

Part3 米国・中国の最新動向

クラウド化するスマートフォン

米国ではクラウド活用を目的とした端末として市場が急成長している。一方、中国では中国移动が開発した「OPhone」を軸にさまざまなラインナップが登場している。両国の動向を現地在住の識者に寄稿してもらった。

米国編

「携帯のPC化」からクラウドへ BlackBerryがシェアの半数

文 海部美知(エノテック・コンサルティングCEO)

不況がまだまだ去らないなか、クリスマス商戦を控え、米国の携帯業界は湧き立っている。急成長するスマートフォンの双壁「BlackBerry」と「iPhone」に対抗して、11月初めに期待のAndroid端末が続げざまに発表されたのだ。

なぜ、今スマートフォンなのか。長いブームに湧く米国のスマートフォン事情を、シリコンバレーからレポートする。

文系と理系で棲み分け

スマートフォンは米国の携帯電話端末販売の28%(NPD調べ、2009年第2四半期)を占め、シェアは前年同期と比べ47%上昇。まだ全体の3割弱とはいえ、急成長している。

OSごとのシェア(保有ベース)を見ると、各種モデルを合計したBlackBerryが半分を占め、これをiPhoneが急迫している(ComScore調

べ、09年7月現在)。Androidはこの時点ではまだ1機種しかなく、シェアはごくわずかである。なお保有ベースでは、米国の携帯電話稼動数が2億台に対し、スマートフォンは3200万台(16%、同上)と推計されている(図表1-1、2)。

端末の魅力で売れるiPhoneがあまりに目立つので見落とされがちだが、米国でも端末の売れ行きは通信事業者の販売力が大きくモノをいう。iPhoneがAT&Tの独占であるのに対し、BlackBerryは多機種あって主要事業者すべてが対応しており、今年7月時点で、「BlackBerry Curve」は「iPhone 3GS」を押さえてトップの人気機種となっている(図表3-3)。

一般に、BlackBerryは「ビジネスマン向け」とされており、実際に企業のメールサーバーと連携しているのが強みだが、それだけではない。

美しい画面と豊富なアプリケーションを強みとするiPhoneは、フラット画面のためにテキストが早く打てない。一方、アプリも画面も貧弱ながら、BlackBerryはブラインドタッチでテキスト入力ができるので、文章を打ちまくる弁護士などの職業の人にも、メール漬けの女子学生にも支持されている。弁護士出身のオバマ大統領も「BlackBerry中毒」として有名だ。



米国では「iPhone 3GS」を上回る人気の「BlackBerry Curve」



2009年11月にベライゾンから発売されたAndroid端末「Motorola Droid」