

Adjust 最新レポート「モバイルアプリトレンド 2023」を発表

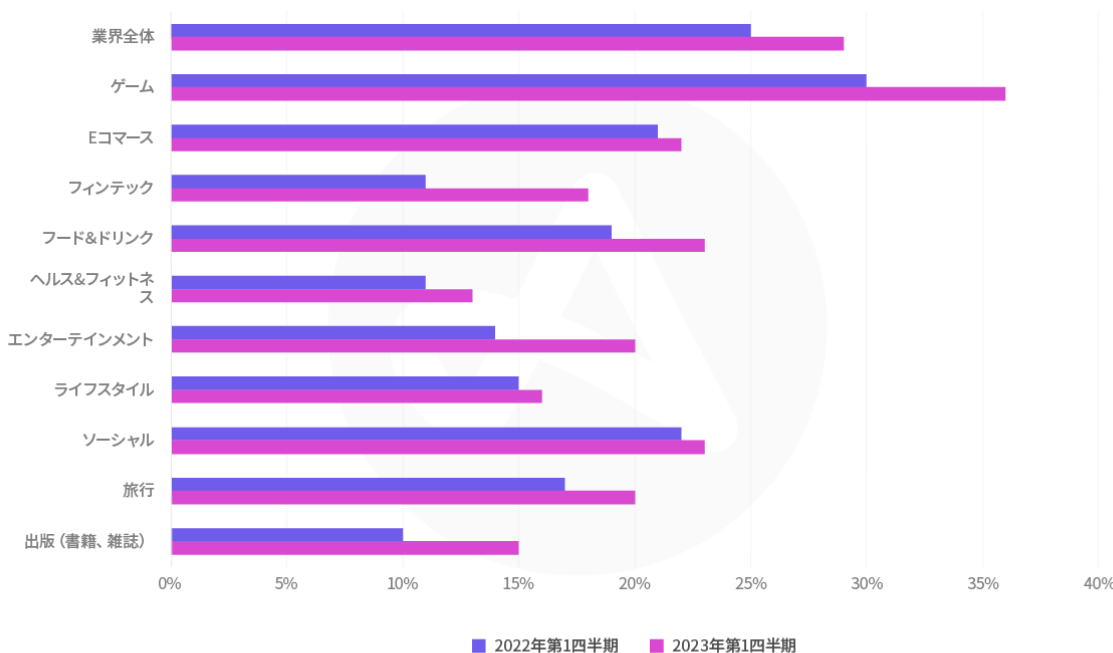
2023 年も成長を続けるモバイルアプリ業界を紐解く

～第 1 四半期の ATT オプトイン率は、前年比 4%増の 29%！

3つの分野（E コマース・フィンテック・ゲーム）のインストール数も増加～

Adjustのデータは、ATTのオプトイン率が業界全体で約29%、
ゲームカテゴリーでは36%であることを示しています。

世界のアプリカテゴリー別ATTオプトイン率（2023年第1四半期と2022年第1四半期の比較）



参照: Adjust「モバイルアプリトレンド 2023」

ADJUST

モバイルマーケティング アナリティクス スイートの [adjust \(アジャスト\) 株式会社](#)（本社：独・ベルリン、CEO（最高経営責任者）：サイモン・デュサール、日本ゼネラルマネージャー：佐々直紀）は、モバイルアプリの戦略的成長の促進を目指す開発者とマーケター向けの重要なインサイトを提供する「[モバイルアプリトレンド 2023](#)」レポートを発表します。

本レポートでは、好調な勢いを見せている 2023 年現時点の E コマースアプリ、フィンテックアプリ、ゲームアプリの成長について詳しく解説しています。2022 年は世界的経済停滞の影響を受け、モバイルマーケティング業界の成長が初めて減速した年となった一方で、2023 年初期のデータを見ると、2022 年平均と比べて E コマースのアプリインストール数は 4%増、フィンテックは 13%増、ゲームは 10%増と、すでに好転の兆しを見せています。

ADJUST

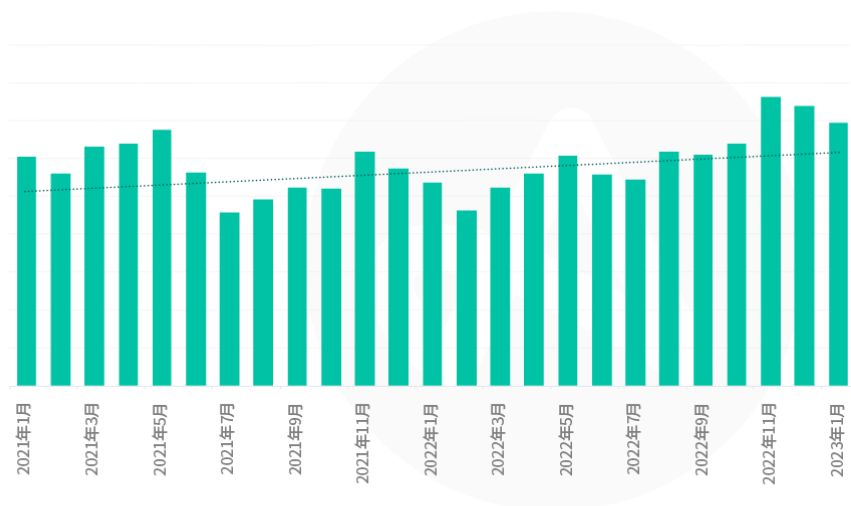
Adjust CEO サイモン・デュサル (Simon Dussart)

世界情勢やユーザーのニーズは急速に変化していますが、モバイルアプリマーケティング業界における成長と ROI の必要性は変わりません。高度にカスタマイズされたシームレスなユーザー体験を提供し、クロスプラットフォームキャンペーンを実施して、新しいチャネルの可能性を活用することは、2023 年以降も持続的かつ戦略的な成長を目指す marketer や開発者にとって非常に重要です。データの一元化によりマーケティング効率を最大化し、迅速かつ効果的な意思決定を行うのに必要なツールに投資することが、最終的に成果を上げるキャンペーンを実現することにつながります。

Adjust が計測する上位 100,000 のアプリのデータに基づいた[本レポート](#)は、モバイルアプリのインストール数、セッション数、ユーザーのアプリ内滞在時間、継続率、リアトリビューション率などの長期的傾向を分析しています。これらのデータから読み取れるインサイトは、開発者と marketer がオーディエンスとアプリエコミーの実態をより深く理解することをサポートします。

2023年1月のEコマースのアプリ内収益は、2022年平均に比べ17%、2022年1月に比べ29%増加しました。

世界のEコマースアプリのアプリ内収益 (2021年1月～2023年1月)



参照: Adjust「モバイルアプリトレンド 2023」

ADJUST

以下は、本レポートの主要ポイントです。

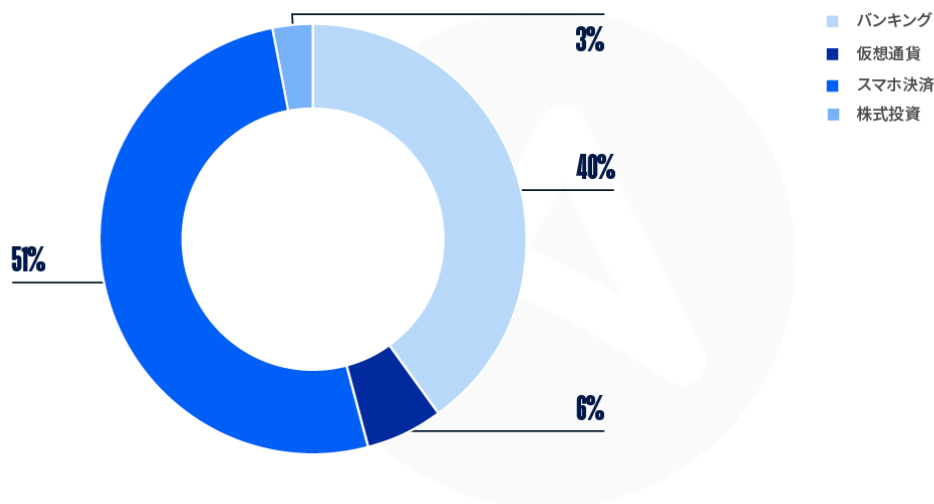
- **ATT のオプトイン率が再び上昇** : データプライバシーが業界で一般的になった今、ユーザーの認識も高まり、オプトイン率はどんどん上昇しています。2023 年第 1 四半期の ATT オプトイン率は再び高まり、業界全体の平均値は 29%で、前年比 4%増となっています。ゲームは 36%と特に高く、フィンテックも 11%から 18%に上昇しました。
- **M コマース (モバイルコマース) の収益が一貫して増加** : 2022 年、M コマースはセッション数、アプリ滞在時間ともに前年比増を達成し、2023 年の現時点では、セッション数がさらに 7%増となっています。E コマースのアプリ内収益は 2022 年 11 月に前年比 4%増を記録し、Adjust が計測を開始して以来最も大きく増加した月となりました。

ADJUST

- 経済の停滞に関わらず世界的に成長を続けるフィンテックアプリは、モバイルファイナンスサービスの力強さと顧客の愛着度がますます高まっていることを示しています。2022年のフィンテックアプリの世界的なインストール数は2%増となった一方、世界的なセッション数は前年比19%増でした。カテゴリ別では特に決済アプリとバンキングアプリがインストールの大半をしめました。また、フィンテックのアプリ内収益も大幅に増えており、2022年11月～2023年1月にかけて90%以上増加しています。

インストール数は決済アプリが全体の51%を占めており、続いてバンキングアプリが40%でした。

世界のフィンテックアプリのカテゴリ別インストール数(2022年)



参照: Adjust「モバイルアプリトレンド 2023」

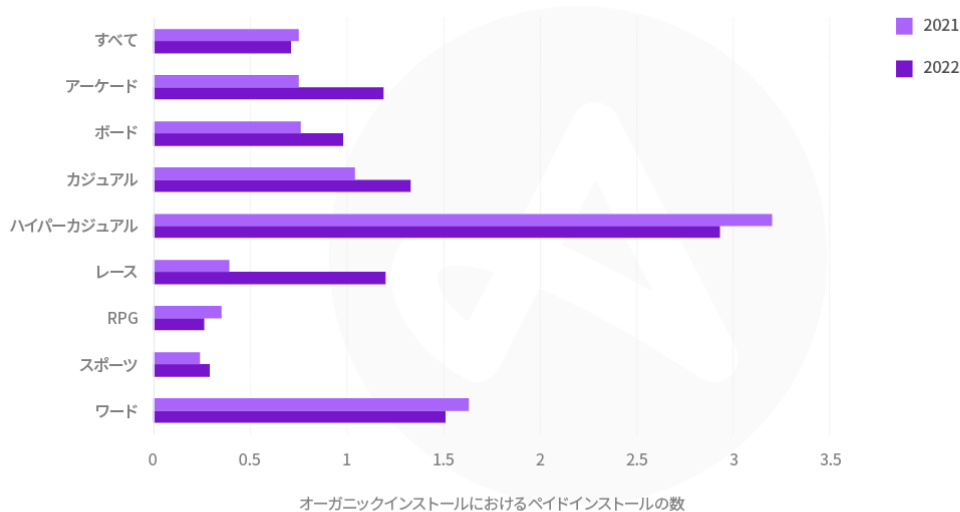
ADJUST

- ゲームカテゴリでは依然としてハイパーカジュアルゲームが市場を独占しており、ゲームアプリインストール数の最大シェアを獲得しています。ハイパーカジュアルゲームのシェアはゲームアプリインストール数の25%で、アクションゲームはセッション数の25%と最も大きな割合を占めています。ゲームアプリのインストール数とセッション数は2022年に大きく減少したものの、2023年1月にはそれぞれ10%、11%増加し、回復傾向です。アプリ内収益も2022年第4四半期と比較して14%増を達成しました。

本レポートではさらに、Eコマース、ゲーム、フィンテックで最もダウンロード数が多かった上位10のアプリを紹介するとともに、業界大手からの重要なインサイトをお届けします。

2022年のゲームのアプリ滞在時間は複数のカテゴリで増加し、特にRPG、カジノ、カードゲームで顕著な伸びが見られました。

世界のゲームアプリのカテゴリ別アプリ滞在時間 (2021年～2022年)



参照: Adjust「モバイルアプリトレンド 2023」

ADJUST

Snap Inc. 収益部門 グループ プロダクト マーケティング マネージャー キャスリーン・ガンバレリ (Kathleen Gambarelli) 氏

変化し続けるモバイルエコシステムにおいて、敏捷（びんしょう）でいることは極めて重要です。Snap は、コミュニティや広告主により良いサービスを提供するための製品機能の迅速なリリース、収益源の多様化、計測に関する新しい業界標準の採用など、変化への対応力と力強さを発揮してきました。第 4 四半期には、DR の収益が前年比でプラスとなり、1 日あたり 3,750 億人ものアクティブユーザーを抱えるコミュニティが 17% 拡大しました

Adjust 日本ゼネラルマネージャー 佐々直紀

現在のトレンドは、モバイルアプリのエコシステムが常に力強く、多様かつ変化し続けるユーザーのニーズに対応してきたことを示しています。2023 年は、進化する様々なメディアを使いこなし、競合に差をつけることが重要になります。戦略にフォーカスするためにデータの一元化やアラートツールの活用によりマーケティング効率を最大化し、迅速かつ効果的な意思決定を行うのに必要なツールに投資することが、ビジネスのグロースにつながります。

本レポートは、こちらからダウンロードしてご確認ください。

https://www.adjust.com/ja/resources/ebooks/mobile-app-trends-2023/?utm_medium=release&utm_source=PR&utm_campaign=JA_APP_TRENDS_RELEASE_2023-AAA-

Adjust について

Adjust(<https://www.adjust.com/ja>)は、モバイルアプリやコネクテッドテレビ (CTV) など、プラットフォームをまたいでアプリを計測し、アプリの成長を目指す世界中のマーケターから信頼を得ています。急成長中の IT 企業から、初めてアプリを立ち上げる実店舗を運営する企業まで、アプリマーケティングのあらゆるステージで顧客と連携してい

ADJUST

ます。Adjust の強力な計測・分析スイートが提供する可視性とインサイト、必須ツールが、マーケターがより優れた成果を達成できるようサポートします。

Adjust は、AppLovin (Nasdaq : [APP](#)) のグループ会社で、本社所在地はドイツのベルリンです。