

将来に向けた放送サービスについての一考察

構成員 中村秀治

2018年5月22日

放送を取り巻く技術革新

デバイスの多様化・多機能化

大画面化

コンテンツの
リッチ化

極小
・薄型化

リアルと
バーチャル
の融合

技術革新
の例

ON AIR

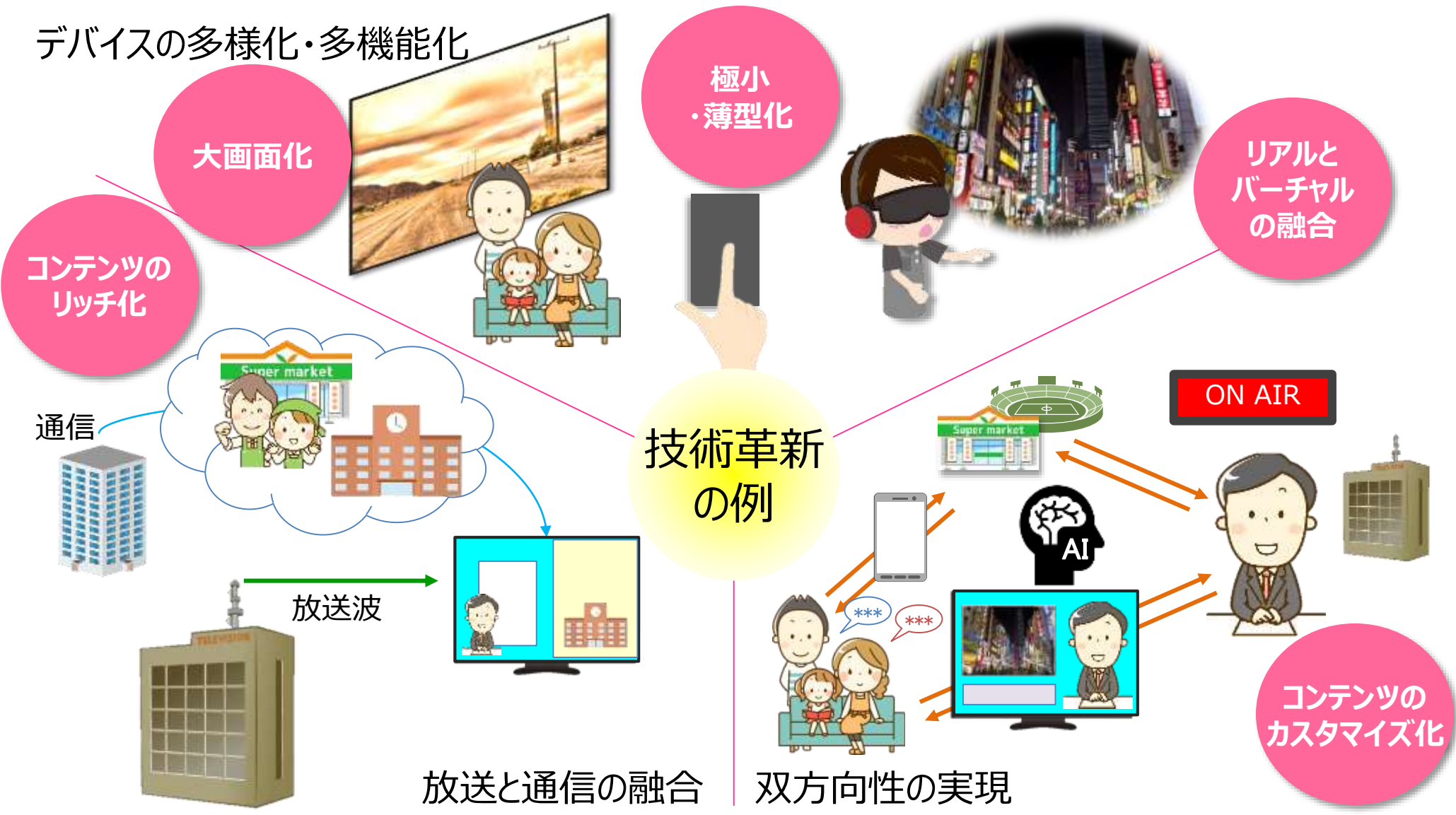
コンテンツの
カスタマイズ化

通信

放送波

放送と通信の融合

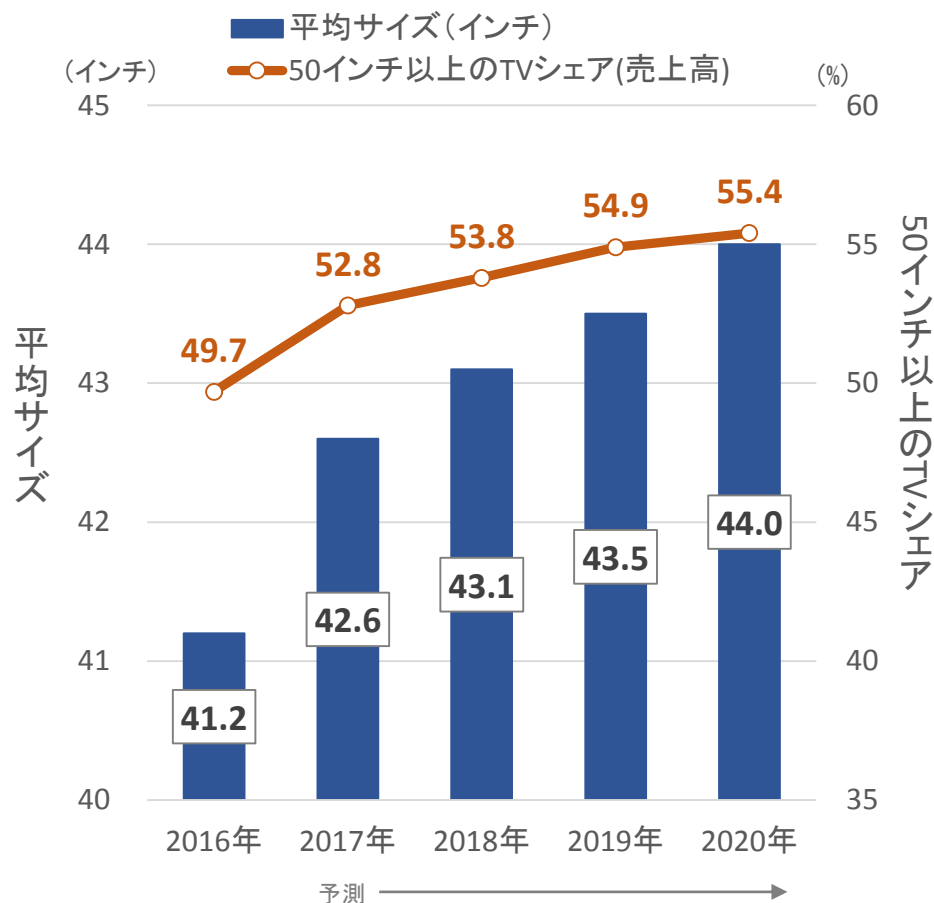
双方向性の実現



デバイスの多様化・多機能化①：テレビの大画面化

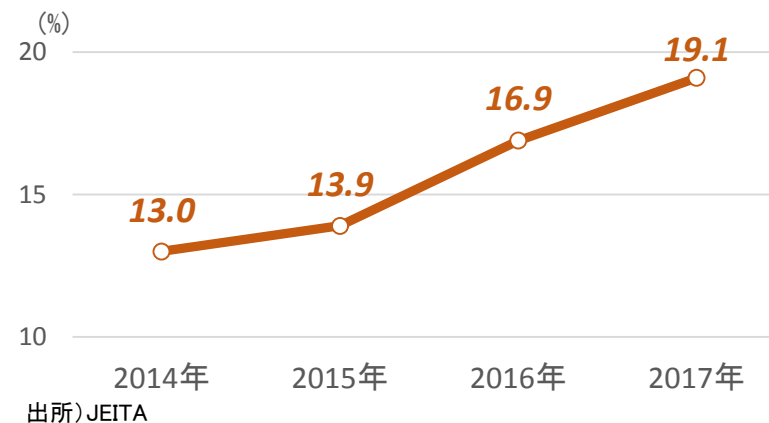
- 大型テレビの販売シェアが拡大しており、有機EL等新たな技術によりテレビ大画面化がさらに進展すると予想される。
- 国内では、格安の4K対応大型テレビの販売もみられる。

世界市場における大型テレビの販売推移・予測



出所) IHS Markit

国内市場の50インチ以上のTVシェア(出荷台数)



出所) JEITA

国内の大型テレビ(格安)の販売動向

Geo

大画面4K対応液晶テレビ3機種を4万円台で数量限定で販売(2018年4月)

43V型: ¥43,800/49V型: ¥49,800/50V型: ¥49,800(税抜)

ドン・キホーテ

大画面4K対応液晶テレビ(50V,55V,60V型3機種)の予約受付開始(2018年4月)

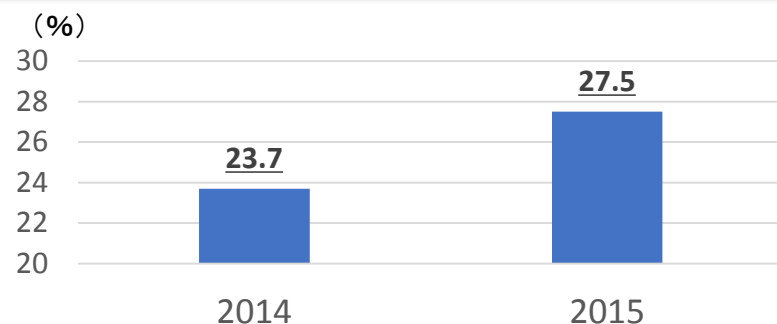
60V型: ¥89,800/55V型: ¥64,800/50V型: ¥54,800円(税抜)

出所) 各種プレスリリース

デバイスの多様化・多機能化②：多様な端末の普及

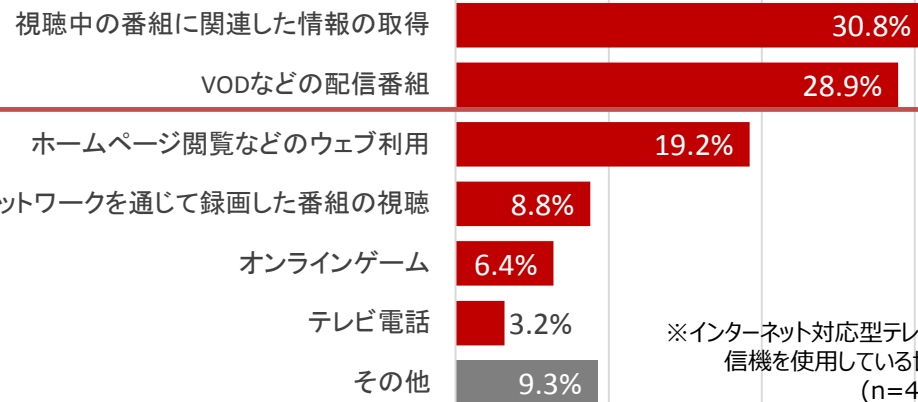
- インターネットに接続して利用しているテレビの世帯比率は3割弱。
- スマートフォン所有率は約7割。その他、タブレット端末やウェアラブル端末は所有率が増加傾向にある。

インターネットに接続して利用しているテレビの世帯保有率

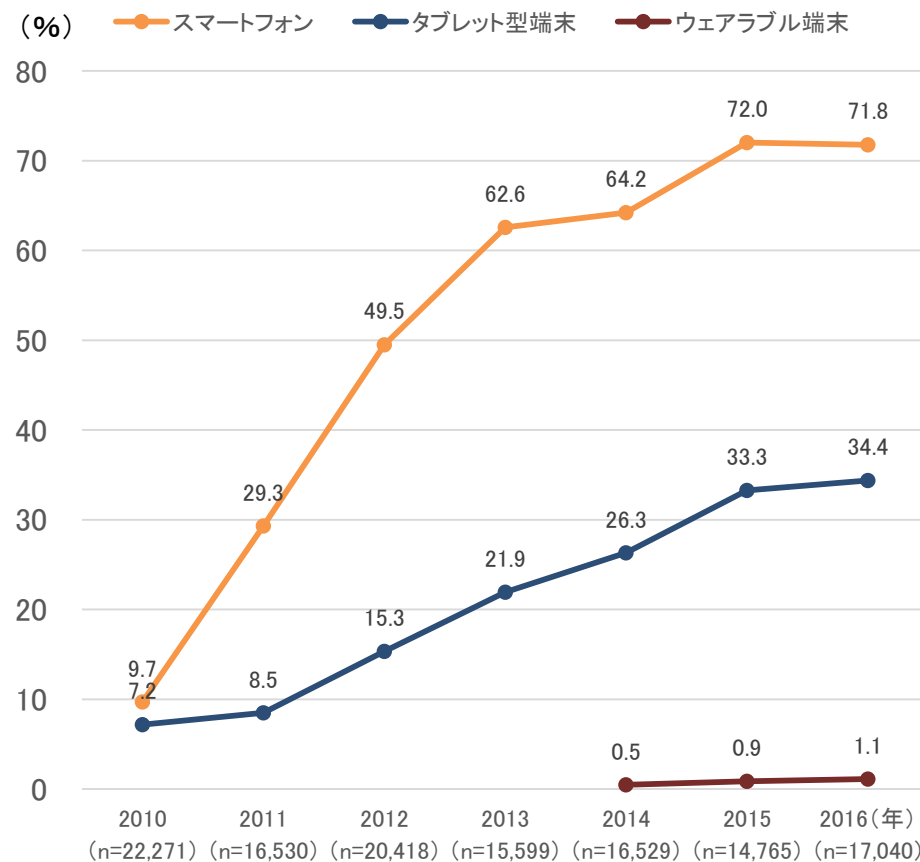


インターネット対応型テレビでのインターネット利用時の目的(平成28年)

0% 10% 20% 30%



主なICT端末の世帯所有率

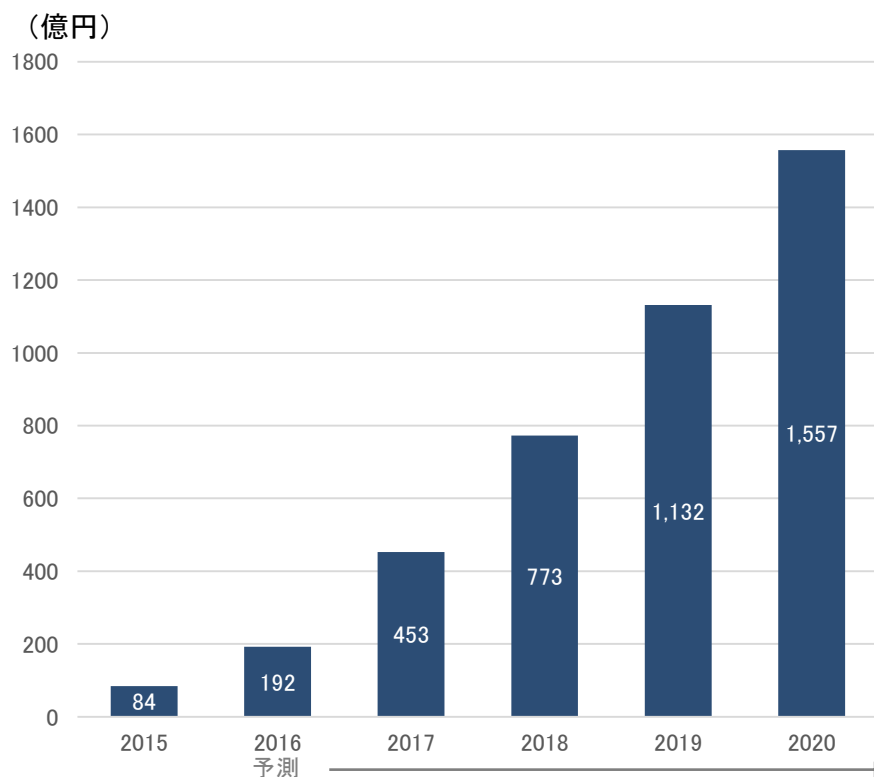


出所)総務省「通信利用動向調査」

デバイスの多様化・多機能化②：多様な端末の普及

- VRやAR市場の拡大と同時にヘッドマウントディスプレイやスマートグラスの市場規模の拡大が予測される。
- 2017年から日本で販売が開始された音声エージェント端末は、2023年に5割近い世帯に普及することが予想される。

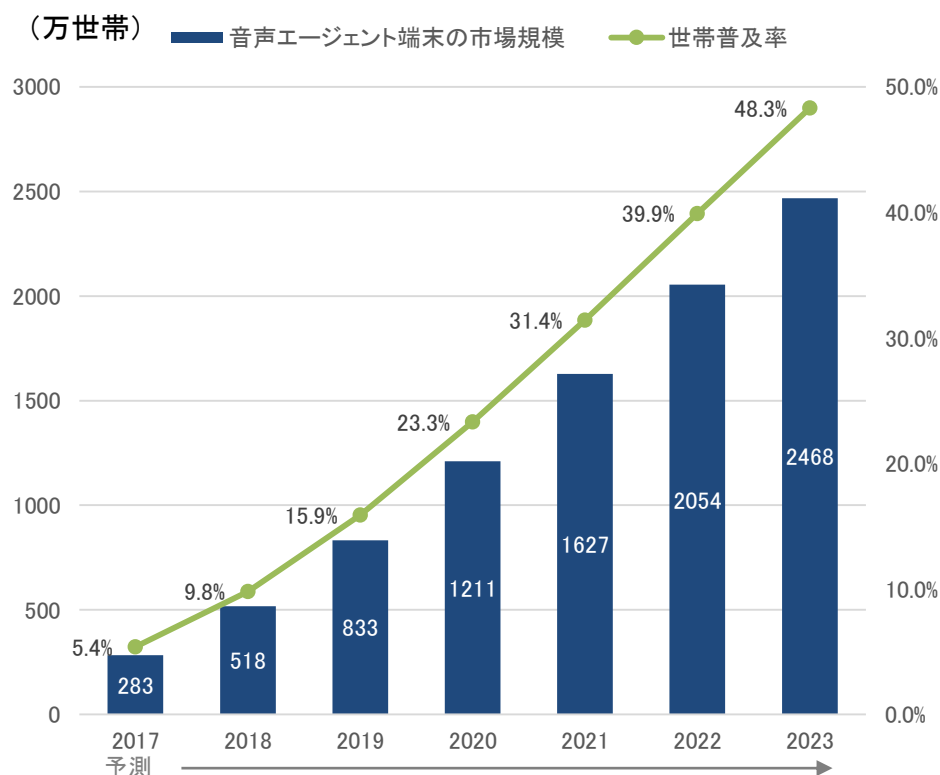
VR/AR表示機器の市場規模予測



※表示機器はPC/ゲーム機接続型HMD、スタンドアロン型HMD、モバイル機器接続型HMD、スマートグラス、自動車搭載のHUD、空中ディスプレイが含まれる。

出所)富士キメラ総研「2017 AR/VR関連市場の将来展望」

国内音声エージェント端末の世帯普及予測

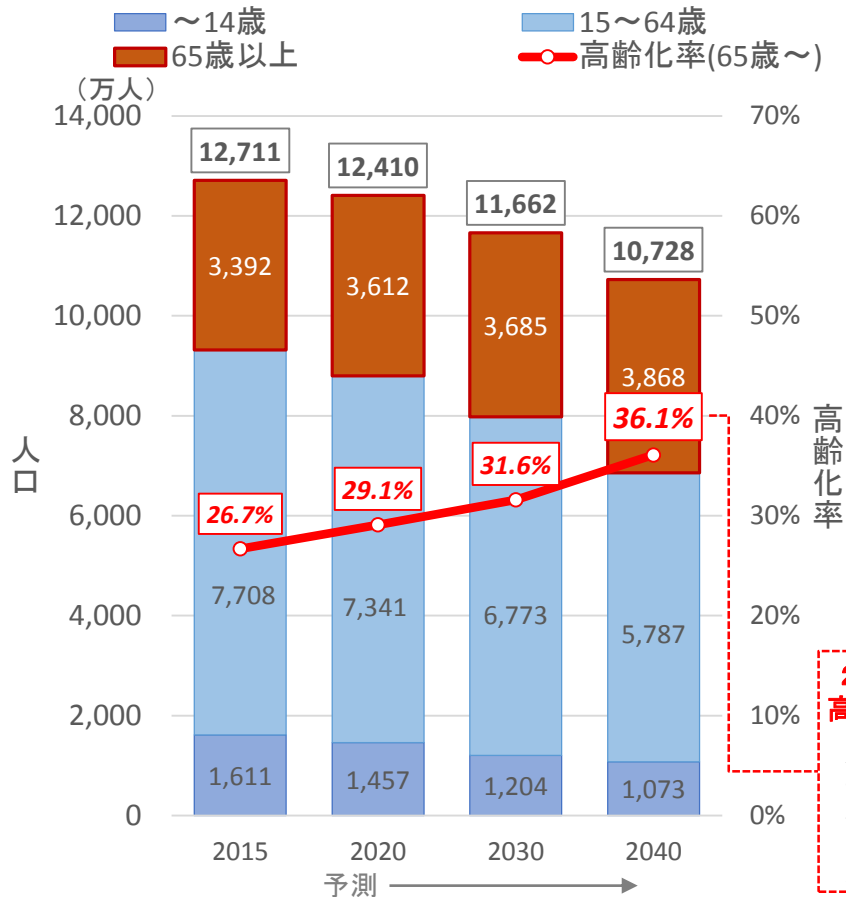


出所)野村総合研究所「ITナビゲーター2018年版」

社会的課題①：人口動態

- 高齡化が進行し、2040年には全国高齡化率は36.1%（2015年から約10%増）、進行が早い地域では40%超え。
- 2020年以降は、全都道府県で単身世帯が多数派となる。

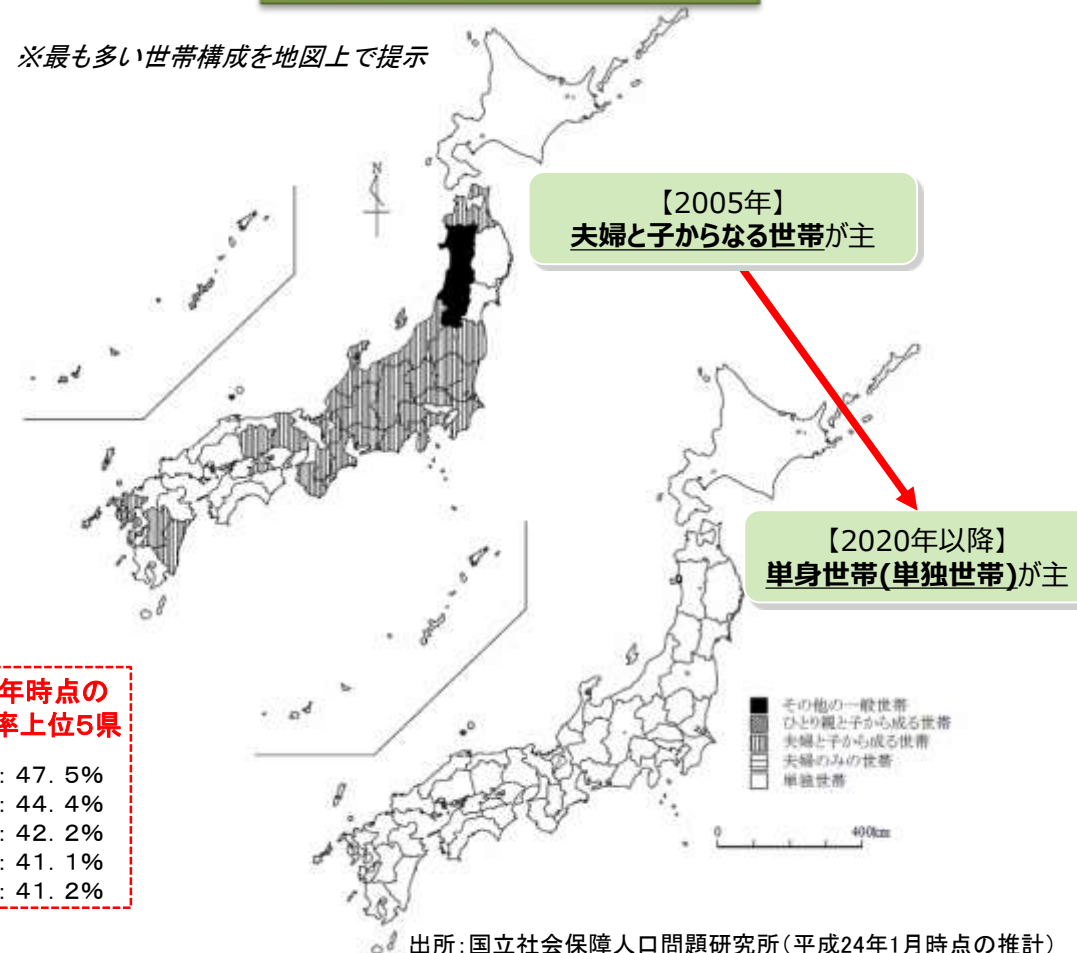
世代別人口の変化



出所) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

世帯構成の変化

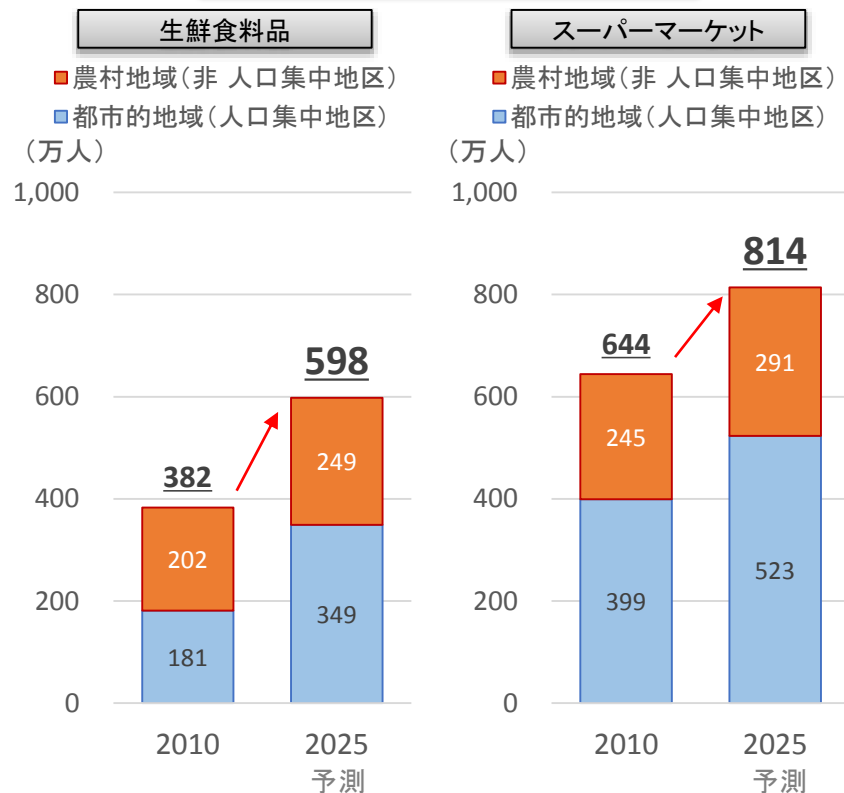
※最も多い世帯構成を地図上で提示



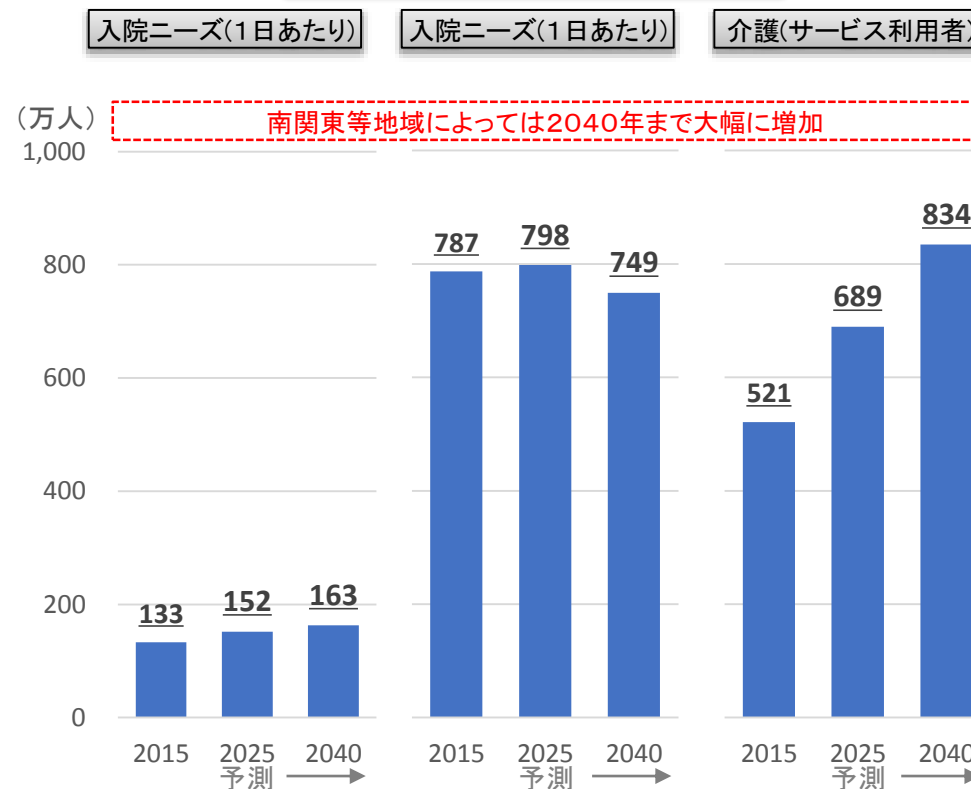
社会的課題②：暮らし・生活

- ・ 高齢化および店舗の減少に伴い、店舗までの距離が遠く移動手段の人口（いわゆる買い物難民）が増加する。
- ・ 医療・介護需要は今後大幅に増加見込み。特に、今後高齢化が進む地域では顕著に増加する。

買い物難民*人口の予測



全国の医療需要の将来見込み



※店舗までの距離が500m以上かつ自動車がない人口将来推計(65歳以上)

注)人口集中地区とは、市町村の区域内で人口密度4,000人/km²以上の地区が互いに隣接して、その人口が5,000人以上となる人口集中地区(日本の面積の約3%)

出所)厚生労働省「平成28年版厚生労働白書」

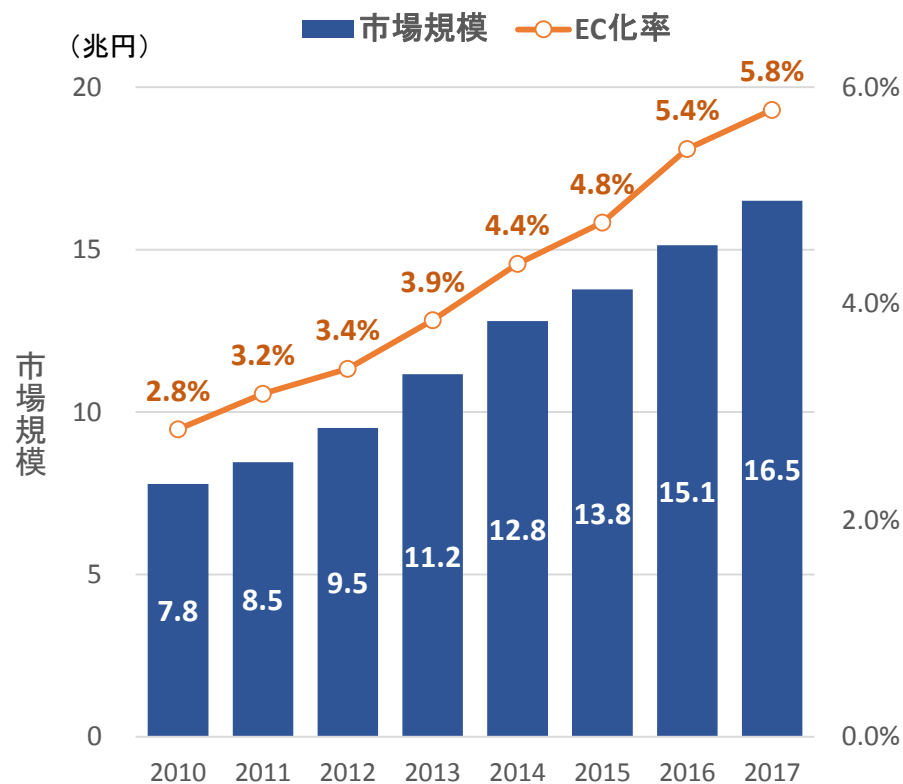
注)現状を将来に投影したものであり、また、平成25年度以降の傾向・政策の影響・制度改正等を織り込まれておらず、各地方公共団体が作成する計画等とは一定の乖離が生じ得ることに留意が必要。

出所)出典:日本創生会議 首都圏問題検討分科会「東京圏高齢化危機回避戦略 図表集」

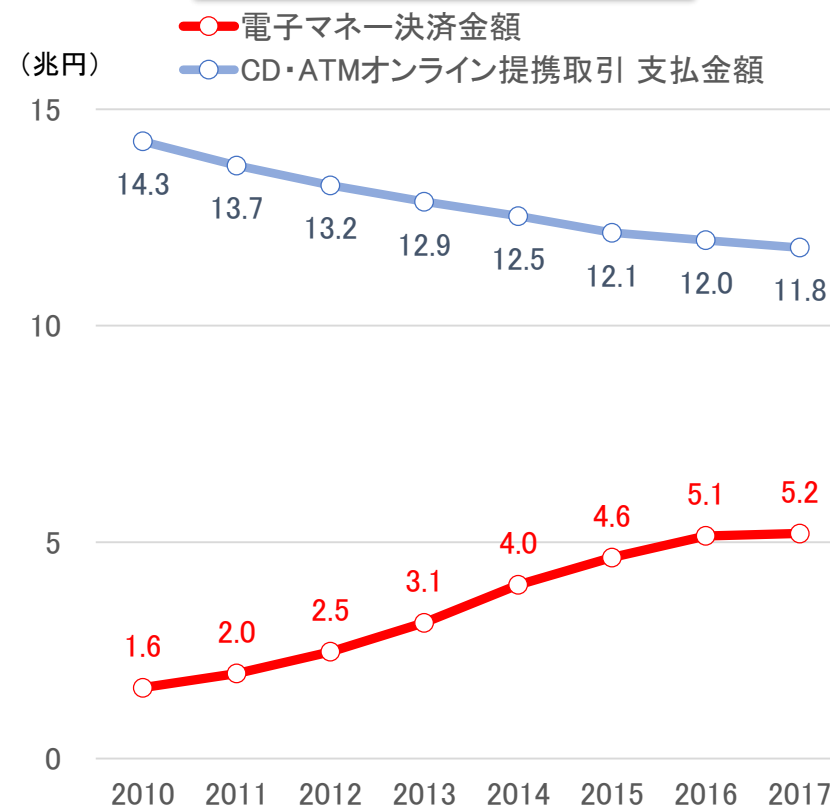
ビジネス構造の転換①：EC・電子決済の進展

- EC市場は堅調に拡大しており、家計消費に占めるEC決済の割合（EC化率）は今後も伸びていくことが予想される。
- 電子マネー等の電子決済の利用も拡大しており、現金決済からキャッシュレス化が進行している。

EC市場規模・EC化率の推移



電子マネー/現金利用の推移



※BtoCにおける物販系分野、サービス系分野（旅行、チケット販売等）、デジタル系分野（音楽・動画配信等）のEC市場。EC化率は物販系分野を対象

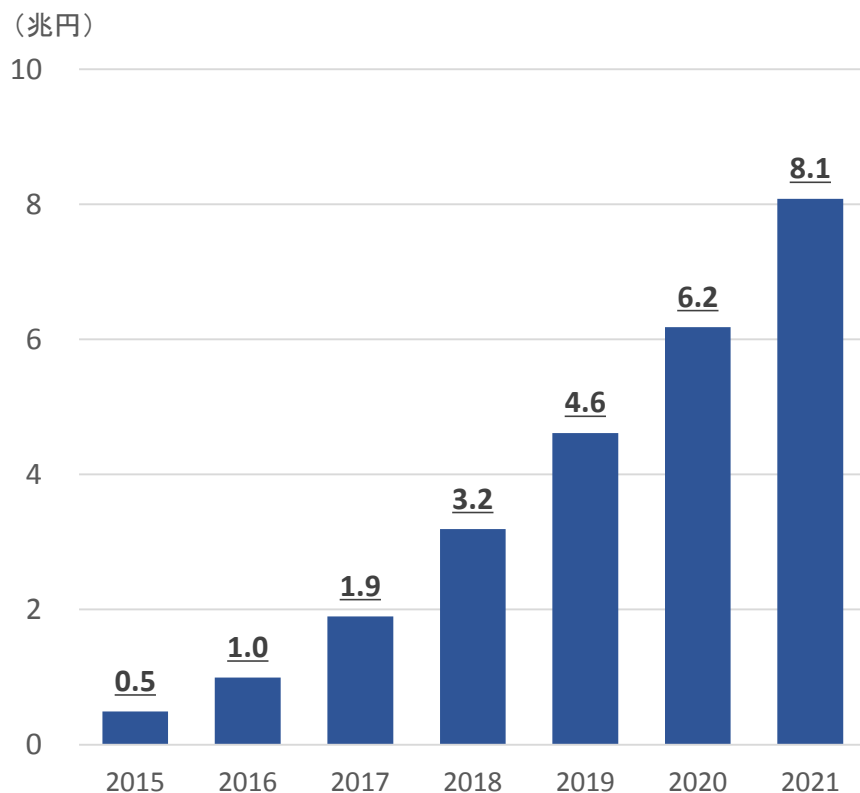
出所) 経済産業省「平成29年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備」

出所) 日本銀行、全国銀行協会

ビジネス構造の転換②：新たな市場の創出

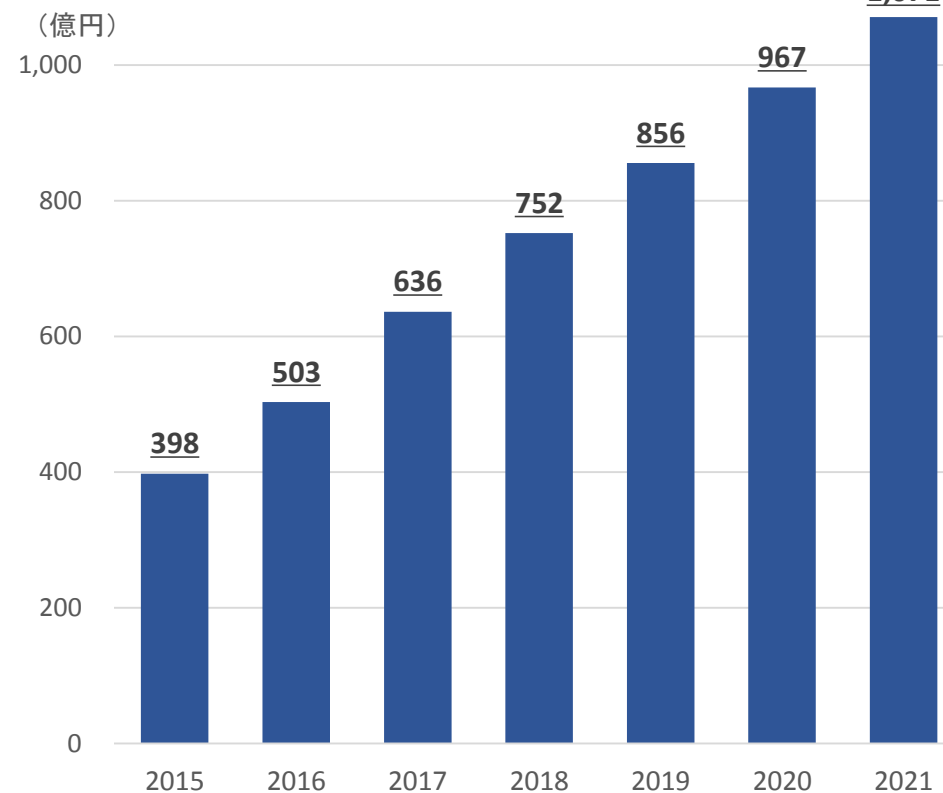
- Society 5.0時代に向け、「データ」「モノ」「処理」など新たな価値形態で、B2C/B2B/C2C等の取引形態が拡大する。
- 前頁の金融分野を含め多様な分野で技術主導による改革(「X-Tech」)が進み、新たな市場が創出される。

FinTech系(ベンチャー系)国内市場規模推移予測



出所) 矢野経済研究所「国内FinTech(フィンテック)市場に関する調査」

国内シェアリングエコノミー市場規模予測

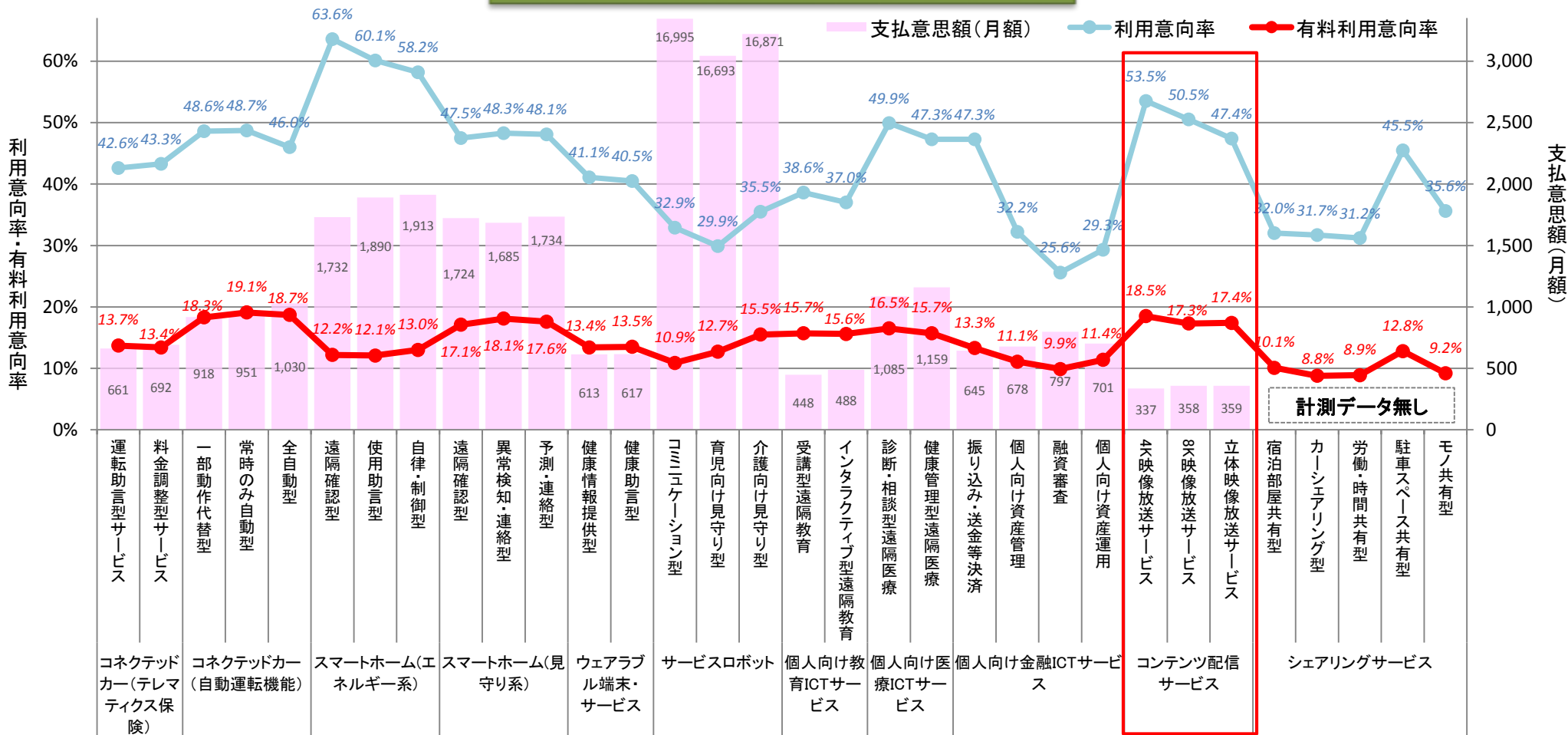


出所) 矢野経済研究所「シェアリングエコノミー(共有経済)市場に関する調査」

ビジネス構造の転換③：新たな市場の創出

・ 新たなB2C向けサービス・アプリケーションとして、とりわけ映像配信分野やホーム分野の利用意向が高い。

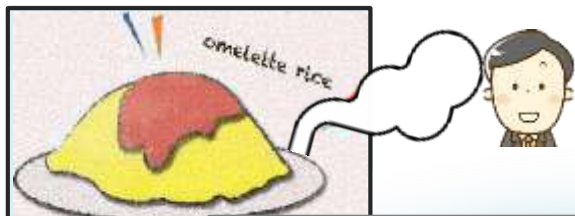
新しい ICT サービスの利用意向と支払意思額



※消費者向けアンケート調査結果に基づく。「コネクテッドカー」「教育ICT」「医療ICT」「高精細映像配信サービス」は、関連する家計消費支出額に対する支払増分比率を聴取し当該支出額に乗じて算出(出所)総務省「平成28年情報通信白書」(三菱総合研究所「IoT時代におけるICT産業の構造分析とICTによる経済成長への多面的貢献の検証に関する調査研究」)

将来イメージ①～没入感の高いエンターテインメント～

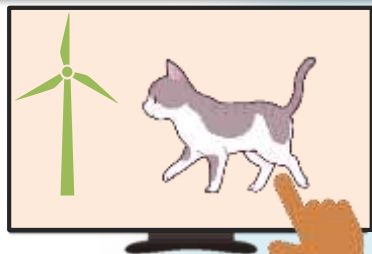
臨場感



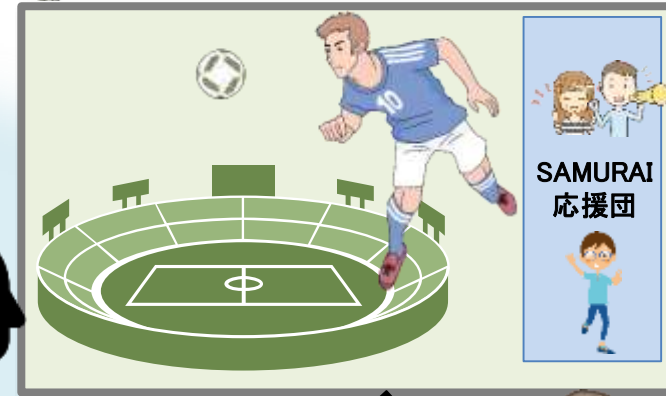
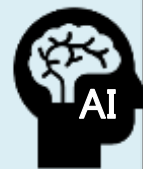
双方向

テレビの前で応援している姿がリアルタイムに放送に反映される

大画面・高画質
嗅覚や触覚を利用したコンテンツ



Touch



ここでもう1点欲しいですね！

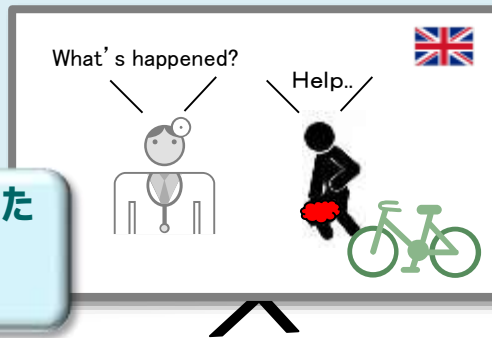
テレビに内蔵されたAIと
テレビの内容に応じた対話ができる



対話

カスタマイズ

視聴者の属性や視聴履歴に応じた
コンテンツが視聴でき
苦手なシーンも加工される



将来イメージ②～様々なビジネスに活用されるテレビ～

ショッピング

実際に買い物に来ているかのように
インタラクティブ性の高い体験ができる

〇〇ショッピング



〇〇社の製品と比べると...

あの商品とはどこが違うの？

バイタルセンサー等と連動した
健康増進に資するコンテンツ・体験

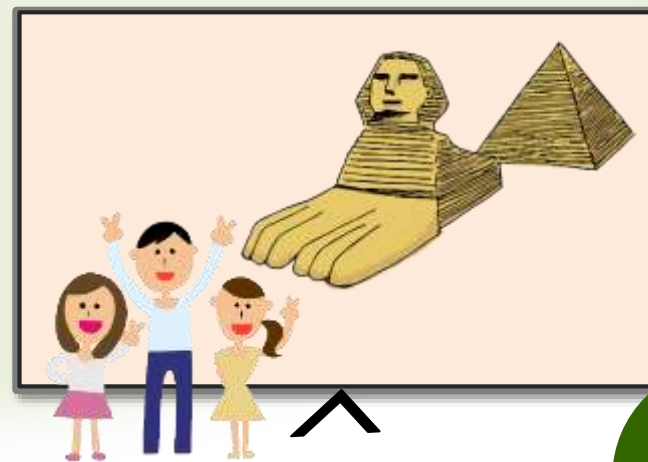
ウェルネス



興味のある商品の広告はじっくりと
個人の端末で見たり体験したりできる



広告



遠隔地の友人と旅行体験

疑似
体験

将来イメージ③～地域/くらしとテレビの在り方の変化～

防災

視聴者の属性に適した
避難経路を表示



生活
支援

今日のおすすめレシピ

〇g必要
冷蔵庫に有り

〇g必要
冷蔵庫に無し
△△スーパー特売!



番組と家電、地域情報が
リアルタイムに連動



〇〇さん
転倒検知
病院に
連絡します

見守り

カメラやバイタルデータを
用いた異常検知