

2018年上半期「日本モバイルゲーム市場レポート」を公開

成長続ける日本のモバイルゲーム市場に海外勢が続々進出！

今年も東京ゲームショウの季節がやってまいりました。毎年、この時期には国内外のゲームファンやゲーム業界関係者が東京に集い、会場を埋め尽くします。App Annie では昨年につき、2018年上半期における日本のモバイルゲーム市場を総括するレポートを公開します。

▶レポート全文はこちら：<https://bit.ly/2plmC1c>

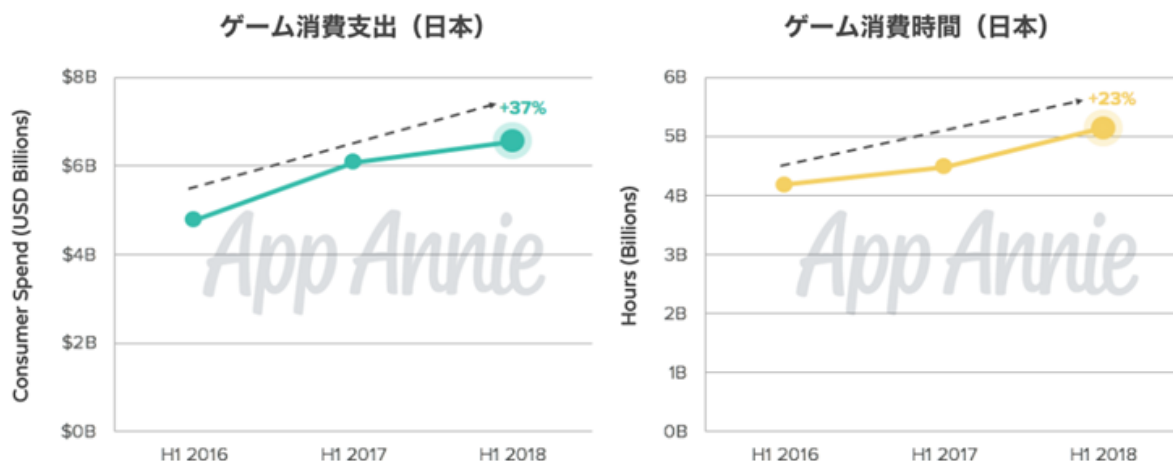
レポートのポイント

- ✓ 日本のゲーム消費支出、消費時間は2018年上半期も引き続き成長
- ✓ 2018年上半期の消費支出は世界トップの7,000億円超
- ✓ 国内パブリッシャーのアプリが市場の大部分を専有するも、海外パブリッシャーのシェアが伸長
- ✓ 日本国内で中国企業のゲームに対する消費支出が急成長

■未だ成長を続ける日本のモバイルゲーム市場

2018年上半期の消費支出は世界トップの7000億円超

昨今では、日本のモバイルゲーム市場は飽和状態と懸念される声もありますが、日本のモバイルゲーム市場の規模は未だに成長を続けており、2018年上半期の消費支出は7000億円以上で世界トップとなりました。利用時間についても昨年下半年を超える成長率で増加しています。



ダウンロード数、消費支出：iOSとGoogle Playの合算。消費支出はストアへの手数料を含むグロスの金額。
消費時間：Android Phoneのみ。

■ 海外勢の躍進でモバイルゲーム市場の構成に変化が！

国内パブリッシャーのアプリが市場の大部分を専有するものの、海外パブリッシャーのシェアが拡大

2018年上半期の収益ランキングを見ると、ランキング常連の長期ヒットタイトルが大部分を占める中、2017年上半期にはランクインしていなかった4タイトルが新たにランクインしています。そのうち3タイトルは海外企業のものとなりました。新規のランクインにも関わらず8位にまで上りつめた**荒野行動-Knives Out**の爆発的なヒットとそれによる「バトルロワイヤル」というカテゴリの確立はこの上半期におけるホットトピックの一つです。

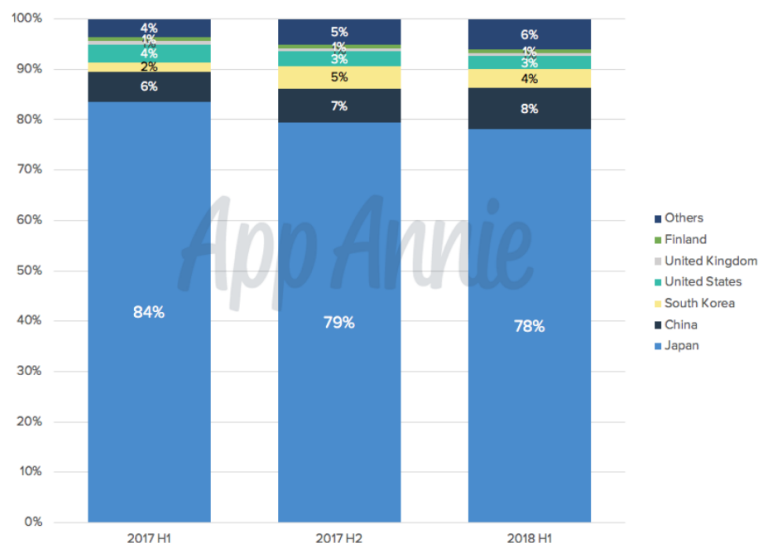
2018年上半期 トップ20 ゲーム (iOS・Google Play合計消費支出, 日本)

順位	ゲームタイトル	企業	本社
1	Monster Strike	mixi	Japan
2	Fate/Grand Order	Sony	Japan
3	Puzzle & Dragons	GungHo Online Entertainment	Japan
4	Dragon Ball Z Dokkan Battle	BANDAI NAMCO	Japan
5	Disney Tsum Tsum	LINE	Japan
6	GranBlue Fantasy	CyberAgent	Japan
7	THE IDOLM@STER Starlight Stage	BANDAI NAMCO	Japan
8	Knives Out	NetEase	China
9	Lineage 2 Revolution	Netmarble	South Korea
10	Jikkoyu Pawafuru Puroyakyu	KONAMI	Japan
11	Pokémon GO	Niantic	United States
12	BanG Dream	Craft Egg	Japan
13	Hoshi no Dragon Quest	SQUARE ENIX	Japan
14	PokoPoko	LINE	Japan
15	Azur Lane	bilibili	China
16	FINAL FANTASY BRAVE EXVIUS	SQUARE ENIX	Japan
17	Fire Emblem Heroes	Nintendo	Japan
18	Professional Baseball Spirits A	KONAMI	Japan
19	Colopl Rune Story	COLOPL	Japan
20	Sengoku Enbu KIZNA	CyberAgent	Japan

■ 新規ランクイン (2017上半期との比較)

過去のレポートでも触れましたが、日本市場の大半は日本現地のパブリッシャーによる売上で成り立っており、日本国内で継続的な成功をおさめる海外パブリッシャーはほんの一握りでした。しかし、先の収益ランキングからも見てとれるように、この傾向は徐々に変化してきています。2017年上半期に市場の84%を占めていた国内パブリッシャーの売上は、2018年上半期に78%まで低下しています。

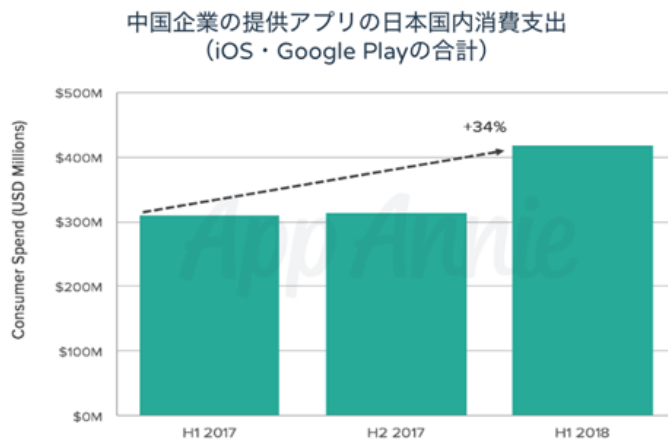
企業の本社所在地別日本国内ゲーム収益のシェア (iOS・Google Playの合計)



■日本市場を熟知した中国企業の成功のカギは？











2018 年上半期は中国企業のゲームアプリの消費支出が急成長

特に日本でのシェアを伸ばしたのは中国のパブリッシャーです。2017 年上半期との比較で見ると、2018 年上半期における日本国内の売上は 30%以上の増加をしています。日本国内での高収益を上げているアプリを見ると、先程の収益ランキングでもランクインをした**荒野行動-Knives Out** と**アズールレーン**に加えて、**The King of Fighters' 98 Ultimate Match** のような日本発 IP のタイトルも上位にランクインしています。



中国企業発のアプリが日本市場を攻略し始めているのには様々な要因が考えられますが、一つは中国国内に日本のコンテンツを好むユーザー層が一定規模存在しており、日本風のゲームを作る素地があるという点が挙げられます。もう一つは、日本市場を理解し、深いレベルでのローカライズや、マーケティングをしているという点があります。

2018年上半期 中国企業のトップ10 ゲーム (iOS・Google Play合計消費支出, 日本)

	Unified App Name	Company
1	 Knives Out	NetEase
2	 Azur Lane	bilibili
3	 The King of Fighters' 98 Ultimate Match	Tencent
4	 Ensemble Stars	Happy Elements
5	 Empire of Warships	Qikuyx
6	 Clash of Kings	Elex Technology
7	 My Country	Jedi Games
8	 Age of Three Kingdoms	Shanghai Ace
9	 All Within The Boundaries	NetEase
10	 King of Avalon: Dragon Warfare	FunPlus

アズールレーンはもともと中国向けのゲームであるにも関わらず、キャラクターのテイストは日本風であり、声優も日本人が担当をしていました。中国国内で日本コンテンツを好む層をターゲットにした作品であったということが分かります。パブリッシャーの Yostar 社はもともと日本風のタイトルに対して、コンテンツのカスタマイズなどにより、深いレベルでのローカライズを行い、日本展開を成功させています。

荒野行動-Knives Out をパブリッシングする NetEase 社も日本風ゲームの開発や日本展開のノウハウを蓄積しています。2017 年にヒットした**陰陽師**ももともと中国向けのゲームでありながら、クリエイティブは日本風になっています。**荒野行動-Knives Out** については、クリエイティブこそ日本風ではありませんが、マーケティングキャンペーンは日本の若年層を意識した Youtube や Twitter などを活用しており、日本市場を理解した上での施策だと言えます。

3 位の **The King of Fighters' 98 Ultimate Match** についても、日本の IP を中国向けに展開したものが、さらに日本向けにローカライズされて逆輸入される形で日本に進出しています。これは上で述べたような日中間でのコンテンツの親和性の高さがあったからこそ実現されたと考えられます。

■日本におけるモバイルゲームアプリ市場今後の展開

App Annie では日本国内のゲームアプリ市場での消費支出は今後も成長を続け、2022 年までに 182.9 億米ドルを上回ると予測しています。さらに、中国国内ではモバイルゲーム規制の動きもあり、日本市場をターゲットとする中国企業はさらに増加する可能性が考えられます。このように日本風のゲームや日本市場について深く理解したディベロッパーやパブリッシャーが増加することで、海外勢には攻略困難と言われ続けた日本の市場構成は徐々に変化してくるのではないのでしょうか。

▶レポート全文はこちら：<https://bit.ly/2plmC1c>

App Annie について

App Annie (アップアニー) は、アプリビジネスに役立つアプリ市場データと分析を提供する世界 No.1 の情報プラットフォームです。アプリ市場の情勢、自社アプリの競合優位性をより深く把握するため、100 万を超えるユーザーに利用されています。米・サンフランシスコに本社を置き、世界 15 都市で事業を展開しています。

現在までにセコイア・キャピタル、Institutional Venture Partners、IDG キャピタル・パートナーズ、eVentures、Greenspring Associates、グレイクロフト・パートナーズなどの世界中のベンチャーキャピタルから 1 億 5,700 万米ドルの資金調達を実施しました。

詳しくは www.appannie.com まで。

会社ホームページ：www.appannie.com

Twitter アカウント：[@AppAnnieJapan](https://twitter.com/AppAnnieJapan)

Facebook ページ：<https://www.facebook.com/appanniejapan/>

The logo for App Annie, featuring the words "App Annie" in a stylized, rounded, blue font.