

<最先端市場調査企画>

香り通信、ゆらぎ通信の可能性と ビジネス戦略、市場予測に関する調査

- 臨場感通信時代へ向けた付加価値、キラーアプリケーションの動向と市場展望 -

[調査報告書]

2006年10月

- Marketing & Consulting -

アクウェリアス社

AQUARIUS CO., LTD.

AQUARIUS 最先端研究所

臨場感通信ビジネス調査プロジェクト

〒260-0027 千葉市中央区新田町36-15

千葉テックビル6F F L P C

TEL 043-204-1258 FAX 043-204-1316

<http://www.aqu.com/>

Info@aqu.com



<最先端市場調査企画>

香り通信、ゆらぎ通信の可能性と ビジネス戦略、市場予測に関する調査

- 臨場感通信時代へ向けた付加価値、キラーアプリケーションの動向と市場展望 -

[調査報告書]

2006年10月



- Marketing & Consulting -

アクウェリアス社

AQUARIUS CO., LTD.

AQUARIUS 最先端研究所

臨場感通信市場調査プロジェクト

〒260-0027 千葉市中央区新田町36-15

千葉テックビル6F F L P C

TEL 043-204-1258 FAX 043-204-1316

<http://www.aqu.com/>

Info@aqu.com



はじめに

現在の香り発生器は、パソコンからコントロールできる高機能芳香機、非接続の簡易型芳香器、空気清浄効果もある高機能芳香機などがある。

通信対応の香り発生器は、現時点の市場規模はまだ、黎明期の段階にあるが、通信プラットフォーム等の整備により、今後、50～100%の高成長市場となってゆくものと予想される。

映画、音楽コンテンツにおいては、今後、香りコンテンツがプラスされてゆくものとみられ、その意味で、ハード、ソフト、消耗品(精油、アロマ関連等)のニーズは拡大する。

中長期的に見た場合、大市場に発展してゆくものと考えられる。それは、将来的に香りの出るテレビ、香りの出る自動車、香りの出る携帯電話等、本格的な製品群が予想されるからである。その意味で、通信対応専用機のみが普及著しい、というものではなく、複合機タイプの開発製品化が加速、発展してゆき、芳香剤、消耗品(精油、アロマ関連等)も堅実な成長が予測される。

消臭、脱臭、除菌市場は1000億円市場(2005年度)、年率3～5%の市場成長であるのに対し、アロマセラピー関連市場は795億円(2005年度)、年率、13%成長となっている。周辺の癒しグッズ等を含めると、1500億円市場といった見方もなされている。癒し健康産業の市場拡大は継続してゆくものと見られる。こうした関連市場の状況を考えると、今後、アロマ関連、健康、美容、癒し関連の香りビジネスは大きく拡大してゆくものと予想される。

先行企業の中には、「香り通信は実は相当な市場がある」「100億円規模のビジネスにしたい」という考え方をしている企業もあり、一般的には、従来産業にどっぷりつかった企業が多いこともあり、当該市場の今後のビジネスチャンスは大きいものがあると考えられる。

とくにパソコンに接続可能な香り発生器は、ワールドワイドで見た場合、分かりやすい製品であり、全世界に普及してゆくものと見られる。またパソコンユーザー主体の機器市場拡大の流れのほか、ハードの新製品としての香り発生テレビ、携帯電話、空気清浄機、エアコン、、、等の複合タイプも登場し、市場規模は、拡大、最終的には、複合機のトータル市場も巨大になってゆくものと考えられる。

当調査では、香り通信、ゆらぎ通信の可能性とビジネス戦略、市場予測を行うとともに、需要家へのアンケートを実施することで、今後のあるべき香りビジネスの戦略展望をまとめた。当調査報告書が、貴社の事業戦略の一助となれば幸いである。

2006年10月末日



- Marketing & Consulting -

アクウェリアス社

AQUARIUS CO., LTD.

AQUARIUS 最先端研究所

臨場感通信ビジネス調査プロジェクト

〒260-0027 千葉市中央区新田町36-15

千葉テックビル6F F L P C

TEL 043-204-1258 FAX 043-204-1316

<http://www.aqu.com/>

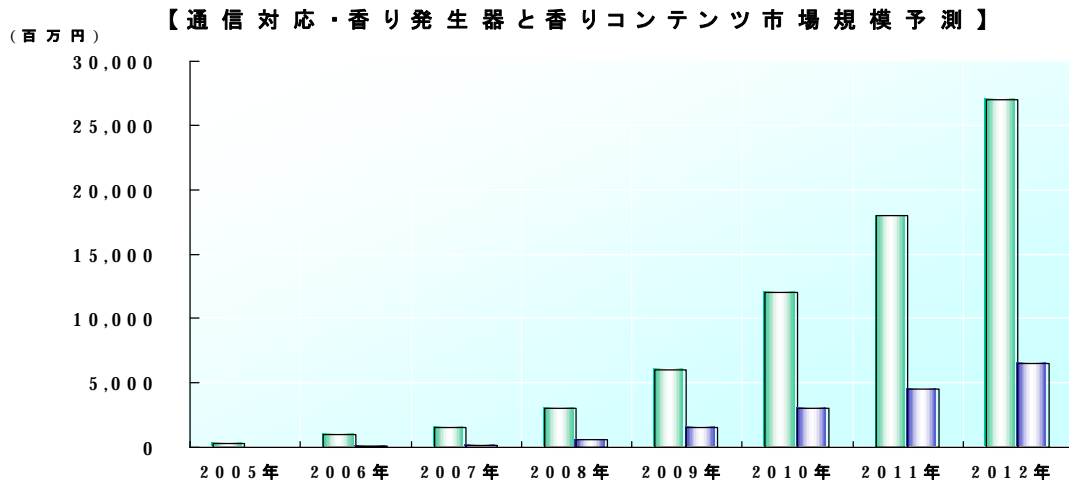
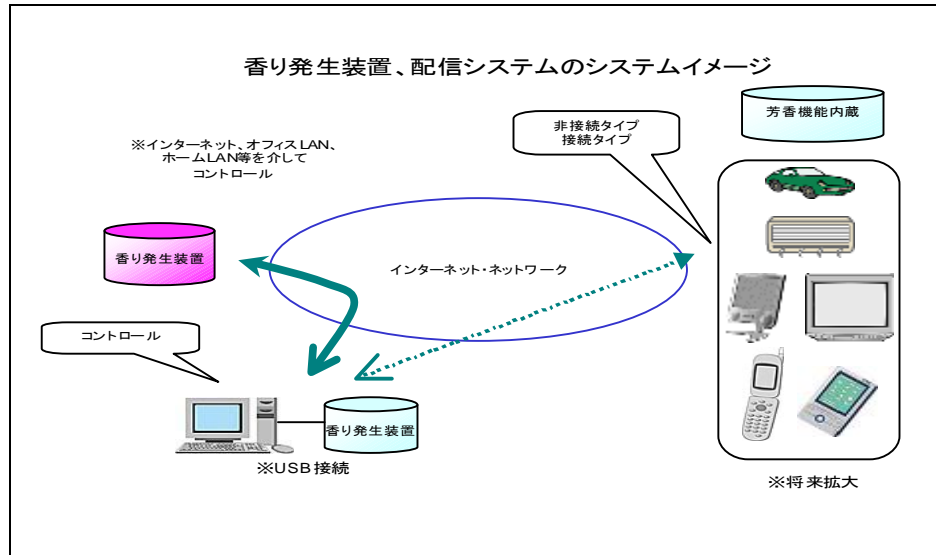
Info@aqu.com

【調査概要】

1.調査テーマ

香り通信、ゆらぎ通信の可能性とビジネス戦略、市場予測に関する調査
- 臨場感通信時代へ向けた付加価値、キラーアプリケーションの動向と市場展望-
【調査報告書】

2.調査ポイント



- 調査スケジュール
- 調査担当

2006年8月1日～2006年10月末日



- Marketing & Consulting -
アクウェリアス社
AQUARIUS CO., LTD.
AQUARIUS 最先端研究所
臨場感通信市場調査プロジェクト

【目次】

■第1章. 次世代コンテンツビジネス市場編 -----	1
◆ユビキタス時代の臨場感コンテンツビジネスの課題と展望-----	2
(1). 現状の音楽配信の市場動向と展望と課題-----	2
(2). 現状の映像配信の市場動向と展望と課題-----	3
(3). 新たな五感通信の可能性と展望-----	4
(4). 注目される臨場感通信の技術動向-----	4
3D、立体サウンド、五感通信技術等の動向	
(5). 臨場感通信における臭覚、触覚技術の動向-----	5
(6). 感性コミュニケーション、音楽（聴覚）、映像（視覚）から-----	7
臭覚（香り通信）コンテンツへの可能性	
(7). ユニバーサルコミュニケーションの市場規模と予測-----	8
(8). 臨場感（立体映像ビジネス）の市場規模と予測-----	10
(9). 香り通信の市場規模と予測-----	11
(a). 香り通信（香り発生器）の市場規模予測-----	11
(b). 香り発生器の機種別市場展望-----	12
(c). 香り発生器とコンテンツ市場の予測と展望-----	14
(10). ゆらぎ通信の市場規模と予測-----	16
■第2章. 香り通信コンテンツビジネス市場編 -----	18
1. 香りの効用と、香り通信、香りコミュニケーションネットワーク-----	19
(1). アロマセラピー（芳香療法）の効用-----	19
a. 生理作用-----	19
b. 心理作用-----	19
c. 抗菌作用-----	19
d. 生体リズムの調節作用-----	20
e. 香りと医療-----	20
f. 嗅覚と遺伝子-----	20
g. 嗅覚と脳のメカニズム-----	21
(2). アロマセラピービジネス-----	22
(3). 香りと空間デザイン-----	23
(4). 香り発生装置と、配信システム-----	23
(5). 香り通信の導入事例（映画館・ホテル）-----	25
(6). 感性コミュニケーションサービスの未来-----	27
(7). 音楽、映像プラス香りによる臨場感コンテンツ-----	28
(8). 放送と「香り通信」の連携で創る新次元ソリューション-----	31
(9). 次世代香り通信、香りコミュニケーションネットワーク-----	31
2. 香り通信の今後の用途開発の動向-----	32
(1). 携帯電話（着信時、香りの出る携帯電話・・・）-----	32
(2). 教育、e-learning-----	32
(3). カタログ販売-----	32
(4). 医療機関-----	32
(5). ゲーム-----	32
(6). オフィス-----	32
(7). ホテル-----	32
(8). 店舗（スーパー、コンビニなど）-----	32
(9). 映画-----	32
(10). テレビ（香りの出るテレビ）-----	34
(11). 自動車（香りの出る自動車）-----	34
(12). その他-----	34

3. 香り通信ユーザー事例研究	35
(1). ホテル (T社)	35
(2). 映画会社 (S社)	36
(3). トヨタ自動車	36
(4). ディップネス	36
(5). ニッセン	36
(6). クインランド	36
4. 香り通信の市場規模推移	37
(1). ブロードバンドコンテンツの市場規模と予測	40
(2). ユビキタス、ユニバーサルコミュニケーションと臨場感通信	42
(3). 臨場感 (立体映像ビジネス) と香り通信の市場展望	42
(4). 香り通信のシステム構成	43
(5). 香り市場と空間デザイン	47
(6). レシピに連動した香り、レシピのダウンロード	48
(7). 芳香剤市場の動向	48
5. ゆらぎ通信の動向	51
(1). 「ゆらぎ通信」実験コンテンツ『スピリチュアル・ハーモニー』	51
(2). 「ゆらぎ通信」の仕組み	52
(3). 今後の展開	53
■第3章. 香り通信、ゆらぎ通信主要企業研究機関の調査分析	54
(1). フランステレコム	55
(2). M社	63
(3). NTTコミュニケーションズ株式会社	55
(4). エアアロマ株式会社	73
(5). 株式会社ピクセン	77
(6). 富士通株式会社	81
(7). ユニバーサルロボット	84
(8). セイコーエプソン株式会社	87
(9). プロモツール株式会社	90
(10). 株式会社資生堂	98
(11). 株式会社 辻ウェルネス	100
(12). ケイ・オブティコム	102
(13). 株式会社クインランド	104
(14). 株式会社アウル	106
(15). 大阪ウイントン株式会社	110
(16). 日本テレビ	114
(17). サンコー株式会社	116
(18). ソニー株式会社	118
(19). カネボウフーズ株式会社	120
(20). S有限会社	123
■第4章. 香り配信サービス需要分析編	125
1). 香り配信サービス・アンケート調査概要	126
2). 香り配信サービス、集計分析	128
■Q1. 消臭剤、芳香剤、香りについて	128
■Q2. 香り発生、香り配信の利用シーンについて	130
■Q3. 香り発生機器の種類	132
■Q4. ユーザー同士の香りコミュニケーションの交流場コミュニティについて	142
■Q5. ブロードバンドコンテンツとの連動配信	143
■Q6. 映画と連動した香り配信	144
■Q7. 音楽と連動した香り配信	146
■Q8. 香り発生複合機の価格について	148
■Q9. 香りコンテンツ、香りビジネスについて	150
3). 香り配信サービス・アンケート調査の実施サンプル	159