

SAMPLE

特集レポート No. 029

携帯電話機 国内セットメーカーの  
ポジショニング

*Strictly Confidential*



2017年 6月28日

## はじめに

---

- スマートフォンは全世界的に普及し、2014年に世界の携帯電話の出荷台数の過半はすでにスマートフォンとなった。国内でもiPhoneやAndroid端末が普及し、いわゆる「ガラケー」を主軸としてきた国内メーカーがシェア獲得競争のなかでとり残される結果となっている
- 国内携帯電話機セットメーカーは世界市場はもとより、国内市場でも苦戦していることから統合と撤退が相次ぎ、2017年現在は実質4社にまで絞り込まれた
- 本レポートでは、携帯電話機市場の変化を概観するとともに、国内携帯電話機メーカーが苦戦した要因を整理し、今後とり得るポジショニングについて考察する

# 本資料の流れ

---

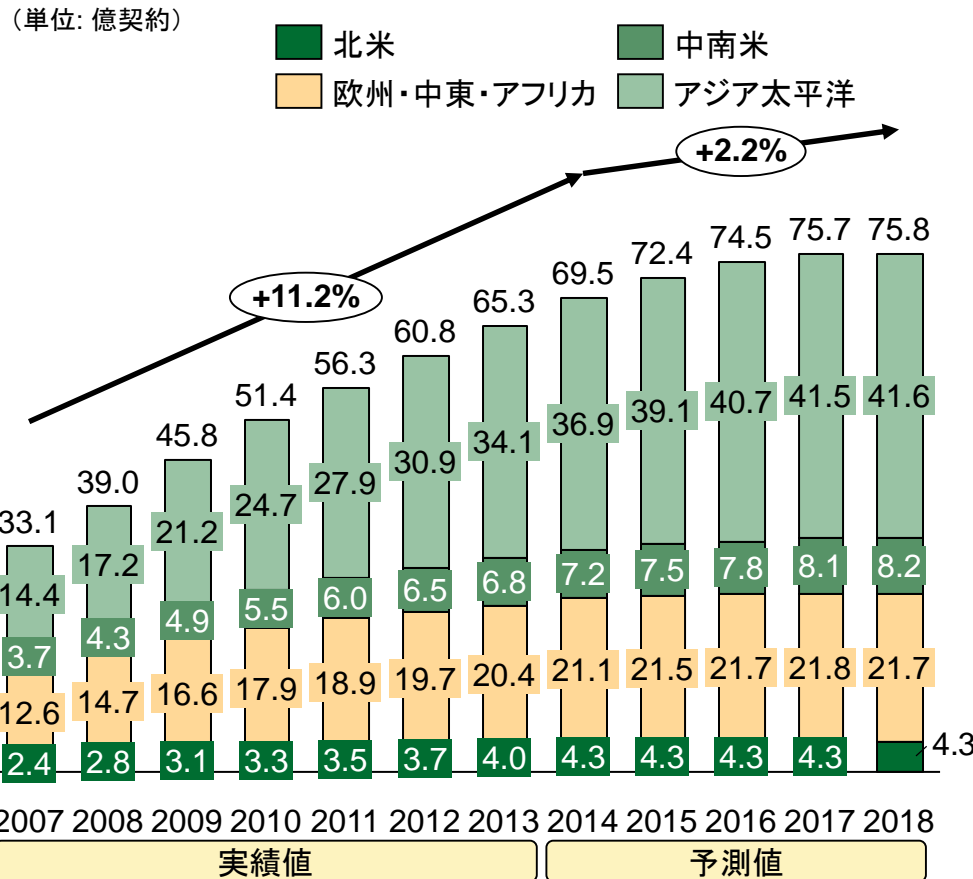


- I. 携帯電話機市場の変化
- II. 国内セットメーカーの動向
- III. 国内セットメーカーが今後とり得るポジショニング

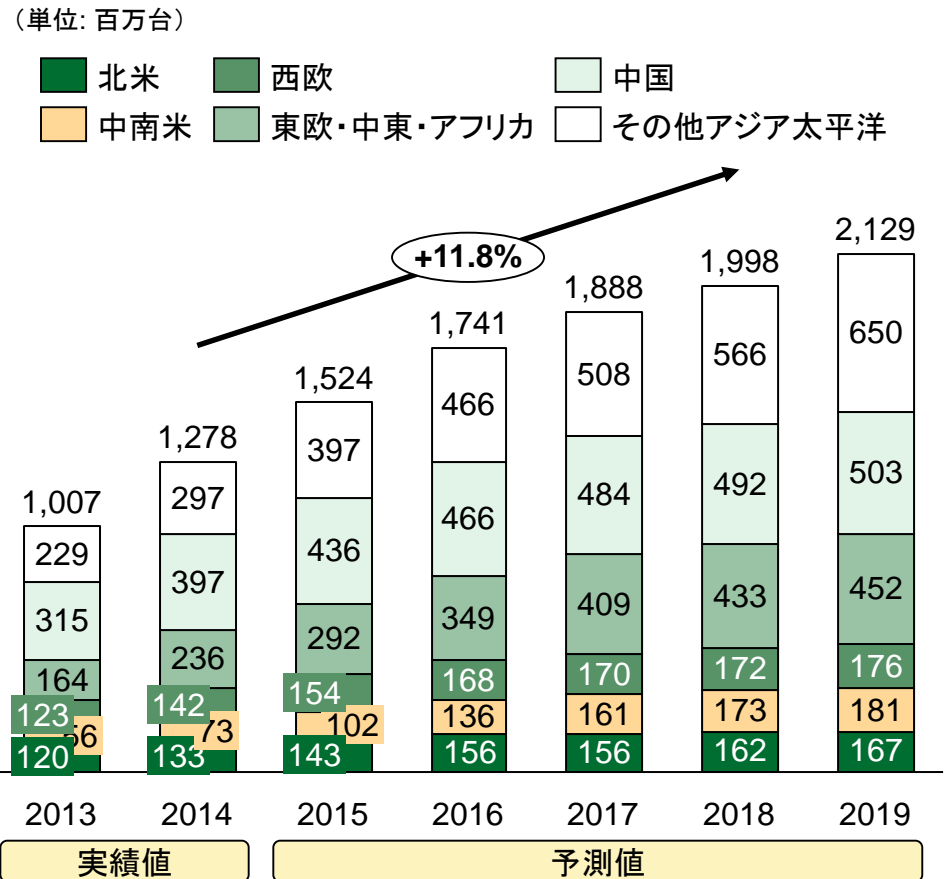
# 携帯電話機の世界市場の推移

■ 携帯電話機の世界市場は成長率が鈍化しているが、スマートフォンは出荷を伸ばしている

### 世界の移動体通信市場の契約数の推移(音声)



### スマートフォンの地域別出荷台数



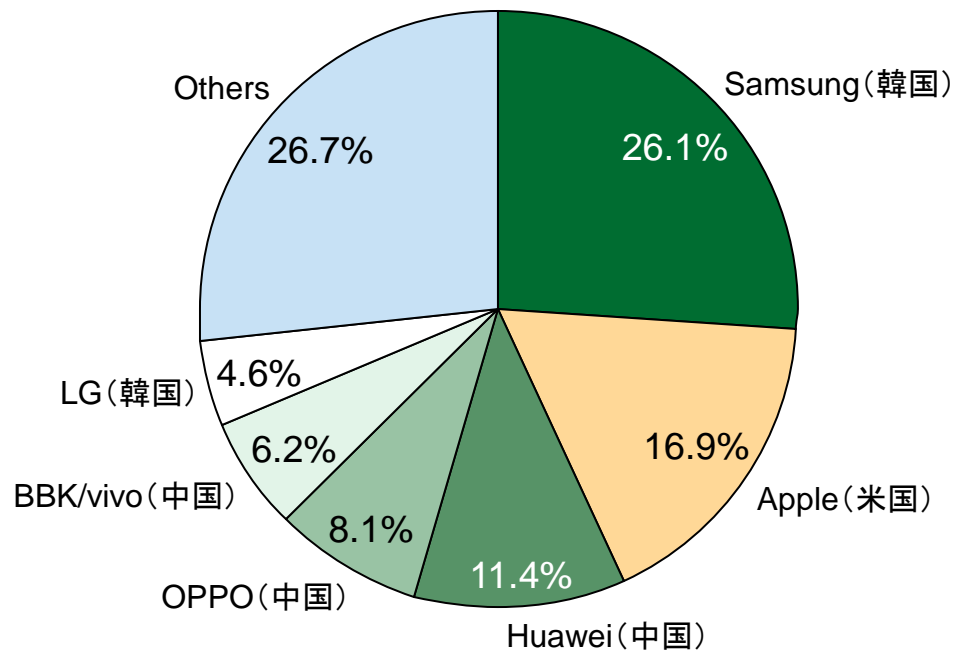
出所: 総務省「情報通信白書」

# スマートフォンの世界シェア状況

- スマートフォンはモジュールのアンバンドル化が進み、キーデバイスが汎用化したため、量を捌くことができる中国メーカーとアップル、サムスンなどのグローバルメーカーが圧倒的優位に
  - 汎用部品の利用とEMSの活用でコストリーダーに

スマートフォンの世界シェア(2017Q1)

(単位: %)



## 背景

- スマートフォンはモジュールのアンバンドル化<sup>\*1</sup>が進み、キーデバイスが汎用化
- 汎用部品の利用とEMSの活用でコストリーダーになれるグローバルメーカーが優位
  - Samsung、Apple
- 自国で量を捌くことができる中国メーカーが優位
  - Huawei、OPPO、BBK/vivo

注: \*1. 一括して提供されていた商品やサービスを、解体あるいは細分化すること

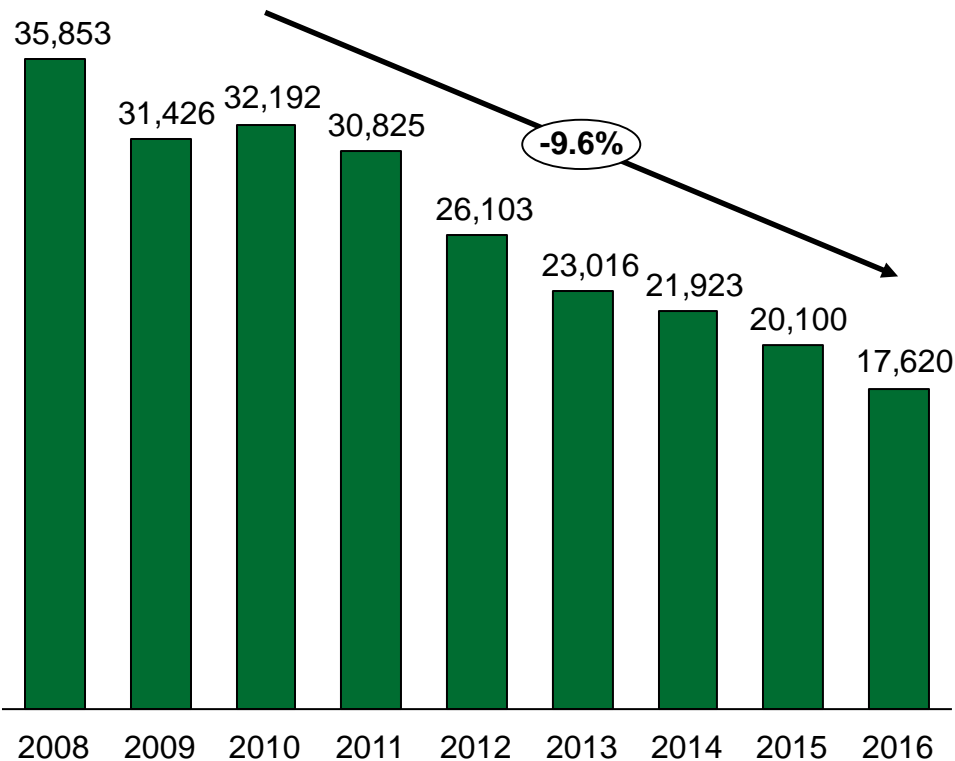
出所: TrendForce

# 携帯電話機の国内市場の推移

- 国内の出荷台数は2010年以降、減少傾向が続いている一方、内訳ではスマートフォン比率が高まっている

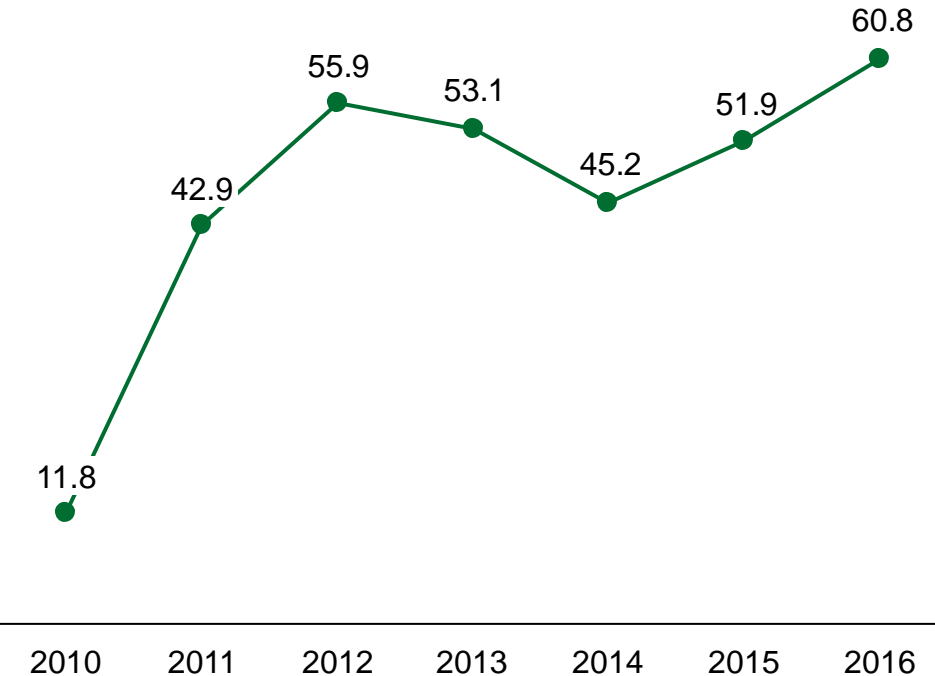
## 携帯電話国内出荷実績

(単位: 千台)



## スマートフォン比率の推移

(単位: %)



## SAMPLE版はここまでです。

続きは、業界チャンネル 特集レポート にてご覧ください。

特集レポート一覧はこちら ▶

“業界チャンネル 特集レポート”とは、

経営コンサルタントの目線で特に伸びているビジネスに注目して分析。  
その成功の鍵や今後に言及し、「打ち手」を導出します。

