

■ 『ウェアラブルビジネス調査報告書2016』 目次

はじめに

第1章 市場概況

- 1.1 「ウェアラブル」の定義と歴史
  - 1.1.1 「ウェアラブル」の歴史
  - 1.1.2 ウェアラブルデバイスの定義
  - 1.1.3 ウェアラブルデバイスの分類
- 1.2 デバイスの普及動向
  - 1.2.1 ウェアラブルデバイスの世界市場規模
  - 1.2.2 Apple Watch登場で盛り上がるスマートウォッチ市場
  - 1.2.3 日本市場の動向
- 1.3 ウェアラブルビジネスの市場構造
  - 1.3.1 ウェアラブルデバイスの利用用途
  - 1.3.2 ウェアラブルビジネスの構造
  - 1.3.3 ウェアラブルデバイスのプレイヤー
- 1.4 企業向けビジネスの動向
  - 1.4.1 健保組合、スポーツクラブなどでのB2B2C活用に道筋
  - 1.4.2 スマートグラスもまずは法人市場から
  - 1.4.3 スマートウォッチ業務利用はアプリが鍵
  - 1.4.4 健康増進のさらに先——医療・介護への発展は？
- 1.5 個人向けビジネスの動向
  - 1.5.1 大本命「Apple Watch」が発売
  - 1.5.2 Android Wear陣営も着実に発展
  - 1.5.3 アクティビティトラッカーが事実上の主役か
  - 1.5.4 個人向けスマートグラスは「スポーツ用」が起爆剤となるか
- 1.6 今後の展望と課題
  - 1.6.1 飛躍は2017年
  - 1.6.2 決済端末としての可能性
  - 1.6.3 IoTの進展がウェアラブルに与える影響
  - 1.6.4 「Apple Watch」の次の一手は？
  - 1.6.5 サードパーティアプリの熟成
  - 1.6.6 Apple WatchでもAndroid Wearでも利用できるアプリ
  - 1.6.7 使い勝手の更なる向上
  - 1.6.8 認知度向上に向けて
  - 1.6.9 利用者のプライバシー保護

- 第2章 国内・海外企業の動向
  - 2.1 国内のウェアラブルビジネス事例
    - 2.1.1 セイコーエプソン
    - 2.1.2 Fitbit
    - 2.1.3 NTTドコモ
    - 2.1.4 SONY
    - 2.1.5 エヌ・ティ・ティ・データ
    - 2.1.6 エムティーアイ
    - 2.1.7 JINS
  - 2.2 海外の先進的なウェアラブル事例
    - 2.2.1 NYMI
    - 2.2.2 Uno Noteband
    - 2.2.3 Pivotal Living Band
    - 2.2.4 Ritot
    - 2.2.5 Cicret Bracelet
    - 2.2.6 Sensoria Fitness Socks Bundle
    - 2.2.7 Stridalyzer
    - 2.2.8 Gaiteye
    - 2.2.9 Boogio
    - 2.2.10 ATLAS WRISTBAND
    - 2.2.11 MOOV NOW
    - 2.2.12 OWLET
    - 2.2.13 Sproutling
    - 2.2.14 WhistleGPS
    - 2.2.15 FitBark
    - 2.2.16 Tagg
    - 2.2.17 Connected Collar
    - 2.2.18 CUR
    - 2.2.19 Dialog
    - 2.2.20 BioStamp
    - 2.2.21 Lechal
    - 2.2.22 Metaglass
    - 2.2.23 Zenobase

- 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
  - 3.1 調査概要
    - 3.1.1 調査概要
  - 3.2 留意事項
    - 3.2.1 集計方法について
    - 3.2.2 誤差について
  - 3.3 回答者のプロフィール
    - 3.3.1 認知及び利用率調査
    - 3.3.2 非利用者の意向調査
    - 3.3.3 利用経験者の実態調査
  - 3.4 認知度と利用状況
    - 3.4.1 認知度
    - 3.4.2 利用率
    - 3.4.3 利用しているウェアラブルデバイスのタイプ
    - 3.4.4 知っているウェアラブルデバイス
    - 3.4.5 利用経験者のプロフィール
  - 3.5 利用経験者の利用実態
    - 3.5.1 利用目的
    - 3.5.2 利用機能
    - 3.5.3 リストバンド型（スマートバンド）のディスプレイの有無
    - 3.5.4 購入場所
    - 3.5.5 利用頻度
    - 3.5.6 利用頻度の変化
  - 3.6 利用経験者の評価
    - 3.6.1 満足度
    - 3.6.2 不満な点
    - 3.6.3 利用経験者の再購入意向
  - 3.7 今後の意向
    - 3.7.1 利用経験者の利用していないタイプの端末に対する興味関心
    - 3.7.2 非利用者のウェアラブルデバイスに対する興味関心
    - 3.7.3 利用したくない理由
    - 3.7.4 利用したい目的
    - 3.7.5 決済機能の利用意向
    - 3.7.6 送信したくないデータ
    - 3.7.7 勤務先や健康保険組合から支給されるとした場合の利用意向
    - 3.7.8 勤務先や健康保険組合から支給されるとした場合に送信したくないデータ

## 【参考資料】



An **impress** Group Company

### 第4章 主要なウェアラブルデバイス

#### 4.1 アクティビティトラッカー

##### 4.1.1 リストバンド型

##### 4.1.2 スポーツウォッチ

##### 4.1.3 その他

#### 4.2 スマートウォッチ

#### 4.3 スマートグラス

#### 4.4 その他