

キッズ層を取り込み純増580万 3Gはエリア拡充の来年に加速

携帯電話サービス市場は、純増数が漸減を続けている中、カーナビへの通信機能の搭載など通信モジュール市場が立ち上がり始めており、新需要で拡大する可能性も見えてきた。

2002年度の新規加入数は約580万を維持しそう。KDDIでは、「前年の純増数が700万ということを見ると、かなり健闘したほうだろう」と見る。小学校低学年などのキッズ層や、60歳を超えるシニア層を取り込んだり、昨年12月にNTTドコモ、J-フォンが端末の販売価格を引き下げて需要を喚起したためだ。

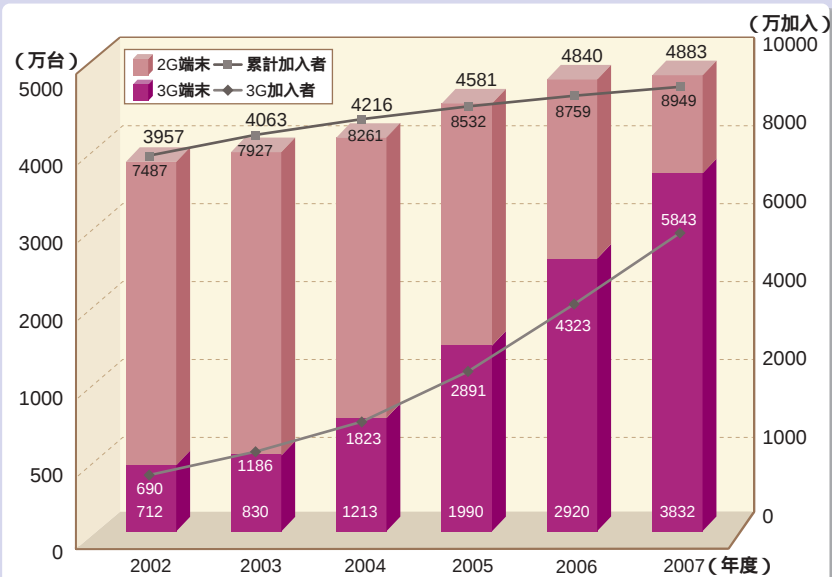
2003年度も引き続き純増数は減少し、500万程度になると見られる。

一方、携帯電話端末の2002年度出荷台数は、カメラ付き携帯電話のヒットなどで機種変更を促進し、

4300万台に落ち着く見込みだ。ただし、端末買い替えサイクルは、年々長くなる傾向にあり、ユーザーを訴求する端末を作るのが難しくなっていることも伺える。パナソニックモバイルコミュニケーションズの星敏典取締役は、「2003年度の端末出荷数は、5～10%減で落ち着くだろう。このような成熟市場では、誰にでも売れる端末ではなく、ある程度市場をセグメント化した端末の開発が必要になってくる。シニア層やビギナー層にフォーカスした携帯電話が売れているのもこうしたトレンドの表れだろう」と話している。

端末メーカーの開発現場では、昨年ヒットした「カメラ付き」はもはや基本機能となっており、「ポスト・カメラ付き」を模索しているところだ。

図1 国内携帯電話市場予測



（出典：情報通信ネットワーク産業協会『通信機器中期需要予測』）

端末機能を訴求し1xが躍進

立ち上がり段階の3G携帯電話については、NTTドコモのFOMAが伸び悩み、加入者は1月現在でようやく16万に達したところ。NTTドコモでは、当初の2002年度の目標加入者数を130万から32万に大幅に引き下げている。ガートナー・データクエストの光山奈保子アナリストは、「FOMAの導入を検討している層は、携帯電話のヘビーユーザーや新製品に飛びつく先進ユーザーが中心であるため、通信エリアのカバレッジや連続待ち受け時間が2Gよりも劣っていれば、なかなか受け入れられない」と分析する。

ただし、2003年1月に発売されたFOMAの新端末は、連続待ち受け時間で従来機の3倍以上を達成、大きさも100ccにまで抑えており、PDCの基本スペックに近づきつつある。また、エリアも2002年12月には人口カバー率91%を実現している。NTTドコモの津田志郎副社長は、「2003年秋に発売するモデルでは、基本機能面でPDCを上回る予定。FOMAはPDCの上位機種というイメージを定着させたい」と話している。

ただし、エリアカバレッジについては時間がかかるため、PDCから本格的にリプレースが進むのは、2004年末ごろと見られている。

ガートナーでは、2003年度予測と

公衆無線LANは今年が試金石

店舗内で無料で使える公衆無線LANサービスは、話題が集まる一方で、有料の公衆無線LANサービスで先鞭をつけたMISが、事業の見直しを図るためサービスを休止するという悲劇も起こっている。

ガートナー・データクエストの石渡昭好シニアアナリストは、「公衆無線LANサービスは、サービス提供側の装置コスト、運用コストが安いと、新規参入のハードルは低い。しかし、厳しい競争環境下で多くの加入者を獲得し収益を確保するためには、綿密な市場分析に基づいた事業プランと、初期投資で余裕のある資金力や、高い集客力を持つブランド力が求められている」と話している。ガートナーが描く普及のシナリオは、無料サービスを中心に市場を牽引し、仕事でノートPCを持ち歩くビジネスパーソン「モバイルワーカー」が、より高いセキュリティやサポートを求めて、無料に加えて有料サービスも契約していくという見方だ。2002年では有料サービスの加入者数は4万強に留まり、無料サービスと合わせて15万7000。その後、有料サービスが2004年ごろから急激に拡大し、有料・無料全体の加入者数は2006年には349万7000まで拡大

するという。

有料サービス「HOTSPOT」を提供するNTTコミュニケーションズでは、「法人利用にも耐えられるさまざまなソリューションが売り。ただ、企業が設備投資を抑える傾向があり、無線LANインフラ自体の導入がまだまだ進んでおらず、本格導入にはいたっていない。まずは、企業の導入事例を確実に増やし、費用対効果の面でアピールしていきたい」という。

公衆無線サービスで欠かせないアクセスポイントの需要についてガートナーでは、無料サービス向けを中心に2005年をピークに伸びると予測。今年からは、図書館など公共機関の用途も伸び始めるという。

無線LANベンダーで、無料サービスも提供するメルコでは、2002年内に「FREESPOT導入キット」を1万カ所に販売する考えだ。他方、有料サービスのアクセスポイントは、現在1000程度と見られる。NTTコミュニケーションズは、「現在、HOTSPOTのアクセスポイントは400カ所。2003年までには1000カ所まで拡大し、そこでどのぐらいの加入者が得られるのか様子を見たい」という。

して、J-フォンの3Gサービス「Vodafone Global Standard」とNTTドコモのFOMAを合わせたW-CDMAサービスが2004年末にはPDCからのリプレースが進み始め、2006年にはPDCの2割が3Gに移行すると見ている。

KDDIの3Gサービス「CDMA2000 1x」は、2G携帯電話の延長と位置付け、ムービーメールやカメラ付きといった端末の機能をユーザーにアピールすることでリプレースを促進し、2003年1月時点で530万ユーザーを獲得。NTTドコモから流出したユーザーを取り込むなど好調な伸びを実現している。1月からは歌を着信音として使えるサービス「着うた」が

数十万アクセスという当初の予想を1桁上回る伸びを示している。スピーカーを強化するなど歌の品質を高めた端末も投入。基本機能として、すべての端末に着うたを搭載していきたい考えだ。

また同社は、今春から約2Mbpsという高速データ通信を実現できる3Gサービス「CDMA2000 1xEV-DO」の試験サービスを投入する予定。KDDIのau営業本部au営業企画部企画グループの菅隆志次長は、「EV-DOは、インターネット常時接続サービスと同じようなインパクトがある。通信料金をあまり気にしないで利用できるようアプリケーション、例えばインターネットメッセージングなどと

組み合わせた新しいサービスを提供していきたい」と話している。

通信モジュールが新需要を創出

携帯電話の新需要創出に期待がかかっているのが、通信モジュールのビジネスである。中でも規模の大きな市場が、カーナビへの搭載である。トヨタやパイオニアがCDMA2000 1xを活用したカーナビを投入。2003年ではまだ立ち上がりの段階のため、数万台程度と見られるが、現在の国内の自動車保有台数は5300万、カーナビの累計台数が1300万を超えることから、通信モジュールがカーナビのデファクトになれば数百万以上の市場が期待できるだろう。