【レポート販売】「2011年日本移動体通信市場の予測」を販売開始

報道関係者各位

平成２３年２月２３日
株式会社クロス・マーケティング
（東証マザーズ 3629）

「2011年日本移動体通信市場の予測」を販売開始

～10大トピック分析を中心に～

■■ 要約 ■■

マーケティングリサーチを行う株式会社クロス・マーケティング（代表取締役社長 五十嵐 幹 ）は、日本・韓国・中国を中心とした携帯通信市場、及び、デジタルコンバージェンス市場専門の調査、コンサルティングを行うROA Holdingsが提供する調査レポート「2011年日本移動体通信市場の予測」を販売開始しました。

詳細ページ：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=491

■■ 資料紹介 ■■

本レポートはROA Holdingsが2006年以降、年初に定期発刊しているシリーズの第6弾であり、2011年の日本移動体通信市場に関する10大トピックを選定、分析すると同時に、同市場を予測したレポートです。ますます激動していく市場変化ダイナミクスを乗り越えるために、2011年に予想される市場の変化とキーワードを中心に10項目の視点を選定し、その背景と現状分析に加え、日本市場へのインパクトについてROA Holdings研究員たちの意見を盛り込んでいます。本レポートは、時事（ファクタ）の羅列や実績を予測するために作成されたものではなく、日本市場のトレンドと市場変化の大きな流れを読み取り、これによる示唆（インサイト）を提供し、各関連企業の戦略立案の参考資料やアイデアとして活用されることを目的としています。

■■ 資料概要 ■■

エグゼクティブサマリー

レポートガイドライン

本レポートはROA Holdingsが2006年以降、年初に定期発刊しているシリーズの第6弾であり、2011年の日本移動体通信市場に関する10大トピックを選定、分析すると同時に、同市場を予測したレポートである。

2010年の年始にROA Holdingsが提示したレポートでは、同市場の2010年の方向性について、ROA Holdings独自の観点により新たなキーワードの提示を試みてみた。ユーザー側から目に見える競争優位項目は従来、サプライ側が主導してきた同市場においては、料金、端末、コンテンツの3つに差別化が顕著に見えていたが2010年には、スマートデバイスが大きく浮上し、見えにくかったインフラが改めて競争優位性を持つようになると予想した。ROA Holdingsはこのような2010年の変化を「スマートユーザー・ジェネレーション到来」と命名し、また2010年の変化の方向性について、「コンテンツの多様化とパーソナライズ化」、「脱ガラパゴス化するデバイス」、「インフラ再競争時代」という3つのキーワードで提示した。

2010年の市場がスマートフォンやデーターカードに牽引され、キャリアはLTE、モバイルＷｉMAX、EVDO Multicarrier、DC-HSDPAなどのインフラ競争に突入した。ROA Holdingsが2010年のレポートで提示したスマートユーザー・ジェネレーション到来による市場ダイナーミックスの変化は、2011年にも続いていくこととなる。

ROA Holdingsは、同市場の2011年の方向について、2010年に芽生えたスマートデバイスが大衆まで浸透し、それによりネットワーク、プラットフォーム、コンテンツのすべてのバリューチェーンに掛けてスマートデバイスへの対応と変化が必須になる年と分析する。メーカーはもちろん、キャリア、ポータル、アプリケーションベンダーまでがスマートデバイス時代の事業戦略に踏み出さなければ企業としての生存が保証できない時期を迎えている。ROA Holdingsは2011年における同市場の方向性を「スマートデバイス市場の開花（Smart Device Driven Market）」と称する。

スマートデバイスの普及と共に、ハードウエアの特徴そのものよりも、サービスやサービス利用に最適化したインフラにユーザーの目が留まりやすくなっていく。つまり、「スマートデバイス市場の開花」の意味を市場参加者であるキャリア、サービスプロバイダ、メーカー側のビジネス方向性で表すと、「ソーシャル、クラウド、カスタマイズへのサービス変革」と、「オープン、コラボレーション、セキュアード・コネクティビティでサービスに最適化したインフラ提供」が最も注視すべき2つのキーワードになっていくとみられる。汎用OSとオープンマーケットで説明された「スマート革命」が、2011年には単なるデバイス領域に留まらず、既存サービス革命や新しい市場創出を主導する時期を迎えると予想する。

このように、ますます激動していく市場変動ダイナミクスを乗り越えるために、2011年に予想される市場の変化と、上記に示した2つのキーワードを中心にROA Holdingsは以下10項目の視点を選定した。

【2011年日本移動体通信市場の10大トピック】
◆キーワード1：「ソーシャル、クラウド、カスタマイズへのサービス変革」

1.スマートデバイス時代における広告変革
2.ソーシャルメディア・ジェネレーションの到来とその存在感拡大
3.ソーシャルコマース市場の胎動
4.インターネットメディアを巻き込むクラウド化
5.m-VoIP普及及び通信料金制変革の可能性

◆キーワード2：「オープン、コラボレーション、セキュアード・コネクティビティとインフラビジネス」

1.Wi-Fiに続くキャリアのトラフィック負担分散戦略の方向性
2.スマートフォンセキュリティ市場の浮上
3.スマートフォンのユーティリティ関連ビジネスが興隆
4.バッテリー関連技術の革新とサポート事業の創出
5.スマートフォンを基点とするマルチスクリーン展開事業の創出

本レポートは、上記10項目のトピックについてその背景と現状分析に加え、日本市場へのインパクトについてROA Holdings日本現地研究員たちの意見を盛り込んでいる。

【調査・レポート作成方法】
ROA Groupは2011年の主なトピックを選定・分析するにあたり、次のようなステップを経て調査・レポート作成を行った。

第一段階では、全体的な市場の変化を抽出し、重要度や市場の波及レベルを分析した。第二段階では、第一段階で選定されたさまざまな市場のトピックのうち、融合された移動体通信エコシステム上の10の主要トピックを選定した。第三段階では、前段階で選定された各トピックを3つの分析フレーム、すなわち主要なポイント、市場へのインパクト、関連プレイヤーに向けたインプリケーションを抽出する形で整理を行った。

【本レポートの意図】
本レポートは、事実（ファクタ）の羅列や実績を予測するために作成されたものではなく、日本市場のトレンドと市場変化の大きな流れを読み取り、これによる示唆（インサイト）を提供し、各関連企業の戦略立案の参考資料やアイディアとして活用されることを目的としている。

■■ 資料目次 ■■

エグゼクティブサマリー

1 スマートデバイス時代における広告変革
1-1 国内インターネット広告市場の成長経緯
1-2 広告市場におけるインパクト分析
1-2-1 モバイルアプリケーションと広告の融合
1-2-2 広告関連事業者のグローバル提携の促進
1-2-3 SNS型広告の躍進
1-3 結論とインプリケーション

1-3-1 キャリア
1-3-2 広告関連事業者
1-3-3 SNS事業者・コンテンツプロバイダー
2 ソーシャルメディア・ジェネレーションの到来とその存在感拡大
2-1 Web 2.0時代の実質的な開花
2-2 ソーシャルメディア・ジェネレーションのインパクト
2-2-1 オープン化により再活性化されるソーシャルメディア・プレーヤー市場
2-2-2 加速するM&A競争とスマートフォン化競争の幕開け
2-2-3 難しくなるライバル差別化と激化する寡占市場の利益競争
2-3 結論とインプリケーション
2-3-1 SNS事業者
2-3-2 パッケージゲームベンダー
2-3-3 コンテンツプロバイダー
3. ソーシャルコマースの活性化
3-1 機会と危機が共存するソーシャルコマース
3-2 ソーシャルコマース活性化によるインパクト分析
3-2-1 SNSマーケティング及びSNS広告市場の拡大
3-2-2 ソーシャルコマースの競争激化でレッドオーシャンに転落
3-2-3 業者間合併・買収が増加
3-3 結論とインプリケーション
3-3-1 SNS サービス事業者及びインターネットポータル事業者
3-3-2 キャリア
4 インターネットメディアを巻き込むクラウド化
4-1 クラウドコンピューティング市場の着実な成長
4-2 モバイル高速化とマルチスクリーン化によるクラウド・メディア市場胎動
4-3 クラウド・メディア化によるインパクト分析
4-3-1 検索ポータル事業者とソーシャルサービス事業者間の
クラウド・メディア主導権争い
4-3-2 メーカーのクラウド・メディア事業参入促進
4-3-3 差別化によるインターネット動画ビジネス確立の好期
4-4 結論とインプリケーション
4-4-1 キャリア
4-4-2 ソーシャルサービス事業者
4-4-3 情報端末メーカー、家電メーカー
4-4-4 インターネット動画サービス事業者
5 m-VoIP普及及び通信料金変革の可能性
5-1 スマートフォン向けモバイルIP電話アプリケーションの続出
5-2 モバイルIP電話によるインパクト分析
5-2-1 キャリアとIP電話事業者の共存模索
5-2-2 音声無料通話競争再発及びデータ料金多角化
5-3 結論とインプリケーション
5-3ー1 キャリア
5-3-2 IP電話サービスプロバイダー、IP電話ソリューションプロバイダー
6 Wi-Fiに続くキャリアのトラフィック負荷分散戦略の方向性
6-1 激増を続ける3Gネットワークトラフィック
6-1-1 キャリアの取り組みの現状
6-1-2 「ポストWi-Fi戦略」の必要性
6-2 通信キャリアの新たなトラフィックオフロード戦略のインパクト分析

6-2-1 圧倒的な周波数利用効率化を実現するLTEへのシフト
6-2-2 既存3G搬送波平準化によるトラフィック対策の新スキーム浮上
6-2-3 多様化するトラフィック・オフロードの狡猾な戦略
6-3 結論とインプリケーション
6-3-1 キャリア
6-3-2 インフラ・デバイスベンダー
7 Smart Phoneセキュリティ市場の浮上
7-1 スマートフォンを狙う悪性コードの発見
7-2 スマートフォンセキュリティ懸案によるインパクト分析
7-2-1 悪性コード登場による個人情報の流出可能性
7-2-2 SNSサービス，mVoIP活性化によるセキュリティ問題の拡大
7-2-3 アプリケーションマーケットの信頼性向上及び検証の必要性増大
7-3 結論とインプリケーション
7-3-1 キャリア
7-3-2 国内メーカー
8 スマートフォンのユーティリティ関連ビジネスが興隆
8-1 スマートフォンのメンテナンスの取り組み
8-2 メンテナンスに関わる諸問題
8-3 スマートフォンのメンテナンス事業インパクト分析
8-3-1 キャリアのメンテナンスの取り組みが差別化要因
8-3-2 メーカーの対応が新規ビジネス創出へ
8-3-3 クラウド・プラットフォームが解決策
8-4 結論とインプリケーション
8-4-1 キャリア
8-4-2 海外スマートフォンメーカー
8-4-3 国内ガラスマメーカー
8-4-4 PCメーカー
8-4-5 コンテンツプロバイダー
9 バッテリー関連技術の革新とサポート事業の創出
9-1 バッテリー関連技術の革新
9-1-1 充電池の縮小化・容量アップ化
9-1-2 バッテリーアクセサリ事業のさらなる普及
9-1-3 無接点充電規格の可能性
9-2 バッテリー関連対応事業のインパクト分析
9-2-1 無接点充電の脚光とインフラ化に向けた動きが加速
9-2-2 NFCとの競合の可能性
9-2-3 充電インフラを介した新たなビジネスモデル化
9-3 結論とインプリケーション
9-3-1 キャリア
9-3-2 スマートフォンメーカー
9-3-3 家電メーカー
9-3-4 販売代理店
9-3-5 店舗
10 スマートフォンを基点とするマルチスクリーン展開事業の創出
10-1 スマートテレビの台頭
10-2 スマートテレビ市場予測
10-3 スマートフォンのマルチ展開インパクト分析
10-3-1 キャリアのパワー減退

10-3-2 CPやアプリ開発業者による新規事業の可能性
10-3-3 スマートフォンの操作端末化
10-4 結論とインプリケーション
10-4-1 キャリア
10-4-2 スマートフォンメーカー
10-4-3 コンテンツプロバイダー

■■ 図目次 ■■

図-1 2011年日本移動体通信市場の変化とキーワード
図-2 サービス変革とコラボレーションインフラが求められるスマートデバイス市場の本質
図1-1 日本国内の総広告費の推移とその内訳(単位：億円)
図1-2 インターネット広告費の推移とその内訳(単位：億円)
図1-3 iAdのビジネスエコシステム
図2-1 ユーザーのキャライアによる束縛からの脱却(Prison Break Generation)
図3-1 Twitterの「美女つながり」サイト画面
図3-2 ソーシャルコマースの基本構図
図4-1 日本にけるクラウドコンピューティング
(Private or Publicの市場規模推移 2009年～2014年)
図4-2 クラウド・メディアの概念及び分類
図4-3 Googleのクラウド・メディア進化イメージ
図4-4 Facebookのクラウド・メディア進化イメージ
図4-5 韓国キャリアLG+のクラウド・メディアサービスコンセプト
図4-6 インターネット動画サイトのビジネスモデル
図5-1 キャリアビジネスにおけるモバイルIP電話のインパクト
図5-2 KDDIのSkype-au戦略
図5-3 キャリア3社の前年同期比ARPU増減推移 (2009年度１Q～2010年度２Q)
図6-1 LTE対応基地局利用のイメージ
図6-2 TD-LTEに向けた世界の取り組み俯瞰図
図7-1 Android=Spyware/EWalls(待ち受け画面を変更スル悪性コード)事例
図7-2 スマートフォンにおける個人情報流出の危険要素
図7-3 悪性コードが追加された”Monkey Jump“
図7-4 アダルト向け動画アプリケーションに偽装した悪性アプリケーション
図8-1 ユーザーから見たスマートフォンの主要メンテナンス項目
図8-2 メンテナンスのグレーエリア領域
図8-3 キャリア大手のメンテナンス対応状況
図8-4 メーカーがメンテナンスの主導権を握る構造
図9-1 スマートフォンにはより多くの電力が必要
図9-2 ワイヤレス充電器の概要
図9-3 WPCの給電パッドとQiロゴ
図10-1 スマートテレビのポジショニング
図10-2 日本国内スマートテレビ市場予測(2010～2014年)
図10-3 スマートテレビの想定エコシステム
図10-4 スマートテレビ市場のバリューチェーンダイナミクス
図10-5 スマートテレビを中心とした利用シナリオ

■■ 概要 ■■

資 料 名：2011年日本移動体通信市場の予測
発 刊 日：2011年2月17日
発 行：ROA Holdings
調査・制作：ROA Holdings
販 売：株式会社クロス・マーケティング
判 型：A4/112ページ
価 格：
■製本
99,750円（税抜95,000円＋消費税4,750円）
■CD-ROM
99,750円（税抜95,000円＋消費税4,750円）
■製本＋CD-ROM
102,900円（税抜98,000円＋消費税4,900円）
※送料500円
※カラーコピー
※CD-ROMはPDF（印刷・コピー不可）でのご提供となります。

詳細ページ：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=491

【お申し込み方法】
上記URLよりお申し込みください。

■■ 株式会社クロス・マーケティングについて ■■

株式会社クロス・マーケティングは、国内130万人超の大規模モニターを軸に、生活者の「生」の声を、主にインターネットを活用して収集するマーケティングリサーチ会社です。生活者の嗜好の多様化や、商品サイクルの短期化に対応するため、ネットリサーチの優位性である「スピード」「コスト」に加え、「品質」を最大限に重視したリサーチサービスを展開しています。調査企画から設計、実査、集計・分析レポートまで、マーケティングリサーチに関するあらゆるサービスをトータルにサポートいたします。

■■ 株式会社クロス・マーケティング 会社概要 ■■

名称：株式会社クロス・マーケティング
本社所在地：東京都中央区銀座8丁目15番2号 銀座COMビル6Ｆ
代表者：代表取締役社長 五十嵐 幹
設立：2003年4月
URL：http://www.cross-m.co.jp/

■■ 本件に関するお問い合わせ先 ■■

株式会社クロス・マーケティング

Cross Shop 販売窓口担当

Tel：03-3549-1319
Fax：03-3549-0221
Mail：cs-info@cross-m.co.jp

※NSーShopは、2010年10月1日 にCross Shopへと
サイト名を変更いたしました。
今後とも引き続きご愛顧賜ります様、宜しくお願い申し上げます。

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com