

今日の焦点

進撃を続けるアップル社の3本の柱

アップル社の第1の柱、パソコン「Macintosh、Mac」の売上げが好調で、本年1月～3月のパソコンの販売台数は前年同期比51%増の228万台、売上高は54%増の34億9千万ドルと、伸び率はパソコン業界全体の3～4倍に達している。わが国でも順調に売上げを伸ばしており、デスクトップ型では、国内メーカー3位のソニーと同程度のシェアを確保している模様である。

このように売上げが伸びている最大の理由は、米マイクロソフトのOS「Windows Vista」、「Windows XP」との併用を可能にした新OS「Leopard(レパード)」を搭載したことである。また、この新OSには全バージョンに約300の新機能が追加されており、しかも3年前に発売された機種でもほぼ問題なく動作するために、容易に移行可能である。またiPodの普及で、Macも身近な存在になり、これまで専門的と見られてきた先入観が薄れたことも理由ではないかと思える向きもある。デスクトップパソコンの「iMac」は3年ぶりにデザインを一新し、本体にアルミを使った斬新な外観となっており、これも人気のひとつとなっている。

アップルの第2の柱は「iPod」である。2001年11月に発売を開始して以来、iPodと音楽配信サイトiTunes(iTunes・ミュージックストア)の相乗効果で音楽事業を拡大し、米国では2007年の音楽ソフト小売市場で、ウ

ォルマート・ストアーズに次ぐ第2位に浮上した。しかし、1曲ごとの販売を原則としているiPodの音楽配信の戦略には飽和感がでており、米国でのシェアは約70%と高いが、増収率は1桁台に落ちている。このため、アップルは一定額を支払えば音楽が聴き放題になるサービスの検討を始めている。これによって、iPodの新規需要を掘り起こし、音楽事業のさらなる拡大を目指している。

そしていよいよ第3の柱の登場である。アップルは2007年6月、米国で音楽や映像を再生できる携帯電話機「iPhone」の発売を開始した。iPhoneは携帯電話とiPod、インターネット機器の3つを融合した多機能端末である。従来の携帯電話の表面の半分近くを占めるキーを取り払い、3.5インチの液晶画面に、使用する機能に応じて必要なキーボードやボタンが画面が現れるようにし、それを指でなぞるタッチパネル方式を採用している。また、本年3月にはiPhone向け応用ソフトの開発に必要な技術の無償公開に踏み切り、外部の開発者もiPhone用にゲームや業務ソフトを作り、インターネットで売れるようにした。

iPhoneは米国から欧州に販路を広げ、この1年間の累計販売台数は600万台に達し、AT&Tが独占販売している米国では20%程度のシェアを獲得している。本年6月にはデータ通信速度を2倍に高めた「iPhone3G」を発表し、これを世

界70カ国以上に販売し、新たな収益源にすることを旨とする。わが国でも、本年7月11日にこの新iPhoneの販売を開始することにしている。

アップルはなぜ第3の柱として、競争の激しい携帯電話を選んだのであろうか。まず第1の柱のパソコンであるが、近い将来、手頃に使われるパソコン機能は高機能携帯電話に含まれることになり、通常のパソコンは携帯電話型になっていくであろう。第2の柱のiPodの有する音楽や映像の再生機能は、わが国の現状を見ても分かるとおり、携帯電話に取り込まれつつある。このような状況では、アップルとして、携帯市場への参入は必然的な戦略であると言える。

1996年、パソコン事業の不振で経営危機に陥っていたアップルに復帰して以来、スティーブ・ジョブズは献身的な努力で、今日のアップルを築き上げた。同じ1955年生まれでライバルのマイクロソフトのビル・ゲイツは、本年7月に一線から身を引く予定にしているが、スティーブ・ジョブズは当分現役を続けるようである。はたして彼はアップルにさらに一段の発展を遂げさせることができるのであろうか。

それにしても、「ウォークマン」をはじめとして、かつて日本製エレクトロニクス機器の名声の世界にとどろかせたわが国はどうなっているのであろうか。何が欠けているのか厳しく見直すことが必要である。