

# モバイルインターネット要覧 2008年度版

新刊

—— 移動通信/モバイルビジネスの最新動向分析と今後の展開に関する調査研究レポートVol.6 ——



移動通信の世界にもオープン化の波が押し寄せようとしています。今後の市場やビジネスのありようを見渡す時、これまで以上に事業環境の変化を機敏に読み取り、迅速な意思決定を下す必要に迫られてきました。

国内市場は携帯1億加入時代のもと、ポスト3G/3.5G時代の主導権を争うフェーズに突入するとともに、屋内需要の開拓や日本型MVNOの離陸など、新たなビジネス領域の創出に向けた動きが慌ただしくなっています。

「モバイルインターネット要覧」は、最新のキーワード分析を始め、事業者/ベンダー/プロバイダ/流通企業/海外市場や、サービス/ハード/ソフト/標準化等の動向と分析を一冊に凝縮した唯一のレポートです。事業計画策定はもとより、新規参入時の戦略構築やマーケティング、R&D、アライアンスなどを多角的にご検討する際、有効活用することができます。

本書は、独立系の情報通信専門シンクタンクである弊社のアナリストが全て書き下ろし、独自の深い“斬り口”と“キーメッセージ”を盛り込んでいます。各章は密接に相互連携していますので、横断的にご利用いただき、お客様のビジネスにぜひとも有効活用されることをお勧めいたします。

**「モバイルインターネット要覧2008年度版」の詳細は、次ページ以降をご覧ください**

※ご参考用として、インターネット上に「立ち読みコーナー」(見本ページ・PDFファイル)をご用意しました

情報流通ビジネス研究所ホームページ <http://www.isbi.co.jp/>

- 発行日 2008年5月26日・第二版第1刷 (初版2008年5月12日)
- 頒 価 本体価格 95,000円 (税込価格: 99,750円・宅配便送料サービス)
- 体 裁 全430ページ・図表264点・A4変型判・表紙カラー印刷PP加工・本文モノクロ商用組版印刷
- 企画発行 有限会社 情報流通ビジネス研究所 (※書店または書店経由でのご購入はできません。弊社直販です)
- お申込み 本パンフレットの7ページ目がお申込書フォームになっております。  
7ページ目をコピーして必要項目をご記入の上、FAXで弊社まで送信してください。  
FAXを受信後、弊社よりお届け先など、ご記入内容確認のご連絡をいたします。
- 商品発送 お申込み確認から発送まで1~2営業日かかります。発送翌日の午前中着便でお届けいたします。
- お支払い 商品にご請求書・納品書を同封いたします。  
内容ご確認の上、弊社指定銀行口座までお振込み下さい (法人でのご購入に限ります)。

■お問合せ/  
お申込先は



情報流通ビジネス研究所

Info-Sharing Business Institute, Ltd.

TEL 046-271-2323 FAX 046-271-2324 メール [mi2008@isbi.co.jp](mailto:mi2008@isbi.co.jp)

〒242-0006 神奈川県大和市南林間2-18-23 長尾会計1F

# 第1章 2008年度・マーケットキーワード分析編

## I. フェムトセルで始まるホームネットワーク市場争奪戦

### ポイント

- デッドスポット対策から一転、「屋内ケータイ」市場攻略ツールの潜在性で世界的に急浮上
- FMSの武器として動く欧州。高性能STB/次世代ホームゲートウェイが大本命の国内マーケット
- テレコム系大手に中小ベンダーも参入、活発なアライアンスとファンディングでエコシステム形成

### 1. フェムトセルの概念とその市場性

- (1) システムの基本コンセプト
- (2) 3Gアーキテクチャとフェムトセル
- (3) 国内におけるフェムトセル導入の本質
- (4) フェムトセルが促す通話料金体系の激変
- (5) 新たな需要の掘り起こしとフェムトセル

- ① フェムトセルの概念と基本的特徴
- ② 商用ブロードバンドによるコアネットワーク接続
- ③ 国内では意義薄「屋内不感エリアの解消」
- ④ フェムトセルと移動系コアネットワーク
- ⑤ コア網接続形態からみたリードタイムの違い
- ⑥ 「2GHz事業者の戦略ツール」という虚妄
- ⑦ フェムトセルは本当に安い基地局か?
- ⑧ 市場性の見えない「デッドスポット対策」
- ⑨ FMIC時代における携帯電話事業者の切り札
- ⑩ ホーム料金プランにおけるコスト構造改革
- ⑪ きめ細かなホームゾーン料金の提供
- ⑫ 網内通話完全無料化に火をつけるフェムトセル
- ⑬ 「宅内ケータイ」需要を狙う新サービスの開発
- ⑭ ホームゲートウェイ化に寄せる大きな期待
- ⑮ ユーザーID統合プラットフォームの可能性
- ⑯ 企業向けソリューションとしての活用

### 2. フェムトセルを巡る海外オペレータの動き

- (1) 欧米オペレータとフェムトセル
- (2) 欧州オペレータの動向
- (3) 北米オペレータの動向

- ① 登場と同時にオペレータ各社が注目
- ② 欧州勢がフェムトセル導入を急ぐ理由
- ③ FMS戦略のパワーアップを図るボーダフォン
- ④ フランステレコムはレンタル提供を計画
- ⑤ UMA「Unik」およびIMSとフェムトセル
- ⑥ ホームゾーンの細分化と捉えるT-Mobile
- ⑦ O2「屋内音声品質こそキラーアプリ」
- ⑧ スプリント・ネクステルのAirave
- ⑨ GPS連動で無制限通話とE911をサポート
- ⑩ デュアル端末FMSの弱点とフェムトセル
- ⑪ 案ずるより産むが易しのスプリント
- ⑫ フィールドノウハウ蓄積の「価値」

### 3. フェムトセルを巡る国内携帯電話事業者の動き

- (1) 国内事業者のスタンスとフェムトセル
- (2) 企業ポジションと導入意欲の相違
- (3) フェムトセル導入に向けた動き
- (4) フェムトセルの普及に向けた制度設計

- ① 三者三様の国内携帯電話事業者
- ② フェムトセルを鼻先で啜る無線線の矜持
- ③ 検討フローの逆転が要求される無線機器
- ④ 無線業界の旧弊がIMS/NGNを阻害する
- ⑤ 土管屋にならなければならない土管屋の主張
- ⑥ 勝敗を左右する現場ノウハウの蓄積
- ⑦ 技術難易度という裏から顔を出さぬ上位2社
- ⑧ 素直に導入できないドコモの歯痒さ
- ⑨ 光の自前敷設を決断したKDDIとフェムトセル
- ⑩ 旧制度を盾にする既存事業者感覚
- ⑪ 対ドコモ戦略としてのフェムトセルの効き目
- ⑫ 「フェムトセル」と称したドコモの基地局「IMCS」
- ⑬ 独力で規制緩和を引き出したソフトバンク
- ⑭ LTE時代を念頭に置くIMSベースのIPコア
- ⑮ 緩和要請と国際トレンドに即応した総務省
- ⑯ 今後の焦点は包括免許制の取扱いへ

### 4. フェムトセル・ベンダーの動向

- (1) 大手から中小までのエコシステム形成
- (2) グローバルベンダーとフェムトセル
- (3) 中国ベンダーとフェムトセル
- (4) ベンチャー系フェムトセル・ベンダーの動き

- ① 超小型基地局で狼煙を上げたエリクソン
- ② 「Flat IP」の中核に据えるアルカテル・ルーセント
- ③ ノキア・シーメンスと米Airvana社の提携
- ④ スプリントに採用されたサムソンの「UbiCell」
- ⑤ NECの基本戦略はUMA/SIP/IMS標準
- ⑥ 華為における日本市場参入の皮算用
- ⑦ ZTE、W-CDMA対応機サムスンと提携
- ⑧ ip.accessが説く無線データ需要の喚起
- ⑨ フェムトセル用チップで先行するPicoChip
- ⑩ UMA/SIP/IMSを推すUbiquisys
- ⑪ IMS時代への対応が投資ファンドから評価
- ⑫ AirWalk/Tatara Systems
- ⑬ ゲーグルが注目したホームゲートウェイ戦略
- ⑭ 6AirWalk/Tatara Systems

## II. 離陸態勢に入った国内MVNOと3.5G時代の新市場

### ポイント

- ガイドライン大幅改正に流れる政策サイドの本気度が背中を押した携帯MVNO
- 垂直統合オンリーの寡占的硬直構造に風穴、携帯市場オープン化のリトマス紙に
- 死に体の国内端末メーカーを刮目させたアップル「iPhone」のニアMVNO事業

### 1. MVNOの概要と国内におけるポジション

- (1) MVNOの概要とその登場
- (2) 海外のMVNOと日本型の本質的相違点
- (3) MVNO参入環境整備と市場拡大の意義

- ① 移動通信事業者とMVNO(仮想移動通信事業者)
- ② MVNOの事業参入形態と海外での解釈
- ③ MNO~MVNO間の本来的相互メリット
- ④ MVNOスキームが拓く新たな事業展開
- ⑤ 3G/3.5G/FTTHの普及とMVNO市場の潜在性
- ⑥ 他山の石とすべき海外MVNOの惨状
- ⑦ 新たな通信産業の姿を海外に向けて発信

### 2. 国内MVNOビジネスの環境整備に向けた動き

- (1) MVNOの概要とその登場
- (2) MVNO参入環境の整備に向けた政策対応

- ① MVNO事業化ガイドライン(2007年6月)の策定
- ② 多様性を拒む携帯電話の市場構造
- ③ 先端ネットワーク環境と対照的な業界体質
- ④ 新旧混在ネットワークと外部開放インセンティブ
- ⑤ IP化トレンドと事業者の垂直統合構造
- ⑥ ネットワーク開放に向けた要求の高まり
- ⑦ 制度設計面で食い違うMVNO/MNOの意見
- ⑧ 2007年2月「改正MVNOガイドライン」の公表
- ⑨ MVNO事業化ガイドラインのさらなる見直し
- ⑩ 6MVNO新規参入のさらなる推進
- ⑪ PC向けHSDPAデータ通信系MVNOが名乗り

### 3. MVNOとポスト3G時代における新産業創出の可能性

- (1) 参入障壁の払拭と融合産業の促進
- (2) 隣接市場に対する融合スキームとしてのMVNO
- (3) MVNO登場によるM2Mの本格的拡大

- ① 多様な分野から寄せられるMVNOへの関心
- ② 大衆商品としてのさらなるブラッシュアップを後押し
- ③ 連合体形式によるMVNO事業の有効性
- ④ 参画企業の多さと多彩な事業機会の到来
- ⑤ 携帯電話の小型カード化と多様な機器への搭載
- ⑥ M2Mサービスの普及と社会的インパクト

### 4. 日本の国際競争力奪回とMVNOビジネスの展望

- (1) 日本発のSI系MVNOと海外事業
- (2) 今後の国内MVNO事業展望
- (3) 端末メーカーにおける事業モデルの変化
- (4) MVNO拡大に向けた課題

- ① 企業向けMVNOビジネスの国際性
- ② 海外市場再挑戦のトリガー
- ③ NGN時代における互換性の在り方
- ④ MNOにおけるビジネスモデルの変化
- ⑤ 後発MNOの戦略とMVNOの関係
- ⑥ ウィルコムに見るアウトソースの合理性
- ⑦ MVNO形態による国内携帯事業者の海外進出
- ⑧ 「事業者依存からの脱却策としての「メーカーMVNO」
- ⑨ メーカー系MVNOとユビキタス社会の胎動
- ⑩ BWAにおけるMVNOビジネスの展開
- ⑪ 海外モバイル市場における国内メーカーの勝算
- ⑫ 連合体MVNOによるスケールメリットの創出
- ⑬ CP系MVNOの事業形態
- ⑭ ニーズの実態とキャリア垂直統合戦略の乖離
- ⑮ 4MVNOの本格化とNGN時代のビジネスモデル

## III. モバイルWiMAXと無線BB時代の主導権争い

### ポイント

- モバイルWiMAXと次世代PHSの併走となった国内2.5GHz帯BWAサービス
- セラー勢力からの挑発と風評よそに開放型モデル・ITU標準化で着実に船出
- 上下分離による多様性受容と集合知が醸す関連なサービス/端末開発に期待

### 1. 国内におけるモバイルWiMAXの動向

- (1) 国内2.5GHz帯へのモバイルWiMAX参入
- (2) 無線ブロードバンド時代を巡る主導権争い

- ① 次世代PHSとモバイルWiMAXの並走
- ② 2.5GHz帯事業者の決定とオープン化トレンド
- ③ BWAで本格的に実現する網とサービスの上下分離
- ④ 「3G事業者1/3以下出資」制限の妥当性
- ⑤ 「LTEvs.モバイルWiMAX」という比較軸に隠れた意図
- ⑥ LTEは「音声ARPUの呪縛」から逃れられるか?
- ⑦ 端末開発・企画における潜在的パワー
- ⑧ WiMAX市場に惹かれるインフラベンダーの事情

### 2. モバイルWiMAXの国際市場展望

- (1) グローバルWiMAX市場の展望
- (2) 地域別にみたWiMAX市場離陸の機運

- ① モバイルWiMAXを沸かせた2007年のトピック
- ② 英OFCOMにおける3.5GHz帯移動通信サービスの許可
- ③ ITUの標準認証と周波数配分
- ④ ITUの標準認証と周波数配分
- ⑤ EUの2G周波数再配分と技術中立性
- ⑥ オープンアクセス義務化というゲーグルの果実
- ⑦ 開始間近となったスプリントネクステルの「Xohm」
- ⑧ アジア各国における周波数割り当て
- ⑨ ベンダー提携の動きと第2世代を迎えた端末モデル

# 第2章 ポスト3G時代のインフラと国内移動通信事業者の動向分析

## I. 国内携帯電話/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

- (1) 携帯電話の累計加入数推移と予測(1993年～2011年度) ①1億突破後も勢いの止まらぬ携帯電話市場 ②「音声定額」が火をつけた純増分の大幅上昇  
③競争の先鋭化がニーズの多様化を加速 ④2011年度・加入数は対人口比100%超へ

### 2. 国内移動通信のシステム別市場規模と今後の展開

- (1) 携帯電話およびBWAにおける世代別/方式別加入数推移と今後の予測 ①ポスト2Gシステムの占有率が8割突破 ②W-CDMA勢の急速な対応で2008年度3.5Gが倍増へ  
(2) 方式別予測ポイントと動向分析 ③新規事業者の格好のターゲットとなったPHS ④次世代システムの立ち上がりまで続く臥薪嘗胆  
⑤次世代PHSに問われる戦略ポジショニング ⑥岐路に立つKDDIの高度化ロードマップ  
⑦方式選択は仕様の優劣から事業モデルの相違へ

## II. 国内移動通信事業者の動向と戦略

### 1. ポスト3G時代における事業者間競争の行方

- (1) 移動通信事業者のシェア推移と予測 (2) 携帯電話/PHSキャリアのシェア推移と予測

### 2. 次世代ネットワーク時代に向けた移動通信事業者の動向

- (1) 移動通信キャリアの収益状況 ①移動通信事業者各社の2007年度業績概要  
(2) 激変する事業者間の競争環境 ①利用率以上に効いたMNP導入のインパクト ②「MNP劣勢」がソフトバンクの大胆さを加熟  
③料金の安さというチャレンジャーの正攻法 ④コスト圧縮のツケという名の請求書再発行  
⑤素人による玄人のタブー領域攻略とその勝算 ⑥ソフトバンクの土俵に引きずり込まれたドコモとKDDI  
(3) NTTドコモの動向と戦略 ①新販売方式がもたらした2007年度の増益 ②MNPで始まった「ゴールドラッシュ時代」の清算  
③小手先の「解約防止」戦術から脱却を目指す ④「家庭内ケータイ」市場への本格的取り組みを明言  
⑤音声定額とHSDPA標準化で反転攻勢へ ⑥ドコモにおけるポスト3Gの展開スケジュール  
(4) KDDIの動向と戦略 ⑦フィールド実験で5Gbpsデータ伝送に成功 ①MNP導入緒戦における快進撃 ②2007年度の業績およびオペレーション実績  
③「大人の対応」という既存事業者感覚 ④ARPUの水準を口にし始めた先発事業者 ⑤2位の立ち位置に要求される複雑な戦略マトリクス ②2007年度の業績およびオペレーション実績  
(5) ソフトバンクの動向と戦略 ①2007年度純増トップでドコモの本気度急上昇 ④既存流通チャンネルにおける旧弊を一蹴  
③粗悪な3Gインフラが磨いた打ち手の巧妙さ ⑥戦略的3社連合「Joint Innovation Lab」に参画  
⑤“貧弱な知財リソース”こそ強さの源泉に ②3.6Mbpsのデータ完全定額制で新規参入  
(6) イー・モバイルの動向と戦略 ①2012年目標は500万加入・売上3000億円 ②現行ユーザーの移行を担保に進める次世代PHS  
(7) ウィルコム動向と戦略 ①携帯電話事業者との同質性を徹底的に排除 ④「独自」のこだわりを捨てた事業の再定義へ  
③携帯事業者になだれ込まれた不可侵領域

# 第3章 国内移動電話端末の市場動向と展望

## I. 国内移動電話端末の市場規模推移と予測

## II. 携帯電話/BWA端末の市場規模推移と予測

### 1. 市場概況および市場規模予測(1999～2011年度)

- (1) 市場概況および環境分析 ①「カメラ付き」以来の活況を呈した2007年度需要 ②MNPを背景とする事業者間の競争が活性化  
③「順当の顔ぶれ」になってきた端末メーカーシェア ④新販売方式による端末市場縮小という「短絡」  
(2) システム別国内市場規模推移と予測 ①もはや3Gから3.5Gに急変した競争ステージ ②ポスト3.5G時代における市場の眺望  
③「新エコシステム」こそモバイルWiMAXの本領

### 2. マーケットシェア(2006年度および2007年度見込み)

# 第4章 激変するモバイル上位レイヤービジネスの展望

## I. モバイルBB時代の到来と上位レイヤー市場

### ポイント

- 定額パケット普及率がクリティカルマス突破。モバイル上位レイヤー市場成長が加速度増す
- SNS・検索・交通ナビ分野で新勢力が台頭。リアル企業のモバイル戦略も離陸期へ
- 10代の暇つぶし系がまだまだ大半を占める需要構造——マスメディアとしての成熟度に課題

### 1. 上位レイヤーの事業モデルを塗り替えた3G本格化

- (1) 事業者の物量作戦と3Gマイグレーション  
(2) 定額パケット通信の普及率は2007年「クリティカルマス」15～20%を突破

### 2. 「定額効果」で勢いを増す有料コンテンツ/コマース市場

- (1) 底堅い拡大を続ける有料コンテンツ ①定額化で復活を遂げた公式サイトの成長力 ②「メガサイト=音楽系」覆した非エンタメ系の躍進  
③モバイルの可能性に目覚めた音楽レーベル ④音楽業界の主流となった着うたビジネス  
(2) 着実に根付き始めたモバイルコマース ①携帯利用拡大を象徴する物販系の伸び ②携帯コマースを無視できなくなった企業サイド  
③積極姿勢に転ずるアパレル/カタログ通販 ②プリペイドと対照的な「ケータイクレジット」の停滞  
(3) Felica電子マネーの普及とユーザー動向 ①Felica電子マネーに沸いた2007年 ③ロイヤリティカスタマー化の武器「モバイルSuica」

### 3. “夜明け前”のモバイル広告/メディアビジネス

- (1) 市場を席卷したモバイルSNS ①モバイル広告トップへ一気に駆け上った「モバゲー」 ②勝手サイトにおける“モバゴールド経済圏”の確立  
③「公式サイト依存ビジネス」の幻想を一蹴 ④PCインターネットを凌駕するモバイルSNS  
(2) モバイル検索/検索エンジン広告の動向 ⑤千紫万紅の暇つぶし系コミュニケーションサイト ②群雄割拠のモバイル検索エンジン  
①キャリアメニューへの外部検索エンジン導入 ③無料と有料の絶妙なバランスが収益を左右  
③SNS媒体と検索エンジンの急接近 ④追い打ちをかける有害サイトフィルタリング問題  
(3) マス媒体として捉えたモバイルの成熟度 ①PCポータルに二番煎じが祟ったYahoo!とR25 ②ワンセグの非力な媒体力とTV局の本音  
(4) 五里霧中の放送・モバイル連携市場 ③PC系広告とは異なる一般出稿サイドの評価 ④ケータイ多チャンネル放送は2011年以降  
①“ワンセグ端末自体”は急速に普及 ⑤映像配信サイトの勃興に一練の望み  
③マルチプレックス会社設立構想の座礁

## II. 旧弊打破へと進むモバイル上位レイヤー市場の展望

### ポイント

- 事業者の閉鎖的独尊モデルが劣化、Google/Apple参戦で日本型エコシステム崩壊
- モバゲー、交通系・流通系リアル企業に好機の予感。「私物化MBO」で本音が出た古参CPの苦境
- 2010年、「キャリア幕府体制」が終焉。新秩序形成に向けた事業者の役割再定義が不可欠

### 1. 総ひ始めた携帯電話事業者の「鎖国戦略」

- (1) 事業者による垂直統合モデルへの固執
- (2) 事業者権益の閉鎖性と今後のジレンマ

- ①プラットフォームの閉じ込みと上位レイヤー進出
- ①キャリアメニューのポータル化が加速
- ③サイト間結合価値を無視した前近代的基準
- ⑤公式サイト掲載基準という名の「隠れ蓑」
- ⑦コマース発展に不可欠な認証・課金オープン化

- ②事業者からみた上位レイヤービジネス進出の論理
- ②公式サイトへの過剰規制が発展を阻害
- ④「ユニークユーザー数」競争の落とし穴
- ⑥「キャリアレップ」が生んだ不思議な広告モデル

### 2. 事業者の垂直統合を揺るがす「黒船」の登場

- (1) 「キャリア幕府」の骨抜きを図るGoogle/Android
- (2) 事業者支配構造を覆すアップルの底力

- ①技術基盤に徹するGoogleの事業拡大手法
- ③日本ローカルで捉えたGoogleの強さ
- ①iPhoneの優れたUIにひかれ伏す事業者
- ③Appleモデル上陸と事業者の影響弱体化

- ②Androidが示すモバイルSaaSの可能性
- ②iPhoneでオペレータからキックバックを得る
- ④大画面表示と「Safari」のもたらす影響度

### 3. 国内勢から「薩長」は生まれるか

- (1) 事業者ポータルへの対抗勢力「モバゲー」
- (2) メディアとしてみた交通案内サイトの潜在性
- (3) リアル企業の電子マネーとメディアへの発展

- ①ゲーム・SNSサイトからポータルへの脱皮
- ③検索追加やトップ刷新で「違和感」払拭
- ①高まる交通案内サイトのメディア価値
- ①試行段階から戦略マーケティングツールへ

- ②事業ツールを全て自己保有することの強み
- ④モバゴールの「電子マネー」拡張シナリオ
- ②独自メディアビジネスへの発展
- ②モバイルSuicaによる「逆顧客ロイヤリティ戦略」

### 4. モバイル上位レイヤー市場における「古参CP」の凋落

- (1) ケータイ先進国に踊った「回遊魚」の顛末
- (2) 3Gで露わになった「編プロ集団」の限界

- ①事業者依存・徒手空拳の海外展開で自沈
- ①コンテンツホルダーと事業者に渡った「超過利潤」
- ③「私物化MBO」で馬脚を現した古参CP

- ②ブームのなかで麻痺した真贋の目利き
- ②市場ダイナミクスに追いつけない「焼畑農業」

### 5. 地震変動後のモバイル上位レイヤー市場展望

- (1) 不可逆な構造変化——Xデーは2010年
- (2) 構造転換後における事業者の立ち位置

- ①急がれる事業者の役割再定義

- ②成長ドライバー分野での国際競争力確保

# 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

### ポイント

- 2007年・世界加入数30億を突破して膨張中、2008年は40億も射程内に
- 新興国に近似したローエンド層プリペイド開拓で二面性を覗かせる米国市場
- 中国からインド、パキスタン・インドネシアに点火したアジア市場は世界の5割へ

### 1. 携帯電話サービス加入者の推移と予測

- (1) 加入数30億時代に入った世界需要

- ①2年間で10億上乗せという市場の急膨張

- ②2010年、全世界50億加入時代に突入へ

### 2. 世界における地域別携帯電話加入数の推移と予測

- (1) 欧米の需要飽和と新興市場における加入動向
- (2) 爆発的膨張の一途を辿るアジア市場

- ①先進と新興市場の両面を併せ持つ米国
- ③地方ローエンド需要が焦点の東欧・中南米
- ①中国に猛追するインド市場と今後の行方

- ②需要飽和で西欧に高まるHSUPA導入機運
- ②中印に続くアジア新興市場の潜在パワー

## II. 海外主要携帯電話オペレータの動向

### ポイント

- 4大事業者構造が確立した米国市場。開放の波で技術方式からビジネスモデル巡る競争へ急展開
- 3.5Gへのマイクレーションでプリペイドからポストペイに主軸を置く欧州事業者
- 中西部へのネットワーク拡大とデータ系需要喚起が今後の課題となる中国市場

### 1. 米国における携帯電話市場の動向

- (1) 米国携帯電話市場の概況
- (2) 米国における事業者間競争状況
- (3) 米国市場におけるMVNOの動向

- ①M&Aを通じた合従連衡の背景
- ③今後は事業モデルの優位性を巡る争いへ
- ①大手4社による全国ネットワーク拡大
- ①「低価格・プリペイド・ヤング」のビジネスモデル

- ②2億5000万加入突破、普及率9割へ
- ④音声領域におけるサービス競争
- ⑤モバイル放送ビジネスの動向
- ②「3強1弱」の全米オペレータ
- ②MVNO市場に影を落とすMNOの融合戦略

### 2. 米国携帯電話オペレータの動向と戦略

- (1) AT&Tモビリティの動向
- (2) ベライゾン・ワイヤレスの動向

- ①僅差ながら3年連続で首位を堅持
- ③固定・無線を融合する定額制「Unity」の開始
- ①CDMAロードマップを放棄、次世代にLTE採用
- ③PC・携帯連携の音楽サービス「VCAST Music」

- ②アップルとiPhone独占供給契約を締結
- ④Web2.0トレンドに乗りHSUPA構築を急ぐ
- ②TiVoとDVR遠隔コントロールサービスを開始

### 3. 欧州主要国における市場概況と事業者の動向

- (1) 英国市場の現状とオペレータ動向
- (2) フランス市場の現状とオペレータ動向
- (3) ドイツ市場の現状とオペレータ動向
- (4) イタリア市場の現状とオペレータ動向

- ①進取の競争政策で互角の事業者シェア
- ③定額制導入で無線インターネットの伸びに期待
- ⑤オペレータの独自戦略を醸成競争市場環境
- ⑦モバイル専業から総合通信事業者へ転換
- ⑨新興市場では積極的な買収活動を維持
- ①3G開始で躊躇するも3.5Gは積極的展開
- ③「料金無制限」「融合商品」中心のMVNO事業
- ⑤音声収益の限界とデータサービスの強化
- ⑦「オレンジ」ブランドを核にした統合戦略推進
- ①曲折を経た4社体制下でのUMTSサービス
- ③2005年から低料金MVNOが活発化
- ⑤無線LAN事業戦略を積極的に推進
- ⑦固定ブロードバンド同様のオープン路線に転換
- ①進取の気質とプリペイド加入率の高さ
- ②全国70%のHSDPAカバレッジを進めるTIM
- ③成長性を見極める選択と集中の海外展開
- ④DVB-Hベースのモバイル放送を提供
- ⑤固定～移動連携IMサービス「Alice Messenger」
- ⑥欧州初のBREW基盤サービス提供

- ②2006年にHSDPA開始、初期ターゲットは法人
- ④モバイルコンテンツで圧倒的なSMS利用
- ⑥ボーダフォンの国際展開とデータ事業の強化
- ⑧プリペイドからポストペイへの移行喚起
- ②MVNO参入で3社寡占市場の殻を脱ぐ
- ④UMAデュアル端末でFMC拡張を図るオレンジ
- ⑥HSDPAベースのモバイルTVサービスに期待

### 4. 中国携帯電話市場の現状と事業者動向

- (1) 中国の携帯電話市場概況
- (2) 中国携帯電話オペレータ間の競争状況
- (3) 中国通信市場の再編と3G事業政策
- (4) チャイナモバイルの現状と動向
- (5) チャイナユニコムの現状と動向

- ①これからはデータ系需要の盛り上がり期待
- ②中国のモバイル放送マーケット
- ①地方加入急増もたらしたARPU減少
- ②大手メディア/ポータルと提携、メディア領域強化
- ③TD-SCDMAとその検証テスト
- ①政府の競争支援で3割超シェアまで成長
- ②チャイナユニコムの分割シナリオ
- ③韓国SKTとの戦略的提携を締結
- ④東南アジア市場へ積極的に事業進出

- ②中国のモバイル放送マーケット

### 5. 韓国携帯電話市場の現状と事業者動向

- (1) 韓国における携帯電話市場概況
- (2) SKテレコムとの動向と戦略
- (3) KTFの動向と戦略

- ①HSDPAが600万突破、2008年・1500万へ
- ③UC時代に向けたモバイルIMの導入ラッシュ
- ⑤網内定額制競争とユーザー利益の実効性
- ①ハナテレコム買収へ本格的に乗り出す
- ③米国MVNO「ヘリオ」の経営支配権を掌握
- ①3G全国ブロードバンドサービス「SHOW」開始
- ③ローエンド3G端末に対するWIFI搭載議論

- ②携帯電話ネットワークの開放に向けた動き
- ④SKTとKTにおけるフェムトセルの導入動向
- ②「T-PAKアライアンス」で狙う市場支配力強化
- ④TD-SCDMAテストベットの開通式を開催
- ②3G端末におけるSIMロック解除方針を発表
- ④音楽サービス会社「ブルーコード」の買収

### III. 携帯電話端末の世界市場規模と予測

#### ポイント

- 勢い止まらぬ新興エリアの圧倒的なマーケットパワー。2007年・11億台規模を突破
- W-CDMA飛び越え、3.5Gで頭を化し始めた欧米のインフラ高度化インセンティブ
- LTE/モバイルWiMAX移行期に垣間見える国内端末ベンダー千載一瞬の商機

#### 1. 世界の携帯電話端末マーケット分析と今後の予測

- (1) 端末のグローバル市場規模推移と予測
- (2) グローバル端末ベンダーのシェアと競争環境
- (3) 新勢力の勃興と競争構図の複雑化
- (4) iPhoneモデルに触発される端末ベンダー
- ①想像を超えた新興エリアの巨大な潜在需要
- ②2011年には15億台の市場規模が射程内に
- ③2007年における端末ベンダー5社の実績
- ④新興市場で先入りのノキアの優位性
- ⑤ローエンド市場における価格政策の要諦
- ⑥中国系ベンダー“第3勢力”急浮上
- ⑦ハード販売のあるべき姿を提示したアップル
- ⑧PDA/スマートフォン専門ベンダーの成長
- ⑨ハード一辺倒から音楽系に領域拡大する各社
- ⑩ノキアに続き名乗りを挙げ始めたベンダー
- ⑪音楽を巡る「事業者vs.端末ベンダー」の行方

#### 2. 方式別携帯電話グローバル市場予測と端末ビジネスのトレンド分析

- (1) 方式別世界市場規模推移と予測
- (2) 3.5G時代のグローバル端末市場トレンド
- (3) 携帯電話ビジネスの世界的新潮流
- (4) Androidと端末ベンダーへのインパクト
- ①3Gを飛び越え3.5Gで本格化する欧米の実需
- ②LTE/WiMAXに日系ベンダーの商機到来
- ③色褪せ始めたIMT-MCの高度化シナリオ
- ④KDDIに突きつけられた次世代インフラの選択
- ⑤ソフト化/オープン化という第4の高波
- ⑥ハードウェアレベルにおける差別化の限界
- ⑦iPhoneによるテレコム業界の旧弊打破
- ⑧“縦串”に端末を使った垂直統合モデル
- ⑨マッシュアップを携帯電話でも想定するグーグル
- ⑩MVNOでe-Book用リーダーを売るアマゾン
- ⑪話題をさらったグーグルのモバイル構想
- ⑫毀誉褒貶相半ばする「Android」の現状
- ⑬Androidに対するノキアの微妙なスタンス
- ⑭OHA参画ベンダーに逃げる「ノキア対抗軸」
- ⑮アップル/マイクロソフト/Palmのスタンス
- ⑯Androidの独自Javaに対するサン懸念

### IV. 海外主要モバイルベンダーの動向

#### ポイント

- モノ作りから脱却、モバイルブロードバンド時代の事業モデル模索に乗り出したノキア
- スプリントへのWiMAX納入実績デコにインフラ分野の存在感向上狙うサムスン
- オープン化の波とモバイルWiMAXで劣化するクアルコム技術特許独占モデル

#### 1. ノキア

- (1) 事業動向
- (2) 携帯電話端末事業の動向
- (3) インフラ機器事業の動向
- ①携帯電話端末ベンダーからの脱却を目指す
- ②本格化するコンテンツ領域への進出
- ③グローバルエコシステムの構築を通じたコスト削減
- ④端末メーカー初のSkype公式対応スマートフォン
- ⑤ノキア・シーメンスの誕生
- ⑥4G候補技術LTEのフィールドテスト
- ⑦Airvanaと3Gフェムトホームアクセスで協力

#### 2. モトローラ

- (1) 事業動向
- (2) 携帯電話端末事業の動向
- ①“内憂外患”と事業回復に向けた動き
- ②モバイルLinux団体「LiMO」を主導
- ③「スリム」を強調する端末ラインアップ
- ④Good Technology買収で「ブラックベリー」に対抗

#### 3. サムスン

- (1) 事業動向
- (2) 携帯電話端末事業の動向
- (3) インフラ機器事業の動向
- ①「世界初搭載」にこだわる端末ブランド戦略
- ②ローエンド拡大とモトローラの敵失で2位へ
- ③WiMAXのトータルソリューションに照準
- ④クアルコムへの莫大なロイヤルティの教訓
- ⑤プレミアムとローエンドのデュアル戦略へ
- ⑥世界的デザイナーとの端末共同製作
- ⑦IPベースのネットワーク設備をKTと共同開発
- ⑧CDMA設備-スプリント・ネクステルにフェムトセル供給

#### 4. LG電子

- (1) 事業動向
- (2) 携帯電話端末事業の動向
- ①上位と新興メーカーの狭間に立つ
- ②徹底したハイエンド機の投入戦略が奏功
- ③「グローバル化」と「内部競争」を推進
- ④GSM協会「3G for All」に選定、12ヶ国で発売
- ⑤デザインを軸にした端末戦略
- ⑥タッチスクリーン搭載のデザイン携帯

#### 5. ソニーエリクソン

- (1) 事業動向
- (2) 携帯電話端末事業の動向
- ①平均単価下落するも利益率は増加
- ②ローエンド価格帯で新興市場にも進出
- ③ローエンド市場におけるブランド力の優位性
- ④「PSP携帯」特許と市場投入タイミング

#### 6. アルカテル・ルーセント

- (1) 事業動向
- (2) 通信機器事業の動向
- ①全ての通信ソリューションに関与
- ②地域の補完関係構築で再浮上
- ③各国でWiMAXフィールドテストを推進
- ④ソフトウェア無線基盤の統合ソリューション
- ⑤CDMA/GSM/W-CDMAネットワーク提携
- ⑥WiMAXビジネス拡大に向けた布石
- ⑦WiMAX市場でのインシアチブ確保を目指す
- ⑧ベライゾンから60億ドル規模のネットワーク受注
- ⑨ノテルUMTS事業買収でリソースを蓄積

#### 7. クアルコム

- (1) 事業動向
- (2) 携帯電話端末事業の動向
- (3) 次世代技術に向けた戦略
- ①携帯電話産業を席巻したCDMA技術
- ②オープン時代の到来とロイヤルティ独占の劣化
- ③伏兵WiMAXが追い詰めたCDMAの盟主
- ④ハイエンド端末内蔵チップが好調
- ⑤ベースバンド・チップセット戦略
- ⑥欧州GSM事業者に対するBREWの提供
- ⑦モバイル放送MediaFLOでアメリカ市場掌握
- ⑧IEEE802.20-MBWA (Mobile Broadband Wireless Access)
- ⑨CDMAの次世代規格「Rev.B」と「Rev.C」
- ⑩WiMAX普及に対するクアルコムの不安

#### 8. マイクロソフト

- (1) 事業動向
- (2) モバイル事業の現状と戦略
- ①プレゼンスの高まってきたWindows Mobile
- ②2010年、ブラックベリーをキャッチアップへ
- ③北米市場に偏向するWindows Mobileの強さ
- ④モバイルOS最新版「Windows Mobile6」
- ⑤モバイル広告事業強化で買収を続行
- ⑥「モバイルMSN」ポータルの本格運用へ

## 第6章 国内モバイル関連注目企業のビジネスモデル研究 ※掲載企業(全150社)

1. 企業概要(設立/資本金/株主構成/取引銀行/売上高推移他) 2. 得意分野/保有技術等 3. 提携先/アライアンス他

ACCESS  
アクロディア  
アプリックス  
インデックス・ホールディングス  
エムディーアイ  
ザッパラス  
ディー・エス・エー  
ドワンゴ  
ナビタイムジャパン  
フェイス  
ミクシィ  
ヤフー  
アイフリーク  
アレップ  
アウンコンサルティング  
アエリア  
アドウェイズ  
eまちタウン  
イングリメント・ピー  
エイチアイ  
エイベックス・グループ・ホールディングス  
駅前探検倶楽部  
エフルート  
オーバーチュア  
オリコン  
京セラコミュニケーションシステム  
KLab

コネクテック/ロジーズ  
サイバードホールディングス  
サミーネットワークス  
シーエー・モバイル  
ジー・モード  
ジグ/システムジャパン  
ジョルダン  
スクウェア・エニックス  
セイヴェル  
ゼンテック・テクノロジーズ・ジャパン  
ゼンリンデータコム  
ツタヤ オンライン  
ナノ・メディア  
日本エンタープライズ  
日本通信  
ネットインデックス  
ハドソン  
バンダイネットワークス  
ビットワレット  
フォーサイド・ドット・コム  
フロトメディア  
魔法のらんど  
楽天  
アイ・エイ・ジェイ  
IMJモバイル  
アイディーエス  
アクアキャスト  
アクションクリック  
アクセルマーク  
アドバンスト・メディア  
アルトビジョン

イー・ガーディアン  
イー・キャッシュ  
イーシステム  
YCHA  
イマジニア  
インフォコム  
インフォニクス  
ウェブ・ドット・ジャパン  
ウェブマネー  
ウェルネット  
ウォルト・ディズニー・ジャパン  
エイケア・システムズ  
エイタロウソフト  
エイティング  
エクスティング  
エディア  
NTTソルマール  
エルミック・ウェコム  
オプト  
カザアナ  
合天  
角川モバイル  
クリー  
クオ  
クワトロメディア  
ケイタイ広告  
ケイブ  
コムシード  
コムスクエア  
サーチテリア  
サイバーエージェント

サイバー・コミュニケーションズ  
サイバーマップ・ジャパン  
サクセスネットワークス  
Jストリーム  
ジェイマジック  
ジグジェイビー・jig.jp  
ジャパン・モバイル・コミュニケーションズ  
(J-MOBILE)  
スタイルワン  
スパイシーソフト  
セーバー  
セルスフォース・ドットコム  
セルシス  
ソネットエンタテインメント  
ダブルクリック  
ディージー・モバイル/DGモバイル  
ディーツーコミュニケーションズ  
デー・タスタジアム  
デジタルアドベンチャー  
デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム  
テックファーム  
テレビ東京ブロードバンド  
トリアクス  
ナップスター・ジャパン  
ナビット  
NRKKO  
ネクスエンタテインメント  
ネットプライス・ドットコム  
ネットマイル  
ビートレンド  
ビービーエムエフ

ビーマップ  
ビー・ユー・ジー  
ビットキャッシュ  
ファンコミュニケーションズ  
フェリネットワークス  
フォアキャスト・コミュニケーションズ  
フォンファン/forfun  
フラクタリスト  
フリー  
プログラマーズファクトリ  
ペイテックスシステムズ  
ペイメントファースト  
ポイントオン  
豊作プロジェクト  
ホルテージ  
medba  
メディアシーク  
モバイルブック・ジェービー  
ヤッパ  
ヤマハミュージックメディア  
USEN  
ユビキタス  
ユビキタスエンターテインメント  
ユビキタス  
ユビキタス・ビジネステクノロジ  
ユビテック  
ゆめみ  
レーベルモバイル  
ロケーションバリュー  
リクルート

# 第7章 最新モバイル用語とポイント解説

最新の専門用語を市場動向からの視点で解説

1X	ISM	2GHz帯	OMX	GPRS	P-セントレックス	MMAc	FDC	SVG-T	WML	グッドブルブレイ	モバイル/セルラックス
1x EV-DO	iモード	3D/ポリゴン	CODEC	GSM	YDA	MMD	PHS	Symbian OS	WPA	グループウェア	ローカシステム
1x EV-DO Rev.A	チャネル	3D液晶	CRM	HAVI	YMC	MML	PIM	Sync ML	WPA2	ローミング	ローミング
1x EV-DO	JdBlend	3GPP/3GPP2	CTI	HDL	ITRON	Mobile IP	PLC	TD-CDMA	WRC	スクリーン	位置情報サービス
2次元バーコード	MDP	4G	DECT	HDM	ITS	MontaVista Linux	TDD	TD-SCDMA	WRC	スクリーン	番号ポータビリティ
3G-324M	MMC	800MHz帯	DoCommerce	HMSRF	ITU	MIP	Pocket PC	TDMA	WRC	スクリーン	公衆無線LAN
AiRt	mopera	AAC	DoPa	HSDPA	IP	MIP64	PC Phone	TSPAN	WRC	スクリーン	音伝導
AMR	mopera U	AMR	DRM	HSPA	IP	MIP3	QCELP	UMTS/UTRA	WRC	スクリーン	高速データ通信
BREW	OFCDM	ASU	EDGE	IEEE	チャネル	MVNO	QoS	USB OTG	WRC	スクリーン	小容量
CCD	P2P	Bluetooth	EP	IEEE802.11a	チャネリング	MWIF	QRコード	UWB	WAP	スクリーン	スクリーン
CDPD	POBox	BT Fusion	EPOC	IEEE802.11b	ドコモ	NGN	QVGA	WAP	WAP2.0	スクリーン	スクリーン
CMOS	RFID	CDG	EVRG	IEEE802.11g	Java	NGN	QVGA	WAP2.0	W-CDMA	スクリーン	スクリーン
DSRC	SIP	CDMA	EZweb	IEEE802.15	Jini	NMT	SET	WEP	W-CDMA	スクリーン	スクリーン
EZパブリ	TD-SCDMA	CDMA 1X WIN	EZアプリ(Java)	IEEE802.16e	KVM	OFDM	SET	WEP	W-CDMA	スクリーン	スクリーン
FOMA	TFD液晶	CDMA2000	FDMA	HSPA	MeT	OMA	SMA	WMMX	W-CDMA	スクリーン	スクリーン
gpsOne	UMC	cdmaOne	Felica	IMT-2000	MGF	OMAP	SMA	Windows CE	W-CDMA	スクリーン	スクリーン
G-XML	VSF-OFCDM	C-MTDL	FMC	UMC	MSF	PacketOne	SMA	Windows Mobile	W-CDMA	スクリーン	スクリーン
IBurst	XHTML Basic	C-HDMI	FTTH	IPV6	Microsoft.NET	Palm	SMS	Wireless E-911	W-CDMA	スクリーン	スクリーン
ETf	1.5GHz帯	Cmode	FWA	IPv6	MDSign	PCS	SPOT	Wireless1394	W-CDMA	スクリーン	スクリーン
			General MIDI Lite	IP-VPN	minISDカード	PDA	SSL	WLAN-SIM	W-CDMA	スクリーン	スクリーン

# 第8章 資料編

- 1.携帯電話/PHSのグループ別累計加入数推移(2001年4月~2008年1月)
- 2.携帯電話/PHS端末の国内向け月間出荷台数推移(2001年4月~2007年12月)
- 3.プラウザフォンの月間加入数推移(2001年4月~2008年1月)
- 4.総務省・通信産業基本調査
- 5.総務省「トラヒックから見た我が国の音声サービスの利用状況」
- 6.総務省「モバイルビジネス活性化プラン」

# レポート掲載図表一覧(全264点)

## 第1章 2008年度・マーケットキーワード編

### I. フェムトセルで始まるホームネットワーク市場競争激化

- 図表1 フェムトセルの基本コンセプト
- 図表2 フェムトセルと3Gネットワークアーキテクチャの関係・ポイント
- 図表3 ホームネットワークの接続形態
- 図表4 欧州通信オペレータの固定・移動融合サービス動向
- 図表5 フェムトセルを巡る主要事業者の動き
- 図表6 ファブリステム「Unik」のネットワークイメージ
- 図表7 スプリント「Airave」のネットワーク形態
- 図表8 スプリントのAirave
- 図表9 ドコモのフェムトセル適用イメージ
- 図表10 フェムトセルに関する主な規制項目
- 図表11 従来タイプとの比較
- 図表12 ソフトバンクが関連するフェムトセルとコア網の接続イメージ
- 図表13 フェムトセルに関する主な規制項目
- 図表14 サムスンのCDMA対応型「UbiCell」コア接続イメージ
- 図表15 サムスンのW-CDMA対応型「UbiCell」コア接続イメージ
- 図表16 Ubiquisys「ZoneGate」のサービス・プラットフォーム
- 図表17 AirWalkのフェムトセル

### II. MVNOとポスト3G時代における新産業創出の可能性

- 図表1 無線サービス提供の流れとMVNO/MVNE
- 図表2 MVNOを取り巻く内外の市場環境
- 図表3 MVNOの参入する新たな携帯電話産業構造
- 図表4 2002年6月・MVNOガイドラインの概要
- 図表5 第一次意見募集の内容
- 図表6 第二次意見募集に寄せられた意見の例
- 図表7 技術面における意見募集(第二次意見募集)の結果
- 図表8 IP化の進展に対応した競争ルールの在りかに関する懇談会報告書
- 図表9 2007年・ガイドラインの改正ポイント
- 図表10 NTTドコモと日本通信における紛争事案
- 図表11 MVNO事業者化ガイドラインの再見直し
- 図表12 主なMVNOの参入状況
- 図表13 MVNO参入による市場規模試算例①端末市場規模
- 図表14 MVNO参入市場規模試算例②通信料/付加収入規模

### III. モバイルWIMAXと無線ブロードバンド時代の主導権争い

- 図表1 WIMAX加入者市場予測
- 図表2 WIMAXの機器市場予測
- 図表3 世界におけるWIMAXの導入動向

## 第2章 ポスト3G時代のインフラと国内移動通信事業者の動向

### I. 国内携帯電話/PHS市場概況と今後の予測

- 図表1 移動通信の累計加入数と予測(1993~2011年度)
- 図表2 移動通信の純増減推移と予測(1994~2011年度)
- 図表3 携帯/PHS累計加入数推移と予測(1993~2011年度)
- 図表4 携帯/PHS純増減推移と予測(1993~2011年度)
- 図表5 携帯電話加入数推移と今後の予測(1997~2011年度)
- 図表6 携帯電話の純増加入数推移と予測(1992~2011年度)
- 図表7 PHS(現行/次世代)累計加入と予測(1996~2011年度)
- 図表8 PHS(現行/次世代)加入増減と予測(1996~2011年度)
- 図表9 携帯/BWA世代別加入数推移と予測(1997~2011年度)
- 図表10 ポスト3G化の推移と今後の予測(1997~2011年度)
- 図表11 ポスト3.5Gシステムの市場規模推移予測(1992~2011年度)
- 図表12 システム別加入数推移と予測(1997~2011年度)
- 図表13 システム別加入数推移と予測(1997~2011年度)
- 図表14 年度別市場環境ファクター予測(2007~2010年度)
- 図表15 主要事業者の次世代インフラ展開予想ロードマップ

### II. 携帯電話事業者の動向と戦略

- 図表1 累計ベースの事業者シェアと予測(1991~2011年度)
- 図表2 移動通信キャリアのシェアと予測(1991~2011年度)
- 図表3 累計ベースの携帯事業者シェア予測(1992~2011年度)
- 図表4 累計ベースの携帯事業者シェアと予測(1992~2011年度)
- 図表5 純増ベースの携帯事業者別加入予測(1992~2011年度)
- 図表6 純増ベースの携帯事業者別加入予測(1992~2011年度)
- 図表7 累計ベースのPHS事業者シェア予測(1996~2011年度)
- 図表8 累計ベースのPHS事業者シェア推移(1996~2011年度)
- 図表9 携帯・PHS事業者の業績推移(1999~2008年度予想)

- 図表10 携帯3社の総合ARPU推移(2000~2008年度予想)
- 図表11 携帯3社の音声ARPU推移(2000~2008年度予想)
- 図表12 携帯3社のデータARPU推移(2000~2008年度予想)
- 図表13 ドコモの2003~2007年度決算と2008年度業績予想
- 図表14 ドコモのARPU/MO(四半期別・2002~2008年度予測)
- 図表15 ドコモの1997~2007年度オペレーションと08年度予測
- 図表16 ドコモの解約率推移(2004年度1Q~2007年度4Q)
- 図表17 ドコモの掲げる2008年度事業戦略の骨格
- 図表18 ドコモにおける3大事業領域の規模推移と予想
- 図表19 パケホーダイ契約数推移(2006/6~2008年度)
- 図表20 フェムトセルを念頭に置いたドコモのホームエリアサービス
- 図表21 ドコモのDMX会員数(2007年度)と2008年度予想
- 図表22 ドコモの国際サービス収入および国際ローミング利用者数
- 図表23 ドコモ「オペレータパック」のイメージ
- 図表24 3GPPにおけるLTEの要求条件
- 図表25 3GPPにおけるLTEの標準化と今後の日程
- 図表26 ドコモにおけるスーパー3G導入スケジュール
- 図表27 KDDI移動通信事業の2007年度業績と2008年度予想
- 図表28 KDDIの解約率推移(2001年度1Q~2007年度4Q)
- 図表29 KDDIのターゲット別法人営業体制
- 図表30 四半期別auの販売インセンティブ/台数推移と予想
- 図表31 Wiと定額制契約推移と予測(2006~2008年度予想)
- 図表32 auの2003~2007年度オペレーション状況(四半期別)
- 図表33 KDDIの設備投資推移(2006~2008年度予想)
- 図表34 2.5GHz帯モバイルWIMAXの事業展開スケジュール
- 図表35 2010年度に向けたKDDIの事業ポートフォリオ
- 図表36 ソフトバンクの2007年度業績(連結ベース)
- 図表37 ソフトバンクの連結売上高推移(2003~2007年度)
- 図表38 ソフトバンクのセグメント別売上高(2006~2007年度)
- 図表39 ソフトバンクのセグメント別営業利益(2006~2007年度)
- 図表40 2006~2007年度における3大事業者の純増
- 図表41 ソフトバンクの解約率推移と他社比較
- 図表42 ソフトバンクの2005~2007年度設備投資
- 図表43 Yahoo! JAPAN携帯トップのページビュー推移
- 図表44 ホフトラン申込件数および比率(2007年度)
- 図表45 新スーパーポータル契約数および比率(2007年度)
- 図表46 ソフトバンクのARPU推移(2006~2007年度)
- 図表47 割賦請求分を算入したARPU試算(2006~2007年度)
- 図表48 「Joint Innovation Lab」の設立
- 図表49 イー・モバイルの2006~2007年度業績とオペレーション
- 図表50 イー・モバイルの2006~2007年度バランスシート
- 図表51 イー・モバイルの基本戦略マトリクス

### 第3章 国内移動電話端末の市場動向と展望

#### I. 携帯電話端末

- 図表1 携帯/PHS/BWA端末市場規模予測(1998~2011年度)
- 図表2 移動端末の市場規模推移と予測(台数・98~2011年度)
- 図表3 移動端末の市場規模推移と予測(金額・98~2011年度)
- 図表4 2000~2007年度における携帯電話月間出荷数と純増
- 図表5 携帯電話月間出荷数・対前年度比・出荷純増
- 図表6 2001~2007年度におけるPHS月間出荷数と純増
- 図表7 2001~2007年度のPHS月間出荷数・対前年度比
- 図表8 携帯/BWA端末市場規模推移と予測(98~2011年度)
- 図表9 携帯電話の世代別市場規模と予測(1998~2011年度)
- 図表10 方式別端末市場規模推移と予測(1998~2011年度)
- 図表11 2006年度国内端末メーカーシェア
- 図表12 2007年度国内端末メーカーシェア

#### 第4章 変化するモバイル上位レイヤービジネスの展望

- 図表1 モバイルサイトへのキャリア別通信速度別アクセスシェア
- 図表2 ドコモの総PV数とFOMA/パケホーダイ加入数との関係
- 図表3 ドコモの有料メニュー登録状況
- 図表4 モバイルコンテンツ市場規模
- 図表5 エイペックスにおけるネットワーク・コミュニケーション事業
- 図表6 モバイルユーザーの市場規模推移(2003年~2006年)
- 図表7 Felica電子マネー(プラットフォーム)の概要・普及状況
- 図表8 Felica電子マネー(プラットフォーム)の概要・普及状況
- 図表9 モバイル広告市場規模
- 図表10 DeNAのモバイル事業売上の推移
- 図表11 モバイル広告市場規模
- 図表12 モバゲーの会員数とARPU
- 図表13 mixiモバイルのPV数推移
- 図表14 モバイル検索連動型広告の市場規模予測

- 図表15 KDDIにおけるGoogle導入直後の状況
- 図表16 「メニュー」内における現状の外部検索エンジン形態
- 図表17 NTTドコモ「メニュー」内で提供される検索サービス一覧
- 図表18 モバゲー、mixiモバイル、Yahoo!モバイルのPV数推移
- 図表19 ワンセグ携帯端末の月次出荷台数
- 図表20 ワンセグにおける延べ視聴時間の簡易計算
- 図表21 事業者によるコンテンツビジネスへの進出
- 図表22 キャリアメニューのポータル価値強化策とその効果
- 図表23 KDDIの新サービス「au one ガジェット」
- 図表24 Yahoo!モバイル検索「One Search」/「ダイレク・ディスプレイ」
- 図表25 モバゲーとmixiモバイルの収益性比較
- 図表26 Web2.0の特徴と事業者公式サイト運営方針の比較
- 図表27 事業者各社のメディア連携事業
- 図表28 Androidのアーキテクチャ
- 図表29 モバイル検索の現段階での問題点
- 図表30 モバゲーの今後の事業展開問題
- 図表31 「ビデーション」の例
- 図表32 モバイルSuicaのモバイルメディアとしての発展可能性
- 図表33 モバイル上位レイヤーの今後の構造転換ロードマップ
- 図表34 上位レイヤー市場における今後の主な対事業者政策案

### 第5章 海外モバイル市場動向とグローバル企業の戦略分析

#### I. 携帯電話加入者の世界市場規模と今後の予測

- 図表1 全世界の携帯累計加入推移と予測(1997年~2011年)
- 図表2 全世界の携帯加入増推移と予測(1997年~2011年)
- 図表3 世界地域別携帯累計加入推移と予測(1999~2011年)
- 図表4 世界地域別携帯加入増推移と予測(2000~2011年)
- 図表5 携帯電話加入数の上位国と普及率(2006年末)
- 図表6 アジア・オセアニア地域における加入数上位20カ国の状況
- 図表7 アジアにおける年間成長率上位オペレータ

#### II. 海外主要携帯電話オペレータの動向

- 図表1 米国通信市場における競争構図の変遷過程
- 図表2 米国の固定電話加入者数の推移(1985年~2007年)
- 図表3 米国の固定電話のみ保有携帯/携帯電話のみ保有携帯
- 図表4 米国の主要携帯事業者のネットワーク進化ロードマップ
- 図表5 米国携帯電話オペレータのシェア推移(2001~2006年)
- 図表6 米国の携帯事業者別の市場シェア(2007年2Q)
- 図表7 米国のMVNO市場シェア(2006年8月)
- 図表8 AT&TとVerizonの加入者現況(2003~2007.3Q)
- 図表9 AT&Tの固定・無線融合定額制「Unity」
- 図表10 DVR連携コントロールサービス、「TiVo Mobile」
- 図表11 英国携帯契約数と普及率推移(1992~2006年)
- 図表12 英国における携帯電話オペレータ別ネットワークの現状
- 図表13 英国および主要国における無線インターネットの利用状況
- 図表14 英モバイルコンテンツ/アプリ利用者数と比率(2007.2)
- 図表15 英国携帯オペレータ加入者数推移(2001~2006年)
- 図表16 英国MVNO市場の加入数と売上高予測(2005~2010)
- 図表17 英国における主要MVNOの概要
- 図表18 ボーダフォンにおける主要進出国別業績現況(2007)
- 図表19 ボーダフォンが明らかにした欧州戦略の目標と方法
- 図表20 最近ボダフォンにおける新興市場への株式出資現況
- 図表21 フランス携帯契約数と普及率推移(1992~2006年)
- 図表22 フランス携帯市場概要およびサービスの普及率(2007)
- 図表23 フランスの3G/4Gサービス供給結果
- 図表24 フランス携帯オペレータのシェア推移(2001~2006年)
- 図表25 フランス携帯オペレータの方式別加入数と成長率
- 図表26 フランスのMVNOシェア変化(2005~2006)
- 図表27 フランスの「Orange」ブランドのイメージ
- 図表28 ドイツの携帯契約数と普及率推移(1991~2006年)
- 図表29 ドイツ携帯オペレータのシェア推移(2001年~2006年)
- 図表30 ドイツ携帯電話市場における3Gの展開
- 図表31 3G+モバイルのARPU/年間成長率(2005~2006)
- 図表32 ボーダフォン加入者および成長率(2005~2006)
- 図表33 E-Plusの状況:加入者、ARPU、普及率(2004~2006)
- 図表34 O2のプリペイドカードの契約数と成長率(2005~2006)
- 図表35 O2のARPU推移(2005~2006)
- 図表36 ドイツの主要MVNO事業者の状況
- 図表37 T-Mobileの海外市場進出状況
- 図表38 T-Mobile・インターナショナルのグローバル展開状況
- 図表39 イタリアの携帯契約数と普及率推移(1991~2006年)
- 図表40 イタリア携帯オペレータシェア推移(2001年~2006年)

- 図表41 イタリア携帯事業者の契約件数およびサービス(2006)
- 図表42 TIMブラジルの市場シェア(2006.12)
- 図表43 AIM Messengerの利用状況
- 図表44 中国の携帯電話加入者数推移 ※2段、棒の幅を広く
- 図表45 中国の各携帯電話事業者の契約件数推移(2007.7)
- 図表46 中国携帯電話サービス契約件数を基準にしたシェア
- 図表47 中国携帯電話市場再編の予想図
- 図表48 中国携帯電話の企業支配構造
- 図表49 チャイナモバイルの海外進出の歴史
- 図表50 世界テレコム・IT事業者時価総額Top30(2007.03.01)
- 図表51 チャイナモバイルの海外パートナー
- 図表52 半導体製造品
- 図表53 中国の各携帯電話事業者の契約件数推移
- 図表54 韓国携帯電話累計加入者数の推移(1998~2006.11)
- 図表55 韓国携帯電話オペレータ3社の市場シェア(2007.11)
- 図表56 韓国携帯電話事業者別の加入者数(2007.11月)
- 図表57 韓国携帯3社における網間接続の推進状況(2007.09)
- 図表58 SKTが開発予定の次世代仕録コンボサービス
- 図表59 SKTのハードウェア買取後事業者別サーバ領域
- 図表60 KTFの3G携帯累積加入者の推移(2007年3月~12月)

#### III. 携帯電話端末の世界市場規模と予測

- 図表1 世界の携帯電話販売台数推移と予測(1998~2011年)
- 図表2 世界の携帯販売台数推移(2004年Q1~2007年Q4)
- 図表3 メーカー別携帯販売台数シェア推移(2004~2006)
- 図表4 04年Q1~07年Q4のメーカー別世界携帯販売台数とシェア
- 図表5 世界地域別携帯販売台数推移と予測(2004~2006)
- 図表6 全世界地域別携帯販売台数推移と予測(2007~2008年)
- 図表7 アップルのiPhone
- 図表8 世界におけるBlack Berry加入者の推移
- 図表9 世界の音楽配信サイト「iUK Music Store」
- 図表10 方式別携帯世界市場規模と予測(1998~2011年)
- 図表11 iTunes Storeの販売実績
- 図表12 Appleのアーキテクチャ
- 図表13 グーグルOHA参入企業
- 図表14 Androidからみたモバイルプラットフォームの競争構図
- 図表15 グーグルのAndroidとVerizonのS60の比較

#### IV. 海外主要モバイルベンダーの動向

- 図表1 N/Aの事業部門別主要実績(2005~2006)
- 図表2 N/Aの事業部門別主要実績(2005~2006)
- 図表3 N/Aの携帯電話販売量および市場シェア
- 図表4 N/Aのマルチメディアポータル「Ovi」の初期画面
- 図表5 「Mosh」の利用イメージ
- 図表6 モローラの年間実績推移(2002年~2006年)
- 図表7 モローラのモバイル部門実績(2007年四半期)
- 図表8 LiMoの組織
- 図表9 サムスンの情報通信部門2007年2四半期実績
- 図表10 サムスン携帯の地域別販売量推移(2006~2007.2Q)
- 図表11 サムスンのモバイルWIMAX市場におけるSWOT分析
- 図表12 サムスンのモバイルWIMAXソリューションロードマップ
- 図表13 スプリントとサムスンのファムトセル・ソリューション「Airave」
- 図表14 LG電子のモバイル部門主要実績推移
- 図表15 LG電子における携帯電話販売量推移(2004~2007)
- 図表16 LG電子のチョコレートフォン販売量推移
- 図表17 Voyager&Venus
- 図表18 Sony Ericssonの経営実績(2005年~2006年)
- 図表19 ソニーエリクソンの実績(2007年3四半期)
- 図表20 アルカテル・ルーセントの部門別業績(2006~2007)
- 図表21 アルカテル・ルーセントの統合型モバイルWIMAX戦略
- 図表22 アルカテル・ルーセントのモバイルWIMAX SWOT分析
- 図表23 アルカテル・ルーセントの統合WIMAXソリューション
- 図表24 アルカテルのWIMAX端末ロードマップ
- 図表25 アルカテルの実績(2007年3四半期)
- 図表26 アルカテルの主要実績推移(2002~2006)
- 図表27 アルカテルのアジア国内特許現況(2006.9)
- 図表28 アルカテルのベータバンド・チップセットの種類と特徴
- 図表29 CDMAの技術ロードマップ
- 図表30 モバイルWIMAX、802.20、3Gのスペック比較
- 図表31 マイクロソフトの事業構成図
- 図表32 世界のスマートフォンOSシェアの推移(2005~2010)
- 図表33 米国のスマートフォンOSシェアの推移(2005~2010)
- 図表34 Windowsモバイルの主な機能
- 図表35 スマートフォンOSの地域別シェア現況(2006)

お申込用紙は次ページにございます。FAXにてお申込み下さい

インターネットでも詳細をご案内しております。「立ち読み」コーナーも用意しました。

情報流通ビジネス研究所ホームページ <http://www.isbi.co.jp/>

※このページをコピーして、必要項目をご記入の上、FAXで下記まで送信してください。

# モバイルインターネット要覧・2008年度版

## ご購入お申込み書

有限会社 情報流通ビジネス研究所 モバイルインターネット要覧担当 行

# FAX番号 046-271-2324

「モバイルインターネット要覧2008年度版」を下記の通り、購入申し込みます。

※部分は、ご連絡やお問合せ対応上必要になりますので、必ずご記入ください。

※お申込日	年 月 日			※お申込み部数	冊	
※御社名						
※部署名						
※所在地(送付先)	〒 —					
※お名前	※フリガナ				ご年齢	歳
	※御購読者ご本人のお名前をご記入下さい				お役職	
※連絡先	※お問合せ対応等に使用しますので、必ず御購読者ご本人とのご連絡先をご記入ください	※E-mail				
		※TEL	※携帯電話/PHS/IP電話の番号は承れません		※FAX	

※以下は、ご購入者とお申込者/ご請求先が異なる場合のみご記入ください

お申込者ご連絡先/ 請求先ご担当者など	お名前			フリガナ		
	部署名					
	連絡先	TEL			E-mail	

通信欄

# 情報通信関連・既刊レポートのご案内

## モバイルWiMAXの海外市場展望

～北米/欧州/アジアにおける主要オペレータの事業戦略と政策動向～



- 発行: 2008年1月7日(第一版第2刷)
- 体裁: A4変型判・全152頁  
表紙カラー・PP加工・本文カラー
- 定価: 99,750円  
(本体95,000円+税4,750円)
- 優待特価: 94,500円  
(本体90,000円+税4,500円)

※優待特価は下記該当のお客様に適用いたします  
「モバイルWiMAXベンダーの国際戦略」ご購入済み  
「米国通信総覧2008」ご購入済み  
「フェムトセル導入に向けた国内外動向」ご購入済み  
「モバイルインターネット要覧2006」ご購入済み  
「モバイルインターネット要覧2008」ご購入済み

- 送料: サービス(翌日配達宅配便)

■ITUによるWiMAXの3G標準勧告、アナログTV周波数の開放、4G周波数帯の選定など、2007年はWiMAXが世界市場のメインストリーム技術へと発展する道が開かれた年といえるでしょう。

■米国では、一挙手一投足が注目されるグーグルが700MHz帯域を獲得すれば、WiMAX選択の可能性が高く、AT&TもWiMAXを次世代技術のロードマップに組み入れるなど、WiMAX推進に向けた動きが活発化しています。

■欧州では、モバイルWiMAXへの2.5～2.6GHz周波数割り当てが検討され、アジアに目を転ずると、韓国に続いてシンガポールやマレーシア、インド、パキスタンにおいて、モバイルWiMAXに直行する形で市場が立上がろうとしています。

■本書は、世界的市場拡大局面を迎えたWiMAXについて、事業者動向や戦略、地域別規制政策を捉え、主要地域ごとにどのような市場形成がなされようとしているのかを明らかにしたものです。

## 米国通信市場総覧2008

海外ICT市場の最新動向をつぶさにウォッチ



- 発行: 2008年1月7日(第一版第1刷)
- 体裁: A4変型判・全418頁  
表紙カラー・PP加工・本文白黒
- 定価: 155,400円  
(本体148,000円+税7,400円)
- 優待特価: 144,900円  
(本体138,000円+税6,900円)

※優待特価は下記該当のお客様に適用いたします  
「モバイルWiMAXベンダーの国際戦略」ご購入済み  
「モバイルWiMAXの海外市場展望」ご購入済み  
「フェムトセル導入に向けた国内外動向」ご購入済み  
「モバイルインターネット要覧2006」ご購入済み  
「モバイルインターネット要覧2008」ご購入済み

- 送料: サービス(翌日配達宅配便)

■2007年の米国通信市場は大規模合併が一段落し、事業者は固定・移動の域を超えた競争時代を迎えました。本書は、米国の固定・移動通信市場の現状を俯瞰しつつ、事業者の動向や戦略について、分析を加えたものです。

■第1章・第2章では、米国移動通信市場の競争構図やサービス/技術環境を評価、次世代の収益源確保に乗り出す事業者の戦略を明らかにしています。

■第3章と第4章ではVoIPやIPTVの動向を中心に分析、新事業領域への進出を図ろうとする固定通信事業者の戦略に焦点を当てました。

■規制関連の主要論点考察も加え、多角的なアプローチを試みています。

## フェムトセル導入に向けた国内外動向と事業モデル分析

～固定・移動融合におけるオペレータ/ベンダーの戦略と市場展望～



- 発行: 2007年11月12日(第一版第3刷)
- 体裁: A4変型判・約100頁  
表紙カラー・PP加工・本文カラー
- 特別価格: 99,750円  
(本体95,000円+税4,750円)
- 送料: サービス(翌日配達宅配便)

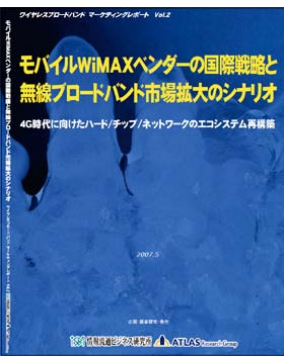
■世界の移動通信業界では、家庭や小規模オフィスに設置される超小型基地局「フェムトセル」の商用化に向けた動きが加速しています。フェムトセルはホームゾーン料金の代替やARPU向上策として有望視され、さらには携帯事業者を開放型ビジネスモデルに導くなど、その意義は大きいと考えられます。

■ノキアの「UMAフェムトセル」に見られる通り、インフラベンダーの動きも活発化。そして見逃せないのは、携帯オペレータのFMSソリューションとしての潜在力です。フェムトセルは、オペレータ間におけるコンバージェンス競争の行方を左右する存在として、大きく位置付けられるようになってきました。

■本レポートはフェムトセルの概念・構造・登場背景はもとより、主要ベンダーとオペレータの戦略、導入課題を明確化するとともに、FMC/FMS時代におけるフェムトセル戦略とサービス、ビジネスモデルの方向性を提示し、フェムトセル導入の意義とそのインパクトを多角的に分析したものです。

## モバイルWiMAXベンダーの国際戦略

～4G時代に向けたハード/チップ/ネットワークのエコシステム再構築～



- 発行: 2007年5月14日(第一版第5刷)
- 体裁: A4変型判・176頁  
表紙カラー・PP加工・本文カラー
- 特別価格: 68,250円  
(本体65,000円+税3,250円)
- 送料: サービス(翌日配達宅配便)

■OFDM技術の急浮上により、既存ベンダーが勝ち取った市場に波乱要因が押し寄せようとしています。モバイルWiMAXは、新興諸国でも周波数割り当てが進められ、ライセンス発給とインフラ供給に関する契約が次々と発表されています。

■また技術中立性に代表されるように、先進諸国規制当局による周波数開放に向けた動きは、モバイルWiMAXの市場拡大ムードをおおる追い風となっています。

■本レポートでは、モバイル市場のさらなる成長への突破口として期待されるモバイルWiMAXについて、チップやインフラ、端末などの各種ベンダーをグルーピングし、その動向と戦略を分析しながら、通信事業者との間で形成され、これからのドライバーになっていく市場のエコシステムを、国際的観点から検証しています。

■ベンダーや事業者動向はもとより、市場変動要因となる事業モデルやIPR、国際周波数動向、標準化/認証にも言及、地域や属性から市場を分析し、モバイルWiMAXの発展を展望しました。

各レポートの詳しいパンフレットやお申込書を、弊社Web上にご用意しております。ぜひご覧下さい

情報流通ビジネス研究所ホームページ <http://www.isbi.co.jp/>