

ワールドワイド携帯電話四半期動向

2006年8月1日報告

2006年2Q(4-6月)調査結果 目次

1	2006年2Q(2006年4-6月)結果の要約	3	8.2.1	アジア	26
2	地域別累積加入推移(四半期別)	7	8.2.2	中近東	26
2.1.	BRICs(中国 インド ロシア ブラジル)加入推移	10	8.2.3	欧州	26
3	方式別加入推移(四半期別)	12	8.2.4	中南米	26
4	2006年加入者予測	15	8.3.	2006年メーカー別需要量予測	29
4.1.	地域別	15	9	Nokiaの2006年2Q動向	31
4.2.	方式別	16	10	Motorolaの2006年2Q動向	34
5	主要オペレータ加入者数推移	17	11	Sony Ericssonの2006年2Q動向	37
6	地域別オペレータ最新動向	22	12	Benqの2006年2Q動向	39
6.1.	アジア	22	13	Samsungの2006年2Q動向	40
6.2.	欧州	22	14	LGの2006年2Q動向	43
6.3.	北米	22	15	6社以外の2006年2Q動向	46
6.4.	中南米	22	15.1.	欧州メーカー	46
7	ネットワークメーカーの売り上げ推移	23	15.2.	日本メーカー	46
8	端末需要動向推移	24	16	端末メーカーの部品発注状況	48
8.1.	2006年2Q(4-6月)需要動向	24	17	端末各社の出荷計画	49
8.2.	地域別端末最新状況	26	18	製品在庫状況	50

2006年2Qの世界の携帯電話市場概況

加入者数推移

4-6月期の世界の新規加入は1億件を突破、前期並みの新規加入規模になった。上半期で2億件の新規加入を達成したことで、2006年の新規加入は前年同様4億件突破が現実的になってきた。

2Qでは新規加入推移に地域差が出ており、アジア、東欧が前期を上回った反面、西欧、米州、中東/アフリカは前期の新規加入規模を割り込んだ。アジアではインド、中国が順調に新規加入を増やし、南アジア諸国も1Qを上回る新規加入を獲得した。BRICsではインドと中国の他、1Qで新規加入が急減したロシアは1Q水準を上回った。一方ブラジルは4-6月で300万件の大台を割り込んだ。特にCDMAはVivoの低迷から累積ベースで初めて前期末水準を下回った。

方式別ではGSM、WCDMA、EVDOの新規加入が増え、PDC、TDMAでは累積ベースの減少が進んでいる。PDCはWCDMAへTDMAはGSMもしくはCDMAへの転換によるもので、例えばCingularの加入総数をみると5,730万件(6月末)の内、TDMAは470万件まで減少した。(前年6月末は1,150万件)

CDMAは次世代EVDOへの転換のほか、競合GSMに新規加入を奪われ新規加入は鈍化した。前者は日本、韓国で後者はブラジルを筆頭とした中南米が典型的な加入傾向になっている。

CDMAはブラジル、インドの有力オペレータが GSM へのオーバーレイを計画しており、今後 GSM がさらに勢いを増すことは確実になってきた。

端末需要

4-6 月の新規加入が前期に対してフラットで推移したため、2Q の端末需要は微増に留まった。2Q のメーカー別シェア変動では欧米 vs アジアメーカーで明暗を分けた。Nokia、Motorola、Sony Ericsson が端末販売台数を伸ばしたのに対して、Samsung、LG の韓国勢は前期の販売規模を達成できなかった。Benq も一部 800 万台の出荷という報道も出ているが、Benq Mobile(端末部門)の売り上げが前期に比べ大きく落ち込むとみられ、数量ベースも前期水準を下回ったものと推定した。

2Q で欧米 3 社は新モデルを積極的にリリースし販売増に結びついたのに対して、韓国メーカーは新製品展開が遅れた。Nokia は新興国向けローエンドと Multimedia 部門のミッド、ハイエンドが好調でプロダクトミックスが消費者に受け入れられた。地域別では米国向けが急減した他は全地域で前期販売台数を上回った。

Motorola はほぼ全地域で前期販売台数を越え、Nokia、Samsung、LG が苦しんだ北米需要も出荷を伸ばし、2Q では北米地域で大幅にシェアを高めた見通しである。

ピークを越えた RAZR に替わって下半期は後続モデルをリリースする計画で、プロダクトミックスに不安感はない。

2Q の Sony Ericsson は日本を含むアジア、欧州向けに端末販売を拡大した。端末部門利益率も 10% に接近しており、10% の大台越えは目前に迫ってきた。下半期は Walkman ブランドに続いて Cibershot ブランドも上梓する計画で、ミッドエンドを中心に上位 2 社を追う展開になる。

Samsung、LG は共に主力市場の北米の販売不振により、2Q の端末販売台数の頭打ち要因になった。欧州向けは Samsung が前期を下回ったのに対して、LG はチョコレートフォンの本格投入から大幅に後退した前期水準を回復した。両社とも 3Q で大きく端末販売を伸ばさないと、上位 2 強との差はさらに広がる懸念がでてきた。