

# 情報通信産業の将来展望

平成18年9月28日

# 目次

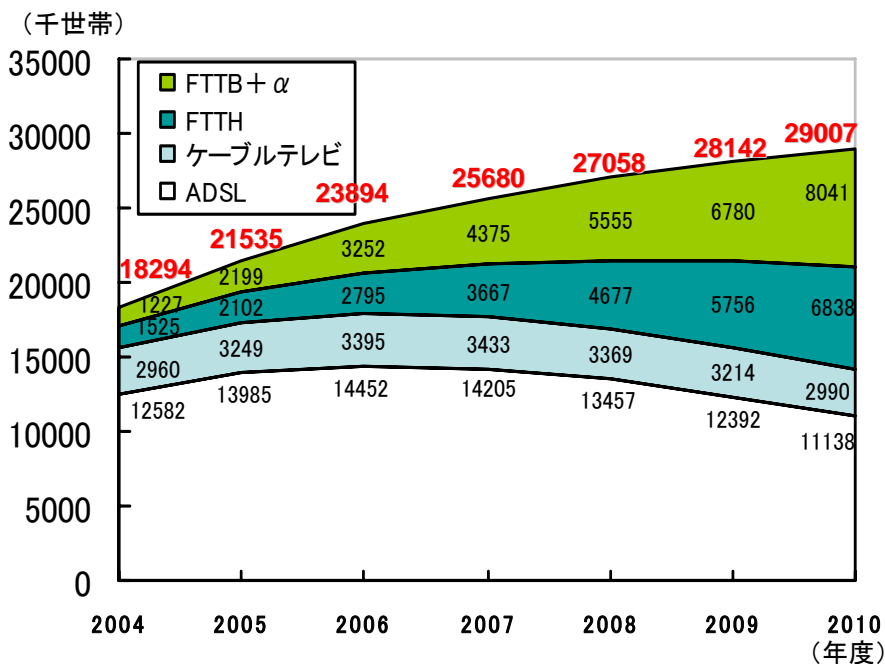
<b>1. 2011年の到達イメージ</b>		
<b>～「ユビキタスネットワーク」の拡大～</b>	2	
ブロードバンド普及の将来見通し	3	
ISP市場の推移	4	
公衆無線LANの市場規模見通し	5	
(参考) 携帯電話普及の将来見通し	6	
(参考) NGNネットワーク	7	
<b>2. プラットフォームの形成</b>	8	
電子認証規模の拡大	9	
課金・決済規模の拡大	10	
モバイルプラットフォームの拡大	11	
(参考) Googleのプラットフォームビジネス	12	
<b>3. ネットワークコンテンツ・アプリケーションの発展</b>	13	
ネットワーク系コンテンツの拡大	14	
音楽配信の拡大	15	
ネット放送・VODの拡大	16	
オンラインゲームの拡大	17	
ブログ・SNS市場の現状と予測	18	
ネット広告市場の拡大	19	
<b>4. デジタル放送市場の将来展望</b>	20	
地上デジタル放送・移動体向け放送	21	
衛星デジタル放送	22	
<b>5. デジタル家電の普及と家庭内におけるメディア融合</b>	23	
情報通信機器の普及状況	24	
地上デジタル放送受信機の普及	25	
ハードディスクレコーダーの普及	26	
インターネットとTVの新展開	27	
家庭における「テレビ」と「ブログ」の連携	28	
CGM（消費者作成メディア）の拡大	29	

# 1. 2011年の到達イメージ ～「ユビキタスネットワーク」の拡大～

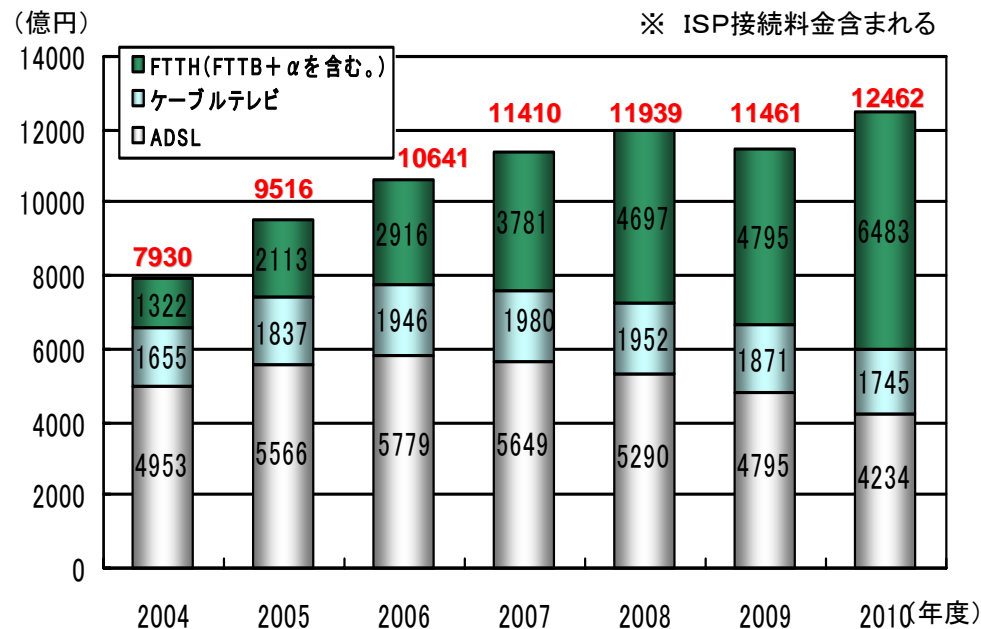
# ブロードバンド普及の将来見通し

- 2010年度には、約2900万世帯でブロードバンドを実際に利用。
- 家庭向けブロードバンドの市場規模は、概ね1.2兆円で安定。

【家庭向けブロードバンド加入数予測】



【家庭向けブロードバンド接続市場規模予測】

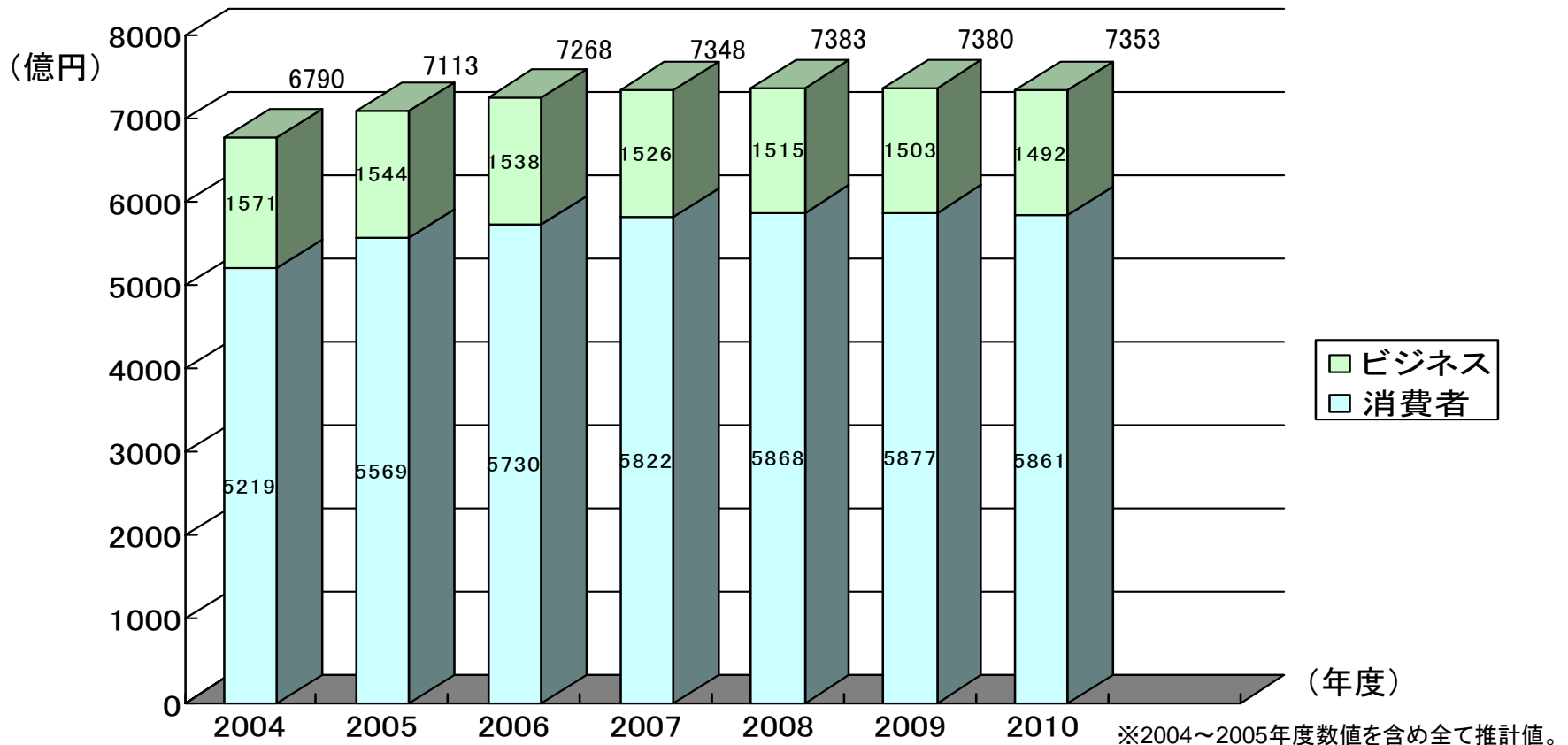


※ブロードバンドの加入可能世帯数は2006年3月末で4733万世帯に達する。(総務省「次世代ブロードバンド戦略2010」2006年8月)

# ISP<sub>(\*)</sub>市場の推移

\* インターネットサービスプロバイダー

- ISP市場は、主に消費者向け市場の成長に牽引。
- 2008年度以降は、ISP市場規模は7400億円程度で安定。

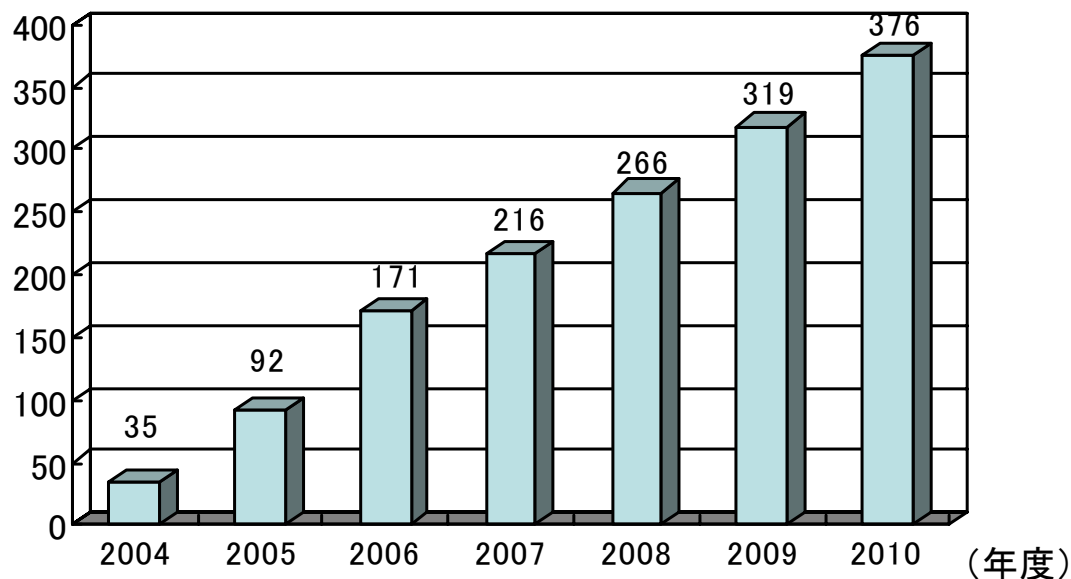


# 公衆無線LANの市場規模見通し

- 2010年度には、公衆無線LANの市場規模(\*1)は約370億円規模に。
- 将来的には、WiMAX(\*2)を利用することで、ユーザー利便性は向上。

【公衆無線LAN市場(\*3)規模予測】

(億円)



(\*1) カフェ、駅、空港など公共性の高い場所での無線LANを利用したブロードバンドインターネット接続サービス

(\*2) World-wide interoperability for Microwave Access  
米国電気電子学会で承認された、固定無線通信の標準規格。(IEEE802.16e)

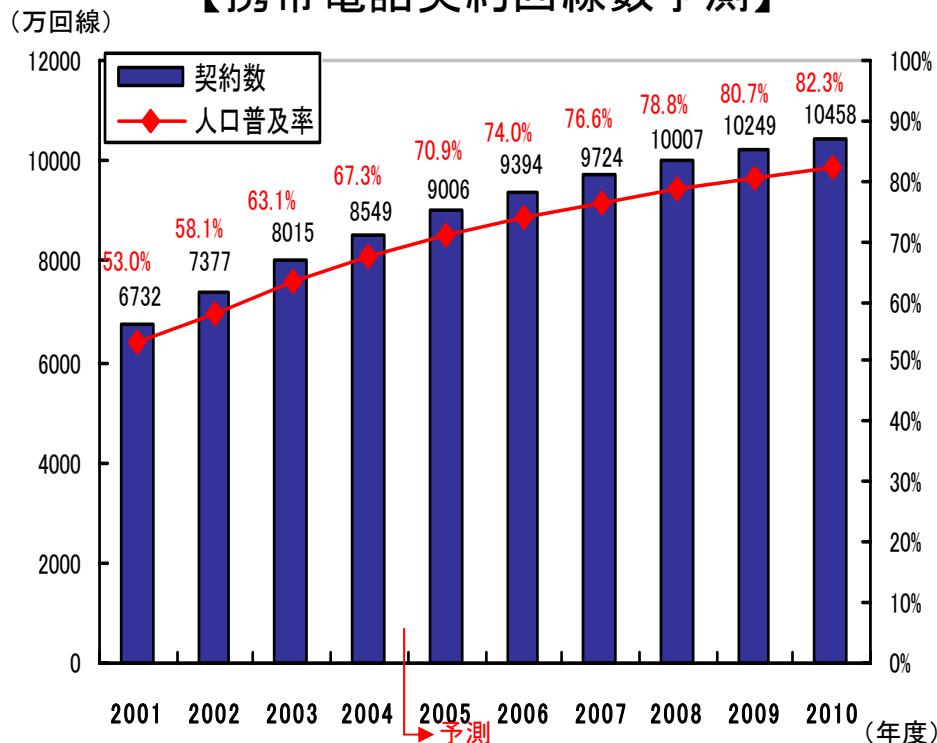
(\*3) 利用者からの契約料、月額利用料及びテンポラリー利用料の総額で構成

※WiMAXは現時点ではビジネスモデルが不明確なため市場規模に含まれていない

# (参考) 携帯電話普及の将来見通し

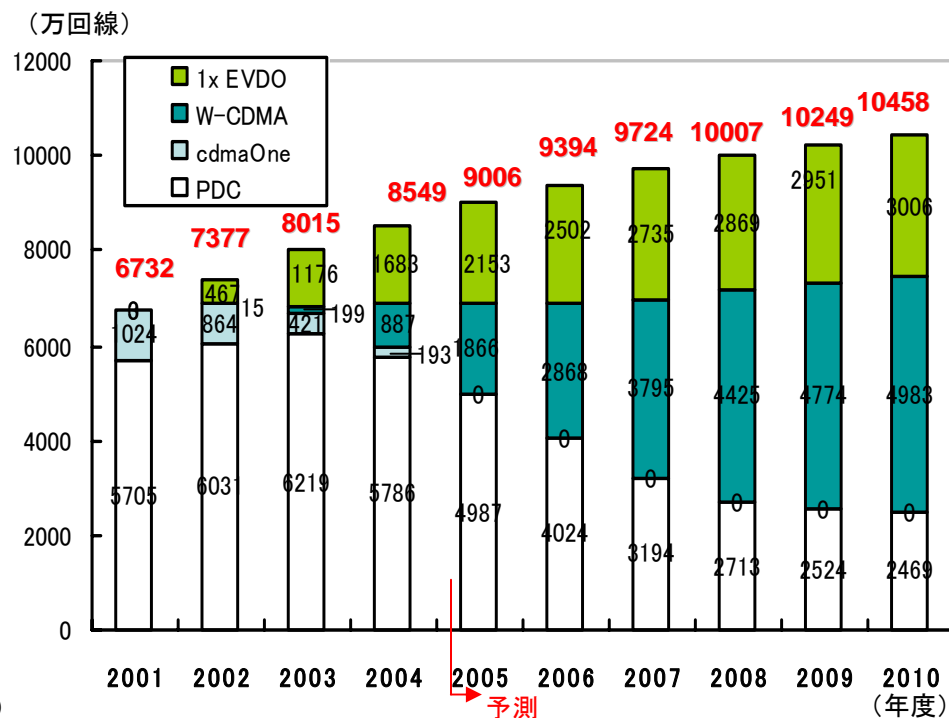
- 国民の携帯電話利用率は8割強に到達。
- そのうちの大半が、第3世代(W-CDMA+1xEVDO)。

## 【携帯電話契約回線数予測】



※既存の国内携帯電話事業者の総契約回線数(PHS等は含まない)

## 【通信方式別契約回線数予測】



# (参考)NGNネットワーク

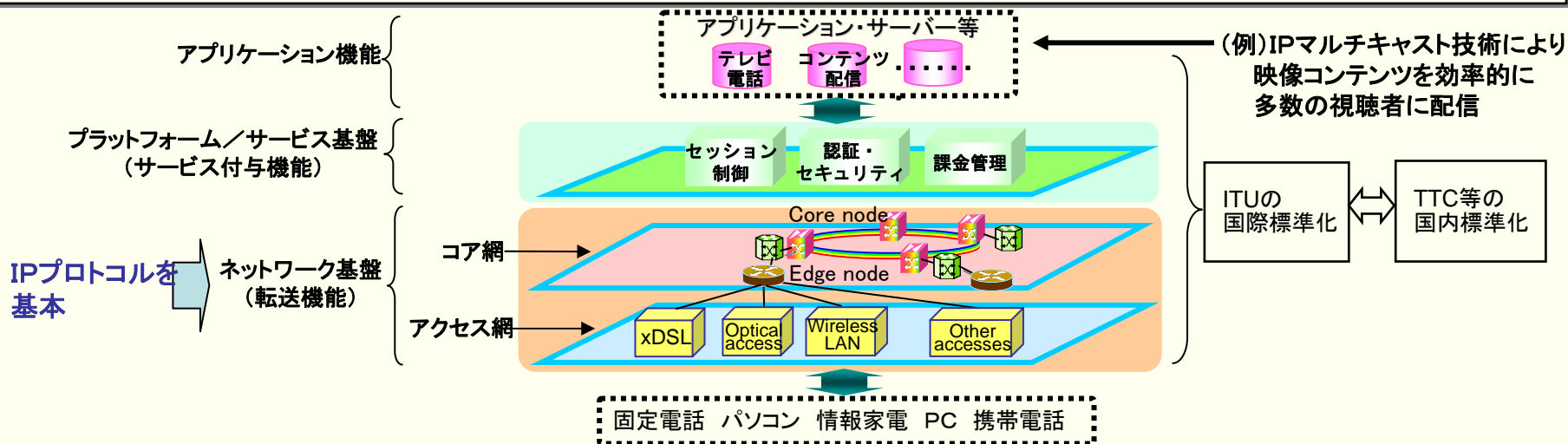
- 従来のPSTNに代わり、オールIP化を目指す次世代ネットワーク(NGN)への移行計画がNTT、KDDI、BTなど国内外の通信事業者で進展。
- ITUにおいても、NGNネットワークの標準化を2003年に開始(2006年中には第一版決定の予定)。

## <NGNの主な特徴>

### ネットワーク基盤(転送機能)とサービス基盤(サービス付与機能)の分離

- ・転送機能はIPプロトコルを基本とすることを想定
- ・サービス付与機能は、ネットワーク基盤に依存せず、電話の基本・付加機能やテレビ電話、コンテンツ配信などのサービス固有機能を提供

→各機能毎に自由度の高い機器の開発・配備、最新の要素技術への柔軟な対応、多様なビジネス展開が可能

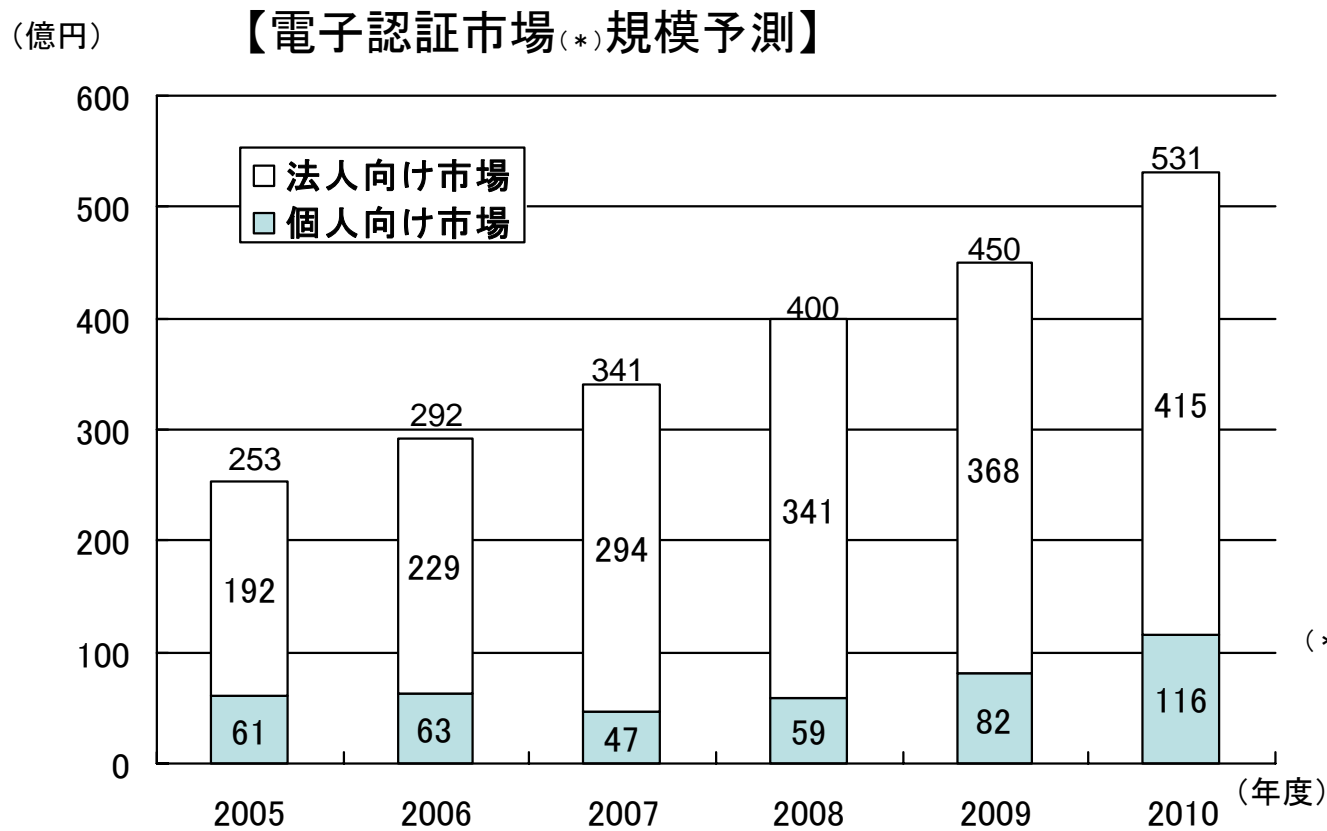




## 2. プラットフォームの形成

# 電子認証規模の拡大

- 2010年度には、電子認証市場規模は約530億円規模に。
- 個人向け市場よりも法人向け市場が拡大。

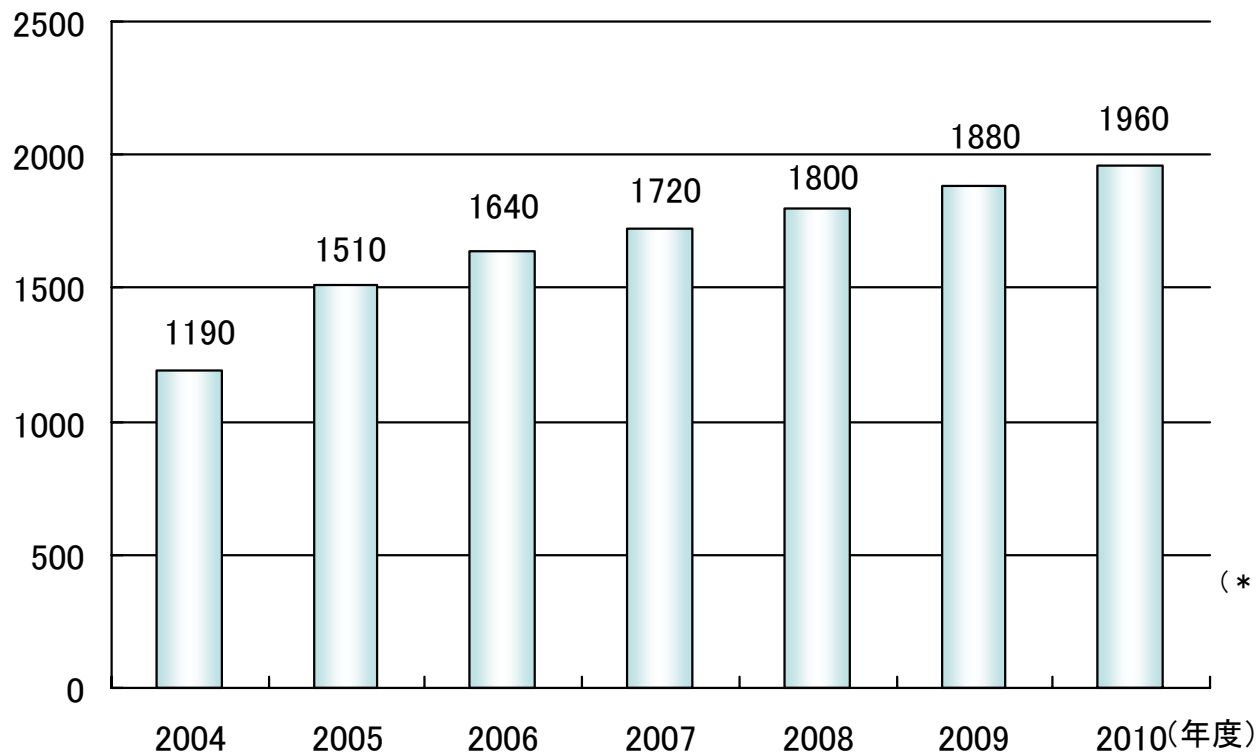


# 課金・決済規模の拡大

- 2010年度には、課金・決済市場の規模は1960億円規模に。
- 電子マネーの認知拡大、携帯電話の機能拡充、鉄道会社の動向等がポイント。

【課金・決済市場(\*)規模予測】

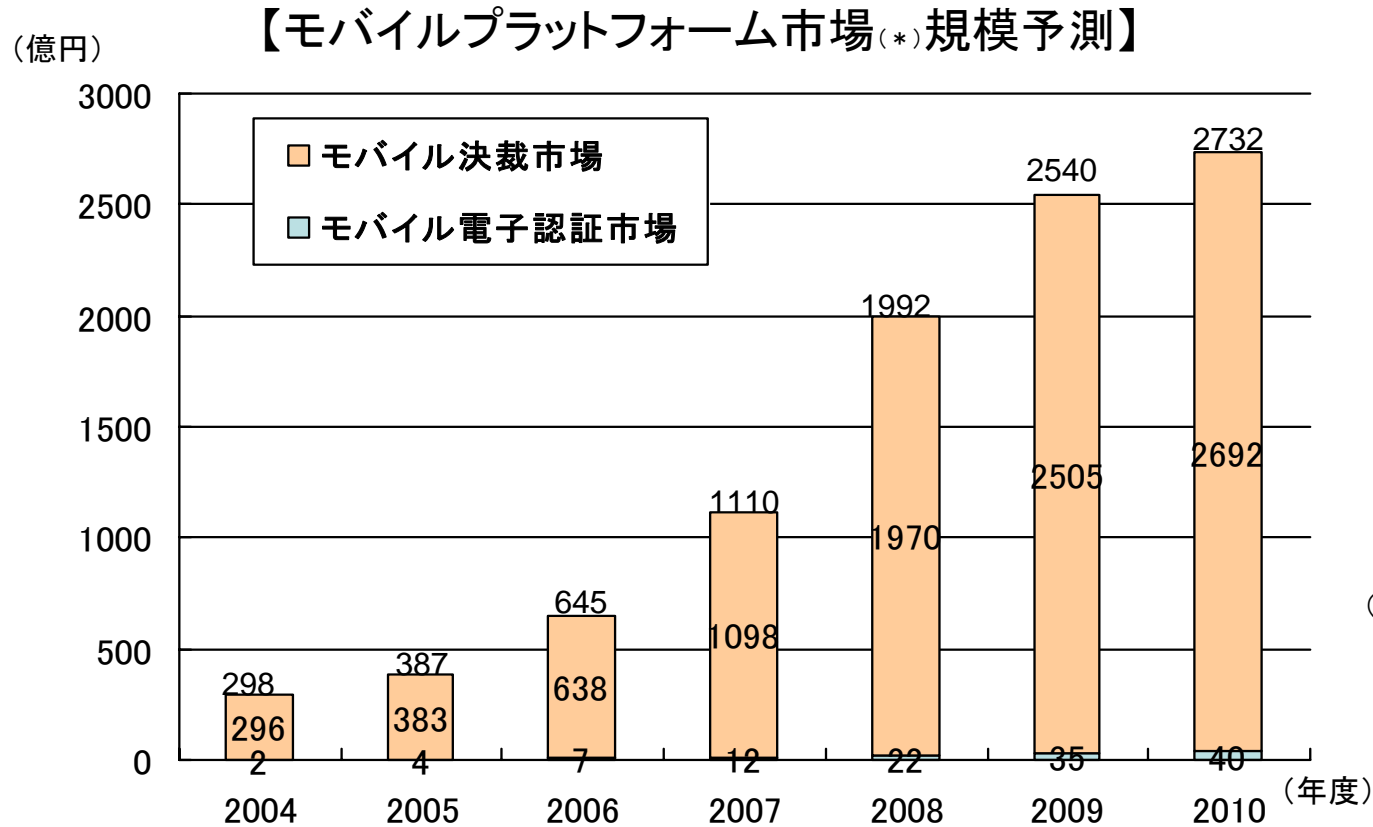
(億円)



(\*)インターネットなどで商品などの購入が行われる際に、決済機関が、手数料などのかたちで取引参加者から取得する金額の合計

# モバイルプラットフォームの拡大

- 2010年度には、モバイルプラットフォーム市場は約2730億円規模に。
- モバイル決済市場は、非接触ICカード搭載携帯電話の浸透が市場を押し上げ。

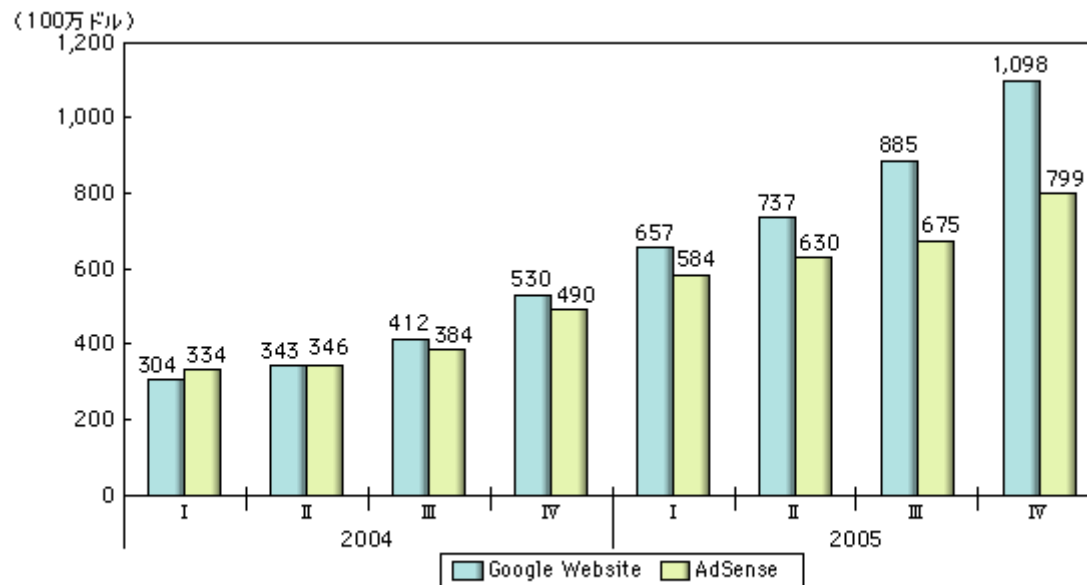


(\*) 携帯電話を利用して決済を行った場合の手数料と携帯電話の端末認証に係る手数料の積算

# (参考) Googleの「プラットフォーム」ビジネス

- Googleは、ウェブそのものを「プラットフォーム」として各種サービスを提供。
- 検索結果連動型広告やコンテンツ連動型広告等の提供で売上が急増。

## 【売上の推移】



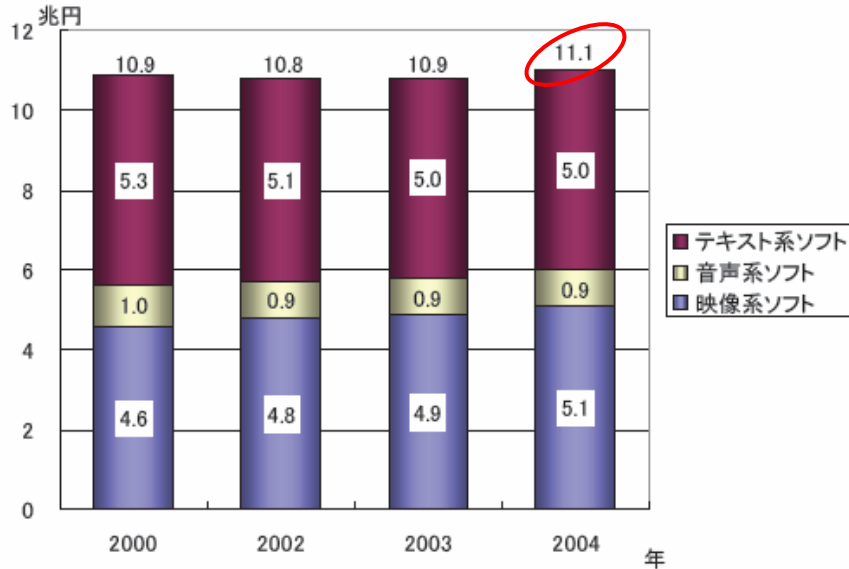
GoogleIR 資料により作成

### 3. ネットワークコンテンツ・アプリケーションの発展

# ネットワーク系コンテンツの拡大

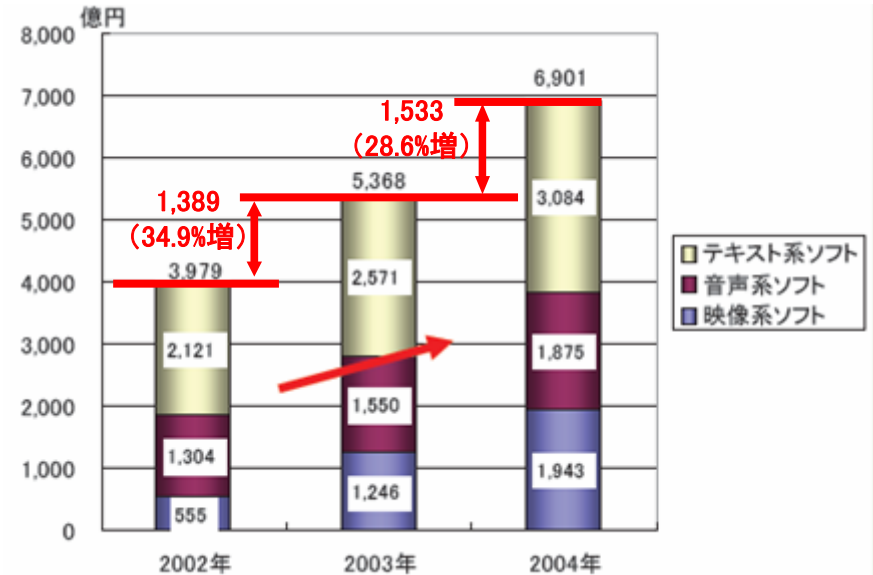
○ ネットワーク系コンテンツは年約30%の伸び。

市場全体の推移(ソフト形態別)



・ コンテンツ市場全体の市場規模は2004年に11兆円を突破。

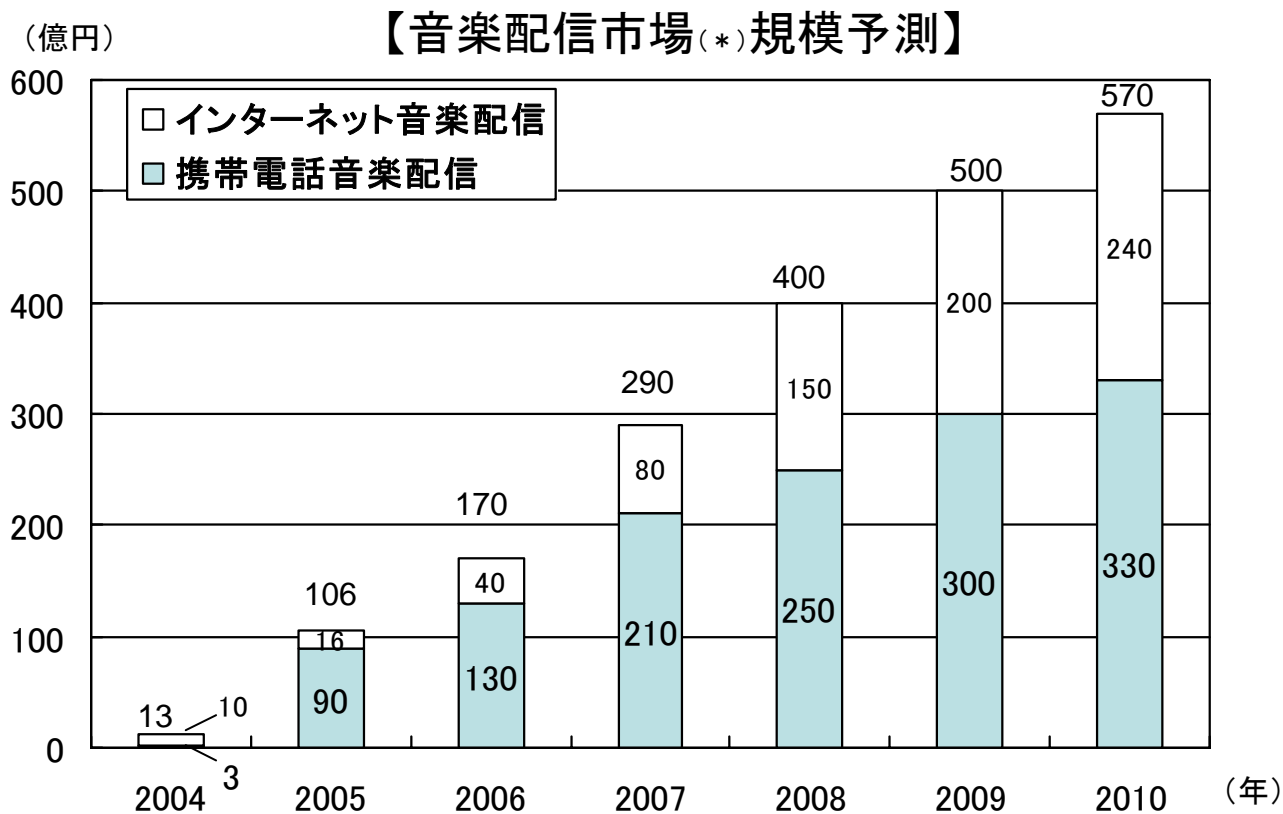
ネットワーク配信の進展



・ 2004年のネットワーク系コンテンツ市場規模は、前年比(2003年比)28.6%(1,533億円)の増加、前々年比(2002年比)73%(2,922億円)の増加。

# 音楽配信の拡大

- 2010年には、音楽配信市場は570億円規模に。
- 携帯電話音楽配信が、市場の約6割を占める。



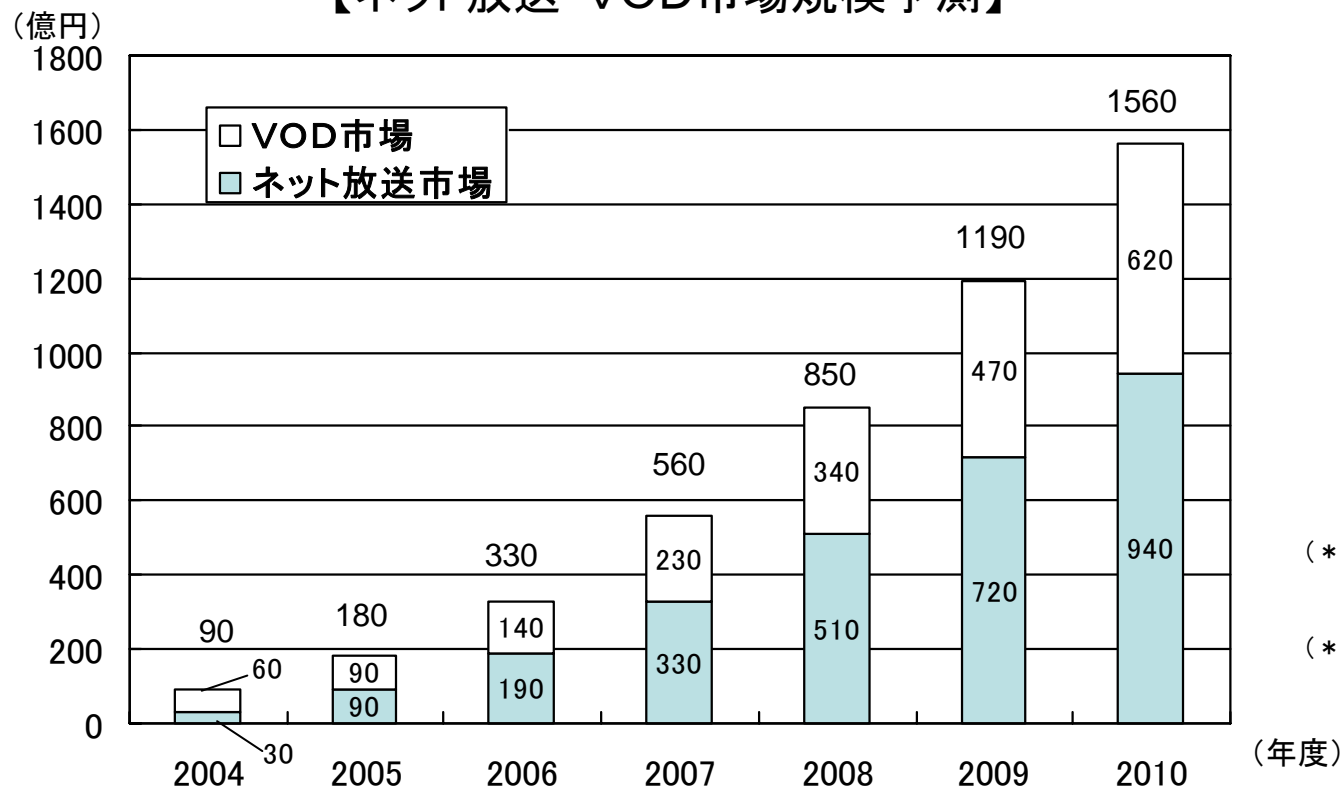
(\*) 当該配信サービスに対する消費者の支払額



# ネット放送<sup>(\*1)</sup>・VOD<sup>(\*2)</sup>の拡大

- 2010年度には、ネット放送・VOD市場は1560億円規模に。
- VOD市場、ネット放送市場とも大きく拡大。

【ネット放送・VOD市場規模予測】

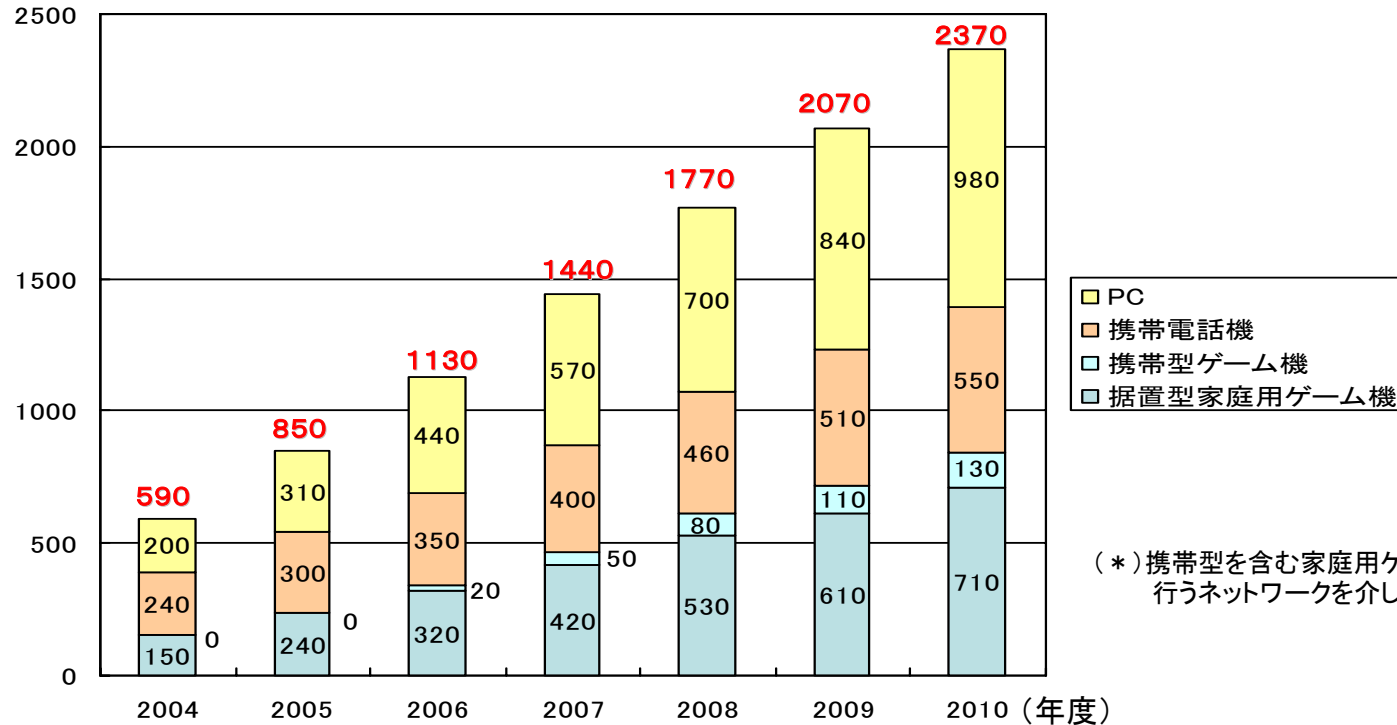


( \* 1 ) 光ファイバーまたはADSLなどの  
ブロードバンド回線経由で提供される  
有料放送サービス  
( \* 2 ) Video On Demand

# オンラインゲームの拡大

- 2010年度には、オンラインゲーム市場は2370億円規模に。
- 今後は、オンラインゲームは、携帯電話向けに加えてPC等の分野にも拡大、成長する見込み。

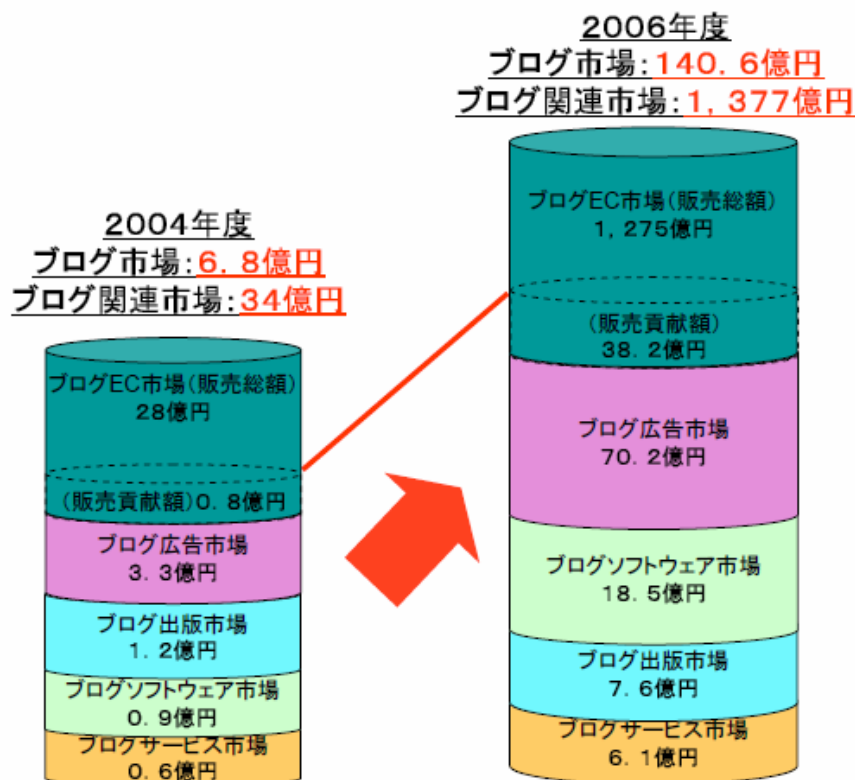
(億円) 【オンラインゲーム市場(\*)規模予測】



(\*) 携帯型を含む家庭用ゲーム機や携帯電話機を利用して行うネットワークを介したゲームサービスの売上

# ブログ・SNS市場の現状と予測

- 2004年度のブログ市場は約6.8億円、関連市場も含めると約34億円と推計。
- 2006年度は、それぞれ約140.6億円、約1,377億円に達すると予測。



(注) EC: 電子商取引。インターネットなどのネットワークを利用した取引形態

- ブログサービス市場  
→ 有料ブログサービスの提供
- ブログ広告市場  
→ ブログを活用した広告
- ブログソフトウェア市場  
→ 企業向けブログソフトウェアの販売
- ブログ出版市場  
→ ブログ・コンテンツを活用した出版
- ブログEC市場  
→ ブログを活用したEC

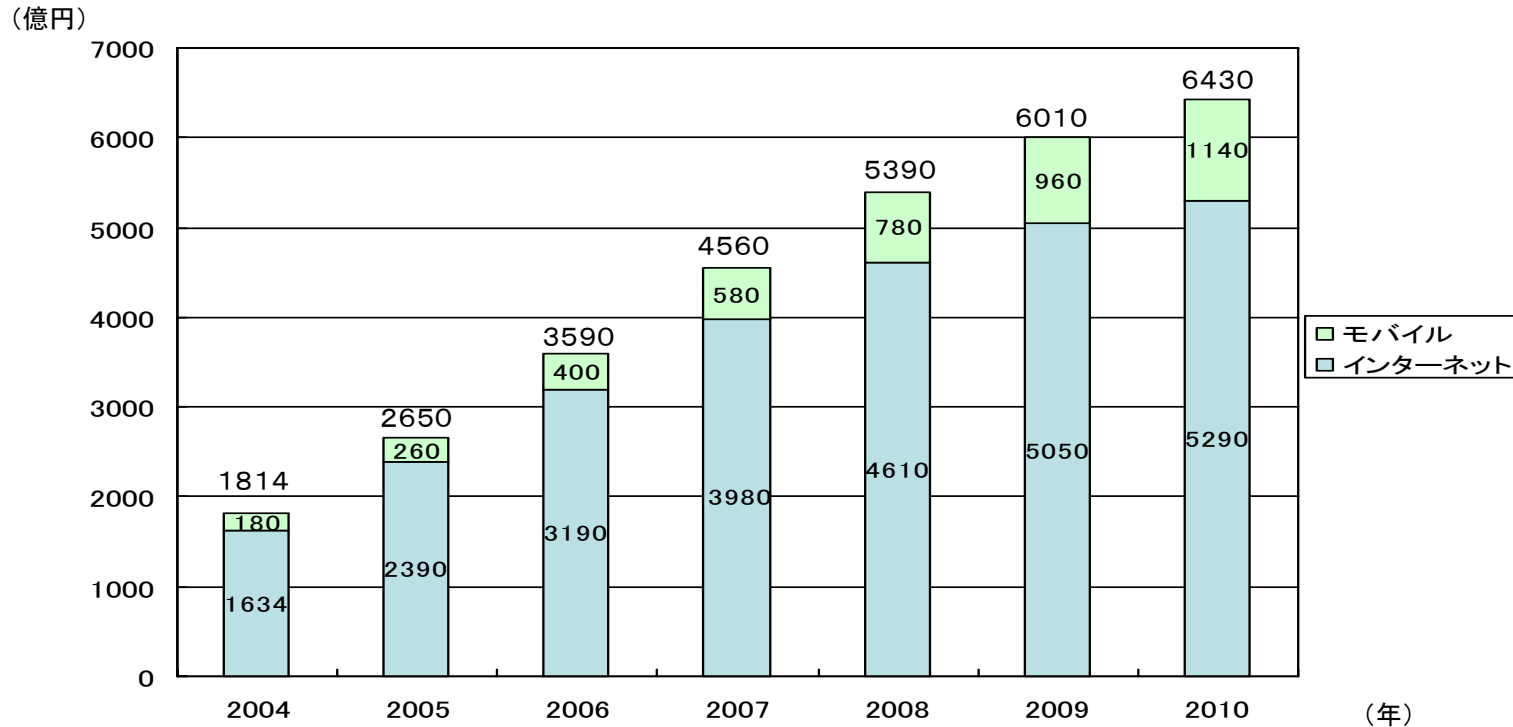
ブログ市場規模:  
= ブログサービス + ブログ広告  
+ ブログソフトウェア + ブログ出版  
+ ブログEC (販売貢献額ベース)

ブログ関連市場規模  
= ブログサービス + ブログ広告  
+ ブログソフトウェア + ブログ出版  
+ ブログEC (販売総額ベース)

# インターネット広告市場の拡大

- 2010年には、インターネット広告市場は6430億円規模に。
- モバイル広告市場は2004年から6年間で約6倍に。

## 【インターネット広告市場規模予測】



※2004年は「日本の広告費」(電通)より、2005年以降は野村総研予測値

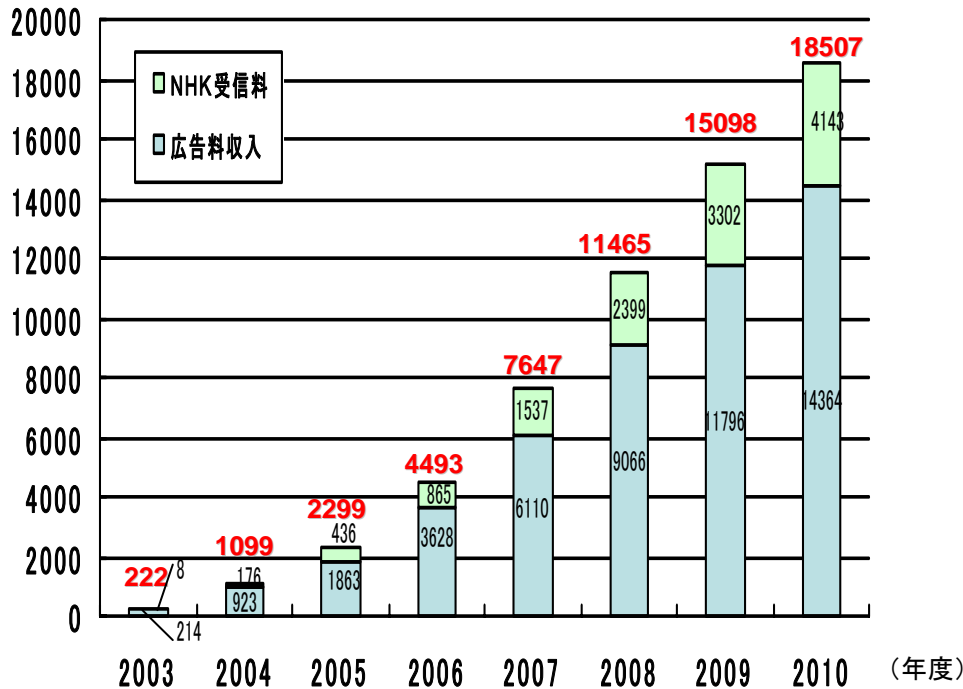
## 4. デジタル放送市場の将来展望

# 地上デジタル放送・移動体向け放送

- 地上デジタル放送の市場規模は拡大し、2010年度には約8割が広告料収入。
- ワンセグなど移動体向け放送市場も急速に拡大し、2010年度は約500億円。

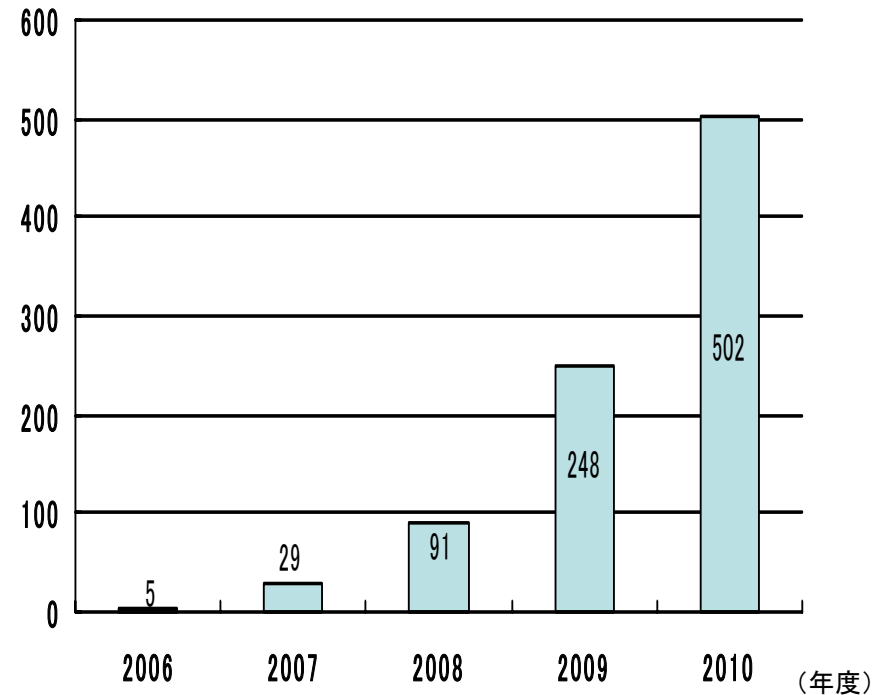
## 【地上デジタル放送市場規模予測】

(億円)



## 【移動体向け放送市場規模予測】

(億円)

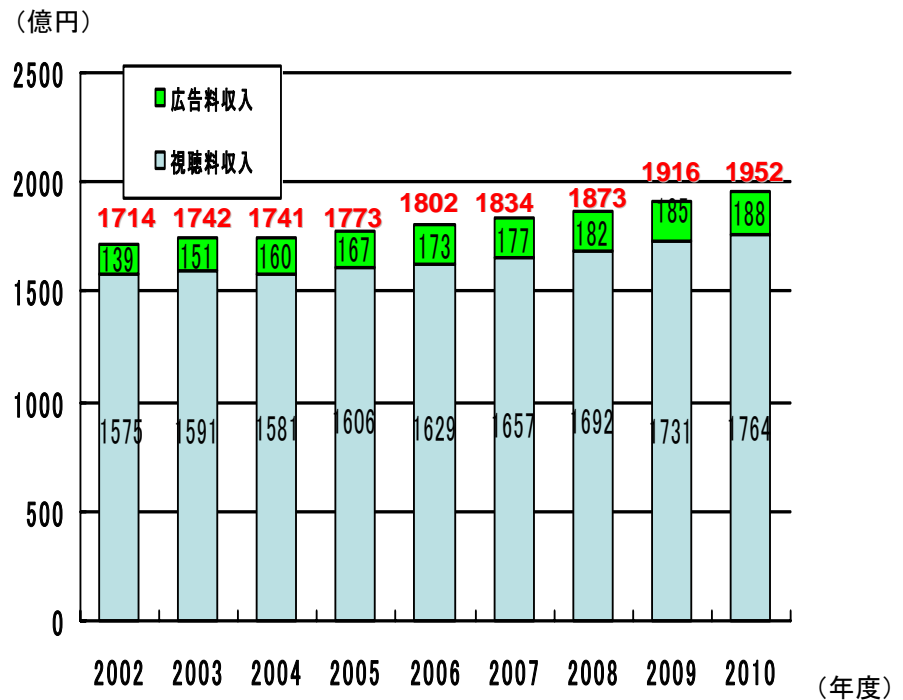
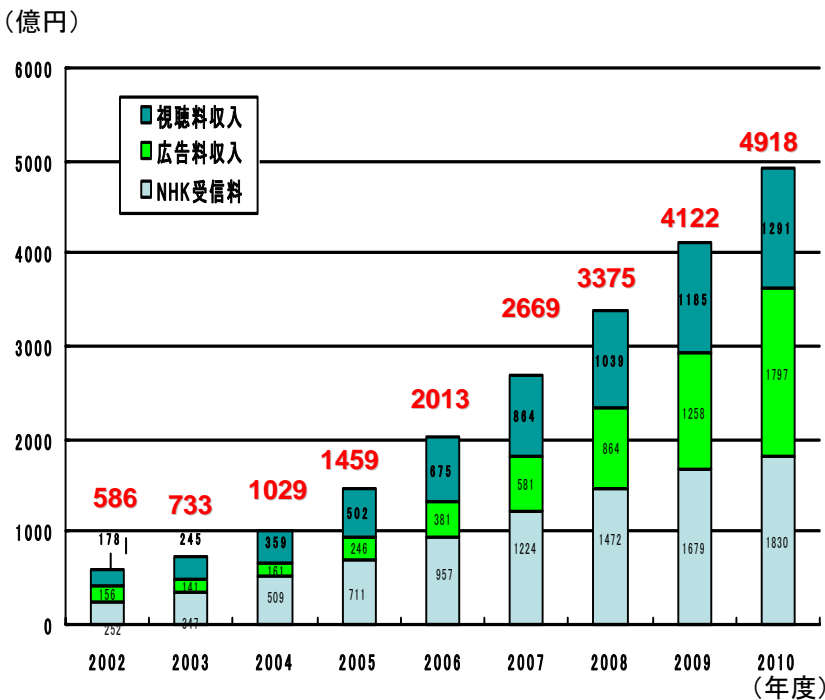


# 衛星デジタル放送

- BSデジタル放送の市場規模は拡大。2010年度はNHK受信料以外で6割強。
- CSデジタル放送の市場規模は緩やかに拡大。市場の大半は視聴料収入。

## 【BSデジタル放送市場規模予測】

## 【CSデジタル放送市場規模予測】



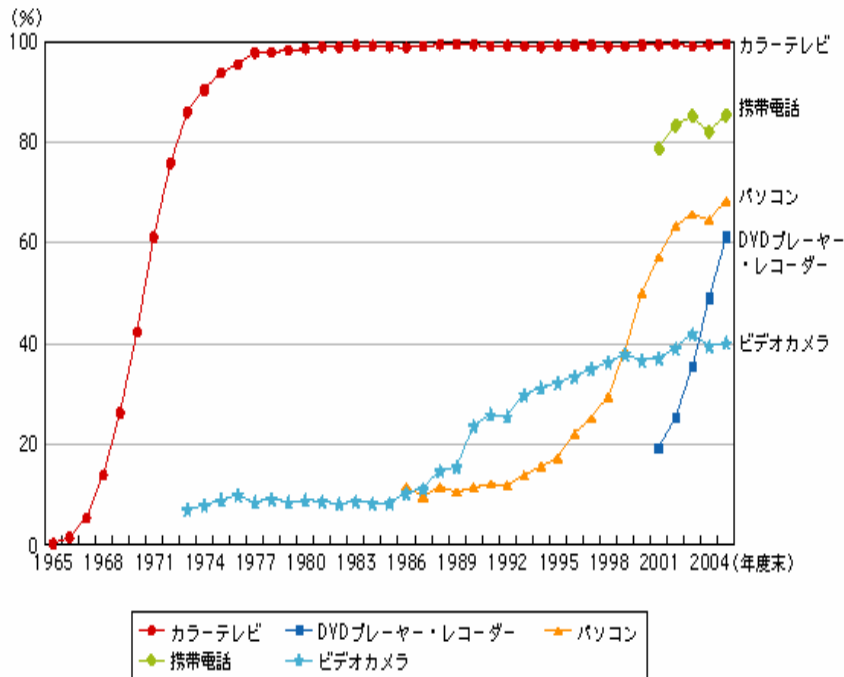
# 5. デジタル家電の普及と家庭内 におけるメディア融合



# 情報通信機器の普及状況

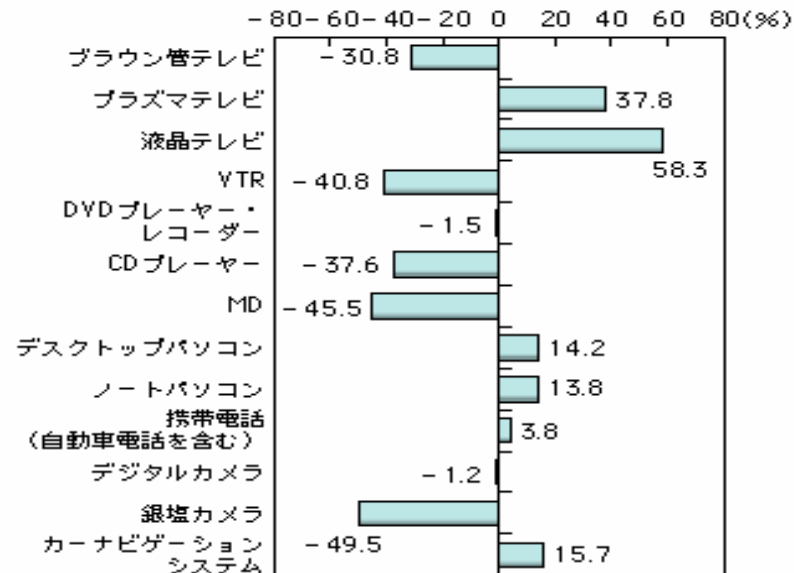
- 約8割の国民が携帯電話を保有、約7割の国民がパソコンを保有。
- パソコン、携帯電話ともに、国内出荷台数は前年より増加。

【情報通信機器の世帯普及率】



内閣府経済社会総合研究所「消費動向調査」により作成

【主な情報通信機器の国内出荷台数の対前年比増加率(2005年)】

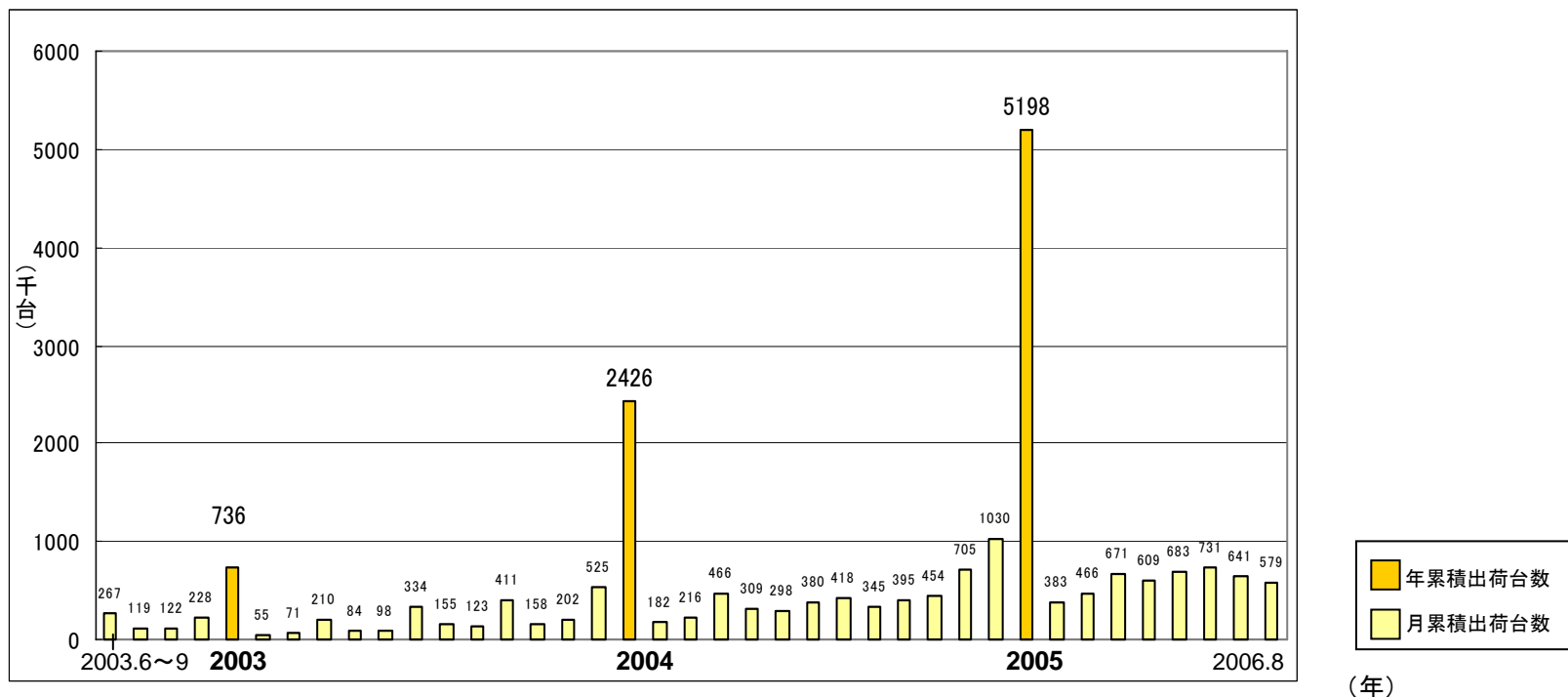


〈社〉電子情報技術産業協会資料、カメラ映像機器工業会資料により作成

# 地上デジタル放送受信機の普及

- 国内地上デジタル放送受信機は、2006年8月までに約1300万台出荷。
- 出荷台数は、2003年から毎年2倍以上の伸び。

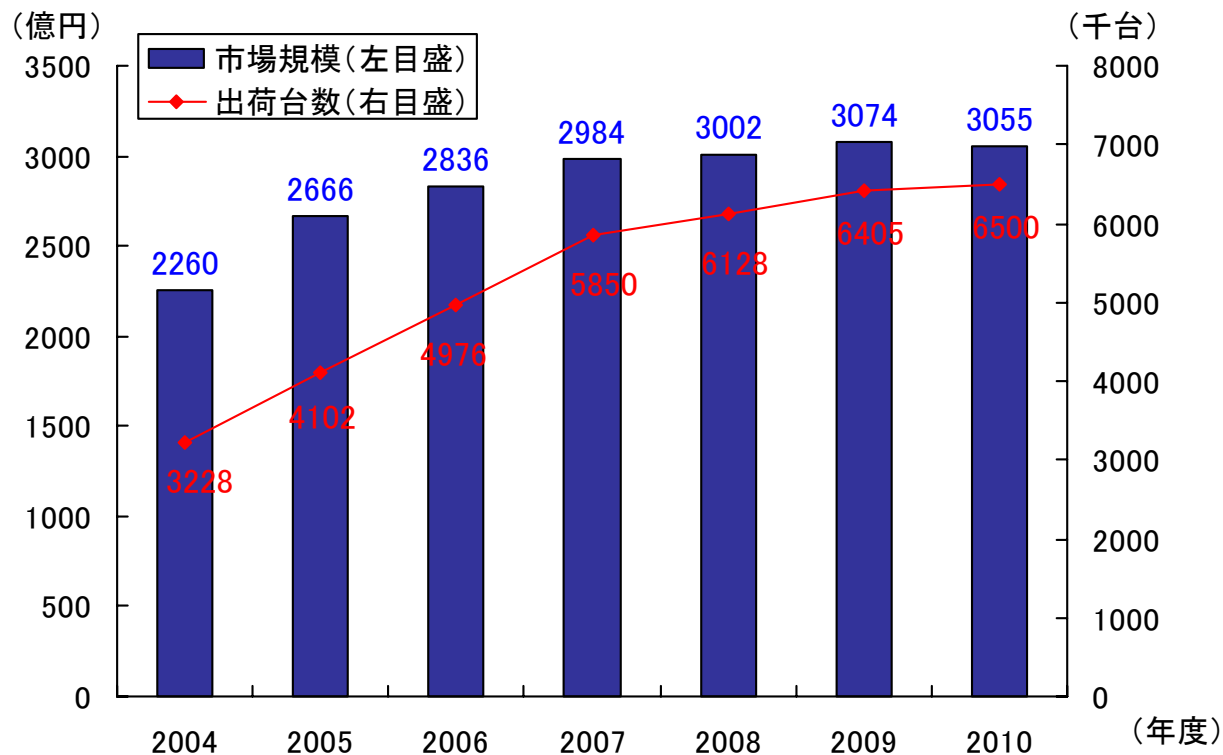
【地上デジタル放送受信機国内出荷実績】



# ハードディスクレコーダーの普及

○ 2010年度の出荷台数は、2004年度の約2倍。

【国内ハードディスクレコーダー市場規模予測】



# インターネットとTVの新展開

○ 「インターネット」と「テレビ」を連携させた新しいサービスの出現に期待。

## 地上デジタル放送のネット配信に向けた検討体制を整備

NHK、フジテレビジョン、NTTなどが共同で、高速インターネットで地上デジタル放送のテレビ番組を流すために、ネット配信の際に必要な通信速度やテレビ画面の表示方法などを今年度内に決める。デジタル放送と高速ネットを組み合わせ、高度な双方向サービスなどを楽しむことができるようにするのがねらい。9月中に「IP（インターネット・プロトコル）TVフォーラム」を設置し検討する。松下電器産業やソニー、シャープなどに参加を呼びかける。現在のデジタル放送対応テレビでも双方向サービスは可能だが、大半は通信速度の遅い電話回線を使っている。高速ネットを使えば、人気番組を見ながら端末の操作で過去のシリーズの録画を購入するといった高度なサービスもしやすくなる。

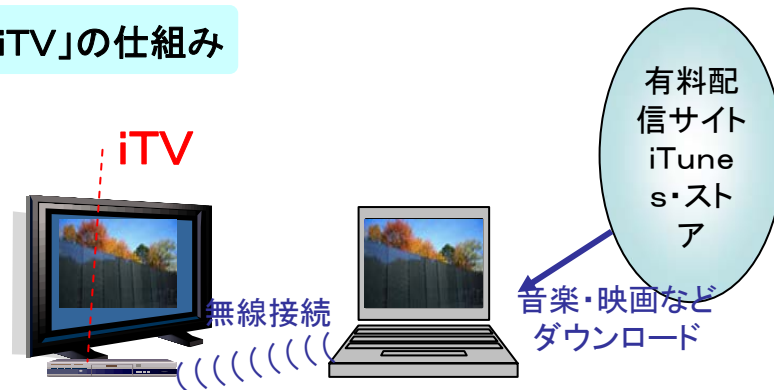
(2006年9月12日 日本経済新聞要約)

## 米アップル社、「iTV」販売予定

米アップルコンピュータは、パソコンに保存したコンテンツを無線でテレビに飛ばし、より大きな画面で映画を見るための装置「iTV」を来年1～3月に299ドル（米国での価格）で発売すると発表。

(2006年9月13日 日本経済新聞要約)

### 「iTV」の仕組み



# 家庭における「テレビ」と「ブログ」の連携

○ メタデータを活用し、テレビ番組とブログを連携させたサービスが出現。

## ○テレビとブログの連携サービス例

Tagiri(個人がPCに録画した動画から自動的にサムネイルを作成し、各サムネイルごとに再生できるソフトウェア)(\*1)を用いることで、ブログサイトにブロガーが公開しているメタデータ(\*2)と連動して地上波テレビ番組を再生するサービス。

(\*1) Tagiriは、株式会社メタキャストが、2006年7月から提供しているソフトウェア

(\*2) 番組の場面ごとに、その場面の開始時刻、感想などを書いたデータのこと。

株式会社メタキャストのホームページ  
(<http://www.metacast.co.jp/>)

# CGM\* (消費者作成メディア)の拡大

- YouTube(ユーチューブ)などの投稿サイトの利用が活発化。
- 我が国からの利用者が急増。

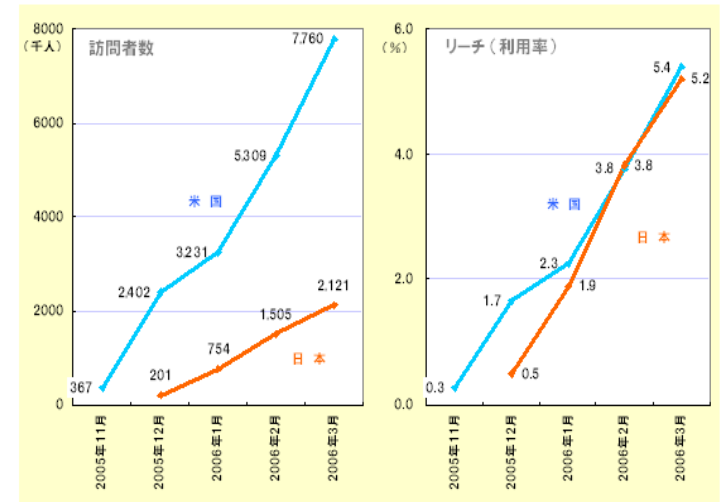
## 米国の映像投稿サイト「You Tube」



- 米国で2005年2月に開設された「YouTube」では、無料で投稿映像を視聴可能。また、会員登録すれば10分以内の映像をアップロードできる。
- 同サイトへの日本からの訪問者数は、06年3月現在212万人、日本国内のネットユーザ全体における利用率は5.2%で05年12月現在の訪問者数(20万人)の10倍増。
- パリス・ヒルトン(米国の歌手・モデル)が、オフィシャル・チャンネルを開設するなど有力な情報発信メディアに成長。
- ただし、「YouTube」については、テレビ番組の一部が無断で投稿されるなど、著作権侵害行為が問題となっている。

\* Consumer Generated Media

YouTubeの訪問者数とリーチについての日米比較  
(2006年3月、家庭のPCからのアクセス、米国データはNielsen/NetRatings US Reportによる)



YouTube 訪問者の利用頻度・利用時間についての日米比較  
(2006年3月、家庭のPCからのアクセス)

	日本	米国
訪問者数	212万人	776万人
リーチ(ネットユーザ全体における利用率)	5.2%	5.4%
ひとりあたり平均訪問頻度	3.2回	2.7回
ひとりあたり平均利用時間	33分37秒	24分03秒