

<報道関係者各位>

<サムスン電子ジャパン 特別取材会レポート>

Samsung Galaxy Z Fold7売上前作比180%、S25シリーズが150%と販売好調！

サムスン、日本ビジネス・マーケティング戦略を語る会を開催

～「Innovation for all」の存在意義を軸とし、Galaxy Sシリーズ日本発売15周年を迎えるサムスンが展望を語る～

サムスン電子ジャパン株式会社（以下、サムスン）は「Samsung Galaxy S シリーズ」の日本発売が 2025 年 10 月に 15 周年を迎えることを記念して、2025 年 9 月に「日本国内のビジネス・マーケティング戦略」を語る特別取材会を開催したことをお知らせいたします。



左から) サムスン電子ジャパン株式会社 CMO/MX 事業本部 Marketing Team 長 小林 謙一
常務兼 MX 事業本部 副本部長 大橋 秀俊
MX 事業本部営業 Team 長 谷口 慎一郎

■Samsung の歩み

Samsung Galaxy S シリーズは、2010 年 10 月 28 日に日本でフラッグシップスマートフォン「Samsung GALAXY S」の販売を開始し、2025 年に日本発売 15 周年を迎えます。

今年 2 月に発売した最新フラッグシップスマートフォン「Samsung Galaxy S25」シリーズの他にも、折りたたみスマートフォン最新モデル「Samsung Galaxy Z Fold7 | Z Flip7」やウェアラブル製品のラインナップも拡充を続け、2025 年 9 月 19 日にはフラッグシップ AI タブレット「Samsung Galaxy Tab S11 シリーズ」、「Samsung Galaxy Tab S10 Lite」や、ノイズキャンセリング対応のミドルレンジイヤホン「Samsung Galaxy Buds3 FE」の日本販売も開始いたしました。



サムソンは「Innovation for all（すべての方々にイノベーションを）」を存在意義として掲げ、ユーザーが直面するさまざまな障壁を技術で乗り越え、誰にとっても心地よい世界を創造することを目指しています。この 15 年間、サムソンは製品を通じてほんの少し先の未来を手元に引き寄せ、ユーザーの日常をより豊かにする価値を提供してまいりました。今後も製品開発や使いやすさの向上に取り組み、ユーザーに寄り添った体験を提供し続けてまいります。



■「Samsung Galaxy S25 シリーズ」 上半期実績は、前作比 150%、 「Samsung Galaxy Z Fold7」上半期実績は、前作比 180%。薄さで勝負し、業界内で高評価を獲得

Samsung Galaxy S25 シリーズの売上実績と販売動向

2025 年上半期における「Samsung Galaxy S25 シリーズ」の国内実績が前作比 150%※¹と非常に好調に推移しました。これはキャリア様とのパートナーシップ強化により、発売開始時期のみならず、その後も継続的な販売が実現した結果です。サムソン公式オンラインショップでは限定カラーの展開が人気を集め、ユーザーから高い支持を獲得しています。

※¹ サムソン電子ジャパン調べ



Samsung Galaxy Z Fold7 の売上実績と販売動向

日本の横折りスマートフォン市場、最薄・最軽量※²を謳う折りたたみ AI スマートフォン「Samsung Galaxy Z Fold7」は、前作比 180%※¹の販売実績を達成しました。中でも薄型化や高性能化が数多くの方々に高く評価いただき、他社製品からの乗り換え需要も売上増加に寄与しています。

※¹ サムソン電子ジャパン調べ

※² 日本国内で発売している横折りスマートフォンモデル比。2025 年 7 月 1 日時点、サムソン調べ

■各チャネル（キャリア・家電量販店・Samsung オンラインショップ）の強化で「体験価値」を提供

サムソンは国内市場における販売チャネルの強化を重要な戦略のひとつと位置づけ、キャリア様、家電量販店様、オンラインの各チャネルでの販売を強化しています。

キャリア様での販売では、今年度からソフトバンク様との連携を約 10 年ぶりに再開し、よりユーザーが購入しやすい環境を整備しました。

さらに、家電量販店様や Samsung Galaxy Studio では、製品に直接触れることができる「体験の場」を拡充しています。東京・秋葉原や大阪・梅田や、京都・横浜のヨドバシカメラ様内の店内販売を通じて、ユーザーが製品の魅力を体験できる機会を増やしています。

オンライン販売においても、サムソン公式オンラインショップをはじめ、Amazon 様や楽天市場様など主要 EC プラットフォームとの連携を強化中で、公式オンラインショップでは限定カラーや高容量モデルを展開し、主要 EC プラットフォーム上ではキャンペーンやレビュー活用を通じ、幅広いユーザー層への訴求と購入しやすさの向上を図っています。

今後もキャリアショップや家電量販店だけでなく、オンラインでも快適で充実した購買環境を提供することで、日本市場における Samsung Galaxy のプレゼンスを一層強化してまいります。

■日本市場における現在の Samsung Galaxy 製品ラインナップ戦略と Eco 製品強化による販売戦略

サムスン日本は日本市場における Samsung Galaxy 製品をプレミアムモデルと Eco 製品の両軸で展開しています。

プレミアムモデルでは最新の AI を搭載したスマートフォン「Samsung Galaxy S25 シリーズ」や「Samsung Galaxy Z Fold7 | Z Flip7」シリーズを中心に最先端技術と洗練されたデザインの両立を図り、ユーザー体験の向上を追求しています。折りたたみスマートフォンの薄型化・高性能化や AI 機能の搭載など、先進的な機能を日常で実感できる形で提供することでプレミアム市場における Samsung Galaxy の存在感を高めています。

一方で、ウェアラブルをはじめとする Eco 製品は、手に取りやすい価格帯を含めた幅広い価格帯と環境への配慮を両立させ、幅広いユーザー層へのアプローチをしています。Samsung Galaxy Tab や Buds 等の製品を通じ、スマートフォンだけでなく、タブレットやイヤホンなど周辺デバイスも含めたエコシステムを強化し、ユーザーが自分に合ったデバイスを選択・ご活用いただけるよう、販売環境を整えています。

プレミアムモデルと Eco 製品の両軸で戦略的にラインナップを揃えることで、すべてのユーザーが Samsung Galaxy 体験を享受できる製品ポートフォリオを実現しています。高価格帯から手頃な価格帯まで、各ユーザーのニーズに応じ、日本市場における Samsung Galaxy ブランドの浸透を追求し続けております。

■「Innovation for all」を軸に体験価値を向上。Galaxy S シリーズ 15 周年を迎えるマーケティング戦略

サムスンは、2010 年の「Samsung GALAXY S シリーズ」の日本発売以降、「Innovation for all」をコアとし、最先端技術における先進性・革新性を一貫して提供してきました。お客様に最先端製品を通じて未来や生活の付加価値を提唱し続け、2025 年も体験価値の向上とブランド理解の深化を中心にさまざまな施策を展開しました。

2025 年上半期に、最も注力した点は「タッチポイントの強化」です。体験価値の強化に向け、キャリアショップや家電量販店の展示台数を前年比 155%にできたことにより、体験者数を前年比 182%へ拡大することに成功しました。ポップアップストアだけでなく、水族館での製品体験など日常での体験も提供し、製品の魅力をより直感的に伝えています。

また「ロイヤリティ強化」にも注力しています。今年から「Samsung Ambassador 制度」を導入し、各キャリアの販売店スタッフ様へのトレーニングも強化したり、「Samsung Members」の Star 制度も採用し、ユーザー同士のコミュニティ形成を支援しています。

他にも「メッセージ訴求」も強化し、最先端技術「Galaxy AI」の周知だけでなく、「ライブ撮影なら Galaxy」や「折りたたみスマホなら Galaxy」というメッセージをより多くの方に普及するマーケティング活動を実施しました。「ライブ撮影なら Galaxy」では Global アーティスト YOASOBI さんとのコラボレーションや K-POP アーティストの祭典 KCON で冠スポンサーに就任しブース出展もいたしました。また、下半期には「折りたたみスマホなら Galaxy」のキーワードで数多くの CM 放映や TeamGalaxy 活用をし、驚きや感動を重視した演出で直感的に製品の特長を伝えています。さらに 9 月 25 日に公開したリアルな Galaxy ユーザーの声を届ける「Voices of Galaxy」の CM 展開で、木梨憲武さん、山田優さん、足立梨花さん、リュウジさんら著名人を起用した Web CM 等も実施しています。

今後も、モバイルデバイスのパイオニアとして圧倒的存在感を感じ、より多くのお客様に喜んでいただけるよう、真摯に取り組んでまいります。



- 「Samsung Galaxy」は Samsung Electronics Co., Ltd の商標または登録商標です
- その他、記載されている会社名、商品名、サービス名称等は、各社の商標または登録商標です。