



スマホ普及で 新時代の幕が開く

高乗 正行

チップワンストップ
取締役社長

私が社会人になったのは1993年のことだ。その後、技術進歩に基づくさまざまな変化があった。コンピューター化、ネットワーク化、デジタル・ライフ化など。私は、ビジネスパーソンとして、ガジェット愛好家として、これらの変化を積極的に体験してきた。しかし、最近のスマホの普及によって20代の若者たちを中心に起こっている行動変化には、かつてないほどのインパクトを感じている。

最も分かりやすいのは、若者たちのテレビ観の変化だろう。「アナログ」から「地上デジタル」への切り替えをきっかけに、非常に多くのデジタルテレビが販売された。リビング・ルームの中心はテレビ。そう考える日本人のテレビ観を反映した格好だ。しかし、若者たちのテレビ観は違う。「テレビのコンテンツは、いつでも国内外の動画サイトで見られる。リアルタイムでストリーム配信するサイトもある。最新ニュースは、ツイッターやフェイスブックを介してオン・タイムで入ってくる」と考える。デジタルテレビで体験できることは、スマホで代替が利く。だから、「デジタルテレビは高いので、買い替えは……」と二の足を踏むわけだ。

ただし、デジタルテレビはスマホよりも安い。37型のデジタルテレビでも、いまや3万円台で入手できる。一方のスマホは、端末価格だけで5～6万円。これに回線使用料などが毎月課金される。かなり高価だ。しかし、若者たちはこの小さな端末に、デジタルテレビよりも高い価値を感じている。このため若者たちのテレビとの接触時間は短く、インターネット環境との接触時間は長い。この状況を反映し、インターネット広告市場が急拡大しており、最近では新聞広告の市場規模を上回った。

こうした変化は、日本にとどまらない。世界経済を牽引する新興国でも、安価な携帯電話機を使う時代から、パソコンによるネット接続時代を飛ばして、一気にスマホによるモバイル・ネットワーク時代に突入しそうだ。スマホの普及で新興国に暮らす人々の行動も、製品やサービスの供給者が想定する以上のスピードで変化することは間違いない。

次回リレートーク：加瀬 豊（双日 取締役社長）