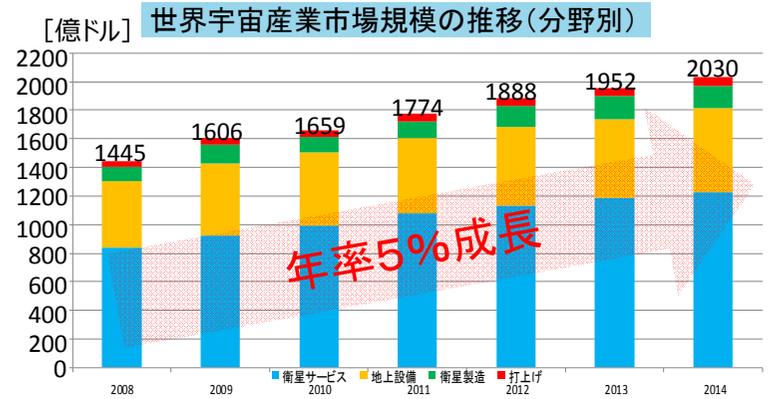


海外展開戦略(宇宙) 概要

1 国内・海外市場の動向と今後の見込み

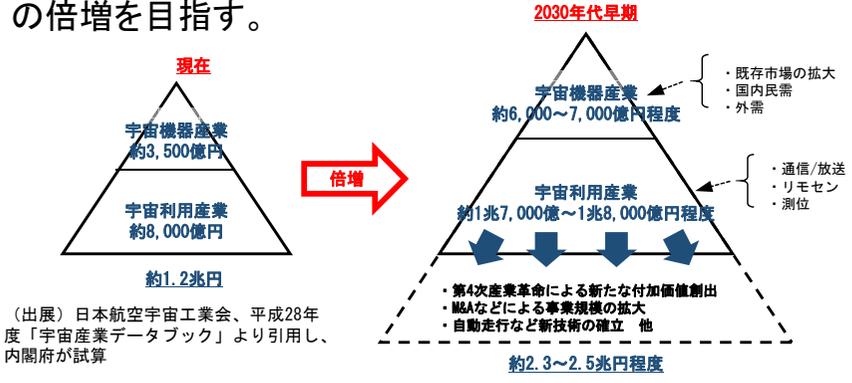
宇宙産業市場の動向

- 世界の宇宙産業の市場規模は毎年拡大。
- 市場規模は、衛星サービス(利用)分野が約2/3を占める。
- 宇宙利用は、新興国を中心に途上国にも拡大中。これらの国々に対する市場獲得競争が行われている。
- 我が国では、国内政府需要が大半で、民需や海外市場の取り込みは限定的。



我が国宇宙産業の将来目標

- 我が国経済の活性化・成長に向けて、宇宙利用産業も含めた宇宙産業全体の市場規模(現在1.2兆円)の2030年代早期の倍増を目指す。

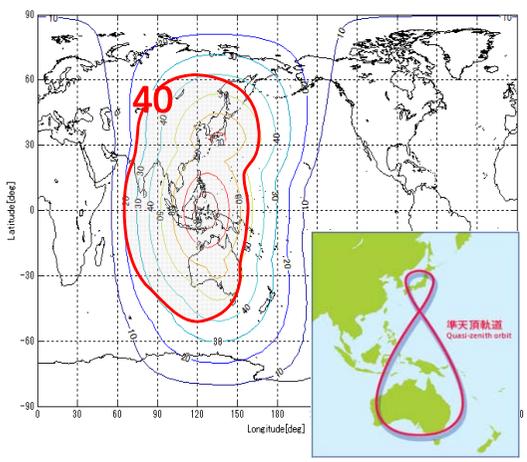


(出展) 日本航空宇宙工業会、平成28年度「宇宙産業データブック」より引用し、内閣府が試算

2 我が国の技術・サービスの供給力

- 宇宙機器産業の海外受注実績は、過去10年間でロケット5件、衛星3件。
- 一方、打上げ費用の低価格化、小型衛星等の新たな市場創出により、新興国・途上国による宇宙へのアクセスが容易になりつつある。
- これを背景に、ベンチャーの参入など、新たな可能性が高まっている。
- 準天頂衛星システム「みちびき」は、本年11月から運用開始予定。日豪ASEAN全域をカバーし、高精度測位を活用した農業・交通・建設等の分野で新たなビジネス機会が拡大。

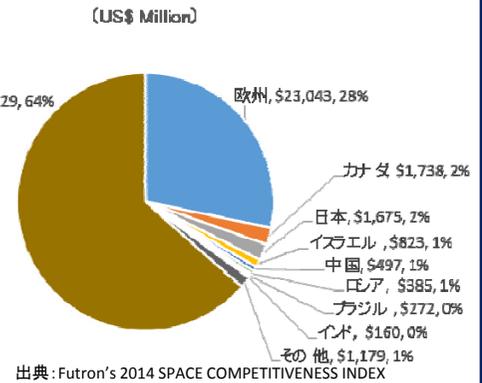
準天頂衛星システム「みちびき」のカバーエリア



3 競合国の動向

- 世界の宇宙機器ビジネスでは、最大の市場を有する米国企業が上位を占め、続いて欧州企業が並ぶ構図。
- 商用衛星シェアは欧米がほぼ独占し、我が国は2% (2011年-2016年)。先進国市場での衛星受注実績はゼロ。
- 通信衛星市場では、欧米では大容量通信衛星(HTS)の技術開発が進展。我が国では、技術実証衛星ETS-9を2021年度に打上げ予定。
- ロケット打上げ市場では、国際的な低価格化が進展。我が国もH3ロケットを2020年度から運用予定。

世界の宇宙関連企業の国籍別売上



出典: Futron's 2014 SPACE COMPETITIVENESS INDEX

海外展開戦略(宇宙)概要

4 海外市場展開の方向性

課題① 長期的・持続的な戦略の検討・推進が必要

- プロジェクトの推進の中心的役割を担うプロジェクトマネージャーを配置し、長期・持続的な支援コーディネート体制を構築。

課題② 相手国の発展段階を意識した戦略的な取組が必要

- 相手国のニーズに応じた、機器とサービス、人材育成等を組み合わせたパッケージの組成・強化。
- さらに、ハードウェアやサービスの支援だけでなく、相手国における担い手の組成と出資までを視野に取り組む

課題③ 更なる海外展開の拡大に向け、国際連携強化が重要

- 東アジアASEAN経済研究センター(ERIA)と連携。
- 宇宙機関間や各国間等での国際連携を推進。
- 衛星測位分野は、アジア太平洋地域に広域展開。日欧でも連携。



ファルシUAE宇宙庁総裁

5 最近の主な成果

高精度測位サービスの海外展開

- 高精度測位を用いたスマート農業等の実証試験をタイ、オーストラリアにおいて実施。
- タイに共同研究開発の官民連携拠点を設置。併せて、日本企業による恒久的な協議会を組織。



タイにおける農機の自動走行実証

インドネシアにおけるパッケージ協力

- 海洋・漁業資源管理のための衛星データ利用システム構築に向けた調査を実施。
- 両国の大学のデュアル・デGREE・プログラムを通じた人材育成を実施。



スシ・インドネシア海洋水産大臣