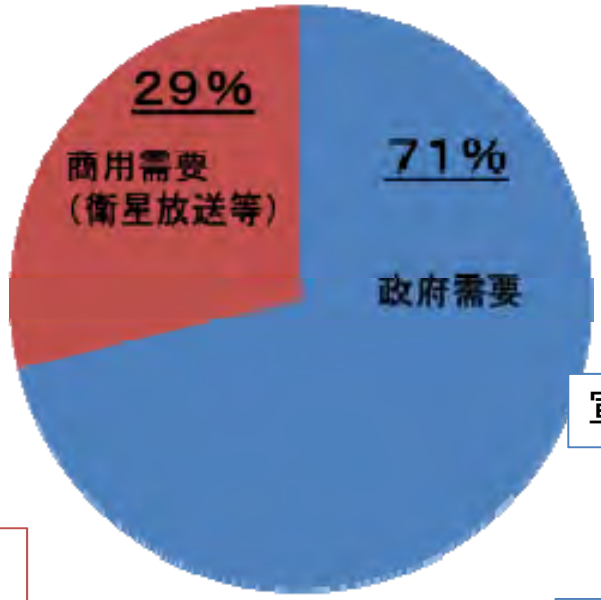
世界の宇宙産業の動向（商用需要と政府需要の構成比）

➢ 世界の宇宙機器製造産業の売上の大半は政府需要(軍事・民生・科学)であり、その中心は軍事需要。当面、軍事需要の中心は米国。

世界の顧客別市場規模割合（03-12年累計）



通信・放送衛星
地球観測衛星

自国で衛星開発を行えない新興国市場は今後10年で4倍に

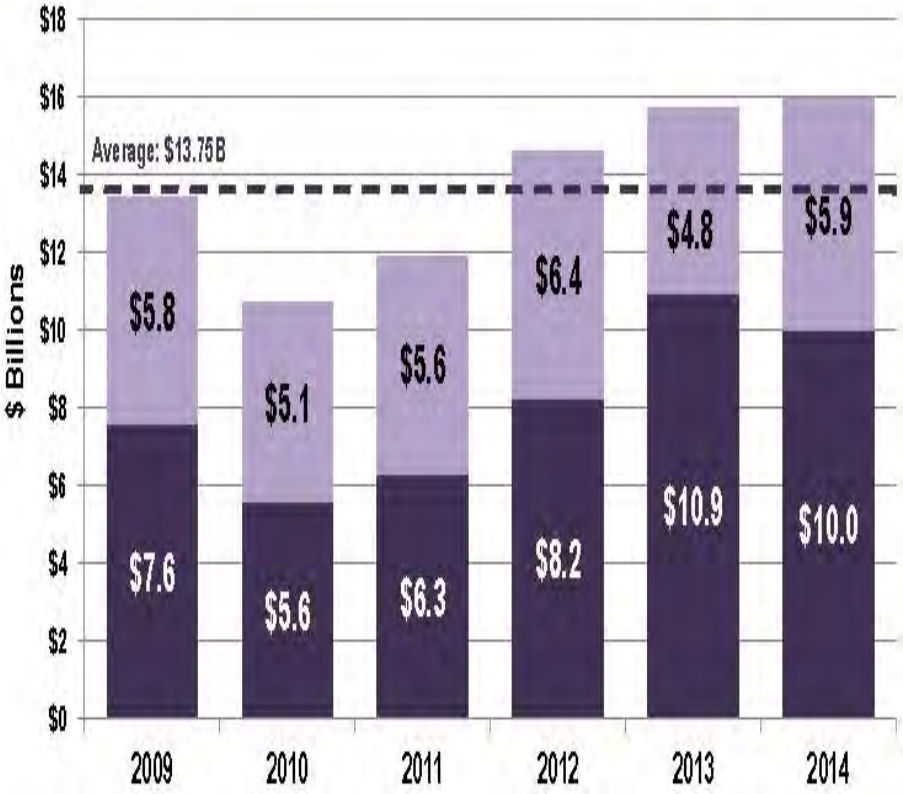
軍事・民生・科学

中心は軍事、
特に米国

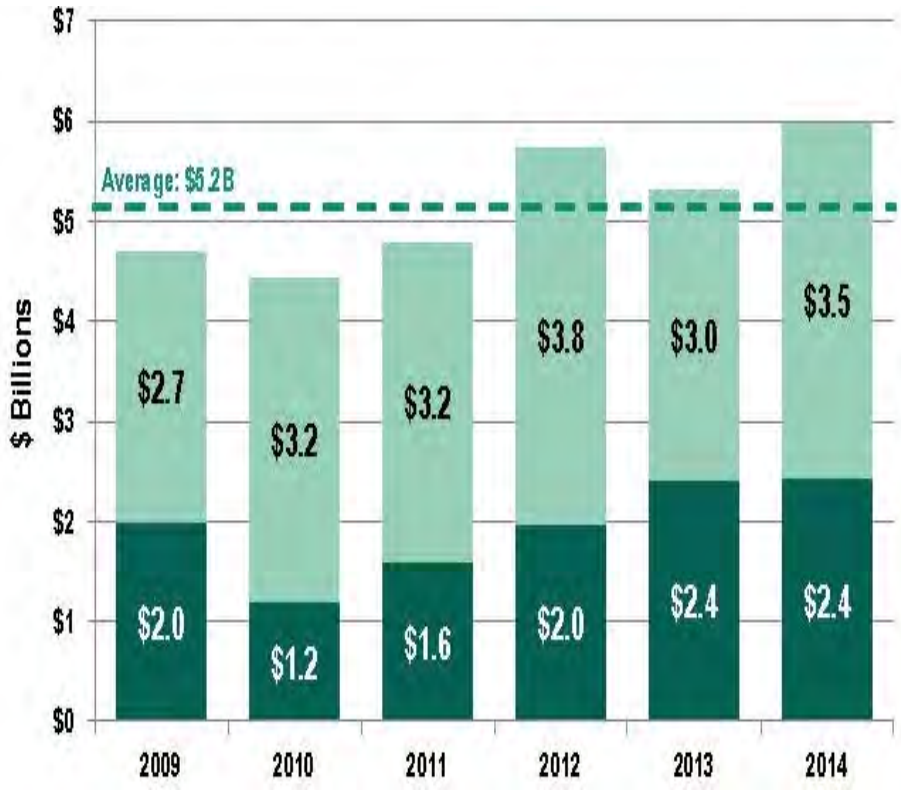
出典：Satellite Industry Association
[State of the Satellite Industry Report(2014)]

世界の宇宙産業の動向（衛星機器・打上げ市場の動向）

- 人工衛星市場は年間約140億ドル規模。1/2～2/3が米国市場。
- 衛星打ち上げサービス市場は、年間約50億ドル規模。約3～4割が米国市場。
- いずれの市場も増加傾向にある。



衛星機器の世界市場(2009年～2014年)



衛星打上げの世界市場(2009年～2014年)

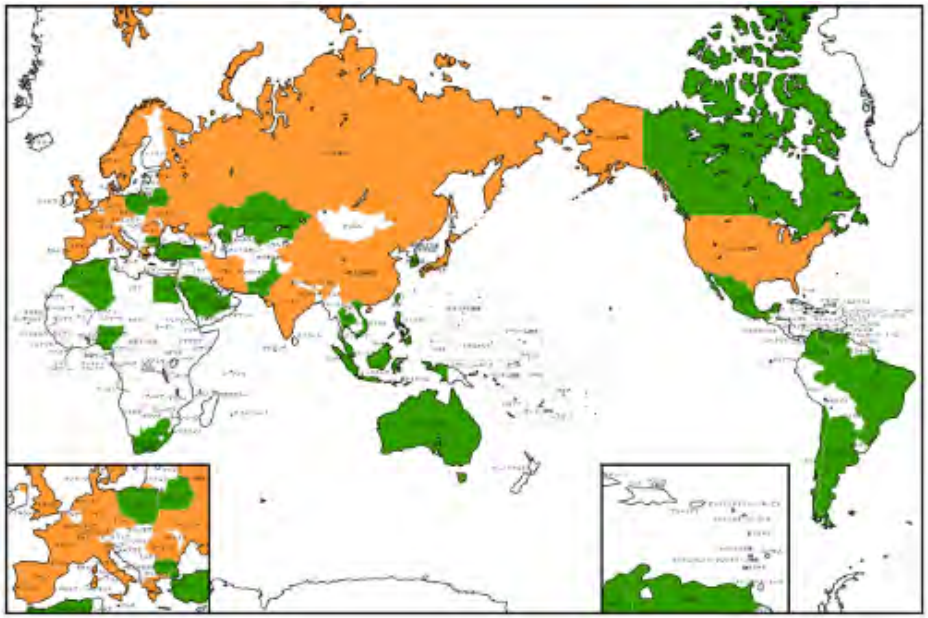
Non-U.S.

United States

出典：Satellite Industry Association
[State of the Satellite Industry Report(2015)]

世界の宇宙産業の動向（途上国の需要の拡大）

- 宇宙利用は、新興国を中心に発展途上国にも拡大中。自国で衛星開発や打上能力を保有していない国も多く、これらの国々に対する市場獲得競争が行われている。
- 最大の商業市場は、通信・放送衛星。近年、防災等を目的とする政府による地球観測衛星調達の需要が拡大している。
- 新興国等がけん引し、衛星を保有する国の数は５０か国以上に拡大（宇宙技術のコモディティ化により、通信・放送や地球観測衛星を商業市場から調達）。
- 打上げを含むフルセットの宇宙産業基盤を国内に持つのは日本や欧米等９か国・地域にとどまる。



ロケット製造能力及び衛星を保有する国

ロケット製造能力及び衛星保有国

（日、米、EU、露、中、印
ウクライナ、イスラエル、
イラン）

衛星保有国

（50カ国以上）

（出典：経済産業省資料）

２.（２） 分野別（通信、測位、リモセン）