

The background features a dark theme with a wireframe map of Japan, a line graph with an upward arrow, and several glowing green virus-like particles. In the bottom left, a hand is shown holding a smartphone with various app icons like Uber, Amazon, and others visible on the screen.

5つの主要なアプリカテゴリーから見る 新型コロナウイルスによる**経済変化**

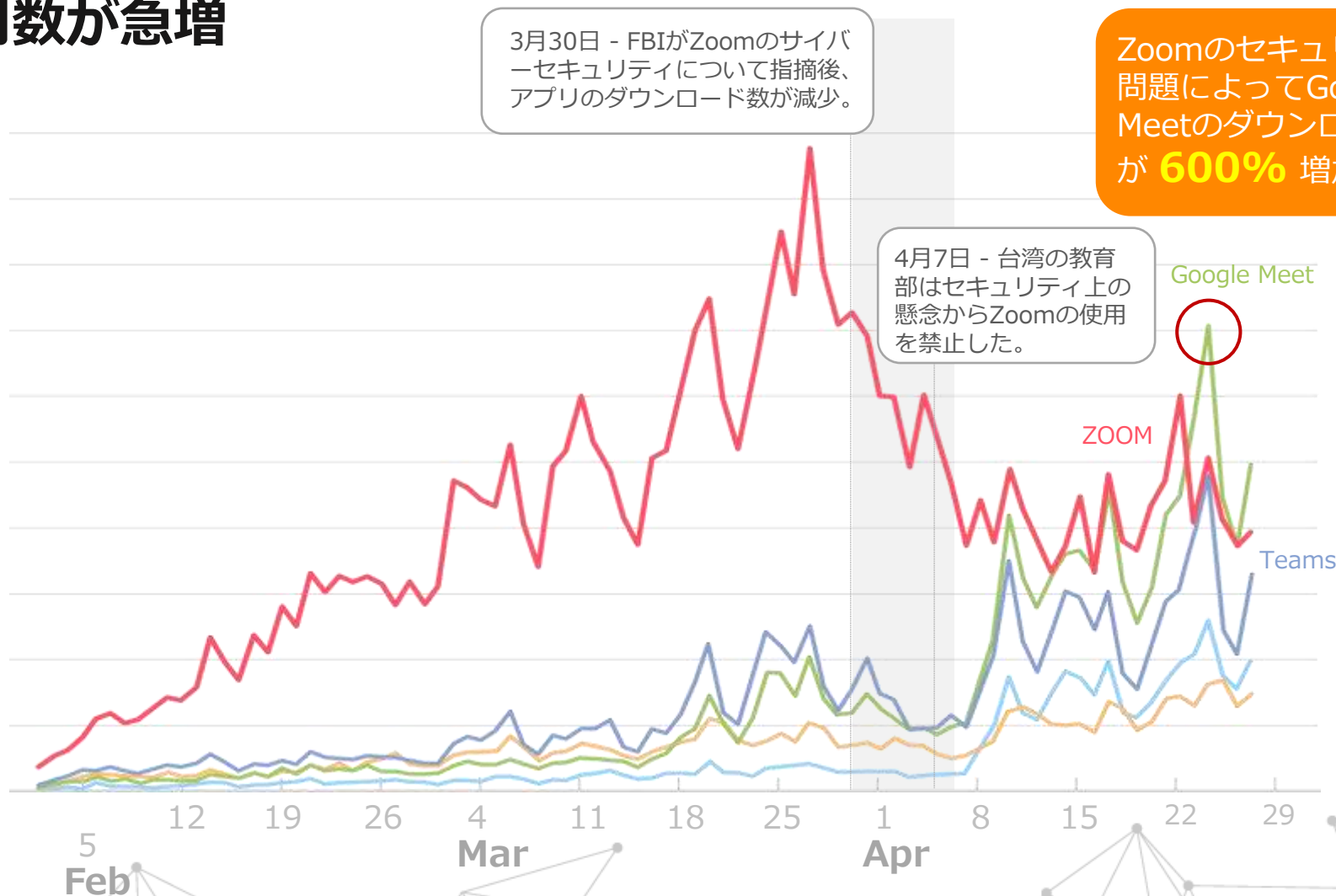
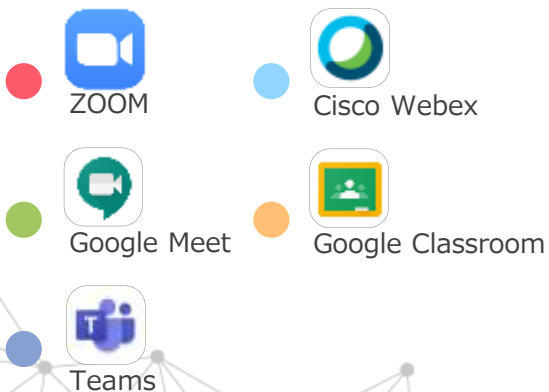
Variation I

在宅勤務とオンライン授業の開始で Web会議アプリの利用数が急増



Web会議 アプリ

Zoomのセキュリティ問題によって台湾の教育部は4月7日にZoomの使用禁止を指示した。それによって他のWeb会議アプリのダウンロード数が増加した。その中でもGoogle Meetのダウンロード数が増加。



Variation II

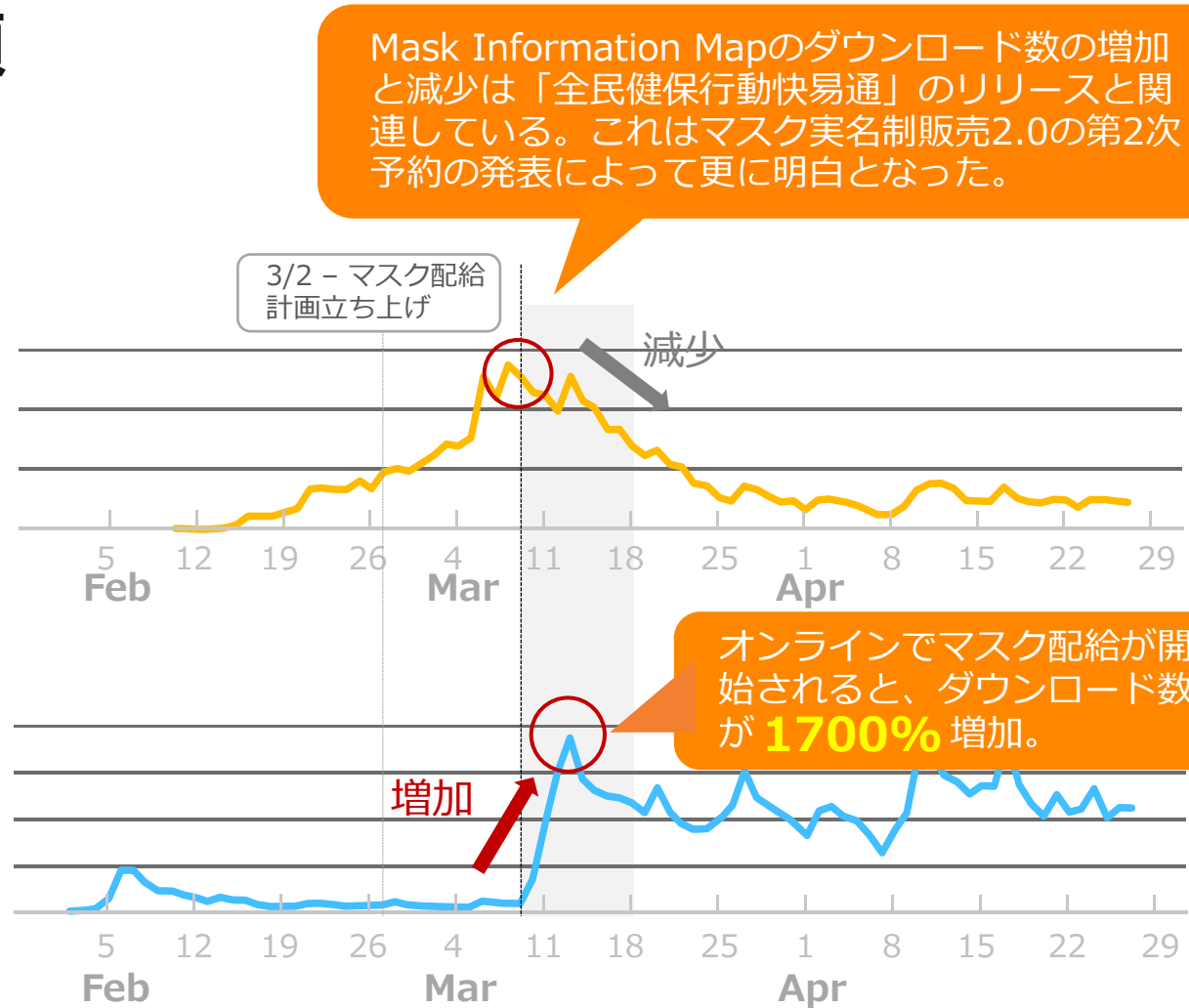
政府系アプリの台頭

政府/公共機関系
アプリ

政府は市民の利便性向上を促進するために、マスク関連のオンラインプラットフォームを立ち上げた。Mask Information Mapはパンデミックにのなかで作成された。全民健保行動快易通がリリースされるまでこのアプリを通じてマスク購入が行われていた。

Related Events:

- 3/9 :マスク実名制販売2.0をプレスリリース
- 3/11:マスク実名制販売2.0 の試験実施
- 3/25:マスク実名制販売2.0の第2次予約開始



Mask Information Map

薬局ごとのマスクの在庫状況をリアルタイムでマップに表示するサービス。IT担当の閣僚、唐鳳（オードリー・タン）氏主導で作成されたことでも有名。



全民健保行動快易通

買い占めを防ぐため、国民健康保険証の所持者はオンラインでマスクの予約/購入を行い、薬局やコンビニで受け取ることができるサービス。

Variation III

政府系アプリが人気に



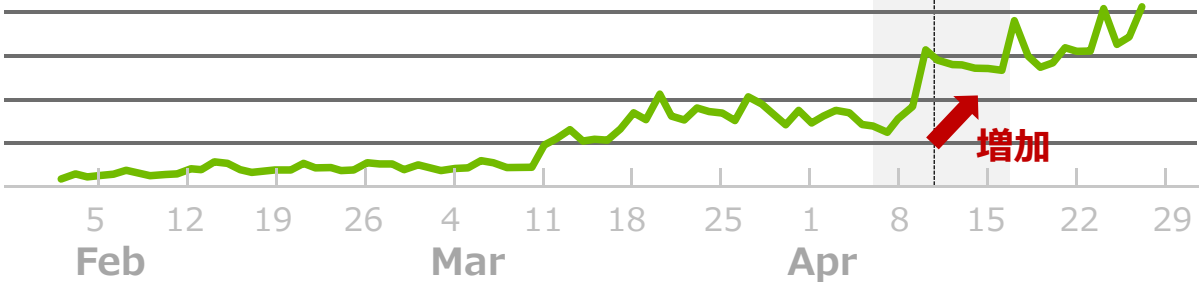
政府/公共機関系
アプリ

EZ WAYとFreeway1968の使用率は以前は低かったが、新型コロナウイルスのパンデミック以降、両アプリとも評判が高くなり、史上最高のダウンロード数を記録。

Related Events:

- 3/10: 国際小包でフィルターの含まない布マスクの送付が一時解禁することを発表
- 4/6 : 海外在住の親戚へのマスク送付について発表
- 4/9 : 海外在住の親戚へ国際小包でのマスクの送付が2親等まで可能となる
- 4/27: Freeway 1968で混雑マップの提供を開始

4/9 - 台湾で購入したマスクは2親等以内の親戚に限り海外へ送付が可能となったため、EZ WAYのダウンロード数が**700%**増加。



元々は貨物を輸入をする際に使用する申告アプリだが、マスクを海外の親戚に送る場合はEZ WAYを通じて実名で申請をする必要がある。

混雑が予想された労働節に合わせて5/1に混雑アラート開始。

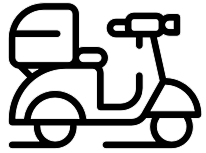
混雑アラートの提供開始発表後、ダウンロード数が**1300%**増加。



高速道路情報アプリ
新型コロナウイルスに際して、観光地やスーパーなどの混雑状況をリアルタイムで表示するサービスを提供開始。

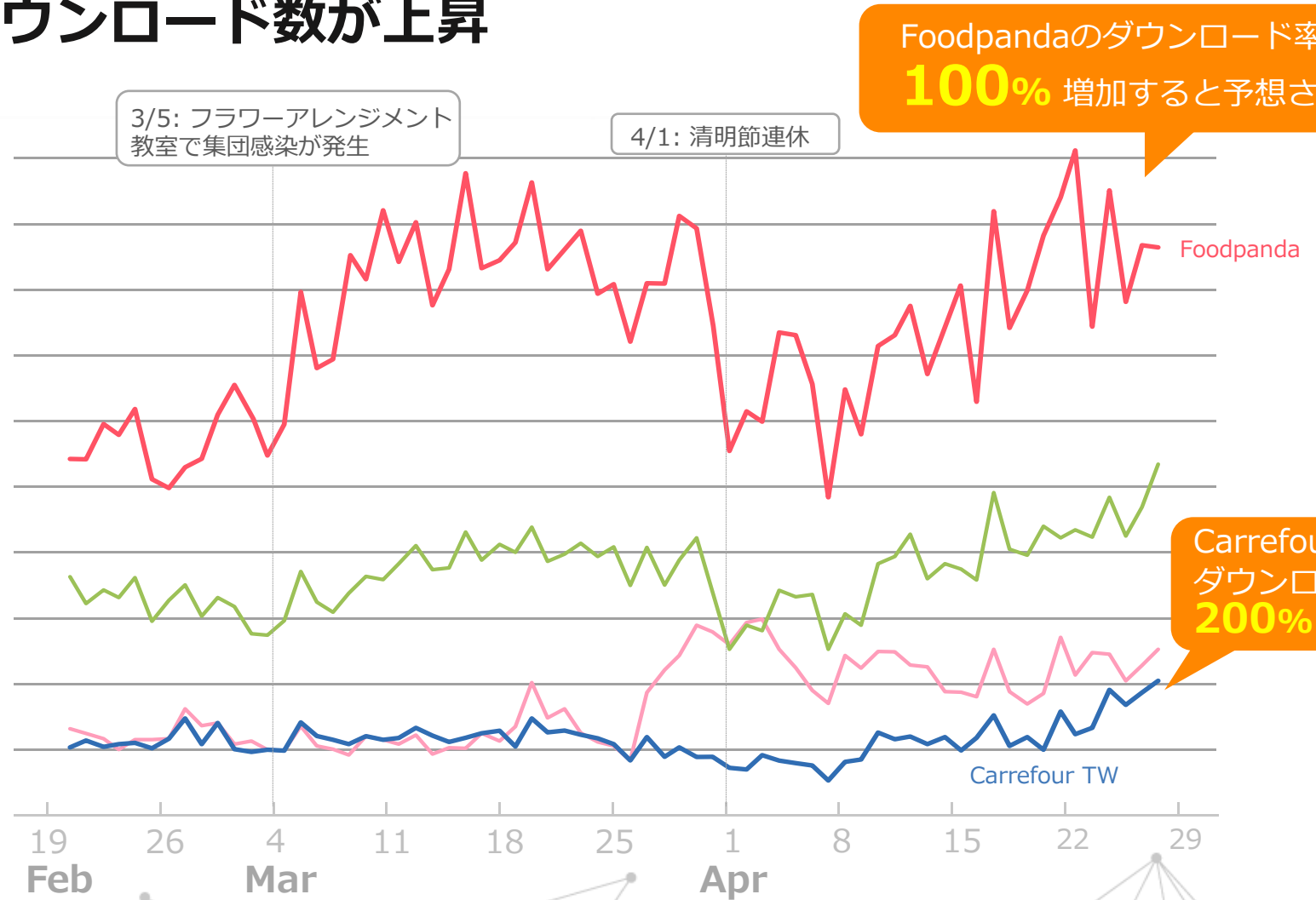
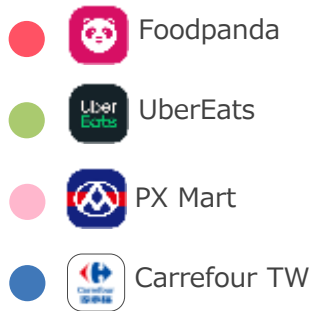
Variation IV

外食から家での食事へのシフトで デリバリーアプリのダウンロード数が上昇



デリバリー アプリ

多くの人が家で過ごすようになったことでデリバリーの必要性が高まった。外食を好む人も家で食事をするようになった。



Variation V

移動アプリの利用率を歪めたパンデミック



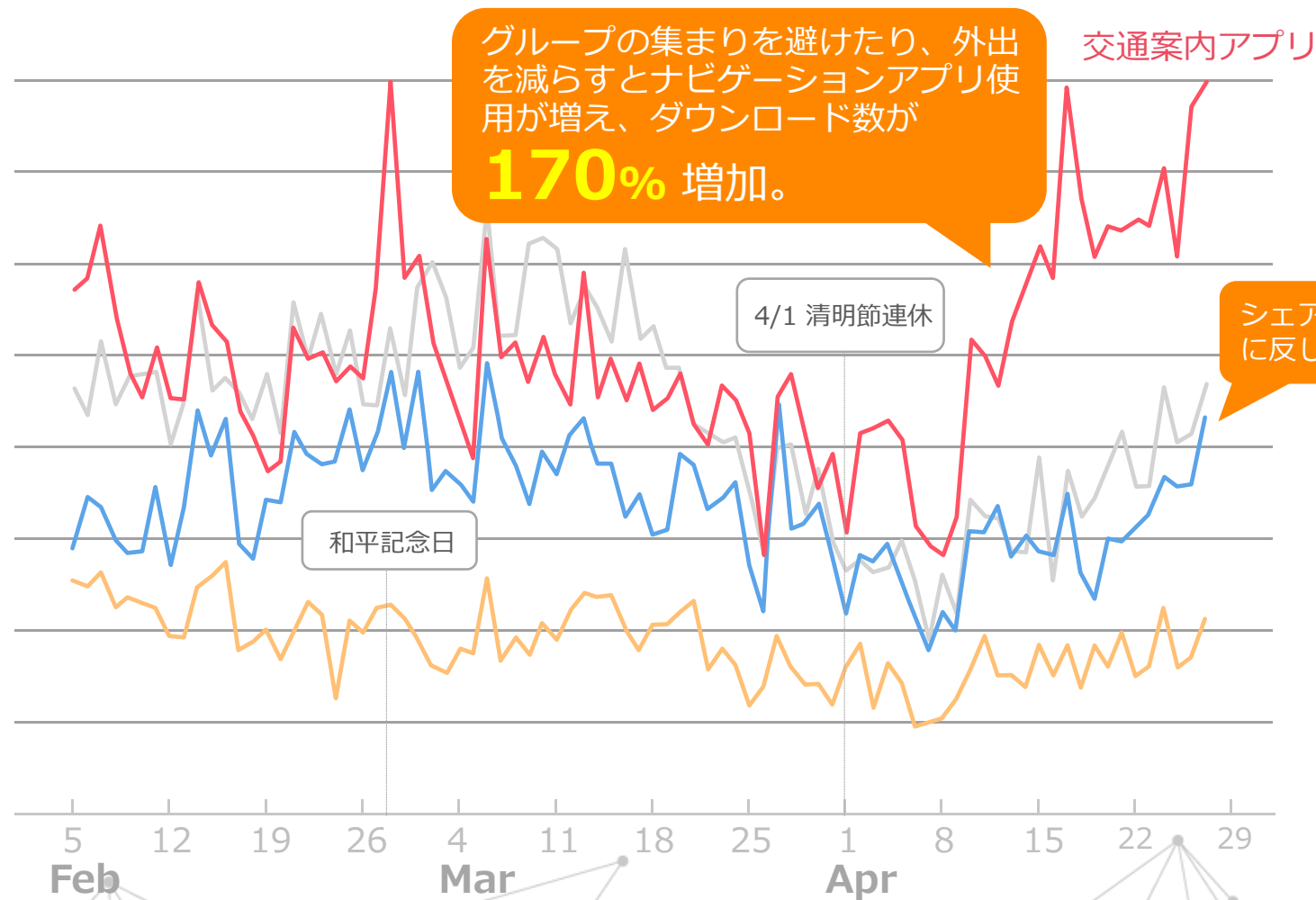
移動手段アプリ

公共交通機関や配車関連アプリのダウンロード数は大幅に減少したが、自動車市場はそれに反して成長した。対面での接触を減らすため、人々の自動車への欲求が高まっている。

- 交通案内アプリ
- シェア乗り物アプリ
- シェアバイクアプリ
- タクシー配車アプリ

Related Events:

2/17: タクシードライバーが新型コロナウイルス感染により死亡



Variation VI

株式市場の下落により、金融アプリのダウンロード数が上昇



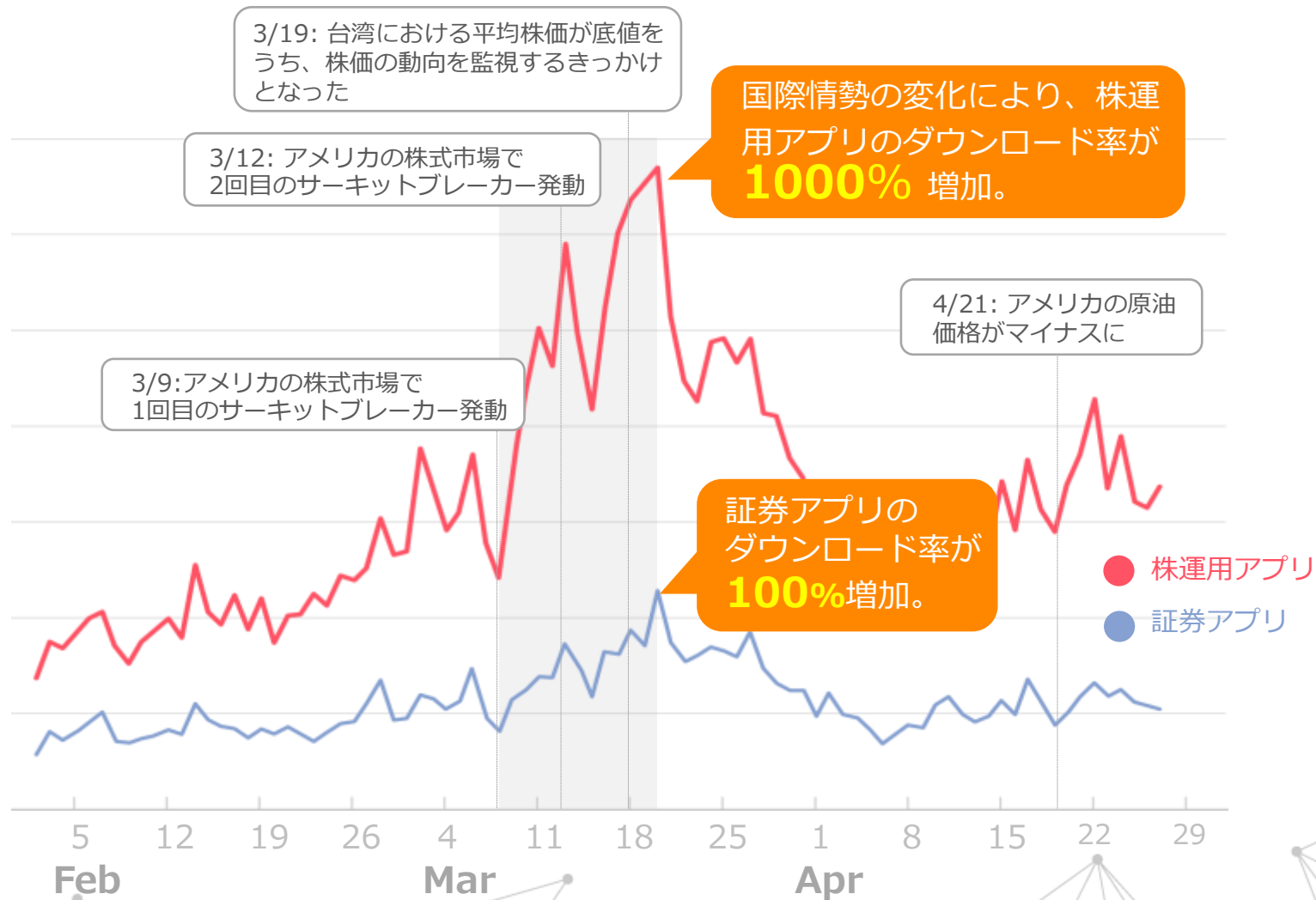
ファイナンス アプリ

株式市場は大打撃となった。しかし、同時に安いファンドを奪う動き誘発した。ダウンロードされたファイナンスアプリの多くは台湾の株式市場の動向を分析することができる。

3月11日には株価が大幅に下落し、3月19日に底値となった。これによってファイナンスアプリを通じて株式市場（株運用アプリ）や、口座開設（証券アプリ）を行う人が多くなった。

Related Events:

- 3月: 高利回り債券が暴落
- 3月11日以降: 台湾で株価が大幅に下落
- 3月16日: アメリカの株式市場で3回目のサーキットブレーカーが発動
- 3月18日: アメリカの株式市場で4回目のサーキットブレーカーが発動



3 Key Takeaways

1

消費者は減っていない

新型コロナウイルスのパンデミック後のアプリダウンロード数の変化を分析すると、消費者の減少や消失は見られなかったが、消費行動が変化していることが判明した。

2

マーケティングアプローチの変化

マーケティング活動はパンデミックによって完全に停止したわけではない。アフターコロナでは企業は以前の慣行からフォーマットを変え、消費者目線でマーケティング戦略を見つめ直すためのターニングポイントとして捉えなければならない。

3

データによる意思決定

業界はパンデミックによって様々な変化を経験した。消費者の考えや行動は経済変化とともに変容した。従って企業は新たな戦略を採用し、正しくお金を使い、データに基づいた意思決定を行う必要がある。