

文教大学情報学部 社会調査Ⅲ 研究報告

ゲーム世代の実態調査

2014年1月

文教大学 情報学部 広報学科 3年

桃井綾子

目次

第1章 調査研究の概要

- 1. 1 調査研究の目的と背景 . . . 3
- 1. 2 調査に関する状況 . . . 3
- 1. 3 調査研究の方法 . . . 6
- 1. 4 成果の概要 . . . 8

第2章 調査研究の成果

- 2. 1 調査回答者の概要 . . . 11
- 2. 2 ゲーム利用状況と時間配分 . . . 12
- 2. 3 ゲームへの課金状況 . . . 17
- 2. 4 ゲームとコミュニケーション . . . 20

第3章 まとめと今後の課題

- 3. 1 研究のまとめ . . . 23
- 3. 2 反省と今後の課題 . . . 24

参考文献リスト . . . 24

資料 単純集計結果 . . . 25

第1章 調査研究の概要

1. 1 調査研究の目的と背景

スマートフォン利用者が増え、誰でも暇さえあればスマートフォンをいじっている。数多く存在するスマートフォン向けアプリの中でも、大学生では特にゲームの類がインストールされており、これまでゲームをあまりしていなかった人も、スマートフォンでゲームをするようになってきているようだ。通勤・通学時間に限らず、街中では少しの空いた時間を利用してゲームに興じる姿も目に付く。スマートフォン普及以前は、ゲームと言えば家庭用ゲーム機のことであり、別の電子機器を使う、有料コンテンツであった。しかしスマートフォン向けアプリが開発され始めてから、無料で娯楽が手に入るようになった。また、オンライン接続やダウンロードなど、スマートフォン以外にも、ゲームの利用環境に変化がある。家庭用ゲーム機市場には数字としてスマートフォン向けゲームやオンラインゲームによる影響がうかがえる。さらには時間の使い方にも変化がみられるだろう。余暇や睡眠時間などを削ってスマートフォンに夢中になるなど、依存症についてもたびたびニュースで取り上げられ問題となっているため、ゲームがそこにどの程度入り込んでいるのかも気になるところである。現在の若者の大半はゲームを子供の遊びのひとつとして成長してきた。そんな大学生における現在のゲーム利用状況とともに、無料コンテンツの台頭によってこれまで以上にゲームで遊ぶ人が増えたかどうか、また、スマートフォン普及前と比較して、お金を払ってゲームをするに対する意識に変化があるのかどうかを調査したい。

1. 2 調査に関する状況

(1) ゲーム市場

テレビゲームのルーツは、1958年までさかのぼる。ビジネスとしてのゲームは、1970年代のアメリカで開始された。72年に、あらかじめゲームが内蔵されている家庭用ゲーム機「オデッセイ」が発売された。73年には「ポン」が商品化され、パブや遊園地で人気を集めた。アーケードゲームの元祖といえる。

日本では、「ポン」などの輸入から始まった。78年にはタイトーが「スペースインベーダー」を発売し、ブームとなった。80年代ごろの日本のアーケードゲーム市場は500億円程度であったという。

1982年にアメリカで突如ゲーム機をソフトが売れなくなり、テレビゲームビジネスが崩壊の危機になったが、それを盛り返したのが日本の任天堂だ。80年に「ゲーム&ウォッチ」がヒットし、任天堂は83年に「ファミリーコンピュータ」を発売した。「スーパーマリオブラザーズ」が本体に付属されていたが、これはアメリカでも大ヒットすることとなった。1994年にはソニーが「プレイステーション」を発売した。

急成長を遂げ脚光を浴びたゲーム業界だが、2001年から国内テレビゲーム産業は減少することとなる。2004年に発売された「ニンテンドーDS」は予想外のブームとなった。オンラインゲームが増えていく中、今後の減少をどう食い止めるかが問題となっている。

近年、オンライン環境が進展し、家庭用ゲーム機のオンライン接続やゲームソフト・追加コンテンツのダウンロード販売とともに、パソコンやスマートフォンにおけるゲーム利用機会が増えている。

国内ゲーム市場において、ハード・ソフトはともに下降してきた2011年から横ばいであるのに対し、スマートフォンやSNS等のオンラインプラットフォーム市場は2011年の135.5%の4943.0億円となっている。これはゲーム市場の全体のおよそ半分を占めることになる。2012年の国内家庭用ゲーム市場が過去最高の9776.9億円となっているのは、オンラインプラットフォームの成長によるといえる。世界のゲームコンテンツ市場を見ても、パッケージソフトが売り上げマイナスとなっている中で2011年の16.4%増と、オンラインプラットフォームが大きく成長し支えていることを示している。近年のスマートフォン普及がゲーム市場に多大な影響を与えているのだ。

家庭用ゲーム出荷金額規模では、2009年は2兆2493億3000万円、2010年1兆7974億6400万円、2011年は1兆4574億6100万円であり、また、家庭用ゲーム国内市場規模は2009年5616億2600万円、2010年5321億4500万円、2011年5018億9500万円で、年々減少していることが見て取れる。全体の中でのハード3,4割、ソフト7,8割という内訳は変わらない。

2011年における家庭用ゲーム機専用ダウンロード販売サービスによるゲーム配信動向は、家庭用ゲームソフト売上金額14億6335万5千円、追加ダウンロードアイテム売上金額1,485,615,000円であった。近年始まったダウンロードサービスでありまだ比較的少ないが、インターネットから購入できる便利さから、活用している人も多く見かけるため、今後も伸びていくことが期待できる。

(2) ゲームユーザー

次に参考とした調査結果を述べる。家庭用ゲームをしたことがありますか、という質問に対し、「現在も継続的にしている」と「以前はよくしていたが今はほとんどしない」がそれぞれ約3割であり、「今まで一度もしたことがない」という回答は約2割であった。「現在も継続的にしている」と回答した人を年齢別にみると、15～19では約58%、20～24では約46%と、半数程度の回答者が今でも家庭用ゲーム機に親しんでいることが分かる。家庭用ゲーム機参加意向の設問には、「自分にとって面白いソフトがあればしてみたい」との回答が半数近くを占めている。今後人々がゲームから離れていくということはなさそうだ。

家庭用ゲーム機が家庭にあるかという質問では、年配層を除きどのような年齢でも8、9割の人があると回答している。使用状況でも、15～19、20～24の年齢では6割前後の人

が6か月以内に使ったという。

ゲームをしない、しなくなったという理由については、「他にやりたいことやほしいものがある」「ゲームをする時間がない」「ゲームに対して興味関心がない」が主にあげられた。

ゲーム（家庭用ゲーム／ソーシャルゲーム／スマートフォン・タブレット向けゲーム／携帯電話ゲームコンテンツ／オンラインゲーム／パソコン用ゲーム／アーケードゲームの総称）をしているかという質問に対しては、全体としては約半数で、男性の方がやや女性よりも高いが、10代から20代では男女ともに7割前後の人がゲームをしていると回答した。2011年のデータでは、そのうちあなたがよくプレイするゲームを3つまで選んで回答、という質問に対し、「家庭用ゲーム機」「携帯型ゲーム機」でそれぞれ約5割、「スマートフォン・タブレット向けゲーム」では約2割だった。また、スマートフォン・タブレット向けゲームをしたことがあるかという質問に対しては、今まで一度も試したことがないと回答した人が約7割と多くを占めていた。だが、オンラインゲーム市場から分かるように、急激に成長している部分なので、現在では「スマートフォン・タブレット向けゲーム」の割合は増えてくるだろう。

別の調査結果では、スマートフォンと家庭用ゲーム機でのゲーム利用状況に対し、「スマホでも家庭用ゲームでもゲームをする」が約37%、「スマホのみでゲームをする」が約36%、「家庭用ゲーム機のみでゲームをする」が約7%と、いずれにしてもゲームをする割合は8割近くもいることになる。

（3）スマホの普及

2、30代のビジネスマンへのアンケートでは、スマートフォンで最もよくする暇つぶしと満足度の平均データでは、「ネットサーフィン」に次いで「ゲームアプリで遊ぶ」が多く、満足度も7割と高い。大学生となると、社会人よりもゲームをする割合が高いと考えられる。また、アプリやゲームの利用にかける毎月の料金と満足度では、3000円以上が最も多く、満足度は8割である。大学生よりも自由に使える金額が多いとはいえ、若い層のゲームやアプリにお金を使う傾向は見て取れるだろう。使える金額以外にも、アプリやゲームにお金をかけることには何か要因があるのかもしれない。

2012年度では、スマートフォンの普及率は49.5%と、年々ほぼ倍の数値へと増加してきている。世代別のインターネット利用率では、20～29歳ではスマホで70.6%と多くの人がスマホを活用していることがわかる。スマホを持つことで、暇つぶしに本や他の携帯機を持ち運ぶ必要がなくなった。

（4）家庭用ゲーム機

一方で、ミリオンヒットを出す家庭用ゲームソフトもある。3DS用ソフト「とびだせどうぶつの森」では400万本を売るヒットとなった。また、3DSは国内で1000万台を売り上げるなど、決して家庭用ゲーム機を利用する人も少なくないのだ。「とびだせどうぶつの

森」では、ダウンロード販売が70万本に達したとあり、今後のソフトの販売方法を考えさせられる結果であった。わざわざ出向かなくても家にいてゲームソフトが購入できることをユーザーは活用している。ダウンロードの音楽同様、パッケージとして手元に物がなくてもいいという考え方に人々は移行してきているのだろう。家庭用ゲーム機を開発、販売する会社は、スマートフォンアプリが家庭用ゲーム機に移行して遊べるなど、スマートフォンとの連動に力を入れ始めている。業界関係者は、「家庭用ゲーム機、スマホなどの枠も超えて、ドラマやアニメ、スポーツなどのコンテンツと戦わないといけない時代になった」という。家庭用ゲーム機、スマートフォンなどと区別して考えているのは今の段階だけなのかもしれない。ゲーム業界としては融合を試みている段階ではあるが、家庭用ゲーム機の利用よりもスマートフォンでのゲーム時間が増加しているのが現状であり、いかにしてスマートフォンゲームユーザーを家庭用ゲーム機に取り込むかが課題となりそうだ。むしろスマートフォンにより余暇時間の使い方も変化が見られており、余暇時間に対しどれくらいゲームをしてもらえるようになるか、引き込めるかが注目される。

1. 3 調査研究の方法

(1) 進捗経緯

- 5～7月 : 調査テーマ討論・決定
- 8～10月 : 最終討論・調査票作成
- 10月 : 調査票完成・調査実施
- 11月 : 単純集計結果報告
- 12月 : 報告書作成

(2) 調査の概要

a. 調査の意図・仮説

- ・ゲームに触れる時間はスマホ普及前に比べ増加したが、有料ゲームの利用量は減少している。
- ・今まであまりゲームをしていなかった人も、アプリでゲームをするようになっていく。
- ・スマホ普及前と比べ、ゲームで遊ぶ人が増加している。
- ・家庭用ゲームを利用している人のほうが、課金率が高い。
- ・以前から家庭用ゲーム機でゲームをよく利用していた人は有料アプリや課金など、お金を払うことに抵抗が少ない。
- ・スマートフォンでゲームをするようになった人は、趣味の時間が減った。
- ・スマートフォン以外でゲームをしていなかった人のほうが、ゲーム時間が増加している。
- ・ゲーム時間の増加により、時間を無駄にしているという意識が増えた。
- ・SNS上にゲームの写真や結果を載せる人は、ゲームをコミュニケーションツールと考える傾向にある。

- ・課金をする人ほど、ゲームをコミュニケーションのツールと考える傾向にある。

b.調査対象者と方法

調査対象：文教大学生

調査方法：紙面によるアンケートを授業内に実施

c.主な質問項目

- ・ゲーム利用状況（時間・種類）
- ・ゲーム内課金について
- ・SNS利用状況
- ・スマートフォンによるゲーム利用への影響
- ・ゲームに対する考え

d.依頼数と回答数

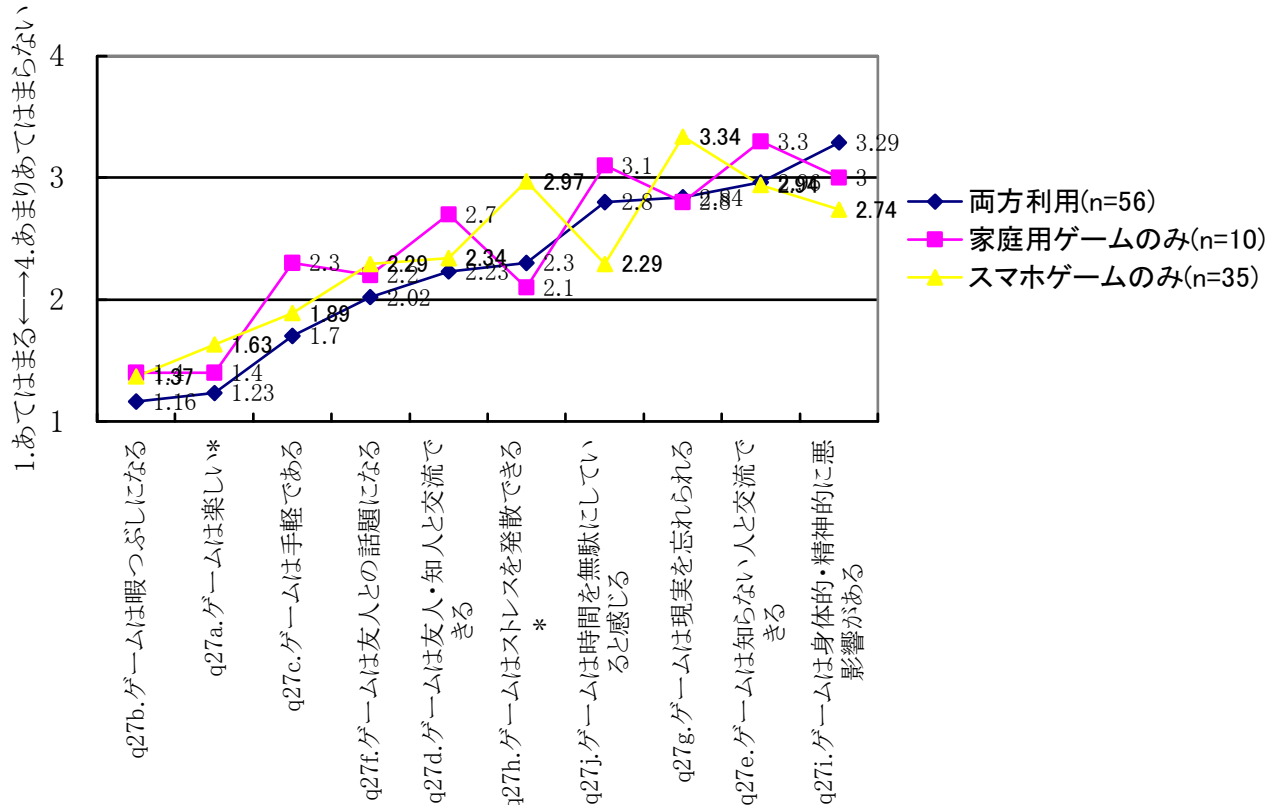
依頼数　　：150枚（放送論Ⅱ：50枚、新聞論：50枚、ハードウェア：50枚）

有効回収数：118枚（放送論Ⅱ：42枚、新聞論：42枚、ハードウェア：34枚）

1. 4 成果の概要

(1) ゲームの利用状況と考え方

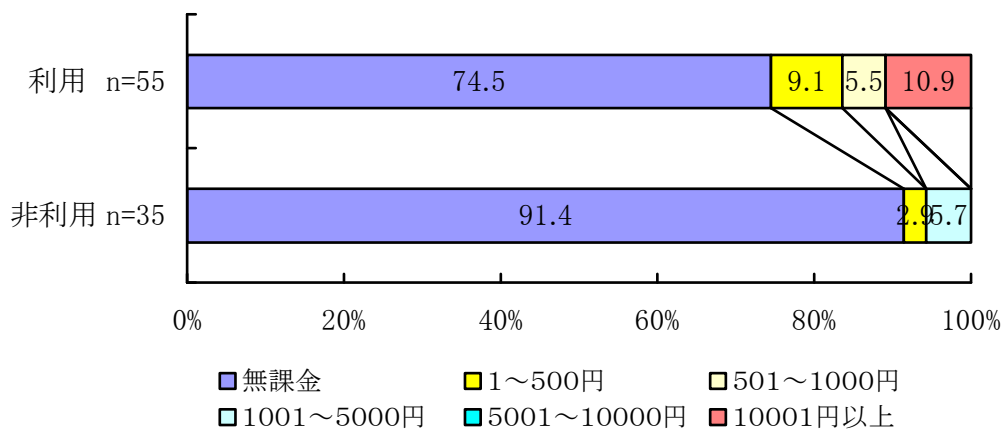
図1-4-1 現在のゲーム利用と満足



現在のゲームの利用状況を「家庭用ゲームのみ」「両方利用」「スマホゲームのみ」の3つのグループに分け、ゲームに関する考え方についての問いとクロス集計した。その結果、「ゲームは楽しい」「ゲームはストレスを発散できる」において、有意に差がみられた。前者では、「両方利用」がもっとも高く、次いで「家庭用ゲームのみ」「スマホゲームのみ」「両方非利用」となった。ゲームを利用しているほど、スマートフォンよりも家庭用ゲームのほうが、より楽しいと感じているようだ。後者では、「家庭用ゲームのみ」が最も高く2.1、次いで「両方利用」が高い。「スマホゲームのみ」「両方非利用」ではどちらも3前後となっており、家庭用ゲームを利用している人はストレスを発散できると感じていると考えられる。また、「時間を無駄にしていると感じる」では有意差はないものの、「スマホゲームのみ」のグループがもっとも高く、「両方利用」「家庭用ゲームのみ」と差がみられた。スマートフォンでのゲームは、時間の無駄だと考えられるようである。

(2) 家庭用ゲーム利用と無料ゲームへの課金

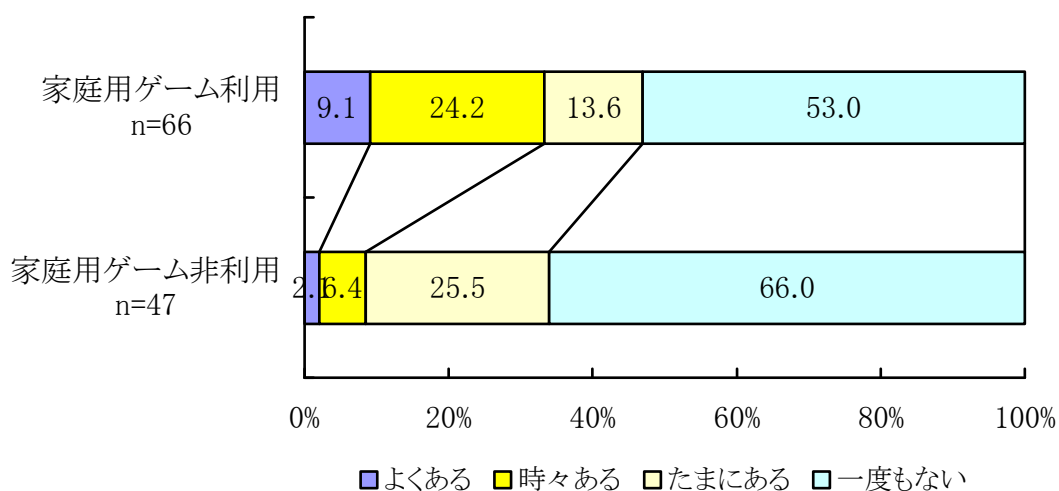
図1-4-2
家庭用ゲーム利用状況と無料ゲーム課金 (χ^2 乗:p=0.028)



家庭用ゲーム機を利用しているかという質問で「現在も継続的に利用している」「何度かしたことがある」と回答したグループを「利用」、「以前はしていたが今はほとんどしない」「一度もしたことがない」と回答したグループを「非利用」とし、基本無料ゲームへの課金状況をクロス集計した結果、有意に差が見られた。利用グループでは約75%、非利用グループでは約91%が「無課金」でもっとも多いが、家庭用ゲームを利用しているグループでは、約11%が「10001円以上」、約9%が「1～500円」と回答し、2割以上が課金していることがわかる。家庭用ゲームを利用している人のほうが、ゲームに対してお金をかけるようである。

(3) 家庭用ゲーム利用とSNS投稿

図2-4-3 家庭用ゲーム利用とSNS投稿 (χ^2 乗:p=0.017)



家庭用ゲーム機ゲームをしたことがあるかという質問に対し「現在も継続的に利用している」「何度かしたことがある」と回答したグループを「現在利用」、「以前はしていたが今はほとんどしない」「一度もしたことがない」と回答したグループを「現在非利用」と二分し、SNS 上にゲーム画面や結果などを投稿したことがあるかという質問とクロス集計を行った。どちらも「一度もない」がもっとも多く半数以上を占めるが、家庭用ゲームを利用している人は半数近くが一度は投稿したことがあるようだ。家庭用ゲーム利用グループでは、次いで「時々ある」が 24.2%と多い。家庭用ゲーム利用者のほうが SNS 上にゲーム画面や結果を投稿する傾向にあると考えられる。

第2章 調査研究の成果

2.1 調査回答者の概要

調査対象者は、文教大学湘南校舎の学生 118 名で、「放送論Ⅱ」「新聞論」「ハードウェア」の計 3 クラスで、紙面によるアンケート調査を実施した。なお回答標本は無作為抽出で作成してはいたないために、母集団から見て標本に偏りを生じる可能性がある。そこで回答者の分布を、表 2-1-1 と表 2-1-2 で確認しておく。

表 2-1-1 の学年別の分布では、1 年生はおらず、2、3 年生が主である。また表 2-1-2 の性別の分布では、やや男性の回答者が多い。これらの偏りは、回答者全体の分布にはそれなりの影響を与える可能性があり、解釈時には注意が必要である、しかし、クロス集計やグループの平均などの層化を行った集計では、影響は限定されると考えられる。

表 2-1-1 回答者と母集団の比較

	1 年	2 年	3 年	4 年	計
回答者	0 (0)	39.0 (46)	42.4 (50)	18.6 (22)	100.0 (118)
情報学部 学生	25.1 (490)	25.1 (492)	22.0 (430)	27.8 (554)	100.0 (1956)

(注)母集団は情報学部 2013. 10 末時点である。

表 2-1-2 回答者と母集団の比較

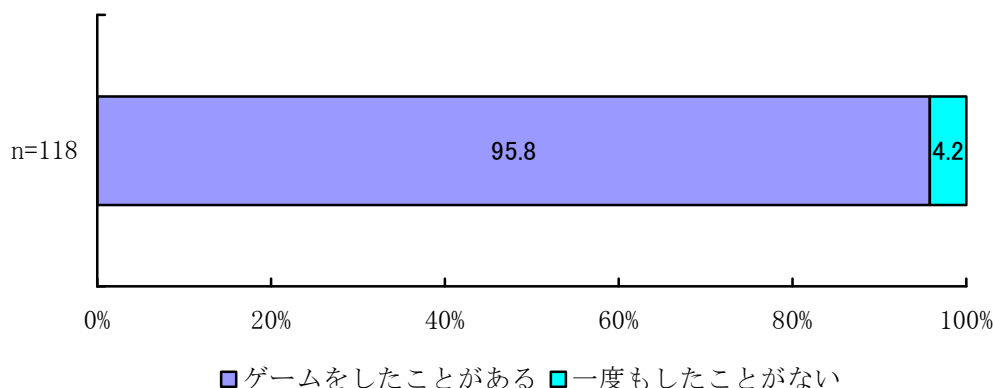
	男性	女性	計
回答者	55.1 (65)	44.9 (53)	100.0 (118)
情報学部 学生	66.0 (1291)	34.0 (665)	100.0 (1956)

(注)母集団は情報学部 2013. 10 末時点である。

2. 2 ゲーム利用状況と時間配分

(1) ゲーム経験の有無

図 2-2-1 ゲーム利用経験の有無



あなたはゲームをしたことがありますかという質問に対して、約 96%の人が「したことがある」と回答した。「一度もしたことがない」という回答は約 4%であり、ほとんどの人がゲームをした経験があることがわかる。

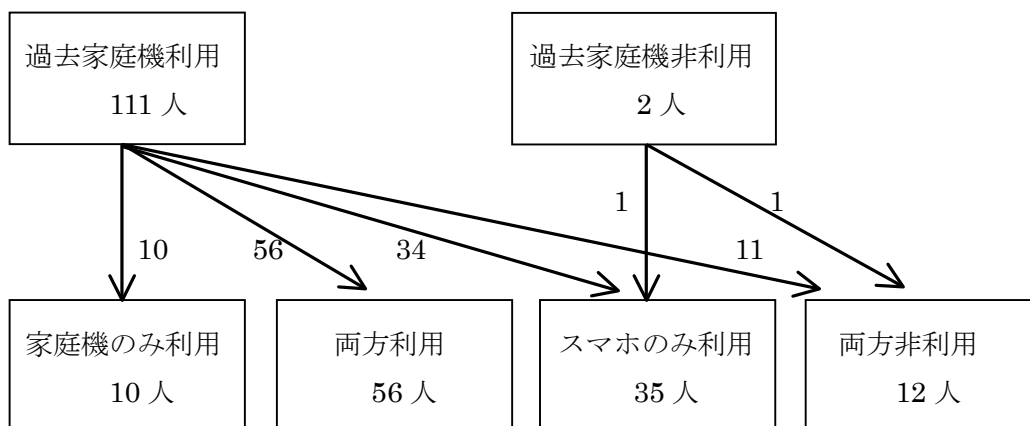
表 2-2-1 現在のゲーム利用状況

		スマホ・携帯向けゲーム		計
		現在利用	現在非利用	
家庭用ゲーム	現在利用	84.8 (56)	15.2 (10)	100.0 (66)
	現在非利用	74.5 (35)	25.5 (12)	100.0 (47)
計		80.5 (91)	19.5 (22)	100.0 (113)

現在のゲーム利用状況を把握するため、家庭用ゲーム機／スマートフォン向けゲームでゲームをしたことがあるかという質問に対し「現在も継続的に利用している」「何度かしたことがある」と回答したグループを「現在利用」、「以前はしていたが今はほとんどしない」「一度もしたことがない」と回答したグループを「現在非利用」と二分し、クロス集計を行った。スマートフォン・携帯電話向けゲームをする人は、家庭用ゲームの利用にかかわらず8割程度もいることがわかる。

この分類をさらに、過去に家庭用ゲーム機を利用していたかどうかで細分化した。

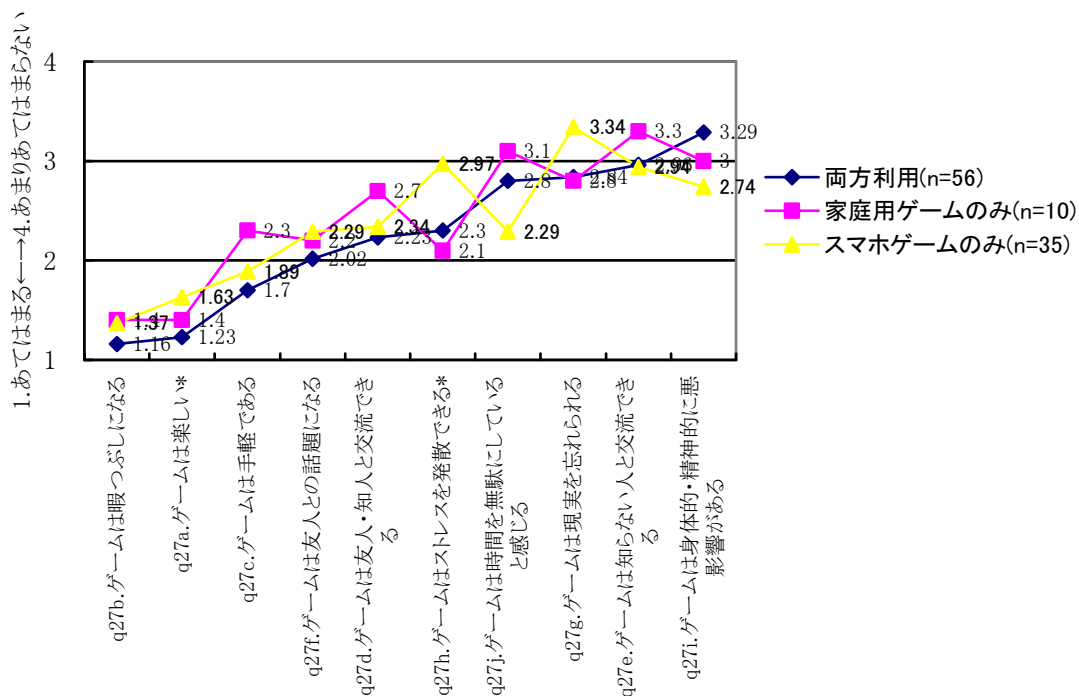
表 2-2-2 過去から現在へのゲーム利用状況変化



過去に家庭用ゲーム機を利用していたという人は 111 人おり、そのうちスマートフォンのみ利用となった人もいる。以前はゲームをやっていたが何らかの理由で離れていた人が、スマートフォンの普及、無料ゲームの出現によりゲームユーザーに戻ったとも考えられる。

(2) ゲームの利用状況と考え方

図2-2-2 現在のゲーム利用と満足

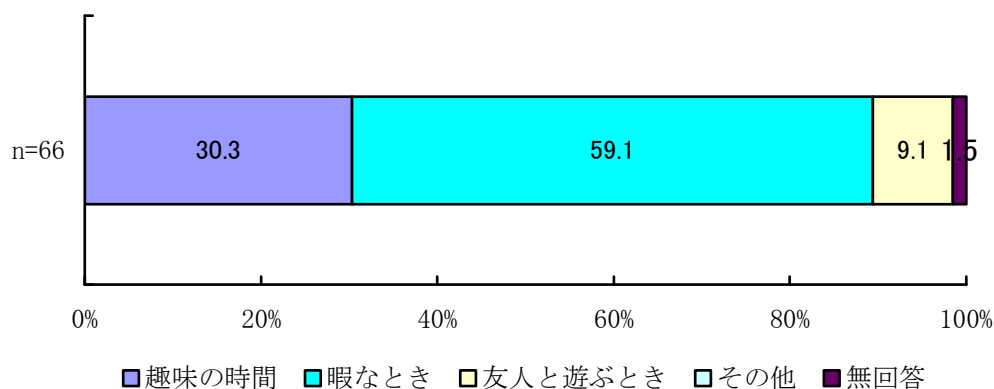


現在のゲームの利用状況を「家庭用ゲームのみ」「両方利用」「スマホゲームのみ」の3つのグループに分け、ゲームに関する考え方についての問いとクロス集計した。その結果、

「ゲームは楽しい」「ゲームはストレスを発散できる」において、有意に差がみられた。前者では、「両方利用」がもっとも高く、次いで「家庭用ゲームのみ」「スマホゲームのみ」「両方非利用」となった。ゲームを利用しているほど、スマートフォンよりも家庭用ゲームのほうが、より楽しいと感じているようだ。後者では、「家庭用ゲームのみ」が最も高く 2.1、次いで「両方利用」が高い。「スマホゲームのみ」「両方非利用」ではどちらも 3 前後となっており、家庭用ゲームを利用している人はストレスを発散できていると感じていると考えられる。また、「時間を無駄にしていると感じる」では有意差はないものの、「スマホゲームのみ」のグループがもっとも高く、「両方利用」「家庭用ゲームのみ」と差がみられた。スマートフォンでのゲームは、時間の無駄だと考えられるようである。

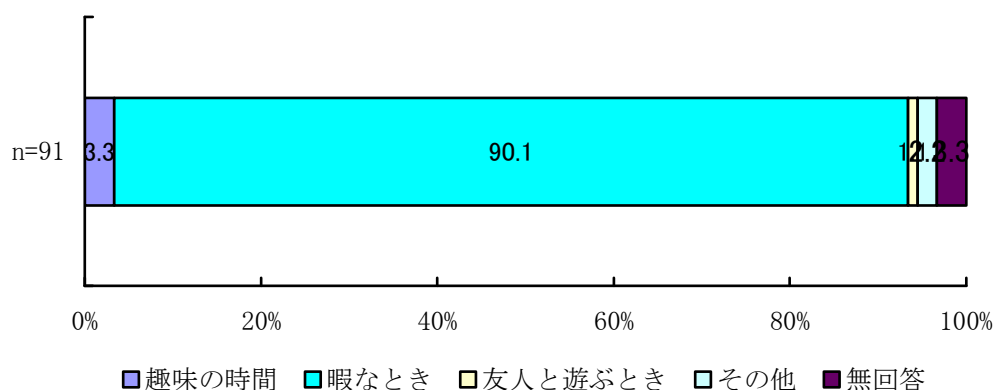
(3) 家庭用ゲームとスマホ向けゲーム

図 2-2-3 家庭用ゲーム利用に使う時間



据置型、携帯用、PC を用いたソフトを使うものを含むものを家庭用ゲームとし、家庭用ゲーム機でゲームをする時間はどんな時かという質問に対し、現在家庭用ゲーム機でゲームをする人のうち約 60%が「暇なとき」、約 30%が「趣味の時間」と回答した。

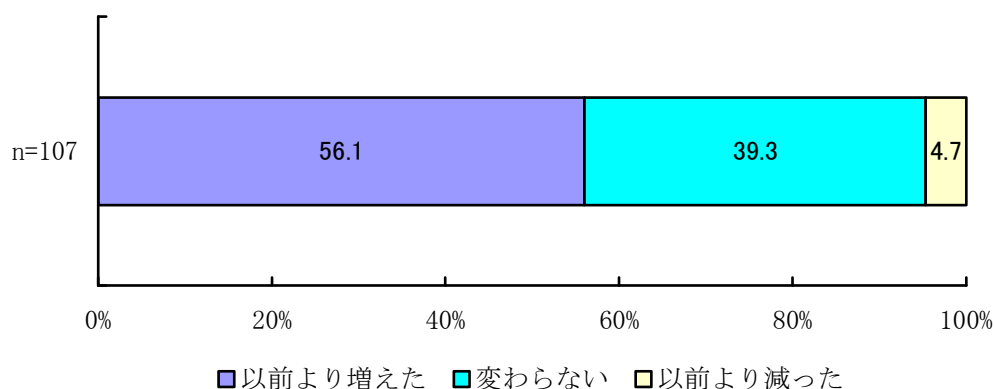
図 2-2-4 スマホゲーム利用に使う時間



家庭用ゲームに対し、アプリゲーム、ソーシャルゲーム、ブラウザゲームをスマートフォン・携帯電話向けゲームとし、それらをする時間はどんな時かという質問をした。回答者の約90%が「暇なとき」と回答し、スマートフォン、携帯電話でのゲーム利用は主に暇な時間に限定されると考えられる。

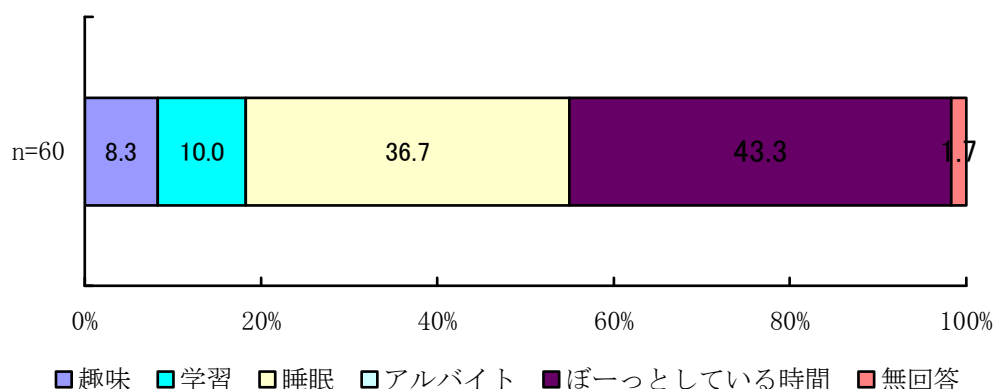
(4) スマートフォン普及での影響

図 2-2-5 スマホ普及に伴うゲーム時間



スマートフォンを使っている回答者に対し、スマートフォン移行後と移行前ではゲーム利用時間に変化があったかを質問した。そのうち約56%が「以前より増えた」、約39%の人が「変わらない」と回答した。スマートフォン利用者の約半数以上がゲーム時間が増えたと感じていることがわかる。

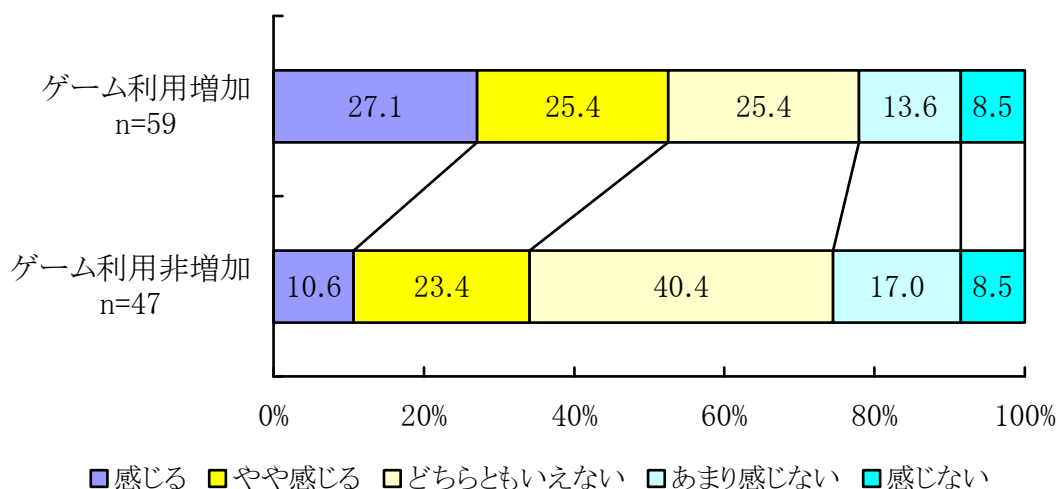
図 2-2-6 ゲーム時間増加に伴う減少時間



上の質問でゲーム利用時間が以前より増えたと回答した人に対し、ゲーム時間が増えたことで今まで何に使っていた時間が減ったかという質問をした。もっとも多かったのは「ぼーっとしている時間」で約 43%、次いで「睡眠」が約 37%、「学習」や「趣味」も 10%前後回答があった。

(5) 時間への考え方

図2-2-7 ゲームは時間を無駄にしていると感じるか

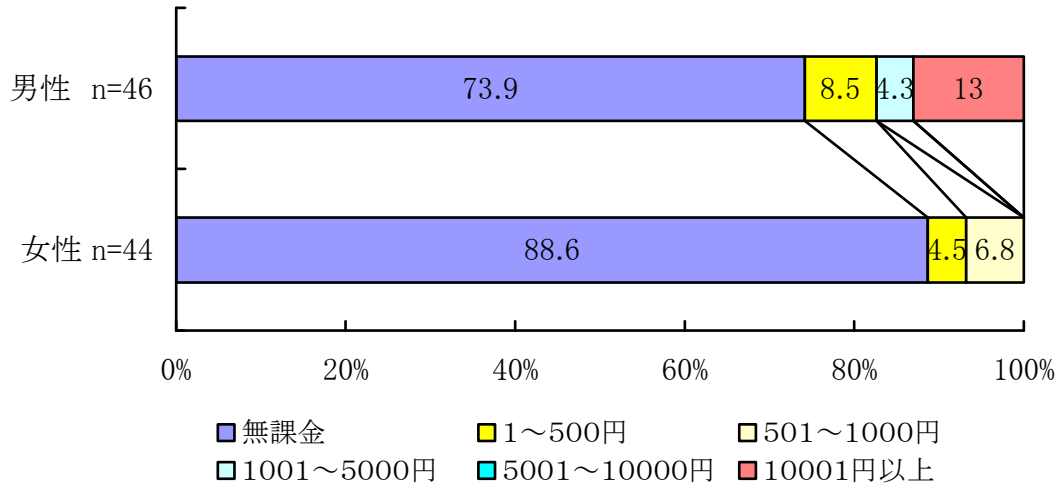


ゲーム利用時間が増加したグループと増加していないグループに二分し、ゲームは時間を無駄にしていると感じるかという質問とクロス集計した。増加したグループは約 27%が「あてはまる」、次いで「ややあてはまる」「どちらともいえない」が約 25%であった。増加していないグループでは、「どちらともいえない」が最も多く約 40%、「ややあてはまる」が約 23%、「あまりあてはまらない」が約 17%であった。スマートフォン普及に伴ってゲーム時間が増加した人は、増加していない人と比較すると、ゲームは時間を無駄にしていると感じる傾向があると考えられる。

2. 3 ゲームへの課金状況

(1) 無料ゲームへの課金

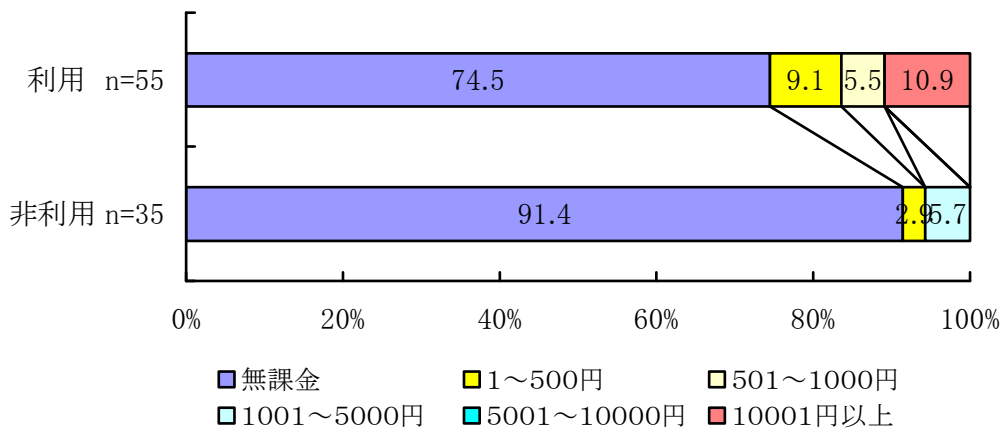
図2-3-1 無料ゲームへの課金 (χ^2 乗:p=0.018)



スマホ・携帯向けゲーム利用者のうち、基本無料ゲームに課金しているかという質問に対し、男性と女性では有意に差が見られた。男性では約74%、女性では約89%とどちらも「無課金」がもっとも多いが、男性では次いで約13%が「10001円以上」との回答であった。全体的に課金しない傾向だが、男性の一部では高額課金をしている人もいることがうかがえる。

(2) 家庭用ゲーム利用との関係

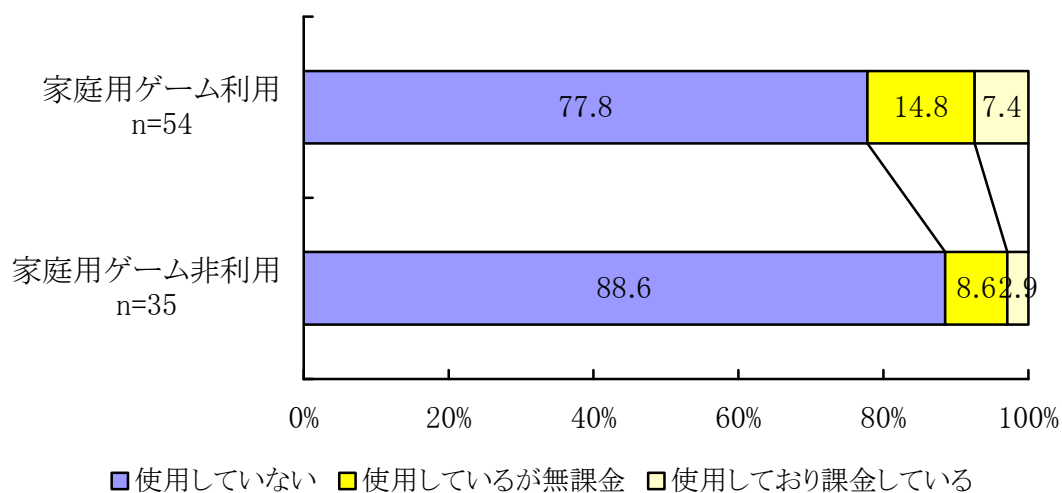
図2-3-2
家庭用ゲーム利用状況と無料ゲーム課金 (χ^2 乗:p=0.028)



家庭用ゲーム機を利用しているかという質問で「現在も継続的に利用している」「何度かしたことがある」と回答したグループを「利用」、「以前はしていたが今はほとんどしない」

「一度もしたことがない」と回答したグループを「非利用」とし、基本無料ゲームへの課金状況をクロス集計した結果、有意に差が見られた。利用グループでは約75%、非利用グループでは約91%が「無課金」でもっとも多いが、家庭用ゲームを利用しているグループでは、約11%が「1000円以上」、約9%が「1～500円」と回答し、2割以上が課金していることがわかる。家庭用ゲームを利用している人のほうが、ゲームに対してお金をかけるようである。

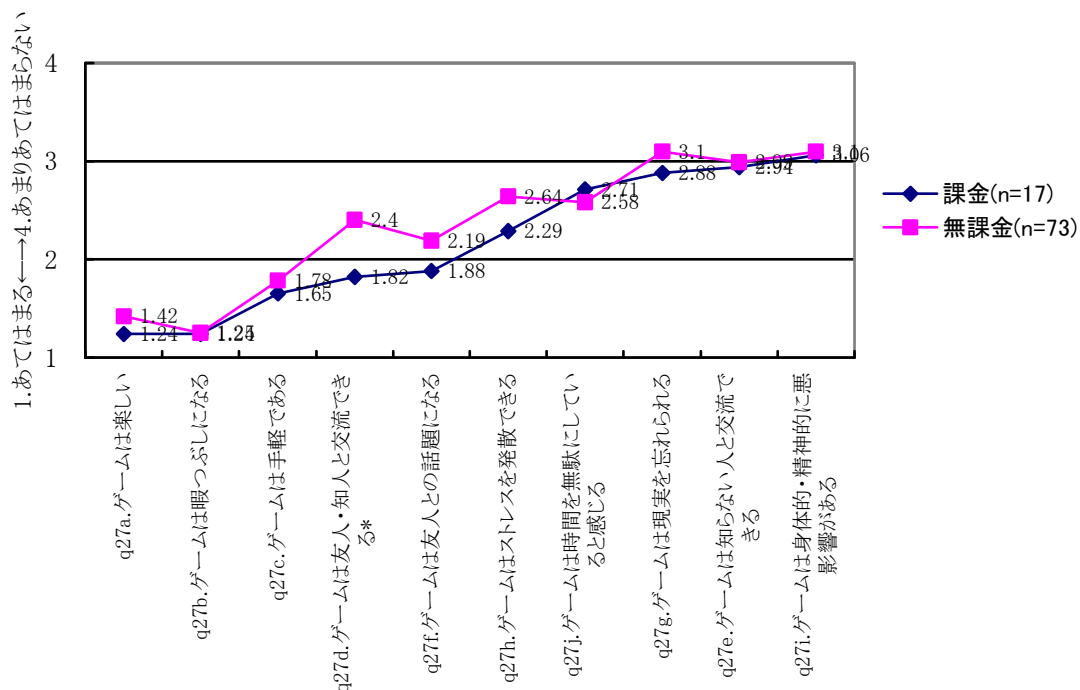
図2-3-3 家庭用ゲーム利用とスマホ向け有料ゲーム利用状況



基本有料ゲーム利用状況についての質問においてもクロス集計を行った。どちらのグループでも「使用していない」が最も多かったが、家庭用ゲームを利用しているグループでは、「使用しているが無課金」が約15%、「使用しており課金している」が約7%と、家庭用ゲームを利用していないグループと比べおよそ2倍のユーザーがいるようだ。

(3) 課金状況と考え方

図2-3-4 課金状況と満足

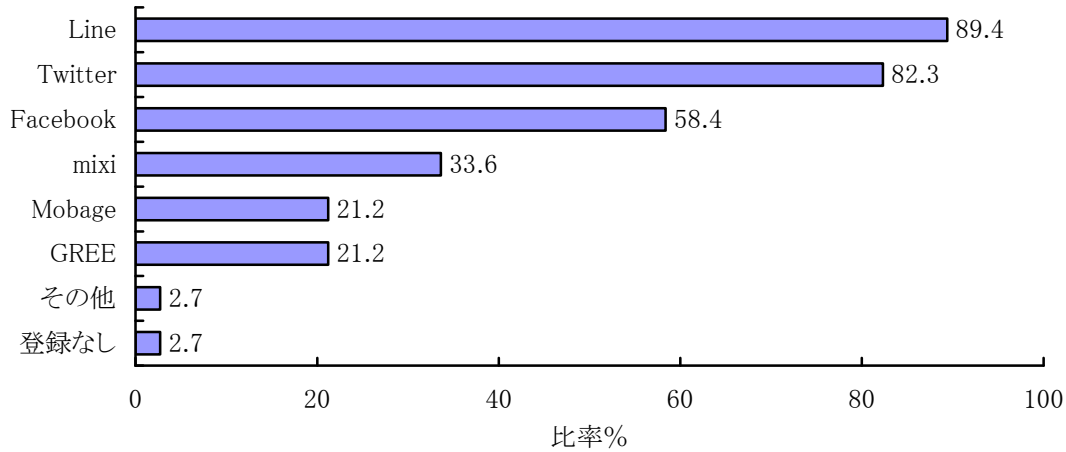


基本無料のスマートフォン・携帯向けゲームで課金をしているかどうかで2分し、ゲームに関する考え方についての問いとクロス集計した。「ゲームは友人・知人と交流できる」という質問において有意に差がみられた。「課金」グループでは「無課金」グループよりも平均が高く、ゲームにおいて友人・知人と交流することと課金をして楽しむことには関係があるようである。他の質問では大きな差はないが、「時間を無駄にしていると感じる」以外では「課金」グループのほうが平均が高く、ゲーム利用にポジティブな印象を持っていると考えられる。

2. 4 ゲームとコミュニケーション

(1) SNS 利用状況

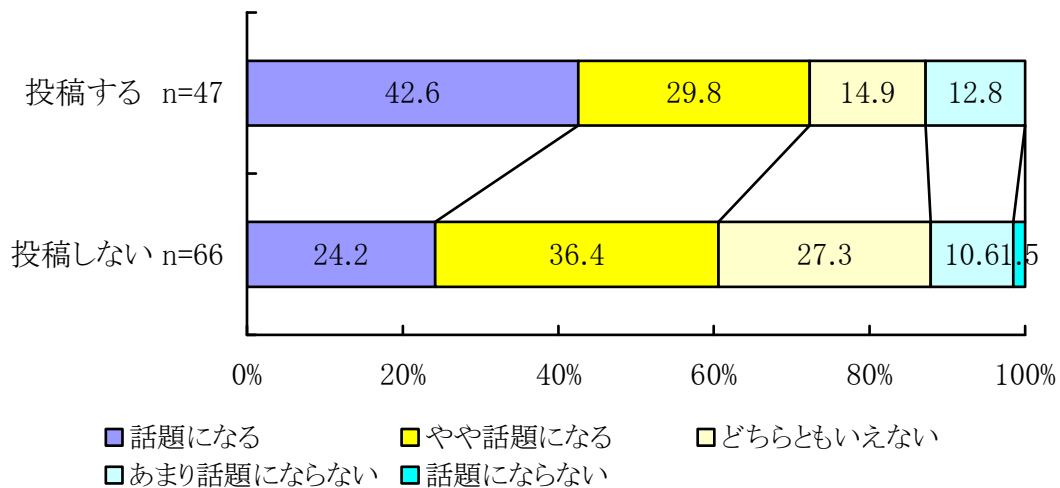
図 2-4-1 SNS利用状況(n=113)



現在登録している SNS はありますかという質問に対し、「Line」がもっとも多く約 89%、次いで「Twitter」が約 82%、「Facebook」が約 58%であった。一部のなにも登録していない人を除き、多くの人が何かしらの SNS を利用しているようである。

(2) ゲーム画面や結果の投稿

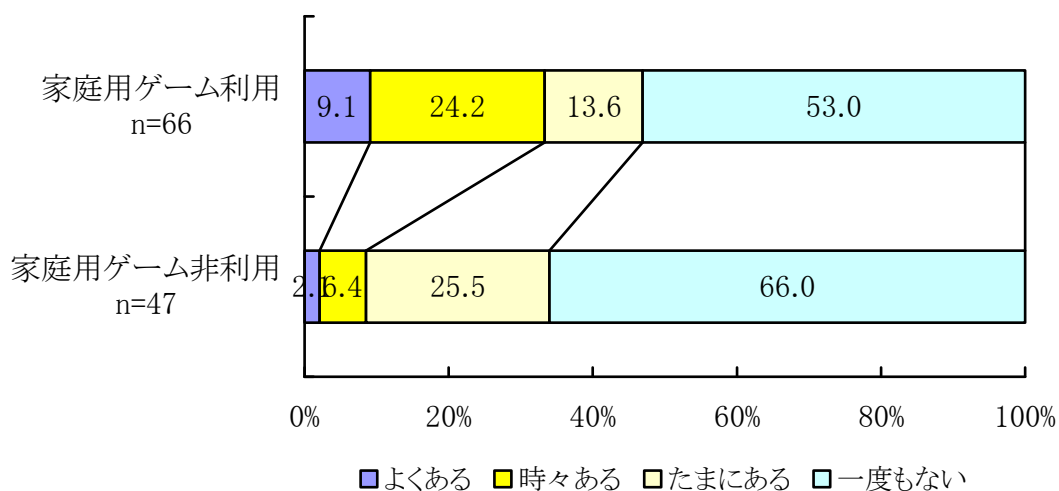
図2-4-2 ゲーム画面のネット投稿と友人との話題性



SNS 上にゲーム画面や結果などを投稿したことがあるかという質問に対して、「よくある」「時々ある」「たまにある」と回答したグループと、「一度もない」と回答したグループに二分し、ゲームは友人との話題になると思うかという質問とクロス集計した。投稿するグループでは「あてはまる」が約 43%、「ややあてはまる」が約 30%だったのに対し、投稿しないグループでは「あてはまる」が約 24%、次いで「どちらともいえない」が約 27%であった。SNS 上にゲームに関する投稿をする人のほうが、ゲームは友人との話題になると感じていると考えられる。

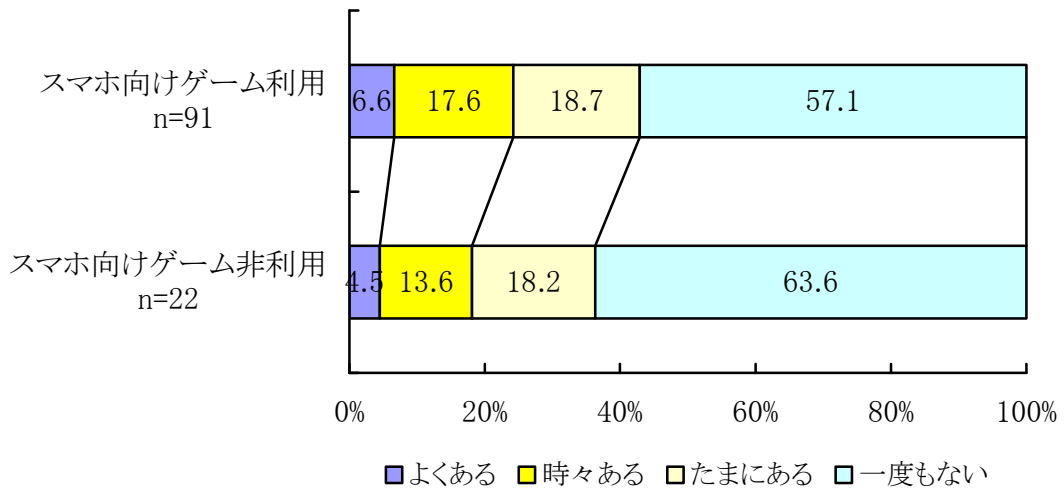
(3) 家庭用ゲームとスマートフォン向けゲームでの差異

図2-4-3 家庭用ゲーム利用とSNS投稿 (χ^2 乗:p=0.017)



家庭用ゲーム機ゲームをしたことがあるかという質問に対し「現在も継続的に利用している」「何度かしたことがある」と回答したグループを「現在利用」、「以前はしていたが今はほとんどしない」「一度もしたことがない」と回答したグループを「現在非利用」と二分し、SNS 上にゲーム画面や結果などを投稿したことがあるかという質問とクロス集計を行った。どちらも「一度もない」がもっとも多く半数以上を占めるが、家庭用ゲームを利用している人は半数近くが一度は投稿したことがあるようだ。家庭用ゲーム利用グループでは、次いで「時々ある」が 24.2%と多い。家庭用ゲーム利用者のほうが SNS 上にゲーム画面や結果を投稿する傾向にあると考えられる。

図2-4-4 スマホ向けゲーム利用とSNS投稿



スマートフォン・携帯電話向けゲームをしたことがあるかという質問に対し「現在も継続的に利用している」「何度かしたことがある」と回答したグループを「現在利用」、「以前はしていたが今はほとんどしない」「一度もしたことがない」と回答したグループを「現在非利用」と二分し、SNS上にゲーム画面や結果などを投稿したことがあるかという質問とクロス集計を行った。どちらのグループも特に差はなく、スマートフォン・携帯向けゲーム利用グループでは「一度もない」は約57.1%、利用していないグループでは約63.6%と多く、どちらも次いで「たまにある」「時々ある」「よくある」の順だった。

第3章 まとめと今後の課題

3.1 研究のまとめ

今回の調査では、スマートフォンの普及に伴い、ゲーム利用がどのように変化したかを検証したいと思い行った。まず、今までのゲーム利用経験に関する質問で、9割以上の人が一度でもゲームをしたことがあるという結果に驚いた。私たちの年代では幼いころには既にファミリーコンピュータやゲームボーイが発売されており、家族や友人とのゲーム利用経験の一度もない回答者は約1%と非常に少なく、成長過程においてゲームは当たり前の存在だと考えられる。

そのようなゲームに関して、家庭用ゲーム機でのゲーム利用、スマートフォン・携帯電話でのゲーム利用は異なっていると仮説を立てた。もっとも注目したのは、ゲーム利用時はどんな時かという質問の回答である。スマートフォン向けゲームは一般化しており、利用者も多いため、趣味となっている人もいると考えられた。しかし実際には「暇な時間」との回答が9割だ。ゲーム利用時間の増加した人も半数いたが、増加に伴い減少した時間は「ぼーっとしている時間」や「睡眠時間」が目立つ。ゲーム時間が増加したと回答した人は、ゲームは時間を無駄にしていると感じる傾向もある。家庭用ゲームと比較しても、未だスマートフォン向けゲームは暇つぶしとしての認識でしかないようだ。だが、そんなゲームに課金している人もいる。社会人は自由に使える金額が増え、課金する人がいるのはわかるが、学生ではどうか。およそ8割の人は無課金であると回答したが、一部では一万円を超える額を課金しているという。スマートフォン向けゲームは、家庭用ゲームの用途へと近づいてきているとも考えられそうだ。

コミュニケーションツールとしてのゲーム利用という点においては、やや差が見られた。SNSを利用する学生は多いが、ゲームをSNS上に投稿することはあまりないようである。だが、ゲームは友人との話題になると考える人はSNS上に投稿する人が多いことが分かった。また、家庭用ゲーム利用者のほうが、SNS上に投稿することが多く、家庭用ゲーム利用者はゲームを友人との話題とし、さらにSNS上でも取り上げるようだ。この点は興味深く、さらなる調査の検討を考えられる。

ただ、スマートフォンでのゲームは家庭用ゲーム機と比較して手軽で、友人・知人との交流に役立つと感じられている一方で、ストレス解消効果は弱く、時間の無駄だと感じられやすいようだ。スマートフォン向けゲームの選ばれ方と家庭用ゲームの選ばれ方は違うと考えられる。また、スマートフォン向けゲームでゲームユーザーが増加したとはいえ、すべての人がゲームを趣味として楽しむようになることは難しいのかもしれない。ゲーム業界はスマートフォン向け、家庭用ゲーム向けのそれぞれに対し、様々なユーザーの欲求に対応したものを生み出していく必要があるのだと思われる。

3. 2 反省と今後の課題

課金する人がどのような人なのか調査できなかった等、仮説に対しての確証を得られる設問を上手に作ることができなかった。問題の核となる仮設と検証できる質の良い設問があれば、充実した調査となっただろう。コンセプトに対する調査を深めること、それに対して考察し仮設を立てることにしっかりと取り組むことが大切だと感じた。次回は上記の点を踏まえ、現状を把握した上で調査に取り組みたい。

参考文献リスト

- ・「2012CESA ゲーム白書」一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会、2012
- ・朝日新聞 2013年6月12日朝刊「新型機はスマホ系 米でゲーム見本市、『気軽さ』『つながり』競い合う」
<http://digital.asahi.com/articles/TKY201306110717.html?ref=pcviewer>
- ・ファミ通.com 2013年5月28日「『ファミ通ゲーム白書 2013』発刊、2012年における国内・海外のゲーム市場動向を発表」
<http://www.famitsu.com/news/201305/28033928.html>
- ・Web担当者 2013年6月18日「スマホ普及率 49.5%に急伸 SNS利用は20代でも28%留まり 総務省の通信利用動向調査 発表」
<http://web-tan.forum.impressrd.jp/e/2013/06/18/15465>
- ・web R25 2013年6月20日「スマホの暇つぶし コスパ最強は？」
http://r25.yahoo.co.jp/fushigi/sp_column_detail/?id=20130620-00030191-r25
- ・ファミ通.com 2013年4月22日「エンターブレインの浜村弘一氏が講演“ゲーム産業の現状と展望<2013年春季>” 詳報」
<http://www.famitsu.com/news/201304/22032300.html>
- ・卒業生の調査「ゲーム産業のこれまでの動向と発展、これから」
<http://open.shonan.bunkyo.ac.jp/~hatakama/zemi/matsumura.pdf#search='%E3%82%B2%E3%83%BC%E3%83%A0%E6%A5%AD%E7%95%8C+%E8%AA%95%E7%94%9F'>

資料 調査の単純集計結果

「社会調査Ⅲ」の授業のための調査です。無記名ですので率直にお答えください。

問1 家庭用ゲーム機やパソコン、スマートフォン、携帯電話などでゲームをしたことがありますか。(1つに○) n=118

1. ある 95.8 2. 一度もない →問27へ 4.2

問2 あなたが好きなゲームジャンルはなんですか。(あてはまるものすべてに○) n=113

1. ロールプレイング 55.8 2. アクション 45.1 3. パズル・クイズ 44.2
4. リズムアクション 29.2 5. スポーツ 33.6 6. レース 18.6 7. 育成シミュレーション 28.3
8. 恋愛シミュレーション 14.2 9. その他 7.1 10. 特になし 3.5

問3 興味のあるゲームを見つけるのはどんなときですか。(あてはまるものすべてに○) n=113

1. 友達がやっているのを見て 51.3 2. ネットやSNS で見て 61.9 3. ランキングなどを見て 23.0
4. 友達に招待されて 13.3 5. その他 15.9

問4 ゲームを選択する際に注目することはなんですか。(あてはまるものすべてに○) n=113

1. ストーリー 65.5 2. グラフィック 42.5 3. サウンド 23.0
4. キャラクター 41.6 5. 声優 15.9 6. 操作性 34.5
7. 同じ会社の過去の作品 17.7 8. 利用者のレビュー 22.1 9. 友人が持っている 8.0 10. その他 9.7

【家庭用ゲーム機(携帯ゲーム機、ソフトを用いた PC ゲームを含む)でのゲームについてお聞きます。】

問5 家庭用ゲーム機を使ってゲームをしたことがありますか。(1つに○) n=113

1. 現在も継続的にしている 50.4 2. 何度かしたことがある 8.0
3. 以前はしていたが今はほとんどしない →問11へ 39.8 4. 一度もしたことがない →問11へ 1.8

問6 平均するとどのくらいの頻度で家庭用ゲーム機でゲームをしますか。(1つに○) n=66

1. ほぼ毎日 19.7 2. 週に4～5日 18.2 3. 週に2～3日 19.7 4. 週に1日 12.1
5. 月に2～3回 16.7 6. 月に1回以下 13.6

問7 平均すると平日一日合計で何時間くらい家庭用ゲーム機でゲームをしますか。(1つに○) n=66

1. 全くしない 9.1 2. 1～20分 21.2 3. 21～40分 9.1
4. 41～60分 13.6 5. 61～90分 25.8 6. 91～120分 12.1
7. 121～180分 6.1 8. 181分以上 3.0

問8 平均すると休日一日合計で何時間くらい家庭用ゲーム機でゲームをしますか。(1つに○) n=66

- | | | | | | |
|-------------|------|-----------|------|------------|------|
| 1. 全くしない | 5.1 | 2. 1~20分 | 7.6 | 3. 21~40分 | 3.4 |
| 4. 41~60分 | 15.2 | 5. 61~90分 | 15.2 | 6. 91~120分 | 21.2 |
| 7. 121~180分 | 10.6 | 8. 181分以上 | 9.1 | | |

問9 家庭用ゲーム機を使ってゲームをするのはどんな時間ですか。(1つに○) n=66

- | | | | | | | | | | |
|----------|------|---------|------|------------|-----|--------|---|-----|-----|
| 1. 趣味の時間 | 30.3 | 2. 暇なとき | 59.1 | 3. 友人と遊ぶとき | 9.1 | 4. その他 | 0 | 無回答 | 1.5 |
|----------|------|---------|------|------------|-----|--------|---|-----|-----|

問10 ダウンロード販売でゲームソフトや追加ダウンロードアイテムを購入したことがありますか。(1つに○) n=66

- | | | | | | |
|----------|------|---------|------|----------|------|
| 1. 何度もある | 15.2 | 2. 数回ある | 30.3 | 3. 一度もない | 54.5 |
|----------|------|---------|------|----------|------|

問11 今後家庭用ゲーム機を使ってゲームをしたいと思えますか。(1つに○) n=113

- | | | | | | |
|--------------|------|-------------|------|--------------|------|
| 1. とてもそう思う | 27.4 | 2. ややそう思う | 40.7 | 3. どちらともいえない | 10.6 |
| 4. あまりそう思わない | 11.5 | 5. 全くそう思わない | 9.7 | | |

【スマートフォン・携帯電話でのゲームについてお聞きします。】

問12 アプリゲーム、ソーシャルゲームおよびブラウザゲームをしたことがありますか。(1つに○) n=113

- | | | | |
|---------------------------|------|--------------------|------|
| 1. 現在も継続的にしている | 57.5 | 2. 何度かしたことがある | 23.0 |
| 3. 以前はしていたが今はほとんどしない→問19へ | 10.6 | 4. 一度もしたことがない→問19へ | 8.8 |

問13 平均するとどのくらいの頻度でアプリゲーム、ソーシャルゲームおよびブラウザゲームをしますか。(1つに○) n=91

- | | | | | | | | |
|-----------|------|-----------|------|-----------|------|---------|-----|
| 1. ほぼ毎日 | 46.2 | 2. 週に4~5日 | 14.3 | 3. 週に2~3日 | 16.5 | 4. 週に1日 | 7.7 |
| 5. 月に2~3回 | 6.6 | 6. 月に1回以下 | 8.8 | | | | |

問14 平均すると平日一日合計で何時間くらいアプリゲーム、ソーシャルゲームおよびブラウザゲームをしますか。(1つに○) n=91

- | | | | | | |
|-------------|------|-----------|------|------------|------|
| 1. 全くしない | 5.5 | 2. 1~20分 | 42.2 | 3. 21~40分 | 18.7 |
| 4. 41~60分 | 15.4 | 5. 61~90分 | 8.8 | 6. 91~120分 | 3.3 |
| 7. 121~180分 | 3.3 | 8. 181分以上 | 2.2 | | |

問15 平均すると休日一日合計で何時間くらいアプリゲーム、ソーシャルゲームおよびブラウザゲームをしますか。(1つに○) n=91

- | | | | | | |
|-------------|------|-----------|------|------------|------|
| 1. 全くしない | 7.7 | 2. 1~20分 | 35.2 | 3. 21~40分 | 23.1 |
| 4. 41~60分 | 12.1 | 5. 61~90分 | 9.9 | 6. 91~120分 | 5.5 |
| 7. 121~180分 | 4.4 | 8. 181分以上 | 2.2 | | |

問16 アプリゲーム、ソーシャルゲームおよびブラウザゲームをするのはどんな時間ですか。(1つに○) n=91

1. 趣味の時間 3.3 2. 暇なとき 90.1 3. 友人と遊ぶとき 1.1 4. その他 2.2 無回答 3.3

問17 基本無料ソーシャルゲーム、ブラウザゲームおよびアプリゲームで課金をしていますか。(1つに○) n=91

1. 無課金 80.2 2. 1~500円 6.6 3. 501~1000円 3.3 4. 1001~5000円 2.2
5. 5001~10000円 0 6. 10001円以上 6.6 無回答 1.1

問18 基本有料ソーシャルゲーム、ブラウザゲームおよびスマートフォン向けゲームをしていますか。(1つに○) n=91

1. 使用していない 80.2 2. 使用しているが無課金 12.1 3. 使用しており課金している 5.5 無回答 2.2

問19 今後ソーシャルゲーム、ブラウザゲームおよびアプリゲームをしたいと思いますか。(1つに○) n=113

1. とてもそう思う 13.3 2. ややそう思う 31.9 3. どちらともいえない 26.5
4. あまりそう思わない 13.3 5. 全くそう思わない 13.3 無回答 1.8

【ゲームをしたことがある全員にお聞きします。】

問20 現在登録している SNS はありますか。(あてはまるものすべてに○) n=113

1. Facebook 58.4 2. Twitter 82.3 3. mixi 33.6 4. Line 89.4 5. Mobage 21.2
6. GREE 21.2 7. その他 2.7 8. 何も登録していない 2.7

問21 現在スマートフォンを使用していますか。(1つに○) n=113

1. はい 94.7 2. いいえ →問24へ 5.3

問22 スマートフォン利用者にお聞きします。

スマートフォン移行前と移行後では、ゲーム利用時間に変化はありますか。(1つに○) n=107

1. 以前よりゲーム時間が増えた 56.1 2. 変わらない →問24へ 39.3
3. 以前よりゲーム時間が減った →問24へ 4.7

問23 以前よりゲーム時間が増えたと回答した人にお聞きします。ゲーム時間が増えたことによって、今まで何をしていた時間が減少しましたか。(1つに○) n=60

1. 趣味 8.3 2. 学習 10.0 3. 睡眠 36.7 4. アルバイト 0.5 5. ぼーっとしている時間 43.3 無回答 1.7

問24 家族や友人と一緒にゲームで遊んだことがありますか。(1つに○) n=113

1. よくある 27.4 2. 時々ある 54.9 3. あまりない 15.9 4. 一度もない 0.9 無回答 0.9

問25 SNS 上に、ゲーム画面や結果などを投稿したことがありますか。(1つに○) n=113

1. よくある 6.2 2. 時々ある 16.8 3. あまりない 18.6 4. 一度もない 58.4

問26 スマートフォンと連動して利用できる家庭用ゲーム機が開発されていますが、利用したいと思いますか。(1つに○) n=113

1. そう思う 0.9 2. ややそう思う 14.2 3. あまりそう思わない 54.0 4. まったく思わない 31.0

問27 ゲームについてあなたはどのように考えますか。次の a~j のあてはまり度合いを教えてください。(1つずつ○) n=118

	あてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	あてはまらない	無回答
a.楽しい	62.7	27.1	5.9	1.7	2.5	0
b.暇つぶしになる	72.9	20.3	3.4	1.7	1.7	0
c.手軽である	40.7	33.1	21.2	3.4	1.7	0
d.友人・知人と交流できる	25.4	31.4	26.3	12.7	4.2	0
e.知らない人と交流できる	16.9	18.6	24.6	22.9	16.9	0
f.友人との話題になる	30.5	33.1	22.0	11.9	2.5	0
g.現実を忘れられる	18.6	18.6	22.9	20.3	19.5	0
h. ストレス発散できる	22.0	29.7	22.9	14.4	11.0	0
i. 身体的・精神的に悪影響がある	7.6	22.9	43.2	16.1	8.5	1.7
j. 時間を無駄にしていると感じる	22.0	24.6	30.5	14.4	7.6	0.8

問28 一か月に自由に使えるお金(生活費以外)はどのくらいありますか。(1つに○) n=118

1. 1万円未満 17.8 2. 1~3万円未満 40.7 3. 3~5万円未満 22.9 4. 5万円以上 18.6

F1. あなたの性別を教えてください。(1つに○) n=118

1. 男 55.1 2. 女 44.9

F2. あなたの学年を教えてください。(1つに○) n=118

1. 1年生 0 2. 2年生 39.0 3. 3年生 42.4 4. 4年生 18.6

F3. あなたの血液型を教えてください。(1つに○) n=118

1. A型 39.0 2. B型 15.3 3. O型 38.1 4. AB型 6.8 無回答 0.8

F4. あなたの世帯状況を教えてください。(1つに○) n=118

1. 一人暮らし 50.8 2. 実家暮らし 46.6 3. その他 2.5

調査は以上で終了です。ご協力ありがとうございました。