

ゲームプレイ意欲維持におけるフィードバックの影響と課金促進要因の検討

福山 竜馬

スマートフォンやタブレットの普及により、スマホゲーム市場は今や最も活気のある市場のうちの1つである。その収益の大部分を支えるものが、ユーザーの課金である。先行研究によると、ユーザーが課金ユーザーとなるには、まず、ゲームを継続的にプレイするリピーターとなる段階を経る必要があるという。ユーザーに継続的なゲームプレイを促す要因に関して、既存の研究では、ゲームプレイに対するフィードバック価(ポジティブ/ネガティブ)の、内発的動機や心理的ニーズの満足度に対する影響によって説明できるとされる。しかし、そこでは、教育目的のゲームと定義される「学習ゲーム」においてのみが検討されており、その他のゲームジャンルにおいては検討されていないという問題があった。したがって、本研究では「学習ゲーム」でないゲームの種類として、「娯楽ゲーム」を定義し、両ゲームの間でフィードバック価と継続的なゲームプレイの関連を比較検討した。また、これに加えて、ゲームユーザーが課金を促進される要因について、ゲームにおける課金促進策や、ユーザーのプレイ動機およびゲームへの態度に着眼し、検討を行った。

実験1では、参加者を、与えたフィードバック価によってポジティブ群とネガティブ群に分類し、学習ゲームと娯楽ゲームにおいて、フィードバック後の内発的動機、心理的ニーズの満足度およびゲームのプレイ意欲を比較した。実験の結果、ポジティブフィードバックによって、ユーザーの心理的ニーズ「能力」が満たされ、長期的なゲームプレイ意欲の維持を促すことが示された。また、ゲームの種類による比較では、学習ゲームの方がニーズ満足度が高く、プレイ意欲の維持においては、両方で異なる要因が影響を示した。

実験2では、特定ゲームのユーザーの課金行動における、ユーザーのプレイ動機、課金促進策に対する魅力、ゲームへの態度などの諸要因の影響を検討した。実験の結果、課金促進策の「割引」と、ゲームへの態度の「ゲームスキル」が課金額に正の影響を示した。この結果から、ユーザーは割引施策に魅力を感じることで課金が促され、また、ゲームに対する自信が向上するほど、課金を行いやすくなることが示唆された。

以上より、本実験の結果からユーザーが課金ユーザーになるメカニズムを解釈すると、ユーザーはゲームをプレイした際にポジティブなフィードバックを受けることによって、自らに有能性を感じるようになり、継続的にプレイするリピーターとなる。そして、リピーターとなったユーザーが、そのゲームに対して自信をつけたり、魅力的な割引施策が実施されることによって課金行動を促され、課金に至ることを示唆した。(安全行動学)