

日本マーケットトレンドレポート 2019年2月

日本語版



レポートでの提供内容をご確認頂くために本編内容を抜粋したSampleです。
全レポート内容をご希望の場合はお問い合わせください。



お問い合わせ : <http://corp.spicemart.jp/contact/>

Sp!cemart

セールスランキング平均順位

4 2月セールスランキング平均順位

リリース予定ゲーム

6 今後の注目タイトル紹介
注目タイトルの事前登録情報

特集

8 **特集1 ガチャ救済措置・特典調査**

ガチャというマネタイズはその仕様上、基本的に何度も挑戦して目当てのものを獲得するようになっている。そんな中、タイトルによってはガチャを回した際に排出物とは別のアイテムを獲得でき、それを集めることで任意のアイテムと交換できるなどの救済措置を設けている場合がある。そこで今回は、上位タイトルにおけるそれらの要素を調査した。

53 **特集2 期間限定ログインボーナス調査**

今や実装が当たり前といっても過言ではないほど、一般的となったログインボーナス。本特集では常設されたものとは別途、特定の時期やイベントの実施タイミングなどに合わせて行われた「期間限定ログインボーナス」について調査を行った。

アプリレポート

94 ▶ 『MASS FOR THE DEAD』分析

イベントトピックス

111 ▶ 『逆転オセロニア』
-3周年記念の豪華施策で133位から21位まで上昇！

117 ▶ 『ドラゴンボールZ ドッカンバトル』
-4周年記念イベントで1位を維持！

125 ▶ 『FINAL FANTASY BRAVE EXVIUS』
-バレンタイン関連のイベントで183位から9位に！

129 ▶ 『ドラガリアロスト』
-バレンタインを題材としたイベントで164位から20位までアップ！

132 ▶ 『白猫プロジェクト』
-「まどまぎ」コラボで73位から4位に急浮上！

月定量レポート

137 2月イベント量

139 2月のイベント量比較(お知らせ、メンテナンス、アップデート、不具合関連を除く)

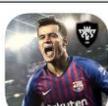
142 1月と2月のガチャイベント及び期間限定セールイベント数比較

144 1月と2月のプッシュ通知量比較

146 2月に配信されたプッシュ通知一覧

セールスランキングにおける2月の平均順位

2019年に入り、はや2ヶ月が過ぎた。上位陣の多くの顔ぶれは依然として大きな変化はないが、今月は『ドラゴンボールZ ドッカンバトル』が4周年キャンペーンの影響か、常連タイトルの『FGO』などをおさえて1位に躍り出た。6位には新登場の『黒い砂漠』がランクイン。ゲームのリッチさでは他の追従を許さず、同ジャンルのゲームでもひとときわ注目が集まっていると思われる。また、10位には『Winning Eleven2019』がランクイン。コナミ社のスポーツゲームはやはり強い。

	アイコン	日本名	英語名/ ピンイン	カテゴリー	パブリッシャー	概要
1		ドラゴンボールZ ドッカンバトル	Dragon Ball Z Dokkan Battle	ぶっこわし バトル	BANDAI NAMCO Entertainment. Inc	ドラゴンボールの 世界を冒険する パズルゲーム
2		モンスターストライク	Monster Strike	ひっぱり ハンティング RPG	mixi, Inc	モンスターを 飛ばして 敵に攻撃するRPG
3		Fate/Grand Order	Fate/ Grand Order	FateRPG	Aniplex Inc.	オリジナル ストーリーに 沿って進むFateRPG
4		パズル&ドラゴンズ	Puzzle & Dragons	パズルRPG	GungHo ONLINE Entertainment, Inc.	パズル×RPG
5		荒野行動 -Knives Out-	Knives Out	スマホ版 バトル ロワイヤル	NetEase Games	総勢100人が入り乱れ て戦うバトル ロワイヤル式ゲーム
6		黒い砂漠MOBILE	Kuroi Sabaku MOBILE	MMORPG	Pearl Abyss Corp.	人気PCオンライン ゲームのスマート フォン版
7		Pokémon GO	Pokémon GO	位置情報 ゲーム	Niantic, Inc.	実際に移動しながら ポケモンを探して ゲットする位置情報 ゲーム
8		LINE : ディズニーツムツム	LINE : Disney Tsum Tsum	パズルゲーム	LINE Corporation	ディズニーキャラの ピースをなぞって 消すパズルゲーム
9		プロ野球スピリッツA	Proyakyu SpiritsA	スポーツ	KonamiDigital Entertainment	自身のチームを 強化し、勝利を 積み重ねて日本一を 目指す野球ゲーム
10		Winning Eleven 2019	Winning Eleven 2019	スポーツ	KonamiDigital Entertainment	実在の選手を 操作する、本格的 サッカーゲーム



タイトル リネージュM
パブリッシャー エヌ・シー・ジャパン
リリース予定時期 2019年春
ジャンル MMORPG

エヌ・シー・ジャパンから配信予定のMMORPG。スマートフォン向けの作品として日本で既に配信されている『リネージュ2 レボリューション』同様、高い知名度を誇るMMORPG「リネージュ」をベースとしている。

基本的なゲームシステムは同シリーズのものを踏襲しており、近接戦闘が得意な「ナイト」や魔法による遠距離戦闘が得意な「エルフ」といった種族の概念や、おなじみ「血盟（コミュニティ機能）」などももちろん存在する。

アジア圏の諸国では既に配信されており、高い人気を誇る本作だが、日本に関して言えば先日MMORPGでもかなりのビッグタイトルである「黒い砂漠」がリリースされ、好調な様子を見せている。

さらに最近の日本ではこういった韓国系のMMORPGをよく見かけるが、果たしてどのタイトルが熾烈な競争を勝ち抜くのだろうか。各タイトルの動向に期待が高まる。



▲日本語版のゲーム画面写真を入手できなかったため、韓国語版のものを代わりに掲載した。UIも『リネージュ2 レボリューション』と大きく差はないと思われる。



タイトル FINAL FANTASY DIGITAL CARD GAME
パブリッシャー スクウェア・エニックス
リリース予定時期 2019年
ジャンル オンライン対戦カードゲーム

スクウェア・エニックス社から配信予定のオンライン対戦カードゲーム。

同社が配信している同ジャンルのゲーム『ドラゴンクエスト ライバルズ』ではその名の通り「ドラゴンクエスト」が題材となっているが、今度は「ファイナルファンタジー」が題材となったカードゲームがお披露目、というわけだ。

公式サイトには「相手の動きを予測して、限られた時間の中で最善の一手を目指す同時ターン制カードバトル」という記述があり、スピーディかつ臨機応変な思考能力が求められるゲームに仕上がっていることが予想される。

また、おなじみ「ファイナルファンタジー」のキャラが目白押しなことは言うまでもなく、同シリーズのファンであれば、カードを収集するだけでも十分に楽しめそうだ。



オリジナルのデッキを編成

▲作品ごとにイラストの雰囲気が異なっており、いわゆる「お祭り感」がある。



▲召喚獣も登場。これも種類が多そうだ。

ゲーム タイトル (ジャンル)	パブリッ シャー	登録 開始	配信 予定	段階設計の内訳 【太字】は報酬						
				1	2	3	4	5	6	7
魔界戦記ディス ガイアRPG (RPG)	フォワード ワークス、 日本一ソフト ウェア	2/7	近日	200,000人 【墮天使 フロン (☆3)】	300,000人 【クロー ソード、 魔物武器 「ススクの 卵殻」】	—	—	—	—	—
永遠の七日 (マルチ エンディング RPG)	DeNA	2/8	2019年 春	10,000人 【記念チケット ×500】	20,000人 【行動力回復 (大) ×3】	30,000人 【衣装炎色 セット】	40,000人 【オパール ×35】	50,000人 【神器使い 「ヴィラ」】	—	—
ラングリッサー モバイル (シミュ レーションRPG)	Zlongame	2/12	2019年 春	全員 【聖魔券、 経験値薬、 上級】	100,000人 【コイン ×50,000】	200,000人 【SR装備】	300,000人 【聖魔券×3】	400,000人 【聖魔券×7】	500,000人 【限定スキン】	—
リネージュM (MMORPG)	エヌ・シー・ ジャパン	2/15	2019年 春	100,000人 【アデナ ×50,000】	200,000人 【ドラゴンの 真珠×10】	300,000人 【戦闘強化の 巻物 (刻印) ×5】	400,000人 【防具強化の 巻物 (刻印)】	500,000人 【武器強化の 巻物 (刻印)】	700,000人 【ドラゴンの サファイア ×20】	1,000,000人 【ドラゴンの サファイア×30 武器強化の巻物 (刻印)、防具 強化の巻物 (刻印)】
LAST IDEA (ラストイデア) (トレジャー ハンティング RPG)	スクウェア・ エニックス	2/22	2019年 春	—	—	—	—	—	—	—
FINAL FANTASY DIGITAL CARD GAME (オンライン対戦 カードゲーム)	スクウェア・ エニックス	2/25	2019年	10,000人 【スタンダード カードバック チケット】	30,000人 【スタンダード カードバック チケット×2】	50,000人 【スタンダード カードバック チケット×3】	100,000人 【UR確定 バック チケット】	100,000人越え 【スタンダード バックチケット ×6、UR確定 バック チケット】	—	—
リンクスリングズ (アクション)	サムザップ	2/27	2019年 春	50,000人 【最大280 クレジット】	100,000人 【最大420 クレジット、 10連ガチャ1回 無料】	200,000人 【最大560 クレジット】	300,000人 【最大700 クレジット、 2日間10連 ガチャ1回 無料】	400,000人 【最大840 クレジット】	500,000人 【最大1,120 クレジット、 3日間 10連ガチャ 1回無料】	—
最果てのバベル (RPG)	コロブラ	3/1	不明	—	—	—	—	—	—	—
LINE:ディズニー トイカンパニー (パズル)	LINE	3/4	2019年 春	10,000人 【コイン ×5,000】	30,000人 【コイン ×10,000】	50,000人 【レベル チケット】	100,000人 【アイテム チケット セット】	150,000人 【プレミアム ガチャ チケット】	200,000人 【“ミニー”の トイ】	—
七つの大罪 ～光と闇の交戦 (ひかりとやみの グランドクロス) ～ (RPG)	ネット マーブル	3/5	2019年	100,000人 【酒場メリオ ダスSR】	200,000人 【ダイヤ×6 (ガチャ 2回分)】	300,000人 【ダイヤ×9 (ガチャ 3回分)】	400,000人 【ダイヤ×15 (ガチャ 5回分)】	500,000人 【メリオダス用 コスチューム】	500,000人以上で 隠された報酬が 公開	—

特集1 ガチャ救済措置・特典調査

ガチャというマネタイズはその仕様上、基本的に何度も挑戦して目当てのものを獲得できるようになっている。そんな中、タイトルによってはガチャを回した際に排出物とは別のアイテムを獲得でき、それを集めることで任意のアイテムと交換できるなどの救済措置を設けている場合がある。そこで今回は、上位タイトルにおけるそれらの要素を調査した。

目次

1. 本特集の概要
 - i. はじめに (P.9)
 - ii. 調査概要 (P.9)
 - iii. 調査対象タイトル (P.10)
2. 集計データ
 - i. 救済措置と特典の有無 (P.12)
 - ii. 詳細なパターン分けと該当タイトル (P.13)
3. 救済措置タイプ
 - i. アイテム・ポイント収集型 (P.14)
 - ii. ガチャ回数累積型 (P.18)
 - iii. 排出率上昇型 (P.21)
 - iv. ピックアップ (P.22)
4. 特典タイプ
 - i. アイテム・ポイント収集型 (P.23)
 - ii. 排出率上昇型 (P.24)
5. 番外編データ
 - i. 最高レア排出率 (P.25)
 - ii. 前回調査時から排出率に変化があったタイトル (P.25)
6. 付録
 - i. 付録用目次 (P.26)
 - ii. 交換対象簡易データ (P.27)
 - iii. ガチャ関連データ (P.30)
 - iv. 有料アイテム価格 (P.43)



1. 本特集の概要

i. はじめに

日本のスマートフォンゲームにおいて、一般的なマネタイズ手法であるガチャ。基本的にはランダム性を持ったものであり、排出率の低い最高レアを獲得するためには多くの場合多額の支出が求められる。

そんな中、タイトルによってはガチャを一定回数回すことを条件に最高レアや特定の排出物を保証したり、ガチャを回した際に「○○メダル」などのアイテムを付与し、それを集めることで任意の物と交換できるといったクッション的な要素を用意しているタイトルも見受けられる。

このような仕組みはユーザーの課金額を一定までに抑えられるものである一方、人によっては「もう少しで目玉に届くから追加で課金しよう」「ハズレを引き続けても、いずれは目玉が手に入るから思い切って課金しよう」などと考える可能性もあり、さらなる課金の動機になる場合もある。

今回は、上位タイトルにおけるそんな救済措置やガチャの特典について調査を行った。

ii. 調査概要

今回は2019年1月のApp Store平均セールスランキングトップ100のタイトルのうち、元々ガチャがないタイトルやガチャ仕様の確認が困難だったタイトル（ストラテジー系など）を除いた80タイトルを対象に調査を行った。

調査内容は先述の通り、ガチャの救済措置や特典である。

なお、本特集における「救済措置や特典」とは、「ユーザーが何度もガチャを回し続けた結果受けられる恩恵」を指す。

具体的には、その恩恵によってそのタイトルの最高レアが100%獲得できるタイトルを「救済措置タイプ」とし、それ以外のタイトルは全て「特典タイプ」と定義した。

●本特集の調査概要

調査対象	2019年1月のApp Store平均セールスランキングトップ100
使用データ	2018年2月中旬～下旬時点のもの
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> ガチャにおける救済措置や特典 ガチャの排出率 有料アイテム価格



▲例として『シノアリス』では、ガチャを回すたびに「ヨクボウメダル」というアイテムを排出物とは別に獲得できる。そして、「ヨクボウメダル」は一定数集めることで任意の装備品や強化素材などと交換することが可能。なお、消費枚数は多くなるが、期間限定で開催中のピックアップガチャイベントにおける目玉の装備品と交換することもできる。

さらに「救済措置タイプ」の中でも、新登場のピックアップキャラなどのいわゆる“目玉”をランダム性なしで100%獲得できる（選んで獲得、もしくは目玉が1種類の）場合を「天井」と定義した。

なお、調査時間の関係で今回取り扱う救済措置や特典は、各タイトルの恒常有料ガチャに実装されているものと、期間限定有料ガチャに毎回実装されているものに限定し、ステップアップやボックスガチャは対象外とした。

ちなみに、今回は付録として調査時に確認したガチャの価格や確率、有料アイテムの価格を掲載した。

1. 本特集の概要

iii. 調査対象タイトル

今回の調査対象は、下表の80タイトル（2ページに分けて掲載）。

●調査対象タイトル（五十音順）

順位	タイトル	リリース日	パブリッシャー
48	Identity V	2018/7/4	NetEase Games
44	アイドルリッシュセブン	2015/8/20	BANDAI NAMCO Online Inc.
17	アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ	2015/9/10	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
47	アイドルマスター ミリオンライブ! シアターデイズ	2017/6/28	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
54	アズールレーン	2017/9/13	Yostar, Inc.
79	アナザーエデン 時空を超える猫	2017/4/11	Wright Flyer Studios, Inc.
45	あんさんぶるスターズ!	2015/5/1	Happy Elements K.K
80	ヴァルキリーコネクト	2016/6/9	Ateam Inc.
63	ウイニングイレブンカードコレクション	2017/10/30	Konami Digital Entertainment Co., Ltd.
23	Winning Eleven 2018	2017/5/24	Konami Digital Entertainment Co., Ltd.
96	うたのプリンスさまっ Shining Live	2017/8/28	KLab Inc.
35	A3!	2017/1/27	LIBER ENTERTAINMENT INC.
59	逆転オセロニア	2016/2/4	DeNA Co., Ltd.
90	キャプテン翼 ~たたかえドリームチーム~	2017/6/13	KLab Inc.
43	キングスレイド	2018/3/22	Vespa Inc.
40	クイズRPG魔法使いと黒猫のウィズ	2013/4/22	COLOPL, Inc.
78	クラッシュ・ロワイヤル	2016/3/2	Supercell
61	グランドサマナーズ	2016/12/1	GOOD SMILE COMPANY, INC.
26	グランブルーファンタジー	2014/5/1	Cygames, Inc.
81	剣と魔法のログレス いにしえの女神◆人気の本格オンラインRPG	2013/12/18	Marvelous Inc.
36	#コンパス 【戦闘損理解析システム】	2016/12/16	NHN PLAYART CORP.
41	THE KING OF FIGHTERS '98UM OL	2016/7/8	OURPALM INC.
33	サマナーズウォー: Sky Arena	2014/6/12	Com2uS Corp.
49	実況パワフルサッカー	2016/12/7	Konami Digital Entertainment Co., Ltd.
15	実況パワフルプロ野球	2014/12/22	Konami Digital Entertainment Co., Ltd.
30	SINoALICE -シノアリス-	2017/6/6	Pokelabo, Inc.
97	シノビマスター 閃乱カグラ NEW LINK	2017/11/28	HONEY PARADE GAMES Inc.
27	シャドウバース	2016/6/17	Cygames, Inc.
58	白猫テニス	2016/7/31	COLOPL, Inc.
18	白猫プロジェクト	2014/7/25	COLOPL, Inc.
89	スタンドマイヒーローズ (Stand my heroes)	2016/9/5	coly, Inc.
9	戦国炎舞 -KIZNA-	2013/4/15	Sumzap Inc.
57	大三国志	2017/7/31	WINKING DIGITAL ENTERTAINMENT LIMITED
71	誰か為のアルケミスト	2016/1/28	gumi Inc.
87	D×2 真・女神転生 リベレーション	2018/1/22	SEGA CORPORATION
85	ディズニーツムツムランド	2017/10/31	COLOPL, Inc.
73	テイルズ オブ ザ レイズ	2017/2/28	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
82	どうぶつ森 ポケットキャンプ	2017/11/21	Nintendo Co., Ltd.
50	ドラガリアロスト	2018/9/26	Nintendo Co., Ltd.
65	ドラゴンエッグ	2015/8/24	Rudel inc.

1. 本特集の概要

iii. 調査対象タイトル

●調査対象タイトル（五十音順）のつづき

順位	タイトル	リリース日	パブリッシャー
68	ドラゴンクエストモンスターズ スーパーライト	2014/1/23	SQUARE ENIX Co., Ltd.
8	ドラゴンボールZ ドッカンバトル	2015/2/18	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
31	ドラゴンボール レジェンズ	2018/5/31	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
75	ドリフトスピリッツ	2013/11/6	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
4	Knives Out	2017/11/14	NetEase Games
38	にゃんこ大戦争	2012/11/15	PONOS
67	[乃木坂46公式]乃木恋〜坂道の下で、あの日僕は恋をした〜	2016/4/11	ALLFUZ, K.K.
74	乃木坂46リズムフェスティバル	2017/11/21	ALLFUZ, K.K.
2	パズル&ドラゴンズ	2012/2/20	GungHo Online Entertainment, Inc.
19	バンドリ！ ガールズバンドパーティ！	2017/3/15	Craft Egg, Inc.
29	PUBG MOBILE	2018/5/15	PUBG CORPORATION
37	ファイアーエムブレム ヒーローズ	2017/2/2	Nintendo Co., Ltd.
52	FINAL FANTASY BRAVE EXVIUS	2015/10/21	SQUARE ENIX Co., Ltd.
39	FINAL FANTASY Record Keeper	2014/9/25	DeNA Co., Ltd.
76	FAITH - フェイス	2018/11/20	NEXON Korea Corporation
1	Fate/Grand Order	2015/8/12	Aniplex Inc.
88	ぶよぶよ!!クエスト -簡単操作で大連鎖。爽快 パズル！	2013/4/24	SEGA CORPORATION
32	プリンセスコネクト！ Re:Dive	2018/2/14	Cygames, Inc.
93	プロサッカークラブをつくろう！ ロード・トゥ・ワールド	2018/4/19	SEGA CORPORATION
22	プロスタ	2018/12/12	Supercell
6	プロ野球スピリッツA	2015/10/21	Konami Digital Entertainment Co., Ltd.
84	崩壊3rd	2017/2/16	MIHOYO Inc.
86	ぼくとドラゴン	2015/3/12	studioking inc.
13	星のドラゴンクエスト	2015/10/15	SQUARE ENIX Co., Ltd.
21	マジアレコード 魔法少女まどかマジカ外伝	2017/8/21	Aniplex Inc.
98	メギド72	2017/12/6	DeNA Co., Ltd.
3	モンスターストライク	2013/9/27	mixi, Inc
20	遊戯王 デュエルリンクス	2016/11/17	Konami Digital Entertainment Co., Ltd.
99	ユニゾンリーグ	2014/12/4	Ateam Inc.
16	妖怪ウォッチ ぶにぶに	2015/10/28	Level-5 Inc.
7	LINE：ディズニー ツムツム	2014/1/29	LINE Corporation
56	LINE バブル2	2015/4/24	LINE Corporation
12	LINE ポコポコ	2014/9/3	LINE Corporation
51	LINE POP2	2014/10/30	LINE Corporation
69	ラブライブ！スクールアイドルフェスティバル	2013/4/15	KLab Inc.
28	リネージュ2 レボリューション	2017/8/22	Netmarble Games Corp.
11	ロマンシング サガ リ・ユニバース	2018/12/5	SQUARE ENIX Co., Ltd.
83	ワールドサッカーコレクションS	2013/12/6	Konami Digital Entertainment Co., Ltd.
34	ONE PIECE サウザンドストーム	2016/4/21	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
42	ONE PIECE トレジャークルーズ	2014/5/12	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

2. 集計データ

i. 救済措置と特典のタイプ

最初に、今回調査した80タイトルにおける救済措置と特典のタイプを見てみた。結果が右のグラフだ。

今回は恒常的にある救済措置や特典のみに絞ったためか、「どちらでもない」が46タイトルと全体の半数以上を占めることとなった。

一方、救済措置か特典どちらかのタイプに該当したのは合計34タイトルとなり、うち16タイトルが天井付きの救済措置タイプ、12タイトルが天井なしの救済措置タイプ、6タイトルが特典タイプとなった。

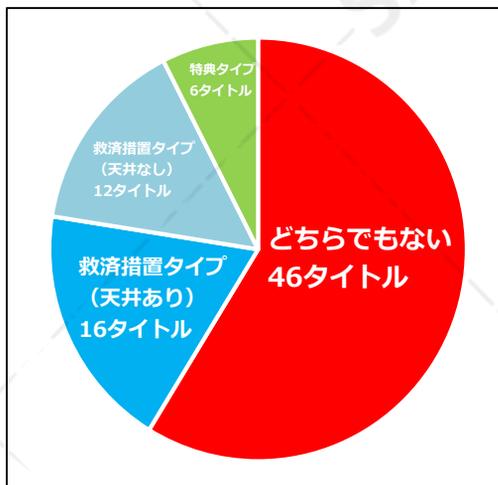
また、救済措置か特典どちらかの該当タイトルは表1に、どちらでもないタイトルは表2にまとめた。

最高レア排出率が低いタイトルの方がより良い救済措置を設けている可能性を考慮し、最高レア排出率も併記してみたが、表1を見る限りでは最高レア排出率が比較的高め(5%~10%)でも天井を設けている(目玉キャラなどを100%獲得できる)タイトルが散見される。これに関しては、排出率だけで傾向を割り出すことは難しそうだ。

●表1：救済措置か特典タイプのどちらかに該当する34タイトル

タイトル	救済措置タイプ (天井あり)	救済措置タイプ (天井なし)	特典タイプ	最高レア 排出率 ※1
剣と魔法のログレス	○			10%
白猫テニス	○			10%
誰か為のアルケミスト	○			10%
白猫プロジェクト		○		10%
ドラゴンボールZドクカンバトル		○		10%
モンスターズライク		○		8.4%
逆転オセロニア			○	7%
ファイア・エムブレム ヒーローズ		○		6%
アイドリッシュセブン	○			5%
グランドサマナーズ	○			5%
ロマンシング サガ リ・ユニバース	○			5%
テイルズ オブ セレブ			○	5%
A3!			○	4.60%
アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ	○			3%
アイドルマスター ミリオンライブ! シアターデイズ	○			3%
グランブルー ファンタジー	○			3%
SiNOALICE-シノアリス-	○			3%
どうぶつ森 ポケットキャンプ	○			3%
乃木坂46リズムフェスティバル	○			3%
キャプテン翼 へたたかえドリーム チームへ			○	3%
プリンセスコネクト! Re:Dive	○			2.5%
うたのプリンスさまっ Shining Live			○	2%
ぼくとドラゴン		○		1.3%
崩壊3rd		○		1.270%
ぶよぶよ!!クエスト	○			1%
#コンパス【戦術解析システム】		○		1%
戦国炎舞		○		1%
ドラガリアロスト		○		1%
マギアレコード 魔法少女まどか マギカ外伝		○		1%
ラブライブ! スクールアイドル フェスティバル		○		1%
Dx2 真・女神転生 リレベーション	○			0.5%
プロスタ			○	0.1104%
ドラゴンエッグ		○		0.05%
Identity V	○			

●救済措置と特典の有無



●表2：救済措置と特典タイプのどちらでもない46タイトル

タイトル	最高レア排出率 ※
ヴァルキリーコネクト	20%
バズル&ドラゴンズ	14.9%
ディズニー ツムツムランド	10%
FINAL FANTASY Record Keeper	8.01999%
アズールレーン	7%
星のドラゴンクエスト	7%
ONE PIECE サウザンドストーム	7%
ONE PIECE トレジャークルーズ	6.893%
ウイニングイレブンカードコレクション	5%
シノビマスター 閃乱カグラ NEW LINK	5%
大三国志	5%
ドラゴンボール レジェンズ	5%
にゃんこ大戦争	5%
プロサッカークラブをつくろう! ロード・トゥ・ワールド	5%
LINE ポコポコ	5%
LINE パパル2	4.31%
スタンドマイヒーローズ	4.3%
ユニゾンリーグ	4.01%
ドラゴンクエストモンスターズ スーパーライト	4%
アナザーエデン 時空を超える猫	3.3%
クイズRPG魔法使いと黒猫のウィズ	3%
[乃木坂46公式]乃木恋〜坂道の下で、あの日は恋をした〜	3%
バンドリ! ガールズバンドパーティ!	3%
FINAL FANTASY BRAVE EXVIUS	3%
Winning Eleven 2019	2.8%
プロ野球スピリッツA	2.5%
FAITH - フェイス	2%
Knives Out	1.6%
あんさんぶるスターズ!	1.5%
シャドウバース	1.5%
妖怪ウォッチ ぷにぷに	1.2%
LINE : ディズニーツムツム	1.2%
Fate/Grand Order	1%
メギド72	1%
サマナーズウォー : Sky Arena	0.5%
実況パワフルサッカー	0.5%
実況パワフルプロ野球	0.5%
ワールドサッカーコレクションS	0.5%
PUBG MOBILE	0.2%
ドリフトスピリッツ	0.100%
LINE POP2	0.1%
遊戯王 デュエルリンクス ※2	不明
キングスレイド	不明
クラッシュ・ロワイヤル	不明
リネージュ2レボリューション	不明
THE KING OF FIGHTERS '98UMOL	不明

※1: そのタイトルで最も低い排出率(キャラと装備が別な場合などは、より低い排出率を記載している。参考)を記載している。※2: 排出率に0.1%は、0.1%のみの説明を参照

※2: 恒常ガチャがボックスガチャであるため「救済措置タイプ(天井あり)」とも言えるが、今回はボックスガチャを除外しているため「どちらでもない」に分類した

特集2 期間限定ログインボーナス調査

今や実装が当たり前といっても過言ではないほど、一般的となったログインボーナス。本特集では常設されたものとは別途、特定の時期やイベントの実施タイミングなどに合わせて行われた「期間限定ログインボーナス」について調査を行った。

目次

1. 本特集の概要
 - i. はじめに (P.54)
 - ii. 調査概要 (P.54)
 - iii. 調査タイトル (P.55)
2. 調査内容
 - i. 実施された時期と名目 (P.56)
 - ii. 実施期間 (P.58)
 - iii. 報酬の配布パターン (P.60)
 - iv. 報酬 (P.61)
3. ピックアップ
 - i. 実施の目的が明確な施策 (P.65)
4. 付録
 - i. 施策の実施期間や報酬の詳細 (P.66)



1. 本特集の概要

i. はじめに

主に継続率の維持や離脱の防止を目的として実施されることの多いログインボーナスだが、昨今では常設されたものとは別途に、期間を限定したログインボーナスも多く実施されている。

特定の時期やリアルイベントの開催、キャラクターの誕生日や周年記念など、さまざまな機会に実施される「期間限定ログインボーナス」に注目し、その詳細について調査を行った。

実施期間や報酬の配布回数、報酬の内容など、同様の施策を企画される際の参考としていただきたい。



▲常設のログインボーナスの解説ではあるが、2015年に話題となった『Fate/Grand Order』による解説漫画。

ii. 調査概要

本特集では、2019年1月のApp Store平均セールスランキングトップ100から、Spicemartでイベントデータを取得しているタイトルより41タイトルを選定して調査を行った。

調査内容は、期間限定ログインボーナスの実施時期や報酬の配布回数、報酬の内容等となり、それぞれを細かく分析している。

また、「実施時期の調査」については2018年1月～12月までに実施された施策を対象としているが、施策の詳細な調査については、調査期間の都合上2018年10月～12月の3カ月間に実施されたものに限定して行っている。

調査対象	2019年1月のApp store平均セールスランキングトップ100からSpicemartでイベントデータを取得している41タイトルを選定
調査内容	<p>常設のものとは別途、期間を限定して実施されたログインボーナスの詳細</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施時期（開始・終了時期等） 2018年1月～12月までに実施された施策を対象とし、2018年1月の時点でSpicemartでイベントデータを取得していない、および2018年にリリースされた9タイトル分のデータは除外 ・報酬（種類、配布回数等） 2018年10月～12月の3カ月間に実施されたものに限定している

1. 概要

iii. 調査タイトル

本特集の調査対象は、下の表にまとめた41タイトルとなる。

●調査対象タイトル

1月順位	タイトル	リリース	パブリッシャー	ジャンル
1	Fate/Grand Order	2015/8/12	Aniplex Inc.	RPG
2	Knives Out	2017/11/14	NetEase Games	アクション (対戦)
3	パズル&ドラゴンズ	2012/2/20	GungHo Online Entertainment, Inc.	パズル (RPG)
4	モンスターストライク	2013/9/27	mixi, Inc	アクション (RPG)
5	ドラゴンボールZ ドッカンバトル	2015/2/18	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.	パズル (RPG)
7	LINE : ディズニー ツムツム	2014/1/29	LINE Corporation	パズル
8	プロ野球スピリッツA	2015/10/21	Konami Digital Entertainment Co., Ltd.	アクション (スポーツ)
9	マフィア・シティ-極道風雲	2017/5/16	YOTTA GAMES LIMITED	ストラテジー
10	戦国炎舞 -KIZNA-	2013/4/15	Sumzap Inc.	RPG (ギルド)
11	ロマンシング サガ リ・ユニバース	2018/12/5	SQUARE ENIX Co., Ltd.	RPG
12	LINE ポコポコ	2014/9/3	LINE Corporation	パズル
13	実況パワフルプロ野球	2014/12/22	Konami Digital Entertainment Co., Ltd.	アクション (スポーツ)
14	妖怪ウォッチ ぶにぶに	2015/10/28	Level-5 Inc.	パズル (RPG)
15	放置少女~百花繚乱の萌姫たち~	2017/3/23	Mamiko Nakao	RPG
16	Winning Eleven 2018	2017/5/24	Konami Digital Entertainment Co., Ltd.	アクション (スポーツ)
17	アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ	2015/9/10	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.	音楽&リズム
18	バンドリ! ガールズバンドパーティ!	2017/3/15	Craft Egg, Inc.	音楽&リズム
19	遊戯王 デュエルリンクス	2016/11/17	Konami Digital Entertainment Co., Ltd.	TCG
21	シャドウバース	2016/6/17	Cygames, Inc.	TCG
22	星のドラゴンクエスト	2015/10/15	SQUARE ENIX Co., Ltd.	RPG
24	新三国志：育成型戦略シミュレーションゲーム	2018/7/27	HK HERO ENTERTAINMENT CO.	ストラテジー
25	グランブルーファンタジー	2014/5/1	Cygames, Inc.	RPG
26	リネージュ2 レボリューション	2017/8/22	Netmarble Games Corp.	アクション (RPG)
27	白猫プロジェクト	2014/7/25	COLOPL, Inc.	アクション (RPG)
28	PUBG MOBILE	2018/5/15	PUBG CORPORATION	アクション (対戦)
29	サマナーズウォー: Sky Arena	2014/6/12	Com2uS Corp.	RPG (ギルド)
30	SINoALICE -シノアリス-	2017/6/6	Pokelabo, Inc.	RPG (ギルド)
31	#コンパス 【戦闘摂理解析システム】	2016/12/16	NHN PLAYART CORP.	アクション (対戦)
32	マジアレコード 魔法少女まどか☆マギカ外伝	2017/8/21	Aniplex Inc.	RPG
33	ファイアーエムブレム ヒーローズ	2017/2/2	Nintendo Co., Ltd.	シミュレーション (RPG)
34	プリンセスコネクト! Re:Dive	2018/2/14	Cygames, Inc.	RPG
35	ドラゴンボール レジェンズ	2018/5/31	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.	アクション (RPG)
36	A3!	2017/1/27	LIBER ENTERTAINMENT INC.	RPG (アドベンチャー)
37	ONE PIECE サウザンドストーム	2016/4/21	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.	アクション (RPG)
38	城とドラゴン	2015/2/4	Asobism	シミュレーション (RPG)
39	にゃんこ大戦争	2012/11/15	PONOS	シミュレーション (RPG)
40	アズールレーン	2017/9/13	Yostar, Inc.	アクション (RPG)
41	キングスレイド	2018/3/22	Vespa Inc.	RPG
42	FINAL FANTASY Record Keeper	2014/9/25	DeNA Co., Ltd.	RPG
43	Identity V	2018/7/4	NetEase Games	アクション (対戦)
47	実況パワフルサッカー	2016/12/7	Konami Digital Entertainment Co., Ltd.	アクション (スポーツ)

2. 調査内容

i. 実施された時期と名目

まず、期間限定ログインボーナスが「どのような時期に実施されたか」という点について調査を行った。

なお、この調査は施策名に時期と思われる表記を確認できたもののみを対象に集計している。

a. 時期のモチーフと採用数

「お正月」や「バレンタイン」といった、特定の時期に合わせて実施していた施策は221件を確認でき、各時期のモチーフ別に実施タイトルと施策の数を下の表にまとめている。

傾向として「ゴールデンウィーク」や「クリスマス」といった定番のものを採用する

タイトルが多く見られたが、「節分」や「敬老の日」といった特定の行事日などの採用率は低く感じられた。

また同一の要素でも施策ごとにモチーフはさまざまなものを確認できたため、以下の表をご参考のうえ企画立案などの際にお役立ていただきたい。

●施策が実施された時期のモチーフと、採用タイトル数と施策数

時期のモチーフ	タイトル数 (総数)	開始月	タイトル数 (月別)	施策数 (月別)
お正月	4	1月	4	5
新春	4	1月	4	8
お年玉	3	1月	3	3
謹賀新年	2	1月	2	2
HAPPY NEW YEAR	1	1月	1	1
New Year	1	1月	1	1
winter	1	1月	1	1
あけおめ	1	1月	1	1
三が日	1	1月	1	2
節分	1	1月	1	1
年始	1	1月	1	1
バレンタイン	10	1月	3	3
		2月	7	10
ひな祭り	3	2月	3	3
受験	1	2月	1	1
猫の日	1	2月	1	1
ホワイトデー	5	3月	5	6
春	2	3月	2	3
お花見	1	3月	1	1
バレンタイン VS ホワイトデー	1	3月	1	1
春分の日	1	3月	1	1
新生活	6	3月	4	4
		4月	2	2
春休み	1	3月	1	1
		4月		
ハッピーマンデー	1	3月	1	1
		5月		
		7月	1	1
		9月		
		11月		
スプリング	2	4月	2	2
エイプリル Fool	1	4月	1	1
桜花爛漫	1	4月	1	1
昭和の日	1	4月	1	1
ゴールデンウィーク	14	4月	13	15
		5月	3	3
衣替え	2	5月	2	2
初夏	2	5月	2	4
憲法記念日	1	5月	1	1
こいのぼり	1	5月	1	1
こどもの日	1	5月	1	1
みどりの日	1	5月	1	1
新緑	1	5月	1	1
あじさい	1	6月	1	1
ウェディング	1	6月	1	1
ジュニアプライド	1	6月	1	1
レイニーデイ	1	6月	1	1
Merryme	1	6月	1	1

時期のモチーフ	タイトル数 (総数)	開始月	タイトル数 (月別)	施策数 (月別)
サマー	4	6月	1	1
		7月	2	2
		8月	1	1
夏	7	6月	3	3
		7月	4	4
		8月	1	1
七夕	3	7月	3	5
海の日	2	7月	2	2
天の川	1	7月	1	1
サマーバケーション	1	7月	1	1
スイカ割り	1	7月	1	1
夏休み	5	7月	1	1
		8月	4	11
打ち上げ花火	1	8月	1	1
さまあ	1	8月	1	2
サマーギフト	1	8月	1	1
真夏	1	8月	1	2
夏越し	1	8月	1	1
山の日	1	8月	1	1
おつきさまとうさぎさま	1	9月	1	1
敬老の日	1	9月	1	1
秋分の日	1	9月	1	1
食欲の秋	1	9月	1	1
オータム	4	9月	1	1
		10月	3	5
ハロウィン	7	10月	7	9
秋	1	10月	1	1
体育の日	1	10月	1	1
爽りの季節	1	10月	1	1
読書の秋	1	11月	1	1
冬	2	11月	1	1
		12月	1	1
クリスマス	12	12月	12	14
年末	3	12月	3	3
大晦日	2	12月	2	2
年越し	2	12月	2	2
ゆく年くる年	2	12月	2	3
ウィンター	1	12月	1	1
今年もお疲れさまでした	1	12月	1	1
年の瀬	1	12月	1	1
年越し/正月	1	12月	1	1
年末カウントダウン	1	12月	1	1
冬祭り	1	12月	1	4
雪だるま	1	12月	1	1
年末年始	4	12月	3	3
		1月	1	1
新年	6	12月	2	3
		1月	4	5

2. 調査内容

i. 実施された時期と名目

b-1. 独自性の高かった施策①

前項の表を基に、独自性の高かったものをピックアップして紹介する。

まずは『にゃんこ大戦争』で採用されていた、「猫の日」を記念した施策。

本作はタイトルが示す通り猫を題材としており、猫の日である2月22日から期間限定ログインボーナスをはじめ、限定ユニットが手に入るイベントなどを実施していた。

猫の日に限らず、日々何かしらの要素が記念日として登録されているため、何かイベントを企画する際はこういった記念日とゲームとの関連性の模索も有効であると思われる。

ちなみに、本作は「バレンタイン VS ホワイトデー」という名目でも施策を実施しており、こういった形で同時期に実施される他社の施策よりとがった企画を立てることも重要かと感じた。

b-2. 独自性の高かった施策②

『遊戯王 デュエルリンクス』では「Happyマンデー（特定の国民の休日を月曜日に移動し、週末を3連休にして余暇を過ごすことを目的として制定された制度）」を冠した施策を特定月の月曜日に実施していたが、これらは実際の「Happyマンデー」と必ずしも連動しておらず、純粋に「月曜日を特別な日として報酬を配布する」という狙いで実施しているものと思われる（2018年3月にも施策が実施されているが、同月にHappyマンデーは適用されていない）。

本施策の明確な意図は不明だが、定期的に特定の曜日に施策を実施することで、その曜日を迎えるたびにゲームを連想される（プレイを意識させる）という狙いがあるのかもしれない。



▲猫の日を記念したイベントは毎年行われており、今年行われた期間中のセールスランキングも、全体的に上昇する傾向にあった。



▲「Happyマンデー」ではランダムでカードを手に入れるカードパックが配布され、この施策でなければ入手できないカードも含まれている。

2. 調査内容

ii. 実施期間

ここからは、施策の実施期間や報酬の配布回数（日数）などの調査結果をまとめている。

a. 施策の実施期間と報酬の配布回数（日数）

まず、施策の実施期間と報酬の配布回数の関係について見ていく。

なお、実施期間については開始日を起点として（開始時刻を問わない）、終了日の設定が深夜0:00～正午前の11:59であれば終了日の前日まで、終了日が正午12:00～深夜23:59までの設定であれば当日までとして集計している。

例えば、実施期間が1月1日の4:00から1月4日の3:59であれば「3日間」、1月1日の4:00から1月4日の17:59であれば「4日間」として集計している。

上記を基に実施期間と対応する報酬の配布回数を下の表にまとめたところ、報酬の配布回数としては1回だけのケースがもっとも多く、全体的に見た場合も10回以下の設定が一般的のように見受けられる（表内右端の赤枠部分）。

常設のログインボーナスとは異なり期間を限定しているため、長く設定することによる次の施策との被りや、ユーザーの疲れなどを考慮した結果、この10回以内という設定が多くなっている理由ではないかと考えられる。

続いて実施期間だが、全体的な傾向としては実施期間を配布回数と同じ日数、あるいはその翌日近辺に設定している場合が多く見られ（表内緑文字部分）、およそ15日以内の設定が多数を占めていた（表内下段の青枠部分）。

●報酬の配布日数と実施期間

報酬の 配布回数	実施期間																															合計
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	25	27	28	29	30	31日以上			
1	20	5	14	8	1	2	1	14	1	2	2	3	1	7	11	5		2	1		2	2	1	2	3	2	2			11	125	
2		1																												0	1	
3			9	3			5							1							2									0	20	
4				1																										0	1	
5					11	1	2					1			1															0	16	
6						7			6						1															0	14	
7							17	4	1	2	2	1	1	1				1				2								0	32	
8								7			1						1													0	9	
9									4	1																				0	5	
10										3	1	3	7	11	6			1	1	1		2							0	36		
11											3	1																		0	4	
12												3	1																	0	4	
13													3		1															0	4	
14														8	3															1	12	
15															1				2	4	1		1							0	9	
16																1														0	1	
17																	1													0	1	
19																			1	1										0	2	
20																				1	1								1	0	2	
21																					1									0	1	
22																						1								0	1	
合計	20	6	23	12	12	10	25	25	12	8	9	12	13	28	24	7	1	4	5	7	6	7	2	2	3	2	2	1	12	300		

2. 調査内容

ii. 実施期間

b. 実施期間における猶予日数

前項の表を基に、報酬の配布回数に対する実施期間の猶予日数についてまとめた。

この「猶予日数」とは、「報酬をすべて入手するには何日ログインを逃しても大丈夫か?」という点を示している。

もっとも多かった設定は猶予日数のない「0日」で、実施期間内のすべての日程においてログインしなければ、報酬をすべて得られない仕様だった。

ユーザー視点で考えると猶予のなさは敷居の高さを感じるが、やはり実施期間中はユーザーを定着させることを狙いとする仕様が一般的と言えそうだ。

以降も猶予日数を長く設定するケースは少なく、およそ5日以内に設定するケースが多く見られた**(表内赤枠部分)**。

なお、配布回数が1回の施策において猶予日数が長いものが見られ、これらは「リアルイベントの開催」や「コラボの実施」などに合わせた施策が多かった。

これらは新規・休眠ユーザーの獲得を目的としていたと考えられ、期間限定ログインボーナスの報酬を使ってガチャを回したり、イベントに参加するなど、その後の継続率の向上までを狙ったものであることが予想される。

●報酬の配布回数と猶予日数

報酬の 配布回数	猶予日数																															合計
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	17	18	20	21	22	24	26	27	28	30	31日以上					
1	21	6	14	8	1	2	1	14	1	2	2	3	1	7	11	2	2	1	2	2	1	1	3	2	2	6	5	123				
2	1																											0	1			
3	9	3			5							1						2										0	20			
4	1																												0	1		
5	11	1	2					1			1																		0	16		
6	7			6						1																			0	14		
7	17	4	1	2	2	1	1	1				1				2													0	32		
8	7			1						1																			0	9		
9	4	1																											0	5		
10	3	1	3	7	11	6				1	1	1		2															0	36		
11	3	1																											0	4		
12	3	1																											0	4		
13	3		1																										0	4		
14	8	3																											1	12		
15	1				2	4	1		1																				0	9		
16	1																												0	1		
17	1																												0	1		
19	1	1																											0	2		
20	1												1																0	2		
21	1																												0	1		
22	1																												0	1		
合計	105	22	21	24	21	13	3	16	4	4	5	5	3	7	11	4	2	3	2	2	1	1	3	2	2	6	6	6	298			

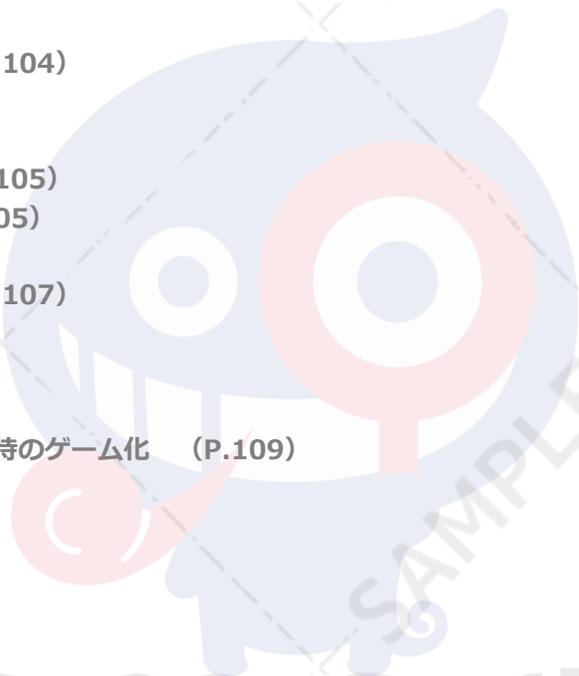
※：報酬の入手条件が先着順であった『戦国炎舞-KIZNA-』の2施策は除外している

アプリレポート

『MASS FOR THE DEAD』分析

目次

1. ゲーム概要
 - i. 背景 (P.97)
 - ii. システム (P.97)
2. 画面遷移とゲームサイクル
 - i. 画面遷移一覧 (P.98)
 - ii. ゲームサイクル (P.100)
3. 用語解説
 - i. ゲーム内資産 (P.101)
4. 課金方法分析
 - i. 有料アイテム価格表 (P.102)
 - ii. ショップでの直接課金 (P.102)
 - iii. ガチャ (P.103)
 - iv. その他の課金シーン (P.104)
5. ゲームシステム・プレイ方法分析
 - i. 世界観とストーリー (P.105)
 - ii. ホーム画面の機能 (P.105)
 - iii. クエスト (P.106)
 - iv. キャラクターの能力 (P.107)
 - v. バトル (P.108)
6. 総評
 - i. 大ヒット小説・アニメ 期待のゲーム化 (P.109)



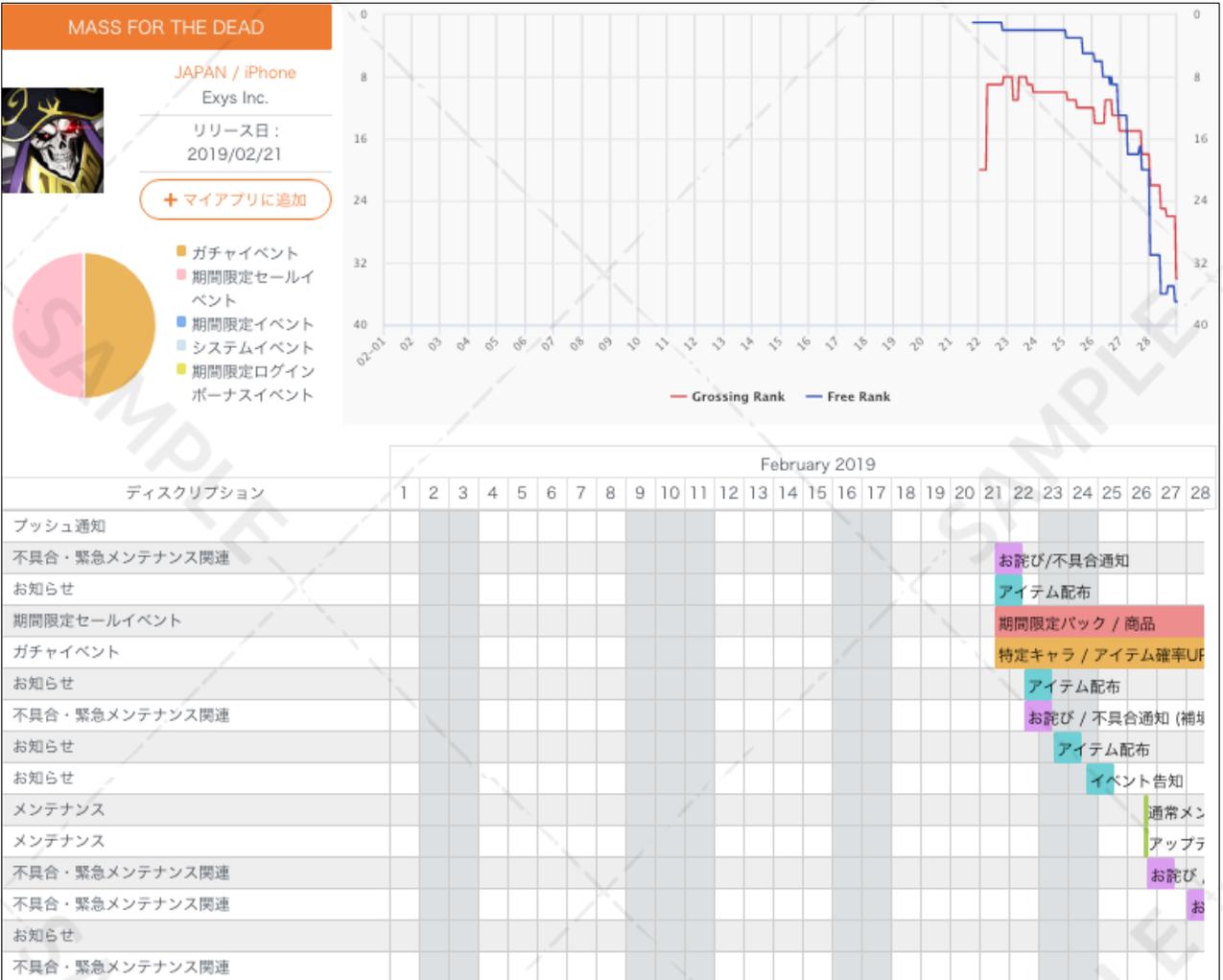


ゲーム名 MASS FOR THE DEAD
 バブリッシャー Exys
 ディベロッパー Exys
 ジャンル 異世界ダークファンタジーRPG

セールスランキン
グ平均順位 13位
 リリース日

Android: 2019/2/21
 iOS: 2019/2/21

MASS FOR THE DEAD





【本作の注目ポイント】

①MMORPGを題材にした大人気作品のゲーム化

→P.97「i.背景」、P.109「i.大ヒット小説・アニメ 期待のゲーム化」参照

原作「オーバーロード」は、2018年にテレビアニメ第2期・第3期が放映され、オリコン年間ランキングのライトノベル部門では年間1位を獲得した大人気作品。いわゆる「異世界転生」ものであり、世界観のベースにあるのは未来のファンタジーMMORPGである。そのモチーフからゲームとの相性は言わずもがなであり、ファンにとっては待望のゲーム化と言える。



②「オーバーロード」の世界に没入させる物語・画面構成

→P.97「ii.システム」、P.105「ii.ホーム画面の機能」参照

本作は、原作の導入部から分岐したオリジナル展開のストーリー。原作では主人公「モモンガ」の圧倒的な強さ・カリスマ性を楽しむ部分が大きかったが、本作はプレイヤー自身が主人公となり、「モモンガ」の部下として才覚を発揮していく。「オーバーロード」の世界を新しい視点で楽しめるよう、徹底した主人公の一人称視点や選択肢付きの会話パート、キャラクターと触れ合えるホーム画面などで没入感を高めている。

