



# 5Gがもたらす B2B2X市場の 将来予測 Part 3

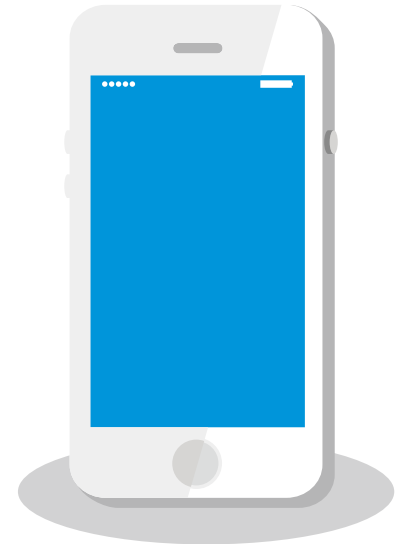


## まえがき

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の影響で、人々の生活様式は大きく変化した。感染リスクを抑制するため、移動や対面を控えた家中心のライフスタイル・ワークスタイルが急速に定着してきている。これを可能としたのは、リモートワークやEC等のデジタル環境であり、オンライン飲み会やオンライン旅行といった、新たなデジタル体験も登場している。こうしたデジタル化には高速かつ安定した通信環境が不可欠であり、5Gへの期待値はますます高まっていると見えよう。

また、これまで人手不足の解消や労働環境の改善のために進められてきたロボット等による自動化・遠隔化も、人との接触の回避という新たな目的が加わることで、開発や導入が加速しつつある。例えば、飲食店における自動配膳ロボットや、小売店におけるテレプレゼンスロボットは、COVID-19を契機に多くの企業が導入している。これらに関しても、高精細映像の活用や精緻な挙動制御等、5Gによる高度化が見込まれている。

このように、“ニューノーマル”と言われるWith/Afterコロナ社会では、5Gへの期待がこれまで以上に高まっていくことが予想される。本レポートで紹介してきた各業種の将来像も、より現実味を持って実現に近づいてきているのではないだろうか。最終回となる本号では、前回に引き続き5Gが各業種にもたらすインパクトについて、金融、メディア・放送、小売・流通、ゲーム・スポーツ業界に焦点を当てて紹介する。



## Table of Contents

### Part 1

- ◆ 法人向け5G市場予測
- ◆ 日本国内の業種別将来展望：エネルギー、製造



### Part 2

- ◆ 日本国内の業種別将来展望：  
公共サービス、ヘルスケア、公共交通、自動車



### Part 3 (本レポート)

- ◆ 日本国内の業種別将来展望：  
金融、メディア・放送、小売・流通、ゲーム・スポーツ





## 日本国内の業種別将来展望：金融

近年の国内金融業界は、低金利や他業種からの参入等により厳しい競争環境に置かれてきた。そのため、業界再編が進むとともに、RPAの導入や拠点網の縮小等による生産性向上が積極的に行われている。また、新しい提供価値を創造するためのオープンイノベーションやオープンAPI等を通じた他社との協業も活発である。今後こうした傾向は続くと考えられ、5Gによる変化もこれらに沿った形で発現していくものと考えられる。

生産性向上におけるキーワードは「リモート化」だろう。映像窓口によるリモート接客は、不採算地域における拠点集約化や、営業人材のアイドルタイム低減を通じた生産性向上につながる。ロボットやドローンによる遠隔操作することで、警備や損害調査の効率化も可能となる。

しかし、デスクワークの多い金融業界では、5Gによるオペレーションの効率化は他業界に比べ限定的である。むしろ、周辺業界のデジタル化・IoT化が進むことによるデータ解析の精緻化こそ、5Gの効用の真骨頂となろう。既にトランザクションレンディング等の分野で他業界とのデータ連携が行われているが、取得可能なモノや行動のデータが増加することで、さらなる商品／サービスの高度化が見込まれる。そのため、データの収集・活用を目的とした他業界との協業に積極的な企業が競争優位に立つと同時に、旧来のビジネス・オペレーションに拘泥する企業は低収益体質から脱却できず淘汰されていくだろう。

こうした変化に伴い、金融業界向けの5Gデバイス・ソリューション市場は2026年に4,300億円規模になると推測される。

Figure 1

### 国内5Gデバイス・ソリューション市場（金融）

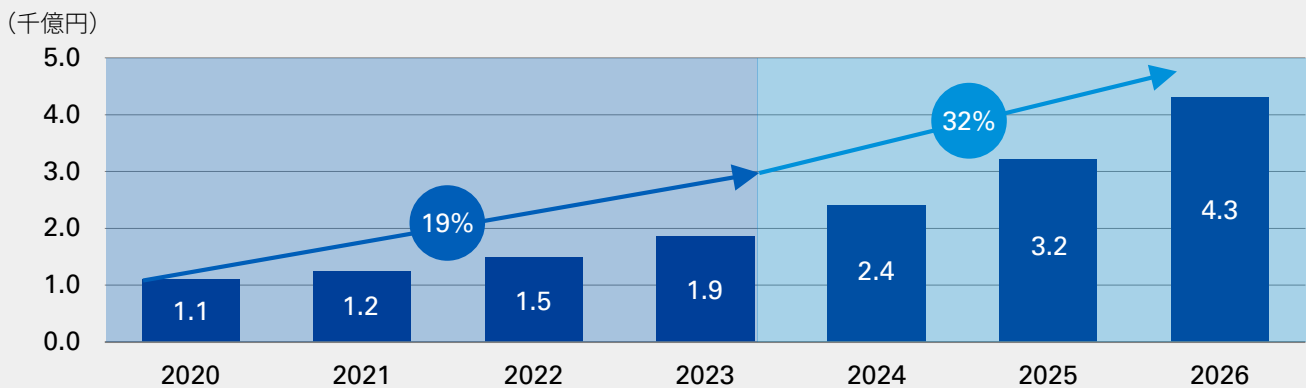
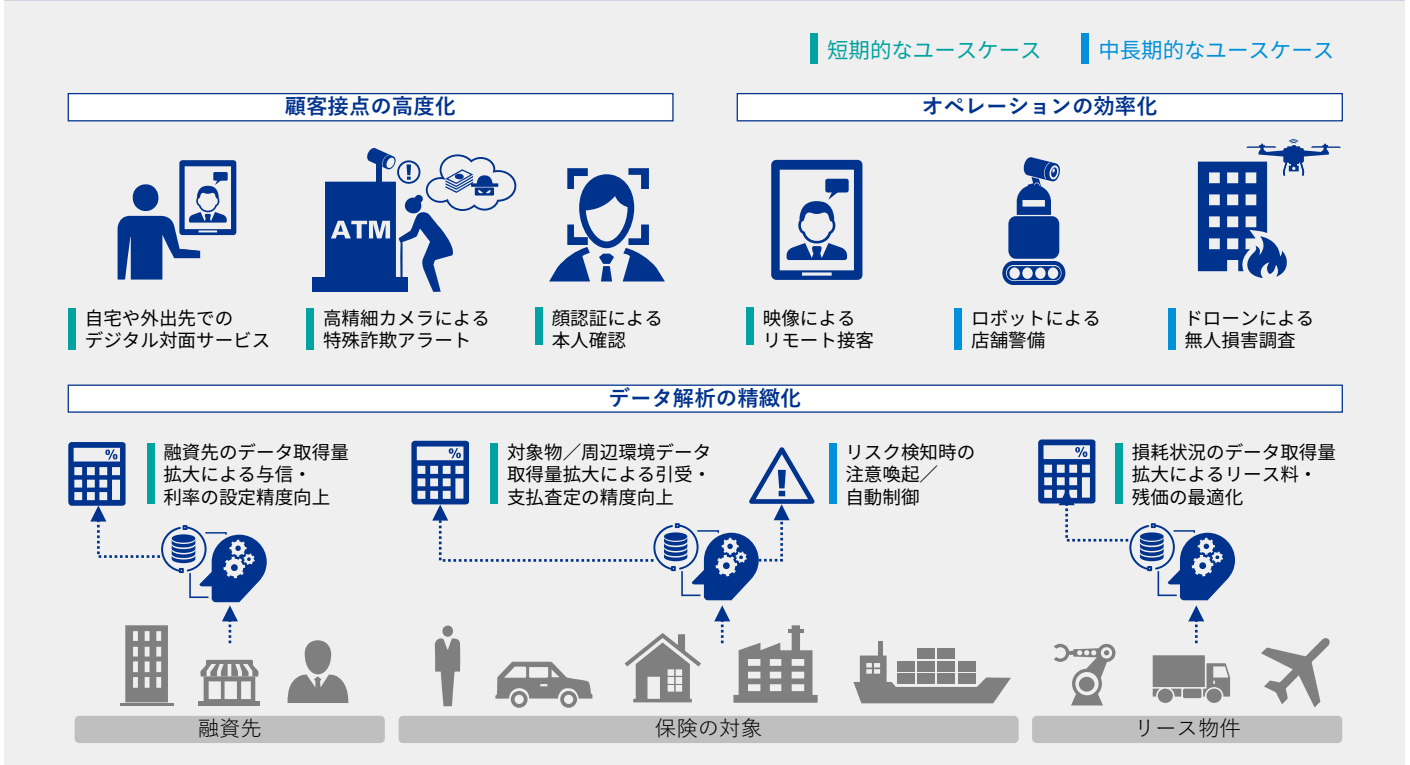


Figure 2

### 金融業界の将来イメージ



- 高精細映像の活用により、顧客接点のデジタル化や防犯機能の強化、オペレーションの効率化が加速
- 周辺業界のデジタル化やIoT化が進むことで、そこから得られるデータに基づく融資、査定等が精緻化





## 日本国内の業種別将来展望：メディア・放送

インターネットの成長とともに一般消費者のメディア接触時間が急速にネットへ移行し、メディア・放送業界の広告収入は右肩下がりとなっている。マスメディアは各社ともにネットサービスを開始し、人気を獲得しているサービスもあるが、先行するVoDプロバイダーとの競争は厳しい。広告収入が伸び悩む中、サステナブルに事業を継続させるためには、新たな収益源の確保と既存業務の効率化が喫緊の課題となっている。

新たな収益源としては、5Gの高速大容量性を活かしたマルチアングル放送やXRを活用したエンターテインメント体験等、新たな顧客体験の提供が期待されている。さらに、ネットサービスにおける競争力の強化策として、多様化するニーズに合った広告配信やECとの連携等のユースケースも登場すると見られている。

オペレーション面では、中継機材の無線化やドローンでの無人撮影、高速大容量性を活かしたクラウドでのリアルタイム編集等により、撮影・編集プロセスの効率化が進み、番組制作にかかるリードタイムの大幅な短縮が可能となる。また、IoT化を通じた放送設備／機器の監視、点検、予知保全の効率化も期待される。こうした取組みを通じ、編成や企画等のクリエイティブな領域に充てるリソースを捻出することが、顧客を誘引するコンテンツを創り出し厳しい競争環境を勝ち抜く条件となるだろう。

メディア・放送業界における国内5Gデバイス・ソリューション市場は、2023年に1,600億円、2026年に3,600億円と推測されるが、新しい生活様式への移行による巣ごもり需要の伸び次第で市場の立ち上がりは前倒しとなる可能性がある。

Figure 3

国内5Gデバイス・ソリューション市場（メディア・放送）

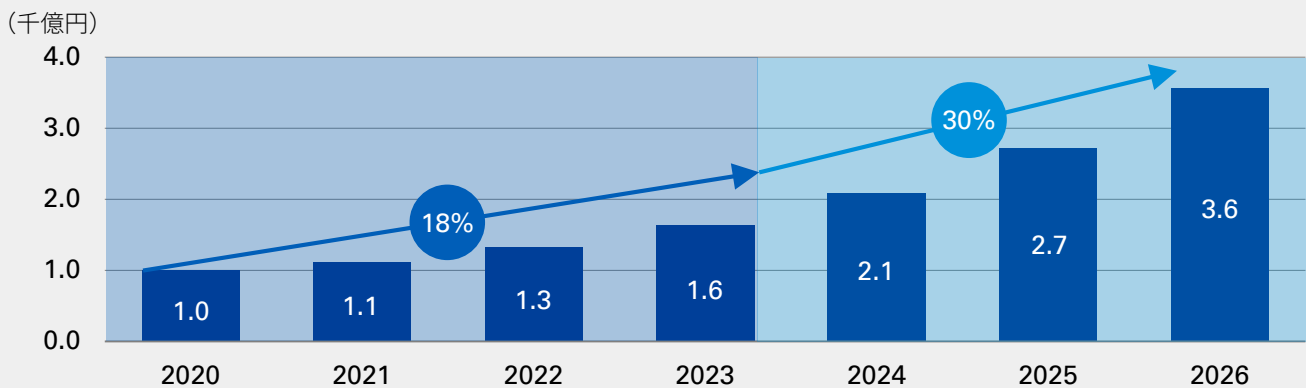
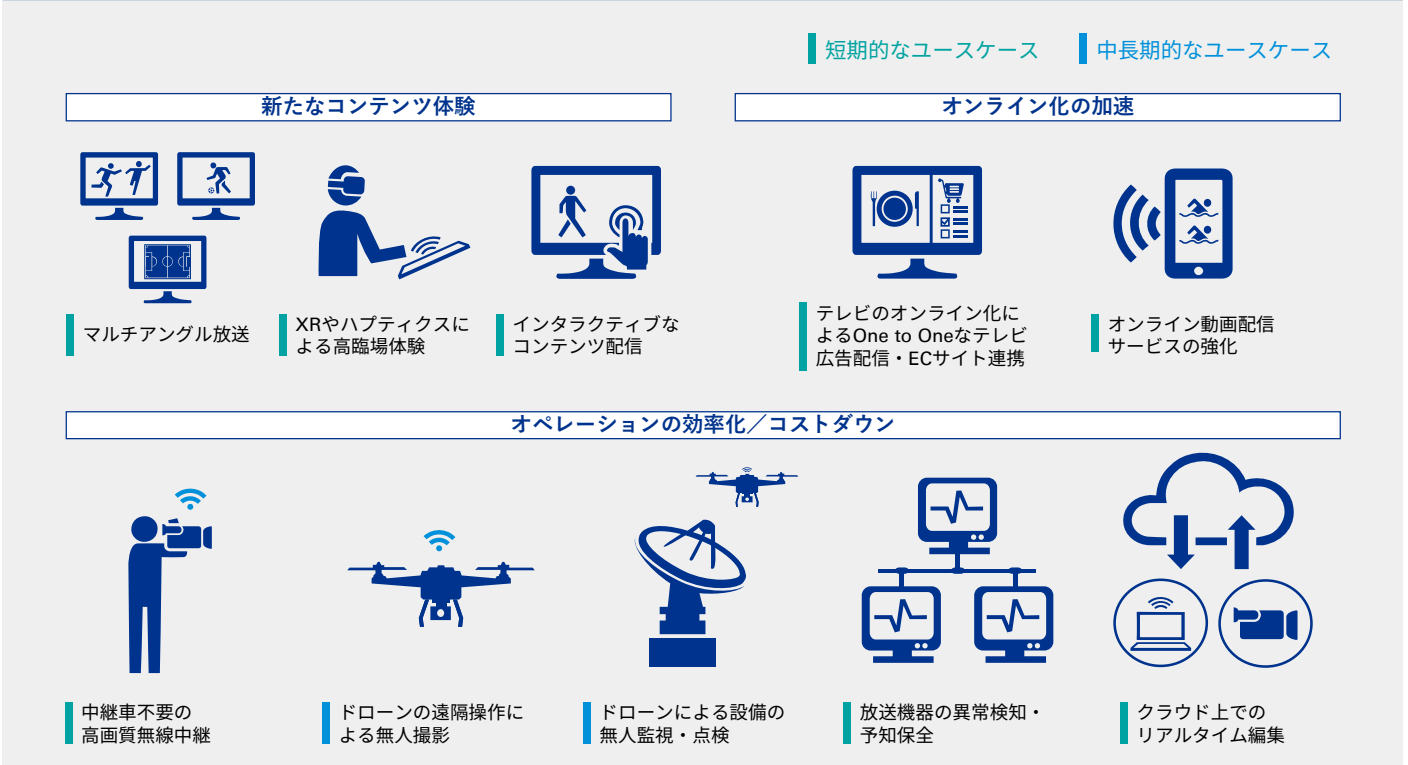


Figure 4

メディア・放送業界の将来イメージ



- 高速大容量特性を活かした、新たなエンターテインメント体験やオンラインサービスが登場
- クリエイティブな業務にリソースを投下するため、撮影機器の無線化や設備のIoT化等によるオペレーションの効率化が盛んに



## 日本国内の業種別将来展望：小売・流通

小売・流通業界は、他業界と比べて特に人手不足が深刻とされている。倉庫内作業や、運送、接客対応等、オペレーションが労働集約的で多くの人手を要するためである。これまでは外国人労働者の採用や待遇の改善等によってカバーしてきたが、それにも限界が見られつつある。そのため、オペレーションの効率化・省人化が急務となっており、先端テクノロジーの導入が進められてきている。5Gは、XRによる作業支援や自動運転、リモート接客等、幅広い分野のオペレーション改善の取組みを加速させる要因になると考えられる。特にリモート接客は、立地の制約を受けない人材採用が可能となる他、身体的に出社が困難な高齢者や障がい者の雇用にもつながる上、顧客・従業員双方の感染リスクを抑制できる等、眼前の課題に対して有効な打ち手となるだろう。

また、5Gの普及を通じてIoT化やデジタル化が進むことにより、物流や在庫管理、マーケティング等におけるデータの活用がさらに拡大していくものと見られている。これまでは自社が保有するデータの範囲に限定された分析だったものが、あらゆるヒト・モノの状態や行動がオンライン上につながることで、業界横断的なデータ連携が進み、より精緻な需要予測や商圏分析等が可能となる。小売業界で叫ばれているOMO (Online Merges with Offline) も、このデジタル化の波によって進展していくと思われる。

小売・流通業界における国内5Gデバイス・ソリューション市場は2026年でも2,600億円と、他業界と比べてあまり大きくないが、業界に対する革新的なインパクトには大きく期待したい所である。

Figure 5

### 国内5Gデバイス・ソリューション市場（小売・流通）

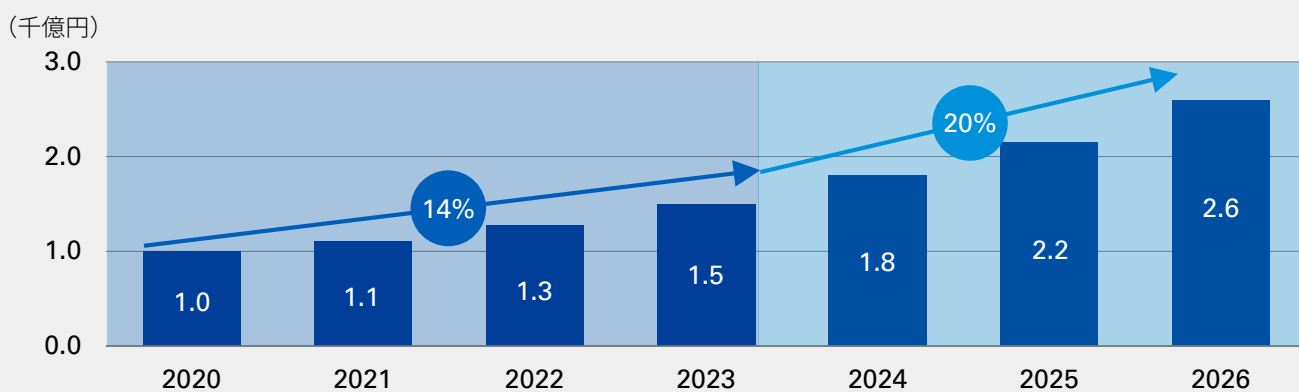


Figure 6

### 小売・流通業界の将来イメージ

短期的なユースケース | 中長期的なユースケース



- 人手不足を背景に、自動化や遠隔化、XR活用等によるオペレーションの効率化・省人化が進展
- 5Gの普及を通じて収集可能なヒト・モノの動き等のデータが増加することにより、物流網や在庫管理、販売チャネル配置等のより精緻な最適化が可能に



## 日本国内の業種別将来展望：ゲーム・スポーツ

国内のゲーム市場はオンライン市場が堅調で、COVID-19による巣ごもり需要も追い風となり成長が加速するとみられる。特に注目されているのがクラウドからゲームをストリーミング配信するクラウドゲームで、高速大容量な5Gを活用することで多人数参加型の対戦ゲームを移動しながら楽しめるようになること期待されている。また、ライブストリーミングに代表されるように、ゲーム観戦のニーズが近年高まっており、ARゲーム観戦等、5Gを活用した新たなサービスも登場してくると考えられる。

一方のスポーツ市場は、2020年の東京オリンピック・パラリンピックを起爆剤とし、2025年には現状の3倍となる15兆円規模への拡大を、とスポーツ庁が掲げていたが、COVID-19の影響により、大きく戦略を見直す必要がある。

例えば、5Gによる新たなスポーツ体験／観戦は、スマートスタジアム等の現地で行うユースケースが多く検討されてきたが、三密を回避するためリモートでの体験／観戦サービスの開発が優先されるのではないかと。また、感染リスクにかかわらず必要とされるスポーツチームの強化や審判、演技の採点といった選手を支えるスタッフ業務も、5Gを活用した高度化が推進されるとみられる。スポーツ施設におけるオペレーションのデジタル化は、観客動員の回復後に浸透していくこととなるだろう。

ゲーム・スポーツ業界における国内5Gデバイス・ソリューション市場は2026年に1,900億になると予測されるが、プラス・マイナスともにCOVID-19の影響を大きく受ける市場であることから、どの領域に投資していくかは慎重に見極める必要がある。

Figure 7

国内5Gデバイス・ソリューション市場（ゲーム・スポーツ）

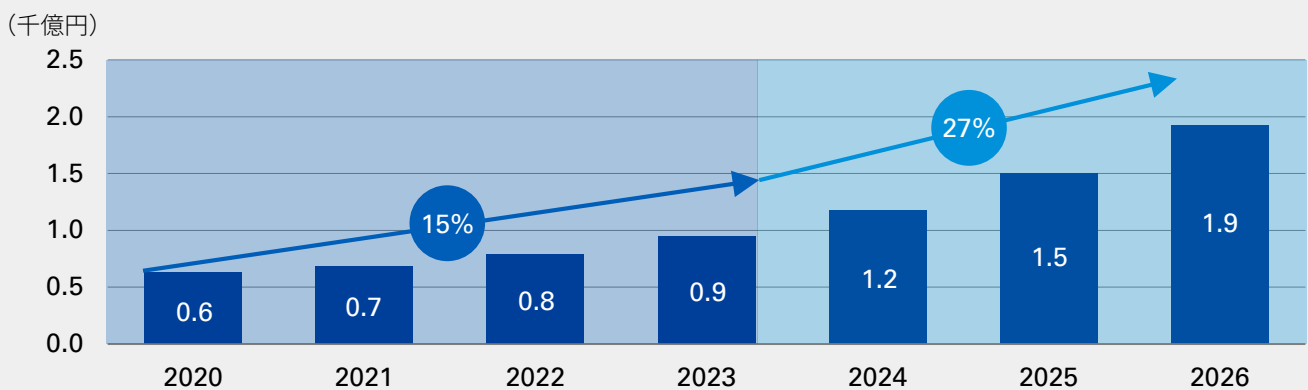
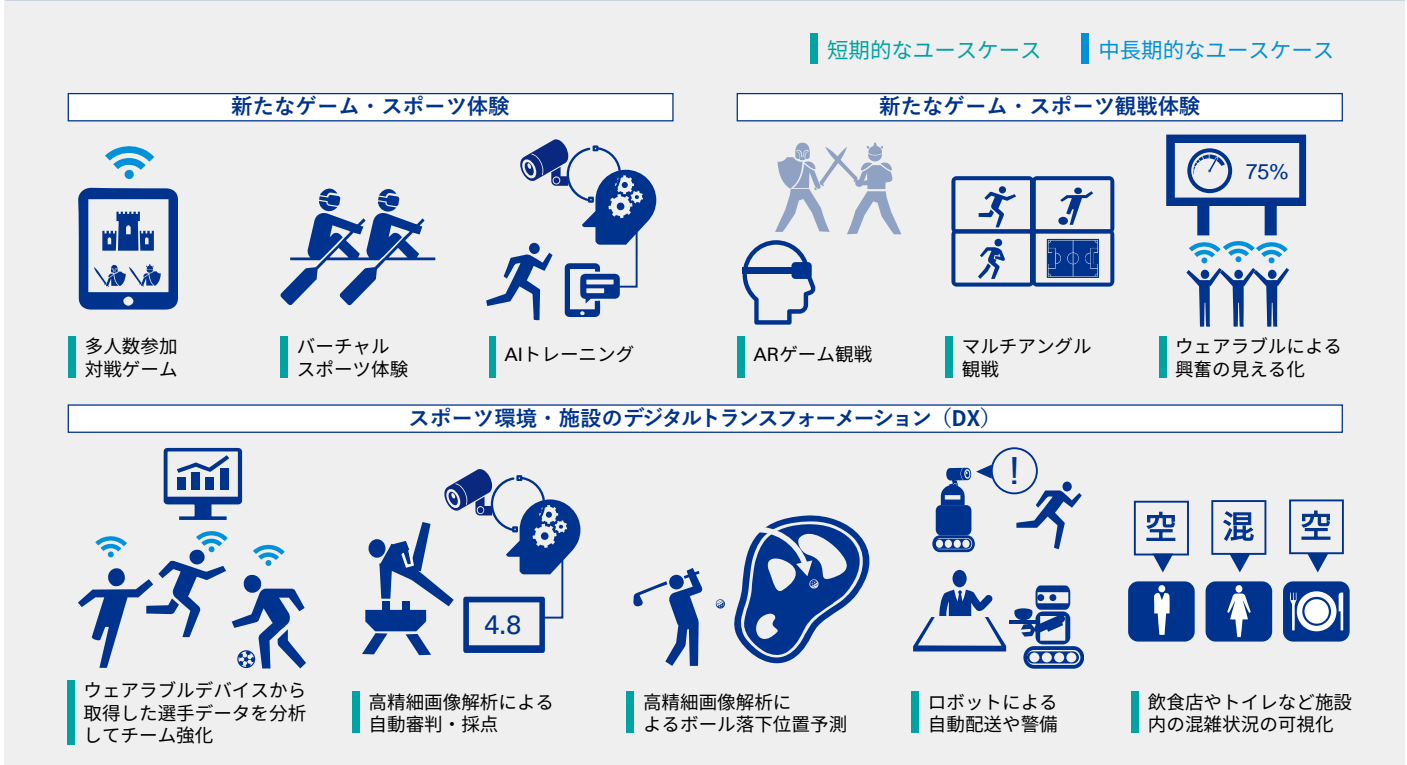


Figure 8

ゲーム・スポーツ業界の将来イメージ



- COVID-19の感染リスクに鑑み、現地に行かずにリモートで味わえる新しい体験や観戦のユースケースから立ち上がる
- 選手強化や運営スタッフの業務効率化、施設の利便性向上等、幅広い領域にスポーツ環境や施設のデジタル化が寄与



5GがもたらすB2B2X市場の将来予測として、全3回にわたり11業種の国内5Gデバイス・ソリューションの市場規模予測および将来展望を紹介してきた。この間に、世界中でCOVID-19の感染が拡大し、日本でも大きな影響をもたらし、2020年7月現在も終息の目途が立っていない。このような事態になるとは誰が予想できたであろうか。ビジネスや市場の不安定要素を示すVUCA (Volatility変動性、Uncertainty不確実性、Complexity複雑性、Ambiguity曖昧性)という言葉があるが、コロナ禍はまるで私たちにVUCAな時代をどう乗り切っていくかを問うているかのようだ。

今回の災害によって特に浮き彫りになったのは、サステナブルな社会であるSociety 5.0の実現に向けた社会インフラのアップデートの必要性であろう。5Gが新たに創出、もしくは高度化していくと期待されていたテレワーク、遠隔授業、遠隔医療といったデジタル化の取組みは、コロナ禍を契機に加速してきている。第2波、第3波の到来はもとより、新たな感染症が発生した場合にも耐えうる柔軟かつ堅牢なサイバーフィジカルシステムを、5G等のテクノロジーを駆使して早急に構築していく必要がある。

観光、イベント、小売など、「新しい生活様式」による消費行動の不可逆的変化により何らかのリセットが必要とされる業種もあるが、多くの業界に共通して言えるのは企業のデジタルトランスフォーメーション (DX) の加速であろう。その結果、5GがもたらすB2B2X市場も、中長期的にみると従前の想定よりも早いスピードで立ち上がる可能性がある。

5Gインフラ整備の促進に伴い、今後2、3年で私たちの社会はこれまでに経験したことのないスピードでSociety 5.0の実現に向かって変革していく、まさにVUCAな時代となる。この時代を勝ち抜くためには、変化を恐れず新しい時代を切り拓いていく開拓者となる必要がある。5Gは変革の大きな因子ではあるが、手段であり目的ではない。技術がもたらすインパクトを踏まえ、自社が目指すべき将来像を再構築すること。これが、時代の開拓者が踏み出すべき第一歩であり、今を生きる企業に求められる最も重要なアクションといえよう。



## お問い合わせ先

KPMGコンサルティング株式会社

T : 03-3548-5111

E : [kc@jp.kpmg.com](mailto:kc@jp.kpmg.com)

[home.kpmg/jp/kc](https://home.kpmg/jp/kc)

ここに記載されている情報はあくまで一般的なものであり、特定の個人や組織が置かれている状況に対応するものではありません。私たちは、的確な情報をタイムリーに提供するよう努めておりますが、情報を受け取られた時点及びそれ以降においての正確さは保証の限りではありません。何らかの行動を取られる場合は、ここにある情報のみを根拠とせず、プロフェッショナルが特定の状況を綿密に調査した上で提案する適切なアドバイスをもとにご判断ください。

© 2020 KPMG Consulting Co., Ltd., a company established under the Japan Company Law and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved. 20-1061

The KPMG name and logo are registered trademarks or trademarks of KPMG International.