

2016.1.22

## 広告費ゼロで100万の会員を獲得した ファッションアプリiQONのグロースハッカーが教える 「いちばんやさしいグロースハックの教本」発売！

株式会社VASILY（東京都渋谷区、代表取締役：金山裕樹、以下 VASILY）は、1月22日（金）、新刊「いちばんやさしいグロースハックの教本 人気講師が教える急成長マーケティング戦略」を発売いたします。

また、発売を記念いたしまして、3月4日（金）にセミナーも開催いたします。

### ■いちばんやさしいグロースハックの教本 人気講師が教える急成長マーケティング戦略



グロースハックを一言でいえば、製品自体に手を加え、製品の中に「成長する仕組み」を組み込んで、ビジネスの拡大を行っていく手法です。

ユーザーの行動データに基づいて製品やサービスの改善サイクルを素早く回すこの手法は、FacebookやTwitter、Dropboxといった企業の急成長を支えたことで注目され、現在は国内のインターネットビジネス企業やスタートアップと呼ばれる新進企業の間で定着しつつあります。

本書は、ファッションアプリ「iQON」（アイコン）の開発運営において、国内でいち早くグロースハックを実践し、広告費ゼロで会員数を100万獲得した弊社の独自のグロースハックエッセンスを一冊にまとめた日本初の体系的な教科書です。

著者：金山裕樹、梶谷健人  
価格：本体1,680円+税  
電子版価格：1,600円+税  
※インプレス直販参考価格  
発売日：2016年1月22日（金）  
ページ数：176ページ判型：B5変形判

株式会社インプレスの「セミナー感覚で学べるビジネス書」で人気の「教本シリーズ」は、まるで著者のプレゼンを観ているような「セミナー感覚」で読み進められる構成になっています。  
弊社代表取締役の金山裕樹と、元VASILYグロースハッカー梶谷健人の共著です。

本書の発売を記念いたしまして、「グロースハックお悩み相談室」と題してセミナーを3月4日（金）に開催いたします。グロースハックを自社実践に取り入れたいと考えているインターネットビジネスやスタートアップの関係者、また自社の製品やサービスを成長させる「新たな一手」を欲している方に最適です。

◆セミナーお申し込み：<http://book.impress.co.jp/items/gh20160304.php>

◆書籍情報ページ：<http://book.impress.co.jp/books/1114101104>

## ■ 紙面イメージ ■

Lesson 01 [グロースハックの定義] **グロースハックとは？**

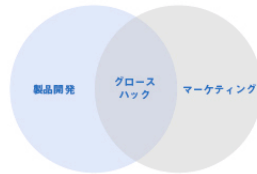
このレッスンのポイント

グロースハックとは製品の中に自発的に成長する仕組みを組み込んで、その結果をデータで判断し改善していくことを指します。「ハック」といっても必ずしもプログラミングが必要わけではありません。まずはグロースハックの定義をここで明確にしておきましょう。

### ○ 製品開発とマーケティングを横断して行う

グロースハックは製品開発とマーケティングを統合した概念です。本来この2つは独立した部門や人間によって行われてきましたが、ソフトウェアやインターネットサービスのよう製品改善速度が速く、改善コストが安く見える製品やサービスでは、製品自体に継続的に見える仕組みを組み込んで、改善を重ねながら成長することが可能になりました。同様にそれを1人でも行うことが可能になりました。下図のように、製品開発とマーケティングの間に位置し、両方の要素が必要なもののがグロースハックです。

### ▶ グロースハックの構成要素



国内外で多くのスタートアップがグロースハックを使ってサービスやビジネスの成長を達成しています。顧客は決して数が最も多い分野の1つです！



014

### ○ プロダクトの中に成長する仕組みを組み込む

グロースハックの主戦場は製品開発です。製品開発といっても単にサービスの改良や改善を目的としたものではなく、「仕組み」として成長する機能を盛り込んでいくことがポイントになります。例えばFacebookでは、友人が自分をタグ付けた写真を投稿すると、自分宛にメールが来たり、アプリのアイコンに赤丸が付いて通知されたりするようになっています。このため日常的にFacebookを

使わない人でも気になって、Facebookにアクセスしてしまう、という仕組みです。このようにグロースハックとは、機能自体によってユーザーを獲得したり、利用促進をしたりして、「成長」ができるようにすることです。そして、いかにして成長の仕組みを製品の中に組み込んでいけるかがグロースハックの肝になります。

### ▶ 製品が自発する仕組み作り



### ○ ユーザーの行動データをもとに意思決定する

グロースハックにおいてデータによる意思決定は非常に重要です。何かしらのグロースハックをして、それが成功か失敗かを判断するものはデータしかありません。製品の「成長」を判断できるものは

数値しかないからです。グロースハックの企画、設計時点で、どの数値をどのようにしたいのか、ということを明確に定数しておき、その結果を数値で判断できるようにしておくことが必須です。

私は社内でもよく先輩半分で「君が神でもデータをもってきてくれ」と言います。



015

## ■ 著者プロフィール ■



金山裕樹（かなやま・ゆうき）  
株式会社VASILY 代表取締役CEO

ヤフー株式会社にてX BRANDなどのライフスタイルメディアの立ち上げを行った後、2008年に株式会社VASILY（ヴァシリー）を設立。VASILYのアプリ「iQON」（アイコン）はファッションアプリとして世界で唯一AppleとGoogle、両社のベストアプリに選出。会員数は200万人を超え、日本最大級の女性ファッションアプリとしてファッション感度の高い女性ユーザーに支持されている。  
株式会社VASILY：<http://vasily.jp/>  
iQON：<http://www.iqon.jp/>



梶谷健人（かじたに・けんと）  
グロースハッカー

元VASILYグロースハッカー。2013年にVASILYに参加、「iQON」で早くからグロースハックの実践を行い、そのノウハウをカンファレンスやセミナー、ブログなどで発信してきた。2016年1月現在は、今後最も成長が見込まれるインドにて現地スタートアップのグロースメンターをしている。下記のブログにてグロースに関する詳細な記事を発信している。  
Growiz.us：<http://growiz.us/>  
VASILYグロースハックブログ：<http://growthhack.vasily.jp/>

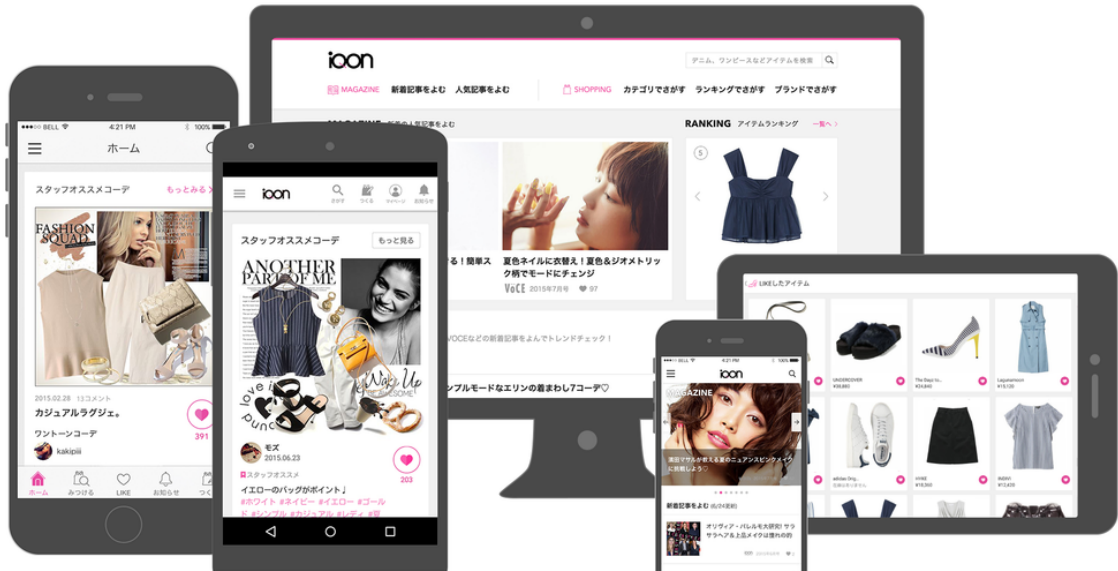
無料のファッションアプリ「アイコン」

# iQON

<http://www.iqon.jp>

## 着たいコーデが見つかる、買える、ためられる、 日本最大級のファッションアプリ「アイコン」

「iQON」は提携するさまざまなECサイトのファッションアイテムを、ユーザーが自由に組み合わせるコーディネートを作成できるスマートフォンアプリです。ユーザーはiQONに投稿されている250万件以上のコーディネート無料で閲覧でき、そこに使われている商品を購入したり、お気に入り登録して楽しむことができます。iQONはファッションアプリとして世界で唯一、Apple社が選ぶベストアプリ（2012年）とGoogle社が選ぶベストアプリ（2014年、2015年）の両方に選出されており、ユーザーによって行われるアプリストア内のレビューの平均点が4.5点(AppStore、5点満点)を獲得するなど、国内外で高い評価をいただいています。



VASILY 株式会社VASILY (ヴァシリー)

東京都渋谷区恵比寿1-18-14 恵比寿ファーストスクエア9F <http://vasily.jp>

本リリースに関するお問い合わせ：広報 井関 紀子 [noriko.iseki@vasily.jp](mailto:noriko.iseki@vasily.jp)