

# 新需要生みつつ構造転換

スマートフォンが本格的な普及期に入ったことで、携帯電話業界はさまざまな変化に直面している。出荷台数が回復する一方、データトラフィック対策などが急がれる。

文◎村上麻里子(本誌)

新販売方式や市場の成熟化で減少傾向が続いてきた国内の出荷台数は、「スマートフォン特需」ともいふべき状況により、2011年度は久しぶりに4000万台を超えると予測する(図表1)。このうちスマートフォンは2100万台前後と約50%を占める見込みだ(図表2)。

2011年の携帯電話市場は、スマートフォンが本格的な普及期に入った1年だった。iPhoneで先行するソフトバンクモバイルをNTTドコモとKDDIが追い、各社とも商戦期ごと

に発表するラインナップはスマートフォンがフィーチャーフォンを上回るようになってきている。ラインナップの充実とともにユーザーのスマートフォンへの移行も加速しており、10月に「iPhone 4S」がソフトバンクに加えてKDDIからも発売されたことで、一層スマートフォン需要を喚起した。

フィーチャーフォンからスマートフォンに移行する流れは2012年も続き、スマートフォンが市場のけん引役となることは確実だ。

従来のミドルレンジ～ハイエンドモ

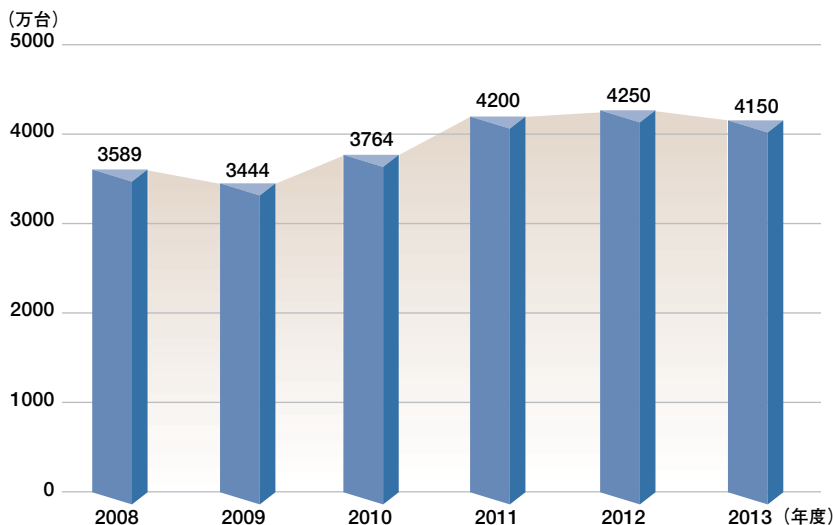
デルのフィーチャーフォンのラインナップが減少していることに加えて、販売インセンティブでスマートフォンの方が安価になっているため、このレンジのユーザーが機種変更時にスマートフォンを選択するようになってきている。

本格的な普及期に入るとともに、通信キャリアや端末メーカーにとっての焦点は、ユーザー層の裾野の拡大へと移っている。

通信キャリア各社は、若い女性向けやシニア向けなど特定の年代をターゲットにしたモデルを投入していることもあり、より幅広い年代層にもスマートフォンが浸透しつつある。その結果、2012年度のスマートフォン出荷台数は前年度をさらに上回り、2700万台前後まで伸びると推計する。携帯電話出荷台数におけるスマートフォンの割合は60%を超えそうだ。

OS別出荷台数シェア(2011年度上期)はAndroidが79.6%、iOSが18.7%、Windows Phoneを含むその他が1.7%となっており、Androidが約8割を占めている(図表3)。採用メーカーが多く、商戦期ごとに新製品が発売されるAndroidが今後もシェア

図表1 携帯電話端末の国内出荷台数



出典：2008～2010年度はMM総研、2011年度以降は編集部推計