

平成19年4月26日

ガートナー ジャパン株式会社
広報室

ガートナー ジャパン、日本PDA／ハンドヘルドPC市場調査結果と予測を発表

2006年出荷台数は52万6千台、前年比115.2%増

2007年は55万8千台、6.2%増の緩やかな成長を予測

ガートナー ジャパン株式会社 (所在地:東京都目黒区、代表取締役社長:日高 信彦) のリサーチ部門は本日、2006年の日本PDA／ハンドヘルドPC市場 (専用端末は除外) におけるベンダー出荷台数が、前年比115.2%増の52万6千台になったと発表しました。同市場は、2002年から2005年まで4年連続で2桁のマイナス成長を経た後、2006年には3桁の大幅な増加を記録しました (表1参照)。1年前の予測では、2006年の出荷台数を前年比63.1%増の39万9千台と見込んでいましたが、これを大きく上回る結果となりました。日本で出荷台数が50万台を超えたのは2003年以来のことです。

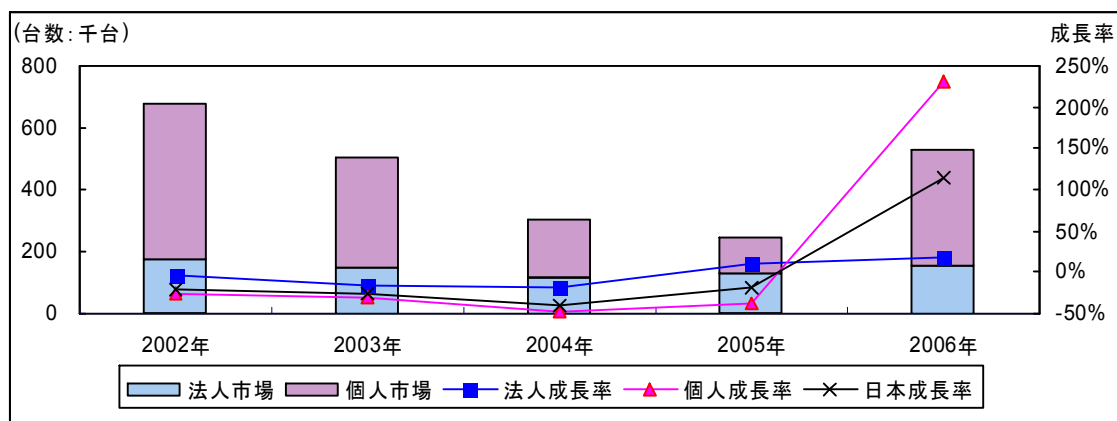
表1 日本PDA／ハンドヘルドPC市場 エンドユーザー別出荷台数および成長率推移

	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年
出荷台数(千台)					
法人市場	174	147	119	132	154
個人市場	506	353	182	113	372
日本市場	681	500	301	245	526
対前年成長率					
法人成長率	-5.0%	-15.7%	-19.1%	10.7%	17.2%
個人成長率	-25.3%	-30.2%	-48.5%	-38.1%	229.6%
日本成長率	-21.0%	-26.5%	-39.8%	-18.8%	115.2%

注:丸め誤差により、法人／個人市場の合計値と日本市場の値が一致しない個所がある。

出典:ガートナー データクエスト (2007年4月)

図1 日本PDA／ハンドヘルドPC市場 エンドユーザー別出荷台数および成長率推移



出典:ガートナー データクエスト (2007年4月)

市場概況

2006年は、通話型ワイヤレスPDA (セルラーまたはPHSモジュール内蔵の製品。無線LANのみ内蔵の製品は除外。日本では多くの場合「スマートフォン」と呼ばれている)の登場と市場の立ち上がり、市場全体の成長を牽引しました。

通話型ワイヤレスPDAは、欧米市場では2004年から市場成長を牽引していましたが、その一方で、日本では海外市場に後れを取っていました。2005年末に、シャープの「W-ZERO3」(通信業者はウィルコム、通信方式はPHS、OSはWindows Mobile 5.0)が一般市場向けに出荷開始され、日本市場において、広く一般ユーザー向けに開発されたワイヤレスPDA製品としての最初のモデルとなりました。この製品は、常時接続、大画面・高精細、フルスペック・ブラウザ、フル・キーボードなどの各機能に加え、端末提供価格が通信サービスの年間契約込みで3万9,800円と、同レベルのスペックを持つ従来型PDA製品と比較して値ごろ感があつたこと、通話／データ通信サービスが、比較的安価な定額制であったことなどが奏功して、出荷が急速に拡大しました。

この後、2006年には、NTTドコモやソフトバンクモバイルからも通話型ワイヤレスPDA製品が投入されました。特にNTTドコモは、世界PDA市場最大手のResearch In Motion (BlackBerry提供ベンダー)と、Windows Mobile搭載PDA生産／供給大手であるHTCの2社の通話型ワイヤレスPDA製品を販売開始し、法人市場をターゲットに事業展開しています。しかし、2006年における通話型ワイヤレスPDAの主要なユーザーは、既存のPDAユーザーやテクノロジーに敏感な個人ユーザーか、仕事用に自己投資する企業内個人であり、法人需要は海外既存ユーザーの日本における展開や、一部の特定業務用途、評価機用の購入に限定されています。

一方で、従来型PDA市場は縮小しました。この市場では、ハンディ・ターミナルからの置き換え需要、小売販売員／流通業の現場職員など起立型ワーカー層の情報化端末、RFIDを活用した新規案件、その他ソリューションなどの法人需要が中心となっています。

ベンダー出荷動向

2006年出荷台数の上位5社は、1位から順にシャープ、HTC、マイタック、ヒューレット・パカード(以下、HP)、カシオ計算機(以下、カシオ)でした(表2参照)。

表2 日本PDA／ハンドヘルドPC市場 ベンダー別出荷台数(千台)

ベンダー	2006年				2005年		
	順位	台数	シェア	成長率	順位	台数	シェア
シャープ	1	332	63.0%	291.8%	1	85	34.6%
HTC	2	50	9.5%	-	-	-	-
マイタック	3	36	6.9%	301.4%	7	9	3.7%
HP	4	33	6.2%	-19.9%	2	41	16.7%
カシオ	5	32	6.0%	8.3%	3	29	12.0%
その他		44	8.3%	-45.8%		81	33.0%
合計		526	100.0%	115.2%		245	100.0%

注:丸め誤差により、各ベンダーの合計値と合計欄の値が一致しない個所がある。

出典:ガートナー データクエスト(2007年4月)

2005年に比べて2006年は上位ベンダーの入れ替わりが大きく、2006年に市場参入したHTCが第2位、2005年に第7位にあったマイタックが第3位となっています。

第1位のシャープは、2005年に続き首位に座しています。2005年12月に、PHS方式の通信モジュールを同梱したWindows Mobile 5.0搭載製品「W-ZERO3」の出荷を開始し、これが日本初の一般向け通話型PDAとして大ヒットしました。2006年7月には、電話用途における使用感を高めたモデル「W-ZERO3 es」を追加し、こちらも好調を博しました。同社は2006年も引き続き、従来型PDA製品の老舗ブランドである「ザウルス」を販売しており、ハードディスク内蔵のラインにおいて、2006年春に上位モデルを投入していますが、2006年を通じた通話型ワイヤレスPDA製品の出荷増が、全体の出荷台数を大きく伸ばしています。

第2位のHTCは、台湾の通信機器メーカーで、独自ブランドによる販売だけでなく、世界PDA市場の大手ブランド・ベンダー向けに幅広く生産、販売を行っている大手メーカーです。日本では、2006年に市場参入しており、同社の設計／製造による通話型ワイヤレスPDA製品を、7月からNTTドコモ向けに、10月からソフトバンクモバイル向けにそれぞれ出荷を開始しました。NTTドコモでは法人市場向けに特化する一方、ソフトバンクモバイルでは一般向け店頭販売も行っていることから、発売開始直後にまとまった台数で出荷され、市場参入1年目にして出荷台数第2位につけています。

第3位のマイタックは、台湾のメーカーで、IT機器の生産、販売を自社、他社ブランド向けに行っており、日本PDA市場には2003年に参入しました。翌2004年には、GPS (Global Positioning System) モジュールを内蔵した製品を日本で最初に出荷し、2005年以降、GPS機能を活用したナビゲーション・ソフト搭載のPDA製品の追加によって、徐々に出荷台数を伸ばしました。2006年には、さらに安価な製品を投入したことで、前年の第7位から一躍して第3位にランクアップしています。同社はナビゲーション機能によって製品の差別化を図っています。PDA専門店、家電量販店に加え、自動車／オートバイ用品販売店などの専門チャンネル経由で、ナビゲーション・システム需要を持つ消費者に販売するほか、同様の用途で一部企業向けにも出荷しています。

2007年の見通し

2006年調査結果を加味した最新予測では、2007年の出荷台数はプラス成長を維持し、前年比6.2%増の55万8千台の出荷を見込んでいます。

2007年は、引き続き従来型PDAが縮小していく一方で、通話型ワイヤレスPDA製品がラインアップ拡充により市場成長を牽引するものとみえています。2007年後半には、マイクロソフトの次期OS、Windows Mobile 6.0搭載製品の出荷に伴い、参入ベンダーと製品ラインアップの増加が見込まれています。企業において通話型ワイヤレスPDAが広く採用されるには、まだ課題が残されていることから、2007年の法人市場は爆発的な拡大は期待できず、一部の先進企業や特定業務用途を除き、試験導入が中心となるとみえています。2007年は、個人の裾野拡大とハイエンド・ユーザーの買い換え需要主導で、市場が成長していくものとみえています。

本ニュースリリースは、新聞、雑誌、テレビ等マスメディアの方々に向けて提供させて頂いているものです。掲載内容に関しましては、弊社のサービスをご契約頂いているお客様に限りお問い合わせを受け付けております。ご契約を頂いていないお客様のお問い合わせについては、お答えできかねますので予めご了承下さい。なお、弊社サービスにご興味のある方は、弊社営業部(japan.sales@gartner.com)までご連絡ください。