

AmaziaがMoPubの 活用で収益の最大化 に成功

最大
30%
のARPDau増加



- 収益 (ARPDau) の向上
- 動画広告の在庫切れが減少し、インプレッション増・ユーザーからの問い合わせ減
- 運用工数の軽減

Amaziaは日本のコミックアプリ開発・運営会社で、1,300万DLを超えAppStoreブックカテゴリで1位を獲得した国内最大級のコミックアプリ『マンガBANG!』を開発・運営しています。もともとは複数のアドネットワーク・SSPを自社で統合しマネタイズを行っていましたが、今回MoPubのフルプラットフォームソリューションに切り替えたことで、収益性・運用コストの観点から高い成果をあげました。

課題

AmaziaはMoPubに切り替える前、自社システムでメディエーションを行い、複数の広告ネットワークや国内SSPを使って広告マネタイズを行っていました。より最適なマネタイズ手法を模索する一方で、常に以下の課題を抱えていました。

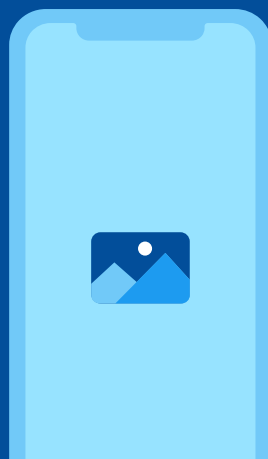
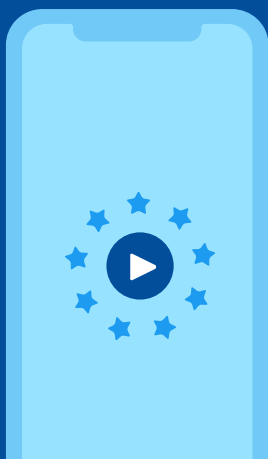
- 統合を行っている広告ネットワークが多く、タイムリーな運用や細かい設定に時間を割くことができず、収益拡大の機会を逃していた。
- ウォーターフォール上で広告ネットワークの多段積み(フロアプライスを設定して同一ネットワーク内で複数のアイテムを設定)を行うことができず、高い価格での入札機会を逃していた。
- 動画リワード広告の在庫切れを起こし、広告掲載の機会損失とお客様からのクレームにつながっていた。



アプローチ

Amaziaは自社システム利用による課題を解決するために、他社からのアドバイスなどをもとに、Mediationプロダクトを比較し、サポート体制が信頼できるMoPubに切り替えることを決断しました。

- 実装に関しては、MoPub担当からのアドバイスをもとに利用する広告フォーマットを見直し、Native, Banner, リワード動画をメディエーションに組みこんだ。
- MoPub上でMediation可能なネットワーク(AdMob, Facebookなど)を可能な限り接続。これによりTwitter Audience Platformを含むMoPub Marketplaceに接続されている130を超える多様なDSPからのデマンドに加え、広告ネットワークからのデマンドを取り込むことによりARPPDAUおよびFillレートを向上させることができた。
- 各広告ネットワークのFillレートとeCPM単価を踏まえてMoPub上で複数の価格帯をネットワークごとに3-6程度、合計で30-40ラインアイテム設定し、それをDashboardを見ながら適時調整していくことにより、収益を安定的に拡大させることができた。
- 設定したラインアイテムが増えウォーターフォールが長くなったことでレイテンシー(表示遅延)が起きないかラインアイテムの調整を行いながら最適化を継続して実施した。



結果



AmaziaはMoPubをマネタイズフルプラットフォームとして利用したことで、多様なデマンドにアクセスできるようになり、収益向上と共に課題の解決を行うことに成功しました。特に特筆すべき結果は以下になります。

- 統合を行っている広告ネットワークにて、マネタイズ上の重要なKPIとしているARPPDAU(デイリーアクティブユーザーあたりの平均収益)がMoPub導入前と比較して**最大30%**増加。
- Platform上で自由に広告ネットワークの構成を変更できるようになった為、収益向上の施策をスピーディーに、そして多くの打ち手を持つことができるようになった。
- ユーザからのクレームに直結するリワード動画広告の在庫切れに対する問い合わせ数が激減し、ユーザーの満足度に繋がるとともにクレームに対応するリソースが軽減された。
- ウォーターフォールの管理に掛けるリソースが軽減され、ユーザー獲得や他のマーケティング施策に時間を掛けることができるようになった。その結果、広告の全体収益はMoPub導入前と比較して**大幅に**拡大。

今後の展開

MoPubによって収益上の課題を解決できたAmaziaは、今後の展開について次のように考えています。

- MoPubを導入したことでメディエーション上の広告ネットワークの追加・取捨選択を柔軟に行うことができるようになった為、今後もサポートされている広告ネットワーク接続していくことで収益の最適化と拡大を継続していく。
- 導入前と比較して多くの広告ネットワークを接続できるようになったため、何らかの問題のある広告の掲載が発見された場合の調査が煩雑化していることが次の課題。ログの確認方法やユーザーからの申し立てのフローなどを今後もMoPub側と協議していきたい。

MoPubに切り替えるまで、Amaziaはごく限られたネットワークのみを利用しており、結果として特定の広告ネットワークへの収益の依存度が高くなってしまっていました。MoPubに切り替えたことでその依存度が下がり、各デマンドソースの単価、収益の振れ幅をWaterfall全体で安定化することに成功しました。また、同時に今まで掛かっていたリソースの軽減にも成功し、その時間をユーザー獲得などのマーケティング施策に充てることができるようになっています。メディエーション内の最適化についてはまだこれからも余地がある為、MoPubのセールス担当からアドバイスをもらいながら更なるネットワークの追加や調整を行い、収益の最大化を図っていきます。

株式会社Amazia
代表取締役社長 佐久間 亮輔 氏