

モバイルインターネット要覧

最新版
発刊

2011

—— 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.7 ——



■モバイル業界に大波が押し寄せてきました。国内ではいよいよLTEサービスが商用化。WiMAXと相まり、新たな高速データ通信時代を迎えます。一方ではDC-HSDPAやEV-DO MCなど、既存網の高速化も進行しています。

■他方では、iPhoneで火がついたスマートフォン・ブームが本格化。現在、端末ベンダー各社はAndroid OS搭載端末を続々とリリース、海外市場展開への道筋も見えてきました。

■上位レイヤでは、モバゲーやGREE、mixiなど、携帯SNSがゲームを中心に爆発的市場拡大中。このようにモバイル市場は、あらゆるレイヤで次世代ビジネスが続々と登場、一時の閉塞感から脱却の兆しにあります。

■本レポートは、業界ホットキーワード分析を始め、国内外における各種の市場予測や企業戦略/システム動向等の詳細を凝縮。ファクトの羅列に終始せず、詳細な分析を行っている点が、類書にない大きな特徴です。

■モバイル関連企業の事業戦略構築や経営企画はもとより、R&D、新規参入/アライアンス戦略など、さまざまな用途に“使える”内容構成です。この機会をお見逃しなく、ぜひご検討下さい。

「モバイルインターネット要覧2011」の詳細は、次ページ以降をご覧ください

- 発行日 2010年11月29日・第二版第1刷
- 頒 価 本体価格 95,000円 (税込価格: 99,750円・送料無料サービス)
- ※優待価格 **下記レポートご購入済みのお客様は、5,000円OFF(税込: 94,500円)** ※購読者ご本人限定
 - ・「モバイルSNS/ソーシャルアプリの事業分析と市場規模予測」(2010年9月10日発行)
 - ・「LTE-FDD/TD-LTE/WiMAXの最新情勢とグローバルプレーヤーの動向分析」(2010年7月26日発行)
 - ・「フェムトセル関連市場と事業戦略の展望」(報告書Vol.1または報告書Vol.2)(2009年11月17日/2010年3月30日発行)
- 体 裁 全475ページ・図表310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 株式会社 情報流通ビジネス研究所・企画調査グループ
- お申込み 本パンフレットの最終ページ(申込書)をコピー・ご記入の上、FAXで弊社に送信してください。FAXを受信後、弊社よりご注文内容の確認メールをお送りします。
- 商品発送 お申込み確認から発送まで2~3営業日かかります。
- お支払い 商品に納品・請求書を同封いたします。弊社指定口座にお振込み下さい(法人での購入限定)。

■お申込先/
お問合せ

 **情報流通ビジネス研究所**
Info-Sharing Business Institute, Ltd.

- ・メールで → isbi-customer@isbi.co.jp (24時間対応)
- ・電話で → TEL 046-271-2323 (対応時間帯 10:00~17:30)
- ・HPから → 「お問合せ」フォーム (24時間対応)

第1章 モバイル市場ホットキーワード分析編

I. LTEの国際市場トレンドと海外オペレータの次世代戦略

ポイント

- スマートフォン/タブレット端末ブームとデータ急増の二律背反に苦慮する携帯電話事業者
- 2010年、LTE-FDDの実質的先頭集団としてドコモとベライゾンが商用サービス開始
- 3Gライセンス高騰の“後遺症”が祟り、HSPA+を経てLTEに向かう欧州オペレータの慎重さ

1. データ端末の普及・拡大とLTE構築の必然性

- (1) データトラフィックの爆発的急増とLTE
- (2) データトラフィックと事業者の収益

- ① 指数的に急増するモバイル・データトラフィック
- ② スマートフォンの急増に音を上げる携帯電話事業者
- ③ データ通信急増に対する携帯電話事業者の対策
- ④ 臨界点が迫ってきたCS/PS混在ネットワーク
- ⑤ データトラフィックの急増と事業者収益性の乖離

2. LTEのシステム概要と標準化

- (1) LTEネットワークのシステム概要
- (2) LTEにおける無線アクセス系技術
- (3) LTEにおけるコアネットワークの概要
- (4) 標準化動向——LTE/HSPA/LTE-Advanced
- (5) LTEにおける回線交換系サービスの扱い

- ① LTEの主要諸元
- ② LTEネットワークのノード構成
- ③ OFDMA/MIMO/64QAMの採用
- ④ 3GのNodeBとRNCを「eNodeB」に集約
- ⑤ ③周波数リソースの管理方式
- ⑥ LTEネットワークとSON技術の適用
- ⑦ フェムトはマクロ基地局と同一インターフェース
- ⑧ LTEネットワークの中核を成すEPC
- ⑨ CS Fallback/SRVCCによる回線交換網連携
- ⑩ LTEのサービス特性と端末への要求仕様
- ⑪ ③GPPにおけるLTEの標準化作業
- ⑫ ③Gの発展的拡張版における標準化
- ⑬ マルチキャリア化/MIMO/多値変調
- ⑭ Release10「4キャリアHSDPA」とLTE
- ⑮ LTE-Advancedの標準化とそのポイント
- ⑯ ⑥広帯域化/DFTS-OFDM方式/MIMO拡張
- ⑰ CoMP技術/ルーラー伝送の採用
- ⑱ LTE普及に向けた特許ライセンスの枠組み
- ⑲ GSMのお墨付きを得た「One Voice」
- ⑳ LTE上で音声/SMSサービスを実現
- ㉑ ベライゾンの意図とOne Voiceの検討
- ㉒ ④過渡的効用の意味しかない3G網併用
- ㉓ VoIP化による付加価値音声サービスの提供

3. LTE向け周波数の世界的トレンド

- (1) LTE-FDDの周波数動向
- (2) LTE-FDDの主な有力周波数帯域
- (3) 周波数に求められる今後の要件と動向
- (4) アナログ跡地を巡る欧州の周波数動向

- ① TDD方式の特徴と周波数割り当て
- ② LTE-FDD向け周波数割り当ての難しさ
- ③ ①米国AWSおよび700MHz帯域
- ④ GSM 900
- ⑤ IMT拡張バンド
- ⑥ その他
- ⑦ ①今後の展開に向けた周波数要件
- ⑧ ②周波数におけるLTE上の展開ポイント
- ⑨ ①ドイツにおける周波数オークション
- ⑩ ②800MHz帯域と“ルーラーエリア規制”
- ⑪ ③欧州「デジタル・アジェンダ」とLTEへの期待

4. LTE導入に向けた欧米オペレータの動向

- (1) LTE/SAEの普及に向けた活動
- (2) LTEの勢力拡大と新たな対抗軸の予兆
- (3) LTEを巡る北米携帯電話オペレータの動向
- (4) LTEを巡る欧州携帯電話オペレータの動向

- ① LSTI参画メンバーにおけるLTE実証実験
- ② LSTIにおけるインターオペラビリティ開発試験
- ③ ①3.9G移行局面でCDMAを呑み込んだGSM勢
- ④ ②先行するモバイルWiMAXが射程内に
- ⑤ ③LTE陣営内における2大派閥の形成
- ⑥ LTE市場を巡る経済ブロック間の主導権闘争
- ⑦ ④欧州国際戦略の割れ目になだれ込むTD-LTE
- ⑧ ①3.9Gの潮目となったベライゾンのLTE採用
- ⑨ ②ベライゾンによるLTE早期商用化の必然性
- ⑩ ③大株主ボーダフォンとの関係変化と相乗効果
- ⑪ ④LTE提供に向けたバックホール回線の張り替え
- ⑫ ⑤AT&TにおけるHSPA+とLTEの並走
- ⑬ ⑥両刃の剣となったAT&TのiPhone独占販売
- ⑭ ⑦AT&TによるLTE構築加速の可能性
- ⑮ ⑧北米オペレータの大半はLTEを導入へ
- ⑯ ①3Gライセンス高騰の後遺症とLTE投資意欲
- ⑰ テリアソネラによる世界初のLTE商用化
- ⑱ ③グループで先頭を切るボーダフォンD2
- ⑲ ④フランステレコムにみるLTE導入慎重論
- ⑳ フルサービスで開始が基本のT-モバイル
- ㉑ ⑥欧州3Gの既視感とLTE本格稼働時期

II. スマートフォン急拡大で激変する携帯電話グローバル競争

ポイント

- 携帯電話端末市場でスマートフォンの占有率が2010年に20%突破、2015年・7割まで急拡大へ
- iPhoneのグローバル統合サービスに対抗軸を打ち立てるAndroid OS勢のローカライズ戦略
- 上位5社の勢力圏に亀裂。事業者依存からの脱却と海外起点の端末開発で日本勢にも商機

1. 世界のスマートフォン市場を巡る動きと市場展望

- (1) 世界のスマートフォン市場動向と市場予測
- (2) スマートフォンにおけるベンダー間競争

- ① 買い替え需要に火をつけたスマートフォン市場
- ② 「スマートフォンは当たり前」の時代へ突入
- ③ ノキア寡占から乱世へと激変するスマートフォン
- ④ ②旧グローバル端末勢力を脅かす存在のアップル
- ⑤ Android OSの本格的離陸による乱戦市場へ

2. スマートフォンOSのグローバル市場分析と今後の予測

- (1) スマートフォンOS市場の現状と展望
- (2) iPhoneとAndroidにおける今後の市場展開
- (3) スマートフォンと国内端末ベンダーの海外展開

- ① iPhoneへの熱狂が分散、多様化の時代へ
- ② ①2015年におけるiPhoneの市場シェア展望
- ③ Android端末とiPhoneの立ち位置の本質的相違
- ④ オープンOSという物量に対するAppleの打ち手
- ⑤ 続々と登場するAndroid OS搭載モデル
- ⑥ Android OSによる端末販売のパラダイムシフト
- ⑦ 侵食されるSymbian OSと復活のシナリオ
- ⑧ スマートフォン市場で踏みとどまるRIMとMS
- ⑨ ①グローバルのiPhoneとローカルのAndroid OS
- ⑩ ②大手の間隙を衝いたAppleの市場参入
- ⑪ ③ネイティブアプリに依存した“端末のローカライズ”
- ⑫ ④“各国対応の集積度”がベンダーの帰趨を決定
- ⑬ ①Android OS搭載モデルと国内ベンダーのスタンス
- ⑭ ②端末大手寡占の崩壊と日本勢の商機
- ⑮ ③旧弊から脱却した端末開発の必要性

III. 加熱するモバイルSNS/ソーシャルビジネスの市場分析

ポイント

- モバゲー・GREE大躍進。最も手元にある中毒性サービスへの仕上げが勝因に
- 米国で湧き上がるFacebook・iPhone上のソーシャルアプリへの熱狂に漂うハブ感
- 揺籃期のモバイル・ソーシャル市場。日本のコンテンツ企業・SNSにも多大なチャンス

1. 日本のモバイルSNS(モバゲー・GREE)の急成長

- (1) デベロッパ(DeV)に訪れたゴールドラッシュ
- (2) ソーシャルゲームの事業モデル分析

- ① mixiを一気に抜き去ったDeNA/GREE
- ② ①交流サイトから「ゲームセンター」への転換が突破口
- ③ モバイルSNSに次々と参集するSAPの熱気
- ④ ②ゲームセンターと近似したマーケティングモデル
- ⑤ ③数千万のマーケット・スケールへと大成長
- ⑥ ④ゲームセンターの制約を超越したモバイルSNSの特性

2. 世界でのソーシャルビジネスの勃興とモバイル化——Facebookの研究

- (1) Facebook大躍進の背景
- (2) Facebookが抱える課題とその弱点

- ① 個人情報管理機能の柔軟性と応用性
- ② 課金プラットフォームへの進化で爆発的成長
- ③ 「トラフィックの覇者」対「ノードの新興勢力」へ
- ④ ①モバイルコミュニケーションへの対応
- ⑤ ②「アバター」そして「仮想自己」への対応
- ⑥ ③SAPとの間で強まる遠心力
- ⑦ ④グローバルベースでみたFacebookの地位と今後

3. 世界でのソーシャルビジネス勃興とモバイル化——アップル「iPhone」の研究

- (1) “iPhone 経済圏”の市場規模と予測
- (2) Appleにおける垂直統合型収益モデル分析

- ① iPhoneの革新的UEでSAPを魅了したApple
- ② iPhone 経済圏における市場スケールの把握
- ③ ①国内モバイルコンテンツより一桁小さい市場規模
- ④ ②通信事業者に対するパワーバランスの妙
- ⑤ ③プロモーション・ツールに過ぎないiPhoneアプリ
- ⑥ ④SAPに“焼畑農業”を強いるノンパートナー
- ⑦ ⑤SNS機能「ping」で問われるAppleのDNA

4. 「モバイル・ソーシャル」アプリビジネスの特質と参入戦略

- (1) モバイル・ソーシャルアプリ市場への過大評価
- (2) ソーシャルサービスの情報価値生成・流通プロセス
- (3) ソーシャルサービスの収益化モデル
- (4) ソーシャルビジネス化にコンテンツジャンル別戦略
- (5) 迫り来るSAPの淘汰・選別

- ① 「米国発ソーシャル」の喧伝に上滑り感
- ② モバイル上位レイヤーの“穏やかな破壊と創造”
- ③ ソーシャル・バブル崩壊後に来るビッグチャンス
- ④ ①ソーシャルサービスのユーザーは「メンバー」
- ⑤ ②ライフログ・ソーシャルグラフの継続的記録・送付
- ⑥ ③自然発生的な話題の「渦」の発生
- ⑦ ④ネットワーク外部性と「渦」の自然増殖・高速伝播
- ⑧ ⑤非ネット媒体・Web1.0媒体との違い——創作と流通が混然一体に
- ⑨ ⑥Web.2.0ネット媒体との違い——放送との近似
- ⑩ ⑦ライフログ・ソーシャルグラフの「資産価値」が中毒性を形成
- ⑪ ①体験・表現の「アップグレード」による収益化
- ⑫ ②サービスのヒエラルキー構造と課金メカニズム
- ⑬ ③群集心理に対する煽りになじむモバイル
- ⑭ ④ゲーム・時事ネタがソーシャルになじむ理由
- ⑮ ⑤ゲーム以外におけるソーシャル化の適用性
- ⑯ ⑥ソーシャル的「煽り」の限界とそのリスク
- ⑰ ⑦SAPビジネスにおける成否の分水嶺
- ⑱ ⑧コンテンツの低コスト・大量生成とテスト運用に耐える体力
- ⑲ ⑨コンテンツ選別と集中プロモーションへの資金力
- ⑳ ⑩ブレイクしたコンテンツの「売り延ばし」ノウハウ
- ㉑ ⑪マルチプラットフォーム対応可能な経営体力

5. 「モバイル・ソーシャル」プラットフォームの今後

- (1) SNSの今後の進化形
 - ① 顕在化してきたバーチャルなソーシャルグラフ
 - ② 単一SNSプラットフォームへの収斂には限界
 - ③ 「人とのつながり」から「情報価値のつながり」へ
- (2) モバイル・ソーシャル時代と日本企業の商機
 - ① プラットフォームを補完するenablerへの挑戦
 - ② 日本のモバイルSNSビジネスに「黒船」は不要

6. モバイル・ソーシャルアプリビジネスの市場規模予測

- (1) モバイルSNS市場
 - ① 第2ステージに入ったモバイルSNSのエコシステムの進化
 - ② モバゲー・GREE全盛の第2ステージの寿命
 - ③ 第3ステージの競争の行方～ロケーションベース・リアルタイム
- (2) モバイルコンテンツ・アプリケーション市場予測
 - ① 通信事業者の神通力消失と第2フェーズの到来
 - ② SNS主導でモバイルコンテンツ・アプリ市場は1兆円突破へ
 - ③ アプリストア(スマートフォン)の長期大化けシナリオ

IV. 頭角を現し始めたTD-LTEの

潜在パワーとその動向

ポイント

- 独自3G「TD-SCDMA」への拘泥で世界に遅れた中国が「TD-LTE」で巻き返しの様相
- 各国のWiMAX事業者やベンダーを巻き込み、世界規模のエコシステム形成を推進
- 5億加入擁すチャイナ・モバイルはしめインドでも導入、LTE-FDD凌駕する巨大スケール

1. TD-LTEの概要

- (1) LTEにおける2つの流れとその行方
 - ① LTEとWiMAXにおける主導権争いの帰結
 - ② 薄れゆくWiMAXの商用化先行優位性
 - ③ 優勢のLTEに引き始めた2つの潮流
 - ④ LTEシステムにおける2つの複信方式
 - ⑤ TD-LTEとLTE-FDDの本質的な相違点
 - ⑥ あふれ呼の受け皿に終始しない多様性
 - ⑦ 三大勢力鼎立から異母兄弟間の競争へ
- (2) TDD方式としての特徴とそのメリット
 - ① 周波数帯域の使用形態
 - ② FDD携帯時代におけるデファクト競争の特質
 - ③ FDD帯域を巡る競争の枠外にあったTDD帯域
 - ④ TDD向け周波数割割当てとその国際性
- (3) TD-LTEとモバイル事業のパラダイムシフト
 - ① TDD陣営としてのモバイルWiMAX事業者
 - ② 急接近するモバイルWiMAXとTD-LTE
 - ③ WiMAX事業者における宗旨替えの可能性
 - ④ モバイルWiMAX事業者による海外ビジネス
 - ⑤ ベンダーからみたTD-LTEのメリット
 - ⑥ 崩れかかるWiMAXのエコシステム
 - ⑦ デファクト競争の終焉と新たな覇権争い

2. TD-LTE推進で国際主導権を争う中国勢の戦略分析

- (1) 工業情報化部およびチャイナ・モバイルの動き
 - ① TD-SCDMAからTD-LTEへの移行
 - ② MTTTを軸にしたTD-LTEのフィールドテスト
 - ③ 上海万博における中国移动のTD-LTEトライアル
 - ④ 8Tx/8Rx仕様の高水準・大規模フィールドテスト
 - ⑤ TD-LTEの商用サービス開始時期
 - ⑥ TD-SCDMAで得た教訓とTD-LTE
 - ⑦ 自国内エコシステムからの脱却とTD-LTEの拡散
 - ⑧ TD-LTEを介した中台間のパートナーシップを構築

3. 世界各地に飛び火するTD-LTEの動向

- (1) 各国の携帯電話オペレータへの拡散
 - ① TD-LTEの世界市場確立に向けた取り組み
 - ② モバイルWiMAX推進勢力に対する融和戦略
 - ③ 台湾WiMAX産業に対する懸念の増大
 - ④ 中国勢からのさまざまなアプローチ
 - ⑤ 台湾におけるTD-LTEサービスの可能性
 - ⑥ インドにおけるTDD用周波数競売とその結果
 - ⑦ 中国・インドへのTD-LTE導入確定の「重さ」
 - ⑧ TD-LTE鞍替えが濃厚の米国WiMAXオペレータ
 - ⑨ ロシアのYotaにおける路線転換
 - ⑩ 欧州におけるTD-LTEの必要性と競争構図
 - ⑪ 日本およびその他地域へのTD-LTE導入
- (2) TD-LTEを巡る各国の動き
 - ① クアルコム・マルチ対応チップ「MDM9xxx」シリーズ
 - ② インドにおけるクアルコムのTD-LTE市場参入
 - ③ WiMAX専業チップベンダーによるLTE対応

V. 中国モバイル市場のダイナミズムと最新動向

ポイント

- 地域セグメント間の需要格差を抱えながら、2000万加入が射程に入った3G市場
- スマートフォンのニーズが急上昇中、国産端末「楽Phone」投入でiPhoneに対抗
- 3大事業者や金融機関がモバイル決済ビジネスに参入するも、方式統一は不透明

1. 中国携帯電話市場の特質

- (1) 中国における3つの市場セグメント
 - ① サービスに対する需要の極端な相違
 - ② 高度なモバイルサービスを欲する都市ユーザー
 - ③ 高い購買力を持つ中国の若者市場
 - ④ 農村マーケットにおける携帯電話の利用
 - ⑤ チャイナ・モバイルと組んだノキアの「MM-0vi」
 - ⑥ アプリ・ユーザーの重要性とその潜在規模

2. 中国におけるモバイルビジネスの最新トレンド

- (1) iPhoneに対抗するレノボ集団の「楽Phone」
 - ① 世界のスマートフォン・ブームと中国市場
 - ② レノボとチャイナ・ユニコムの連携
 - ③ 「楽Phone」に対する中国ユーザーの値頃感
- (2) 中国携帯電話端末メーカーの再生
 - ① 3G市場で躍進した中国端末ベンダー酷派
 - ② チャイナ・モバイルのOMSを搭載製品も開発
- (3) 中国のモバイル決済最新動向
 - ① 中国銀聯によるモバイル決済産業連盟の設立
 - ② チャイナ・モバイルと中国銀聯
 - ③ 3大キャリアによるモバイル決済とその課題

VI. フェムトセルとホームICTビジネスの展望

ポイント

- 北米に続き、主要キャリアのフェムトセルが出揃った国内市場。慎重に堅持しながら静かに船出
- 各社のLTE本格展開を機に、2015年度・累計加入数200万超。さらに上振れの可能性も
- オープン化に対する事業者の新たな不可侵領域。プラットフォーム化でビジネスモデル転換

1. フェムトセルの概要

- (1) システムのアウトライン
 - ① 携帯電話基地局の小型化トレンド
 - ② 超小型基地局コンセプトの登場
 - ③ 次世代型「ホームゾーン」への期待
- (2) フェムトセルの登場とその背景
 - ④ スピーディな料金戦略の実行
 - ⑤ 屋内データの爆発的増大に対する打ち手
 - ⑥ スマートフォン・ユーザーがトラフィック増に拍車
- (3) フェムトセルの基本的特徴
 - ① ネーミングの由来と本質のギャップ
 - ② 海外と国内市場の3Gエリア環境
- (4) 携帯電話ネットワークの構成とフェムトセル
 - ③ 3Gコアネットワークとの接続形態
 - ④ コア接続と制御による宅内サービスの分類

2. フェムトセルの標準化動向

- (1) フェムト・フォーラムの活動
 - ① 各種団体との協力関係を構築
 - ② HNBアーキテクチャの承認
- (2) 3GPPにおける標準化
 - ③ Release8における3Gフェムトセル
 - ④ 既存端末に対する無線アクセス制御
 - ⑤ Release9における仕様策定作業
 - ⑥ SONによる自己最適化と干渉回避
 - ⑦ 通信サービス提供時のハンドイン/アウト
 - ⑧ Release10における標準化作業
 - ⑨ SONによる自己最適化と干渉回避
- (3) ブロードバンド・フォーラムとフェムトセル
 - ① 宅内機器遠隔管理プロトコル「TR-069」
- (4) OSGiアライアンス/DLNAとフェムトセル
 - ① OSGiサービスプラットフォーム
 - ② OSGiとホームゲートウェイ
 - ③ DLNAにおけるブロードバンド対応
 - ④ NTTコムウェアにおける実証実験

3. フェムトセルをめぐる海外通信事業者の動き

- (1) 世界各国における通信事業者の動向
 - ① 3GPP Rel-8で道筋が見え始めた2009年
 - ② インターオペラビリティテストの実施
 - ③ 横一線に並ばないサービスコンセプト
 - ④ コアネットワーク高度化スケジュールの差異
 - ⑤ スマートフォンがLTEフェムトセルを加速
- (2) 米国におけるフェムトセルの動向
 - ① 米国オペレータによる早期商用化の背景
 - ② エリアカバレッジと2Gフェムトセルの展開
 - ③ 不感エリア対策は「商材以前」のサービス
 - ④ 2008年のフェムトセル販売数
 - ⑤ AT&Tの3Gフェムト本格商用化が焦点
 - ⑥ 世界で初の商用サービスを提供
 - ⑦ CDMAフェムト・サービス「Airave」
 - ⑧ 3Gへの対応とIMSとの統合
 - ⑨ モバイルWiMAXとフェムトセル
- (3) スプリント
 - ① Network Extenderの発売
 - ② スプリント同様の基本スペック
- (4) ベライゾン
 - ① 「3G Micro Cell」のサービストライアル
 - ② 米国で初めての3Gフェムトセル
- (5) AT&T
 - ③ 爆発的なiPhoneのデータトラフィック対策
 - ④ IPTV用STBとフェムトセル・サービス統合
 - ⑤ WiMAXに対応するフェムトセル
 - ⑥ クリアワイヤとCATV業者
 - ⑦ 商用化に踏み切ったボーダフォン
 - ⑧ 「Vodafone Access Gateway」の値頃感
 - ⑨ テレフォニカ02——2010年商用化に修正
 - ⑩ UMA優位を説くフランステレコム
 - ⑪ UMAとフェムトを秤にかけるT-モバイル
 - ⑫ T-モバイルのサービス投入タイミング
 - ⑬ UMAの推進に基本方針を転換
 - ⑭ 台湾——国家レベルでR&Dが活発化
 - ⑮ 韓国における通信事業者の動向
 - ⑯ SKテレコムおよびKTの動き
- (6) 米国CATV業者の動き
 - ① 欧州におけるフェムトセルの動向
- (7) 欧州におけるフェムトセルの動向
- (8) アジア通信事業者の動向

4. フェムトセルをめぐる国内通信事業者の動向

- (1) 国内事業者によるフェムトセルの展開
 - ① 稠密な3G全国エリアという先進環境
 - ② Release9のコンプライトで本格始動へ
 - ③ キャンプオン問題への対処
 - ④ 商用サービスベースも慎重な滑り出し
 - ⑤ ビジネスモデルと料金の問題意識
 - ⑥ 在圏リガーによる世界初の付加価値サービス
 - ⑦ 公共ゾーンにおけるフェムトの優位性
 - ⑧ 「2012年度・100万加入」に見える意図
 - ⑨ フェムトを軸にした国際戦略の可能性
 - ⑩ 欧米事業者ライクな姿勢から出発
 - ⑪ iPhoneでデータ通信トラフィックが激増
- (2) NTTドコモによる初の商用化
- (3) ソフトバンクの動向と狙い

(4) KDDIによるフェムの検証	③投資回収に必要な市場のスケール	④フェムセルのプラットフォーム化戦略	⑤エリア不感ユーザーに向けフェム配布へ
5.フェムト専門ベンダーの動き	①2010年3月からフィールドテスト開始	②UMA型FMCとフェムの両天秤へ	
(1) フェムト専門ベンダーの登場	①早期からUMA/IMS対応に着手	②多様な企業との提携関係を構築	③googleが着目したHGWコンセプト
(2) Ubiquisys (ユビキシス)	④フェムトセルによる全自動ボットキャスト	⑤台湾SerComm製HGWにフェムト統合	
(3) ip.access (アイピーアクセス)	①BTS小型化トレンドを起点に活動	②固定FMC対抗策としてOyster訴求	
(4) Airvana (エアバナ)	③シスコやクアルコムも戦略的投資	④携帯事業のデータMoU向上を訴求	
(5) picoChip (ピコチップ)	①CDMA無線ソリューションから出発	②国内CDMAフェムトセルで日立と提携	
(6) Airwalk (エアウォーク)	①3G/WiMAXインフラチップから参入	②GSMからLTEまでの各方式をラインアップ	③フェムトセル部品価格の劇的下落を予想
6.大手総合ベンダーの動向と戦略展望	①企業向けフェムトセルを重視	②固定事業者のFMC市場に照準	③CDMAからIMSコアのLTEフェムトへ
(1) 総合通信ベンダーの動き	①フェムト専門と総合ベンダー間の提携	②フェムト一体型HGWと大手の参入動機	
(2) 大手総合ベンダーの事業展望	①フェムト装置と総合ベンダーの収益性	②総合ベンダーにおける商品ポジション	
(3) 国内総合ベンダーにおける戦略展望	③フェムトにぶら下がるビジネスの多様性	④長期ビジョンを欠いた海外先行事例	
7.フェムトセルの市場予測と今後の展開	①海外進出のテストベッドたる国内市場	②フェムトセルにおける国内勢の優位性	③国内における早期の事業モデル確立
(1) フェムトセル・サービス加入市場の展望	①メジャーなサービスへの転機は2013~2014年度	②LTEサービスの離陸とフェムト市場	③爆発的ヒット——上触れの可能性
(2) フェムトセル装置市場の展望	①フェムトセル装置の販売形態	②エリア構成技術の革新とフェムトセル	
(3) フェムトセル装置の市場展開イメージ	③フェムトセル装置の市場特性	④世帯数/BB回線数と市場規模	
8.フェムトセルによる国際展開とプラットフォーム化	①BB回線接続装置との相違点	②白物家電とフェムトセルの市場特性	⑤機器ベンダーとフェムト単体ビジネス
(1) フェムトセル周辺のビジネスチャンス	③フェムト機器の年間市場スケール	④売り切り方式の金額市場スケール	⑧無料工事に形を変えた装置購入補助金
(2) キャリアの次世代事業モデルとフェムトセル	④通信事業者からみた売り切り方式	⑦LTEへの移行とレンタル方式の利点	
	①周辺機器/サービスの潜在性	②フェムトセル初期フェーズの事業性	③新旧混在コアにおける導入と国際展開
	④ネットワークとユーザーの内外差	⑤ICT領域に踏み込むフェムトセル事業	⑥テレコムに閉じたモデルの矮小性
	⑦フェムトセルとICTエコシステムの形成	①携帯事業者のBtoBtoCプラットフォーム	
	②次世代プラットフォームとしての切り出し方		

VII. 海外市場で顕在化する

モバイルWiMAXの“変節”

ポイント

- LTEに商用化サービスで2年先行、日米を主軸に新興国のグリーンフィールドにも浸透へ
- 次世代規格「WiMAX2」(IEEE802.16m)確立するも、エコシステム拡大に一抹の不安
- TD-LTEを推す中国勢がWiMAX陣営の取り込みを強化、次世代規格で逡巡するTDD事業者も

1.モバイルWiMAXの概要

- (1) IEEE802.16系無線技術の発展
- (2) WiMAXの標準化と認証工程
- (3) 地域WiMAX「802.16-2004」の概要と動向
- (3) モバイルWiMAX (IEEE802.16e)の概要

- ①WiMAXフォーラムの設立
- ①WiMAXの標準化プロセス
- ①山間過疎地における有線BBの代替
- ③地域WiMAXの普及を阻む要因
- ①IEEE802.16とセルラー系技術への接近

- ②早期の標準化と認証プロセス
- ②Plugfestを通じた認証
- ②BBエリア地域格差とIEEE802.16-2004
- ④普及に向けたクラウド型共用CSNの利用
- ②IEEE802.16-2004とIEEE802.16eの比較
- ③次世代WiMAXの標準化に向けた動き

2.モバイルWiMAXの周波数割り当て状況

- (1) WiMAXの周波数割り当て動向
- (1) 北米クリアワイヤーの誕生と再出発
- (2) クリアワイヤーにみるWiMAX事業の行方
- (3) 韓国のWiBro事業を巡る動き
- (4) 台湾におけるモバイルWiMAXの動向

- ①先進諸国の動向
- ②新興市場における周波数帯域
- ③モバイルWiMAXを巡る欧州の動き
- ①クリアワイヤーの設立と北米WiMAX市場
- ②無線BBサービスの開始とインテルによる大型投資
- ③WiMAXにおけるエコシステムの中核に急浮上
- ④IPOとAT&Tからの2.5GHz周波数購入
- ⑤スプリントとの提携およびベンディングのインパクト
- ⑥新生クリアワイヤーの誕生と投資企業間の提携
- ①スプリントによるWiMAX携帯「EVO 4G」の発売
- ②2010年末・1億2000万人エリアをターゲットに
- ③ネットワークにWiMAXを用いるスマート・グリッド計画
- ④将来への期待と不安を抱えながらの事業運営
- ⑤「LTE優勢」で高まってきた“変節”の可能性
- ⑥中国勢との接近で形成される“LTE-FDD対抗軸”
- ⑦露WiMAX大手Yotaの戦線離脱とその影響
- ⑧インドのTDD向け周波数オークションとWiMAX
- ⑨WiMAX2に対するクリアワイヤーのスタンス

- ②WiMAXの3G標準化に向けた活動
- ③WiBro市場の活性化に向けた取り組み
- ④VoIP通信の許可と「010」番号の付与へ
- ⑤KTにおけるWiBro戦略
- ⑥Wave2を起点に動き始めたSKT
- ⑦SKTの無線LANサービス再開とWiBroの活用
- ⑧国内を踏み台にしたWiBro事業者の海外展開
- ①台湾の「M-Taiwan」プロジェクト
- ②独特のオークションで6事業者に地域周波数免許
- ③2010年、モバイルWiMAX各社のサービスが出揃う
- ④携帯電話大手オペレータの反応
- ⑤ハード起点の戦略とオペレータの投資意欲
- ⑥台湾全土向けモバイルWiMAX周波数の行方
- ⑦“TDD陣営”としての次世代インフラ戦略
- ⑧接近する中台企業間の距離と国際戦略

第2章 3.9G 時代に突入する国内市場の動向と今後の展望

I. 国内携帯電話/BWA/PHS市場と今後の予測

1. 携帯電話/BWA/PHSの市場概況と今後の予測

- (1) 携帯電話/BWA/PHSの市場概況と今後の予測
- ①2012年度には普及率100%超の時代に突入

2. 国内移動通信サービスの無線アクセス方式別市場の展望

- (1) 世代別・方式加入数推移と予測
- ①3.5G利用者が市場の過半を突破
- ②2012年度を境にLTE加入者が急増

II. 国内移動通信キャリア間における市場競争の動向分析と展望

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) 各事業者の加入数/シェア推移と予測(1994年度~2015年度)
- (2) 高速化/高度化に向けたインフラの動向
- (3) サービス展開上から見たシステム間競合
- (4) 市場環境・技術ロードマップ

III. 次世代ネットワークに向けた移動通信キャリアの戦略分析

1. 携帯電話事業者3社における2010年度上期業績

- (1) スマートフォンが明暗分けた10年度上期
- ①ドコモのスマートフォン拡販が本格化
- ②スマートフォン投入体制が整ってきたKDDI
- ③iPhone依存からの脱却が課題となるSBM
- (2) 国内事業者のネットワークと事業環境の変化
- ①高速ネットワークへのマイグレーション
- ②流動的なTDD帯ネットワークの行方
- ③多次元化するモバイル市場の環境変数

2. NTTドコモの事業動向と次世代ネットワーク戦略

- (1) 2009年度業績および2010年度の見通し
- ①ドコモにおける2009年度の業績
- ②2010年度業績は減収増益を見込む
- (2) サービス展開状況と今後の戦略
- ①PDC停波に向けたFOMAへの巻き取り
- ②2012年・スマートフォンの販売目標50%
- ③音声ARPUとデータARPUの逆転を予想
- ④LTEサービスの開始と今後の舵取り

3. KDDIのK事業動向と次世代ネットワーク戦略

- (1) 2009年度業績および2010年度の見通し
- ①KDDIにおける2009年度の業績
- ②引き続き苦しい2010年度の見通し
- ③課題を残したデータ通信ARPUの向上
- (2) サービス展開状況と今後の戦略
- ①新800MHz帯対応端末への移行
- ②マルチキャリア版「WIN HIGH SPEED」の提供

- ③競合ネットワーク高速化に対する打ち手 ④J:COMとの関係強化で力強く反転攻勢へ
- 4. ソフトバンク・モバイルの事業動向と次世代ネットワーク戦略**
- (1) 2009年度業績および2010年度の見通し ①ソフトバンクにおける2009年度の業績 ②上位2社に差をつけたデータARPUの急上昇
 (2) サービスの展開状況と今後の戦略 ①iPhoneの好調が突き付けた大規模投資 ②DC-HSPAサービス「ULTRA SPEED」の開始
 ③ソフトバンクにおけるLTEの開始シナリオ ④稼ぎ頭iPhoneの動向とLTEサービス
 ⑤XGP高度化の動向とソフトバンクのLTE ⑥ソフトバンクにおけるネットワーク事業の再定義
- 5. イー・モバイルの事業動向と次世代ネットワーク戦略**
- (1) 2010年度上期の業績とその動向 ①イー・アクセスとの統合を完了 ②ネットブックのセット加入者とその解約率
 (2) サービスの展開状況と今後の戦略 ①DC-HSDPAサービス「EMOBILE G4」の開始 ②スマートフォンで既存ユーザーを狙う
 ③EMの基本戦略とモバイルWiMAX対抗策 ④DC-HSPAによる84Mbpsサービスの可能性

IV. 国内モバイル端末市場の概況と今後の予測

- 1. 市場概況および市場規模予測 (1998年～2015年度)**
- 2. 携帯電話/BWA端末の国内市場規模推移と予測 (1998年～2015年度)**
- (1) 国内携帯電話端末の市場概況 ①2007年度の活況とその後の展開 ②マイナス要因の重なった2008～2009年度 ③オープン化に不可欠だった“痛み”とその先
 (2) スマートフォンの普及と端末市場 ①新たな需要喚起を促したスマートフォン ②2010年度から見えてきた上昇気流
 (3) システム別国内市場規模推移と予測 ①3.5世代へのマイグレーションがほぼ完了 ②3.9Gサービスにおける3つの方式 ③モバイルWiMAX端末における市場の見通し
 ④海外事業者の足並みが揃う3.5G拡張型 ⑤DC-HSDPA端末における市場の見通し ⑥LTE-FDD端末を取り巻く市場環境
 ⑦KDDIにおけるLTEの展開と端末の動向 ⑧ドコモにおけるLTEサービスの展開 ⑨国内LTE端末における市場の見通し ⑩2013年度以降にLTE端末の高機到来

第3章 次世代に向かう海外市場の動向と今後の予測

- 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**
- 2015年、全世界における携帯電話サービス加入者数は70億ユーザーを突破
 - スマートフォン・ブーム発信源の米国市場。ハイエンドとローエンド需要の並走で増増
 - 中国/インドに続いてインドネシアとパキスタンが急伸、世界需要の5割がアジアに
- 1. 携帯電話サービス加入者数の推移と予測**
- (1) 50億加入時代に入った世界需要 ①世界同時不況を吹き飛ばした旺盛な需要 ②2015年の総加入数は70億越えへ
- 2. 世界における地域別携帯電話の加入者数推移と予測**
- (1) 先進諸国における需要飽和と新興市場の隆盛 ①スマートフォンも霞む新興市場の需要爆発 ②“二面性”を保ちながら市場発展する北米エリア
 ③成熟/低ARPUという西欧市場の今後 ④東欧・中南米市場の急膨張と伸びしろ
 (2) 世界総加入の5割に向かうアジア市場 ①アジア圏を牽引する中印のマーケット・ハワー ②存在感を急速に高めたインドネシア/パキスタン

- II. 海外市場とLTE時代に向けたオペレータの動向** **ポイント**
- スマートフォン熱狂と上位レイヤ企業サービスのサービス活況で、米国市場はLTE化加速の予感
 - UMTSの段階的ステップアップを経てLTE導入ロードマップを描く欧米事業者の合理経営
 - 都市部の高級志向の高まりと内陸農村部バーシンの需要の二極で依然成長する中国市場

- 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 ①過去2番目となる年間加入増を達成 ②ローエンドとハイエンド需要への二極化 ③全米4大事業者の合計シェアが85%に
 (2) 米国市場にみるモバイル事業の環境変化 ①M&Aを通じた携帯事業者間の合従連衡 ②スマートフォン・ブームの意味するところ
 ③端末がインフラの在り方を規定する時代に ④上位レイヤから盛り返す米国モバイル業界
 (3) 米国におけるオペレータ間競争状況 ①大手4社による全国ネットワークの拡大 ②2大オペレータ間の対立構図へと収斂
- 2. 全米2大オペレータの事業動向とスマートフォンを巡る動き**
- (1) ベライゾン・ワイヤレスの動向と戦略 ①ベライゾン・ワイヤレスの携帯電話事業戦略 ②2010年Q1に瞬間風速で1億加入突破
 ③LTE構築によるボーダフォンとの協調路線へ ④インフラの充実に裏打ちされた料金戦略
 (2) AT&Tモビリティの動向と戦略 ①AT&Tモビリティの携帯電話事業戦略 ②課題はiPhone依存戦略からの脱却 ③スマートフォン向け新料金プランの導入
 ④上限容量設定によるヘビーユーザーへの牽制 ⑤AT&Tの新料金プランが呼んだ波紋
 ⑥AT&Tのインフラ事情を見透かすユーザー ⑦法人市場に向けたiPad用アプリの開発支援
 ⑧モバイル法人ソリューションの水平展開へ
- 3. LTE導入に向けた北米オペレータの動向**
- (1) ベライゾン・ワイヤレスのインフラ戦略 ①事実上の本格的商用LTEサービスの開始 ②ベライゾンによるハードランディングの背景
 (2) AT&Tモビリティのインフラ戦略 ①LTEの熟成に呼応してサービスを投入 ②LTEに対するベライゾンとのスタンスの相違
 (3) スプリント/クリアワイヤのインフラ戦略 ①LTEに向けたスプリントの動き ②クリアワイヤのWiMAX戦略とその行方
 (4) T-モバイルUSAのインフラ戦略 ①DC-HSPA+でLTEに対抗するT-モバイル ②LTEに対するドイツテレコムとのスタンス
 (5) その他北米事業者におけるLTE動向 ①米国初のLTE商用化となった外ロPCS ②LTE構築に直行するCDMA事業者の事情
 ③衛星/LTEデュアルサービスに向けた動き ④LTEネットワークのホールセール事業の勝算
 ⑤カナダ市場におけるLTEサービスの展開
- 4. 欧州主要国における市場動向**
- (1) 英国における携帯電話市場の動向 ①2000年をピークに漸増する飽和市場 ②アクセス系ネットワーク設備の共用
 ③T-モバイルとオレンジによる合併企業の登場 ④事業統合による市場寡占化とその影響
 ⑤ARPUの向上に向けた“脱プリペイド”の動き
 ⑥ポストペイドSIMオンリーの普及が抱える懸念
 (2) LTE導入に向けた英国オペレータの動向 ①OFCOMによる800MHz/2.6GHz帯の競売 ②英国携帯電話事業者のLTE計画
 (3) フランスにおける携帯電話市場の動向 ①欧州圏のなかでは低いプリペイド加入率 ②3社寡占による硬直的なオペレータ間競争
 ②上昇基調に乗り始めた3Gサービス ③「三度目の正直」で登場した新規3Gオペレータ
 ④「料金無制限」「融合商品」中心のMVNO事業 ⑤ビデオテックスから派生した決済プラットフォーム
 (4) LTE導入に向けた仏オペレータの動向 ①LTEの前にHSPAサービスを展開 ②900MHz帯域を使用するLTEの実験開始
 (5) ドイツにおける携帯電話市場の動向 ①1億越えて日本に次ぐ世界8位の加入規模 ②上位2社シェア7割超状態で市場展開
 ③固定と移動の融合を強化するドイツテレコム ④D2ボーダフォン/O2のFMC体制強化
 ⑤独自サービスで収益確保保う下位シェア事業者
 (6) LTE導入に向けた独オペレータの動向 ①ドイツにおける800MHz帯周波数ルール規制 ②地方から広がる独T-モバイルのLTE
 ③HSPA+の全国展開を優先する独O2 ④D2ボーダフォンが「Zuhause」のLTE版を導入
 (7) イタリア携帯電話市場の動向 ①西欧2位の加入数規模も少ない伸びしろ ②高いプリペイド加入率と3G化比率
 ③異業種からのMVNO事業参加が活発化
 (8) 北欧オペレータにおけるLTE導入動向 ①HSPA+との差別化に課題——テリアソネラ ②テレノールとテレ2のLTE共同ネットワーク構築
 ③デンマークから立ち上がるハチソン3のLTE
- 5. 中国携帯電話市場の現状と事業者の動向**
- (1) 中国携帯電話市場の概況 ①過去最高の年間加入増1億を記録した2009年 ②急ピッチで進められた農村部へのインフラ整備
 ③増加の一途を辿るプリペイド加入者
 (2) 中国における携帯電話オペレータの動向 ①3Gインフラに対する4000億元の新たな投資 ②チャイナテレコムの農村市場進出計画
 ③チャイナモバイルの農村市場進出戦略
 (3) 中国における3Gサービスの動向 ①チャイナユニコムのHSPAインフラ計画 ②チャイナユニコムの3G端末戦略
 ③チャイナテレコムのEV-DO/LTEインフラ計画 ④チャイナテレコムにおける3G端末戦略
 ⑤チャイナモバイルのTD-SCDMAと政策意図
 ⑥中低価格ゾーンに移行する3G端末競争 ⑦iPhoneの価格見直しに出たチャイナユニコム

- (4) 中国TD-LTEの方向性 ①「TD-LTE-Advanced」技術案の提出 ②沿岸3都市でのTD-LTEネットワーク・テストへ
③自国の事業者だけに期待しない事業展開

III. 携帯電話端末の世界市場規模推移と予測

ポイント

- 世界同時不況で2009年は微減ながら、先進市場のスマートフォン買い替え需要で回復基調へ
- グローバル大手端末ベンダーの競争構図が激変、新規参入・日本勢も加わり乱戦状況に突入
- 日米で先行するLTEを模倣眺めの欧州勢。先行逃げ切りを図るWiMAX勢をTD-LTEが包囲

1. 世界の携帯電話端末マーケット分析と今後の予測

- (1) 携帯電話端末グローバル市場の展望と見通し ①2009年における端末市場規模の分析 ②先進市場における買い替え需要の喚起
③二極化の様相を強めながら拡大基調を維持
(2) グローバル端末ベンダーのシェアと競争環境 ①2009年における端末主要ベンダー5社の実績 ②スマートフォン専業ベンダーのシェア上昇
③グローバル端末市場における環境の大変化

2. アクセス方式別にみた世界の携帯電話端末市場展望

- (1) 世界の方式別端末市場規模推移と予測 ①市場拡大中の3G端末と今後の伸びしろ ②欧州オペレータおよびユーザーマインドの変化
(2) 次世代無線アクセス方式における端末市場展望 ①LTE-FDD端末市場の本格形成時期 ②TD-SCDMAからTD-LTEへのマイグレーション
③中国国内で急浮上するTD-LTE端末市場 ④モバイルWiMAX事業者の取り込み狙うTD-LTE
⑤商用化で先行するモバイルWiMAXの強み ⑥ハイブリッド化/M2M用途における市場形成

第4章 次世代モバイル市場に向けたグローバルベンダーの動向と戦略

I. インフラ系グローバルベンダーの動きと戦略

1. エリクソン(Ericsson)

- (1) 事業動向 ①エリクソンの事業概要 ②業績の推移 ③ノーテルの買収で北米モバイル市場を完全攻略へ
(2) 3.9G/4Gに向けたインフラ事業戦略 ①3G拡張バージョン「HSPA+」の推進 ②中国勢との競合が激化する3Gインフラ市場
③3G拡張路線からLTE事業へのシフトへ ④MWC2010におけるLTE-Advancedのデモ ⑤北米攻略後のターゲットは中国TD-LTE市場
⑥中国市場とエリクソンのインフラ事業モデル ⑦FDDにこだわったインフラ戦略の行方 ⑧TD-LTEのエコシステムとエリクソンの課題

2. ノキア・シーメンス・ネットワークス(NSN)

- (1) 事業動向 ①NSNの事業概要 ②ドコモ向けLTE事業で富士通/PMCと提携
(2) 3.9G/4Gに向けたインフラ事業戦略 ①VoLTEによるエンド・ツー・エンドの通話デモ ②欧州800MHzのLTEに向けRFモジュール生産開始
③米Light SquaredとLTEで70億ドルの契約を受注 ④TD-LTE端末ベンダーに向けたテストベッドの提供
⑤FlexiをコアにTD-LTE事業強化に転じたNSN ⑥モトローラのモバイルネットワーク部門を買収
⑦真の狙いはLTEビジネスの開拓と拡大 ⑧TD-LTEビジネス推進の大きなドライバーに

3. ファーウェイ(華為)

- (1) 事業動向 ①ファーウェイの事業概要 ②政府のバックアップでグローバルベンダーに ③モジュール系を軸にした端末ビジネス
(2) 3.9G/4Gに向けたインフラ事業戦略 ①LTE-FDDにおける海外事業展開動向 ②60社を超えるオペレータとLTE共同開発
③TDD-OFDM資産を持つベンダーへの接近 ④インフラ下位シェアベンダーとの協調
⑤LTE-FDDとTD-LTEの事業モデルの相違点 ⑥モバイルWiMAXオペレータ争奪戦の様相へ
⑦米国TD-LTE市場開拓の橋頭堡を確保 ⑧TD-LTEのテストベッドとして期待される台湾

4. 中興(ZTE)

- (1) 事業動向 ①中興の事業概要 ②中国ベンダーのインド市場対応
(2) 3.9G/4Gに向けたインフラ事業戦略 ①LTEインフラ事業への取り組み

5. アルカテル・ルーセント

- (1) 事業動向 ①アルカテル・ルーセントの事業概要 ②モバイルWiMAXからLTEへの事業シフト
(2) 3.9G/4Gに向けたインフラ事業戦略 ①LTE向けサービス「ngコネクテッド・プログラム」の創設 ②IP/MPLS分野での強みを生かす総合ソリューション
③AT&TのLTE受注で北米次世代市場確保 ④中国の思惑を追い風にしたTD-LTEの展開へ
⑤モバイルBB時代の収益を支援する「Optism」 ⑥大唐とのTD-SCDMA合弁事業からTD-LTEへ

6. モトローラ

- (1) 事業動向 ①モトローラの事業概要 ②NSNに対するモバイルインフラ部門の売却
(2) 3.9G/4Gに向けたインフラ事業戦略 ①TDDからFDDまでのOFDMA製品をカバー ②CDMAオペレータに対するLTE移行ソリューション
③欧州勢と異なる事業戦略の展開 ④上海万博のTD-LTEデモにおける存在感
⑤WiMAX事業者へ選択の幅を与えるソリューション ⑥モトローラのTD-LTE戦略を受け継ぐNSNの行方

II. 端末系グローバルベンダーの動きと戦略

1. ノキア

- (1) 事業動向 ①ノキアの事業概要 ②組織体制の再再編と部門のスリム化 ③業績の推移
④高機能の競合激化で2010・Q2は純利益40%減
(2) LTE時代に向けた動向 ①世界シェア首位確保も往年の勢いに驕り ②急務となるフルタッチ端末の製品拡充
③「MeeGo」——インテルのモバイルLinuxとの合流 ④体制見直しと合わせ技一本のアライアンス強化
⑤ルネサスへのワイヤレスモデム事業売却 ⑥出遅れたスマートフォンでの反撃を開始

2. サムスン

- (1) 事業動向 ①サムスンの事業概要 ②携帯電話端末ビジネスへの集中 ③業績の推移
(2) LTE時代に向けた動向 ①「イノベーション後」への機敏な対応力 ②独自プラットフォーム「bada」のリリース ③Android搭載スマートフォン「Galaxy S」への期待

3. ソニー・エリクソン

- (1) 事業動向 ①ソニー・エリクソンの事業概要 ②新興市場に向けた製品ポートフォリオ拡大 ③業績の推移
(2) LTE時代に向けた動向 ①ハイエンド市場回帰で反転攻勢 ②「Xperia」投入によるASPの急上昇

4. アップル

- (1) 事業動向 ①アップルの事業概要 ②Mac依存構造の変革を機に急伸 ③モバイル業界に一石を投じたiPhoneの成功
④業績の推移 ⑤予想を上回る好業績をキープ
(2) LTE時代に向けた動向 ①事業者のLTE投資インセンティブを刺激 ②ネット接続を前提とした革新性に起因する限界

第5章 モバイルブロードバンド市場トピックス

2009年度(2009年4月~2010年3月)における市場トピックスを「インフラ/プラットフォーム」「ハードウェア」「ソフトウェア」「コンテンツ/アプリケーション」「新技術/デバイス/標準化」「企業動向/業績」「ICT関連政策」「ユーザー動向/市場」——の8つの新切り口で整理

第6章 資料/統計編

レポート掲載図表一覧(全310点)

第1章 2011年・市場ホットキーワード分析編

LTEの国際市場トレンドと海外オペレータの次世代戦略

- 図表1 モバイル・データトラフィック量見込み内訳(2009~2014年)
- 図表2 モバイル接続されるM2Mデバイスの世界市場
- 図表3 世界のモバイル系トラフィックにおける内訳の予測
- 図表4 ノードBやスマートフォンによるトラフィックの増加
- 図表5 モバイル端末別データトラフィック予測(2009年~2014年)
- 図表6 トラフィック量と収益の乖離
- 図表7 3G/3.5GおよびLTEの主な諸元
- 図表8 3Gネットワークを構成するノード
- 図表9 LTEネットワークを構成するノード
- 図表10 3GPP各標準における遅延時間の比較
- 図表11 SON技術とOPEX削減
- 図表12 ネットワーク構築・運用フローとSON技術の適用
- 図表13 LTEのネットワーク構成におけるフェムトセルの収容形態
- 図表14 LTEフェムトセルとLIPA(Local IP Access)機能
- 図表15 EPCのネットワーク・アーキテクチャ例
- 図表16 LTE/LTE-Aにおける各種アクセス回線の収容・共存
- 図表17 帯域幅20MHz時におけるLTEのUEカテゴリー
- 図表18 3GPPにおける標準化(Release)の進捗
- 図表19 LTE-Advancedの主な仕様
- 図表20 キャリア・アグリゲーションによる広帯域化
- 図表21 マルチポイント連携送受信とレイヤ3リレーの制御フロー
- 図表22 マルチポイント・リレーのイメージ
- 図表23 OneVoiceにおける端末とネットワークのプロトコルスタック
- 図表24 VoLGAのネットワーク構成
- 図表25 CSフォーラムバック機能におけるトラフィックの基本的流れ
- 図表26 IMT拡張帯域
- 図表27 LTE向け帯域候補
- 図表28 IMTに関するWRC2007の特定事項
- 図表29 ドイツオペレータ各社の3.9/4G向け獲得周波数
- 図表30 ドイツオペレータ各社の使用帯域と導入予定システム
- 図表31 LSTIの参加メンバー(ベンダー)
- 図表32 LSTIの参加メンバー(オペレータ)
- 図表33 LSTIの導入表明オペレータ商用化予定とeHSPA+導入有無
- 図表34 LTE-ライアル実施/実施予定国
- 図表35 ベライゾンおよびAT&Tにおける通信呼断の状況

II.スマートフォンの急拡大で激化する携帯電話グローバル競争

- 図表1 スマートフォン販売台数推移と予測(2009年~2015年)
- 図表2 スマートフォンOS世界販売数とシェア推移(〜10年上期)
- 図表3 Android OS搭載のサムスン製スマートフォンGalaxy S
- 図表4 世界のOS別販売台数市場と予測(2009年~2015年)
- 図表5 世界のスマートフォンOS別年間増減数の推移と予測
- 図表6 OHA設立当初の参画メンバー
- 図表7 モトローラのAndroid OS搭載スマートフォン「DOROID」
- 図表8 世界のスマートフォンOS別シェア推移と予測
- 図表9 NキアのSymbian®搭載スマートフォン「N8」
- 図表10 KDDIのAndroid搭載スマートフォン「IS03」
- 図表11 AppleのiPhone画面

III.加齢するモバイルSNS/ソーシャルビジネスの市場分析

- 図表1 日本の主要SNSの売上高推移(2008~2009年度)
- 図表2 日本の主要SNSの営業利益推移(2008~2009年度)
- 図表3 日本の主要SNSの会員数推移(2008~2009年度)
- 図表4 日本の主要SNSにおけるARPU内訳の変化
- 図表5 日本のモバイルSNS市場規模予測(2009年~2012年)
- 図表6 世界各国のSNS勢力(利用ユーザー数)
- 図表7 アクセスキの推移(Facebook対Google)
- 図表8 Facebookの2010年の売上構成
- 図表9 ソーシャル・プラットフォーム競争の構造
- 図表10 Farmvilleの画面例
- 図表11 国内iPhone経済圏推定市場規模と予測(09~12年度)
- 図表12 iPhoneの収益・原価構造と垂直統合戦略との結びつき
- 図表13 ソーシャルサービスの情報価値創出・伝播メカニズム
- 図表14 ソーシャルサービスでの集団購買行動パターン①
- 図表15 ソーシャルサービスでの集団購買行動パターン②
- 図表16 ソーシャルサービスにおけるユーザーへのエンゲージメント構造
- 図表17 コンテンツカテゴリー別のソーシャル化への相性
- 図表18 音楽や飲食店情報におけるソーシャル化の可能性
- 図表19 音楽市場規模のメディア別推移
- 図表20 SAPの選別・淘汰のメカニズム
- 図表21 主要SNSのソーシャルグラフの構造比較
- 図表22 モバイルSNS市場規模推移と予測(2008年~2015年)
- 図表23 主要SNSの総合ARPU推移(2007年2Q~2010年1Q)
- 図表24 主要SNSの課金ARPU推移(2007年2Q~2009年4Q)
- 図表25 主要SNSの広告ARPU推移(2007年2Q~2010年1Q)
- 図表26 モバゲー+GREEにおけるユーザー年代の変化
- 図表27 モバイルコンテンツのジャンル別規模(05年~09年)
- 図表28 モバイルコンテンツのプラットフォーム別市場規模予測
- 図表29 各プラットフォームのジャンル別市場規模予測
- 図表30 国内iPhone/iPad経済圏の推定市場規模と予測
- 図表31 Apple経済圏市場規模予測②国内端末販売
- 図表32 Apple経済圏市場規模予測③国内端末累計稼働数
- 図表33 Apple経済圏市場規模予測④ARPU推移
- 図表34 国内iPhone経済圏推定市場算出パラメータ(2009年度)

IV.頭角を現し始めたTD-LTEの潜在パワーとその動向

- 図表1 世界のエリア別FDD向け周波数帯域
- 図表2 LTE-FDD向け周波数帯域と利用可能帯域幅
- 図表3 FDD/TDD対応チップの例
- 図表4 TD-SCDMA/TD-LTE共通プラットフォーム例
- 図表5 TD-LTEにおける24本のビデオストリーム画面
- 図表6 セクウェンシブTD-LTE端末を接続した上海万博のデモ
- 図表7 3.9G/4Gに向けたロードマップ予想と「FDDvs.TDD」の構図
- 図表8 インドのTDD帯オクシオン結果と落札各社の周波数帯域
- 図表9 独オペレータ各社が獲得したTDD用周波数と帯域幅
- 図表10 主なWIMAXチップベンダー
- 図表11 SequansのLTEデュアルチップとTD-LTE対応USBドングル

V.中国モバイル市場のダイナミズムと最新動向

- 図表1 レノボの「楽Phone」①
- 図表2 レノボの「楽Phone」②
- 図表3 レノボの「楽Phone」③

VI.フェムトセルとホームICTビジネスの展望

- 図表1 フェムトセルの基本サービスコンセプト
- 図表2 屋外型基地局とフェムトセルの比較
- 図表3 携帯電話の小ゾーン化
- 図表4 フェムトセルと携帯電話コアネットワーク
- 図表5 TVの「ながら視聴」調査結果
- 図表6 3Gネットワークとフェムトセルの接続構成イメージ
- 図表7 宅内無線LANによるFMCCの分類
- 図表8 宅内装置による各FMCC提供方式のメリットおよび課題点
- 図表9 フェムトセル〜コア間インターフェースについての合意内容
- 図表10 Home Node Bおよびユーザキテチャ
- 図表11 TR-069のシステム構成要素
- 図表12 TR-069関連プロトコルとフェムトセル
- 図表13 OSGiサービス・プラットフォームのロードマップ
- 図表14 OSGiフレームワークによるホームゲートウェイ
- 図表15 TR-069とDLNA/UPnPプロトコルの接続実験
- 図表16 サムスン「Ubbicell」とスプリントのCDMAコアネットワーク構成
- 図表17 Network ExtenderのGPRSユニットとアンテナケーブル
- 図表18 AT&T「3G MicroCell」の他社比較
- 図表19 フランステレコム「Unik」の収益モデル
- 図表20 WIMAXフェムトセル(SOLID Technologies社)
- 図表21 マイエリアの登録端末数
- 図表22 在り方に関する意見「ITマスカ機能」
- 図表23 ソフトバンクにおけるIMSフェムト・コアと3Gコアの統合
- 図表24 ソフトバンクのプラットフォーム・アーキテクチャ
- 図表25 OSGiフレームワークとフェムトセル
- 図表26 フェムトセルのプラットフォーム化と企業参入機会
- 図表27 Ubiquityの「ZoneGate」とアプリケーションの訴求
- 図表28 Ubiquityの主な提携/資金調達/OEM先等
- 図表29 PodSyncの利用イメージ
- 図表30 フォーム転送による携帯とWEB連携(MWC2009)
- 図表31 Airvanaの「HubBub」フェムトセルとゲートウェイ
- 図表32 picoChipの主な投資ファンド
- 図表33 IMSコアフェムトセルのインテグレーション事例
- 図表34 日立のCDMAフェムトセル(1x+1x EV-DO Rev.A)
- 図表35 フェムトセル・サービス累計加入予測(10年度~15年度)
- 図表36 国内ブロードバンド加入数推移(2005年度~2008年度)
- 図表37 電気冷蔵庫の国内出荷推移
- 図表38 電子レンジの国内出荷推移
- 図表39 フェムトセル配下の各種機器イメージ
- 図表40 ICT関連企業フェムトセルによる事業機会の創出
- 図表41 フェムトセルの付加価値サービスと市場拡大イメージ

VII.海外市場で顕在化するモバイルWIMAXの動向

- 図表1 WIMAXフォーラム日本オフィスの加入企業
- 図表2 WIMAXフォーラムにおける各WGと役員の出身企業
- 図表3 地域WIMAX事業者間における認証連携
- 図表4 IEEE802.16-2004とIEEE802.16eの利用環境
- 図表5 IEEE802.16-2004およびIEEE802.16eの仕様
- 図表6 各国のモバイルWIMAX導入状況と割当て周波数
- 図表7 WISOA参加メーカーとサービス現況
- 図表8 世界のWIMAX(IEEE802.16d/802.16e-2004)展開状況
- 図表9 世界各國のモバイルWIMAX(IEEE802.16e)展開状況
- 図表10 スプリントの3G/WIMAXデュアルAndroid端末「EVO 4G」
- 図表11 HTC製「EVO 4G」とモトローラ製「Doroid」の比較
- 図表12 韓国「IT839政策」
- 図表13 WIMAXの3G標準採択による波及効果の見通し
- 図表14 台湾の国家プロジェクト「M-TAIWAN」
- 図表15 台湾のWIMAX端末機器出荷台数(08年1Q~09年4Q)
- 図表16 台湾の地域WIMAX事業者

第2章 3.9G時代に突入する国内市場の動向と展望

I.国内移動通信加入市場の概況と予測

- 図表1 移動通信の累計加入数と予測(1993~2015年度)
- 図表2 移動通信の純増減推移と予測(1994~2015年度)
- 図表3 携帯/PHS累計加入数推移と予測(1993~2015年度)
- 図表4 携帯/PHS純増減推移と予測(1993~2015年度)
- 図表5 携帯電話加入数推移と今後の予測(1997~2015年度)
- 図表6 携帯電話の純増加入数推移と予測(1992~2015年度)

- 図表7 PHS累計加入と予測(1996~2015年度)
- 図表8 PHS加入増減と予測(1996~2015年度)
- 図表9 携帯/BWA世代別加入数推移と予測(1997~2015年度)
- 図表10 ポスト3G化の推移と今後の予測(1997~2015年度)
- 図表11 ポスト3.5Gシステムの市場規模推移予測(〜2015年度)
- 図表12 システム別加入数推移と予測(1997~2015年度)
- 図表13 システム別加入数推移と予測・詳細(1997~2015年度)
- 図表14 年度別市場環境ファクター予測(2007~2015年度)
- 図表15 主要事業者の次世代インフラ展開予定ロードマップ

II.国内移動通信キャリアの事業動向

- 図表1 累計ベースの事業者シェアと予測(1991~2015年度)
- 図表2 移動通信キャリアのシェアと予測(1991~2015年度)
- 図表3 累計ベースの事業者シェア予測(1992~2015年度)
- 図表4 純増ベースの携帯事業者シェアと予測(1992~2015年度)
- 図表5 純増ベースの携帯事業者別加入予測(1992~2015年度)
- 図表6 携帯事業者別加入数予測詳細(1992~2015年度)
- 図表7 累計ベースのPHS事業者シェア予測(1996~2015年度)
- 図表8 累計ベースのPHS事業者シェア推移(1996~2015年度)
- 図表9 携帯/PHS事業者の業績推移(1999~2010年度予想)
- 図表10 携帯3社の総合ARPU推移(2000~2010年度予想)
- 図表11 携帯3社の音声ARPU推移(2000~2010年度予想)
- 図表12 携帯3社のデータARPU推移(2000~2010年度予想)

III.移動通信キャリア各社の動向と戦略分析

- 図表1 ドコモの2003~2009年度決算と2010年度業績予想
- 図表2 ドコモのARPU/EMOU(四半期別・2002~2010年度予測)
- 図表3 ドコモの1997~2009年度オペレーションと10年度予測
- 図表4 ドコモの解約率推移(2010年度~2009年度)
- 図表5 ドコモにおける3大事業領域の規模推移と予想
- 図表6 パケホーダー契約数推移
- 図表7 ドコモのホームエリアサービス
- 図表8 ドコモのDCMX会員数
- 図表9 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10 ドコモ「ベレターバック」のイメージ
- 図表11 ドコモにおけるLTE導入スケジュール
- 図表12 KDDI移動通信事業の2009年度業績と2010年度予想
- 図表13 KDDIの解約率推移(2001年度Q1~2009年度4Q)
- 図表14 四半期別のauの販売インセンティブ/台数推移と予想
- 図表15 auの2003~2009年度オペレーション状況(四半期別)
- 図表16 KDDIの設備投資推移(2006~2009年度予想)
- 図表17 2.5GHz帯モバイルWIMAXの事業展開スケジュール
- 図表18 ソフトバンクの2009年度業績(連結ベース)
- 図表19 ソフトバンクの連結売上高推移(2003~2009年度)
- 図表20 ソフトバンクのセグメント別売上高(2006~2009年度)
- 図表21 ソフトバンクのセグメント別営業利益(2006~2009年度)
- 図表22 ソフトバンクの解約率推移と他社比較
- 図表23 ソフトバンクの2005~2009年度設備投資
- 図表24 ソフトバンクのARPU推移(2006~2009年度)
- 図表25 イー・モバイルの2006~2009年度業績とオペレーション
- 図表26 イー・モバイルの2006~2009年度バランスシート
- 図表27 イー・モバイルの基本戦略マトリクス

IV.国内モバイル端末市場の概況と今後の予測

- 図表1 国内移動端末市場規模推移と予測(1998~2015年度)
- 図表2 国内移動電話端末の市場規模推移と予測(台数)
- 図表3 国内移動電話端末の市場規模推移と今後の予測(金額)
- 図表4 00~10年度における携帯電話月間出荷数と純増数
- 図表5 00~2009年度の携帯月間出荷台数と出荷トランド
- 図表6 2001~2009年度におけるPHS月間出荷数と純増加入数
- 図表7 2001~2009年度のPHS月間出荷数・対前年度比
- 図表8 携帯電話/BWA端末の市場規模推移と今後の予測
- 図表9 携帯電話の世代別国内市場規模推移と予測
- 図表10 方式別端末市場規模推移と予測(1998~2011年度)
- 図表11 2008年度国内端末メーカーシェア
- 図表12 2009年度国内端末メーカーシェア
- 図表13 2010年上期国内端末メーカーシェア

第3章 海外市場の動向と次世代に向けた戦略分析

I.携帯電話サービス加入者の世界市場規模と予測

- 図表1 世界における携帯電話累計加入数の推移と今後の予測
- 図表2 世界における携帯電話加入の増加数推移と今後の予測
- 図表3 世界における地域別の携帯電話加入数推移と予測
- 図表4 世界における地域別携帯電話加入の増加数推移と予測
- 図表5 携帯電話加入者数トップ10カ国および普及率
- 図表6 世界233カ国の携帯電話加入数および普及率

II.海外市場とLTE時代に向けたオペレータの動向

- 図表7 米国の携帯電話加入者数の推移(1991年~2009年)
- 図表8 米国における携帯電話年間加入増の推移(92~09年)
- 図表9 米国通信市場における競争構図の変遷過程
- 図表10 米国携帯電話オペレータのシェア推移(01年~2008年)
- 図表11 AT&Tとベライゾン・ワイヤレスの収益(2009年)
- 図表12 ベライゾンの加入数/ARPU/解約率(08Q1~10年Q2)
- 図表13 AT&TとベライゾンのARPU推移(2009年Q1~2010年Q2)
- 図表14 AT&Tのスマートフォン向けデータの新2層料金
- 図表15 AT&Tのデータ使用状況確認画面

- 図表16 HSPA+/LTE対応USBモデム「USBConnect」シリーズ
- 図表17 ベライゾンのLTEサービス開始時におけるカバー都市
- 図表18 ベライゾンのLTEサービス展開スケジュール
- 図表19 EV-DO/WIMAXデュアルスマートフォン「HTC EVO 4G」
- 図表20 MetroPCSが採用したLTE端末「Samsung Craft」
- 図表21 英国の携帯電話加入者数の推移(1992年~2009年)
- 図表22 英国の携帯電話年間加入増の推移(1993年~2009年)
- 図表23 英国オペレータのシェア推移(2001年~2008年)
- 図表24 英国携帯電話オペレータのシステム開始時期
- 図表25 英国の3G加入数推移(2003年~2008年)
- 図表26 英国における主なMVNOの概要
- 図表27 フランス携帯電話加入者数の推移(1992年~2009年)
- 図表28 フランスの携帯電話年間加入増の推移(1993年~2009年)
- 図表29 欧州加入市場トップ4カ国におけるプリバド化比率
- 図表30 フランスオペレータのシェア推移(2001年~2008年)
- 図表31 フランスのGPRS開始時期
- 図表32 ドイツの携帯電話加入者数の推移(1991年~2009年)
- 図表33 ドイツの携帯電話年間加入増の推移(1992年~2009年)
- 図表34 ドイツオペレータのシェア推移(2001年~2008年)
- 図表35 イタリア携帯電話加入者数の推移(1991年~2009年)
- 図表36 イタリア携帯電話加入の推移(1992年~2009年)
- 図表37 イタリアのプリバド化比率
- 図表38 イタリアオペレータのシェア推移(2001年~2008年)
- 図表39 テリアノのLTE用USBモデム
- 図表40 中国の携帯電話加入者数の推移(1994年~2009年)
- 図表41 中国携帯電話年間加入増の推移(1995年~2009年)
- 図表42 中国事業者加入数とシステム(新規・累計)
- 図表43 チャイナニコムのシステム別加入数推移(2G/3G)
- 図表44 チャイナニコムのノキア製TD-SCDMA/GSM端末

III.携帯電話端末の世界市場規模推移と予測

- 図表1 世界携帯電話販売台数推移と予測(1998年~2015年)
- 図表2 世界携帯電話販売台数の四半期別推移(〜2010年2Q)
- 図表3 携帯販売台数の年間増減および予測(1999年~2015年)
- 図表4 方式別端末世界市場規模推移(08年~2015年)
- 図表5 世界メーカー別携帯販売台数およびシェア推移
- 図表6 04年1Q~10年2Qのメーカー別世界携帯販売台数推移
- 図表7 2004年1Q~2010年2Qのメーカー別シェア推移①
- 図表8 世界の携帯販売台数とシェア・四半期別推移①
- 図表9 世界携帯電話販売台数とシェア・四半期別推移②
- 図表10 方式別端末世界市場規模推移(08年~2015年)
- 図表11 方式別端末世界市場規模推移と予測②(98年~2015年)
- 図表12 世界における方式別端末市場の増減と予測①
- 図表12 世界における方式別端末市場の増減と予測②

第4章 次世代市場に向けたグローバル企業の動向と戦略

I.モバイルインフラ系グローバルベンダーの動向と戦略

- 図表1 エリクソンの主な動き(2008年1月~2010年7月)
- 図表2 エリクソンの「RBS6000」
- 図表3 エリクソンのLTE-FDDインフラ導入オペレータ
- 図表4 NSNの主な動き(2006年1月~2010年7月)
- 図表5 NSNの「Flexi」/「セクターアンテナ」/HSPA向けRNC/BSC
- 図表6 システム別インフラベンダー・シェア(GSM/UMTS)
- 図表7 システム別インフラベンダー・シェア(CDMA/WIMAX)
- 図表8 TD-SCDMAのインフラベンダー・シェア(2009年2Q)
- 図表9 ファーウェイの国内外売上高の推移
- 図表10 ファーウェイの「Pocket WiFi」
- 図表11 アルカテルのオランダにおけるLTE展開
- 図表12 クアルコム製のマルチモード「MDM9200」搭載モデム
- 図表13 アルカテル・ルーセントにおけるLTE関連の主な動き
- 図表14 アルカテル・ルーセントの「ngネットワーク・プログラム」
- 図表15 アルカテル・ルーセントの1850TSNソリューション
- 図表16 モトローラのLTE向け基地局「WBR700」シリーズ
- 図表17 CDMAからLTEへの移行ソリューション
- 図表18 上海万博におけるTD-LTE端末

II.モバイル端末系グローバルベンダーの動向と戦略

- 図表1 ナキアの業績推移(2003年~2009年)
- 図表2 ナキアの四半期ベース業績推移(2008-Q1~2010-Q2)
- 図表3 MeeGoのアーキテクチャ
- 図表4 Symbian®3搭載スマートフォン「E7」「C7」「C6-01」
- 図表5 サムソンのテレコム部門における世界視点
- 図表6 サムソンの業績推移(通年ベース・2003年~2009年)
- 図表7 サムソンの年間端末出荷数推移(2006年~2009年)
- 図表8 サムソンの四半期別端末出荷数(06年Q1~10年Q2)
- 図表9 サムソンのbada初搭載端末「Wave」
- 図表10 サムソンのAndroidOS端末「Galaxy S」
- 図表11 ソニー・エリクソンの業績推移(通年・2003年~2009年)
- 図表12 ソニー・エリクソンの四半期業績(2008-Q1~2010-Q2)
- 図表13 ソニー・エリクソンの端末出荷数(通年・04年~09年)
- 図表14 ソニー・エリクソンの「Xperia」
- 図表15 ソニー・エリクソンのASPと出荷数(06年Q1~10年Q2)
- 図表16 ソニーのiPad
- 図表17 アップルの業績推移と製品出荷数(03年度~09年度)
- 図表18 アップルの業績推移および主要製品出荷数推移
- 図表19 アップルの販売数と収益シェア(2010年上半期)

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 <http://www.isbi.co.jp/>

「モバイルインターネット要覧2011」

ご購入お申込み書

※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

株式会社 情報流通ビジネス研究所 企画調査グループ担当 行

FAX番号 046-271-2324

「モバイルインターネット要覧2011」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				
	※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	※お申込みの確認メールをお送りいたしますので、正確に大きくはっきりとご記入ください		
		※TEL	※携帯電話/PHS/IP電話の番号は承れません	※FAX	
代金のお支払い	お振り込みご予定日	年 月 日頃 ※お分かりになる方はできるだけご記入下さい			
年に3-4回、弊社から最新レポートのご案内を差し上げてよろしいですか？ (丸で囲んでください)	1. 必要ない	2. 情報通信に関するレポートなら案内を送付可 → パンフ郵送を希望 / メールでのお知らせを希望	3. モバイル関連のレポートに限り案内を送付可 → パンフ郵送を希望 / メールでのお知らせを希望	4. インターネット関連レポートに限り案内を送付可 → パンフ郵送を希望 / メールでのお知らせを希望	

※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

お申込者連絡先・ 請求先ご担当者 など	お名前				フリガナ	
	部署名				E-mail	※お申込み確認メールをお送り致しますので、正確に大きくはっきりとご記入ください
	連絡先	TEL				

通信欄

※御見積書が必要な場合やご意見等ありましたらご記入ください。

※御見積書は、弊社よりPDFファイル(弊社押印済み)をメールでお送りいたします。カラー印刷してご利用下さい。