『モバイルディスプレイの需給展望と企業戦略2011年版』販売開始
～短期（2011年後半から1年）の予測と長期予測（2011年後半から5年）編～

==========
『モバイルディスプレイの需給展望と企業戦略2011年版』 販売開始

～ 短期（2011年後半から1年）の予測と長期予測（2011年後半から5年）編 ～

≫ 『モバイルディスプレイの需給展望と企業戦略2011年版』 資料詳細・販売ページ
http://planidea.jp/cc/psrl20111006
==========

マーケティング・リサーチ＆コンサルティングサービスを提供するPLANiDEA LLC.
（プラニディア合同会社） は、株式会社 ROA Holdingsによる
『モバイルディスプレイの需給展望と企業戦略2011年版』 の販売を開始しました。

≫ 『モバイルディスプレイの需給展望と企業戦略2011年版』
http://planidea.jp/cc/psrl20111006

【資料概要】

2015年まで数量ベースで年平均5.9%、金額ベースで年平均10.6%の成長が期待されるモバイルディスプレイ市場の需給展望にフォーカス！

本レポート 『モバイルディスプレイの需給展望と企業戦略2011年版』
では、モバイルディスプレイの分野を環境的、技術的、事業的な特徴で分析することによって、
「モバイルディスプレイ」 を
「モバイル環境で使われる10インチ以下のカスタマイズディスプレイ」
と定義し、この市場に関連する特に需給展望にフォーカスした。

今後、モバイルディスプレイは2015年まで数量ベースで年平均5.9%、金額ベースで年平均10.6%の成長が期待されると予測する。出荷数量の増加率に比べ売上の増加が大きいとする理由は、高解像度製品の比率が伸びて全般的にASP （平均販売価格: Average Sales Price）
が増加している要因とともに、ディスプレイサイズによる価格の増額化も同時に反映した結果である。なおASPは、2015年まで年平均で4.4%の安定的な上昇が見込まれ、2015年のASPは12.6ドルに達すると予想している。

【『モバイルディスプレイの需給展望と企業戦略2011年版』 のポイント】

■ 重要度高まるディスプレイ市場の需給展望にフォーカス！

■ モバイルディスプレイ市場の展望を需要/価格/アプリケーション別に！
■ アプリケーション別の展望は2015年までの出荷量/売上額の予想も！
■ 供給展望は国別/企業別の生産能力や技術別の解説も掲載！
■ モバイルディスプレイ各企業の対応戦略、将来展望も解説！
■ 重要ポイントを豊富な図表でわかりやすく解説！

※ 本サイトにて、掲載図表の一部を公開しております。

【『モバイルディスプレイの需給展望と企業戦略2011年版』 エグゼクティブサマリー】

ROA Holdingsでは、スマートフォンの急速な拡大を背景に 「モバイルディスプレイ」
の重要性がこれまで以上に高まっている現在、これからの携帯電話関連メーカーと部品業者などのために毎年 「モバイルディスプレイ」 に特化した需給展望レポートを発行する予定である。

ROA
Holdingsはこの分野を環境的、技術的、事業的な特徴で分析することによって、「モバイルディスプレイ」 を 「モバイル環境で使われる10インチ以下のカスタマイズディスプレイ」
と定義し、この市場に関連する特に需給展望を中心としたレポートにフォーカスした。

今後、モバイルディスプレイは2015年まで数量ベースで年平均5.9%、金額ベースで年平均10.6%の成長が期待される。出荷数量の増加率に比べ売上の増加が大きいとする理由は、高解像度製品の比率が伸びて全般的にASP （平均販売価格: Average Sales Price）
が増えている要因とともに、ディスプレイのサイズによる価格の増額化も同時に反映した結果である。

ASPは、2015年まで年平均で4.4%の安定的な上昇が見込まれ、2015年のASPは12.6ドルに達すると見られる。

生産力も継続して増加し、2015年まで年平均15%の成長が見込まれる。特にハイエンドを生産できるLTPSの生産能力の増加が大きいと見られ、生産能力が低下していた日本地域はアップルの投資によって再び増加に転じると見られる。

現在、生産力の40%を占めている台湾は、日本の復活と中国の躍進によって生産力に占める比率が減少していくと見られ、ハイエンドは日本と韓国の企業が強みを持ち続けると見られる。

需給については、2012年までハイエンドを中心に供給不足が見込まれるが、2013年以降は供給過剰に転じると見られる。供給過剰の状態はAMOLED、フレキシブルディスプレイのような新技術とアプリケーションの積極的な導入を加速させる機会になるだろう。

モバイルディスプレイ企業は、過去のような高い収益を期待できない事業構造に移行して再編を続け、日本企業は事業撤退や売却も予想される。そのため、投資余力を持つ幾つかの企業が中心となる市場構図に変化していくだろう。また、アップルの投資によって始まったセットアップ企業の直接参入がモバイルディスプレイ業界の新たな主体になる可能性が大きい。

【『モバイルディスプレイの需給展望と企業戦略2011年版』 資料目次】

1 モバイルディスプレイ市場の展望

1-1 需要の展望

1-2 価格の展望

1-3 アプリケーション別の展望

1-3-1 携帯電話
1-3-2 デジタルイメージング
1-3-3 PMP（ポータブルメディアプレイヤー）
1-3-4 オートモーティブ
1-3-5 アミューズメント

2 モバイルディスプレイ供給展望

2-1 地域別の供給予想

2-1-1 台湾
2-1-2 韓国
2-1-3 日本
2-1-4 中国

2-2 技術別の供給展望

2-3 需給展望

2-3-1 前提条件
2-3-2 シナリオ別の需給展望

3 ディスプレイ企業の対応戦略

3-1 サムスンSMD ： AMOLEDで勝負
3-2 シャープ ： 事業の安定的維持 or 段階的な撤収
3-3 CMI ： Foxconnの競争力強化にはディスプレイが必要
3-4 LGD ： テレビ中心の事業戦略
3-5 AUO ： 競争力回復が優先
3-6 日本 その他の企業 ： 段階的な事業撤退を準備
3-7 中華圏の企業 ： 技術移転がポイント

4 モバイルディスプレイ産業の未来

■ 図表目次

［図1-1］ アプリケーション別出荷量の予想（2011年～2015年）
［図1-2］ アプリケーション別売上額の予想（2011年～2015年）
［図1-3］ タブレットのモバイルディスプレイ内比率（2011年～2015年）

[図1-4] アプリケーション別ASP予想（2011年～2015年）
[図1-5] アプリケーション別平均サイズ（2011年～2015年）
[図1-6] アプリケーション別インチ当たりの平均販売価格（2011年～2015年）
[図1-7] ppi別予想（2011年～2015年）
[図1-8] 250ppi以上のアプリケーション別数量予想（2011年～ 2015年）
[図1-9] 携帯電話数量予想（2011年～2015年）
[図1-10] 携帯電話売上の予想（2011年～2015年）
[図1-11] 携帯電話ASP予想（2011年～2015年）
[図1-12] 携帯電話ppi別分布の予想（2011年～2015年）
[図1-13] デジタルイメージングディスプレイ数量の予想（2011年～1015年）
[図1-14] デジタルイメージングディスプレイの売上予想(2011年～1015年）
[図1-15] デジタルイメージングディスプレイASPの予想（2011年～2015年）
[図1-16] デジタルイメージングディスプレイ生産面積（2011年～2015年）
[図1-17] デジタルイメージングディスプレイ解像度の予想（2011年～2015年）
[図1-18] PMPの予想（2011年～2015年）
[図1-19] PMP内の高解像度 出荷予想（2011年～2015年）
[図1-20] オートモーティブ数量予想（2011年～2015年）
[図1-21] オートモーティブ売上予想（2011年～2015年）
[図1-22] オートモーティブASP予想（2011年～2015年）
[図1-23] アミューズメント出荷量のASP予想（2011年～2015年）
[図1-24] アミューズメント解像度の予想（2011年～2015年）
[図2-1] 国別生産能力とその比率(2011年～2015年、m2/年）
[図2-2] 国別生産能力 a-Si（2011年～2015年、m2/年）
[図2-3] 国別生産能力 LTPS（2011年～2015年、m2/年）
[図2-4] Taiwan企業別 生産能力(2011～2015年、m2/年）
[図2-5] 台湾a-Si生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-6] 台湾LTPSの生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-7] 韓国企業の生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-8] 韓国のa-Si生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-9] 韓国のLTPS生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-10] 日本企業別の生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-11] 日本のa-Si生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-12] 日本のLTPS生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-13] 中国の企業別生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-14] 中国のa-Si生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-15] 中国のLTPS生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-16] OLED/LCDの生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-17] バックプレーン別の生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-18] LTPS内のAMOLED生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-19] AMOLED内フレキシブル生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-20] LCD内液晶モード別生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-21] IPS モード内バックプレーン別生産能力(2011年～2015年、m2/年）
[図2-22] LTPS/AMOLEDの需要(2011年～2015年、m2/年）
[図2-23] モバイルディスプレイの需給展望（2010年～2015年）
[図2-24] LTPS

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com