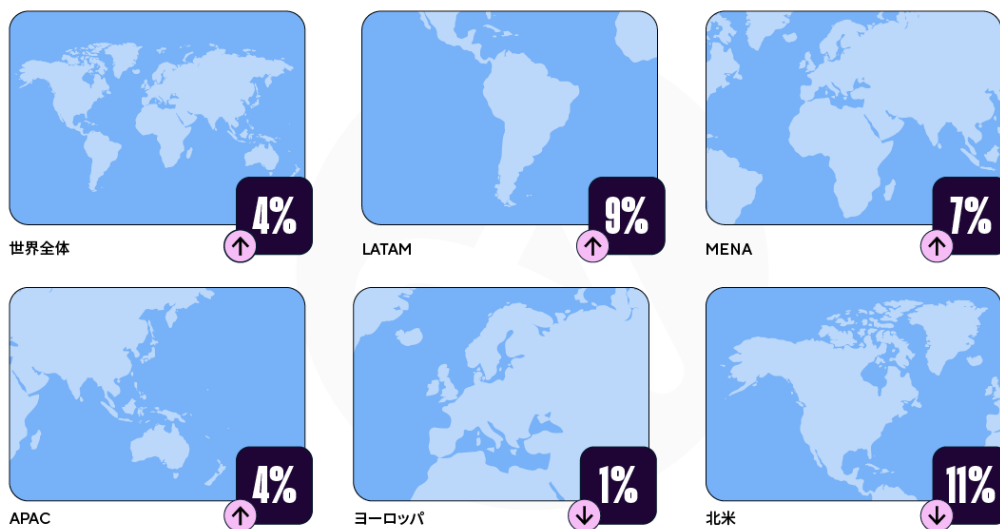


Adjust、「ゲームアプリインサイトレポート 2025」レポートを発表 ～成長を牽引する新興市場の動向やカテゴリ別の成長パターンを分析し、 2025年に求められるユーザーエンゲージメント戦略を解説～

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、最新の「[ゲームアプリインサイト 2025](#)」レポートを発表しました。2024年のゲーム業界では、アプリのインストール数が前年比4%増加した一方、セッション数はわずかに減少（-0.6%）しました。本レポートでは、2023年に低迷したゲーム業界がどのように回復し、2024年の成長を維持しながら、ユーザーの継続率と定着率の向上が期待される2025年の展望について解説しています。

モバイルゲームの成長をリードする新興市場

世界のゲームアプリインストール数は2024年に前年比4%増、
LATAM (9%増)とMENA (7%増)が成長を牽引



出典: Adjust「ゲームアプリインサイトレポート2025」

ADJUST

Adjust 調査によると、2024年における世界のゲームアプリインストール数は、MENA（中東と北アフリカ地域）が前年比7%増、LATAM（ラテンアメリカ地域）が9%増と、他の地域を上回る成長を記録しました。セッション数も同様に増加しており、MENAは7%増、LATAMは5%増となっています。一方で、北米ではインストール数が前年比11%減、セッション数が14%減と、ユーザーエンゲージメントの低下が見られました。

APAC（アジア太平洋地域）では、インストール数が4%増加したものの、セッション数は3%減少しており、ユーザーの継続率が課題となっています。ヨーロッパでは、インストール数が1%減、セッション数が6%減となり、ユーザーエンゲージメントの低迷が示唆されています。

ATT オプトイン率が世界的に上昇

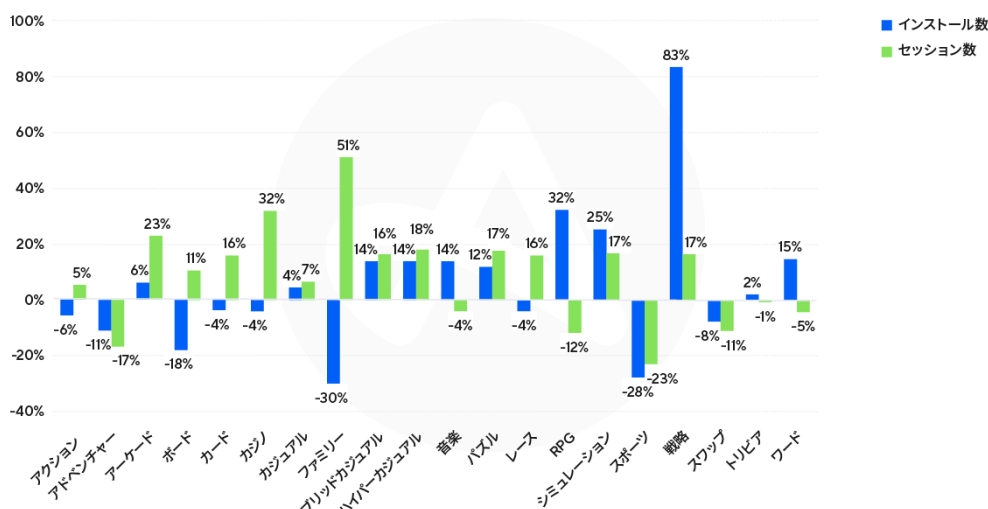
2024年第1四半期のApp Tracking Transparency（ATT）オプトイン率は、37.5%でしたが、2025年第1四半期は37.9%へとわずかに上昇しました。特に、アーケードゲームでは、オプトイン率は42.4%から59.3%へと大幅に増加しています。その他、スポーツゲームが54.1%、カジノゲームが38.3%、アクションゲームが45.9%と、それぞれオプトイン率が上昇しました。一方で、ハイパーカジュアルゲームはわずかに減少しました。

地域別に見ると、MENA市場でのオプトイン率は約50%を維持しており、米国では約32%と安定しています。

カテゴリー別のインストール数とセッション数の成長パターン

世界のゲームアプリ:カテゴリー別インストールとセッションの前年比成長率 (2023年~2024年)

2024年の戦略ゲームインストール数は前年比83%増、カジノのセッション数は32%増



出典: Adjust「ゲームアプリインサイトレポート 2025」

Adjustのデータによると、2024年に世界全体で最もインストール数の割合が高かったカテゴリーは、ハイパーカジュアルゲームで全体の27%を占めました。しかし、セッション数の割合は11%に留まり、離脱率の高さが示されています。

一方、アクションゲームはインストール数の割合が10%と低いものの、セッション数の割合は21%を占め、継続率とユーザーエンゲージメント率の高さが確認できます。また、プレイヤーが最も長時間プレイしたのもアクションゲームで、アプリ内滞在時間の平均は45.15分となっています。

さらに、前年比で最も高い成長率を記録したのは、インストール数 83%増の戦略ゲームでした。また、セッション数の増加が顕著だったのは、カジノゲーム（32%増）とアーケードアプリ（23%増）で、いずれもユーザーエンゲージメントの高さが示されています。

2025 年のモバイルゲーム業界の重要トレンドは以下のとおりです。

- AI を利用したパーソナライゼーションでプレイヤーのエンゲージメントを向上：AI の活用により、ゲーム内のユーザー体験や継続率の予測戦略が変革し、顧客生涯価値（LTV）の向上が期待されます。
- クロスプラットフォームプレイの拡大：モバイル、PC、コンソール間のシームレスなプレイ環境が整うことで、アプリ内滞在時間が増加し、顧客生涯価値の向上につながります。
- ハイブリッド収益化の採用拡大：開発者は、アプリ内購入、広告、サブスクリプション、バトルパスなどを組み合わせ、収益源の多様化を進めています。
- 新たなユーザー獲得手法の登場：コネクテッド TV（CTV）、インフルエンサーマーケティング、代替アプリストアの活用により、プレイヤーの新しいゲーム発見の形が変化しています。

Adjust コンテンツ・インサイト部門ディレクター ティアン・ウェツラー（Tiahn Wetzler）

「市場の変動期を経て、モバイルゲームは再び成長軌道に乗っています。特にまた、ラテンアメリカ（LATAM）や中東および北アフリカ（MENA）などの地域では、モバイルファーストの動きが加速しており、短期間のユーザー獲得よりも、プレイヤーとの長期的な関係性を重視するゲーム開発者やマーケティングにとっては大きな成果が期待できるでしょう」

Adjust 日本ゼネラルマネージャー 佐々直紀

「日本のモバイルゲーム市場は安定成長を続ける一方、ユーザー獲得競争が激化する中で長期的なエンゲージメントの確保が課題となっています。特にアクションや RPG では、パーソナライズ強化による継続率向上が鍵となるでしょう。また、クロスプラットフォーム化の進展による、モバイル、PC、コンソール間のシームレスなプレイ環境は新たなビジネスチャンスに溢れています。Adjust は、こうしたプラットフォームを横断した効果計測、分析ツールを通じて、日本のゲームアプリ企業が市場の変化に適応し発展できるよう支援してまいります。」

詳しい内容や具体的な実践方法については、[レポートをダウンロード](#)してご確認ください。

Adjust について

[Adjust](#) は、デジタル広告やコネクテッドテレビ（CTV）、地上波テレビや QR コードまで、様々なキャンペーンのアプリインストール効果を計測し、その分析環境を提供することで、アプリの成長を目指す世界中のマーケティングから信頼を得ています。急成長中のテック企業から、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 が提供する強力な計

ADJUST

測・分析ソリューションから得られる可視性とインサイトが、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 (アップラビン、NASDAQ:APP) のグループ会社です。