【レポート販売】「ソーシャルコマース市場動向と予測」を販売開始

報道関係者各位

平成２３年３月１日
株式会社クロス・マーケティング
（東証マザーズ 3629）

「ソーシャルコマース市場動向と予測」を販売開始

～2012年まではソーシャルコマース市場は早い成長傾向を維持～

■■ 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ソーシャルコマース市場動向と予測」を販売開始しました。

詳細ページ：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=495

■■ 資料紹介 ■■

最近、電子商取引の一種であるソーシャルコマースが旋風を巻き起こしています。
その背景にスマートフォンの普及･拡大とSNS利用者の増加を主な原因としてあげることができます。海外市場ではスマートフォンの普及により消費者がいつもでインターネットを利用できる環境になり、この分野の成長を後押ししていると言えます。

しかし、ソーシャルコマースがいつまで現在のような爆破的な成長傾向を維持できるかは未知数で、特にソーシャルコマースは来年を起点として構造調整期を経た後、
従来の市場領域のように安定期に入る可能性が大きいと見られます。

本レポートは、現在急速に成長中のソーシャルコマースについて、基本概念及び類型、長短所を中心に、成功および失敗要因と現在の国内および韓国とその他海外地域の動向、そして今後の展望および示唆点について分析した内容となっています。

■■ 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

最近、電子商取引の一種であるソーシャルコマース旋風が起こっている。ソーシャルコマースとは、SNSを利用した電子取引の一種で、人と人とが結びついて商品及びサービスを購入することを意味する。

ソーシャルコマース市場が注目されている理由は、そのおどろくべき市場の成長力である。このサービスは、グルーポンの成功以降、世界各地に関連サービスが拡大している状況にある。市場規模も成長が見られる点においても、現在新規ビジネスモデルとして注目されている分野である。

ソーシャルコマースがこのような早い成長傾向を見せている背景には、スマートフォンの普及･拡大とSNS利用者の増加を主な要因としてあげることができる。すでにフィーチャーフォン時代からモバイルコマースとSNSが利用されてきた国内市場とは異なり、海外市場ではスマートフォンの普及によって消費者がいつでもインターネットを利用できるようになり、SNSの知人らを通じてソーシャルコマースを宣伝することで、この分野の成長を後押ししている。

しかし、ソーシャルコマースがいつまで現在のような爆発的な成長傾向を維持できるかは未知数である。特に、ソーシャルコマースは来年を起点として構造調整期を経た後、従来の市場領域のように安定期に入る可能性が大きい。

スマートフォンの普及とSNS利用者の増加、関連基盤技術の発達により、2012年まではソーシャルコマース市場は早い成長傾向を維持するものとみられる。

問題はその次である。ソーシャルコマースの成長に伴う各種副作用がいくつかの側面から提起されているが、特にサービスの不備が大きな問題となってきている。これはソーシャルコマースの成長にあって、非常に重要な問題である。ソーシャルコマースの根幹が「バイラルマーケティング」、すなわち、SNSによる口コミマーケティングが中心となるという点から、こういった問題は購入者の敬遠につながる可能性が大きく、市場自体の沈滞をもたらす可能性もあるといえる。

現在、新たな収益モデルとして脚光を浴びているものの、今後、ソーシャルコマースは多分野と比較して早い構造調整過程を経た後、多くの事業者の乱立によって個別事業者の収益が格段に落ちる可能性が濃厚である。”半額割引”だけを武器として”仲介手数料”のみに依存するなら、このような傾向はさらに加速化するものと予想される。

したがって、本レポートは、現在急速に成長中のソーシャルコマースについて基本概念および類型、長短所を中心に、成功および失敗要因と現在の国内および韓国とその他海外地域の動向、そして今後の展望および示唆点について作成した。特に韓国の動向に注目した理由は、2009年11月 末のiPhone導入以降、韓国市場のスマートフォン利用率はわずか1年の間に携帯電話加入者全体の1%

未満から10%以上にまで急成長を遂げ、2011年初頭現在、ソーシャルコマースは、韓国市場のスマートフォン普及と付随したモバイルビジネス分野として最も急成長している分野である。そのため、韓国および海外市場で本格的に成長しているソーシャルコマース動向を分析することは、国内でもスマートフォン普及が本格化している現時点において、スマートフォン中心のモバイルコマースおよびソーシャルコマースへの進化に向けた戦略構想に対する貴重な参考資料となるであろう。

本レポートは、ROA Holdings日本本社および韓国支社のアナリストによるオン/オフライン調査および関連インタビューに基づいて作成された。ITインフラとスマートフォン、SNS関連分野の顧客を対象に、関連市場の新たな分野としてのソーシャルコマースの展望に対する内容を中心としている。

■■ 資料目次 ■■

エグゼクティブサマリー

1. ソーシャルコマースの定義および類型
1-1 ソーシャルコマースの定義
1-1 ソーシャルコマースの類型
1) 伝統型
2) オークション型
3) サイト募集型
2.ソーシャルコマースの成功及び阻害要因
2-1 成功要因
1) スマートフォンの普及
2) SNSの活性化
3) 基盤技術の発展
2-2 阻害要因
1) 参入障壁の不在
2) 誇張されたマーケティングに対する恐れ
3. 韓国、日本及び海外市場の動向
3-1 韓国市場の動向及び展望
1) 市場規模
2)韓国市場の特徴
3)成功要因、問題点及び課題
3-2 その他海外市場の動向及び展望
1)その他海外市場の動き
2)成功要因及び課題
4. 国内ソーシャルコマース市場規模の予測及び各企業の動向
1)市場規模
2)市場の特徴
3)成功要因、問題点及び課題
5.ソーシャルコマースの課題及び今後の市場展望、示唆点
5-1 ソーシャルコマースの問題点
5-2 今後の市場展望
1)収益性悪化の早まり・・・構造調整の加速化

2)特化企業の独自的な領域の維持
3)共同購入の基本は不変･･･既存の形式を維持
4)中小企業承認の通路、SNS･･･SNSを通じたソーシャルショッピングモールの設立
5-3 示唆点

■■ 図目次 ■■

図-1 世界のソーシャルコマース市場規模の予測(単位：億円)
図1-1 ソーシャルコマースのエコシステム
図1-2 基本型ソーシャルコマースの構造
図1-3 オークション型ソーシャルコマースの構造
図1-4 サイト募集型ソーシャルコマースの構造
図2-1 世界全体のスアートフォン販売台数の推移(単位：億円)
図2-2 韓国スマートフォンユーザーの主要利用用途(2009年基準、複数回答)
図2-3 全世界のSNS利用者及びモバイル SNS利用者数の推移(単位：万人)
図2-4 韓国Foursquare位置基盤サービスの例
図3-1 韓国ソーシャルコマース市場規模の推移(単位：億円)
図3-2 韓国モバイルコマース市場規模の推移(単位:億円)
図3-3 「チケットモンスター」と「ウィメイクプライス」の複数商品販売
図3-4 アメリカの代表的なソーシャルコマースサイト「グルーポン」
図3-5 既存市場とモバイル市場の購入過程及び要素の相違点
図4-1 国内ソーシャルコマース市場規模の推移(単位：：億円)
図4-2 日本のモバイルコマース市場規模の推移(単位：億円)
図4-3 ツイッター「美女つながり」サイト画面
図5-1 ソーシャルコマースの展望図

■■ 概要 ■■

資 料 名：ソーシャルコマース市場動向と予測
発 刊 日：2011年02月22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：A4/51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=495

【お申し込み方法】
上記URLよりお申し込みください。

【お支払い方法】
法人様・・銀行振込みの後払いとなります。
商品と同封、または別送にて請求書と納品書をお送りいたしますので、振込み期日までに指定口座へお振込みください。

個人様・・銀行振込みの前払いとなります。
お申し込み後に請求書をお送りいたします。
ご入金が確認されましてから、商品を発送いたします。

■■ 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：03-5565-5848
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