

2021年版

# ソーシャルカジノ ゲームアプリ レポート

モバイルカジノの「大当たり」年



LIFTOFF

GameRefinery  
By Vungle



# 目次

## 01

### 市場の 勢力図

5ページ

## 02

### ユーザー 獲得の傾向

9ページ

## 03

### アプリの機能 インサイト

16ページ

## 04

### ユーザーを惹きつける コツ

23ページ

## 05

### 総括

27ページ

## 06

### レポート 参考資料

29ページ

# はじめに

新型コロナウイルスの世界的なまん延により、ソーシャルカジノゲームの人気は高まり、収益も増加しました。Statista の調査では、パンデミックの影響で約1,000軒のカジノ店舗が閉鎖された米国では、ソーシャルカジノのタイトルが大ヒットしたと報告されています。ソーシャルカジノ分野の全世界の総粗収益 (GGR) は、[2020年に62億ドル](#)に達しました。この数字は、2026年には75億ドルまで増加すると予測されています。

このジャンルのトップタイトルは大きな利益を獲得できます。しかし、ユーザ獲得とは今後1年でさらに難しくなると予想されます。従来のギャンブル会社やカジノ会社が市場に参入し、市場の動きや競争が激しくなっているためです。

幸いなことに、マーケティングは運任せのゲームではありません。アプリマーケティングは市場データを活用して長期的な戦略やキャンペーンを行い、すべてのセッションをアプリの利用促進とロイヤルティ向上の機会に変えることができます。また、プレイヤーにボーナスを与えることでエンゲージメントを深め、アプリ内課金を促進するような仕組みや機能を試すこともできます。

このレポートでは、モバイルゲームでキャンペーンや製品を最適化するために役立つ独自のインサイトをご紹介します。Liftoffは830億回のインプレッションと1,200万回のインストールをもとに広告パフォーマンスに関するインサイト、GameRefineryは独自の機能データと指標を活用して、モバイルゲームの開発、事業戦略に最大限に活用するためのインサイトを共有します。

# レポートの概要

## 収益

ソーシャルカジノアプリは予測期間中、米国のiOSデバイスだけで10億ドル近くの収益を記録しました。このような成功を収めているにもかかわらず、モバイルゲーム市場におけるソーシャルカジノのシェアはわずかに低下し、前年よりも1ポイント減少しました。

## コスト指標

インストール単価(CPI)は平均7.21ドルで、最高価格帯は2020年11月(7.63ドル)でした。Androidは5ドルで、iOSの2倍以上の価格で提供されています。

## 広告費用対効果(ROAS)

7日目と30日目のROASはそれぞれ平均11.12%と25.18%を記録しています。プラットフォームのパフォーマンスは拮抗しており、iOSの7日目ではAndroidと比較して良好な結果となるものの、30日目にはAndroidの方が優勢になっています。

## アプリ内の機能

ゲーム内で最も人気の機能を分析した結果では「Album Collectible」が最も人気が高く、ランキング上位100作品のうち74作品で採用されています。その他、Piggy BankやBattle Passといったインパクトのある機能も見られます。

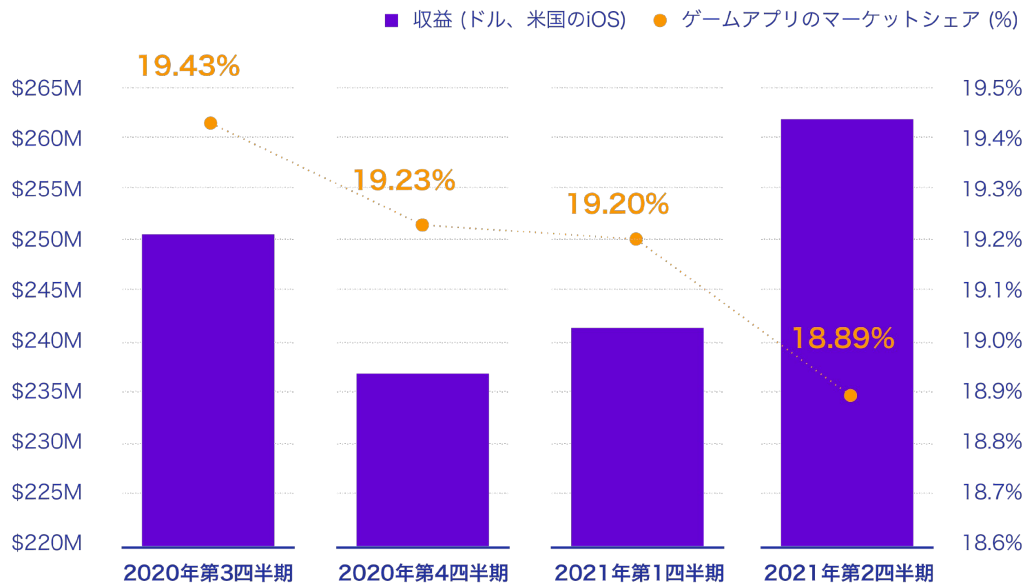
---

# 市場の動向

今、一番勢いのあるアプリを探る

ソーシャルカジノアプリは2021年を通して収益を上げるもトップに立つには不十分。  
米国では売上高がピークに達するも、マーケットシェアは低下

ソーシャルカジノの収益およびマーケットシェア



ソーシャルカジノ

# 成熟市場では、新規参入者のスケールアップは困難となりがち

ソーシャルカジノ分野で成功を収めたゲームは、長期間にわたってその地位を維持できる傾向にあります。参入障壁は厳しく、過去1年間で新規のソーシャルカジノタイトルがトップ200に入ったことはありません。





高品質のコンテンツをハイエンドのデバイスで楽しむことができるという点で、選択肢が多く、プレイヤー側の期待も高まります。

トップ品質のクリエイティブを制作し、それをストーリーに関連付けてユーザーの需要に一致させる必要があります。

---

Saikala Sultanova

Senior Director of UA & Growth

product madness  
An ARISTOCRAT Company





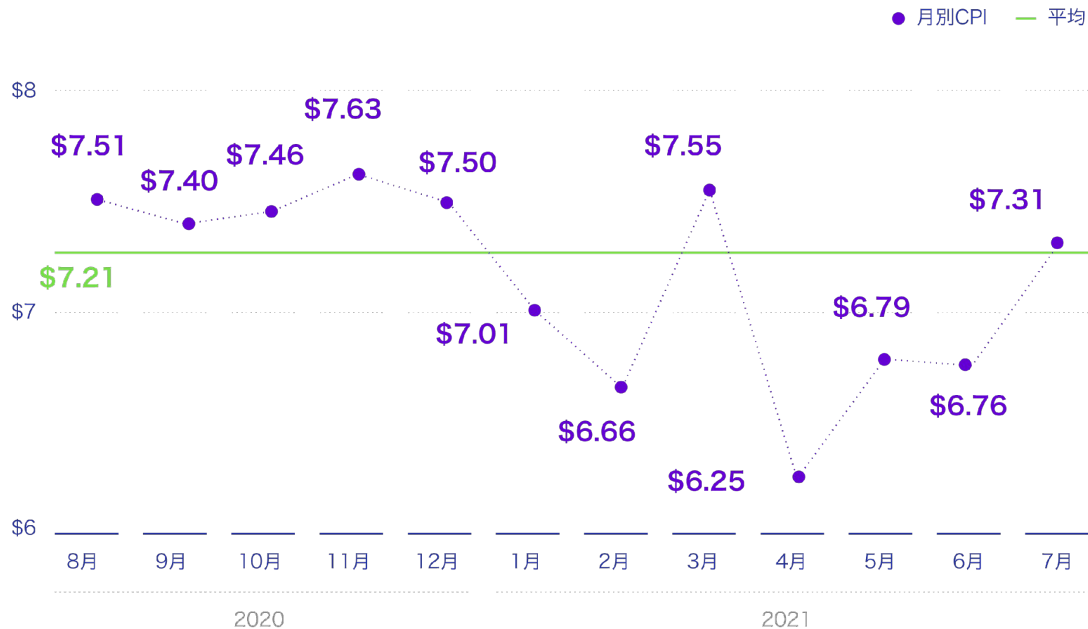
---

# ユーザー獲得の傾向

収益性の高いユーザーを獲得するためには、「データ」と「運」のバランスが重要です。

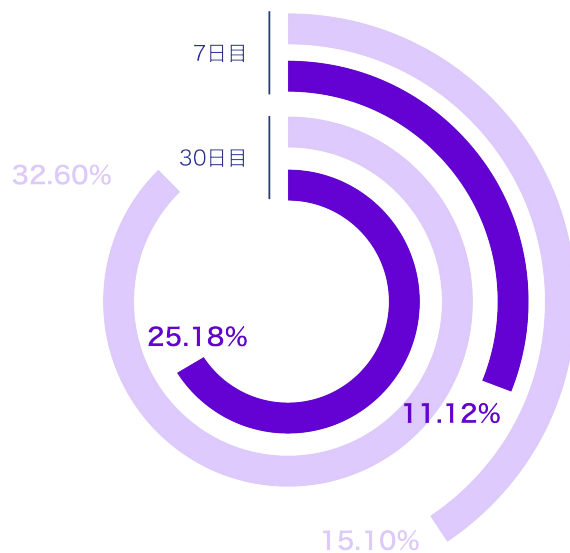
2020年はインストールコストが高騰するも、2021年は平均して価格が低下。4月にはCPIが最低値(6.25ドル)を記録したものの、7月には平均値を上回る水準(7.31ドル)まで回復

ソーシャルカジノのCPI(2020～2021)



# ROAS最適化にはマーケターの力量が問われるが 7日目に11.12%、30日目に25.18%とパフォーマンスは好調

ソーシャルカジノのROAS(2019~2021)

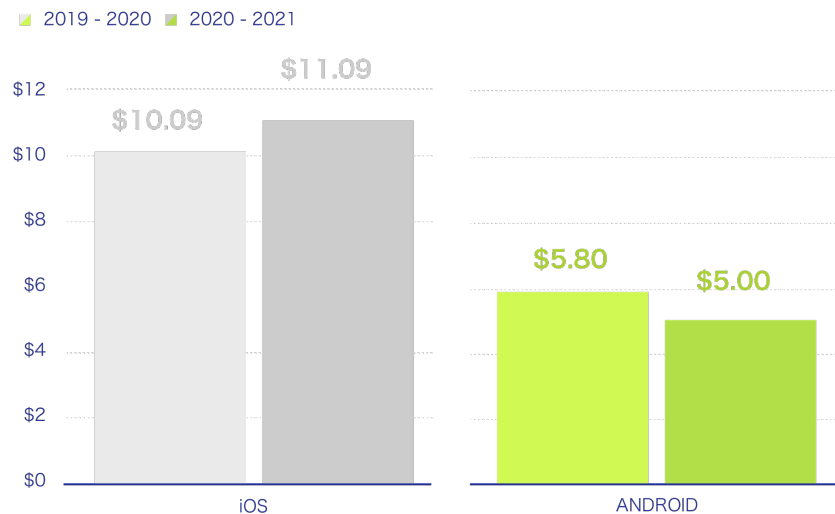


■ 2019 - 2020 ■ 2020 - 2021

## iOSユーザーの獲得コストはAndroidの2倍以上を記録

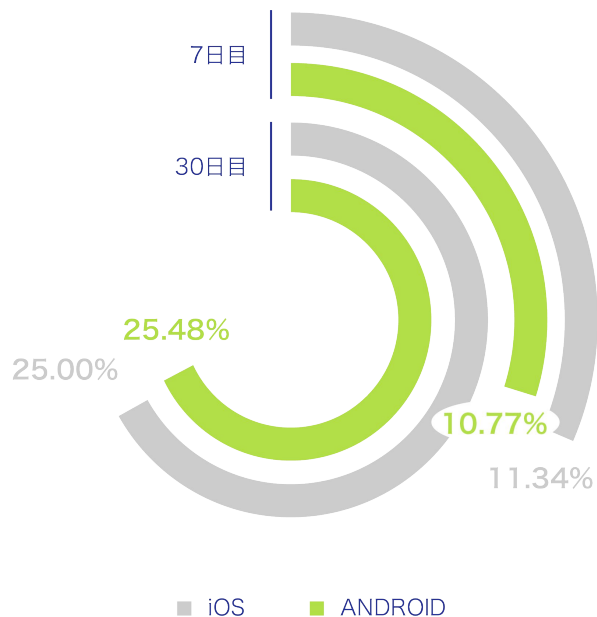
- 全体的に価格が上昇し、プラットフォーム間の格差が増加。iOSのCPIはAndroidに比べて122%も高くなっています。2020年には、プラットフォーム間の差は74%と比較的狭まりました。
- 価格差が考慮されたため、Androidのインストールコストは13.7%減の5ドルとなりました。
- iOSのCPIは1年で9.9%上昇し、11.09ドルになりました。これは、AppleのApp Tracking Transparency (ATT) に徐々に適応し、広告支出の習慣が変化したことと関連しています。

プラットフォーム別ソーシャルカジノのCPI(2020年と2021年の比較)



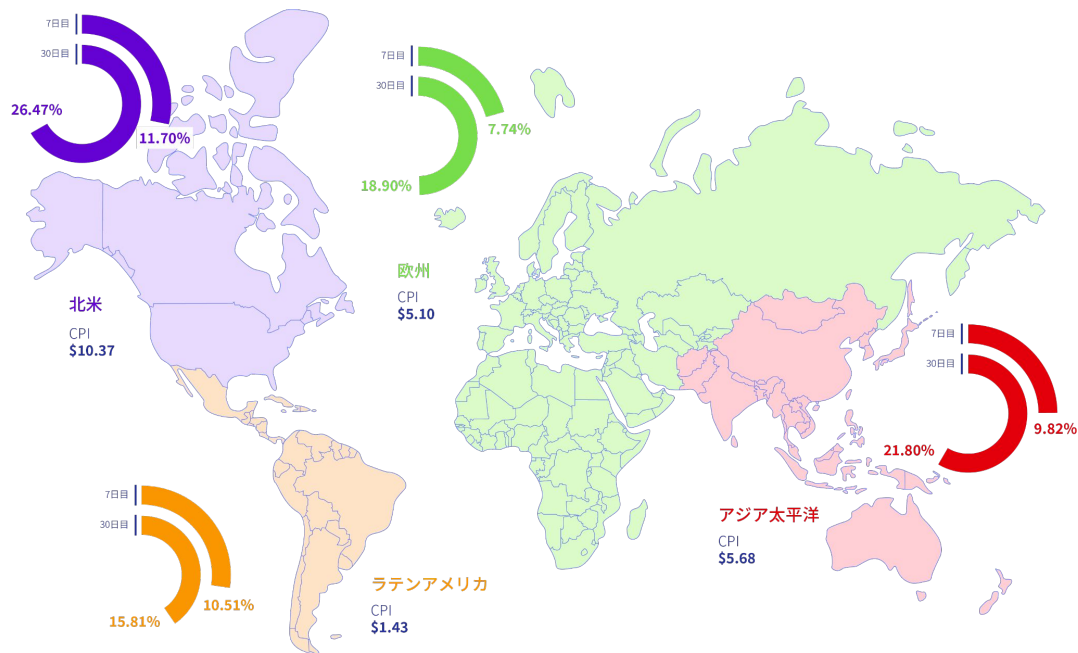
## 7日目のiOS ROASはAndroidより5.32%優勢でありつつも 30日後にはAndroidがiOSを1.9%上回る結果に

プラットフォーム別ソーシャルカジノのROAS(2020~2021)



# ラテンアメリカではCPIは平均1.43ドルと比較的安値 対して北米のROASは好調で、支出を惜しまなければ高リターン

地域別ソーシャルカジノのCPI & ROAS





エンゲージメントの高いユーザーは通常、課金額も高くなる傾向にあります。ユーザー獲得の際はコストだけにこだわりすぎないことが重要です。

そのかわりに、プログラマティックでは、機械学習の学習期間中に「より辛抱強く待つ」というスキルを身につけましょう。

時間をかけることでより良い結果が生まれます。

---

Wayne Qin

Co-Founder

**Triwin**



---

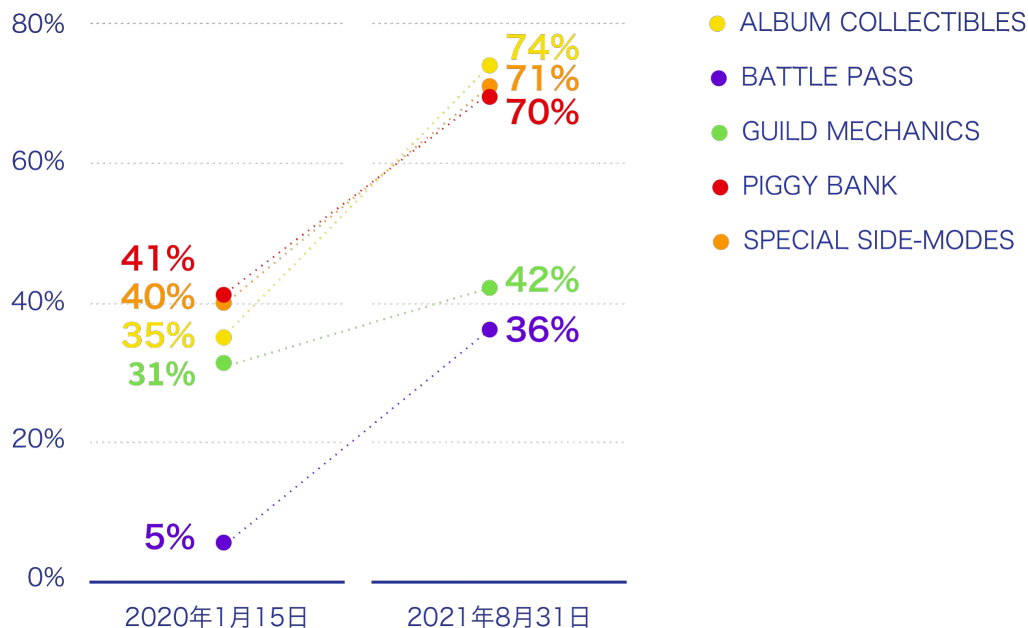
# アプリの機能に関する インサイト

アプリのパブリッシャーは、リピーターを獲得するためにリッチな機能で勝負するように。



# 大人気ソーシャルカジノゲームの5つの特徴を探る これらの機能がトップ100タイトルの収益を呼び込む鍵

トップ100のソーシャルカジノアプリ別 機能の変遷



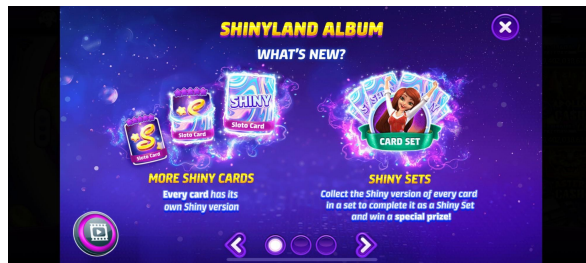
## Album Collectibles

Album Collectibleは5つの機能の中で最も人気があり(トップアプリの74%で採用)、急成長しています(39ポイント増)。

ユーザーはいろいろなものを収集してコレクションを完成させることで追加の報酬を得られます。

また、希少なアイテムを見つけることができます。

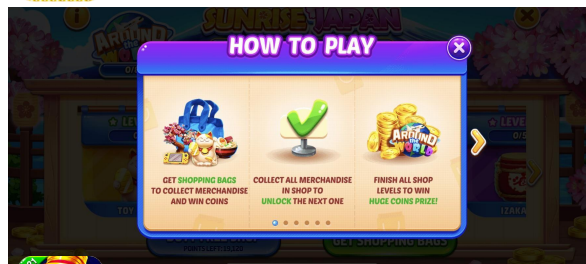
収集はゲームの中核となる体験に影響を与えず、ゲームへの没入感をさらに増幅させることができる柔軟な手段だと言えます。



Slotomania – Season Albums



Jackpot Party – All Stars



Cash Frenzy – Around the World



Texas Hold'em Poker: Pokerist

## Special Side-Modes

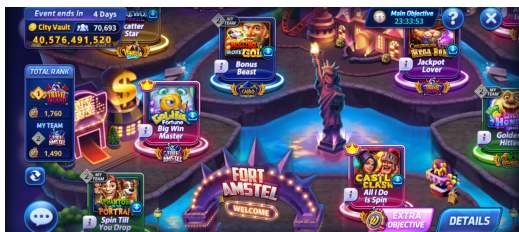
近年はSpecial Side-Modeやイベントがブームとなり、スロットやビンゴゲームの性質は「ランクアップに焦点を当てた単純なコアタイトル」から、「多様でメタ要素の強い体験」へと変化しつつあります。



DoubleDown Casino – World Traveler



House of Fun – Adventure Emily



DoubleU Casino – Casino City Challenge



Caesars Slots – Fortune Palace

Special Side-Mode は、一次元のゲームに新たなレベルのコンテンツを追加できる機能です。スペシャルサイドモードは通常、スロットを回すことで得られる通貨や資源を介して「メイン」のゲームループに紐付けられます。プレイヤーはそのリソースを使って追加モードを進められます。

Special Side-Mode の導入により、ソーシャルカジノゲームは充実したストーリーとゲームプレイが楽しめるより難易度の高いエコシステムへと進化しました。より多くのゲームがこの機能を取り入れており、2020年に(トップ100のゲームうち)40だった導入数は現在71まで上昇しました。

## Piggy Banks

Piggy Bank (貯金箱) システムは、効果的なマネタイズとエンゲージメントに役立つツールです。ユーザーはゲームをすることで貯金箱にお金を貯められます。

貯金箱が満杯になったら、コンテンツを格安価格で(リアルマネーでも可)購入することができます。

ソーシャルカジノゲームのPiggy Bankは、実装面ではあまりバリエーションがありません。

しかしこのシンプルさは利点でもあります。

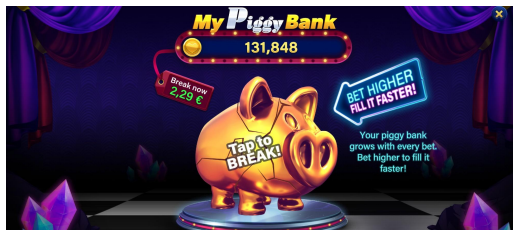
Piggy Bankも同じく人気があり、トップ100のゲームのうち70種類で採用されています。



Huuuge Casino Slots – Huuuge Vault



Cashman Casino Slots – Piggy Bank



Heart of Vegas Casino Slots – My Piggy Bank



Jackpot World – Kitty Bag

## Guild Mechanics

ソーシャルカジノゲームはカジュアルなプレイヤーをターゲットにしているため、ギルドの仕組みはミドルコアゲームのように複雑である必要はありません。ギルドは社会的なエンゲージメントを高めるために存在するため、プレイヤーは他のユーザーとゲームと一緒にプレイしたり、チャットで交流する機会を得ることができます。

ギルドは、協力が必要となるタスクやチーム対抗戦など、その他のソーシャル機能の基盤となるものです。

ほとんどのカジノゲームのギルドでは、メンバー同士が助け合い、クローズドな環境でチャットをすることができます。

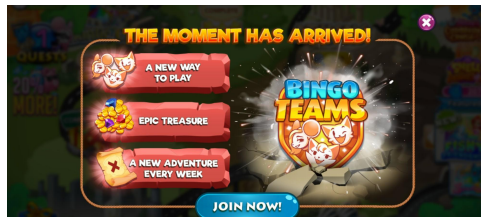
これらは、カジノゲームに初めてギルドを導入する際の「最低条件」であり、トップ100のゲームうち42のゲームで採用されています。

トップタイトルに至っては、ギルドの仕組みをさらに拡張しているものも数多くあります。

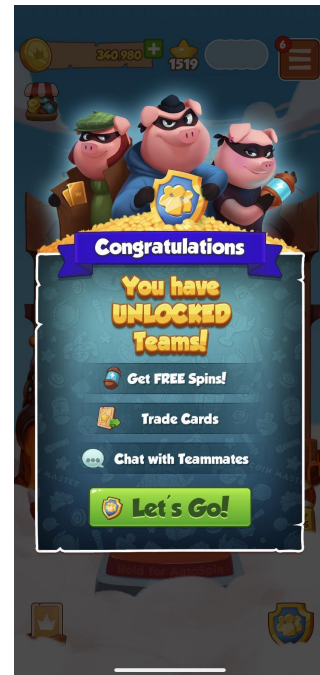
ギルドイベント、共同作業、大会、ユニークなプレイモードなど、ギルドがプレイヤーに提供する協力的な要素や社会的な側面が活かされる形となっています。



Lotsa Slots – Clans



Bingo Blitz – Bingo Teams



Coin Master – Teams

## Battle Pass

Battle Passは、プレイヤーに達成感を与えながらセッション間の進行を促進します。合計36%とそれほど多くのゲームでは見られない機能ですが、2020年の5%と比べると採用率は飛躍的に増加しました。



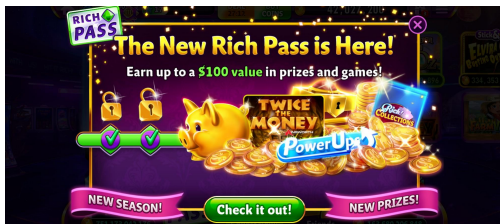
Cash Tornado Slots – Season Pass



Slotomania – DashMax



Cash Frenzy Casino Slots – Mission Pass



Hit It Rich Casino Slots – Rich Pass

上位カジノゲームのBattle Passはどれも比較的似ています。どのゲームでも、プレイしている間に追加の賞品を獲得するチャンスがあり、早くステータスを上げたいプレイヤーにとってはスピーディーにゲームを進められる良い機会となります。

これは以下の2つの方法で収益化することができます。

- **直接的な収益化**: パスを購入してより高いティアのリワードを獲得する場合など、いわゆるサブスクリプションのようなもので、シーズンごとに新しいパスが発行されます。
- **間接的な収益化**: ユーザーが他のオファーに触れることで、エンゲージメントやプレイ時間が増加する状況を指します。

---

# ユーザーを惹きつけるコツ

GameRefineryの「モチベーションフレームワーク」を活用して、  
ソーシャルカジノゲームの流行理由を探る

## ソーシャルカジノゲームが人気の理由

GameRefineryが独自に追跡・分析する12のモチベーションドライバーでその理由が明らかに

- モチベーションドライバーはプレイヤーがゲームを楽しむ理由を定義し、測定するものです。
- このフレームワークは英語圏の7,000人以上の人々を対象にした調査をもとに構築され、12種類の異なるモチベーションドライバーモデルを使用しています。
- モチベーションドライバーは性質に基づいてグループ化され、ペアまたは「モチベーショングループ」を形成します。例えば、「スキルの向上」や「マイルストーンの達成」は「熟練」に該当します。



ソーシャル - 他ユーザーとの共同作業



ソーシャル - 他者と競争する



熟練 - スキルの向上



熟練 - マイルストーンの達成



マネジメント - 戦略計画の策定



管理 - リソース最適化



表現 - ロールプレイ & 感情表現



表現 - カスタマイズ & 装飾



探索 - 新しい世界の発見



探索 - 宝物の収集



現実逃避 - 思考 & 解決



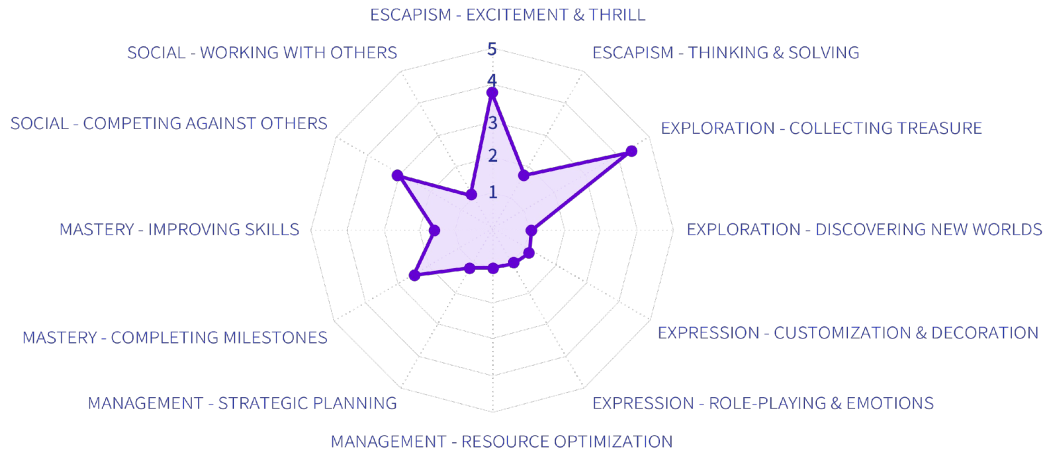
現実逃避 - ワクワク感 & スリル



# プレイヤーのペルソナを分析する

## 最もエンゲージメントが高いソーシャルカジノユーザーは？(GameRefinery調べ)

- プレイヤーは、スリリングなゲーム性と「財宝集め」系の機能を期待しています。
- プレイヤーは特にカードゲームでの勝負を楽しんでいます。
- ユーザーの属性は、男性と女性が均等になっています。
- ユーザーの年齢層は他のジャンルに比べて高く、45歳以上のプレイヤーが約半数を占めています。



属性	割合
男性	50%
女性	50%
16~24歳	11%
25~44歳	43%
45歳~	47%

スコア5 = とても重要、1 = 重要でない



機械学習は急速に成長しています。  
マーケターにとって、機械学習により自動化された  
アセットセレクションを最大限に活用するためには、クリエイ  
ティブアセットを効率的に制作することが  
極めて重要です。

---

(Basil) Yunong Zhang

CTO & Social Casino Lead

**Joyient**



---

# 総括



ソーシャルカジノというジャンルでは収益が上がってきていますが、競争の激化やアプリのマーケティングの状況により、ゲームのペイアウトは難しくなっています。大当たりを出すために、マーケターとプロダクトチームは、広告からアプリ内の体験に至るまで「ワクワク感」を提供する必要があります。

James Haslam  
Senior Marketing Insights Manager

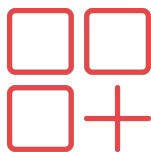


---

# 参考資料

# Liftoffのメソドロジー

データ取得期間: 2020年8月1日 - 2021年8月1日



**239**

アプリ



**83**

インプレッション  
(単位: 10億)



**1.1**

クリック数  
(単位: 10億)



**12**

インストール数  
(単位: 100万)



## Liftoffについて

Liftoffはモバイルアプリ向けのマーケティングプラットフォームです。高品質のアプリユーザー基盤を大幅に成長させるためのサポートを提供しています。Liftoffではバイアスのない公平な機械学習モデルを使用して、お客様のアプリにマッチする最適なユーザー層の割り出しを行っています。また、ユーザーにとってより魅力的な広告体験となるようクリエイティブテストを行い、LTV目標に直結する「収益単価(CPR)」最適化モデルの採用などを積極的に行っています。

Liftoffは2012年創業以来、多くの大手ブランド広告主様やアプリ事業者様と長いお付き合いを続けています。拠点をRedwood Cityに置き、Liftoffはニューヨーク、ロンドン、パリ、シンガポール、ソウルそして東京にオフィスを構え世界中にビジネスを広げています。

[www.liftoff.io/jp](http://www.liftoff.io/jp)



## GameRefineryについて

GameRefinery by Vungleはモバイルゲーム市場における機能レベルのデータを提供しているリーディングカンパニーです。

データベース内の情報は数十万以上のゲームをカバーしており、つねに最新にアップデートされています。Zynga、Wargaming、King、FunPlusなどの大手ゲーム会社がGameRefineryを利用しています。

GameRefineryのプラットフォームは、独自のアルゴリズムがあり、専門のアナリストチームのサポートが特徴です。デベロッパー、パブリッシャー、投資家など、方々に向け、ヒットタイトルの成功要因をを紐解き、ゲーム戦略、開発に役立つインサイトをお届けします。

[www.gamerefinery.com](http://www.gamerefinery.com)

