

2010年6月24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.03-3664-5839 FAX.03-3661-1414

URL : <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/><http://www.fcr.co.jp/>

広報部 03-3664-5697

空間情報ビジネス市場の調査を実施

地図データとそれをベースにしたサービスやシステム、ソフトの市場

2015年度予測

基盤市場は583億円(09年度比4.1%増)、アプリケーション市場2,601億円(同82.1%増)

マーケティング&コンサルティングの株式会社富士キメラ総研(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 田中 一志 03-3664-5839)は、地図データやGIS (Geographic Information System) 関連製品の市場と地図データをベースに情報を付加したサービスやシステム、ソフトの市場を調査した。その結果を報告書「2010 空間情報ビジネス市場総調査」にまとめた。

この報告書では、地図データやGIS関連製品(GISエンジン/ソフトウェア、開発ツール)を基盤市場とし、地図データをベースにしたエリアマーケティングやCRM (Customer Relationship Management)、動態管理(人や物の動きの管理)、施設管理、地図配信サービスといったサービスやシステム、ソフトをアプリケーション市場とした。そしてこれらを合せて空間情報ビジネス市場と称した。

< 調査結果の概要 >

空間情報ビジネス市場

		2009年度	2015年度	2009年度比
基盤市場		560億円	583億円	104.1%
アプリケーション市場	B to B/G	857億円	1,122億円	130.9%
	B to C	571億円	1,479億円	259.0%
	合計	1,428億円	2,601億円	182.1%

各年度の数字は億円単位で四捨五入しているため必ずしも合計と一致しません。

2009年度の空間情報ビジネス市場は、基盤市場が560億円、アプリケーション市場が1,428億円となった。2015年度には基盤市場が2009年度比4.1%増の583億円、アプリケーション市場が同82.1%増の2,601億円と予測される。アプリケーション市場は、特にB to Cの市場の伸びが期待される。

B to G (Business to Government)

基盤市場

地図データ、カーナビ向け地図データ、GIS関連製品を対象とした。

地図データ市場は低価格化が進んでいるが、GIS向けは民間企業を中心に需要拡大が見込まれ、またネットポータル事業者による地図コンテンツを活用したサービスや携帯電話キャリアによる地図配信サービスなど、モバイルやポータル向けでも需要が増加していることから拡大している。今後もGIS向けの安定した需要と、地図コンテンツを活用したサービスの増加に伴うモバイルやポータル向けの需要増により、市場は拡大が続くと予測される。

カーナビ向け地図データ市場は、据置型カーナビ市場が成熟期に入っていることや、PNDも含めたカーナビ向けの単価下落の影響を受けて今後縮小が予測される。

GIS関連製品市場は、GISエンジン/ソフトウェアが公共施設で安定した需要があり、サーバ型、モバイル型のGISが公共施設と民間企業の両分野で普及すると見られることから、市場は微増推移が予測される。

アプリケーション市場**B to B/G (企業及び公共向け) 市場**

B to B/G市場は、エリアマーケティング、CRM、動態管理、施設管理、道路管理、固定資産管理、地籍管理、防災、地図配信サービスなどを対象とした。

B to B向けでは、エリアマーケティング、動態管理といったアプリケーションが中心である。エリアマーケティ

ングは、流通を中心に、主に小売店舗等出店前及び出店後のマーケティング戦略立案のために利用されている。また、動態管理は、物流を中心に、主に物流業務の業務効率化のために利用されている。

B to G 向けでは、施設管理、固定資産管理といったアプリケーションが中心である。施設管理は、公共施設が利用する上下水道管理や民間企業が利用する不動産、ガス施設管理などがあり、特に、下水道管理が適正な上下水道使用料の設定等を目的とした利用で需要の拡大が期待される。固定資産管理は、導入に対する投資効果が見込めるところへの普及率が既に高く、更新需要を中心としているため、更新が集中する年度は市場が拡大するが、それ以外の年度は低調に留まると予想される。その他では文化財管理や、森林管理など環境関連が伸びると見られる。

業界別需要動向

阪神・淡路大震災を契機に公共施設でアプリケーションの導入が進んだことから、公共施設の需要は大きい。今後も上下水道管理等の需要を中心に微増で推移していくと考えられる。

民間企業では流通や物流での需要が大きい。流通ではエリアマーケティング、動態管理、地図配信サービスの順でアプリケーションの利用が多い。今後も売上予測や販売分析等での新規需要やリプレイス需要が見込まれる。物流では動態管理、地図配信サービス、エリアマーケティングの順でアプリケーションの利用が多い。大企業で動態管理の導入がある程度進んだと見られることから、今後需要の伸びは緩やかになると予想される。

伸び率が高い業種は教育（学校及び学習支援業を対象）と外食である。両業種ともエリアマーケティングや地図配信サービスの導入が多い。店舗や学習塾などが顧客や児童を獲得するための効果的な出店・出校計画を行うためにエリアマーケティングが利用される。また、店舗・施設の位置情報を提供することを目的に地図配信サービスが導入され伸びている。

B to C（一般消費者向け）市場

B to C市場は、地図配信サービス（個人）、カーナビ向け通信サービス、行動支援サービス、見守りサービス、地図情報ソフト、地図連動型広告を対象とした。

2009年度で市場規模が最も大きいのが個人向け地図配信サービスである。携帯電話向けに市場が拡大している。また、携帯電話を利用した行動支援サービスが2009年より立ち上り、急激に伸びている。

今後は行動支援サービスといったレコメンド技術を利用したサービスが飛躍的に増加すると見られる。携帯電話を中心に利用者が増加し、将来的にはデジタルカメラやM I D（Mobile Internet Device）などでも利用できると期待されるため、B to C市場は拡大すると予測される。

購入履歴やアンケート、趣向が似た他の利用者の情報を分析し利用者が関心を持ちそうな情報を推薦する手法

<注目アプリケーション市場>

1. エリアマーケティング

2009年度	2015年度	2009年度比
90億円	155億円	172.2%

エリアマーケティングとは、都市圏や経済圏毎にエリアを括り、各エリアの地域特性に応じてマーケティング戦略を組み立てる手法である。ここでは、地図情報やGISを活用し、新規顧客発掘及び需要予測、出店計画、折込チラシの配布や売上予測等の営業支援を目的としたサービス/ソリューションを対象とした。

2009年度の市場は前半に伸び悩んだが、後半は100万円以下の案件を中心に盛り返した。技研商事インターナショナル、パスコ、マップマーケティング等、安価なパッケージを提案している事業者が実績を伸ばしており、2010年度以降も同様の傾向が続くと見られる。

500万円以下の案件がボリュームゾーンで、100万円以下は30～40%程度を占める。1,300社の実績を持つ技研商事インターナショナル、1,200社以上に導入実績を持ち幅広い事業者をターゲットに展開するパスコが、市場を牽引している。そのほかマップマーケティングやNTTデータ、国際航空がシェア上位企業である。マップマーケティングは安価な価格設定でシェアを急速に拡大している。NTTデータは大手や中堅企業からの大規模案件を中心に扱う。地図データや地図配信サービスで認知度の高い国際航空はエリアマーケティングも好調である。

2. CRM

2009年度	2015年度	2009年度比
22億円	42億円	190.9%

CRMとは、商品の売買から保守サービス、問い合わせやクレーム対応といった企業内の各事業部門における顧客情報を一元管理し、製品開発、マーケティング、顧客対応能力の改善などに活用するシステム/サービスである。ここでは、地図情報やGISを活用した顧客管理を目的とするサービス/ソリューションを対象とした。

2009年度の市場は伸び悩んだものの、2010年度以降は拡大すると予測される。ユーザーは大企業が中心で、高精度の情報を得られる500万円以上の案件がボリュームゾーンであるが、安価なシステムを求めるユーザーも増えており、二極化が進むと見られる。NTTデータ、大日本印刷といったCRMソリューションベンダが中心となって市場を牽引している。

3. 行動支援サービス

2009年度	2015年度	2009年度比
34億円	680億円	20倍

ユーザーの現在位置や属性、他者の行動履歴といった生活情報を基に、情報を携帯電話の認証機能やGPS機能を活用して提供する情報配信サービスを対象とした。

サービスが2008年11月に開始され市場が立ち上がった。参入企業は2010年4月現在NTTドコモのみである。他の携帯電話キャリアなどもサービス開発が進んでいるものの、商用化時期は未定である。ユーザーの男女比率は、およそ6:4である。30代以下が全体の60~70%を占めている。

今後、携帯電話キャリアに加えて、行動支援型サービスを提供するプラットフォーム事業者及びコンテンツ提供事業者が更に増加すると見られる。コンテンツが充実することで、ユーザー個々の需要に応えるサービスが確立すると期待される。

以上

<調査対象>

空間情報ビジネス市場	基盤市場	地図データ、カーナビ向け地図データ、GIS関連製品		
	アプリケーション市場	用途別		
		B to B	エリアマーケティング、CRM、動態管理、施設管理、道路管理、固定資産管理、地籍管理、防災、地図配信サービス、その他(アプリケーション)	製造、物流、流通、金融、建設・不動産、 外食、旅行・宿泊、エンタテインメン、 教育、医療・福祉、交通、インフラ、公共、 その他(業界)
		B to G	地図配信サービス(個人)、カーナビ向け通信サービ、行動支援サービス、見守りサービス、地図情報ソフト、地図連動型広告	
	B to C			
関連ハードウェア市場	携帯電話端末/PHS端末、スマートフォン、ノートPC、携帯型ゲーム機、カーナビゲーションシステム、MID、デジタルカメラ			

<調査方法>

富士キメラ総研専門調査員による調査対象に対する直接面接取材、電話によるヒアリング、社内データベースの活用

<調査期間>

2010年3月~5月

資料タイトル	「2010 空間情報ビジネス市場総調査」		
体裁	A4判 230頁		
価格	120,000円(税込み126,000円) CD-ROM付価格 130,000円(税込み136,500円)		
調査・編集	富士キメラ総研 研究開発本部 第二研究開発部門 TEL:03-3664-5818 FAX:03-3661-5275		
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 TEL03-3664-5839(代) FAX 03-3661-1414 e-mail:info@fcr.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/ http://www.fcr.co.jp/		