

Adjust、アプリの年末年始休暇に関する最新インサイトを発表

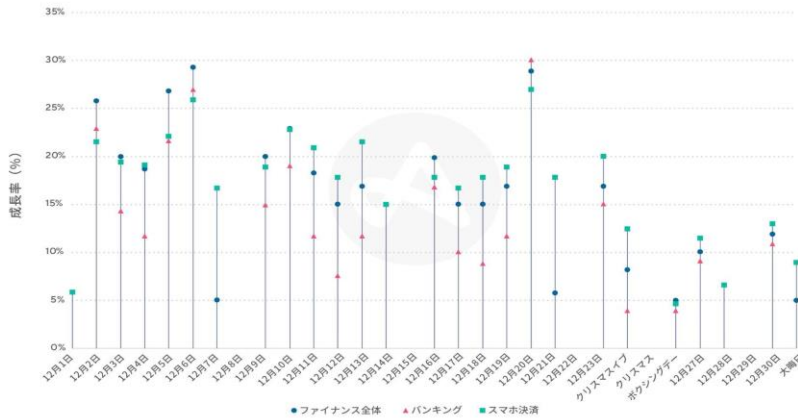
～ショッピングアプリやファイナンスアプリなど

モバイルアプリの利用から見る年末年始の新習慣について解説～

モバイルアプリの計測・分析ツールを提供するAdjust（本社：独・ベルリン、CEO：アンドレイ・カザコフ、日本ゼネラルマネージャー：佐々直紀）は、2024年の年末年始休暇におけるモバイルアプリ利用のトレンドや最新のインサイトを発表しました。本インサイトでは、プレゼントの予算管理やパーティの計画、フィットネス目標の設定、ショッピング、ゲームプレイなどモバイルアプリの活用について解説しています。

年末年始に活発化するファイナンスアプリの利用率

ファイナンスアプリセッションの成長率（グローバル）：2024年の年間平均との比較



12月は、全体を通してファイナンスアプリの利用が活発化しました。特に12月20日にはファイナンスセッションのポイントが年間平均を29%上回りました。これは、クリスマス控えたユーザーが年内にやり残したタスクを片付けたことが主な要因と考えられます。一方で、クリスマスイブとクリスマス当日はアプリの利用が一時的に低下しましたが、クリスマスを過ぎると再びアプリの利用が増加します。12月30日には決済アプリの利用が13%増加し、ファイナンスアプリ全体の利用も再度急増しました。この傾向は、年末の支払いを済ませ、新年に向けた資金管理を始めるユーザーの行動を反映しています。

ショッピングアプリはお得情報解禁と共に使用率が急増

年末年始の買い物は長期にわたるため、12月初旬から早期の特別割引を目当てにアプリ利用が増え始めました。実際、12月1日にはお得情報がきっかけでアプリのインストール数が1日の平均を42%上回りました。この勢いは12

ADJUST

月2日にも続き、インストール数は30%増加、マーケットプレイスのセッション数も15%増加しました。これは、最終セールを待たずにユーザーが買い物を始めていることを示唆しています。

12月15日には再びピークを迎え、お得情報をきっかけにアプリのインストール数が26%増加しました。これは、休暇直前にプレゼントや年末バーゲンの買い物に集中したためです。ショッピングアプリのアクティビティはクリスマス前に一時的に落ち込んだものの、歳末セールや自分へのご褒美を目的に年末のショッピングを楽しむユーザーが多く、セッション数はクリスマス後に増加しました。

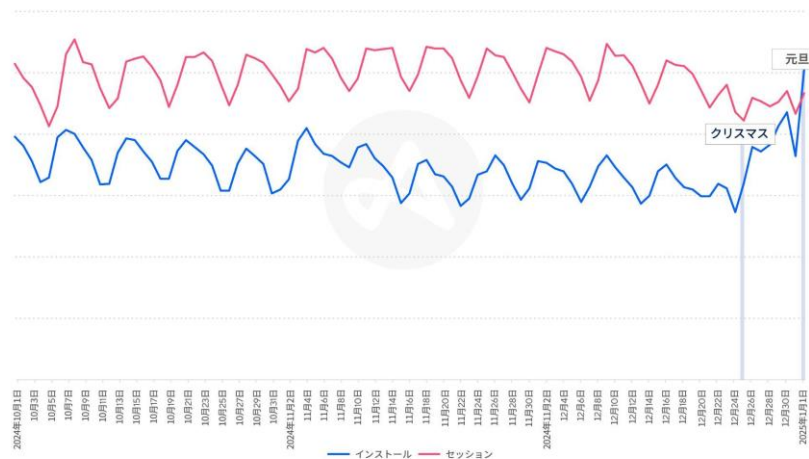
クリスマス前と年末年始に高まるレストラン予約アプリの需要

年末年始シーズンが始まると、食事会やパーティーなどの計画により、レストラン予約アプリに利用が集中しました。インストール数は12月7日に年間平均を111%上回りピークに達し、セッション数も44%増加しました。12月14日にはインストール数が122%増加し、セッション数は48%増加しています。これは、年末の集まりを前もって計画する場合でも、直前に決める場合でも、ユーザーがレストランの予約アプリを活用していることを示します。

クリスマスイブとクリスマス当日はアクティビティが一時的に停滞しましたが、クリスマス後にはエンゲージメントがすぐに回復しました。12月31日にはインストール数が2024年の平均を152%上回り、セッション数も66%増加したことから、ユーザーが年末年始の準備を進めていることが分かります。

ヘルス&フィットネスアプリの使用率増加は新年の目標設定が要因

ヘルス&フィットネスアプリのインストールとセッションの成長率（グローバル）



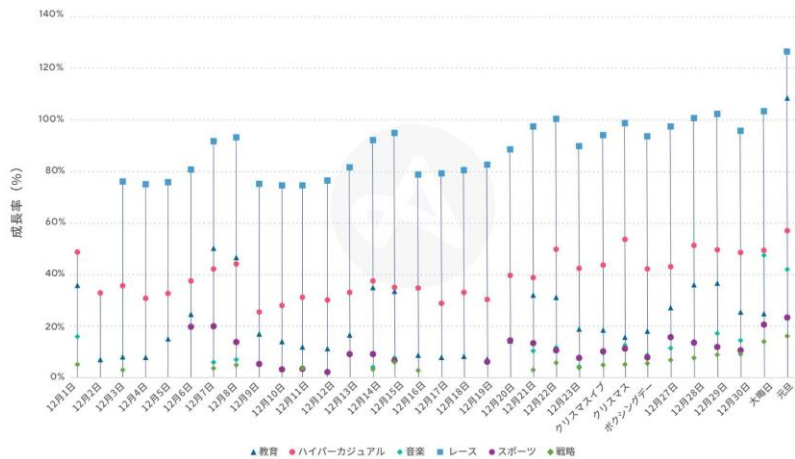
ヘルスケア&フィットネスアプリのエンゲージメントは安定して推移しましたが、クリスマス後に新年の目標を立てるユーザーによりアクションが急増しました。例年、クリスマスイブとクリスマス当日にはエンゲージメントが減少しますが、今年もインストール数は18%、セッション数は7%減少しました。しかし、12月26日には、翌年のヘルスケアに関する目標を立て始めたユーザーによってインストール数が11%増加しました。

ADJUST

さらに、12月末にはヘルス&フィットネスアプリのアクティビティが急増し、12月30日にはインストール数が27%増加しました。さらに、新年に多くのユーザーが新たな目標に取り組み始めたため、2025年の元旦にはインストール数が46%増加する結果となりました。

忙しい年末年始の休日に手軽に楽しめるゲームアプリのセッション数が急増

ゲームアプリセッションの成長率（グローバル）：2024年の年間平均との比較



ゲームセッション数は、ジャンルを問わず安定して増加しました。特に月末には大きな伸びを見せ、新年を迎えるにあたって参加型のエンターテインメントの需要が高まった影響もあり、元旦には最大のセッション数を記録しました。特に、レーシングゲームはピーク時のセッション数が年間平均を124%上回る結果となりました。これは、年末年始の休暇中にユーザーがエネルギッシュなエンターテインメントを楽しんだことが要因と考えられます。さらに、ハイパーカジュアルゲームのセッション数も57%増加し、忙しい年末年始において手軽に楽しめるエンターテインメントが好まれていることを示しています。一方、教育ゲームは月末に大きな成長を見せ、セッション数が106%増加しました。また、音楽ゲームも高いエンゲージメント数を記録し、大晦日には47%増加、元旦には41%増加しました。

Adjust 日本ゼネラルマネージャー 佐々直紀

年末年始のモバイルアプリ利用トレンドを振り返ると、ユーザーのライフスタイルや行動がますますモバイル中心にシフトしていることが明確にわかります。また、Adjustのデータが示すように、時期ごとにどのモバイルアプリがピークを迎えるかは異なります。そのため、適切なタイミングで適切なコンテンツを提供することが、マーケティング成功の鍵となります。Adjustは、こうしたインサイトをもとに、メーカーの皆様がユーザーのニーズやタイミングに応じた最適なマーケティング戦略を展開できるよう、引き続きサポートしてまいります。

Adjustについて

Adjustは、モバイルアプリやコネクテッドテレビ（CTV）など、プラットフォームをまたいでアプリを計測し、アプリの成長を目指す世界中のメーカーから信頼を得ています。急成長中のIT企業から、初めてアプリを立ち上げる実店舗を運営する企業まで、アプリマーケティングのあらゆるステージで顧客と連携しています。Adjustの強力な計測・分析スイー

ADJUST

トが提供する可視性とインサイト、必須ツールが、マーケターがより優れた成果を達成できるようサポートします。Adjustは、AppLovin（Nasdaq : [APP](#)）のグループ会社で、本社所在地はドイツのベルリンです。