

モバイル・ゲームコンテンツを販促ソフトに活用

有限会社エルイーディー

(有)エルイーディーは、ゲーム開発環境の目まぐるしい変化とゲーム開発競争の激化のなかで、モバイル端末に軸足をシフトしながら、自社ブランド開発のゲーム「Tissue (ティッシュ)」が世界でも大人気に。

ゲームづくりに欠かせない遊び心は、飲食店の販促用ゲーム「ゲーム de クーポン」に進化し、さまざまな業種で利用され始めている。札幌市の大通商店街組合と共同開発した販促用 iPhone アプリ「じぶんログ」もこれから本格稼働する。次から次へとヒット商品を生み出す「町のソフト屋さん」は、娯楽文化に定着したゲームを柔軟な発想で地域の元気づくりにも展開している。

身近な「町のソフト屋さん」として取り組む、モバイル・ソフト開発の状況と抱負をお聞きしました。



代表取締役 遊佐研紀さん

軸足をモバイルコンテンツにシフト

私は1992年にゲーム業界に就職、2000年に今の会社を設立しました。現在に至る18年の間に、ゲーム開発を取り巻く環境はすさまじい変化と進化を見せてきました。

90年代初めはスーパーファミコンやPCエンジンなど据置き型のゲーム専用機が全盛で、2000年代に入るとインターネットに接続できるようになった携帯電話がゲームも提供できるようになり、最近ではスマートフォン^{※1}の代表格であるiPhoneやiPodのゲームアプリケーション専用のダウンロードサイトが世界的に人気になっています。こうして据置き型のゲーム専用機に加え、いつでもどこでも見られるモバイル（携帯）端末機のシェアも大きくなってきました。

会社をつくった当初は、ゲーム専用機向けのゲーム開発が中心でしたが、ゲーム専用機のハードの進化に合わせ、案件の開発規模もどんどん大きくなってきて、少人数の当社では請けることができる開発案件が少なくなりました。そこで、携帯電話などモバイル端末機のゲームコンテンツ開発に軸足をシフトしてきました。当時、札幌市内でモバイル端末機でのコンテンツ開発ができる会社は多くなく、ゲーム業界が手探りでモバイル端末機にシフトしようとしていた中で、いち早くシフトした当社は重宝されました。

当社には少人数で比較的自由にゲームを開発したいという考え方がありましたので、モバイル端末機にシフトしていったのは自然な流れでした。

自社開発ブランド・アプリ「Tissue」がiPhoneアプリの番付上位に

モバイル端末に開発の軸を移していくなかで、自社開発ブランド・アプリケーションソフト「Tissue」が、iPhoneアプリで人気商品になりました。iPhoneアプリはベスト100までが公開されるようになっていて、「Tissue」は最高位のときが8位、現在は70位くらいにランク付けされています。アプリが世界全体で10万本以上も登録されているなかで、100位以内に入るこ

※1 スマートフォン (smart phone)
携帯電話と携帯情報端末 (PDA) の機能を融合した持ち運び可能な情報機器。



iPhoneアプリ「Tissue (ティッシュ)」

とは大変なことです。しかし、一度ランクインして人気になると、世界中の人が見ているのですから、会社の知名度も一気に上がって皆さんに知ってもらえるようになりました。

時間内にどれだけのティッシュを取り出すことができるか。iPhoneの画面上に浮かび上がるティッシュボックスを持ったきれいな

お姉さんを見ながら、大の大人が格闘するんです。このばかばかしさとブラックユーモアが世界の人々に受けました。

「ゲーム de クーポン」は街から生まれた!

ゲーム業界はゲームを中心に受注・開発等を行うことが多いため、どうしても同業他社との取引が大半を占め、ゲーム業界の好不況の影響をもろに受けてしまいます。そんな状況を少しでも変えようと、ゲームを異業種でも使ってもらえないものかと考えるようになりました。

飲食店での待ち時間のお客さんの行動をヒントに

私になじみの店に食事に出かけたときの話です。普段から飲食店で食事が出てくるまでの間、携帯電話をいじっている人が多くなっていることが気になっていたので、「携帯をいじっている人が多いね」と店長に話したら、「うちの店を題材にしたゲームは作れないの? 待ち時間にそれをお客さんが利用してもらえれば店の宣伝にもなる」という相談をされたのです。

じゃあ、試しに作ってみるかということで「ゲーム de クーポン」が生まれたのです。

ゲームとしての組み立てからみんなでアイデアを出し合いました。お店の宣伝をどうやるか、せっかくスタッフがいるんだからキャラクターとして登場させよう、料理もゲームのなかで紹介しようといったアイデアがどんどん出てきました。そして、お客さんから注文を受けていかに間違えないで早く届けるかというゲームに仕上げました。ゲームに参加したお客さんが、時間内に間違えないで届けた注文数を得点化し、得点に応じて割引クーポンがもらえるという仕組みにしました。

店員との会話が生まれ、顧客のリピーター化を促進

商品化の事前調査では、飲食店は新規顧客の開拓のために情報誌へ広告を載せたり、割引クーポンを配布したりしていますが、リピーターをつくるためのフォローをしているところは少ないことがわかりました。

「ゲーム de クーポン」を導入した店では、お客さんがスタッフに、「君、ゲームに出てるよね!」と声をかけるきっかけができて、コミュニケーションが生まれました。お客さんからいろいろ声をかけてもらえる



ゲーム de クーポン チラシ



ゲーム de クーポン携帯電話販促システム企画書から

ようになったと好評です。まさに、ゲームでリーダーをつくるという新しい販促手法として使ってもらっているのです。

初のオリジナルブランドを他業種に応用展開

「ゲーム de クーポン」は応用すれば、いくらでも用途が広がっていきます。ゲームの種類もラーメン屋ならラーメンの湯切り、カレー屋ならカレーの辛さの調整、焼肉屋だったら肉の焼き加減等をテーマにし、ジャンルによって複数のゲームの中から選べるようにして展開しています。そしてそのゲームをベースに導入する店のスタッフの写真を使ってゲームのキャラクターをつくり、ゲーム画面もその店に合った雰囲気ゲーム上で再現しますので、その店独自のゲームが出来上がるのです。

先月5月には美容室にも導入が始まりました。美容室も待ち時間があり、その間に髪の色をどうするか会話の雰囲気作りも重要です。美容室は飲食店以上にスタッフと1対1になる機会が多いので、コミュニケーションのきっかけを作ればお客さんとスタッフとの会話がはずみ、店への親近感も深まり、イメージが良くなります。良いイメージができれば、次回の来店につながるのです。

待ち時間のある業態から、「ゲーム de クーポン」を私のところにも導入できないかと、お客さんの方からお話をいただけるようになりました。お客さんの待ち時間をどうするか、商売をやっている方は皆さん悩んでおられるんですね。

販促用アプリケーション「じぶんログ」を商店街と共同開発

iPhoneアプリ「Tissue」の販促イベントがアップルストア札幌で開催されていたときでした。それを見ていた「札幌大通まちづくり(株)^{※2}」の人から大通商店街の販促のために面白いことは考えられませんかという相談を受けました。そのときに、地区限定で口コミ情報をやりとりできるようなアプリケーションを考えたらどうでしょうかとお話をさせていただいたのが、

「じぶんログ」開発の始まりでした。

このアプリケーションはiPhoneの画面上に出てくる大通地区の地図上に、大通商店街に出かけたときの感想や買い物したときの出来事などを日記やメモ代わりに記録し、友人や一般の人々に公開するものです。それを見た友人や一般の人々は、自分が街に出かけるときの参考にすることができ、また、先に公開された情報に対して自分も記録を追加することによって、ユーザー間で情報交換の輪を広げていくことができます。

店は地図上にお得情報を発信しておけば、そのアプリケーションを見た人々に対して宣伝ができますし、店側も利用者の記録を見て店への評価や反応を知ることができるので、改善のための重要な資料にすることもできるのです。

札幌大通版としてスタートする「じぶんログ」が利用者と商店街をつなぐ新しい口コミ情報媒体に育っていけば、他の地域にも展開していきたいと思っています。

ゲームを町の元気づくりに活かしたい

ゲームは娯楽の文化として定着し、最近では、娯楽の分野を飛び出して、教育や習い事などの分野にもゲームが広く利用されるようになっていきます。

現在、観光地向けのコンテンツや地域雑誌の紙面と連携したモバイルコンテンツを開発中です。

雑誌とモバイル端末の連携は、いわゆるメディアミックスという形で、これから非常に大きな展開が期待されています。

当社はこれからも培ってきたゲーム開発のノウハウとゲームという媒体の可能性を信じて、複雑でシステムチックなコンテンツではなくて、シンプルな画面上にゲーム心や遊び心を取り入れながら、地域の生活や仕事の現場が元気になっていくコンテンツを開発していきたいと思っています。

有限会社エルイーディーHP

<http://www.led.gr.jp/>

※2 札幌大通まちづくり(株)

札幌市の大通地区のまちづくり事業を行なう会社で、2009年に大通地区の6商店街、大型店、札幌市、札幌商工会議所、北ガスなどの出資により設立された。