

屋内位置情報システム市場に関する調査を実施（2017年）

－屋内位置情報システムは、製造業を中心とした業務分野での採用拡大を予測－

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内の屋内位置情報システム市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2017年9月～12月
2. 調査対象:屋内位置情報関連サービス/ソリューション提供事業者、その他関連企業等
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、電話・e-mailによるヒアリング、ならびに文献調査併用

<屋内位置情報システムとは>

本調査における屋内位置情報システムとは、「屋内測位技術」および「屋内地図情報」を利用した屋内向けの位置情報活用サービス/ソリューションを指す。屋内測位技術とは GPS 衛星等の無線信号が届かない建物内や地下街でも測位可能な技術であり、主に RFID や無線 LAN(Wi-Fi)、BLE (Bluetooth Low Energy)、UWB (超広帯域無線)、IMES (Indoor Messaging System)、音波 (非可聴音)、PDR (歩行者自律航法) 等を、屋内地図情報とは駅・空港や大規模な商業施設などでのナビゲーション用途で使用される位置情報と連動した施設内の電子地図情報を対象とした。

なお、2015年の調査時より付随する一部サービスを対象外としたため、市場規模の再算出を行なっている。そのため、かつての公表値とは乖離がある。

【調査結果サマリー】

◆ 2017年度の屋内位置情報システム市場規模は21.5億円の見込

2016年度の国内の屋内位置情報システム市場規模(事業者売上高ベース)は、前年度比55.4%増の14億3,000万円と推計した。2017年度の同市場規模は、21億5,000万円になる見込みである。これは前年度比で50.3%増と前年度に続き高い成長率を示しているが、現時点では、期待されるほど大きな数値とは言い難く、市場は未だ黎明期であると言わざるを得ない。

分野別の実績をみると、現時点で最も導入実績が多いのは工場などの製造業分野であり、市場の過半数を占めている状況である。屋内位置情報システムはB2B利用での導入が効果的であると言われており、製造業はその条件に完全に一致している。

◆ 2022年度の屋内位置情報システム市場規模は78.5億円を予測

2018年度の国内の屋内位置情報システム市場規模(事業者売上高ベース)は前年度比42.8%増の30億7,000万円、2020年度には52億5,000万円、2022年度には78億5,000万円に成長すると予測する。こうした成長を予測する背景としては、自動車分野をはじめとした一定規模の設備導入予算を有した製造工場への導入が進展していくことや複数の大手自動車メーカーの工場への導入が決定したこと、UWB技術などを利用した屋内位置情報システムが順調にさまざまな製造業に広く導入されていくことなどが挙げられる。

◆ 資料体裁

資料名:「屋内位置情報ソリューションの可能性展望 2018」
 発刊日:2017年12月20日
 体裁:A4判 181頁
 定価:180,000円(税別)

◆ 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: <https://www.yano.co.jp/>

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

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム 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、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 市場背景と概況

国内の屋内位置情報システム市場では、市場に参入していた企業の一部が既にサービスを停止している一方で、新規に市場に参入する企業も登場しており、未だ市場は拡大に向けての方向性を模索している状況である。現在、中心技術である BLE では屋内での測位の精度の面で十分ではないことなどから、市場参入企業の多くが期待していた B2C 分野での採用の広がりが見られなかったところにその要因があると考えられる。

2016 年度の国内の屋内位置情報システム市場規模(事業者売上高ベース)は、前年度比 55.4%増の 14 億 3,000 万円と推計した。2017 年度の同市場規模は、21 億 5,000 万円になる見込みである。これは前年度比 50.3%増と、前年度に続き高い成長率を示しているが、現時点では、期待されるほど大きな数値とは言い難く、市場は未だ黎明期であると言わざるを得ない。

分野別の実績をみると、現時点で最も導入実績が多いのは工場などの製造業分野であり、市場の過半数を占めている状況である。屋内位置情報システムは B2B 利用での導入が効果的と言われており、製造業はその条件に完全に一致している。次いで多いのが、オフィス向け分野であり、これは従業員の入退室管理や現在所在地の特定などの目的で導入するものである。このニーズにおいては、昨今の「働き方改革」が追い風になっているという見方もある。

2. 注目すべき動向～B2C 分野での屋内位置情報活用の障壁

2015 年の調査では B2C 分野への屋内位置情報システム採用の期待も大きかったが、現時点では B2C 分野への期待は大きく後退している。不特定多数の消費者をサービス対象とする B2C 分野では、例えば消費者にスマートフォンアプリのインストールに加えて Bluetooth®をオンにさせておくなど、サービス活用までに高い障壁が複数存在することになるが、それらを消費者に強要することは基本的に難しいことが判明してきた。

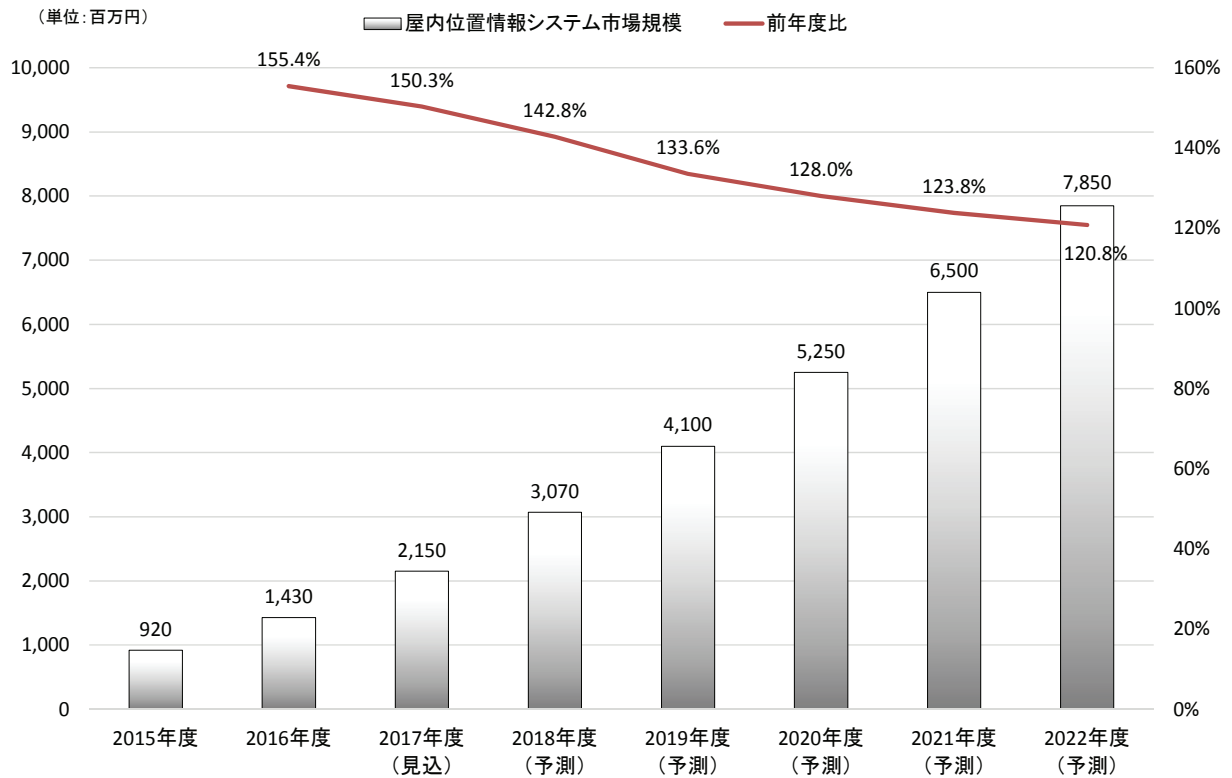
一方で、工場やオフィスなど B2B 分野でのクローズな組織の中では、組織にとってのベネフィットが明確に訴求できれば、B2C 分野より導入の障壁が低くなる。業務用分野での採用に参入各社は希望を感じており、導入による費用対効果が明確で、かつ大きいことが重要になると考える。

3. 将来予測

今後期待される屋内位置情報システム事業の方向性として、まず位置データの分析のみではなく、それによって導かれる改善策の提案を図っていくというものがある。これは、位置情報を収集することで、B2B 分野での業務プロセスを改善して業務効率を上げるという、より付加価値の高いソリューションへのシフトを進めたいという考えである。さらに、位置情報を活用することで、フォークリフトや AGV (Automated Guided Vehicle) などの自動運転、自動制御などを実現したいという動きもある。この流れの延長線では、製造業分野での、人の位置情報データ収集に留まらず、工具などモノの位置情報を把握することで、IoT ソリューションとしての展開にまで進化させることが期待されている。

2018 年度の国内の屋内位置情報システム市場規模(事業者売上高ベース)は前年度比 42.8%増の 30 億 7,000 万円、2020 年度には 52 億 5,000 万円、2022 年度には 78 億 5,000 万円に成長すると予測する。こうした成長を予測する背景としては、自動車分野をはじめとした一定規模の設備導入予算を有した製造工場への導入が進展していくことや複数の大手自動車メーカーの工場への導入が決定したこと、UWB 技術などを利用した屋内位置情報システムが順調にさまざまな製造業に広く導入されていくことなどが挙げられる。

図1. 国内の屋内位置情報システム市場規模推移と予測



矢野経済研究所推計

注1: 屋内位置情報関連サービス/ソリューション提供事業者の売上高ベース

注2: 2017年度は見込値、2018年度以降は予測値

注3: 屋内位置情報システムとは、「屋内測位技術」および「屋内地図情報」を利用した屋内向けの位置情報活用サービス/ソリューションを指す。