

2021年版

モバイルファイナンス アプリレポート

盛り上がりを見せるフィンテックの未来



LIFT OFF



APP ANNIE

目次

1	レポートの概要	3
2	メソドロジー	4
3	ファイナンスアプリの傾向5選	5
4	コスト、コンバージョン、ROAS	12
5	ファイナンスの月別傾向	16
6	プラットフォームのパフォーマンス	20



レポートの概要

2020年の傾向:

ファイナンスアプリのインストール数は2020年に大幅に増加し、2019年と比べて15%の成長を遂げました。世界におけるファイナンスアプリのインストール数は46億にのぼり、アプリの使用時間は163億時間と昨年比で45%増加しました。

アプリのセッション:

セッション数ではトップのフィンテックアプリがトップのバンキングアプリを最大10.8倍上回っており、ユーザーのエンゲージメントを維持するという点ではフィンテックアプリが上向き傾向にあります。
韓国で最も人気の高いフィンテックアプリのセッション数は月平均225でした。

コスト指標:

2020年はインストールコスト(\$2.45)および登録コスト(\$7.96)が上がった年でした。アクティベーション(\$9.78)コストは2019年の指標に対して5%減少しました。

コンバージョン:

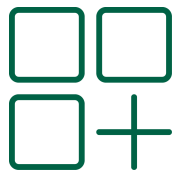
ユーザーはアクティベーションにより意欲的になり、コンバージョン(25.1%)は昨年(19%)から3分の1増加しました。
同じタイミングで、登録によるコンバージョン(30.8%)は2019年(46.2%)と比べて3分の1減少しました。

プラットフォーム:

Android市場で攻めるチャンスです。インストールコストはiOSの4.5倍低く、アクティベーションコストも8倍安と驚異的な価格を叩き出しています。
Androidユーザーによるコンバージョン確率は約2倍になると考えられます。

メソロジー

データ取得期間: 2020年1月1日～2020年12月31日



188

対象アプリ数



57

インプレッション (単位:
10億)



816

クリック数 (単位:
100万)



12

インストール数 (単
位: 100万)



20

初回イベント数 (単
位: 100万)



ファイナンスアプリの 傾向5選

新型コロナウイルスの流行とモバイルの進化により、ファイナンスカテゴリーにも変化が





1

投資、バンキング、送金、政府補助金などの用途で、 ファイナンスアプリの需要は増加

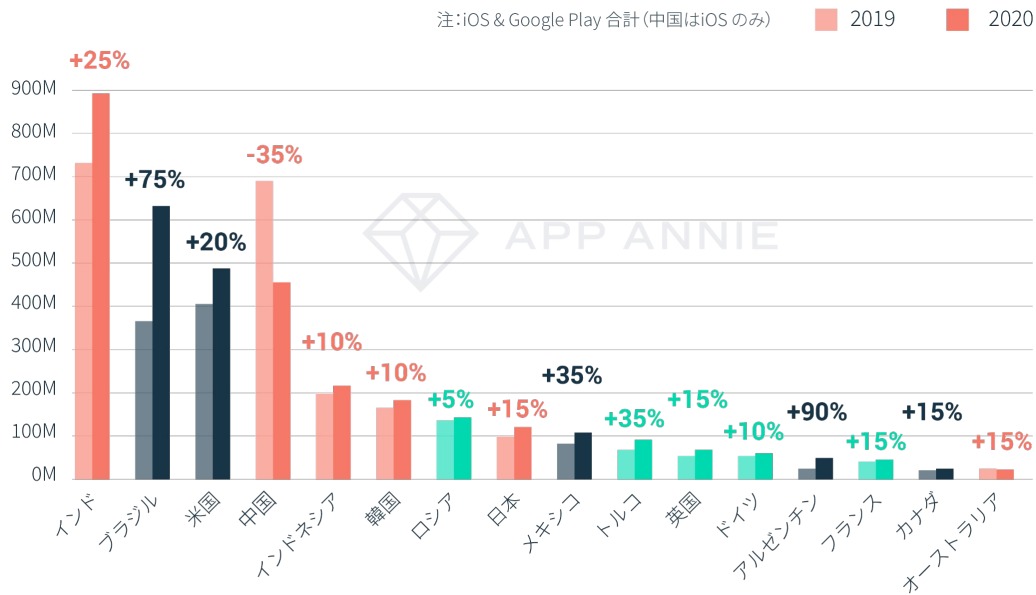
2020年、ファイナンスアプリの新規ダウンロード数が46億を突破(前年比15%増)。
成長率はアプリダウンロード全体の2倍

- ラテンアメリカでは2020年にファイナンスアプリの需要が最高潮に。ブラジルでは前年比75%増、アルゼンチンでは90%増を記録。
- 世界的なダウンロード数は4月に上昇し、最も大きな波は12月に到来。この伸び率は、継続するパンデミックの影響でアプリ利用が急増していることを示しています。
- 中国では、ソーシャルレンディングに関する新法が施行された後にファイナンスアプリのダウンロード数が減少しました。

市場データを利用して、どの機能がユーザーとの結びつきを深めているのかを把握しましょう。

調査から評価、購入、投資まで、ファイナンス分野の意思決定にはモバイルが中心的な役割を果たしています。

ファイナンスアプリのダウンロード数：2020年と2019年の比較



2

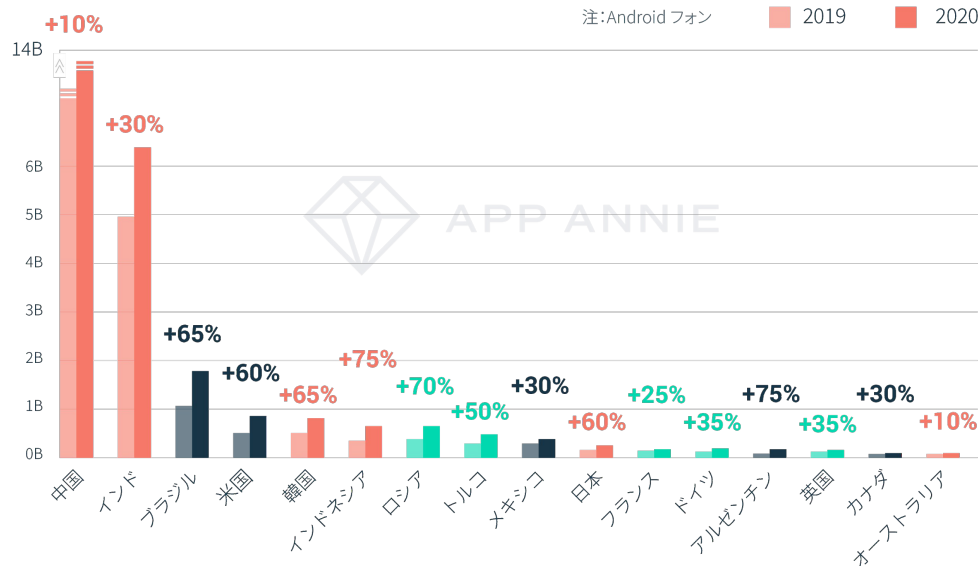
ファイナンスアプリの利用が世界的に伸長、 お金に関する意思決定はモバイル中心に

2020年のファイナンスアプリの使用時間は163億時間以上で、中国以外の地域で前年比+45%を記録

- 投資・トレーディングアプリが主な成長分野: トップ5の投資およびトレーディングアプリの使用時間は前年比55%の成長を遂げました。
- 投資アプリの使用率は特にアメリカ大陸で高い水準を記録しました。使用時間は米国で前年比+135%、カナダとメキシコで+115%増加しています。韓国はアジア太平洋地域で最高となる+120%の成長率を記録しました。
- 信用分野でも同様の遷移が起きています。ソーシャルレンディングアプリはインドネシアで人気上昇中で、信用販売(リバースクレジット)アプリは米国およびオーストラリアのZ世代とミレニアル世代を惹きつけています。

市場動向をタイムリーに見ていかなければ、絶えず変化するファイナンス分野の消費者嗜好についての主要な指標を見逃してしまう可能性があります。

ファイナンスアプリの使用時間(単位:10億)2020年と2019年の比較



アジア太平洋
欧州
アメリカ大陸



3

セッション数では、トップ フィンテックアプリがトップバンキン グアプリを最大10.8倍 上回る結果に

- アプリ間の差異が一番少なかったのはオーストラリアで、ユーザー毎の平均月別セッション数ではフィンテックアプリがバンキングアプリをわずか10%上回ったのみでした。これらのバンキングアプリの中には、個人間送金機能を早期採用した銀行が提供するアプリも含まれています。
- 韓国と中国では、各アプリで平均数百ユーザーセッションを記録するなど、群を抜いた結果がみられました。韓国のこの数字は、毎月1日に7回以上フィンテックアプリをチェックする平均ユーザーの水準と同等です。

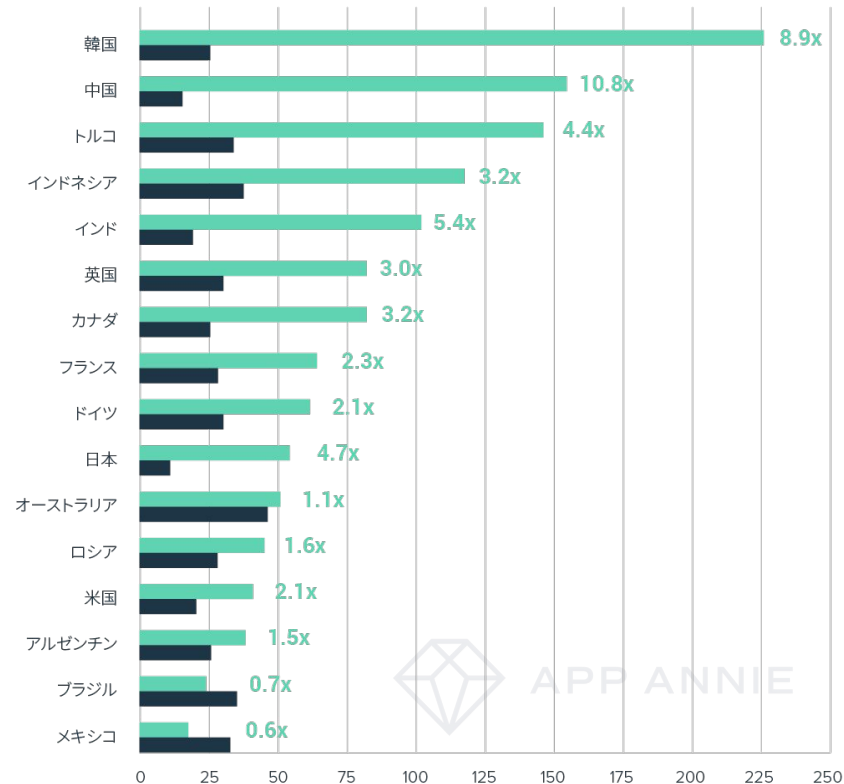
モバイル市場データでは、市場セグメントと地理的位置による消費者行動のリアルな相違点を確認することができます。フィンテックおよびバンキングアプリで成功している要素をさらに深く掘り下げ、製品ロードマップ、ユーザー獲得、リエンゲージメント戦略に落とし込んでいきましょう。

2020年のトップ5アプリにおけるユーザー毎の平均月別セッション
バンキングアプリとフィンテックアプリの比較

注: Android端末、使用時間の多いアプリトップ5

■ ファイナンス - フィンテック

■ ファイナンス - 銀行



4

小売バンキングアプリは北米およびヨーロッパで引き続き人気。 アジア太平洋全域ではフィンテックの破壊的プレーヤーがトップに浮上

2020年にブレイクしたファイナンスアプリ(アプリ使用時間の成長率別)



注: Android端末、合計使用時間の成長率で集計

- 従来型のリテールバンキングアプリ
- フィンテックアプリ(モバイルバンキングを含む)
- その他

ブレイクしたアプリの動向を注視して、使われているアプリの種類や、自社の市場に参入しそうなアプリを確認しましょう。









5

新生アプリの指標チェックはパフォーマンススコアで

- 2020年のトップ人気急上昇アプリの中では、[PayPay](#)がパフォーマンススコア100を獲得し、米国および英国のバンキング & フィンテックアプリに打ち勝つ結果に。
- [Chase Mobile](#)はすべての基準においてPayPayをしのいだ唯一のアプリで、センチメントスコア97 (PayPayは93) を獲得しています。
- パフォーマンススコア争いに対する指標としては、センチメント、ユーザー獲得、マネタイズ、エンゲージメント評価基準の組み合わせが重要となります。

ダウンロード数のみで有益なデータが得られない場合は、9種類の異なるパフォーマンスメトリクスから独自の多面的なメトリクスを抽出することで、アプリのライフサイクルやビジネスモデル、業界などに関わらずモバイル上でのパフォーマンスを比較することができます。この機能は[App Annie Pulse](#)で利用可能です。

2020年ブレイクしたアプリのパフォーマンススコア (使用時間別)

	銀行			フィンテック		
	米国	英国	日本	米国	英国	日本
	Chase Mobile 	NatWest 	Rakuten Card 	Robinhood 	Trading 212 	PayPay 
パフォーマンススコア	90	88	90	93	84	100
取得	93	92	97	100	96	100
エンゲージメント	95	96	94	91	84	100
感情	97	87	94	50	84	93

注: 2021年2月14日~20日の累計、使用時間別ブレイクしたアプリ (Android フォン)



APP ANNIE PULSE



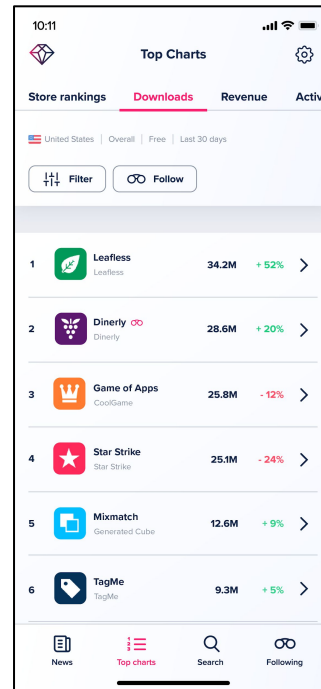
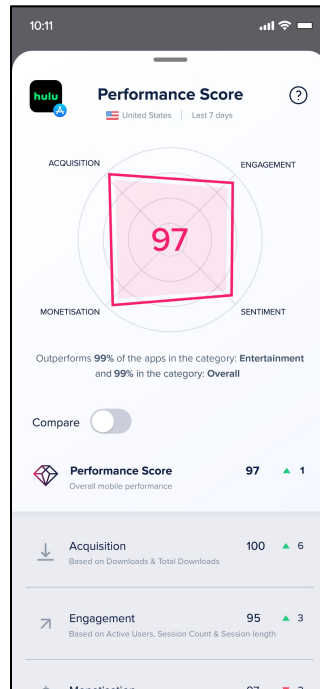
LIFTOFF



APP ANNIE

モバイルエコノミーを思いのままに

- App Annieによるモバイルインサイトに、スマートで新しいモバイル環境からアクセスできます。
- アプリや市場をフォローして、パーソナライズされたアップデートをニュースフィードで受信することができます。
- 競合アプリのダウンロード数、売上、使用率、センチメント分析のハイライト詳細を確認できます。
- 外出先でも常に必要なデータを装備。ビジネスの成長と製品に関する意思決定をすぐに実行できます。
- データサイエンスに基づき複数のモバイル指標を組み合わせたApp Annieのパフォーマンススコアで、市場競争の状況を指標化しましょう。



コスト、コンバージョン レート、ROAS

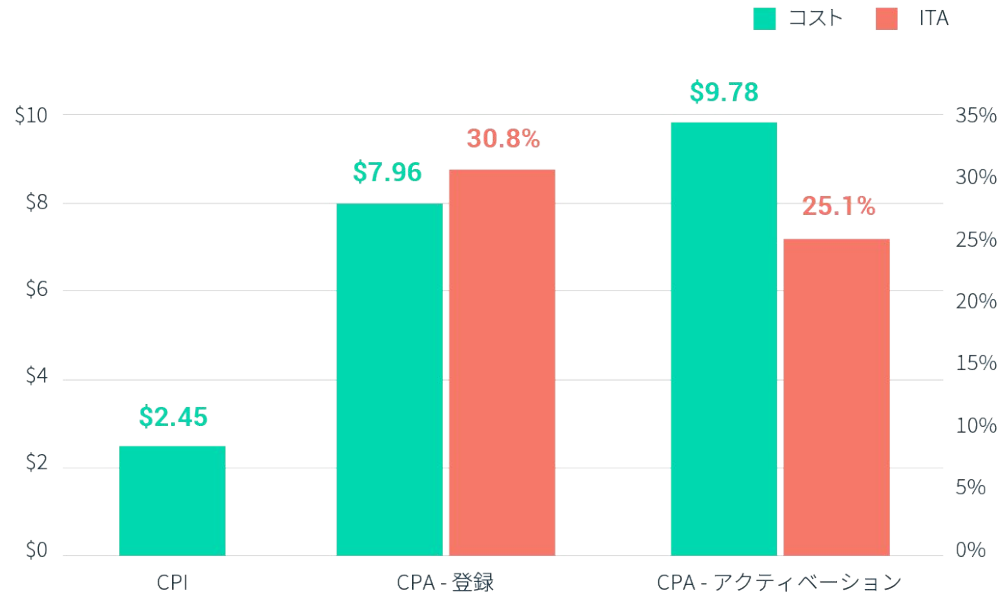
新規ユーザーの獲得には努力が必要ですが、
コンバージョンまで進めば安定した収益源になります



アクティベーション率の大幅な高まりに反して、CPIが上昇

- **インストール:** インストール単価 (CPI) は\$2.45となり、昨年比25.6%増加しました。
インストールコストは\$1.95に留まりました。
- **登録:** 情報を登録したユーザーの獲得コスト (CPA - 登録) は\$7.96で、2019年の水準 (\$4.22) から約2倍になりました。
獲得コストは増加するも、コンバージョン (30.8%) は昨年 (46.2%) と比べて3分の1減少しました。
- **アクティベーション:**
コンバージョン (25.1%) は昨年の水準 (19%) から3分の1上がり好調です。
しかし、ランザクション、口座情報の同期といった具体的なアクションまで進むユーザー獲得コスト (CPA - アクティベーション) は\$9.78で、格安とは言えない結果となりました。また、価格は昨年 (\$10.25) より5%減少し、指標の中では昨年比で唯一減少しました。

2020年 ファイナンスアプリの総合コスト & コンバージョン



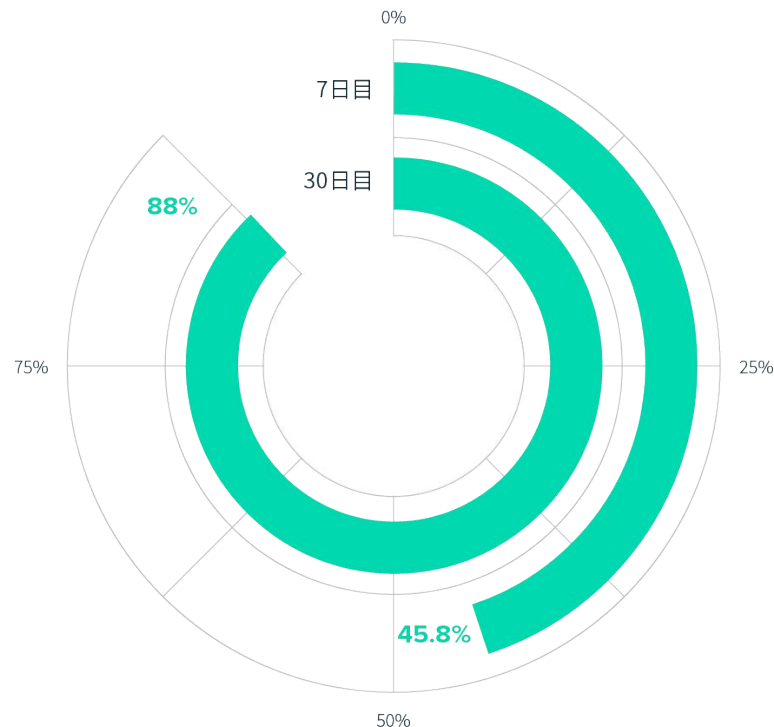


ファイナンスアプリのユーザーは、顧客ライフサイクルの早期で健全なROASを記録

ファイナンスアプリのユーザーは目的をもってアプリをダウンロードしています。広告費用対効果 (ROAS) が比較的高いことは、この傾向の表れだと言えます。

- 7日目までのROASは45%で高水準を記録。
- 30日目にはこの数字が約2倍となり、88%に。

2020年 ファイナンスアプリの総合ROAS



「Liftoffの2020年版アプリトレンドレポートでは、7日目のROASはすべてのアプリで平均18.8%でした。ファイナンスアプリは指標をかなり上回るパフォーマンスを見せています。」

Matt Hawes

Liftoffシニアビジネスインテリジェンスマネージャー

“ 自社アプリと接続できるプロバイダーを
アプリストアのリスティング上で視覚的に
アピールしましょう。
単にヘッドラインや説明に記載するよりも
効果的です。 ”

Iain Russell - Head of Performance Marketing

Moneyhubでパフォーマンスマーケティングを統括する Iain Russell 氏から、
フィンテックアプリのマーケターの皆さんに質問です。

「貴社のアプリは、他のプロバイダーと提携、接続されていますか？」
答えが「イエス」なら、以下のメッセージを心に留めておきましょう。

「アプリにパートナーシップや何らかの関係性がある場合は、アプリストアの
リスティング上でしっかりとアピールすることが大切です。単にヘッドラインや説明文に記載する
よりもその方が効果的だからです。」自社のアプリと、潜在ユーザーが既に使っている別の
アプリとつながりがある場合は、それを活用することでコンバージョンの大幅アップが狙えます。



Moneyhubはオープンなバンキングとファイナンスソリューションを提供、
ユーザー、コミュニティ、そしてそれらが関わるビジネスの
「フィナンシャル・ウェルネス」の向上を目指しています。





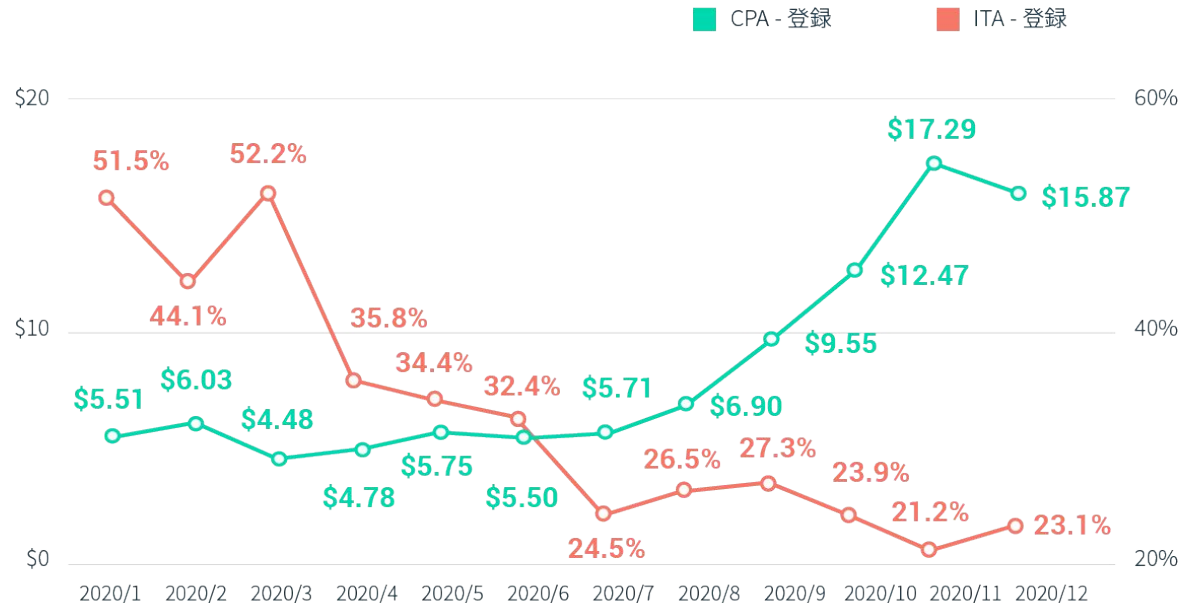
ファイナンスアプリの 月別トレンド

ファイナンスアプリにオフシーズンはありません。
月別に傾向を見ていきましょう。



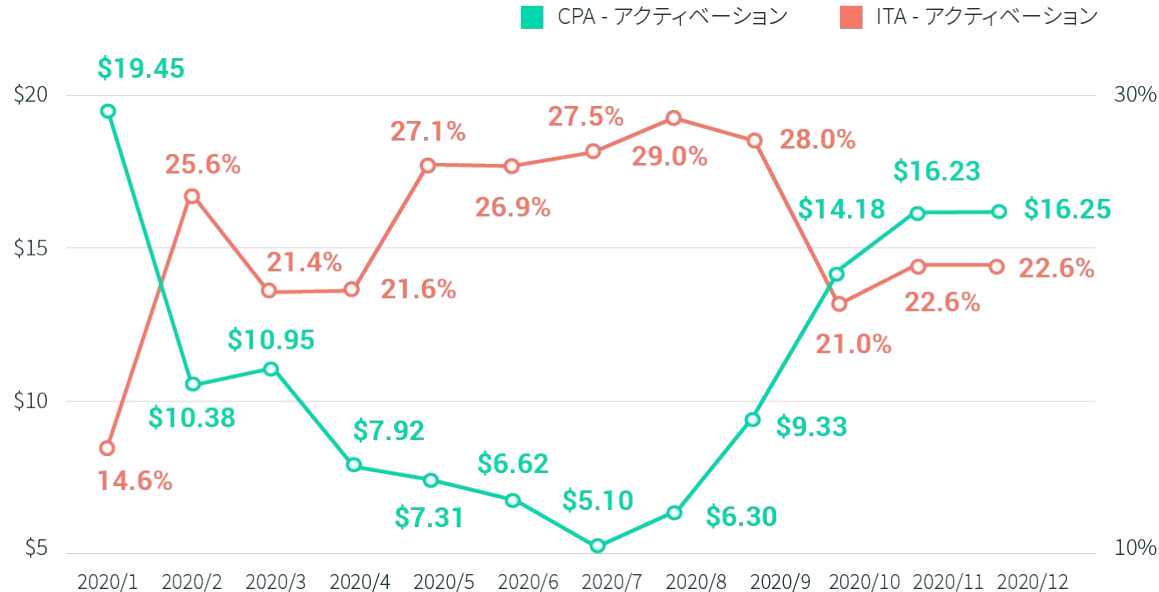
パンデミック初期の影響を受け、ユーザーエンゲージメントは3月にピークを記録(52%のユーザーがアカウント登録)。コストは2020年の大半で停滞するも、年末の数か月で急上昇

ファイナンスアプリの月別登録コスト & コンバージョン



アプリで家計管理を行うユーザーが増加、アクティベーションコストは過去最低を更新し、11月には2019年に近い水準まで復活。 コンバージョンは3月に急降下するものの、5月～9月は平均27.7%を記録

ファイナンスアプリの月別アクティベーションコスト & コンバージョン





“ 言うまでもなく、クリエイティブをできる限りテストすることが大きな成功を手にする鍵となります。 ”

Kate Varadinova – Head of Mobile Media Buying

「プレースメント、フォーマット、ローカリゼーション、予期しないビジュアルイゼーションによって、広告のパフォーマンスはかなり変わってきます」とIQ Option 社のKate Varadinova 氏は語ります。

「ユーザーに誤解を与えることなく、アプリの利点を示すことが鉄則です。このアプローチでユーザーとの信頼を築くことができます。」ファイナンスアプリのマーケティングでは、自社ブランドに対してユーザーの信頼を獲得することが重要です。



IQ Optionは「より良い体験を求めるトレーダー向けに最善の投資ソリューションを發明すること」を目指して市場に参入しました。

最新技術と革新的なアイデアで、簡単かつスムーズに、楽しく投資に取り組めるプラットフォームを開発しています。

プラットフォーム別のパフォーマンス

iOS ではコストが高騰し、エンゲージメントは落ち込み気味。Android で挽回の機会を狙えるか？

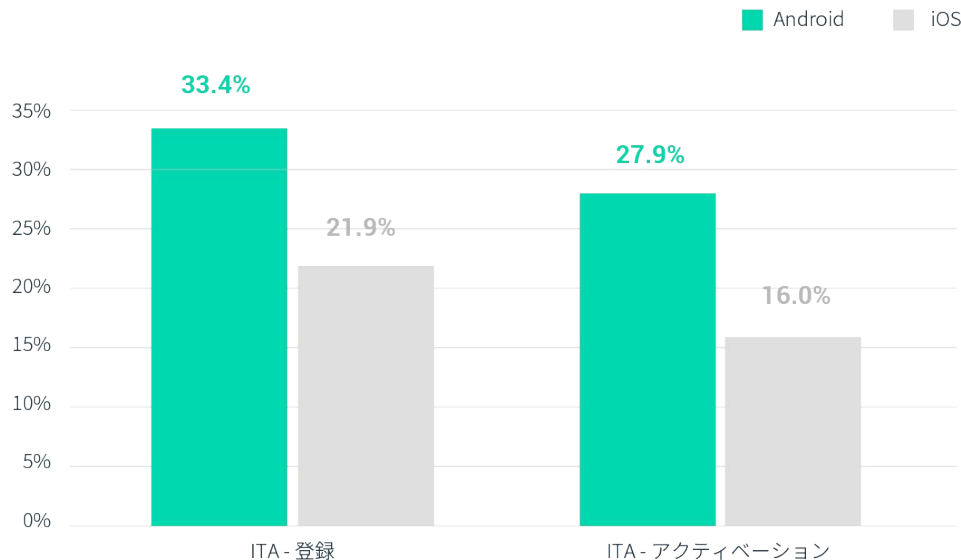


全体で、iOS の価格は一貫して Android を大きく上回り 高値を記録

全面的に、Android はiOS より安く、金額に見合った価値が期待できます。

- **インストール**: Android のコストは\$1.48で、iOS (\$6.64) の4.5倍という驚きの安値を記録しています。
- **登録**: ファネルの下層ではプラットフォーム間の差異に広がりが見られます。iOS の登録コストは\$30.37で、Android(\$4.43)の7倍となっています。
- **アクティベーション**: iOSでのアクティベーション価格(\$41.52)はAndroid(\$5.30)の8倍で、プラットフォーム間で大きな差異が生まれています。

2020年 プラットフォーム別ファイナンスアプリのコスト

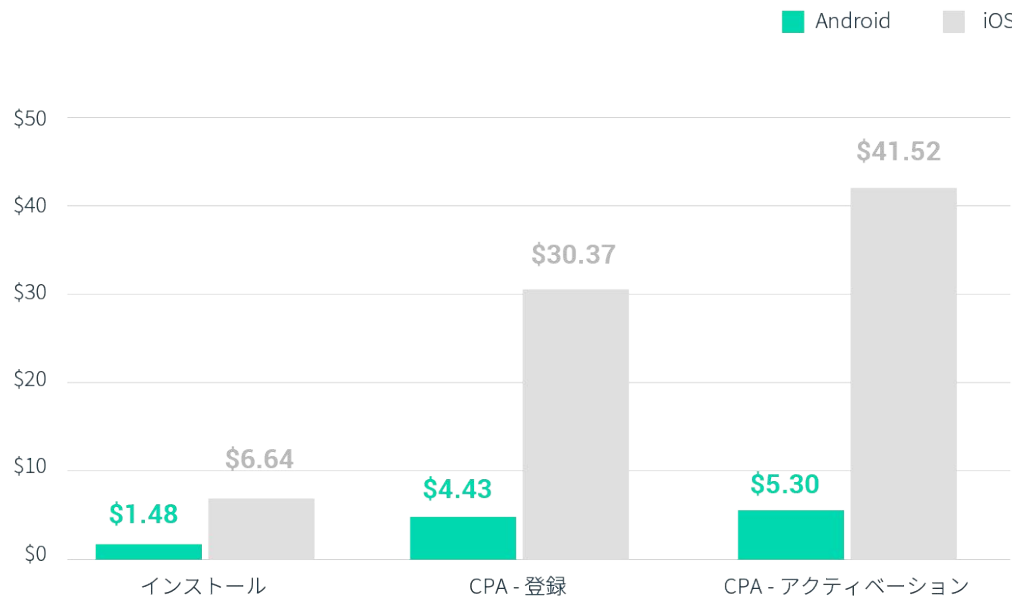


「低コストでiOSの約2倍のコンバージョン」に触発され、マーケターの焦点は次第にAndroidへとシフト

Androidユーザーは「獲得コストが格安」「コンバージョンにつながりやすい」という2点で魅力的と言えるでしょう。

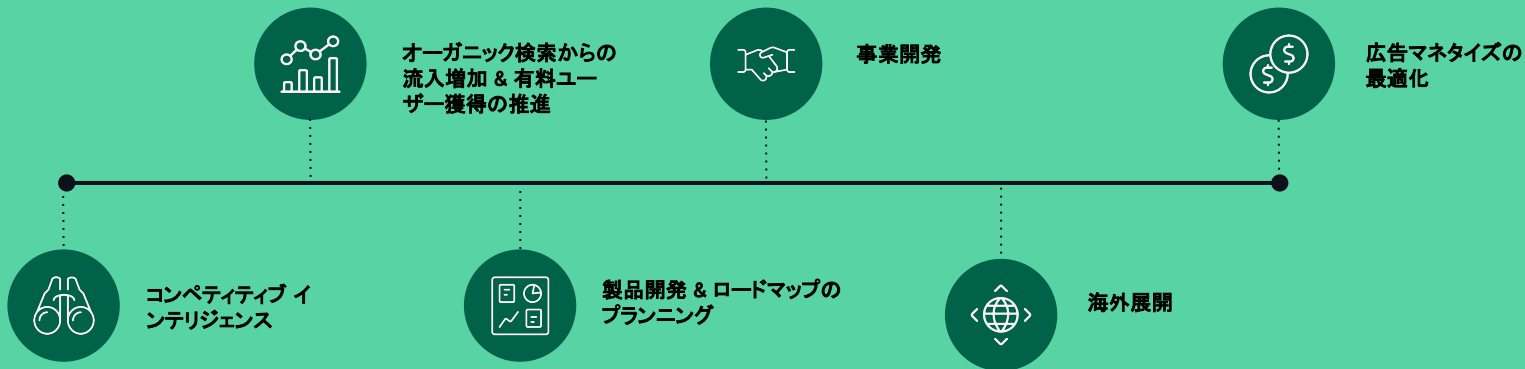
- **登録:** 引き続き、Android がiOS を大きく引き離す結果に。AndroidのコストはiOSの7倍安で、コンバージョンは33.4%とiOS(21.9%)を52%上回っています。
- **アクティベーション:** Androidユーザーはアクションを起こしやすい傾向にあります。コンバージョンは27.9%で、iOS(16%)の2倍です。

2020年 プラットフォーム別ファイナンスアプリのコンバージョン





成功に向けて モバイル体験 & マネタイズを促進



デモのリクエストを承っております。

お気軽にお問い合わせください。

appannie.com



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。

さらに、App Annieは、本記載により、いかなる言及または保証も行わず、いかなる法的または契約上の義務も負わないものとします。また、App Annie は一切の責任を負いません。



スライド9添付資料

アプリ使用時間の成長率別、2020年にブレイクしたファイナンスアプリ

順位	アルゼンチン	ブラジル	カナダ	メキシコ	米国	オーストラリア	中国	インド	インドネシア	日本	韓国	フランス	ドイツ	ロシア	トルコ	英国
1	Mercado Pago	Caixa Tem	Yahoo Finance	Bancomer móvil	Robinhood	CommSec Mobile	Alipay	Kite Zerodha	MetaTrader 4	PayPay	Kiwoom Securities Hero S	La Banque Postale	Trade Republic	Sberbank Online	IsCep	Trading 212 Forex & Stocks Follow
2	Banco Nación	CAIXA	Wealthsimple Trade	HSBC México	Cash App	Plus500	East Money	Tez	BCA mobile	iSPEED 株取引	Samsung Securities New MPOP	Crédit Mutuel	ING-DiBa Banking to go	Tinkoff Investing	VakifBank TradeOnline	NatWest
3	Brubank	CAIXA Emergency Aid	Scotiabank	Banamex Mobile	TD Ameritrade	Westpac Online Investing	Straight Flush	PhonePe	RTI Business	d Payment	Mobile Securities Tree NAMUH	Boursorama Banque	Sparkasse	Tinkoff	Mv Foreign Currency Exchange	Lloyds Bank Mobile
4	Banco Galicia	Nubank	TD(カナダ)	Supermóvil	Yahoo Finance	MetaTrader 4	Guotai Junan Junhong	Angel Broking	Mandiri online	SBI Securities App	Korea Investment Stock	Ma Banque	onvista - Musterdepot Aktien, Finanzen, Derivate	VTB-Online	TradingView	HSBC UK Banking
5	Santander Río	Banco Inter	RBC Mobile	Banco Azteca	Webull Stocks	Zip - Shop Now, Pay Later	China Individual Income Tax	Monevcontrol	Binomo: Easy stock trading app	Yahoo Finance	Mirae Asset Daewoo Integration m.Stock	MetaTrader 4	Postbank BestSign	Alfa Bank	ZBorsa (Ziraat Yatirim Borsa)	PavPal

注: Android端末、合計使用時間の成長率で集計



Liftoffはモバイルアプリ向けのマーケティングプラットフォームです。

高品質のアプリユーザー基盤を大幅に成長させるためのサポートを提供しています。

Liftoffではバイアスのない公平な機械学習モデルを使用して、お客様のアプリにマッチする最適なユーザー層の割り出しを行っています。また、ユーザーにとってより魅力的な広告体験となるようクリエイティブテストを行ったり、LTV目標に直結する「収益単価(CPR)」最適化モデルの採用などを積極的に行っています。

Liftoff は2012年創業以来、多くの大手ブランド広告主様やアプリ事業者様と長いお付き合いを続けています。拠点をRedwood Cityに置き、Liftoffはニューヨーク、ロンドン、パリ、シンガポール、ソウルそして東京にオフィスを構え世界中にビジネスを広げています。



www.liftoff.io