

各 位

2012年10月25日

株式会社インプレスR&D

<http://www.impressRD.jp/>

NFC で想定されるサービスへの関心度は 80.3%と期待は高い

『NFC ビジネス最新動向調査報告書 2013』

市場動向と企業の取り組み、NFC Forum の戦略、ユーザー調査まで網羅して

10月26日発行

インプレスグループで法人向け情報コミュニケーション技術関連メディア事業を手がける株式会社インプレス R&D（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：井芹昌信）のシンクタンク部門であるインターネットメディア総合研究所は、NFC ビジネスの最新動向を多角的に分析した『NFC ビジネス調査報告書 2013』の販売を10月26日（金）より開始します。

国際標準規格として、非接触 IC の次世代スタンダードとなりつつある近距離無線通信「NFC」（Near Field Communication）。2010年に標準規格が固まったことから、世界の各スマートフォン OS デベロッパーやグローバルメーカーが対応を開始し、NFC 対応サービスの実証実験や商用サービスの開始が相次いでいます。決済ビジネスだけでなく、クーポン利用やスマートポスターといった広告/O2O マーケティング、交通システム、家電連携など NFC の応用範囲は幅広く、日本向けにも、2012年冬モデルから NFC 対応スマートフォンの本格導入がスタートし、実証実験などの取り組みも増えつつあります。

NFC は、ビジネスを飛躍させる 1つの鍵として、決済や広告、小売りや交通をはじめとする多様なサービスプロバイダーや家電・モバイルメーカーにとっての期待が高まっています。

そこで本書では、NFC と同様に「かざす」ことで利用する FeliCa の利用状況や NFC で想定されるサービスに対する利用意向などを調査したほか、NFC の概要と特徴、ビジネスの種類や企業の取り組みなどを解説しています。また、NFC を推進する業界団体「NFC Forum」の田川晃一チェアマンへの特別インタビューも掲載しています。NFC の最新動向を把握したい企業にとって必読の一冊です。

具体的な内容は、次のとおりです。

第1章では、NFC の概要と特徴、ビジネスの種類や市場規模、NFC ビジネスとスマートフォンの関連などについて概要と最新動向を解説しています。

第2章では、NFCを推進する業界団体「NFC Forum」の田川晃一チェアマンへの特別インタビューを通じて、NFCの普及動向や、NFC Forumの今後の戦略などを紹介しています。

第3章では、応用範囲の広いNFCの活用状況として、すでにNFCを利用したサービス・製品、ソリューションなどの提供・実証実験を開始している日本国内の企業の取り組み動向をヒアリングし、まとめています。

第4章では、非接触IC活用のメイン分野として期待されている「決済」分野について、国内外の業界団体や企業の動きについて解説しています。国内キャリアの戦略についても紹介しています。

第5章では、NFCと同様に「かざす」ことで利用するFeliCaの利用状況を調べるとともに、NFCで想定されるサービスに対する利用意向などを調査し、単純集計や性年代別、利用タイプ別（非接触ICカード／おサイフケータイ／併用）のクロス集計表を掲載しています。また、CD-ROMには、プレゼンや発表資料に利用可能な集計データをExcelで掲載しています。

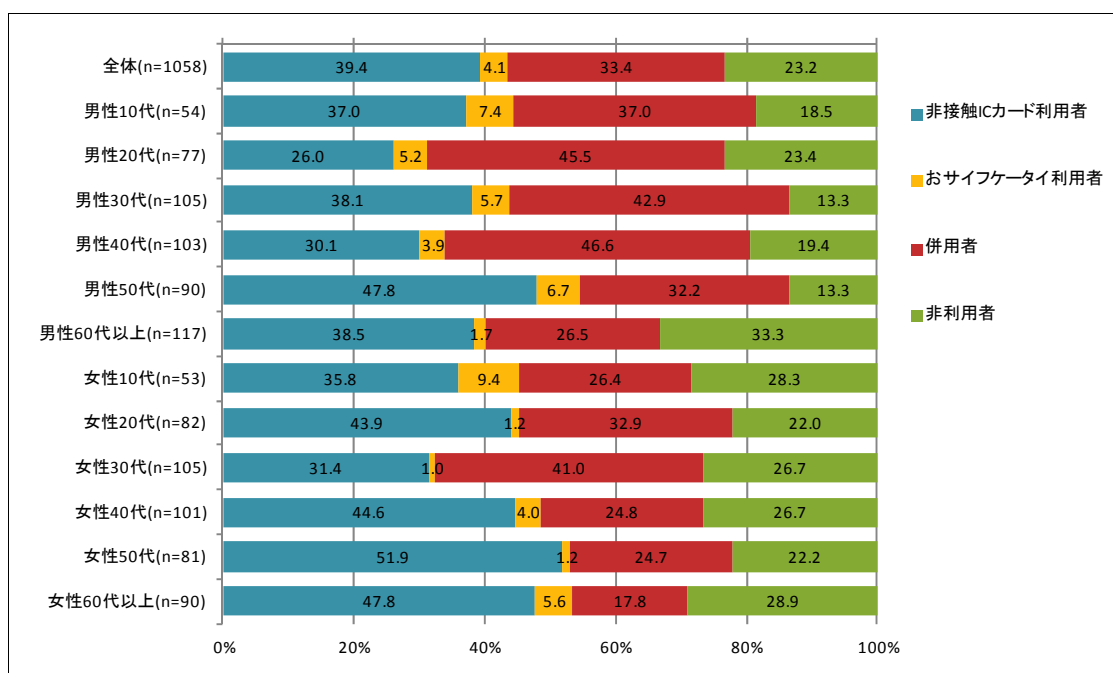
インプレス R&D インターネットメディア総合研究所では、今後も継続して、ITおよびインターネットの最新動向を調査し、報告していく予定です。

<<『NFCビジネス最新動向調査報告書 2013』の注目の調査結果>>

■おサイフケータイの利用者は37.5%

非接触ICカード及びおサイフケータイの利用状況を見ると、非接触ICカードのみの利用者（おサイフケータイは非利用）が最も多く、全体の39.4%を占めています。次いで、非接触ICカードとおサイフケータイの併用者の33.4%、非接触ICカードもおサイフケータイも利用していない非利用者が23.2%、おサイフケータイのみの利用者が4.1%となっています。おサイフケータイの利用者は33.4%と4.1%を合わせた37.5%となっています。

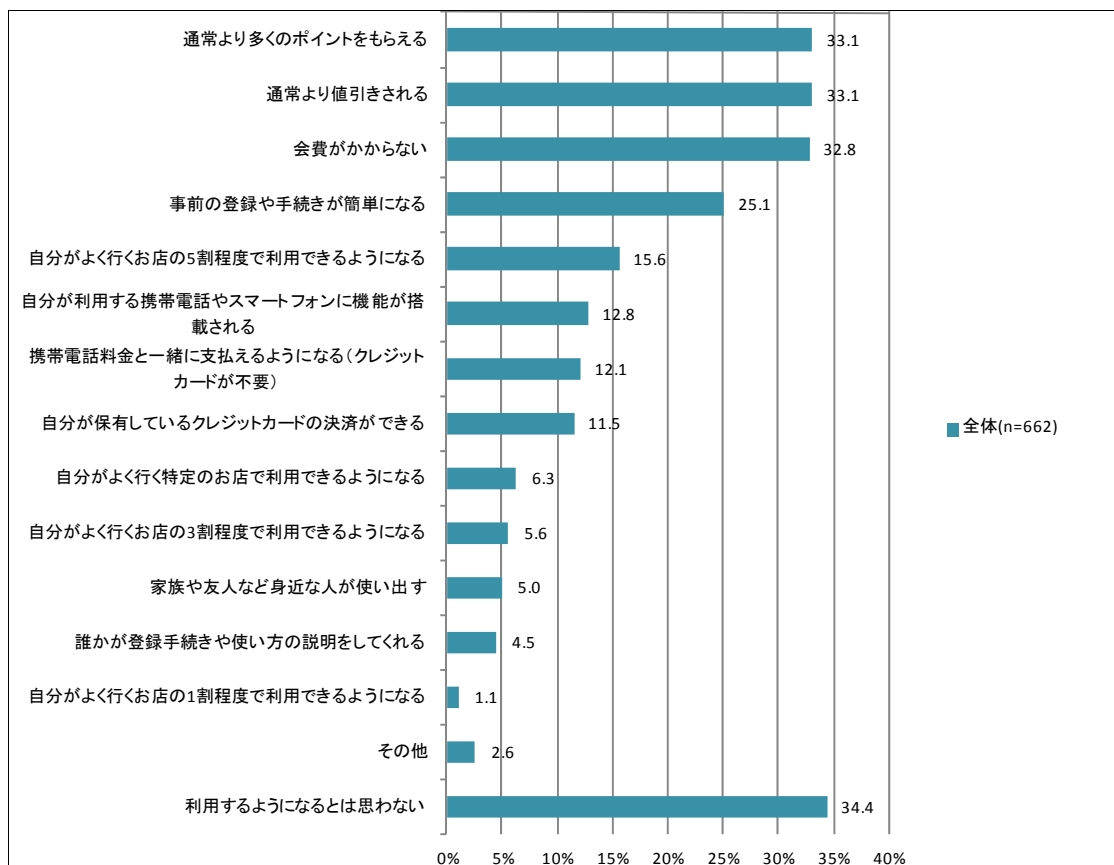
また、カードや携帯電話等をかざすことで利用できるサービスの利用者は76.8%となり、4人のうち3人がいずれかのサービスを利用していることになります。



資料1 性年代別非接触ICカードとおサイフケータイの利用状況

■おサイフケータイを利用するための条件は経済的なメリット

おサイフケータイ非利用者の、電子マネーとしておサイフケータイを利用するための条件では、「通常より多くのポイントもらえる」が 33.1%、「通常より値引きされる」が 33.1%、「会費がかからない」が 32.8%で並んで高く、経済的な恩恵や目に見える特典が重要な条件となります。一方で、「利用するようになるとは思わない」も 34.4%存在しています。また、「利用していない理由」として「機能が非搭載であること」をあげたユーザーは 31.1%であったが、利用するための条件として「自分が利用する携帯電話やスマートフォンに機能が搭載される」は 12.8%に留まっており、機能が搭載されることが必要十分条件ではないこともうかがえます。

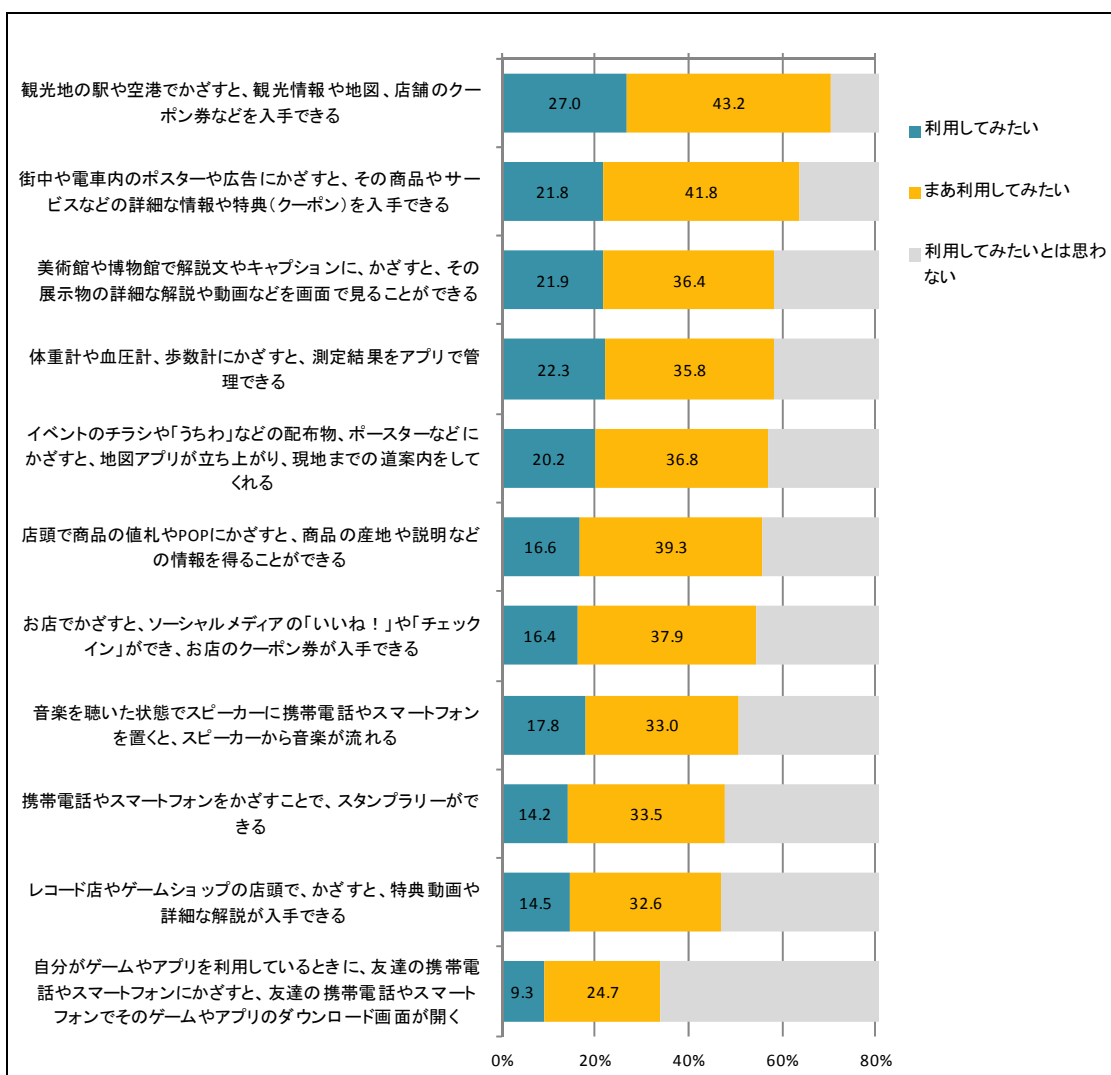


資料2 電子マネーとしておサイフケータイを利用するための条件（複数回答）

■NFCで想定されるサービスの利用意向は、事前登録不要で80.3%、必要で78.0%

NFCで想定されるさまざまなサービス(事前登録が不要なもの)について利用意向を聞いてみると、想定されるサービスのいずれかについて一つでも「利用してみたい」と回答した比率は 47.4%、「利用してみたい」とは回答していないが一つでも「まあ利用してみたい」と回答した比率は 32.9%となっています。両者を合わせると 80.3%のユーザーが NFC への関心を示しています。

同様に、事前登録が必要な NFC で想定されるサービスについての利用意向では、1つ以上のシーンで「利用してみたい」と回答したユーザーは 43.7%、「1つ以上のシーンで「まあ利用してみたい」と回答したユーザーは 34.3%であり、両者を合わせた比率は 78.0%とやはり高くなっています。



資料3 NFCで想定されるサービスの利用意向(事前登録が不要なもの)

<<調査報告書の製品形態、および販売に関するご案内>>

『NFCビジネス最新動向調査報告書 2013』

星 暁雄 著

インターネットメディア総合研究所 編

<<製品形態・販売価格一覧 >>

発売日 :2012年10月26日(金)(予約受付中)

価格 :CD(PDF)版 89,250円(税込)

CD(PDF)+冊子版 99,750円(税込)

判型 :A4判

ページ数 :138ページ

詳細、ご予約は右よりご覧ください。 → <http://r.impressrd.jp/iil/nfc2013>

弊社の調査報告書は「libura PRO(ライブラ・プロ)」からもご購入いただけます(新刊は近日登録予定)。

→ <https://libura-pro.com/>

※libura PROでは、誌面イメージを確認してから、ダウンロード版/CD版/冊子版を購入していただけるだけでなく、商品の興味のある一部分(現在は章単位)だけを選んで購入したり、選んだ部分をPOD(プリント・オン・デマンド)で製本してご購入いただくことができます。

インプレス R&D インターネットメディア総合研究所の調査報告書は、お客様のご利用ニーズに合わせ、簡易製本の冊子版、CD(PDF)版をご用意しております。

<<目次 >>

はじめに 目次

第1章 NFC 概説

- 1.1 NFC の概要と特徴
 - 1.1.1 活性化する NFC ビジネス
 - 1.1.2 なぜ NFC が注目されるのか
 - 1.1.3 きわめて手軽な操作性と広い応用範囲を持つ NFC
 - 1.1.4 NFC デバイスは既存の各種 IC カードと通信可能で、形態が自由
- 1.2 NFC 仕様策定の経緯
 - 1.2.1 10 年以上にわたる標準化活動の歴史
 - 1.2.2 NFC デバイスは複数タグの読み書き機能と複数のモードを実装
- 1.3 NFC ビジネスの種類と市場規模
 - 1.3.1 NFC 活用の重要分野
 - 1.3.2 NFC ビジネスの市場予測
- 1.4 NFC ビジネスとスマートフォン
 - 1.4.1 NFC 普及の牽引役はスマートフォン
 - 1.4.2 Android OS2.3 以降では NFC 機能を標準搭載
 - 1.4.3 アップルへの期待
 - 1.4.4 NFC 搭載端末と従来の「おサイフケータイ」の違い

第2章 特別インタビュー:NFC Forum 田川晃一チェアマン

- 2.1 特別インタビュー:NFC Forum 田川晃一チェアマン
- 2.2 スマートフォンが風穴を開けた NFC の普及
- 2.3 「草の根」にも期待
- 2.4 産業分野別の NFC サービス化支援を強化する NFC Forum

第3章 日本企業各社の NFC に関する取り組み状況

- 3.1 応用範囲の広い NFC
- 3.2 JAL(日本航空)
- 3.3 ヤフー
- 3.4 大日本印刷
- 3.5 NXP セミコンダクターズ
- 3.6 ソニー
- 3.7 NFC Lab / ブリリアントサービス

第4章 国内外の決済サービス動向

- 4.1 NFC 決済の普及に向けた業界団体の動き
 - 4.1.1 EMVCo
 - 4.1.2 米電子商取引協会(ETA)のモバイル決済委員会(MCP)
 - 4.1.3 米大手小売業者のモバイル決済団体 MCX
- 4.2 欧米の NFC 決済サービスと周辺動向
 - 4.2.1 Google Wallet はサービス提供中、苦戦しつつ改良を続ける
 - 4.2.2 米国の携帯電話大手 3 社が設立した ISIS
 - 4.2.3 仏 AFSCM の試験サービス Cityzi
 - 4.2.4 スペイン Telefonica によるマドリード市の試験サービス
 - 4.2.5 米 PayPal は NFC でタッチ送金を実現
 - 4.2.6 ジェムアルトは TSM ソリューションで影響力を強める
- 4.3 立ち上がる日本の NFC 決済サービス
 - 4.3.1 シンクライアント型/クラウド型がベース
 - 4.3.2 三菱 UFJ ニコス
 - 4.3.3 TF ペイメントサービス
 - 4.3.4 トランザクション・メディア・ネットワークス(TMN)
 - 4.3.5 NFC 端末を供給するネットアライヴ
- 4.4 日本では NFC 搭載「次世代おサイフケータイ」をめぐる動き
 - 4.4.1 NTTドコモは FeliCa/NFC 両対応端末を推進

- 4.4.2 KDDIはNFCに積極的
- 4.4.3 ソフトバンクモバイルもNFCサービス実証実験は実施済み

第5章 FeliCa及びNFCの利用に関するユーザー調査

- 5.1 調査概要
 - 5.1.1 調査概要
- 5.2 回答者のプロフィール
- 5.3 調査のハイライト
- 5.4 カードやおサイフケータイの所有状況
 - 5.4.1 おサイフケータイの搭載有無
 - 5.4.2 普段持ち歩いているカード枚数
 - 5.4.3 普段持ち歩いているポイントカードや会員証の種類
- 5.5 非接触ICカード及びおサイフケータイの利用状況
 - 5.5.1 各非接触ICカードの利用状況
 - 5.5.2 おサイフケータイの各サービスの利用状況
 - 5.5.3 携帯電話やスマートフォンにおけるクーポンの利用状況
 - 5.5.4 非接触ICカードとおサイフケータイ利用者タイプ
- 5.6 非接触ICカード及びおサイフケータイの利用者の実態
 - 5.6.1 交通系ICカードでの電子マネー利用状況
 - 5.6.2 非接触ICカード及びおサイフケータイの利用頻度
 - 5.6.3 メインで利用している電子マネー
 - 5.6.4 電子マネーの1か月の利用金額
 - 5.6.5 お金と電子マネーの両方を使える場合、どちらを利用するか
 - 5.6.6 お金ではなく電子マネーを利用する要因
 - 5.6.7 おサイフケータイの利用場所
 - 5.6.8 非接触ICカードやおサイフケータイの利用頻度や利用金額の変化
 - 5.6.9 非接触ICカード及びおサイフケータイ利用者の満足度
 - 5.6.10 今後カードタイプとモバイルタイプのどちらをみたいか
 - 5.6.11 おサイフケータイの不満点
 - 5.6.12 おサイフケータイの利用可能な場所が増えた場合の利用状況の予想
- 5.7 非利用者の意向
 - 5.7.1 おサイフケータイを利用していない理由
 - 5.7.2 登録手続きを途中でやめた原因
 - 5.7.3 電子マネーとしておサイフケータイを利用するための条件
 - 5.7.4 ポイントカードや会員証としておサイフケータイを利用するための条件
- 5.8 NFCへの関心度
 - 5.8.1 おサイフケータイ機能が携帯電話やスマートフォン選択の条件となるか
 - 5.8.2 NFCで想定されるサービスの利用意向(事前登録が不要なもの)
 - 5.8.3 NFCで想定されるサービスの利用意向(事前登録が必要なもの)
 - 5.8.4 NFCで想定されるサービスへの意向(まとめ)

付録 CD-ROM 集計表・グラフ(エクセル)、本文(PDF)

【株式会社インプレスR&D】 <http://www.impressRD.jp/>

インプレス R&D は、Web ビジネス関係者、ワイヤレスブロードバンド技術者、放送・通信融合およびデジタル家電関係者、ICT を活用するビジネスマンなど、インターネットテクノロジーを核としたあらゆる分野の革新をいち早くキャッチし、これからの産業・社会の発展を作り出す人々に向けて、クロスメディア事業を展開しています。

【インプレスグループ】 <http://impress.jp/>



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」「医療」「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。2012年4月1日に創設20周年を迎えました。

【購入に関するお問い合わせ先】

株式会社インプレス R&D オンライン販売部

〒102-0075 東京都千代田区三番町 20 番地

フリーダイヤル:0120-350-995(平日 11 時～12 時、13 時～17 時) FAX:03-5213-6297

電子メール: report-sales@impress.co.jp

【内容に関するお問い合わせ先、報道関係者からのお問い合わせ先】

株式会社インプレス R&D インターネットメディア総合研究所 編集担当:池辺

〒102-0075 東京都千代田区三番町 20 番地

TEL:03-5275-1087 FAX:03-5275-9018

電子メール: im-info@impress.co.jp、URL: <http://www.impressRD.jp/>