

今日の焦点

わが国の携帯電話市場の特徴

わが国の2009年3月末の携帯電話の累計契約数は、電気通信事業者協会(TCA)の発表によれば、1億748万件であり、人口普及率は89.5%となっている。年間純増契約数も476万と減少しつつあり、わが国の携帯電話市場全体が飽和状態に近づきつつあると言えることができる。

それでは、世界の携帯電話の普及状況はどうなっているのでしょうか。ITUの2007年データによれば、主要国の人口加入率は、日本83.9%、米国83.5%、英国118.4%、フランス89.8%、ドイツ117.6%、スウェーデン113.7%、韓国90.2%となっており、ほとんど飽和状態であり、1人1件以上の国も出現しつつある。また、件数で見ると、最大は中国の5億4,729万件で、人口普及率41.2%、次いでインドが2億2,362万件でわが国より遙かに多く、人口普及率も20.0%であることから、いずれもさらに増大する余地を残している。

以上のように、わが国の携帯電話市場は、先進諸国とほぼ同様の普及状態と言えるが、わが国固有の特徴もいくつか見受けられる。

まず第1に、わが国の携帯電話サービスのビジネスモデルは、携帯通信事業者が、端末から音声以外の種々のサービスまですべて一貫して行う垂直統合型であるという点である。他の諸国は、ほぼわが国に近い韓国を除いて、通信、端末、サービスが個別に展開される水平分業型である。

第2に、わが国の携帯電話の通信方式は、いわゆる第3世代が90%以上を占めているが、世界的に見ると第2世代といわれるGSM方式が80%を占めており、第3世代は20%に満たない。なぜわが国だけが第2世代から第3世代への転換を短期間で行えたのかということになるが、通信事業者とメーカーが協力して第3世代の開発を積極的に進めた結果であることは間違いない。

第3に、携帯によるインターネットアクセスの比率は約90%で、韓国と並んで突出しているが、世界的にはせいぜい20~30%程度である。これは、NTTドコモが世界に先駆けて開発したiモードの成功による部分も大きいですが、国民性としての特性も考えられる。

第4に、プリペイド式携帯電話は料金前払いで、事前に通話分のカードを購入して登録することによって利用できるサービスであるが、わが国のプリペイド加入は約150万件で、諸外国と比べて異常に少ない。これは、プリペイドによる犯罪が多発したために、プリペイドのイメージが悪くなり、提供側、購入側ともに消極的になっているためと考えられる。

第5に、携帯電話にはSIMカード(Subscriber Identity Module Card)が入っており、そのSIMカードをどの端末に挿入しても自分の端末として利用が可能であるが、わが国では、キャリアロック、端末ロックにより、その特徴を生かしていない。これは、わが国のビジネスモデルが垂直統合型である

ことが最大の理由である。

以上のように、わが国の携帯電話市場は、カメラ、電子メール、ブラウザ機能などを搭載した第3世代の高機能携帯端末が普及している携帯電話先進国であることは間違いないが、欧米諸国とは異なる発展をしていると言えることができる。

それでは、欧米では高機能端末はどうなっているのかということ、スマートフォンと呼ばれ、メールはもちろんスケジュール管理や表計算などパソコンの持っている機能を搭載し、OSが公開され、ソフトをカスタマイズできる携帯端末がシェアを拡大している。スマートフォンは通信会社ではなく、端末メーカーなどが独自に開発しており、米ガートナー社の調査結果によると、2008年で世界の出荷台数は1億3,900万台強と急激に増加している。わが国でも、ソフトバンクが米アップルのiPhoneを発売し、最近ではNTTドコモが米グーグル社の携帯OS「Android」を搭載したグーグル携帯「HT-03A」の発売を発表するなど、スマートフォンの導入に力を入れ始めている。

今後の世界的な趨勢としては、携帯端末は音声を中心としたローエンドと、スマートフォンのようなハイエンドに2極化し、スマートフォンはいよいよ多機能化していくことになる。このような中、わが国の携帯電話市場がどのように発展していくのか、大変興味深い。