

IR*ゲーミング学会 ニューズレター No.31

Japan Academy of Integrated Resort & Gaming Studies Newsletter No.31

[記事]

アジアの国際観光市場と「主題遊樂園」

橋爪 紳也 1

ギャンブルと法

強制？あるいは任意？

～制度としてのセルフコミットメント方式の有効性と課題～

美原 融 4

巣鴨プリズン牌とインパール枕木牌

谷岡 一郎 8

第3回将棋電王トーナメントは「P o n a n z a」優勝、トップ棋士との2番勝負へ
ー将棋ソフトの対局はニコニコ動画の超人気コンテンツ

古作 登 11

マーケティングツールとしてのソーシャルカジノの可能性

中條 辰哉 15

[掲示板]

第11回シンポジウム開催の報告

アジアの国際観光市場と「主題遊樂園」

■中国人観光客の性向

2015 年の夏、世界的なオンラインでのホテル予約サイト「Hotels.com」が、中国人の海外旅行動向に関する調査結果「Chinese International Travel Monitor」を発表した。いささか旧聞に属する話だとは思いますが、あえて紹介しておきたい。

それによれば、2014 年度に中国人の海外旅行者の数は、前年から二割ほど増え、年間 1 億 700 万人に達した。いわゆる富裕層だけではなく、テクノロジーに詳しく経済的にも余裕のある「ミレニウム世代（18～35 歳の若年層）」の増加が顕著であったという。また中国人海外旅行者の一日あたりの平均消費額は、宿泊費も含めて 6 万 4000 円余になる。

この傾向は今後も継続することが予想されている。4 年後には、年間 1 億 7400 万人を達成、海外旅行での消費額の総和は 2640 億ドルにのぼると計算されている。この額は、シンガポールなど先進国の GDP と同等というから驚きだ。

中国人旅行者の性向についても報告されている。中国人旅行者が、近い将来、訪問したいと考えている旅行目的地は、オーストラリア、日本、フランス、香港、韓国、アメリカ、モルディブ、ドイツ、タイ、台湾の順になる。

また中国人旅行者が一度は訪れてみたいと考える国外の名所は、ギザの大ピラミッド、富士山、エッフェル塔、ヴェルサイユ宮殿、ベニスがトップ 5 なのだそうです。

富裕層や若い人たちは、日本に憧れ、また好感を持って訪問していることが判る。ただし「最も温かく歓迎してくれる国」という問いかけへの回答では、韓国が一位、以下、タイ、日本、シンガポール、モルディブ、香港、台湾、フランス、オーストラリア、マカオと続くのだそうだ。この項目では、どうも韓国やタイに負けてしまう。

中国からのインバウンド旅行者に関して、私たちは「爆買」など、日本国内での動向についてのみ、興味を持ちがちだ。それだけではなく、世界のなかで彼らがどのように動き、日本はどのポジションを占めているのかという情報も重要である。

■1980 年代の流行

中国だけではなく、東南アジア各国を出発地とする海外旅行者は増加傾向にある。今後、この地域で紛争などがなく、各国の経済成長が進めば、アジア諸国の国際観光の市場は、まだまだ十分に有望である。

注目しなければならないのは、各地がその受け皿となるべく、大規模な観光施設の開発事業をすすめている点だ。私が注目するのは、テーマパークである。かつて 1980 年代後半から 90 年代前半、バブル景気に沸く日本にあって、テーマパークの流行があった。その後、第三セクター方式で建設された地方のテーマパークはあいついで破綻、ネガティブな経験として私たちは記憶している。

ただ私たちは、より視野を広げて考えなければいけない。1980 年代から 90 年代のテーマパークの流行は、単に日本だけの出来事ではなかった。たとえばシンガポールのセントーサ島にも、マーライオンの姿をした展望台を中心に、ミュージカル・ファウンテン、中国の古代王朝のテーマパークなど、テーマ性をもった施設群が建設された。

さらに同時期に、中国でも、国内旅行のブームを受けて、各地に多数の「主題遊樂園」、すなわちテーマパークが建設されたことも特記するべきであろう。孫悟空のテーマパーク、世界中の有名建築の縮尺を小さくして再現したミニチュア・ランド、香港の人気ドラマや中国の歴史映画を題材とした映画村、ディズニーランドを意識した独自のキャラクターランドなど、各地の主要都市にテーマパークが競い合うように建設された。香港の資本など、国外からの投資を受け入れた巨大施設も目についた。

なかには軍が建設した四川省成都の「国防樂園」や、河北省呉橋に建設された雑技の遊園地など、ユニークな事例もある。当時の調査研究の一端は、以前、拙書『創造するアジア都市』（NTT 出版）で紹介しているので参照して欲しい。

廃業したところ、あるいは継続しているところもあるが、その後、今日に至るまで、中国の各地にあるテーマ性のある遊園地では、多くの家族連れや観光客が休日を過ごしている。

■テーマパークの再流行

近年、国際観光の振興に併せて、新たなテーマパークの開業があいついでいる。

統合型リゾートの竣工にあわせて、2010 年に開園したシンガポールの「ユニバーサル・スタジオ・セントーサ」が、先陣を切ったと見て良いだろう。2012 年には、シンガポールとの国境に近いマレーシアのジョホール州ヌサジャヤに、10 億リンギット（約 330 億円）を投資、アジア初進出をうたった「レゴランド・リゾート」が開業した。

また同州には、日本のサンリオも、国外初進出となる屋内型のパーク「サンリオ・ハロー・キティー・タウン」を運営している。東南アジアの各国で若い女性の支持をひろく得ている、キティちゃんを始めとする同社のキャラクターを全面的に展開した施設である。

いっぽうタイのパタヤ近郊では、米国のアニメ専用チャンネルである「カートゥーン・ネットワーク」のウォーター・パークが開業した。世界初となる試みだという。

さらにクアラルンプール近郊では、2016 年のオープンを目指して、「20 世紀フォックス・ワールド」の建設工事が進む。米国の大手映画製作会社である 20 世紀フォックス社としては、初のテーマパーク事業であるという。実現するのかどうかはさておき、マレーシアに続き「20 世紀 FOX ワールド韓国」の構想もあると、一部では報道された。映画「アイスエイジ」で描かれた氷の世界を追体験するライド、「エイリアン」の作品世界に入り込み宇宙の未知の生物と遭遇する恐怖を体感できるアトラクション、あるいは「猿の惑星」をモチーフにした遊技機械なども導入が検討されているという。

とりわけ話題になっているのが、中国にあいついで建設される大規模なテーマパークである。

2016 年に開園が延期されたようだが、「上海ディズニーランド」の工事は進捗している。予定通り開業すれば、世界で 12 番目のディズニーランドとなる。浦東新区にある予定地は、1.16 km²ほどしかなく、ディズニー系のテーマパークではもっとも用地が狭い。地元メディアなどが「ミニ・ディズニー」と報道している所以である。総投資額は約 245 億元、日本円でおおよそ 3500 億円規模の事業であるという。

園内の構成はすでに発表されている。「上海ディズニーランド」は、「ミッキー・アベニュー」「トレジャー・コーブ」「アドベンチャー・アイル」「ガーデンズ・オブ・イマジネーション」「トゥモローランド」「ファンタジーランド」という 6 区画からなる。

「トレジャー・コーブ」は、ジャック・スパロウやデイヴィ・ジョーンズが登場する海賊をテーマにしたエリアとなる。「トゥモローランド」には、映画「トロン」に登場するバイクにちなむ新しいライドが投入される。中国庭園をイメージ「ガーデンズ・オブ・イマジネーション」では、中国流の十二支の動物をモチーフにディズニーとピクサーが造作したキャラクターが登場するスポットがあるという。

もっとも話題になっている施設が、「ファンタジーランド」のシンボルとなる「エンチャンテッド・ストーリーブック・キャッスル（奇幻童話城堡）」である。従前、ディズニーパークの象徴的な城は、「シンデレラ城」「眠れる森の美女の城」など特定のプリンセスの名前が付けられるのが好例であった。しかしここでは、すべてのディズニープリンセスが集まる城と位置付けられ、城の下をボートで巡る新しいライド「ボヤッジ・トゥ・ザ・クリスタलगロット」が設置される予定である。

北京の通州区では、2019 年の開業を目指して、新たな「ユニバーサル・スタジオ」の建設が検討されている。以前は、韓国京畿道華城市に「ユニバーサル・スタジオ・コリア」

の構想があることがしばしば報じられた。しかし用地の補償問題などで進捗がなく、実現には至らなかったようだ。報道されている情報では、北京のユニバーサル・スタジオは約4㎥ほどの広大な用地を確保、「トランスフォーマー」「怪盗グルーの月泥棒」のアトラクションなども投入される予定だという。

■日本の可能性

アジア全体でのテーマパークの活況は、国際的な観光客の増加と、観光事業への投資意欲の拡大と無縁ではない。かつてリゾート法が整備されたのち、日本各地で顕在化し、バブルの破綻とともに終焉をみた御当地型のテーマパーク・ブームを想起するが、世界の観光市場を睨みながら、従来になかった新たな集客施設を誘致している点において、あきらかにスケールが違う。

もちろん日本でも、インバウンド観光客の受け皿となるテーマパークがふたたび着目されている。経営破綻から回復した佐世保のハウステンボスは、インバウンド観光客で人気である。

また大阪では、「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」が開業させた「ウィザーディング・ワールド・オブ・ハリー・ポッター」の成功が、話題を集めた。英国人作家の世界的ベストセラーをもとに、ハリウッドが可視化した物語世界をそのままに、細部に至るまで見事に再現して人気を集めている。それまではインバウンド客の割合が低かったUSJも、中国に対してマーケティングを展開、海外からの集客をはかった。さらに同施設では、「新世紀エヴァンゲリオン」を始め、日本が産み出した人気アニメやゲームのキャラクターを前面に推したイベントも展開、世界からの集客を意識した経営をすすめている。

今後、日本独自のコンテンツを主題とする新たなテーマパークが誕生するかどうかは判らない。ただテーマパーク観光の将来像は、内需だけを見ては視野が狭いということはあるだろう。経済成長が続き、海外旅行ブームが始まった東南アジア諸国との競合のなかで、より魅力的な施設の開発が望まれる。

強制？あるいは任意？

～制度としてのセルフコミットメント方式の有効性と課題～

何かの行為にはまってしまい、抜けられなくなるという心理状態は、一定の時間的スパンの中で継続した行為の結果として生じるもので、最初から自制が効かずどうしようもない状態にあるということは先ずない。スロットマシンにハマってしまうというのも同様に、当初はこの程度の予算でと思いつつ、時間の経過で頭に血が上り、持っている金をどんどん注ぎこんでしまうことになってしまうということが「のめりこみすぎてしまう」人の精神状態なのであろう。要は一定の行為に入る前の最初の時点では、通常は誰でも冷静に判断することができる。よってスロットマシンで遊ぶ前に、自分の責任で「今日の予算は\$100」とカードを機械に挿入してから、上限を数値でインプットすると、気が付かない内にこの予算額に達すると自動的に機械が動かなくなり、その日は遊べなくなるという仕組みを、「セルフコミットメント」方式とか「プリコミットメント」方式という。

例えば冷静な状況にあっても所詮自分で上限を設定するのだから、最初から\$100ではなく\$1,000と（金は無くとも）意図的に高い予算を設定してしまえば効果等無いではないか、果たしてこんなもの役に立つのかという意見は今も多い。一方、考え方やアプローチ手法としては、カジノへの賭博依存への傾斜を断ち切る手段としての「自己排除プログラム」と類似的になる。プロセスに対する精神的な依存やのめりこむ興奮状態は、常に存在しているわけではなく、冷静なときに合理的な判断を促し、アクセスを自ら遮断するようにさせる、遊ぶ前に上限を設定させ、自らの意思でのめりこみに歯止めをかけさせるというわけだ。スロットマシンの電子化や、顧客の殆どがローヤリティー・カードを所持しているという状況は、市場にある全ての機械にかかるプリコミットメントシステムを装置せしめ、賭博行為へののめりこみを少しでも抑制しようとする政策を可能にしている。

かかる仕組みを制度化して、賭博依存症への対応策とするという政策的議論が生じたのはオーストラリアで、2008年ラッド政権が政府機関である生産性委員会に委ねた賭博制度に関する諮問とその報告書に起因する¹。深刻な社会問題となっていた賭博依存症の最大リスクは電子式機械ゲーム²と断定し、顧客の選択的判断により予め損失上限を設定するシステムを設置すべきという推奨が政府に対しなされたことによる。2010年に成立したジラード政権は、かかるコミットメントスキームを実現することを公約として掲げ、賛否両論の

¹ Gambling(2010) Inquiry Report Productivity Commission <http://www.pc.gov.au/inquiries/completed/gambling-2009/report>

² Electronic Gaming Machine (EGM)：所謂スロットマシン、ビデオマシン等を総称する言い方である。

挙句、2012 年 12 月に電子式機械ゲームに最低要件を定める国家賭博改革法が成立した³。これにより、2018 年末迄に全ての電子式ゲーム機械にかかるプリコミットメントシステムを装着することが義務化され、現状は各州において詳細規則が制定され、一部実証実験段階に移行しつつある⁴。さてこのプリコミットメントシステムだが、「全て」の機械に適用する考えと「部分」的に適用する考えがある（部分的とは選択する顧客のみがアクセスできる考えや、一部のみの機械がプリコミットメントを設定できるような考えをいう）。かつ、「強制的」にするか（全ての顧客が遊ぶ前に損失上限を設定する手順を踏まないと遊べない）あるいは、「任意的」にするか（損失上限を設定するか否かは顧客の判断でスキップできる）という選択肢もある。顧客の立場から見た機械の在り方としては、上記は二分され、オプトアウト方式とオプトイン方式の二つがある。前者はデフォルトとして機械にプリコミットメントシステムが存在し、カードを挿入し、上限額を設定した上で初めて遊べるが、「強制」されるわけではないため、いやならば意識的にオプトアウトを選択できる。後者は、システムは存在するが、上限を設定したい人のみが意識的に選択的行為をとる必要があり、これを煩わしいと思う人は無視して遊べるという具合になる。強制されるか否か、デフォルトとしてシステムが存在するか否かは、微妙に遊ぶ人の心理状態に与える影響も異なる。因みにオーストラリアでは、システムの設置は義務づけられるが、上記の分類からいうと「部分」かつ「任意」で、プリコミットメントの採用は個人の任意判断、嫌な人は強制されないという前提になっている。今後実証試験等を通じて、最適なあり方が志向されるのだろうが、課題は多い。例えばビクトリア州では、遊ぶためにはプレーヤーカードを手渡され、セルフサービスのキオスクでプリコミットメントを設定、個別機械のカードリーダーが以後遊びをトレースすることになるのだが、施設レベルでこのカードと施設のローヤリティー・カード（ポイント制で遊ぶ額に応じ、一定の褒賞が得られる）をリンクせしめることが可能となっている。ローヤリティー・カードとは顧客を遊ばせるためのインセンティブであり、消費を抑制する損失上限設定にこれを用いるのは矛盾しているのではないかとする意見がある。部分的、任意的である場合、消費を抑制する一定の効果はあると考えられるが、果たしてかかる考え方で賭博依存症の進行を抑止する効果があるか否か、かかる仕組みにコストと手間をかける価値があるのかに関しては、未だ実証的な調査や研究成果があるわけではない。

斬新的な試みは、他の国、他の地域でも模倣され、当初の考えをより発展した更なる新しいアプローチが生まれてくる。米国マサチューセッツ州法「拡大ゲーミング法」第 29 条は、ライセンスを受ける許諾事業者は、自らが設置する電子式機械ゲームに関しては、顧客自らが賭け事の上限を設定し、賭け金累計額を顧客自らがモニターできるシステムを設置することを義務づけている⁵。全ての顧客にリワードプログラムを含むローヤリティー・

³ オーストラリア 2012 年国家賭博改革法 <https://www.comlaw.gov.au/Details/C2012A00193>

⁴ この連邦法に基づき、各州で実施のための州法が制定されつつある。例えばビクトリア州では賭博規則(プリコミットメント)改正(Victoria Gambling Regulation Amendment (Pre-commitment))によりプリコミットメントシステムの導入を 2015 年末までに実現することを義務づけており、2014 年に成立した。

⁵ マサチューセッツ州拡大ゲーミング法第 29 条：<https://malegislature.gov/Laws/SessionLaws/Acts/2011/Chapter194>

《 1. ライセンス事業者は、顧客自らがモニターし、賭け金上限を設定できるようにしなければならない。この賭け金上限は、一回あたりの賭け金上限、時間あたり、一日あたり、週あたり、月あたりの上限を設定できるものとするが、これだけに限らない。顧客は、上限を下げたり、上げたりすることができる。但し、24 時間以内に 1 回以上、賭け金上限を増やすことはできない。

カードを作らせ、この IC カードを利用することになるが、システムとしては任意、オプトアウト方式が採用されるのであろう。但し、ぶったまげるのは、法は事業者に対し、月々の勝ち、負けの明細書を作成し、電子メールではなく顧客の物理的な住所に送付することを義務付けていることにある。勿論これは受領を拒否することもできるが、毎月自宅にこれだけ遊んだ、勝った、負けた等を明らかにする書類を送付されては、(家族に見られるリスクもあり！)、平常な精神状態であるならば、もう当面いかない等の抑制心が働く効果はありそうでもある(因みにオーストラリアでも事業者は顧客に対する **Transaction Statement** の提供義務があるが、過去 1 年間という前提でかつ電子メールによる送達も認められている。これだと迷惑メールとして中身を見ずに即ゴミ箱へ捨てられかねない)。スロットマシンやビデオマシン等のゲーム機械は、全てが電子化され、顧客の行動のすべてをデジタル的に記録できるので、これら情報を活用すれば、個人の行動を正確に捕捉し、リスクの認知を喚起したり、将来の行動を抑制したりすることも可能になるといえる。同法第 29 条第二項はかかるミクロの個人情報を活用し、本人に開示することを事業者に義務づけ、同条第三項は、市場全体としてのビックデータを規制機関に提出することを事業者にも義務付けている。もし、うまく情報を解析することができれば、依存の傾向にある市民の全体像や、趨勢、傾向等をも情報として把握できうる可能性があることを示唆しているともいえる。勿論全てが「強制」ではなく、「任意」である以上、正確な行動把握や十分なデータを捕捉できるか否かにはどうしても疑問符がつかざるを得ないかもしれない。最も、マサチューセッツ州のカジノはようやく一部施設がオープンし、その他はまだ建設途上にあり、上記法規定がどう現実に機能するのか、果たして機能しうるのは、不明確な点も多い。様々な利害関係者の意見が輻輳化しており、現実にこれがどうなるかは単純な話ではない。よって、どうこの制度が実践されるのか、うまく機能しうのかに関しては今後の検証の課題になりそうである。賭博行為への過度ののめりこみは、身近にアクセスしやすい環境に電子式機械ゲームがある場合、特に生じやすいというのは諸外国でも変わらない模様だ。時間がかかったり、戦略や戦術を考えたりすることが必要となるゲーム、ゲームの推移そのものが楽しいゲーム等とは異なる「はまりやすさの要因」が電子式機械ゲームには確かに存在する。

ところで我が国に存在する遊技（パチンコ、パチスロ）は、これが法律上の賭博行為であるか否かの議論は横においたとしても、その機能と効果は上記の（賭博機械でもある）電子式機械ゲームとそう変わらないという事実は何人も否定できないだろう。普通の人にとっては、健全な遊びに過ぎないパチンコ、パチスロもほんの一部の人達にとってはのめりこみの対象になってしまうというのは、電子式機械ゲームがもたらす一つの効果でもあり、これは洋の東西を問わない模様だ。欧米諸国でスロットマシンやビデオマシンによる「賭博依存」が社会問題となったように、我が国においても「パチンコ、パチスロ」

2. ライセンス事業者は、リワードカードを発行し、ゲームに参加した各々の顧客に対し、月毎の明細書を発行し、顧客の物理的な住所に送付しなければならない。この明細書は、顧客の総賭け金、勝ち、負けを記載するものとするが、顧客はリワードカードを受領する時点ないしは、当初に参加する時点において、月毎の明細書受領を辞退することができる。かつ、顧客は、ライセンス事業者に対し、後刻、書面による要請状により、月毎の明細書受領を拒否することを選択できる。

3. かかるプログラムないしはシステムを設置したライセンス事業者は、リワードカードを発行した顧客ないしはゲームに参加した顧客による支出した金額、損失した金額を Zip コード毎に集計した年次報告を規制委員会に提出しなければならない。この条項に基づく活動は、規制委員会によりモニターされる。カジノ施設除外対象者リストに掲載された個人は、このキャッシュレス賭け事システムに参加することはできない。》

による「のめりこみ」が社会問題になっているという事実がある。顧客による遊びたい行動を抑止する考えは、ホール事業者から見ればとんでもない話ということになるのであるが、我が国においてもホール共通的なプリコミットメントシステムを創出することは、「理論的、技術的」に考えられないこともない。但し、これはやり方次第では、個人情報により管理し、規制する趨勢にもつながることになり、かかるアプローチが適切といえるか否かについては大きな議論が生じうる。個人の「遊び」への行動に対し、何を、何処まで規制すべきなのか、「のめりこみ」を抑制する施策を規制として考慮することが適切か否かという選択肢になる。もともと「自主的な」プリコミットメントなど日本人の気性に合うわけが無い、結局意味の無い投資になるだけではないのかという意見もでてきそう。我が国の社会的現実を鑑みると、どうあるべきかの答えは単純に見つかりそうもないと判断してしまうのは考え過ぎであろうか。

巣鴨プリズン牌とインパール枕木牌

大阪商業大学アミューズメント産業研究所では、毎年ひとつのトピックを決めて、内部の資料を一般に展示・公開しています。昨年（2015年）は、なつかしい昭和のゲームを中心に展示をし、1,200人以上の観客に見てもらいました。今年（2016年）は、13年ぶりに「麻雀」をトピックとして展示することに決定しています。

アミューズメント産業研究所には、前の戦争にまつわる麻雀牌が2つあります。ひとつは「インパール枕木牌」、もうひとつは「巣鴨プリズン牌」と呼ばれる、どちらも手作りの木工製品ですが、展示期間に是非ご覧ください。その時に備えてこれらの牌にまつわるエピソードや内部情報を紹介したいと思います。

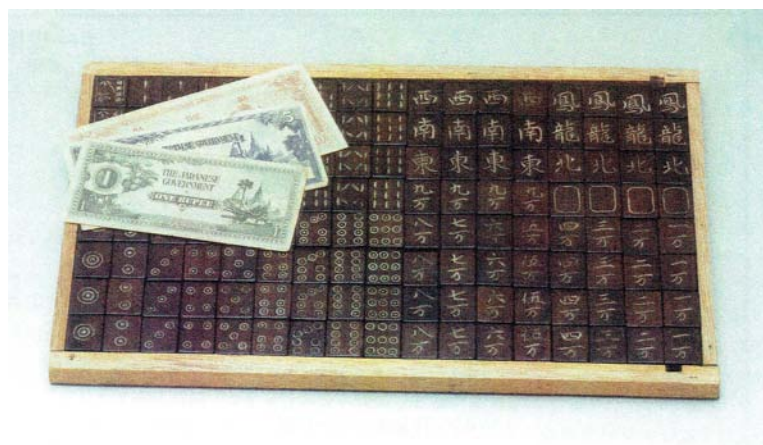
インパール枕木牌

「インパール枕木牌」（図表-1）は、戦争中インパール（インド北東部の都市インパール）に進攻した日本軍が、終戦後イギリス軍に抑留され、使役生活を送った時に、日本兵士仲間と作った牌です。この牌を寄贈してくださった京都の村山俊男氏によりますと、まずチーク材の枕木を切り、レンガでこすって表面をなめらかにします。その上に書いた文字や模様を五寸釘を使って彫刻したそうです。ちなみにその五寸釘の彫刻を担当したのが、家具職人だった村山氏だったとのこと。

写真で見る限り、色はないように見えますが、実は多彩な色が書かれておりました。二色エンピツ（青と赤）の鉛^{しん}を削り、キニーネ（黄）を加えて三原色として、適宜ブレンドしたとのこと。苦労が偲ばれますね。

点棒は軍票で行なわれたそうで、通貨のルピー札です。

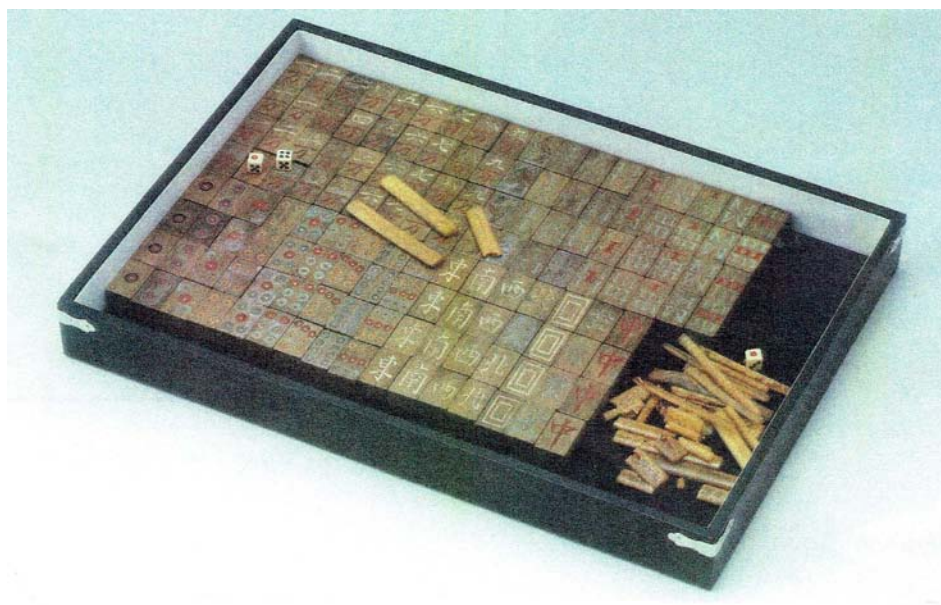
インパールの牌はもうひとつ知られていますが、そちらは「白發中」が使用され、当研究所の「白龍鳳」ではありません。



インパール兵士の枕木牌

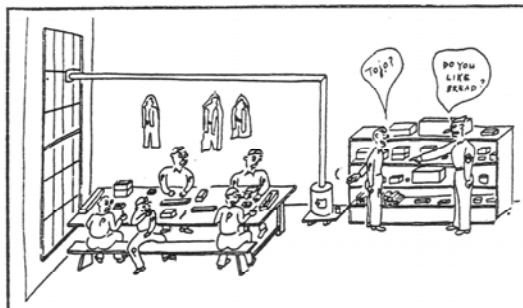
巣鴨プリズン牌

1945 年の敗戦後、いわゆる東京裁判に備えて東京の巣鴨に当時の A 級戦犯など、多くの人々が収容されました。東京裁判や戦犯に関する論争はやめておきますが、GHQ への誓願により、刑務所の中で余暇活動として囲碁や麻雀が許可されました。それにより有志グループによってつくられた牌を「巣鴨プリズン牌」（図表－2）と呼んでいます。



巣鴨プリズンの手作り牌

最初は手探りで牌を切り分ける人、模様を彫る人、それに色をつける人などが分業して作ったと伝わっていますが、そのうち正規の刑務作業に組み入れられ（図表 3 参照：「図説・戦争裁判スガモプリズン事典」より）、流れ作業で効率良く、しかも多数作られたようです。出所時に持ち出しが禁止されたため、現存する巣鴨プリズン牌は（筆者の知る限り）3 セットのみの。その牌を隠して持ち出した人によると、最初に作ったセットだとのことですが、証拠はありません。ただし現存するものを比べてみると、大阪商業大学アミューズメント産業研究所にあるセットは、その中でもかなり初期のものと考えられています。まだ洗練されていないからです。

[illegible]

(与禽三四三逆)

スガモ労務将校報告書より

手芸班(昭和26年10月中成績)

Handicraft; 10 Nameplate, made
21 Engraved
333 Articles, painted or designed
9 Mahjong sets, made
10 " , repaired

ネームプレート製作・10個、彫刻・21個、工作物(ペ
イントはよが又はデザイン)・333個、

マージャンセット製作・9セット、同修理・10セット

◀ 手芸班作業場にて

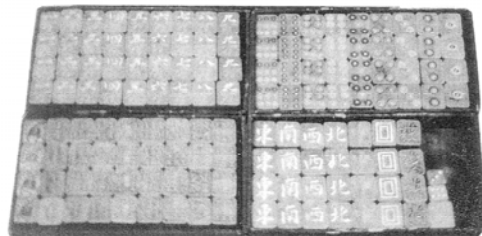
不意の監督下二日の果敢と
手に入れたパンを後手に！
「パンは好きかな？」
「東条。」——
(別名湯、照水かくし)。
パンの入手は炊場勤務員と
製品(麻雀帳など)交換。

麻雀セット(下等真)

函…………沼尻茂
 絵…………北村壽雄治
 パイ…………大工判班(小林)
 文…………内田信之助



スガモ製麻雀セツト
(沼尻茂保蔵編著者撮影)



第3回将棋電王トーナメントは「Ponanza」優勝、トップ棋士との2番勝負へ ——将棋ソフトの対局はニコニコ動画の超人気コンテンツ

◎大本命が強さを発揮

2015年11月21日～23日にプロ公式棋戦第1期「叡王戦」優勝者との対局ソフトを決める、第3回「将棋電王トーナメント」（主催・ドワンゴ、日本将棋連盟）が東京都新宿区「芸能花伝舎」で開催された。昨年の優勝ソフト「AWAKE」は不参加だったが2位の「Ponanza」が予選、決勝トーナメント（準決勝以降は3番勝負）を通じ1敗しかしない圧倒的な強さで優勝、来春に叡王戦優勝のプロ棋士と第1期電王戦2番勝負（2日制）で対戦する。

叡王戦、将棋電王トーナメントともに対局のインターネット中継は（株）ドワンゴが運営する「ニコニコ動画」の超人気コンテンツになっている。プロモーションビデオからして映画の予告編のような手の込んだ作りで、当日の対局会場も以前は小学校の体育館だった場所だが、特設スタジオや舞台中央へのプロジェクター投影、各種照明など工夫がなされ、さらにソフト開発者、NHKをはじめとする各種メディア、解説・観戦のプロ棋士が同じフロアで混然とし、さながらテーマパークのアミューズメント空間のようだった。



会場前面の巨大スクリーンには対局中の盤面が同時に映し出される



会場内には特設スタジオが設けられ、ソフトに詳しいプロ棋士が解説、女流棋士が司会で生中継

◎トップレベルの開発者が集結、初参加「技巧」(予選2位)、「tanuki-」(予選3位)は圧巻

ソフトを作り上げたのは日本を代表するトップレベルのプログラミング技術を持つ開発者たち。上位ソフトは2012年から今年春まで行われていた4回にわたる「電王戦」においてプロ棋士と互角以上の戦績を残し、近年注目の「人工知能」とも呼べるレベルに達している。開発者の自己PR文書 (<http://info.nicovideo.jp/denou/tournament2015/soft.html>) を一読していただければ、膨大な時間と労力をかけソフトが仕上げられているか想像できるだろう。

予選で驚くべき快進撃を見せたのが初参加の「技巧」(7勝1敗)と「tanuki-」(6勝2敗)。実績のあるソフトを抑えての上位通過で、将棋の内容も素晴らしく決勝トーナメントでの活躍が期待された。しかし2日目の決勝トーナメントに入ると「大樹の枝」(予選5位・旧Apery)、「超やねうら王」(予選11位・旧やねうら王)といったプロとの対局実績を持つ強豪が安定感を見せた。そんな中、伝説のソフト「Bonanza」をベースに開発された予選10位の伏兵「nozomi」が準決勝進出を果たし、3日目の準決勝も制して「Bonanza」との決勝3番勝負に臨んだ。タイトル挑戦をうかがう上位プロに勝ったことのあるソフトが予選落ちをしそうなほど強豪ソフトの層が厚くなっているのだ。

図は決勝3番勝負の第1局（3局は同時並行で行われる）。横歩取りの出だしから中盤で「nozomi」が優位を確保、人間なら100人中99人が安全勝ちを目指す局面から図のように玉を中央の危険地帯にわざわざ引きずり出される指し手を選び、検討していたプロ棋士も驚きの声を上げるほど。人間ならとても怖くてできない指し手も計算で「詰まない」（図から先手玉を詰まそうとすると後手玉に「逆王手」がかかる。腕に覚えのある方はぜひ駒と盤で検討を）と結果が出れば1点でも点数の高い手を選ぶのがコンピュータ、両ソフトの読みは一致しておりそのまま「nozomi」が押し切った。第3局は「Ponanza」圧勝、3番勝負の決着は最後に残った第2局にかかったが苦しい将棋を「Ponanza」が逆転、見事に優勝した。



優勝ソフトの開発チームには「第1期電王戦」出場権と賞金300万円が贈られた

優勝した「Ponanza」は過去の電王戦でも佐藤慎一五段、屋敷伸之九段、村山慈明七段に勝っており、その時点からさらに進化しているだけに来春の第1期電王戦2番勝負（先後1局ずつ）でもプロ棋士が勝つのは容易なことではないだろう。人間側は無論入念な「対コンピュータソフト戦略」が必須である。

マーケティングツールとしてのソーシャルカジノの可能性

お金を賭けないソーシャルカジノが、様々な国や地域でエンターテインメントとして楽しまれている。現在、これらのソーシャルカジノの市場規模は年間15億ドル～20億ドルであり（various research firm）、これらの市場はさらに拡大すると予想され、2016年には年間42億ドルになるとの試算もある（Superdata research）。ソーシャルカジノへの参加人数は月ベースで8億人となり、年齢は21～51歳の若者層から中年層とされる。

ソーシャルカジノにおいては、顧客は実際に現金を賭けることはないので、基本的には米国の各州のみならず、世界の国々で違法とはならないビジネスモデルであるといえる。このソーシャルカジノでは大きく3つのモデルが存在する。

1つは単にゲームを楽しむタイプ（収入源は広告費、アフィリエイト、アイテムの購入費など）、2つ目が、顧客はお金をゲームに賭けることはしないのだが、カジノゲームに参加することによって得られる“ポイントの還元率が高くなる権利”を購入し、得られたポイントは実際のカジノでコンプ（無料サービス）として使用することができるタイプである（権利の購入費が運営会社の収益）。この権利を購入すればソーシャルカジノで遊ぶことにより配布されるポイントの還元率が良くなり、得られたポイントは実際のカジノでコンプ（無料サービス）として使用することができるので、コンプを得られやすくなるのである。

3つ目は、無料ゲームで顧客を楽しませ、そこから実際に賭けを行うオンラインカジノにリンクするハイブリッド型のタイプ（通常、実際に賭けを行っているオンラインカジノは無料ゲームを提供している場合が多い。収益源は実際に賭けを行うオンラインカジノから。無料ゲームのみを楽しむのであれば、ソーシャルカジノと考えることができる。）もあるが、こちらに関しては各国や各地域の法律によって規制されたりしているといえる。

ブリック&モルタルのランドベースカジノは、これらのソーシャルカジノを介して潜在顧客の獲得や顧客ロイヤリティの向上など、クロスマーケティングに利用できるかを模索中である。事実、ネバダ州においてはランドベースカジノ2社がソーシャルカジノに参入している。

この2社とはシーザーズ・エンターテインメント・コーポレーションと提携関係にあるシーザーズ・インターアクティブ・エンターテインメント（CIE）とラスベガスのストラトスフィアタワー、アクアリアスカジノ&リゾートとアリゾナチャーリーを運営しているアメリカン・カジノ&エンターテインメント・プロパティーズ（ACEP）である。

前者は自社で実際に賭けることができるオンラインカジノを運営し、それ単体で収益を上げることができるビジネスモデルであるのに対して、後者はすでにオンライン、または

ソーシャルカジノを行っている企業と業務提携や業務委託し、クロスマーケティングを主流としたビジネスモデルであるといえる。

コネチカット州のフォックスウッドカジノやニューヨークのエンパイヤー・シティーカジノ、カリフォルニア州のサンダーバレーカジノリゾート、ドーバー・ダウンス・ホテル&カジノなどは自社運営にて参入し、自社のソーシャルカジノ・ブランドを確立する計画である。ソーシャルカジノの顧客をランドベースカジノへの集客に関するマーケティングや顧客ロイヤリティの向上、さらにソーシャルカジノ自体からの売り上げも期待している。

現在、多くのランドベースカジノは、ソーシャルカジノを新たなマーケティングツールとして興味を示しているが、現段階においては一定の距離を保ち、市場とソーシャルカジノの可能性について模索中であるといえる。ソーシャルカジノ参入を躊躇している主な理由は、運営費や限定的な効果、自社カジノとのカニバリゼーションなどが挙げられる。

C I Eはソーシャル&モバイルゲームを基本としたソーシャルカジノ単体で収益を上げるビジネスモデルであり、2009年にソーシャルゲームがブームになり始めた初期段階において参入をし、現在までに数百万ドルの資金を投入し、M&Aなども行い、現在のサイトを作り上げたのである。C I Eはネバダ州とニュージャージー州でリアルマネーを使用したオンラインポーカーサイトも運営している。

C I Eのゴールはシンプルであり、シーザーズ・エンターテインメントのブランドをデジタル世界でも確立することである。スマートフォンやアプリの発達により、モバイルを使用したソーシャルカジノの時代は始まったばかりであり、この機会を逃すことなく参入したのである。C I Eは様々なソーシャルゲームの企業を買収し、フェイスブックなども利用するなど、ユーザーの獲得に積極的であるといえる。

2014年の売り上げは5億8600万ドルとなり、2011年比で100倍の成長となる。この売り上げはアクティブユーザー1人から一日37セントの売り上げとなり、通常のソーシャルゲームに比べると2～3倍の金額となる。

これに対して、ACEPはアマヤポーカーとエース・プレイ・ポーカーなどのポーカーサイトと契約を結び、その後、バリーテクノロジーのプラットフォームを使用してソーシャルカジノとその範囲を拡大している。

例えば、エース・プレイ・ポーカーにはアメリカ国内の50州と世界70カ国から顧客が訪れ、その48%のユーザーはACEPの経営するランドベースカジノに車でアクセスが可能な地域に住んでいる。ACEPはこれらの顧客にクロスマーケティングを行うことで年間10万人から12万人の顧客をランドベースカジノに送り込んでいる。

このクロスマーケティングによる効果（顧客の反応率）は8%で、ダイレクトメールやEメールでのマーケティングの4%に比べ平均で2倍となり、その潜在力は高いといえる。ソーシャルカジノでプレイした獲得ポイントは使わないと損な気分になることも理由の一つと考えられる。

加えて、これらソーシャルカジノからランドベースカジノに訪れる顧客の確率的な収益を示す期待値は、一般の新規顧客に比べ40%も高く、潜在顧客としてのポテンシャルの高さを見ることができる。

単なる遊びであるソーシャルカジノとお金も賭けることができるソーシャルカジノのビジネスモデルは、ランドベースカジノにとってマーケティングツールとして利用でき、また、収益源をもたらすモデルにもなるといえる。

ソーシャルゲーミングは、サービスの総合的な価値とそれを提供するためのコスト、スマートフォン、フェイスブックやインスタグラム、ツイッターなどの人と人をつなぐソーシャルメディア、仮想通貨などの様々な要素が組み合わさり、更なる形態へと進化を遂げるであろう。

ランドベースカジノは、これらのヴァーチャル空間で進化するゲーミングと競うのか、または、それらを利用することで新たな販売チャンネルや価値を提供するのは、彼らの戦略と生存に大きく影響を与えるであろう。

執筆者紹介

橋爪 紳也

大阪府立大学 21 世紀科学研究機構教授
大阪府立大学観光産業戦略研究所所長

美原 融

大阪商業大学総合経営学部教授
大阪商業大学アミューズメント産業研究所所長

谷岡 一郎

大阪商業大学学長・教授

古作 登

大阪商業大学アミューズメント産業研究所主任研究員

中條 辰哉

大阪商業大学アミューズメント産業研究所研究員

『IR＊ゲーミング学会ニューズレター』No.31

2015 年 12 月 20 日

編集・発行 IR＊ゲーミング学会事務局
〒577-8505

大阪府東大阪市御厨栄町 4 丁目 1 番 10 号
大阪商業大学アミューズメント産業研究所内

TEL 06-6618-4068

FAX 06-6618-4069