

applim コンテスト課題の考え方

applim スマートフォンxマーケティングコンテスト キックオフイベント

ブレイクスルー パートナーズ株式会社
マネージングディレクター
赤羽 雄二

akaba@b-t-partners.com

www.b-t-partners.com

2010年9月26日

自己紹介

KOMATSU

1978～1986年、コマツにて
超大型ダンプトラックの設計





1983～1985年、スタンフォード大学大学院で機械工学修士を取得

シリコンバレーの空気に初めて触れる

McKinsey & Company

1986～2000年、マッキンゼーにて日本企業、韓国企業の経営改革、新事業創造にパートナーとして14年間取り組む

10年間500週、ソウル往復

世界二十数カ国からコンサルタントを動員



**2000年以降、日本発の世界的ベンチャーを
1社でも多く生み出すべく、ブレイクスルー
パートナーズを創業**

ベンチャー共同創業9社、経営支援10数社

ブレイクスルーパートナーズは

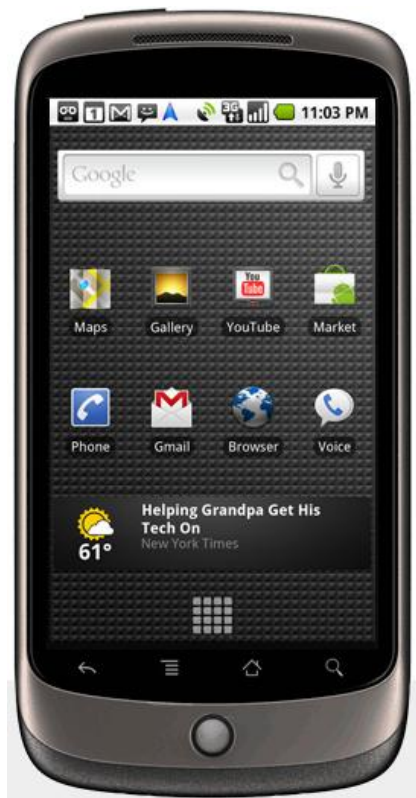
- 「**日本発の世界的ベンチャー**」を1社でも多く生み出し、日本をもう一度元気にしたい
- ただし、どこの国の方とでも（現在、中国、韓国、米国、フランスの方々と）
- ベンチャー共同創業、徹底した経営支援
- ソーシャルアプリ、スマートフォンアプリ・サービス開発企業を共同創業

スマートフォンの 急成長

iPhoneゲーム、アイテム課金で 売上が劇的に改善

- 無料アプリはダウンロード数が7.5倍
- 1ユーザーあたり売上が急上昇
 - 2010年1月→6月で、9→15ドル/年
 - アプリ収益が10倍（以前のダウンロード単価は0.99~1.99ドル）
 - ARPU110円で、mixiの1.7倍
- iAdもかなり有望（従来比10倍以上？）
- ユーザー獲得コストは0.75~2ドル

Android急成長 . . iPhoneを抜いた



Google Nexus One



Motorola Droid

- 1~6月の米スマートフォン出荷台数は、iPhoneを超えた
- Androidプラットフォームに新ユーザーが**30万人/日登録**
- 2012年の出荷台数は、**7600万台**という予想

出典: <http://www.virtualgoodsnews.com/2010/05/scoreloop-signs-300000-new-android-users-daily.html>

<http://www.computerworld.jp/news/mw/164130.html>

Android携帯の普及スピードは？

- 2009年の国内の携帯電話出荷台数は**3390万台**（前年比19.1%減。2年連続マイナス）
- 2010年3月末の携帯電話加入者数は、**1億1271万人**
- 2012年末の加入者数の**15~20%がAndroid携帯に**

スマートフォンは何が違う？

- 携帯の大部分がスマートフォン化
- ケータイ+PC
- Androidの場合、開発自由度、サービス自由度が高い
- タッチパネルの操作性
- カスタマイズ
- 加速度、傾斜、位置情報

ソーシャルマーケティングの本質とは？

2000万人～何億人
もの人が集まってい
るところに

看板を出し、

お店を始める

通りがかった人が

どんどんのぞきに来る

楽しそうなので、もっと
と人が来る

お店の中では買い
物したり、遊んだり、

ちよっかいを出したり。

友達を連れてくると
クーポンがもらえる
ので、

友達をいっぱい
連れてくる

お店にいることを、
友達全員に生放送
で伝える。

呼ばれて来た友達、
気になって寄った
友達も

とっても楽しいので

またそれを友達に伝え、
ますます人が集まる

口コミがあっという
間に広がります

1週間で数十万人
～数百万人もざら

お店が繁盛します。

マーケティングとは？

商品・サービスのよさを
お客様にどう伝えるか
？

商品、サービスを
爆発的に売る工夫

これ、すごくいいよ！

だったら、スマートフォンとソーシャルメディアをうまく使ってみよう！

ソーシャルメディア の進展

3大SNS + Facebookジャパン



9/10発表:

ソーシャルグラフオープン化

全国大会、ゲームの許容
モバゲー、Yahooとの連携
中国、韓国最大手SNSと連携



gmail連携

リクルート等との連携
オープン化を加速



圧倒的な収益性



国内ユニークユーザー450万人

ガラケー対応

モバゲーがスマートフォンに

MiniNation



- 5月10日海外向け開始
- ゲーム、ミニメール、掲示板、サークル
- OpenFeintとID連携(1600ゲーム)
- Facebookにも
- 年内にモバゲー@スマートフォン開始

GREEもスマートフォンに



- 8月9日発表
- まずiPhone、今後、Androidへ対応
- β版ではひとこと、プロフィール、メール、コミュニティ機能等が提供される
- ゲームは未実装

mixiもスマートフォンに



- 5月31日開始
- iPhone、Android端末対応
- 携帯・PC連携
- ソーシャルグラフの重視
- 「マイミク大会」
- 海外展開

モバイルxソーシャルの本質

- 24時間手元に
- 「わざわざ」ではなく気軽に
- 時間がちょっと空いた時に
- 自分が今いる場所 . . .
- 何でもこれで . . . 近い将来、購入も
- SNSの数千万人～数億人へのアクセス
- SNSの「友達」への波及：バイラル性
- 「友達」への思い、しがらみ：ソーシャル性
- ブロードバンドによる高速、高画質

ソーシャルアプリから学ぶこと

- 一気に100万ユーザーを獲得する**バイラル性**
- ARPPU(課金ユーザー一人当たり月額課金額)1000~3000円を実現する**ゲーム性**
- 毎日ログインし続ける**アクティブ率**の高さ、離脱しづらい**ソーシャル性**、しがらみ
- **非同期性**の活用の妙...ログインしていない時が非常に気になる
- **すきま時間**の有効活用
- **時間制限、期間限定**イベント

ソーシャル化のポイント

- **友達との関係強化、多層・多様化**
 - 常につながっている意識
 - 「リアル友達」、「ゲーム友達」、「コミュニティ友達」の使い分けとシームレスな関係
- **個人の意思決定への影響拡大**
- **個人からの情報発信の激増**
 - 自分の思いを伝える、自分の作品を
 - リアルタイムフィード、Twitter、Likeボタン等により、個人の情報発信が非常に楽に
 - よいサービス、商品は一瞬で広がる

「友達」の拡大：広義のソーシャル グラフ

- 「リアル友達」、「リアル知りあい」
- 「コミュニティ友達だったリアル友達」
- 「ゲーム友達だったリアル友達」

- 「コミュニティ友達」、「コミュニティ知りあい」
- 「ゲーム友達」
- 「ゲーム内カリスマ、専門家」(一方的)

- 「あこがれている、尊敬している人」(一方的)
- 「カリスマ、専門家」(一方的)

FacebookのLikeボタンは、世界中で毎日30億回プッシュされている

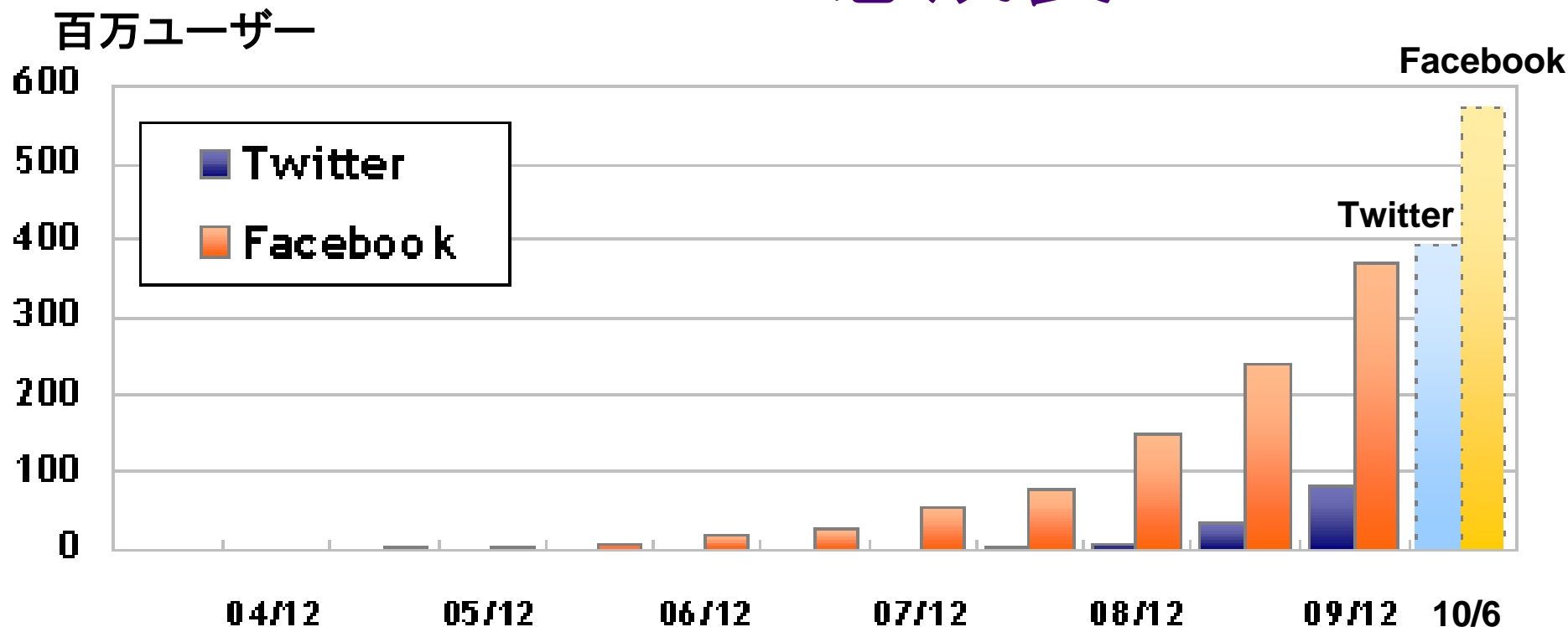


- Likeボタン搭載サイト: 35万サイト(1ヶ月で20万サイト増加)
- Facebookが世界中の人々のモノやコンテンツに対する「今の好み」を収集している
- 1日30億件、年間1兆件
- このデータとソーシャルグラフから、Googleをはるかに凌ぐ精度のリコメンデーションが実現

Facebook「Open Graph」

- 「Open Graph」は、5億人のFacebookユーザー情報を外部サイトが簡単に、自由に活用する仕組み
- 店舗、イベント、音楽、地図、趣味などウェブ上のグラフ(相関図)が、Open Graphですべて結びつけられる
- 「ウェブをさらに小さく、ソーシャルに、パーソナルに、そしてセマンティックにする」
- パートナーサイトを訪れると、友達にパートナーサイト内での活動(記事を読んだり、コメントを書いたりした様子)を知らせる

Twitterの急成長



- 3月に1億8000万ユニークユーザー
- 直近四半期で**146%成長**
- 携帯電話にフィットし、さらに成長を加速
- 全ツイートにアクセスできる**APIを開放(有料)**

日本はツイート数世界一

家庭と職場のPCからのアクセス	訪問者数 (2010年4月)	リーチ(%)
Twitter(米国)	1932万人	9.8%
Twitter(日本)	988万人	16.3%
mixi	934万人	15.4%

- 2010年6月1日時点のツイートの国別シェア
 - 1位: 日本 25.6% (一気にトップに)
 - 2位: 米国 21.2%、 3位: ブラジル 9.4%

出典: <http://japan.cnet.com/news/business/story/0,3800104746,20414363,00.htm>
<http://blogs.itmedia.co.jp/saito/2010/06/post-4bfd.html>

Nielsen Online Netview 2010年4月 家庭と職場のPCからのアクセス

マーケティングへの の展開

iPhoneアプリからピザ発注： ドミノ・ピザ、売上1億円を突破



- 3月8日開始
- 122日で累計1億円を突破
- **GPS活用**で屋外への配達も

Nike + Running

毎日のランを記録しよう/バーチャルのラン・ゲームで楽しもう!

Nike+ RUNNING

このアプリをインストール

RUN GAME 「ラン+ゲーム」で毎日のランがもっと楽しくなる!

LUNAR LUNAR 計画 2009

WE FAILED

ゲーム画面へ

Nike+で楽しむ

世界同日開催のバーチャルレース

The Human Race 10K

nikeplus.comへ

RUN NOTE 毎日のランデータをUPして「RUN GAME」に参加!

入力欄を固定 · Nike+入力 · 手動入力

原田和実

原田和実のランデータ

TOTAL RUN		ペース	
距離 (km)	1		
タイム	1:07:00		

What's Nike+?

ランデータを入力



マイミクや世界中のランナーと一緒に

SUBARU レガシィ B4



Love Drive
ラブドライブ

NOW LOADING...

期間限定 4月末まで

SUBARU B4

The advertisement features four women in diverse styles (casual, elegant, professional) walking on a yellow path next to a dark green Subaru Legacy B4. The background is white with red wavy lines. The Subaru logo and 'B4' are in the top right. The text 'Love Drive' and 'ラブドライブ' is on the left, with 'NOW LOADING...' and '期間限定 4月末まで' below it.



恋愛ゲームで引っ張りつつ、商品理解を

Groupon(グルーポン)

- **フラッシュマーケティング**と呼ばれる、時間限定・数量限定でお得なクーポンを販売
- 創業1年半で、売上315億円、利益45億円
- 時価総額1200億円超
- 各都市ごとに1日1品、共同購入
- Facebook、Twitter等のソーシャルメディアで友達に声をかけ、数時間で取引成立

foursquare (フォースクエア)

- 2009年3月、米国で開始
- 現在の利用者：180万人、急増中
- 自分で行ったレストランやお店などの場所をスマートフォンを使って記録しながら、友達との対話を楽しむSNS
- 位置や「お出かけ先」を介したソーシャルな関係が急速に増幅していく
- 企業の利用が活発、Facebookも注目

出典：<http://glocalvision.jp/2010/03/foursquare.html>

http://hyper-text.org/archives/2010/01/foursquare_quick_start.shtml

マーケティングへの展開

- SNSからのリアルタイムフィード、ウェブのLike情報、Twitter、位置情報、統計情報等をソーシャルアプリのゲーム性、コミュニケーション性と組み合わせ
- あふれかえる情報の選別、情報整理
 - 「自分あての特別な情報」
 - 「大事な情報の方から自分を探してくれる」
 - 「友達が買った、使っている」
 - 「専門家からのお勧め」
- リアルタイムフィード、Twitter等により、個人の情報発信が非常に楽になった。しかも加速度的...爆発的に口コミが発生する多重的仕組み：バイラル性
- 認知度を上げる vs 購買意向を強める

特に、「**購買決定**」と「**情報発信**」を

- 個人の購買決定行動(情報収集のしかた、選択肢の絞り込み、最終決定、購買)を考え抜く
 - 誰のアドバイスを聞くのか
 - どういう瞬間に購買を決定するのか
- 個人の情報発信行動(人に勧める、伝える、見せびらかす、自慢する)を考え抜く
 - どういう時、人は発信するのか、RTするか
 - どういう手間なら発信するのか



人の根本的な行動様式を深く、深く研究

チームでの検討 の進め方

検討を効果的に進めるには： リーダーシップ

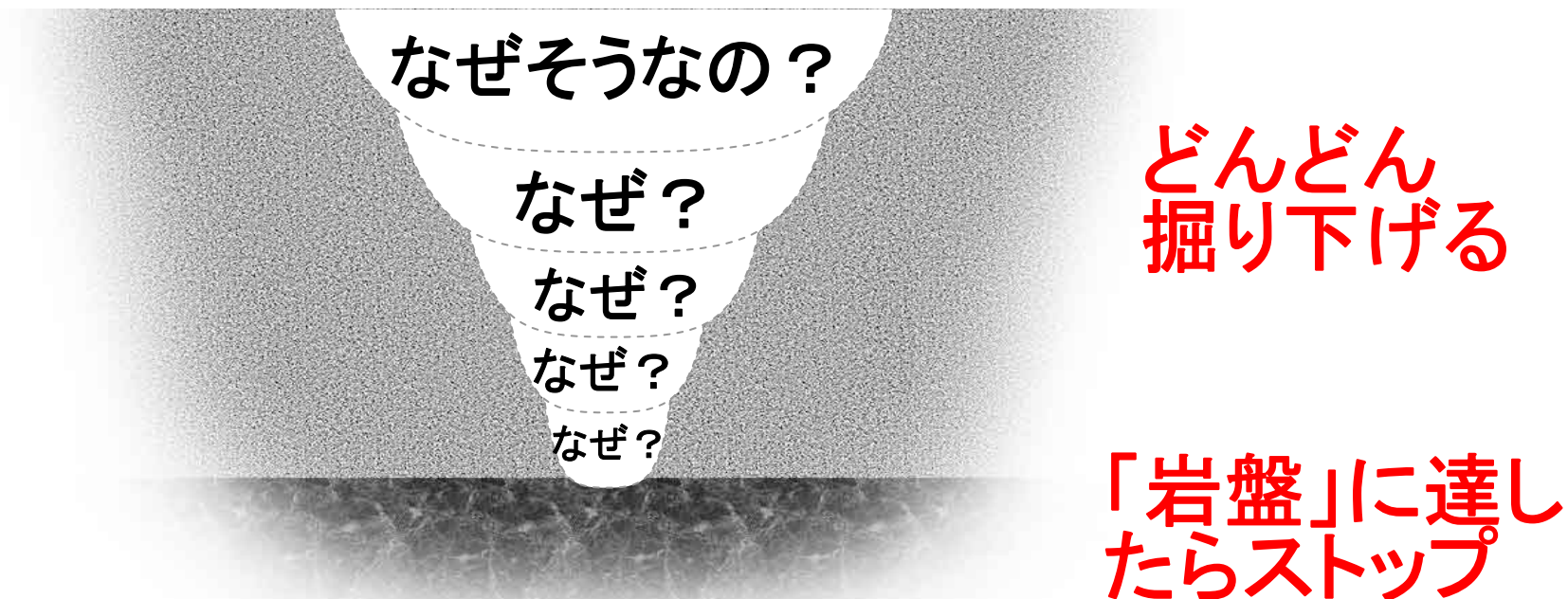
- リーダーを**最初から最後まで明確にする**
- リーダーがチームの戦力を増強、減少
- リーダーは皆の意見を丁寧に聞きつつ、躊躇なく、遠慮せず、まとめ上げる
- うまくまとめられない場合は、**途中で1回だけ交代**

検討を効果的に進めるには： ブレインストーミング

- スマートフォンの新しい使い方と、ソーシャル性を使った、口コミの新しい方法を数十以上リストアップ
- 友達、知りあいの信用、見栄、あこがれ、仲間意識等に働きかけ、感情を動かす
- 人とは違うことを、新しい発想を

検討を効果的に進めるには： 深掘り＝なぜなぜ質問

- 深く、深く掘り下げて考える
- ただし、超高速で

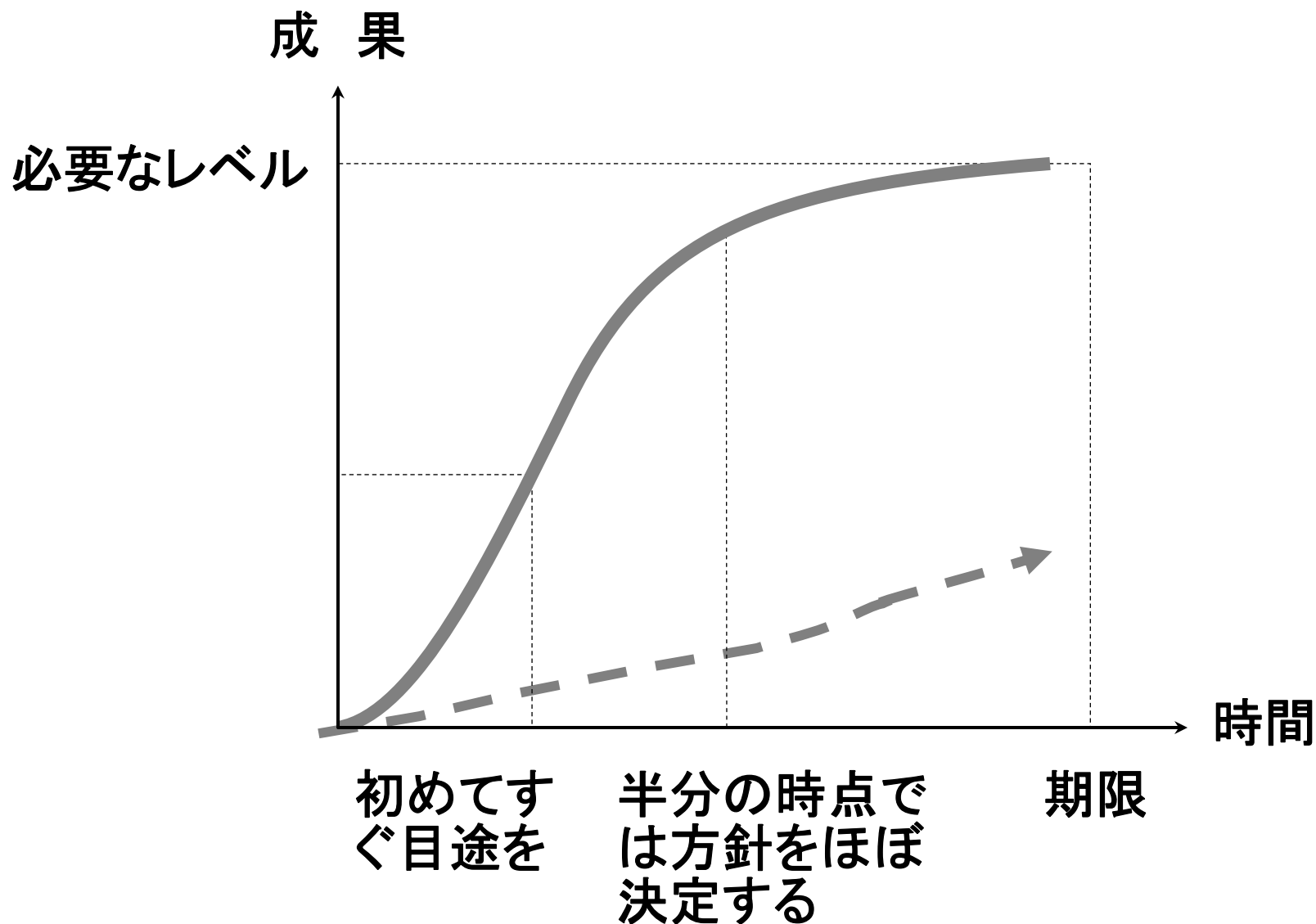


検討を効果的に進めるには： 仮説思考

- アイデアをまず出して、後で検証
- おかしいなと思ったら、修正、確認
- 慣れると、**瞬時に答えをイメージング**



検討を効果的に進めるには： アウトプット指向



検討を効果的に進めるには： 取り組み姿勢

- 常に前向きに
- 相手の話を熱心に聞き
- 人と違う発想、人と違うことを考える
- 納得するまで議論することには必ずしもこだわらず、スピードを重視。後で議論

スマートフォン×ソーシャル× マーケティングはこれからの 新しい分野

ソーシャル化で世界が、あらゆる
産業が、サービスが変わる

日本発の世界的ベンチャーを！

いつでもご相談ください

24時間365日サポート

ブレイクスルー パートナーズ株式会社
マネージングディレクター
赤羽 雄二

akaba@b-t-partners.com

www.b-t-partners.com

略歴： 赤羽 雄二

- 東京大学工学部を1978年3月に卒業後、小松製作所で建設現場用の超大型ダンプトラックの設計・開発
- 1983～1985年、スタンフォード大学 大学院に留学
- 1986年、マッキンゼー入社。経営戦略、組織設計、マーケティング、新事業立ち上げなどのプロジェクト多数を14年間にわたりリード
- シリコンバレーのベンチャーキャピタルをへて、2002年、創業前、創業当初からの非常にきめ細かな支援を特徴とするブレークスルーパートナーズ株式会社を森廣弘司と共同創業し「日本発の世界的ベンチャー」を生み出すべく活動。ベンチャーの投資、育成経験多数
- 実体変革、スキル構築を主とするコンサルティングと、シリコンバレーのトップクラスのベンチャーキャピタルのノウハウを合わせ持つ。技術・事業の両面への深い理解に基づき、きめ細かく、かつ徹底した支援を提供
- 経済産業省「産業競争力と知的財産を考える研究会」、総務省「ITベンチャー研究会」委員、「ICTベンチャーの人材確保の在り方に関する研究会」委員、「事業計画作成支援コース」の企画立案および講師、「事業計画作成とベンチャー経営の手引き」著者
- ソーシャルアプリデベロッパー数社を共同創業、経営支援