

Press release

2016年第2四半期 スマートフォンのグローバル販売動向

2016年8月19日

お問い合わせ
GfK ジャパン
広報グループ
TEL 03-5350-4632
info.jp@gfk.com
www.gfk.com/jp

【概要】

- ・新興国が引き続き市場成長をけん引。中国では地方都市の成長が顕著
- ・中・高価格帯の販売伸長により、2016年通年のスマートフォン販売金額見込みは4260億USドルへ上方修正
- ・イギリスのEU離脱決定に伴う影響は直ちには見られず

2016年第2四半期（4-6月）におけるグローバルのスマートフォン販売台数は前年比7%増の3億3000万台、販売金額は同6%増の1000億USドルとなった。これに伴い、2016年通年の販売金額は、前四半期に発表した4007億UDドルを上回り、前年比5%増の4260億USドルになると見込む。これは、100USドル未満の低価格帯に代わり、中・高価格モデルが伸長しているためである。

2016年第2四半期 スマートフォン販売数量・金額

	販売数量 (100万台)			販売金額 (10億USドル)		
	2015年 第2 四半期	2016年 第2 四半期	伸び率 (%)	2015年 第2 四半期	2016年 第2 四半期	伸び率 (%)
西ヨーロッパ	30	30	-1%	12	12	4%
中央・東ヨーロッパ	15	17	12%	3	4	16%
北米	45	42	-6%	18	16	-10%
中南米	25	23	-8%	6	7	10%
中東&アフリカ	39	41	5%	10	11	3%
中国	89	110	24%	27	32	20%
APAC先進国	17	17	-1%	10	10	1%
APAC新興国	49	51	4%	8	8	1%
グローバル全体	309	330	7%	94	100	6%

GfKのトレンド&フォーキャスティングのダイレクターであるケビン ウォルシュは次のように述べている。「第2四半期の台数ベースでの拡大は、中国、アジア、アフリカなどの新興

国の成長に支えられた。私たちは主要都市における販売やグローバルメーカーの出荷だけでなく、需要をけん引している地方都市の消費者に目を向ける必要がある。特に中国ではこの傾向が顕著であり、ローカルベンダーが最も恩恵を受けているのも当然の状況といえる。」

北米：買い替えが年後半へ後ろ倒しされ、数量前年比 6%減に

北米における 2016 年第 2 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 6%減の 4200 万台となった。フィーチャーフォンからスマートフォンへの移行及び、3G から 4G への移行はほぼ完了しており、大幅な成長期は過ぎている。今期はファミリープランなどキャリアによる契約者の囲い込み施策によって解約率の低下がみられた。

北米市場の成長は主要製品の発売が見込まれる第 4 四半期まで待つ必要がありそうだ。これらの製品の発売を待っていた消費者はすでに買い替えの意思を固めているとみられ、2015 年と比較しても今回の新製品発売は市場により大きなインパクトを与えるであろう。

西ヨーロッパ：イギリスの EU 離脱決定による影響は見られず、数量前年比 1%減

西ヨーロッパにおける 2016 年第 2 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 1%減の 3000 万台となった。最も大きく縮小したのはスペインで同 11%減となった。国内の主要オペレーター 3 社が年間料金を平均で 30 ユーロ値上げしたことが影響した。イギリスは同 2%減と、6 月の国民投票で決定した EU 離脱の影響は直ちに見られなかった。この 2 カ国における販売縮小が、フランス（同 3%増）、ドイツ（同 1%増）の伸長を相殺した形となった。

画面サイズ 5 インチ以上のモデルは数量構成比で前年同期の 38%から 60%と大きく拡大した。これに伴い、500US ドル以上の高価格帯は数量前年比 12%増となり、構成比では前年同期の 31%から 35%へ拡大した。

西ヨーロッパにおける 2016 年通年のスマートフォン販売台数は同 1%減の 1 億 3400 万台を見込む。

中央・東ヨーロッパ：ロシア、ウクライナの回復によりプラス成長に

中央・東ヨーロッパにおける 2016 年第 2 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 12%増の 1700 万台となった。この成長をけん引したロシアは同 12%増と 5 四半期連続のマイナス成長から回復した。ウクライナは、6 四半期連続のマイナス成長であったが、蓄積された需要が爆発し同 35%増と急伸した。

中央・東ヨーロッパにおける 2016 年通年のスマートフォン販売台数は同 8%増の 7700 万台を見込む。

中南米：ブラジルの販売減によりマイナス成長

中南米における 2016 年第 2 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 8%減の 2300 万台となった。ブラジルが同 20%減となったことが大きく影響した。一方、アルゼ

ンチンでは前年 12 月の規制緩和により需要が拡大しており、同 58%増となった。
中南米における 2016 年通年のスマートフォン販売は同 11%減の 9400 万台を見込む。

中東&アフリカ：サウジアラビアのマクロ経済低迷により成長が鈍化

中東・アフリカにおける 2016 年第 2 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 5%増の 4100 万台と伸び率がやや鈍化した。サウジアラビアはマクロ経済の低迷により同 24%減となった。この一方でエジプトは同 19%増、南アフリカは同 15%増となり、サウジアラビアのマイナス成長を補った。

中東&アフリカにおける 2016 年通年のスマートフォン販売台数は同 9%増の 1 億 7600 万台を見込む。

中国：地方都市が市場をけん引し、過去 2 年で伸び幅が最大に

中国における 2016 年第 2 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 24%増の 1 億 1000 万台となった。この成長率は、第 1 四半期を上回り、この 2 年間で一番高かった。中国のこの力強いプラス成長の主要因は年初から続く携帯電話会社の補助増加で、これが小都市における 4G への移行を進展させている。ローカルブランドは主要都市以外の地域で利益を得ており、中国のスマートフォン市場におけるシェアを前年同期の 74%から 81%へ拡大した。

大画面へのシフトが続いており、5 インチ以上の数量構成比は前年同期の 63%から 83%へ拡大した。中国におけるスマートフォン販売は 2016 年下半期では伸長が緩やかになるとみられ、通年では前年比 14%増の 4 億 3900 万台を見込む。

APAC 先進国*：オーストラリアの販売減で、数量前年比は 1%減

APAC 先進国における 2016 年第 2 四半期のスマートフォン販売は前年比 1%減の 1700 万台となった。オーストラリアは同 9%減となった一方、日本は同 2%増と拡大した。

APAC 先進国における 2016 年通年の販売台数は同 1%減の 7200 万台を見込む。

APAC 新興国*：フィリピン、ベトナムの販売拡大により数量前年比は 4%増

APAC 新興国における 2016 年第 2 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 4%増の 5100 万台となった。フィリピンが同 37%増、ベトナムが同 11%増と市場の成長を支えた。インドネシアは同 0.3%減と僅かに前年実績を下回った。

APAC 新興国における 2016 年通年の販売台数は同 5%増の 2 億 1300 万台を見込む。

スマートフォン販売：2015年実績および2016年予想

	販売数量 (100万台)			販売金額 (10億USD)		
	2015年	2016年	伸び率 (%)	2015年	2016年	伸び率 (%)
西ヨーロッパ	135	134	-1%	53	54	2%
中央・東ヨーロッパ	72	77	8%	15	16	10%
北米	190	189	-1%	78	77	-1%
中南米	107	94	-11%	26	27	3%
中東&アフリカ	162	176	9%	42	44	5%
中国	385	439	14%	116	132	14%
APAC先進国	73	72	-1%	43	43	-1%
APAC新興国	202	213	5%	33	33	1%
グローバル全体	1,326	1,394	5%	406	426	5%

GfKのテレコム部門のディレクターであるアーン ト ポリフケは次のように述べている。「2016年第2四半期のスマートフォン市場は拡大が続いた。市場にとって逆風となる要因が多数ある中で、底堅い需要がみられた。下半期には新製品の発売が予定されており、需要の拡大が見込める。また、今後10年で5Gへの移行が見込まれるが、長寿命バッテリーや湾曲ディスプレイをはじめとするテクノロジーの進化が市場成長を支えるであろう。」

-- 注記 --

※. 本リリースではメーカー出荷ではなく、消費者の最終需要を予測しています。市場規模は90カ国以上で毎週更新される販売実績（POSデータ）の積み上げによって作成されています。なお、アメリカについては、独自の市場モデリング及び消費者調査を基に推計を行っています。また、販売金額は補助金を除く小売り販売額です。データは四半期毎に更新され、次回のリリースは2016年11月を予定。データの精度を保持するため、パネルの構成に変更が生じた場合は過去に公表した数値を修正する場合があります。

※ リリース内における APAC 先進国・新興国には以下の国が含まれます。

APAC 先進国：オーストラリア、香港、日本、ニュージーランド、シンガポール、韓国、台湾

APAC 新興国：インド、インドネシア、カンボジア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナム

GfK について

GfK はクライアントがより良い意思決定を下せるよう、市場や消費者に関する信頼できる情報を提供しています。13,000 名超の情熱を持ったマーケットエキスパートとデータサイエンス分野における長年の実績をもとに、GfK は価値あるグローバルインサイトと 100 カ国以上のローカルマーケットインテリジェンスを提供します。GfK は革新的なテクノロジーとデータサイエンスを活用してビッグデータをスマートデータに変えます。そして、クライアントが競争力を高め、消費者の体験や選択を豊かにできるよう支援します。