『世界のモバイルアプリ市場調査報告書2011［激化するApp Store、Android Marketのプラットフォーム競争］』 レポート販売開始
～スマートフォンユーザー3,118人、アプリ開発事業者164件に調査。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、スマートフォン向けモバイルアプリ市場の動向を明らかに！～

==========
『世界のモバイルアプリ市場調査報告書2011［激化するApp Store、Android Marketのプラットフォーム競争］』 レポート販売開始

～ スマートフォンユーザー3,118人、アプリ開発事業者164件に調査。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、スマートフォン向けモバイルアプリ市場の動向を明らかに！ ～

≫ 『世界のモバイルアプリ市場調査報告書2011』 資料詳細・販売ページ
http://planidea.jp/cc/psrl20110728
==========

マーケティング・リサーチ＆コンサルティングサービスを提供するPLANiDEA LLC.（プラニディア合同会社） は、株式会社 インプレスR&Dによる調査レポート『世界のモバイルアプリ市場調査報告書2011［激化するApp Store、Android Marketのプラットフォーム競争］』 の販売を開始しました。

≫ 『世界のモバイルアプリ市場調査報告書2011』
http://planidea.jp/cc/psrl20110728

【資料概要】

スマートフォン向けアプリで 「事業として収益をあげられている」が昨年の1.9%から14.1%へ急成長！

2008年、iPhone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」が登場しました。これが火付け役となり、世界中のデバイスメーカーやキャリア、そしてプラットフォーム事業者が、続々とモバイルアプリマーケットプレースを開設、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、

モバイルビジネスに構造改革が起きています。

デベロッパーのアプリ開発・販売・配布の手間やコストを削減すると同時に、ユーザーが端末から気軽にアプリをダウンロードできるシステムを実現するマーケットプレースは、アプリケーションやコンテンツの流通形態を変える画期的なビジネスモデルとして、また、日本のコンテンツプロバイダーの海外進出の足掛かりとして、注目を集めています。さらに2010年には、iPadやAndroidを搭載したタブレット端末など新たなデバイスも登場し、世界のモバイルアプリ市場はますます膨らみ続けています。

本報告書 『世界のモバイルアプリ市場調査報告書2011［激化するApp Store、Android Marketのプラットフォーム競争］』 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し、日本の事業者が今後取るべき戦略を指し示しています。

急成長を続けるモバイルアプリ市場の最新動向を探るため、スマートフォン利用者を対象としたマーケットプレースのユーザー利用実態・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ます。

(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の協力のもと、実際にアプリの開発や提供に関わっている企業や個人を対象に、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。

【『世界のモバイルアプリ市場調査報告書2011』 のポイント】

■ 世界のスマートフォン向けモバイルアプリ市場の最新動向！
■ 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詳しく解説！
■ スマートフォン利用者のアプリ/マーケットプレース利用実態を調査！
■ アプリを提供している事業者の開発実態やマーケティング活動も調査！
■ 世界の20以上のマーケットプレースの特徴、プレーヤの動向を解説！
■ モバイルアプリ市場の今後の展開予測、事業者向け戦略提言も！

※ 本サイトにて、調査結果の一部を公開しております。
http://planidea.jp/cc/psrl20110728

【『世界のモバイルアプリ市場調査報告書2011』 調査概要】

■ スマートフォン利用者実態調査

調査対象 ： Impress Watch読者
対象地域 ： 全国
調査方法 ： Impress Watch誌面上およびメールマガジンでのアンケートサイトへの誘導
調査実施主体／実施機関 ： 株式会社インプレスR&D
有効回答数 ： 8,268 （本稿では有効回答から主にスマートフォン利用者3,118を抽出）
調査期間 ： 2010年9月27日（月） ～10月5日（火）

■ アプリ事業者調査

調査対象 ： 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム会員企業、日本Androidの会会員、iPhone Developer Japan会員、インプレスR&Dメールマガジン読者
対象地域 ： 全国
調査方法 ： 各会におけるメールマガジンにて、アンケートサイトへ誘導
調査実施主体 ： 株式会社インプレスR&D
調査実施機関 ： 株式会社サーベイリサーチセンター
有効回答数 ： 164
調査期間 ： 2011年1月19日（水） ～2月2日（水）

【『世界のモバイルアプリ市場調査報告書2011』 目次】

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

索引

【商品概要】

商品名 ： 世界のモバイルアプリ市場調査報告書2011［激化するApp Store、Android Marketのプラットフォーム競争］
発 刊 ： 2011年3月
発 行 ： 株式会社 インプレスR&D
著 者 ： 株式会社 GClue 佐々木陽
編 集 ： 株式会社 インプレスR&D インターネットメディア総合研究所
販 売 ： PLANiDEA SurveyReport運営事務局
判 型 ： A4判 218ページ
価 格 ：
報告書［PDF版］
60,900円 （本体価格 58,000円＋消費税 2,900円）
報告書セット［PDF版+製本版］
71,400円 （本体価格 68,000円＋消費税 3,400円）

販売ページURL ：
http://planidea.jp/cc/psrl20110728

■ 関連サイトURL

PLANiDEA ［SurveyReport］
http://surveyreport.planidea.jp/

■ 本件に関するお問合せ先

プラニディア合同会社 広報担当
URL ： http://planidea.jp/contact.html

E-Mail: info@planidea.jp

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