



概要

株式会社 SELECT BUTTON

- selectbutton.jp
- 日本 東京都
- スマートフォン向けゲームの開発
- スマホ育成ゲーム、「生きろ!マンボウ!」が大ヒット

ゴール

- ユーザー エクスペリエンスを損なうことなく収益性を向上

手法

- AdMob インタースティシャル広告を導入

結果

- 通常のバナー広告に比べて eCPM が 300% 増加
- インタースティシャル広告導入後のユーザーのアプリ 1 日後継続率、7 日後継続率、いずれも数値を維持

想定を超える高い収益で、100% ゲーム開発に集中できる環境を実現

ゲームが好き。Web が好き。その 2 つの要素が交わるスマホ ゲームという領域に魅力を感じていた仲間 3 人が集まってゲーム開発をスタート。「生きろ! マンボウ!」の大ヒットをきっかけに 2014 年 7 月、株式会社 SELECT BUTTON を創業しました。

手軽に、確実に収益性の向上を

収益性の向上を目的にインターミディシャル広告の導入を決めました。AdMob は開発者の知り合いからの紹介です。インターミディシャル広告にもメディエーション機能があることが、他社と違う大きな魅力でした。また導入も管理画面でアプリを作成し ID を取得、そして AdMob SDK をダウンロードしてアプリ内に実装後すぐに使用でき、アプリの修正をする必要がない手軽さもよかったです。



「インターミディシャル広告の収益性の高さは驚くほどでした。収益が向上したおかげで、安心して次回作の開発に取り組むことができます」

中畠 虎也 氏
(株式会社 SELECT BUTTON
ディレクター)

想定を上回る結果 eCPM が約 300% 増加

インターミディシャル広告を導入して驚いたのは、想定以上に高い収益性です。通常のバナー広告に比べて約 300% 高い eCPM になりました。全画面表示のため、ユーザーの使い勝手を考えるとゲーム開始直後には出しにくいのですが、表示場所を工夫することでユーザーからのネガティブなフィードバックもなく、インターミディシャル広告導入後のアクティブユーザー 1 日後継続率、7 日後継続率、いずれも数値の低下は見られませんでした。インターミディシャル広告の収益性が高まっているという話は以前から聞いていましたが、実際に導入してみると想定を上回る結果が出て、本当に驚いています。

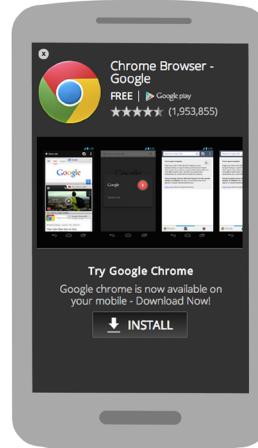
ADMOBについて

AdMobは、モバイルネットワークでのアプリの宣伝、広告収入の最大化、ブランド知名度の向上を専門とする、世界有数のモバイル広告ネットワークです。提供している広告タイプの1つにインタースティシャル広告があり、これはHTML5を活用したリッチなコンテンツをアプリ内に使用し、自然な画面遷移によって質の高いユーザーエクスペリエンスを実現します。

- ・詳しい情報は、
<http://www.google.co.jp/ads/admob/>
をご参照ください。



バナー広告の例



インターフェンシャル広告の例

今後の収益化戦略に引き続き活用

わたしたちは、「つい友達に教えたくなる。友達と一緒に遊びたくなる。」そんな瞬間をより多く創造できるゲームの開発を心がけています。次回作はインターフェンシャル広告を表示することを前提にゲームを設計するつもりです。また、ユーザーエクスペリエンスを損なうことなく収益を最大化するために、表示場所、表示頻度、継続率といった変数をコントロールできるよう、管理ツールを作成する予定です。

次回作の開発に安心して集中できるのも、インターフェンシャル広告を使い始めたおかげだと思います。ダウンロードあたりの収益が向上したため、プロモーションの手段も増えました。今後も継続して利用したいと考えています。