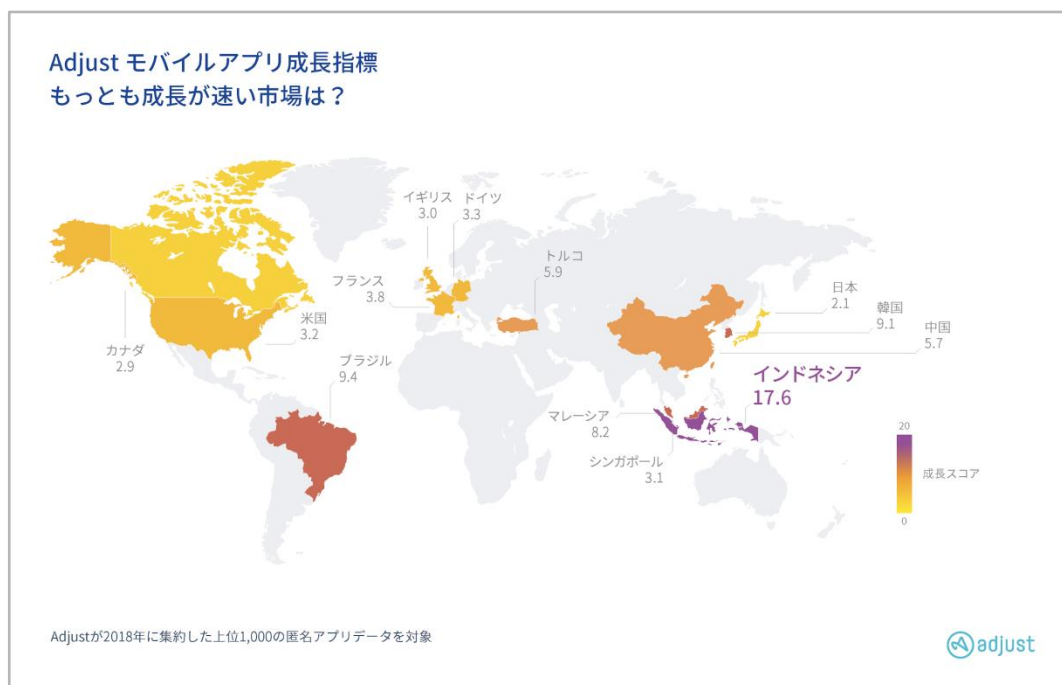


Adjust がモバイルアプリ市場の動向を調査・分析した Adjust Global App Trends 2019 レポートを発表

日本ではミッドコア及びカジュアルゲームに続き E コマースアプリが
人気の高いカテゴリー上位にランクイン

- アプリはインストール後、最初の 1 週間で 79% のユーザーを失うことが明らかに
- アドフラインドの被害は E コマースやマッチング、モバイルバンキングアプリにおいて大きいことも判明



インドネシア、ブラジル、韓国がアプリ市場において急成長

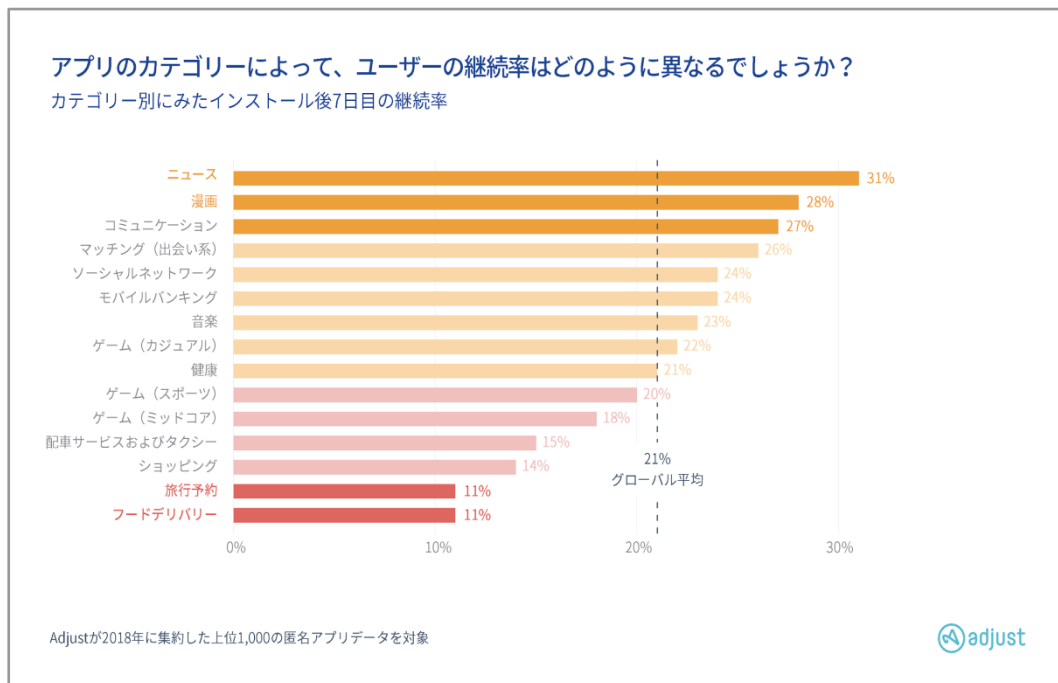
モバイル計測およびアドフラインド防止の業界リーダーである adjust (アジャスト) (株式会社本社：独・ベルリン、代表取締役社長兼共同創業者：クリスチャン・ヘンシエル) (<https://www.adjust.com/ja>) は、モバイルアプリ市場の動向とその成長についてカテゴリー・国別にまとめた「Adjust Global App Trends 2019」レポートを本日発表しました。Adjust が集約した 2018 年の上位 1,000 のアプリから得た匿名データを基に調査が行われ、その規模は 70 億のインストールと 1,200 億のセッションに及びます。

本レポートでは、世界のアプリ市場で急成長を遂げているアプリや継続率の高い人気のアプリカテゴリーを解明し、セッション数、時間帯毎の使用状況、アドフraud（広告不正）の影響などを詳しく調査しています。更に、今回初となる Adjust の新指標「**成長指標（Growth Index）**」を導入してアプリのインストール数を新たな切り口から分析し、カテゴリー別、市場別にモバイルアプリの動向を解説しています。

アプリの成長が最も著しい国はインドネシア

成長指標は、1ヶ月あたりのインストール数を MAU（1ヶ月のアクティブユーザー数）で割り、カテゴリーと国別に計測したものです。この方法により、1ヶ月のアクティブユーザー数に対するインストール数の成長の割合を知ることが可能になりました。主な結果は以下の通りです。

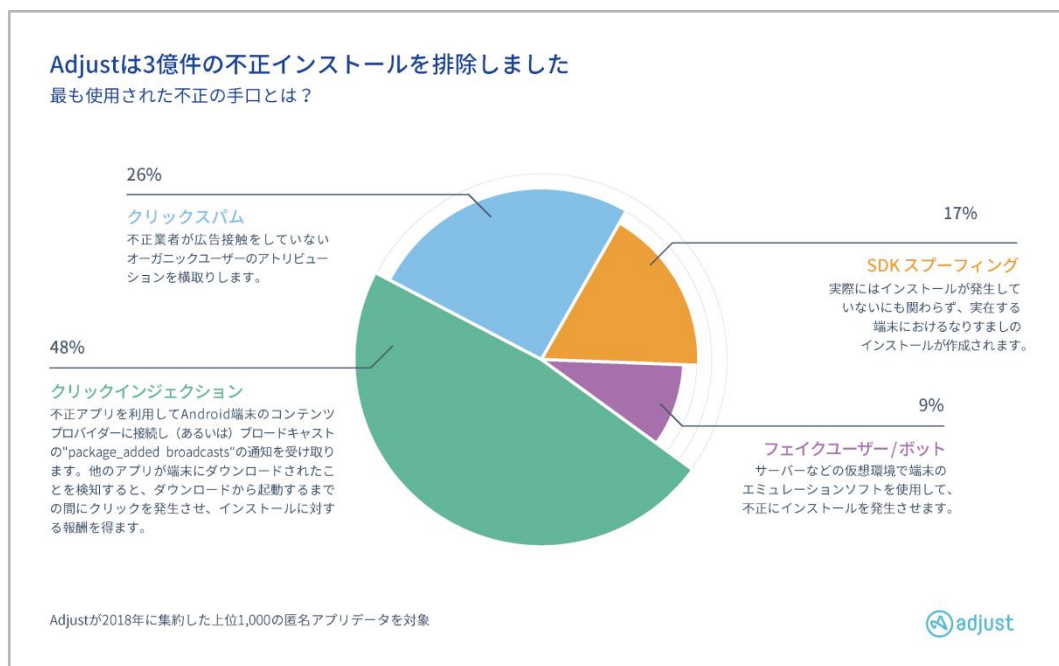
- 東南アジア最大の経済を誇るインドネシアは、アプリ市場において最も成長の著しい国であり、ブラジル、韓国、マレーシア、トルコがそれに続きます。
- カテゴリー別では、2018 年はミッドコアゲームが最大の成長（18.52）を遂げています。ライドシェア、配車サービスとタクシー関連のアプリ、スポーツゲームアプリなども大きな伸びを示し、続いてビデオとストーリーミングアプリ（4 位）やマッチングアプリ（5 位）が高順位でした。



急成長しているアプリの継続率は高いのか？

レポートでは、成長率の最も高いアプリのカテゴリーにおいて、そのアプリユーザーの満足度も高いかどうかを見極めるのに役立つ、継続率（インストール後にアプリを使い続けるユーザーの割合）やセッション数（ユーザーの1日におけるアプリ起動回数）にも焦点を当てています。

分析結果によると、インストールした日からインストール後 1 日目の間に平均で 69%のユーザーを失っていることが分かります。またインストール後 1 日目から 7 日目の間で継続率は 21%に下がり、平均するとインストール後の 1 週間で 79%のユーザーを失っています。そのような中、ニュース（31%）と漫画（28%）のアプリはインストール後 7 日目の時点でも引き続き高い継続率を保っており、1 日のセッション数は平均して 2.2 となっています。一方、スポーツやミッドコアゲームは 1 日目から 7 日目の間に最も高いユーザーの離脱率を示しており、この期間内にユーザーの 10%以上を失うことが明らかとなりました。国別にセッション数をみみると、日本ではソーシャルネットワーク、ミッドコアゲーム、マッチングアプリに続いてカジュアルゲームと音楽アプリが上位カテゴリに入っており、高いエンゲージメントを示しています。



アドフラウドは依然として全てのカテゴリにおいて深刻な問題

レポートではまた、アドフラウド（広告不正）が依然としてモバイルマーケターにとって深刻な問題であることが明らかとなりました。

Adjust は、2018 年だけで 3 億件近い（269,036,991 件）不正インストールを拒否しました。これらの内、半数近い 48%を占めていたのが[クリックインジェクション](#)で、[クリックスパム](#)（26%）、[SDK スプーフィング](#)（17%）、そして[フェイクユーザー/ボット](#)（9%）と続きます。カテゴリ別では、とりわけアプリの CPA（Cost per actions=顧客獲得単価）が比較的高い E コマースやマッチング、モバイルバンキングが不正の影響を大きく受けていることがわかりました。

Adjust CTO 兼 共同創業者 ポール H. ミュラー

「アドフランドは世界中のモバイル業界の汚点です。マッチングアプリやモバイルバンキング、ショッピングアプリで被害が大きいのも予想通りと言えます。これらのアプリの CPA は非常に高く、不正業者たちはカテゴリーで選んでいるのではなく、単純にお金があるところをターゲットにしていることを認識しておくことが大切です。CPA が高いほど、そのアプリが狙われる確率も高まります。」

Adjust Global App Trends レポートはこちらからダウンロードしてご確認ください。

<https://www.adjust.com/ja/resources/ebooks/adjust-global-app-trends-report-2019/>

Adjust 株式会社 会社概要

Adjust は、モバイル計測およびアドフランド防止の業界リーダーです。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、自社の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。透明性の高いオープンソースの SDK や、長期間のデータの保存が可能なおこと、取得できるデータの多様性と正確性、さらにアドフランドをリアルタイムで除外する機能などが Adjust の強みとなっています。

Adjust は、Facebook、Twitter、Google、LINE、Snap、Tencent 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連携済みです。楽天、リクルート、LINE、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 25,000 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。

Adjust は、2018 年 12 月に、マルチキャンペーン管理プラットフォーム「Acquired.io」、2019 年 1 月には、サイバーセキュリティならび人工知能の開発を専門とした「Unbotify」を買収しました。続いて、2 月にはアドウェイズ社と戦略的パートナーシップを締結しました。これらの活動は、広告主のマーケティング活動を一元化して最高級の製品を構築するという、Adjust の企業目標への取り組みの一部として実現されました。

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、テルアビブ、ソウル、シンガポール、ムンバイ、サンパウロなど世界 15 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として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、カンントリーマネージャーの佐々 直紀を筆頭に、現在 23 名の営業・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/>