

やっぱりガラパゴスな私

CMEO 事業部 田村一雄

高性能にもかかわらず、世界で売れない日本製携帯電話を揶揄して「ガラパゴスケータイ（ガラケー）」と言われるようになって久しい。携帯電話のみならず、最近は概念が広がって日本という国のあり様までを指す言葉として使われるようになってきている。

2008年11月に発刊した「LCD 関連フィルム・シート市場の動向と展望」と題するレポートの「はじめに」で私はこう書いた。

日本の携帯電話は独自の進化を遂げた「ガラパゴス・ケータイ」などと呼ばれている。端末メーカーの世界シェアは下位に甘んじ収益力も弱い。日本独自の商慣習、オタクチックな消費者、メーカーの性能競争などを背景にこうした状況が生まれたということが言えようが、「高機能・多機能・高価格」でなにがいけないのであろうか。見方を変えれば「ガラパゴス・ケータイ」は世界の最先端を行っているのだから、その強みを武器に世界にアピールしていくべきである。

とはいえ、端末メーカーが世界での販売戦略を勘違いしていたことは否めない。ハイエンドとローエンドをつくり分け、売り分けていくべきであった。同業者間の M&A やアライアンスをもっと早い段階から推進していくべきであった。

大型 TV を中心としたデジタル家電のコンペティションは、ここ数年で最終局面を迎えるものとみられる。パネル、部材、材料でそれぞれに決勝戦に進む権利を得たメーカーが出揃った感もあるが、いずれにせよ日本メーカーの役割は高機能、高性能、最先端を追求することである。あえて言う。「ガラパゴスから世界へ発信せよ！」

これが世に出てから2年以上を経過しているのだから、そろそろ「ガラパゴス」という言葉もパワーを失っていくだろう。そこで、私はガラパゴスマンとしてこれから生きていく決意の表明としてこの文章を書いている。

今使っているケータイは au の S 社製でメール履歴などからすると、3月で丸3年経つことになる。しばらく前に au からメールと手紙で「重要なお知らせ」が届いた。内容は「あなたのお使いのケータイは2012年7月で使用できなくなります。電波の周波数が切り替わるから…云々。今買い換えれば機種によってそれなりの割引がありますよ…云々。」もちろん、ビジネス的な丁寧な言葉で書かれていたわけではあるが。え～、そうなの、オレのケータイは遅れてるんだなあ、とは軽く思ったが、そろそろ買い替え時とも考えていたので別に不満には思わなかった。問題は次に何をかうかである。

今、家で使っている PC は S 社製で、やはりメール履歴などからすると、3月で丸8年経つことになる。私の回りをみえてみると、普通は3～4年程度で買い換えるケースが多いようだが、8年も同じ機種を使い続けてきてしまった。私は家では PC のヘビーユーザーではない。エクセルによる

DVD/BD 管理とデジタル写真の管理くらい。友達とのメールもあまりしないし、この PC では仕事もほとんどしない。音楽等もダウンロードしない。こうしたことに加え買い換えたときにデータの移動をどうするか、セッティングがめんどくさそう、という理由で買い替えを引き伸ばしてきた。しかし、特にここ1年くらいは電源を入れてからの立ち上がりやウィンドウが開くのが遅くて大きなストレスを感じている。問題は次に何をかうかである。

このような課題を抱えながら既に数ヶ月が過ぎた。私はケータイは日本メーカーのスマートフォン、PC も日本メーカー T 社製品とだいたいメドをつけ、両者で予算 15~18 万円くらいかと想定していた。

今年に入って間もないある日、銀座に行くことになった（昼間です）。銀座に行くついでになぜかアップルストアに寄ってみようと思いついた。Mac、iPod、*iPhone、iPad とも仕事上の興味はあったし、デザイン的にもかっこいいとは思っていたが、使ってみたいという気持ちはわかなかった。Mac は Windows とは全然違って難しいとも聞いていたし、今の iPhone4 より日本製ガラケーの方がいいと思っていたからである。

中央通り沿い3丁目。店先には Beatles のほぼ等身大かと思われる立て看板が飾ってあった。店内に入り各種機器をみてまわった。しばらくするとおねいさんが説明に来てくれた。このおねいさんはとても感じのいい人で、丁寧にいろいろ説明してくれる。聞けば、以前は Windows の機種を使用していたが最近 Mac に買い換えたという。アップルストアでは Mac 教室のようなものもあるという。

私の心は動いてしまった。Mac、iPod、iPhone、iPad 一挙に全部揃えてしまおうかな、と。熱狂的な Mac ファンという人は当たり前のように全て揃っているのだろうが、何ひとつ持っていない私こそ、それをやる意味があるのではないかと根拠不明な考えがもたげてきたのだ。店員のおねいさんに褒められたいというヨコシマな考えが全くなかったとは言い切れないが。

数日間、Apple 製品に囲まれた生活をしている状況を夢想した。そこには悦に入っている一方でハンドリングに苦しんでいる私があった。

Apple 製品はデザインやアイデアが素晴らしい。アジアのメーカーが製品設計や部材採用についてコストのみに重きを置いているように見受けられる中で、Apple は例えば液晶パネルなど、現段階の最高水準品を採用している。私の知っている限り iPhone4 と iPad は IPS パネルだし、iPhone6 では有機 EL パネルを採用するという噂もある。静電容量タッチセンサーをいち早く採用するなど、ユーザーインターフェイスにはコストを惜しまないという設計思想は日本のメーカーにないものだ。ただ、考えてみれば（考えてみなくても）、iPhone、iPad とも、それに採用された発想や技術は既に日本にはあった。液晶 TV のバックライトに LED を始めて採用（試作？）したのは確かソニーだと思うが、LED-TV として商品化しヒットさせたのはサムスンであったように、グローバルマーケティング戦略の完成度と実行力が Apple およびサムスンと日本メーカーの大きな差を生んでしまったのだ。

私は、個人的に、あくまでも個人的に Apple のマーケティング戦略には乗らない。ガラパゴスマンとしてガラパゴスで生きていく。やっぱりケータイはおサイフや赤外線送受信のついた日本製スマートフォンにしよう。PC は BD 対応で使いきれない機能を搭載した T 社製のノート PC にしよう。そういえば、私にはエコポイントが 5 万、ヤマダポイントが 2 万ある。これらのポイントはアップルストアでは使えないだろう（エコポイントはクレジット会社の商品券に換えれば使えるかも。間違ったらすみません）。

ただ、スマートフォンに関してはまだ購入をためらっている。「全部入り」だと（機種にもよるだろうが）デカイ、重い、バッテリーの駆動時間が心配、使えるおサイフの種類が限定的など解決していただくべき課題は多い。今使用中のケータイをギリギリまで持たせ、新規購入はもう少し待ってみるか。

PC については、クラウドが注目され、タブレットタイプやスマートフォンなどにシフトし脱 PC が言われている状況の中で、今から高性能 PC を購入しようとしているということは時代に逆行しているのではないかという気分もある。しかし、私は買ってしまおうだろう。

それにしても、シャープは電子書籍対応の多機能携帯端末「GALAPAGOS」にこの命名をした方は偉い。同社の初の女性本部長となったオンリーワン商品・デザイン本部長の岡田圭子さんという方だそう。新聞等によると、このネーミングには社内で賛否両論あったという。「GALAPAGOS」は見たことがある程度なので、製品そのもののコメントは避けるが、ネーミング自体に同事業における思想性を感じる。

前述の通り、2 年前のレポートの「はじめに」で「日本メーカーの役割は高機能、高性能、最先端を追求すること」と書いた。しかし、もはや一般消費者がわかるような国間・メーカー間の技術差はほとんど無くなってきている。今、日本メーカーに問われるのは高機能、高性能、最先端品をいかに「高く売っていく」か、そのためにどうするかである。もちろん、エリアマーケティングに基づいた新興国向けローエンド品の拡販ということも重要なテーマだが、日本ブランドはプレミアムブランドであり続けてもらいたい。もはやガラパゴスマンの戯言か。

でもねえ、隔離された「ガラパゴス」に住んでいる「外部」を知らない住民（島民や動物？）ってたぶんホンワカ幸せなんだよね。だからこそ問題なわけだけど。

※ 初代 iPhone は 2007 年 6 月にアメリカで発売された。第 2 世代目（iPhone3G）は 2008 年 7 月に日本を含む 22 カ国で発売された。

執筆者略歴：田村一雄

1989 年、(株)矢野経済研究所入社。以来、化学・素材分野の調査研究に従事。現在はデバイスまで調査領域を広げ CMEO 事業部長としてエレクトロニクス分野の川上から川下領域を統括。知的クラスターへのコンサルティング実績を有する他、台北事務所所長、ソウル支社長を兼務。