

日米大学生 の携帯ゲー ムに関する見 解と比較

アシナ・フントビチ
リズ・サンプルソン

アドバイザー：
関根繁子教授
ダスティン・ライト教授

概要

- 研究の重要性
- 研究質問
- 研究背景
- 研究方法
- アンケート調査の結果
- 結論
- 研究の限界点・将来の研究
- 参考文献
- 謝辞

研究の重要性

- 日本に留学していた時、私達は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った
- 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いた
- 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った

研究質問

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。

研究背景

- 「携帯ゲーム」の定義
- ゲームの歴史
 - 世界のゲームの歴史
 - 日本のゲームの歴史
 - アメリカのゲームの歴史
- ビジネスモデル
- モチベーションの要因
- 「フロー」の概念

携帯ゲームの定義

携帯ゲーム/モバイルゲームとは

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。モバイルゲームとも呼ばれる。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む。

[Weblio辞書](#)

世界のゲームの歴史

初めての携帯ゲーム: テトリス
(1994年) Hagenuk社(ドイツ)

- 現在までに約4億台の「テトリス」がダウンロードされた。
- 「ヘビゲーム」(1997年) nokia社(フィンランド)
- 「たまぴっち」(1997年) バンダイ社(日本)

(Sutori, n.d.)



携帯ゲームの進化と発展(世界)

2000年カメラが搭載された(サムソン社)

2001年白黒からカラーになった。(サンヨー社)

2000年タッチスクリーン採用のスマートフォンが登場。

2001年以降、携帯電話機のメモリーが拡張され、より多くのゲームがダウンロードおよび保存できるようになった。

2005年アップル社がタッチスクリーン技術をフィンガーワークス社から買い取る

2008年App Storeが開設され、今日の携帯ゲームの成功のかぎとなった。(アップル社)

携帯ゲームの進化と発展(日本)

- 2003年までにすでに数多く携帯ゲームが使用可能になっていた。
- 特にアーケードゲーム(ゲームセンターで使われているゲーム)に人気が集まった。
- 2014年携帯ゲームの収益は家庭用ゲームの収益を超えた。
- 2018年スマートフォンの利用者は7000万を超え、利用者全体の56%以上を占める
- スマートフォンのゲーム数は、この7年間で飛躍的に伸び、その結果日本のゲーム産業は世界市場の70%を占めるようになった。

(Japan Games Market 2018)

ビジネスモデル:フリーミアム



- 「フリーミアム」が主流（フリーとプレミアムを合わせた造語）
- フリーミアムとは、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ビジネスモデルである。
- 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。

(Frank A., 2018)

ビジネスモデル:フリーミアムの実例

- miitomo(ニンテンドーの最初のネットワークアプリ 2016発売)
- SNSの色合いが濃いゲーム
- 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。
- 普通の通貨でゲーム用の通貨が買える
- 最初の1か月で世界中で1000万人以上のユーザーを集めた
- しかし、プレミアムが高すぎたため急速に人気は落ちた
- 2018年5月にゲームのための全てのサポートを廃止した

(Frank A., 2018)

ビジネスモデル:課金 (アイテム課金)

- スマホゲームでは利用者側が料金を支払うことを「課金する」という。
- マイクロランザクションとも呼ばれている。
- ゲーム自体は無料で遊ぶことができても、お金を支払うことで「さらに別の遊び方ができる」「ゲーム内における特別なものを手に入れることができる」といったことがある。
- 利用者がお金を使いたいと考えるようになる場合が多い。

ビジネスモデル:ガチャ

- 携帯電話用などのソーシャルゲームにおけるアイテム課金の一つ。...
- カプセルトイ(ガチャ)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(コンプリートする)ことで稀少アイテムを入手できるシステムのこと。
- アイテムを全て揃えた時プレイヤーは最高の喜びを感じる。

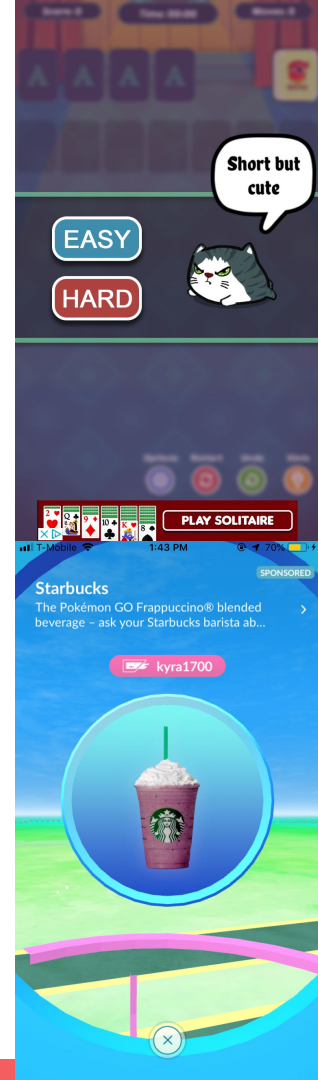


(Yang, C., & Liu, D., 2017)

ビジネスモデル: 広告による収益

- 広告料金によって収益をあげる仕組みの携帯ゲーム
- ゲーム利用者は無料だが、ゲーム内に多数の広告が掲載されている。
- 広告を取り除きたい場合は料金が必要
- 広告が多すぎる場合、アップストア上で利用者から悪い評価を受ける。
- バナータイプの広告はゲームに支障をきたさず、最も一般的な広告である。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る。
- すべての広告が邪魔になるわけではなく、例えばPokémonGoでは広告を基にプレイヤーはポケストップに行って必要なアイテムを購入出来る。

(Yang, C., & Liu, D., 2017)



携帯ゲーム収益トップ3(2018年)

日本		億円	世界		億円
1	モンスター ストライク	1014	1	伝説対決	1900
2	Fate/Grand Order	896	2	Fantasy Westward Journey	1500
3	パズル& ドラゴンズ	473	3	モンスター ストライク	1300

研究方法

- 回答者:計 80名の大学生(携帯ゲーム経験者)
- 35名の日本人大学生
 - 女性:17名 男性:18名
- 45名のアメリカ人大学生
 - 女性: 20名 男性: 25名
- オンラインでのアンケート(Googleフォーム)
 - 日本語アンケート・英語アンケート

アンケート調査の結果

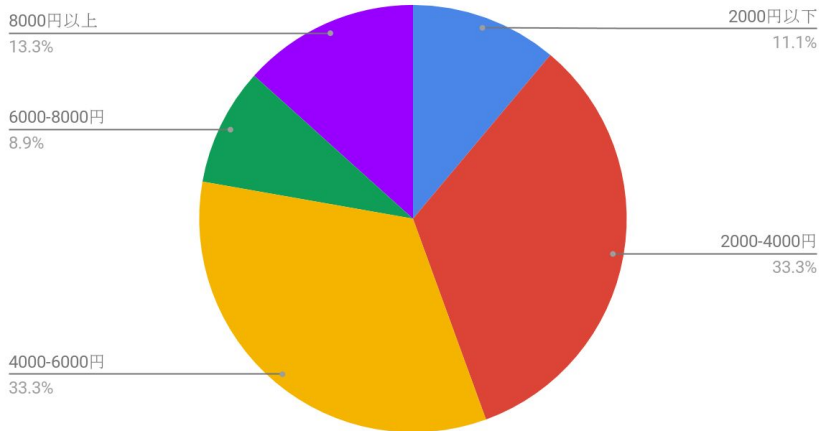
研究質問1:

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。

月々携帯電話にいくら支払っていますか

アメリカ

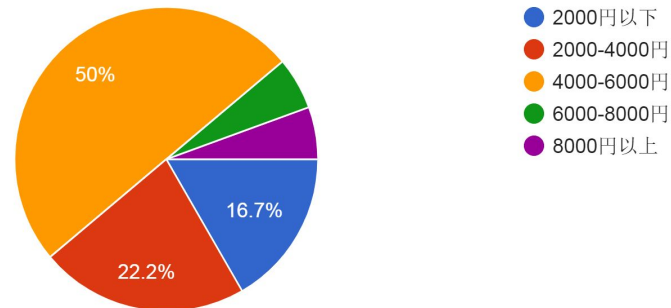
5. 月々携帯にいくら支払っていますか。



日本

5. 月々携帯にいくら支払っていますか。

36 responses

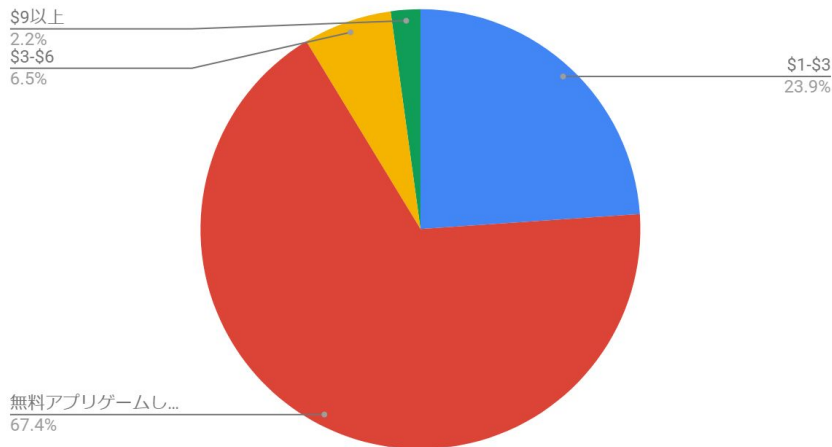


アメリカ人の66%、日本人の72%が携帯電話に月々2000-6000円を支払っている。

ゲームアプリにいくら使っていますか。

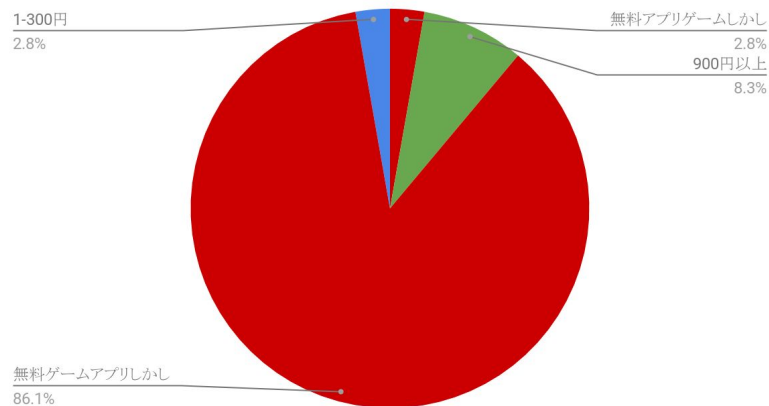
アメリカ

ゲームアプリにいくら使っていますか。



日本

Count of 6. ゲームアプリにいくら使っていますか。



ほとんどの回答者が無料でダウンロードできるゲームしかない。

どんなゲームをしていますか



無料

アメリカ: 64%
日本: 50%



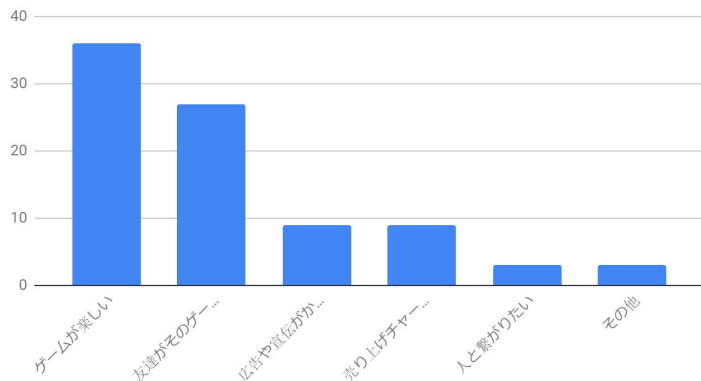
無料

アメリカ: 36%
日本: 30%

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ド、
二番目は動物の森である。

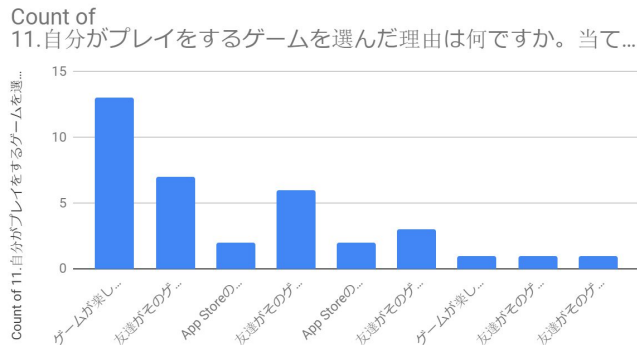
自分がプレイをするゲームを選んだ理由は何ですか

アメリカ



自分がプレイをするゲームを選んだ理由は何ですか

日本

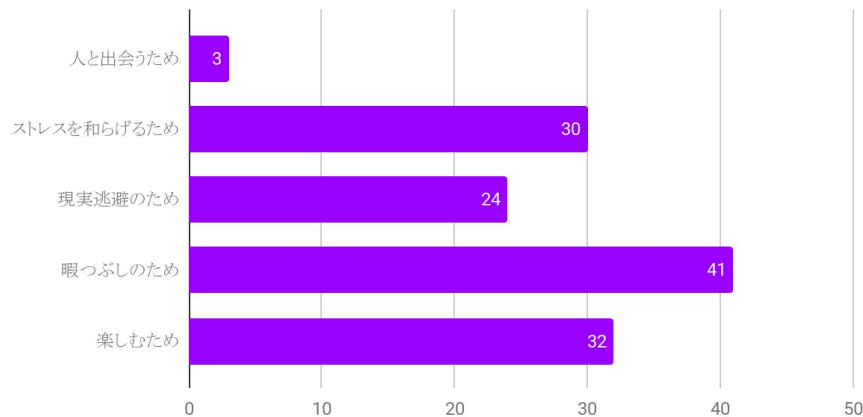


11.自分がプレイをするゲームを選んだ理由は何ですか。当てはまるものを全て選んでください。

アメリカ人も日本人もゲームを選んだ理由のトップは「そのゲームが楽しいから」である。

ゲームする目的は何ですか

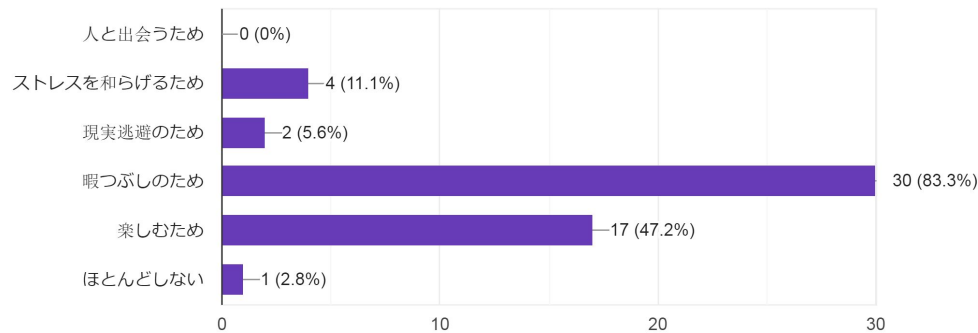
10. ゲームする目的は何ですか。当てはまるものを全て選んでください。



アメリカ

10. ゲームする目的は何ですか。当てはまるものを全て選んでください。

36 responses

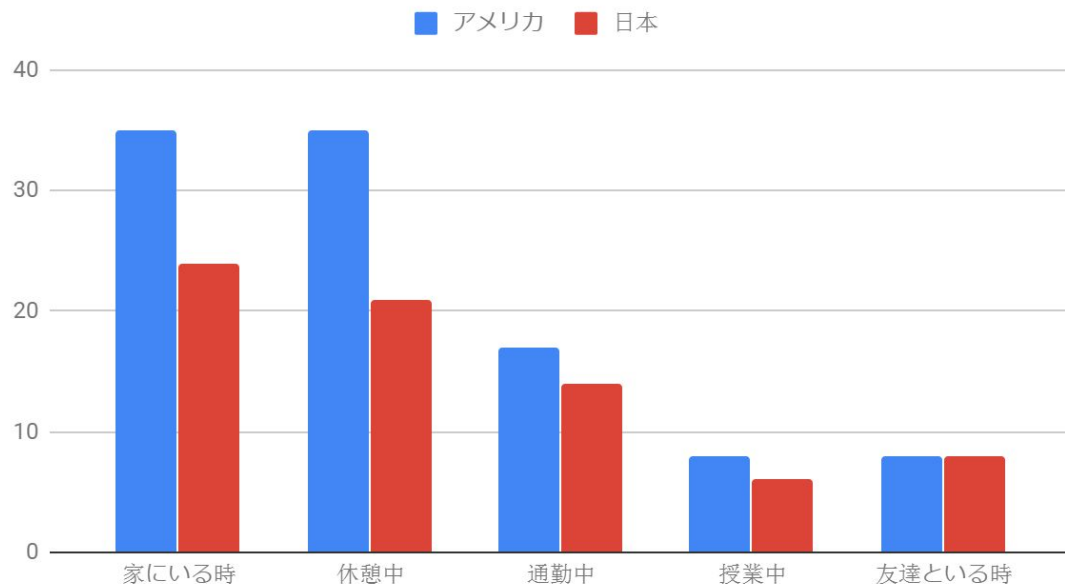


日本

アメリカ人も日本人もゲームする目的の1位は暇つぶしのためで、2位は楽しむためである。

携帯ゲームをするのはいつですか

9.携帯ゲームをするのはいつですか。



日米どちらの学生も主に家にいるときや休憩中にゲームをする。

研究結果1のまとめ

- 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るが、ほとんどの人が無料のゲームしかダウンロードしていない。
- アメリカ人も日本人も、多くが携帯ゲームを暇つぶしの手段と見ている。また、楽しみやストレス解消の目的でもゲームをしている。
- アメリカ人も日本人も休憩中や自宅でゲームをすることが多い。

アンケート調査の結果

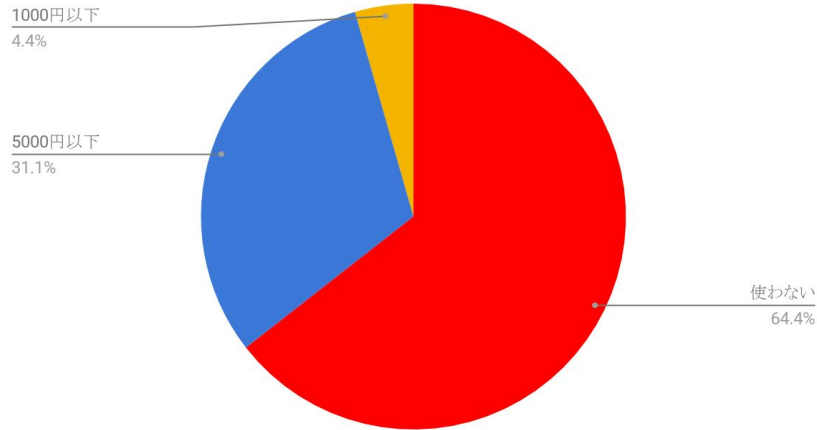
研究質問2:

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。

毎月ゲームアプリにいくら使いますか

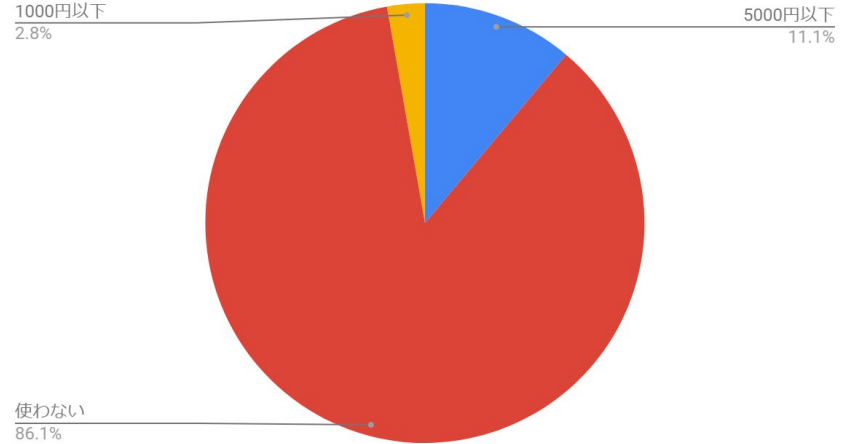
アメリカ

12. 毎月ゲームアプリにいくら使いますか。



日本

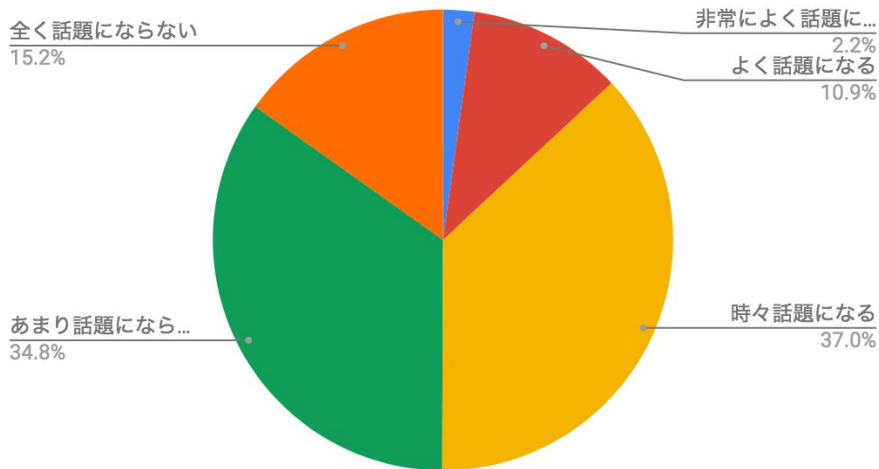
Count of 12. 毎月ゲームアプリにいくら使いますか。



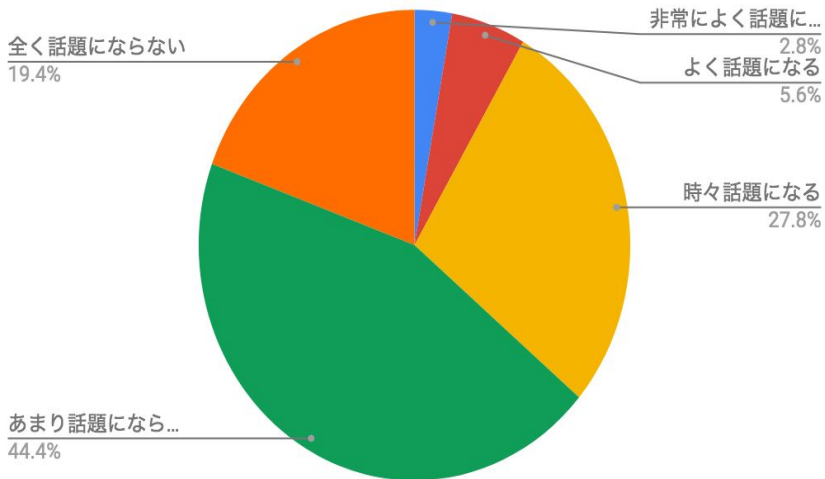
日米ともにほとんどの大学生がアイテム課金とばれるゲームアプリのサービスには全くお金を使わないが、アメリカの方が、日本人はより高い金額を使っている。

会話する時、よく携帯ゲームが話題になりますか。

アメリカ人



日本人

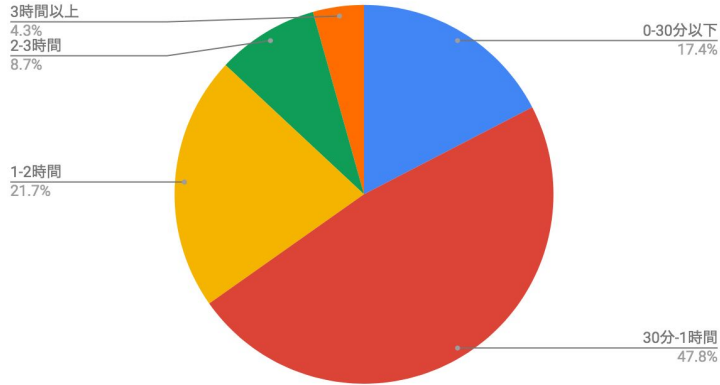


アメリカ人の半数が話題になると答え、日本人は約65%が話題にならないと答えた。

1日に携帯ゲームをする時間はどのくらいですか。

アメリカ

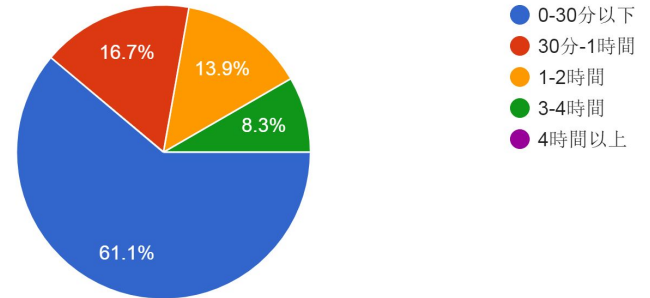
16. 1日に携帯ゲームをする時間はどのくらいですか。



日本

16. 1日に携帯ゲームをする時間はどのくらいですか。

36 responses

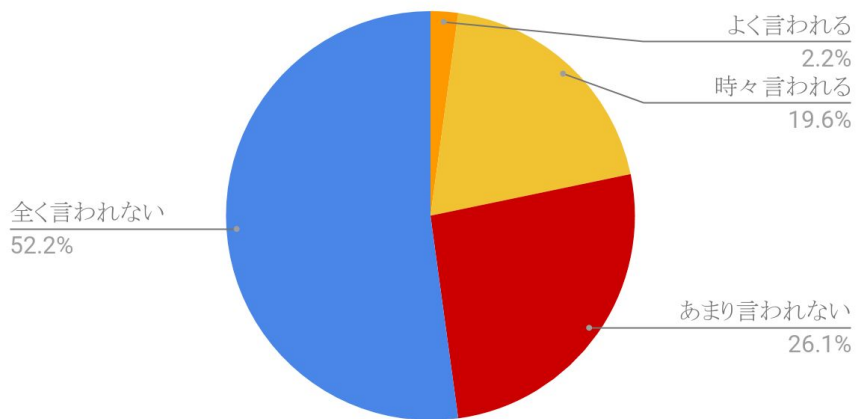


30分以下と答えたアメリカ人は約17%で、日本人は約61%だった。30分から1時間と答えたアメリカ人は約48%で、日本人は約17%だった。

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？

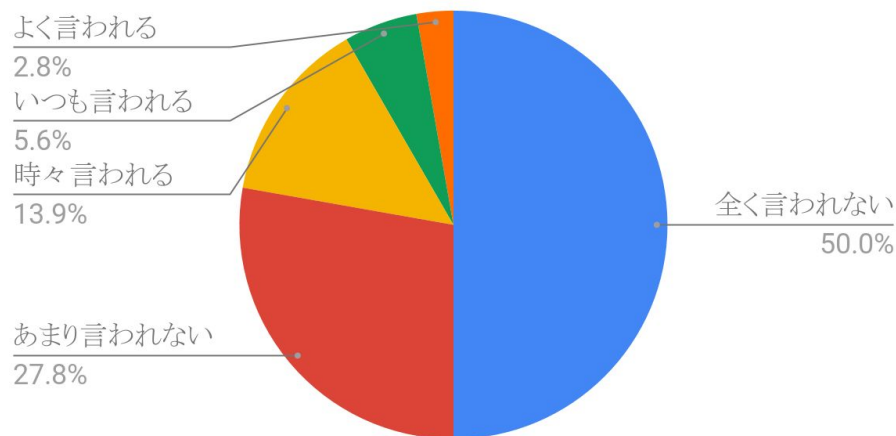
アメリカ

15. 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？



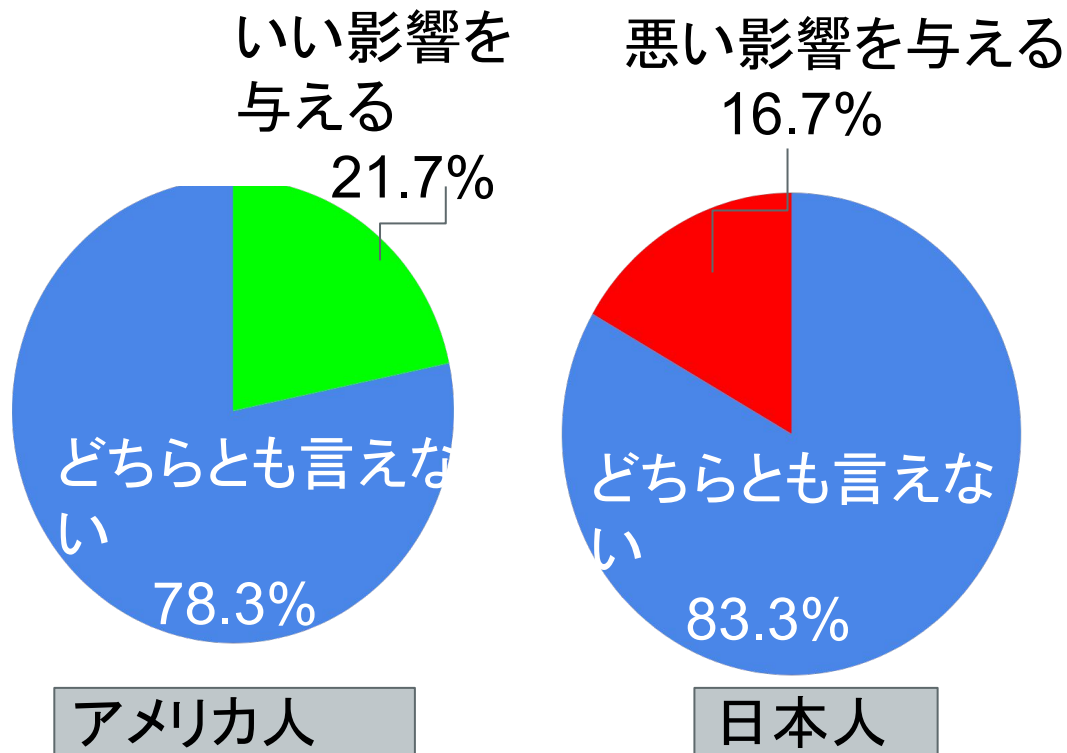
日本

Count of 15. 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？



ほとんどの回答者は周囲に時間をかけすぎていると思われていないが、2%
のアメリカ人と8%の日本人はかけすぎていると思われていると答えた。

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



社会的地位や立場に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%だった。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%だった。

「携帯ゲーマー」と聞いたら、どんな言葉を連想しますか

アメリカ

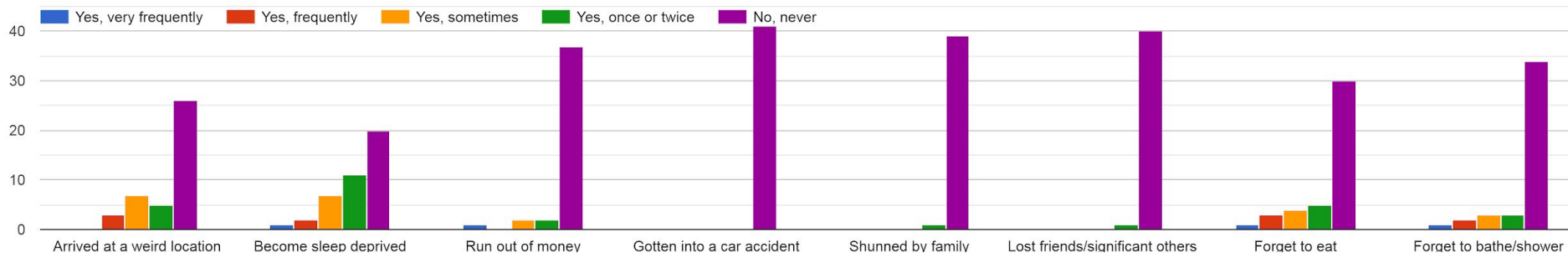
かっこよくない
寂しい オタク
一般的
ニンテンドー 携帯 ひとりぼっち
携わっていた
簡単なゲーム 楽しいスマホ 便利さ
カジュアル
お金 楽しんでいた 遅い
部屋 シャワー 心ここにあらず
モバイル モバイルバッテリー
ポケモン マリオ
ゲーマー

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」ということばを連想する。

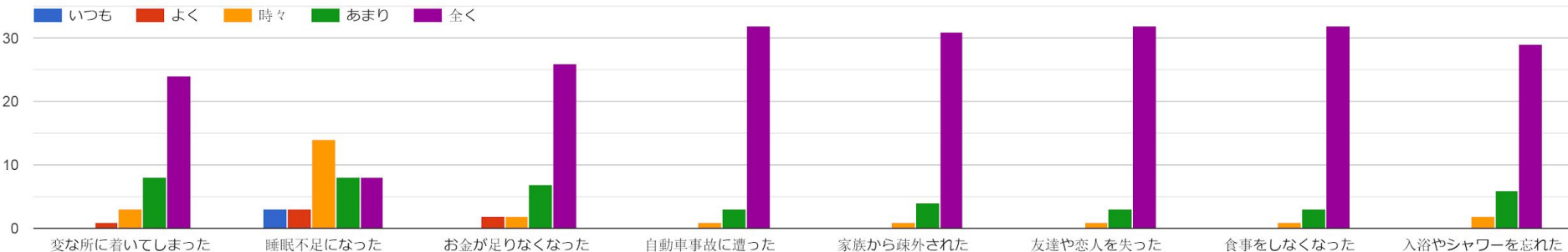
日本

ゲームに課金をする人
ゲームをすることにたくさん時間をかけている人を想像する。
ゲームをしすぎている人
ゲームが趣味の人
スマホ依存症
プロゲーマー
ニート
無理なく課金しつつ携帯ゲームを楽しんでいる方々
オタク 暇人
課金
スマホ中毒者
ハゲ
インドア
課金勢
ゲームに固執している人
Switchやpsじゃなく携帯ゲームを主としてしている人
中二病

18. Have you ever been in any of the following situations because of mobile gaming? Check all that apply.



18. ゲームのせいで下記のことからを経験したことがありますか。当てはまるものを全て選んでください。



アメリカ人も日本人も睡眠不足以外は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ない。

研究結果2のまとめ

- アメリカ人も日本人もほとんどがゲームを楽しんでいるが、ゲームをする時間は1時間以下であり、ゲーム自体にも課金サービスについても全くお金をつかっていない。
- 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ない。
- アメリカ人は携帯ゲームに関して比較的肯定的な見方をするのに対し、日本人は否定的な見方をする傾向がある。

結論

- アメリカ人学生も日本人学生も携帯ゲームで楽しんでいる。
- しかし、携帯ゲームにはあまり時間もお金もかけていない
- 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ない
- 日本人はアメリカ人に比べて携帯ゲームについて、一般的に否定的な見方をしている

研究の限界点・将来の研究課題

限界点

- 携帯ゲームに興味がある参加者が足りなかった

将来の課題

- より多くの参加者
- 大学生だけではなく小学生、中学生、高校生を対象に調べたい
- スマートフォンだけではなく様々な携帯型ゲームについても調べたい

参考文献

Arthur, C. (2012, January 24). The history of smartphones: Timeline. Retrieved from <https://www.theguardian.com/technology/2012/jan/24/smartphones-timeline>

Balakrishnan, J., & Griffiths, M. D. (2018, June 02). Loyalty towards online games, gaming addiction, and purchase intention towards online mobile in-game features. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563218302796>

BUI, Q. (2017). Why some men Don't work: Video games have gotten really good.

Dmasper. (2017, December 05). Mobile Gaming is a \$50b Industry. But Only 5% of Players are Spending Money (Part 1). Retrieved from <https://medium.com/shopify-gaming/mobile-gaming-is-a-50b-industry-but-only-5-of-players-are-spending-money-f7f3375dd959>

参考文献

Frank, A. (2018, January 25). Miitomo is shutting down in May. Retrieved from <https://www.polygon.com/2018/1/24/16930778/miitomo-shut-down-date-may-2018>

Juho Hamari, Kati Alha, Simo Järvelä, J. Matias Kivikangas, Jonna Koivisto, Janne Paavilainen, Why do players buy in-game content? An empirical study on concrete purchase motivations, Computers in Human Behavior, Volume 68, 2017, Pages 538-546, ISSN 0747-5632, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.045>.

Japan Games Market 2018. (n.d.). Retrieved from <https://newzoo.com/insights/infographics/japan-games-market-2018/>

参考文献

Kats, R. (2018, May 09). Smartphone Usage in Japan Is Growing, but Feature Phones Aren't Going Away. Retrieved from <https://www.emarketer.com/content/smartphone-usage-in-japan-is-growing-but-feature-phones-aren-t-going-away>

Katsumata, Sotaro, & Takeyasu. (2017). Segregation of Digital Game Users: An Empirical Comparison of Smartphones and Gaming Consoles. Retrieved from <https://www.econstor.eu/handle/10419/168500>

Ko, C. , Liu, G. , Yen, J. , Chen, C. , Yen, C. and Chen, C. (2013), Brain correlates of craving for online gaming under cue exposure in subjects with Internet gaming addiction and in remitted subjects. *Addiction Biology*, 18: 559-569. doi:10.1111/j.1369-1600.2011.00405.x

Seok, S., & DaCosta, B. (2018). Problematic Mobile Gameplay Among the World's Most Intense Players: A Modern Pandemic or Casual Recreational Pursuit? *Games and Culture*, 13(4), 385–405. <https://doi.org/10.1177/1555412015616716>

参考文献

Sutori. (n.d.). Retrieved from

<https://www.sutori.com/story/the-history-of-mobile-phone-games--oxYN51N1pfW8DYbAe2CGG3yL>

The History and Evolution of the Smartphone: 1992-2018. (n.d.). Retrieved from

<https://www.textrequest.com/blog/history-evolution-smartphone/>

モバイルゲームとは？. (n.d.). Retrieved from

<https://www.weblio.jp/content/モバイルゲーム>

WORLD TELEMEDIA: Push and play. (2007, April 19). New Media Age, 28. Retrieved from

http://link.galegroup.com/apps/doc/A162443244/AONE?u=csumb_main&sid=AONE&xid=aa b862ef

Yang, C., & Liu, D. (2017). Motives Matter: Motives for Playing Pokémon Go and Implications for Well-Being. *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*, 20(1), 52-57.

<https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0562>

謝辞

- 関根教授
- ライト教授
- 齋藤教授
- 小垣先生
- ガス・レナード
- 国際交流オフィス
- キャップストーンと同級生
- アンケートの回答者

ご清聴ありがとうございました

アメリカと日本の人気がある携帯ゲーム

Motivational Factors

- シェア志向
コミュニケーションのためにモバイルゲームをプレイし、他人との絆を築く
オンラインとオフラインの両方で人間の対話を求める

- 成 果 志 向

素晴らしいグラフィック、よく書かれたストーリー、そして思い出に残るサウンドトラックを使ってゲームをプレイすることを好む
それが報酬の分配をスピードアップするなら他の人と遊ぶが、ほとんど一人の座席でできるだけ多くの報酬を集めるために単独で遊ぶ

動機付けの要因：流れとポケモンGO

- フロー：前向きな感情的、やる気を起こさせる、そして認知的な経験を含むメンタルヘルスの利点に関連した楽しい経験
 - Pokemon Goをプレイすると、単独でプレイしたり他のプレイヤーとプレイしたりするときにフローが向上する。
 - 流れも郷愁と有意な相関がある。
 - ポケットモンスター囲碁の選手たちはまた、うつ病や不安の減少を報告している。

Motivational Factors

Fun, Nostalgia, Friendship Maintenance, Relationship Initiation, and

Achievement

Fun: consistently associates with positive outcomes, including better relationship maintenance, lower loneliness, and generally better physical health

Nostalgia: