



インドのモバイル市場の動向

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 藍沢 志津

概要

インドのモバイルサービス市場は、一時は加入者数が爆発的な増加を見せたが、2010年後半からその成長が鈍化傾向を見せ始めた。その一方で、人口の7割以上が居住する農村地域では加入者が増加し始めており、人口12億、実際の利用者数は5-6億と推定されるインド市場の拡大の余地はまだ残されている。特に今後は、2009年から開始された3Gサービスによるモバイルデータ及び付加価値サービスの成長に期待がかかっており、ここ数年で急速に成長し始めたインドの地場メーカーによる安価なスマートフォンがこの動きを支えようとしている。

1. 停滞するインド経済

インド経済は、1990年代初頭から始まった経済自由化政策により、2000年代半ばに高成長局面を迎えた。リーマンショック直後に多くの新興国で経済成長率がマイナスに転じた際も、中国と共に経済が堅調に推移し世界から注目を集めた。しかし、2011年以降、インド経済は減速しており、2013年の経済成長率は2010年のピーク時の半分以下の5%を下回る予想となっている。さらに、通貨ルピーは下落を続けており、製造業が未発達で輸出が弱いというのに、石油と石炭の輸入大国であるインドは、ルピー安によってエネルギー費を膨らませ財政赤字を拡大させている。

経済が減速するインドに対して外国投資も停滞し、2012年の直接外国投資は中国の10分の1の額にも満たない状況となっている。インフラ開発も進展せず、汚職等の政治腐敗も指摘されており、経済成長の鈍化に対する政府の責任が問われている。

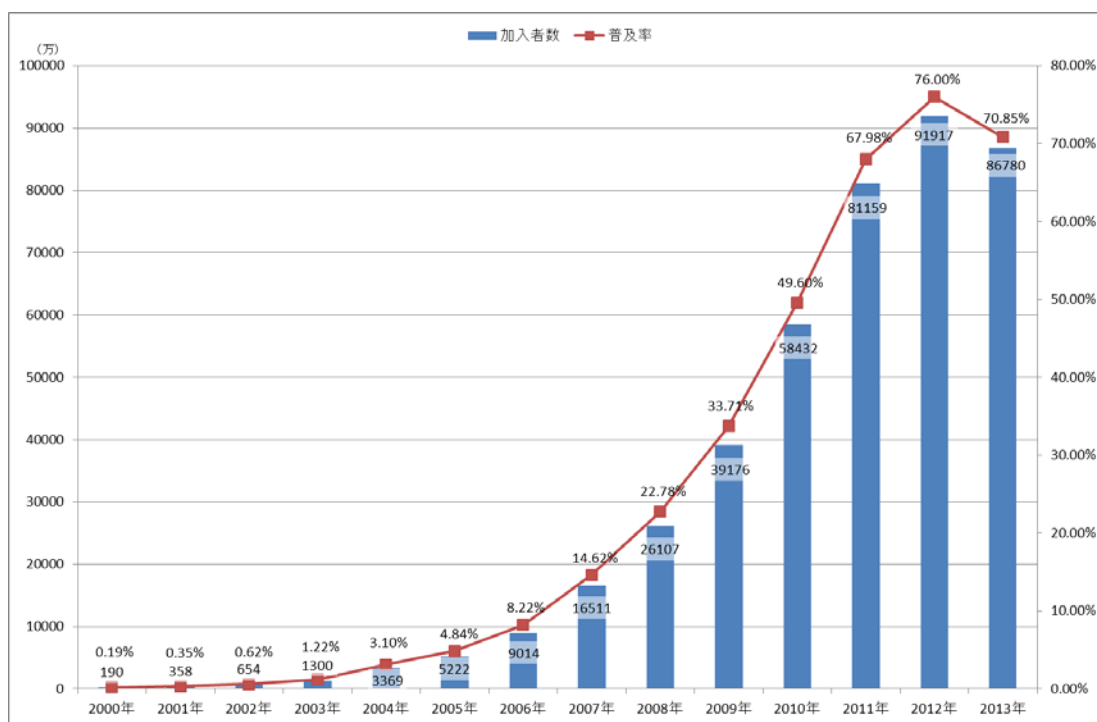
2. 停滞するモバイルサービス分野

通信サービス産業は、1991年以降の経済自由化政策の流れのなかで規制緩和・競争導入が段階的に実施され、インドの経済成長の一翼を担った。特にモバイル分野の発展は目覚ましく、市場には多数のモバイルキャリアが参入し、2010年には1年間で加入者数が2億2,400万増を記録した。しかし、2010年後半から月間契約純増数は低下傾向を示し、2012年7月には加入者数が初めて減少に転じ、その成長は鈍化傾向を見せ始めた。この要因としては、急激な加入者増に起因する番号不足のため政府が未使用SIMの番号をキャリアから返還させた事情と、周波数の配分方針がキャリアの加入者数に応じた配分からオークションによる入札制に変更され

たためにモバイルキャリアが無闇な加入者獲得方針を改めた点が指摘できる。

2013年3月末現在、通信サービス市場全体の加入者数8億9,800万のうち、モバイル市場は8億6,780万となっているが、数字の面での成長は伸び悩んでいる状況である。モバイルキャリアは、1免許エリアに平均10社のキャリアが参入するほどの厳しい競争環境下に置かれており、収入は減少（MoU（1加入者当たりの通話分数）とARPM（1分当たりの通話収入）が減少）、その一方で加入者増に伴いネットワーク設備等の支出は増加するといった厳しい経営状況に直面している。これを反映して、2012年及び2013年に実施された2G周波数の再入札（2G周波数免許の不正交付問題に起因して実施）は、参入事業者数も入札金額も政府の予想を大きく下回る結果に終わった。

表 インドのモバイルサービス市場の加入者数・普及率の推移



出所：TRAI（インド電気通信規制庁）

3. モバイル端末市場の現状

その一方で、人口の7割以上が居住する農村地域では携帯電話の加入者が増加傾向を示している。また、2009年から3Gサービスの提供が開始され、それまで音声サービス及びSMSの利用が中心であったモバイル市場において、次第にモバイルインターネット、モバイルデータ及び付加価値サービスが普及し始めている。これを支えているのは、インド製の安価なスマートフォンである。

インドのモバイル市場は、Ovum社の予測によると、2015年までに15億加入にまで成長すると予測されており、モバイル端末市場は、今後も新規加入、買い替え需要が期待されている。利用者は当初は超低価格端末を利用していたが、ここ数年で端末の種類が増加するようになった。超低価格端末、フィーチャーフォン、メッセージングフォンの普及は鈍化しており、今後

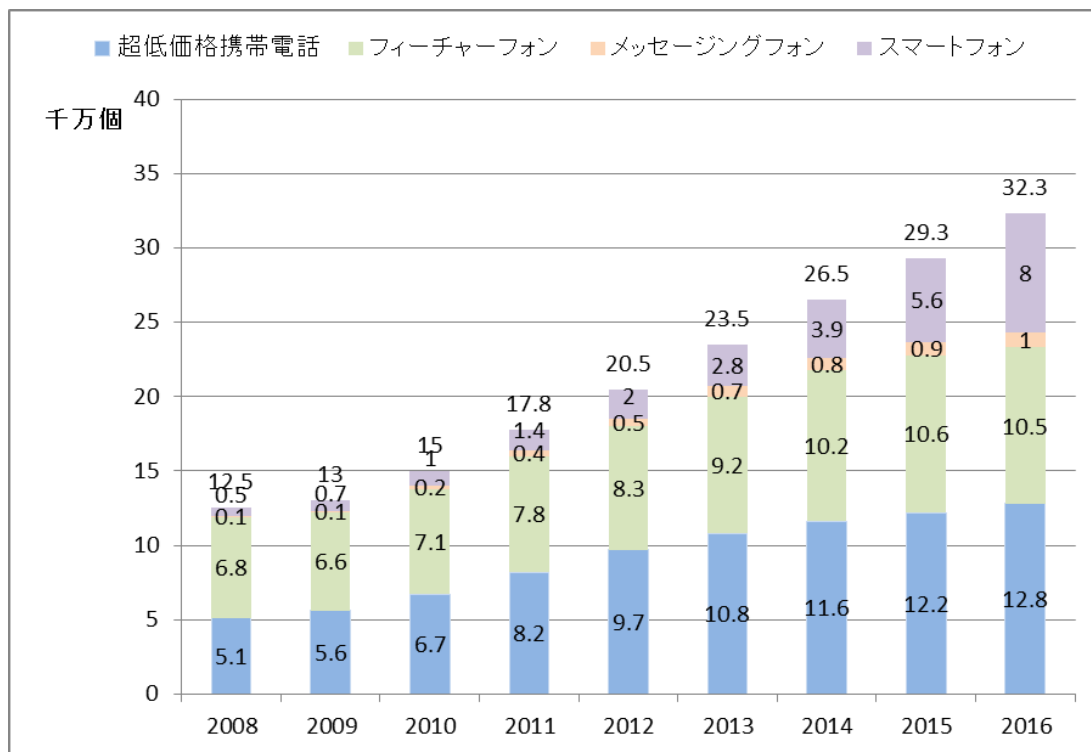
はスマートフォンの成長に期待がかかっている。

インドは、これまでモバイル端末を輸入に頼ってきたが、モバイル端末の生産は、製造コスト、マーケティングコストが低いこともあり、ここ数年でインド国内での製造が進展し、インドの地場のモバイル端末メーカーが躍進してきた。好調の背景は、低価格だけでなく、海外メーカーが導入していないSIMカードを二枚装着できるデュアルSIM対応機種や、電力供給が万全でないインドの事情を考慮した電池の持ちの良さを重視した機種等、インド市場特有のニーズを吸い上げた端末を生産している点も指摘できる。

この結果、2012年のモバイル端末市場シェア（Voice & Data 調べ）においては、サムスン、ノキアに続き、地場のマイクロマックスが3位、カーボンが4位となった。さらに、タブレット市場では、サムスンに続き、マイクロマックスは2位、カーボンは5位となっている。他にも、ラバ、スパイスモバイル、ゼンモバイル、レモンモバイル、Maxx等のインドの地場メーカーが活躍している。国外への輸出にも期待がかかっており、インド商工会議所（FICCI）によると、2013年にはグローバル市場におけるインド製端末のシェアは13.4%にまで成長すると予測されている。

インド政府も、国家安全保障、輸出入の均衡、雇用の創出、イノベーションの促進といった観点から、通信機器の製造を促進する方針を打ち出している。通信IT省は2012年に「2012年国家電気通信政策」、「2012年国家電子機器政策」を発表し、世界市場におけるインドの通信機器のシェアを拡大していく方針を発表している。

表 インドのモバイル端末市場の推移



出所：インド商工会議所（FICCI）

4. 今後の展望

インドのモバイルサービス市場における 3G サービスの加入者数は、2013 年 6 月末現在でまだ 3,400 万加入となっており、4G (LTE) サービスに関しては Bharti Airtel が 2012 年 4 月に TD-LTE サービスの提供を開始したものの加入者は 1 万にも満たない状況である。

インドのモバイルサービス加入者数約 9 億のうち、アクティブ数、SIM カードの使い分け等の状況を考慮すれば、実際の利用者数は約 5-6 億と推定され、まだインドの人口約 12 億の約半分には普及していないことから、モバイルサービスの普及の余地は残されていると考えられる。

今後のインドモバイル分野の継続的な発展のためには、3G・4G によるモバイルデータ・付加価値サービスの成長が不可欠であり、その際インド市場のニーズを吸い上げた端末やサービスの出現に期待がかかる。インドのメーカーが供給する安価なスマートフォンやタブレット端末の普及がその動きを後押ししていく可能性が高いと考えられ、その動向を見守りたい。