

1. 皆さんこんにちは。私はリズ・サンプソンと申します。私はアシナ・フントビチと申します。私たちのキャップストーンのタイトルは日米大学生の携帯ゲームに関する見解と比較です。

2. これが概要です。

3. まず、研究の重要性についてお話します。なぜ私たちがこの研究課題にしたかという、私たちが日本に留学していた時、日本のゲーマーが他の国のゲーマーより技術が優れているという固定概念があり、このため各国のゲーマーから恐れられているということを知りました。

その一方で日本のゲーマーにはゲームアプリに多くの時間やお金を遣うなど様々な社会問題がある事にも気がつきました。私達は携帯ゲームに焦点をあて、携帯ゲームが大学生の生活にどのような影響を与えるかについて研究したいと思いました。

4. 私たちの研究質問は 1、日米の大学生は、携帯ゲームやゲームコミュニティに対してどのような認識を持っているのか、2、携帯ゲームは大学生の生活に対してどのような影響をもたらしているのかの以上です。

5. これが研究背景です。

6. まず、携帯ゲームの定義です。Weblio辞書によると、携帯電話ゲームとは携帯電話の機能を用いて遊ぶコンピュータゲームで、モバイルゲームとも呼ばれます。モバイルゲームは携帯電話に限らず、スマートフォンやタブレットといったスマートデバイスを含みます。

7. それでは、ここで携帯ゲームの歴史について簡単にご説明いたします。

1994年にドイツのHagenuk社によってはじめての携帯ゲーム「テトリス」が生まれました。次に、1997年にフィンランドのNokia社が「ヘビゲーム」を、同年、バンダイが、人気のゲーム『たまごっち』が内蔵されたPHS「たまぴっち」を発表しました。

8. 次に、世界における携帯ゲームの進化と発展について説明します。まず、2000年にサムソン社によって、携帯電話に初めてカメラが搭載され、また、タッチスクリーン採用のスマートフォンが登場しました。2001年には、これまでの白黒からカラー画面になり、これ以降、携帯電話機のメモリーが大幅に拡張され、より多くのゲームが保存できるようになりました。2008年にはApp Storeが開設され、今日の携帯ゲームの成功のかぎとなりました。

9. 2018年には、スマートフォンの利用者.次に日本での携帯ゲームの発展について説明します。日本では、2003年までにすでに数多くの携帯

ゲームが使用可能になっていましたが、中でも、人気を集めたのはアーケードゲームでした。アーケードゲームとは主にゲームセンターで使用されているゲームのことです。そして、2014年、携帯ゲームの収益は家庭用ゲームの収益を超えました。は7000万人を超え、利用者全体の56%以上を占めるまでになりました。これを背景に、スマートフォンのゲーム数は飛躍的に伸び、その結果、日本のゲーム産業は世界市場の70%を占めるようになりました。

10. 次に、携帯ゲームのビジネスモデルについて説明します。携帯ゲームではフリーミアムという仕組みが主流となっています。フリーミアムとはフリーとプレミアムを合わせた造語で基本的なサービスや製品は無料で提供し、さらに高度な機能や特別な機能については料金を課金する仕組みのことです。基本のゲームは無料でも実際には、プレミアムサービスなしではゲームを楽しむことが非常に難しい仕組みになっています。

11. フリーミアムの実例として、2016年に発売された、miitomoがあります。これは似顔絵キャラクター「mii」を使ってコミュニケーションが楽しめるゲームで、最初の1か月で世界中で1000万人以上のユーザーを集めました。しかし、プレミアムが高すぎたため急速に人気は落ち、2018年5月にはゲームのための全てのサポートサービスが廃止されました。

12. スマホゲームでは利用者が料金を支払うことを「課金する」とい
い、マイクロランザクションとも呼ばれています。ゲーム自体は無料で
も、お金を支払うことでさらに面白い遊び方ができたり、ゲーム内におけ
る特別なものを手に入れることができます。

12.次に、ガチャについて説明します。ガチャはアイテム課金の一つで、カ
プセルトイのようにランダムに入手できるアイテムのうち、特定の複数ア
イテムをすべて揃えることで稀少アイテムを入手できるシステムのことで
す。プレイヤーは欲しいアイテムを得られるまで何度も料金を支払ってプ
レイしなければならない場合もありますが、アイテムを全て揃えた時には
最高の喜びを感じる、という仕組みです。

13. 次に、広告料金によって収益をあげるビジネスモデルについて説
明します。このシステムでは、ゲームの利用者は無料ですが、ゲーム内に
多数の広告が掲載されていて、広告を取り除きたい場合は料金が必要にな
ります。

一方、バナータイプの広告はゲームに最も一般的な広告の一つです。プ
レイヤーが広告を開けた時だけゲーム会社に広告料金が支払われます。広
告に関してはすべての広告が邪魔になるわけではなくたとえば、

PokémonGoでは広告を基にプレイヤーはポケストップに行き必要なアイテムを購入出来ます。

最後にこちらが世界と日本で最も収益額の高いゲームトップ3です。

研究方法:

14. ではここで私たちが行った研究の結果についてお話します。まず研究方法ですが、回答者は携帯ゲームをしたことがある日本の大学生35名、アメリカの大学生45名、合計80名で、日本語と英語のオンラインによるアンケート調査をしました。

15. それでは、ここで研究質問1の結果を説明します。

16. 月々携帯電話にいくら支払っていますかという質問に対しては、アメリカ人の66%、日本人の72%が携帯電話に月々2000円から6000円を支払っていると答えました。

17. 次に、ゲームアプリにいくら使っていますかという質問に対しては、ほとんどの日米の大学生は無料のゲームしかしないと答えました。

18. また、どんなゲームをしていますかというしつもんから、アメリカでも日本でも一番人気があるゲームはポケモンゴーで、二番目は動物の森である、ということが分かりました。

19. 自分がプレイをするゲームを選んだ理由は何ですかという質問に対し

て、アメリカ人も日本人も理由のトップは「そのゲームが楽しいから」でした。

20. ゲームする目的は何ですかという質問に対しては、アメリカ人も日本人も目的の1位は暇つぶしのためで、2位は楽しむためでした。一方、「人と繋がりたいから」と答えたアメリカ人の回答者は7%以下で日本人は0%でした。

21. 携帯ゲームをするのはいつですかという質問に対しては、日米の大学生はどちらも主に、家にいる時や休憩中にゲームをするのがわかりました。

22.1 ここで研究結果1のまとめです。アメリカ人も日本人も携帯電話にはある程度のお金をかけていますが、ほとんどが、無料のゲームしかしていません。

22.2 また、アメリカ人も日本人も、多くがモバイルゲームを暇つぶしの手段と見ているほか、楽しみやストレス解消の目的でもゲームをしています。

22.3 そして、アメリカ人も日本人も休憩中や自宅でゲームをする人が多いようです。

23. 次に、研究質問2の結果についてお話しします。研究質問2は、携帯ゲームは大学生の生活に対してどのような影響をもたらしているのかでした。

24. 毎月ゲームアプリにいくら使いますかという質問に対して、ほとんどの大学生がゲームアプリ維持やアップグレードのためには全くお金を使いませんが、アメリカの方が日本人より、高い金額を支払う傾向があります。

25. また、会話する時、よく携帯ゲームが話題になりますかという質問に対しては、アメリカ人の半数が話題になると答え、日本人は約65%が話題にならないと答えました。

26. 1日に携帯ゲームをする時間はどのくらいですかという質問に対して、30分以下と答えたアメリカ人は約17%で、日本人は約61%でした。30分から1時間と答えたアメリカ人は約48%で、日本人は約17%でした。

27. また、家族や友人は、あなたが携帯ゲームに時間をかけ過ぎていると思っていますかという質問に対して、ほとんどの回答者は周囲に時間をかけ過ぎていると思われていませんでした。

28. 携帯ゲームはあなたの社会的地位や立場にどのような影響を与えますかという質問に対して、いい影響を与えると答えたアメリカ人は約22%で日本人は0%でした。一方悪い影響を与えると答えたアメリカ人は0%で日本人は約17%でした。

29. 「携帯ゲーマー」と聞いたら、どんな言葉を連想しますかという質問に関してはこのワードクラウドを見ると、アメリカ人は「カジュアル」「ゲーマー」「オタク」を連想し、日本人は「オタク」「課金」「暇人」という言葉を連想することがわかります。

30. ゲームのせいで下記のような問題となるを経験したことがありますかという質問に対しては、アメリカ人も日本人も睡眠不足と答えた人がわずかにいる以外は、問題となるような経験をした人はほとんどいませんでした。

31.1 ここで研究結果2のまとめです。アメリカ人も日本人も携帯ゲームを楽しんでいますが、お金はほとんどかけていません。また時間も1時間以下が大半です。

31.2 さらにアメリカ人も日本人も、携帯ゲームが原因で問題となるような経験をした人は、ほとんどいませんでした。

31.3 しかし、社会的地位や会話の話題などから、アメリカ人は携帯ゲーム

に関し比較的肯定的な見方をしているのに対し、日本人は、否定的な見方をする傾向があることがわかりました。

32. 結論:これが研究の結論です。今回調査した結果、アメリカ人も日本人も携帯ゲームを楽しんでいますが、時間もお金もあまりかけていません。また携帯ゲームが原因で問題となるような経験をした人もほとんどいません。携帯ゲームによる社会問題が指摘されていますが、実際には日米大学生の多くが上手に携帯ゲームを利用し、節度を保って楽しんでいると言えます。一方、日本のゲーマーは高度な技術の点で世界のゲーマーから一目置かれていたり、日本のゲーム産業が世界市場の70%を占めていたり、携帯ゲームで日本は世界をリードしている印象があります。しかし、今回の調査では日本人の学生はアメリカ人に比べ携帯ゲームについて一般的に否定的な見方をしていることもわかりました。

33.1この研究の限界点としては携帯ゲームに興味がある参加者が足りませんでした。

33.2また将来の研究課題としてはより多くの大学生だけでなく小学生、中学生、高校生にもアンケート調査に参加してほしいと思っています。

33.またスマートフォンだけではなく、様々な携帯型ゲームに関しても調べたいと思っています。

34. これが参考文献です。

35. 最後に、ご指導くださった先生方と支えてくれた友達に感謝をいたします。本当にありがとうございました。