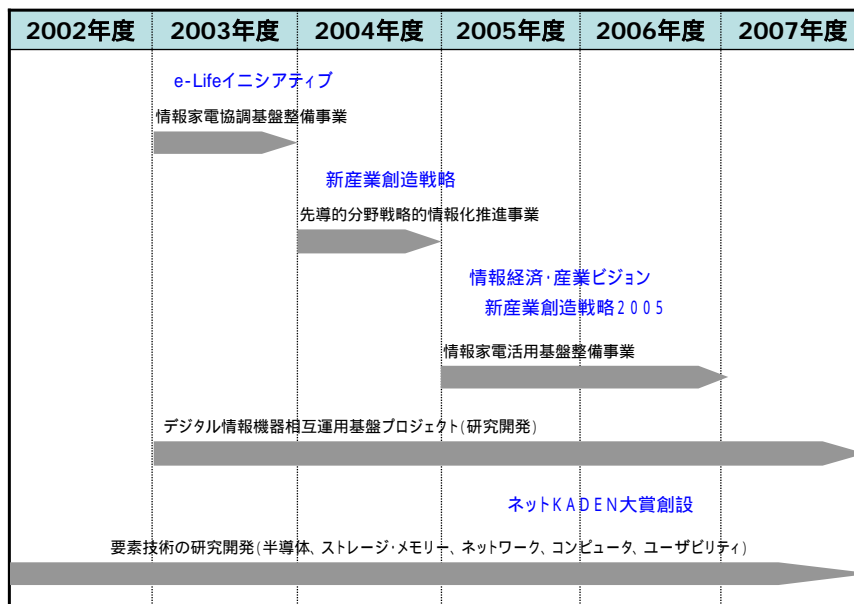


情報家電をめぐる展望と課題

平成18年1月27日
経済産業省 田村敏彦

0

情報家電の普及に向けた主なプロジェクト



1

音楽配信はすでに市場競争が激化、他分野はセキュリティ系を中心に商品化が進みつつある。

エンターテインメント分野

音楽・映像配信、映像リモート視聴など

セキュリティ分野

リモート監視カメラ、センサー、入退出管理など

ホームヘルスケア分野

健康データ遠隔収集、リモート健康相談、遠隔介護など

くらし快適分野

省エネ制御(マンション、戸建て住宅など)

エンターテインメント分野



iPod nano
(アップルコンピュータ)



ロケーションフリー
(ソニー)



インターネットガイトコネクションサービス
(ヤマハ)



カラオケスタジアム
(カシオ計算機)



エニーミュージック
(エニーミュージック)



SpaceTown ブックス
(シャープ)

セキュリティ分野



みまもりホットライン
(象印マホービン)



ココセコム
(セコム)



携帯電話利用マンション入館システム
(鹿島建設)



「FOMA AVユニット」
(エヌ・ティ・ティ・ドコモ)



ライブキッズ
(イルガラージュ)



アイテリア
(三菱電機)

4

ホームヘルスケア分野



体重体組成計 カラダスキャン「PCコントロール」
(オムロンヘルスケア)



ヘルスプラネット
(タニタ)



インテリジェンストイレ
(大和ハウス工業)

5

くらし快適分野



フェミニティ(TM)
(東芝)



「HDD & DVD ビデオレコーダーRDシリーズ」
ネット連携機能 (東芝)



Tナビ
(松下電器産業)



Hondaインターナビ・プレミアムクラブ
(本田技研工業)



ギンガネットクラブ
(ギンガネット)

6

企業の協調と競争が最適化されないと、市場が広がらない。
ユニークなアイデアや新しいビジネスモデルが市場を開拓する。

消費者ニーズ・価値観の多様化

新たな付加価値の創造

市場競争の激化(急激な価格低下)

企業による過度の囲い込みは市場拡大の阻害要因

国の役割: 市場拡大のための環境整備、要素技術開発

7