



報道関係各位

2021年6月8日  
adjust 株式会社

## Adjust 最新調査結果：

**広告経由でインストールされたゲームアプリでは、同意率が 70%以上**

*iOS14.5 のリリースがターゲティング広告と広告収益にどう影響しているか明らかに*

App	Daily Active Users	Consent Rates
 Wordscapes	2.7 million	30.64%
 Animal Transform	276 thousand	70.36%
 Blockscapes	263 thousand	26.71%
 Save the Girl!	130 thousand	74.74%

ADJUST

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：ポール H. ミュラー、日本ゼネラルマネージャー：佐々直紀) は、iOS 14.5 のアップデートがターゲティング広告と広告収益に及ぼしている影響に関する調査結果「[同意率と広告収益を調査：iOS 14 の真のインパクト](#)」を発表しました。本調査結果では、ユーザーの同意率、SKAdNetwork、広告収益の影響など、業界で話題になっているトピックを取り上げ、今回の変更がアプリエコノミーに与える影響について解説します。

以下は、本調査結果の主要ポイントです。

### 同意率に関して

iOS 14.5 のリリース以降、アプリが複数の Web サイトやアプリを横断してターゲティング広告を配信するには、エンドユーザー（デバイスを使用している人）に同意をリクエストすることが必要となり、世界的観点で

はわずか 5%に留まると予測されていました。しかし、Adjust が AppLovin の自社スタジオのアプリで収集したデータを分析した結果、その予測をはるかに上回る同意率であることが明らかになりました。その理由として、初期に報告された複数の調査では、同意のリクエストを明示したアプリだけでなく、同意フローが未実装、または、未計画のため同意リクエストをしなかったアプリまでのすべての数値を基に算出されていたためであると考えています。

主な調査結果は以下のとおりです。

## 1. 広告経由のインストール率の高いアプリは、同意率も実質的に高くなる

消費者は、関連性のある広告を通じて、これらのゲームアプリを見つける傾向にあります。「Animal Transform」と「Save the Girl!」は、広告経由での利用が大部分を占めるハイパーカジュアルゲームです。そのため、さらにそのゲーム内で表示された広告から関心のあるゲームやアプリを見つける可能性が高いと考えられます。これらのアプリの同意率は、70%以上に達しています。

## 2. 同意率は時間が経つにつれて増加する

iOS 14.5 以降のバージョンの普及が進むにつれて、同意率は上昇傾向にあります。現在、iOS 14.5 の普及率は 15%以下です。しかし Adjust では、このアプリバージョン以降のものが普及するにつれて、より多くのアプリがユーザーに同意をリクエストすることで、ユーザーが関連性のある広告のメリットをさらに理解し、結果としてオプトイン率が増加すると考えます。現在のデータに基づいた Adjust の予測として、同意率は平均 40%ほどになり、その後、50%まで上昇する可能性があると思込んでいます。

### ● SKAdNetwork について

iOS 14.5 のリリース以降、Adjust は SKAdNetwork のダウンロードや再ダウンロードに関するテストをしています。その結果、新しいアトリビューション計測の正確さは、従来のものとほぼ変わらないということが明らかになりました。iOS の広告在庫の大多数がすでに SKAdNetwork をサポートしており、Adjust はこれらのコンバージョンを正確に報告することが可能な量のデータを保有しています。

### ● 広告収益への影響について

iOS 14 の発表直後は、業界の大半の企業が、広告収益が 50%減少すると予測していました。しかし、AppLovin が提供するメディエーションプラットフォーム「MAX」による調査結果では、まだ同意していない iOS ユーザーが CPM（1,000 回表示あたりの広告費）の 30%減をもたらしていることが分かりました。しかし、オプトインした iOS と Android ユーザーが CPM を増加させており、収益減は完全に相殺されていることから、パブリッシャーの広告収益は増加し、結果としてオプトアウトしたユーザーグループによる収益損失を補っています。結果として、広告収益への影響はごくわずか、あるいは、影響がないとの見方が可能です。

## Adjust 日本ゼネラルマネージャー 佐々 直紀

iOS 14 のリリース以降、モバイルエコシステムは大きく変化しました。iOS 14 はアプリマーケターの広告への取り組み方に大きな影響を与えました。また一方で、同意率の高さや SKAdNetwork の正確性、さらに広告収益への影響の点では、業界の現状は当初の予測よりも楽観的ともみえます。

高い同意率を得ることは、より正確で的確なマーケティングキャンペーンを遂行し続けるためにも重要です。同意率の施策については Adjust の [ブログ](#) でも紹介していますが、様々な工夫が必要となります。今後も Adjust は、パートナーやプラットフォームと協力し、研究を重ねながら、マーケターの皆様に有益な情報を提供して参ります。

# # #

### 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。モバイルエコノ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。ヤフー、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 50,000 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 President APAC 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/>