

米 国

アクションカメラに熱視

ジェトロ海外調査部北米課 吉田 薫

世界のアクションカメラ市場が拡大している。アクションカメラとは、アウトドアスポーツ用に開発された小型デジタルビデオカメラのこと。米国では、Woodman Labs 社のアクションカメラ「GoPro (ゴープロ)」シリーズが爆発的な人気を博す。小型化・軽量化が新しい需要を生み出した。異分野からの参入も見られる新たな市場動向とは――。

室内がスキー場に！

冷たい風の音、雪上をすべるスキー板の音、ストックが雪を捉える音――。まるで自分が再び雪山に舞い戻ったかのようだ。2014年1月、筆者は群馬県のスキー場でアクションカメラによる撮影を試みた。ストックを両手に持ち、帽子にカメラを装着させて雪山を何度も滑降した。帰宅後すぐに映像を確認。舞い上がる細かな雪をもつぶさに映し出す映像を見ていると、部屋の中が瞬間にスキー場へと化した。

アクションカメラのセールスポイントは、モノや身体に取り付けて撮影できること。クライミングや自転車など両手がふさがるスポーツでの使用も可能になる。自転車のハンドル、スキーヤーのヘルメット、サーフボードなど、丸みを帯びているものから平らなものまでさまざまな形状のものに装着可能だ。その他、従来のビデオカメラとの違いは液晶モニターがついていないこと。重さは100グラム前後と超軽量、機能を追加したい場合は外付けのオプションを購入する。今までは自分たちの動きを撮影するのに撮影者が必要だったが、アクションカメラの登場は、動いている本人による撮影も可能にした。しかも高品質の映像を撮ることができるのだ。

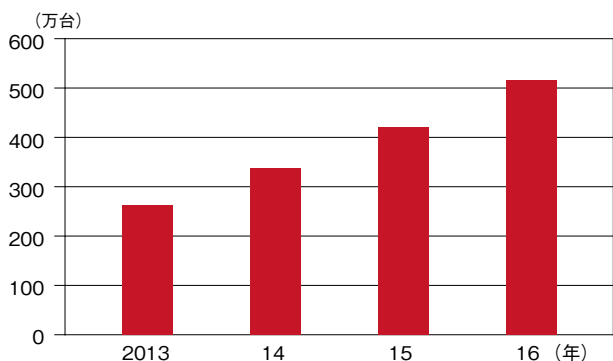
英国の調査会社フューチャーソース・コンサルティング（推計）によると、13年における世界のデジタル

カメラ市場は約8,600万台。他方、13年のアクションカメラ出荷台数は260万台（推計値）に上る。デジタルカメラの市場規模の5%にも満たないが、注目すべきは近年の推移と今後の予測だ（図）。アクションカメラの出荷台数は13年以降、毎年20%以上の伸びが期待され、16年には13年の出荷台数の約2倍になると予測されている。

米国でのアクションカメラ・ブームに一役買ったのが、Woodman Labs 社（以下、WL 社）が開発した「GoPro」シリーズだ。耐久性や防水性に長けたこのカメラは、アウトドアスポーツで自らのプレーを撮影したいと思っていた人たちに受け入れられ、今や水上、雪上、モータースポーツなど多様な分野で活用されるようになった。

「GoPro」の成功要因の一つにソーシャルメディアの活用が挙げられる。同社は、ソーシャルメディア上に利用者が自由に閲覧できるコミュニティーサイトを立ち上げ、そこで同社製品で撮影した画像や動画を紹介。新しい画像や動画を1分おきに次々にアップするという手法を取った。ソーシャルメディア上で広く話題になっただけではなく、利用者から集まる意見を製品開発・改善に生かすことができた。

図 アクションカメラ出荷台数予測



資料：フューチャーソース・コンサルティング資料を基に作成

表 アクションカメラの主要製造メーカー

	企業名	製品名	概要
欧米系	Woodman Labs	GoPro シリーズ	カリフォルニア州サンマテオに本社を置く。2012年以降、急速に市場シェアを拡大している
	Contour	Contour +2など	ワシントン州シアトルに本社を置く。コンシューマーエレクトロニクス分野の「CES2011国際家電ショー」で数々の賞を受賞
	DRIFT	Drift HD Ghost など	英国に本社を置くアクションスポーツ用カメラ製造メーカー。2012年7月にコロラド州バイルに北米本部を設置
日系	ソニー	アクションカム「HDR-AS15」など	2012年10月に発表。英国のバイクレース「マン島 TT レース2013」の公式カメラに採用される
	パナソニック	HX-A100など	ハンズフリーで撮影できるウェアラブルカメラ HX-A100を2013年5月より発売
	JVC ケンウッド	スポーツカム「ADIXXION」など	スポーツシーン撮影用のアクションカメラを2012年7月より発売
	東芝 (欧州現地法人)	Camileo X-Sports	ドイツ・ベルリンで開催されるエレクトロニクス見本市「IFA2013」に合わせて「Camileo X-Sports」を2013年9月に発表
	キャノン	iVIS mini、LEGRIA mini など	2013年7月に北米で LEGRIA mini、9月に国内で iVIS mini を発表

資料：各種報道資料、各社プレスリリースなどを基に作成

アクションカメラは、今まで撮影することができなかった動画撮影をも可能にした。「GoPro」開発者のニコラス・ウッドマン氏はあるメディアのインタビューで、野生の鳥と一緒に空中で撮影された映像やサメと泳ぐ映像など、開発者の想像の範囲を超える方法で利用者が撮影している様子を紹介している。

他業界からも注目

アクションカメラ人気はカメラ業界にとどまらず、他産業界からも注目を集めている。米カーナビメーカー大手ガーミンの子会社、ガーミン・インターナショナルは13年8月、同社初となるアクションカメラを発表した。ダン・バーテル海外販売担当バイスプレジデントは同社のブログでアクションカメラへの期待を次のように語る。「当社開発の製品は、バッテリー寿命の延長に成功したこと、オプションでGPS機能を搭載できること、またカーナビなどの自社製品とも融合できる点において、業界の革命児となるだろう」

例えば、同社製品にはスキー・モードという機能が搭載されている。スキーで滑降し始めると自動で録画を開始。リフトに乗っているときは自動的に録画を停止してスタンバイモードに入る。こうすることで電池の消耗やメモリー容量を最小限に抑えることができる。利用者はスキーに集中しながら、全ての滑降時の動画を自動で録画することができるというものだ。

表のとおり、日本の家電メーカーもこぞって新製品を発表し始めている。

ソーシャルメディアとの融合が鍵

家電メーカーはこれまで、より多くの消費者が好む汎用品を大量生産してきた。これに対し、アクションカメラは特定の機能強化に的を絞り、利用者の細かいニーズに応えながら製品開発する。

従来はニッチな市場とみられていたアクションカメラだが、製品にWi-Fi（無線LAN）機能やBluetooth（デジタル機器で使用する近距離無線通信規格の一つ）機能を搭載したことで、撮影直後にその場でウェブサイトに掲載することもできるようになり、今まで関心の目を向けることがなかった消費者層からも注目を集めるようになった。業界関係者や関連の調査会社は、今後もアクションカメラ市場が拡大するとい

う見方で一致する。

WL社の事例からも分かるように、ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス（SNS）や動画共有サイトといったソーシャルメディアが社会に浸透したことで、構築されたコミュニティを介して、評判や口コミが瞬時に伝わりやすくなった。今まで限定された人にしか使われなかった製品であっても、幅広い消費者層に知ってもらえる機会が増えたということだろう。アクションカメラの場合、活動中の本人の視点から今、目にしているものを実況つきで撮影できるばかりか、撮影場所などの情報も記録されるところが強みだ。自己保存用だけでなく、ソーシャルメディアを活用して自分が撮影した映像を誰かに見てもらいたいという一般利用者からも関心が寄せられている。

用途も広がりを見せている。スポーツ愛好者によるスリリングでリアル感あふれる映像が撮れるだけでなく、調査や研究などに用いられることもある。海底調査ロボットに装着した例もある。その他、子どもやペットに装着し、彼らの目線で撮影した映像を楽しむ人も出てきた。

縮小傾向にあるデジタルカメラ市場で、特定機能の強化に注力したアクションカメラという新しい市場が生まれた。市場拡大が見込まれる中、参入企業数が増加すれば価格競争も激化するだろう。今後、開発が期待される便利な画像・動画加工アプリやソフトと統合することも、より幅広い消費者層に訴えていくために欠かせない条件となる。一見飽和状態に見える市場でも、着眼点を変え、特定の分野に特化して追求すると新しい需要が生まれる可能性を秘めている。

