



台湾のノートパソコン産業(2)

台湾のハイテク産業はOEM製造という影の役割に徹して久しいが、現在は中国メーカーの低価格競争に直面し、製品設計と研究開発能力を強化という対応策をとっている。この流れは台湾のハイテク産業の高度化を促し、その容貌も一新する。多くの台湾の大手メーカーはノートブックパソコン事業で、自社ブランドを打ち出してきた。華碩(ASUS)を例にとると、長年、ASUSはマザーボードとその他のパソコン部品を製造してきたが、如何に輝かしい業績を残そうと、国外でのブランドの知名度は高くなかった。しかし、現在、ASUSは、世界の消費者に向けて、自社ブランドをセールスし、ノートブックパソコンのマーケットシェアでは2004年に世界のトップ10に踊り出た。ASUSだけが戦略転換に成功したわけではなく、その他の台湾ハイテクメーカーも非常に素晴らしい成績をあげている。デザインに関する国際的な賞を受賞したのみならず、国外のライバルのシェアも奪っている。例えば、ACERはヨーロッパ市場の開拓に成功し、現地ではHPに次ぐ、第二位の売上を誇るノートブックブランドになり、IBMと東芝の知名度を上回っている。今回は、かなりのコストをかけてポロモーションを行い、自社ブランドを打ち出した明基電通(BenQ)が、如何にOEM製造業者から、一歩進んでグローバルブランドになったかを紹介する。

歴史的背景

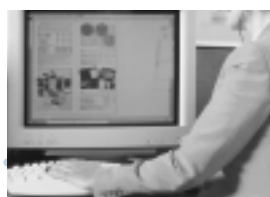
BENQは1984年に桃園に設立され、桃園県に工場を設置した。設立初期は宏碁(Acer)のパソコン部門のOEM工場であり、Acerのパソコンを研究開発していた。その後、2002年にAcerから分離し、自社ブランドBenQを打ち出した。「デジタル世代の楽しさ」のビジョンにより、デジタル・ライフスタイル製品を開発し、製品範囲はオプトエレクトロニクス、ビデオ、無線通信の三代領域に及んでいる。研究開発、製造そして自社ブランドマーケティングの優位性を持ったIT企業である。そして、先端技術と生産技術により台湾、中国、マレーシア、メキシコに4台製造基地を持ち、研究開発能力とグローバルオペレーション体制にあわせて、マーケティングネットワークもグローバル化させていく。BenQの傘下には13,000人の従業員がおり、その事業範囲は従来のパソコン周辺、通信領域からデジタル・ライフスタイル製品にまで及んできた。

中核技術の統合により生活とハイテクを融合させるのがビジョンである。

オリジナルブランド

BenQは明基電通のオリジナルブランドであり、BenQブランドを正式に打ち出す前には、相当の長い時間をかけて暖めていた。IBM、サムスン、ソニー、HPなどの大手メーカーの使用しているブランドロゴを参考にした結果、大部分のハイテクブランドのロゴは青か赤を使用していることが分かり、紫色を採用した。紫色は「活発、トレンドィ」な色である。更にBenQグループの年間売上額1千1百億台湾ドルの確かな実力を基に、更に多くの領域へ注力し、その他の台湾の大手メーカーと同様に、韓国のサムスンの例に倣い、綺麗で目を引くデザインにより、オリジナルブランドへの転換に成功した。

現在BenQの試みは成功している。2004年BenQの台湾地区での営業額は130億台湾ドルを超える見込みで、非常にすばやい成長を見せており、台湾のITブランド中初めて設立後3年で100億台湾ドルを超えた。この他、ノートブックパソコン、液晶テレビ、デジタルカメラなどの全ての製品は、台湾国内でトップ3にはいることを目標としている。



一方、携帯電話ではノキア、モトローラのシェアが25%に満たない中、BenQのシェアは20%である。今後、台湾のトップ2に入り込み、現在のモトローラ、ノキアの地位奪取に挑戦する。

BenQの携帯電話、LCDモニター、Joybookの三大製品ラインは、BenQの台湾地域での来年の売上貢献度のトップ3であり、合計で約8割の割合を占める。過去の台湾のノートブックパソコン市場は、一貫してACER、ASUS、HP及びIBMの4台ブランドが8割以上のシェアを握っており、その他の国際ブランド及びNB(ノーブランド)品は20%である。特にノートブックパソコンJoybookシリーズの近年の売れ行きは目を引くものがあり、すでに第5位に順調に入り込んだのみならず、台湾のノートブック市場のトップ3に入り込む事を2004年の目標としている。

ノートブックパソコン Joybook

BenQが成長の頂点まで上り詰めたのは1994年であり、その後、通信領域に乗り出し、自ら携帯電話を開発し、国内で唯一の自社ブランドでマーケティングを行う携帯電話メーカーとなった。ノートブック市場に進出の際には、製品名を一般に耳慣れたノートブックではなく、Joybookと命名し、自社ブランドの精神を強調している。JoybookはBenQブランドの初めてのPC製品であり、また、唯一のOEM/ODMを行っていない製品ラインである。BenQは70人超のライフスタイル・デジタル・センターを有している。そして、ノートブックパソコンのデザインとライフスタイルを融合させている。15インチ液晶モニターは今年、Industrial Design Excellence Award“(IDEA)を受賞し、更に、ドイツの7つのIF賞も獲得した。

BenQのJoybookシリーズは現在、12.1インチ、

14.1インチ、15.4インチモニターのノートブックパソコンがある。これらは外観デザインと性能を重視しているほか、斬新で、且つ、ユーザー・フレンドリーなサービスを提供し、ユーザーの権利を保障している。BenQのJoybookノートパソコンを購入すれば、「1年のワールドワイド保証+39分のスピード修理」のアフターサービスを受けることができる。Joybookはアジアとヨーロッパの7つの指定国(将来は23カ国以上に拡大の予定)において、12ヶ月の無料修理サービスを行っている。台湾においては、製品部品の保証期限は2年間であり、自宅引取り修理サービスもこの中に含まれる。(離島僻地を含む)この他39分の修理時間は、非常に時間の切迫したユーザーのためのスピード修理サービスであり、その目的は、修理希望者にとって最も重要な時間の問題を解決するものである。

BenQのユーザーフレンドリーなアフターサービス体制と雰囲気の良い展示センター(台湾に計6箇所)は、ユーザーの各種の問題点、トラブルを解決してくれるのみならず、修理待ちの時間に、BenQの各種の最新製品を体験することができる。

表1 BenQの主要商品

商品ジャンル	主な商品
Visua製品	液晶、モニター
デジタルメディア	液晶テレビ、デジタルHub、DLP投影機
映像ストレージ製品	CD-ROM、CD-RW、DVD-ROM、プリンタ、デジカメ
通信製品	GSM/GPRS/CDMA携帯電話、WLAN