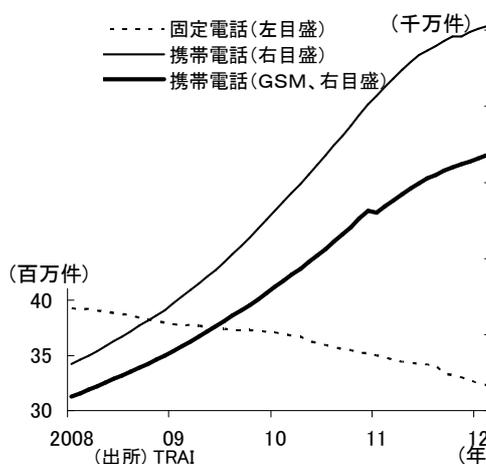


拡大するインド携帯電話市場

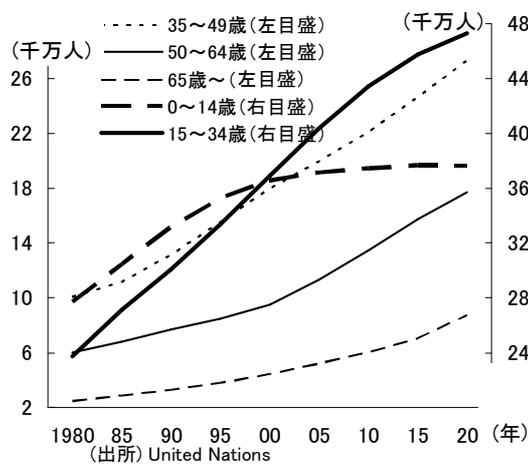
～ 地方圏が牽引、スマートホンの普及本格化 ～

- (1) インドの携帯電話が本年に入り9億件の大台に(図表1)。本年2月の契約件数は9億1,117万件。中心はGSM、いわゆる第2世代。GSMの契約件数は本年2月6億5,686万件。昨年7月の6億台乗せから半年で6億台半ばに。一方、固定電話は減少。本年2月の契約件数は3,233万件。減勢は2007年から09年までの前年比▲100万台から11年入り後、同▲200万台ペースへ倍増。
- (2) 昨春来、携帯電話の増勢が鈍化。それまでの毎月2千万件前後から、同1千万件弱へ増勢半減。もともと、エリア別にはバラツキ(図表2)。主力であるGSM型携帯電話の地域別増加寄与度を、07～09年と10年以降で対比すると、最大の減少幅は州都チェンナイを中心に自動車生産をはじめ生産・輸出が盛り上がるタミル・ナドゥ州。次いでグレーター・デリー経済圏拡大に伴い生産・物流拠点として急成長したラジャスタン州、ITと機械工業という戦略産業を擁するアンドラプラデシュ州。一方、引き続き好調を維持している州は、まず相対的に成長ペースが緩慢だったウタルプラデシュ州。東西に分けると、デリー経済圏に近く成長メリットを享受しやすい西部でなく、東部がトップ。次いでブネをはじめ近年、内陸部の開発が進むマハラシュトラ州、1人当たりGDPがインド最低で貧困州とされてきたビハール州。アラビア海に面したグジャラート州、ベンガル湾に面した西ベンガル州、いずれも物流拠点として成長始動するなか、携帯電話が底堅い増加。総じてみれば、都市圏や成長エリアで普及が一巡する一方、地方圏で引き続き盛り上がり。
- (3) さらにタブレット型を含めスマートホンの普及が本格化。昨年は前年比9割増と倍増。世界的にも米中に次ぐ巨大市場として注目。ポイントは人口規模の大きさに加え15～49歳の若中年層が総人口の過半を占める点(図表3)。価格に敏感な市場特性から年初来、値下げの動きが広がるなか、購買意欲は一段と強含みへ。

(図表1) インドの携帯・固定電話契約件数



(図表3) 年齢階層別人口見通し(国連推計)



(図表2) 主要エリア別携帯電話(GSM)契約件数(前年比寄与度)

