

IT Forecast Report

年間会員制レポート

携帯電話基地局市場の現状分析と将来予測

～ 基地局市場をキャリア、メーカー、エンジニアリング会社など多角的な視点からトータルに分析～

vol.2(2006年9月4日発行)



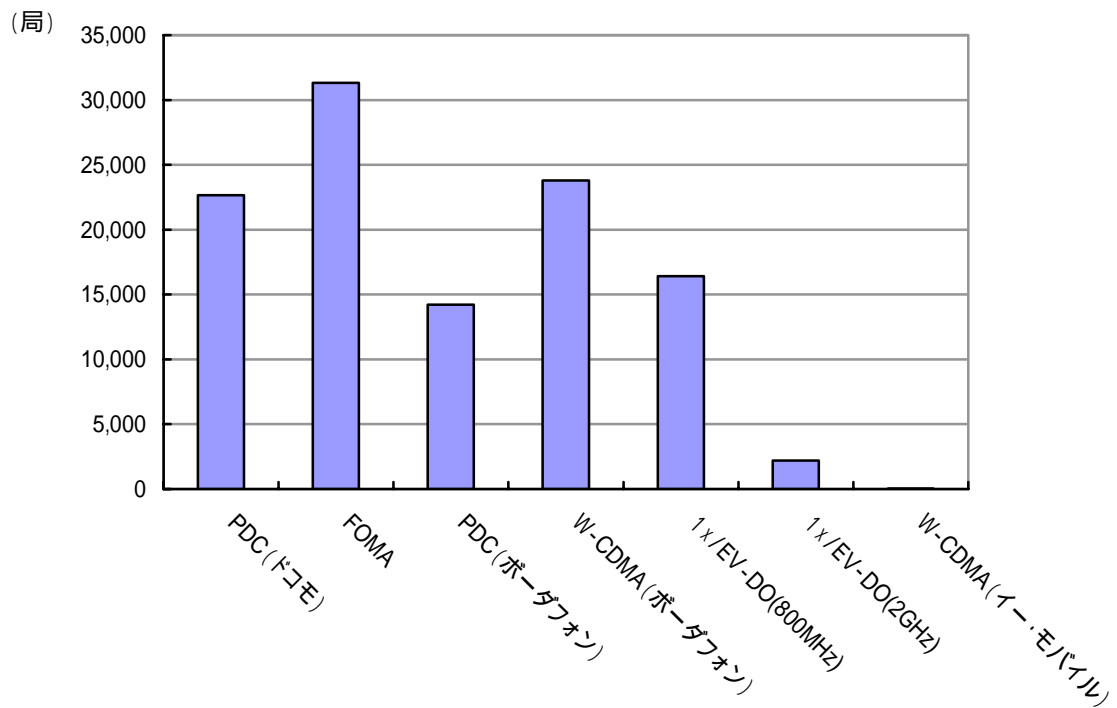
エムシーエイ

目次

1. 基地局設置数の最新状況	2
市場レポート	4
2. モバイルキャリア編	4
2-1 基地局の市場構造および業界構造	4
2-2 基地局市場規模の推移	5
(1) キャリア別、方式別のRAN関連機器の市場規模(単位:億円)	5
(2) キャリア別基地局工事費、物品費の市場規模推移(単位:億円)	5
2-3 キャリア別、機器別メーカーシェア	6
(3) 提携戦略	7

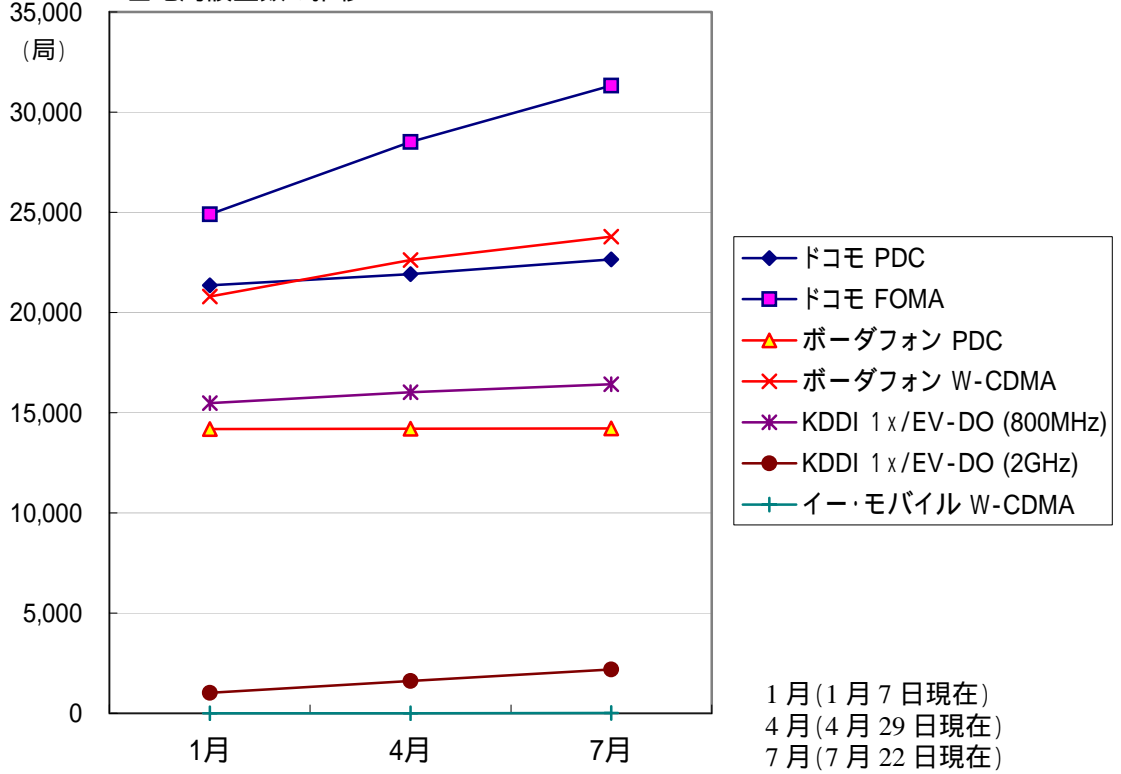
1. 基地局設置数の最新状況

2006年7月22日現在のキャリア別、方式別の基地局設置台数(単位:局)

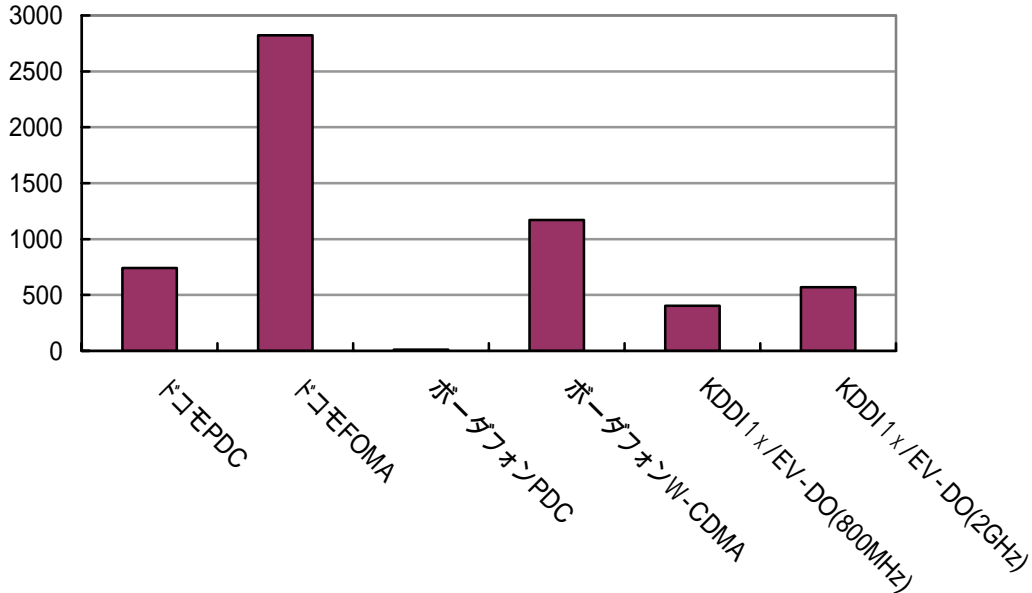


(出典:総務省「無線局統計情報」)

基地局設置数の推移



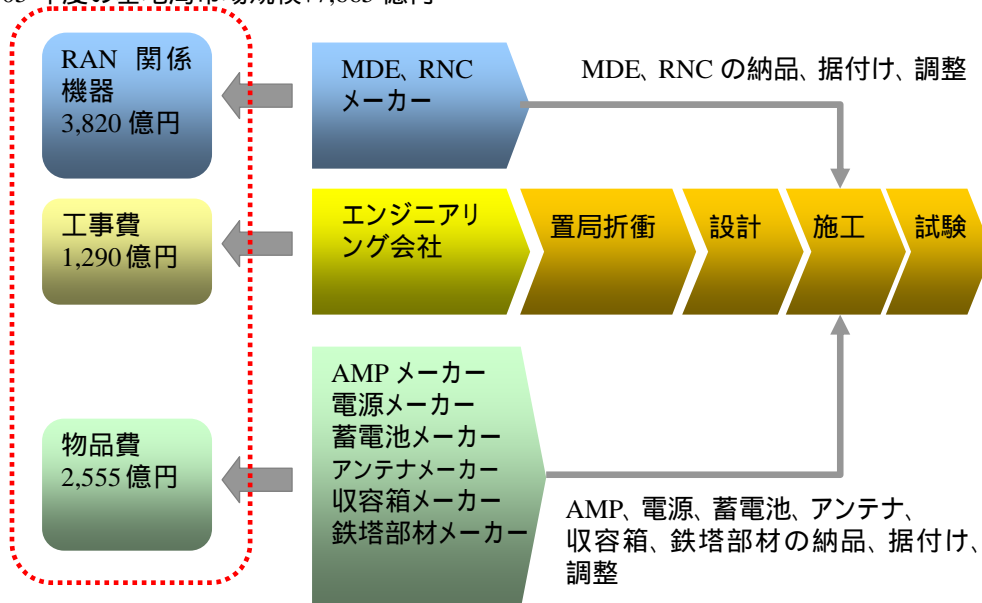
基地局設置の増加数(4月末~7月22日)単位:局



2. モバイルキャリア編

2-1 基地局の市場構造および業界構造

2005 年度の基地局市場規模: 7,665 億円



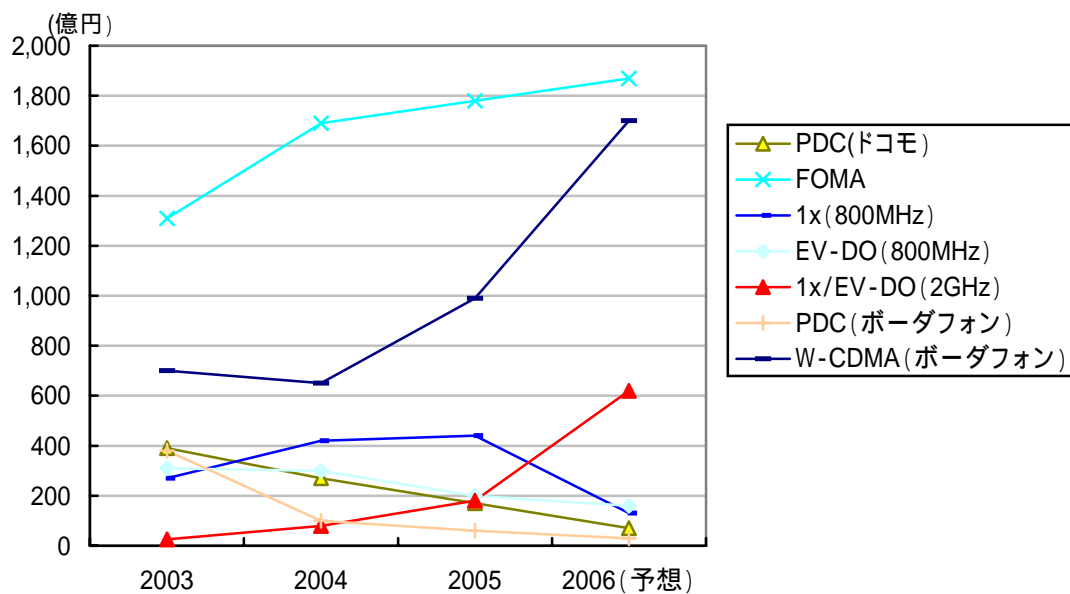
注) 上記の基地局市場規模は、ドコモ、KDDI、ボーダフォン 3 社の投資額の合計

主要キャリア 3 社の 2005 年度の工事費を含む基地局市場規模は、7,665 億円。その内訳は RAN 関係機器 (MDE、RNC) が、3,820 億円、物品費 (AMP、電源、蓄電池、アンテナ、収容箱、鉄塔等) が 2,555 億円、基地局設計、施工のための工事費が 1,290 億円となっている。

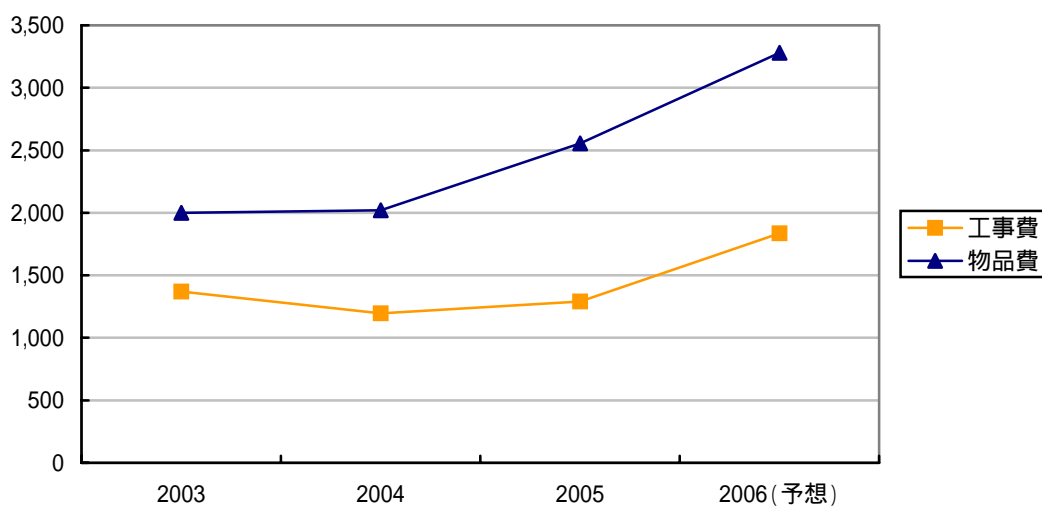
基地局建設のプロジェクトは、工事を請け負うエンジニアリング会社を中心となって進められる。基地局を構成する MDE、AMP、電源、蓄電池、アンテナ、収容箱、鉄塔等の部材は、各メーカーによって現地に納品、据付けされる。

2-2 基地局市場規模の推移

(1) キャリア別、方式別の RAN 関連機器の市場規模 (単位: 億円)

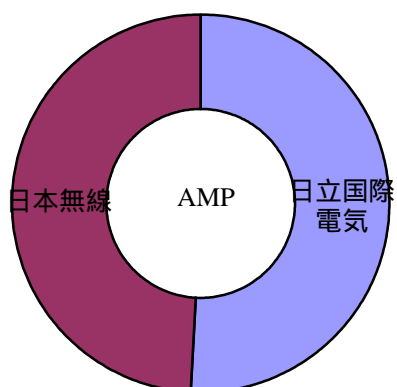
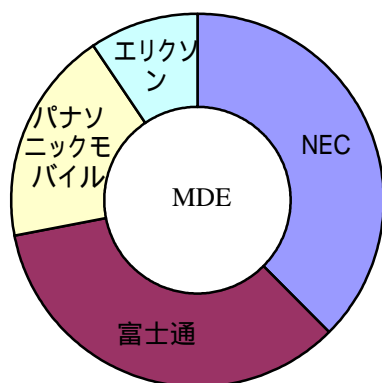
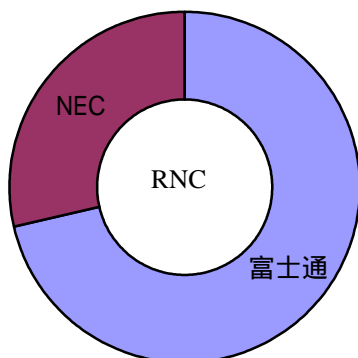


(2) キャリア別基地局工事費、物品費の市場規模推移 (単位: 億円)

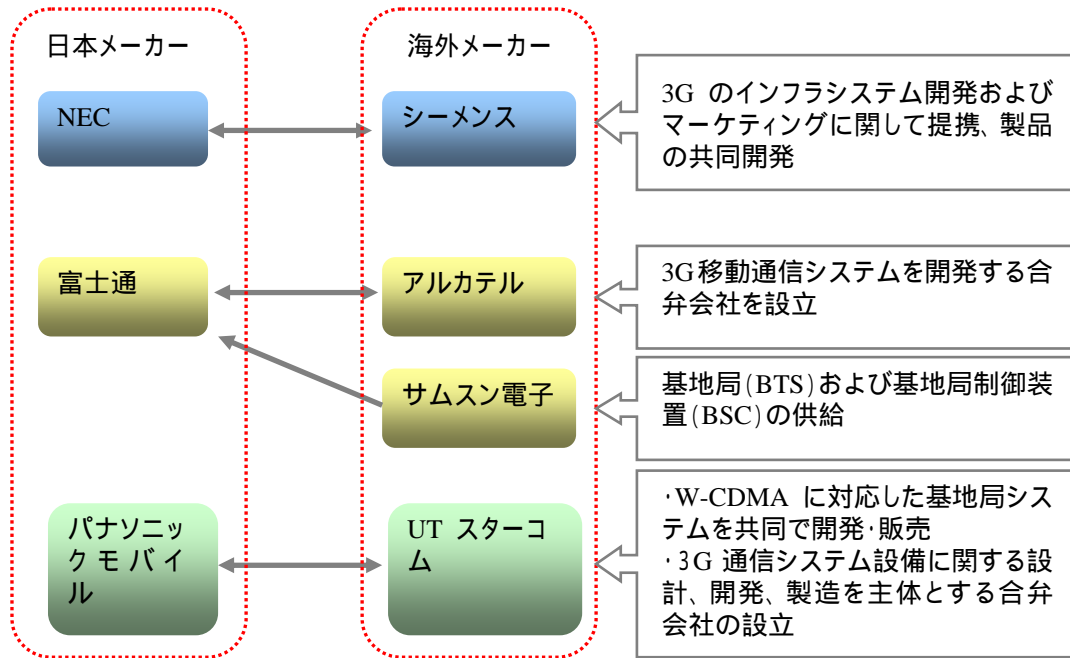


2-3 キャリア別、機器別メーカーシェア

NTT ドコモ (2005 年度実績、金額ベース 単位：億円)



(3) 提携戦略



日本の基地局メーカーは、2G 時代は技術規格が日本と異なることから海外市場への進出が難しかったが、規格を統一した 3G を契機に海外市場に相次いで進出した。とは言え、日本メーカーは、過去に GSM の納入実績がないため、トータルなシステム提案は難しい。そこで、欧州メーカーとの提携によって市場を開拓する戦略を取った。

だが、昨今のルーセントとアルカテルの合併、ノキアとシーメンスによる通信インフラ事業の統合といった欧米の通信機器メーカーの再編の流れから日本メーカーは除外されている。それらの再編は、基地局市場での日本メーカーと欧州メーカーとの提携関係にも大きく影響する。すでに、富士通はアルカテルとの合弁会社の株式をアルカテルに売却し、合弁事業を解消した。また、NEC とシーメンスとの提携も解消に向かうと見られている。これまで欧州メーカーとの提携による日本メーカーの海外戦略は、方向転換を迫られている。

ノキアとシーメンスは 2006 年 6 月、ノキアのネットワークス事業部とシーメンスのキャリア関連ビジネスを新会社に統合し、ノキア・シーメンス・ネットワークス (Nokia Siemens Networks) という名称の新会社を設立した。新会社は 50-50 の出資比率の合弁会社で、固定およびモバイル・ネットワーク・インフラストラクチャとサービスの重要な成長分野において、確固たる地位を持つグローバル・リーダー企業を目指すとしている。当然、シーメンスの基地局事業は、この新会社に移り、NEC に代わりノキアが主導権を握ると予想される。