最先端IT・エレクトロニクス総合展

CEATEC® JAPAN

デジタル機器 最新動向

デジタル機器業界で、次世代の主役を担う新製品が目立ってきた。薄型テレビでフルハイビジョン（フルDH）の4倍の解像度を持つ4Kテレビの市場が立ち上がりつつあるほか、タブレット端末（携帯型情報端末）は一般消費者だけでなく法人分野に浸透してきた。各社はインターネット利活用やスマートフォンとの連携といったテーマで自社製品を磨き勝ち残りを目指す。

薄型テレビ

〝4K〟に関心高まる

東芝の4Kテレビ

2011年7月の地上デジタル放送移行に伴う特需の後、長らく低迷してきた薄型テレビ市場に薄日が差してきた。けん引役はフルハイビジョンと比べ解像度が4倍の4Kテレビ。大型でも美しい映像が見られる特徴が買い換え需要を喚起している。20年の東京五輪の開催が決まり、テレビへの関心はじわりと高まっていく。需要を取り込もうと各社が動きを活発化させている。

パナソニックは4K対応の液晶テレビを10月中旬に発売する。インターネット上のコンテンツが視聴できるスマート機能を強化し、業界で初めてネットコンテンツも4K表示に対応できるようにした。

4Kテレビにはパナソニックのほか、東芝、シャープ、ソニー、韓国サムスン電子、同LGエレクトロニクスが参入。今年に入り各社が新モデルを投入し、普及モデルも充実してきた。

東芝が6月下旬に発売した58型は50万円前後と1インチ1万円を切る水準で価格もこなれてきた。シャープは12年度はわずかだった国内4Kテレビ市場が13年度に約5万台に伸びると予想する。

薄型テレビのニーズは大型化し、50型を超えるサイズの販売が堅調。4Kテレビは大型でも高画質を維持できることが強み。普及モデルのラインアップが充実したことで、今後、4K市場は一層盛り上がる見通し。

一方、従来型の液晶テレビも進化する。三菱電機は、体組成計とセットトップボックス（STB、受信機）それぞれと連携する機能を持つ新製品を8月下旬に発売した。健康管理機能のほか、動画や音楽鑑賞などインターネット関連の新サービスを提供し需要喚起を狙う。

放送とインターネット融合サービス加速

放送とインターネットを融合したサービスも加速しており、ネット経由で配信される映画やアニメ、音楽をテレビで視聴する「スマートテレビ」が注目を集めている。ケーブルテレビ（CATV）事業者や通信事業者などが相次いで参入。手軽にスマートテレビサービスを利用できることを売りに、競争が熱を帯びている。

ジャパンケーブルネット（JCN、東京都中央区、藤本勇治社長、03・4284・7200）は、米グーグルの基本ソフト（OS）「アンドロイド」搭載のSTBを利用したスマートテレビサービスを開始。アニメや音楽などの番組だけでなく、さまざまなアプリケーション（応用ソフト）も利用できる。「多チャンネルは飽和している。伸ばせるのがネットの世界」（JCN）と、同サービスの拡大を狙う。

NTTぷらら（東京都豊島区、板東浩二社長、03・5954・7250）も、スマートテレビに対応した新型チューナーを投入した。サーバ側で動作するクラウドコンピューティング型ゲームも提供する。これまで映像配信サービス「ひかりTV」を提供しており、新型チューナーの拡販で会員数の拡大にも弾みをつける。

またNTTドコモとKDDI、ソフトバンクの携帯電話3社もそろってスマートテレビ市場の開拓に乗り出している。いずれもスティック型の専用機器をテレビに接続し、スマートフォンで利用している動画やアプリをテレビで楽しめる。「テレビとスマートフォンを連携させるハードルは低い」（ソフトバンク）という。

スマートテレビの一般的な認知度はまだ低い。各社のサービス競争を通じて、放送とネットの融合もさらに進みそうだ。

スマートフォン

国内メーカー、厳しい戦い

ソニーは旗艦モデル「エクスペリアZ1」でアイフォーンに対抗する

NTTドコモが米アップルのスマートフォン「iPhone（アイフォーン）」を発売した。KDDIを含め携帯大手3社すべてアイフォーンを販売する体制となった。国内のスマホメーカーは厳しい戦いを強いられるが、あきらめてはいない。独自技術や海外戦略で対抗していく。

国内スマホメーカー4社のうち富士通とシャープは国内で生き残り策を模索する。富士通は、バッテリーの持ち時間などスマホの基本性能を高め顧客獲得を目指す。シャープは高精細と低消費電力を両立させたIGZOスマホの機種数を増やし「国内シェア奪回を図る」（高橋興三社長）と意気込む。

国内だけでなく海外市場の攻略に動くのはソニーと京セラ。ソニーは日本、欧州、東南アジアで一定のシェアを獲得している。

今後は米国、中国でも拡販を目指す。京セラは当面、日本とともに北米市場を主戦場に据える。今後、さらに供給先通信会社を増やし海外販売比率を7割以上に引き上げる計画だ。

カーナビゲーション

〝つながる〟提案相次ぐ

パナソニックが10月に発売するHUDの利用イメージ

スマートフォンの普及を受け、カーナビゲーション業界は変化を迫られている。目的地を表示し、ルートを案内するだけの機能であれば、スマホのナビアプリで代用できる。今後はスマホを介してつながるクルマのインターフェースとして、何を提供できるかが問われる。スマホ連携はもちろん、安全運転を支援する機能の提案が相次いでいる。

注目機能の一つが、ヘッド・アップ・ディスプレー（HUD）だ。右左折の案内やインターチェンジの分岐情報など必要度の高い情報を選んでフロントガラス前方に表示する。ナビ端末で確認するよりも視線の移動が少なくすむため、運転時のわき見を減らせる。国内ではパイオニアが先行しており、今年からJVCケンウッドとパナソニックも発売。国内でのHUDの認知度はまだ低く、品ぞろえが増えるこれからが正念場となる。

運転に集中しながら車載器を操作する技術として、音声認識も注目される。クラリオンは音声認識・検索技術の分野で、米グーグルと提携した。グーグルの膨大かつ最新の情報を利用し、「モバイルとモビリティーのシームレスなサービスを提供する」（泉龍彦社長）。同じサービスを海外展開しやすいのもグーグルと組む魅力だ。音声サービスは北米で普及しており、国内ではパイオニアも提供している。

クルマが外とつながることで、チャンスだけでなくハッキングという新たなリスクも生まれる。そこでアルパインは会津大学と車載領域のセキュリティーについて共同研究を始めた。

スマホによる変化の波をどう受け止めるか、各社の模索が続く。

タブレット端末

シェア争い激化へ

タブレットは幅広い業種に普及しそう（日本HPの製品）

パソコン、スマートフォンに続く第3のスマートデバイスとしての地位を固めつつあるタブレット端末。ここに来て、その利用は一般消費者から法人へ広がりをみせている。

日本マイクロソフト（MS）は9月2日、自社開発のタブレット「Surface（サーフェス）」の法人向け販売を始めた。キヤノンマーケティングジャパンや大塚商会、富士ソフトなど6社を通じて投入した。記者会見した樋口泰行社長は「教育機関も含めて500社以上から引き合いがある」と法人からの注目の高さを強調した。

ICT総研のリポートによると法人向けタブレットの12年度の出荷台数は前年度比約8割増の79万台に伸び、15年度には175万台まで増える見通し。初期コストや通信料金が下がってきたことに加え、ウイルスなどのセキュリティー面の不安が解消されてきたことが背景にあるという。

OS別ではタブレット市場を切り開いてきた米アップルの「iOS」のシェアが高いが、今後は米グーグルの「アンドロイド」、マイクロソフトの「ウィンドウズ」も勢力を拡大していく見通し。

拡大するニーズを取り込むため端末メーカーも動きを活発化させている。

日本ヒューレット・パッカード（HP）は高速無線通信「LTE」に対応した新製品を6月に発売。NECは8月に10・1型液晶を搭載した「ヴァーサプロ タイプV T」を発表した。今後、タブレットは営業や小売りに加え、製造業、さらに教育現場などにも浸透していきそうだ。

法人向け拡大

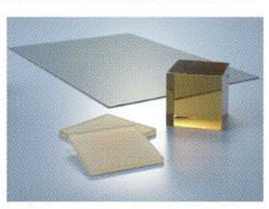
Smart Innovation ── 明日の暮らしと社会を創る技術力　www.ceatec.com

ガラスの主張7

日本電気硝子 × 先端精密

ゼロ膨張！

伸びない! 縮まない!
ゼロ膨張ガラス
ZERØ® 誕生!!
温度変化に対して伸び縮みを極限まで抑えたZEROは、厳密な熱的寸法安定性が求められる用途に幅広い展開が期待される高機能ガラスです。



ハイテクガラスで未来をつくる
日本電気硝子株式会社
詳しくは ガラスの主張 検索
www.neg.co.jp
「伸びないガラス」ZEROをCEATEC JAPAN 2013でご覧ください。
■会期：2013年10月1日（火）～5日（土）
■会場：幕張メッセ　■ブースNo.3C40