



AQUARIUS 最先端研究所 《ニュースリリース》 2006/12/6

お世話になっております。
 アクウェリアスと申します。
 リリースをお送りしますので、よろしく願いいたします。

モーションメディアビジネス、ホームロボット先端市場を牽引へ

- アクウェリアス調査-

http://www.aqu.com/aqu-news/2006-12-6.pdf	ニュース
http://www.aqu.com/robot-media-business/index.htm	調査概要
http://www.aqu.com/robot-media-business/all-image.jpg	概観・CD-ROM 付
http://www.aqu.com/robot-media-business/contents.pdf	表紙・目次
http://www.aqu.com/robot-media-business/sample.pdf	報告書サンプル
http://www.aqu.com/	メインホームページ

★ このたび、ユビキタス先端ビジネスの調査コンサルティング会社である、アクウェリアス社 (AQUARIUS 最先端研究所) (千葉市中央区、代表、子安克昌)は、「ロボットメディアビジネスの展望と戦略 - ネットロボットおよび、ロボットコンテンツのビジネス戦略と需要動向、市場予測に関する調査 -」(最先端調査シリーズ)をマルチクライアントの形で調査、発刊した。

同社によれば、モーション (動きのある) メディア端末としてのロボットは、ラジオ、テレビ、パソコン、携帯電話に次ぐ、第五のメディアの可能性が考えられている。これは、ロボットが簡単にインターネット、携帯電話などのネットワークにつながることで、とくに自律型ロボットというよりも、コントロール型ロボットに向くシナリオと考えられる。ビジネス的には、ネットワークのサーバー依存型にすることで、さまざまな機能をロボットそのものにかかるコスト的負担を軽減することができ、コンシューマ市場に対し、戦略的な事業を進めていける可能性があるとしている。

同社では、5年後の2011年、パーソナルロボットの市場規模を1,000億円、コンテンツサービス関連、300億円規模と予測しているが、モーションメディア端末としてのロボット、関連コンテンツは、プラットフォームの整備、製品サービスの認知・浸透に、やや時間はかかるものの、ロボットコミュニティを活用したビジネスモデルの構築、魅力あるコンテンツづくり、広告業界の積極的なアプローチ等により、将来的に有望市場に育ってゆくものとみている。



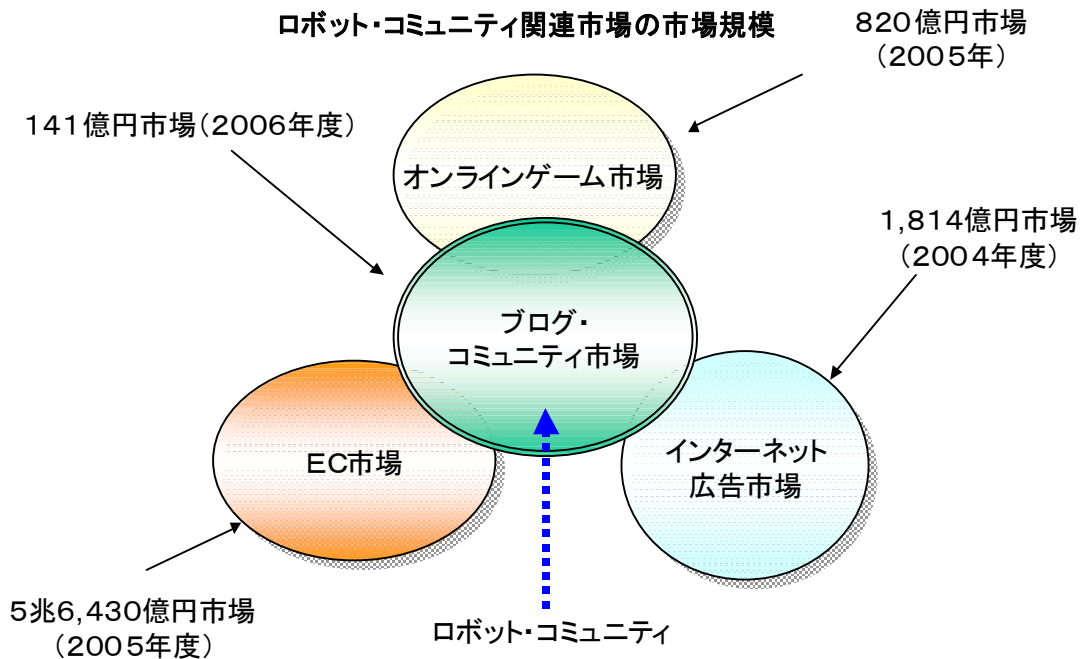
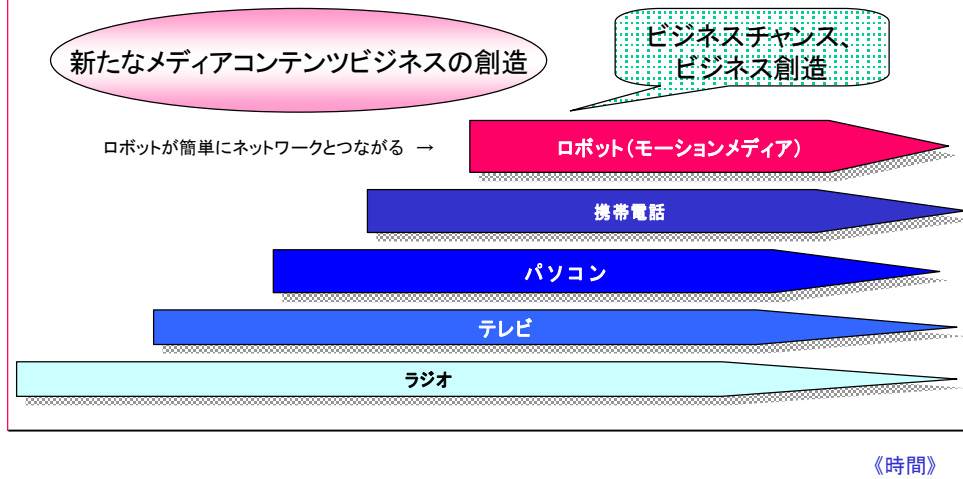
- 日本におけるオンラインゲーム市場の市場規模は、**2005** 年で **820** 億円と、**04** 年の **578** 億円から **42%** 増加している。
- 今後、オンラインゲームの発展とともに、モーションメディアとしてのロボットが融合し、このロボットコミュニティが発展し、家庭のロボットが入出力端末として機能してゆくことが想定される。この場合、ロボットキャラクターがサイバー上でもバーチャルロボットとして、機能することが考えられる。
- 時代の方向、ビジネス着眼点は、サイバーとリアルとの融合という考え方が、ひとつのスタイルとなっている。その意味で、サイバー空間とリアル世界のモーションメディアとしてのロボットが融合してゆく可能性が高い。
- 今回のアンケート調査では、モーション(動き)のあるロボット端末は、ラジオ、テレビ、パソコン、ケータイに次ぐ、第5のメディアとして発展してゆくか? との設問に対して、「大いに発展してゆく」、「発展してゆく」は合わせると、**68%**に達する。三人に二人は、今後のビジネスについて明るくとらえている、ということが伺える。自律型ロボット、コントロール型ロボットの関心度の対比では、自律型ロボットよりもコントロール型ロボットのウエイトが高かったこともあり、この結果は、当該市場の発展を強くイメージさせるといえる。ロボット開発者の多くは、知能型ロボットのような自律的なロボットに夢や理想を持ちたい傾向があるものと考えられるが、マーケット、ビジネスとしては、コントロール型ロボットでのビジネス展開は、現時点で有望と考えられる。ビジネスとしての関心度は高い。会社ビジネスとしては、プラットフォームビジネス、番組の企画開発、システム開発、コンテンツ開発が多い。いっぽう、個人ビジネスについては、コミュニティの盛り上げ、キャラクタービジネスなどが多い。当該市場のような新市場は、参加者、参加会社全体が、**win-win** の関係を築き上げてゆくことが大切と考えられ、その意味では、全体コンセプトを司る、プラットフォームビジネスのあり方が問われることとなる。
- 政府レベルの話になるが、日本経団連の産業問題委員会エンターテインメント・コンテンツ関係者連携に関する懇談会では、三井不動産S&E研究所所長が、「楽しさに出会えるコミュニティや近景で勝負する街づくりの必要性を訴え、日本のキラークンテンツであるキャラクターを都市空間に生かすべきだとしている。また、日本発コンテンツの空間化・体系化・産業化を図るため、個別・分散的であるコンテンツを総覧できるような「ゲーム・アニメ・ロボット博覧会」を開催すること、また、博覧会の跡地をテーマパークとして日本発コンテンツの殿堂とすることや博覧会を契機にキャラクターロボットの技術革新を進め、キャラクターロボットがいる魅力的な都市空間を創っていくことを提唱している。また時期については、2008年の北京五輪、2010年の上海万博による中国のデモンストレーションを踏まえ、世界が注目するタイミングで、日本としてのアピールを行うべきであるとしている。

以下、調査結果のポイントとしては、以下のようなものがある。

【調査ポイント】

第五のメディアの可能性

(ラジオ、テレビ、パソコン、携帯電話、そしてロボット)



【アンケート結果概要】

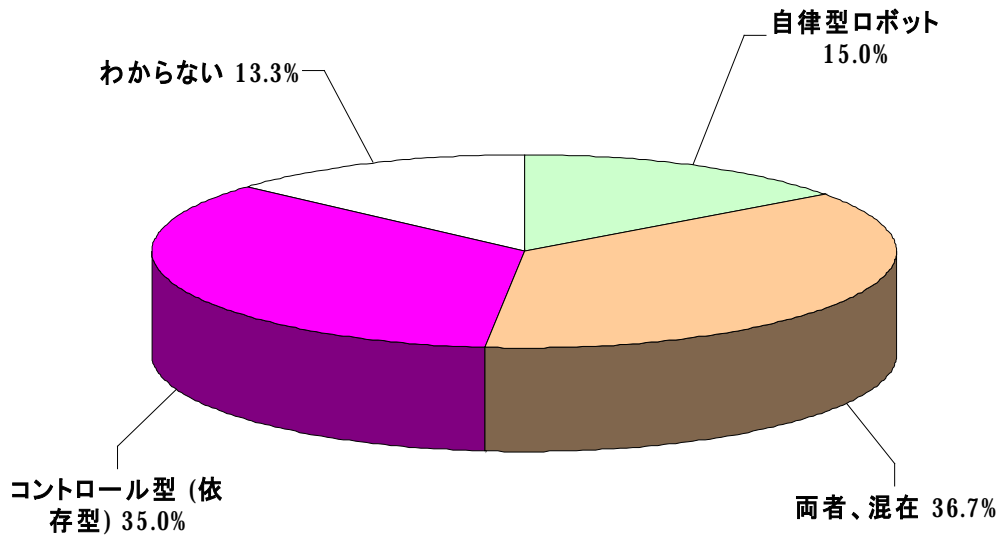
■Q1. ロボットコンテンツ配信サービスの需要度

ロボットをインターネットに接続して、コンテンツをダウンロードできるシステム、ロボットの新しいスタイルについて、たずねたところ、「とても親しみがもてる」、**12.7%**、「親しみが持てる」**44.3%**で、**50%**強の人が好意的である。「親しみは持てない」「まったく親しみは持てない」は合わせても **15%**程度に過ぎない。おおむね、今回の新しいロボットのスタイルは、好意的に受け入れられていると考えられる。

■Q2. 家庭用ロボットのイメージ、自律型ロボットとコントロール(依存)型ロボット

家庭用ロボットのイメージは、自律型ロボットのイメージは **15%**程度と少なく、高度に智能化しなくても、人間の命令に素直に従って行動するようなコントロール型(依存型)ロボットのイメージは **35%**と、比較すると、ややウエイトが高い。ただし、これら両者の混在型も **36.7%**となっている。近未来的には、コントロール型のロボットの方が親近感を持って迎えられすが、将来的には、自律型ロボットも受け入れられてゆくだろう。ただ、さまざまなロボットが家庭内に入ってゆくとすれば、こうした両者の混在型もひとつの流れと考えられる。

【家庭用ロボットのイメージ】



■Q3. ロボットコンテンツ、期待する番組

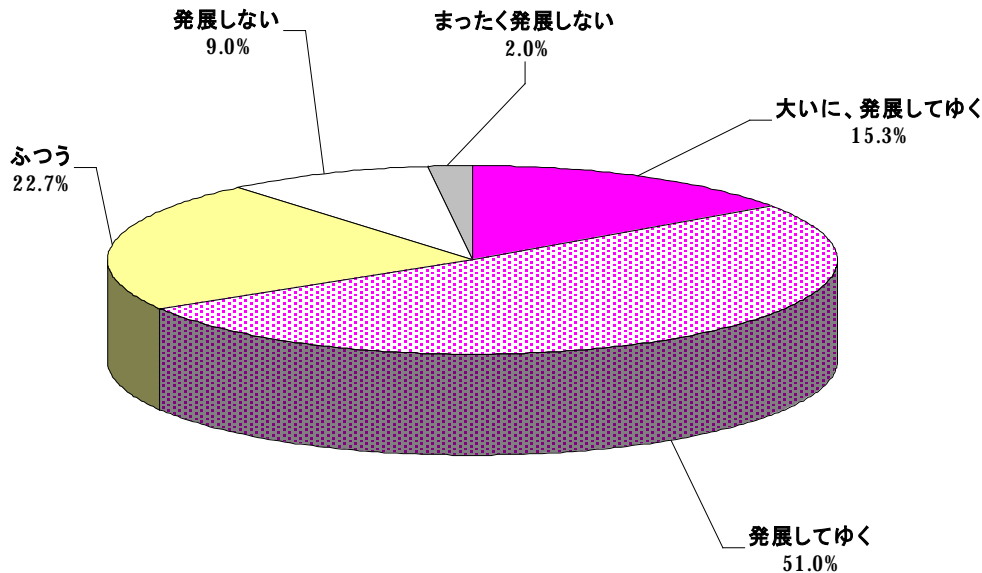
期待されるロボットコンテンツでは、ニュース・天気予報と音楽が最も多く、英会話などの教養番組、ゲーム、踊り・ダンス、世界の最新情報・話題などが続いている。新しいサービスだけに、まだイメージが定まっていない面もあるが、ロボット番組として定着してゆけば、さまざまなコンテンツが発信されてくるだろう。バラエティ番組、宣伝広告、特別ボイス情報サービスなど、実際のサービスでは、工夫しだいで、意外に人気を得る可能性もある。コンテンツ開発では、パートナー企業の活躍も期待される。

■Q4. ロボットのコミュニティについて

インターネットにつながったロボットのコミュニティとしては、同じロボットのユーザーの集まり(ハード中心) **11.7%**、さまざまなロボットのユーザーの集まり **54.3%**となっている。同じロボットのユーザーという、クローズド的なものよりも、さまざまなロボットのユーザーというオープンなものの方がウエイトが高い。コンテンツ配信のプラットフォームをどのようにつくるかがポイントではあるが、将来的には、さまざまな形態のコミュニティがでてくるものと予想される。

■Q5. ロボット・モーション端末、第5のメディアの可能性について

【.ロボット・モーション端末、第5のメディアの可能性】



モーション(動き)のあるロボット端末は、ラジオ、テレビ、パソコン、ケータイに次ぐ、第5のメディアとして発展してゆくか? との設問に対して、「大いに発展してゆく」、「発展してゆく」は合わせると、**66%**に達する。三人に二人は、今後のビジネスについて明るくとらえている、ということが伺える。設問 2 における自律型ロボット、コントロール型ロボットの対比では、自律型ロボットよりもコントロール型ロボットのウエイトが高かったこともあり、この結果は、当該市場の発展を強くイメージさせるといえる。

ロボット開発者の多くは、知能型ロボットのような自律的なロボットに夢や理想を持ちたい傾向があるものと考えられるが、マーケット、ビジネスとしては、コントロール型ロボットでのビジネス展開は、現時点で有望と考えられる。

※(2006年11月13日～11月23日実施、有効回答数、300名)

※ その他、アンケート調査では、アバター(仮想空間・ネット上のキャラクター)を使ったコンテンツ配信、ビジネスプラットフォーム、ビジネスチャンスと、参入意向、広告の可能性・期待について、インターネット対応ロボットの種類などの設問がある。

(※詳細は報告書に掲載)

【お知らせ】

家庭の主婦、受験を控えた中学生、高校生をメインターゲットとしたテレビ番組、「ケンちゃんの晩めし前」(テレビ東京:月曜日から金曜日 17:25～30分)、12月の番組の一部について、協力させていただきました(⇒ AQUARIUS 最先端研究所)。日経ブロードバンドのインターネット放送でも流れるメディアミックスです。<http://www.nikkei.co.jp/bb>

