

中国のモバイル通信設備市場～2013年の振り返りと展望～

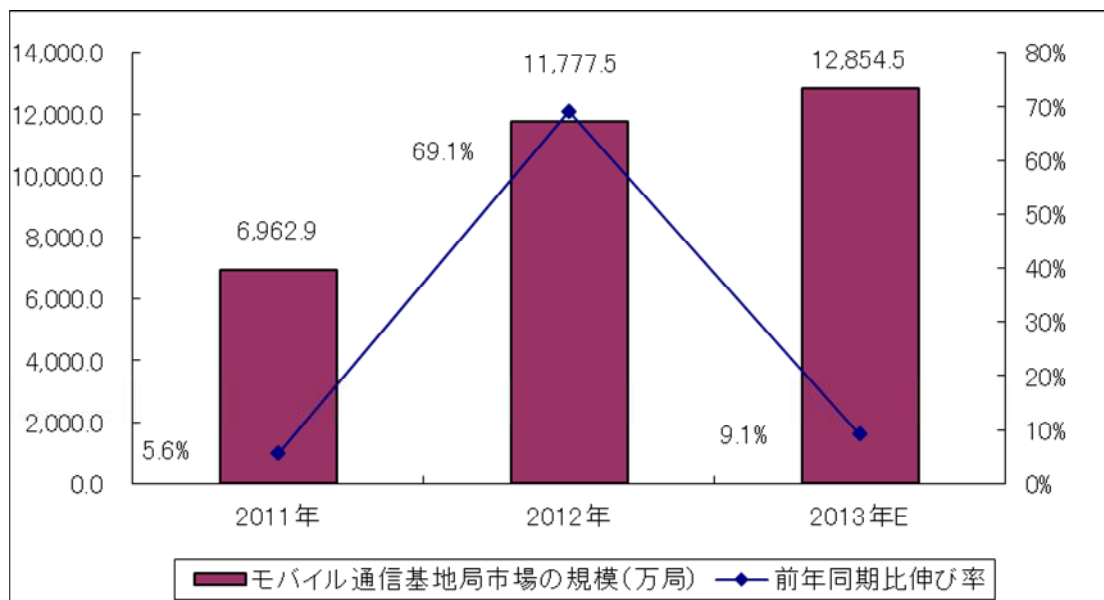
2013年の中国経済は、世界経済が緩やかに回復する中、緩やかながらもプラス成長を見せた。年後半からは、国の情報消費促進政策に伴いブロードバンド中国戦略が正式に発表され実施に移された。4G 免許が交付され、中国国内の三大キャリアのモバイル通信設備分野における投資の伸びは大幅に回復。LTE の整備が本格化し、中国のモバイル通信設備市場が 3G から 4G へと新たなステージに突入したことを印象付けた。

一、2013年の中国のモバイル通信設備市場の振り返り

(一) 規模

2013年10月現在の中国のモバイル通信基地局装置市場の規模は、12年の同じ時期の9,355万8千局から13.5%増えて計1億617万3千局となった。通年では同年の1億1,777万5千局から9.1%増えて1億2,854万5千局となる見込みだ。

図1: 2011-13年の中国モバイル通信基地局装置市場の規模



データ出典：国家統計局 CCID(賽迪顧問)まとめ, 2013, 12

13年1-10月の月ごとの伸びを見ると、前半の伸び幅は12年の同じ時期と比べて顕著に小さくなっている。3Gの整備が一段落し、2Gへの投資が激減。三大キャリアがネットワークのカバーと最適化の両立に軸足を移し、設備投資に慎重になっている様子がうかがえる。後半は三大キャリアが相次いで4G設備の入札を始めたのに伴い、同じく市場規模が顕著に拡大。市場全体が回復基調に入った。

表1:2012-13年1-10月の中国のモバイル通信基地局装置市場規模の前年同期比伸び率の推移

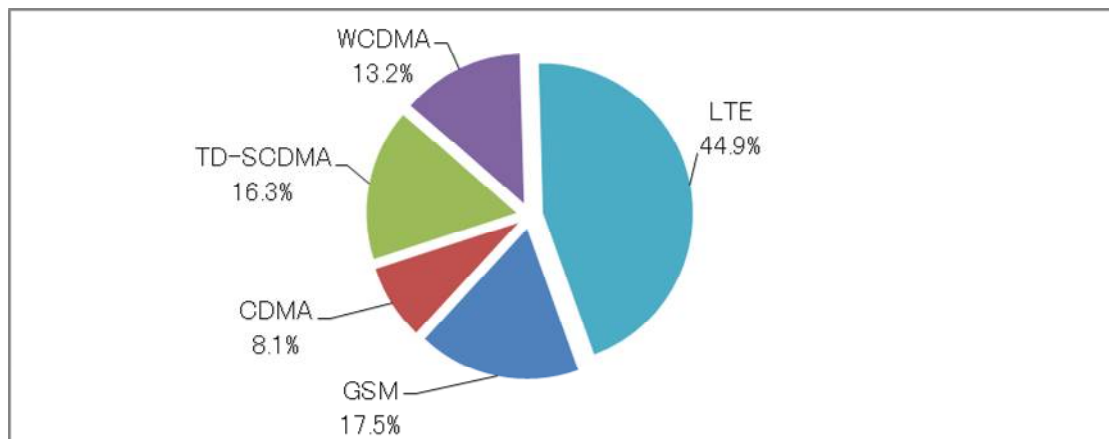
	1-2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
2012年	18.5%	44.3%	32.2%	111.6%	174.1%	20.7%	0.2%	-9.6%	27.8%
13年	-15.15%	-14.30%	14.80%	-12.60%	10.80%	28.80%	57.10%	59.40%	64.30%

データ出典：国家統計局 CCID(賽迪顧問)まとめ, 2013, 12

(二) 製品構成

2013年は4Gが市場全体の44.9%を占めた。中国移動は4Gに軸足を移し、TD-LTEへの投資が4G全体の過半数となっている。中国電信と中国聯通もFDD-LTEとTD-LTEのハイブリッド方式による4Gの整備に着手している。3Gのシェアは34.5%で、中国移動のTD-SCDMAが3Gの50%以上。中国聯通は依然としてWCDMAに力を入れている。中国電信はCDMA2000への投資を減らして一部を4Gへの追加投資に回した。2Gのシェアは20.6%。中国移動のGSMが主力で、中国電信がなお細々と投資を続けている。中国聯通は2Gからほぼ撤退した。

図 2: 2013 年の中国のモバイル通信設備の規格別市場シェア



データ出典：CCID(賽迪顧問)，2013，12

二、2014年の中国のモバイル通信設備市場の展望

(一) 市場のエンジン

1、モバイル通信ネットワークの充実が国内全域での情報消費の柱

中国の経済発展モデルがスピード重視から質重視に変わる中、情報消費ルート拡大による産業構造の最適化が持続的で安定した経済成長を維持する有効な手段となっている。情報消費は伸びが速く、内生的な成長性が高い。すそ野も広く、牽引力にも優れている。情報消費が100億元増えるごとにGDPが338億元増えるとされ、2012年に情報消費業によりもたらされた働き口は1,600万カ所に上る。13年8月に国務院が発表した「情報消費の促進による内需の拡大に関する若干の意見」では、年平均20%以上のハイペースで情報消費規模を増やして15年に3.2兆元規模を目指す目標が提起されている。この目標を達成するために、情報消費サービスのネットワークの基盤となる情報インフラの整備が引き続き進められる。情報消費の大部分がモバイル通信ネットワークによるものとなり、モバイル化がますます進む。情報消費ニーズが増えれば、モバイル通信設備の市場もその分巨大になっていく。

2、ブロードバンド中国戦略のカギは広範なモバイル通信ネットワーク

中国の持続的で安定した経済成長を促す戦略的公共インフラであるブロードバンドは、投資の牽引や情報消費の促進、発展方式の転換の推進などの面で重要な柱と位置付けられる。2013年8月に正式に施行された『ブロードバンド中国』戦略及び実施プランには、中国の情報インフラ及びブロードバンドネットワークの整備に向けた短・長期的な目標が明示されている。15年までに固定ブロードバンドの家庭普及率を50%、3G/LTEユーザーを32.5%、行政村（1つ以上の村からなる末端の行政単位）のブロードバンド開通率を95%とし、20年にはそれぞれ70%、85%、98%以上を目指すとしている。この目標を達成するために、東部、中西部、農村地区で全面的に地域ブロードバンドネットワークの調整が進められる。またインターネットバックボーン、アクセス網、MAN（メトロポリタンエリアネットワーク）のそれぞれでブロードバンドの最適化・グレードアップが加速化される。ブロードバンド中国戦略には、モバイルブロードバンドネットワークも含めたブロードバンドインフラに対して、20年までに約2兆元の投資が必要となる。モバイル通信設備の市場はより大規模になっていく。

3、4G免許の交付でモバイルネットワーク構築に新たな波

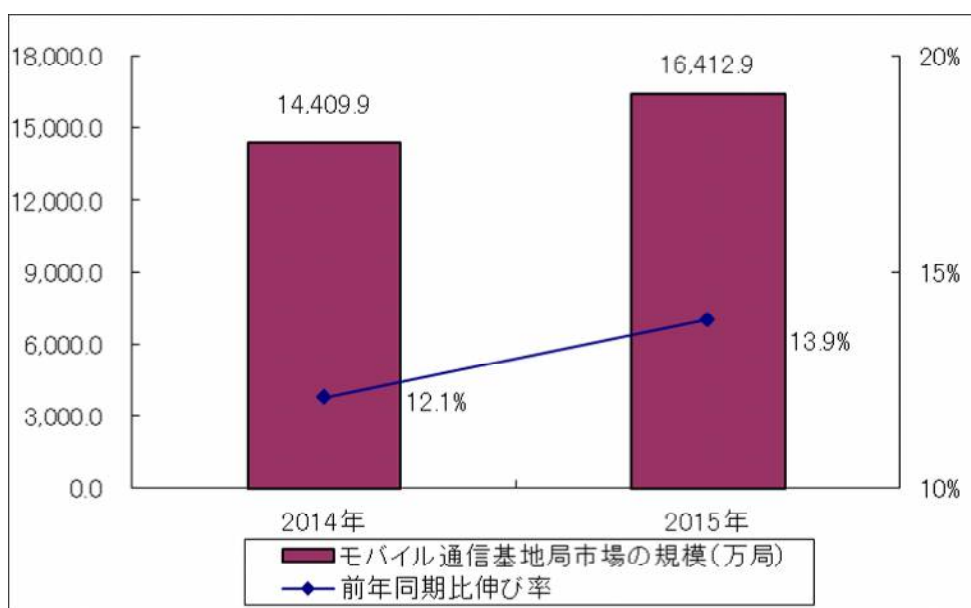
4G免許の交付に伴い、中国国内の三大キャリアはLTEの整備を全面的に加速した。中国移动は2G/3Gへの投資規模を維持すると同時に、モバイルネットワークの主軸を4Gに移し、2013年6月にはTD-LTEの商用サービスの第一期入札を始めた。サービス範囲は中国国内31の省と市。調達規模は20万7千基地局の計55万のキャリア/セクタに及び、調達金額は200億元を越す。中国电信は8月に4Gテストの入札を始めた。FDD/TD-LTEのハイブリッド方式を採用。基地局は6万を超え、うち約5万局がFDD-LTE、1万強がTD-LTEである。テストエリアは31の省と市。投資規模は50億元に上り、年内に4Gへの50億元の追加投資を行う。10月には中国聯通も4Gの集中的調達の入札を始めた。LTE基地局5万2千局の調達を計画し、うちTD-LTEが1万局、FDD-LTEが3万4千局、FDD-LTE屋内設置型が8千基で投資規模は約50億元。三大キャリアの4Gの無線主要設備の投資規模は通年で300億元を越す勢いだ。4G免許の交付でモバイル通信機器市場は更に活性化しそうだ。

(二)市場の展望

1、市場の規模

4Gの整備の本格化に伴い、中国のモバイル通信基地局設備市場はこの先2年間、急成長の勢いを維持。2014年の市場規模は前年同期比12.1%増の1億4,409万9千局に達し、15年には更に13.9%増えて1億6,412万9千局となるだろう。

図3：2014-15年の中国のモバイル通信基地局装置市場の規模(予測)

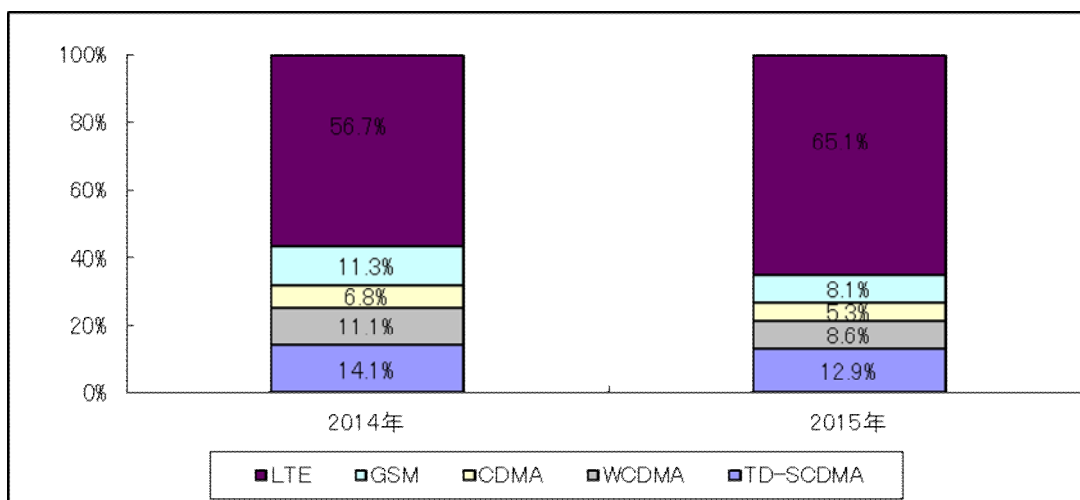


データ出典：CCID(賽迪顧問), 2013, 12

2、製品構成

2013年の中国モバイル通信市場はLTEが44.9%と最大のシェアを占めた。この先2年間はLTEが主導的地位を占めそうだ。4G免許の交付を機に三大キャリアは4Gの整備を加速、LTEは急成長し14年には中国国内モバイル通信機器市場の55%以上を占めるだろう。中国移動のTD-LTE投資はなおもLTE機器市場全体の半分以上を占める。15年にはLTEのシェアがモバイル通信機器の65%以上に達し、3Gが25%以下、2Gが10%以下にそれぞれ低下するとみられる。

図4：2014-15年の中国のモバイル通信設備市場の製品構成(予測)



データ出典：CCID(賽迪顧問)，2013，12

三大キャリアの 2G ネットワークが今なお多くのユーザーを支えており、3G の巨額の初期投資が未だ完全に回収できていないのが現状である。4G の整備も既に始まっており、複数ネットワークの共存的発展が今後数年間の三大キャリア共通の課題だ。4G を中心に 3G を補助的なネットワークとして 2G で不足をカバーするようなモバイル通信機器市場の構図が、この先数年間で形成されていこう。TD-LTE 免許の交付や LTE-TDD/FDD といった周波数帯の使用法による区分の導入により、中国国内のモバイル通信ネットワーク機器市場はこの先数年は TD-LTE と FDD-LTE の全面競争の様相を呈する。中国移動の実力や TD-LTE 整備の飛躍的な進展、中国聯通と中国電信のハイブリッドモデルの選択及びその 4G 整備の遅れを考えると、TD-LTE の機器が市場の主導権を握りそうだ。

2G 市場の立ち上げから 3G の台頭を経て、現在の 4G 市場では華為や中興を代表とする中国国内モバイル通信機器メーカーが明らかな優位に立っている。三大キャリア各社の 13 年におけるモバイル通信機器の入札状況を見ると、国内メーカーが引き続き中国市場を牽引しそうだ。この先数年間は依然として国内メーカー優位が続くとみられる。

■本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。また、電子的または機械的手段を問わず、本資料の一部または全部を無断で複製・転送等を行わないようお願い致します。

■ 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。

■ CCID日本事務所

設立：2007年10月

代表：朱偉徳(ファーイースト・パートナーズ株式会社 代表取締役)

役割：中国市場調査サービスのご提供(市場レポート、市場データ、受託調査)

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

■ 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

2012-2013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