



中国におけるスマホの普及に伴う
通信事業者のデータサービス収入増
一般財団法人マルチメディア振興センター（FMMC）
情報通信研究部 副主席研究員 裘 春暉

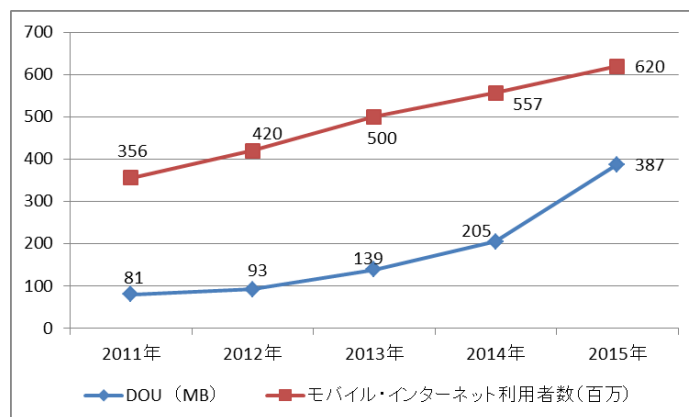
概要

中国では、通信事業者のモバイル・データ通信による収入割合が初めてレガシー・サービスの同値を上回った。背景には、スマホの急速普及が要因であると考えられる。以下、キャリアの収入構造の変化、携帯端末の出荷状況といった指標をもとに、通信キャリアの主な収益源がデータ通信サービスに変わってきた状況を紹介する。

中国におけるスマホの保有台数について、2013年には既に世界一となり、その後の4Gサービスの普及に伴い、4G対応のスマホの利用も一般化してきた。2015年4月末時点のデータでは、中国人3人に2人がスマホを利用している状況にある。

またスマホの普及に伴い、モバイル・インターネット利用者数が増加し、その結果、モバイル・インターネットのトラフィック量も増加傾向にある。2016年7月のモバイル・インターネットの月間トラフィック量は、トータルで7億7,600万GBに達し、史上最高値を記録した。図表1はモバイル・インターネット利用者数及びユーザ当たりの月間データ通信利用量（DOU; data of user）の推移を示したもので、両者間で強い相関を有することが見て取れる。

図表1 モバイル・インターネット利用者数及びDOUの推移



出所：工業・情報化部発表データを基に算出・作成

モバイル・インターネットのトラフィック量の増加で通信キャリアの収入構造に変化が現れてきている。具体的には、モバイル・データ通信による収入比率の上昇である。主要通信キャリア 3 社すべての 2016 年上半期の売上高における同比率が上昇し、全体の業績向上に寄与した。最大手の中国移動の場合は、同値が初めて収入全体の 5 割を超え、60.0%に達した。3 社間で程度の差があるものの、4G サービスの導入で、通信キャリアの収入がデータ通信サービスの利用に一層依存するようになった構図が鮮明になった。

中国におけるスマホの普及は、中国国内端末メーカーの台頭が寄与したと考えられる。2015 年において、国産ブランドの出荷台数は前年比で 21.1%増の 4 億 2,900 万台に達し、全体の 82.7%を占めている。市場シェアの上位に占めるメーカーも、低迷した ZTE や小米が OPPO（広東欧珀）、vivo（維沃）といった新興メーカーに入れ替われるなど、層が厚いからゆえに、国内メーカー同士の競争が目まぐるしい。

出荷された端末のうち、スマホの割合が高まっていることが分かる。2015 年 1 月から 11 月までの中国市場における出荷台数は 4 億 6,200 万台に達し、このうち、スマホは 4 億 700 万台で、全体の 88.1%を占めている。前年同期に比べての増加率では、出荷台数全体が 13.4%増加したのに対して、スマホは 16.0%増加し、結果的には出荷された携帯端末のうち、スマホのウェイトが高まったことが分かる。また、全体のうち、84.5%が 4G 対応のスマホで、同比 178.8%増の 3 億 9,000 万台に達している。

スマホ普及を後押しした背景には、安価な端末が大量にあったからである。2013 年から 2015 年までの間、多少上下の変動があったが、基本的には、1,000 元（≒15,000 円）以下の端末の割合が高く、1,000-2,000 元以下の端末を合わせると、2,000 元未満の端末は全体の 5 割以上を占めることになっている。また、中国では、数年前から通販が急速に普及してきており、オンラインショップから SIM フリーの端末を気軽に買えることも、人々の端末の買換えを促す効果があったと考えられる。

このように、中国市場において、2G 及び 3G ユーザの 4G への移行が加速するなか、スマホ端末の普及も一段と進んできている。また、これに伴い、スマホを用いた各種利活用サービスが人々の日常生活に浸透し、利便性が高まってきていることも知られている。しかし、一方では、スマホ中毒やネット詐欺事件の頻発といった負の一面も社会問題として注目されている。

スマホが主流な通信手段となりつつある環境において、通信事業者各社は新しいビジネスモデルの構築が問われると同時に、健全なスマホ利用環境の構築にも直面することになっている。