

60. 「ゲーム化」する日常生活（3）： 反復→自動化

Shopping is not the only area of our lives	買い物が私たちの暮らしの唯一の領域ではない
that has been gamified;	ゲーム化されている
fitness apps provide another example	健康アプリはもう1つの例を示す
of the far-reaching effects of gamification.	「ゲーム化」の広範囲に及ぶ影響の
Some smartphone apps created by ...	…が作成した一部のスマートフォンアプリは
local governments, businesses, or health insurance companies	地方自治体や企業、医療保険会社
track fitness levels	健康レベルを追跡し
and provide rewards for exercising.	運動をすることに対し報酬を提供している
The rewards can include virtual points,	報酬は仮想ポイントを含み
but also real goods and services, e-money,	また、実際の商品やサービス、電子マネー
or even discounts on health insurance premiums.	あるいは医療保険の保険料の割引さえ（も含む）
Many people find exercise boring,	多くの人が運動は退屈だと思う
but by gamifying exercise,	だが運動をゲーム化することで
users can turn their experiences	ユーザーは自身の経験を～に変えることができ
into a series of measurable achievement goals	一連の測定可能な達成目標に
and enjoy rewards along the way.	その過程で報酬を享受できるようになるのだ
Through gamification,	ゲーム化を通じて
even the time that we spend away from our busy lives,	忙しい日常から離れて過ごす時間さえも
increasingly spent in front of screens,	ますますスクリーンの前で過ごすようになっているが
is converted into data, measured, and standardized.	データに変換され、測定され、標準化されているのである
Encouraging more people to exercise	より多くの人たちに運動するよう促すことは
is undoubtedly a positive social change.	間違いなく肯定的な社会の変化である
But it is concerning	だが、それは気がかりだ
that through gamification	ゲーム化を通じて
we are being influenced to focus on the goal	我々は目標に焦点を当てるよう影響を受けていることは
rather than the simple enjoyment of the activity itself.	その活動自体を純粋に楽しむのではなく
Furthermore, in areas such as shopping,	さらには、買い物などの領域では
customers are investing more time, energy, and money	顧客はより多くの時間、エネルギー、お金を投資しているのだ
than they might have otherwise intended.	そうでなければ（ゲーム化がなければ）、意図していたかもしれないよりも
As more and more aspects of our lives become gamified,	私たちの暮らしのますます多くの側面がゲーム化されるにつれて
we must question	私たちは問わなければならない
what it means to “play” these games	こうしたゲームを「プレイする」とはどういうことなのか
and what power the “player” has,	また「プレイヤー」はどんな力を持っているのか
if any at all.	もし何がしかの力があれば