



# 決済の未来フォーラム デジタル通貨分科会

## 中央銀行デジタル通貨を支える技術

### ～CBDCに求められるユニバーサルアクセスとは～

2021年6月



**上村 洋範**

**Hironori Uemura**

**App Annie Japan株式会社  
日本ビジネス責任者**

2014年10月 App Annie Japan株式会社 入社  
新規開拓担当の営業職として、ゲーム、音楽、製造業などの業界を担当。

2018年1月よりSales Directorとして営業チームの責任者に就任

2021年4月よりApp Annie Japanにて日本ビジネス責任者に就任

現在は、App Annieの日本国内ビジネス全般を管掌しつつ、アジア太平洋地域におけるManagementチームの一員として、アジアでの事業戦略策定、組織設計、プロダクト改善にも従事

App Annie入社以前は、グローバルITアドバイザリーファームであるGartner JapanにてAccount Executiveとして、国内大手企業のCIO支援(IT戦略策定、ITガバナンス設計など)を専門としていた

# 本日のアジェンダ

- App Annieについて
- 日本市場のモバイルトレンドについて
- 世界のアプリ利用トレンドについて
- まとめ

## 免責事項

App Annieはモバイル市場の推計値に基づくサービスを提供する企業です。世界のいかなる司法管轄区においても投資顧問の資格登録はなく、法律、金融、投資、ビジネス上のいかなる助言も行っておりません。本資料のいかなる記述、ならびにApp Annie のいかなる製品、サービス、その他の提供物も、証券や投資の売買、または投資判断に関する提案、推奨、勧誘と解釈すべきではありません。過去の、また今後起こりうる実績に関するいかなる言及も、何かを推奨し、特定の結果を保証するものではなく、またそのように解釈すべきではありません。法律、金融、投資、ビジネス上の助言については、必ず専門知識を持つご自身の顧問にご相談ください。

# App Annieについて



APP ANNIE (アップアニー)

**事業戦略・新規事業・DX・投資判断をサポートする、  
世界最大手のモバイル市場データベンダー**

2010年創業、米国SF本社、**世界12都市・450名以上**の体制

上場企業からスタートアップまで **全世界1,200社以上**が導入

# モバイル市場データ提供に強み

全世界60+カ国・アプリ毎のダウンロード数 & 収益額

アプリ毎の利用者数、立上げ回数、利用時間、継続率

ユーザー属性（男女比・年齢層）、アプリの重複利用傾向

集客情報（広告出稿状況、広告クリエイティブ、検索キーワード等）

モバイルウェブ利用情報、SDK実装情報

# 日本市場のモバイルトレンドについて

# 2020年における 日本のモバイル市場概況

新規アプリ  
ダウンロード数

26億

+5%

前年比成長率

iOS, Google Play

アプリストアでの  
消費支出

\$200億

+20%

前年比成長率

iOS, Google Play

ユーザーあたりの  
1日における消費時間

3.7 時間

+15%

前年比成長率

Android フォン

デバイスあたりの  
月間支出

\$19.2

+25%

前年比成長率

iPhone

海外に本社がある  
パブリッシャーの  
消費支出に占める割合

33%

+43%

前年比成長率

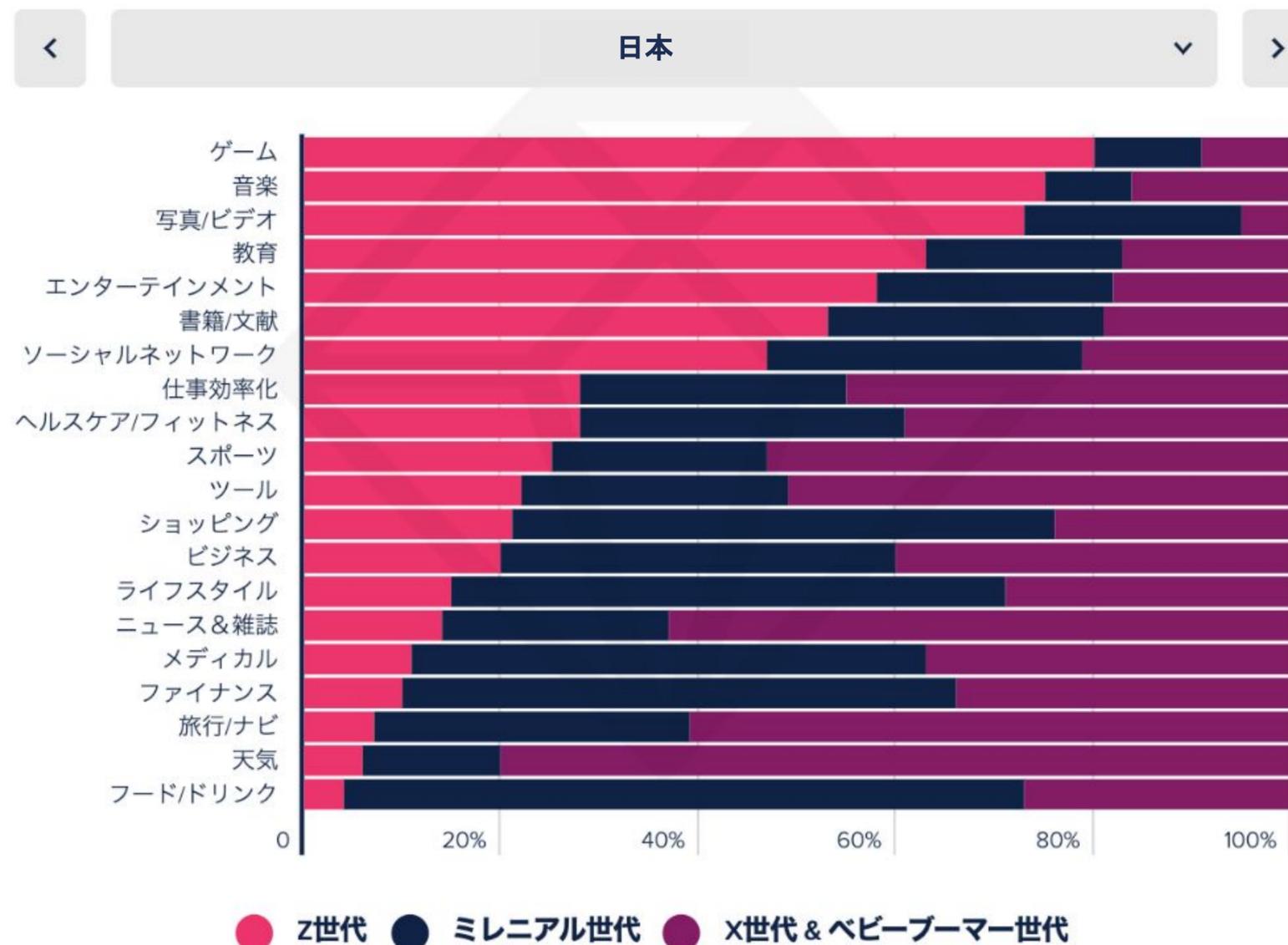
iOS, Google Play

# ターゲット層を定める： 日本では年齢が高い層も モバイルに精通している

- Z世代は、日本のゲームアプリにおける最大のグループであり、MAUトップ100ゲームの80%が、Z世代により利用されやすい傾向にあります。
- ゲーム以外では、音楽アプリと写真/ビデオアプリが、日本のZ世代がリードしているカテゴリです。
- 日本のモバイルユーザー全体が、年齢が高いグループに偏っています。これは、高い年齢層をターゲットにしたアプリが成功する可能性が他の市場よりも高いことを示唆しています。例えば、「旅行/ナビ」「天気」「フード/ドリンク」カテゴリのアプリは年齢が高い層により利用されやすくなっています。

Z世代が、自社のカテゴリに興味をもつ可能性を理解することは、ベンチマークを設定する上で重要です。アメリカ、韓国、フランス、ドイツなどのトップ市場と人口構成が大きく異なる日本では、特に大切になるでしょう。

人口統計上のアプリ利用状況は  
市場とカテゴリによって大きく異なる



出典：App Annie Intelligence：2020年のiPhoneとAndroidフォン；各カテゴリのMAUトップ100アプリにおいて、最も利用可能性が高いデモグラフィックグループのシェア。Z世代（16～24歳）、ミレニアル世代（25～44歳）、X世代およびベビーブーマー世代（45歳以上）。

# 日本のMAUトップアプリとゲーム

各アプリで最も利用率が高い年齢グループ別



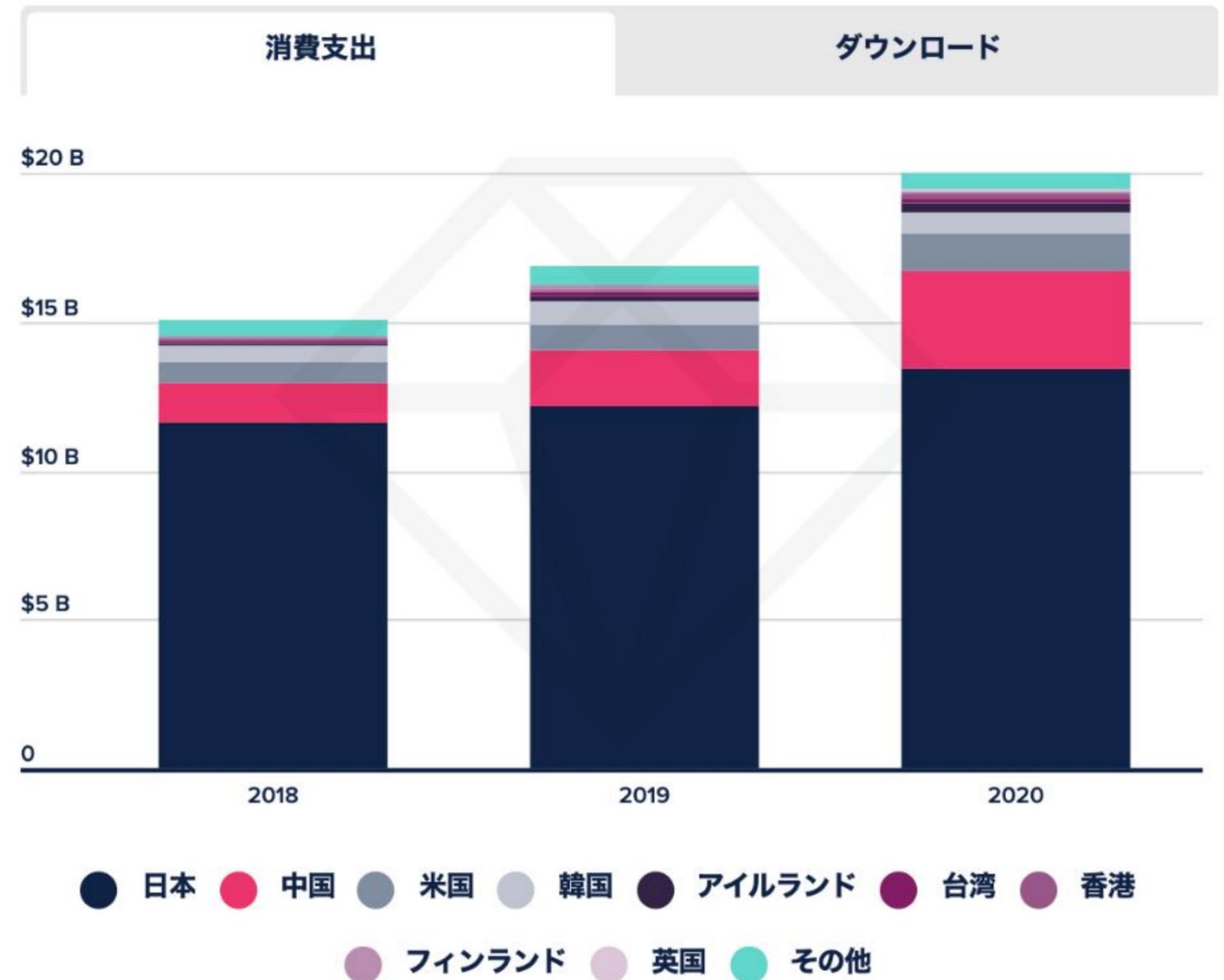
出典: App Annie Intelligence 注: 2020年 Android フォン; Z世代 (16~24歳)、ミレニアル世代 (25~44歳)、X世代およびベビーブーマー世代 (45歳以上)。

# 競合よりも優位に立つ： 海外のパブリッシャーがすでに 消費支出の3分の1を占めている

- 日本は海外のパブリッシャーにも多くのチャンスがある市場で、海外のパブリッシャーはここ数年で目覚ましい前進をしました。日本で最も成功している海外のパブリッシャーは中国で、米国と韓国が続きます。
- これは、日本のモバイルユーザーの嗜好が変化している可能性を示唆しています。満たされていないニーズに対応することで、グローバル企業が日本で成功できる可能性が高まっているということを示しています。

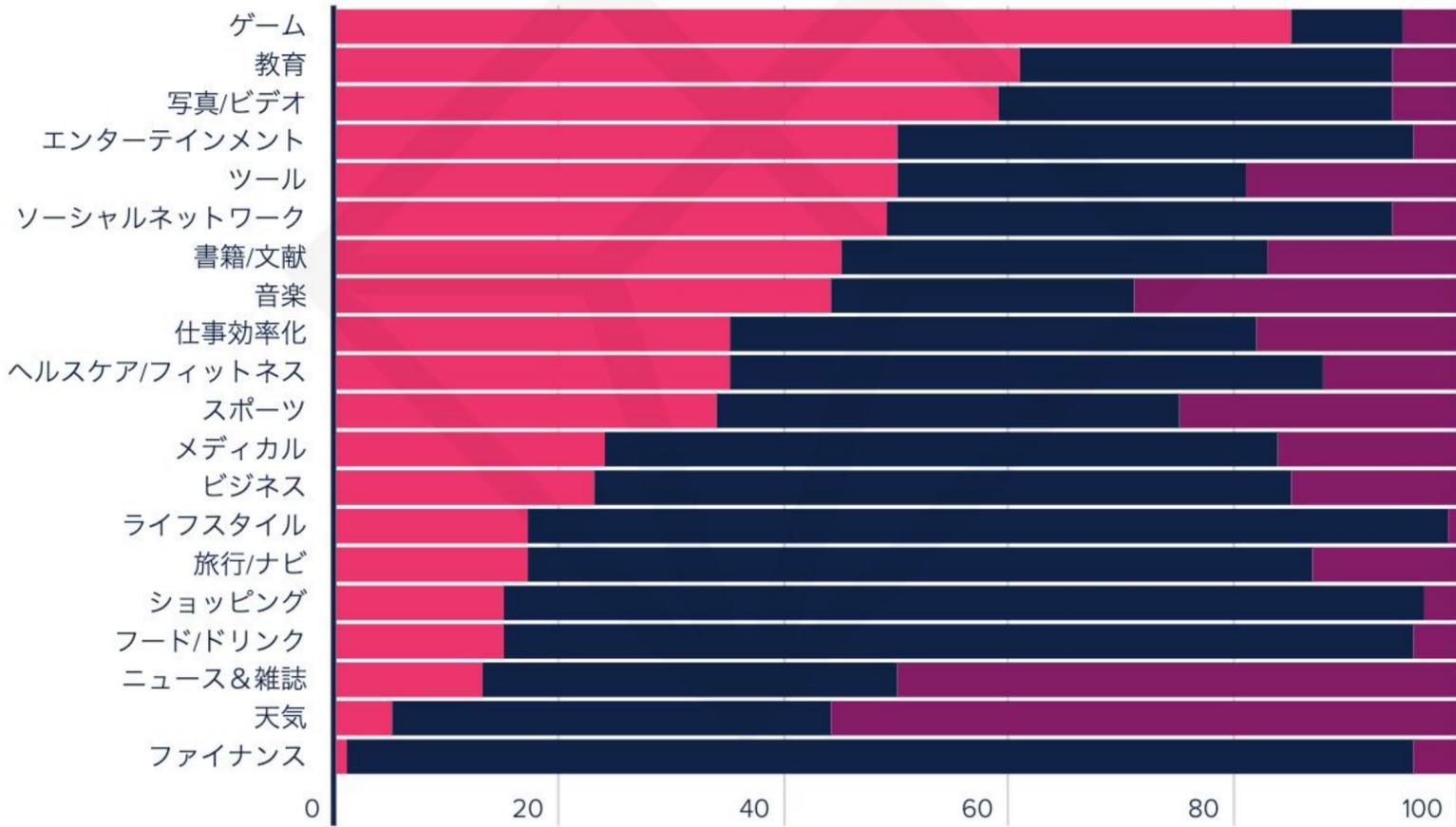
中国はまたたく間に世界最大のモバイルゲーム生産国の一つになりました。そして、日本は中国にとって最も成功した海外市場であることも証明されています。現地への適応性が高くローカライズされたゲームを作ることが重要である一方で、中国産ゲームの品質向上からも、米国や韓国などのゲーム大国を凌駕するその能力は明らかでしょう。

日本における消費支出・ダウンロード数のシェア  
本社所在地別



出典：App Annie Intelligence：ダウンロード数と消費支出はiOS、Google Playの合計。支出額はグロス（一定パーセントのアプリストア手数料を含む）。

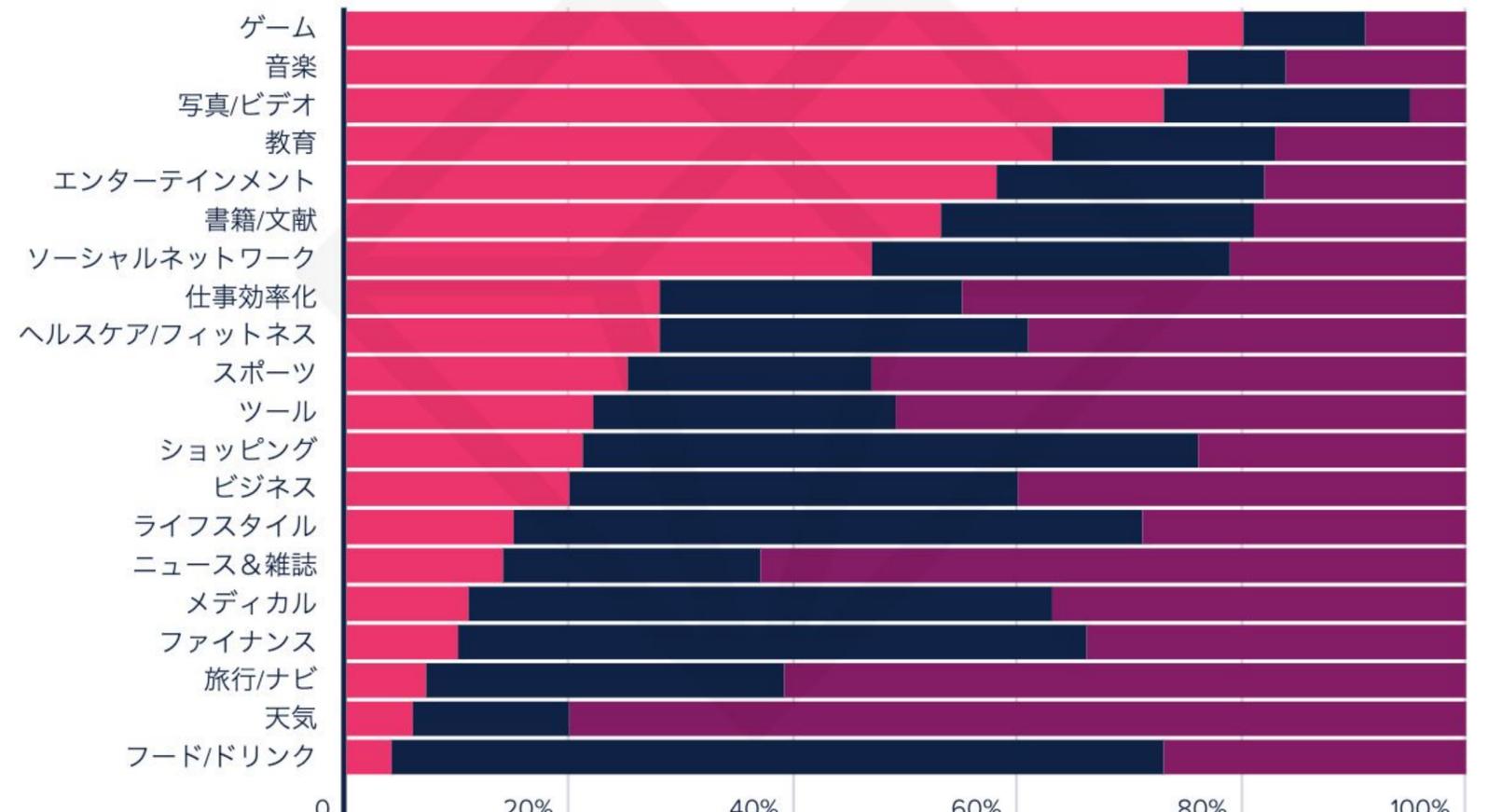
韓国



● Z世代 ● ミレニアル世代 ● X世代 & ベビーブーマー世代

出典：App Annie Intelligence：2020年のiPhoneとAndroidフォン；各カテゴリーのMAUトップ100アプリにおいて、最も利用可能性が高いデモグラフィックグループのシェア。Z世代（16～24歳）、ミレニアル世代（25～44歳）、X世代およびベビーブーマー世代（45歳以上）。

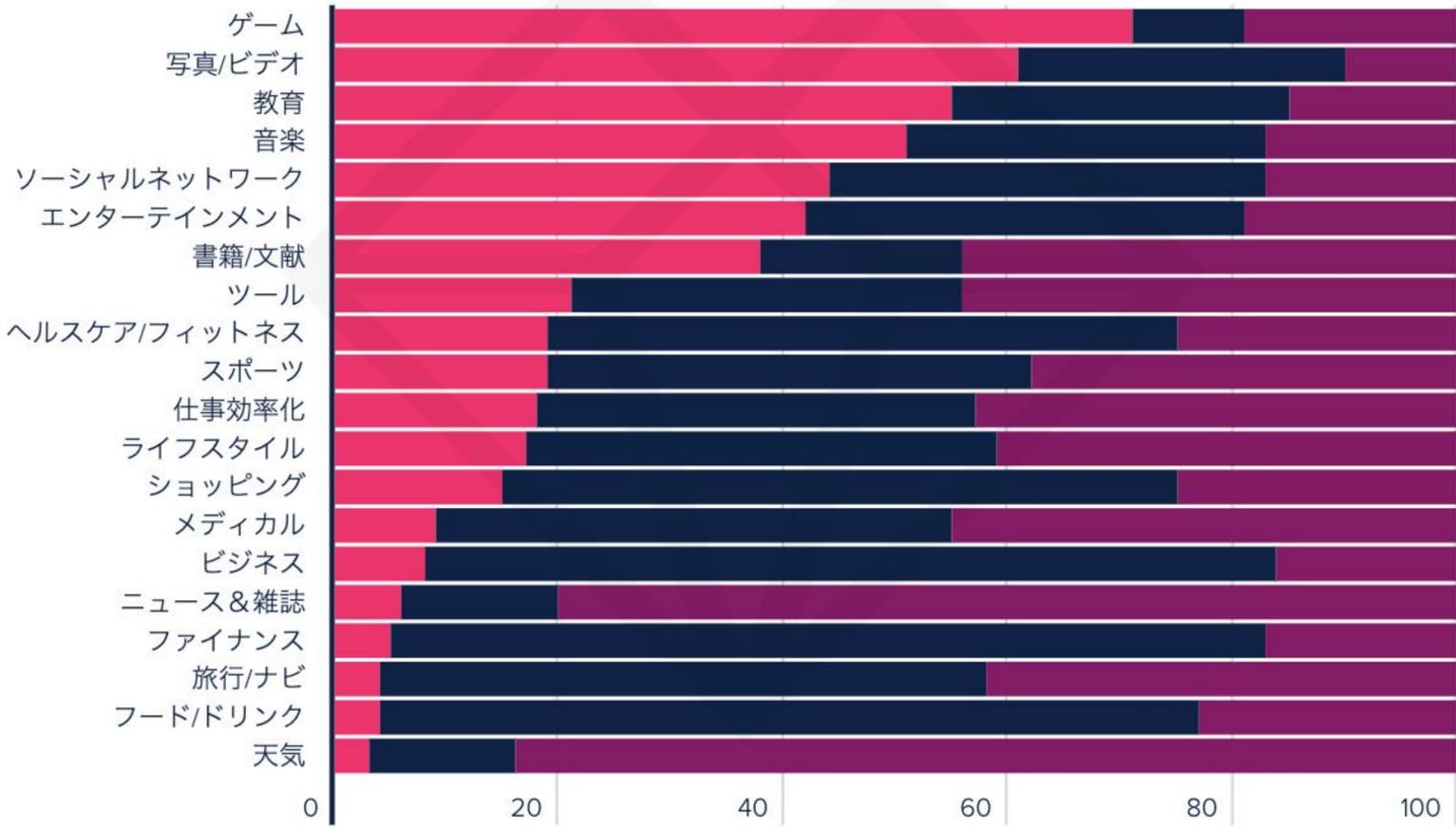
日本



● Z世代 ● ミレニアル世代 ● X世代 & ベビーブーマー世代

出典：App Annie Intelligence：2020年のiPhoneとAndroidフォン；各カテゴリーのMAUトップ100アプリにおいて、最も利用可能性が高いデモグラフィックグループのシェア。Z世代（16～24歳）、ミレニアル世代（25～44歳）、X世代およびベビーブーマー世代（45歳以上）。

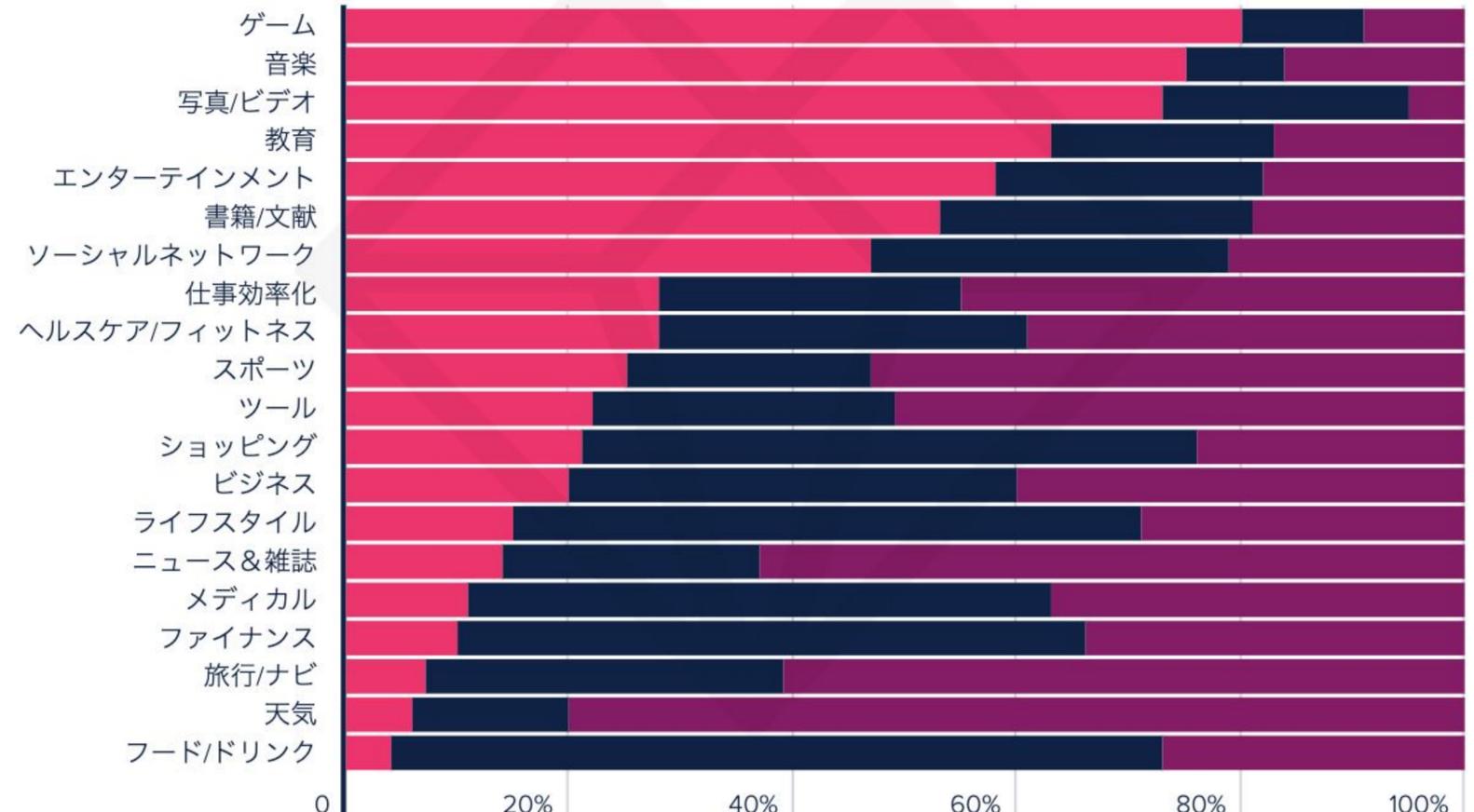
米国



● Z世代 ● ミレニアル世代 ● X世代 & ベビーブーマー世代

出典：App Annie Intelligence：2020年のiPhoneとAndroidフォン；各カテゴリーのMAUトップ100アプリにおいて、最も利用可能性が高いデモグラフィックグループのシェア。Z世代（16～24歳）、ミレニアル世代（25～44歳）、X世代およびベビーブーマー世代（45歳以上）。

日本



● Z世代 ● ミレニアル世代 ● X世代 & ベビーブーマー世代

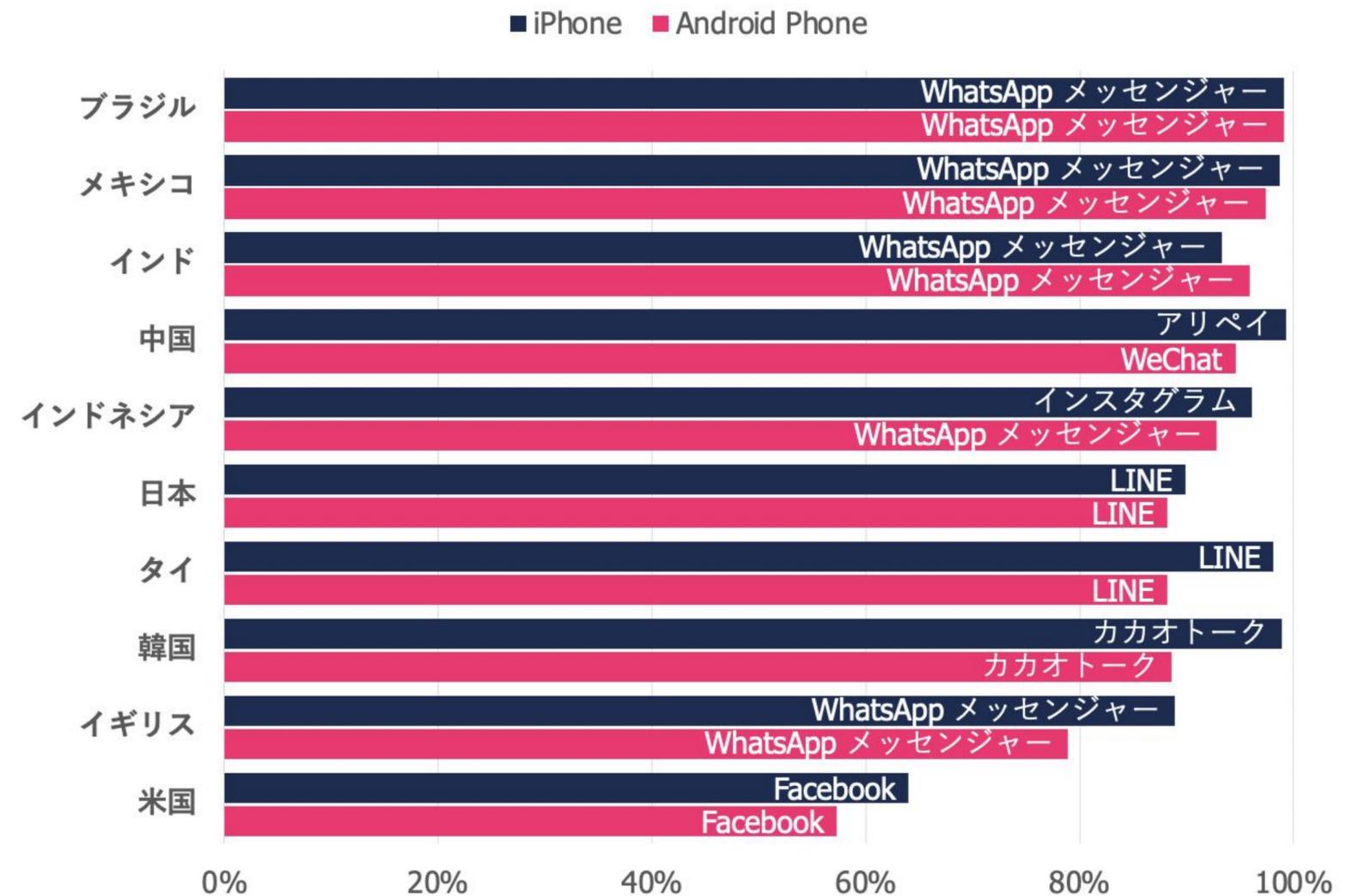
出典：App Annie Intelligence：2020年のiPhoneとAndroidフォン；各カテゴリーのMAUトップ100アプリにおいて、最も利用可能性が高いデモグラフィックグループのシェア。Z世代（16～24歳）、ミレニアル世代（25～44歳）、X世代およびベビーブーマー世代（45歳以上）。

# 世界のアプリ利用トレンドについて

# 新興国/モバイルファースト市場ではメッセージアプリが主流に

- SEAやLATAM、インドなど、ほとんどの新興市場で WhatsApp Messenger の利用率が90%に到達。これらの市場は、モバイルファースト市場でもあることが特徴
- LINEは、日本だけでなくタイや台湾市場にも浸透

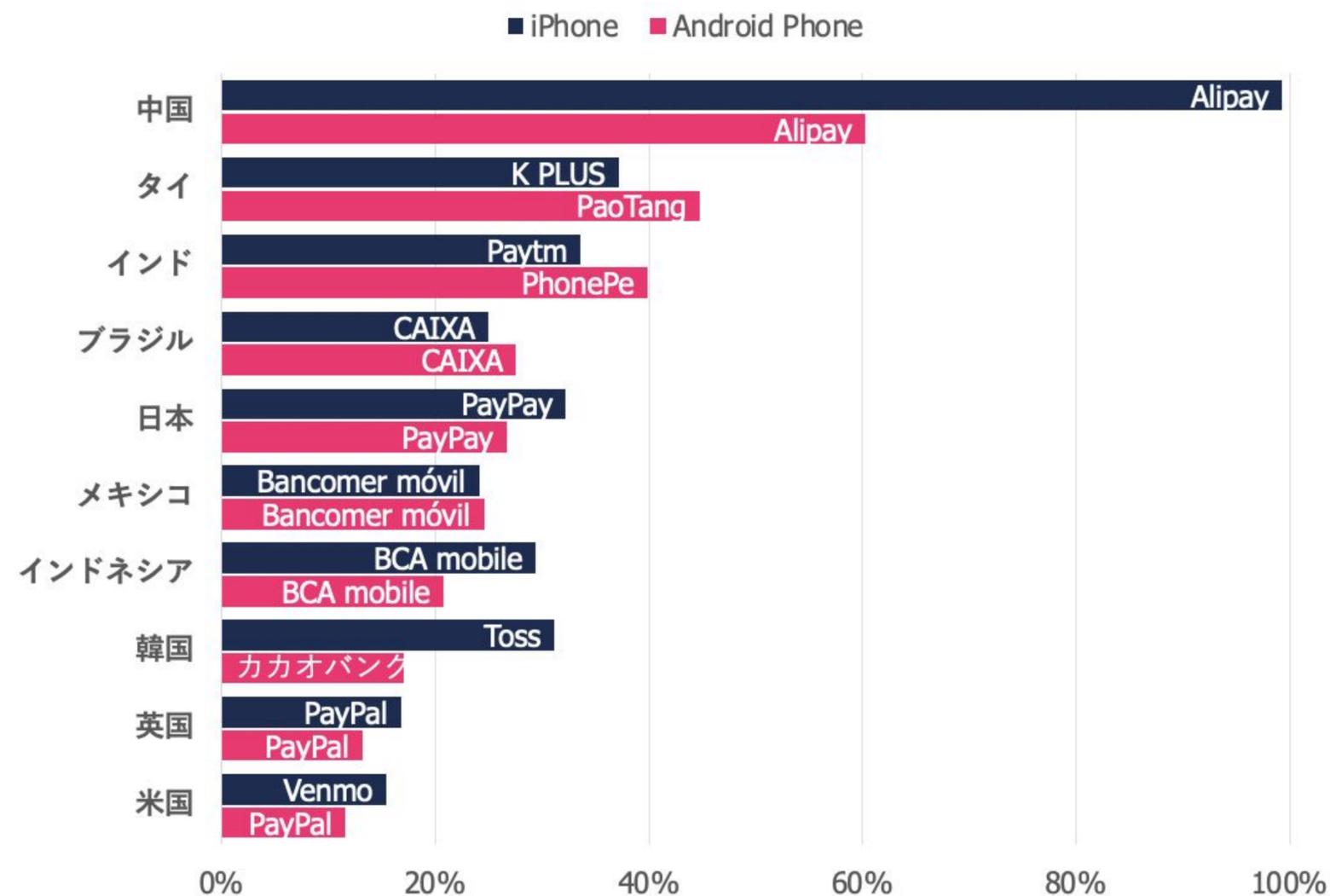
主要市場で普及率の高いアプリ  
2021年第1四半期



# 金融アプリの普及率は市場ごとに異なる

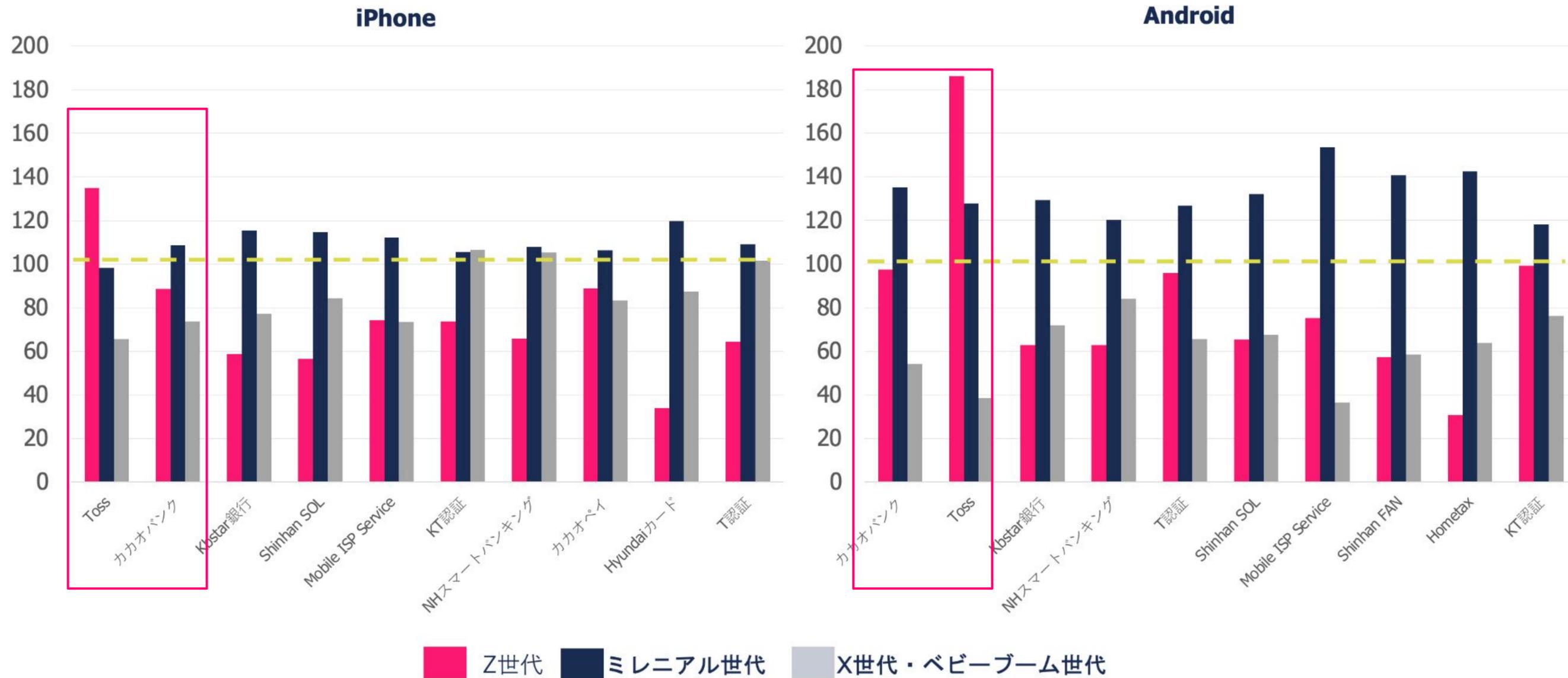
- 金融アプリの普及率は中国が最も高い
- SEAやLATAMなどの新興国市場では銀行系アプリが好調
- 日本と韓国では新興企業（Toss、Kakaobank、Paypay）が好調
- 米国はモバイル金融アプリの普及が最も遅れている

主要市場で普及率の高い金融アプリ  
2021年第1四半期



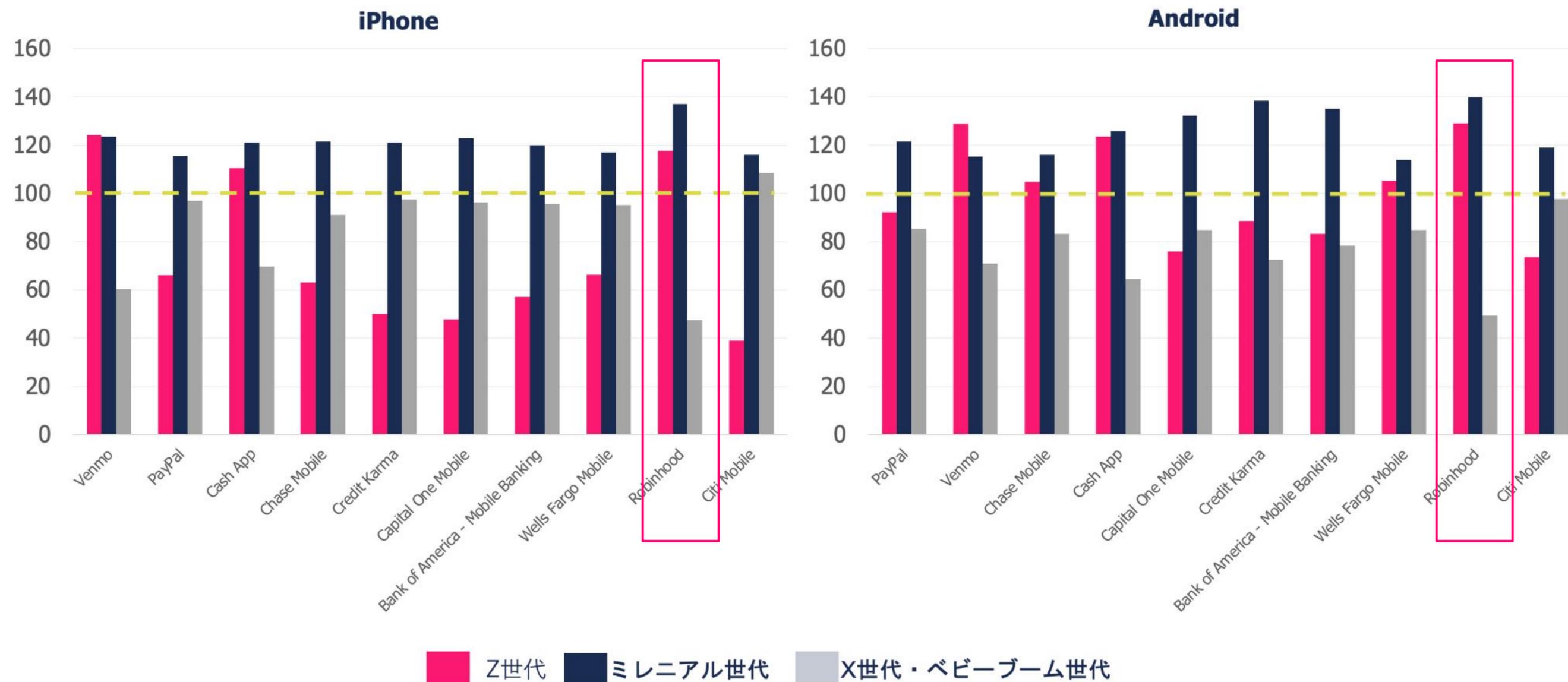
# 韓国の若年層には Toss が断トツで人気 デジタルファーストの Kakao Bank がそれに続く

## 韓国における2021年第1四半期の金融アプリトップ10 年代別指標



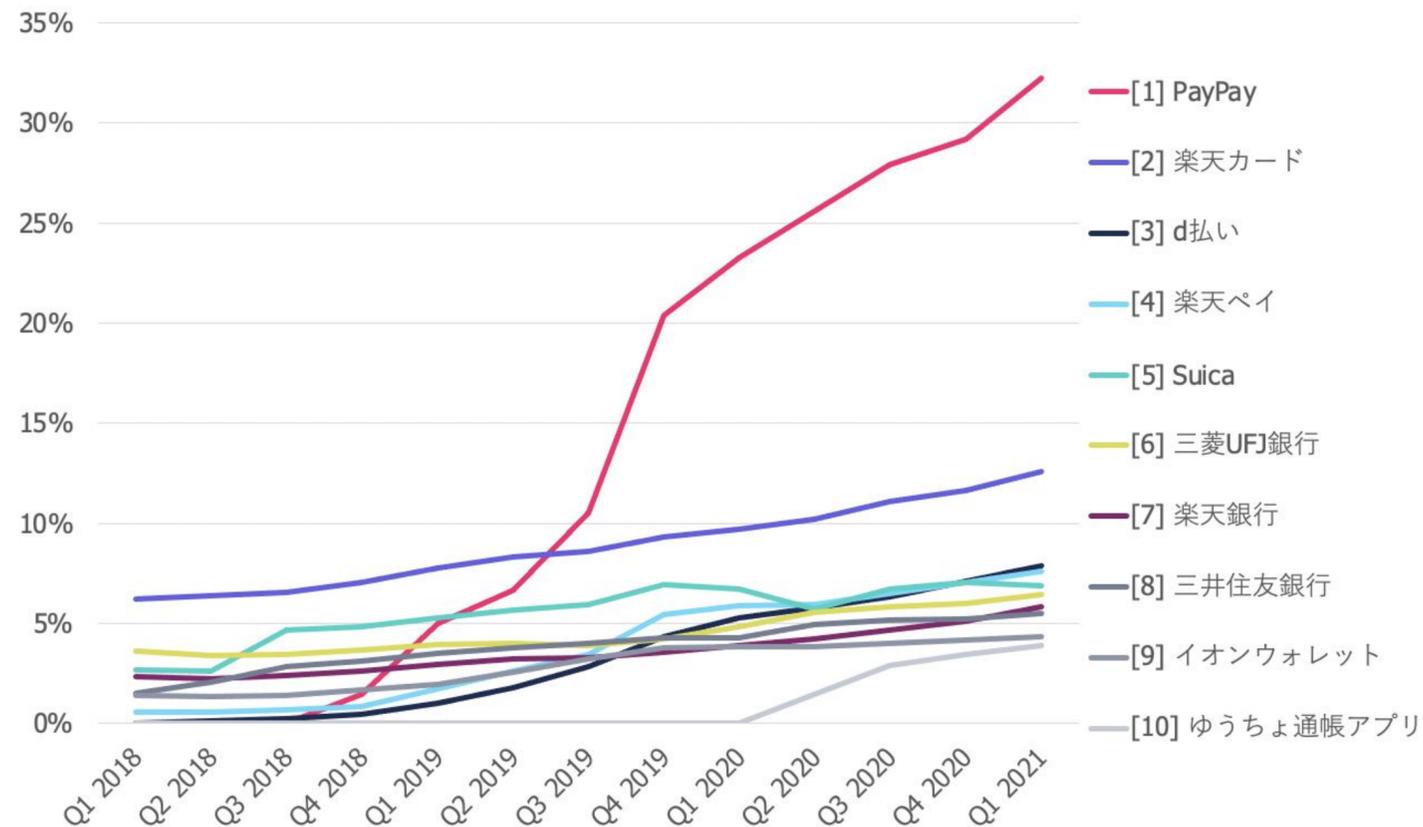
# 米国の若い年齢層は 銀行アプリよりも先にフィンテックアプリを利用している

## 米国における2021年第1四半期の金融アプリトップ10 年代別指標

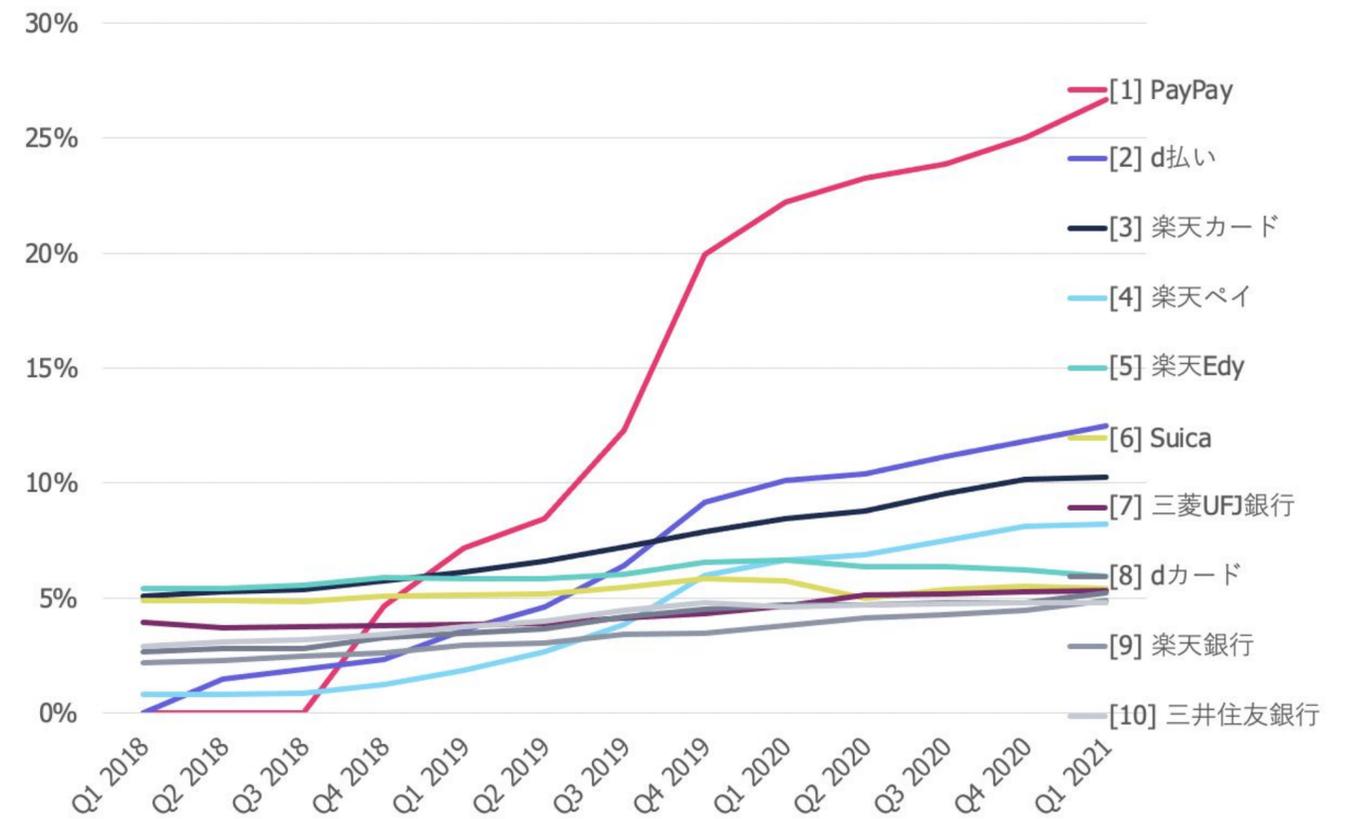


# 日本では銀行以外が金融アプリの導入をリードしている

## 日本で普及率の高い金融アプリ 2021年第1四半期 / iPhone



## 日本で普及率の高い金融アプリ 2021年第1四半期 / Android



- PayPayは2018年第3四半期にリリースされ、3四半期以内に金融アプリの中で最高の普及率を達成
- 銀行以外のアプリが金融アプリの普及率のトップ5を占めている

まとめ

- **モバイル市場はコロナを経てさらに大きくなり、生活へ入り込んできている。あらゆる経済活動がモバイルを通して行われる流れにある。**
- **多くの時間がモバイルに投じられているが、世代によってその中身は大きく異なる**
- **多くの利用者を抱えるサービスを調査・研究する際に対象とすべきサービスは国内のサービスだけではなく、海外のサービスも併せて見ていく必要がある**

