

Adjust と Unity Technologies、共同調査レポートを発表：

2020年第1四半期、さらなる急成長を遂げた

ハイパーカジュアルゲームをデータで解析

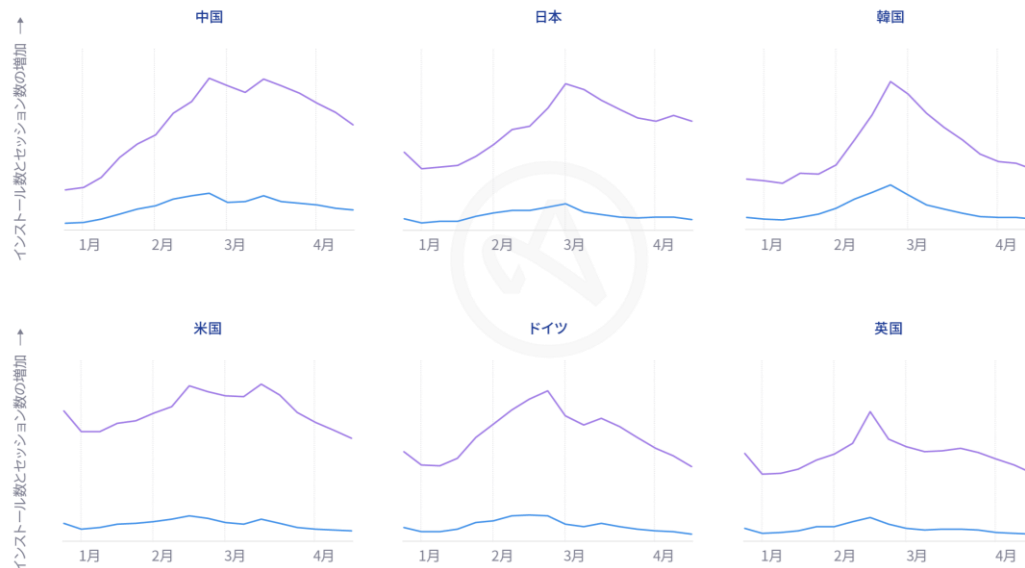
収益の95%を広告で生み出し、平均クリック率は22%という

ハイパーカジュアルゲームのユニークなビジネスモデルに注目

2020年第1四半期、ハイパーカジュアルゲームは世界中で大成長

2019年12月～2020年3月、コロナ禍の影響によりハイパーカジュアルゲームの世界のインストール数は103%増加し、それに伴ってセッション数も72%増

— インストール数 — セッション数



*2019年第4四半期から2020年第1四半期に計測された。AdjustのシステムおよびUnity広告キャンペーンのアプリデータに基づく

グローバルに展開する B2B SaaS 企業である [adjust \(アジャスト\) 株式会社](#) (本社：独・ベルリン、代表取締役社長 兼 共同創業者：クリスチャン・ヘンシエル) とマルチプラットフォーム向け統合開発環境「Unity」を提供するユニティ・テクノロジーズ・ジャパン合同会社 (本社：東京都中央区、代表取締役：豊田 信夫) の親会社である Unity Technologies 社 (本社：米国・サンフランシスコ) は、共同調査レポート「[2020 年ハイパーカジュアルゲーム：大ヒットジャンルの台頭](#)」を発表しました。

新型コロナウイルスの影響で、ゲームのプレイ時間が世界中で増加しており、2020 年には 27 億人のユーザーが [772 億ドル](#) をモバイルゲームに費やすと予測されています。この最新レポートでは、独特なビジネスモデルで成長しているハイパーカジュアルゲームアプリの台頭をグラフと共に解説しています。ハイパーカジュアルゲームとは、短い隙間時間でも気軽にプレイでき、シンプルで直感的に楽しめるゲームのことを指します。

本レポートの調査結果は、ハイパーカジュアルゲームが 2020 年第 1 四半期に大幅に成長したことを示しています。アプリエンゲージメント率およびダウンロード数は、全て過去最高の数値でした。本レポートは、Adjust プラットフォームで計測している上位 1,000 のアプリと全アプリのデータ、および 2019 年第 4 四半期と 2020 年第 1 四半期の間に Unity のハイパーカジュアル広告キャンペーンから収集したデータに基づいています。Unity はリアルタイムの 3D コンテンツ制作プラットフォームで、優れたグローバル広告インベントリーおよびネットワークを提供しています。

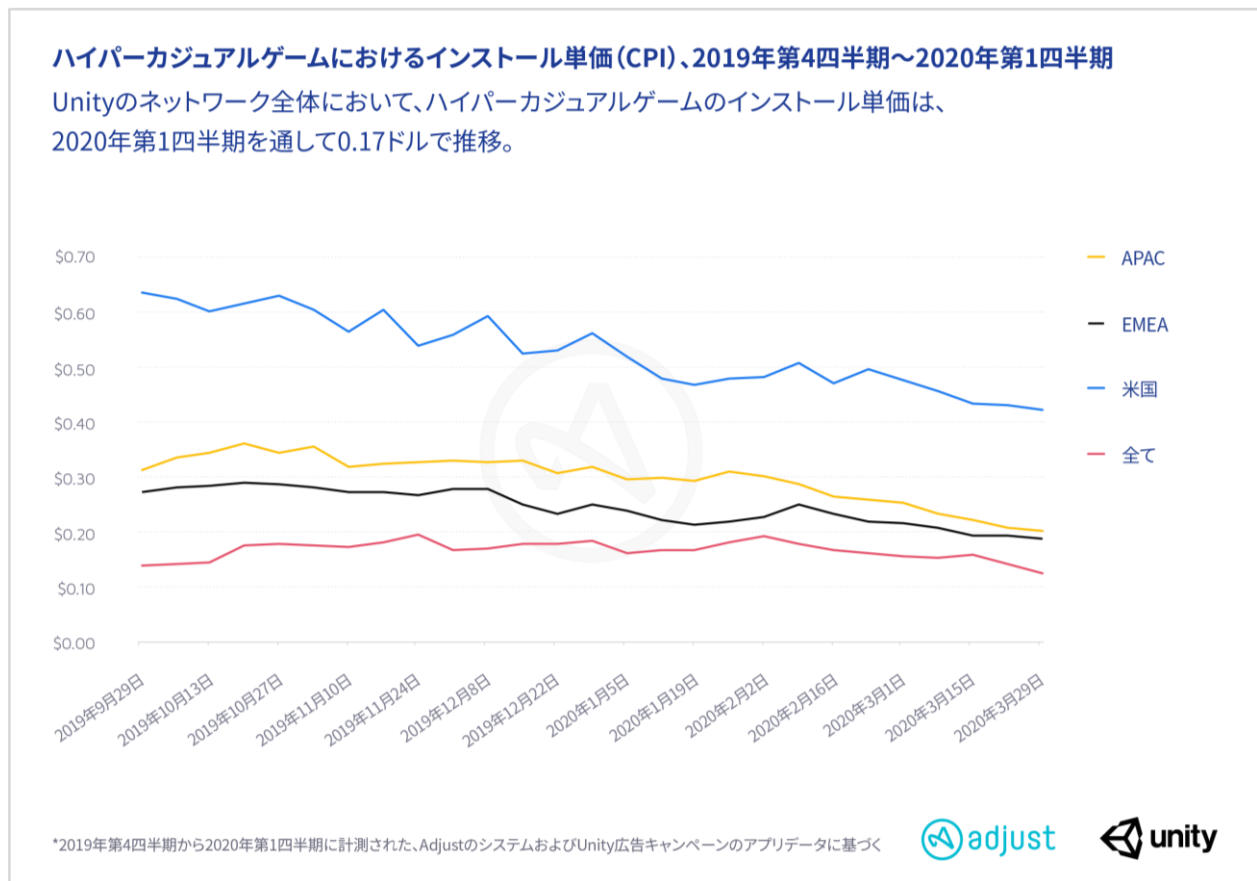
主な調査結果：

- **2019 年 12 月から 2020 年 3 月の間に、世界のインストール数は 2 倍以上 (103%増) に増加**
 - 増加率が最も高かったのは中国で、4 ヶ月間で 3.5 倍成長

- **2019 年 12 月から 2020 年 3 月の間に、世界のセッション数は 72%増に、アジア圏での増加著しく**
 - 日本のセッション数は 137%増
 - 中国のセッション数は 300%増、韓国は 152%増
 - 対照的に米国のセッション数は 35%増、英国は 34%増、欧米では検討を見せたドイツにおいても 69%増にとどまった。米国のハイパーカジュアルゲームユーザーにはもともと熱心なゲーマーが多く、2019 年 12 月から 2020 年 3 月までの期間、平均で世界のセッション数の 15%増に貢献したが、増加の幅はそれほど大きくなかった。

- **インストール単価 (CPI)は、2020 年 3 月末までに全体的に 35%減少**
 - APAC のハイパーカジュアルゲームユーザーの獲得費用は急激に減少し、0.31 ドル (2019 年第 4 四半期初頭) から 0.20 ドル (2020 年第 1 四半期末期) に急落。

- 米国のCPIは0.42ドルと、依然としてEMEA（ヨーロッパ、中東、アフリカ）の2倍超（0.19ドル）にも関わらず、ハイパーカジュアルゲームが定着している米国では最も高いコンバージョン率（17%）が見込まれる。
- その一方、全世界のCPIははるかに低く、2020年第1四半期の平均は0.17ドルにとどまった。これは、著しく低いCPIを示したラテンアメリカの影響を受けている可能性があり、特にハイパーカジュアルゲームが大人気のブラジルやメキシコでは、この傾向が顕著に見られる。



ハイパーカジュアルゲームは、シンプルなメカニズムとミニマルなデザインを組み合わせることで、広告を許容しエンゲージする可能性の高いユーザーを取り込みます。ハイパーカジュアルゲームのユーザーは広告に対してオープンなため、収益の **95%** を広告に頼るといふ、モバイルゲームとしてはユニークなビジネスモデルを構築することができました。結果として、ハイパーカジュアルゲームを開発する企業は、広告効果の恩恵を大いに受けることになりました。クリック率が 22%、インストール率が 14%と、並外れて高い数値を誇っています。

Adjust 共同創業者 兼 CTO ポール・H・ミュラー (Paul H. Müller)

ハイパーカジュアルゲームは、優れた広告エクスペリエンスとユーザーを惹きつけるメカニズムを巧みに融合させ、幅広いプレイヤーのカテゴリにアピールしています。その中で、従来のユーザー獲得および広告収益化モデルを再定義してきました。ユーザーが一つのゲームを長期間プレイすることは想定されていないため、ユーザーは同企業が提供する別のゲームアプリに誘導されます。このようにユーザーがどんどん呼び込まれ、企業のユーザーベースが増えることで雪だるま効果が生じます。

Unity Technologies グローバル広告セールス責任者 アガサ・フッド (Agatha Hood)

新型コロナウイルスの影響で、ここ数ヶ月間人々が自宅待機を強いられていたため、非常に多くのユーザーがハイパーカジュアルゲームをプレイするようになってきました。結果として、ロイヤルユーザーを巡る競争が激化しました。このゲームジャンルの背後にある指標とメカニズムを理解することで、企業はユーザー獲得のターゲットと関連する収益化戦略を的確に設定し、アプリを成功させることができます。新型コロナウイルスがもたらした新たな状況下では、これがより顕著になるでしょう。モバイルゲームが大きな収益を上げるのに最適なタイミングである今、Adjust と共同で作成した本レポートは、バイヤーが Unity の大規模な広告プラットフォームを活用する方法を理解するのに役立ちます。

こちらからレポートをダウンロードし、ユーザー獲得の傾向、インストール後のパフォーマンスおよびハイパーカジュアルゲームアプリを成長させる秘訣をご確認ください。

<https://www.adjust.com/ja/resources/ebooks/hyper-casual-gaming-report-2020>

adjust 株式会社 会社概要

[Adjust](#) は、グローバルに展開する B2B SaaS 企業です。モバイルエコノミーの中心で創設され、テクノロジーへの情熱により大きな成長を遂げた Adjust は、全世界で 16 のオフィスを構えています。

Adjust のプラットフォームは、モバイル計測、不正防止、サイバーセキュリティ、そしてマーケティングオートメーションソリューションを提供しています。

マーケティング活動をよりシンプルでスマート、さらに安全なものにすることで、データ主導のマーケターが世界で最も成功した事業を推進できるよう支援します。Adjust は Facebook、Twitter、Google、LINE、Snap、Tencent の正式マーケティングパートナーになっており、国内外の主要広告ネットワークパートナーとも連携済みです。楽天、リクルート、LINE、グリー、ディー・エヌ・エー、メルカリなど国内 600 社以上のトップパブリッシャーを始め、Procter & Gamble、Tencent Games といったグローバルブランドを含む 35,000 以上のアプリが、Adjust のソリューションを実装してそのパフォーマンス向上を図っています。

2019 年 6 月には、ヨーロッパで過去最大となる資金調達ラウンドの 1 つを獲得し、2 億 2,700 万ドルを調達しました。

Adjust は、日本においてアプリ計測プラットフォームとして最大のシェアを占めており、東京オフィスは 2014 年 11 月に最高売上責任者(CRO) のショーン・ボナムにより設立され、ゼネラルマネージャーの佐々 直紀を筆頭に、30 名以上の営業・カスタマー サポート・マーケティング担当者が日本市場で徹底したサポートを提供しています。

公式ホームページ:<https://www.adjust.com/ja>

公式 Facebook:<https://www.facebook.com/adjustJapan/>