

急速なスマートフォンブームで変わる韓国のモバイル市場

(財) マルチメディア振興センター 情報通信研究部 副主席研究員

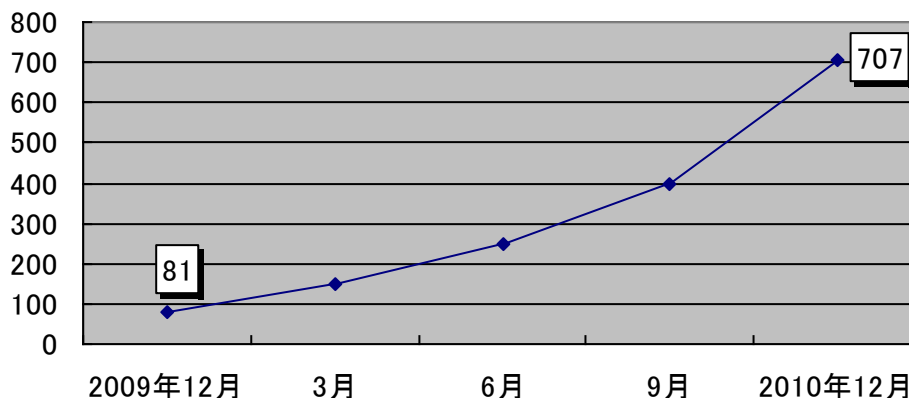
三澤 かおり

2010年は世界的なスマートフォン化の流れが決定付けられた年であり、世界的メーカーもスマートフォンの生産割合を増やしている。スマートフォン普及率が高い北米やイタリア市場では、スマートフォン普及率は既に3割を超えている。一方、日本と韓国では両国とも2010年はスマートフォンブームを迎えていたが、世界市場で見た場合のスマートフォン化は出遅れていた。2009年12月末時点の韓国のスマートフォン加入者は約80万で携帯電話利用者の2%で、日本の場合は2010年3月時点で200万程度であった。韓国の人口が日本の半分以下の4,800万であることを考えると、2010年初め時点の日韓両国のスマートフォン普及水準はほぼ同程度といえよう。

しかし、2010年末時点での韓国のスマートフォン加入者は700万を突破して携帯電話利用者の約14%に達し、日本のみならず予想を上回る速さでスマートフォンの市場浸透が急進展した。韓国では特に、スマートフォン普及促進を図ることで国民の無線インターネット利用率を上げて通信及び関連市場のパイを拡大しようとしている。そのために、業界のみならず政府が率先してスマートフォン普及拡大に乗り出していることが特徴的である。そこで、韓国のスマートフォン普及促進に向けた政策及び企業の取り組みの両面を見ることで、今後を展望してみたい。

韓国のスマートフォン加入者推移

(単位：万)



出所：KCC 等各種資料を基に作成

1. スマートフォンの出遅れでモバイル分野競争力に黄信号

日本と韓国は世界的にモバイル先進国と目されており、両国とも3G携帯電話の普及率が限りなく100%に近い。日本と韓国の携帯電話市場の状況は、3Gの高普及率、プリペイド

携帯利用が少ないこと、最近まで SIM ロックされていたこと、事業者の競争状況などの点で世界的に最も似ている。なお、韓国の端末メーカーの世界シェア拡大趨勢は各国からベンチマークされている。

しかし、韓国では無線インターネットの利用度の低さやスマートフォン分野の出遅れでモバイル分野の国際競争力が落ちているという危機意識が強かった。例えば、サムスン電子と LG 電子は世界の携帯電話端末市場では 2 位と 3 位を占めるが、スマートフォン分野のみで見ると両社とも大幅にシェアを減らし、2010 年 7-9 月期時点でサムスン電子は 4 位、LG 電子は 6 位以下のその他扱いとなっている。

無線インターネット利活用面で見ると、i-mode のような携帯電話でのインターネットが可能になったのは日韓共に 2001 年からである。だが、韓国ではこの時期に ADSL ブロードバンドが低料金で急速に普及したこと、キャリアの公式サイトしかアクセスできないなど無線インターネットの閉鎖的環境、無線データ料金の割高感、などの理由から無線インターネット利用がほとんど進まなかった。

韓国では、停滞が続く通信市場活性化には無線インターネット利用活性化が最重要課題と認識されていた。そのため、規制機関の通信放送委員会は早期のスマートフォン化が最も効果的と判断し、2010 年 4 月に発表した「無線インターネット活性化総合計画」で、スマートフォン関連ビジネス支援策や利活用促進策を進めた。

3G 携帯電話サービスや端末でモバイル分野に強いと思われていた韓国であるが、ハードウェアやインフラ分野では強みを発揮したが、ソフトウェア分野が弱かったことが無線インターネット分野の停滞とスマートフォンの出遅れにつながった。そのため、2010 年からはスマートフォンを軸にソフトウェア分野の強化が図られ、官民連携でのスマートフォン・アプリケーション開発支援等が開始されている。

2. iPhone 上陸と Galaxy S 大ヒットで変化する市場

これまでも無線インターネット活性化のための各種梃入れ策が実施されたもののほとんど効果につながらなかった韓国であるが、2009 年 11 月の iPhone 上陸で状況は一変した。デジタル携帯電話になってからの韓国では海外メーカー製端末のヒットは難しく、「外国産端末の墓場」とも言われた市場であったが、iPhone のヒットがこうした状況を変えつつある。KT の iPhone 発売をきっかけにスマートフォンブームに火がつき、対抗する SK テレコムはアンドロイド OS スマートフォンのラインナップ拡充を急いだ。2010 年後半は、6 月に SK テレコムから発売されたサムスン電子端末 Galaxy S の大ヒットで、韓国市場は iPhone 対 Galaxy S の競争によりスマートフォン普及が一層加速化された。

スマートフォンの普及で利用者の無線データ通信利用が急増すると、携帯キャリア 3 社 (SK テレコム、KT、LG U+) の戦略にも変化が現れた。データトラフィック急増を支えるため、キャリアの無線インフラ競争に火がついた。各社は LTE 網構築を急ぎ、トラフィックの迂回路として Wi-Fi 網を急拡大する戦略に転じている。キャリアごとのインフラ戦

略方針には違いがはっきりしていることが興味深い。固定・移動の両方の部門を持つ通信最大手 KT は Wi-Fi 網で大部分のトラフィックを吸収する計画で、2011 年までに国内の Wi-Fi ホットスポットを 10 万箇所に拡大予定である。移動通信部門のみの携帯最大手事業者 SK テレコムはこれと対照的で、LTE 網で大部分のトラフィックを吸収するため、Wi-Fi 網構築よりも LTE 網構築とフェムトセル設置に力を入れている。

また、スマートフォンに触発されたサービス面では、SK テレコムが iPhone 対抗策として、他社に先駆けてモバイル VoIP とデータ無制限定額制を導入したため、競合事業者もこれに続く形となった。

3. スマートフォンによるモバイルオフィス導入促進

利活用面では、iPhone と Galaxy S の発売以降、スマートフォン活用のモバイルオフィスを導入する企業が増えている。放送通信委員会も率先して 2011 年初めから KT のモバイルオフィスシステムを導入する。モバイルオフィス導入拡大は、前述の「無線インターネット活性化総合計画」でスマートモバイル応用サービス利活用促進策の一つとして位置づけられている。2010 年中は大企業のモバイルオフィス導入が中心であったが、2010 年 11 月には中小企業へのモバイルオフィス拡大を図るための支援策が放送通信委員会から発表された。日本では ICT 利活用促進は民間で進めていくが、韓国では利活用促進の面でも政府が役割を分担して支援に乗り出すところが特徴的である。

スマートフォン後発国であった韓国であるが、2010 年のスマートフォンブームの勢いは今後も続き、2011 年にスマートフォン普及率は 30~40% に達すると予測されている。これにより、通信キャリアの業績も好転すると見られている。企業のモバイルオフィスシステム導入拡大の動きと歩調を合わせて現在政府が進めているテレワーク促進策で、無線インターネット利用が進み、今後は生活スタイルにも変化が見られそうである。現在は、事業者が設備競争を先行させている形だが、政策のバックアップを受けながらスマートフォン関連ビジネスのエコシステム構築とモバイル利活用促進が進められている。これらの動きが、弱点であったソフトウェア分野の強化とモバイル利活用促進に今後どのような効果を及ぼしていくか、2011 年もその経過が大いに注目される場所である。