



報道関係各位

2018年11月13日

adjust 株式会社

Adjust グローバルベンチマーク 2.0 をリリース 最新データと 5 つの新しい指標を追加

アプリをインストールした 1 週間後の休眠率は 89%



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) は、今年6月にローンチした Adjust の無料ツール、グローバルベンチマークへの反響を受けて、より洗練された指標と幅広いデータが追加された [バージョン 2.0](#) を本日リリースいたしました。今回追加されたのは、2018 年第 2、3 四半期分のデータと、5 つの新しい指標: **クリック率 (CTR)**、**コンバージョン率 (クリックからインストール)**、**1000 回表示あたりの広告費 (CPM)**、**クリック単価 (CPC)**、**アドフラウドのタイプ別分布状況** となります。マーケティング

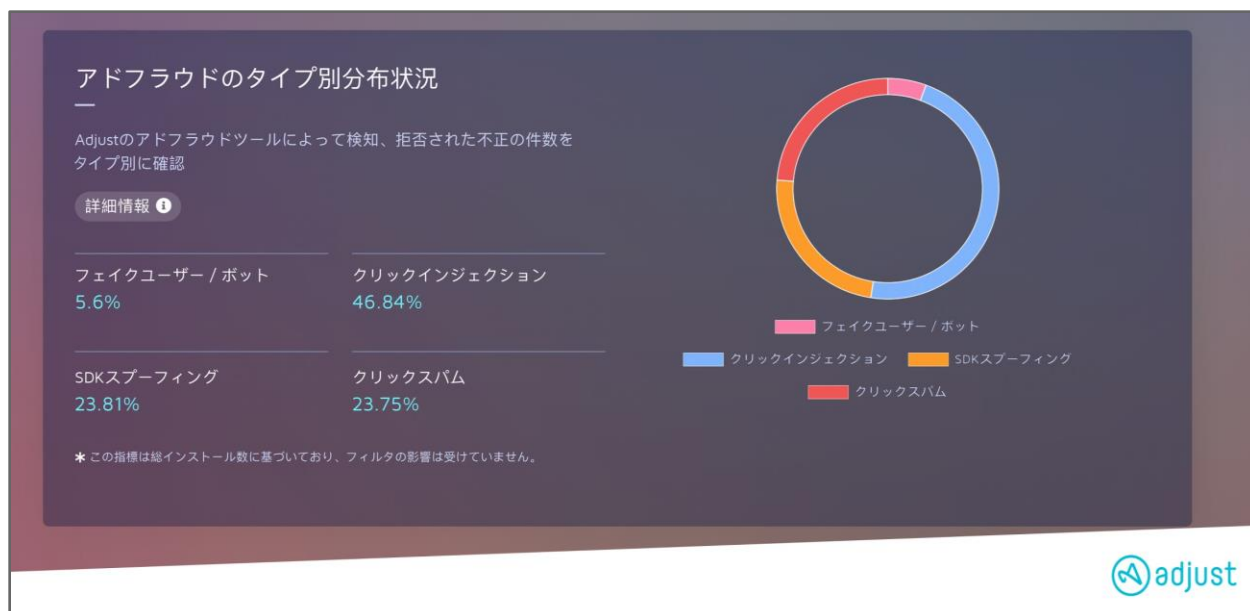
グ担当者やアプリパブリッシャーがモバイルマーケティングの現状をより把握できるよう作られた本ツールは、セッション数などの KPI を初めて一般に公開する、これまでに無かった画期的な無料のツールです。

[2018 年は、テレビよりも携帯電話／スマートフォンを見るのが習慣化されている人が増える](#)などモバイルの重要性が増しており、マーケティング担当者にとって、アプリのパフォーマンスとユーザーの行動を把握することはより重要になっています。このベンチマークツールは、Adjust が集計した 7,000 を超えるアプリから発生したデータを分析して作成されました。

アプリマーケターが重要なインサイトを得られる、業界初のツール

マーケターやアプリパブリッシャーが簡単にアクセス・閲覧できるこのツールは、費用もかからないため、第三機関の高額なレポートを購入する必要無く、カスタマイズされたレポートの作成にご利用いただけます。今回追加された 5 つの新しい指標は、前バージョンからある継続率、インストール単価（CPI）、ユーザーあたりのセッション数、不正インストール率と同様に比較指標として用いることができます。

このツールは、四半期別、アプリカテゴリ別、流入元別（オーガニック・有料）、プラットフォーム別（iOS・Android）、地域別（ヨーロッパ、アジア太平洋、北米、中南米、アフリカおよび中東）など、データをさまざまな切り口で分析できるのが特徴です。



アプリユーザーの1週間後の休眠率は89%

Adjustのグローバルベンチマークのデータによると、アプリの継続率（インストール後にアプリを使い続けるユーザーの率）は下降し続けています。アプリをインストールした翌日には、ユーザーの4分の3以上（79%）がアプリを再起動しておらず、**1週間後の休眠率は89%**になっています。つまり、ユーザーの減少を抑えるためには、アプリの使用開始時に良いユーザー体験を提供することが重要であることが、このデータから判明しました。

増え続けるアドフラウド、中でも SDKスプーフィングの手口が増加

モバイル広告の不正による損害が約 49億ドルにのぼることが予想される現代において、アドフラウドは、全てのマーケターが頭を悩ませている問題です。最新のデータでは、近年不正な活動が増加し、不正の手法も進化していることが明らかになりました。2018年第1四半期に比べ、第3四半期では不正なインストール率が5%増えている他、タイプ別に見た場合、第1四半期に比べ第3四半期ではSDKスプーフィングが増加しており、すべてのモバイルアドフラウドの4分の1（24%）を占めています。

Adjust 代表取締役社長兼共同創業者 クリスチャン・ヘンシェル

「モバイルマーケターは、アプリのパフォーマンスの向上を望んでいます。しかし、マーケティングの意思決定につながる適切なデータを見つける作業は時間がかかり、高コストな作業になりがちです。Adjust グローバルベンチマーク 2.0 を利用すると、データに基づく正しい意思決定に必要なインサイトを得ることができます。ツールのリリース時にはさまざまな業界から大きな評価を受けましたので、最新データと指標が追加された新バージョンを提供できますことを、嬉しく思います。」

Adjust グローバルベンチマーク 2.0 は、モバイルマーケティングのエコシステムに、より有益な情報と透明性を届けるため、Adjust の活動ミッションの一環として作成されたツールです。このような誰でも簡単にアクセスできるツールやリソースを通して、Adjust はアドフラウドの増加などアプリ市場が直面する課題に取り組む関係者を支援すると共に、アプリの成長に必要なインサイトを提供しています。

Adjust 株式会社 会社概要

Adjust は、モバイルアプリ向けのユーザーの行動分析、広告の効果測定、及びアドフラウド防止を可能にする総合的なモバイルアプリ計測プラットフォームです。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。また、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、さらにアドフラウ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、WeChat 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、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 23,000 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。

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、ソウル、シンガポール、ムンバイ、サンパウロなど世界 14 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 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。

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/>