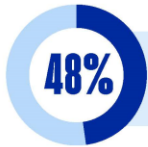


Adjust、モバイル広告最適化の新技术を紹介する 最新レポート「モバイル計測の未来」を発表 ～プライバシー保護時代のマーケティングを変革する 3つの革新技术を徹底解説～

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：アンドレイ・カザコフ、日本ゼネラルマネージャー：佐々直紀）は、最新レポート「[モバイル計測の未来](#)」を発表しました。このレポートでは、「インクリメンタリティ」、「マーケティングミクスモデリング（MMM）」、「予測顧客生涯価値（pLTV）」という、モバイル計測の未来を支える3つの次世代テクノロジーを詳しく解説しています。

この調査結果は、近い将来、AIやMLによるソリューションを積極的に活用または検討するに至っていない企業は、テクノロジー感度の高い競合他社に後れを取るリスクを抱えている可能性を示唆しています。

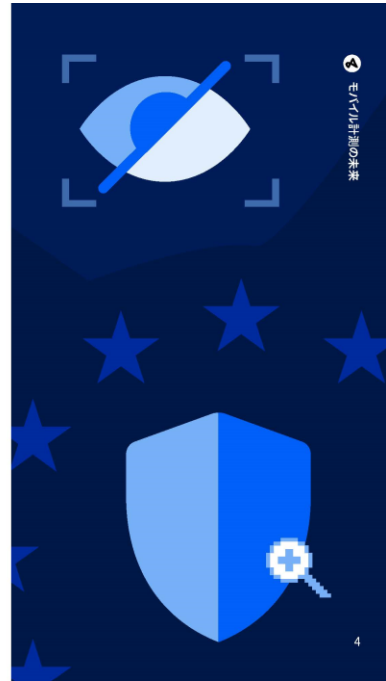
次世代のアトリビューションおよび分析ソリューションを提供するモバイル計測パートナー(MMP)と連携し、複雑化がますます進む業界の中でも複雑な問題を簡素化することが、変化し続ける市場においてスケーラブルな成長を実現する鍵となるのです。



マーケターの48%が、今後12ヶ月以内にAIが計測とアトリビューションに非常に大きな影響を与えるようになるだろうと予想しています。

モバイル計測に影響を与える世界のプライバシー規制

- ヨーロッパ**
 - EU一般データ保護規則 (GDPR)
 - デジタル市場法 (DMA)
 - デジタルサービス法 (DSA)
- インド**
 - デジタル個人データ保護法 (DPDPA)
- 米国**
 - カリフォルニア州消費者プライバシー法 (CCPA)
 - ニュージャージー州消費者プライバシー法 (S332)
- ブラジル**
 - 一般個人データ保護法 (LGPD)



「プライバシー時代」の到来により、デバイス固有のデータ利用が制限される中、Appleの「SKAdNetwork」やGoogleの「Android向けプライバシーサンドボックス」など、プライバシー対応フレームワークが業界標準となりつつあります。本レポートでは、このような背景やプライバシー保護がモバイル計測に与える影響を分析し、AIを活用した新たなアプローチがいかにしてその課題を解決しつつあるかを探ります。

ADJUST

マーケティング専門家の48%は、今後12ヶ月以内にAIが計測やアトリビューションに非常に大きな影響を与えると予測（[英語](#)）しており、このような技術を導入することが今まさに適切なタイミングであることを示しています。これらの次世代ソリューションは、モバイルマーケティングの成果を最大化し、意思決定をよりスマートに進めるための重要な鍵となることが期待されています。

インクリメンタリティ

インクリメンタリティのユースケース



「インクリメンタリティ」は、マーケティングキャンペーンによるコンバージョンとマーケティングの影響がなかった場合に発生したと考えられるコンバージョンの差を分析することで、無駄な広告予算を特定し、マーケティング活動の真の効果を理解するための強力なツールです。

Adjustが提供する次世代ソリューション「[InSight](#)」は、AIとMLを活用し、オーガニックカニバリゼーションを特定することで、最適なキャンペーンやチャネルへのリソース配分が可能となり、厳しい予算管理下でもマーケティング活動の効果を最大化します。

データ環境に左右されないインクリメンタリティは、プライバシー規制が進む現代でマーケティング戦略の新たな指針として注目されています。

ADJUST

マーケティングミックスモデリング (MMM)

MMMの基礎

定義
マーケティングのインプットとKPIの関係を評価して予測する**統計分析手法**。

重要な理由
どのマーケティング活動が売上やコンバージョンに最も貢献しているのかを特定することで**成功の秘訣**を明らかにし、広告やマーケティング戦略に関して**データに基づいた意思決定**を行うのに役立ちます。

計算方法
回帰分析モデルは、既知の結果に対する各予測因子の影響を推定します。
• **従属変数** (レスポンスまたは結果) 例: 週次収益
• **独立変数** (予測) 例: 広告費用、チャネルの分配

ユースケース
例えば、マーケティングチームが**予算が効果的に割り当てられているのかどうか**を把握したい時などに、MMMモデルを活用して予算の効果予測を確認することができるため、積極的に調整を加えることを可能にします。

マーケティング活動全体のROIを解析し最適予算配分を導き出す統計手法「マーケティングミックスモデリング (MMM)」は、テレビ広告、ソーシャルメディア、Eメールマーケティングなど、幅広い施策が収益やアプリのインストールにどのように影響を与えるかを解析し、プロモーションや季節的な傾向、外的要因も考慮した包括的な視点を提供しており、モバイル計測の未来を支える手法の1つとして注目されています。Adjustは、現在この革新的なMMMソリューションをダッシュボードに追加を予定しており、すでに初期テストではアプリインストール数の最大化や予算最適化の成功事例が報告されています。

予測顧客生涯価値 (pLTV)

予測を活用する

結果を予測する

- 目標**
さまざまなコホート指標 (例えば「4日目の収益」など) を評価してキャンペーンを最適化することで、予算を賢く投資して成長を最大化する
- 課題**
これらのコホート指標に到達するのを待つ間に、成果の出ていないキャンペーンに予算と時間を浪費してしまっている可能性がある
- ソリューション**
AIベースのソリューションは、ユーザージャーニーの初期段階からシグナルを捉えるMLモデルを使用し、「インストール後数週間何が起るか」などの将来的なユーザーの価値と行動を予測する

- 待機する必要がない
- 早い段階からスケールアップする機会が得られる
- 予算を効果的に割り当てられる
- パフォーマンスの低いキャンペーンを一時停止できる

モバイルマーケティングにおける予測分析の仕組み

- 01 通常通りマーケティングキャンペーンを実施する
- 02 予測プラットフォームが、コントロールグループとして機能する業界のベンチマークと比較してキャンペーンのパフォーマンスを分析する
- 03 クリエイティブ、チャネル、予算などのテスト変数を調整しなかった場合のキャンペーンの結果をモデルが予測する

プライバシー重視の環境では、データ粒度が制限され、マーケターは従来の分析手法だけでは十分な成果を得ることが難しくなっています。この課題に対し、予測テクノロジーを活用した「予測顧客生涯価値 (pLTV)」モデルが有効ななっています。このモデルは、広告キャンペーンの早期段階で高価値ユーザーを特定し、最適なチャネルやリソース配分を可能にします。Adjustが提供するpLTVは、ユーザーの行動データをもとに24時間以内に95%の精度で新規ユーザーのLTVを予測することができます。これにより、長期的に収益性の高いユーザーをターゲットにした広告予算配分

ADJUST

が実現します。また、合成コントロールグループを活用することで、広告費用の無駄を防ぎつつ、最適なチャネルやキャンペーンに迅速に予算を振り分け、リアルタイムで最適化します。

レポートの主な内容

- プライバシー保護の時代がアプリマーケターと開発者に与える影響
- アプリの持続的な成長のための3つの革新的なソリューション「インクリメンタリティ」、「マーケティングミックスモデリング（MMM）」、「予測顧客生涯価値（pLTV）」
- AIと機械学習（ML）を活用して、不明瞭なデータのプールからより多くのインサイトを迅速に生成する方法
- ユーザー獲得を促進するために戦略的に不可欠なチャネルの多様化
- 市場をリードするMMPと連携して、変化し続ける環境への対応を成功させるためのヒント

Adjust 最高技術責任者 イェーゴル・ルコムスキー

プライバシー重視のフレームワークはこれまでにないほど複雑化しており、モバイルグロースマーケターの役割にも根本的な変化をもたらしています。このような課題に直面する中で、複雑化する業界の状況を簡素化し、的確なサポートを提供してくれるパートナーを選ぶことがこれまで以上に重要となっています。Adjustは、こうした課題を解決するためにイノベーションとサポートを提供する絶好の機会と捉え、マーケターの皆さまを支援しています。

Adjust 日本ゼネラルマネージャー 佐々 直紀

プライバシー規制が進む中で、データ活用の新たなアプローチと革新的な計測手法がマーケターに求められており、日本市場においても、厳格化する規制に対応しながらモバイルアプリ市場の持続的な成長を支える取り組みが重要となっています。Adjustが今回発表したレポートでは、広告効果を最大化する鍵となる3つの次世代テクノロジーを解説し、未来のマーケティングの可能性を提示しています。Adjustは、今後もAIや機械学習を駆使したサービスで、限られたデータ環境の中でも的確かつ迅速に意思決定できるような革新的なソリューションを提供できるよう取り組んでまいります。

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/future-of-mobile-measurement/?utm_medium=pr&utm_source=pr&utm_campaign=JA_FUTURE_OF_MM_Q42024-AAA-

ADJUST

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。