

# こうりゅう

[交流]

http://www.minato-ala.net

## CONTENTS

[TOP] 一流企業TOPインタビュー  
「オリコン株式会社」

2. Information /  
5分でエッセンスが分かるビジネス書評 /  
5分で分かる! ビジネスキーワード

3. Information  
4. みなとく名店「山城園」  
未来に託す技巧「株式会社カナイ」

### TOP INTERVIEW 創造する社長の創造する会社が音楽産業の新世界を開く

## オリコン株式会社

代表取締役 社長 兼 CEO 小池 恒(こいけ・こう)氏

「ランキング」でおなじみのオリコン。一方で、音楽とケータイ、音楽とITを融合させ、ユーザのために新たな世界を切り開いてきました。そんな創造する企業の社長・小池恒氏にお話を伺いました。



オリコンでは、雑誌・WEBサイトとさまざまな媒体で情報を配信している

長年の不振に苦しんだ音楽業界は、昨年、CD売上額が6年ぶりに復調したそうです。ところが、比較的好調だった音楽配信が停滞し始めました。携帯電話で広く愛用された「着うた」や「着うたフル」も、数年前の約2分の1にマーケットが縮小しています。さらに、音楽ビジネスの進化形とも言えるビジネスモデルも逆風にさらされています。音楽配信の新サービスとしては、IDとパスワードだけを販売し、それを使ってログインすればユーザーは、どの場所でも、どのようなデバイスでも再生できるといったマルチ・デバイス対応のサービスが発売されました。ユーザーにとって便利であり、経済的でもあるはずですが、売上が芳しくないと言います。

「いま人気の『AKB48』のCDには、握手会イベントの参加券が付いています。それは、単なる「握手」という個別のサービスではありません。CDを購入するという行為は、アーティストと握手するということ、リアルコミュニケーションを通して、会場でアーティストと融和し、一体感を醸成しむという付加価値に対する代価を合わせてファンは払っているということでしょう。CDのセールスを安定的にするには、常に「リアル」に直面し、一体化することがとても重要です。それには、市場動向や、マーケティングデータの分析、世間の流行事情などを鑑み、ファンが望んでいる付加価値を正しく見極める必要があるのです」

### ネット時代の陥穽に 気を付ける

小池氏は1999年、34歳の時に起業しました。父の経営する会社で副社長を務めていたが、赤字部門を一つ買い上げ会社化し、新規事業を確立することから始めました。その事業体が、今日のオリコン株式会社です。

「父の会社は創業30年を経過していましたが、新しい時代の波、インターネットの世界でチャンスをかき取り逃していると感じました。自分自身の力で、この世界に挑んでみたいと強く思ったのです」

父の会社のデータベース事業部長が長年蓄積・管理してきたマスター・データベースをe-コマースに活かすというビジネスは、当時周囲の理解が極めて薄く、納得を得るまでには相当な苦勞もあつたそうです。

言うまでもなく、オリコンにとって、有力なプラットフォームはインターネットです。

「インターネットに現れるオピニオンには、しばしば偏りがあります。マジョリティーは常に静かなのです。ネットで積極的に発言する人々というのは、少し突出した意見を持っている人が多いです。ですから、ネットでの論議や嗜好を世間一般の共通項

だと思ってしまうとミスリードされます」

インターネットは有力なツールであつても、用い方によっては危険です。それ故、そこから確かな情報を取り分け、有効に活用するのは、やはりプロの眼識であるというのが小池氏の考えです。同社がニュース記事をネット配信する際も、マジョリティーの視点を重視し、価値ある、確かな情報かどうかを判断し発信しています。

「マジョリティーが感ずる何気ないことが価値あるニュースになったりします。ですので、もし港区内のあるある業界の事業者の方から、自らの産業、商品についての確かな情報、価値ある情報を発信していただけるなら、我々はそれをニュース配信し、広く世に知らせることができそうです」

### 会社の環境作りが すべての始まり

音楽業界の将来を、小池氏は「3年後、媒介としてのCDの価値はまた落ちていなく」と考えています。一方、音楽配信については、このままでは厳しい状況に陥ると思えます。ビジネスであり続けるにしても、一曲一曲にプライスを付けてライオンナップし、販売するというやり方は限界にきています。それよりは、いっそタタにしてしまおう。フリーで音楽は提供しつつ、検索性などを高め、ユーザーに対する優位性を発揮できるサービスを有料課金にし、その収益を皆でシェアしていくモデルが有望ではないか」と思っています。

そのことによつて、違法に音楽ファイルを取得し、著作権を侵害するような無料サービスを生む悪逆でさきではないかと小池氏は考えています。

「音楽の裾野を広げ、音楽に関心を寄せる人々との間

で良好な関係を形成していきます。その成否は、このような環境を作り上げることができるとは思っています」

経営者の心得とは、最低限のこと、ごく単純なことを守っていくこと、それには組織としての最低限のけじめが必要だと言います。

「朝登校して『おはようございます』と、きちんと挨拶を交わせる規律正しい学校の生徒は、良い方向に成長していきます。基本は単純なことです。会社も同じように、最低限の組織のけじめとしての規律を作り、守らせます。あとは、各人が自由に個性を発揮できるような環境を整えてあげること、イノベーションを起こせる環境を作りあげることが経営者としての私の仕事です。そのためには自分自身にも厳しく、現状の自分に何が足りないのか、毎日鏡の前で問いかけています」

アミューズメントを通じて時代の先端を行く創造的企業のオリコン社長の小池氏は、岡本翔太郎のペンネームでサスペンスの秀作『正義と悪魔』を発表するなど、自らクリエイターであり続けています。

オリコン株式会社、この創造的企業は、多くの事業者にとってヒントの宝庫と言えそうです。

●連絡先  
住所：港区六本木6・8・10  
STEP六本木西3階  
電話：3405・5252（代表）



本当に良いサービス企業を顧客満足度(CS)ランキングという形で紹介している

### 港区に根付くお店を案内する

# みなと名店

**山城園**  
社長 土井 孝 (とひ・たかし)

■問い合わせ  
住所：港区白金台 4-8-4  
電話：3446-0300



社長の土井氏

## 再開発の進む高輪で 老舗の看板を守り続ける

閑静な住宅地が広がる高輪地区にある山城園は、明治39年創業という老舗の銘茶専門店です。

かつて山城園は、鯉節や昆布などを取り扱う乾物屋でした。高輪地区の再開発に伴う目黒通りの拡張工事により、店舗は改築され店舗面積も小さくなりましたが、歴史を語る建築物として江戸東京たても園に移築されたかつての木造三階建ての店舗には「鯉節」の看板が大きくかかり、結納品なども扱っていたと言います。

創業時は鯉節、昆布、茶葉などの乾物や砂糖のほか、卵などの生鮮品も扱う店舗でしたが、戦時中に砂糖が禁制品となり、また物資の不足や流通の混乱から取り扱える商品も減少したため、主に茶葉を取り扱うようになりました。現在では茶葉のほか



人気のオリジナルブレンドのほか、のりとの組み合わせなどの贈答品も

か、贈答品としてののりや、急須、湯のみなどの茶器も扱っています。

### 商品の差別化を図ることが 顧客に愛されるカギ

日本茶の需要そのものは、残念ながら減少傾向にあります。また、茶葉は今やパートやスーパーでも、産地直送品の通信販売でも、簡単に購入できます。その中で、お客様にぜひ山城園で購入したいと思っていたために、一般的に入手しやすい商品との差別化が重要となります。

「長年、取引のある信頼ある問屋から仕入れた商品で作るからこそ、納得いただける品質と価格のオリジナルブレンドができるのです」と土井氏は話します。

実際、山城園で最も人気のある商品はオリジナルブレンド。またまた店舗が休業日だったため、ほかの店で購入した茶葉に満足できなかったという顧客の声を聞くことも少なくないそうです。

繁華街にある店舗ではないため、近隣に在住の古くからの顧客が多いように思われますが、贈答品として受け取った山城園のオリジナルブレンドを気に入って、近隣以外からの問い合わせや注文も多いと言います。

一方で、「近年はお茶といえはベッ



茶葉やのりのほか、茶器も揃う



目黒通りの拡張工事に伴い改築された店舗の外観

トボトルなどに入ったものを購入するのが日常で、急須でお茶を入れたことがない、あるいは急須の使い方、急須を見ても何に使うものか分からない若者もいることに驚きを隠せない」と話します。さらに、「時代と顧客ニーズに合わせた品揃えの必要性を感じている」と付け加えます。

若い世代でなくとも、近年は顧客が茶葉の始末などを好まない傾向にあるため、茶こしの網が入っている急須や、ティーバッグ式、あるいは粉末茶など、手間なく手軽に扱える商品も取り揃えています。

### 港区の匠を伝える

# 未来に 託す 技巧

**株式会社カナイ**  
(ファインセキュア)  
代表取締役社長 金井 務 (かない・つとむ)

■問い合わせ  
住所：港区赤坂 3-14-11 金井ビル1F  
電話：3583-7454(代表)



社長の金井氏

## 防犯から介護支援まで、プロの知識で 世界の技術と製品をコーディネート

鍵の専門企業と聞けば、鍵の販売や取り付けのプロを想像します。しかし、社長の金井氏は「私たちは『安心・安全 お届け企業』をモットーに、日本のみならず世界各国の技術や製品を必要とするところへお届けする……いわば防犯のコーディネーターですね」と語ります。安心と安全は似て非なるもので、安全は鍵そのものなどのハード面、そして、安心は顧客との信頼関係を築いた上でニーズに合わせた正しい商品を使ってもらおうと面と考えていると言います。

### 需要が増え続ける 防犯対策工事

「残念なことですが、犯罪の手口が



既存の扉に後付け可能な電子式の二重ロック。室外側(左)と室内側(右)

巧妙化する近年、防犯対策のための工事の需要は増加傾向にあります」

ドアの鍵を二重ロックにしたいという依頼は多く、中でも好評なのがリモコンロック。玄関のドアに取り付けるだけで、カードキー、暗証番号、リモコンのいずれでも開けられる製品です。核家族化、夫婦共働きが増える現代、お子さんが鍵を持たなくても暗証番号で開けられる、あるいは寝たきりの方を家に残して家族が外出する場合、その間に訪問するヘルパーに鍵を渡すことなく室内からインターホンで確認してリモコンで解錠できるなど多機能でもとても便利です。

### 医療、介護の現場からの 高まるニーズに対応

同じ安全のためでも、近年は医療や介護関連の相談を多く受けるそうです。たとえば老人ホーム。利用者が居室に入り施錠することで在室と認知し、室内に設置されたセンサーが作動します。一定時間以上動きがない場合には、管理センターのアラームが作動するというシステムを組み合わせたものもひとつです。

さらに介護の現場において「ドアの開閉が自力では困難な方向けの後付け自動ドアが好評です」と金井氏が語るの、フィンランドの

製品です。取り付けるだけで既存のドアをリモコンやタッチスイッチ、センサーなどで作動する「自動ドア」に替えられます。大きな工事も不要なのでコスト面でもリースナブル。個人宅にも取り付けられ、要介護者の自立支援にも役立ちます。「高齢化が進む現代社会においては、今後さらにこの分野の製品のニーズが高まると予想されます。これから注目していきたいです」



解錠は、暗証番号(左) カードキー(中央)リモコン(右)のいずれでもできる



# 港区商店グランプリ受賞店舗の紹介

## — 愛されるまちと店 — 7店舗

港区商店街連合会会長賞

### グラム 白金店

〔白金プラザ会〕

■心身ともにきれいになってもらいたい

ヘアサロンの「サロン」はフランス語で、ホテルや客船などの「談話室」という意味があります。美容室がお客様との「談話室」となり、美容師がいろいろな話を聞いてくれるので、癒しの空間になります。髪をきれいにセットし、心も身だしなみもきれいにしてもらえ場所として、地元在住者が多く通うのがグラム白金店です。



住: 白金1-17-2-2F (スターボックス2F)  
電: 3446-0716  
営: 10:30~20:30  
休: 第1・3火曜  
駅: 東京メトロ南北線、都営三田線「白金高輪」駅  
HP: <http://www.anan-glam.com/>

港区長賞

### 麻布十番 麻の葉

〔麻布十番商店街振興組合〕

■伝統の技が表現された絵手ぬぐい

外国人観光客が帰国する際にお土産に買っていくという、浮世絵や歌舞伎の柄を配した絵手ぬぐい。これらはすべてオリジナルで、伝統の技術を有した職人が一つひとつ手仕事で作ったものです。絵柄の図案ができてから完成までに、1ヵ月半〜2ヵ月ほどかかります。熟練の染め職人でないときないほど豊富な色を入れていることが特徴です。



住: 麻布十番1-5-24  
電: 3405-0161  
営: 10:30~19:00 (金、土曜:~20:00)  
休: 無休  
駅: 東京メトロ南北線・都営大江戸線「麻布十番」駅  
HP: <http://www.artsou.co.jp/asanoha.html>

東京商工会議所港支部会長賞

### 喫茶 川志満

〔青山外苑前商店街振興組合〕

■双子の姉妹がもてなす昔ながらの喫茶店

喫煙スペースが限られている飲食店の多い中、川志満ではすべての席で喫煙できることから、近隣の愛煙家がこぞって常連客となり、朝夕と通い詰めていきます。タバコを吸いながら新聞を読み、コーヒーを啜る。そんな、喫煙者にとっては至福の時を過ごせる、数少ない喫茶店です。父親である先代が名古屋



住: 港区北青山2-7-20  
電: 3405-9539  
営: 9:00~17:00  
休: 土・日曜、祝日  
駅: 東京メトロ「外苑前」駅

港区議会議長賞

### うつわ大福

〔青山三丁目目黒店会〕

■うつわ初心者も気軽にに入れて触れられる

青山通りから一本入ったところにある和食器店の「うつわ大福」。路地にある手狭な店舗のイメージを覆す広々とした店内は、ペーパーカーを押すママさんが気兼ねなく入店できるほど。数百種類にもなる商品は、全国15箇の商品を取り扱っています。普段の食卓で使ってほしいとのことか



住: 南青山3-8-5  
デルクス南青山1F  
電: 6326-7482  
営: 11:00~19:00  
休: 火曜  
駅: 東京メトロ「表参道」駅、「外苑前」駅  
HP: <http://www.utsuwadaiyoku.com/>

優良賞

### タミヤプラモデルファクトリー新橋店

〔新橋赤レンガ通り発展会〕

■タミヤ直営の模型販売店で家族がつながる

タミヤのプラモデルと聞けば、30〜40代の方はわくわくするのではないのでしょうか。タミヤ直営のタミヤプラモデルファクトリー新橋店では、新橋というビジネス街の特性から、平日の夜は仕事帰りのサラリーマンが多く立ち寄り、待ち合わせ場所となり、店内で名刺交換する場面が目に浮かぶように見受けられる。また、ショーウィンドウを大きくするなど、子どもや女性が入りやすい工夫がこらされているので、休日ともなると家族連れが多く来店を訪れるといわれています。2階には国内最大級のサーキットが併設されており、ミニ四駆を買って、遊ぶところまでワンストップで楽しめます。



住: 新橋4-7-2 6東洋海事ビル  
電: 6809-1175  
営: 平日: 12:00~22:00  
土日: 10:00~18:00  
休: 年末年始  
駅: JR・東京メトロ・都営「新橋」駅  
HP: <http://www.tamiya-plamodelfactory.co.jp/shimbashi/index.htm>

港区しんきん協議会賞

### アルヴィナール

〔白金プラザ会〕

■地元根付くフレンドリーなフレンチ

フランス語の「木目」「ワイン」「肉」を合わせた造語の店名とおり、木目調の落ち着いた店内で、肉料理と世界各国のワインが楽しめるのが、白金にあるアルヴィナールです。シェフ島田氏はテレビ出演もこなす人気の料理人です。島田氏をはじめ、キッチン・ホールスタッフ全員がフレンドリーな接客で訪れられるフレンチレストランです。



住: 白金1-27-6白金高輪  
ステーションビル1F  
電: 5793-5757  
営: 昼11:30~15:30  
夜18:00~23:30  
休: 月曜  
駅: 東京メトロ南北線、都営三田線「白金高輪」駅  
HP: <http://www.arvinard.jp/>

優良賞

### イタリア料理店 シシリア

〔六本木商店街振興組合〕

■60年変わらぬ味を求め、常連客が訪れる

六本木交差点すぐのビルの地下1階に店を構えるのが、昭和29年から60年続くイタリア料理の老舗シシリアです。潜水艦の中で効率よく作るためにピザを四角にしたことを先代が取り入れたのが四角いピザ。60年前は画期的だったという薄い生地がカリカリに焼きあがり、ところどころのチーズと合わせた食感が食欲をそそります。同店の看板メニューは「四角いピザ」と「グリーンサラタ」。1本のきゅうりを薄く切って重ねたグリーンサラタは、見た目がとても美しく、オリジナルドレッシングと相性は抜群です。



住: 六本木6-1-26  
六本木天城ビル地下1階  
電: 3405-4653  
営: 11:00~24:00  
休: 無休  
駅: 東京メトロ日比谷線、都営大江戸線「六本木」駅

### 港区商店グランプリ受賞店舗

- 麻布十番 麻の葉
- グラム白金店
- うつわ大福
- 喫茶 川志満
- アルヴィナール
- タミヤプラモデルファクトリー新橋店
- イタリア料理店シシリア



【 区のインフォメーション 】

マーケティング戦略支援セミナー

現在、開催中の「マーケティング戦略支援セミナー」の3月分開催メニューは、海外への進出セミナーです。各回ごとの申し込みも可能です。ぜひご参加ください。

○第1回 3月6日(水)  
『グローバルWebマーケティングの展開』  
講師:中小企業診断士 竹内幸次

○第2回 3月13日(水)  
『海外展示会を活用した販路開拓方法』  
講師:中小企業診断士 秋島一雄

○第3回 3月19日(火)  
『【経営者体験談】海外市場開拓～はじめての一步～』  
講師:経営者ゲスト

▽場所:港勤労福祉会館(港区芝5-18-2)  
▽交通:都営三田線・浅草線三田駅より徒歩1分、JR田町駅西口より徒歩3分

▽対象者:区内中小企業経営者及び従業員

▽定員:各50名(申込順)

▽費用:無料

▽問い合わせ:産業振興課産業振興係  
電話 3578-2556

港区産業団体連合会経営セミナー

『企業の事業継続は最大の社会貢献～切迫する大災害への防災・減災対策について～』

長年にわたり東京都の危機管理や事業継続計画の策定業務に取り組んでこられた、危機管理勉強会齋藤塾の塾長、齋藤 實先生をお招きして講演していただきます。ご期待ください！

▽対象:区内中小企業の経営者・従業員、区内在住・在勤者

▽日時:3月15日(金)午後6時30分～8時30分

▽講師:危機管理勉強会齋藤塾 塾長 齋藤 實氏

(元東京都総合防災部情報統括担当課長)

▽場所:高輪区民センター

▽定員:200人(申込順)

▽申し込み:

電話:みなとコール 5472-3710

受付:2月22日～3月14日 午前9時～午後5時(無休)

※2月22日については、11時から受付を開始します。

FAX:港区産業団体連合会事務局3578-1243

メール:産業振興課ホームページ

http://www.minato-ala.net/から

お申し込みください。

▽問い合わせ:港区産業団体連合会事務局

電話・FAX 3578-1243

産業振興課 電話 3578-2553

みなとビジネス交流会参加企業募集

▽対象:区内企業及び区内企業と交流したい企業ほか

▽日時:3月19日(火)午後4時～7時

第1部 名刺交換会

第2部 交流会

▽会場:浜松町東京會館「チェリールーム」

(浜松町2-4-1世界貿易センタービル39階)

▽定員:64社(先着順)

▽参加費:5,000円

▽申し込み:3月1日(金)午後5時までに産業振興課

ホームページ <https://www.minato-ala.net/>

からお申し込みください。

▽問い合わせ:港区産業振興課産業振興係

電話:3578-2556

経営に役立たせる!

平成25年「税制改革対策セミナー」

▽対象:区内中小企業の経営者・従業員

▽日時:3月28日(木)午後5時～7時

▽会場:港勤労福祉会館本館1階第一洋室

▽定員:50人(申込順)

▽参加費:無料

▽申し込み:電話またはFAXで、勤務先・氏名・担当部署・参加人数・勤務先所在地・勤務先電話番号・メールアドレスを明記の上、みなとびっく福利厚生倶楽部へ。申込用紙は、区のホームページ(<http://www.city.minato.tokyo.jp/>)からダウンロードできます。

FAX 3457-9567

▽問い合わせ:みなとびっく福利厚生倶楽部

電話 3457-7591

江戸・TOKYO 技とテクノの融合展  
出展者募集のお知らせ

東京信用保証協会では中小企業の皆さまへの経営支援の取り組みとして、本年度で7回目となるビジネスフェアを開催します。開催・出展者募集概要は以下の通りです。

【開催概要】

▽主催:東京信用保証協会

▽日時:平成25年10月3日(木)午前10時～午後5時

▽会場:東京国際フォーラム展示ホール

(千代田区丸の内3-5-1)

▽テーマ:中小企業力! ~東京をもっと元気にたくましく~

▽内容:中小企業、支援機関によるブース展示

講演会、出展者によるプレゼンテーション 他

【募集要項】

▽募集小間数:270小間

間口約2.4m×1.8m×高さ2.7m

▽出展料:1小間:30,000円

▽申し込み:

①Web申込(当協会ホームページから)、

②FAX/郵送申込(所定の「出展申込書」による)

▽申込期限:平成25年4月30日(火)事務局到着分まで

▽問い合わせ:東京信用保証協会

ビジネスフェア実行委員会事務局

電話 3272-2070 FAX 3272-3999

5 分で  
エッセンスが分かる  
ビジネス書評

● 第10回

『言いたいことは1分で! 10倍伝わる話し方』

『個を動かす 新浪剛史、ローソン作り直しの10年』



「数字」と「固有名詞」を強調  
「言いたいことは1分で! 10倍伝わる話し方」  
渡辺美紀(著)  
幻冬舎/価格1365円

著者が、これまで500件以上の司会、3000人以上の指導から得た「伝わる話し方」のポイントを28のルールにまとめたのが本書。その中で、「聞き手をクッとひきつける人」が実践しているルールが11あります。

その1つが、強調すべき言葉と強調しなくていい言葉を分け、メリハリをつけるというものです。強調しなくていい言葉は、「助詞」「接続詞」「語尾」。一方、強調すべき言葉は、日付・時間・金額・人数などの「数字」と、名前・社名・地名・作品名などの「固有名詞」です。数字と固有名詞を、大きく高く発音し、前に間をあけてゆっくり読むことで、聞き手の興味をひきます。朝礼のときなどに、実践してみてくださいいかがでしょうか。

Business Book Review

経営者は最新技術を知るべき  
『個を動かす 新浪剛史、ローソン作り直しの10年』  
池田信太郎(著)  
日経BP社/価格1575円

ローソンの社長を10年以上務める新浪氏がどのようにローソンを改革してきたのか詳細に解説されています。

新浪氏は、これまでのコンビニ型POSシステムに不満を感じていたと述べています。顧客の属性をより正確により詳細に把握するために取った策が、ポイントカード戦略です。ポイントカードを通じて取得したデータは、いわゆる「ビッグデータ」。この膨大な販売データを最新のテクノロジーで、競合を越える「発注精度」に生かしているとあります。将来的には自動発注も視野に入れていくようです。またローソンは、積極的にSNSを活用しています。最新のテクノロジーを知ることが経営者の仕事だと説明しています。

5 分で分かる!  
ビジネス  
キーワード

● 第10回

ゲーミフィケーション  
Gamification



ゲーミフィケーションを利用した手法  
「ゲーミフィケーション(Gamification)」という言葉がビジネス用語としてしばしば聞かれるようになりました。一言で言えば、「プレイヤーを楽しませ没頭させるためにゲームが持つノウハウを、ゲーム以外の領域(ビジネス)に応用すること」です。

これは主として、マーケティング手法の一種として使われます。ゲームが目的ではないサービスにゲーム的要素を組み込み、ユーザーのモチベーションやロイヤリティを高めることによって、問題の解決を図ったり、ユーザー契約などを獲得したりするわけです。

具体的な手法として一例を挙げれば、Webサイトなどでレベルアップやアイテムを獲得する、ユーザー同士でスコアを競わせるといった仕掛けにすることによって、ユーザーを楽しませ、積極

Business Keyword

的にサービスを利用したくなるように仕向けるといえるものです。

しかし実は、この言葉も定義が厳格に定まっているわけではありません。広義な意味では、ゲームのような要素を持ち役立つものは何でも応用すること。狭義には、コンピュータゲームの中で特徴的に培われてきたノウハウを現実の社会活動に応用すること。最狭義には、その中でも特に強化学習プロセスやフロー体験を成立させるための最適なフィードバック設計のノウハウを応用すること、というように理解されます。

この手法を取り入れたことにより成功した企業の事例も多くあります。一方で、ゲーム・デザイナーから学ぶ技法を用いて多くのアプリケーションをゲーム化することは、そう容易なことではなく、リスクを伴うこともあります。これを積極的に採用するには、そのための戦略を慎重に検討することが求められます。