

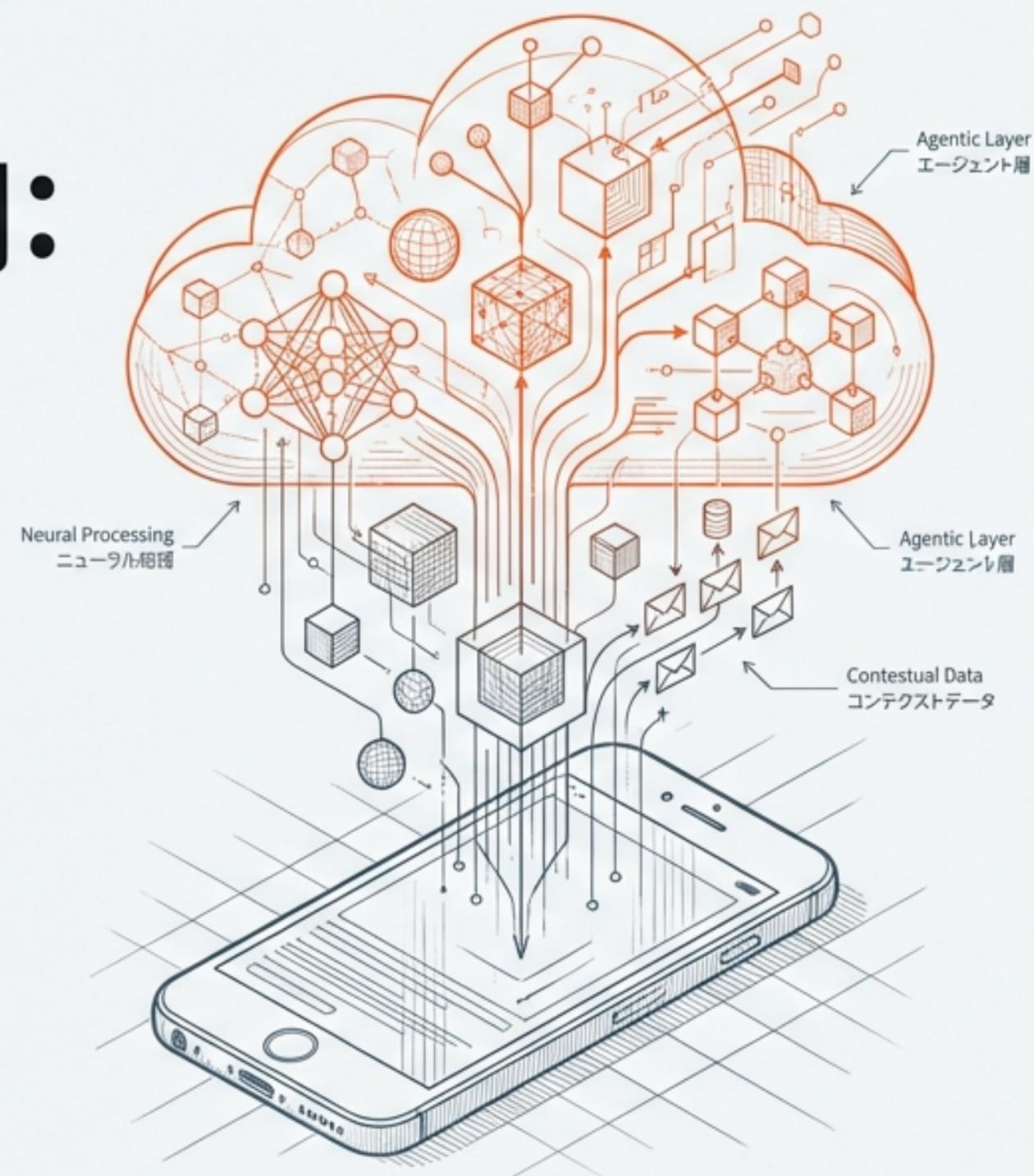
ポスト・スマートフォンの黎明： AIとエコシステムで 再定義する生存戦略

2030年に向けた市場構造変化と事業機会の分析

MARKET STRATEGY

2025-2030 OUTLOOK

CONFIDENTIAL



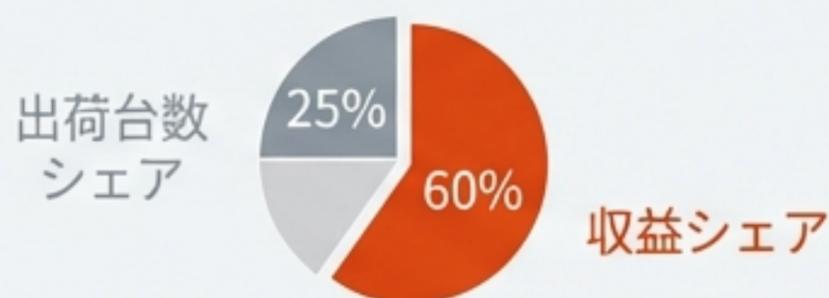
市場は成熟したが、価値の源泉は劇的にシフトしている

産業構造を変革する3つの不可逆なメガトレンド

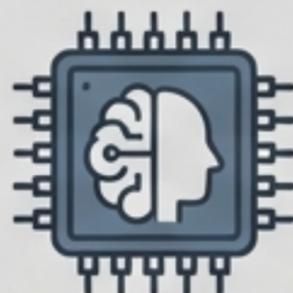


01. 市場の二極化

出荷台数は頭打ちだが、収益は「プレミアム」へ逃避している。



プレミアム帯 (>\$600) が収益の60%を支配。



02. AIエージェント化

単なるアプリ実行端末から、自律的にタスクを支援する「パーソナルAIエージェント」への再定義。

On-device AI

NPU Dominance

Agentic UX



03. 外部環境の激変

企業努力では制御不能な外圧がビジネスモデルの刷新を迫る。

- 米中対立 (サプライチェーン分断)
- DMA規制 (エコシステム開放)
- サーキュラーエコノミー

Strategic Mandate: 「ハードウェアメーカー」から「AI体験プロバイダー」への転換が不可欠である。

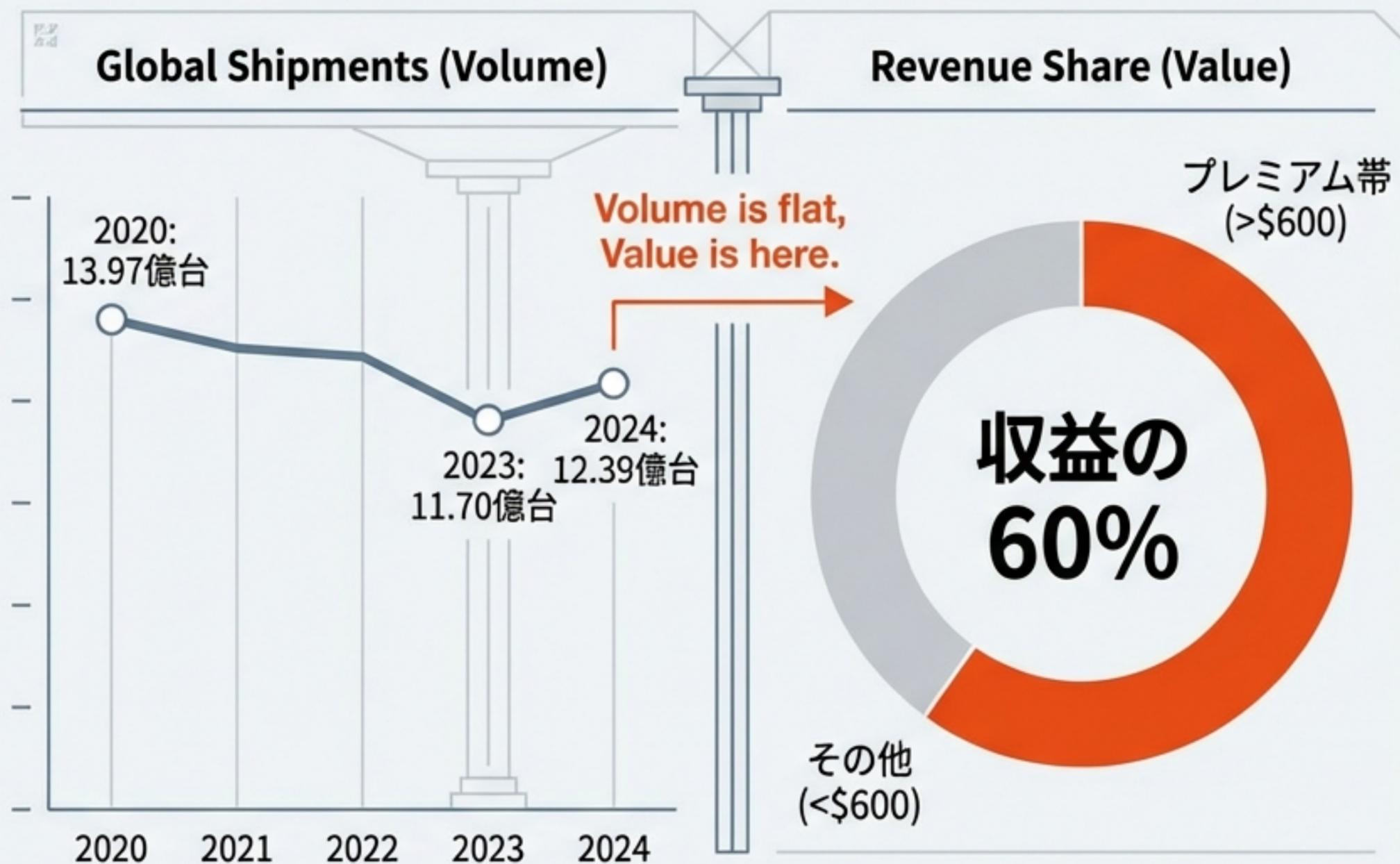
「量」の停滞と「質」への逃避：プレミアムセグメント一強の時代

市場概況

世界出荷台数は2023年に過去10年で最低を記録し、成熟期にある。一方で、プレミアムセグメント（600ドル超）は前年比6%成長。消費者は長く使える高品質なデバイスを求めている。

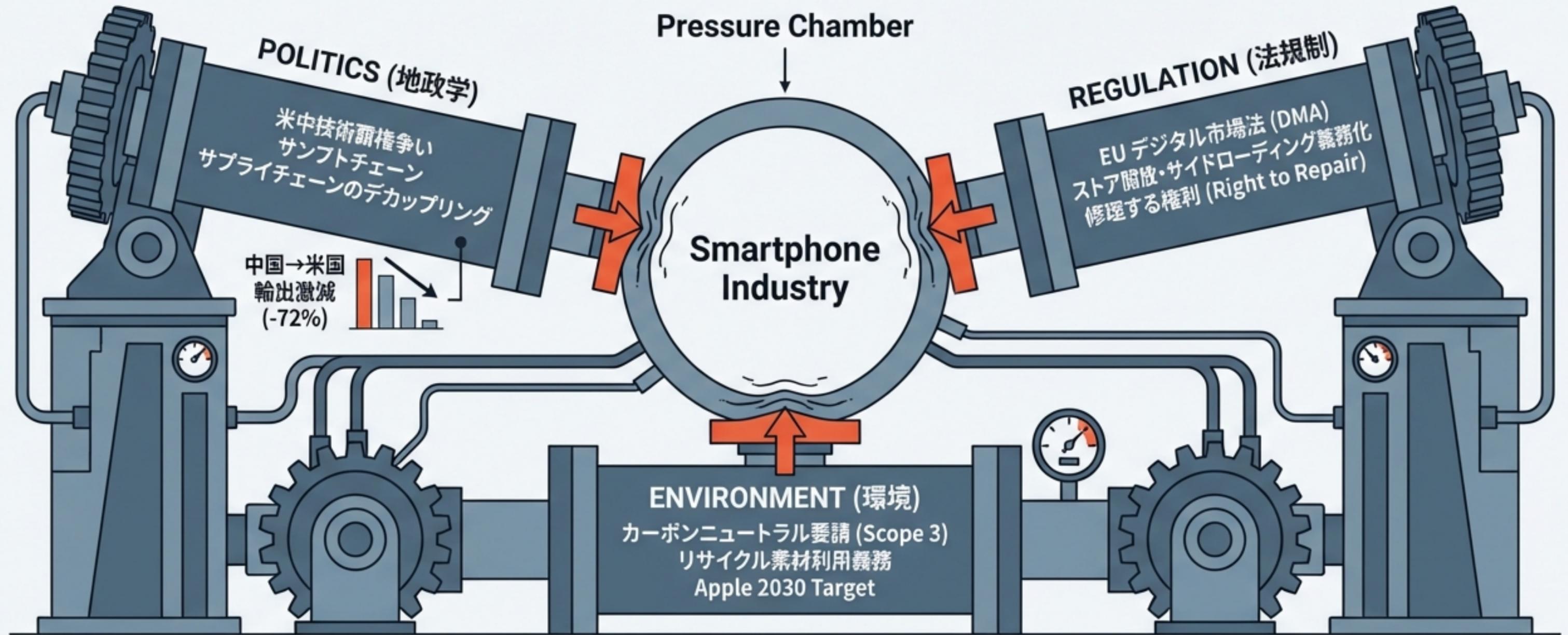
Insight Box

Takeaway: ターゲットは明確に「プレミアム層」にある。薄利多売モデルからの脱却が必要。



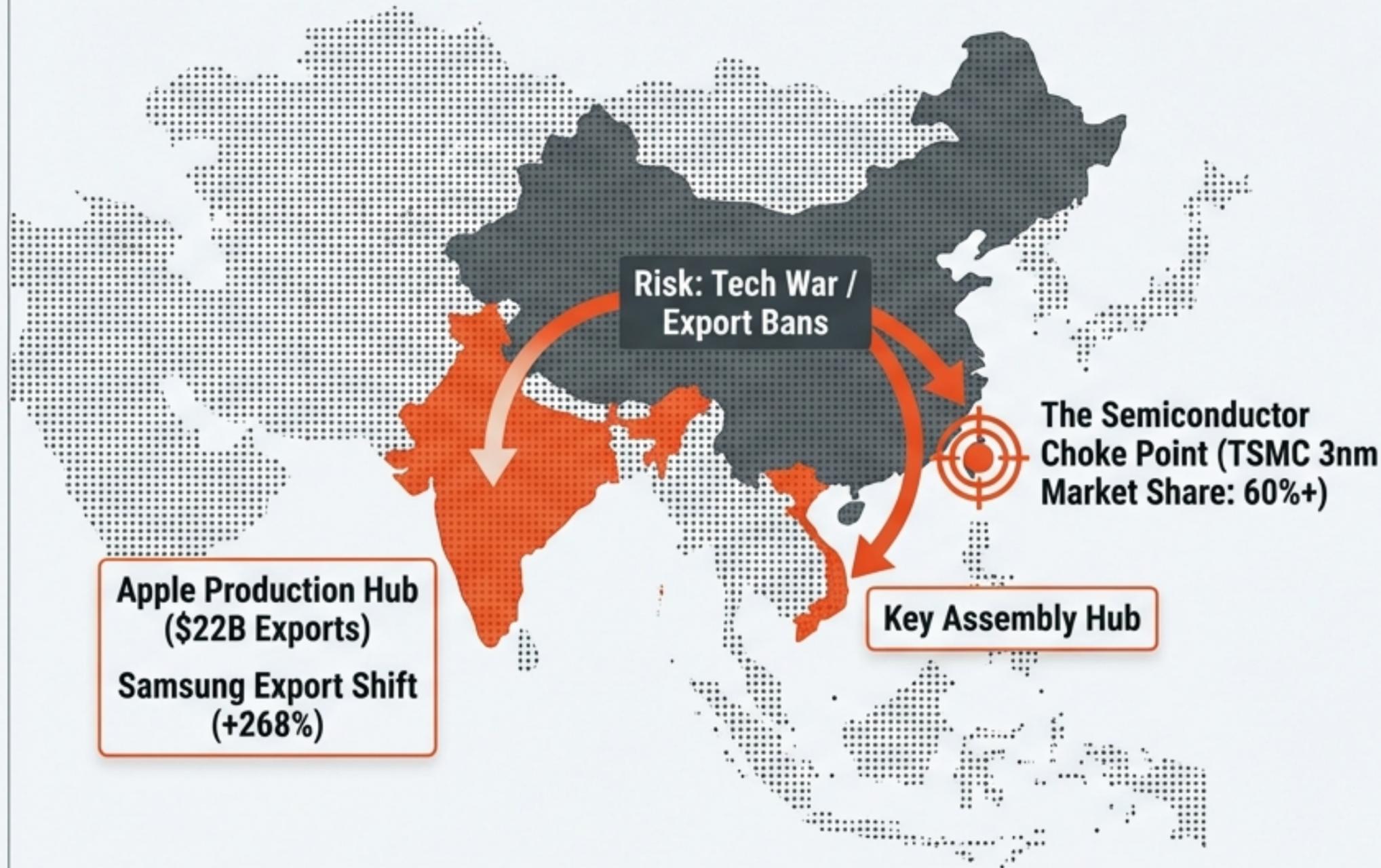
企業努力だけでは制御できない「不可避な外圧」

PESTLE Analysis Focusing on External Threats



これらの要因は相互に連動し、従来の「安価な海外生産・クローズドなエコシステム・使い捨て」モデルを破壊している。

効率性からレジリエンスへ：サプライチェーンの地政学的再編



Supply Chain Strategy Shift

- Efficiency Focus (Old): Just-in-Time, Centralized in China.
- Resilience Focus (New): Geo-political defense, Distributed in India/Vietnam.
- Internalization: Apple developing own 5G modems to reduce component dependency.

利益はどこに消えるのか：構造的な収益圧迫のメカニズム

Five Forces Analysis of the Smartphone Industry

Supplier Power (STRONG)

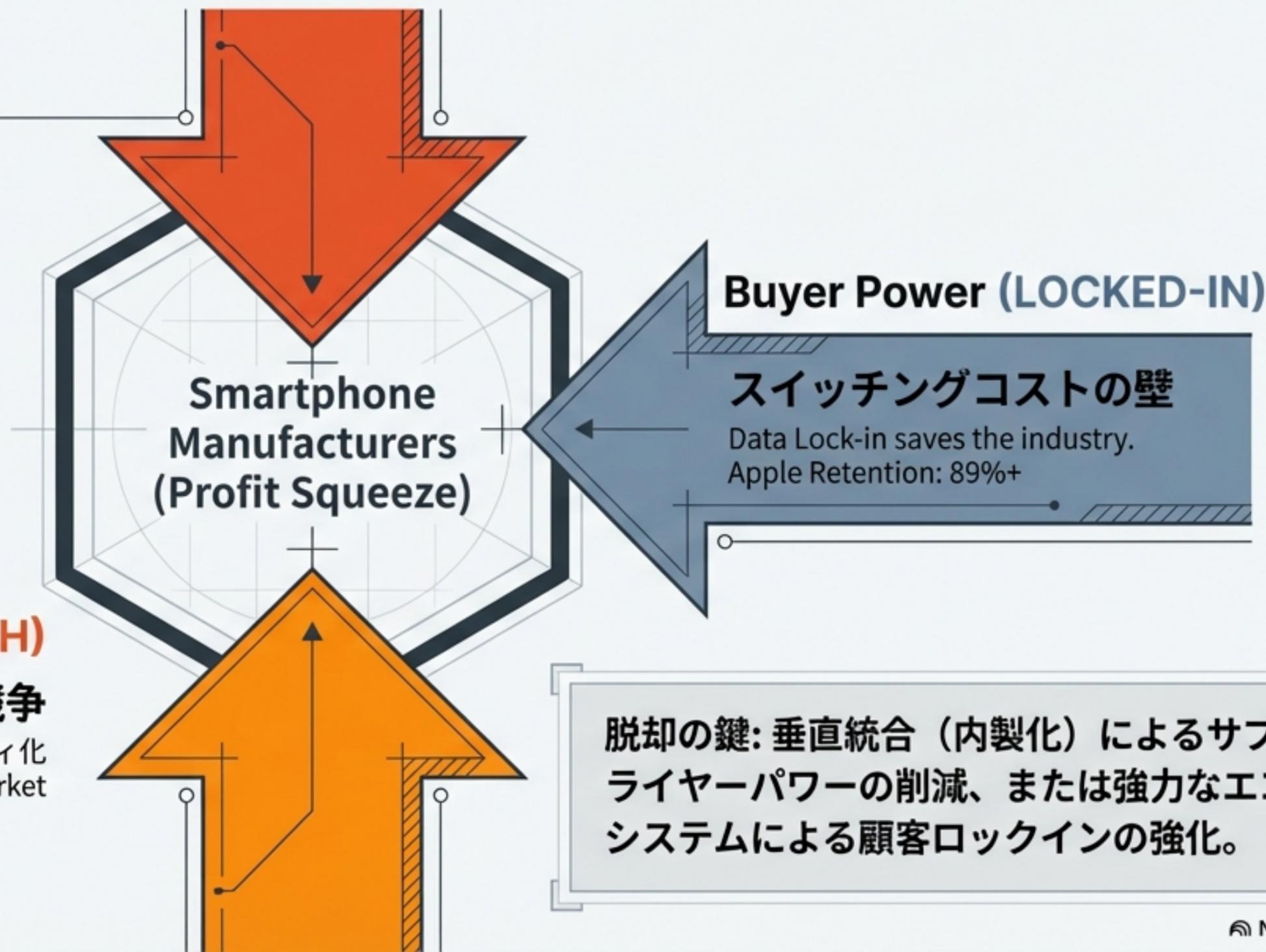
- 寡占サプライヤーへの依存

TSMC (Foundry), Sony (Sensors 45%),
Samsung (OLED 50%+)
Key components are controlled by few.

Rivalry (HIGH)

熾烈な価格競争

Android陣営のコモディティ化
Xiaomi/OPPO/Vivo speed to market



バリューチェーンの逆転：ハードウェアは「土台」にすぎない

VALUE DRIVER

Services (The Profit)

iCloud, App Store, Payments, Subscriptions

Stock Revenue (Recurring), High Margin.

DIFFERENTIATOR

OS & AI (The Enabler)

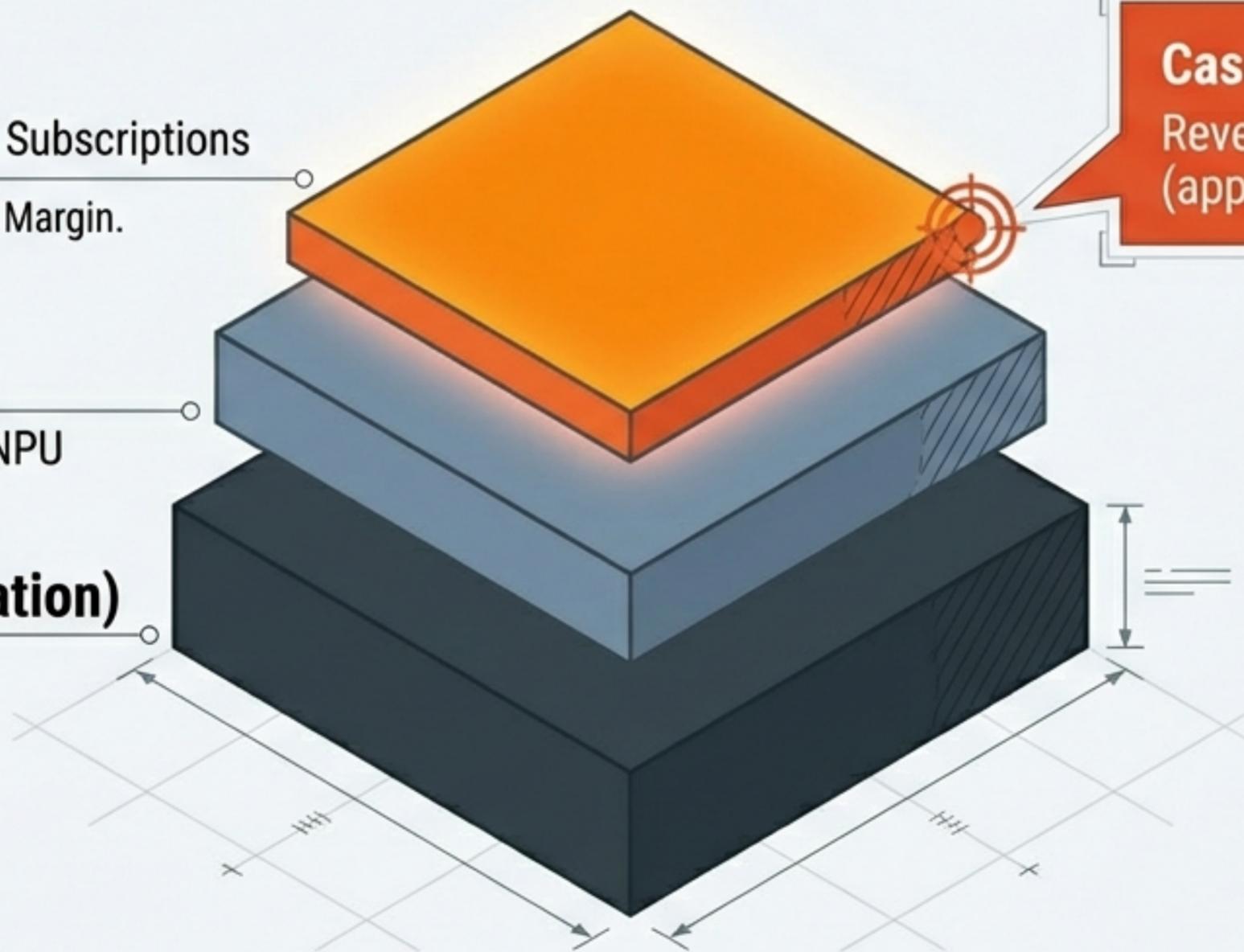
iOS / Android, On-Device AI, NPU

COMMODITY

Hardware (The Foundation)

Device, Screen, Battery

Flow Revenue (One-time sales),
3.2 year replacement cycle.



Case Study: Apple Services

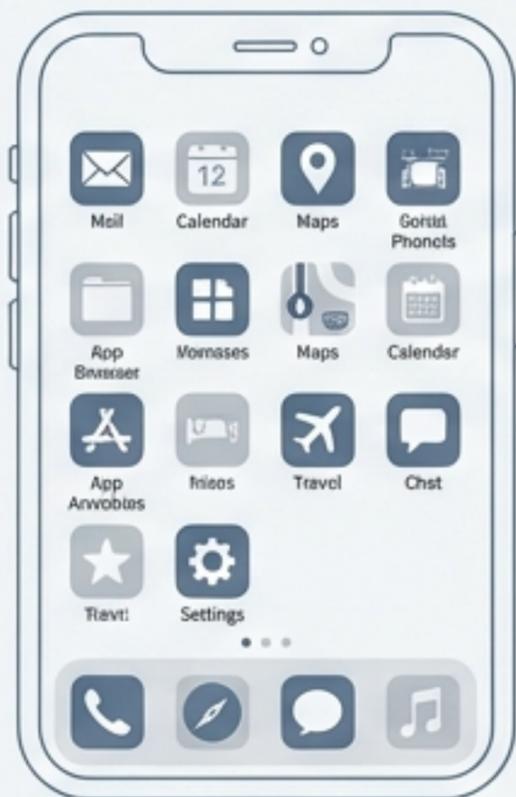
Revenue: \$96.17 Billion
(approx. 25% of total sales)

「どのような体験（サービス）を提供したいか」がハードウェア仕様を決定する逆転現象。

“No more UI” : AIエージェントがもたらすパラダイムシフト

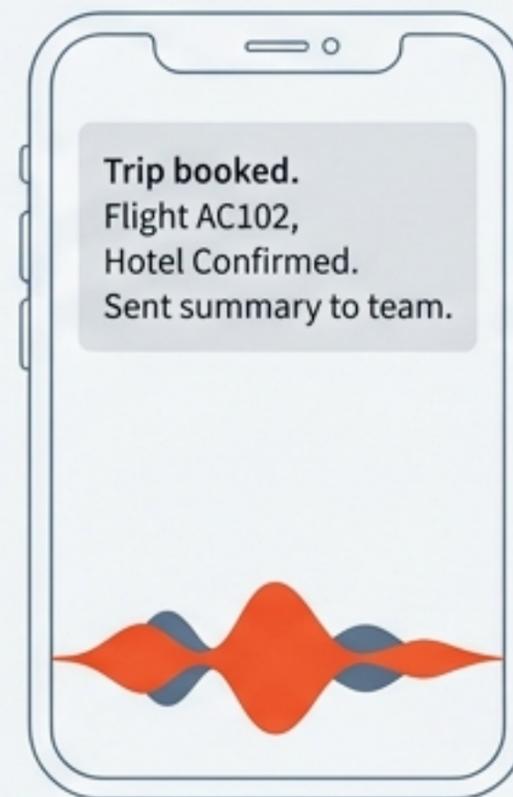
From App-Centric to Agent-Centric Experience

Current State (App-Centric) ← Before and After → Future State (Agent-Centric)



Fragmented Experience.
User hops between apps.

USER → APP → APP → TASK



Unified Experience.
AI understands context and executes.

USER → **AGENT** → TASK

Key Concepts

 **On-Device AI:**
Privacy & Low Latency.

 **Context Awareness:**
Understanding "Who, Where, Why".

 **No More UI:**
The disappearance of traditional navigation.

顧客は「スペック」ではなく「エコシステム」を買っている

The OS Believer

OS信奉者

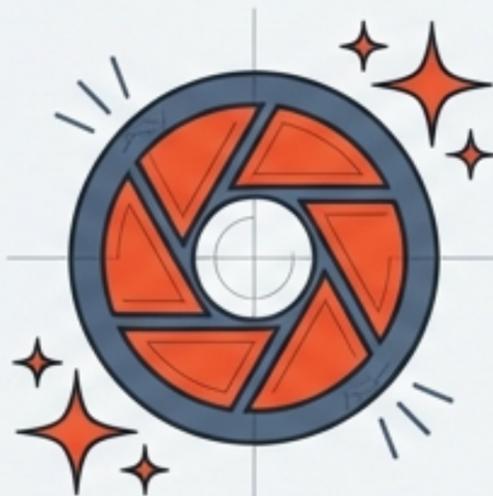


iOS Retention Rate ~90%

High Switching Cost.
Locked in by iMessage,
iCloud, and Photos.

The Creator

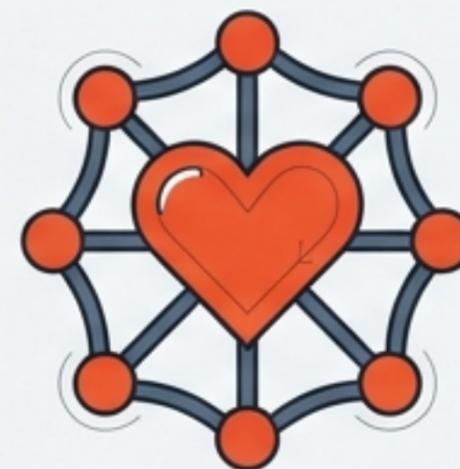
カメラ・AI重視層



Not buying megapixels, but
“Computational Photography”.
(e.g., Pixel Eraser Magic).

Gen Z

Digital Natives (Gen Z)

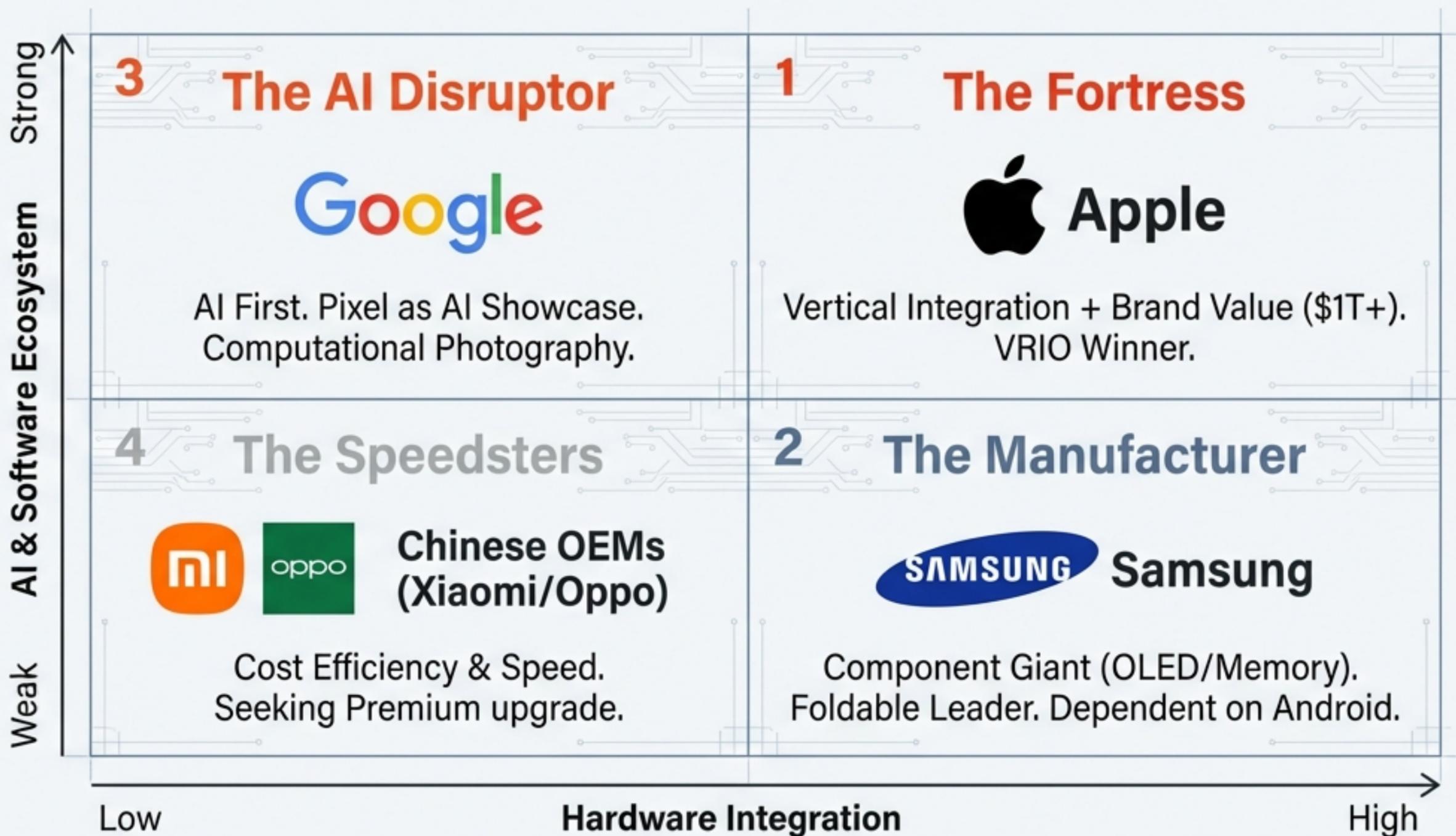


Values Brand Story &
Sustainability. Devices are
identity signalers.

顧客をつなぎとめるのは、デバイス単体ではなく、WatchやAirPodsを含めた連携体験（Ecosystem Gravity）。

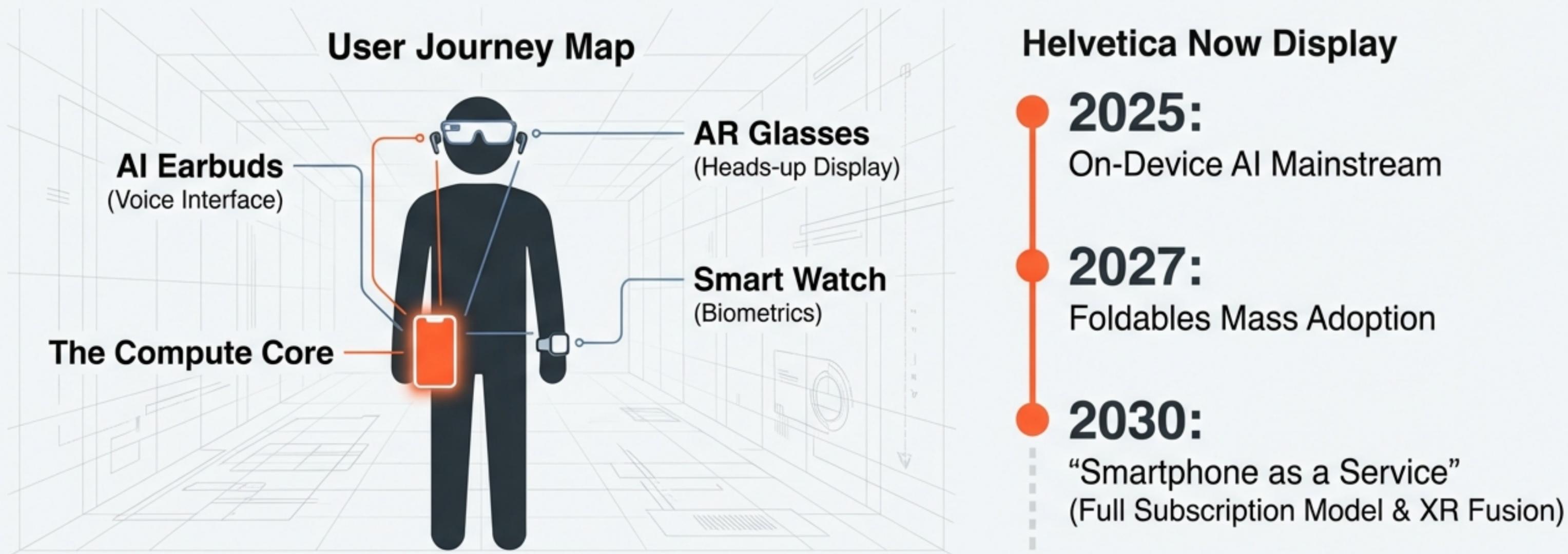
2強の牙城と、AIで挑むチャレンジャー

Competitive Landscape Analysis (Helvetica Now Display)



2030年の景色：パーソナルAIハブへの進化

The Landscape of 2030: Evolution to a Personal AI Hub



スマートフォンの定義は「画面」から「ハブ」へ。
周辺デバイス (XR/Wearables) を統括するAI演算の心臓部となる。

戦略的岐路：垂直統合か、水平分業か

垂直統合 (Apple Model)



自社OS

自社チップ

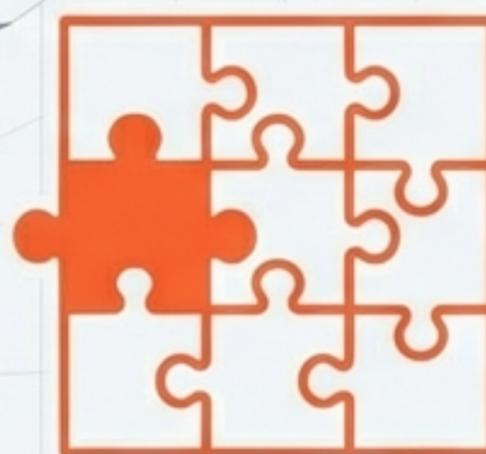
自社ハードウェア

メリット: 最高のUX, 高い利益率, 管理.

デメリット: 巨額投資, 規制リスク.

Fork in the Road

水平分業 (Android Model)



Android OS + 特化機能 (カメラ/ゲーム)

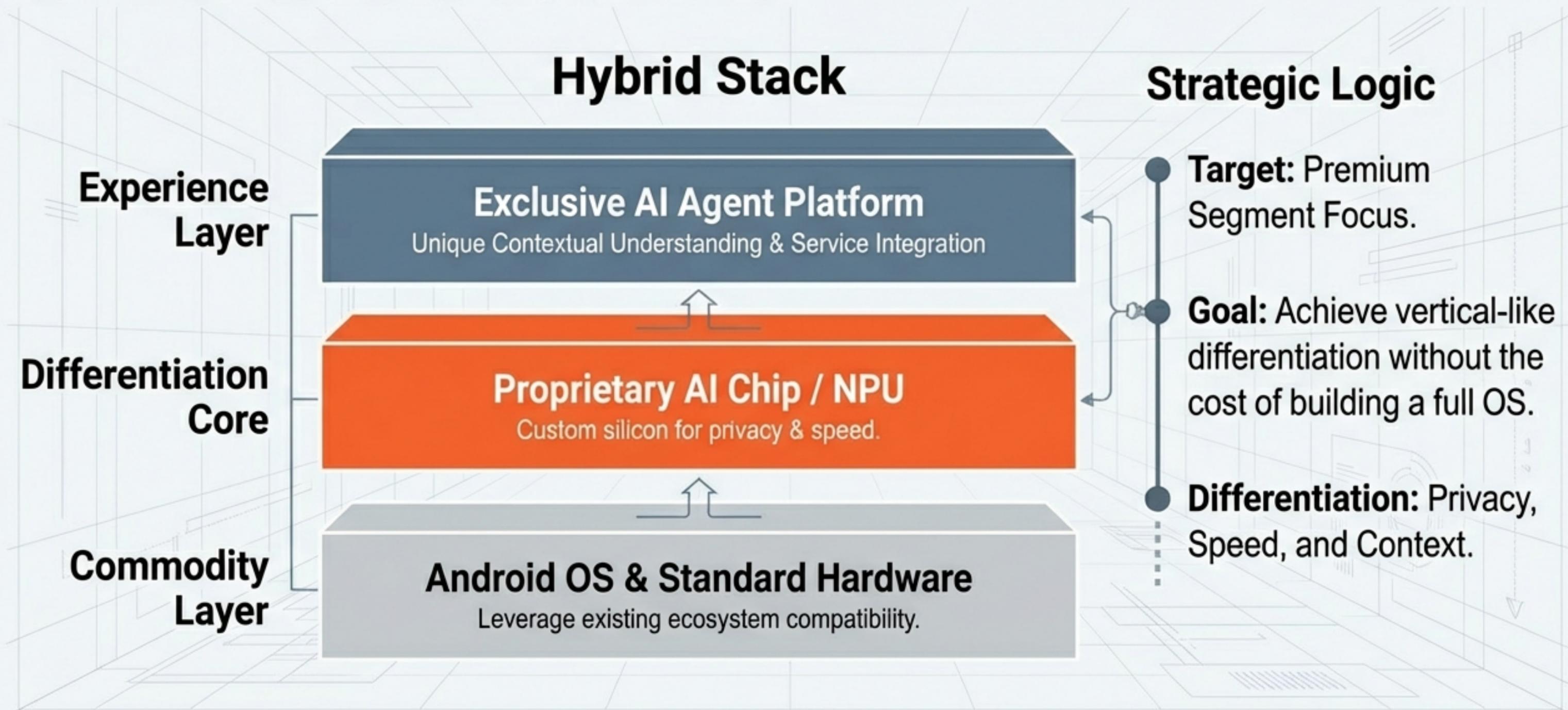
メリット: スピード, 低R&Dコスト.

デメリット: コモディティ化, 低い差別化.

警告: 「中間」はキルゾーンである。
企業は生き残るために明確な道を選ばなければならない。

提言：「ハイブリッド型AIエクスペリエンス」戦略

Recommendation for the Third Path



実行ロードマップ：3ヶ年変革プラン

Chevron Timeline Process Chart

