



An **impress** Group Company

各 位

2015年12月22日
株式会社インプレス

加速するウェアラブルデバイスの企業導入 企業のビジネス活用事例が増加 『ウェアラブルビジネス調査報告書 2016』発売

インプレスグループでIT関連出版メディア事業、及びパートナー出版事業、デジタルメディア&サービス事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：関本彰大）のシンクタンク部門であるインプレス総合研究所は、ウェアラブルデバイスの利用に関する調査結果を発表しました。また、本調査結果をまとめた新産業調査レポート『ウェアラブルビジネス調査報告書2016』の販売を2015年12月22日（火）より開始いたします。

近年、Apple WatchやグーグルのAndroid Wear を搭載したスマートウォッチ、Fitbitに代表されるアクティビティトラッカー、JINS MEMEといったスマートグラスなど、数多くの一般消費者向けのウェアラブルデバイスが発売され、その認知度も向上してきています。しかしながら、ユーザーへの価値提供や低価格化が進まず広く普及するまでには至っていないのが現状です。

一方で、ウェアラブルデバイスを業務で利用する動きが、大きな注目を集めています。企業が抱える課題は明確化しやすく、ウェアラブルデバイスを導入することで解決できる課題も多くあります。このような背景から、企業では課題解決を目的としたウェアラブルデバイスの開発、導入が進んでいます。この動きは、様々な業種・分野に広がっており、2017年にはウェアラブルデバイスを活用した企業の業務やサービスが本格化していくとみられます。

本書は、このようなウェアラブルデバイスに関わるビジネスについて焦点をあて、その詳細を調査分析した調査報告書です。本書の内容は、ウェアラブルデバイス市場の概況、企業向けおよび個人向けビジネスの最新動向、一般消費者への実態調査、主要なウェアラブルデバイスの一覧、今後の展望と課題など、ウェアラブルビジネスを様々な視点から分析しています。

<<企業向けビジネスの最新動向より>>

■ウェアラブルデバイスのビジネス活用は2017年から本格化

ウェアラブルデバイスの業務での活用シーンは、作業時間短縮や作業ミス軽減、安全性の向上、専門的技術による作業を狙いとした「企業の業務利用 (BtoB)」と、健康促進や利用者の満足度向上を狙いとした「企業の保有する会員や従業員の利用(BtoBtoC)」の2種類に分けられます。

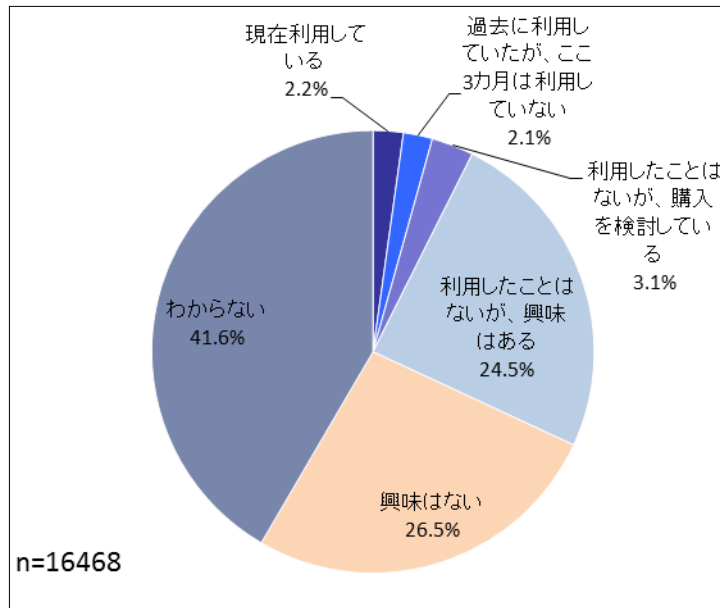
現在、様々な業種、分野でウェアラブルデバイスが導入されており、実証実験も含めると多数の活用事例があります。今後さらに実証実験や実証実験の結果を基にした調整が行われ、2016年は企業が実際のビジネスへの導入を検討する期間になり、2017年には多くの企業が業務においてウェアラブルデバイスを利用することが予想されます。

	分野や活用シーン	代表的な活用事例	期待される効果	活用されるウェアラブルデバイス
BtoB	製造業	工場内作業員の視線に作業手順を表示することにより両手で作業できる。	・作業時間短縮 ・作業ミス軽減	スマートグラス
	物流	倉庫内作業員の視線に作業手順を表示することにより両手で作業できる。	・作業時間短縮 ・作業ミス軽減	スマートグラス
	保守点検	保守点検作業員の視線を共有し、遠隔地から高度な技術の指示を行う。	・高度/専門的技術による作業 ・熟練者の技能継承 ・人員配置の最適化	スマートグラス
	交通	運転者の視線の変化を補足し、疲労度を感知して警告を発する。	・事故防止 ・安全性向上	スマートグラス
	介護	介護者の心拍データや救急呼び出しなどをリアルタイムで把握。	・事故防止 ・救急救命	アクティビティトラッカー
BtoBtoC	健康保険組合	加入者が心拍データなどを測定し、自分の健康管理に役立てる	・健康促進 ・医療費削減	アクティビティトラッカー
	スポーツジム	利用者の心拍データなどを測定し、施設以外の日常生活も含めた適切な指導を行う。	・健康促進 ・トレーニング効率向上 ・顧客満足度向上	アクティビティトラッカー
	観光・観戦	観光客やスポーツの観客へ解説やデータの字幕表示を行う。	・顧客満足度向上	スマートグラス

ウェアラブルデバイスを活用した代表的な企業事例

<<一般消費者への実態調査より抜粋>>

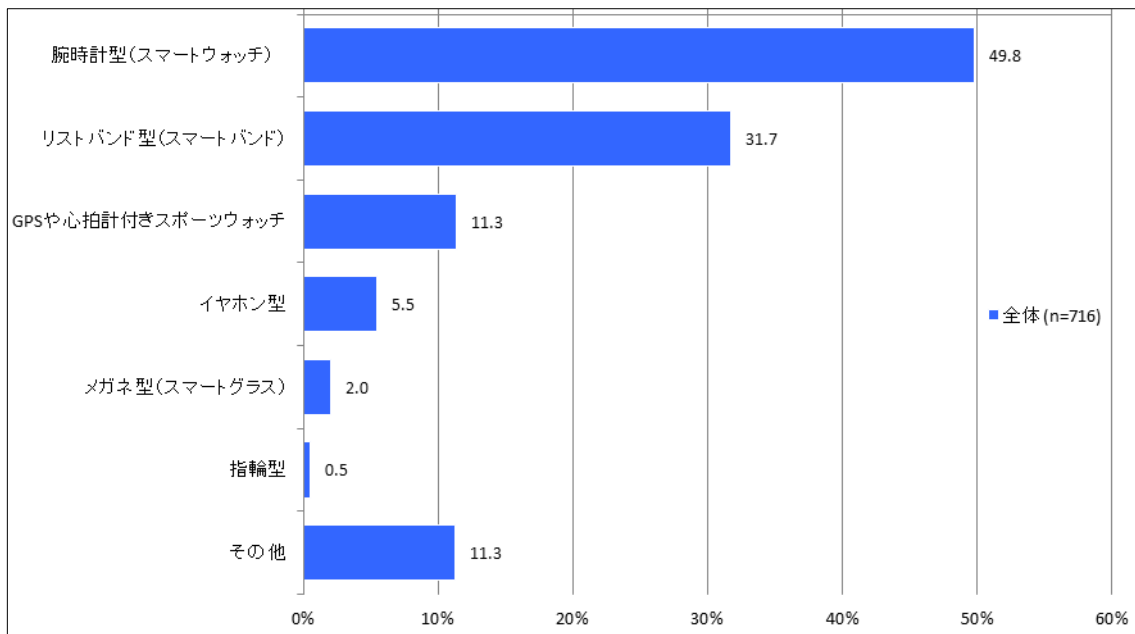
■利用経験者は4.3%、スマートフォンユーザーの3割以上が「興味関心あり」



ウェアラブルデバイスの利用率

ウェアラブルデバイスの利用率は、「現在利用している」が2.2%、「過去に利用していたが、ここ3カ月は利用していない」が2.1%となりました。両者を合わせた利用経験者は4.3%であり、利用者はまだ限定的です。一方で、「利用したことはないが、興味はある」が24.5%存在しており、利用経験者と合わせておおよそ3分の1のスマートフォンユーザーは興味関心を持っているという結果になりました。

■利用しているウェアラブルデバイスは、腕時計型49.8%。リストバンド型が31.7%

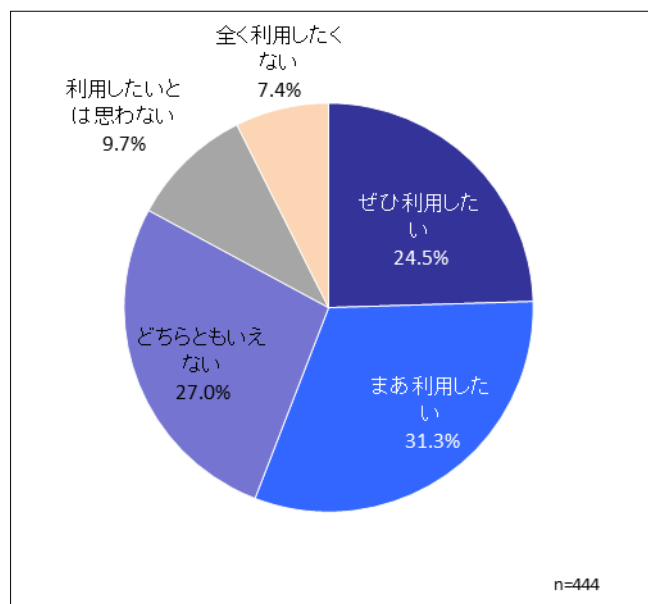


利用しているウェアラブルデバイスのタイプ

最も利用率が高いのは、「腕時計型 (スマートウォッチ)」の49.8%です。次いで高いのは「リストバンド型 (スマートバンド)」の31.7%で、「GPSや心拍計付きのスポーツウォッチ」は、マラソンやランニング、登山などの用途での利用に特化された製品であり、利用者が限られることもあり11.3%にとどまっています。

スマートウォッチやスマートバンドがウェアラブルデバイスの主流となっており、その他のタイプの端末の利用は限定的であるといえます。

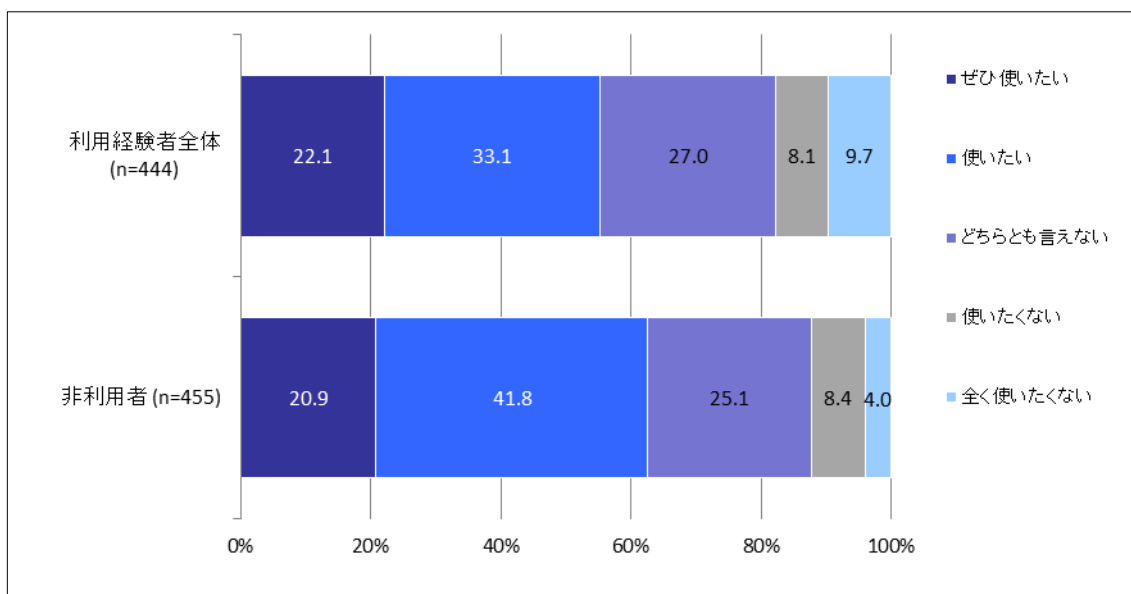
■55.8%のユーザーが決済機能に利用意向あり



利用経験者の決済機能の利用意向

海外ではウェアラブルデバイスにNFCを搭載し、決済で利用する動きもみられます。ウェアラブルデバイスで決済を行える場合の利用意向を聞いたところ、決済機能を「ぜひ利用したい」と回答した人は24.5%、「まあ利用したい」と回答した人は31.3%であり、両者を合わせると55.8%が決済機能に対して好意的です。

■勤務先や健康保険組合からウェアラブルデバイスを支給された場合の利用意向は約6割



勤務先や健康保険組合から支給されたとした場合の利用意向

企業や健康保険組合では従業員や組合加入者に対してウェアラブルデバイスを支給し健康管理の促進を図ることで、病気を未然に防ぎ医療費の抑制につなげる動きが見られます。勤務先や健康保険組合からウェアラブルデバイスが支給された場合を想定した利用意向では、利用経験者、非利用者ともに6割が利用意向を示しています。

■調査概要

●利用率調査

目的：一般的なスマートフォンユーザーを対象に、ウェアラブルデバイスの認知度と利用率を調査するため

調査対象：スマートアンサーの保有するアンケートパネルから条件抽出

有効回答数：16,468サンプル

調査対象：スマートフォンでインターネットを利用している13歳以上の個人

調査手法：Webアンケート

調査期間：2015年11月26日（木）～11月30日（月）

調査企画：株式会社インプレス インプレス総合研究所

●非利用者の利用意向調査

目的：ウェアラブルデバイスを認知しているが利用していない人を対象に、今後の利用意向を把握する

調査対象：上記利用率調査の回答者のうち、ウェアラブルデバイスを認知しているが利用経験がない人

有効回答数：444サンプル

調査手法：対象者にメールを送付し、Web上のアンケートフォームへ誘導

調査期間：2015年11月30日（月）～12月1日（火）

●利用経験者の実態調査

目的：ウェアラブルデバイスの利用経験者を対象に、利用実態の詳細を把握する

調査対象：上記利用率調査の回答者のうち、ウェアラブルデバイスを利用した経験のある人

有効回答数：455サンプル

調査手法：対象者にメールを送付し、Web上のアンケートフォームへ誘導

調査期間：2015年11月30日（月）～12月2日（水）

<<本調査結果の掲載レポート>>

本調査はウェアラブルビジネス調査報告書2016にまとめています。

本書ではウェアラブルビジネスの市場概況、企業および個人での最新利用動向、ユーザーの動向、今後の展望など、ウェアラブル市場の今を多角的に分析した報告書となっています。

第1章の「市場概況」では、ウェアラブル市場を理解するうえで不可欠な市場の動向、ウェアラブルデバイスの利用用途やプレイヤーを整理した産業構造の分析、最新の企業および消費者の利用動向や今後の展望などを中心に分析しています。

第2章の「国内・海外企業の動向」では、国内7社および海外23社の動向をまとめています。EPSONやFitbitなどのデバイスメーカー、NTTデータなどのソフトウェア開発者のビジネス事例などを掲載。また、海外企業が行っているウェアラブルデバイスを利用した新しいビジネスについて解説しています。

第3章の「ユーザーの利用実態と非利用者の今後の利用意向」では、スマートフォン利用者を対象としたアンケートの調査結果を掲載。ウェアラブルデバイスの利用者と非利用者それぞれに対して調査を行っています。調査項目は、ウェアラブルデバイスの利用率や利用している機能、利用頻度、決済機能の利用、企業や

健康保険組合から配布された時の利用意向など25の調査項目を掲載しています。

第4章の「主要なウェアラブルデバイス一覧」では、ウェアラブルデバイスを4分類し、全47デバイスの特徴を解説。

また本書の付録として第3章「ユーザーの利用実態と非利用者の今後の利用意向」に掲載されているグラフの元データもCD-ROMに収録しています。

■調査報告書の製品形態、および販売に関するご案内

書名 : ウェアラブルビジネス調査報告書2016

著 : 森田秀一

著・編 : インプレス総合研究所

発行所 : 株式会社インプレス

発売日 : 2015年12月22日 (火)

価格 : CD (PDF) 版 85,000円 (税別)

CD (PDF) + 冊子版 95,000円 (税別)

判型 : A4判

ページ数 : 238ページ

詳細、ご予約は右よりご覧ください。 <https://r.impressrd.jp/iil/wear2016>

目次は添付資料をご覧ください。

以上

【株式会社インプレス】 <http://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計7,000万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」、「SmartGrid ニュースレター」、「Web 担当者 Forum」等の企業向け IT 関連メディアブランドを総合的に展開、運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、及びデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <http://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：関本彰大、証券コード：東証1部9479）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「モバイルサービス」を主要テーマに専門性の高いコンテンツ+サービスを提供するメディア事業を展開しています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス 広報担当：丸山

TEL：03-6837-5034 E-mail：pr-info@impress.co.jp URL：<http://www.impress.co.jp/>