



モバイルトレンド インフォグラフィック USTラベル編

なぜ、アプリの広告投資をするのでしょうか？当然、予約が増えるから...

2015年第二四半期から2016年第二四半期にかけて、モバイル端末からの予約は**13%**急増



2015



2016

スマホからの予約は、**33%**増加し、その分タブレットからの予約は**16%**減少



米国の調査で、約**40%**の人たちは旅行中にスマホで次の旅行の予約手配をしていることが分かりました。



2016年には、オンラインでの予約が**650**億ドル（約7兆3300億円）を超えました。



調査対象の3人に1人の旅行者は、予約はモバイル経由であることが多く、**51%**の人はモバイルでのオンライン予約が一番好ましいと回答しています。





2016年5月の時点で、モバイル上のブラウザで利用される**52%**が旅行関係でした。

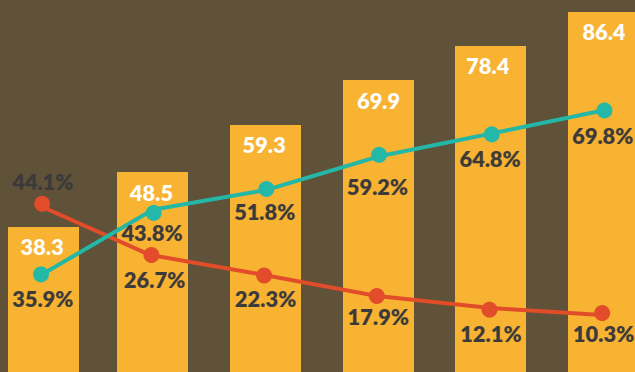
モバイルを利用して旅行の経験がある**(65%)**、シンプルにタスクを利用できることが重要なポイントです。また、パーソナライズ化することにより若いヘビーユーザー層の利用が期待できます（ミレニアル層**30%**、Z世代**34%**）。



ここ数年で、旅行サイト上でのコンバージョン率は**88%**に急成長しました。

アメリカでのモバイルからの予約推移 2014年～2019年

- モバイルで予約する人
- 変化の推移%
- デジタル予約の推移%



アメリカでのモバイルによる予約は2019年確実に25%以上増加します！

Taptica概要

Tapticaは、世界のトップ企業も利用する収益性の高いユーザーにリーチし広告配信できるエンド・ツー・エンドのモバイル広告プラットフォームを提供しています。独自のテクノロジーを駆使し、ビッグデータと最先端の機械学習を組み合わせることでクオリティ高いターゲティングを可能にしており、大きなスケールでオーディエンスを探し出し、エンゲージメントに結びつける、その獲得と技術は業界をリードする存在に成長してきました。Amazon、Disney、Facebook、Twitter、OpenTable、Expedia、Lyft、Zynga等の大手を含む約600社との取引実績があります。本社をイスラエルに置き、サンフランシスコ、ニューヨーク、ロンドン、東京、ソウル、北京に支社を構えています。また、Taptica International Ltd.(AIM : TAP)は、ロンドン証券取引所で上場しています。