

## キャンペーンの目標

Persona.lyは、株式会社京風とまとと提携し、新作『着せ替えゲーム ぷちっ子デイズ ゆるふわ』のAndroid版とiOS版をアメリカ、イギリス、カナダで発表しました。この新しい着せ替えゲームには、話題のアーティストわす氏によるユニークな「動く紙人形」スタイルが取り入れられています。わす氏のYouTubeチャンネルは、1年弱で登録者数50万人を突破し、視聴回数は8,000万回を超えています。

キャンペーンの主な目標は、『着せ替えゲーム ぷちっ子デイズ ゆるふわ』がインストールトラクションを高め、費用効果の高い方法で欧米市場の着せ替えのニッチな領域で徐々に基盤を築くのを支援することでした。

### 株式会社京風とまと 紹介

株式会社京風とまとは、ゲームの企画・開発からアニメーション制作まで、幅広いエンターテインメント作品を制作しています。特にカジュアルゲームの分野において、ユニークで独特な可愛さや、風変わりなアートとプレイスタイルを幅広く備え、様々なプレイヤーが楽しめるゲームを多数リリースした実績があります。



Kawaii Dress-up  
**Soft & Fluffy  
Dolls**  
YURU FUWA

AVAILABLE FOR:



### Persona.ly 紹介

Persona.lyは、事業をグローバル展開しているブランドおよびアプリ開発者のモバイルユーザー獲得を促進するテクノロジー企業です。独自のビッターと機械学習アルゴリズムを使用して、透過的で高度にターゲットを絞ったパフォーマンスベースなUA、および1秒あたり100万を超える広告オークションにアクセス可能なリターゲティングソリューションを提供しています。

Persona.lyは、パートナーにとって単なるベンダーではなく、チャネル全体で利用できる実際の価値、成長、および幅広いマーケティングの洞察を生み出すサポートが可能なパートナーになれるように努めています。



「Persona.lyとの提携により、当社のゲームを楽しむことができるプレイヤーが世界中に広がりました。また、当社は、Persona.lyの寛大なサポートにより、ゲームの品質向上から収益化の改善まで、データに基づく有用なアドバイスを受けています。」

見谷 泰道 (株式会社京風とまと 代表取締役)

## プロセス

『着せ替えゲーム ぷちっ子デイズ ゆるふわ』のUAキャンペーンを開始したとき、各プラットフォームに対する当初のアプローチは異なっていました：

**Android版の場合：**日本のアートスタイルの着せ替えゲームはニッチであるという事実を踏まえ、当初のアプローチは、着せ替えと様々な日本式アートスタイルの関連性を組み合わせたミニゲームの仕組みに関心を持つ同様なオーディエンスをターゲットにしました。

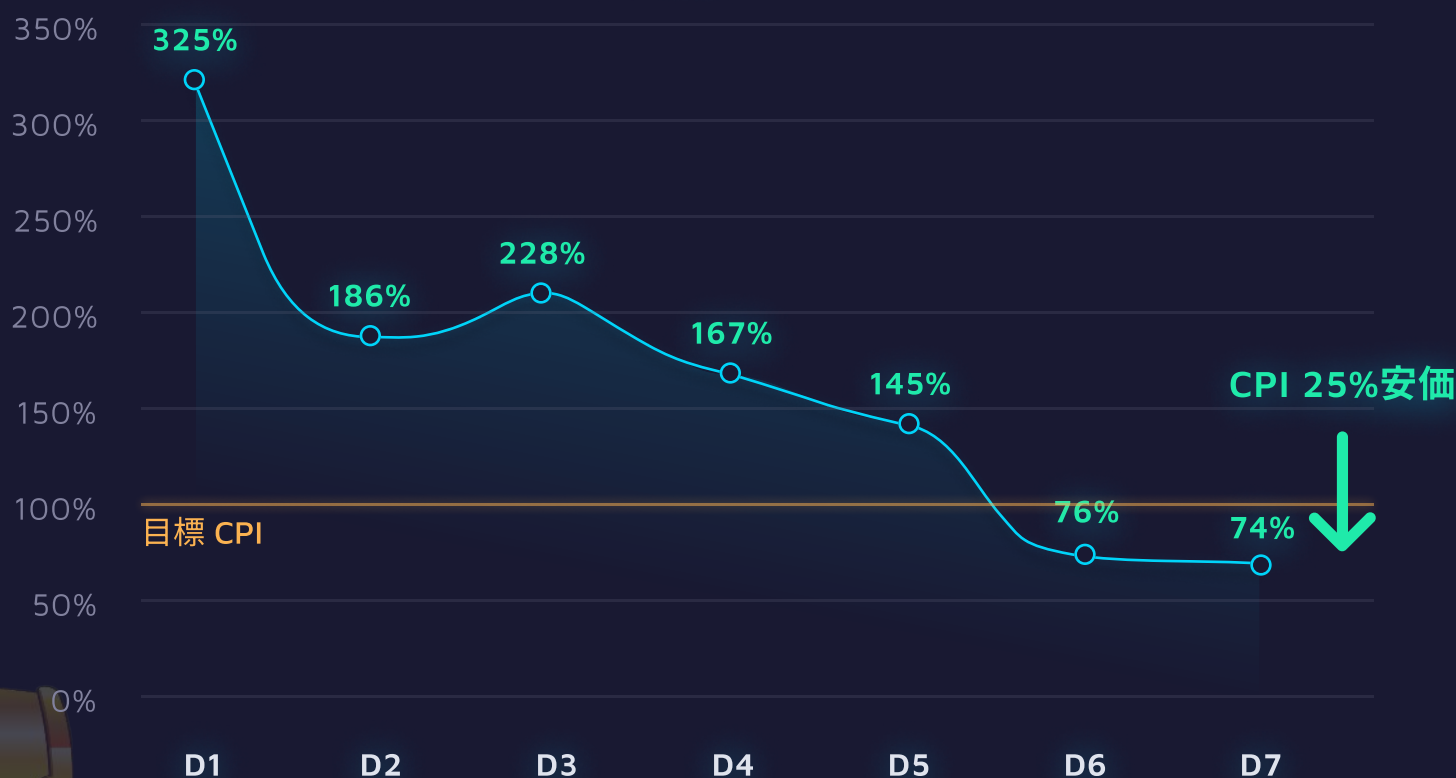
**iOS版の場合：**SKANおよびiOS 14.5以降のキャンペーンでは、「Context Distance Calculator」デモで説明されているアプローチを採用しました。このアプローチでは、機械学習指導の自然言語処理(NLP)を使用して、当社の提携広告主アプリと当社が広告を表示するアプリ間のコンテキスト関係の判断が可能となります。この関係の詳細を理解することで、各アプリのコンテキストの「距離」に応じてモデル化して入札することができます。

## 結果

### パフォーマンス vs. CPI（顧客業績評価指標） KPI（重要業績評価指標）

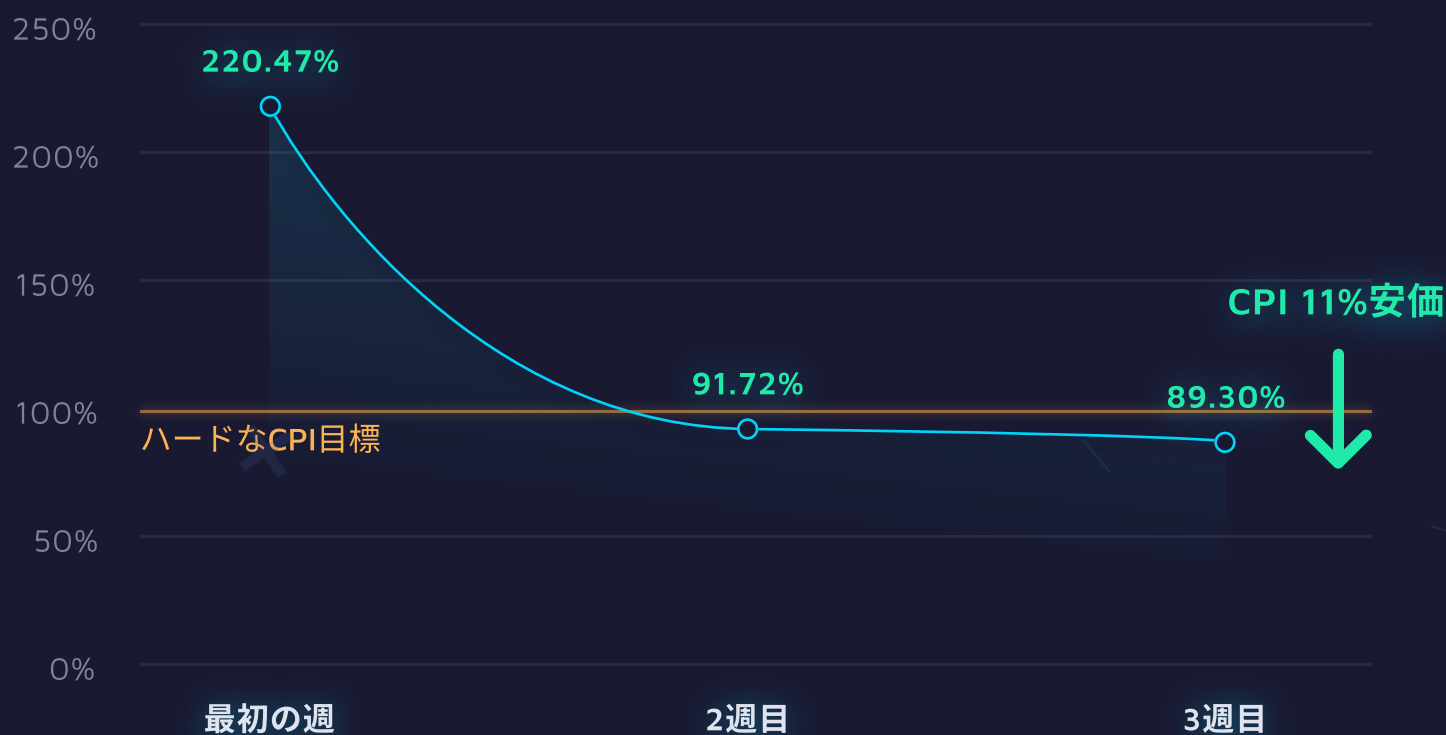
2つの異なるCPI KPIが提供されました。キャンペーンの最初の調査期間で見られたよりソフトな値と、キャンペーンが正常に実行するのに十分なデータが蓄積されたときに見られたよりハードな値です。

#### CPI vs. ソフトなKPI 日別



キャンペーンを実行してから最初の1週間で、ソフトKPIを超えることができ、目標よりも25%安価にインストールを生成しました。

#### CPI Vs. ハードなKPI 週別



キャンペーン実行から2週間以内に、ハードなKPIを超えることができ、目標よりも10%安価にインストールを生成し、その間1日あたりのインストール数を3倍に増やすことができました。



「見谷氏と協力することができ、光栄です。最初で唯一の有料チャネルとして密接に協力できるため、当社の意思決定において高い柔軟性と機敏性を確立できるだけでなく、当社から株式会社京風とまとのチームに最適化と一般的なUAの取り組みを継続する方法を伝えることができます。」

Gal Koragi (Persona.ly 運営責任者)

## 結果

### オーガニックボリューム増加

ケーススタディ期間中、Persona.lyが『着せ替えゲーム ぷちっ子デイズ ゆるふわ』を宣伝する唯一の有料チャンネルであったという事実を踏まえると、オーガニック成長に対するキャンペーンの影響を切り離して考えることができます。

### キャンペーン開始後のオーガニックボリューム増加



キャンペーン開始からわずか2日で、オーガニックインストール数は11倍に増加し、開始後1週間で28倍、2週間後には41倍と劇的に増加し続け、オーガニックボリュームは直接かつ大幅に増加しました。

### キャンペーン開始後のゲーム・シミュレーション カテゴリ別ランキング



キャンペーン開始からわずか数日で、『着せ替えゲーム ぷちっ子デイズ ゆるふわ』はGoogle Playストアのゲーム・シミュレーション カテゴリで下位に表示されるようになりました。その後、2週間以内に利用可能な3カ国（アメリカ、イギリス、カナダ）で約250位にランクアップしました。

一方、ケーススタディ期間中、『着せ替えゲーム ぷちっ子デイズ ゆるふわ』は韓国や日本のような国でのカテゴリ別ランキングには記載されていませんでした。