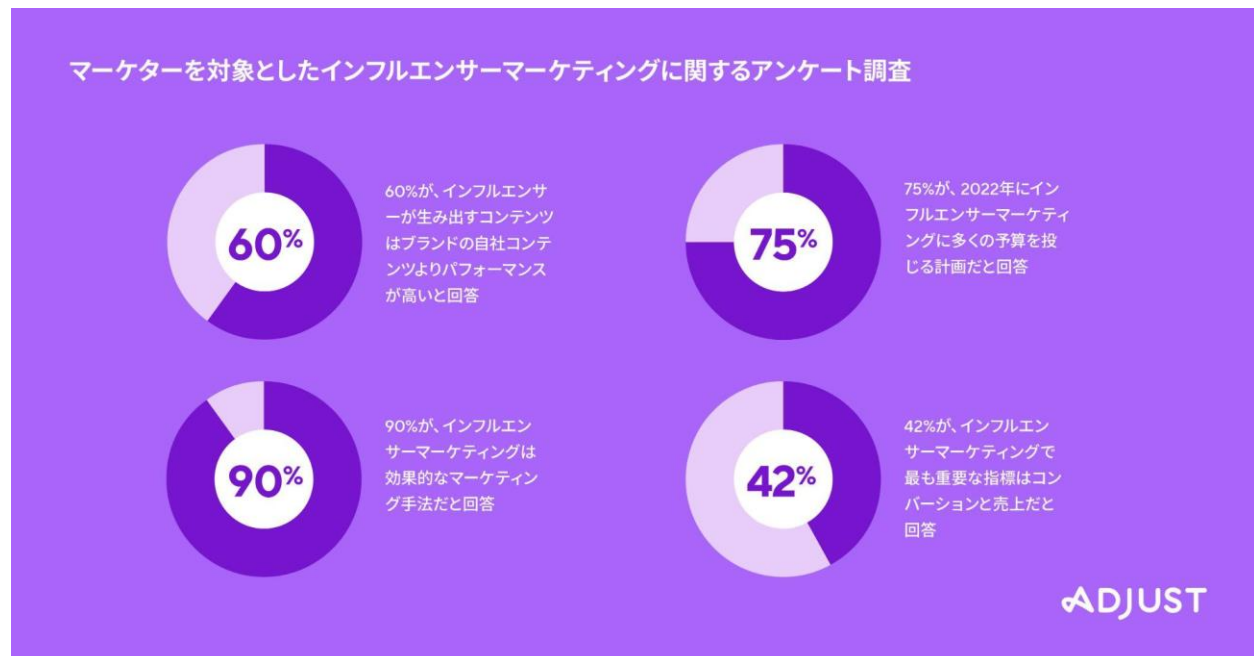


## Adjust、「アプリユーザー100万突破のためのグロース完全ガイド：パート2」をリリース ～グローバル展開、インフルエンサー活用を通して、100万のユーザーを獲得！～



モバイルマーケティング分析プラットフォームである adjust (アジャスト) 株式会社 (本社：独・ベルリン、CEO (最高経営責任者)：サイモン・デュサール、日本ゼネラルマネージャー：佐々直紀) は、昨年引き続きアプリを成長させる方法を解説した「[アプリユーザー100万突破のためのグロース完全ガイド：パート2](#)」をリリースしました。本ガイドでは、アプリユーザー数100万人獲得を達成するための2つの効果的な戦略を解説します。

昨年リリースしたパート1では、ユーザー獲得 (User Acquisition: UA) のベストプラクティスであるアプリストア最適化 (App Store Optimization: ASO) と有料広告キャンペーンについて紹介しました。今回のパート2では、ユーザー獲得後の成長施策であるユーザーの継続率、アプリのグローバル展開、そしてインフルエンサーマーケティングを通して新規ユーザーを獲得し、アプリユーザー100万人を突破する方法について解説します。

### 「アプリユーザー100万突破のためのグロース完全ガイド：パート2」の主な内容

#### ● アプリのグローバル展開

アプリをグローバルで展開することは、より多くのユーザーにリーチすることができ、ユーザーを増やすための手段の一つです。しかし、そのためには、慎重な計画と、言語や文化など地域特有の考慮は不可欠です。社内チームのリソースに余裕があれば日本語で展開しているアプリを英語だけでなく、他の言語 (主に中国語) にも対応できる

# ADJUST

ようにします。さらにアプリストアの説明文を各市場向けに翻訳し、ターゲット市場でどの OS が最も人気があるのかを念頭に入れることが重要です。

海外展開を成功させるための 3 つのステップ：

1. **競合調査** — アプリのリリース前に、競合調査を実施することで、アプリの USP（独自のセールスポイント）をさらに効果的に活用できます。
2. **アプリストア最適化（ASO）をローカリゼーション** — より多くのオーガニックユーザーを獲得し、早期にアプリの認知度を高めることが可能です。
3. **ソフトローンチ** — ソフトローンチでアプリを限定的にリリースし、初期ユーザーのフィードバックや高評価を得ることができ、問題を解決しながら本格的なローンチに臨むことができます。

## ● インフルエンサーマーケティング

最近の調査では、[消費者の 49%がインフルエンサーのおすすめ情報を参考に商品を購入している](#)ことから、インフルエンサーマーケティングに投資する価値があることは明らかです。また、[マーケターの 60%がブランドが投稿する自社コンテンツと比較してインフルエンサーのコンテンツの方がパフォーマンスが高く、より多くのエンゲージメントを促進していると回答しています](#)。またマーケターの 75%が 2022 年にインフルエンサーマーケティングへ多額の予算を投じる計画をしていることや、インフルエンサーへの支出額が米国だけで [40 億ドル](#)を超えると予測していることから、新しい市場に参入する場合でも、国内でのリーチを広げたい場合でも、インフルエンサーは従来の広告よりもユーザーの信頼を得る可能性が高く、新規オーディエンスを見つけるのに効果的な手法であることは間違いありません。

ブランドの認知度向上や新しいターゲット市場への効果的なリーチ、信頼の構築など、インフルエンサーマーケティングの強みを生かしたキャンペーンを実施することで、インフルエンサーのファンを新規ユーザーへと転換することができます。たとえば、マインドフルネス・瞑想アプリの『[Headspace](#)』は、インフルエンサーの投稿で、プライベートな体験を交えながらアプリの魅力を紹介してもらうことで、それまで[マンネリ化していたインフルエンサーマーケティング](#)を活性化させることに成功しました。インフルエンサーが自分の素の部分や弱さをオーディエンスにさらけ出したことにより、同社のマーケティングキャンペーンは自然に受け取られ、インフルエンサーの本心からのメッセージであることが伝わったのです。このようなコンテンツは、ソーシャルメディアプラットフォームで人気を獲得するための強力な手法だといえます。

## インフルエンサーマーケティングの ROI を計測する 3 つの方法

1. インフルエンサーに一意的紹介コードや割引を提供し、紹介経由でアプリに流入したユーザーのトラフィックを検証します。こうすることで、どのインフルエンサーのパフォーマンスが高いかを正確に把握できます。
2. [カスタムディープリンク](#)やディファードディープリンクを使用してコンバージョンを計測し、インフルエンサーマーケティングがブランドの認知度に与える影響を確認します。

# ADJUST

3. ブランド名がメンションされている（@ブランド名を含む）投稿に注目します。[Googleトレンド](#)を使用して、どのユーザーがメンションしているのか、メンション数が増えているか減っているかを確認することができます。[Brand24](#)のようなツールを使用するとメンションに関するデータを取得し、それに応じてメンション元のユーザーにエンゲージすることが可能です。

## Adjust、日本ゼネラルマネージャー、佐々 直紀

モバイルマーケターにとってアプリの成長、ユーザーの獲得はなによりも重要視していることです。キャンペーンを実施する際に、その目的を念頭に置き戦略を練っています。[パート1ガイド](#)に続き、新たにリリースした本ガイドで紹介しているように、グローバル展開・インフルエンサーの活用を通して、ブランドの認知度と信頼性を高めながらモバイルマーケターの皆様にまず100万人のユーザーを獲得いただきたいと思っております。Adjustは今後もマーケターの皆様のお役に立つ情報を発信できるよう尽力して参ります。

「アプリユーザー100万突破のためのグロース完全ガイド：パート2」はこちらからダウンロードしてください。

<https://www.adjust.com/ja/resources/ebooks/scale-your-app-to-1-million-users-part-2/>

## Adjust について

[Adjust](#) は、モバイルマーケティング分析プラットフォームです。アプリの持続的な成長を目指す世界中のマーケターから信頼されており、広告キャンペーンの効果測定と最適化、ユーザーデータを保護するソリューションを提供しています。Adjustに構築されたインテリジェンスとオートメーション技術、また迅速なグローバルカスタマーサポートが、世界中のアプリを強力にサポートしています。

Adjustはアプリ開発者向けのグロースプラットフォームとして業界をリードする AppLovin（Nasdaq：APP）のグループ会社です。

公式ホームページ： <https://www.adjust.com/ja>

公式 Facebook： <https://www.facebook.com/adjustJapan/>