

商品口コミ情報を用いたゲームソフトウェアの評価要因に関する一考察

日大生産工 ○中静 崇七 日大生産工 水上 祐治

1 はじめに

石田によると、売れ筋商品において、シリーズ化してロングセールを目指すケースがある[1]。例えば、(株)スクウェア・エニックス・ホールディングスのドラゴンクエスト・シリーズがあり、2014年10月累計6400万本、また、ファイナルファンタジー・シリーズは、11000万本に達している[2]。

本稿では、シリーズ化したゲームが、リピート顧客に飽きられることなく長く好調な売り上げを挙げていることに着目、その要因を明らかにすることを目的としている。分析では、顧客口コミ情報にテキストマイニング分析を施して考察を行う。

2 先行研究と本稿

ゲームをシリーズ化してロングセールに結びつける場合、新規顧客を獲得する一方で、リピート顧客を増やすという両面での取り組みが必要である[3]。特に、リピート顧客の「飽き」による顧客離反は、大きな課題となる[3]。本稿では、この顧客離反に対して、既存のシリーズ化したゲームの代表としてバンダイナムコエンターテインメントのテイルズオブ・シリーズを題材にして、その取組の詳細を明らかにする。分析では、インターネットの口コミサイト情報を用いて、テキストマイニング分析を施して、評価の詳細とタイトルごとに区別した分析を行い考察する。

3 研究方法

まず、インターネット通販サイト Amazon[4]の商品レビュー情報に対して、スクレイピングを施して分析データを収集した。次に、分析データの前処理を行った。今回の分析において追求したい部分はゲームの「内的要因」であるため、前処理

では、本稿の分析対象外である「外的要因」に係る情報、例えば、価格、発売ハード等の関連情報は取り除いた。また、分析精度を均一にするために、各タイトルのレビュー情報を無作為抽出法にて選別して、各200件に統一した。分析では、KHcoder[5]を用いて、シリーズ全体の評価把握に共起ネットワーク分析、タイトル別の評価把握に対応分析を行った。表1にタイトル別評価を示す。なお、Amazonでの作品の評価は5段階になっているが、より纏まりを分かりやすくするためシリーズ全体の評価では、「面白い」「普通」「つまらない」の3段階に分類して分析を行った。また、タイトル別の評価では、全20タイトルを古い順に番号を付けて分析を行った。

4 分析結果

図1にシリーズ全体の評価の結果を示す。全ての評価点数に共通して「キャラ」「ストーリー」「戦闘」、評価点3限定では「バトル」「難易度」「爽快」、2では「微妙」「もう少し」「普通」、1では「序盤」「感情移入」「ラスボス」等が抽出された。

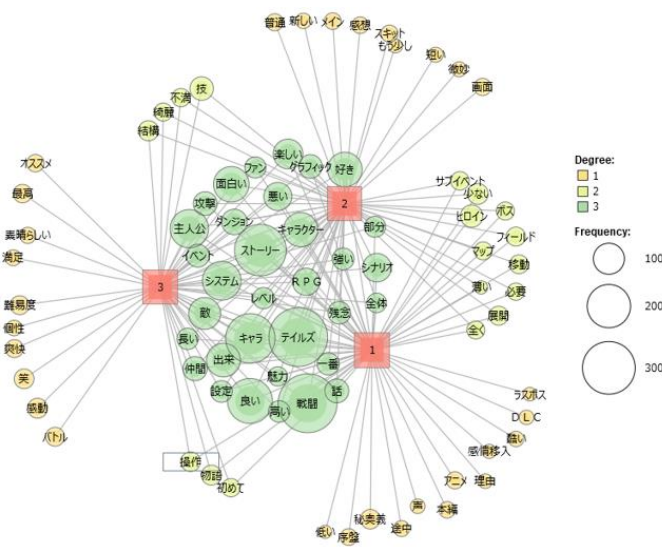


図1 シリーズ全体評価の共起ネットワーク

A Study on Evaluation Factors for Game Software Using Product Word-of-mouth Information

Takana NAKASHIZUKA and Yuji MIZUKAMI

図2にタイトル別の評価の結果を示す。高評価作品(表1参照)は、その多くが図2の中央左下部分に纏まりを見せた。一方、低評価作品(表1参照)は、図2で散らばりをみせている。

5 考察とまとめ

5-1 タイトル別の評価に関する考察

対応分析より、高評価作品は同様な位置で纏まりをみせており、付近の関連単語が共通して評価されていることが示唆された。一方、低評価作品は、散らばりをみせており、その要因が多岐にわたることが示唆された。例えば、低評価作品については、表1において評価の低さが目立つタイトル9と19で比較した場合、タイトル9はクオリティ面、タイトル19はキャラクター面で不満を持たれていることが示唆された。

5-2 シリーズ全体の評価に関する考察

低評価(1)では、「キャラクターへの感情移入のしにくさ」と「序盤の退屈さ」が示唆された。また「ボスの数千年に及ぶ野望があっさりとおさまらめられてしまったところが残念」というレビュー等があり、キャラクター性とストーリーの不一致と連続性が指摘されている。

好評価(3)では、バトルに「爽快さ」と「程よい難易度」があること、そしてストーリーとキャラクター以外で差別化していることが評価されていた。

評価点(2)では、物足りなさを象徴する言葉が多くみられた。これについては各評価の共通要素であるストーリーとキャラクター、そして戦闘シ

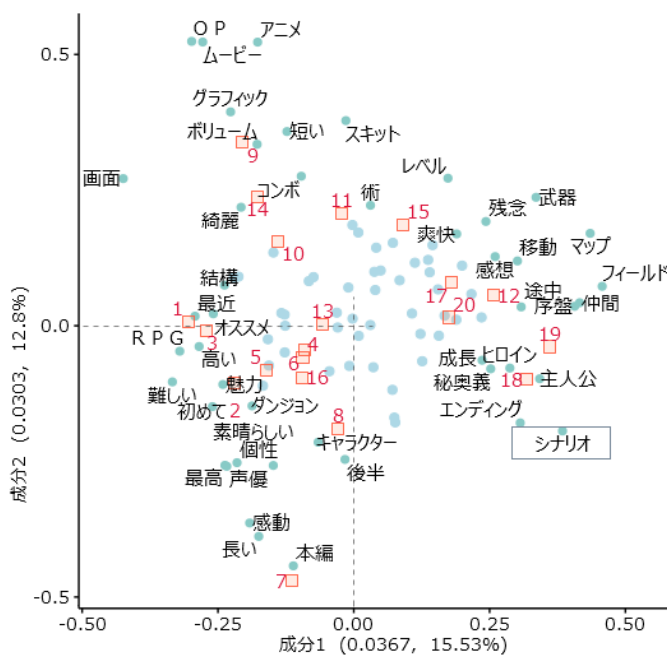


図2 タイトル別評価の対応分析

ステムを改善すれば高評価につながると考えられる。

5-3 総評

本稿は、シリーズ化したゲームが、リピート顧客に飽きられることなく長く好調な売り上げを挙げていることに着目、その要因に関して、顧客の口コミ情報を分析して考察するものである。

分析の結果、テイルズオブ・シリーズに求められているものはRPGとして強く要求される戦闘、キャラクター、シナリオから始め、その中でも序盤におけるキャラクターの扱いとシナリオへの入りやすさ、そしてより特徴のあるラスボス、その時代で提供できるよりクオリティの高いムービーとアニメーションであり、またそれがその各タイトルへの評価につながっている。

表1 タイトル別評価

順位	シリーズ	評価	順位	シリーズ	評価
1	2	4.44	11	10	3.77
2	13	4.18	12	14	3.77
3	3	4.09	13	15	3.77
4	8	4.02	14	7	3.56
5	5	4.00	15	18	3.54
6	16	3.98	16	12	3.52
7	20	3.96	17	6	3.41
8	1	3.88	18	17	3.20
9	4	3.86	19	9	2.13
10	11	3.81	20	19	1.73

参考文献

- [1] 石田実、「映画シリーズ作品のクチコミ評価 ―シリーズ作品の生存バイアス―」経営論集、Vol. 93, pp. 81-92, 2019
- [2] 「シリーズ化されたゲームの各タイトル別ランキング」
<https://matome.naver.jp/odai/2141348528530868901>
- [3] 佐藤由将, 大竹恒平, 生田目崇, 「ECサイトにおけるリピート顧客の特徴の分析」第79回全国大会講演論文集、p. 1, 2017
- [4] インターネット通販サイト Amazon
- [5] KH Coder <https://kncoder.net>