

オンラインゲームからヘルスケア、電子チラシ、ネットスーパーなど

ホームICTサービス市場の調査を実施

—2017年度予測—

全体市場 12年度比144.0%、2兆4,208億円 エンターテインメント分野を中心に成長が続く

●エンターテインメント分野 同133.3%、1兆6,913億円 映像配信、オンラインゲームが牽引

●エネルギー分野 同3.6倍、789億円 各種補助金を背景に拡大

●生活支援分野 同189.8% 3,152億円 女性の社会進出、単身世帯の増加、高齢化の進展を背景に

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、13年1月～4月にかけて、デジタル家電メーカーと通信キャリアなどが注目する新たなホームICTサービスの国内市場を調査した。その結果を報告書「2013 ホームICTサービス市場の現状と将来展望」にまとめた。

この調査は、ホームICTサービス市場、デジタル家電と、ネットワーク機器市場および関連技術・規格について調査し、この進展著しい市場のマーケティングデータを提供する。

11年7月、44都道府県（岩手県、宮城県、福島県を除く）で地上デジタル放送に移行し、デジタルTV、BD/DVDレコーダーといったデジタル家電の需要が減少に転じ、FTTH、CATVインターネットなど家庭向けネットワークサービスは普及率が高まり、LTEやWiMAXなどの移動体通信サービスも高速化するなど市場環境が大きく変化している。

ホームICTビジネスを展開する事業者は、需要拡大が有望なエネルギー分野の新たな製品への注力、世界展開や付加価値化による買い替え需要の喚起などに注力すると共に、既存のハードウェアやネットワークサービスを生かし、家庭用ICT機器にネットワーク（Web）上からアプリケーションサービスやサポートサービスを提供して、消費者の利便性を高めてホームICTビジネスの拡大に寄与する新たなサービスへの取り組みを推進しつつある。

このようなICTの進化に応じた市場の再構築に多方面から参入する企業が増えて新たな需要が期待される。

<調査結果の概要>

ホームICTサービス分野別市場推移

	12年度	前年度比	17年度予測	12年度比
生活支援	1,661億円	120.7%	3,152億円	189.8%
見守り	1,084億円	112.5%	1,540億円	142.1%
エネルギー	220億円	150.6%	789億円	3.6倍
サポート	462億円	120.6%	741億円	160.4%
セキュリティ	694億円	109.3%	1,074億円	154.8%
エンターテインメント	1兆2,686億円	107.9%	1兆6,913億円	133.3%
合計	1兆6,806億円	110.1%	2兆4,208億円	144.0%

現在、ホームICTサービスはエンターテインメント分野が先行しており、その他の分野はまだ市場規模が小さい。ただ今後、高齢化の進展、女性の社会進出の拡大、大震災に端を発した電力需給の逼迫および国による再生可能エネルギー発電の推進などを背景に、生活支援、見守り、エネルギーなどのサービス利用が進む。ヘルスケアサービス、ネットスーパーサービス、話し相手サービスといった生活支援のサービスは、医療費の高騰、買い物難民、無縁化などの社会問題を緩和し解決の助けとなる役割からも活用が期待される。

最大市場のエンターテインメント分野は、映像配信、音楽配信、オンラインゲーム、電子書籍サービス、ネットレンタルサービスである。映像配信は今後スマートデバイス向けサービスの拡充に伴い、VODサービスの拡大が見込まれ

る。オンラインゲームはスマートデバイス向けソーシャルゲームが市場拡大に貢献している。生活支援分野は現在、市場規模は1,661億円（12年度）とエンターテインメントサービスに比べれば小さいが、その分野のサービスはヘルスケアサービス、フードデリバリーサービス、ネットスーパーサービス、レシピ情報提供サービス、電子チラシサービスといった将来有望な市場が多い。

＜主な参入企業の顔ぶれ＞

NTTグループ、KDDIグループ、ソフトバンクグループなどの通信キャリア／ISPは、ユーザーを囲い込むために幅広くICTサービスに取り組んでいる。NTTグループのNTT東日本／NTT西日本が電力見える化サービス市場に参入、家電のリモートコントロールサービスの提供も検討する。NTTドコモはオムロンヘルスケアと提携し、スマートフォンと健康機器を連携させる。NTTぷららは「ひかりTV」の多チャンネルサービスを主軸に提供する。

KDDIは児童・高齢者見守りサービス「安心ナビ」を提供している。またジュピターテレコムは、マンション一括受電サービス市場に参入するなど、エネルギーと放送・通信サービスをセットで提供する。

ソフトバンクグループでは、屋根借り太陽光発電サービス市場に参入し、エネルギーと通信サービスをセットで提供する。ソフトバンクモバイルは「みまもりカメラ」でホームモニタリングサービス市場に参入し、このサービスと通信サービスをセットで提供する。

家電メーカーでは、自社製品にICT機能を実装し、機器連携やエネルギー管理、リモートコントロールなどの付加機能を提供している。自社製品間のリンク機能を設定してユーザーを囲い込み、さらにスマートフォンも取り込んだ「スマート家電」化の取り組みも活発化している。またTVのネットワーク接続機能を用いてサービスプラットフォームを構築し、多様なコンテンツプロバイダーと連携してサービスの充実を図っている。TVの製品単価下落による収益性の低迷が続く中、このような機能拡充により製品訴求力／製品付加価値の向上が見込まれるほか、サービス提供による収益の確保が期待される。

ソニー、パナソニック、東芝など大手メーカーが独自のネットワークを構築してスマート家電サービスを創出しようとしている。その他、電力会社、ハウスメーカー、住設機器メーカーさらに自動車メーカーなど参入企業は多彩を極める。

■注目される個別サービス

	12年度	前年比	17年度予測	12年度比
ヘルスケアサービス	302億円	114.3%	421億円	139.4%
電子チラシサービス	27億円	2.7倍	260億円	9.6倍
マンション一括受電サービス	219億円	150.0%	772億円	3.5倍
電子書籍サービス	654億円	104.5%	2,343億円	3.6倍
ネットスーパーサービス	950億円	126.7%	1,950億円	2.1倍

●ヘルスケアサービス

健康支援サービスと女性向けヘルスケアサービスに大別されるが、前者のサービスは健康意識の高まりに伴い拡大し、特定健診・特定保健指導の対象となる40代の人口比率の増加、端末自体の機能拡充による利用者の増加に伴い、ヘルスケアサービス市場を牽引し拡大すると予測される。女性向けヘルスケアサービスは主要ユーザーの利用割合は拡大を続けるものの、長期的には20-30代の人口減少に伴い、伸びは鈍化すると予測する。

●電子チラシサービス

新聞の折り込みチラシを電子化したうえ、Webに乗せ、消費者に閲覧してもらうサービスである。店名・地域などで目的のチラシを検索する。新聞折り込みの広告効果の低下とは裏腹に市場を伸ばしている。

01年に凸版印刷がこのサービスを始めて以来、主婦層の認知度が向上、掲載店舗数や掲載企業の増加、サービス事業者の増加により徐々に利用者が増加して来た。特に増加の一途を辿っているスマートフォンやタブレット端末ユーザーに向けて各サービス事業者が情報を提供し、いつでもどこでも手軽に利用できる利便性を向上させた結果、ユーザーの増加につながっている。

サービス事業者も消費者の利便性向上、タイムリーな情報提供を目的に位置情報やレシピ情報などの組み合わせ、特売情報配信、ECサイトへの誘導、ネットスーパーとの連携、クーポンの提供など多様な取り組みを進めており、買い物行動支援の情報メディアサービスへと一層進化して行くと思われる。

●マンション一括受電サービス

マンション1棟の高圧電力一括契約により、電気料金を削減するサービスである。04年頃から中央電力、アイピー・

パワーシステムズなどにより開始され、11年の大震災を契機に電力事情が悪化したためマンションにおける電気料金削減を実現するサービスとして認知度が高まった。現在、三菱地所レジデンス、野村不動産、大京など大手マンションディベロッパーも対応し始めて市場が拡大している。

13年4月には、政府が電力システム改革を3段階で実施し、16年度には電力小売りの全面自由化、18—20年度には発送電を分離する方針を決定するなど、このサービスへの影響が懸念される。そうなった場合でも、高圧を低圧に変圧するコストは変わらず存在することが想定され、このサービスの優位性は残ると考える。

●電子書籍サービス

10年度以降、このサービス市場は大型のスマートデバイスが立ち上がり、また出版社や通信キャリアによる電子書籍サービスが開始されてコンテンツのラインアップが拡大してきていることから、主にスマートフォンでの利用を中心に拡大している。

12年度にはAmazon.comが国内で「Kindle」および「Kindleストア」の提供を開始し、楽天も「kobo Touch」の提供、「koboイーブックストア」を開始するなど市場参入が本格化し、市場は急成長を遂げつつある。このサービスは10年頃に登場してスマートフォン、タブレット端末で利用されるマルチデバイス向けサービス市場が端末普及台数やコンテンツラインアップ拡大、決済手段多様化、ポイント付与やコンテンツの割引などによるコストメリットを背景に拡大した。今後もスマートデバイス普及台数とコンテンツラインアップ拡大が想定されるため、市場は順調に拡大すると予測する。

●ネットスーパーサービス

インターネットから24時間、365日いつでも注文できるほか注文時間によっては即日配送も可能な点が特徴である。買い物をする時間がない既婚女性、特に乳幼児のいる30—40代を中心に利用が進んでいる。配送可能エリアの拡大、取扱商品数の増加、新規事業者の参入によって今後も市場は拡大していくと予測される。イトーヨーカ堂、西友、イオンなどの大手事業者は全国展開を行って順次対応店舗を拡大している。インターネットショッピングの利便性認知の高まりによってこの市場に新規参入する事業者が増えると予測される。

<調査対象>

1. ホームICTサービス市場 27品目
2. 通信機器市場 8品目

<調査方法>富士キメラ総研専門調査員による参入企業・団体などへの直接取材を基本としたヒアリング調査を実施したほか、社内保有データベース、並びに外部関連情報などの補足活用により総合的かつ客観的な調査分析を行った。

<調査期間>2013年1月～4月

以上

資料タイトル : 「2013 ホームICTサービス市場の現状と将来展望」

体 裁 : A4判 295頁

価 格 : 120,000円(税込み126,000円)

CD-ROM付 130,000円(税込み136,500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:03-3664-5839 FAX:03-3661-1414

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12-5 小伝馬町YS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/>

URL : <http://www.fcr.co.jp/>