同時に古参ファンへの理解を深め、潜在ファンが新規ファンとしてファンコミュニティに参入しやすくすることを旨とする。この目的を実現するために、古参ファンの実体験を取り入れたアイドル応援シミュレーションゲームを提案する。古参ファンらの特殊な行動は、それを初めて見る潜在ファンにとって理解できないものであることが多く、それゆえ容易に受け入れられない。これが「古参の壁」を作り出す。しかし、古参ファンらには、そのような行動をとるようになった理由や経緯があるはずである。問題は、そのような理由や経緯を潜在ファンが知るべきでないことである。そこでそれらの理由や経緯を、このゲームで追体験することによって、潜在ファンが古参ファンらの行動を実感をもって理解できるようにする。これにより、潜在ファンがファンコミュニティに溶け込みやすくなるのではないかと期待している。

他者の体験を自らの体験として捉えるだけでなく、他者理解と自己理解を創造していくことを追体験[6]といい、ゲームや学習などに広く活用されている。追体験は、一種の役割体験学習であると見ることができる。役割体験学習論[7]によれば、役割体験学習とは「学習者がある役割を担うことによって、考察対象を理解し、問題を解決する学習」のことである。すなわち本研究では、提案するゲームを用いて潜在ファンに古参ファンの経験を追体験させることにより、学習者としての潜在ファンが古参ファンの役割を担い、これを通じて考察対象としての古参ファンを理解し、古参の壁問題を解決し、新規ファンに変化していくように仕向けることを狙っている。

役割体験による愛着の増加や他者理解については、過去の研究事例で示されている。たとえば、商店の店長の役割を体験するロールプレイングゲーム[8]では、他者視点の理解に関する知識の活性化や他者視点のイメージ化の容易化など、他者理解に有効であることが示されている。まちづくりの過程をある立場になって追体験する研究[9]では、他人の思考プロセスが理解しやすくなり、追体験によりまちに対する愛着が向上することが示されている。

このような、追体験による他者理解と愛着の向上の効果に基づいて、次のようなゲームを考案・実装した。

4. BNO-Story

前述の、役割体験学習論を基盤とする提案手法に基づき、潜在ファンを新規ファンへと変化させるためのノベルゲームを構築した。本研究では、西金沢少女団を具体的事例としたゲーム「BNO-Story: ボクが西金沢少女団のオタクになるまでの物語」を実装した。以下、ゲームの構成と内容を説明する。

まず、ゲームのストーリー構成のために、アイドルグループの古参ファンから、西金沢少女団にまつわる諸活動で



図1 ゲーム構成の簡略図

の実体験をオンラインのアンケートで収集した。アンケートでは、実体験の具体的な内容とその体験日時、エピソードに関する写真などの情報を入力してもらった。

アンケート結果と役割体験学習論に基づいて、主人公が潜在ファンから中核的なファンになる過程をシミュレーションする体験ゲームを作成した。ゲームの作成には、STRIKE WORKS が提供しているノベルゲーム作成支援環境 TYRANO SCRIPT [10] を用いた。ゲームは、図1で示すようなストーリーコンテンツと育成コンテンツの2つで構成される。

ストーリーコンテンツは、基本的に本稿第1筆者を含めた西金沢少女団のファンコミュニティに所属する者の経験と収集したエピソードをもとに作られたノンフィクションである。ストーリーコンテンツは、5つの章で構成された実体験ストーリーである。ゲームプレイヤーは、まず西金沢少女団の存在を知り、イベントに参加し、ファンとの交流を追体験する。中にはいくつかの選択肢や記述形式のゲームが組み込まれており、プレイすることでよりファンコミュニティへの没入感を上げる。ゲーム内の様々なパラメータ値を上げていくことにより、周辺的な立場の潜在ファンから、次第に中核的なファンになっていく。この仮想的な体験により、古参ファンに対する他者理解の促進につながる。

かつて大流行した携帯ゲーム「たまごっち™」を参考にして、ゲーム内パラメータ値の上昇に従って、育成コンテンツ内のアイドルの表情やコメントが変化し、主人公とアイドルキャラクターとの関係性も変化するようにした。パラメータ上限を100%とし、上限を目指してゲームを続けることで、自分がアイドルの成長に関与している感覚を与える。結果を適時育成コンテンツ内で示すことにより、ファンの思考プロセスを追体験、理解し、愛着の増加につながると考える。

パラメータ値を一定条件まで上げることで、より特別な古参ファンエピソードが解放される。特別な古参ファンエピソードは、本研究で最も重要なコンテンツであり、古参ファンしか知り得ない情報やアイドルへの愛着が一気に深まった体験などが含まれる。このエピソードにより、古参ファンへの理解とアイドルへの愛着がより深まると考える。

最終的にパラメータ値 100%に達すると、現実世界で実際に行われているライブにプレイヤーが招待される。

5. 実験

BNO-Story の有効性を検証するための実験を実施した。ただし、本稿執筆の時点ではまだ開発中であるため、本実験では役割体験学習として図 1 に示したストーリーコンテンツのみについての有効性の検証実験を行なった。

5.1 実験手順

ストーリーコンテンツの有効性を検討するため、潜在ファンに属する被験者 6 名を 3 名ずつ 2 つのグループ A, B に分けた：

- A) BNO-Story をプレイするグループ
- B) 収集した古参ファンらの実体験を文書として閲覧するグループ

まず事前に、被験者全員に対し、西金沢少女団の概要を説明し、それに付随したファンコミュニティの普段の様子分かる、1 分程度のアイドルライブ動画を見せた。その後、古参ファンに対する印象とアイドルへの愛着に関する、以下のアンケートを実施した：

- 古参ファンへの理解度に関する質問
 - Q1 古参ファンの印象は良いですか？
 - Q2 古参ファンと一緒に楽しめそうですか？
 - Q3 古参ファンの行動は理解できますか？
- アイドルへの愛着に関する質問
 - Q4 西金沢少女団の印象は良いですか？
 - Q5 西金沢少女団のファンになりたいですか？
 - Q6 西金沢少女団に実際に会いに行きたいですか？

なお、アンケートは 5 件法（評価値 1：最低評価~評価値 5：最高評価）で回答してもらい、理由も記載してもらった。

その上で A, B の各グループに分かれ、3 日間かけて、各自ゲームプレイあるいは収集した実体験の閲覧を実施してもらった。最後にもう一度、初めに行ったアンケートを同じ内容で行なった。

5.2 評価方法

本実験の評価のため、実験の前後で行なったアンケート結果から、A, B グループそれぞれの被験者による回答の変化を評価した。また、理由の回答から、心理的にどのように変容したかを評価した。

5.3 実験結果

以下では、A グループの被験者 3 名を被験者 1, 2, 3 とし、B グループの被験者 3 名を被験者 4, 5, 6 とする。なお、現段階では 1 グループあたりの被験者が 3 名しかいないため、いずれの結果についても統計検定は実施していない。今後さらに実験を追加していく予定である。

古参ファンへの理解度に関する 3 つの質問項目への回答結果を図 2 と図 3 に示す。図 2 は A グループによる回答、図 3 は B グループによる回答である。どちらの結果からも、

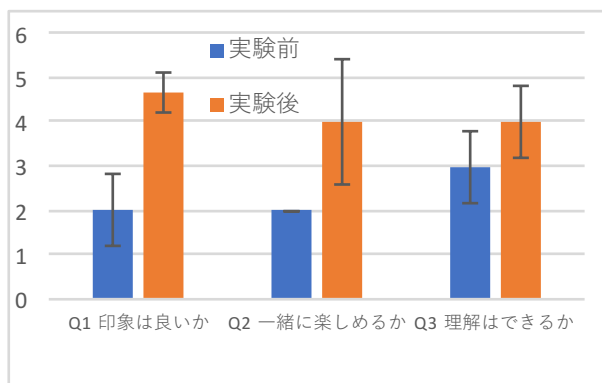


図 2 A グループの古参ファンへの理解度

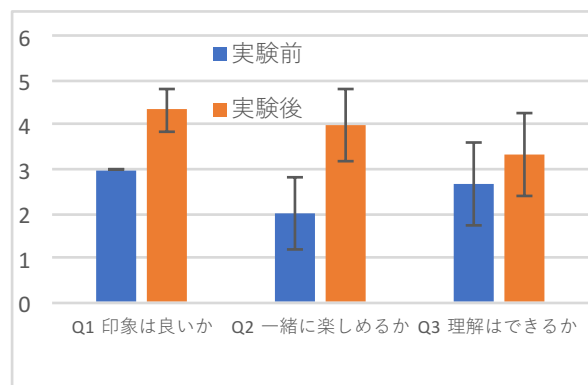


図 3 B グループの古参ファンへの理解度

表 1 グループ A による Q1 の評価に関する理由の回答

	実験前	実験後
被験者 1	新規ファンに対して厳しい方がいらっしゃるイメージがあるから。	生誕祭などアイドルをずっと支えてきた人たちだから。
被験者 2	身内ノリを強要してきそう。	身内ノリを無理強いはいはしない。
被験者 3	友人にオタクが多いので、悪い印象はない。しかし、アイドルのライブに行っていないので、ポジティブな印象も特にしない。	好きなものを純粋に追いかけているのがわかったから。

実験後の各質問項目の評価値に向上が見られた。特に、図 2 の追体験ゲームをプレイした A グループの Q1 に大きな差が見られた。Q1 について被験者が記述した評価の理由を表 1 に示す。実験前の「厳しい」や「身内ノリの強要」などのマイナスな印象が、ポジティブな印象へ変化したことがうかがえる。

アイドルへの愛着に関する 3 つの質問項目への回答結果を図 4 と図 5 に示す。図 4 は A グループによる回答、図 5 は B グループによる回答である。愛着に関しても、どちらのグループにも実験後の各質問項目への評価値に向上が見られた。特に、A グループの Q6 に大きな差が見られた。

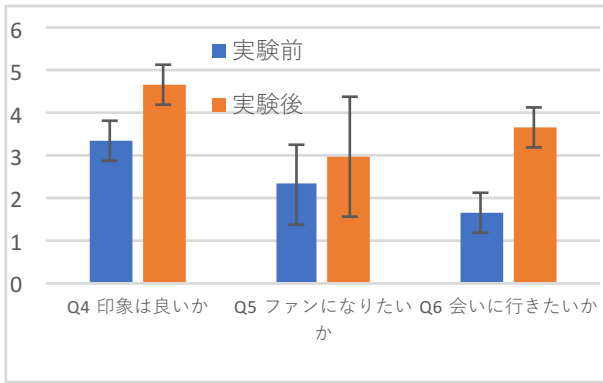


図4 Aグループのアイドルへの愛着

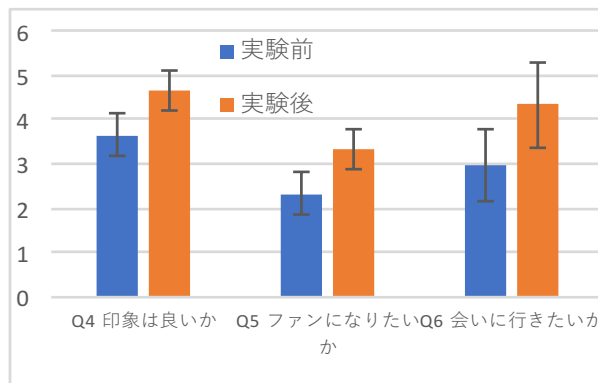


図5 Bグループのアイドルへの愛着

表2 グループAによるQ6の評価に関する理由の回答

	実験前	実験後
被験者1	自分から足を運んでまで見に行こうとは思わないから。	ゲームをする前と比べると会いに行きたいと思ったから。
被験者2	アイドルに興味ない。	どんな可愛い子がいるのかみたい。けど、沼にハマるのが怖い。
被験者3	学校から遠く、お金がかかるから。	今までやって来なかった、新しいことに挑戦するの面白いと思ったから。また、卒業するメンバーがいるため。

Q6について被験者が記述した評価の理由を表2に示す。被験者1は、実験前には「自分から足を運んでまで見に行こうとは思わないから。」と記述していたが、実験後に会いに行くことへのポジティブな意見が見られた。被験者2は、実験前には「アイドルへの興味ない。」と記述していたが、実験後に興味が出たことが示唆された。また被験者3は、実験前に「学校から遠く、お金がかかるから。」と記述していたが、アイドルに会いに行くことへのポジティブな態度変容が見られ、「卒業するメンバーがいる」という本実験では提供していなかった情報を自分で手に入れていたことがわかった。

5.4 考察

実験の結果から、古参ファンの実体験を取り入れた追体験ゲームによって、古参ファンへの印象向上やアイドルに会いに行くことに対してポジティブな態度変容生じる可能性が示唆された。特にQ6の被験者3が、実験内で提供しなかった情報を自発的に手に入れていたことから、アイドルへの興味を増幅させ、自ら調べるまでの態度変容が見込めると考える。また、解決していなかった古参ファンへの印象向上が見られ、役割体験学習をご当地アイドルのケースに当てはめたシミュレーションゲームが、「古参の壁」の解消に役立つ可能性があると考えられる。

6. おわりに

本研究では、役割体験学習を取り入れた、古参ファンの実体験を活用したゲーム「BNO-Story:ボクが西金沢少女団のオタクになるまでの物語」を提案し、本稿執筆時点で完成している、ストーリーコンテンツの有効性を検討した。結果から、古参ファンへの印象向上やアイドルへの愛着の向上が見込めることが示唆された。

今後の展望として、育成コンテンツの実装やストーリーコンテンツの改善などを進める。実験のアンケートの中で改善点についても調査しており、得られた意見を採り入れて、より古参ファンへの理解とアイドルへの愛着の深まるコンテンツをしていく。その上で、より多くの被験者による実践的な評価実験を実施する予定である。

謝辞 実験に全面協力いただいた、西金沢少女団の伊勢保彦氏と所属アイドルの皆様には、お忙しい中有益なデータの提供やご討論いただきました。ここに感謝の意を表します。また、実体験エピソードを提供いただきました西金沢少女団ファンの皆様と、実験にご協力いただいた被験者の皆様に、厚く御礼申し上げます。

参考文献

- [1] 西条 昇他. アイドルが息息する「現実空間」と「仮想空間」の二重構造. 江戸川大学紀要, 26, 199-258, 2015.
- [2] 矢野経済研究所. 「クールジャパンマーケット/オタク市場の徹底研究2017」. <https://www.yano.co.jp/press/download.php/001773>
- [3] 田島悠来. 「アイドル」文化を活用した地域復興に関する一考察. 評論・社会科学, 第119号, 19-41, 2016.
- [4] 西金沢少女団. <https://www.nk-pjt.com/> (2018年12月24日アクセス)
- [5] 庄司有希, 中村伊知哉. 新参ファンと古参ファンの共存によるアイドルプロモーションの一手法. 慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 修士論文, 2015. 3, 74-110, 2014.
- [6] 矢野キエ. 子どもへの関わりと追体験による子供理解 -ある園での研修より-. 大阪キリスト教短期大学紀要. 55, 64-80, 2015.
- [7] 井門正美. 井門正美研究室・教育課題研究所. <http://www.ido-labo.com/>. (参照 役割体験学習論)
- [8] 古見文一, 子安増生. ロールプレイ体験がマインドリーディングの活性化に及ぼす影響. 心理学研究 2012年, 第83巻, 第1号, 18-26, 2012.
- [9] 内田奈芳美, 佐藤滋. 多主体まちづくり協議の蓄積を活かした追体験シャレットの方法と有効性に関する研究. 日本建築学会技術報告集, 第15巻, 第31号, 903-908, 2009.
- [10] STRIKE WORKS. TYRANO SCRIPT. <https://tyrano.jp/>.