

ワールドワイド携帯電話四半期動向

2014年11月10日報告

2014年3Qの世界の携帯電話市場概況

加入者数推移

7-9月期は各地域とも前期の新規加入水準を上回った。ただ中国、インド、アフリカ、中央アジアの新興国は新規加入が横ばいで推移しており、同地域の新規加入の伸び白を失ったことでグローバルでの成熟度は一層強まった。

3QではLTEへのシフトが急速に高まった。地域では中国 China Mobile の TD-LTE が新規加入を増やし、累積ベースではアジアが北米に拮抗、4Q以降アジアがLTE加入をリードすることが鮮明になった。

端末需要

3Qの端末販売台数は前期比8%増加し、前期、前年同期を上回った。販売台数の内74%をSmart Phoneが占めた。メーカーではSamsungと中国有力メーカーの足踏みが目立った。

Samsungは販売台数を伸ばしたが、主力のGalaxy S5を中心としたミッドハイエンドファミリの流通在庫が嵩み、需給調整に迫られる四半期になった。Samsungの低迷は中国メーカーの追い上げ、iPhone新モデルに対する買い控えが直接の要因になるが、一方でオペレータの端末助成金の抑制方針もブレーキ要因になっている。米国では端末補助金と一線を画した新料金体系が定着し、中国では国務院国有資産監督管理委員会（国資委）が端末補助金の削減指導方針を表明、韓国では放送通信委員会による端末流通構造改善法が10月から施行した。

3カ国の規制内容は異なるものの、いずれもハイエンドモデルに対する補助金規制で共通している。特に中国ではオペレータごとに総枠の規制が設けられ、実体面としてiPhoneに端末補助金を傾斜投入してくるのが実情とみられる。SamsungはAndroid OSをベースのため他社との差別化が難しく、大幅な店頭価格の引き下げか、製品ラインナップの見直しに踏み切らざるを得ない状況に追い込まれている。

中国メーカーは国産有力メーカーの中で前期の販売台数を割り込むメーカーも出てきた。上半期における過剰出荷→流通在庫調整→販売台数の減少の図式が背景にあり、3QではHuawei、Lenovo、Coolpadの販売台数が鈍化した。4Qでは国慶節、LTE需要など需給環境は好転し、3Qの停滞は一時的なものともみなせるが、一方で2015年以降、中国国内のSmart Phone需給の飽和問題が懸念される。中国内需の飽和を見越して中国メーカーは海外展開を活性化させているが、Xiaomiを含めていまだ成功事例が出ていない。オンラインを活用する中国ビジネスモデルはインターネットが普及していない新興国では必ずしも最適の手法といえず、自社ショップ展開かディストリビュータ経由の流通ルートに依存せざるを得ないのが現実である。ただディストリビュータ経由では各流通段階でマー

ジンが積み上がり、中国メーカーの最大の武器である低価格が新興国では通用しないジレンマがある。4Qは出荷台数、販売台数とも前期比9%の増加を予想した。4Qで増加が予想されるのはApple、Huawei、Lenovo、Xiaomi各社になる。

AppleはiPhone 6、6 Plusの最需要期になり、2014年は中国進出を本格化させたことで前年よりも大きい増加幅が見込める。

HuaweiはP7、Mate7が販売を牽引し、同社の見通しも大幅増を想定している。Xiaomiはフラッシュ販売（一定の時間内の限定販売）で、3Qに続きMi 4とRedmiの拡販に注力する。

LenovoはMotorolaを統合したことで、4Qは端末台数、Smart Phone台数ともSamsung、Microsoft(Nokia)、Appleに続く4位に躍進する。

2014年3Q(7-9月)調査結果 目次

1	2014年3Q(2014年7-9月)結果の要約	3	7	端末販売動向推移	20
2	10-12月の出荷、販売見通し	4	7.1.	2014年3Q端末販売動向	20
3	地域別累積加入推移(四半期別)	6	7.2.	2014年端末販売台数予測	24
4	方式別加入推移(四半期別)	9	7.3.	2014年3Q Smart Phone販売動向	26
5	年加入推移と2014年予測	12	7.4.	2014年Smart Phone販売台数予測	28
5.1.	地域別	12	8	主要メーカーの2014年3Q動向	29
5.2.	方式別	13	8.1.	Samsung	29
6	主要オペレータ加入者推移(141社集計)	14	8.2.	Apple	32
6.1.	アジア	14	8.3.	Microsoft(Nokia)	34
6.2.	西欧	15	8.4.	LG	36
6.3.	東欧	16	8.5.	ソニーモバイル	38
6.4.	北米	17	8.6.	Motorola Mobility	40
6.5.	中南米	17	8.7.	Blackberry	42
6.6.	中東/アフリカ(アフリカ)	18	8.8.	HTC	43
6.7.	中東/アフリカ(中東)	19	8.9.	中国メーカー動向(Huawei、Lenovo、ZTE、Xiaomi、OPPO)	43
6.8.	主要オペレータ加入者数推移の世界全体に占める推定比率	19	9	端末各社の出荷計画	45