



インターネットを通じて、世界をより良くする。  
make the world a better place

CEDEC 2010

# 2000万人を魅了する ソーシャルゲームの作り方



# 自己紹介

## 氏名



メディア開発本部 ソーシャルアプリケーション統括部長  
吉田 大成（よしだ たいせい） 30歳

## 略歴

2005年03月 名古屋工業大学大学院 工学研究科 修了

2005年04月 ヤフー株式会社 入社

CGMサービスの企画・開発を担当し、新規サービス立案から  
USサービスのローカライズまで幅広く従事

2006年10月 グリー株式会社 入社

『釣り★スタ』『探検ドリランド』『モンプラ』の統括・監修を担当

現在 ソーシャルアプリケーション統括部長として  
GREEの中長期メディア戦略に携わる

## 氏名



メディア企画本部 ディレクター

富田 洋輔（とみた ようすけ） 30歳

## 略歴

2003年03月 慶応義塾大学 環境情報学部 卒

2003年04月 株式会社スクウェア・エニックス 入社

ドラゴンクエストモバイル/ファイナルファンタジーモバイル  
ニンテンドーDSソフトのプロデュースから  
新規事業会社の立ち上げまで幅広く従事。

2010年02月 グリー株式会社 入社

『モンプラ』のディレクターを担当

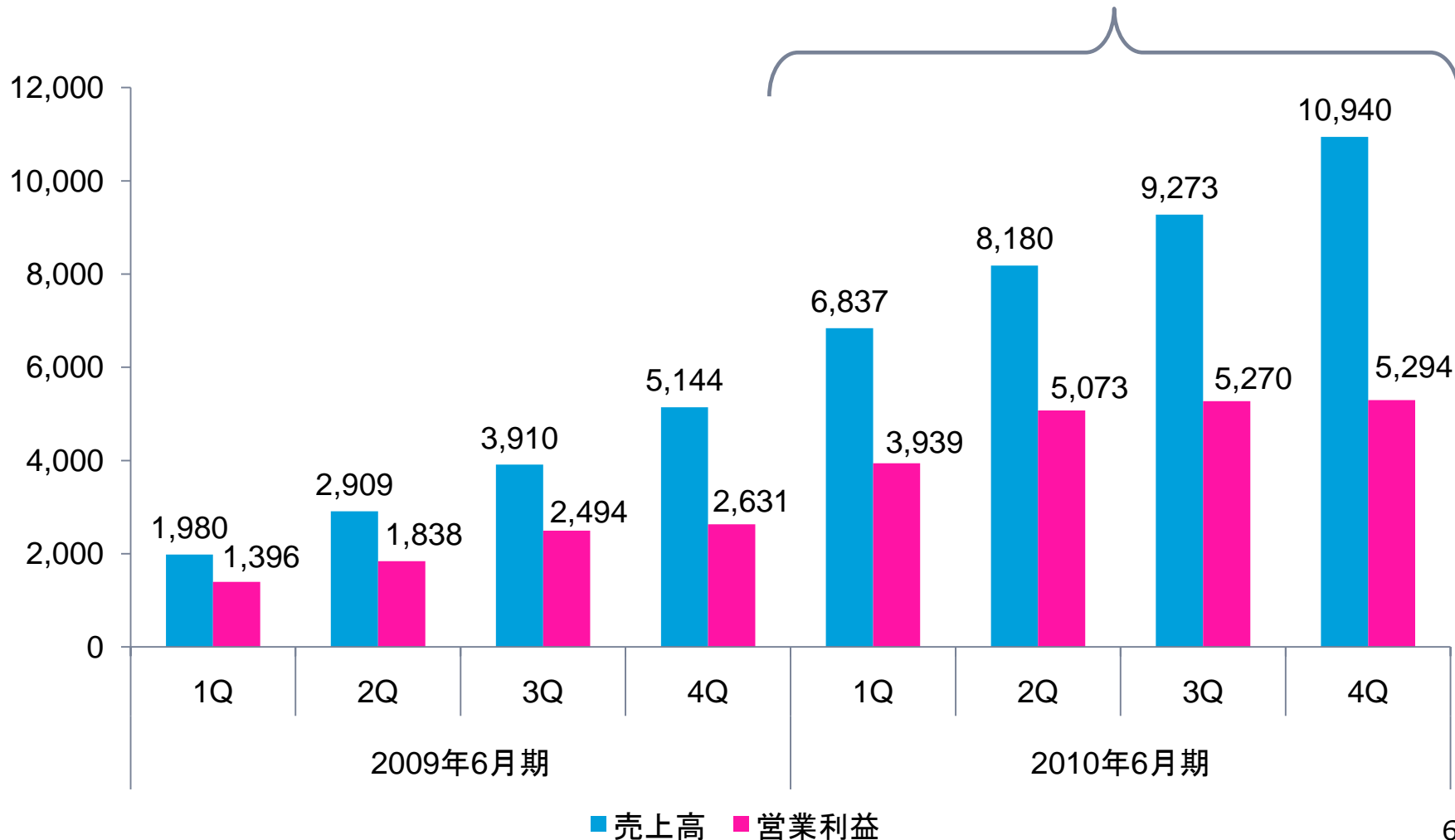
# 『GREE』について

# 売上高・営業利益の推移



売上**350**億 / 営業利益**195**億  
(営業利益率**55%**)

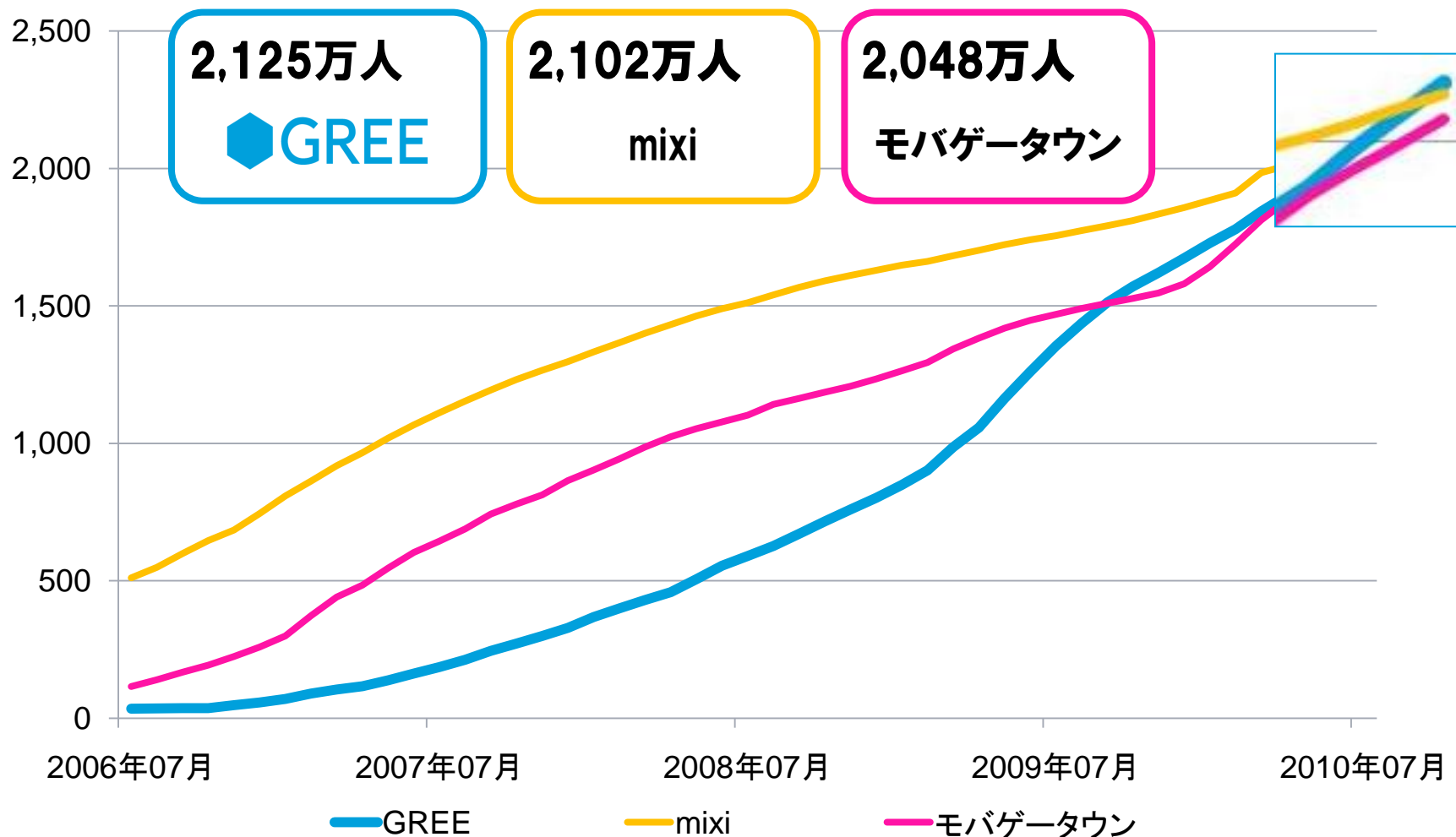
(単位:百万円)



# 各SNS総会員数の推移(2010年7月末迄)

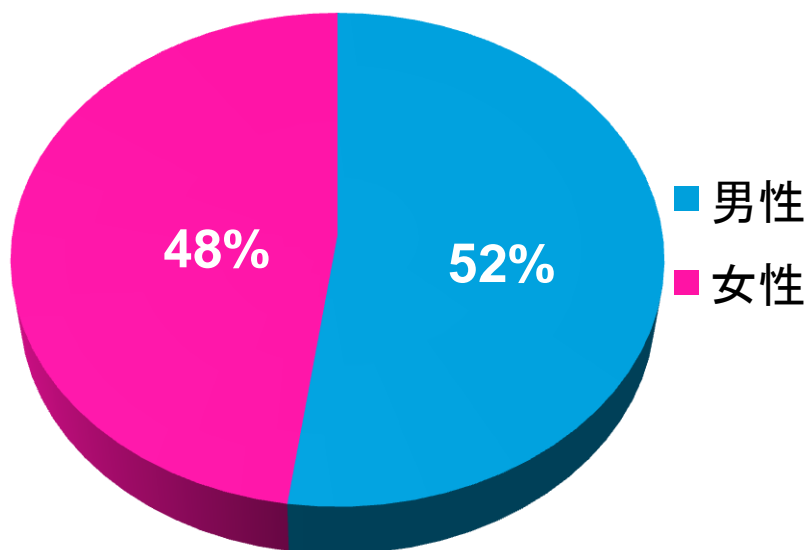
国内No.1のソーシャルメディアに！

(単位:万人)

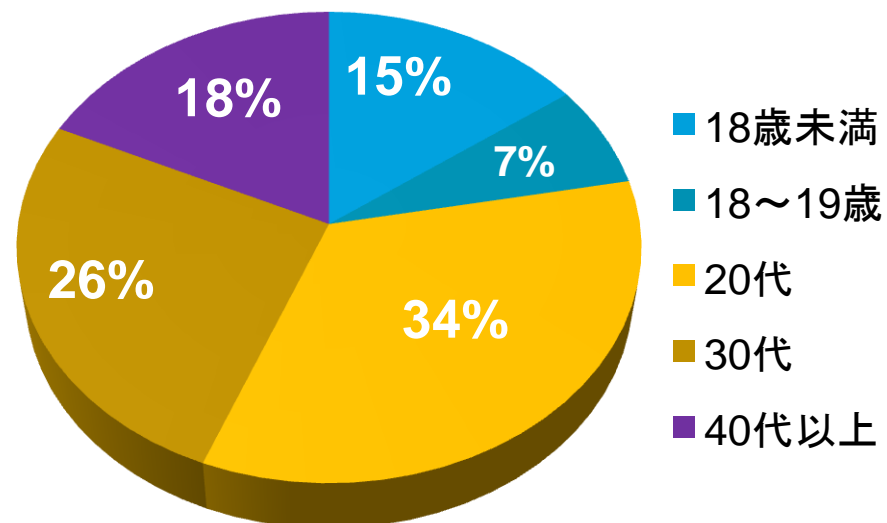




## 男女比率



## 年齢比率



※2010年6月30日時点。  
※各数値は四捨五入をしています。



踊り子【クリノッペ】  
Cinoppe



会員数1000万人を超えるサービスも！



# GREE Platformと家庭用ゲームソフトの状況



## GREE Platform

(集計期間: 2010年6月23日～2010年8月31日)



『おみせやさんforGREE』  
開始2カ月で

**100万人**突破



『無限マラソン』  
開始16日で

**100万人**突破



『しろつく』  
開始1カ月で

**50万人**突破



『人生ゲーム for GREE』  
開始2日間で

**20万人**突破

## 家庭用ゲームソフト 2010年7月末 累計販売本数TOP5

(集計期間: 2009年12月28日～2010年7月25日 ファミ通)



ニュー・マリオWii  
**142万本**



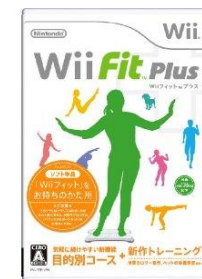
ドラゴンクエストVI  
**128万本**



ドラクエモンスターズ  
ジョーカー2  
**124万本**



トモダチコレクション  
**106万本**



Wiiフィット プラス  
**74万本**

# 2000万人を魅了するソーシャルゲームの作り方

# 2000万人を魅了するソーシャルゲームの作り方

## 1: ソーシャルゲームの組織

少人数プロジェクトによる機動力、定量分析(データドリブン)による意思決定、統合型スキルセットの融合

## 2: ソーシャルゲームの企画

企画3大モデル、事業モデル、ゲームモデルとソーシャル要素の融合、ユーザーインターフェース

## 3: ソーシャルゲームの未来

SNSというプラットフォームが既存市場を大きくかえていく

# 1: ソーシャルゲームの組織

# 1・垂直統合型スキルセット

# 垂直統合スキルセットで、複数領域をカバー

## ゲーム業界 水平分業型スキルセット

プロデューサー

ディレクター

〇〇プログラマ

〇〇デザイナー

〇〇プランナー

プロモーション

営業

## グリー 垂直統合型スキルセット

GREE's

エンジニア

&

ディレクター

+

プロフェッショナル  
スキル

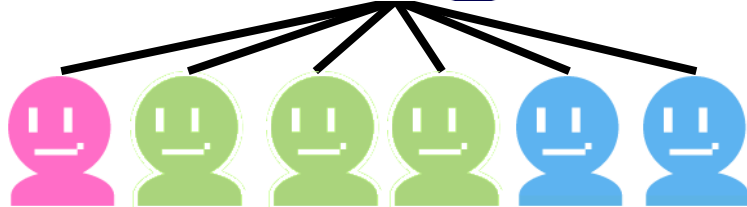
プロデューサ  
兼エンジニア

### あたらしい挑戦×スピードの実現



## 2・少数精鋭チーム

# 少数精鋭チーム＝意思決定×スピード



プロデューサ兼 エンジニア   WEBアプリ エンジニア   FLASH エンジニア   ディレクター



インフラ  
エンジニア



デザイナー

- 少人数によるスピード感
  - コミュニケーションコスト最小化、仕様書なし
  
- 現場主義
  - 意思決定・事業の責任をPMが持つ
  - プロジェクトメンバーの成果は結果で判断
  
- プロフェッショナルチーム
  - データマイニング、インフラエンジニアなど
  - 基本的なフレームワーク、ライブラリを準備
  - 同じものを再生産しない体制

サービスと個人の成長を最大化する組織

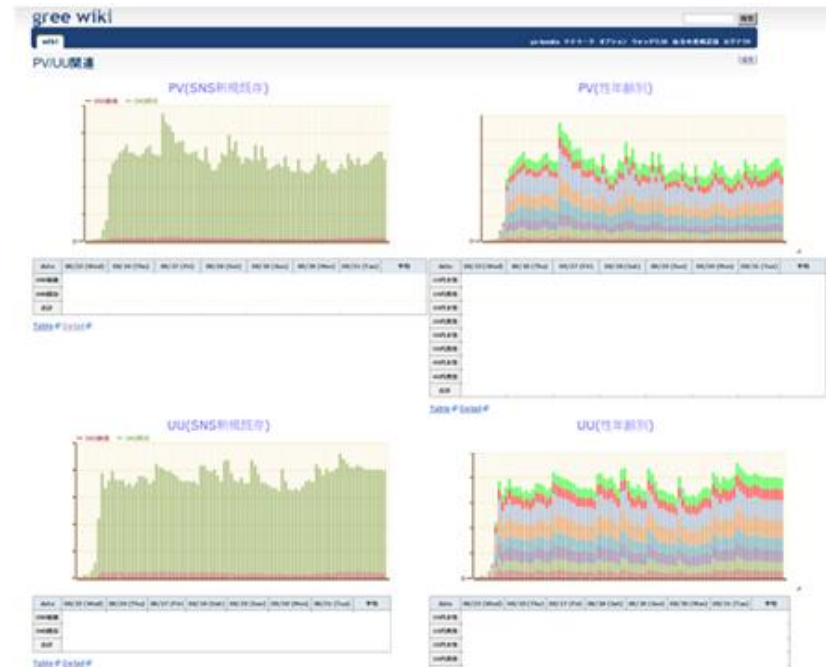
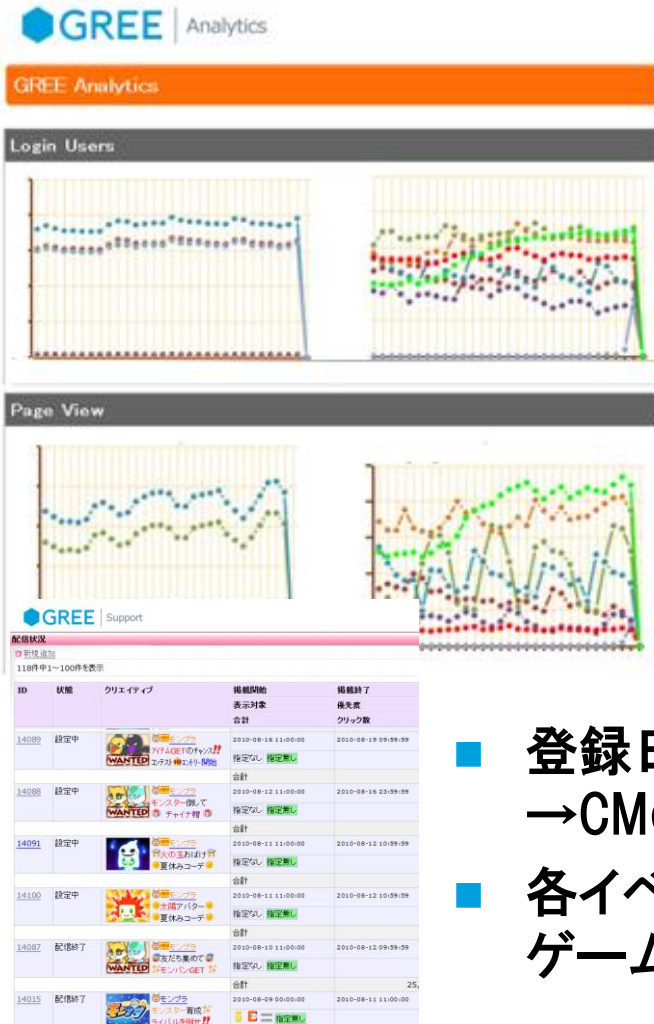
## 3・データ駆動型アプローチ

## データ駆動型アプローチで、すべてにロジカルを

- 一個人のセンスより数千万人のデータ
  - デザイン1つにもロジカルさを
    - 「かわいい」「かっこいい」ではなく数値で説明
  - 「おもしろい」と思うのはあなただけ
    - ゲーム開発者は自分がマイノリティだと自覚すべき
- PDCAサイクルの徹底
  - どの指標(KPI)を改善するための企画なのか？
  - この企画により何%変化するのかを示す
  - 実際にリリースして見て何%変化したのか？
  - 自分の企画精度を修正(マジョリティ意識をもつ)

PDCAサイクルを常に回し、企画精度を修正する

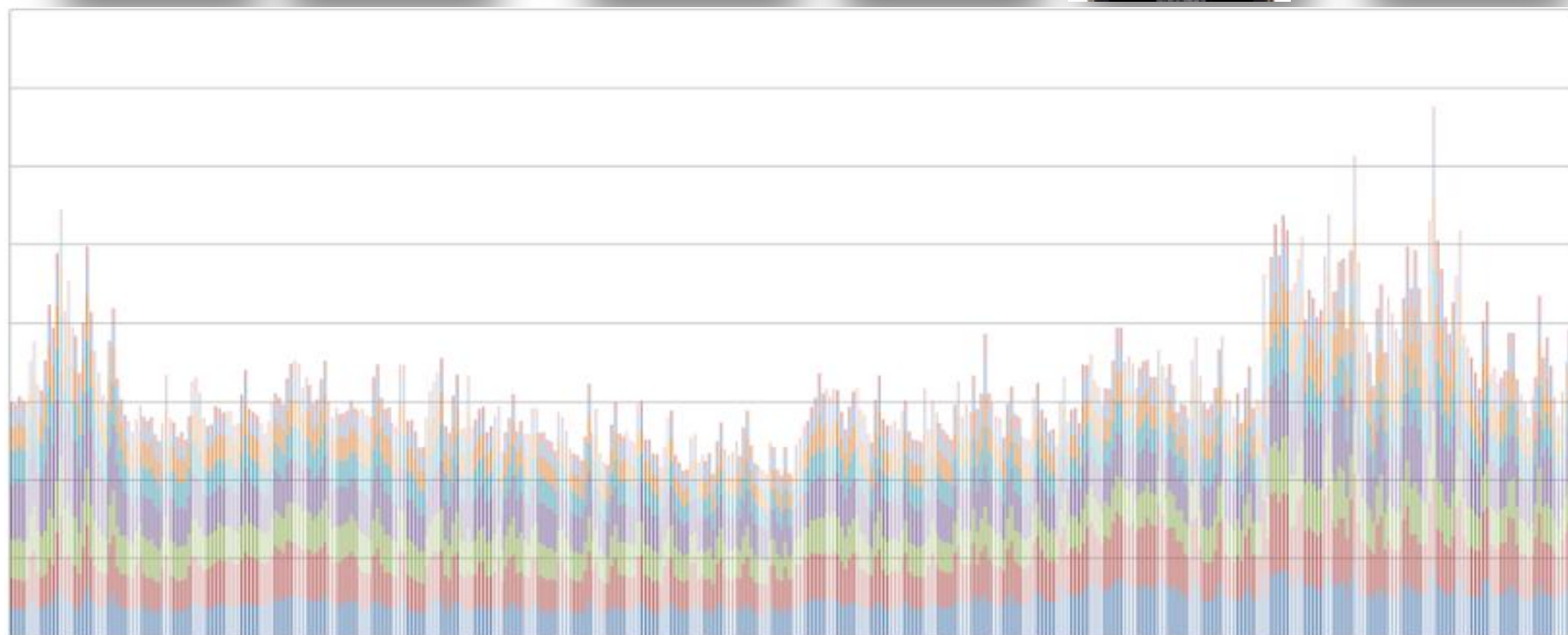
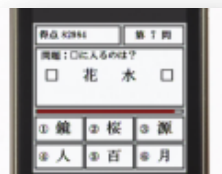
# データマイニングツール「GREE Analytics」



- 登録日、登録経路、そのユーザの利用状況(課金など) →CMの効果測定に利用
- 各イベントの参加率、プレイ率、消費率、アイテム別売上  
ゲーム進捗状況、継続率などでゲームバランス調整

**GREE Platformにて、同様のツールを提供予定**

# テレビCMによる獲得人数×CM素材推移



**プロモーション効果を定量分析化**

# 『釣リスタ』バナーの例

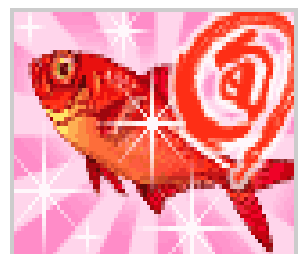
旬魚Vol.13



850 !



457



324

ツアー10年6月



487 !



217

一個人のセンスより数千万人のデータ

## 1: ソーシャルゲームの組織

**垂直統合型スキルセット**

**少数精鋭チーム**

**データ駆動型アプローチ**



## 2: ソーシャルゲームの企画

**企画3大モデル「集客」「活性化」「収益化」**

## 企画3大モデル「集客」「活性化」「収益化」

**集客**

ユーザーが集まり続ける仕組み

**活性化**

ユーザーが使い続ける仕組み

**収益化**

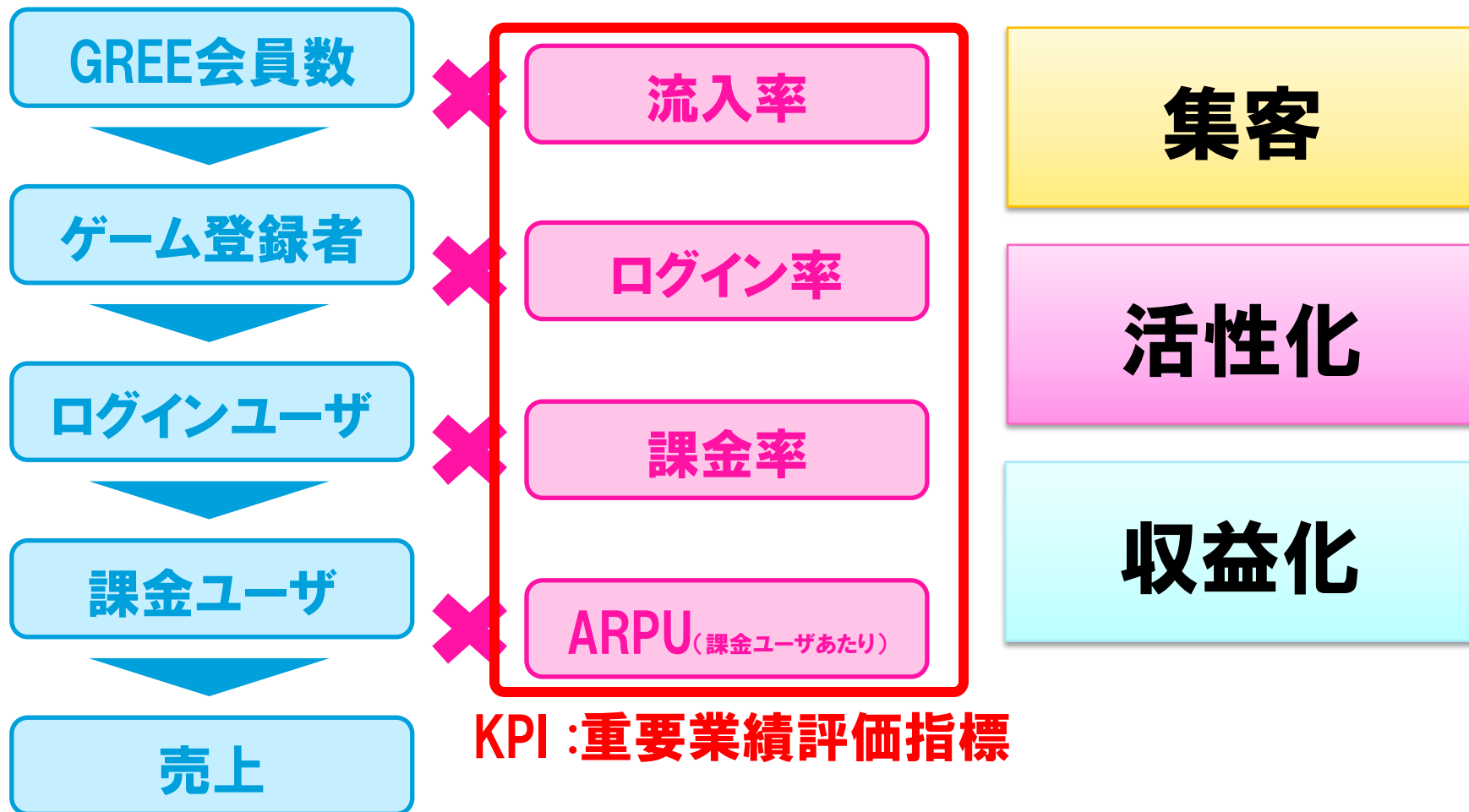
収益が上がり続ける仕組み

**ユーザーが〇〇し続ける仕組みが必要**

# 企画3大モデル「集客」「活性化」「収益化」

3大モデル	内容	例) スーパーなど
<h2>集客</h2>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規ユーザ(顧客)を集める手段</li> <li>プロモーション/場所/口コミなどなど</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>プロモーション (CM/新聞広告/etc)</li> <li>ブランド</li> <li>製品ラインナップ</li> </ul>
<h2>活性化</h2>	<ul style="list-style-type: none"> <li>再度訪問してもらえる</li> <li>継続率を高める</li> <li>退会を防ぐ</li> <li>新規集客につなげる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>プロモーション(DM/etc)</li> <li>ポイントサービス</li> <li>タイムセール</li> <li>クーポン</li> </ul>
<h2>収益化</h2>	<ul style="list-style-type: none"> <li>課金ユーザの増加</li> <li>ARPUの増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>陳列方法</li> <li>タイムセール</li> <li>独自生産ライン</li> </ul>

## 事業モデルと企画モデルの関連性



**KPI :重要業績評価指標**

企画モデルを事業モデルと関連付けることで「可視化」する

**環境管理型  
アーキテクチャ&ユーザインターフェース**

# 環境管理型アーキテクチャ&ユーザーインターフェース

- ルールや規制・倫理ではなく、環境によって人間をコントロールされていると感じさせずにコントロールするシステム。

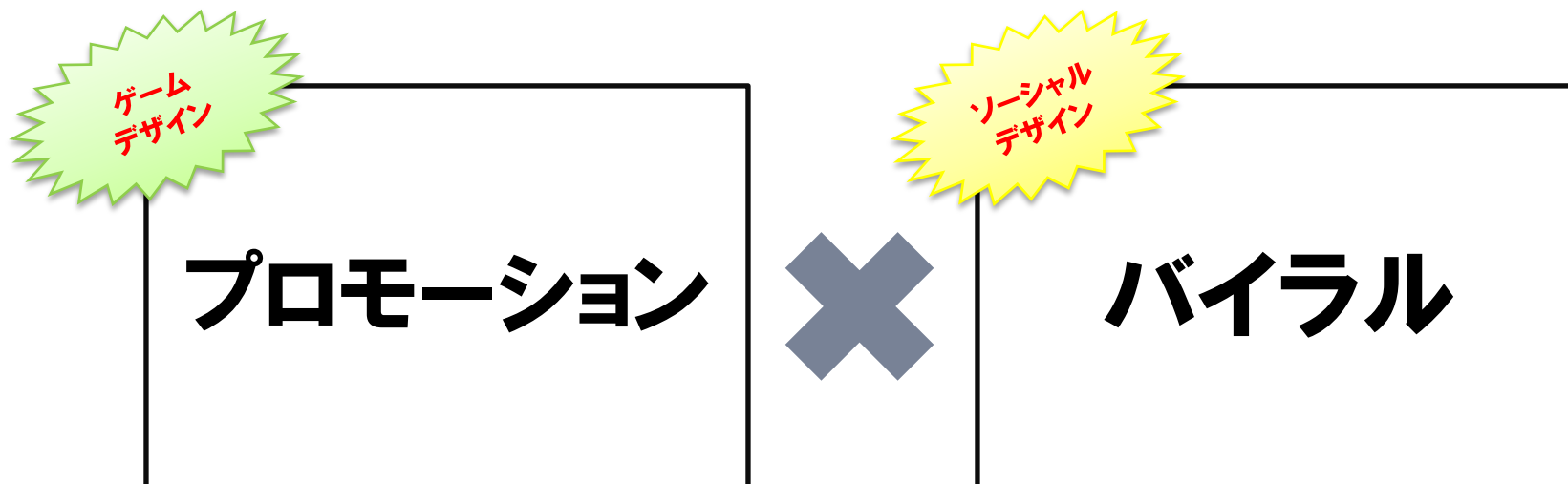


ユーザの迷いをなくし、選択と決断を連続的に行わせられるか

# 集客モデル



# 集客モデル



ゲーム  
デザイン

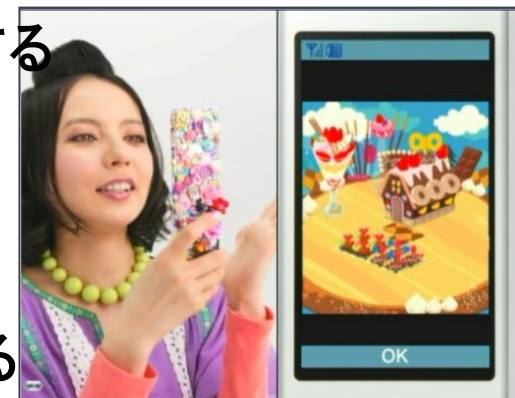
## 集客モデル - 2000万人向けコンセプトメイキング



- 気分爽快!!ケータイで釣りゲーム
- 釣り人口:約1500万人
- ルール:魚を釣る



- ケータイで飼える不思議なペット
- ペット人口:約1800万人
- ルール:ペット(クリノッペ)を育てる

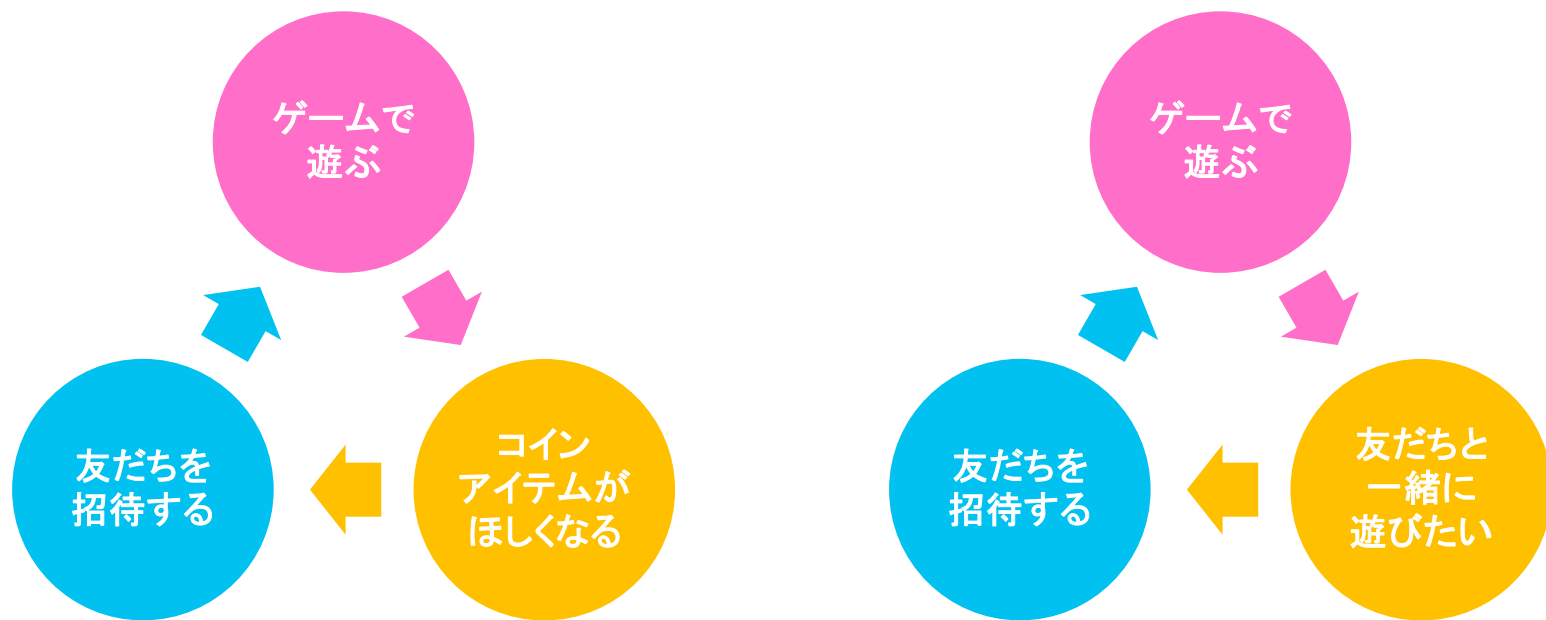


- ケータイでお手軽ガーデニング
- 園芸人口:約4000万人
- ルール:植物を育てて庭をかざる

誰もが知っているモチーフ & 誰もが理解できるゲームルール

ソーシャル  
デザイン

# 集客モデル - ゲームへの友だち招待



友だちを招待するメリットの提示 & 友だち招待スパイラル

**[参考] バイラル効果を可視化する**



# 活性化モデル



様々な  
ゲームモデル



ユーザ間  
コミュニケーション

ゲーム  
デザイン

# 活性化モデル - 様々なゲームモデルによるリテンション

小さな  
達成感

- 経験値UP
- プレイ対価



- レベルアップ
- 成長感



- ロック解除
- 世界観の拡大



大きな  
達成感

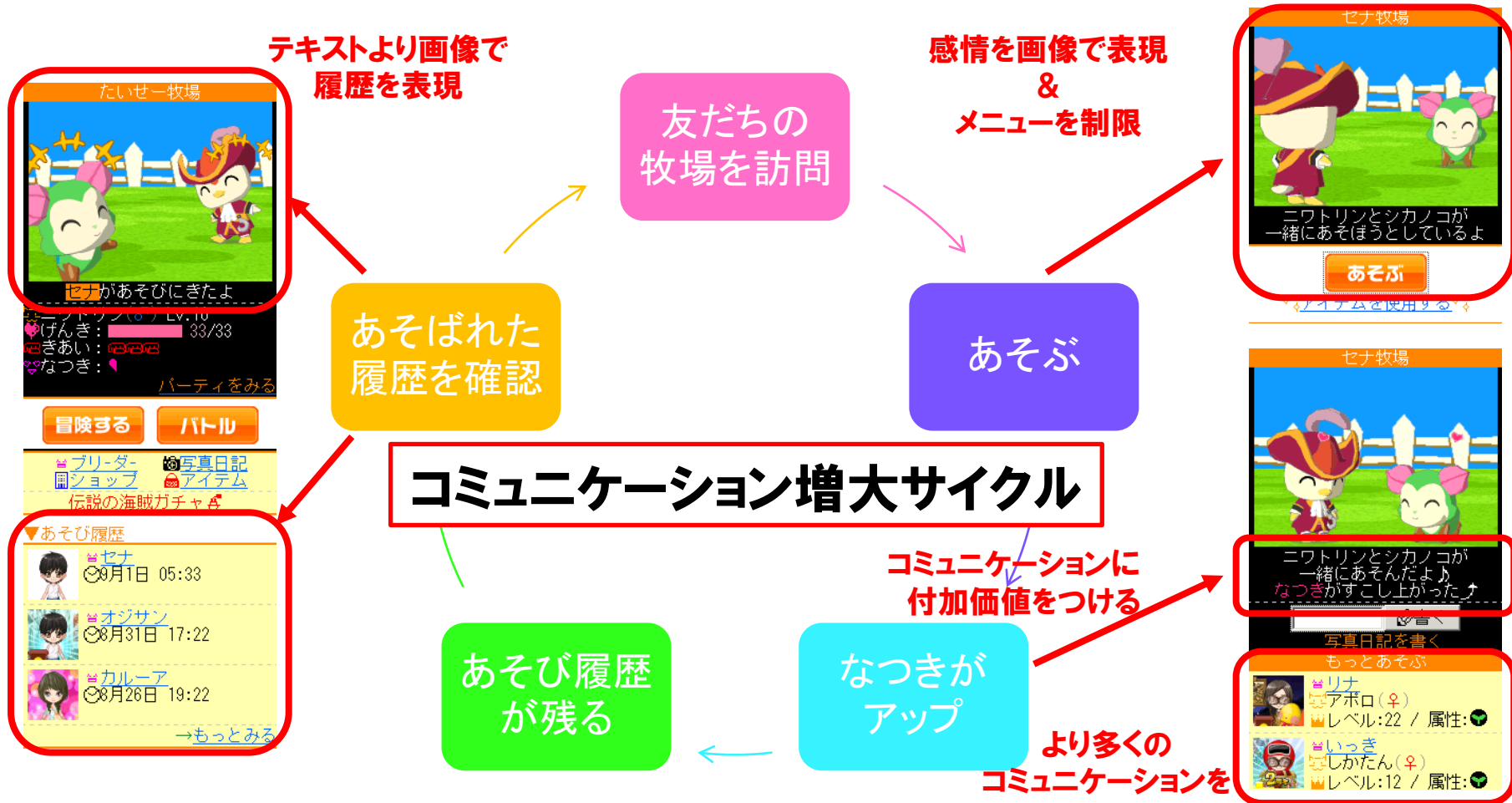
- コレクション欲求
- コンプリート欲求



短期・中期・長期のゲームサイクルに欲求・達成感を配置

ソーシャル  
デザイン

# 活性化モデル - ユーザ間コミュニケーション



『運営者からのお知らせ < 友だちからのお知らせ』  
コミュニケーション活性化は最大のリテンション効果

**[参考] ユーザ間コミュニケーション効果を可視化する**





# 収益化モデル

## 収益化モデル

ゲーム  
デザイン

納得のいく失敗  
劇的な変化



ソーシャル  
デザイン

ネットワーク効果  
自己顕示欲の  
最大化

ゲーム  
デザイン

# 収益化モデル - 納得のいく失敗 & 劇的な変化

失敗

課金

劇的な変化

失敗

課金

劇的な変化

ゴリに負けた...



バトル相手を選ぶ

さげすんで強さ〜んとUP!!

伝説の海賊がチャモアラ海賊団参上! 最強キャプテン!!

冒険する

ぎせかえ完了



ぎせかえました!

つよさ: ★★★★★  
まもり: ★★★★★

写真日記を書く

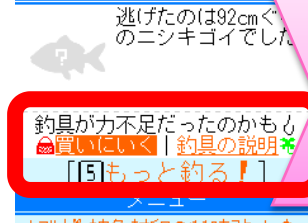
冒険する

バトル



OK

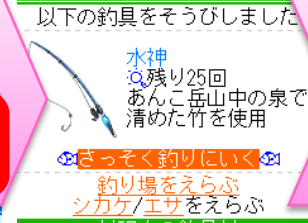
公魚に逃げられた...



釣具が力不足だったのかも  
買いにいこう! 釣具の説明

移動: 他の釣り場に行く  
釣具: そうびを設定する  
ショップ: 釣具を買いにいこう  
攻略法: ヒントや遊びかた  
日記: 自分の釣果をみる

そうび完了



水神 残り25回  
あんこ岳山中の泉で清めた竹を使用

さっそく釣り場へ  
シカケ/エサをえらぶ

川の釣具: 水神/妖精の農/仙人のエサ  
海の釣具: ぶち波王伝/ぶち月光/ぶちホットリップス

釣具えらび 釣具を買う

ニシキゴイが釣れた!



ニシキゴイ

7不思議の噂、発祥元をたどる



げんきが足りないよ!  
げんきは3分で1回復するよ。しばらく待ってか

バトル相手を探す  
げんきを一気に回復

モンパンを使った



モンパンを食べたよ!  
げんきときあいが全回復!

冒険する

モンブラ学園を探索する



達成率: 17%

経験値が1 あがった  
げんきが1 さがった

冒険をつづける

- 失敗に意味があること
- 失敗の画面が何より大事
- 効果が見た目で分らないければ、二度と購入しない

細かいゲームバランスよりも課金機会の演出・効果の演出が重要

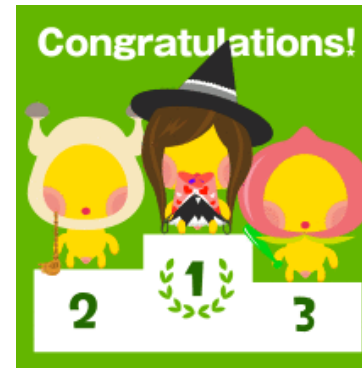
ソーシャル  
デザイン

# 収益化モデル - ネットワーク効果による自己顕示欲最大化

## 協力型イベント



## 競争型イベント



## コミュニケーションを収益化



飴ちゃん

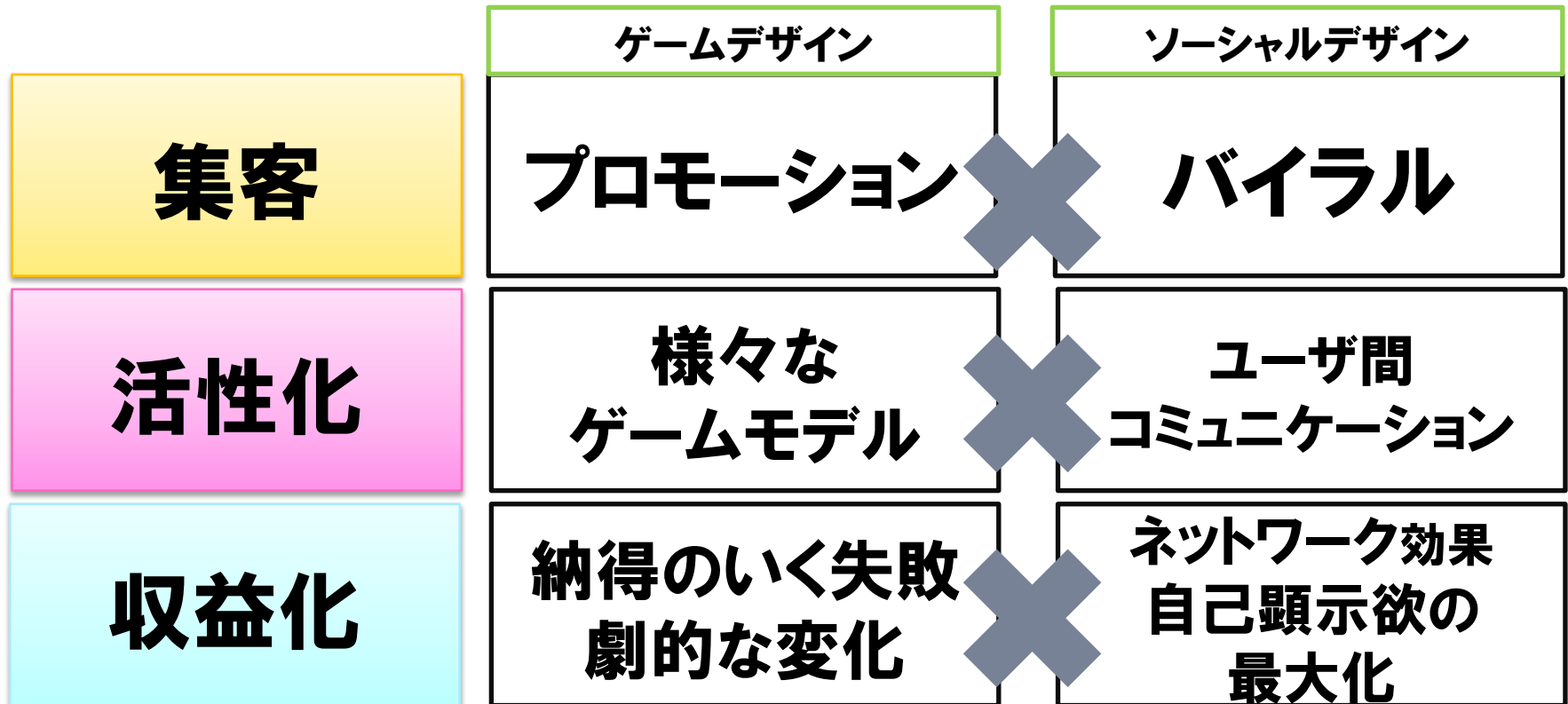


- ユーザの熱量を収益につなげる
- ユーザの成果を露出する面を増やす

ユーザー数が増えれば増えるほど収益力が上がる

## 2: ソーシャルゲームの企画

### 企画3大モデル「集客」「活性化」「収益化」



### 3: ソーシャルゲームの未来

# ソーシャルゲーム市場の(とっても短い)歴史



2007年

2010年

### 3: ソーシャルゲームの未来

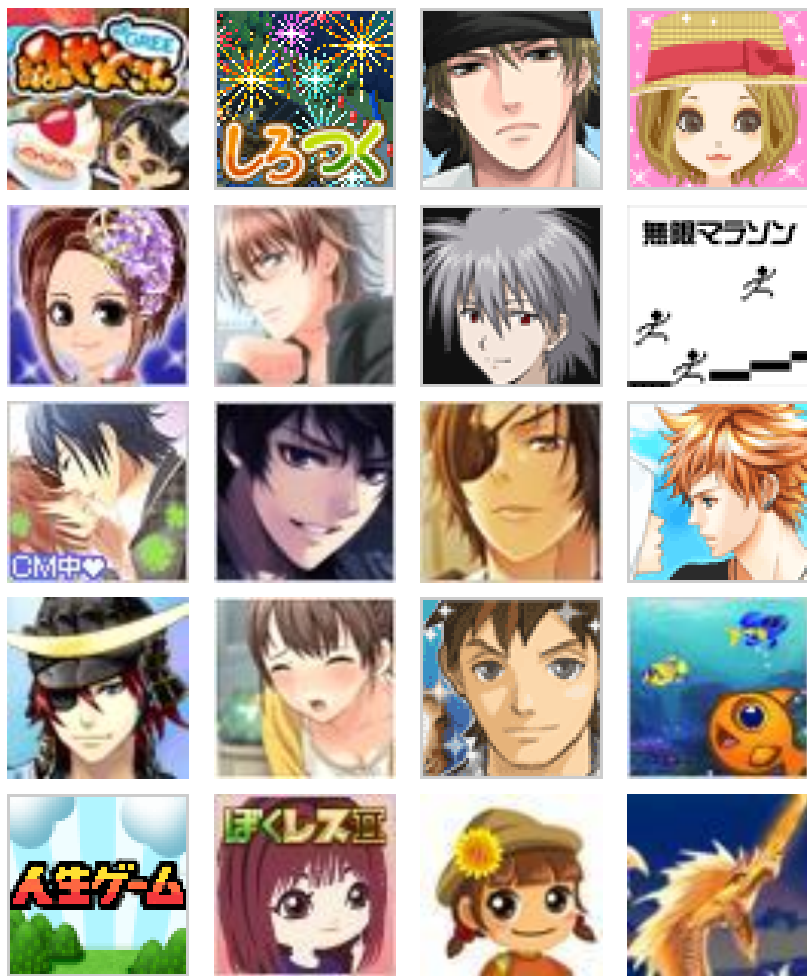
**多様なゲームモデル×多様な世界観**

**マルチデバイス対応**

**グローバル展開**



## 多様なゲームモデル × 多様な世界観



- GREE Platformを  
全てのディベロッパーへ開放
- ソーシャルアプリの  
受付、審査を簡略化
- 新しいゲームの展開  
をよりスピーディに！



■ GREE Platform開始2カ月で60本以上を提供！

# マルチデバイス(スマートフォン・PC)対応

## スマートフォンの普及

- iPhone、Android端末の普及
- 数年先を見据えた事業展開サービス提供が求められる
- ソーシャルゲームのマルチデバイスへの展開



## スマートフォンへの対応を順次展開

### ▼ プロフィール画面



### ▼ ホーム画面



- 2010年8月9日より、iPhone※版をβリリース

※ 「iPhone」はApple Inc.の登録商標です。

**スマートフォン・PCへの対応を強化！**

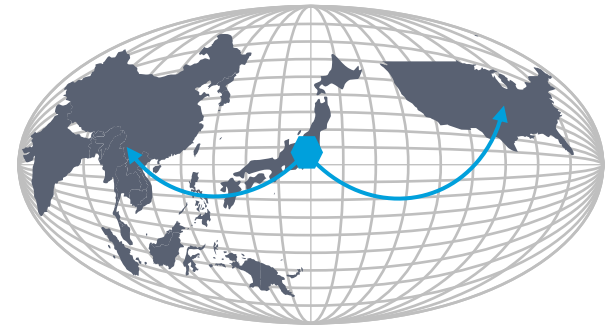
## グローバル展開

### グローバルでの競争が激化！

- ソフトバンクによるZyngaへの出資とジンガジャパン設立
- Zyngaによるウノウの買収
- EAによるPlayfish買収
- DisneyによるPlaydom買収
- CrowdStarとドリコムとの協業



### アジアおよび北米への拠点開設を計画



- 2011年6月期中に業務開始予定

みなさんと一緒に世界へ！

『ソーシャル化？』『新たな市場？』



普段の生活に隠れている

# 質疑応答