PayPal

先手必勝

ゲーミングについては熟知されていると思います。
私たちPayPal(ペイパル) は貴社が世界規模で事業を展開できるよう、新しいプレイヤーの開拓、不正行為との 闘い、そして決済での成功を支援する方法を熟知しています。



コンテンツ

パート 1 : 売上の創出

ゲーマーの注目を勝ち取る戦い 4
新たな世界、無限の販売機会 6
5つのもっとも重要なゲーム市場の概要 9
- 米国におけるゲーム市場 10
- 英国におけるゲーム市場 14
- ドイツにおけるゲーム市場 18
- メキシコにおけるゲーム市場 22
- 日本におけるゲーム市場 26
アクティブなコミュニティの構築 30

パート 2 : 収益の保護

レイテンシーの問題 32
不正: 最大のリスクの 1 つ 33

結論 34

パート1:
売上の創出



パート1: 売上の創出

ゲーマーの注目を集める戦い

現状

ゲーム業界は過去一年間で大きく成長しました。VR やAR技術により、現実さながらの仮想空間が生まれ、デジタルと現実の世界の境界線が曖昧になってきています。リアルタイムのレイトレーシングは驚くほどリアルなグラフィックを実現し、AIが駆動するノンプレイヤーキャラクター(NPC)やダイナミックなゲームプレイはゲーム業界に革命をもたらしています。クラウドゲーミングプラットフォームも、あらゆるデバイスでのシームレスなストリーミングを可能にしています。[1]

新たな市場領域をめぐる戦い

ゲーム体験は拡大の一歩を辿っており、パブリッシャーや開発者は魅力的なゲームを次々と開発し、ゲーマーを惹きつけて維持する努力を続けています。そのカギとなるのが拡張性 - 従来にも増して国際的なファン層の獲得が重要となっています。

インターネットのグローバルな普及と、アクセスしやすくなっているゲーミングプラットフォームにより、複数の市場への道を開き、世界中のゲーマーとつながることが、永続的な成功へのカギとなります。



1 FINSMES (2022), https://www.finsmes.com/2022/11/how-technology-is-changing-the-gaming-industry.html

パート1: 売上の創出

国際的なファン層への拡大がビジネスにもたらす主な利点

- 多様なターゲット層にリーチできるため、ゲームの購入、ゲーム内課金、サブスクリプションや広告などにより売上の可能性を拡大。
- グローバルでの認知度が高まり、開発者、パートナー企業、投資家の関心を集める。
- 国際的な知名度、ブランドの認知度、メディア露出を実現。

このガイドでは、新たな市場領域を開拓し、新興ゲーム市場で成功する方法について詳細に説明いたします。20 年以上の信頼と決済実績を誇るPayPalが、ゲーム業界におけるビジネスの飛躍的な成長をサポートいたします。

PayPal活用術 #1

デベロッパーとパブリッシャーはPayPalの膨大なユーザーベースを活用することにより、グローバルな成長を実現できます。

200以上のマーケットに進出し、国際的な顧客基盤を拡大しましょう。

シームレスなオンライン取引を重視する**4億3,000万人**以上のPayPalユーザーにアクセスできます*。

*出典: PayPal2025年度Q1



パート1: 売上の創出

新たな世界、無限の販売機会

現実と仮想世界の境界線が益々あいまいになるにつれて、ゲーム企業は革新的な先駆者の役割を担い、先見の明のあるクリエイターとして活躍しています。こうしたダイナミックな環境の中でバーチャル体験は著しい変化を遂げており、顧客の想像力を掻き立て、商業的な成果を約束する収益性の高いビジネスモデルへと変化しています。

新たに登場しているビジネスモデルやハイブリッド型の収益化の機会として、FortniteのCoachella Island[2] や、Robloxにおけるエルトン・ジョンの「ビヨンド・ザ・イエロー・ブリック・ロード」[3] が挙げられます。

これらのインタラクティブなバーチャルイベントは、プラットフォームに様々な販売機会を創造し、チケット販売からゲーム内課金、バーチャル商品、パーソナライズ、スポンサーシップ、ブランドコラボレーションメディアや放送権、アーティストやレコードレーベルとのパートナーシップ、さらには現実世界での eコマース展開まで多岐にわたります。



2 Rolling Stone (2023), https://www.rollingstone.com/music/music-news/coachella-fortnite-metaverse-virtual-world-1234713842/
3 Music Ally (2022), https://musically.com/2022/11/03/elton-john-goes-beyond-the-yellow-brick-road-on-roblox/

ゲームでの数々の収益化モデルについて知っておくべき重要なポイントがいくつかあります。

タイプ	Pay-to-play (定額課金制)	ゲーム内課金	バーチャル不動産	サブスクリプション	DLCとアドオン	eスポーツ
メリット	頻繁なアイテム課金を避けたい従来のゲーマーへの訴求点。 全てのゲーマーに対して平等なコンテンツアクセスを提供。	追加コンテンツ通じての、ゲーマー1人当たりの収益を高める機会を提供。	バーチャル不動産の取引やバーチャルレンタル収入を通じた収益化の可能性。	ゲーマー同士やゲーマーコミュニティ内のエンゲージメントと愛着を推進。	追加コンテンツを求める既存のゲーマーからの売上創出。	パブリッシャーとeスポーツリーグ間でのパートナーシップ、スポンサー契約、広告の機会を促進。
デメリット	継続的な収益がなけば、定期的なアップデートが難しくなり、ゲーマーの長期的なエンゲージメントに影響を及ぼす可能性があります。	アイテム課金が過度に高価に感じられたり、ゲームの進行に必須だったりすると、ネガティブな反応を招く恐れがあります。	限定したターゲット層にしかアピールできないかもしれません。 バーチャル不動産の適切な価格設定が難しくなります。	購読者を維持するには、新しくて魅力的なコンテンツを継続的に提供する必要があります。	開発者がコンテンツを意図的に分割し、オンラインで別売りするリスクがあります。	イベントの企画・開催には高額な初期費用及び継続的なコストが伴います。

パート1: 売上の創出

PayPal活用術 #2

収益化モデルに関係なく、PayPalというブランドとしての信頼性と、
シンプルかつ安全な決済ソリューションにより収益源を守ることができます。

ブランドへの信頼:

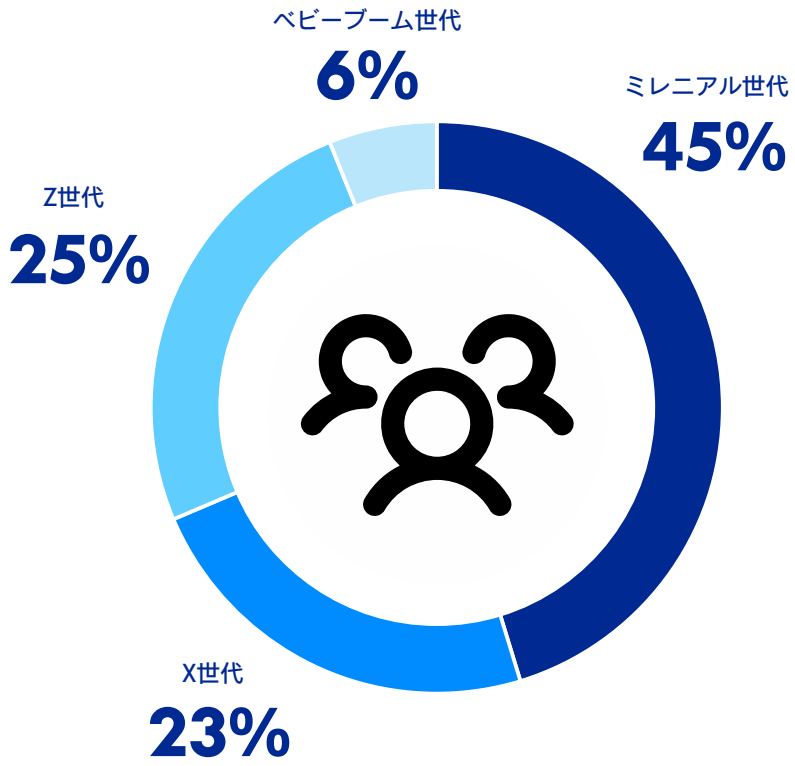
ドイツの消費者のXX人が、財務情報の安全な保管に関してはPayPalが最も信頼できるブランドだと考えています。[4]このブランドへの信頼こそが51%のドイツ人がオンラインで繰り返し購入を行う理由です。[5]

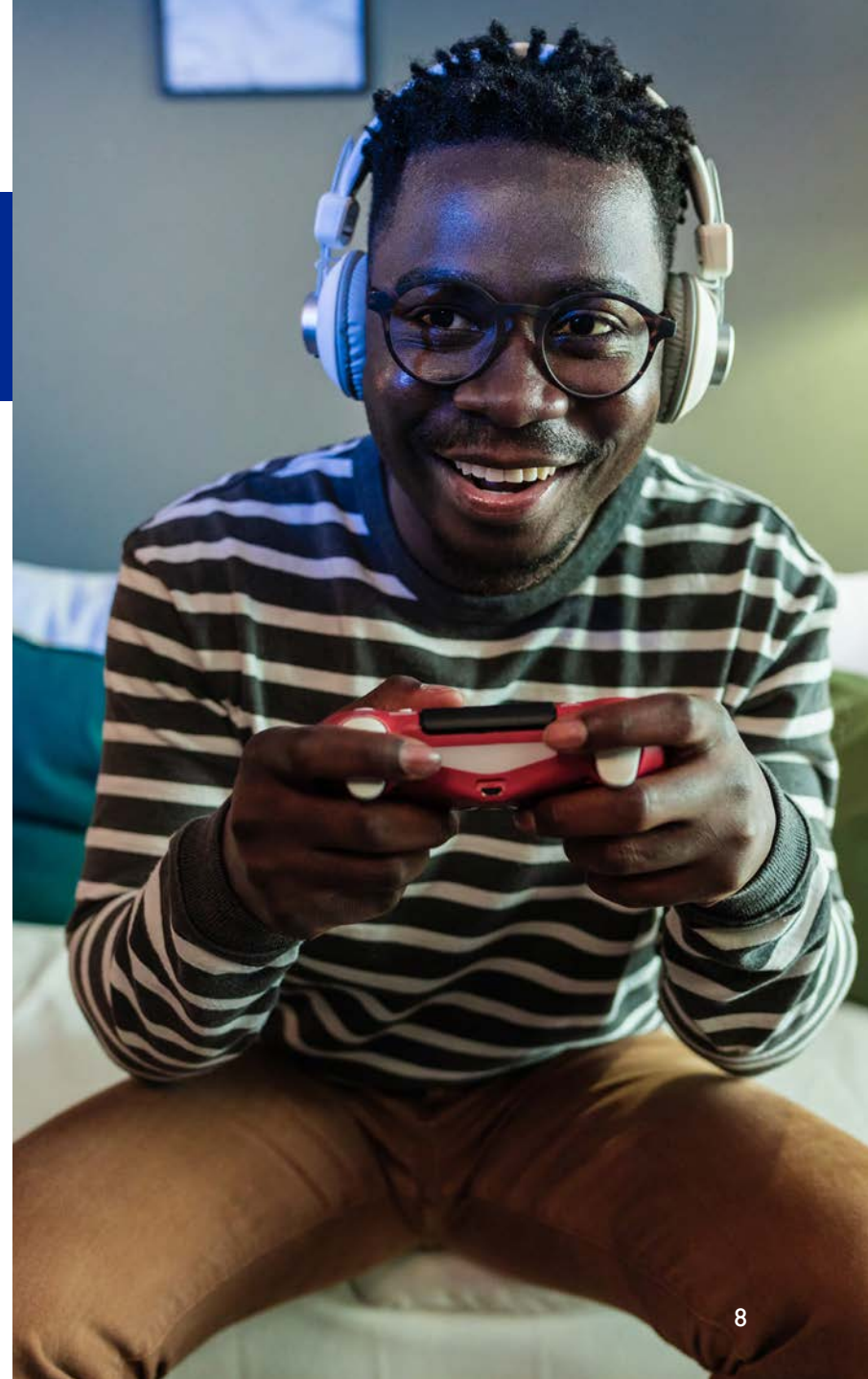
サブスクリプション:

PayPalを使用すると、ゲーム会社は定期支払いに基づくサブスクリプションモデルを提供できます。ドイツでPayPalのサブスクリプションを導入した小売業者は、平均31%の売上増を実現しました。[6]

モバイル決済:

ゲーマーはPayPalのモバイル決済ソリューションによりモバイル端末から簡単に購入できます。ドイツではあらゆる年齢層の消費者がPayPalのモバイル決済システムを利用しており、特にミレニアル世代は最大の利用層45%を占めています。[7]





4 Statista、世界消費者ブランドレポート、モバイル決済:ドイツにおけるPayPalユーザー、2023年9月。複数選択式、 サンプル数: PayPalユーザー n=504、モバイル決済ユーザー n=1,101、全回答者 n=35,994。
5 TRC、2021年4月　PayPalによる委託TRCはドイツにおける18歳以上の消費者1,000人にオンライン調査を実施 しました(n=1,000)。
6 Nielsen、PayPalによる委託、ドイツのNielsenメディア動向調査(2021年10月)中小企業の加盟店による最近の PayPal取引(過去4週間)1,000件。
7 2020年7月1日～2021年5月の間に実施されたPayPal社内データ調査に基づく(小売業者10社参加に基づく)。

5つの最も重要なゲーム市場の概要

国際的なリーチとビジネスに対する顧客のロイヤリティを最大化するには、様々なコア市場(米国、メキシコ、日本、ドイツ、英国)のゲーマーの人口統計学的特性と嗜好を理解する必要があります。これによりゲームデベロッパーはターゲットを絞った効果的な方法でターゲット層にアピールすることができます。



国によって状況は異なりますが、各ターゲット市場における最も人気のあるプラットフォーム、ジャンルやチャンネルを知れば、製品やマーケティングを適応させることができ、成長を続ける競争の激しい国際的なゲーミング市場での成功のチャンスを最大限に高めることができます。



アメリカ合衆国



英国



ドイツ



メキシコ



日本

米国におけるゲーム市場

ビデオゲーム誕生の地であり、ゲーム市場世界第2位の米国。米国のエンターテイメント業界で最も急速に成長しているゲーム市場。米国の4分の3近くがゲームファンです。[8]米国はエキサイティングで多様性に富んだ市場であり、様々なタイプのゲーマーが存在しeスポーツへの関心も高まってきています。





8 Newzoo (2022)、米国のゲーマーに関するキーイ ンサイト、https://newzoo.com/resources/trend-reports/ key-insights-into-us-gamers-what-howand-why-they-play

パート1: 売上の創出

ターゲット層が最も好むチャンネル

米国のゲーマーの間で最も人気のあるソーシャルメディアプラットフォームはYouTube、Facebook、Discord、TikTok、Twitchです。[17] ゲームのジャンルやターゲットオーディエンスによっては特定のグループに人気のあるRedditやXでもヒットする可能性もあります。

統計と人口統計データ

191
ゲーマー数(100万人)[9]

47.3
ゲーム収益(億米ドル)[10]

	ゲーマーの性別[11]	年齢[12]	ゲーマーのシェア プラットフォームごと[13]	PCおよびコンソール ゲーム上位3ジャンル[14]	PCおよびコンソール ゲーム上位3位[15]	eコマースで最も利用されている 支払方法[16]
1	男性 (52%)	21–35 (36%)	モバイル デバイス (48%)	シューティングゲーム	フォートナイト	デジタルウォレット (32%)
2	女性 (47%)	10–20 (26%)	コンソール (39%)	アドベンチャー	カウンターストライク: グローバルオフェンシブ	クレジットカード (30%)
3	ノンバイナリー/ その他 (1%)	36–50 (25%)	PC (27%)	バトルロイヤル	グランド・ セフト・オート	デビットカード (20%)

9 Newzoo (2022)、Key Insights Into American Gamers (米国のゲーマーに関するキーインサイト)、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play. 10 Newzoo (2022)、Key Insights Into American Gamers (米国のゲーマーに関するキーインサイト)、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamerswhat-how-and-why-they-play. 11 Newzoo (2022)、Key Insights Into American Gamers (米国のゲーマーに関するキーインサイト)、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play. 12 Newzoo (2022)、Key Insights Into American Gamers (米国のゲーマーに関するキーインサイト)、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play. 13 Newzoo (2022)、Key Insights Into American Gamers (米国のゲーマーに関するキーインサイト)、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play. 14 Newzoo (2022)、Key Insights Into American Gamers (米国のゲーマーに関するキーインサイト)、 https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play. 15 Newzoo (2022)、Key Insights Into American Gamers (米国のゲーマーに関するキーインサイト)、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play. 16 FIS (2023)、グローバル決済レポート2023、https://www.fisglobal.com/en-gb/global-payments-report. 17 Statista (2023)、https://www.statista.com/statistics/1351103/us-most-used-social-related-to-gaming/

パート1: 売上の創出

ゲームショーやイベント

米国では、業界の専門家が集まる世界最大級のイベント、サンフランシスコのGame Developers Conference (GDC)など、世界最大のゲームイベントがいくつか開催されています。以下のゲームショーでゲーマーやゲームファンに会うことができます。

1. **PAX (Penny Arcade Expo、シアトル) やPAX East (ボストン):**
   ゲームやゲーミングカルチャーのフェスティバル。
2. **E3 (ロサンゼルス):**
   世界最大級のゲームショーの一つ。
3. **Comic Con International (サンディエゴ):**
   もともとはコミック専用イベントであったが、現在はビデオゲームに注力しています。



業界団体

米国国内のビデオゲーム業界の全国的な業界団体は、Entertainment Software Association (ESA): www.theesa.com. です。

18 Statista、Global Consumer Survey Brand Report, Online payment: PayPal users in the United States (グローバル消費者調査ブランドレポート、オンライン決済: 米国におけるPayPalユーザー)、2022年11月サンプル数: n=4040、オンライン決済ユーザー。19オンライン調査、PayPalの委託によりNetfluentialが2020年11月に実施した18～39歳のオンラインショッピング利用者1,000人を対象としました。(PayPalユーザー中、n=682) 20 PayPalに委託され実施したNielsen 調査、米国のNielsenメディア行動パネル使用。2022年1月～12月の間の25,000人の消費者による40万8000件の大企業のデスクトップ購入取引を分析。*チェックアウトコンバージョンは顧客が支払いを 開始した時点から測定。21 PayPalに委託されNielsenが実施した調査、米国のNielsenメディア行動パネル使用。2022年1月～12月の間の25,000人の消費者による40万8000件の大企業のデスクト ップ購入取引を分析。*チェックアウトコンバージョンは顧客が支払いを開始した時点から測定。22 主要なグローバル決済のネットワーク分析　2020年第4四半期～2021年第3四半期にかけての12 ヶ月間に、8ヶ国(米国、英国、ドイツ、オーストラリア、フランス、イタリア、スペイン、カナダ)の12市場にわたる取引データを分析。国内スキームによる取引は含みません(例: Cartes Bancaires、eftpos)

米国におけるPayPal

82%
の米国の消費者がPayPalを利用しています。[18]

69%
PayPal利用者のうち、PayPalの支払いに応じている小売店で買い物をした方が安心だと感じています。[19]

33%
PayPalは大企業のチェックアウトコンバージョンを平均33%向上させることが証明されています。[20]

x2.2
PayPalユーザーは、支払いオプションとしてPayPalを明確に提示しているウェブサイトでの購入を完了する傾向が2.2倍高くなります。[21]

6ベーシスポイント
PayPalはクレジットカードに関する不正の発生率を6ベーシスポイント減少させることが証明されています。[22]

パート1: 売上の創出

大規模だが困難な市場

米国のゲーム市場は大規模で多様性に富んでいますが、同時に困難な課題も含んでいます。そのため新規参入企業にとっては定着が難しい場合もあります。成功のチャンスを高めるための以下の3つのヒントを試してみてください。

1. ターゲット層を明確に定義する事:
米国は広大な市場であり、幅広い層にリーチしようとすると膨大なコストがかかります。

2. ローカライゼーションが鍵:
ターゲットに応じて正確に米国英語(またはヒスパニック系の人口が多い場合はスペイン語)に正確に翻訳する事も重要で、関連性があり、かつ最新の文化的背景やニュアンスを用いることが不可欠です。

3. 強力なオンラインプレゼンスとコミュニティの構築:
この巨大な市場でファンベースを築くためには強力で情熱的なコミュニティをアクティブに構築していくのが最良の方法です。



PayPal活用術 #3
クロスボーダー取引から得たインサイトを活用して事前に戦略を立てる:

PayPalは企業に対してクロスボーダー取引に関する価値のあるインサイトや分析を提供しています。これらのデータは企業が顧客の行動を理解し、市場のトレンドを把握し、拡大展開に向けた戦略的判断を下す際にも役立ちます。

英国におけるゲーム市場

英国はヨーロッパ最大級のゲーム市場であり、大規模で要求の高いゲーマーコミュニティを有しています。ビデオゲームは英国で最も人気のある娯楽であり、英国のエンターテイメント業界においては最も収益性の高い分野です。[23] Candy Crush SagaやWordleのようなカジュアルなゲームから、アドベンチャーゲームやシューティングゲームまで、英国にはゲームファンが多く存在し、多額のお金を費やしています。58%のゲーマーがゲームのサブスクリプションを購入しています。[24]



23 Allcorrect (2022), https://allcorrectgames.com/insights/the-uk-gaming-market/
24 Allcorrect (2022), https://allcorrectgames.com/insights/the-uk-gaming-market/



パート1: 売上の創出

ターゲット層が最も好むチャンネル

英国では58%の人々がYouTube (74%)やTwitch (25%)などの人気プラットフォーム上でゲームコンテンツを視聴しています。[33]
英国で最も人気のあるプラットフォーム: TikTok (月あたり27.3時間)、YouTube (15.5時間)、Facebook (14.6時間)。[34]

統計と人口統計データ

39.1
ゲーマー数(100万人)[25]

5.5
ゲーム収益(億米ドル)[26]

	ゲーマーの性別[27]	年齢[28]	ゲーマーのシェア プラットフォームごと[29]	PCおよびコンソール ゲーム上位3ジャンル[30]	PCおよびコンソール ゲーム上位3位[31]	eコマースで最も利用されている 支払方法[32]
1	男性 (54%)	21–35 (33%)	モバイルデイス (46%)	アドベンチャー	Overwatch 1&2	デジタルウォレット (35%)
2	女性 (45%)	36-50 (28%)	コンソール (41%)	シューティングゲーム	フォートナイト	クレジットカード (24%)
3	ノンバイナリー/その他 (<1%)	10-20 (23%)	PC (29%)	バトルロイヤル	FIFA 23	デビットカード (22%)

25 Newzoo (2022)、Key Insights Into American Gamers (米国のゲーマーに関するキーインサイト)、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play. 26 Newzoo (2022)、Key Insights Into American Gamers (米国のゲーマーに関するキーインサイト)、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamerswhat-how-and-why-they-play. 27 Newzoo (2022)、Key Insights Into American Gamers (米国のゲーマーに関するキーインサイト)、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play. 28 Newzoo (2022)、Key Insights Into American Gamers (米国のゲーマーに関するキーインサイト)、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play. 29 Newzoo (2022)、Key Insights Into American Gamers (米国のゲーマーに関するキーインサイト)、https://newzoo.com/resources/trendreports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play. 30 Newzoo (2022)、Key Insights Into American Gamers (米国のゲーマーに関するキーインサイト)、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play. 31 Newzoo (2022)、Key Insights Into American Gamers (米国のゲーマーに関するキーインサイト)、https:// newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play. 32 FIS (2023)、The Global Payments Report 2023 (2023年グローバル決済レポート)、https://www.fisglobal.com/en-gb/global-payments-report. 33 Allcorrect (2022)、https://allcorrectgames.com/insights/the-uk-gaming-market/. 34 Meltwater (2023)、https://www.meltwater.com/en/blog/uk-social-media-statistics#Most%20used%20social%20media%20platforms%20in%20the%20UK

ゲームショーやイベント

このように大規模で熱心なゲームコミュニティのある英国では国際的、国内向け、地域的なゲームイベントに事欠くことはありません。そのいくつかを以下にご紹介します。

1. EGX: ロンドンで開催されるビデオゲームを中心とした英国最大のゲームイベント。

2. UK Comic Con: コスプレやビデオゲームなど、コミック関連やポップカルチャー全般のイベント。

3. Insomnia Gaming Festival: eスポーツ、LANパーティー、エンターテイメントの「大規模なコミュ ニティ主催のゲームショー」。



業界団体

ゲームおよびインタラクティブエンターテイメント業の英国全国協会である UKIE： ukie.org.uk

35 Statista, グローバル消費者調査ブランドレポート、オンライン決済: 英国におけるPayPal、2022年5月サンプル数: n=1,605、オンライン決済ユーザー。 36 PayPalの委託によりNielsenが実 施。Nielsen英国意識調査(2023年6月)。中小企業加盟店からの最近の購入者2,000人(過去4週間)、1,000件のPayPal取引とPayPal以外の取引を含む。代表的なチェックアウトにはクレジットカード、デビットカード、プリペイドカード、デジタルウォレット、BNPL(後払い決済)ブランドやその他が含まれます。37 PayPalの委託によりNielsenが調査実施。英国のNielsenメディア行動パネルを使 用 。PayPalが英国を拠点とする315のさまざまな業種の大規模企業加盟店に与える影響を理解し、測定するために2019年10月～2020年9月に実施。95,161 台のデスクトップ購入取引をした27,898人の英国の消費者対象38 PayPalの委託によりNielsenが調査実施。ドイツのNielsenメディア行動パネルを使用。PayPalがドイツを拠点とする315のさまざま な業種の大規模企業加盟店に与える影響を理解し、測定するために2019年10月～2020年9月に実施。175,653 台のデスクトップ購入取引をした32,831人のドイツの消費者対象 39 8つの市場(米国、英国、ドイツ、オーストラリア、フランス、イタリア、スペイン、カナダ)における2020年第4四半期～2021年第3四半 期の12ヶ月間の取引から、主要グローバル決済ネットワークとPayPal内部データを12の業種にわたって比較分析。ローカルネットワークでの取引は含まれていません。

英国におけるPayPal

91%
の英国の消費者がPayPalを利用しています。[35]

45%
英国の消費者うち45%が、中小企業のウェブサイトで繰り返し購入する理由は、PayPalへの信頼があるからだと答えています。[36]

24%
PayPalを利用すると、中小企業のチェックアウトコンバージョンは高くなります。[37]

x3.8
PayPalを支払いオプションとして明確に提供しているウェブサイトでの購入完了率は、PayPalユーザーにおいて3.8倍以上高くなっています。[38]

9ベーシスポイント
PayPalはクレジットカード取引における不正行為を9ベーシスポイント下げるのに役立っていることが示されています。[39]

適切な収益化戦略を考える

英国のゲーマーの3分の2近くがゲームにお金を費やしており、セールや特別なキャンペーンが最も強力なモチベーションとなっています。[40]次に高いモチベーションは家族や友人とプレイすることです。同時に、英国の4分の1近く(24%)は趣味としてのみゲームを楽しんでいます。よって、どの収益化戦略がターゲット層に最も適しているかの検討が重要となってきます。

1. 規則を熟知する:
子どもをターゲットにしたゲームやアプリは、データ、分析、広告における規制が厳しい。

2. ルートボックス(ガチャ)禁止へ:
ルートボックスの慣行の影響が懸念されており、英国政府(およびEU)は法律で禁止する意向を表明しました。

3. サブスクリプションモデルがゲームに適しているかどうかを考える:
58%の英国のゲーマーがゲームサブスクリプションを購入しています。[41]

40 Newzoo (2022)、米国のゲーマーに関するキーインサイト、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play
41 Newzoo (2022)、米国のゲーマーに関するキーインサイト、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-us-gamers-what-how-and-why-they-play



PayPal活用術 #4
クロスボーダー取引から得たインサイトを活用して事前に戦略を立てる:

PayPalは企業に対してクロスボーダー取引に関する価値のあるインサイトや分析を提供しています。これらのデータは企業が顧客の行動を理解し、市場のトレンドを把握し、拡大展開に向けた戦略的判断を下す際にも役立ちます。

ドイツにおけるゲーム市場

ドイツでは世界最大のゲーミングトレードショーであるGamescomの開催地です。[42]ドイツのゲーム業界は活況を呈しています。小規模の開発者やパブリッシャーと、熱心なゲーマーの大きなコミュニティで構成されています。ドイツのゲームコミュニティは一魅惑的な体験を求めるアマチュアゲーマーから最高レベルで競い合うeスポーツの競技者まで、ゲーム企業に幅広い選択肢を提供しています。



42 https://www.gamescom.de/de



パート1: 売上の創出

ターゲット層が最も好むチャンネル

ドイツにおける21～50歳の年齢層に最も人気のあるメディアプラットフォームはゲームコンテンツの視聴ではTwitchとYouTube、[51]他のコミュニティメンバーとの交流ではDiscord、ゲーム世界のニュースや最新情報を集める目的ではFacebook、Instagram、Xなどのソーシャルメディアプラットフォームです。ゲームサイトやフォーラムもドイツのゲーマー同士のつながりと貴重な情報提供の場として重要な役割を果たしています。

統計と人口統計データ

49.8
ゲーマー数(100万人)[43]

6.6
ゲーム収益(億米ドル)[44]

	ゲーマーの性別[45]	年齢[46]	ゲーマーのシェア プラットフォームごと[47]	PCおよびコンソール ゲーム上位3ジャンル[48]	PCおよびコンソール ゲーム上位3位[49]	eコマースで最も利用されている 支払方法[50]
1	男性 (54%)	21–35 (31%)	モバイルデバイス (43%)	シューティングゲーム	フォートナイト	デジタルウォレット (29%)
2	女性 (45%)	36-50 (28%)	コンソール (34%)	アドベンチャー	Overwatch 1&2	銀行振替 (27%)
3	ノンバイナリー/その他 (<1%)	51–65 (25%)	PC (34%)	スポーツ	グランド・ セフト・オート	後払い (23%)

43 Newzoo (2022)、ドイツのゲーマーに関するキーインサイト、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-german-gamers-newzoo-gamer-insights-report. 44 Newzoo (2022), Key Insights Into German Gamers, https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-german-gamers-newzoo-gamer-insights-report. 45 Newzoo (2022)、ドイツのゲーマーに関するキーインサイト、 https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-german-gamers-newzoo-gamer-insights-report. 46 Newzoo (2022)、ドイツのゲーマーに関するキーインサイト、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-german-gamers-newzoo-gamer-insights-report. 47 Newzoo (2022)、ドイツのゲーマーに関するキーインサイト、https:// newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-german-gamers-newzoo-gamer-insights-report. 48 Newzoo (2022)、ドイツのゲーマーに関するキーインサイト、 https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-german-gamers-newzoo-gamer-insights-report. 49 Newzoo (2022)、ドイツのゲーマーに関するキーインサイト、https://newzoo.com/resources/trend-reports/key-insights-into-german-gamers-newzoo-gamer-insights-report. 50 FIS (2023)、The Global Payments Report 2023 (2023年グローバル決済レポート)、https://www.fisglobal.com/en-gb/global-payments-report. 51 Statista (2023)、https://www.statista.com/forecasts/998794/most-used-video-game-streaming-sites-by-brand-in-germany

ゲームショーやイベント

ドイツでは有名なゲームショーがいくつも開催され、国内外から多くのゲームファンが押し寄せています。以下はドイツで開催されている三大ゲームショーです。

1. Gamescom: ケルンで開催される新製品デビューにおける世界最大のゲームショー。

2. DreamHack Leipzig: eスポーツ大会やインタラクティブな展示で有名なゲームフェスティバル。

3. MAGFest Europe: エアフルトで開催されるライブコンサートやインディーゲームのデモンストレーションなども行われる、音楽、ゲーム、文化のフェスティバル。



業界団体

ドイツの全国ゲーム協会は
Verband der deutschen Games-Branche (Game): game.de. です

52 Statista, グローバル消費者調査ブランドレポート、オンライン決済:ドイツにおけるPayPal、2022年5月サンプル数: n=3,148、オンライン決済ユーザー 53 2021年4月にPayPal委託によりTRCか 実施。TRCはドイツ国内18歳以上の1,000人の消費者に対しオンライン調査を実施(n=1,000)。54 PayPalの委託によりNielsenが調査実施。ドイツのNielsenメディア行動パネルを使用し、2020年7月～2021年6月の17,350の中小企業によるデスクトップ購入取引を分析。55 PayPalの委託によりNielsenが調査実施。ドイツのNielsenメディア行動パネルを使用。PayPalがドイツを拠点とする474のさ まざまな業種の大規模企業加盟店に与える影響を理解し、測定するために2019年10月～2020年9月に実施。175,653台のデスクトップ購入取引をした32,831人のドイツの消費者対象。56 8つの市 場(米国、英国、ドイツ、オーストラリア、フランス、イタリア、スペイン、カナダ)における2020年第4四半期～2021年第3四半期の12ヶ月間の取引から、主要グローバル決済ネットワークとPayPal内部データを12の業種にわたって比較分析。国内スキームによる取引は含みません(例: Cartes Bancaires、eftpos)

ドイツにおけるPayPal

93%
のドイツの消費者がPayPalを利用しています。[52]

79%
PayPalを使用しているドイツの消費者の79%は、支払いデータのセキュリティに最も高い信頼を置いています。[53]

84%
PayPalを利用すると中小企業のチェックアウトコンバージョンは84%高くなります。[54]

x8.7
PayPalユーザーは、支払方法としてPayPalを明確に提示しているウェブサイトでの購入を完了する傾向が8.7倍高くなります。[55]

18ベーシスポイント
PayPalを利用すると、チャージバックレートを18ベーシスポイント減少させることができます。[56]

パート1: 売上の創出

規制措置とその他の考慮事項

ドイツ市場においてゲームが成功しない要因には様々なものがあります。
ドイツで成功したいのなら、以下の点を意識する必要があります。

1. ローカライゼーションと文化的配慮:

低品質のローカライゼーションや文化的配慮が欠如している場合、
ゲーマーをいらだたせ、全体的な体験が損なわれます。

2. ドイツにおけるコンテンツ要件:

ビデオゲーム内での暴力、流血や露骨なコンテンツに関する厳格なルールにより、
過度に暴力的または露骨な内容を含むゲームの場合、ある年齢制限レーティング
の審査に通らなかったり、ガイドラインを順守することが困難になることがあります。

3. 低品質のゲーム化:

原作からライセンス供与されて制作されているが、原作のセンスがしっかりと
反映されていない、もしくは標準以下のゲームプレイを提供するゲームは、
ドイツのゲーマーに受け入れてもらえません。



PayPal活用術 #5
柔軟な支払方法で潜在的な収益を増やす

ウェブサイトに「後払い」ボタンやバナーを追加すると、
ゲーマーは即時払いや分割払いの選択ができます。また、30日
以内の支払、請求書払い、クレジットカード、その他の方
法での支払いなどを顧客に提供することができます。

メキシコにおけるゲーム市場

メキシコはラテンアメリカおよび世界で最も大きくダイナミックなゲーム市場の1つです。メキシコは、ビデオゲームとソフトウェアの最大の輸入国の1つでもあります。[57]メキシコのゲーマーの大半は若年層(ただしゲームは高年齢層でも人気が高まっている)で、モバイルデバイス向けのカジュアルなゲームを好む傾向にあります。eスポーツ大会はメキシコでも人気があります。





57 Thesocialtalks.com (2022), https://thesocialtalks.com/latestnews/mexico-a-growing-video-game-market/

パート1: 売上の創出



ターゲット層が最も好むチャンネル

もしゲームのターゲット層を子どもにするのであれば、ソーシャルメディア上での存在感が鍵となります。メキシコの子どもたちは世界の他の地域の同世代の子ども達よりもデバイスへのアクセスとソーシャルメディアの使用を頻繁に行う傾向にあります。6~11歳のメキシコの子どもたちは、TikTok、Facebook、Twitchを好みます。[66] WhatsApp、Facebook、InstagramやTikTokはすべての年齢層に人気があります。[67]

統計と人口統計データ

65.9
ゲーマー数(100万人)[58]

2.4
ゲーム収益(億米ドル)[59]

	ゲーマーの性別[60]	年齢[61]	好まれるゲーミングプラットフォーム[62]	ゲームジャンルのトップ3[63]	トップ3のゲーム[64]	eコマースで最も利用されている支払方法[65]
1	男性 (52%)	5-20 (43%)	モバイルデバイス (80%)	戦略 (モバイル) スポーツ(コンソール)	Roblox	クレジットカード (33%)
2	女性 (48%)	21-30 (24%)	コンソール (21%)	パズル(モバイル) シューティングゲーム(モバイル)	Free Fire	デジタルウォレット (27%)
3	ノンバイナリー/その他 (<1%)	31-40 (14%)	PC (7%)	アドベンチャー(モバイル) バトルロイヤル	Clash Royale	デビットカード (22%)

58 The Competitive Intelligence Unit (2022), https://www.theciu.com/publicaciones-2/2022/8/29/dadelgamer2022-industria-de-videojuegos-en-mxico-jugarnoescosadenios?lang=es. 59 Revistaespejo.com (2022), https://revistaespejo.com/2022/08/29/la-industria-del-videojuego-en-mexico-jugar-no-es-cosa-de-ninos/. 2022年では410億ペソ。
60 Thesocialtalks.com (2022), https://thesocialtalks.com/latest-news/mexico-a-growing-video-game-market/. 61 The Competitive Intelligence Unit (2022), https://www.theciu.com/publicaciones-2/2022/8/29/dadelgamer2022-industria-de-videojuegos-en-mxico-jugarnoescosadenios?lang=es. CIU報告書に記載された人口比率を 実際の人口に当てはめ、人口に占めるゲーマーの割合を算出した。62 The Competitive Intelligence Unit (2022), https://www.theciu.com/publicaciones-2/2022/8/29/dadelgamer2022-industria-de-videojuegos-en-mxico-jugarnoescosadenios?lang=es. 63 The Competitive Intelligence Unit (2022), https://www.theciu.com/ publicaciones-2/2022/8/29/dadelgamer2022-industria-de-videojuegos-en-mxicojugarnoescosadenios?lang=es. 64 Marketing4Ecommerce (2023), https://marketing4ecommerce.net/en/top-the-most-downloaded-apps-in-mexico/. 65 FIS (2023)、The Global Payments Report 2023 (2023年グローバル決済レポート)、https://www.fisglobal.com/en-gb/global-payments-report. 66 Paramount Insights (2022), https://insights.paramount.com/post/kids-in-brazil-and-mexico-are-avid-social-media-users-and-gamers/. 67 Ding (2022), https://www.ding.com/community/most-popular-social-media-networks-in-mexico.

ゲームショーやイベント

下記では、ゲーマーやゲームファンを見つけることができる
メキシコの重要なゲームイベントをいくつか紹介します。

1. Electronic Game Show (EGS): メキシコ最大のビデオゲームイベント。

2. Gamergy: マドリード(スペイン)が起源の、スペイン語圏において最も大きな
ゲーミングイベントの1つ。メキシコやアルゼンチンでも開催されています。

3. La Mole Comic Con International:
コミックやコスプレがメインのイベントで、ゲーマーも多く参加します。



業界団体

メキシコのビデオゲーム業界の全国業界団体は
Asociación Mexicana de Videojuegos (AMEXVID): amexvid.com. です。

68 PayPalより委託されNielsenが実施。Nielsen英国意識調査(2022年6月)。大企業加盟店からの最近の購入者4,000人(過去2週間)、2,000件のPayPal取引とPayPal以外の取引を含む。2022年 6月サンプル数 N. PayPalユーザー=3,390人。 69 PayPalの委託によりNielsenが実施。Nielsenメディア意識調査(2022年6月)大企業加盟店からの最近の購入者4,000人(過去2週間)、2,000件の PayPal取引とPayPal以外の取引を含む。2022年6月サンプル数 N。PayPalユーザー=3,390人。 70 PayPalの委託によりNielsenが実施。メキシコのNielsenメディア行動パネル(NetQuest技術)を使用 し、2021年1月 – 12月の3,719人の消費者による大企業でのデスクトップ購入取引33,049件を対象に実施。71 PayPalの委託によりNielsenが実施。メキシコのNielsenメディア行動パネル(NetQuest 技術)を使用し、2021年1月 – 12月の3,719人の消費者による大企業でのデスクトップ購入取引33,049件を対象に実施。72 PayPalの委託によりNielsenが実施。メキシコのNielsenメディア行動パネル (NetQuest技術)を使用し、PayPalでの取引2,000件とペイパル以外を使用した取引2,000件を含む、大企業加盟店からの4,000件の最近の購入者(過去2週間)対象。2022年6月サンプル数 N。PayPal ユーザー=3,390人。

メキシコにおけるPayPal

80%

のPayPalユーザーは、PayPalで支払える場合、新規の小売業者から購入する可能性が高くなります。[68]

90%

PayPalユーザーのうち90%がPayPalを信頼していて、自分の財務データは安全に管理されていると答えています。[69]

59%

PayPalを利用すると、中小企業のチェックアウトコンバージョンは59%高くなります。[70]

x1.3

PayPalユーザーは、PayPalを受け入れるウェブサイトから購入する頻度が、他のウェブサイトからの購入よりも1.3倍多くなっています。[71]

半分

のPayPalユーザーは、PayPalでの支払いができなかったためにチェックアウト時に購入を断念したことがあります。[72]

若年層およびモバイル市場

モバイルデバイスにアクセスできる若年ターゲット層と急成長する国内のインフラが、メキシコのゲーム市場の急速な発展を後押ししています。成功の可能性をより高めるためのとっておきのヒント。

1. モバイル体験を優先する:
例えモバイルゲーマーをターゲットにしていなくとも、マーケティング、顧客維持、決済にモバイルプラットフォームを活用しましょう。

2. トップジャンルにフォーカスする:
例えばメキシコのレスリングゲームなどの特定のジャンルの人気を分析しましょう。

3. eスポーツを体験する:
FIFA Interactive World Cup、Call of Duty League、eFormula One、League of Legendsなどのメキシコで盛んなeスポーツシーンに積極的に参加しましょう。



PayPal活用術 #6
クロスボーダー取引から得たインサイトを活用して事前に戦略を立てる:

PayPalは企業に対してクロスボーダー取引に関する価値のあるインサイトや分析を提供しています。これらのデータは企業が顧客の行動を理解し、市場のトレンドを把握し、拡大展開に向けた戦略的判断を下す際にも役立ちます。

パート1: 売上の創出

日本におけるゲーム市場

日本は世界で最も大きなゲーム市場の1つであり、影響力のある開発者、
カルト的なフランチャイズ、熱心なゲームファンが存在します。
日本のゲーマーは、熱心なRPGファンから野心的なeスポーツプレイヤー
まで幅広く、このようなダイナミックな市場を理解することは、
日本の多大なる可能性を活かし、熱心なゲーマーコミュニティとの
有意義なつながりを築きたいと考える企業にとって必要不可欠です。





パート1: 売上の創出

ターゲット層が最も好むチャンネル

日本において最も重要なソーシャルメディアプラットフォームは LINE、YouTube、X、Instagramです。[81] ライブストリーミングは非常に人気があり様々なローカルの人気サービスが存在します。最も視聴されているライブストリーミングサイトはYouTube Live、Twitch、Hakuna Live、Twitch Castです。(どれも月間200万回以上の視聴数を誇ります)。[82]

統計と人口統計データ

110
ゲーマー数(100万人)[73]

19.9
ゲーム収益(億米ドル)[74]

	ゲーマーの性別[75]	年齢[76]	ゲーマーのシェア プラットフォームごと[77]	ゲームジャンルのトップ3[78]	トップ3のゲーム[79]	eコマースで最も利用されている支払方法[80]
1	男性 (51%)	21–50 (64%)	モバイル デバイス (48%)	RPG	ポケモン スカーレット/バイオレット	クレジットカード (57%)
2	女性 (49%)	10-20 (24%)	コンソール (34%)	パズル(モバイル) アドベンチャー(コンソール) シューティングゲーム(PC)	スプラトゥーン3	デジタルウォレット (18%)
3	ノンバイナリー/の他 (<1%)	51–65 (12%)	PC (18%)	シミュレーション	ポケモンレジェンド :アルセウ	銀行振替 (7%)

73 Allcorrect (2022)、日本におけるゲーム市場、https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/. 74 Allcorrect (2022)、日本におけるゲーム市場、https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/. 75 Allcorrect (2022)、日本におけるゲーム市場、https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/. 76 Allcorrect (2022)、日本におけるゲーム市場、https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/. 77 Allcorrect (2022)、日本におけるゲーム市場、https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/. 78 Allcorrect (2022)、日本におけるゲーム市場、https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/. 79 フォートナイトJapan (2023)、https://www.frontlinejp.net/2023/02/02/top-100-best-selling-games-in-japan-2022/. 80 FIS (2023)、The Global Payments Report 2023 (2023年グローバル決済レポート)、https://www.fisglobal.com/en-gb/global-payments-report. 81 Japan Buzz (2023), https://www.japanbuzz.info/the-ultimate-guide-to-social-media-in-japan/. 82 Japan Buzz (2023), https://www.japanbuzz.info/popular-livestreaming-platforms-in-japan/

ゲームショーやイベント

日本は世界中のゲームファンを魅了する数々の人気ゲームショーを開催しています。
以下が日本で最もよく知られているゲームショーの一部です:

1. 東京ゲームショー(TGS): 日本で最も大きなゲームイベントで、最新のゲームやトレンドを紹介しています。

2. ジャンプフェスタ: 漫画とアニメのフェスティバルで、ゲームのデモ操作、コスプレ、グッズ販売なども実施しています。

3. コミケ(コミックマーケット): 東京で開催される世界最大の同人誌イベント。



業界団体

日本のオンラインゲーム業界の全国業界団体は、
日本オンラインゲーム協会 (JOGA): japanonlinegame.org. です。

83 TRC、PayPalの依頼で実施した調査、2022年11月2022年7月から8月にかけて、TRC社がPayPalの委託を受けて実施した調査。調査対象は、10市場(米国、英国、フランス、ドイツ、中国、オーストラ リア、メキシコ、シンガポール、韓国、台湾)のXXXX人のPayPalユーザー(各市場サンプル数 N=250～400人)。2021年7月～2022年8月に日本の小売業者からオンラインショッピングをしたユーザー対 象。サンプル数: PayPalを好む(n=2.357)。

PayPalのサポート

66%
のPayPalユーザーは、PayPalを支払方法として信頼しているため、日本で買い物をする際にPayPalを使って支払いを行っています。[83]

41%
のPayPalユーザーが、日本でPayPalが利用できなかったために購入を断念しました。[83]

67%
のPayPalユーザーは、日本での購入において、PayPalが最も好ましい支払方法であると回答しており、これはすべての支払方法の中で最も高い評価となっています。[83]

50%
のPayPalユーザーは、自分の支払いデータが安全に保たれると確信しているため、日本で買い物をする際にPayPalを使って支払いを行っています。[83]

59%
のPayPalユーザーは、日本で買い物をする際にPayPalが最も簡単な支払方法なので、PayPalを使って支払いを行っています。[83]

ゲームの好みが成功の妨げになることもあります

特定のゲーム形式で成功しにくいものを挙げるのは簡単ではありませんが、日本で展開が難しい、受け入れられにくいジャンルやタイプがあります。そのいくつかを以下にご紹介します。

1. スポーツゲーム:
日本におけるスポーツゲームは北米やヨーロッパなどの地域に比べると一般的に人気は低くなります。ただし、野球やサッカーなどの日本で人気のあるスポーツのゲームは例外です。

2. ニッチまたは専門的なジャンル:
特定のニッチなジャンルに属するゲームや、複雑なゲームシステムを伴うゲームは、日本では幅広い層に受け入れられにくい傾向にあります。しかし、特に熱狂的なファンの間で高い人気があります。

3. 言語と文化を考慮する:
日本のゲーム文化は独特であり、成功を収めるためには、現地のイメージ、文化的背景、そして言語に合わせてゲームを適合させる必要があります。[84]

84 Allcorrect (2022), The Gaming Market in Japan, https://allcorrectgames.com/insights/the-gaming-market-in-japan/



PayPal活用術 #7
クロスボーダー取引から得たインサイトを活用して事前に戦略を立てる:

PayPalは企業に対してクロスボーダー取引に関する価値のあるインサイトや分析を提供しています。これらのデータは企業が購買層の行動を理解し、市場のトレンドを見極め、拡大展開に向けた戦略的判断を下す際にも役立ちます。

パート1: 売上の創出

活発なコミュニティの構築

TwitchやDiscordといったチャンネルでゲームのプロモーションをしながらコミュニティを構築していきましょう。eスポーツリーグも忘れずに。これが商業的な成功へのカギとなります。これらのプラットフォームはゲーマーとの直接的なつながりを築き、ゲームの知名度を上げ、競争率の激しい市場での成功に導いてくれます。以下はゲームをプロモーションし、コミュニティを構築するために有効ないくつかの方法です 。

eスポーツ、TwitchやDiscordを活用しゲームの話題性を高め、強力なプレイヤーベースを作り、貴社のゲームを愛するコミュニティを育てましょう。

eスポーツチームやトーナメントのスポンサーになる	インフルエンサーの活用	Twitchでのゲーム実況ライブ配信	Discordコミュニティとの交流やスポンサーシップ	コミュニティイベントの開催	クロスプロモーション
これはあなたのゲームをゲーミングコミュニティに広めるための絶好の機会です。	インフルエンサーに、ゲームプレイ動画の配信、レビューの執筆、プロモーションイベントへの参加を依頼し、認知拡大と受け入れの促進を図りましょう。	ゲームへの関心を持ってもらうためには、視聴者と交流し、ゲームのインサイトを共有し、ファンコミュニティを育てていくことが大切です。	Discordのゲーム専用サーバーを立ち上げ、コミュニティと積極的に交流し、意見交換を促しながらフィードバックにも応え、活発なゲームコミュニティを作りましょう。	TwitchやDiscord上のコミュニティで限定イベント、トーナメント、チャレンジを開催しましょう。限定報酬やゲーム内アイテム、先行アクセスなどを提供し、ユーザーに特別感を与え、参加意欲を高めましょう。	コンテンツの相互プロモーション、例えばシャウトアウト、共同配信、合同イベントの開催なども大切です。パートナーブランドの消費者にアプローチすることでリーチを広げ、新たなゲーマーの獲得が期待できます。



ウェブサイトも重要です

アプリストアやゲーミングプラットフォームに販売を頼るだけでは不十分です。自社のウェブサイトがあれば、ゲーマーに直接販売できるだけではなく、ゲームや関連イベントの宣伝をしたりコミュニティチャットへのリンク統合も可能です。ウェブサイトがあることで、ビジネスをプロフェッショナルに見せ、ポジティブな効 果をもたらし、新規市場での信頼構築にもつながります。

パート2:
収益の保護



パート2: 収益の保護

レイテンシーの問題

今日のデジタル世界では、ゲーム内販売であれ他の購入であれ、レイテンシーを限りなくゼロにすることが不可欠です。取引をシームレスかつスムーズにし、ゲーマーが不要なフラストレーションを感じることなく即座に満足感を得る事ができます。購入が即座に完了することで、ユーザーの満足度が向上します。その結果、リピート購入を促進し、販売機会の拡大に直結していきます。

競争の激しいゲーム業界においてレイテンシーが高い場合には、
以下のような影響が出る可能性があります。

1. 取引が拒否され、これによるエラーや購入の中止、二重請求の発生。
2. 一部のユーザーが他のユーザーよりも早くアイテムを取得できるなど、不公平な優位性が生じる。
3. 通貨換算や為替レートの問題、支払いの遅延により、ゲーム内取引の信頼性や正確性が損なわれる。
4. 将来的な購入をためらわせたり、ゲームの離脱につながる可能性が出る。

PayPal活用術 #8
PayPalで途切れないゲーム体験を

PayPalは、以下の機能によってシームレスなゲーム体験を実現します: 簡略化された支払いプロセス、ワン クリック決済、買い手保護制度、モバイルフレンドリーアプリ、オンライン小売業者との統合、安全な取引、 そして海外支払いへの対応支援。これらの機能により、PayPalゲーマーはオンラインでの支払いを簡単かつスムーズに行うことができます。主な焦点はセキュリティと使いやすいインターフェイスにあります。



パート2: 収益の保護

レイテンシー期間の最も大きなリスクの1つは不正行為です

不正行為への対応が遅れすぎると、システムの脆弱性が悪用され、機密性の高い決済情報へのアクセスや悪意ある攻撃が行われる可能性があります。このうな不正行為は、金銭的損失、顧客データの流出、ブランドの評判の失墜などの重大な結果を招く可能性があります。

以下は、MMORPG(大規模マルチプレイヤー・オンライン・ロールプレイングゲーム)
において懸念される不正リスクの例です:

1. **金銭的損失:** 未承認取引、アカウント情報の盗難(アカウントのなりすまし)、または不正なゲーム内購入により金銭的損失やチャージバックが発生する恐れがあります。

2. **ゲーム体験の中断:** もし盗まれた情報がチート、ハッキング、他のプレイヤーへの迷惑行為に使用され場合はプレイヤーにとってネガティブで不快な結果や体験につながります。

3. **信頼と評判の損失:** ゲームのセキュリティへの信頼が失われると、収益、顧客ロイヤルティ、購買意欲の低下へとつながります。

4. **法的および規制上の問題:** 深刻な不正や顧客データの漏洩が発生した場合、法的手続きや罰金を含む法的 ・規制上の問題につながる可能性があります。

開発者が不正によるリスクを最小限に抑えるためには、多要素認証、不正検知システム、アカウント回復手順、ゲーマーへの通知手順等セキュリティ対策を導入できます。ゲーマーに不正のリスクを説明し、安全なオンライン慣行を推進することが、詐欺発生の可能性を最小限に抑え、安全なゲーム環境を構築することにつながります。



PayPal活用術 #9
経験こそ成功のカギ

決済業界においてPayPalは24年間にわたり膨大なデータを蓄積してきました。これによりパターン、異常、疑わしい活動の検出が可能となっています。高度なアルゴリズムと分析技術の活用により、取引データ、ユーザーの行動、過去の傾向を迅速に評価して、潜在的な不正を特定することができます。

結論

可能性に満ちた世界を発見し、PayPalがどのようにしてゲームビジネスの国境を越えた拡大をサポートできるかをご確認ください。ゲーマー向けの決済プロセスを見直し、ビジネスを加速させる時です。PayPalと共に、新たな市場へ自信を持って参入し、グローバルな展開を実現し、収益機会を最大化していきましょう。

お問い合わせ

PayPal

このeブックは、PayPalが情報提供およびマーケティング目的のために作成したものです。いかなる種類の財務、ビジネス、または投資に関する助言を構成するものではなく、専門的なアドバイスの代替となるものでもありません。本eブックに含まれる情報を基に行動する前に、適切な専門家の助言を受けることをお勧めします。このeブックは一般的な情報を含んでおり、最新の状況や個別の事情を反映していない場合があります。PayPalは、本ホワイトペーパーの内容に基づく行為または不作為に対して一切の責任を負いません。本eブックに含まれる情報は信頼できると考えられる情報源から得たものですが、その正確性を保証するものではありません。また、このeブックに記載されている第三者の製品やサービスについて、PayPalが推奨・保証していると解釈されるべきではありません。





www.paypal.jp