

# JMC 米欧亜 IT トレンドウォッチ

2008 年 3 月 25 日

## アジア編:

### 消費者の嗜好に応えられるか? : アジア・太平洋地域携帯電話市場

IT ハードウェアの新興市場として注目を集めるアジア・太平洋地域では、携帯電話市場の成長に注目が集まっている。同市場は、ハイエンド端末への転換期にあるが、それに加えて消費者の嗜好も多岐に亘る。こうした消費者の需要に幅広く応えるのか、ハイエンド重視で対応するのか、メーカー各社の戦略が今後を左右すると見られる。

#### <需要高まる携帯電話アジア・太平洋市場>

世界における携帯電話市場は、成長が鈍化する見込みで、2008 年の出荷台数は、10%前後に留まる見込みと、3 月 19 日付で調査会社 Gartner が発表した。しかし、こうした世界的な伸び悩みの中でもアジア市場は好調で、別の調査会社 IDC は、2007 年の日本を除くアジア・太平洋 (APEJ) 地域における出荷台数を発表。同地域では、2007 年に前年比 18%増の 3 億 6,600 万台となり、2008 年には 4 億台を越す見込みだ。同地域出荷台数の 6 割を占める中国、インドが牽引役となっている。2008 年 2 月 16 日付けで欧州調査会社 GfK が発表した調査結果「Mobile Barometer 2007」によると、2007 年の中国、インドの携帯電話普及率は、39%、19%に留まっており、両国市場が今後も成長する可能性は非常に高い。さらに、中国では、低価格端末からハイエンド端末へ消費者の関心が移りつつあること、インドでは電話の買い替え時に番号を変更せずにサービス業者を変えられるサービスが 2008 年末までに開始される予定であることなどが成長の要因になっていると先の IDC 調査は分析している。

#### <ユーザの愛着強い Nokia>

APEJ 地域における 2007 年のメーカー別携帯電話シェア・トップ 5 は、①Nokia (50.2%)、②Samsung (12.1%)、③Motorola (8.3%)、④Sony Ericsson (6.9%)、⑤LG (5.2%)。1 位の Nokia は、2006 年のシェア 42%から更に拡大して、同市場の半数を占めた。Nokia は、IDC が同地域内 6 ヶ国 (対象国不明) 2,000 人の携帯電話ユーザを対象とした信用度調査で、同社携帯ユーザの 68%が次も Nokia 製品を選ぶと答えており、同社はユーザからの高いロイヤルティを獲得していることが明らかになった。また、IT 製品・サービスの評価サイト CNET Asia の Review セクションが行った、2 月の人気携帯電話端末トップ 10 では、Nokia 製端末 6 種がランクインし、IDC によるメーカー信用度調査の結果を裏づけている。さらに、上述の GfK 調査では、アジア地域 (日本、韓国、インドを除く) における携帯端末人気トップ 10 商品の市場占有率は 20%強に留まっているとされ、同地域の消費者嗜好が多様であることを示しているが、Nokia 製品のラインアップは、ローエンド・モデルから、Apple の iPhone を意識したとされる N95 のような GPS 搭載ハイエンド機種まで、機能だけでなく、デザインも多彩であり、こうした消費者トレンドを上手くキャッチして、製品開発に生かしていることが伺える。このような幅広いターゲットを対象とする Nokia に対抗し、ハイエンド・モデル重点型で攻めた Motorola と Samsung の 2007 年の実績は明暗が分かれるものとなった。これまで 2 位だった Motorola は、中国国内のハイエンド嗜好に素早く反応しようとして、低価格端末の販売を早急に中止した結果、業績低迷に苦しむこととなった。対照的に、早くから 3G 対応機種の強化を行ってきた Samsung は、3 位から 2 位に浮上、同社のハイエンド機器を通じて、さらなる成長が期待されている。