

Illust. : Ohtsuka Ichio

■ Limit and Freedom ■



I | n | t | e | r | F | e | e | l | D | e | s | i | g | n |

インターフィール・デザイン

サッカーのフラストレーション

2002年の日韓ワールドカップサッカーには日本のみならず世界中のサッカーファンが注目している。わたしには興奮という恩恵しかないが、裏ではずいぶん儲かる人もいるに違いない。さて、考えてみよう。サッカーというゲームはなぜこんなにも世界中の注目を集め、しかもおもしろいのだろうか？ もちろん答えは1つではない。しかし、あえて1つに絞りこむとすると、その答えは何か？

それは足を使うゲームであるということだ。逆にいえば、手の使用をそのルールにおいて禁止されているからだ、ということになる。直立歩行により両手を自由に使えるようになったおかげで人類は道具を使い、火を熾した。そして人は爆発的な進化を果たした。わたしたちが謳歌する今の文明は、脳の延長としての手の使用のおかげでもたらされたと言っても過言ではない。それほどまでに重要な人間のパーツである手の使用を禁止しているのだから、本当はおもしろいどころかフラストレーションが

たまらないはずがないではないか？ しかし、そこにこのゲームをおもしろくする理由が隠されている。

他のスポーツに手の使用を禁じられているものがあるだろうか？ テニス、ホッケー、野球、体操、水泳など例をあげるときりがないが、手の使用を制限するという明確なルールを持っているスポーツはあまり思いつかない。つまり、サッカーとは人間にとって一番重要な部分である手の使用を禁止することで、そこに課せられた極度の制限を乗り越えようとする人間の心理が巧みにデザインされているスポーツなのだ。強度のストイックさがもたらす自由への渴望、これがサッカーの魅力だ。すなわち、リミットがデザインされているのである。

他のスポーツやゲームが持つさまざまなルールも、制限を作ることでおもしろさを引きだてるためのデザインとして捉えることができる。おもしろさとは制限をデザインすることから生まれているのだ。逆に言うと、どう自由を制限するかで人にとっ

てのおもしろさは変化していくものなのである。

締め切りの効能

リミテーションデザインとは、制限と自由というツールを使って人のやる気や興味を喚起するモチベーションデザインの方法だ。簡単な例を言えば、締め切りである。わたしはこの原稿をある時点で書いているわけであるが、もし、締め切りがなければこの原稿は存在しなかっただろうと思う。というのも、もしわたしに永遠の自由という時間的な余裕だけが与えられ、一切の制限が課されていなかったとするならば、根っからの怠け者であるわたしはこの原稿に手をつけていないからである。それはなにもわたしだけにあてはまることではない。世界中のアーティストやクリエイターも締め切りがないと作品が完成することはないだろう。もちろん、怠けるという消極的な理由ではなく、締め切りという制限がないと永遠に作品を創りつづけるという積極的な理由の場合もある。ぎりぎりまで創



I | n | t | e | r | F | e | e | l | D | e | s | i | g | n |

インターフィール・デザイン

り続け、締め切りが来たら作品を完成とみなして提出するということである。人間は誰かに、あるいは何かの事情により自由が制限されないと、ある目的を遂行することなどできないのだ。日常の例を見ながら話を進めよう。

「このデジタルビデオカメラに、三脚も、プリンターも、オリンピック認定キャリングバッグも全部つけて、なんとたったの10万円でご奉仕します！」と社長らしき男が清水の舞台から飛び降りたように叫ぶと同時に会場からため息が漏れる。そして、すぐさま「100台限定商品ですのでお早めに！」というテロップが電話番号とともにあらわれる。よくあるテレビショッピングのワンシーンだ。価格の良し悪しは別として、これらのプロモーションの味噌は100台限定という心理操作だ。商品に合わせてリミットのパラメーターを操作するのだ。興味を持った視聴者はここで最終判断を迫られる。いつでも買えるという自由は、今アクションを起こさないと買えないかもしれない、いやきつと買えないだろうと、困りこまれる。

この100台という自由と制限の微妙なバランスが人の購買モチベーションを掻き立てる。もし、この制限が1000台であれば自由があまりにも拡張すぎて、希少価値も、そして切迫感も生まれえない。これが10台であったならば、視聴者は競争が激しくてとても無理だろうと思い、あきらめる。100台なら今すぐ電話すれば間に合うかもしれないと自分に与えられたチャンスに胸を躍らせる。自由度が大きすぎても小さすぎても、人のこころは動かない。

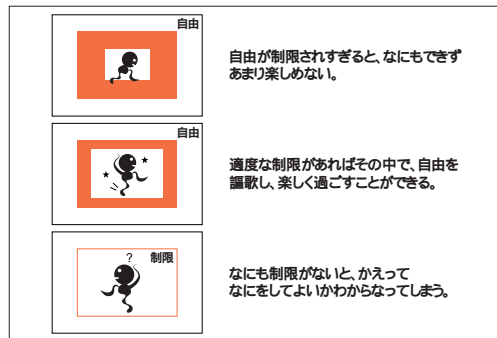
ドレスコードの魅惑

考えてみれば、わたしたちの社会は、こういった制限と自由の絶妙なバランスで生きる楽しみがデザインされているのが分かる。地域限定はそこに行かないと手に入らないし、季節限定は今しか味わえない。だからこそそこに、手に入れるために行ってみたいし、食べてみたいという努力を要する欲求が起こる。これらの物がいつでも手に入るとするとその魅力は半減してしまうだろう。ドレスコードの設けられたパー

ティーもそうだ。何も制限がなく、すべてが自由であれば、ただのパーティーである。が、仮面を着けていくという面倒な努力さえいとわなければ、仮面舞踏会はあなたに別の人格と、怪しくも目くるめく興奮を提供してくれるかもしれない。しかし、仮面と正装は今の社会ではハードルが高すぎる。制限が多すぎてモチベーションが高まらない。だから、何か赤いものを1つだけ身につけてきてくださいという簡単にクリアできる制限が生まれる。これでも、なにもないよりはパーティーというゲームのおもしろさは高まる。それだけで、来場者に一体感、いや共犯意識をもたらすという制限のデザインが施されるのだ。

制限のない商品開発

社会にデジタルが入りこむ前は、製品作りには超えようのない制限があった。それはある機能を求めるために、素材を加工しなければならぬという物理的な制約である。当然のことながら、ナイフは何かを切るという目的のために、その機能が



I | n | t | e | r | F | e | e | l | D | e | s | i | g | n |

インターフィール・デザイン

研ぎ澄まされてきた。よく切れるというその単一の機能が売り物であったために、作り手にも買い手にもわかりやすかった。そこにデジタルという素材が登場した。デジタルテクノロジーのおかげでまるで十徳ナイフのようにどんな機能でも1つの素材から追い求められるようになったのだ。スチルカメラでもあり、ビデオカメラでもあり、音楽も楽しめ、電話でもある……という多機能な製品がいくらかでも作れるようになったわけだ。さあ、私たちはまるで神のように何でも作ることのできる自由を手に入れた。その代わりに、これまでは素材が持っていた制限を、人がデザインする必要が出てきたのだ。機能を、あるいは使い方をどう制限すれば人に便利でおもしろい製品になるのかを膨大な自由の中から絞りこむ制限のデザインが重要になってきたわけだ。

見てきたように、自由さえあればおもしろいということではない。もし私たちに永遠の生命があるとすれば生きていることをおもしろがれるだろうか？ 死という制限

があるから、いいかえると、生は有限であるがゆえに輝くのだ。そこにメスを入れ始めている長寿テクノロジーという自由の拡張にも、制限のデザインが求められている。同時に、情報テクノロジーによって時空の制限が外れたリアルタイムワールドにどんな制限を課していくのか。私たちは、より楽しむために自由を制限するという新たな自由が与えられた初めての世代なのだ。

今日の結論。

制限と自由のバランスで情熱をデザインせよ！

制限があるから人はそれを越えたいと思うし、おもしろいとも感じる。自由が多すぎるとやる気がしない、また制限が強すぎると同じくやる気をそぐ。何がおもしろいかおもしろくないかを決定付けるポイントは、制限と自由というツールを使って人の情熱をいかにデザインできるかにかかっている。

Think Favorite!



photo: Nakamura Tatsu (mermaid)

七瀬至映

Nanase Yukiteru

クリエイティブディレクター&プロデューサー。情報を受発信する個人が主役となる時代のコミュニケーションの可能性をテーマに、マルチな活動を続ける。近著に『クリアロン - 創造性遺伝子』、インターネット社会の新たな価値創造の方法に迫る『サクセス・バリユー・ワークショップ』(いずれも発行: デジタルハリウッド出版局)がある。
「あなたの情報デザインテクニック投稿大歓迎！」

mailto:yukiteru@creator.net



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp