

[市場展望]

激変するタッチ・パネル市場をマーケティング的手法で読む

秋山 尊謙 | 米DisplaySearch社 (執筆時)

タッチ・パネル市場の現状と予測を基に、主流となっている技術方式、およびその戦略的方向性、製品展開、価格と需要の関連性、その他の重要な要素について、マーケティング・アプローチからタッチ・パネル市場の考察を試みた。

2013年は100億米ドルの市場規模に拡大

タッチ・パネル市場は毎年右肩上がりの成長が継続しており、2009年は43億米ドル以上の出荷実績を示した。2010年は対前年比42.5%増の61億米ドルを確実に超える見込みである。このままの速度で成長が続くと2013年には100億米ドル規模の市場が誕生することになる。

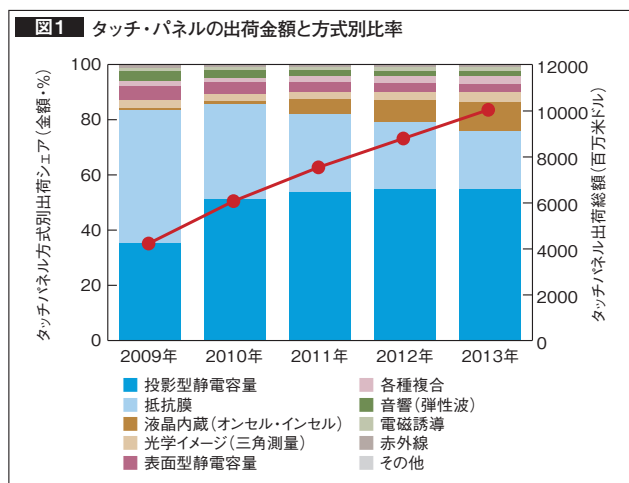
抵抗膜方式は、2009年、金額ベースでタッチ・パネル市場全体の約半分の48%を占めた。

しかし、2010年は携帯電話機を中心に投影型静電容量方式の採用が進み、これが市場を牽引していることから、状況が大きく変わってきている。投影型静電容量方式が抵抗膜方式の市場規模を金額で上回り、タッチ・パネル市場全体の半分以上の51%を占めることになる見通しだ(図1)。

タッチ・パネル市場拡大の背景には、投影型静電容量方式の躍進が挙げられるが、その中心的な存在は携帯電話機^{注1)}である。タッチ・パネルといえば、カー・ナビゲーション機器やポータブル・ゲーム機を思い浮かべるのが常であったが、今では携帯電話機がその代名詞に取って代わっている。

2009年のタッチ・パネル出荷総数^{注2)}は6億枚であるが、そのうちの6割以上の3億7700万枚もの数が、携帯電話機向けの出荷数として確認された。携帯電話機向けタッチ・パネルは今後も市場を拡大する重点製品としてタッチ・パネル市場全体の中心に位置し続けるであろう。

2009年の出荷総数は6億枚だが、2010年になると8億枚に達する。タッチ・パネルの出荷数をフラットパネル・ディスプレイ(FPD)に例えてみると、この8億枚という数字は、全世界の液晶テレビ向けパネル出荷総数の約4倍に相当し、携帯電話機向けパネル出荷総数の約半分に相当する数である。またパソコンやデスクトップ・モニタ^{注3)}では、出荷数の約2倍と同等の市



市場規模を持つのがタッチ・パネルの市場規模となっている(図2)。

携帯電話機向けタッチ・パネルは2009年に3億7700万枚の出荷が確認されているが、FPDの出荷総数と比較すると、携帯電話機向けのタッチ・パネル出荷比率は26%であった。2010年は、これが33%へと拡大する。2013年には46%に達し、約半数近くまで携帯電話機へのタッチ・パネルの搭載が進むことになる。他製品と比較しても携帯電話機向けのタッチ・パネル出荷数は急拡大を示しており、搭載比率は急速に高まっている。

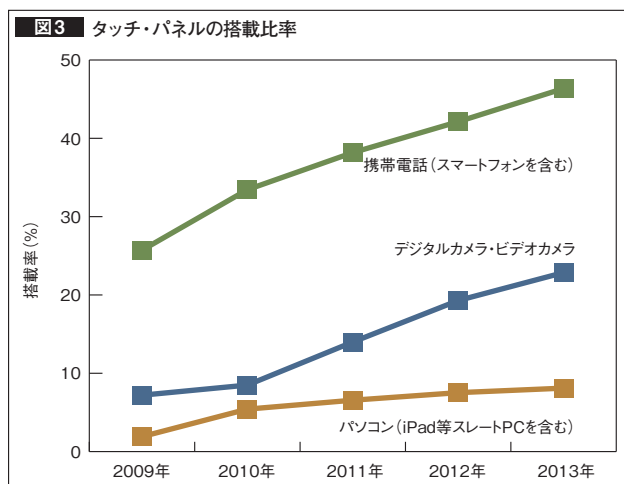
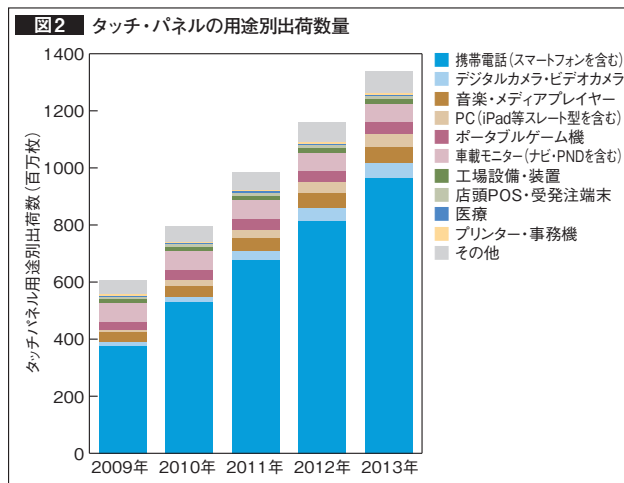
このような製品群は他にも見受けられる。例えば、デジタル・カメラやビデオ・カメラである。携帯電話機に比べて搭載率は低く、2009年の搭載率は7%程度であるものの、2013年には3倍以上の23%にまで高まる見込みである。パソコンは元々搭載率が低いため、2009年は2%に満たないが、2013年には約4倍の8%にまで上昇するものとみられる(図3)。

市場での製品搭載率向上を目指し、製品浸透戦略を確立することは、タッチ・パネル販売量向上の一番の近道であり、即効性のあるマーケティング手法である。こうした搭載率の上昇傾向が、より一層の市場成長要因となっている。

新製品の開発戦略と技術展開

携帯電話機用途への普及が急速に広がっているタッチ・パネルの主な技術方式としては、今では投影型静電容量方式が主流である。市場でのプレゼンスが大きかった従来の抵抗膜方式は徐々にシェアを低下させていく状況にある。こうした中で新しい製品を開発する際、どのような戦略が考えられるのか、技術方式の戦略的展開について整理をした。

一般的に、メーカーにとっての新製品・商品開発や新しさとは、①コスト削減から得られる



価値, ②既存製品の改良から生まれる価値, ③既存製品へ類似モデルの追加, ④ポジショニングの再構築(製品の位置付け), ⑤新製品ファミリーのリリース, ⑥従来の製品とは独立した全く新しい価値の創造, といった六つの戦略モデルから商品価値を見いだすことができる(表1)。

タッチ・パネルは抵抗膜方式, 静電容量方式,

注1) 携帯電話機はスマートフォンを含む。

注2) ディスプレイ・サイズが1型であっても100型であってもそれぞれ1枚で集計。

注3) パソコンはノート型, デスクトップ型, スレート型, ミニノート型などすべてのパソコンを含む。