

Adjust、「ユーザーレベルでの広告収益 (User-Level Ad Revenue)」レポート機能を発表

～収益効果の高いユーザーに予算を割り当て、LTV や ARPU などの価値ある
データインサイトを活用したクロスプロモーションの向上が可能に～



モバイル計測およびアドフラウド防止の業界リーダーである [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) は本日、「ユーザーレベルでの広告収益 (User-Level Ad Revenue)」レポート機能のローンチを発表しました。これは、[ironSource](#) や [Fyber](#) などの業界屈指の広告メディエーションプラットフォームベンダーとの協業によって実現されたもので、今後対応ベンダーを随時追加いたします。この機能により、アプリパブリッシャーはアプリ内広告に由来する収益を正確に計測し、各広告に対するユーザー行動を把握することが可能になります。さらに、ユーザーのライフタイムバリュー (LTV) の計測や、リターゲティング、クロスプロモーションキャンペーンの最適化を行うことが可能となります。アプリストアやアプリ内広告によってモバイルアプリが生み出す収益は、2020年までに [1,889 億ドルに達する](#) と予測されています。特にアプリ内広告による広告収益は、多くのアプリパブリッ

ユーザーにとって成長力のある収益化の手段として注目を集めており、[2019年にはその収益が60%拡大](#)するとも予測されています。

現在の業界標準では、アプリ内広告の収益は集約され、平均値化されたデータが提供されています。このため、アプリパブリッシャーが広告収益データをユーザー獲得ソースに紐付けしたり、セグメントに分解することができません。また、データはネットワーク全体で集約され、価値のあるきめ細かな測定基準が提供されていません。アプリ内の広告収益はユーザーベースで均一化しているかのように表示されますが、実際は収益効果の高いごく一部のヘビーユーザーが生み出しています。これらのユーザーが、モバイルアプリの広告収益全体の80%を占めることも少なくありません。

ユーザー単位の広告収益データにより、以下の3つの重要な疑問を解決することができます。

- 1) 広告に接触するユーザーはどこからやって来るか
- 2) どのキャンペーンが広告費を上回る収益を生んでいるか
- 3) どのユーザーが最も広告収益を生み出しているか

それぞれのユーザーが生み出す収益の価値と、それがどのソースで発生しているのかというデータを紐づけることで、これらの疑問が解決します。

また、広告収益データを用いることで、アプリパブリッシャーは、個人情報の保護に準拠した方法で広告と収益化をもたらしたユーザーを紐付け、ユーザー獲得コストを比較することが容易にできるようになります。マーケターはこの新しいインサイトによって、1ユーザーあたりの平均売上げ高 (ARPU) や生涯価値 (LTV) を算出できるようになります。また、このデータを参考に広告費用を測定したり、クリックをしたユーザーに対する施策やリターゲティングの最適化を図ったりすることが可能となります。ユーザー単位で計測する「広告収益」は、透過的で正確なデータを Adjust のアプリマーケターに提供し、その活動を継続的にサポートします。

Adjust CTO 兼 共同創業者 ポール H. ミュラー

「Adjust の重要なパートナーと協力して、ユーザー単位の広告収益データを提供できることを大変嬉しく思っています。マーケターは、広告収益に対するこのようなきめの細かなインサイトを活用しながら、ユーザー獲得キャンペーンの最適化や ROI の向上を効果的に進めることが可能となります」

ironSource グローブディベロッパーソリューション担当 VP エフゲニー・ペレス

「メディエーションパートナーとして Adjust とユーザーレベルでの広告収益を提供することにより、マーケターは、ユーザー単位で IAP（アプリ内課金）データと広告収益データを組み合わせ、ROAS（広告費用対効果）の高いキャンペーンを展開できるようになります。このリリースによって、プラットフォームを利用するパートナーが ROI を飛躍的に向上させることができるようになることを、大変嬉しく思っています」

「ユーザーレベルでの広告収益（User-Level Ad Revenue）」レポート機能の詳細については、こちらのブログをご確認ください。

<https://www.adjust.com/ja/blog/announcing-user-level-ad-revenue-tracking>

Adjust 会社概要

Adjust は、モバイル計測およびアドフraud防止の業界リーダーです。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。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で、取得できるデータの多様性と正確性、さらにアドフraud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、LINE、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 25,000 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。

Adjust は、2018 年 12 月に、マルチキャンペーン管理プラットフォーム「Acquired.io」、2019 年 1 月には、サイバーセキュリティならび人工知能の開発を専門とした「Unbotify」を買収しました。これらの買収は、広告主のマーケティング活動を一元化して最高級の製品を構築するという、Adjust の企業目標への取り組みの一部として実現されました。

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、テルアビブ、ソウル、シンガポール、ムンバイ、サンパウロなど世界 15 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）のシヨン・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 22 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/>