

概要

今日、インターネットビジネスにおいては、スマートフォンがユーザーとの接点の中心となったことで、スマートフォンアプリはより一層注目を浴びている。ユーザーは平均して毎日2時間40分をアプリ利用に費やし、一人当たり平均379ドルをも消費するようになり、その市場の重要性は日々高まっている。しかし、スマートフォンアプリを取り巻く環境も急速に変化し、新たなビジネスチャンスが増加しているにも関わらず、日本国内において収益創出に成功し、持続的に成長する非ゲームアプリケーションは極めて少ない。そこで本研究では、国内外の持続的成長を遂げている非ゲームスマートフォンアプリの収益モデルを分析することによって、今後のビジネスの手段としてのアプリの可能性と方向性を明らかにすることを目的とする。

多種多様なアプリで溢れかえる非ゲームアプリのジャンルにおいて、これまでの収益モデルはアプリ内広告とフリーミアムモデルが大多数を占めている。だが果たして本当に持続的な収益をもたらす最善のモデルなのだろうか。本研究ではインターネットにより、収益モデルにどのような変化がもたらされたかをインターネットが普及する以前の収益モデルに言及しながら検証した後に、スマートフォンアプリ特有の収益モデルと、日本国内外それぞれの持続的収益を上げているビジネスを調査することで、アプリ内広告やフリーミアムモデルを導入すれば、持続的な収益はもたらされるのかという点について検証していく。