



MNP 落ち着き緩やかな成長 13年ぶりの新規参入に注目

携帯電話 / PHS

充実するスマートフォン Web 2.0的な新サービスに期待

2006年度の携帯電話市場は、ソフトバンクによるボーダフォンの買収、MNPの開始、ワンセグ放送や「モバイルSuica」などの新サービスと話題の多い1年だった。

なかでもMNPをきっかけに、キャリア間の端末、サービス、顧客獲得をめぐる競争は激しさを増している。こうした状況は、07年度も続くだろう。

そこで、加入者動向、端末出荷動向、主要トピックスから、07年度の携帯電話市場を予測してみる。

まず、の加入者動向だが、06年11月末現在、9445万3700と普及率は74%を超えている(図1)。ただ、仕事とプライベートで端末を使い分ける人が増えていることから、今後も緩やかな増加は続き、前年度470万をやや下回る400万を上積みして07年度は9900万～1億加入になると見

られる。

残された新規市場として注目されるのが、ジュニア層とシニア層だ。

ジュニア向けでは、安全確認のための位置情報サービスや、防犯ブザーを備えた端末がキャリア各社から発売されている。昨今、児童が被害に遭う事件が頻発していることから、小学校低学年を中心に売れ行きは好調だ。

シニア向けでは、NTTドコモの「らくらくホン」が累計出荷台数800万台超と隠れたヒット商品となっている。

ジュニア、シニアとも携帯電話を頻繁に利用するわけではないのでARPUは低いが、いったん加入すると同じ端末を利用し続ける傾向がある。キャリアにとっては囲い込みの絶好のターゲットであり、今年はジュニア層およびシニア層に向けた端末や

Point!

春以降はMNPが一段落し、端末の出荷台数は減少

新規市場としてジュニアとシニアの開拓が進む

HSDPAの普及で音楽ユーザーの一部がauからドコモへ

サービスが充実するだろう。

3.5Gが加入者獲得の鍵

キャリア別では、MNP緒戦で事前の予想通り独り勝ちをおさめたauが、ツーカーからの移行組の巻き取りもあり、引き続き順調に加入者を伸ばすと見られる。

ただ、06年11月に初の純減となったドコモも確実に巻き返しを図ってくる。

ドコモの加入者獲得の鍵となるのが、W-CDMAの高速規格HSDPA (High Speed Downlink Packet Access)だ。すでに06年8月にサービスを開始しているが、本格的に普及が始まるのは、端末のラインナップが揃う07年からになる。

下り最大3.6MbpsとW-CDMAの約10倍の速度向上により、音楽をフルにダウンロードできるようになることから、auに流れていた音楽ユーザー

図1 携帯電話サービスの国内市場予測

