

スマートフォン時代に向かうモバイル ソーシャルゲームの最新動向

次世代サービス共創フォーラム ワークショップ第80回

ブレー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12月10日

内 容

1. モバゲー、GREE、mixiモバイルなど、モバイルソーシャルゲームの最新動向	4
2. スマートフォンの急成長	17
3. モバイルソーシャルゲームの本質	24
4. スマートフォン時代のソーシャルゲーム	46
5. プラットフォームの今後	52
6. ソーシャルメディアの活用	57
7. ソーシャルメディアマーケティングへの展開	64
8. 新たな事業機会	72

ブレークスルーパートナーズは

- 「**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、国籍を問わない(現在、中国、韓国、米国、フランスの方々とも)
- ベンチャー共同創業、徹底した経営支援
- ソーシャルアプリ、スマートフォンアプリ・サービス開発企業を共同創業・支援(ビストランテ、魔法の国のお菓子屋さん、ヤンキー大戦、まちの獣医さん等々)

1. モバゲー、GREE、mixiモバイルなど、モバイルソーシャルゲームの最新動向

3大SNS+Facebookジャパン



9/10発表:

ソーシャルグラフオープン化

全国大会、ゲームの許容
モバゲー、Yahooとの連携
中国、韓国最大手SNSと連携



圧倒的な収益性

ngmocoを342億円で買収



gmail連携

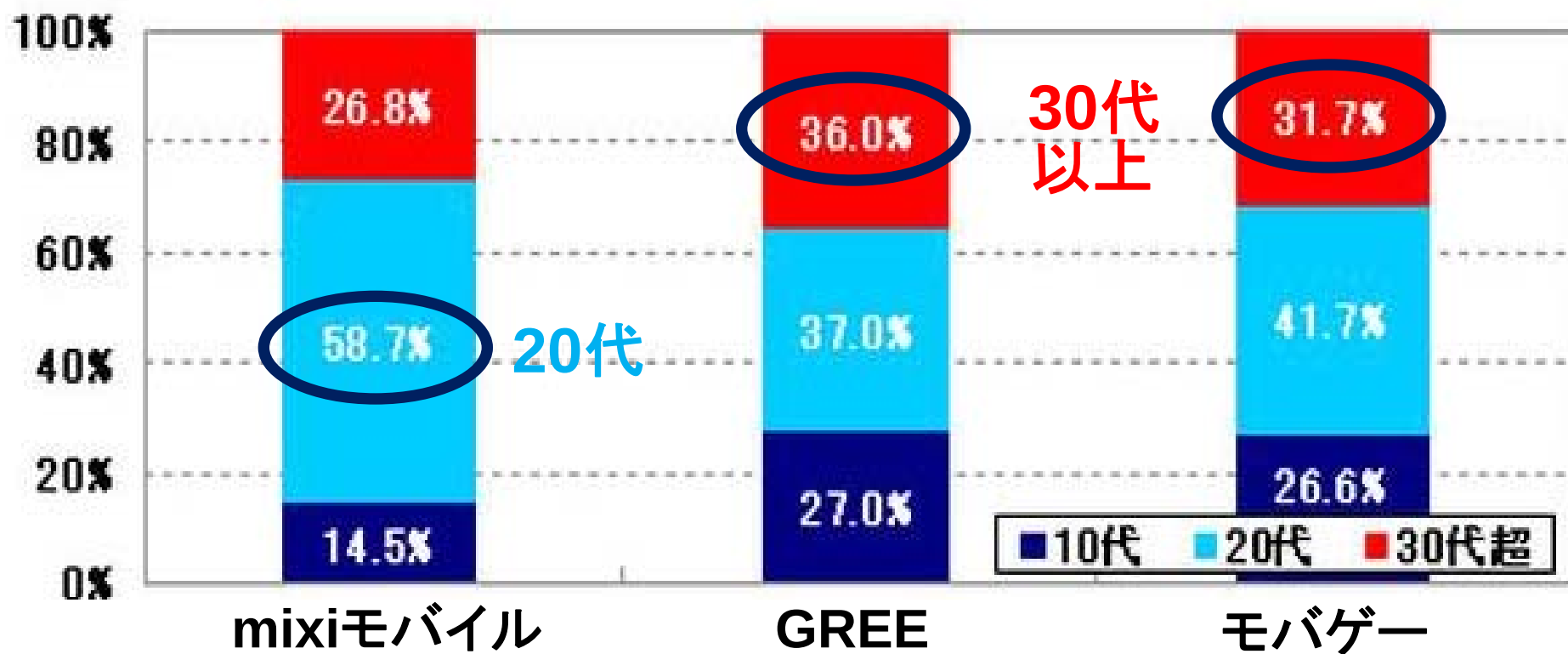
リクルート等との連携
オープン化を加速
スマートフォン
プラットフォーム



国内ユニークユーザー450万人

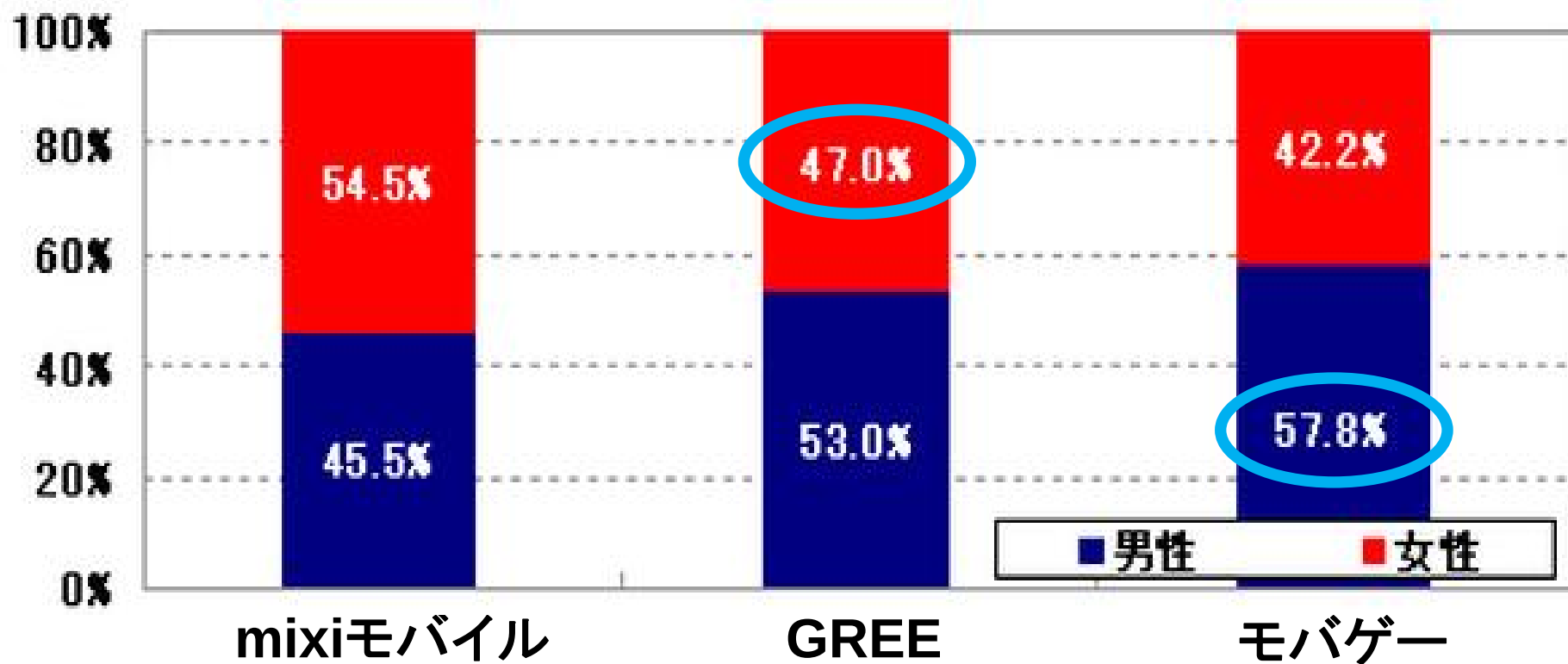
ガラケー対応

モバゲー、GREE、mixiモバイルの ユーザー年齢(2010年6月)



モバゲーとGREEの年齢
構成は急速に接近中

モバゲー、GREE、mixiモバイルの ユーザー男女比(2010年6月)

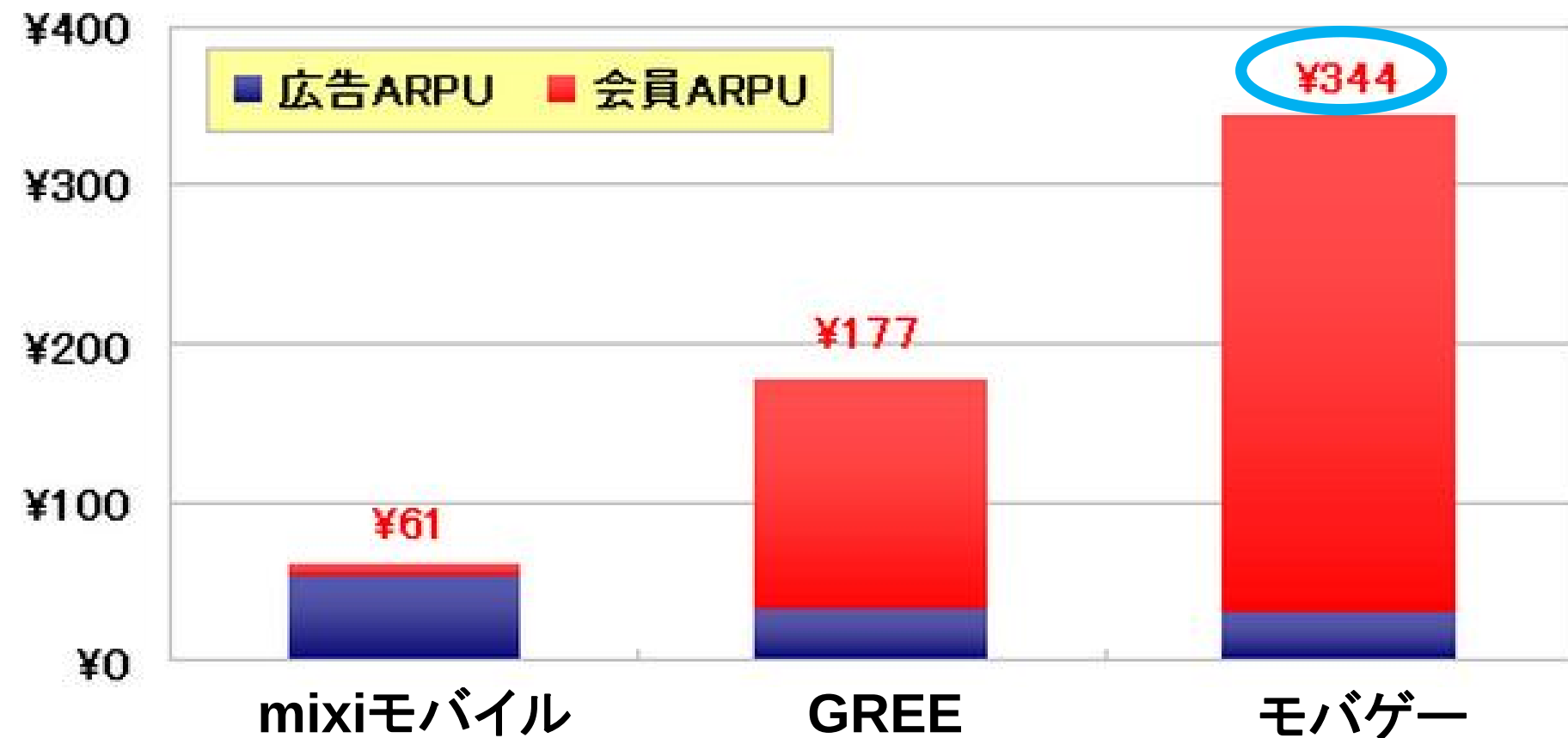


mixiはF1層(20-34才女性)が多い

GREEの課金は30代女性が多い

モバゲーはまだまだ男性中心

モバゲー、GREE、mixiモバイルの会員あたりの月売上高(2010年6月)



注: ARPU: Average Revenue per User 会員一人あたりの月売上高

出典: <http://blogs.itmedia.co.jp/saito/2010/08/20105mixigree-2.html>

国内での熾烈な戦い



VS



一気に引き離すべく
ファンド等も投入し、
強化中

急速に強化中

ソーシャルグラフ獲得の戦い



vs



ソーシャルグラフオープン化
全国大会、ゲームの許容

国内ユニークユーザー
450万人
ガラケー対応済み

ZYNGAがついにmixiモバイルに



世界8000万人を魅了する
農園コミュニケーションゲーム!



イマズグ
始めよう!



「ファームビレッジ」は友だちと協力しながら農園を育てていくケータイ専用ソーシャルゲームです。
世界中の人々が熱中している「FarmVille」の日本版がついにmixiアプリとして登場!

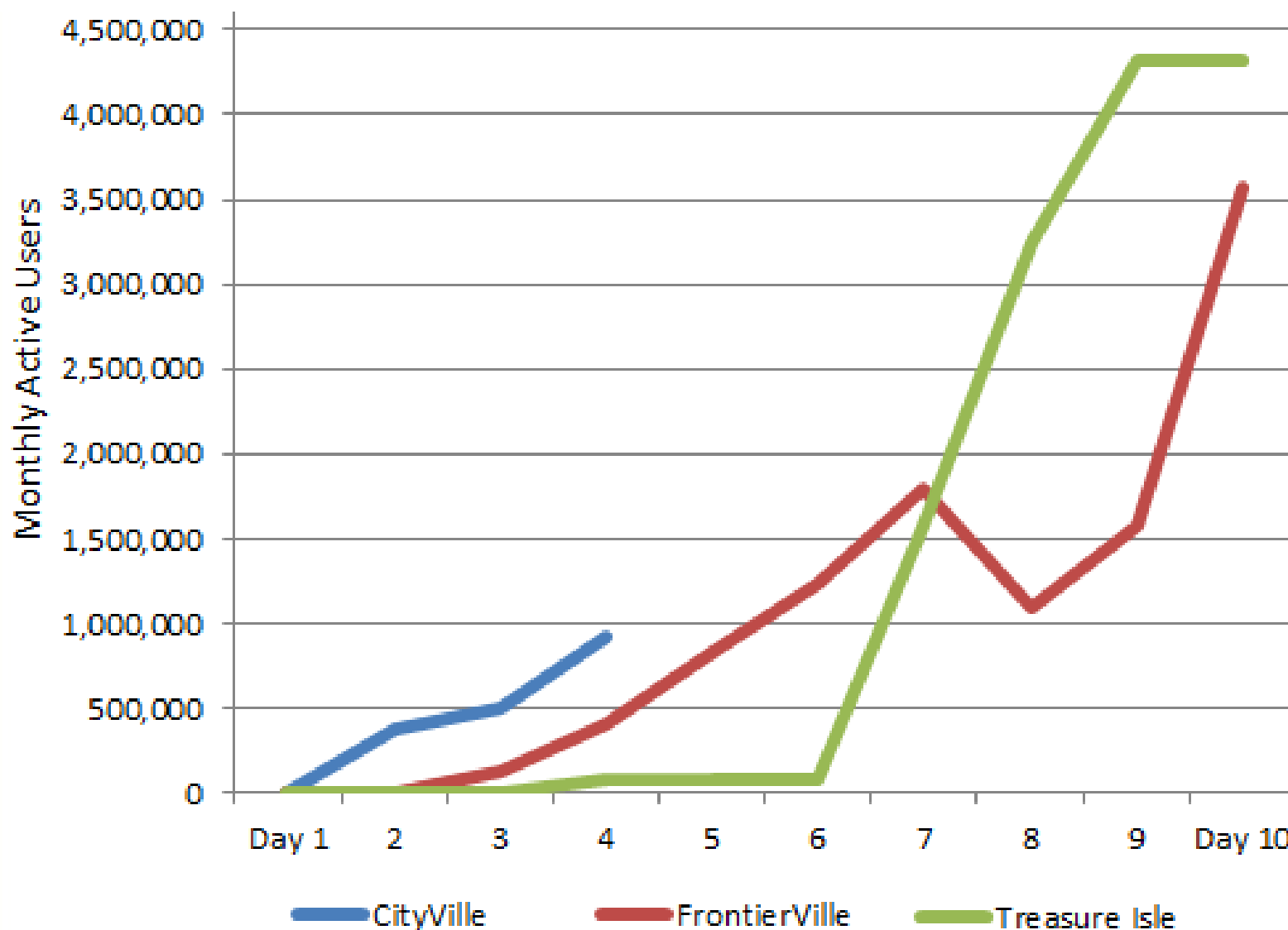


デコって楽しいファーマーミング!

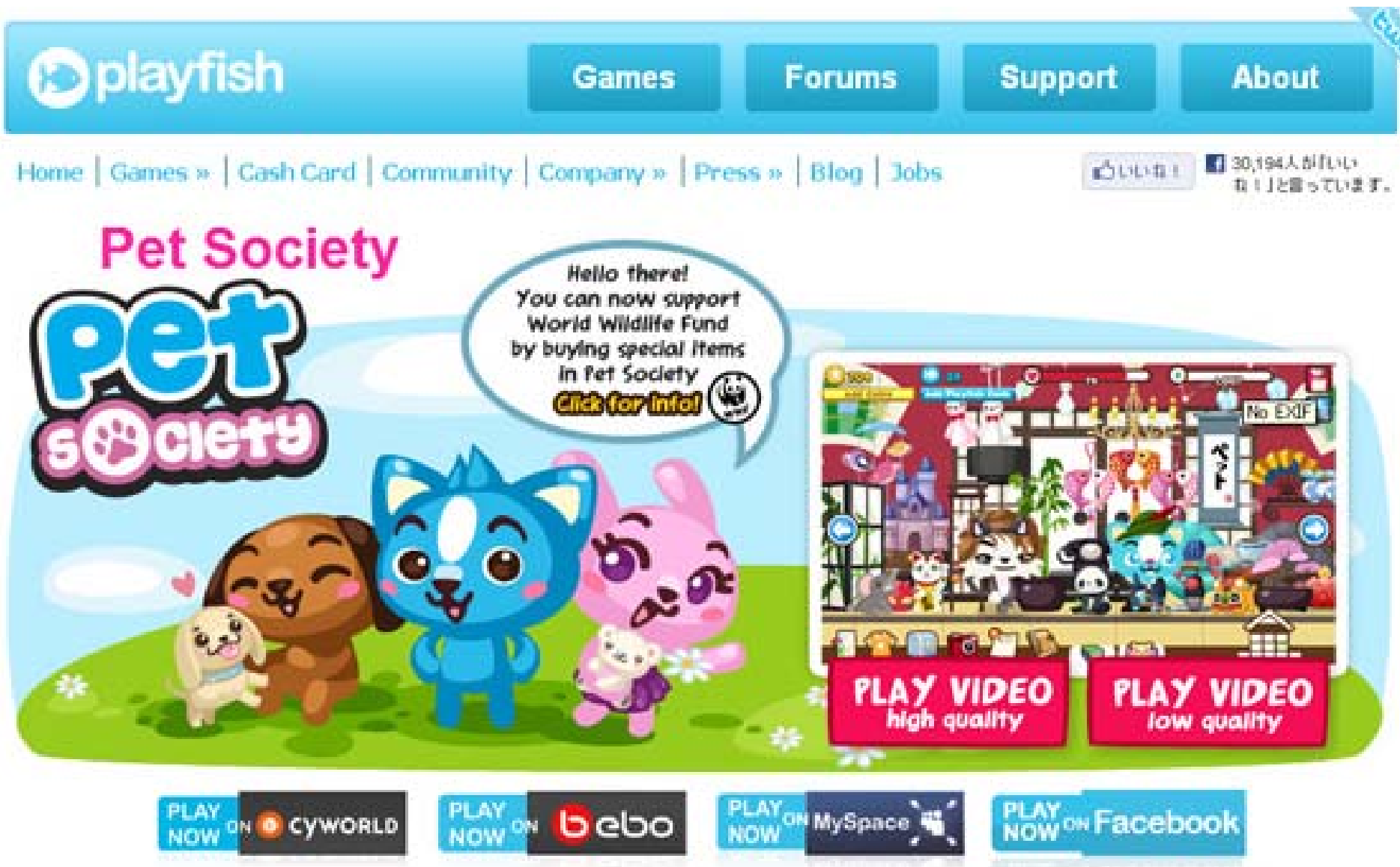
花や農作物だけでなく、可愛らしい動物
やデコレーションアイテムも!ユニーク
なアイテムで飾ったり、畑をアートしたり、
個性あふれる農園をつくろう。



ZYNGAソーシャルゲームの急成長



Playfishも日本参入を準備中



DeNAがngmocoを買収



- 11月9日に342億円で買収し、100%子会社化
- 登録ユーザー1200万人以上のゲームプラットフォーム

GREE Platform for smartphone開始



- 12月6日、仕様公開
- iPhone、Android向けアプリ、Webアプリ
- ゲーム、エンターテインメント、ライフスタイル、コマース、コミュニケーションなど幅広いソーシャルアプリに対応

mixiもスマートフォンに



- 5月31日開始
- iPhone、Android端末対応
- 携帯・PC連携
- ソーシャルグラフの重視
- 「マイミク大会」
- 海外展開

ハンゲームも参加



- 7月26日、スマートフォン版の対応を発表。
まずAndroid端末、次にiPhone版
- オープンプラットフォーム化
- 1つのIDでPC、ケータイ、スマートフォンに対応
- 現実とゲームを結びつける**リアゲー重視**

2. スマートフォンの急成長

iPhoneゲーム、アイテム課金で 売上が劇的に改善

- 無料アプリはダウンロード数が7.5倍
- 1ユーザーあたり売上が急上昇
 - 2010年1月→6月で、9→15ドル/年
 - アプリ収益が10倍（以前のダウンロード単価は0.99~1.99ドル）
 - ARPU110円で、mixiの1.7倍
- iAdもかなり有望（従来比10倍以上？）
- ユーザー獲得コストは0.75~2ドル

スマートフォンアプリケーションの全世界の売上が今年前半で2000億円に

- ダウンロード数は、今年前半で38億回（昨年1年間で31億回）
- ノキアOvi Store、BlackberryのApp World等も成功
- 2013年には1兆3500億円の予想
- スマートフォンユーザーは2009年に1億人、**2013年には10億人近く**と予想（2008年、2009年の携帯出荷台数は、年間約11億台）

Android急成長 . . iPhoneを抜いた



Google Nexus One



Motorola Droid

- 1~6月の米スマートフォン出荷台数は、iPhoneを超えた
- Androidプラットフォームに新ユーザーが**30万人/日登録**
- 2012年の出荷台数は、**7600万台**という予想

出典: <http://www.virtualgoodsnews.com/2010/05/scoreloop-signs-300000-new-android-users-daily.html>

<http://www.computerworld.jp/news/mw/164130.html>

Android携帯の普及スピードは？

- 2009年の国内の携帯電話出荷台数は**3390万台**（前年比19.1%減。2年連続マイナス）
- 2010年3月末の携帯電話加入者数は、**1億1271万人**
- **2012年末の加入者数の15~20%がAndroid携帯に**

3. モバイルソーシャル ゲームの本質

モバイルソーシャルゲームの本質

- 24時間手元に
- 「わざわざ」ではなく気軽に
- 時間がちょっと空いた時に
- 自分が今いる場所 . . .
- 何でもこれで . . . 近い将来、購入も
- SNSの数千万人～数億人へのアクセス
- SNSの「友達」への波及：バイラル性
- 「友達」への思い、しがらみ：ソーシャル性
- ブロードバンドによる高速、高画質

2000万人～何億人
もの人が集まってい
るところに

看板を出し、

お店を始める。

通りがかった人が

どんだんだんのぞきに来る。

楽しそうなので、もっと人が来る。

お店の中では買い
物したり、遊んだり、

ちょっかいを出したり。

友達を連れてくると
クーポンがもらえる
ので、

友達をいっぱい
連れてくる。

お店にしていることを、手
元のモバイルフォンで

友達全員に生放送
で伝える。

友達もみなモバイル
フォンを持っている
ので、すぐ伝わる。

呼ばれて来た友達、
気になって寄った
友達も、

とっても楽しいので

またそれを友達に伝え、
ますます人が集まる。

口コミがあっという
間に広がります。

1週間で数十万人
～数百万人もざら

お店が大繁盛

ビジネスとしての意味合いは

- 一人のユーザーが感動すると一気に広がる
- 拡大のスピードがとてつもなく早い
- 成功するサービスと成功しないサービスの差がすさまじく大きい
- 少人数、小資本で、一気に勝負できる
- ユーザー目線が何より重要

4. スマートフォン時代の ソーシャルゲーム

ソーシャルアプリから学べること

モバイルは、日本が世界の最先端

- 一気に100万ユーザーを獲得する**バイラル性**
- ARPPU(課金ユーザー月額課金額)1000～3000円を実現する**ゲーム性**
- 毎日ログインし続ける**アクティブ率**の高さ、離脱しづらい**ソーシャル性**、しがらみ
- **非同期性**の活用の妙...ログインしていない時が非常に気になる
- **すきま時間**の有効活用
- **時間制限、期間限定**イベント

ソーシャルゲーム@スマートフォン

- ダウンロード時課金のみからの脱皮
- 無料ゲーム＋アイテム課金
- 当面は、アプリとして高い操作性実現
- 将来的には、ウェブサービス化
- 徹底したクラウド利用
- プラットフォーム利用＋自社コミュニティ作り

ソーシャルゲーム@スマートフォン

- 24時間手元にある端末であらゆる操作を
- ブロードバンドによる高速、高画質
- AR、位置情報活用、加速度センサー、方角
- 世界中どこでも
- 最初からターゲットはグローバル
- iPhone、Android、ガラケー、PCのマルチプラットフォーム対応

ソーシャルゲーム@スマートフォン事例



出典: <http://www.appbank.net/2010/06/25/iphone-application/136191.php>

ソーシャルゲーム@スマートフォン事例



4000万人が遊ぶiPhone/Androidゲーム

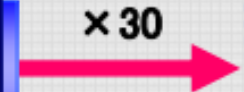
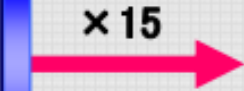


- 月売上2億円超
- ダウンロード収入＋広告モデル
- フィンランドRovio社
- ソーシャルゲームではないが、全世界で超ヒット

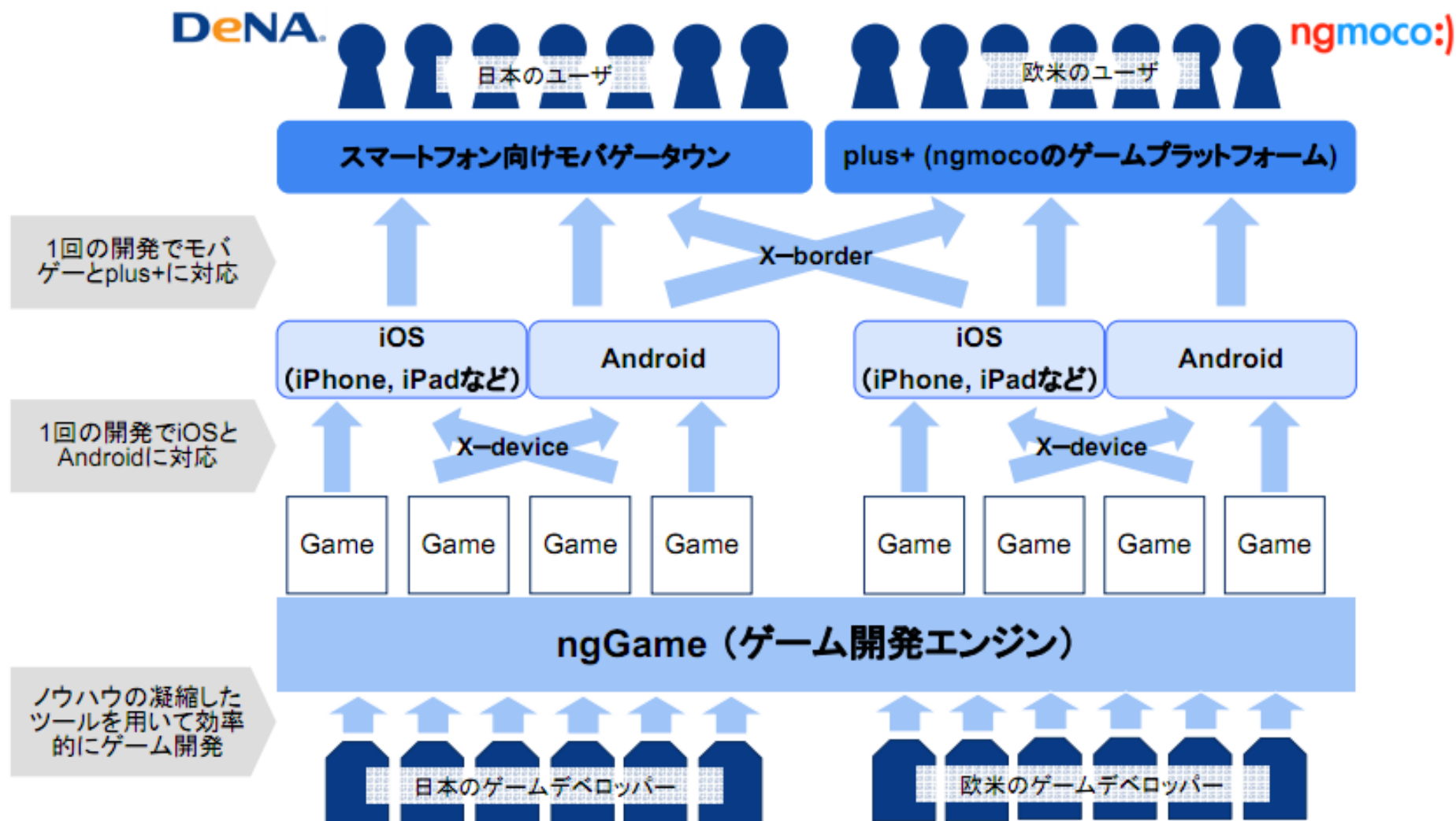
出典: <http://blogs.itmedia.co.jp/saito/2010/12/iphoneangry-bir.html>
<http://iphoneac-blog.com/archives/3357498.html>

5. プラットフォームの今後

モバゲーの圧倒的な収益性

	事業領域	ソーシャル グラフ	デバイス	売上 (ランレート)	ARPU(推定)
DeNA	SNS ゲーム	バーチャル	モバイル先行	\$1.3 billion うちSNS・ゲーム関連 \$1.1 billion	
facebook	SNS	リアル	PC先行	\$1~2 billion	
zynga	ゲーム	—	PC先行	\$0.6~1 billion	
海外ではゲームプラットフォームとしての強力なバーチャルコミュニティは不在		スマートフォンにおける競争は混沌		DeNAは既にグローバルトップクラスの売上を達成し、ユーザ当たりの収益においては他を圧倒	

DeNAのプラットフォームの今後



GREE Platform for smartphone

種類	GREEからの提供	仕様公開	API/SDK提供	アプリ提供開始
iPhone・Android端末向け Webアプリ	・API ・開発環境	12/6	12/6	1/18 ※先行GREEパートナー様のアプリは12/15より順次公開して頂けます
iOSアプリ(iPhone/iPod touch/iPad)	・GREE SDK(※4) ・開発環境	12/6	12/6	1月(予定) ※先行GREEパートナー様のアプリは12/6より順次公開して頂けます
Androidアプリ	・GREE SDK ・開発環境	12/6	1/6	2月(予定) ※先行GREEパートナー様のアプリは1/6より順次公開して頂けます

種類	特長
iPhone・Android端末向け Webアプリ	・アプリの開発・移植が容易 ・OSに依存せずサービス提供可能 ・現在のフィーチャーフォン版「GREE」にて展開済みのソーシャルアプリを移植することで、既に登録済みのユーザーがスマートフォンに移行した場合も、継続してアプリを楽しんでいただくことが可能
iOSアプリ(iPhone/iPod touch/iPad)	・操作性と表現力の高いアプリを提供可能 ・現時点で多くのユーザーが存在(2010年に国内で300万台以上の出荷台数 ※5)
Androidアプリ	・操作性と表現力の高いアプリを提供可能 ・スマートフォンでは今後最も多くのシェアを獲得見込(2013年に国内で約1200万台の契約台数 ※6) ・技術・レギュレーション面での制限事項が少なく、幅広いビジネスを展開できる可能性

Android Market

- Google Android Market: 10万アプリ以上
- Samsung Apps: 世界100数十カ国で展開



出典: <http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1010/26/news043.html>
http://www.kddi.com/corporate/news_release/2010/0330b/index.html
<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1008/24/news078.html>

6. ソーシャルメディアの活用

Facebook「Open Graph」

- 「Open Graph」は、5億人のFacebookユーザー情報を外部サイトが簡単に、自由に活用する仕組み
- 店舗、イベント、音楽、地図、趣味などウェブ上のグラフ(相関図)が、Open Graphですべて結びつけられる
- 「ウェブをさらに小さく、ソーシャルに、パーソナルに、そしてセマンティックにする」
- パートナーサイトを訪れると、友達にパートナーサイト内での活動(記事を読んだり、コメントを書いたりした様子)を知らせる

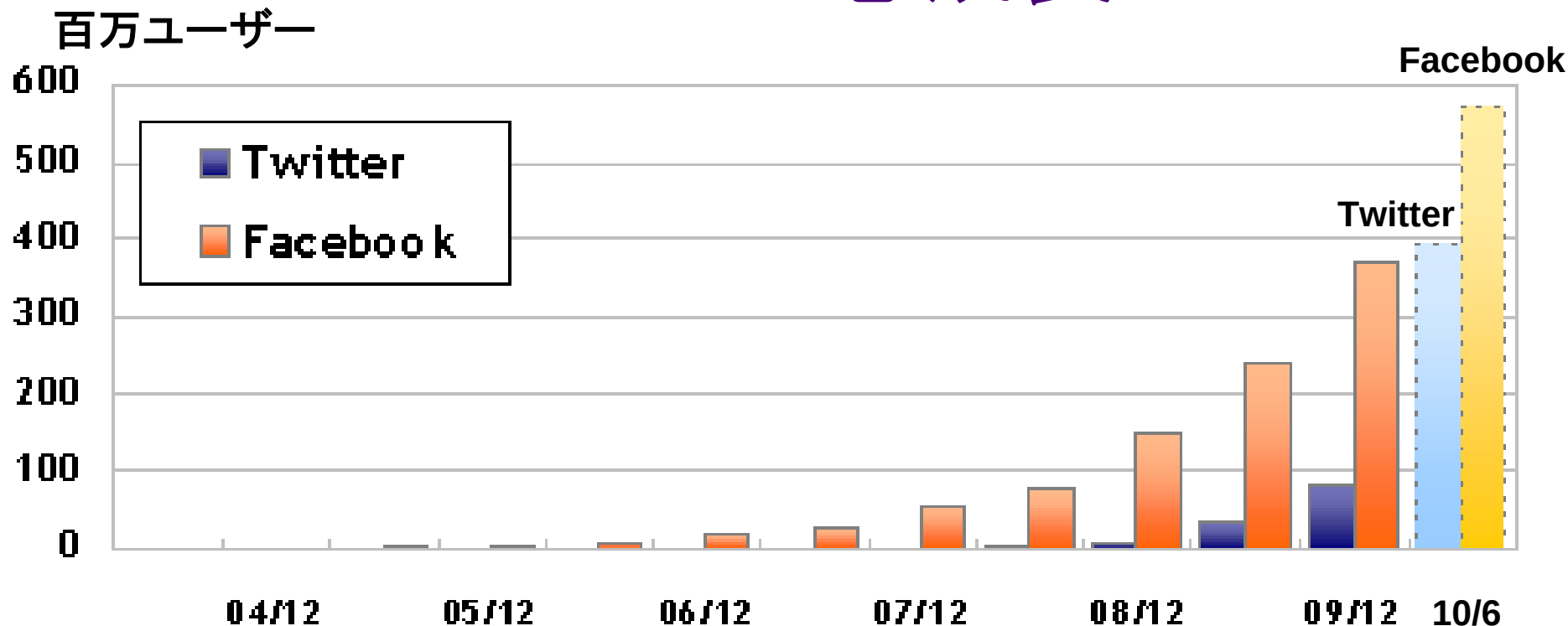
Facebook、「Open Graph」を モバイルにも拡大へ

- Facebook友達からのリコメンデーションと、位置連動広告を結びつける
- 広告に文脈づけや「あなただけに」という意味合いを追加
- 広告がゲームに、ゲームが広告に
- Facebookモバイルユーザー**1億5000万人**

ソーシャルグラフの拡張

- 「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」
- 「ゲーム友達」
- 「ゲーム内カリスマ、専門家」(一方的)
- 「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)

Twitterの急成長



- 3月に1億8000万ユニークユーザー
- 直近四半期で**146%成長**
- 携帯電話にフィットし、さらに成長を加速
- 全ツイートにアクセスできる**APIを開放(有料)**

日本はツイート数世界一

家庭と職場のPCからのアクセス	訪問者数 (2010年4月)	リーチ(%)
Twitter(米国)	1932万人	9.8%
Twitter(日本)	988万人	16.3%
mixi	934万人	15.4%

- 2010年6月1日時点のツイートの国別シェア
 - 1位: 日本 25.6% (一気にトップに)
 - 2位: 米国 21.2%、 3位: ブラジル 9.4%

出典: <http://japan.cnet.com/news/business/story/0,3800104746,20414363,00.htm>
<http://blogs.itmedia.co.jp/saito/2010/06/post-4bfd.html>

Nielsen Online Netview 2010年4月 家庭と職場のPCからのアクセス

foursquare(フォースクエア)

- 2009年3月、米国で開始
- 400万ユーザー以上で急増中
- 自分で行ったレストランやお店などの場所をスマートフォンを使って記録しながら、友達との対話を楽しむSNS
- 位置や「お出かけ先」を介したソーシャルな関係が急速に増幅していく
- 企業の利用が活発、Facebookも注目

出典: <http://glocalvision.jp/2010/03/foursquare.html>

http://hyper-text.org/archives/2010/01/foursquare_quick_start.shtml

<http://jp.blogherald.com/2010/08/31/foursquare-reaches-3-million-users/>

<http://aboutfoursquare.com/fourmillionsquare/>

7. ソーシャルメディア マーケティングへの展開

マーケティングとは？

商品・サービスのよさを
お客様にどう伝えるか？

商品、サービスを
爆発的に売る工夫

これ、すごくいいよ！

Groupon(グルーポン)

- **フラッシュマーケティング**と呼ばれる、時間限定・数量限定でお得なクーポンを販売
- 創業1年半で、売上315億円、利益45億円
- ゴーグルが買収失敗(時価総額5000億円)
- 各都市ごとに1日1品、共同購入
- Facebook、Twitter等のソーシャルメディアで友達に声をかけ、数時間で取引成立

iPhoneアプリからピザ発注: ドミノ・ピザ、売上1億円を突破



- 3月8日開始
- 122日で累計1億円を突破
- GPS活用で屋外への配達も

ソーシャルメディアマーケティングへの展開

- SNSからのリアルタイムフィード、Twitter等により、個人が簡単に情報発信できるようになった
- 爆発的に口コミが発生する多重的仕組み、すなわちバイラル性が確立した
- 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」
 - 「大事な情報の方から自分を探してくれる」
 - 「友達が買った、使っている」
 - 「専門家からのお勧め」
- 認知度を上げる vs 購買意向を強める

8. 新たな事業機会

新たな事業機会

- 3Gケータイでのソーシャルアプリ：
モバゲー、GREE、mixiモバイル
- スマートフォンでのソーシャルアプリ：
モバゲー、GREE、mixiモバイル、ハンゲーム、グローバル市場
- 3Gケータイ、スマートフォン、iPad等タブレット端末、PCの連携アプリ
- スマートフォンでの新ソーシャルアプリ：
Facebook、Twitter、スカイプ等の活用
ソーシャルメディアマーケティング
- 新プラットフォーム、メタプラットフォーム

「ゲーム作り」からの発展、広がり

- ゲーム性、ゲーム作りのノウハウが今後すべてのアプリ、ウェブサービスに影響を与える
- 従来のゲームの枠を超えた、新しい形
- AR(仮想現実)、ARG(代替現実ゲーム)も
- 宣伝、プロモーションは、無数のユーザーが熱心に、あるいは何気にしてくれる
- Facebook(国内で既に450万ユーザー、全世界で5億人以上)、Twitter、スカイプ等との連携、取り込み
- 物販も。大半の情報取得・指示を端末から

日本発の世界的ベンチャーを！

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。ベンチャーの共同創業、経営支援
- 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
- 東京大学工学部「産業総論」講師、北陸先端科学技術大学講師
- 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