

Facebookからmixi、モバゲー、GREE まで、国内外のソーシャルアプリ状況と マーケティングへの展開について

Applim ソーシャルアプリxマーケティングコンテスト プレイベント

ブレイクスルー パートナーズ株式会社
マネージングディレクター
赤羽 雄二

akaba@b-t-partners.com

www.b-t-partners.com

2010年5月8日

自己紹介

KOMATSU

1978～1986年、コマツにて
超大型ダンプトラックの設計





1983～1985年、スタンフォード大学大学院で機械工学修士を取得

シリコンバレーの空気に初めて触れる

McKinsey & Company

1986～2000年、マッキンゼーにて日本企業、韓国企業の経営改革、新事業創造にパートナーとして14年間取り組む

10年間500週、ソウル往復

世界二十数カ国からコンサルタントを動員



**2000年以降、日本発の世界的ベンチャーを
1社でも多く生み出すべく、ブレイクスルー
パートナーズを創業**

ベンチャー共同創業8社、経営支援10数社

ブレークスルーパートナーズは

- 日本のゲームクリエイター、エンジニア、アントレプレナーと世界を目指したい
- 「**日本発の世界的ベンチャー**」を1社でも多く生み出し、日本をもう一度元気にしたい
- ただし、日本人とだけではなく、志が同じであれば、どこの国の方でも（現在、中国、韓国、米国、フランスの方々と）

- ブレークスルーパートナーズはVCではなく、あくまで当事者として共同創業、徹底した経営支援を提供
- 成功する創業社長は、**熱意、向上心、柔軟性があるかどうか**。年齢、性別、国籍、学歴、経歴不問
- ソーシャルアプリでも、それ以外でも、世界を目指そうと真剣に考えていらっしゃる方はぜひ声をかけてください
- 24時間365日サポート

世界の「ソーシャル」は...

facebook®

- 月間アクティブユーザーは**4億人超**
- **うち、モバイルユーザーが1億人超**
- **1週間に500万人以上増加**
- **70%は米国外ユーザーで、年10倍成長も**
- **女性が過半**
- **一人平均130人の友達登録**
- **日本支社設立。日本語ユーザーは200万人超**

Facebookでのゲーム、アプリの状況

- アクティブなゲーム、アプリ数が55万以上
- 月間アクティブユーザー**100万人以上のアプリが250以上**
- **Facebook Connect**は、2008年12月以来**25万以上のウェブサイトが導入**
- **Likeボタン**が、発表数週間で数十万サイトに、**数百億回以上クリック**

注：月間アクティブユーザー(MAU)は、その日までの過去30日のユニークユーザーの合計

出典：<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics#> (5月8日現在)

ソーシャルゲームの特長

- **友達と遊ぶ**、誘う、話す、一緒に戦う、一緒に集める、一緒に見る、一緒にでかける...
- **友達をほめる**、自慢する、からかう、探す...
- **友達に贈る**、お礼をする、何かを送る、ちょっかいを出す、足跡をつける...
- **友達に挑戦する**、質問する、試練を与える...
- **友達に紹介する**、勧める、教える、世話をしてもらおう、面倒をみておいてもらおう...

世界の opensocial

(全体で4億人以上)



米国の10代に強み。

1億5000万人

最近、Facebookとも接続



スペイン語圏で強力

月間ユニークビジター-6300万人
今後Facebook APIに変更



ブラジル、インドで
圧倒的な強み



2200万人



5000万人以上

これ以外に中国系も急成長中

スマートフォンにも展開

 iPhone

5,000万台以上 (iPod
Touchを含む)
App Store
(2008年7月開始)
40億ダウンロード
18万5千以上のアプリ



2009年に800万台?
50機種以上
Android Market
(2009年2月開始)

 BlackBerry

7500万台以上
Blackberry
Application
Center
(2009年3月開始)

NOKIA

携帯4億台
スマートフォン
6000万台
Ovi Store
(2009年5月開始)

OPhone (オーフォン)

(Android拡張版)向け
Mobile Marketを
2009年8月に開始。
来年以降、年間千万～
数千万台の可能性
(中国以外も含む)

**Windows
Mobile®**

数千万台以上
Windows Market
Place for Mobile
(2009年秋から)

米国でソーシャルゲームが 立ち上がって**まだ2年半**

- FacebookのAPI公開: 2007年 5月
- ZYNGA創業: 2007年 7月
- Playfish創業: 2007年10月

- ZYNGAの爆発的成長: 2009年5月以降
 - 月間アクティブユーザー2億4700万人
 - 時価総額3000~5000億円(設立3年弱で)
 - 今期の売上450億円(90%はアイテム収入)

- EAがPlayfish買収(350億円): 2009年11月

世界的なゲーム開発者会議GDCが



今年大きく変化した

- ゲームの動向を占う、非常に重要な国際会議（今年には18,500名参加）
- ソーシャルゲームのセッションが今年3月のGDC2010から大幅に増加
- 家庭用ゲームのキープレイヤーが続々ソーシャルゲームに参入
 - EAの幹部がZYNAGAに、等々
 - 家庭用ゲームのノウハウと、ソーシャル性の融合が急激に進む

Facebook、Twitterを中心に、ソーシャルメディア、ソーシャルゲームのマーケティング活用が進む

- オバマ大統領
- LADY GAGA
- Michael Jackson



- Coca Cola「ハピネス・アンバサダー」
- 米国Honda「Who Loves a Honda」
 - Facebook公式ファンサイト→テレビ
 - Yahoo等バナー広告→Facebookへ
 - 200万名以上のファンが賛同
- バーガーキング

大評判になったバーガー・キングのキャンペーン 23万強のFacebookフレンドが削除された

WHOPPER SACRIFICE

FRIENDSHIP IS STRONG, BUT THE **WHOPPER®** IS STRONGER.

Click on a friend to begin the sacrifice.

Aaron Choi	Aaron Gasperi	Adam Caplan
Adam Klein	Adam Lovaglio	Adam Loving
Adam Marchick	Adams Wright	Aimee Grace
Albert Lai	Alec Sheehy	Alfonso Pulido

Use this application and be rewarded with a free flame-broiled **WHOPPER®** when you sacrifice 10 of your Facebook friends. Each friend will be notified so choose wisely.

10 friends = Whopper

プライバシー侵害ということで、 Facebookがこのキャンペーンを禁止

WHOPPER® SACRIFICE HAS BEEN SACRIFICED.

IN THE END, YOUR LOVE FOR THE **WHOPPER®** SANDWICH
PROVED TO BE STRONGER THAN **233,906** FRIENDSHIPS.



WHOPPER®
SACRIFICE

WERE YOU SACRIFICED BY SOMEBODY? SEND THEM AN ANGRY-GRAM ►

さて、日本は...

日本のSNSはモバイルが圧倒的



2000万人以上
ページビューの81%が
携帯から

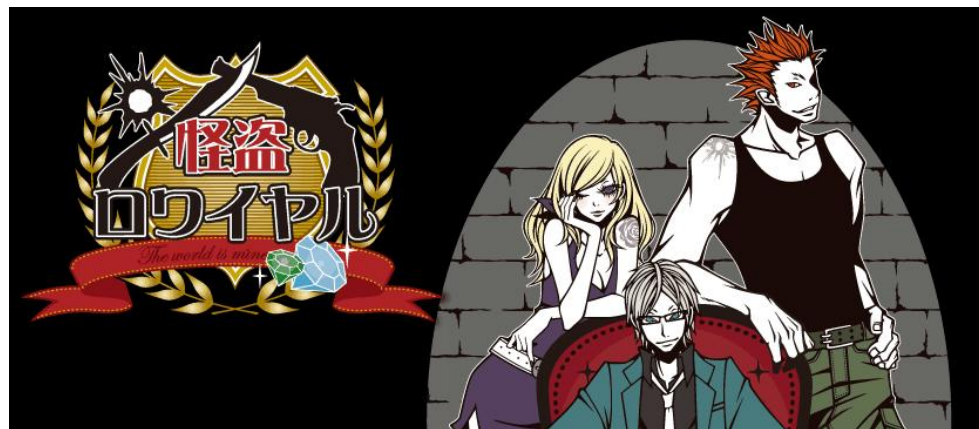


1800万人以上



1800万人以上

代表的なソーシャルアプリ



登録ユーザー489万名

日本のオープンプラットフォーム化は 数ヶ月前に始まったばかり

- FacebookのAPI公開: 2007年 5月
- ZYNGA創業: 2007年 7月
- Playfish創業: 2007年10月
- ZYNGA、Playfishの急成長: 2009年
- **mixiアプリ(PC)開始: 2009年 8月24日**
- **mixiアプリモバイル開始: 2009年10月27日**
- EAによるPlayfishの買収: 2009年11月
- **モバゲー オープンプラットフォーム開始: 今年1月27日**
- **GREEオープンプラットフォーム開始: 今年6月末**

日本のSNS、ソーシャルアプリ の成長可能性

- mixi、モバゲー、GREEのさらなる成長
 - 1800～2000万人 → 2500～3000万人へ
 - SNSとしてのソーシャル性の進化
 - 積極的な海外展開
- 日本発ソーシャルアプリの発展、海外展開
 - ソーシャル性、バイラル性の進化
 - 「モバイルソーシャルアプリ」としての世界最先端ノウハウの蓄積
 - 3G携帯の拡大にともなう市場拡大
 - プラットフォームの海外展開に乗って
- Facebookの国内取り組み強化、世界発信

ソーシャルアプリを
作るには...

ソーシャルアプリには、ゲーム開発 やゲーマーの経験が大いに活きる

- ゲーム性、ゲームバランス、世界観…
- ただし、従来のゲームとは根本的に異なる
 - 少人数、3～4ヶ月でスピード開発
 - リリース後、毎週数十件以上のアップデートを6～9ヶ月以上にわたり継続
 - ユーザーの反応を数値的に解析しながら、効果の高い改善を導入
- 手応えがその場であり、非常に楽しいプロセス… 組織が活性化し、成長を強く感じる
- ずぶの素人でも大いに貢献できる

エンジニアにとっては、受託から 抜け出す最高のチャンス

- 受託主体のデベロッパー・エンジニアにとっては、下請けから脱出し、自社事業を確立する「希なチャンス」
- 従来は、頑張って自社サービスを開発しても、ユーザー確保が容易ではなかったが、流通プラットフォームの出現によって問題がなくなった
- 会社の実績も規模も全く無関係に、誰に気兼ねすることもなく、数百万ユーザーにアクセスできる
- しかも、大きな資金投入は不要。熱意、知恵、技術力、スピード、コミュニケーション力の勝負
- ソーシャル化は非常に新しい分野でイノベーションが続々と生まれており、頑張っただけ成果が出る

アントレプレナー、デベロッパーが増え、切磋琢磨することで、市場がさらに活性化、成長する

- アントレプレナーが参加し切磋琢磨することで、ソーシャルアプリの発展が加速する
- 新規性の高いタイトル、画期的な工夫、マーケティングアプローチが生まれやすくなる
- ユーザーの裾野がさらに広がる
- プラットフォーム自体も、さらに成長する
- 世界市場でリーダーシップを発揮できる

ソーシャルアプリは今後どうなるか？

- 当面は、無料ゲーム＋課金アイテム＋広告
 - － 収益性が高い(アプリによっては、一人あたり月額3千円～数万円の購入も)
 - － 数ヶ月の開発でリリース可能
 - － 今後、95%を占める無料ユーザーが課金アイテムの購入を始めたたり、購入額を増やす可能性がかなりある
- デベロッパーの勝ち組が今年中に明確化
- 今後、「新しい収益モデルを求めるデベロッパーのニーズ」と「顧客へのアクセスを求める一般企業ニーズ」が合致し、ソーシャルウェブによるマーケティングが急激に増える

ソーシャルアプリ x
マーケティングを考
えるには...

広義のソーシャルウェブは

- 「リアル友達」、「リアル知りあい」
- 「コミュニティ友達だったリアル友達」
- 「ゲーム友達だったリアル友達」

- 「コミュニティ友達」、「コミュニティ知りあい」

- 「あこがれている、尊敬している人」(一方的)
- 「カリスマ、専門家」(一方的)

- 「ゲーム友達」
- 「ゲーム内カリスマ、専門家」

ソーシャル化の本質は、「友達の多層・多様化」、「影響度の拡大」と「個人からの情報発信」

- 「友達」との関係、友達からの情報がこれまで以上に個人の考え方や購買行動に影響する
 - 「リアル友達」によるソーシャルグラフ(人間関係)が注目されているが、会ったことのない人からの情報、アドバイスに基づく購入決定も実は大きい(詳しい人、専門家のお勧め)
 - 「ゲーム友達」、「コミュニティ友達」も、多くの人にとっては、いきがいとも言えるほど重要(モバゲー、GREEも)
- リアルタイムフィード、Twitter等により、個人の情報発信が非常に楽になった。しかも加速度的

ソーシャルアプリ x マーケティング を考えるには

- 個人の購買決定行動(情報収集のしかた、選択肢の絞り込み、最終決定、購買)を考え抜く
 - 誰のアドバイスを聞くのか
 - どういう瞬間に購買を決定するのか
- 個人の情報発信行動(人に勧める、伝える、見せびらかす、自慢する)を考え抜く
 - どういう時、人は発信するのか、RTするか
 - どういう手間なら発信するのか

ソーシャルアプリ x マーケティング をもっと考えるには

- SNSからのリアルタイムフィード、ウェブのLike情報、Twitter、位置情報、統計情報等をソーシャルアプリのゲーム性、コミュニケーション性と組み合わせ
- あふれかえる情報の選別、情報整理
 - 「自分あての特別な情報」
 - 「友達が買った、使っている」
 - 「専門家からのお勧め」
- 爆発的に口コミが発生する多重的仕組み
- 認知度を上げる vs 購買意向を強める

いつでもご相談ください

24時間365日サポート

ブレイクスルー パートナーズ株式会社
マネージングディレクター
赤羽 雄二

akaba@b-t-partners.com

www.b-t-partners.com

略歴： 赤羽 雄二

- 東京大学工学部を1978年3月に卒業後、小松製作所で建設現場用の超大型ダンプトラックの設計・開発
- 1983～1985年、スタンフォード大学 大学院に留学
- 1986年、マッキンゼー入社。経営戦略、組織設計、マーケティング、新事業立ち上げなどのプロジェクト多数を14年間にわたりリード
- シリコンバレーのベンチャーキャピタルをへて、2002年、創業前、創業当初からの非常にきめ細かな支援を特徴とするブレークスルーパートナーズ株式会社を森廣弘司と共同創業し「日本発の世界的ベンチャー」を生み出すべく活動。ベンチャーの投資、育成経験多数
- 実体変革、スキル構築を主とするコンサルティングと、シリコンバレーのトップクラスのベンチャーキャピタルのノウハウを合わせ持つ。技術・事業の両面への深い理解に基づき、きめ細かく、かつ徹底した支援を提供
- 経済産業省「産業競争力と知的財産を考える研究会」、総務省「ITベンチャー研究会」委員、「ICTベンチャーの人材確保の在り方に関する研究会」委員、「事業計画作成支援コース」の企画立案および講師、「事業計画作成とベンチャー経営の手引き」著者
- ソーシャルアプリデベロッパー数社を共同創業、経営支援