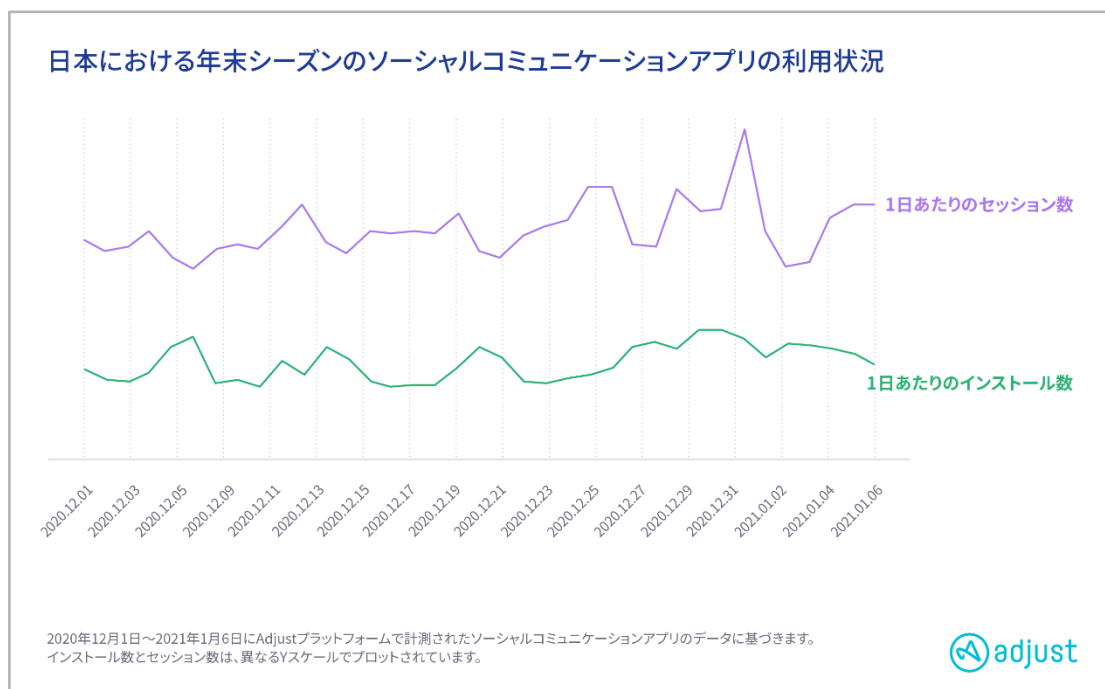


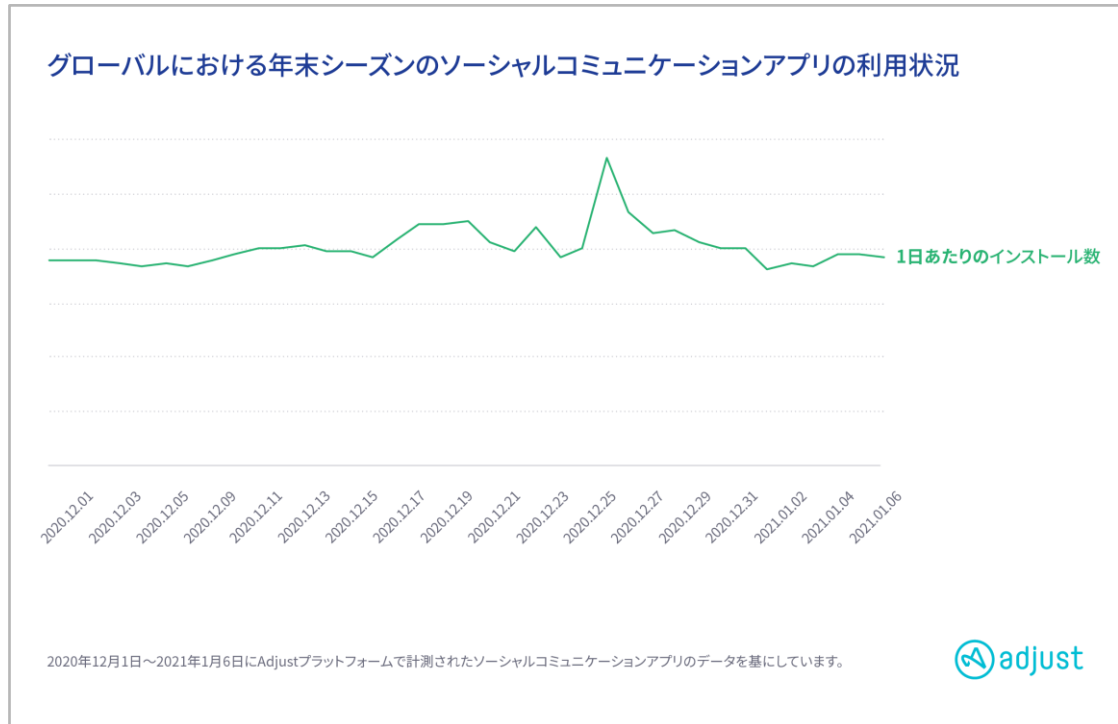
Adjust 最新調査：2020年、クリスマスから年末年始のアプリ利用状況 グローバル vs. 日本

元日にダウンロードが急増したのはヘルス&フィットネスアプリと語学学習アプリ
心身共に一年の良いスタートを切りたいと考える消費者の傾向が明らかに



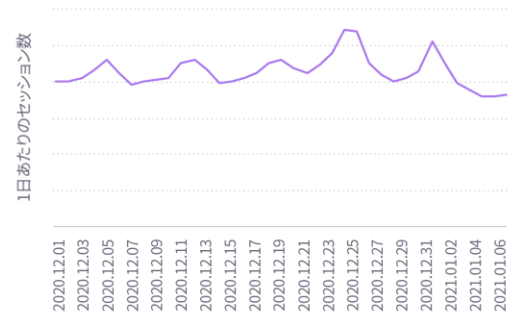
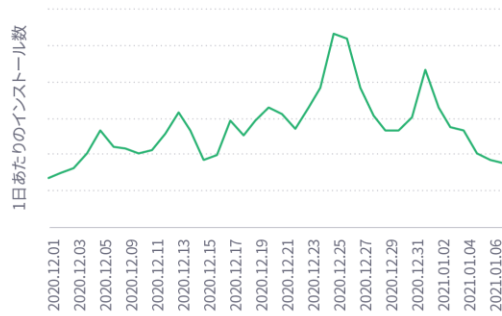
グローバルに展開する B2B SaaS 企業である [adjust \(アジャスト\) 株式会社](#) (本社：独・ベルリン、代表取締役社長 兼 共同創業者：クリスチャン・ヘンシェル、日本ゼネラルマネージャー：佐々直紀) は、2020年のクリスマスから年末・年始にかけてのグローバルと日本におけるアプリの使用状況を調査した結果を発表しました。

新型コロナウイルスの感染者数の増加が止まらず、世界各地でロックダウン措置が導入される中、2020年の年末シーズンはこれまでに経験したことのないものとなりました。Adjust の最新データでは、この年末、消費者が人々をつながりやエンタメコンテンツを楽しむために、スマートフォンに大きく依存していたことが分かりました。

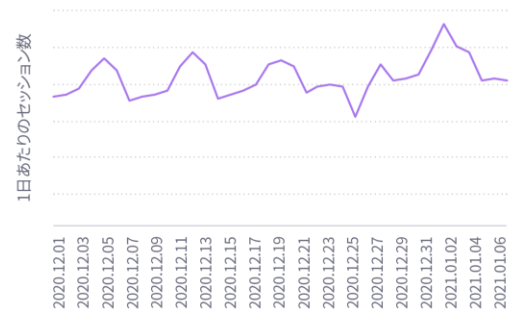
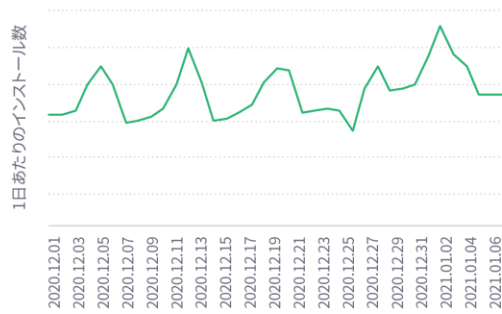


Adjust の調査データを見ると、多くの大規模集会在禁止された 2020 年、人々はソーシャルコミュニケーションアプリで友人や家族と連絡を取り合っていたことを示しています。グローバルではクリスマス当日に、**ソーシャルコミュニケーションアプリ**のインストール数が 12 月平均を 25% 上回りました。日本では、年末シーズンに人々が普段よりも多くテキストメッセージや通話をしており、大晦日にソーシャルコミュニケーションアプリのインストール数が 19% 増、セッション数が 12% 増となりました。

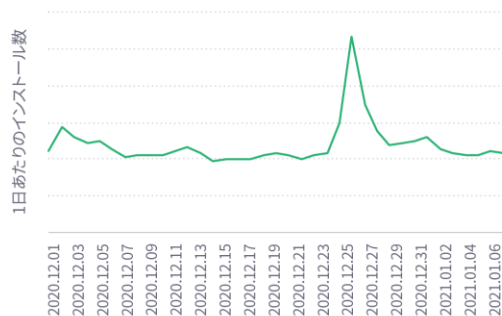
グローバルにおける年末シーズンのフード&ドリンクアプリの利用状況



グローバルにおける年末シーズンのフードデリバリーアプリの利用状況



グローバルにおける年末シーズンの音楽アプリの利用状況



2020年12月1日～2021年1月6日にAdjustプラットフォームで計測されたフード&ドリンクアプリ、フードデリバリーアプリ、音楽アプリのデータに基づきます。インストール数とセッション数は異なるYスケールでプロットされています。

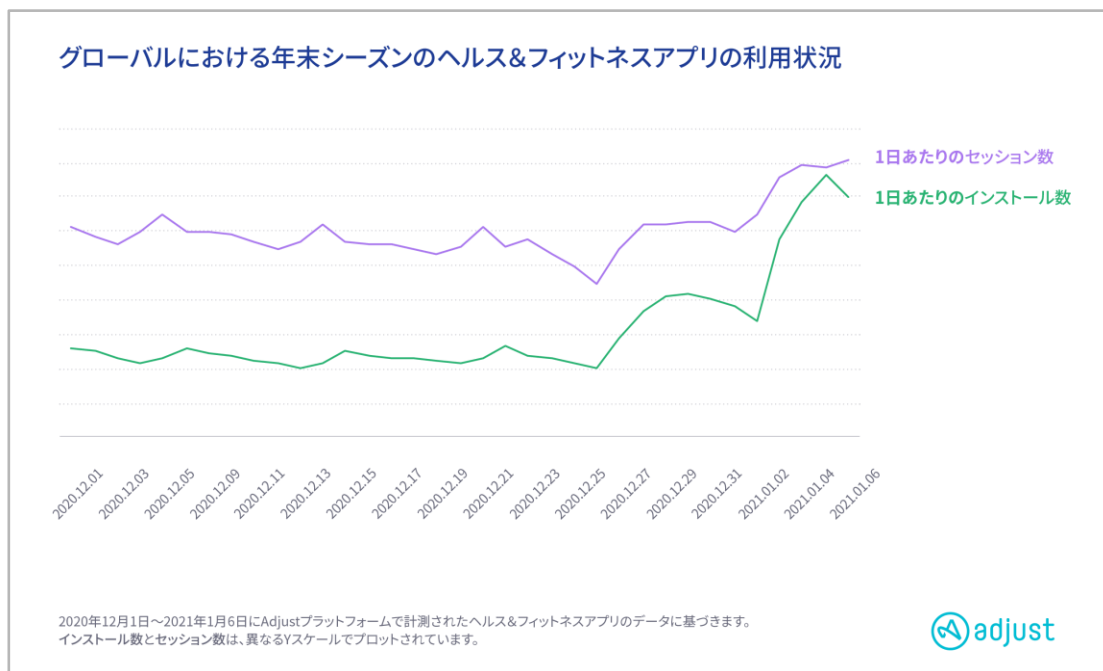


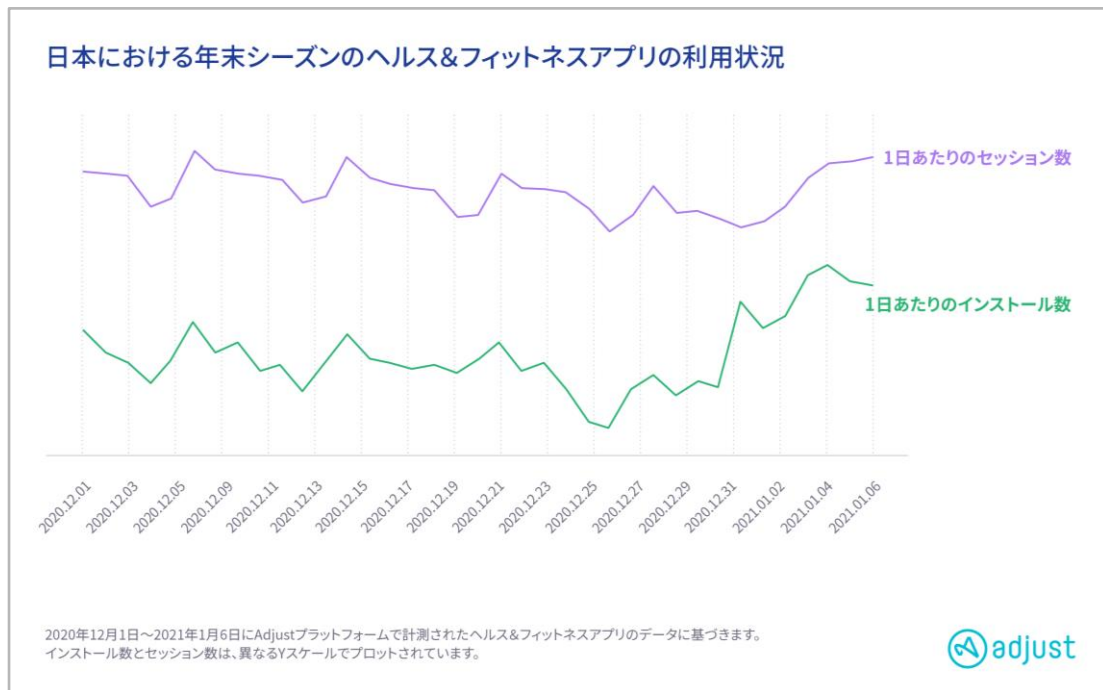
さらに、グローバルにおいて規制が敷かれる状況下でも多くのユーザーが年末を楽しもうとしていたことが分かりました。クリスマスイブとクリスマス当日の傾向を見ると、たくさんの人が料理を作り、クリスマスソングを流してお祝いしていたようです。ここで、グローバルの傾向と日本の傾向を比較してみましょう。

- **フード&ドリンクレシピアプリ**の12月24日と25日のグローバルにおけるインストール数は12月平均を61%上回り、セッション数は23%増加しました。大晦日には、インストール数は

43%増、セッション数は 17%増となりました。一方、日本においてはクリスマスにそれほど大きな増加を見せませんでしたが、大晦日のセッション数は 24%増となりました。

- **フードデリバリーアプリ**はグローバルにおいて 12 月 25 日に落ち込みを見せ、インストール数は平均の 30%減、セッション数は 27%減となりました。しかし元日には立ち直り、インストール数は 41%増、セッション数は 32%増となりました。一方日本においては 12 月中大きな変化は見られませんでした。
- **音楽アプリ**の利用はグローバルにおいて年末シーズンに増加しました。12 月 25 日は音楽アプリのインストール数がグローバルにおいて平均を 75%上回り、12 月 31 日にも 6%増となりました。また、日本においては大晦日にインストール数が 23%増加となりました。





さらに Adjust の調査によると、新型コロナウイルスの世界的大流行が、新年の抱負を掲げることに影響を与えなかったことが分かります。グローバルにおいて**ヘルス&フィットネスアプリ**の利用はクリスマス期間中に大幅に減ったものの、ユーザーは1月の第1週目に本格的に動き始め、インストール数は12月平均の89%増、セッション数は24%増となりました。カロリー計算アプリでも同様の傾向が見られました。クリスマス当日には利用が減ったものの、1月の第1週目にはインストール数が91%増、セッション数が34%増となりました。日本でも2021年、身体を鍛えることを目指すユーザーが多く見られ、ヘルス&フィットネスアプリのインストール数は12月平均の35%増、セッション数は8%増となっています。また、カロリー計算アプリの利用も増加しており、インストール数が53%、セッション数が10%上回る結果となりました。

自己啓発の点においては、**語学学習アプリ**のインストール数が1月の第1週目にグローバルで35%増と、多くのユーザーが新年に語学の習得を始めようとしていることが分かりました。日本においても大幅な増加を見せ、語学学習アプリのインストール数は、1月の第1週目に35%増となりました。

メール受信箱管理ツール、To Do リスト、カレンダーなどの**プロダクティビティアプリ**の利用も増加を見せ、1月初旬にグローバルにおいてインストール数が51%、セッション数が12%増加しました。また、日本のユーザーにおいては、プロダクティビティアプリのインストール数は、1月の第1週目に17%増となり、セッション数は5%増となりました。

Adjust 共同創業者兼 CTO ポール・H・ミュラー

2020 年、ウイルスの世界的大流行とそれによる規制は、消費者のライフスタイルとアプリとの関わり方に多くの変化をもたらしました。年末シーズンも例外ではありません。Adjust のデータは、人々がアプリを使っている間に普段とは違うクリスマスや新年のお祝いムードを補っていたか、さらに、ロックダウン下の生活が続く 2021 年にどのような習慣が生まれているかを明らかにしています。

Adjust 日本ゼネラルマネージャー 佐々 直紀

年末年始期間中には上がり下がりが予測されるものの、ブランドにとってはこのシーズンに獲得したユーザーを保持することが重要です。マーケターはそこからロイヤリティの高いユーザーベースを構築し、収益を増やし、アプリの投資利益率を向上させることができます。2021 年はアプリが生活必需品としてより定着することが予想されますが、一方でパブリッシャー間の競争も激しくなるため、クオリティの高いユーザー獲得やエンゲージメント施策を打ち出せるかどうか成否を分ける鍵となるでしょう。

adjust 株式会社 会社概要

Adjust は、グローバルに展開する B2B SaaS 企業です。モバイルエコミーの中心で創設され、テクノロジーへの情熱により大きな成長を遂げた Adjust は、全世界で 16 のオフィスを構えています。

Adjust のプラットフォームは、モバイル計測、不正防止、サイバーセキュリティ、そしてマーケティングオートメーションソリューションを提供しています。

マーケティング活動をよりシンプルでスマート、さらに安全なものにすることで、データ主導のマーケターが世界で最も成功した事業を推進できるよう支援します。Adjust は Facebook、Twitter、Google、LINE、Snap、Tencent の正式マーケティングパートナーになっており、国内外の主要広告ネットワークパートナーとも連携済みです。ヤフー、楽天、リクルート、LINE、グリー、ディー・エヌ・エー、メルカリなど国内 600 社以上のトップパブリッシャーを始め、Procter & Gamble、Tencent Games といったグローバルブランドを含む 50,000 以上のアプリが、Adjust のソリューションを実装してそのパフォーマンス向上を図っています。2019 年 6 月には、ヨーロッパで過去最大となる資金調達ラウンドの 1 つを獲得し、2 億 2,700 万ドルを調達しました。

Adjust は、日本においてアプリ計測プラットフォームとして最大のシェアを占めており、東京オフィスは 2014 年 11 月に President APAC のショーン・ボナムにより設立され、ゼネラルマネージャーの佐々 直紀を筆頭に、30 名以上の営業・カスタマー サポート・マーケティング担当者が日本市場で徹底したサポートを提供しています。

公式ホームページ: <https://www.adjust.com/ja>

公式 Facebook: <https://www.facebook.com/adjustJapan/>