

コンピュータ、ホーム・パーソナル機器市場調査を実施

- デジタルテレビは2007年に400万台、6,800億円市場に -

総合マーケティングビジネスの(株)富士キメラ総研(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 表 良吉 03-3664-5841)は、需要の低迷及び汎用製品の低価格化など厳しい環境にあるものの、ブロードバンド対応により新たな製品・サービス需要が創造される情報機器市場の調査を行った。その結果を報告書「2005 情報機器マーケティング調査総覧(上巻)」にまとめた。

業務分野では、コンピュータはオープン化によりI AサーバやLinuxサーバへの置き換えが顕著であるほか、専用端末は機能強化により単一業種での需要から他業種へも需要の拡がりを見せている。ホーム領域での製品は、アナログからデジタルへという世代交代によるリプレースが進行し、TVとTV周辺機器の主役争いが激化している。パーソナルの分野でも携帯電話の次世代端末化、機能拡大に伴い、他の端末は携帯電話との差別化をどのようにうち出していくかが焦点となっている。

< 調査結果の概要 >

2003年の情報機器市場は、コンピュータが全体の52%を占めているが、サーバ製品、クライアント製品ともに減少傾向が続いている。景気回復の見通しが不透明なことが少なからず影響し、依然として情報化投資が抑制されていることが要因として挙げられよう。

低迷する情報機器市場のなかで急速に拡大しているのがホーム・パーソナル機器であり、2006年には3兆円に達し、コンピュータを上回ることが予想される。携帯電話は既に加齢者が頭打ちとなっているものの、デジタルホームネットワークを担うデジタル家電が新たな担い手として急速に拡大するためである。

コンピュータ<サーバ製品>市場 2007年予測 8,894億円(2003年比 93%)

スーパーコンピュータやフォールト・トレラントコンピュータといった特定の上位コンピュータにおいては、既存企業や学術分野などにおける新規・リプレースによりある程度需要を確保できるとみられる。汎用コンピュータやオフィスコンピュータなどのレガシーシステムはコストパフォーマンスの高いオープン系システムに市場を侵食されている。オープン系システムではUNIXサーバからLinuxサーバへのシフトが徐々に進行している。ミッションクリティカル分野においてもI Aサーバの導入が進行すると見られる。特にLinuxサーバは基幹I Aサーバのプラットフォームとして開発が進んでおり、Windows、UNIXに並ぶ第三のOSとなるものと予測される。

コンピュータ<クライアント製品> 2007年予測 19,541億円(2003年比 96%)

基本的な「ウィンテル」依存構造は変わらない。パソコンに関しては既に機能・性能面で差別化するのは難しくなっている。デジタルホームネットワークではデジタル家電が中核になるとみられ、減退傾向にあるクライアント製品はデジタル家電との差別化を図りつつも、デジタル家電と連携させユーザビリティを訴求していくことがポイントとなる。AVパソコンを中心にデジタル家電との連携によりデジタルホームネットワークの一翼を担う製品としての位置付けが高まっていくものと予測される。クライアントマシンのなかでUNIXワークステーションはビジネスパソコンの高性能化とともに競合が厳しくなっている。

専用端末・システム市場 2007年予測 3,215億円(2003年比103%)

リプレース需要中心の安定した市場を形成しているが、RFIDやETC端末などは新規需要が見込まれる有望な製品であり、今後、市場を活性化するであろう。ただし、単価の低下が普及のカギを握ることから量ベースの伸

びに比べて金額ベースの伸びは小さくなる。各種専用端末においては、機能強化に伴い単一の業種で限られていた需要から他の業種への開拓が進んでいる。一方でトレーサビリティニーズの拡大を受けてスキャナ機能を搭載した端末の競合が激化している。

ホーム / パーソナル機器市場 < 無線 > 2007年予測 12,592億円 (2003年比 82%)
< 有線他 > 2007年予測 17,803億円 (2003年比 196%)

アナログからデジタルへという次世代機へのリプレースが進行している。テレビやDVDレコーダはブラウン管テレビやビデオデッキからの置き換え需要を取り込んでいる。携帯電話市場は既に飽和状態であり、第三代携帯への本格化によるリプレース需要中心の市場を形成していくであろう。無線LANはデジタルホームネットワークを実現する製品として普及するものの、将来的にはモジュール化が進行し、他のネットワーク機器と統合される可能性が高く、単体端末としては徐々に減少していくとみられる。

デジタル家電は、家庭内におけるデジタル化の急速な普及により市場を急拡大させており、低迷する情報機器市場を活性化させるジャンルとして期待される。ネットワーク対応に伴いテレビとテレビ周辺の専用機器の統合が考えられる。パソコンにおいてもAV機能を強化し、テレビ寄りになるなど、各端末ともTV放送・映像表示、ストレージ、ネットワーク(ワイヤレス)対応という3つの機能を備えていく方向にある。

< 注目市場 >

Linuxサーバ 2007年予測 11万3千台 (2003年比302%) 320億円 (同136%)
(Linuxディストリビューションをプリインストール済みのIAサーバ)

Webサーバ、メールサーバなどのエッジ系サーバ中心の需要から、アプリケーション・サーバ、データベースサーバにまで適用範囲を拡げ、インターネットの3階層モデルでは一般的となりつつある。市場拡大は、コストパフォーマンスの高いx86サーバの性能向上、Linuxに対するユーザーの認知度向上が大きく起因しており、一部の先進的な大手企業では基幹系でもLinuxを採用したシステムを稼働させる事例も見られ始めた。スケールアップに対する積極的な取り組みによって、UNIXサーバと比較して機能面で遜色ないレベルにまで達すると見られており、コストパフォーマンスの優れたLinuxサーバがUNIXサーバ市場を侵食していくものと予想される。特に64bit対応の基幹IAサーバ上に搭載するOSとして各ベンダともLinuxに軸を置いた事業戦略を立てており、Linuxディストリビューションベンダとの共同開発、協調のもと、将来的にはミッションクリティカル分野における次世代サーバとして位置付けを強めていくものと見られる。

ブレード・サーバ 2007年予測 6万1,500台 (2003年比513%) 156億円 (同279%)

1枚の基盤(ブレード)にコンピュータとして必要なマイクロプロセッサやメモリ、ハードディスクなどの要素を実装し、必要な枚数を「エンクロージャ(シャーシ)」に接続して構成するサーバ専用機で、エンクロージャにはブレードの差込口が並び、サーバ・ブレードへの給電・制御ユニットなどが用意されている。一般的なエンクロージャは、3Uサイズで20枚程度のブレードを収納することができるため、ラックマウント型サーバよりも高密度にサーバを設置することが可能になる。給電ユニットやファンを数枚のサーバ・ブレードで共有するため、故障の発生しやすい部分を最小限にできるほか、サーバを大量に用意することでシステム全体の信頼性を向上させることもできる。

IAサーバ市場におけるブレード・サーバの構成比率としては台数ベースで3~4%程度に過ぎないが、Webサーバなどのフロントエンド環境での利用から、アプリケーション・サーバ層にまで適用範囲を拡げつつあり、拡張性、可用性に優れていることから、一部の大手金融業などでは基幹業務にも採用されている。特にネットワーク構成の変更や拡張が頻繁に行われる大手企業ではブレード・サーバの拡張性、運用管理性による導入メリットが高くなることから、今後、IAサーバにおけるブレード・サーバの占める位置付けは徐々に高まっていくものと見られる。サーバ市場全体を見てもサーバの高密度化だけでなく、高い管理性、拡張性、可用性、セキュリティなど、様々な面からブレード・サーバの有効性が認知され始めており、従来のタワー型からのダウンサイジング、ラックマウント型からのリプレース需要を取り込みつつ市場は拡大していくものとみられる。

デジタルテレビ 2007年予測 400万台(2003年比440%)、6,800億円(同296%)

2003年12月の地上デジタル放送開始や2004年のアテネオリンピック開催などの国際的なスポーツイベントに呼応して順調に拡大している。しかし、BSデジタルの普及世帯は2004年8月末で約651万世帯にとどまっており、BSデジタル放送のデータ放送局「BS955」を運営するメディアサーバが、BSデジタル放送から撤退し、2004年11月末で放送を停止すると表明している。民放キー局系も含めてBSデジタル各局は軒並み苦戦を強いられており、メーカーや放送事業者の関心はBSデジタル放送から地上デジタル放送へと移行しつつあるといえる。デジタルTVにおける地上デジタルチューナーの搭載比率は2003年台数ベースで約50%であるが、アテネオリンピックによる特需を受けた2004年は80%近くまでウエイトを高めるとみられる。アテネオリンピックによる需要拡大に見られるように、テレビの買い替えはオリンピックやワールドカップといった国際的なスポーツイベントがきっかけとなっており、2006年のドイツワールドカップ、2008年の北京オリンピックなどのイベントが最大の拡大要因として挙げられる。また2004年10月より三大都市圏以外の地域でも地上デジタル放送が順次開始され、底上げする要因となっている。一方で、デジタル放送の特性であるデータ放送や双方向放送に対する放送事業者の取り組みが必ずしも積極的であるとは言えず、キラーコンテンツ不足であることは否めない。また、20型以下の需要が市場の大半を占めているテレビ市場において、各メーカーは大画面テレビ中心に地上デジタル対応を展開するにとどまっており、2011年までに地上デジタルテレビ放送を普及させていくには、小型モデルを如何に充実させていくかがポイントとなる。

デジタルテレビの対象は、放送開始されているBSデジタル放送が受信可能なBSデジタルチューナー内蔵テレビと地上波デジタル放送が受信可能なチューナー内蔵テレビ

調査対象

コンピュータ	サーバ製品	スーパーコンピュータ、汎用コンピュータ、フォールト・トレラントコンピュータ/超並列処理コンピュータ、オフィスサーバ、UNIXサーバ、IAサーバ、Linuxサーバ、ブレード・サーバ
	クライアント製品	パーソナルコンピュータ、UNIXワークステーション、NTワークステーション、携帯情報端末、ペン入力モバイルコンピュータ/タブレットPC、シンクライアント
専用端末・システム		POSシステム、バンキングターミナル、カード決済端末/電子マネー対応端末、キオスク端末、ハンディターミナル、OCR、バーコードスキャナ、RFID関連製品、ETC端末、無停電電源装置
ホーム・パーソナル機器	無線系	携帯電話、PHS、無線LAN
	有線系/その他	家庭用ゲーム機、デジタルテレビ、デジタルオーディオプレイヤー、DVDレコーダ、ネットワークメディアプレイヤー、セットトップボックス、ホームサーバ、カーナビゲーションシステム、ブロードバンドルータ、モデム

調査期間

2004年8月上旬 ~ 2004年10月上旬

調査方法

(株)富士キメラ総研専門調査員による調査対象企業に対してのヒアリング取材、及び(株)富士キメラ総研社内データベースの活用による調査・分析

資料タイトル:「2005 情報機器マーケティング調査総覧(上巻)」

体 裁 : A4判 354頁

価 格 : 97,000円(税込み101,850円)

調査・編集 : 株式会社 富士キメラ総研 研究開発本部 第二研究開発部門

TEL:03-3664-5841(代) FAX:03-3661-7696

発 行 所 : 株式会社 富士キメラ総研

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル

TEL03-3664-5841(代) FAX 03-3661-7696 e-mail:koho@fuji-keizai.co.jp

この情報はホームページでもご覧いただけます。URL:<http://www.group.fuji-keizai.co.jp>