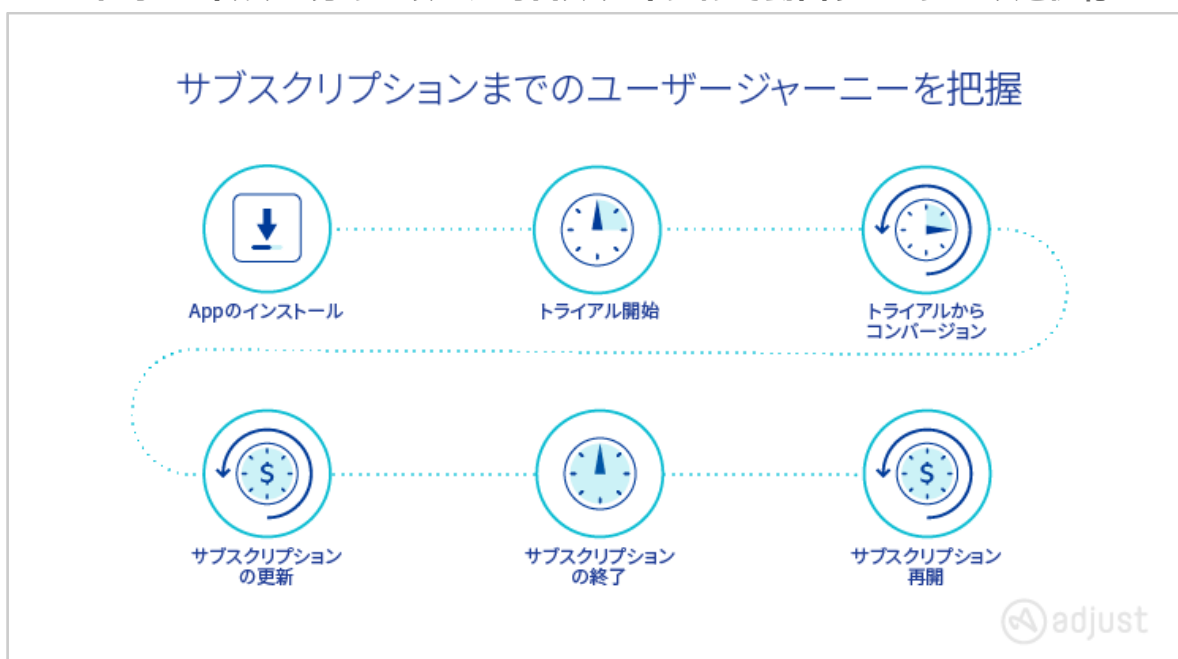


Adjust、サブスクリプション計測機能をリリース ROI を向上させる正確な LTV モデルの構築が可能に

Adjust の最新調査で、モバイルストリーミングとアプリの
サブスクリプションサービス使用の急増が明らかに
米国の消費者がアプリのサブスクリプションサービスにかかる費用は 1 カ月あたり
平均 20 ドル、3 分の一以上が毎日スマートフォンで動画や TV サービスを視聴



グローバルに展開する B2B SaaS 企業である [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、日本ゼネラルマネージャー：佐々直紀) は、本日 [サブスクリプション計測](#) 機能をリリースしました。モバイルアプリのサブスクリプションビジネスが大きく成長する中、マーケターはこの新機能を使ってサブスクリプションのパフォーマンスをより詳細に可視化できるようになります。今回のリリースは、業界の多くの企業がサブスクリプション型の収益化モデルに移行したことを受けたものです。Apptopia のデータによると、アプリベースのサブスクリプションは 2020 年 8 月単体で 2 億ドル以上の売上を達成しており、この成長は [継続していく](#) と予測されます。

Adjust のサブスクリプション計測機能により、マーケターは ROI を向上させる正確な顧客生涯価値モデルを構築できます。以前は、マーケターはユーザーファネルを理解するのに必要な、サブスクリプションデータを得

ることができませんでした。Adjust のサブスクリプション計測をアトリビューションデータと組み合わせることで、どのマーケティングチャンネルが最も長年にわたり高い価値をもたらすサブスクリプションを促しているかを、理解することができます。それにより、マーケターはユーザー獲得への予算を正確に投入し、ロイヤリティを高めて離脱を防止するエンゲージメントキャンペーンを実施できます。

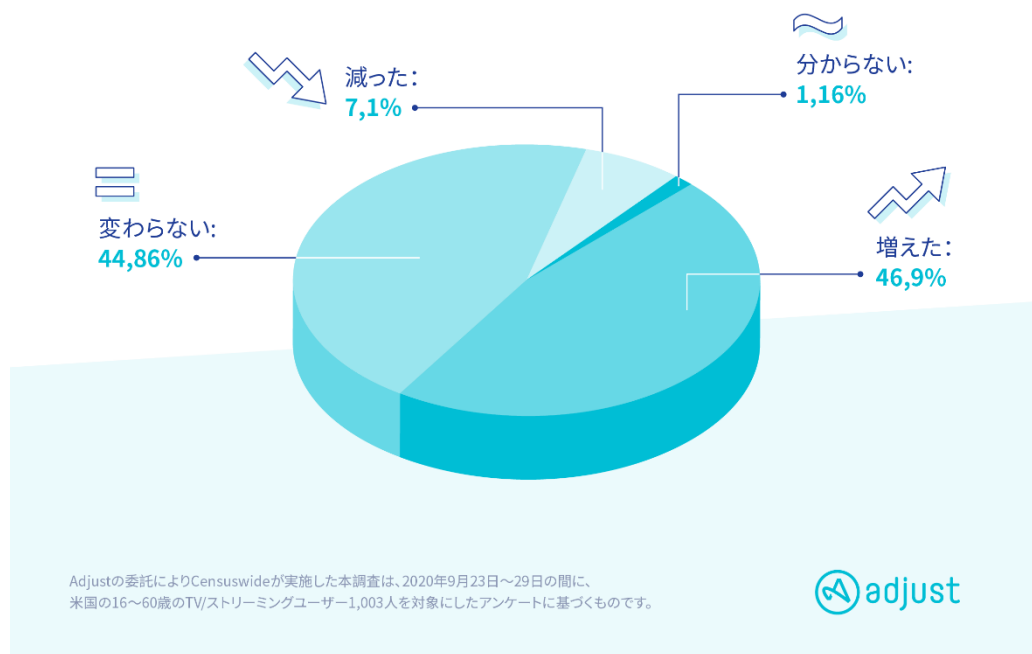
Adjust 共同創業者兼 CTO ポール・H・ミューラー

今年、ユーザーがエンターテインメントや E コマース、フィットネスからファイナンスにいたるまで、さまざまな活動にモバイルデバイスを使用するようになったため、サブスクリプション型のアプリが急激に成長しました。それを受けて Adjust は、マーケターがサブスクリプションイベントや収益管理をサポートする、業界初のソリューションを提供することになりました。これにより、マーケターはユーザーがサブスクリプションモデルとどう関わっているかをより深く理解できるようになります。

Adjust 日本ゼネラルマネージャー 佐々 直紀

多くのお客様からご要望をいただいていたサブスクリプション計測をようやくリリースすることができ、嬉しく思います。ユーザーレベルの詳細な分析を可能とするこの新機能をご使用いただくと、キャンペーンを最適化し、ユーザーの利用状況を継続的に把握し、LTV を最大化いただくことが可能となります。日本においてもサブスクリプションビジネスは増加傾向にあります。マーケターの皆様と一緒に、このビジネスモデルの成長の一助となることを願っております。

ソーシャルディスタンスの施行中、消費者のスマートフォンの利用は増加したか



さらに Adjust は、米国の消費者を対象とした、サブスクリプションとモバイルデバイスでのストリーミング消費の拡大に関する調査結果を発表しました。本調査では、ソーシャルディスタンスの施行により、3 分の一を大きく上回る回答者（46.9%）がスマートフォンで動画や TV サービスを視聴していることが分かりました。中でもサブスクリプションモデルのアプリを使うユーザーが増えています。

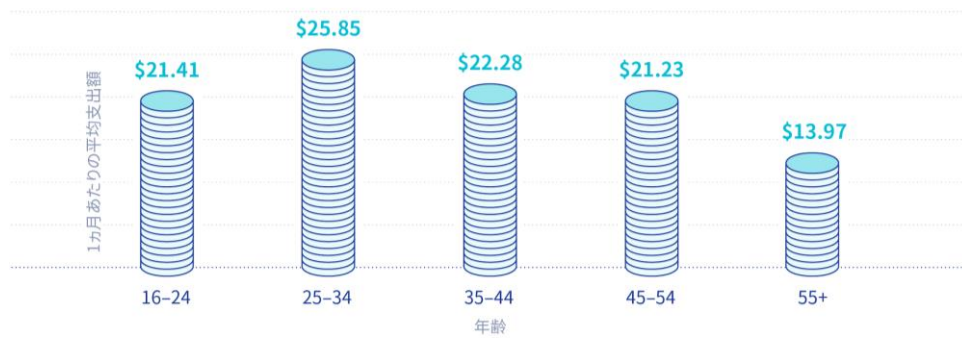
4

月毎の有料サブスクリプションアプリの平均契約数

\$20.78

アプリのサブスクリプションに支払う1か月あたりの平均出費額

世代別にみたアプリのサブスクリプションサービスへの支払い傾向



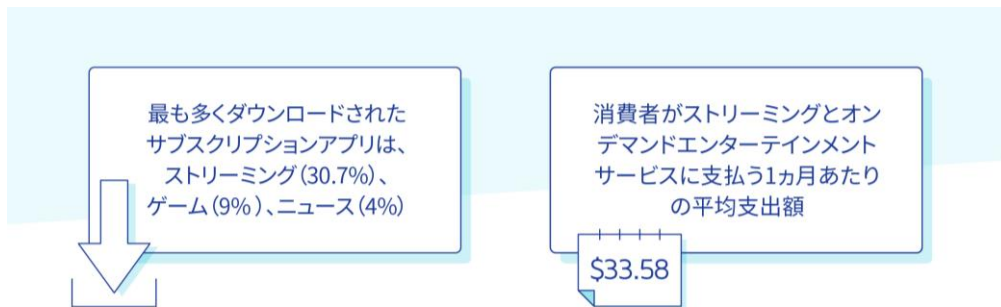
Adjustの委託によりCensuswideが実施した本調査は、2020年9月23日～29日の間に、米国の16～60歳のTV/ストリーミングユーザー1,003人を対象にしたアンケートに基づくものです。



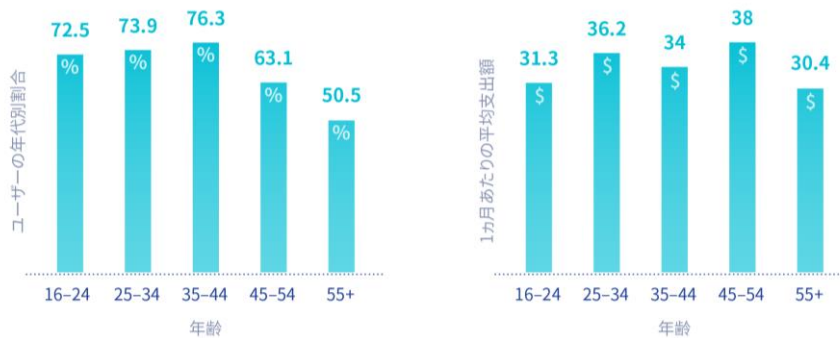
他の調査結果は以下のとおりです。

- アプリのサブスクリプションサービスへの1か月あたり平均出費額は20ドルです。ミレニアル世代とZ世代の消費者の1/4以上が、アプリのサブスクリプションサービスを契約するために他のサービスへの課金を止めたと回答しました（例：ジムに行くのを止めてフィットネスアプリのサブスクリプションを開始）。これは消費者全体の17.9%にあたります。
- アプリのサブスクリプションサービスに最も多くの額を使っているのは25～34歳の消費者で、1か月あたり25.8ドルとなっています。一方で、55歳以上は最も額が少なく、1か月あたり13ドルにとどまっています。サブスクリプションモデルのアプリで最もダウンロードされているのはストリーミングアプリ（30.7%）で、次にゲームアプリ（9%）とニュースアプリ（4%）が続く結果となりました。

- ストリーミングアプリは特に若い世代の消費者の間で普及しており、ミレニアル世代と Z 世代は、他の世代に比べてストリーミングやオンデマンドエンターテインメントサービスに課金する傾向にあります。ミレニアル世代と Z 世代の 57.2%が、ソーシャルディスタンスにより、スマートフォンでの動画や TV アプリでのストリーミングを以前よりも多く利用するようになったと回答しました。
- 調査対象の消費者は、ストリーミングおよびオンデマンドエンターテインメントサービスに 1 か月あたり平均 33 ドルを使っています。回答者が愛用しているストリーミングサービスのトップ 5 は、Netflix、Amazon Prime、Hulu、Disney+、YouTube TV となりました。



有料ストリーミング・オンデマンドサービスを契約しているユーザーの年代別割合、1か月あたりの平均支出額



Adjustの委託によりCensuswideが実施した本調査は、2020年9月23日～29日の間に、米国の16～60歳のTV/ストリーミングユーザー1,003人を対象にしたアンケートに基づくものです。



アプリのサブスクリプションビジネスの人気の高まる中、Adjust はサブスクリプションイベントを完全に可視化したデータを提供する業界唯一のモバイル計測プロバイダーです。複数の管理画面を切り替えて作業したり、複雑な連携をしたりする必要はありません。この新機能により、Adjust のプラットフォームを使用している 40,000 以上のアプリにとって、マーケティングがよりシンプル、スマートで安全なものとなります。

###

調査について

Adjust の委託により Censuswide が実施した本調査は、2020 年 9 月 23 日～29 日の間に、米国の 16～60 歳の TV/ストリーミングユーザー 1,003 人を対象にしたアンケートに基づくものです。

adjust 株式会社 会社概要

Adjust は、グローバルに展開する B2B SaaS 企業です。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 Adjust は、全世界で 16 のオフィスを構えています。

Adjust のプラットフォームは、モバイル計測、不正防止、サイバーセキュリティ、そしてマーケティングオートメーションソリューションを提供しています。

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事業を推進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 600 社以上のトップパブリッシャーを始め、Procter & Gamble、Tencent Games といったグローバルブランドを含む 40,000 以上のアプリが、Adjust のソリューションを実装してそのパフォーマンス向上を図っています。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、ゼネラルマネージャーの佐々直紀を筆頭に、30 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/>