



報道関係各位

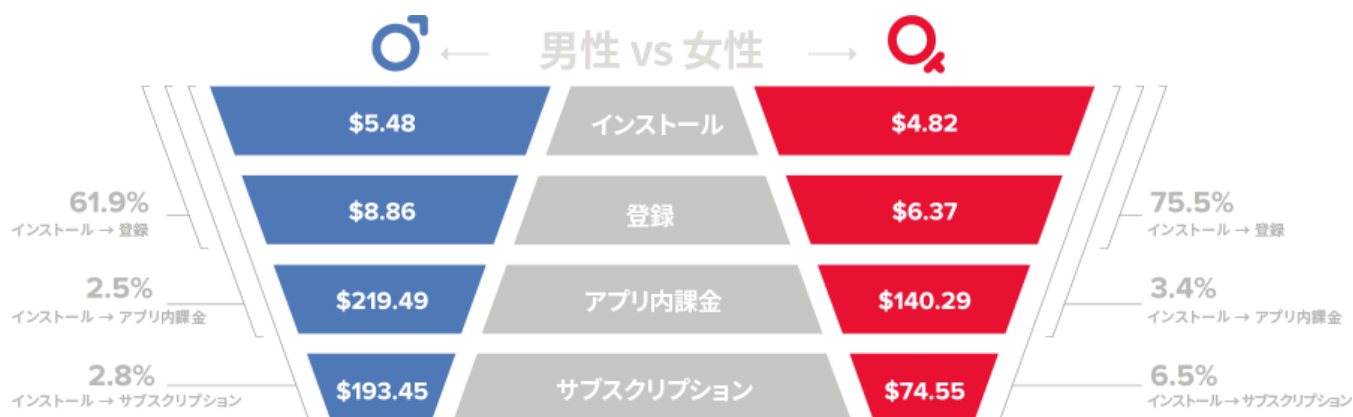
2018年10月10日
adjust 株式会社

Adjust と Liftoff、日本市場のアプリユーザーの エンゲージメントを分析した調査結果を発表

日本人女性はアプリ市場において重要なユーザーであることが明らかに

adjust（アジャスト）株式会社（本社：独・ベルリン、代表取締役社長兼共同創業者：クリスチャン・ヘンシエル）と、Liftoff Mobile 株式会社（本社：米・パロアルト、代表取締役社長兼共同創設者マーク・エリス）は、日本のユーザーのモバイルアプリ利用に関する調査結果を共同発表いたしました。日本の消費者のアプリストアにおける購入額は約 140 億ドルで世界第 3 位の市場となっており、世界の経済先進国の中でも、日本のモバイルユーザーのアプリ内課金額は歴史的に他の国を大幅に上回っています。今回の調査では、日本ユーザーの中でも特に女性が、アプリ市場において重要な役割を担っていることが明らかとなりました。

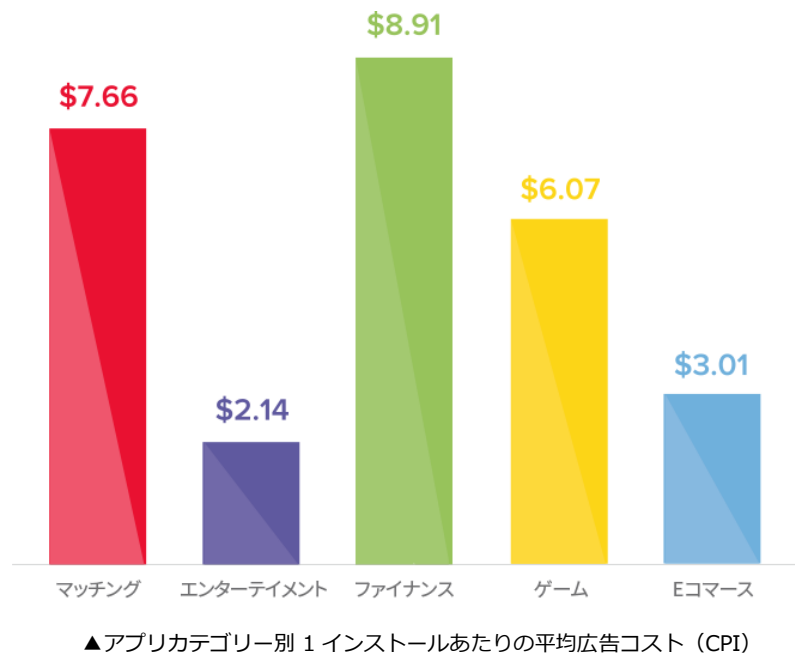
日本の女性は、男性に比べ 2 倍のインストールを行う



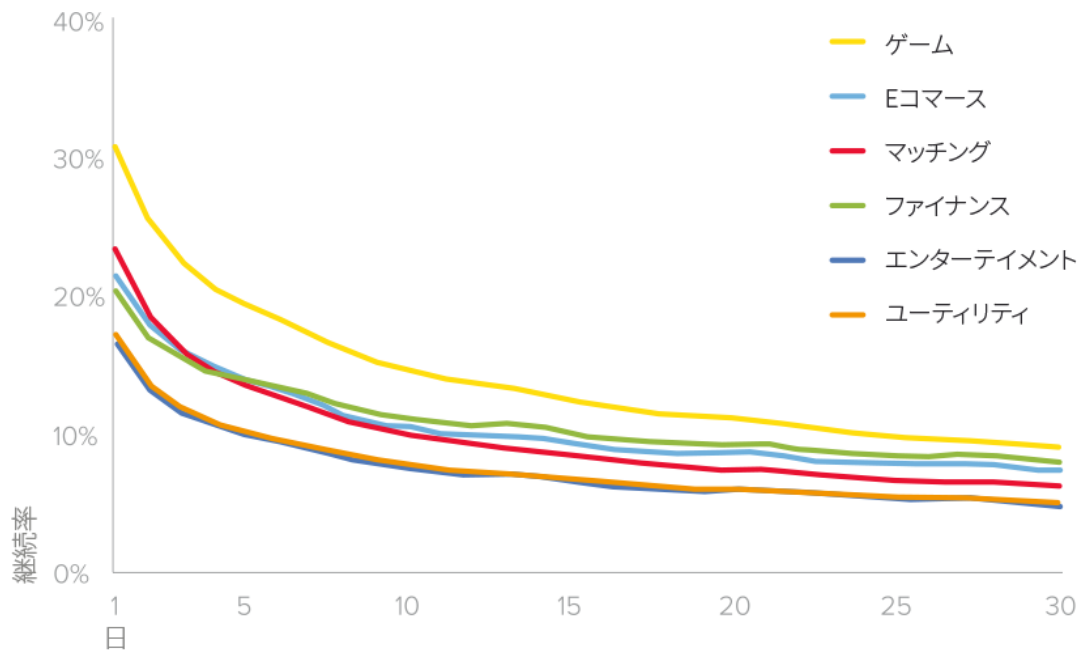
▲性別による広告コストとエンゲージメントの比較

今回の調査から、日本の女性は男性に比べ 2 倍のアプリをインストールしており、エンゲージメントにおいても女性が男性を上回っていることが明らかになりました。アプリをインストールした男性ユーザーの 2.5%がアプリ内課金を行うのに対し、女性は 3.4%のユーザーがアプリ内課金を行います。また、アプリ内課金を促すために男性は女性の 56%多く広告コストがかかっており、サブスクリプションにおいても男性は女性に比べ 159%もコストが多くかかることが明らかになっています。日本女性がゲームやビデオ、音楽などのエンターテインメントを利用する時の選択手段としてスマートフォンを見ている時間が長いことや、女性の方が新しいアプリに対して寛容で、その後のアプリ内課金にも積極的であることが伺えます。この結果は、女性をターゲットにしたアプリキャンペーンの方が、男性をターゲットにしたものよりも効果が高いことを示唆しています。

広告コストはかかるが、エンゲージメントが高い日本のユーザー



日本で、1 インストールあたりの広告コスト (CPI)の 平均を見た場合に、ファイナンス、マッチングアプリ、ゲームアプリにおいて、新規のモバイルユーザー獲得に高いコストがかかることが判明しました。また、日本市場における 1 エンゲージメントあたりの広告コストは、多くのアプリカテゴリーで高い傾向があることがわかりました。例えば、1 インストールあたりのコスト (CPI) は 5.5 ドルと世界の平均の 2 倍となっており、男性に限ると、日本の男性の CPI は世界のどこよりも 14%も高くなっています。1 アクションに対するコストも高く、例えば、1 回あたりの登録には平均して 9 ドルのコストがかかっています。



▲アプリカテゴリー別の継続率

インストール後 30 日間の継続率が最も高いのがゲームアプリで、1 日目に 30%、30 日目には 9% となります。最も低いのがエンターテイメントアプリで、インストール 1 日後の継続率はわずか 16.6%、30 日目の継続率は 5.0%になっています。日本のユーザーは、インストールはするものの、直感的に使用価値を見出せないアプリの継続を止めてしまう傾向があります。しかし、日本のユーザーはインストールからアクションまでのエンゲージメント率が特に高く、継続率は米国を 3%上回っており、さらに主要国の平均値を上回っていることから、日本のユーザーは世界でも最も忠実なユーザーであると言えます。

日本のアプリユーザーのエンゲージメントを分析した調査レポートの詳細は、こちらからご確認いただけます。

<https://info.liftoff.io/ja/2018-japan-engagement-report>

※本レポートは、Adjust と Liftoff が所有する 2017 年 8 月 1 日から 2018 年 7 月 31 日の間に発生した、1 億クリックと 145 万インストールに対する、90 億以上のインプレッションからサンプリングしたデータを元に作成されました。

Adjust 株式会社 会社概要

Adjust は、ユーザーの行動分析、広告の効果測定、及びアプリ不正インストールの防止を可能にする総合的なモバイルアプリの計測プラットフォームです。Adjust SDK 搭載のアプリのアクティブユーザーは世界で 13 億を超えており、グローバルで最も使用されています。また、クラウドサービスを使用せず、独自のプラットフォームサーバーからサービスを提供する、業界でも特別な存在となっています。また、透明性の高いオープンソースの計測ソフトウェアや、マーケティング詐欺行為などの不正を防止するビルトイン型のツール、さらにあらゆるタイムゾーンに対応するレポート機能などが Adjust の強みとなっています。

Adjust は、Facebook、Twitter、Google、LINE、Snap、Naver、WeChat の正式マーケティングパートナーになっており、国内外の主要広告ネットワークパートナーとも統合済みです。楽天、リクルート、グリー、ディー・エヌ・エー、メルカリなど国内 400 社以上のトップパブリッシャーを始め、マイクロソフト、Zynga、Spotify といったグローバルブランドを含む 23,000 以上のアプリで、パフォーマンス向上のために Adjust のソリューションが導入されています。

2012 年に独・ベルリンで設立された Adjust は東京、ベルリン、サンフランシスコ、ニューヨーク、パリ、北京、上海、ソウル、シンガポール、ムンバイ、サンパウロなど世界 14 都市にオフィスを構えています。日本ではアプリ計測プラットフォームを提供する海外勢の中で最大のシェアを占めています。東京オフィスは 2014 年 11 月に最高売上責任者（CRO）のショーン・ボナムにより設立され、カントリーマネージャーの佐々 直紀を筆頭に、現在 20 名以上の営業・カスタマーサポート・マーケティング担当者が日本市場で徹底したサポートを提供しています。

Target Partners、Capnamic Ventures、Iris Capital、and Active Venture Partners 等のベンチャーキャピタルから資金を調達しています。

公式ホームページ：<https://www.adjust.com/ja>

公式 Facebook：<https://www.facebook.com/adjustJapan/>

Liftoff Mobile 株式会社 会社概要

Liftoff は、パフォーマンスベースでモバイルアプリ新規ユーザー獲得およびリエンゲージメントを提供するプラットフォームです。インストール後のユーザーデータを使用して、アクション単価でユーザーの獲得を実現するキャンペーンを展開します。先進的な機械学習と類似ターゲティング機能により、Liftoff のキャンペーンは、インストール後に会員登録、物品の購入、ホテルなどの予約

などのアクションを促進するように最適化されています。Liftoff はカリフォルニア州パロアルトを本拠地とし、東京、ニューヨーク、ロンドン、パリ、シンガポールなどの各拠点から、世界をリードするアプリのパブリッシャーやブランドと共にビジネスを展開しています。昨年7月に開設した東京オフィスでは、カンントリーマネージャーの天野 耕太を中心に数名のメンバーで日本および韓国の顧客のサポートをしています。

公式ホームページ： <https://liftoff.io/ja/>