



ゲームセンターの高齢者の実態分析とそれをもとにした 高齢者が楽しめるゲームの提案

筑波大学 医学医療系
准教授 水野 智美

I. 問題の所在と目的

現在、ほとんどのショッピングモール内にゲームセンターが設置されており、そこでは朝から多くの高齢者がゲームに興じている。海外のゲームセンターには見られない光景であり、ゲームセンターが日本の高齢者にとっては、余暇活動の場であり、地域における居場所のひとつになっていると考えられる。そこで本研究では、ゲームセンターにおける観察調査およびゲームセンターに勤務する従業員に質問紙調査およびヒアリング調査を通して、高齢者はゲームセンターでどのように過ごしているか、どのようなゲームを好んでいるか、高齢者が好むゲームにはどのような要素があるか、従業員や他の客とどのような交流があるか、ゲームが高齢者にどのような効果をもたらすと考えているかなどについて明らかにしたい。

II. ゲームセンターにおける観察調査

(1) 目的

ゲームセンターにおける観察調査を通して、高齢者がどのようなゲームをしているか、どのように時間を過ごしているか等を明らかにする。

(2) 方法

①観察調査地

北海道5カ所、茨城県9カ所、埼玉県5カ所、千葉県5カ所、東京都4カ所、神奈川県4カ所、京都府1カ所、大阪府5カ所、兵庫県7カ所、岡山県3カ所、広島県4カ所、香川県2カ所、福岡県8カ所、沖縄県3カ所、計65カ所のゲームセンター

②調査方法

各ゲームセンターにおいて、調査者2名で、高齢者と思われる人が使用するゲームの種類、ゲームセンター内での様子(遊び方、コミュニケーション等)について観察調査をした。1つのゲームセンターにおいて調査時間は約1時間であった。

(3) 結果と考察

①高齢者が遊ぶゲームの種類

ほぼすべてのゲームセンターにおいて、高齢者が遊んでいるゲームの種類はメダルゲームであった。自身でレバーやボタン等es操作して、シューティングしたり、レースをしたり、リズムをと

ったりするような体感ゲーム、トレーディングカードを用いて遊ぶゲーム、プリクラをしている高齢者は皆無であった。孫とゲームセンターに来ている高齢者の中には、孫がニューオーキャッチャーやキッズ用のゲームをしており、その横で孫の様子を見て楽しむ高齢者が多くいた。しかし、そのような高齢者は孫を遊ばせるためにゲームセンターを訪れており、自身の余暇としての来店ではなかった。

②ゲームセンターに来店した高齢者の様子

高齢者のなかには、ゲームセンターに到着すると、預けているメダルを取りに行ったら後、従業員や常連の来店者に声をかけてから自分が遊ぶゲーム機に座る人が多くいた。また、ゲーム機で遊びながら、隣りに座ってゲームをしている人や近くにいる従業員に声をかける人も目立った。ただし、店内の照明が暗く、音量が大きいゲームセンターには、そもそも高齢者が来店することは少ないが、そのようなゲームセンターを利用する高齢者は、前述のような他者とコミュニケーションをとる姿がほとんど見られず、ひとりでゲームをして過ごしていた。

複数の高齢者が頻りに従業員に声をかけ、談笑している様子が見られる店舗では、従業員が高齢者の話をうなずきながら聞いており、高齢者は従業員と話をすることもゲームセンターに来る目的のように思われた。

III. ゲームセンターの従業員に対する質問紙調査

(1) 目的

ゲームセンターの従業員を対象に高齢者はどうゲームを行っているのか、どのようなゲームを好み、従業員や他の利用客とどのような交流をしているのか等について現状を明らかにする。

(2) 方法

①調査対象者

ゲームセンターに常勤職で勤務し、調査時点においてゲームコーナーで働いている282名。

②方法

全国にゲームセンターを展開している企業に調査協力を依頼し、許諾を受けた店舗の各1名の従業員に無記名式の質問紙調査を行った。調査期間は2020年11～12月であった。

(3) 結果と考察

①来店する高齢者の状況

1日に来店する高齢者の人数を尋ねたところ、平日の平均は17.1人(SD=10.7)、休日は33.2人(SD=27.0)であった。高齢者の男女比を尋ねたところ、男性:女性の平均は1.03:1.00であり、男女差はほとんど見られなかった。

来店する高齢者の1日の滞在時間として、最も人数が多い時間を尋ねたところ、「3時間~5時間未満」と答えた人が43%と最も多く、「3時間~5時間未満」「5時間以上」を合わせると74%となり、3時間以上をゲームセンターで過ごしている高齢者が圧倒的に多いことが確認できた。

②高齢者に人気があるゲーム

従業員から見て、高齢者に「非常に人気がある(5点)」から「全く人気がない(1点)」までの5段階のリッカート尺度を用いて、調査時点で多くのゲームセンターに設置されているゲーム機の種類ごとに尋ねた。その結果、「ガチャマンボJr」(4.83)、「海物語マリンシアターDX」(4.58)、「スピンフィーバー2」(4.29)という比較的遊び方が単純でわかりやすいゲーム機の人気が高いことが確認できた。一方、「モンスターフィッシング」(2.17)など複雑なルールが設定されており、かつプレイヤーがフィッシングの疑似体験をするような行為を含むゲームは人気なかった。また、「ポケモンメダルワールド」(2.65)などのキャラクターが登場するゲーム、麻雀(2.39)、競馬(2.33)、スロット(2.81)は人気がないことがわかった。

高齢者に人気のあるゲームにあてはまる特徴として、「非常にそう思う(5点)」から「全くそう思わない(1点)」までの5段階のリッカート尺度で尋ねた結果、「ルールが簡単である」(4.27)「同時にいくつもの動きをしなくてもよい」(4.22)「ゲームをしながら他の人と話すことができる」(4.11)ことに賛同を得た。一方、「継続することによって上達する」(2.74)「身体を動かす」(2.21)ことは高齢者が好むゲームに不要な要素であると考えられている傾向があることが確認できた。自由記述式で、高齢者に人気のあるゲームの特徴を具体的に尋ねたところ、「同じゲームを4~5人で囲んでプレイし、話しながらできる」「隣の席との間隔が狭く、会話をしながらゲームができる」ことが複数の人から挙げられた。

来店する高齢者について、「非常にそう思う(5点)」から「全くそう思わない(1点)」までの5段階のリッカート尺度で尋ねた結果、「来店する高齢者は元気でいる」(4.53)「他の人とのコミュニケーションに積極的である」(4.05)と考えられる傾向がみられた。一方、「好きなことに挑戦する」(2.76)ことはあまり考えられていないことが確認できた。

来店する高齢者の行動について、「非常によくなる(5点)」か

ら「全くしない(1点)」までの5段階のリッカート尺度で尋ねたところ、「いつも同じゲームをする」(4.56)「1週間のうちの5日以上、来店する」(4.19)傾向がみられた。また、「他の高齢の来店者と会話をする」(4.40)「スタッフと世間話をする」(3.99)についても高い数値である一方で、「来店して帰るまで誰とも話さない」(2.16)は低かった。つまり、同じゲームセンターに常連客として来店し、常に同じゲーム機を使っている間に、周囲の高齢の来店者やスタッフと顔なじみになり、会話をするというスタイルをとる高齢者が多いことが推測できた。

従業員が来店する高齢者からどの程度言われることがあるかを「非常によくある(5点)」から「全くない(1点)」までの5段階のリッカート尺度で尋ねたところ、「ゲームセンターに来ることが、外出するきっかけになっている」(3.61)「ゲームを通して、人と交流する機会が増えた」(3.20)ことが多いことが確認できた。このことから、高齢者にとってゲームセンターは、家に閉じこもってしまったり、社会的に孤立してしまったりすることを防ぐ効果があると考えていることが推察された。

IV. ゲームセンターの従業員に対するヒアリング調査

(1) 目的

高齢者はゲームをすることでどのような効果があるとゲームセンターの従業員が考えているのかを明らかにする。

(2) 方法

①調査対象者

ゲームセンターに常勤職で勤務し、調査時点においてゲームコーナーで働いている50名。

②方法

ゲームセンター1店舗につき1名の従業員に対して、約30分の直接ヒアリングを行った。

(3) 結果と考察

高齢者がどのようなゲームをすることによって、どういった効果があると思うかを尋ねたところ、最も多かったのは、「少人数(4、5人程度)で台を囲み、近くのプレイヤーと会話をしながら遊ぶことができるゲーム機を利用している高齢者が、他の人と交流することの喜びを感じている」(64%)であった。他のプレイヤーと近い距離に座り、遊びながらコミュニケーションをとれるゲームをすることによって、高齢者がゲームで勝つこと以上の楽しみを感じていることが確認できた。

また、「ルールが比較的単純で、動作が簡単なゲームをすることによって、手先のリハビリテーションになる」ことを34%が答えた。加えて、「ゲームセンターに来店することが外出する機会になり、健康の増進につながる」と回答する人が52%いた。つまり、ゲームをすることは外出したり、他の客や従業員とコミュニケーションをとるきっかけになるということである。