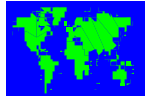


KDDI 総研 R&A 誌は定期購読（年間 29,993 円）がお得です。お申し込みは、KDDI 総研ブックオンデマンドサービスまで。既刊の PDF 無料ダウンロードの特典もあります。

(<http://www.bookpark.ne.jp/kddi/>)

Nokia、2004 年第 1 四半期の業績不調



Nokia、2004年第1四半期の業績不調

🕒 記事のポイント

- サマリー** 全世界の携帯電話端末市場において現在首位のNokiaのシェアが、2004年第1四半期、29.3%に落ち込み、Nokiaの携帯電話端末事業部門は、減収・減益となった。一方、Nokiaは、携帯電話端末以外の事業による増収のため、「法人ソリューション事業」、「マルチメディア事業」の強化を打ち出し、中長期的には、携帯電話端末メーカーからマルチメディア総合企業への転換をめざしている。
- 主な登場者** Nokia Motorola Sumsung
- キーワード** モバイル 法人ソリューション マルチメディア スマートフォン N-Gage™
- 地域** 世界
- 執筆者** KDDI総研 調査2部 穴田 香織 (ka-anada@kddi.com)

1 伸び悩む携帯電話端末事業

1 - 1 シェアの急落

米国の調査会社IDCによれば、2004年第1四半期における全世界の携帯電話端末出荷数は、前年同期比29.3%増の1億5,270万台である。このうち、Nokiaの出荷台数は、依然として首位の座を保持しているものの、【図表 1】に示すように、約4,470万台と前年同期比19.2%増にとどまった。出荷台数におけるNokiaの増加が少ない分、他社の出荷台数が伸び、それはNokiaのシェア減少につながった。Nokiaのシェアは、ここ2年ほど、30%台を維持していたが、前年同期の35.5%から、2004年第1四半期には29.3%に減少した。

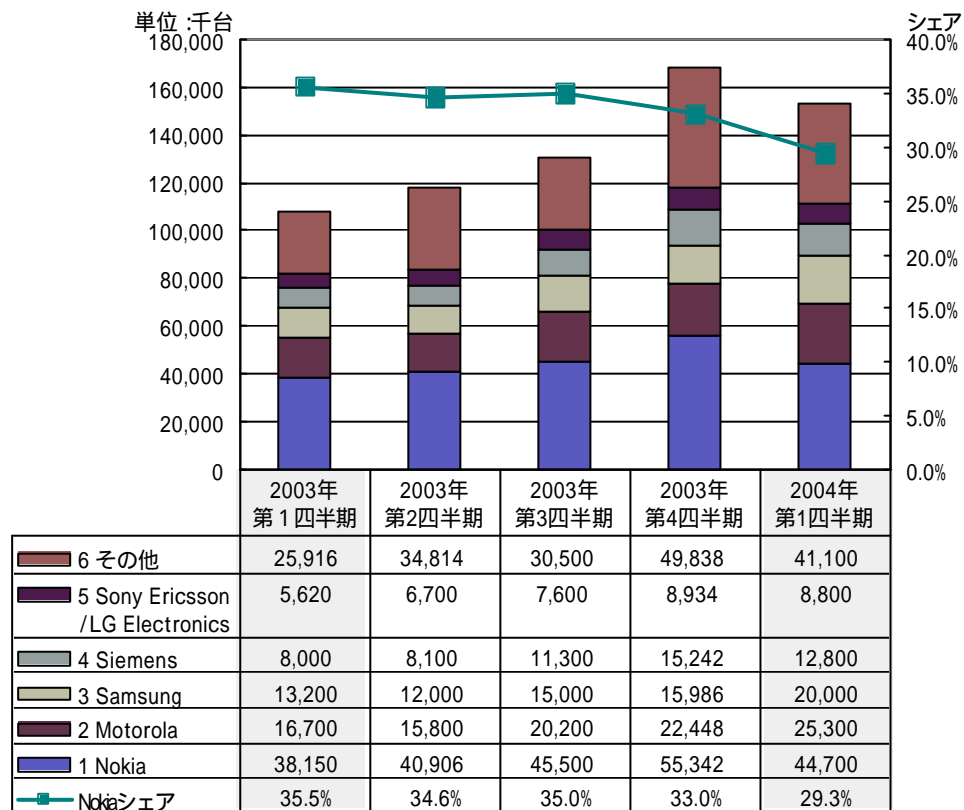
Nokiaのシェアが減少した分、第2位のMotorola（16.6%）、第3位のSamsung（13.1%）は、欧州・北米などで顧客ニーズの高い、カラー液晶、カメラ、Clamshell型（折りたたみ型）の3点機能が揃った端末を重点的に投入し、シェアを上げた。

これまでNokiaの端末は、Candy Bar型（ストレート型）を基本としており、その

シンプルでスマートなデザインが人気を呼んでいた。そのためNokiaは当初、顧客がClamshell型（折りたたみ型）やカメラ付という機能よりも、Nokiaのデザインの方を評価すると予測していた。こうして、NokiaのシンボルであるCandy Barに固執した結果、シェア減少を引き起こしたと指摘されている。

Nokiaは、2003年になってから、顧客ニーズが高いとされるカラー液晶、カメラ付き端末を段階的に投入し、2003年10月、Nokiaで初めてのClamshell型端末「Nokia7200」を発売した。

【図表 1】 全世界における携帯電話端末の出荷台数とNokiaのシェア推移



図表注：第5位については、2003年第1四半期、第3四半期、第4四半期は、LG Electronics、2003年第2四半期、2004年第1四半期は、Sony Ericssonである。

（IDC Press ReleaseをもとにKDDI総研作成）

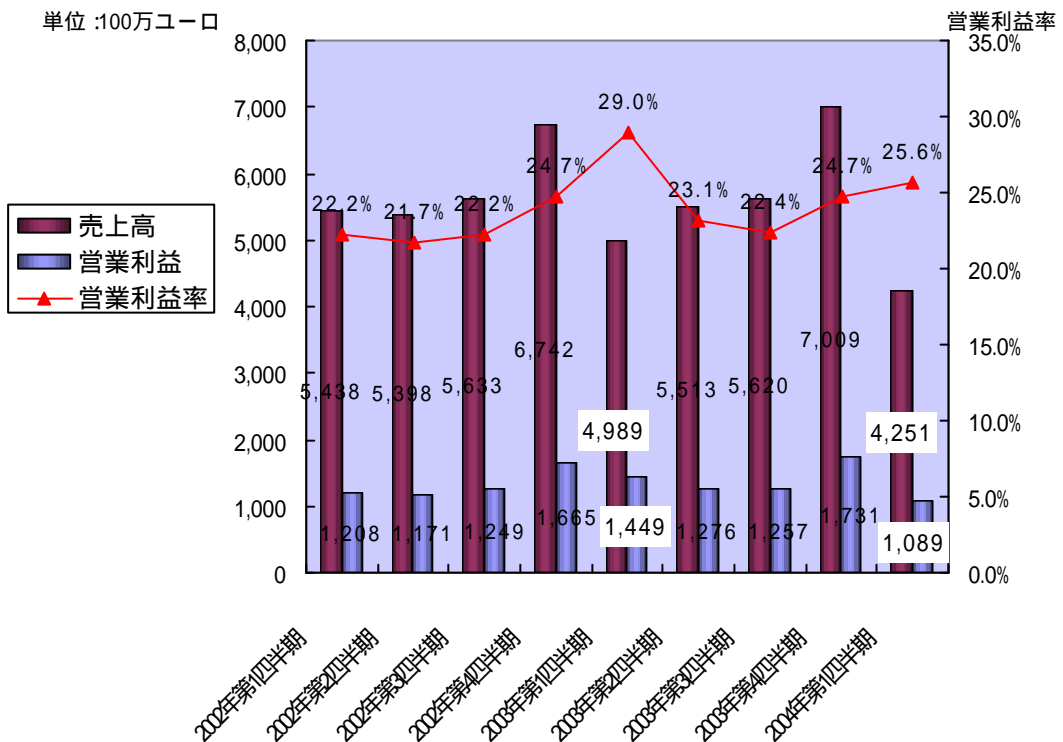
1 - 2 減収・減益

シェアの減少に加えて、Nokiaは2004年第1四半期、減収・減益となった。その理由は、カラー液晶、カメラ付き、Clamshell型という高度な機能が整備されていない、いわゆるローエンド端末の構成比が高く、NokiaのASPs（Average Selling Prices）

平均端末価格)を低下させたためである。

【図表 1】と【図表 2】に示したとおり、Nokiaの出荷台数と売上高を見ると、出荷台数は、前年同期比で約19%増加しているのに対して、売上高は約15%減少しており、ASPが下がっていることがわかる。また、NokiaのASPは、136ドル(14,945円)^①(換算率)で、業界第2位のMotorolaの162ドル(約17,802円)を下回っている。

【図表 2】 Nokiaの携帯電話端末事業における
売上高・営業利益・営業利益率の推移



(NokiaのPress ReleaseをもとにKDDI総研作成)

結果として、Nokiaの2004年第1四半期の売上高は、前年同期比約15%減の約42.5億ユーロ(約5,622億円)^①(換算率)、営業利益は、前年同期比約25%減の約11.9億ユーロ



① (換算率)

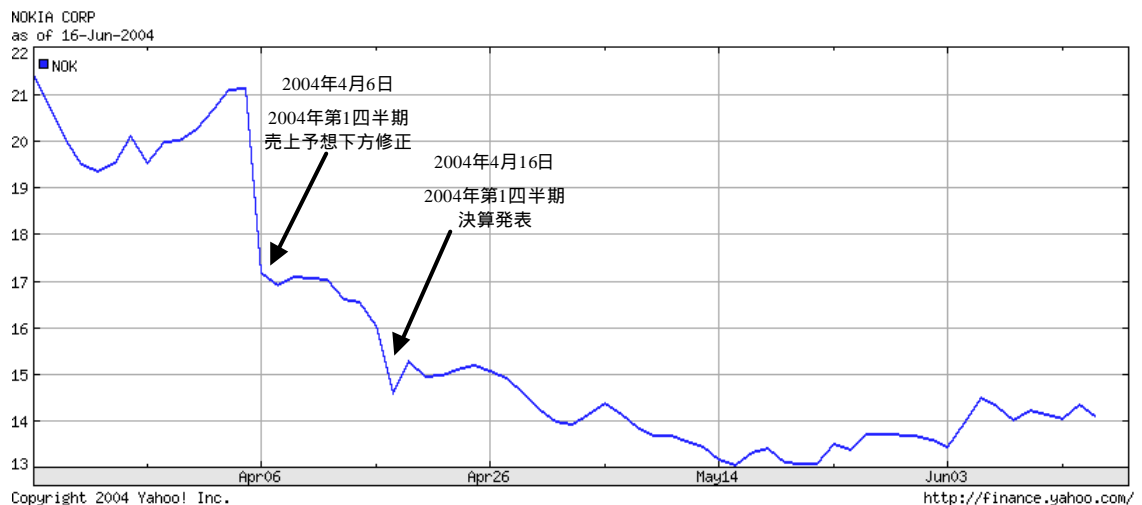
1ドル = 109.89円 (2004年6月1日付東京市場TTMレート)

② (換算率)

1ユーロ = 133.70円 (2004年6月1日付東京市場TTMレート)

口（約1,467億円）となり、過去2年間で最低となった。また、シェアの減少と売上高・営業利益の減少は、株価の急落を招いており、ニューヨーク証券取引所で、2004年4月1日、20.70ドル（約2,275円）だったNokiaの株価は、2004年第1四半期の売上予想の下方修正が発表された4月6日に、17.21ドル（約1,891円）まで下落した。そして2004年第1四半期の決算が発表された4月16日には、14.61ドル（約1,605円）まで低下し、市場におけるNokiaの地位を揺るがした。2004年5月以降は、【図表 3】に示すように、13ドル（約1,429円）から15ドル（約1,648円）の間を前後しており、今後の株価動向が注目されている。

【図表 3】 Nokiaの株価推移（2004年3月17日～6月16日）



（出典：Yahoo! Finance HP）

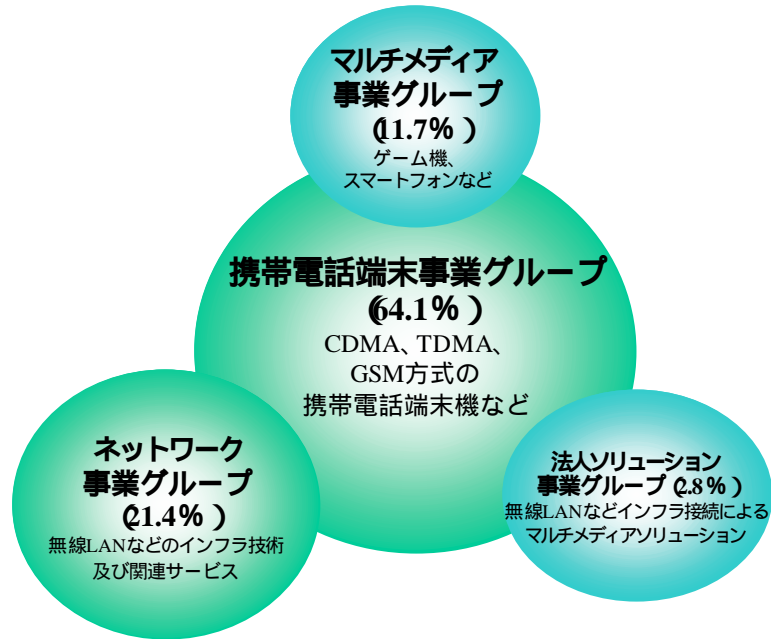
2 既存事業の建て直しと新規事業の拡大

Nokiaは2004年第1四半期の業績が発表される以前から、携帯電話端末事業の売上高や営業利益の伸びの鈍化を懸念しており、携帯電話端末事業の建て直しと新規事業の拡大による経営基盤の強化を計画していた。

そして、Nokiaは、2004年1月1日付けで、組織を改編し、N-Gage™などの携帯ゲーム端末機、スマートフォンなどを含む「マルチメディア事業」や、携帯電話端末を無線LANなどのインフラと接続することで総合的なサービスを提供する「法人ソリューション事業」の強化を戦略として打ち出した。

Nokiaの組織は、これまで、携帯電話端末事業、ネットワーク事業、ベンチャー組織事業の3つのグループから構成されていたが、【図表 4】に示す新体制においては、4つの事業グループが、損益に対する責任を持ちながら、事業展開を行うことになった。4つの事業とは、携帯電話端末事業の他、ネットワーク事業、マルチメディア事業、法人ソリューション事業である。Nokiaは事業の範囲を拡大することにより、単なる携帯電話端末メーカーからマルチメディア総合企業への転換を目指している。

【図表 4】 2004年1月1日付Nokiaの新体制



図表注：（ ）内は、Nokiaの2004年第1四半期における売上比率

(Nokia Press ReleaseをもとにKDDI総研作成)

【図表 5】に示す、2004年第1四半期における各事業の売上高をみると、携帯電話端末事業は不調に終わったものの、マルチメディア事業、法人ソリューション事業は、前年同期比で高い伸びを示している。

マルチメディア事業、法人ソリューション事業の売上高は、Nokiaの予想を上回った。Nokiaは、この2つの事業については、研究開発（R&A）への初期投資が必要となるため、当面、営業損益が赤字になる覚悟をしていた。そして、営業損益が黒字になる時期として、マルチメディア事業については2004年第4四半期、法人ソリューションについては2005年内という目標を、2004年1月1日の組織改編時に設定していた。

しかし、【図表 5】に示すように、マルチメディア事業については、2004年第1四半期に200万ユーロ（約2.7億円）の営業利益を計上し、予定より早い時期に目標が達成された。また、法人ソリューション事業については、まだ赤字ではあるものの、前年同期から約6,200万ユーロ（約82.8億円）営業損失が改善されており、今後も順調な伸びが期待できるため、目標達成の時期が前倒しになる可能性も考えられる。

【図表 5】 Nokiaの第1四半期決算（純売上高・営業利益・営業利益率）

単位：100万ユーロ	2003年第1四半期	2004年第1四半期	増減
純売上高	6,773	6,625	2%
携帯電話端末	4,989	4,251	15%
マルチメディア	484	776	60%
ネットワーク	1,217	1,415	16%
法人ソリューション	97	189	95%
営業利益	1,370	1,138	17%
携帯電話端末	1,449	1,089	25%
マルチメディア	41	2	-
ネットワーク	85	182	114%
法人ソリューション	93	31	-
営業利益率（%）	20.2%	17.2%	
携帯電話端末	29.0%	25.6%	-
マルチメディア	8.5%	0.3%	-
ネットワーク	7.0%	12.9%	-
法人ソリューション	95.9%	16.4%	-

（Nokia Press ReleaseをもとにKDDI総研作成）

2 - 1 30機種投入と値下げによってシェア回復を目指す携帯電話端末事業

第1四半期のシェア減少を受けて、2004年4月、Nokiaは2004年中に40種類の新機種投入とすでに市場で発売されている端末価格を10%から25%下げて販売する方針を明らかにした^④（脚注）。これまですでに10種類の新機種を投入しているが、このなかにClamshell型端末は含まれておらず、2003年10月以降Clamshell型端末は販売されていない。

2004年6月、より早期のシェア回復を期し、NokiaはついにClamshell型端末3機種を2004年第4四半期を目処に投入すると発表した。このうち「Nokia6260」は、



④（脚注）

また、Nokiaは、Push-To-Talk（以下、「PTT」）に対応した端末の発売にも注力しており、2005年までに、NokiaのすべてのGPRS/W-CDMA端末にPTT機能を搭載する予定である。

SymbianOSを搭載したビジネス向け端末で、ビデオレコーダーやBluetoothによる接続を可能としており、別売りでワイヤレスキーボードの利用が可能である。これに対して、「Nokia2650」は、初めて携帯電話を持つ顧客向けで、「Nokia6170」は、これらの中間機種として位置付けられる（【図表 6】）。Nokiaは、3種類のClamshell端末を、それぞれハイエンド、ミドルエンド、ローエンド端末の3機種とすることによって、それぞれの市場の顧客を逃さず獲得しようとしている。

また、特にローエンド、ミドルエンド端末を重点的に販売するため、これらの販売奨励金などに経費を集中させ、その分40種類の新機種投入を30種類に変更することを明らかにした。このような、顧客ニーズの高いClamshell型3機種の投入と販売奨励金の経費集中をみると、一刻も早くシェア回復を実現したいとするNokiaの焦りがうかがえる。

【図表 6】 NokiaのClamshell型新端末



Nokia6260



Nokia6170



Nokia2650

(出典：Nokia HP)

このようにNokiaは、シェアの回復と増収・増益に向け、携帯電話端末事業を挺入れつつあるが、今後、特に注目されるのが市場規模が大きい欧州と中国である。

2 - 1 - 1 欧州における首位堅持か

欧州地域におけるNokiaのシェアは約50%であり、Nokiaにとって全世界で最もシェア・売上が高い市場である。欧州市場では、カラー液晶、カメラ、Clamshell型のニーズが高いが、Nokiaはそのニーズに対応した端末を販売しなかったため、シェアが低下し、その分、Siemens、Sony Ericssonなどがシェアを伸ばした。2004年は、欧州での3Gの本格的な展開に伴い、携帯電話端末の買い替えが促進されると予測される。Nokiaにとってはシェアを上昇させ、売上を確保する好機であると同時に、他社から奪回される契機ともなりうる。今後、Nokiaが、顧客ニーズに合った端末の開発や販売をどのように行っていくか、その動きも注目する必要がある。

2 - 1 - 2 急成長する中国市場におけるシェア争奪戦

携帯電話の加入率が約2割で、今後の普及が見込まれる中国の携帯電話市場は、日本を含め、世界中の携帯電話端末メーカーがシェアを狙う激戦区となっている。Nokiaも、機能より価格を重視する傾向の強い中国を中心とするアジア地域でのシェアの回復を狙っている。しかし、中国市場では、すでに中国国内ブランドである「寧波波導」(Ningbo Bird) TCLを中心とする国内ブランドが全体の5割以上を占めており、グローバルブランドでの首位の座は、Motorolaに奪われている。このような状況の下、Nokiaは、2004年5月、中国の北京にCDMAの研究開発センターを立ち上げることを発表し、携帯電話を初めて持つ顧客向けの安価な端末を開発していくことを明らかにした。一方、2004年6月、Siemensが寧波波導と提携し、中国市場でのシェアを5年で倍増させる計画を打ち出すなどの動きがあり、Nokiaにとって厳しい競争が待ち構えている。

2 - 2 ゲーム端末機、スマートフォンの販売に注力するマルチメディア事業

マルチメディア事業グループは、携帯ゲーム端末機N-Gage™やスマートフォン[☞](用語解説)などのマルチメディア型端末に特化した部門である。

N-Gage™は、携帯電話端末に、ゲーム、MP3プレーヤー、FMラジオ等の機能を備えた複合端末で、2003年10月発売された。しかし、市場投入時、端末価格が399ドル(約43,415円)と高額であったこと、ゲームに必要なマルチメディアカードの交換が容易でないこと、任天堂のGAMEBOY ADVANCE™など他社製品に比べてゲームソフトの種類が少なく、面白さに欠けていることなどが要因で、売上が伸びていない。

しかし、Nokiaは、引き続き携帯ゲーム端末の販売に注力していく構えを見せており、2004年5月から欧州、アフリカ、アジア太平洋地域にて、N-Gage™の改良版であるN-Gage™QDの販売を開始した。N-Gage™ QDは基本的なゲーム機能に特化した分、価格が抑えられ、99ドル(約10,879円)から199ドル(約21,868円)で販売



☞ (用語解説)

スマートフォンとは、音声通話機能以外にさまざまなデータ処理機能を備えた携帯電話の総称として用いられている。電話帳やスケジュール管理等、電子手帳やPDAに搭載されている各種機能を内蔵したハイエンド端末で、これらの機能を実現するための汎用OS (SymbianOS、Linux等) を搭載している。

されている^㉞(脚注)。

同時にNokiaは、スマートフォンの販売にも注力する計画である。2004年第1四半期のNokiaのスマートフォンの販売台数は、欧州・中東・アフリカ市場において116万台で、シェア74%を占めた。世界の携帯電話出荷台数におけるスマートフォンの出荷台数シェアは5.5%と、市場規模が大きいとは言えないが、2003年第1四半期に1.7%であった市場が1年で約3倍に拡大しており、今後、市場規模の拡大が見込まれる。

N-Gage™やスマートフォンには、SymbianOSが搭載されている。現在、NokiaはSymbianの株を32.2%保有する筆頭株主であるが、31.1%を保有するPsion(サイオン)が売却に動いており、Nokiaがこれを引き受ける見通しである。2004年6月、ドイツの独占禁止法当局は、NokiaによるSymbian株の保有について認可したが、Nokiaが63.3%を保有した場合、SymbianOSに対する発言権を高めることは必至である。これに対して、EricssonやSamsungなど他の株主は、NokiaがSymbianOSを独占することに反対の立場を表明しており、優先買取権を行使して阻止する可能性もある。いずれにせよ、このようなNokiaの動きからも、Nokiaが中長期的にスマートフォンの需要を見込んでいることがうかがえる。

2 - 3 企業との提携により推進する法人ソリューション事業

法人ソリューション事業グループは、携帯電話端末と無線LANの接続などによって、法人向けのマルチメディアソリューションを提供する部門である。すでに、NokiaはIBMと提携し、NokiaのスマートフォンとIBMのシステムソフトウェアを連動させ、オフィスの内外で同一アプリケーションの利用を可能にし、基幹システムの管理やヘルプデスクなど含めたモバイルソリューションの提供を行っている。法人ソリューション事業グループでは、当面、顧客として、製薬業界、保険業界の営業部門、政府機関をターゲットとしていく方針で、すでにPfizer製薬、リコーなどが顧客となっている。

そして、より高度かつ多様な顧客ニーズに対応していくために、Nokiaは、2004



^㉞(脚注)

N-Gage™QDの小売価格は、通信事業者からの補助金などの適用により、大幅に下がる見込みである。

年第4四半期を目処に、ビジネスユーザー向けの新端末「Nokia9500 Communicator[®] (脚注)」を、欧州・北米・アフリカ地域で発売することとした。この端末は、これまでビジネスユーザー向けに発売してきた9000シリーズの最新版で、Java機能を充実させ、セキュリティ機能を強化させている。なお、欧州における販売価格は、約800ユーロ(約10万7,000円)となる見込みである。

また、Nokiaは、無線LANのインフラ相互運用においてはCisco Systemsと、携帯電話端末とプリンタなど周辺機器との接続においてはHewlett Packardと、インターネットセキュリティソリューションにおいてはSymantecと提携しており、いずれも提携企業の得意分野を活かした形でモバイルソリューションをすすめている。そして、今後も顧客ニーズに合ったソリューションを可能にするために必要な提携先企業を増やしていく予定である。

以上のように、Nokiaは今後、マルチメディア事業や法人ソリューション事業を強化する方針である。しかし、事業全体の約65%を占める携帯電話事業が、Nokiaを支える核となる事業であることに変わりはなく、これまでと同様シェアの回復と売上・営業利益の向上を目指して、携帯電話端末の開発や販売に注力していく方針である。また、今後は、マルチメディア事業におけるスマートフォンや法人ソリューション事業におけるビジネスユーザー向け端末などの販売を通じて、携帯電話端末事業とその他の事業の結びつきを強めながら、シナジー効果によって、それぞれの事業の売上を増大することを目指している。

📖 執筆者コメント

2004年第1四半期の携帯電話端末市場におけるシェア・売上高の減少は、確かにNokiaに衝撃を与えたが、Nokiaは、中長期的には、携帯電話端末事業だけにとどまらないマルチメディア事業や法人ソリューション事業など広い分野を手がける総合企業への転換を重視しているように見える。ただし、中長期的な増収へ向けたNokiaの戦略の結果が今後の業績に表れるまでには、もう少し時間を要するだろう。当面は、Nokiaが実施した新機種への投入や値下げの効果が、第2四半期に数字としてどのように表れてくるかに注目したい。また、中長期的にはNokiaを含むベンダーの、携帯電話事業だけでなく、マルチメディア事業やソリューション事業などを含めた全体としての動きにも、注視する必要があるだろう。



🔗 (脚注)

「Nokia9500 Communicator」は、GSMの高速データネットワークであるEDGE (Enhanced Data Rates for Global Evolution) によって屋外では最大236.8kbpsの、また屋内やHot SpotではWi-Fi (IEEE 802.11b) を利用し最大11Mbpsのデータ通信が可能である。詳細は、KDDI総研R&A 2004年4月号「Nokia、ビジネス仕様の発売で法人ソリューションのアライアンス強化へ」(木村)を参照。

📖 出典・参考文献

Financial Times (2004/04/07 2004/04/08 2004/04/17 2004/04/22 2004/05/19)

IDC Press Release

Gartner News Release

IBMのホームページ (<http://www.ibm.com/us/>)

Nokiaのホームページ (<http://www.nokia.com/>)

KDDI総研R & A 2003年11月号「Nokia、GAMEBOY ADVANCE™型の新型携帯端末で携帯電話とゲームの融合を狙う」(中村、齋藤)

KDDI総研R & A 2003年12月号「汎用OS搭載スマートフォンの動向」(青沼)

KDDI総研R & A 2004年4月号「Nokia、ビジネス仕様端末の発売で法人ソリューションのアライアンス強化へ」(木村)

