

## News Release

2014年12月4日  
株式会社野村総合研究所

### 2020年度までのIT主要市場の規模とトレンドを展望 ～東京オリンピック・パラリンピックをマイルストーンにしたIT市場の動向～

株式会社野村総合研究所（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：嶋本正、以下「NRI」）は、このほど、国内を中心とするICT（情報通信技術）関連の主要5市場について、2020年度までの動向分析と規模の予測を行いました。

ICT・メディア産業市場は、多くの分野で成熟期を迎える一方、スマートフォンやタブレット端末に代表される新世代ハードウェアの普及、それに伴うコンテンツ配信市場やソーシャルメディアの成長と一部既存市場の衰退、ウェアラブル端末やM2M(マシン・トゥ・マシン)による新たな市場の形成など、構造変化が起きています。

以下は、「デバイス市場」、「ネットワーク市場」、「プラットフォーム市場」、「コンテンツ配信市場」、「ソリューション市場」についての主要なトレンドと、予測結果です。

#### ●市場別の特徴的な変化やトレンド

##### 【デバイス市場（7分野）】

- ・次世代テレビ、ウェアラブル端末、3Dプリンターが大きな成長市場である。
- ・各種の端末からスマートフォンへの集約が進む一方、インターネットショッピングの注文リモコンのように機能を特化させた専用デバイスが登場している。「入力デバイス」の多様化を超え、その先の新しい「出力デバイス」の時代へ移行する。

##### 【ネットワーク市場（2分野）】

- ・政府の政策等により、市場構造が急激に変化しつつある。設備競争だけでなくサービスの競争が加熱し、異業種との市場共創が必須になる。
- ・移動通信分野では、MVNOや公衆無線LAN市場が大きな成長をみせる。

##### 【プラットフォーム市場（4分野）】

- ・携帯端末のスマートフォンへの移行に伴い、B2C EC(消費者向け電子商取引)市場、携帯向けインターネット広告市場はさらに拡大する。
- ・東京オリンピック・パラリンピックに向け、スマートペイメントが浸透する。

##### 【コンテンツ配信市場（4分野）】

- ・スマートフォンへの一極集中が進み、スマートフォン以外のコンテンツ配信市場は成熟期から衰退期に向かう。
- ・生活者起点での「ユーザーエクスペリエンス（利用体験）」を中心とした戦略により、新たな市場を創出することが求められる。

##### 【ソリューション市場（3分野）】

- ・データセンターと法人ネットワーク市場は規模的に大きいものの、大きな成長は見込めない。一方で、情報セキュリティ関連市場は堅調に伸び、またM2M市場が急激に成長することにより、全体としては高い成長性を示すようになる。

注) 各市場の定義は【ご参考】をご覧ください。

今回の市場分析や予測の詳細は、単行本「ITナビゲーター2015年版」として、東洋経済新報社より、12月4日に発売されます。

●国内の ICT 市場規模予測（一部世界市場を含む）

市場・分野(単位)		2014	2015	2020	年平均成長率(%)※※	
		(*は年、それ以外は年度)				
デバイス市場	携帯電話端末(世界)	(百万台)	1,907	1,980	2,244	2.7%
	うち国内	(百万台)	38.2	38.4	31.5	-3.2%
	携帯電話契約(国内)	(万契約)	12,810	13,080	13,950	1.4%
	タブレット・電子書籍端末※	(万台)	1,092	1,217	1,270	2.5%
	超高精細テレビ	(万世帯)	166	333	1,996	51.4%
	インターネットテレビ	(万世帯)	1,831	2,036	3,053	8.9%
	うち次世代スマートテレビ	(万世帯)	97	295	1,339	54.9%
	デジタルカメラ※	(万台)	640	580	610	-0.8%
	デジタルビデオカメラ※	(万台)	140	130	130	-1.2%
	車載情報端末	(万台)	569	582	630	1.7%
	ウェアラブル端末※	(万台)	44	103	556	52.6%
	3D プリンター	(万人)	13	17	83	36.1%
ネットワーク市場	固定ブロードバンド回線	(万世帯)	3,310	3,344	3,536	1.1%
		(億円)	17,634	17,865	18,576	0.9%
	携帯電話回線	(万回線)	14,805	15,155	16,104	2.0%
		(億円)	64,650	64,015	64,197	-0.1%
	モバイルデータ通信	(万回線)	1,481	1,407	1,061	-5.4%
		(億円)	5,947	5,769	4,231	-5.5%
	公衆無線 LAN	(万回線)	1,829	2,348	4,114	14.5%
		(億円)	431	465	561	4.5%
	MVNO(仮想移動体通信事業者)	(万回線)	601	822	2,109	23.3%
プラットフォーム市場	B2C EC (消費者向け電子商取引)	(兆円)	12.8	14.4	25.1	11.9%
	スマートペイメント	(兆円)	54.2	58.2	87.4	8.3%
	インターネット広告(PC向け)※	(億円)	5,339	5,442	5,777	1.3%
	インターネット広告(携帯向け) ※	(億円)	2,464	2,986	5,810	15.4%
	ポイント	(億円)	8,994	9,204	10,756	3.0%
コンテンツ配信市場	ゲーム	(億円)	11,401	11,328	10,690	-1.1%
	-ハードウェア	(億円)	1,635	1,450	831	-10.7%
	-ソフトウェア	(億円)	2,335	2,160	1,657	-5.6%
	-ソーシャルゲーム	(億円)	7,430	7,717	8,203	1.7%
	電子書籍・雑誌・新聞	(億円)	2,210	2,609	3,928	10.1%
	動画配信(VOD)	(億円)	1,343	1,480	2,006	6.9%
	BS放送	(万世帯)	3,330	3,412	3,573	1.2%
		(億円)	798	850	1,063	4.9%
	有料放送プラットフォームサービス	(万世帯)	1,450	1,457	1,457	0.1%
	-ケーブルテレビ	(万世帯)	821	829	849	0.6%
-衛星多チャンネル放送	(万世帯)	526	519	482	-1.4%	
-IP放送	(万世帯)	104	109	126	3.4%	
ソリューション市場	クラウド(SaaS, IaaS, PaaS)	(億円)	5,586	6,000	8,240	6.7%
	データセンター	(億円)	9,844	10,492	14,175	6.3%
	法人ネットワーク	(億円)	7,839	7,675	7,078	-1.7%
	M2M(マシン・トゥ・マシン)	(億円)	3,472	5,185	16,455	29.6%
	情報セキュリティ	(億円)	5,222	5,550	7,341	5.8%

※※ 2014~2020年度(もしくは年)の間の年平均成長率を表す。

## ●各市場における、分野別のトレンド

### 【デバイス市場】

アジア地域を中心とした携帯電話契約数の増加と、スマートフォンの需要拡大によって、2015年度の世界におけるスマートフォンを含む「携帯電話端末」の販売台数は20億台に達します。今後も、新興国における低価格スマートフォンの販売台数の増加が市場を牽引していきます。

日本市場では、フィーチャーフォン（従来の携帯電話端末）からスマートフォンへの移行の鈍化、および買い替えサイクルの長期化に伴い、携帯電話端末の販売台数は徐々に減少に向かい、4,000万台規模から3,000万台前半にまで落ち込みます。

「タブレット端末、電子書籍端末」は、2020年には世界で3.8億台、日本では1,300万台が販売され、パソコンの出荷台数を上回ると予想されます。タブレット端末は、先進国においてはパソコンやモバイルノートパソコン（持ち歩きできるA4サイズ以下のパソコン端末）の置き換えとして、新興国では1台目のパソコンとして普及が進んでいますが、スマートフォンの大型化などにより、成長率を急速に鈍化させています。

「超高精細テレビ」の保有世帯数は、2014年度末の166万世帯から、テレビの買い替え需要と4Kテレビへの買い替えを主な理由に、2020年度末には約2000万世帯まで拡大します。同様に、「インターネットテレビ」の保有世帯数は、2014年度末の1831万世帯から、より高機能なテレビ端末への買い替えを主な理由に、2020年度末には約3,000万世帯まで拡大します。そのうち、「次世代スマートテレビ」は、2020年度末に約1,300万世帯にまで拡大すると予測されます。

「コンパクトデジタルカメラ」は、スマートフォンの普及により、世界的に台数・金額ともに縮小しています。2014年のコンパクトデジタルカメラの市場は、販売台数ベースで前年比約75%と減少し、さらに2020年の販売台数は3,000万台強と、2011年の市場のピーク時に比べて4分の1にまで減少すると予想されます。

「ウェアラブル端末」は、市場の起爆剤と思われたアップル社の「Apple Watch（アップルウォッチ）」、グーグル社の「Google Glass」などブランド力のある端末の投入の遅れや、販売力のある携帯キャリアの参入の遅れにより、2014年の国内販売台数は44万台にとどまる見込みですが、その後市場が拡大し、2020年には556万台に達すると予想されます。

### 【ネットワーク市場】

「固定ブロードバンド回線」の加入件数は、2014年度末の3,310万加入から、2020年度末には約3,540万加入に達すると予測されます。

固定ブロードバンドの中心である光回線においては、市場の約7割（サービスベース）のシェアを保有するNTTが、「サービス卸」の開始を2014年5月に発表しました。通信事業者のみならず、多様なプレーヤーが光ファイバーを利用したサービスを提供していくことにより、新サービスの創出や既存の光回線インフラの効率的な利用が促進されていくことが期待されます。

「携帯電話回線の契約」数は、タブレット端末や通信モジュールが組み込まれた機器の増加、多様なMVNO（Mobile Virtual Network Operator、仮想移動体通信事業者）の登場などにより、2014年度末の約1億4,805万回線から、2020年度末には1億

6,104 万回線に増加します。

「モバイルキャリア・ワイヤレスブロードバンド」の分野においては、これまでのような携帯電話、スマートフォンに加えて、M2M や IoT (Internet of Things) と呼ばれるさまざまな機器における通信機能の付加が進んでおり、異業種との融合による利活用が進んでいくと考えられます。また政府の政策において MVNO の普及促進が掲げられており、携帯電話サービスの多様化も進む見込みです。

### 【プラットフォーム市場】

「B2C EC 市場」は、10 兆円を大きく上回り、2020 年度には 25 兆円を超える見込みです。スマートフォンやタブレット端末の普及に伴い、自宅のパソコンからだけでなく、時間や場所を問わずに EC を利用することができるようになってきたことが、市場の成長を後押しします。今後は、従来から EC が利用されてきた書籍や電化製品だけでなく、生鮮食品や、ファッション、医薬品を EC で購入する消費者が増えています。

「スマートペイメント」の市場は、対面決済、非対面決済とも堅調に拡大していきます。クレジットカードの利用額は今後も堅調に拡大し、2020 年度には 70 兆円に達します。2020 年の東京オリンピックに向け、キャッシュレス決済の推進が見込まれており、新たなビジネスチャンスが生まれています。

「インターネット広告」の分野では、特にスマートフォン利用者において、ブラウザからよりもアプリからのネット接続が増加することから、アプリ内のリワード広告や、SNS を活用した新たな広告手法が登場し、一定の成功を収めると見られています。

「ポイント」市場は、2020 年度には 1 兆 756 億円に達します。大手企業を中心に、ポイントの付与率を全体として下げるサービス改定が行われています。これは、一見サービスの改悪に見えますが、むしろより優良な顧客に絞って優遇しようとする姿勢が現れているものです。今後、各企業にとって「誰が大事な顧客か」に基づいた施策が重視される傾向は強まっています。

### 【コンテンツ配信市場】

「ゲーム」市場では、ハードウェアの市場規模は、2020 年度には 831 億円と予測されます。2014 年にソニー・コンピュータエンタテインメントから発売された PlayStation 4 は、国内外で高い評価を受けており、海外のマイクロソフト社が提供する Xbox プラットフォームの市場シェアを奪っています。しかし、新型ハードウェア投入の市場への効果は年々弱まっており、市場規模の縮小は続いていくものとみられます。

「ソフトウェア」の市場規模は、2020 年度には 1,657 億円と予測されます。「ハードウェア」ほどではないものの、市場規模の縮小は避けられず、ゲームソフトの開発企業も開発リソースを従来型・課金型双方に最適に振り分けることが求められます。

「ソーシャルゲーム」の市場規模は、2020 年度には 8,203 億円と予測され、今後もコンテンツ配信市場を牽引していきます。

「電子書籍・雑誌・新聞」市場は今後も成長を続け、一般消費者向けおよび企業・団体向けの合計で、2014 年度の 2,210 億円から 2020 年度には 3,928 億円にまで成長します。市場が拡大する一方、電子書籍・雑誌・新聞などの提供基盤の集約と寡占化が進み、コンテンツホルダーにとっては、既存の販売以外の形態、たとえば広告収入

やデータベースサービスなどの新しい事業機会を捉えることが求められます。

「動画配信」市場は、NTT ドコモの「d ビデオ powered by B e e TV」など、携帯電話事業者が自社端末向けに提供するサービスの普及や、日本テレビ放送網が買収した「Hulu（フールー）」など、月額固定料金で豊富な映像コンテンツを視聴できるサービスの利用拡大により、2020 年度には 2,000 億円を超える規模に成長すると予測されます。

### 【ソリューション市場】

企業の業務システムを支える「データセンター」・「法人ネットワーク」は、合わせて 1.7 兆円に達する大きな市場セグメントとなっています。一方で、少子高齢化による国内経済成長の低下局面を迎え、事業者は、市場競争力の強化、成長する市場セグメントへの重点化が求められます。

データセンターと法人ネットワークに近い領域として現在、高い成長性を示す市場セグメントは「クラウド」です。しかしクラウド化には、IT サービスの価格低下を引き起こす潜在要因があることから、サービス提供事業者は顧客企業のクラウド利用を前提としつつ、サービスの付加価値向上の議論を進める必要があります。

「M2M」は近年、成長著しい領域となっています。2018 年までの予測としては、遠隔検針そしてスマートグリッドに向けたエネルギー領域が成長を牽引し、その間に他の産業分野にも拡大してゆくことが見込まれます。

「情報セキュリティ」市場は、スマートフォンやタブレット端末を用いてインターネットを利用する機会が増大していることに伴って、新たな脅威の出現が続いており、需要は堅調であると予測されます。

---

### 【ニュースリリースに関するお問い合わせ】

株式会社野村総合研究所 コーポレートコミュニケーション部 清水、香山  
TEL : 03-6270-8100 E-mail : kouhou@nri.co.jp

### 【予測に関するお問い合わせ】

株式会社野村総合研究所 ICT・メディア産業コンサルティング部 齋藤、岸  
TEL : 03-5533-2288 E-mail : itnavi2015-pmo@nri.co.jp

【ご参考：各市場・分野の定義と説明】

●デバイス市場

<p>携帯電話端末</p>	<p><b>世界市場</b>：全世界で販売されるスマートフォンを含む携帯電話端末の市場を指す。本節でのスマートフォンとは、Android 端末や iPhone、ウィンドウズフォン、BlackBerry（ブラックベリー）などの高機能携帯電話端末を指す。携帯電話事業者が技術仕様を策定していない、いわゆるオープン OS を利用した端末を対象とする。</p> <p><b>日本市場</b>：日本国内で販売されるスマートフォンを含む携帯電話端末の市場を指す。</p>
<p>タブレット・電子書籍端末</p>	<p><b>タブレット端末</b>：画面サイズが5インチ以上で、主にユーザーインターフェースとしてタッチパネルを採用し、アプリ開発環境が公開されている OS（基本ソフト）が搭載され、アプリやソフトを自由にインストールでき、音声通話を主要用途としていないコンピュータ機器を指す。</p> <p><b>電子書籍端末</b>：5インチ以上の電子ペーパーをディスプレイとする、タブレット端末と類似した形態を持つ、電子書籍を読むための専用の端末を指す。</p>
<p>次世代テレビ</p>	<p>「<b>超高精細テレビ</b>」と「<b>インターネット接続可能テレビ（インターネットテレビ、スマートテレビおよび次世代スマートテレビ）</b>」の2つの分野を対象に、保有世帯数を予測。機能別での保有世帯数予測のため、重複する。</p> <p>「<b>超高精細テレビ</b>」：世界的には「<b>UHD（Ultra High Definition）TV</b>」とも呼ばれる。主にフルハイビジョン（約207万画素）の4倍（約829万画素）の画素数が表示できる「<b>4Kテレビ</b>」を指す（Kとは1000を表す）が、フルハイビジョンの16倍（約3318万画素）である「<b>8Kテレビ</b>」を含むことがある。ただし、本節の超高精細テレビの予測には、2020年度までの放送開始が現時点では不明確な8Kテレビは含まない。</p> <p>「<b>インターネット接続可能テレビ</b>」：「<b>インターネットテレビ</b>」「<b>スマートテレビ</b>」「<b>次世代スマートテレビ</b>」の3つを定義する。</p> <p>「<b>インターネットテレビ</b>」は、インターネットに接続することで、情報サービスの閲覧や動画配信サービスなどを閲覧・視聴できるテレビ端末を指す。</p> <p>「<b>スマートテレビ</b>」は、インターネットテレビよりも高い処理能力を持つCPU（Central Processing Unit：中央処理装置）を搭載し、スマートフォンでさまざまなアプリ（アプリケーションソフト）が利用できるのと同様なことが、テレビの画面上でできる機能を保有するテレビ端末のことである。</p> <p>「<b>次世代スマートテレビ</b>」は、インターネット上のコンテンツを取得するための制御信号を放送波に組み込み、番組の内容に応じてそのコンテンツを画面上に表示することができるテレビ端末を指す。次世代スマートテレビには日本の独自規格がある。NHKが2013年9月に同端末向けに開始した「<b>NHK Hybridcast</b>」と2014年10月よりTBSテレビが開始した「<b>TBS Hybridcast</b>」が、2014年11月時点で、同規格に基づき定常的に提供されているサービスである。なお、ケーブルテレビ事業者や、NTTぷらら、KDDIなどの通信事業者が提供するSTB（セットトップボックス）のみで、同様な機能を利用する世帯は今回の予測に含まない。</p>

デジタルカメラ・デジタルビデオカメラ	CMOS（Complementary Metal Oxide Semiconductor：相補性金属酸化膜半導体）などの撮像素子を用いて、静止画および動画の撮影を主目的とする一般消費者向けの機器を対象とする。本節で扱う撮影機器は、静止画主体の「デジタルスチルカメラ」と、動画主体の「デジタルビデオカメラ」に大別され、前者のデジタルスチルカメラ市場は、「コンパクトデジタルカメラ」と「一眼デジタルカメラ」に区分される。一眼デジタルカメラは、内蔵ミラーの有無によって、さらに「一眼レフデジタルカメラ」と「ミラーレス一眼デジタルカメラ」とに分かれる。本市場には、携帯電話端末・スマートフォンなど、撮影が主目的ではない端末は対象にしない。また、法人向け端末も含めないため、監視カメラや、製造業の生産ラインで用いられる FA（Factory Automation）機器、車載カメラなども対象としない。
車載情報端末	国内自動車販売台数におけるカーナビゲーションシステム端末（カーナビ）の搭載台数。①自動車用品店などで一般に販売されている「市販品」と、②国内自動車メーカーに納入され、完成車の一部として国内販売される「純正品」、③簡易型で持ち運び可能なポータブルナビゲーション端末（PND：Portable Navigation Device）が含まれる。
ウェアラブル端末	ウェアラブル端末とは次の 3 点を満たす情報端末と定義し、その販売台数を市場規模とした。 ①持ち運びできる（portable）だけでなく、身につけること（wearable）ことで機能を発揮する②他の端末やネットワークとの通信機能を備えている③一定の処理能力・センサー能力を有する。
3D プリンター	3D プリンターとは、専用ソフトウェアで作成された 3 次元のデータ（3 次元 CAD データや 3 次元 CG データなど）をもとに、主として積層造形方式によって、3 次元の立体物を出力する機器を指す（素材の削り出しで立体物を出力する 3D プロッタ等は含まない）。

### ●ネットワーク市場

固定ブロードバンド回線	本節では、光ファイバー回線、DSL、CATV インターネットの 3 つの固定ブロードバンド回線の市場を対象とする。市場規模予測は、一般世帯向けの市場を対象とし、固定ブロードバンド回線の料金に加え、インターネットサービスプロバイダーの料金も含めて行っている。
携帯電話回線	<b>携帯電話・PHS 契約回線数</b> ：国内の携帯電話事業者、PHS 事業者の総契約回線数。タブレット端末や電子書籍端末、デジタルフォトフレームなどの端末、自動車・自動販売機などへの組み込み（モジュール）型の回線は含むが、WiMAX、AXGP のデータ通信規格は含まない。 <b>携帯電話の通信事業収入</b> ：国内の携帯電話事業者の総電気通信事業収入を対象とする。PHS および WiMAX 事業の収入は含まない。「各年度の契約回線数×年平均 ARPU（1 契約あたりの月間平均収入）×12 ヶ月」から算出している。
モバイルデータ通信	データカード端末や USB 機器、モバイル Wi-Fi ルーターを接続して通信を行う、データ通信サービスの回線数、通信事業収入のうち、W-CDMA、HSDPA、HSPA+、CDMA2000、CDMA20001x EV-DO、LTE、PHS、AXGP、WiMAX など、高速通信が可能なモバイルデータ通信サービスを対象とする。スマートフォンを介するデータ通信サービスである「テザリング」機能は含まない。
公衆無線 LAN	通信事業者やサービス事業者が提供する公衆無線 LAN サービスのうち、月額料金および一時的な利用に伴い料金が発生するサービスの収

	入を対象とする。携帯電話事業者がスマートフォンのオプションサービスとして、有料または無料で提供しているサービスの回線数および売り上げも含む。
--	--

### ●プラットフォーム市場

B2C EC (消費者向け 電子商取引)	インターネット経由で一般消費者向け商品・サービスを販売する市場を対象とする。携帯電話端末・スマートフォン、タブレット端末など、携帯電話回線を介したネット経由の商品・サービスの販売（モバイルEC）も含まれる。ホテル予約のように、実際の決済は実店舗で行われ、ネット上では完結しない予約型の商品・サービスも、市場規模に含む。ただし、自動車や不動産におけるネットを介した見積もり依頼や各種申し込みのように、最終意思決定や契約がネットで完結しないものは市場規模に含めていない。また、オンライントレードやネットバンキングなど、金融サービス市場、ネット経由で購入するデジタルコンテンツ（音楽、映像、eラーニングなど）市場およびネットを介した公営競技やオークションの市場も含まれていない。
スマートペイ メント	企業と個人間（B2C）の商取引において、現金や銀行での手続きを必要としない電子的な決済手段を“スマートペイメント”と呼び、その取扱高を市場規模と捉える。対象となる決済手段として、デビットカードは含むが、銀行口座にかかわる手動操作を伴う口座振替や銀行振込は含めない。
インターネッ ト広告	ウェブサイトや携帯電話（スマートフォンを含む）向け情報サイト上の広告掲載、および電子メールによる広告配信など、インターネットおよび携帯電話を利用した通信回線上のサービスで提供される広告関連の市場。
ポイント	企業と個人との通常の商取引において、各業界の主要企業から個人に発行されるポイントの最少の現金相当額。上得意顧客などの特別な会員向けに追加発行されるものや、期間限定・商品限定などで追加発行されるもの、アンケートへの回答および来店によって発行されるものなどは対象外としている。

### ●コンテンツ配信市場

ゲーム	携帯電話やゲーム専用機など、家庭用の電子端末を用いて遊べるゲームを対象とする。ゲームは、従来型（ゲームソフト販売型）と課金型の2種類に大別される。前者はソニー・コンピュータエンタテインメントの PlayStation などの据置型ゲーム等に見られるように、プレイの事前に支払うソフトウェアの購入代金を主な売上とするビジネスモデルである。後者は、ソーシャルゲーム等に見られる、基本的に無料で遊べるが、アイテムを購入するなど、さらに楽しむために支払う料金を主な売上とする。
電子書籍・ 雑誌・新聞	各種端末（PC やスマートフォン等）を対象に、コミックや小説などの各種書籍コンテンツ、雑誌コンテンツ、および新聞コンテンツを配信するサービスの売上で構成される。有料配信に伴う売上のみを対象とし、無料の配信サービスで生じる広告の売上や、コンテンツ配信のためのシステムなどの市場は含めない。
動画配信 (VOD)	消費者が、パソコン、テレビ、携帯電話端末（スマートフォン・タブレット端末を含む）などの機器を用い、インターネットやケーブルテレビなどを經由して、自分がリクエストした映画、アニメ、海外ドラマ、アダルトビデオなどの映像コンテンツを視聴するために、動画配

	信（VOD）サービスを提供する事業者に支払う金額の合計額。
BS放送	戸建住宅の屋上や集合住宅のベランダ等にパラボラアンテナを設置し、BS放送を直接受信する「直接受信が可能な世帯」、集合住宅における「共聴設備経由で受信が可能な世帯」、および有線経由でBS放送波を受信する「ケーブルテレビ経由での受信が可能な世帯」の3種類の世帯を対象に、BS放送の受信可能世帯数を把握・予測する。また、BS放送の市場規模は、「広告収入」を対象に予測する。NHKの放送受信料は含まない。
有料放送プラットフォームサービス	同軸ケーブルや光ファイバーを用いて提供される多チャンネルサービス（ベーシックパッケージや小パッケージは含むが、地上波放送やBS放送の再送信のみのプランは除く）を視聴する「ケーブルテレビ加入世帯」、衛星を利用して提供される有料放送プラットフォームサービスを視聴する「衛星放送プラットフォーム加入世帯」、および光ファイバー網など閉域のIP（Internet Protocol）ネットワーク網を利用して放送番組が提供される多チャンネルサービスを視聴する「IP放送加入世帯」の3種類の世帯数。

### ●ソリューション市場

クラウド (SaaS, IaaS, PaaS)	主に通信ネットワークを介してさまざまなシステム機能やアプリケーションソフトを提供する企業向けソリューション・サービスであるSaaS、IaaS、PaaSの、国内における利用料の合算とする。
データセンター	狭義では「ホスティングサービス」と「コロケーションサービス」に大別されるが、広義に捉えると「アウトソーシングサービス」「マネージドサービス」がこれらに加わる。ここでは、国内における、ホスティング、コロケーション、アウトソーシング、マネージドサービスまでを対象とする。
法人ネットワーク	「従来型専用線」「イーサネット専用線」「FR・CR（フレームリレー・セルリレー）」「広域イーサネット」「IP-VPN」「エントリーVPN」、および「インターネットVPN」など、国内における法人企業向け回線サービスの収入を対象とする。
M2M(マシン・トゥ・マシン)	モノ（機械）同士が通信する仕組みを用いて情報通信システムを構築、運用する費用と通信費用の合計。主要な5領域（自動車、エネルギー、流通、セキュリティ、医療・ヘルスケア）が対象。電話やPHSなどを使って人同士が行う通信や人と機械の間で行う通信は含まない。
情報セキュリティ	法人を対象とした、情報セキュリティ用途に特化した機能を搭載したハードウェア・機器およびソフトウェアから構成される情報セキュリティツールと、システムの設計・構築、運用アウトソーシング（外部委託）、およびSaaS（Software as a Service）形態で提供されるソフトウェアから構成される情報セキュリティサービスの売上の合計。