

# Yz FLASH

矢野経済研究所 情報通信・金融事業部 (Yano ICT) から ICT 業界に関する最新マーケティング情報をお届けします

VOL.  
**59**  
2014年春号

Yz FLASH Column

「Yz FLASH」編集長 野間 博美

## 日本企業はR&D戦略を 見直すべし

自社で活用できないまま塩漬けにした技術は、実現すれば我々の生活を大きく変えるものではなかったか？  
長らく抑制されていたベンチャー企業の環境がようやく変わりつつある。

### Market Report Summary

#### BPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）市場・クラウド ソーシング市場に関する調査結果 2013

矢野経済研究所 上級研究員 石塚 俊

#### 電子決済市場に関する調査結果 2013

矢野経済研究所 研究員 高野 淳司

### Analyst Opinion

#### クラウド～ Cloud と Crowd ～

矢野経済研究所 研究員 永田 真理恵

#### 将来的にM2Mの社会インフラ化が進む

矢野経済研究所 上級研究員 早川 泰弘

PAGE CONTENTS

**01** Yz FLASH Column  
**日本企業はR&D戦略を見直すべし** ——— 野間 博美

**02** Market Report Summary\_01  
**BPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）市場・クラウドソーシング市場に関する調査結果 2013** ——— 石塚 俊

**04** Market Report Summary\_02  
**電子決済市場に関する調査結果 2013** ——— 高野 淳司

**08** Analyst Opinion  
**クラウド～ Cloud と Crowd ～** ——— 永田 真理恵

**将来的にM2Mの社会インフラ化が進む** ——— 早川 泰弘

- 06 Yano ICTサービスのご案内 — 受託調査サービス
- 07 CASE STUDY — 矢野経済研究所のホワイトペーパーサービスのご紹介
- 10 Yano ICTアナリスト通信
- 13 Yano ICTサービスのご案内 — コンサルティングサービス
- 14 Economic Data File — Yano ICT マクロ経済データ解説 第21回

株式会社 矢野経済研究所 | 会社概要

所在地 [東京本社] 〒164-8620 東京都中野区本町2-46-2 中野坂上セントラルビル TEL: 03-5371-6900(代)  
 [大阪支社] 〒541-0052 大阪府大阪市中央区安土町1-8-6 大永ビル5F TEL: 06-6266-1381(代)  
 その他 国内拠点/名古屋支社 海外拠点/上海事務所、ソウル支社、台北事務所

設立 1958年  
 資本金 2億円  
 従業員 173名(平成24年12月末日現在)  
 代表者 代表取締役社長 水越 孝  
 営業種目 受託市場調査/マルチクライアント方式による市場調査/自社企画市場調査/コンサルティング/定期刊行物の編集・発行/ヤノ・データ・バンク(会員制ライブラリーサービス)/データ販売

Yano ICT (情報通信・金融事業部) 研究員


- |              |              |              |
|--------------|--------------|--------------|
| 野間 博美(理事研究員) | 森 健一郎(主席研究員) | 忌部 佳史(主任研究員) |
| 土佐 恒広(主任研究員) | 石塚 俊(上級研究員)  | 早川 泰弘(上級研究員) |
| 賀川 勝(上級研究員)  | 朴澤 理子(上級研究員) | 小林 明子(上級研究員) |
| 櫻木 基起(研究員)   | 高野 淳司(研究員)   | 小山 博子(研究員)   |
| 永田 真理恵(研究員)  | 庄司 孝(専門研究員)  |              |

矢野経済研究所では、年間250にも及ぶ多彩なテーマで市場調査を実施、マーケットレポートを編集・発行いたしております。マーケットレポートの内容、ご購入などに関するお問い合わせは随時受け付けております。お気軽にご連絡ください。

\* 価格は税込

発刊年月日	資料タイトル	概要	資料コード	価格
2014/03/27	2014年版 商品券・ギフト券/ソーシャルギフト市場の実態と展望	本調査レポートは、プリペイド決済を利用したギフト市場を調査・研究したレポート。商品券・ギフト券のマーケットの動向を把握することで、従来型のプリペイドを活用したギフトと、これから台頭するソーシャルギフトがどのような形で、ギフト市場を構築していくかを考察。	C56104500	162,000円
2014/03/26	2013-2014年度版 国内携帯電話市場レポート - 2020年の移動体通信サービス展望 -	2020年に向けて通信インフラ、通信事業者のビジネスモデルの変化とMVNO事業者を中心とした新興勢力台頭の可能性、Appleの寡占化に伴う端末ビジネスの変化等の分析を行い、2020年に向けた市場の方向性を提示する事をメインテーマとした。	C56101900	194,400円
2014/02/28	2014 M2M市場 ~ IoT時代に飛躍するX2Mビジネスの研究~	通信事業者やITベンダー、デバイスメーカー調査を通じて、国内外でのM2Mを中心としたX2Mソリューション(M2M/A2Mなど)の実態を明らかにした。具体的には、各事業者の取り組み/企業研究、事例研究、技術動向、市場評価及び将来展望などを旨とした。	C55120200	162,000円
2014/02/28	ユーザ企業のグローバルITガバナンスの実態と課題	本調査レポートでは、グローバル製造業を対象に、ITガバナンスに積極的に取り組んでいる先行事例や、共通の課題認識を調査した。同時に、ASEANの現地法人のガバナンス遵守状況も把握し、日本と海外のギャップの有無や問題点を明らかにした。	C56102400	194,400円
2014/02/28	2014自治体向けソリューション市場の実態と展望~自治体別アンケート回答結果編~	「2014自治体向けソリューション市場の実態と展望」のレポートにおいて、地方自治体に対するアンケートの集計結果を掲載したが、本調査レポートでは、そのアンケートの自治体別の回答票を掲載した。	C56105100	54,000円
2014/02/27	2013-2014 スマートフォン・タブレット・ウェアラブル/スマートデバイス・世界市場動向調査	本調査レポートでは、スマートフォンについては新たに新興メーカーの動向を、タブレットについてはAndroid、Windows搭載製品への調査を強化。ウェアラブル/スマートデバイスについては将来展望を中心に調査した。	C56101000	270,000円
2014/02/21	2014 グローバルアウトソーシング市場の実態と展望	本調査レポートでは、グローバルアウトソーシング事業者29社の取り組みを取り上げた。また、市場規模推移(2012~2017年度)を予測し、グローバルアウトソーシングサービス及びオフショアサービスの地域別の状況を記載した。	C56100500	162,000円
2014/02/06	2014自治体向けソリューション市場の実態と展望	本調査では、自治体向けソリューションを提供する有力ベンダ16社を取材、地方自治体に対してアンケートを実施し329団体から回答を得た。ソリューションの提供側と利用側の双方から調査を実施し、自治体向けソリューション市場の実態把握と将来予測を行った。	C56100400	162,000円
2014/01/28	2013年版 消費者金融市場参入企業の実態と戦略資料集	業界では、過払い金問題や貸金業法の完全施行の影響が残っているが、大手や地域密着型の専業の一部で貸付残高が復調の兆しを見せており、そうした企業の事業戦略をヒアリングしまとめることによって、戦略資料集とした。	C55123200	129,600円
2014/01/27	2014事業継続/防災ソリューション市場の実態と展望	本調査レポートでは、「IT事業者」「通信事業者」「コンサルティング事業者」「シンクタンク」「保険系事業者」「警備会社」「設備会社」など多様な事業継続/防災ソリューション提供事業者17社を取材。また7つのセグメントに分け、市場規模推移を推計。	C56100700	162,000円
2013/12/25	ASEANにおけるユーザ企業のIT投資実態調査	ASEANの製造業を中心とした日系企業の現地法人に対して直接アンケート調査を行い、IT投資動向及びその背景となる事業動向を詳細に把握した。対象国は、ASEAN主要国のタイ、マレーシア、インドネシア、ベトナムの4ヶ国で、国別の傾向の違いも分析。	C55118000	248,400円
2013/12/20	2013-2014 電子決済/EC決済サービスの実態と将来予測	EC決済代行業者、キャリア、決済サービス提供事業者、決済サービス導入支援事業者、NFCの普及に向けて取り組んでいる事業者、等を調査対象とし、主要決済サービスの市場規模や推移、動向を把握することで、今後のどのような形でキャッシュレス化が進んでいくかを考察。	C55110100	162,000円
2013/12/18	2013-2014 コールセンター市場総覧 ~ サービス&ソリューション~	主要テレマーケティング事業者22社と主要コンタクトセンター/CRM/ソリューションベンダ18社を直接取材し、各社の戦略を取りまとめるとともに、当該市場の現状と将来を分析した。また、テレマーケティング事業者各社の取り組みに関する掲載。	C55118900	162,000円
2013/12/16	車載情報VOL.1 2014年度版 カーナビ/DA/スマホナビ/ITS車載機市場予測	車載機の姿が変わろうとしている。ここに来て車載機は異なる2つの方向に向けて進化していきそうだ。本調査レポートでは、「DIN型カーナビ」「スマホ車載機連携」「車載タブレット」を主な調査対象とした。	C55100600	162,000円
2013/12/16	2013-2014 ビッグデータ市場の実態と展望	「ビッグデータ」は様々な分野で導入が期待されるが、失敗事例の増加や個人情報保護などの課題もある。ユーザ調査、ベンダー調査、独自の市場分析によって、市場は今後どのような軌道を進むのか、短期~中期~長期の成長シナリオと事業規模を明らかにした。	C55121600	162,000円
2013/12/12	2013 ITベンダ顧客満足度調査~アンケートからわかる分野別満足度と高評価ベンダーの戦略~	合計223ベンダーの満足度を掲載。また、特に高評価を獲得したベンダーに対しては高い満足度を得るための戦略についてヒアリングを行った。ヒアリングおよびアンケート結果から高満足度を獲得するための方策について知って頂けるレポート。	C55119300	194,400円
2013/10/30	2013-2014 携帯電話世界市場動向調査 - モバイル事業者の戦略と主要国分析 -	本調査レポートでは、従来の端末市場を主体とした構成から新たに、①主要国の通信インフラ構築状況、②モバイルデータ通信サービスの動向、③国際展開を進める大手通信事業者グループの事業戦略にスポットを当てた。	C55111300	270,000円
2013/10/24	2013年版 CAD/CAM/CAEシステム市場の中期展望	20年続く定番調査レポート。CAD/CAM/CAE市場のプレイヤー約95社の製品別売上データを掲載。現在主力となる機械系3次元CADをはじめ、EDA、土木建築系CADなどをカバーするなど網羅性が高い。	C55110200	162,000円
2013/10/11	2013 製造業のIT投資実態と予測	アベノミクスや消費税増税の行方など注目の2013年。9月発刊の『2013国内企業のIT投資実態と予測』を235社の製造業の視点で分析。	C55119100	162,000円
2013/10/11	2013 非製造業のIT投資実態と予測	アベノミクスや消費税増税の行方など注目の2013年。9月発刊の『2013国内企業のIT投資実態と予測』を408社の非製造業の視点で分析。	C55119200	162,000円
2013/09/25	2013 BPO(ビジネスプロセスアウトソーシング)市場の実態と展望	BPOサービスを「IT系BPO」、「コンタクトセンター」、「ヘルプデスク」、「フルフィルメント」、「人事」、「福利厚生」、「総務」、「経理」、「購買・調達」、「営業」、「コア部門の単純業務」、「業界固有業務」、「その他」の「13セグメント」に分け、市場規模の予測を行った(2011年度~2017年度)。	C55110300	162,000円
2013/09/17	2013 国内企業のIT投資実態と予測	国内企業の情報システム部門や経営企画部門の方などに対し、IT投資に関するアンケートを実施。回答があった600社超の声をもとに、2009~2012年度までの国内IT投資動向と2015年度までの予測を掲載。	C55115500	162,000円
2013/09/09	急成長するスマートフォン・コマースの現状とビジネス展望	国内における、スマートフォンを活用したECの現状及び成長性について分析。PC系からモバイル系への移行状況、スマートフォン普及による新規創出分野、OtoCの影響などを踏まえ、今後の有望分野、ビジネスモデルについて提言。	C55113200	162,000円
2013/09/05	2013 ICT資産管理ソリューション市場~IT資産管理/MDM/BYOD/ライフサイクルマネジメントの最新動向~	近年、iPhone/iPadやAndroidなどスマートデバイスの法人利用が進むなか、MDM市場が急拡大を続けている。従来は「セキュリティ保護」ニーズが中心であったが、コスト削減や業務効率化追求による「企業の競争力強化」に向けた取り組みが増加している。	C55114200	162,000円
2013/08/30	有力IT企業/SIベンダーの事業研究 ~ 有力SIerの成功・成長要因分析 ~	IT/SI業界有力各社の事業推進体制や営業・販促体制、人材確保・育成策、収益構造、伸長分野、問題点・課題、対応の方策などを明らかにし、各社の成功・成長要因を分析。	C55113800	162,000円

【問い合わせ先】

YANO ICT  <http://www.yanoict.com> 「お問い合わせ」フォーム

または 矢野経済研究所 カスタマーセンターへご連絡ください 【カスタマーセンター】 TEL 03-5371-6901/FAX 03-5371-6970



# 日本企業はR&D戦略を見直すべし

「Yz FLASH」編集長●野間 博美 (株)矢野経済研究所 理事研究員

20年近くにわたる長期の景気の低迷下にあった日本の企業において、先進的な技術の普及が遅々として進まない状況について、個人的には非常に危惧していた。例えば、10年以上前に、将来普及が期待されるとしていた技術が、いまだに同じような扱いであったり、当時コストの低減によって大幅な普及が期待されていた技術のコストが、一向に下がっていきなかったりする。

この理由を想像するに、長いデフレ環境下、成長が見られない企業経営環境においては、技術を開発する側にとつては十分なR&D投資額の不足、また技術を採用する側にとつては先進技術の採用に伴うリスクの回避、などという事情があったのではないかと考えている。しかし、そういった状況も、ようやく流れが変わってきているのではないかと。

最近弊社に寄せられるリサーチの相談内容に、開発中の新技術の実用化を目的とするものが増えてきている。例えば、大学の研究室で行われている研究開発案件と民間企業とのマッチングや、大手企業の基礎研究所からの技術の応用先に関するリサーチなどである。それぞれの技術は、非常に夢

のあるもので、実現すれば我々の生活を大きく変えるのではないかと期待できるようなものである。また同時に、個人的にも何とかその実用化をサポートしたいと願うようなものであった。しかし、逆に言えば、日本の大学や研究所には、依然として様々な技術が、目の見えずに埋もれているのではないかと感じた次第である。

大学発のベンチャー企業育成の必要性は、随分昔から指摘されていることである。しかし、欧米と比較すると実績ははなはだ乏しく、事例は一部に留まっている。長年のデフレ経済下で、なかなかベンチャーへの投資資金が回ってこなかったことが理由の一つだが、ベンチャー企業の出口戦略の選択肢の少なさが大きな要因である。日本の場合は、ベンチャー企業の出口戦略は、ほぼIPOしかないというのが長年の傾向である。しかも、少し前までは、IPOに関する環境は劣悪で、唯一のベンチャー投資の出口であるIPOでの成果が見通せないことから、さらにベンチャーへの資金流入は抑えられてきた。当然、こうした状況は、自ずと起業

に対するモチベーションにも影響することになる。日本の開業率は、概ね5%に届かない状況が長らく続いており、この水準は欧米のおよそ半分である。

こうした背景には、日本の企業における技術の自前主義がある。これまでの日本の大企業は、様々な技術を自社内で開発することをよしとする傾向にあった。従って、様々な技術開発を自社内で行っており、最終的に自社で活用できないまま塩漬けになる開発テーマも多数抱えていると思われる。そのため、外部からの技術採用は極めて限られているし、当然M&Aにも消極的である。そのため、もう一つのベンチャーの出口である、大手企業への売却という選択肢は、日本ではほぼ機能していないのが実態である。しかし、例えば米国のGoogleやApple、Facebookなど、海外のIT系企業は、積極的にM&Aを活用して業容を拡大するとともに、未来に対する先行的な投資も随時行っている。日本のロボット関連のベンチャーが、Googleに買収された例も記憶に新しい。そのため、海外のベンチャー企業にとっては大手企業への売却も有望な出口のひとつとなっており、起業家も大手への売却を目指



して起業するケースが非常に多いのである。前述の大手IT各社も、元はそうしたベンチャー企業の成り上がりであり、結果として活発な企業の新陳代謝が行われていると言えるのである。

一方、上述の通り、日本においては大企業が自社で余分な事業や研究開発案件も抱え込み、企業全体としての利益水準が低い傍ら、有望ベンチャーへはほとんど投資を行わないという実態がある。そのため、結果的にはベンチャー企業の台頭を、意図せず抑えつけていると考えられる。そして、さらには経済全体の新陳代謝も抑制され、オールドエコノミーが、いつまでも古い資産を抱えつつ、生産性が低いまま生きながらえていると言えるのだ。

日本においても、有望なIT系ベンチャーを積極的に生み出すための資金の流れや、大手企業による積極的な外部技術の採用などが必要である。そのための環境は、次第に整いつつあり、今後が大いに期待されるところである。

# BPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）市場 ・クラウドソーシング市場

## に関する調査結果 2013

新たな業務委託形態であるクラウドソーシングが浸透。  
労働者と企業の双方にメリットのあるサービスであるため、高いペースでの成長が続くと予測。

文●石塚 俊

㈱矢野経済研究所 上級研究員。専門分野は情報サービス産業（特にアウトソーシングサービス）におけるリサーチ、コンサルティング、マーケティング戦略立案等。

- 調査対象 Sier、コールセンター事業者、印刷会社、倉庫会社、コンサルティング会社などのBPO市場参入事業者、人事系、経理系、医療系、オフショア系などのBPO事業者、クラウドソーシング事業者
- 調査期間 2013年4月～9月
- 調査方法 当社専門研究員による直接面談、電話・Eメールによる取材、ならびに文献調査を併用



### ■BPO市場の中長期予測

BPO市場全体の2011年度から2017年度までの年平均成長率（CAGR）は2.5%で推移し、2017年度には、3兆7,439億円（事業者売上高ベース）に達すると予測する。

IT系BPO市場の2011年度から2017年度までの年平均成長率（CAGR）は3.7%で推移し、2017年度には、2兆1,039億円（事業者売上高ベース）に達すると予測する。

非IT系BPO市場の2011年度から2017年度までの年平均成長率（CAGR）は1.1%で推移し、2017年度には、1兆6,400億円（事業者売上高ベース）に達すると予測する。

### ■IT系・非IT系別の市場概況

2013年度のIT系BPO市場を、前年度比105.0%の1兆8,567億円（事業者売上高ベース）と見込む。IT系BPOサービスとは、顧客企業のシステムをデータセンターに預かるものであり、高いペースで安定的に成長している。企業の扱うデータ量が年々増加し、増加したサー

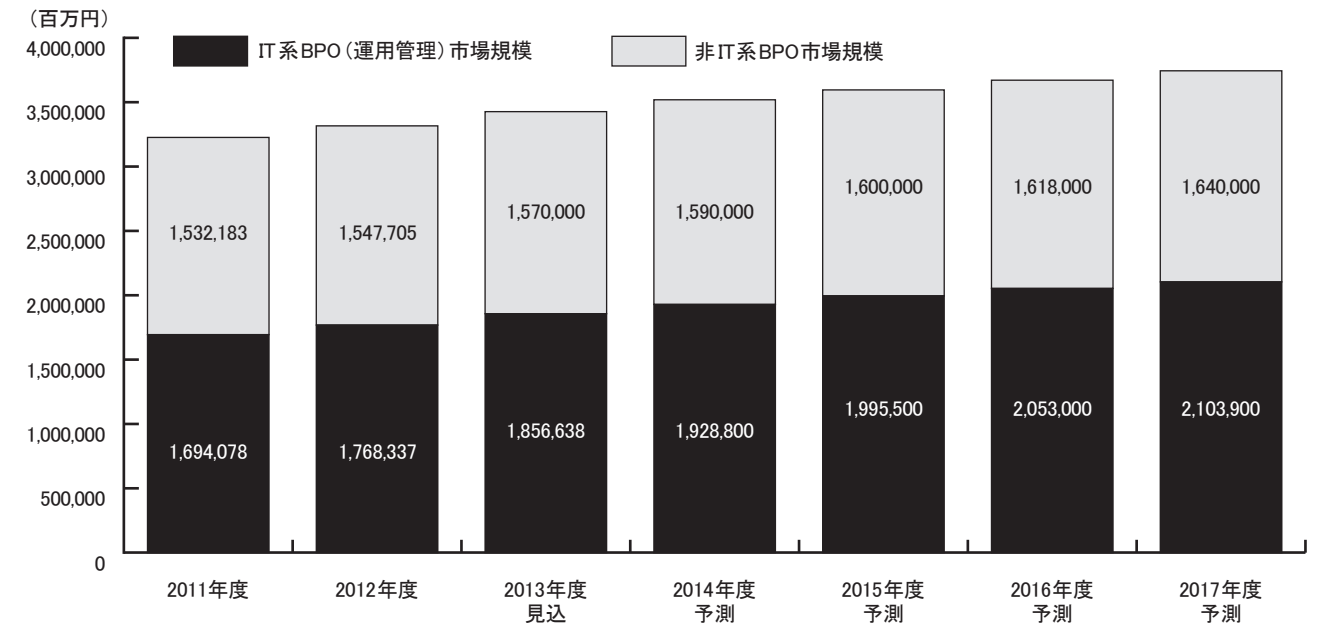
バーをデータセンターに預ける企業が増加傾向にあるためである。さらに、情報管理の重要性の高まりに伴い、セキュリティ面からデータセンターを利用する企業も増加傾向にある。また、2011年に東日本大震災が発生したことで、事業継続対策の必要性が再確認され、データセンターサービスに対する需要が高まったことも成長の背景にある。アベノミクス効果で景況感に変化は見られているが、投資に慎重な姿勢を示す企業は依然として多い。しかしながら、データセンターの利用に関しては、前向きな姿勢の企業が多いため、今後も高いペースで成長していくと予測する。

2011年度の非IT系BPO市場は、東日本大震災の影響もあり、前年度比99.3%の1兆5,322億円（事業者売上高ベース）と微減した。これは、震災後しばらくの間、自粛ムードが続いたことが影響し、企業の直接部門から外部に委託する業務量が減少したこと、また、震災において企業インフラの重要性が再認識されたため、データセンターサービスなどのIT系BPOサービスへの投資が優先されたことなどによる。2012年度は震

災の影響も薄れ、グローバル化の進展に合わせて、コストダウンや経営効率化を目的にBPOの利用を進める企業が再び増加し、前年度比101.0%となった。2013年度は消費税増税前に体制の整備を進める企業が多いと想定され、その際に非IT系のBPOサービスを利用する企業が出てくると予測できるため、前年度比101.4%になると見込む。

非IT系BPO市場には、異業種からの参入企業が増加しているため、価格競争は激化してきており、それが市場の成長にマイナスに働く可能性がある。但し、グローバル化の進展が著しく、既にBPOを利用して経営効率化を進めている欧米企業に対抗していくために、日本企業もBPOサービスを利用せざるを得なくなっていくことや、少子高齢化の進展による労働力不足から、企業が外部リソースに頼らざるを得なくなっていくことなどが想定できるため、今後も微増の推移は維持していくものと予測する。

図表1 ●BPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）市場の市場規模推移と予測



矢野経済研究所推計

注：事業者売上高ベース

注：見込は見込値、予測は予測値

注：本調査におけるBPOとは、通常企業内部にて行われるシステム運用管理業務、コールセンター系業務（コンタクトセンター、ヘルプデスク、フルフィルメント）、間接部門系業務（人事、福利厚生、総務、経理）、直接部門系業務（購買・調達、営業、コア部門単独業務、業界固有業務）などの業務を顧客企業から業務委託を受けて代行するサービスを指す。但し、従来から外部に委託することが一般的な、税務、物流、情報システム開発、ビルメンテナンスなどの専門的な事業所向けサービスに関しては対象外とする。

注：上記BPOの内、IT系BPOとは顧客企業からシステム運用管理業務を委託され代行するサービスとし、非IT系BPOとはその他の業務を委託され代行するサービスとする。

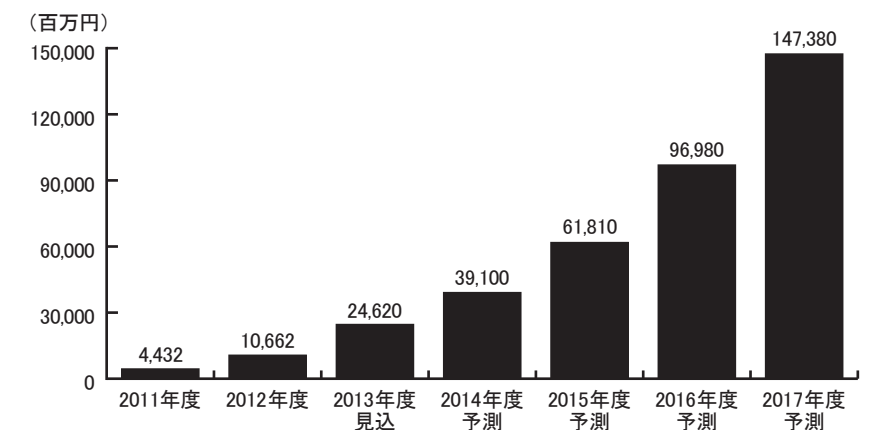
### ■クラウドソーシングが浸透

2011年の東日本大震災以降から在宅ワークやテレワーク（ITを利用した場所や時間にとらわれない働き方）への需要が高まり、場所と時間を選ばないで働くことができるクラウドソーシングが急速に浸透し始めており、多種多様な人材がクラウドソーシングシステム上に労働者として登録するようになってきている。一方、業務の委託者側である企業にとっても必要な時に必要なだけの労働力を得ることができるクラウドソーシングを使い勝手の良いサービスとして利用するようになってきている。業務の受託者側である労働者と委託者側である企業の双方にメリットのある形のサービスであるため、クラウドソーシングの利用は今後も拡大し、高いペースでの成長が続くと予測する。

2013年度のクラウドソーシング市場規模（クラウドソーシングシステム上で依頼された仕事の総額〔成約に至らなかった仕事の金額も含む〕）は、前年度比230.9%の246億円となる見込みである。

クラウドソーシング市場は、2011年度から2017年度までの年平均成長率（CA-GR）は79.3%で推移し、2017年度には、1,474億円（仕事依頼金額ベース）に達すると予測する。

図表2 ●クラウドソーシング市場規模推移と予測



矢野経済研究所推計

注：クラウドソーシング上での仕事依頼金額ベース

注：見込は見込値、予測は予測値

注：クラウドソーシングとは、インターネットを介在として、業務委託者側である企業等と業務受託者側である不特定多数の労働者等とのマッチングを図るサービスを指す。本調査におけるクラウドソーシング市場規模は、クラウドソーシングシステム上での業務委託企業による仕事依頼金額（成約に至らなかった仕事の依頼金額も含む）の総額から算出した。

### 関連マーケットレポートのご案内

当サマリーは、矢野経済研究所が発刊したマーケットレポートをもとに執筆されたものです。より詳しい分析情報をお知りになりたい方は、以下のマーケットレポートをご購読ください。

「BPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）市場の実態と展望 2013」

●発行日：2013年9月25日 ●体裁：A4判 513頁 ●定価：162,000円 ●資料コード：C55110300

●お問い合わせ：http://www.yanoict.com/contact/（「Yano ICTサイト全般に関するお問い合わせ」からお入りください）



## Market Report Summary

最新刊マーケットレポートの記事をダイジェストで紹介!

## 電子決済市場 に関する調査結果 2013

東京オリンピックの開催に向けて、訪日旅行者が日本で円滑に支払いができるようにするため、多通貨決済サービスを提供する決済サービス提供事業者が増加。

文●高野 淳司

㈱矢野経済研究所 研究員。専門分野は決済ビジネス(クレジットカード、電子マネー)及びベンチャービジネス全般。

- 調査対象 EC決済サービス提供業者、非接触IC型電子マネー発行業者、プラスチックカード型プリペイドカード発行業者、ネットワーク型電子マネー発行業者、プリペイドカード運営受託サービス事業者、ギフトカードモール導入支援事業者、通信キャリア、NFC関連サービス提供事業者、デビット決済サービス提供事業者など
- 調査期間 2013年4月～12月
- 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

## ■市場概況

2012年度の国内の電子決済市場は、前年度比6.9%増の約44兆6千億円まで拡大した。

インターネット及びスマートフォンの普及を背景としたEC市場の拡大に加え、店舗(リアル)取り引きにおけるキャッシュレス化の進展により、クレジットカード決済をはじめ、プリペイドカード決済、デビット決済サービスいずれも堅調に市場を拡大しており、2013年度の電子決済市場を前年度比9.3%増の約48兆8千億円と予測する。

## ■注目すべき動向

## ●非接触IC決済サービス

非接触IC型電子マネー(以下、電子マネー)市場は、引き続きGMSやコンビニエンスストアなど店舗での利用が

拡大している流通系の電子マネーが市場を牽引している。また、交通系の電子マネーは、2013年3月に全国規模での相互利用が開始された。それにより、ユーザーの利便性の向上を目的として電子マネーの導入を検討する企業が増えており、今後は沿線を中心に、さらなる加盟店の拡大が期待されている。

## ●プラスチックカード型プリペイドカード

プラスチックカード型プリペイドカード(以下、プリペイドカード)市場は、ガソリンスタンドでの給油時に利用できるプリペイドカードが市場を大きく牽引してきた。近年ではコンビニエンスストアや家電量販店など、大手流通小売業の店頭で設置されたギフトカードモールにお

いて、デジタルコンテンツ事業者などのプリペイドカードの発行が急増している。ギフトカードモールは、今後さまざまな店舗で導入が進み、中堅・中小企業まで拡大するとみられる。

また、ブランドプリペイド(Visaなどの国際ブランド加盟店で利用できるプリペイドカード)にも注目が集まっている。

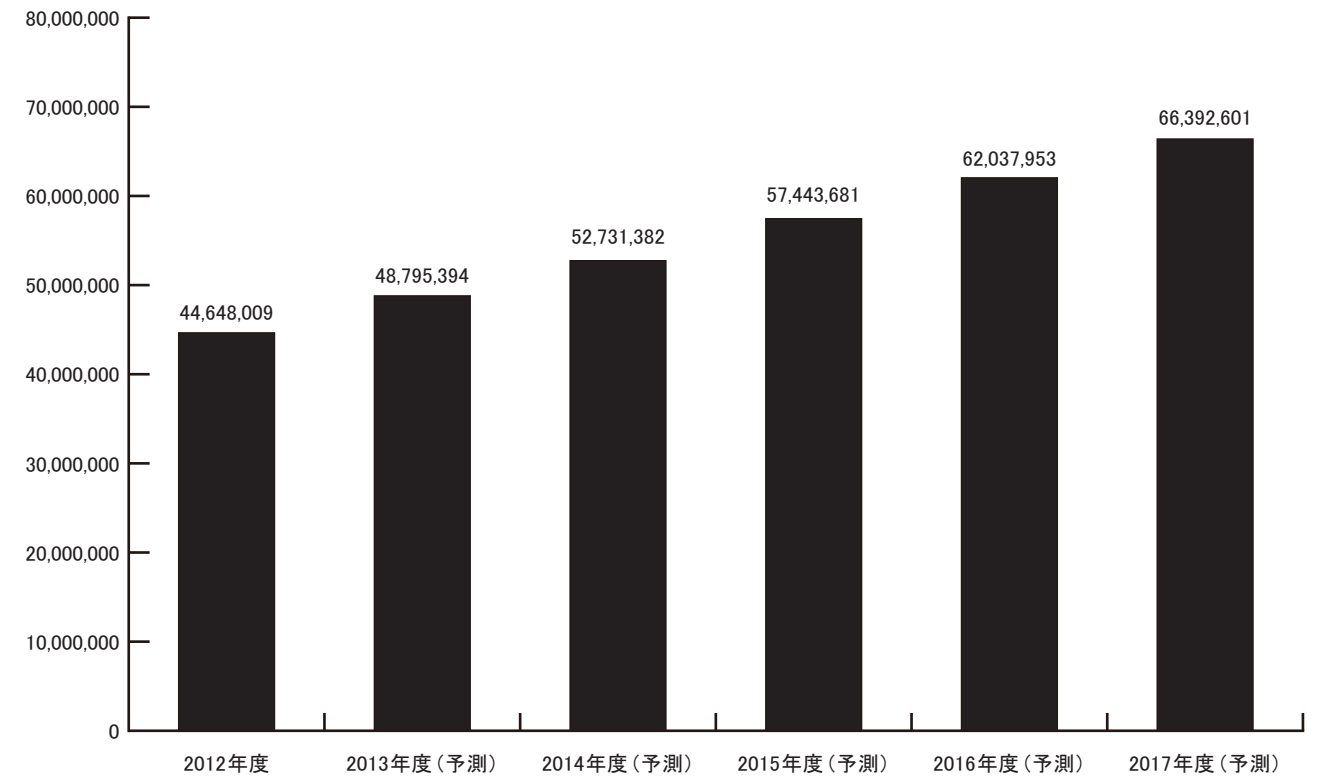
2011年頃から海外旅行やインターネットでの利用を前提としたブランドプリペイドは発行されてきたが、2013年9月に日本で初めて、店舗(リアル)取り引きで利用できるブランドプリペイドの発行が始まり、発行規模を堅調に拡大しつつある。これにより、ブランドプリペイドの導入を検討する流通小売業者も増えており、今後、店舗での利用を前提としたブランドプリペイドの発行が増加し、市場は急速に拡大すると予測する。

## ●ネットワーク型電子マネー

主にデジタルコンテンツの購入やオンラインゲームで利用されている汎用性の高いネットワーク型電子マネーは、ソーシャルゲームでの利用を中心に、幅広く利用されており、堅調に発行規模を拡大してきた。しかしながら、ネイティブゲームアプリの急速な拡大に加え、ギフトカードモールを活用してオンラインゲーム運営事業者が自社コンテンツのみで利用できるハウス型プリペイドカードの発行を始めたことなどにより、競争が激しくなっている。

図表●電子決済市場規模予測

(百万円)



注:電子決済市場は、非接触IC型電子マネーの決済額、プラスチックカード型プリペイドカードの発行額、ネットワーク型電子マネーの発行額、デビット決済サービスの決済額、クレジットカード決済におけるショッピング取り扱高を合算した。  
注:(予測)は予測値

矢野経済研究所推計

## ●デビット決済サービス

デビット決済サービスには、ペイジー、J-Debit、ブランドデビットの3種類があり、現在はブランドデビット(Visaなどの国際ブランド加盟店で利用できるデビットカード)に注目が集まっている。これまで、ブランドデビットは地方銀行を中心にサービスが展開されていたが、2013年11月に大手都市銀行がブランドデビットの発行を開始したことにより、大きく拡大する可能性が出てきている。さらに、国際ブランド事業者であるJCBもブランドデビットのサービスの開始を発表している。今後、ブランドデビットの発行を開始する銀行が増加し、デビット決済サービスの決済額が拡大すると予測する。

## ■将来予測

国内の電子決済市場は、2017年度には約66兆4千億円まで拡大すると予測する。要因としては、今後の更なる決済インフラの整備やEC市場の拡大

があげられる。

まず、スマートフォンやタブレットを利用した決済サービスの普及があげられる。初期費用が小さく、手数料率が低い新たなスマートデバイスを活用した決済サービスにより、これまでは電子決済を導入できなかった小規模店舗での導入が期待され、加盟店数の増加につながる。加えて、専用端末でも、クラウドを活用したシンクライアント型の決済専用端末の導入や代替が進み、導入費用の低減や新たなサービスの開始が容易となる。

また、スマートフォンを活用したモバイルウォレットが普及する可能性が出てきている。すでに、スマートフォン上で決済をして商品やサービスを受ける

サービスは始まっており、今後の拡大が期待されている。スマートフォンコマースの拡大や、ネットとリアルを活用したオムニチャネルへの取り組みの強化などにより、EC市場の拡大が進む。

その他にも、東京でオリンピックが開催されること決定し、東京を中心に訪日旅行者の急増が予想される。訪日旅行者が日本で円滑に支払いができるようにするため、多通貨決済サービスを提供する決済サービス提供事業者が増加している。また、ECサイトにおいて、海外の消費者が日本の商品を購入し易くするためのサービスも進展している。

そうした中で決済と販促の融合を模索しながら、国内の電子決済市場は拡大を続ける。

## 関連マーケットレポートのご案内

当サマリーは、矢野経済研究所が発刊したマーケットレポートをもとに執筆されたものです。より詳しい分析情報をお知りになりたい方は、以下のマーケットレポートをご購読ください。

## 「2013-2014 電子決済/EC決済サービスの実態と将来予測」

- 発刊日: 2013年12月20日 ●体裁: A4判 465頁 ●定価: 162,000円 ●資料コード: C55110100
- お問い合わせ: <http://www.yanoict.com/contact/> (「Yano ICTサイト全般に関するお問い合わせ」からお入りください)

お客様のマーケティング課題解決に適した調査をYano ICTがカスタムメイド

# 「受託調査サービス」のご案内

「新商品の販売戦略を考えるに際し  
まずライバル企業の商品販売網に関する情報を手に入れたい。  
どこで、どのようにして調べられるのか？」

「中部圏在住でゴルフをする50歳代の女性を対象として  
アンケート調査をしたいが、方法がわからない」

企業が事業に取り組む上で必ずぶつかるのが、こうしたマーケティングに関する壁です。  
Yano ICTでは、さまざまな調査手法を駆使して  
お客様のご要望に適したオリジナル調査を設計、実施いたします。

## Yano ICT「受託調査サービス」の特徴 ①

目的に適したリサーチプラン設計を可能にする「多彩な調査手法」

矢野経済研究所 情報通信・金融事業部（Yano ICT）は、以下のようなさまざまなリサーチ手法を駆使して  
お客様のマーケティング課題解決に適した調査を設計・実施いたします。

[Yano ICT が採用するリサーチ手法の一例]

- |             |               |                |           |
|-------------|---------------|----------------|-----------|
| ■産業構造調査     | ■流通チャネル調査     | ■インターネットモニター調査 | ■店舗実態調査   |
| ■市場規模・シェア測定 | ■経営・財務分析      | ■CLT調査         | ■購入行動調査   |
| ■需要構造分析     | ■物流体制調査       | ■電話アンケート調査     | ■海外市場調査 他 |
| ■商圏構造調査     | ■各種データ分析      | ■訪問留置アンケート調査   |           |
| ■競合企業調査     | ■対面インタビュー調査   | ■店頭アンケート調査     |           |
| ■営業体制調査     | ■グループインタビュー調査 | ■メールアンケート調査    |           |

## Yano ICT「受託調査サービス」の特徴 ②

「高いリサーチ力」であらゆる側面から課題解決へアプローチ

真のマーケティング課題を発見・解決するためには、取引先やライバル企業の状況から、顧客ターゲット層である法人・一般消費者の  
ニーズ、経済・文化・法規制など企業を取り巻く社会環境まで、あらゆる側面に目を向ける必要があります。

矢野経済研究所 情報通信・金融事業部（Yano ICT）は、豊富な独自蓄積データと高いリサーチスキルを駆使し、これらすべての側面から、  
お客様の経営課題を解決へと導くリサーチプランを設計・ご提案いたします。

## 「受託調査サービス」に関するご相談・お問い合わせ

矢野経済研究所 情報通信・金融事業部のオリジナルWEBサイト

**YANO ICT**  
Yano Research Institute

<http://www.yanoict.com>

またはカスタマーセンターへ

TEL 03-5371-6901

FAX 03-5371-6970

「お問い合わせ」フォームからお問い合わせください。

Yano ICT お問い合わせ

検索

# 矢野経済研究所の ホワイトペーパーサービス

現場部署、事業部責任者に知られている

矢野経済研究所ホワイトペーパーの活用で、有利な提案を

矢野経済研究所は、50年以上にわたる総合調査機関としての実績があり、食品、ヘルスケア、流通、自動車、教育、機械など、多数のユーザー系市場でも高い知名度を誇っています。いま、「CIOからCMOへ」などとIT投資も現場系セクションへのパワーシフトの動きがありますが、ユーザー部署、

経営者層ほど矢野経済研究所の認知度は高いものがあります。たとえば米国系IT専門の調査会社は、財務担当役員にどのくらい知られているでしょうか？

提案書に効く1枚を追加するには、弊社ブランドを活用したホワイトペーパーサービスをご活用ください。



記載内容は、第三者として判断し客観性が担保できる範囲に限定され、「No.1」「トップの」「最高の」等、他との比較による位置付けを意味する記述に関しては、弊社調査による客観的なデータがない限り記載できません。ホワイトペーパーには貴社からのご依頼である旨の表示が入りますが、最終的な記載内容は弊社が責任を持って評価できる内容に限定されます。

お問い合わせ・資料請求は [info@yano.co.jp](mailto:info@yano.co.jp)



Yano ICT アナリストからの「業界への提言・意見」

# YANO ICT Analyst Opinion

情報通信・金融事業部(Yano ICT)に所属する各分野の担当アナリストが、日ごろのリサーチ活動の中で感じた意見や提言を展開します。

クラウドと言えば多くの人が雲を意味する【Cloud】を思い浮かべるだろう。つまり、コンピューターで行う業務をインターネット上で処理する利用形態を一般的に示す。

しかし、昨今では同じクラウドでも群衆を意味する【Crowd】というワードも多く見かけるようになってきた。「クラウドソーシング(crowd sourcing)」と「クラウドファンディング(crowd funding)」である。前者はインターネットを介して不特定多数の労働者と企業等のビジネスマッチングを図るサービスを示し、後者はインターネットを介して不特定多数の人々からビジネスを行うための財源の提供や協力を図るサービスを示す。

両者とも共通して言えるのはインターネットを介在としており、働き方に大きな影響を与えられるサービスであることだ。例えば、クラウドソーシングであれば、距離と時間を選ばずに働ける環境を提供することで、地方在住の人々やシニア層、主婦等、これまで労働力として活用されることが少なかった人々にも働く機会を与えている。クラウドファンディングであれば、起業や政治運動、アーティストの支援、映画製作等、様々なプロジェクトをサポートするサービスとなっており、起業のチャンスを増やすことが出来る。

各社の売上は一般的に、インターネット上でビジネスマッチングを図り、成約につながった案件に支払う額の一部を手

## Analyst Opinion\_01

### 「クラウド～ Cloud と Crowd ～」

#### 永田 真理恵

●プロフィール  
株式会社経済研究所 研究員。

数料として吸いあげること成り立っている。「各社のサイト上に登録する労働者数」と「業務委託の依頼案件」の母数が多いほど、成約の割合も上げやすい。そのため、各社ともサイトの使いやすさや労働者に対するフォロー等、差別化を図ることで母数を増やしていった。

クラウドソーシングはインターネットを介在として不特定多数の労働者に業務委託をしているために、海外マーケットにも訴求しやすい。裏を返すと先進的にクラウドソーシングを行っている米国の事業者が日本市場での展開を本格的に手掛けてしまう懸念もある、ということだ。近年では中国でもクラウドソーシングが普及しており、世界のクラウドソーシング市場は競争が激化していくことが見込まれる。

一方で、新規にクラウドソーシングに参入する企業が増加している。AppleやGoogleのようにクラウドソーシング企業を買収するケースもあれば、BPO事業者がクラウドソーシング事業を新規に手掛けていくケースもある。以上を背景にしばらくの間はクラウドソーシングを手掛ける企業数は増加していくだろう。しかし、競争が激化する中、淘汰されていく企業やM&Aが増えていくと予測され、その数は減っていくだろう。

以上を踏まえた上で、日系クラウドソーシング事業者が競争に生き残るにはまず、サービスの差別化が必須になってく


る。専門性を持たせて分かりやすい形で市場に訴求していくこと、もしくは、サイトの利便性や労働者に対するサポートを改善することが望ましい。専門性を持たることにより、ターゲットが絞られ「特定の分野であれば、このクラウドソーシングを使う」というイメージ付けが可能になる。一方、サービスの質の向上については労働者の登録数を上げることにつながる。

次に積極的な外部企業との連携について、自社の弱みを補填するような企業との協業が理想的だ。例えば、BPO事業者が挙げられる。クラウドソーシングの特性として安価に小口の業務を委託できるが、改善活動を含めたアウトソーシング業務には弱い点が挙げられる。というのも、不特定多数に業務委託をするため、大規模案件をワンストップで提供していくことが困難なためだ。一方、BPO事業者の特性として、改善活動を含めた大口案件には対応できるが、一定数以上のFTE (full-time equivalents) がないとコスト削減効果が薄れて小口案件への対応には弱い点が挙げられる。BPO事業者は自社で多くの業務処理要員を抱え、営業担当や間接部門要員などの人件費が掛かっているためだ。そのような両者の特性を踏まえると、クラウドソーシング事業者とBPO事業者がメリット、デメリットを補完し合うことでアウトソーシング効果を最大にすることのできるサービスを作ることができる、と考える。

## M2M という言葉をご存知でしょうか？

最近では新聞や雑誌にも取り上げられる機会が増え、一般化した感もあります。当然これを目にした事のある人も増えたかと思いますが、念のために簡単に説明します。

M2MはMachine to Machineの略語で、簡単に言えば「機器間通信」となります。人が間に入らずに、機器・デバイス間で情報のやり取りをする仕組みです。近年では、動物と機器間での通信を「A2M (Animal to Machine)」、人間と機器間での通信を「H2M (Human to Machine)」、さらには多くのものがネットワークにつながるという意味で「IoT (Internet of

アナリストオピニオンの記事全文は、  
矢野経済研究所 情報通信・金融事業部のオリジナルWEBサイト  
YANO ICT  <http://www.yanoict.com>  
でお読みいただけます。



Things)」といった言葉も出てきております。

M2Mの具体事例としては「自販機に通信機を搭載して、従来は人が行っていた在庫管理情報や故障情報などを自動的に収集、遠隔管理する」ような仕組みがあります。既に実用化されているカテゴリーとしては、電力・ガス・水道テレメタリング、河川・火山情報収集、自販機管理、建機・重機/エレベーターなどの遠隔監視・制御、工場など産業分野での遠隔監視・制御、運輸・交通分野での運行管理・位置情報、農業・畜産での営農支援などがあります。

以前にもM2Mは脚光を浴びましたが、最近になって再注目され、その実用化が進展する背景には、以下のような点

## Analyst Opinion\_02

### 「将来的にM2Mの社会インフラ化が進む」

#### 早川 泰弘

●プロフィール  
株式会社経済研究所 上級研究員。専門分野はICT全般、デバイス・センサー。



が指摘できます。

- 機器・通信費の低廉化&高機能化  
通信モジュール/センサーノード/M2Mデバイス/通信費などの価格が大きく下がった&高機能化
  - 無線通信技術/ワイヤレス環境の発展  
携帯電話網や無線LANなど無線ネットワークの普及でワイヤレスM2M環境が整備された
  - プラットフォーム型/クラウド型サービスの普及  
M2Mシステム導入コストの低減、開発期間の短期化、ユーザー利便性向上
  - ネットワーク環境の向上  
高速通信/大容量通信/国際ローミングサービスの普及・拡大
  - ロングテイルビジネス志向  
大手ITベンダー・Sler・通信事業者などの積極姿勢
  - 情報発信機器の増大  
情報端末の増加、WSN/IoTの広がり、コネクテッドカーなど
- 上記要因の中でも、特にコスト面(システム開発コストの低廉化)及びワイヤレス環境の深化が大きなポイントだったと思います。

近年のビジネスシーンでは、情報収集力及び情報分析力での優劣が大きな比重を占めています。また、業務効率向上や事業スピードアップのためには、M2Mを基盤とした仕組みの導入が、競争優位を確保する上でのキーポイントになると判断されます。

そして今後のM2Mでは、世界的にも拡大が見込まれるスマートシティ/スマートコミュニティにおける中核機能・中核技術としても期待され、中・長期的には社会インフラ的な位置付けになると予想します。つまり未来社会においては、電気やガス、水道、インターネットなどと同じく、どの都市、どの事業所、どの家庭にも入ってくる社会基盤になると予想します。

参考までに、弊社で推測したワールドワイドにおける累計M2M市場規模(累計M2M回線数ベース)は、2012年度の1億5,890万回線(日本市場構成比7.2%)が、2020年度には6.6億回線(同5.2%)に達すると見ております。伸長要因は、アプリケーション分野の拡大と、中国を始めとして新興国での需要拡大です。特にインフラや建物モニタリングへのM2M導入では、新興国シフトが顕在化すると予想します。



矢野経済研究所 情報・通信産業チーム

# Yano ICT アナリスト通信

2014-Spring

From Editor

日ごろお世話になっている読者の皆様に  
Yano ICT アナリストの近況をお知らせする  
コーナーです。



## エンタープライズ分野担当

上級研究員 小林 明子 (こばやし・あきこ)

時々、「YzFlashでは近況のページを読んでいますよ」と言って頂きます。私たち研究員の“生の声”に興味をお持ち頂きうれしく思います。ところで時代はデジタルです。皆様はふだん、SNSでビジネスコミュニケーションや情報収集をしていらっしゃるでしょう。そこで宣伝ですが、弊社のFacebookページでは、研究員が毎日交代でICT関連の話題について時に真面目に、時に気軽にコメントしています。プレスリリース等調査データも掲載しています。私は「中の人」となって管理をしております、「いいね」をしてご覧いただけると幸いです。検索キーワードは「YanoICT」です。Facebookで私を探して頂いても構いませんが、「小林明子」は同名同名が多く見つからないかもしれません。

YanoICT Facebook ページ / <https://www.facebook.com/yanoict>

## テクノロジー/デバイス分野担当

上級研究員

早川 泰弘 (はやかわ・やすひろ)

皆様におかれましては、どのような場合に春を感じますか? 「梅や桜の開花時期」「コートが不用になった頃」「入学・卒業シーズン」「テレビの番組改編時」、はたまた「花粉症が出たとき」といった同情を禁じえない人もいるでしょう。私は「春の選抜高校野球」に春を感じます。3月31日現在、選抜では準々決勝が戦われておりますが、新2年生と新3年生による大会が終わると、春が本格化するイメージです。因みに、夏の終わりのイメージは「夏の選手権大会」の終了でしたが、最近では残暑が長く、イメージ変更が必要となっております。

## 通信/ネットワーク・機器分野担当

主任研究員

土佐 恒広 (とさ・つねひろ)

どうも春がやってきました。普通ですと心晴れ晴れですが、花粉症の方にとっては苦しい時期。私も例外なく苦しんでいます。ただ、今年は新たに、花粉防止めがねを購入しました。フレームのまわり「カバー」がついているので、見た目には「カバー」が注目されています。最近、「スマートグラス」が注目されていますが、これくらいゴツさであれば、違和感なくつけられるのではないかと思います。ただ、スマートグラスでも、花粉防止のためのカバーはつけて欲しいと個人的には願っている次第です。

## エンタープライズ分野担当

研究員  
小山 博子 (こやま・ひろこ)

弊社の応接室は第一応接室、第二応接室... という名前が付いています。ところが私が取材で伺った企業様の応接室には「ガリレオ」「カプチャー」「ジャズ」といったおしゃれな名前が付いていたり、部屋ごとに内装が異なっていたりとワクワクドキドキする気持ちも味わわせて頂きました。社員の方に伺いますと最初は会議室の名前を覚えることが大変だったというお話もありましたが、こういふ吹かかさが社外はもちろん社内にも良い風を吹かせているのかもしれないと思いました。仮に私に弊社応接室の命名権があったら癒しの効果を期待し、植物の名前を付けたいです。

## 金融・決済ビジネス担当

研究員 高野 淳司 (たかの・じゅんじ)

イギリスの歴史家であるE・H・カーは、彼の著書『歴史とは何か』で、「歴史とは過去と現在の絶え間の無い対話である」と述べています。私は若いころ、歴史と歴史的事実の違いを意識したことが無かったので、この本を読んだときにとっても衝撃を受けました。歴史は、歴史的事実の相対的な認識によって形成されるものであり、時代によって(誰が強者になるかによって)変わっていくものなのです。その観点から見ると、近年の中国、韓国の動きは、歴史に対する挑戦、歴史を修正することを目的としているように見えます。また、歴史と同様に、市場においても同じことが言えるのではないかと感じています。市場とは「普段の我々の絶え間ない対話によって形成されている一つの認識」であり、時代と共に修正されていく相対的なものといえるのではないのでしょうか。情報が溢れる時代における市場に対する認識の形成は難しくなりつつあります。その中で、どのようなメッセージを発信していくか、が我々に問われています。市場にとってより有用な情報を発信できる様、取り組みを進めていきたいと思っています。

## エンタープライズ分野など担当

主任研究員

忌部 佳史 (いんべ・よしふみ)

WindowsXPサポート終了に加え、消費税増税前ということもあって、3月末に自宅のPCを買い換えました。結局、ノートPCはすでに1台あるので、デスクトップ型を購入したのですが、驚いたのは、ノートPCとの価格差がほとんどないこと。値下がりが続いていたことは知識として知ってましたが、改めて我が事目線で見ると実感しました。昔は一番わくわくしたのはセットアップのときの「あ、動いた!」というときだったんですが、さすがにそういう楽しみも薄れてきました。それでもPCを箱から出してスイッチを押すというのは楽しいものです。しかしながら、苦勞はそれから。Windows8.1に慣れておらず、加えて、32bit→64bitの変更もあるので、手持ちのソフトを逐一動作確認したり、アップデート版を探したりしながらの移行作業になっています。引っ越しツールもバンドルされていたのですが、時間ばかりかかって使い勝手はいまひとつ。ここは更新ついでにソフトの断捨離をと、毎夜少しずつ作業を進めています。



カーエレクトロニクス／ビジュアルコミュニケーション分野担当  
 主席研究員 森 健一郎 (もり・けんいちろう)

昨年末に東京オリンピックの2020年開催が決まってからというもの、ITS業界でも「その時期に合わせて日本の技術力を世界に向けてアピールすべし」という声が上がっているようです。やはり昨年末に東京モーターショーやITS世界会議東京が開催され、そこで自動運転カーやテレマティクスサービスの展示がさかんであったため、東京オリンピック開催時には世界に向けて日本発のそれらの技術がアピールされるはず。選手や関係者を選手村から競技場に移動させるための自動運転バス、海外からの観客がレンタカーを使う際に、自国の言語で行きたい場所にルートガイドしてくれる多言語対応のテレマティクスサービス、パラリンピックの選手たちが車椅子のまま東京見物が楽しめるシステム、3.11東北大震災の復活を印象付けるための東北地域における自動運転カー特区…。こうしたシステムを組み込んだクルマを作るためには、開発期間・実証実験期間を合わせて3～4年はかかるといわれています。すると2020年に間に合わせるためには2016年にはシステム設計が完成してはなくてはならないスケジュール計算になります。2016年まではあとわずか2年しかありません。ITS業界において、東京オリンピックはもはやスタートしていると言えざるを得ないかもしれません。



BPO／情報サービス分野担当  
 研究員  
 永田 真理恵 (ながた・まりえ)

ペットという用語を調べると「愛玩を目的とした動物」と出てくる。メジャーな動物であれば、犬、猫といったところだろうか。私も動物が大好きでペットに癒しを求める人々の気持ちは、とても分かる。近年だと決して動物に留まらず、たまごっち、ファービー、AIBO等、IT技術によってペットの定義も変わっているような気がする。そのうち、「癒しを求められるものが全てがペット」と言える日がくるかもしれない。先日、某駅で上記を裏付けてくれそうな人を目撃した。素敵なハットを被ったその男性はリードを持っており、どんな動物だろうと見てみると、東子(たわし)がちよこんと佇んでいる。小休憩中だったようだ。その後、男性はリードをつけた東子を引かずしながら、お散歩に出かけて行った。こんな東子の使い方、いや、可愛がり方があることは意外だった。

通信産業分野 (特にブロードバンド関連市場／  
 コンシューマ市場中心) 担当 上級研究員  
 朴澤 理子 (ほおざわ・まさこ)

2月3日と、中国・米国へと出張し、EC分野の主要企業へ取材をしてきました。2ヶ国は国内マーケットの状況は異なる点が多いのですが、その中で共通していた動向は、なんといつでもスマートフォン・コマースに関する注目の高さです。とは言っても、単純に“スマートフォンでどのように売っていくか?”という観点だけではありません。全体のビジネスのエコシステムの中で“どのようにスマートフォンチャネルを組み込むか?”という点が重要であり、そのために各社の強みを活かした取り組みをされているのが印象的でした。リアル店舗に強みがある会社、ゲーム分野に強みがある会社、ペイメントに強みがある会社、それぞれでスマートフォンの活用戦略は本当に異なっていて興味深かったです。日本でも、スマートフォン・コマースは俄然盛り上がりつつあります。引き続きこの分野、注目していきたいと思っています。

Yano ICT アナリストがプロの眼で貴社のマーケティング課題を発見し、解決へと導きます

## 「コンサルティングサービス」

“真のマーケティング課題” 発見をサポート — 「リサーチ・コンサルティングサービス」

貴社の考える「マーケティング課題」は、実はピントがずれているかも知れません。

「わが社が新規事業を成功させるためには、〇〇〇市場動向について調べればよい」「競合企業であるA社に勝つためには、A社の販売代理店情報を入手する必要がある」

こうした思い込みから市場調査が企画・設計される例は数多く見られます。しかし実は、社内で広く認知されている「自社のマーケティング課題」とその企業が本当に解決すべき「真のマーケティング課題」との間に、微妙なずれが生じているケースは多々あるのです。

思い込みの「自社のマーケティング課題」をベースに市場調査を設計・実施しても、その結果はもちろん実り多いものとはなり得ません。

私たち矢野経済研究所 情報・通信産業チーム (Yano ICT) は、プロの視点から貴社の「真のマーケティング課題」を発見し、その最適な解決策を提示いたします。

調査結果をもとに最適な課題解決策を提示 — 「マーケティング・コンサルティングサービス」

実施した調査結果を、ICT分野専門アナリストが客観的な立場から詳細に分析。貴社のマーケティング課題を解決へと導く具体的な戦略をご提案いたします。



Yano ICT では、調査結果から得られた市場機会や脅威、貴社の強み・弱みなどの総合的かつ客観的な分析から、貴社の進むべき方向を提示。より効率的なマーケティング活動のための支援を行います。

お客様に適した調査の企画・設計\* から、専門アナリストによる調査結果の分析、課題解決の方向性とその具体的な戦略のご提案まで — この「マーケティングのワンストップ・サービス」は、豊富なマーケティング調査・分析経験を持つ矢野経済研究所だからこそ可能なサービスです。

調査プランニングは無料で承っております。以下までお気軽にお問い合わせください。

\* お客様のご要望に応じて市場調査をカスタムメイドする「受託調査サービス」については、当冊子6～7ページをご参照ください。

### 「コンサルティングサービス」に関するご相談・お問い合わせ

矢野経済研究所 情報・通信産業チームのオリジナルWEBサイト

**YANO ICT**  
 Yano Research Institute

<http://www.yanoict.com>

または下記カスタマーセンターへ

[東京] TEL 03-5371-6901  
 FAX 03-5371-6970  
 [大阪] TEL 06-6266-1382  
 FAX 06-6266-1422

「お問い合わせ」フォームからお問い合わせください。

Yano ICT お問い合わせ

検索



景 気の回復に伴い、雇用環境が改善しつつある。

平成26年（2014年）2月分の労働力調査（基本集計）によれば、就業者数は6,283万人で、前年同月比で41万人増加しており、14ヶ月連続の増加となった。また、雇用者数は5,544万人。前年同月に比べ29万人の増加となった。

逆に、完全失業者数は232万人となり、前年同月に比べ45万人減少し、45ヶ月連続の減少となった。

完全失業率（季節調整値）は3.6%。前月比で0.1ポイント低下した。この水準は、平成19年の7月単月以来の低水準であり、その前は、平成10年2月にまで遡らなければならない。

こうした雇用環境の改善は、巷ではパート・アルバイトの時給に大きく反映されてきているようだ。そこで、今回はアルバイトなどの短時間労働者の時給を調べるための方法として、賃金構造基本統計調査を見てみたい。この調査は、基幹統計であり、主要産業に雇用される労働者について、その賃金の実態を労働者の雇用形態、就業形態、職種、性、年齢、学歴、勤続年数、経験年数別等に明らかにすることを目的としている。我が国の賃金構造の実態を詳細に把握することを目的として行われているもので、昭和23年以来毎年実施されてきた賃金構造に関する一連の調査系列に属するものである。

下記の図表は、平成25年賃金構造基本統計調査（全国）の結果のうち、短時間労働者の性別1時間当たり賃金、対前年増減率の推移を示したものである。これによれば、平成に入り、女性の賃金はなだらかに増加傾向にあるが、男性は平成9年や14年に3%を超える大幅な低下がみられている。この点から言えば、男性の短時間労働者の方が、景気の影響を大きく受ける傾向があるように思われる。

また、平成23年以降、少しずつではあるが、時給の向上が認められつつある。特に25年以降は肌感覚でも時給が上がっている印象がある。この値がどの程度改善されていくか、注目に値する。

Economic Data File

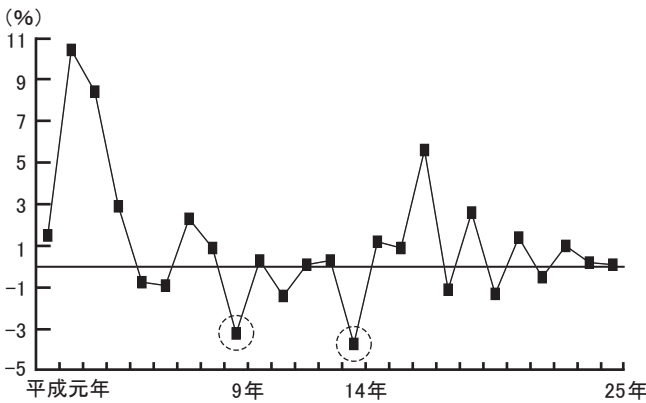
Yano ICT マクロ経済データ解説 ● 第21回



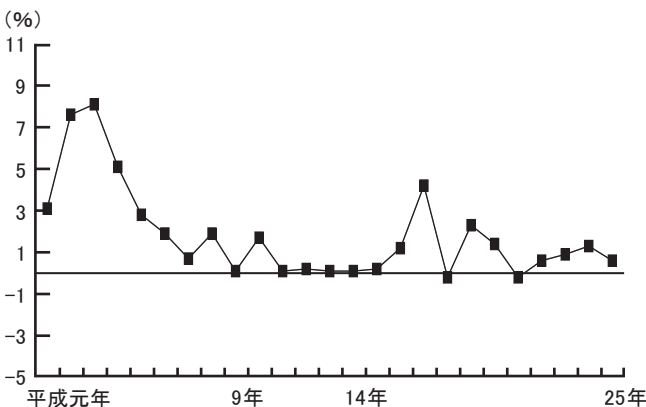
【今月のデータ】 短時間労働者の性別1時間当たり賃金、対前年増減率の推移  
(厚生労働省「賃金構造基本統計調査(全国)」)

# 「賃金構造基本統計調査(全国)」から短期労働者の時給を調べる

図表●対前年増減率（男性）



図表●対前年増減率（女性）



年	男性		女性	
	1時間当たり賃金(円)	対前年増減率(%)	1時間当たり賃金(円)	対前年増減率(%)
平成 元年	855	1.5	662	3.1
2	944	10.4	712	7.6
3	1,023	8.4	770	8.1
4	1,053	2.9	809	5.1
5	1,046	-0.7	832	2.8
6	1,037	-0.9	848	1.9
7	1,061	2.3	854	0.7
8	1,071	0.9	870	1.9
9	1,037	-3.2	871	0.1
10	1,040	0.3	886	1.7
11	1,025	-1.4	887	0.1
12	1,026	0.1	889	0.2
13	1,029	0.3	890	0.1
14	991	-3.7	891	0.1
15	1,003	1.2	893	0.2
16	1,012	0.9	904	1.2
17	1,069	5.6	942	4.2
18	1,057	-1.1	940	-0.2
19	1,085	2.6	962	2.3
20	1,071	-1.3	975	1.4
21	1,086	1.4	973	-0.2
22	1,081	-0.5	979	0.6
23	1,092	1.0	988	0.9
24	1,094	0.2	1,001	1.3
25	1,095	0.1	1,007	0.6

注：平成16年調査以前の数値は、パートタイム労働者（短時間労働者と同じ定義）として調査した数値。



## 矢野経済研究所 情報通信・金融事業部Webサイト「YANO ICT」のご案内

矢野経済研究所 情報通信・金融事業部のオリジナルWebサイト「YANO ICT」では、ICT業界のマーケティングに関するさまざまな最新情報をご提供いたしております。  
御社の情報収集のツールとして、「YANO ICT」をぜひご活用ください。

**Yz Survey** [マーケットサーベイ]  
旬のテーマについてWEB アンケート調査を実施、その結果を随時公開しています。

**Yz Report** [レポートサマリー]  
最新刊マーケットレポートの記事ダイジェストをお読みいただけます。

**Yz Eye** [アナリストオピニオン]  
Yano ICT に所属する各分野の専門アナリストが、業界に向けた提言・意見を発信しています。

**最新！マーケットレポート**  
Yano ICTが調査研究したマーケットレポートの発刊情報を発信しています。レポートのオンライン購入も可能です。

今すぐアクセス！

<http://www.yanoict.com>

Yano ICT

検索

### Yz FLASH 2014年春号 (第59号)

発刊日 ● 2014年4月30日

編集人 ● 野間 博美

発行所 ● 矢野経済研究所 情報通信・金融事業部「Yz FLASH」編集部  
[東京] 〒164-8620 東京都中野区本町 2-46-2 中野坂上セントラルビル  
TEL 03-5371-6900 (代) FAX 03-5371-6967  
[大阪] 〒541-0052 大阪府大阪市中央区安土町 1-8-6 大永ビル 5F  
TEL 06-6266-1381 (代) FAX 06-6266-1389