

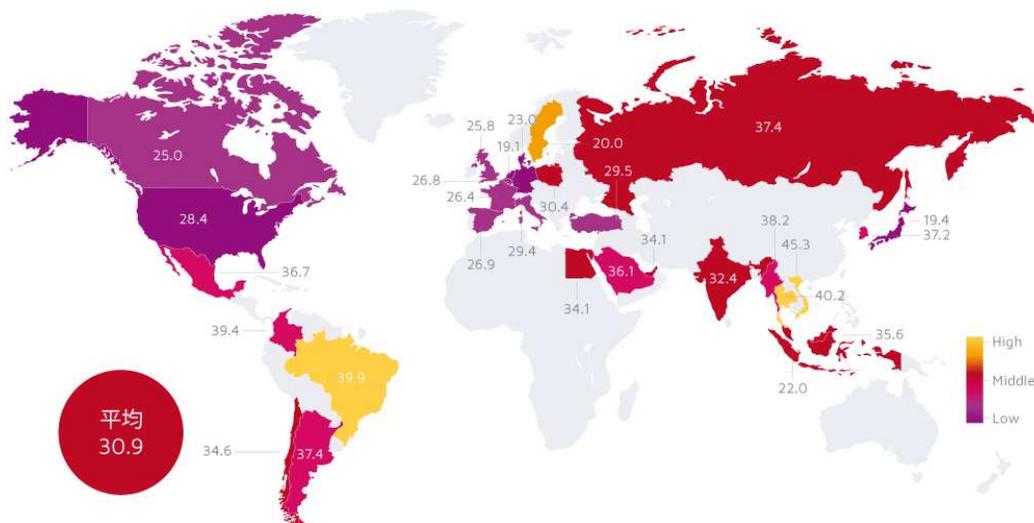
Adjust が「モバイル成長マップ」レポートを発表

高価値を生み出すアプリユーザーを見定め、

継続率を高める施策を効果的に行いたいマーケター必読

～ インストール数以外にも焦点を当てた、新指標「リテンションファクター」を初導入～

国別にみた成長スコア



すべてのデータは、Adjustのプラットフォームから収集し、集約、匿名化したものです。データセットには、3,454のアプリが含まれます。

モバイル計測およびアド Fraud 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・ヘンシェル) は、初の「モバイル成長マップ」レポートを本日発表しました。2018年にリリースされた約3,500のアプリデータを基にしたグローバルレポートは、アプリの成長、継続率、その他の主要な指標を図表化し、31の国と4つのアプリカテゴリー (Eコマース、エンターテインメント、ゲーム、ユーティリティ) のデータを分析して、アプリのパフォーマンスを評価しています。

地域とカテゴリー別に急成長中のアプリ市場を分析

モバイル成長マップでは、Adjust が開発した新しい指標である成長スコア(Growth Score)を使用してグローバル市場でのアプリ成長率を図表化しています。このユニークな測定方法は、月ごとのアプリ合計インストール数を、各業種および国の月間アクティブユーザー数 (MAU) で割り、MAU ベースに対するインストール数の増加率を明らかにします。このモバイル成長マップにより、下記のような特徴が明らかになりました。

- **成長をけん引し、更なる発展が見込まれるのは APAC(アジア太平洋地域)**

急成長を遂げている上位 3 カ国はベトナム、タイ、ミャンマー、そして LATAM (ラテンアメリカ)のブラジルとコロンビアが続き、トップ 5 を占めています。

- **ゲームアプリと E コマースアプリの需要が最も高いのは LATAM(ラテンアメリカ)**

上位 5 カ国のうち 4 カ国が LATAM の国です。全体では、ゲームはインストール数の割合が 33%、ユーザーの総利用時間が 10%、総利用料金は 74%を占めるに至っています。また、LATAM は E コマースアプリの需要が最も高く、メキシコ、チリ、コロンビアではこのカテゴリーが最も著しい成長を遂げています。

- **エンターテインメントアプリの人気の高まり**

成長スコアはベトナム、ロシア、タイがトップ 3 です。日本も 10 位に入っています。それを後押ししているのは、動画ストリーミングサービスの需要の高さです。ディズニーなどの業界大手がユーザー獲得に力を入れている今、この成長傾向はしばらく続くでしょう。

- **インドネシアで急成長しているのはユーティリティアプリ**

インドネシアは、動画アプリとストリーミングサービスの人気に支えられた非常に大きな市場です。5 月に発表された [Adjust Global App Trends 2019](#) レポートの調査でも同様の結果で、インドネシアは「最も急成長している市場」として挙げられました。エンターテインメントやゲームに加えて、ユーティリティはこの国で急成長している分野です。特に天気予報アプリが多く利用され、ユーティリティ全体の躍進を後押ししています。

「リテンションファクター」

Adjust は成長スコア(Growth Score)に加えて、継続率の影響を計測する独自の指標「リテンションファクター」を開発しました。リテンションファクターは、オーガニックユーザーの継続率を有料広告ユーザーの継続率で割ったもの（オーガニックユーザーの継続率 / 有料広告から流入するユーザーの継続率）で、オーガニックと有料広告キャンペーンの効果を比較することが可能になります。

全カテゴリーのうちユーザーの継続率が最も高かったのはゲームで、1日目の平均が34%、7日目が15%でした。しかし、1日目から7日目までに当初の全ユーザー数の19%を失っており、最も急激な減少を示しました。これはカジュアルゲームの影響によるものと考えられます。カジュアルゲームはダウンロードの相当数を占めており、これまでのところプレイヤーの関心を持続させることはできていません。興味深いことに、北米ユーザーの1日目の継続率が、調査した国の中で最も高い結果となりました。

Adjust の共同創設者 兼 CTO ポール・H・ミューラー

「アプリのユーザー拡大は成長戦略の重要な部分ですが、ほとんどのアプリがインストールからわずか 24 時間でお払い箱となるこの市場では、マーケティング担当者はユーザーのエンゲージメントと継続に注力する必要があります。マーケティング担当者は、エンゲージメントを促進してアプリの寿命を延ばすために、離脱の可能性が高いユーザーを見定めるべくデータに基づいた施策を構築する必要があります。しかも、それを継続率が低下し始めるよりかなり前の時点で行わなくてはなりません。」

マーケティング担当者は、成長マップから得られるインサイトを活用することで継続率を効果的に向上させる戦略を構築できます。さらに、ユーザーの動向を観察して最も高い価値を生み出すユーザーを特定し、広告費を効果的に投じながらアプリの成長を拡大させます。

地域・カテゴリーごとの成長と継続率、また、シンガポールやインドなどの APAC(アジア太平洋地域)に着目したレポートの全文は[こちら](#)からダウンロードしてください。

調査方法

Adjust のモバイル成長マップレポートは、31 か国と 4 つのカテゴリーで、2018 年に App Store と Google Play Store でリリースされた約 3,500 のアプリのデータを元に作成されています。成長マップは、成長率、リテンション、有料広告経由およびオーガニックユーザーの主要な指標を図表化しています。また、Adjust が新しく開発した重要指標である「リテンションファクター」を導入し、有料広告を経由したユーザーとオーガニックユーザーの継続率の違いを計測し、様々なチャネルでのパフォーマンス分析を可能にします。このレポートは、アプリマーケティング担当者がビジネスの範囲を広げ、成功への道を開く一助となるよう、グローバル市場の成長の可能性を提示しています。

adjust 株式会社 会社概要

[Adjust](#) は、モバイル計測、不正防止、そしてサイバーセキュリティにおける業界リーダーです。モバイルエコミーの中心で創設され、テクノロジーへの情熱により大きな成長を遂げたグローバル企業である Adjust は、現在、全世界で 15 のオフィスを構えています。

マーケティング活動をよりシンプルでスマート、さらに安全なものにすることで、データ主導のマーケターが世界で最も成功したアプリを構築できるよう支援します。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、NBC Universal、Procter & Gamble、Pinterest、Tencent Games といったグローバルブランドを含む 28,000 以上のアプリが Adjust のソリューションを実装して予算を確保し、そのパフォーマンス向上を図っています。

また最近、Acquired.io と Unbotify を買収し、2019 年 6 月には、ヨーロッパで過去最大となる資金調達ラウンドの 1 つを獲得し、2 億 2,700 万ドルを調達しました。

Adjust は、日本において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おり、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。

公式ホームページ:<https://www.adjust.com/ja>

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