

サックコスト効果が課金行動に及ぼす影響の調査研究

高杉 万由子

スマートフォンの普及に伴い、スマートフォンを用いた娯楽であるソーシャルゲームの普及も著しい。若年層を中心に広く遊ばれているソーシャルゲームだが、近年ソーシャルゲームに対する過度な課金行動が社会問題と化している（日本経済新聞, 2014; 産経新聞, 2017; 産経新聞, 2015; 産経新聞, 2018）。ソーシャルゲームと同様に、多くの人々に親しまれつつ依存性などの面で問題性が指摘されているものにギャンブルが存在し、以前から多くの研究者がその行動要因について研究を重ねてきた。一方ソーシャルゲームのガチャシステムについては、ギャンブルと多くの類似点を持ちつつもギャンブルに完全一致するわけではなく、またその研究報告数は少ない。本研究においては、過度な課金行動の抑制のために、課金行動の促進要因をサックコスト効果と仮定しサックコスト効果の課金行動に対する影響について調査を行った。また、サックコスト効果に関連するパーソナリティ特性について調査するために、「運の知覚」尺度(高田・湯川, 2014), 後悔尺度(磯部・久富・松井・宇井・高橋・大庭・竹村, 2008), 追求者尺度(磯部・久富・松井・宇井・高橋・大庭・竹村, 2008), もったいない情動特性: 価値あるものの未発揮尺度(黒川, 2013), ゲーム依存尺度(渋谷, 2017)とサックコスト効果尺度との相関性を検討した。

質問紙を用い調査を行った結果、ソーシャルゲームのガチャにおける課金額の意思決定に、サックコスト効果の有意な影響は無いことが示された。その理由について、参加者のソーシャルゲーム経験数及びガチャ経験数が少なかったこと、参加者の月平均課金額の傾向と世間一般の月平均課金額の傾向に相違があったこと、参加者の年齢層の低さが考えられる。しかし、参加者全員を分析対象とした場合とガチャ経験者を分析対象とした場合とを比較すると、後者のほうがサックコスト効果の課金行動に対する影響の有意確率が低くなった。その理由について、ガチャへの親近性の影響が推測される。本研究の意義はこのソーシャルゲームないし課金行動そのものに対する親近性が課金行動、サックコスト効果に関連性のある可能性を示唆した点にある。また、サックコスト効果に関連するパーソナリティ特性の検討においては、どの尺度間にも有意な相関性が認められず、サックコスト効果に関連するパーソナリティ特性を明らかにするには至らなかった。その理由として、項目数の少なさとゲーム経験者の少なさの可能性が考えられる。

本研究の限界は、使用したシナリオの種類数の少なさとサンプルの年齢層の低さ、そしてサンプルの種類が少ないことに挙げられる。したがって今後の研究においてはシナリオの種類を増やし探索的な検討を重ねることと、より幅広い年齢層・種類のサンプルを収集し分析を行う研究が必要である。また、本研究においてガチャ経験者に絞った分析から示唆された切り口として、ゲーム経験者とゲーム未経験者の比較をより詳しく進めていく必要もある。(社会心理学)