

～お客様からのご質問～

先日弊誌のあるレポートへの質問がありました。その内容としては概ねこんな感じです。

●●●●市場レポート内の□□□のWW市場規模数値が自社で捉えている数値と大きく違う、なぜ違うのか相談させて欲しい。

このお客様も□□□については実際メーカーとしてWWでプレーされていらっしゃるのですが、同社の捉える市場規模を100とすると、弊誌レポート内では300～400位の値になっています。この□□□はWW的に海外プレーヤーが強く欧米+韓国の3社が特に高いシェアを持っている一方、その3社の情報があまり明確でないため、このような差が生じるかもしれないと考えておられました。

弊誌の推計では前述3社のうちの1社と協力関係にある国内プレーヤーへのヒアリング情報がベースになっているようで、ここで得られた数値に対して国内の□□□プレーヤーと、□□□の関連品を扱っているプレーヤーへのヒアリングを加味した推計としておりました。

市場規模の推計方法として、各メーカーの生産や出荷を全て捉えることが出来れば、その積上げをベースとすることで一般的には良いと思います。さらにアプリケーション（□□□の使用）側の数値を押さえることでより精度が高くなるはずです。実際はそれらを完全に進めることができず、その間に立ってより完全に近づく進め方になることも少なくありません。

今回の話の顛末としてはYano E plusとしての進め方の限界をある程度ご理解いただき、アプリケーションごとの数値×そこでのプレーヤーシェアを明らかにすることで両者の溝を埋めていく作業をとりました。

同じようなタイミングでYano E plusで取り上げた、あるテーマの市場規模と弊社の自主企画レポート（それだけをテーマにした1冊のレポート）内での数値との乖離について弊社内で話題になりました。予め交通整理して弊社として1つの数値にまとめるのもひとつの進め方なのですが、結果そこに至らず、2つの数値が出てしまっております（実際にはその検討も出来ていなかった点は反省しなければならないのですが・・・）。

市場規模の推計方法としては今回記した以外のアプローチが多々あります。最終目標である市場規模、真の値はひとつしかないのですが、今回記したように市場規模推計のアプローチによる違いが生じてしまうことが出てきます。このような点も認識した上で、いずれの場合も真の値に近づく術を身につけなければならないと改めて思った次第です。

編集 A