

西日本インカレ（合同研究会）2015 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）

フリガナ）ハンナンダイガク	フリガナ）ケイエイジョウホウガクブ	フリガナ）イダゼミ
阪南大学	経営情報学部	伊田ゼミ

※申込書に記入したチーム名から変更する場合は、新旧両方の名称を記入してください。

※企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
フリガナ）フレンチ	フリガナ）オオダテ カイト	5 人
フレンチ（旧：チーム A）	大立 開登	

研究テーマ（発表タイトル）

ソーシャルゲームの実態～日本が強い理由～ 3 つの仮説

※必ずく企画シート作成上の注意＞を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

「ソーシャルゲームのビジネスモデル」の著者、田中辰雄さんの 3 つの仮説を検証することで日本のソーシャルゲームで 1 人当たりの課金額が多いのか証明する。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

スマホゲームの市場は 2009 年から現在も急激に成長している。2012 年にはゲーム専用機を超え、2014 年には 7000 億円を超える市場となった。日本のアプリ収益は世界的に 1,2 を争うほどの規模であるのに対し、ダウンロード数はそれほど多くない。ユーザー数が少ないにも関わらず売り上げが高いことから、1 人当たりの課金額が高いということになる。

3. 研究テーマの課題

「なぜ日本人の課金額が高いのか」という疑問について、田中辰雄さんが著した『ソーシャルゲームのビジネスモデル』（勁草書房、2015 年）の文中に「ガラケー先行説」「ガチャ文化説」「通勤通学説」という 3 つの仮説が立っている。この 3 つの仮説を検証することにより、日本でスマホゲーム市場が成長した理由及び 1 人当たりの課金額が高くなっている理由を考える。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

3 つの仮説

・ガラケー先行説

日本ではガラケー時代からソーシャルゲームが存在し、相当の売上をあげていた。ここで課金をするという習慣が根付いているため、スマホにおいても高額課金への抵抗感を減らしたという説である。

プラットフォーム種類別の売上の推移を見ると、携帯ゲームの売上が低下している 2010 年頃にスマートフォンの売上が爆発的に伸びている。携帯ゲームで課金していたユーザーがスマートフォンに乗り換えただけで何千億と売上が上がるのは考えにくい。そこで学内調査アンケートを行った結果、携帯でゲームをしていなかった人がスマートフォンに乗り換えてから 9 割以上の方がゲーム

をしていることがわかった。このことから新規ユーザーが大幅に導入されたことが証明できる。昔から携帯ゲームで課金していたユーザーとスマートフォンに乗り換えてから課金を始めたユーザーが合わさった結果、売上が高くなったと言える。このことから課金をするという習慣が根付いていない新規ユーザーが存在する為この説は否定することができる。

・ガチャ文化説

欧米では不評だと言われている「ガチャ」と呼ばれる課金要素の1つが日本で受け入れられ、1人当たりの課金額が高くなったという説である。

日本とアメリカ、イギリスで売上ランキングが10位までのアプリを比較してみた。日本のアプリはiOS,Androidともに10個すべてのアプリにガチャがあるのに対し、アメリカとイギリスでは2個のアプリにしかガチャが存在しなかった。また、1人当たり推定平均課金額からガチャのある日本のアプリは課金額が高いことがいえる。よってガチャ文化説は正しいと言える。

・通勤通学説

日本は通勤通学の距離が長くてかつ公共交通機関を使うため、ソーシャルゲームのプレイ時間が長く、それゆえ課金額も増えているという説である。

まず、通勤時間を調べてみたところ日本は主要14か国中3番目に通勤時間が長い。片道の平均時間が32.5分なのに対し日本は39.1分であった。

全国の通勤時間を比較したところ、首都圏ほど通勤にかかる時間が長いことがわかった。そして学内調査アンケートを行い通勤中にゲームをしていた34人のデータを散布図にし、通勤時間が長ければ長いほど、ソーシャルゲームが入る余地がありプレイ時間も長くなる傾向になることが証明できた。このことから通勤通学説は正しいと言える。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

阪南大学経営情報学部の生徒を中心に合計110名へアンケートを実施した。

男性82名 女性28名 18～22歳を対象 ※時間については1番近いものを回答

①通学時間はどれくらいですか。		②通学中に何をしていますか。(複数回答)		(ゲームをする場合)何分しますか。		③ガラケーでゲームをしていましたか。	
10分未満	25	読書	11	10分	10	していた	51
20分	16	メール	12	20分	12	していない	59
40分	15	音楽を聴く	80	30分	4		
60分	27	ゲーム	34	40分	4	④スマートフォンでゲームをしていますか。	
80分以上	27	SNS	39	50分	3	している	106
		何もしない	18	60分	4	していない	4
				80分以上	0		

6. 結果や今後の取り組み

3つの仮説を検証した結果、ガチャ文化説では日本でガチャが受け入れられていること、通勤通学説では長い通勤通学の時間にソーシャルゲームをする人が多いことが立証された。この2つの説が日本で課金が高くなっている理由である。

7. 参考文献

・田中辰雄・山口真一 ソーシャルゲームのビジネスモデル 2015年 勁草書房

・アプリマーケティング研究所 AppAnnie によるアプリ市場7つのトレンド。

<http://appmarketinglabo.net/appannie2015/> (参照 2015-11-13)

・APPLION <http://applion.jp/> (参照 2015-11-14)

・Social Game Info <http://gamebiz.jp/?p=130471> (参照 2015-11-14)

西日本インカレ事務局への連絡事項

なし

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、西日本インカレ事務局への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までを渡します。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「西日本インカレ事務局への連絡事項」に記入してください。なお、本企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限ります。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。