

Applovin、生成 AI がもたらすモバイル広告制作の変革を明らかにする パフォーマンス主導の広告トレンド 2024 を発表



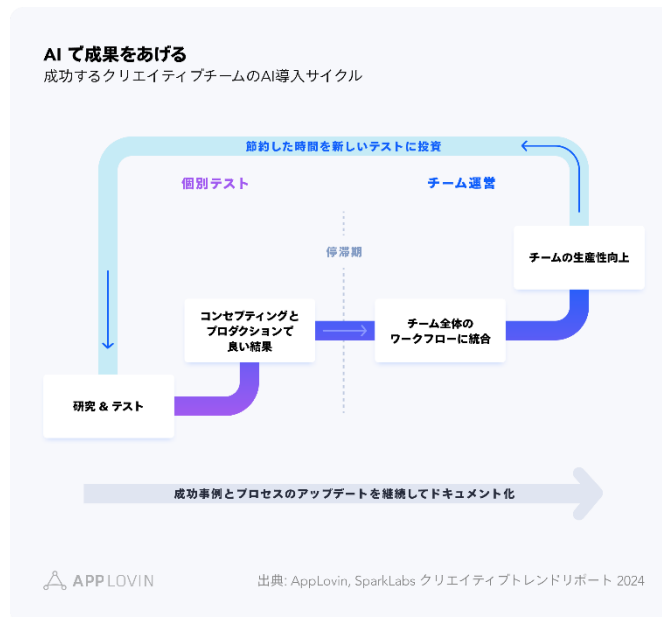
マーケティングソフトウェアのリーディングカンパニーである AppLovin（アップラビン）（<https://jp.applovin.com/>）（本社：米国・カリフォルニア、代表取締役社長 アダム・フォローギ）は、AI がいかに業務効率を高め、広告クリエイティブ制作プロセスの可能性を広げているかを明らかにする パフォーマンス主導の広告トレンド 2024 を本日発表しました。本レポートでは、AppLovin のインハウスクリエイティブチームである [SparkLabs](#) が、AI の導入によってどのように業務効率を改善し、広告クリエイティブ制作の品質と効果を高めたかについて説明するとともに、昨年、最もパフォーマンスの高かったクリエイティブ戦略について深く掘り下げています。

AppLovin 最高マーケティング責任者（CMO）であるケイティー・ジャンセン（Katie Jansen）は以下のように述べています。

「AI を取り入れることで、クリエイティブの可能性が広がります。テクノロジーは進化し続けていますが、私たちは今、さまざまな AI ツールから恩恵を受ける大きな好機を見出しました。効率を向上させ、クリエイティブの限界に挑戦し続け、顧客のために成果を向上させるためには、クリエイティブチームがこれらのテクノロジーを探求し、活用するような企業文化を醸成することが重要であることがわかりました。」

AppLovin の[レポート](#)では、2023 年に SparkLabs が制作した何万ものクリエイティブから分析されたデータに基づき、その年のトップクリエイティブ戦略についても詳しく説明しています。注目すべきトレンドは以下の通りです：

- チームの日々の業務に AI を浸透させることで、個人利用より、**チームでの AI 活用を優先させる**。

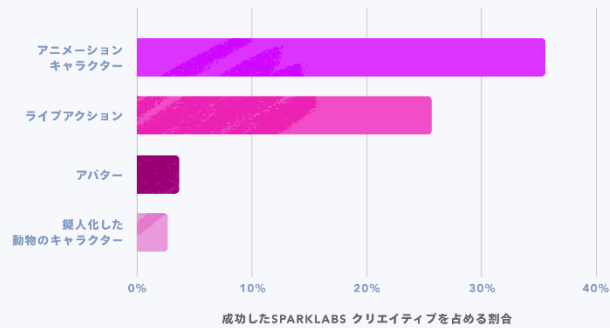


- **ジャンルを超えて**、他の成功したゲームジャンルから人気のあるメカニズムを取り入れて、オーディエンスの幅を広げる。
- 「**ゲーム化**」を利用して、ゲーム以外のアプリの分野でもユーザーを楽しませ、モチベーションを刺激する。ゲーム以外のカテゴリで上位に入った広告の約 3 分の 1 が「ゲーム化」を応用していた。
- クリエイティブなコンセプトを拡張し、ブランドを際立たせるために、ゲームの中核要素を超えたゲームメカニックを取り入れることで、**メタプレイに革新**をもたらす。
- **コネクテッド TV (CTV) の没入型体験**を活用し、新たな視聴者にリーチする。

SparkLab のディレクター、ジェシカ・ドラン（Jessica Dolan） は、以下のように述べています。
「2023 年に SparkLab の最も好調だった非ゲーム広告の半数以上が CTV クリエイティブでした。CTV は広告主にとって、魅力的なビジュアルと実際の俳優を活用してブランドメッセージを強調し、視聴者に新しいことを試してもらうためのユニークなプラットフォームを提供しています。」

「人」の存在がエンゲージメントを促進

2023年に成功したクリエイティブの66%に、人間と人間らしいキャラクターが登場



パフォーマンス主導の広告トレンド 2024 のオンライン版は[こちら](#)から。

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