

スマートフォンとタブレット端末の最新動向

石川 温 ケータイジャーナリスト

日本製品の投入やサービス対応で花開くスマートフォン市場 ライフスタイルの違いからまだ様子見のタブレット端末

日本国内のスマートフォン市場が一気に花開きそうな気配となってきた。NTTドコモ・山田隆持社長は「2011年度は600万台の販売台数を見込む」と明言。これは同社の年間計画台数(1980万台)の3割を占める。KDDI・田中孝司社長も「400万台がスマートフォン」といい、こちらも年間計画台数(1210万台)の3割となっている。両社とも「スマートフォンが3割」と控えめな数字を掲げるが、早い時期に市場の半分以上がスマートフォンになってもおかしくない状況だ。

これまでの国内スマートフォン市場は、iPhoneが「独り勝ち」の状態が長く続いた。しかし、キャリアや日本メーカーがスマートフォン向けの開発を強化し、対応端末が出そろってきたことで、この潮目も変わってきた。

大きな流れとしてあるのが、日本メーカーの逆襲だ。2011年夏商戦では、これまでスマートフォンを投入できていなかったパナソニックモバイルコミュニケーションズもようやくAndroid端末を発表。各メーカーはキャリア主導であった「MOAP」「KCP+」といったプラットフォームではなく、Androidを中心に据えて製品ラインナップを強化してきた。おサイフケータイ、ワンセグ、赤外線通信といった日本特有機能を盛り込み、ケータイから乗り換えやすいスマートフォンが相次いで登場した。

ただし、メーカーからするとAndroidという世界で共通のプラットフォームを採用することで、端末が開発しやすくなるというメリットがある一方で、他社との差別化がしにくくなるという懸念もある。しかし、現状では、シャープが3D液晶&ツインカメラ、NECカシオが薄型といった技術スペックでの競争点で勝負しつつある。

後発となるパナソニックは、スペックではなく、女性向けのユーザーインターフェースやアプリなどを詰め込むことで特色を出そうとしてきた。技術だけでなく、マーケティングによって、女性からのニーズを生かしたスマートフォン開発というところまで来ているのだ。

ケータイとスマートフォンとの垣根は端末のデザイン面、使い勝手においてもなくなりつつある。

シャープがau向けに開発したIS11SHはスライド、ソフトバンクモバイル向けの007SHは折りたたみ形状をしたAndroidだ。いずれも見た目は普通のケータイと変わらないが、中身は最新のAndroid OSが搭載されている。これまで「スマートフォン=タッチパネル」という常識を覆す製品と言えるだろう。実際にテンキーで操作しても、違和感なく、あらゆる操作が行えるように作り込まれているのが特徴だ。「OSの深い部分にまでカスタマイズして開発すると、バージョンアップがしにくくなる。いかに手を入れずにテンキーでの操作性が良くなるかに時間をかけた」(シャープ開発担当者)という苦心作だ。

タッチパネルだと、慣れればそれなりに文字入力できるものの、誤字が増えたり、文章が短くなったりと快適な文字入力環境とは言い難い。しかし、テンキーがあれば、それなりにサクサクと文字入力が行える。シャープの取り組みは、「スマートフォンに関心はあるが、購入は躊躇する」という初心者に向けた製品として、市場を一気に拡大する可能性を秘めていることだろう。

現在、メーカーは一般的なケータイは、従来通りのプラットフォームで開発しているが、いずれはすべてをAndroidで開発する、ということもあり得るだろう。

資料 3-2-1 国内の代表的なタブレット端末スペック表

	iPad 2	Optimus Pad L-06C	XOOM TBI11 M	Galaxy tab SC-01C	Light Tab	DELL Streaak 001 DL
メーカー	アップル	LGエレクトロニクス	モトローラ	サムスン電子	ZTE	デル
キャリア	ソフトバンク	NTTドコモ	au	NTTドコモ	日本通信	ソフトバンクモバイル
OS	iOS4.3	Android3.0	Android3.0	Android2.2	Android2.2	Android2.2
画面サイズ	9.7インチ	8.9インチ	10.1インチ	7インチ	7インチ	5インチ
本体サイズ	185.7×241.2× 8.8mm、601g	243×150× 12.8mm、620g	249×167× 12.9mm、700g	120×190× 12.1mm、382g	110×192× 12.6mm、390g	152×79×10mm、 220g
通信規格	WiFi/WiFi+3G	WiFi+3G	WiFi	WiFi+3G	WiFi+3G	WiFi+3G
CPU	Apple A5 (1GHz)	NVIDIA tegra2 (1GHz)	NVIDIA tegra2 (1GHz)	S5PC110(1GHz)	ARM V6 (600MHz)	QSD8250 (1GHz)
カメラ	内蔵(画素数非公開)	510万画素×2	500万画素	320万画素	300万画素	500万画素
本体容量	16/32/64GB	32GB	32GB	16GB	512MB	2.5GB

出所 著者作成

スマートフォン対応サービスも拡大

スマートフォンの端末に日本特有機能が搭載されていく中、サービス面においても、有力な企業がスマートフォンへの対応を開始している。

JR東日本は、ケータイ向けのSuicaサービスである「モバイルSuica」のスマートフォンアプリを開発し、7月23日よりサービスを開始した。

また、これまでケータイとauのスマートフォンしか、利用できなかった「緊急地震速報」も、NTTドコモ、ソフトバンクモバイルのスマートフォンでも2011年夏から使えるようになる。サービス面でもケータイとスマートフォンの垣根が取り払われたことで、一気にユーザーがスマートフォンに流入するようになるだろう。

さらに、NTTドコモでは、2011年秋以降を目標にiモードコンテンツをそのままスマートフォンで使えるように準備を進めている。いままではiモードユーザーが契約している公式サイトは、スマートフォンに乗り換えると、ほとんどが解約扱いとなってしまう。コンテンツプロバイダーからすると、ユーザーがスマートフォンに乗り換えることで、毎月入っていた収入が途絶えることになる。NTTドコモがiモードのマイメニュー登録をスマートフォンに引き継げるようにすることで、スマートフォンユーザーが増えても、コンテンツプロバイダーの収入が途絶えることはない。一方、ユーザーも気軽にスマートフォンに乗り換えやすくなる。これにより、スマートフォンユーザーが増えていく環境が整った。

苦戦するタブレット端末

一方、やや苦戦しつつあるのがタブレット市場だ。

2011年4月末にアップルがiPad 2を発売。日本導入日を発表した翌日に発売という慌ただしいスケジュールながらも、アップルストア銀座の前には400名を超える行列ができた。

タブレット市場においてiPadが独り勝ちであることは間違いがない。だが、アップルは販売実績に関しては、必ずしも満足はしていないようだ。3G版はソフトバンクモバイルが取り扱いをしているが、発売早々から「iPad 2 for everybody」キャンペーンを展開して、16GBモデルでは「実質負担0円」をアピール。Wi-Fi版に関しては、イー・モバイルを筆頭にさまざまな企業を販売パートナーにして、販路拡大を行っている。

一方、Android陣営は、新しいOSバージョンとなる「HoneyComb」(ハニカム)において、タブレットに狙いを定めたユーザーインターフェースを取り入れた。

だが、クルマ社会であるアメリカなどでは、移動中にインターネットへアクセスするデバイスとしての需要があるだろうが、電車移動が多い日本では、タブレットよりも、まずはスマートフォンのほうがライフスタイルに合っている。テレビを見ながら、ネットで調べ物をするのには最適なタブレット端末ではあるが、その利便性を感じている消費者はまだ少ない。2011年夏商戦において、ソフトバンクモバイルはiPad 2に注力しているが、NTTドコモはLGエレクトロニクスのOptimus padもしくはサムスン電子・GALAXY tab、KDDIはモトローラ・XOOMのみを取り扱う。まだ数が限られており、NTTドコモ、KDDIとも「様子見」という感が強い。

日本でAndroidタブレットがブレイクするには、もうしばらく時間がかかると言えるだろう。



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp