

3Dプリンタ市場に関する調査結果 2013

～BtoB から BtoC へと拡大するマーケット、試作品から実製品製作(製造)への拡大も期待～

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内3Dプリンタ市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2013年10月～12月
2. 調査対象:3Dプリンタメーカー、有力販売代理店、造形サービス企業、商社等
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、電話・e-mailによるヒアリング、ならびに文献調査併用

<3Dプリンタとは>

本調査における3Dプリンタとは、3Dデータを元に積層造形する装置を指し、主な製品タイプとしては造形方式や使用する材料の違いにより、熱溶解方式、インクジェット方式、粉末方式、光造形方式などがある。

3Dプリンタの主な需要分野としては、デザイン検討、機能検証等に利用する工業・研究系用途、ビルや施設の模型等に利用する建築系用途、歯科模型、人体模型、福祉機器模型等に利用する医療・福祉系用途、モノづくり教育のツール等として利用する教育系用途、ホビーや玩具、ものづくりベンチャー等が利用するSOHO・コンシューマー系用途などがある。

【調査結果サマリー】

◆ 2012年度の国内3Dプリンタ市場は1,692台、6,500百万円と伸長

2012年度の国内3Dプリンタ市場は、数量が1,692台(前年度比265.2%)、金額が6,500百万円(同157.6%、いずれも事業者売上高ベース)となった。

主な市場拡大要因としては、2012年度の下期前後から大手メーカーをはじめとした新規参入メーカーから数十万円程度の低価格機が相次いで発売されたことに加え、マスコミ各社の3Dプリンタブームともいえる過熱報道や特集などにより認知度が極めて向上したことで、一気に市場が拡大した。2013年度の同市場規模を、数量が10,000台(前年度比591.0%)、金額は15,000百万円(同230.8%)に拡大すると見込む。

◆ 2016年度の国内3Dプリンタ市場は20,000台、24,000百万円と大幅成長を予測

有望分野である教育系用途は工業系、美術系、医療系などの大学や高等学校、専門学校などで、主にデザイン確認や研修、訓練などに活用されている。特に同用途は3Dプリンタメーカーが、現在注力している市場でもあり、1台の導入で多数のユーザーが利用するため、他の分野と比べて稼働率が高くなる。その結果、ユーザーと3Dプリンタとの接触機会が増えることが普及啓蒙活動になるといった意味でも有効性が高い。

その他、工業・研究系用途や建築系用途、医療・福祉系用途など主要な需要分野でも安定して成長しており、100万円以上の高単価製品を中心に市場形成されている。特に製造業を中心とした試作用途では、3Dプリンタの導入が同業他社との競争力向上に必要な不可欠なアイテムとなってきている。

これらを背景に、2016年度の国内3Dプリンタ市場は、数量が20,000台、金額が24,000百万円(いずれも事業者売上高ベース)へ大幅に成長すると予測する。

◆ 資料体裁

資料名:「2013年版 3Dプリンタ市場の現状と展望」
 発刊日:2013年12月10日
 体裁:A4判 137頁
 定価:126,000円(本体価格120,000円 消費税等6,000円)

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地:東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長:水越 孝

設立:1958年3月 年間レポート発刊:約250タイトル URL:<http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

㈱矢野経済研究所 営業本部 広報チーム TEL:03-5371-6912 E-mail:press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 市場概況

2012年度の国内3Dプリンタ市場は、数量が1,692台(前年度比265.2%)、金額が6,500百万円(同157.6%、いずれも事業者売上高ベース)となった。

同市場は数量・金額ともに高い成長率を示しており、2012年度の下期前後から大手メーカーをはじめとした新規参入メーカーから数十万円程度の低価格機が相次いで発売されたことに加え、マスコミ各社の3Dプリンタブームともいえる過熱報道や特集などにより認知度が極めて向上したことで、一気に市場が拡大した。2013年度の同市場規模を、数量が10,000台(前年度比591.0%)、金額は15,000百万円(同230.8%)に拡大すると見込む。

2. 注目すべき動向

2-1 海外では買収や合併の動きが続く

海外の3Dプリンタメーカーの間では、引き続き買収や合併の動きが活発である。米国の大手3Dプリンタメーカーは積極的な買収活動を行い、ほぼすべての製品タイプを展開するフルラインナップメーカーに成長し、コンテンツやサービスなどの関連ビジネスへの事業多角化を進行している。また、熱溶解方式を得意とする米国の3Dプリンタメーカーとインクジェット方式を得意とするイスラエルの3Dプリンタメーカーが2012年12月に合併し、製品ラインアップの拡充に留まらず、販売体制や開発体制の強化をはかっており、今後新たな需要を一挙に開拓していく狙いがみとれる。

2-2 今後新規参入の可能性が高い3Dプリンタ市場

拡大する需要を受け、供給側であるメーカーの新規参入も進んでいる。現状では特許が切れた熱溶解方式でSOHOやコンシューマをターゲットにするビジネスモデルでの市場参入が中心となっているが、今後は他の製品タイプや需要分野を狙った展開もあると予測する。

また高いシェアを持つ2Dプリンタや業務用プロッタなどの国産メーカーが3Dプリンタ市場に新規参入する可能性は充分あると考える。新規参入が増えてプレイヤーが増加すれば、少なくとも市場の活性化は期待できる。特許問題をクリアした上で、日本企業特有のきめ細やかさと技術的な工夫による新規参入を期待したい。

3. 将来展望

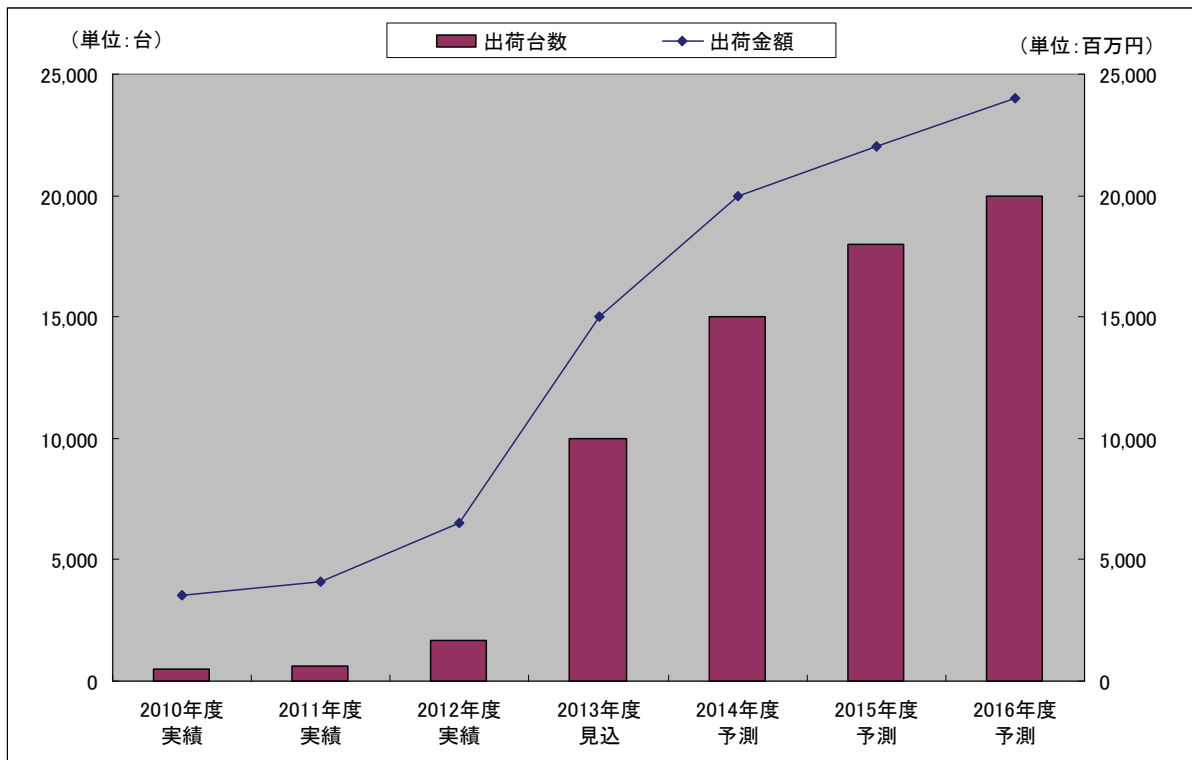
市場拡大の中心になっているのがSOHO・コンシューマ系用途と教育系用途である。SOHO・コンシューマ系用途は、個人や個人商店などの小規模組織によるフィギュアなどのホビーや玩具、ものづくりベンチャーなどのアイデア設計・商品企画などに活用されている。一方教育系用途は工業系、美術系、医療系などの大学や高等学校、専門学校などで、主にデザイン確認や研修、訓練などに活用されている。特に同用途は3Dプリンタメーカーが注力している市場でもあり、1台の導入で多数のユーザーが利用するため、他の分野と比べて稼働率が高くなる。その結果、ユーザーと3Dプリンタとの接触機会が増えることが製品の普及啓蒙活動になるといった意味でも有効性が高い。また長期的にみても、主なユーザー層が学生のため市場育成につながる可能性が高く、将来的には日本全体におけるものづくり技術のレベルアップにつながるものと考えられる。両用途ともに市場の裾野が広く、今後も継続的な成長を見込む。

その他、工業・研究系用途や建築系用途、医療・福祉系用途など主要な需要分野でも安定して成長しており、100万円以上の高単価製品を中心に市場形成されている。

特に製造業を中心とした試作・ラピッドプロトタイプングでは、3Dプリンタの導入が同業他社との競争力向上に必要な不可欠なアイテムとなってきている。なぜなら、導入による製品開発工程のスピード化や設計不良の減少、社内外を含めたコミュニケーションツールとしての活用、情報漏えいの防止などの効果が認められてきたからである。今後もこのような導入効果に加え、装置・機器を含めた関連機器、材料、ソフトウェアなどの低価格化の推進によって、これまで導入を控えていた中小・中堅企業などにも広く普及が進むと考える。

これらを背景に、2016年度の国内3Dプリンタ市場は、数量が20,000台、金額が24,000百万円(いずれも事業者売上高ベース)へ大幅に成長すると予測する。

図表1. 3Dプリンタ市場規模推移と予測



(単位: 台、百万円、%)

	実績			見込	予測		
	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
出荷台数	509	638	1,692	10,000	15,000	18,000	20,000
(前年度比)	-	125.3	265.2	591.0	150.0	120.0	111.1
出荷金額	3,505	4,125	6,500	15,000	20,000	22,000	24,000
(前年度比)	-	117.7	157.6	230.8	133.3	110.0	109.1

矢野経済研究所推計

注1: 事業者売上高ベース

注2: 見込は見込値、予測は予測値

注3: 金額は、ハードウェア単体で算出し、別売のソフトウェアやアクセサリ、材料などは含まない。

参考資料: (株)矢野経済研究所「3Dスキャナ市場に関する調査結果 2013」(2013年8月27日発表)

<http://www.yano.co.jp/press/press.php/001139>