

グローバル時代におけるICT政策に関する タスクフォース

第4回会合 2部会合同ヒアリング資料

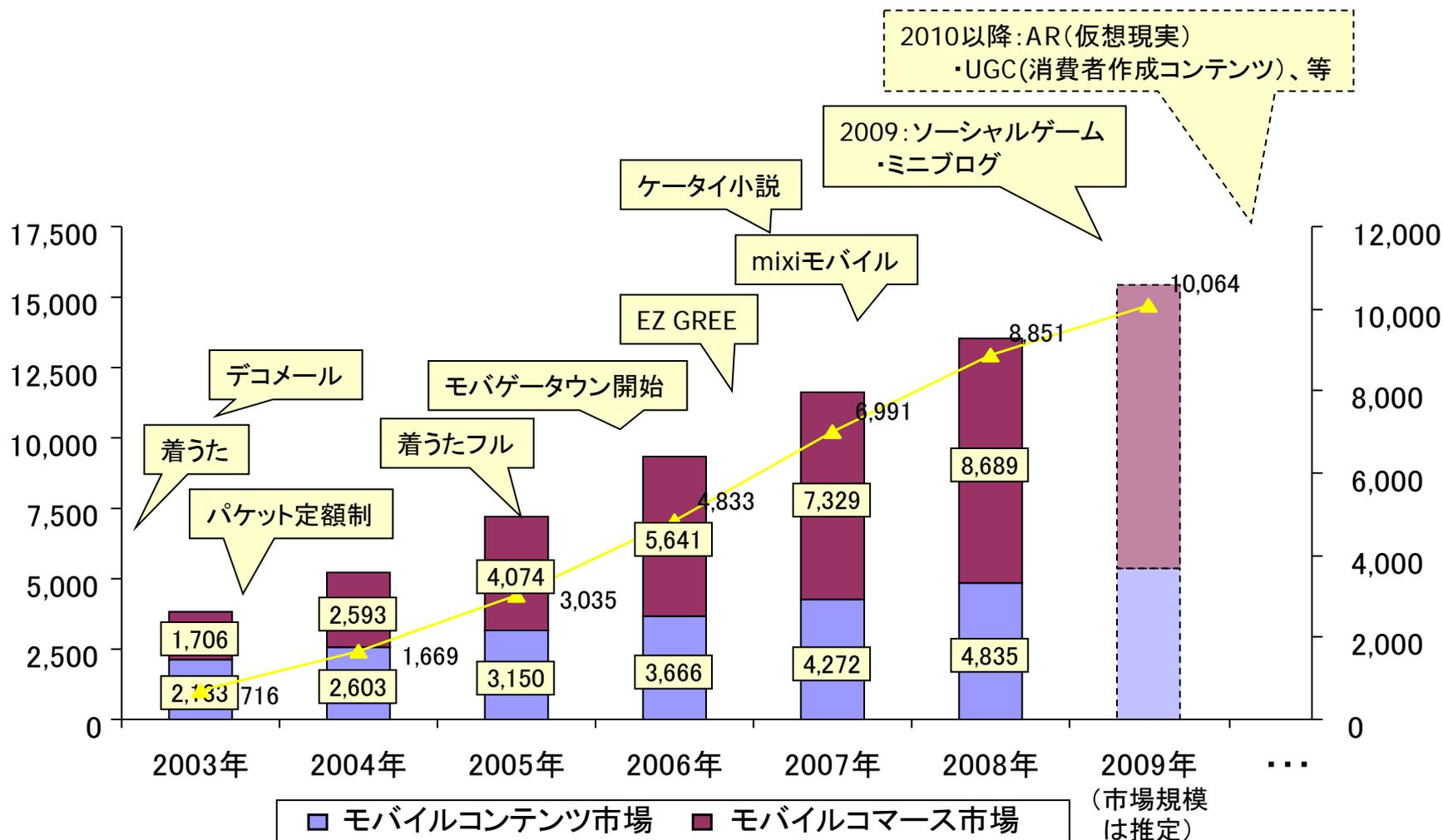
DeNA

2009年12月17日

株式会社ディー・エヌ・エー

モバイルコンテンツ市場のトレンド

市場規模(棒グラフ、単位:億円)

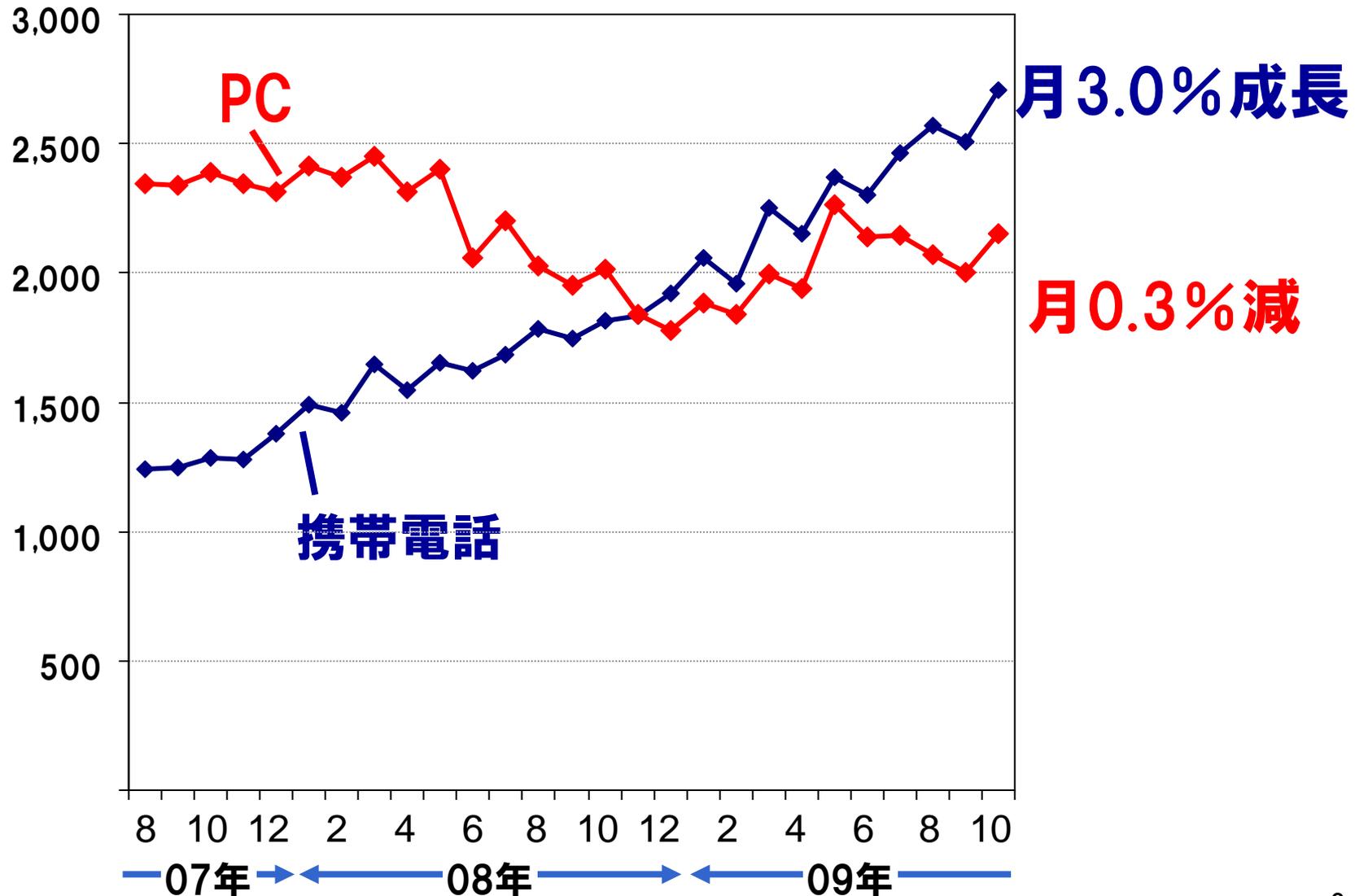


3G加入者数(折れ線グラフ、単位:万契約)

引き続き、力強い成長を見込む

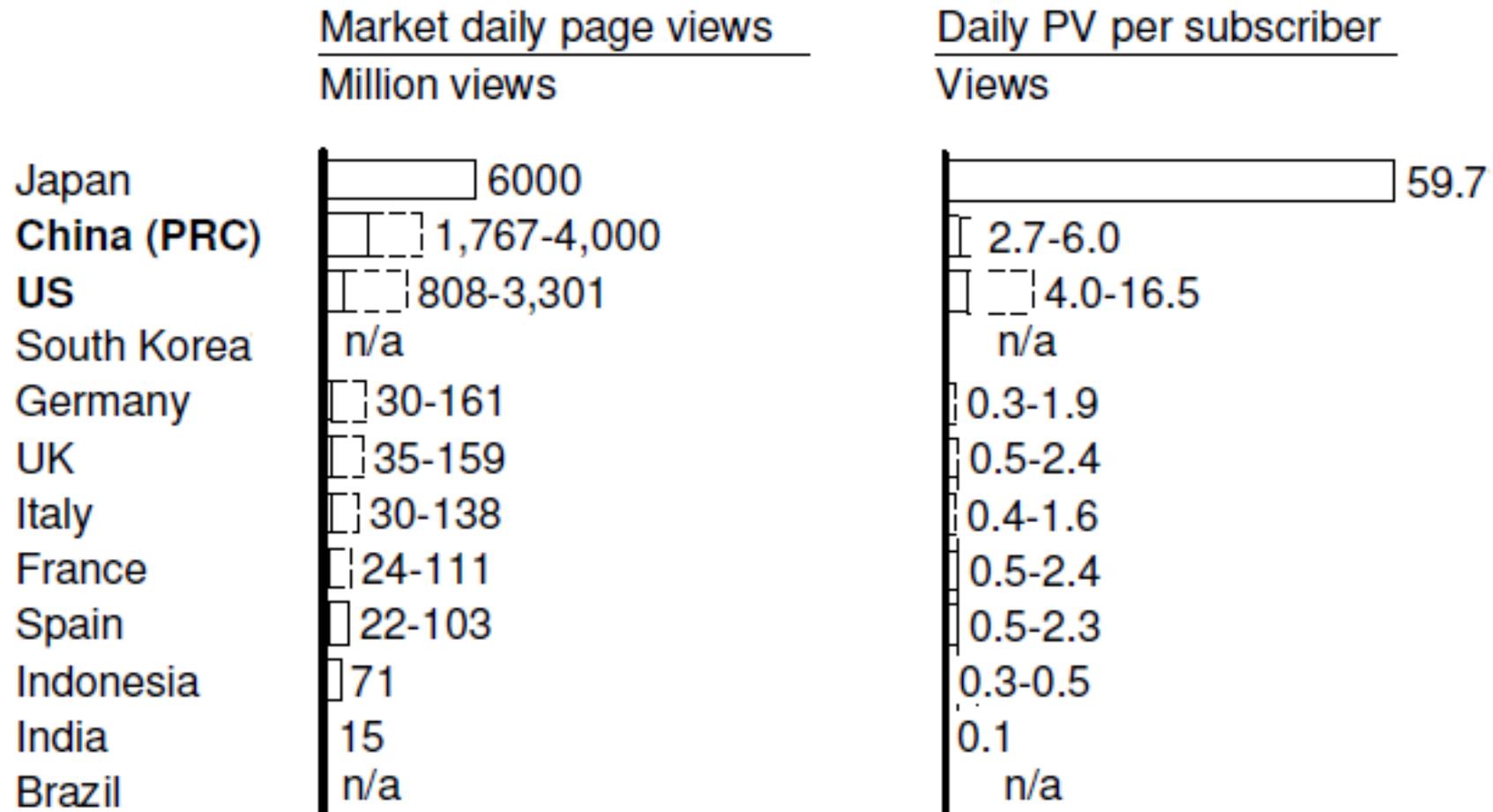
モバイルのページビュー(月間)がPCを逆転

(億PV)



携帯インターネットのPV(2008)

- 特に、携帯からのネット利用の差が顕著。他国を圧倒的にぶっちぎっている
- データ利用、ネット利用では圧倒的先進国



モバイルコンテンツ市場の日米比較

	日本	米国
市場規模	4,835億円 (2008年実績)	3,500億円(推計) (2008/6~2009/5)
成長率	CAGR 17-18%	CAGR 20-50%
成長を牽引している企業	DeNA, mixi, Gree, ...	Google, Facebook, Zynga, ...

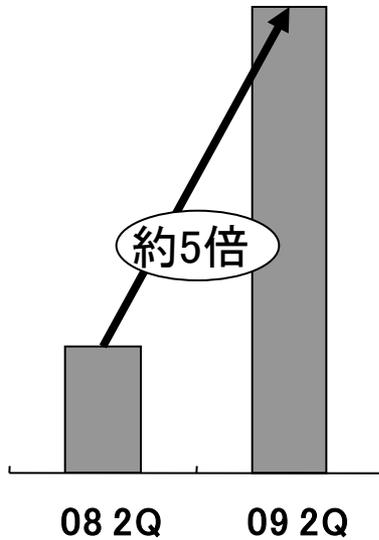
日本の周回遅れで、海外にも大きなチャンスが訪れようとしている

モバイル・トラフィックの爆発

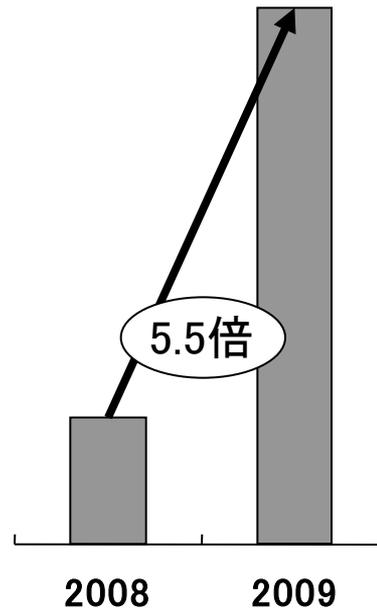


at&t

携帯データ通信量：NA

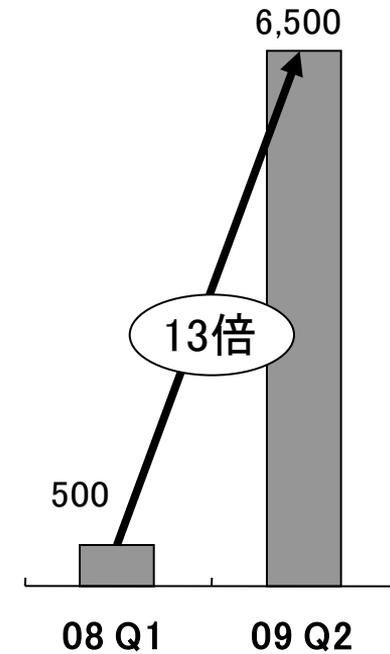


世界アクセス数：NA



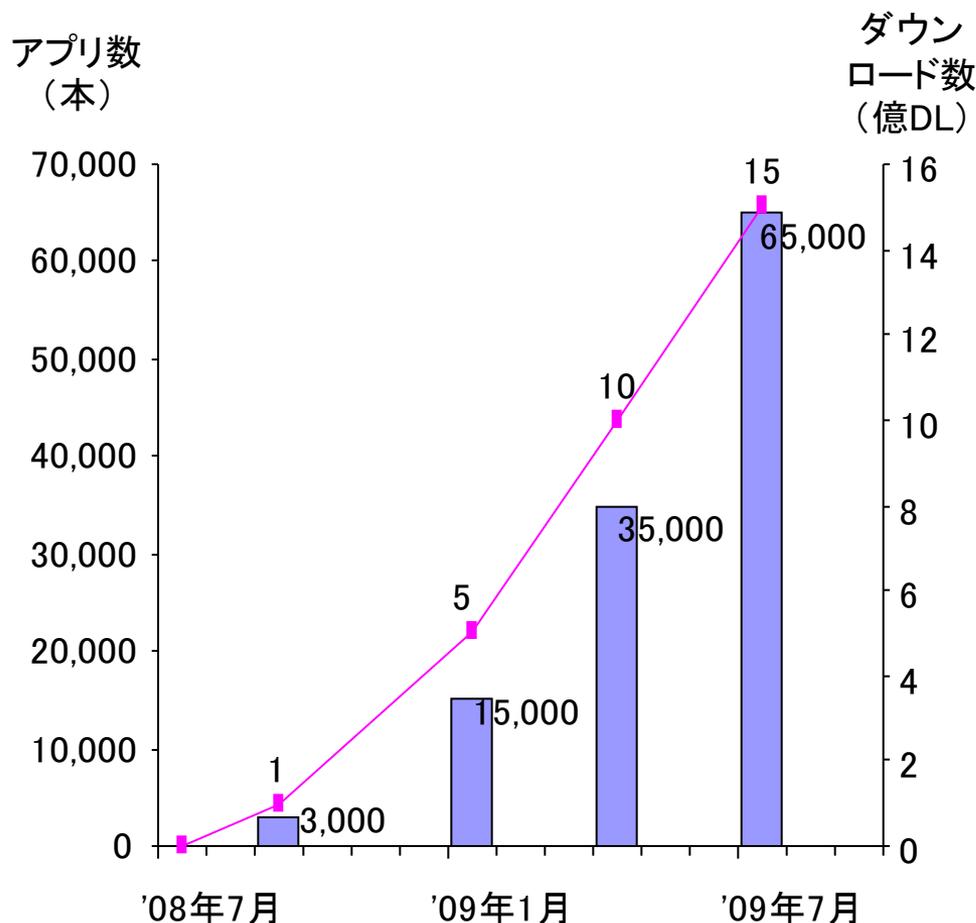
facebook

世界月次UU：万人



世界的なオープン化の潮流

iPhoneは開始1年で65,000のアプリを集めた



Facebookの規模・成長率は桁違い

- 月ユニークユーザは、2月に**1.5億人**が12月には**3.5億人**となった
- およそ**180カ国**から**100万人以上**のデベロッパーがFacebook上でアプリを開発し、**50万**のアプリケーションが公開中
(10ヶ月前は、60万人、5.2万アプリだった)
- そのうち、**100万人以上**の月ユニークユーザを集めているアプリケーションが**250本**、**1,000万人以上**のアプリは**12本**もある

海外勢もこれからの成長をモバイルに期待



2008 Eric Schmidt, CEO

真のモバイルウェブの登場によって「巨大な革命」が起こるだろう。まさに転換点に到達しようとしている。これはインターネットの再創造である。



2009 APR

モバイルは優先すべき分野の中核で、今後数か月は、PCにおけるモバイルとの融合、およびモバイルにおけるPCとの融合が進む状況を目にすることになる」



2009 May

モバイルからのアクセスは、対前年450%で伸びている。2年以内にユーザのアクセスの半分以上がモバイル端末からになる。



2008 March

2012年に世界のモバイル広告は191億ドルとなり、これは、2007年の7倍の水準である。



2009 Jun

中国3キャリア合計の2009年の3G通信網建設投資計画を1,700億元(約2兆2,100億円)に引き上げ



2009 Apr

世界のLTEモバイルブロードバンドサービスの加入者から得られる収益は、2014年の時点で700億ドルを超える見通し。

ICTの競争力をいかにしてあげるか

我々の問題意識

ベンチャー育成を
通じたイノベーション



- 起業環境(投資する側もされる側も)は、米国のほうが魅力的では
- 日本には、グーグルやアマゾンのような「革命的な」ベンチャーが生まれにくい

ICT市場の
グローバル化



- 市場をグローバルに捉えることにより、打ち手も異なるのではないか
- 日本に限定した規制等はグローバル市場においては実効性が薄くなってゆく
- このような規制等に合わせて作りこんだサービスが果たしてグローバルで通用するか(=日本は永遠にガラパゴスのまま)

知的生産・創造拠点
としての日本



- ICTインフラは整備されている
- ICT市場において、グローバルなイノベーションを起こすような優秀な人材、リーダー等が日本に集まるような戦略的施策を早急に打つべきではないか

日本に起業マインドがないわけではない

一定の領域では起業マインドは旺盛

- 10月にモバゲータウンのオープン化を発表
 - モバゲータウンを多くのデベロッパーに開放し、開発したゲームをモバゲータウンをプラットフォームとして提供できるように
 - 10月よりデベロッパー登録を受付
- 予想以上の大きな反響
 - 一次パートナー募集に対し多数の応募
 - 7割程度が2004年以降に立ち上げたベンチャー企業
- 彼らの多くは、iPhone・Facebookなど、グローバル市場で勝負することを夢見る若者たち

日米の起業環境の違い

米国の起業環境は魅力的

- 大学
- 創業資金
- 出口戦略
- 文化、風土

日本では、大きなベンチャーが育ちにくい

- 上場基準・ベンチャーキャピタルの投資マインドが律速に
⇒ 創業期からPLの黒字化を意識せざるを得ないため、冒険できない

○ やる気に満ちた優秀な若者が日本市場を捨て、言語・文化の壁を乗り越えて、海外へ流出してしまう心配すらある

インターネット関連の規制の現状

- 2008年12月施行 特定商取引に関する法律改正
(広告メール規制)
- 2009年4月施行 青少年インターネット環境整備法
(青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律)
- 2009年6月施行 薬事法施行規則の改正
(一般用医薬品の大部分のネット販売禁止等)
- 2010年1月以降 各自治体の携帯電話所持等の規制条例
(例:いしかわ子ども総合条例の改正 小中学生に携帯電話を持たせない
保護者の努力義務等)

- **利用者の安心・安全は重要**
- 一方で、新たな産業育成の観点からのグローバルな視点も重要であるはずで、規制においてはそのバランスを考慮いただきたい
- 特に、児童(18歳未満)の携帯電話からのインターネット利用において、安心・安全を担保するために、教育や業界の協力・努力による環境整備よりも、そもそも一律ブロック(使わせない)方向の議論等が多く見受けられるが、児童のITリテラシー教育・促進の面からの検討が深められるべきではないか

国(政策立案・実行)に期待する役割

ヒト・
モノ(アイデア)

- 世界各国からのイノベーション人材確保
- 教育(IT、言語等)
- ：

カネ

- 企業税制、会計(グローバル市場での競争を前提)
- 個人税制(エンジェル、キャピタルゲイン等)
- 取引所上場基準
- ：

- 企業が努力し続けることは当然
- 国は、世界中からヒト・モノ・カネを集める(シリコンバレー的なエコシステム)のためにどうすべきか?という視点でもっと政策立案行うべきではないか
- 日本がグローバルな知的生産・創造拠点であることでICTの競争力を高めるだけでなく、日本の発展に繋がるはず
- リスクをとって頑張る人を支援し、成功を賞賛するような前向きな政策立案・実行を期待したい