

# 向こう5年間のエンタープライズ Web 2.0の市場見通しについて

2008年6月3日

野村直之(メタデータ)

XMLコンソーシアムWeb2.0部会

## あらまし

4月に米ITリサーチ大手Forrester Research社から、2013年のエンタープライズ2.0市場予測として46億ドルという数字が発表されました。ソーシャル系がトップで、現在は微小なマッシュアップが急拡大して3年後には企業ブログを抜いて2位になる、などの数字を引用しつつ、日本固有の事情を鑑みて、企業利用のWeb 2.0のざっくりした市場予測を行います。

## エンタープライズ2.0[市場]の定義 ~ コンシューマWeb 2.0とビジネスWeb 2.0の狭間

- 広告モデルはエンタープライズ2.0ツールではない
  - [Blogger](#), [Facebook](#), [Netvibes](#), [Twitter](#)、はてな、ライブドア、Cocologなどは含まない
  - 中小企業が広告を無視しつつ無料で使うことはある
- いわゆるグループウェアやオフィス機能(collaboration, productivity tools)のWeb2.0版は該当
  - 有料版の主要ベンダ(米国市場): BEA, IBM, Microsoft, Awareness, NewsGator Technologies, Six Apart
- エンタープライズのマーケティングツールは含む
  - Facebook アプリ(有料)や、Widgetは該当
  - しかし、BtoC Web2.0サイトに出す企業広告は除外

## エンタープライズ2.0 売り上げ予測

Forrester Research, Apr., 2008

単位:  
百万米ドル

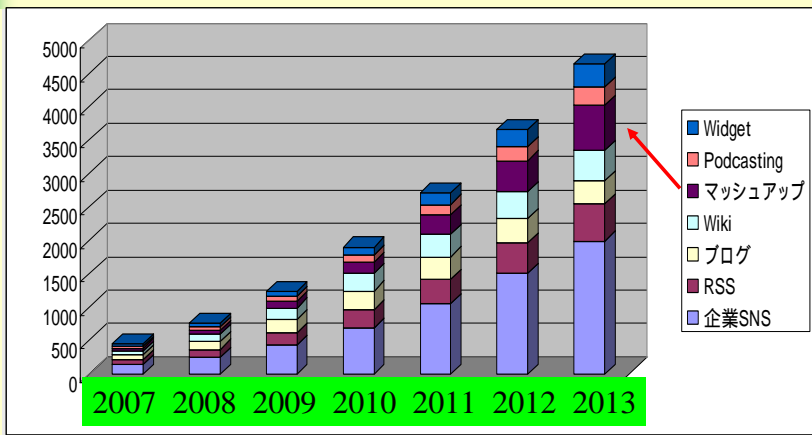
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
企業SNS	149	258	437	701	1063	1514	1位 1997
RSS	78	120	182	262	357	463	3位 563
ブログ	64	118	201	290	341	355	6位 340
Wiki	63	108	177	259	342	410	4位 451
マッシュアップ	39	61	98	165	285	458	2位 682
Podcasting	33	50	76	111	158	214	7位 273
Widget	29	47	75	118	175	250	5位 340
合計	455	762	1246	1906	2721	3664	4646

# エンタープライズ2.0売り上げ予測

Forrester Research, Apr., 2008

単位: 百万米ドル

XML Consortium



## グラフは控えめな予測！ ～ 下記の困難にも関わらず成長

XML Consortium

- BtoCのAs-Is品質， 版品質にウンザリしたSIer, ユーザにアピールしなければならない
  - 多くのサービスが無料の試用版からスタートし、それをユーザに納得してもらいつつ技術およびビジネスモデルを高度化して有料化する苦労
  - 現状、レガシーのエンタープライズ・ソフトウェアが占めている状況を突き崩して投資してもらわなければならない
    - ユーザ企業のIT部門が立ちふさがることあり
    - 安定していて且つ低コスト、と訴求すべし
    - 従来のエンタープライズ・ソフトウェアがWiki, blog, SNS, RSS活用ツールやマッシュアップ支援、Widget活用サポートを取り込む
- Web2.0ツールは独立ソフトというより機能、フィーチャに

## 日本市場についての私見 1/2

- ブログ、匿名掲示板の活用度が突出
  - 企業ブログ導入ブームは2年位寿命長そう
  - “疲れ” から、適度に距離もとれるタイプのSNSにシフトしていく
- Yahoo > Google ; サイボウズの頑張り ;
  - マッシュアップ・ポータル立ち上がり鈍い?
- 高品質への要求高いが契約/SLAは苦手
  - カスタム版の有料サービスはより苦戦か
- ボイスメール文化希薄 Podcastingは社内教育など限定的

## 日本市場についての私見 2/2

- マッシュアップ素材は米国について豊富
  - See e.g. <http://www.api-match.com>
- 世界一厳しい(?)個人情報保護や統制指向、実名・履歴書流通慣習の違いからOpenSocial、SNS APIの活用は限定的
- 高品質指向、カスタム・メイド指向があだとなり、そこそこ使える外部APIやマッシュアップを「非コアコンピタンス」支える機能に使う流れが遅いか
  - いずれ、コスト削減の要請で、背に腹はかえられなくなり、導入へ
  - SaaSや軽量Webサービスも導入支援サービスが立ち上がる
  - 米国が、大企業が先行し中小企業との格差が拡大するとしても、統制のきつい、保守的な日本の大企業は、異なるシナリオかも
    - コモディティ化した最新SaaSを身軽に導入できる中小企業に、“2.0化”で後塵を拝するケースも出てきそう
    - IBMのMashup Centerのようなツール、インフラで大企業がどれだけ差別化を指向するかが鍵か