

中国 IT 市場 ナビゲーター

(30) 日系携帯端末メーカー、相次ぐ撤退

野村総研(上海)咨询有限公司

2004年以降、日系端末メーカーや欧州メーカーが中国の携帯端末市場から手を引く動きが目立っている。

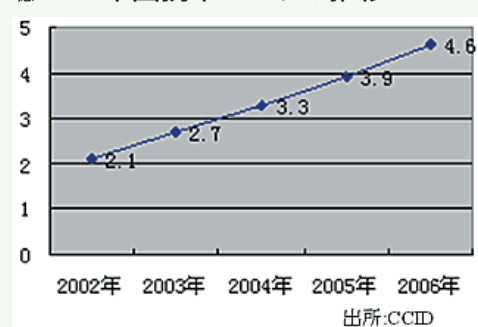
〈日系企業〉			〈欧州企業〉		
NEC	2006.11	事業撤退	シーメンス	2005.6	事業売却
松下電器	2005.12	事業撤退	アルカテル	2004.4	事業売却
三菱	2006.6	事業撤退	フィリップス	2006.10	事業吸収
東芝	2005.3	事業撤退			

なぜ各社が中国携帯端末市場から撤退するのか、この経営判断の裏になにがあるのか?こうした議論をする前に、まず中国の市場に注目したい。

(1) 中国携帯電話ユーザの推移

中国の携帯ユーザはすでに4億人を超え、世界トップになった。しかし普及率をみるとまだ30%台であり、今後は農村地域の需要拡大が予想され、2008年には6人億に達する見通しである。

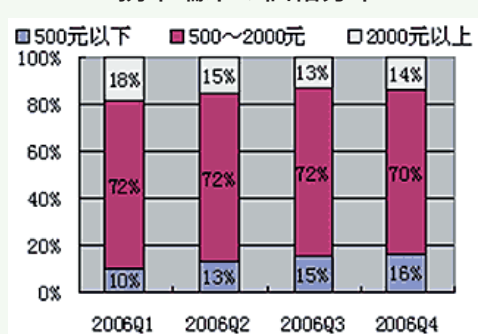
中国携帯ユーザの推移



(2) 中国携帯端末の価格分布

多くの海外メーカが事業撤退する中、グローバルトップメーカはしっかりと中国の携帯端末市場の主導権を握っている。トップ5社(ノキア、モトローラ、サムソン、ソニーエリクソン、LG)は50%以上のシェアを確保している。国内勢ではレノボ(6%)を始め、バードなどが頑張っている。国内メーカはほとんどローエンド機種で競争している、開発力の不足などでハイエンド機種には手を出せない状態である。一方価格構成では500-2000元台に集中している。つまりおよそ若者1カ月分の給与なら手を出しやすい範囲内と認識されている。高性能の端末なら10万円以上のものも市場に出回っている。

携帯端末の価格分布



(3) 中国携帯端末の市場規模

中国携帯ユーザは平均21カ月で携帯端末を買い替える。携帯端末市場の競争は激しいもののまだまだ魅力がある。2006年の中国国内携帯端末の市場規模は約66.2億米ドル。毎年20%前後の伸び率で市場が拡大している。さらに国内メーカは端末の海外輸出に力を入れており、売り上げの40-50%が海外輸出分である。

これほど大きなマーケットがあるのになぜ日系企業の居場所がないのだろうか?日本の携帯端末メーカーはなぜ中国で通用しないのか?次回はこれらの点について議論したい。(野村総研(上海) 咨询有限公司 主任コンサルタント 吉永欣栄/主任コンサルタント 葛島知佳)

携帯端末の種類別市場規模

