

App Annie Japanゲームアワード 2014年秋を発表

ドラゴン、王者に君臨

2014年10月9日

<http://jp.blog.appannie.com/japan-app-annie-awards-apps-fall-2014/>

The Dragon Reigns Supreme

App Annie

Japan App Annie Awards for Games

Fall 2014



今日、iOS、Google Playの両アプリストアにおいて、日本は最も売上規模の大きいゲーム市場です。世界中のゲーマーは日本のゲームに夢中であり、日本のゲームパブリッシャーはグラフィックスやゲームデザインに革新をもたらすことで新たなゲームジャンルを作り上げ、繁栄を築いています。

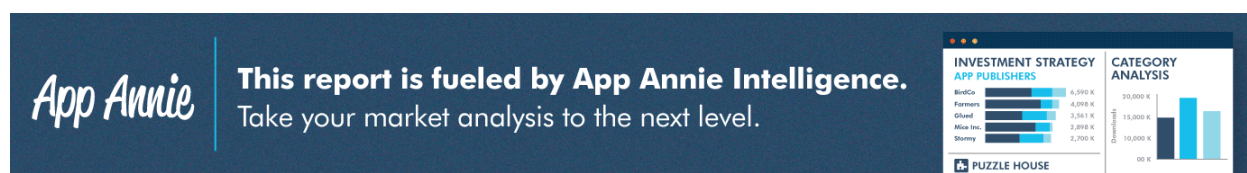
App Annie (アップアニー、本社:サンフランシスコ、CEO:Bertrand Schumitt) は、2014年10月9日、盛況だった東京ゲームショウ2014に続き、「Japan App Annie ゲームアワード2014秋」と題して、2013年9月から2014年8月を振り返り、最も実績の高かった日本のゲームアプリを発表します。

目次

1. App Annieアワードについて
2. ロングセラー・アワード
3. ファストムーバー・アワード
4. マネタイゼーション・アワード
5. ワールドワイド・サクセス・アワード
6. トップ海外ゲーム・アワード

1. App Annieアワードについて

このレポートは、アプリ市場の優れたデータであるApp Annie Intelligenceを元に編集しています。アプリストアでのダウンロード数や収益の推計値が皆様のビジネスにどう役立つかは、[こちらのサービス案内](#)をご覧くださいか、[こちらから](#)お問い合わせ下さい。



2. ロングセラー・アワード

概要: ロングセラー・アワードは、App Annieの月間ランキングでTop 5にランクインした回数を元に選出しました。

対象: 2013年9月から2014年8月の12ヶ月間に、日本のiOS App Store、Google Playの月間ダウンロード数ランキング、または月間収益ランキングの上位5位以内にランクインした日本のゲームが対象となります。ダウンロード数や収益はApp Annie Intelligenceの推計データを元に集計しています。

趣旨: このアワードでは、それぞれのゲームがどれだけ長い間パフォーマンスを維持できるかに着目しています。長期に渡る成功は、ゲームデザイン、ゲームアップデート、ユーザー獲得施策、ユーザー維持の戦略などによってもたらされます。ロングセラーゲームはパブリッシャーにとって確固たる収益基盤となります。そのようなアプリを維持、発展させることに注力することは新しいタイトルを開発するよりもコストを抑えられるからです。また、新たなユーザーを獲得するよりも既存タイトルのユーザーを維持するコストのほうが低だけでなく、新規タイトルと既存タイトルとのクロスプロモーションも行いやすくなります。

ロングセラー・アワード

ロングセラー・アワード				
	iOS App Stores		Google Play	
Rank	Downloads	Revenue	Downloads	Revenue
1	LINE : ディズニー ツムツム	パズル&ドラゴンズ	パズル&ドラゴンズ	パズル&ドラゴンズ
2	モンスターストライク	クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ	LINE : ディズニー ツムツム	クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ
3	LINE ポコパン	モンスターストライク	モンスターストライク	LINE ポコパン

Note:

- ・ ロングセラー・アワードは、2013年9月から2014年8月の12ヶ月間において、App Annie Intelligenceのデータを元に集計した月間の収益またはダウンロード数のランキング上位5位にランクインした回数をカウントしています。

「パズル&ドラゴンズ」が3つのロングセラー・アワードでチャンピオンとなり、カジュアルゲームとしては2種類のLINEゲームがランクイン

[LINK: <http://www.appannie.com/apps/ios/top/japan/books/?device=iphone>]

GungHo Onlineの「[パズル&ドラゴンズ](#)」は集計対象の12ヶ月間においてiOSとGoogle playの両プラットフォームで収益ランキングのTop 5を維持し続け、リリースから2年以上経過しているにもかかわらず隆盛を誇っています。それだけでなく、Google Playでは10回もダウンロード数ランキングのTop 5にランクインするほど、新規ユーザーを獲得し続けています。おそらく今後も月間ランキングに何度も顔を出すことでしょう。これに匹敵するのが**COLOPL**の人気タイトル「[クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ](#)」です。集計対象の12ヶ月間中、iOSの収益ランキングに11回、Google Playでは12回ランクインしていました。

「パズル&ドラゴンズ」は2012年2月に、「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」は2013年3月にリリースされました。両者はともにRPGやカードゲームの要素とシンプルなパズル、カジュアルゲームの要素を組み合わせたものですが、ストーリーライン、バトル、キャラクターの成長、モンスター育成、カード収集など、様々な要素が豊富に織り込まれています。このように豊かなゲーム性がプレイヤーが費やすプレイ時間を増やし、さらにはゲーム内課金の機会を生むことにもなっています。どちらのゲームも類似ゲームがまだ少なかった2012年後半から2013年前半にかけて大きく成長しました。最近、より多様なゲーム要素を統合したゲームがさらに増えています。その中から次のロングセラー・アワードが生まれるかも知れません。

3. ファストムーバー・アワード

概要: ファストムーバー・アワード (The Fast Mover Award) は、短期間で日別のダウンロード数や収益ランキングのTop 5にランクインしたゲームを選出しました。

対象: 2013年9月から2014年8月の12ヶ月間に、日本のiOS App Store、Google Playの月間ダウンロード数ランキング、または月間収益ランキングの上位5位以内にランクインした日本のゲームが対象となります。ダウンロード数や収益はApp Annie Intelligenceの推計データを元に集計しています。

趣旨: このアワードでは、あるゲームがいかに短い期間でダウンロードを得られていたかに着目しています。そこにはゲームやパブリッシャーのブランド力、プラットフォーム、チャンネル、効果的なマーケティングやキャンペーンなどが関わってきます。

ファストムーバー・アワード				
	iOS App Stores		Google Play	
Rank	Downloads	Revenue	Downloads	Revenue
1	LINE POP	パズル&ドラゴンズ	LINE POP	軍勢RPG 蒼の三国志
2	ドラゴンクエスト ポータルアプリ	Love Live! School Idol Festival [ラブライブ! スクールアイドルフェスティバル]	LINE サッカーイレブン	パズル&ドラゴンズ
3	モンスターエッグアイランド	LINE : ディズニー ツムツム	LINE : ディズニー ツムツム	LINE POP

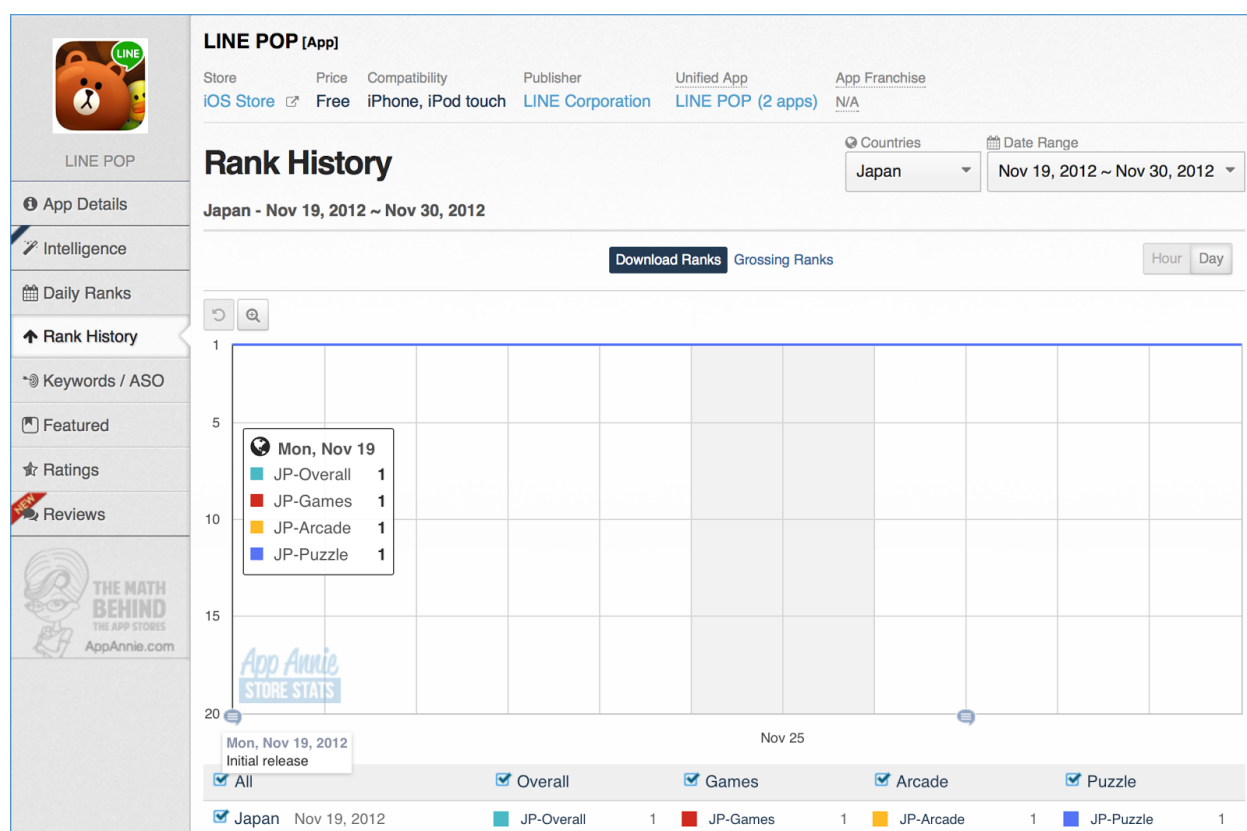
Note:

- ファストムーバー・アワードは、いかに短い期間で日本のiOS App Store、Google Playのゲームカテゴリーで収益またはダウンロード数ランキングのTop 5にランクインしたかを元に集計しています。
- 日本のiOS App Store、Google Playのゲームカテゴリーにおいて、2013年9月から2014年8月の12ヶ月間のうち、App Annie Intelligenceのデータを元に集計した収益またはダウンロード数の月間ランキングのTop 5に一度でもランクインしたゲームアプリを対象としています。

ファストムーバー・アワードはユーザー獲得の強い地盤を持つLINEから複数のゲームがランクイン
[LINK:

[http://www.appannie.com/apps/ios/app/571638033/rank-history/#vtype=day&countries=JP&start=2012-11-19&end=2012-11-30&view=rank&lm=f\]](http://www.appannie.com/apps/ios/app/571638033/rank-history/#vtype=day&countries=JP&start=2012-11-19&end=2012-11-30&view=rank&lm=f)

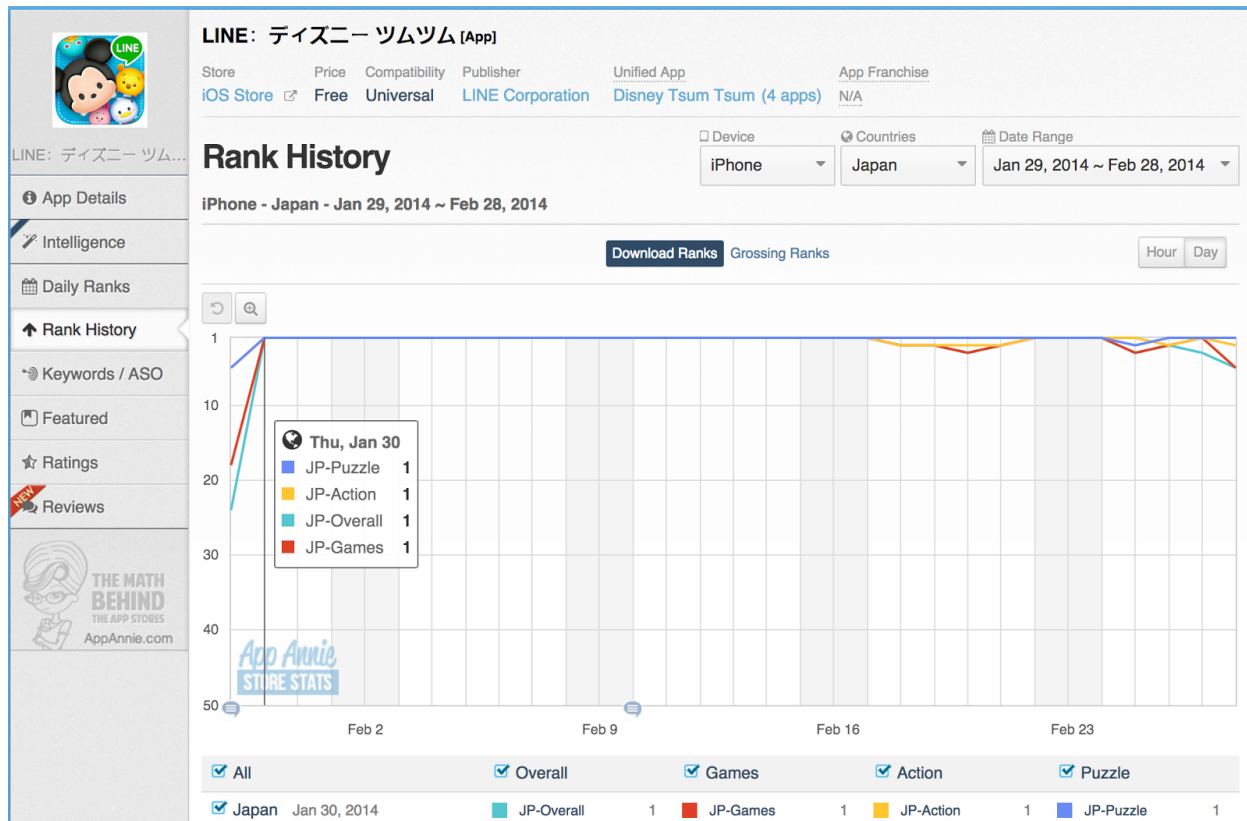
「[LINE POP](#)」はiOS版のリリース当日にiPhoneランキングのトップに、Android版はリリース後3日目でGoogle Playのダウンロード数ランキングでトップとなりました。また、Google Playではリリース後9日目で収益ランキングのTop 5に入っています。同じくLINEプラットフォームの「[LINE : ディズニー ツムツム](#)」はiPhoneランキングではリリース後2日目に、Google Playのランキングではリリース後5日目でTop 5に入っています。2014年6月には「LINE サッカーイレブン」がリリース後4日目でダウンロード数ランキングのTop 5にランクインしています。以上のように、ゲーム配信プラットフォームとしてのLINEの存在感が目立ちます。公式発表によると、LINEの登録ユーザー数は2014年8月に世界中で4億9千万に達しているとのこと。



「LINE POP」はiPhoneの無料ダウンロードランキングでリリース初日に1位

[LINK:

[http://www.appannie.com/apps/ios/app/571638033/rank-history/#vtype=day&countries=JP&start=2012-11-19&end=2012-11-30&view=rank&lm=f\]](http://www.appannie.com/apps/ios/app/571638033/rank-history/#vtype=day&countries=JP&start=2012-11-19&end=2012-11-30&view=rank&lm=f)



「LINE: ディズニー ツムツム」はリリース後2日目でiPhoneストアのダウンロードランキング1位に

[LINK:

<http://www.appannie.com/apps/ios/app/line-dizuni-tsumutsumu/rank-history/#vtype=day&countries=JP&start=2014-01-29&end=2014-02-28&device=iphone&view=rank&lm=f>]

4. マネタイゼーション・アワード

概要: マネタイゼーション・アワードは、日本のiOS App Store、Google Playにおいて、そのゲームのリリース日から累積した収益を累積のダウンロード数で割った値（1ダウンロードあたりの収益）が最も高かったゲームを選出しました。

対象: 2013年9月から2014年8月の12ヶ月間に、日本のiOS App Store、Google Playの月間ダウンロード数ランキング、または月間収益ランキングの上位5位以内にランクインした日本のゲームが対象となります。ダウンロード数や収益はApp Annie Intelligenceの推計データを元に集計しています。

趣旨: ARPU（ユーザーあたりの収益）に類似する値として、ダウンロードあたりの収益データはアプリ内課金の収益性を示す良い指標と考えています。マネタイゼーションに影響する要因として、ゲームの設計、ゲーム内通貨の設計、キャンペーンを中心とす

日々のオペレーションなどが挙げられ、これらはアプリ内課金の機会を創出し、ユーザーの課金を促していきます。優れたキャンペーン運用はゲームのライフサイクルを伸ばしたり、ユーザーを維持したりすることで顧客生涯価値を増やすことにつながります。

マネタイゼーション・アワード		
Rank	iOS App Stores	Google Play
1	パズル&ドラゴンズ	パズル&ドラゴンズ
2	プロ野球PRIDE	戦国炎舞 -KIZNA-
3	戦国炎舞 -KIZNA-	プロ野球PRIDE

Note:

- マネタイゼーション・アワードは各ゲームのリリース日から累積した収益を累積のダウンロード数で割った値を元に集計しています。
- 日本のiOS App Store、Google Playのゲームカテゴリーにおいて、2013年9月から2014年8月の12ヶ月間のうち、App Annie Intelligenceのデータを元に集計した収益またはダウンロード数の月間ランキングのTop 5に一度でもランクインしたゲームアプリを対象としています。

「パズル&ドラゴンズ」、「プロ野球PRIDE」、「戦国炎舞 -KIZNA-」はどのプラットフォームでもマネタイズに成功

ここでも「パズル&ドラゴンズ」が突出した存在でトップとなっていました。以降、「[プロ野球PRIDE](#)」や「[戦国炎舞 -KIZNA-](#)」がiOS App StoreとGoogle Playの両ストアで上位となっています。「パズル&ドラゴンズ」のほか、「プロ野球PRIDE」、「戦国炎舞 -KIZNA-」、「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」、「[ドラゴンリーグX](#)」といったゲームが他のゲームよりも上回っています。日本では、カードコレクションとロールプレイングのゲームが豊富なコンテンツを有しているため、他のジャンルよりも顧客生涯価値を増やしやす傾向にあるようです。カジュアルゲームは、ダウンロード数を多く獲得できる一方、ユーザー一人あたりからの収益は少ない傾向にあるでしょう。

5. ワールドワイド・サクセス・アワード

概要: ワールドワイド・サクセス・アワードは、日本のゲームが日本国外の収益、ダウンロード数ランキングで10位以内にランクインした回数を元に選出しました。

対象: 2013年9月から2014年8月の12ヶ月間に、日本以外の国のiOS App Store、Google Playの月間ダウンロード数ランキング、または月間収益ランキングの上位10位以内にランクインした日本のゲームが対象となります。ダウンロード数や収益はApp Annie Intelligenceの推計データを元に集計しています。

趣旨: このアワードは多くのパブリッシャーが戦略上の目標として考えている海外の成功に着目しています。ローカライゼーションは他国でプロモーションを行う際の鍵となります。その国のポップ・カルチャー、ゲームに対する消費行動、マーケティングやプロモーションのチャンネルなどがローカライゼーションで考慮すべき主要な要素となります。

ワールドワイド・サクセス・アワード				
	iOS App Stores		Google Play	
Rank	Downloads	Revenue	Downloads	Revenue
1	Cookie Run	Modern War	Pokopang	Brave Frontier
2	Disney Tsum Tsum	Puzzle & Dragons	Cookie Run	Knights & Dragons
3	Pokopang	Brave Frontier	Puzzle & Dragons	Blood Brothers

Note:
 ・ ワールドワイド・サクセス・アワードは、日本のゲームアプリが、海外のiOS App Store、Google Playのゲームカテゴリーにおいて、2013年9月から2014年8月の12ヶ月間のうち、App Annie Intelligenceのデータを元に集計した収益またはダウンロード数の月間ランキングのTop 5にランクインした回数を元にしています。

海外マーケットで成功する二つのパターンをLINE、GREE、DeNAが示している

日本のゲームが海外で成功を収めるには大きく二つのパターンがあるようです。ひとつは「パズル&ドラゴンズ」、「[LINE Rangers](#)」、「[LINE ポコパン](#)」のように日本のポップカルチャーの影響にあるゲームです。その国のポップ・カルチャーが日本のポップ・カルチャーから大きな影響を受けているような[台湾](#)、[タイ](#)、[インドネシア](#)などでは、多くの若者が自然とLINEでコミュニケーションを行い、ポコパンをしながら電車を待ち、パズドラで夜更かしをしています。ちょうど、彼らがセブンイレブンで買い物をし、ワンピースを読み、AKB48を聴き、日本のテレビドラマを見るようにです。

もう一つのパターンは、「[Knights & Dragons](#)」や「[Modern War](#)」に代表されるように、日本のゲーム会社の海外スタジオや子会社によって作られるゲームです。これらのゲームは当初から北米やヨーロッパの市場向けに作られているため、文化の壁やローカライゼーションなどは問題になりません。日本のパブリッシャーが世界中へ進出を図るのであれば、より多くの西洋向けゲームが作られていくことでしょう。DeNAの海外スタジオによって作られた「[Transformers: Age of Extinction](#)」はその最新例の一つで、中国、アメリカのほか、西洋諸国で多くのダウンロード数を獲得しています。

6. トップ海外ゲーム・アワード

概要: トップ海外ゲーム・アワードは、日本において累積での収益やダウンロード数の多かった海外パブリッシャーのゲームを選出しました。

対象: 2013年9月から2014年8月の12ヶ月間に、日本のiOS App Store、Google Playでダウンロード数や収益を得ていた海外パブリッシャーのゲームを対象となります。ダウンロード数や収益はApp Annie Intelligenceの推計データを元に集計しています。

趣旨: このアワードでは、どのような海外ゲームが世界で最も大きなゲーム市場である日本で成功しているのかに着目しています。

トップ海外ゲーム・アワード


	iOS App Stores		Google Play	
Rank	Downloads	Revenue	Downloads	Revenue
1	Candy Crush Saga	Clash of Clans	Candy Crush Saga	Clash of Clans
2	Frozen Free Fall	Candy Crush Saga	Clash of Clans	Candy Crush Saga
3	Despicable Me	Hay Day	Despicable Me	Hay Day

Note:

- トップ海外ゲーム・アワードは、海外のゲームアプリが、日本のiOS App Store、Google Playのゲームカテゴリーにおいて、2013年9月から2014年8月の12ヶ月間のうち、App Annie Intelligenceのデータを元に集計した累積の収益またはダウンロード数を元にしてしています。

「Clash of Clans」と「Candy Crush Saga」はグローバル市場同様、日本でも最も成功している海外ゲーム

世界規模でも成功している「[Clash of Clans](#)」と「[Candy Crush Saga](#)」が日本でも人気です。また、「[Frozen Free Fall](#)」と「[Despicable Me](#)」はそれぞれ、映画「アナと雪の女王」、「怪盗グルーのミニオン危機一発」のヒットが背景にあります。海外市場で成功した強力なゲームブランドやIPの力があれば、独自の際立ったポップ・カルチャーを持つような国でも成功できることを示しています。

	<p>より詳細なアプリストア市場の分析にご興味のある場合は、App Annie Intelligenceの製品紹介ページをご覧ください。</p>
---	--

Notes:

- App Annie Index内のランキングはApp Annie [Intelligence](#)のダウンロードと売上の推計値をもとに作成されています。日別のランキング推移やアプリストアのどこでフィーチャーされていたかといった情報はApp Annie [Store Stats](#)でどなたにもご利用いただけます。

- 文中のゲームランキングは単一のアプリレベルでの集計となっており、ユニファイド・アプリではありません。
- iOS App Store、Google PlayそれぞれのGamesカテゴリーに登録されているゲームが対象となっています。
- 親会社に全てのアプリやパブリッシャーを集約しています。例えば、Alim Ltd. からリリースされている『ブレイブフロンティア』のカンパニーは gumi inc. としてレポートされています。Store Statsの [gumi Inc.](#) のページにAlim Ltd. が含まれていることがわかります。『ブレイブフロンティア』のアプリは [Alim Ltd](#) のパブリッシャーページに含まれています。
- 収益ランキングはiOS App StoreとGoogle Playでのダウンロード課金やアプリ内課金を対象としています。アプリ内に表示される広告からの収益は含まれていません。
- ファストムーバー・アワードでは、「Top 5にランクインするまでの日数」を日本でのリリース日（公式サイトやプレスリリースで確認します）を元に集計しています。日数には最初と最後の日も含めてカウントしています。例として、「パズル&ドラゴンズ」の場合、日本のGoogle Playには2012年9月18日にリリースされましたが、ダウンロード数ランキングにおいて9月23日に6位、9月24日に4位を記録しました。この場合、5位以内に入るまで7日間を要したとカウントしています。
- ワールドワイド・サクセス・アワードでは、「日本のゲームが外国のTop 10ランキングにランクインした回数」を元に集計しています。2013年9月から2014年8月までの12ヶ月間において、無料ダウンロードランキングやトップセールスランキングの10位以内にランクインした回数です。例えば、ある日本のゲームが2013年12月の米国のランキングで5位、英国で7位、中国で9位となり、また、2014年4月にフランスのランキングで5位、英国で7位、台湾で4位となり、その他ではTop 10圏外だった場合、このゲームが10位以内となった回数は6回となります。
- [Supercell](#)は[Softbank](#)の子会社となりますが、Supercellのオペレーションが海外で独立して行われていることを考慮して、このレポートでは海外企業として扱っています。
- App Annie以外のトレードマークや画像はどれもそれぞれの所有者に帰属します。App Annieがこれらの商標権を主張することはありません。

【App Annie会社概要】

App Annieは、アプリやデジタルコンテンツのアナリティクス、市場データの業界スタンダードです。App Annie プラットフォームはアプリ事業者やマーケットター、機関投資家がアプリ市場の動向を理解するためのデータを提供し、より良い意思決定を可能にしています。App Annieはトップ100のアプリパブリッシャーの90%以上に使用され、約60万アプリが自社のダウンロード数や収益、ランキング、レビューなどをApp Annie Analyticsでトラックしています。App Annieは今日までで600億件以上のダウンロードおよび、170億米ドル以上の収益をトラックしています。App Annieは、サンフランシスコに本社を置き、260名以上の従業員を擁する非公開のグローバル企業で、アムステルダム、北京、香港、ロンドン、モスクワ、ニューヨーク、ソウル、上海、東京に拠点を構えています。

■公式サイト

www.appannie.com

【本件に対するお問い合わせ先】

App Annie Japan 広報担当：五百旗頭（いおきべ）

電話番号：080-3750-4341 e-mail：miokibe@appannie.com