

Adjust がマクロミルと連携した最新の活用事例を発表：
株式会社 Gunosy、Adjust とマクロミルのモバイルマーケティング分析支援ソ
リューションの導入により、新たな広告効果の可視化に成功
～オーガニックユーザーの約半数近くが、
何らかの広告と接触していたことが明らかに～



モバイルアプリの計測・分析ツールを提供する [Adjust](https://www.adjust.com/ja/resources/case-studies/Gunosy)（本社：独・ベルリン、CEO：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、株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表執行役社長 CEO：佐々木徹）と連携し、この度、株式会社 Gunosy（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：竹谷 祐哉）の Adjust 活用事例（<https://www.adjust.com/ja/resources/case-studies/Gunosy>）を発表しました。

この活用事例は、Gunosy マーケティンググループ所属の山岸義郎氏、首藤茉優氏へのヒアリングを元に作成しました。Gunosy がマクロミルの[モバイルマーケティング分析支援ソリューション](#)を導

ADJUST

入後、Adjust の計測・分析ソリューションとマクロミルを活用してどのような課題を解決し、どのような結果を得たかをご紹介します。

課題

Gunosy では、1 日当たりのアクティブユーザー（DAU）数を重視し、その最大化を目的として、インストール数と継続率を主な KPI としたデジタル広告運用を行っています。またインストールの促進に向けては、「認知」や「比較・検討」段階を対象としたテレビ CM などのアッパーファンネル施策にも取り組んでいる点が特徴的です。これらの施策を一気通貫で管理するマーケティング体制を整備した上で、施策立案に必要となる市場環境や事業課題を把握するために、Adjust の広告効果計測機能を最大限に活用してきました。

一方で、トラッキングにおいては、昨今のプライバシー規制の強化を受けて制限され始めたことに伴い、オーガニック流入として計測されるユーザーの割合が徐々に大きくなりました。その結果、どのような経緯で獲得したかを把握できないケースが増えてきたことに課題意識を抱えていました。またオーガニック流入として計測されたユーザーの中には、トラッキングができていないだけで、実はデジタル広告と接触したユーザーも紛れているのではないかとの疑いも持っていました。

モバイルマーケティング分析支援ソリューションの導入によりオーガニックユーザーの約半数近くが何らかの広告と接触していたことが明らかに

そこで Gunosy は、Adjust が保有するアプリログデータに、株式会社マクロミルが保有する消費者パネルのデータを連携させたモバイルマーケティング分析支援ソリューションを導入することを決めました。本ソリューションであれば、自社のアプリユーザーに対してアンケート調査を実施することで、ユーザーの同意を得た上で定量的データだけでは把握できないインサイトを捉えることができると考えたからです。

実際に本ソリューションを通じてオーガニックユーザーに対して流入経路を問うアンケート調査を実施したところ、約半数近くが実は何らかの広告と接触していたことが分かりました。広告の遷移先から直接インストールしていなかったとしても、広告接触後に一定期間を経てアプリストアで自ら検索し、アプリをインストールするなどしていたユーザーが多かったことが明らかになったのです。

ADJUST

今後の展開

モバイルマーケティング分析支援ソリューションを活用すれば、定量データと定性データをかけ合わせることで、ユーザー行動の仮説検証が可能になります。例えば離脱ユーザーが離脱する原因について、アンケート調査を通じてその理由を深掘りすれば、離脱防止策の立案に生かすことができます。自社データに加えて、Adjust のアプリログデータとマクロミルの消費者パネルデータをかけ合わせたモバイルマーケティング分析支援ソリューションは、マーケティングの可能性を大きく広げていくはずです。

Gunosy の活用事例はこちらからご確認ください。

<https://www.adjust.com/ja/resources/case-studies/Gunosy>

株式会社 Gunosy マーケティンググループ マネージャー 山岸 義郎氏

マーケティング担当者は、ユーザーのプライバシーを遵守した上で広告効果計測を行っていくことが求められている中、プライバシーを保護しつつ広告効果計測を行う手段はそう多くありません。モバイルマーケティング分析支援ソリューションは、プライバシーを保護しつつ広告効果計測を行うことができる稀有な仕組みであると実感しており、マーケティングの可能性を大きく広げていくはずです。

株式会社 Gunosy マーケティンググループ 首藤 茉優氏

モバイルマーケティング分析支援ソリューションによって、今まで隠されていた広告効果を可視化することができました。

Adjust 株式会社 日本ゼネラルマネージャー 佐々直紀

広告効果計測においても先進的な取り組みを行っている Gunosy 様に Adjust をご活用いただき大変嬉しく思います。マーケティング担当者は、日々新たな課題に直面しています。今回ご紹介した事例を参考にいただき、今後の皆さまのビジネス拡大のご支援ができれば幸いです。

ADJUST

Gunosy について

2022年11月に設立10周年を迎えた株式会社Gunosy (<https://gunosy.co.jp/>)は、ネット上の様々な情報を独自のアルゴリズムでユーザーに届ける情報キュレーションアプリ「グノシー」等のメディアを運営しています。

また、KDDI 株式会社とニュース配信アプリ「ニュースパス」を共同提供し、ポータルアプリ「au サービス Today」の開発・運営を担当しています。

これらのメディア事業のほか、「GunosyAds」等のアドテク事業も行っています。

株式会社マクロミルについて

マクロミルは、国内オンラインリサーチ業界のリーディングカンパニーです。市場シェア No.1※の豊富なリサーチ実績とノウハウ、90以上の国と地域で1.1億人へのリサーチが可能なグローバルネットワーク、独自に構築した消費者パネルから得られる多種多様なデータを活用し、お客様のマーケティング課題の解決に向けて最適なソリューションを提供します。創業時から育んできたデータネイティブな発想で、お客様のビジネスに成功をもたらす Data Culture 構築の原動力となることを目指します。

※オンライン・マーケティング・リサーチ市場シェア＝当社単体及び株式会社電通マクロミルインサイト、株式会社 H.M.マーケティングリサーチのオンライン・マーケティング・リサーチに係る売上高(2022年6月期)÷一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA)によって推計された日本のMR業界市場規模・アドホック調査のうちインターネット調査分(2021年分)(出典：一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA)2022年6月17日付第47回経營業務実態調査)

Adjust について

Adjust (<https://www.adjust.com/ja>)は、デジタル広告やコネクテッドテレビ (CTV)、地上波テレビやQRコードまで、様々なキャンペーンのアプリインストール効果を計測し、その分析環境を提供することで、アプリの成長を目指す世界中のマーケターから信頼を得ています。急成長中のテック企業から、初めてアプリを立ち上げる実店舗を運営する企業まで、アプリマーケティングのあらゆるステージで顧客と連携しています。Adjust Suite が提供する計測・分析サービスから得られる可視性とインサイトが、マーケターがより優れた成果を達成できるようサポートします。

Adjust は AppLovin (アップラビン、NASDAQ:APP) のグループ会社です。

製品に関する問い合わせ：<https://www.adjust.com/ja/request-a-demo/see-adjust/>