第2部

アプリストアの最新動向

石野 純也 ケータイジャーナリスト

App Storeが市場けん引、追うGoogle Play Windows Phone や BlackBerry など新プラットフォームにも注目

アプリストアの方向性を決定づけた **App Store**

世界的なスマートフォンの普及に伴い、端末と直結す るアプリケーションストア (アプリストア) が、モバイルビ ジネスの主戦場になりつつある。この方向性を決定づ けたのが、アップルのiPhone シリーズに採用された 「App Store」だ。App Store は同社がiPod で培った音 楽配信の仕組みを、スマートフォンのアプリに応用した もの。iTunes Store のアカウントで、ワンストップのアプ リ購入および管理を実現している。開発者は、サード パーティーとして登録を行い、売り上げに応じてアップ ルに30%の手数料を支払う仕組みを採用している。も ちろん、iPhoneの登場以前にも、アプリを自由にインス トールできるスマートフォンは存在したが、残念ながら 大きな成功は収められていない。App Storeのように配 信を一括して行う"場"がなかったことが、大きな要因 といえるだろう。

iPhoneをはじめとするiOS搭載デバイスの増加と比 例するように、App Storeの市場規模も急速に拡大して いる。2012年3月には、アプリダウンロード数が250億を 突破。2011年7月の150億ダウンロードという数値を踏 まえると、加速度が日々増していることが分かる。250 億ダウンロードを突破した時点で、アップルはアプリ開 発者に対して40米億ドル(1米ドル=80円で約3200億 円)を支払ったと発表。販売手数料の30%を加味する と、3年間でおよそ57.1億米ドル(約4560億円)の売り上 げが発生したことが分かる。この時点でのiOSユーザー は3億1500人。1人当たりの購入額は約18.1米ドル(約

1448円)で、ほかのプラットフォームと比べても非常に 高い実績を上げている。アップルは同様のデータを2011 年7月にも発表しているが、ユーザー1人当たりがアプリ に費やす金額は微増している。一方で、App Store上に あるアプリは55万本に拡大。開発者にとっての競争環 境も激化している。もちろん、アプリの市場規模にはま だ伸びしろがあると考えられる。日本のモバイルコンテ ンツ市場の規模は、2010年の実績値で6465億。App Storeの売り上げはこの規模に遠く及んでいないのが現 状だ。App Store には日本で一般的だった月額制の継 続課金が未導入な上、キャリアの請求に合算する課金 方法にも対応していない。App Storeでは、アプリ1本に 対して利用権を与える「売り切り制」が主流だ。アプリの 中でアイテムや各種情報にアクセスするための権利を与 える[In App Purchase]にも対応している。これらに、 上記のような日本で主流の課金方法が加われば、市場 規模をさらに伸ばすことができるのかもしれない。

水平展開でシェアを伸ばす グーグルの Android

iOSの有力な対抗馬と目されているのが、グーグルが 主導するオープン・ハンドセット・アライアンスの Androidだ。AndroidはOSが原則無料で、一定の条件を クリアすればキャリアやメーカーが自由にカスタマイズ を加えることができる。グーグルの展開する各種クラウ ドサービスとの相性も非常にいい。こうした利便性や機 能性が評価され、Androidは幅広いメーカーに採用さ れた。グローバルでは、サムスン電子やHTCといった

第**2** 部

資料 2-1-5 Android Market (現 Google Play) と App Store の比較

	時期	合計アプリ ダウンロード数	総収入	開発者への支払い総額	有料アプリ の割合	有料アプリの 平均金額
Android Market	2011年11月17日	67億5000万	3億4176万5335米ドル	2億3923万5734米ドル	1.3%	3.79米ドル
App Store	2011年9月30日	185億6633万1811	49億3961万1127米ドル	34億5772万7789米ドル	13.5%	2.01米ドル

出所 CNN

メーカーが Android 搭載のスマートフォンを開発して以 降、市場のシェアを一気に高めている。水平展開で端末 を増やしたことが功を奏し、Androidのシェアは急拡 大。今ではiOSを上回る規模に成長した。米国調査会 社のガートナーによると、2011年第4四半期のシェア は、Androidが50.9%なのに対し、iOSは23.8%となっ ている。全世界で販売されるスマートフォンの半分以上 が Android なのだ。日本でも状況に大きな違いはない。 インプレスR&D インターネットメディア総合研究所が 2012年1月に発表したデータによると、スマートフォン における Android のシェアは 60.9% で、iOS が 36.3% と なっている。BlackBerry やSymbian といった、他のプ ラットフォームが台頭していなかったぶん、Androidや iOSのシェアが全世界よりも高くなっているのが特徴と 言えるだろう。この Andorid にも、「Google Play」と呼 ばれるアプリストアがある。当初は「Android Market」 と呼ばれていたが、グーグルは2012年3月に名称を変 更。動画や電子書籍なども含めた総合ストアとしての 色合いを強く打ち出した。

ただし、現状ではOSのシェアに比例してアプリスト アの規模が大きくなっているわけではない。CNNが AndroidLibというサイトやアップルの決算データを独 自に収集、分析した2011年11月公表の調査結果による と、Android Marketで開発者に支払われた合計金額 は2.4億米ドル(192億円)にすぎないという(資料2-1-5)。 この数字はApp Storeの約7%で、市場としての魅力が 薄いと言わざるをえない状況だ。他方で、状況は徐々に 改善されつつあるという見方もできる。2011年には Android Market (当時) のユーザーインターフェースが 刷新され、以前よりアプリを探しやすくなった。リコメ ンドも強化されている印象だ。また、グーグルによると、 OSのバージョンが上がるのに伴い、アプリの平均ダウン ロード数が伸びる傾向にあるという。スマートフォンの 場合、2011年から2012年第1四半期まで主流だった Android 2.3で、顕著にこうした兆候が表れているとい う。2012年の夏以降は、スマートフォン向けの Android 2.X とタブレット向けの Android 3.X を統合した、Android 4.0を搭載した端末が多数登場する見込みだ。 リッチなアプリが動作するデバイスが増えれば、状況が 好転する可能性は十分あるだろう。また、Google Play ではApp Store以上に課金の多様性が認められてい る。上述したキャリア課金にも対応済み。すべての国で 導入されているわけではないが、すでにアプリ購入の過 半数がキャリア課金になっているそうだ。さらに、グー グルの担当者は月額課金の導入準備を進めていること も明かしている。Google Playで開始されれば、ユー ザーや開発者に対するインパクトは大きいだろう。

その他の注目のプラットフォーム

このほか、マイクロソフトの「Windows Phone」にも、 「Windows Phone Marketplace」と呼ばれるアプリスト アがある。Windows Phone 自体のシェアがまだ小さく、 アプリの数も App Store や Android Market とは比較 できる規模にはなっていないが、同社は世界2位の携帯 電話メーカーであるノキアと提携し、戦略的に端末を開 発している。今後、新興国市場にも強いノキアが低価格 帯のWindows Phoneを普及させるというシナリオも、 十分考えられるだろう。また、2011年第4四半期には 8.8%と、いまだに高いシェアを誇るBlackBerry OSに も、目を配っておく必要がある。BlackBerry シリーズを 展開するリサーチ・イン・モーションは、タブレット端末 の「PlayBook」向けに新たなOSを投入。ここに使われ ている QNX という OSをベースにしたスマートフォン向 けのプラットフォームが、「BlackBerry 10」だ。「App World」というストアを持ち、Android用のアプリも動作 するため、開発者は低い労力やコストでビジネスを展開 できる。もともとのユーザー数が多いだけに、OSの全 面刷新が吉と出るか凶と出るか。日本ではなじみのな いBlackBerryだが、海外展開を考える上では行く末を 注視しておきたい。



「インターネット白書ARCHIVES」ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年~2012年までに発行したインターネット の年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以 下のウェブサイトで公開しているものです。

http://IWParchives.jp/

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- ●記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- ●収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の 著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- ●著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- ●このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくま で個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- ●収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名お よび年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記くだ さい。
- ●オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D (初期は株式会社インプレス)と 著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全 に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的 な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D | 🖂 iwp-info@impress.co.jp

©1996-2012 Impress R&D, All rights reserved.