



POILINK

アプリ収益化 × ポイ活プラットフォーム

ポイリンク

アプリにポイ活機能とオファーウォールを、最短1週間で。

ミッション × 電子マネー交換 × オファーウォールで、収益・継続・獲得を同時に伸ばす

3行でいうと

この資料でお伝えしたいこと



ポイ活は 三方向に効く

収益化・継続利用・ユーザー
獲得効率を、ひとつの機能で
同時に取りにいきます。



自社開発は 壁が高い

開発コスト、法務整理、特許
、セキュリティ。越えるべき
項目が多く残ります。



ポイリンクなら すぐ始められる

初期費用0円・月額固定費0円
・運用コスト0円。最短1週間で導入できます。

ポイ活市場は、まだ伸びている

国内ポイントサービス市場は2028年度に3.3兆円へ（ゲーム市場は2024年で約2.4兆円）

国内ポイントサービス市場規模(億円)



市場拡大の背景

- キャッシュレス決済の普及で、ポイントが貯めやすく、使いやすくなった
- スキマバイト・せどりなど、敷居の低い副業への需要が高まっている
- スマートフォンがあれば、いつでもどこでもできる手軽さ

ポイ活を導入したら、どうなるか

収益・継続・獲得の3方向に効きます



収益化できる

オファーウォールを設置するだけで、広告収益がアプリの新しい収益源になります。



使う理由が増える

ミッションを通じて、ユーザーがアプリを開く理由を設計できます。継続率にも効きます。



広告出稿のフックになる

ポイ活を訴求材料にできるため、広告からのユーザー獲得効率が上がります。

Unity Ads調べ | 平均IPM

1.8倍

ポイ活アプリ 6.91 vs 非ポイ活アプリ

3.91

(Spend加重平均)

実績：「出荷ぶた」で起きたこと

2015年リリースのゲームが、ポイ活導入後に売上10倍・ランキングTOP10入り

10倍

月間売上

2025年6月 約1,100万円 → 2026年1月
約1.1億円

1.5倍

ユーザーあたり180日LTV

2025年8月 → 2026年1月

7位

Google Play 無料ゲームランキング

2026年1月（シミュレーションカテゴリー1位 2025年8月）

合計収益の推移（2025年6月～2026年1月）



導入後、収益が段階的に立ち上がり、2026年1月には月間約1.1億円で到達。



無料ゲーム 7位

出典：GFS登壇資料「10年目のゲームアプリ『出荷ぶた』が売上10倍・ランキングTOP10入りを達成」（株式会社EAGLE × adjoe）

獲得への効果：「出荷ぶた」の獲得実績

ポイ活を訴求できると、同じ動画広告でも獲得数が大きく変わります

動画広告のインストール数

導入前 2025年6月

6,110

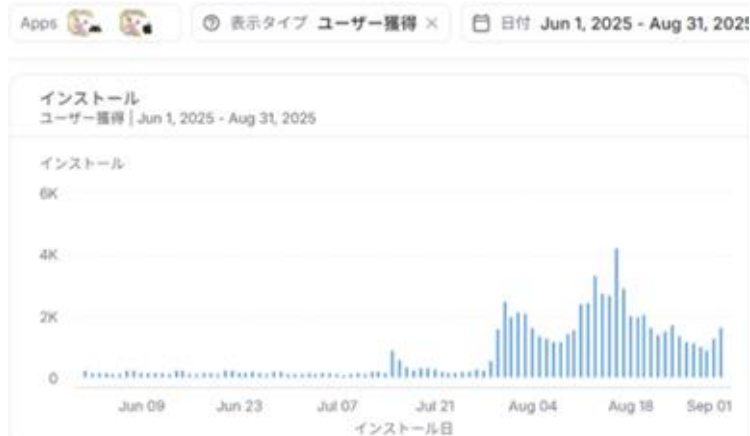
導入後 2025年8月

58,123 約9.5倍

CPI 196.84円 / ROAS (LTV) 182.33%

獲得数が増えただけでなく、獲得したユーザーの収益性（ROAS）も広告費を上回る水準を維持しています。

日別インストール数（2025年6月～8月）



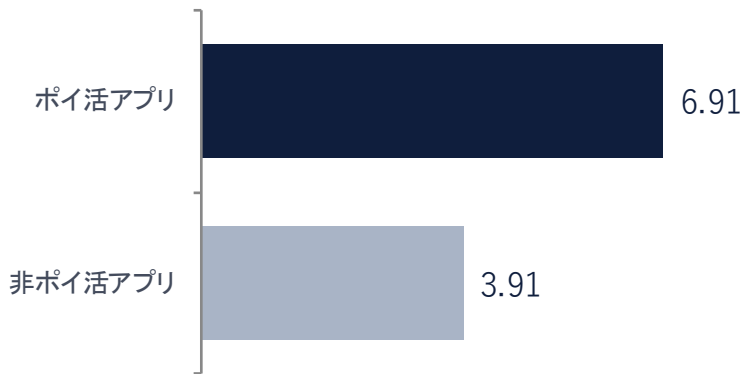
8月にポイ活訴求の動画広告を開始した直後から、インストールが立ち上がっています。

ポイ活で、獲得効率はどれくらい変わるか

IPM（1,000回の広告表示あたりのインストール数）で比べると、ポイ活アプリは約1.8倍

IPM とは

Installs Per Mille = 広告が1,000回表示されたときに、何件インストールされるか。広告の「当たりやすさ」を表す指標で、高いほど同じ表示回数（≒同じ広告費）で多くのユーザーを獲得できます。



Unity Ads調べ・平均IPM（Spend加重）

同じ広告費なら

1

獲得ユーザー数が約1.8倍

100万回の表示で、3,910件 → 6,910件のインストール。

同じ獲得数なら

2

必要な広告費は約4割減

同じ件数を獲得するのに必要な表示回数が約57%で済みます（ $3.91 \div 6.91$ ）。

結果として



CPIが下がり、獲得競争で優位に

獲得競争の激しいカテゴリほど、この差がそのまま競争力の差になります。

導入しないと、何ができるか

放置するほど差が開いていく3つの論点

1

収益の機会損失

取れたはずのオファーウォール収益が、ゼロのまま積み上がりません。

2

使われる理由の目減り

AIの普及でアプリの数は増え続け、供給過多に。選ばれる理由が要ります。

3

獲得競争での劣後

1.8倍の効率差は、そのまま広告獲得市場での競争力の差になります。



自社でやると、壁が4つある

ポイ活機能の内製は、想像より重い



開発コスト

オフアウォール連携、電子マネー交換、UI/UX構築、ポイント設計。すべてを自前でつくる必要があります。



法務の整理

整理しなければならない論点が数多くあり、リリース前の工数として効いてきます。



特許の存在



ゲーム × ミッション × 電子マネー交換は当社が特許を取得済み。ゲームでは自社実装で出せません。



セキュリティ

電子マネー交換は実質「お金」を扱うこと。不正なポイント増殖やなりすましへの対策が必須です。

ポイリンクとは
アプリにポイ活機能とオファーウォールを、
簡単に導入できるプラットフォームです。

ミッション達成

アプリ内の行動でポイントを付与



電子マネー交換

貯めたポイントを電子マネーへ



オファーウォール

案件達成で収益が発生



オファーウォールの仕組み

ユーザーが案件の条件を達成すると売上が発生し、報酬としてポイントを受け取る広告形式です

1 アプリ内導線



2 案件を選ぶ



3 ポイント付与



第3の収益の柱

動画広告・課金に次ぐ収益源。単価の高い案件が複数並びます。



UXを損なわない

自動表示ではなく、ユーザーが自分でバナーをタップして開く形式です。



能動的に選ばれる

ユーザー自身が案件を選ぶため、一度に多くのポイントを稼げます。

参考：共通ポイントサービス「Ponta」関連アプリでは、ポイ活×オファーウォールで3か月で売上10倍に貢献した事例があります（PR TIMES：
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000003.000150604.html>）

ポイリンクの4つの特長

つくらずに、早く、世界観を壊さずに



初期費用0円・最短1週間

初期費用は無料。1つのSDKで、最短1週間程度でのアプリ導入が可能です。



ダッシュボードでほぼ完結

管理画面上でミッションを組み込みます。
※成果地点のタイミングのみ送信対応が必要です



世界観を壊さないUI/UX

フォントカラー、ボタン画像、ボタンの効果音までカスタマイズできます。



固定費・運用コストは0円

初期費用も月額固定費もなし。サーバー費用などの運用コストも当社が負担します。

世界観は壊さず、運用は管理画面で完結

UIはアプリ事業者側でカスタマイズ可能。収益もミッション成果も一画面で管理できます



UIカスタマイズ

- テーマカラー
- フォント
- ポイントのアイコン
- バナー画像
- ボタン画像・効果音
- ポイントの単位（50P→50EP）

ダッシュボード



収益分析・ユーザー履歴の確認・ミッションの一括登録／更新・
月次の確定収益と支払い通知書の確認

料金

はじめるコストは、かかりません

初期費用

0円

月額固定費

0円

運用コスト

0円

初期費用・月額固定費はかかりません。サーバー費用などの運用コストも当社が負担するため、導入にあたって先行して発生する費用はありません。

※ ユーザーが実際に交換したポイント分（および交換サービスの手数料）は、ポイント原資としてアプリ事業者のご負担となります。交換手数料分をユーザー側の交換レートに乘せることも可能です。

ロードマップ

導入後も、使える範囲が広がっていきます

対応中

Web対応

アプリだけでなく、Webサービスにもポイ活を。

次

既存アプリポイントとの連携

すでにお持ちのポイントと接続して使えるように。

その先

海外対応

韓国・北米などへ展開。韓国語版を準備中で、英語版・中国語版も対応予定です。

CONTACT

初期費用は0円。
まずは、話を聞くところから。

ご不明点等がございましたら、担当者までお問い合わせください。



株式会社ポイリンク

東京都豊島区東池袋2丁目62番8号 BIGオフィスプラザ池袋11F

<https://poilink.com>

担当：八須 竜馬 ryuma_hachisu@poilink.com

