

東 芝 の 挑 戦



gigastyleが創出する新たなライフスタイル HDD搭載AV機器で市場創造に挑む

2005年1月5日。米ネバダ州ラスベガスのラスベガスコンベンションセンターの一室に、世界各国から報道関係者が集まっていた。世界最大の家電関連イベント「2005インターナショナルCES」の開催を翌日に控えたこの日、東芝は、会場に展示予定の新製品などを発表するプレスカンファレンスを開催していたからだ。

壇上にあがった東芝デジタルメディアネットワーク(以下、DM)社・藤井美英社長は、新たなコンセプトとして、「gigastyle(ギガスタイル)」を発表。東芝のAV機器のひとつの方向性を示してみせた。

CESで「gigastyle」を発表

gigastyleとは、HDDを搭載した東芝のAV機器によって創出される、新たなライフスタイルの実現を目指すコンセプト。

藤井DM社長は、「東芝が持つ小型HDDの強みを発揮した製品が、それぞれに連携し、新たな利用環境を創出する。『ギガ』という大容量のHDDを活用したコンシューマエレクトロニクス機器によるニューライフスタイルを実現するのがgigastyleなのだ」と語る。

会見の席上では、1・8型HDDを搭載した30GBおよび60GBのカムコーダーと、0・85型の4GBHDDを搭載した小型ムービーのモックアップがはじめて公開され、これを「gigastyle」

ashot」の名称で、2005年中にも世界市場に投入していくことを明らかにした。

すでに国内でも発売している携帯オーディオプレイヤーのgigabeat、HDD&DVDレコーダであるRDDシリーズも、このgigastyleを構成する重要な製品群となる。そして、2005年後半からの市場投入が期待されるキヤノンとの共同開発による究極のブラウン管技術SEDを搭載した薄型TVにもHDDが搭載され、gigastyleを構成する製品の一角を担うことになりそうだ。

さらに、「次世代DVDであるHDDVDレコーダに関しても、HDDを搭載することで、HDDVD+gigastyleの世界を実現する」(藤井DM社長)というように、東芝の今後のあらゆるAV製品のなかで、gigastyleが戦略的位置づけを担うことを示してみせた。

AV事業の将来を担う

藤井DM社長はAV機器の発展形態を次のように語る。

「まず最初に、TV番組をHDDに録画し、蓄積するといった使い方が。それが次の段階では、その一部をメモリカードや光ディスクに落として、別の機器で再生したり、ユビキタスの環境で利用するようになる。一方、蓄積したコンテンツをいかに編集し、加工するかといったことにも利用は広がるだろ



株式会社東芝
執行役上席常務
デジタルメディアネットワーク社 社長

藤井 美英

gigastyleは、
ライフスタイルを変えるコンセプト
2006年の勝負に向けて準備を進める

う。将来的には、ダウンロードによるコンテンツの蓄積といったことも視野に入れておこなってはならない。gigastyleの上で開発された製品はこうした利用環境の変化を視野に入れたものになる」

とくに、ダウンロードの世界への発展は、ネットワークインフラの普及が、その浸透速度を大きく左右することになる。

「ネットワークを介したコンテンツのダウンロードサービスは、2008年には本格的に開始されるようになり、2015年には市場の半分をダウンロードが占めることになるだろう。それを視野に入れた機能、使い勝手、容量といったものをgigastyleのコンセプトの上で提供したい」

大容量化に伴って、取り扱うコンテンツが増えると、その管理や操作は複雑になりがちだ。また、相互の機器の連携をいかにとるか、そして、これをいかに簡便な操作で実現するかといったこともgigastyleを実現する上で大きな課題だと藤井DM社社長は話す。

中核となるHDD技術

gigastyleを実現する製品において中核部品となるのが小型HDDである。

東芝は2.5型、1.8型、0.85型という小型HDDの開発で優位性を発揮しており、東芝をはじめ主要各社のノートPCや携帯音楽プレイヤー、カーナビなどに数多く採用され、小型

HDDの分野においてトップクラスのシェアを誇る。この実績がgigastyleの事業を後押しすることになる。

DM社ストレージデバイス事業部HDD商品企画部・川越誠司部長は、「小型大容量化技術、省電力化、耐衝撃性といった点で、東芝のHDDには一日の長がある。その特徴をgigastyleで活かしたい」と語る。

同社では、今後の大容量化を促進する技術として、昨年12月に垂直磁気記録方式を採用すると発表。1.8型では、今年4～6月には40GB、今年7月以降には80GBの製品を量産化する計画だ。

「HDD事業はOEMの比重が高い。しかし、gigastyleによって、HDD搭載AV機器の市場を東芝がリー

ドできれば、HDD開発へのフィードバックも期待でき、より優位性を発揮できるようになる」とgigastyleへの期待は大きい。

HDDは、今後も年率30%で容量が増大し、2010年には100円玉とほぼ同等サイズの0.85型HDDでも30GBの容量が実現されるという。このキーパーツを利用して、どんな製品を投入するのだろうか。デバイスとセツトでの連動が注目される。

gigabeat 事業を加速

gigastyleと共通するgigabeatの名称で先行していたのが、携帯オーディオプレイヤーの「gigabeat」である。

2002年6月に第1号機を投入して以来、パソコンの中上級者を中心に人気を誇っているgigabeatだが、DRM10へのサポートが遅れたことを背景に欧米での進出が今年春になったこと、アップルコンピュータが投入したiPodシリーズが女性層をはじめとした幅広い層に受け入れられたのに対して、その分野への展開が遅れたことなど、ここきて巻き返しに向けた準備を進めつつある。

DM社新規事業推進室・福島昌登室長附は、「Fシリーズで採用した2.2型のTF-Tカラー液晶や、操作性を追求したプラスタッチ機能、パソコンで音楽CDからワンタッチで音楽データを取り込めるRipRec機能、そして、



株式会社東芝
デジタルメディアネットワーク社
ストレージデバイス事業部HDD商品企画部 部長
川越 誠司

小型HDDでは一日の長がある。それがgigastyleに活かされる



記者会見での藤井フミヤ氏。単なる音楽プレイヤーではなく、キャラクターを加えることにより所有欲を湧かせるようなコンセプトと説明。「どんどんGIGAPETが増えたい」と抱負を語った



小型HDDの中でも最小になる、100円玉とほぼ同じ大きさの0.85型HDD。東芝のHDD事業のなかのキーパーツになることは間違いないだろう

「例えば、HDD & DVDレコーダに蓄積した映像コンテンツは、ますま

も検討材料にあがっている。別には別に0.85型のHDDを搭載した新製品投入も検討材料にあがっている。

また、将来的な製品計画として、フラッシュメモリを搭載した製品や、動画機能を追加した新モデルの検討を開始していることを明らかにし、上下方向に製品ラインアップを増やしていく姿勢を見せる。もちろん、これらとは別に0.85型のHDDを搭載した新製品投入も検討材料にあがっている。

現在、gigabeatには、普及価格モデルのGシリーズ、高機能モデルのFシリーズをラインナップしているが、4月にはデジタルカメラなどで撮影した画像や、CDジャケット写真などを表示できるフォト機能をFシリーズに追加。さらに、アーティストとしても人気を博している藤井フミヤ氏のデザインによるFシリーズを新たにラインナップに追加した。これらもユーザー層拡大を視野に入れた取り組みだ。

同時に、これまで以上に製品戦略を加速する考えも示す。

音楽データの転送を容易にするアプリケーションソフトのgigabeat roomなど、gigabeatならではの特徴が訴え切れていなかった反省がある。パソコンユーザーだけに限定せず、幅広いユーザーに対するマーケティングを展開する必要がある」と語る。

gigastyleのコンセプトを打ち出す以前からHDDを前提とした製品戦略を打ち出してきたのが、HDD

HDDを主軸とするRD

増加する方向にあり、録画しても閲覧する時間がないという問題も発生している。gigabeatで、動画再生ができるようになると、2.2型のカラー液晶の優位性を活かして、持ち運んで通勤中に閲覧するといった利用も可能になる。gigastyleで目指すAV機器同士の連携利用が可能になり、新たな利用提案ができる」（福島室長附）というわけだ。

今後は、音楽配信サービス事業者との連携も視野に入れており、世界規模でgigabeat事業を加速する考えだという。

gigabeatが提案する新たなAV連携が利用シーンを変える



株式会社東芝
デジタルメディアネットワーク社
新規事業推進室 室長附
福島 昌登

RDシリーズの製品化に当たっては、こうしたHDDの特徴を前提とした使い勝手にこだわった。例えば、途中で再生した映像を一度停止し、その後別の映像を見ても、続きの場面から見られるタイトル毎レジューム機能や、最後に再生したタイトルを把握するカレンダータイトル機能なども、すべてHDDだからこそ、多くの番組を利用するという状況を前提として開発されたものだ。DVDを発想の起点としているは生まれなかった機能群がRDシリーズの特徴だといえよう。

「デジタルレコーダになって、なにが変わるのか。それを考えた時に、テープではできなかった長時間録画の実現や多くの録画コンテンツをひとつの筐体に収めることができるメリットがある。これはDVDでは不可能であり、HDDだからこそ可能になるもの。だからこそ、HDDにコミットした製品を投入した」

RDシリーズの製品化に当たっては、こうしたHDDの特徴を前提とした使い勝手にこだわった。例えば、途中で再生した映像を一度停止し、その後別の映像を見ても、続きの場面から見られるタイトル毎レジューム機能や、最後に再生したタイトルを把握するカレンダータイトル機能なども、すべてHDDだからこそ、多くの番組を利用するという状況を前提として開発されたものだ。DVDを発想の起点としているは生まれなかった機能群がRDシリーズの特徴だといえよう。

「デジタルレコーダになって、なにが変わるのか。それを考えた時に、テープではできなかった長時間録画の実現や多くの録画コンテンツをひとつの筐体に収めることができるメリットがある。これはDVDでは不可能であり、HDDだからこそ可能になるもの。だからこそ、HDDにコミットした製品を投入した」

「デジタルレコーダになって、なにが変わるのか。それを考えた時に、テープではできなかった長時間録画の実現や多くの録画コンテンツをひとつの筐体に収めることができるメリットがある。これはDVDでは不可能であり、HDDだからこそ可能になるもの。だからこそ、HDDにコミットした製品を投入した」

「デジタルレコーダになって、なにが変わるのか。それを考えた時に、テープではできなかった長時間録画の実現や多くの録画コンテンツをひとつの筐体に収めることができるメリットがある。これはDVDでは不可能であり、HDDだからこそ可能になるもの。だからこそ、HDDにコミットした製品を投入した」

「デジタルレコーダになって、なにが変わるのか。それを考えた時に、テープではできなかった長時間録画の実現や多くの録画コンテンツをひとつの筐体に収めることができるメリットがある。これはDVDでは不可能であり、HDDだからこそ可能になるもの。だからこそ、HDDにコミットした製品を投入した」



CES開催前の会見でgigashotとHDD&HD DVDレコーダを披露する藤井DM社社長



1.8型HDD (30GBおよび60GB) を搭載したカムコーダのgigashot (参考出品)



250GBのHDD、WEPG (電子番組表)、ネットワーク機能を搭載した東芝Webショップ「Shop1048」限定販売のRD-H1。直販価格3万1,990円 (税込、送料無料) 発売後たった3時間で売り切れとなりニュースでも話題になった

その考え方は、現行機種にいたるまで踏襲されており、それがRDシリーズの評価を決定的なものとしている。

そして、その考え方の延長線上で投入されたのが「RD-H1」である。HDDだけを搭載した同製品は、従来のRDユーザーのHDD増設用、あるいはVHSをタイムシフトにしか利用していないユーザー層をターゲットとしたもの。250GBという大容量ながら、ネット直販に販売を限定することで3万円程度の実勢価格を実現しているのも大きな特徴だ。

この製品を、片岡参事は、「ジェミニ(双子)計画の具現化」という言葉で表現する。片岡参事が双子とするのは、HDDとDVD。この2つのどちらが欠けても、デジタルレコーダの事業は成功しないと話す。そして、その双子のうち、HDDだけで独立したフルスペックの製品を投入し、これが「ネットワークダビング」機能によって、既存のRDシリーズとも連携が図れるようになる。RDの投入当初から予定されていたというこの計画が現実のものになったのだという。

RDシリーズの流れをみると、HDDを起点とした事業コンセプトであること、そして、使い勝手にこだわり、HDDの利用環境を前提とした機能強化を図っていることなど、まさにgigastyleコンセプトの先駆けた製品だといえる。

そのRDシリーズはますます進化を



RDは最初からHDDを基本に開発した。それは今も変わりがありません。

遂げることになる。

片岡参事は、「当初の目標の7分の5にきた段階。今は残りの2ステップに向けた取り組みを行なっているところ」と話す。早ければ年内にも、そのひとつのステップを実現する製品を投入できるという。「まだ詳細はいえないが、6部門を巻き込んだ製品開発を進行中」と笑う。そのほかに、HDD & HDD DVDの組み合わせもRDシリーズの中で実現することになりそうだ。gigastyleが推進されるなかで、次なるRDはどんな進化を遂げるのか、これから楽しみだといえる。

2006年に勝負をかける

「2004年は、gigabreatをはじめ、いくつかの製品が出揃ったブローグ。2005年はgigastyle

のコンセプトを発表し、gigashotをはじめとする新たな製品群を市場投入する顔みせの段階だ。そして、2006年は、すべての製品が出揃い、いよいよ勝負する年になる」と藤井DM社長は、戦略面からのロードマップを示す。4月からは日米を中心にgigastyleを前面に打ち出した具体的なマーケティング活動を開始する予定で、gigastyle商品の広告も、我々は目にする事になりそうだ。

片岡 秀夫

株式会社東芝 デジタルメディアネットワーク社 デジタルAV商品企画部 参事

振り返ればここ数年、東芝は、AV機器市場におけるオピニオンリーダーとはなり得ていなかった。「映像の東芝」の復権を目指す同社にとって、gigastyleのコンセプトのもとに投入される製品群の数々は、まさに戦略的な意味合いを持つことになるだろう。

gigastyleが、東芝のAV機器事業を大きくドライブすることができると。今後のgigastyle製品群の登場から目が離せない。



【取材・執筆者略歴】大河原克行(おおかわら・かつゆき)1965年、東京都出身。IT業界専門紙「BCN」で編集長を務めるなど、IT産業を中心に幅広く取材、執筆活動を続ける。著書に「松下電器変革への挑戦」(宝島社刊)など。

【撮影】井手口恵子(いでぐち・けいこ)