

国内通信事業者の動向

天野 浩徳 ●株式会社エムシーエイ（MCA） 代表取締役

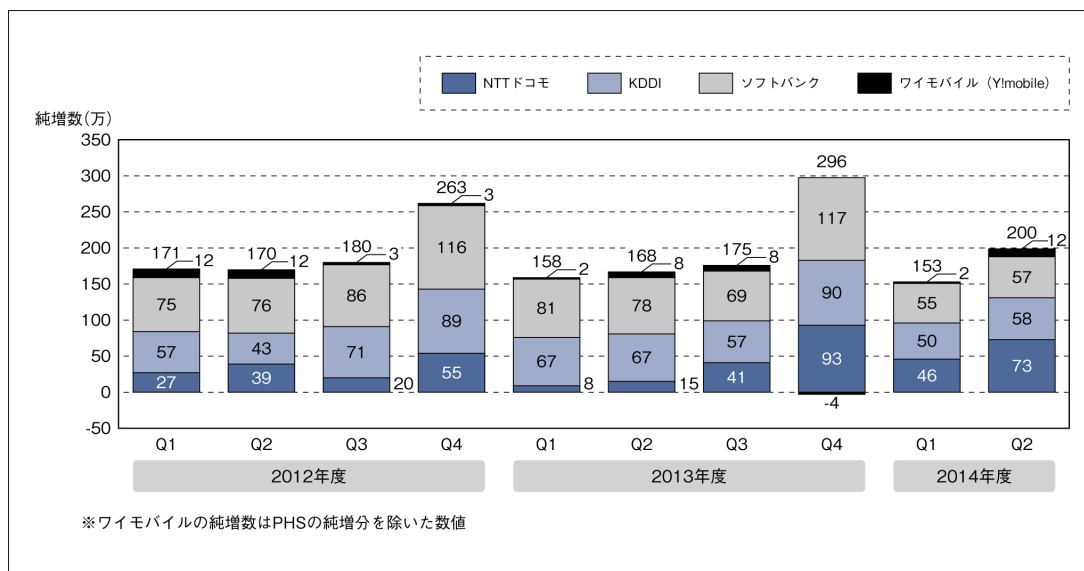
「2強1弱」から「均衡状態」となった携帯電話市場で、MVNOやSIMロック解除、「携帯+固定のセット販売」など新たな競争構図へと進化するスマホ分野。

■MVNOやSIMロック解除などの新たな競争環境下で続く厳しい戦い

2014年度9月時点における国内の携帯電話契約数は1億4294万で、上半期（4～9月）の純増数は353万（前年度同期326万）だった（資料3-1-1）。携帯電話大手3社の純増競争では、NTTドコモ

ら他の2社へ顧客が流出する2強1弱の構図だったが、2014年度上半期はMVNOの躍進などもありNTTドコモが119万（前年度同期23万）を獲得し、ソフトバンクモバイルが112万（同159万）、KDDIは108万（同134万）という均衡状態へと変化した。

資料3-1-1 携帯電話各社の純増数



出典：電気通信事業者協会のデータをもとに作成

同半期では、悲願だった「iPhone」の取り扱いをNTTドコモが始めたことで携帯電話会社の差別化が困難となり、最大の商戦期である3月には他社からのMNPに約10万円/台が支払われるなどキャッシュバックが乱れ飛ぶ事態ともなった。こうした乗り換え契約者偏重の販促費投入は、通信料金の高止まりや長期利用者への不公平感を常態化させた。このいびつな構造を是正することを目的の一つとして、総務省はSIMロックの解除を決定した。

現在の携帯端末は、契約している携帯電話会社のSIMカードを挿入しないと機能しないようにロックされているものが多い。そこで総務省では、ロックを解除して同じ端末で別の携帯電話会社に乗り換えられるようにすることで、端末代金の無料化や、キャッシュバックといったあしき商慣習が崩れることを狙った。SIMロックの解除は、2015年5月以降に発売する端末から対応させるように、各携帯電話会社に義務付けられている。

一方、2014年度上半期における携帯電話会社の決算では、増収増益のKDDIとソフトバンク（前期増益特殊要因を除く）、減収減益のNTTドコモで明暗が分かれた。

NTTドコモは、通話定額サービス「カケホーダイ&パケあえる」の投入で、これまでの「音声従量+データ定額」型から「音声定額+データ従量」型へのゲームチェンジを促したが、想定以上に加入者が増加したことで収益悪化を招いた。

2015年からはNTT東西による光回線の卸売り解禁で、KDDI成長の原動力となってきた「スマートバリュー」の牙城にNTTドコモやソフトバンクモバイル、MVNOなどライバルが一斉に攻め込む結果、戦線が「携帯+固定のセット販売」へと広がる。さらに、2016年からはLTEの次となる4G（LTE-Advanced）の商用化が見込まれており、携帯電話各社を取り巻く競争環境は、これまで以上に厳しくなっていきそうだ。

■スマホ時代の新料金プランとして登場した「通話定額サービス」

通話時間に関係なく国内であればどれだけ話しても料金が同じになる通話定額サービスは、NTTドコモが4月に「カケホーダイ&パケあえる」を発表したことで火が付き、同年6月にソフトバンクモバイルが「スマ放題」、KDDIが「カケホとデジラ」をそれぞれ発表したことで、携帯電話大手3社の新料金プランがそろい踏みとなった。

新料金プランにおける音声通話の月額料金はフィーチャーフォンが2200円、スマートフォンが2700円と、3社は横一線で並んでいる。

一方、パケット通信では、NTTドコモとソフトバンクモバイルは、家族で1つのパケットを契約してシェアすることで融通し合ったり、容量を当月に使い切れなかったら余った分を翌月にデータを繰り越したりできるなど、一部条件やキャンペーンを除き同じ内容を提供している。これに対してKDDIは、1つのデータ容量をシェアするのではなく、個人の容量の余った分を家族に譲ることができるようにしている。

これまでのスマートフォンの料金プランは、音声通話は従量制（30秒20円）、パケット通信料は6000円/月程度（7Gバイトまで）の定額制が一般的だった。しかし、最近は料金の高さがネックとなりフィーチャーフォンからの移行が減速傾向にあること、さらにはLINEやFacebookなどに代表されるOTT（Over The Top）プレーヤーに音声トラフィックを取られていることから、携帯電話各社は対策を打つ必要に迫られていた。

料金プランにおけるスタンスでは、新料金プランに一本化したNTTドコモ、旧プランも選択できるようにしたKDDIとソフトバンクモバイル、と違いが見られる。

このように、新料金プランの内容や移行速度の違いはあるにせよ、携帯電話会社としては音声

1 にキャップを付けた以上、収益源であるパケット ARPU の向上策が必要となっていきそうだ。

2 ■NTTによる光の卸売りで本格化する「携帯+固定のセット販売」競争

3 総務省は2014年2月に2020-ICT基盤政策特別部会を設置し、電気通信事業法の接続ルールやMVNO事業化ガイドラインなど、競争政策や消費者保護といった観点から新たな時代の通信基盤の枠組みについて議論してきた。そこで論点となったのがNTTグループの「セット割」の解禁問題であり、最大の焦点がNTTドコモへの規制だった。

4 光回線におけるシェアが7割超のNTT東西と携帯電話市場のシェアの約4割を占めるNTTドコモには、電気通信事業法によって特定企業を優遇したサービスの提供が禁じられている。しかし今回、NTT東西は自らが卸売りという黒子に徹することで、光回線サービスの提供主体を卸先の企業とした。KDDIやソフトバンクモバイルは、光の卸売りをやっていない。つまり、NTTドコモによる光と携帯電話のセット割引は、実態としてNTT東西と連携した販売が実現するという巧妙な仕掛けになっているのである。

5 6月27日、2020-ICT基盤政策特別部会のヒアリングに呼ばれたNTT社長の鶴浦博夫氏は「既に100社超から、協業の提案が寄せられている」と説明し、NTTドコモ社長の加藤薫氏は同月の株主総会で「光回線と連携したサービスを導入する」と宣言した。そして、総務省は10月8日の有識者会合で、NTT東西が光回線の卸売りを容認する内容の報告書案を提出した。

6 これに対し、光回線設備を持つKDDIなどの通信会社や全国のケーブルテレビ各社はNTTの方針に反対したが、光回線設備を持たないソフトバンクモバイルは卸売りの条件をチェックする第三者機関の必要性などを訴えており、微妙に立ち位置

が異なっている。

携帯電話と固定電話のセット割は、既にKDDIが「au スマートバリュー」を2012年3月に開始し同社の成長の原動力となっているが、2015年からはさらに主戦場として注目を集めそうだ。

■本格普及には携帯会社間の利用とiPhone対応が課題となる「VoLTE」

LTE回線を利用した音声通話システムである「VoLTE」の提供が、携帯電話各社で始まった。従来の3Gでの通話はこもったような声だったのに対し、VoLTEは低音から高音まで、自然な声を再現できるのが特徴となっている。技術的には、音声を圧縮／伸張してデジタル化するコーデック（符号化方式）を進化させて、周波数帯を広く取ることによって実現した。

3社で最も早くVoLTEを提供したのはNTTドコモ（6月24日）で、KDDIは12月12日から、そしてソフトバンクモバイルは同日にサービスの提供を発表した。同じVoLTEながら、この3社の取り組みには違いが見られる。

NTTドコモは対応機種が多いのが特徴で、2014～2015年冬春モデル7機種に加え、2014年夏モデル6機種もソフトウェアアップデートで対応する。サービス面では高品質通話に加え、音声だけではなくビデオ通話もできる「ビデオコール」や、通話中でも下り最大150Mbpsでのデータ通信が可能な「高速マルチアクセス」機能を提供する。

サービス内容の豊富さで対抗するのがKDDIだ。自分のスマートフォンの画面を通話相手のスマートフォンに表示させたり、ゲームなどのアプリを表示させながら通話したりできる「シンクコール」をはじめとする多彩な機能を用意した。課題は、現時点对応しているのが「isai VL LGV31」と「URBANO V01」の2機種に限られていることである。

一方、VoLTEに加えて3Gでも高音質な「HD Voice」を同時提供するのがソフトバンクモバイルだ。12月に発表した「AQUOS CRYSTAL X」と発売済みの「AQUOS CRYSTAL」は、12月以降に提供するソフトウェア更新でVoLTEに対応する。併せて、3Gエリア内でも高品質な音声通話を実現する「HD Voice (3G)」を提供する。

これら携帯電話会社としては、VoLTEの音質の良さを訴求し、LINEなどの無料通話アプリなどに流れた顧客を取り戻したいという狙いがある。VoLTEの本格普及においては、携帯電話会社間のVoLTE利用が可能となること、さらにはiPhoneでのVoLTE解禁が鍵を握りそうだ。

■2016年からの「4G」、2020年ごろの「5G」と、さらなる高速化へ向けて準備が進むモバイル通信技術の進化

総務省は2014年12月、3.5GHz帯（3480M～3600MHz）を利用する4G向け免許をNTTドコモ、KDDI、ソフトバンクモバイルの3社に割り当てると発表した。4Gでは、最速1Gbpsという高速データ通信を可能とするために1社当たり40MHz幅の周波数が用意されるほか、導入可能なシステムは上下比率の変動が可能なTDD方式となっている。

サービス開始予定は、NTTドコモが2016年10月、KDDIが同年6月30日、ソフトバンクモバイルが同年12月となっている。

高速化と並び4Gの特徴的な技術が、キャリアアグリゲーション（Carrier Aggregation：CA）だ。離れた周波数を同時に使って高速化するもので、LTEネットワーク上でKDDIとソフトバンクモバイルが一足早く提供済み、NTTドコモも2014年度中の提供を予定している。

次の5Gへ向けた動きも出てきた。グローバルには標準化作業こそまだだが、5Gのビジョンや考

え方についてコンセンサスが形成されつつあるという。国内では、2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックを5Gの実用ショーケースの場にしようと「第5世代モバイル推進フォーラム」（5GMF）といった官民挙げての取り組みが始まった。

■NTTドコモ：新料金プランへの契約者増加で減収減益／データ容量の多いプラン選択の工夫が課題

NTTドコモの2014年度上半期の営業収益は、前年度同期比1.2%減の2兆1730億円、営業利益は前年度同期比15.5%減の3996億円の減収減益だった。6月に、他社に先駆けて新料金プランを導入したことで上期の純増数は119万件に増加し、他社への流出数も約3万件/月まで改善した。第2四半期の解約率は0.62%と、前年度同期（0.86%）と比較しても新料金プランの導入が着実な成果を上げていることがうかがえる。

しかし一方で、2014年度上半期末に1000万人程度と想定していた新料金プラン契約者数に早くも10月で達し、営業利益を通期で1200億円も下方修正（7500億円から6300億円）する事態となった。音声通話のヘビーユーザーが先行して新料金プランに移行したことに加え、旧プランの「Xiバケ・ホーダイ ライト」（データ量3Gバイトまで4700円/月）から新料金の安価なプラン（音声定額＋データ量2Gバイトまで3500円/月）へ大挙してスイッチしたことにより、第2四半期の音声ARPUが前年度同期から200円減の1230円、データARPUが同30円減の2640円に落ち込んだことが響いている。

念願だったiPhoneの投入やMVNOの予想以上の活躍、前年比13%増の伸びを見せる新領域など競争力は回復傾向にあるが、さらなる立て直しに向けて、今期までの3年間に行う3300億円の経費

削減に加え、来期からの3年間で3000億円規模を追加で削減するコスト圧縮策を明らかにしている。

下期においては、NTT東西の光回線とのセット割引「ドコモ光」を2016年2月から開始する計画だ。NTT東西から光回線サービスの卸を受け、NTTドコモ自らが固定通信サービスを提供する。契約するパッケージが大容量であるほど、割引率が高くなる。同サービスでは、新たに「フレッツ」の顧客を取り込むチャンスが広がる一方で、他社追随による競争激化によって販促費用負担の増加などが想定される。

中長期的な観点からは、今回の新料金プランは顧客流失と音声通話の収入減少に歯止めをかけるという点において評価される。当面は、こうした新たな施策を通じて、契約者が新料金プランで少しでもデータ容量の大きいパッケージを選択するような仕組みの構築が課題となりそうだ。

■KDDI：純増増加とARPU向上で増収増益／ドコモ光とMVNOへの対応が課題

KDDIの2014年度上半期の営業収益は、前年度同期比4%増の2兆1319億円、営業利益は同11%増の3848億円と過去最高を記録した。携帯電話と光回線のセット販売である「スマートバリュー」を他社へ広げることで契約者を積み上げた結果、純増数は半期で108万に達した。

さらに、2014年に入ってから新たに「au WALLET」に取り組み、5月のサービス開始から8月末までで500万以上の契約を獲得している。

好調な背景には、純増数の増加に加え、データARPUが着実に増加していることがある。第2四半期の音声ARPUは前年度同期から110円減の1870円だったものの、データARPUは同260円増の3450円だった。次の収益源として重視している付加価値ARPUは「auスマートパス」が牽引する形で拡大し、第2四半期は前年同期比7%増の

310円、スマートフォンユーザーに限定すると同11%増の490円になった。

新料金プランでは、音声定額と同一グループの家族割間でデータ量を譲ることができる「カケホとデジラ」を8月から開始したが、旧来の料金体系も残したことで収益への影響は限定的だった。なお、同社によるとカケホとデジラのデータ定額の内訳としては、2Gバイトまたは3Gバイトが56%、5Gバイト以上が44%であり、データ容量の大きいプランを選択する傾向が見られる。

NTTドコモのiPhone取り扱いで顧客流出が懸念されたiPhone 6/6 Plusについては、機種変更時の下取り金額の増額などでKDDIのiPhone 4s/5のユーザーが機種変更してもauにとどまる「ステイ率」は約90%（9月時点）に上り、解約率は低いレベル（第1四半期は0.54%、第2四半期は0.63%）で推移している。

一方、下期へ向けて懸念材料となりそうなのが、NTTドコモによるドコモ光と、出遅れているMVNOへの対応である。急速に変化する市場で今後、どのような独自路線で成長を維持していくのかが注目される。

■ソフトバンク：海外事業強化で増収増益／設備投資のピークアウトで収穫期に入る中、解約率の高さが課題に

ソフトバンクの2014年度上半期の売上高は4兆1043億円（前年度同期比57.9%増）、営業利益は5966億円（同19.1%減）と、売上高は米Sprintをはじめ、米BrightstarやフィンランドSupercellの業績を計上したことで大幅に増加したが、減益となった。これは、前年度同期にガンホー・オンライン・エンターテイメントやウィルコムの子会社化に伴う一時益の計上で上振れしたもので、その影響分を除けば22%の増益に相当するとしている。

上半期の純増数はソフトバンクモバイルが112

万、ワイモバイルが14万と、順調に加入者を増加させる一方で、第2四半期のARPUは通信料の低い端末の増加や音声通話の減少などが響き、前年同期から260円減の4260円だった。一方、解約率については、2年契約の非音声端末の解約増加などによって1.27%まで悪化しており、改善は見られない。

ソフトバンクによれば、プラチナバンドやLTEの設備投資をここ2~3年の間に集中的に行ってきたことで、スマートフォンの接続率や顧客満足度調査でナンバーワンを獲得したとしている。さらに、設備投資がピークアウトしたことで、今後は年間数千億円のFCF（フリー・キャッシュ・フロー）をコンスタントに稼いでいける収穫期に入るとみている。加えて下期からは、ドコモ光のようなNTT東西の光回線と携帯電話をセット販売する意向を明らかにしている。

一方、収益拡大の足かせとなっているSprintについては、2014年1~3月期の加入数が38万の純減、4~6月期が同22万の純減だった。7~9月期は同59万件の純増へ反転したものの、収益源のポストペイド契約は27万の純減と、厳しい局面は変わらない。

現在、Sprintが注力しているのは①ネットワークの改善、②コストの削減、③優良顧客の獲得（純増）——の3点だが、1~2年で大幅に改善するようなものではなく、長期的な取り組みが必要となるという。

従来の国内中心から転換し、国内で得たキャッシュを、潜在性が高く有望な海外事業へ戦略的に投資していくことでさらなる成長を目指す、新たなステージでの戦いが始まっている。

■NTT：減収続く中、光回線の伸びが鈍化／直販から卸売りへの転換で起死回生を目指す

NTTグループの2014年度上半期は、売上高が

5兆3737億円（対前年度比2%増）、営業利益は5909億円（同9.5%減）と、増収減益だった。売上高はグローバルクラウド事業など海外事業が成長を牽引し、5期連続の増収を記録した。一方、営業利益では、NTTドコモの業績不振が全体の足を引っ張り、想定以上の減益となった。その影響で、通期の業績予想において、NTTグループ全体の売上高を当初比で1900億円減となる11兆100億円に、営業利益を同1200億円減の1兆950億円にそれぞれ下方修正している。

同グループ内の地域通信事業を担うNTT東西の2014年度上半期の業績は、NTT東日本の営業収益が8712億円（前年度同期比1%減）、営業利益が593億円（同11.8%増）の減収増益だったのに対し、NTT西日本は営業収益が7764億円（同0.8%減）、営業利益が170億円（同11.9%減）の減収減益だった。音声収入の減少と光回線の契約数の頭打ち状態をコストの削減で補填する構造が常態化しており、そうした収益構造の転換策として新たに打ち出されたのが光回線の卸売り事業進出である。

これまでNTT東西では、光回線のインターネットサービス「フレッツ光」を自らユーザーに販売する形態を採ってきた。しかし、契約数（2014年度第2四半期時点で1846万）の伸び悩みは深刻だ。当初掲げていた契約数の目標は2010年度までに3000万だったが、2007年度に目標を2000万に引き下げるなど、純増数は年々落ち込む一方となっている。加えて、光回線の全国カバーエリアは既に約98%に達しているものの、普及率は約50%にとどまっている。

今回の卸売りでは、異業種とも連携することで普及率を上げることを狙う。10年前に1兆円あった固定電話の音声通話が1000億円まで減少するという急激な環境変化の中、卸売事業の成否がNTT東西にとって大きなインパクトをもたらすことになりそうだ。



1996, 1997, 1998, 1999, 2000, ...

[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～2015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)と著作権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