

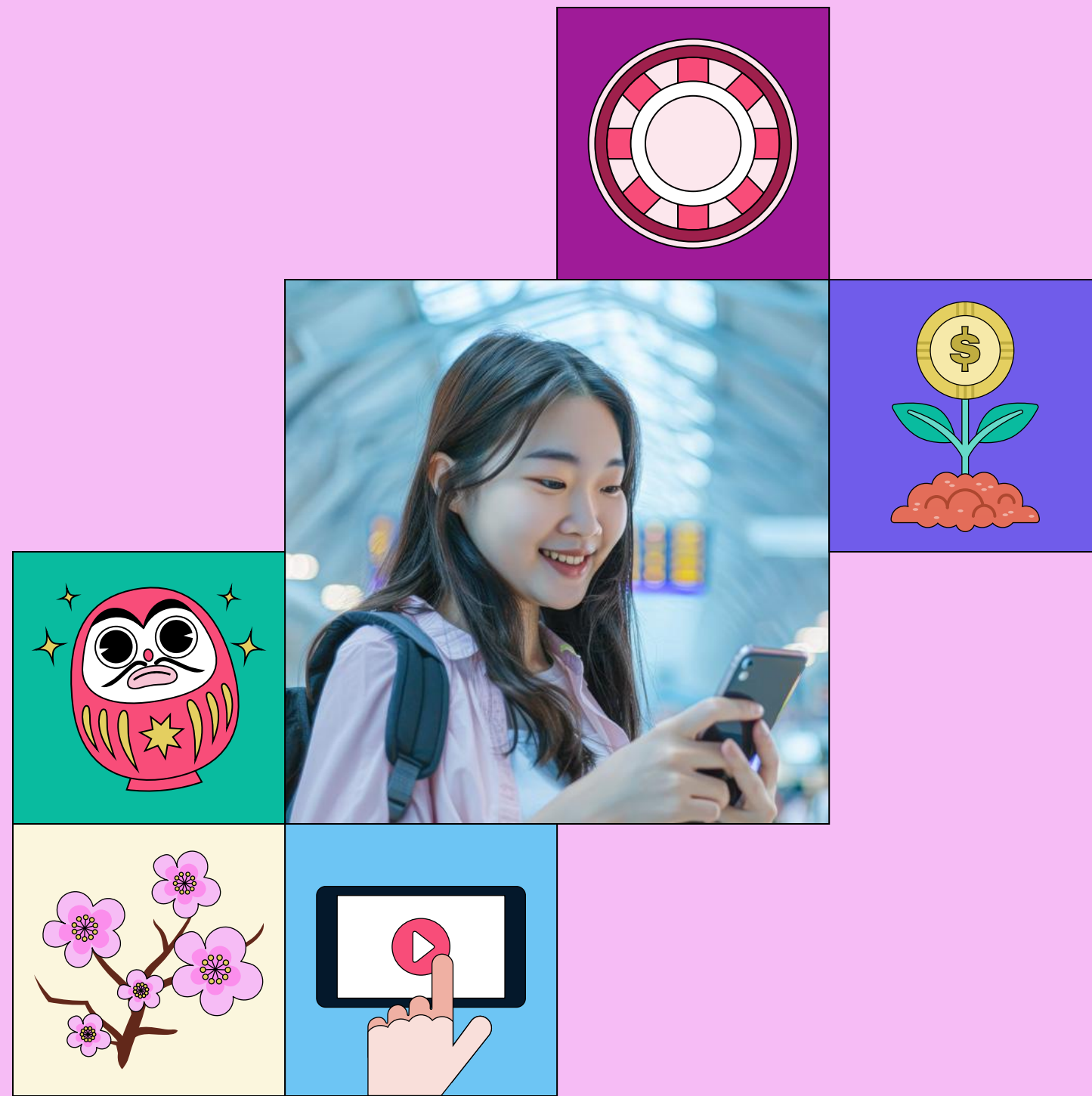


2026 年日本移动应用趋势报告

应用表现基准及洞见

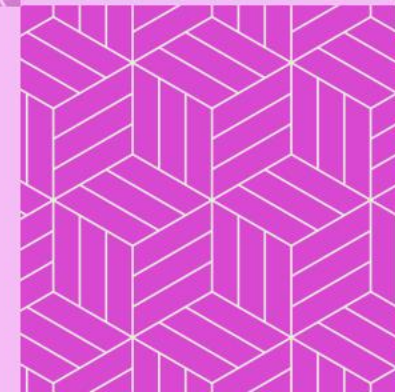
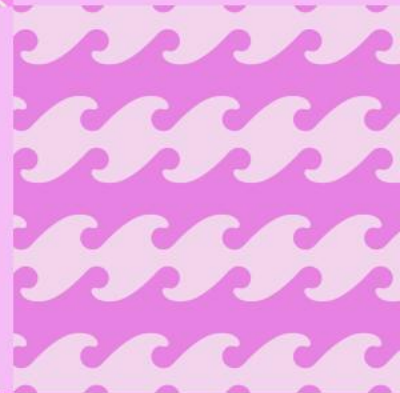
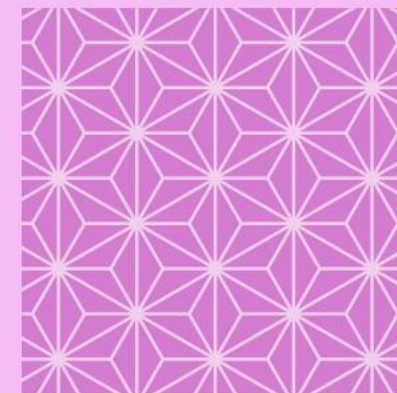
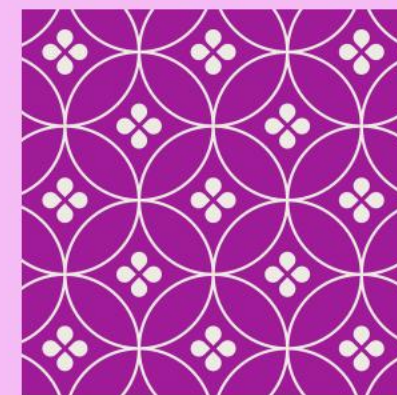
ADJUST

部分数据洞见来自: Sensor Tower



目录

前言	3
日本应用市场现状	5
研究方法	6
主要发现	7
第 1 部分: 游戏类应用	10
安装和会话	12
用户获取及留存	18
第 2 部分: 金融类应用	20
安装和会话	22
用户获取及留存	26
第 3 部分: 娱乐类应用	27
短剧应用爆火	28
日本的 OTT 流媒体服务	30
安装和会话	33
日本娱乐类应用活跃度最高的月份	33
第 4 部分: 漫画类应用	36
日本漫画类应用活跃度最高的月份	38



前言

日本应用市场依旧值得关注

日本以高速迭代的创新科技闻名，其应用市场也不例外，盈利能力在全球名列前茅。[日本智能手机的普及率约为 85%](#)，iOS 市场份额高达 67%–68%，是所有主要市场中占比最高的市场之一。2025 年，日本消费者的应用下载量达 [26.5 亿次](#)，使用时长达 1,140 亿小时，覆盖众多应用领域，且本土和国际应用皆有。日本流媒体应用 Rakuten 和即时通讯应用 LINE 在对应类别占据主导地位，而社交媒体领域则以 Meta 旗下平台 (Facebook、Instagram)、X 和 Snapchat 为主。

移动游戏依然是头部应用类别。Sensor Tower 报告指出，2025 年移动游戏的应用内购买 (IAP) 收入达到 106 亿美元，总使用时长增加到了 165.8 亿小时。在 LINE 等超级应用以及 PayPay、Rakuten Pay 等电子钱包应用的推动下，日本 2025 年金融类应用也表现出色，所提供的服务已远远超越支付，拓展到了证券、消费贷款和个人理财管理等领域。2024 年，日本推出了小额投资免税制度 (NISA) 调整，激励更多用户开始进行个人理财投资。因此，股票交易类应用也引来了一波增长。此外，娱乐内容形式也开始整合，涵盖产品更加多样，例如，U-Next 应用就包含了电影、电视剧、动漫、体育、演唱会、电子书等丰富内容。

日本新规的落地让行业版图更加复杂，但也为营销人员在 2026 年的增长开启了更多机遇。[日本的《移动软件竞争法案》\(Mobile Software Competition Act\)](#) 于 2025 年 12 月正式生效，向第三方应用商店、替代应用内支付服务和网页型结算开放了市场。在头部最吸金的游戏，[70% 的游戏厂商对这一政策改革期待已久，并且已经为此做好了准备。](#)

我们的《2026 年日本应用趋势报告》立足 Adjust 海量数据，对游戏、金融、漫画和娱乐等领域的安装、交互、平台细分、留存率等指标进行了数据基准分析。报告中丰富的专家洞察来自 Adjust 和 Sensor Tower，以及 emole Inc.、NHN PlayArt Corp、BUMP、ABEMA 等 Adjust 客户，突出介绍了日本应用市场中最值得把握的机遇，助力营销人员采取行动，实现可持续的增长。



2026 年第 1 季度日本应用下载量 TOP 10

1	 ChatGPT AI 助手	
2	 TikTok 社交媒体	
3	 Google Gemini AI 助手	
4	 デジタル認証アプリ 法律与行政事务	
5	 Netflix OTT 流媒体	
6	 東京都公式アプリ 法律与行政事务	
7	 Mynaportal 法律与行政事务	
8	 Block Blast! 游戏	
9	 NHKプラス (NHK ONE対応) OTT 流媒体	
10	 ジハンビ 餐饮	



2026 年第 1 季度日本应用消费者支出 TOP 10

 ピッコマ 图书和漫画	
 LINE マンガ 图书和漫画	
 Google One 云存储	
 Last War: Survival 游戏	
 TikTok 社交媒体	
 YouTube 社交媒体	
 モンスターストライク 游戏	
 Umamusume: Pretty Derby 游戏	
 ChatGPT AI 助手	
 プロ野球スピリッツA 游戏	

来源:  SensorTower

日本应用市场现状

2026 年, 日本应用市场再度展现强劲增长势头。

上半年安装量年同比增长 4%, 其中 3 月出现最高峰, 安装量比上半年平均水平高出 8%。

到 5 月, 安装量和会话量分别比上半年平均水平高出 2% 和 4%。此前 2025 年同样表现喜人, 安装量年同比增长 8%, 会话量增长 3%。

日本应用安装量和会话量增长 (2024 年 1 月 - 2026 年 5 月)



研究方法

ADJUST

应用类别：
漫画、娱乐、金融、游戏

地区：
全球、日本、美国

数据集：
涵盖 Adjust 平台中的 5,000 款热门应用以及 Adjust 监测的所有应用总数据集。数据来源有两个：一个包含 45 个国家/地区，另一个包含基于 ISO 3166-1 标准的约 250 个国家/地区。本数据基于 Adjust 所跟踪应用的聚合及匿名化数据，可能无法反映整个国际应用市场的表现。除非另有说明，否则本报告中所有数据均来自 Adjust 数据。2026 年上半年的数据反映了 2026 年 1 月至 5 月的数据。

日期范围：
2024 年 1 月 - 2026 年 5 月

所有金额均以美元 (USD) 计算。

Sensor Tower

应用类别：
游戏、电子商务、金融科技、娱乐、短剧、电影和电视流媒体、书籍和漫画类。截至 2026 年 6 月 3 日，上述应用均根据 Sensor Tower 的 App IQ 分类法进行了分类。

地区：
日本

日期范围：
2026 年 1 月 - 2026 年 3 月

数据集：
Sensor Tower 能提供丰富的市场洞见，深刻洞察塑造全球数字经济的最新趋势。本报告基于 Sensor Tower 商店情报和游戏情报的数据。Sensor Tower 商店情报提供 95 个国家、12 个地区和 25 个应用类别的下载和收入估算数据，并拥有 Apple Store 和 Google Play 商店专有数据模型，能深入分析全球移动市场。Sensor Tower 的 Game IQ 通过高级游戏分类法探索热门手机游戏策略，从子品类、主题、艺术风格、变现、游戏系统等各方面开展深入分析。

所有金额均以美元 (USD) 计算。

主要发现



2026 年上半年, 日本游戏类应用安装量年同比增长 3%, 会话量增长 5%。



2026 年上半年, 金融类应用的平均会话时长达到 5.59 分钟, 高于 2025 年的 5.23 分钟。



2026 年上半年, 卡牌类游戏领跑游戏领域增长, 安装量年同比增长 18%, 会话量激增 113%。



2026 年上半年, 日本娱乐类应用安装量年同比增长 4%, 平均会话时长达到 32.84 分钟。



2026 年上半年, 日本金融类应用安装量年同比增长 8%, 会话量飙升 40%。



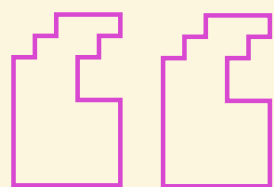
2026 年上半年, 日本娱乐类应用安装量的 68% 和会话量的 68% 均来自 iOS 用户。



2026 年上半年, 股票交易类应用安装量年同比增长 90%, 在所有金融子品类中的表现最为强劲。



2026 年第 1 季度, 漫画类应用用户 D0 (即安装当日) 的平均会话数量为 1.53 次, 早期参与度领跑所分析的全部市场。

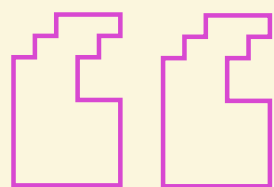


“日本应用市场拥有高度忠诚的用户群体。一旦赢得消费者信任，用户往往能够保持长期且持续的活跃度。这一点从我们在多个主要应用品类中观察到的会话量增长趋势中可见一斑。我们建议客户持续投入再交互推广活动和常青营销 (Evergreen Marketing)，以巩固并扩大高质量用户群体。此外，日本去年通过 NISA (小额投资免税制度) 框架进行的投资额增长了 36%，也使金融科技应用成为极具潜力的增长赛道。”

ADJUST



Naoki Sassa
日本地区
总经理



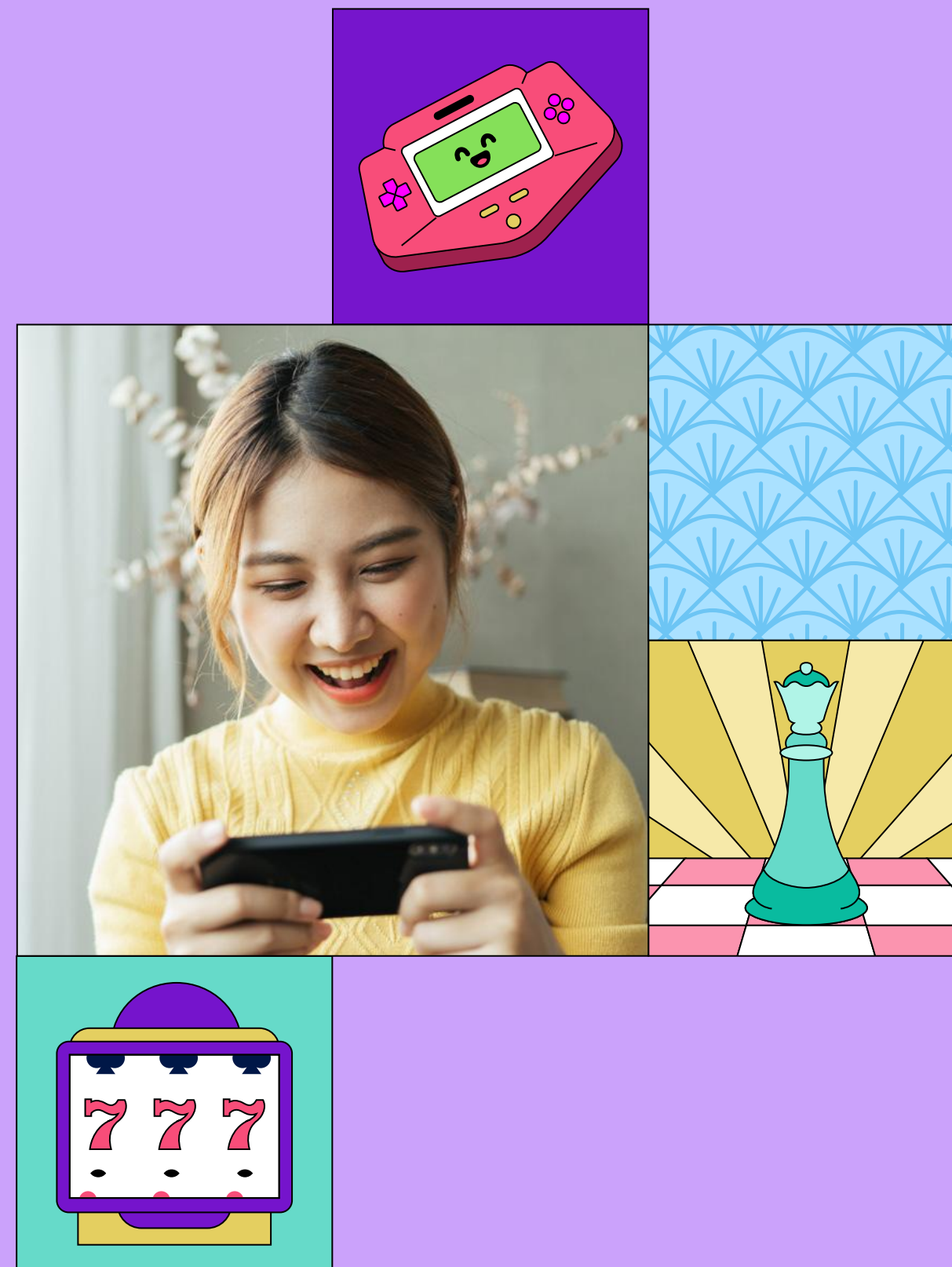
“日本是全球最具代表性的高 LTV 市场之一。虽然游戏仍然占据主导地位，但推动下一轮增长的正是非游戏应用。金融应用正吸引新一代投资者，娱乐和漫画应用不断尝试新的内容形式，AI 应用也逐渐崭露头角。在日本取得成功，关键在于做好本地化，并持续提升用户留存。”



Nan Lu
亚太营销副总裁

第 1 部分

游戏类应用





2026 年第 1 季度日本游戏类应用下载量 TOP 10

1	 Block Blast! 解谜	
2	 心动小镇 模拟	
3	 Order Crazy 解谜	
4	 セルサバイバー - シューティングゲーム 策略	
5	 Water Match® - ASMR Water Sort 解谜	
6	 HUNTER×HUNTER NEN×SURVIVOR 动作	
7	 Roblox 模拟	
8	 明日方舟: 终末地 角色扮演	
9	 Gossip Harbor: Merge & Story 解谜	
10	 Block Crush! 解谜	



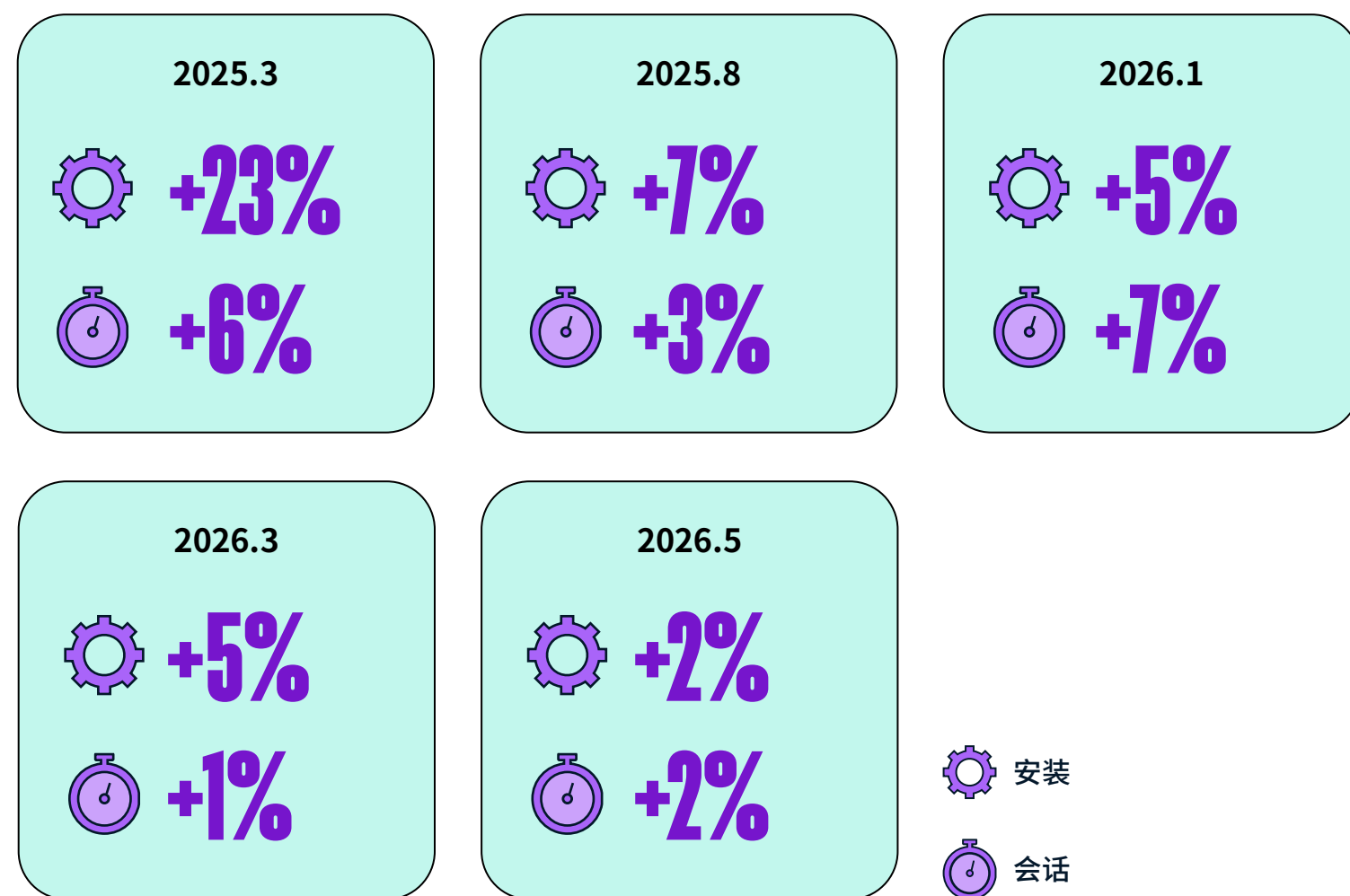
2026 年第 1 季度日本游戏类应用消费者支出 TOP 10

 Last War: Survival 策略	
 モンスターストライク 角色扮演	
 Umamusume: Pretty Derby 模拟	
 プロ野球スピリッツA 体育	
 Whiteout Survival 策略	
 パズル&ドラゴンズ 角色扮演	
 Fate/Grand Order 角色扮演	
 Pokémon TCG Pocket 策略	
 eFootball 体育	
 DRAGON BALL Z DOKKAN BATTLE 角色扮演	

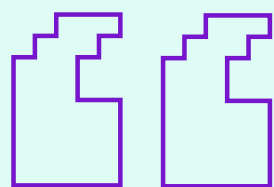
来源:  SensorTower

安装和会话

日本游戏应用活跃度最高的月份



各月份数据与年平均水平对比。



“在日本上架的游戏要想收获出色的下载量，口碑和评价至关重要。我认为这一点与文化是分不开的。在日本，人们常常会通过聊天和分享来传播游戏体验。

红白机 (Famicom) 时代以来，游戏就是亲朋好友之间的热门话题，有时候甚至会演变成社会现象。因此，即便手游发展到今天，光 ‘看起来好玩’ 还是不够的，还必须能引导用户设想 ‘和谁一起、以何种方式玩’，这才是推动用户下载并持续游玩的关键。”

N H N
PLAY4ART



Minami Sahashi
商务战略办公室
推广团队经理

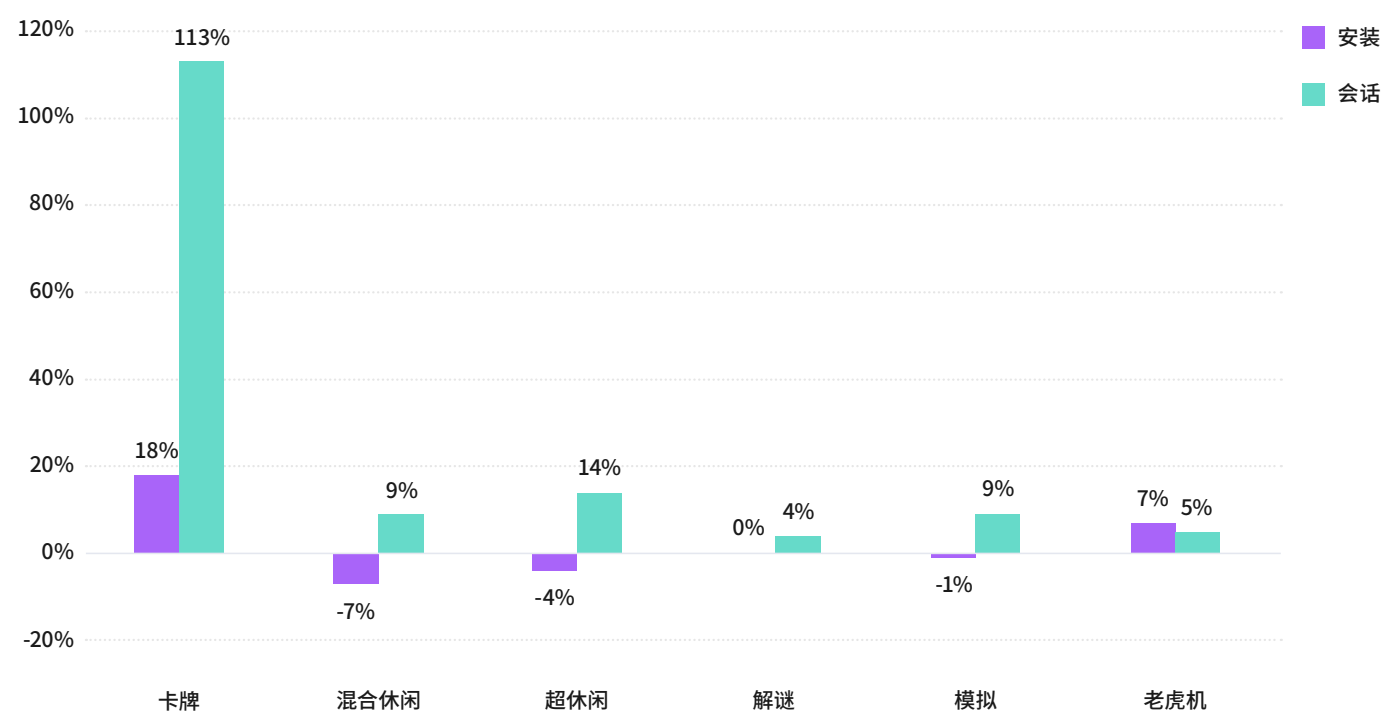
卡牌类游戏在 2026 年上半年的日本市场表现最为强劲，安装量和会话量年同比分别增长 18% 和 113%。

对于其他多数游戏类型，用户交互度的增速远超下载量。超休闲、混合休闲和模拟类游戏安装量均有所下滑，但会话量分别增长了 14%、9% 和 9%。

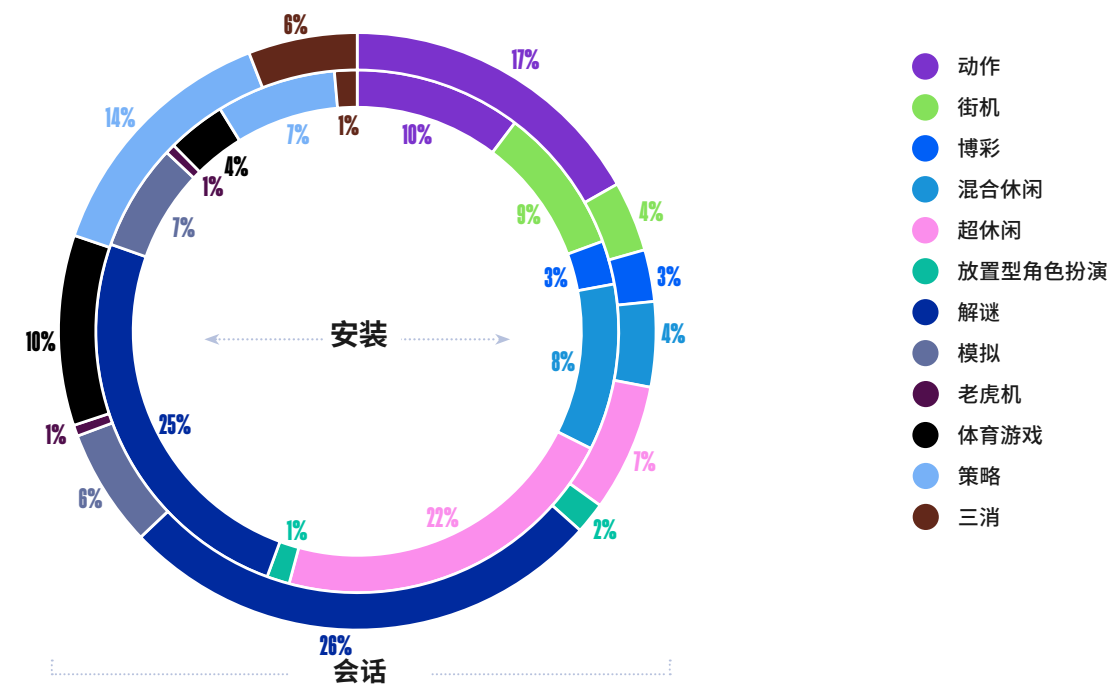
益智类游戏也呈现出类似的动态，会话量增长 4%，安装量保持稳定。

老虎机 (博彩) 类游戏则兼得鱼与熊掌，安装量增长 7%，会话量增长 5%。

日本游戏类应用各子类别安装量和会话量同比增长率
(2026 年上半年 VS 2025 年上半年)



日本游戏各子类别应用安装量和会话量 (2026 年上半年)



2026 年上半年, 益智和超休闲类游戏一如既往, 在游戏安装量方面表现最为亮眼, 占比分别为 25% 和 22%。益智类游戏在会话量方面居于首位, 占比 26%。

但从会话量方面来看, 超休闲类游戏的占比降至仅 7%。不过, 此类游戏主要依赖下载量, 下载量和会话量一高一低也属正常。

动作和策略类游戏的安装量占比分别为 10% 和 7%, 而会话量占比略高, 分别为 17% 和 14%。

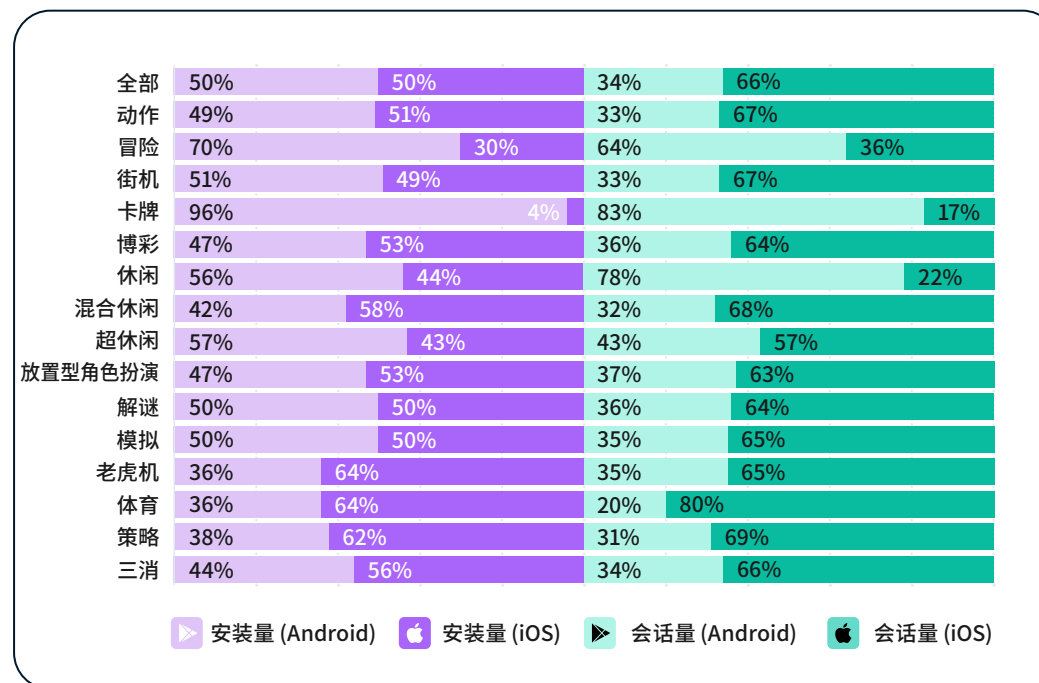
体育类游戏的差距最为悬殊, 安装量占比仅为 4%, 但会话量占比达 10%。

2026 年上半年, 日本 iOS 端领跑游戏类应用会话量, 占比高达 66%, 但安装量与 Android 端平分秋色, 各占 50%。体育类游戏分化最显著, iOS 端占安装量的 64%, 但会话量占比则高达 80%。策略和动作类游戏也呈现类似的规律, iOS 端会话量占比分别为 69% 和 67%。卡牌类游戏刚好相反, Android 端安装量占比高达 96%, 会话量占比为 83%。

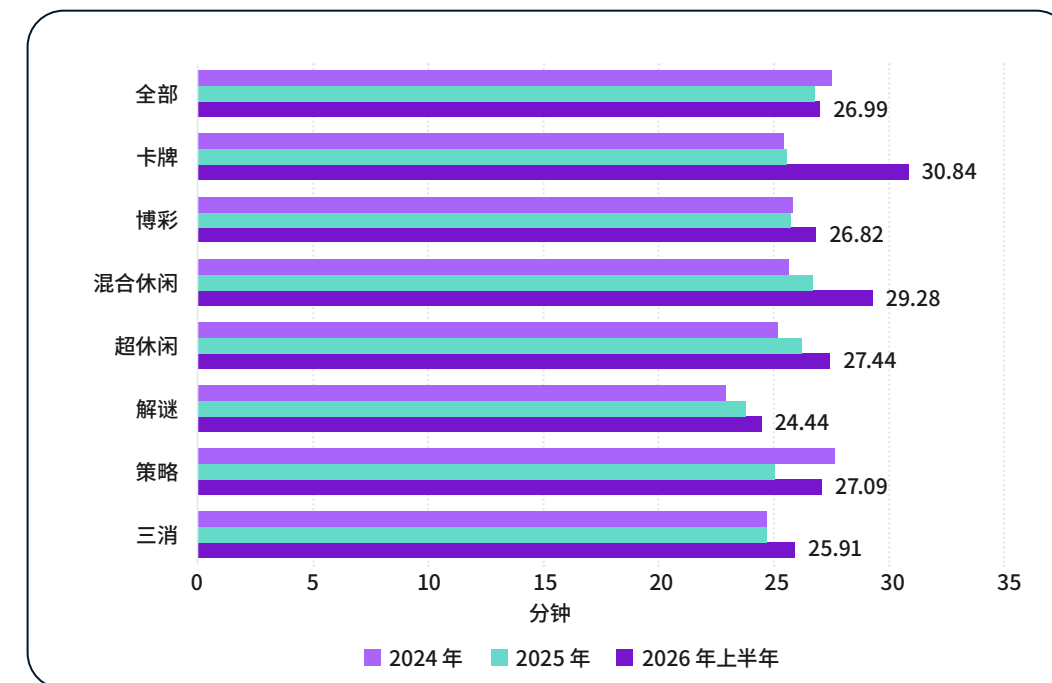
2026 年上半年, 日本市场中游戏类应用的整体平均会话时长呈上升趋势, 达到 26.99 分钟, 比 2025 年平均水平提高 1%。卡牌类游戏的增幅最大, 较 2025 年提升 21%, 达到 30.84 分钟, 增加时间超过 5 分钟。

混合休闲类游戏增长 10%, 会话时长达到 29.28 分钟, 延续了自 2024 年 (25.63 分钟) 以来的上扬态势。策略和超休闲类游戏分别增长 8% 和 5%, 达到 27.09 分钟和 27.44 分钟。益智类和博彩类游戏的增幅则分别为 3% 和 4%, 达到 24.44 分钟和 26.82 分钟。

日本各平台游戏类应用安装量和会话量
(2026 年上半年)



日本游戏类应用会话时长
(2024 年 - 2026 年上半年)

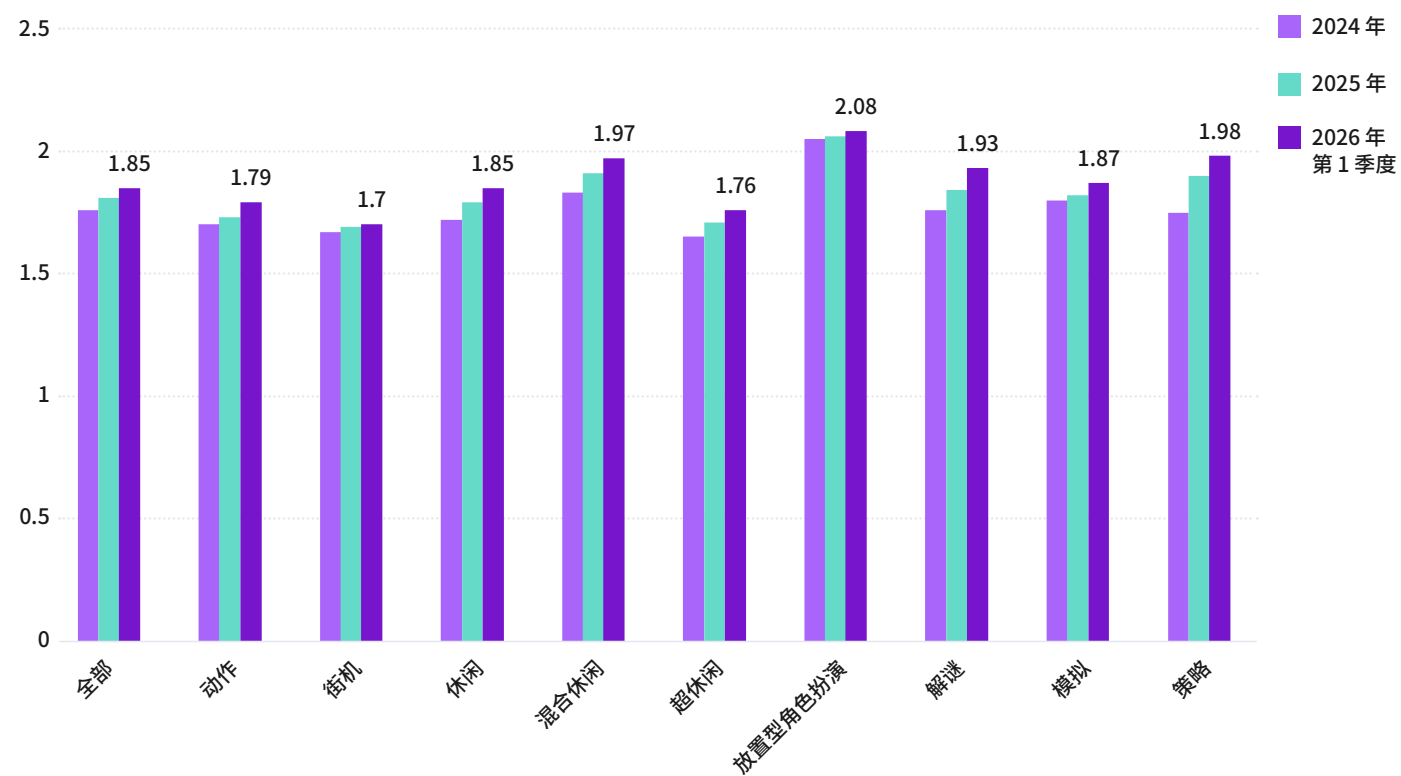


2026 年第 1 季度, 日本游戏类应用 D0 每用户会话量为 1.85 次, 超过 2025 年的 1.81 次和 2024 年的 1.76 次。放置类角色扮演游戏占据榜首, 达到 2.08 次; 策略和益智类紧随其后, 分别为 1.98 次和 1.93 次。混合休闲类游戏则创下三年来的最高水平, 达到了 1.97 次。

在所展示的全部类型中, D0 会话量较 2025 年均有所上升。其中益智类游戏从 1.84 增至 1.93 次 (增幅 5%), 策略类则从 1.90 增至 1.98 次 (增幅 4%)。

动作、休闲、混合休闲、超休闲和模拟类游戏均实现了 3% 的提升, 分别达到 1.79、1.85、1.97、1.76 和 1.87 次。街机类游戏提升 1 个百分点, 达到 1.7 次。

日本游戏类应用 D0 每日每用户会话量
(2024 年 - 2026 年第 1 季度)



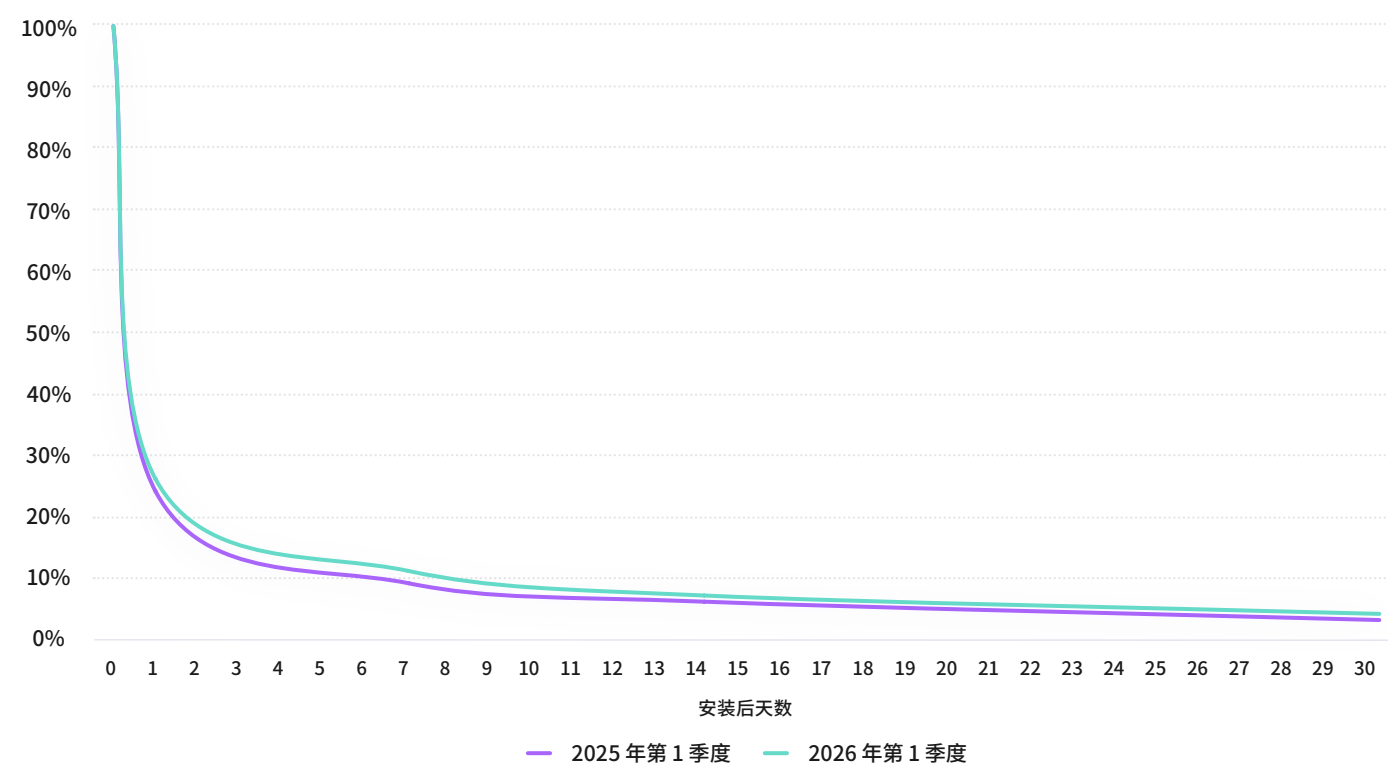
用户获取及留存

纵观 2026 年第 1 季度的所有监测数据点，日本游戏类应用的留存率均有所提升。

D1 留存率从 2025 年第 1 季度的 24% 升至 26%，D7 从 9% 升至 11%，D14 则从 6% 增长到 7%。

D30 仍有 4% 的用户保持活跃，对比 2025 年第 1 季度的表现提高了 1 个百分点。

游戏类应用留存率 (2026 年第 1 季度 VS 2025 年第 1 季度)



亮点速览：游戏类应用付费/自然安装比			
子类别	2024 年	2025 年	2026 年第 1 季度
 动作	2.7	2.96	2.78
 卡牌	1.97	2.65	1.93
 博彩	0.96	0.98	0.59
 三消	1.58	2.32	2.08
 策略	2	2.2	2.1

亮点速览：游戏类应用单次安装成本 (CPI)			
子类别	2024 年	2025 年	2026 年第 1 季度
 动作	\$0.86	 \$0.99	 \$0.84
 冒险	\$1.37	 \$2.45	 \$1.61
 街机	\$0.63	 \$0.75	 \$0.69
 桌游	\$1.95	 \$2.26	 \$2.11

第2部分

金融类应用



↓ 2026 年第 1 季度日本金融类应用下载量 TOP 10

1	 楽天ペイ-楽天ポイントカードも利用できるスマホ決済アプリ 数字钱包和 P2P 支付	
2	 PayPay 数字钱包和 P2P 支付	
3	 ゆうちょ通帳アプリ-銀行 アプリ 银行	
4	 d払い-スマホ決済アプリ、キャッシュレスでお支払い 数字钱包和 P2P 支付	
5	 iAEON-イオンペイも使える!「アイイオン」 购物	
6	 ゆうちょ認証アプリ 双因素认证和密码	
7	 Suica 巴士和铁路服务	
8	 エアウォレット 数字钱包和 P2P 支付	
9	 三井住友カード Vpassアプリ 信用和借贷	
10	 三井住友銀行アプリ 银行	

\$ 2026 年第 1 季度日本金融类应用消费者支出 TOP 10

 Money Forward ME 家計簿マネーフォワード ME - 人気の家計簿(かけいぼ) 预算和开支跟踪	
 free Tax return filing 確定申告はfreee 会計ソフト - 会計アプリで青色申告 报税和会计	
 Everybody's Bank みんなの銀行 银行	
 TradingView: Track All Markets 财务新闻	
 確定申告ならタックスナップ 青色申告・白色申告 报税和会计	
 家計簿くふうZaim - 貯金ができる人気家計簿 (かけいぼ) 预算和开支跟踪	
 確定申告はマネーフォワード 青色申告・白色申告対応 报税和会计	
 カビュウ - 株式投資管理・分析アプリ 投资和理财	
 Moneytree 家計簿より楽チン 预算和开支跟踪	
 Investing.com: Stock Market 财务新闻	

来源:  SensorTower

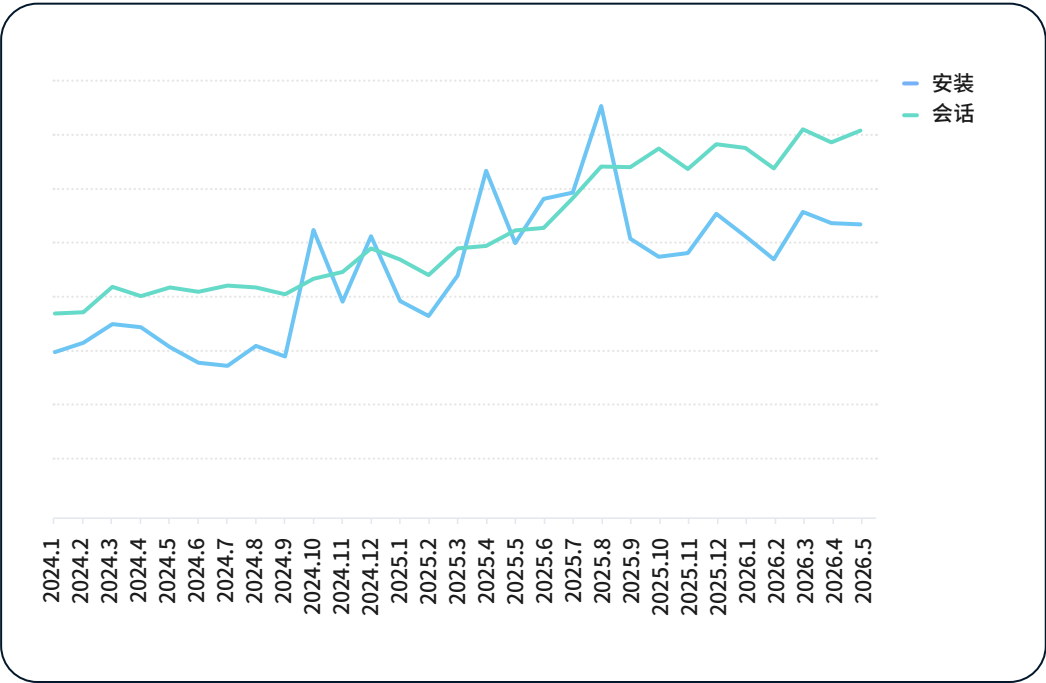
安装和会话

2025 年, 日本金融类应用安装量年同比激增 51%, 会话量提升 37%。8 月表现最为突出, 安装量较 2025 年平均水平提升 45%。下半年会话量稳步走高, 高峰出现在 12 月, 超越当年平均水平 21%。2026 年上半年, 3 月 (+7%)、4 月 (+3%) 和 5 月 (+2%) 的安装表现均优于上半年平均值, 而会话量则在 3 月和 5 月均超出上半年平均值 4%。

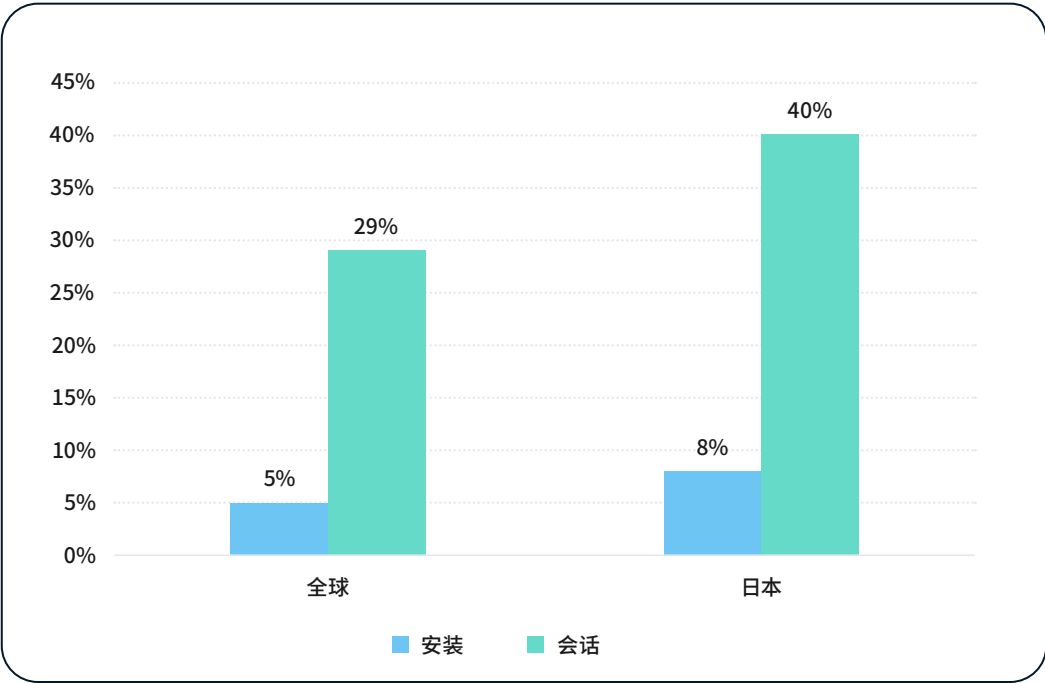
2026 年上半年, 日本金融类应用会话量增长 40%, 安装量增长 8%, 而这两项的全球平均水平分别增长 29% 和 5%。

会话量增速几乎是安装量的 5 倍, 可见在日本市场中, 移动支付已成为主流, 数字理财正在成为用户的日常“标配”。

日本金融类应用安装量和会话量增长
(2024 年 1 月至 2026 年 5 月)



金融类应用安装量和会话量同比增长率
(2026 年上半年 VS 2025 年上半年)

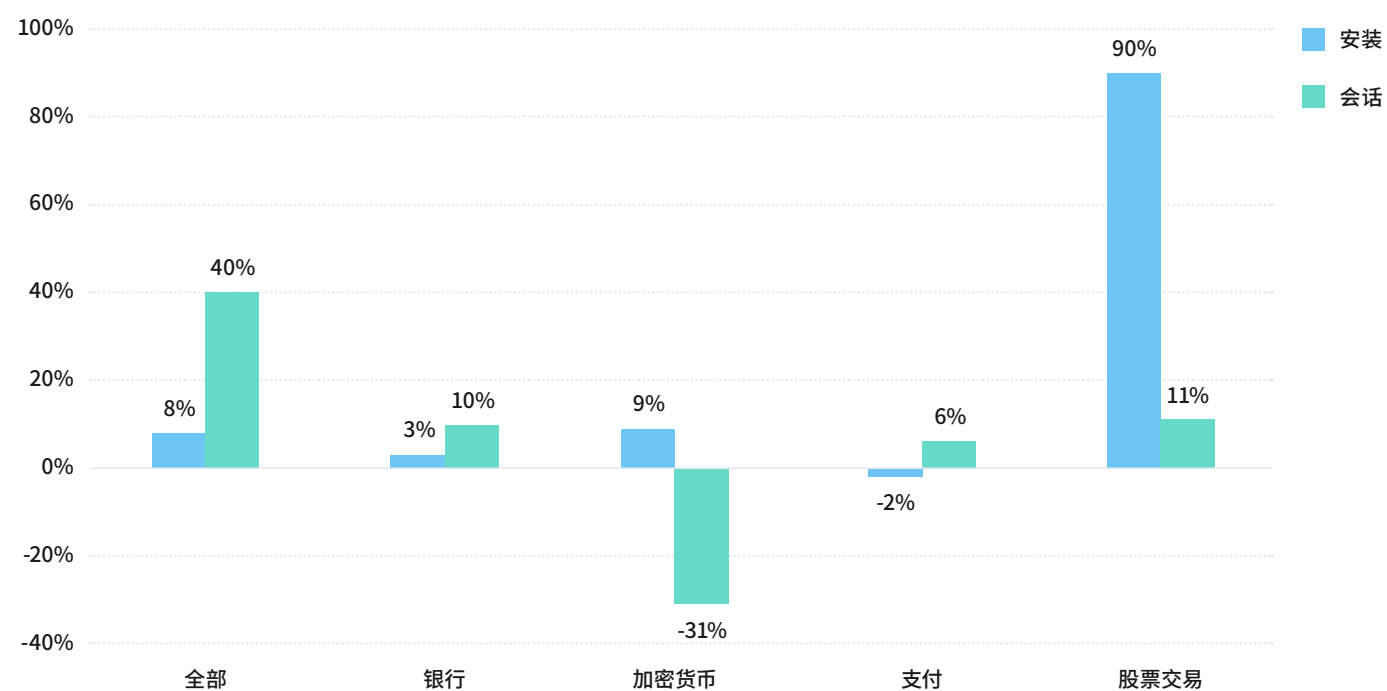


纵观 2026 年上半年的金融领域，表现最强劲的当属股票交易类应用，安装量年同比激增 90%，会话量增长 11%。这一点很好地反映了日本投资版图的变化。[2025 财年，散户投资者按交易金额计算的股票交易占比达到四分之一，创下 12 年来的最高记录。](#)这在一定程度上得益于日本全新的免税 NISA 计划，许多新一代年轻投资者正是受到该计划的吸引纷纷入场。

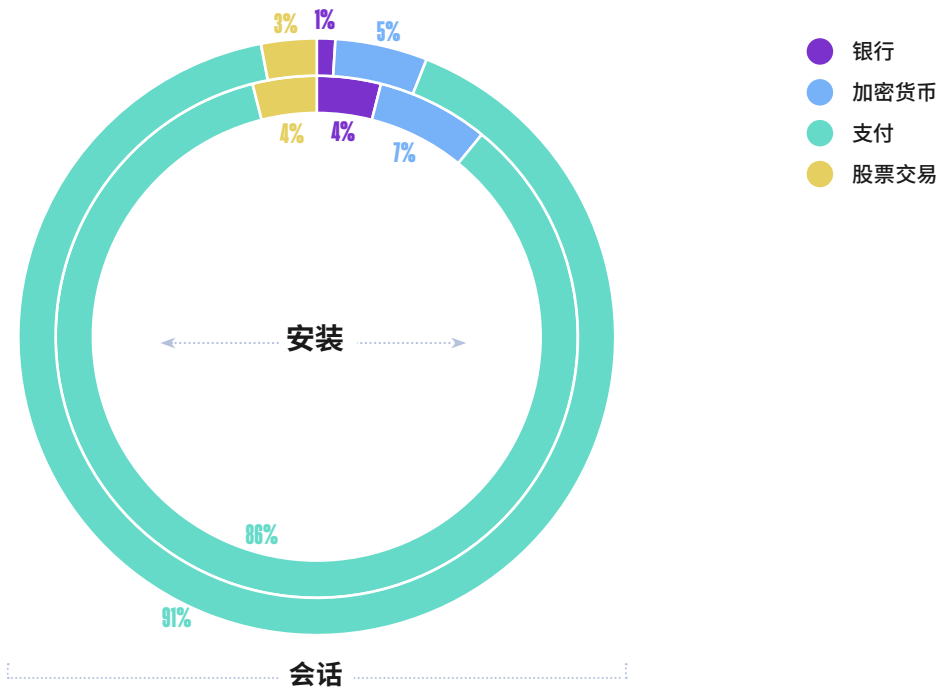
银行类应用在两项指标上均实现增长，安装和会话量分别增长 3% 和 10%。支付类应用的会话量攀升 6%，但安装量下滑 2%。

加密货币类应用的安装量增长了 9%，但会话量下降了 31%。这一现象或许受到了 NISA 改革和法律法规变化等因素的影响。

日本金融类应用各子类别安装量和会话量同比增长率
(2026 年上半年 VS 2025 年上半年)



日本金融类各子类别应用安装量和会话量 (2026 年上半年)



2026 年上半年, 日本金融应用领域的活跃度大部分源自支付类应用, 其安装量占比为 86%, 会话量占比更高达 91%。

加密货币类应用的安装量占比位居第二 (7%), 会话量占比为 5%。

银行和股票交易类应用的安装量占比均为 4%, 会话量则分别为 1% 和 3%。

2026 年上半年, iOS 端占金融类应用安装量的 56%, 会话量占比高达 65%。

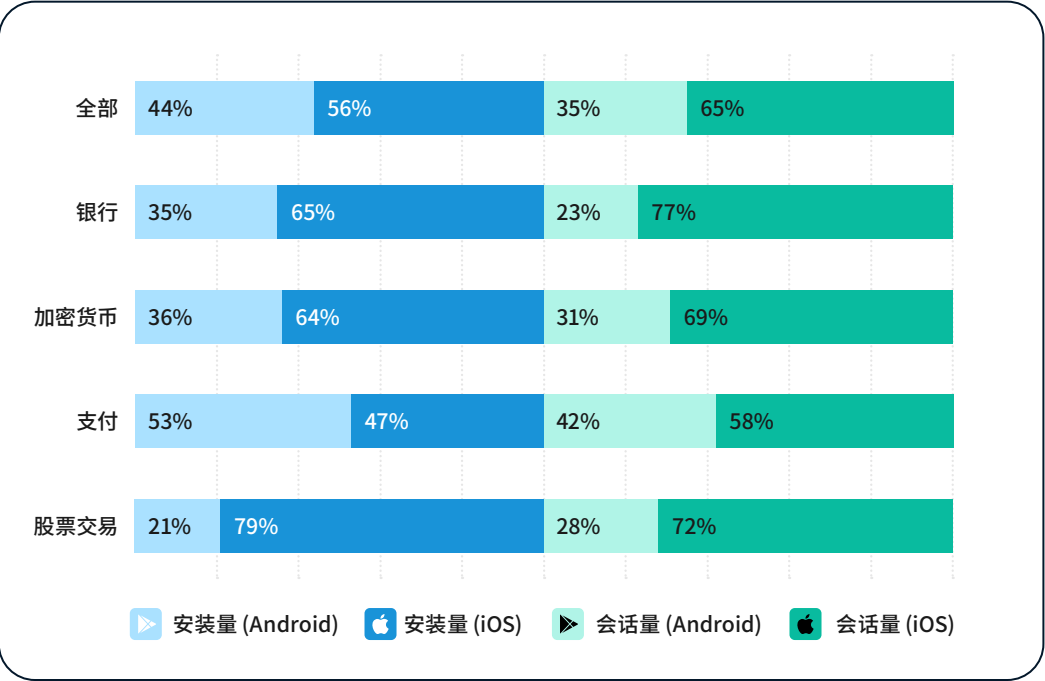
股票交易类应用在 iOS 端最为集中, 安装和会话量占比分别为 79% 和 72%。银行和加密货币类应用紧随其后, iOS 端安装量占比分别为 65% 和 64%, 会话量则为 77% 和 69%。

支付类应用是个例外: 尽管 iOS 占据了 58% 的多数会话量, 但 Android 贡献了 53% 的安装量。

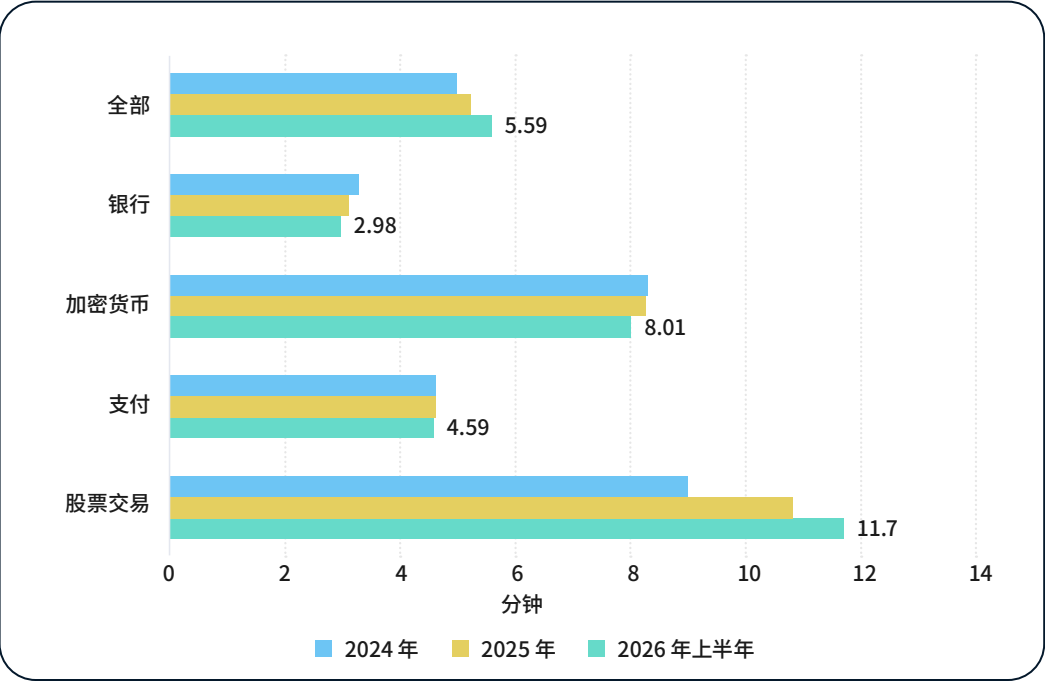
日本金融类应用的整体平均会话时长从 2024 年的 4.98 分钟增长到 2025 年的 5.23 分钟, 并在 2026 年上半年达到 5.59 分钟。近三年来, 股票交易类应用的平均会话时长从 10.81 分钟和 8.99 分钟攀升至 11.7 分钟, 增幅达 30%。

加密货币类应用则从 8.29 分钟微降至 8.26 分钟, 然后继续下滑至 8.01 分钟。支付类应用在三年中表现较为稳定, 徘徊在 4.6 分钟左右。银行类应用则一路走低, 从 3.29 分钟减少至 3.11 分钟, 然后继续下滑到了 2.98 分钟。

日本各平台金融类应用安装量和会话量 (2026 年上半年)

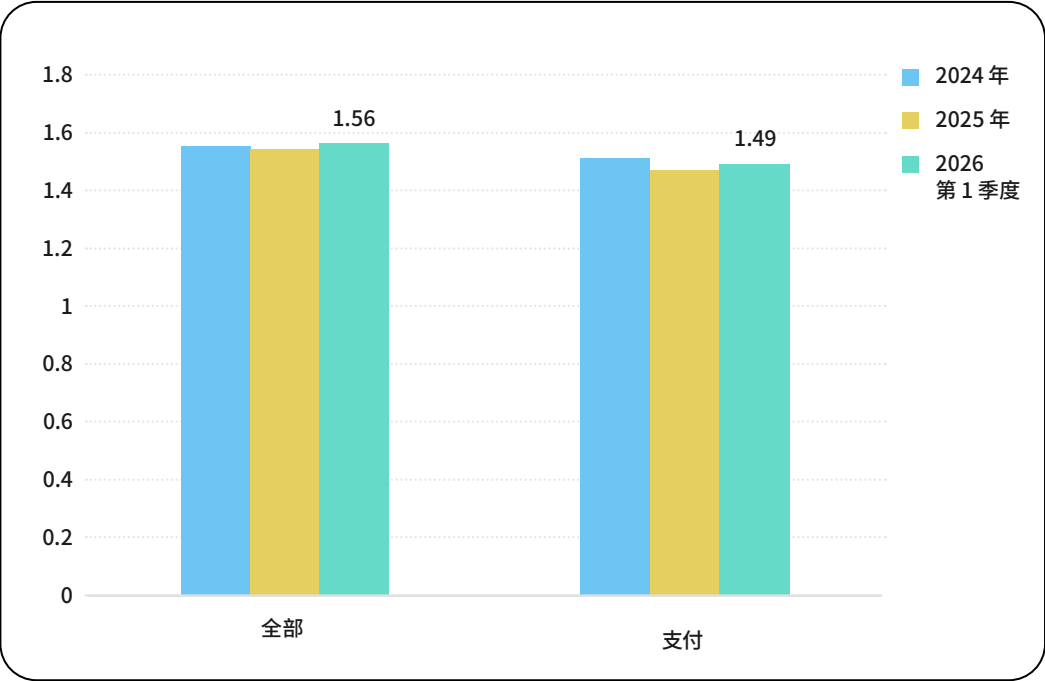


日本金融类应用会话时长 (2024 年 - 2026 年上半年)



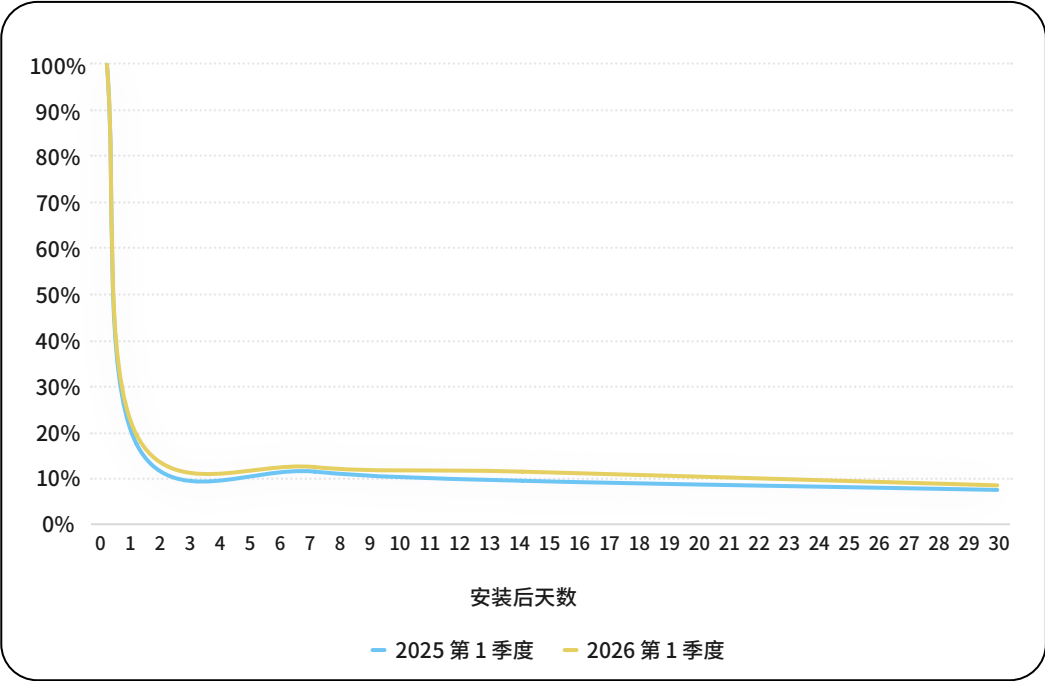
用户获取及留存

日本金融类应用 D0 每日每用户会话量
(2024 年 - 2026 年第 1 季度)



2026 年第 1 季度, 日本金融类应用 D0 的每用户会话量为 1.56 次, 逆转 2025 年的下滑 (1.54 次), 超过了 2024 年的 1.55 次。支付类应用呈现同样的趋势, 2026 年第 1 季度为 1.49 次, 高于 2025 年的 1.47 次, 接近 2024 年的 1.51 次。

金融类应用留存率
(2026 年第 1 季度 VS 2025 年第 1 季度)

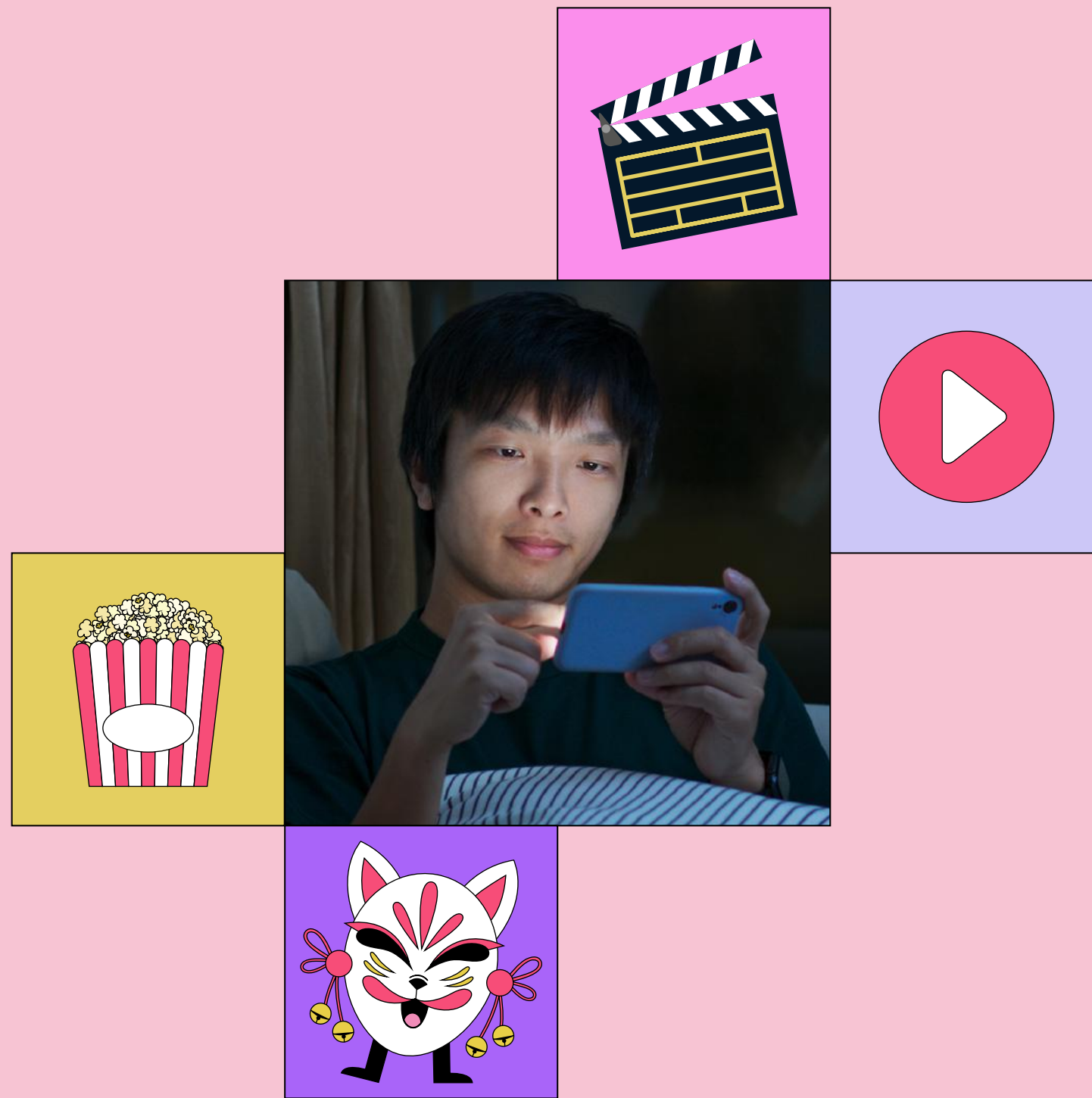


在安装后的整个 30 天周期内, 2026 年第 1 季度日本金融应用留存率年同比有所改善。D1 留存率从 2025 年第 1 季度的 17% 提升至 19%; D7 从 11% 增长至 12%, D14 则从 9% 增长到 11%。D30 仍有 8% 的用户保持活跃, 比 2025 年第 1 季度提升 1 个百分点。

BONUS	
金融类应用付费/自然安装比	
2024 年	0.59
2025 年	📉 0.58
2026 年第 1 季度	📉 0.57

第3部分

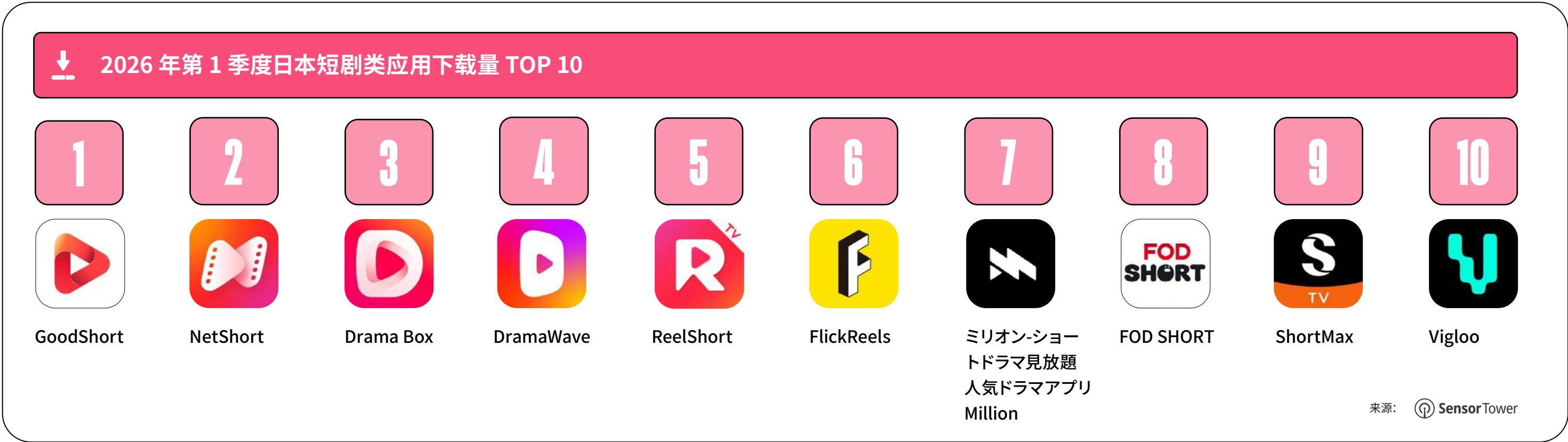
娱乐类应用

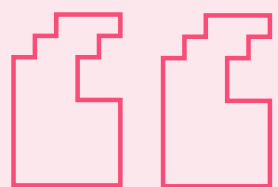


短剧应用爆火

日本的短剧市场正在逐年拓展。DramaBox、ShortMax 和 ReelShort 等头部应用早期凭翻译内容打入市场，随后转向本土化改编剧本，占据了 90% 的市场份额。而中国主流流媒体和 OTT 巨头也纷纷加大投资力度。2026 年 2 月，[爱奇艺 \(iQIYI\) 推出订阅式独立短剧应用 DramaSugar](#)。富士电视台 (Fuji TV) 是

首个在短剧领域发力的日本大型电视台。2025 年 7 月，富士电视台推出了 [FOD SHORT](#)，截至当年 12 月，该应用的收入和下载量均拿下日本本土发行商冠军，并于 2026 年 4 月进军北美市场。





“日本短剧市场用户规模快速扩张，运营方与内容产量持续激增。海外发行商批量快速上新，国内发行商输出原创及本土化剧目内容，各家企业营销推广规模随之扩大。从现有趋势来看，移动端娱乐短剧市场未来或将持续高速增长。”

emole



Hiroataka Ishizawa
营销部经理

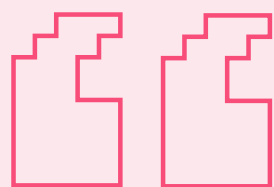
日本的 OTT 流媒体服务

娱乐流媒体市场是日本增长最迅猛的应用类别之一。[2025 年, 视频点播 \(VOD\) 吸金 72 亿美元](#), 年同比增长 15%。视频流媒体应用下载量在 2025 年[增长 33.6%, 达到 8,910 万次](#), 应用内购买收入增长到了 7.8 亿美元, 增幅高达 23.8%。2024 年第 4 季度, 日本活跃流媒体用户数量为 1,240 万。仅仅过了一年, 2025 年第 4 季度的用户数量就达到了 1,770 万。

本土节目在日本占据主导地位, 占流媒体整体播放时长的 80%。日本电视剧和节目能触及[73% 的观众](#), 动漫覆盖面达到 50%。这种强烈的消费需求不仅推动着本土企业加大投入, 更吸引着国际的目光。

[2026 年, Netflix 计划每年与东宝工作室 \(Toho Studios\) 联合制作最多 15 部真人影视剧作品](#), 8 部全新动漫, 并已获得 2026 年世界棒球经典赛 (World Baseball Classic) 全部 47 场比赛的独家转播权。U-Next 则获得了 2028 年之前英超联赛 (EPL) 和女子高尔夫大满贯赛事的转播权。





“OTT 观看体验已超越智能手机端，拓展到了 CTV 平台，用户也有更多的机会接触热门或备受期待的内容。这其中最关键的方面之一，是如何设计一套整合的方法，能够全面覆盖内容制作、分发到广告效果监测。借助监测技术进步和生成式 AI，我们能够更深入地理解用户，改善广告素材内容，并实现运营流程的精简。”



Naoya Nakazawa
广告策略
高级经理

↓ 2026 年第 1 季度日本 OTT 应用下载量 TOP 10

1	 Netflix	
2	 NHKプラス (NHK ONE対応)	
3	 TVer(ティーバー) 民放公式テレビ配信サービス	
4	 U-NEXT - 映画やドラマ、アニメなどの動画が見放題	
5	 Amazon Prime Video	
6	 ABEMA(アベマ) 新しい未来のTV	
7	 Disney+	
8	 Lemino (レミノ) 映画やドラマ、アニメなどの動画が見放題	
9	 FOD ドラマやアニメなどテレビの動画が見放題!見逃し配信も	
10	 Hulu: 流媒体电视节目和电影	

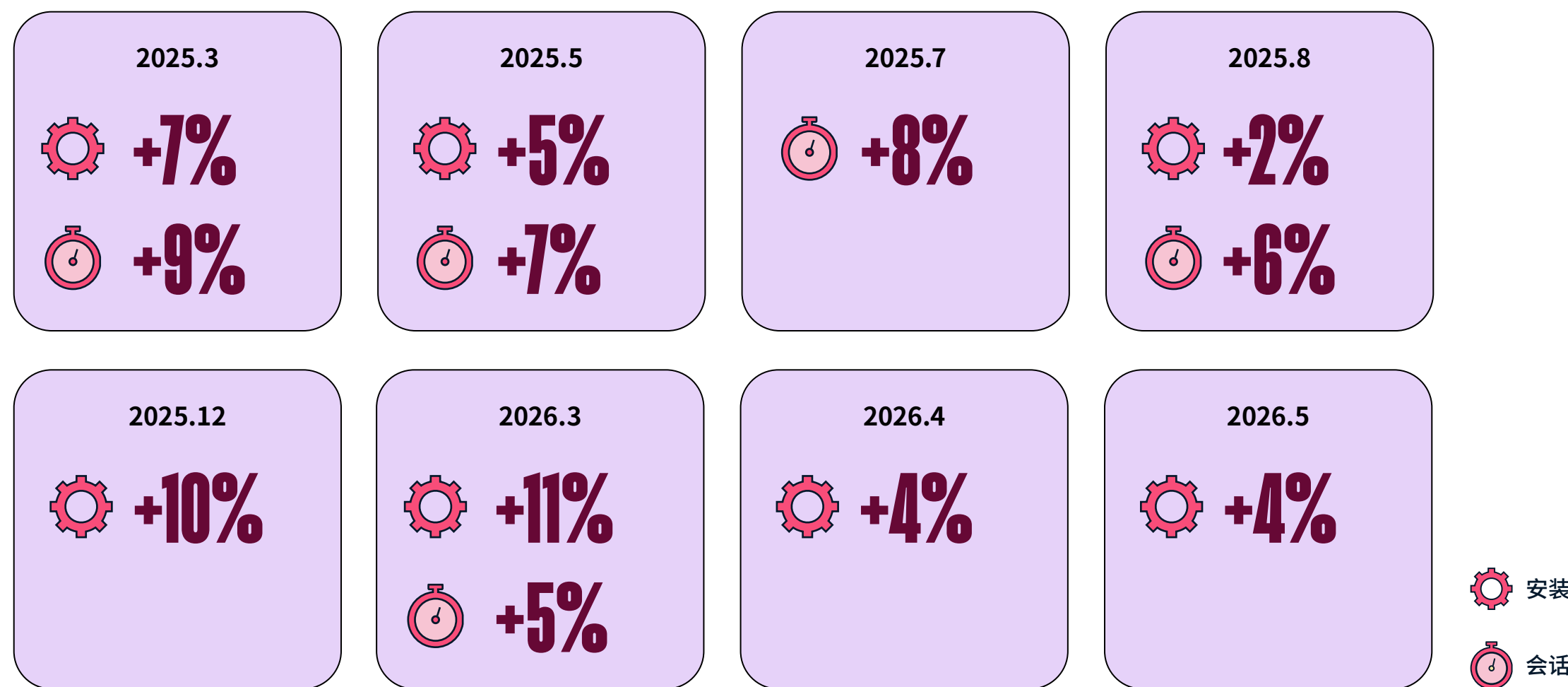
\$ 2026 年第 1 季度日本 OTT 应用消费者支出 TOP 10

 U-NEXT - 映画やドラマ、アニメなどの動画が見放題	
 ABEMA(アベマ) 新しい未来のTV	
 Hulu: 流媒体电视节目和电影	
 FOD ドラマやアニメなどテレビの動画が見放題!見逃し配信も	
 Disney+	
 Amazon Prime Video	
 dアニメストア	
 東映特撮ファンクラブ	
 Lemino (レミノ) 映画やドラマ、アニメなどの動画が見放題	
 Netflix	

来源:  SensorTower

安装和会话

日本娱乐应用活跃度最高的月份



BONUS

2026 年上半年, 日本娱乐类应用
安装量年同比增长 4%。

各月份数据与年平均水平对比。

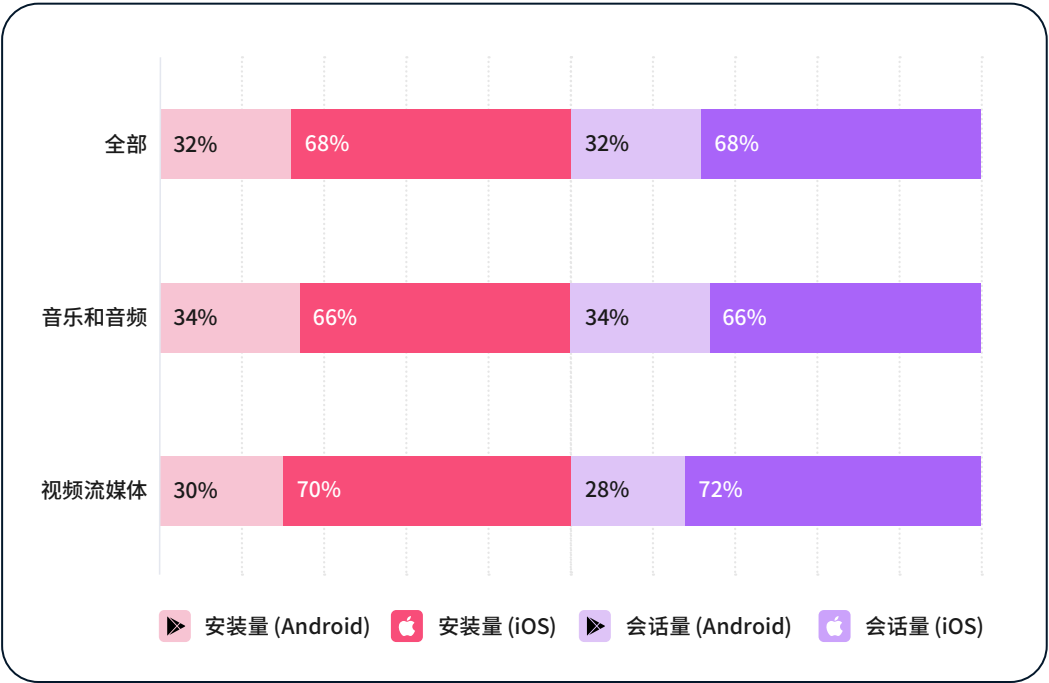
2026 年上半年, 日本娱乐类应用安装量的 68% 和会话量的 68% 均来自 iOS 端。

视频流媒体应用在 iOS 端的安装和会话量占比分别为 70% 和 72%。音乐与音频类应用的这两个数字则均为 66%。

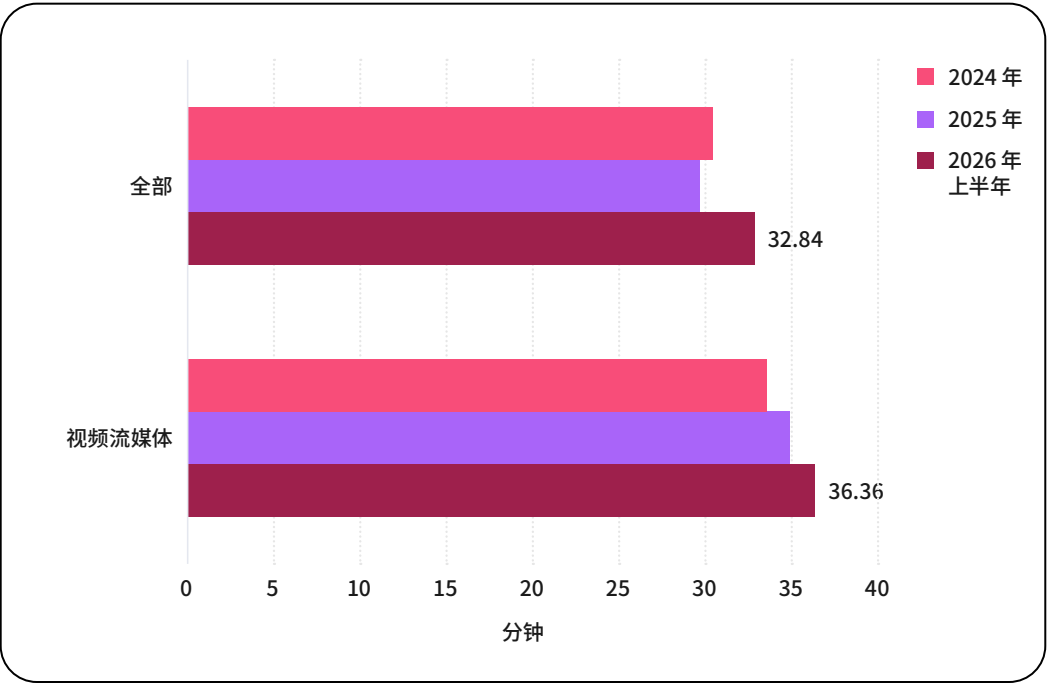
2026 年上半年, 日本娱乐类应用用户平均单次会话时长为 32.84 分钟, 高于 2025 年的 29.67 分钟和 2024 年的 30.4 分钟。

视频流媒体应用的平均会话时长达到 36.36 分钟, 高于之前两年。2025 年为 34.89 分钟, 2024 年为 33.59 分钟。

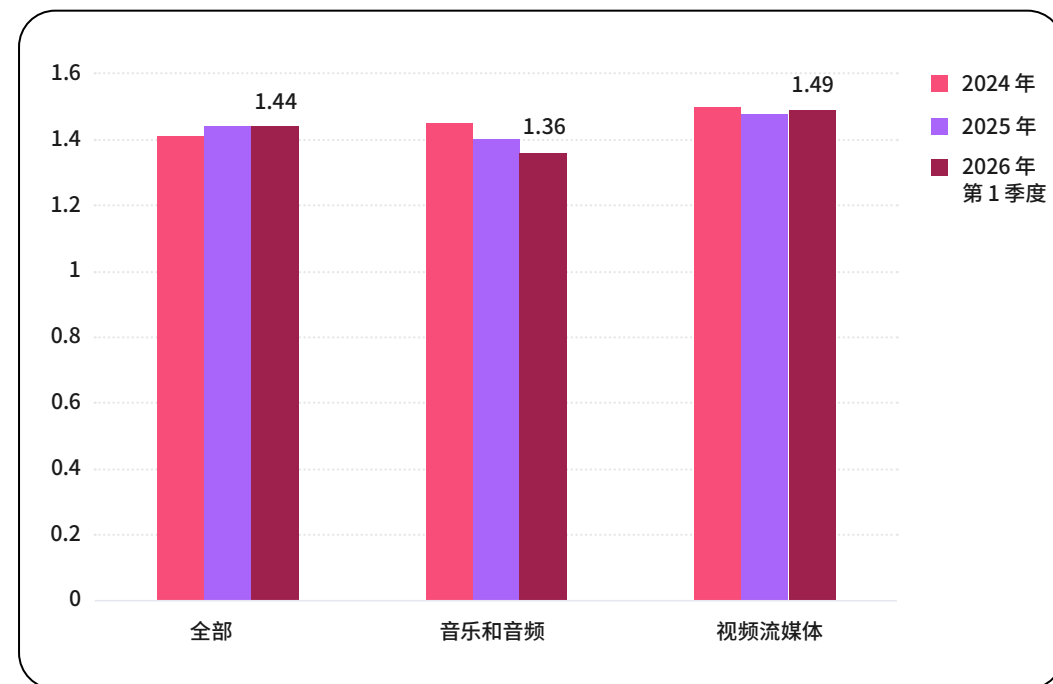
日本各平台娱乐类应用安装量和会话量
(2026 年上半年)



日本娱乐类应用会话时长
(2024 年 - 2026 年上半年)

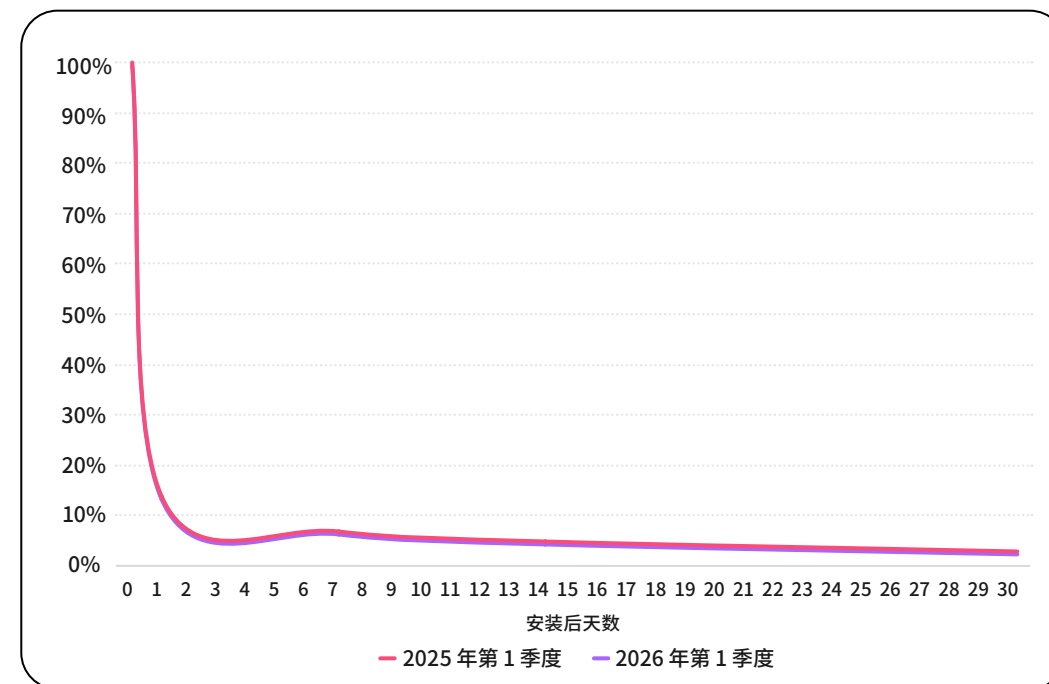


日本娱乐类应用 D0 每日每用户会话
(2024 年 - 2026 年第 1 季度)



2026 年第 1 季度，日本娱乐类应用用户在安装当日的平均会话数为 1.44 次，与 2025 年持平，略高于 2024 年的 1.41 次。视频流媒体应用为 1.49 次，介于 2024 年的 1.5 次和 2025 年的 1.48 次之间。音乐与音频类应用则从 2024 年的 1.45 次降至 2025 年的 1.4 次，2026 年第 1 季度继续下降至 1.36 次。

娱乐类应用留存率
(2026 年第 1 季度 VS 2025 年第 1 季度)



2026 年第 1 季度，日本娱乐类应用的留存率与上年同期持平，D1 为 13%，D7 为 6%，D14 和 D30 分别为 4% 和 2%。

BONUS

音乐和音频类应用付费/自然安装比

2024 年

0.41

2025 年

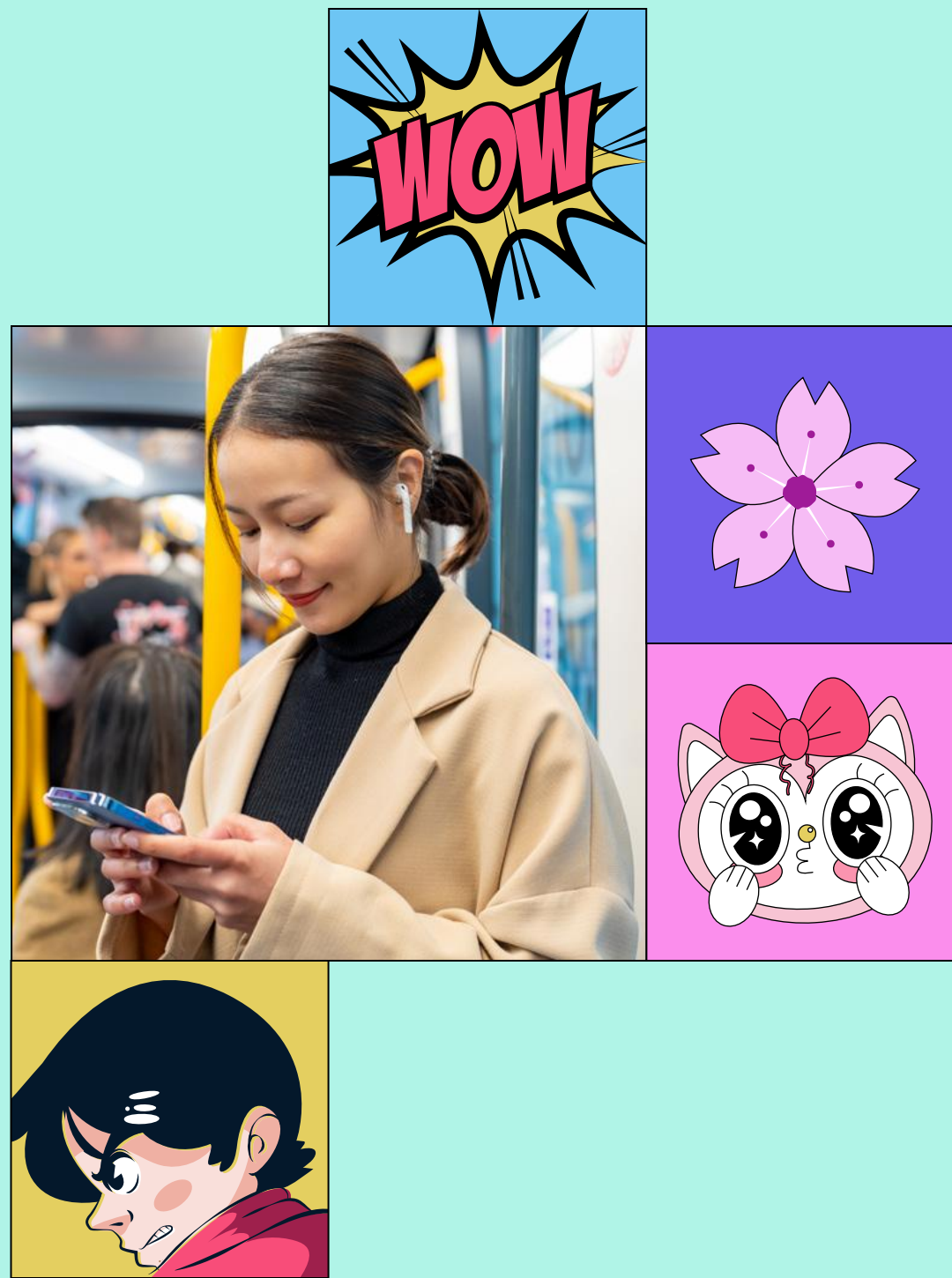
0.56

2026 年第 1 季度

📉 0.49

第4部分

漫画类应用

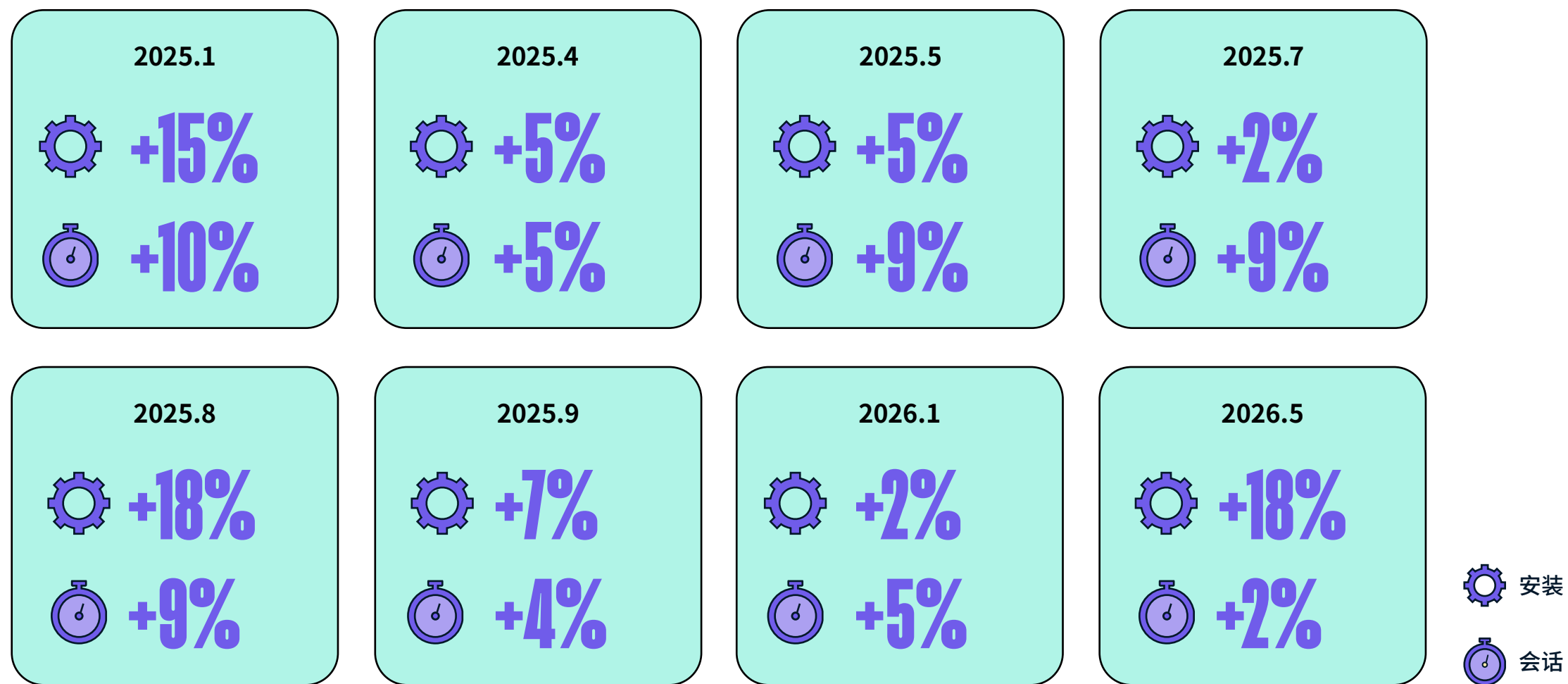


漫画是日本最宝贵的文化输出之一，也是该国应用市场的重要支柱。[2025 年上半年，LINE Manga 问鼎日本漫画类应用收入榜](#)，超越了长期主导市场的 Piccoma。与此同时，Naver Webtoon 通过推进动画改编作品和收购本地工作室，进一步扩大其在本日本市场的布局。

漫画应用产业主要采用金币解锁和按集付费的变现模式，能高效触达拥有高消费力的成年人群。但更年轻的读者则更青睐短剧和社媒视频内容，对漫画关注较少。[有行业调研指出](#)，数字漫画平台的订阅制和购买驱动模式可能是挡住儿童和青少年的门槛。面对类似的挑战，韩国网漫采用了“等待即可免费阅读”等[低门槛访问策略](#)，效果较为理想。日本拥有众多顶级 IP 和成熟的制作基础架构，以及规模可观且付费意愿较高的用户群体。与此同时，漫画与动画、游戏和短剧之间的跨界融合，也使其成为日本内容产业的重要核心。谁能成功打开年轻用户市场，谁就有望在这一领域建立显著的长期竞争优势。



日本漫画应用活跃度最高的月份



各月份数据与年平均水平对比。

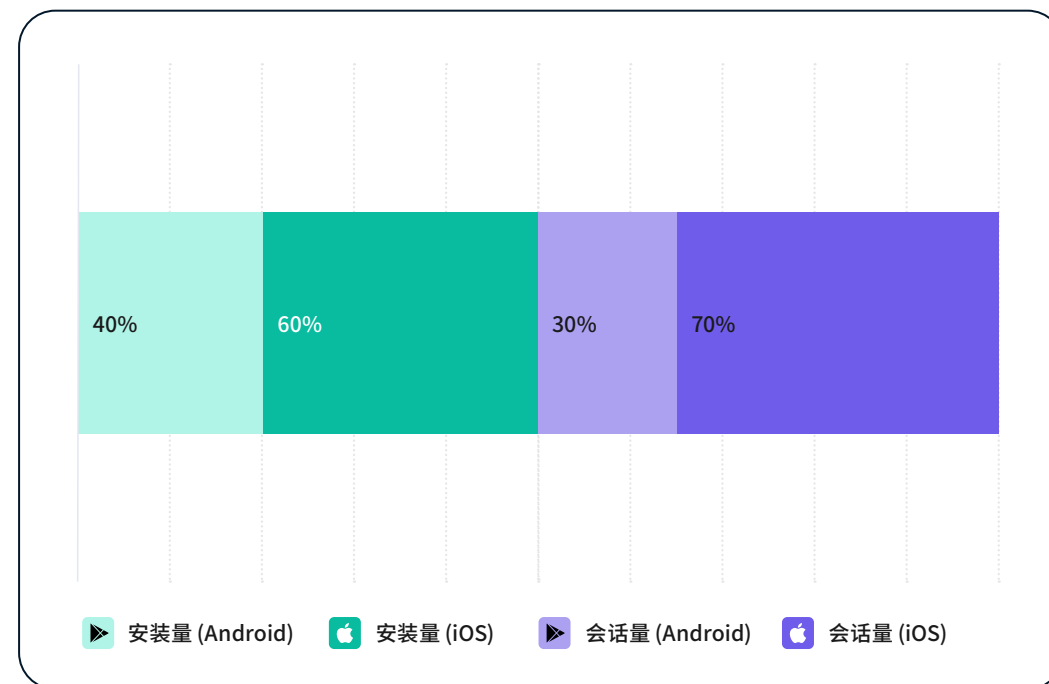
2026 年上半年, 日本漫画类应用 iOS 端安装量占比 60%, Android 端占 40%; 而会话量的差距更为明显, iOS 和 Android 端分别占 70% 和 30%。

日本漫画类应用会话时长曾在 2025 年达到 17.46 分钟的高峰, 2026 年上半年小幅回落 (16.72 分钟), 但仍高于 2024 年 16.99 分钟的表现。

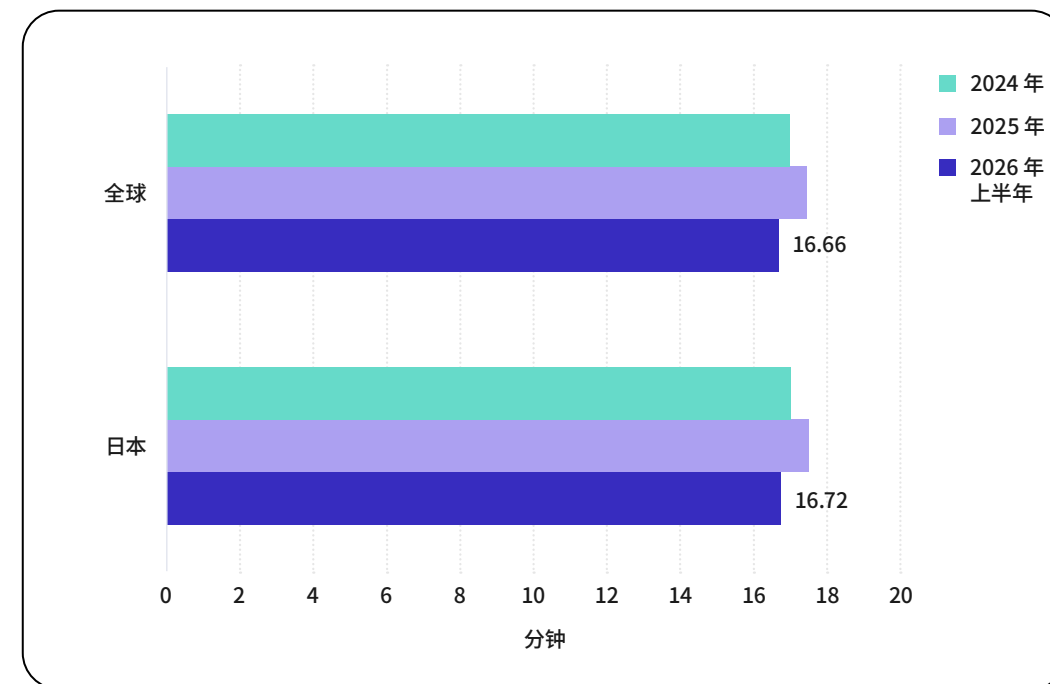
全球数据也呈现同样的趋势, 从 2024 年的 16.97 分钟上升至 2025 年的 17.43 分钟, 2026 年上半年则小幅下滑, 降至 16.66 分钟。2026 年下半年, 漫画类应用或许会呈现不同的格局。

今年下半年, 与热门漫画 IP 相关的新番动漫上映可能会影响阅读趋势。从历史数据来看, 漫画的动画化往往能同步拉动漫画的销量和关注度。

日本各平台漫画类应用安装量和会话量
(2026 年上半年)



日本漫画类应用会话时长
(2024 年 - 2026 年上半年)



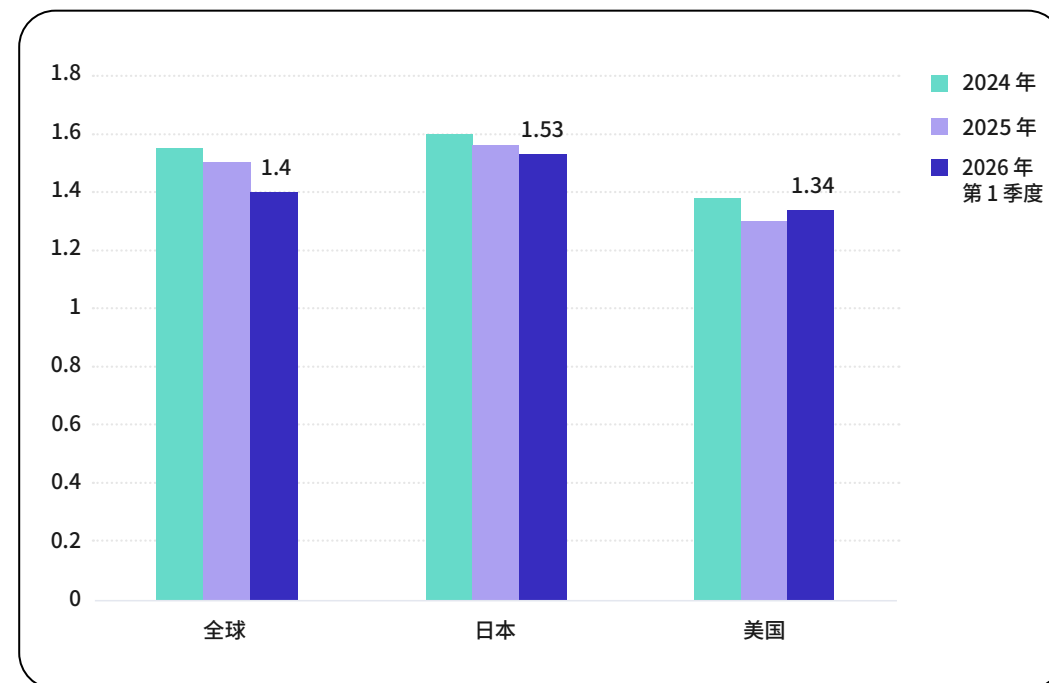
2026 年第 1 季度, 日本漫画类应用用户在应用安装当日的平均会话量为 1.53 次, 低于 2024 (1.6 次) 和 2025 年 (1.56 次) 的水平。

但与全球 (1.4 次) 和美国 (1.34 次) 市场相比, 日本的数字仍然最为亮眼。

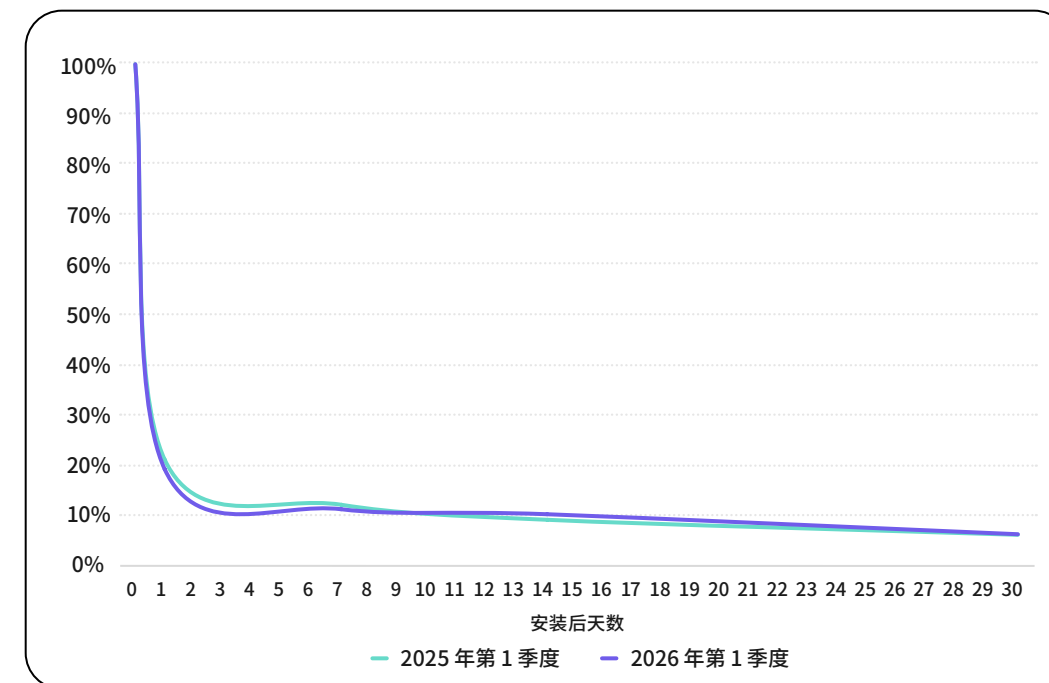
2026 年第 1 季度, 日本漫画类应用的留存率与上年同期的水平基本持平。D1 和 D7 略有下降, 分别从 21% 和 12% 下滑至 19% 和 11%。

D14 留存率不降反升, 从 9% 提升至 10%, D30 稳定在 6%。

日本漫画类应用 D0 每用户每日会话量
(2024 年 - 2026 年第 1 季度)



漫画类应用留存率
(2026 年第 1 季度 VS 2025 年第 1 季度)





关于 ADJUST

Adjust 是 AppLovin (纳斯达克代码:APP) 旗下公司,为应用营销人员提供强大的监测、数据分析、深度链接和防作弊解决方案,是移动营销领域的全球领跑者。Adjust 深受国际众多品牌的信赖,帮助营销人员针对每一个渠道、平台、环境和用户触点,开展数据监测和优化,实现更亮眼的增长和表现。Adjust 拥有 AI 技术驱动的数据分析、自动化技术、隐私优先型归因服务、交互解决方案以及更多能力,帮助营销人员掌握所需洞察和工具,最大化 ROI,改善用户体验,胸有成竹地推动全渠道增长。

本报告基于 Adjust 在 2024 年 1 月至 2026 年 5 月期间监测的匿名聚合应用数据。结果可能因具体类别、地区及商业模式的不同而有所差异。相关预测基于第三方行业预估,可能会发生变化。本报告不构成财务、法律或投资建议。所有商标均归其各自所有者所有。



关于 SENSOR TOWER

Sensor Tower 能提供丰富的市场洞见,深刻洞察塑造全球数字经济的最新趋势。我们的数据科学家和算法处理的数据点达万亿量级,覆盖数百万台设备,是独一无二的宝贵数据资产。

Sensor Tower 可从客户企业数据中准确锁定颠覆性的变化和趋势,辅以行业基准和排行榜单,强化和加深客户对市场的理解。按照客户需求,我们的数据分析师会在 Sensor Tower 云平台或其自选数据科学工具中进行第一手研究,发掘优化机遇。众多商业领袖都信任和依赖 Sensor Tower 独具特色的一流报告,以此制定明智的增长策略。

Sensor Tower 高质量的情报信息和领先的客户支持总能助您走好移动旅程的每一步。

sensortower.com

 [sensor-tower](https://www.linkedin.com/company/sensor-tower)

 [@SensorTower](https://twitter.com/SensorTower)