

Part2 携帯とPCの中間領域“MID”の可能性を探る 顕在化する「数億台」市場

携帯/スマートフォンとネットブックの中間にある未開拓領域が、急速にその姿を表してきた。「世界で数億台」とも目されるこの新市場で今、何が起きているのだろうか。

文 坪田弘樹(本誌)

いつでもどこでもインターネットに接続し情報を得て、さまざまなサービスを利用する。我々がそうした欲求を満たすための選択肢は、ほんの数年前まで携帯電話/PHS、スマートフォンとノートPCに限られていた。

だが今、その中間領域に熱い視線が注がれている。扉を開いたのはネットブックだ。ノートPCユーザーのみならず、「画面が小さい」「入力・編集に手間がかかる」など電話端末に不満を抱えていた人たちを取り込めたことも、瞬く間にPC市場を席卷するまでに成長した要因だろう。

ネットブックの成功は、それまでおぼろげにしか見えていなかった電話端末とPCの中間市場を鮮やかに照らし出した。確かな感触を胸に、この新大陸へと数多くのプレイヤーが乗り込んできている。

「4～10インチ」に眠る鉱脈

おそらく、この領域を世界で初めて具体的に表現したのは、インテルの「MID(Mobile Internet Device)」だろう。それまでノートPC向けが中心だった同社のモバイル戦略の転換を示すこの言葉から、

本稿をスタートしよう。

さて、インテルが狙うMID市場とは、具体的にどのようなものか。同社マーケティング本部モバイルインターネット・コンシューマ・エレクトロニクス・マーケティング部長の佐藤有紀子氏は、「ゼロから立ち上がる市場ではなく、既存の端末・サービス市場の代替を含むもの」と説明する。

具体的には、ポータブルなゲーム機やビデオプレイヤー、簡易型カーナビ(PND)等のGPS内蔵端末、フィールドワーカーが用いるハンドヘルド端末といった製品カテゴリだ。ここに、複数の機能を集約した多機能端末や、スマートフォン/PDAから派生する新端末、タブレット型端末などが加わってくる。

画面サイズで括れば、4～10インチ。佐藤氏が「グローバルで数億ユニットのポテンシャルがあるだろう」と話すこの市場へ、“両脇”の携帯/スマートフォンメーカー、PCメーカーが進出を始めている。

先陣を切って9月に「NetWalker(PC-Z1)」を発売したシャープ、Androidベースの新端末開発に着手したNECの狙い、MID市場にかけられる期待から見ていこう。

「先陣」切ったシャープ

シャープの樋口氏は、NetWalker

図表2-1 広がるモバイル端末の市場

