

# コモディティ化と属性補完：日本のスマートフォン市場

2016M20005 郎 潔

## 要旨

通話、メール、カメラ、音楽、地図など様々な機能が一体化したスマートフォンが登場し、個人の生活に入ってきたことから、人々や社会に大きな変化が起こっているが、消費者はスマートフォンを選択する際、いったい何の機能に注目して購入しているのだろうか。最初にカメラや音楽などの機能が搭載された時、希少のため消費者を誘引したのだが、現在、基礎機能として各スマートフォンのメーカーに採用されており、すでに魅力的ではなくなってきた。スペック表で比較すると、どのスマートフォンでもほぼ同じくらいの機能が搭載されている。セールスポイントとしての独特な機能は少しずつコモディティ化（汎用化）になり、消費者がスマートフォンを購入するポイントも機能から価格に移り変わりつつある。以上のことを念頭に、本研究では、2014年にAppleはNFCを搭載するようになったことから、近年、人々の支払い方式や乗車方式に大きく影響したNFC機能に着目し、NFC機能も差別化されなくなるのか、すなわち、NFCがコモディティ化になったのかどうかを確認したい。

また、2015年9月に発売されたiPhone6s/iPhone6s Plusでは、指紋認証技術（Touch ID）を用い、iPhoneによるアプリケーション内とウェブ上での支払いが可能になった。NFCと指紋認証技術の組み合わせで、セキュアな電子マネー機能を提供可能であることが注目された。仮にNFC機能がコモディティ化になったとすると、指紋認証技術との組み合わせで、再度消費者の購買動機を喚起させるのか、再度NFCが魅力を取り戻すのか。そこで、本研究では、スマートフォンの属性間に補完関係が存在するのかという仮説も立てた。

Berry(1994)を参考に製品差別化された財の推定モデルを作って分析した結果、価格が上昇すると、消費者のスマートフォンから得られる満足度が下落したことがわかった。また、消費者は、オペレーティングシステム、スマートフォンクラス、メーカー、スマートフォンの性能を考慮して、スマートフォンの購入していることを示し、高性能であるほど好まれていることがわかった。本研究では、2012通年と2015年第4四半期から2016年第3四半期までの1年間を2つの分析期間とし、2012年に、消費者はスマートフォンを選択する際にNFCを判断基準の1つとしていた。それに、NFC搭載のスマートフォンが増加すると、消費者の満足度も増加する。しかし、2015年の第4四半期以降、NFCは判断基準ではなくなったことがわかった。すなわち、NFCがコモディティ化になったことが明らかになった。また、NFCはコモディティ化になったあと、指紋認証技術との組み合わせで、消費者の満足度を高めた。すなわち、消費者はNFCに反応しなくなったのだが、NFCと指紋認証技術を組み合わせると、反応するようになった。この推定結果から、NFCと指紋認証技術の2つの属性の中、補完関係があることが明らかになった。