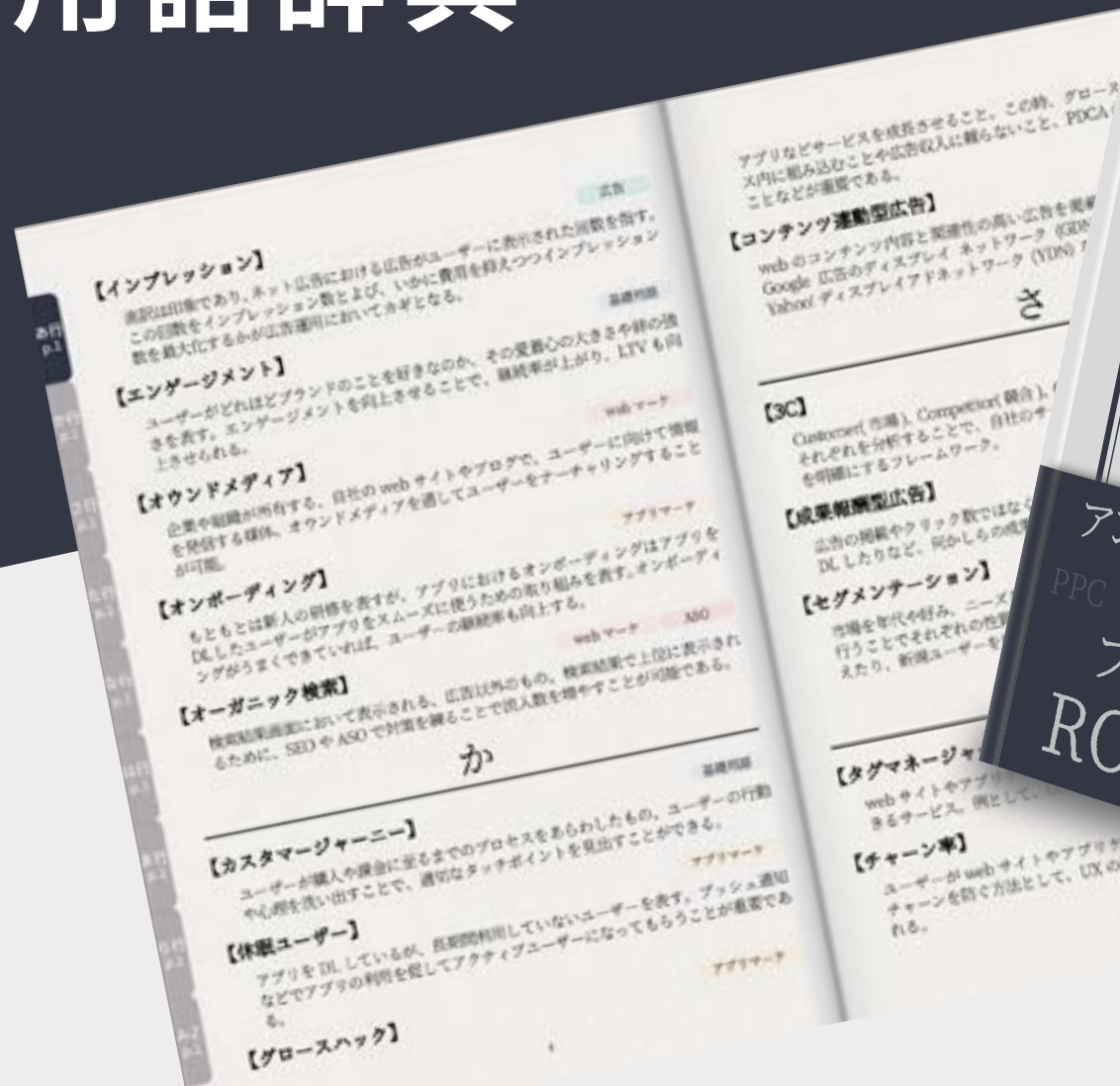


# app & web マーケティング 用語辞典



# 【索引】

あ行 p.5	アクティブユーザー アクティブ率 アドフラウド アドエクスチェンジ アドネットワーク アトリビューション アプリストア アプリ内課金 アプリ内メッセージ アンバンドリング インタースティシャル広告 インプレッション エンゲージメント オウンドメディア オンボーディング オーガニック検索 カスタマージャーニー 休眠ユーザー
か行 p.7	グロスハック コンテンツ連動型広告
さ行 p.8	3C 成果報酬型広告 セグメンテーション タグマネージャー チャーン率 ディープリンク ティザー広告 ナーチャリング 内部リンク(被リンク) ネイティブ広告 バイラル係数 バッジ
た行 p.8	
な行 p.9	
は行 p.10	バナー広告 ファネル フィルレート プッシュ通知 プリミアム プロトタイピング ペルソナ ホワイトペーパー マーケティングオートメーション (MA)
ま行 p.12	マーケティングミックス (4P) リスティング広告 リターゲティング広告 リッチプッシュ通知 リテンション率 流入数 リワード広告 ローカル通知
ら行 p.12	

## A-Z p.14

AARRR A/B テスト AIDMA API ARPPU ARPU ASO BtoB BtoC CAC/CPA CMS CPC CPI CPM CRM CSF CtoC CTR CVR DMP DSP EC KGI KPI LTV LP MVP O2O PDCA PPC PU/PUR PV PWA Repro ROAS ROI SaaS Search Ads SDK SEO SSP SWOT 分析 UI UX UU
--



# あ

## 【アクティブユーザー】

アプリマーケ

アプリにおけるアクティブユーザーとは、アプリをDLしているユーザーのなかで積極的にアプリを利用しているユーザーを表す。いかに休眠ユーザー`をアクティブユーザーに変えられるかがアプリマーケティングにおいて重要である。

## 【アクティブ率】

基礎用語

ある一定の期間にアプリやweb サービスを利用しているユーザーの割合。新規ユーザーを獲得してもアクティブ率が低ければ、長期的な収益は低くなってしまう。

## 【アドフラウド】

広告

無効なインプレッションやクリックにより成約件数や効果を不正に水増しする不正な広告を表す。アドフラウドに気づかなければ、広告費の高騰につながってしまう。

## 【アドエクスチェンジ】

広告

広告枠を1インプレッション単位で取引する市場のこと。「ある広告枠でインプレッションが発生するごとに入札が行われ、その時に最も高い掲載価格を入札した広告が表示される」という仕組みで成り立っている。

## 【アドネットワーク】

広告

web上の広告枠を集めた巨大な広告配信ネットワーク。従来は個別の媒体に対して出稿の設定を行う必要があったが、一つのアドネットワークの利用で複数媒体への掲載が一括で行えるようになった。

## 【アトリビューション】

広告

成果に至るまでの直接・間接を含めたすべての要因や経路。アトリビューションを分析することで、どのチャネルに力を入れるべきかが明確になる。

## 【アプリストア】

ASO

アプリケーションをDLするためのプラットフォーム。例として、iOS 端末専用の App Store や Android 端末専用の Google Play ストアなどがある。

## 【アプリ内課金】

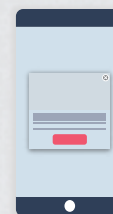
ASO

アプリ内で直接コンテンツを販売できる仕組み。この機能を利用することで、アプリ内で決済を完了することが可能になる。

## 【アプリ内メッセージ】

アプリマーケ

ユーザーがアプリ内で特定の操作を行ったときなどに表示するメッセージ。ユーザーのオンボーディングや特定の機能への誘導に活用することで継続率の向上につなげることが可能。



## 【アンバンドリング】

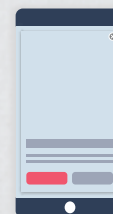
アプリ開発

アプリにおけるアンバンドリングとは、複数機能を持つアプリを単機能の複数アプリにわけること。アプリの持つ機能がシンプルになることで、機能性やデザイン性など UX の向上につながる。

## 【インタースティシャル広告】

広告

ページが遷移する際、全画面に表示される広告を表す。例として、記事などのコンテンツに遷移する際に、広告を閉じるなどのボタンと一緒に表示させるなどがある。



## 【インプレッション】

広告

直訳は印象であり、ネット広告における広告がユーザーに表示された回数を指す。この回数をインプレッション数とよび、いかに費用を抑えつつインプレッション数を最大化するかが広告運用においてカギとなる。

## 【エンゲージメント】

基礎用語

ユーザーがどれほどブランドのことを好きなのか、その愛着心の大きさや絆の強さを表す。エンゲージメントを向上させることで、継続率が上がり、LTVも向上させられる。

## 【オウンドメディア】

web マーケ

企業や組織が所有する、自社の web サイトやブログで、ユーザーに向けて情報を発信する媒体。オウンドメディアを通してユーザーをナーチャリングすることが可能。

## 【オンボーディング】

アプリマーケ

もともとは新人の研修を表すが、アプリにおけるオンボーディングはアプリを DL したユーザーがアプリをスムーズに使うための取り組みを表す。オンボーディングがうまくできていれば、ユーザーの継続率も向上する。

## 【オーガニック検索】

web マーケ

ASO

検索結果画面において表示される、広告以外のもの。検索結果で上位に表示されるために、SEO や ASO で対策を練ることで流入数を増やすことが可能である。

# か

## 【カスタマージャーニー】

基礎用語

ユーザーが購入や課金に至るまでのプロセスをあらわしたもの。ユーザーの行動や心理を洗い出すことで、適切なタッチポイントを見出すことができる。

## 【休眠ユーザー】

アプリマーケ

アプリを DL しているが、長期間利用していないユーザーを表す。プッシュ通知などでアプリの利用を促してアクティブユーザーになってもらうことが重要である。

## 【グロースハック】

アプリマーケ

アプリなどサービスを成長させること。この時、グロースさせる仕組みをサービス内に組み込むことや広告収入に頼らないこと、PDCA の速度や回転率を上げることが重要である。

## 【コンテンツ連動型広告】

広告

web のコンテンツ内容と関連性の高い広告を掲載する広告を表す。例として、Google 広告のディスプレイ ネットワーク (GDN) や Yahoo! プロモーションの Yahoo! ディ스플레이アドネットワーク (YDN) などがある。

# さ

## 【3C】

フレームワーク

Customer(市場)、Competitor(競合)、Company(自社)の頭文字をとったもの。それぞれを分析することで、自社のサービスが成功するために必要なものを明確にするフレームワーク。

## 【成果報酬型広告】

広告

広告の掲載やクリック数ではなく、ユーザーが一定の操作を行ったり、アプリを DL したりなど、何かしらの成果があった場合のみ広告費が発生する仕組み。

## 【セグメンテーション】

基礎用語

市場を年代や好み、ニーズなどによって細分化すること。セグメンテーションを行うことでそれぞれの性質に合わせた訴求を行うことができ、無駄な広告費を抑えたり、新規ユーザーを増やしたりすることが可能になる。

# た

## 【タグマネージャー】

web マーケ

web サイトやアプリケーションに埋め込まれている様々なタグを一括で管理できるサービス。例として、Google タグマネージャーが挙げられる。

## 【チャーン率】

基礎用語

ユーザーがwebサイトやアプリケーションから離脱する割合を表したもの。チャーンを防ぐ方法として、UXの改善やオンボーディングの改善などが挙げられる。

## 【ディープリンク】

web マーケ アプリマーケ

webサイトやアプリケーションの、特定のページやコンテンツへ直接遷移することができるリンク。ユーザーの目的に合わせて誘導することが可能になる。

## 【ティザー広告】

広告

商品やサービスの一部のみを公開し、ユーザーの興味を惹きつける手法を活用した広告。Apple社なども過去に活用したことがある広告手法である。

# な

## 【ナーチャリング】

基礎用語

見込み顧客を顧客にすること。例えば、サービスに興味があるが、購入には至らないユーザーに対して、サービスの必要性を説明して、購入を促すこと。

## 【内部リンク（被リンク）】

web マーケ

自社サイトの、自社サイトの他のページのリンクを貼り付けること。内部リンクを最適化することで、SEO対策において大きな成果を上げることができる。

## 【ネイティブ広告】

広告

UXを妨げず、ほかのコンテンツと一体化している広告。コンテンツとコンテンツの間に表示されるインフィード型、検索結果画面に表示される検索連動型、レコメンド欄と一緒に表示されるレコメンドウィジェット型などがある。

# は

## 【バイラル係数】

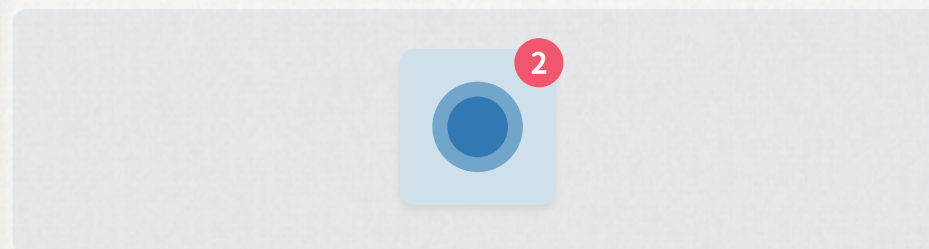
基礎用語

サービスの拡散度合いを測定する指標。既存ユーザー経由で獲得し、コンバージョンしたユーザー数で表す。1ユーザーあたりの招待数と招待コンバージョン率を掛け合わせて計算される。

## 【バッジ】

アプリマーケ

アプリケーションにおいて、アイコンの右上に表示させる通知の数。ユーザーに通知があることを伝えることができる。



## 【バナー広告】

広告

画像やアニメーションを利用して表示される広告を表す。ユーザーの目に留まりやすいため、クリック率が高いなどのメリットがある。

## 【ファネル】

基礎用語

日本語で漏斗の意味がある。ビジネスにおけるファネルとは、「ターゲットがゴールに至るまでの一連の意識・行動の繊維を体系化した図式」を意味する。

## 【フィルレート】

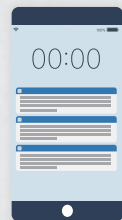
広告

自社サービスの広告枠の在庫に対して、各種広告ソースからの広告の満稿割合を表したもの。利益を多く上げるためには、フィルレートがより高いアドネットワークを導入することが重要である。

## 【プッシュ通知】

アプリマーケ

アプリ内メッセージがアプリを起動している時に表示されるのに対して、プッシュ通知はアプリを起動していないときに表示されるもの。ユーザーがアプリを起動していなくてもメッセージを送ることができるので、リターゲティングも行うことができる。



## 【フリーミアム】

基礎用語

フリーミアムとは、基本的な機能は無料で使えるが、オプションの機能は有料であるという仕組みを表す。ゲームアプリなどで多用される手法である。

## 【プロトタイピング】

アプリ開発

製品を制作する際に、最初から完成品を作るのではなく、プロトモデルと呼ばれる実働するモデルを作成すること。

## 【ペルソナ】

基礎用語

ターゲット像の人格や生活習慣などの情報を明らかにしたもの。ペルソナを設定することでターゲット像を明らかにし、より容易にユーザーの心理を考慮した施策を行うことができる。

## 【ホワイトペーパー】

基礎用語

自社サービスの情報や市場調査の結果などをまとめたもの。ユーザーに自社ブランドについて知ってもらうことや、資料のDL時にユーザーの情報をもらうことで営業の足掛かりにすることを目的として作成される。

# ま

## 【マーケティングオートメーション (MA)】

基礎用語

獲得した新規顧客の情報を一括で管理し、それぞれの顧客に合わせて適切な情報を適切なタイミングで自動的に届けることができる仕組み。弊社ツール「Repro」もこれに当たる。

## 【マーケティングミックス (4P)】

フレームワーク

Product(製品)、Price(価格)、Promotion(プロモーション)、Place(流通)の頭文字からなる4Pは、それぞれの視点から、現在のマーケティングが適切かどうかを判断し、施策を向上させる方法。



Product



Price



Place



Promotion

# ら

## 【リスティング広告】

広告

検索結果画面で、上の方に表示される有料枠を表す。検索連動型広告とも呼ばれ、ユーザーが検索したキーワードに対応して表示される。

## 【リターゲティング広告】

広告

広告主のwebサイトなどにアクセスしたことがあるユーザーに対して表示させ、再訪を促すための広告。一度離脱したユーザーと接触することが可能である。

## 【リッチプッシュ通知】

アプリマーケ

リッチプッシュ通知とは、プッシュ通知からアプリを起動するときに関く URL を直接指定できる機能。プッシュ通知のディープリンクのようなものであり、アプリの特定のページへと誘導することが可能。

## 【リテンション率】

基礎用語

継続率ともいう。アプリでいうリテンション率とは、一定期間アプリを継続して利用しているユーザー数の割合を表す。

## 【流入数】

web マーケ

ASO

検索結果画面や検索連動型広告などからのアクセス数を表す。チャンネルごとの流入数を分析することで、どのチャンネルに注力すべきかが明確になる。

## 【リワード広告】

広告

アフィリエイト広告の一種で、ユーザーが広告をクリックするなどの一定の行動を起こしたときに、広告媒体からユーザーに対して、コインやポイントなどの成果報酬を与える仕組み。

## 【ローカル通知】

アプリマーケ

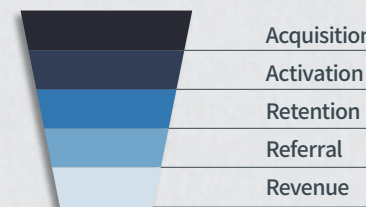
外部サーバーを介する必要がなく、デバイスの内部で完結するプッシュ通知。デバイスがオフラインでもプッシュ通知を送ることができるため、確実にプッシュ通知を送ることが可能。

# A~Z

## 【AARRR】

フレームワーク

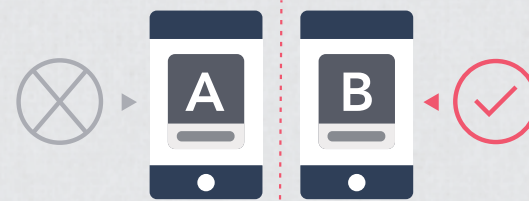
グロースハックのフレームワークの一つで、サービスの各成長段階を表す、Acquisition、Activation、Retention、Referral、Revenue の頭文字からなる。このフレームワークを活用することで各成長段階ごとに KPI を設定し、分析・モニタリングを行えるので、計画的な成長戦略を立てることが可能。



## 【A/B テスト】

基礎用語

2つ以上の複数のバージョンを用意し、最もパフォーマンスの高いコンテンツを決定するためのテスト手法。



## 【AIDMA】

フレームワーク

Attention、Interest、Desire、Memory、Action の頭文字をとったもので、ユーザーの心理的なプロセスを表したフレームワーク。



## 【API】

基礎用語

Application Programming Interface の略で、ソフトウェアの機能や管理するデータを外部から呼び出す方法などをまとめたもの。例として、Twitter API を活用することで、自社アプリなどから Twitter に簡単に投稿することができる。

## 【ARPPU】

基礎用語

Average Revenue Per Paid User の略で、課金しているユーザー一人あたりの平均収益を表す指標。売り上げを課金ユーザーの数で割ることで算出することができる。

## 【ARPU】

基礎用語

Average Revenue Per User の略で、課金していないユーザーも含めた、ユーザー一人あたりの平均収入を表す指標。売り上げをユーザーの数で割ることで算出することができる。

## 【ASO】

ASO

App Store Optimization の略で、アプリストアでのアプリの最適化を表す。DL 数を向上させるために、検索結果画面でアプリを上位に表示させたり、プロダクトページで表示される内容を変更すること。

## 【BtoB】

基礎用語

Business to Business の略で、法人向けのビジネスを表す。コンサルタント会社や広告代理店などが当たる。



## 【BtoC】

基礎用語

Business to Customer の略で、個人消費者向けのビジネスを表す。



## 【CAC/CPA】

広告

Customer Acquisition Cost または Cost Per Acquisition の略で、ユーザー一人あたりの獲得費用を表す。CAC/CPA を把握することで費用効果の高い新規ユーザー獲得チャンネルが明確になるなどのメリットがある。

## 【CMS】

web マーケ

Contents Management System の略で、HTML や CSS などの専門知識を問わずに web サイトを制作できるシステム。例として、WordPress などが挙げられる。



## 【CPC】

広告

Cost Per Clickの略で、1クリックあたりの広告コストを表す。リスティング広告などのクリック型課金の広告で使用される指標。この数値が低ければ低いほど費用対効果が良いといえる。

## 【CPI】

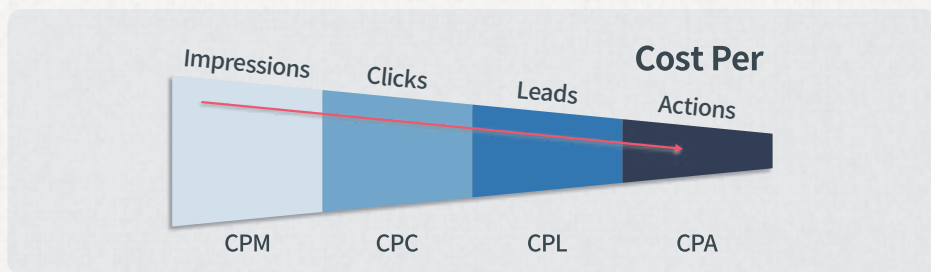
広告

Cost Per Installの略で、広告媒体を通じてアプリストアからアプリをインストールしたときのコストを表す指標。CPI広告はアプリのインストールに応じて収益が発生するタイプの広告を表す。

## 【CPM】

広告

Cost Per Milleに略で、表示回数1,000回あたりの単価を指す。インプレッション単価とも呼ばれる。ブランディング目的の広告など、広告を目にもらうことが目的である場合に参考にすべき指標である。



## 【CRM】

基礎用語

Customer Relationship Managementの略で、顧客情報のデータ管理・分析を行い、顧客満足度を向上させる施策に役立てるなど、顧客関係を管理するためのツール。

## 【CSF】

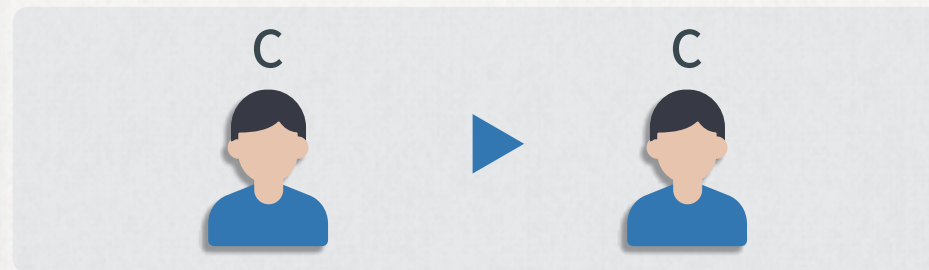
基礎用語

Critical Success Factorsの略で、主要成功要因を表す。KSF (Key Success Factors) ともいう。KGIとKPIは定量的なものであるのに対し、CSFは定性的なものである。

## 【CtoC】

基礎用語

Customer to Customerの略で、消費者間での取引を指す。代表的な例として、オークションサイトなどが挙げられる。



## 【CTR】

広告

Click Through Rateの略で、広告が表示された回数のうち、実際にクリックされた割合を表したもの。クリック数を広告の表示回数で割って算出される。

## 【CVR】

広告

Conversion Rateの略で、広告のリンクをクリックした数のうち、商品購入や資料請求などのwebサイトやアプリ上から獲得できる最終成果であるコンバージョンに至るまでの割合を表したもの。

## 【DMP】

基礎用語

Data Management Platformの略で、外部のデータ販売会社が提供するビッグデータや社内の様々な情報を収集・分析するツール。外部データを扱うものをパブリックDMP、社内情報を扱うものをプライベートDMPなどという。

## 【DSP】

広告

Demand Side Platformの略で、広告媒体を訪れたユーザーの情報(性別、年代、指向性、行動履歴)に適合した広告を表示させる、広告主のためのサービス。

## 【EC】

基礎用語

Electronic Commerceの略で、インターネット上でモノやサービスの取引が行われることを表す。例として、通販サイトやフリーマーケットアプリなどが挙げられる。

## 【KGI】

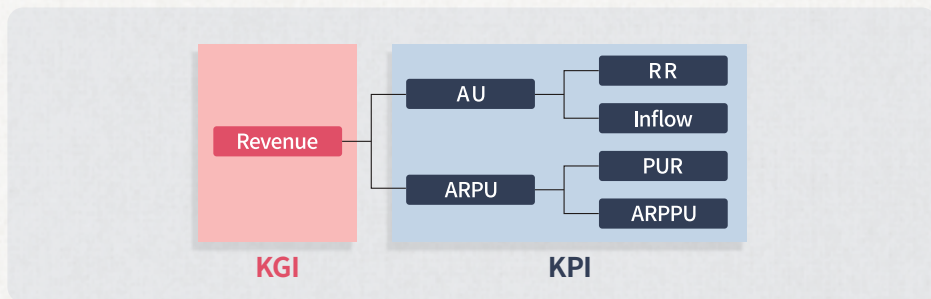
基礎用語

Key Goal Indicator の略で、ビジネスの最終目標を定量的に評価できる指標。重要目標達成指標とも呼ばれ、売り上げなどが KGI として設定されることが多い。

## 【KPI】

基礎用語

Key Performance Indicator の略で、KGI を達成するための各プロセスが適切に実施されているのかを定量的に評価するための指標。重要業績評価指標とも呼ばれ、セッション数やクリック数などがあたる。



## 【LTV】

基礎用語

Life Time Value の略で、一人のユーザーから生涯を通じて得られる収益を表す指標。CLV (Customer Lifetime Value) や CLTV (Customer Life Time Value) などともいわれる。LTV を把握することで、CPA の上限値が明確になる。

## 【LP】

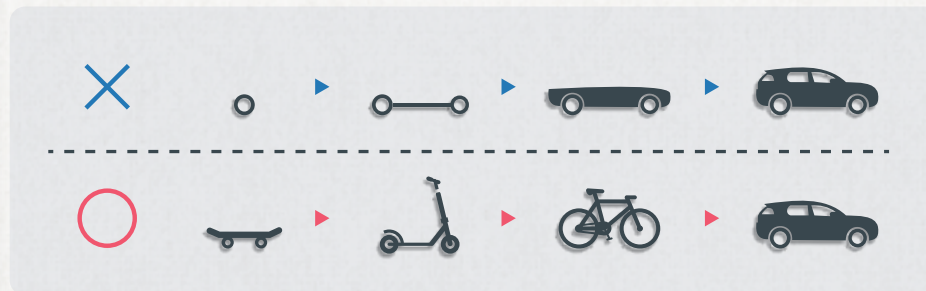
web マーケ

Landing Page の略で、広告やリンクから飛んだ時に表示されるページを表す。ランディングページを最適化することで、CVR を向上させることができる。

## 【MVP】

基礎用語

Minimum Viable Product の略で、実用最小限の製品という意味。製品を作成する際に、最小限の機能を搭載したものを徐々に複雑にすることで制作の効率を上げることができる。



## 【O2O】

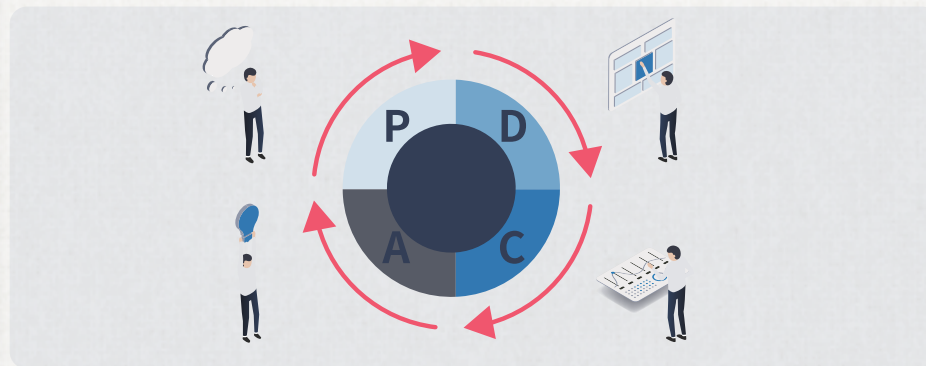
基礎用語

Online to Offline の略で、web サイトやアプリケーションなどのオンラインから、実店舗などのオフラインにユーザーを誘導する施策。例として、レストランなどがオンラインで割引のクーポンを配布することが挙げられる。

## 【PDCA】

基礎用語

Plan Do Check Act の略で、業務を効率的に行うための考え方。計画したものを実行し、分析して改善するまでを一つのサイクルとし、サイクルを高速で回すことで質の高い業務を行うことが可能になる。



## 【PPC】

広告

Pay Per Click の略で、クリックされるごとに広告費が発生する仕組み。PPC 広告では CPM 広告とは異なり、表示されてもクリックされなければ広告費は発生しない。

## 【PU/PUR】

基礎用語

Paid User、Paid User Rate の略で、課金しているユーザー数や割合を表したものである。PURはPUをアクティブユーザー数で割って算出される。この指標は、ソーシャルゲームなどのフリーミアムモデルでマネタイズしているアプリでよく使用される。

## 【PV】

web マーケ

Page View の略で、webサイトの特定のページが表示された回数を表したものの。サイトがどれくらい閲覧されているかを測定するための指標。

## 【PWA】

web マーケ

アプリマーケ

Progressive Web Apps の略で、モバイルブラウザで表示されるページをネイティブアプリのようなUIにしたもの。読み込みスピードが速いため、UXの向上につながる。

## 【Repro】

データ分析から、マーケティングまでをワンストップで提供する会社。アプリ・webの課題を総合的かつ効率できに解消することが可能。

## 【ROAS】

基礎用語

Return On Advertising Spend の略で、ユーザー獲得に費やした金額に対する売り上げの割合を表したものの。つまり、ROASが100%を超えている状態（売り上げ > 投資額）でも、ROIが100%を超えていない状態（利益 > 投資額）であれば成果のある新規ユーザー獲得とは言えないので注意が必要。

## 【ROI】

基礎用語

Rerutn On Investment の略で、ユーザー獲得に費やした金額に対する利益の割合を表したものの。ROIを把握することで、利益につながる新規ユーザーが獲得できているかどうかが明確になる。

## 【SaaS】

基礎用語

Software as a Service の略で、利用者が、ソフトウェアをインターネット経由で利用する仕組みを表す。例として、Dropbox や Salesforce などがある。

## 【Search Ads】

広告

App Store の検索広告で、アプリストアのリスティング広告のようなもの。日本国内では、2018年7月から提供が開始された。

## 【SDK】

基礎用語

Software Development Kit の略で、ソフトウェアの開発に必要なルールなどをまとめたもの。

## 【SEO】

web マーケ

Search Engine Optimization の略で、検索結果画面でwebサイトの露出を多くする施策を指す。SEOは直接的な費用がかからないため、低コストで新規ユーザーを獲得することが可能である。

## 【SSP】

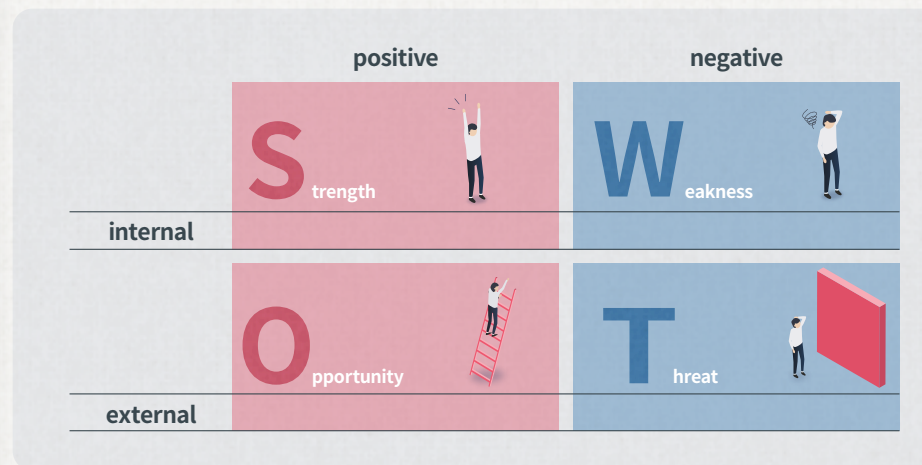
広告

Supply Side Platform の略で、DSPとは逆の、広告媒体側の利益を高めるためのサービス。複数のDSPやアドエクスチェンジ、アドネットワークの中から最も高い出稿費を得られる広告を自動で選定し配信する。

## 【SWOT 分析】

フレームワーク

Strength、Weakness、Opportunity、Threat の頭文字をとったフレームワーク。このフレームワークを活用することで、ビジネスを内部要因と外部要因の2軸から分析することができる。



## 【UI】

基礎用語

User Interface の略で、ユーザーがwebサイトやアプリケーションなど、デジタルデバイスとやり取りする際の入力方法や表示方法を表す。UIの質が低いと、UXの質も落ちてしまう。

## 【UX】

基礎用語

User Experience の略で、ユーザーがサービスを利用する体験そのものを指す。UX を改善する方法の一つとして、UI の改善が挙げられる。

## 【UU】

基礎用語

Unique User の略で、特定の集計期間内に web サイトやアプリを利用したユーザーの数を表す指標。PV やセッション数と混同されるが、UU は 2 回以上サービスを利用しても 1 回としてカウントされるのが特徴である。



## Repro について

「Repro」は 2015 年にリリースした web・モバイルアプリ向けのマーケティングプラットフォームです。世界 59 か国 6,500 以上（2019 年 4 月時点）のサービスで利用されています。web・アプリユーザーの属性・行動を分析し、その結果を基にプッシュ通知・アプリ内メッセージ・web メッセージ・広告配信などのマーケティング施策を一気通貫して実行することができます。

### アプリ・web マーケティングに関するお悩みは Repro にご相談ください

- ☑ 本資料の内容でわからないところがあった
- ☑ もっと詳しく知りたい
- ☑ Repro を使ってみたい

などございましたらお気軽に以下の URL からお問い合わせください。

<https://repro.io/jp/demo>

Repro 株式会社

[info@repro.io](mailto:info@repro.io)

# Repro

## Reproを導入検討の方へ

あなたの課題にあった適切なプランをご提案いたします。  
まずは下記フォームより貴社についてお聞かせください。



Reproから自社の課題に合わせた  
**最適な提案を受ける**

## その他おすすめ資料

詳しくお知りになりたい方は、  
以下のリンクから資料をダウンロードしてください。

これから重要となる  
マーケティングの概念  
「カスタマーエンゲージメント」  
についてご紹介しています！



**資料をダウンロードする**