

News Release

2015年11月25日
株式会社野村総合研究所

2021年度までのICT・メディア市場の 規模とトレンドを展望

～ ネットとリアルが融合する中で新たなしくみが出現 ～

株式会社野村総合研究所（本社：東京都千代田区、代表取締役会長兼社長：嶋本 正、以下「NRI」）は、このほど2021年度までのICT（情報通信技術）の主要5市場（デバイス／ネットワーク／プラットフォーム／コンテンツ配信／ソリューション）について、国内と一部世界における動向分析と市場規模の予測を行いました。

ICT・メディア市場は、その多くの市場分野が成熟期あるいは衰退期を迎えています。その一方で、①スマートフォン等のスマートデバイスを活用したビジネスの急速な立ち上がり、②EC（電子商取引）やインターネット広告、コンテンツ配信市場のさらなる成長、③ウェアラブル端末や3Dプリンターの普及、④M2M（Machine to Machine）／IoT（Internet of Things）による新たな市場の形成など、新時代に向けた構造変化が起きています。NRIはこれを、ネット（インターネット）とリアル（現実）の境界線がサービスを通じて曖昧化していく「ネット・リアル融合時代」と捉え、東京オリンピック開催後の2021年に向けてどのように変化していくかを分析しました。

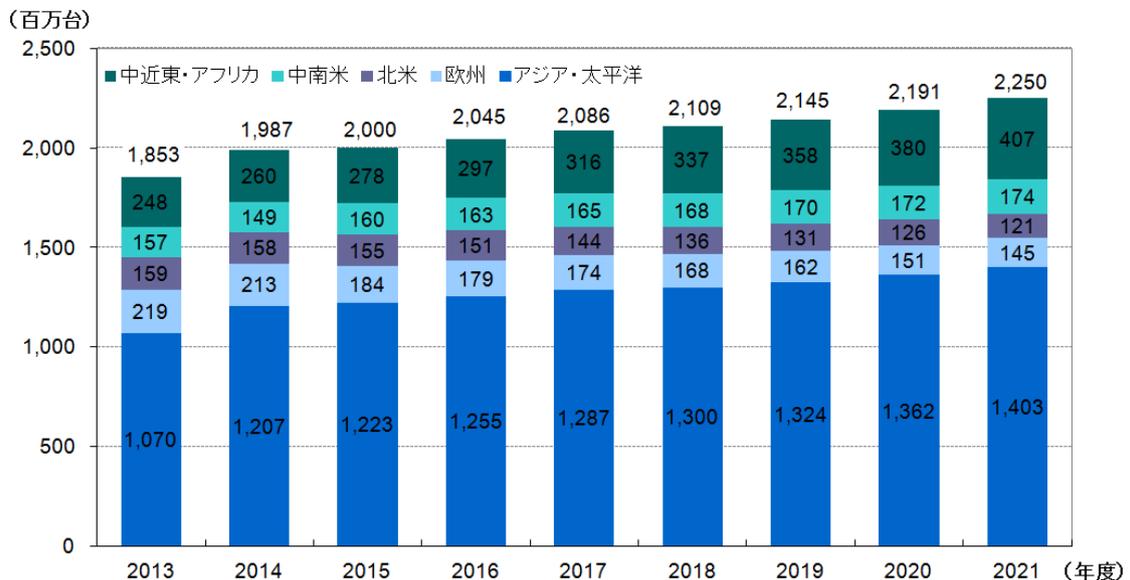
主要5市場の特徴的な動向と予測結果は以下のとおりです。各市場で取り上げている市場分野の詳細は、【ご参考】の「各市場・分野の定義と説明」をご覧ください。

【デバイス市場】

デバイスとモノとの連携を用いたサービス提供が本格化し、デバイスはサービスに合わせて多様化していく。

- ・ これまでデバイス市場をけん引してきたスマートフォン、タブレット端末は、普及率の上昇、新興国向け販売比率の拡大などにより、市場成長率は鈍化し価格は下落傾向にある。
- ・ 世界の携帯電話端末（スマートフォンを含む）の販売台数はアジア地域を中心に拡大しており、2014年度の19億8,700万台から2021年度は22億5,000万台へとゆるやかな成長を予測（図1）。
- ・ タブレット端末の販売台数は、世界では2014年の約2.6億台から2021年には約3.6億台へ、国内では2014年の約1,000万台から2021年は約1,400万台になると予測される。
- ・ 次世代テレビ、ウェアラブル端末、3Dプリンターは、デバイス市場の大きな成長分野である。

図1：世界の携帯電話端末販売台数の推移と予測



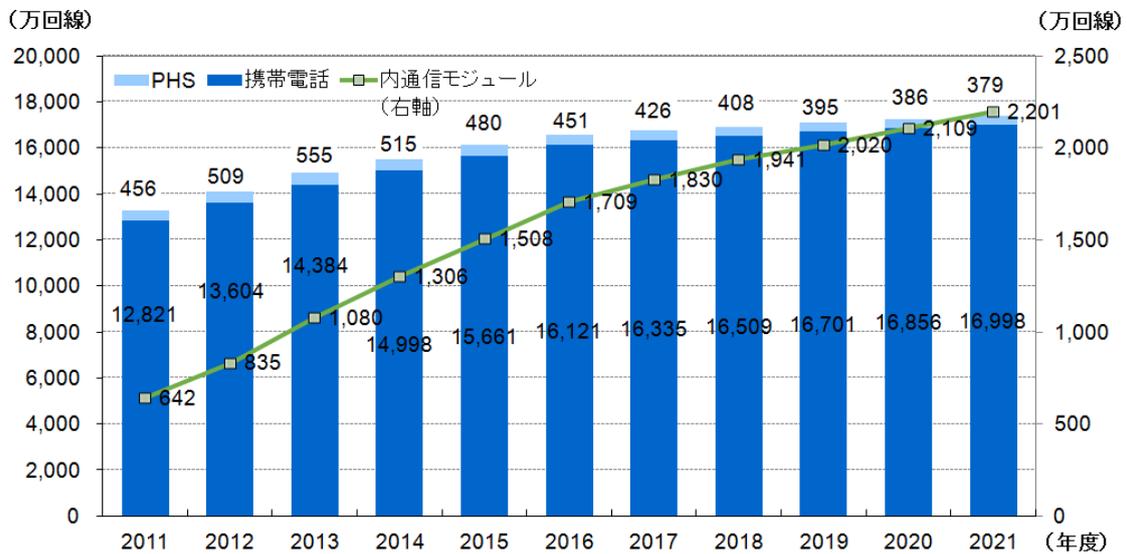
出所) NRI

【ネットワーク市場】

成熟期を迎えているが、異業種のサービスとのバンドル(組み合わせ販売)の増加や、MVNOで市場が活性化すると見込まれる。

- ・ 国内固定ブロードバンド回線の加入件数は、2014年度は約3,370万件、2021年度は3,620万件とわずかに増加する。加入件数の中心となる光回線は、市場の約7割のシェアを保有するNTTが「サービス卸(光ファイバー回線を他企業が自社のサービスとセットで提供できるようになる回線の卸売りサービス)」の提供を開始したことにより、今後、通信事業者に限らず、多種多様なプレーヤーが通信サービスに参入することで、市場全体が活性化することが予測される。
- ・ 国内携帯電話契約回線数は、IoT市場の増大、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年度の1億4,998万回線から2021年度には1億6,998万回線に増加する(図2)。

図2：国内携帯電話・PHS契約回線数予測



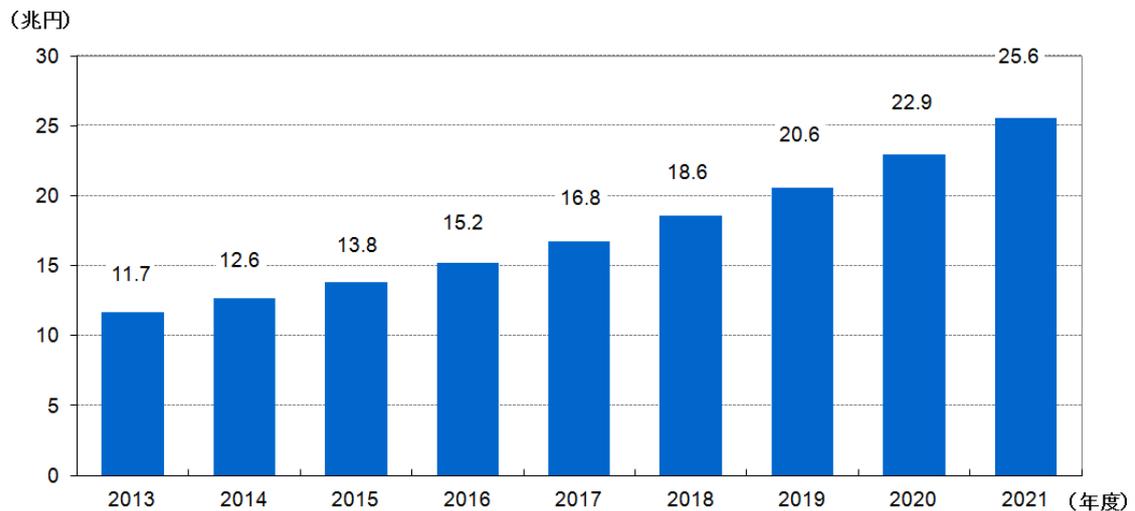
出所) NRI *2012年度まではTCAによる実績、それ以降はNRI予測

【プラットフォーム市場】

スマートフォンやタブレット端末の普及に伴い、B2C EC 市場はさらに拡大。オムニチャネル化の推進、スマートペイメントの利用が加速する。

- ・ 国内 B2C EC（企業と消費者間の電子商取引）市場は、2014 年度の 12.6 兆円から 2021 年度には倍増し、25.6 兆円に達する見込み。携帯端末の普及に伴い、時間や場所を問わずに EC を利用できるようになったことが市場の成長を後押ししている（図 3）。
- ・ スマートフォンの普及によりアプリからのネット接続が増加することから、インターネット広告ではアプリ内のリワード広告（成功報酬型広告の一種で、訪問者に報酬の一部を還元する仕組みを持つ広告）や、SNS を活用した新たな広告手法が登場する。それらが一定の成功を収めることで、国内インターネット広告市場全体は 2014 年の 8,245 億円から 2021 年度には約 1.3 兆円に拡大し、同市場でのスマートフォン向け広告の比率は 2014 年度の 34%から 2021 年度には 52%へ増加する。
- ・ 国内スマートペイメント（企業と消費者間の電子決済手段）市場は 2014 年度に 53.6 兆円だが、東京オリンピックに向け環境整備が加速し、2021 年度には 91.3 兆円に達すると予測される。

図 3：国内 B2C EC 市場規模予測



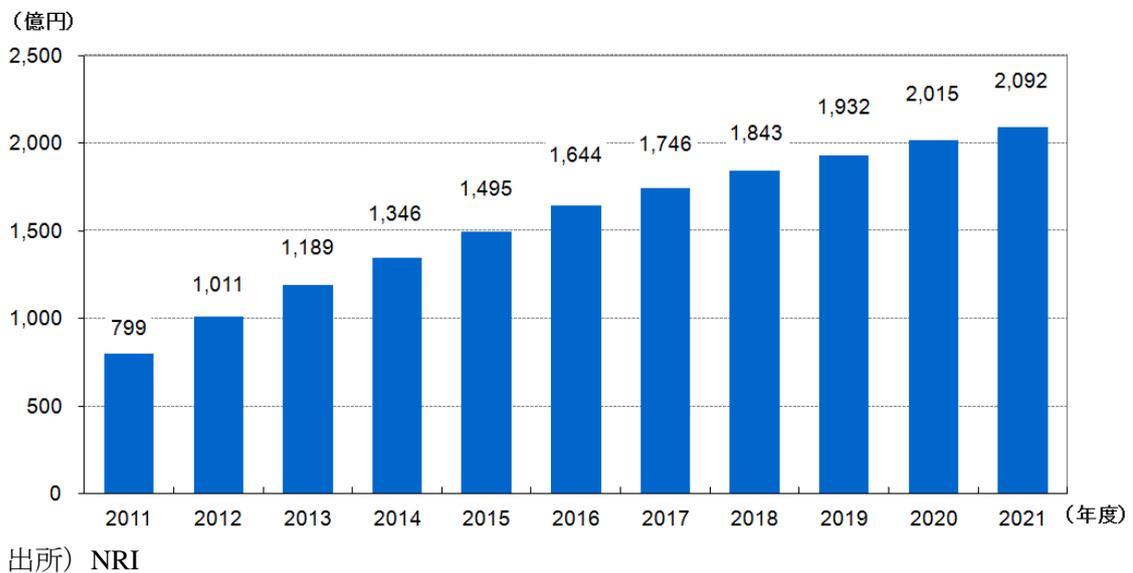
出所) NRI

【コンテンツ配信市場】

スマートフォンの急速な普及により、コンテンツ市場は成熟期から衰退期へ。ユーザー目線で付加価値を創造する、新たな市場を創出することが求められる。

- ・ ゲーム市場では、ゲーム人口のさらなる縮小が見込まれるため、ハードウェアの市場規模は、2014年度の1,378億円から2021年度には870億円へ、ソフトウェア市場は2014年度の2,180億円から2021年度には1,562億円へと減少することが予測される。一方、ソーシャルゲームの市場規模は、2014年度の7,969億円から2021年度には9,044億円へと拡大が予測され、今後も市場をけん引していく。
- ・ 動画配信市場は、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、2015年9月にサービスを開始した米国の大手動画配信サービス「ネットフリックス」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が拡大する。これにより、同市場は国内で2014年度の1,346億円から2021年度には2,000億円を超える規模に成長すると予測される（図4）。

図4：国内動画配信市場規模予測

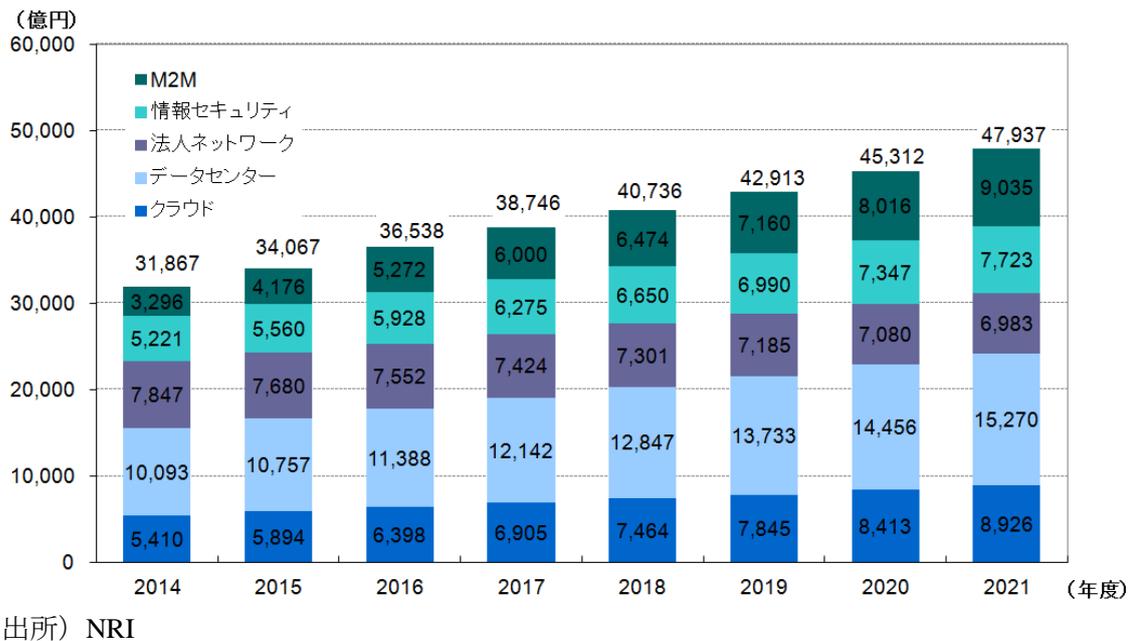


【ソリューション市場】

情報セキュリティの堅調な伸び、および M2M/IoT の急激な成長により、ソリューション市場は高い成長性を示す。

- ・ データセンター、クラウドは、2021 年度まで引き続き堅調に増加。また、増大するサイバー攻撃などの脅威により、情報セキュリティ市場はますます拡大していく。
- ・ スマートデバイスによるヒト・モノの情報武装化 (IoT)、およびネットワークの高速化とデータ分析技術の発展等により、M2M 市場は 2014 年度の約 3,300 億円から 2021 年度には 9,000 億円を超える規模に達すると予測される (図 5)。

図 5：ソリューション市場規模予測



※今回の市場分析や予測の詳細は、単行本「IT ナビゲーター2016 年版」として、東洋経済新報社より、11 月 26 日に発売されます。

【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 若尾、清水
TEL：03-6270-8100 E-mail：kouhou@nri.co.jp

【書籍の内容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 光谷、山岸
TEL：03-5533-2288 E-mail：itnavi2016-pmo@nri.co.jp

【ご参考:各市場・分野の定義と説明】

●デバイス市場

携帯電話端末	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。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。
タブレット・電子書籍端末	<p>タブレット端末：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>電子書籍端末：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>
次世代テレビ	<p>「超高精細テレビ」と「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放送・通信連携サービス対応テレビ)」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>超高精細テレビ：「超高精細テレビ」は、世界的には「UHD (Ultra High Definition) TV」とも呼ばれる。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「4K テレビ」(K とは 1000 を表す) と、フルハイビジョンの 16 倍 (約 3318 万画素) である「8K テレビ」を指す。ただし、上記の超高精細テレビの予測には、テレビメーカーの対応が現時点では不明確な 8K テレビは含めない。</p> <p>「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」「次世代スマートテレビ」の3つを定義する。</p> <p>「インターネットテレビ」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>「スマートテレビ」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ケーション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>「放送・通信連携サービス対応テレビ」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。放送・通信連携サービスに対応した規格には、日本規格の「ハイブリッドキャスト」や欧州規格「HbbTV」などがある。国内では、NHK が 2013 年 9 月に同端末向けに開始した「NHK Hybridcast」に続き、地上波民間放送局 (民放) が番組に</p>

	非連動の、定常的なサービスとして提供を開始している。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。
産業用イメージングデバイス	CCD（Charge Coupled Device：電荷結合素子）や 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た法人向けの映像入力端末の市場を対象とする。用途としては、防犯や生産品質維持・向上、運転支援、インフラ保全などで、人の目が担っていた機能の補完・代替として、人や物をモニタリング、センシングする端末を示す。ここで扱う映像入力端末は、監視カメラ、マシンビジョンカメラ、車載カメラ、ドローン用カメラの 4 つとする。ただし、ドローン用カメラのうち、軍事利用と個人のホビー利用向けの機器は対象外としている。また、録画装置やモニター、コントローラなどの周辺機器を除いたカメラのみを対象としている。
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	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）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表示機能またはセンサー機能を有する。
3D プリンター	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	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	携帯電話・PHS 契約回線数 ：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。 携帯電話の通信事業収入 ：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。
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。

●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）の商取引における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。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ともなう口座振替や銀行振込は含めない。 電子マネー市場 ：“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等の媒体が不要な前払式（プリペイド）のものとする。交通系 IC カードは、商品・サービスの購入など乗車運賃以外の決済を対象とする。
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	企業と個人との間で行われる商取引に際して、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。特別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、アンケート回答や来店によって発行されるものなどは、対象外としている。例えば取引額の 1% 相当のポイント発行を原則としつつ、特別会員向けには 2% 分を追加発行し、また、ポイント 2 倍デーや来店ポイントを提供している企業の場合は、取引額の 1% 相当のみを発行額としている。そのほか、購入によって貯められ、かつ有効期限が 6 ヶ月を超えるなど、前払式支払手段に該当するポイントは対象外としている。

●コンテンツ配信市場

ゲーム	<p>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などにみられるように、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、ソーシャルゲームなどにみられる、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。</p>
電子書籍・雑誌・新聞	<p>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。</p>
動画配信（VOD）	<p>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経由して、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を支払う金額の合計額。</p>
見逃し配信サービス（タイムシフト）	<p>民放が提供する、無料の CM つき(CM スキップはできない)見逃し配信サービスにおける「広告収入」を対象に予測する。自宅で受信した放送番組をインターネット経由で“リモート視聴”する際に、新たに広告が付加されるサービスがテレビメーカーから提供開始されているが、それらの広告収入は含めない。</p>
BS 放送	<p>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。</p>
多チャンネル放送	<p>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。</p>

●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」「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・機器）同士が通信するしくみ、ないし、その通信形態を指す概念であり、電話などを使う人の通信、あるいは人と機械の間の通信は含まない。一方、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。IoT にはその基盤となる M2M の他、人とモノが通信でつながるサービスも含まれる。
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情報セキュリティサービスの売上の合計。