

デジタルサイネージ市場に関する調査結果 2009

— 広告ビジネス・セールスプロモーション戦略に変革をもたらすデジタルサイネージ —

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にてデジタルサイネージの市場調査を実施した。

1. 調査期間: 2009年1月～4月
2. 調査対象: 国内デジタルサイネージシステムベンダ、運営企業、コンテンツ制作企業、広告代理店等 (25社)
3. 調査方法: 当社専門研究員による直接面接取材、ならびに電話・e-mail 等によるヒアリングを併用

< デジタルサイネージとは >

屋外や店頭、交通機関など、家庭以外の場所においてディスプレイなどの表示機器で情報を発信する媒体を指す。そのうち、本調査では電子 POP から大型ビジョンまでの市場を広義のデジタルサイネージとし、主に薄型ディスプレイを表示機器とする市場を狭義のデジタルサイネージと定義した。

【調査結果サマリー】

◆ 2008年度のデジタルサイネージ市場規模は553億円、注目分野では2桁成長

設置拠点の増加に伴うハードウェアや広告の売上伸張により、2008年度の国内デジタルサイネージ市場規模は55,304百万円となった。販促ツールや車両内広告として注目を集めている、狭義のデジタルサイネージ市場では前年度比111.3%の32,797百万円となった。

◆ 駅を中心としたデジタルサイネージ広告が成長を維持

『トレインチャンネル』を始めとする鉄道車両内ビジョンの普及により、“広告媒体”としての認知が浸透し始めていることから、2009年度以降も駅を中心とした広告ビジネスが拡大すると予測する。

◆ 資料体裁

資料名: 「急成長するデジタルサイネージ市場 2009」
 発刊日: 2009年5月29日
 体裁: A4判 192頁
 定価: 157,500円(本体価格150,000円 消費税等7,500円)

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地: 東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長: 水越 孝
 設立: 1958年3月 年間レポート発刊: 約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先 (当社 HP から承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 営業本部 広報・PRグループ TEL: 03-5371-6912 E-mail: press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報・PRグループ迄お問合せ下さい。

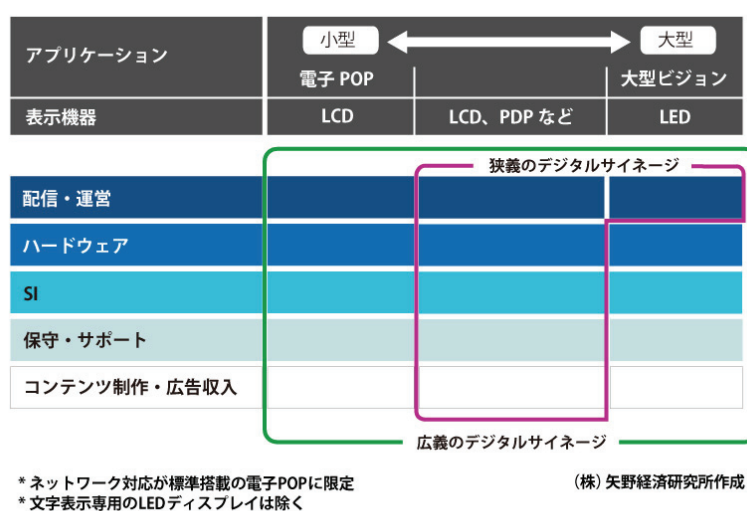
【 調査結果の概要 】

◆ デジタルサイネージの定義

デジタルサイネージとは、「屋外や店頭、交通機関など、家庭以外の場所においてディスプレイなどの表示機器で情報を発信する媒体」を指し、“小型”の電子POP^{注1}からLED(Light Emitting Diode)を活用した“大型”の屋外ビジョンまで含まれる。本調査ではこれらを広義のデジタルサイネージと定義した。

また、広義のデジタルサイネージから電子POPや大型ビジョンを除いたものを狭義のデジタルサイネージと定義した。狭義のデジタルサイネージとしては、LCD(Liquid Crystal Display)やPDP(Plasma Display Panel)などを表示機器とする「販促ツールや広告媒体」が挙げられる。但し、コンテンツの配信については、“大型”の屋外ビジョンでも狭義のデジタルサイネージと同じ配信ソフトを使用しているが、広義、狭義ともにそれぞれのコンテンツ配信規模を算出し、当該市場に含んでいる。

図 1. デジタルサイネージの定義



注 1: 液晶ディスプレイなどを使用した POP(Point Of Purchase)

1. 市場動向

…2008年度の狭義では2桁成長を遂げるも、2009年度も一時的に減速の見込み…

2008年度の広義のデジタルサイネージの市場規模は、前年度比103.3%の55,304百万円となった。中でも、販促ツールや広告媒体として昨今注目を集めている狭義のデジタルサイネージ市場規模は、設置拠点や広告収入の増加により、前年度比111.3%の32,797百万円となった。

狭義のデジタルサイネージとしては、2007年度に前年度比123.3%の29,475百万円となり、2008年度上期は盛り上がり気運が高まっていた。そうした中、景気後退の影響を受け、多くの企業では事業改善が喫緊の課題となり、デジタルサイネージの導入も一部では順延・遅延という状況になった。

2009年度は、大規模ユーザでは様々な実証実験を通じた“本格導入に向けた検討”が続く見込みである。そして、中小規模ユーザでは引き続き20~30%程度の成長(案件ベース)が見込まれるものの、「ハードウェア」や「ASP/SaaS」^{注2}といったサービス形態の普及に伴う案件単価の低価格化が進むと考えられる。こうした状況から、狭義のデジタルサイネージ市場規模は、前年度比107.9%の35,400百万円となる見込みであり、広義のデジタルサイネージ市場規模は、102.9%の56,900百万円となる見込みである。

注2: インターネットを利用し、アプリケーションソフトを顧客にレンタルするサービス

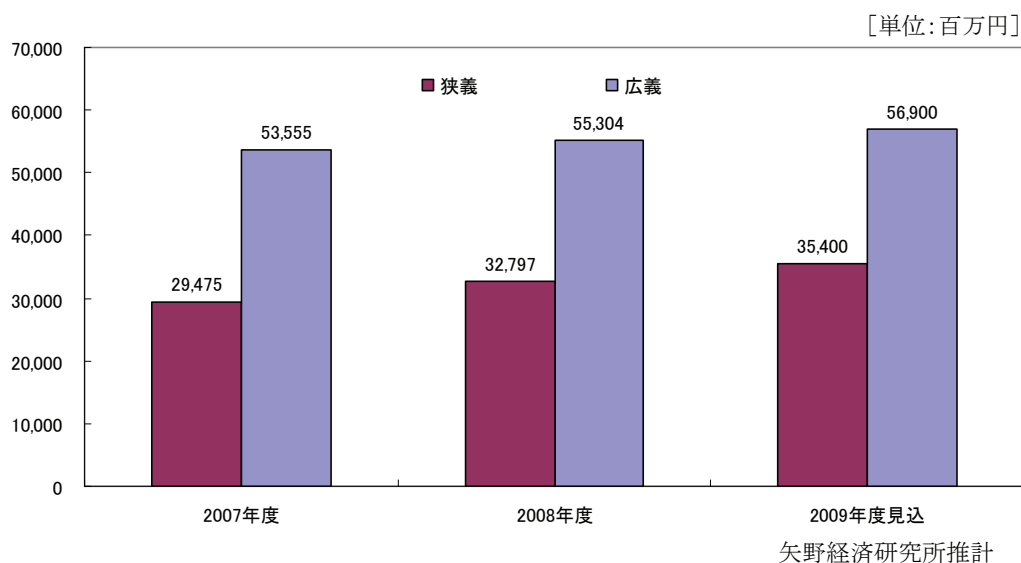
2. 将来展望

…市場の更なるブレイクには広告媒体としての成功が鍵…

ハードウェア分野の売上は、今後も引続き伸張を維持するものの、成長の勢いは多少鈍化すると予測する。

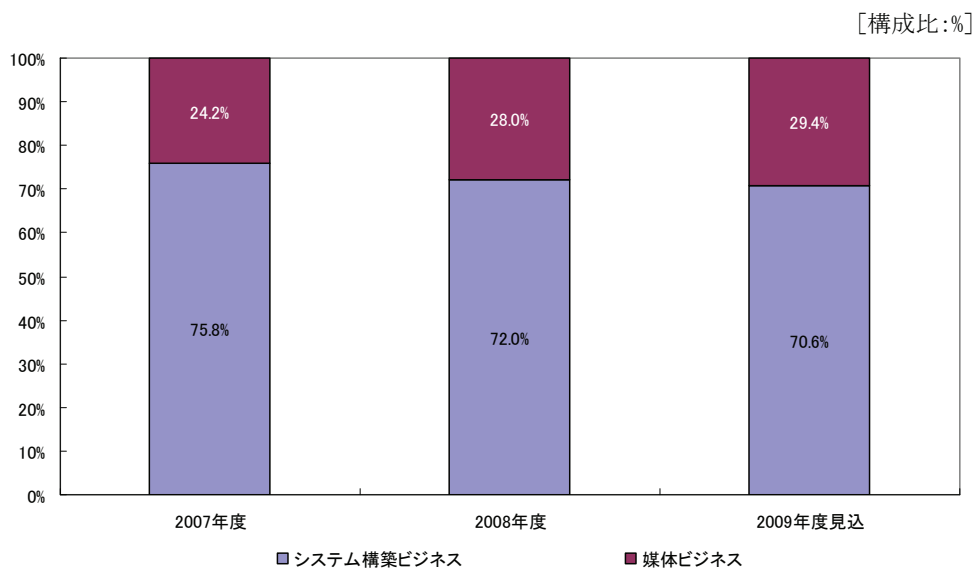
鉄道車両内ビジョンや、車両外の媒体の普及により、今後も広告ビジネスの成長が予見される。市場の拡大においては、「ハードウェアの増設」や「販促ツールとしての導入増」などが即効性を発揮するものの、本格的な拡大を考える上では、「広告媒体としての成功」が不可欠である。

以上から、デジタルサイネージ市場は今後も拡大を続け、2013年度には、広義のデジタルサイネージ市場が80,890百万円、狭義のデジタルサイネージ市場が57,760百万円まで成長すると予測する。

図2. デジタルサイネージ市場規模推移


注3: 事業者売上高ベース

注4: 見込は見込み値

図3. 分野別狭義のデジタルサイネージ市場の推移


注5: 事業者売上高ベース

注6: 見込は見込み値

注7: システム構築ビジネスとは、ハードウェア、ソフトウェア、SI、配信運営、保守サポートを指し、媒体ビジネスとは、広告収入、コンテンツ制作を指す。