

マーク社長が見る日本のアプリ市場

2012年、Googleが発表した世界のスマートフォン利用に関する調査によると、最もスマートフォンのアプリをダウンロードしている国民は日本人であり、一人当たりの平均ダウンロード数は45本だという。そんな昨今のアプリブームの中、日本に拠点をおき、従業員全員が外国人の会社がある。ミッション・ワンだ。人々の快眠をサポートする「眠りのための処方箋」、日本のパチンコを再現した「松竹梅」などがヒットを記録している。同社を率いるのはアメリカ人社長マーク・チェルッチさんだ。

2008年、Apple社がiPhoneの発売を決定した頃、チェルッチさんはいち早くアプリ市場に目をつけた。そして、今まで携わっていたゲーム会社から独立しミッション・ワンを設立した。同社は海外の高いプログラミング技術を有している点と日本の市場を熟知している点を強みとしている。

だが、日本と海外でニーズが異なってくるため、当然売れるゲームも異なり苦労に絶えないようだ。外国では絶対にヒットしないような作品が日本ではヒットしたりもする。例えば日本では、なめこゲーム(奇妙なキャラクターを育てるゲーム)、恋愛シュミレーションゲームなどが爆発的なヒットを生んでいる。

一方で、他国と比べて日本のアプリ市場は大きく、ユーザーが有料コンテンツでも惜しまずお金を使う性質を持っていることをチェルッチさんは魅力的に捉えている。万人受けするものでなくても、アイデア次第で利益を生み出せる可能性が十分にあるからだ。さらにスマートフォンの普及率は年々上がっているためにアプリ業界も成長が見込まれ、設立当初よりもはるかにチャンスは増えてきている。アプリマーケティング研究所が出したデータでは2012年の日本のアプリの売上高は前年比の170%だった。

そんな日本の中で「自分たちの作りたいゲームをひたすら作っていきたい」と話すチェルッチさんの言葉には力強さがあった。今後どのように変化していくのか非常に注目である。

小林玲太