

令和4年度 卒業論文

対戦型アクションシューティングゲーム「スプラトゥーン」の  
人気の要因と今後の展開予測

担当教員名：平川 幹和子

九州産業大学 商学部

学籍番号：19CB468  
氏 名：木戸 大雅

## 【要約】

2015年に発売された作品である「スプラトゥーン」はシリーズ化しており、最新作である「スプラトゥーン3」は2022年にNintendo Switch専用ソフトとして登場している。当時、完全新作としてWii Uで登場したこの作品が7年という短い期間の間に3つものシリーズ作品を販売することができる程の人気を獲得しているのだ。本論文では、「スプラトゥーン」という作品のゲーム性や操作性にある特徴やターゲットとなる層に着目し、他のタイトルと比較して見ることによって、要因についての言及と今後の展開案を述べている。(231文字)

## 内容

|  |    |
|--|----|
| 1. はじめに .....                              | 1  |
| 2. スプラトゥーンというゲーム .....                     | 2  |
| 2.1. レートシステムの存在 .....                      | 2  |
| 2.2. オフラインプレイにも対応 .....                    | 3  |
| 2.3. 「ギアパワー」というランダム要素 .....                | 3  |
| 3. 「スプラトゥーン」がターゲットとする層 .....               | 5  |
| 3.1. 全年齢をターゲットとしているゲームソフト .....            | 5  |
| 3.1.1. 「マリオカート」シリーズについて .....              | 5  |
| 3.1.2. 「マリオストライカーズ」シリーズについて .....          | 7  |
| 3.2. 18歳以上をターゲットとしているゲームソフト .....          | 8  |
| 3.3. 販売本数の伸ばす要因（ハードウェアとソフトウェアの購入ターゲット層の一致） |    |
| 10   |    |
| 4. 今後の展開予測：メタバースへの可能性について .....            | 12 |
| 5. おわりに .....                              | 17 |
| 参考文献 .....                                 | 18 |

## 1. はじめに

スプラトゥーンとは、任天堂から発売されたインクを撃ち合う対戦型アクションシューティングゲームである。本作のシリーズ展開として、第一作目の「スプラトゥーン」は、2015年5月28日にWii U専用ソフトとして発売されている。販売本数は全世界合計495万本を記録しており、Wii Uのハードの販売数が1,356万台であるため、三人に一人は「スプラトゥーン」を所持していたことになる<sup>1</sup>。任天堂の君島達己社長は2015年10月29日に東京都内で開いた経営方針説明会で、「1本のソフトがハードの流れを変えることが当社の歴史上、何回も起こっている。スプラトゥーンも『これがあればハードごと買ってもいい』と多くの方に思っていただけのソフト」と自信を示した<sup>2</sup>。その後、2017年7月21日にはシリーズ第2作目となる「スプラトゥーン2」がNintendo Switch専用ソフトとして発売された。第2作目の売りとして、システム面の強化だけでなく、ステージや武器が一部変更・追加され、新モードである「サーモンラン」という協力型のゲームモードが追加された。2022年3月の決算では売上本数は全世界合計1,330万本と発表されている<sup>3</sup>。そして、2022年9月9日待望のシリーズ3作目となる「スプラトゥーン3」が同じくNintendo Switch専用ソフトとして発売された。こちらも、システム面の強化や、ステージや武器の一部変更・追加等が行われており、「インクリング」のキャラメイクの幅が広がっている。売上本数は2022年11月8日の決算ですでに販売本数は790万本と発表されている<sup>4</sup>。

以上のように「スプラトゥーン」という作品は、シリーズを追うごとに右肩上がりに販売本数を伸ばしている。そこで本論文では、同じく任天堂の人気作品である「ポケモン」シリーズなどと異なり、ストーリー性があまり高くない対戦型のゲームであるにも関わら

---

<sup>1</sup> 任天堂株式会社(2022-11-8)“株主・投資家向け情報：業績・財務情報

<https://www.nintendo.co.jp/ir/finance/>、(参照 2022-11-2)

<sup>2</sup> SankeiBiz(2019-6-4)“「スプラトゥーン」は任天堂を救うか 「ピクミン」以来の意欲作が大ヒット！”

<https://www.sankeibiz.jp/business/news/151219/bsj1512191708001-n4.htm>、(参照 2022-11-2)

<sup>3</sup> 任天堂株式会社(2022-5-10)“2022年3月期 決算資料”

[https://www.nintendo.co.jp/ir/pdf/2022/220510\\_6.pdf](https://www.nintendo.co.jp/ir/pdf/2022/220510_6.pdf)、(参照 2022-11-8)

<sup>4</sup> 任天堂株式会社(2022-11-8)“2022年2四半期 決算説明資料”

[https://www.nintendo.co.jp/ir/pdf/2022/221108\\_8.pdf](https://www.nintendo.co.jp/ir/pdf/2022/221108_8.pdf)、(参照 2022-11-8)

ず、人気を維持・拡大し続けることができる要因を分析し、考察する。そのため、第2章では「スプラトゥーン」のゲーム性や魅力についての説明を行う。第3章では「スプラトゥーン」と他のゲームの比較を行う。第4章では「スプラトゥーン」は今後どのような展開を見せるのかを推測する。

## 2. スプラトゥーンというゲーム

「スプラトゥーン」は、大きな分類としては、銃などの武器を用いて闘う三人称視点のアクションシューティングゲームに属する。「スプラトゥーン」には、複数のルールのゲームが含まれるが、基本となるゲームモードは、ネットワークを利用したプレイヤー4人対4人の2チーム対戦により、陣地（ナワバリ）を取り合う「レギュラーマッチ（ナワバリバトル）」である。赤や青など色とりどりのインクタンクを背負い、水鉄砲のようにインクを撃ち合う。敵のインクに一定量染められるとプレイヤーキャラクターは体が消えて人魂のような状態になり、一定時間行動不能になった後ゲームに復帰する。陣地の取り合いは戦争を模したゲームとは異なり、自チームのインクで地面を塗ることによって成立する。プレイヤーキャラクターが行動できる範囲（ステージ）は決まっており、3分間でその面積をより多く塗ったチームが勝利したと判定される。インクでステージを塗るというゲーム内容から、水鉄砲を用いたスポーツゲームと見ることもできると考えている。

プレイヤーキャラクターである「インクリング」は、「ヒトに変身できるイカ」という設定でイカの姿になれば、自分の色のインクの中を泳ぐことができる。イカに変身した方がステージ内を早く移動できるため、ゲームの内容に大きく関わる設定でもある。そのファンタジー世界の設定に加え、三等身で表現されたキャラクターの外見は、コミカルで愛らしくもある。

インクでステージを塗るというゲーム性や、現実離れした世界とキャラクターの設定により、リアリティを追求する戦争ゲームとは異なる方向でプレイする面白さを演出している。

### 2.1. レートシステムの存在

オンライン対戦のモードの中には「ガチマッチ」というものがある。プレイヤーの経験値を表す「ランク」が10になると参加できるバトルモードであり、基本的なシステムは「レギュラーマッチ」と似ている。「レギュラーマッチ」と違う点は制限時間である。5分で勝利条件は塗った量ではなく相手チームの「カウント」を減らして0にするかタイムアップ時により減らしている側の勝ちとなる。

専用ルールには、「ガチエリア」「ガチヤグラ」「ガチホコバトル」といったものがある<sup>5</sup>。勝敗により独自のレートである「ウデマエ」が上下し、C-からS+まで計11段階のランク（ウデマエ）付けがなされる。マッチングは「ウデマエ」が近い同士で組み合わせられるので、実力差が大きくなり過ぎないようにしている。また、「スプラトゥーン2」からは「ガチアサリ」という新ルールの追加や「ウデマエ」のS+0からS+9そして上のXランクの追加されているため、実力の上位のプレイヤーの細分化も行われているようだ<sup>6</sup>。チームの勝敗により「ウデマエ」が上下してしまうため、個人の実力のみでは勝利に直結するわけではない。

## 2.2. オフラインプレイにも対応

オフラインでもプレイすることのできる「ヒーローモード」というものがある。あらかじめ用意されたコースを一人でプレイして攻略するモードになっている。難易度は低めに設定されており、様々なブキの使い方を学びとともに作品のチュートリアルも兼ねており、一通りプレイすることでキャラクターの操作方法や、各ブキの使い勝手などを学ぶことができる。

ストーリーラインはシリーズを通して一貫しており、主人公たち「インクリング」の拠点からエネルギー供給源が奪われてしまったため、「カラストンビ部隊」の一員として犯人を探しにいくというものになっている。細かい部分は異なるが、おおむね敵対勢力として「オクタリアン」という種族が主人公たちの邪魔をしてくるのは共通である。ストーリーを進めていく中で「インクリング」の進化過程や歴史設定など、詳細な設定を知ることのできるやりこみ要素や、各ステージを特定の武器でクリアし続けていくことで、「ヒーローモード」でしか入手することのできない限定の武器や「ギア」（装備）を手に入れることができる。

## 2.3. 「ギアパワー」というランダム要素

「スプラトゥーン」では、ゲーム内で入手できる装飾品を「武器」と「ギア」の大きく

---

<sup>5</sup> ゲームベース(2016-10-18)“【スプラトゥーン】ガチマッチのコツ（立ち回り）・おすすめブキやギアまとめ” <http://www.game-base.biz/wiiu/wiiu-title/splatoon/11400/>、(参照 2022-11-20)

<sup>6</sup> Game8(2018-6-15)“スプラトゥーン2 攻略 Wiki”<https://game8.jp/splatoon-2/171513>、(参照 2022-11-23)

2 つに分けることができる。このうちの「ギア」には見た目・部位・スロット数・ギアパワーの4つの要素がある。

「ギア」はアタマ、フク、クツの3部位に分かれていて、さまざまなデザインが用意されている。ゲーム内で手に入れた「ゲソコイン」と呼ばれるゲーム内通貨と引き換えにこれらは入手できる。ただ見た目で気に入った物が欲しいだけならば、日替わりで商品が並ぶ服屋で比較的簡単に手に入る。

また、「ギア」には対戦を有利に戦うためのさまざまな性能アップをしてくれる「ギアパワー」というものがある。各部位の「ギア」ごとに「ギアパワー」を取り付けるためには、膨大なプレイ時間が必要となる。それに加えて、ランダムでギアパワーが付与されるため自身の望む通りの「ギアパワー」を付けようとするならば、「ギアパワーのかけら」を大量に集めるか、スロットをリセットし続けて狙うしかない<sup>7</sup>。また、「ゲソコイン」も同様にプレイ時間を費やさなければ獲得することのできないので、さらに多くの時間を要することになる。

---

<sup>7</sup> SkilltownCommunity(2020-5-24)“ギアパワーを揃える(そろえる)方法の解説【スプラトゥーン2】”

<https://skilltown.jp/community/note/97>、(参照 2022-11-24)

### 3. 「スプラトゥーン」がターゲットとする層

「スプラトゥーン」の人気の要因は、より幅広い層の顧客を獲得し続けることができているからだと考えられる。「スプラトゥーン」には、クリアという概念がないことがない。旧来の一般的なゲームは「買い切り型」と呼ばれているゲームシステムになっている。これは、一定のボリュームのゲームをすべてクリアして終了してしまうという仕組みだ。つまり、どれだけゲームに夢中になってもいずれは終わりが来てしまい、長時間ハマってしまう程、クリアするまでの日数は急速にカウントダウンされていく。

しかし、「スプラトゥーン」シリーズは「買い切り型」のゲームでありながら、ソーシャルゲームのように、さまざまな新アイテムや新武器の追加やイベントが定期的に行われている。つまり、「スプラトゥーン」の運営が更新をやめない限りゲームとしての終わらないのである。

また、一般的なオンラインゲームのほとんどは「アイテム課金」というシステムを取り入れており、ゲームアプリ自体は無料だが、ゲームを快適に遊ぶにはガチャや消費型アイテムが必要になる。ゲームをプレイするためには「スタミナ」を消費するのが一般的だが、このスタミナがなくなった際は「待つ」か「お金を使う」の2択を迫られる。これによって金銭面によるプレイの終了が訪れるのだが、「スプラトゥーン」はプレイヤーがやる気をなくさない限り終わりがない。

#### 3.1. 全年齢をターゲットとしているゲームソフト

##### 3.1.1. 「マリオカート」シリーズについて

全年齢を対象としている任天堂の独占タイトルとなっているソフトウェアは「スプラトゥーン」シリーズの他にも数多く存在する。その中でもターゲットとしている層が近く、人気の出ているソフトとして「マリオカート」シリーズを挙げることができる。

「マリオカート」とは、任天堂から1992年にスーパーファミコン用ソフトとして第一作目が発売されから人気を維持し続けている作品である<sup>8</sup>。「スーパーマリオシリーズ」に登場する「マリオ」をはじめとする多くのキャラクターがカートに乗ってコースを駆け巡る「アクションレースゲーム」である。メインのモードとして、それぞれの能力を持つ「アイテム」を使用し、駆け引きを行いながら、1位を目指す対戦モードや、自身の記録であ

---

<sup>8</sup> retu27.com(2020-1-26)“マリオカートの年表/歴史まとめ”

[https://retu27.com/f-timeline-nintendo\\_mariokart.html](https://retu27.com/f-timeline-nintendo_mariokart.html)、(参照 2022-12-7)



る「ゴースト」と競いながらコースのベストタイムを目指すタイムトライアルといったモードがある<sup>9</sup>。

最新版としては、Wii U で発売された「マリオカート 8」から新キャラクターの追加等が行われた Nintendo Switch 専用ソフトの「マリオカート 8 デラックス」が 2017 年 4 月 28 日に発売している。販売本数 4,841 万本となっており、Nintendo Switch で最も販売本数が多いソフトとして現在も本数を伸ばし続けている<sup>10</sup>。

対戦型のレースゲームではルールが単純で分かりやすいことに加えて、「下位のプレイヤーほど有利になる」という仕組みが備わっていることが多くある。本作では、「アイテムの優劣」という形で現れるようになっており、トップを順調に走るキャラが「アイテムボックス」を取得しても、レースの大勢にほぼ影響のない弱い「アイテム」の出現率が高くなる。その一方で下位のキャラは、他のアイテムに干渉されない無敵状態になれるかつスピードが速くなる「スーパースター」や、自分以外の相手を小さくして遅くすると同時にアイテムを消失させる「サンダー」、そして無敵になってかつ超高速で、操作せずともコースアウトなしに進むことのできる「キラー」など、一気に戦況をひっくり返すことができるほどの、強力なアイテムが手に入りやすい。このように、いつでも上位浮上の可能性があるから最後まで勝負を諦めることなく幅広い層の人々が真剣に楽しむことができるのだ。

しかし、運要素だけの不公平な仕組みにはなっていないのである。操作性が単純な反面、ショートカットやミニターボなどさまざまなテクニックが存在するため、下位とのタイム離すことができるため、上級者が勝ちやすいようにできている。1 つのレースの中でも上位を走るプレイヤーと下位を走るプレイヤーで、またゲームの熟練度によって同じレースを走りながら、まったく異なる感覚をあたえるものとなっている。ゲームの奥深さに加えて、遊ぶことのできるモードも多彩にあることから幅広い層から支持を得ることができていると考えられる。

---

<sup>9</sup> 任天堂株式会社(2017-1-17)“マリオカートって?”

<https://www.nintendo.co.jp/n08/amkj/what/index.html>、(参照 2022-12-6)

<sup>10</sup> 任天堂株式会社(2022-11-8)“主要タイトル販売実績”

<https://www.nintendo.co.jp/ir/finance/software/index.html>、(参照 2022-12-6)

### 3.1.2. 「マリオストライカーズ」シリーズについて

他に全年齢対象のゲームとして「マリオストライカーズ」という作品がある。この作品は、2006年にGAME CUBEというハードから第一作目の「スーパーマリオストライカーズ」というタイトルで発売された作品である<sup>11</sup>。

試合は5対5の戦形式で行われる。「スパーストライク」という特別な必殺シュートを打つことのできるキャプテン1人とフィールドプレイヤーサイドキッカー3人、ゴールキーパー1人で戦う。アイテムによる攻撃、必殺シュート、格闘技のようなラフプレーまで何でもありのルール無用のまったく新しいサッカー「ファイティングサッカー」と称されている<sup>12</sup>。この作品の販売本数は、19.1万本となっており、当時発売されている作品と比較すると一定の人気を得ることができていたと言える<sup>13</sup>。

最新作はNintendo Switch専用ソフト「マリオストライカーズバトルリーグ」で2022年6月に発売されており、前作からおよそ15年ぶりに発売されている<sup>14</sup>。この作品は、発売前時点でGAME CUBEの作品である「スーパーマリオストライカーズ」をしていた年齢層の人々からの期待がとて大きく大きくなっていた。しかし、販売本数は78,050本とあまり伸びておらず、評価はあまり良いものとはなっていなかった<sup>15</sup>。

主な原因として操作性とゲームシステム、そしてターゲットとなる年齢層が問題だったのではないかと考えられる。基本的な操作に加えてパス1つに対しても「ロブパス」「フリーロブパス」「ルーズボールパス」「フリーパス」などこれ以外にも様々な種類の方法があることに加えて、シュートも同様に多くの種類があり、他のマリオシリーズに比べて少し複雑になってしまっている。また、競技性があまり高くなっておらず、単調なゲームが続

---

<sup>11</sup> 任天堂株式会社(2017-1-17)“スーパーマリオストライカーズ”

<https://www.nintendo.co.jp/ngc/g4qj/>、(参照 2022-12-8)

<sup>12</sup> 任天堂株式会社(2017-1-17)“スーパーマリオストライカーズ ゲーム紹介”

<https://www.nintendo.co.jp/ngc/g4qj/game/index.html>、(参照 2022-12-9)

<sup>13</sup> koPen(2022-12-9)“【GC】ゲームキューブ・売上本数ランキング50のご紹介”

<https://kopenguin.com/post-14959/>、(参照 2022-12-9)

<sup>14</sup> 日々を楽しむゲームブログ(2022-7-2)“マリオストライカーズ バトルリーグのレビュー！売上予想や裏技も解説！”<https://menokenkou.work/marisutobatoru/>、(参照 2022-12-9)

<sup>15</sup> ゲーム売上定点観測(2022-12-3)“2022年 ソフト売上ランキング”

<https://www.teitengame.com/>、(参照 2022-12-9)

いてしまうといった評価もされていた<sup>16</sup>。そして、本作品は4対4の計8人でプレイすることのできるゲームであるにも関わらず、オンラインで対戦をすると1人がそれぞれ4人ずつ操作を行う個人同士の対戦以外ができないようなシステムになっていたため、大人数で楽しめるという風に想像していた人々の期待を裏切るような形となってしまったのだ。

「マリオストライカーズ」のシリーズはサッカーのスポーツゲームということもあり、購入者を選んでしまうので新規で触れにくい作品になっている。したがって最もメインの購入者層は「スーパーマリオストライカーズ」をプレイしていた人々となるだろう。しかし、発売されてからおおよそ15年経っていることから、当時小学生から中学生だったプレイヤーは20代半ばから上の年齢層になってしまっている。

### 3.2. 18歳以上をターゲットとしているゲームソフト

Nintendo Switchのハードでプレイすることのできるゲームに「WORLD WAR Z」というソフトがある。爆発的な感染力を持つ謎のウイルスで人々がゾンビとなるパンデミックが発生し、崩壊の危機に瀕した世界を舞台に各地で街に取り残された人々が武器を手にゾンビに立ち向かうという内容になっている<sup>17</sup>。このソフトは、ベストセラー小説を基盤にハリウッドで映画化され日本でも公開後話題となった作品を元として作られている。2013年の6月に全米公開されてから8月14日までの米国内興収は1億9740万ドルに達しており、日本でも8月10日に公開され、週末だけで興収3億円を突破した世界的に成功を取めた作品だ<sup>18</sup>。

原作映画に登場した場所へ行き、新しいストーリーとキャラクターで違う視点からプレイができるゲーム版「WORLD WAR Z」はPlayStation®4やPC・Nintendo Switchといったハードでプレイすることが可能で、大まかなモードとして、映画同様のとてつもない数のゾンビの群れを自分含めた4人の仲間と力を合わせ、大規模襲撃などの絶望的な状況

---

<sup>16</sup> スキあらば GAME(2022-6-16) ”Switch「マリオストライカーズ」が海外で酷評!? 海外プレイヤーの感想まとめ”<https://sukiaraba-game.jp/?p=46148>、(参照 2022-12-10)

<sup>17</sup> ファミ通.com(2022-2-14) ”『WORLD WAR Z』Switch版が4月21日に発売決定。ゲーム本編に加え、DLCの追加エピソード“マルセイユ”を収録”

<https://www.famitsu.com/news/202202/14251218.html>、(参照 2022-12-3)

<sup>18</sup> 映画.com(2013-8-14) ”「ワールド・ウォー Z」ブラッド・ピット過去最高の興収を達成”

<https://eiga.com/news/20130814/6/>、(参照 2022-12-5)

を打破する協力モードやプレイヤー4人対4人の2チーム対人戦がある。プレイヤー同士の対戦では、勝利条件の異なるルールがそれぞれ5種類用意されている<sup>19</sup>。PlayStation®4にて2019年4月に発売されている海外版は、発売後1週間で100万本のセールスを記録しており、発売後1ヵ月で200万本以上販売の大ヒットゲームとなっている<sup>20</sup>。しかし、2022年4月21日に発売されているNintendo Switch版は、累計販売本数が2,979本となっており、同サイトに記載されている「スプラトゥーン3」は3,407,477本となっていることから、販売本数が伸びていないことが一目瞭然である<sup>21</sup>。

一度の対戦時間が「スプラトゥーン」が最大5分で「WORLD WAR Z」が10分になっていることを除いて、「それぞれのルールが用意されており複数のモードが用意されており、自分に合った遊び方ができる」点や、「オンラインでは複数人で協力して戦うことができるだけでなく、オフラインでも遊ぶことができる」点、また「主人公キャラクターの装備等の育成があるというやりこみ要素もあることから、多くの時間を費やしてしまう」という点などゲーム性の類似点は数多く上げることができる。

「1試合の長さ」いうのは、短ければ短いほど手軽に遊ぶことができるというメリットがあるが、戦略性が薄くなってしまふ。逆に長ければ長いほど複雑になり、戦略性が深くなる。

第2章冒頭の文で述べた通り、「スプラトゥーン」シリーズは、現実離れた世界観とキャラクターの設定である全年齢対象のゲームということから、なるべく幅広い層を狙うために少し短めの時間設定になっていると捉えることができる。それに対して、「WORLD WAR Z」は、敵を倒した際の血しぶきや世界観など現実味はないものの、よりリアリティのある設定がされており、18歳以上を対象としたゲームとなっている。そのため、より戦略性のある長めの時間設定になっており、大人向けとなっていると捉えることができる。「WORLD WAR Z」はターゲットとしている層が18歳以上の大人であり、2013年に映画

---

<sup>19</sup> おっさんゲーマー趣味の部屋(2019-5-6)”【ワールドウォーZ】マルチプレイヤーモード全5種類のルールを紹介！マルチでもゾンビが大量出現！”

<https://donchan200x.com/game/wwz/multi-player-rmode>、(参照 2022-12-5)

<sup>20</sup> amazon.co.jp(2022-12-5)”WORLD WAR Z - PS4【CEROレーティング「Z」】”

<https://www.amazon.co.jp/dp/B07TLBQ1RV?th=1>、(参照 2022-12-5)

<sup>21</sup> ゲーム売上定点観測(2022-12-3)”2022年ソフト売上ランキング”

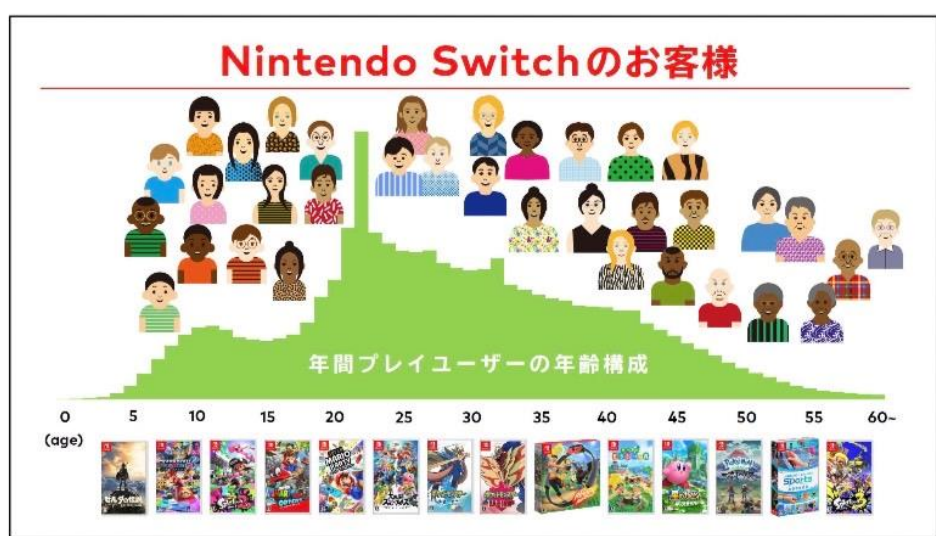
<https://teitengame.com/index.html>、(参照 2022-12-5)

が公開されていることから、当時 18 歳以上の大人であった人々は、Nintendo Switch 版の発売された 2022 年時には少なくとも 27 歳以上になっていることが分かる。

### 3.3. 販売本数の伸ばす要因（ハードウェアとソフトウェアの購入ターゲット層の一致）

図表 1 は任天堂株式会社が 2023 年 3 月期第 2 四半期決算説明会兼経営方針説明会の資料により発表した年齢のグラフである。これを見ると Nintendo Switch のプレイヤーは 20 代前半が圧倒的な割合を占めていることが分かる。

図表 1 「スプラトゥーン 2」プレイヤーの男女比率と年齢層比率



出所：任天堂株式会社 2023 年 3 月期第 2 四半期 決算説明会 兼 経営方針説明会より転載

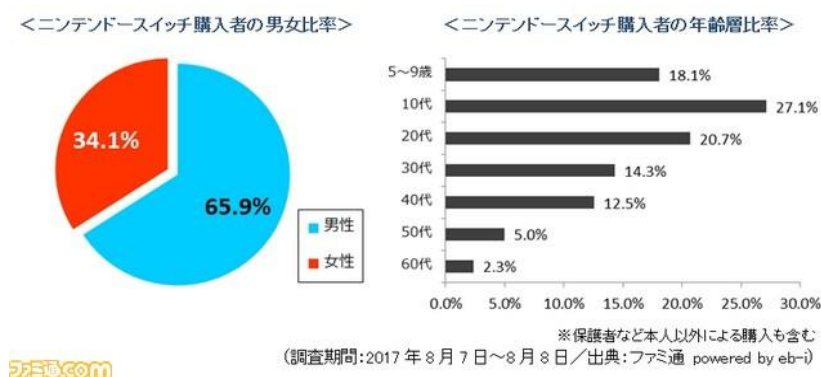
<https://www.nintendo.co.jp/ir/pdf/2022/221109.pdf> (2022-12-5 アクセス)

このことから、「マリオストライカーズ」や「WORLD WAR Z」などの一昔前に人気を得ることができていた作品を Nintendo Switch 版として販売しても、販売本数が伸び悩んでしまうのは必然だと考えられる。しかし、「マリオカート」という作品は安定して販売本数を常に伸ばし続けていることから、多くの顧客を得るためには、単純なゲーム操作に対してどれ程の奥深さがあるのかといったことがとても重要になっていると考えられる。そして、「スプラトゥーン」は完全新作で、ポップなイラストを特徴としており、操作性に複雑な点がなく、全年齢を対象としていることから幅広い層をターゲットとすることができるのだ。したがってハードの購入者とターゲットとなる層が一致するということは販売本数を大きく左右する大きな要因であると言える。

「スプラトゥーン」がシリーズを通して販売を伸ばしている原因として、ハードウェアの購入者と「スプラトゥーン」のターゲットとしている年齢層が一致していることが考え

られる。「スプラトゥーン 2」が発売された直後に行われた、「スプラトゥーン 2」のプレイヤーの男女比率や年齢層比率についての調査によると、男性が約 7 割（73.9%）となっており、年齢別では 5～19 歳のプレイヤーが約 6 割（63%）を占め、若年層の男性を中心に支持されている（図表 2 参照）。

図表 2 Nintendo Switch 購入者の男女比率と年齢層比率

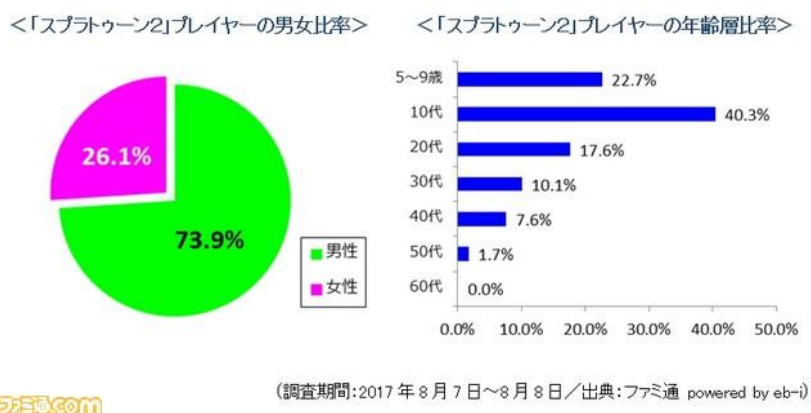


出所：ファミ通.com Nintendo Switch 購入者に関する調査結果より転載

<https://www.famitsu.com/news/201708/24140294.html> (2022-11-30 アクセス)

また、Nintendo Switch の購入者調査によると、男女比率では男性が約 7 割（65.9%）を占め、年代別では 10 代が最も多く、20 代、5～9 歳と続くようになっている（図表 3 参照）。

図表 3 「スプラトゥーン 2」プレイヤーの男女比率と年齢層比率



出所：ファミ通.com 「スプラトゥーン 2」に関する調査結果より転載

<https://www.famitsu.com/news/201708/24140294.html> (2022-11-30 アクセス)

2つのグラフを比較して見ると「スプラトゥーン2」のプレイヤーの比率と Nintendo Switch 購入者の比率はとても酷似している。これにより、販売が促進されている理由として、ターゲット層が一致しているのではないかと考えられる。

「スプラトゥーン」シリーズでは、コントローラーを傾けた方向へ視点を動かすジャイロ操作が可能となっている。自身が狙いたい方向へ直感的に動かすことができるため、シューティングゲーム特有のスティックによる標準操作が必要なくなっている。操作性が複雑でないことに加えて、第2章冒頭で述べたように戦争のリアリティを追求しているのではなく、コミカルで愛らしい世界観になっているので、ゲームに慣れていない人や小さい子供でも遊べる仕様になっていると言える。特に、「レギュラーマッチ」での勝利条件は「相手より広く陣地を塗ること」であり、敵を倒す必要がないので、初心者でも勝利に貢献しやすくなっている。もし、敵に倒されてしまっても何度でもスタート地点からやり直すことができるのも気軽に対戦を楽しむことのできる要因である。

また、「スプラトゥーン甲子園」という公式の全国規模の大会が行われていることや、2.1で述べたように「ガチマッチ」というレートシステムも存在するため、遊びやすさもさることながら対戦ゲームとしての完成度がとても高くなっている<sup>22</sup>。

#### 4. 今後の展開予測：メタバースへの可能性について

スプラトゥーンのシリーズは「スプラトゥーン」から「スプラトゥーン 3」にかけてだんだんと様々なモードが追加されている。(図表 4)

図表 4 「スプラトゥーン」追加された要素

| Wi-Fi環境     | オンライン           |       |       |      |       |        | オフライン   |          |
|-------------|-----------------|-------|-------|------|-------|--------|---------|----------|
|             | ガチマッチ (バンカラマッチ) |       |       |      |       | 協力モード  | 一人用モード  | カードゲーム対戦 |
| 遊ぶことのできるモード | ナワバリバトル         | ガチエリア | ガチヤグラ | ガチホコ | ガチアサリ | サーモンラン | ヒーローモード | ナワバトラー   |
| スプラトゥーン     | ○               | ○     | ○     | ○    | ×     | ×      | ○       | ×        |
| スプラトゥーン2    | ○               | ○     | ○     | ○    | ○     | ○      | ○       | ×        |
| スプラトゥーン3    | ○               | ○     | ○     | ○    | ○     | ○      | ○       | ○        |

アクションシューティングゲームというゲームジャンルであるにもかかわらず、「ナワ

<sup>22</sup> 日刊スポーツ(2018-11-20)「スプラトゥーンとは? スプラトゥーン甲子園とは?」

<https://www.nikkansports.com/amusement/esports/news/201811200000684.html>、(参照 2022-11-29)

バトラー」というカードによる対戦機能が追加されている<sup>23</sup>。これによって、対戦ゲームを続けるのが苦手な人や画面酔いをしてしまう人でも長時間のプレイが可能となったと言える。「スプラトゥーン」や「スプラトゥーン 2」ではプレイ時間が多ければ多いほど、「ゲソコイン」が集まってしまい、消費する方法が多くなかったため上限と達してしまうプレイヤーが少なくなかった。そこで「スプラトゥーン 3」では、「ゲソコイン」を使用した「ガチャ」という仕組みができた<sup>24</sup>。これによって、プレイヤーは勿体ないという気持ちを抱えることなく楽しむことができるようになったと言える。このように、「スプラトゥーン 3」はシリーズを追うごとにまたアップデートを重ねるたびに、様々な機能や遊び方を追加し続けており、よりプレイヤーが楽しむことができるように期待に沿って進化を続けている。私自身、プレイヤーとしてゲーム性にこれ以上改善を求めるのが困難になってきている。

今後の展開としては、「スプラトゥーン」というシリーズは「メタバース」を行うのではないかと考える。「メタバース」とは、インターネット上に存在する「3次元仮想空間」のことを指す。メタは「高次・超越」、バースは「ユニバース」という意味を組み合わせた造語であり、「メタバース」ではユーザーが自身のアバターを操作することによってコミュニケーションを取ることや、ビジネスを行ったりすることが可能となっている<sup>25</sup>。

任天堂では、「どうぶつの森」というシリーズにて「メタバース」に近づいていると考えられる。最新作である「あつまれ どうぶつの森」は2020年3月にNintendo Switch専用ソフトとして発売されており、現在もアップデート等を行い続け、多くのユーザーを楽しませている<sup>26</sup>。販売本数は4,017万本を記録しており、「マリオカート」シリーズに次いで大人気のある作品である<sup>27</sup>。この「どうぶつの森」というシリーズでは、人それぞれの遊び

---

<sup>23</sup> AppMedia(2022-10-4)「スプラトゥーン 3 攻略 Wiki」

<https://appmedia.jp/splatoon3/75923329>、(参照 2022-12-10)

<sup>24</sup> GameWith(2022-12-2)「スプラトゥーン 3 攻略 Wiki」

<https://gamewith.jp/splatoon3/article/show/362749>、(参照 2022-12-11)

<sup>25</sup> KUSHIM HACK(2022-11-22)「メタバースとは？メリットやデメリット、活用例もわかりやすく徹底解説」

<https://www.kushim.co.jp/media/whatis-metaverse#i>、(参照 2022-12-11)

<sup>26</sup> 任天堂株式会社(2022-12-1)「あつまれどうぶつの森」

<https://www.nintendo.co.jp/switch/acbaa/index.html>、(参照 2022-12-11)

<sup>27</sup> 任天堂株式会社(2022-11-8)「主要タイトル販売実績」



方が可能となっており、洋服の着せ替えや家具の作成や収集、木々や花を育成、魚や虫を捕獲、お金を稼ぐなどと様々な要素が詰まっているゲームで、プレイヤーはアバターの表情を操作一つで変えながら、自分なりの楽しさを表現することができる。

「あつまれ どうぶつの森」は、全世界でプレイしている人数が多く、またゲームとしての注目度が高いことから、現実世界が少しずつ流れ込むような事例が発生している。それは、仮想空間であるにも関わらず、有名ブランドや企業の商品が「マイデザイン」という形で参入してきているのだ。「マイデザイン」とは、32×32のドット絵が描けるツールで、作ったデザインを使ってオリジナルデザインの家具や服を作ることができるものだ<sup>28</sup>。アバターの着せ替え衣服として有名ブランド・アパレルのアイテムや、企業や団体の商品コンテンツだけでなく、美術館より多くの美術作品も数多く参入している。(図表 5)

---

<https://www.nintendo.co.jp/ir/finance/software/index.html>、(参照 2022-12-12)

<sup>28</sup> 攻略大百科(20223-3-31) ” 【あつまれどうぶつの森】 マイデザインと PRO エディタでできること 【あつ森】 ”

<https://gamepedia.jp/ac-switch/archives/8888>、(参照 2022-12-12)

図表5 「あつまれ どうぶつの森」 コラボ内容一覧

| コラボ先           | 内容                             |
|----------------|--------------------------------|
| ジェラートピケ        | ブランドの服22点のマイデザイン提供             |
| ルフォワイエ         | ブランドの服4点のマイデザイン提供              |
| ユミカツラ          | ブランドの服17点のマイデザインの提供            |
| ノントーキョー        | ブランドの服15点のマイデザインの提供            |
| マークジェイコブス      | ブランドの服6点のマイデザイン提供              |
| ヴァレンティノ        | ブランドの服25点のマイデザイン提供             |
| テンボックス         | ブランドの服19点のマイデザイン提供             |
| アナスイ           | ブランドの服4点のマイデザイン提供              |
| アディラム          | ブランドの服17点のマイデザイン提供             |
| キャンディフルーツ      | ブランドの服4点のマイデザイン提供              |
| リリ             | 浴衣のマイデザイン提供                    |
| ACDC RAG       | ブランドの服33点のマイデザイン提供             |
| ニコアンド          | ブランドの服4点のマイデザイン提供              |
| XLARGE         | ブランドの服10点のマイデザイン提供             |
| NEW ERA        | ブランドの服6点のマイデザイン提供              |
| ユニクロ           | ブランドの服22点のマイデザイン提供             |
| Mrs.GREENAPPLE | アーティスト衣装やジャケットデザイン29点のマイデザイン提供 |
| あつ森            | たぬきちのマイデザイン提供                  |
| エディットモード       | ブランドの服24点のマイデザイン提供             |
| エクスポックス        | Xboxオリジナルのマイデザイン提供             |
| WoWS           | オリジナルマイデザイン提供                  |
| トゥームレイダー       | トゥームレイダーのマイデザイン提供              |
| スタートレック        | ゲーム内衣装のマイデザイン提供                |
| 八景島シーパラダイス     | シーパラシー太などのマイデザイン提供             |
| 千總             | 振り袖のマイデザイン提供                   |
| 一風堂            | オリジナルマイデザイン提供                  |
| 新潟県佐渡市         | 佐渡島の伝統的なマイデザイン提供               |
| ジョー・バイデン氏      | オリジナルマイデザイン提供                  |
| 中国電力           | オリジナルマイデザイン提供                  |
| LUSH           | オリジナルマイデザイン提供                  |
| モスバーガー         | オリジナルマイデザイン提供                  |
| コメダ珈琲          | オリジナルマイデザイン提供                  |
| キャノン           | オリジナルマイデザイン提供                  |
| ディスコード         | ウンバスクんのマイデザイン4種類提供             |
| アストロゲーミング      | ASTRO GAMINGのマイデザイン提供          |
| ひだまりスケッチ       | ひだまりスケッチのマイデザイン提供              |
| コロコロコミック       | 6月号の付録でマイデザインを限定配布             |
| 日本相撲協会コラボ      | 15日間マイデザインを配布                  |
| フィギュアスケート      | 選手の衣装のマイデザインを配布                |
| ラグビーWC         | 各国代表ユニフォームのマイデザイン提供            |
| メンフィスハッスル      | プロバスケットチームのマイデザイン提供            |
| パーリーゲイツ        | ブランドの服12点のマイデザイン提供             |
| 乃木坂46          | 2種類のマイデザイン提供                   |
| 小田急電鉄          | 7種類のマイデザイン提供                   |
| ピップエレキバン       | CM衣装や商品イメージのマイデザイン提供           |
| メトロポリタン美術館     | 同館の作品40万点のQR提供                 |
| 台湾国立故宮博物院      | 国立故宮博物院の作品22点のQR提供             |
| ポーラ美術館         | 代表的な画家の作品9点のQR提供               |
| Jポールゲティ        | 同館の作品をQR提供                     |
| 三菱一号館美術館       | 同館の作品をQR提供                     |
| 東洋文庫           | 同館の作品をQR提供                     |
| 太田記念美術館        | 同館の作品をQR提供                     |
| 大原美術館          | 同館の作品をQR提供                     |
| 漢字ミュージアム       | 今年の漢字をQR提供                     |
| 諸橋近代美術館        | P.J. Crook氏の作品12点のQR提供         |
| 新潟県立歴史博物館      | 同館の作品をQR提供                     |
| 久保惣記念美術館       | 同館の作品をQR提供                     |
| 横須賀美術館         | 同館の作品をQR提供                     |
| 湯本豪一記念         | 同館の作品をQR提供                     |
| ケンタッキー         | ケンタッキー島を作成                     |
| テトリス99         | テトリス内であつ森のテーマプレゼント             |

出所：アルテマ 【あつ森】有名ブランドや企業のマイデザインコラボ一覧【あつまれどうぶつの森】

<https://altema.jp/atsumori/collaboration#01> (2022-12-12 アクセス)

現実世界では不可能なことを体験しながら、現実と同じようにファッションなども楽しめる世界観は、「メタバース」の魅力が顕著に投影されたプラットフォームと言える。

「スプラトゥーン」では、対戦だけでなく「プライベートマッチ」というゲームモードがあり、ステージやルール、チーム編成を自由に設定してバトルをすることができる。勝敗による影響は何もないため、仲間同士でルールを考えることによって自由に戦わず遊ぶ方法がある。また、「ロッカー」に装飾を自由にできるようになったことやアバター設定の自由度が高くなったこと、「ギア」によるファッションの幅広さに加えて「ナワバトラー」の登場により、遊び方に多様性が行われている。このように、友人と遊ぶことができる幅は広がっている。

しかしながら、「スプラトゥーン」では他のプレイヤーと幅広くコミュニケーションを取ることができないのである。現在、友人以外とコミュニケーションを取る方法は、「広場」という舞台となる街で自身のアバターの上にイラストや一言コメントを残すこと以外がなく、試合中も「ナイス」「カモン」「やられた」の三種類の表現がないのである。「CALL OF DUTY」や「Apex」「FORTNITE」など対戦ゲームは味方との意思疎通が必須のゲームではボイスチャットの機能があるゲームが多く、使用することでコミュニケーションをとれることはもちろん、連携がしやすくなるため、競技性も高めることにも繋がるのだ。

確かに、「スプラトゥーン 3」では「Nintendo Switch Online」というスマートフォンアプリでボイスチャットをすることができる。これは、ゲーム内で「フレンド登録」をしている人のみとボイスチャットができる。しかし、一緒に遊んでいる時もチームがバラバラになってしまった場合敵チームとはボイチャができない仕様になっているので、もし敵チームになってしまったら再びロビーに戻るまで通話はできない。また、ボイチャをオンにしても、フレンド以外のチームメンバーには声が聞こえないため、使用する機会がほとんどなく、LINE や Discord などが使用される。つまり、アプリによるボイスチャットが必要とされておらず、機能してないのである。そこで、他のプレイヤーとコミュニケーションを取ることができるという差別化をすることによって、利用頻度やコミュニケーションの幅を広げることができるのではないかと考える。そして、「メタバース」へと前進でき新規事業へ対する大きな一歩になるのではないかと考える。

## 5. おわりに

この論文では、スプラトゥーンという任天堂で販売本数を伸ばしている作品に注目することで、販売本数を伸ばすための要因や今後の展開案について論じてきた。

第1章では、スプラトゥーンという作品のゲームジャンルやの各シリーズの現在の販売実績の確認を行った。

第2章では、本作品の基本的な設定やゲームモードの種類などゲームとしての特徴について述べた。

第3章では、「スプラトゥーン」と「マリオカート」「マリオストライカーズ」「WORLD WAR Z」といった他のタイトルを比較することによって人気の要因を見出した。特に、ゲームをプレイすることのできるハードの購入者とターゲットとしている年齢層を注目することで、販売本数の伸びている作品の共通点として「ハードとソフトのターゲット層が近いこと」が重要である。

第4章では、「スプラトゥーン」の今後の展開案として「メタバース」への感応性があるということを論じた。COINPOSTの記事によると、任天堂株式会社の古川代表取締役社長は『大きな可能性を感じるが、同社が大事している「驚きや楽しみ」を利用者に提供できるかを考慮しなくてはならない』と発言しており、メタバースに関する今後の計画について、それ以上は語っていないようだ<sup>29</sup>。したがって、仮想通貨など商業的な目的での導入は今のところ視野に入っていないと言えるだろう。

また、任天堂株式会社の経営方針では、「ホームエンターテインメントの分野で、健全な企業経営を維持しつつ新しい娯楽の創造を目指しています。事業の展開においては、世界のユーザーへ、かつて経験したことのない楽しさ、面白さを持った娯楽を提供することを最も重視しています。」や「取扱製品は娯楽品であり、その特性から製品開発に不確定要素が多く、さらには競争の激しい業界であることから、柔軟な経営判断を行えるように特定の経営指標を目標として定めていません。」と掲げられている<sup>30</sup>。このことから、Nintendo Switchで操作性が複雑でないかつ単純なゲームの奥深さを重要視した、ゲームに関する知識がない人から熟練のプレイヤーまで、一人でもみんなでも楽しむことのでき

---

<sup>29</sup> COINPOST(2022-2-4)“任天堂の古川代表取締役社長、メタバースに対する見解語る＝報道”  
<https://coinpost.jp/?p=317367>、(参照 2022-12-12)

<sup>30</sup> 任天堂株式会社(2022-10-3)“経営方針”  
<https://www.nintendo.co.jp/ir/management/policy.html>、(参照 2022-12-12)

る作品こそ時代に合った作品だと言っているように感じた。日々進化していく現代社会において、展開の方向性次第で企業の存続は大きく異なると考えられる。今後どのような展開を見せていくのかを注目である。

#### 参考文献

- 任天堂(2021-5-7)“Splatoon(スプラトゥーン)” <https://www.nintendo.co.jp/wiiu/agmj/>、(参照 2022-11-2)
- 任天堂(2022-8-18)“スプラトゥーン 2 | Nintendo Switch |” <https://www.nintendo.co.jp/switch/aab6a/index.html>、(参照 2022-11-8)  
(12472 文字)