



報道関係者各位

2024年12月25日

AppLovin 株式会社

AppLovin、2025年モバイルアプリ業界における6つのトレンド予測 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）が、2025年のモバイルアプリ業界におけるトレンド予測を発表します。

2024年が「アプリの年」であったなら、2025年は「アプリ内広告の年」となるかもしれません。アプリ開発者がユーザーを魅了し続ける新しい方法を次々と生み出す中、アプリは現在、消費者の時間と関心を独占しています。健全に成長しているアプリのエコシステムは、ついにブランドの注目を集め、ブランドはアプリ内で消費者とつながる機会を探しています。AppLovin の、モバイルアプリ業界を形成するトレンドとイノベーションについての 2025 年の予測は次の通りです：

予測 1. AI ドリブンの予測マーケティングがブランドエンゲージメントの道を切り開く

Eコマース部門営業副社長、ラファエル・ヴィヴァス（Rafael Vivas）は、AI がブランドと消費者のつながり方を変革すると予測しています。ユーザーのニーズを予測することで、D2C ブランドはパーソナライズされた高 ROI のキャンペーンを、よりスマートかつ迅速に活用できるようになります。AI ツールにより、マーケターはトレンドを予測し、広告費を最適化し、顧客がエンゲージしたいタイミングに正確にアプローチすることができるようになるでしょう。

予測 2. 購買経路の自由化

ラファエルは、消費者の購買行動の変化にも注目しています。「2025年までには、買い物の方法が完全に自由化されるでしょう。もはや物理的な店舗に行くだけでも、大手プラットフォームに頼るだけでもありません。D2C ブランドが台頭しており、新しいツールによって、消費者がさまざまなタッチポイントを通じて商品を見出し、関与し、購入することがこれまで以上



に簡単になるため、これらのブランドはさらに発展していくでしょう。特にモバイルアプリで利用できるシームレスな購買ファネルが、D2Cブランドにこれまで見たことのない形で目立つチャンスをもたらすのです。」

予測 3. E コマースがモバイル広告に進出

Eコマース部門副社長ポール・ケネディ（Paul Kennedy）は、アプリ内広告が小売ブランドにとってますます重要になると予測しています。「2025年には、Eコマースがモバイルアプリ内広告を主要なパフォーマンスチャネルとして完全に取り入れるようになるでしょう。小売ブランドは、従来のディスプレイ広告やSNSのチャネルを超えて、膨大な規模で購買意欲の高い消費者を見つけるためにリーチを拡大し始めるでしょう。そしてそれにより、アクセスしやすいパフォーマンスベースの方法で、売上成長を促進することができるようになるでしょう。」

予測 4. パーソナライズされたゲーム内体験 - そして非ゲームアプリにおけるゲームメカニクス

グローバルビジネス開発担当副社長のダニエル・チェルナホフスキー（Daniel Tchernahovsky）は、テクノロジーの進歩により、アプリ内でより深いユーザーセグメンテーションとパーソナライズされた体験が可能になると予測しています。「ゲームの目的は常に、ゲームが自分のために特別にデザインされたプレイヤーに感じさせることです。現在テクノロジーの進化により、UAと広告収益化の面でも、ゲーム開発の面でもこれが実現できる段階に達しています。ハイブリッドアプローチがゲーム開発の基盤となるにつれて、ユーザーのセグメンテーションがますます洗練され、エンゲージメントの高いプレイヤーや非課金ユーザーをそれぞれ異なるゲーム内の様々な体験に引き込むことができるようになるでしょう。」

さらに、健康、ウェルネス、プロダクティビティ分野の非ゲームアプリは、ゲーミフィケーションを採用することでゲームアプリの成功を活用し、ユーザーのリテンションを高めると予想しています。「健康、ウェルネス、プロダクティビティ分野の非ゲームアプリは、ユーザーのリテンションとエンゲージメントを高めるためにゲームメカニクスを取り入れ続け、両分野の相互成長の機会を生み出すでしょう。」

予測 5. ウェブ統合型アプリのオンボーディングの進展

ダニエルはさらに、ウェブとアプリの体験を融合させる傾向が強まると予測しています。「より多くのパートナーが、アプリのユーザー体験の一部としてウェブを活用しています。当初は、主にサブスクリプションで利用され、開発者がオンボーディング体験をウェブに移行していましたが、現在ではアプリのカテゴリ全体に広がりつつあります。ウェブストアを通じて忠実なユーザーと



のエンゲージメントを図る方法や、純粋にウェブベースのアプローチで新たなインタラクションを促進する手段として、今後この分野で多くの開発が進むと予想しています。」

予測 6. 広告疲れを克服するためのクリエイティブ戦略

最高マーケティング責任者のケイティー・ジャンセン (Katie Jansen) は、広告が溢れる現代における「広告疲れ」の課題を強調しています。

「ソーシャルメディアやポッドキャストネットワークでの広告販売は好調です。これは業界にとって良いニュースですが、一方で課題も伴います。一部の推計によれば、消費者は 1 日に最大 5,000 本もの

広告にさらされています。このような状況においてブランドは、コンテンツを常に新鮮な状態に保ち、関連性を維持してオーディエンスを引き付け続ける必要があります。その鍵となるのが、クリエイティブ戦略を定期的に刷新し、ユーザーの関心を引き続け、無関心になるのを防ぐことです。この例として、ゲーミフィケーションやインタラクティブ要素の活用が増えていることが挙げられますが、これを大規模に実現するのは非常に大きな課題です。」

さらにケイティーは続けます。「成功するブランドは、多様で魅力的なコンテンツを生み出しながら、チームの負担を軽減する方法を見つけることができるブランドでしょう。AI はここで大きな助けとなり、ブランドがクリエイティブ制作を効率的に拡大できるようになります。すでに一部のプラットフォームでは、AI を取り入れて広告主がクリエイティブの多様化を自動化できるようにしていますが、これらの新しいツールがどれほど効果的かは今後の課題です。多くの広告主は、この機能を社内またはエージェントで管理することを選ぶかもしれません。」

引き続き AI が主導する 2025 年は、アプリ業界の継続的な成長とそれに伴う消費者行動の進化によって、さらなる成長と変化の年となることが約束されています。AppLovin はこれからの未来と其中的役割について、大きな期待とともに楽観的に見通しています。

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