

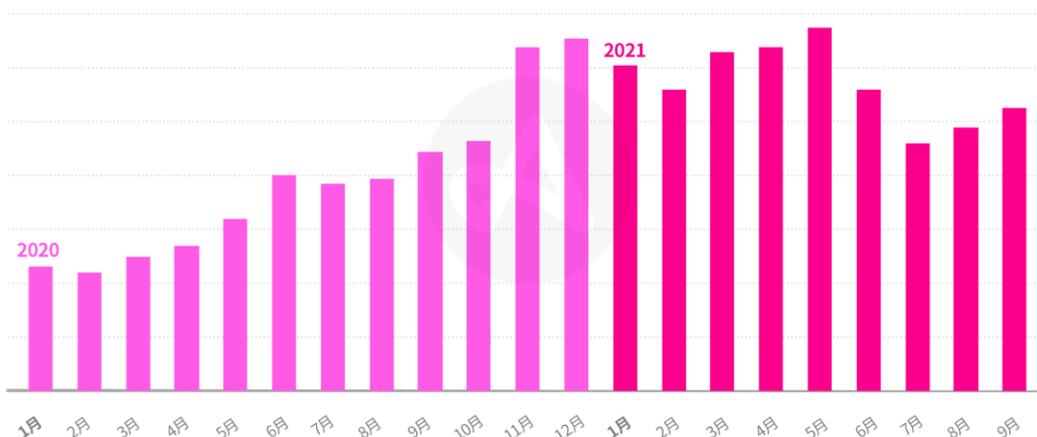
Adjust 2021 年度 E コマースアプリレポートを発表

年末のショッピングシーズンに向けてアプリ内収益が大幅に増加

2021 年、世界の E コマースアプリのインストール数は前年比 10%増、
2021 年のトップ E コマースアプリは、昨年 1 位の Amazon を抜いて Shopee に！

アプリ内収益は2021年に大幅に増加し、2021年5月に最大の収益を記録

世界のEコマースアプリのアプリ内収益:2020年1月～2021年9月



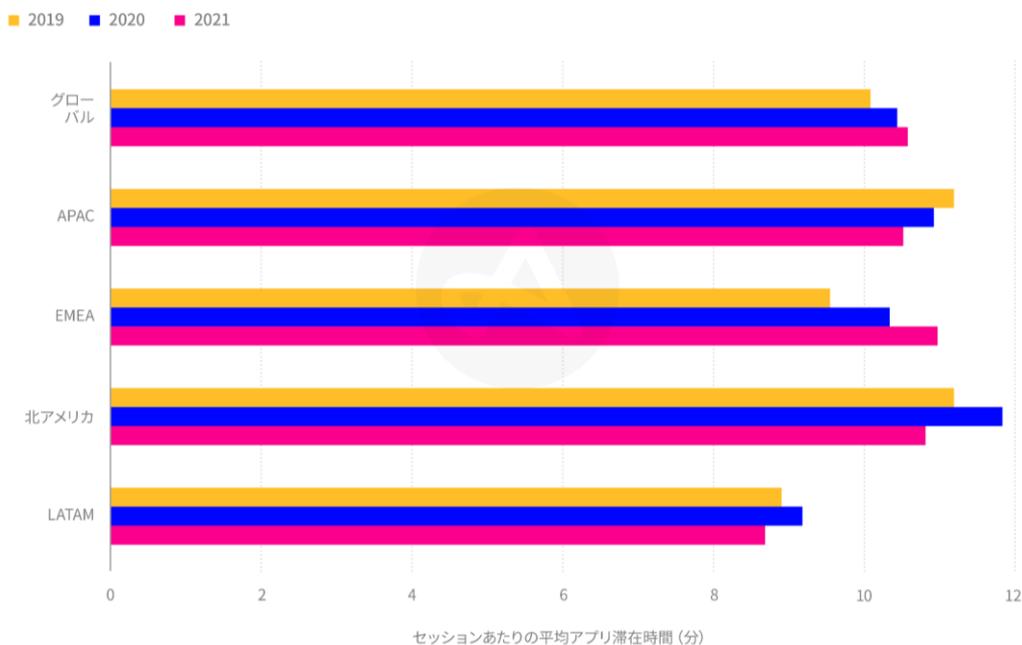
参照元: Adjustが計測する上位2,000のアプリもしくはすべてのアプリの合計データ(期間: 2020年1月1日～2021年9月30日)

ADJUST

モバイルマーケティング分析プラットフォームである [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、Adjust と米モバイルアプリ調査会社の Sensor Tower のデータに基づくショッピングアプリの最新トレンドを分析した「**E コマースアプリレポート 2021**」をリリースしました。本レポートによると、アプリ内収益は 2021 年に大幅に増加し、2021 年 5 月にこれまでで最大の収益を上げました。10 月、11 月、12 月の収益が過去 9 ヶ月を上回った 2020 年の Adjust の E コマースアプリの収益トレンドを考慮すると、今年のショッピングシーズンは史上最高の収益をもたらす可能性があります。

セッションごとの平均アプリ滞在時間が世界的に着実に増加：2019年は10.07分、2020年は10.42分、2021年は10.56分

Eコマースアプリのセッションあたりの平均アプリ滞在時間：2019年～2021年



参照元: Adjustが計測する上位2,000のアプリもしくはすべてのアプリの合計データ(期間:2020年1月1日～2021年9月30日)

ADJUST

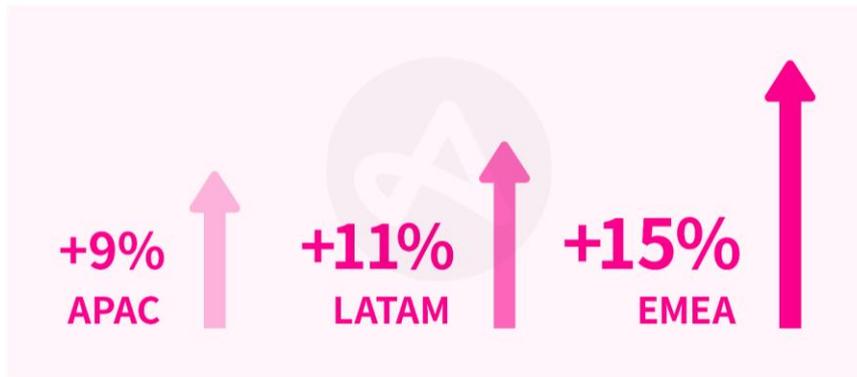
消費者はアプリ内で多くの金額を支出しているだけでなく、1日あたりのアプリ内滞在時間も増えています。セッションごとの平均アプリ滞在時間は世界的に着実に増加しており、2019年は10.07分、2020年は10.42分、2021年は10.56分を記録しています。2021年で最もアプリ内滞在時間が長いのはEMEA（ヨーロッパ、中東、アフリカ）で、セッションあたり10.97分を記録しています。

iOS 14.5以降の世界とオプトイン

Adjustのデータは、App Tracking Transparency (ATT) のオプトイン率が平均17%あることを示しています。これは、業界の当初の予測よりも高いものです。Adjustは、ユーザーが関連性のある広告の価値についてより深く理解できるようになるにつれて、同意率が今後も継続して高まると予測しています。

Eコマースアプリのインストール数はAPACで9%増、LATAMで11%増、EMEAで15%増

地域別のインストール数の成長：2020年第1四半期～2021年第3四半期



参照元: Adjustが計測する上位2,000のアプリもしくはすべてのアプリの合計データ (期間: 2020年1月1日～2021年9月30日)

ADJUST

Eコマースアプリのグローバルおよび地域別の成長とエンゲージメントに関するその他の調査結果は以下のとおりです。

- **2021年、世界のEコマースアプリのインストール数は前年比10%増**：インストール数はAPAC（アジア太平洋地域）で9%増、LATAM（中南米）で11%増、EMEAで15%増となっています。Sensor Towerのデータは、Eコマースカテゴリーの世界トップ10のアプリを示しています。2021年現時点でのEコマースアプリのグローバルトップは、東南アジアおよび台湾で最大のEコマース・プラットフォームShopeeで、2020年トップだったAmazonを抜きました。Shopeeは近年南米へ開拓し、今年はブラジルで最も高いインストール数を記録しました。**2021年で最もセッション数が増加したのはLATAM**：世界規模での成長率は12%増でしたが、LATAMでは27%増となり、APACでは10%増、EMEAではさらに多い13%増となりました。
- **継続率は、2020年に比べて2021年第1四半期にわずかに低下した後、第2四半期に回復しました。**アプリインストール後の1日目を見ると、2020年第1四半期と第2四半期の継続率は21%でしたが、2021年第2四半期は26%に上昇しました。2021年第2四半期は他の四半期よりも高い継続率を維持し、7日目は17%、15日目は14%、30日目は11%を記録しました。

Adjust、共同創業者兼CEO、ポール H. ミュラー（Paul H. Müller）

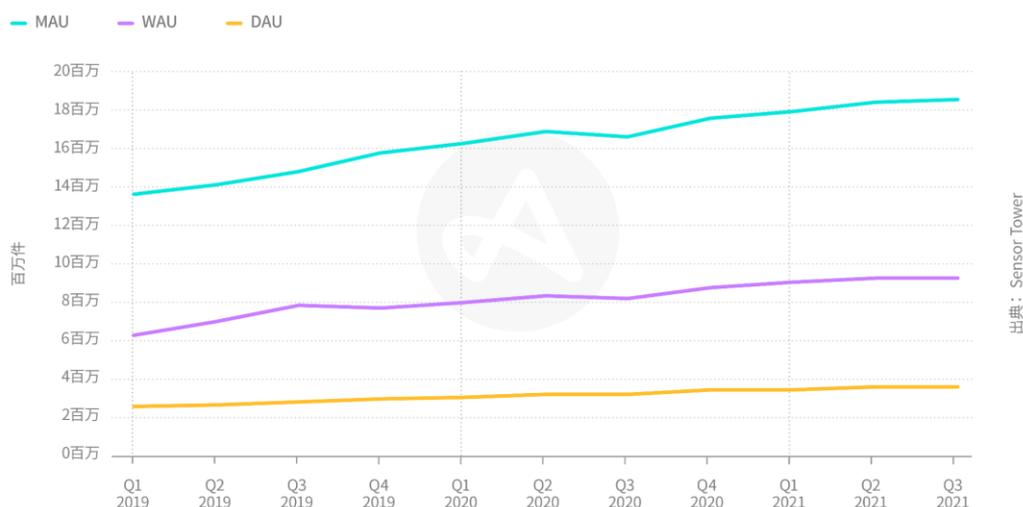
モバイルアプリはEコマース業界を牽引するリーダー的存在です。最も印象的なのは、世界中で店舗が徐々に営業を再開しつつも、Eコマースアプリが成長を続け、さらに多くの新規顧客を獲得しつつ、獲得済みのユーザーのリテンションも確保していることです。これは、モバイルが便利で最適化されたエクスペリエンスを顧客に提供できていることを示して

います。ロイヤリティの高い顧客を獲得して維持することで、ブランドは年末年始にかけてのホリデーシーズンで引き続き成長することができるでしょう。

Sensor Towerのデータによると、月次、週次、および日次のアクティブユーザーの平均数は2019年から2021年にかけて着実に増加



トップEコマースアプリの平均アクティブユーザー数:2019年第1四半期~2021年第3四半期



Sensor Towerによる2019年第1四半期~2021年第3四半期のインストール別上位150のEコマースアプリデータ

ADJUST

Sensor Tower、モバイルインサイト責任者、ランディ・ネルソン (Randy Nelson)

モバイルコマースはようやく、一部の主要なショッピング市場に留まらず世界的な現象となり、APACとLATAMが特に爆発的に成長しました。一方、Eコマース分野の先駆者たちは、米国や中国などのすでに確立された市場でユーザーベースを増やし続けています。小売大手と新規参入企業は、年末のショッピングシーズンにデジタルチャネルでさらに大きな成長を遂げるでしょう。

Adjust、日本ゼネラルマネージャー、佐々 直紀

日本におけるEコマースアプリの成長はめざましく、Adjustが以前行った調査によるとインストール数は2019年から2020年にかけて31%、2021年に入ってから9%の伸びを続けています。またセッション数の伸びはさらに大きく、2019年から2020年にかけて51%、その後も17%の成長を続けています。この数年で培ったカスタマーベースを元に、先日ご紹介したコネクテッドTV広告やソーシャルコマースなど、多角的なチャネルでのキャンペーンを活用して、更なるビジネスの成長の支えとなるツールをAdjustは今後も提供して参ります。

調査方法を含むレポート全文はこちらからダウンロードしてください。

https://www.adjust.com/ja/resources/ebooks/ecommerce-app-report-2021/?utm_source=earned%20media&utm_medium=press%20release&utm_campaign=ecommerce-app-report-q42021

###

adjust 株式会社 会社概要

[Adjust](#) は、モバイルマーケティング分析プラットフォームです。アプリの持続的な成長を目指す世界中のマーケターから信頼されており、広告キャンペーンの効果測定と最適化、ユーザーデータを保護するソリューションを提供しています。Adjust に構築されたインテリジェンスとオートメーション技術、また迅速なグローバルカスタマーサポートが、世界中のアプリを強力にサポートしています。

2021 年、Adjust は業界をリードするマーケティングプラットフォームの AppLovin (Nasdaq : APP) に買収されました。今後も Adjust は、強力かつ統合された各種ソリューションを持つ AppLovin と共に、開発者のモバイルアプリの成長をサポートしていきます。

公式ホームページ: <https://www.adjust.com/ja>

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

Sensor Tower, Inc.について

[Sensor Tower](#) は、グローバルなアプリエコミーのためのマーケットインテリジェンスとインサイトの大手プロバイダーです。2013 年に設立され、カリフォルニア州サンフランシスコを拠点とする Sensor Tower は、世界の主要市場向けに高精度なダウンロード数、収益、広告量シェア、エンゲージメント指標を提供するストアインテリジェンス、広告インテリジェンス、ユースエージインテリジェンス、コンシューマーインテリジェンス、アプリインテリジェンスの各プラットフォームを通じて、モバイルアプリとパブリッシャーに企業レベルのデータをお届けします。