

ポケモン Go を続けている人の特性に関する研究

池本 雄真 稲本 統悟 土方 嘉徳

関西学院大学商学部

contact@soc-research.org

概要 本稿では、位置情報ゲームの一つであるポケモン Go を対象に、長期的にプレイ続けているユーザーの特性を明らかにする。62 項目から構成されるアンケートを 500 人のポケモン Go ユーザー(過去にユーザーであった人も含む)を対象に実施して、アンケート結果を分析したところ、イノベータ理論におけるイノベータやアーリーアダプタに相当するユーザーや、友人と一緒にプレイしているユーザーは、ポケモン Go を継続している傾向にあることが分かった。

キーワード ポケモン GO, 位置情報ゲーム, 長期的利用

1 はじめに

近年、ポケモン Go や妖怪ウォッチワールドのような位置情報ゲームが人気である。位置情報ゲームとは、スマートフォンやタブレット端末などの携帯端末が持つ位置測定機能(一般に、GPS や携帯電話の基地局の電波などを利用して測位する)を利用したゲームのことである。ユーザー自らが携帯端末とともに実世界を移動し、ゲームの運営サイトに位置情報を送信することでゲームが進行する。ゲーム自体は仮想の内容であるが、ユーザーはあたかも実世界でゲームをしているような感覚を得ることができる。

位置情報ゲームの中には、ゲームの世界において広告が出てきたり、ゲームの構成要素に企業スポンサーを付けたりして、広告媒体として機能させているものがある。特に仮想世界から実世界店舗へのユーザーの誘導が期待できる点から注目を集めている[1]。これまでの多くのソーシャルゲームやスマートフォンのゲームは、ユーザーに課金させることで(ゲーム中でのアイテムの購入や、ガチャと呼ばれるキャラクタを取得するためのくじ引きを行うため)、収益を得ているものが多かった。これらのゲームではユーザーに課金させることが目的であったが、広告媒体として機能しているゲームでは、多くのユーザーが継続的に利用することが必要となる[2]。

そこで本研究では、2016 年 7 月にリリースされ、本稿の執筆時点でおおよそ 2 年が経過したポケモン Go を対象に、今なおプレイ続けているユーザーの特性を明らかにする。具体的には、62 項目から構成されるアンケートを 500 人のポケモン Go ユーザー(過去にユーザーであった人も含む)を対象に実施した。アンケート結果を分析したところ、イノベータ理論におけるイノベータやアーリーアダ

プタに相当するユーザーや、友人と一緒にプレイしているユーザーは、ポケモン Go を継続している傾向にあることが分かった。

本稿の構成は以下の通りである。2 章でアンケート調査の方法と取得したアンケート回答の概要について述べる。3 章でアンケート回答の分析結果を述べ、4 章で結論を述べる。

2 調査方法

2.1 調査の概要

本研究では、質問紙調査によりユーザーに今なおポケモン Go をプレイし続けているかどうかとユーザーの特徴を尋ねる。ユーザーの特徴ごとにポケモン Go をプレイし続けている割合に差があるかどうかを確認する。質問紙調査は、ポケモン Go をしたことがあるユーザーを対象に、クラウドソーシングサービスにて実施する。

2.2 ユーザー特徴

以下の 7 種類のユーザー特徴を調査対象とする。

- (1) 基本的なデモグラフィック情報 (9 項目)
性別、年齢、地域、地区、職業、学歴、趣味、配偶者の有無、子供の有無
- (2) ソーシャルメディア・ゲームの経験(4 項目)
利用しているソーシャルメディアの種類、ゲームのプレイ頻度、所有するゲーム機の種類、プレイするゲームのジャンル
- (3) 一般的行動特性 (2 項目)
友人の数、イノベータ理論のカテゴリ
- (4) ポケモンへの親密度 (2 項目)
プレイした歴代ポケモンゲーム、視聴したポケモンアニメ・映画

(5) ポケモン Go への経験 (9 項目)

ポケモン Go を始めた時期, 始めた理由, トレーナレベル, 利用状況, 移動手段, ついでショッピングの経験, 情報入手先, プレイする目的, これまでの課金額

(6) コミュニケーションに関する経験 (6 項目)

友達とのプレイの経験(ポケモン捕獲, ジムバトル, レイドバトル), 周りでポケモン Go をしている友人数, ポケモン Go を通じて知り合った友人数, コミュニティへの参加の有無

(7) プレイするモチベーション (3 項目)

ポケモン Go を続けるモチベーション, ポケモン Go を続ける要因になっているイベント, 実装して欲しい機能

また, ユーザがポケモン Go を続けているかどうかは, 以下の質問を行うことで取得した。

(A) ポケモン Go の継続に関する質問

ポケモン Go 中断と復帰の経験, ポケモン Go を中断した理由, 中断した時期, 再開の理由

具体的には, 「中断したことがない」または「中断したことがあるが復帰した」ユーザを継続中とみなした。

上記の質問項目への回答は, あらかじめ用意された選択肢から選択させることで得た。

3 調査結果

3.1 調査の実施

上記の質問紙調査(全 62 項目(最も詳細な単位でカウント))を, 2018 年 5 月 8 日~10 日の 3 日間で, クラウドソーシングサービスの一つであるクラウドワークスで行った。アンケートの参加条件は, ポケモン Go をしたことがある日本人であることである。500 人のユーザから回答があった。回答者には, 108 円の報酬を支払った。

回答者の信頼性を担保するために, ポケモン Go をプレイしたことがある人であれば知っているはずである質問(最初にお供にできるポケモンとたまごの種類)を尋ね, 正しく回答できなかったユーザの回答は削除した。結果として, 360 人のユーザが調査対象として残った。

3.2 調査結果

ユーザ特徴については, 大項目で 7 種類, 小項目まで数えると合計 35 種類を採り上げた。これと, ユーザが今でもポケモン Go を続けているかどうかの間で連関があるかどうかを確認した(いずれもカテゴリカル変数とみなした)。具体的には, クロス集計表を基にクramerの連関係数を算出し, カイ二乗検定を行った。検定の結果, いくつかの小項目で連関があることが確かめられた

($p < .01$)。本稿ではその中でも顕著な差が確かめられ, なおかつ現象として興味深いものを紹介する。なお, 全体の継続率は, 51.7%であった。

最も興味深い結果は, ユーザの一般的行動特性の中のイノベータ理論に関する程度とポケモン Go の継続性の関係であった。イノベータ理論は, 革新的な新商品を受容する消費者層を, その購買時期から 5 つのタイプで分けたもので, 受け入れる順番の早い者から「イノベータ(革新者)」、「アーリーアダプタ(初期採用者)」、「アーリーマジョリティ(前期追随者)」、「レイトマジョリティ(後期追随者)」、「ラガード(遅滞者)」と呼ばれる[3]。我々は, この理論の提唱者である Rogers が行ったタイプへの説明付け[3]に合うように回答の選択肢を作成し, ユーザ自身に自己評価させた。調査結果としては, イノベータとアーリーアダプタを合わせたユーザ層の継続率は 88.0%であった。一方, その他の 3 つ層を合わせたユーザ層の継続率は 49.0%であった。クramerの連関係数は, 0.20 であった($X^2=14.2$ ($df=1$))。

もう一つの興味深い結果は, コミュニケーションに関する経験の中の友達とのプレイの経験であった。ポケモン捕獲を友達と行うユーザの継続率は 59.2%, ジムバトルを友達と行うユーザの継続率は 75.9%, レイドバトルを友達と行うユーザの継続率は 80.9%と, 友達と一緒にプレイしているユーザは継続率が高いことが分かった。クramerの連関係数はそれぞれ, 0.15, 0.27, 0.32 であった($X^2=8.6, 25.4, 37.6$ ($df=1$))。ポケモン Go は, テレビゲームの一つであり, 基本的には一人で遊ぶものであるが, ポケモン Go というゲームを通して友達とコミュニケーションを取っているユーザほど継続しているという点は, 我々の予想を裏切る結果であった。

4 おわりに

本稿では, ユーザの様々な特徴とポケモン Go を継続してプレイしているかどうかについて調査した。500 人に質問紙調査をした結果, イノベータ理論のイノベータとアーリーアダプタ, 及びゲームを通じて友達とコミュニケーションを取っているユーザは, ポケモン Go を継続していることが分かった。

参考文献

- [1] 藤本誠之:ポケモン Go が世界経済を救う!, 牧野出版, 2016.
- [2] 土方嘉徳, 安藤 諒, 酒田信親:ソーシャルログインはユーザのサービス利用を継続させるか? ~Pinterest における Facebook ログインを調査して~, ARG 第 8 回 Web インテリジェンスとインタラクション研究会 (ARG W12 研究会), W12-2016-02, pp. 7-16, 2016.
- [3] Everett M. Rogers: Diffusion of Innovation (5th Ed.), New York, NY: Free Press, 518p., 2003.