

Internet world ネット時代に生きる

櫻井 哲朗

第4回

SNSとSG ～新しい世界～

ゲームやサイトで繋ぐ 人と人のネットワーク

突然ですが、皆さんゲームは好きですか。ちなみに私は大好きです。えっ、そんなこと聞いてないって、それは大変失礼しました。

なぜ、このような話を突然ふったかといいますと、それは最近ゲーム業界に新しい波が来ているからです。どれぐらいの波かというところ

まさに「乗るしかない、このビッグウェーブに！」というぐらいの大波です。

大波を起こしているゲームとはソーシャルゲーム(SG)というゲームです。「そんなゲーム知らない」とおっしゃる方もいるかもしれませんが。ですが、皆さん方の多くは見たことが、または実際にプレイされたことがあるかと思えます。

SNS上で遊ぶSG

ソーシャルゲームとはmixiなどのソーシャルネットワークサービス(SNS)上で提供されているゲームのことです。このようにいわれますと、実際にプレイされた方も、または友達からゲームの招待を受けた方もいらっしゃるかと思えます。そんなソーシャルゲーム

が、いま激熱です。そのゲームを提供している土台と なっているネットワークが SNSです。そこで、まず SNSについて説明させていただきます。

日本国内の主なSNS

mixiが先行して

SNSと聞くとパソコンを使っ

ている方ではmixiが、携帯電話やスマートフォンを使っている方でしたらGREEやMobageが頭をよぎるかと思えます。それぞれの国内ユーザー数を調査した資料として総務省「ICTインフラの進展が国民のライフスタイルや社会環境等に及ぼした影響と相互関係に関する調査」(平成23年)があり、それをまとめたものが図1になります。横軸は年代、縦軸はユーザー数(単位は万人)を表しています。

これによると、2007年ではmixiが最大のユーザー数を有していたのですが、徐々にGREEやMobageが追いつき、2010年にはmixiのユーザー数を抜くようになりました。このユーザー数は登録ユーザー数であり、実際にログインしているユーザーは、これより少なくなる。またmixi、GREE、Mobageのそれぞれに登録している重複ユーザーもいます。このことから、この登録ユーザー数だけからでは、どのSNSが活発かを判断することはできません。

千万人単位の利用者

これ以外にもSNSはあり、他

図1：mixi、GREE、Mobageのユーザー数の推移

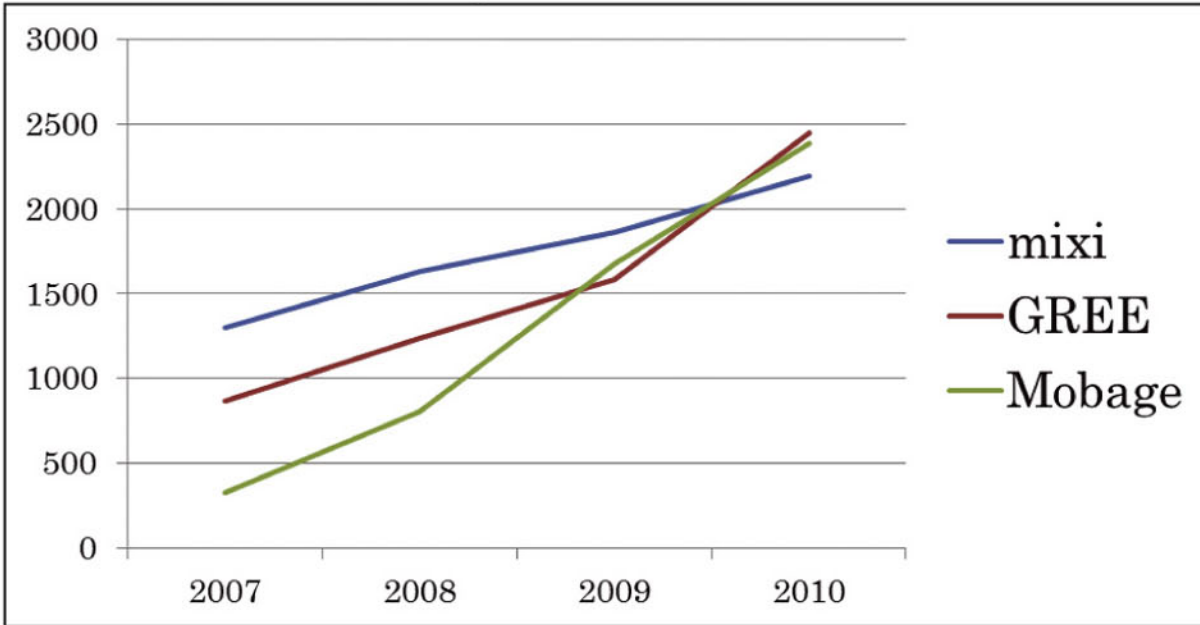


表1：各SNSの機能と特徴

	mixi	GREE	Mobage	Facebook	Twitter	アメーバ ブログ	LINE
プロフィール 機能	○	○	○	○	○	○	○
友達(相互リンク) 機能	○	○	○	○	○	○	○
日記(ブログ) 機能	○	○	○	○		○	
メッセージ 機能	○	○	○	○	○	○	○
特徴	リアルな 友人関係	ゲームアプリ	ゲームアプリ	実名登録を 推奨	つぶやき	ブログ	無料通話

には有名なところで海外発のFacebookやTwitter、ブログサービスを中心とするアメーバプロ

グ、無料通話機能を備えたLINEなどがありません。SNSの定義では、狭義には人と人とのつながりを促

進・サポートするコミュニティ型の会員制のサービスとされており、TwitterなどはSNSの定義から外れます。

SNSの共通性と独自性 単方向と双方向が

ここでは、SNSを社会的ネットワークの構築の出来るサービスやウェブサイトという広義の意味で捉え、TwitterなどのインターネットサービスもSNSであるとさせていただきます。また、それぞれのユーザー数は次のようになっております。Facebookは2012年6月に日本人ユーザー数1000万人突破。Twitterは日本で開設されたアカウント数は2012年で約3000万人。アメーバブログの利用者数は2012年で2000万人突破。LINEの日本国内ユーザー数は3600万人突破となっております。

それぞれの機能について解説したいと思います。プロフィール機能は、簡単にいますと自己紹介や履歴書などと思っただければ想像しやすいかと思っます。友達(相互リンク)機能は、自身に関わりある人とそうでない人をわける機能で、この機能があることによって情報の公開の範囲を指定することができます。この友達(相互リンク)機能にもTwitterのフォロー・フォロワーのように単方向のものから、mixiやFacebookのような双方の認証によって成り立つ双方向の機能があります。

日記（ブログ）機能は、そのまま意味通り日記やブログを公開できる機能です。メッセージ機能は、特定の相手とメールのようなやりとりを行う機能です。ほとんどのSNSでは、これらの機能を有しております。

招待制から登録制へ

また各SNSの特徴についても表1に示しました。これは著者自身の私見です。なぜ、このような特徴を持っていると考えたかについて説明させていただきます。

mixiの特徴「リアルな友人関係」については、mixiはサービス開始の2004年2月から2010年2月まで完全招待制によるユーザー登録方法を採用していました。これは、mixiにユーザー登録をするためには既に登録されているユーザーから招待されないと登録することができない制度でした。

そのため、まず初めの入り口として現実の交友関係を介さなければならず、そのためリアルな交友関係がそのままmixi上での交友関係となる場合が多く見受けられるため、このような特徴をあげました。しかし現在では、このような

mixi, GREE, mobageのHPから



登録方法ではなく招待なしでの登録となり、このような特徴もなくなるかもしれません。

拡張性あるFacebook

GREE・Mobageの特徴「ゲームアプリ」については、最近のTVのCMなどを見ている方からすれば説明せずとも分かっていただけかと思えます。実際、お正月に流れたCMの1〜3位がソーシャルゲームといわれるゲームアプリの宣伝でした。著者自身、自宅でごろごろ寝正月を過ごしていた身として、GREEのCMが多か

ったことを実感しています。

Facebookの特徴「実名登録を推奨」についても説明する必要があります。こなくらい有名なと思います。これはFacebookの開発目的がハーバード大学の大学生が交流を図るために作られたからです。そのため当初はハーバード大学の学生でないと登録できませんでした。

それが全米の大学に広がり、そして世界へと拡大していきました。2008年には日本語向けのサービスが開始されました。ですが、日本ではネットで実名などの個人情報発信することに抵抗を感じる人が多いため、ユーザー登録数などで他のSNSに後れを取っています。これは私の意見ですが、Facebookを実名で登録してメリットがあるのは個人事業主のように自身を売り出さなければいけない人だと考えられます。このような人たちにとってはFacebookを通して宣伝することができ、新聞・雑誌・ラジオ・テレビの既存のメディアよりも低コストで済むというメリットがあります。

また、これはFacebookの

システムの特徴で、あまりユーザー側からは見えないところではありますが、とても拡張性に優れているという側面があります。Facebookで提供されているアプリケーションの多くは一般のユーザーが開発したものが多く、Facebookのインターフェイスつまり入力画面などを日本語化したのも運営側ではなく、ボランティアが行ったという経緯があります。

140字の理由は

「Twitterの特徴「つぶやき」は140文字を上限とした短い文章を投稿することができるインターネットサービスです。投稿した文章は、フォローのユーザー上のタイムラインに表示されるようになります。他のSNSと違う点としてTwitter上で投稿した文章は一般的にTwitterに登録していないインターネット利用者からも閲覧することができます。プロテクト機能を使うことによって、フォローだけに閲覧可能にすることもできます。有名タレントや著名人の方々も多く利用しているのが特徴でもあります。ちなみに、なんとTwitterの文

文字数が140文字なのかご存じでしょうか。諸説いろいろとあるのですが、携帯電話のショート・メッセージ・サービス(SMS)の文字数制限が160文字であったため、そこから20文字をユーザー情報に割り当てて残りの140文字を投稿文章としたといわれています。

SMSとは電話番号を宛先として送るメールサービスです。また、SMSの文字数制限が160文字なのは葉書に書かれた文章のほとんどは150文字以下であることに由来しているそうです。

スマホ向けの強化

続きましてアメーバブログの特徴「ブログ」に関してですが、名前の通りブログを主体にインターネットサービスを展開してきました。2009年頃からアメーバブログのサービスを開始。アメーバブログはインターネット上で自分の分身となるアバターを作成できるサービスです。前述のGREEやMobageにも同様のシステムが備わっています。また2010年頃から携帯電話向けのサービスとして携帯ゲームサービスを開始。

いま現在では、スマートフォン向けのゲーム開発に力を入れているようです。先ほどのお正月のCMにおいて、1~3位がゲームアプリが独占したと書きましたが、その1つがアメーバブログのスマートフォン向けのゲームの宣伝でした。このことからゲーム開発への力の入れ具合が見て取れるかと思えます。

LINE 3千万人突破

最後にLINEの特徴「無料通話」について説明させていただきます。LINEはスマートフォンやパソコンなどで利用できるアプリケーションです。主な機能として通話機能やチャット機能があります。これらの機能を使うためには、通信を行う双方がLINEをインストールする必要があります。この通話機能の特徴として、電話回線を利用しないことがあげられます。

このLINEがサービスを開始したのが2011年6月で2012年4月にはユーザー数が3000万人を突破し、2012年12月末に前述の通り日本国内では3600万人突破、全世界では8000万人以上となっています。そんな

急成長をとげたLINEですが、この無料通話の他にゲームアプリなども展開しています。

特に最近注目を集めているLINEの機能として「スタンプ」というものがあります。これはテキストチャット上において言葉にしたいいろいろな絵を使っておいて数多くのキャラクターが提供されています。その種類はオリジナルのものから著名人やマンガ・アニメのキャラクターをもとにしたものまで様々な種類があります。使い方としては顔文字や絵文字のような文章に+aの感情を付け加えたいときに使います。この売上げがすさまじく、1月で3億円を突破しているようです。

以上、それぞれのSNSの特徴について説明させていただきました。多くのSNSが存在している中で、利用者は、それぞれを使い分けているのが現状です。今後は緩やかな統合または連携が図れるのではないかと考えています。実際、mixiとTwitterは連携しており、どちらか一方に投稿すれば、もう一方にも反映されます。この

ような連携強化が各SNS間で今後行われていくと思われれます。

SNSの運営

ゲーム課金が貢献

このようにいろいろなSNSがあります。これらのSNSは基本的に無料です。登録料も使用料も掛かりません。しかし、このように大人数が参加するシステムは構築するのにも維持するのにもお金が沢山必要となります。

では、どのようにして運営に必要な資金を集めていると思いますか。まず1つ目は広告による売上げです。たくさんの方が参加していますので、そこに広告をうてば多くの人の目にとまります。そこに価値が生み出されます。

次に2つ目は有料コンテンツでの課金による売上げです。例えば、mixiでは月額315円より豊富な機能を使うことができたり、いままある保存容量を増やしたりすることができたり。また、アメーバブログでも同様のサービスを行っています。

このような機能拡張による課金以外にも、ソーシャルゲームにおける課金があります。そして、

GREEやMobageではSNS全体の売上げのほとんどが課金による売上げで占められています。Mobageの運営会社は、あの横浜ベスターズを買収したDeNAです。つまり、かなりお金持ちな企業です。そんな企業の重要部門がMobageであり、そのMobageの売上げのほとんどがゲーム関連による売上です。

また、アメーバブログも半数以上は課金による売上げが占めており、いま現在もソーシャルゲームに力を入れていることが先ほどのCMランキングからも分かるかと思えます。このように各SNSにおいてソーシャルゲームが重要なものとなっていきます。まず、このソーシャルゲームがどのように発展していったかについて説明していきます。

SGの始まり 農場経営ゲームから

当初、ソーシャルゲームはアプリの1つであり、そこまで重要視されてはいませんでした。海外では、それを変えたのがFacebookで提供され

ているZyngの「FarmVille」というゲームであるといわれています。これは農場を運営していくゲームで、日本でも同様のゲームは家庭用ゲーム機から何本か発売しております。とくにこれといって目新しいものがあつたわけでもありません。そんなゲームがFacebookで最大規模のユーザー数をほこるゲームとなり、その収益もFacebookの収益と同額とさえ言われることもありました。

Facebook、Twitter、LINEのHPから



一昔前ですがCMでよく流れていたのを記憶しております。そして他のSNSも「怪盗ロワイヤル」に続けと色々なゲームアプリの開発に力を入れていきました。そのため、各SNSで膨大な数のソーシャルゲームが誕生していきま

SGの種類と特徴 育成型と競争型と

ここでは、そんなソーシャルゲームを3つの種類、育成型・競争型・育成+競争型にわけて、それぞれの特徴について説明していきたいと思えます。

まずは育成型、これは先ほど紹介した「FarmVille」とmixiの「サンシャイン牧場」またはGREEの「クリノッペ」などが、これに当たります。これらのゲームの特徴は育てることにあります。プレイヤーは育てることがゲームの目的となつてきます。

例えば、「FarmVille」や「サンシャイン牧場」は牧場を発展させていくことが、また「クリノッペ」ではペットのクリノッペを育てて踊りや挨拶をおぼえさせることが目的となります。このような

育成型のゲームは自分自身の個性を色濃く反映させられるゲームであり、またソーシャルゲームには家庭用のゲームとは違い色々な人にみせることができるという機能も加わります。

次に競争型についてですが、これは「ZOOKEEPER」などのゲームですが読者の皆様には「テトリス」や「ストリートファイターII」のようなゲームを思い浮かべていただくとわかりやすいかと思えます。これらのゲームの目的は対戦にあります。プレイヤーは自分の技能と相手の技能のどちらが強いか競い合うことがゲームの目的となります。

とくにソーシャルゲームでは対戦相手に困らないという特徴があります。最近ではネットが発達したので、そのようなことはなくなつたのですが一昔前の家庭用ゲームでは、どうしても対戦相手は隣にいる人に限られていました。

いま主流は合体型

そして、それらを組み合わせた育成+競争型、それが現在ソーシャルゲームで主流になっていくカード型バトルゲームとして捉える

ことができます。あまりソーシャルゲームをやらない方向けに、このカード型バトルゲームについて説明させていただきます。このゲームは、たくさん種類のあるカードの中から自分が育てたいカードを選んで育てます。そのカードも1つだけではなく複数枚育ててパーティーを組みます。それらのカードを使って他のプレイヤーと強さを競っていくゲームとなっています。

以上のことから、ゲームの目的は2つあり、カードを育成すること、また他のプレイヤーと対戦することとなります。このように前述の2つの要素を取り込むことによって、この種類のゲームには多くのユーザーが参加しました。

誰とやるかも大事

では、なぜ、このような形がヒットしたのかについて考えていきたいと思います。ここで重要なのが、ゲームとはコミュニケーションツールであるという考え方です。どんなゲームをするかということも重要ですが、誰とゲームをするかということも大事であるということです。

それは最近、流行りのゲーム「モンスターハンター」や「ポケモン」を見てもらえればわかるかと思いますが、また往年のタイトルの「ドラゴンクエスト」や「ファイナルファンタジー」などの通常は1人で遊ぶゲームがネットゲームになったことから想像できるかと思いますが、人はゲームを通して他者とコミュニケーションをとることも楽しさを見いだしていると考えることが出来ます。このような観点から前述の3つの種類のゲームを見ていきますと、まず育成型のゲームでは自分自身をゲームに投影することはできるのですが他者との関わりが薄くなりがちでした。次に競争型のゲームでは対戦という方法によって他者との関わり合いは強かったのですが、これらのゲームはプレイヤー自身の技能が全てを決めます。そのため、技能を上げる以外には常に敗者となり一方的なコミュニケーションになりがちです。そこで、育成+競争型にすることによって自身をゲームに投影させ、そして対戦というコミュニケーションを行うことができる。そして勝敗はカードの強さで決まるので技能的な

側面も必要なく一方的な戦いになることをおさえることができます。このようなことから、このカード型バトルゲームの形がヒットしたのだと考えられます。

今後のSNS/SG

現実世界との接点に

最後になりましたが、これからのソーシャルネットワークサービスとソーシャルゲームについて書きたいと思います。まず最新のソーシャルゲームで流行っているものの中に「パズドラ」というゲームがあります。

これはモンスターを育てつつパズルを使って戦うというゲームです。このように、今後ソーシャルゲームは徐々にゲーム性が高いものが出てくると思います。さきほどのカード型バトルゲームでは完全にゲームを操作するという点を除外したゲームとなっているため、それに飽き始めたユーザーが、この「パズドラ」の受け皿になっているのではとも考えられます。しかし、いぜんとしてどの種類のゲームがヒットするかは、このソーシャルゲーム内では予測不可能です。そしてソーシャルネットワー

クサービスとソーシャルゲームにも今後は現実に影響を及ぼす形で展開していくことになるかと思われまます。

例えば、あるソーシャルゲームではコンビニと提携することによって、限定アイテムがもらえる商品という付加価値をつけることによって売上げを伸ばした事例もあります。またデータの台を販売している会社がSNSを提供することによって業界全体を盛り上げようとする事例もあります。このように今後、SNSやSGが現実の世界に影響を及ぼすようになることが増えていくでしょう。

さくらいてつろう

中央大学大学院理工学研究科を卒業し、専攻は統計学。コンピュータなどによって計測される大量のデータをまとめる多変量解析の研究。現在は、諏訪東京理科大学共通教育センター講師。東京都出身、30歳。