

# ソーシャルアプリに関する大きな誤解

---

～ソーシャルゲーム≠カジュアルゲーム～





# ソーシャルアプリとは

---

# ソーシャルゲーム≠カジュアルゲーム（それぞれの定義）



## カジュアルゲームとは（RBB Today:IT辞書からの引用）

誰もが簡単に遊ぶことができるゲームの総称。  
短い時間で十分楽しむことができ、難しすぎてプレイできないということがない。  
ちょっとした空き時間に気軽に楽しめる。

## ソーシャルゲームとは（mixiの定義）

ソーシャルアプリの1ジャンル。  
ソーシャル「ゲーム」と名付けられる通り、ゲーム性（レベルアップやコンプリート等の要素）を持つ。  
誰もが簡単に遊ぶことができ、難しすぎてプレイできないということがあってはいけない。  
なぜなら、本質的には友人・知人間のコミュニケーションを楽しむものだから。

## ソーシャルゲームとは（Zynga社の定義）

DICE2010 チーフデザイナーであるBrian Reynolds氏のプレゼンより

コミュニケーション。

成功するソーシャルゲームとは友人とコミュニケーションを取れる手段を提供しているもの。

ゲームに対して「楽しみ」は求めているが、もっとも重要なことはリアルな友人とのつながりを促進してくれることに尽きるため、ゲーム性よりも先につながり設計をしなければならないもの。

そして、コミュニケーションを常に取ってもらうために、新しい機能、アイテムを追加し、飽きさせない工夫をしていかないといけないもの。



# ソーシャル・ネットワーキング サービス「mixi」について

---

## mixiってなに？

「日記や写真」で友人の近況がわかったり、便利で楽しい  
たくさんの「アプリ」を友人と  
一緒に利用できる「SNS」と  
いうサービスです。



😊 友人と一緒に使うから、mixiは楽しい!

日記

写真

ソーシャル  
ゲーム

同級生検索

ひとこと  
コメント

# 友達と使うためにある「mixi」。



実際の友人・知人とつながる

**マイミクシィ**

1対1のコミュニケーション  
**メッセージ**

同級生とつながる  
**mixi同級生**



写真・動画を共有  
**フォト・動画**

キーワードでつながる  
**mixiキーワード**

日記を作成・公開  
**日記**

多様なコミュニケーション  
**mixiアプリ**

ひとことコミュニケーション  
**mixiボイス**

## 月間ログインユーザー数<sup>\*1</sup>

1,430万人

(1か月に1回以上ログインしたユーザーの数)

## 登録ユーザー数<sup>\*2</sup>

2,102万人

## 月間PV<sup>\*1</sup>

Mobile 245.4億PV

PC 52.3億PV

.....

合計 297.7億PV

## 月間滞在時間(PCのみ)<sup>\*3</sup>

3時間23分

\*1 2010年7月 当社調べ

\*2 2010年7月31日現在 当社調べ

\*3 2010年6月 ネットレイティングス社調べ (携帯電話からの利用は含まれておりません。)

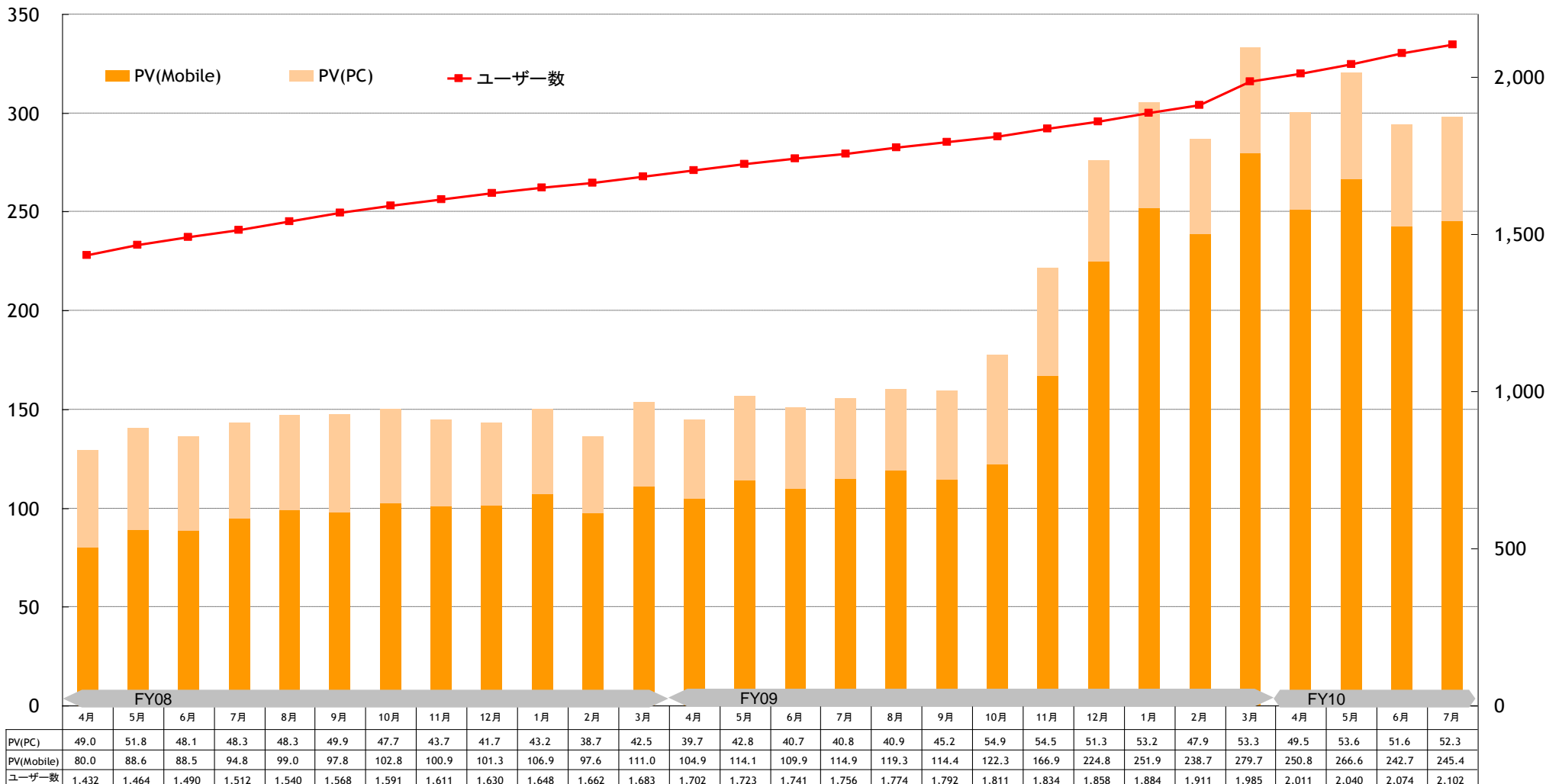


# PV数推移

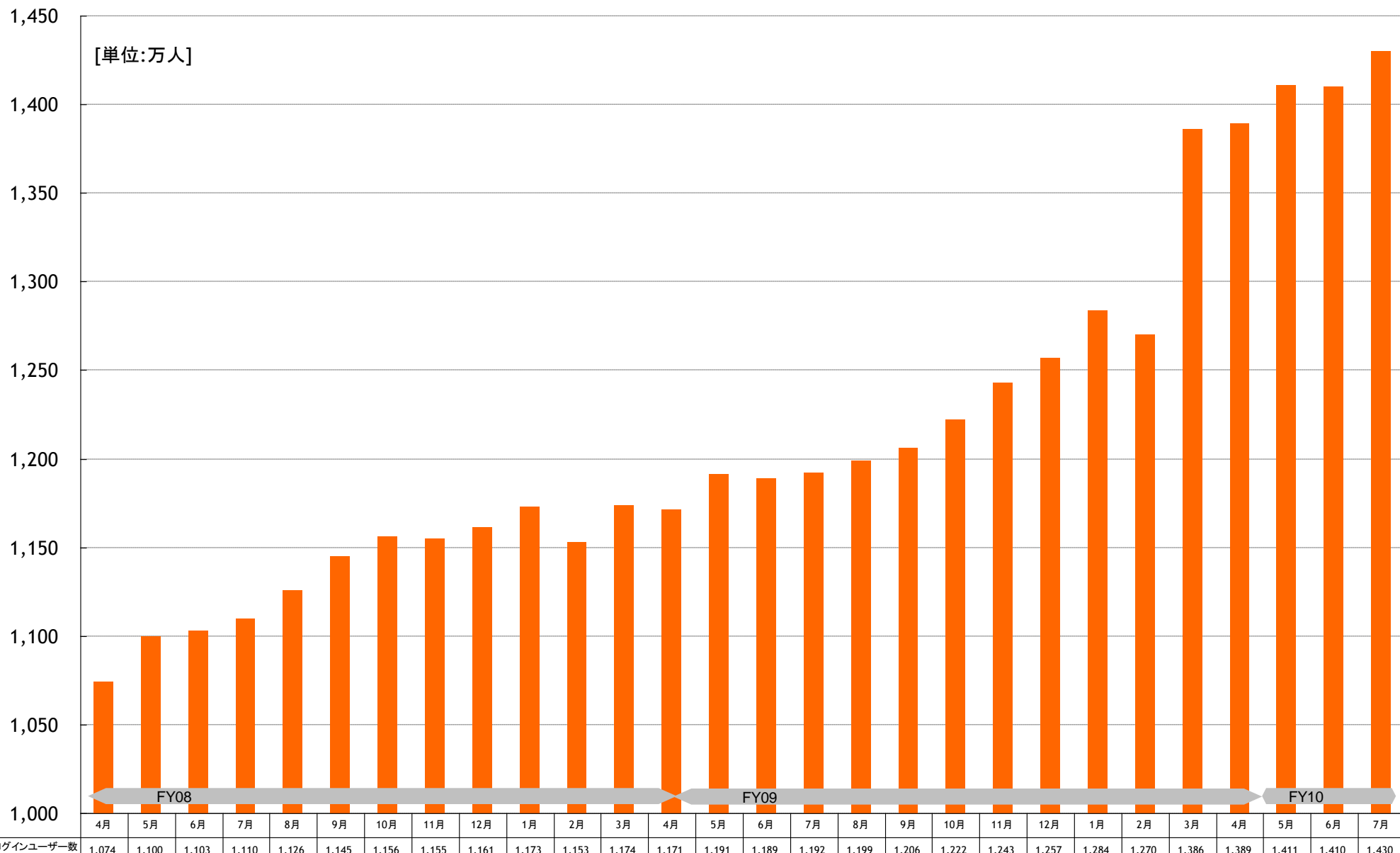


[単位:億PV]

[単位:万人]



# 月間ログインユーザー数推移





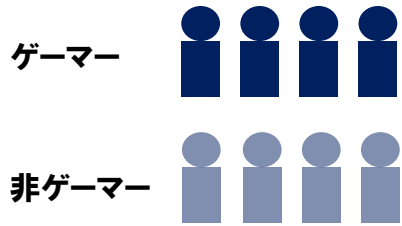
# 良いソーシャルアプリとは

---

## ソーシャルゲーム

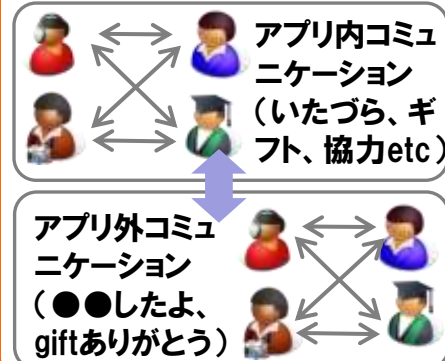
### オーディエンス

みんなができる設計  
バイラルが起きやすく、ネットワー  
ク効果が高まる



### コミュニケーション

ゲーム内外でコミュニケーションを  
発生させる。さらなるバイラル。



### リテンション

友人関係でやめづらい。  
常にアイテムや機能が追加され  
飽きない。  
身近なテーマなので、イベントを  
追加しやすい。

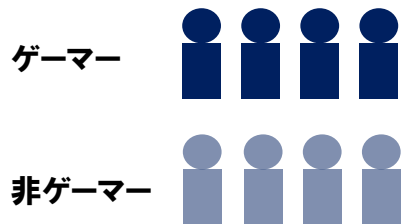


マネタイズへ

## カジュアルゲーム・オンラインゲーム

### オーディエンス

結果としてみんなができるゲーム



マネタイズへ

## ソーシャルゲーム

楽しみ方: 友人とのコミュニケーション



**流行るためには欠かせない要素**

1. コミュニケーションチャンネル
2. コミュニケーションを支えるネタ



**逆に……**

**既存のゲームとはカニバラない。**

## カジュアルゲーム

楽しみ方: 何かをクリア、コンプリート



**流行るためには欠かせない要素**

1. ゲーム性・バランス
2. 絶えず新作を出すライン



**そして……**

**既存ゲームとマーケットで激突**

# 論より証拠：facebookの場合



## App Leaderboard

Rank By: MAU|DAU|DAU/MAU

1.	FarmVille	62,777,825
2.	Texas HoldEm Poker	38,546,651
3.	Phrases	<del>32,149,483</del>
4.	FrontierVille	30,302,660
5.	Café World	28,806,670
6.	Mafia Wars Game	28,177,172
7.	Causes	<del>17,800,675</del>
8.	PetVille	16,841,774
9.	Treasure Isle	16,458,896
10.	MindJolt Games	14,441,077
11.	Quiz Planet	14,094,609
12.	Entrevista tus Amigos	13,674,506
13.	Zoo World	13,634,434
14.	Pet Society	13,610,809
15.	Bejeweled Blitz	12,945,236

## Developer Leaderboard

Rank By: MAU|DAU|DAU/MAU

1.	Zynga	247,367,432
2.	Electronic Arts	56,602,685
3.	CrowdStar	51,310,373
4.	Playdom	44,388,201
5.	RockYou!	35,960,615
6.	Phrases	32,149,483
7.	@Apps	26,065,990
8.	Quiz Monster	22,479,073
9.	6 waves	21,537,487
10.	iLike, inc	18,313,141
11.	Causes	17,800,675
12.	LOLapps	15,296,326
13.	MindJolt	14,441,077
14.	Slide, Inc.	14,333,187
15.	Mappdev	14,191,675

## 34 Applications By Electronic Arts

Name	MAU	DAU
1. Pet Society	13,610,809	2,387,141
2. Restaurant City	11,698,402	2,654,509
3. Hotel City	7,116,855	1,279,619
4. Pirates Ahoy	6,641,399	806,342
5. My Empire	4,341,978	608,400
6. EA SPORTS FIFA Superstars	4,068,442	707,310
7. Country Story	3,371,860	742,026
8. Who Has The Biggest Brain?	1,199,532	63,065
9. SCRABBLE	886,238	279,395
10. Bowling Buddies	848,980	70,455
11. Word Challenge	764,134	73,791
12. Geo Challenge	702,869	49,959
13. Crazy Planets	490,639	36,552
14. Gangster City	373,085	43,333
15. Poker Rivals	290,831	29,748
16. Minigolf Party	137,310	6,792
17. Pogo Games	26,293	3,294
18. Quiztastic!	23,452	1,146
19. Pogo Puppies	22,250	707
20. Spore Islands	11,558	514

## 【PC】

1. サンシャイン牧場
2. はじめようマイ・バー
3. サンシャイン深海
4. カフェつく
5. みんなの農園
6. ブラウザ三国志 for mixi
7. ハッピーアクアリウム
8. セルフィレすとらん
9. サンシャインタウン
10. ハッピータワー

## 【MB】

1. サンシャイン牧場
2. 怪盗ロワイヤル
3. まちつく! mixi版
4. 星空バータウン
5. みんなでケンテイ (´▽`)
6. おみせやさん
7. 牧場物語 for mixi
8. 恋してキャバ嬢
9. マイミク村
10. みんなで会社ごっこ2

**mixiアプリのトップ10のうち、  
90%は友人とのコミュニケーションが入っている**

# 新しいユーザーを獲得できるか？



ロイターから引用「Playfish CEO Kristian Segerstraleへのインタビュー」より

「USでのコンソールゲームの市場が13%程度縮小している中でも我々のゲームは使ってくれている。それは**従来ゲームをやっていたゲーマーではない層が中心になるパラダイムシフト**である。」  
「例えば**ペットソサエティでは月に200万人以上が利用し、昨年のバレンタインデーでは400万の花束が贈られた**。social game industryは始まったばかりで、我々はその表面をほんの少し削っているにすぎない。」

<http://www.reuters.com/>



**友人間(家族含む)で使うソーシャルアプリ/ゲームは、ゲーマーでは無いユーザーを開拓し、そしてそのマーケットは大きい。**



米国NPD社の調査結果:

米国の人口の**5人に1人(5,700万人)**がソーシャルゲームを楽しんでいるが、うち、**2,000万人はこれまでゲームをやったことがなく、新規開拓されたセグメント**。

また、**約1,200万人**は課金した、もしくは、課金意向がある。

<http://www.npd.com/>





## ソーシャルゲームへの取り組み方

---

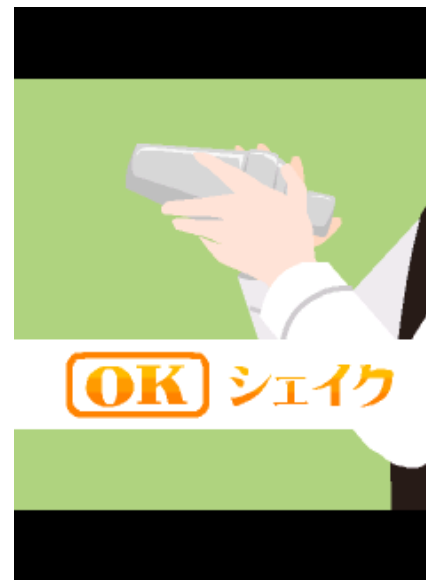
## ソーシャルゲームとは（Zynga社の定義） DICE20 Brian Reynolds氏のプレゼンより

コミュニケーション。

成功するソーシャルゲームとは友人とコミュニケーションを取れる手段を提供しているもの。

ゲームに対して「楽しみ」は求めているが、もっとも重要なことはリアルな友人とのつながりを促進してくれることに尽きるため、ゲーム性よりも先につながり設計をしないといけないもの。

そして、コミュニケーションを常に取ってもらうために、新しい機能、アイテムを追加し、飽きさせない工夫をしていかないといけないもの。



星空バー  
オーダー完了

## NEW Cocktail!!

「青い珊瑚礁」のレシピを習得しました。

ささっそく作る

ウイスキー・オン・ザ・ロックを飲みました

コクがあるのにスッキリしていて美味しい!

追加オーダー

ユーザーステータス

所持金: 1200 → 1100 テンター

経験値: 219 → 222 / 226

やる気: ██████████

杯数: ▼▼▼▼▼

ベンじゃみん's BARへ戻る

1 星空バーカトップ 3 R BARへ

(C)mixi, Inc

# ベストプラクティス（オーディエンス:バイラルのさせ方）



## コミュニケーションフィード

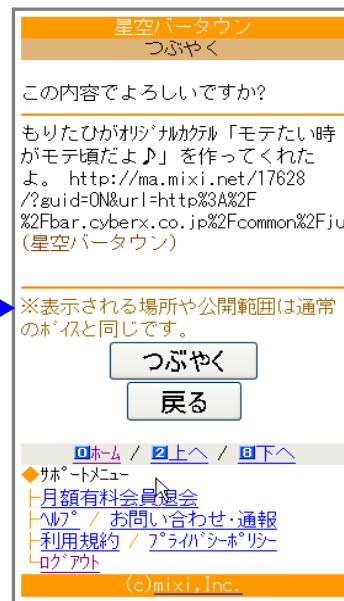
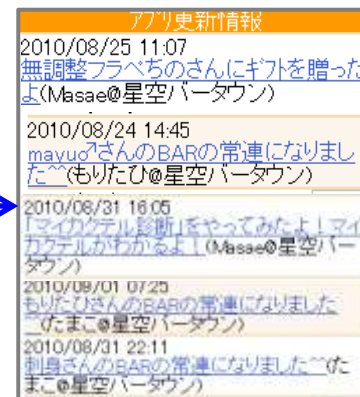
### 多様なコミュニケーションチャンネル

友人とのバーの往来で「常連」になった瞬間フィードを送信

カスタムオーダーにこたえてくれた際、ギフトをもらった際にボイスに投稿

相対的に感情のやり取りが少ない場合

相対的に感情のやり取りが多い場合



### ボイスへのつぶやき



# ベストプラクティス（コミュニケーション）



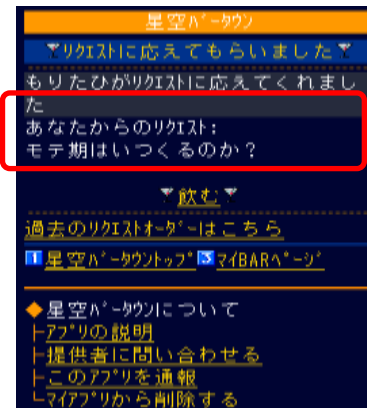
## 友人訪問

友人とのバーの往来により、結果、お金が溜まる仕組みに。

「いきつけ」になることで、「リクエストオーダー」や「おごり」の設定ができる。

## 友人の行動履歴

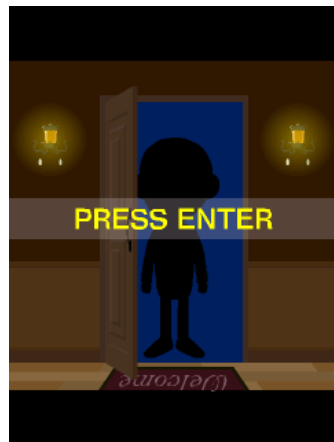
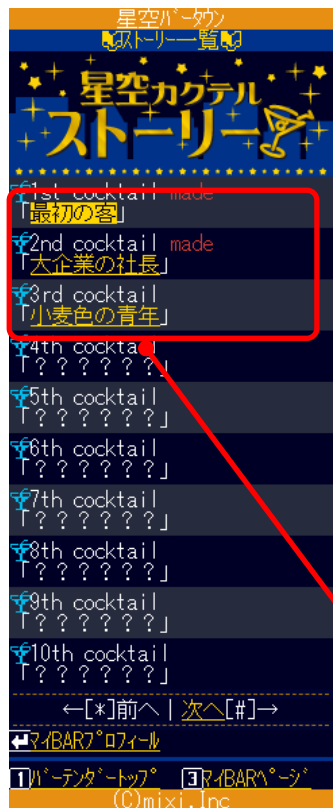
友人が自分にしてくれたことの更新情報を表示。  
お返しに飲みに行く、というコミュニケーションが発生している。



## リクエストオーダー

友人が店ではフリーワードによるリクエストオーダーを行うことができる。  
アプリ内でも通常のやり取りを行うことができ、活発なコミュニケーションが行われている。

# ベストプラクティス（リテンション）



**ストーリー更新**

あるカクテルを作れるようになると、お客様が出現。お客様にそったストーリーが流れ、ある種のコンプリートアイテムになる。

**季節イベント開催**

季節に応じて各種イベントを開催。イベント限定アイテムの配布やイベント関連の課金アイテムを追加。

## 友人を招待する

mixiアプリは、友人にmixiアプリの利用を勧めるための便利な機能をユーザに提供することができます。

The screenshot shows the mixi mobile app interface. At the top, there is a banner for a survey titled "飲み物に関するアンケート" (Survey about drinks). Below the banner is a navigation bar with icons for Home, App, Community, Find Friends, and Invite Friends. A red box highlights the "友人を招待" (Invite Friends) icon. Below the navigation bar is a menu with options like Profile, My Mixi, Messages, Diary, Photos, and Content. A red box highlights a notification banner that says "アプリへの招待が1件あります!" (You have 1 invitation to the app!). Below this, there are tabs for "コンテンツ別で見る" (View by content), "新着順で見る" (View by latest), and "マイミク別で見る" (View by friends). A list of diary entries is shown, with one entry from Hattaya.Qさん (Hattaya.Q) highlighted in a red box. The entry text says "「夢人になろう」への招待が来ています。" (An invitation to "Let's become dream people" has come). Below the entry, there are two buttons: "このアプリを使ってみる" (Try this app) and "使わない" (Don't use). A red box highlights the "このアプリを使ってみる" button. At the bottom, there is a section for "アプリ更新情報" (App update information).

インバイト  
(友人招待)

アプリへの招待が1件あります!

Hattaya.Qさんより 「夢人になろう」への招待が来ています。

このアプリを使ってみる

使わない

# コミュニケーションを促進するためのツール提供 ②



## ユーザ情報、友人情報を扱う

mixiアプリを実行しているユーザ、mixiアプリをインストールしたユーザ、そして彼/彼女の友人情報に、mixiアプリはアクセスすることができます。

MB



PC



友人一覧

友人一覧



## フォトをアップする

アプリからmixiフォトへ写真やアプリ内で作成したものをアップすることができます。

The image shows a sequence of two screenshots from the 'みんな顔' (Minnakao) app. The left screenshot shows the app's main interface with a user profile for 'dahsue' and a button to 'かんたん公開する' (Easily publish). The right screenshot shows a post on the 'mixiフォト' (Mixi Photo) page, featuring a generated face and a list of comments. A red arrow points from the 'かんたん公開する' button to the post. Two red boxes with arrows point to the 'みんな顔' app icon and the comment section of the post.

**アプリへの誘導リンク**

**アプリをネタとした  
フォトコミュニケーション**

**アプリ**

**アプリで作成した似顔絵を  
mixiフォトへポスト**

コメント	投稿日時
もりたひ	2010年08月12日 11:43
たのしい☆みんな顔!生活から投稿	
モモイロスポーツ	2010年08月12日 11:56
誰?	
まこと	2010年08月12日 12:02
だーすーさんっまいw	
もりたひ	2010年08月12日 12:09
ええ、だーすーですw	

## ボイスに投稿する

アプリ内で起こった出来事等の更新情報をボイスに投稿することができます。





**コミュニケーションをもっと促し、ユーザー様が快適  
に楽しめる形でのAPIをこれからも整備していきます。**

- ・ ソーシャルゲームをプロダクトとして捉えてしまうこと
- ・ 運用(CSやインフラ運用含む)をおざなりにすること
- ・ 中途半端な状態でローンチすること
- ・ プラットフォームチューニングをしないこと
- ・ ●●クローンを作ること



## ソーシャルゲームのマネタイズ

---

## ソーシャルゲーム

楽しみ方: 友人とのコミュニケーション



**流行るためには欠かせない要素**

1. コミュニケーションチャンネル
2. コミュニケーションを支えるネタ



**逆に……**

**既存のゲームとはカニバラない。**

## カジュアルゲーム

楽しみ方: 何かをクリア、コンプリート



**流行るためには欠かせない要素**

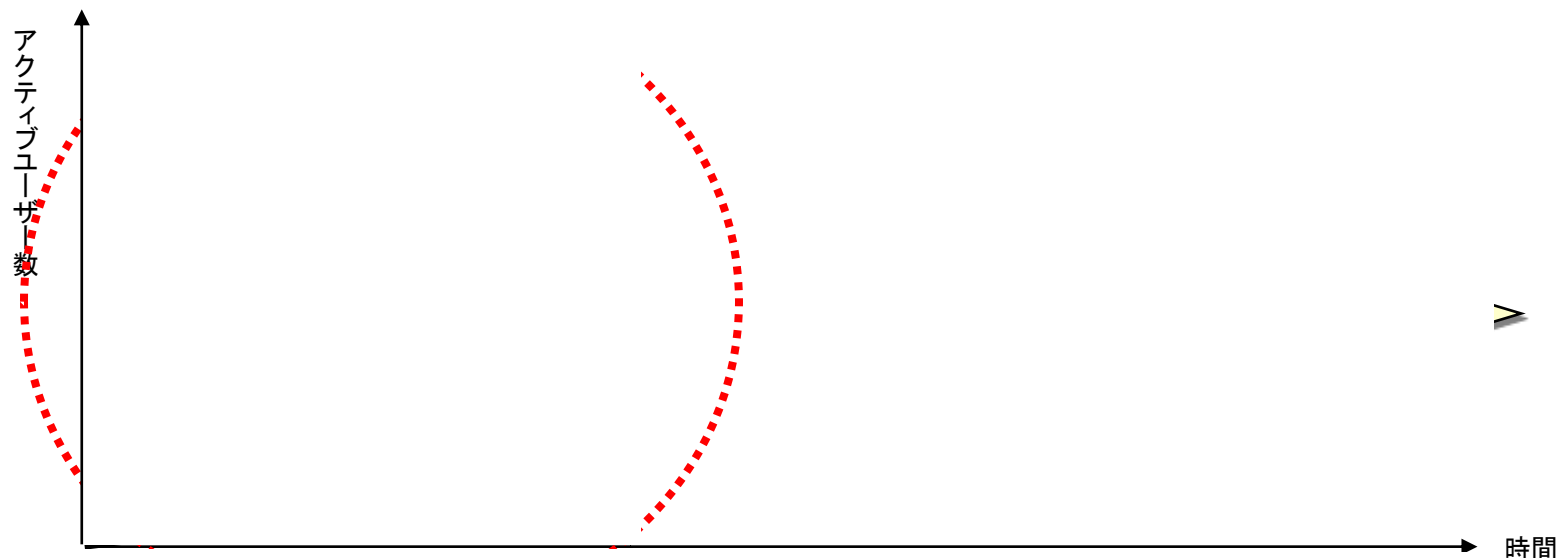
1. ゲーム性・バランス
2. 絶えず新作を出すライン



**そして……**

**既存ゲームとマーケットで激突**

## ソーシャルアプリのライフサイクル



**本来、良質のソーシャルアプリは、ユーザーが長期間離脱しない。**  
(実際にFarmVille、サンシャイン牧場とも半年以上トップに君臨)

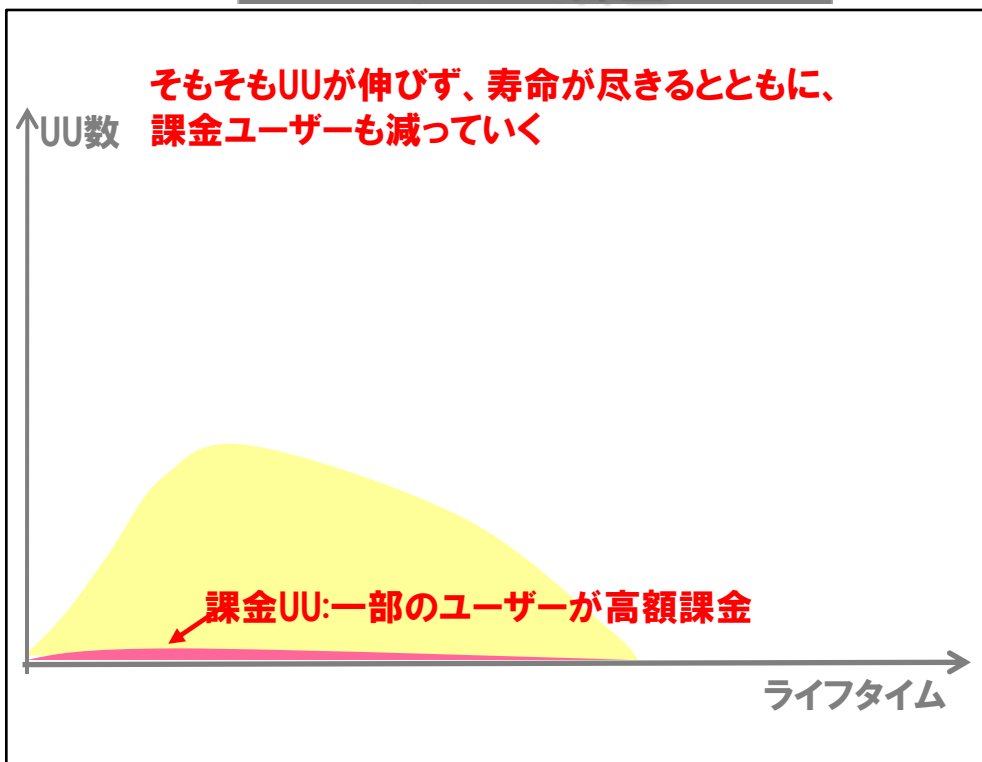


**まずはどれだけ多くのユーザーを獲得できるかがポイント  
多くのユーザーをおさえたアプリが長期にわたりマネタイズ**

# ソーシャルな環境に応じたマネタイズ

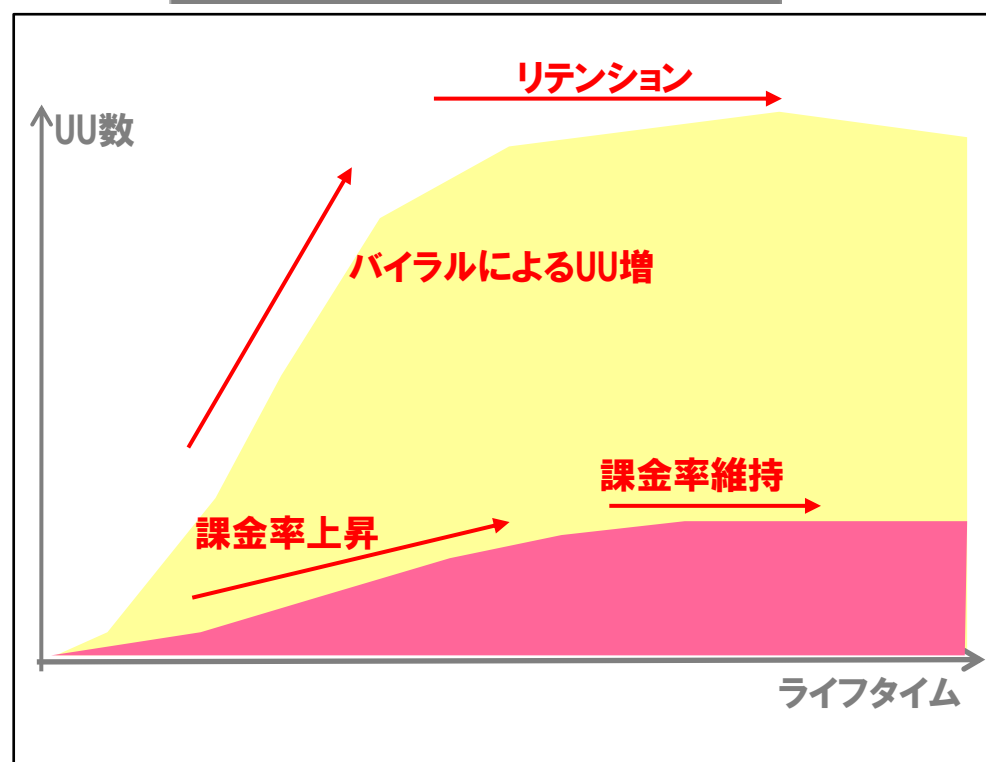
- ・ ソーシャルゲームでは当然、これまでの課金商材の設計と異なる。
- ・ 消費欲求に合わせた柔軟な課金商材の設計がキモ

## カジュアル・オンラインゲームの課金



「快樂のための消費」であることから、提供されたその世界観に没入でき、麻薬的に金を落とせる人だけがターゲットとなってしまう。

## ソーシャルゲームの課金



友人とのコミュニケーションのための「必要経費的な消費」ユーザーであれば、ターゲットは限定されない。現実社会でお土産やお祝儀のようなお返しの発生や割り勘行為によって、課金ユーザーによるバイラル力(課金率上昇)がある。



- これまでの売上分配方式 (例:8月の単価表)

	UU単価	PV単価	備考
PC	-	0.02-0.06円	
モバイル	-	0.01-0.03円	基準CTR・広告掲載率に応じて変動

- 9月よりUUを重視した売上分配へ変更
  - ソーシャル性の重要な指標となるUU数に重心を置いた形に変更
  - 対象月が当月となることで、ローンチ時から収益化可能

	UU単価	PV単価	
PC	0.37円	0.004円	
モバイル	0.37円	0.004円	

競争は激しくなってきましたが、いまだ発展途上なソーシャルアプリの世界。ゲーム会社のみならず、できることが数多くあります。

- **世界を見据えたゲーム作り**
- **新たな楽しみ方を創造するクリエイティビティ**
- **人々を楽しませるDNA**

今まで培われたノウハウをソーシャルアプリの世界でも発揮ください。ご一緒に日本発のソーシャルアプリを作っていきたいと考えております。