

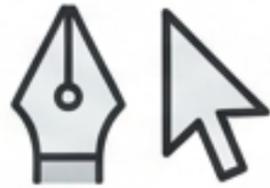
ポスト・スマートフォン時代の覇者：AIとエコシステムで再創造するタブレット市場の成長戦略

市場分析・競合調査および戦略的提言



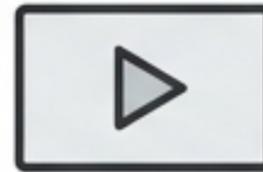
対象範囲：コンシューマー/法人向けデバイス、OS、アプリケーション、アクセサリ市場
テーマ：生成AIによるコンピューティングの再定義

市場の分断とAIによる再定義： 勝者への唯一の道筋



Professional Tool

生産性・創造性 (High Value)



Media Appliance

コンテンツ消費 (Commodity)

戦略的フォーカス領域



Vertical Specialist

特定業務最適化 (High Margin)

⚡ Game Changer: オンデバイスAIによる「インテリジェント・アシスタント」化

1. Select & Focus

全方位戦略の放棄と
戦場の選択

2. AI Ecosystem

ハードウェアスペックから
AI体験への投資シフト

3. Value Chain Shift

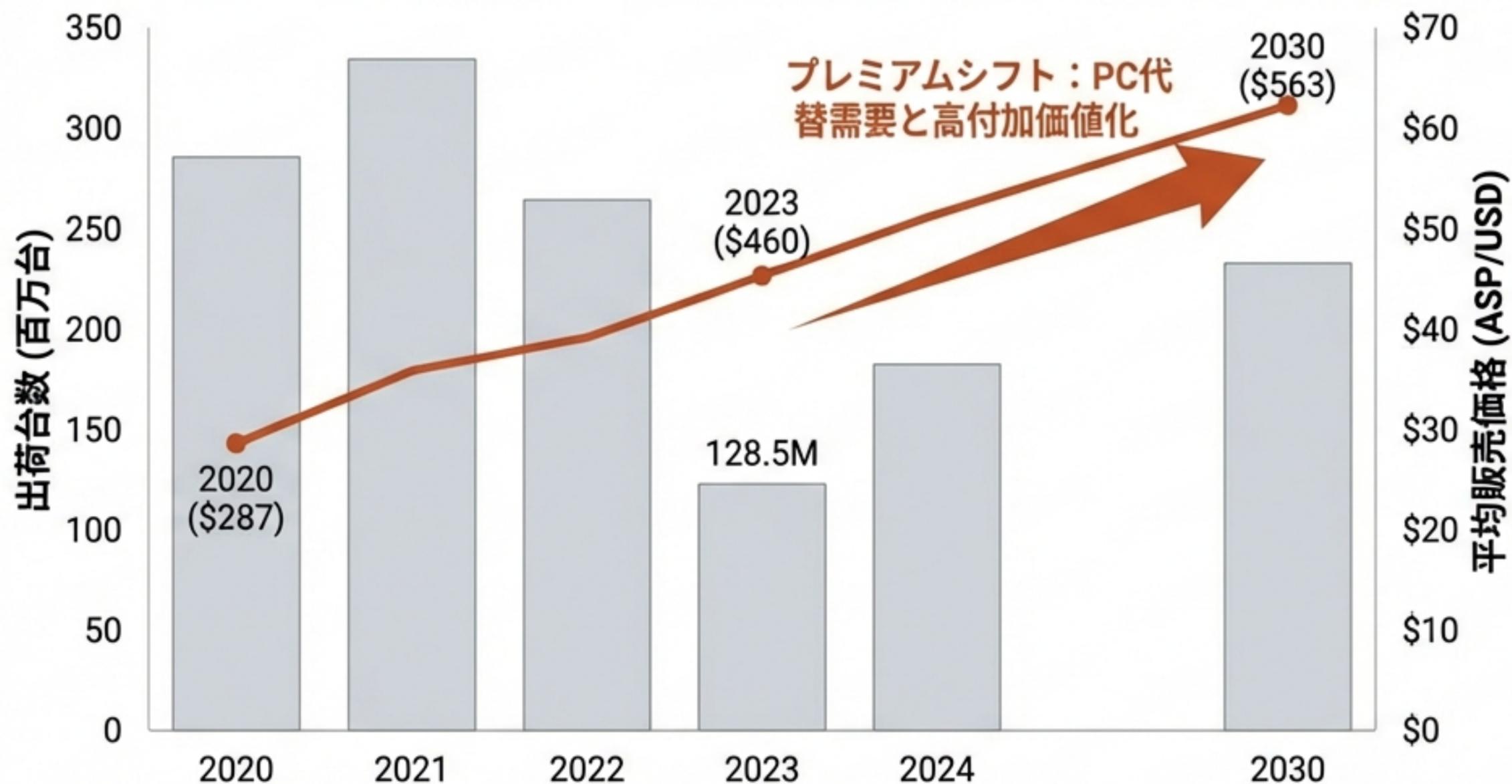
売り切り型から「サービス・
サブスクリプション」へ

4. Supply Chain Resilience

「チャイナ・プラスワン」に
よる地政学リスク回避

「量」から「質」への転換： 出荷台数変動の裏で上昇する市場価値

世界タブレット出荷台数 vs 平均销售价格 (ASP) 推移予測 (2020-2030)



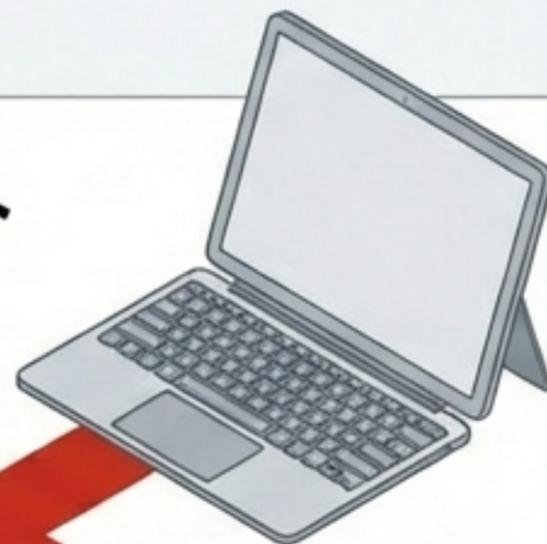
Key Insight

低価格帯市場は停滞しているが、市場全体の価値 (売上高) は上昇している。

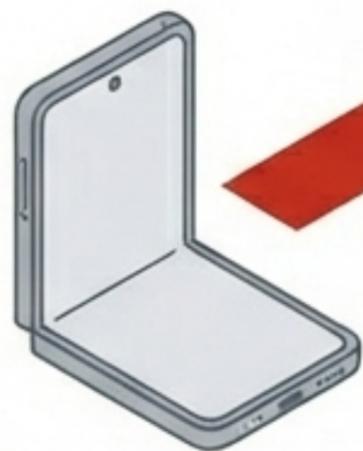
教育需要 (GIGAスクール更新) とハイブリッドワークが、高単価モデルへのシフトを牽引。

汎用タブレットの終焉：スマートフォンとPCによる挟み撃ち

脅威：2-in-1 PC & 軽量ノート
成長率 14%+ (フルOSの生産性)



汎用タブレット
(The Middle Ground)



脅威：大型・折りたたみスマホ
成長率 >30% (7-8インチ市場を侵食)

Five Forces Analysis

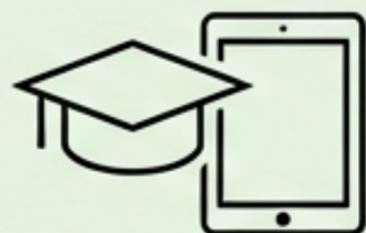
売り手の交渉力：強
(OLED/SoCの寡占)

買い手の交渉力：強
(価格感応度が高い)

代替品の脅威：極めて
高い (スマホ/PC)

業界内の競争：激化
(Appleによる利益独占)

外部環境の追い風と逆風：GIGAスクールと地政学リスク



追い風 (Opportunity)

- **GIGAスクール構想 (Japan) :** 公的需要の更新サイクル到来 (2026年ピーク)。
- **ハイブリッドワーク (Social) :** 「場所を選ばない生産性」が定着。



逆風 (Threats)

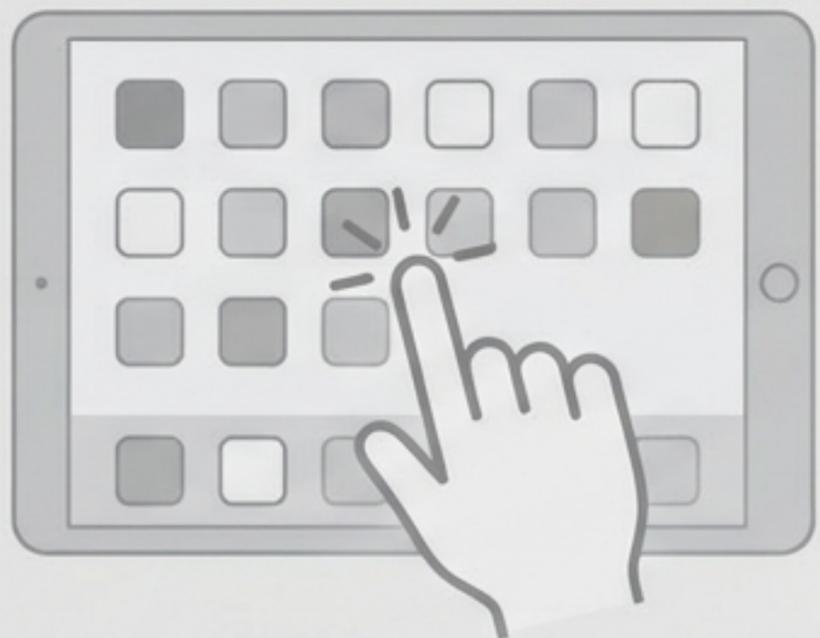
- **地政学リスク (Geopolitics) :** 米中デカップリング。SoC供給懸念と「チャイナ・プラスワン」の強制。
- **法規制・環境 (Legal/ESG) :** 「修理する権利 (Right to Repair)」と E-waste規制への対応コスト。

戦略的示唆：公的需要を取り込む「専用スペック」の開発と、サプライチェーンの早急な多角化が必須。

AIパラダイムシフト：「操作する窓」から「思考するパートナー」へ

従来のUI (Touch Interface)

Open App → Input Data → Close App



ユーザーが機能を探して操作する

AI UI (Intent-Based Computing)



AIが文脈を理解し、アプリを横断して
タスクを実行する

Key Tech Requirements (Bottom)

- **On-Device AIの優位性:** プライバシー保護 (データが端末を出ない) / 低遅延 (リアルタイム応答)
- **必須スペック:** CPUクロック数よりもNPU (Neural Processing Unit) の処理能力が重要指標へ

顧客セグメントの再定義：誰がタブレットを必要としているか



クリエイター (High WTP)

KBF:

- OLED画質、ペンの低遅延、Adobe等のプロアプリ対応



ビジネスプロフェッショナル

KBF:

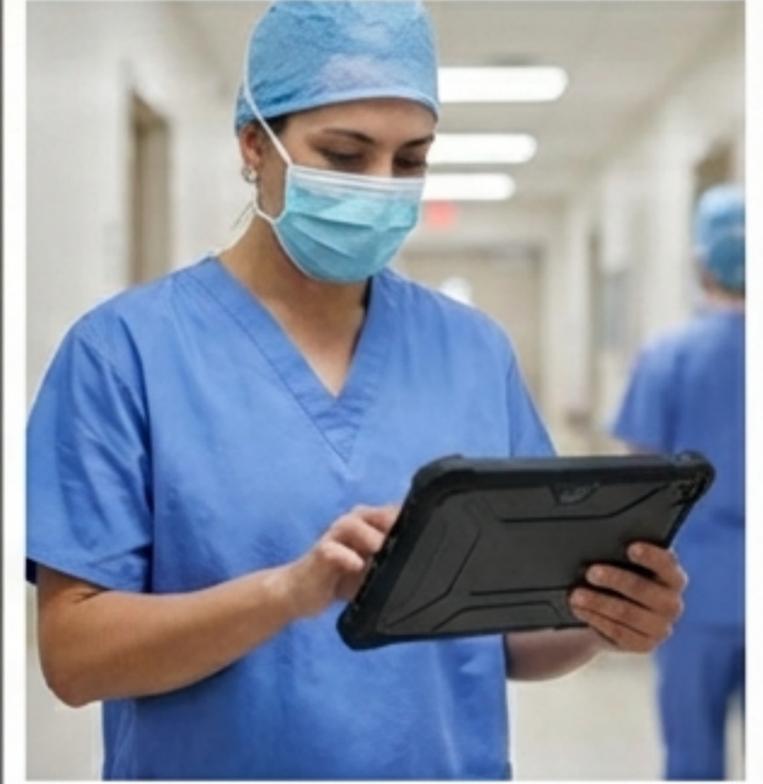
- MS Office完全互換、セキュリティ、マルチタスク



Gen Z / 学生

KBF:

- 手書き検索機能、スマホ同期、学習と遊びのハイブリッド



バーティカル (医療・物流)

KBF:

- 堅牢性 (Rugged)、消毒可能、特定業務アプリ

汎用的な「ファミリーユース」は価格競争が激化。収益源は上記の専門特化セグメントにある。

バリューチェーンの移動：ハードウェアのコモディティ化とサービス化



ビジネスモデルの転換：売り切り (Hardware Sales) → 循環型収益 (Recurring Revenue)

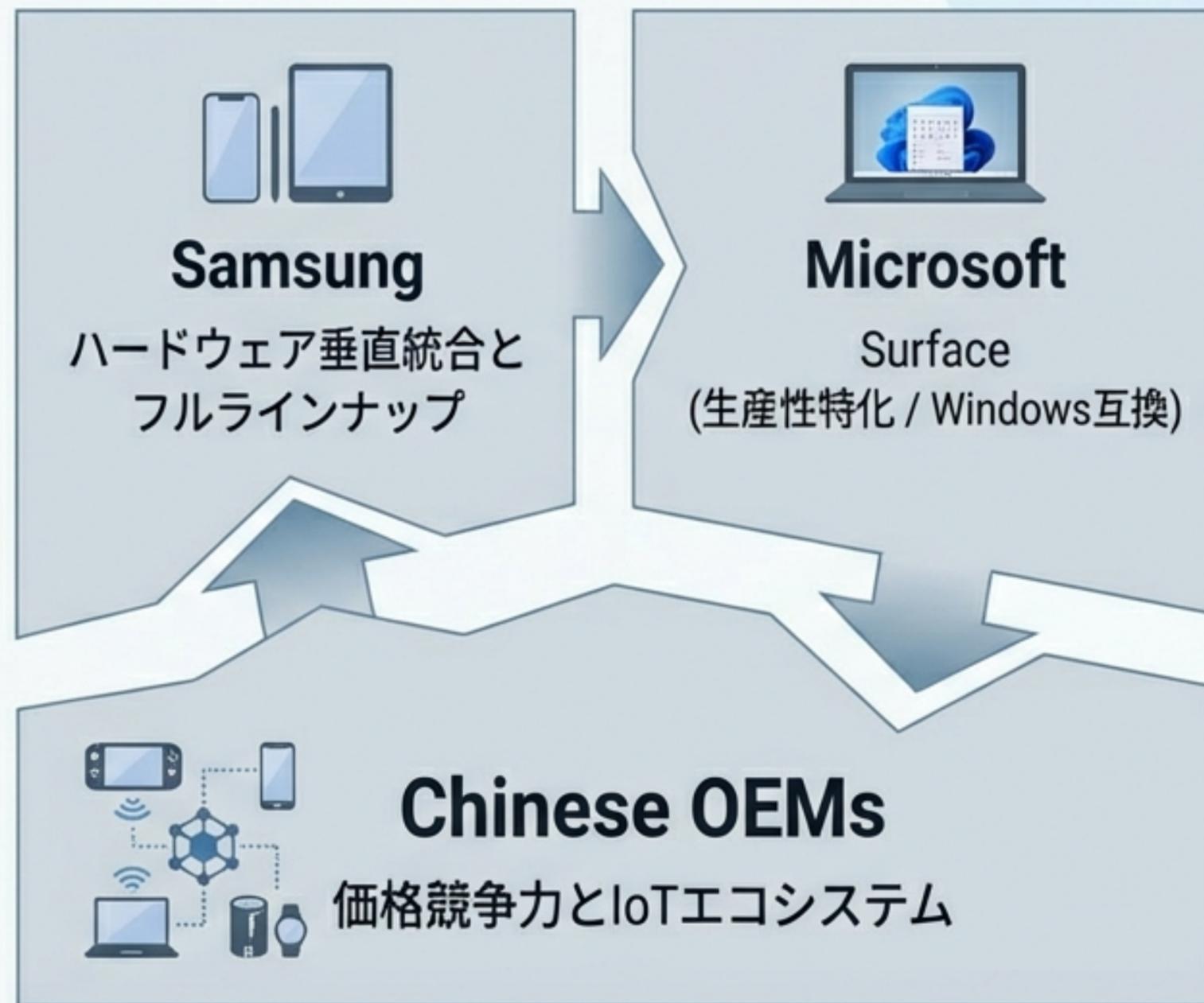
競争環境：Appleの城壁とAndroid陣営の生き残り戦略



Apple (iPad OS)

垂直統合 (OS + Custom Silicon + Brand)
売上シェア ~55% (圧倒的利益)

「汎用プレミアム」の土俵では勝てない



Appleと同じゲーム（汎用機）で戦うのではなく、Appleが入り込めない「ニッチ（特定業務）」で戦う必要がある。

戦略的岐路：全方位型か、バーティカル特化型か

オプションA: 全方位型 (All-Rounder)

Apple/Samsungと同様に全セグメントで競争する。



【死の谷】 中価格帯のコモディティ化、
莫大なマーケティングコスト。

オプションB: バーティカル特化型 (Vertical Specialist)

特定の産業（医療、教育、物流）に深く特化する。



【高収益】 高い参入障壁、深い顧客
ロックイン、Appleの弱点を突く。

Crossroads

コア戦略：「AIバーティカル・スペシャリスト」の定義

Winning Formula = [特定業界ワークフロー] × [専用ハードウェア] × [On-Device AI]

Medical



HIPAA準拠

消毒可能筐体

AI診断アシスタント

Logistics

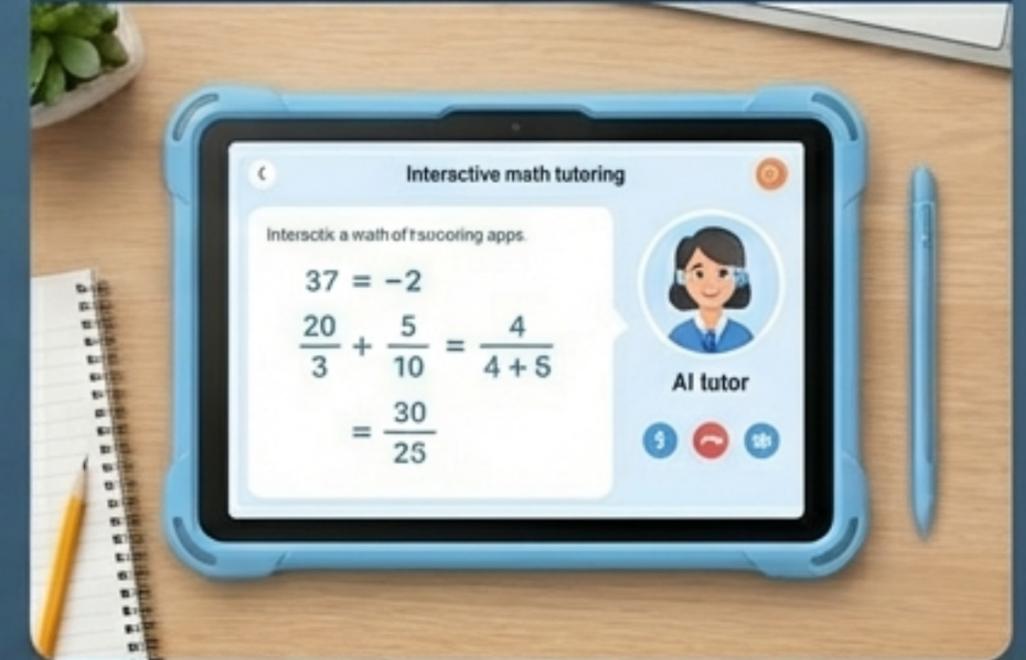


耐衝撃・防塵

バーコードリーダー

AIルート最適化

Education



GIGAスクール準拠

高耐久ペン

AI個別指導チューター

サプライチェーン戦略：レジリエンス（強靱性）の確保



- 生産拠点の分散：
バンネの齧：ベトナム・インド
への移管（地政学リスク回避）



- マルチソーシング：
OLEDパネルやメモリの調達
先多重化



- サステナビリティ：
「修理する権利」に対応した
モジュール設計（TCO削減）



2030年に向けたロードマップと実行計画

Winning Formula = [特定業界ワークフロー] × [専用ハードウェア] × [On-Device AI]



Phase 1 (Year 1): Selection & Partnership

ターゲット産業の選定、ソフトウェアベンダーとの提携。



Phase 2 (Year 1-2): PoC & Development

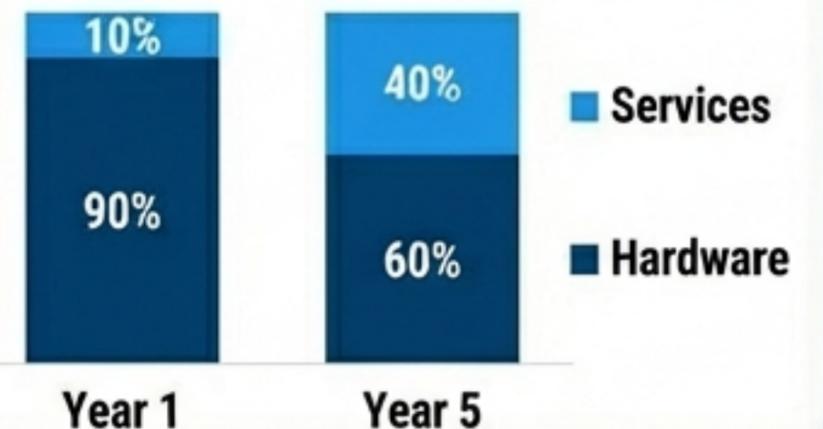
専用ハードウェア試作、カスタムAIモデル開発、実証実験。

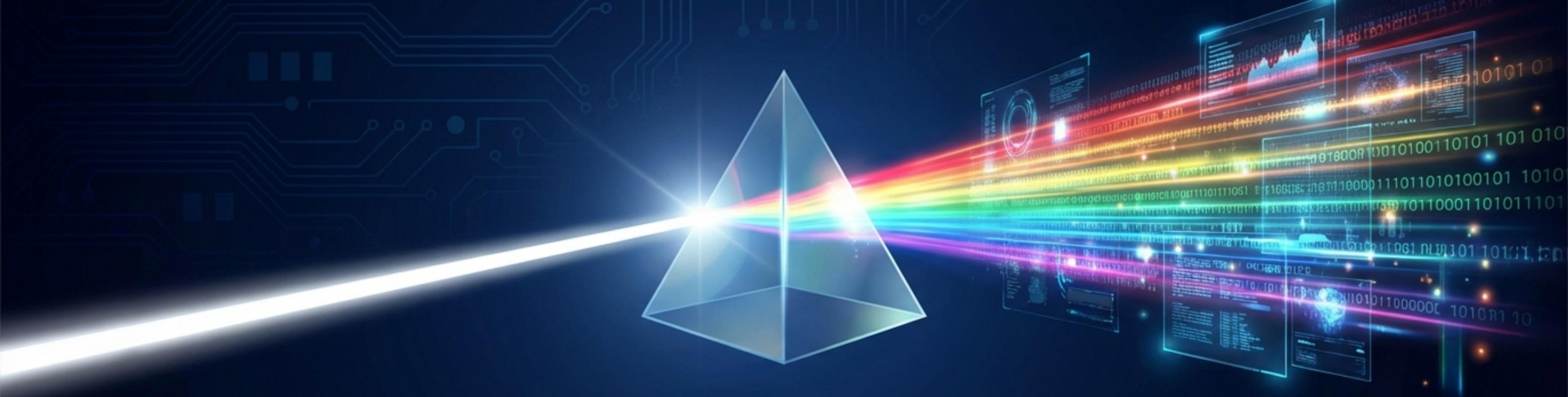


Phase 3 (Year 3+): Scale & Subscription

市場投入、「デバイス+AIサービス」のサブスクリプションモデル移行。

Financial Goal: Revenue Mix Evolution





**結論：次世代コンピューティングの定義者となるために
タブレットは死なない。AIという「魂」を得て、知的パートナーへと進化する。**

【Next Steps】

- 1. 戦うべきバーティカル領域の即時選定**
- 2. AIソフトウェアレイヤーへの集中投資**
- 3. 「チャイナ・プラスワン」サプライチェーンの構築**