

モバイル SNS / ソーシャルアプリの 事業分析と市場規模予測

— コンプリート版 —



2010年9月

本レポートは、法令遵守していただけるお客様にのみ頒布しております

—— 無断複製／無断転載を禁じます ——

本書内容のすべてまたは一部をコピーあるいは光学機器・電子機器等で複製すること、および電子的・電磁的情報として加工し、ネットワーク上にて閲覧に供すること等の行為は、社内用・社外用を問わず、株式会社情報流通ビジネス研究所の承諾なしにできません。

無断複製等の上記行為は、損害賠償および著作権法の罰則の対象となりますので、十分ご注意ください。

企画調査・編集・発行：株式会社 情報流通ビジネス研究所

Copyright ©2010 by Info-Sharing Business Institute, Ltd. (JAPAN)

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means – electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise – without the permission of Info-Sharing Business Institute, Ltd

「モバイル SNS／ソーシャルアプリの事業分析と市場規模予測」

— コンプリート版 —

目次

1. 日本のモバイル SNS(モバゲー・グリー)の急成長	6
(1) デベロッパ―(SAP)に訪れたゴールドラッシュ	6
① mixi を一気に抜き去った DeNA／グリー	6
② 交流サイトから「ゲームセンター」への転換が突破口	7
③ モバイル SNS に次々と参集する SAP の熱気	9
(2) ソーシャルゲームの事業モデル分析	10
① ゲームセンターと近似したマーケティングモデル	10
② ゲームセンターの制約を超越したモバイル SNS の特性	11
③ 数千億円のマーケット・スケールへと大成長	12
2. 世界でのソーシャルビジネスの勃興とモバイル化——Facebook の研究	14
(1) Facebook 大躍進の背景	14
① 個人情報管理機能の柔軟性と応用性	14
② 課金プラットフォームへの進化で爆発的成長	16
③ 「トラフィックの覇者」対「ノードの新興勢力」へ	17
(2) Facebook が抱える課題とその弱点	18
① モバイルコミュニケーションへの対応	18
② 「アバター」そして「仮想自己」への対応	19
③ SAP との間で強まる遠心力	19
④ グローバルベースでみた Facebook の地位と今後	21
3. 世界でのソーシャルビジネス勃興とモバイル化——アップル「iPhone」の研究	22
(1) “iPhone 経済圏”の市場規模と予測	22
① iPhone の革新的 UE で SAP を魅了した Apple	22
② iPhone 経済圏における市場スケールの把握	22
③ 国内モバイルコンテンツより一桁小さい市場規模	23
(2) Apple における垂直統合型収益モデル分析	23
① 独自の世界観に忠実なエコシステムの構築	23
② 通信事業者に対するパワーバランスの妙	24
③ プロモーション・ツールに過ぎない iPhone アプリ	25
④ SAP に“焼畑農業”を強いるノンパートナー	26
⑤ SNS 機能「ping」で問われる Apple の DNA	26
4. 「モバイル・ソーシャル」アプリビジネスの特質と参入戦略	27
(1) モバイル・ソーシャルアプリ市場への過大評価	27
① 「米国発ソーシャル」の喧伝に上滑り感	27
② モバイル上位レイヤーの“穏やかな破壊と創造”	27
③ ソーシャル・バブル崩壊後に来るビッグチャンス	27

(2) ソーシャルサービスの情報価値生成・流通プロセス	28
① ソーシャルサービスのユーザーは「メンバー」	28
② ライフログ・ソーシャルグラフの継続的記録・送付	29
③ 自然発生的な話題の「渦」の発生	29
④ ネットワーク外部性と「渦」の自然増殖・高速伝播	30
⑤ 非ネット媒体・Web1.0 媒体との違いー創作と流通が混然一体に	30
⑥ Web2.0 ネット媒体との違いー放送との近似	31
⑦ ライフログ・ソーシャルグラフの「資産価値」が中毒性を形成	32
(3) ソーシャルサービスの収益化モデル	32
① 体験・表現の「アップグレード」による収益化	32
② ソーシャルサービスのヒエラルキー構造と課金メカニズム	33
③ 群集心理に対する煽りになじむモバイルサービス	35
(4) ソーシャルビジネス化にコンテンツジャンル別戦略	35
① ゲーム・時事ネタがソーシャルになじむ理由	35
② ゲーム以外におけるソーシャル化の適用性	37
③ ソーシャル的な「煽り」の限界とそのリスク	39
(5) 迫り来る SAP の淘汰・選別	39
① SAP ビジネスにおける成否の分水嶺	39
② コンテンツの低コスト・大量生成とテスト運用に耐える体力	40
③ コンテンツ選別と集中プロモーションへの資金力	40
④ ブレイクしたコンテンツの「売り延ばし」ノウハウ	40
⑤ マルチ・プラットフォーム対応可能な経営体力	40
5. 「モバイル・ソーシャル」プラットフォームの今後	42
(1) SNS の今後の進化形	42
① 顕在化してきたバーチャルなソーシャルグラフ	42
② 単一 SNS プラットフォームへの収斂には限界	43
③ 「人とのつながり」から「情報価値のつながり」へ	44
(2) モバイル・ソーシャル時代と日本企業の商機	45
① プラットフォームを補完する enabler への挑戦	45
② 日本のモバイル SNS ビジネスに「黒船」は不要	46
6. モバイル・ソーシャルアプリビジネスの市場規模予測	47
(1) モバイル SNS 市場	47
① 第 2 ステージに入ったモバイル SNS のエコシステムの進化	47
② モバゲー・GREE 全盛の第 2 ステージの寿命	51
③ 第 3 ステージの競争の行方～ロケーションベース・リアルタイム	52
(2) モバイルコンテンツ・アプリケーション市場予測	53
① 通信事業者の神通力消失と第 2 フェーズの到来	53
② SNS 主導でモバイルコンテンツ・アプリ市場は 1 兆円突破へ	54
③ アプリストア(スマートフォン)の長期大化けシナリオ	56

図表一覧(※は収録図表データが添付されています)

※図表 1	日本の主要 SNS の売上高推移(2008 年度～2009 年度)	6
※図表 2	日本の主要 SNS の営業利益推移(2008 年度～2009 年度)	7
※図表 3	日本の主要 SNS の会員数推移(2008 年度～2009 年度)	8

※図表 4	日本の主要 SNS における ARPU 内訳の変化.....	9
※図表 5	日本のモバイル SNS 市場規模予測(2009 年→2012 年).....	13
図表 6	世界各国の SNS 勢力図(利用者数ベース).....	15
図表 7	アクセス数の推移(Facebook 対 Google).....	15
図表 8	Facebook の 2010 年の売上構成.....	17
図表 9	ソーシャル・プラットフォーム競争の構造.....	18
図表 10	Farmville の画面例.....	20
※図表 11	国内における iPhone 経済圏の推定市場規模と予測(2009 年度→2012 年度).....	23
※図表 12	iPhone の収益・原価構造と垂直統合戦略との結びつき.....	25
※図表 13	ソーシャルサービスにおける情報価値の創出・伝播のメカニズム.....	29
※図表 14	ソーシャルサービスでの集団購買行動パターン①.....	34
※図表 15	ソーシャルサービスでの集団購買行動パターン②.....	34
※図表 16	ソーシャルサービスにおけるユーザーのヒエラルキー構造.....	35
※図表 17	コンテンツカテゴリー別のソーシャル化への相性.....	36
※図表 18	音楽や飲食店情報におけるソーシャル化の可能性.....	37
※図表 19	音楽市場規模のメディア別推移.....	37
※図表 20	SAP の選別・淘汰のメカニズム.....	41
※図表 21	主要 SNS のソーシャルグラフの構造比較.....	43
※図表 22	モバイル SNS 市場規模推移と予測(2008 年～2015 年・暦年ベース).....	47
※図表 23	日本の主要 SNS における総合 ARPU 推移(2007 年 2Q～2010 年 1Q).....	48
※図表 24	日本の主要 SNS における課金 ARPU 推移(2007 年 2Q～2009 年 4Q).....	49
※図表 25	日本の主要 SNS における広告 ARPU 推移(2007 年 2Q～2010 年 1Q).....	50
※図表 26	日本の主要 SNS(モバゲー+GREE)におけるユーザー年代の変化.....	51
※図表 27	モバイルコンテンツ市場のジャンル別規模推移(2005 年～2009 年).....	54
※図表 28	モバイルコンテンツのプラットフォーム別市場規模予測(2010 年～2015 年).....	55
※図表 29	各プラットフォームのジャンル別市場規模予測(2010 年～2015 年).....	56
※図表 30	国内における iPhone/iPad 経済圏の推定市場規模と予測 ①総合(2008 年度～2015 年度).....	57
※図表 31	Apple 経済圏市場規模予測 ②国内端末販売(2008 年度～2015 年度).....	58
※図表 32	Apple 経済圏市場規模予測 ③国内端末累計稼働数(2008 年度～2015 年度).....	59
※図表 33	Apple 経済圏市場規模予測 ④ARPU 推移(2008 年度～2015 年度).....	60
※図表 34	国内 iPhone 経済圏推定市場規模の算出パラメータ(2009 年度).....	60