

ソーシャルゲームのガチャの利用に対する パーソナリティ要因の影響～ギャンブルとの比較～

1 2 3 2 0 4 7 河西健吾

指導教員：山崎治 准教授

1. はじめに

近年、スマートフォンの普及により、スマートフォンを使用したゲーム、通称スマホゲームが普及してきた。消費者庁(2016)では、2016年現在でスマートフォン利用者のうち、スマホゲームで遊んだ経験の有無について調査をした。その結果、68.9%がスマホゲームで遊んだことがあると回答した。スマホゲームにはガチャと呼ばれる、お金を支払い架空の通貨に交換することにより、ゲーム上で使用できる架空のアイテムやキャラクターのデータ等をランダムに提供する方式がある。しかし、どれだけお金を支払っても得られない可能性がある。これはギャンブルと同様にリスクに対する不確定な要素があると考えられる。

2. 目的

本調査の目的はソーシャルゲーム／スマホゲームのガチャ（ランダム型アイテム提供方式）における課金経験の実態およびギャンブル経験の実態を調査し、比較を行うことにある。ガチャの経験者におけるガチャへの課金の頻度（課金回数や課金額）や危険性の意識、満足・後悔の度合いと、パーソナリティ要因（人格特性）との関連性を明らかにし、ギャンブルにおける同様の関連性との比較を行う。

3. 調査

ガチャの経験者におけるガチャへの課金の頻度（課金回数や課金額）や危険性の意識、満足・後悔の度合いと、パーソナリティ要因（人格特性）との関連性を明らかにし、ギャンブルにおける同様の関連性との比較を行う。

3.1 方法

調査対象者：20代～30代の男女100名（男性62名/女性38名）。平均年齢は31.65歳。

質問紙：ガチャの回数、課金額、リスク認知、満足度を調査する「ガチャに関する設問」を10問、ギャンブルの日数、賭け金額、リスク認知、満足度を調査する「ギャンブルに関する設問」を10問、計20問。吉田(2001)より「パーソナリティ要因（達成動機）に関する設問」を23問、吉澤(1989)より「パーソナリティ要因（刺激欲求）に関する設問」を15問、計37問。合計57問の質問を用いる。

手続き：株式会社マクロミルが提供している「Quick Mill」を利用し、インターネットを利用してのアンケート調査を行った。事前質問としてガチャの経験及び課金の経験、ギャンブルの経験を回答してもらい、いずれかにおいて経験がないと回答した場合、調査を終了し、全て経験がある人のみを対象者とした。この際、ガチャにおける一か月の課金頻度（回数）と一回あたりの課金額、ギャンブルにおける一か月の実施日数と一回あたり賭け金額を集計し、集計結果から低頻度グループ、高頻度グループに分類をした。

3.2 結果

ガチャとギャンブルにおいて、パーソナリティ要因の影響があるか検討するため、重回帰分析を行った。重回帰分析の結果のパス図を図1、図2に示す。

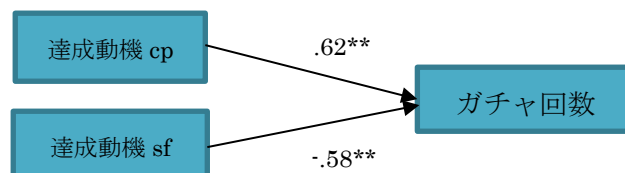


図1 ガチャ回数のパス図

ガチャの回数は達成動機の中のcp(競争的達成動機)が高いほど増え(cp: $\beta = .62$, $p < .01$)、達成動機の中のsf(自己充實的達成動機)が低いほど増える(sf: $\beta = -.58$, $p < .01$)。このことからガチャの回数は達成動機からの影響を強く受けていると言える。

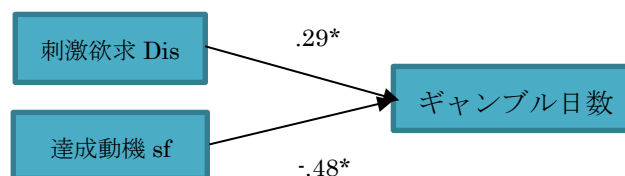


図2 ギャンブル日数のパス図

ギャンブルの日数は達成動機の中のDis(抑制の解除)が高いほど増え(Dis: $\beta = .29$, $p < .05$)、刺激欲求の中のsf(自己充實的達成動機)が低いほど、増える(sf: $\beta = -.48$, $p < .05$)。このことからギャンブルの日数は達成動機と刺激欲求の両方からの影響を受けていると言える。

4. まとめ

ガチャとギャンブルでのパーソナリティ要因の違いとして、ガチャの回数には達成動機の影響があり、ギャンブルの日数には達成動機と刺激欲求の両方の影響があることが明らかとなった。

このことから、他者との競争する意識が高いほど、他者よりも上を目指そうとガチャをする結果、ガチャ回数が増え、ギャンブルは抑制の解除による刺激を好むほど、日常からの逸脱した刺激を求めるためにギャンブルを続ける結果、ギャンブル日数が増えると考えられる。

参考文献

- 熊上 崇(2014) 大学生におけるパチンコ・スロットの頻度と意識～首都圏の一大学における調査から～ 立教大学コミュニティ福祉研究所紀要第2号(2014)
- 吉田編(2001)「心理測定尺度 II」pp.63-67「達成動機測定尺度(堀野 1987)」
- 古澤照幸.(1989). 刺激欲求尺度・抽象表現項目版 (Sensation Seeking Scale - Abstract Expression) 作成の試み. 心理学研究, 60(3), 180-184