【レポート販売】『2011年「課金システム」「ビリングシステム」に関する深堀実態総調査』を販売開始

報道関係者各位

平成２３年１月１７日
株式会社クロス・マーケティング
（東証マザーズ 3629）

『2011年「課金システム」「ビリングシステム」に関する深堀実態総調査』
を販売開始

～「課金システム」「ビリングシステム」の当該（35社）プレイヤーに対する
最新のビジネス実態を多面的且つ多層的にヒアリング～

■■ 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
東京都目黒区）がまとめたレポート、『2011年「課金システム」「ビリングシステム」に関する
深堀実態総調査』を販売開始しました。

詳細ページ：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=456

■■ 商品概要 ■■

1）市場概況（前年比伸長率から見えてくる当該市場概況など）
2-1）市場規模推移（2009年度：実績～2013年度：予測）[5カ年予測]TOTAL
2-2）市場規模推移（2009年度：実績～2013年度：予測）[5カ年予測]セグメント別
（ビジネスモデル別、適用分野別など）
3）市場占有率[シェア]（2009年度：実績）ならびに当該売上ランキング（当該35社比較）
4）競合認識、競合プレイヤー分析／競合（企業）動向（過去からの変化）認識
5）企業別×適用分野（実績ベース）別 MAP
6）個票（35社）分析（単純集計＆分析、クロス集計＆分析）
7）ターゲット層別×競合（企業）相関MAP
（具体的企業名あるいはターゲット・セグメントでツリー化）
8）価格定義＆具体的な価格指標一覧(35社)
9）基礎リスト×「ビリングシステム」ポテンシャル・プレイヤー×マーケティング・マトリックス（14社）
ならびに「課金システム」ポテンシャル・プレイヤー×マーケティング・マトリックス（36社）
10）個票マトリックス×「課金システム」「ビリングシステム」深堀実態調査結果
（企業別×調査項目別）
11）個票×当該35社への項目別（詳細）ヒアリング結果（裏付け）

■■ 調査概要 ■■

【調査対象】
Web上にて「課金システム」「ビリングシステム」と言及している事業者（プレイヤー）すべてにアプローチし、そのうち「課金システム」「ビリングシステム」のシーズ（ハードウェア、ソフトウェア、SIなどのソリューション、サービスなど）を持っているプレイヤーについてのみヒアリングを徹底的に深堀インタビュー・分析を行った。但し、「決済システム」など「課金機能」を含まない「シーズ」は調査対象外とした。

【調査方法】
弊社専門調査員による電話による取材、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（主は電話取材であった）。

【調査＆レポート期間】
2010年12月1日 ~2010年12月22日
まで深堀調査を実施した。その後レポーティング（集計＆分析）を実施し、2011年1月6日
に集計＆分析ならびにコメント化が終了した。

■■ 目次 ■■

I.総括 編
0）「課金システム」「ビリングシステム」の定義範囲について
1）市場概況（結論）×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）「課金システム」「ビリングシステム」の市場規模推移
（2009年度：実績～2013年度：予測）[TOTAL]について≪シナリオ1≫
2-2）「課金システム」「ビリングシステム」の市場規模推移
（楽観的予測、現実的予測、悲観的予測）≪シナリオ2≫
2-3）「課金システム」「ビリングシステム」の当該各社
（実績値を謳っている当該33社）売上実績ならびに売上予測の積算から当該市場を算出
≪シナリオ3≫
2-4）当該100社（換算値）×ビジネスモデル別 当該売上額推移の換算
（2010年12月 調査時点）
2-5）当該33社（個票分析）×ビジネスモデル別 当該売上額推移の換算
（2010年12月 調査時点）
3-
1）当該33社（個票分析）ビジネスモデル×売上実績・予測から単純集計できた当該ビジネスモデル別 構成比率（%）の変化・シナリオ
[2009年度 実績～2013年度 予測]（2010年12月 調査時点）
3-
2）当該33社（個票分析）ビジネスモデル×売上実績・予測から単純集計できた当該ビジネスモデル別 構成比率（%）の変化・シナリオ
[2009年度 実績→2013年度 予測（2カ年比較）]（2010年12月 調査時点）
4） 「課金システム」「ビリングシステム」の市場占有率[シェア]
（2009年度：実績）ならびに当該売上ランキング（2009年度：実績）について
5-1）開始時期（2010年12月 調査時点）×当該単年売上規模（2010年度 見込）の相関
（XY軸）統計[N＝34]

5-2）（今後の数値）目標（数量ベース、金額ベース）
→（2010年12月　調査時点）から見えてくる今後のチャンス
5-3）導入実績（累計数量ベース）×金額ベース
（当該単年売上：2009年度 実績）から言えること[Ｎ＝34]
5-4）導入実績（累計数量ベース）×金額ベース
（当該単年売上：2009年度 実績）の相関統計[Ｎ＝34]
5-5）前年比伸長率から見えてくる当該市場概況
[前年比伸長率×コメント・キーワード×当該単年売上規模 クロス][Ｎ＝27]
6-1）　「課金システム」「ビリングシステム」の競合認識、競合プレイヤー分析
→競合の数から当該参入プレイヤーを推察（仮説）する[1][2]
6-2）　「課金システム」「ビリングシステム」の競合（企業）動向（過去からの変化）認識
7-1）適用分野（実績ベース）セグメント別[全体]
「課金システム」「ビリングシステム」シェア（当該35社）
（2010年12月　調査時点）
7-2）適用分野（実績ベース）別×当該売上クロス
「課金システム」「ビリングシステム」シェア（当該35社）
（2010年12月　調査時点）
7-
3）「課金システム」「ビリングシステム」×重点「適用分野」「販売ターゲット」仮説（コンサルティング）
7-4）適用分野（実績ベース）[現状]、対象ターゲット分野[今後]×俯瞰図
7-5）当該35社における「適用分野」別 合計点数（裏付け）検証
有望度（全体）×実績（多少）クロス MAP（2010年12月　調査時点）
7-6）当該35社における「販売ターゲット」別 合計点数（裏付け）検証
有望度（全体）×実績（多少）クロス MAP（2010年12月　調査時点）
8）開始時期（2010年12月　調査時点）×当該単年売上規模
（2010年度 見込）の相関（XY軸）マッピング[Ｎ＝34]
9）主要技術に関する集計＆分析
10）「課金システム」「ビリングシステム」のユーザー事例集計から言えること
11-1）当該プレイヤー（35社）分析「ビジネスモデル」×「販売チャネル」
クロス（1）～(3)
11-2）個票（35社）分析「ビジネスモデル」2010年12月 に調査実施（集計）[1]～[3]
11-3）「個票（35社）分析」×「販売チャネル」（ゼロ段階）
2010年12月 に調査を実施（1）～(2)
11-4）「個票（35社）分析」×「販売チャネル」（１段階） 2010年12月 に調査を実施
12）「課金システム」「ビリングシステム」の競合（企業）相関MAP
（具体的企業名あるいはターゲット・セグメントでツリー化）
[1]通信事業者向け×当該プレイヤーMAP（1）(2)
[2]公共分野（電気、電力、ガス、水道など）向け×当該プレイヤーMAP
[3]官公庁・自治体・学校・図書館向け×当該プレイヤーMAP
[4]SaaS、クラウド系事業者×当該プレイヤーMAP
[5]金融業、保険会社向け×当該プレイヤーMAP
[6]流通業（コンビニエンスストア、百貨店）向け×当該プレイヤーMAP
[7]製造業、産業系向け×当該プレイヤーMAP
[8]ECサイト、ネット事業者、インターネットカフェ、インターネット検索サイト（美容室、歯医者など）／検索サイト運営会社、広告会社、コンテンツ配信事業者（SNS、映像、音楽、広告等）、ネットショッピング事業者（EC、モール、ドロップシッピング等）、ゲーム会社、コミュニティサイト、ビデオチャット、占いサイト、番組（アイドルの卵など）、メディアの運営を行って

いる事業者（動画、画像、デコメ、メルマガなど）向け×当該プレイヤーMAP
[9]一般法人、オフィス向け×当該プレイヤーMAP
[10]アミューズメント事業者、エンターテイメント事業者向け×当該プレイヤーMAP
13）「課金システム」「ビリングシステム」ベンダ×価格定義＆具体的な価格指標一覧(35社)
14）当該35社における「課金システム」「ビリングシステム」適用分野×当該売上マトリックス（2009年度 実績）
15）当該35社における「課金システム」「ビリングシステム」×適用分野＆対象エリア（実績ベース） マトリックス 点数化ランキング一覧
16）当該35社における「課金システム」「ビリングシステム」×適用分野＆対象エリア（実績ベース） マトリックス一覧 点数化（適用分野有望度MAP：俯瞰図）
17）当該35社における「課金システム」「ビリングシステム」×適用分野＆対象エリア（実績ベース） マトリックス一覧（適用分野有望度MAP：俯瞰図）
18）当該35社における「課金システム」「ビリングシステム」×販売ターゲット ランキング一覧
19）当該35社における「課金システム」「ビリングシステム」×販売ターゲット
マトリックス一覧（点数化ＭＡＰ）
20）当該35社における「課金システム」「ビリングシステム」×販売ターゲット
マトリックス一覧（◎〇区分一覧）
21）「課金システム」「ビリングシステム」
当該ベンダ（35社）×当該売上予測推移（2009年度実績～2013年度予測）×ビジネスモデルシェア 一覧

II.基礎リスト 編
1）「ビリングシステム」ポテンシャル・プレイヤー×マーケティング・マトリックス（14社）
2）「課金システム」ポテンシャル・プレイヤー×マーケティング・マトリックス（36社）

III.個票マトリックス 編
「課金システム」「ビリングシステム」深堀実態調査結果・マトリックス（35社分）

IV.個票 編
1）(株)アールティーブイ× 「会員制課金システムASP」
2）旭コムテク(株)× 「オフィスICT支援事業：通話料課金システム」
3）ASH(有)× 「ASH課金システム（ASH Billing System）」
4）(株)アプリット× 「法人顧客ビリングシステムなど」
5）アポロオフィスシステム(株)× 「Apollo Print Manager」
6）(株)イーステム× 「課金システム開発など」
7）(株)イード× 「有料コンテンツの課金システム開発・連携サービス」
8）(株)イーリープ× 「契約課金システム（4DServer） など」
9）(株)インフォニックス× 「ビリングシステム」
10）(株)エーディーシー× 「AD-checkなど」
11）エヌ・ティ・ティ・インターネット(株)× 「料金業務ソリューション」
12）NTTコムテクノロジー(株)× 「ビリングマネジメントソリューション」
13）エヌ・ティ・ティ・ソフトウェア(株)× 「Billingソリューション」
14）オンラインデスクトップ(株)× 「月額課金システム」
15）(株)カーネルサポート× 「プリント課金システム」
16）(株)協和エクシオ× 「料金請求（ビリング）ソリューション」
17）協和テクノロジィズ(株)× 「通話料課金ソリューション「HelloCharge」」
18）(株)コムスクエア× 「決済ASP：コマーススクエアなど」
19）(株)システムリサーチ× 「CATV課金システム」

20）ジャパンシステム(株)×　「ビリングシステムなど」
21）ジャパンハイテック(株)×　「ＴＡＢＳ．ＩＴ通話課金システム」
22）ソフィア総合研究所(株)×　「課金システムなど」
23）(株)電盛社×
「企業向けシステム：大規模ユーザ向けビリングシステム、小規模ユーザ向けビリングシステムなど」
24）(株)日本シンクネット×　「ビリングシステムプロジェクト」
25）(株)ネットマークス×　「I-
ACS課金システム（独自自社開発）／課金サーバ（フォンアプリ）など」
26）ハートランドITイノベーション(株)×　「課金決済システムソリューション」
27）(株)日立ソリューションズ×　「通信事業者向けパッケージ BSSsymphony、NXBITなど」
28）(株)ファランクス×　「IP電話を利用した着信課金システム「Session Call」」
29）富士通(株)×
「1）顧客管理・課金ソリューション「Bitsolino」（1）大企業向けソリューション「Bitsolino-Basale」（2）中小企業向けのパッケージ製品「Bitsolino-Lieve」など」
30）(株)富士通ビー・エス・シー　×　「 BillingSaver（ビリングセーバー）など」
31）(株)フューチャースピリッツ×　「カスタマーダイレクト×月額課金など」
32）(株)プロファイア×　「汎用会員管理・課金システム」
33）(株)ホクリョーリード×　「磁気カード課金システム」
34）(株)マルジュ×　「ビデオライブチャット課金システム“Flax”など」
35）(株)リコー×　「Ridoc IO Gate PrintStand V2スタンドアロン課金システムなど」

【共通ヒアリング項目】以下（1）～（8）
（1）関連／中核プロダクツ（製品）＆ソリューション（SI）＆サービス概要（具体的なメニュー内容や料金体系：平均導入実績価格[実績ベースを中心に]など）
（2）適用分野・対象エリア（エリア・分野、業種・業務）[比率シェアなど]
（3）主要技術（技術別×適用分野・エリア、業種・業務 別）[比率シェアなど]
（4）ビジネスモデル
（5）販売チャネル
（6）販売ターゲット
（7-1）開始時期（ 年 月）
（7-2）導入実績（累計数量、単年売上、前年比伸長率など）
（7-3）（今後の数値）目標（数量ベース、金額ベース）
（7-4）当該市場規模（感）[2009年度時点（金額ベース）]
（7-
5）当該市場占有率（シェア）認識／競合認識（具体的企業名・占有率など）、当該プレイヤー数（合計）認識
（8）ユーザー事例
（9）参考情報
[1]URL
[2]電話番号
[3]売上高（全社）
[4]従業員数
[5]設立年月日
（10） 当該ビジネス×売上推移（予測）

■■ 概要 ■■

資 料 名：2011年「課金システム」「ビリングシステム」 に関する深堀実態総調査
発 刊 日：2011年1月6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：A4/241ページ
頒 価：
■製本＋CD-ROM 997,500円（税込）（本体価格950,000円、消費税等47,500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=456
【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：03-5565-5848
Mail：cs-info@cross-m.co.jp

※NSーShopは、2010年10月1日 にCross Shop(http://www.cross-shop.jp/)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