

## オープンか、クローズドか？ ・・・アップルのシェアが示すもの

酒井 寿紀 (Sakai Toshinori) 酒井 IT ビジネス研究所

### アップルのシェアは？

アップルのスマートフォン iPhone は 2007 年に登場した。これは、電話、メール、ウェブのほか、写真、動画、音楽、ゲーム、電子書籍などが扱え、これによってスマートフォンは新時代を迎えた。

ガートナーの統計によると、2010 年以降の全世界のスマートフォンの出荷台数で、アップルのシェアは 15% から 25% の間を上下している。しかし最近では、2012 年第 2 四半期に 19% だったシェアが、2013 年第 2 四半期には 14% に減少したという。

一方、OS に Android を使ったスマートフォンが 2008 年に登場した。これは iPhone より 1 年以上遅れて登場したが、2010 年第 2 四半期には iPhone のシェアを抜き、その後も増え続けて 2013 年第 2 四半期には 79% のシェアに達した。もはやほぼ完全にスマートフォンの市場を制したと言えよう。

2010 年に、アップルのタブレット iPad が現れた。これは、無線 LAN か携帯電話回線でネットワークに接続され、10 インチ程度のタッチパネルの画面で操作するもので、従来のこの種の製品よりはるかに洗練されていて、タブレットの新時代が始まった。

そして、2012 年には Android が本格的にタブレットにも対応するように改善され、それを搭載したタブレットが各社から発表された。

ストラテジー・アナリティクスの統計

によると、2012 年第 2 四半期から 2013 年第 2 四半期にかけての全世界のタブレットの出荷台数のシェアは、アップルが 47% から 28% に減ったのに対して、Android 陣営は 51% から 67% に増えたという。タブレットもスマートフォンと同じ道をたどりつつある。

さかのぼって、1981 年に IBM が IBM PC でパソコンに参入し、これが業界標準になってパソコンの新時代が始まった。

そして、1984 年にアップルの Macintosh が登場した。これは、当初からマルチウィンドウやアイコンをマウスでクリックする機能など、いわゆる GUI (Graphical User Interface) を備えた先進的なものだった。一方、IBM PC 系の OS であるマイクロソフトの Windows の GUI が実用になったのは 1990 年代に入ってからである。それにもかかわらず、1990 年代の半ば以降、パソコン市場では Windows 系が 90% 以上の圧倒的なシェアを占め続けている。

### なぜアップルのシェアは低い？

革新的な製品を世に出した企業は市場で圧倒的に有利なはずだ。にもかかわらず、アップルがマイクロソフトやグーグルに追いつき追い越されたのはなぜなのだろうか？

マイクロソフトやグーグルが「オープン」戦略を取ってきたのに対して、アップルは「クローズド」戦略を取ってきた。両戦略は 2 つの面で大きく異なる。1

つは OS とハードウェアの関係だ。マイクロソフトの Windows やグーグルの Android は全世界のハード・メーカーの製品に使われているが、アップルの Mac OS (パソコン用 OS) や iOS (スマートフォン、タブレット用 OS) はアップルの製品にしか使われない。

もう 1 つは、アプリケーション・プログラム(AP)の扱いだ。Windows や Android では、誰でも自由に AP を開発して販売できるが、iOS の AP はアップルの審査に合格したものしか認められず、アップルの販売サイトでしか販売できない。

このように、オープンではハードへの参入が自由なので、多くの企業が製造・販売を手がける。そのため、価格、性能、信頼性などの熾烈な競争が展開される。そしてオープンでは、高価だが高性能なもの、性能は劣るが安価なものなど、多様なハードが揃い、また AP に参入する企業も多いため、AP の品揃えも豊富になる。

こうして、オープンなものは多数の企業が必死に拡販に努めるので、全体としてのシェアが増えていく。

一方、クローズなものは、1 社がハードも OS も提供し、AP も 1 社の支配下にあるため、システムとしての整合性、安定性には勝る。アップルのパソコンがある程度のシェアを維持し続けているのはこういう利点があるからだ。しかし、数の

勝負でオープンに勝てないことは、現実が示す通りだ。

## IT 製品ではシェアが重要！

オープンの最大の問題は、統制不足で混乱を来す恐れがあることだ。特に、Android は自由に改変できるため、端末メーカーが自社の特長を出すために勝手に改変し、似て非なる Android が多数出現する恐れがあり、Android の世界の fragment 化 (バラバラになること) として一時騒がれた。その後、グーグルもこの問題の重要性を認識し、Android の改変の扱いを厳しくしたことは本コラムでも前に取り上げた<sup>(1)</sup>。オープンといっても自由放任ではだめで、適切な司令塔が不可欠だ。

IT 製品のユーザーにとっては、シェアが大きく、事実上の標準になっていて、ユーザー間で自由にデータを交換でき、世界中どこへ行っても現地の機器を同じ操作で使えることが極めて重要である。これを実現するにはオープンを基本にするしかなく、上記のような問題があるとは言え、クローズドではユーザーのこのような要求に応えられない。

(1) 「自由か、統制か?・・・Android の進む道」, OHM, 2012 年 2 月号, オーム社  
(<http://www.toskyworld.com/archive/2012/ar1202ohm.htm>)