

なぜポケットモンスターはヒットし続けるのに妖怪ウォッチはヒットし続けなかったのか

1230551 山上翔

指導教員 金東勲

## 研究背景

ゲーム市場におけるヒットの要因に関して既存研究では、カジュアル層が楽しめることに加え、環境の変化に合わせた共特化を生み出すことが重要であるとしており、「ポケットモンスター」（以下略してポケモンと呼ぶ）と「妖怪ウォッチ」を成功例として議論している。では、なぜポケモンはヒットし続けているのに、妖怪ウォッチはヒットし続けなかったのか。

## 研究目的

本研究は、なぜポケモンはヒットし続けているのに、妖怪ウォッチはヒットし続けなかったのかという問いを明らかにすることを目的としている。この間に対する仮説の1つ目は、複数のターゲットに訴求できる製品であれば、ヒットし続ける可能性が高い。2つ目は、メディアミックスで消費者が作品に触れる回数を増やせば、ヒットし続ける可能性が高い。とした。

## 研究方法

ポケモンと妖怪ウォッチの2つのゲームソフトについて資料を整理し、ゲーム要素、メディアミックスの観点から比較分析を行い、相違点を見つける。その後、それらを元に仮説の検証を行う。資料に関しては主に、先行研究やネット記事をから収集している。

## 分析結果

ポケモンのゲーム要素はハードコアゲーマーとカジュアルゲーマー両方に好まれやすい。一方で、妖怪ウォッチのゲーム要素はカジュアルゲーマーには好まれやすいが、ハードコアゲーマーには好まれにくい。また、ポケモンのメディアミックスは長期にわたって消費者の購買意欲を高めているが、妖怪ウォッチのメディアミックスが消費者の購買意欲を高めたのは一時的だった

## 考察・結果

本稿は、なぜポケモンはヒットし続けているのに、妖怪ウォッチはヒットし続けなかったのかという問いを明らかにすることを目的として研究を行った。ポケモンは複雑な要素と簡単な要素の両方を有するゲームソフトであり、カジュアルゲーマーとハードコアゲーマーの両方に好まれやすい。また、プレイヤーの年齢層も幅広くなっており、子供のプレイヤーが成長して大人になっても、ポケモンのゲームソフトを購入し続けていると推測できる。さらに、メディアミックスで消費者がポケモンに触れる回数を増やし、人々のゲームソフトの購入意欲を高めることにも成功している。以上がポケモンがヒットし続ける理由である。一方で妖怪ウォッチの場合、簡単な要素のみを有している子供向けのゲームソフトであるため、カジュアルゲーマーと子供にしか好まれにくい。子供は成長するにつれてプレイヤーを卒業するため、新しいプレイヤーをメディアミックスで獲得する必要があったが、この目標を達成できなかった。以上が妖怪ウォッチがヒットし続けなかった理由である。