

ゲーム開発を形成するトレンドについて



2024

Unity ゲーミングレポート **2024** より

August 2024



本資料に関する 注意事項

本資料は、一般的な情報提供目的で作成されたものであり、本資料に記載したいかなる内容も、契約内容を構成するものではありません。

いかなる購買決定も、本資料に基づいてされることのないようにご注意ください。

本資料に記載したいかなる機能、コード、サービス内容についても、提供をお約束するものではありません。

本資料に記載した製品、サービス、機能の開発およびリリース時期については、Unityの判断により決定され、変更の可能性があります。



Unity ゲーミングレポートとは

約**500**万人の**Unity** 開発者と**3,420**億回以上の広告ビューのデータに基づいたレポートです。

また、開発のより良い戦略的プランニングに役立つように、世論調査やアンケート調査、**Unity**の業界ベテラン、スタジオパートナー、社内エキスパートからなる幅広いコミュニティからの洞察を統合して分析しています



市場概況



ゲーム業界全体では

ゲームの、社会的、文化的影響力が強まっています

ゲーム業界の売り上げ規模は、映画、音楽業界を上回っています



一方、経済的な不安定さがあります

- 物価高 = 価格上昇
- 円安

ゲーム業界でいえば、

- 人員削減による、レイオフ
- 開発会社の閉鎖



ゲーム開発を形成するトレンド



AI ツールを導入

開発時間の短縮のために、今回調査対象となったスタジオの62%が、主にプロトタイプの迅速な作成や、コンセプト作成、アセット作成、およびワールド構築のワークフローでAIを使用しています



収益アプローチの多様化

アプリ内課金 (IAP) のデイリーアクティブユーザーあたりの平均収益 (ARPDAAU) が減少。一方、アプリ内広告 (IAA) の ARPDAAU は増加傾向

開発スタジオは IAA 戦略の幅を拡大。動画リワード広告とオフアウォールの両方を使用したゲームは、それぞれ一つだけ、あるいはリワード広告を入れていないゲームよりも、リテンションが高い



対応プラットフォームの拡大

マルチプラットフォームへの対応する開発者が増加
対応プラットフォームを増やす = より多くのユーザーへリーチ

2021 年から 2023 年にかけて、マルチプラットフォームゲームの
比率は 40% 増加

過去 2 年間でマルチプラットフォームゲームの開発は 71% 増加
しています。



マルチプレイヤー

ユーザーのニーズ=ゲームのソーシャル機能=マルチプレイヤー
エンゲージメントを高められる
アップデートの回数を減らせる

月間アクティブユーザー数 (MAU) が 40.2% 増加
マルチプレイヤーゲームの収益は 23 億ドルの増加 (10% 増)



ブランディングを強化 = エンゲージメントを拡大

開発スタジオは、オーディエンスの愛着を深めることで、ゲーム IP の寿命を延ばそうとしています。

運営サービスにて、エンゲージメントとリテンションを高め、ブランドロイヤルティを育成

既存の IP を最大限に利用 = 新しい市場へのテストなど
ユーザー生成コンテンツをゲームに組み込む



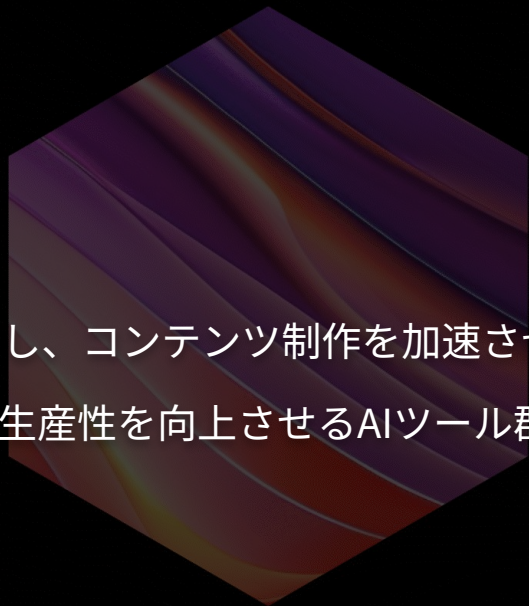
Unity ゲーミングレポートは
<https://unity.com/ja/resources/gaming-report>



Unity AI

私たちは、イノベーションを促進し、コンテンツ制作を加速させます。

さまざまなユースケースにおいて生産性を向上させるAIツール群を構築しました。



Unity AI



あらゆる開発フェーズの生産性をあげる
Unity開発者のためのAIアシスタント

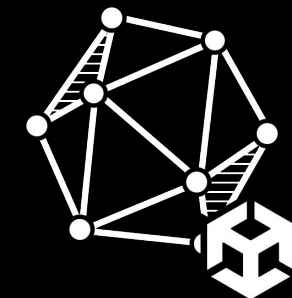


機械学習などで作成されたAIモデルを
Unityで開発したアプリ内で実行できる環境

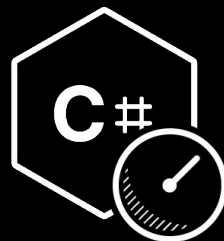
Unity Sentis



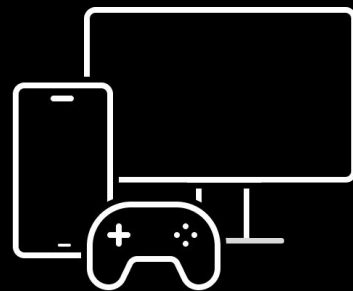
AIモデルの入手
トレーニング



Unityへインポート

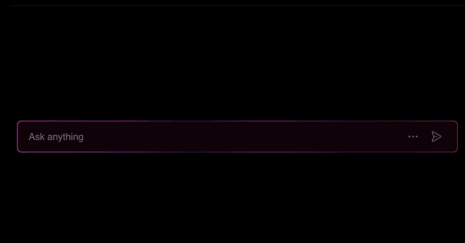


統合と調整
チューニング



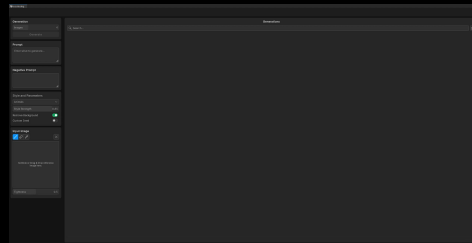
ランタイムプラット
フォームへのデプロイ

Unity Muse



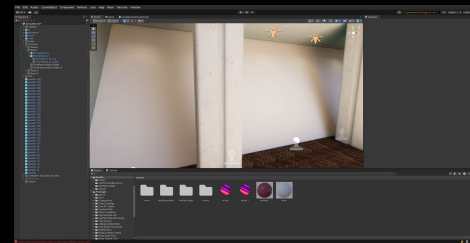
Chat

問題を解決し、アイデアを得て、使用可能なコードを生成します。



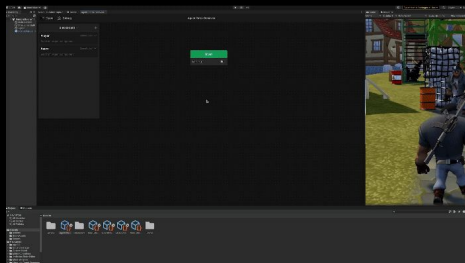
Sprite

プロンプトで 2D 画像を作成し、エディターで直接変更します。



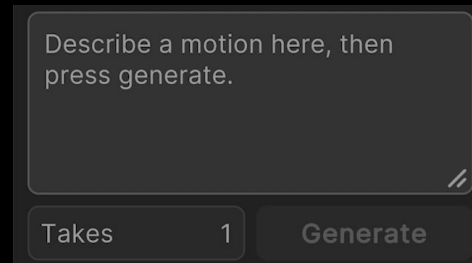
Texture

自然言語を使用して PBR 対応テクスチャを迅速に生成します。



Behavior

エディターで自然言語によるキャラクターのインタラクションを設定します。



Animate

ほんの数回のテキストプロンプトだけで人間のキャラクターに命を吹き込みます。



Sketch

自然言語プロンプトでシーンのモックアップをすばやく生成します。



AI x Unity 新しい開発スタイル

Unity Muse





Unity Grow

2024

市場で唯一、開発から収益化、
グロースまでのサイクルを
フルサポートするプラットフォーム

開発サイクルにおいて、一貫したサポートを提供

CREATE

Unity Editor
Runtime

PUBLISH

Supersonic
publishing
platform

RUN

Unity Gaming
Services

MONETIZE

Unity LevelPlay
ironSource Ads
Unity Ads
Tapjoy

SCALE

ironSource Ads
Unity Ads
Tapjoy
Aura

開発サイクルにおいて、一貫したサポートを提供

MONETIZE

Unity LevelPlay
メディエーション

ironSource Ads
ネットワーク

Unity Ads
ネットワーク

Tapjoy
オファーウォール

SCALE

ironSource Ads
ネットワーク

Unity Ads
ネットワーク

Tapjoy
オファーウォール

Aura
モバイルキャリア

継続的なゲーム開発のため
に、ユーザーをいかに収益化
するか

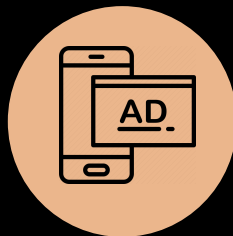


ユーザーの獲得
ユーザーLTVモデルに基づき、利益を生み出すユーザーを獲得



ユーザーの収益化 (IAP)

ユーザーはIAPバンドル、サブスクリプションなどを購入



ユーザーの収益化 (IAA)

ユーザーが広告を見ることで収益を上げる

×



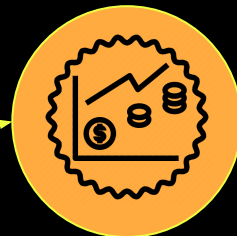
ユーザーの継続率

ユーザーのゲームプレイ時間が長くなると、広告を表示する機会やユーザーをIAPに転換する機会が増加



ユーザーエンゲージメント

ユーザーがアクティブにプレイすることで、セッション数とセッション時間が増加



ユーザーのLTV
ユーザーのLTVを上げることで、継続的なユーザー獲得と開発を実現

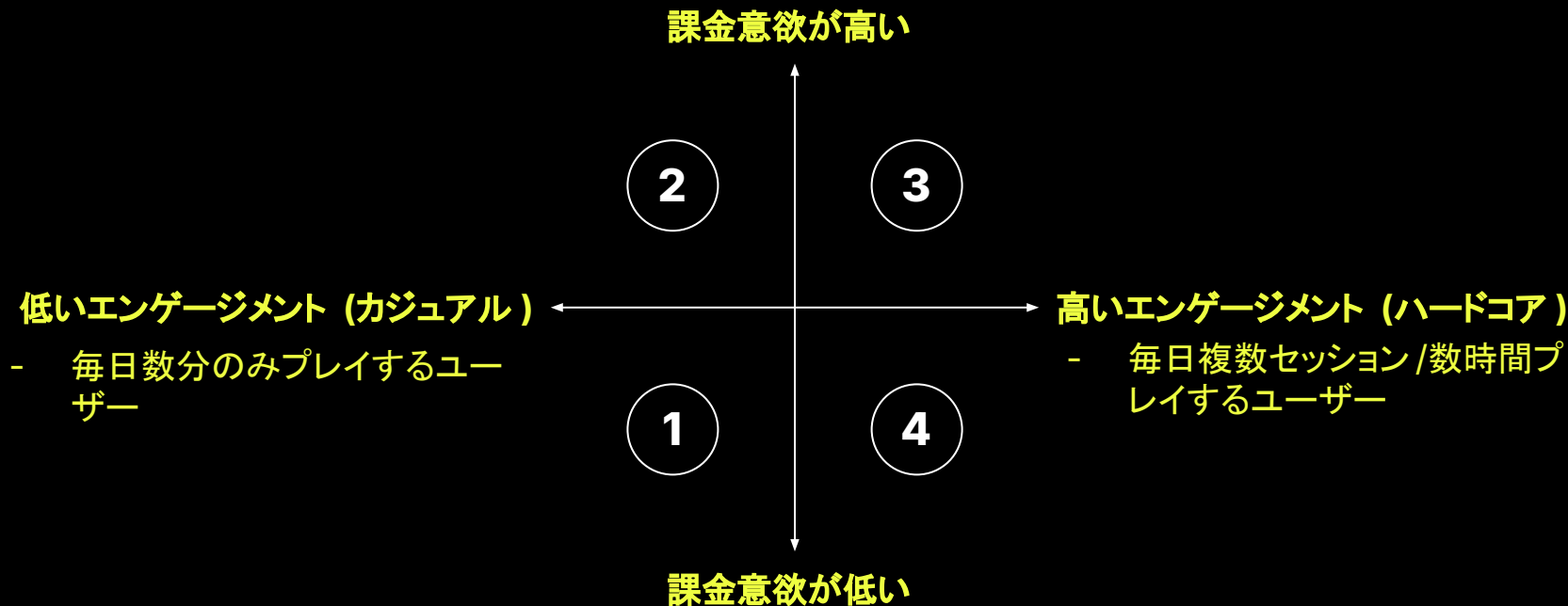
グロースループ

マネタイズ戦略を改善する 3つのステップ

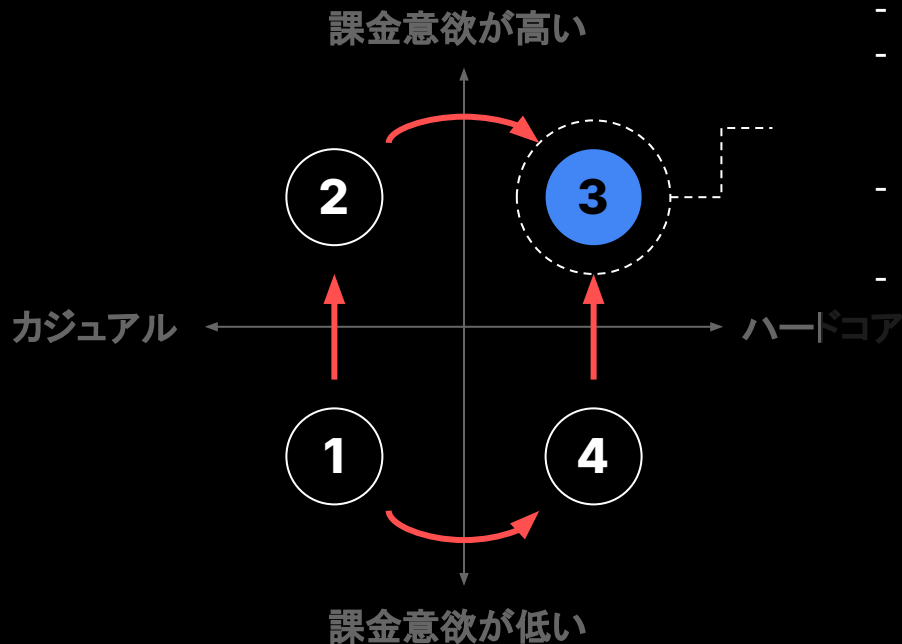
#1 エンゲージメント最適化

ユーザーをセグメント

エンゲージメントと「課金額」によってユーザーをセグメント化

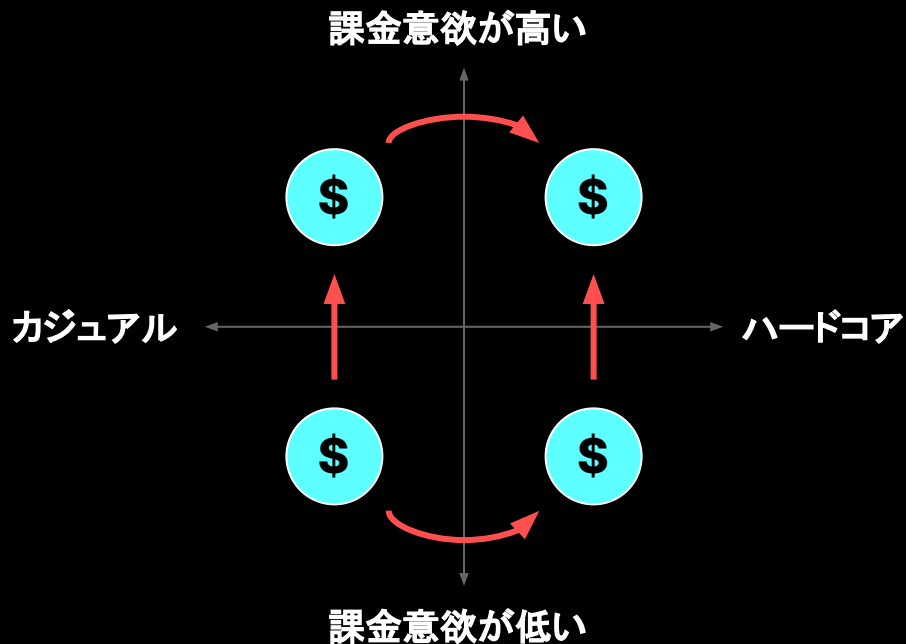


従来、グループ③(右上)のプレイヤーに注力してきました



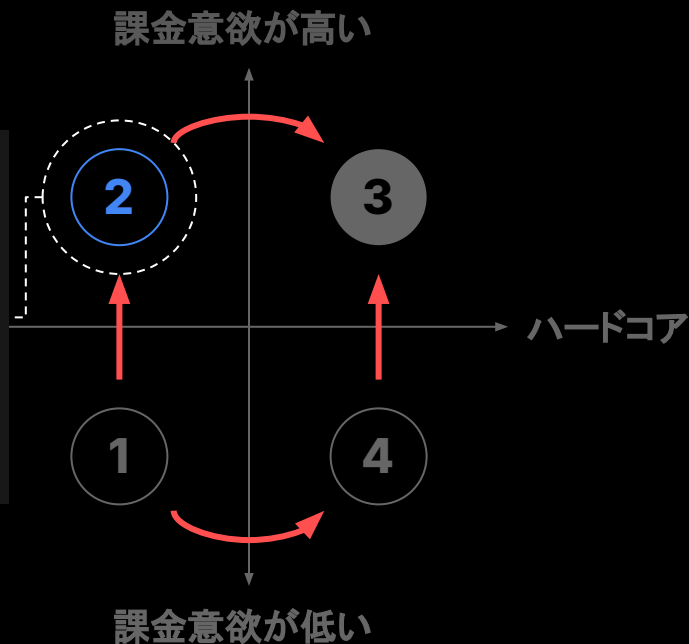
- 最も価値の高いグループ
- LiveOpsのコンテンツはこうしたユーザーに向けて開発・提供
- プログレッションの速度が早い
- 常に新規コンテンツを提供する必要がある。

最適なマネタイズ戦略を構築することで、すべてのグループを収益化できます



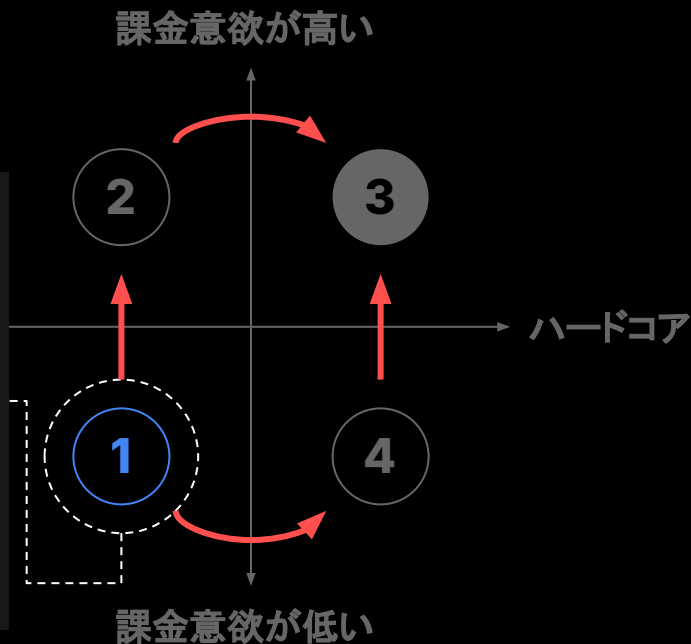
最適なマネタイズ戦略を構築することで、すべてのグループを収益化できます

- カジュアルユーザーだが、課金意欲がある
- **リワード型広告** や **スターターパック** などIAPバンドルが効果的
- 擬似的課金体験を提供して、グループ③への移行を図る

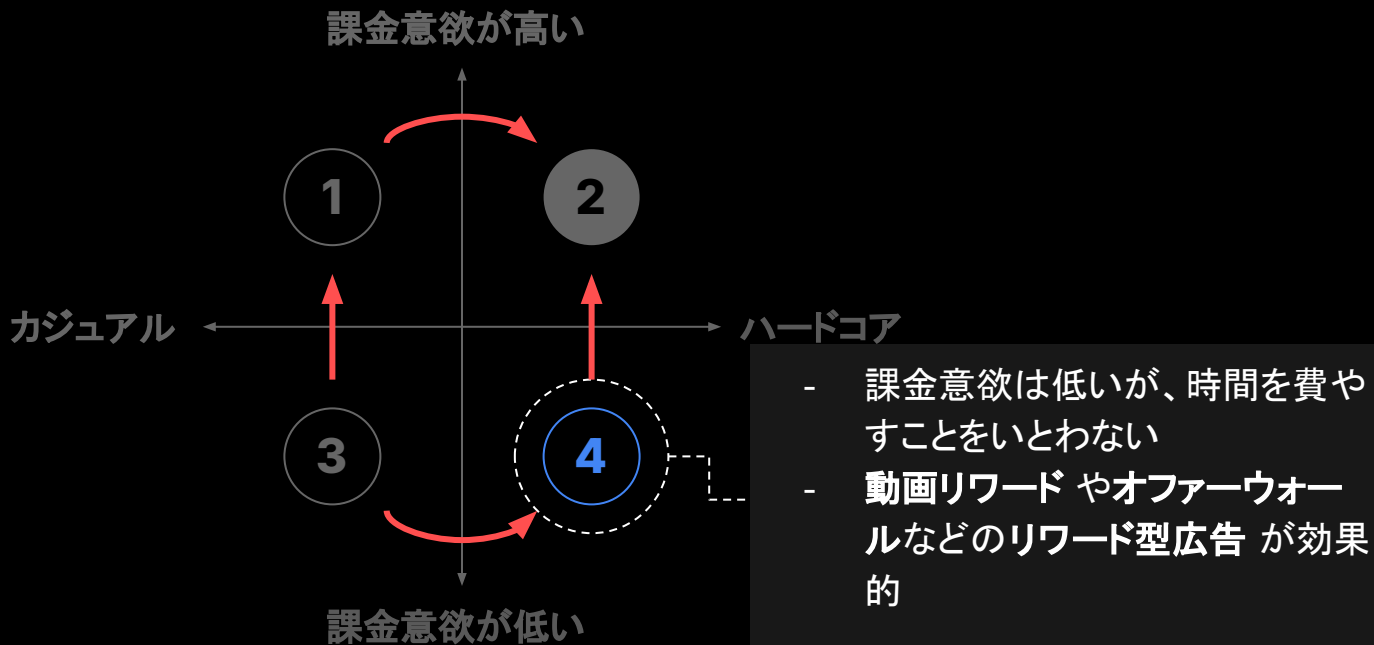


最適なマネタイズ戦略を構築することで、すべてのグループを収益化できます

- 課金意欲が低く、プレイ時間も少ない
- リワード型広告 と インターステイシャル広告 が効果的
- 大部分のユーザーはこのグループに属する
- すべてのユーザーはこのグループからスタート



最適なマネタイズ戦略を構築することで、すべてのグループを収益化できます



#2 課金転換を最大化

**プログレッションに応じて
マネタイズ戦略を最適化**

プレイヤーのプレイ時間に基づき、ゲームを特定のゲームステージに分割



ゲーム初期のゴール：エンゲージメントと課金転換

コンテンツ

- First-time user experience (FTUE)
- 堅固なコアループ
- 理解しやすい早期プログレッションモデル
- リソース(資源)ジェネレーター

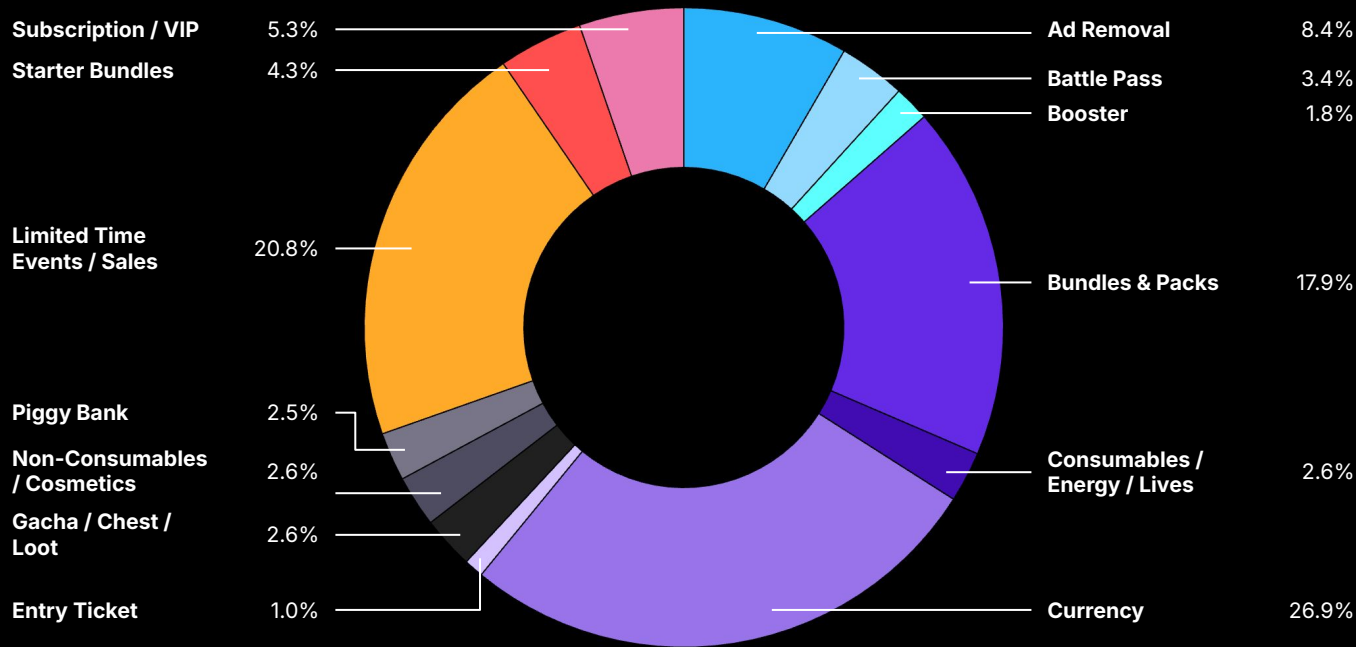
マネタイズ

- スターターバンドル
- エネルギー / ライフ
- 動画リワード広告



ゲーム初期のIAP内訳

初期段階(0日目から7日目)のタイプ別IAPトランザクション

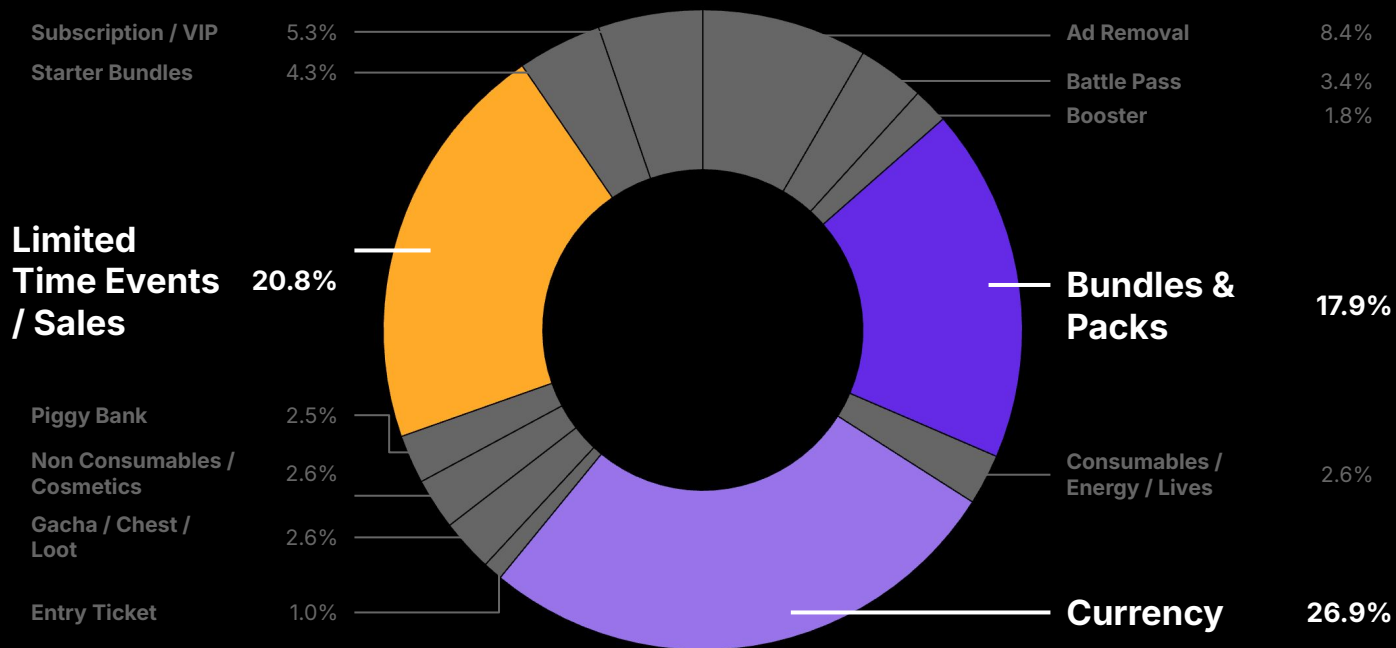


Source: Internal Unity data



ゲーム初期のIAP内訳

初期段階(0日目から7日目)のタイプ別IAPトランザクション



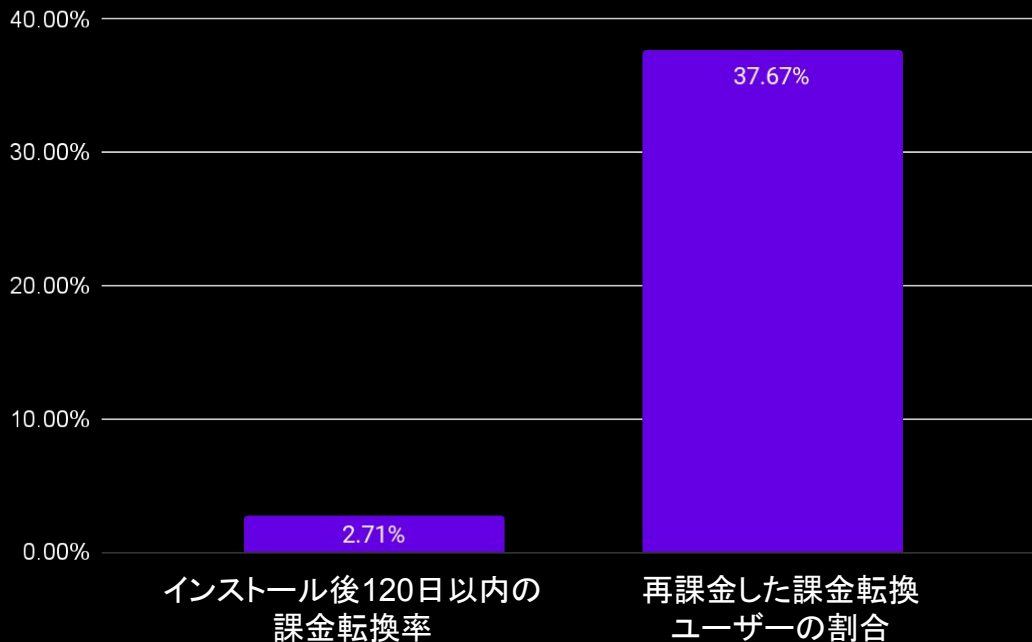
Source: Internal Unity data



初回課金の壁は高いが、課金後に再課金する可能性はその 10倍以上

37%

課金転換ユーザーが
再課金する割合



Source: Internal Unity data



ゲーム中期のゴール：リテンションと課金転換

コンテンツ

- メタメカニック /プログレッションコンテンツ
- 特別/シーズンイベントコンテンツ
- ソーシャルシステム

マネタイズ

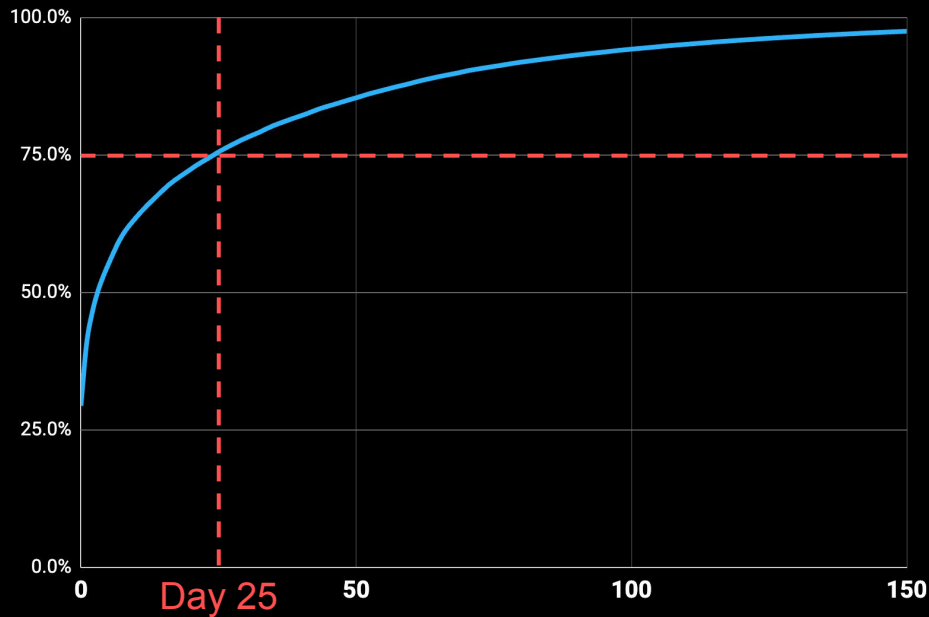
- ピギーバンク
- ブースター
- ガチャシステム
- プレミアムサブスクリプション
- 動画リワード /インタースティシャル広告



75%

継続25日目までに75%のユーザーが課金転換

初回課金までの日数





ゲーム後期のゴール：課金転換と細分化

コンテンツ

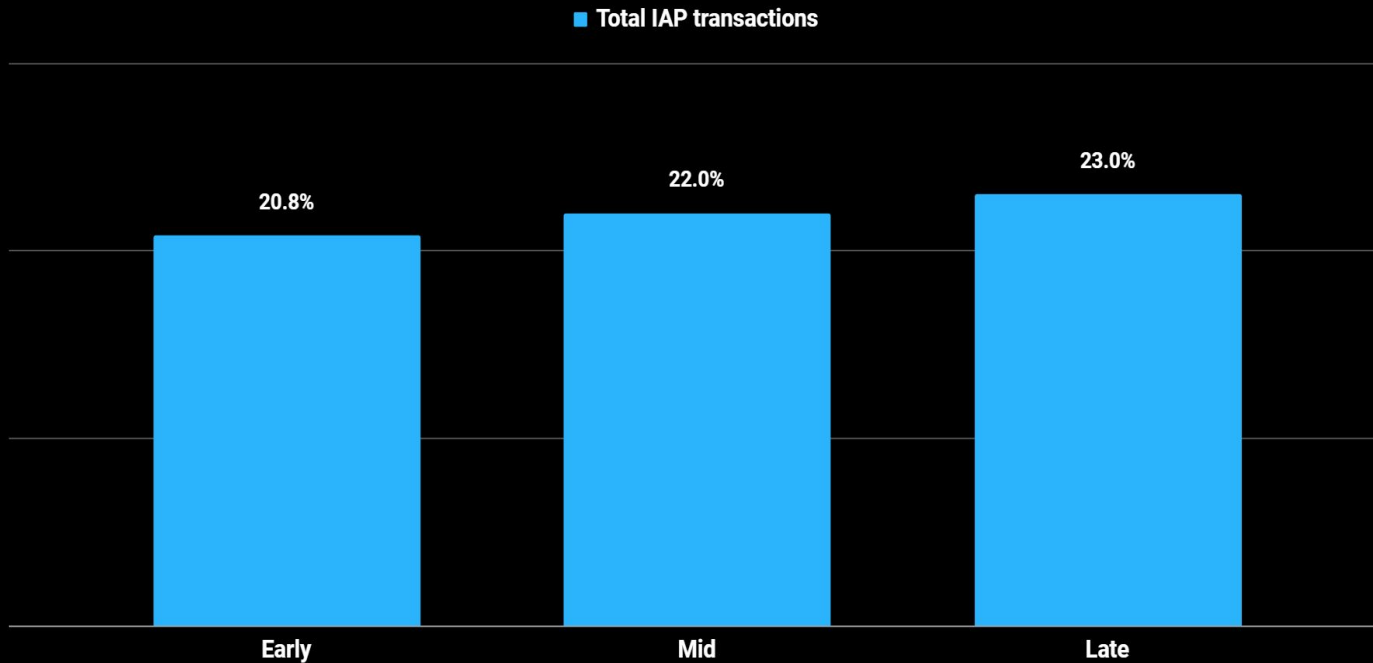
- 新規エンドゲームコンテンツ
- チャレンジコンテンツ (高リスク + 報酬)
- 協力型・対戦型のソーシャルシステム

MONETIZATION

- バンドルとパック
- アプリ内通貨
- 期間限定イベント
- シーズンバトルパス
- オファーウォール広告



ゲーム後期では、プレイヤーは日常的に利用できるオプションを一通り試しており、期間限定のIAPがより効果的である



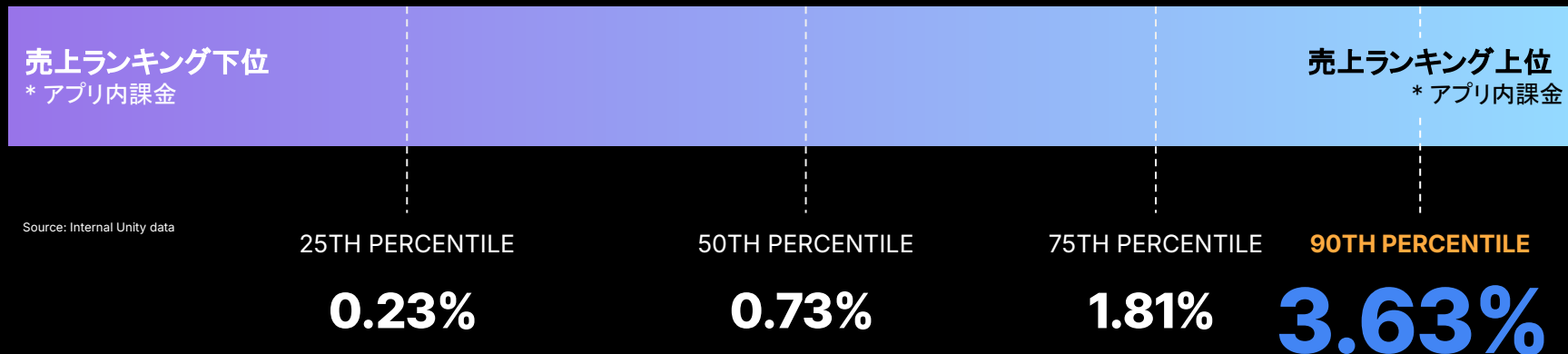
#3 より少ない広告で広告収益性を増大

非課金ユーザーを 広告でマネタイズ



大きな成功を収めているゲームでさえ、課金率改善に苦戦している

DAUあたりの課金率



Source: Internal Unity data

広告収益化によって、課金をしない97%以上のプレイヤーを収益化

システム主導型広告

バナー



画面に占めるスペースは少ないが、常に表示される小さな広告。再表示されてコンテンツが変更される。

インタースティシャル広告



ユーザーアクションに基づかずに「強制的に」ポップアップ表示される広告。通常はスキップできる

ユーザー主導型広告

動画リワード広告



ユーザーが自らの意思で視聴する動画広告。視聴後にプレイヤーへリワードを付与。

オファーウォール



ユーザーが自らの意思でオファー(ゲームのインストール、X日間のプレイなど)を達成。高額なハードカレンシーをリワードとして付与。

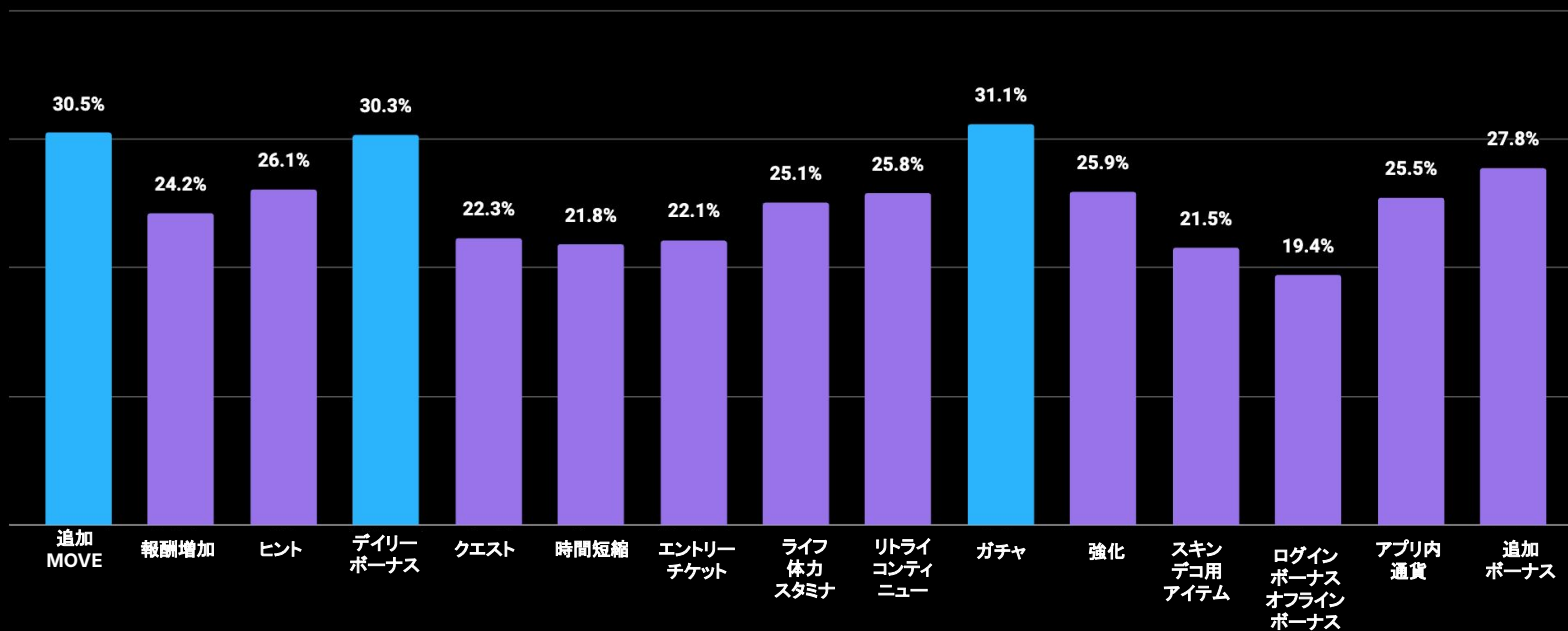
広告設置箇所を最適化して
エンゲージメントを最大化



プレースメントごとのエンゲージメント

報酬別、動画リワード視聴ユーザー比率

■エンゲージメントレート

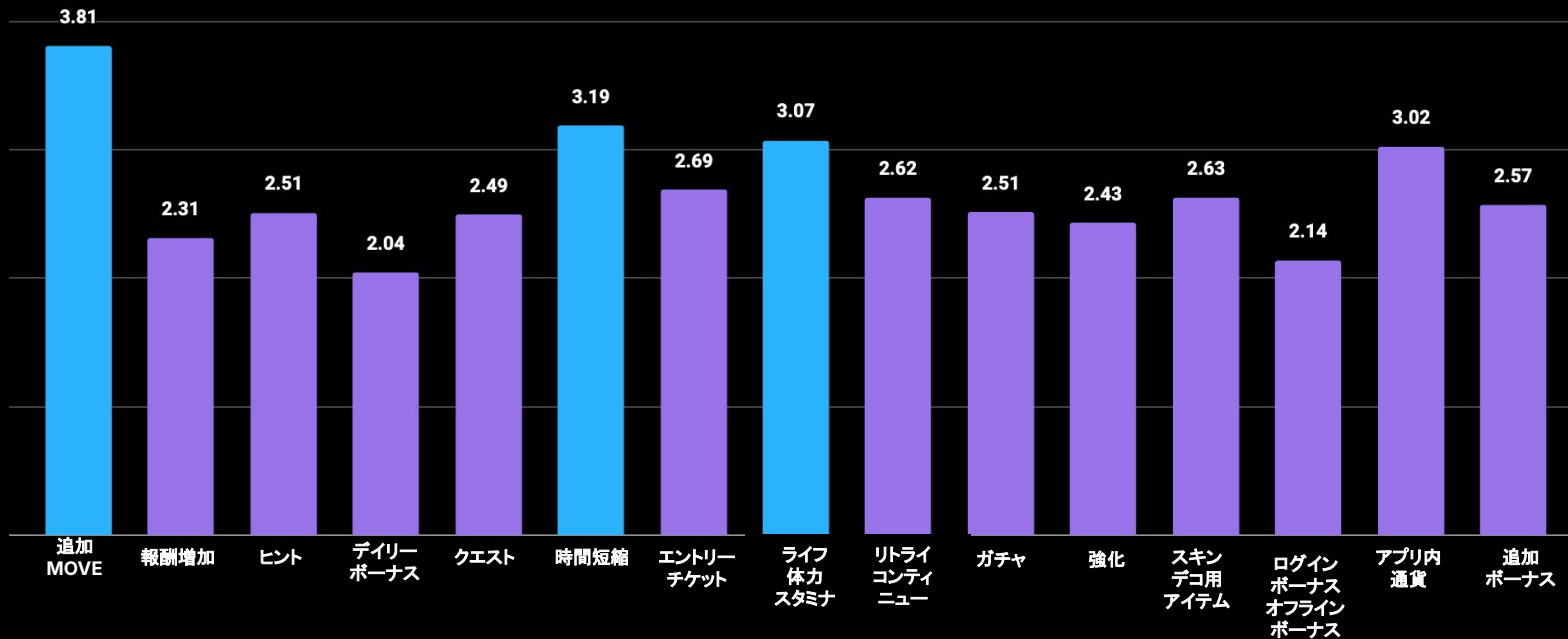




広告プレースメントごとの広告フリークエンシー

動画リワード広告の平均視聴回数

■ プレースメント別、平均広告視聴回数





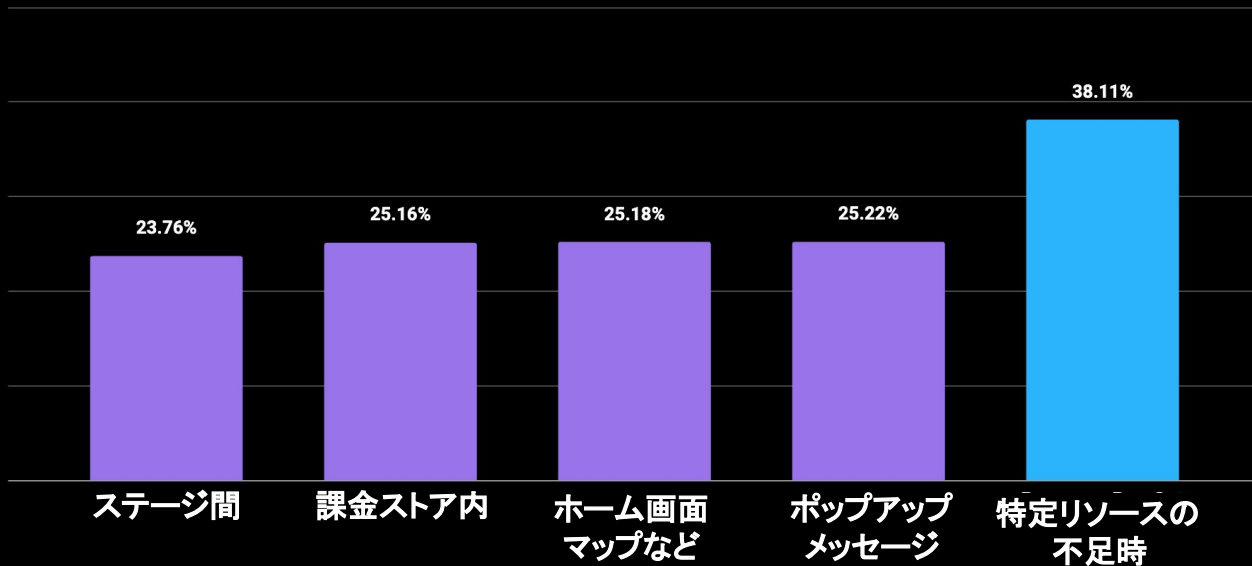
付与する報酬と同じくらい、広告を表示するタイミングは重要

x1.5

リソース不足時の エンゲージメント

プレイスメントの場所ごとの広告視聴ユーザーエンゲージメントレート

■ 広告視聴ユーザーエンゲージメントレート



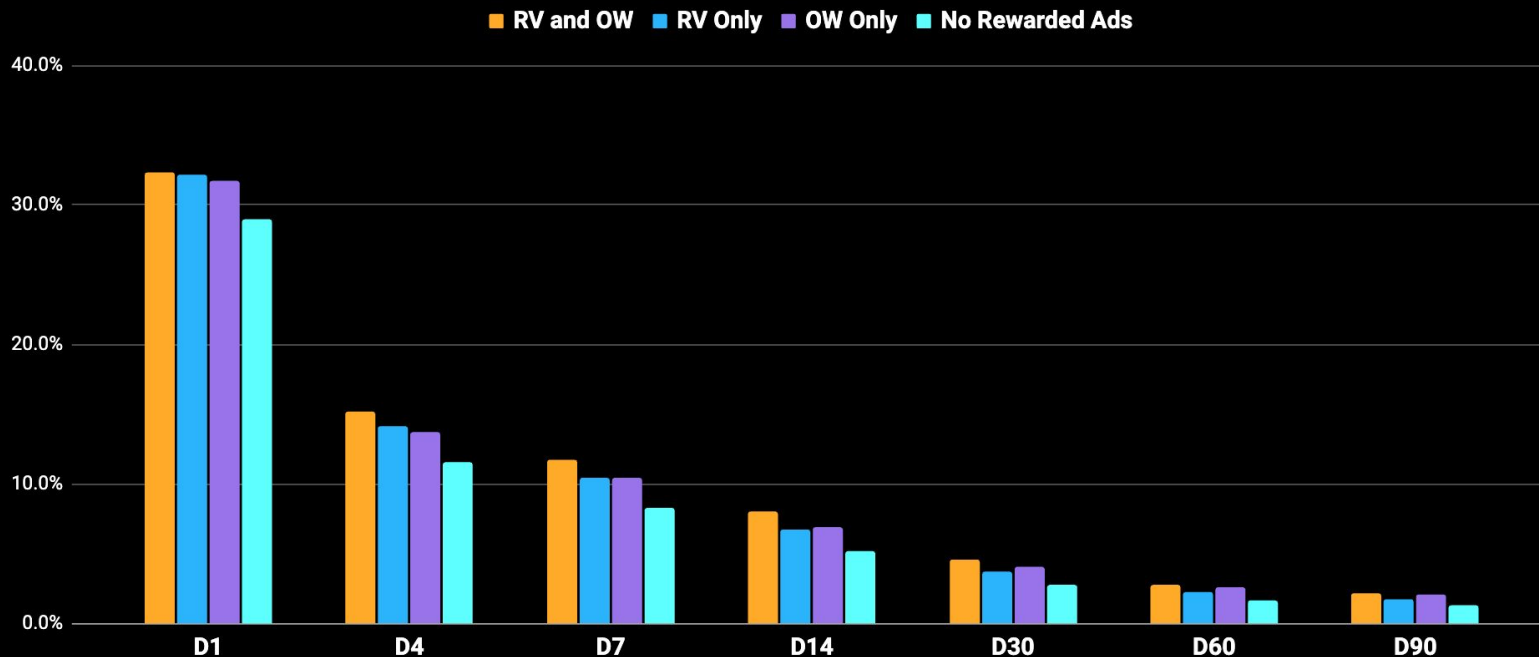
Source: Internal Unity data
Nguồn: Dữ liệu nội bộ của Unity

効果的な広告導入で
リテンションを向上
させることができる



リワード型広告はリテンションを向上させる

リワード型広告のリテンションへの影響



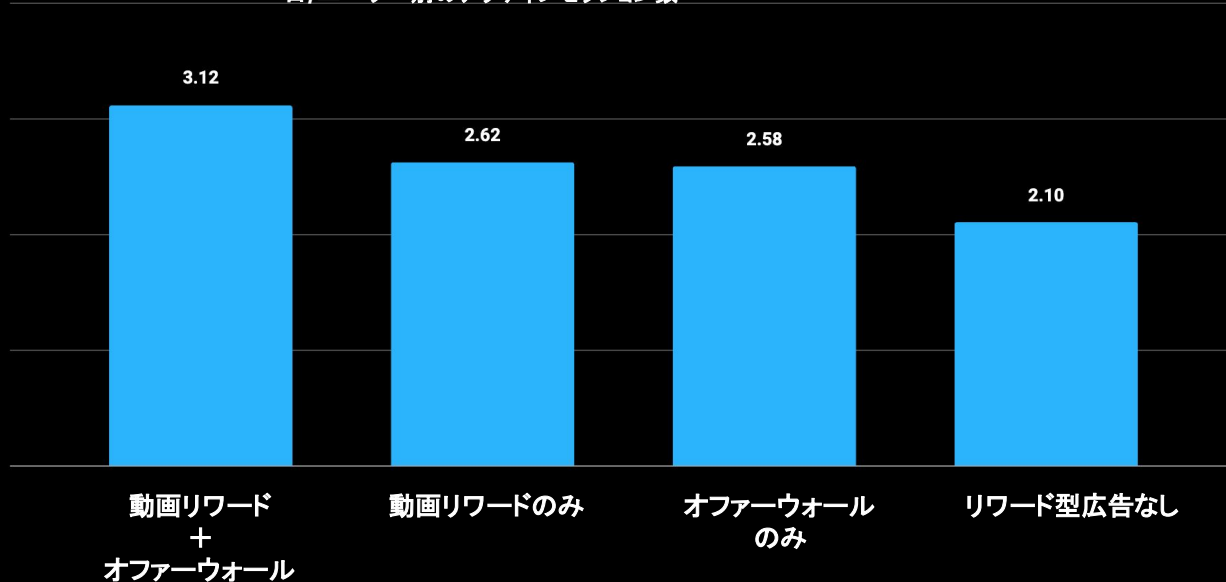


リワード型広告はユーザーのセッション数を増大させる

x1.5

リワード型広告導入で
増加するセッション数

日/ユーザー別のアクティブセッション数



Source: Internal Unity data

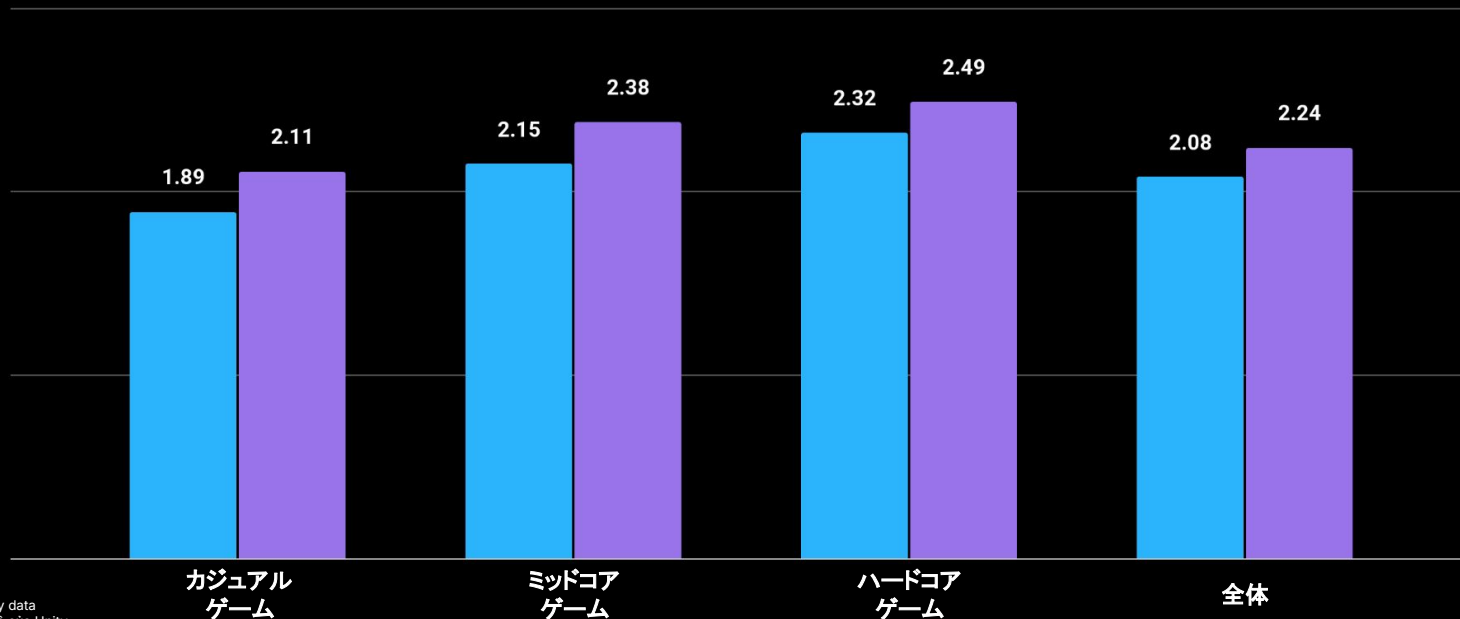
継続ユーザーほど、
多くの広告を視聴する



ゲーム中期および後期におけるユーザーは 広告へのエンゲージが増大

DAUごとの視聴動画リワード広告数

■ ゲーム初期 ■ ゲーム中期/後期



Source: Internal Unity data
Nguồn: Dữ liệu nội bộ của Unity

まとめ

- プレイヤーを行動グループごとにセグメント化
各セグメントごとに収益化戦略を調整することで
あらゆるユーザーグループを収益化できるようになります。
- ユーザーのプログレッションに基づき、
マネタイズ戦略を最適化しましょう。
各ステージごとに最も効果的な課金オファーと
広告の報酬設定を検証し、早期の課金転換を
実現させることが重要です。
- すべてのプログレッションステージやセグメントごとに、カスタマイズ
された課金&広告マネタイズ戦略を最適化して、継続率や課金転換
などのユーザー行動に影響を与えることができます。

ゲームコンサルティングチームについて

- ゲームデザイナー、アナリスト、プロダクトマネージャーやLiveopsエキスパートによって構成される専門チーム
- ゲーム業界における8年以上の実績と、30億以上のゲーミングデバイスから生成された、匿名化および集計化されたUnityデータを活用
- 規模の大小や、開発フェーズを問わず、120以上のPC、モバイル、コンソール向けプロジェクトに対してコンサルティングサービスを提供
- 1,000DAUから8,000万DAUまであらゆる規模のプロジェクトをサポート
- 利用しているエンジンを問わず、あらゆる開発環境のデベロッパーへ支援を提供しています (Unityエンジンである必要はありません)

*Unity / deltaDNA / ironSource data is only used in anonymised and aggregated form. We never reveal specific customer information

tamatem.co

peoplefun

LION STUDIOS

mobilityware

UNG
GAME STUDIO

GAMELOFT

DOUBLE
DOWN



AMONG US

ROVIO

T2
TAKE-TWO
INTERACTIVE

ATARI

Microsoft

SCOPELY

SOS
GAMES

GENERA
GAMES

ilyen

POKERSTARS

BIGPOINT



zenimax
online

Bethesda

SUP
ERC
ELL

UBISOFT

BANDAI
NAMCO

bE
NAVIOR



nickelodeon

SQUARE ENIX

randomlogic

Crazy Labs



PLAYSTACK
LONDON

CD PROJEKT RED



SOFTGAMES



ゲームの成功を支援

比類なきゲーミングデータと、豊富な専門知識を活用し、お客様のゲームの改善をサポートします。ゲームを成功に導くのは容易なことではありませんが、当社はおお客様のゲームビジネスのグロースをお手伝いいたします。

ゲームデザイン改善

ゲームデザインや Liveops改善のために、経験豊富なゲームデザイナーとアナリストが膨大なゲーミングデータにもとづき、アクションナブルなインサイトを提供いたします。

ゲームの収益増加

ゲーム業界における **広告収益**、**アプリ内課金収益**、サブスクリプション収益の膨大なデータを活用し、ゲームのマネタイズを成功へ導くためのベンチマークや提案を提供します。

ユーザーのスケールとリテンション

LTVの高いユーザーの獲得はもちろん、既存ユーザーのリテンションおよびエンゲージメントを最大化するためのシステム設計をサポートします。



