【レポート販売】『2011年「M2M(エムツーエム)」ビジネス実態総調査』を販売開始

報道関係者各位

平成23年6月6日 株式会社クロス・マーケティング (東証マザーズ 3629)

『2011年「M2M(エムツーエム)」ビジネス実態総調査』を販売開始

~「M2M」主要プレイヤの取り組み最前線/用途・適用分野別関連市場規模算出 /将来予測~

■■ 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、株式会社ESP総研(代表取締役村岡 正悦東京都豊島区)がまとめたレポート、『2011年「M2M(エムツーエム)」ビジネス実態総調査』を販売開始しました。

詳細ページ: http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product id=580

■■ 商品概要 ■■

東日本大震災から、既に2カ月が経過したが、そういった中で「M2M(エムツーエム)」市場は着実に市場拡大しつつある。最新の「M2M(エムツーエム)」ビジネスが実態的にどの程度進み、短期的かつ長期的に見てどういった分野(セグメント)でどの程度の市場(規模)が見込めるのか?時間軸別に市場浸透ロードマップを客観的にチェックし、「M2M(エムツーエム)」先端&有望ビジネス・シーズの「セグメント&ビジネスモデル別 有望度評価」「セグメント&ビジネスモデル別(実態/潜在)市場規模」を定点観測しながら多面的且つ網羅的に市場全体を俯瞰することが継続的に求められている。

※全文はこちらをご覧下さい。

http://www.cross-shop.jp/user data/pdf/D-1105-ES-1625-P2.pdf

※サブタイトルはこちらをご覧下さい。

http://www.cross-shop.jp/user data/pdf/D-1105-ES-1625-P1.pdf

【調査対象】

Web上にて「M2M」「通信モジュール」と言及している事業者(プレイヤー) <80社・団体>すべてにアプローチし、取材依頼を行った。その結果、累計9社 (取材依頼企業全体の11.3%)が深堀取材OKを出した。

【調査方法】

弊社専門調査員による訪問取材、電話取材並びにメールによる追加的な情報 収集、弊社内データベースの活用により調査・分析を行った(主は訪問取材で あった)。

【調査&レポート期間】

2010年11月16日 (取材依頼開始) 2011年5月10日 まで深堀調査(訪問取材、電話にてフォロー取材)を実施した。その後レポーティング(集計&分析)を実施し、2011年5月17日 に集計&分析ならびにコメント化が終了した。

■■ 目次抜粋 ■■

2011年「M2M」ビジネス実態総調査

- I.調査対象リスト一覧 編
- 1) 調査対象プレイヤーの抽出方法:「M2M」プレイヤーは?
- 2) 「M2M」「通信モジュール」ポテンシャル・プレイヤー×マーケティング・マトリックス
- Ⅲ.総括編
- 総括
- 「M2M」の定義範囲について
- 1) 市場概況×ライフサイクル・フェーズにおける現状のポジション&今後のシナリオ予測
- 2-1) 当該主要8社×当該売上額推移の換算
- 2-2) 当該主要8社×ビジネスモデル別 当該売上額推移の換算
- 3) 「M2M」の当該市場規模
- 4-1) 当該主要8社 ビジネスモデル×売上実績・予測から換算できる当該ビジネスモデル別 構成比率の変化・シナリオ
- 4-2) 「M2M」の市場占有率ならびに当該売上ランキングについて
- 5-1) 「通信モジュール販売」の市場占有率
- 5-2) 「通信モジュール販売」の今までの増減推移から「通信モジュール販売」の今後の増減推移ならびに累計販売数を予測
- 6) 「M2M」の競合認識、参入プレイヤー数認識
- 7) 主要8社における「M2M」シーズ別 価格帯×当該売上 相関クロス
- 8-1) 「M2M」×「適用分野」「販売ターゲット」コンサルティング
- 8-2) 当該8社における「適用分野」別 合計点数検証 有望度×実績クロスMAP
- 8-3) 適用分野、販売ターゲット×俯瞰図
- 9-1) 「M2M」実態市場規模推移「2009年度⇒2010年度⇒2013年度」

<適用分野×主要セグメント別>

- 9-2) 「M2M」潜在市場規模推移<適用分野×主要セグメント別> <潜在市場規
- 模: (株) 日立製作所 ワイヤレスインフォ統括本部 認識値より>
- 9-3) 「個票要約分析」 ×「適用分野」別比率シェア調査結果
- 10) 「個票分析」×「技術クロス分布」
- 11) 個票要約「ビジネスモデル」集計&分析
- 12) 「個票要約分析」×「販売チャネル」(ゼロ段階:直販モデル)
 - (1段階以上:間接販売モデル) (全体俯瞰)
- 13) 「個票分析」×「重点戦略)」×「抽出重複件数」
- 14-1) 開始時期×当該単年売上規模の相関(XY軸)統計
- 14-2) 開始時期×当該単年売上規模の相関(XY軸)マッピング
- 15-1) 導入実績(累計数量ベース)×金額ベースから言えること
- 15-2) 導入実績(累計数量ベース)×金額ベースの相関統計
- 16) 前年比伸長率から見えてくる当該市場概況
- 17) 目標×当該売上規模クロス
- 18) 今後の売上計画×当該売上規模クロス
- 19-1) 「個票分析」×「市場拡大要因」分析
- 19-2) 「個票分析」×「市場阻害要因」分析
- 20) 「個票分析」×「ユーザー事例」分析
- 21) 「個票要約分析 」×「今後の方向性」×全体傾向
- 22) イノベーション・ポイント× 「M2M」によって近未来シーンとしてどのようなことが可能になるのか?「M2M」によって未来がどのように変わるのか?重要な観点⇒ 「M2M」ビジネスの価値→魅せ方⇒どのようにユーザー
- に切り込んで説得していくのか?
- (1) コスト・カネ・料金周り
- (2) 障害回避・リスクヘッジ (3) 合理化・効率化・自動化・制御・便利・省人化・見える化
- (4) 人の意識など
- (5) 環境改善・快適さ・付加価値増大・品質UP
- (6) 繋ぐ・繋がる・載る
- 23)「M2M」ビジネス 主要ベンダ当該売上予測推移×ビジネスモデルMAP一覧
- 24)「M2M」ベンダ×価格定義&具体的な価格指標一覧
- 25-1) 主要9社における「M2M」×適用分野 マトリックス一覧
- 25-2) 主要9社における「M2M」×適用分野&対象エリア マトリックス一覧点数化
- 25-3) 主要9社における分野・対象別×全体に占める「適用分野」比率、売上換算マトリックス一覧
- 26)「M2M」ビジネス×実態調査結果・マトリックス
- III.個票要約編(訪問調査中心)
- 1) (株) エヌ・ティ・ティ・ドコモ
- ※他の携帯キャリア(KDDI、ソフトバンクモバイル、ウィルコム)における 「通信モジュール」実績も参考情報として、調査&添付
- 2) MWA Intelligence, Inc.
- 3) オムロンソフトウェア (株)
- 4) サン電子(株)
- 5) (株) CSC
- 6) (株) スピネーカー・パートナーズ

- 7) (株) 日新システムズ
- 8) (株) 日立製作所 ワイヤレスインフォ統括本部

※レッドベンド・ソフトウェア・ジャパン(株) については、訪問取材は実施したものの、個票への掲載を中止したいとの申し出があったことから、個票要約へは掲載しなかった。しかしながら、各項目への集計に対しては全項目で吸い上げ、カウントした。

【当該主要プレイヤー×共通ヒアリング項目】

- (1) 「M2M」関連/中核プロダクツ&ソリューション&サービス概要
- (2) 適用分野・対象エリア
- (3) 主要技術
- (4) ビジネスモデル・販売チャネル
- (5) 重点戦略・販売ターゲット
- (6) 開始時期・導入実績・目標
- (7) 当該市場規模/当該売上計画
- (8) 市場拡大要因/市場阻害要因 (M2M)
- (9) ユーザー事例/競合&当該プレイヤー数認識
- (10) 今後の事業の方向性
- (11) 「M2M」によって近未来シーンとしてどのようなことが可能になるのか?「M2M」によって未来がどのように変わるのか?重要な観点
- (12) 参考情報

URL/電話番号/売上高/従業員数/設立年月

(13) 当該ビジネス×売上推移

2009年度/2010年度 ※グラフ・図

※詳細目次はこちら

http://www.cross-shop.jp/user data/pdf/D-1105-ES-1625-P3.pdf

■■ 概要 ■■

資 料 名:2011年「M2M(エムツーエム)」ビジネス実態総調査

発 刊 日:2011年5月17日

調査・発行:株式会社ESP総研

販 売:株式会社クロス・マーケティング

体 裁:A4/163ページ

頒 価:

■製本 99,750円(本体 95,000円、消費税4,750円)

■CD-ROM 99,750円(本体 95,000円、消費税4,750円)

■CD-ROM+CD-ROM 149,625円(本体142,500円、消費税7,125円)

※各別途送料 500円

※オンデマンド印刷

詳細ページ: http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product id=580

■■ 購入に関しまして ■■

【お申し込み方法】 上記URLよりお申し込み下さい。

【お支払い方法】

法人様・・銀行振込みの後払いとなります。

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: 03-5565-5458

Mail: cs-info@cross-m.co.jp

Facebook ⇒ http://www.facebook.com/pages/Cross-Shop/164004066984033

twitter ⇒ http://twitter.com/cross CS

Generated by ぷれりりプレスリリース

https://www.prerele.com