

第259回 NRIメディアフォーラム

「ITナビゲーター2018年版」 これからICT・メディア市場で何が起こるのか ～ 2023年までの市場トレンドを予測 ～



2017年11月29日

株式会社野村総合研究所
コンサルティング事業本部
ICT・メディア産業コンサルティング部
部長・上席コンサルタント
上級コンサルタント
コンサルタント
コンサルタント

石綿 昌平
佐藤 将史
小山 満
中尾 実貴

NRI上海

副主任コンサルタント

林梧婷

目次

1. はじめに

2. 宇宙ICT市場

3. 日本国内のシェアリングエコノミー市場

4. 中国におけるシェアリングエコノミー市場

5. 音声エージェント端末市場

6. xTech市場

7. 参考資料(各市場規模予測)

目次

1. はじめに

2. 宇宙ICT市場

3. 日本国内のシェアリングエコノミー市場

4. 中国におけるシェアリングエコノミー市場

5. 音声エージェント端末市場

6. xTech市場

7. 参考資料(各市場規模予測)

はじめに

ICT市場の“今”と“未来”を知るためのツール 「ITナビゲーター2018年版」

- 2017年11月30日
東洋経済新報社から発売
- 電子版も年内に配信予定
- これまで17年間出版を継続



はじめに

「ITナビゲーター2018年版」では、27の市場規模予測に加え、 2023年に向けたICT・メディア市場の注目トピックも解説

注目トピック

各市場予測

第1章
2023年
に向けてICT・
メディア市場で
何が起ころのか

次世代ITに
呼応する
宇宙ビジネス

自立を見据え
協調を尊ぶ
国内
シェアリング
エコノミー市場

国民生活に
革命をもたらす
中国
シェアリング
エコノミー市場

IoT時代の
APIエコノミー
の可能性

AI/IoT時代
における
パーソナルデータ
流通ビジネスの
潮流

第2章
デバイス市場

携帯電話
端末

4Kテレビ・
インターネット接続
可能テレビ・
ストリーミング
プレーヤー

VR

音声
エージェント
端末

ドローン

3Dプリンタ

第3章
ネットワーク
市場

固定
ブロードバンド
回線

モバイル・
ワイヤレス
ブロードバンド

第4章
コンテンツ配信
市場

ゲーム

動画配信

音楽配信

放送・メディア

第5章
プラットフォーム
市場

クラウドサービス
データセンター・
法人ネットワーク

情報セキュリティ

クラウド
サービス
活用KPI

IoT

ブロック
チェーン

RPA

第6章
xTech
市場

Fintech

RetailTech

AdTech

FoodTech

EdTech

SporTech

HR Tech

AgTech

Health Tech

アンケート調査の実施

■市場構造の把握や市場規模の推計にあたり、以下のアンケート調査を実施しました。

(B2C調査)

「情報通信サービスに関するアンケート調査」

調査方法 : インターネットアンケート
(Webアンケート)
調査対象 : 日本国内に居住する年齢
15歳～69歳のインターネット
ユーザー
実施 : 2017年7月
有効回収数 : 2,066

(B2B調査)

「ITの利活用に関するアンケート調査」

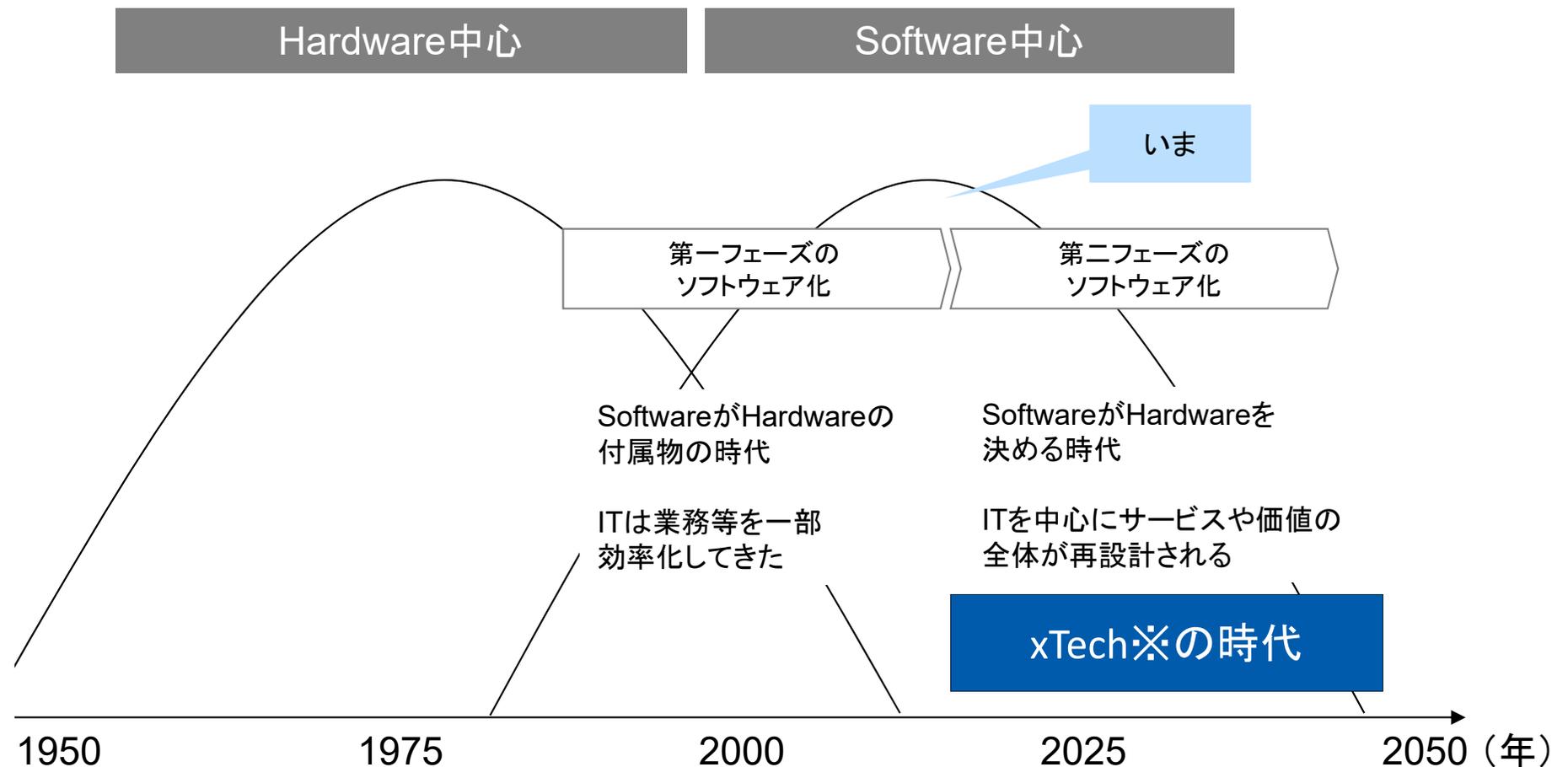
調査方法 : インターネットアンケート
(Webアンケート)
調査対象 : 日本国内の企業に勤め、IT機器
やサービスの導入に関与して
いるインターネットユーザー
実施 : 2017年7月
有効回収数 : 3,690

はじめに

“Software is eating the world.”

現在は、ソフトウェアによりあらゆるものが構造変化させられる動きの仕上げ段階である

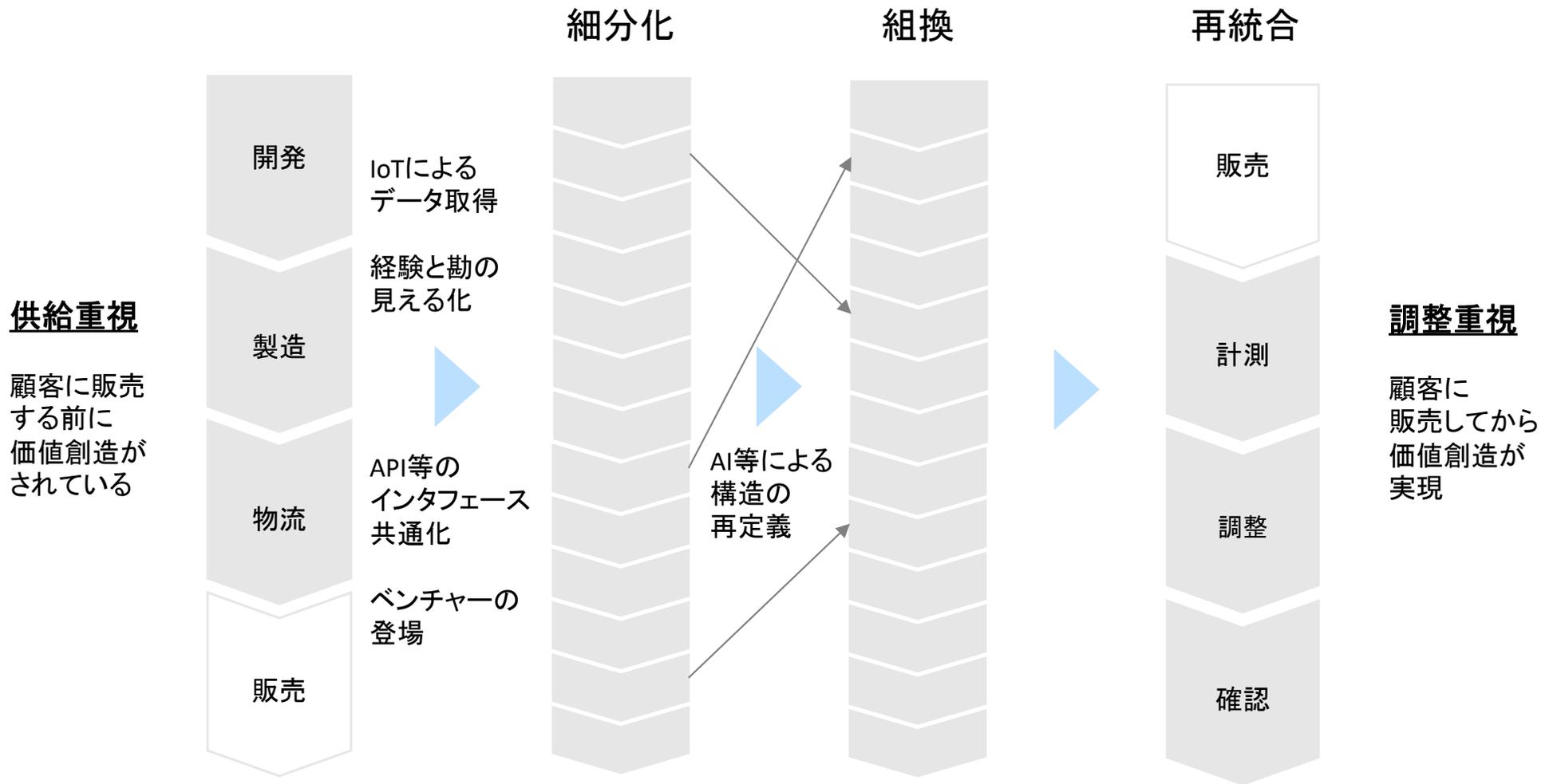
ITまわりの大局観



※) xTechとは、ITをさまざまな分野に応用して、新しい価値創造等を行い、ビジネスにつなげる技術の総称を指す。

ソフトウェア化により、様々なものがアンバンドルされ、再統合されていく

ソフトウェア書き換えによるバリューチェーン組み換え例



はじめに

「第二フェーズのソフトウェア化」につながる以下のトピックをご紹介します

- 衛星利用は当たり前、という時代に入り、衛星から得られるデータ活用が注目される「**宇宙ICT市場**」
- 既存事業の変革の機会にも脅威にもなりうる「**日本国内のシェアリングエコノミー市場**」
- 既に一大産業として確立し、今後周辺諸国にも大きな影響を及ぼしうる「**中国におけるシェアリングエコノミー市場**」
- 消費者の生活様式を変え、企業と消費者の距離を一足飛びに近づけるポテンシャルを持つ「**音声エージェント端末市場**」
- データと仕組みによって、これまでのビジネスモデルを変革する潜在能力を持つ「**xTech市場**」

その後、ITナビゲータの各章の概要をご紹介します

目次

1. はじめに

2. 宇宙ICT市場

3. 日本国内のシェアリングエコノミー市場

4. 中国におけるシェアリングエコノミー市場

5. 音声エージェント端末市場

6. xTech市場

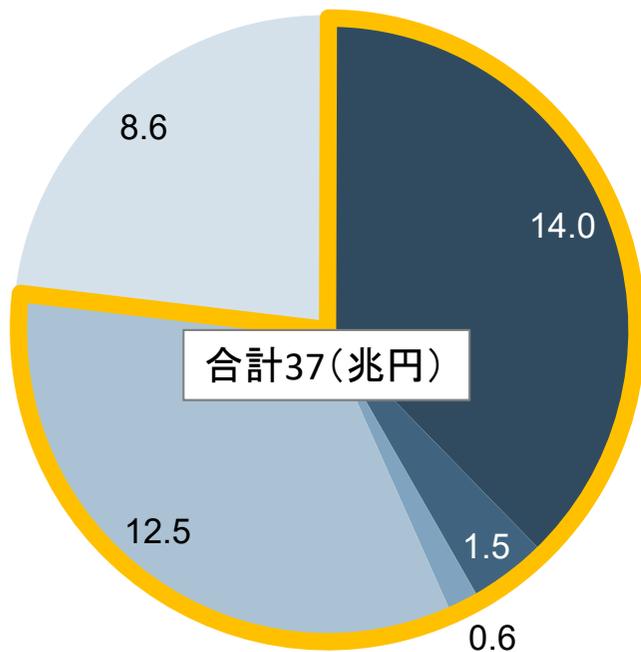
7. 参考資料(各市場規模予測)

宇宙ICT市場の市場規模

世界の宇宙ICT市場の規模は約37兆円。
地上系ビジネスがその主軸で、市場は10年間で約2倍に拡大

宇宙ICT市場(衛星関連ビジネス)の内訳

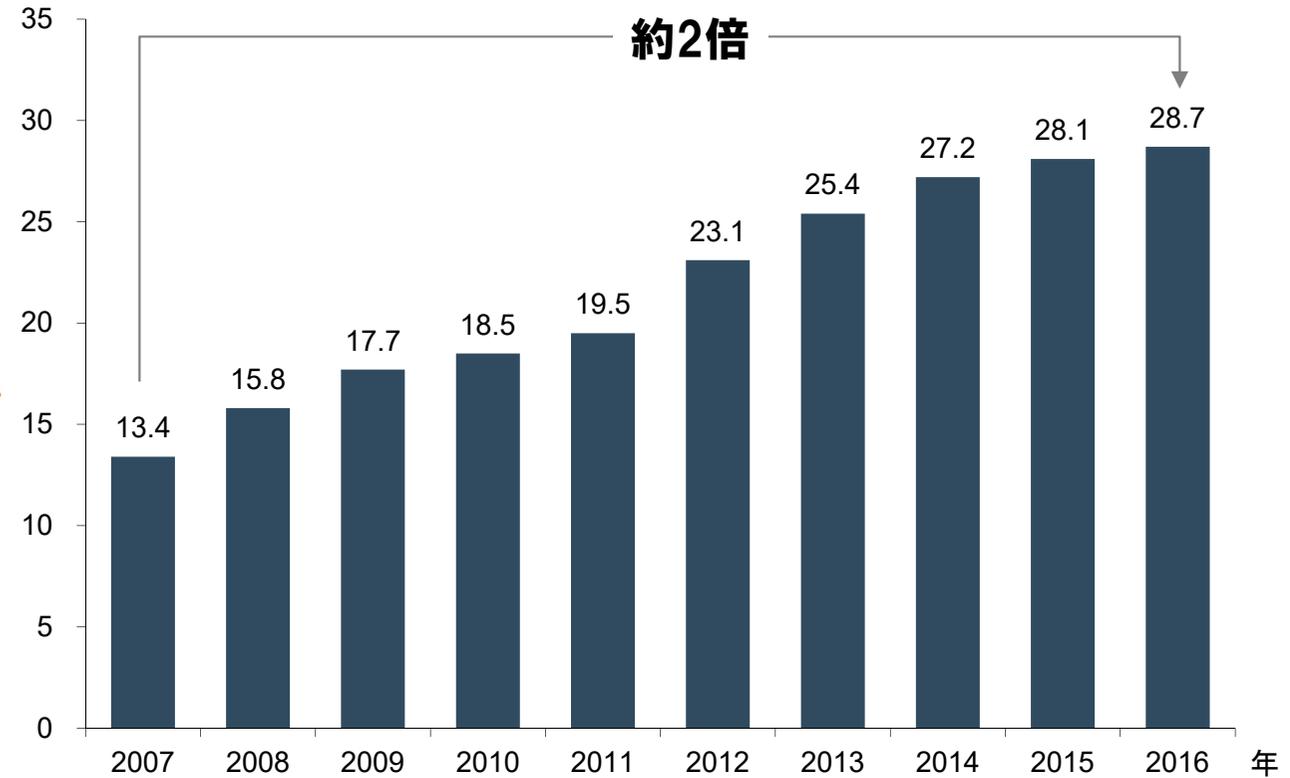
- 衛星利用サービス
- 衛星製造サービス
- 打ち上げサービス
- 地上設備サービス
- 衛星以外の宇宙産業※



約8割が地上系

衛星関連ビジネス(地上系)の急速な拡大

衛星関連ビジネス(地上系)の市場規模、兆円



出所)2017 SIA State of Satellite Industry Report | SIA

※)「衛星以外の宇宙産業」とは、月・小惑星・火星等の他天体や深宇宙領域の宇宙探査・開発・利用を指す

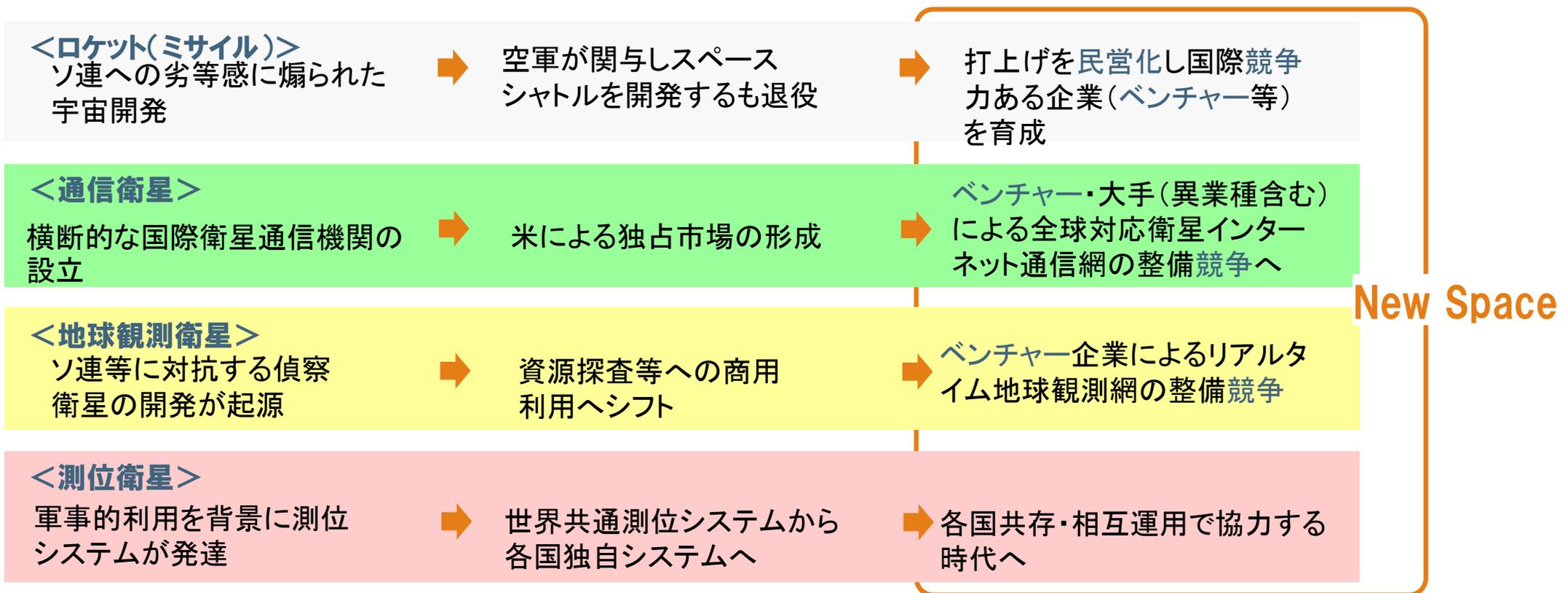
宇宙ICT市場の生き立ちと現在

米国の宇宙産業が、官主導の国策産業から民主導の競争産業へ変化。 "New Space"時代が到来し、ベンチャーや異業種の参入が相次ぐ

米国の宇宙産業構造の歴史とNew Space登場

過去 / 始まり

現代

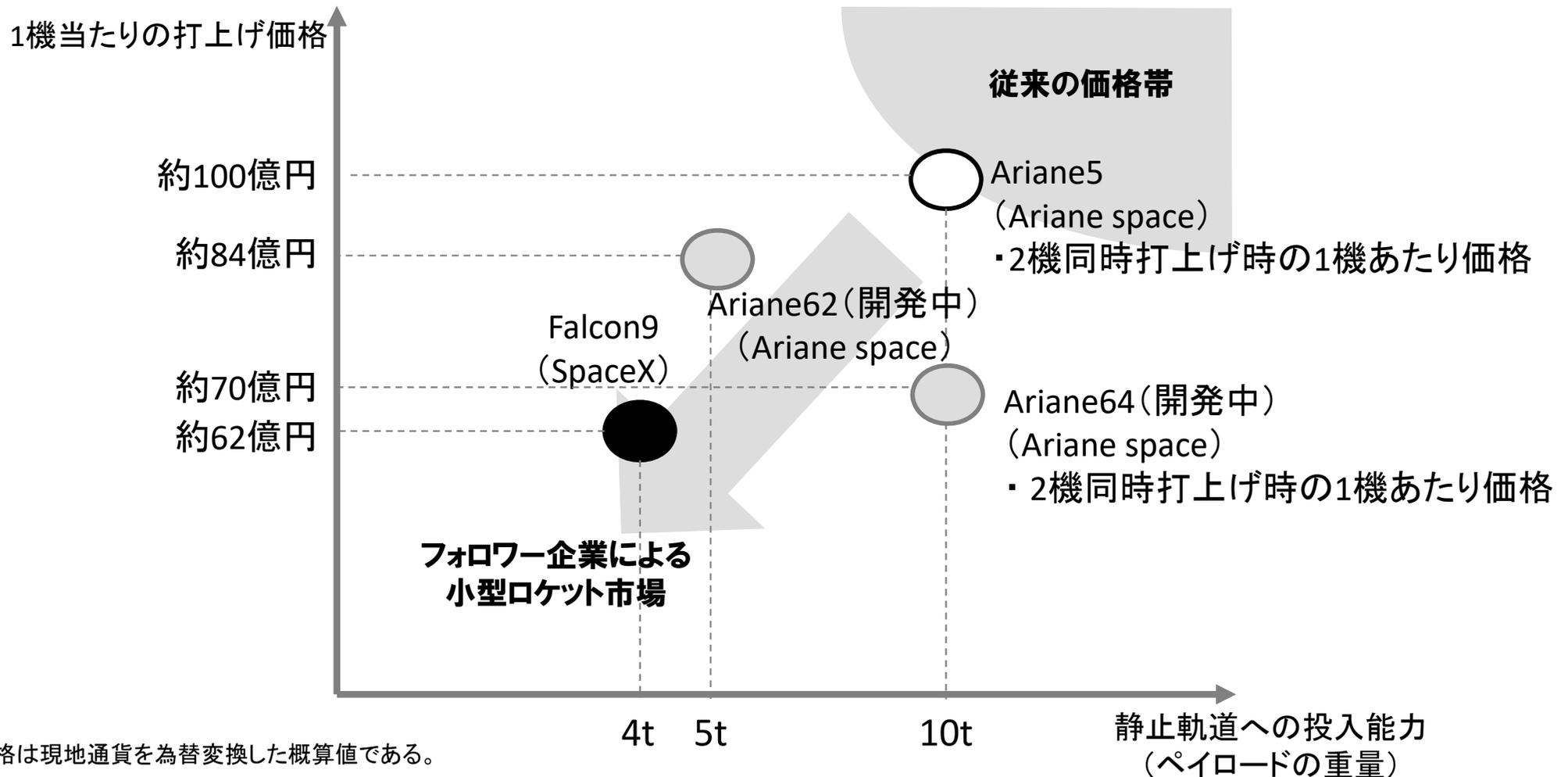


出所)内閣府「宇宙産業振興小委員会」(第2回)資料よりNRI作成

宇宙ICT市場の環境変化

宇宙へのアクセスコスト低減競争が進行中。 SpaceX社を皮切りに、安価な輸送インフラ開発が活性化

打ち上げロケットの価格帯

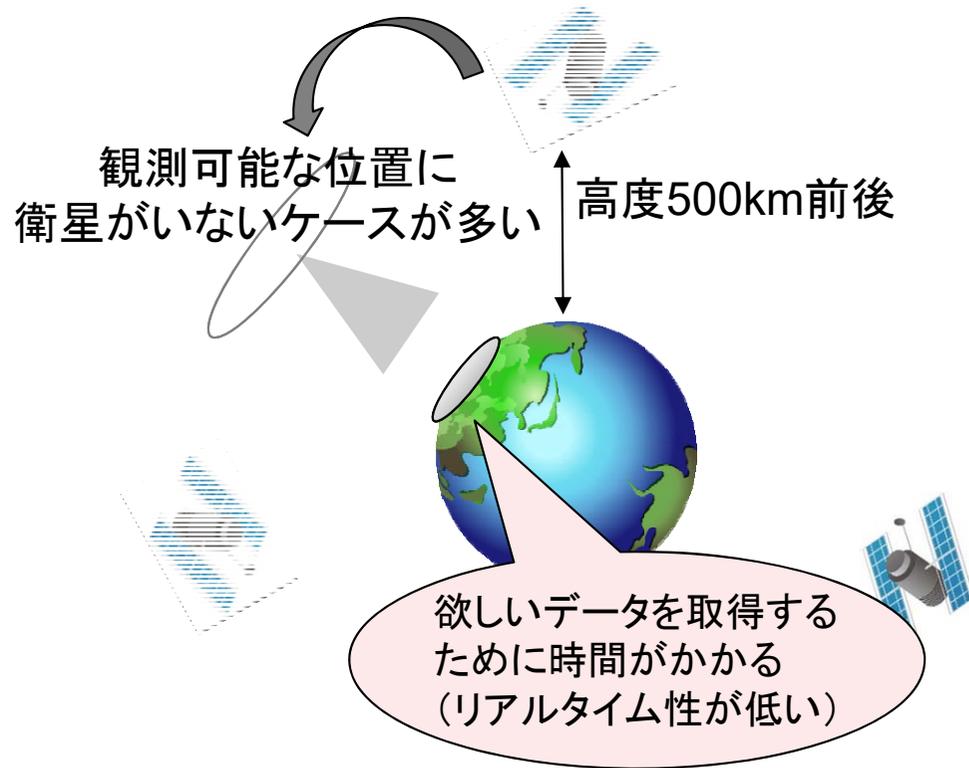


※) 価格は現地通貨を為替変換した概算値である。

低コストの小型衛星の大量打ち上げ時代(数100~1000機)が到来。 「衛星コンステレーション」が2020年以降、本格稼働

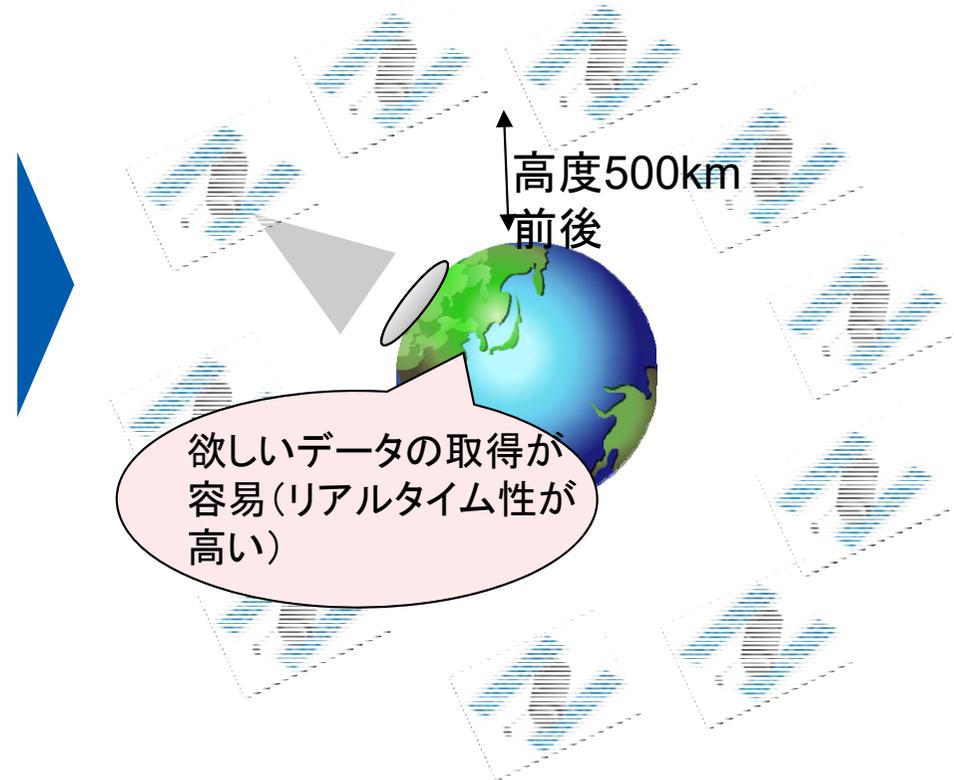
従来のリモートセンシング衛星による観測

数tの衛星を数百億円程度で製造



コンステレーションによる リモートセンシング衛星を用いた観測

数kg~100kg程度の衛星を1億円前後で製造



ベンチャーを中心としたコンステレーション競争時代へ

※)衛星コンステレーションとは、複数機の衛星の編隊飛行によってひとつの衛星システムを形成する仕組みである。

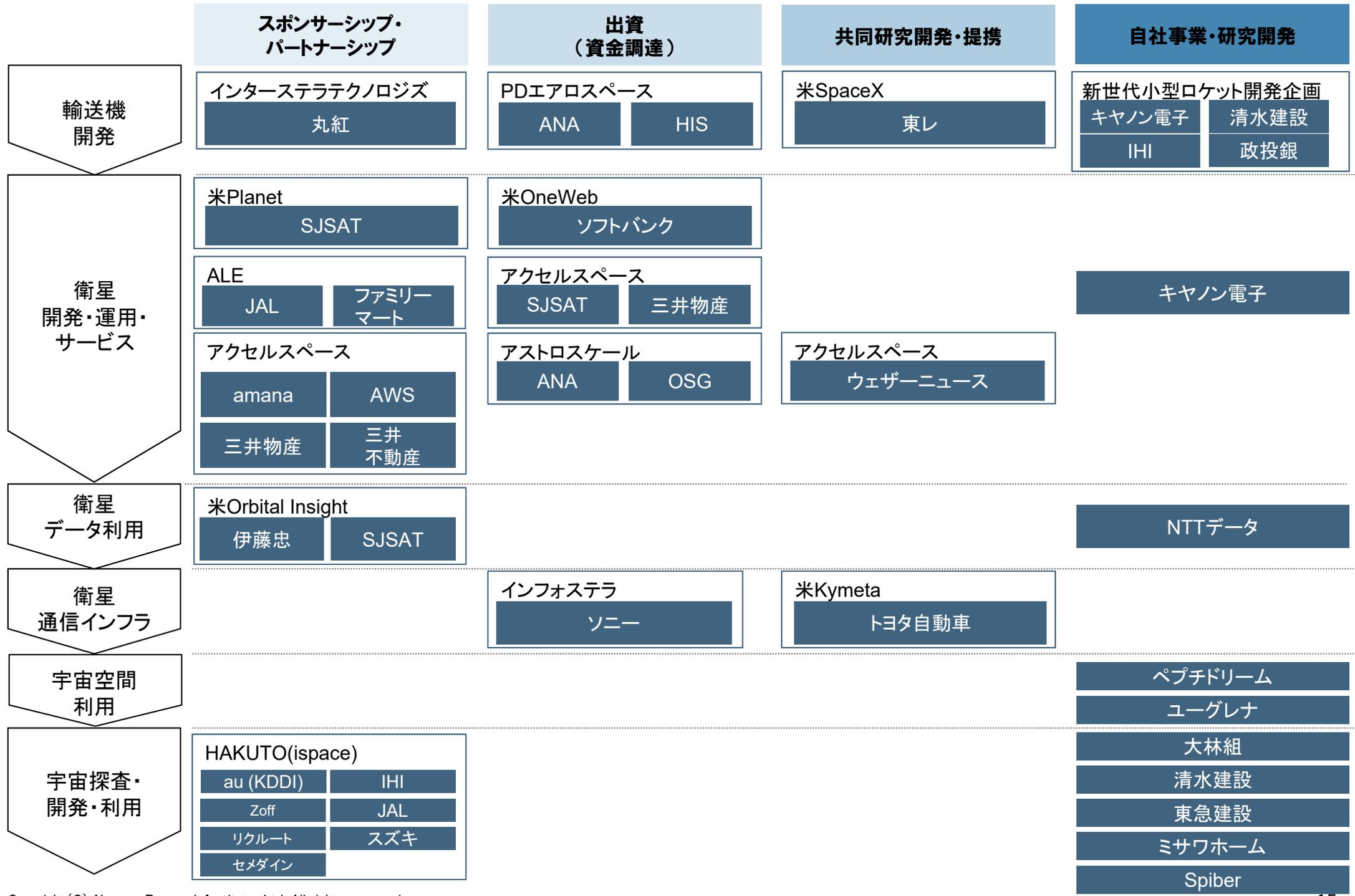
宇宙ICT市場の特に衛星ビジネスにおけるバリューチェーンの高度化

「衛星利用が当たり前」になった後には、データ利用市場が興る。
既に米国では衛星利用市場の革新が進む

衛星ビジネスのバリューチェーンの変遷



日本の宇宙産業の現状：ベンチャーと大企業の連携



目次

1. はじめに

2. 宇宙ICT市場

3. 日本国内のシェアリングエコノミー市場

4. 中国におけるシェアリングエコノミー市場

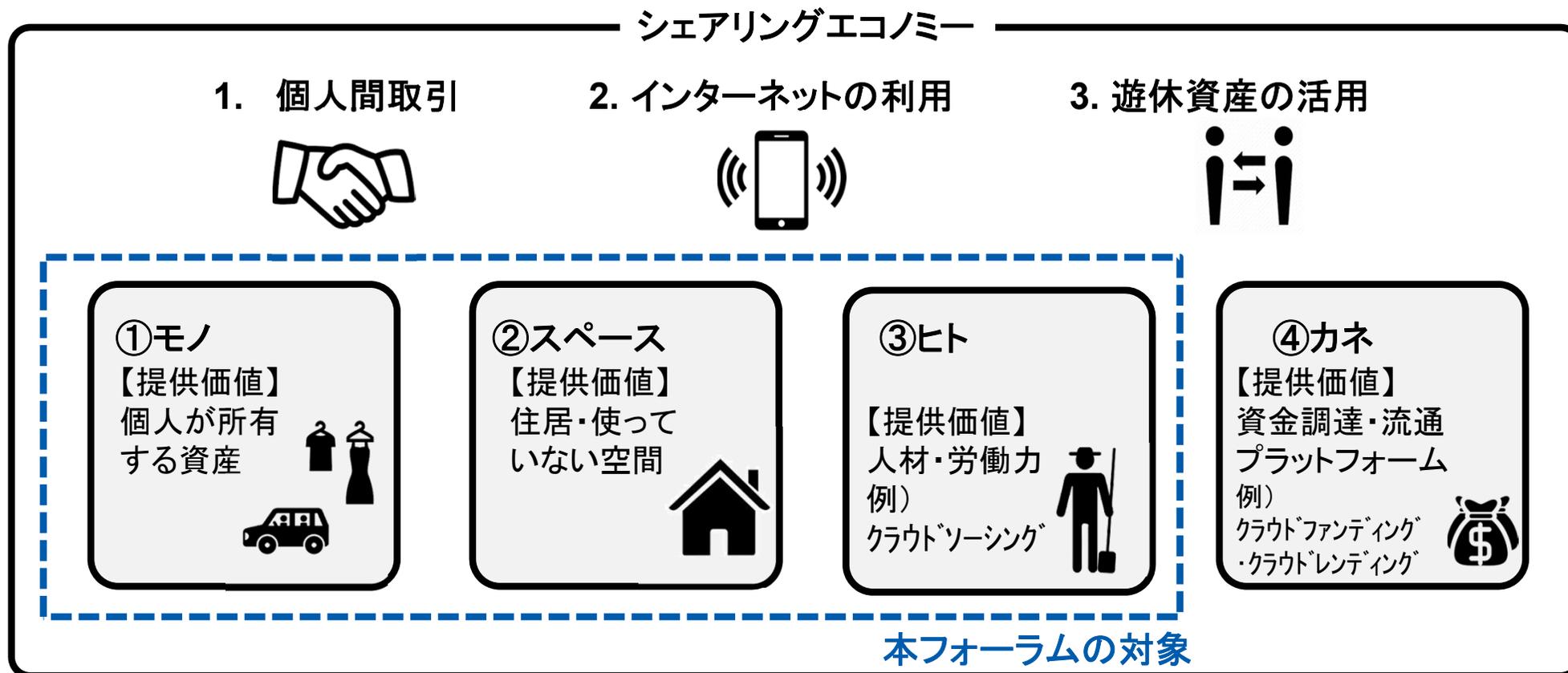
5. 音声エージェント端末市場

6. xTech市場

7. 参考資料(各市場規模予測)

インターネットを介して行われる取引のうち、個人間で資産が共有・共同利用されるもの

- モノ、スペース、ヒト(人材・労働力)、カネ及びその他サービスが取引の対象(市場推計では「カネ」を除外)
- 企業・組織による実店舗におけるレンタルサービス、近所同士の直接的なモノの貸し借りは含まない

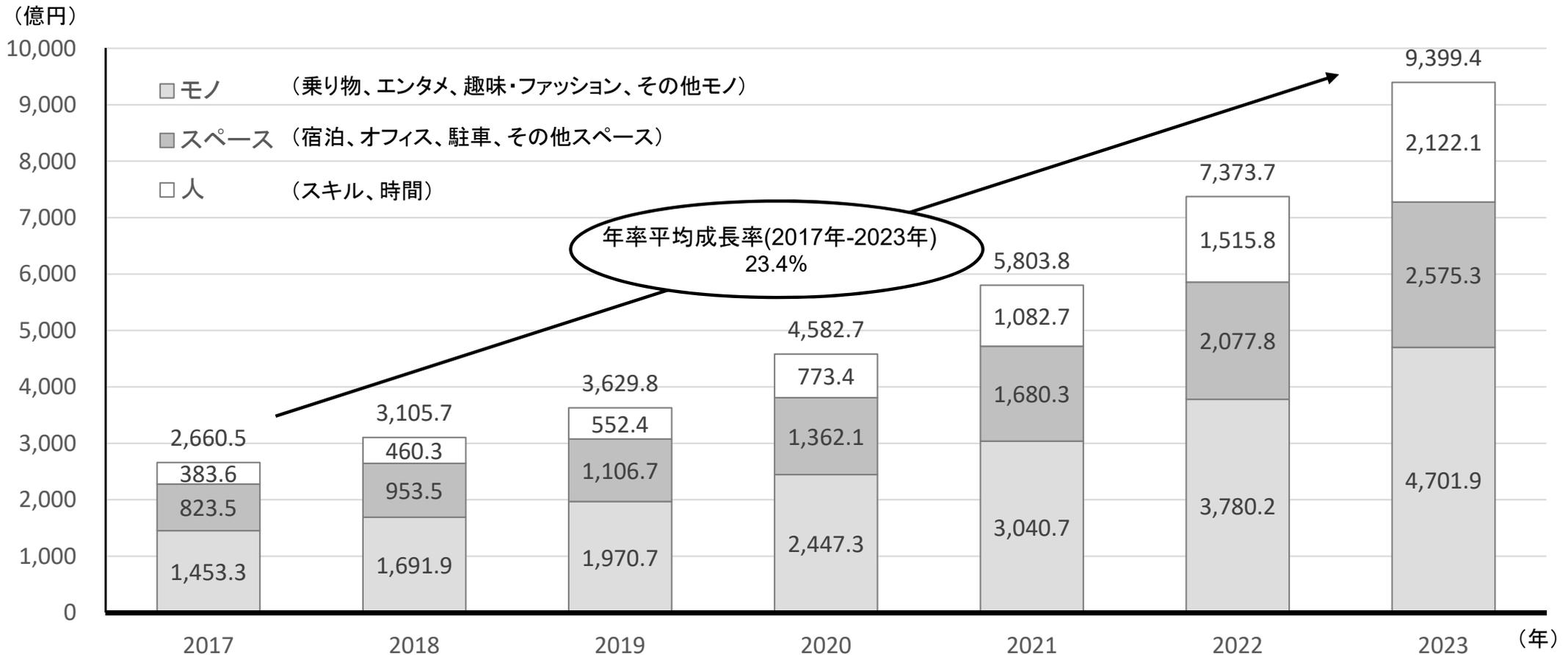


日本国内のシェアリングエコノミー市場の規模【利用者視点】

利用者視点の国内市場規模(シェアリングサービスを利用するオーナー・ユーザー間の取引総額)は、2023年にはおよそ9,400億円に拡大

- 2,660億円(2017年)から、年平均成長率23.4%で約9,400億円(2023年)まで拡大
- モノにおける「乗り物」のシェアが高い一方、市場の成長を牽引するのは「ヒト」をシェアするサービス

国内のシェアリングエコノミー市場(利用者視点)

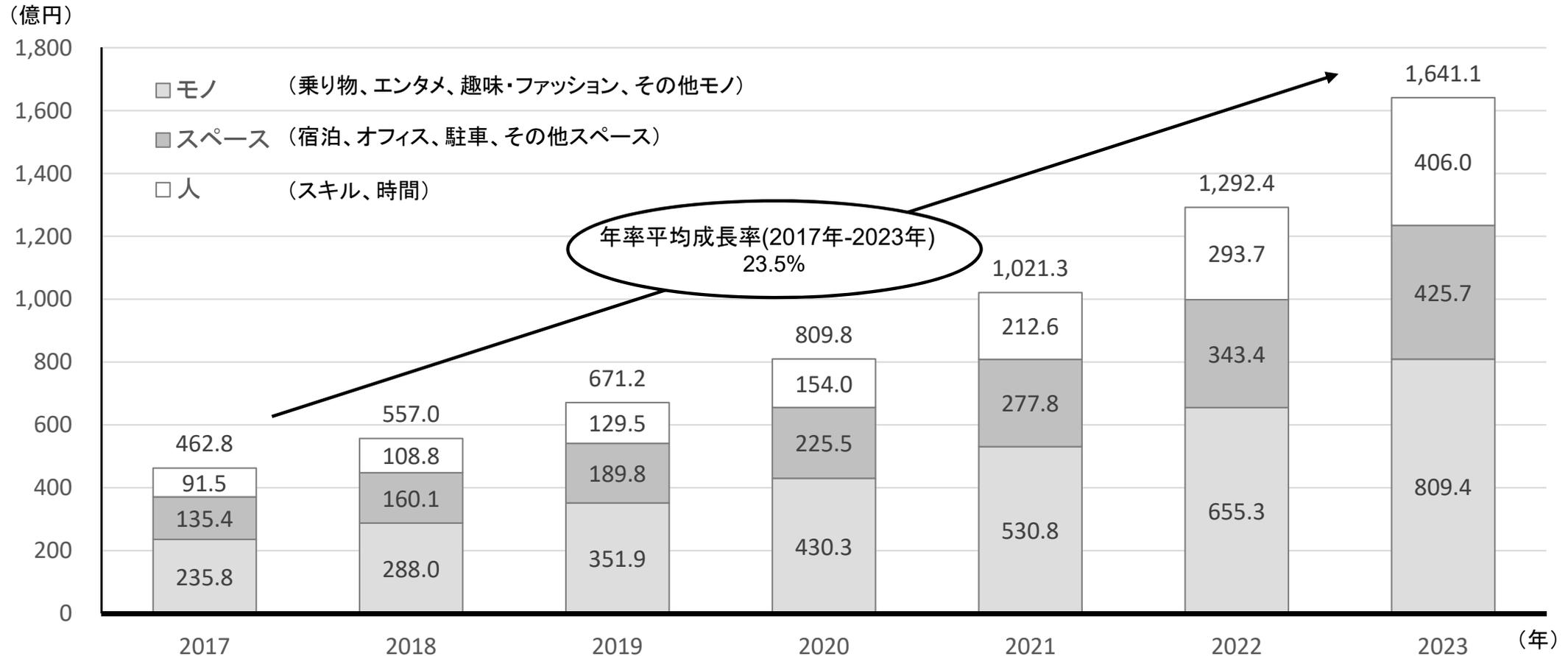


日本国内のシェアリングエコノミー市場の規模【供給者視点】

供給者視点の市場規模(シェアリングサービスを提供するプラットフォームが獲得する売上総額)は、2023年時点で1,600億円を越える見込み

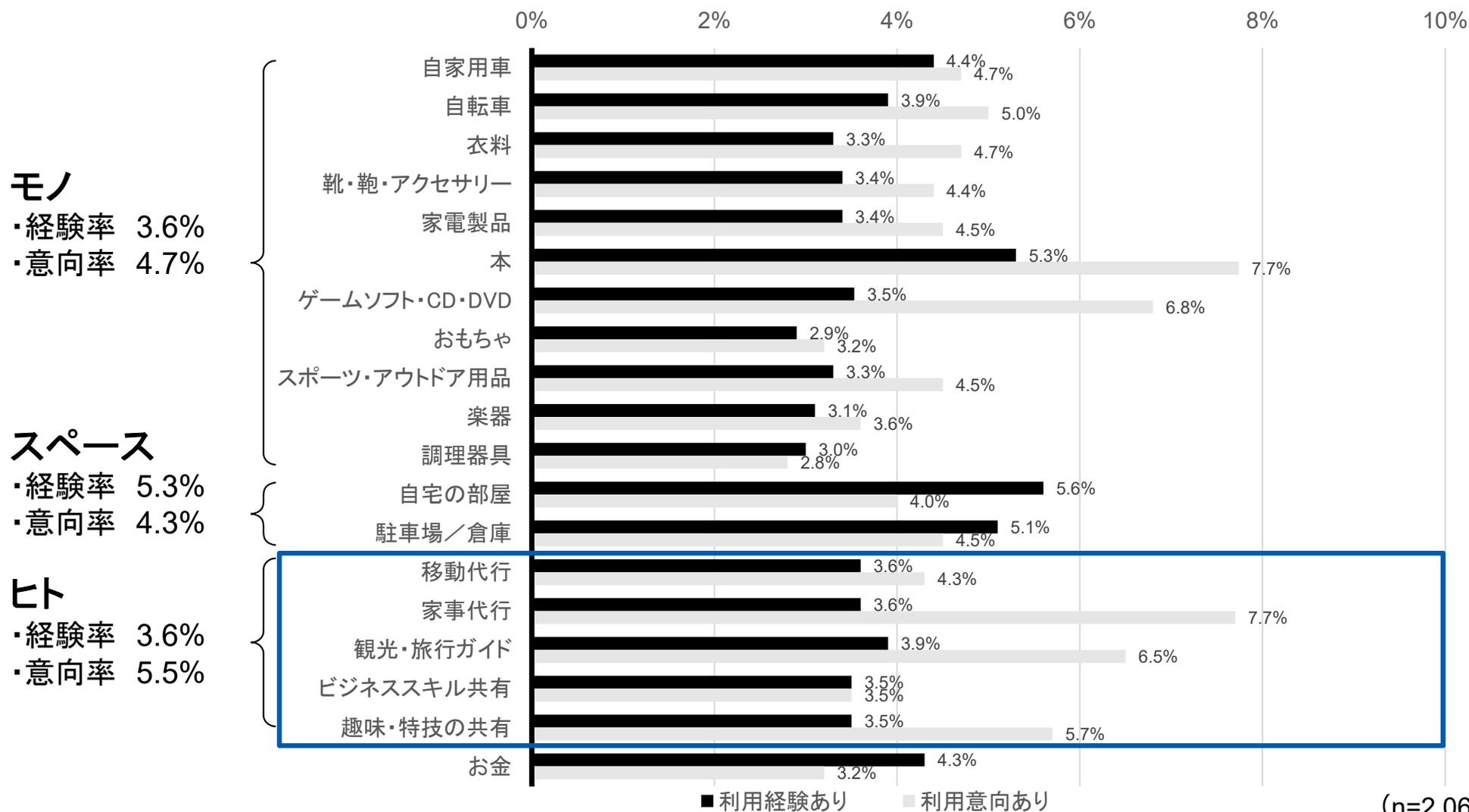
- 取引分野や事業者により、ビジネスモデルやマッチング(仲介)手数料は異なる
- 「ヒト」分野において、スキル(特定・高度スキルのマッチング)は、全市場の20~30%と比較的高率

国内のシェアリングエコノミー市場(供給者視点)



現在、シェアリングサービスの利用経験・利用意向は、いずれの分野も10%に届かない

■「スペース」の利用経験率が高い一方、「ヒト」は多くの分野で今後の利用意向が経験率を上回る。

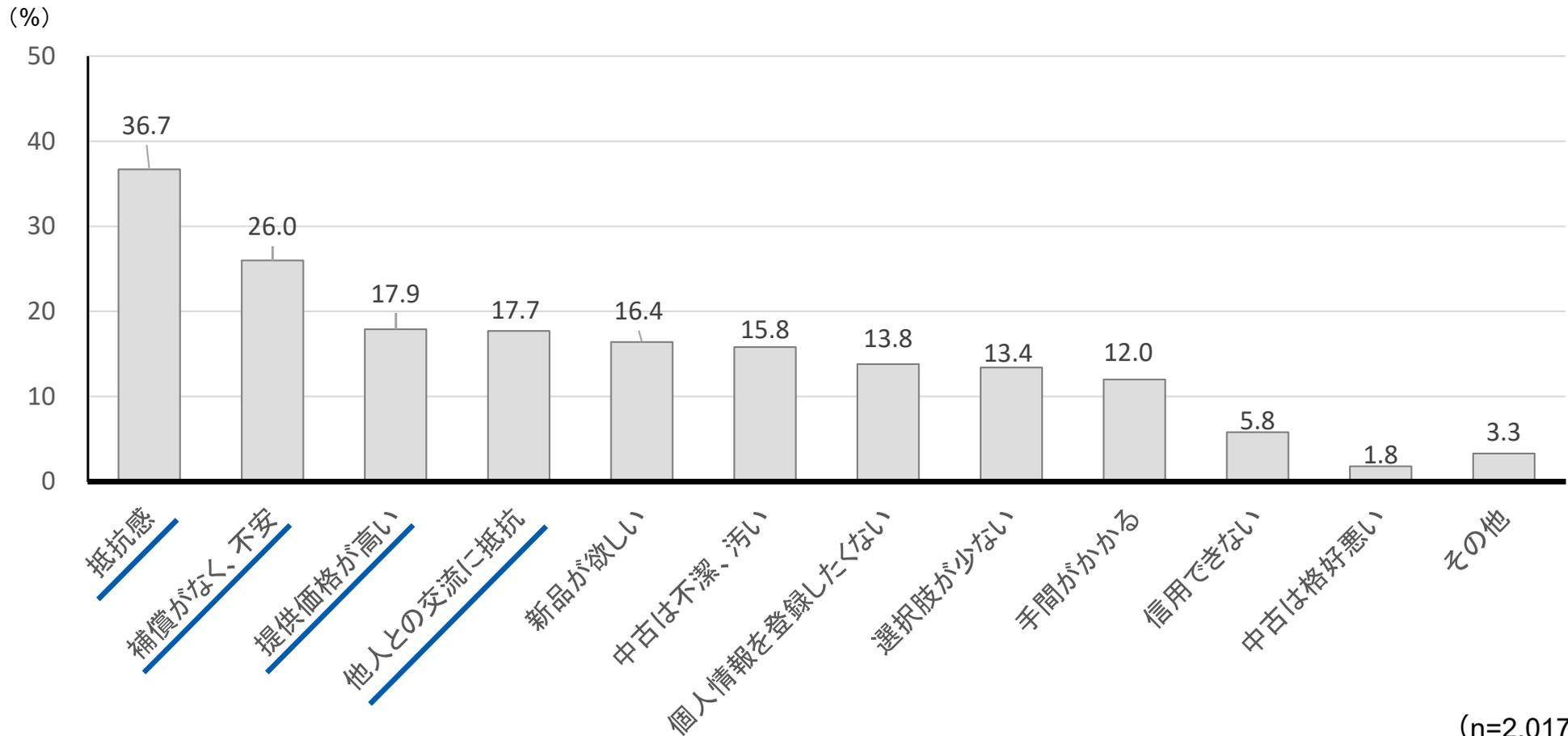


(n=2,066)

シェアリングサービスが広く普及しない理由として、「抵抗感」「不安感」が大きい

- 「他人との共有・共同利用への抵抗」や、「覚悟すべきリスクに対し支払う対価の高さ」が利用をためらう理由

消費者から見たシェアリングサービス利用への阻害要因(複数回答)



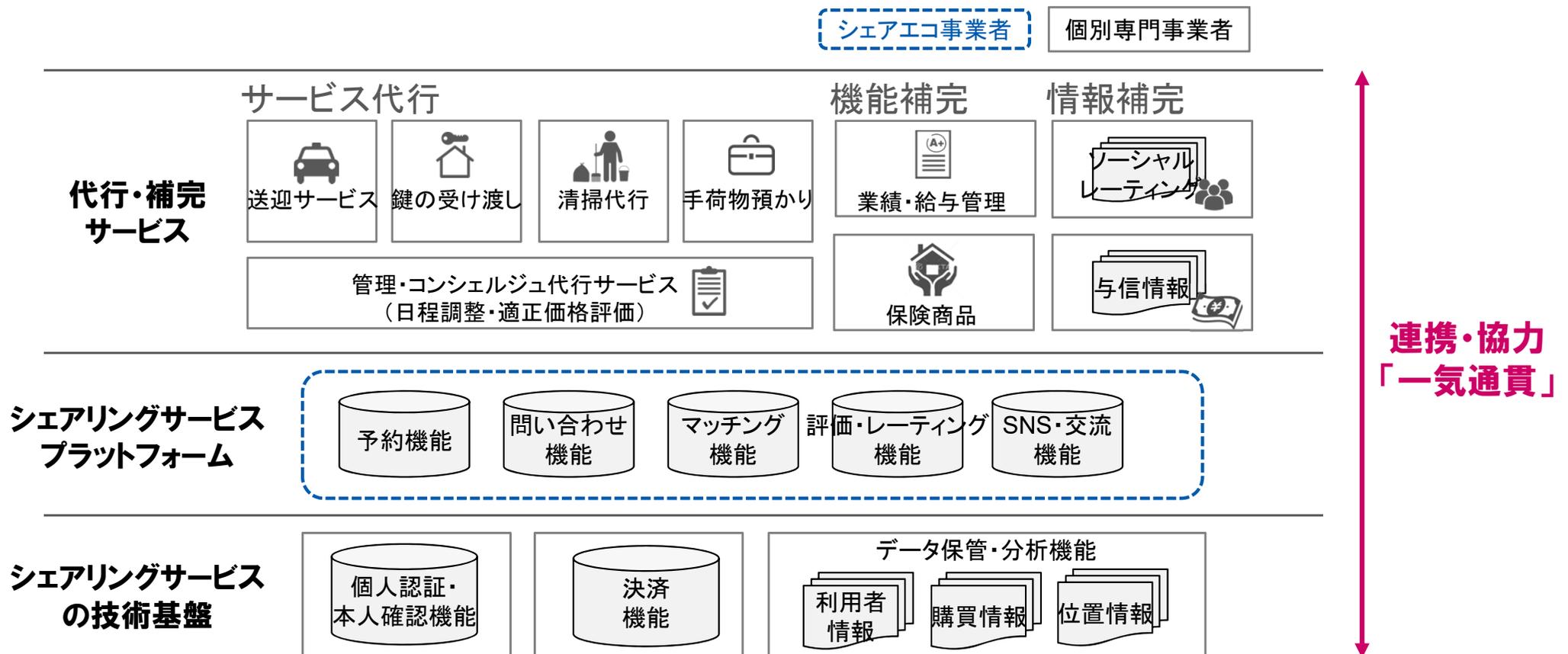
(n=2,017)

シェアリングエコノミー市場で解決が求められる課題

既存プレイヤーのサービスを補完すべく、個別専門業者や個別の技術基盤が増加。
 今後は、各プレイヤーの連携・協力による一気通貫でのサービス提供が求められる

- 複数プレイヤー間での機能連携・補完を進める一方、個別機能のインターフェース(接続)の統一・共通化が必要
- 行政の継続的な後押しによる規制緩和、データ利活用の促進も、業界横断型のサービス提供へのステップ

シェアリングエコノミーの広がり(宿泊サービスの例)



目次

1. はじめに

2. 宇宙ICT市場

3. 日本国内のシェアリングエコノミー市場

4. 中国におけるシェアリングエコノミー市場

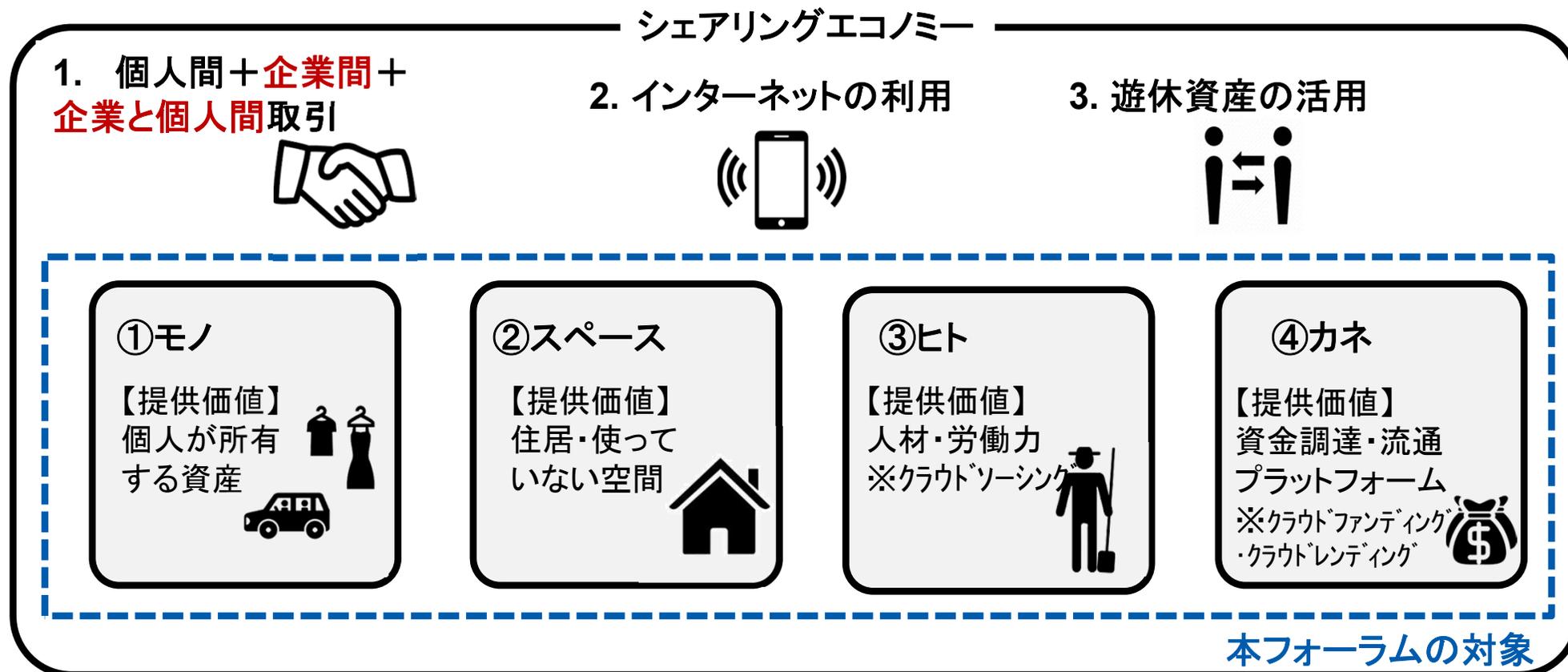
5. 音声エージェント端末市場

6. xTech市場

7. 参考資料(各市場規模予測)

日本とは異なり、企業間や企業と個人間による取引も顕在化している点が、中国の特徴

- インターネット経由であれば、リアル店舗の有無にかかわらず、市場の対象に含める。また、企業や組織が保有する資産(モノ)を貸し出すレンタルサービス(自転車・乗用車など)も含む。
- 日本では、B2B分野のシェアリングサービスは検討段階に留まっていることが多いが、中国ではヒト(労働力)のシェアリングを中心に、生産分野の市場も順調に拡大している。

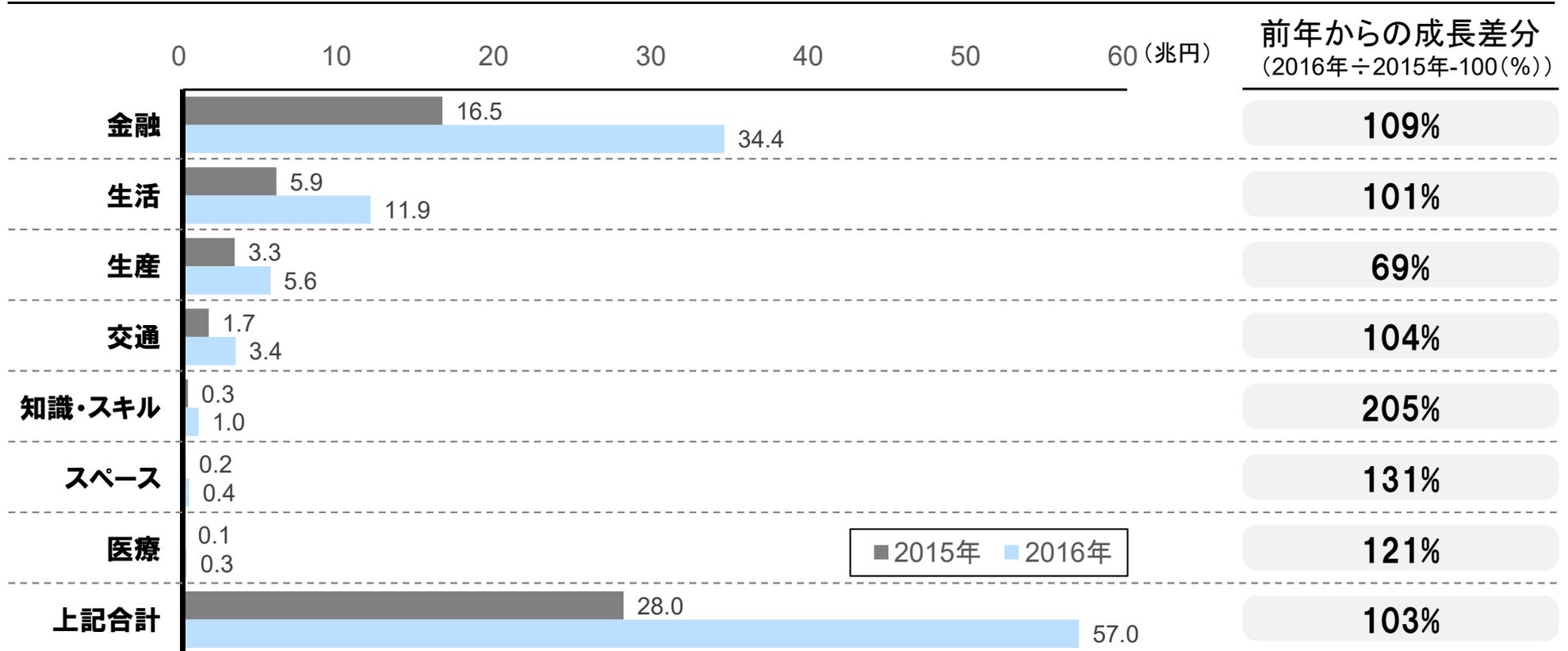


中国におけるシェアリングエコノミー市場の規模

中国におけるシェアリングエコノミー市場規模(取引総額ベース)は、
2016年度で約57兆円(GDPの4.6%)、2020年には約220兆円(GDPの10%)となる

- 2016年度は対前年比の103%増となる
- なお、2020年まで年平均成長率40%を維持する見通しである

分野ごとに見たシェアリングエコノミー市場の市場規模



※)市場規模数値は、中国人民幣で算出した後に、日本円に換算、換算レートは、1中国人民幣あたり16.5円(2017年6月30日時点)

雇用創出への貢献が大きく、2016年のサービス提供者数は6,000万人(プラットフォームの就業人数は585万人)、2020年にはそれぞれ1億人と2,000万人に達する見込み

分野ごとに見た代表プレーヤーと雇用・利用者状況

分野	サービス内容	代表プレーヤー	2016年サービス提供者数 ()はプラットフォーム就業者数 重複カウントあり	2016年サービス 利用人数
知識・スキル	教育	TutorABC、沪江日语	2,500万(2万)	3億
	情報共有	知乎		
生活	出前	饿了么、美团外卖	2,000万(341万)	5.2億
	家事	E家洁、阿姨来了		
	宅配	达达、京东到家		
	来宅美容	河狸家		
交通	配車、代行運転	滴滴出行、E代驾	1,855万(12万)	3.3億
	シェアリング自転車	Mobike、ofo		
	レンタカー	神州租车、一嗨租车		
	バス、電動自動車のシェアリング	云班车、EVCAR		
生産	製造人員のシェアリング	淘工厂	500万(151万)	900万
	物流運輸人員のシェアリング	货车帮		
医療	ネット問診、手術予約	挂号网、平安好医生	256万(5万)	2億
スペース	宿泊	Airbnb、小猪短租、途家	200万(2万)	3,500万
	シェアオフィス	Regus		

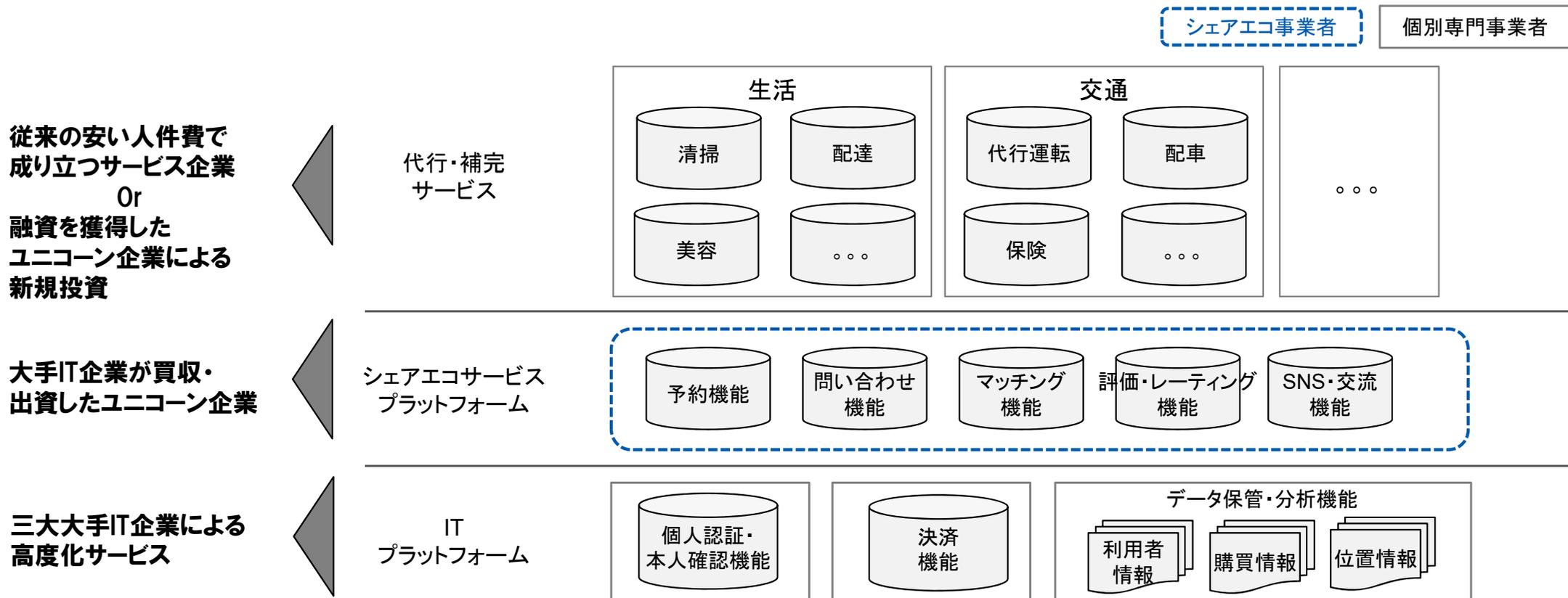
【用語の定義】

- サービス提供人数 : プラットフォーム(PF)を通じてシェアエコサービスを提供した人の合計
 プラットフォーム(PF)就業人数 : PFを提供する会社の就業者数の合計
 サービス利用者数 : PFを通じて、シェアエコサービスの提供を受けた人の合計

中国におけるシェアリングエコノミー市場高成長の背景

規模・社会信頼性の高い三大IT企業が、個人認証・決済・データ分析等のインフラに加え、シェアリングエコノミーの必要機能、サービス自体まで垂直統合で提供している事に注目

- 中国におけるシェアリングエコノミー成長の背景として、中国当局の政策的支援、スマートフォンの普及および人的サービス体制の整備も挙げられる。
- 三大IT企業(百度・アリババ・テンセント)はシェアリングサービスの技術基盤となる個人認証機能と、決済機能を担うモバイル決済サービスを提供しているほか、多くのシェアリングサービスを主要業務とするユニコーン企業への買収・出資も積極的。



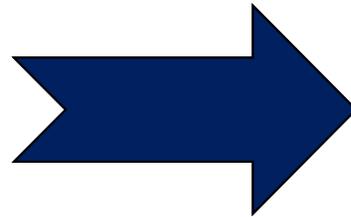
中国当局が提唱する「一帯一路(One Belt One Road)」経済共同体の形成に先駆け、日進月歩な中国シェアリングエコノミー生態圏が世界中に大きな変化をもたらすことも

中国新四大発明その一：
輸入品ながらも世界随一の高度化
サービスを誇るシェアリング自転車

Mobike

- ✓ 中国国内35都市で500万台投入(2017年5月)
- ✓ アクティブユーザー2,200万人(2017年5月)

シェアエコサービス



先進的な中国ライフスタイルの輸出

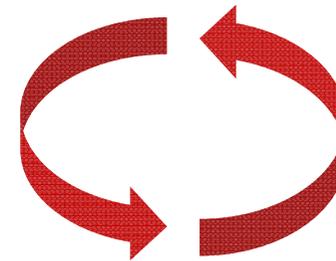
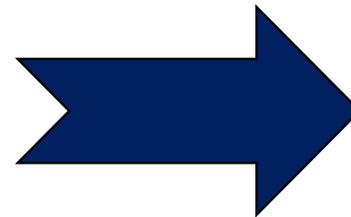
- 日本、イタリア、イギリス、米国等の先進国でサービス提供(2017年10月時点)
- 2017年度で、「200海外都市進出計画」を実現

中国新四大発明その二：
最先端となるモバイル決済サービス

アリペイ

- ✓ 登録者数4.5億人(2016年)
- ✓ 年間決済額356兆円(2016年)

ITインフラ



- 欧米、日韓、東南アジアを中心とする33カ国の20万軒弱の実店舗で使用可能、18種類の外貨に対応(2017年10月時点)
- 現地企業との事業提携によるモバイル決済サービスの全面導入(インド、香港、日本)

技術面の壁を突破しつつ、今後は運用面が市場の更なる躍進に向けた課題に

発展の阻害要因

現状と問題点

取り組みが期待される課題

信頼性の担保



一定程度の担保は既の実現
 ・提供側: 三大IT企業の垂直統合
 ・利用側: モバイル決済による実名登録



個人信用データの不正利用対策

- ✓ 当局主導で構築する
個人信用データベースの活用
- ✓ シェアリングサービス関連
法規制の整備

人件費の上昇



巨大な労働人口規模と、
安い人件費で成り立つ市場構造



専門就業者の賃金上昇による
サービス提供コストの高騰

- ✓ サービス提供者基盤の整備
・副業として関わるための報酬・
労働契約の設計や人材管理

サービスレベル 向上



C2CよりB2Cが先に普及し、
一気通貫のサービス提供で
一定品質を保証できている
利用者のニーズが多様化するなか
で、



標準的なサービスでの対応が困難に

- ✓ 標準的なサービスに加え、
高付加価値分野のシェアリング
サービスの充実

目次

1. はじめに

2. 宇宙ICT市場

3. 日本国内のシェアリングエコノミー市場

4. 中国におけるシェアリングエコノミー市場

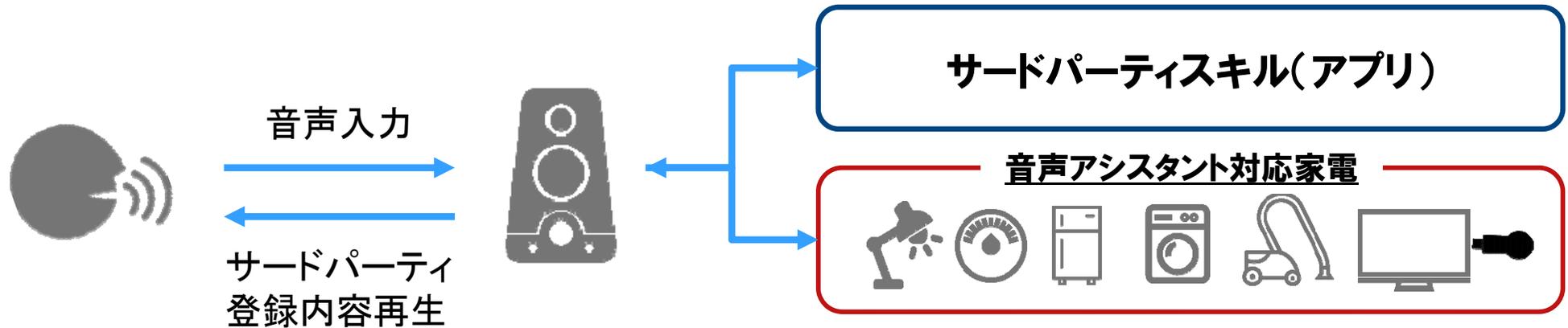
5. 音声エージェント端末市場

6. xTech市場

7. 参考資料(各市場規模予測)

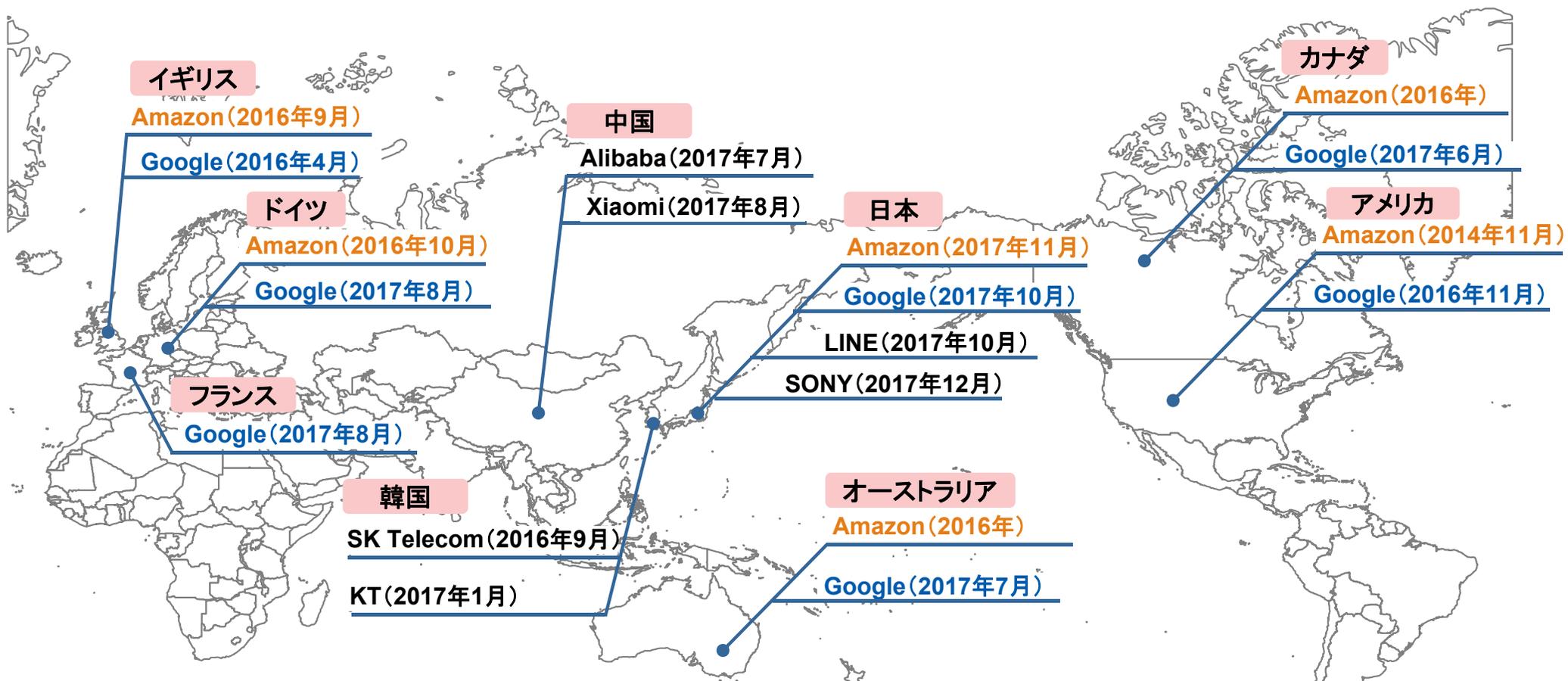
音声エージェント端末とは

端末を通じて、ユーザーは音声入力で、
情報検索や連携している家電製品やサードパーティアプリの操作が可能になる



サービス機能	内容
音楽再生	音楽アプリ(Prime Music, Spotify, Google Music等)と連携して音楽を再生できる
ニュース・ラジオ再生	ニュースやラジオの再生ができる
タイマー・アラームセット	音声でタイマーやアラームのセットができる
質問検索・回答	検索エンジンと連携していることで、一般的な質問(例: イギリスの時刻・天気、計算、天気)を投げかけ、回答が得られる
スマートホーム家電操作	エアコン、テレビ、掃除機など登録している家電の操作ができる
ハンズフリー通話・メッセージ	連絡先を登録した人にすぐに電話をかけられるようになる
サードパーティアプリとの連携	Amazonの場合、Alexa Skillをインストールすることで、新しい機能を随時追加していくことができる

今や音声エージェント端末は世界中で販売され、普及率を伸ばしている

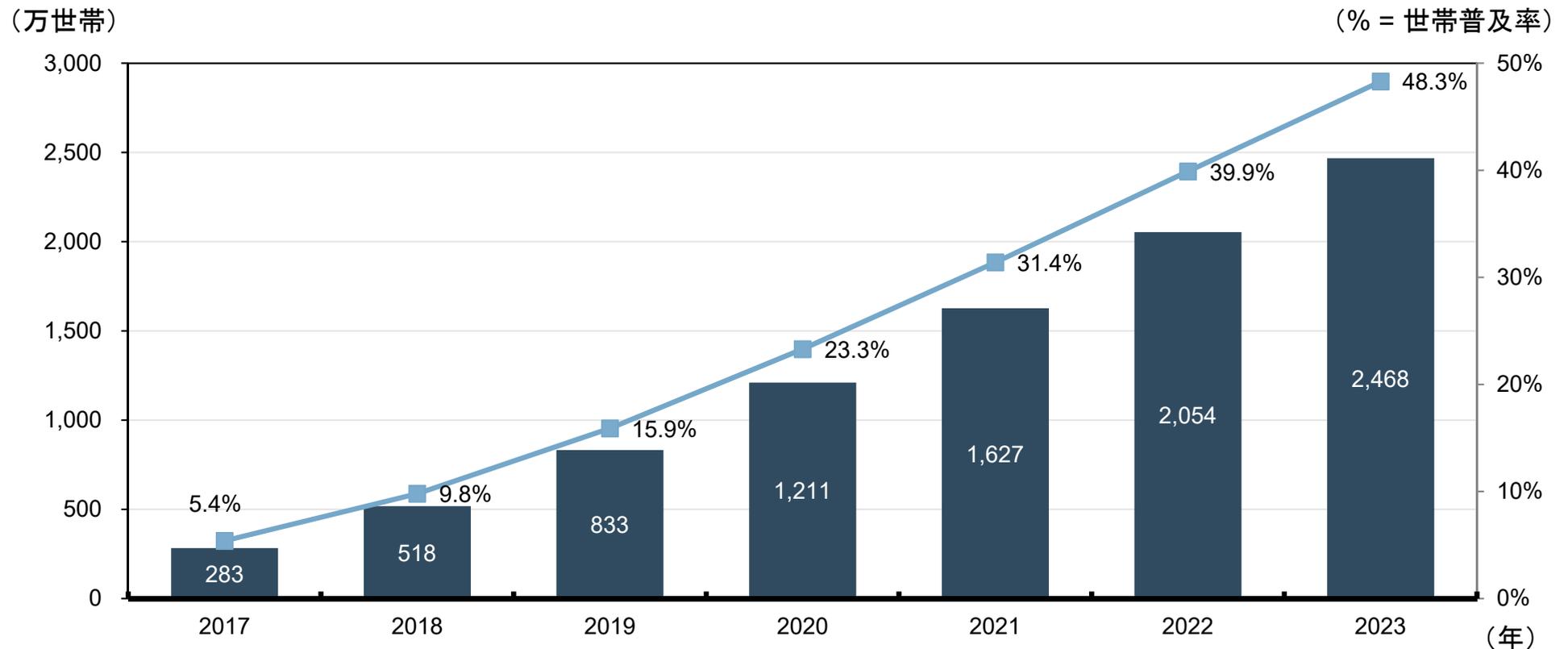


- ◆ 2014年11月にAmazonがアメリカでPrime会員 & 招待メンバー向けにAmazon Echoを提供開始
- ◆ 2015年6月に同社がアメリカで一般向けにも販売開始
- ◆ 2016年11月にはGoogleがアメリカでGoogle Homeの販売を開始
- ◆ 以降、世界中の企業が音声エージェント端末市場に注目し、参入の検討を開始

音声エージェント端末の市場規模

2017年から日本国内でも音声エージェント端末の販売が開始され、2023年には世帯普及率50%弱に達する見込みである

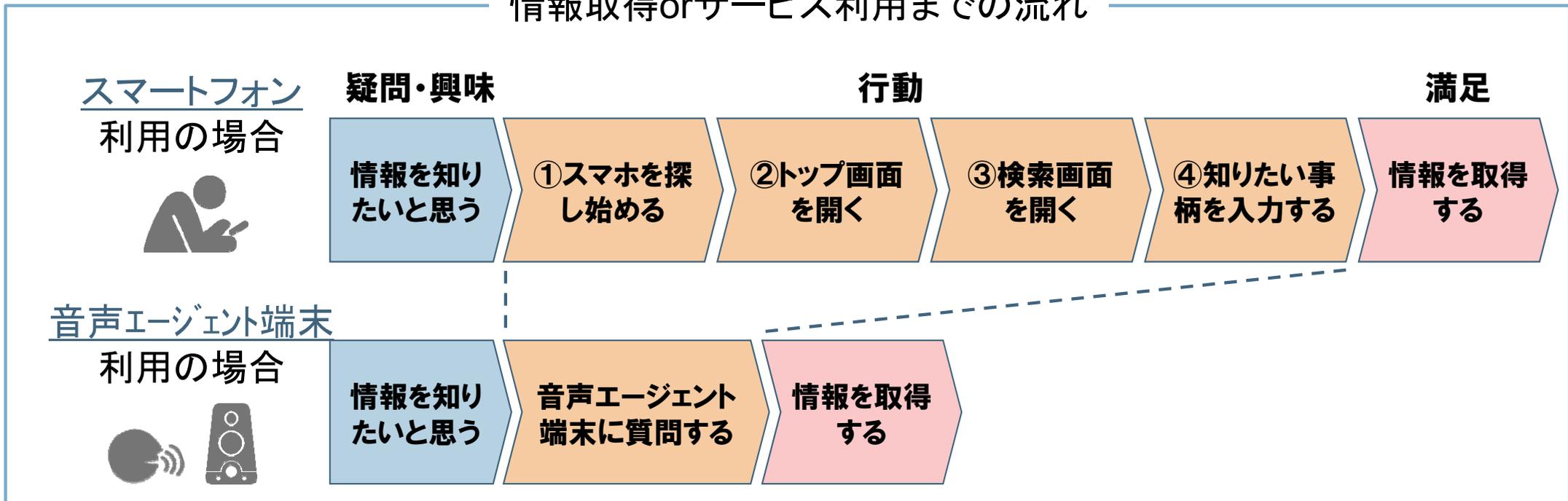
- 供給側は、家庭内のデータ取得や家電のハブとしての役割を果たそうと、多数の企業が本市場に参入し、競争を繰り広げている。
- その動向を受け、需要側にも音声エージェント端末の存在が伝わり、利用価値が伝播することで、市場が拡大する見込みである。



音声エージェント端末の顧客価値

音声エージェント端末を活用することで、
利用者から見た各種サービスの利用障壁が低くなる

情報取得orサービス利用までの流れ

ユーザーにおける
音声エージェント端末活用の効果

- 音声の活用によって、そもそもサービス利用をしようとするまでの障壁を下げる事が可能となる
- また、音声で呼びかけるだけなので、スマホに比べ、短いリードタイムで情報取得までにたどり着ける

サービス提供者側の狙い

音声エージェント端末は、スマートフォンより先に利用される検索ツールとしてのポジションを獲得し、端末を通して家庭内のデータの取得を試みている



サービス提供者の
音声エージェント端末活用の狙い

- 検索をする際にスマホより先に利用される音声エージェント端末のプラットフォームを構築し、ユーザーの利用データを集積することで、商品・サービスの販売促進を可能にする
- 多種多様なデータの集積によって、今後AIに有用な教師データの供給が可能となる
 - ✓ 取得可能データ(例)：ユーザーの趣味思考(音楽・ニュース等)、起床・就寝時刻、家電活用ログ、スケジュール、テレビ視聴履歴 等

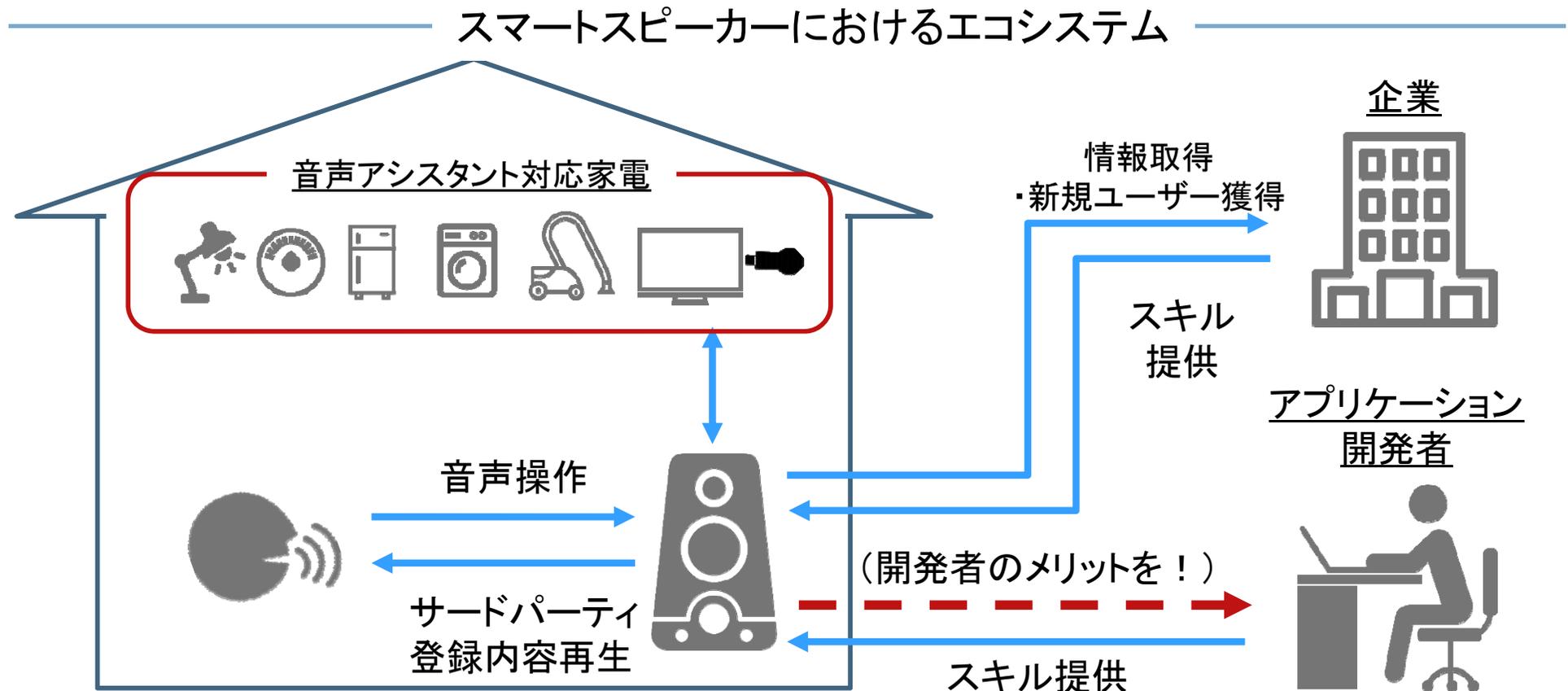
今後の音声エージェント端末の進化

音声エージェント端末は技術の進化により、
同じ家庭内でもパーソナライズされたサービス提供がされていく

進化するポイント	現状の課題	技術の進化
複数コマンド入力への対応	ユーザーは複数の命令を同時に与えられず、ひとつひとつ命令を区切って出さなければならない	一度に複数の命令に対応可能になる 例:「エアコンとテレビつけて！」 (アプリ連携サービスIFTTTやAlexa Routinesで一部複数コマンド対応可能)
Voice ID機能	個人の音声認識できず、誰の命令にも反応してしまう	個人の音声を認識し、子供には不適切なサービスや無許可での使用をさせないといったパーソナライズが可能になる (Google HomeはVoice ID機能が付いておりAmazon Echoも2017年10月に対応済み)
状況認識機能	部屋の状況を認識できず、自分以外の人が同じ部屋にいた場合、通知してほしい情報も考えずに知らせてしまう	音声だけでなく、カメラ等の搭載により、状況認識機能が上がり、場の空気を読み始める
画面の搭載	ショッピングリストなどを作って、一覧で見たい場合でも見れない	画面をつけることで、音声と映像でより多くの情報を与えることが可能になる (Amazonでは画面付き Echo Showの販売を既に開始している)

今後音声エージェント端末市場を更に活性化させていくには、機器提供者だけではない、幅広いアプリケーション開発者を含めたWin-Winの関係構築が重要となる

- 音声エージェント端末と家電との連携は進むが、その他のアプリケーションとの連携に資するためのビジネスモデルや「業界」としての仕組みは、まだ構築されていない。
- 同市場を更に活性化させていくためには、AppleストアやGoogle Playストアのように、無料だけでなく、有料のアプリケーションを販売でき、その**開発者に金銭的メリットが落ちる仕組み作り**が急がれる。



目次

1. はじめに

2. 宇宙ICT市場

3. 日本国内のシェアリングエコノミー市場

4. 中国におけるシェアリングエコノミー市場

5. 音声エージェント端末市場

6. xTech市場

7. 参考資料(各市場規模予測)

IoT、AI、スマートデバイス、クラウドを前提としたデータドリブンのIT化。
個別企業の活動の効率化にとどまらず、全体の構造変化を促す流れを生んでいる

これまでのIT化

xTechの志向

PC・メインフレーム



IoT・スマートデバイス・クラウド

モデルドリブン



データドリブン

アルゴリズム



機械学習

情報システム担当



ビジネス担当

個社の効率化



業界全体の構造変化
(アンバンドル&サブスクリプション)

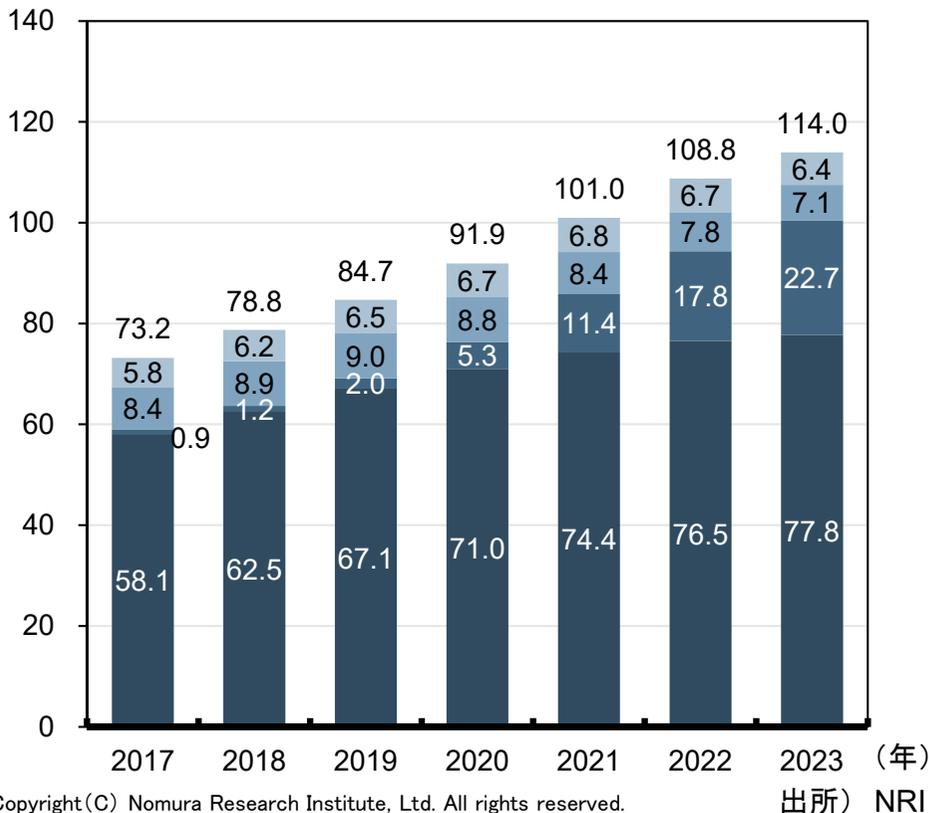
本格的な構造変化が始まりつつある市場のうちの一つ。 背後に広大な市場の可能性が広がっており、xTechの本命といえる

■ Fintech(金融)の主要なKPIの一つであるスマートペイメント市場は、取扱高で114兆円に達すると考えられる

市場規模予測(スマートペイメント市場)

■ クレジットカード ■ デビットカード ■ プリペイドカード ■ 電子マネー

(兆円、取扱高)



成長のドライバと先進事例

成長のドライバ(促進要因)

- 銀行におけるAPIの開放
- キャッシュレス決済(スマートペイメント)の拡大
- 企業バックオフィス業務のクラウド化
- 資金循環効率の改善

先進事例

- 管理: PFM、クラウド会計
- 決済・送金: モバイル決済、送金、クラウドPOS、仮想通貨
- 貸付・与信: クラウドファンディング、トランザクションレンディング、ソーシャルレンディング、AI与信
- 証券・保険: ロボアドバイザー、P2P保険、IoT保険

AI活用が最も注目される市場のうちの一つ。 感覚的な人事ではなく、科学的な意思決定が進み、それに最適なプロセスへ変化する

■ 採用サイトを中心に、HR Techは2023年で1645億円に達する

市場規模予測(HR Tech市場)



成長のドライバと先進事例

成長のドライバ(促進要因)

- 人事情報の入出力の簡便化によるデータ増加
- 複数の人事機能を統合するクラウドサービスの増加
- 採用時を中心としたAIの活用

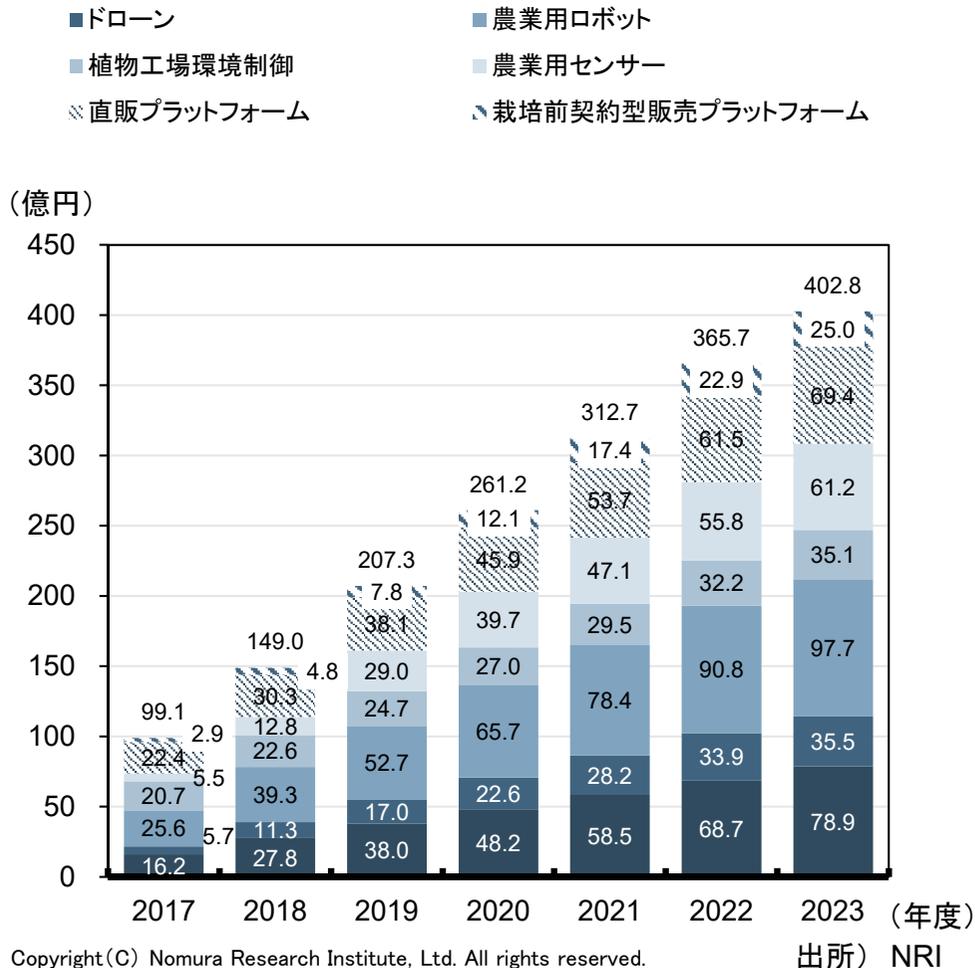
先進事例

- 機能横断型サービス : 「Jinjer」等
- 採用の自動化: 書類選考のAI化(NEC、リクルート等)

最もデジタル化が遅れていた市場のうちの一つ。 IoTによるデータ化により一気に業界のデジタル化進み、労働力不足は解決に向かう

■ xTech市場の中でも高い成長率(年平均成長率26.3%)により、2023年で約400億円に達する

市場規模予測(AgTech市場)



成長のドライバと先進事例

成長のドライバ(促進要因)

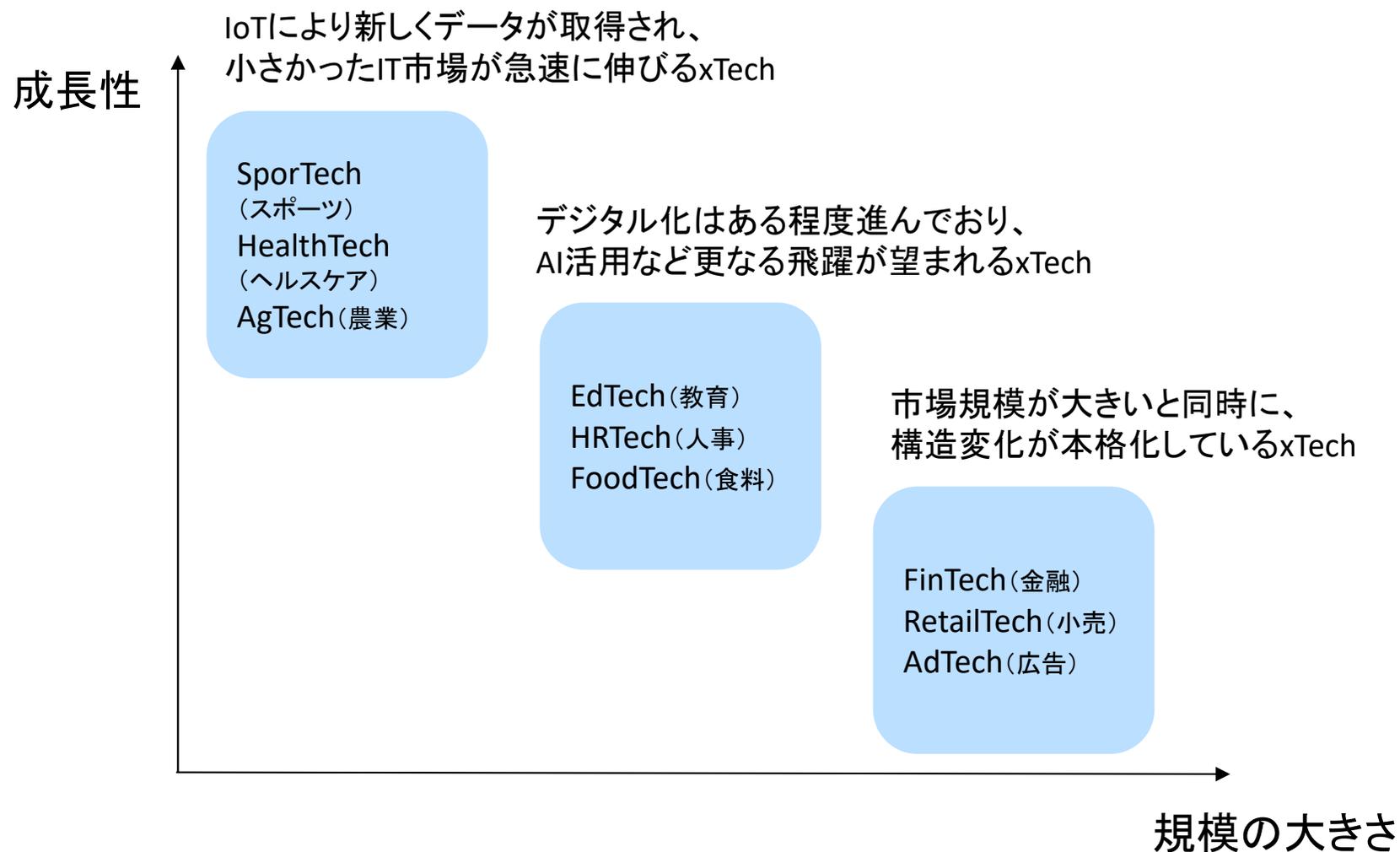
- 通信コストやハードウェアコストの低下によるIoTの普及
- ドローン等のロボティクス技術の革新
- 離農の加速と人手不足による需要面からの要請

先進事例

- 栽培支援サービス
 - ✓ ドローン: クボタ、ヤマハ
 - ✓ 農業用ロボット: クボタ、ヤンマー
 - ✓ 植物工場環境制御: デンソー、ファームシップ
 - ✓ 農業用センサー: ベジタリア、NTTドコモ
- 経営支援サービス: パナソニック、ウォーターセル、クボタ
- 販売支援サービス: 農業総合研究所、テレファーム、楽天

注)
経営支援とは、左図で言うクラウド営農管理システムを、
販売支援とは、左図で言う直販プラットフォーム等を指す。

xTechは各分野でステージは異なるものの、着実に各分野の構造変化を導いている



xTech市場予測(1)

参考市場規模
@2023年／年度

特徴

FinTech (金融)

- スマートペイメント市場 114兆円

- 資産管理、決済・送金、貸付・与信、証券・保険などの各領域において、これらの機能をアンバンドルし新しく組換えるサービスが次々に登場している
- これらの基盤となるスマートペイメント市場は今後も堅調に成長する

RetailTech (小売)

- オムニチャネル・コマース市場 72兆円
- ポイント市場 1.1兆円

- 米国では無人スーパーマーケットのコンセプトが提示され、中国では無人コンビニがすでに商用されている。家庭での商品の注文もPCやスマホ以外からの注文手段も提供され、商品の購買行動の順序は大きく変わりつつある

AdTech (広告)

- AdTech(モバイル・PC向け広告)市場 1.3兆円

- xTechの最先端の市場。広告のアンバンドリングによる、送客のための、組換えと最適化はいきつくところまでいっており、今後はいかに態度変容に結び付けられるかという新たな課題がでてきている

FoodTech (食料)

- FoodTech(サービス・食品)市場 4682億円

- 食のバリューチェーンの様々なところがデジタル化されることにより、これまでの食の調達や調理は組換えられ、新しいサービスの提供と同時に、世界的な食糧危機や廃棄の問題の解決も期待される

EdTech (教育)

- EdTech(コンテンツ+PF等) 3103億円

- 学校教育を中心に、教育コンテンツがデジタル化が進む。同時に、学習効果のデータ化や学習方法の個人へのレコメンドなどを推し進め、教育の進めかたが大きく変化する

xTech市場予測(2)

参考市場規模
@2023年／年度

特徴

SporTech
(スポーツ)

- SporTech(動画配信、IoT活用)市場
1775億円

- 権利関係が整理されることにより動画配信が広がると同時に、IoTによりこれまで取れなかったデータをもとにした様々なサービスが立ち上がることで市場は大きく成長する

HRTech
(人事)

- HRTech(人事関連システム+採用)市場
1645億円

- 採用を中心にこれまで分析仕切れていなかったデータを分析する用途が登場し、そのプロセスが今後大きく変化する可能性がある

AgTech
(農業)

- AgTech市場
403億円

- 高齢農家の増加による人手不足問題という需要側の課題と、IoTの進展によるデータ化や作業のIT化という技術進化により、農業のプロセスが大きく変わると同時に、関連する市場は急速に立ち上がる

HealthTech
(ヘルスケア)

- HealthTech市場(AI、IoT活用した市場)
365億円

- センシングデバイスの普及により、様々なサービスの効率化などが実現される

目次

1. はじめに

2. 宇宙ICT市場

3. 日本国内のシェアリングエコノミー市場

4. 中国におけるシェアリングエコノミー市場

5. 音声エージェント端末市場

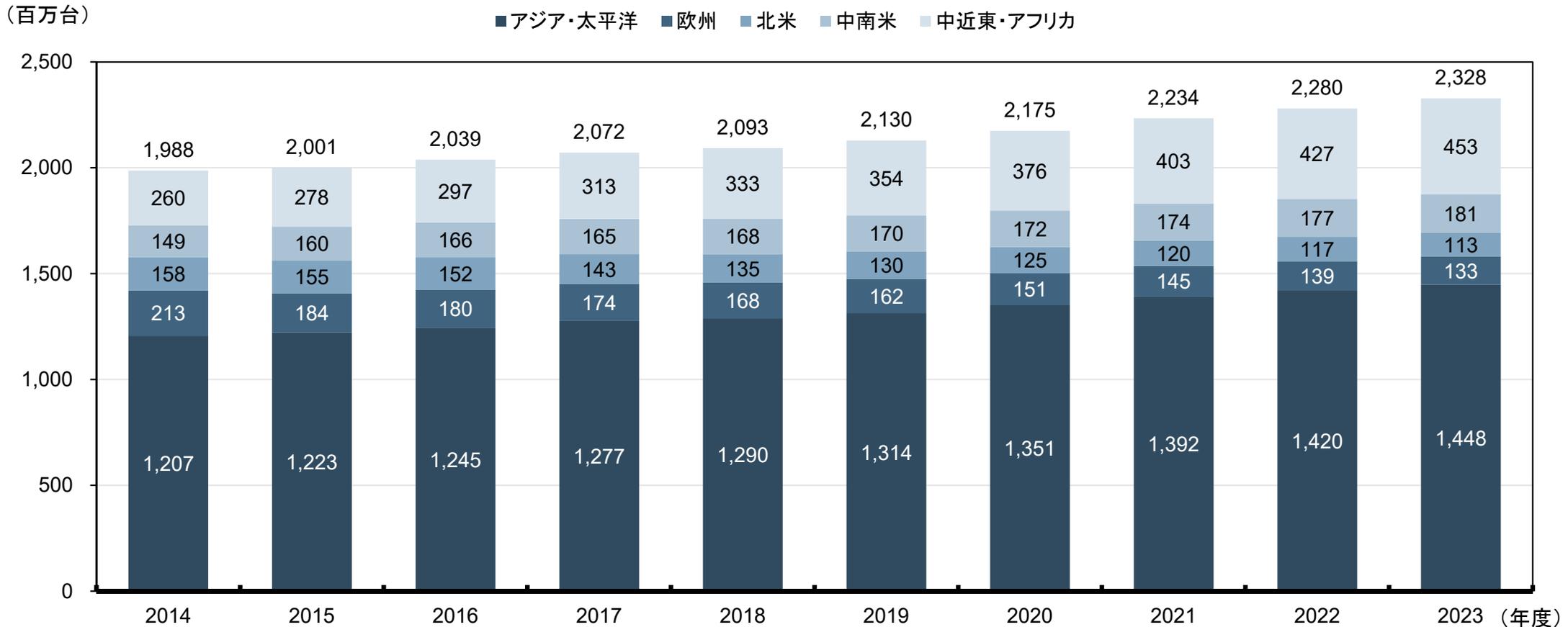
6. xTech市場

7. 参考資料(各市場規模予測)

第2章 デバイス市場

2.1 携帯電話端末市場

全世界の携帯電話端末販売台数の推移と予測(地域別)



【携帯電話端末市場の定義】

携帯電話端末の世界市場:

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を指す。スマートフォンとは、アンドロイド端末やアップル「iPhone」などの高機能携帯電話端末を指し、通信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。

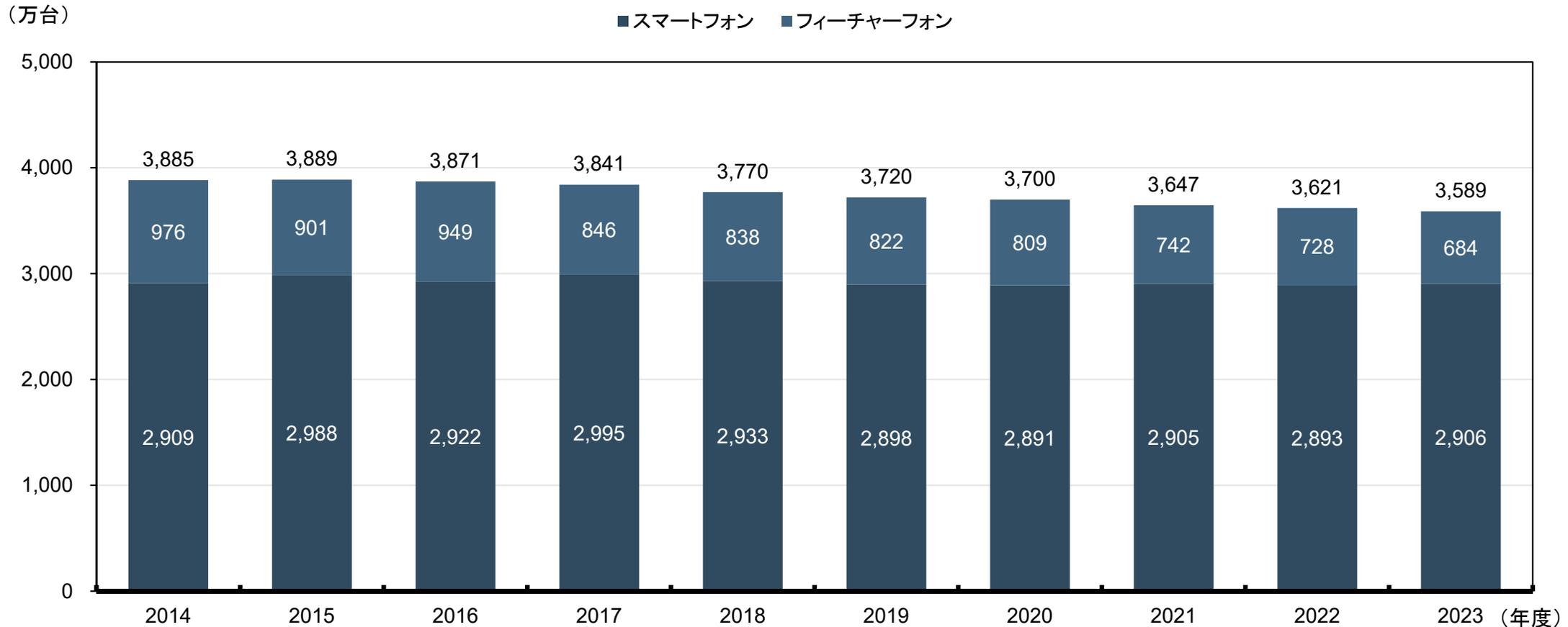
日本市場:

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。

第2章 デバイス市場

2.1 携帯電話端末市場

日本における携帯電話端末の販売台数推移と予測



【携帯電話端末市場の定義】

携帯電話端末の世界市場:

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を指す。スマートフォンとは、アンドロイド端末やアップル「iPhone」などの高機能携帯電話端末を指し、通信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。

日本市場:

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。

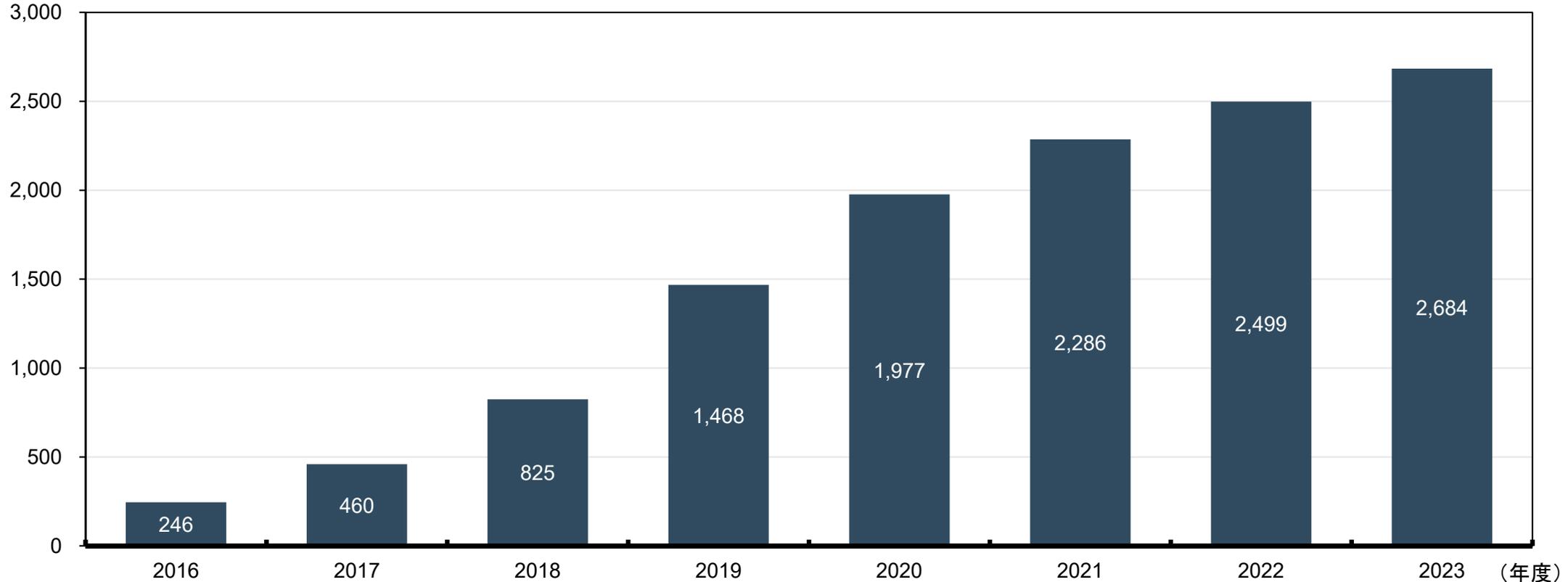
参考資料 | ITナビゲーター2018年版

第2章 デバイス市場

2.2 4Kテレビ/インターネット接続可能テレビ/ストリーミングプレイヤー市場

4Kテレビの保有世帯数予測

(万世帯)



【4Kテレビ/インターネット接続可能テレビ/ストリーミングプレイヤー市場の定義】

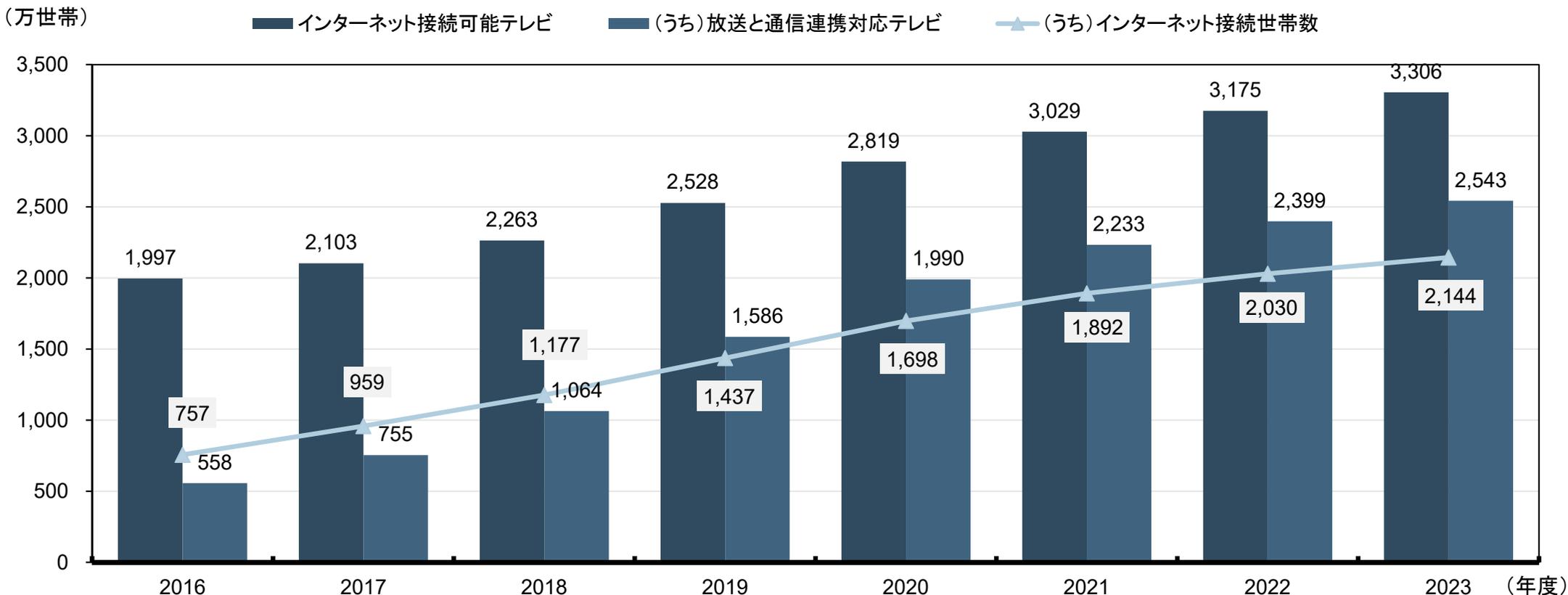
4Kテレビ:

「4Kテレビ」(Kとは「kilo=1000」を表す)とは、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テレビを指す。一般的に、「4K対応テレビ」とは、4K画質の映像を表示できるテレビを指し、「4Kテレビ」は4K画質の映像表示に加え、2018年12月から開始される4K実用放送をテレビで受信可能なテレビを指すが、ここでは4K対応テレビと4Kテレビを合わせて、「4Kテレビ」とする。

第2章 デバイス市場

2.2 4Kテレビ/インターネット接続可能テレビ/ストリーミングプレイヤー市場

インターネット接続可能テレビの保有世帯数予測



【4Kテレビ/インターネット接続可能テレビ/ストリーミングプレイヤー市場の定義】

「インターネット接続可能テレビ」とは、「インターネットテレビ」「スマートテレビ」「放送と通信連携対応テレビ」の3つからなる。

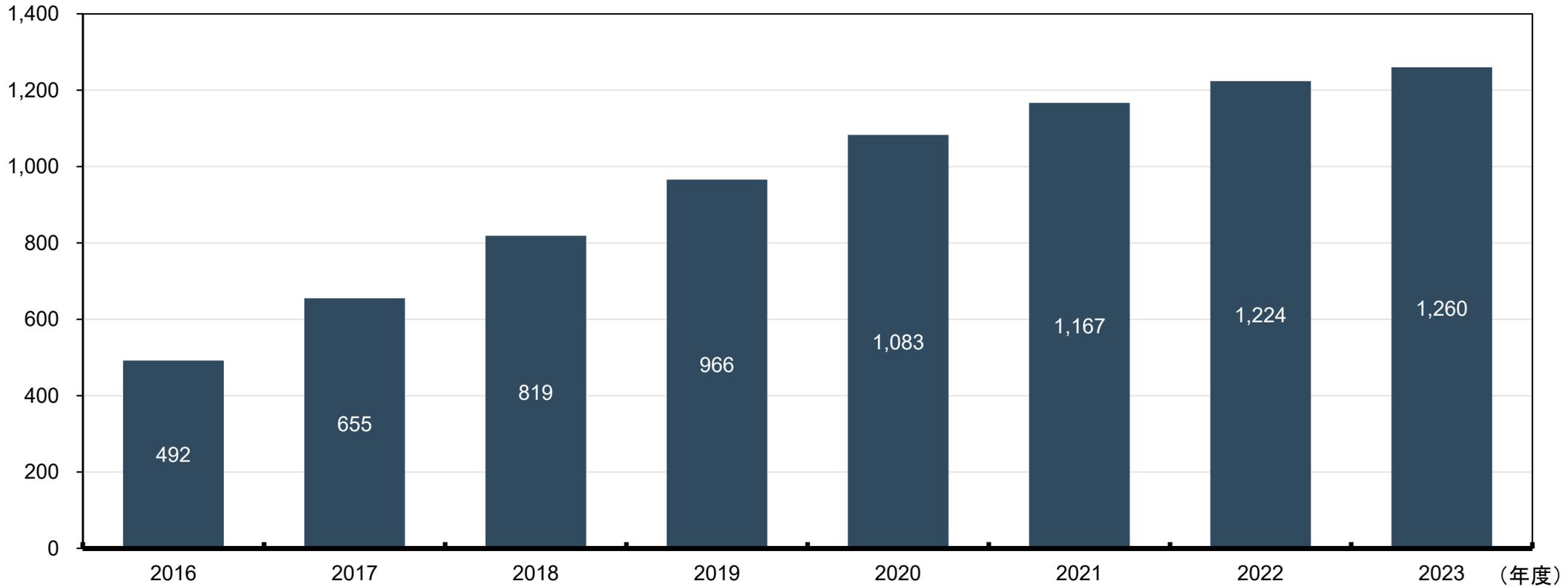
- ①「インターネットテレビ」とは、インターネットに接続することで、情報サービスの閲覧や動画配信サービスを視聴できるテレビを指す。
- ②「スマートテレビ」とは、インターネットテレビよりも高い処理能力を持つCPU(Central Processing Unit: 中央処理装置)を搭載し、スマートフォンと同様にさまざまなアプリ(アプリケーションソフト)をテレビの画面上で操作可能な機能を有すテレビのことである。
- ③「放送と通信連携対応テレビ」とは、インターネット上のコンテンツを取得するための制御信号を放送波に組み込み、番組の内容に応じてそのコンテンツを画面上に表示できるテレビを指す。

第2章 デバイス市場

2.2 4Kテレビ/インターネット接続可能テレビ/ストリーミングプレイヤー市場

ストリーミングプレイヤーの保有世帯数予測

(万世帯)



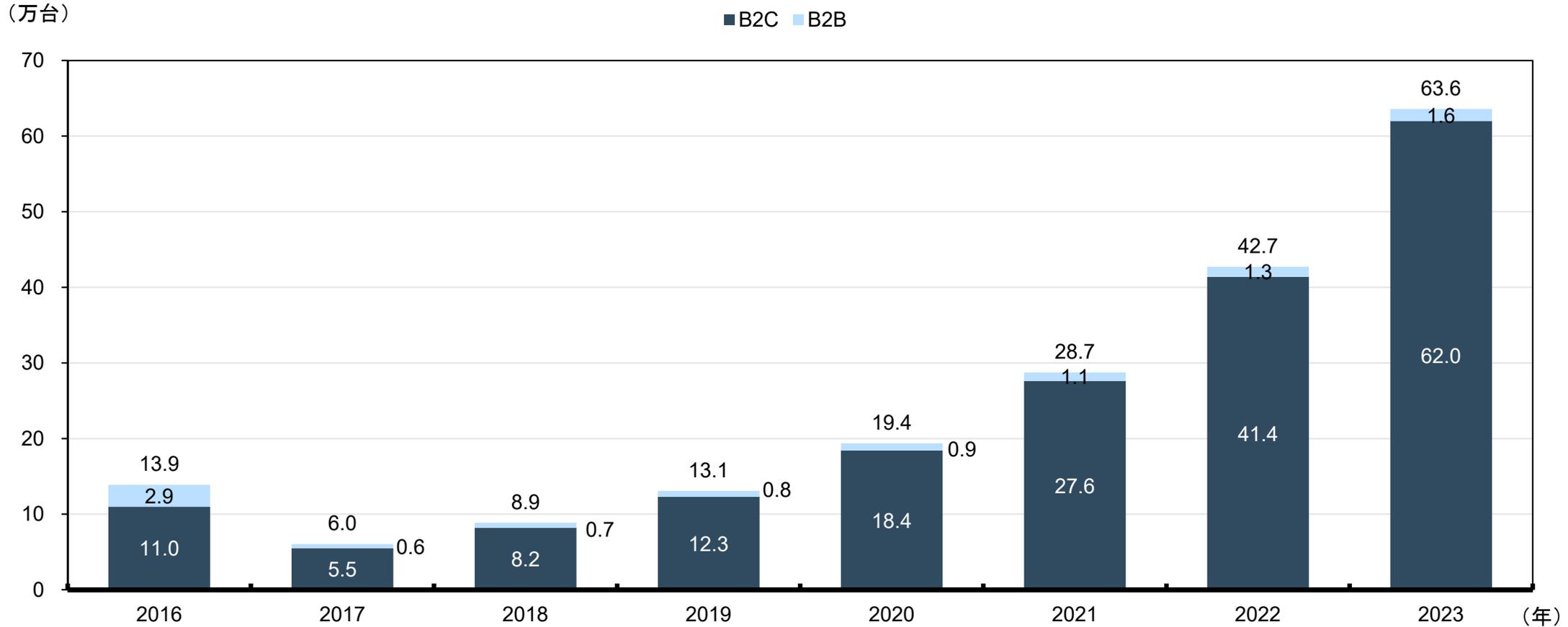
【4Kテレビ/インターネット接続可能テレビ/ストリーミングプレイヤー市場の定義】

「ストリーミングプレイヤー」(「ストリーミングメディアプレイヤー」や「メディアプレイヤー」とも呼ばれる)とは、端末に保存しているデータではなく、外部のサーバーにある動画コンテンツなどのデータをインターネット経由で受信し、再生することができる端末を指す。

第2章 デバイス市場

2.3 VR市場

VR端末の市場規模(出荷台数)予測



【VR市場の定義】

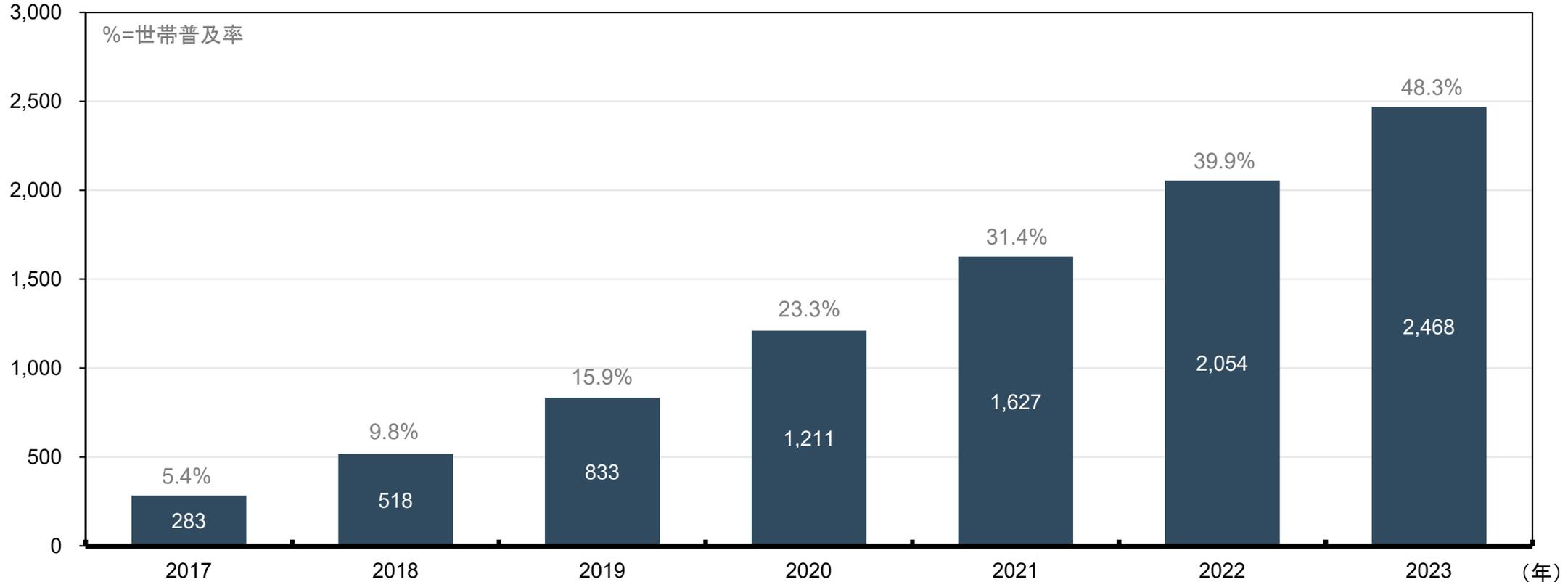
VRとは「Virtual Reality(仮想現実)」の略称である。立体的な映像を、専用の非透過型視覚装置を通じて視聴することで、利用者がその映像の内部にいるかのような感覚(自己投射性、いわゆる没入感)を得ることができる。また、利用者の動き・操作によって、仮想空間内での変化を生じさせられる(相互作用性)。

第2章 デバイス市場

2.4 音声エージェント端末市場

音声エージェント端末の保有世帯数予測

(万世帯)



【音声エージェント端末市場の定義】

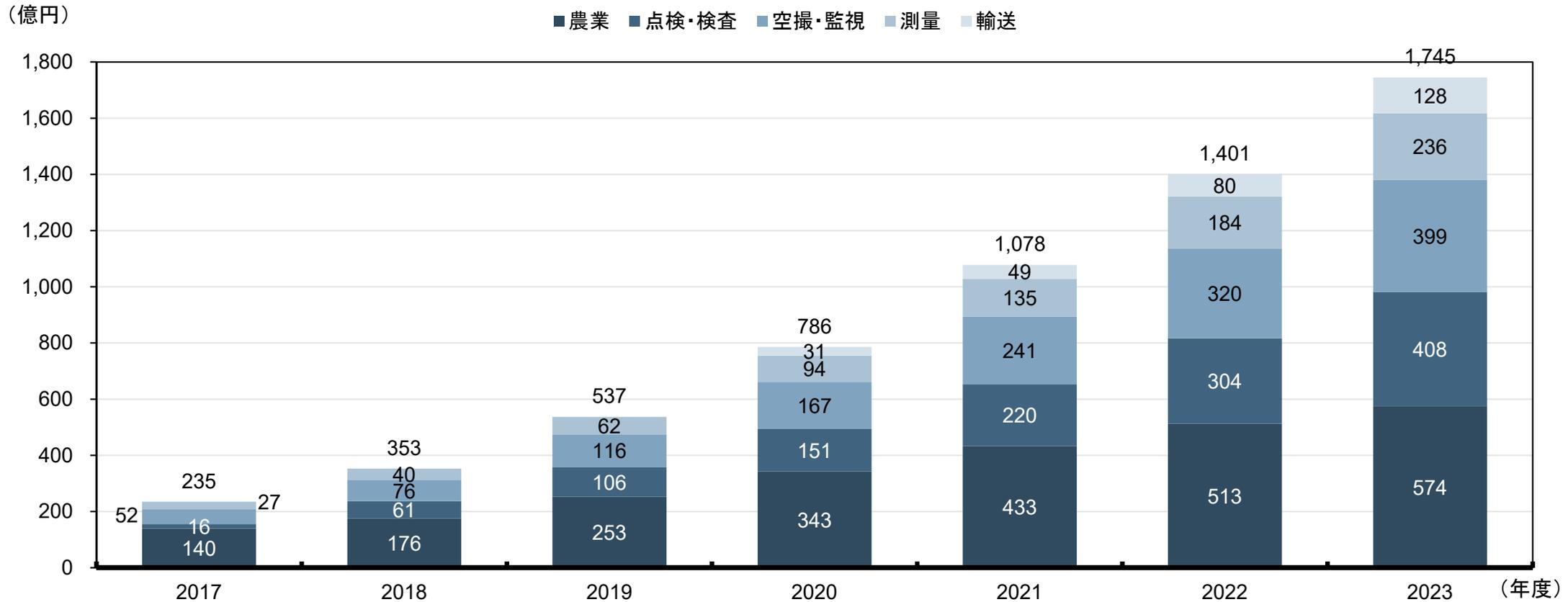
音声エージェント端末とは、インターネットに接続された、音声で操作するアシスタント機能が搭載されたスピーカー端末を指す。ユーザーは音声入力、情報検索や、連携している家電やサードパーティ(端末の開発・生産者ではない、第三者)製アプリの操作が可能になる。

参考資料 | ITナビゲーター2018年版

第2章 デバイス市場

2.5 ドローン市場

日本におけるドローン用途別市場規模



【ドローン市場の定義】

ドローンとは、無人航空機およびそれを用いたサービスであり、以下の用途が代表的なものとなっている。

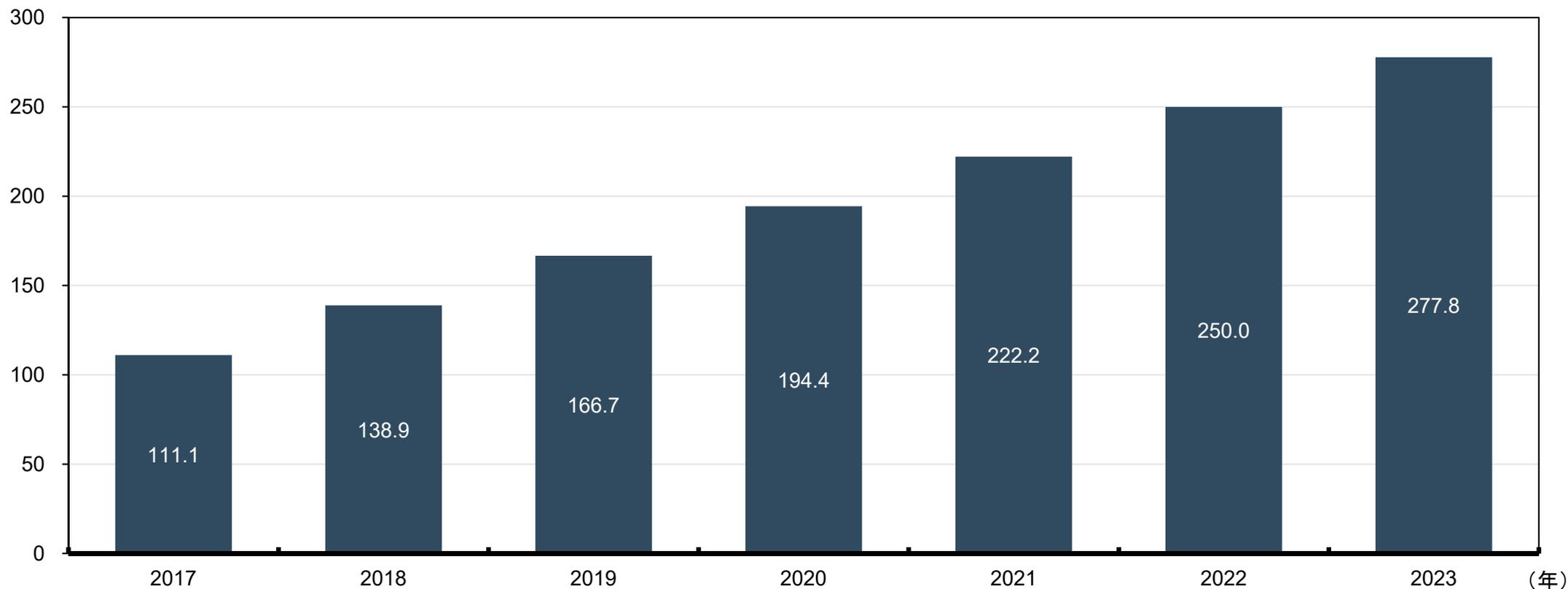
- ① 農林水産業:農地や山林などにおける農薬散布や農作物の発育監視、森林の材量把握
- ② 橋梁・高圧電線などの点検、コンクリートなどの点検・検査、施設・設備の老朽度合いの解析およびその補修
- ③ CM・ドラマなどの撮影、災害時における被災状況の確認
- ④ 土木工事現場における進捗管理、公共測量など
- ⑤ 過疎地や離島における日用品の輸送など

第2章 デバイス市場

2.6 3Dプリンター市場

国内プロフェッショナル3Dプリンター(本体)市場規模予測

(億円)



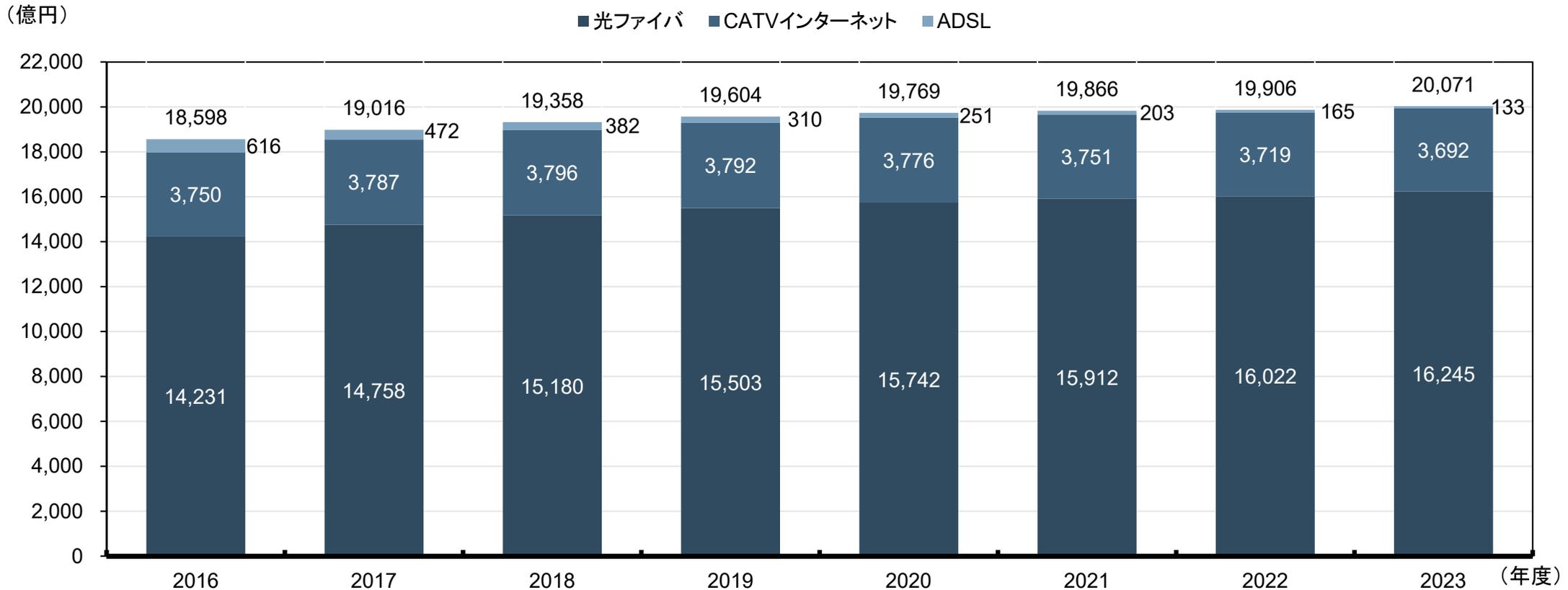
【3Dプリンター市場の定義】

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プロッターなどは含まない)。

第3章 ネットワーク市場

3.1 固定ブロードバンド回線市場

固定ブロードバンド回線の市場規模予測



【固定ブロードバンド回線市場の定義】

固定ブロードバンド回線とは、光ファイバー回線、ADSL、CATVインターネットの3つを対象とする。以下、一般世帯向けの利用を想定。

①光ファイバー回線:

光ファイバー回線サービスは、戸建住宅には、光ファイバーが屋内に直接引き込まれる。一方、集合住宅では、直接各戸に光ファイバーを引き込むケースや、建物までは光ファイバーを引き込み、各戸には、既設の電話回線を用いた高速通信技術(VDSLなど)を利用するケース、もしくはイーサネットケーブルなどを敷設するケースがある。

②ADSL:

既存の電話回線(銅線)を用いて高速データ通信を実現する技術の総称がDSLであり、一般家庭で利用される代表的な技術がADSLである。

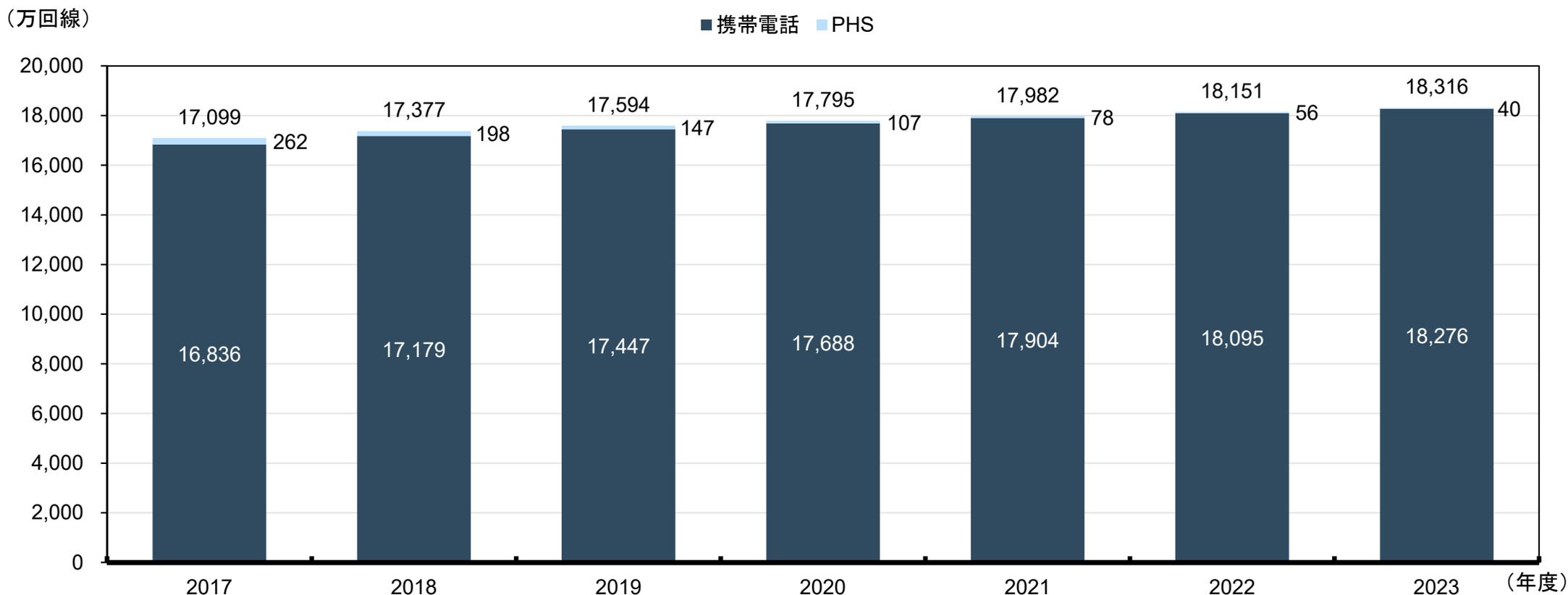
③CATVインターネット:

ケーブルテレビの放送配信システムで利用されているネットワークを活用して提供されるインターネット回線サービスを、CATVインターネットとする。

第3章 ネットワーク市場

3.2 モバイル・ワイヤレスブロードバンド市場

携帯電話・PHSの契約回線数予測



【モバイル・ワイヤレスブロードバンド市場の定義】

モバイル・ワイヤレスブロードバンドは、①携帯電話・PHS契約回線と②モバイルデータ通信からなる。

①携帯電話・PHS契約回線

タブレット端末や電子書籍専用端末、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)型の回線が対象である。WiMAXおよびAXGPのデータ通信規格は含まない。

②モバイルデータ通信

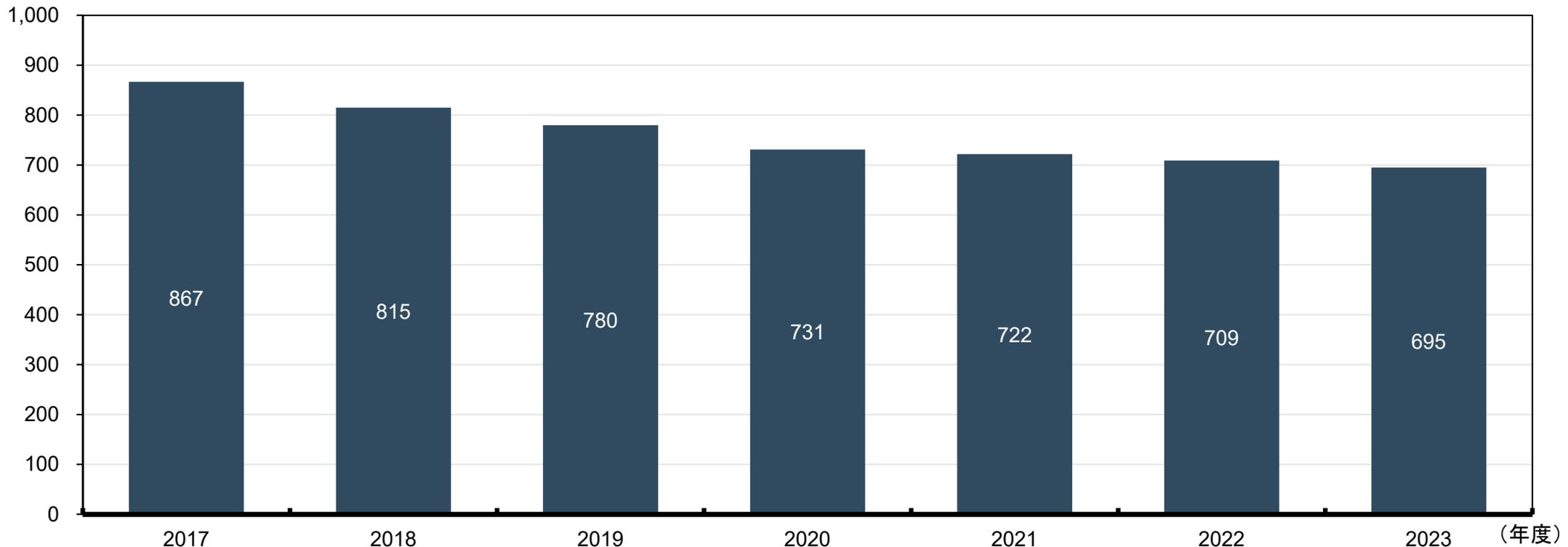
データカード端末やUSB機器、モバイルWi-Fiルーターを接続して利用するデータ通信サービスの回線数のうち、W-CDMA、HSDPA、HSPA+、CDMA2000、CDMA2000 1xEV-DO、LTE、PHS、WiMAX、AXGPなど、高速通信が可能なモバイルデータ通信サービスを対象とする。スマートフォンを介するデータ通信サービスの「テザリング」機能は含まない。

第3章 ネットワーク市場

3.2 モバイル・ワイヤレスブロードバンド市場

モバイルデータ通信の契約回線数予測

(万回線)



【モバイル・ワイヤレスブロードバンド市場の定義】

モバイル・ワイヤレスブロードバンドは、①携帯電話・PHS契約回線と②モバイルデータ通信からなる。

①携帯電話・PHS契約回線

タブレット端末や電子書籍専用端末、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)型の回線が対象である。WiMAXおよびAXGPのデータ通信規格は含まない。

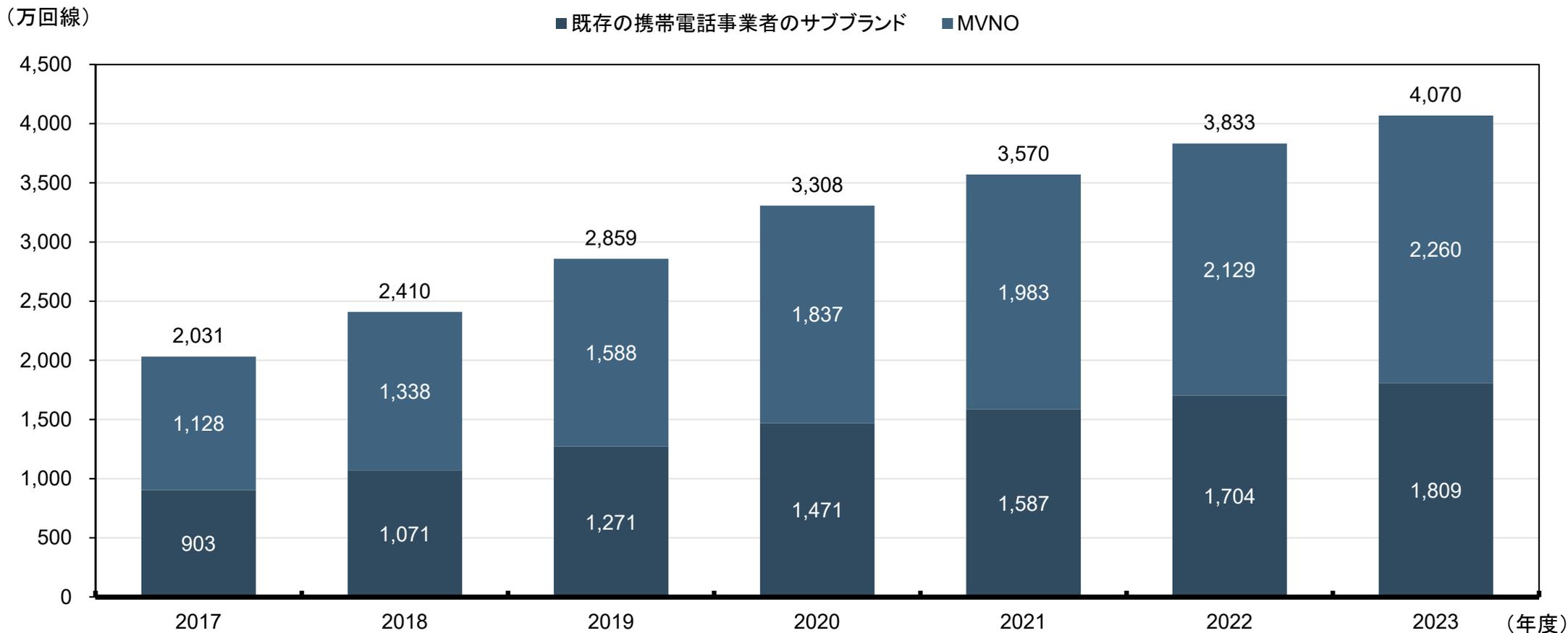
②モバイルデータ通信

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利用するデータ通信サービスの回線数のうち、W-CDMA、HSDPA、HSPA+、CDMA2000、CDMA2000 1xEV-DO、LTE、PHS、WiMAX、AXGP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の「テザリング」機能は含まない。

第3章 ネットワーク市場

3.2 モバイル・ワイヤレスブロードバンド市場

格安スマホの契約回線数予測



【モバイル・ワイヤレスブロードバンド市場の定義】

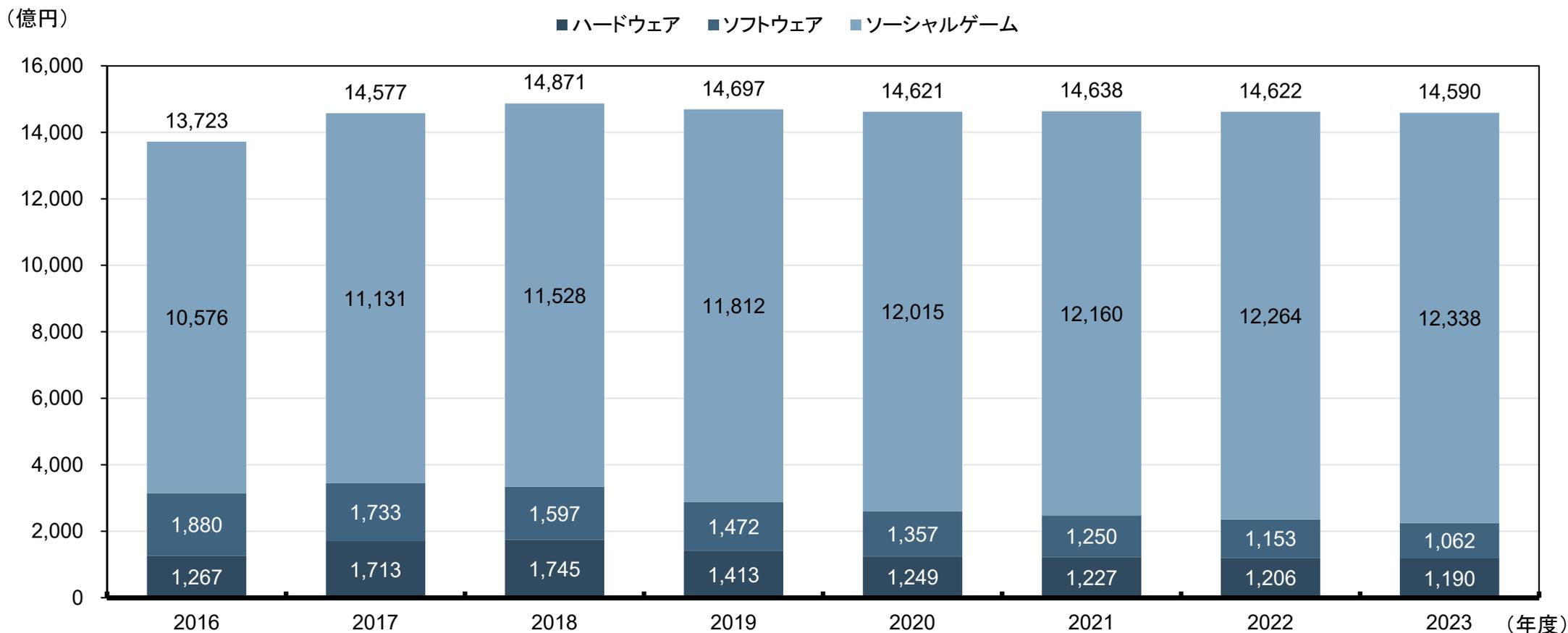
格安スマホ回線:

携帯電話事業者から無線通信インフラを借り受けてサービスを提供する楽天モバイルやOCNモバイルなどのMVNOを対象とし、M2M通信ならびに既存の移動通信事業者（NTTドコモ、au、ソフトバンクの3社）のサブブランドサービス（「Y!Mobile」および「UQ mobile」）を含む。なお、携帯電話事業者による他の携帯電話事業者の無線通信インフラを借り受けてのサービス（MNO's MVNO）は含まない。

第4章 コンテンツ配信市場

4.1 ゲーム市場

ゲーム市場規模予測



【ゲーム市場の定義】

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ぶゲームを対象とする。ゲームは、「従来型(パッケージ販売型)」と「課金型」の2種類に大別される。前者はソニー・インタラクティブエンタテインメントの「PlayStation」などの据え置き型ゲームにみられるように、遊ぶ前にパッケージで購入するソフトウェアの代金を主な売り上げとするビジネスモデルである。

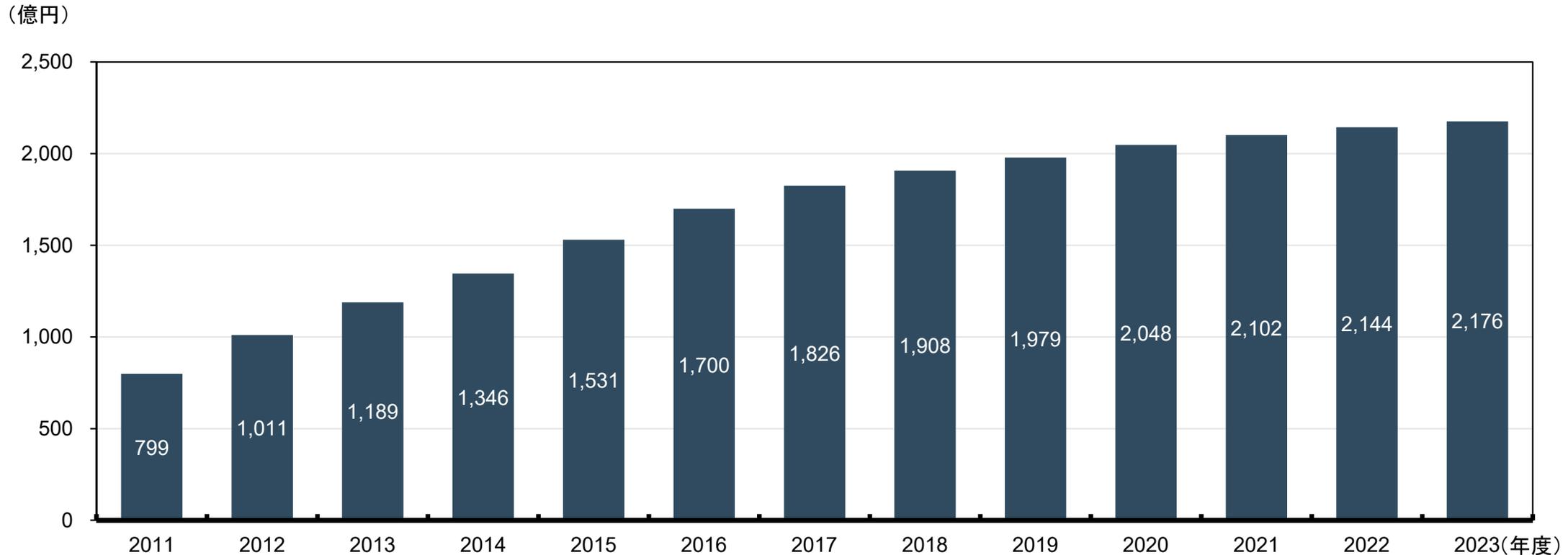
後者は、ソーシャルゲームにみられるように、基本的には無料で遊べるが、アイテムを購入するなど、さらに楽しむために利用者が支払う料金を主な売り上げとする。

なお、スマートフォンのアプリストアなどを介して提供されるネイティブアプリ型のゲームもソーシャルゲームに含まれる。

第4章 コンテンツ配信市場

4.2 動画配信 (VOD:ビデオオンデマンド)市場

動画配信市場予測



【動画配信 (VOD:ビデオオンデマンド)市場の定義】

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サービスである。動画配信サービスには、以下の3つのタイプがある。

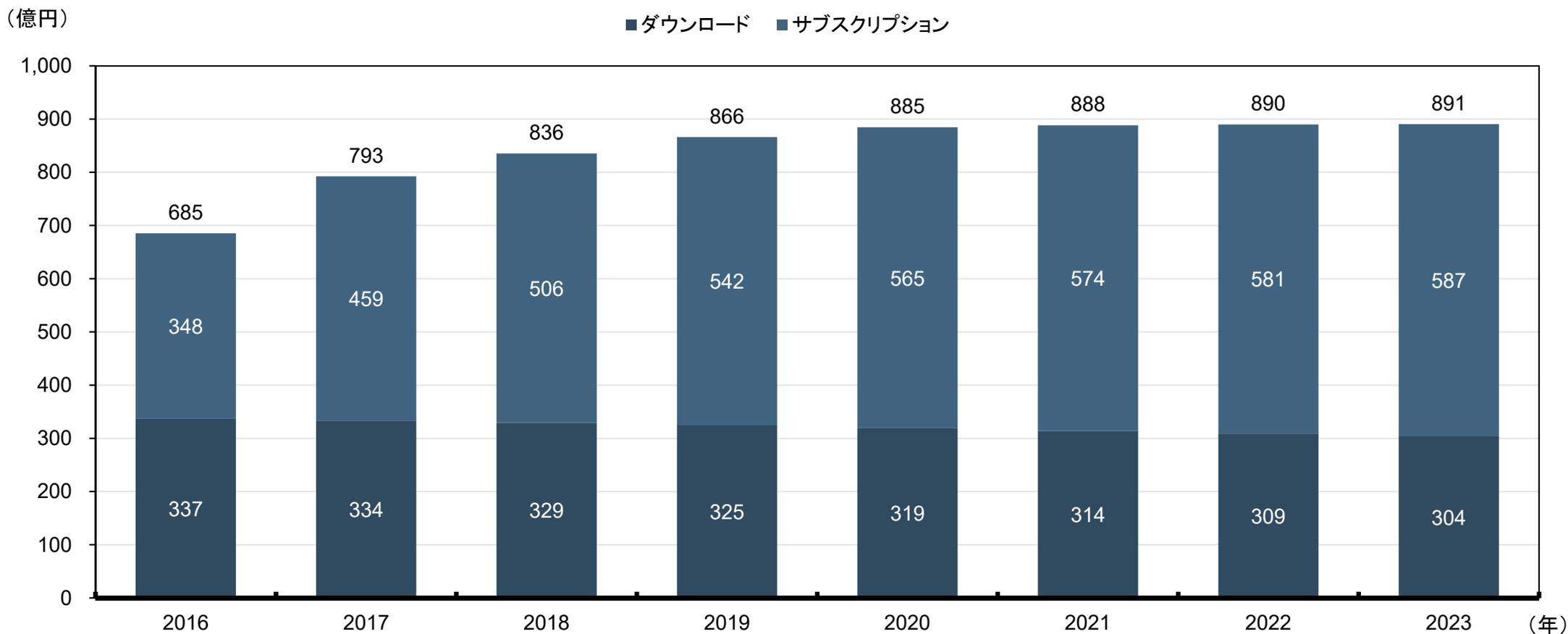
- ① 特定の映像コンテンツを一定期間(1週間程度)視聴できるサービス
- ② 特定の映像コンテンツをダウンロードすることなどにより、期限なく視聴できるサービス
- ③ 毎月一定額を支払う代わりに、映像コンテンツを視聴し放題になるサービス(定額制の動画配信サービス)

「DAZN」のように、スポーツなどの映像コンテンツをインターネット上で生中継するサービス(ライブストリーミング)や、放送をインターネットで同時に配信するサービスは含まない。

第4章 コンテンツ配信市場

4.3 音楽配信市場

音楽配信市場予測



【音楽配信市場の定義】

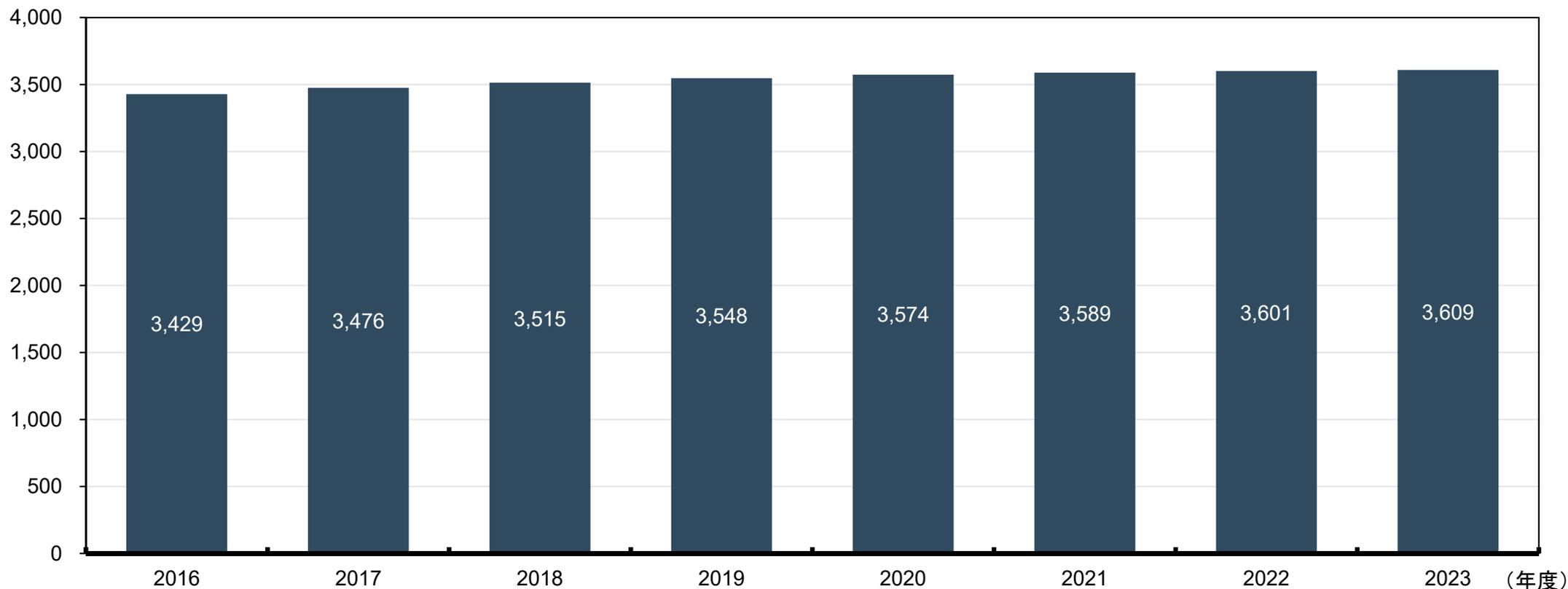
インターネットを通じて、楽曲を配信するサービスである。
 楽曲全体を配信するサービスを対象とし、カラオケ用のデータ配信や、「着メロ」「着うた」など楽曲の一部のみを配信するサービスは含まない。

第4章 コンテンツ配信市場

4.4 放送・メディア市場

BS放送受信可能世帯数予測

(万世帯)



【放送・メディア市場の定義】

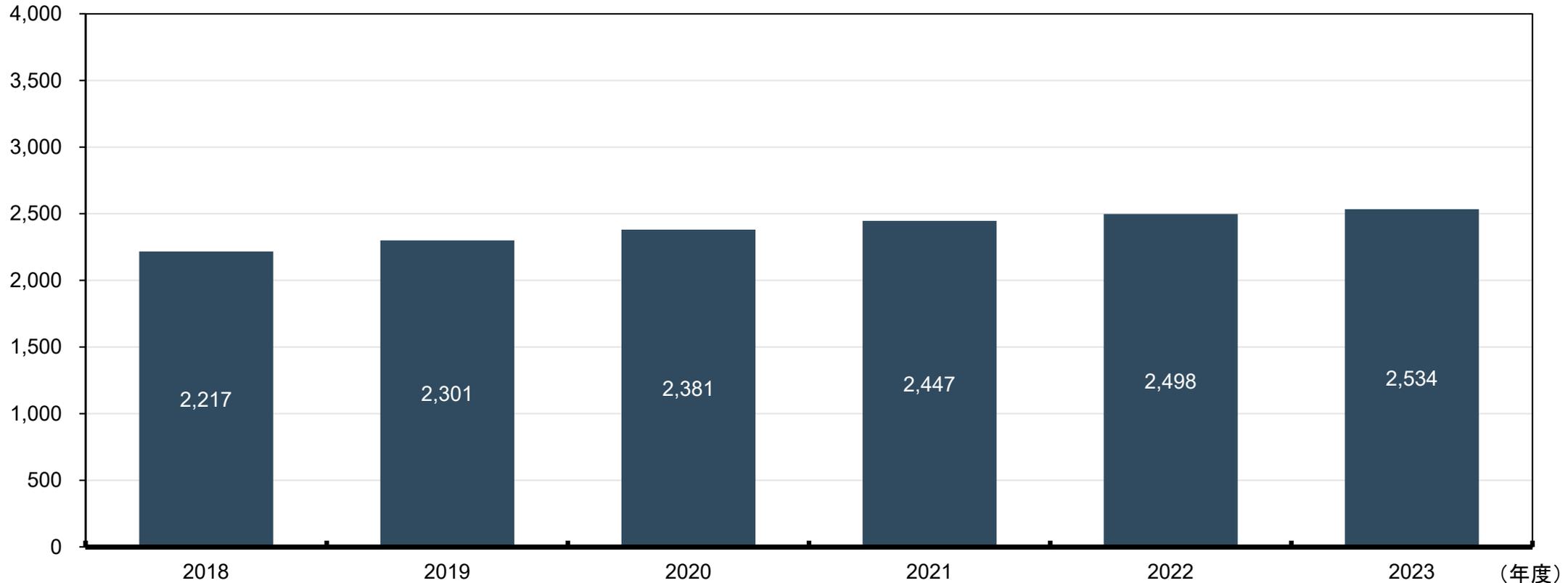
放送・メディア市場として、ここでは、BS放送と有料放送プラットフォームサービスを取り上げる。
 有料放送プラットフォームサービスとは、同軸ケーブルや光ファイバーを用いて提供される多チャンネルサービス(地上波放送やBS放送の再送信のみのサービスは除く)を利用する「有線プラットフォームサービス」、衛星を経由したプラットフォームサービスを利用する「衛星プラットフォームサービス」、および光ファイバー網など閉域のIP(Internet Protocol)ネットワーク網を利用する「IP放送サービス」の3種類が含まれる。

第4章 コンテンツ配信市場

4.4 放送・メディア市場

BS右旋による4K実用放送受信可能世帯数予測

(万世帯)



【放送・メディア市場の定義】

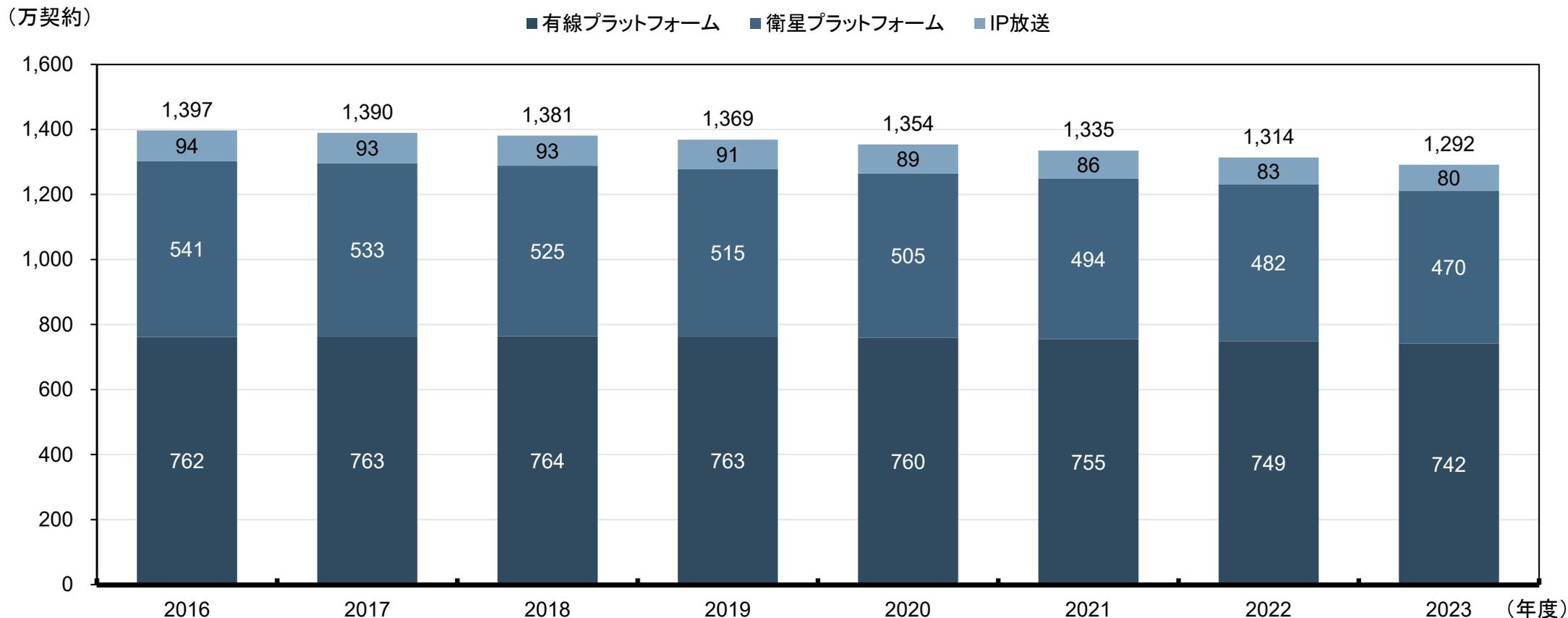
放送・メディア市場として、ここでは、BS放送と有料放送プラットフォームサービスを取り上げる。

有料放送プラットフォームサービスとは、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(地上波放送やBS放送の再送信のみのサービスは除く)を利用する「有線プラットフォームサービス」、衛星を経由したプラットフォームサービスを利用する「衛星プラットフォームサービス」、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する「IP放送サービス」の3種類が含まれる。

第4章 コンテンツ配信市場

4.4 放送・メディア市場

有料放送プラットフォームサービス加入世帯数予測



【放送・メディア市場の定義】

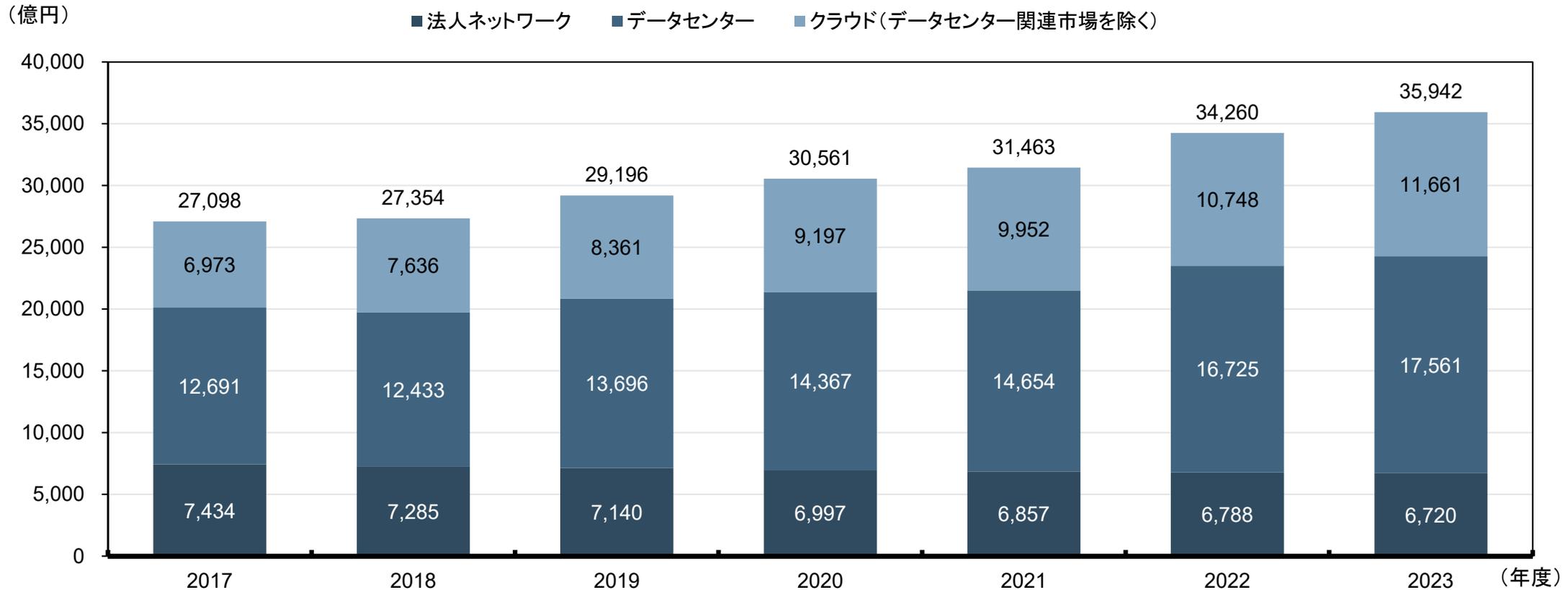
放送・メディア市場として、ここでは、BS放送と有料放送プラットフォームサービスを取り上げる。
 有料放送プラットフォームサービスとは、同軸ケーブルや光ファイバーを用いて提供される多チャンネルサービス(地上波放送やBS放送の再送信のみのサービスは除く)を利用する「有線プラットフォームサービス」、衛星を経由したプラットフォームサービスを利用する「衛星プラットフォームサービス」、および光ファイバー網など閉域のIP(Internet Protocol)ネットワーク網を利用する「IP放送サービス」の3種類が含まれる。

参考資料 | ITナビゲーター2018年版

第5章 プラットフォーム市場

5.1 クラウドサービス、データセンター、法人ネットワーク

クラウドサービス、データセンター、法人ネットワーク市場予測



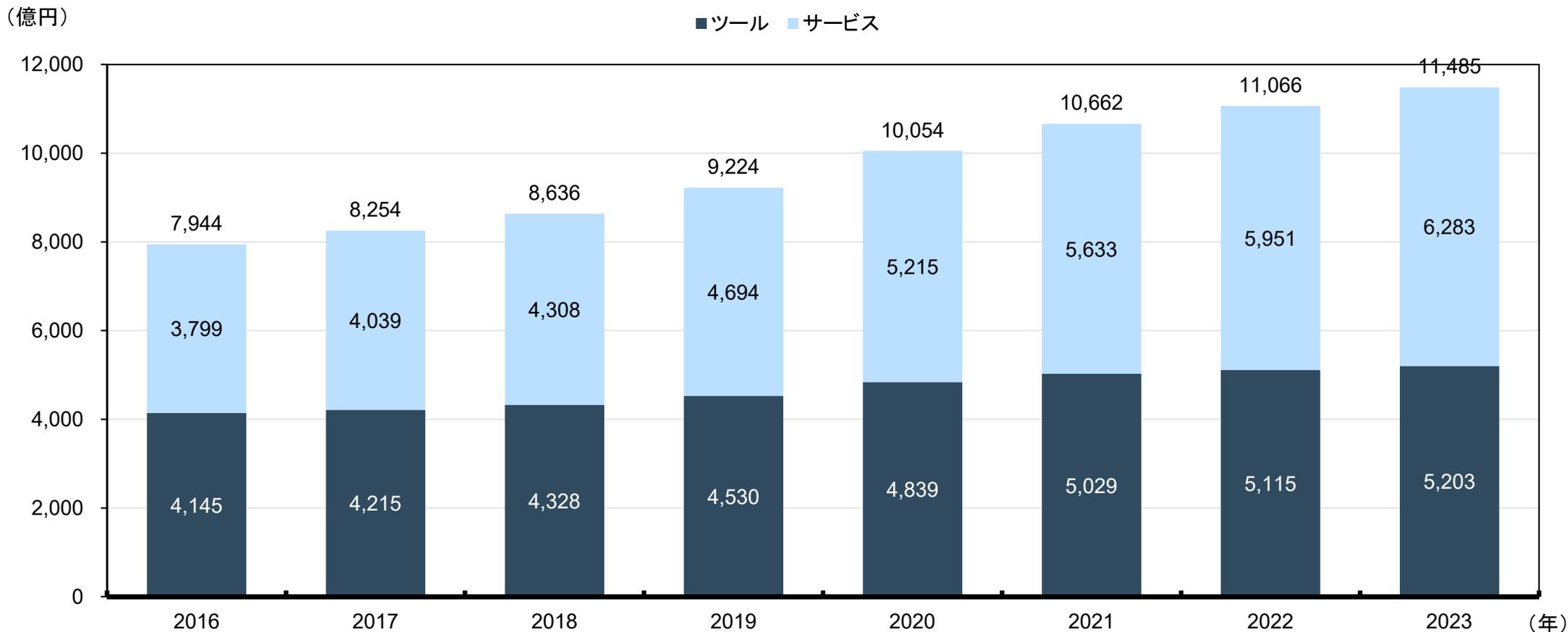
【クラウドサービス、データセンター、法人ネットワーク市場の定義】

- ①クラウドサービス(クラウドコンピューティングサービス):
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り、SaaS、IaaS、PaaSを対象とする。
- ②データセンター:
狭義には「ホスティングサービス」と「コロケーションサービス」で構成されるが、広義には「アウトソーシングサービス」「マネージドサービス」も含まれる。ここでは広義に捉えて市場規模を予測している。
- ③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を対象とする。

第5章 プラットフォーム市場

5.2 情報セキュリティ市場

法人向け情報セキュリティ市場予測



【情報セキュリティ市場の定義】

法人が利用する①情報セキュリティツールと②情報セキュリティサービスの2つを対象とする。

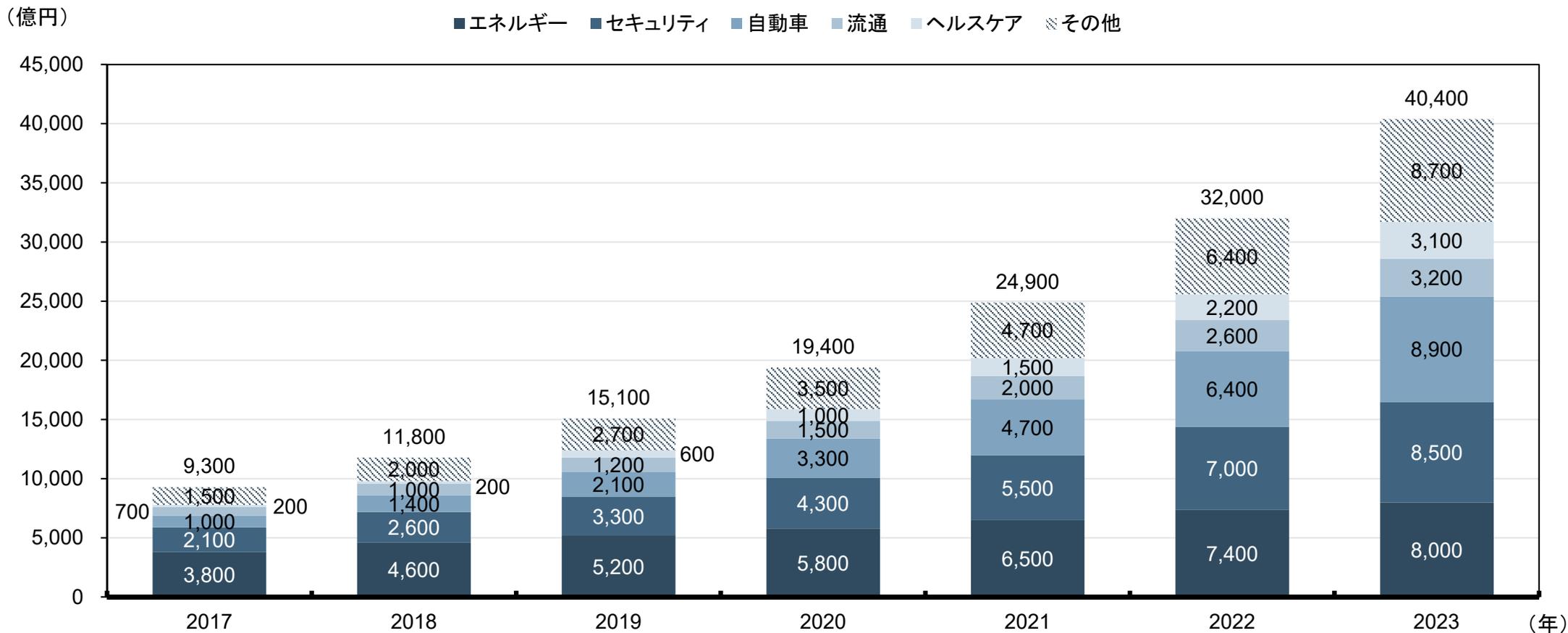
①情報セキュリティツールは、アプライアンス(ここでは情報セキュリティ用途に特化した機能を搭載したハードウェア・機器)およびソフトウェアから構成される。

②情報セキュリティサービスは、情報セキュリティシステム的设计・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。

第5章 プラットフォーム市場

5.4 IoT市場

IoT市場予測(分野別)



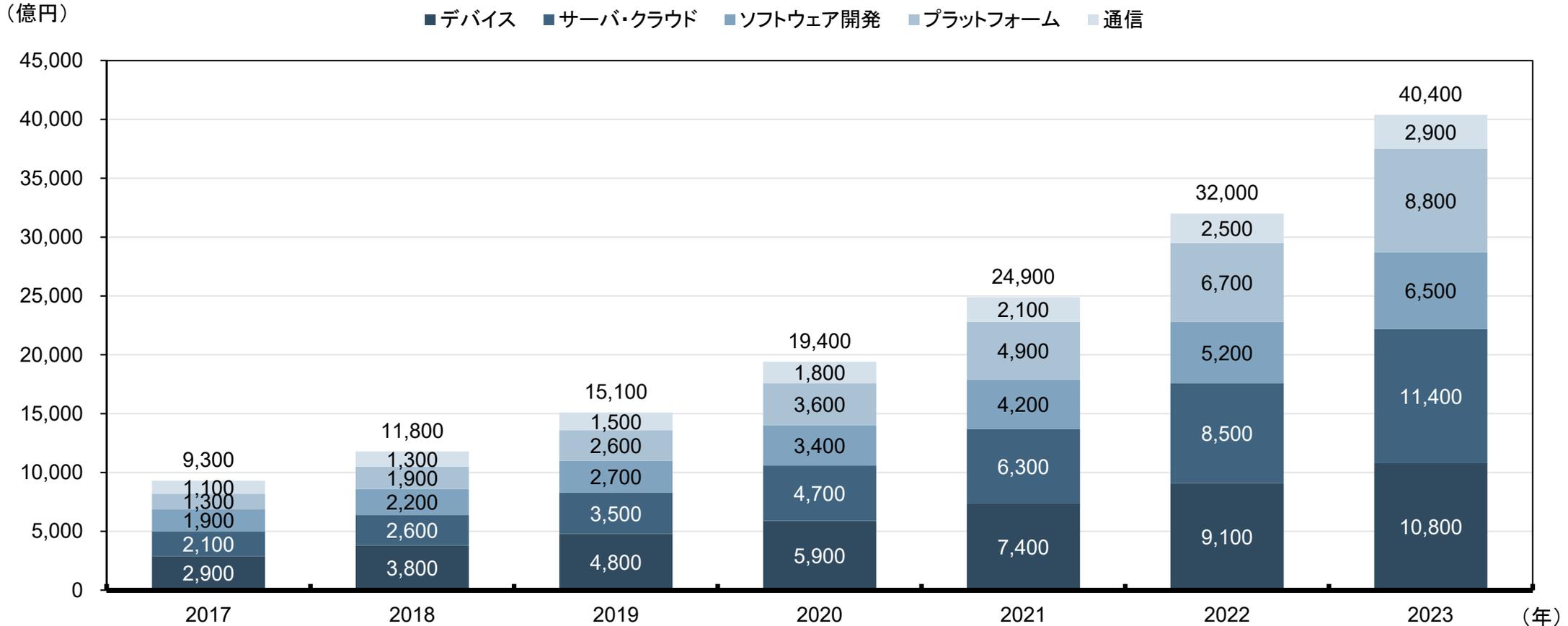
【IoT市場の定義】

IoT(アイ・オー・ティー:Internet of Things)とは、世の中に存在するさまざまなモノに通信機能を持たせ、インターネットに接続したり相互に通信し合ったりすることで、自動認識や自動制御、遠隔計測などを行う情報通信システムやサービスを指す。

第5章 プラットフォーム市場

5.4 IoT市場

IoT市場予測(費用内訳別)



【IoT市場の定義】

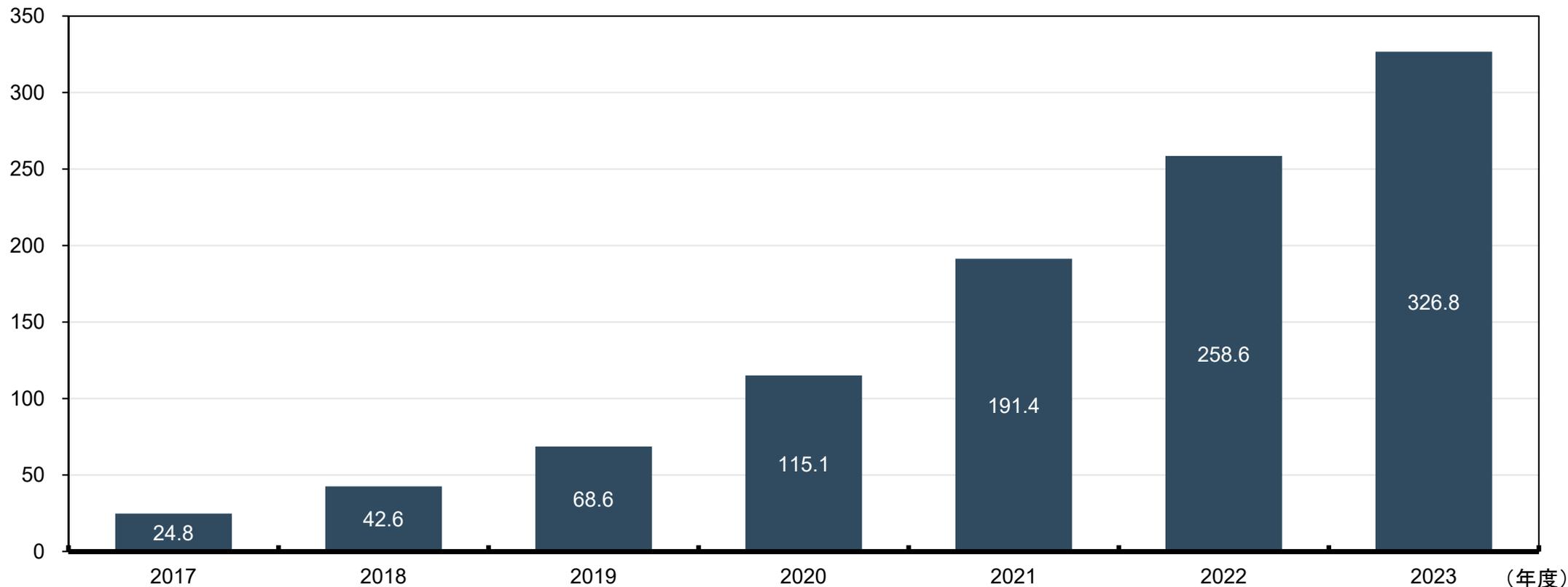
IoT(アイ・オー・ティー:Internet of Things)とは、世の中に存在するさまざまなモノに通信機能を持たせ、インターネットに接続したり相互に通信し合ったりすることで、自動認識や自動制御、遠隔計測などを行う情報通信システムやサービスを指す。

第5章 プラットフォーム市場

5.6 RPA市場

RPA市場予測

(億円)



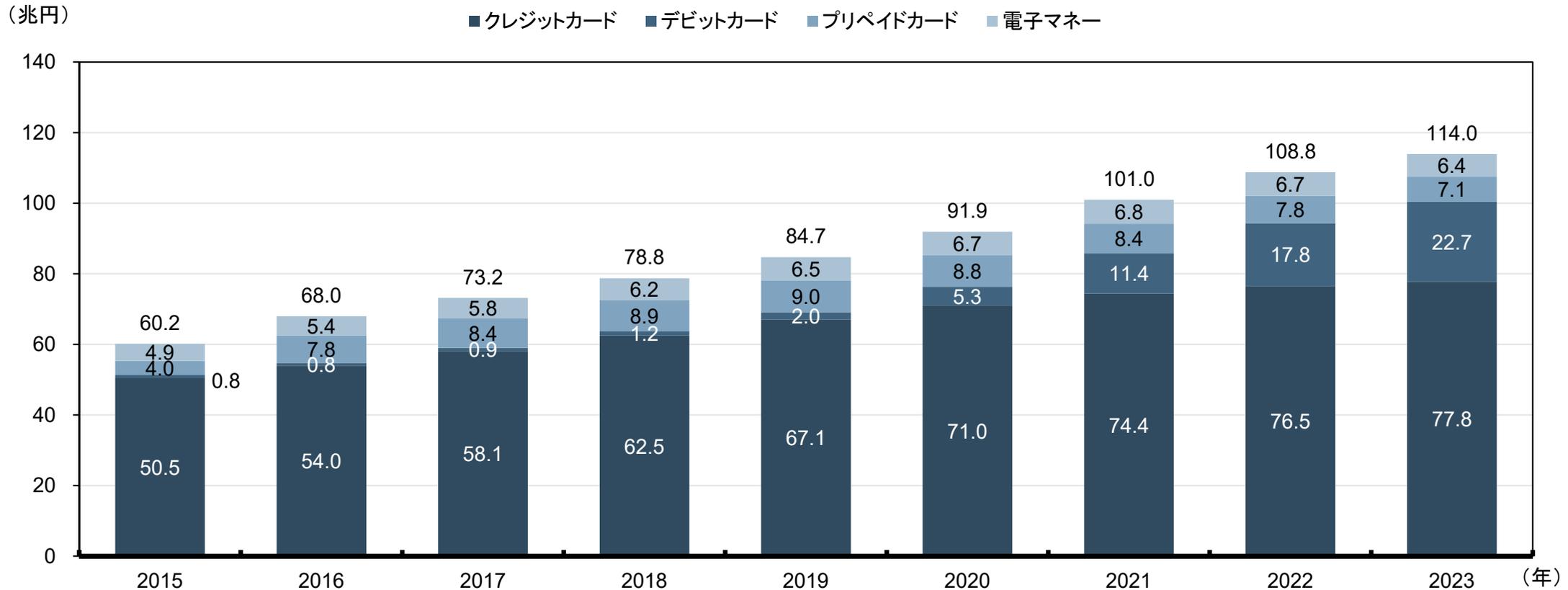
【RPA市場の定義】

RPA(ロボティック・プロセス・オートメーション)とは、ロボットによる、主にホワイトカラーの従事してきた業務を効率化・自動化する取り組みである。従来、ホワイトカラーがPCのキーボードやマウスで行ってきた定型作業を、ソフトウェア型の仮想ロボットに記憶・代行させることが可能となる。ここでは、RPAにかかわるツールおよびコンサルティングサービス、システム開発・保守・メンテナンスなどのシステム・サービス市場を対象とする。ただし、産業用ロボットや対話型ロボットなど、ハードウェア型のロボットは含めない。

第6章 xTech配信市場

6.1 FinTech(金融)市場

スマートペイメント市場予測



【FinTech(金融)市場の定義】

一般に、FinTechが対象とする事業領域は、決済、貸金、証券、保険など多岐にわたる。ここでは特に、市場として、以下の2つ(決済領域)を対象とする。

①スマートペイメント:

訪日外国人を含む、日本国内における企業と個人間(B2C)の商取引における電子的な決済手段を、「スマートペイメント」と呼ぶ。

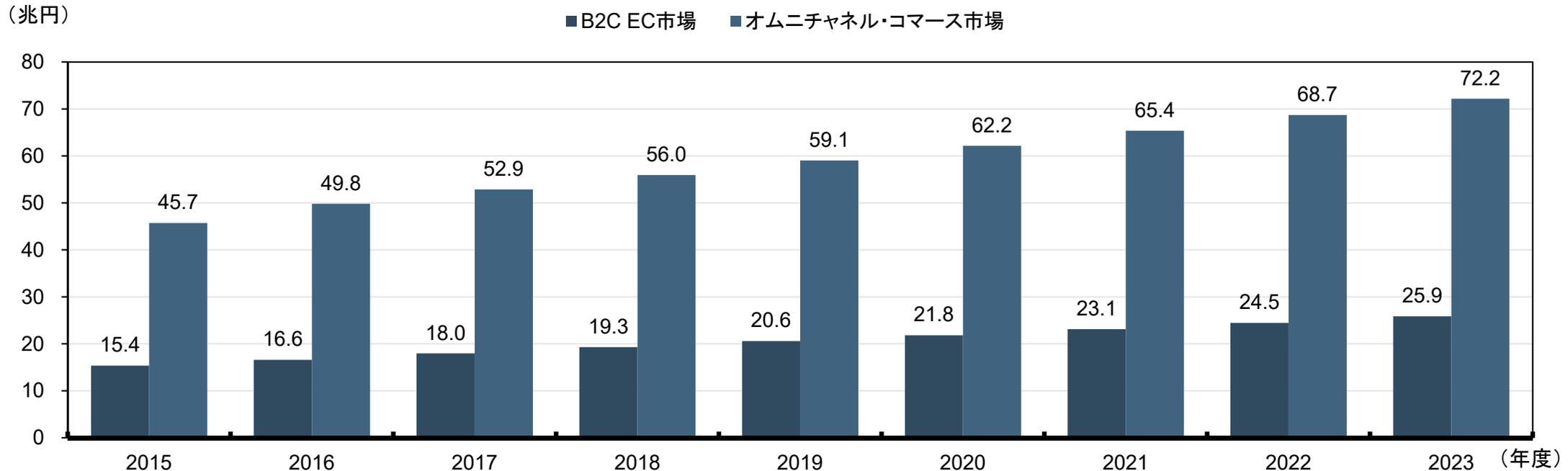
②電子マネー:

「電子マネー」は、スマートペイメントに含まれる決済手段であり、非接触IC技術を利用するか、あるいは決済時にカードなどの媒体が不要な前払い式(プリペイド)のものとする。

第6章 xTech配信市場

6.2 RetailTech(小売)市場

オムニチャネル・コマース市場とB2C EC市場予測



【RetailTech(小売)市場の定義】

ここでは特に、オムニチャネル・コマースとB2C EC、ポイントを対象とする。

①オムニチャネル・コマース:

最終的な購買経路がインターネット経由かリアル店舗かを問わず、一般消費者向けの商品・サービスを、インターネット上の情報を見ただけで購入、利用することを指す。ここで、インターネット上の情報とは、商品やサービスに関する公式のサイトやブログ、SNS、ECサイト上の情報だけでなく、比較サイトや地図検索、友人・知人とのSNSでのやりとり、アプリやメールなどで配信される情報なども含む。以下のB2C ECも内包する。

②B2C EC:

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・購入することを指す。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、実際の決済はリアル店舗で行われ、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含めない。また、オンライントレードやネットバンキングなど、ネット上で行われる金融サービス市場、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も含まない。

③ポイント:

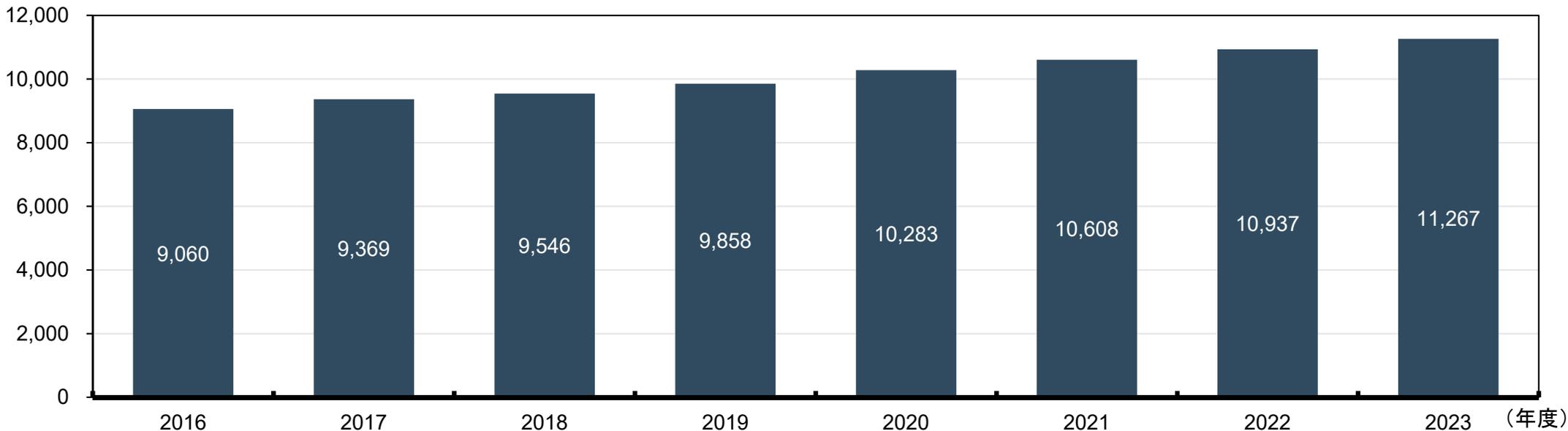
企業と個人との間で行われる商取引に際して、各企業から個人に発行されるポイントを指す。

第6章 xTech配信市場

6.2 RetailTech(小売)市場

ポイント市場(最少発行額)予測

(億円)



【RetailTech(小売)市場の定義】

ここでは特に、オムニチャネル・コマースとB2C EC、ポイントを対象とする。

①オムニチャネル・コマース:

最終的な購買経路がインターネット経由かリアル店舗かを問わず、一般消費者向けの商品・サービスを、インターネット上の情報を見ただけで購入、利用することを指す。ここで、インターネット上の情報とは、商品やサービスに関する公式のサイトやブログ、SNS、ECサイト上の情報だけでなく、比較サイトや地図検索、友人・知人とのSNSでのやりとり、アプリやメールなどで配信される情報なども含む。以下のB2C ECも内包する。

②B2C EC:

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・購入することを指す。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、実際の決済はリアル店舗で行われ、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含めない。また、オンライントレードやネットバンキングなど、ネット上で行われる金融サービス市場、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も含まない。

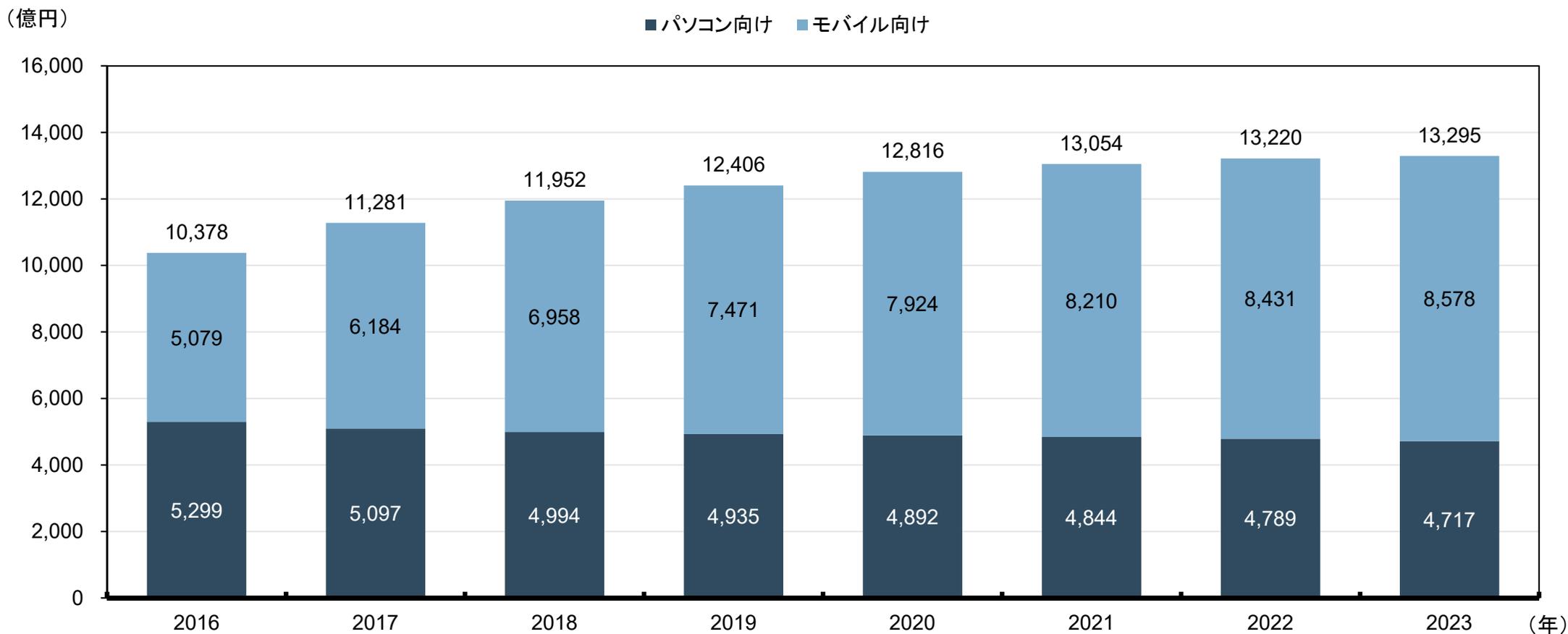
③ポイント:

企業と個人との間で行われる商取引に際して、各企業から個人に発行されるポイントを指す。

第6章 xTech配信市場

6.3 AdTech(広告)市場

AdTech市場予測(端末種別)



【AdTech(広告)市場の定義】

広義には、コンテンツ制作費を除いたWebサイトやアプリなどへのインターネット広告媒体費の全体を指す。

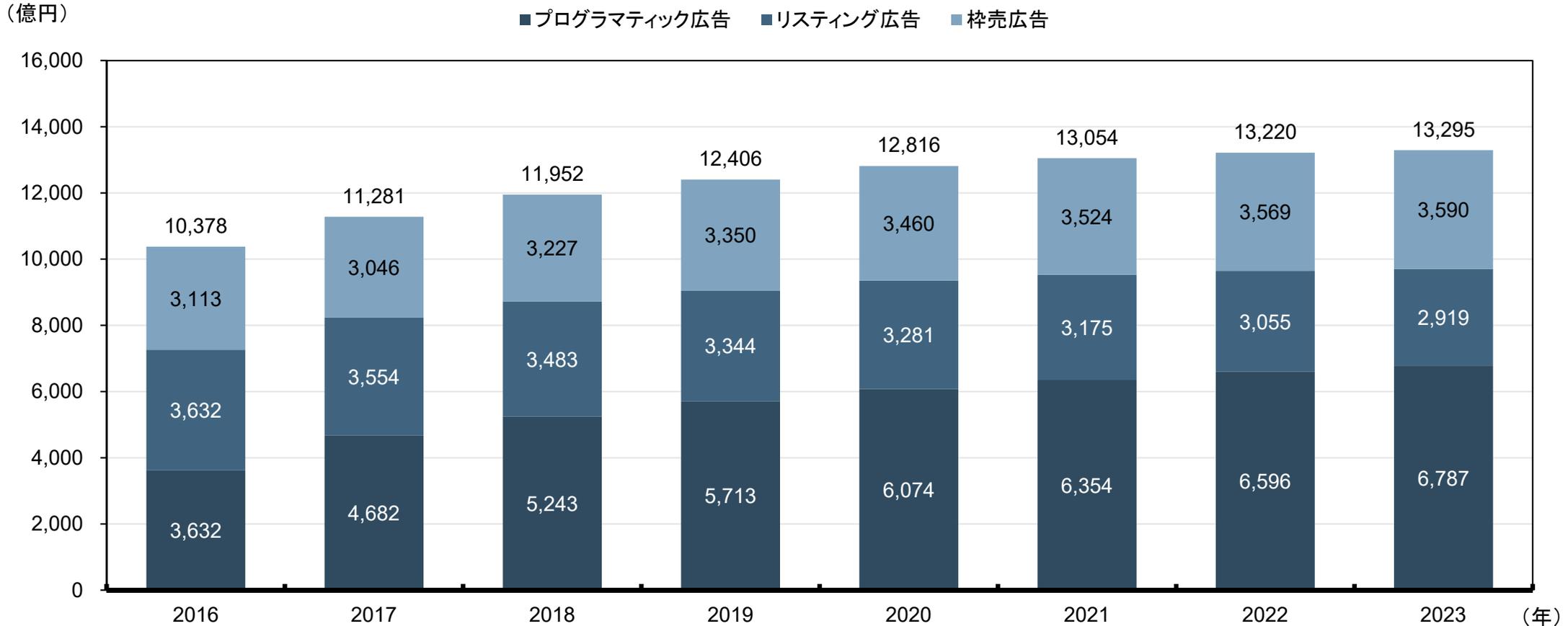
狭義には、その中でも特に金融工学のノウハウやAIなどのITを活用し、インターネット上で出稿と広告枠のマッチングを制御するプログラマティック広告による媒体費の市場を指す。

ここでは狭義なプログラマティック広告にリスティング広告と枠売広告をあわせて、市場規模を予測している。

第6章 xTech配信市場

6.3 AdTech(広告)市場

AdTech市場予測(広告種別)



【AdTech(広告)市場の定義】

広義には、コンテンツ制作費を除いたWebサイトやアプリなどへのインターネット広告媒体費の全体を指す。

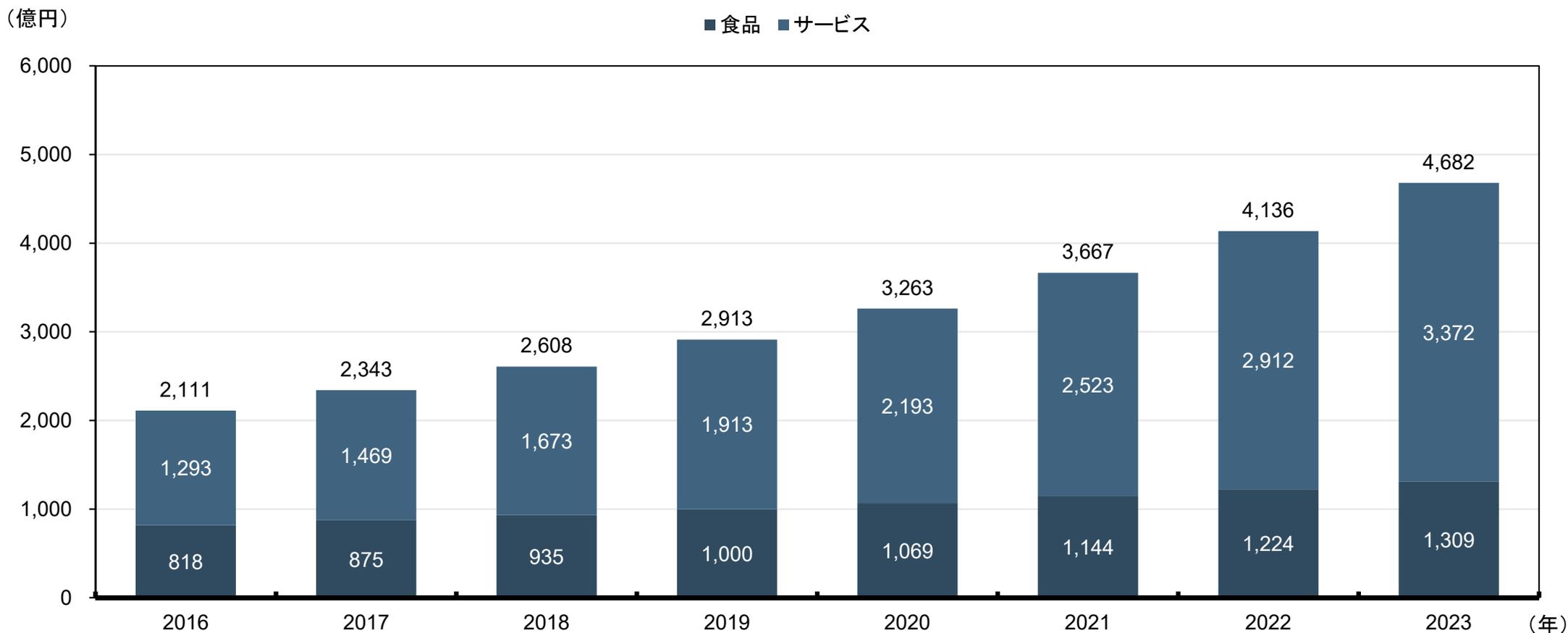
狭義には、その中でも特に金融工学のノウハウやAIなどのITを活用し、インターネット上で出稿と広告枠のマッチングを制御するプログラマティック広告による媒体費の市場を指す。

ここでは狭義なプログラマティック広告にリスティング広告と枠売広告をあわせて、市場規模を予測している。

第6章 xTech配信市場

6.4 FoodTech(食品)市場

FoodTech市場予測



【FoodTech(食品)市場の定義】

消費者向けの食品と食に関連したサービスを対象とする。

消費者向けの食品は、加工食品(健康食品・機能性食品・サプリメント・ビタミン剤、オーガニック食品、ダイエット食品、遺伝子組み換え食品)や、既存食品の代替食品(完全栄養食品、昆虫食用の食品、植物原料のみを利用した人工肉など)を対象とする。

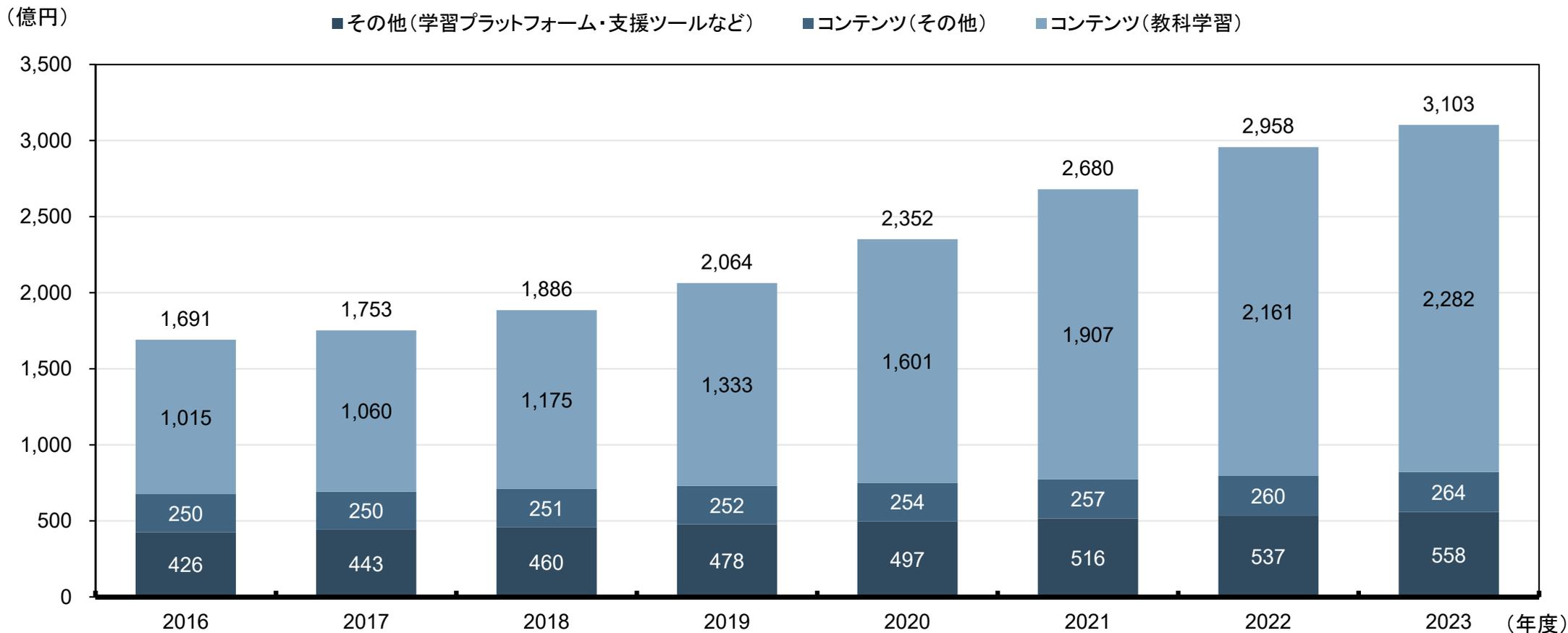
消費者向けのサービスは、消費者間で利用するサービス(レシピサービス、料理動画サービスなど)、消費者と事業者の間を結ぶサービス(レストラン情報閲覧・予約サービス、食材・食品の注文・配送サービス、オリジナル食品の作成サービス、料理教室マッチングサービス、プロの料理人を家やパーティ会場に呼ぶサービスなど)を対象としている。

また、これらのサービスについては、Webサイトやスマートフォンのアプリを通じて利用するサービスのみを対象としている。

第6章 xTech配信市場

6.5 EdTech(教育)市場

EdTech市場予測



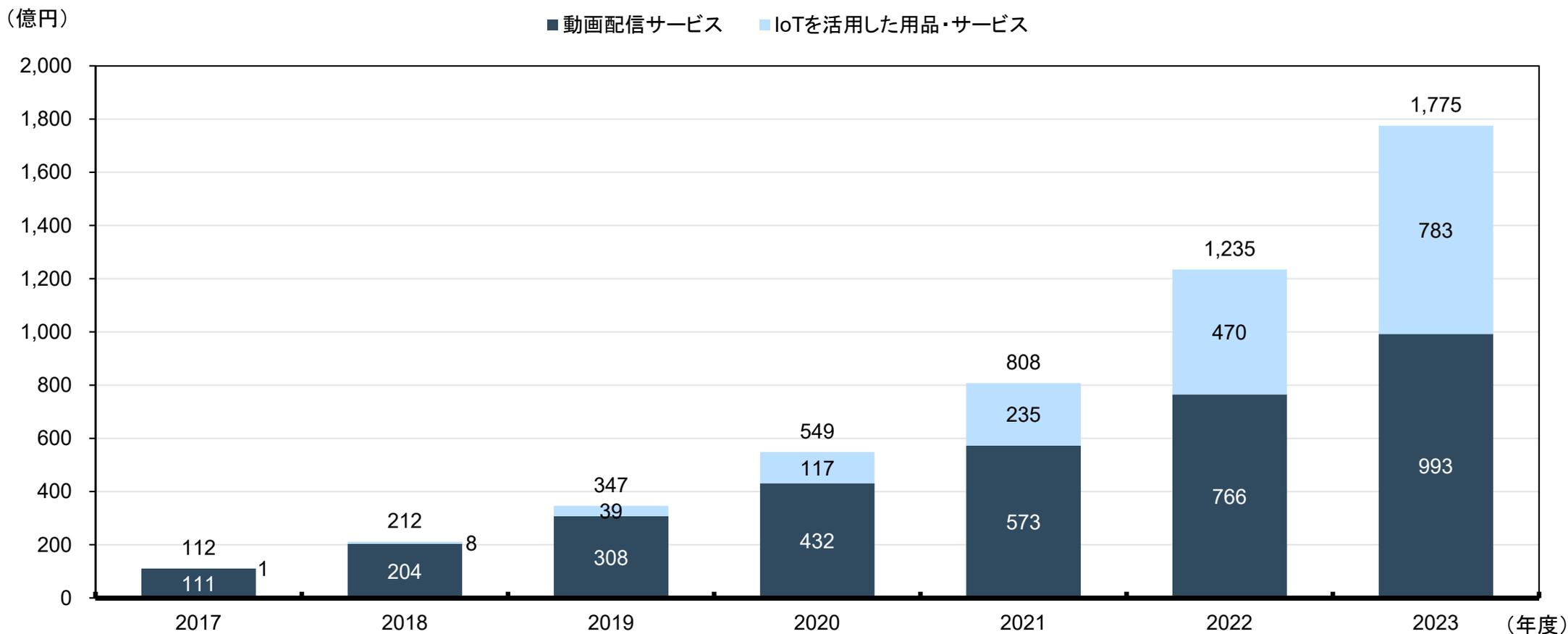
【EdTech(教育)市場の定義】

「EdTech」とは、「Education(教育)」と「Technology(技術)」を組み合わせた造語であり、2000年代中ごろに米国で生まれた。ここでは、個人向け・法人向けを問わず、パソコン(タブレット端末を含む)、スマートフォン、各種メディアプレイヤー、その他専用端末を利用した学習コンテンツを主とし、学習管理システムのほか、プラットフォーム提供サービスや、これらに付随するサービスをEdTechと定義する。教育用タブレット端末や電子黒板などの、ハードウェアは含めない。

第6章 xTech配信市場

6.6 SporTech(スポーツ)市場

SporTech市場予測



【SporTech(スポーツ)市場の定義】

インターネットを介したスポーツ関連の動画配信と、IoTを活用したスポーツ関連の用品やサービスから構成される。

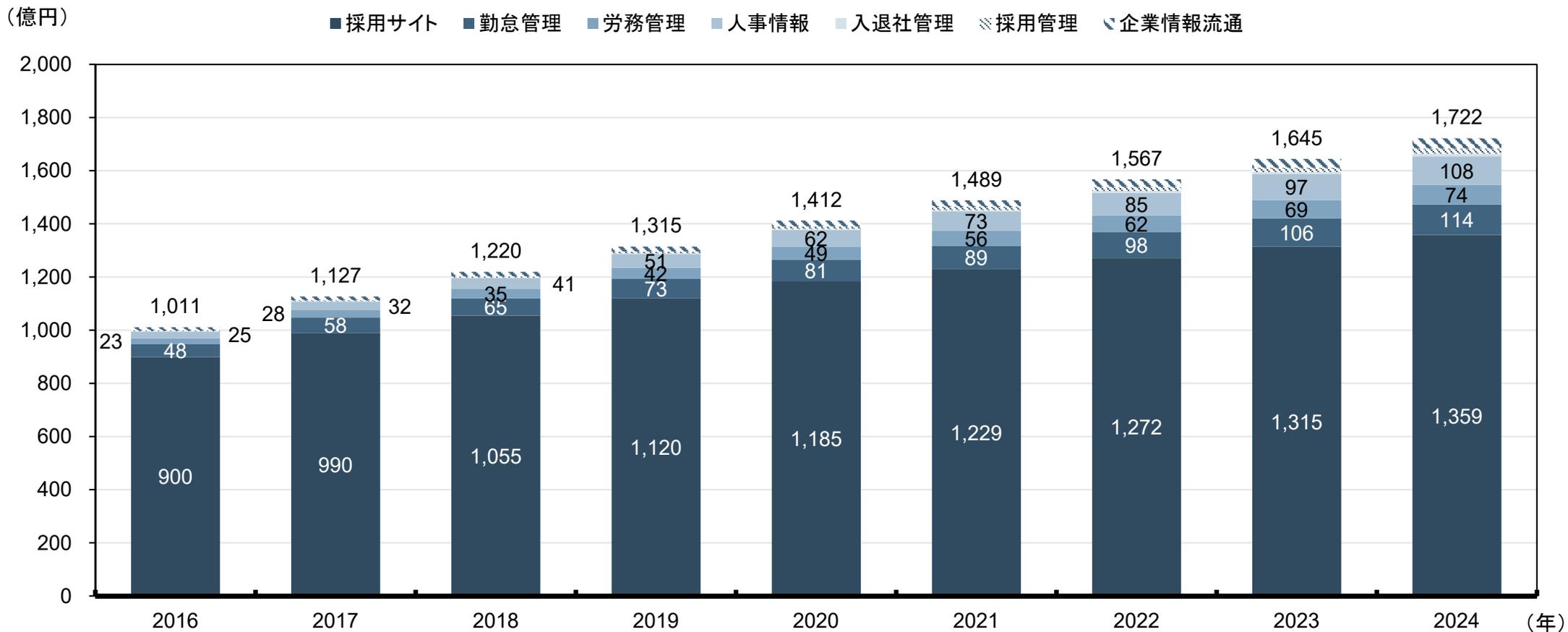
動画配信には、インターネットを活用したスポーツ中継と動画配信が含まれるほか、IoT機器から得られるデータやVRなど各種端末を活用した、より付加価値の高い動画配信サービスなどを含む。

IoTを活用したスポーツ関連のサービスには、たとえばセンサーなどで身体能力やトレーニング状況を計測できるトレーニングサービスや、遠隔地からコーチングなどを行うパーソナルトレーナーなどのサービスが含まれる。

第6章 xTech配信市場

6.7 HR Tech(人事)市場

HR Tech市場予測



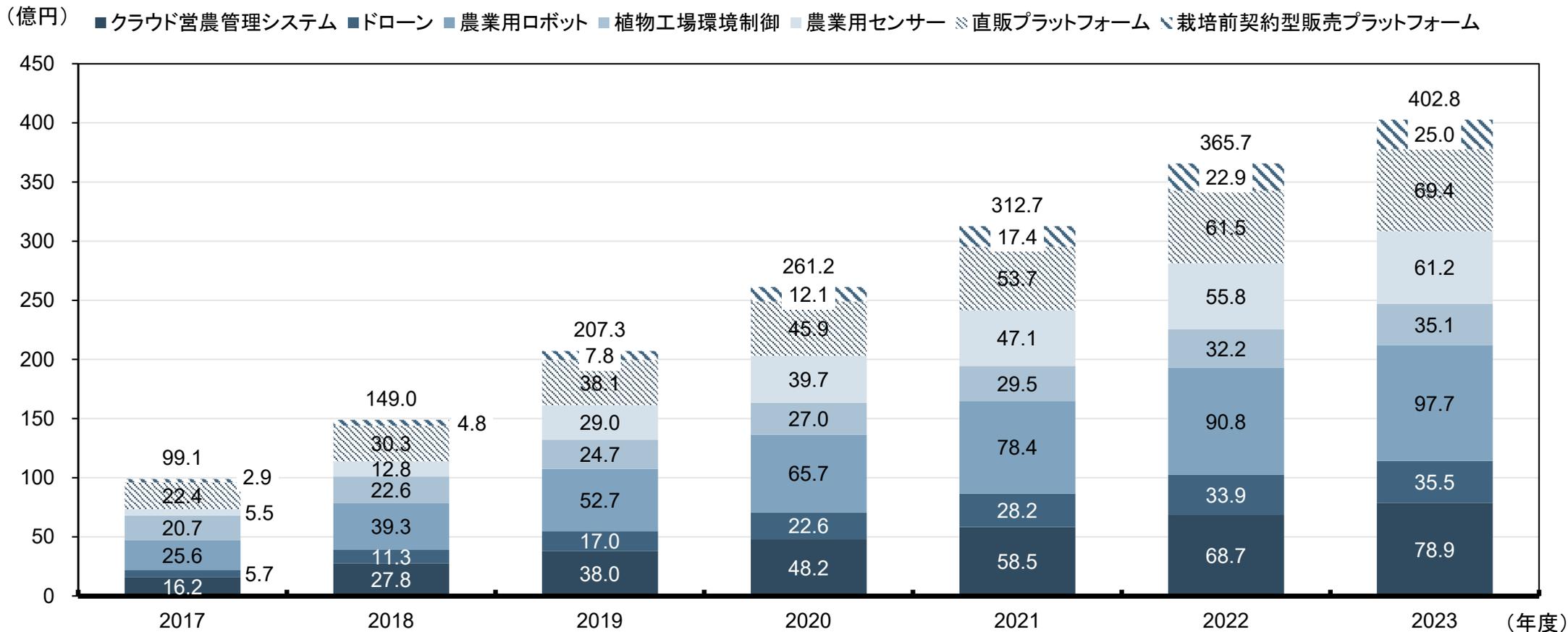
【HR Tech(人事)市場の定義】

HR Tech市場とは、クラウド上に構築された人事関連システム市場を指す。
 既存のオンプレミス型システムなどの代替としての市場と、従来なかったソリューションによる市場の双方を含む。

第6章 xTech配信市場

6.8 AgTech(農業)市場

AgTech市場予測



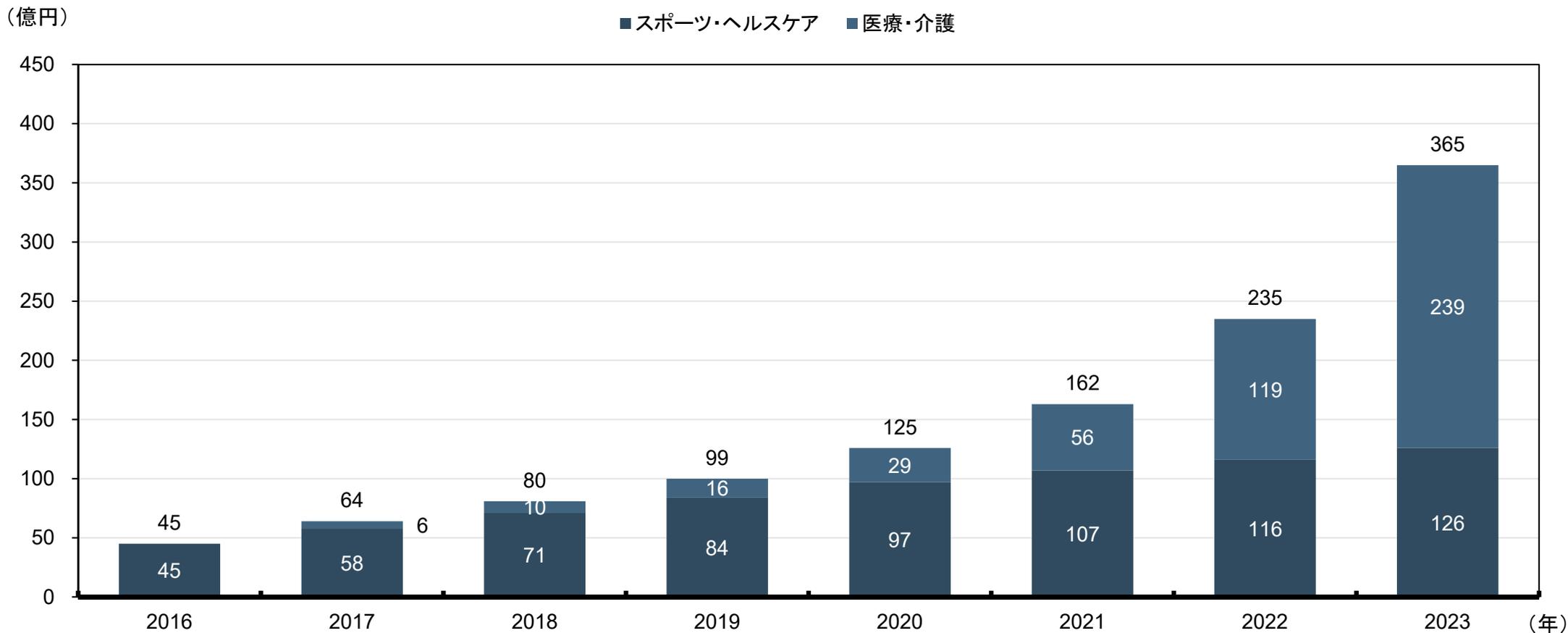
【AgTech(農業)市場の定義】

AgTech市場とは、①生産者が直接利用する、②クラウドに接続することで実現するサービスを対象とする。
 具体的には、クラウド型の営農管理システムである「経営支援」、薬剤散布や農機自動運転などの用途に活用される「栽培支援」、消費者と農業従事者とを直接的に繋ぐ場(直販プラットフォーム)を提供する「販売支援」が当該サービスに含まれる。

第6章 xTech配信市場

6.9 HealthTech(ヘルスケア)市場

HealthTech市場予測



【HealthTech(ヘルスケア)市場の定義】

機器・デバイス、ICTソリューションを利用した医療・介護、ヘルスケア、スポーツ向けの機器、ソリューション、サービスを指す。
 なお、CT、MRIなどの医療機器の製品販売市場、電子カルテなど従前の医療向けICTプラットフォーム、ロボットは対象外とし、IoT、AIなどを利用した医療従事者向けの新たなソリューション、サービス(診断支援など)、ウェアラブルデバイスによるセンシング関連ソリューション、サービスは対象とする。

NRI

未来創発

Dream up the future.