



アップル社に覇権を握られたかのタブレット PC 市場だが、アマゾンによるタブレット PC の新機種投入で俄に低価格競争に拍車がかかる気配である。その背景にあるのは、ウェブ市場におけるビジネスモデルの捉え方である。行方やいかに。

### キンドルファイアの衝撃

米アマゾン・ドット・コム（以下、アマゾン）は、9月28日、アンドロイドタブレット「キンドルファイア（Kindle Fire）」を正式に発表し、アメリカでこの秋の11月15日に発売するとしている。残念ながら、日本での発売については発表されていない。

同時に、新型のタッチスクリーン式電子書籍「キンドルタッチ」（価格は99ドルから）を発表し、従来型の「キンドル」の価格を99ドルから79ドルに引き下げると発表している。

この発表が衝撃だったのは、キンドルファイアの価格が199ドル（約1万5000円）という圧倒的な安さにあった。それまでのアナリストによる予想では300ドルとか250ドルといった価格であり、これらを大きく下回っていたからである。

米アップルの「アイパッド2（iPad2）」の499ドルに比べて、6割も安い半値以下に設定されていたからである。勿論、高級機アイパッド2と大衆機キンドルファイアとを同列に比較してはならない。しかし、この価格差はあまりにも大きい。

大衆機のキンドルファイアは、7インチサイズ（413g）であり、デュアルコア CPU、フルタッチパネル式のカラー液晶ディスプレイを装備している。記憶容量は8G、USB2.0を装備している。ただし、カメラやマイクを内蔵していない。無線通信 WiFi に接続するだけで、第3世代（3G）のサービスは無い。

キンドルファイアの最大の特徴は、独自のブラウザである「キンドルシルク」を搭載している点である。これは、アマゾンの無店舗販売サイトへのアクセスを、最も最適化するように設計されたブラウザとあってよい。

キンドルファイアは、世界最大の無店舗販売での売り上げに、貢献させる狙いが込めら

れている。すなわち、キンドルフアアが赤字販売でも構わないのである。IHS アイサプライの分析によれば、アマゾンはこの端末 1 台ごとに 10 ドルの損失を出すという。

現在、タブレット PC の市場は、アップルの独擅場となっている。米調査会社 IDC の調査（2011 年 4-6 月）によれば、米アップル社のアイパッド 2 が 68% と圧倒的なシェアを獲得している。ちなみに、タブレット PC の出荷台数は 1360 万台に達し、前年の同じ時期に比べ 4 倍に増えている。

世界中のメディアがキンドルフアアに注目しているのは、このアイパッドの覇権に対して、このキンドルフアアが強力な対抗馬になるとみているからである。アマゾンの攻勢は、キンドルフアアだけではないようである。次のタブレット PC（10 インチ型）を今年度に発表するのではないかという観測も流れている。

我が国についてみれば、この 10 月 20 日、アマゾンは年内にも電子書籍の日本語サービスを開始すると発表している。マスコミは黒船上陸と囃したてている。アマゾンは、専用の購入サイトを開設して、ネット通販で築いてきた日本の顧客基盤を生かし、国内の電子書籍市場を開拓する方針という。すでに、中堅出版の PHP 研究所と書籍販売に合意し、講談社や新潮社など大手出版とも価格設定などで交渉を進めているという。

## アンドロイドタブレット PC への期待と不安

メディアによるキンドルフアアの取り上げ方には、期待と不安の両方が入り混じっている。期待は、アイパッド 2 への対抗馬が登場したことであり、アンドロイドタブレット勢の活性化である。不安は、タブレット PC の価格崩壊である。

今年に入り、アンドロイドタブレットは、大きな期待を持って受け止められてきた。今年 2011 年 1 月の世界最大の家電見本市「コンシューマー・エレクトロニクス・ショー（CES）」では、タブレット PC が大きな関心を集めた。米調査会社ガートナーも、世界のタブレットの販売台数は 2010 年の 1949 万台（推計）から 2013 年には 1 億 5415 万台に伸びると予想していた。

しかし、今年の春から夏にかけて、アンドロイドタブレット PC の販売不振が報じられるようになった。アンドロイドタブレット PC を販売してきたデル、サムソン、エイサーなどのパソコン大手企業は、大量に在庫を抱え始めたのである。

販売不振の象徴が、ヒューレットパッカー社のタブレット PC 「タッチパッド（TouchPad）」である。今年 7 月に発売されたが、わずか 49 日で生産打ち切りに追い込まれたのである。このタッチパッドは、ウェブ OS を搭載した性能の優れた製品であったが、消費者に受け入れられなかった。

しかし、在庫処分として、販売価格を 499 ドルから 99 ドルに大きく値下げした途端に完売となり、メディアの話題を集めた。この騒動は、タブレット PC の販売価格が適切であれば、今後とも成長の余地が大きいことを示唆している。

このため、今年の冬商戦向けに販売されるタブレット PC には、低価格をアピールする製品が増えている。例えば、レノボ・ジャパンは、今年 10 月 1 に、2 万円を切る低価格なアンドロイドタブレット「IdeaPad Tablet A1」を発表している。

この価格破壊を加速させると考えられるのが、ホワイトボックスとかノーブランド（ノンブランド）と呼ばれるタブレット PC の急増である。市場調査会社 DisplaySearch は、ホワイトボックスのタブレット PC が、今年第 1 四半期に急増し、アップルのアイパッド

に続いて高い市場シェアを記録したと報じている。

また、ロイターは、2011年10月に「インド政府は5日、世界最安のタブレット型コンピュータと銘打つ1台35ドル(約2700円)の端末を正式に発表する」と、報じている。

「Aakash」と名付けられた同端末は、インド国内で生産されると言われている。

今回のタブレットブームは、2008年に大きな話題を集め急速に失速したネットブック(5万円パソコンとも呼ばれた)の二の舞になるのであろうか。宏碁(エイサー)の王振堂董事長は、今年8月に、「タブレットブームは終息し、逆にウルトラブックとウィンドウズ8の登場によって、ノートPC市場が再び盛り返す」との見解を披露している。

筆者は、タブレットPCは、ビジネス用途のノートパソコンとは本質的に異なり、AV製品として個人向けに普及するとして考えている。家庭の大型テレビと個人のスマートフォンの中間に位置するマシンとして、普及すると思っている。このための条件は、1~3万円程度の価格帯であらう。

## ウェブ時代のビジネスモデルの行方

そもそも、タブレットPCの存在価値は何であらうか。筆者は、マルチメディア型の電子書籍にあると捉えている。すなわち、書籍、映画、写真、音楽を楽しめるメディアであり、何時でもどこでもインターネットと接続し、ウェブを楽しめるメディアである。

人間が、どこでも読書や映画を楽しめるためには、画面の大きさ、携帯性(可搬性)に一定の条件が求められる。スマートフォンの画面サイズでは、読書を楽しむには無理があり、映画や動画やウェブ閲覧を楽しむには快適性に欠ける。

スマートフォンと大型スマートテレビは、家庭や個人にとって必需品となるが、これには、毎月々一定の通信費がかかる。他方、タブレットPCは必需品ではなく、家庭外で利用する場合も含めて、毎月々に余計な経費がかかるようでは、購入されないのではないか。

このように単純化して考えてみると、タブレットPCは、スマートフォンと大型スマートテレビと共に、3点セットとして利用されるマシンであり、このために最適なマシンとして機能が強化され、発展していくものと筆者は捉えている。

この観点から、アマゾンとアップルのビジネスモデルとを比較してみよう。両社のビジネスモデルは、ウェブと端末とを一緒にして全体で利益を上げるという点で共通しているが、前者はウェブの利益拡大のために端末を赤字にしているのであり、後者は端末での利益拡大のためにウェブの赤字を引き受けているのである。

これまで、パソコンからゲーム専用機までの機器は、高性能化しながら低価格化を同時に実現してきた。この傾向は今後とも続くであろう。だとすれば、数年先を考えた場合、アップルによるアイパッドの高付加価値路線による収益モデルは、維持するのは困難と思われる。アイパッドが、別次元の端末として進化すれば話は別であるが。

筆者は、アマゾンのビジネスモデルの方が、これからの時代にマッチしていると思っているが、この判断の適否については、キンドルフアイアの発売後を見てからに、再考することにした。

いずれにしても、タブレットPC単体のみに依存する収益モデルでは、価格破壊の洗礼を受けざるを得ない。急成長し始めたホワイトボックスと呼ばれるタブレットPCの性能と信頼性が保証される時代が到来すれば、先進国でもタブレットPCの更なる価格破壊が進行するのではないだろうか。

(TadaakiNEMOTO)