

2012年11月19日

中国MAP市場の強力なエンジン——ミドル・ローエンド端末

2008年から10年にかけて、山寨ケータイ（模倣携帯電話）が中国の電子機器製造に大きな存在感を見せていた。その山寨ケータイを頼りに基本的な技術の蓄積を終えた民間の電子機器メーカーは、続々とIT大手と手を結び、苦しみつつも持続的な正規の経営を模索している。産業チェーンが整い、輸入品の「滋養」を受けたミドル・ローエンド端末が助走期間を終えた、現在のタブレットPCの情勢を考えれば、一気に攻め込む時期である。こうした中、中国のMAP市場はミドル・ローエンドのタブレットPCや千元スマートフォンを足場にスマートテレビも視野に入れており、市場の潜在力は大きい。

消費能力の両極分化が巨大なミドル・ローエンドタブレットPC市場を形成

アップルが2010年1月にiPadを売り出すやタブレットPCが世界を席卷し、今では有象無象のメーカーが、外見では見分けのつかないタブレットPCを出している。分業の細分化が進み技術環境が複雑化する中で、中国本土のIC企業が売り出したタブレットPCソリューションが、市場を影で牽引していることは間違いない。

2011年の中国のタブレットPC生産台数は5,965万台。その内アップルとサムスンを除いた1,900万台では、1,400万台以上がミドル・ローエンド端末で、2010年の約300万台から3.6倍の伸びを見せるなど、シェア争いの焦点は主にミドル・ローエンドのタブレットPCに集中している。ミドル・ローエンド端末は普通、以下の特長を持っている。①通常、出荷時にブランド商標を貼ったり市場への宣伝をしたりしない無名ブランドであること。②輸出中心であること。③普通、価格が1,000元前後であること。

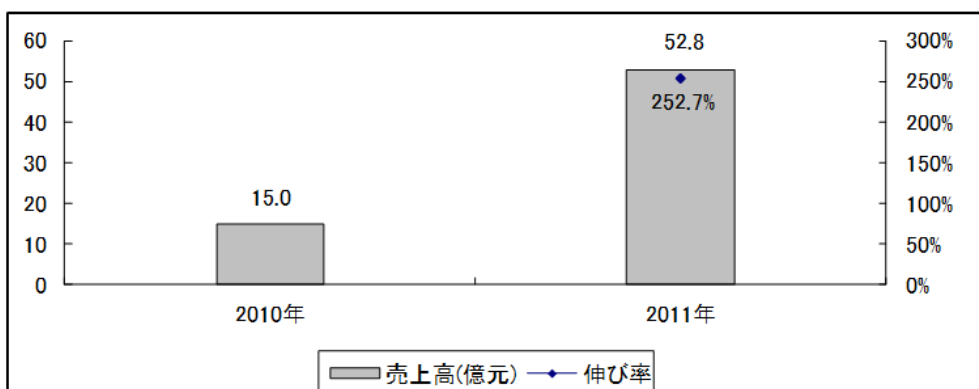
アップルとサムスンという双璧を前に、その他の有名ブランドの売上高は伸び悩んでおり、業界としてミドル・ローエンドのタブレットPCに注意が向けられるのも道理である。2012年後半はマクロ経済が下振れする懸念が強く、タブレットPCの消費は両極化の様相が顕著である。アップルのiPadを代表とするハイエンドブランドがなお幅広く受け入れられている一方、製品の同質化や技術の成熟を受けて、ノンブランドを中心とするミドル・ローエンドブランドも広く受け入れられつつあり、輸出も安定した伸びを維持すると見られる。

タブレットPC、スマートフォン、スマートテレビの三本柱で「一石三鳥」

ミドル・ローエンドのタブレットPCのみならず、千元スマートフォン及びスマートテレビがMAP市場を力強く引っ張る重要なエンジンとなるだろう。MAPの性能に対する要求が三者間で大きく変わらないことから、中国のMAPメーカーは、すでに国内に整備されているモバイルインターネット端末の産業チェーンを活かし、ミドル・ローエンド製品をてこに中国内外の市場へと素早く進出することができる。タブレットPC、スマートフォン、スマートテレビがMAP市場を牽引する三本柱となる。

アップルの完成品は全て中国で生産、組み立てされているため、2011年の中国国内のタブレットPC向けMAPの売上高は、前年同期比252.7%増の52億8千万元であった。

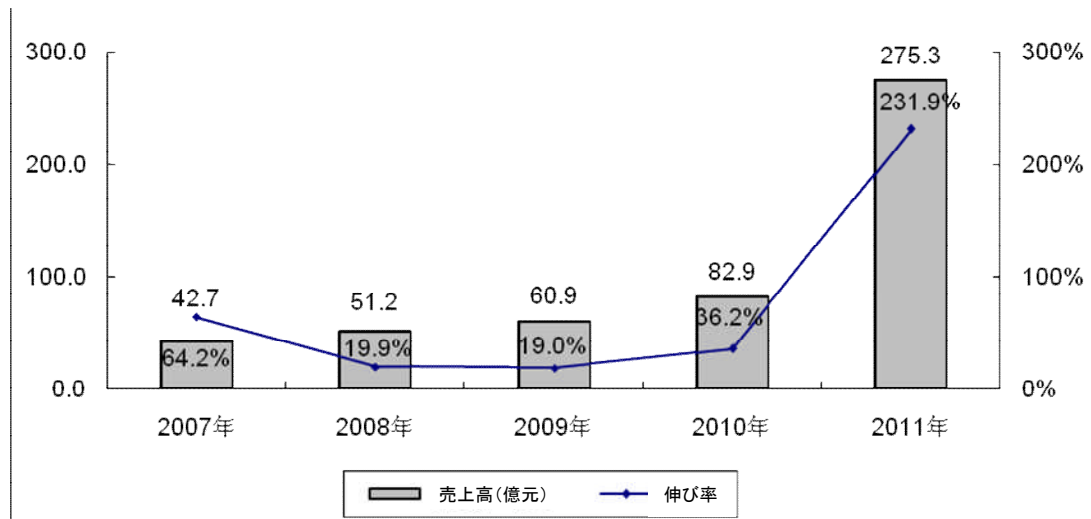
図1 2010-2011年の中国のタブレットPC向けMAP市場の規模及び伸び率（売上高ベース）



データ出典：CCID（賽迪顧問） 2012, 05

世界市場及び中国国内の千元スマートフォン市場のニーズに引っ張られる形で、中国のスマートフォン生産台数は近年大幅な伸びを見せている。2011年のスマートフォン向けMAPの売上高は、前年同期比231.9%増の275億3千万元であった。

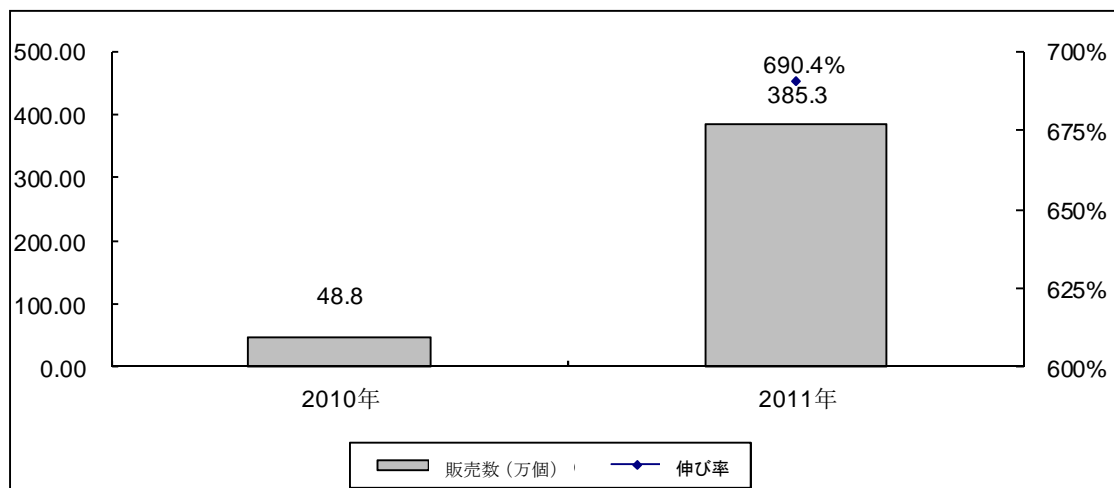
図2 2007-2011年の中国のスマートフォン向けMAP市場の規模（売上高ベース 単位：億元）



データ出典：CCID（賽迪顧問） 2012, 05

中国のスマートテレビ向けMAPの2011年の販売数は、前年同期比690.4%増の385万3千個に上った。

図3 2010-2011年の中国のスマートテレビ向けMAP市場の規模（販売数ベース 単位：万個）



データ出典：CCID（賽迪顧問） 2012, 05

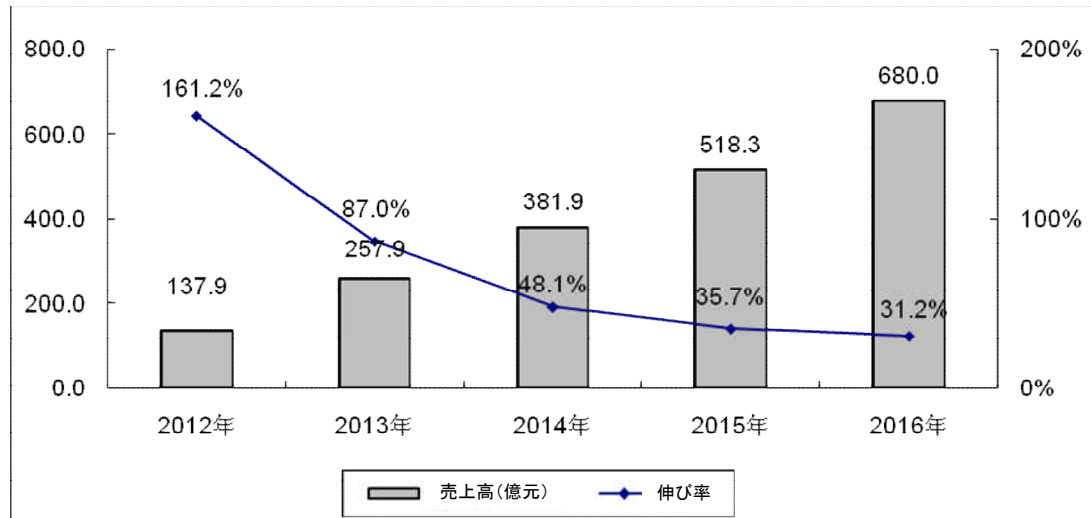
まずは ARM コアの装備競争という悪循環を断つこと、性能基準の統一、ブランディング、アフターサービスの3つが不可欠

独創性に限界のある、ミドル・ローエンドのタブレットPCや千元スマートフォンなどの完成品メーカーは、流動的なエコシステムにおいては受動的であり、ミドル・ローエンド製品を主導する重責は主にMAPやソリューションのベンダーが担っている。初期のPCの発展を振り返ると、一時CPUの処理速度が完成品の性能指標となり、ベンダーや消費者の注意を引いていたが、これは目下のARMコアの装備競争と相通じる所がある。

ARMアーキテクチャによるモバイルインターネット端末向けアプリケーションプロセッサ用CPUコアは、性能と技術の進歩の順に、ARM 7、ARM9、ARM11、Cortex A8、A5、A9、A7、A15などがある。ARMコアの数及び処理能力でMAPの基本性能が決まるが、それが唯一の指標ではなく、ハードウェアドライブ、ミドルウェアアーキテクチャ、各種の開発キットやソフトウェア最適化などもユーザーの反応を左右する。今後のタブレットPCやスマートフォンソリューションは、チップメーカーにより売り出されるにせよ、製品全体の性能やソフトウェアのサポート力が一層重視され、止まるところを知らない指標の数字争いになることはもうないだろう。全志科技（AllWinner Technology）、盈方微、瑞芯微（Rockchip Electronics）といったミドル・ローエンドのMAP及びソリューションの主要サプライヤーは、今なおARMコアの性能を競う段階にあり、性能基準の統一や新たなブランディングへと市場の関心が移っていくには、少なくとも2年を要する。

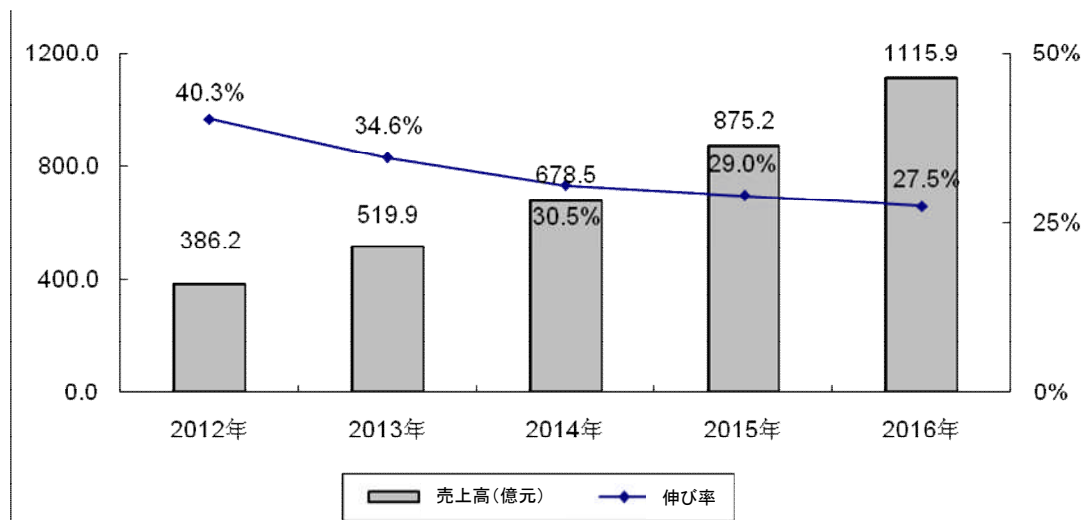
中国のタブレットPC向けMAP市場の規模は2016年まで伸びを続けるが、伸び幅は小さくなる。スマートフォン向けMAPは、ミドル・ローエンド端末に引っ張られる形で比較的安定した伸び幅を維持するだろう。スマートテレビ向けMAPは端末に下支えされ、2012年には高い伸びが予想される。

図4 2012-2016年の中国のタブレットPC向けMAP市場の規模の予測（売上高ベース 単位：億元）



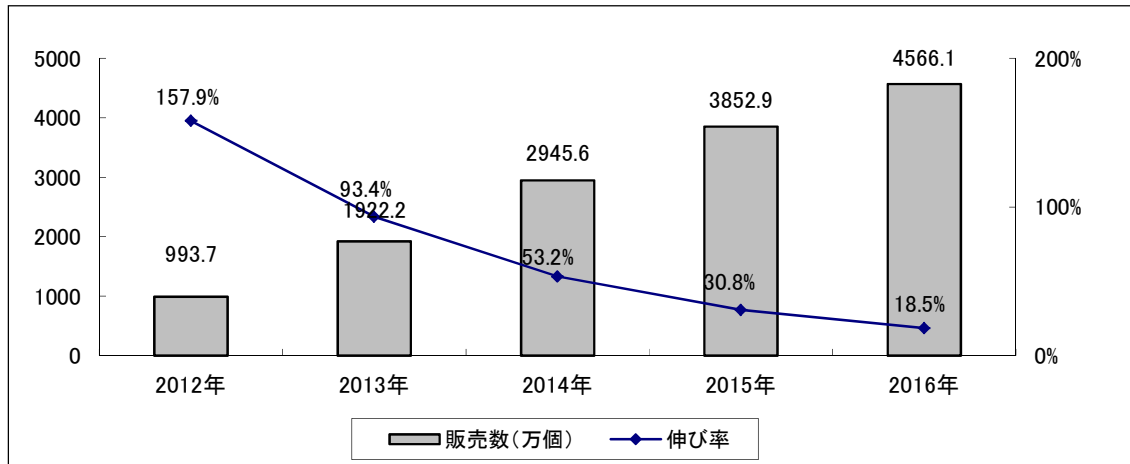
データ出典：CCID（賽迪顧問） 2012, 05

図5 2012-2016年の中国のスマートフォン向けMAP市場の規模の予測（売上高ベース 単位：億元）



データ出典：CCID（賽迪顧問） 2012, 05

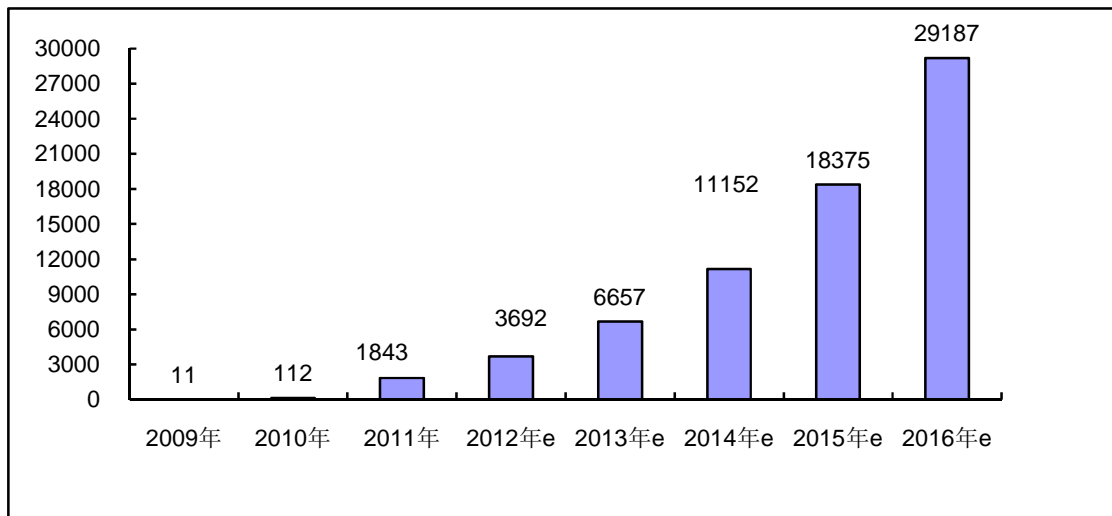
図6 2012-2016年の中国のスマートテレビ向けMAP市場の規模の予測（販売数ベース 単位：万個）



データ出典：CCID（賽迪顧問） 2012, 05

ミドル・ローエンドの端末がこれからのMAP市場を力強く牽引するだろう。3Gの普及や4Gの商用化が進む中、強カブランドとしての存在感もあり、価格にこだわらない消費者はなおしばらくはアップルのiPadを選択するだろう。ノンブランドを中心とするミドル・ローエンドブランドは、製品が同質化し技術が成熟するにつれ、消費者に幅広く浸透していくと同時に、輸出も安定した伸びを維持するだろう。CCID（賽迪顧問）の予測では、2012年のミドル・ローエンドのタブレットPCの販売台数は3,800万台となり、2013年から16年にかけては年ごとにそれぞれ8,700万台、1億5千万台、2億台、2億5千万台と、30%以上の伸びを維持していく。また千元以下端末の基本価格は、主にスマートフォンの価格が今後も低下し続け、産業及び市場全体における同端末の比率も2012年の約30%から16年には約40%へと伸び続けると見られることから、全価格帯でさらに下がっていくだろう。チップやCPUなどスマートフォンの基幹モジュールの価格の下落が生産コストを抑え、価格の低下も可能となっている。

図7 2009-2016年の中国の千元以下スマートフォンの販売台数及び推移



データ出典：CCID（賽迪顧問） 2012, 05

近年、深圳のミドル・ローエンドのスマートフォンで価格競争が展開され、導入期から成長期へと急速な動きを見せるモバイルインターネット端末市場は、正に破竹の勢いである。ミドル・ローエンドのタブレットPCや千元スマートフォン、スマートテレビについては、2012年が激動の一年となる。シンプルな生活理念を持ち、マイクロブログやマイクロメッセージなど時流に流されずにいた筆者の同僚のA君が、先日どうしたことが1,400元のスマートフォンを購入し、同僚たちを驚かせた。本格的にモバイルインターネットの時代となり、MAP市場のエンジンがうなりを上げているようだ。

■ 賽迪顧問股份有限公司（CCID）のご紹介

CCIDは、中国「工業情報化省」傘下で中国最大のコンサルティング会社です。2004年には、中国のコンサルティング会社として初めて香港証券取引所への上場を果たしました。各国の企業に対し、市場調査やマーケティング戦略・販売チャネルの構築支援など多岐にわたるサービスを提供しています。現在は北京本社のほか、上海や広州、深センに支社、日本や米国、韓国、イタリアに事務所を置いてあり、世界的に高い知名度を誇っています。

【日本事務所】

設立：2007年10月

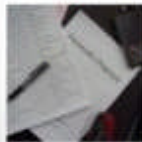
当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に際してはお客様ご自身の判断にてお願い致します。また、本資料の一部または全部を無断で複製・転送等を禁じます。

代表：朱偉徳

住所：東京都新宿区西早稲田1-22-3 ファーイースト・パートナーズ(株) 内

TEL : 03-5287-5455

中国市場調査サービス



中国市場調査レポート

中国市場の今を知る
最新マーケティングレポート

2011-2012年版中国市場調査レポートを
4月1日より販売開始。詳細はこちら↓

www.j-fep.co.jp/consul/report.html



中国市場データ配信

企業別・地域別最新データの
定期配信サービス

ご希望分野のデータを定期的にお届けする
サービスです。詳細はこちら↓

www.j-fep.co.jp/consul/data.html



中国市場受託調査

政府系コンサル企業による
ニーズ・目的に応じた調査

調査地域・分野を問わず、お客様固有の
ニーズに合わせて実施するカスタムリサー
チサービスです。詳細はこちら↓

www.j-fep.co.jp/consul/custom.html