

dango-PLAYのご紹介

Facebookアプリ、mixiアプリの現状と
dango-PLAYの取り組みの概要

株式会社dango

オリジナルコンテンツ作成を支援し、
クリエイターの下請け脱却を支援する

代表取締役 三並慶佐

- 「IPA」(経済産業省下の独立行政法人情報処理推進機構)の「未踏ソフト」プロジェクトによる dangoの完成
オンラインゲーム「MagicianMasterII」の開発実績



未踏ソフト
dangoFW



Magician Master II

取締役 石橋広在

- ゲーム開発歴10年。任天堂などのゲーム開発実績を持つゲームデザイナー



任天堂 ゲームソフト

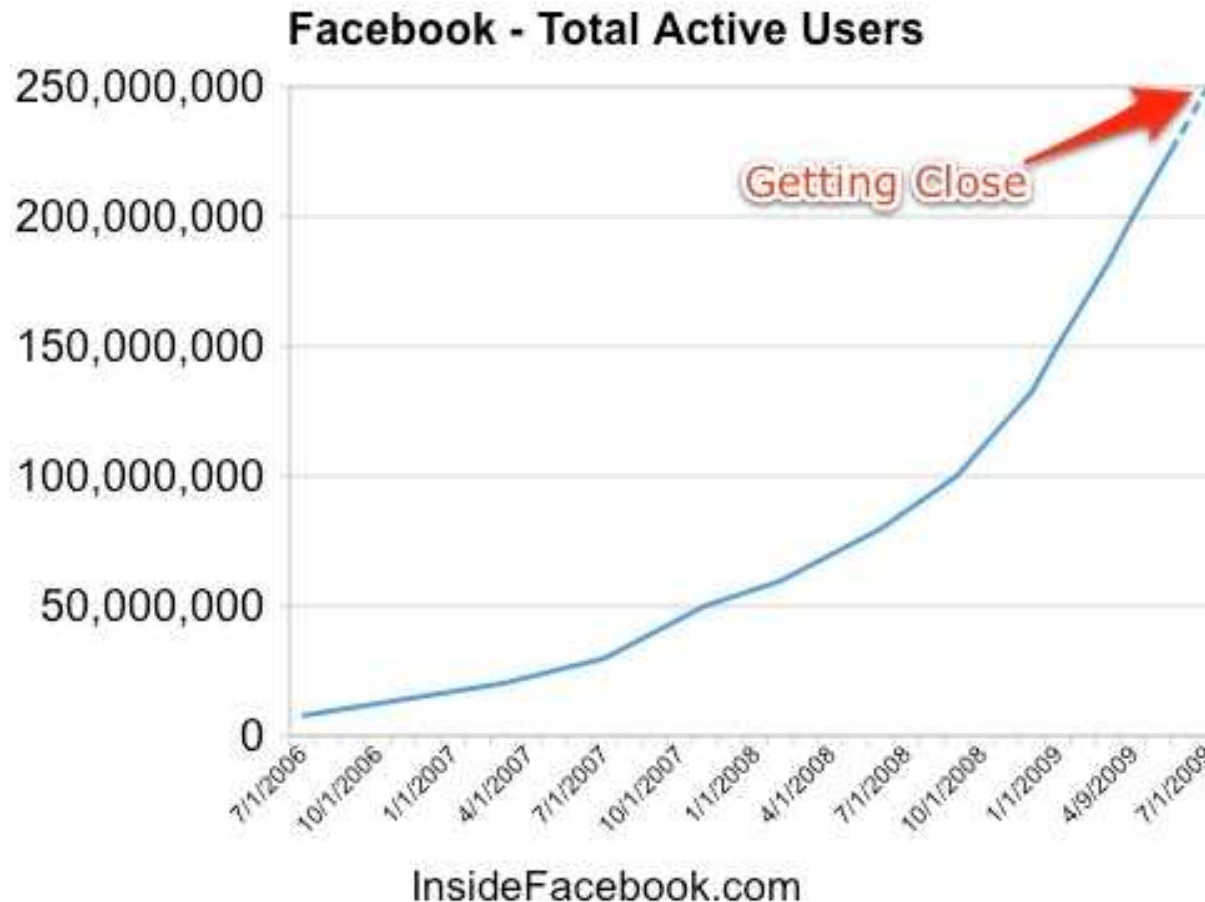
取締役 赤羽雄二

- 元マッキンゼーのパートナー。経営戦略立案とベンチャー支援のプロフェッショナル

監査役 森広弘司

- シリコンバレーのベンチャーキャピタルのパートナーとしてベンチャー創業、経営、投資等に従事。国際的な新規事業企画・立ち上げ歴25年

Facebookを中心とした ソーシャルゲームの現状



- ・2009年9月のFacebookによる公式発表では、アクティブユーザー数は3億人

- ・Facebookは年率100%以上で急成長

- ・ユーザー属性では、女性が6割近く。20台が多い。アメリカが中心だが、ヨーロッパでもユーザーを増やしている。英語以外だとスペイン語フランス語トルコ語が多い

- ・Facebookアプリがユーザー数増大を牽引している

出典 : <http://www.insidefacebook.com/2009/07/02/facebook-now-growing-by-over-700000-users-a-day-updated-engagement-stats/>

- 350,000以上のソーシャルアプリ、ゲーム

- ソーシャルゲーム化が進展
 - 友達を誘って、友達とアプリ、ゲームをする
 - 友達とのやり取りの合間にゲームをする。ゲームの中で友達とのやり取りを楽しむ
 - 見知らぬ人とも友達になってゲームをする
 - 口コミ(バイラルマーケティング)ができるかどうかでアプリ、ゲームの成否が決まる

出典： <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics#> (2月1日現在)

Top 25 Facebook Games for September 1,

Rank	Game	Monthly Actives	Developer
1	FarmVille	33,439,207	Zynga
2	Mafia Wars	18,720,406	Zynga
3	Farm Town	18,298,995	Slashkey
4	MindJolt Games	16,490,304	MindJolt.com
5	Pet Society	16,022,779	Playfish
6	Texas HoldEm Poker	15,552,004	Zynga
7	YoVille	14,104,241	Zynga
8	Restaurant City	11,527,478	Playfish
9	Bejeweled Blitz	6,817,188	PopCap Games
10	Barn Buddy	6,059,330	TheBroth, Inc.
11	Sorority Life	5,443,161	Playdom
12	Bumper Sticker	5,346,166	LinkedIn
13	Friends For Sale	5,082,241	Serious Business
14	Country Story	4,016,778	Playfish
15	Geo Challenge	3,949,761	Playfish
16	Brain Buddies	3,829,314	wooga
17	Who Has The Biggest Brain	3,696,611	Playfish
18	Word Challenge	3,480,298	Playfish
19	UNO BETA	3,165,473	GameHouse
20	Vampire Wars	3,148,303	Zynga
21	Biotronic	3,137,784	Metrogames
22	Pillow Fight	2,982,473	Shikha
23	Chug It!	2,969,279	Offbeat Creations
24	Know-It-All-Triva	2,873,955	CrowdStar
25	Waka-Waka	2,858,756	Metrogames

2009年9月

出典: <http://www.insidesocialgames.com/2009/09/01/the-top-25-facebook-games-for-september-2009/>

上位8ゲームは
アクティブユーザー
1000万越え

25位以内のゲーム
アクティブユーザー
250万越え

Top 25 Facebook Games for May 4, 2009

Rank	Game	Monthly Actives	Developer
1	Texas HoldEm Poker	12,377,179	Zynga
2	Pet Society	10,755,261	Playfish
3	Mafia Wars	9,686,838	Zynga
4	Bumper Sticker	6,150,296	LinkedIn
5	Pass A Drink	5,829,701	socialreach.com
6	Lil Green Patch	5,715,419	Green Patch
7	YoVille	5,358,884	Zynga
8	Geo Challenge	3,966,210	Playfish
9	Word Challenge	3,456,236	Playfish
10	MindJolt Games	3,448,366	MindJolt.com
11	Who Has The Biggest Brain	3,435,977	Playfish
12	Vampire Wars	2,744,338	Zynga
13	Street Racing	2,719,810	Zynga
14	Bowling Buddies	2,707,119	Playfish
15	Know-It-All-Triva	2,543,557	Triva
16	101 Eggs & More	2,464,247	101 Apps
17	Kidnap!	2,406,455	Context Optional
18	Friends For Sale	2,164,616	Serious Business
19	(Lil) Blue Cove	2,162,148	Green Patch
20	Mob Wars	2,126,196	David Maestri
21	Bejeweled Blitz	1,944,935	PopCap Games
22	Poker Palace	1,746,808	Playdom
23	Restaurant City	1,675,608	Playfish
24	Minigolf Party	1,637,942	Playfish
25	Willy's Sweet Shop	1,498,312	Mob Science

2009年5月

Top 25 Facebook Games for July 2, 2009

Rank	Game	Monthly Actives	Developer
1	Texas HoldEm Poker	14,229,191	Zynga
2	Mafia Wars	12,445,619	Zynga
3	Pet Society	12,134,045	Playfish
4	MindJolt Games	10,610,187	MindJolt.com
5	Farm Town	10,377,537	Slashkey
6	YoVille	7,857,944	Zynga
7	Restaurant City	5,861,728	Playfish
8	FarmVille	5,087,938	Zynga
9	Bumper Sticker	4,863,007	LinkedIn
10	Lil Green Patch	4,630,590	Green Patch
11	Bejeweled Blitz	4,404,078	PopCap Games
12	Pass A Drink	4,146,954	socialreach.com
13	Know-It-All-Triva	3,707,469	CrowdStar
14	Geo Challenge	3,695,910	Playfish
15	Biotronic	3,398,277	Metrogames
16	Friends For Sale	3,373,024	Serious Business
17	Word Challenge	3,279,450	Playfish
18	Barn Buddy	3,188,649	TheBroth, Inc.
19	Who Has The Biggest Brain	3,138,941	Playfish
20	Waka-Waka	3,109,541	Metrogames
21	Chain Rxn	3,093,136	Zwiggler
22	Street Racing	2,904,532	Zynga
23	Pillow Fight	2,608,446	Shikha
24	Bowling Buddies	2,372,666	Playfish
25	Vampire Wars	2,308,904	Zynga

2009年7月

出典 : <http://www.insidesocialgames.com/2009/05/04/the-top-25-facebook-games-for-may-2009/>
<http://www.insidesocialgames.com/2009/07/02/the-isg-top-25-facebook-games-for-july-2009/>



月間1400万ユーザー
チップ課金で
月間売上3億円以上

■ Zynga

- 本社: アメリカ サンフランシスコ
- 創業: 2007年7月
- 年間収益: 2億ドル(200億円) といわれている
- 主要アプリ: FarmVille、MafiaWars、TexasHoldemPokerなど

情報源: <http://www.insidesocialgames.com/2009/09/02/game-companies-making-good-use-of-social-network-ads/>



■ PlayFish

- 本社: イギリス ロンドン
- 創業: 2007年10月
- 主要アプリ: PetSociety、RestaurantCity、CountryStoryなど



■ RockYou

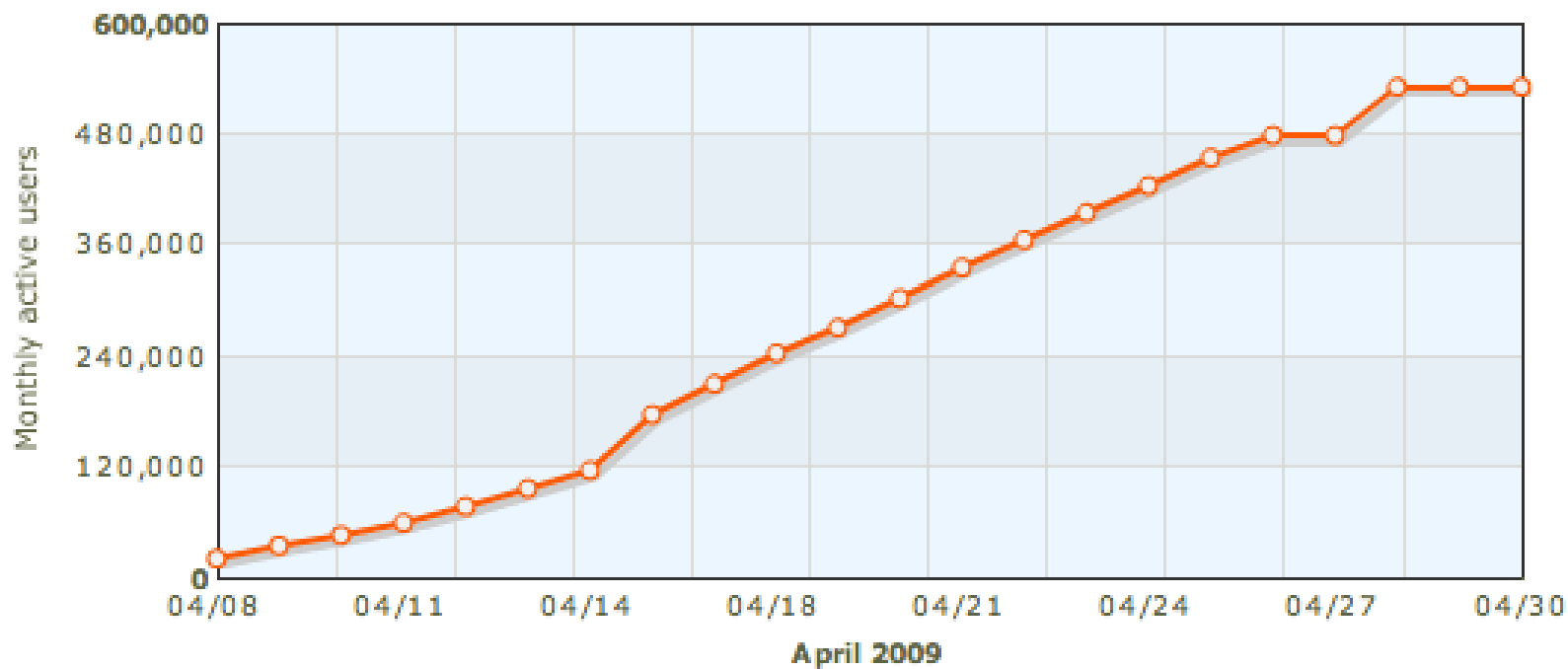
- 本社: アメリカ サンフランシスコ
- 創業: 2006年2月
- 広告ネットワークが主要ビジネス
- 総インストール数: 2億人
- MAU: 7000万
- PV: 8億インプレッション / 月
- 広告ネットワーク含む: 30億インプレッション / 月



リリース後1ヶ月足らずで、
50万ユーザーを獲得



MAU for last 30 days
Overdrive



出典: <http://www.appdata.com/facebook/apps/index/id/57524952487> (5月1日現在)

Water Gun Fight!



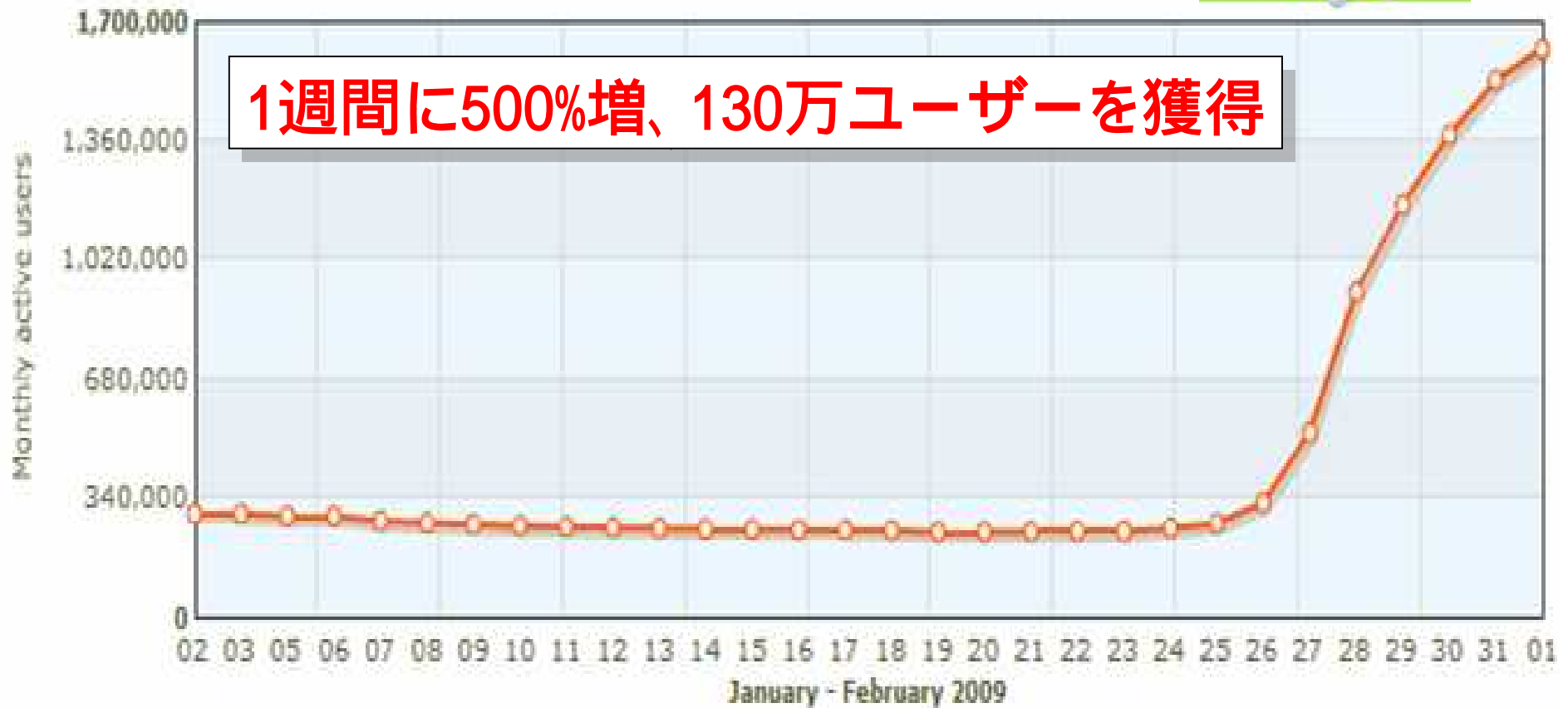
MAU for last 30 days
Water Gun Fight!



出典: <http://www.appdata.com/facebook/apps/index/id/37659358079> (2月1日現在)

Minigolf Party

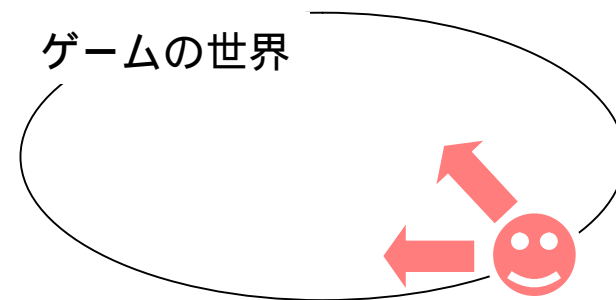
MAU for last 30 days
Minigolf Party



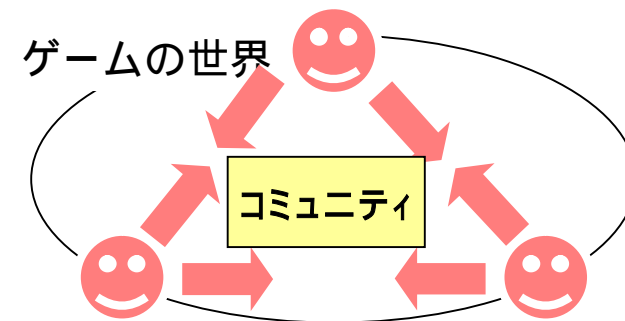
出典: <http://www.appdata.com/facebook/apps/index/id/19982892822> (2月1日現在)

既存ゲームとソーシャルゲームとの違い

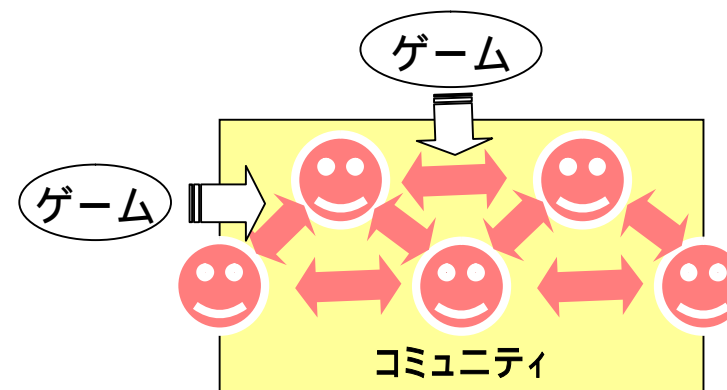
- コンシューマゲーム
 - パッケージを買ったユーザーにより長時間、充実した楽しみを提供



- オンラインゲーム
 - ゲームにユーザーを集めて、集まったユーザーの間にコミュニティを作り出す



- ソーシャルゲーム
 - SNSというすでにあるコミュニティ上にゲームを提供し遊んでもらう





縦方向は自由

幅は固定

- 広告課金
 - 各種広告ネットワークが整備されているのでそれを利用して、多くのユーザーが集めて広告収入を得る

- アイテム課金
 - オンラインゲームと同じアイテム課金でのユーザーからの直接課金

大手ソーシャルゲーム会社へのヒアリングによると
アイテム課金の方が収益率が格段に大きい！

mixiアプリ等 国内の状況

- トップページPV/月間: 1,600,000,000 PV
- トップページUU/月間: 8,030,000 UU
- 全体PV/月間: 7,000,000,000 PV
- 全体UU/月間: 8,030,000 UU

- ユーザー数: 1683万人 (4月20日現在)

- 【男女比】男性 51.9% 女性 48.1%
- 【地域比】北海道: 3% 東北: 3% 関東: 47% 北陸・甲信越: 4%
東海: 9% 近畿: 18% 中国・四国: 5% 九州・沖縄: 7%
- 【年齢比】18-19歳 9.1% 20~29歳 59.2%
30~39歳 24.6% 40~49歳 5.4%

- 国内事業者で初めてSNS内でのアプリに対応予定

- 2009年4月mixiアプリ 版公開
- 2009年8月mixiアプリ PC版 正式公開
- 2009年9月mixiアプリ モバイル版 正式公開
- 2009年10月mixiアプリ モバイル版 課金API開始

その後も随時拡張予定

(4/23のmixiアプリカンファレンスの発表より)

- 1位 814324 サンシャイン牧場 (Rekoo)
- 2位 622563 通信制 脳力大学-漢字テスト (株式会社ドリコム)
- 3位 328082 マイミクテトリス (テトリスオンライン)
- 4位 305747 マイミク通信簿 (空飛ぶ)
- 5位 291562 記憶スケッチ (株式会社REAL)
- 6位 285295 みんなの農園 (RAKOO)
- 7位 226440 RockYou! スピード レーシング (ロックユーアジア)
- 8位 208942 みんな顔! (株式会社サイバード)
- 9位 187753 グラディウス (KONAMI)
- 10位 126159 四則演算ゲーム (アルカーナ株式会社)

(9/24)

参考: <http://suadd.com/wp/blog/455>

Facebook等の ソーシャルゲームで ビジネスを行う際の問題点

- ソーシャルゲームビジネスで成功出来るゲームとは
 - バイラル効果を最大化できるゲーム作り
ユーザーが来なければビジネスがスタートできない
 - リピートしたくなるゲーム作り
1回入っただけではなく何度もプレイしたくなる面白いゲーム
 - 課金効率を最大化できるコンテンツ
収益率の高いアイテム課金の収益を最大化
 - インフラ効率のよいコンテンツ
通信費用やサーバーの台数が少なくてもユーザーが遊べるゲーム

- 35万あるアプリの中でどのようにユーザーを集めるのか？
 - 母数は3億人いるが、ユーザーに見てもらえなければゲームの良さの評価すらされない。
 - ソーシャルゲームの場合、バイラル効果を高めてユーザーを増やすのが基本だが、最初のユーザーはバイラルで集めることはできない。
 - 主要ソーシャルゲーム会社によると、1万～10万人程度のユーザーから爆発が見込めるようになる。
 - 10万人を広告で集める場合、500万～1000万円掛かる（最低価格といわれているRockYou広告を使う場合で）

- 1ヶ月で50万人に増えるユーザーをどう処理するのか
 - ユーザー間コミュニケーションやバイラル効果、チート等の問題に対応するため、サーバー上でのゲーム構築が基本
 - ユーザー数をまかなえるサーバーが無ければ、せっかくの良質なゲームでもユーザーは逃げてしまう
 - 最初から50万人用のユーザーインフラを用意してしまってユーザーが増えないとインフラ投資と運用だけですさまじいコストが掛かる。

ユーザーの増加にあわせて適切なインフラ投資が必要。

オンラインゲーム・プラットフォーム

dango PLAY

dangoの概要



dango概要

パブリッシャーになるためのツールとソリューション

- dangoは、ゲーム開発会社がソーシャルゲームにおけるパブリッシャーになるためのツールとソリューションを提供します。
 - dango-PLAY:
 - ▶ 各種SNSからアクセスしたソーシャルゲームにツール提供を行い、ユーザーは品質の高いソーシャルゲームを遊べる

dango概要

インフラ、集客の枠組み、課金システム

← 開発会社、クリエイターが行います
→ dangoが支援します

dango-PLAY機能の組み込み
認証、ランキング、
ユーザーマッチング、
通信フレームワークなど



公開用のWEB
サーバー
通信インフラ

マッチング機能から
ユーザーの集客
(Facebookアプリ等)

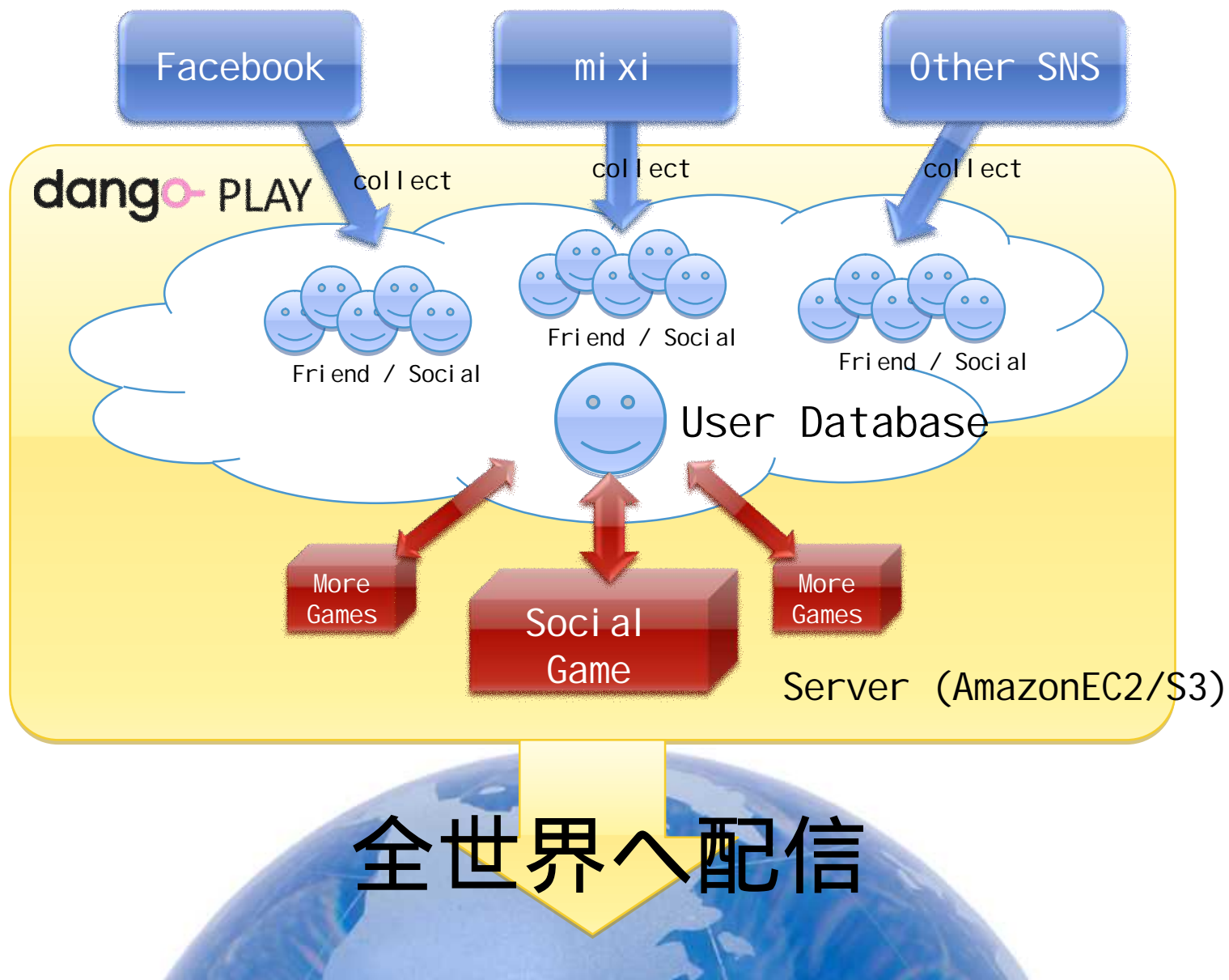
広告やコンテンツ課金
などで収益の仕組み

開発会社、クリエイターが
コンテンツの面白さの核を作ります

開発会社、クリエイターが作ったコンテンツを
世界に公開し、集客、課金をdangoが支援します。

dango概要

dango-PLAYでの概念図



dangoの マーケティング、宣伝、広告支援

dango にある全てのサービスやゲームがリンクします。





マーケティング 1ソースコードで、Facebookとmixiへの同時配信

Facebookアプリ、mixiアプリとして配信

facebook

Facebookアプリ

mixi

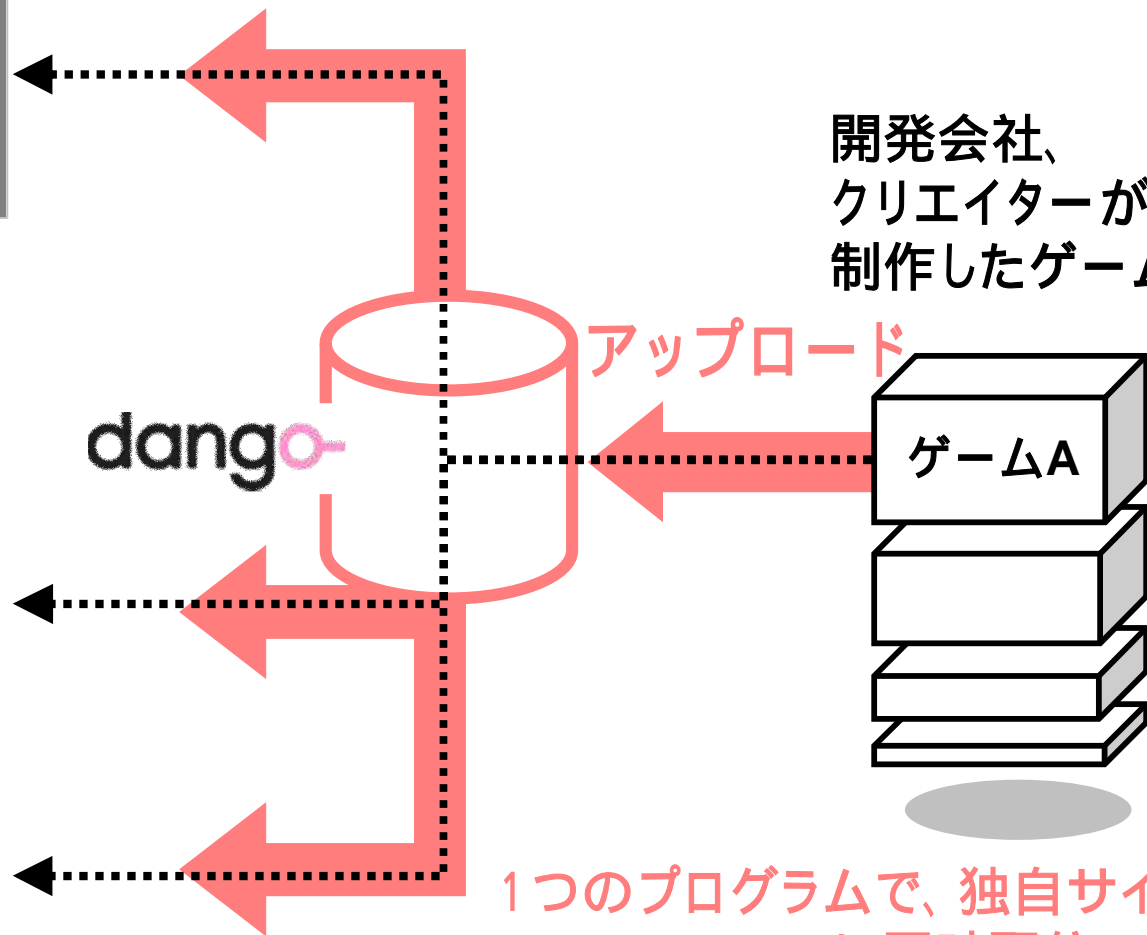
mixiアプリ
開始の2009年秋
対応予定

mixiアプリ

dango

Youtubeのように
自社サイトに
ゲームの
貼り付け可能

dangoサイト



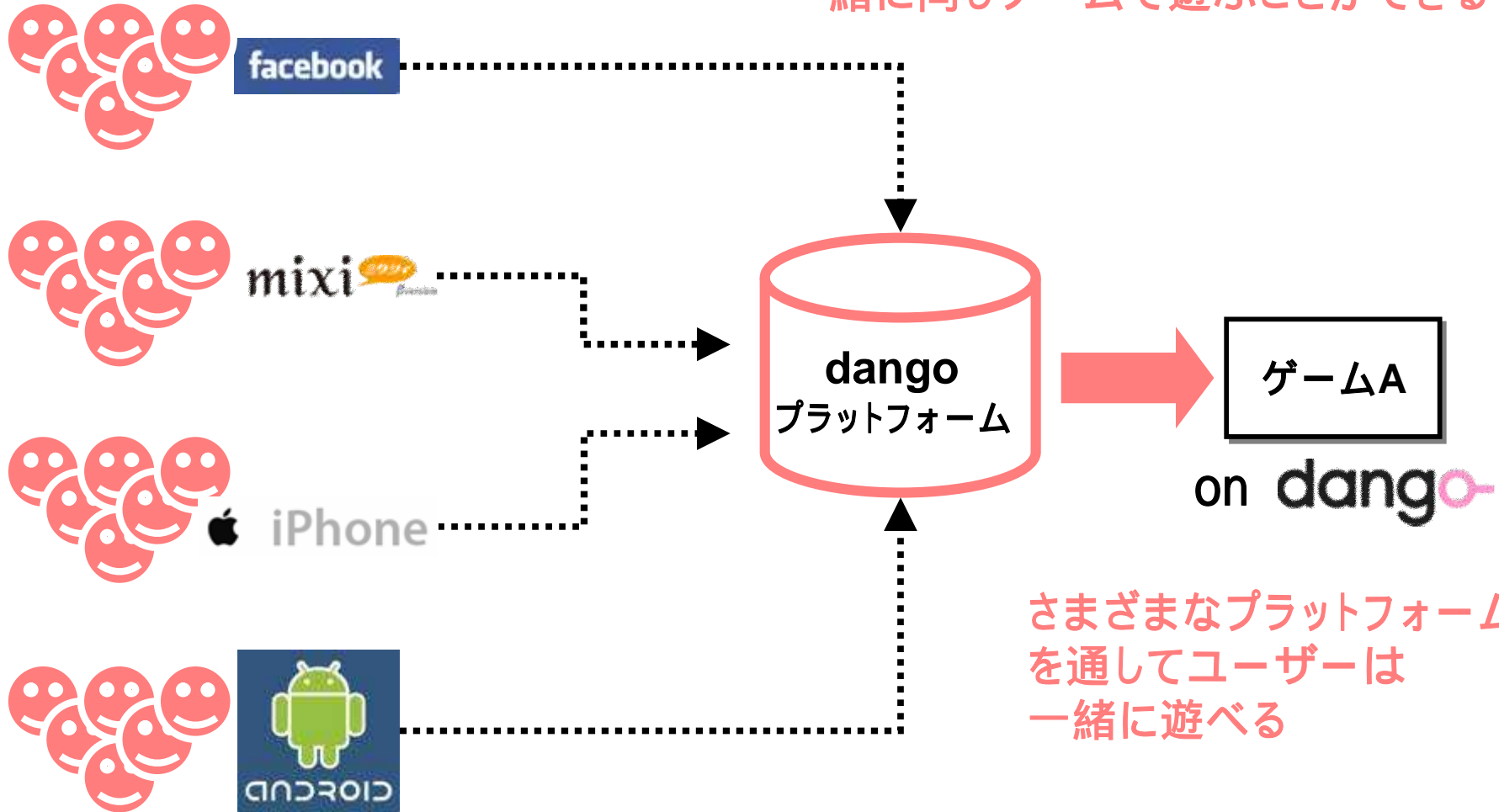
1つのプログラムで、独自サイト、
Facebook、mixiに同時配信

iPhone、Android用のプラグインも現在開発中です。
ただし、モバイルは1ソースコードでは配信できません



マーケティング dango-PLAYなら一緒に遊べる

dango-PLAY対応したゲームのユーザーは、
一緒に同じゲームで遊ぶことができる



iPhone、Android対応は、現在開発中です。
iPhone、Androidでは、1ソースコードでは動作しません。

dangoの インフラ支援

インフラ AmazonEC2を使った柔軟なスケールアウト

- 世界最高レベルの信頼性を持った通信インフラ + サーバー
- 完全従量課金かつ仮想OS環境なのでユーザーの増加に応じたサーバーの追加削除が柔軟に行える
- 配信サーバー (CDN) が世界中あるため、世界展開が行いやすい
- クラウドフロントにより、通信の価格と速さの両立ができる



- 契約後、1営業日で提供される開発環境
 - Facebookとの連動している開発環境
 - そのまま開発ができるサーバーの提供
 - 開発環境上に動作するサンプルプログラムとソースコード
 - 情報共有のためのWikiと掲示板

- 開発環境で作ったゲームをそのまま公開可能
 - 公開サーバーと同等機能を持ったステージサーバー
 - ステージサーバーから公開サーバーへの移動で公開開始
 - 負荷増大時に数時間でサーバー追加可能な柔軟なスケールアウト機能

dangoの 課金システム

- 課金システム
 - 開発環境と統合された課金システム
 - 海外の決済システムとの連動
(各国ごとの最適な決済システムと連動)
 - ドルなどの海外決済でも円に換算しての支払い

dangoの ゲーム製作コンサルとツール

Facebookアウトプット

ユーザー / ログイン管理

ユーザートラッキング

マイページ

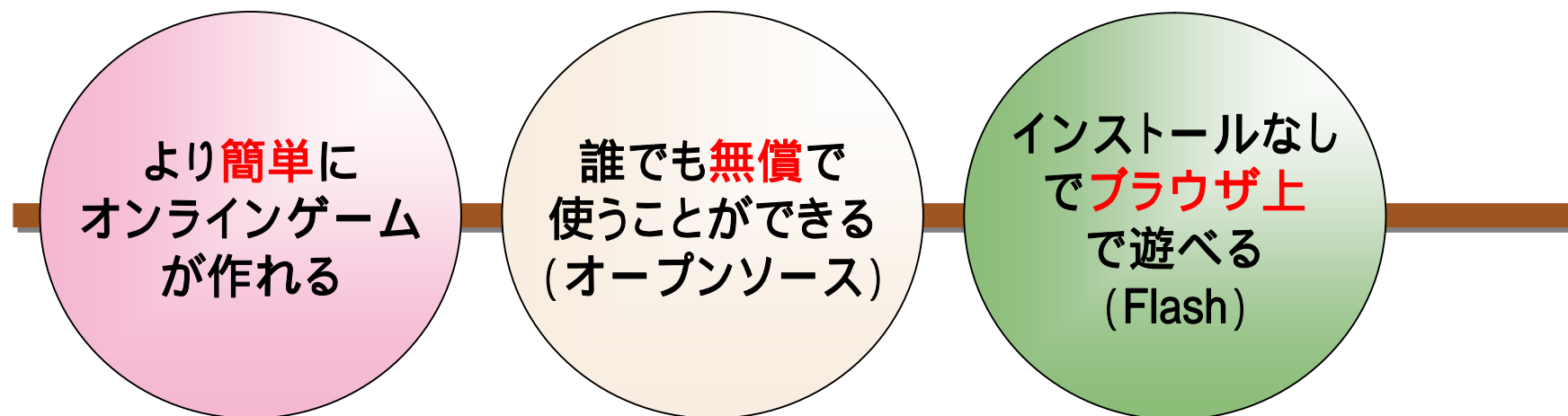
SMS

ゲーム間リンク

リアルタイム通信FW

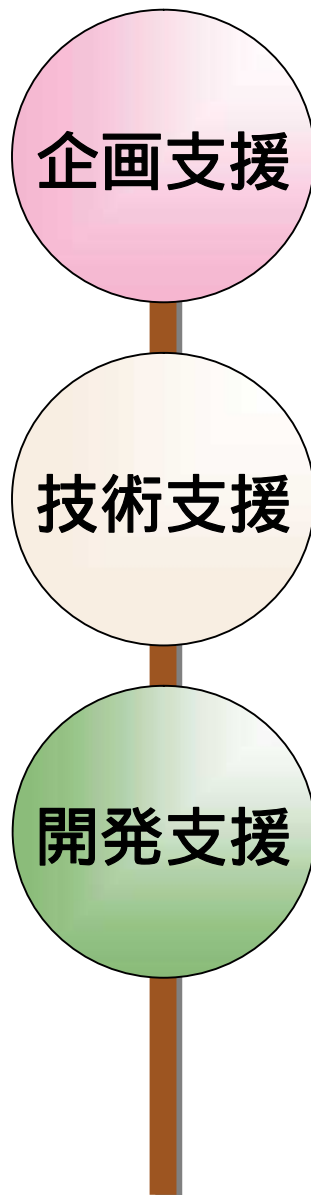
! dangoのシステム上でゲームを制作することでこれらの機能を自由に使えます。

オンラインゲーム開発環境 「dangoフレームワーク」



オンラインゲーム会社にも
採用され、安定稼働実績

IPA (独立行政法人情報処理推進機構) の
未踏ソフトウェア事業に採用され
すでに完成した自社技術



- より集客しやすいコンテンツにするための方法
- より課金しやすいコンテンツにするための方法
- オンライン対戦させるためのフレームワークの使い方
- 必要な開発を行える開発会社の紹介

コンサルティング例
開発中: 週1回の開発ミーティング
公開後: 月1回の状況確認ミーティング

dangoのビジネスモデル

dangoはユーザーからの収益をシェアします

dangoのインフラ(サーバー、通信回線、運用費用)をシェアします

dangoは集客したユーザーを各コンテンツでシェアすることでより効果的な集客を実現します

ノウハウをシェアします

- ・人が人を呼ぶゲームの作り方
- ・開発者が直接課金するため仕組みやコンテンツ
- ・オンラインゲームの技術ノウハウ

dangoは
開発者と一緒に
売れる
ソーシャルゲーム
を作ります

dangoの実績



- 株式会社マイクロアド様との共同制作
- 日本、台湾での運用実績
- 女の子向けのペット育成ゲーム
- Facebookアプリとして8月に公開
- SNS対応とソーシャル化を徹底的に行う
- アバター課金・家具などの課金

- ゲームリリース後、約5週間のMAU遷移



注意： MAUとは、MonthlyActiveUser(その日から過去30日間のアクティブユーザー数)です。

出典：<http://statistics.allfacebook.com/applications> (9/24)



- 北米および全世界で大ヒットしたFlashゲーム“Tower Defense”をベースとしたゲームシステムを採用
- オーク対人間(ヒューム)のバトルがテーマ
- 友達とバトルし領土を広げるといった“対戦型”ソーシャルゲーム
- 誰でもわかるゲームシステムとソーシャル性を融合
- ドット絵を使い極めて日本のゲーム的なテイストを全面に押し出す
- 日本製のゲームをアピールし、海外のゲームファンの心をつかむ



- ゲームは2プレイヤーのバトルとしてプレイします。
- フレンドの誰かを「仮想的に」対戦相手として選択します。
- 対戦相手との勝敗(ゲームの結果)はサーバを通して、選択した相手に通知されます。
- あたかも多人数で遊んでいるような感覚を作ることが狙いです。

dangoと他社の比較

現時点では、世界でも同じサービスを行う会社はいません。
ただ、あえて既存のパブリッシャーやゲームポータル、投稿サイトと比較するのであれば、以下のようなこととなります。

- 既存のゲームパブリッシャーとの違い
 - dangoはゲーム自体の権利買い取りなどを行わないため、クリエイターは継続的な収益源と二次展開時の可能性などを継続できます。
- 既存ゲームポータルとの違い
 - dangoはゲーム自体の権利買い取りなどを行わないため、クリエイターは継続的な収益源と二次展開時の可能性などを継続できます。
 - ポータルのようにユーザーの囲い込みを行わないため、より多くのユーザーにプレイしてもらうことができます。
- 既存ゲーム投稿サイトとの違い
 - 既存投稿サイトではシングルプレイゲームにしか対応できませんが、dangoではマルチプレイもののゲームを作ることができ、またそのサーバー、通信インフラも提供されます。
 - その他Facebook、mixiなどへも出力できるようになっているので、より多くのユーザーにプレイしてもらうことができます。