

# アプリのグローバル展開と マネタイズの最新トレンド

September 25, 2014  
Tatsuo Sakamoto





## 自己紹介

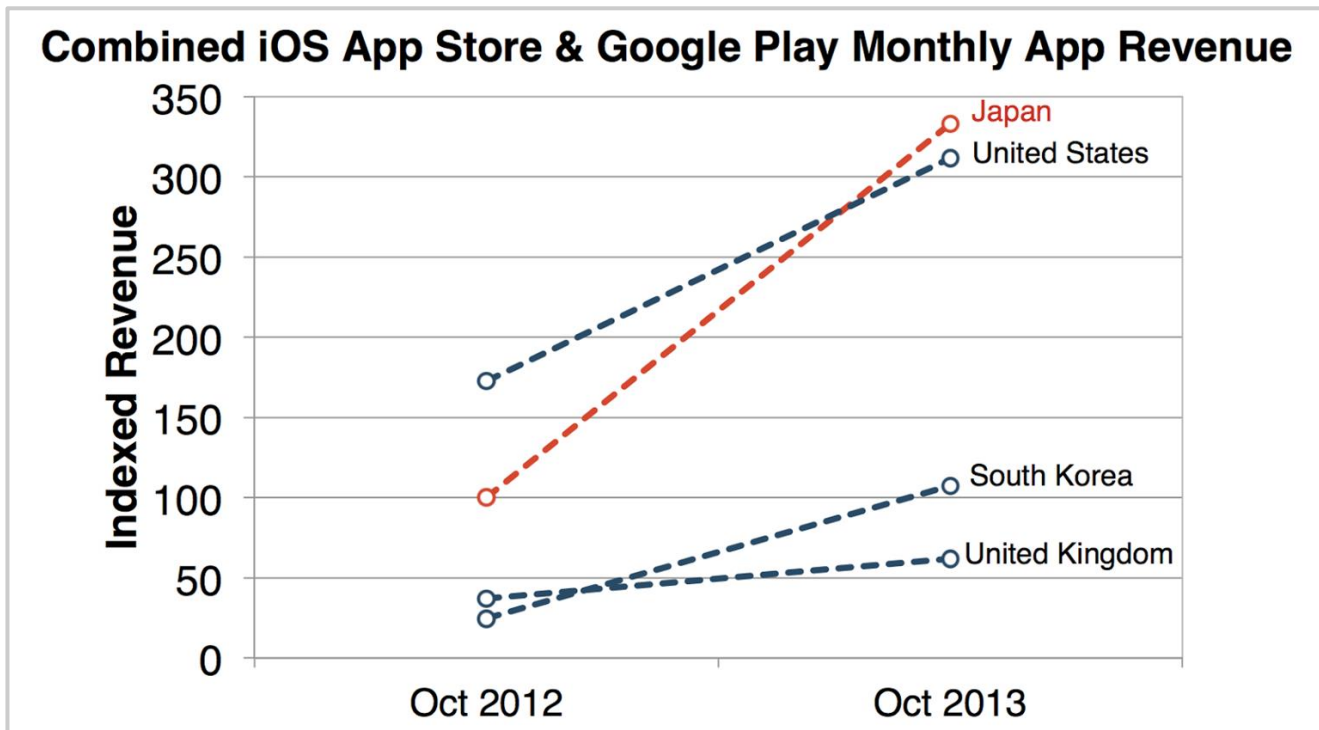
坂本 達夫

グーグル株式会社  
オンラインパートナーシップグループ  
モバイルビジネスストラテジスト

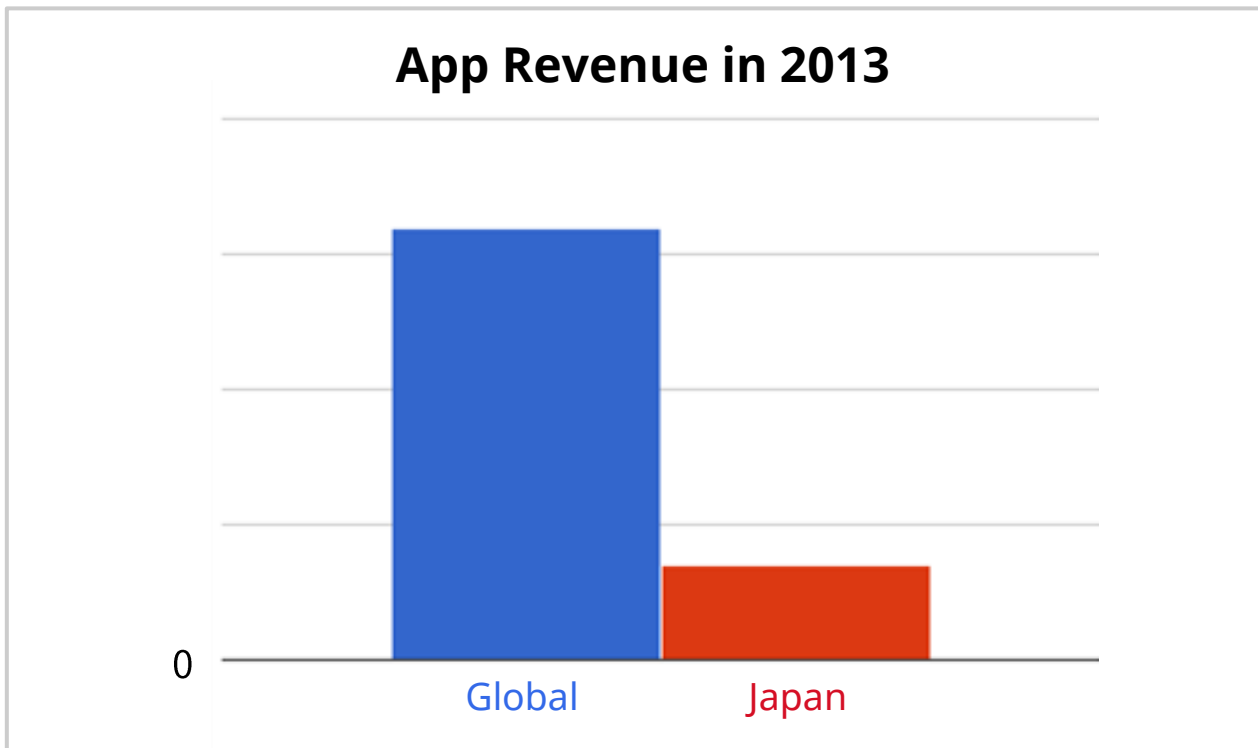
# 本日アプリデベロッパの皆さまに覚えて欲しいこと

- 海外に (もっと) がんがんいこうぜ
  - 理由その1 : 海外マーケットは大きい
  - 理由その2 : ???
  - 理由その3 : ???
- マネタイズのグローバルスタンダードを覚えよう
  - アプリ内課金は : ???
  - 流行の広告は : ???
  - AdMob の新機能 : ???

# 日本のアプリ市場は確かに大きい



# 海外のアプリ市場はもっと大きい



# 本日アプリデベロッパの皆さまに覚えて欲しいこと

- 海外に (もっと) がんがんいこうぜ
  - 理由その1 : 海外マーケットは大きい
  - 理由その2 : 成功している日本の (一部の) アプリ
  - 理由その3 : ???
- マネタイズのグローバルスタンダードを覚えよう
  - アプリ内課金は : ???
  - 流行の広告は : ???
  - AdMob の新機能 : ???

# 海外でのユーザー獲得事例 - J.O.E 社のケース

日本での活躍

海外展開



## ようどん場

40種類以上のかわいい子豚を  
育てて出荷する  
本格豚育成ゲーム

No. 1

AppStore 無料ランキング



200 倍/2週間

海外でのインストール数





# 本日アプリデベロッパの皆さまに覚えて欲しいこと

- 海外に (もっと) がんがんいこうぜ

- 理由その1 : 海外マーケットは大きい
- 理由その2 : 成功している日本の (一部の) アプリ
- 理由その3 : 海外デベロッパが日本市場を狙っている

- マネタイズのグローバルスタンダードを覚えよう

- アプリ内課金は : ???
- 流行の広告は : ???
- AdMob の新機能 : ???

# この現状はいつまで続くのか

|                | Free |    |    |    |    | Paid |    |    |    |    | Grossing |    |    |    |    |
|----------------|------|----|----|----|----|------|----|----|----|----|----------|----|----|----|----|
| Country        | #1   | #2 | #3 | #4 | #5 | #1   | #2 | #3 | #4 | #5 | #1       | #2 | #3 | #4 | #5 |
| United States  |      |    |    |    |    |      |    |    |    |    |          |    |    |    |    |
| Japan          |      |    |    |    |    |      |    |    |    |    |          |    |    |    |    |
| United Kingdom |      |    |    |    |    |      |    |    |    |    |          |    |    |    |    |
| Australia      |      |    |    |    |    |      |    |    |    |    |          |    |    |    |    |
| Germany        |      |    |    |    |    |      |    |    |    |    |          |    |    |    |    |
| Canada         |      |    |    |    |    |      |    |    |    |    |          |    |    |    |    |
| France         |      |    |    |    |    |      |    |    |    |    |          |    |    |    |    |
| Italy          |      |    |    |    |    |      |    |    |    |    |          |    |    |    |    |

# 本日アプリデベロッパの皆さまに覚えて欲しいこと

- 海外に (もっと) がんがんいこうぜ
  - 理由その1 : 海外マーケットは大きい
  - 理由その2 : 成功している日本の (一部の) アプリ
  - 理由その3 : 海外デベロッパが日本市場を狙っている
- マネタイズのグローバルスタンダードを覚えよう
  - アプリ内課金は : ???
  - 流行の広告は : ???
  - AdMob の新機能 : ???

# 本日アプリデベロッパの皆さまに覚えて欲しいこと

- 海外に (もっと) がんがんいこうぜ
  - 理由その1 : 海外マーケットは大きい
  - 理由その2 : 成功している日本の (一部の) アプリ
  - 理由その3 : 海外デベロッパが日本市場を狙っている
- マネタイズのグローバルスタンダードを覚えよう
  - アプリ内課金は : 国・地域によって通用する/しないが分かれる
  - 流行の広告は : ???
  - AdMob の新機能 : ???

# ダウンロード数が多い ≠ 収益が大きい



## Top Countries by Downloads

Google Play Q2 2014

| Rank | Country       | Rank change vs. Q1 2014 |
|------|---------------|-------------------------|
| 1    | United States | —                       |
| 2    | Brazil        | —                       |
| 3    | India         | +2                      |
| 4    | Russia        | -1                      |
| 5    | South Korea   | -1                      |



## Top Countries by Revenue

Google Play Q2 2014

| Rank | Country       | Rank change vs. Q1 2014 |
|------|---------------|-------------------------|
| 1    | Japan         | —                       |
| 2    | United States | —                       |
| 3    | South Korea   | —                       |
| 4    | Germany       | —                       |
| 5    | Taiwan        | +1                      |

課金以外の収益手段と組み合わせるのが吉



**In-app  
purchase**



**Reward Ads**



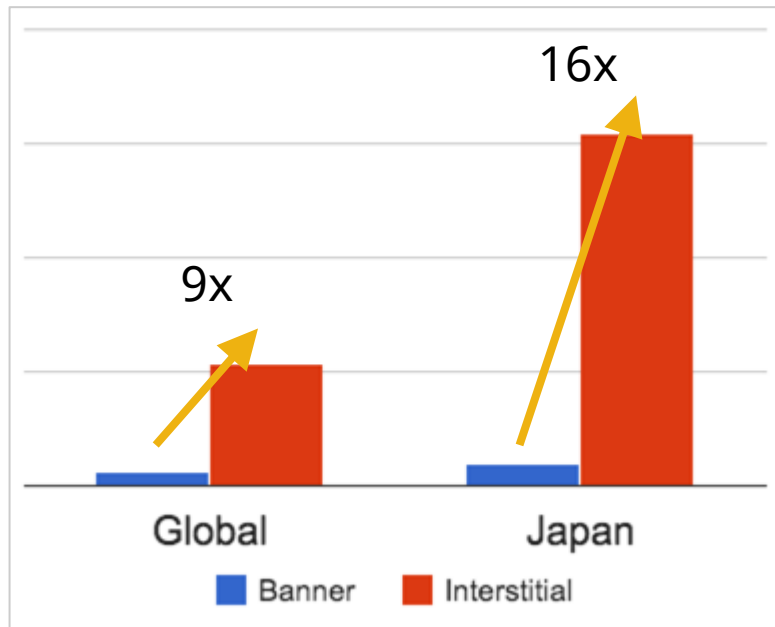
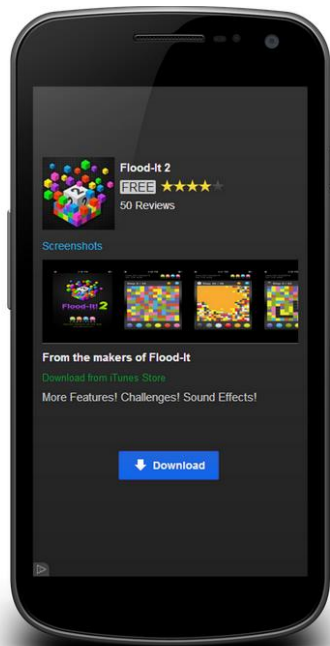
**Advertising**

# 本日アプリデベロッパの皆さまに覚えて欲しいこと

- 海外に (もっと) がんがんいこうぜ
  - 理由その1 : 海外マーケットは大きい
  - 理由その2 : 成功している日本の (一部の) アプリ
  - 理由その3 : 海外デベロッパが日本市場を狙っている
- マネタイズのグローバルスタンダードを覚えよう
  - アプリ内課金は : 国・地域によって通用する/しないが分かれる
  - 流行の広告は : インタースティシャル (全画面)
  - AdMob の新機能 : ???

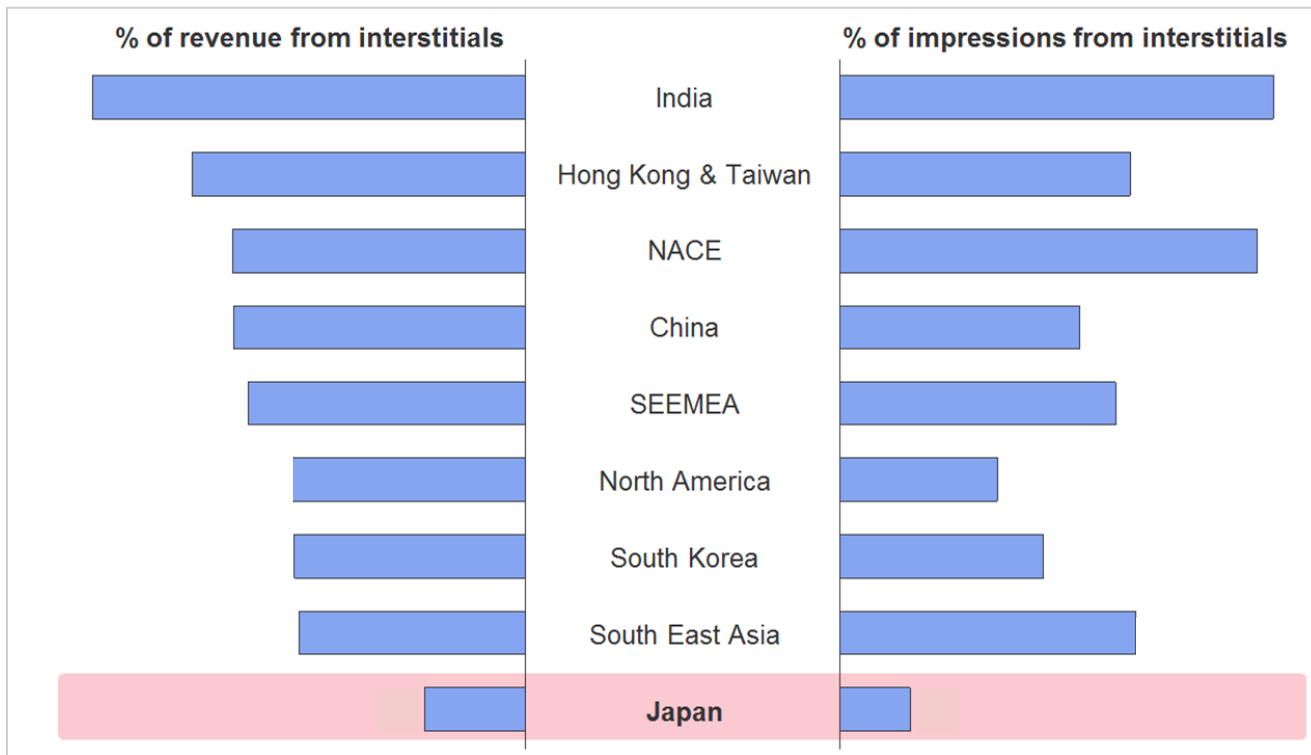
# 収益性の高いインタースティシャル (全画面) 広告

eCPM (Aug 2014)





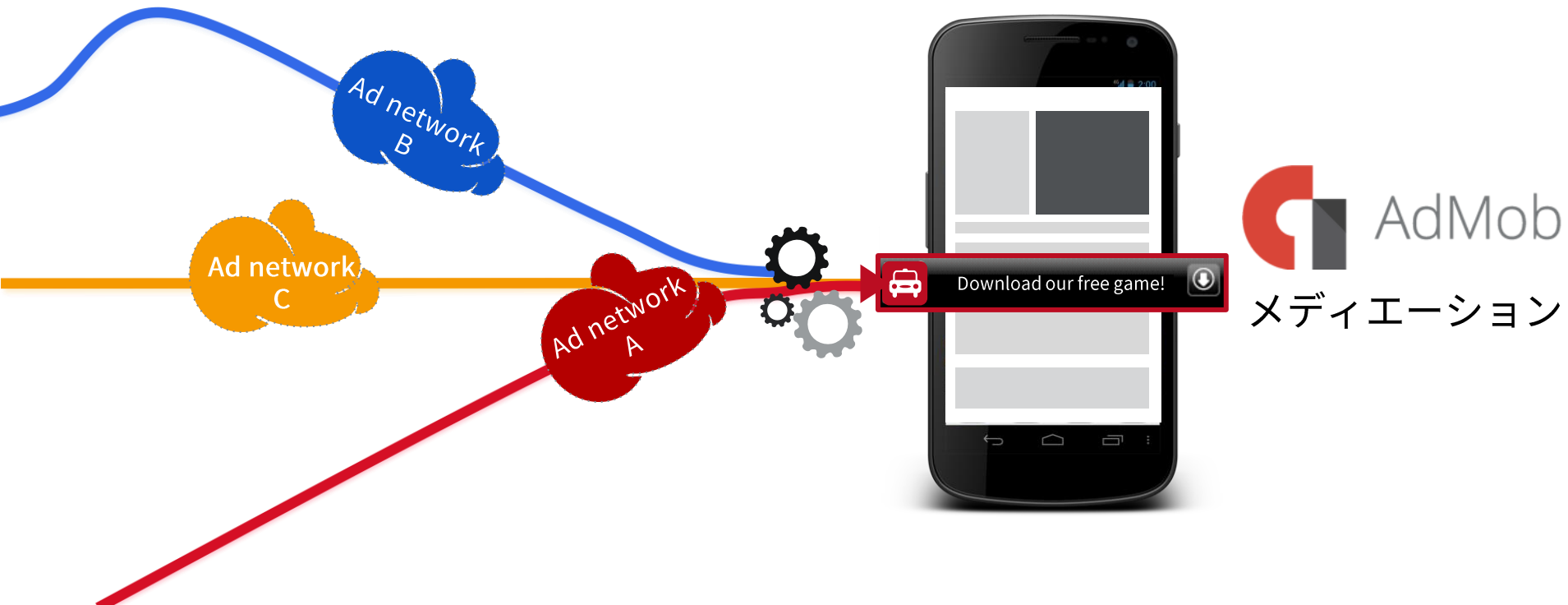
# 日本はインタースティシャル広告の利用が圧倒的に小さい



# インタースティシアル広告は継続率へほぼ影響なし



# インタースティシアル広告もメディエーションできます



# 本日アプリデベロッパの皆さまに覚えて欲しいこと

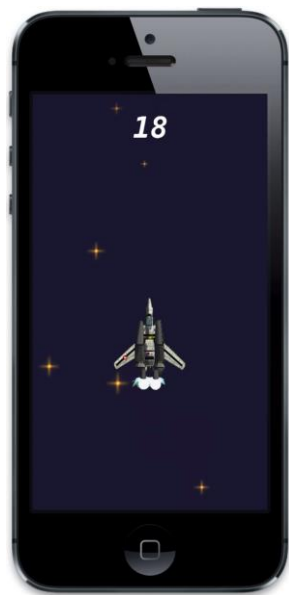
- 海外に (もっと) がんがんいこうぜ
  - 理由その1 : 海外マーケットは大きい
  - 理由その2 : 成功している日本の (一部の) アプリ
  - 理由その3 : 海外デベロッパが日本市場を狙っている
- マネタイズのグローバルスタンダードを覚えよう
  - アプリ内課金は : 国・地域によって通用する/しないが分かれる
  - 流行の広告は : インタースティシャル (全画面)
  - AdMob の新機能 : **アプリ内課金訴求の自社広告 (β)**

# アプリ内課金アイテムを自社広告として訴求

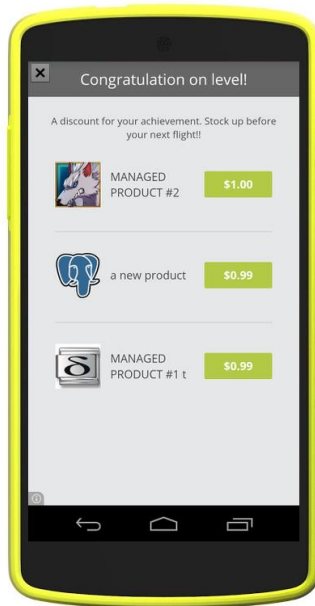
- インタースティシャル広告  
ユニット内に表示
- ユーザーをセグメント分けして  
通常広告との出し分け可
- もちろん無料  
(現在は Android のみ、iOS 開発中)



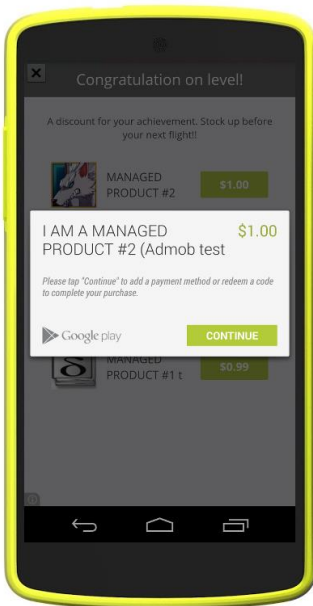
# ユーザー導線のイメージ



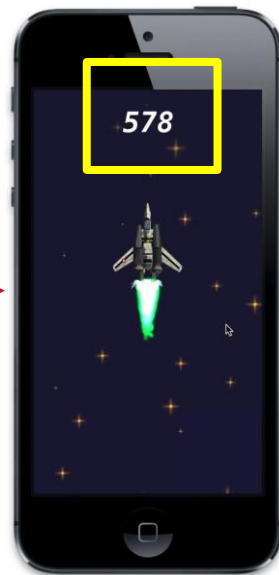
インタースティ  
シヤル広告枠を  
呼び出し



※任意の条件下で通常の  
AdMob 広告を表示可能



ユーザーが  
アイテムを購入



課金フローは Google Play の  
通常の In-App Billing と同様

