

キュレーションサービス市場に関する調査結果 2014

～EC/小売/メディア/ビッグデータ分析など多方面における活用が進む～

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内のキュレーションサービス市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2014年4月～6月
2. 調査対象:キュレーションサービス提供事業者
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、電話・Eメールによる取材、ならびに文献調査を併用

＜キュレーションサービスとは＞

本調査におけるキュレーションサービスとは、目的や意図を持って情報収集して、そこから不要なものを切り捨てて、人々の関心・興味を新たに喚起する形式で、情報を集約化し他者と共有するサービスをさす。

＜キュレーションサービス市場とは＞

本調査におけるキュレーションサービス市場は、「NAVER まとめ」や「Gunosy」、「SmartNews」、「NewsPicks」、「Antenna」などユーザーを集めて広告・課金収入等で運営する情報系サービスや、「Origami」や「HATCH」などEC(電子商取引)の手数料・物品販売収入で運営するECサービス、キュレーションサービス機能を提供するプラットフォーム構築やキュレーションサービス展開のためのコンサルティングで収入を得るサービス等を対象として、算出した。

【調査結果サマリー】

◆ 流通情報量の増加とスマートデバイスの普及で、高い成長率を示すキュレーションサービス

インターネットの普及により、世の中に出回る情報量が増えているが、一方で個人が読み取ることのできる情報量には限界がきている。このような課題を解決していく可能性を秘めているのが、キュレーションサービスである。2012年度のキュレーションサービス市場は6,011百万円であった。今後、スマートデバイスの普及率に比例して成長を遂げていき、2012年度から2017年度までのキュレーションサービス市場規模は年平均成長率(CAGR)45.7%で推移し、2012年度の6,011百万円から2017年度には39,530百万円(いずれも事業者売上高ベース)になると予測する。

◆ PV数やコンバージョンを取れるキュレーションの活用が各業界に広がると予測

キュレーションサービスを企業内で事業として行っていくメリットとして、「少ない投資でインターネット上の大きなトラフィック(アクセス数)を稼げる可能性を持っている」点が挙げられる。キュレーションサービスを利用し、ある程度の規模のユーザーに、扱うコンテンツや商品への興味・関心をもたせることが出来れば、その後は当該サービスでPV数やコンバージョン(成約率)を安定的に取りやすくなる。

Webマーケティングの重要性が高まっている中で、このようなメリットを持つキュレーションサービスへの注目が集まっており、今後、ECや小売、メディア、ビッグデータ分析など多方面における活用が進んでいくと考える。

◆ 資料体裁

資料名:「キュレーション市場の実態と展望 2014」

発刊日:2014年6月26日

体裁:A4判 242頁

定価:90,000円(税別)

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地:東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長:水越 孝

設立:1958年3月 年間レポート発刊:約250タイトル URL:<http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL:03-5371-6912 E-mail:press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

【調査結果の概要】

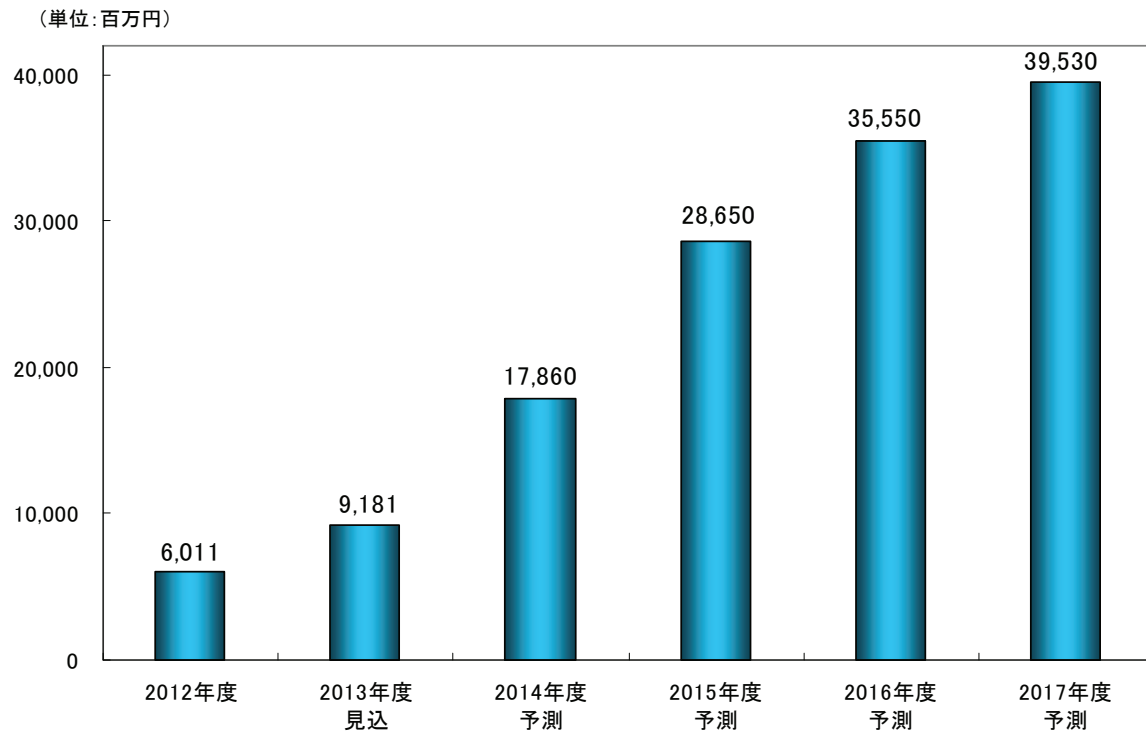
1. 市場概況と予測

- インターネットの普及により、世の中に出回る情報量が増えているが、一方で個人が読み取ることのできる情報量には限界がきており、このような課題を解決していく可能性を秘めているキュレーションサービスへの注目が集まっている。キュレーションサービスでは、個々人が必要とする情報を、専門家などの目利きであるキュレーターによって、あるいは、アルゴリズム等の技術力によって選び出す機能を持ち、この機能によって情報を読み取るためのコンテンツの分量を必要最低限に絞ることができる。このような特長を持つキュレーションサービスは、移動時間などの隙間時間での情報取得を可能にするため、パソコンよりもスマートデバイス(スマートフォンやタブレット PC、スマートウォッチ等の情報端末)に馴染みやすいサービスである。これまでは、まだスマートデバイスが十分普及していないため、キュレーションサービスの普及も緩やかであった。市場はスマートデバイスの普及とともに、ここ数年で急激に伸びていき、その後はスマートデバイスの普及率に比例して成長を遂げていくと予測する。
- キュレーションサービス提供事業者が、当該サービスでユーザーのトラフィック(アクセス数)を確保できるようになり、マネタイズ(収益事業化)に取り組み始めた他、大手企業による新規参入も増加しているため、キュレーションサービス市場は拡大している。2012年度のキュレーションサービス市場は6,011百万円(事業者売上高ベース)であった。
- 市場は、スマートデバイスの普及率に比例して成長を遂げていき、2012年度から2017年度までのキュレーションサービス市場規模は年平均成長率(CAGR)45.7%で推移し、2012年度の6,011百万円から2017年度には39,530百万円(いずれも事業者売上高ベース)になると予測する。
- サービス別にみると、EC(電子商取引)での物品販売や出店料、手数料などで収入を得るキュレーション型ECサービスの2012年度から2017年度までの年平均成長率(CAGR)が70.7%と最も高いと予測する。

2. 注目すべき動向～多方面に広がるキュレーションサービスの活用

- キュレーションサービスを企業内で事業として行っていくメリットとして、「少ない投資でインターネット上の大きなトラフィック(アクセス数)を稼げる可能性を持っている」点が挙げられる。キュレーションサービスを利用し、ある程度の規模のユーザーに、扱うコンテンツや商品アイテムへの興味・関心をもたせることが出来れば、その後は当該サービスでPV数やコンバージョン(成約率)を安定的に取りやすくなる。
- ユーザーを集めて主に広告収入で運営する情報系キュレーションサービスは、埋もれていた良質な情報を掘り起こす機能を持つため、メディア業界のプラットフォームとして活用されていく可能性がある。また、情報系キュレーションサービス提供事業者の多くが、ユーザーのトラフィック量を確保した後に、さらなる収益確保のためにECへの参入やコンサルティング等の新規事業を展開していく見込みである。
- 百貨店やセレクトショップ等のリアル店舗を持つ小売業が、O2O(Online to Offline)マーケティングの一環として、キュレーション型ECサービスを活用していく動きもある。
- 高い技術力を持つ大手通信キャリアやコンピュータメーカーでも、キュレーションに関する研究が進められている。今後、こうした企業が必要な情報を全自動で集めるキュレーション・プラットフォームサービスを提供するようになれば、ビッグデータ分析サービスの一つとしても、キュレーションサービスの活用が増えていくと考える。

図1:キュレーションサービス市場規模推移と予測



矢野経済研究所推計

注1:事業者売上高ベース

注2:2013年度は見込値、2014年度以降は予測値

注3:「NAVER まとめ」や「Gunosy」、「SmartNews」、「NewsPicks」、「Antenna」などユーザーを集めて広告・課金収入等で運営する情報系サービスや、「Origami」や「HATCH」などEC(電子商取引)の手数料・物品販売収入で運営するECサービス、キュレーションサービス機能を提供するプラットフォーム構築やキュレーションサービス展開のためのコンサルティングで収入を得るサービス等を対象として、市場規模を算出した。