

社会科学学習指導案（公民的分野）

授業者 石橋 崇
展開学級 3年 D組
展開場所 視聴覚教室

I 単元名 市場経済と価格～家庭用ゲーム機市場の分析を通して

II 単元の考察

今単元では、市場経済の仕組みと価格の決まり方において学習する。需要と供給グラフはもとより、さまざまな要素が絡んでおり、生徒たちが苦手意識を持ちやすい単元でもある。そのため、今回は比較的生徒が入り込みやすい、「家庭用ゲーム機」を題材に挙げてみた。現在、親世代を含め、各世帯には何らかの家庭用ゲーム機が多く普及しており、生徒たちも何らかの形で接してきている。そのため、生徒たちの関心も高く取り組めるものと考えている。

家庭用ゲーム機市場は基本的に最大シェアをとった企業が市場から得られる利潤の大半を手に行き届けるように設計されている。それは家庭用ゲーム産業というのが、ハードウェアとソフトウェアが別々に生産されており、消費者があるゲームで遊ぶためには、そのソフトと専用のハードを共に購入し初めて意味を持つという構造になっているからである。ソフトウェア会社は自社の開発したソフトを当然多く販売したいと考える。そのため、自社のソフトをたくさん売れているハードで出したいと考えるのが当然である。ゆえに一定のシェアをあるハードが占めるようになると、多くのソフトウェア会社がそのハードに合わせたソフト開発を始めるようになる。そして人気ソフトがそのハードに集まると、そのソフトを遊ぶためにまたハードが売れ、また多くのソフトウェア企業が集まる。このような形で正のスパイラルが生まれ、結果家庭用ゲーム市場は独占、寡占状態に流れやすい。同様にシェア獲得の流れに乗れなかった企業はハードが売れない、ソフトが集まらない、そのためハードが売れないという負のスパイラルに陥ることとなる。このような背景をもつ家庭用ゲーム機市場は「ハードウェアを原価ギリギリで普及させ、ソフトウェア生産で収益を上げる」という他の市場とはまた別のビジネスモデルが生まれることとなる。ハードウェア企業は自社でソフトを開発し、そちらを売って収益を上げる。また、他ソフトウェア企業には開発機材のレンタルを行い、完成した販売製品はハードウェア企業が生産し、完成品をソフトウェア企業が受け取るという委託生産のビジネスモデルが存在する。そこに委託生産料としてハードウェア会社の利益が乗せられることで大きな利潤を生む。このようにシェアさえ広げてしまえば、ハードウェア企業には多くの利潤が流れて行くという仕組みが存在している。そのため生徒にとっては「なぜゲーム機は赤字でも販売を続けるのか」という視点をテーマに、他の価格の決まり方とは異なる市場の仕組みについて考察させる題材となり得るだろう。

日本における家庭用ゲーム市場は1983年の任天堂のファミリーコンピュータ（通称ファミコン）の登場で大きな拡大を見せ、家庭用ゲーム機という存在が広く一般に認知されるようになる。同時期にはセガやNECの参入もあったが、ほぼ任天堂の独占が続いた。有力なソフトウェア企業は多く任天堂に流れた。任天堂を中心とした家庭用ゲーム機のビジネスモデルの誕生である。この後数年ごとに次世代ハードが発表され、そのたびに次世代をどの企業が担うかというシェア獲得の競争が行われることとなる。さらに1990年、任天堂はファミコンの倍の性能を持つ16bit機のスーパーファミコン(SFC)を発売、他社の競合を許さなかった。

その任天堂独占状態に変化が生まれたのが1994年、ソニーが32bit機であるプレイステーション(PS)を発売。ほぼ同時期にセガが同様の32bit機であるセガサターン(SS)を発売し、任天堂独占状態は崩された。これまで任天堂に流れていた多くのソフトウェア企業が両者に流れた。シェア逆転の理由として主に2つ考えられる。1つはソフトウェアにCD-ROMを採用した点である。これまでの任天堂ハードはロムカセットを採用していた。そのため日本ではみなゲームソフトのことを「カセット」と呼ぶ文化が生まれていた。このロムカセットは実はソフトウェア企業にとってはリスクが大きい。ロムカセットは委託して完成までに数ヶ月かかる。そのため、人気ソフトが出ても、追加の生産が間に合わないことが多かった。次の生産待ちしている内に市場は他社の新たなソフトが人気を博し、販売チャンスを逸してしまう。しかし始めから大量生産してしまうとヒットしなかった場合、多くの在庫を抱えることになる。さらにロムカセットは単価が高く在庫リスクが大きくなる。実際SFC時代の後半はソフトが一本一万円程度まで高くなっていった。その点CD-ROMは追加生産が容易であり、ソフトウェア企業にとって在庫を抱えるリスクが少ない。これがソフトウェア企業が流れやすかった一つの要因になる。ちなみに、ロムカセットはそのものに別のチップを搭載することでハードの寿命を延ばすという利点もあり、ハードウェア企業にとってはおいしい部分も多かった。ファミコン時代の後半、縦に倍の大きさのカセットが売られていたことはそのためである。2つめの理由は前述した委託生産料である。家庭用ゲーム機市場のパイオニアである任天堂の構築した委託生産のシステムであるが、後発のPS、SSはこの委託生産料を下げることで新たなソフトウェア企業の参入を容易にした。こうしてソフトウェア企業の人気タイトルが一度流れると、またハードが売れ、そして新たなソフトウェア企業の参入とまた正のスパイラルが生まれ、大きな世代交代

が起こった。同様にソニーとセガの競争も1996年人気ソフトウェア企業であったスクウェアの「ファイナルファンタジーVII」がPSから発売されると、PSは販売台数が飛躍的に伸び、SSに大きく差をつけ、ソニーの時代が始まる。任天堂も1995年に64bit機であるNintendo64を発売し対抗するが、いまだソフトには任天堂得意のロムカセットを採用するなど、有力ソフトメーカーを集めるには至らなかった。しかし任天堂は「マリオシリーズ」など自社ソフトの自力もあり、固定ファンを確保し、業界に存在を示し続けた。

ソニーは2000年にPSの後継機であるプレイステーション2(PS2)を発売。実はPSで採用したCD-ROMは任天堂のロムカセットと違い、そのソフト媒体自体の限界があるため、ハードの世代交代はこれまでより早くなる、という特徴を持つ。そのため、シェア逆転を目指しセガのドリームキャスト(DC)や任天堂のゲームキューブ(GC)など他ハードウェア企業は競争を仕掛けるがソニーの独占は続いた。PS2が後継機としてシェアを維持できた一番大きな理由は、PSソフトとの互換性を維持したことである。これまでは新しいハード機を購入すると、多くのユーザーはこれまでのハードやソフトは触らなくなり、押し入れの奥にしまい込まれたり、売却、廃棄の対象となることが多かった。これは再びやろうとしてもハードをつなぎ替える不便さからあきらめることが多かった。一部のヘビーユーザーはたくさんの機種をテレビにつないでやり続けてはいたが、一般的には旧時代機種は忘れ去られる傾向にあった。しかしPS2はその互換性を維持し、PSのソフトがそのまま遊べる環境を残し、PSで獲得したユーザーをスムーズに移行させることに成功した。そのため以前のハードの人気タイトルを再びPS・PS2ソフトとして発売するなど、一度ゲームから離れたユーザーも取り込み、販売台数を伸ばした。特に「ドラゴンクエストシリーズ」の移植は大ヒットを記録した。さらにPSは当時一般家庭に普及し始めてあったDVDの再生機能をもつなど、多くのユーザーを取り込み、他メーカーの追随を許さなかった。

しかしそのソニー独占にもかげりが見えた。最も大きな要因はPS2の高性能化である。画像処理や3D性能など、高性能が売りでシェアを拡大してきたソニーであるが、それがここに来てあだとなる。ソフトウェア会社は開発費の増大と技術の複雑化に苦心した。開発費が一本数億数十億のようなソフトも見られ、ファミコン時代の小さなソフト会社は参入が不可能になっていた。またユーザー側も操作の複雑化、映像酔いなど、高性能ソフトを求める動きは減少していた。また新たな子ども世代の参加も難しく、ずっと家庭用ゲーム機で段階を追ってきた世代しか入れないものとなっていたのかもしれない。そんな中家庭のゲーム機としてシェアを広げたのが、携帯型ゲーム機のニンテンドーDSシリーズである。古くからゲームボーイシリーズなどのノウハウを持っていた任天堂がここに来て据え置き型ゲーム機を携帯型ゲーム機で上回ることになった。任天堂はさらに据え置き型としてWiiを発売し、これまでのゲームから離れたライトユーザーや子ども世代、またこれまでゲームをしてこなかった世代なども取り込み、シェアを広げた。これに対しソニーもPS3、そして4やPSPシリーズを発表し、またマイクロソフトのXboxシリーズなども参入し、新たな時代に突入している。国内だけでなく海外市場も絡んでいる。

最近では機種をまたがって作品が発表されたり、またスマホの普及などによりネット上の「ソーシャルゲーム」という新たな市場の開拓により、これまでのような家庭用ゲーム機市場は大きく変化を見せている。これまでの独占・寡占ではない状況が見られ、多様化の傾向も見られるようになっている。実際、この一年間で市場の常識は大きく変化を見せている。一年前にはソーシャルゲームはせいぜいヒットしても数十億円程度の規模で、任天堂などソフト販売型の市場規模の十分の一程度であった。そのため、任天堂などは相手にしないという姿勢をとっていたが、現在逆転現象が起きている。「パズドラ」で知られるガンホー社の登場である。現在その市場規模は700億円に迫るといわれ、業界は大きな変革を迎えている。

以上のように家庭用ゲーム機は教科書の生産の集中(寡占化)のページでこれまでも他業種と共にグラフに載せられ、説明されてきたものであるが、このように考えると単に独占の進む市場ではなく、シェア交代も起きており、競争の激しい市場でもある。この単元で学習する市場経済や価格の学習において有益な題材になるものである。

本時では「なぜゲーム機は赤字でも販売を続けるのか」という視点から学習を進める。歴代の教科書の生産の集中グラフから、家庭用ゲーム機市場の特徴をつかませる。その上でゲーム機シェア競争の歴史から、人気タイトルである「ドラゴンクエストシリーズ」がどのハードから発売されているかを考えることで、シェア交代の仕組みについて考える。このような学習を通して、市場経済や価格のしくみを多面的にとらえさせ、考察させたいと考える。

Ⅲ 指導計画【単元の構成と生徒の思考・認識の流れ】

【4校時】

市場経済における多面的考察



さまざまな市場経済のモデル考察



○他の業種におけるビジネスモデル
・プリンタ ・100円均一 ・携帯電話



【3校時】本時

家庭用ゲーム機市場における市場経済のしくみへの考察



○生産の集中グラフからわかること
○家庭用ゲーム機市場のしくみ



【1校時】

市場経済のしくみの考察



○さまざまな価格決定の構造
○需要と供給の関係



【2校時】

独占と消費者保護の考察



○価格の働き
○独占と寡占
○公共料金のしくみ

認識の深まり

※囲み線は事実に
認識の段階を示す

第3段階

第2段階

第1段階

※矢印は思考の流
れを示す

Ⅳ 単元の目標

- ・市場経済のしくみに関心を持ち、意欲的に学習に取り組むことができる。
- ・グラフや資料から市場の現状を読み取ることができる。
- ・さまざまな業種における価格決定の構造から、市場経済のしくみについて考察することができる。
- ・市場経済や価格の仕組みについて多面的にとらえ、考察することができる。

Ⅴ 本時

1 題材名 生産の集中と家庭用ゲーム機市場

2 目標

- ・家庭用ゲーム機市場の特徴について、意欲的に考えることができる。
- ・資料から家庭用ゲーム機市場の特徴を読み取ることができる。
- ・家庭用ゲーム機市場の特徴と市場の多様性について考察することができる。

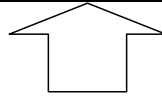
3 展開

時配	学習活動と内容	留意点(○)および評価(◇)
導入 5分	<ul style="list-style-type: none"> ○市場経済の仕組み、価格の学習を振り返る ○任天堂の新聞記事をみて考える 	<ul style="list-style-type: none"> ○ワークシート配付、画面提示
展開 20分	<div style="border: 2px solid black; padding: 10px; text-align: center; margin-bottom: 10px;"> <p>どうして家庭用ゲーム機は赤字価格でも販売を続けるのだろうか？</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> ○教科書の生産の集中グラフを見て考える。 <ul style="list-style-type: none"> ・例えばパソコンの企業はどこだろうか →NEC、デル・・・ ・家庭用ゲーム機市場はどんな市場だろうか ○生産の集中グラフの比較からわかることを考え、家庭用ゲーム機市場の特徴をワークシートに記入する。 <ul style="list-style-type: none"> ・家庭用ゲーム機市場は3社の寡占市場である。 ・一位の企業のシェアが他商品と比べてとても多い。 ・年度ごとの数値の変動が大きい。 ○企業別シェアの表からわかることを考え、ワークシートに記入する。 <ul style="list-style-type: none"> ・他商品は順位の大きな変動が少ない。 ・家庭用ゲーム機は一位がたびたび変動し、一気にシェアを広げている。 	<ul style="list-style-type: none"> ○教科書P 1 2 5 参照 ○まずは単年で比較させる。 ○年度ごとの変化に着目させる。 ○発表させ、意見を共有する。 ◇意欲的に取り組むことができたか。 ○ワークシートNo. 2 配付 ○発表させ、意見を共有する ◇資料から特徴を読み取ることができたか
20分	<ul style="list-style-type: none"> ○家庭用ゲーム機の年表から、市場の特徴を捉える。 <ul style="list-style-type: none"> ・ソフトとハードの関係について ・委託生産料の仕組みについて ・ドラゴンクエストの参入ハードについて ・任天堂とソニーの世代交代の理由について ・他企業との競合の様子について ○どうして家庭用ゲーム機は赤字価格でも販売を続けるのか、ワークシートにまとめる。 	<ul style="list-style-type: none"> ○画像を提示しながら、クラス全体で考えさせる。 ○これまで学習した市場経済や価格の仕組みをふまえ、考えさせるようにする。
まとめ 5分	<ul style="list-style-type: none"> ○市場経済と価格のしくみについて確認する。 <ul style="list-style-type: none"> →資料だけでは一面的にとらえられないこと →需要と供給や生産者価格以外の価格の決まり方 →経済はさまざまな要因によって動いていること ○次回の課題について確認する。 <ul style="list-style-type: none"> ・他業種におけるビジネスモデルについて 	<ul style="list-style-type: none"> ◇家庭用ゲーム機市場の特徴と市場の多様性について考察することができたか。 ○市場経済全体の問題として考えられるようにする。

VI 本單元における思考の構造図

【事実に認識の第3段階】

経済はさまざまな要因によって動いており、価格決定にもその市場に即した要因がからんでいる。資料を多面的にとらえる姿勢が必要となってくる。



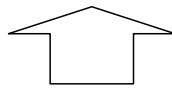
【事実に認識の第1・2段階】

F、さまざまな業種において、典型的な市場経済や価格決定のしくみのあてはまらないビジネスモデルが存在している。

- a、家庭用ゲーム機市場においては他の関連産業のもうけもからんでくる。
- b、プリンタは本体に比べ、インクの単価が高くなっている。
- c、携帯電話産業では新規契約と機種変更のしくみにビジネスモデルが存在する。
- d、100円均一ショップのでは、全体としての収益を考える必要がある。

E、家庭用ゲーム機市場では、その市場の特性から企業の収益は確保されるため、ハードにおいては赤字でも生産を継続する場合がある。

- a、家庭用ゲーム機市場では、一位の企業のシェアがかなり大きくなる。
- b、家庭用ゲーム機市場では、3社の寡占状態となっている。
- c、売れているハードに人気のソフトが集中する。
- d、一位の企業が一気に交代することもある。
- e、委託生産料によってハード生産企業の収益はあがってくる。
- f、性能やデザインだけでなく、商品の競争が起こっている。



A、市場が寡占状態になると独占価格が生まれ、消費者に不利益が生じることになる。

- a、貯蔵のきく工業製品の価格は、需要と供給の影響を受けにくいことがある。
- b、工業製品では価格よりも品質やデザインの面での競争が行われる。
- c、競争を促すための独占禁止法が制定され、公正取引委員会がその運用をしている。
- d、国民生活に与える影響が大きい市場は、公共料金と定められ、国や地方公共団体が決定や認可を行う。

B、市場経済では価格の上下により、生産資源の振り分けが行われている。

- a、キャベツの価格が上昇していると、消費者は他の野菜に需要を移し替える。
- b、キャベツの価格が上昇していると、生産者は土地や肥料などの生産資源をキャベツに振り向け、増産に努める。
- c、商品の価格から、購入量や生産量が決まってくる。

C、現在はさまざまな市場が社会のすみずみにまで張りめぐらされている、市場経済の時代である。

- a、商品が人の手に渡るときは必ず売り買いをともなう。
- b、企業は商品を生産するために原料を購入する必要がある。
- c、消費者はお金を払うことで商品を買求める。
- d、企業は必要な労働力を家計から求める。

D、市場の価格決定には、その商品の需要と供給の関係が大きく影響している。

- a、需要量と供給量が一致したとき、価格の変化はやみ、均衡価格が生まれる。
- b、価格が上がると消費者はその商品の購入量を減らそうとする。
- c、価格が上がると生産者は増産して利潤を増やそうとする。
- d、映画館の前売り券と当日券の値段は異なる。
- e、ノートや鉛筆の値段は一年を通してあまり変わらない。