【レポート販売】「世界のモバイルアプリ市場調査報告書2011」を販売開始

報道関係者各位

平成２３年３月１０日
株式会社クロス・マーケティング
（東証マザーズ 3629）

「世界のモバイルアプリ市場調査報告書2011」を販売開始

～激化するApp Store、Android Marketのプラットフォーム競争～

■■ 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 東京都中央区）は、インターネットテクノロジーを核としたあらゆる分野でクロスメディア事業を展開している株式会社インプレスR&D（代表取締役 井芹 昌信 東京都千代田区）が発行した調査資料「世界のモバイルアプリ市場調査報告書2011」を販売開始しました。

詳細ページ：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=509

■■ 資料概要 ■■

App Store、Android Marketなどスマートフォン向けモバイルアプリマーケットプレースを徹底解説！

2008年夏、iPhone 3Gの発売とともに、スマートフォン向けアプリケーション流通市場である「App Store」が登場した。これが火付け役となり、2009年から2010年にかけ、世界中のデバイスメーカーやキャリア、そしてその他のプラットフォーム事業者が、続々とアプリマーケットプレースを開設し、急成長を遂げた。そんな中、2011年2月 には、世界のキャリアが共通で配信可能なマーケットプレースWholesale Applications Community（WAC）などの統一プラットフォームも立ち上がるなど、世界のモバイルアプリ市場はますます膨らみ、業界全体の構造改革が起きている。

本報告書では、App StoreやAndroid Marketをはじめとする世界のスマートフォン向けモバイルアプリ市場の動向を探るため、実際のアプリ開発の最前線に立つ株式会社GClue代表取締役社長の佐々木陽氏による監修と執筆で、マーケットプレースの最新動向や世界の関連プレーヤーの思惑、世界の20以上のマーケットプレースの特徴を解説、2011年以降の展開を予測する。

また、マーケットプレースのユーザー利用動向や、実際にアプリを提供してい

る事業者の開発実態などを探るため、下記の2つの調査を実施している。調査結果のExcelはCD-ROMに収録しており、すぐにプレゼンなどに利用可能。

(1) Impress Watchを利用するITに感度の高い層から実際のスマートフォン利用者を抽出し、アプリマーケットプレースの詳しい利用実態を調査。

(2) 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム、日本Androidの会、iPhone Developer Japanといったモバイル向けアプリケーション・コンテンツ開発の関連団体に調査協力を頂き、実際にアプリの開発や提供に関わっている企業を対象に、アプリ提供・開発の現状や今後の意向などの詳しい開発実態を調査。

■■ 目次 ■■

はじめに

第1章 モバイルアプリマーケットプレースの定義と登場背景

1.1 モバイルアプリマーケットプレースの定義
1.1.1 スマートフォンの定義
1.1.2 日本でのスマートフォンと現状の主なラインナップ
1.1.3 タブレット端末の定義と主な端末
1.1.4 モバイルアプリマーケットプレースの定義と課金
1.1.5 従来のスマートフォン向けアプリケーション配信との違い
1.1.6 マーケットプレースごとの違い

1.2 App Store以前のマーケットプレース
1.2.1 普及しなかった世界のマーケットプレース
1.2.2 日本の携帯電話用コンテンツとの違い

1.3 モバイルアプリマーケットプレース登場の背景
1.3.1 フルオープンの潮流
1.3.2 App Storeの成功
1.3.3 Android端末の急増とAndroid Market

第2章 主なマーケットプレースと今後の予測

2.1 新たに登場したマーケットプレース
2.1.1 3種類のマーケットプレース
2.1.2 デバイスメーカー系マーケットプレース
2.1.3 キャリア系マーケットプレースはWACでの統一を図る
2.1.4 プラットフォーム系はWindows Phone 7の動向に注目
2.1.5 日本のスマートフォンにおけるマーケットプレース

2.2 2011年以降の動向と取るべき戦略
2.2.1 App StoreとAndroid Marketの市場規模予測
2.2.2 モバイルインターネットに流れ込む巨額の資金

2.2.3 動き出す「スマートTV」市場
2.2.4 携帯電話向けコンテンツプロバイダーの取るべき戦略
2.2.5 ネット系企業の取るべき戦略
2.2.6 BtoBやBtoBtoC市場が活性化しているApp Store

第3章 モバイルアプリマーケットプレースの解説

3.1 プラットフォーム系マーケットプレース
3.1.1 CPUのスペックアップでユーザー体験が進化する
3.1.2 App Store(アップル)
3.1.3 Android Market(グーグル)
3.1.4 Windows Phone Marketplace(マイクロソフト)

3.2 デバイスメーカー系マーケットプレース
3.2.1 スマートフォンの製造にシフトするデバイスメーカー
3.2.2 BlackBerry App World (リサーチ・イン・モーション)
3.2.3 Ovi Store(ノキア)
3.2.4 Samsung Apps(サムスン電子)
3.2.5 Palms App Catalog(パーム)
3.2.6 Play Now(ソニー・エリクソン)
3.2.7 LG Application Store(LGエレクトロニクス)

3.3 キャリア系マーケットプレース(国内)
3.3.1 キャリア課金に対応するAndroid
3.3.2 ドコモマーケット(NTTドコモ)
3.3.3 au one Market(KDDI/au)

3.4 キャリア系マーケットプレース(海外)
3.4.1 独自仕様に挑戦する通信キャリアも
3.4.2 Mobile Market(チャイナモバイル)
3.4.3 Vodafone 360(ボーダフォン)
3.4.4 App Zone(シングテル)
3.4.5 O2 Litmus/M Store(テレフォニカ)
3.4.6 Orange Application Shop(オレンジ)
3.4.7 Web2go(Tモバイル)
3.4.8 Apps Beta(AT&Tモビリティ)
3.4.9 VCAST Apps Storefront(ベライゾンワイヤレス)
3.4.10 Symbian Horizon(シンビアン)

3.5 TV系マーケットプレース
3.5.1 2011年はスマートTV元年
3.5.2 Google TV(グーグル)
3.5.3 BoxeeBox(D-Link)
3.5.4 Samsung SmartTV(サムスン電子)
3.5.5 Apple TV(アップル)

第4章 スマートフォンユーザーのアプリ利用動向

4.1 スマートフォン利用者実態調査概要
4.1.1 目的
4.1.2 調査概要
4.1.3 留意事項

4.2 プロファイル
4.2.1 性別
4.2.2 年代
4.2.3 配偶者の有無
4.2.4 居住都道府県
4.2.5 職業
4.2.6 業種
4.2.7 子供の有無
4.2.8 コンシューマーエレクトロニクス製品の購入行動
4.2.9 コンシューマーエレクトロニクス製品の購入時期
4.2.10 普段よく利用しているパソコン

4.3 スマートフォン利用状況
4.3.1 利用しているスマートフォン
4.3.2 非利用者のスマートフォン利用意向
4.3.3 スマートフォン利用者の業務利用比率
4.3.4 スマートフォンによって業務を効率的にはかれるか
4.3.5 スマートフォンの利用時間
4.3.6 スマートフォンでよく利用する用途
4.3.7 スマートフォンの満足度
4.3.8 無線LANの使用状況
4.3.9 スマートフォンでの写真撮影の頻度
4.3.10 スマートフォン利用者が好きなOS
4.3.11 タブレットPCの所有状況

4.4 モバイルアプリマーケットプレースの認知度と利用率
4.4.1 モバイルアプリマーケットプレースの認知度
4.4.2 モバイルアプリマーケットプレースへのアクセス頻度
4.4.3 モバイルアプリマーケットプレースからのダウンロード経験
4.4.4 モバイルアプリマーケットプレースへのアクセス方法
4.4.5 非利用者のモバイルアプリマーケットプレースの利用意向

4.5 アプリのダウンロード状況とジャンル
4.5.1 無料アプリのダウンロード頻度
4.5.2 有料アプリのダウンロード頻度
4.5.3 月に1回以上利用するアプリの数
4.5.4 ダウンロードしたことのあるアプリのジャンル
4.5.5 よく利用する無料アプリ
4.5.6 アプリの認知経路
4.5.7 ダウンロードしたアプリの利用頻度
4.5.8 アプリ内広告の視認状況
4.5.9 ダウンロードしたアプリの満足度
4.5.10 今後利用したいアプリのジャンル

4.6 有料アプリの利用状況
4.6.1 よく購入するアプリの価格帯
4.6.2 ダウンロードした有料アプリと無料アプリの比率
4.6.3 1か月のアプリの料金
4.6.4 アプリ内課金の認知度と利用経験
4.6.5 アプリ内課金で購入したもの
4.6.6 よく利用する有料アプリ

4.7 モバイルアプリマーケットプレースの評価
4.7.1 モバイルアプリマーケットプレースの満足度
4.7.2 モバイルアプリマーケットプレースのよいと思う点
4.7.3 モバイルアプリマーケットプレースのよくないと思う点

4.8 開発意向
4.8.1 アプリの開発意向

4.9 自由意見

第5章 アプリ事業者調査

5.1 調査概要
5.1.1 目的
5.1.2 調査概要
5.1.3 留意事項

5.2 回答者のプロフィール
5.2.1 開発に関する立場
5.2.2 調査への誘導元
5.2.3 これまでのアプリやコンテンツ提供状況

5.3 アプリの提供状況
5.3.1 モバイルアプリマーケットプレースへのアプリの提供有無
5.3.2 提供先のモバイルアプリマーケットプレース
5.3.3 提供先のデバイス

5.4 提供しているアプリ
5.4.1 提供しているアプリのジャンル
5.4.2 今後提供したいアプリのジャンル
5.4.3 よくダウンロードされるアプリのジャンル
5.4.4 提供しているアプリの本数
5.4.5 提供しているアプリの価格帯
5.4.6 よくダウンロードされるアプリの価格帯
5.4.7 アプリの言語
5.4.8 アプリの提供先
5.4.9 アプリの提供目的
5.4.10 アプリの採算性
5.4.11 1か月のダウンロード数
5.4.12 ダウンロードされるアプリの有料と無料のシェア

5.4.13 ダウンロード数の地域別のシェア
5.4.14 上位へのランクインの有無

5.5 マーケティング活動
5.5.1 実施しているアプリのマーケティング活動
5.5.2 アプリ内広告の実施状況

5.6 開発体制
5.6.1 開発するアプリの形態(オリジナルのアプリかどうか)
5.6.2 アプリの開発体制
5.6.3 アプリの構想過程
5.6.4 アプリの開発人数
5.6.5 1本当たりの平均開発工数

5.7 評価と今後の方針
5.7.1 各モバイルアプリマーケットプレースへの評価
5.7.2 今後提供したいモバイルアプリマーケットプレース
5.7.3 モバイルアプリマーケットプレースに対する今後の方針
5.7.4 モバイルアプリマーケットプレースへの期待度
5.7.5 モバイルアプリマーケットプレースに対する課題
5.7.6 モバイルアプリマーケットプレースで良いと思う点

5.8 未提供事業者の今後の意向
5.8.1 モバイルアプリマーケットプレースにアプリを提供していない理由
5.8.2 モバイルアプリマーケットプレースへのアプリ提供意向
5.8.3 提供したいモバイルアプリマーケットプレース
5.8.4 アプリの海外市場への提供意向

5.9 自由意見
5.9.1 日本の公式サイトと比較して
5.9.2 今後の戦略やその他に感じていること

■■ 資料概要 ■■

商 品 名：世界のモバイルアプリ市場調査報告書2011
発 刊 日：2011年3月8日
執筆者：【著者・監修】株式会社GClue 佐々木陽
【編】インプレスR&D インターネットメディア総合研究所
発 行：株式会社インプレスR＆D
販 売：株式会社クロス・マーケティング
版 型：A4 / 218ページ
■CD-ROM 60,900円（税抜58,000円＋消費税2,900円）
■製本＋CD-ROM 71,400円（税抜68,000円＋消費税3,400円）
※各別途送料500円

詳細ページ：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=509

【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。

■■ 予約販売のお知らせ ■■

==2011年03月25日 発刊予定==

「中国ライフスタイル白書2011」
～GDPで世界第2位が確実視される中国と都市生活者層の実態～
http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=511

■■ 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/

■■ 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。

■■ 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
担当部署：ライブラリビジネスグループ

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。
URL：http://www.cross-shop.jp/

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