

Press release

2017年第4四半期 スマートフォンのグローバル販売動向

2018年1月24日

お問い合わせ
GfK ジャパン
広報グループ
TEL 03-5350-4623
info.jp@gfk.com
www.gfk.com/jp

【概要】

- ・2017年第4四半期のグローバルのスマートフォン販売台数は前年比1%増の3億9700万台。
- ・平均価格は前年同期から10%上昇
- ・2017年通年の販売は14億6000万台、4790億USドル

2017年第4四半期（10-12月）のグローバルにおけるスマートフォン販売台数は前年比1%増の3億9700万台となった。中東&アフリカが同8%増、中央・東ヨーロッパが同7%増と成長をけん引した。グローバルのスマートフォンの平均販売価格は363USドルとなった。これは、前年同期から10%の上昇であり、四半期では過去最高の上昇率であった。

2017年第4四半期 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)		
	2016年 第4 四半期	2017年 第4 四半期	伸び率 (%)	2016年 第4 四半期	2017年 第4 四半期	伸び率 (%)
西ヨーロッパ	38	37	-3%	16	19	17%
中央・東ヨーロッパ	24	25	7%	5	7	28%
北米	59	62	6%	27	29	4%
中南米	33	35	6%	10	11	12%
中東&アフリカ	43	46	8%	11	11	3%
中国	118	115	-3%	37	43	17%
アジア先進国	20	19	-9%	14	13	-5%
アジア新興国	59	59	-1%	10	12	14%
グローバル全体	394	397	1%	130	144	11%

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。「グローバルのスマートフォン販売は、台数では伸長率が 4 四半期連続で緩やかになっており、2017 年第 4 四半期では前年比 1%増にとどまった。ただし、販売金額は同 11%増と、成熟したテクノロジーの市場では例外的な成長を記録した。これは大画面でベゼルの薄いスマートフォンが増えたことで、消費者がより高価格帯のスマートフォンを購入するようになっているためだ。」

西ヨーロッパ：金額前年比 17%増と急伸

西ヨーロッパにおける 2017 年第 4 四半期のスマートフォン販売は、前年比 3%減の 3700 万台となった。台数はマイナス成長となったが、金額は同 17%増と大きく伸長した。グレート・ブリテンが金額前年比 24%増とフランスが同 19%増と成長をけん引した。西ヨーロッパにおける 2017 年通年の実績は、販売台数が前年比 4%減の 1 億 2560 万台、販売金額が同 5%増の 560 億 US ドルとなった。2018 年通年の見通しは、台数前年比 1%増の 1 億 2640 万台を予測する。

中央・東ヨーロッパ：金額前年比はグローバルで最も高い 28%増を記録

中央・東ヨーロッパにおける 2017 年第 4 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 7%増の 2520 万台と、引き続き回復傾向にある。また、西ヨーロッパと同様に販売金額が大きく伸長し、同 28%増となった。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 万台であった。2018 年通年でも成長は継続し、台数前年比 6%増を見込む。ロシアとウクライナの拡大が寄与するだろう。

北米：台数前年比 6%増と、2 年間で最も大きく伸長

北米における 2017 年第 4 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 6%増とこの 2 年間で最も高い成長率となった。販売金額は同 4%増の 285 億 US ドルとなった。その結果、2017 年通年の販売台数は同 2%増の 2 億 130 万台となった。しかし、この成長基調は長く続かず、2018 年通年は 17 年並みとなる見通しだ。

中南米：台数前年比 6%増となるも、今後の成長は鈍化の見込み

ブラジルのが強い回復により、中南米における 2017 年第 4 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 6%増の 3500 万台となった。結果、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 9%増となった。ただし、2018 年通年は、ブラジルの成長鈍化により、同 2%増にとどまる見込みだ。

中東&アフリカ：エジプトとサウジアラビアがけん引し、台数前年比 8%増

中東・アフリカにおける 2017 年第 4 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 8%増の 4620 万台となった。エジプトが数量前年比 28%増、サウジアラビアが同 24%増と成長をけん引した。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 4%増の 1 億 7650 万台となった。2018 年通年は台数前年比 5%増を見込む。同地域では相対的にスマートフォンの普及率が低く、新規ユーザーによる拡大の余地が大きい。

中国：台数前年比はマイナスとなるも、金額前年比は 17%増と大きく伸長

中国における 2017 年第 4 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 3%減の 1 億 1470 万台と、過去 2 年間半で初めての前年割れとなった。しかし、中～高価格帯製品の拡大により、販売金額では同 17%増となった。2017 年通年では、販売台数は同 1%増の 4 億 5440 万台、販売金額は同 14%増となった。

アジア先進国*：韓国の縮小により、台数前年比 9%減に

アジア先進国における 2017 年第 4 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 9%減の 1850 万台となった。韓国が台数前年比 21%減と販売を押し下げた。アジア先進国における 2017 年通年の販売台数は同 6%減の 6850 万台となった。2018 年通年では、日本の回復により同 2%増のプラス成長を見込む。

アジア新興国*：台数前年比 1%増と、初のマイナス成長

アジア新興国における 2017 年第 4 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 1%減の 5860 万台となった。マイナス成長の一因となったインドでは、低価格な 4G フィーチャーフォンの拡大がスマートフォン販売を圧迫したことで、台数前年比 3%減となった。アジア新興国における 2017 年通年のスマートフォン販売台数は前年比 8%増の 2 億 3270 万台となった。2018 年通年では台数前年比 9%増となる見込みだ。

GfK のトレンド・アンド・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。「2018 年のグローバルスマートフォン販売は台数前年比 3%増を見込む。アジア新興国と中央・東ヨーロッパが市場をけん引するだろう。飽和状態にある先進諸地域では、ユーザーの維持がスマートフォンメーカーの重要課題となる。コモディティ化が進む中、売り上げ拡大のために突出したイノベーションや差別化が求められるだろう。」

スマートフォン販売：2016年および2017年実績

	販売数量 (100万台)			販売金額 (10億USD)		
	2016年	2017年	伸び率 (%)	2016年	2017年	伸び率 (%)
西ヨーロッパ	131	126	-4%	54	56	5%
中央・東ヨーロッパ	78	85	9%	17	21	26%
北米	198	201	2%	83	84	1%
中南米	106	116	9%	31	37	19%
中東&アフリカ	169	177	4%	42	42	-1%
中国	449	454	1%	133	152	14%
アジア先進国	73	69	-6%	46	44	-4%
アジア新興国	215	233	8%	35	43	24%
グローバル全体	1,418	1,460	3%	440	479	9%

-- 注記 --

※2017年第4四半期の数値について：10月および11月は月次販売実績を使用し、12月は31日までの週次販売データに基づく予測値を使用した。

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。データは四半期毎に更新され、次のリリースは2018年4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：バングラデシュ、インド、インドネシア、カンボジア、マレーシア、ミャンマー、フィリピン、タイ、ベトナム

GfK について

GfKはデータとサイエンスをつなぎ合わせます。革新的なリサーチ・ソリューションを用いて、消費者、市場、ブランド、メディアに関するビジネス課題を解決します。リサーチとアナリティクスのパートナーとして、GfKは「Growth from Knowledge = 知識からの成長」を世界中のクライアントへ約束します。

詳細は www.gfk.com または、GfKのTwitter: <https://twitter.com/GfK>（グローバルサイト）をご覧ください。