

## 【目次】

2011年「エネルギーハーベスティング」ビジネス実態総調査(T字型調査の実施:垂直深堀調査重視)

P1

調査対象リスト一覧 編 P2

1)調査対象プレイヤーの抽出方法:「エネルギーハーベスティング(ビジネス)」プレイヤーは? P3

2)「エネルギーハーベスティング」ポテンシャル・プレイヤー×マーケティング・マトリックス(53社/部門)

P4

3)深堀調査対象外とした、その理由レポート(36社) P17

総括 編 P22

・総括(結論)(「エネルギーハーベスティング」ビジネスの現状分析とコンサルティング) P23

0)「エネルギーハーベスティング(ビジネス)」の定義範囲について P24

1)市場概況(結論)×ライフサイクル・フェーズにおける現状のポジション&今後のシナリオ予測(3つの市場セグメント別) P25

2-1)当該主要 16社(個票要約分析)×当該売上額(TOTAL)推移(2009年度~2013年度)の換算(2010年12月~2011年2月 調査時点) 「時計」を含めない場合 P26

2-2)当該主要 17社(個票要約分析)×当該売上額(TOTAL)推移(2009年度~2013年度)の換算(2010年12月~2011年2月 調査時点) 「時計」を含める場合 P27

3-1)当該主要 16社(個票要約分析)×ビジネスモデル別 当該売上額推移(2009年度~2013年度)の換算(2010年12月~2011年2月 調査時点) 「時計」を含めない場合 P28

3-2)当該主要 17社(個票要約分析)×ビジネスモデル別 当該売上額推移(2009年度~2013年度)の換算(2010年12月~2011年2月 調査時点) 「時計」を含める場合 P29

4)「エネルギーハーベスティング」(ビジネス)の当該市場規模(感)(2010年12月~2011年2月 調査時点) <実態市場規模感、潜在市場規模感> P30

5)「エネルギーハーベスティング」(ビジネス)の当該市場規模(感)(2010年12月~2011年2月 調査時点) P31

6-1)当該主要 16社(個票要約分析) ビジネスモデル×売上実績・予測から換算できる当該ビジネスモデル別 構成比率(%)の変化・シナリオ(2010年12月~2011年2月 調査時点) 「時計」を含めない場合 P32

6-2)当該主要 17社(個票要約分析) ビジネスモデル×売上実績・予測から換算できる当該ビジネスモデル別 構成比率(%)の変化・シナリオ(2010年12月~2011年2月 調査時点) 「時計」を含める場合 P33

7-1)「エネルギーハーベスティング(ビジネス)」の市場占有率<シェア>(2010年度:見込)ならびに当該売上ランキング(2010年度:見込)について 時計を含めた P34

7-2)「エネルギーハーベスティング(ビジネス)」の市場占有率<シェア>(2010年度:見込)ならびに当該売上ランキング(2010年度:見込)について 時計を含めなかった P35

- 8) 「エネルギーハーベスティング(ビジネス)」の競合認識、参入プレイヤー数認識(基本的には国内での認識) P36
- 9) 主要14社における「エネルギーハーベスティング(ビジネス)」シーズ別『<ハードウェア販売(完成品、マイコン、チップ、モジュール、デバイスなどの部品) 時計も含む>、<システム販売(ハードウェア販売+ソフトウェア販売)>、<企業から受託研究、受託開発、コンサルティング>、<その他(レンタル事業、イルミネーション事業、液体状など)>』(平均販売実績)価格帯×当該売上(2010年度見込) 相関クロス P37
- 10-1) 「エネルギーハーベスティング(ビジネス)」×「適用分野」(現状)コンサルティング P38
- 10-2) 当該18社における「適用分野」別 合計点数(裏付け)検証 有望度(全体)×実績(多少)クロス MAP(2010年12月~2011年2月 調査時点) P39
- 10-3) 適用分野<現状>×俯瞰図 40セグメント別×分類 [N=18] P40
- 10-4-1) 「エネルギーハーベスティング(ビジネス)」実態市場規模推移「2009年度 2010年度 2013年度」(主要16社換算)<適用分野×主要セグメント別> (2010年12月~2011年2月 調査時点) 時計を含めない場合 P41
- 10-4-2) 「エネルギーハーベスティング(ビジネス)」実態市場規模推移「2009年度 2010年度 2013年度」(主要17社換算)<適用分野×主要セグメント別> (2010年12月~2011年2月 調査時点) 時計を含める場合 P42
- 10-4-3) 「エネルギーハーベスティング(ビジネス)」潜在市場規模推移「2020年度」<適用分野×主要セグメント別> (2010年12月~2011年2月 調査時点)<潜在市場規模:(株)音力発電認識値より> P43
- 10-5) 「個票要約(18社)分析」×「適用分野」別比率シェア調査結果<2010年12月~2011年2月時点> P44
- 11) 「個票(3社)分析」×「技術クロス分布」(2010年12月~2011年2月) P45
- 12) 個票要約(17社)「ビジネスモデル」集計&分析(1) 2010年12月~2011年2月時点 P46
- 12) 個票要約(17社)「ビジネスモデル」集計&分析(2) 2010年12月~2011年2月時点 P47
- 12) 個票要約(17社)「ビジネスモデル」集計&分析(3) 2010年12月~2011年2月時点 P48
- 12) 個票要約(16社)「ビジネスモデル」集計&分析(4-1) 2010年12月~2011年2月時点 「時計」を含めない場合 P49
- 12) 個票要約(17社)「ビジネスモデル」集計&分析(4-2) 2010年12月~2011年2月時点 「時計」を含める場合 P50
- 13-1) 「個票要約(15社)分析」×「販売チャネル」(ゼロ段階) 2010年12月~2011年2月調査時点 P51
- 13-2) 「個票要約(15社)分析」×「販売チャネル」(1段階) 2010年12月~2011年2月調査時点 P52
- 14-1) 開始時期(2010年12月~2011年2月 調査時点)×当該単年売上規模(2010年度見込)の相関(XY軸)統計<N=17> P53

- 14-2)開始時期(2010年12月~2011年2月 調査時点)×当該単年売上規模(2010年度 見込)の  
相関(XY軸)マッピング<N=17> P54
- 15-1)導入実績(累計数量ベース)×金額ベース(当該単年売上:2010年度 見込)から言えること<N  
=17> あくまで累計実績を抽出 P55
- 15-2)導入実績(累計数量ベース)×金額ベース(当該単年売上:2010年度 見込)の相関統計<N=  
17> P56
- 16)前年比伸長率から見えてくる当該市場概況<前年比伸長率×コメント・キーワード×当該単年売  
上規模 クロス><N=17> P57
- 17) (今後の数値)目標(数量ベース、金額ベース)×当該売上規模(2010年度 見込)クロス<N=2  
> P58
- 18)今後の売上計画×当該売上規模(2010年度 見込)クロス<N=2> P59
- 19-1)「個票(3社)分析」×「市場拡大要因」分析(2010年12月~2011年2月 調査結果) P60
- 19-2)「個票(3社)分析」×「市場阻害要因」分析(2010年12月~2011年2月 調査結果) P61
- 20)イノベーション・ポイント×「エネルギーハーベスティング」によって近未来シーンとしてどのような  
ことが可能になるのか?「エネルギーハーベスティング」によって未来がどのように変わるのか?重要な  
観点(現実にはまだ起こっていないが、未来に起こりえるシーン中心) 「エネルギーハーベスティ  
ング」ビジネスの価値(V) 魅せ方 どのようにユーザーに切り込んで説得していくのか? P62
- 21)課題認識(N=3) P63
- 22)有望アプリケーション/キラーアプリケーション(N=3) P64
- 23)「エネルギーハーベスティング」ビジネス 主要ベンダ(18社)当該売上予測(2009年度~2013年  
度:5カ年)推移×ビジネスモデルMAP 一覧 P65
- 24)「エネルギーハーベスティング」ベンダ×価格定義&具体的な価格指標一覧(17社) P67
- 25-1)主要18社における「エネルギーハーベスティング(ビジネス)」×適用分野 マトリックス一覧(企  
業別×適用分野別 星取表) P69
- 25-2)主要18社における「エネルギーハーベスティング(ビジネス)」×適用分野&対象エリア(着眼点  
と実績) マトリックス一覧 点数化(適用分野有望度MAP:俯瞰図) P71
- 25-3)主要18社における分野・対象別×全体に占める「適用分野(着眼点と実績)」比率、売上換算(主  
要18社)マトリックス一覧(当該売上、エネルギーハーベスティング・ビジネス換算売上×ランキング)  
40セグメント P73
- 26-1)「エネルギーハーベスティング」ビジネス×実態調査結果・マトリックス<企業別×調査項目別>  
(15社分) P74
- 26-2)「エネルギーハーベスティング」ビジネス×深堀実態調査結果・マトリックス<企業別×調査項目  
別>(3社分) P76
- ・個票要約 編(訪問調査:訪問ヒアリング、覆面調査:電話ヒアリング 編) P79
- 1)旭硝子株(1) P80
- 1)旭硝子株(2) P81

- 2) アダマンド工業(株) (1) 深堀調査 P82
- 2) アダマンド工業(株) (2) 深堀調査 P83
- 2) アダマンド工業(株) (3) 深堀調査 P84
- 2) アダマンド工業(株) (4) 深堀調査 P85
- 3) オムロン(株)(1) P86
- 3) オムロン(株)(2) P87
- 4) (株)音力発電(1) 深堀調査 P88
- 4) (株)音力発電(2) 深堀調査 P89
- 4) (株)音力発電(3) 深堀調査 P90
- 4) (株)音力発電(4) 深堀調査 P91
- 4) (株)音力発電(5) 深堀調査 P92
- 4) (株)音力発電(6) 深堀調査 P93
- 4) (株)音力発電(7) 深堀調査 P94
- 5) 加賀電子(株)(1) P95
- 5) 加賀電子(株)(2) P96
- 6) 菊水電子工業(株)(1) P97
- 6) 菊水電子工業(株)(2) P98
- 7) (株)KELK(1) P99
- 7) (株)KELK(2) P100
- 8) (株)コージェント(1) P101
- 8) (株)コージェント(2) P102
- 9) CP&C ジャパンパートナーズ(株)(1) P103
- 9) CP&C ジャパンパートナーズ(株)(2) P104
- 10) シチズン時計(株)(1) P105
- 10) シチズン時計(株)(2) P106
- 11) (株)ストロベリー・リナックス(1) P107
- 11) (株)ストロベリー・リナックス(2) P108
- 12) 東京コスモス電機(株)(1) P109
- 12) 東京コスモス電機(株)(2) P110
- 13) ニチコン(株)(1) P111
- 13) ニチコン(株)(2) P112
- 14) 日本テキサス・インスツルメンツ(株)(1) P113
- 14) 日本テキサス・インスツルメンツ(株)(2) P114
- 15) 日本電業工作(株)(1) P115
- 15) 日本電業工作(株)(2) P116
- 16) (株)日立製作所 ワイヤレスインフォ統括本部(1) 深堀調査 P117

- 16) (株)日立製作所 ワイヤレスインフォ統括本部(2) 深堀調査 P118
- 16) (株)日立製作所 ワイヤレスインフォ統括本部(3) 深堀調査 P119
- 16) (株)日立製作所 ワイヤレスインフォ統括本部(4) 深堀調査 P120
- 17)(株)守谷商会(1) P121
- 17)(株)守谷商会(2) P122
- 18)リニアテクノロジー(株)(1) P123
- 18)リニアテクノロジー(株)(2) P124

【 深堀調査企業 × 共通ヒアリング項目(3社)】

- (1)「エネルギーハーベスティング」関連/中核プロダクツ(製品)&ソリューション(SI)&サービス概要、料金指標 または 御社における「研究開発」内容(現時点)
- (2)適用分野・対象エリア(エリア・分野、業種・業務)/ (想定)ターゲット市場セグメント
- (3)主要技術(有望技術、標準技術、採用技術など)
- (4)有望アプリケーション/キラーアプリケーション
- (5)想定市場規模(感)/当該売上計画(2011年度~2015年度) 1)想定市場規模(感)<(金額ベース)>御社における当該売上計画(2011年度~2015年度)<金額ベース>
- (6)市場拡大要因/市場阻害要因(エネルギーハーベスティング) 1)市場拡大要因(エネルギーハーベスティング)2)市場阻害要因(エネルギーハーベスティング)
- (7)課題(認識)
- (8)競合/当該参入プレイヤー数(合計)認識(具体的な競合認識プレイヤー名、当該参入プレイヤー数 合計認識)
- (9)今後の研究開発/事業化計画(時系列順マイルストーン)
- (10)「エネルギーハーベスティング」によって近未来シーンとしてどのようなことが可能になるのか? 「エネルギーハーベスティング」によって未来がどのように変わるのか? 重要な観点(現実にはまだ起こっていないが、未来に起こりえるシーン中心)
- (11)参考情報
  - <1> URL
  - <2> 電話番号
  - <3> 売上高(全社)
  - <4> 従業員数
  - <5> 設立年月
- (12) 当該ビジネス×売上推移(予測)

2009年度(実績)

2010年度(見込)

【実態調査企業 × 共通ヒアリング項目(15社)】

- (1)関連/中核プロダクツ(製品)&ソリューション(SI)&サービス概要(具体的なメニュー内容や料金体系:平均導入実績価格<実績ベースを中心に>など)

- (2)適用分野・対象エリア(エリア・分野、業種・業務) <比率シェアなど>
  - (3)ビジネスモデル<1> ハードウェア販売<2>ソフトウェア販売<3> SI<4> ASP や SaaS などのサービス提供<5> コンサルティング<6>ソフトウェア開発<7>システム販売(ハードウェア+ソフトウェアの提供) <8> その他
  - (4)販売チャネル<1> 直販・間販の比率<2> 代理店名など
  - (5)開始時期( 年 月)
  - (6)導入実績(累計数量、単年売上など)
  - (7)前年比伸長率など(同社における当該販売数量または当該売上に関して)
  - (8)当該プレイヤー数(合計)認識
  - (9)参考情報
    - <1> URL
    - <2> 電話番号
    - <3> 売上高(全社)
    - <4> 従業員数
    - <5> 設立年月
  - (10) 当該ビジネス×売上推移(予測)
- 2009 年度(実績)
- 2010 年度(見込)