



Google AdMob による アプリの収益化、宣伝、分析

内容



AdMob

世界最大のモバイル広告プラットフォーム



アプリの収益化

- ターゲットユーザーを理解する
- アプリ内課金による収益を拡大する
- 広告収益を最大化する



アプリの宣伝

AdMob は世界最大のモバイル広告プラットフォーム

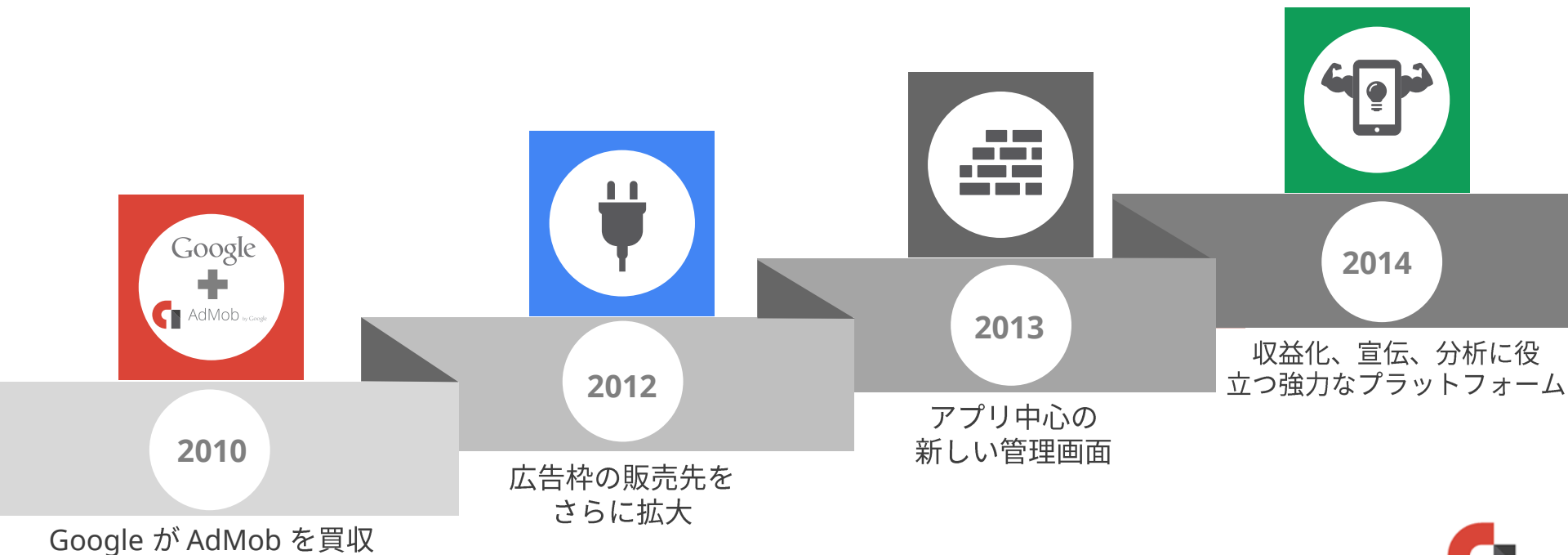


Google を 最大限に 活用する

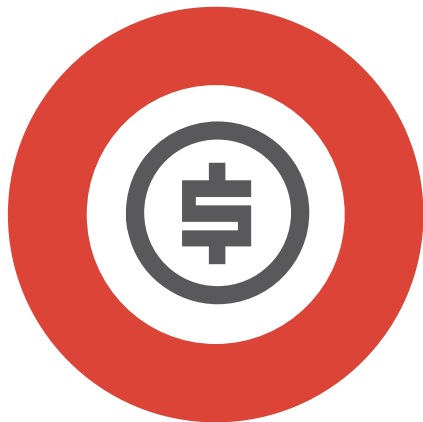
あらゆるビジネス目標に
対応するソリューション



エコシステムに投資する Google



AdMob はアプリビジネスの成長を包括的に支えるプラットフォーム



収益化

広告やアプリ内課金で
収益を拡大



宣伝

Google の広大なアプリ ネットワークに
広告を掲載してさらにビジネスを拡大



分析

Google アナリティクスの
分析力で理解を深める

AdMob は世界最大の規模を誇り最も信頼されている モバイル広告プラットフォーム

650,000 以上

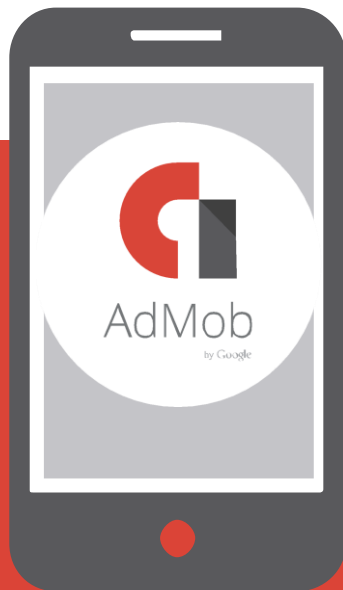
毎月 AdMob による収益化を
利用するアプリの数



あらゆるカテゴリにわたり、
世界中で何千ものアプリ デベロッパーが
ビジネス構築に AdMob を活用



10 年以上に渡り、何百万ものサイト運営者や アプリ制作者を支え続けている Google の広告技術



現在 AdMob は Google の技術を活用し、アプリ デベロッパーのための強固なプラットフォームとして生まれ変わりつつある

新しい AdMob の強み:

- Google アナリティクスによるユーザーの分析
- メディエーションによる広告配信の最適化と収益向上
- アプリ内収益の拡大

他のどのプラットフォームよりも多くのデベロッパーが
AdMob を利用してビジネス構築に成功している



Google Confidential and Proprietary

2013 年
8 月



2014 年
1 月



アプリ デベロッパーへのお支払い額
は 2013 年 8 月の 2 倍以上

過去 2 年間のお支払い総額は
10 億ドルを超える



業界最高レベルの広告掲載率を支える 100 万社以上の広告主様

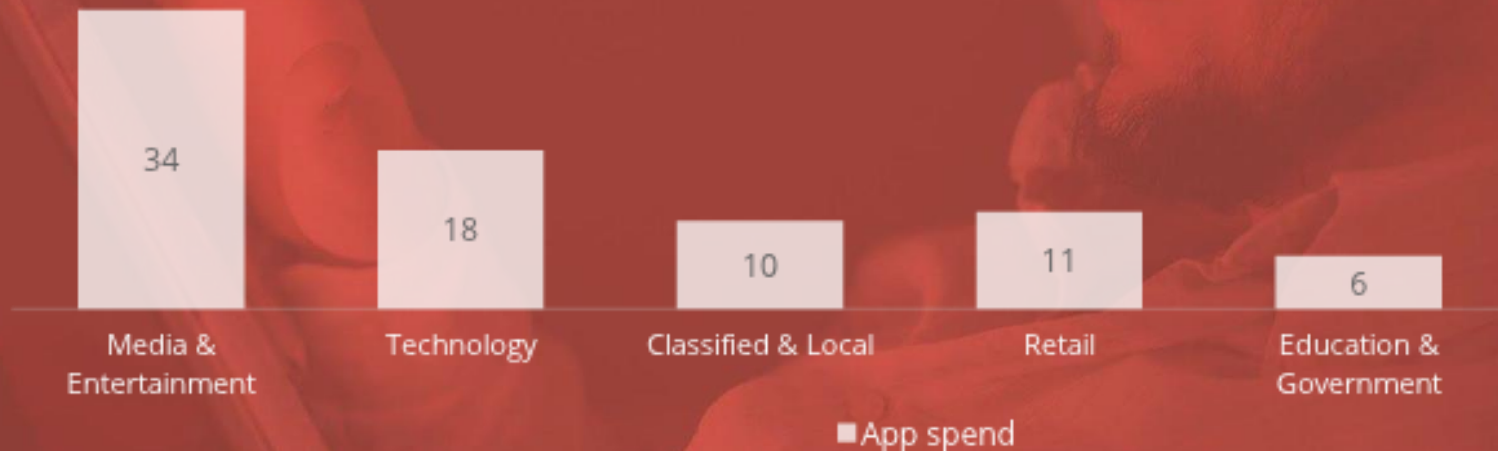
プレミアム クラスの
広告主様は高品質な
ブランド エクスペリエンス
をアプリ内に創出する

小規模な広告主様は
周辺地域のユーザーに
アプローチしたいため、
関連性が高く
ターゲットの絞られた
広告を表示できる

幅広い広告主を抱える AdMob なら アプリ内に表示する広告の多様性を維持できる

同じ広告の繰り返しを避け、幅広い商品やサービスの広告を表示することで
広告のエンゲージメントを促進

広告主のビジネス カテゴリによるモバイルアプリへの出費額



クロスプラットフォーム対応、
専用開発ツール向けのプ
ラ
グインを完備



アプリそのもののイノベーションに注力していた だけるよう、アプリ保守の手間は最小限

AdMob は Google Play 開発者サービス SDK に組み込まれている



Android アプリを再送信する
ことなくアップデートや改良
点を導入
簡単な導入手順

世界に広がる AdMob の巨大なリーチを活かして モバイルアプリのインストールを促進



AdMob でリーチできるモバイル デバイスの数は月間 **9 億台**以上

200 か国以上の
ユーザーに広告を表示



アプリの 収益化

変化の速いアプリ市場



AdMob が提示するシンプルなビジョン



ターゲットユーザー
を理解する



アプリ内課金による
収益を拡大する



広告収益を
最大化する

ターゲット ユーザーを理解する



「デベロッパーはゲーム利用者の分析、再エンゲージメント、収益化によってライフタイムバリューを高め、総合的な投資収益率の向上を実現している」
Juniper (2014 年 6 月)



Google アナリティクス の解析機能を AdMob でも

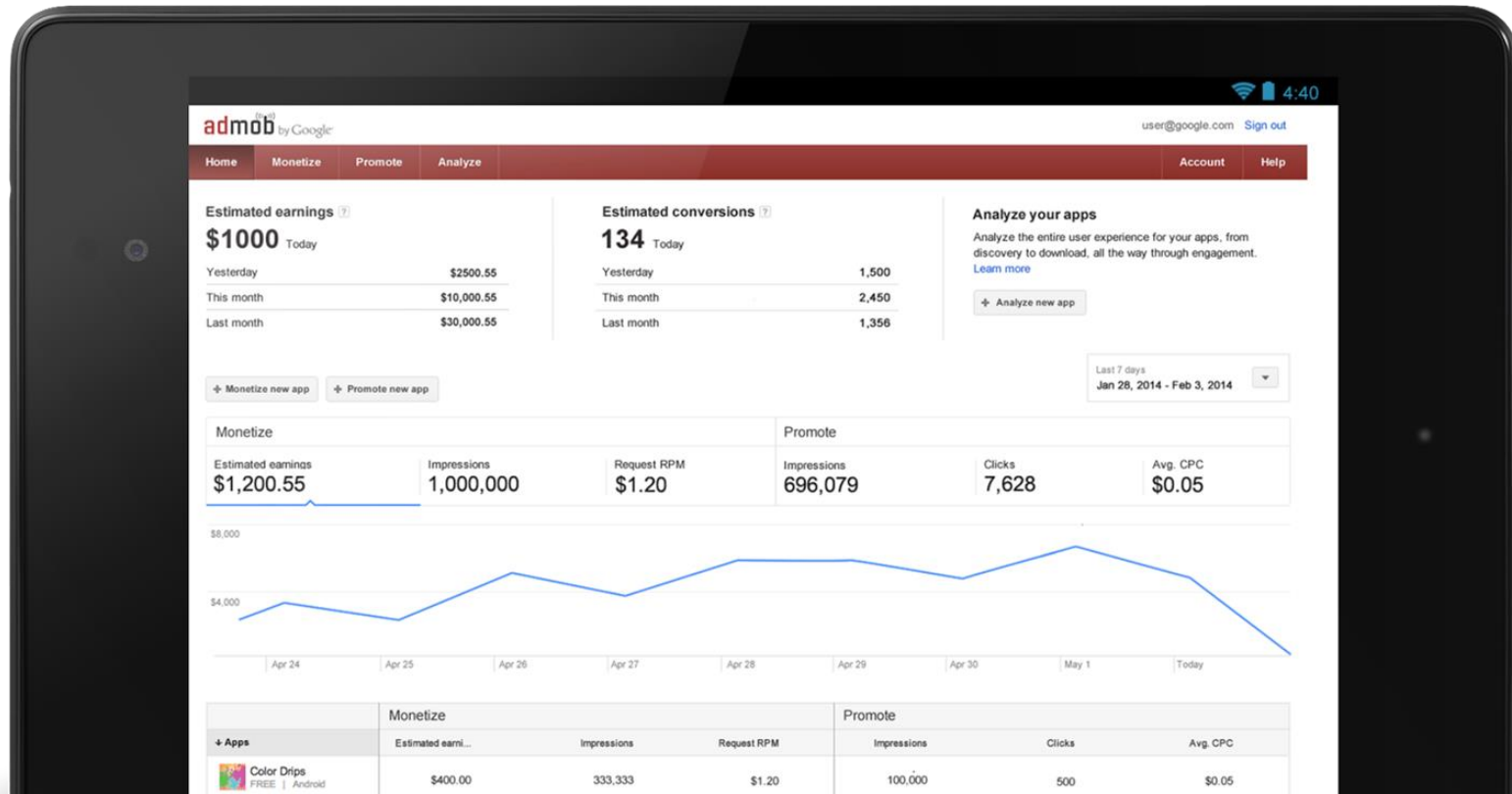
何十万ものデベロッパーがアプリ解析に Google アナリティクス を利用



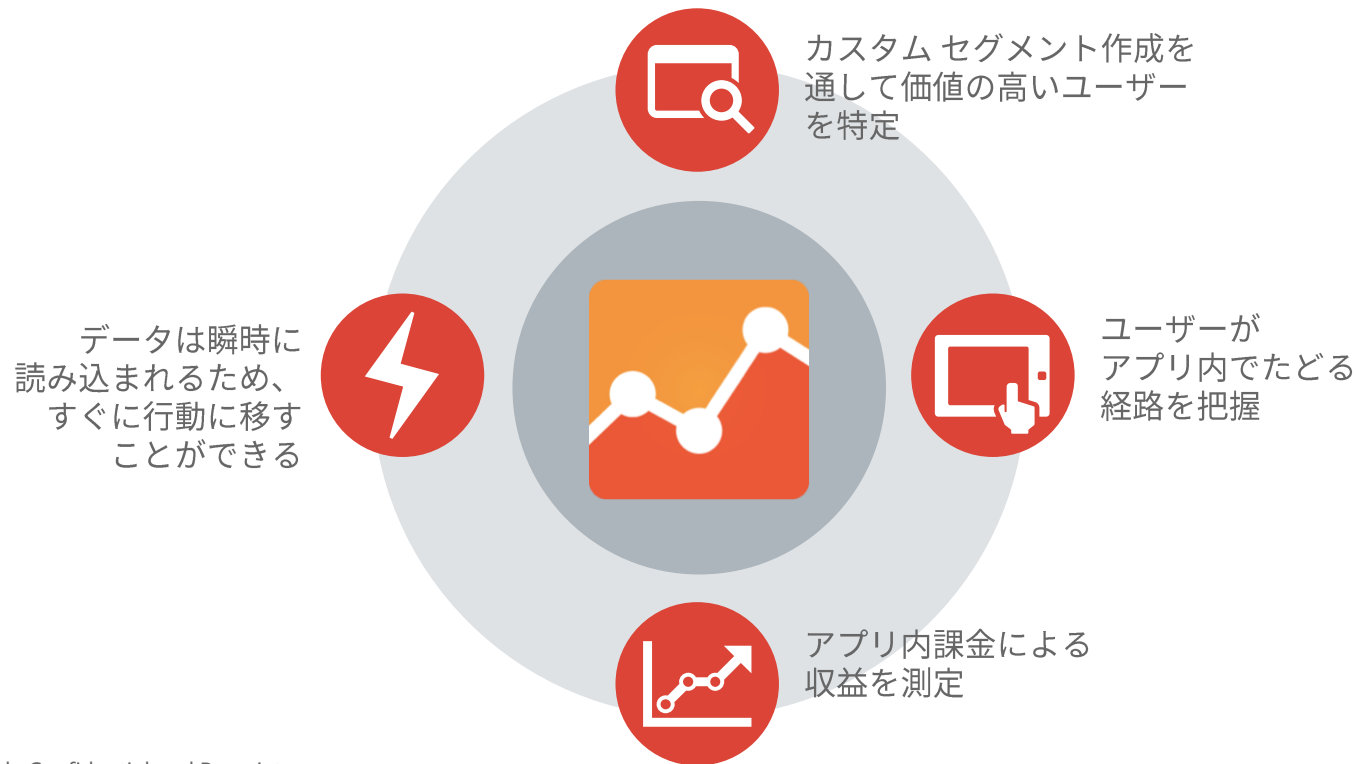
無料で使いやすい
解析ソリューションが
AdMob 内で直接利用可能に

ターゲットユーザーを理解する

[分析] タブで Google アナリティクス さまざまなレポートを参照

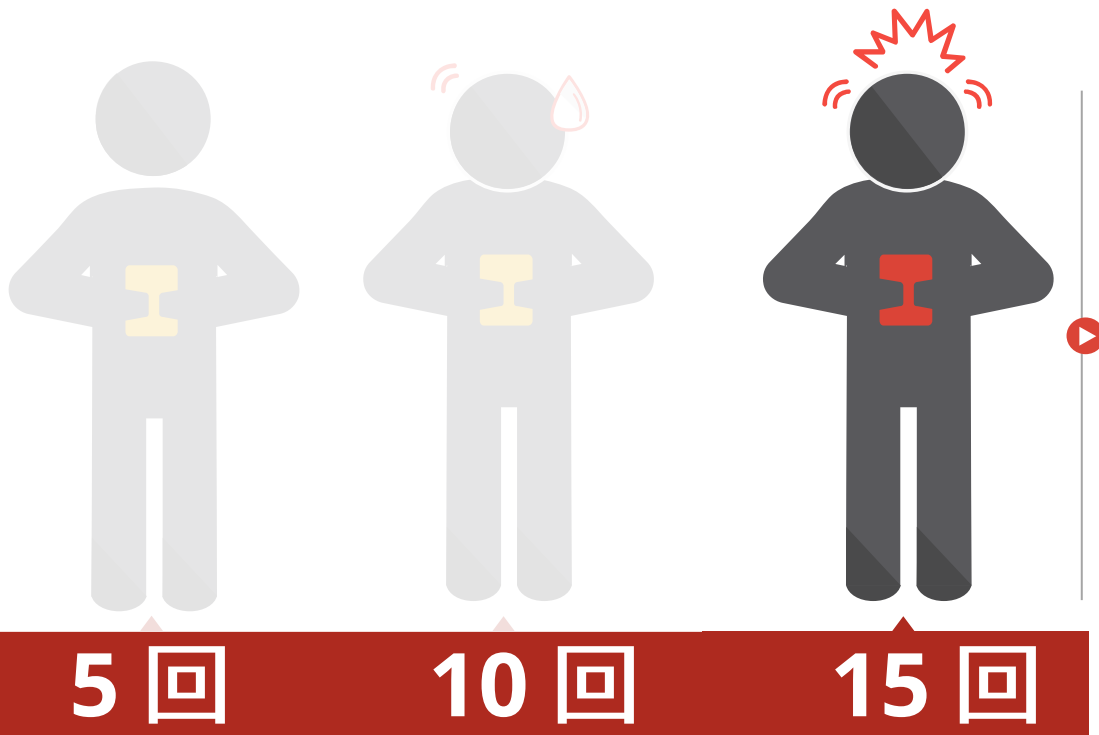


アナリティクスが役立つポイント



ターゲットユーザーを理解する

ターゲットユーザーをセグメント化して エンゲージメントを促進

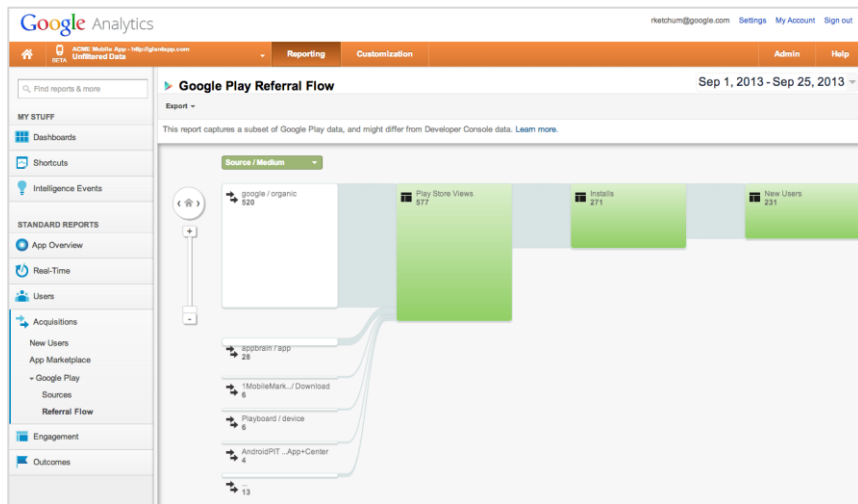


ユーザーが
アプリを利用
しなくなる前に
対策を講じる

レベル 10 で
ゲームに失敗した回数

Google アナリティクスは Google Play と統合されている

Play ストアのリスティング最適化に役立つ唯一の解析ソリューション



- アプリのダウンロードにつながったキーワードを把握
- リスティングに加えた変更によるアプリのインストール率への影響を確認

ターゲットユーザーを理解する

Google タグマネージャでウェブテストを利用してアプリを改良

アプリ内プロモーションからメニューのレイアウトまで、さまざまな変更を手軽にテスト可能

コーディング不要のテストで最良のデザインを割り出し、次期バージョンの公開を待たずに最良の構成をアプリに組み込むことができる



アプリ内課金による収益を拡大する



今日のユーザーの現実: 大多数が無料アプリを選ぶ

有料アプリと無料アプリの予想ダウンロード数比較

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
無料ダウンロード	57,331	82,876	127,704	167,054	211,313	253,914
有料ダウンロード	6,654	9,186	11,105	12,574	13,488	14,778
ダウンロード総数	63,985	102,062	138,809	179,628	224,801	268,692
無料ダウンロードの割合 (%)	89.6	91.0	92.0	93.0	94.0	94.5

アプリによる収益の多くをアプリ内課金が占める

ゲームへの出費の中でアプリ内課金は
非常に大きな割合（以下 4 市場の平均で 91%）を占めるが…



アプリ内課金による収益を拡大する

アプリ内課金の課題

アプリ内課金を行う
ユーザーは

15%

どまり

アプリ内課金による収益を拡大する

アプリ内課金による収益の 95% を ユーザーの 2~6% が担っている



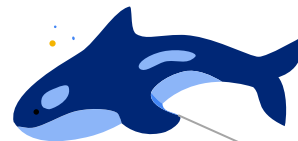
モバイルでの利用額は指数曲線的に分布しており、わずかな割合のハードコアユーザーが他のユーザーの何倍もの額を注ぎ込んでいます。



「当社のユーザーで
アプリ内課金を行うの
はわずか **5%**」

シャチ

モバイルゲームユーザーの1%
1 か月の利用額 \$50 超
北米のユーザー数 70 万人
1 か月の平均利用額 \$68.27



クジラ (シャチを含む)

モバイルゲームユーザーの 3%
1 か月の利用額 \$25~\$49.99
北米のユーザー数 250 万人
1 か月の平均利用額 \$29.37



イルカ

モバイルゲームユーザーの 16%
1 か月の利用額 \$5~\$24.99
北米のユーザー数 1,430 万人
1 か月の平均利用額 \$8.15



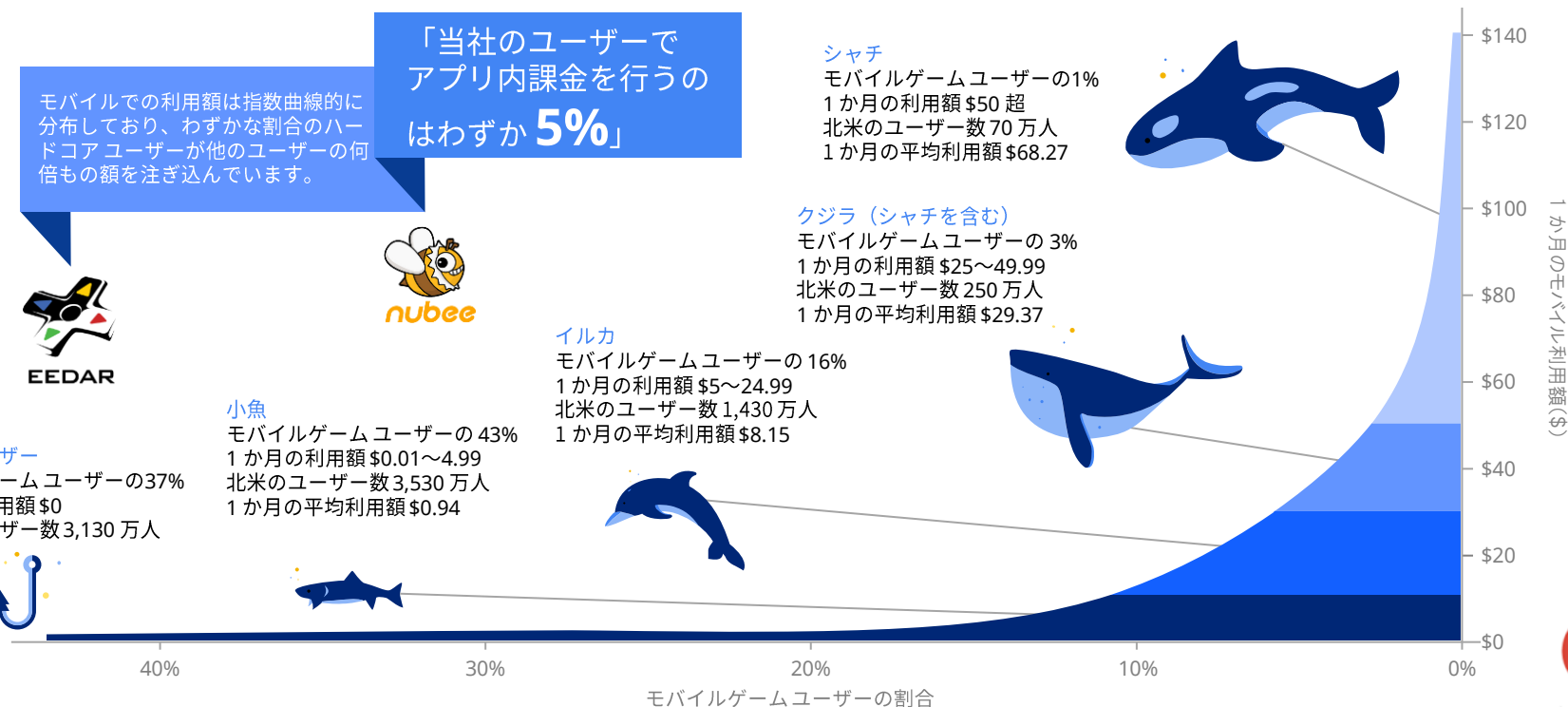
小魚

モバイルゲームユーザーの 43%
1 か月の利用額 \$0.01~\$4.99
北米のユーザー数 3,530 万人
1 か月の平均利用額 \$0.94



無課金ユーザー

モバイルゲームユーザーの 37%
1 か月の利用額 \$0
北米のユーザー数 3,130 万人

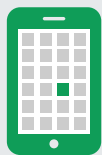
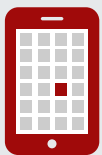
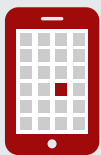
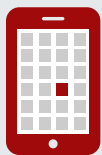
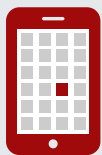
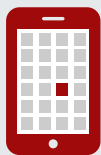
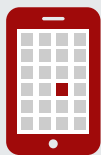
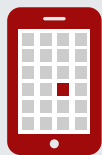
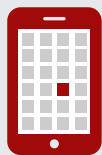
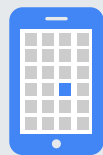


アプリ内課金では収益化の機会を逃す可能性がある

22%

33%

45%



セッション
1

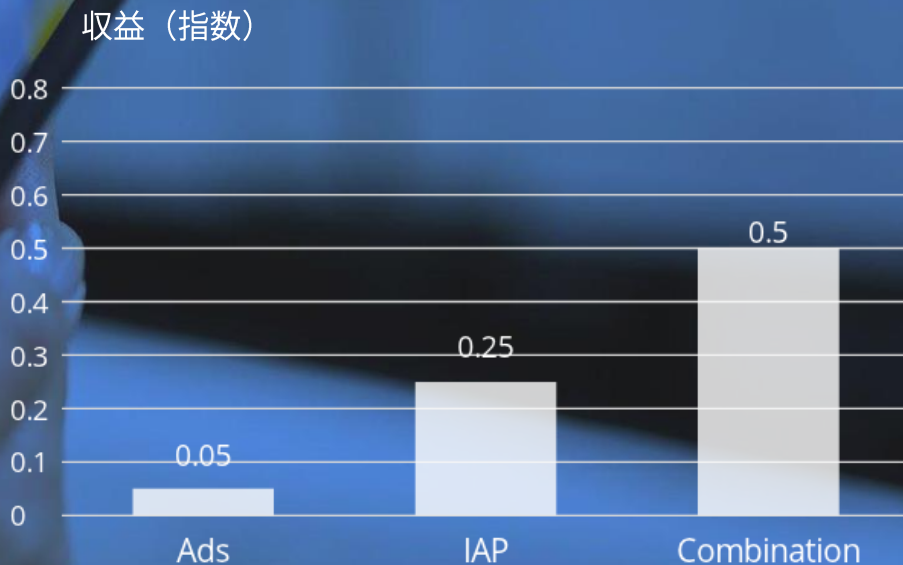
.....セッション
2~9

セッション
10~

ユーザーが初めてアプリ内課金を行うタイミング

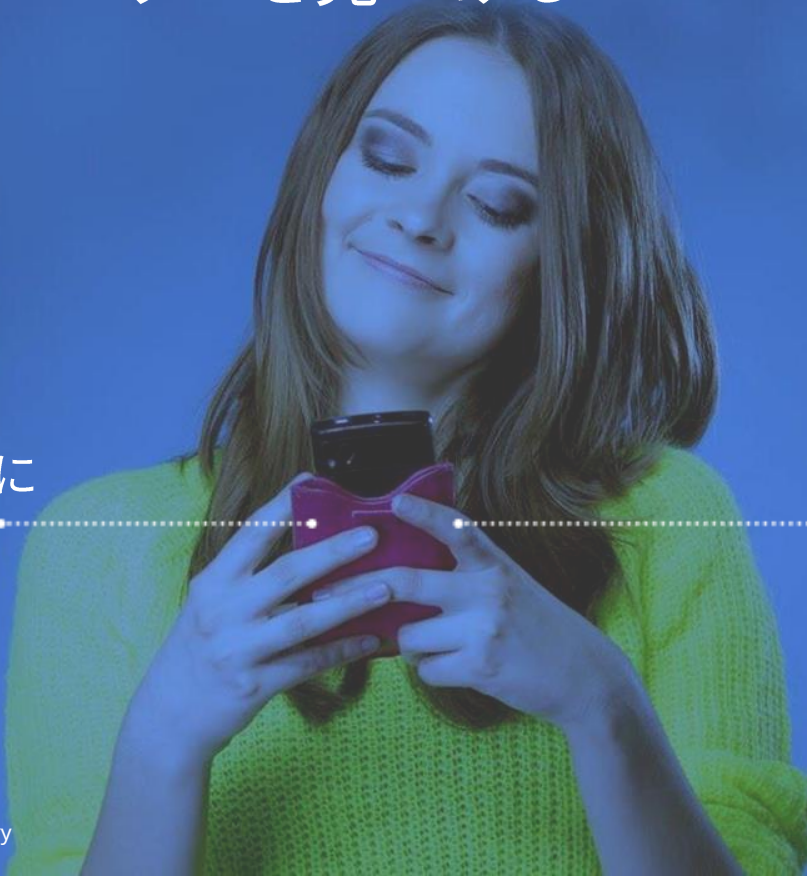
広告とアプリ内課金の混合モデルが成功の鍵

最も成功している AdMob ゲームデベロッパーは、複数のビジネスモデルを組み合わせることでユーザーからの収益を最大限に高めている



アプリ内課金による収益を拡大する

アプリ内課金向け広告（ステップ 1）： 価値の高いユーザーを見つける



L10

過去 24 時間以内に
ゲームを利用



お客様のゲームで
過去にアイテムを
購入

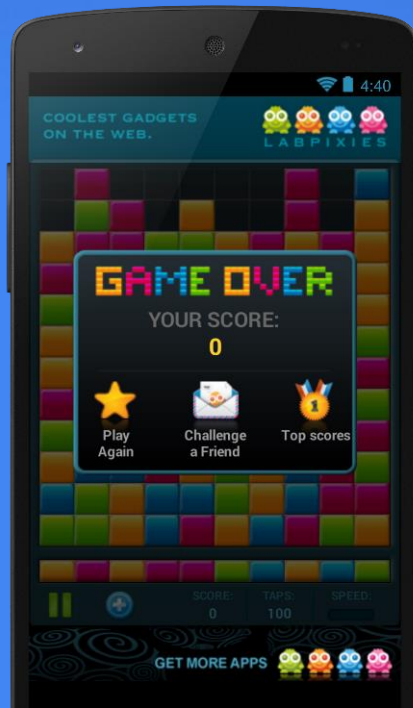
アプリ内課金による収益を拡大する

アプリ内課金向け広告（ステップ2）： 価値の高いユーザーをコンバージョンに導く

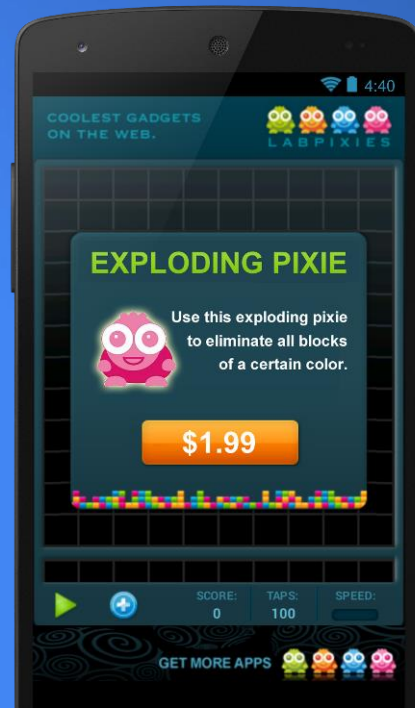
ユーザーが
ゲームを利用



ユーザーが
ゲームに失敗



アイテムを販売

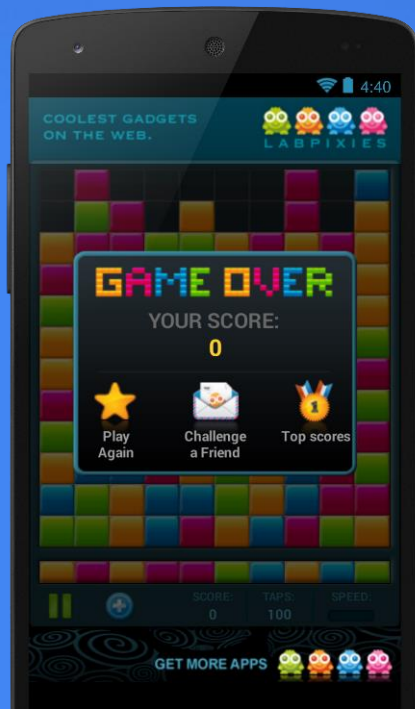


アプリ内課金向け広告: 熱心でないユーザー

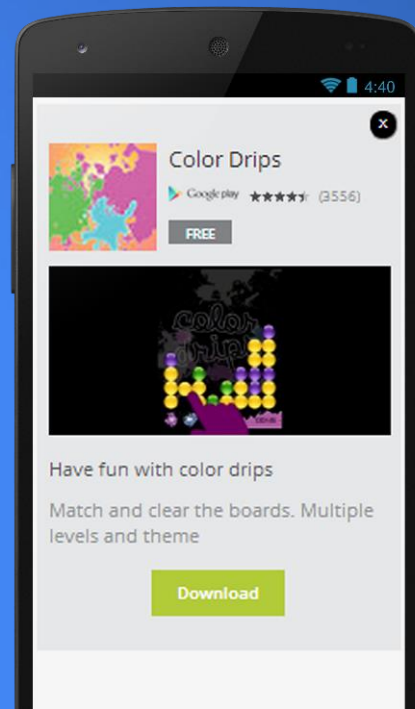
ユーザーが
ゲームを利用



ユーザーが
ゲームに失敗



広告を表示





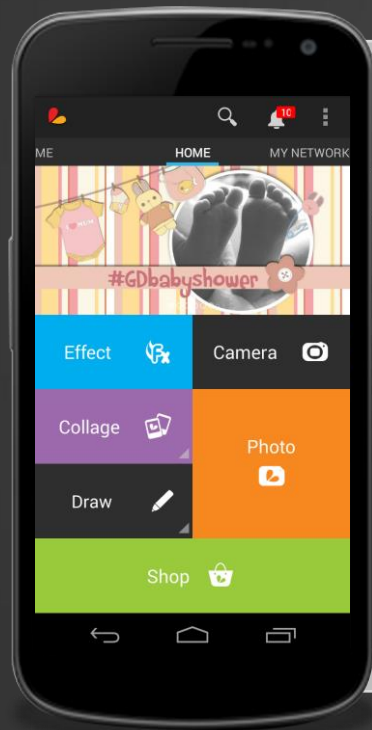
Gamebasics: 効果的な 混合モデルの構築に成功 収益の 75% がアプリ内課金、 25% が広告由来

- F2P
- 90% 以上が無課金ユーザー
- 広告を 3 回閉じると、広告の入らない「プレミアム マッチ」の購入を促すメッセージが表示される
- 75% がアプリ内課金、25% が AdMob によるアプリ内広告

広告収益を最大化する



アプリのポテンシャルを知る



1 時間あたりの広告リクエスト数	120,000
------------------	---------

広告掲載率	83%
-------	-----

表示回数	100,000
------	---------

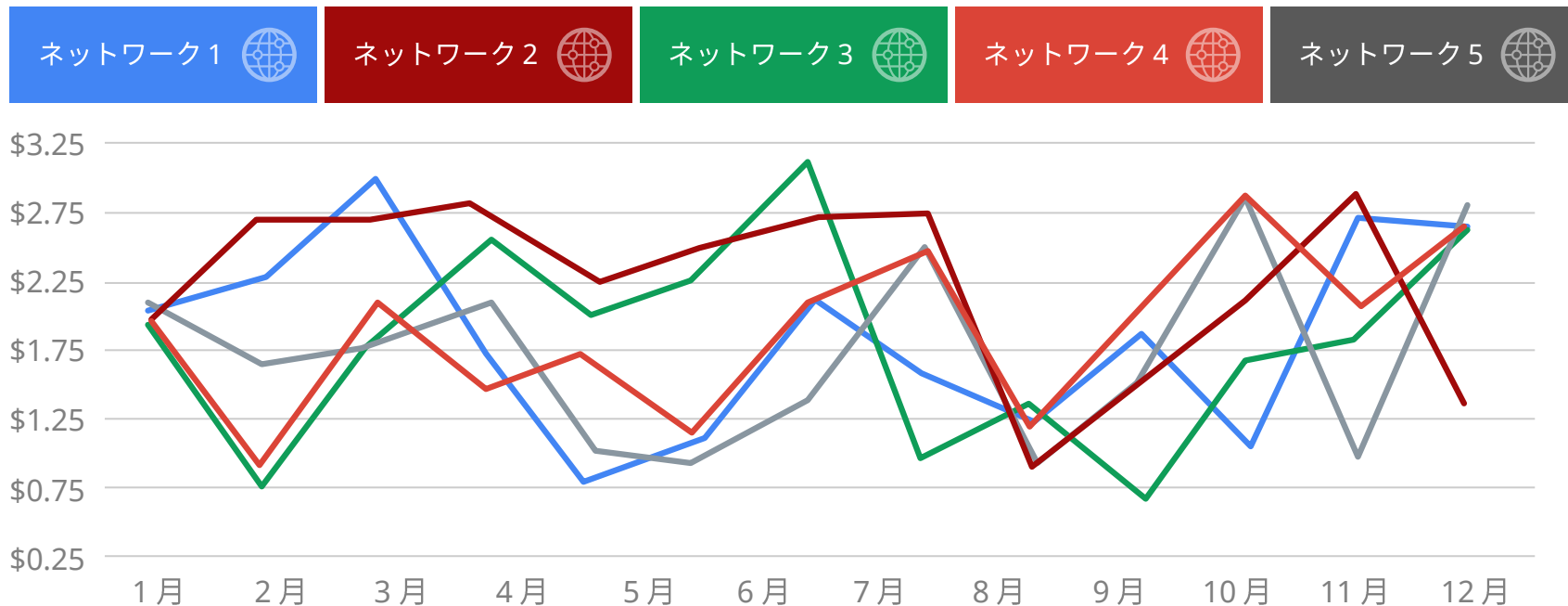
クリック率 (CTR)	1.5%
-------------	------

1 時間あたりのクリック数	1,500
---------------	-------

クリック単価 (CPC)	\$0.10
--------------	--------

1 時間あたりの収益	\$150
------------	-------

基本的な広告メディエーションの限界



広告収益を最大化する

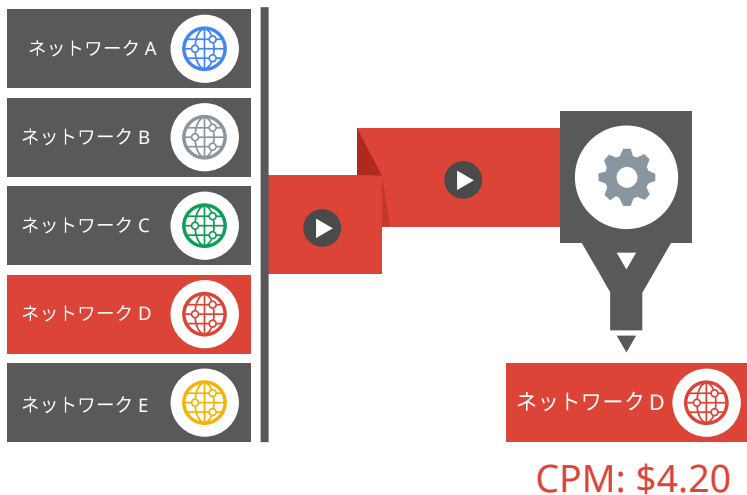
AdMob なら大規模なプログラマティック購入者層を利用できる

AdMob では Google のリアルタイム購入者と取り引きできるため、高い CPM を得られる

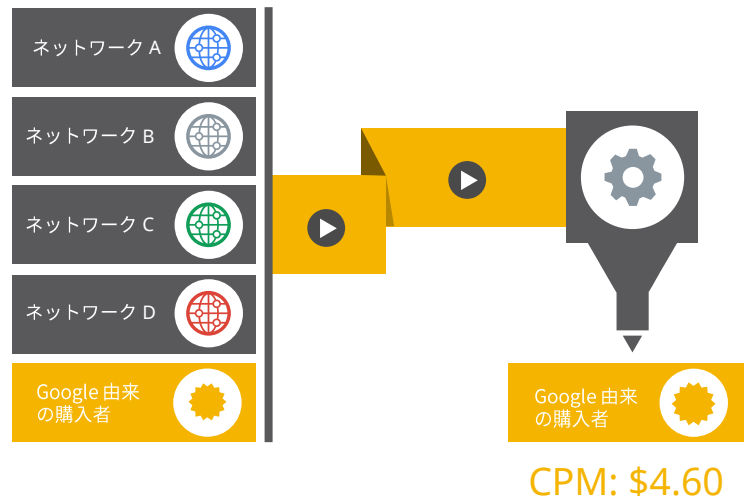
DoubleClick Ad Exchange が
1日に扱う取引の数は NYSE
と NASDAQ の合計を超える

広告ネットワークの最適化 + Live CPM

広告ネットワークの最適化



Live CPM



無料のツールで手間をかけずに収益向上

広告収益を最大化する

AdMob デベロッパーが広告
ネットワークの最適化と
Live CPM を使用すると平均
15~20% 収益が増加する

iHandy Inc では一部のアプリ
の収益が **200% 増加**

iHandy

Google Confidential and Proprietary





動画



画像



テキスト



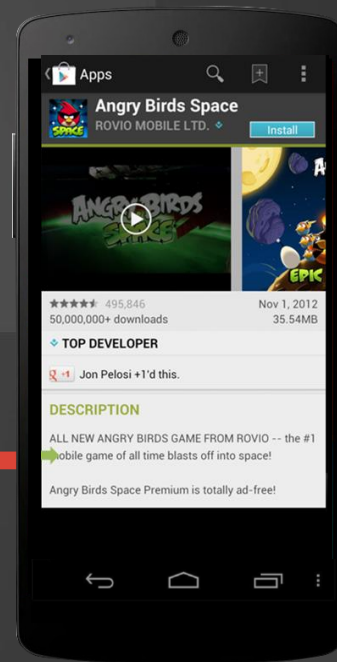
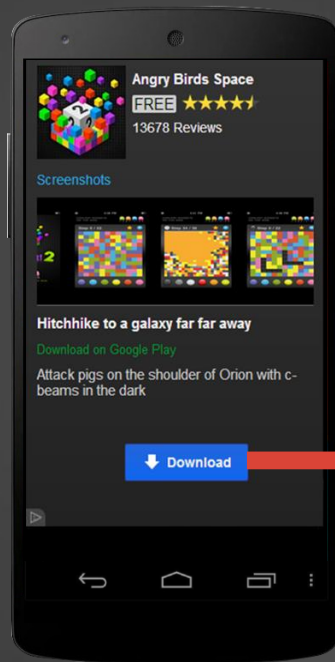
選択の幅を広げ、コンテンツと
広告のバランス維持を助ける
柔軟な広告フォーマット

スマート バナー

端末の幅や向きを検出し、
常に画面サイズに適した
広告を表示

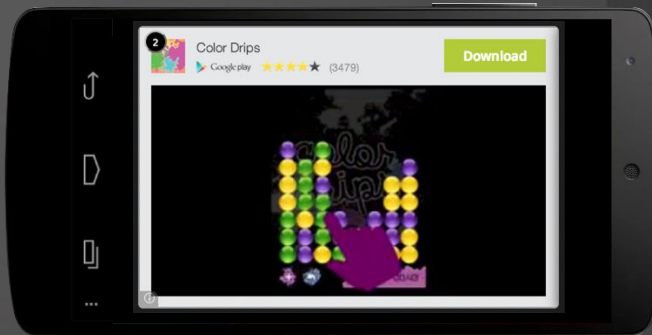
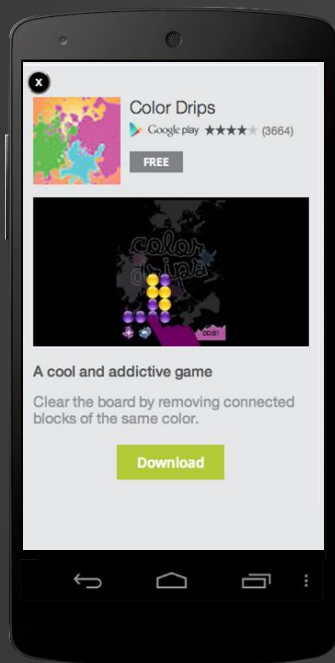
広告収益を最大化する

インタースティシアル広告のクリック率はバナー広告の 5 倍

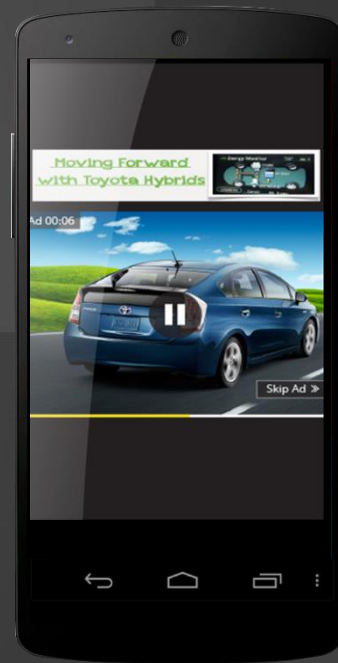


グローバル平均 CPM \$2.75

動画を使ったアプリ インストール広告



アプリでの TrueView 動画広告



YouTube のインストリーム動画広告の 75% がスキップ可能

広告収益を最大化する

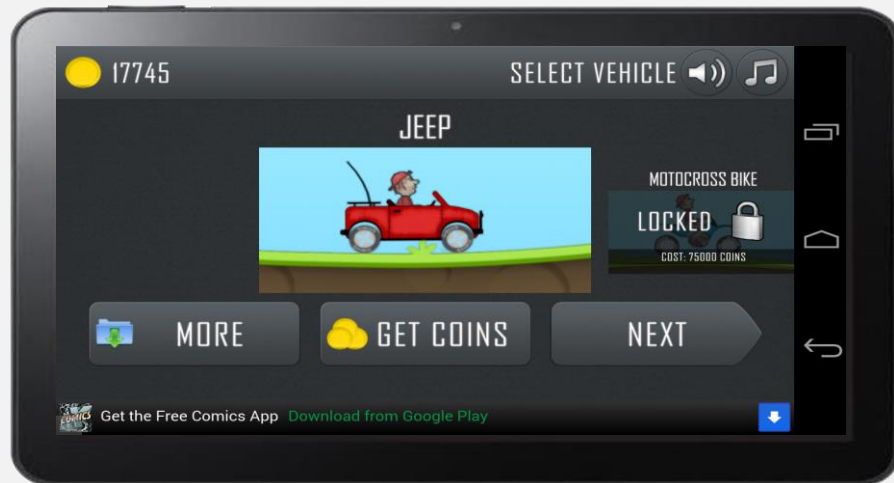
事例紹介: スマートバナー – Hill Climb Racing (Fingersoft)

Case Study



「100% 近い広告掲載率と高い eCPM を実現する AdMob は、当社の無料アプリの収益化に欠かせないものとなっています。」

Toni Fingerroos 氏
(創業者)





アプリの
宣伝

世界 200 か国以上、アクティブ ユーザー 9 億人以上
に表示できる AdMob の有料広告



More downloads = better ranking = more downloads

Radio Skol – High Ranking Delivers Audience



AdMob の有料広告



設定が簡単



キャンペーンの
スケジュールを
事前指定できる



テキスト広告と
イメージ広告を
利用可能



ユーザー属性、
地域、OS、言語、
携帯電話会社による
ターゲティング

コンバージョンオプティマイザーなら自社の条件に合った価格帯でインストール数を増やすことができる



目標コンバージョン単価を設定する



コンバージョンオプティマイザーが過去のコンバージョンデータをもとにダウンロード数を予想する



あとは放っておくだけで、予算に応じて最大限のインストール数を獲得できる

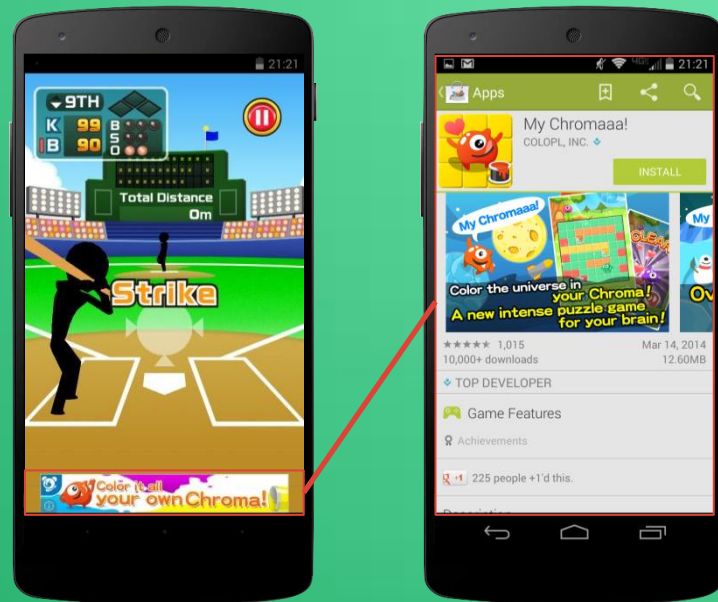
GREE ではコンバージョン率が
150% 向上、ダウンロード単価が
52% 低下



アプリが複数ある場合

自社広告によるアプリ間のクロスプロモーションが効果的

- 自社の広告枠に無料で自社広告を掲載
- 表示回数、目標、開始日と終了日、ターゲット地域、端末を指定して自社広告を管理
- アプリ、商品、サービスなどのクロスプロモーションが可能



自社広告で初期のユーザー基盤形成に弾みをつける



COLOPL: AdMob のインタースティシャル型自社広告 で新アプリのユーザー基盤を拡大

70 倍

コンバージョン率が増加（他の広告との比較）。
主要タイトルのユーザー獲得に貢献

ユーザー エクスペリエンス保護のため
広告にはフリークエンシー キャップを適用



自社広告の表示回数目標を設定して 直接取引の機会を創出



アプリ内の自社広告キャンペーン
で表示回数の上限を設定



他のアプリ デベロッパーの
広告を自社の管理の下に
運用し、収益を強化



AdMob でアプリを分析、宣伝、収益化



Google アナリティクスで
ユーザーの実態を**把握**



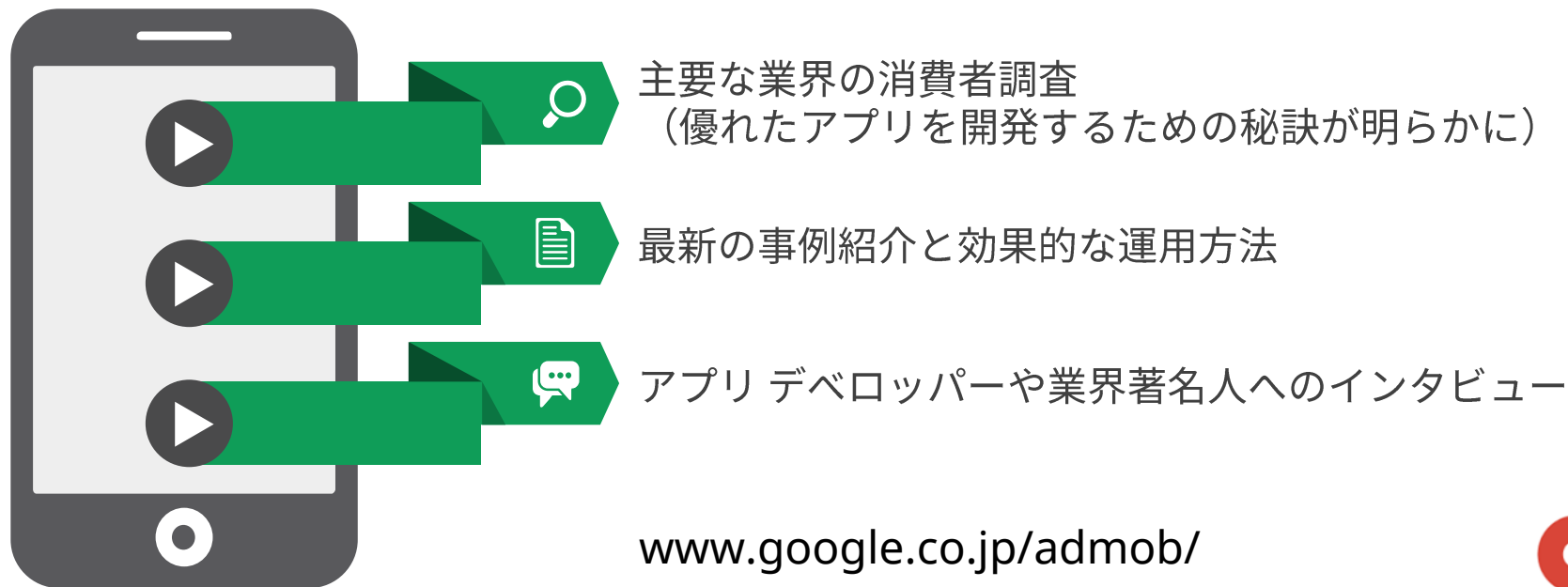
ターゲットを絞ったキャンペ
ーンでアプリ内課金向け広告
を使って、アプリ内課金によ
る収益を**拡大**



広告ネットワークの最適化と
Live CPM により、広告需要を
リアルタイムに捉えて広告収益を
最大化

アプリ デベロッパー ビジネス キット

アプリのアイデアをビジネスとして成功させる

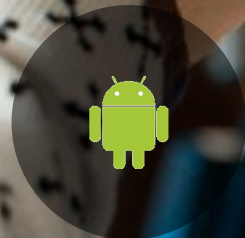




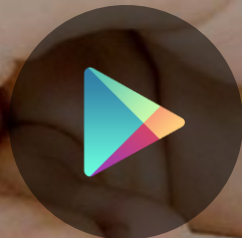
ありがとうございました



CF









Google Confidential and Proprietary

Vector Unit の Riptide GP 2 です。Google Play からダウンロードできます
*出典: Gamers on YouTube: Evolving Video Consumption (Google)

