

*1: 20 年前携帯電話(音声)の補完としての文字情報主体のモバイル環境は、インターネット接続が主体となり、動画・音楽・ビデオ通話・チャット等様々なコミュニケーションが可能となった。

⇒ユーザー像:「デジタル固定ネイティブ」から「モバイルデジタルネイティブ」への変化

⇒インターネットサイト・アクセスにおけるモバイル(スマートフォン・タブレット)の占める割合は既にパソコンを超えており 60%を上回る!

(PC の役割:プログラミング・CG 制作・CAD など、情報を「作る場面」が主体で「利用する場面」は、モバイルへ移行)

*2: 「いつでも、どこでも、誰とでも」という通信の本来の目的をモバイル通信が実現しつつあり、コンテンツ分野に無線の影響が大きく見られる「Web コンテンツは静的なテキストコンテンツから動的なコンテンツへと移行」である。

(動画や音楽への進化だけでなく、Web サイトのメニュー表示、ページ遷移等ユーザーインタフェース[UI]が動的に進化)

⇒動的コンテンツへの移行が、4G から5G、Beyond5G への移行の推進要因。

(従来不可能だった大容量データ、リアルタイムの高品質な映像通信を可能に!)

* 3: ソーシャルメディアとの連携

SNS はもはや個人と個人が繋がるためのコミュニケーションツールを超えて、メディアへ成長。

産学官の幹部は、ほとんど利用していないが、多くの利用者が、SNS スマートフォンから SNS をチェックし投稿しており、手軽さ、即時性、写真と動画を撮影して直接投稿できる SNS は、モバイルと非常に親和性が高いサービスへと成長している。

⇒「インスタ映え」に代表される文字情報(知性)よりも画像情報(感性)への変化。

⇒ポータルサービスになかった双方向のコミュニケーションをモバイル SNS が可能に!

* 4: モバイルと IoT/AI による DX

IoT は、インターネット接続数は、約 500 億接続となり、世界人口の約 7 倍に成長し、モバイル・ネットワークを通じて得られる IoT デバイスのセンサー情報、移動情報を収集し、AI による分析が、あらゆる産業の DX 化を推進している。

* 5. モバイル金融による DX

銀行口座を持たないモバイルユーザーへの金融サービスが進展。特にアジア、アフリカ地域での金融包摂の潮流が始まり、フィンテックの新たな動きとなっている。

* 6: モバイルとクラウドによる DX ～「所有」から「利用」へ～

GAFA は、モバイルインフラを通じて、クラウド上で AI を組み込んだサービスを構築して提供することで価値を産み出し自らが DX の恩恵を被ってきた。

今後は、IoT の発展と共に、GAFA ユーザー以外の全産業にとって、「データ利活用」基盤としてのクラウドとモバイルサービスの影響が増大する。

⇒業務効率を高めたり、データ活用による経営判断の指針にする DX

(2) 放送分野

YouTube などのオンデマンド型動画配信サービスの利用者数が増加傾向(利用率は 71.8%)。

DX の影響は、テレビ放送視聴時間をモバイルインターネット動画配信へ移行として顕在化。

⇒テレビの視聴時間は前年が 175.9 分、2019 年が 175.7 分とほぼ横ばい

⇒オンデマンド型動画配信サービスの視聴時間は前年が 18.3 分、2019 年は 24.6 分に成長

⇒特に 10 代の平日における動画メディア視聴時間を見てみると、テレビが 83.3 分、ネット系動画が 62.8 分とテレビに肉薄。

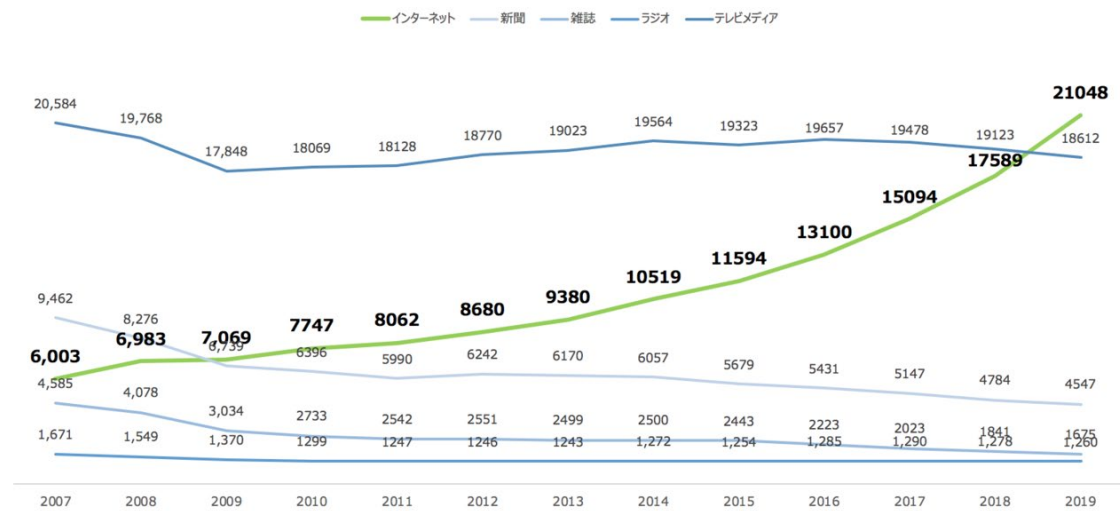
⇒現時点では、テレビの視聴率や視聴時間は高いが、着実に成長している YouTube などの動画配信サービスは、テレビ業界にとって広告市場と同じ道を辿る見通し。

放送分野における課題は、DX を導入しないことに事業機会の喪失が鮮明化している。

⇒情報システムコストの高どまり(IT ベンダーへの丸投げに起因するベンダーロックイン)

⇒社会変化への対応遅れ(社会センサーとしてのユーザーとの接続にない状態の継続)

⇒データ獲得への遅れ(業務プロセスにデータ収集の仕組みのない状態継続)



●「デジタル変革(DX)が無線分野にどう影響しているか?」のまとめ

1. DX は、電波産業の構造変化をもたらしている。

2. 通信分野では、以下の変化が起こっている。

- ・携帯電話(音声)+文字情報主体のモバイル環境は、インターネット接続が主体となり、動画・音楽・ビデオ通話・チャット等様々なコミュニケーションへ。
- ・静的なテキストコンテンツから動的なコンテンツへと移行
- ・ソーシャルメディアとの連携
- ・モバイルとIoT/AIによるDX(500億コネクション)
- ・モバイル金融によるDX
- ・モバイルとクラウドによるDX

3. 放送分野では、以下の変化が起こっている。

- ・オンデマンド型動画配信サービスの視聴時間は前年が18.3分、2019年は24.6分に成長
- ・10代の平日における動画メディア視聴時間を見てみると、テレビが83.3分、ネット系動画が62.8分とテレビに肉薄
- ・DXを導入しないことに事業機会の喪失が鮮明化