



目次

I. モバイルインターネット及び携帯電話市場の最近の動向	3
1. モバイルインターネットの市場概要	3
1) 定義及び分類	3
2) モバイルインターネット電話	5
▶ 移動通信の元祖 韓国最初の携帯電話はカーフォン	
▶ 1世代－アナログ移動通信	
▶ 2世代－デジタル移動通信	
▶ ヨーロッパ方式移動通信(GSM) 全世界の事業者の80%が採択	
▶ 米国方式の移動通信(CDMA) 韓国の主力の2世代技術	
▶ 3世代－動画移動通信	
▶ 3.5世代－ HSDPA移動通信	
▶ 4世代 - モバイルインターネット移動通信	
▶ WiBroとLTE 4世代の移動通信市場の主導権争い	
3) モバイルインターネットの特性	9
4) 激動する無線インターネット市場	10
2. 世界移動通信産業の動向	11
1) 世界市場動向	11
2) 韓国市場動向	16
(1) 市場規模動向	16
▶ 2009年移動通信産業の売上額22兆6千億ウォン規模	
▶ 携帯電話加入者4,961万名－前年対比5.4%増加	
▶ SKTが50.7%で携帯電話市場をリード	
▶ 2009年10月基準, 携帯インターネット(WiBro)加入者28万名	
(2) 基幹通信事業者	21
▶ 基幹通信事業者	
(3) 料金及びデータ売上げ動向	21
3. 韓国無線インターネット利用実態	24
1) 無線インターネット利用現況	24
(1) 無線インターネット利用率	24

▶ 利用時期 - 1年以内無線インターネット利用率 54.9%	
▶ サービス類型別 - 携帯電話無線インターネット利用率が52.6%	
▶ 性別 - 男性の利用率が若干高い	
▶ 年齢別 - 20代の利用率が最も高い	
▶ 職業別 - 学生の利用率が最も高い	
▶ 職業別 - 学生の利用率が最も高い	
(2) 無線インターネット端末機利用現況	27
▶ 端末機利用率 - 満12~59歳の人口の99.0%が携帯電話使用	
▶ 無線インターネット端末機による無線インターネット-携帯電話が52.6%で最も高い	
2) 携帯電話無線インターネット利用現況	29
(1) 携帯電話無線インターネット利用率	29
▶ 最近、1年以内の携帯電話無線インターネット利用率は52.6%	
▶ 男性と20代の利用率が高い	
(2) 携帯電話無線インターネット利用形態	30
▶ 携帯電話無線インターネット利用期間- 平均48.5ヶ月	
▶ 携帯電話無線インターネット利用頻度 - 週平均 2.1回	
▶ 携帯電話無線インターネット(1回)利用時間 - 平均5.7分	
▶ 携帯電話無線インターネット利用場所 - ‘移動中の交通手段内’が最も高い	
▶ 携帯電話無線インターネット利用目的 - 「デコレーション」が80.5%で最も高い	
▶ 携帯電話無線インターネット利用理由-「場所に関係なくインターネットが利用可能だから」が81.4%で最も高い	
3) 携帯電話無線インターネット利用料金	36
▶ 月平均携帯電話無線インターネット利用料金-1万5千ウォン未満が68.1%	
▶ 携帯電話無線インターネット定額料金制利用現況-定額料金制利用者29.1%	
▶ 携帯電話無線インターネット定額制利用満足度	
4. 政府支援政策動向	39
▶ 2013年無線インターネットコンテンツ市場3兆ウォン規模に育成	
▶ 放送通信基金、スマートフォン活性化と投資	
▶ 2010年政策研究事業予算167億ウォン	
▶ 「モバイル産業対策班」の構成	
5. 世界携帯電話市場の動向	44
1) 世界携帯電話市場の動向	44
2) 主要地域別携帯電話市場動向	46
3) 最近の携帯電話市場の問題点	47
(1) 移動通信4世代(4G)市場先占競争の可視化	47
(2) 進化するUI競争	52
▶ 端末製造会社のみならず移動通信会社・SW業者も注目	
II. スマートフォン市場の展望と企業別開発動向	61
1. 市場概要	61

1) 定義および特徴	61
▶ スマートフォンの特徴	
2. 市場動向および展望	65
1) 世界市場の動向	65
▶ 2013年スマートフォン市場規模6億5千万台	
▶ 2013年スマートフォン市場規模6億5千万台	
▶ ノキア - 世界のスマートフォン販売量1位	
▶ スマートフォンの価格は一般フォン(feature phone)に比べて約3倍	
(1) アメリカ市場の動向	70
▶ アメリカスマートフォン市場「RIM」41.6%占有/Android関心集中	
(2) 日本市場の動向	71
① 最近の動向	72
② 市場展望および占有現況	73
▶ 2010年スマートフォン266万台販売の展望	
▶ iPhone、日本のスマートフォン市場で占有率46.1%	
▶ 新しい附加価値搭載で差別化戦略	
③ 企業の動向.....	77
④ 成長要因.....	78
▶ 安値のデータ料金制導入による接近性の向上	
▶ 業務環境機動性改善による法人市場拡大の可能性	
(3) 中国市場の動向	80
▶ 中国のスマートフォンは携帯電話市場の7.5占有(2009年第3四半期基準)	
▶ 2009年1月、3G時代の開幕	
▶ スマートフォン市場における競争の本格化	
▶ 模造品企業もスマートフォン市場への進出を準備	
▶ OS競争も深化	
2) 韓国市場の動向	84
① 市場の展望および占有率	84
▶ 2010年、韓国におけるスマートフォン販売、185万台(推定)	
▶ アイフォン(iPhone)とAndroid搭載フォンが市場をリード	
▶ 2010年上半期主導権競争	
② スマートフォンの選好度	87
③ 料金制度	90
▶ SKT - 定額料金制	
▶ KT - 有無線網内無制限料金制の施行	
▶ LGT - OZスマート料金制施行	
3. 主要企業の動向および事業戦略	93
1) グローバル企業の動向	93
(1) ノキア(Nokia)	93
① 企業の現況および動向	93

▶ 徹底したOS管理	
▶ スマートフォン市場攻略のための多様な提携	
▶ 韓国市場で販売増加 - 補助金支給拡大が後押し	
② スマートフォン事業戦略	97
▶ 2010年スマートフォンラインナップ、50%減少	
▶ スマートフォン価格の値下げ調整	
▶ インテルとモバイルプラットフォーム共同開発 → OS市場持分拡大	
▶ 2010年、リナックスOSフォンは1種のみ発売	
(2) RIM(Research in Motion)	100
① 企業の現況および動向	100
② スマートフォン事業戦略	
▶ 端末とサービスが緊密に統合	
▶ 「BlackBerry Enterprise Server Express」	
▶ IBMと協業TOOL共助③ 主要販売モデル	
③ 主要販売モデル	104
(3) アップル(Apple)	105
① 企業の現況および動向	105
② スマートフォン事業戦略	107
▶ アイフォン3GSで高額スマートフォン市場攻略/既存のアイフォンは安値で供給	
▶ 競合するフォンに対する対応戦略	
(4) HTC(High Tech Computer) Corporation	111
① 企業の現況および動向	111
② スマートフォン事業戦略	112
▶ WindowsモバイルOSとAndroid OS基盤	
③ 2010年スマートフォンロードマップ	112
▶ 「Design/Lifestyle」-「Legend」	
▶ 「Design/Lifestyle」-「Salsa」	
▶ 「SOCIAL」-「Tide」	
▶ 「SOCIAL」-「Buzz」	
▶ 「Performance」-「Bravo」	
▶ 「Productivity」-「Photon」	
▶ 「Productivity」-「Trophy」	
▶ 「Productivity」-「Tera」	
(5) シャープ(Sharp)	116
① 企業の現況および動向	116
▶ 多様なニーズに対応する戦略	
② スマートフォン事業戦略	119
▶ 欧米市場への本格的な進出	
▶ 日本国内携帯電話は「特化端末機」でシェアを拡大/中国市場強化	
▶ Android OSを採用したスマートフォン発売-多様なOS適用	
(6) サムスン電子(SamSung Electronics)	122

① 企業の現況および動向	122
▶ 携帯電話販売量、市場成長率、2倍以上目標	
② スマートフォン事業戦略	123
▶ 2010年スマートフォン販売3倍拡大(2009年に比べて)	
▶ スマートフォンプラットフォーム「bada」とこれを搭載した「badaフォン」発売	
▶ Androidフォン発売、発表-拡張現実(Augmented Reality)機能搭載	
▶ スマートフォン価格下落の検討	
(7) モトローラ(Motorola)	127
① 企業の現況および動向	127
▶ Motorola、携帯電話特許の侵害でRIMをITC(国際貿易委員会)に提訴	
▶ OS - GoogleのAndroidおよびLinuxに力を注ぐ	
▶ ハンドセットとネットワーク事業部を2011年1分期に分社化する予定	
(8) ソニーエリクソン(Sony Ericsson)	129
① 企業の現況および動向	129
② スマートフォン事業戦略	130
▶ オンライン協力プラットフォーム「Creations」公開	
▶ ソフトウェア開発KIT「Web SDK」公開	
▶ PSP(PlayStation)フォン発売の可能性予告	
(9) LG電子	133
① 企業の現況および動向	133
② スマートフォン事業戦略	134
▶ Androidフォン発売	
▶ Androidフォンに拡張実現アプリケーションをフリーロード方式で定着させる予定	
▶ 普及型スマートフォン発売で価格下落	
(10) グーグル(Google)	136
① 企業の現況および動向	136
② スマートフォン事業戦略	137
▶ Android搭載「Nexus One(Nexus One)」発表	
▶ スマートフォン価格の下降調整	
(11) その他企業の動向	139
①Lenovo	139
② Pantech	140
▶ Pantechスマートフォン発売沿革	
③ マイクロソフト(MS)	142
2) 韓国移動通信会社の動向	143
▶ 韓国移動通信会社3社、2010年スマートフォン約30種余り発売	
▶ 移動通信会社3社 - サービス競争	
▶ 移動通信会社の売り上げは持続的に成長する見込み	
(1) SKテレコム	145
▶ 2010年、15種類のスマートフォン発売 - 200万台以上販売計画	

▶ 無線インターネット事業活性化	
▶ 通信網投資拡大	
(2) KT	148
▶ 2010年、10種類のスマートフォン発売-150万台以上販売計画	
▶ KT、Kolonグループにスマートフォン導入契約締結	
▶ WiBroと無線ラン通信網拡大	
(3) LGU+(旧LGテレコム)	151
▶ 2010年、5種類のスマートフォン発売 - 70~80万台以上販売計画	
▶ 「脱通信」戦略	
4. 製品開発の動向	153
1) 総合分析	153
▶ Android OSフォン9つのモデル - 50.0%占有	
▶ CPU 1GHz 3つのモデル - 21.4%	
▶ ディスプレイの大きさが3.2インチのモデルが6つ - 30.0%	
▶ メモリ200~300MBモデルが9個 - 50.0%	
▶ 854X480水準の高解像度提供	
▶ カメラの画素-2010年以降の発売モデルはほとんど500万画素以上	
▶ サイズ - 最も大きなモデルはHTC社のDesire	
▶ 重さ-XPERIA X10ミニモデル88g	
▶ 価格-2年約定基準、約200ドル水準	
2) 世界市場における製品の動向	162
(1) 2009年主要モデルの動向	162
①ドroid(モトローラ) - Android v2.0	162
② アイフォン(アップル)	163
▶ iPhoneの変遷	
▶ アイフォン(iPhone)4世代	
▶ アイフォン(iPhone)の沿革	
▶ 主要販売地域および国家	
③ Pre (Palm) - Palm webOS	169
④ Moment(サムスン) - Android 1.5	170
⑤ Curve 8900 (BlackBerry)	171
⑥ Env2(LG)	172
⑦ e71(ノキア) - Symbian OS	174
⑧ Tour 9630(BlackBerry) - BlackBerry OS 4.7	176
▶ BlackBerry Tour2 9650 - 2010年3月頃 発売	
⑨ hero(HTC)	178
⑩ CLIQ(モトローラ) - Android v1.5(Cupcake)	180
▶ Androidフォン「CLIQXT」を発売	
(2) 2010年発売のスマートフォン	182
① GD880 MINI(LG)	182
② MSフォン	183

③ Wave(サムスン)	183
④ Halo(サムスン)	185
⑤ Desire(HTC)	186
⑥ PUMA PHONE	187
⑦ HD Mini(HTC)	188
⑧ Acer Phone	189
⑨ Vivaz(ソニーエリクソン)	190
⑩ Xperia X10 ミニ	191
⑪ Nexus One(グーグル) - Android v2.1	192
▶ Nexus Oneの主要な機能	
⑫ Toshiba Phone	196
3) 韓国市場における製品の動向	197
▶ アイフォン対Androidフォンの競争構図	
▶ 2010年韓国で発売されたスマートフォンは約40余種	
(1) 韓国主要モデル	200
(2) 2010年主要発売モデル	207
① LG-KH5200(LG)	207
② LG-Optimus One(KU3700)	208
③ SHW-M100S(サムスン電子)	209
④ サムスン-GalaxyS(SHW-M110S)	210
(3) 2010年の主要な技術動向	211
① NFC(Near Filed Communication)技術を通じたタギングおよび決済	211
② mVoIPインターネット通話	211
③ 無線APの必要ないWi-Fi、Wi-Fi Direct	212
④ デュアルコアCPU	213
Ⅲ. スマートフォンOS及びアプリケーションストア市場の動向	217
1. スマートフォンOS市場の動向	217
1) スマートフォンOS市場の課題及び動向	217
▶ OS - 端末機を購入する重要な要因として浮上	
▶ OS市場の競争熾烈化	
▶ 開放型と閉鎖型の競争	
▶ 新しいOS(bada, Meego)は新しい変数	
▶ iPhone OSが51%占有、世界市場をリード	
2) 主要スマートフォンOS別動向	223
(1) アンドロイド(Android)	223
① 現況及び概要	223
② 構成及び機能	224
③ 開発環境	227
④ ライセンス	227

⑤ 沿革	227
(2) ブラックベリー(BlackBerry) OS	234
① 現況と概要	234
② 最新バージョン	235
③ ブラックベリー(BlackBerry)ネットワークサービス	236
▶ BlackBerry Enterprise Service (BES)	
▶ BlackBerry Internet Service (BIS)	
▶ BlackBerry Dual Service (BDS)	
(3) アイホン(iPhone) OS	238
① 現況及び概要	238
② アプリケーションソフトウェア	239
③ SDK	239
④ iPhone OSバージョン	240
▶ バージョン 2.1	
▶ バージョン2.2	
▶バージョン2.2.1	
▶ バージョン 3.0	
▶ バージョン 3.1	
▶ バージョン 3.1.2	
▶ バージョン 3.1.3	
▶ バージョン 3.2	
(4) シムビアン(Symbian) OS	243
① 現況と概要	243
② プログラミングの特徴	244
③ ウィルス問題	245
④ シムビアン(Symbian) OSロードマップ	245
(5) ウィンドウモバイル(Window Mobile) OS	246
① 現況及び概要	246
② バージョンの推移	247
▶ Palm-size PC 1.1	
▶ Palm-size PC 1.2	
▶ Pocket PC	
▶ Pocket PC 2002	
▶ Windows Mobile 2003	
▶ Windows Mobile 2003 SE	
▶ Windows Mobile 5.0	
▶ Windows Mobile 6	
▶ Windows Mobile 6.1	
▶ Windows Mobile 6.5	
▶ Windows Phone 7	
(6) ミーゴ(MeeGo)	250

(7) バダ(Bada)	251
▶ 「バダ」のアプリケーション C++言語環境で開発	
2. モバイルアプリケーション市場動向	253
1) 概要及び市場展望	255
▶ 2010年世界のアプリケーションストア市場は67億404万ドル規模	
▶ Lotus Notesアプリケーション初登場	
2) 世界のアプリケーションストアの動向	257
(1) アップルのApp Store	257
① 概要	257
② アプリケーション開発	258
③ APPストアの市場動向	259
(2) グーグルの 안드로이드マーケット(Android Market)	261
① 概要	261
② アプリケーション開発	261
③ 안드로이드マーケットの市場動向	263
(3) ブラックベリーApp World	266
① 概要	266
② アプリケーション開発	267
③ 市場動向	268
(4) nokiaのOvi Store	269
① 概要	269
② アプリケーション開発	271
③ 市場動向	271
(5) マイクロソフトのWindows Market Place for Mobile	272
① 概要	272
② アプリケーション開発	273
③ 市場動向	274
(6) スーパーAPPストア	274
3) 韓国のモバイルアプリケーションストア市場動向	277
(1) SKテレコム - Tストア(T-store)	278
① 概要	278
② アプリケーション開発	280
③ 市場動向	280
(2) サムソン電子	281
① 概要	281
② 事業戦略	282
(3) LG電子	283
① 概要	283
② 事業戦略	283
(4) KT Show-Appstore	284

① 概要	284
② 事業戦略	284
4) 韓国アプリケーションストア市場の課題	286
IV. 拡大するタッチスクリーン技術と市場動向	291
1. 概要	291
1) タッチスクリーン(Touch Screen)の定義	291
2) タッチスクリーンの構成	292
(1) タッチパネル (touch panel)	292
(2) コントローラー (Controller)	292
▶ RS-232C [recommended standard-232C]	
▶ USB	
(3) ソフトウェア (Software)	293
3) タッチスクリーンシステムの作動	293
▶ タッチスクリーンシステムの基本要素	
4) タッチスクリーンの種類	294
▶ 静電容量方式 (Capacitive Overlay)	
▶ 圧力式抵抗膜方式 (Resistive Overlay)	
▶ 表面超音波方式(Surface Acoustic Wave)	
▶ 赤外線方式(Infrared Beam)	
5) タッチスクリーンの長所と短所	296
▶ 長所	
▶ 短所	
6) タッチパネル(touch panel)の特性と用途	297
7) タッチスクリーンの主要な適用分野	297
(1) 個人用携帯端末機(携帯電話, PDAなど)	297
(2) 銀行と仲介所	297
(3) 病院/研究室	298
(4) 事務自動化応用分野(OA) / 工場自動化(FA)	298
(5) 工場自動化装備コントロール	298
(6) コンピューター基盤訓練およびシミュレーション応用分野	298
(7) 教育応用分野	298
(8) ゲーム応用分野	299
(9) 障害者用の入力装置およびその他施設物の入力装置	299
2. 携帯電話関連タッチスクリーンの動向	300
3. マルチタッチスクリーン	303
▶ 実用化方式	
▶ 機能および作動	
▶ Application	
▶ マルチタッチ開発動向	

4. タッチスクリーン市場の動向	306
1) 世界市場の動向	306
2) 韓国市場の動向	308
5. 主要企業の現況	310
1) (株)MELFAS	311
2) (株)DigiTech Systems	312
3) ELK(株)	312
4) (株)MOREENS	313

表目次

I. モバイルインターネット及び携帯電話市場の最近の動向	3
〈表 I-1〉 無線通信サービスの分類	4
〈表 I-2〉 モバイルインターネットビジネスの分類	5
〈表 I-3〉 モバイル インターネットの特性	9
〈表 I-4〉 国別無線インターネット市場現況	14
〈表 I-5〉 世界移動通信会社とインターネット会社提携現況	14
〈表 I-6〉 基幹通信サービスの売上額	16
〈表 I-7〉 移動通信料金引下げ案の比較	22
〈表 I-8〉 性別・年齢別携帯電話無線インターネット利用場所 －移動電話無線インターネット利用者	34
〈表 I-9〉 性別・年齢別携帯電話無線インターネット利用目的(複数回答) －移動電話無線インターネット利用者	35
〈表 I-10〉 性別・年齢別携帯電話無線インターネット定額料金制利用現況 (複数回答)－移動電話無線インターネット利用者	38
〈表 I-11〉 放送通信委員会政策研究事業予算	42
〈表 I-12〉 世界地域別/業者別携帯電話出荷量	44
〈表 I-13〉 全世界地域別High-end携帯電話需要	47
II. スマートフォンの市場展望と事業者別開発動向	61
〈表 II-1〉 スマートフォンと一般携帯電話の比較	62
〈表 II-2〉 スマートフォン/携帯電話/Netbookの機能比較	63
〈表 II-3〉 W-CDMA(FDD)の周波数	64
〈表 II-4〉 スマートフォンおよび一般フォン(feature phone)の市場現況 と展望(数量基準)	66
〈表 II-5〉 スマートフォンおよび一般フォン(featrue phone)の市場現況 と展望(金額基準)	68
〈表 II-6〉 2009年の世界のスマートフォン販売量	69
〈表 II-7〉 日本の移動通信事業者のスマートフォン端末機ラインナップおよび 発売時期	79
〈表 II-8〉 日本の移動通信事業者の料金制	79
〈表 II-9〉 中国における携帯電話企業別市場	80
〈表 II-10〉 中国における通信事業者の構図	81

〈表Ⅱ-11〉 会社別中国移動通信運営3G競争動向	81
〈表Ⅱ-12〉 SKT定額料金制	90
〈表Ⅱ-13〉 KTスマートフォン料金制	91
〈表Ⅱ-14〉 OZスマート料金制	92
〈表Ⅱ-15〉 ノキア(NOKIA)一般現況	94
〈表Ⅱ-16〉 RIM(Research in Motion)一般現況	101
〈表Ⅱ-17〉 BlackBerry主要モデルの特徴および仕様	105
〈表Ⅱ-18〉 APPLE(アップル)の一般現況	106
〈表Ⅱ-19〉 HTC(High Tech Computer)一般現況	111
〈表Ⅱ-20〉 SHARP一般現況	117
〈表Ⅱ-21〉 サムスン電子(SamSung Electronics)一般現況	122
〈表Ⅱ-22〉 モトローラ(Motorola)一般現況	128
〈表Ⅱ-23〉 ソニーエリクソン一般現況	130
〈表Ⅱ-24〉 LG電子の一般現況	134
〈表Ⅱ-25〉 グーグル(Google)一般現況	137
〈表Ⅱ-26〉 Lenovo一般現況	139
〈表Ⅱ-27〉 Pantech一般現況	140
〈表Ⅱ-28〉 マイクロソフト一般現況	142
〈表Ⅱ-29〉 韓国移動通信3社のスマートフォン出荷種の数および販売量	143
〈表Ⅱ-30〉 SKTの無線インターネット活性化対策 (2010.01.14)	146
〈表Ⅱ-31〉 SKテレコム(株)企業の現況	147
〈表Ⅱ-32〉 (株)KT企業の現況	150
〈表Ⅱ-33〉 (株)LGテレコム企業の現況	152
〈表Ⅱ-34〉 韓国発売のスマートフォンの解像度と装備ブラウザ	157
〈表Ⅱ-35〉 主要なスマートフォンSPEC比較 - 1	159
〈表Ⅱ-36〉 主要なスマートフォンSPEC比較 - 2	160
〈表Ⅱ-37〉 主要なスマートフォンSPEC比較 - 3	160
〈表Ⅱ-38〉 主要なスマートフォンSPEC比較 - 4	161
〈表Ⅱ-39〉 主要なスマートフォンSPEC比較 - 5	161
〈表Ⅱ-40〉 ドロイド(Droid)のSPECおよびイメージ	162
〈表Ⅱ-41〉 アイフォンのSPEC	164
〈表Ⅱ-42〉 Pre SPECおよびイメージ	169
〈表Ⅱ-43〉 Moment SPECおよびイメージ	170
〈表Ⅱ-44〉 Curve 8900 SPECおよびイメージ	171
〈表Ⅱ-45〉 Env2のSPECおよびイメージ	172
〈表Ⅱ-46〉 アメリカの携帯電話販売実績(2009.1~10)	173
〈表Ⅱ-47〉 E71 SPECおよびイメージ	174
〈表Ⅱ-48〉 E66 SPECおよびイメージ	175
〈表Ⅱ-49〉 Tour 9630 SPECおよびイメージ	176
〈表Ⅱ-50〉 hero SPECおよびイメージ	178

〈表Ⅱ-51〉 CLIQ SPECおよびイメージ	180
〈表Ⅱ-52〉 GD880 MINI SPECおよびイメージ	182
〈表Ⅱ-53〉 Wave(badaフォン) SPECおよびイメージ	184
〈表Ⅱ-54〉 Halo SPECおよびイメージ	185
〈表Ⅱ-55〉 Desire SPECおよびイメージ	187
〈表Ⅱ-56〉 HD Mini SPECおよびイメージ	189
〈表Ⅱ-57〉 Acer 2010年上半期発売モデル	190
〈表Ⅱ-58〉 VivazのSPECおよびイメージ	191
〈表Ⅱ-59〉 Nexus OneのSPECおよびイメージ	193
〈表Ⅱ-61〉 韓国の主要なスマートフォンSPEC - 1	201
〈表Ⅱ-62〉 韓国の主要なスマートフォンSPEC - 2	202
〈表Ⅱ-63〉 韓国の主要なスマートフォンSPEC - 3	203
〈表Ⅱ-64〉 韓国の主要なスマートフォンSPEC - 4	204
〈表Ⅱ-65〉 韓国の主要なスマートフォンSPEC - 5	205
〈表Ⅱ-66〉 韓国の主要なスマートフォンSPEC - 6	206
〈表Ⅱ-67〉 LG-KH5200 SPECおよびイメージ	207
〈表Ⅱ-68〉 LG-Optimus One(KU3700)のSPECおよびイメージ	208
〈表Ⅱ-69〉 SHW-M100SのSPECおよびイメージ	209
〈表Ⅱ-70〉 GalaxyS(SHW-M110S)のSPECおよびイメージ	210

Ⅲ. スマートフォンOS及びアプリケーションストア市場の動向 217

〈表Ⅲ-1〉 モバイルOS別主要内容	218
〈表Ⅲ-2〉 アンドロイド(Android)の一般現況	223
〈表Ⅲ-3〉 アンドロイド機能	225
〈表Ⅲ-4〉 アンドロイドの特徴	226
〈表Ⅲ-5〉 アンドロイドOSが適用されたモデル(既存出荷モデル)	229
〈表Ⅲ-6〉 アンドロイドOSが適用されるモデル(出荷予定モデル)	232
〈表Ⅲ-7〉 ブラックベリー(BlackBerry)OSの一般現況	235
〈表Ⅲ-8〉 ブラックベリー(BlackBerry)最新バージョン	235
〈表Ⅲ-9〉 iPhone OSの一般現況	239
〈表Ⅲ-10〉 iPhone OSのSDK構成要素	239
〈表Ⅲ-11〉 シムビアン(Symbian) OSの一般現況	244
〈表Ⅲ-12〉 ウィンドウズモバイル(Window Mobile) OS一般現況	247
〈表Ⅲ-13〉 アプリケーションマーケット進出業者	253
〈表Ⅲ-14〉 100万ドル以上の収益を上げたモバイルアプリケーション	253
〈表Ⅲ-15〉 主要モバイルビジネス収益モデルと特徴	254
〈表Ⅲ-16〉 主要SNSの収益モデル拡大	254
〈表Ⅲ-17〉 APPストアとアンドロイドマーケットの比較	266
〈表Ⅲ-18〉 韓国のアプリケーションストア現況	277

IV. 広がるタッチスクリーン技術と市場動向	291
〈表IV-1〉 タッチパネルの各方式の特性と主な用途	297
〈表IV-2〉 (株)MELFASの一般現況	311
〈表IV-3〉 (株)DigiTech Systemsの一般現況	312
〈表IV-4〉 ELK(株)の一般現況	312
〈表IV-5〉 (株)MOREENSの一般現況	313

目次

I. モバイルインターネット及び携帯電話市場の最近の動向	3
〈図 I-1〉 モバイルインターネットの電話	5
〈図 I-2〉 世界最初の携帯電話‘DynaTAC’	6
〈図 I-3〉 2009～2010年通信事業界の動向	11
〈図 I-4〉 世界移動通信加入者推移と地域別分布	12
〈図 I-5〉 国別移動通信売上げ額比率	15
〈図 I-6〉 韓国の移動電話加入者数推移	17
〈図 I-7〉 業者別移動電話加入者数推移	18
〈図 I-8〉 業者別移動電話加入者比率	18
〈図 I-9〉 携帯インターネット(WiBro)加入の推移	19
〈図 I-10〉 業者別ワイブロー投資費対比売上げ	20
〈図 I-11〉 韓国移動通信音声売上げの推移	23
〈図 I-12〉 韓国移動通信データ売上げ推移	23
〈図 I-13〉 最近の無線インターネット利用時期	24
〈図 I-14〉 無線インターネットサービス累計別利用率	25
〈図 I-15〉 無線インターネットサービス性別利用率	25
〈図 I-16〉 無線インターネットサービス年齢別利用率	26
〈図 I-17〉 職業別無線インターネットサービス利用率	26
〈図 I-18〉 学歴別無線インターネットサービス利用率	27
〈図 I-19〉 無線インターネット端末機利用(複数回答)	27
〈図 I-20〉 無線インターネット端末機による無線インターネット接続 (複数回答)	28
〈図 I-21〉 最近の移動電話無線インターネット利用時期	29
〈図 I-22〉 性別・年齢別移動電話無線インターネット利用率	30
〈図 I-23〉 移動電話無線インターネット利用期間 － 移動電話インターネット利用者	30
〈図 I-24〉 性別・年齢別移動電話無線インターネット利用期間 － 移動電話インターネット利用者	31
〈図 I-25〉 週平均移動電話無線インターネット利用頻度 － 移動電話インターネット利用者	31
〈図 I-26〉 性別・年齢別週平均移動電話無線インターネット利用頻度 － 移動電話インターネット利用者	32

〈図 I-27〉 移動電話無線インターネット(1回)利用時間	
－ 移動電話インターネット利用者	32
〈図 I-28〉 性別・年齢別移動電話無線インターネット(1回)利用時間	
－ 移動電話インターネット利用者	33
〈図 I-29〉 移動電話無線インターネット利用場所(複数回答)	
－ 移動電話インターネット利用者	33
〈図 I-30〉 移動電話無線インターネット利用目的(複数回答)	
－ 移動電話インターネット利用者	34
〈図 I-31〉 移動電話無線インターネット利用理由(複数回答)	
－ 移動電話インターネット利用者	36
〈図 I-32〉 月平均移動電話無線インターネット利用料金	
－ 移動電話インターネット利用者	37
〈図 I-33〉 移動電話無線インターネット定額料金制利用現況	
－ 移動電話インターネット利用者	37
〈図 I-34〉 移動電話無線インターネット定額料金制利用満足度	
－ 移動電話インターネット定額料金制利用者	38
〈図 I-35〉 無線インターネット活性化の今後の計画	41
〈図 I-36〉 モバイル産業アウトルック-知識経済部	43
〈図 I-37〉 携帯電話普及率の推移及び展望	45
〈図 I-38〉 世界モバイル売上げ推移	46
II. スマートフォン市場の展望と事業者別開発動向	61
〈図 II-1〉 スマートフォンと一般電話(feature phone)の比較	63
〈図 II-2〉 スマートフォンおよび一般フォン(feature phone)の市場現況と展望 (数量基準)	66
〈図 II-3〉 スマートフォンおよび一般フォン(feature phone)の市場現況と展望 (金額基準)	67
〈図 II-4〉 スマートフォンおよび一般フォン(feature phone)の価格現況 および展望	70
〈図 II-5〉 2009年アメリカのスマートフォン市場の占有率	71
〈図 II-6〉 日本の移動通信加入者数および携帯電話出荷台数	72
〈図 II-7〉 日本スマートフォン市場の現況および展望	74
〈図 II-8〉 日本で利用されているスマートフォンの比重	76
〈図 II-9〉 日本のモバイルデバイスの位置と市場規模	77
〈図 II-10〉 スマートフォンと一般ホンの保安性と業務環境の機動性比較	80
〈図 II-11〉 企業別中国におけるスマートフォン市場の占有率	83
〈図 II-12〉 韓国におけるスマートフォンおよび携帯電話市場の現況および展望	84
〈図 II-13〉 韓国におけるスマートフォンモデル別の販売展望	85
〈図 II-14〉 韓国におけるスマートフォン利用者数の現況	87
〈図 II-15〉 端末機別韓国におけるスマートフォン加入者数現況	88

〈図Ⅱ-16〉 消費者のスマートフォン購入適正予想価格	88
〈図Ⅱ-17〉 消費者のうちのスマートフォン使用者の無線インターネット 利用場所	89
〈図Ⅱ-18〉 韓国における消費者のスマートフォン購入の適正予想価格	89
〈図Ⅱ-19〉 主要企業の営業利益率の比較(2009. 2/第4四半期基準)	93
〈図Ⅱ-20〉 新型 아이폰で提供されているCut&Paste機能	109
〈図Ⅱ-21〉 連絡先とEメール検索機能	109
〈図Ⅱ-22〉 新型 아이폰で見られる機能	110
〈図Ⅱ-23〉 シャープのグローバル携帯電話事業計画	121
〈図Ⅱ-24〉 これまでのソニーエリクソンのゲームフォンに対する特許出願内容	133
〈図Ⅱ-25〉 LePhone SPECおよびイメージ	140
〈図Ⅱ-26〉 移動通信3社売上額の推移	145
〈図Ⅱ-27〉 Kolonモバイルオフィス環境構築模式図	149
〈図Ⅱ-28〉 主要なスマートフォンのOS比重	153
〈図Ⅱ-29〉 主要なスマートフォンのCPUスピード比重	154
〈図Ⅱ-30〉 主要なスマートフォンディスプレイの大きさの比重	155
〈図Ⅱ-31〉 主要なスマートフォンメモリの大きさの比重	155
〈図Ⅱ-32〉 아이폰の販売地域	167
〈図Ⅱ-33〉 아이폰の販売台数	168
〈図Ⅱ-34〉 Tour 9630 / Tour2 9650	178
〈図Ⅱ-35〉 heroのアイコン	179
〈図Ⅱ-36〉 badaフォン「Wave」の基本UI	184
〈図Ⅱ-37〉 badaフォン「Wave」のキーパッド	185
〈図Ⅱ-38〉 DLPプロジェクション機能	186
〈図Ⅱ-39〉 Nexus Oneの主要な機能	195
〈図Ⅱ-40〉 今後の韓国スマートフォン占有	198
〈図Ⅱ-41〉 3年後、韓国に最も多く普及するスマートフォンOS	198
〈図Ⅱ-42〉 mVoIPを使用する代表的なApp、ViberとSkype	211
〈図Ⅱ-43〉 NVIDIA Tegra 2	213
Ⅲ. スマートフォンOS及びアプリケーションストア市場の動向	217
〈図Ⅲ-1〉 世界市場のスマートフォンOS占有率	221
〈図Ⅲ-2〉 地域別スマートフォンOS世界市場占有率	222
〈図Ⅲ-3〉 アンドロイド構成	224
〈図Ⅲ-4〉 シムビアン(Symbian) OSロードマップ	245
〈図Ⅲ-5〉 サムスン電子‘パダ(bada)’ OS	251
〈図Ⅲ-6〉 サムスン電子‘パダ(bada)’ OSの構成	252
〈図Ⅲ-7〉 グローバルアプリケーションストアの市場規模	256
〈図Ⅲ-8〉 アップルのiPhoneとAPPストアにアップロードされたゲーム	258
〈図Ⅲ-9〉 累積ダウンロード数とアプリケーションの増加	260

〈図Ⅲ-10〉 APPストア市場占有率	260
〈図Ⅲ-11〉 アンドロイドマーケットホームページ	261
〈図Ⅲ-12〉 アンドロイドDev phone	262
〈図Ⅲ-13〉 アンドロイドマーケットの累積アプリケーション	263
〈図Ⅲ-14〉 月別アンドロイドマーケットの新規アプリケーション増加数	264
〈図Ⅲ-15〉 アンドロイドマーケットのアプリケーションダウンロード分布	264
〈図Ⅲ-16〉 アンドロイドマーケットのアプリケーション無料/有料分布	265
〈図Ⅲ-17〉 ブラックベリー(Blackberry)のApp Worldホームページ	267
〈図Ⅲ-18〉 nokiaのOvi Storeのホームページ	270
〈図Ⅲ-19〉 Ovi Store publisher登録のための決済画面	271
〈図Ⅲ-20〉 WAC参加企業	275
〈図Ⅲ-21〉 SKテレコムの特ストアホームページ	279
〈図Ⅲ-22〉 Tストアのアプリケーション数とダウンロード(累積)回数	281
〈図Ⅲ-23〉 サムスン電子Appsホームページ	282
〈図Ⅲ-24〉 LG電子アプリケーションストアホームページ	283
〈図Ⅲ-25〉 KT SHOW APPストアホームページ	285
IV. 拡大するタッチスクリーン技術と市場動向	291
〈図IV-1〉 タッチスクリーン動作の原理	293
〈図IV-2〉 静電容量方式の構造	294
〈図IV-3〉 圧力膜抵抗膜方式の構造	295
〈図IV-4〉 表面超音波方式の構造	295
〈図IV-5〉 赤外線方式の構造	296
〈図IV-6〉 Synapticsのタッチ技術	301
〈図IV-7〉 DioPen支援ハンゲル入力方式	302
〈図IV-8〉 マルチタッチ	303
〈図IV-9〉 世界タッチスクリーン市場の現況	306
〈図IV-10〉 グローバル企業タッチフォン販売台数の推移(2010年1/4分期)	307
〈図IV-11〉 タッチスクリーン韓国市場変化の推移	308