

## 腕時計型主導の成長を続けるウェアラブル機器

### ◆今後の成長率は年平均11%

米国の市場調査会社IDCが2018年12月に世界のウェアラブル機器の市場予測を発表した。それによると、18年の世界のウェアラブル機器の出荷台数は1億2,530万台と前年より8.5%増加する。この出荷台数の増加は今後も続き、22年は1億8,990万台に達する。この4年間の年平均増加率は11%になる。

世界のウェアラブル機器の市場予測

分類	2018年		2022年		18-22年の年平均増加率
	出荷台数	シェア	出荷台数	シェア	
①腕時計型	7,280万台	58%	1億2,020万台	63%	13%
②リストバンド型	4,650万台	37%	4,700万台	25%	0%
③衣類型	280万台	2%	910万台	5%	34%
④耳掛け型	210万台	2%	1,280万台	7%	56%
⑤その他	90万台	1%	80万台	0%	▲3%
合計	1億2,530万台	100%	1億8,990万台	100%	11%

出所:IDC「IDC Forecasts Sustained Double-Digit Growth for Wearable Devices Led by Steady Adoption of Smartwatches」(2018年12月17日発表)を基に作成。

### ◆合わせて市場の9割を占める腕時計型とリストバンド型

IDCの予測によると、今後4年間のウェアラブル機器市場の中心は、腕につける腕時計型とリストバンド型である。この2つで市場の9割以上を占めている。

腕時計型の具体的商品にはApple Watch、Samsung Gearのほか、Wear OS by Googleを搭載したスマートウォッチなどである。その多くは音声認識による入力機能、ハンズフリー通話、メールやメッセージの送受信、音楽再生、アプリの通知、センサによるバイタルデータの測定、認証・決済などの機能を持ち、スマートフォンと連動した使用もできる。予め用意された機能に加えて、サードパーティ製のアプリが実行可能なことも特徴の一つである。

リストバンド型も腕時計型と同じように腕につけて使用し、形状も機能も類似している。IDCは腕時計型とリストバンド型の違いをサードパーティ製アプリの使用が可能かどうかで区別している。機能や価格の面から安価な機器をリストバ

ンド型とみるユーザーも多い。ここ数年、先進国ではリストバンド型から腕時計型への買い替えの動きが出てきており、出荷台数は伸び悩んでいる。

IDCは先進国でリストバンド型から腕時計型への移行が続き、その動きが新興国に広がるとして、腕時計型の出荷台数は年13%の増加を続け、18年の7,280万台から22年には1億2,020万台になるとしている。もし販売価格が現在並みの3万円を維持できれば市場規模は2.2兆円から3.6兆円に拡大する計算になる。

### ◆耳掛け型と衣類型は今後の成長の可能性

腕時計型、リストバンド型以外のウェアラブル機器には衣類型、耳掛け型、その他がある。これらのなかには、今後の増加が期待されているものがある。

IDCの予測で今後4年間の年平均伸び率が56%と最も高いのは、ヘッドフォンやイヤホンなどの形態をとる耳掛け型である。具体的商品にはアップルのAir Podsがある。Air Podsは、音声認識による入力、ハンズフリー通話、音楽再生、アプリの通知、センサによるバイタルデータ測定などができ、スマホと連動した使用も可能である。この対抗商品を19年後半にグーグルやアマゾンが発売すると見る専門家もおり、早期の発売が実現すれば市場も盛り上がりを見せそうだ。

耳掛け型に続いて今後の伸び率が34%と高いのが、シャツや帽子などの形態をした衣類型である。具体例には、人が無意識に発する微弱な電気信号（生体信号）を収集する機能素材hitoe（東レ製）で作った衣類を着ることで心拍データなどを取得し、作業員の体調を管理する大林組の作業員向け安全管理システムがある。また、伸縮性のある導電素材COCOMI（心美、東洋紡製）で作った衣服を使って運転者の眠気を感知する居眠り運転検知システムも開発されている。

### ◆腕時計型は価格低下の可能性、耳掛け型や衣類型には新規参入企業も

現在のウェアラブル機器市場は、腕時計型やリストバンド型の規模が大きいのが、その分参入者が多く、競争が厳しい。今後、大量生産が得意な中国勢の追い上げによって、販売価格が低下してくる可能性もある。一方、耳掛け型や衣類型はまだ市場が小さいものの、その分競争相手が少ない。成長も期待できることから、新規参入を図る企業が今後増えてくるかもしれない。 【藤井和則】