

2015 年 7 月 24 日
華為技術日本株式会社

ファーウェイ・コンシューマー・ビジネス・グループ 2015 年上半期決算報告

売上高 69%増 戦略が成功し、スマートフォン売上高 87%増(前年比)

本参考資料は 2015 年 7 月 22 日(現地時間)に中国深圳市で発表されたプレスリリースの翻訳です

[2015 年 7 月 22 日、中国深圳市] ファーウェイ(中国語表記:華為、英語表記:HUAWEI)は、自社のコンシューマー・ビジネス・グループ(BG)の 2015 年上半期決算報告を行いました。ファーウェイ・コンシューマーBG は、2015 年上半期も引き続き目覚ましい企業成長を遂げ、売上高は 90 億 9000 万 US ドルとなり、前年比 69%増となりました。ファーウェイ・コンシューマーBG の収益は、親会社であるファーウェイ・テクノロジーズ収益の 32%(前年同時期:24%)を占めています。2015 年上半期のファーウェイのスマートフォン部門収益は、72 億 3000 万 US ドルに達し、前年比 87%増を記録しました。これは、ミドルからハイエンドのスマートフォンに照準を合わせたファーウェイ・コンシューマーBG の戦略によるもので、出荷台数と平均売上価格の双方を押し上げる結果となりました。ファーウェイ・コンシューマーBG の CEO リチャード・ユー(Richard Yu)は、「最高品質の製品を提供するという我々の企業理念が、この見事な成長につながりました。2015 年の期待収益は 160 億 US ドルから 200 億 US ドルを見込んでいます。このように顕著で急速な業績成長は、ファーウェイ・コンシューマーBG が消費者のニーズに応えたことと、刷新的なハードウェアテクノロジーとソフトウェア環境を提供するという我々の基本戦略の結果です。長期的には、ファーウェイが業界の中の主要企業の一つになることを見据えて、研究開発へ多大な投資を続けて行きます。」と述べました。

市場を凌ぐファーウェイのスマートフォン出荷台数

2015 年上半期のスマートフォン需要は世界で 7%増であったにもかかわらず、ファーウェイ・コンシューマーBG のスマートフォン出荷台数は合計 4820 万台で、前年比 39%増を記録しました。¹ ミドルからハイエンドの出荷が前年比 70%増で、スマートフォン総出荷数の 31%を占め、総収益の 42.9%を占めています。ミドルからハイエンドの収入は 388%増で、その利益は総収入の 44%を占めています。

1

<http://www.gfk.com/news-and-events/press-room/press-releases/pages/global-smartphone-sales-new-q1-record-as-4g-ramps-up.aspx>

収益成長が急速な地域

中国と海外市場の双方を刺激し安定的な企業成長を続けることが、ファーウェイの世界戦略です。後述する 40%以上の収益成長を記録した国々の中、中国の成長率は前年比 124%でした。西ヨーロッパ 45%、北東ヨーロッパ 54%、南太平洋 41%、北アフリカ 164%、そして中東 48%の成長率を記録しています。ファーウェイのハイエンドスマートフォン出荷台数は、イタリアで前年比 293%増、スペインで 448%増となるなど、GFKによるとファーウェイのスマートフォン世界市場シェアは、1月から5月にかけて 6.7%、7.1%、7.8%、8.1%、8.8%と、2015 年第一四半期を通じて拡大を続けました。

GFK によると、ファーウェイはサムスンやアップルを凌いで中国市場でトップシェアに立っており、マーケットシェアは、3月 12.9%、4月 13.6%、5月 14.1%、6月 15.2%、世界市場でのマーケットシェアは、スペインで 24%、イタリアで 20%です。

ファーウェイの主力商品の出荷台数は「500 万台」をマーク

2015 年上半期、ファーウェイの主力商品である『Ascend Mate7』は中国、西ヨーロッパ、中東、東南アジア、南太平洋やその他の地域を含め 100 か国以上で好調な売れ行きを伸ばし、世界各国へ合計 500 万台を出荷しました。『Ascend P7』は 700 万台まで販売台数を伸ばし、100 を超える国や地域で使用されています。『Huawei P8』は、中国、フランス、スペイン、イタリアを含む 52 か国以上で販売され、発売 2 か月で売上台数が 100 万台を超えました。

世界中の消費者から一目置かれる存在になる

2015 年 5 月、ファーウェイは初めて、BrandZ「世界ブランドランキング 100」サイエンス・テクノロジー部門で 16 位(ブランド価値: 153 億 3500 万 USドル)にランクインしました。2014 年には、ファーウェイは中国本土のブランドとして初めてインターブランドトップ 100 にランクインしています。

6 月時点で、世界におけるファーウェイのソーシャルメディア人口は昨年より 40%増の 680 万人以上となり、オンライン上での会話は 60%増加しています。とりわけ 2014 年 4 月から 2015 年 4 月にかけて、ファーウェイのスマートフォンについて言及された回数は、イタリアとスペインでそれぞれ 118%、132%増となりました。

「モノのインターネット」によりもたらされたチャンスを利用し、長期にわたり競争力の高い企業であり続ける

下半期、ファーウェイ・コンシューマーBGは通信事業のハードウェアとソフトウェアにおける自社の経験と知識を引き続き活かし、「全てのものが繋がる」時代がもたらす機会を有益に利用していきます。すなわち、今年バルセロナで開催されたモバイル・ワールド・ कांग्रेसで発表した『Huawei Watch W1』、『TalkBand N1』、『TalkBand B2』といったウェアラブル商品に力を注ぎます。

パリの美学研究所、ロシアの数理研究所、日本のデザイン及び品質管理研究所、インドのソフトウェア研究所など、ファーウェイは研究開発センターを世界中に16カ所保有しています。6月30日現在、ファーウェイの特許申請数は合計76,687件で、そのうち18,000件はデバイス関連になります。また、すでに合計41,903件は国際的に特許を取得しています。

2015年上半期、コネクテッドカーにおける接続環境開発において、ファーウェイはフォルクスワーゲン、メルセデス・ベンツ、アウディを含め多くの主要自動車メーカーと戦略的パートナーシップを結びました。メルセデス・ベンツとアウディは、今後の車両通信機器として、ファーウェイの車両搭載型4G通信モジュールを搭載するよう、サプライヤーに義務付けています。ファーウェイは4Gや5Gのネットワーク環境、ビッグデータやクラウド技術など得意とする分野を統合することで、コネクテッドカー産業におけるリーダー的存在となることを目指します。自動車やスマートフォン、ウェアラブルの相互接続を促進することでスムーズなコミュニケーションを実現し、快適で安全な運転環境を提供して参ります。