

国内携帯電話市場に関する調査結果 2009

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内携帯電話市場の調査を実施した。

1. 調査期間：2009年7月～9月
2. 調査対象：国内移動体通信サービス事業者、国内携帯電話メーカー、半導体メーカー、業界団体等
3. 調査方法：当社専門研究員による直接面談、電話・e-mailによるヒアリング、ならびに文献調査併用

【調査結果サマリー】

◆ 2008年度 国内の移動体通信端末(携帯電話+PHS)出荷台数は3,989万7,000台

2008年度の国内市場における移動体通信端末の出荷台数は前年度比73.9%の3,989万7,000台であった。(2007年度出荷実績:5,401万台) 減少の理由として、加入者数が1億1,000万を超え飽和状態にある事、販売奨励金が廃止され端末価格が上昇した事、割賦契約の増加に伴う買い替えサイクルの長期化が進んだ事、機能面の成熟化が進み、買い替えを促す要素が乏しい事、などが挙げられる。

◆ 2009年度 国内の移動体通信端末(携帯電話+PHS)出荷台数は3,757万台

2009年度の国内市場における移動体通信端末の出荷台数は前年度比94.2%の3,757万台となる見込みである。2008年度と同様、市場環境の変化に伴う買い替え需要の冷え込みは続き、携帯電話・PHSの販売は前年割れで推移すると見られる。一方、スマートフォン、データ通信端末などの出荷が増加しており、数少ない成長カテゴリとなっている。

◆ 将来展望

2012年度(2013年3月期)の国内移動体通信端末市場は4,105万台(2008年度比102.9%)と予測する。同市場は、中期的には2009年度を底に来年度以降は微増に転じるとみる。その背景には「ワイヤレス・ブロードバンド」市場の伸張が挙げられ、特に新規事業者の参入と既存事業者の次世代サービス開始によってモバイルデータ通信サービスの加入者増加が期待される事が挙げられる。

しかし、国内市場は大きく縮小しており、海外メーカーがシェアを伸ばす中、国内メーカーは再度海外市場に進出する必要性に迫られている。

◆ 資料体裁

資料名：「2009年度版 国内移動体通信市場動向調査」
発刊日：2009年10月30日
体裁：A4判 356頁
定価：126,000円(本体価格120,000円 消費税等6,000円)

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地：東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長：水越 孝

設立：1958年3月 年間レポート発刊：約250タイトル URL：<http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 営業本部 広報・PRグループ TEL:03-5371-6912 E-mail:press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報・PRグループ迄お問合せ下さい。

1.市場背景と概要

国内の移動体通信市場は普及率が90%近くに達し、今後加入者の大幅な増加が期待できない状況にある。

ここ数年は幅広い年代への普及を図り、既存ユーザーに対して2台目需要の開拓を行ってきたと同時に法人市場の開拓も進められてきた。

国内市場ではモバイルインターネットサービスが開始されて10年が経過し、コンテンツやアプリケーションが気軽に利用できる環境が整備され、定額料金の導入も進んだ。

これまで料金面の問題からメールが普及していたが、最近では音声通話の定額料金サービスが普及しつつあり、音声通話の利用も大幅に増加している。またワンセグ、おサイフケータイなどの普及も進み、移動体通信サービスは社会インフラとして成熟の域に達しつつある。

2.2008年 国内移動体通信市場

2-1.加入動向

2008年度(2009年3月期)における国内移動体通信サービスの加入者数は1億1,208万加入で普及率は87.8%に達した。2008年度の純増数は474万100で前年度比84.3%だった。携帯電話は前年度比84%の502万6,000の純増だった。PHSは減少傾向にあるものの事業者が1社に集約され、マイナス5万1,900加入だった。個人向け市場は2台目需要が拡大している。またネットブックPCとのセット販売やスマートフォンなどによりデータ通信サービスの利用が拡大傾向にある。

2-2.端末市場動向

2008年度の出荷台数実績は前年度比73.9%の3,989万7,000台だった。2008年の国内市場は販売奨励金の廃止に伴う端末価格の上昇、通信事業者各社の顧客囲い込み、買い替え需要を満たす機能の欠如などの要因に加え、景況悪化に伴う買い控えなどが加わり、厳しい1年となった。

特に音声端末の減少幅が大きく、販売奨励金の廃止によりいわゆる0円、1円端末が市場から消えた。これらが端末メーカーの出荷台数を下支えしていたことから影響は大きなものとなった。

一方で、海外メーカー製のスマートフォンや、ネットブックPCとデータ通信端末のセット販売に代表されるモバイルデータ通信サービス市場が急成長した。特にエリア整備や高速化、そして料金プランの低廉化など「ワイヤレス・ブロードバンド」環境が充実した事も成長を後押しする形となった。

3.2009年 国内移動体通信市場の見通し

3-1.加入動向

2009年度(2010年3月期)における国内移動体通信サービスの加入者数は前年度比504万7,800増の1億1,712万7,800加入が見込まれる。モバイルデータ通信サービス加入を中心とした2台目・3台目需要が増加している事に加え、加入者間通話などの音声サービスにおける定額化の流れが加入者数増加を押し上げるものと予測する。

3-2.端末市場動向

2009年度の国内市場における移動体通信端末の出荷台数は前年度比94.2%の3,757万台が見込まれる。

これまで市場を支えていた買い替え需要は、割賦販売の普及に伴い買い替え期間が長期化する傾向にある。また、市場の成熟化に伴い、普及価格帯製品の底上げが図られており、ワンセグ・おサイフケータイのような買い替えを促進させる機能に乏しい事も大きく影響している。

そのような状況下にあって、カメラ機能を強化した製品や防水対応製品、スライド型端末などは市場で人気となっている。

一方で、スマートフォン、データ通信端末などは昨年度に引き続き好調を維持しており、台数ベースでは決して多くないものの、国内市場における数少ない成長カテゴリといえる。

4. 将来展望

2009年度における端末のトレンドとして下記の点が挙げられる。

- ・ 普及価格帯モデルのスペック強化と機能充実
- ・ 豊富なカラーバリエーションとコラボレーションモデルの増加
- ・ 防水対応製品の増加
- ・ カメラ機能を強化した製品の充実

現在流通する製品の多くは端末買い替え期間の長期化に対応した製品が多く、端末機能の成熟化による普及価格帯モデルのスペック底上げと機能の充実ぶりが顕著であり、売れ筋はハイエンド機から普及価格帯へシフトしている。また普及価格帯モデルの増加に伴う単価の下落は避けられず、今後大きな伸びも期待できそうにないが、割賦支払い終了後の買い替え需要の動向に注目が集まっており、国内経済が改善に向かえば多少の回復が期待できそうである。一方で中古市場の立ち上がりにより、端末出荷に影響を与える可能性を注視する必要がある。

そうした状況下において、メーカー各社はユーザーニーズに沿った製品開発を強化すると考える。具体的には

- 1) 更なる基本性能の強化と機能充実(例: バッテリー性能、通話品質、高クロック化、インターフェイス)
- 2) ライフスタイルの多様化に対応した製品開発(例: 健康管理機能、カラーバリエーション、コラボレーションモデルの開発事例の増加)
- 3) 環境対応を含めた高付加価値化(例: HD 動画対応、3D 対応、ソーラーパネル、LED 液晶)
- 4) インターネット利用を意識した製品開発(例: タッチパネル搭載、HSPA 対応、無線 LAN ルーター機能)

等が挙げられ、細分化するニーズにある程度特化する事で、顧客満足度を向上させる事に主眼を置いている。

2012年度(2013年3月期)の国内移動体通信端末市場は4,105万台(2008年度比102.9%)と予測した。中期的には2009年度を底に来年度以降は微増に転じると予測する。その理由として下記の要素が挙げられる。

- ① ワイヤレス・ブロードバンド市場の成長をけん引役とした契約数増加の傾向
- ② 新規事業者、MVNO(仮想通信事業者)参入によるサービスの多様化と料金競争の本格化
- ③ 割賦支払い終了後の買い替え需要の増加
- ④ 端末性能の向上、インターフェイスの改善など「ものづくり」ベースによる端末商品力向上

今年度、2.5GHz帯「ワイヤレス・ブロードバンド」サービスで新規参入した事業者は来年度以降、商用サービスを本格化させる。MVNOと併せて多種多様なサービスが展開される事が期待される。また3Gの次世代規格LTE(Long Term Evolution)の商用サービスが計画されており、「ワイヤレス・ブロードバンド」サービスの競争が激しくなる見通しである。

一方でスマートフォン、データ通信端末を中心にビジネス展開する海外メーカーはコスト競争力が高く、シェアを拡大させるチャンスは大きいといえる。

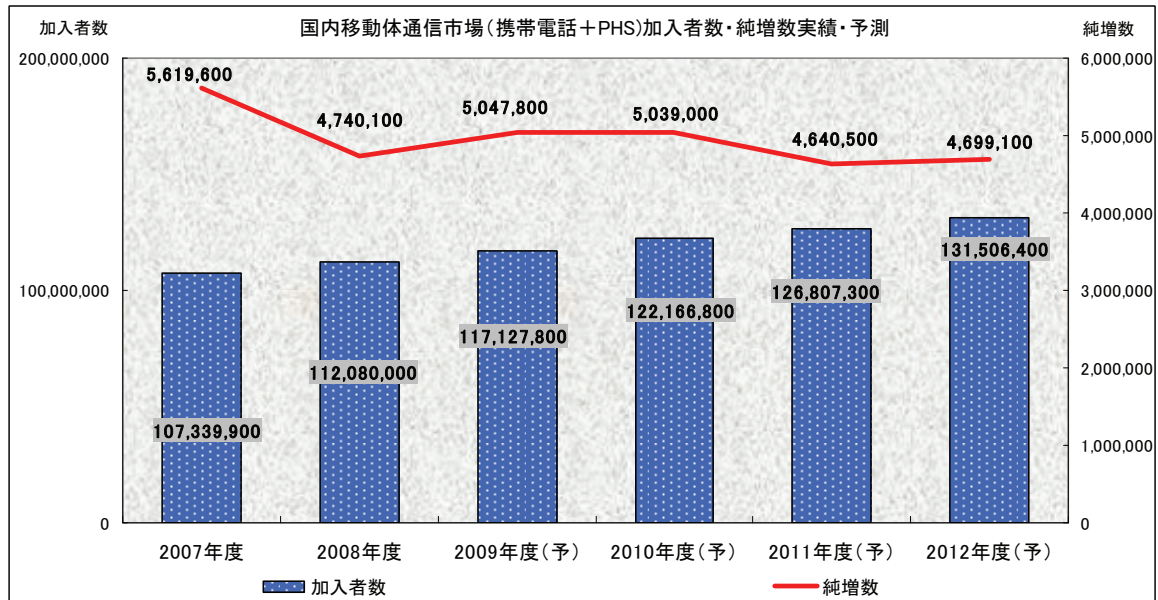
現在、国内の移動体通信端末市場は消費者嗜好の多様化が進み、多品種少量生産が求められている。事業者各社の端末ラインアップはライフスタイル別の商品構成となっており、メーカー各社はターゲットユーザーを見据えた商品開発が行われている。世界中を見廻してもここまで作り込まれた製品が販売されている市場は他になく、このノウハウを生かせるチャンスはある筈である。

国内メーカーの一部は海外市場への進出を進めているが、成長著しいBRIC's諸国における3Gの導入は遅れており、いずれの地域でも今後の発展が見込める。またBRIC's諸国に続く途上国も多く、国内メーカーが劣勢を挽回する機会は決して少なくないが残された時間は決して多くない。

図表 1. 移動体通信サービス 国内市場 加入者数予測

単位:加入者数

	2007年度	2008年度	2009年度(予)	2010年度(予)	2011年度(予)	2012年度(予)
加入者数	107,339,900	112,080,000	117,127,800	122,166,800	126,807,300	131,506,400
純増数	5,619,600	4,740,100	5,047,800	5,039,000	4,640,500	4,699,100

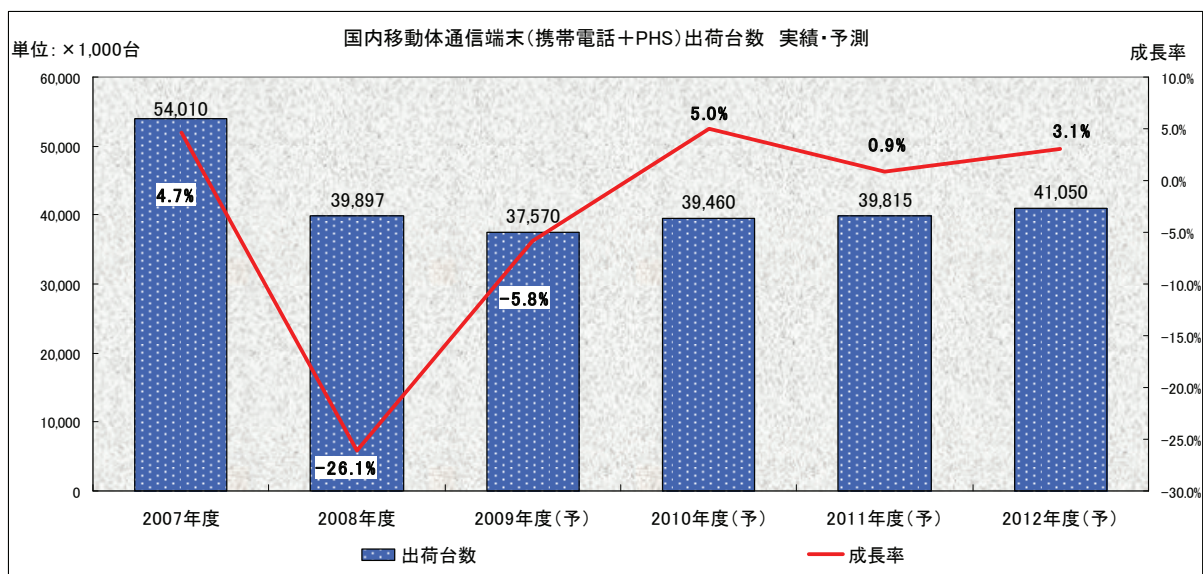


注 1: 2007 年度、2008 年度は(財)電気通信事業者協会データより引用、2009 年度以降は矢野経済研究所推計
 注 2: (予)は予測値

図表 2. 移動体通信端末(携帯電話+PHS) 国内市場 出荷台数実績・予測

単位: ×1,000 台

	2007年度	2008年度	2009年度(予)	2010年度(予)	2011年度(予)	2012年度(予)
出荷台数	54,010	39,897	37,570	39,460	39,815	41,050
成長率	4.7%	-26.1%	-5.8%	5.0%	0.9%	3.1%



注 3: メーカー出荷台数ベース
 注 4: (予)は予測値

矢野経済研究所推計