



女性向けアプリでみる
長寿コンテンツの秘密！？



井村ゼミナール
桐畑 瑞希
沼端 玲華

目次

1. 研究動機

2. 背景

3. 研究目的

4. 疑問

5. 研究方法

6. 調査対象媒体

7. 分析①

8. 分析②

9. 分析③

10. まとめ

11. 考察

12. 参考文献

1. 研究動機

・女性向けアプリのカテゴリーは人気であるのに対し、サービスを終了しているアプリは多数

●女性向けアプリのサービスが終了する原因

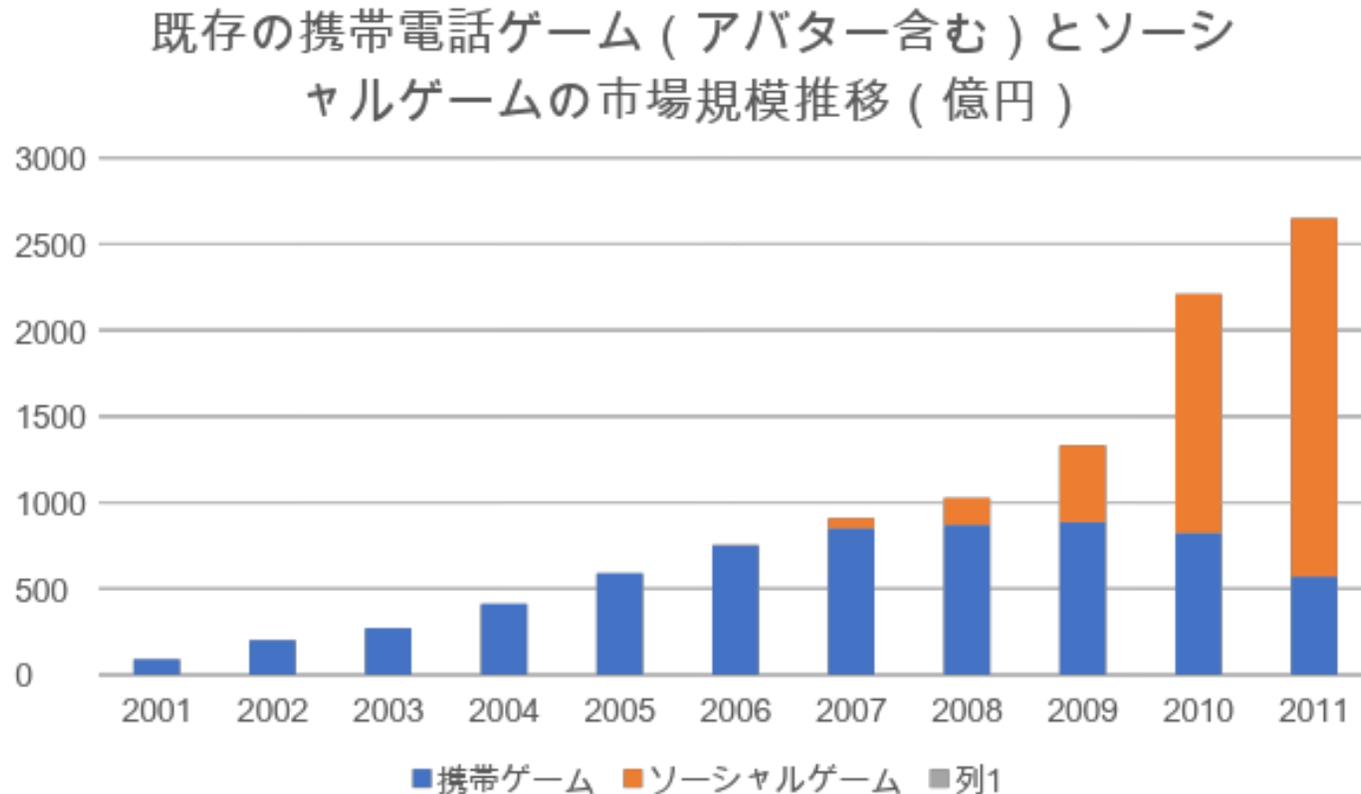
●長寿コンテンツが長く続く理由

長く続いているあんさんぶるスターズを元に探る。

男子アイドル育成に特化した「私立夢ノ咲学院」。学院の「プロデュース科」第1号、そして初の女子校生として転入してきた主人公は、個性豊かなアイドルたちのプロデュースを通し、青春の日々を送っていく物語。

2. 背景 今回のテーマに関して

- ・2007年頃から携帯ゲームよりソーシャルゲームが増加
その後ソーシャルゲームは市場規模が拡大し、2007年～2011年の間に**60億**
→2078億円になる



引用) 日本デジタルゲーム産業史

2. 背景 今回のテーマに関して

- ・2010年頃 ソーシャルゲームはオンラインゲームが主流に。
ビジネスモデル...プレイ自体は無料、収入は有料アイテム販売
※基本『GREE』、『DeNA』のプラットフォームでのみ開発

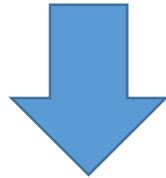
ベースとなるゲームエンジンを同じにして多くのタイトルをリリースすることができる

→多数リリースで利益をより得られ、開発費も安く済む

価格差別戦略がとれるので高い利益率と成長率になる

2. 背景 今回のテーマに関して

- 2012年からガラケー→スマホに移行
ソーシャルゲームの市場が激変



- App StoreやGoogle Playからダウンロードする形になる
→『GREE』など以外に他企業がビッグプレイヤーとして登場
一方、流れに乗れず利益が減る会社も増加

開発費に数千万円かかるため丁寧に育てることが必要になる

引用) 日本デジタルゲーム産業史

2. 背景 今回のテーマに関して

- ・2013年 パズドラがソーシャルゲームのデザイン型を変えた
昔 Pay to Win型 → 今 Free to Play型

課金すればするほど勝てるゲーム
→課金しないと楽しめない

【Free to Playの特徴】

- ・一人でも飽きないようなつくり
- ・課金なしでも充分遊べる
 - …ある程度までは遊べるがレベルが上がると課金が必要になる形
→自然と課金アイテムを購入するように促している

2. 背景 今回のテーマに関して

- ・今は女性向けアプリは戦国時代と言われるほどの人気
- ・その反面サービス終了しているコンテンツも多い
 - 2013年11月時点の売上Top100のスマホゲームが、
2018年2月の売上Top100に入っている割合はわずか**12%**



スマホゲームで5年近く高い売り上げを維持できるものは少ない

引用)ヒットしたモバイルゲームでも、5年後生存しているのは7~8本に1本。“長寿”の秘訣が明かされた「超長期ゲーム運営サミット」をレポート<https://www.4gamer.net/games/999/G999904/20180512006/>

2. 背景 今回のテーマに関して

- ・約3年以内でサービス終了したコンテンツは**14**(2020年2月時点)

最短「Readyyy!」(**4ヶ月**)

最長「夢色キャスト」(**約3年半**)

主人公は新人プロデューサー。
5つのユニット合計18人のアイドルを担当することになる。
栄光のゴールドステージを目指す18人と主人公の物語。

主人公は脚本家。
劇団『夢色カンパニー』の7人のキャストたちと恋に落ちる恋愛シュミレーションゲーム。

他のサービス終了コンテンツも大体は1年程での終了が殆ど

引用) <https://ready.sega.jp/game/info/detail/067540.html> (公式サイトReadyyy!)

softgreen.fem.jp/gamesogo/?p=4908 (乙女向け(女性向け)ゲームアプリ、相次いで終了のお知らせ)

2. 背景 今回のテーマに関して

- ・現段階でサービス終了といかなくても危ういコンテンツは多数

Ex) 推定売上

おそ松さんのニートスゴロクぶらり旅 **208万(50位)**

イケメン幕末 **587万(45位)**

- ・売上1億円を超えるアプリの方が少ない

→63個中**49個**が売上1億円を超えないアプリ (2020年3月時点)

引用) game-i.daa.jp/?cmd=tagselect&tag=%E5%A5%B3%E6%80%A7%E5%90%91%E3%81%91 (女性向け関連アプリ売上集計)

2. 背景 今回のテーマに関して

その中でも

- ・A3!
- ・あんさんぶるスターズ！！（あんスタ！！）

は上位の売り上げを維持、どちらも3周年、5周年を迎えるほど続くコンテンツ

推定売上

あんスタMusic **4.00億(1位)**

Basic **1.15億(9位)**

A3! **2.23億(3位)**

(2020年3月時点)

A3！とは...

主人公は劇団の監督。
劇団は借金まみれでお客さんもゼロ。団員も一人のところから主人公は主宰兼監督として劇団を立て直していく物語。

3. 研究目的

女性向けのアプリで長く続いているコンテンツと、現在売上が下火になっているコンテンツとの違いから

- 既存ユーザーがコンテンツを利用し続けている理由
- 新規ユーザーを獲得できている理由

を探して長寿コンテンツに必要なものは何かを考える。

4. 疑問

- 1、ユーザーは何を求めているのか？
→女性向けゲームを始めるきっかけは？
- 2、不人気ゲームはなぜ不人気なのか？
→人気になるためにはどうすればよいか
- 3、人気ゲームの人気の要因は？
→人気の秘訣、人気を維持するには？

5. 研究方法

▪ Webスクレイピングツールoctoparseを使用しデータ収集

- レビュー内容
 - ☆の数
 - 日付
 - 参考になった数
- を収集しExcelにエクスポート

	A	B	C	D	E	F
1	ゲーム名	日時	内容	参考になった	星	人気
2	ときめき彼氏	2020年7月31日	恋愛ゲーム	9	5	不人気
3	ときめき彼氏	2020年7月31日	イケメンぞ	9	5	不人気
4	ときめき彼氏	2020年8月3日	恋愛ゲーム	5	5	不人気
5	ときめき彼氏	2020年7月29日	キャラクタ	0	5	不人気
6	ときめき彼氏	2020年7月28日	ドキドキす	0	5	不人気
7	ときめき彼氏	2020年6月27日	多分自分の	6	2	不人気
8	ときめき彼氏	2020年6月4日	短期的な会	44	2	不人気
9	ときめき彼氏	2020年4月8日	課金しない	43	2	不人気
10	ときめき彼氏	2020年7月31日	かっこいい	1	5	不人気
11	ときめき彼氏	2020年8月3日	知り合いに	1	5	不人気
12	ときめき彼氏	2020年4月10日	操作も簡単	11	5	不人気
13	ときめき彼氏	2020年4月11日	定型文選択	7	5	不人気
14	ときめき彼氏	2020年6月12日	画面が暗い	1	1	不人気
15	ときめき彼氏	2020年8月3日	ストーリー	1	5	不人気

人気ゲーム、不人気ゲームで分割し、GooglePlayの評価欄のアプリレビュー(レビュー付きのみ)を比較する

6. 調査対象媒体

人気ゲーム

ゲーム名	件数
あんさんぶるスターズ！！ Basic	15,969件
あんさんぶるスターズ！！ Music	2,121件
	計18,090件

(あんスタ！！は2020/3/15に1つのアプリが2つに分かれた為、あんスタ！！の頃のレビューも含めるようにBasicも使用)

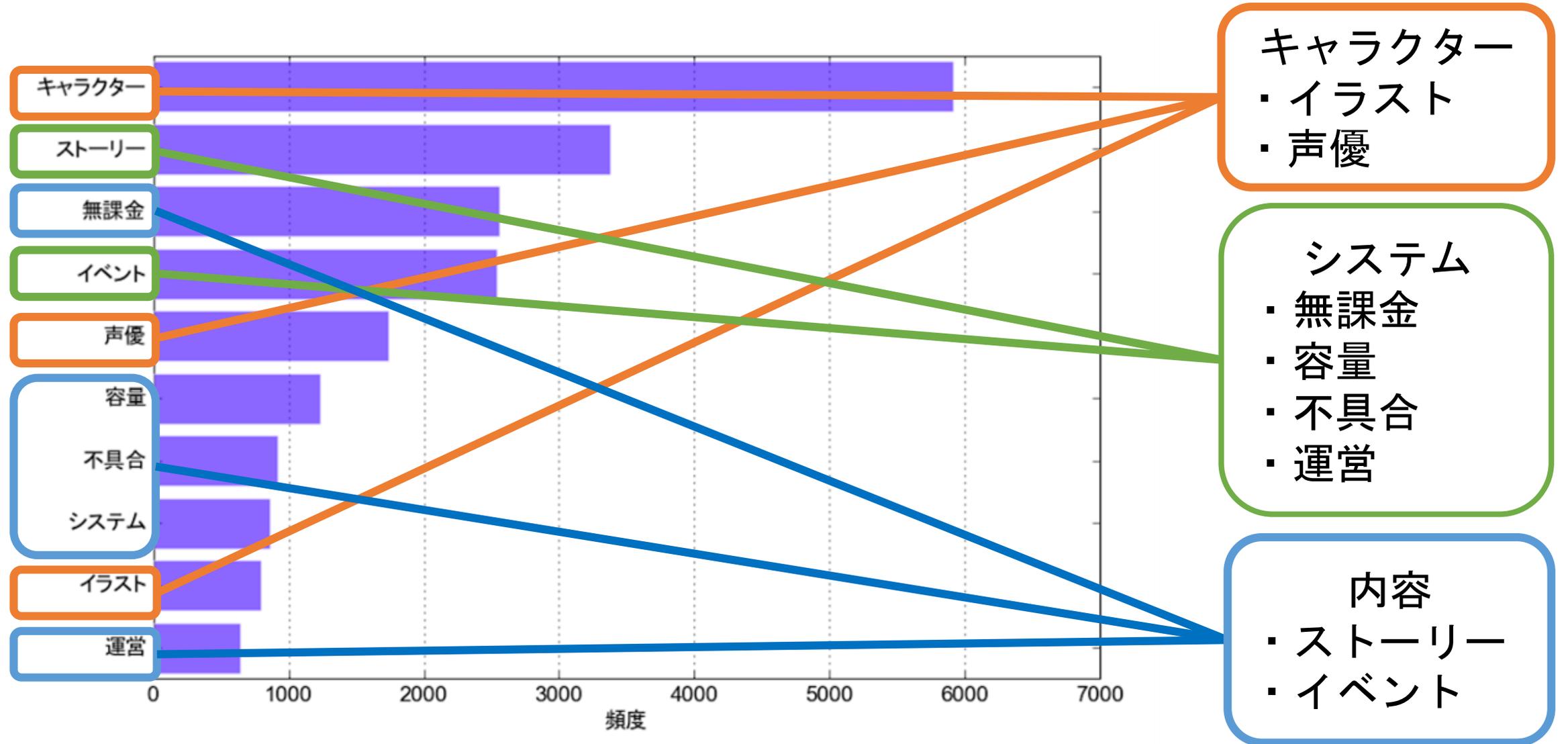
不人気ゲーム

ゲーム名	件数
MakeSーおはよう、私のセイー	2,435件
RenCa_A_N	245件
アイチュウ	5,154件
DREAM!ing	849件
アニドルカラーズ	283件
ダンキラ！	716件
乙女剣武蔵	68件
ワールドエンドヒーローズ	559件
ヒーロー'sパーク	211件
ときめき彼氏	452件
	計10,972件

(2015年6月～2020年9月時点)

7. 分析① 単語頻度分析

女性向けゲームに何を求めているのか



8. 分析② 特徴語、特徴語表現分析 人気低評価

	特徴語	特徴表現
1	酷い	ネットワークー接続＋できない
2	運営	意味ーわかる＋ない
3	課金	気持ちー悪い
4	ユーザー	扱いー酷い＋すぎる
5	扱い	課金ー返す＋したい
6	ネットワーク	意味ー分かる＋ない
7	サーバーエラー	運営ー無能
8	入る＋ない	運営ー酷い
9	接続＋できない	広告ーうざい
10	無駄	扱いー酷い

ネットワーク
環境、接続不
良が主

わざわざレビュー
に書きにきている
→宣伝が多い

8. 分析② 特徴語、特徴語表現分析 人気高評価

	特徴語	特徴語表現
1	キャラクター	無課金-遊ぶ+できる
2	ストーリー	課金-貰う+できる
3	無課金	課金-貯まる
4	作業ゲー	キャラクター-個性豊か
5	推す	キャラクター-動く
6	声優	ストーリー-深い
7	課金	友達-勧める
8	イラスト	操作-簡単
9	個性	作業ゲー-走る
10	飽きる+ない	課金+ない-遊ぶ+できる

無課金の話が上位

キャラクター
やストーリー
の個性の強さ、
ゲームシステ
ムの簡単さが
特徴

既存ユーザーから新規ユ
ーザー獲得をしている

8. 分析② 特徴語まとめ

人気（あんスタ）の特徴

- ・ 起動させて**ゲームを進める中**での不具合
- ・ **宣伝**や**既存ユーザーからの口コミ**で広まっている
- ・ **独特**なストーリーやキャラクター
- ・ 遊び方が**簡単**
- ・ 無課金でできる**範囲の広さ**

9. 分析③ 評判抽出分析 好評語

人気TOP5	不人気TOP5
イラスト	容量
無課金	キャラクター
キャラクター	無課金
ストーリー	イラスト
イベント	ストーリー

ユーザーが**評価しているポイント**は人気のゲームも不人気のゲームも**変わらない**。



不人気ゲームが不人気なのは評価されているポイントが要因ではない。

不人気ゲームが人気になる要素が揃っている！

9. 分析③ 評判抽出分析 不評語

人気TOP5	不人気TOP5
無課金	容量
確率	システム
イベント	動作
ストーリー	不具合
容量	無課金

ガチャの確率
など課金後の
問題

不人気の要因はゲーム内容ではなく、利便性や不具合といった**ゲーム以前の問題**にある。

↓
システムを見直せば人気ゲームになる可能性

9. 分析③ 評判抽出分析 まとめ

- 評価されているポイントは一緒
→不人気ゲームも人気になる要素は持っている。
- 評価されていないポイントが異なる
不人気：内容ではなく、ゲーム以前の問題
人気：課金したあとの問題

10. 疑問に対してのまとめ

1、ユーザーは何を求めているのか？

主にキャラクター・システム・内容の三つ

2、人気ゲームの人気の要因は？

【人気の秘訣】

ゲーム自体の環境がスタートから整っている**安定性**

ユーザーを**飽きさせない**ゲーム内容や**更新の速さ**

無課金で楽しめる範囲の広さ、課金する場合でも無課金ユーザーとの比較が大きく**課金しやすい環境**ができています。

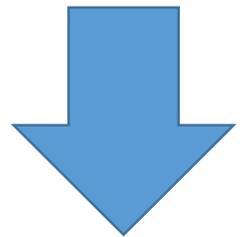
【人気を維持するには】

既存ユーザーの**拡散力**や**宣伝効果**で新規ユーザー獲得

10. 疑問に対してのまとめ

3、不人気ゲームはなぜ不人気なのか？

内容ではなく、システムなど**ゲーム以前のところに問題**がある。



人気ゲームになるには？

人気の要素を持っているため、

システムを見直せば人気ゲームになる可能性がある！

11. 考察

長寿コンテンツになる為には

- ・大きな不具合にもすぐ対応できる**運営体制**
- ・CM等の**公式的な宣伝**とTwitter等の既存ユーザーによる**非公式的な宣伝**による拡散力
- ・**無課金**でできるゲーム性と**課金**の必要性とのバランス

【今後の研究課題】

今回は女性向けアプリに絞り長寿コンテンツの秘訣を研究したがそれだけでも不透明な点が多い為、今後ソーシャルゲーム全体の研究も合わせて迫っていきたい。

12. 参考文献

- ・ヒットしたモバイルゲームでも、5年後生存しているのは7～8本に1本。“長寿”の秘訣が明かされた「超長期ゲーム運営サミット」をレポート
(<https://www.4gamer.net/games/999/G999904/20180512006/>) (2020/3/25 閲覧)
- ・公式サイト「Readyyy!」【重要】サービス終了のお知らせ
(<https://ready.sega.jp/game/info/detail/067540.html>) (2020/3/25 閲覧)
- ・乙女向け(女性向け)ゲームアプリ、相次いで終了のお知らせ
(softgreen.fem.jp/gamesogo/?p=4908) (2020/3/25 閲覧)
- ・女性向け関連アプリ売上集計
(game-i.daa.jp/?cmd=tagselect&tag=%E5%A5%B3%E6%80%A7%E5%90%91%E3%81%91) (2020/3/25 閲覧)
- ・小山友介(2016年)「日本デジタルゲーム産業史」 人文書院。