

Press Release

報道関係者各位

2006年3月6日



2009年度、3.5G携帯電話の加入者は80%へ 番号ポータビリティ導入で打撃を受けるボーダフォン ～ 情報流通ビジネス研究所が予測 ～

情報通信分野専門の調査研究を行う情報流通ビジネス研究所(本社:神奈川県大和市、代表取締役所長:飯塚周一、TEL 046-271-2323)は、このたび発行した「モバイルインターネット要覧 2006」のなかで、携帯電話における今後の市場予測結果を発表しました。

「モバイルインターネット要覧 2006」は、国内外における移動体通信／モバイル産業の動向を、さまざまな視点から分析した調査研究レポートです。2001年より年1回発行しており、今年で5回目の刊行となります。

本レポートでは、世代別／方式別にみた携帯電話加入者数や、今年度後半より導入予定のMNP(Mobile Number Portability:携帯電話番号ポータビリティ)の影響などについて、今後の市場予測を行っています。それによりますと、2005年12月に9,000万台を突破した携帯電話加入者数は、徐々に年間の純増数を減らしながらも、2008年度には1億を超えることが見込まれています。すなわち人口普及率で見れば、ほぼ飽和の状態といえるでしょう。

量的には飽和目前の携帯電話市場ですが、今後注目されるのは、急激なスピードでインフラの高度化が進む点にあります。すでに第三代携帯電話(3G)以降の加入者は、2005年度末(2006年3月末)までに全体の過半を超える見込みですが、2009年度にはおよそ98%のユーザーが3G以降のサービスを利用するものと予想されます。PDC方式などの2Gサービスは、2012年に予定されている停波よりだいぶ前に、事実上姿を消すとしています。

特筆されるのは、すでに始まっているKDDIのCDMA2000 1X EV-DO(1X WIN)や、今年から開始される予定のHSDPAといった、3Gの拡張版である3.5世代(3.5G)サービスの急拡大です。3.5Gは2006年の揺籃期を経て、2007年度から急速に立ち上がり、2008年度には現在の3G加入数を逆転、2009年度には全加入者の8割弱となる約8,000万加入、対人口比換算にして約63.3%——と、劇的に普及していくと予想されます(図1)。

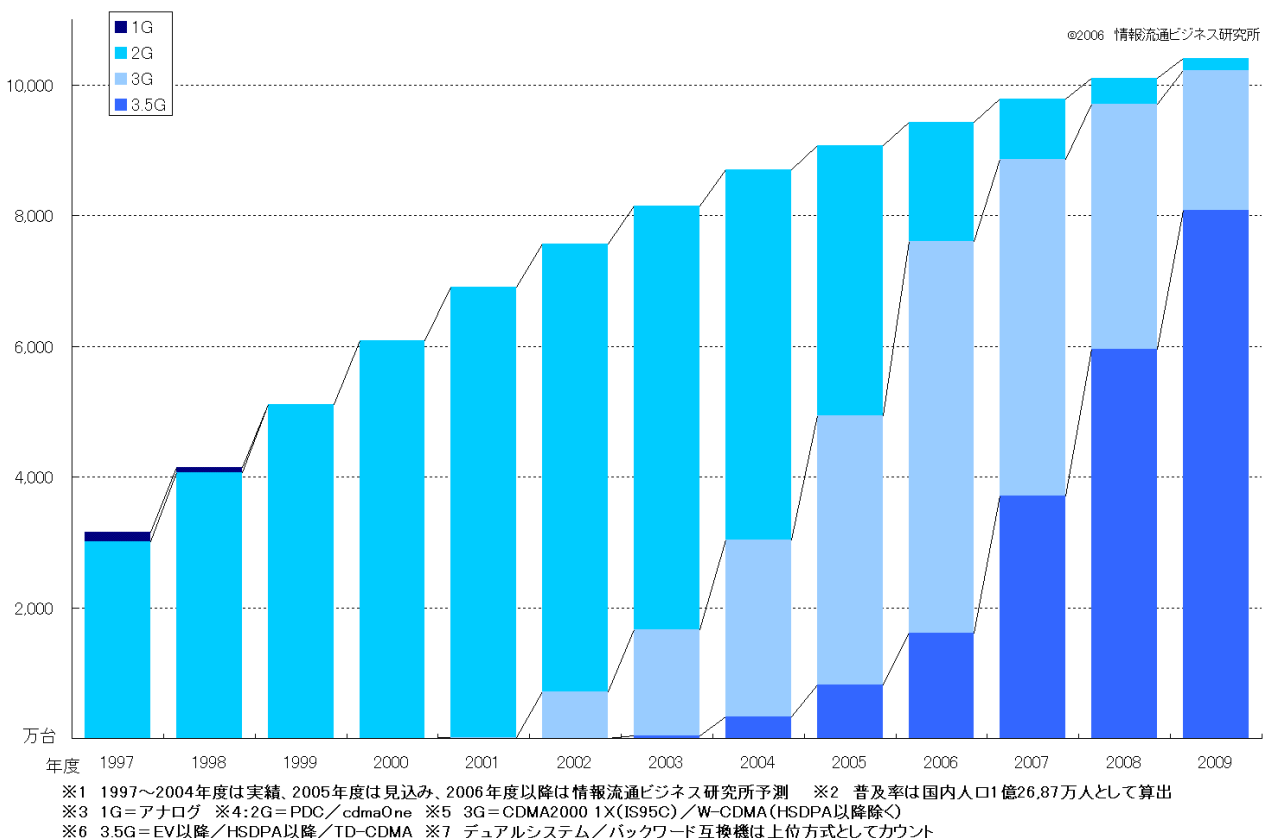
3.5G携帯が急激に市場拡大する背景として、本レポートでは主に以下のような要因を挙げています。

1. 2005年12月、ドコモのFOMAが2000万台を突破し、3Gで先行していたKDDIにいよいよ追い付き、これに対抗するためKDDIは、1X WINへのシフト策を本格化する動きに出てきた

2. ドコモの PDC から FOMA へのマイグレーションは 2006 年度がピークとなり、加入数で KDDI の 3G を圧倒するようになるが、一方では 3.5G で先を行く KDDI との競争上、FOMA との後方互換性を持つ HSDPA を早期に立ち上げる必要に迫られている
3. 「FMC」(Fixed Mobile Convergence: 固定網と移動網の融合) 時代を前に、単なる音声ベースの統合だけでなく、固定系ブロードバンドとのシームレスなコンテンツやサービスを提供するためには、3G より高速なデータ通信を可能にする 3.5G の普及が不可欠
4. 2006 年より始まる MNP 制の導入以降、事業者間競争は激戦が予想され、トラフィックの収容力や高速性で勝る 3.5G ベースで、いかに先行優位を確保するかが、最終的な差別化ポイントになる
5. MNP 導入後は、音声も含めた「定額制」を巡る競争に拍車がかかるとみられ、3G ネットワーク上の提供では限界がある
6. 携帯電話による MVNO の本格化と参入企業の増加を想定した場合、多様なサービスの実現を可能にするためには、さまざまな MVNO の要求に対応できる高度なインフラが必要になる

——本レポートの中では FMC や MNP、MVNO など、それまでになかった新たな競争ファクターが、3.5G 携帯電話の加入数を急速に押し上げるとし、より具体的な方式別の加入数予測も行っています。

図 1 携帯電話の世代別加入者数推移と予測(情報流通ビジネス研究所「モバイルインターネット要覧 2006」より)



また、今年から開始されるMNPの影響についても、詳細な分析を行っています。それによりますと、MNPに対する社会的な関心度や認知度は高く、たとえ事業者が激しい競争を回避するような戦略を採ったとしても、MNPをビジネ

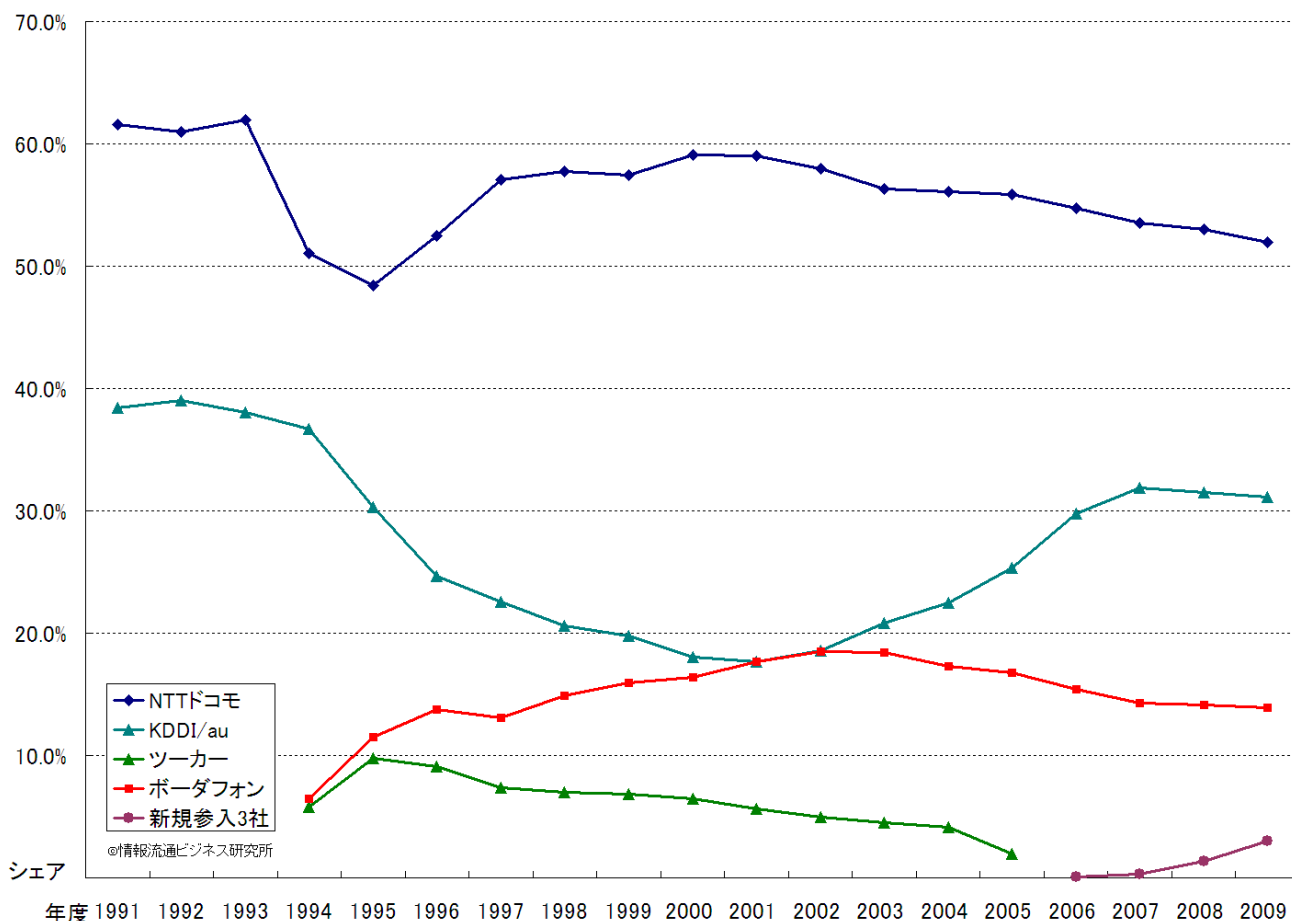
スチャンスと捉える量販店や CP、広告代理店などが活発に動き、開始当初から激しいユーザー争奪戦が予想されるとしています。

それに伴い携帯電話事業者は、MNP 対策コストの投下を余儀なくされ、1994 年の携帯電話自由化当時にみられたような、激戦模様が想定されます。レポートでは、この MNP で最大の焦点になってくるのは、まだ 2G である PDC 方式の携帯電話を使っているユーザー（ドコモ・約 3000 万、ボーダフォン・約 1200 万）であるとし、すでに 9 割以上が 3G に加入している KDDI が、やはり有利なポジションにあると分析しています。

ただしドコモは、3000 万という大規模な PDC ユーザーを抱えています。現在強力な FOMA シフトを実現できていることから、実質的に一番 MNP の影響を受けるのは、まだ 3G 化比率が 2 割程度にとどまっているボーダフォンで、同社の PDC ユーザーは上位 2 社の格好のターゲットになるとみています。MNP の“前半戦”は、ボーダフォンが一層苦しい状況となり、2006 年度は同社初の年間純減を喫するものと予想されます(図 2)。

これらの詳細については「モバイルインターネット要覧 2006」に掲載されています。

図 2 キャリアの累計シェア推移および予測(情報流通ビジネス研究所「モバイルインターネット要覧 2006」より)



本レポートでは、国内携帯電話市場の予測だけでなく「国内外 FMC ビジネスの動向と展望」「携帯電話 MVNO ビジネスの新展開」といった各種マーケットキーワードの分析を始め、事業者やメーカー戦略分析、ソフトウェアベンダ

／コンテンツプロバイダの動向、海外市場予測、海外主要オペレータ／グローバルベンダーの動向など、さまざまな角度から移動体通信／モバイル産業の現状と今後を展望しています。

主な内容につきましては、次ページをご覧ください。

※本ニュースリリースは、報道関係者の方々に向けてご提供しているものです。報道ご関係者以外の方による本リリース記載内容に関する個々のお問合せには、回答いたしかねますので、予めご了承ください。
なお、その他の掲載項目も含め「モバイルインターネット要覧 2006」の内容にご関心のある方は、弊社のホームページ <http://www.isbi.co.jp/report/mi-yoran/mi2006/> をご覧ください。

1.「モバイルインターネット要覧 2006」について

- ・発行日 2006年3月1日発行(初版第1刷)
- ・発行元 有限会社 情報流通ビジネス研究所(略称:ISBI)
- ・体裁 全625ページ・掲載図表総計335点・A4変型判・表紙カラーPP加工・本文白黒・並製本文中
- ・定価 100,000円(税込価格105,000円) ※書店ではご購入できません(弊社直販のみ)

2.「モバイルインターネット要覧 2006」表紙



3.「モバイルインターネット要覧 2006」の主な内容構成(全 625 ページ・掲載図表全 335 点)

第 1 章 2006 年 マーケットキーワード分析編	I. 国内外 FMC ビジネスの動向と NGN に向けた展望	1.FMC の概要と導入の背景 2.FMC のコア技術「NGN」「IMS」の標準化動向 3.海外主要事業者における FMC の実現と高度化の動向 4.国内における FMC の動向と今後の展望
	II. 再燃する MVNO トレンドと「日本型」の成否	1.MVNO ビジネスの再浮上とその動向分析 2.海外における MVNO の現状と最新動向 3.国内における MVNO ビジネスの動向と現状 4.国内携帯電話市場における MVNO の新展開 5.携帯電話 MVNO 時代の市場展望
	III. 崖っぷちの国内端末メーカーと 生き残りの方策	1.国内携帯電話端末メーカーの“惨状”分析 2.事業者依存によるビジネスモデルの構造的疲弊 3.国内携帯電話端末メーカーの事業再生に向けた展望
	IV. 無線ブロードバンドの本命「WiMAX」の離陸	1.WiMAX の概要とその位置付け 2.WiMAX の事業化に向けた国内企業の動向
第 2 章 新局面に突入したインフラと 移動通信事業者の動向分析	I. 携帯電話／PHS 市場概況と今後の予測	1.携帯電話／PHS の市場概況と今後の予測 2.携帯電話市場概況と今後のシステム展開予測
	II. 携帯電話事業者の動向と戦略	1.MNP 時代における事業者間競争の行方 2.次世代に向けた既存携帯電話事業者の動向 3.新機軸で挑戦する新規参入キャリアの動向と戦略
	III. PHS 事業者の動向	1.PHS 加入数とキャリアの動向 2.次世代に向けた PHS キャリアの動向
第 3 章 モバイル機器市場分析と 国内ハードベンダーの動向	I. 携帯電話端末	1.市場概況および市場予測(1999～2009 年度) 2.市場環境分析(マーケット拡大要因と阻害要因) 3.マーケットシェア(2003 年度および 2004 年度) 4.メーカーの動向と今後の展望
	II. PHS 端末	
	III. 無線 LAN 機器	
	IV. PDA	
第 4 章 携帯電話のメディア化を巡る 企業プレーヤーの事業戦略分析	I. モバイルブロードバンド時代のメディアビジネス	1.急速な構造変化が見込まれるモバイルメディア市場 2.モバイルビジネスに侵攻する大手ネット系企業の動向 3.閉塞感のどばりに包まれたモバイル CP とその再編
	II. 「通信と放送の融合」の行方と モバイルビジネス	1.本格始動する携帯電話向け放送サービスの動向 2.迷走する地上デジタル TV「ワンセグ」事業の分析 3.仕切り直しを要する「通信と放送の融合」
	III. メディア時代に向けた 携帯電話キャリアのビジネス	1.携帯電話事業者各社のメディア化戦略 2.変革を迫られる携帯事業者のビジネスモデル
第 5 章 海外モバイル市場動向と グローバル企業の事業戦略分析	I. 携帯電話加入者の 世界市場規模と今後の予測	1.携帯電話サービス加入者の推移と予測——概況 2.地域別にみた携帯電話加入数推移と今後の予測
	II. 海外主要携帯電話オペレータの動向	1.米国における携帯電話事業と主要オペレータの動向 2.欧州主要国における携帯電話事業とオペレータの動向 3.3G の開始に向けた中国の携帯電話事業とその動向
	III. 携帯電話端末の世界市場規模と予測	1.全世界における携帯電話端末の世界市場規模推移と予測 2.全世界における方式別の端末市場規模推移と予測
	IV. 海外主要モバイルベンダーの動向	1.ノキア 2.モトローラ 3.エリクソン 4.シーメンス 5.マイクロソフト 6.クアルコム 7.サムソン 8.LG 電子 9.パンテック&キュリテル
第 6 章 モバイル関連注目企業・全 200 社のビジネスモデル研究		
第 7 章 モバイル業界詳細トピックス(2004/4-2005/3)		
第 8 章 移動通信／モバイル関連最新 250 用語とポイント解説		
第 9 章 資料編		

※ より詳細な内容につきましては、弊社ホームページ <http://www.isbi.co.jp/report/mi-yoran/mi2006/index.htm> をご覧下さい

4.会社概要

- ・社名 有限会社 情報流通ビジネス研究所 (Info-Sharing Business Institute, Ltd.)
- ・設立 2000年4月
- ・代表者 飯塚周一 (代表取締役所長・情報通信アナリスト)
- ・事業内容 情報通信分野における専門調査研究およびコンサルティング／書籍発行／セミナー開催等
- ・所在地 神奈川県大和市南林間 2-18-23 長尾会計 1F 〒242-0006
- ・URL <http://www.isbi.co.jp/>
- ・TEL 046-271-2323 (代) (本件に対する報道関係者様のお問い合わせ先①)
- ・FAX 046-271-2324
- ・Eメール mi-2006@isbi.co.jp (本件に対する報道関係者様のお問い合わせ先②)

※本リリース掲載グラフ・表紙画像データの高解像度版が必要な場合は、上記までお申し付け下さい(報道関係媒体へのご掲載時に限ります)。ご要望のデータフォーマットで送付いたします。

以上