

SNS、共同購入型クーポン、モバイル広告など

## ブロードバンドビジネス国内市場を調査

- 2012年度見込 -

- ・ SNS登録数(年度末時点): 1億2,750万件 日本の総人口に匹敵する規模
- ・ 共同購入型クーポン: 119億円(前年度比13%増) SNS拡大も追い風
- ・ モバイル広告: “スマートフォン向け”が“フィーチャーフォン向け”を逆転

マーケティング&コンサルティングの株式会社富士キメラ総研(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 田中 一志 03-3664-5839)は、スマートフォン・タブレット端末の普及やソーシャルメディアの浸透などで市場環境が急速に変化している国内のブロードバンドビジネス市場を調査した。

その結果を報告書「2012 ブロードバンドビジネス市場調査総覧」にまとめた。

この調査では、コンシューマ向けブロードバンドサービスとして、映像/音楽配信や電子書籍など「コンテンツサービス」5品目、ショッピングやオークションなど「EC(電子商取引)」3品目、ブログやSNS(ソーシャルネットワーキングサービス)など「ソーシャルメディア」4品目など計16品目を対象とした。

また、関連プラットフォームサービスとして、インターネット広告など「広告」2品目、Webインテグレーションなど「Webサイト・ソーシャルメディア関連サービス」2品目、ネット決済サービスなど「決済関連サービス」2品目など計9品目も対象として、ブロードバンドビジネスを総合的に捉えた。

## &lt;注目市場&gt;

## 1. SNS【コンシューマ向けサービス: ソーシャルメディア】

摘要	2011年度	2012年度見込	2016年度予測	16/11年度
登録数(各年度末時点)	1億 720万件	1億2,750万件	1億6,000万件	149.3%
課金・広告売上額	2,950億円	3,760億円	4,925億円	166.9%

SNSは、ユーザーが主体となり情報を発信しコンテンツを形成する“ソーシャルメディア”の代表的なサービスである。外部サイトと“シェアボタン”による連携も進んでいる。「mixi」(ミクシイ)、「Facebook」(米フェイスブック)、「Google+」(米グーグル)などコミュニケーション主体のサービス、「Mobage」(ディー・エヌ・エー)、「GREE」(グリー)などソーシャルゲーム主体のサービスに二極化している。

2011年度末時点の登録数は、1億件を突破した。国内3大サービスである「mixi」、「Mobage」、「GREE」がいずれも登録数を伸ばしていることに加え、「Facebook」、「Google+」といったグローバル展開サービスも国内の登録数が増加している。2012年度末時点の登録数は、日本の総人口(2010年国勢調査: 1億2,805万人)に匹敵する規模の1億2,750万件が見込まれる。登録数の伸びは徐々に鈍化していく見通しであるが、2016年度末時点には1億6,000万件が予測される。

課金・広告売上額は、2011年度に前年度比75.1%増の2,950億円となった。このうち、90%近くを課金売上額が占めており、「Mobage」、「GREE」などで提供されるソーシャルゲームの売上の急増が拡大を牽引している。広告売上額の規模は課金に比べて小さく伸び率も低いが、登録数増加やソーシャルメディアへの注目の高まりから、堅調に拡大している。

2016年度の課金・広告売上額は、2011年比66.9%増の4,925億円が予測される。国内のSNSユーザーはモバイル機器からの利用が多いため、各サービス事業者とも急速に普及するスマートフォンへの対応やインターフェースの改善を進めている。

## 2. フラッシュマーケティング(共同購入型クーポン)【コンシューマ向けサービス：EC】

摘要	2011年度	2012年度見込	2016年度予測	16/11年度
運営サービス売上額	105億円	119億円	170億円	161.9%

フラッシュマーケティングは、割引価格や特典などが付いたクーポンを期間限定で販売する広告・宣伝手法である。「Groupon」(グルーポン・ジャパン)や「ポンパレ」(リクルート)など、一定時間内に購入者が一定数揃えば割引率の高いクーポンが取得できる“共同購入型クーポン”事業者の運営サービス売上額を対象とした。

フラッシュマーケティング市場は2010年の立ち上がりと共に注目を集め、参入事業者の増加やサービス認知度の向上と共に広告主、ユーザー共に増加し、拡大してきた。2011年度は前年度比3.5倍の105億円となった。一方、事業者の運用ノウハウや広告主への審査体制が確立していなかったことによるトラブルも見受けられ、サービスへの信頼性低下などを招いた。このため、広告主への運用支援体制や審査体制を強化するなどといった取り組みがなされている。

通常のインターネット広告では訴求が難しいエリアを絞ったプロモーションや、プッシュ型のプロモーションが行えることが広告主に支持されている。また、事業者の積極的な展開でユーザーも増加している。さらに、ユーザーが時間制限内の共同購入を呼びかけるなど口コミツールとしてSNSが活用されており、SNSの拡大も追い風となっている。

今後、スマートフォンの位置情報機能を活用したサービスや、イベント・キャンペーンなどプロモーション目的での利用など用途拡大が考えられ、店舗への集客目的以外にも更なる需要の取り込みが見込まれる。2016年度のフラッシュマーケティング市場は、2011年比61.9%増の170億円が予測される。

## 3. モバイル広告【関連プラットフォームサービス：インターネット広告】

摘要	2011年度	2012年度見込	2016年度予測	16/11年度
スマートフォン向け掲載料	360億円	650億円	2,010億円	558.3%
フィーチャーフォン向け掲載料	810億円	620億円	190億円	23.5%
合計	1,170億円	1,270億円	2,200億円	188.0%

モバイル広告は、フィーチャーフォン(従来型携帯電話)向けとスマートフォン向けそれぞれのウェブ広告(バナー、行動ターゲティング、アフィリエイトなど)と検索連動型広告の媒体への掲載料金を対象とした。

2011年度のモバイル広告市場は、スマートフォンの普及が急速に進むという市場環境の急変を受けて、成長が一時的に減少した。しかし2012年度にはスマートフォン向け掲載料が前年度比1.8倍と拡大することで、モバイル広告市場は復調が見込まれる。また、スマートフォン向け掲載料の市場規模がフィーチャーフォン向け掲載料を上回る見通しである。2016年度には、スマートフォン向け掲載料が2011年度比5.6倍の2,010億円となる一方、フィーチャーフォン向け掲載料は大幅に縮小して200億円を下回ると予測される。

フィーチャーフォン向けにおいて主な広告主であるモバイルコンテンツプロバイダは、コンテンツサービスのスマートフォン対応を進めている途上にあり、広告による集客を行う段階に至っていないケースが多い。このため、現状ではスマートフォン向けの広告が少ない状態となっているが、今後、スマートフォン対応の進行と連動して拡大する見通しである。また、スマートフォンでは検索サービスの利用機会が大幅に増加するとみられることから、検索連動型広告が好調に推移すると見込まれる。

### < 調査結果の概要 >

#### コンシューマ向けサービス市場

摘要	2011年度	2012年度見込	2016年度予測	16/11年度
コンテンツサービス	9,510億円	1兆 872億円	1兆3,963億円	146.8%
EC	2,561億円	2,945億円	4,378億円	170.9%
ソーシャルメディア	3,321億円	4,238億円	5,644億円	169.9%
金融サービス	2,135億円	2,072億円	1,885億円	88.3%
ツール系サービス	350億円	359億円	374億円	106.9%
合計	1兆7,877億円	2兆 486億円	2兆6,244億円	146.8%

#### コンテンツサービス

ユーザー数の増加とコンテンツの質・量の拡充に加えて、スマートフォンの普及やデジタルテレビのインターネ

ット接続台数増加などを背景に拡大が続く見通しである。特に今後大幅な市場拡大が見込まれるのが、電子書籍である。対応端末の普及・提供コンテンツの拡充によるユーザー層の広がりと共に、拡大していくと考えられる。

#### EC

ショッピングは、利便性や豊富な品揃えなどを背景にユーザーが増加しており、引き続き拡大が見込まれる。オークションは、需要が一巡しており大幅な市場拡大は見込みにくいものの、堅調に推移していくと考えられる。

#### ソーシャルメディア

SNSのソーシャルゲームや仮想世界サービスのアイテムといった課金売上が引き続き拡大していく見通しである。また、ソーシャルメディアの媒体価値が高まっていることから、広告売上も堅調に伸ばしていくとみられる。

#### 金融サービス

ネットバンキングは、利便性の認知度向上を背景に拡大している。一方、ネット証券は投資環境悪化や投資意欲減退で縮小が続く見通しである。FXは、事業者間の競争激化による取引手数料の値下げや無料化が進んでおり、長期的には縮小が見込まれる。

#### ツール系サービス

地図配信サービスは、スマートフォンの普及に伴い無料サービスの利用が拡大しており、有料サービスからの移行が進むことで市場全体としては微減が続くとみられる。オンラインストレージは、スマートフォンの普及と共にマルチデバイス対応サービスのユーザーが増加しており、有料プランへの移行が今後の課題と言える。

#### <調査対象>

コンシューマ向けサービス	
コンテンツサービス	映像配信サービス、音楽配信サービス、オンラインゲーム、電子書籍、アプリケーションストア
EC	ショッピング、オークション、フラッシュマーケティング
ソーシャルメディア	ブログ/ミニブログ、SNS、仮想世界サービス、動画共有サービス
金融サービス	ネットバンキング、ネット証券/FX
ツール系サービス	地図配信サービス、オンラインストレージ
関連プラットフォームサービス	
広告	インターネット広告、アフィリエイト・サービス
Webサイト・ソーシャルメディア関連サービス	Webインテグレーション、Webサイト・ソーシャルメディア運営支援ツール
決済関連サービス	ネット決済サービス、電子マネー
その他サービス	ISPサービス、コンテンツ配信プラットフォーム、Webサイト保護/DRM

#### <調査方法>

富士キメラ総研専門調査員による参入企業・関連団体などへの直接取材を基本としたヒアリング調査及び保有データベースや外部関連情報などの補足活用

#### <調査期間>

2012年1月～3月

以上

資料タイトル	「2012 ブロードバンドビジネス市場調査総覧」	
体裁	A4判 247頁	
価格	97,000円 (税込み101,850円) CD-ROM付価格 107,000円 (税込み112,350円)	
調査・編集	株式会社 富士キメラ総研 研究開発本部 第二研究開発部門 TEL:03-3664-5818 FAX:03-3661-5275	
発行所	株式会社 富士キメラ総研 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル TEL03-3664-5839(代) FAX 03-3661-1414 e-mail:info@fcr.co.jp この情報はホームページでもご覧いただけます。 URL : <a href="http://www.group.fuji-keizai.co.jp/">http://www.group.fuji-keizai.co.jp/</a> URL : <a href="http://www.fcr.co.jp/">http://www.fcr.co.jp/</a>	