

Press release

2018 年第 1 四半期 スマートフォンのグローバル販売動向

2018 年 5 月 7 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】

- ・2018 年第 1 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 2%減の 3 億 4700 万台。
- ・平均価格は前年同期から 21%上昇

2018 年第 1 四半期（1-3 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 2%減の 3 億 4700 万台となった。中国が同 6%減、北米が同 5%減と縮小したことが影響した。平均販売価格が前年同期を 21%上回る 374US ドルとなった結果、販売金額は前年比 18%増の 1298 億 US ドルとなった。

GfK のテレコム部門のエキスパートであるアーク ポリフケは次のように述べている。「2018 年第 1 四半期のグローバルのスマートフォン販売は、台数ベースでマイナス成長に転じた。多くの市場が飽和状態に達していることが背景にある。一方で、消費者は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おり、平均価格は驚異的に上昇した。スマートフォンの金額規模では、成熟したテクノロジーの市場では例外的な成長をみせた。」

西ヨーロッパ：金額前年比 23%増と急伸

西ヨーロッパにおける 2018 年第 1 四半期のスマートフォン販売台数は、前年比 2%減の 2830 万台となった。最も販売が減少したのはグレート・ブリテンで同 11%減、次いでスペイン（同 7%減）、フランス（同 4%減）となった。

この一方で西ヨーロッパにおける販売金額は前年比 23%増の 145 億 US ドルとなった。高価格帯製品の拡大により、平均価格は前年同期から 26%上昇した。

2018 年通年の販売台数は、前年並みとなる見通し。

中央・東ヨーロッパ：ウクライナが成長をけん引し、台数前年比 5%増

中央・東ヨーロッパにおける 2018 年第 1 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 5%増の 1970 万台となった。成長をけん引したウクライナは、台数前年比 23%増と大幅に伸長した。また、中央・東ヨーロッパの 2 大市場であるロシアとポーランドはいずれも同 2%増となった。

中央・東ヨーロッパにおけるスマートフォンの平均価格は前年同期から 29%上昇した。結果、販売金額は前年比 35%増の 59 億 US ドルとなった。

2018 年通年の販売台数は同 7%増を見込む。引き続き、ロシアとウクライナの拡大が

寄与するとみられる。

北米：需要が縮小

北米における 2018 年第 1 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 5%減の 3580 万台となった。ただし、2018 年通年では同 2%減を見込む。

中南米：コロンビアとアルゼンチンの拡大により台数前年比 3%増

中南米における 2018 年第 1 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 3%増の 3280 万台となった。ブラジル（同 4%減）とチリ（同 18%減）の需要減を、コロンビア（同 41%増）とアルゼンチン（同 6%増）の伸長で補った。中南米の販売金額は前年比 5%増の 103 億 US ドルとなった。

2018 年通年のスマートフォン販売台数は、ブラジルにおける販売縮小により、同 3%増にとどまる見込み。

中東&アフリカ：エジプトと南アフリカがけん引し、台数前年比 2%増

中東・アフリカにおける 2018 年第 1 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 2%増の 4410 万台、金額では同 7%増の 114 億 US ドルとなった。エジプトが台数前年比 42%増、南アフリカが同 13%増と成長をけん引した。さらに、フィーチャーフォンからスマートフォンへの移行も販売拡大を後押しした。

中東・アフリカにおける 2018 年通年のスマートフォン販売台数は同 4%増を見込む。

中国：需要は縮小するも平均価格は上昇

中国における 2018 年第 1 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 6%減の 1 億 960 万台と、春節需要により販売が拡大した前年とは様相が異なった。インターネット販売は引き続き好調であったものの、全体をプラス成長に押し上げるには至らなかった。しかし、国内・海外ブランドの双方が高価格帯製品への移行を訴求していることもあり、平均価格は前年同期から 14%上昇した。その結果、販売金額は前年比 14%増の 411 億 US ドルとなった。

2018 年通年の販売台数は、市場の飽和が進むことにより前年比 4%減を見込む。

アジア先進国*：韓国の縮小により、台数前年比 3%減

アジア先進国における 2018 年第 1 四半期のスマートフォン販売台数は前年比 3%減の 1760 万台となった。オーストラリアは同 22%増と大きく伸長したが、韓国が同 16%減となった。しかしながら、アジア先進国における平均価格は前年同期から 16%上昇しており、販売金額は前年比 13%増の 124 億 US ドルとなった。

2018 年通年の販売台数は、韓国に引きずられる形で同 4%減を見込む。

アジア新興国*：インドの販売減により販売台数は前年並み

アジア新興国における 2018 年第 1 四半期のスマートフォン販売台数は前年並みの 5870 万台となった。国別にみると、インドは同 4%減。低価格な 4G フィーチャーフォンがスマートフォンへの移行を妨げた。一方で、インドネシアとフィリピンはそれぞれ同 18%増、同 16%増となった。アジア新興国における販売金額は、平均価格の上昇により、前年比 14%増の 110 億 US ドルとなった。

2018 年通年の販売台数は前年比 7%増を見込む。

-- 注記 --

※2018 年第 1 四半期の数値について：1 月および 2 月は月次販売実績を使用し、3 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 7 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。