

ストラテジーブレティン（103 号）

電子機器の歴史的金字塔スマホ

～マイクロソフトによるノキア買収の背景～

電子機器の最終形、スマホ・タブレット

あらゆる電子機器がスマホ・タブレットに集約されつつある。ビデオ・カメラもオーディオも電話・通信端末もパソコンもスマホ・タブレットに埋め込まれ、それがインターネットによって世界中の人々をつなげる時代が出現した。スマホ・タブレットはあらゆる情報や金融などの仲介者の役割をも代替しつつある。放送や新聞・出版などの既存の情報メディアはスマホ・タブレットをインターフェイスとするインターネットの世界に埋没していくと思われる。今や切符や財布の役割までも果たしつつあるが、やがてはそこから擬似貨幣が創造されていくだろう。高機能化、小型化とスマホの進化は続くだろう。しかし、スマホ・タブレットは電子機器としてはほぼ最終形であり、AV 機器や PC がスマホ・タブレットによって代替されたように何かに取って代わられることは、当面ないであろう。

個を完全に自立させ新たな人間関係を

コンピュータの進化が経済における人と人との関係を変えてきたが、スマホ・タブレットの世界はその進化の歴史に金字塔を打ち立てた。メインフレーム時代は集中処理によるピラミッド型組織が、PC・LAN の時代はフラット組織が対応してきたが、スマホ・タブレットとクラウドコンピューティングの時代は固定組織の存在が不要になり、自由な個人による自在チームが経済活動の基本形となる。歴史上はじめて個人が直接に生産要素や市場にアクセスでき、完全に自立できるようになった。そこで自由な自発的チームが形成される。かつて農村共同体から賃労働と資本が分化し企業組織に編成されたこと以来の変化が、起きている。この人間関係の変化は、ビジネスモデル、コストを劇的に変化させ、世界経済を一段と進化させるだろう。現在米国をはじめ先進国で、大規模な労働余剰（米国の失業率は戦後最悪からなかなか脱せず）と資本余剰（主要国長期金利は歴史的低水準、企業の高利潤が再投資されていないため）が発生しているが、その最大の原因は、グローバルに起こっているインターネット・スマホ・クラウド革命による生産性上昇（労働生産性と資本生産性）にある、とみられる。

株式会社武者リサーチ

代表 武者 陵司

代表電話 (03) 5408-6818

直通電話 (03) 5408-6821

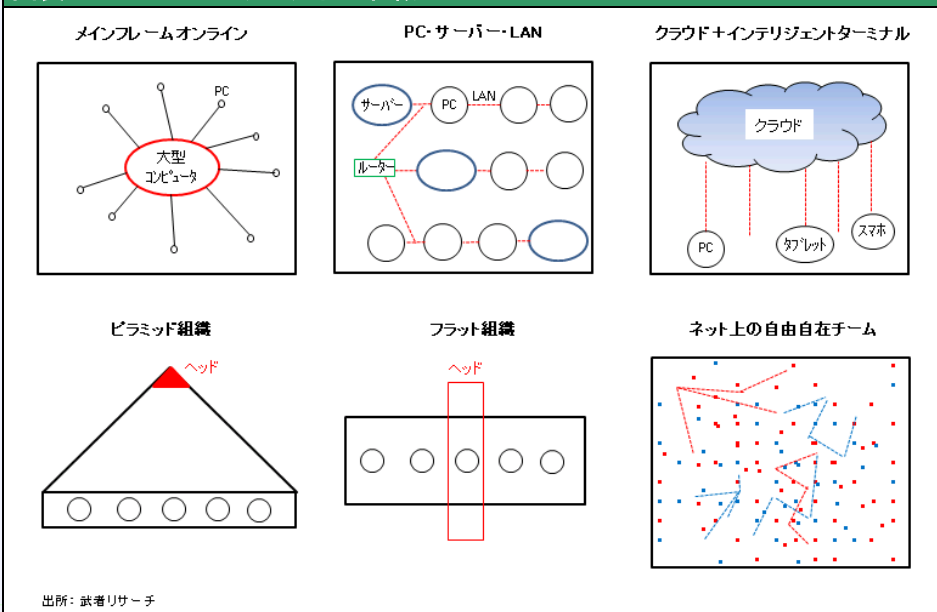
E-mail: musha@musha.co.jp
www.musha.co.jp

〒105-0021

東京都港区東新橋 2-18-3

ルネパルティーレ汐留 901

図表 1：コンピュータの進化と組織



MS(マイクロソフト)によるノキア買収の意義

MS によるノキアの携帯部門買収は、電子機器市場におけるスマホの決定的重要性を如実に示した。かつて携帯市場における圧倒的な覇者ノキア、PC 市場の独占者マイクロソフトも、携帯と PC がスマホに飲み込まれれば、両社の市場は蒸発してしまう。かつての写真フィルムがデジカメの登場によって消滅したように。よっていかにスマホ市場でプレゼンスを維持するかがエレクトロニクス企業にとっては決定的に重要になる。MS・ノキアにとって、これ以外の選択肢はなかったのである。

この技術進化は競争を激化させ、商品やサービスをコモディティ化させ価格を大きく引き下げる。それは勝者は永続せず、新たな技術環境の下で新ビジネスモデル、新サービスを提供する新規参入者に機会を与えていることを意味する。アップル、サムスンが今日の MS やノキアの立場に追い込まれる可能性も十分あるのである。

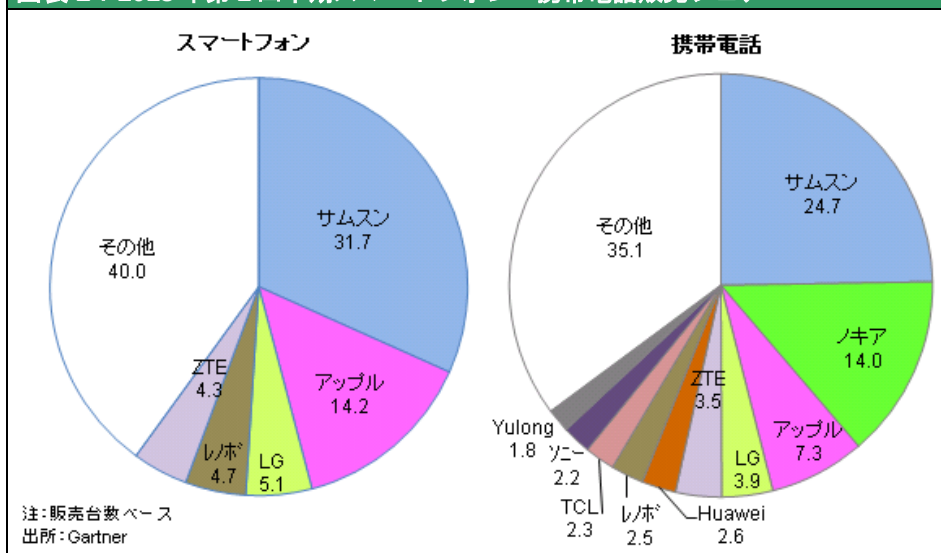
日本企業は二面からのアプローチを

ところで日本の企業や日本においては、スマホの重要性への認識が不足しているように見える。スマホで日本は完全な敗者、アップル、サムスンの二強に華為技術 (Huawei) など中国勢が低コストを武器にシェアを拡大している。他方 NEC、パナソニックなど日本勢の撤退が相次ぐ。これは、日本という産業国家としては、非常に大きな問題ではないか。

では日本のチャンスは失われたのかと言うと、そうではない。第一に、村田製作所のチップコンデンサー・SAW フィルター、ソニーの CCD 撮像素子、東芝の SRAM、日東電工、クラレなどの化学系ハイテク素材などで日本の高シェアは維持されている。それらは技術のブラックボックスを持っているために容易に模倣できず、コモディティ化するハイテク市場における収益競争において優位に立てる。第二に、スマホ・タブレットの進化に日本のハード技術、システム技術は大いに役立つ可能性がある。今後スマホタブレットは低価格の汎用品と高機能、高付加価値のハイエンドに分かれていこう。日本は高付加価値分野の差別化技術要素に特化すれば、大いに収益機会はあると考えられる。

スマホを軸に今後のエレクトロニクスメーカーの発展を考え、スマホに正面からいかに取り組むかという姿勢が日本企業に求められている。加えて、MS・ノキアにおける今回の買収をはじめ海外企業的意思決定などは、日本企業も学ぶべき経営姿勢ではないか。

図表 2：2013 年第 2 四半期スマートフォン・携帯電話販売シェア



著作権表示©2013 株式会社武者リサーチ

本書で言及されている意見、推定、見通しは、本書の日付時点における武者リサーチの判断に基づいたものです。本書中の情報は、武者リサーチにおいて信頼できると考える情報源に基づいて作成していますが、武者リサーチは本書中の情報・意見等の公正性、正確性、妥当性、完全性等を明示的にも、黙示的にも一切保証するものではありません。かかる情報・意見等に依拠したことにより生じる一切の損害について、武者リサーチは一切責任を負いません。本書中の分析・意見等は、その前提が変更された場合には、変更が必要となる性質を含んでいます。本書中の分析・意見等は、金融商品、クレジット、通貨レート、金利レート、その他市場・経済の動向について、表明・保証するものではありません。また、過去の業績が必ずしも将来の結果を示唆するものではありません。本書中の情報・意見等が、今後修正・変更されたとしても、武者リサーチは当該情報・意見等を改定する義務や、これを通知する義務を負うものではありません。貴社が本書中に記載された投資、財務、法律、税務、会計上の問題・リスク等を検討するに当たっては、貴社において取引の内容を確実に理解するための措置を講じ、別途貴社自身の専門家・アドバイザー等にご相談されることを強くお勧めいたします。本書は、武者リサーチからの金融商品・証券等の引受又は購入の申込又は勧誘を構成するものではなく、公式又は非公式な取引条件の確認を行うものではありません。本書および本書中の情報は秘密であり、武者リサーチの文書による事前の同意がない限り、その全部又は一部をコピーすることや、配布することはできません。