

# Press release

## 2017年第2四半期 スマートフォンのグローバル販売動向

2017年7月26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】

- ・2017年第2四半期の販売台数は3億4700万台。第2四半期では過去最高の販売台数を記録
- ・アジア新興国がグローバルの市場成長をけん引
- ・平均価格は前年同期から5%上昇

2017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4%増の3億4700万台で、第2四半期としては過去最高となった。アジア新興国が同13%増と成長をけん引した。また、中央・東ヨーロッパが同11%増、中南米が10%増と好調に推移した。

グローバルの販売金額は、平均価格の上昇により前年比9%増となった。

### 2017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USD)		
	2016年 第2 四半期	2017年 第2 四半期	伸び率 (%)	2016年 第2 四半期	2017年 第2 四半期	伸び率 (%)
西ヨーロッパ	30	29	-4%	12	12	-1%
中央・東ヨーロッパ	17	19	11%	4	5	24%
北米	45	47	6%	16	19	15%
中南米	25	27	10%	8	9	13%
中東&アフリカ	42	42	1%	11	10	-7%
中国	110	110	0%	32	35	8%
APAC先進国	17	16	-3%	9	10	6%
APAC新興国	50	57	13%	8	10	30%
グローバル全体	334	347	4%	100	109	9%

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。「飽和状態の市場がある中で、この第 2 四半期は記録的な販売台数となった。地域差は大きいものの、スマートフォンに対する高い所有意向は世界的なトレンドといえる。メーカー各社は魅力的な製品の提供に注力し、結果として平均価格の上昇をねらっている。マクロ経済や消費マインドの影響を受けてはいるが、メーカーや販売店は地域に根ざした戦略でスマートフォンの魅力を訴求する努力をしている」

GfK のトレンド&フォーキャスティング部門のプロダクトリードである野口洋太郎は次のように述べている。「消費者はより良いユーザーエクスペリエンスを求めており、それが満たされるのであれば、スマートフォンへより多くの金額を支払うことをいとわない。市場の飽和レベルは高まっているが、スマートフォンのイノベーションにより買い換えサイクルの長期化が抑えられたことで、2018 年も市場は拡大すると見込む」

#### **西ヨーロッパ：台数前年比 3%減と 3 四半期連続のマイナス成長**

西ヨーロッパにおける 2017 年第 2 四半期のスマートフォン販売は台数前年比 3%減の 2870 万台で、3 四半連続のマイナス成長となった。主要市場であるドイツ、グレート・ブリテン、フランスが飽和状態にあり、それぞれ同 4%減、5%減、7%減となった。しかながら、西ヨーロッパにおける 2017 年通年の販売台数は、第 4 四半期に主要製品の発売が予定されることもあり、同 0.4%減に留まると見込まれる。

#### **中央・東ヨーロッパ：ロシア、ウクライナがけん引し、台数前年比 11%増に**

中央・東ヨーロッパにおける 2017 年第 2 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 11%増の 1870 万台となった。ロシアとウクライナは政局が安定し、消費マインドも回復していることから、それぞれ同 11%増、22%増の成長を記録した。中央・東ヨーロッパにおける 2017 年通年の販売台数は同 9%増の 8520 万台と予測される。

#### **北米：プラス成長へ転じる**

北米における 2017 年第 2 四半期のスマートフォン販売台数は、前年比 6%増の 4740 万台と、ここ最近続いていたマイナス成長から脱却した。2017 年通年のスマートフォン販売台数は同 2%増の 2 億 300 万台となることが見込まれる。

#### **中南米：ブラジルの伸長により、台数前年比 10%増に**

中南米における 2017 年第 2 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 10%増の 2700 万台となった。政治および経済情勢が不安定な中、ブラジルは同 15%増と拡大し、市場をけん引した。中南米における 2017 年通年のスマートフォン販売台数は同 7%増の 1 億 1400 万台に達すると予測される。

### **中東&アフリカ：マクロ経済の低迷により成長率が鈍化**

中東・アフリカにおける 2017 年第 2 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 1% 増の 4220 万台となった。低調なマクロ経済と、中東における市場飽和が成長を圧迫した。特に著しいインフレ状態にあるエジプトは同 4% 減、通年でも同 10% 減と縮小が見込まれる。ただし、スマートフォンの普及率が相対的に低いサハラ以南および南アフリカでは成長が期待され、中東・アフリカにおける 2017 年通年のスマートフォン販売台数は同 5% 増の 1 億 7600 万台が見込まれる。

### **中国：前年並みにとどまる**

中国における 2017 年第 2 四半期のスマートフォン販売台数は前年並みの 1 億 1010 万台となった。市場が飽和状態に近づきつつあることが、販売台数の伸び悩みの主要因といえる。しかし、他の地域同様、高価格帯の新製品の伸長により金額規模は拡大している。中国における 2017 年通年のスマートフォン販売台数は同 2% 増の 4 億 6100 万台にとどまるも、販売金額（USD）は同 11% 増と大きく伸長することが見込まれる。

### **アジア先進国\*：韓国の販売減により、台数前年比 3% 減に**

アジア先進国における 2017 年第 2 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 3% 減の 1610 万台となった。前年に目覚ましい成長を記録した韓国の需要減により、日本とオーストラリアのプラス成長が相殺された。下半期はわずかではあるが販売が上向くことが予想される。結果、アジア先進国における 2017 年通年の販売台数は同 1% 減の 7310 万台が見込まれる。

### **アジア新興国\*：台数前年比 13% 増と、最も高い成長率を記録**

アジア新興国における 2017 年第 2 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 13% 増の 5670 万台となった。主に、バングラデシュとマレーシアがこの成長をけん引した。バングラデシュは同 40% 増。マレーシアは不調だった 2015 年から着実に回復し、同 31% 増を記録した。また、インドも回復基調が続いており同 14% 増となった。この 7 月にインドに物品・サービス税（GST）が導入されたが、スマートフォン市場へは大きな影響を及ぼさないと考えられる。アジア新興国は大幅な成長を遂げており、2017 年通年のスマートフォン販売台数は前年比 11% 増の 2 億 3400 万台に達することが予測される。

### スマートフォン販売：2016年実績および2017年予想

	販売数量 (100万台)			販売金額 (10億USD)		
	2016年	2017年 予測	伸び率 (%)	2016年	2017年 予測	伸び率 (%)
西ヨーロッパ	131	131	0%	53	55	3%
中央・東ヨーロッパ	78	85	9%	17	20	20%
北米	199	203	2%	78	82	5%
中南米	107	114	7%	32	35	10%
中東&アフリカ	168	176	5%	42	42	-2%
中国	450	461	2%	134	148	11%
APAC先進国	74	73	-1%	45	46	2%
APAC新興国	212	234	11%	34	42	22%
<b>グローバル全体</b>	<b>1,418</b>	<b>1,478</b>	<b>4%</b>	<b>435</b>	<b>470</b>	<b>8%</b>

-Ends-

-- 注記 --

※2017年第2四半期の数値について：4月および5月については月次販売実績、6月については24日までの週次販売実績データを使用しています。

GfKではメーカーの出荷ではなく、消費者の最終需要を予測しています。市場規模は75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。次回のリリースは2017年10月を予定しています。

北米のデータについて：USAのスマートフォン市場予測モデルを再調整しました。主に調整を行った対象は、シャドーマーケット（小規模通信事業者、メーカー直営店舗などMVNO等のチャネルを含む）となります。今までは、大手通信事業者のシェア拡大により、シャドーマーケットにおけるスマートフォン販売は縮小していると仮定していました。

しかし、全キャリアのデータを分析したところ、実際はシャドーマーケットでも販売が拡大しているという結論に至りました。GfKは今後、USA市場規模を、キャリアレポートマトリックス（最終販売、解約率、製品のアップグレード等）の分析によって算出する予定です。

\* リリース内におけるアジア先進国・新興国には以下の国が含まれます。

アジア先進国：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

アジア新興国：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がデータサイエンス分野における長年の実績をもとに、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ク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。