ユーザ評価とランキングの推移に基づくスマートフォンアプリの特徴分析

プロジェクトマネジメントコース　矢吹研究室　0942112　増田　知之

1．研究背景

　現在世界中でスマートフォン利用者が年々増加している．AndroidsやiOS，Symbian，Research In Motion，Bada，Microsoftなど，様々なプラットフォームが組み込まれている．その中でもAndroid端末とiOS端末が人気を集めている．OSの普及率は，2011年第2四半期では，Android端末が43％，iOS端末が18％（計61％），2012年第2四半期では，Android端末が63％，iOS端末が19％（計82％）となっている[1]．両者が市場をほぼ独占する勢いがあるが，Android端末の普及率が早く増える傾向にある．

その一方で，端末上で動作するアプリケーション（以下アプリ）の普及率は，Googleが運営するアプリ配布サイトであるGoogle playで配布される数の約4倍のアプリが，Appleが運営するアプリ配布サイトであるApp storeで配布されている．このように，Android端末とiOS端末はOSの普及率（Android端末が上）とアプリの普及率（iOS端末が上）に逆転現象が見られる．まずは，AndroidとiOSとは，ソフトウェアやハードウェアを動作させるための基盤になるOS（プラットフォーム）である．Androidとは，Googleによってスマートフォンやタブレットなどの携帯情報端末を主なターゲットとして開発されたプラットフォームである．

こうしたアプリ市場を下支えしているのは，ゲーム分野であるがiOS端末向けとAndroid端末向けでは好まれるゲームの傾向が異なる． iOS端末向けのゲームでは戦略重視のゲームやカジノ・ゲームが好まれるのに対しAndroid端末向けのゲームでは，頭脳ゲームやカジュアルなゲームが好まれている．

このことから，AndroidやiOSなどのプラットフォームの違いは，アプリの製造・販売戦略に大きく影響することがわかる．

2．研究目的

　本研究の目的はアプリの成功には，プラットフォームの選択（AndroidかiOS）やアプリのジャンル，ビジネスモデル（広告・販売・アプリ内課金）など，さまざまな要因が影響しているはずである．公開されているたくさんのアプリの実態を調査することで，この影響を明らかにすることを目指す．

それによって「OSの普及率とアプリの普及率の逆転現象」や「プラットフォームによって好まれるビジネスモデルの違い」を把握することで，プロジェクトマネジャーとしての必要不可欠な知識を把握することが可能である．

3．研究方法

アプリの無料・有料ランキングデータを毎日18時に取得データをする．取得したデータをもとに，アプリの売上げを決めるモデルを構築する．

たとえば，個々のレビューがアプリに与える影響は，レビューの数が少ないときや，ランキングが低いときには大きく，レビューの数が多いときや，ランキングが高いときには，小さいことが予想される．

取得するデータの各層度がランキングに与える影響をモデルのパラメータとして，実データを最もよく再現するようなパラメータの組み合わせを見つければ，それによってアプリの売上を説明することができると期待される．

4．結果

　取得したデータの各層度のランキング・レビューをもとに主成分分析を行った結果，ランキングのレビューの評価の各層度によって，評価・ランキング変動に与える影響力の違いの大きさには大きな差が出ると考える．

5．結論

　この研究を通じて，App storeとPlayストアのレビュー評価に対する影響力はそれぞれであり，それぞれストアによって，トップ10に入るアプリも違い，無料・有料の両方を持つアプリでは同じアプリであるが，星5の評価を得た場合の影響度にも大きなさが出ると考える．

　アプリ開発者やモデルがアプリのランキング変動を大きく変化させるのではなく，ユーザである私たちの評価によって大きく変動する．今後アプリ業界で人気のアプリかどうかの判断は，アプリ開発者側ではなく，私たちユーザにかかっていると考える．

参考文献

[1]　インターネットコム，

<http://japan.internet.com/busnews/20120816/4.html>　2013.09.21.