

Motivation* Design

ゲーミフィケーションを活用し、
ユーザーモチベーションを高める
体験設計、開発を支援

Agenda

1. Sun*, Trys会社紹介	3
2. Motivation*Designについて	7
3. サービス詳細	14
4. 実績	24
5. Appendix -	26
ゲーミフィケーションへの理解を深める	

1. Sun*, Trys会社紹介

Who We are

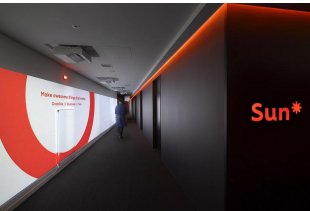
Sun*

社名	株式会社Sun Asterisk 英語社名 Sun* Inc.
設立日	2013年3月1日
従業員数	約 2,080名 グループ全体
事業内容	デジタル・クリエイティブスタジオ事業 4ヶ国6都市に拠点
本社所在地	東京都千代田区大手町1-6-1大手町ビルB1階
資本金等	33億9,419万円 資本準備金含む
売上	125.1億円 2023年12月期実績
上場区分	東京証券取引所 プライム市場 証券コード：4053

※日本（東京）ベトナム（ハノイ、ダナン、ホーチミン）＋パートナー拠点 フィリピン（セブ）、カンボジア（プノンペン）

Trys

社名	株式会社Trys 英語社名 Trys, Inc.
設立日	2020年5月
従業員数	約 150名
事業内容	ゲーム事業 クリエイティブ事業（イラスト制作） WEBTOON事業
本社所在地	東京都千代田区大手町1-6-1大手町ビル1階
資本金等	100百万円
売上	1,470百万円 2022年12月期
株主	株式会社Sun Asterisk（100%子会社）

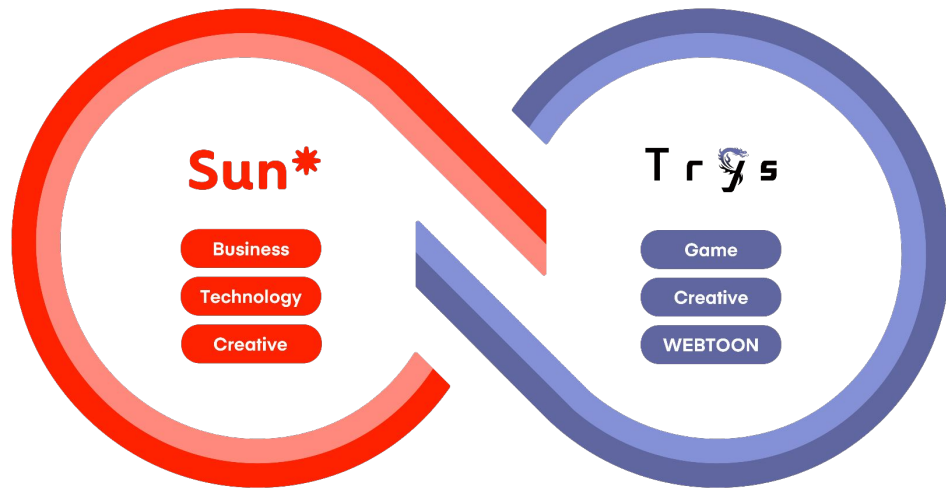


デジタルプロダクトに 世界が驚く エンターテインメントを。

ビジネス、テック、クリエイティブ
それぞれのプロフェッショナルがチームを組み
事業フェーズにあわせて価値創造をサポートするSun*と、

世界がまだ見ぬコンテンツを生み出していく
コンテンツプラットフォームとして
優れたクリエイター、エンジニアが集うTrysが、

デジタルプロダクトにエンターテインメントを取り入れ
ユーザーの心を動かすサービスを共創します。



Sun* × Trysの特徴

Sun*の強み

- 業界・業種問わず数多くのデジタルプロダクトの開発実績がある
- 約70名のデザイナー組織がデジタルプロダクトの体験設計・デザインを担っている
- エンジニアの在籍数は1,000名超。アジャイルでの開発を基本思想としている
- ビジネスデザイナーが入ることで、事業KPIとの接続や、機能検証の設計・実行が可能



Trysの強み

- 約80名のクリエイター、約40名のゲーム開発チームを抱えている
- IPライセンスタイトルの開発・運用実績があり、ゲーム開発についてのノウハウが豊富
- Unityを軸としたスキルセットが潤沢で、ソーシャルゲームなどが得意
- アニメイラストや背景、美少女キャラクター、モンスター各種などのイラストが得意



ゲーミフィケーション領域をデジタルプロダクトの開発プロセスに取り入れることで、ユーザーの心を動かすサービスをクライアントと共創し、事業成長をドライブさせます。

2. Motivation*Designについて

つい夢中になる仕掛けづくりでサービス体験を向上する

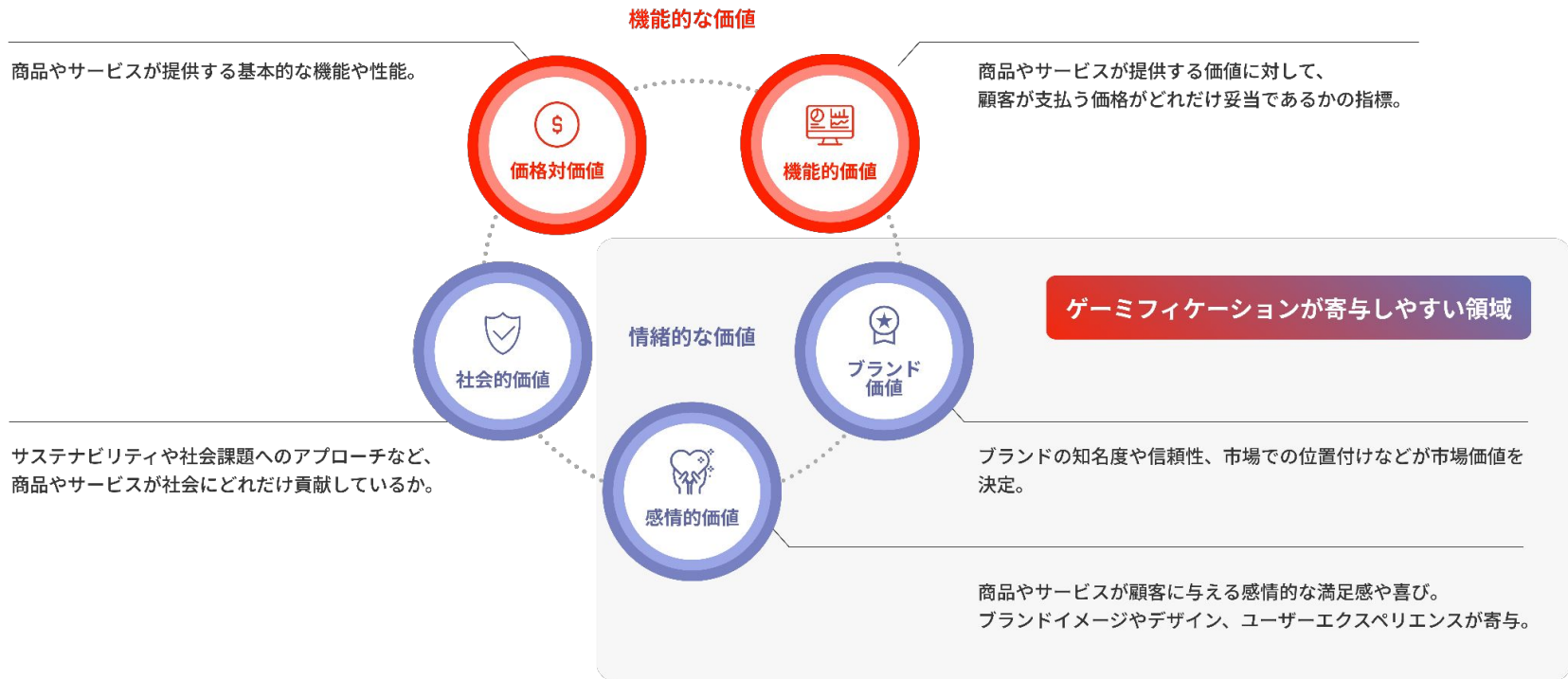


サービス体験をより良くしていくための手段の一つとして、
ユーザーがつい夢中になる仕掛けが散りばめられている

ゲーム開発のノウハウを取り入れる方法 (=ゲーミフィケーション) があります。

情緒的な価値によって、ユーザーに選ばれるようなサービスを届ける必要がある

商品やサービス、それに関する情報が溢れる現代において、他社との差別化を計り、ユーザーに選ばれるようなサービスを届けるには、機能や価格で競争するのは厳しい状況です。そこで、非機能的な価値=情緒的な価値をプラスできるゲーミフィケーションに注目が集まっています。



ゲーミフィケーションの種類

種類	内容	具体例
行動を起こさせるための方法	ユーザーに目的の行動を起こさせるための方法を考えます（ゲーム的というならクエスト）。 クエストの難易度を段階的にクリアが難しい課題を設定するなど、意欲的に取り組みやすい設計を心掛けます。	 クエスト・ミッション・ルール策定 初級・中級・上級といったレベル設定 達成度の可視化（マップ、進捗バーなど）
報酬（リワード） ・賞賛	クリアに対する報酬を用意しておくことで、ユーザーが高いモチベーションを維持しやすくなり、それがサービスの継続利用につながります。	マネタリーリワード  クーポンやポイント、 抽選ギフトなど インナーリワード  スキルアップや達成感 など自己実現に類する ものが得られるリワード ソーシャルリワード 他者との交流、賞賛や社会的地位の付与など
ユーザー状態の可視化	クエストに対する達成率や、目標とすべき対象に対しての自分の位置づけなどを可視化することで、ユーザーのモチベーション向上につなげることができます。	 レベル・スコア・ランキング・バッジ・リーダーボード
交流・共有	同じ目的をもつ仲間と交流できる環境があることで、モチベーションの向上が期待できます。	 アクティビティの共有・掲示板・SNS連携・イベントの開催

ゲーミフィケーションがアプローチできる課題

サービス認知、
ユーザー獲得が
うまくできていない



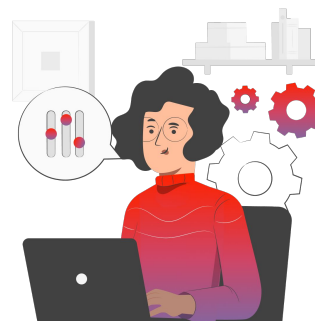
アプリの継続率や
使用時間が低い状態が
続いている



自社サービスを
選んでもらう理由が弱く、
競合にユーザーが流れている



サービスコンセプトに
ゲーム要素を盛り込みたいが、
知見のある人材がいない



提供するサービスメニュー

1. Engage*Boost

ゲーミフィケーションを用いた サービス体験の設計と開発



既存のサービス、プロダクトにゲーミフィケーションを活用することで、ユーザーの動機付けを促進する施策の設計・開発・検証を行います。

アクティブユーザー獲得

サービス改善

2. Service*Game

サービスコンセプトの段階から ゲーミフィケーションを用いた 設計・開発



ゲーム要素をサービスコンセプトの設計段階から取り入れることで、オリジナリティの世界観の実装と、体験価値をユーザーに提供します。

アプリケーション設計・開発

リブランディング

3.PR*Quest

ゲーミフィケーションを用いた プロモーション企画と開発



PRやマーケティングの文脈にゲーミフィケーションを活用することで、これまでリーチできていなかった層へのアプローチを可能にします。

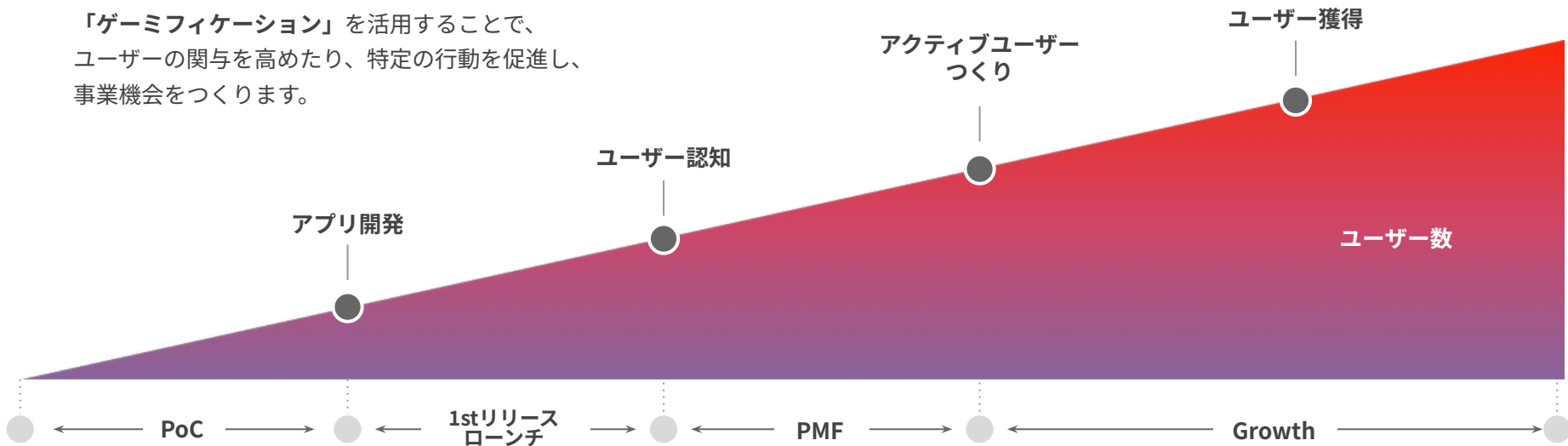
新規ユーザー獲得

ブランド強化

Motivation*Designの提供価値

事業グロースに寄与する施策を 企画～実装、検証までをサポート

ゲームの要素やデザイン技法をゲーム以外の文脈に応用する
「ゲーミフィケーション」を活用することで、
ユーザーの関与を高めたり、特定の行動を促進し、
事業機会をつくれます。



3. サービス詳細

Engage*Boost

ゲーミフィケーションを用いた サービス体験の設計と開発

概要

既存のサービス、プロダクトにゲーミフィケーションを活用することで、ユーザーの動機付けを促進する施策の設計・開発・検証を行います。

こんな事業状況におすすめ

- ・アプリの継続率や使用時間が低い状態が続いている
- ・学習や習慣化の機能を追加したい

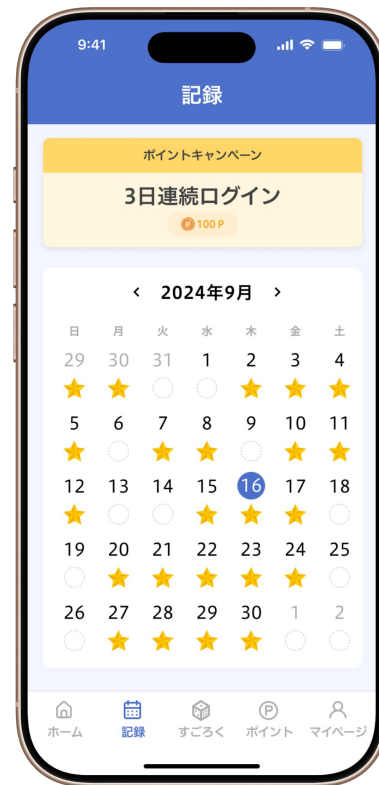
体制例

Sun*：ビジネスデザイナー、デザイナー

Trys：デザイナー、エンジニア

支援期間

1ヶ月～



リハビリを継続させる動機付けのために、既存サービスにゲーミフィケーションを活用

サービス概要

サービス	高齢者向けのリハビリアプリ
事業フェーズ	PMF(Product Market Fit)
事業KPI	- アクティブユーザーの増加 - アクティブユーザーのアプリ継続率 - 新規ユーザー獲得

背景・課題

- 高齢者がリハビリに対して感じる「しんどい・辛い」というマイナスな感情を、ポジティブなものに転換する必要があった
- より良いリハビリ体験を実現するために、効果検証できるデータ基盤を整える必要があった

支援内容

- リハビリに抱いているネガティブな感情を、「面白い・ワクワクする」というポジティブに転換するために、ゲーミフィケーションを活用して、リハビリを「応援」する体験を設計・実装
- ゲーミフィケーションの企画が本当に効果的なのか検証するために。データ基盤を構築

取り組んだ内容、体制

1~2ヶ月目	3~4ヶ月目	5ヶ月目以降
アイデア出し、体験設計	デザイン、開発	検証、改善
- 施策のGOAL設定、要求整理 - ゲーム要素を活用した体験設計、アイデア出し - 既存サービスとの体験設計	- デザイン - 施策全体のUI/UX設計 - すごろく要素のクリエイティブ制作 - すごろく機能開発 - 既存プロダクトの繋ぎこみ	- 検証内容 - 既存サービスの活用に影響がなかいか - 提供コンテンツの検証 - 事業KPIへの貢献度 - 検証結果から改善案の提案、実施
Sun*: Designer 2名	Sun*: Business Designer 1名、Designer 2名	
	Trys: クリエイター 2名	
	Trys: ゲーム開発チーム 5名	

活用したゲーミフィケーション

クエスト

リハビリの達成度合いを体感してもらえよう、すごろく風のクエストを設定。

報酬（リワード）・賞賛

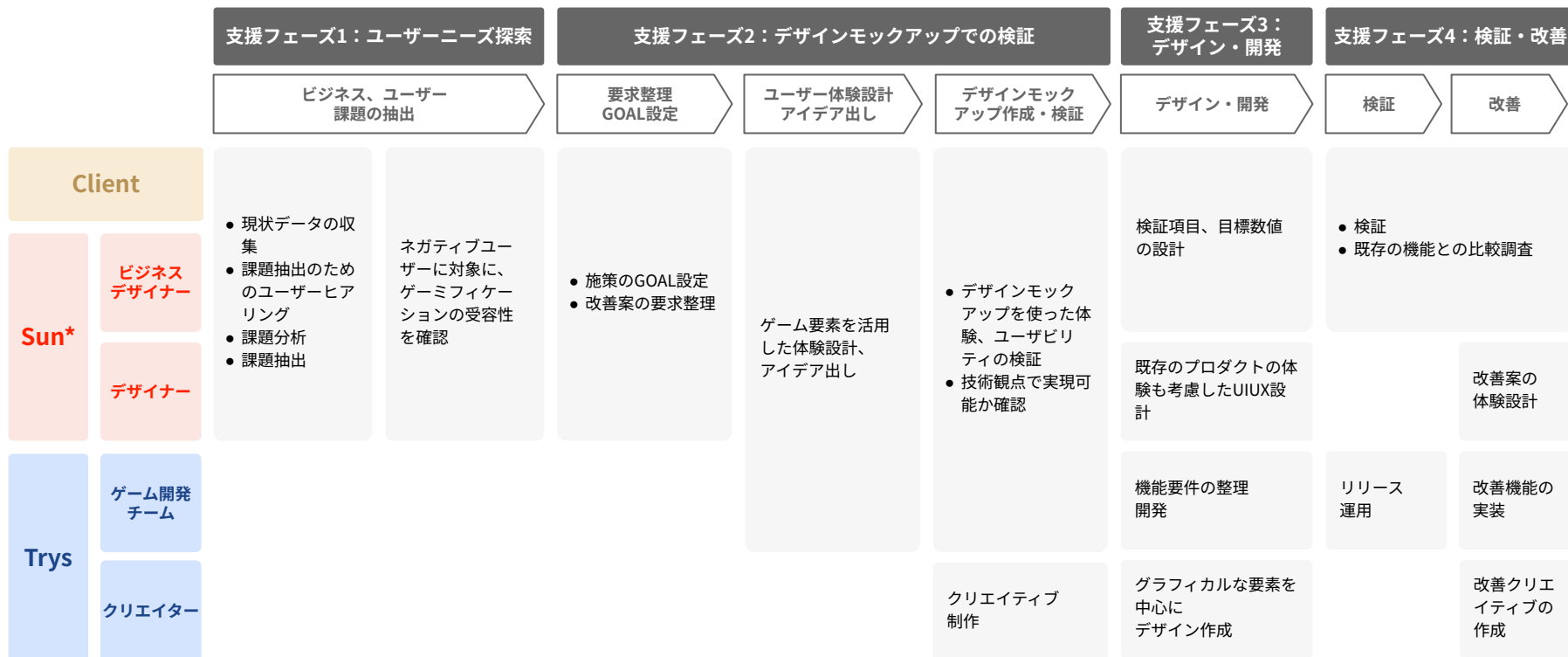
スキルアップや達成感など自己実現に類するものが得られるインナーリワードを活用。

可視化

リハビリの進捗に合わせて、すごろくのマス目が進んでいき、あるコマでは知識のインプットができるようなコンテンツを用意。



設計・開発プロセス例



・体制やご支援内容は一例です。事業状況に合わせてご提案させていただきます。
 ・対応言語によっては、Sun*の開発チームも入れた体制を組む場合があります。

Service*Game

サービスコンセプトの段階から ゲーミフィケーションを用いた設計・開発

概要

ゲーム要素をサービスコンセプトの設計段階から取り入れることで、オリジナリティの世界観の実装と、体験価値をユーザーに提供します。

こんな事業状況におすすめ

- ・サービスの世界観を作り込んでいきたい
- ・自社サービスを選んでもらう理由が弱く競合にユーザーが流れている

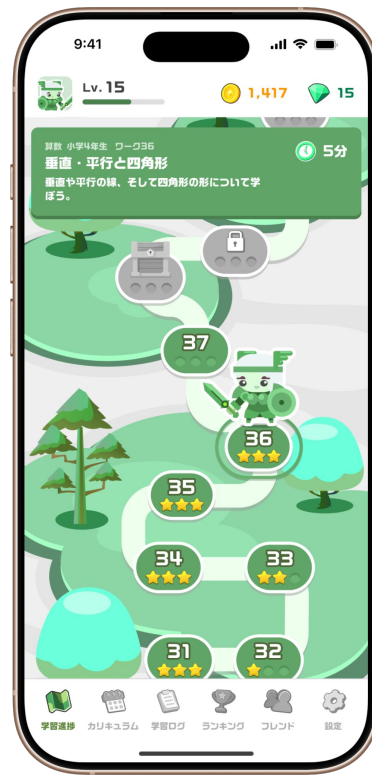
体制例

Sun*：ビジネスデザイナー、デザイナー、エンジニア

Trys：デザイナー、エンジニア

支援期間

2ヶ月～



ゲームの世界観をコンセプトにした学習アプリを開発し、勉強のモチベーションUPと継続学習を促進

サービス概要

サービス	小学生向けの勉強アプリ
事業フェーズ	MVP(Minimum Viable Product)
事業KPI	- 競合との差別化でユーザー獲得 - 導入企業・自治体数

背景・課題

- 中高生向けの勉強アプリを展開してきたが、これまでの実績やノウハウを活用して、小学生向けの勉強アプリを作成して事業機会を増やしたい
- 競合サービスがすでにあるため、違うコンセプトで攻めたい

支援内容

- 勉強コンテンツや学習機能のロジック、ゲーム感覚で学べるサービスにしたい、というアプリの方向性は決まっていたため、具体的なデザインコンセプトやUIUXの設計〜開発をご支援
- 小学生のニーズに合わせて、グラフィカルな表現でアプリの世界観を表現

取り組んだ内容、体制

1~2ヶ月目	3~5ヶ月目	6ヶ月目以降
体験設計、デザインコンセプト作成 - サービスコンセプト、要求事項の整理 - ゲーム要素を活用した体験設計、アイデア出し - デザインコンセプトの方向性を決める	UIUXデザイン、開発 - デザイン - プロダクト全体のUIUX設計 - グラフィカルな要素の制作 - MVP要件を決める - 開発 - リリース	未リリース機能のデザイン・開発 - MVP要件以外の機能の開発 - 機能改善
Sun*: Designer 2名	Sun*: Designer 4名	Sun*: Designer 2名
Trys: クリエイター 1名	Trys: クリエイター 3名	
Trys: ゲーム開発チーム 1名	Trys: ゲーム開発チーム 6名	

活用したゲーミフィケーション

クエスト	報酬（リワード）・賞賛
学習レベルが上がると、自分のアバターが成長したり、次のステージの鍵をゲットできるようなクエストを設定。	マネタリーリワードを採用し、学習の達成度に合わせてポイントが貯まる仕組みに。
可視化	交流・共有
- アバター着せ替えアイテムが増える - 学習記録が可視化	学校や塾の友達ともアプリ内で交流でき、チーム対抗の学習ゲームも提供

設計・開発プロセス例

支援フェーズ1：ユーザーニーズ探索、デザインモックアップでの検証



- ・体制やご支援内容は一例です。事業状況に合わせてご提案させていただきます。
- ・対応言語や開発規模によっては、Sun*の開発チームも入れた体制を組む場合もあります。

支援フェーズ2：デザイン・開発

支援フェーズ3：検証・改善



PR*Quest

ゲーミフィケーションを用いた プロモーション企画と開発

概要

PRやマーケティングの文脈にゲーミフィケーションを活用することで、これまでリーチできていなかった層へのアプローチを可能にします。

こんな事業状況におすすめ

- ・サービス認知、ユーザー獲得がうまくできていない

体制例

Sun*：デザイナー

Trys：デザイナー、エンジニア

※要求事項によっては外部広告代理店と体制を組む場合もあります

支援期間

2ヶ月～



コスメアプリのリリースに合わせて、ブランドの認知向上のためにゲームキャンペーンを実施

サービス概要

サービス	コスメアプリ
事業フェーズ	PMF(Product Market Fit)
事業KPI	- 新規ユーザー獲得 - ブランドの認知向上

背景・課題

- 新サービスのアプリリリースが決まり、より多くの人に認知したい
- 10代後半～20代前半をターゲットにしているため、ユニークな施策を打ちたい
- ゲームデザインや開発実績がない

支援内容

- ゲームキャンペーンで展開するLPとゲームの制作・開発

※媒体へのアプローチやマーケティング観点でのご支援が必要な場合は、パートナー企業に依頼する場合がございます。

取り組んだ内容、体制

1ヶ月目	2~3ヶ月目
ゲームキャンペーンの詳細設計 ● 要求整理、GOAL設計 ● ゲームコンセプトの作成 ● ゲーム内体験設計	デザイン、開発 ● デザイン ○ 施策全体のUIUX設計 ○ ゲームクリエイティブ制作 ● ゲーム開発 ● リリース
Sun*: Designer 2名	Sun*: Designer 1名
Trys: クリエイター 1名	Trys: クリエイター 2名
Trys: ゲーム開発チーム 1名	Trys: ゲーム開発チーム 5名

活用したゲーミフィケーション

クエスト	報酬（リワード）・賞賛
新作コスメのパッケージ開発ゲームを行うことで、オリジナルパッケージのコスメがゲットできるクエストを設定。	オリジナルパッケージのコスメをゲットできる、マネタリールワードを活用。
可視化	交流・共有
世界に一つしかない、オリジナルの新作コスメのパッケージが作成される。	作成したパッケージをSNSで共有できる。

設計プロセス例



- ・要求事項によっては外部広告代理店と体制を組む場合もあります（代理店の入り方によってSun*の支援フェーズを柔軟に対応いたします）。
- ・体制やご支援内容は一例です。事業状況に合わせてご提案させていただきます。

4. 実績

DX推進、新規事業開発支援事例：株式会社保健同人フロンティア
新デジタルプラットフォーム「みんなの家庭の医学」をはじめとしたDX支援

新デジタルプラットフォームで 増大する医療費の社会課題に挑む

少子高齢化とともに深刻化する国民医療費。次世代に向けて8年連続で40兆円を超える医療費をいかに抑えるかが社会全体の課題となっています。1946年設立、創業77年の歴史を持つ株式会社保健同人フロンティアは、家庭の医学の出版をはじめ、日本初となる人間ドックの創案等、医療・健康に関する数々のソリューションを創出してきた会社。創業者の「患者のために、疾病を科学する」という気概と先進性のDNAを引き継ぎ、未病・予防分野で医療費の適正化にチャレンジをする同社のDXと新規事業開発、DX推進のための組織づくりをSun*で支援しています。

サービスデザイン

UI/UXデザイン

要件定義

基本設計

開発実装

採用支援

営業戦略

エンタープライズ

ヘルスケア

ISSUE クライアントの課題

社会的なデジタルシフト、ユーザーが個別最適なサービスをタイムリーに求めるといった変化に伴い、新たな収益の柱を確立することを経営課題として捉え、事業ポートフォリオの整理と並行しながら、既存事業のDX・新規サービスの開発を意思決定。しかし社内には新サービスの立ち上げ経験者が不足。中期経営計画を具体的に実行していくために知見と実行力を持つパートナーが必要。

SOLUTION 課題に対するSun*の対応

初期段階からBizデザイナー、UXデザイナーをアサインし、顧客インサイトを再定義。定量・定性リサーチも踏まえ、事業構想・新サービスを企画から支援。新サービスの骨子を検討しつつ、開発メンバーも段階的に参画し、複数サービスの開発を実施。事業のDX化に伴い不可欠となってくる組織・人材の再構成や採用支援、営業戦略といったDXを推進させるための組織づくりも支援。



保健同人フロンティアが目指すヘルスケアのDXと医療費の削減



Appendix

ゲーミフィケーションへの理解を深める

ゲーミフィケーションとは？

ゲームの要素やデザイン手法を
非ゲームのコンテキストに導入することで、
ユーザーエンゲージメントやモチベーションを高め、
行動を促進するために広く使用される手法。



ゲーミフィケーションを活用する目的

サービス認知、
ユーザー獲得を
増やしたい



1ユーザーあたりの
アプリの継続率や
滞在時間を上げたい

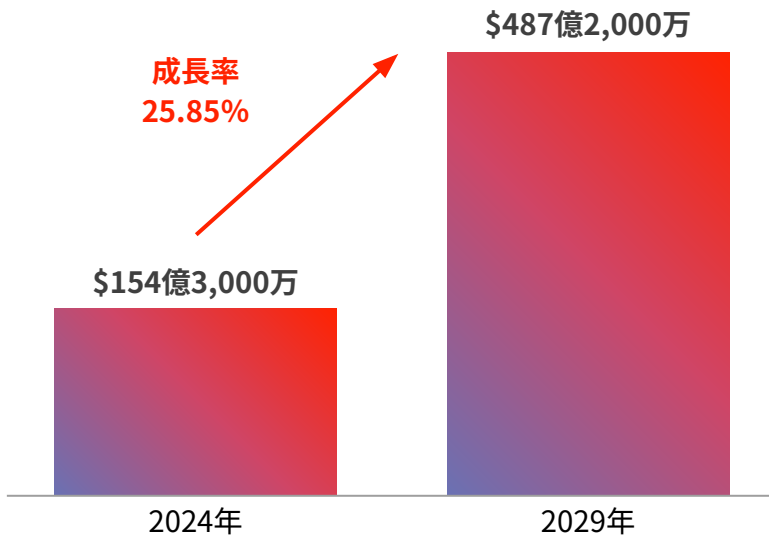


独自のポジションを
確立し、競合との
差別化をおこないたい



世界で広がるゲーミフィケーション市場

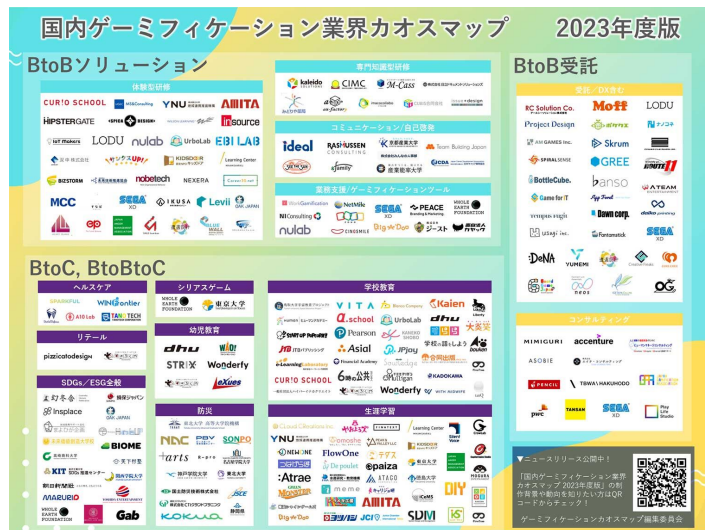
世界のゲーミフィケーション市場は、2029年までに
487億2,000万米ドルに達すると予測されている



⇒ [ゲーミフィケーション市場 - 業界動向、規模、レポート](#)

国内ではゲーミフィケーションサービスを
展開する企業数が増加傾向

2023年度198社（前年比105%）



⇒ [ゲーミフィケーション×DXニュースサイト](#)

Thank you!