

サクセスストーリー

## 東京通信

# "Save them all" eCPM 166%アップ

クライアント  TOKYO TSUSHIN

App Annie『モバイル市場攻略法』レポートで昨年1位を獲得した東京通信。本拠地を東京とし、スタッフの平均年齢34歳という企業で、2015年古屋佑樹氏により創業されました。ゲーム制作だけでなく、「デジタルウェルビーイング」のポリシーを打ち出し、新しいアプリやサービスを通じて人々の心を豊かにするサービス創造に取り組んでいます。

## チャレンジ

東京通信は、アプリ内の広告によりハイパーカジュアルゲーム"Save them all"の収益化を目指していました。ユーザーが比較的長くプレイするアプリ内課金にミッドコア、ハードコアのゲームとは異なり、ハイパーカジュアルモバイルゲームは大きなDAUユーザーベースを持ち、ライフサイクルも短いのが一般的です。

同社はハイパーカジュアルゲームのアプリ内広告収入を拡大した実績を持つVungleを広告プラットフォームとして選びました。

「初期の段階から現在までの数字を比較すると、eCPMの上昇率は166%となり、これはVungleが私たちのアプリにベストプラクティスを実装してくれた証と言えます。Vungleは私たちにとってかけがえのないパートナーです。」

土屋佑太  
株式会社東京通信  
インターネットメディア  
事業部門 リーダー

## ソリューション

「Save them all」のようなハイパーカジュアルゲームの広告収入を増やすためには、高いフィルレートで広告を提供し、キャンペーンと広告プレースメントを最適化できるモバイル広告プラットフォームと連携することが不可欠です。

協業開始直後、Vungle Japanチームは東京通信に、VungleのFlat CPMを Save them all に設定し、広告在庫の価値を高め、より多くの広告を出すことを勧めました。東京通信とVungleのチームは協力し合い、インタースティシャル、リワード動画のプレースメントを設置しました。次に、Flat CPM値を各プレースメントに対して設定し、高いCPM広告を優先しました。

また、パフォーマンスの実績データに基づいてFlat CPM 値を柔軟に調整することにより、東京通信はVungleのダイレクト広告だけでなく、第三者プログラムによるデマンドを通して高いeCPMを達成することができました。

## 成果

Vungleと連携した結果、Save them all は28ドルという平均CPMを達成し、その後20ドル以上をキープしています。ハイパーカジュアルというジャンルのゲームはライフサイクルが短いにもかかわらず、Save them all は2020年後半のローンチから今日まで高品質な体験を維持し、Vungleの主要なグローバル広告主のモバイル広告プラットフォームを通じて収益を上げています。

