

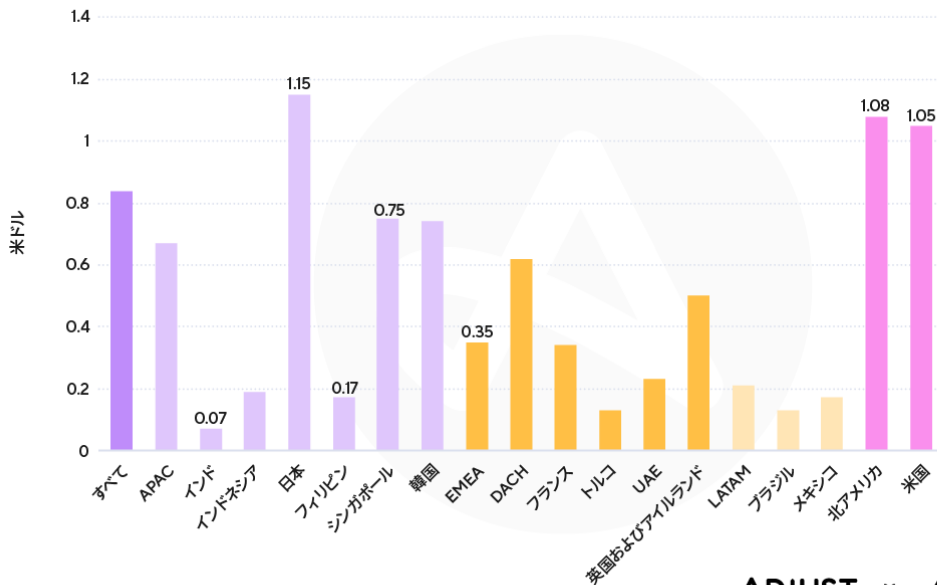
Adjust と AppLovin、モバイルゲームの最新トレンドやデータを紹介する 「モバイルゲームレポート」を発表

～月間アクティブユーザーあたりの平均アプリ内収益（ARPMUA IA）

が最も高いのは日本ということが判明 ～

地域・国別ゲームアプリのARPMUA IA (2023年)

MAUからのアプリ内収益が最も多いのは日本



ソース: Adjust | AppLovin「モバイルゲームレポート 2024」

ADJUST × APPLOVIN

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・デュサール、日本ゼネラルマネージャー：佐々直紀）は、「[モバイルゲームレポート 2024](#)」を発表しました。本レポートは、世界のモバイルゲームアプリを基にしたデータや、[AppLovin](#) と同社クリエイティブユニットの [SparkLabs](#) による専門的なインサイトを紹介しており、マーケターだけでなくゲームスタジオや開発者にも役に立つ情報を掲載しています。2023年に顕著な伸びを見せたゲームアプリのインストール数やアプリ内収益は、2024年も成長を続けています。多くのサブカテゴリーでパフォーマンスが回復しており、AIの活用やコネクテッドTVの導入など、成功やスケールアップのための新たなフレームワークの可能性が広がっています。

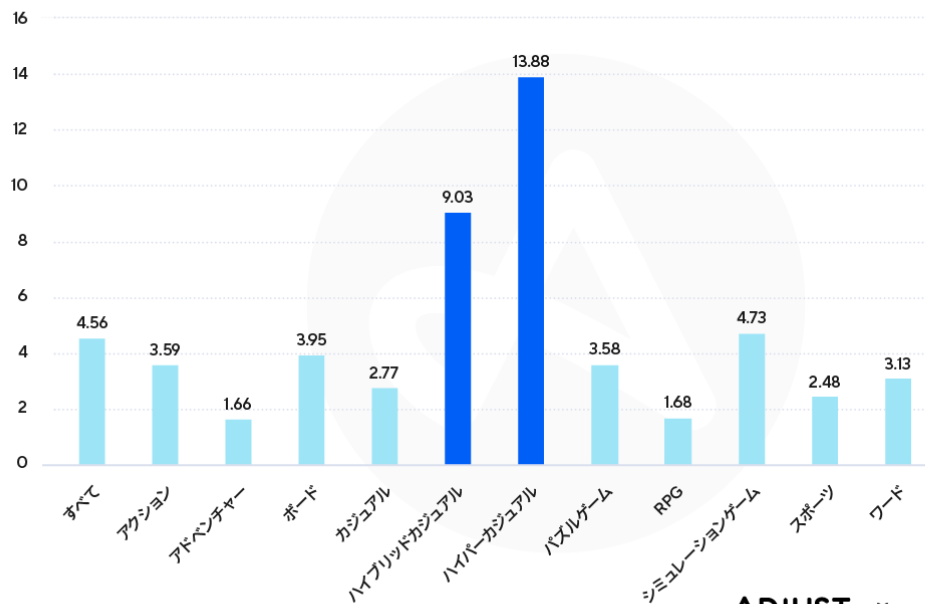
ADJUST

AppLovin グローバルビジネス開発部門 VP、ダニエル・チェルナホフスキー（Daniel Tchernahovsky）

市場の激化が一因となってモバイルゲームアプリが停滞しているという認識は、この競争が弾みとなって得られる『成長』というプラスの面を見落としています。私が日々出会うパートナーは、速いペースで新製品をリリースしながらも成功を収めています。例えば最近では『Monopoly GO!』というアプリが 2023 年にリリースされ、同年で最も収益を上げたゲームとなりました。

モバイルゲームを拡大させて成長させるためのルートは変化しており、ユーザーやオーディエンスのニーズや技術開発、計測の複雑さにも対応していく必要があります。こういった背景を踏まえ、「モバイルゲームレポート」は、Adjust が計測する上位 5,000 のアプリをはじめ、すべてのアプリを集計したデータに基づいて最新のトレンドに焦点を当て、広告主が戦略的かつデータに裏付けされた意思決定を行い、競合と差をつけるためのインサイトを提供します。

世界のゲームアプリの広告1000回表示あたりのインストール数 (IPM) (2023年)

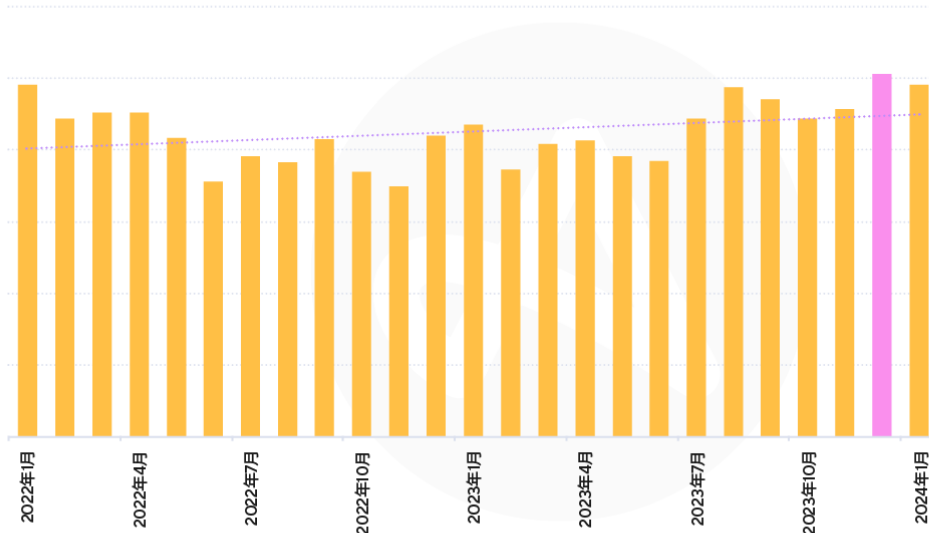


ソース: Adjust | AppLovin「モバイルゲームレポート 2024」

ADJUST × APPLOVIN

世界のゲームアプリのアプリ内収益 (2022年1月～2023年1月)

第4四半期の12月に年平均を17%上回り、前年比21%増を記録



ソース: Adjust | AppLovin「モバイルゲームレポート 2024」

ADJUST × APPLOVIN

AdjustとAppLovinの共同制作による[本レポート](#)では、キャンペーンを効率化するために「ジェネレーティブ AI」とも呼ばれる生成 AI の活用方法や、コネクテッド TV がいかに成長の鍵となるパフォーマンスチャネルか、ということについても解説します。

レポートの主な内容

- **月間アクティブユーザーあたりの平均アプリ内収益 (ARPMUA IA) が最も高いのは日本**
MAU からのアプリ内収益が最も高いのは日本(1.15 ドル)で、北米(1.08 ドル)と米国(1.05 ドル)がそれに続く結果となりました。
- **ハイブリッドカジュアルゲームが好調な理由が判明**
各ゲームにアプリ内収益化の要素が追加されたことが主な要因となり、ハイパーカジュアルと比較すると、**月間アクティブユーザー数 (MAU) あたりの平均収益は 800%、クリック率は 30%**といずれも高く、全体的にハイパーカジュアルを上回り、UX に収益化要素を加えることの有効性を示しています。
- **ゲームアプリにおけるアプリ内収益は増加傾向**
2023 年には前年比 6%増と顕著な伸びを示したほか、12 月には年間平均を 17%上回って前年比で 21%増加しました。2024 年も成長は続き、1 月のアプリ内収益は前年比で 13%増加する結果となりました。
- **インストール数が最多だったのはレースゲームとシミュレーションゲーム**

ADJUST

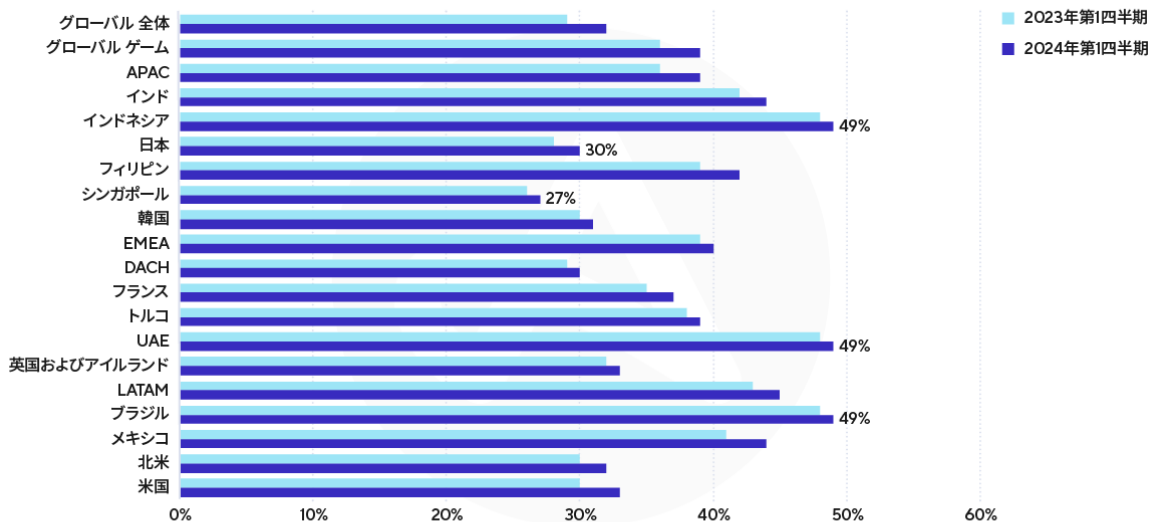
レースゲームは前年比 61%、シミュレーションゲームは前年比 53%と、それぞれ大きく増加しました。その後
に続くアーケードゲームはインストール数が 38%、セッション数が 19%増加しました。

- **ゲームアプリにおける ATT オプトイン率は他アプリカテゴリーよりもはるかに高い**

2023 年第 1 四半期は 36%だったのに対し、2024 年第 1 四半期の世界平均は 39%まで上昇しました。オプトイン率が最も高い国はインドネシア、アラブ首長国連邦、ブラジルで、いずれも 49%という結果となりました。

ゲームのATTオプトイン率は一貫して上昇

(2024年第1四半期と2023年第1四半期の比較)



ソース: Adjust | AppLovin「モバイルゲームレポート 2024」

ADJUST × APPLOVIN

また、今回のレポートでは、Hypercell Games や Mamboo Games、VividJoan、Widogame などの大手ゲーム開発者やパブリッシャーによる、現場からのインサイトや効果的な方法も紹介しています。

Adjust 日本ゼネラルマネージャー 佐々直紀

適切なツールに投資して、次世代技術、AI、パーソナライゼーションを活用することが非常に重要になっています。ゲーム開発者やスタジオは、新しいチャネルやプラットフォームでスケールすることで、インストール数とセッション数を回復させると同時に、ゲームをプレイしつつ課金もしてくれるユーザーを見つけることができるでしょう。ハイパーグロース時代が終わり、以前のような収益化が困難な今、マーケティングの成功とスケールには新しいフレームワークが必要です。そこで不可欠なのは、デバイスレベルのデータに依存することなく同じレベルの成長を可能にする、プライバシー重視の次世代技術ソリューションを取り入れることです。

さらに詳しい情報については、「モバイルゲームレポート」をダウンロードしてご覧ください。

<https://www.adjust.com/ja/resources/ebooks/gaming-app-insights/>

ADJUST

2024年に重要性がさらに高まるクロスプレイとクロスデバイスを活用してモバイルゲームアプリをPCやコンソールに拡大させる方法については、Adjustの最新ツール「[PC・コンソール計測](#)」をご確認ください。

Adjust について

[Adjust](#)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。

AppLovin について

AppLovinは、あらゆる規模の企業が理想的な顧客とつながるよう支援するテクノロジーを作る企業です。誰もがグローバルオーディエンスにリーチして収益化し、そして成長するためのエンドツーエンドのソフトウェア、及びAIソリューションを提供しています。詳しくはこちら：www.applovin.com/ja