

各位

2016年1月22日  
株式会社インプレス

## 広告費ゼロで初期100万会員を獲得した「iQON」の実践に学ぶ 『いちばんやさしいグロースハックの教本』発売。 出版記念セミナーも

インプレスグループでIT関連出版メディア事業、及びパートナー出版事業、デジタルメディア&サービス事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：関本彰大）は、1月22日（金）に新刊『いちばんやさしいグロースハックの教本 人気講師が教える急成長マーケティング戦略』を発売いたします。また、本書の発売を記念して、3月4日（金）に出版記念セミナーも開催します。

### ■書籍の詳細



### いちばんやさしいグロースハックの教本 人気講師が教える急成長マーケティング戦略

著者：金山裕樹、梶谷健人

価格：本体1,680円＋税

電子版価格：1,600円＋税 ※インプレス直販参考価格

発売日：2016年1月22日（金）

ページ数：176ページ

判型：B5変形判

◆ 書籍情報ページ：<http://book.impress.co.jp/books/1114101104>◆ セミナー詳細・お申し込みページ：<http://book.impress.co.jp/items/gh20160304.php>

### ■「成長」への実践に役立つ日本初の解説書

グロースハックとは、製品開発とマーケティングを横断しながら、製品やサービスの中に「成長する仕組み」を組み込む新しいマーケティング手法です。ユーザーの行動データに基づいて製品やサービスの改善サイクルを素早く回すこの手法は、FacebookやTwitter、Dropboxといった企業の急成長を支えたことで注目され、現在は国内のインターネットビジネス企業やスタートアップと呼ばれる新進企業の間でも定着しつつあります。

本書はファッションアプリ「iQON」（アイコン）の開発運営において、国内でいち早くグロースハックを実践し、活発に情報発信を行ってきた株式会社VASILY（ヴァシリー）の金山裕樹氏（代表取締役CEO）と梶谷健人氏（元VASILYグロースハッカー）を著者に迎え、グロースハックの概要と実践のステップを解説した、日本初の体系的な教科書です。

本質的な成長を達成するために、細かな改善事例の紹介にとどまらず、VASILYの自社実践のなかで磨かれたフレームワークの解説に重点が置かれています。また書名に「人気講師が教える」とあるとおり、まるで著者のプレゼンを観ているような「セミナー感覚」で読み進められる構成になっています。

Chapter 1

Lesson 01 【グロースハックの定義】

## グロースハックとは？

このレッスンのポイント

グロースハックとは製品の中に自発的に成長する仕組みを組み込んで、その結果をデータで判断し改善していくことを指します。「ハック」といっても必ずしもプログラミングが必要わけではありません。まずはグロースハックの定義をここで明確にしておきましょう。

製品開発とマーケティングを横断して行う

グロースハックは製品開発とマーケティングを統合した概念です。本来この2つは独立した部門や人間によって行われてきましたが、ソフトウェアやインターネットサービスのように製品の改善速度が速く、改善コストが安く見える製品やサービスでは、製品自体に継続的に売れる仕組みを組み込んで、改善を兼ねながら成長することが可能になりました。同時にそれを1人でも行うことが可能になりました。下図のように、製品開発とマーケティングの間に位置し、両方の要素が必要なもののがグロースハックです。

▶グロースハックの構成要素

国内外で多くのスタートアップがグロースハックを使ってサービスやビジネスの成長を達成しています。歴史は短くですが最も無敵分野の一つです。

私は社内でもよく冗談半分で「君が神でもデータをもってきてくれ」と言います。

Chapter 1

○プロダクトの中に成長する仕組みを組み込む

グロースハックの本質は製品開発です。製品開発といっても単にサービスの改良や改善を目的としたものではなく、「仕組み」として成長する機能を盛り込んでいくことがポイントになります。例えばFacebookでは、友人が自分をタグ付けた写真を投稿すると、自分宛にメールが来たり、アプリのアイコンに赤丸が付いて通知されたりするようになっています。このため日常的にFacebookを使わない人でも気がなって、Facebookにアクセスしようとするという仕組みです。このようにグロースハックとは、機能自体によってユーザーを獲得したり、利用促進をしたり、「成長」ができるようにすることです。そして、いかにして成長の仕組みを製品の中に組み込んでいくかがグロースハックの肝になります。

▶製品が自発する仕組み作り

従来のマーケティング

製品に成長・拡散をPRなどで伝える必要がある

グロースハック

製品に成長・拡散の仕組みを組み込む

成長

○ユーザーの行動データをもとに意思決定する

グロースハックにおいてデータによる意思決定は、数値しかないからです。グロースハックの企画、非常に重要です。何かしらのグロースハックをして、それが成功失敗かを判断するのはデータしかありません。製品を「成長」を判断できるものは、値で判断できるようにしておくことが必須です。

図表などのビジュアル要素を豊富に用いてわかりやすく解説しています。

Chapter 3

Lesson 24 【ユーザーオンボーディングの設計】

## iQONのユーザーオンボーディングを確認する

このレッスンのポイント

アクティベーションのプロセスの前半、ユーザーオンボーディングに関するレッスンもこれで最後です。これまでのおさらいとして、iQONの初回起動時の画面を見ながら、「価値提案」と「利用方法の説明」を具体的に提供する手法を考えてみましょう。

○価値と使い方をコンパクトに伝える

ユーザーオンボーディングでは、価値提案とチュートリアルを「無理のない範囲で最短」で提供する必要があります。「このサービス良い!」と思ってもらう瞬間をいかに早いタイミングで持てるかが鍵です。例えばゲームアプリにははたいていチュートリアルステージがあり、最初に近いゲームの中で使い方を覚悟させる仕組みがありますが、これは実際に操作をやらせる必要があまりない範囲で最短で提供する必要があります。「このサービス良い!」と思ってもらう瞬間をいかに早いタイミングで持てるかが鍵です。例えばゲームアプリにははたいていチュートリアルステージがあり、最初に近いゲームの中で使い方を覚悟させる仕組みがありますが、これは実際に操作をやらせる必要があまりない範囲で最短で提供する必要があります。

多くのユーザーに価値が伝わって「アクティベーション」を達成できるように、サービスを作り込みましょう!

ワンポイント さまざまな他社事例から学ぶ

ユーザーオンボーディングの設計は、複数のサービスの設計を行っている「User Onboarding」といったサイトや、「UX Action」/「Inpad UI」といった企画サイトからインスピレーションを得るのも有効です。参考情報でも紹介しているので、参考にしてください。

Chapter 3

○iQONの初回起動画面

iQONでは、初回起動した段階で、ワークスルーによる価値提案と、チュートリアルで利用方法の習得ができる流れを作っています。初回起動では、下図のようにわかりやすいキーワードでiQONの価値を伝えています。ワークスルーが終わると、iQONの基本操作に関するチュートリアルを入れていきます。軽快上、どんなに簡単な操作でも習得してもらおうとプロセスが丁寧なので、ボタンやタブや画面のスクロール操作などの基本的な項目も説明するようにしています。ユーザーは開発者が想定している以上に、アプリの使い方に迷っているものなのです。iQONではワークスルーの際に、こうした丁寧なチュートリアルを追加したことで、翌日再訪率が大幅に向上しました。

▶iQONのワークスルーとチュートリアル

新登場のiQONのワークスルーの画面で、「トレンドが見つかる」というアプリの価値や活用方法の説明が盛り込まれています。

ワークスルーの後、iQONの画面で何ができて、どうすればいいのかわかるように操作を丁寧にも説明しています。

自社実践に基づいた、本質的な成長を達成していくステップが学べます。

■出版記念セミナーも開催

本書の発売を記念し、3月4日（金）に著者の金山裕樹氏とゲストスピーカーを講師に迎えた出版記念セミナーを開催します。グロースハックを自社実践に取り入れたいと考えているインターネットビジネスやスタートアップの関係者、また自社の製品やサービスを成長させる「新たな一手」を欲している人に最適な内容です。詳しくはセミナー詳細ページのお知らせをお待ちください。

日時：2016年3月4日（金）19:00（開場 18:30）  
 会場：インプレスグループセミナールーム（東京都千代田区神田神保町1-105 神保町三井ビルディング 23階）  
 参加費：3,000円  
 定員：70人 ※お申し込み多数の場合は先着順とさせていただきます  
 主催：株式会社インプレス

セミナーの詳細・お申し込みページ  
<http://book.impress.co.jp/items/gh20160304.php>

## ■著者プロフィール



金山裕樹 (かなやま・ゆうき)

株式会社VASILY 代表取締役CEO

ヤフー株式会社にてX BRANDなどのライフスタイルメディアの立ち上げを行った後、2008年に株式会社VASILY (ヴァシリー) を設立。VASILYのアプリ

「iQON」(アイコン) はファッションアプリとして世界で唯一AppleとGoogle、両社のベストアプリに選出。会員数は200万人を超え、日本最大級の女性ファッションアプリとしてファッション感度の高い女性ユーザーに支持されている。

株式会社VASILY : <http://vasily.jp/>

iQON : <http://www.iqon.jp/>



梶谷健人 (かじたに・けんと)

グロースハッカー

元VASILYグロースハッカー。2013年にVASILYに参加、「iQON」で早くからグロースハックの実践を行い、そのノウハウをカンファレンスやセミナー、ブログなどで発信してきた。2016年1月現在は、今後最も成長が見込まれるインドにて現地スタートアップのグロースメンターをしている。下記のブログにてグロースに関する詳細な記事を発信している。

Growiz.us : <http://growiz.us/>

VASILYグロースハックブログ : <http://growthhack.vasily.jp/>

以上

---

### 【株式会社インプレス】 <http://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計7,000万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」、「SmartGrid ニュースレター」、「Web 担当者 Forum」等の企業向けIT関連メディアブランドを総合的に展開、運営する事業会社です。IT関連出版メディア事業、及びデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

### 【インプレスグループ】 <http://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス(本社:東京都千代田区、代表取締役:関本彰大、証券コード:東証1部9479)を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「モバイルサービス」を主要テーマに専門性の高いコンテンツ+サービスを提供するメディア事業を展開しています。

### 【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス 広報担当:丸山

TEL:03-6837-5034 E-mail: [pr-info@impress.co.jp](mailto:pr-info@impress.co.jp) URL: <http://www.impress.co.jp/>