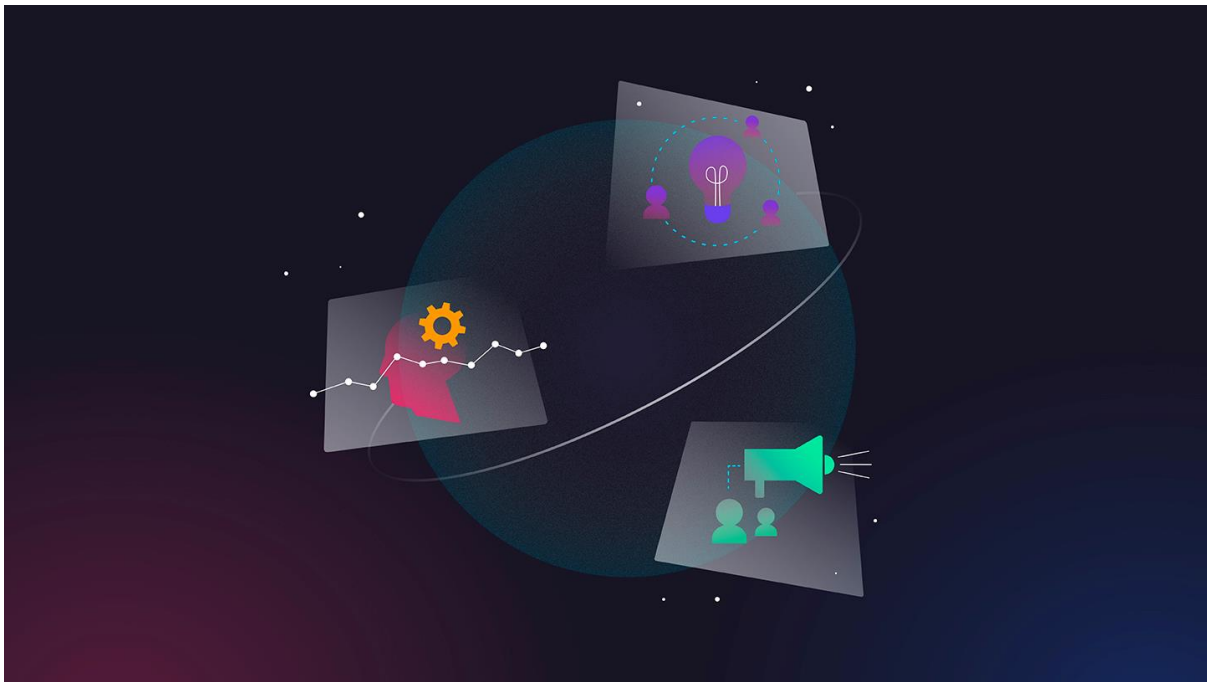


AppLovin、2024年モバイルアプリ市場における 5つのトレンド予測を発表 2024年のキーワードはAIとアフィリエイトマーケティング



マーケティングソフトウェアのリーディングカンパニーである AppLovin（アプブラビン）（<https://jp.applovin.com> /）（本社：米国・カリフォルニア、代表取締役社長 アダム・フォローギ、日本事業責任者：片木智也）は、2024年モバイルアプリ市場における世界のトレンド予測をリリースしました。

①AIなどの新興技術がゲーム制作と市場成長に変革をもたらす

グローバル事業バイスプレジデント、ダニエル・チエルナホフスキー（Daniel Tchernahovsky）は、以下のように述べています。

最近のAI技術の進歩により、アプリ開発者はこれまでよりもはるかに迅速かつ低コストでゲーム制作が出来るようになりました。制作コストの削減は開発の早い段階で多くの実験を行い、簡単なコンテンツを作成・市場テストし、フィードバックを迅速に反映させることにつながります。

例えば、ランナーゲームの制作にAIを使用すれば、スポーツスタジアム、野原、森林のトレイルなど、さまざまなランニング環境を生成することができ、簡単で費用対効果の高い方法で、様々なレベルを設定し、ゲームの寿命を延ばすことができます。今年はAIを活用したゲーム制作が大幅に増えることが予想されます。

②AIによるパーソナライゼーションによって、より魅力的なプレイヤー体験を生み出す

グローバル事業バイスプレジデント、ダニエル・チエルナホフスキー（Daniel Tchernahovsky）は以下のように述べています。

アプリ開発者が長期的なリテンションを高めるための最善の方法は、ゲームやアプリがユーザーのために特別にデザインされたように感じさせることです。開発者がAIを活用し、ユーザーをセグメント化した上でゲーム進行をカスタマイズすることで、ユーザーはゲームの難易度が自分に合わせて調整されたかのように感じることができます。セグメント化によって、各ユーザーに合わせたカスタム体験を生み出すことができ、エンゲージメントの向上、つまりはリテンションの向上につながります。このようなAIの応用は、アプリ体験をパーソナライズし、ユーザーをうまく囲い込むために、ゲームやそれ以外の分野でも増えると考えています。



③広告主はモバイルユーザーを獲得する方法に工夫を凝らす

デマンド担当 バイスプレジデント、アンドレイ・カザコフ（Andrey Kazakov）は以下のように述べています。

今後のトレンド予測の一つは、広告主がCTVのようなモバイル・インベントリ以外のチャンネルでユーザーを獲得することです。今年はさらに、広告主が新しいパートナーと協力し、新規ユーザーを獲得する方法を差別化することで成長が促進されるでしょう。

より長期的な視点で見ると、広告主が変化に迅速に対応するための土台を社内に構築することが重要であり、広告主が購入したものを計測し、利用可能なさまざまなチャンネルで正確なパフォーマンスを把握するための成長スタックを持つ必要があります。また変化に対応するために、ユーザー獲得チャンネルのポートフォリオを拡大するプロセスも必要不可欠です。このように土台を重視することで、どのような環境でも事業を成功に導くことができます。

④AIによりモバイルアプリのオンボーディングが最適化され、リテンションが向上

デマンド担当 バイスプレジデント、アンドレイ・カザコフ（Andrey Kazakov）は以下のように述べています。

モバイルアプリ事業において、長期的なユーザーリテンションは不可欠です。そこで重要な役割を果たすのが、AIを活用したパーソナライゼーションです。特定のユーザー層の嗜好に合わせて機能やコンテンツをカスタマイズすることで、アプリをより魅力的にし、ユーザーを定着させます。

またAIは、ユーザーリテンションの最初の重要なステップであるオンボーディング体験の改善にも役立ちます。特に小売業以外の企業では、アプリのオンボーディングを分析・最適化するためにAIを活用する企業が増えると予想されます。第一印象を左右するオンボーディングは、ユーザーとアプリの関係構築において重要な瞬間です。もし何らかの摩擦があれば、ユーザーは二度とそのアプリを利用しないかもしれません。楽しいオンボーディング体験を作り出すことは、アプリ開発者にとって最優先事項であり、AIはこの重要な瞬間をサポートするための標準的なツールとなるでしょう。



⑤アフィリエイトマーケティングのさらなる拡大

コマース事業担当ディレクター、サイモン・バプティスト（Simon Baptist）は以下のように述べています。

社会がプライバシー保護とそれに対する同意獲得の重要性を認識する中、信頼と信用の構築が最優先事項であるアフィリエイトマーケターは、マーケターの中でもオーディエンスとより強固なつながりを有しています。

ファーストパーティデータ戦略、データ連携、およびオーディエンス・インサイトが注目される中、アフィリエイトマーケターは、支持するブランドを深く理解し、最も良い関係を築いているといえるでしょう。アフィリエイトマーケティングを「パートナーマーケティング」と言い換えて、隠す必要はありません。2024年は、もっと多くの人々にアフィリエイトマーケティングが受け入れられると予測しています。

オンラインショッピングにおいて、モバイル端末での購入は増加傾向にあります。（2023年のブラックフライデーの売上の54%はモバイルからで、わずか1年前と比較すると10%増加しています）。今後も右肩上がりでも上昇し続けると予測され、マーケターが有料広告とオウンドメディアの融合に取り組む中、アフィリエイトマーケティングがバイヤージャーニーに大きく影響を与え、引き続き中心的な役割を果たすことは間違いありません。2024年はアフィリエイトマーケティングの力によってモバイルコマースが急拡大するといっても過言ではないでしょう。



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