

国内キャリアの戦略

天野 浩徳 ●株式会社エムシーエイ (MCA) 代表取締役

成長期のスマートフォン市場、NTTドコモのiPhone参入で「端末競争」から「サービス&インフラ競争」フェーズへ突入。

■スマートフォン普及率は2013年度第1四半期で38.2%

米アップルの「iPhone」が日本で発売されたのが2008年。それからの5年間で携帯電話端末の出荷台数の約8割をスマートフォンが占めるようになり、電気通信事業者協会 (TCA) によると、既に携帯電話契約数の38.2% (5095万人) がスマートフォンを利用しているという (資料3-1-1)。

もともとスマートフォンに道を付けたのは、ソフトバンクモバイルである。2008年7月にiPhoneを投入し、純増拡大の原動力となっていく。それに対し、NTTドコモとKDDIは様子見の状態だったが、2010年4月にNTTドコモがAndroid OSの「Xperia SO-01B」から、時期尚早というスタンスだったKDDIも同年下半期にAndroid OS搭載の「IS03」から、スマートフォンへ大きく舵を切ってきた。

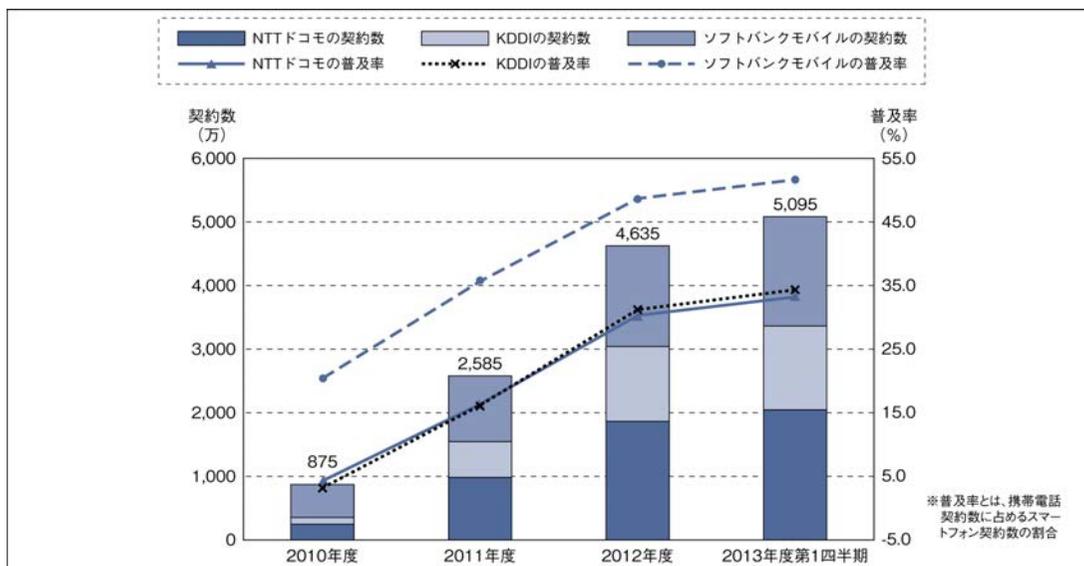
現状、スマートフォン向けOS市場はiOSと

Androidの2強状態となっているが、NTTドコモのiPhone参入により、戦いの構図は携帯電話大手3社横並びへと変化した。

ただし、スマートフォン契約数やモバイルOSへの取り組みには違いが見られる。まず、2013年度第1四半期において、契約数全体に占めるスマートフォン契約数の割合が3社中で一番大きいのはソフトバンクモバイルの51.8%で、普及スピードも速い。それにKDDIの34.4%、NTTドコモの33.3%が続いている。モバイルOS別では、NTTドコモは一部法人ユーザー向けにBlackBerryを採用している以外はAndroidのみを扱う。iOS、Android、Windows PhoneとマルチOSの立ち位置を取るKDDIはiOSとAndroidが中心だが、Androidがやや多い状況。そして、ソフトバンクモバイルはiOSとAndroidの両方を扱っているものの、iOSの割合が圧倒的に高くなっている。

1
2
3
4
5

資料 3-1-1 国内スマートフォン契約数と普及率の推移



出典：TCA のデータを基に MCA 作成

■普及の「壁」突破へ向けた課題と対応策

フィーチャーフォンからスマートフォンへ、スマートフォンからスマートフォンへの切り替えが進む一方、ここへきてスマートフォンの普及スピードが鈍化してきているという声も聞かれる。その理由としては「世代間」と「地域間」の壁が挙げられる。

総務省の「通信利用動向調査」によると、20代と30代では半分以上スマートフォン普及が進んでいるのに対し、40代以上になると急激に減少し、60代以上では3.7%まで落ち込んでいる。また、東京都や大阪府、神奈川県といった大都市圏ではスマートフォン普及率が35%以上なのに対し、青森県や秋田県、岩手県、高知県といった地域圏では20%程度にとどまっている。

こうした層へスマートフォンを普及させていくには、これまでのような、単に端末を安価に販売するような手法だけでは限界が来ることは明らかだ。そこで取り組みを強化しているのが、ス

マートフォンへの移行支援策である。

NTTドコモとソフトバンクモバイルは以前からシニア層向け端末を発売しているが、これに加え、NTTドコモは2013年夏モデルの一部端末に、見た目も操作感もフィーチャーフォンに近い「docomo シンプル UI」を搭載した。

これに対し、人のサポート力にフォーカスしているのがKDDIだ。同社はユーザーサポートを強化して、スマートフォン初心者への支援を行っている。専任アドバイザーによる24時間体制の電話サポートや「スマホ訪問サポート」などの提供など、手厚いサポートを前面に押し出す。

成長期から成熟期へと移行しつつあるスマートフォン普及カーブだが、変わらぬ成長を維持するには、これまで以上にきめ細かな対応力が重要となりそうだ。

■ラインアップ拡充のNTTドコモとKDDI、絞り込むソフトバンクモバイル

NTTドコモとKDDIは、2013年夏モデルでは

1
2
3
4
5

機種数を絞った（NTTドコモは11機種、KDDIは4機種）ものの、同年冬モデルには拡充（NTTドコモは16機種、KDDIは11機種）へと振れた。

NTTドコモは夏の“ツートップ”とした「Xperia A SO-04E」「GALAXY S4 SC-04E」に続き、冬では「AQUOS PHONE ZETA SH-01F」「ARROWS NX F-01F」「Xperia Z1 f SO-02F」を“おすすめ3機種”として経営資源を振り分けた。KDDIは、これまでNTTドコモの顔だったXperiaやGALAXYの最新モデルを取り込んだほか、韓国LGエレクトロニクスと共同開発した「isai LGL22」という独自端末を新たに加えることで対抗した。

一方、ソフトバンクモバイルは夏モデルの9機種から、冬モデルは4機種へと絞ってきた。その背景には、iPhoneへの依存度が高く、Android搭載端末の調達量が苦戦していることがありそうだ。あるいは、新端末の対応周波数を、2.5GHz帯のAXGPに加え、「ダブルLTE」（自社の2GHz帯とイー・アクセスの1.7GHz帯）にしなければならないという特殊な事情が影響しているかもしれない。いずれにしても、iPhoneによる差別化ができなくなった以上、当面は独自のAndroid搭載端末を用意するか、他社と同じ端末を調達するにしても調達コストで有利に立つしかない。このあたりは、ソフトバンクによる米携帯電話端末流通サービス大手Brightstar買収のニュースとつながる話題かもしれない。

携帯電話事業各社には、Firefox OSやTizenといった第3のOSを早急に立ち上げるといったことも含め、タグを組む端末ベンダーとの新たな関係づくりが改めて求められている。

■差別化の鍵を握るLTEネットワーク網とコンテンツ

スマートフォンの普及とともに急ピッチで進

められているのが、LTEネットワーク網の整備と対応コンテンツの充実だ。

●LTEネットワーク網

NTTドコモは、2.1GHz帯と1.7GHz帯、1.5GHz帯のほか、プラチナバンドと呼ばれる800MHz帯の4帯域を使っている。同社では、LTEの基地局数を2013年8月時点の3万329局から、2013年度末には5万局に増設していく予定だ（資料3-1-2）。75Mbps対応基地局は2013年6月末までに1万7300局、9月末には2万5000局に増加させている。112.5Mbps対応エリアについては、6月末に130都市、9月末には150都市に拡張した。さらに、10月末までに150Mbpsのサービスの提供を、東京、名古屋、大阪で開始する。

KDDIでは、「au 4G LTE」が800MHz帯と2.1GHz帯、1.5GHz帯に対応し、2012年度末に実人口カバー率96.4%を達成した。800MHz帯ではほぼ10MHz幅の運用をして下り最大75Mbpsで提供しているが、これ以外に2.1GHz帯を速度増強用として、1.5GHz帯をトラフィック対応用として位置付けている。2013年8月時点では、800MHz帯の3万2317局、2.1GHz帯の2万4923局、1.5GHz帯の5880局（合計6万3120局）を整備済みだ。同社は2013年度末までに、au 4G LTEの実人口カバー率を99.9%にまで拡大したいとする。

これに加えて、UQコミュニケーションズのモバイルデータ通信サービスのサポートが入る。同社は2013年10月に、下り最大110Mbpsの「WiMAX 2+」（WiMAX Release 2.1 AE、事実上のTD-LTE）サービスをスタート。同年度末には200Mbps超に高速化していくとしており、強固なネットワーク網となりそうだ。

ソフトバンクモバイルは、iPhone向けには

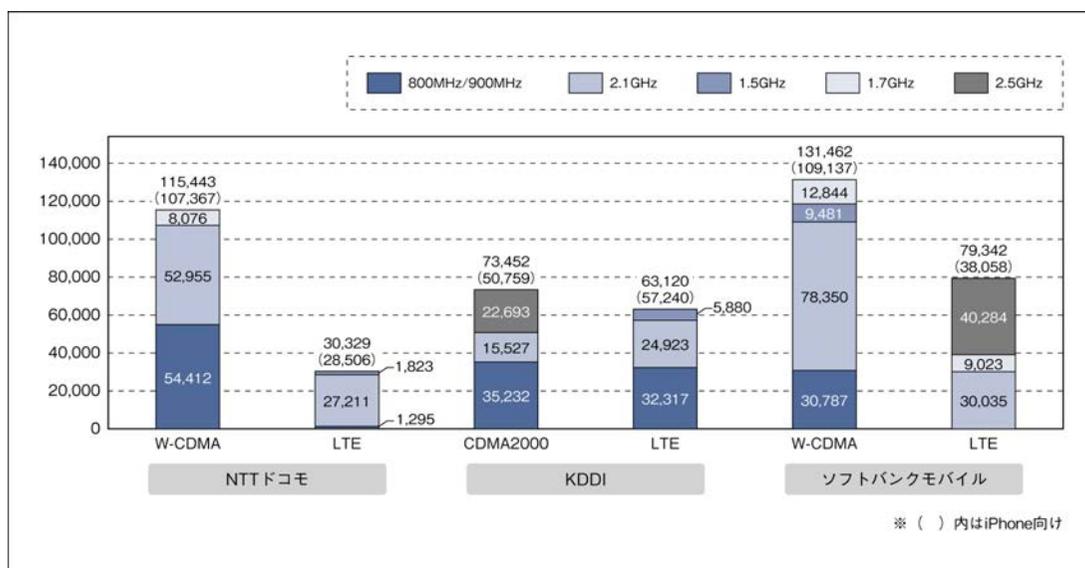
1
2
3
4
5

FDD方式と呼ばれるLTE (SoftBank 4G LTE) を、Android向けにはTDD方式と呼ばれるLTE (AXGP、SoftBank 4G) を利用してきた。2013年6月時点の実人口カバー率は92%と、ほぼ全国を網羅している。通信速度は下り最大37.5Mbpsもしくは75Mbpsだが、現在75Mbpsのエリア拡大を急ピッチで進めている。FDD-LTEでは、同社傘下のイー・アクセスの1.7GHz帯の基地局も、空きがあれば利用できるようになっている。

LTE基地局数は、2013年8月時点で2.1GHz

帯が3万35局、1.7GHz帯が9023局となっている。TD-LTEはFDD-LTEに比べて対応エリアが狭いものの、速度は下り最大110Mbpsと速いのが特徴で、実人口カバー率は92%となっている。マイクロセルと呼ばれる狭いエリアをカバーする基地局を多く設置しており、8月時点での基地局数は4万284局。これを、2014年3月には5万4000局に拡大するという。いずれにしても、同社の場合はプラチナバンドである9000MHz帯が使える同年4月以降が勝負となりそうだ。

資料 3-1-2 携帯電話各社の基地局数 (2013年8月17日時点)



出典：MCA

●コンテンツ

アプリ取り放題サービス「au スマートパス」で先行するKDDIは、800万の会員獲得に成功している。2013年度は雑誌や映画などのコンテンツを拡充したほか、「au ポータル」と統合して情報提供を従来の「Pull型」から、登録情報を基に必要な情報を必要なタイミングで提供する「Push型」に切り替えた。

iPhoneがなかったNTTドコモは、KDDIやソ

フトバンクモバイルに対抗しようと、これまでAndroid搭載端末向けに「dマーケット」(約8万2000コンテンツ)で動画やアニメ、音楽などコンテンツサービスを充実させてきたが、これを全てiPhoneに対応させるように準備を進めている。さらに、携帯電話番号に代えて個別IDで利用認証する仕組みを2014年3月までに全面導入するとしており、同社では、他社の携帯電話ユーザーもIDさえ持てばサービスを利用できるよう

1
2
3
4
5

になるというマルチキャリア化のシナリオを描いている。

ソフトバンクはエイベックス・グループと共同で、月額490円で音楽や映像などを楽しめるサービス「UULA」を2012年12月から提供しているが、提供開始から1か月で利用者数が30万人を突破するなど好調に推移している。さらに2013年10月には、iPad向けにアクション・戦略ゲーム「クラッシュ・オブ・クラン」と、農園系シミュレーションゲーム「ヘイ・デイ」を提供しているフィンランドのゲーム会社Supercellを買収すると発表した。ソフトバンク傘下のガンホーとの相乗効果で、独自コンテンツの囲い込みを強化している。

■ NTTドコモが端末代金の大幅値引きを仕掛けるも、通信料は3社横並び

NTTドコモのiPhone参入によって注目された純増競争の序盤戦は、新型である「iPhone 5s/5c」のタマ不足、旧型となった「iPhone 5」の在庫処分攻勢によって、2強(KDDI、ソフトバンクモバイル)1弱(NTTドコモ)の構図に変化はなかった。

失地回復を目指すNTTドコモがiPhone販売に当たってどのような戦略で来るのかが注目されたが、ふたを開ければ、新規契約やMNPだけではなく機種変更や一括払いまでさまざまなキャンペーン施策を適用するなどして、端末代金を大幅に引き下げてきた。例えば、iPhone 5cの16Gバイト品の実質購入額を通話料の割引増額で6300円引きにしたほか、32Gバイト品では0円と設定した。

これを受け、KDDIはiPhone 5cを対象に郵便為替による1万円の返金策を発表し、ソフトバンクモバイルも一部機種で通話料などの割引額を1万円増やすなどの対抗策を打った。

その一方で、聖域として守られた領域もある。基本使用料1480円、インターネット接続料315円、データ通信料5460円という毎月の利用料は、3社がびたりと合わせてきたのだ。

■ 多様なiPhone向けキャンペーン施策

端末での差別化ができない状況の中で各社が力を入れたのが、iPhone 5s/5c向けの多種多様なキャンペーン施策である。大きく「MNP向け」「自社顧客向け」「他回線や家族向け」というくくりで比較することができる。

● MNP向け

他社からMNPする場合に基本使用料を2年間程度免除したり、さらに学生にはポケット料金の一部(1050円/月)を免除したりするプランがある。これは、3社共通で導入されている。各社独自のものとしては、iPhone 5cの新規契約とMNPのいずれかの場合に最大1万円をキャッシュバックするプランをKDDIとソフトバンクモバイルが導入する一方、NTTドコモは以前NTTドコモを利用していたユーザーがMNPで戻ってきた場合に「タイプXiにねん」の基本使用料780円を2年間無料にする「ドコモへおかえり割」を提供している。

● 自社顧客向け

3社は横並びでiPhoneの下取りプログラムを導入している。下取り価格はKDDIが最も高いが、それまでiPhoneを扱っていないNTTドコモまでiPhoneを下取りに対応するなど意気込みが感じられる。このほか、NTTドコモとソフトバンクモバイルはiPhone 5s/5cへの機種変更を行う場合にサポート金額の増額やポケット料金の減額に対応し、ソフトバンクモバイルではiPhone 4/4Sユーザー向けの残債免除プランも用意して

いる。

●他回線や家族向け

携帯電話網しか持たないNTTドコモがフィーチャーフォンとiPhoneの割引プランを投入すれば、KDDIとソフトバンクモバイルは固定回線とのセット割引に加え、機種変更後、家族がiPhoneを使う場合の割引プランで対抗している。KDDIは、スマートフォンとタブレット端末でデータ容量を分け合えるシェアプランのサービス提供も開始した。

このように各社が様々な施策を打っているが、これまでのiPhone取り扱いの有無や固定回線を持っているかといったそれぞれの事情からくる違いはあるにせよ、それ以外はほぼ横並びの状況だ。

■総力戦のインフラ競争で3社のつばぜり合いはさらに激化

そんな中、現時点で大きく違いがあるのは通信ネットワークである。NTTドコモとKDDIは800MHz帯のプラチナバンドを使うが、2014年4月までプラチナバンド(900MHz帯)を使えないソフトバンクモバイルは、LTEの2.1GHz帯と1.7GHz帯で当面乗り切る構えだ。

ただし、同じ800MHz帯を利用するといっても、アップルに採用を働き掛けて800MHz帯をLTEのメインバンドとしてもともと準備してきたKDDIと、2.1GHz帯がメインのNTTドコモでは、電波の浸透率など事情が異なる。現時点ではKDDIが優位なように見えるが、ネットワークは生き物である。2014年に入ってNTTドコモがLTE向けに800MHz帯を本格稼働させたり、ソフトバンクモバイルがプラチナバンドを垂直立ち上げしたりすれば、一気に形成が逆転する可能性もある。

■決算から見える、NTTドコモの減速と、KDDIとソフトバンクの記録的成長

●2012年度決算

携帯電話3社の2012年度決算では、NTTドコモの売上高が前年度比5.4%増の4兆4701億円、営業利益が同4.3%減の8372億円と、増収減益だったのに対し、KDDIの売上高は同2.5%増の3兆6623億円、営業利益は同7.3%増の5127億円、ソフトバンクモバイルの売上高は同6%増の3兆3783億円、営業利益は同10%増の7450億円と、2社とも増収増益だった。iPhoneを持たないNTTドコモの顧客基盤が、ライバル2社の草刈場となったとみられる。

2012年度の純増競争では、NTTドコモがMNPで140万の流出を招いたことで141万増(累計契約数6154万)にとどまったのに対し、KDDIは210万(同3219万)を獲得し、そのうち半分近くの101万をMNPで稼いだ。ソフトバンクモバイルは、トップの353万増(同3248万)を記録している。同社については、連結対象であるイー・アクセスやウィルコムも純増数も含めると、436万まで増加する。

なお、月別の推移は資料3-1-3を参照されたい。

●2012年度の端末販売台数

NTTドコモの端末販売台数は前年度比6.6%増の2355万台で、そのうちスマートフォンの販売台数は1329万台と、前年度の882万台から大幅に増加した。新規契約数も前年度を上回るなど「入り」は好調だったものの、MNP流出で解約率が同0.22ポイント増の0.82%まで悪化したことが響いた。総合ARPUは前年度から300円減の4840円、音声ARPUは同470円減の1730円、パケットARPUは同100円増の2690円、スマートARPUは同70円増の420円だった。

1
2
3
4
5

KDDIの端末販売数は同11.7万台減の1107万台だったものの、最大2年間、月額料金を1480円割り引く「auスマートバリュー」でスマートフォンの販売台数を前年度の541万台から812万台へと増加させた。加えて、解約率0.67%という驚異的なスコアもたたき出し、「守り」を着実に固めた。総合ARPUは前年度から360円減の4430円、音声とデータ通信ARPUは同350円減の4180円、コンテンツなど付加価値ARPUは同10円減の250円だった。

ソフトバンクモバイルの端末販売数は、同12.4万台減の1156万台だった。iPhoneの出荷台数は増加したものの、フィーチャーフォンなどの減少が影響した。解約率は同0.03ポイント減になったとはいえ1.09%と高く、改善の余地は大きい。総合ARPUは3990円で同170円減、音声ARPUは同250円減の1400円だが、データ通信ARPUは同80円増の2590円となった。

● 2013年度第1四半期決算

2013年度第1四半期決算では、3社の明暗がさらに広がった。NTTドコモは、前述したようにXperia A SO-04EとGALAXY S4 SC-04Eをトップに据えたiPhone対策を打ったが、KDDIとソフトバンクモバイルに顧客を奪われていく構図に変わりはない。顧客流出が続くNTTドコモは販促費の積み増しが響いて減益基調が続く一方で、KDDIとソフトバンクモバイルはiPhone効果で契約数を伸ばし、営業利益は過去最高を記録している。

NTTドコモの売上高は前年度同期比3.9%増の1兆1135億円、営業利益は同5.8%減の2474億円と増収減益だったのに対し、KDDIの売上高は同16.3%増の1兆24億円、営業利益は同89.6%増の1787億円、ソフトバンクモバイルの売上高は同21.4%増の8810億円、営業利益は

同92.3%増の3910億と、前年度と同様に大幅な増収増益となった。

NTTドコモの不調には、純増数が8万7000(前年度同期は26万6000)と急減したことが響いている。これに対して好調な2社の要因は、純増数の拡大(KDDIは67万、ソフトバンクモバイルは81万)と、スマートフォン契約数の増加によるデータARPU拡大(KDDIは前年度から390円増、ソフトバンクモバイルは同150円増)が大きい。

なお、月別の推移は資料3-1-3を参照されたい。

● 2013年度第1四半期の端末販売台数

NTTドコモの端末販売台数は、前年度同期比4.4%増の539万台で、そのうちスマートフォンの販売台数は同34.4%増の335万台となった。スマートフォンの契約数は前年度同期の1200万に対して、70%増の2050万を記録した。

同社は、2013年7月1日付でスマートライフビジネス本部を設置し、メディア・コンテンツ事業、コマース、金融・決済などの新領域における事業強化へ動きだした。同領域の収益を、2013年度は7000億円、2015年度には1兆円にすることを目標に掲げている。

2013年度の計画については、売上高が前年度比3.8%増の4兆6400億円、営業利益が同0.3%増の8400億円と、ほぼ横ばい。純増数は同44万増の185万、総販売台数は同95万台増の2450万台、そのうちスマートフォン販売台数は同271万台増の1600万台としている。

KDDIでは、軸となるauスマートバリューの契約数はモバイル側が463万(新規契約の36%)、固定側が249万(同60%)に達した。MNPは前年度同期比53.8%増の24万件(純増の36%)まで増加、解約率は0.56%に抑えられたが、これらはauスマートバリューの効果によるとこ

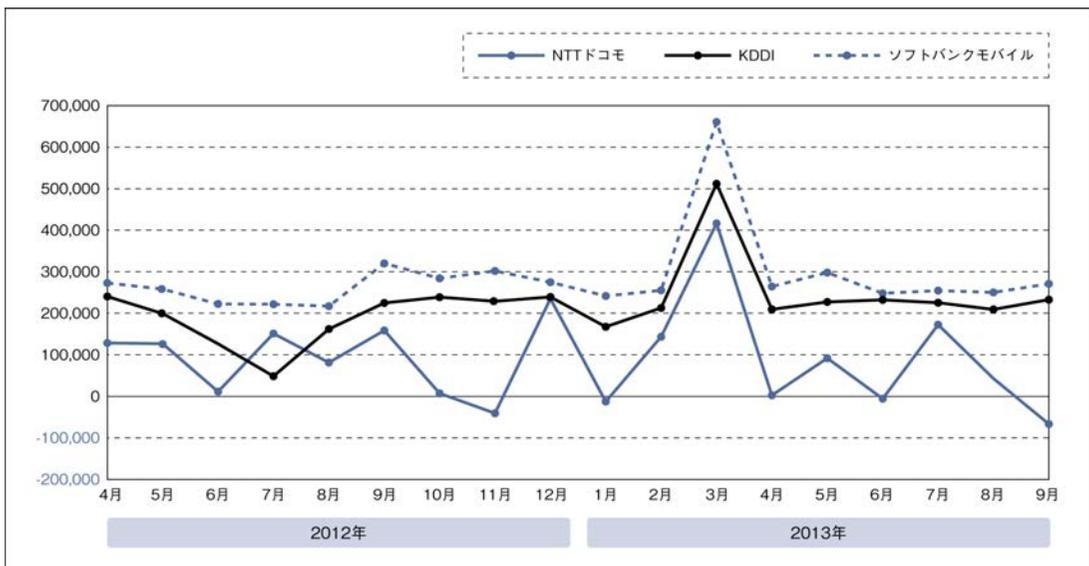
ろが大きい。

2013年度は年間目標230万の純増を目指しており、売上高は前年度比13%増の4兆1400億円、営業利益は同22.9%増の6300億円、最終利益は同22.2%増の2950億円と、過去最高を見込んでいる。

ソフトバンクモバイルでは、携帯電話端末の販売台数が前年度同期から43万7000台増の302

万3000台、解約率も同0.04ポイント改善して0.99%となった。2013年6月末時点におけるイー・アクセスの契約数は434万、ウィルコムとの契約数は512万。ソフトバンクモバイルを含めた3社の累計契約数は4283万で、これにソフトバンクが買収した米Sprintの契約数を加えると9804万となった。

資料3-1-3 携帯電話3社の純増数推移



出典：TCA

■競合他社のエリア拡大で苦戦を強いられるNTTの固定通信網

NTTの2012年度（2012年4月～2013年3月）の連結売り上げは、対前年度比1.8%増の10兆7007億円、営業利益は同1.7%減の1兆2020億円だった。このうち地域通信事業を提供しているNTT東日本の売上高は同1.1%減の1兆8317億円、営業利益は同29.3%増の650億円と減収増益だったのに対し、NTT西日本の売上高は同2.9%減の1兆6279億円、営業利益は同48.2%減の192億円と減収減益だった。

KDDIが提供する、インターネット接続サービスとスマートフォンをセットで使うと最大2年間、スマートフォンの利用料金から毎月1480円を割り引く「auスマートバリュー」のエリア拡大に対抗するため、NTT東日本はフレッツ光の契約者に対して毎月の利用料を割り引く（戸建て向けで945円、集合住宅向けで最大1165.5円）キャンペーン「思いつき割り」を提供することで80万件の純増を計画していたが、半分の40万しか獲得できなかった。

NTT西日本は集合住宅向けのインターネット

1
2
3
4
5

接続サービス「フレッツ 光WiFiアクセス」や、継続利用促進を目的とした長期継続利用型割引サービス「光もっともっと割」などを新たに提供するなどで、当初は65万の純増を計画していたが、34万にとどまった。

主なサービス契約数では、NTT東西のフレッツ光が対前年度比73万6000回線増の1730万回線、フレッツ・ADSLが同47万4000回線減の184万8000回線、フレッツ・ISDNが同2万5000回線減の12万7000回線、ひかり電話が同126万9000チャンネル増の1516万9000チャンネル、加入電話が同247万9000加入減の2504万2000加入、INSネットが同42万6000回線減の372万4000回線だった。

2013年度（2013年4月～2014年3月）に向けた取り組みでは、NTT東日本は中小・零細企業へのFTTHサービスの浸透を目指すとする一方、NTT西日本はネットスーパーや学習塾を展開している企業などとのアライアンスを図り、直販を強化していくとしている。

2013年度の業績予想では、NTTグループ全体の売上高が対前年度比2.8%増の11兆円、営業利益が同2.3%増の1兆2300億円。NTT東日本の売上高は1兆7830億円で2012年度の業績予想に比べて500億円の減収、営業利益については650億円、NTT西日本は1兆5950億円で同370億円の減収、営業利益は200億円を見込んでいる。また、フレッツ光の契約数は、NTT東西で50万ずつ純増（100万回線増）の1830万回線を予想している。

（本稿は『スマホ白書2013-2014』の天野氏の原稿に追記したものです）



1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014

[インターネット白書ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2014年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

✉ iwp-info@impress.co.jp