

Apple Computer社

光安 紀臣 金 衝ソク 今野 知宏
張 榮 除 ミン廷 ゴン 克
中海 盛一 周 君龍

はじめに

- 今回私たちは' iPod'でおなじみの米国 AppleComputer社について考察をしていきます。
 -
- この会社については以下に簡単に述べる半導体オーディオ市場の世界市場の《強み》、反対にOSにおいてはMicroSoft社にシェアをとられている《弱み》が大きく露呈しており、それぞれの戦略について考察、調査してみたいと思ったからです。

発表内容について

- 第1回目 Apple Computer社の企業情報と動向、現状
- 第2回目 日本とその他の国における2つの主力商品のマーケティング戦略
- 第3回目 まとめと将来の展望



本日の発表内容

- 歴史と会社概要
- 事業と主力商品などについて
- 以上を踏まえての今後の研究テーマの明示



歴史と会社概要①



- アップルコンピューター株式会社

Steve JobsとSteve Wozniakの両氏は1970年代に、カリフォルニア大学バークレー校(UCB)で「ブルーボックス」というタダで長距離電話をかけられる電子機器を売っていた、その後1976年創業された新興企業を始める。現在ご存知のとおりiPod、iTunesをはじめとする音楽半導体機器、更にはiMacなどのMacOSを搭載するパソコンおよび周辺機器メーカーである。現在、世界のあらゆるところで上記機器を展開しているグローバル企業である。シリコンバレーの黎明期に創設され、今もなお高い企業業績を収め続けている。

歴史と会社概要②

- アメリカ合衆国カリフォルニア州クパティーノに本社をおく世界的なパーソナルコンピュータメーカーである。日本法人は**アップルコンピュータ株式会社**(東京都港区青山)。



歴史と会社概要③

- 事業の始めろして、当時、すでに開発、商品化されていたコンピューター事業に参戦。《人が本当に使いたいモノを創る》をテーマに1977年に『apple II』を発売し、その後ご存知の一般ユーザー向け『Macintosh』、事業用『Lisa』を拡販、当時のライバルであったIBMと完全に差別化するために常にMacを違う市場で展開し、その当時では奇抜なデザインとマウスやレーザープリンタなどの先進的な技術をいち早く導入し、『Macブランド』を各国に確立していった。現在も当初のデザインと革新的技術の融合という面で時代の先頭に立つ存在と見なされている。

資料

社名由来: リンゴだけ食べればシャワーを浴びる必要が無いと考えていたことからという
ほとんど冗談のようなところからつけられた。

右図: 初期家庭用Mac 左図: 会社設立前に作った初期型機



事業と主力商品などについて(iPod1)

- iPod

現在、第一世代～第五世代(iPod mini、iPod nano、iPod shuffle)が発売されており、最初のiPodはMac専用の音楽プレイヤーとして2001年10月24日に発売され、2002年発売の第2世代でWindowsにも対応した。日本では「Goodbye MD」というキャッチコピーでMD市場からのシェア獲得を目指した。「iTunesのライブラリに収めた音楽を外へ持ち出す」というコンセプトで開発されており、「まずiTunesありき」である点が先行していた先駆的な商品であった。

マーケティングに関して言えば、ロコミを通じて、市場に根付いたといえる、その結果日本のシェア7割を確保している

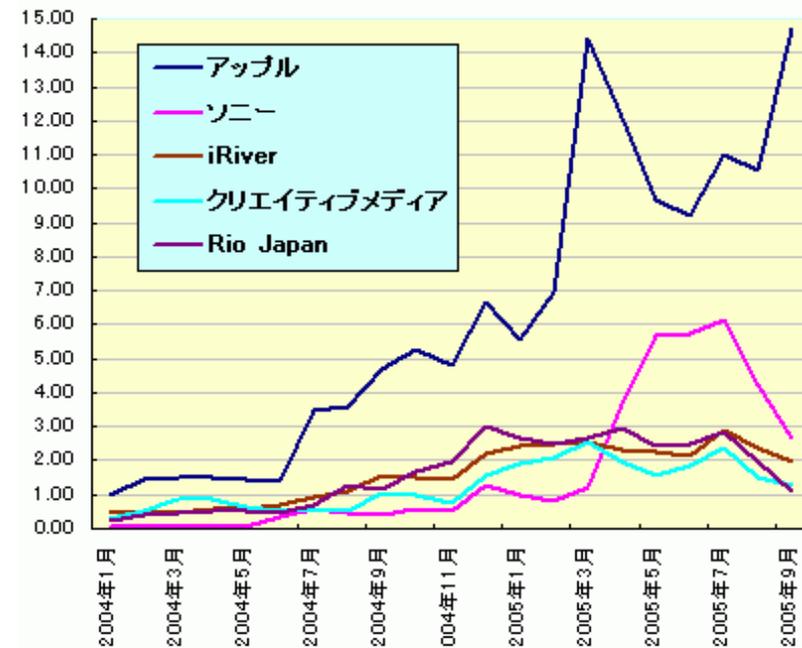


事業と主力商品などについて(iPod2)

下図のとおり他社を圧倒している現状。**強み！！**
ライバルとのポジショニング等
戦略分析は次回詳しくします



携帯オーディオ販売台数指教時系列推移
(04年1月のアップルを1とする各社比較)



事業と主力商品などについて(iPod3)

携帯オーディオ販売台数シェア トップ10

順位	メーカー	品名	タイプ*	販売台数 シェア
1	アップル	iPod nano 4GB ブラック	メモリ	9.8%
2	アップル	iPod nano 4GB ホワイト	メモリ	7.0%
3	アップル	iPod nano 2GB ブラック	メモリ	6.9%
4	アップル	iPod nano 2GB ホワイト	メモリ	6.5%
5	アップル	iPod shuffle 512MB	メモリ	5.5%
6	アップル	iPod 20GB	HDD	4.8%
7	アップル	iPod shuffle 1GB	メモリ	3.4%
8	アップル	iPod 30GB ホワイト	HDD	3.4%
9	アップル	iPod mini 4GB シルバー	HDD	1.6%
10	アップル	iPod 30GB ブラック	HDD	1.4%

「BCNランキング」05年10月第4週 週次

事業と主力商品などについて(OS事業1)

- Mac

1984年に発売開始された、家庭用パソコンで、当時では目新しくGUIを搭載し常に、

革新的なコンセプトで市場に売り出されており、先にも述べた通り1994年ごろからのライバル会社MS社OS Windowsの猛烈なシェア確保によりOS事業は不振であったが、近年次回以降に発表するように自体を周辺機器とする』戦略変更により、全て別売りの『Mac mini』のような商品も発売されている、ユーザー個人の使い方にあつた廉価での販売(500ドル)

現在は来年春に発売されるMS製WindowsVistaに対抗すべく攻勢に努めている。



事業と主力商品などについて(OS事業2)

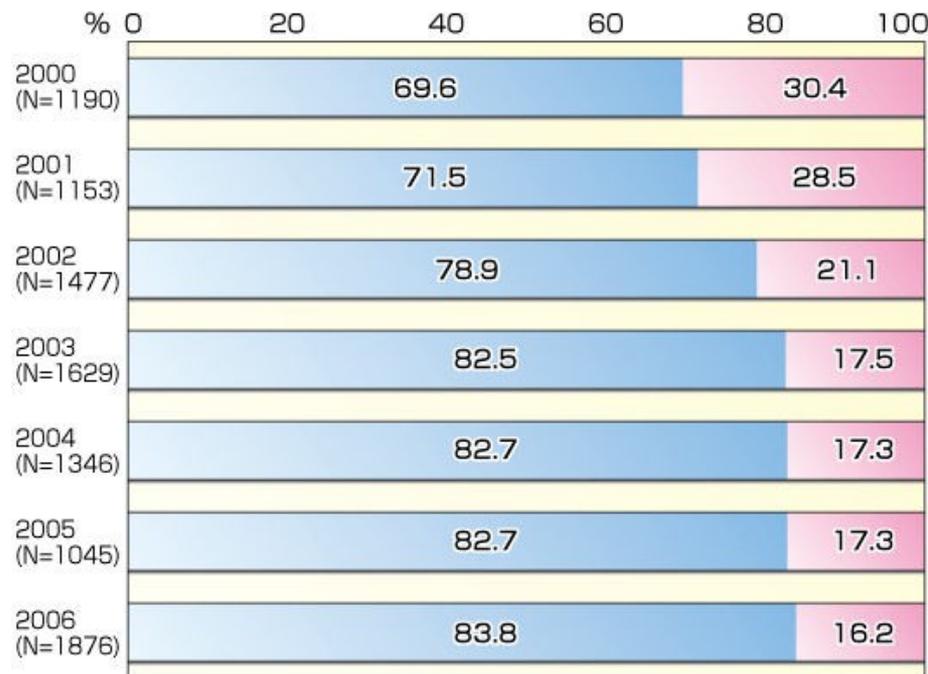
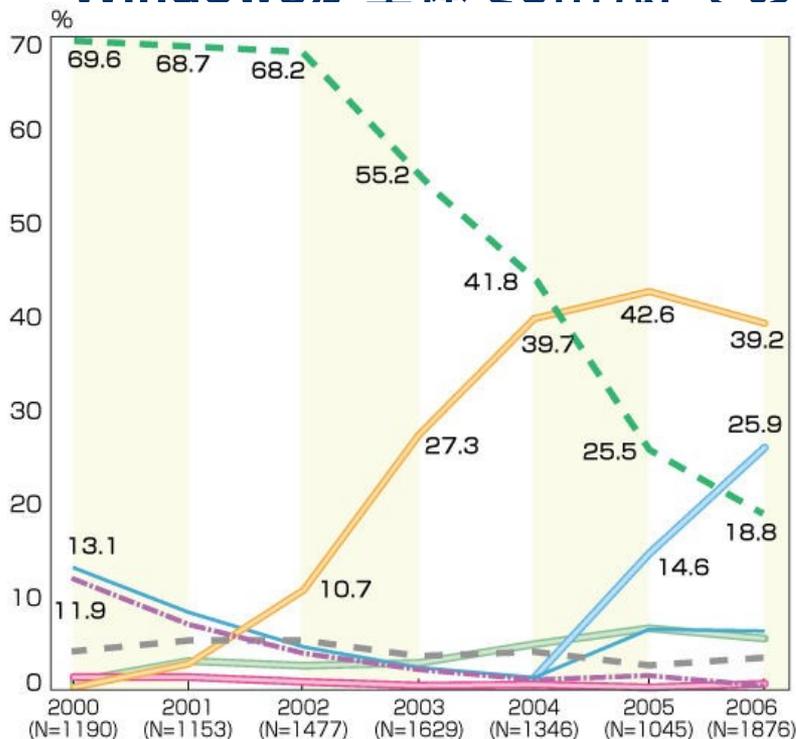
- Macのシェア 1位から8位までMS独占弱み！！

順位	メーカー	出荷台数	シェア	前年成長率
1	日本電気(株)	300万9000台	20.6%	11.2%
2	富士通(株)	260万9000台	17.9%	1.1%
3	デル(株)	180万2000台	12.3%	19.6%
4	(株)東芝	132万4000台	9.1%	18.3%
5	日本ヒューレット・パカード(株)	97万7000台	6.7%	17.1%
9	アップルコンピュータ(株)	36万1000台	2.5%	24.7%

2005年 国内パソコン市場のメーカー別出荷台数(出典:IDC Japan 3/2006)

事業と主力商品などについて(OS事業3)

- Windowsが全体で8割強. その他OSはすべて1桁



第1回目まとめと今後の研究課題

- 以上、示したとおり『強み』と『弱み』の2つが大きく露呈している。これらを今後の発表を通して、国内外を通してSWOT分析し、なぜ強いのか？あるいはなぜ弱いのか？を探って生きたいと思う。
- 今回は一回目ということで大筋しか説明できなかったが、次回以降、メンバーが日本、中国、韓国出身というのでその国では一体どのような現状、戦略がなされているか？などの視点で考えていくことも考えております。

ご清聴ありがとうございました。

END

