

Glossom セミナーレポート「ヒットアプリここだけの話！注目スタジオのアプリ開発の実際」！

Glossom 株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：青柳直樹、以下「Glossom」）は12月5日にアプリ開発者さま向けのセミナーを実施しました。

各プレゼンターより、アプリ開発の際に気を付けるポイントやこだわりの開発体制等について、各々熱く語っていただきました。

■誰かに紹介したくなるかどうかを意識、各所で紹介され大ヒット！■

初めに、日米合わせて1000万DL※1を超す、大ヒットカジュアルゲームアプリ『白いとこ歩いたら死亡』開発者、fieldWalking 木下氏から、ヒット作の開発（裏）話、今後の展望/野望、広告業者についてといったテーマについてお話を進めていただきました。



fieldWalking 木下 歩 氏

<『白いとこ歩いたら死亡』のヒットについて>

日本でのヒット要因については、以下2点を挙げていただきました。

- ① アプリのレビューサイトでの掲載
- ② Youtuber のヒカキンによる紹介※2の影響

また、海外展開する際には、「初めから英語版を制作しておくことも非常に重要」（木下氏）

その他、制作時に意識している点については以下3点を紹介していただきました。

- ① 内容がタイトルから想像できる
- ② 操作が簡単
- ③ 友達にシェアしたくなる

実際にSNSへのシェア経由で3.9万DLの流入があった、とのことで改めて注目すべき点と言えます。

<アプリへの広告導入の結果は…>

気になるリリース後の広告収入についても惜し気なく語っていただきました。

当社『AdLantis』等のCPC※3広告を中心として導入し、1DL当たり5~7円の収益となったとのこと。多い時で月1,000~2,000万円の広告収入を得ており、アプリのDL数が伸びてきてからは、広告業者との積極的な単価交渉も重要になってくる、との内容でした。

■ミッションをもとに少人数チームで短期開発■



グリー株式会社 石野 和明 氏

グリー株式会社 石野氏からは、『el』や『Cubic Tour』の少人数×短期間で行うアプリ開発事例と合わせ、社内外で注目を浴びているネイティブアプリ開発者育成プロジェクト = 「Garage Production」について語っていただきました。

<プランニングよりプロトタイピング、手触り感を大切に>

『el』や『Cubic Tour』等のネイティブアプリ開発は、元々社内でもネイティブアプリの開発者を体系的に育成するためのプロジェクトとして発足。

ポイントは、以下の3点でした。

- ① 少人数×短期開発
- ② 開始前にチームにミッションを提示
- ③ 期間内に必ずリリースする（リリース時期はずらさない）

結果として、「製品レベルのアプリを1本作り上げる経験をする事で、より実践的なスキルを身に付けることができる。」（石野氏）

「会社の規模が大きくなるにつれ、ゲームは企画書勝負になってしまっていた。」（石野氏）

今回の取り組みでは、「作ってみての面白さを大事にしたいという思いから、企画書は一枚にまとめるのみ、とにかく実際に触れるモックを制作することを徹底している」（石野氏）とのことで、当日ご参加いただいた開発者のみなさまも興味深く耳を傾けている様子が見られました。

<先行公開でユーザーの反応を知る>

ユーザー目線で行うアプリ開発、を徹底しているため「リリース前のアプリについて Garage Production 用の Facebook コミュニティ※4などで先行公開を行い、実際に遊んだユーザーからのフィードバックも重要視している」（石野氏）との説明がありました。

なお、上記プロジェクトについて「今後は、ゲームとしての面白さだけでなく、マネタイズについても考えていくことで、より開発者の成長につながると考えている」（石野氏）と締めくくりました。

■『AdLantis』機能改善の軌跡■

当社アドネットワーク事業部 文屋からは、改めて『AdLantis』について、グリー株式会社による株式会社アトランティス買収から、2013年11月のグリー株式会社からの当社分社化を経て、現状に至るまでをご説明しました。

特筆すべきは、2013年11月分社後から1年間での機能改善スピードが格段に上がっていることです。中でも、2014年9月から継続的に行っている配信ロジックの改善によるCPC、eCPM※5の上昇により、メディア企業さまに高単価なアドネットワークとして価値をご提供できるようになっていることをご説明しました。

今後も、ご要望をいただきながら改善を続け、みなさまに選ばれるアドネットワークを目指していきますので、引き続きよろしくお願いいたします。



セミナー当日の様子

■iOS アプリプロモーション最前線■

当社リードジェネレーション事業部 吉田からは開発者さま向けにiOSのランキング情報とアプリ審査情報を紹介しました。

これらは最新の情報を掴むことが重要となりますので、ご興味のある方は当社営業担当までお問合せください。

どうしたらヒットアプリを生み出せるのか、一言で語ることは非常に難しいですが、木下氏、石野氏それぞれがプロモーションや開発体制に工夫を凝らし、試行錯誤を通して確実に成果を出していく点が印象的でした。

Glossom 株式会社は、今後もこのようなセミナーを通じて、プロモーションやマネタイズに関する様々な情報を提供していきます。

※1…ダウンロード

※2…紹介 URL : <https://www.youtube.com/watch?v=sGOMNi1gU-A>

※3…Cost Per Click 型の略。クリック1回あたりに対して成果報酬が支払われる案件のこと。また、その収益額。

※4…Garage Friends URL : <https://www.facebook.com/groups/garage.friends/>

※5…effective Cost Per Mill の略。広告1000回表示あたりの収益額のこと。

AdLantis 概要

サービス名称	AdLantis
サービス概要	AdLantis は日本国内最大規模のスマートフォン向け広告配信ネットワークです。 SNS「GREE」で提供されているアプリに広告を掲載できる唯一のアドネットワークであると共に、「GREE」以外の多彩なアプリ・WEB への掲載も可能で、広告主さまのプロモーション活動を強力にサポートします。 媒体社さまにとっては安定した案件掲載と高い収益性、バリエーション豊かな広告表示方式により自社メディアのマネタイズや、ユーザーの活性化にご活用いただけます。
サイト	[AdLantis について] http://sp.www.adlantis.jp [AdLantis に関するお問合せ先] http://www.adlantis.jp/manage/contact

Glossom および Glossom ロゴは、日本および、またはその他の国における Glossom 株式会社の商標または登録商標です。その他のすべての商標は、それぞれの所有者に帰属します。

以上

[本件に関するお問い合わせ先]
Glossom 株式会社 広報担当
東京都港区六本木 6-10-1 六本木ヒルズ森タワー
E-mail: pr@glossom.co.jp/
URL: <http://www.glossom.co.jp/>