



新たなアプリ プロモーションのかたち with Google AdWords

モバイルアプリ ソリューション スペシャリスト
吉野 祐輝

Today's Agenda

1. モバイル アプリの市場環境
2. 海外展開で抑えておくべき点
3. アプリ プロモーションの課題と解決策

挑戦

アプリを取り巻く市場環境の変化

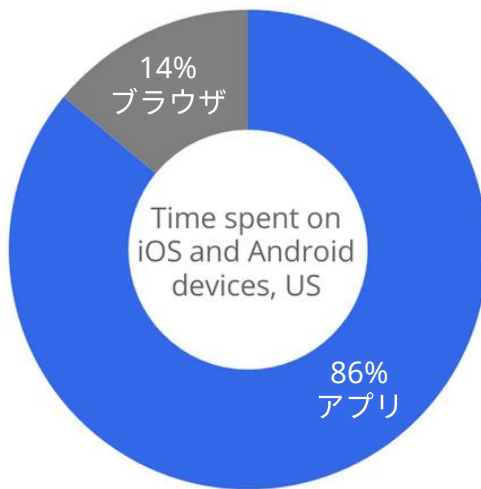
モバイル アプリ市場の成長に伴う莫大な機会

莫大なダウンロード数*1

1,000億

アプリのダウンロード数
2013 年, 年率成長 +60%

莫大な時間*2



莫大なお金*3

3.5兆円

アプリの収益
2014 年, 年率成長 +31%

Google™ play

500億+

Downloaded

100万+

Apps

190+

Countries

グローバルで成功を収めるアプリが増えてきました

例. ゲーム & メッセージ



King の昨年度の収益

約 **1,900** 億円

2012 年の収益の **10** 倍以上

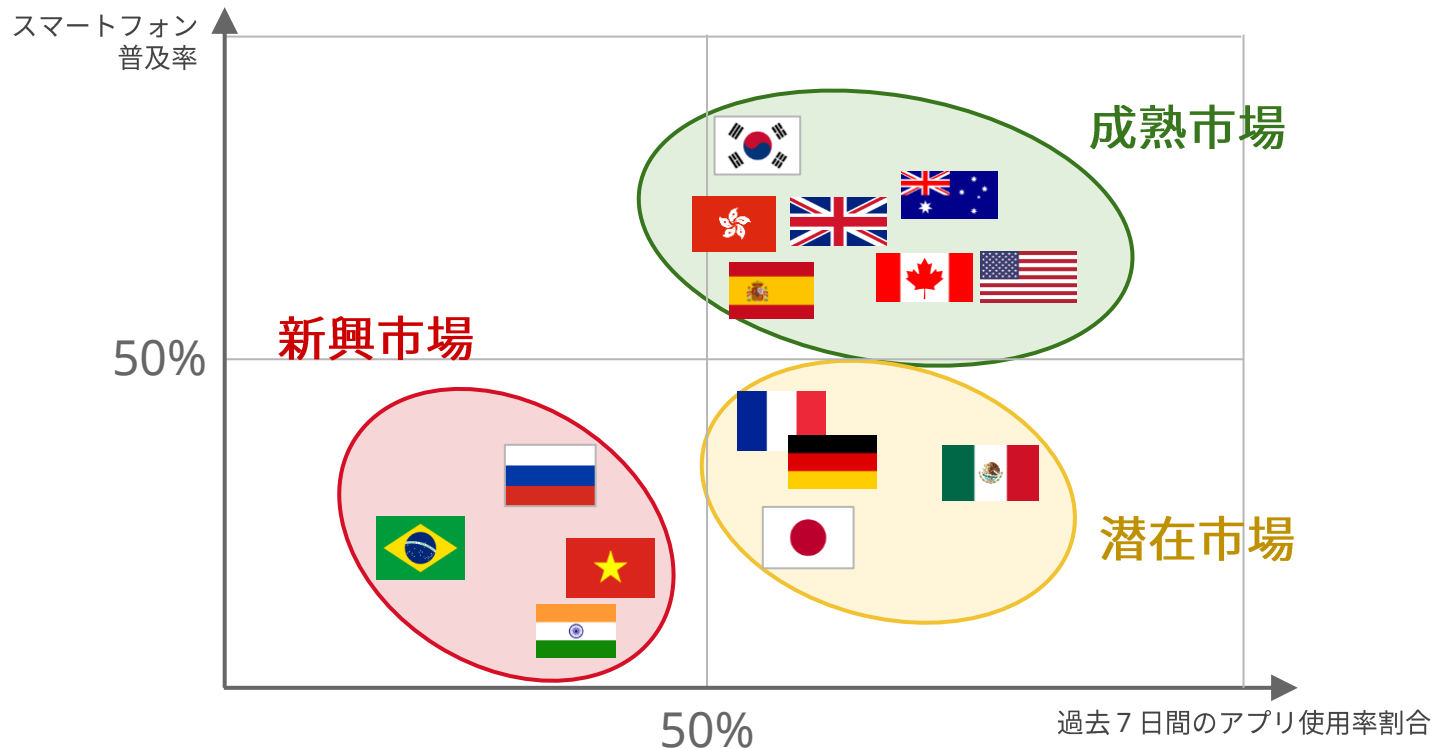


現在、Line は **3.4** 億以上のユーザー数、昨年の収益は単独で

約 **388** 億円

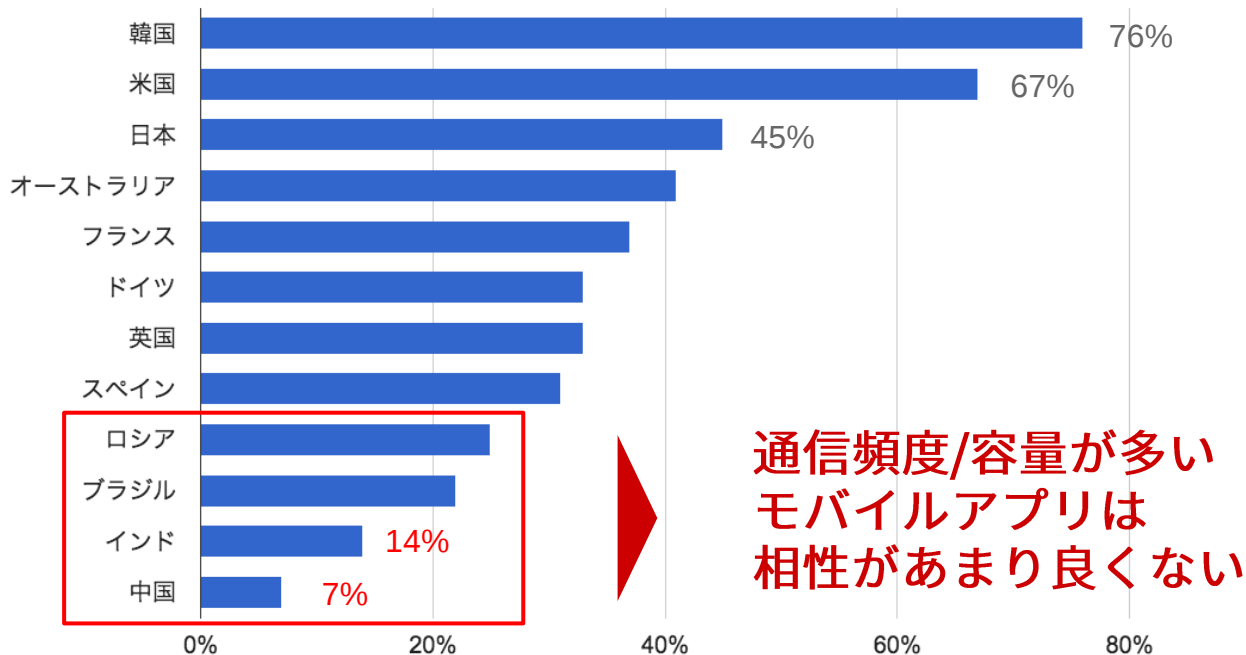
海外展開で抑えておく点

スマートフォン普及率とアプリ使用率 (2013)



4G 利用可能デバイスからのトラフィックシェア (2014/07)

海外展開においては、通信量も考慮する必要がある



台湾の市場環境について

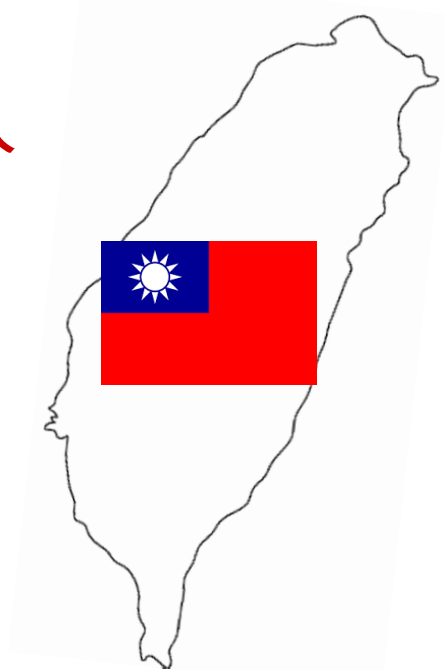
プリペイドカードがユーザーの支払いに大きく貢献

2,300万人

台湾の人口

50%以上

スマートフォン普及率



2014年

LTE サービス開始

94.9%

インターネット利用者のうち
SNS 使用割合*1

5,001店

台湾にあるセブンイレブンの店舗数*2

Go Global

どのようにして取り組むのか？

概念は日本と変わりありません。

Google のディスプレイネットワークは世界最大規模

ターゲティング精度や種類が日々更新されています

650,000 以上

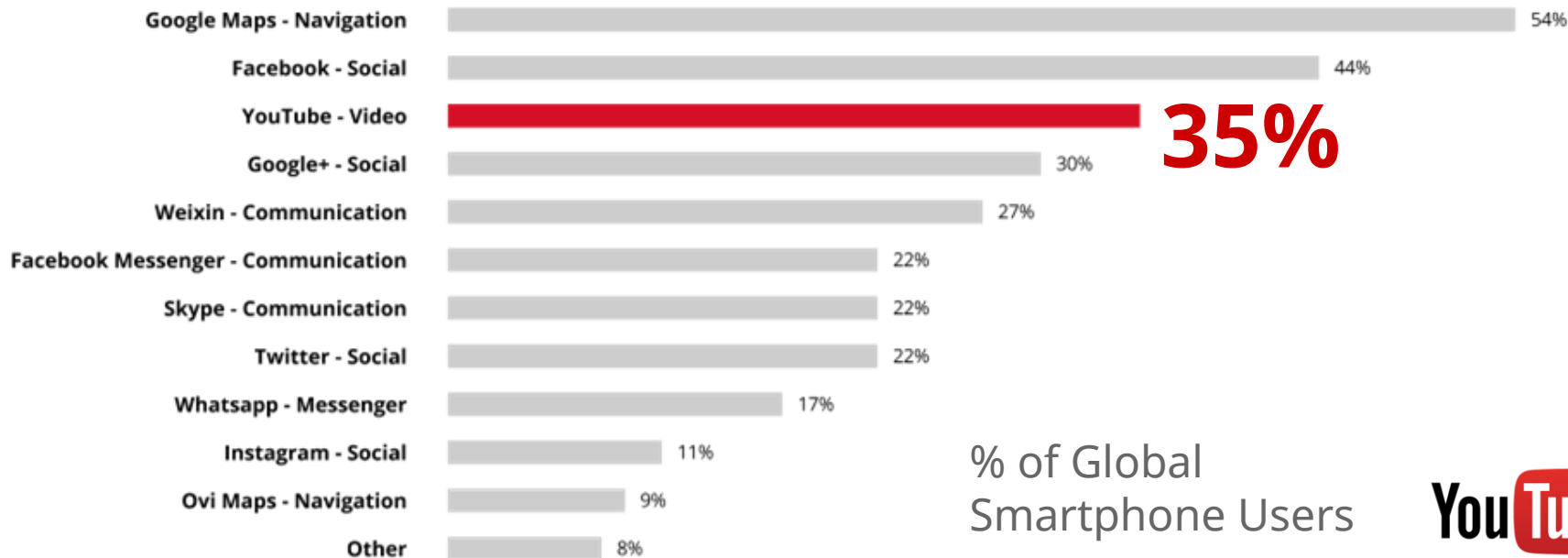


※ 毎月 mobile GDNへ配信面を提供しているアプリの数



最大級の動画アプリ "YouTube" はグローバルで活用できる

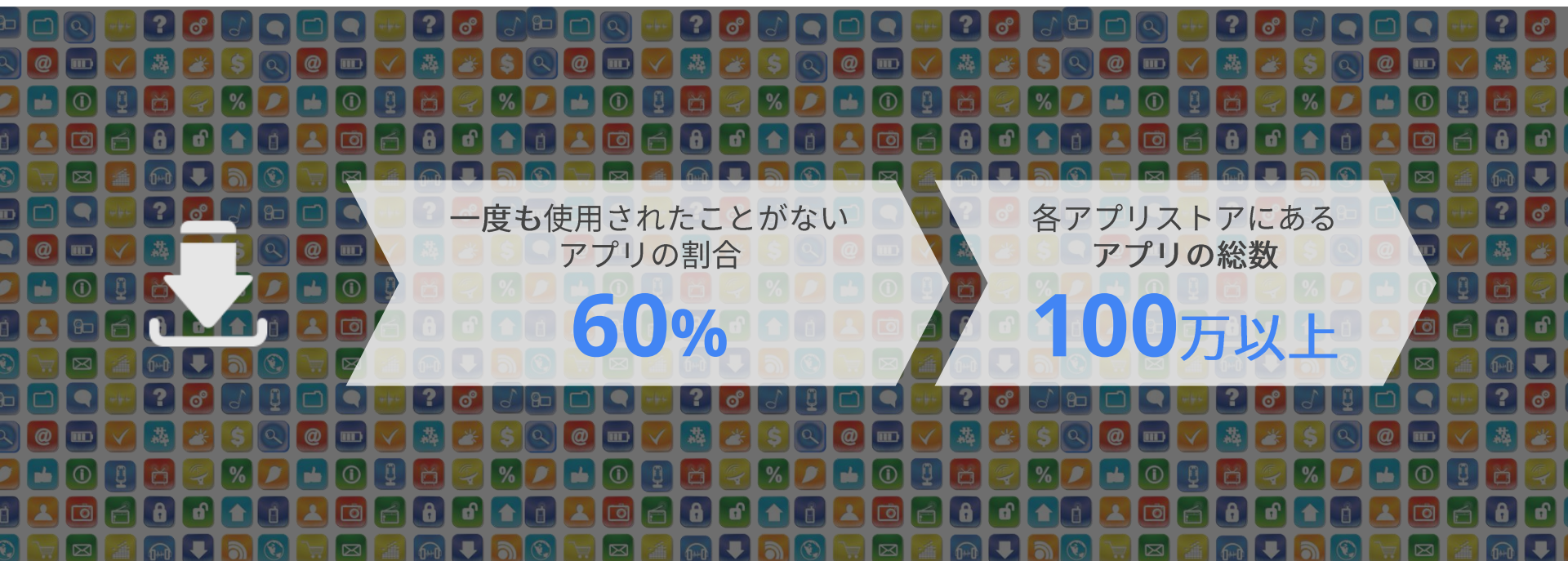
Top Global Smartphone Apps



プロモーションの課題と解決策

課題点 1

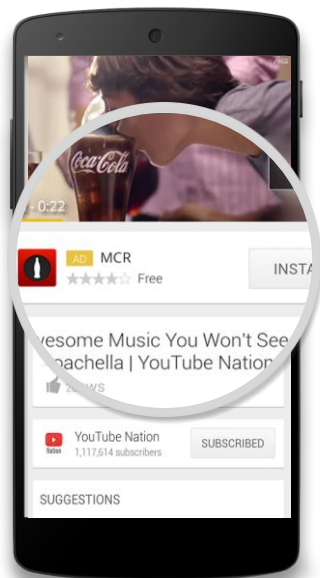
モバイル アプリを発見し、インストールを促すには？



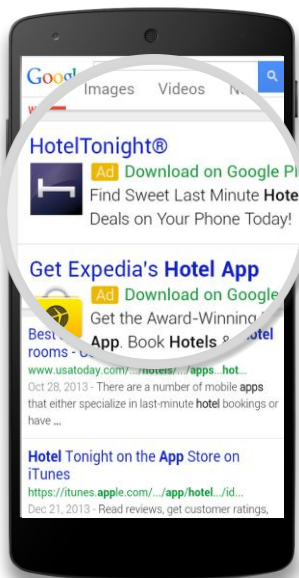
解決策 1

プラットフォームを活かし、様々な場所にいるユーザーに届けます

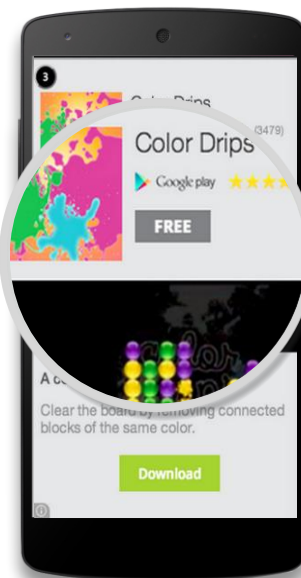
YouTube 視聴



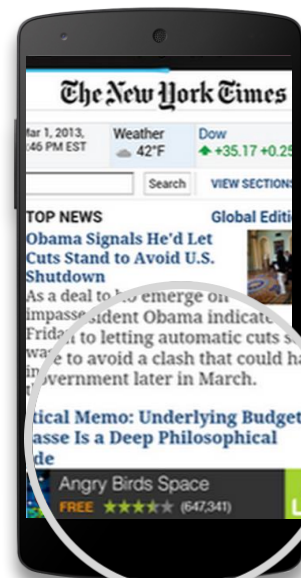
検索



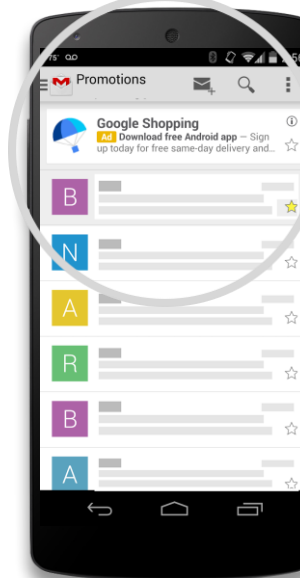
アプリで遊ぶ



Web を見る



Gmail を使う



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

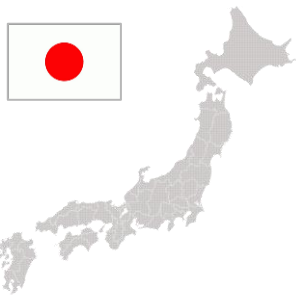


ようどん場

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



課題点 2

どのようにして、ユーザーのエンゲージを促進させるのか？



一度しか使用されない
アプリの割合は

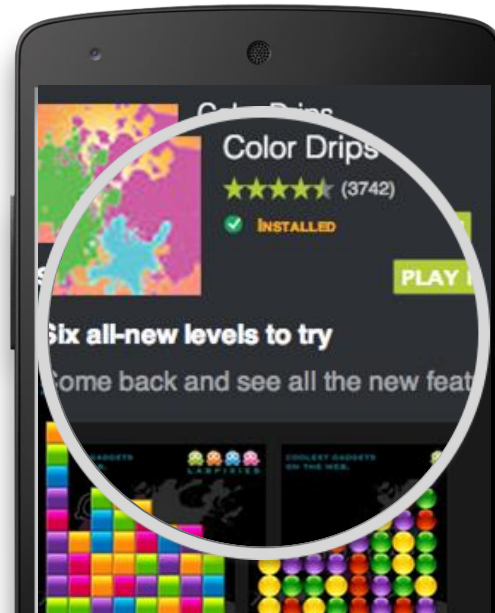
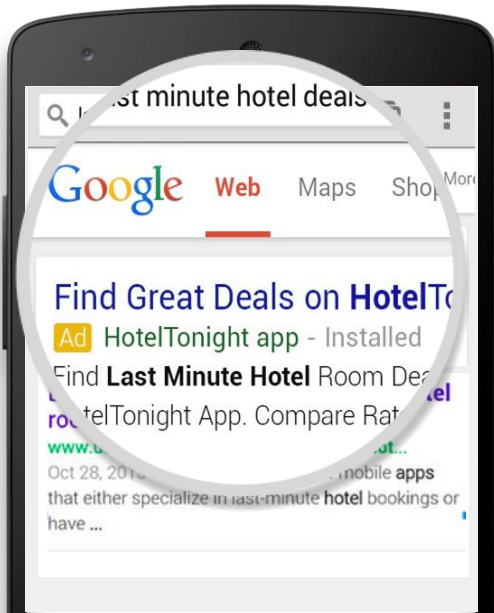
20%*1

1ヶ月以内に使われなくなる
アプリの割合は

95%*2

インストール後のユーザーをアプリに呼び戻す “Deep Linking”

アプリから



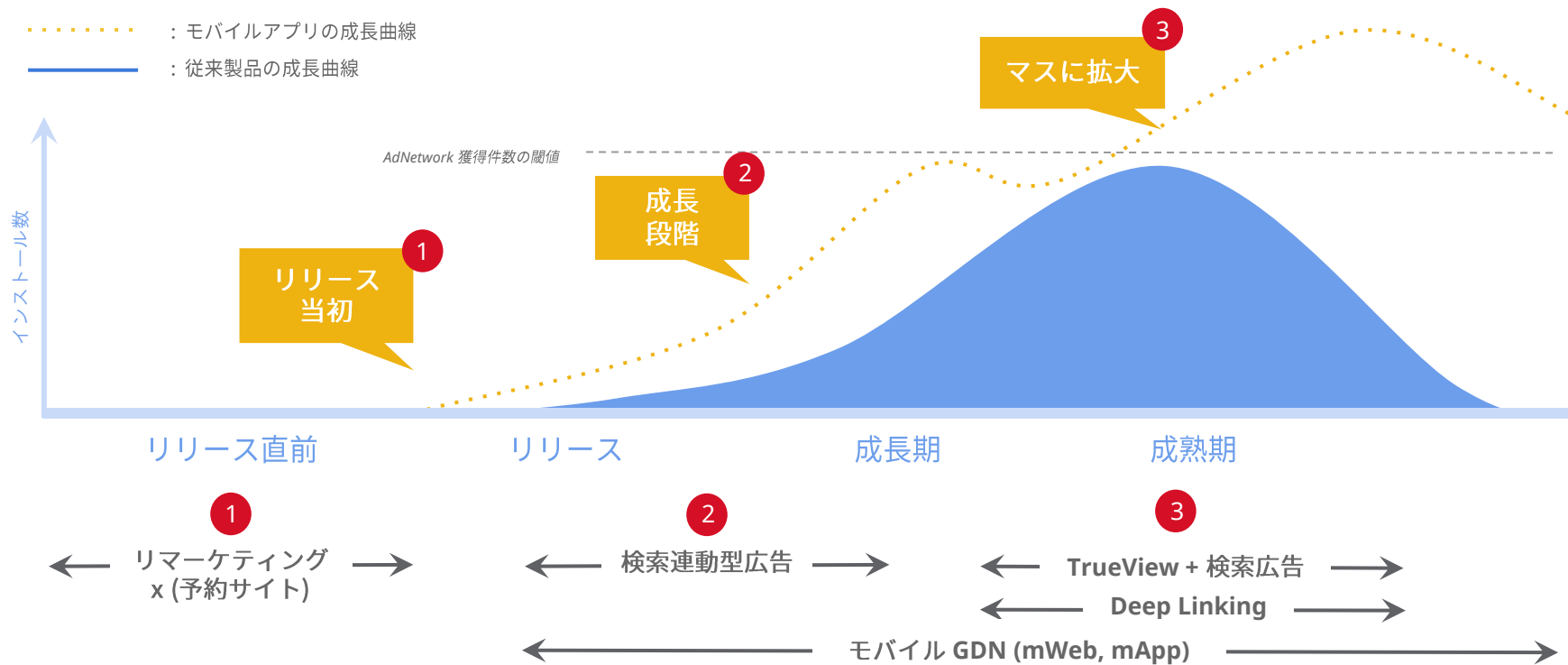
OS を越え、すべては Google が持っています

認知・興味喚起
いつでもどこでも

エンゲージ
Deep Linking の活用

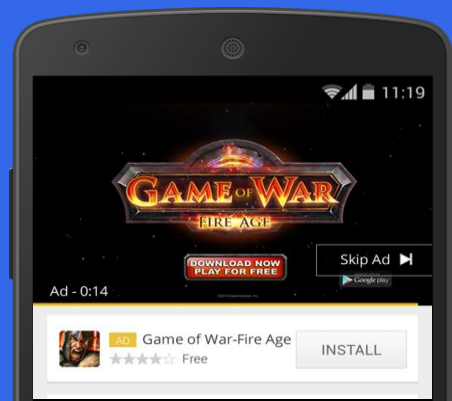


ライフサイクルに応じたプロモーション例



YouTube を使用して質の高い新規ユーザーを獲得

“Game of War”の成功事例



“YouTube を使用することで、より多くのユーザーを見つけたのではなく、より多くの“正しい”ユーザーを見つけることができた。私たちは動画プラットフォームは一般的に価値の高いユーザーに情報を届けられることは知っていたが、我々のアプリをYouTube からダウンロードしたユーザーは他の動画プラットフォームより 15% 以上価値が高いことを発見した。”

- Deepak Gupta, CRO Machine Zone

背景

Machine Zone が開発した
“Game of War - Fire Age” は
iOS と Android とともに売上ラ
ンキング 1 位を獲得した

ゴール

“Game of War - Fire Age” を
インストールし、より熱中し
てくれるユーザーを多く獲得
すること

アプローチ

モバイル アプリ用のTrueView
キャンペーンを作成。年齢や
性別、興味関心ごとに分けて
12 か国以上の国々に配信

結果

他の動画広告プラットフォー
ムよりも **15%** 以上価値が高い
ユーザーを YouTube から獲得
することに成功

本日のまとめ

まとめ：Google と一緒にできること



モバイル アプリに関わる市場環境を十分に分析し、展開する国・地域を決定



アプリのライフサイクルに応じたプロモーション戦略の立案



Google の持つ世界最大級プラットフォームを活用したプロモーションを実行

ご清聴ありがとうございました



モバイルソリューション スペシャリスト
吉野 祐輝
app-jp@google.com