

2021

11

Nov

LIVEOPSIS

MONTHLY

マーケットトレンドレポート JAPAN

【特集】

●コラボ調査（2021年版）

上位タイトルがコラボしたコンテンツを調査！

●新規ユーザー向け課金施策調査

主に初心者に初課金を促すための商品を調査！

【人気アプリ解析】

●ガーディアンテイルズ

かわいいドット絵が特徴のアクションRPG！

◆業界サマリー

主なゲーム業界ニュース	P. 4
その他のニュース	P. 10

◆iOS月間ランキング

トップ10	P. 12
急上昇	P. 13
新規ランクイン	P. 14
トップ100一覧	P. 15

◆事前登録情報

事前登録中タイトルピックアップ	P. 18
注目の新作	P. 19

◆Twitterレビュー

注目ツイート紹介	P. 22
ランキング	
└ RTトップ30（キャンペーンのみ）	P. 25
└ RTトップ100	P. 26
└ いいねトップ100	P. 28
└ フォロワー増加数トップ100	P. 30

◆特集

コラボ調査（2021年版）	P. 33
新規ユーザー向け課金施策調査	P. 108

◆人気アプリ解析

ガーディアンテイルズ	P. 176
------------	--------

◆イベントクローズアップ

P. 227

◆バックナンバー

P. 240

コラボ調査（2021年版）

とりわけ運用年数の長いタイトルにおいて、様々な人気コンテンツとのコラボはユーザーを活性化させるための重要な要素となっている。今回は、そんなコラボ施策の2021年版最新データをお届けする。

INDEX

本特集の概要

はじめに	P. 34
調査概要	P. 34
調査タイトル一覧	P. 35
調査タイトル補足	P. 37
コンテンツのカテゴリ	P. 38

集計データ

タイトル別 コラボ実施傾向	P. 40
複数タイトルとコラボしたコンテンツ	P. 42
カテゴリの割合	P. 46

事例ピックアップ

七つの大罪（グラクロ）× リゼロ	P. 47
Identity V × コナン	P. 52
グラブル × ボーボボ	P. 56
シノアリス × いらすとや	P. 60
アークナイツ × WWF	P. 63

付録

タイトル別コラボデータ	P. 66
逆引きリスト	P. 87

本特集の概要

はじめに

本特集は、毎年1回レポートでお届けしているコラボ調査の最新版である。

今回も「どのタイトルが何のコンテンツとコラボを行ったのか」という主軸はそのままに、コラボ詳細が分かる公式ページのリンクをデータ一覧に紐付けるなど、必要な要素をより見やすくする改良を施した。

なお今回は2021年のデータのみを掲載しているため、過去のデータを閲覧したい場合は[LIVEOPSISのPDFダウンロード画面](#)に遷移し、各年11月のレポートをダウンロードいただければ幸いです。

調査概要

本特集の調査概要は下記の通り。

調査期間	2020年11月1日 ～ 2021年10月31日 ※1
調査対象	2021年10月のセールスランキングトップ100のうち、LIVEOPSISでイベントデータを取得しており、かつ1回以上のコラボ施策実施を確認できたタイトル49本
調査内容	調査タイトルにおける下記項目。 ◆コラボしたコンテンツ ※2 ◆実施期間 ※3 ◆コラボ詳細（公式情報のリンクをデータに紐付けており、該当箇所のクリックにて閲覧可能） ※4

※1：本特集における「11月」と「12月」は、2020年を指すため注意

※2：原則として、イベント名もしくはイベント概要に「コラボ」の文言が入っていたものを記録対象とした

※3：今回は1～10日までを「上旬」、11～20日までを「中旬」、21～月末までを「下旬」と区分して振り分けた

※4：施策の詳細を閲覧できるページがなかった場合は、Twitterの告知など関連のあるものを紐付け、それも確認できなかった場合はリンクなしとした。

なお、今後特設サイト閉鎖などによるリンク切れが生じる可能性がある

本特集の概要

調査タイトル一覧

本特集の調査タイトルである（五十音順）。

タイトル	パブリッシャー	リリース日	10月 セールス順位	詳細データ 掲載ページ
アークナイツ	Yostar Inc.	2020/1/16	61位	66
Identity V	Hong Kong Netease Interactive Entertainment Limited	2018/7/4	34位	66
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	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.	2015/9/10	37位	67
Ash Tale～風の大陸～	X-LEGEND ENTERTAINMENT CO. LTD.	2019/4/25	72位	67
あんさんぶるスターズ！！ Music	Happy Elements K.K	2020/3/15	13位	67
eFootball™ウイコレ CHAMPION SQUADS	Konami Digital Entertainment Co. Ltd.	2017/10/30	75位	68
eFootball ウイニングイレブン 2021	Konami Digital Entertainment Co. Ltd.	2017/5/24	81位	68
ウマ娘 プリティーダービー	Cygames Inc.	2021/2/24	4位	68
FFBE幻影戦争 WAR OF THE VISIONS	SQUARE ENIX Co. Ltd.	2019/11/13	80位	68
逆転オセロニア	DeNA Co. Ltd.	2016/2/4	100位	69
グランブルーファンタジー	Cygames Inc.	2014/5/1	44位	69
樺坂46・日向坂46 UNI'S ON AIR	Akatsuki Inc.	2019/9/23	84位	69
Call of Duty®: Mobile	Activision Publishing Inc.	2019/9/30	29位	69
荒野行動-スマホ版バトルワ	Hong Kong Netease Interactive Entertainment Limited	2017/12/14	6位	70
コトダマン - 共闘ことばRPG	XFLAG Inc.	2018/4/16	60位	71
#コンパス 【戦闘摂理解析システム】	NHN PLAYART CORP.	2016/12/16	58位	72
実況パワフルプロ野球	Konami Digital Entertainment Co. Ltd.	2014/12/23	17位	73
SINoALICE シノアリスー	Pokelabo Inc.	2017/6/6	95位	74
Sky 星を紡ぐ子どもたち	thatgamecompany	2019/7/18	68位	74
戦国炎舞 -KIZNA- 【人気の本格戦国RPG】	Sumzap Inc.	2013/4/15	53位	74
ドラゴンクエストウォーク	SQUARE ENIX Co. Ltd.	2019/9/12	5位	74
ドラゴンクエストタクト	SQUARE ENIX Co. Ltd.	2020/7/16	25位	75
ドラゴンボールZ ドッカンバトル	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.	2015/2/18	28位	75
ドラゴンボール レジェンズ	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.	2018/5/31	73位	75
七つの大罪 光と闇の交戦：グラクロ	Netmarble Corporation	2019/6/4	65位	76

本特集の概要

調査タイトル一覧

タイトル	パブリッシャー	リリース日	10月 セールス順位	詳細データ 掲載ページ
にゃんこ大戦争	ponos corporation	2012/11/15	82位	76
パズル&ドラゴンズ	GungHo Online Entertainment INC.	2012/2/20	3位	77
バンドリ！ ガールズバンドパーティ！	Craft Egg Inc.	2017/3/16	77位	78
PUBG MOBILE	KRAFTON Inc	2018/5/16	40位	79
Fate/Grand Order	Aniplex Inc.	2015/8/12	8位	80
プリンセスコネクト！ Re:Dive	Cygames Inc.	2018/2/15	91位	80
プロジェクトセカイ カラフルステージ！ feat. 初音ミク	SEGA CORPORATION	2020/9/30	14位	80
プロ野球スピリッツA	Konami Digital Entertainment Co. Ltd.	2015/10/21	1位	80
放置少女～百花繚乱の萌姫たち～	C4 CONNECT K.K.	2017/3/23	11位	80
北斗の拳 LEGENDS ReVIVE	SEGA CORPORATION	2019/9/5	66位	81
Pokémon GO	Niantic Inc.	2016/7/22	7位	81
星のドラゴンクエスト	SQUARE ENIX Co. Ltd.	2015/10/15	64位	82
魔剣伝説	Zhuhai Youwu Network Technology Co. Ltd.	2020/4/18	47位	82
マフィア・シティ-極道風雲	YOTTA GAMES PTE LTD	2018/4/27	16位	82
モンスターストライク	XFLAG Inc.	2013/10/10	2位	83
妖怪ウォッチ ぶにぶに	Level-5 Inc.	2015/10/28	43位	84
Rise of Kingdoms —万国覚醒—	LILITH TECHNOLOGY HONG KONG LIMITED	2019/12/16	33位	84
ライフアフター	Hong Kong Netease Interactive Entertainment Limited	2019/4/17	38位	84
LINE : ディズニー ツムツム	LINE Corporation	2014/1/29	22位	84
LINE バブル2	LINE Corporation	2015/4/24	90位	85
LINE ポコポコ	LINE Corporation	2014/9/3	21位	85
LINE POP2	LINE Corporation	2014/10/30	63位	86
ロマンシング サガ リ・ユニバース	SQUARE ENIX Co. Ltd.	2018/12/6	76位	86
ONE PIECE トレジャークルーズ	BANDAI NAMCO Entertainment Inc.	2014/5/12	41位	86

本特集の概要

コンテンツのカテゴリ

本特集では、コラボ対象コンテンツのカテゴリを下表の通り区分した（基本的に「小カテゴリ」の方を使用）。

●コンテンツのカテゴリ

大カテゴリ	小カテゴリ	該当例
アプリ	アプリストア	Google Play
	キーボードアプリ	Simeji
	通話アプリ	Kumoo
イベント	劇・ショー	超歌舞伎×千本桜
	ゲーム・アニメ系イベント	KAWASAKI GAME SHOW
映像・放送	アニメ	進撃の巨人
	映画	ゴジラvsコング
	ドラマ	ボーダレス
	TV番組（バラエティなど）	バトルスタジアム
	特撮	仮面ライダー
	Web番組・動画	貴ちゃんねるず
企業・団体	芸能・声優事務所	ホロライブ
	電化製品メーカー	象印
	通信事業社	ドコモ
キャラクター	アニメキャラ	ちびまる子ちゃん
	ゲームキャラ	ソニック・ザ・ヘッジホッグ
	VTuber	猫宮ひなた
	ボーカロイド	初音ミク
	マスコットキャラ	スヌーピー
	マンガキャラ	つるピカハゲ丸
ゲーム	アーケードゲーム	ストリートファイターV
	カードゲーム	デュエル・マスターズ
	コンシューマーゲーム	BIOHAZARD
	スマホ・モバイルゲーム	モンスターストライク

本特集の概要

コンテンツのカテゴリ

●コンテンツのカテゴリのつづき

大カテゴリ	小カテゴリ	該当例
商品・サービス	一番くじ	一番くじ
	飲食物	じゃがりこ
	おもちゃ	B.Duck
	車	McLaren
	クレジットカード	イオンカード
	動画・配信サイト	Mirrativ
	日用品	ラブ・ライナー
	パチンコ	花の慶次-雲のかなたに-
書籍	雑誌	ヤングジャンプ
	小説	星の王子さま
	マンガ	北斗の拳
人物・動物	音楽関係者	乃木坂46
	芸能人・タレント	橋本環奈
	スポーツ選手	里崎智也
	YouTuber	ヒカル
スポーツチーム	サッカーチーム	ユヴェントス
	野球チーム	パ・リーグ
店舗・施設	アパレルショップ	しまむら
	レジャー施設	ナンジャタウン
	飲食店	ルイードの酒場
	カラオケボックス	JOYSOUND
	コンビニ	ローソン
	商業施設・スーパー	ドン・キホーテ
	ホテル・温泉	サンシャインシティプリンスホテル（池袋）
場所	都道府県	佐賀県
ブランド	アパレル・アクセブランド	The North Face × Gucci
その他	上記に分類されないもの	WWF（環境保全団体）

集計データ

タイトル別 コラボ実施傾向

下表は調査タイトルが調査期間中に実施したコラボ施策の数（復刻を含む）や、コラボ対象コンテンツの属性（IP・非IP）の割合を示したものである。後者については、それぞれ多かった方を赤文字にした。

なおここでの「IP」は基本的にアニメ・ゲームのようなエンタメ系の著作物やキャラクターなどを、「非IP」は企業や店舗などを指す。

「パズル&ドラゴンズ」や「モンスターストライク」のコラボ施策数が多いのは例年通りだが、「実況パワフルプロ野球」や「荒野行動-スマホ版バトロワ」「コトダマン-共闘ことばRPG」なども上位となった。

（ただし「実況パワフルプロ野球」については、復刻コラボガチャのみの実施が約半数を占める）。

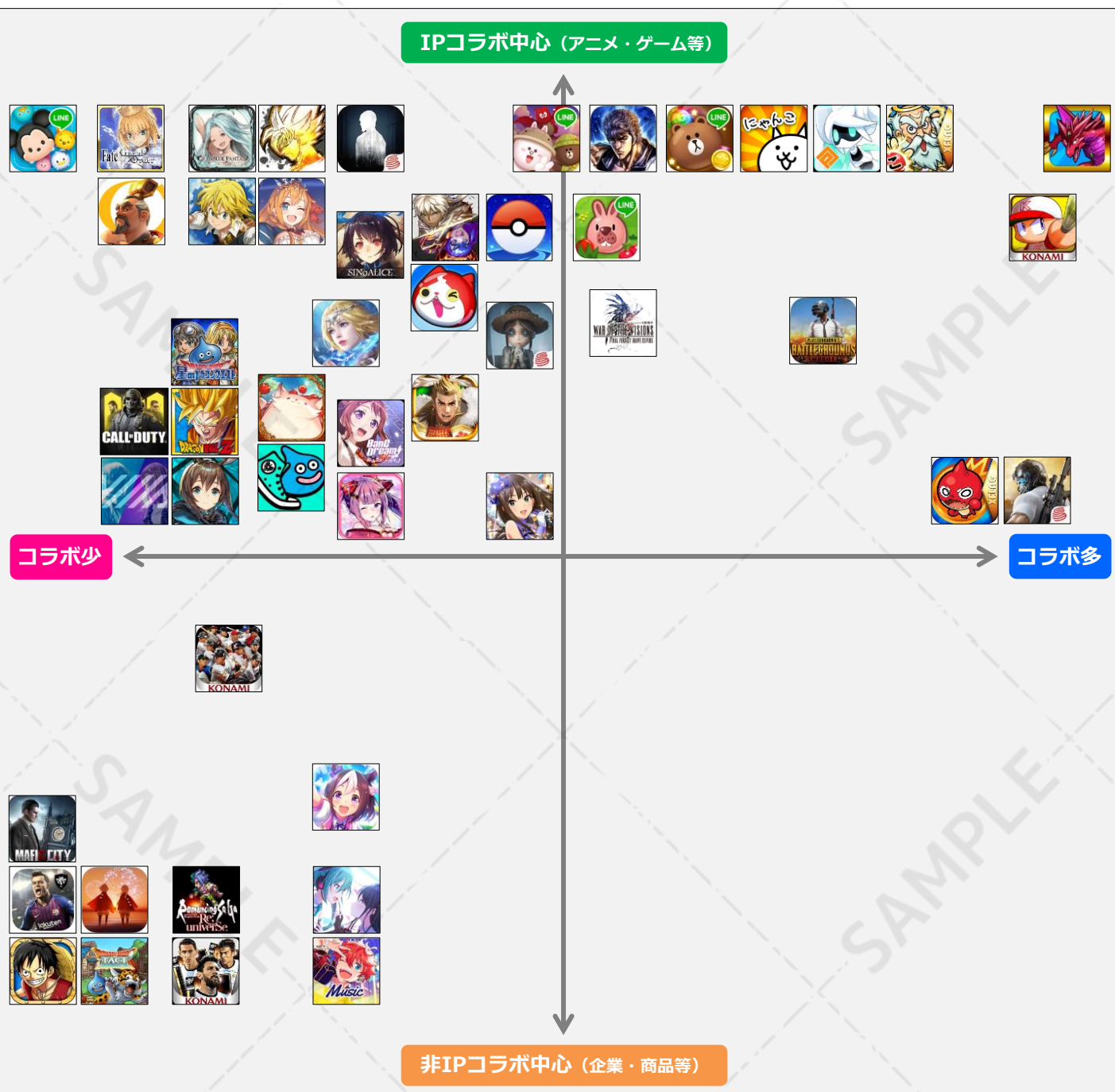
タイトル	コラボ 施策数	IP割合	非IP割合
パズル&ドラゴンズ	24	96%	4%
実況パワフルプロ野球	21	86%	14%
荒野行動-スマホ版バトロワ	20	55%	45%
モンスターストライク	20	55%	45%
コトダマン - 共闘ことばRPG	18	100%	0%
#コンパス 【戦闘摂理解析システム】	17	94%	6%
PUBG MOBILE	15	73%	27%
にゃんこ大戦争	14	93%	7%
LINE POP2	12	100%	0%
北斗の拳 LEGENDS ReVIVE	10	100%	0%
FFBE幻影戦争 WAR OF THE VISIONS	10	70%	30%
LINE ポコポコ	9	89%	11%
LINE バブル2	8	100%	0%
Identity V	7	71%	29%
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	7	57%	43%
Pokémon GO	7	86%	14%
逆転オセロニア	6	83%	17%
妖怪ウォッチ ぶにぶに	6	83%	17%
戦国炎舞 -KIZNA-	6	67%	33%
バンドリ！ ガールズバンドパーティ！	5	60%	40%
放置少女～百花繚乱の萌姫たち～	5	60%	40%
ライフアフター	5	100%	0%
SINoALICE-シノアリス-	5	80%	20%
あんさんぶるスターズ！！Music	4	0%	100%
ウマ娘 プリティーダービー	4	25%	75%

タイトル	コラボ 施策数	IP割合	非IP割合
プロジェクトセカイ カラフルステージ！ feat. 初音ミク	4	0%	100%
魔剣伝説	4	75%	25%
Ash Tale～風の大陸～	3	67%	33%
グランブルーファンタジー	3	100%	0%
ドラゴンクエストウォーク	3	67%	33%
ドラゴンボール レジェンズ	3	100%	0%
七つの大罪 光と闇の交戦：グラクロ	3	100%	0%
プリンセスコネクト！ Re:Dive	3	100%	0%
プロ野球スピリッツ A	3	33%	67%
アークナイツ	2	50%	50%
eFootball™ワイコレ CHAMPION SQUADS	2	0%	100%
樺坂46・日向坂46 UNI'S ON AIR	2	50%	50%
Call of Duty®: Mobile	2	50%	50%
ドラゴンボールZ ドッカンバトル	2	50%	50%
Fate/Grand Order	2	100%	0%
星のドラゴンクエスト	2	50%	50%
Rise of Kingdoms 一万国覚醒ー	2	100%	0%
ロマンシング サガ リ・ユニバース	2	0%	100%
eFootball ウイニングイレブン 2021	1	0%	100%
Sky 星を紡ぐ子どもたち	1	100%	0%
ドラゴンクエストタクト	1	0%	100%
マフィア・シティ-極道風雲	1	0%	100%
LINE：ディズニー ツムツム	1	100%	0%
ONE PIECE トレジャークルーズ	1	0%	100%

集計データ

タイトル別 コラボ実施傾向

前ページで示したデータを、アプリアイコンを用いて分布図で示してみた。コラボ回数が1桁のタイトルが「コラボ少」のゾーンに偏る結果となったが、大まかなトレンドの把握に役立てば嬉しい。



集計データ

複数タイトルとコラボしたコンテンツ

コラボ施策を企画するにあたっては、ユーザー人気の高いコンテンツを探すことはもちろん、各コンテンツにおけるコラボのしやすさなどを把握することも重要だと思われる。

そこで今回も、複数タイトルとコラボしたコンテンツをまとめてみた。特筆すべきは、4タイトル以上とコラボを行った「進撃の巨人」「Re:ゼロから始める異世界生活」「七つの大罪」の3種類だ。

いずれも若年層を中心に人気のアニメであり、特に前2つは昨年における同様の調査でも僅差でトップ1・2だったため、やはりユーザー人気の高いのだろう。

また該当タイトルのジャンルもRPG・アクション・パズルなどと幅広いことから、間口の広さもうかがえる。

●4タイトル以上とコラボしたコンテンツ

コンテンツ	カテゴリ	コラボしたタイトル（クリックでリンク遷移）
進撃の巨人	アニメ	逆転オセロニア
		荒野行動-スマホ版バトロワ
		コトダマン - 共闘ことばRPG
		ライフアフター
		LINE ポコポコ
Re:ゼロから始める異世界生活	アニメ	#コンパス【戦闘摂理解析システム】
		七つの大罪 光と闇の交戦：グラクロ
		プリンセスコネクト！Re:Dive
		モンスターストライク
七つの大罪	アニメ	荒野行動-スマホ版バトロワ
		コトダマン - 共闘ことばRPG
		モンスターストライク
		妖怪ウォッチ ぶにぶに

【補足】

アニメはサブタイトルなどが異なっても連続している場合が多いため同一IPとしてまとめたが、ゲーム作品はナンバリングや派生などが多く、かつ個々が独立している場合も多いため、同一タイトル以外は別々にカウントした

例1：「七つの大罪 憤怒の審判」と「七つの大罪 神々の逆鱗」 → どちらも「七つの大罪」としてカウント

例2：「FINAL FANTASY I」と「FINAL FANTASY XV」 → それぞれを1ずつカウント

集計データ

カテゴリの割合

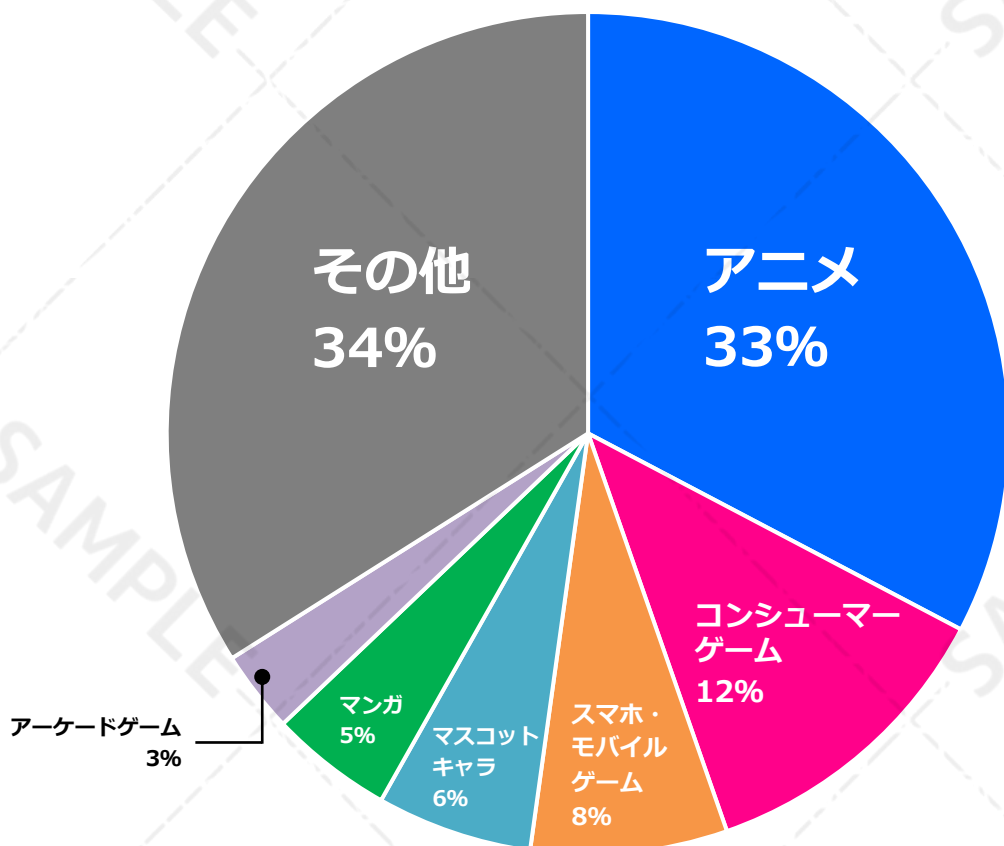
ここではコラボを行ったコンテンツのカテゴリ割合を算出し、下のグラフに示した（件数の合計が5件以下のカテゴリはすべて「その他」に含めた）。

なお調査対象となったコラボ施策は復刻やガチャのみの実施なども含めると、合計で318件だった。

単独では「アニメ」が群を抜いて多く、全体の3割を占める結果に。その後ろには「コンシューマーゲーム」「スマホ・モバイルゲーム」などが続き、やはりスマートフォンゲームはIPとのコラボが多いことが分かる。

一方で2021年はコロナ禍ということもあり、非IP（企業・店舗など）とのコラボは難しかったものと思われる。

だが10月からは緊急事態宣言が解除され、全国の感染者数も減少傾向にあることから、2022年からはそういったコラボも徐々に活気を取り戻していくのではないだろうか。



事例ピックアップ

本特集の調査対象から、注目のコラボ施策を紹介。

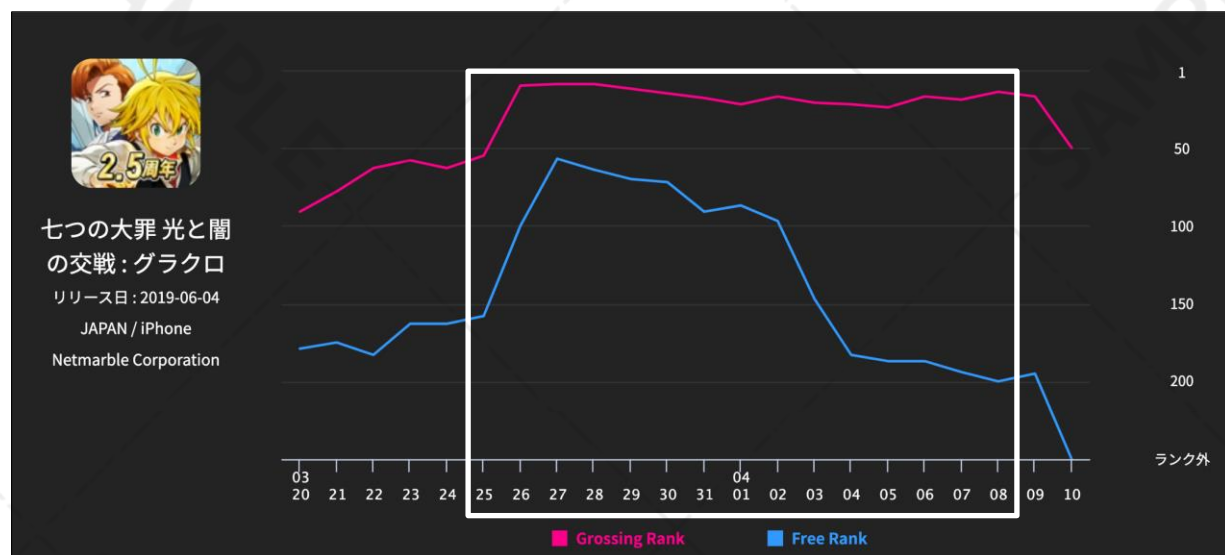


七つの大罪（グラクロ）×リゼロ

ハイクオリティなグラフィックなどが特徴的なRPGとして、2周年を迎えた今も根強い人気を誇る「七つの大罪 光と闇の交戦：グラクロ（以下、グラクロ）」。

本作は2021年3月下旬に「Re:ゼロから始める異世界生活（以下、リゼロ）」とのコラボを実施し、ランキングはセールスが最高9位、ダウンロードが最高57位を記録した。

なおTwitterでも「コラボすごくよかった」「復刻してほしい」などの声が複数見られ、高い相乗効果があったことがうかがえる。



事例ピックアップ

七つの大罪（グラクロ）×リゼロ



その他の主なイベントは下記の通り。

- ・ [コラボ記念ログインボーナス](#) … 7日間にわたり、11連分のガチャチケットや強化素材を配布
- ・ [コラボ記念パック](#) … ガチャチケット入りのパック商品販売や、有料アイテムのセールを実施
- ・ [スペシャルミッション](#) … 5つのミッションをクリアすると、キャラ「ラム」をもらえた
- ・ [スペシャルビンゴイベント](#) … 「抽選番号券」を消費してビンゴに挑戦。揃うと報酬をもらえた
- ・ [ペテルギウス殲滅戦](#) … 「リゼロ」の強敵である「ペテルギウス」を殲滅する期間限定イベント
- ・ [育成応援イベント](#) … キャラ強化大成功確率アップ、消費スタミナ軽減など



▲スペシャルビンゴ。揃ったラインに応じて強化素材などの報酬を獲得できた。



▲「ペテルギウス殲滅戦」ではガチャの目玉である「レム」や「ベアトリス」のコスチュームが報酬となっており、積極的に挑戦したユーザーが多かったと思われる。

事例ピックアップ

Identity V × コナン



スマートフォン向けの非対称対戦ゲームとしては、他の追従を許さないほどの人気を誇る「Identity V」。本作は「シザーハンズ」「ダンガンロンパ」など、ダークな世界観をもつIPとのコラボを得意としている。

そして、2021年10月下旬からスタートしたのが「[名探偵コナン](#)」とのコラボである（前編と後編があり、後編は2021年12月に実施予定）。

同作は作風自体は明るめだが、ミステリアスなストーリーや、ほぼ毎回殺人が起きるというダークな展開は「Identity V」の雰囲気にはマッチしていると言えよう。

ちなみに本コラボは中国で2020年7月（2周年時）に実施されたものであり、現地での評判も高く、これを知った日本のユーザーはSNSなどで「日本でも！」などの熱い要望を述べていたようだ。

セールスランキング上位に中国で先行リリースされたタイトルが増えている現状を鑑みるに、今後はコラボ施策においても、このような「逆輸入」が増えてくるかもしれない。



新規ユーザー向け課金施策調査

新規ユーザー向けの商品は初回課金のハードルを下げるだけではなく、継続率の向上にもつながる重要な施策だ。今回は上位タイトル15本を抜粋し、商品内容・課金までの導線・傾向などを調査した。

INDEX

本特集の概要

はじめに	P. 109
調査概要	P. 109
調査タイトル一覧	P. 110

調査タイトルの傾向

採用施策	P. 111
価格	P. 113
パック商品における購入回数と期間	P. 116
ポップアップ	P. 119

タイトル別データ	P. 120
----------	--------

ピックアップ	P. 171
--------	--------

総評	P. 174
----	--------

本特集の概要

はじめに

新規ユーザー向けの課金商品には、強力なキャラやその強化素材などが含まれているなど、有料アイテムの単品販売や恒常販売のアイテムパックよりも随分とお得になっていることが多い。

こういった商品は「初回課金」という高いハードルを越えるのに適しており、かつ継続率アップにも寄与しやすいと考えられるため、昨今では様々なタイトルで見かけるようになってきた。

そこで今回は、新規ユーザー向け課金施策を実施している上位タイトル15本を抜粋し、商品内容・課金までの導線・それらの傾向などを調査した。

なお本特集におけるポイントは、下記の3点である。

- ◆商品のパック商品が中心。内容は有料アイテム・強化素材が多い
- ◆調査タイトルにおける最安商品の相場は120～250円程度。
高いものでも1,000円以下
- ◆海外タイトルでは初回チャージとVIPの連動も

調査概要

本特集の調査概要は下記の通り。

調査対象	恒常的な新規向け課金施策を実施している上位タイトル15本 ※
調査内容	調査タイトルにおける下記項目。 ◆新規ユーザー向け商品の詳細 ◆該当商品におけるまでの導線 など

※：「新規ユーザー向け課金施策」の定義…

「新規」「初心者」「スタートダッシュ」など、ゲームを始めたばかりのユーザーを対象として販売していると判断できる文言が、商品名や商品の説明に記載されているもの



本特集の概要

調査タイトル一覧

本特集の調査タイトルである。

タイトル	ジャンル	リリース日	パブリッシャー	詳細データ 掲載ページ
この素晴らしい世界に祝福を！ファンタスティックデイズ	RPG	2020/2/27	Sumzap, Inc.	120
七つの大罪 〜光と闇の交戦	RPG	2019/6/4	Netmarble Corporation	125
ブルーアーカイブ	RPG	2021/2/4	Yostar, Inc.	128
ガーディアンテイルズ	アクションRPG	2021/10/6	KONG STUDIOS INC	131
ドラゴンクエスト ダイの大冒険 -魂の絆-	アクションRPG	2021/9/28	SQUARE ENIX Co.,Ltd.	134
モンスターストライク	アクションRPG	2013/10/10	XFLAG, Inc.	137
共闘ことばRPG コトダマン	パズルRPG	2018/4/16	XFLAG, Inc.	140
ファイアーエムブレム ヒーローズ	シミュレーションRPG	2017/2/2	Nintendo Co., Ltd.	143
二ノ国：Cross Worlds	MMORPG	2021/6/10	Netmarble Corporation	146
プロジェクトセカイ カラフルステージ！ feat. 初音ミク	リズム	2020/9/30	SEGA CORPORATION	151
あんさんぶるスターズ！！ Music	リズム	2020/3/15	Happy Elements K.K	156
LINE：ポコポコ	パズル	2014/9/3	LINE Corporation	159
おねがい社長	ストラテジー	2020/7/22	Hong Kong Just Game Technology Limited	162
パズル&サバイバル	ストラテジー	2020/12/15	G-MEI NETWORK TECHNOLOGY CO LIMITED	165
アークナイツ	タワーディフェンス	2020/1/16	Yostar, Inc.	168

調査タイトルの傾向

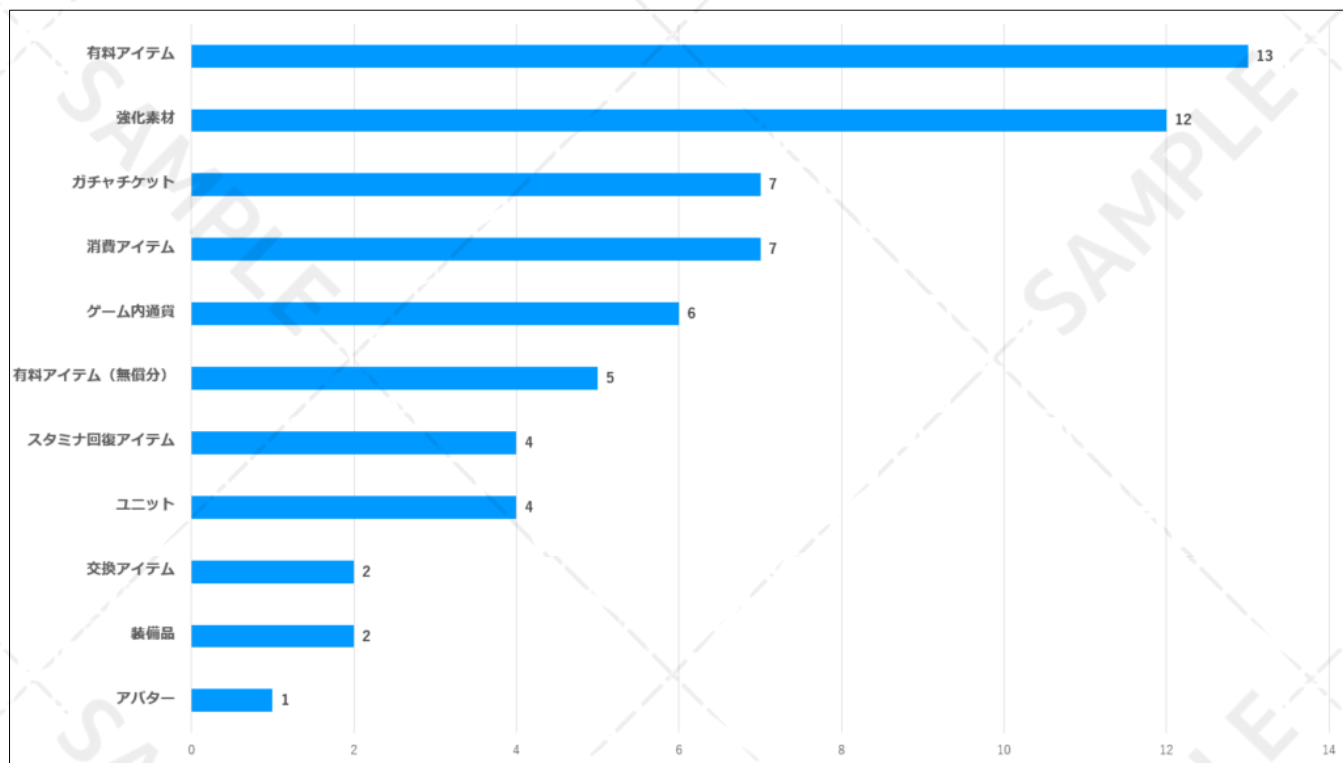
採用施策

最初に商品の種類と、採用アイテムの傾向を見ていく。

特筆すべきは、調査対象のほぼすべてがパック商品の形式を採用していたことだ。

様々なアイテムをまとめて封入でき、商品ラインナップや価格も含め、ユーザーのニーズに応じた内容に調整しやすいなど複数のメリットがあるためだろう。

下記グラフは、商品に含まれるアイテムの傾向を示したものである。



調査タイトルの傾向

採用施策

もっとも採用されていたのは有料アイテム（13タイトル）で、次点は強化素材（12タイトル）となった。

◆有料アイテム

通常価格との比較によってお得度を判別できるため、ユーザーもその価値を理解しやすく、初課金を促すトリガーになりやすいのだろう。

ちなみに無償分の有料アイテムを採用していたのは5タイトルだったが、基本的には有償分ありきで、そのおまけとして無償分が含まれるというのが基本だった。

◆強化素材

採用タイトル数を鑑みるに、このアイテムは新規ユーザー向け商品には含めておいたほうが良さそうだ。

ゲームをスムーズに進めたいユーザーにとっては、攻略や育成時の手詰まりがネガティブ要素となることが多く、離脱の原因になりやすい。

ゆえに、安価で大量の強化素材が手に入る商品の重要性は高いと言えるだろう。

◆ユニット（キャラ）

基本的にゲームの主役となるこのアイテムを商品に含めていたタイトルも、4本あった。

ちなみに同様のものを獲得できるガチャチケットの採用タイトル（7本）も含めれば、11本となる。

これを採用しているタイトルでは、ゲーム序盤～中盤まで活躍してくれる強力なキャラを目玉にしており、実際に攻略サイトなどを見ても、高く評価されている例が散見された。

とはいえ、ゲーム内で「このユニットは強いよ。この価格で購入できるのはお得だよ」などの直接的な文言で商品をアピールしているタイトルは見当たらなかった。

「ユニットの良し悪しを運営側が言及することが、ユーザーにはネガティブに映る可能性がある」と判断しての対応かもしれない。

◆補足

ちなみに「新規ユーザー向け」の文言が含まれた有料アイテムやサブスクリプションは見当たらず、基本的にはパック商品の扱いになっていた。

調査タイトルの傾向

価格

次に、調査タイトルにおける新規ユーザー向けの商品点数、最低・最高価格を下表にまとめた。

●新規ユーザー向けの商品点数など

タイトル	対象商品数	最低価格	最高価格
この素晴らしい世界に祝福を！ファンタスティックデイズ	9点	120円	3,060円
七つの大罪 〜光と闇の交戦	3点	490円	2,940円
ブルーアーカイブ	2点	120円	120円
ガーディアンテイルズ	1点	980円	980円
ドラゴンクエスト ダイの大冒険 -魂の絆-	1点	250円	250円
モンスターストライク	2点	490円	980円
共闘ことばRPG コトダマン	4点	250円	2,940円
ファイアーエムブレム ヒーローズ	1点	490円	490円
二ノ国 : Cross Worlds	10点	250円	10,000円
プロジェクトセカイ カラフルステージ！ feat. 初音ミク	4点	120円	10,000円
あんさんぶるスターズ！！ Music	3点	980円	10,000円
LINE : ポコポコ	1点	250円	250円
アークナイツ	3点	120円	1,960円
おねがい社長	1点	※ 120円	※ 12,000円
パズル&サバイバル	1点	610円	610円

※：初課金（初回チャージ）の際に特典をもらえる。金額は問わないため、120円でも入手可能。

タイトル別データ

ここからは、新規向け課金施策をタイトル別にまとめた。

この素晴らしい世界に祝福を！ファンタスティックデイズ



●新規向け課金施策概要

採用施策	対象商品数	価格レンジ
パック商品	9点	120円～3,060円

●商品詳細

商品名	価格	購入回数制限	ポップアップ	内容	種別
スタートダッシュパック	3,060円	1回	無	クォーツ×3,060	有料アイテム（約3,360円相当）
				★4ガチャチケット	ガチャチケット
				スキップチケット×10	消費アイテム
ウェルカムお得パック	370円	1回	無	クォーツ×600	有料アイテム（約660円相当）
				パワーポーション（大）×10	強化素材
				スキップチケット×30	消費アイテム
ビギナー用育成パック（武芸書）	120円	1回	無	クォーツ×120	有料アイテム（約130円相当）
				大師範の武芸書×20	強化素材
				師範の武芸書×30	強化素材
				エリス×250,000	ゲーム内通貨
				伝説の聖杯×10	強化素材
				金の聖杯×20	強化素材
ビギナー用育成パック（石板）	120円	1回	無	クォーツ×120	有料アイテム（約130円相当）
				大司教の石板×20	強化素材
				司教の石板×30	強化素材
				エリス×250,000	ゲーム内通貨
				伝説の聖杯×10	強化素材

タイトル別データ



この素晴らしい世界に祝福を！ファンタスティックデイズ

●商品詳細のつづき

商品名	価格	購入回数制限	ポップアップ	内容	種別
ビギナー用育成パック（魔導書）	120円	1回	無	クォーツ×120	有料アイテム（約130円相当）
				大魔術師の魔導書×20	強化素材
				魔術師の魔導書×30	強化素材
				エリス×250,000	ゲーム内通貨
				伝説の聖杯×10	強化素材
				金の聖杯×20	強化素材
ビギナー用育成パック（霊薬）	120円	1回	無	クォーツ×120	有料アイテム（約130円相当）
				大仙人の霊薬×20	強化素材
				仙人の霊薬×30	強化素材
				エリス×250,000	ゲーム内通貨
				伝説の聖杯×10	強化素材
				金の聖杯×20	強化素材
ビギナー用育成パック（宝珠）	120円	1回	無	クォーツ×120	有料アイテム（約130円相当）
				大賢者の宝珠×20	強化素材
				賢者の宝珠×30	強化素材
				エリス×250,000	ゲーム内通貨
				伝説の聖杯×10	強化素材
				金の聖杯×20	強化素材

タイトル別データ

この素晴らしい世界に祝福を！ファンタスティックデイズ



●商品詳細のつづき

商品名	価格	購入回数制限	ポップアップ	内容	種別
ビギナー用育成パック（水晶）	120円	1回	無	クォーツ×120	有料アイテム（約130円相当）
				大預言者の水晶×20	強化素材
				預言者の水晶×30	強化素材
				エリス×250,000	ゲーム内通貨
				伝説の聖杯×10	強化素材
				金の聖杯×20	強化素材
ビギナー用強化パック	370円	1回	無	クォーツ×370	有料アイテム（約400円相当）
				パワーポーション（大）×100	強化素材
				スタミナビーフ×5	スタミナ回復アイテム
				スキップチケット×30	消費アイテム

タイトル別データ

この素晴らしい世界に祝福を！ファンタスティックデイズ



▲「ウェルカムお得パック」。



▲「スタートダッシュパック」「ビギナー用育成パック（武芸書）（石版）」。



▲「ビギナー用育成パック（魔道書）（霊薬）（宝珠）（水晶）」。



▲「ビギナー用強化パック」。



▲ホーム画面のキャンペーンバナーにて、新規向け商品の導線を設けている。

タイトル別データ



この素晴らしい世界に祝福を！ファンタスティックデイズ

●商品の特徴

本作では、新規向け商品を合計で9点用意している。

このうち「ビギナー用育成パック」は、キャラクターに応じた限界突破用アイテムごとに販売していることが特徴だ。

【スタートダッシュパック】

有料アイテムの「クオーツ」は1個あたり1円相当なので、本商品のクオーツ3,060個（3,060円相当）を獲得できた時点で元が取れる。

これに加え★4（最高レアリティ）が排出確定のガチャチケットも獲得できるため、スタートダッシュをかけた新規ユーザーには嬉しいラインナップとなっている。

また新規ユーザー向けに有償クオーツ3,000個（3,000円相当）で回せる「スタートダッシュガチャ（1人★4確定）」（期限6日間）も用意。多くの場合、本商品で獲得したクオーツの使い道はこのガチャとなるだろう。

すなわちスタートダッシュパック購入後は、5人パーティ中で少なくとも2人の★4キャラを獲得でき、盤石なパーティ編成でゲームを始められるということになる。

ちなみに本作ではレベル上げやドロップアイテムの都合上、クエストの周回プレイが重要になるため、クエストを一瞬でクリアできるスキップチケットも重宝されている。

【ビギナー用育成パック】

クオーツ120個（120円相当）に加え、キャラクター（職業）に応じた限界突破用アイテムを安価で獲得できる。

それぞれ入手するためには、該当クエストを何度も周回する必要があり、早々にキャラクターを強化したいユーザーにとっては重宝する商品と言える。