

2 0 0 5 年 2 月 1 0 日

株式会社 富士キメラ総研
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町
2-5 F・Kビル
TEL.03-3664-5841 FAX.03-3661-7696
URL : <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>
広報部 03-3664-5697

デジタル家電サービス市場調査を実施

デジタル家電サービスが生活をさらに便利に、より豊かに、
2 0 1 0 年の市場は 4, 8 5 0 億円 (2 0 0 4 年比 3 8 2 %)

総合マーケティングビジネスの(株)富士キメラ総研(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 表 良吉 03-3664-5841)は、コンシューマ向けインターネット接続機器全般を利用したネットサービスであり、生活をより便利により豊かにする「デジタル家電サービス市場」の調査を行った。その結果を報告書「デジタル家電サービス市場の将来展望 2 0 0 5」にまとめた。

本報告書では、コンシューマ向けインターネット接続機器全般を利用した、ネットワークサービスを「デジタル家電サービス」とした。PC、携帯電話がネット接続機器として一般化し、もはやネット利用は生活の様々な場面に定着したばかりか、今後ユビキタスネットワーク社会の実現に向けて、益々人々の営みに欠かせないものになってゆく。ブロードバンドインフラの急速な進展はPC、携帯電話に続き、家電製品のネットワーク化をも促し、デジタル化による新たな付加価値を生み出そうとしている。デジタル家電のネットワーク化はそれらを対象にしたサービス・コンテンツ提供も、これまでのPC、携帯電話を対象にしたそれとは異なる、新しいサービスの創出を加速させると予想される。

家電メーカー7社を含む対象企業50社のヒアリングにあたっては、デジタル家電サービスを提供する製品(端末)は限定しない、B to C 電子商取引における物販・有料コンテンツ以外の各種サービスを主対象とする、製品(端末)メーカーと各業界におけるサービス提供事業者との異業種提携、のこれら3つを基本コンセプトとした。

< 調査結果の概要 >

デジタル家電サービス市場、2 0 1 0 年には 4, 8 5 0 億円 (2 0 0 4 年比 3 8 2 %)

ネットサービス	4, 4 5 0 億円 (2 0 0 4 年比 3 5 0 %)
機器アクセス・情報サービス	4 0 0 億円 (2 0 0 5 年比 3 8 2 % : 0 4 年は市場未形成)

デジタル家電サービスは、ネットサービスと家電・住設機器などの機器アクセス・情報サービスに分けられる。ネットサービスは、インターネットを介して健康支援サービスや遠隔診断など様々な能動的なサービスを受けることができるものである。機器アクセス・情報サービスは、家電や住宅設備機器などの稼働状況の把握やコントロールをすることができたり、住居の安全確認やセキュリティ上の警報を受けたり、連絡したりできるサービスである。機器アクセス・情報サービスは導入が始まったばかりで市場の形成は2 0 0 5 年以降と見られる。事業が開始されているデジタル家電サービス市場は「セキュリティ」、「アメニティ」、「ヘルスケア」の分野である。

デジタル家電サービス市場創出には、オープンな市場のもと、家電・住設機器メーカーやインターネット関連の企業だけでなく様々な業種業界のサービス提供者が参入できることが重要である。そして、サービス提供者主導による市場形成が必要である。そのため、誰でも簡単にかつ安心してサービスを利用でき、また、機器メーカーやサービス提供者が自由な機器開発、サービス提供を行える仕組み(=オープンな市場)作りが急がれる。ユビキタスネットワーク社会実現の暁には、これから登場する様々なデジタル家電サービスが人々の暮らしをより便利に豊かにするであろう。

2010年に向けたデジタル家電サービス市場の内容

ネットサービス	セキュリティ	位置情報や徘徊検知サービス、セルフセキュリティシステム（専用端末からモバイル端末へ）
	健康	健康相談サービス、ネット上のかかりつけ健康支援サービス
	医療・介護	遠隔自動診断や遠隔監視サービス、遠隔カウンセリングサービス、在宅リハビリ支援サービス
	教育	個人向けeラーニング、幼児教育、語学演習
	自動車	カーナビゲーションへの情報サービス（道路交通情報、天気情報、エンターテイメント系コンテンツサービス）
	宅配サービス	ネット依頼による宅配サービス
	オークション	インターネットオークション、モバイルオークション
	出産・育児	出産育児情報サービス、悩み相談、専門家のアドバイス
	プリントサービス	インターネットプリントサービス
	その他	携帯電話情報コンテンツ、生活情報・専門的相談サービス
機器アクセス・情報サービス	AV家電・情報機器メーカー	ホームネットワークサービス（エネルギーコントロール、セキュリティ、健康支援、医療・介護サービスへの応用）
	住設機器メーカー	メーカーによる情報サービス（遠隔監視、遠隔操作）
	電力・ガス事業者	関連サービス会社の情報サービス（ホームセキュリティサービス、グルメ情報・料理レシピ情報サービス）

ネット接続機能を持つデジタルテレビや白物家電、住設機器が登場し、それらを利用したネットサービスも開始されているが、現状ではまだごく一部の利用に限られている。ネット家電サービスは、主に家庭のセキュリティ対策の訴求、自社製品群での製品・サービス提供から開始されているが、付加価値としてのネット接続機能では顧客の囲い込みにはなっても広く普及するに至らない。異なるメーカー間の機器同士でも接続可能なホームネットワークやオープンなネットサービス実現のため、家電業界の活動が活発化している。目指すべきデジタル家電サービス市場は、多様なサービス提供事業者の参入を促す、サービス提供事業者主導によるオープンな市場である。

家電業界の取り組み

ECHONET（Energy Conservation and Homecare Network）：次世代の設備系ネットワークの技術開発と標準規格作成、及び普及促進、AV・PC系ネットワークや社会システムとも連携。

UOPF（Ubiquitous Open Platform Forum）：情報家電とブロードバンドのコラボレーションによる新市場の創出。機器メーカー、ISP・CSP（コンテンツサービス事業者）等による自由な機器開発・サービス提供の実現。

DLANA（Digital Living Network Alliance）：家電とPC、携帯電話等の情報機器をネットワークで結び、映像等のデジタルコンテンツをシームレスに共有・利用、遠隔操作。

<分野別注目市場>

現在の中心市場はオークション、教育 新規有望市場は医療・介護、セキュリティ、健康

	2004年	2010年（予測）	10年/04年
オークション	400億円	650億円	163%
教育	230億円	1,200億円	522%
医療・介護	80億円	450億円	563%
セキュリティ	60億円	250億円	417%
健康	70億円	200億円	286%

（1）オークション

オークションはエンターテイメント性が高く、また常時接続のメリットが享受されることから、ブロードバンド時代のキラコンテンツとされる。プロバイダーやポータルサイトがサービスの一つとしてオークションコンテンツを設けるケースが増加している。将来的には携帯電話を利用していつでも、どこでもサービスにアクセスできる「モバイルオークション」という新たな市場の形成が期待される。出品数が増加すれば入札件数も増加し、さらに出品数が増加するという好循環が生まれ流通総額も拡大する。

（2）教育

ブロードバンドインターネット利用者の増加に伴い、パソコンの即時性、双方向性を活かした教育サービスが提供されている。ブロードバンド化に伴う動画配信の高画質化により、Web講座の需要は今後も拡大する見込みである。PCの記憶容量が拡大し、時間の制約を受けずに利用できる点も普及の要因となっている。インターネット

講座はPCを核として展開されるが、今後はデジタル放送の双方向システムを活用した新たなサービスの提供が想定される。

(3) 医療・介護

規制緩和やIT化の進展から、ネットワークを医療や介護分野へ応用しようとする動きが出てきている。生活習慣改善等健康意識の高まりや高齢化もあり、期待される分野のひとつである。先行しているのはPCを中心としたWeb情報サービスである。今後は家庭内のTVのネット対応が進み、TVはPC同様の利用が想定される。また、白物家電製品においては高齢者のための安否確認サービス等が既に一部で始まっているが今後はホームネットワークの構築に伴い、提供可能なサービスのすそ野が広がると見込まれる。

(4) セキュリティ

日本の犯罪増加は顕著で、現在の刑法犯認知件数は昭和期の約2倍となっている。中でも、空き巣や忍び込み等の「住宅等侵入犯罪」は年々増加している。住宅を対象とする侵入窃盗は2003年に約19万件で前年より1,000件増加しており、また、侵入強盗も2,800件余りで前年より400件も増加した。このような社会情勢により、家庭での防犯対策へのニーズが高まり、インターネットを活用したセルフセキュリティシステムが増加している。警備員が駆けつける従来型のサービスと比較して低コストで実現される点も注目すべきところである。PCや携帯電話を活用したセルフセキュリティサービスは主に新築マンションで導入が進んでいる。治安悪化を背景にセキュリティ意識が高まる一方で、実際のセキュリティサービス利用は高所得者層に限られていた。しかし、ネットワークを活用した低コストホームセキュリティの登場により、今後は中所得者層での需要拡大が期待される。

(5) 健康

健康に関する意識の高まりにより、健康器具や食品、サプリメント、美容、ダイエットを含めた健康分野のWebサイトは3,000以上存在する。無料の情報提供や健康相談サービスが多い中で、一部では有料サービスとして医師のアドバイスや健康支援プログラムの提供が行われている。現状はPCへのサービス提供が主流であるが、高齢者を始めとして誰もが簡単に利用できるユビキタス端末への移行が見込まれる。既に多くのWebサイトが存在し、一部の有力サイト以外は膨大なネットの情報のなかに埋もれてしまっている状況である。マスに向けた情報提供ではなく、個をターゲットとした実用的なサービスが求められており、ホームネットワークを活用した健康支援サービスの確立が期待される。

調査期間

2004年12月 ~ 2005年1月

調査方法

(株)富士キメラ総研専門調査員による調査対象企業(50社)に対してのヒアリング取材、及び(株)富士キメラ総研社内データベースの活用による調査・分析

資料タイトル：「デジタル家電サービス市場の将来展望 2005」

体裁：A4判 235頁

価格：97,000円(税込み101,850円)

調査・編集：株式会社 富士キメラ総研 研究開発本部 第二研究開発部門
TEL:03-3664-5841(代) FAX:03-3661-7696

発行所：株式会社 富士キメラ総研

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル

TEL03-3664-5841(代) FAX 03-3661-7696 e-mail:koho@fuji-keizai.co.jp

この情報はホームページでもご覧いただけます。URL: <http://www.group.fuji-keizai.co.jp>