

持続可能なコミュニティづくりにおけるデジタルを介した遊びの可能性 Potential of Digitally Mediated Play in Building Sustainable Communities

富田英司

TOMIDA Eiji

愛媛大学教育学部

中川勇介

NAKAGAWA Yusuke

愛媛大学大学院地域レジリエンス学環

Faculty of Education

Interfaculty Graduate School of Regional Resilience, Ehime University

【要約】 本稿は、現代社会における関係性の希薄化や世代間断絶という課題に対し、「遊び (Play)」を媒介としたコミュニティ形成と Web3 テクノロジーの融合がもたらす地域レジリエンスの可能性を論じる。オルポートの接触仮説を理論的背景とし、アイ・オー・データ機器、愛媛県西条市、ファニームービー社の先進的な企業実践を分析した。その結果、企業や行政が単なる提供者ではなく、環境を整備する「黒子」として参加者の熱量を共有することが、自律的なコミュニティ形成に不可欠であることを明らかにした。さらに、この熱量を一過性で終わらせず、SBT をはじめとする NFT を用いて個人の貢献度を可視化し、分散型自律組織へと接続する「アジャイルかつ分散型のコミュニティデザイン」を次世代のソーシャルキャピタル構築の実践的モデルとして提示する。

【キーワード】 遊び, 橋渡し型ソーシャルキャピタル, Web3, NFT, 自律分散型組織

1. 社会課題としての「孤立」と「遊び」の再定義

現代の地域社会や組織において、核家族化や社会活動の低下に伴う「関係性の希薄化」は深刻な課題である。Putnam (2000) が指摘するように、地縁・血縁に基づく旧来の「結合型ソーシャルキャピタル」が衰退する中、異なる背景を持つ人々を繋ぐ「橋渡し型ソーシャルキャピタル (Bridging Social Capital)」の構築が急務となっている。しかし、従来型のトップダウンによるイベント誘致やハコモノ行政は、参加者の内発的動機づけに乏しく、継続性に限界を抱えている。

本研究は、この課題を突破し、人々の自発的な繋がりを構築する上で、「遊び (Play)」が効果的な社会的機能を持つツールであると位置づける。Huizinga (1938) が名著『ホモ・ルーデンス (遊ぶ人)』で論じたように、遊びは文化や社会秩序の源泉であり、人々を日常の利害関係や社会的制約から解放し、新たな連帯を生み出す力を持つ。

近年、この「遊び」の社会的機能は実証的に示されつつある。中川 (2026) は、愛媛県松前町での実証研究を通じ、e スポーツが年齢や身体的制約を超えて多世代を繋ぐ可能性を指摘し、それが Allport (1954) の「接触仮説」が定める 4 条件 (対等な地位、共通の目標、協力、制度的支持) を満たしやすい場であることを示した。また、水國 (2022) は、高齢者を対象とし

た実証研究において、e スポーツが認知機能の維持・向上 (認知トレーニング) に有効であることを示すとともに、多世代との交流がゲームへの参加意欲や自己効力感の形成に大きく寄与することを報告している。

本研究では、これらの理論的枠組みを起点とし、アイ・オー・データ機器、愛媛県西条市、ファニームービー社の先進的な企業実践、さらに NFT を中心とした Web3 テクノロジーによる実装可能性を交え、持続可能でレジリエントなコミュニティ形成の条件を考察する。

2. 接触仮説を満たす「遊び」のコミュニティ実装例

McGonigal (2011) は、ゲームが持つ「自発的な参加」と「明確な目標」が、現実世界の複雑な課題解決やコミュニティ形成に寄与すると指摘している。企業や行政がコミュニティを形成する際、提供者としての「鎧」を脱ぎ、「遊び」を共有する共創者へと立ち位置を変容させることが不可欠である。

2.1 体験と熱量を共有し場を提供する企業

企業が地域やユーザーとの間にコミュニティを形成する際、ハードウェアメーカーであるアイ・オー・データ機器の広報宣伝部部長・西田谷直弘氏は、製品 (モノ) そのものではなく「ゲームという体験 (遊び)」にフォーカスする価値共創の戦略をとっている。西田

谷 (2025) は、IT 機器は本来「生活や仕事の不便を解決するための黒子」であり、商品自体を主語にするのではなく、顧客が商品を通じて得ている「体験価値」に目を向けるべきだと指摘する。この視点は、企業が単なる「提供者」という上位の立場（鎧）を脱ぎ捨て、ユーザーと「同じ目線で遊ぶ側」へとパラダイムシフトを図るものである。

具体的な実践として、同氏はオンラインゲームのイベントにおいて、自らゲーム内キャラクターのコスプレをして製品販売を行った。この行動は、企業側の人間が一人のファンとしてコミュニティの内部に完全に溶け込むことを意味する。結果として、プレイヤー層からの共感と信頼を獲得し、大きな反響と経済効果を生み出した（地域レジリエンス学環, 2025）。これは、企業と消費者という本来非対称な関係性の間に、「遊び（作品への愛の共有）」を媒介とすることで、Allport (1954) の接触仮説における「対等な地位」を構築した好例と言える。

さらに、同社が石川県で立ち上げた地域ゲーミング拠点「WACHA-WACHA」の事例は、自治体主導のトップダウン型施設整備（ハコモロ行政）が陥りがちな継続性の課題を克服している。同社は自らがコミュニティを主導するのではなく、半年間をかけて地域でゲームに対する「純粋な愛と熱量」を持つコミュニティリーダー（キーマン）を発掘した。そして、企業はあくまでキーマンのビジョンを実現するための環境整備（黒子）に徹したのである。この企業による「裏方としての伴走」は、接触仮説を成立させるための「制度的支持」として機能する。自発的な熱量を持つ個人の「遊び」を、企業という制度的基盤が後押しすることで、一過性のイベントに留まらない、持続可能で自律的な橋渡し型ソーシャルキャピタルが地域社会に実装されているのである。

2.2 行政主導の地域貢献ゲーミフィケーション

地域社会における「遊び」の社会実装事例としては、愛媛県西条市が展開する地域ポイント「LOVE SAIJO ポイント」が挙げられる。西条市役所で本事業の立ち上げを牽引した愛媛大学大学院地域レジリエンス学環の大久保武氏は、SDGs 推進や地方創生において、市民がまちづくりを「自分ごと化」し、継続的に参画できるプラットフォームの重要性を指摘している（大久保・曾我部, 2024）。

LOVE SAIJO ポイントの最大の特徴は、単なる店

舗でのキャッシュレス決済（経済的インセンティブ）に留まらず、地域のボランティア活動、エコ活動、防災イベントへの参加といった「地域への貢献（ソーシャルグッドな行動）」に対してポイントが付与される仕組みを構築している点にある。大久保は、地域ポイントの運用において「市民の興味関心の波を乗り越えるためには、常に新鮮な情報と刺激を与えなければならない」と述べている。この視点に基づき、これまで無償の奉仕や「義務」として捉えられがちだった地域貢献活動を、ポイントを獲得し地域内で循環させるという「ゲーミフィケーション（遊び）」へと見事に変換している。

この「遊び」の要素が組み込まれることで、年齢や職業といった属性の壁が取り払われ、多様な市民が「対等なプレイヤー」として地域課題の解決という「共通の目標」に向かって参加しやすくなる。さらに、個人の善意や名もなき熱量がデジタル上のポイントとして可視化・蓄積される仕組みは、参加者の自己効力感を高め、Allport (1954) の接触仮説における自発的な「協力」を誘発する。結果として、このデジタル基盤は、地域住民と市外の関係人口をシームレスに繋ぐ「橋渡し型ソーシャルキャピタル」を生み出し、持続可能で強靱な地域コミュニティの形成に大きく寄与しているのである。

2.3 「協力関係」を生み出すエンターテインメント

エンターテインメントやコンテンツ制作の領域において「遊び」を社会実装し、独自のファンコミュニティを形成している先進的な事例として、アニメーション制作を手掛ける株式会社 FUNNYMOVIE（ファニムビ）のアプローチが挙げられる。同社は、大ヒット SNS アニメ『モモウメ』などに代表されるように、ユーモラスで「遊び心」に溢れたコンテンツを起点として、視聴者を巻き込んだネットワークを構築している。

同社の代表であり映像クリエイターの中道一将は、企業の「伝わりにくい想い」を、笑いを軸とした「ファンシーなストーリー」へと変換することの重要性を掲げている。中道は、アニメや映像の力を用いて企業のメッセージを「話題になる物語」へと変え、エンターテインメントの力で課題を解決するアプローチを実践している（株式会社 FUNNYMOVIE, 2026）。その戦略の核心は、完成された隙のない情報（スペックや宣伝文句）を一方向的に提供するのではなく、視聴者が

思わず「あるある」と共感し、SNSでツッコミを入れたいくなるような意図的な「余白(遊び)」をコンテンツ内に残す点にある。中道は『モモウメ』の制作手法について、職場の人間関係の悩みといったリアルな感情にフォーカスし、とことん感情移入(共感)できるキャラクター設定と笑いを組み込んでいると語っている(アニメ!アニメ!, 2020)。

企業側から消費者への一方的な情報伝達(トップダウン)になりがちなPR媒体のなかで、この「笑い」と「余白」の介在によって状況は大きく変わる。視聴者は、自らの実体験と重ね合わせてSNS上でコメントやシェアという形のアクションを起こすことができる。これにより、視聴者は単なる受動的な「消費者」から、コンテンツを共に盛り上げ、物語の価値を拡張していく「協力者」へと立場を移行させることができる。このプロセスは、Allport(1954)の接触仮説における「共通の目標(コンテンツを面白く成立させること)」と「協力」の条件を、デジタル空間上で自然発生させるコミュニティデザインであると言える。

3. モノとデジタルを繋ぐインフラ：NFT

「遊び」を通じた熱量を、一部の愛好家の集まりで終わらせず、持続的な地域社会の「関係人口」へと昇華させるためには、デジタル技術の活用が不可欠である。特に、リアルな場での「参加」や「貢献」をデジタルな価値として刻むNFT(非代替性トークン)の活用は、次世代のソーシャルキャピタルを可視化する上で大きな可能性を持っている。

熱量と貢献のデジタル証明(SBTの応用)：

松前町公民館でのeスポーツ交流会のようなリアルな遊びへの参加や、コミュニティ運営への貢献に対して、参加証明としてのNFTを発行する。特に、他者へ譲渡不可能なNFTである「SBT(Soulbound Token)」は、個人の社会的関係性や所属を証明する基盤として注目されている(Weyl et al., 2022)。これまで履歴書には書けなかった「名もなき熱量や地域への貢献度」が、偽造不可能なデジタル資産として個人に蓄積される。なお、現在大学での学習歴証明や資格でも注目されているオープンバッジもSBTの1つに位置づけられる。

分散型基盤への接続とDAO的自律運営：

西田谷(2025)が指摘するように、Discord等の分散型ツールは特定のテーマでコミュニケーションを

深めるのに優れている。XやLINE等の身近なSNSで「遊び」の認知を広げ、獲得したNFTを「鍵」としてDiscord内の深いプロジェクト運営(DAO的運用)へと段階的に誘導する。これにより、リアルの熱量を保ったまま、シニア層を含めた多様な関係人口を自律的なコミュニティ運営へと巻き込むことが可能になる。

4. 本研究の限界と今後の課題

本稿では、「遊び」を核としたコミュニティ形成とNFTによる価値の可視化という理論的枠組みおよび実践的モデルを提示したが、いくつかの限界点も存在する。

第一に、デジタルディバイド(情報格差)の課題である。NFTやDiscordといったWeb3の基盤やツールは、シニア層やデジタルネイティブではない層にとって参入障壁が高い。既存のSNS(LINE等)やリアルな接点(公民館等)からの段階的な誘導が必須であるが、摩擦なくデジタルウォレットを導入し、SBTを発行・管理するためのユーザーインターフェースの社会実装は途上段階にある。

第二に、提示した事例が主に企業(B2C)のプロモーションや特定のファンコミュニティに基づくものであり、これをそのまま地方自治体などの公共的な市民コミュニティに適用できるかについては、さらなる実証が必要である。エンターテインメントの文脈における「熱量」と、防災や福祉といった公共課題における「熱量」の性質の違いを精査しなければならない。

したがって今後の課題として、中川(2026)が実施した愛媛県松前町などの実際の地域フィールドにおいて、eスポーツ等の「遊び」を介した交流会で試験的にNFT(参加証明バッジ)を発行し、その保有行動が地域への愛着や共助行動(レジリエンス)にどのような定量的・定性的変化をもたらすかを、縦断的(Longitudinal)に測定・分析するアクションリサーチが求められる。

5. 結論：「遊び」と「NFT」が紡ぐ地域レジリエンス

Aldrich(2012)は、災害からの復興や地域のレジリエンス(回復力)を決定づけるのは、物理的なインフラ以上に、地域住民間に築かれた「ソーシャルキャピタル」であると実証している。「遊び」は決して無駄な娯楽ではなく、人々の警戒心を解き、共通の目標に向

かって協力させるための高度な社会的インフラである。

防災などの重い課題解決を目的に、興味関心の異なる既存のコミュニティを巻き込むことは一般的には困難である。しかし、「WACHA-WACHA」が異なるゲームを愛するコミュニティを横並びに配置し、互いを認知させたように、「遊び」を通じて他者を知る地道な仕掛けは、コミュニティ融合の第一歩となる。

今後、地域社会が真のレジリエンスを獲得していくためには、人々の内発的動機である「遊び」をコミュニティの触媒とすべきである。地域のキーマンが持つ「熱量」を発掘し、企業や大学は黒子として伴走する。そして、そこで生まれた信頼関係を NFT 等の Web3 テクノロジーを用いて可視化し、持続可能なエコシステムとして定着させる「アジャイルかつ分散型のコミュニティデザイン」は、次世代の社会を支える不可欠な基盤となるだろう。

6. 引用文献

Aldrich, D. P. (2012). *Building Resilience: Social Capital in Post-Disaster Recovery*. University of Chicago Press.

Allport, G. W. (1954). *The Nature of Prejudice*. Addison-Wesley.

アニメ！アニメ！（2020）. SNS アニメ『モモウメ』誕生秘話！共感の嵐を呼ぶ“あるあるネタ”はどう生まれる？スタッフが明かす【インタビュー】2020年9月5日配信記事 . <https://animeanime.jp/article/2020/09/05/56103.html> (取得日: 2026年3月13日) .

Huizinga, J. (1938). *Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture*. (高橋英夫訳『ホモ・ルーデンス』中央公論新社, 1973年) .

株式会社 FUNNYMOVIE (2026). 中道一将 プロフィール・代表メッセージ 株式会社 FUNNYMOVIE 公式ウェブサイト . <https://funnymovie.co.jp/about/nakamichi/> (最終閲覧日: 2026年3月14日) .

McGonigal, J. (2011). *Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*. Penguin Press. (妹尾堅一郎監修『幸せな未来は「ゲーム」が創る』早川書房, 2011年) .

中川勇佑 (2026). e スポーツによる多世代間交流ネ

ットワークの変容 愛媛大学大学院地域レジリエンス学環修士論文.

西田谷直弘 (2025). ゲームに学ぶコミュニティの作り方 地域レジリエンス学環 学生企画セミナー 講演記録, 愛媛大学.

大久保武・曾我部智弥 (2024). 地域ポイントサービスプラットフォームで SDGs の取り組み推進と地域活性化を实践 Spaceship Earth <https://spaceshipearth.jp/saijo/> (取得日: 2026年3月13日) .

Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster. (柴内康文訳『孤独なボウリング—米国コミュニティの崩壊と再生』柏書房, 2006年) .

水國照充 (2022). 高齢者を対象としたeスポーツによる認知トレーニングの効果検証と参加意欲に関する研究 国際ICT利用研究会論文誌, 5(1), 3-16.

Weyl, E. G., Ohlhaver, P., & Buterin, V. (2022). *Decentralized Society: Finding Web3's Soul*. SSRN Electronic Journal.

謝辞 本研究は愛媛大学若手研究者リサーチユニット創生支援事業に 2024 年度に採択された「コミュニティ・オーガナイザー育成のための連携体制モデルの構築 —社会的課題解決を目指す教育プログラムの開発と実践を通して—」(代表: 井上昌善) の支援を受けておこなわれた。

また、本論文は、2025年11月11日(火)午後6時より愛媛大学 E.U. Regional Commons 1階 NP 地域交流ルームにて開催された地域レジリエンス学環学生企画「ゲームに学ぶコミュニティの作り方」にご登壇いただいた西田谷直弘様(株式会社アイ・オー・データ機器広報宣伝部部長)の講演を契機として執筆されました。この講演会の実現にあたっては最上千佳子様(株式会社 IT プレナーズジャパン・アジアパシフィック取締役)に多大なるご協力を賜りました。西田谷様と最上様に心より御礼申し上げます。