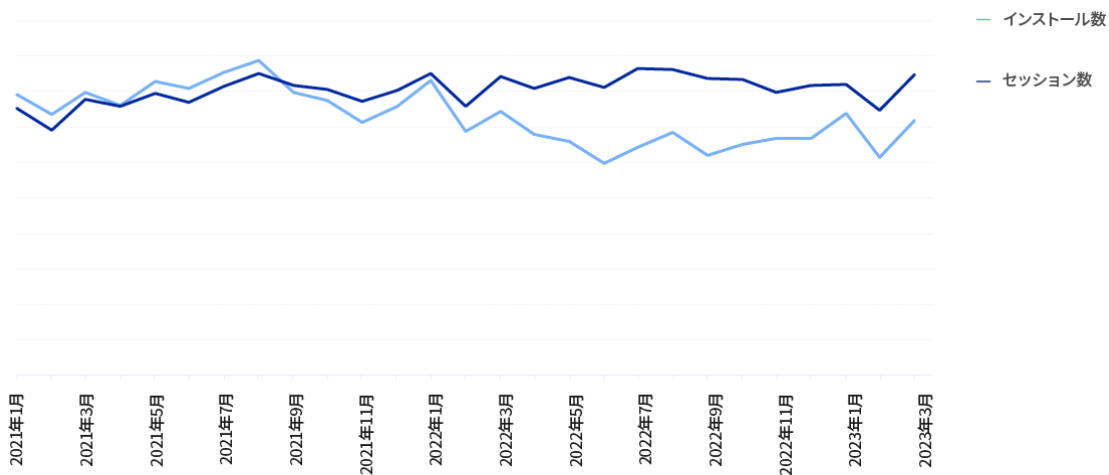


Adjust と data.ai による最新レポート 「モバイルアプリトレンド 2023 : 日本版」を発表

2023年第1四半期のアプリ内支出額は前期比13%増加。
今年に入って日本でのアプリ使用が増加し力強い回復傾向が明らかに

日本における全アプリカテゴリーのインストールおよび
セッションの増加 (2021年1月~2023年3月)



参照元: モバイルアプリトレンド 2023: 日本版

ADJUST × data.ai

モバイルアプリの計測・分析ツールを提供する [Adjust](#) (本社: 独・ベルリン、CEO: サイモン・デュサル、日本ゼネラルマネージャー: 佐々直紀) とモバイルデータアナリティクスプロバイダーの [data.ai](#) (本社: 米・サンフランシスコ、CEO: Ted Krantz、日本事業責任者: 鳥井武志) は、最新のレポート「モバイルアプリトレンド 2023 : 日本版」を発表しました。

ADJUST

このレポートでは、日本におけるゲーム、E コマース、フィンテックや CTV アプリのダウンロード数やセッション数トップのアプリ、世代別、男女別でみたアプリ利用傾向、日本とグローバルのパフォーマンス比較、OS 別でみたインストール数とセッション数の比率、アプリインストールから 30 日間の継続率の推移などのアプリカテゴリーのパフォーマンスを分析し、日本市場のモバイルアプリの動向と重要なベンチマークをまとめています。

2023 年第 1 四半期は、ダウンロード数、ユーザーエンゲージメント、消費者支出額が急増し、日本のアプリユーザーの全アプリカテゴリーにおける支出額が 46 億 5,000 万ドルと前四半期から 13%増と驚くべき数字を記録しました。さらに同調査からは、日本のモバイルアプリのインストール数が 2022 年第 4 四半期平均と比較して 7%増加し、セッション数も着実に伸びており、前年と比較してさらに 9%上昇したことがわかりました。

本レポートは、Adjust の上位 2,500 以上のアプリと、Adjust が計測している全アプリのデータを組み合わせ、2021 年 1 月から 2023 年 3 月までのモバイルゲーム、E コマース、フィンテック、コネクテッド TV に焦点を当てて分析しています。さらに、この分析は data.ai 独自の App IQ および Game IQ 分類法に基づいています。この分類法は、E コマース、ゲーム、フィンテック、ソーシャル、トラベル、ヘルス&フィットネス、フード&ドリンク、エンターテインメント、OTT、写真・動画編集の各カテゴリーにおいて、316 のサブジャンルに分類された 25 万以上のアプリを含む、モバイルアプリのための世界で最も包括的なデジタル分類法です。

Adjust 日本ゼネラルマネージャー 佐々直紀

日本のモバイルアプリ市場はダイナミックで、広範囲に及びます。世界有数のスマートフォンの普及率を誇り、複数のカテゴリーで支出が増え続ける中、アプリメーカーにとって大きなチャンスが広がっています。複雑な経済情勢に加え、絶えず変化するユーザーのニーズと期待に答えるには、データに基づいた戦略を構築することが不可欠です。Adjust は、多様なチャネルミックスを構築するための基礎となる、集計データとそのインサイトを提供し、みなさまのビジネスをスケールさせるお手伝いをしています。その一つにコネクテッド TV 広告があります。

コネクテッド TV (CTV) は、すでにモバイルユーザージャーニーの多くを占めています。現在、日本のテレビ視聴者の 70%が CTV デバイスを所有しており、CTV および OTT (オーバーザトップ)

ADJUST

デバイスの所有者は 2023 年末までに [3,000 万](#) 世帯に上ると予測されています。これは、メーカーや広告主にとって、エンゲージメントの高い新規オーディエンスにリーチするための豊富な機会が存在することを意味します。

Adjust コネクテッド TV・新規チャンネル部門ディレクター ハイスベルト・ポルス

日本の CTV 広告にいち早く参入することで、アプリメーカーは大きなメリットを得ることができるでしょう。CTV ではより具体的にオーディエンスをターゲティングし、計測することが可能です。また、CTV キャンペーンは、広告品質の向上、オーディエンスの獲得、ユーザーの関心事を対象にした正確なターゲティング、エンゲージメント率、インプレッション、クリックスルー率の計測と最適化などをもたらす、アプリメーカーのユーザー獲得戦略に欠かせないものとなるでしょう。

本レポートでは、データプライバシー、アプリの成長率、継続率、アプリ内滞在時間などについても分析し、日本のアプリ市場に関する実用的なインサイトを紹介しています。

主な調査結果：

日本におけるアプリダウンロード数トップ10 (2023年第1四半期) data.aiのApp and Game IQ Taxonomyで分析	
1	 Mynportal AP ユーティリティ・仕事効率化
2	 regionPAY ファイナンス
3	 Myna Point ファイナンス
4	 PayPay ファイナンス
5	 TVer エンターテインメント
6	 TikTok エンターテインメント
7	 Amazon Prime Video エンターテインメント
8	 SHEIN ショッピング
9	 Instagram ソーシャルメディア
10	 新型コロナワクチン接種証明書アプリ ヘルス&フィットネス

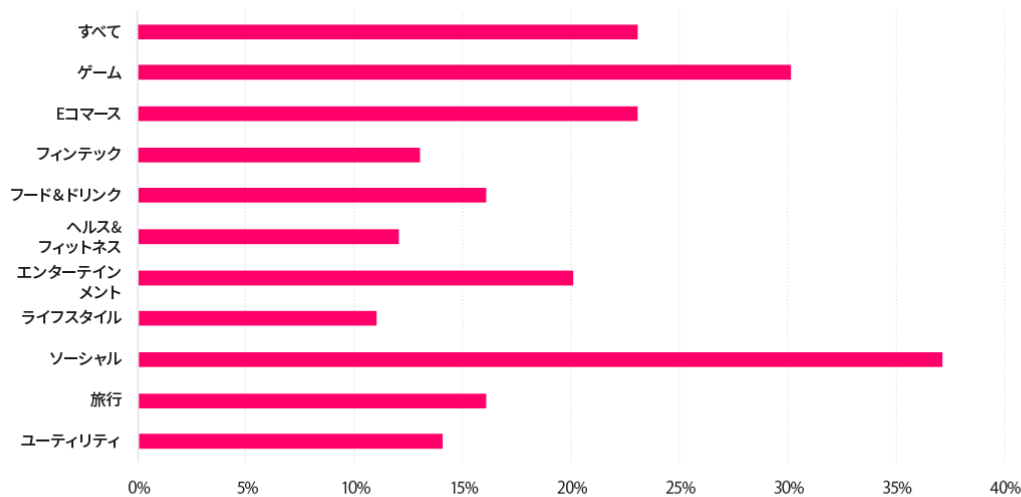
日本における男女別のアプリ利用率トップ5 (2022年) data.aiのApp and Game IQ Taxonomyで分析	
男性	
1	 Twitter ソーシャルメディア
2	 Amazon ショッピング
3	 Yahoo! JAPAN ニュース・雑誌
4	 PayPay ファイナンス
5	 Facebook ソーシャルメディア
女性	
1	 LINE ソーシャルメディア
2	 Instagram ソーシャルメディア
3	 楽天市場 ショッピング
4	 メルカリ ショッピング
5	 日本マクドナルド フード&ドリンク

参照元: モバイルアプリトレンド2023: 日本版

ADJUST × data.ai

- 日本におけるアプリダウンロード数 1 位は、マイナンバーカードに関連する手続きを行う「Mynportal AP」でした。男女別でのアプリ利用率ランキングもさまざまで、男性の利用率 1 位は Twitter、女性 1 位は LINE という結果となりました。Z 世代（18-24 歳）に人気のアプリは、Instagram、Twitter、TikTok です。ミレニアル世代（35-44 歳）がよく利用するアプリは LINE、Amazon、楽天市場です。

日本におけるATTオプトイン率 (2023年第1四半期)



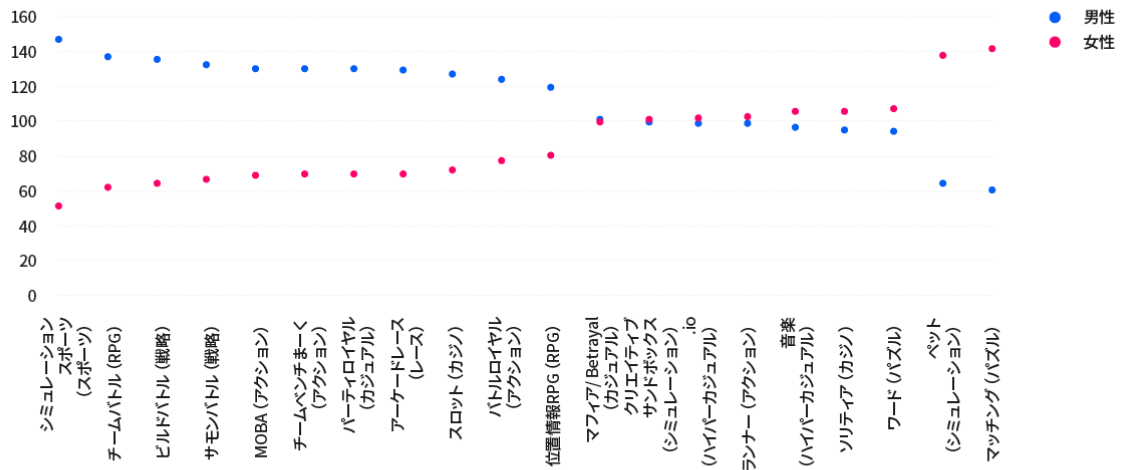
参照元: モバイルアプリトレンド 2023: 日本版

ADJUST × data.ai

- **日本のモバイルアプリユーザーにとって、データプライバシーは引き続き最大の関心事です。**日本における iOS App Tracking Transparency (ATT) のオプトイン率は、ほぼすべてのカテゴリで世界平均を下回っています。日本のユーザーのオプトイン率が最も高いのはソーシャルアプリ (37%) で、ゲーム (30%) と E コマース (23%) がそれに続く結果となっています。日本のアプリ事情においてデータプライバシーが強く重視されていることから、最適化されパーソナライズされたユーザー体験を提供するためには、Adjust のような次世代計測ソリューションを活用した強力なオプトイン戦略が必要となります。

日本におけるゲームアプリの平均性別インデックス (2022年)

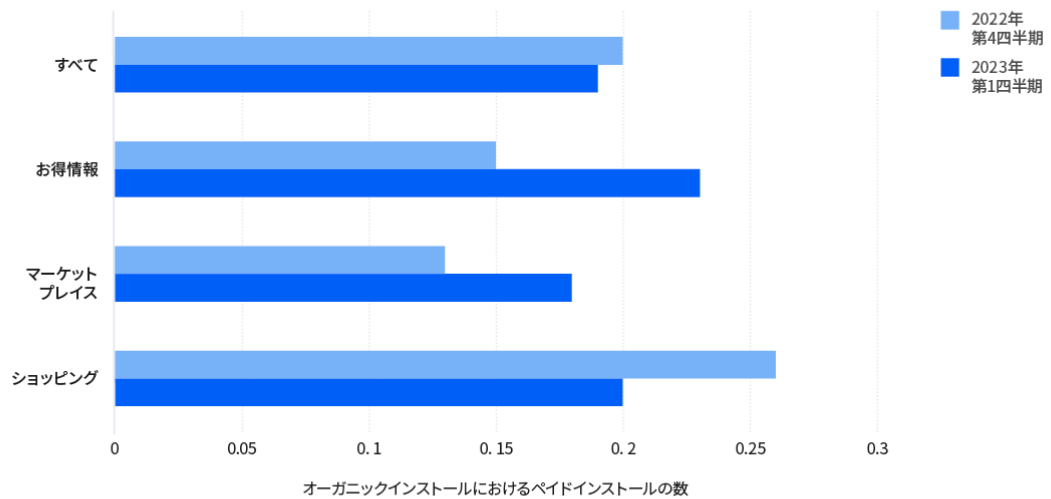
指数>100は人口集団に偏る。提供：data.ai's App and Game IQ Taxonomy



参照元：モバイルアプリトレンド 2023：日本版

- **日本のモバイルゲームは、2023年に緩やかですが着実に復活を遂げており**、インストール数は2022年に減少したにもかかわらず、2023年1月には回復し、2022年平均を30%上回りました。2023年第1四半期、日本のモバイルゲーマーはゲームアプリへの支出を大幅に増やし、2022年第4四半期に比べて13%増加しました。成長率においてはアドベンチャーゲームが目立っており、インストール数で前期比46%、セッション数で16%の成長を記録しています。
- **男性と女性でゲームの趣向の違いが明らかで**、男性にはシミュレーションスポーツゲームや色々なタイプのバトルゲームが、女性にはマッチングゲームやペットシミュレーションゲームが好まれることが分かりました。

日本におけるEコマースアプリのペイド/オーガニックインストールの比率 (2022年第4四半期～2023年第1四半期)

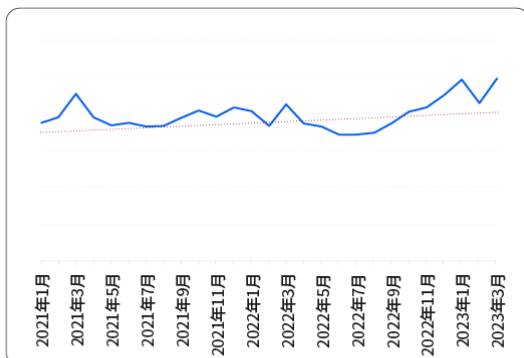


参照元: モバイルアプリトレンド 2023: 日本版

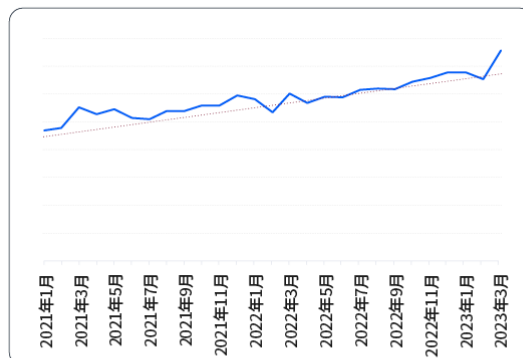
ADJUST × data.ai

- **マーケットプレイスアプリとお得情報アプリの広告予算が倍増していることがペイドインストールの割合の増加から見て取れます。**また、インストール数はEコマースアプリ全体の7%と少ないながらも、お得情報アプリの成長が目覚ましく、2022年第4四半期から2023年第1四半期にかけて、インストール数が19%大幅に増加しました。さらに、一番よく使用されている（インストール数全体の49%、セッション数全体の63%）マーケットプレイスアプリの2023年第1四半期の1日目の継続率は28%と驚異的な伸びを見せており、アプリの魅力が高いユーザーエンゲージメントにつながっていることがわかります。

日本におけるフィンテックアプリの
インストール数の増加
(2021年1月～2023年3月)



日本におけるフィンテックアプリの
セッション数の増加
(2021年1月～2023年3月)




参照元: モバイルアプリトレンド 2023: 日本版

ADJUST × data.ai

- **日本ではキャッシュレス社会への移行が進んでいます。フィンテックアプリの利用率は過去2年間で着実に増加しており、2023年第1四半期のフィンテックアプリのセッション数は、2022年第4四半期と比較して17%増えています。特にスマホ決済アプリのインストール数とセッション数のシェアが77%を占めることから、決済アプリの成長が社会に与える影響をうかがえます。また、仮想通貨アプリの人気の爆発的に増加し、インストール数（134%）とセッション数（36%）の両方が大幅に増え、継続率においては2023年第1四半期の1日目に28%を記録しました。**

Apple TV ダウンロード数ランキング 日本における総合トップ10 (2023年第1四半期、1日平均)		Apple TV カテゴリー毎ダウンロード数 日本におけるトップアプリ (2023年第1四半期、1日平均)	
1	 Disney+ エンターテインメント	 こどもちゃれんじTV (テレビ版) 教育	
2	 Amazonプライム・ビデオ エンターテインメント	 Disney+ エンターテインメント	
3	 Netflix エンターテインメント	 Steam Link ゲーム	
4	 YouTube エンターテインメント	 Zwift: Ride and Run ヘルスケア/フィットネス	
5	 U-NEXT エンターテインメント	 YouTube Kids 子供向け	
6	 ABEMA エンターテインメント	 Tinder-恋人や友達探し・出会いのためのマッチングアプリ ライフスタイル	
7	 Hulu エンターテインメント	 NHK WORLD-JAPAN ニュース	
8	 WOWOW エンターテインメント	 DAZN (ダゾーン) スポーツをライブ中継 スポーツ	
9	 FOD エンターテインメント		
10	 Paravi エンターテインメント		

参照元: モバイルアプリトレンド 2023: 日本版

ADJUST ×  data.ai

- 日本では、コネクテッド TV (CTV) とオーバーザ・トップ (OTT) サービスの急速な普及によって、デジタルコンテンツの消費の仕方が大きく変化しています。Apple TV ダウンロード数ランキング 1 位は Disney+、2 位は Amazon プライム・ビデオ、3 位は Netflix という結果となりました。日本のユーザーの 60% 以上がテレビで YouTube を視聴する方を選んでいます。また、日本の CTV 広告市場は、2025 年までに 1,695 億円に達すると予想されています。

ADJUST

data.ai 日本事業責任者 鳥井武志

業界が成長を続け、ユーザー行動が変化する中、強力なパートナーシップを構築し、革新的なテクノロジーを活用して業界のトレンドを先取りすることが、大きな成長の機会を掴むための重要なポイントとなります。適切なアプローチをとることで、モバイルマーケターはキャンペーンを次のレベルに引き上げ、この魅力的な市場の大きな可能性を最大限に活用することができます。

モバイルアプリトレンド 2023 : 日本版のレポート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/japan-app-trends-2023/?utm_medium=release&utm_source=PR&utm_campaign=JA_JAPAN_APP_TREND_2023_PR-AAA-

Adjust について

Adjust (<https://www.adjust.com/ja>)は、デジタル広告やコネクテッドテレビ（CTV）、地上波テレビやQRコードまで、様々なキャンペーンのアプリインストール効果を計測し、その分析環境を提供することで、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。急成長中のテック企業から、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ます。Adjust Suite が提供する計測・分析サービスから得られる可視性とインサイトが、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

https://www.streetinsider.com/stock_lookup.php?q=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。

data.ai について

data.ai (<https://www.data.ai/jp/>) は、モバイル領域における業界スタンダードとしての立ち位置をこれまで確立してきました。これからの当社のミッションとしては、デジタル経済圏において信頼の置ける情報源として、消費者と市場データを組み合わせ AI を活用することで、あらゆる業界のお客様が、ビジネスにおける重要な意思決定を行う上で有用なインサイトを提供する、世界初の統合データ企業になることです。当社のお客様が、それぞれのエンドユーザーの方々に対して優れたデジタル上の顧客体験をご提供できるよう、これからも全力でご支援させていただきます。