

儲けが出るかどうかの分かれ目

スマホのゲームは儲かるのか

本章では、企業の経営戦略や法律について学びます。



うわー 難しそうですね……

マネジメントに続いて、学生の方にはイメージしづらいテーマかもしれません。本章で学ぶ内容についても、スマホゲームの例をあてはめてみましょう。前に、キャラクター追加開発のアローダイアグラムを考えてみましたね（第8章冒頭）。

ここでは、ゲームの追加開発を**損益分岐点**で考えてみます。



ソンエキブンキテン……
ものすごく難しそうなんですけど。

本章では、どうやって会社が儲けるか、どうやって事業を拡大していくか、といった知識を学びます。損益分岐点についても、詳細は本編で説明します。

基子さんが興味のあるような企業の話をしてしまおう。



よろしくお願いします。

スマホのゲームでは、基本的に無料で、ガチャなどゲームを進めるために有利になるものに課金する仕組みが多いですね。

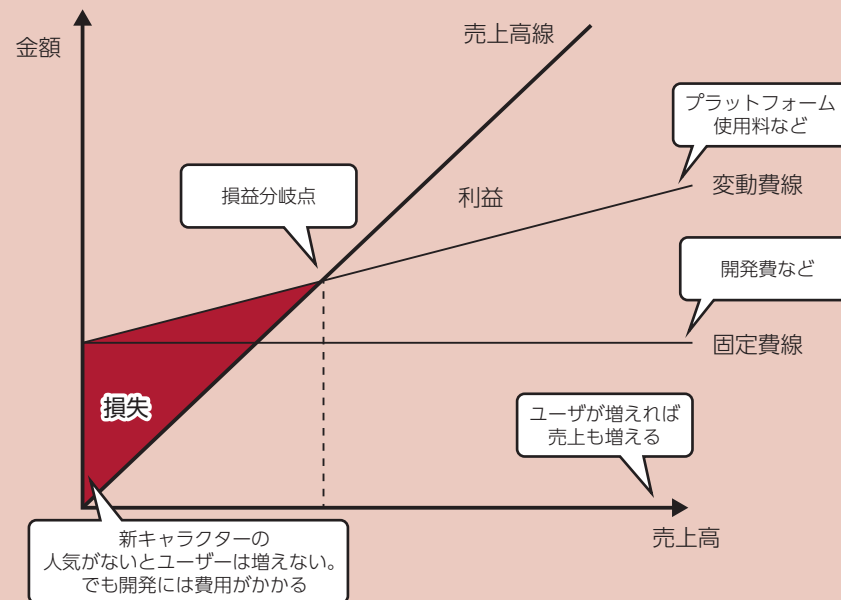


そうですね。わたしは無課金でやってますけど。スマホのゲームだと、どれくらいの人が課金すれば、儲かるんでしょう？

ゲームの規模によっても異なってきます。一般的には、ゲームにログインするユーザが多ければ多いほど、課金する人も増えるので、売上高は高くなります。とはいえ、ユーザが増えたら、その分、GoogleやAppleといったプラットフォーム企業へ使用料を支払ったり、自社のサーバを増強したりといった負担が発生するわけです。

こういったことを踏まえて、損益分岐点の図を描いてみましょう。

スマホゲームの損益分岐点イメージ



うわっ、やっぱり難しそうです。

ここでは、イメージだけわかれば、問題ありません。

キャラクター追加開発のアローダイアグラムを思い出してみてください。いくつかの作業がありましたね。あれだけの作業を終えて、新しいキャラクターがゲームに登場しました。しかし、新キャラクターの人気はイマイチで、ユーザ数は増えません。当然、課金してくれるユーザも増えません。そんな状況をイメージしてみてください。



厳しいですね……でも、声優さんやイラストレーターさんにギャラをお支払いしないといけませんよ。

そうです。開発にかかった費用があります。社内の人件費なども含まれますね。これは、左下の「損失」にあてはまりそうな例です。

では、どうしたら儲けが出るのか。損益分岐点の詳しい見方は、本編で説明しましょう。