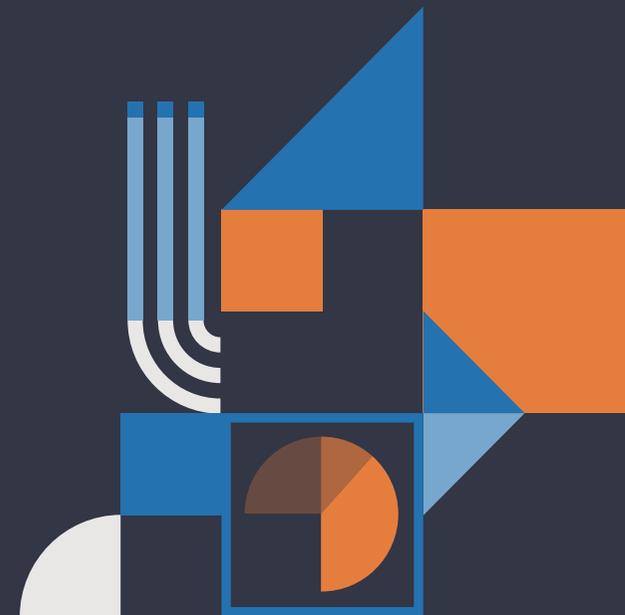
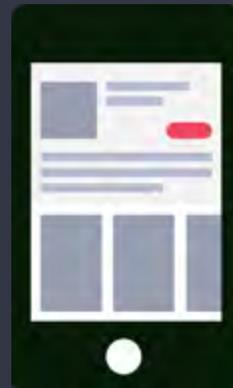
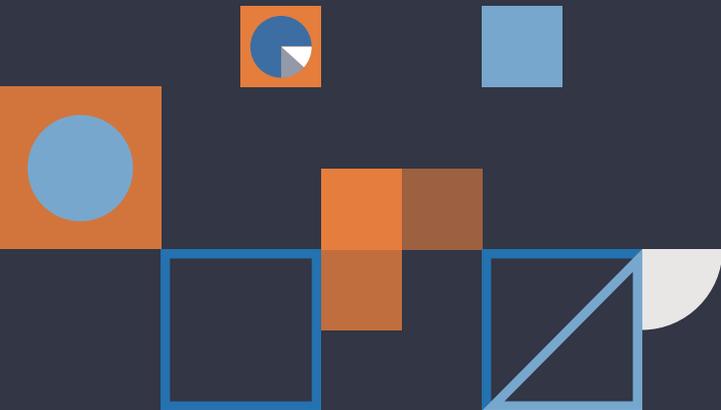


Repro

App Store Optimization



目次

- 1 ASO とは？
- 2 ASO=SEO ではない
- 3 Repro ASO の紹介
- 4 改善事例

1

ASOとは？

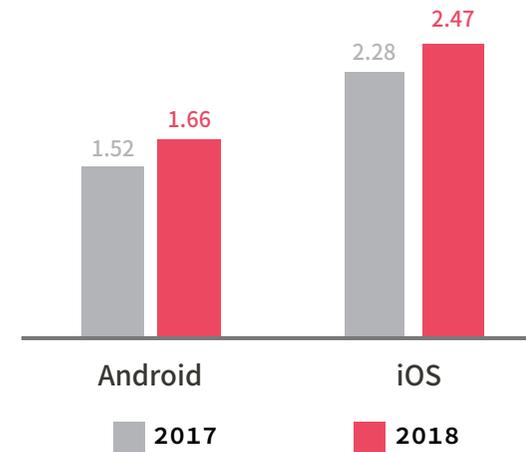
「25分の1」の壁

いくら広告を打っても、全くユーザーが増えない...

そんなお悩みを抱えているアプリ事業者の方は多いことでしょう。実際、世界的にアプリ集客にかかる広告単価（Cost per Install）ははっきりと増加傾向にあると言われています。

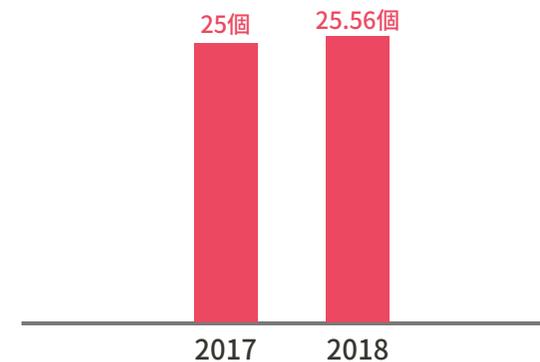
同時に、ユーザーが1ヶ月間で利用するアプリは「25個」で頭打ちとなっているというデータもあります。折角作ったアプリでもその中に入らなければ意味がないのに、広告費は高騰しているという厳しい現実があるのです。

CPI=Cost per Installの推移



Source: [Business of Apps](#)

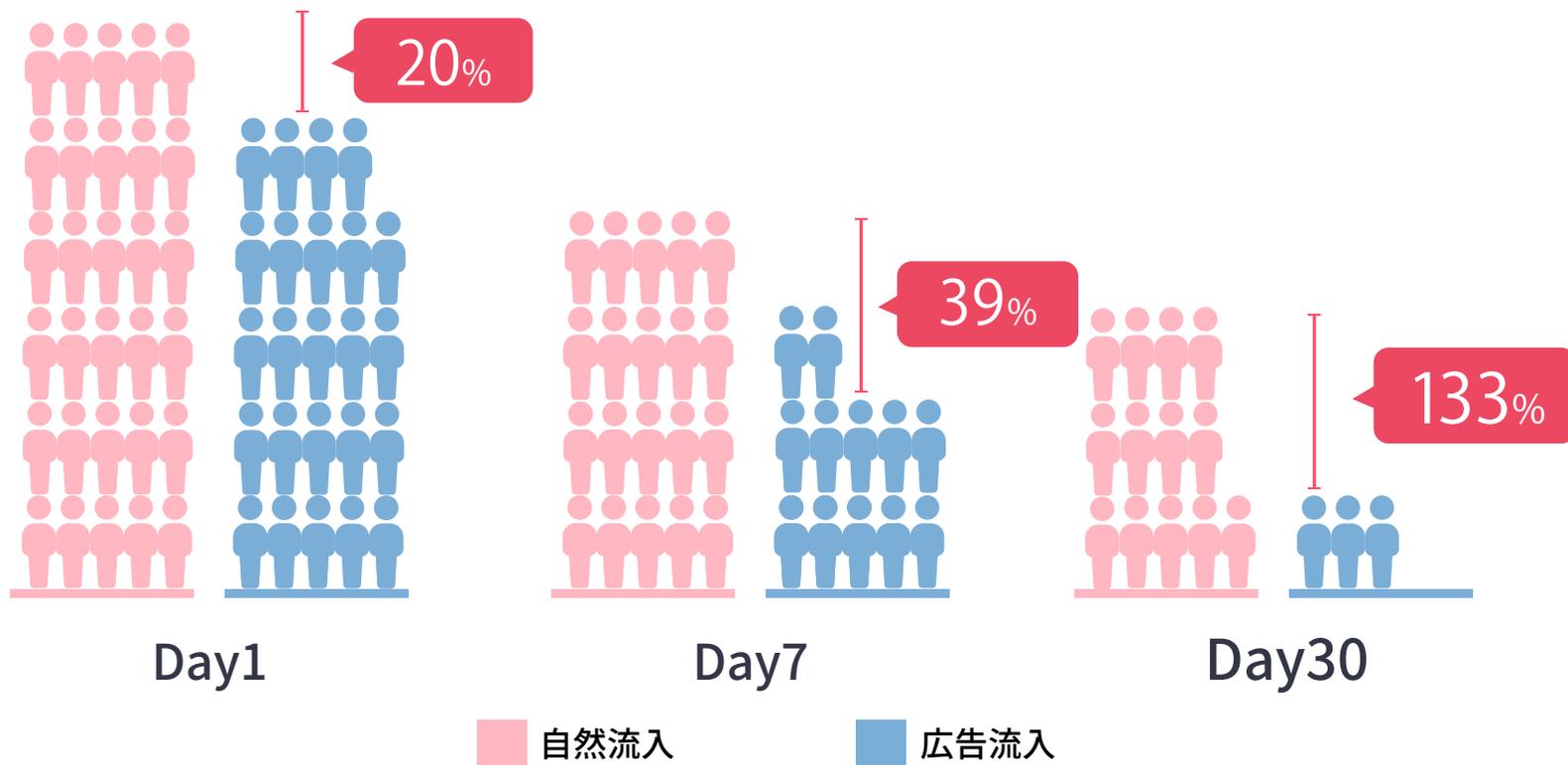
月間平均利用アプリ数(日本国内)の推移



Source: [App Ape Lab](#)

広告には限界がある

そもそも広告で新規ユーザーの獲得に成功しても、ユーザーはすぐにアプリを使わなくなってしまいがちです。下図の通り、広告流入のユーザーは自然流入（ストア検索からのダウンロード）と比べて、利用継続率の面で大きく下回ります。いくら広告を打ってもアプリの収益化が上手くいかない場合は、この「自然流入」の方を増やすための施策を検討するべきでしょう。



Source: [AListDaily](#)

「ASO」とは？

そこで、「広告予算をかけずに」「長くアプリを使ってくれる」ユーザーを増やす方法をご紹介します。

App Store Optimization (アプリストア最適化)、略してASOです。

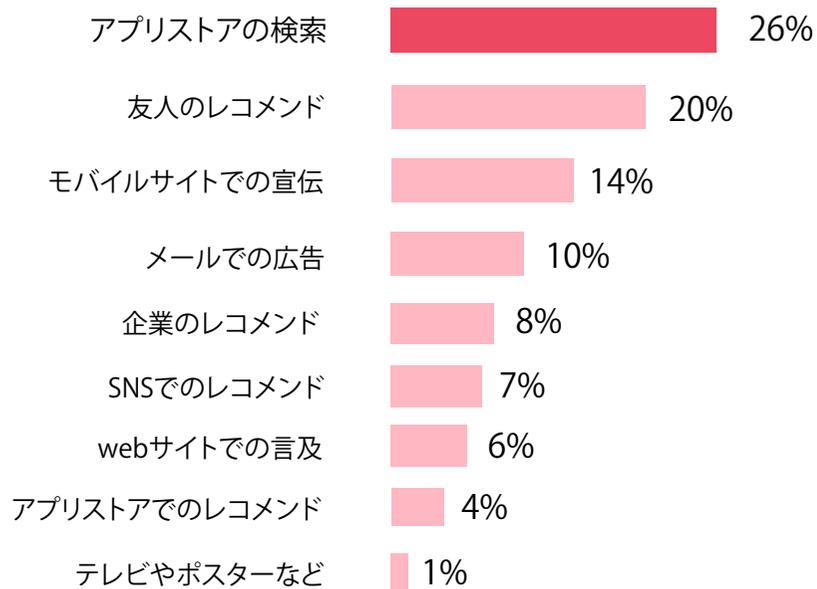
ASOとは、ストア検索での順位を上昇させて自然流入数を増やしなが、ストアページからのインストール率の向上を図る施策です。web ページで上位表示を狙うSEO (検索エンジン最適化) のアプリ版ともいえますが、アプリストア独自のノウハウとテクニックが必要になっています。



ASO の重要性①

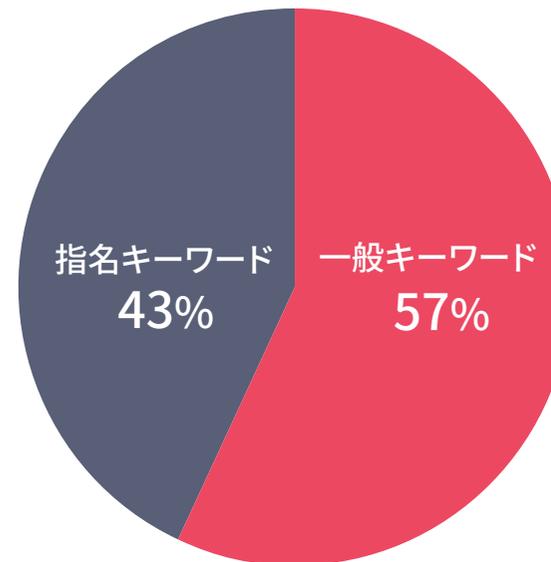
ASO に取り組むべき理由はいくつもあります。一つは、アプリストアの検索一覧画面で初めてアプリの存在を知り、そのままダウンロードするユーザーが多いという事実です。また、ストアで検索されるキーワードのうち、過半数が指名ワード（アプリ名や企業名）ではなく一般ワード（「音楽」や「英語」など）だというデータもあります。よって、一般ワードで上位表示されるように ASO 施策を行うことが、ダウンロード数の増加に直結するのです。

DLしたアプリを初めて知ったのは？



Source: [Forrester](#)

App Store (iOS) の検索トラフィック内訳



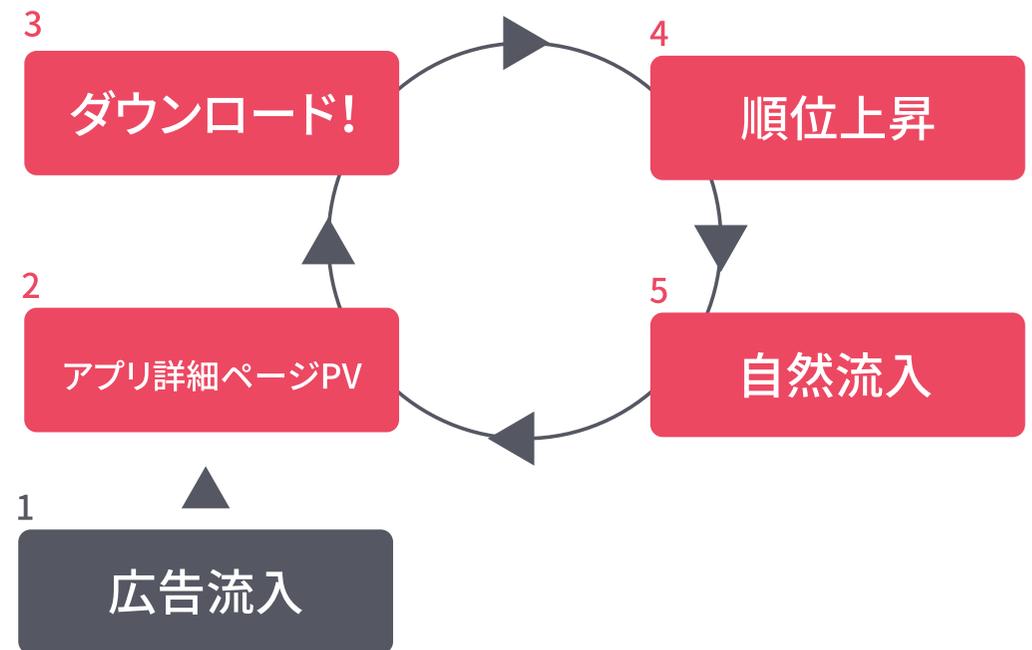
Source: [App Tweak](#)

ASO の重要性②

ASO が重要な理由、もう一つは広告予算の最適化という観点です。ダウンロード率が改善されることで CPI（アプリのインストール単価）が低下し、予算を効率的に運用できるようになります。

右の図で示しているように、広告のランディングページであるアプリ詳細ページからのダウンロード率が高まらないと、いくら広告クリック率が多くても意味がありません。広告流入と自然流入は一つのループ構造の中にあるため、ASO 効果が広告効果と直接リンクするのです。

広告流入と自然流入のループ



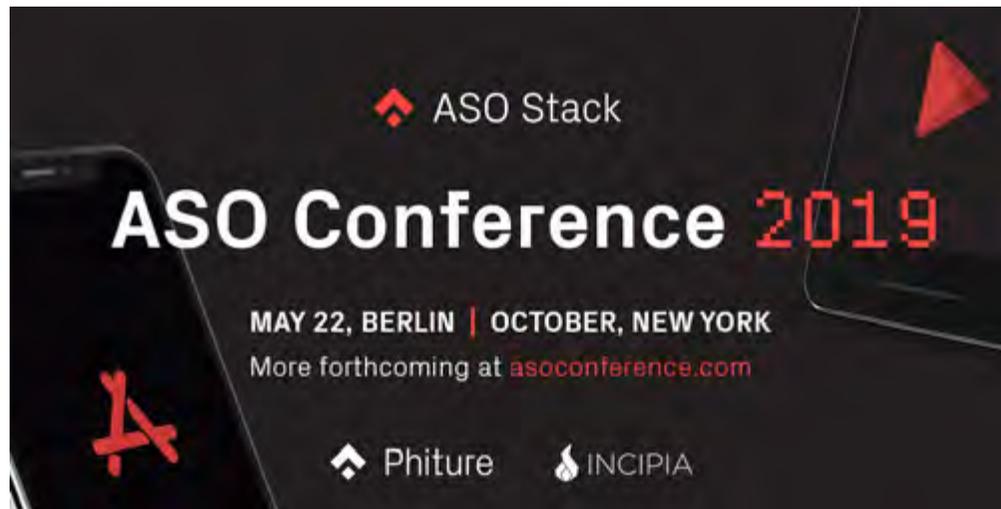
トレンド化している ASO

「ASO」という言葉自体をこれまで聞いたことがなかったという方も多いでしょう。

確かに、日本ではそこまで知名度はないかもしれませんが。

しかし、海外ではすでに一般的な集客施策となっており、2019年には世界初の大規模カンファレンスがベルリンとニューヨークで開催されました。アプリ事業者が、広告以外にもう一つ取り組むべき施策として一般に認知されつつあるのです。

日本でも、有名アプリの『GYAO!』などは社内に ASO チームを組織し、戦略的に対策を進めています。



2

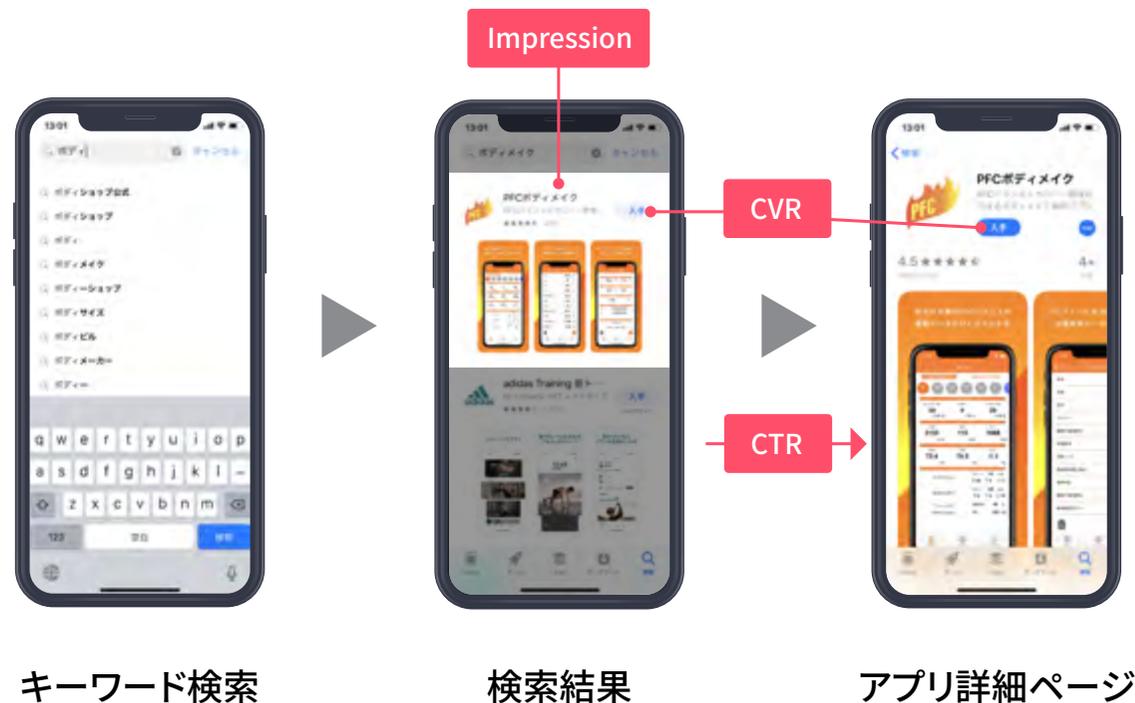
ASO=SEO ではない

ASO の 2 つの要素

ここからは、アプリストアを最適化するための手順を具体的に紹介しましょう。ASO には、web でいう「SEO」と、「CRO」の 2 つの要素があります。

ASO における SEO (Search Engine Optimization) とは、アプリのタイトルや説明文を最適化し、狙いたいキーワードで検索順位を高めるための施策です。指標としては、インプレッション数およびクリック率 (CTR) に関与します。

CRO (Conversion Rate Optimization) は、アプリ詳細ページのスクリーンショットなどを最適化し、ダウンロード率 (CVR) を上げるための施策です。



検索順位を 高めるためには？

まずは ASO のうちの SEO 要素について説明しましょう。アプリストアで順位を向上させるためには、上位表示させたいキーワードをストアページのテキスト要素（下の表参照）に含めることが必須です。それぞれ字数制限があるため、いかに無駄な言葉を使わずに上位表示を狙いたいキーワードを入れ、なおかつアプリの魅力をユーザーに伝えられる文章にできるかが勝負です。

順位に影響するストア要素のまとめ (OS別)

ストア要素	iOS影響度	Android影響度
アプリ名	★★★★★	★★★★★
サブタイトル	★★★★★	
App Store Connectキーワード	★★★	
詳細な説明文		★★★★★
簡単な説明文		★

結局何位に入れば良いの？

当然、検索順位が高いアプリの方がユーザーの目に触れやすく、ダウンロード数が高い傾向にあるのは確かです。表を見れば分かるように、検索一覧にずらりと並ぶアプリの中で、上位3アプリがクリック数の1/3を独占しています。よって、理想は3位以内に入ることであるといえるでしょう。

順位ごとの平均クリック率(CTR)

順位	平均CTR
1	28.38%
2	6.15%
3	2.66%
4	1.36%
5	1.22%
6	0.92%
7	0.80%
8	1.00%
9	0.98%
10	0.57%

クリック数の1/3

Source: [SplitMetrics](#)

iOS/Android の ASO 対策は違う？

一番の違いはキーワードの繰り返し順に順位に影響するのは Android のみという点です。Android の場合は、「アプリ名」や「簡単な説明文」で同じ単語を反復することによって、そのキーワードでのランキングが上がりやすくなります。一方 iOS では、ストアページで一つの単語を何度も使ったところで特に効果はないため、この違いには注意が必要です。



ios



android

ASO で 見逃されがちな部分

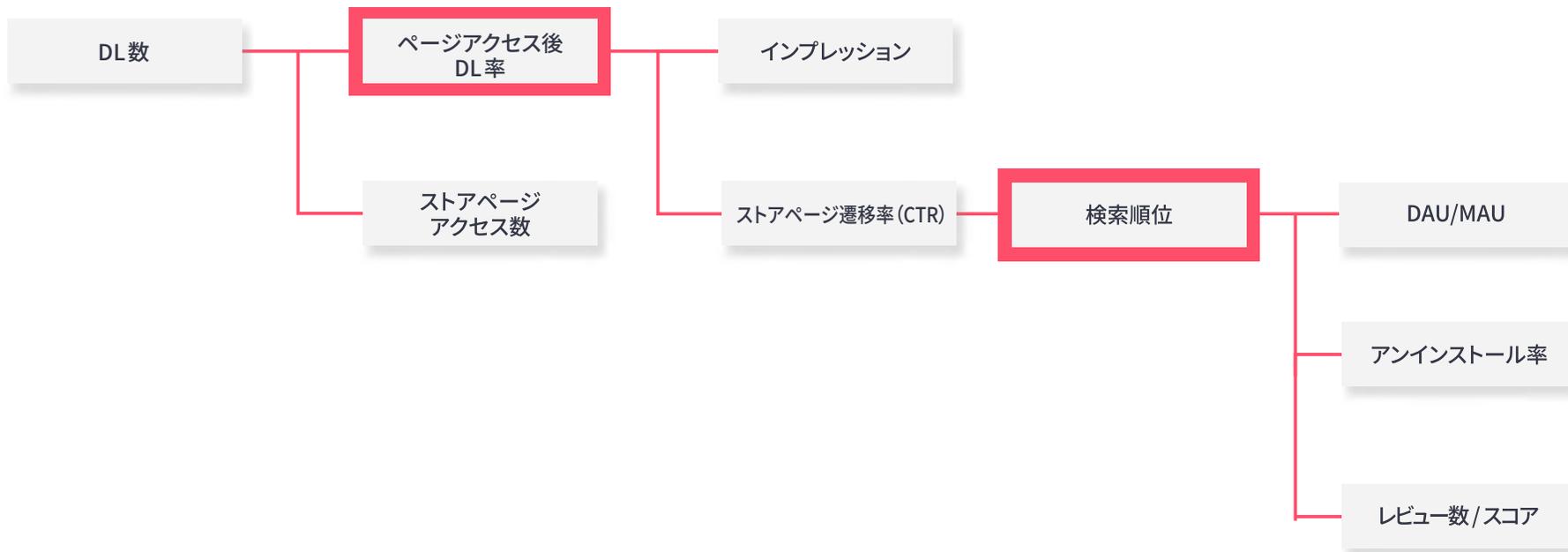
「ASO」をすでに行っているという方の多くは、今説明したような SEO だけに注力していませんか？
もちろん、SEO も重要ですが、SEO を行ってアプリ詳細ページへの流入数が上がったとしても、アプリを魅力的だと思ってもらえなくては最終的に DL してもらえません。
つまり、ASO において最終的な DL 数を伸ばすためには、SEO だけではなく、CRO も行うことが重要なのです。



ASO の KPI ツリー

ASO における CRO のウェイトが高いことは、DL 数増加までの指標を樹形図状に整理した「KPI ツリー」を見れば一目瞭然です。

DL 数を KGI と置いた KPI ツリーは以下ようになります。つまり検索順位を向上させるだけでは対策は不十分で、その後の KPI、特にダウンロード数に直接繋がる CVR の改善こそが ASO で最も重視すべき部分だといえます。



3

Repro ASO の紹介

「ブラックハット ASO」 に注意！

「ブラックハット ASO」と呼ばれるものがあります。これは中国の業者などに依頼し、短期間 DL 数にブーストをかけることによって、強引にキーワード検索の順位を上昇させる ASO 施策のことです

しかし、前述の通り「順位の向上」が ASO のゴールではありません。当然、Apple や Google に不正が露見すれば、アプリの公開停止どころかデベロッパーアカウントごと永久に凍結されてしまうケースもあります。

「キーワード検索結果上位表示」を謳い文句にしている ASO サービスもありますが、これには注意が必要だといえるでしょう。



成果報酬型 ASO キーワード検索結果上位表示

【成果報酬型ASO】
キーワード検索結果上位表示

iOS/Android

1申し込みにつき1キーワード・7日分

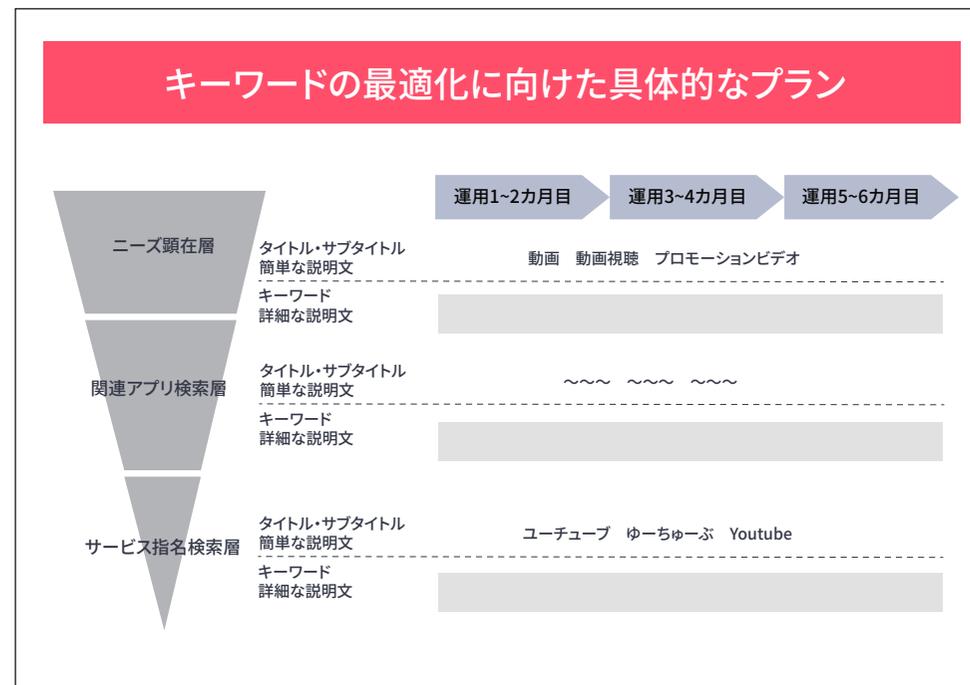
App Store:1~3位以内

\$\$\$~/日

Repro は「DL数」「DL率」 に直接コミット！

Repro ASO の強みは、機械的に順位を向上させるだけではなく、豊富な施策経験をベースに、それぞれのアプリに合わせた「DL数」最大化へのベストアプローチを選択できる点です。

ストアページのパフォーマンスに関して丹念な現状分析を行った上で、その分析データを元に対策キーワードやページ内の変更箇所を1ヶ月ごとに決定していきます。



クリエイティブ提案に 強み

前述の通り、DL 率を向上させるためにはクリエイティブに対するテコ入れが不可欠です。しかし、自社で制作し、効果検証するリソースがないというアプリ事業者様がほとんどでしょう。

『Repro』では、「ASO 専門」のデザイナーが 1 対 1 でサポート。訴求軸に合わせたクリエイティブを複数パターン作成し、高速で PDCA を回しながら最もパフォーマンスの高いスクリーンショット・レビュー動画を作成致します。

前回検証の結果

ABテストの結果、「プランB」が最も優位性の高い結果となりました。



結果に対する考察(仮説)

表題による差とコピーとの相乗効果

先行に比べ、全てのプランで有意差が出ており、「最短20分」と「スマホでサクッとかんたん注文」のプランが最も優位性が高かった。「スマホ」/「20分」の要素から「利便性」のマインドが強く訴求できたと考えられる。「パーティー」から連想できる「シチュエーション」系のマインドも一定の優位性はあるが、「利便性」のマインドの方が優位性が高いと考えられる。

今回の検証

キャプチャ画像のレイアウト検証

「利便性」をイメージできる、キャプチャ画像の枚数やレイアウトの検証を行う。

Repro

実行プラン

最短10,000円から注文！
スマホでサクッとかんたん注文！
キャンペーン 1000円

プランA

最短10,000円から注文！
パーティーでもおひとり様でもサクッと注文！
キャンペーン 1000円

プランB

最短20分でお届け！
スマホでサクッとかんたん注文！
キャンペーン 1000円

プランC

最短20分でお届け！
パーティーでもおひとり様でもサクッと注文！
キャンペーン 1000円

検証プラン

下記4プランで検証を行います。

実行プラン

プランA

プランB

プランC

プランD

検証プラン

検証プラン1

検証プラン2

検証プラン3

検証プラン4

検証プラン5

検証プラン6

検証プラン7

検証プラン8

検証プラン9

検証プラン10

検証プラン11

検証プラン12

検証プラン13

検証プラン14

検証プラン15

検証プラン16

検証プラン17

検証プラン18

検証プラン19

検証プラン20

検証プラン21

検証プラン22

検証プラン23

検証プラン24

検証プラン25

検証プラン26

検証プラン27

検証プラン28

検証プラン29

検証プラン30

検証プラン31

検証プラン32

検証プラン33

検証プラン34

検証プラン35

検証プラン36

検証プラン37

検証プラン38

検証プラン39

検証プラン40

検証プラン41

検証プラン42

検証プラン43

検証プラン44

検証プラン45

検証プラン46

検証プラン47

検証プラン48

検証プラン49

検証プラン50

検証プラン51

検証プラン52

検証プラン53

検証プラン54

検証プラン55

検証プラン56

検証プラン57

検証プラン58

検証プラン59

検証プラン60

検証プラン61

検証プラン62

検証プラン63

検証プラン64

検証プラン65

検証プラン66

検証プラン67

検証プラン68

検証プラン69

検証プラン70

検証プラン71

検証プラン72

検証プラン73

検証プラン74

検証プラン75

検証プラン76

検証プラン77

検証プラン78

検証プラン79

検証プラン80

検証プラン81

検証プラン82

検証プラン83

検証プラン84

検証プラン85

検証プラン86

検証プラン87

検証プラン88

検証プラン89

検証プラン90

検証プラン91

検証プラン92

検証プラン93

検証プラン94

検証プラン95

検証プラン96

検証プラン97

検証プラン98

検証プラン99

検証プラン100

アプリマーケティングについての豊富なノウハウ

世界 59 개국 6,500 件以上の導入実績を持つ『CE (カスタマーエンゲージメント) Platform Repro』だからこそ持っている独自のノウハウがあります。iOS/Android とも、ストアページの仕様や検索アルゴリズムは日々更新されるため、昨日まで有効だった ASO 施策が突然意味をなさなくなる、といったことが頻繁に起こります。『Repro』は海外事業者とも連携し、常に最新の ASO テクニックをキャッチアップし続けているのです。



59ヶ国6,500件以上の実績



広告やアプリ内 マーケティング支援も！

また ASO 以外に、広告やアプリ内マーケティング（プッシュ通知など）に関する支援サービスを展開しているため、「Apple Search Ads との連携」や「ストアレビュー・評価の改善」などを含めた、DL 数最大化を目指した総合的な施策をご提案させていただきます。

DL 数改善のために Repro が保持しているナレッジは全て開示させて頂くため、将来的な ASO のインハウス化を検討している事業者の方には特におすすめです。

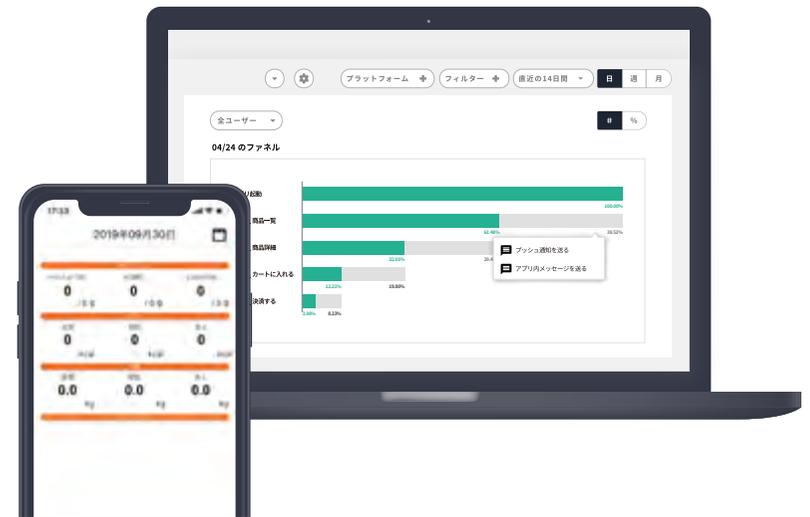
広告(Search Adsなど)支援



ASO支援



アプリ内マーケティング支援



4

改善事例

改善事例1 人気コミックアプリ

株式会社集英社
少年ジャンプ+



結果

DL 数成長率 (オーガニック、支援前比)
iOS : 221% android : 148%

課題

- 当時の流入はほとんど「ジャンプ」の指名検索であり、その他の単語での対策ができていなかった。
- マンガアプリゆえに使えるクリエイティブがたくさんあるのに、スクリーンショットのPDCAが回ってなかった

施策

- 「マンガおすすめ」「マンガ人気」といった検索回数の多いビッグワード+複合語を対策
- 映画 / アニメ化して検索ニーズが高まったマンガ作品のキーワードを対策
- 映画 / アニメ化した作品のキャラクターを積極的にスクリーンショットに起用し、他の作品と比べてダウンロード率が高くなるかテスト



改善事例 2 人気お部屋探しアプリ

アットホーム株式会社
アットホーム

at home

結果

DL 数成長率 (オーガニック、昨対比、支援 3 ヶ月後)
iOS : 137% android : 171%

課題

- ❑ 繁忙期 (1月~3月) に向けて「短期間」でダウンロード数を向上させたかった
- ❑ ASO 施策を行うリソースも不足しており、何よりノウハウがなかった

施策

- ❑ ミドルワードを中心に、競合が対策していないキーワードを優先して対策



改善事例 3 人気貯金アプリ

ネストエッグ
finbee



結果

DL 数成長率 (オーガニック、iOS のみ、支援前比)
インプレッション:196% PV 数:180% DL 数:186%

課題

- ROIベースでの広告効果が低く、資産によりASOへ投資した方がベターだと判断した
- ASOに関するノウハウがなく、学習コストも高かった

施策

- 1年間の支援期間で、月1~2回の頻度でPDCAを回し、キーワード最適化を実施
- 縦長 or 横長、デザインコンセプト、文言、キャプチャの見せ方などの軸でクリエイティブのA/Bテストを繰り返し実施



まずは「ASO 無料診断」をお試してください！

Repro

アプリ名を教えていただくだけで、あなたのアプリのキーワード・クリエイティブの改善余地をご提案致します！

こちらのフォームからぜひお申し込みください。

申込フォーム

【Pokemon GO】キーワード無料診断結果 iOS 対策すべきキーワードリスト

各キーワードでのランキング・トラフィック比較

キーワード	ランキング				トラフィック			
	順位	変化	トラフィック	変化	順位	変化	トラフィック	変化
ポケモン	1	▲	100%	▲	1	▲	100%	▲
ポケモンGO	2	▲	80%	▲	2	▲	80%	▲
ポケモンGO	3	▲	60%	▲	3	▲	60%	▲
ポケモンGO	4	▲	40%	▲	4	▲	40%	▲
ポケモンGO	5	▲	20%	▲	5	▲	20%	▲
ポケモンGO	6	▲	10%	▲	6	▲	10%	▲
ポケモンGO	7	▲	5%	▲	7	▲	5%	▲
ポケモンGO	8	▲	3%	▲	8	▲	3%	▲
ポケモンGO	9	▲	2%	▲	9	▲	2%	▲
ポケモンGO	10	▲	1%	▲	10	▲	1%	▲

検索ボリューム：キーワードがアプリストアで検索されている回数を概算的に示す指標です。
 トラフィックシェア：ストアの検索一覧ページから各アプリの検索ページの全登録数に対して各キーワードが含まれる割合が検索順位3位以内は赤、5位以内は黄、6位以内は青で表示

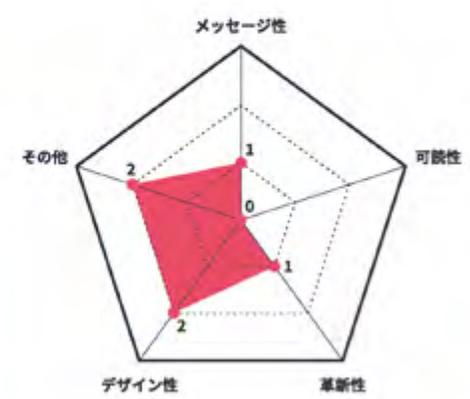
Repro

【Pokemon GO】クリエイティブ無料診断結果 クリエイティブレーダーチャート



6/15
クリエイティブスコア

- メッセージ性 計 1/3(1.0 × 2.0 × 3.0)
- 可読性 計 0/3(1.0 × 2.0 × 3.0)
- 革新性 計 1/3(1.0 × 2.0 × 3.0)
- デザイン性 計 2/3(1.0 × 2.0 × 3.0)
- その他 計 2/3(1.0 × 2.0 × 3.0)



Repro

Repro ASO に関するお問い合わせ、
お見積りはこちらからご連絡下さい。
2 営業日以内にご返信を差し上げます。

 お問い合わせフォーム

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

 info@repro.io

 03-6687-9783
(受付時間 平日 11:00-18:00)



Repro

本提案書は、Repro 株式会社の著作権法上の「著作物」と不正競争防止法上の「営業秘密」を含んでおります。本提案書に記載される当法人のアイデア及びコンセプト等は、貴社へ提案中の業務を提供する当法人のスキル・能力等ご評価頂くことを目的に使用されております。よって、貴社以外の第三者への配布はご遠慮頂きますようお願い申し上げます。本提案書で提案させて頂いております業務に係る責任等につきましては、貴社と別途締結させて頂く契約書の諸条項に従います。また、実際の業務受嘱にあたりましては、別途、当法人内での受嘱承認手続を経る必要があり、当該手続における承認が受嘱の前提となる点、あらかじめご了解ください。本提案書は、貴社に関する公開情報等を基に作成されており、当法人は当該情報等の検証業務は実施しておりません。従いまして、当法人は、当該情報に不正確な部分があったとしても、責任は負いませんので、あらかじめご了解ください。また、貴社への提供業務や条件等を変更される場合は、本提案書の内容（報酬の見積も含む）にも変更が生じる可能性があることも、あわせてご理解頂きますようお願い申し上げます。