

マイクロソフトとグーグル、ハード参入の真意は？

酒井 寿紀 (Sakai Toshinori) 酒井 IT ビジネス研究所

両社がタブレットを発売

マイクロソフトが本年 6 月 18 日に、Surface、Surface Pro という 2 機種 of タブレットを発表した。いずれも 10.6 インチのディスプレイを備え、Windows 系の OS を使うものである。

Surface は、ARM 系の CPU と ARM 用の Windows 8 の OS を使い、今秋 Windows 8 のリリースと同時に発売するという。これは、アップルの iPad や Android 系のタブレットと市場でもろに競合するものだ。

Surface Pro は、インテルの X86 系 CPU と X86 用の Windows 8 の OS を使い、発売は Surface の 3 か月後だという。ノートパソコンなどと同様に、従来の Windows のアプリケーションをそのまま使うことができる。Windows の世界を従来より 1 ランク下のタブレットにまで広げたものだ。

そして、両機種とも 2 種類のカバーが用意されていて、それを開くとタッチ入力のキーボード、または通常のキーボードとして使える。また、裏蓋の下半分を開くとスタンドになる。したがって、机の上に立てて従来のノートパソコンと同じように使える。

グーグルも Nexus 7 というタブレットを 6 月 27 日に発表した。7 インチの液晶ディスプレイを備え、ARM 系の CPU と新しい Android 4.1 の OS を使うものである。

価格は 199 ドルで、アマゾンの Kindle Fire という、機能に制約はあるが

Android 系で最も安いタブレットと同じだ。

問題は何か？

マイクロソフトもグーグルも基本的にはソフトウェア・ベンダーで、機器メーカーにソフトを提供している。こういう企業がハードに参入すると、種々の問題が生じる。

第 1 の問題は、自ら機器を販売すると、**ソフトの提供先である機器メーカーと市場で競合すること**だ。機器メーカーは、ソフトの提供元であるマイクロソフトやグーグルに表立って反対は唱えないだろうが、内心不愉快に思っているはずだ。

それは、機器メーカーがマイクロソフトから有料でソフトを調達しているのに対して、マイクロソフトは事実上タダで入手できるようなもので、平等な競争にならないからだ。そして、マイクロソフトやグーグルは、新しいソフトの開発情報を他社より早く入手でき、また、社内で相談してハード／ソフトの開発の方向付けをすることもできるからだ。

第 2 の問題は、**利益率が低下する恐れがあること**だ。2011 年の利益率は、マイクロソフトが 33%、グーグルが 26%で、一般のハードウェア・メーカーに比べて高い。タブレットは韓国や台湾のメーカーとの熾烈な価格競争にさらされるため、こういう市場に参入すると、高い利益率を維持するのは困難だろう。そのため、株主の反発を買う可能性もある。

真の狙いは？

では、このような問題があるにもかかわらず両社がハードに参入したのはなぜだろうか？

Strategy Analytics の統計でタブレットの全世界での出荷台数のシェアを見てみよう。アップルの iPad のシェアは、2010 年第 4 四半期(10Q4)には 68%だったが、2011 年第 4 四半期(11Q4)には 58%に減った。最近 Android 系に押されてはいるが、まだ圧倒的なシェアを維持している。

Android 系は、10Q4 には 29%だったが、11Q4 には 39%に伸びた。ただし、2011 年の本統計の Android の数値には、電子書籍の閲覧が主目的で、カメラもなく、使用できる Android のアプリケーションも限られているものが 39%中約 40%あるという。したがって、これらを除けば Android の伸びはほとんど認められない。

マイクロソフトの Windows 系のタブレットのシェアは、10Q4 に 0%、11Q4 に 1.5%ということで、まだごくわずかししか売れてないことが分かる。

グーグルにとっては、スマートフォンの販売台数で 2010 年前半にアップルを抜き去った現在、次の目標はタブレットだ。しかし、この市場ではまだアップルと大きな開きがある。そして、前記のように正規の Android のタブレットではな

い製品がかなりのシェアを占めていて、アプリケーションの市場の健全な発展を妨げている。

こういう状況を打破するためには、魅力ある正規の Android タブレットの出現が必須である。そのため、グーグルはハードに参入したのだと思われる。

また、パソコンのソフトで圧倒的な地盤を築いたマイクロソフトにとっては、次の目標はタブレットとスマートフォンだ。このうちタブレットについては、下位のパソコンの市場を侵食しているにもかかわらず、マイクロソフトのシェアは前記のようにまだ微々たるものである。他のハードウェア・メーカーも、Windows を搭載したタブレットにあまり積極的ではなく、これではアップルと Android 系に成長市場を奪われてしまう。これが自らハードに参入した理由だろう。

このように、両社とも最終目標はタブレットの市場での Android 系と Windows 系のシェアを確立することだと思われる。前記のように種々の問題があるため、ハードの販売自体による売り上げ・利益の増大を狙っているとは思えない。したがって、両タブレットとも、いわば同類の製品の「呼び出し役」で、同類の製品が多数登場し、サードパーティーのアプリケーションが揃ったら、その使命を終えて自らは身を引く可能性があると思われる。