

サービス利用目的の志向性と ゲーミフィケーションの効果

文京学院大学大学院 経営学研究科 客員教授

濱田 俊也

ゲーム以外の分野にゲームの仕組みを活用するゲーミフィケーションが学習やヘルスケア等の分野を中心に広がっている。ゲーミフィケーションは、マーケティング主体（消費者にサービス利用を継続してもらう）と消費者（自習やトレーニングなどアクティビティの継続）双方にメリットが期待される。ゆえに活用は広がったが、サービス自体が長く運営されることは難しくユーザー継続率低下や離脱への対策が課題である。学術研究においては領域を問わず利用目的とゲーミフィケーションの効果との関係が研究の途上にあるが、実務では利用目的の異なるユーザーを広く獲得することが成功への近道であることから、本研究は特に利用目的の志向性について、ユーザーの承認欲求（拒否回避欲求・賞賛獲得欲求）と制御焦点（促進焦点・予防焦点）に着目し分析を行った。

学習分野での様々なサービスのユーザーを対象者として、ネットアンケート調査を実施した（2022年12月4日～5日実施）。18～22歳の学生234名（男性94名、女性140名）が不備のない回答を行い分析した結果、主に、以下の点が明らかになった。

①拒否回避欲求が強い場合と弱い場合にも、継続意向に対するゲーミフィケーションへの満足の影響に差が生じることがみとめられた。賞賛獲得欲求は、調査対象の一部での継続意向に対するゲーミフィケーションへの満足の影響に差が生じることがみとめられた。

②促進焦点か予防焦点かという違いがゲーミフィケーションの満足度による継続意向への影響の強弱に影響を与えている。このことは、ゲーミフィケーション活用サービスのユーザーは促進焦点か予防焦点かという利用時の志向性がゲーミフィケーションサービス利用の効果に影響を及ぼすことを示している。

③賞賛獲得欲求と促進焦点との相関と、そして拒否回避欲求と予防焦点の相関、調査対象の一部での制御焦点による継続意向への影響への賞賛獲得欲求と拒否回避欲求の調整がみとめられた。

分析結果に基づく実務展開に於ける示唆の主なものとして、損失回避的なユーザーへの施策が重要であることが挙げられる。本研究では、促進焦点のほうが予防焦点よりも継続意向への影響が強い一方、ゲーミフィケーションへの満足度が高い場合に促進焦点と予防焦点との間に継続意向への影響に有意差がない。このことは、ユーザーの制御焦点を確認した上で、例えば予防焦点のユーザーには、ユーザーが学習の魅力を感じる取り組みを用意することや、魅力の高いゲームの仕組みを用意することなど、属性に合致したサービス全体のデザインの選択肢があることを示している。特にゲームの仕組みについては、バッジやポイントなどインセンティブを付与して競争や自己実現を促す場合が多く、得たインセンティブを喪失しないようなサービスデザインと満足度の向上を両立して利用継続を促すなど、ゲーミフィケーションをバランスよく用いていく必要がある。