

国内モバイルキャリアのビジネス動向

天野 浩徳 ●株式会社MCA 通信アナリスト

通信事業の底入れが見える中、携帯各社は「法人」と「新領域」の強化を急ぐ。5Gネットワーク整備の一方で、衛星通信サービスが開始。2024年の競争軸は「経済圏競争」へ突入する。

■通信事業の収益減を「法人」「非通信」がカバーするも通信事業は今後反転／2024年から本格化する「経済圏競争」

国内の携帯電話契約数は2億1268万回線(2023年9月時点)で、前年同期比1049万の純増だった。内訳は、NTTドコモが8851万(累積シェア41.6%)で純増は前年同期比263万(純増シェア25.1%)、KDDIが6595万(累積シェア31.0%)で純増は同353万(純増シェア33.7%)、ソフトバンク(SB)が5300万(累積シェア24.9%)で純増は同365万(純増シェア34.8%)、楽天モバイルが522万(累積シェア2.5%)で純増は同68万(純増シェア6.5%)だった(資料2-3-1、2-3-2)。MVNO契約者(2023年第1四半期時点)の比率は、14.5%(3085万)と、前年同期比で1.3%(純増400万)上昇した。MVNO事業者(SIMカード型)の累積シェアでは、IIJが20%(617万)、NTTレゾナントが12.2%(376万)、オペテージが9%(278万)の順となっている。

2023年度上半期(2023年4~9月)の決算では、携帯大手3社はいずれも「増収増益」だった。「官製値下げ」とも言われた政府主導の通信料金引き下げの影響で屋台骨である通信事業の収益が大きく落ち込み、法人事業や非通信事業の拡大で補填する事業構造が続く。しかし、ここへきてト

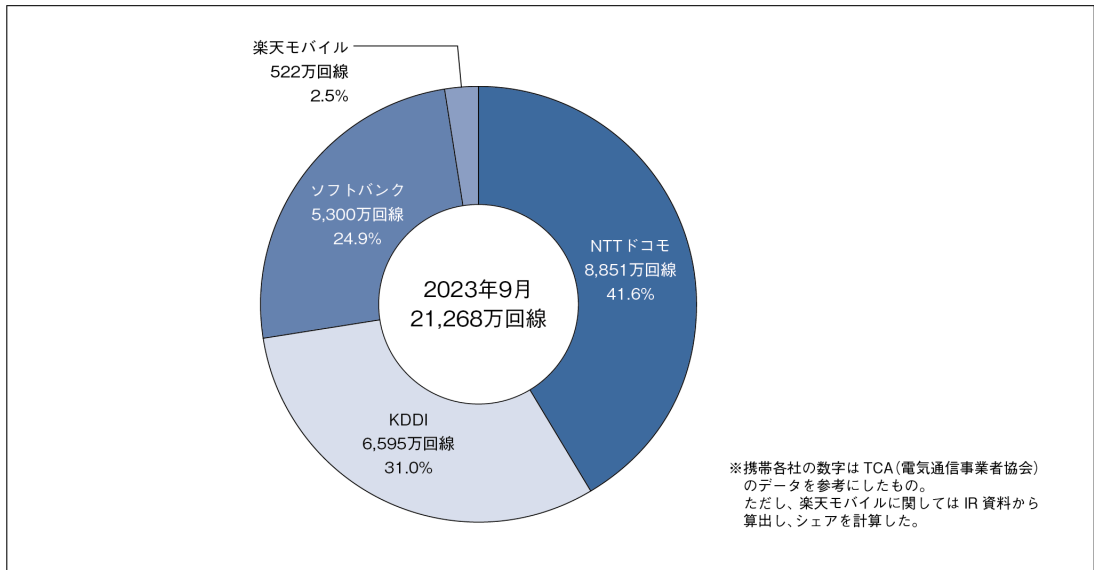
ラフィック拡大などでARPUが下げ止まり、下半期はいよいよ反転しそうな勢いだ。

なかでも楽天グループは、モバイル事業の赤字2662億円(2023年1~9月の営業利益)が事業全体の足を引っ張る構造に変化はないが、足元の「純増数」や「解約率」「ARPU」では改善傾向が見られる。大胆な費用削減(150億円/月)と共に早期の黒字転換を目指している。

5G戦略を巡るKDDI、SB、NTTドコモの違いも出てきている。国内の5G契約者数は2023年6月時点で7476万回線と対前年同期比で44.7%増(2313万の純増)と順調に拡大している。5Gネットワーク構築では、KDDIとSBが2022年から4G周波数を5Gに転用するNR(New Radio)を推進したことで、SBは2022年3月、KDDIは2023年3月に、それぞれ5G人口カバー率90%を突破した。それに対して5G向け新周波数の「瞬足5G」を選択したNTTドコモはエリア展開が遅れ、NR化を2022年3月から開始するも5G人口カバー率90%を超えるのは2024年3月の予定だ。「瞬足5G」である程度全国を広く薄くカバーし、都市圏の混雑エリアでの対策の遅れが「パケ詰まり」問題の一因ともなった。

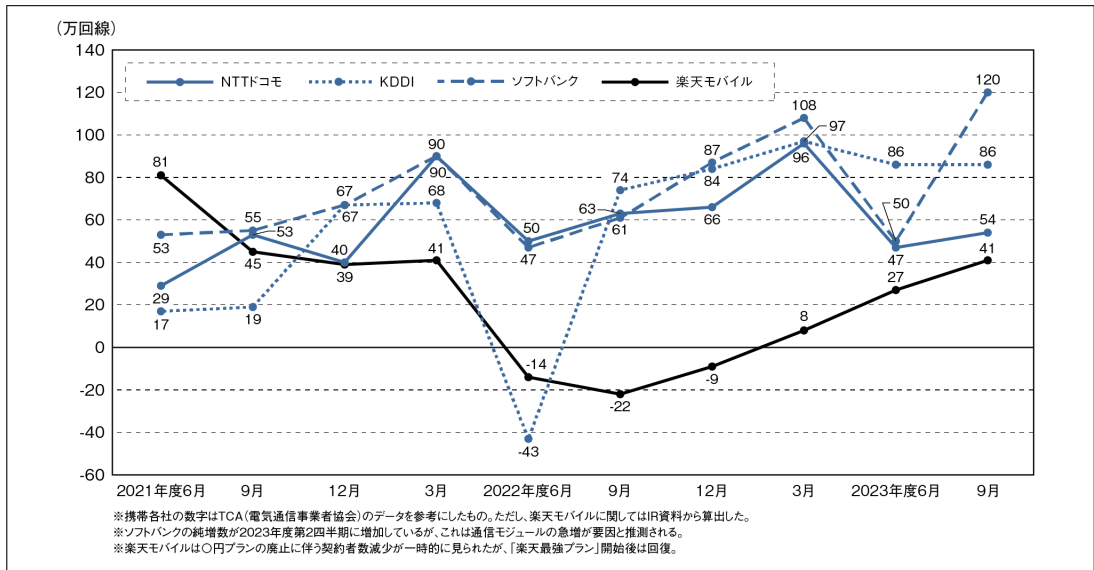
また、今後の収益拡大へ向け、各社注力しているのが「通信と金融」の新料金プランだ。先行す

資料2-3-1 携帯各社の回線数シェア（2023年9月）



出所：筆者作成

資料2-3-2 携帯各社の回線純増数の推移



出所：筆者作成

るKDDIが2023年9月から使い放題プランと金融サービスの特典をセットにした「auマネ活プラン」を、10月からはSBもスマホ決済サービス「PayPay」の支払いにポイントが付与される「ペ

イトク」を開始した。いずれも基本料金だけに限れば値上げだが、金融面でメリットを打ち出すことでお得感を演出している。こうした流れに、マネックス証券を買収したNTTドコモと、グループ

内に証券や銀行を抱える楽天モバイルがどのように対抗してくるか、2024年は通信と金融を融合させた「キャリア経済圏競争」が本格化しそうだ。

■衛星通信市場をリードする「Starlink」／国内ではいち早く提携したKDDIが2024年から衛星とスマホの直接通信を計画

5Gのエリア整備が進む一方で、近年注目を集めているのが衛星通信サービスだ。地上系の携帯電話と比較して、衛星通信は通信速度の遅さや専用端末が必要になるなどの課題はあるものの、カバーエリアを一気に拡大できるメリットがある。

市場をリードするのが米国の起業家イーロン・マスク氏が経営する米スペース・エクスプロレーション・テクノロジーズ（通称スペースX）の「Starlink」だ。衛星が高度550kmという低い軌道を周回することで高速通信（最大220Mbps）を実現する。月額7000円弱（日本）で利用でき、契約者は約50cmのアンテナを屋外に設置する。従来の衛星通信サービスでは、NTTドコモのワイドスターIIのように静止衛星（N-STAR）が赤道上空3万6000kmから日本全土をカバーし、利用には専用端末が必要だった。

国内でスペースXと提携し、いち早くStarlinkの商用化へ踏み出したのがKDDIだ。まずはStarlinkの持つ100Mbpsの高速通信を生かし、au基地局のバックホール回線に利用した後、2022年10月からは法人向けサービス「Starlink Business」を開始した。専用アンテナを介せばどこでもデータ通信できる特徴を生かし、それまで圏外だった山小屋のWi-Fi構築や、災害現場向けの車載／可搬／船舶型の基地局設置、海上では商船三井と組んでクルーズ船やフェリーなどでの通信の実現など、着実に実績を積み上げている。KDDIでは、2024年には衛星通信とスマホを直接つなぐSMS

サービスを、そして2025年にはデータ通信や音声通話のサービスの提供も計画している。

こうしたKDDIの順調な衛星事業立ち上げりに競合するSBは2023年9月から、そして2023年10月からはNTTドコモもStarlink Businessの取り扱いを開始した。SBはもともと衛星通信の取り組みに積極的で、高度20kmを飛ぶ無人飛行機のHAPS（High Altitude Platform Station）、高度1万2000kmの低軌道衛星を用いたOneWeb、そして高度3万6000kmにある静止軌道衛星を運用するSkylo TechnologiesのSkylo、という3種類のNTN（Non-Terrestrial Network）ソリューションを計画している。またNTT、NTTドコモ、NTTコミュニケーションズ、スカパーJSATの4社は、2023年11月にアマゾン・ドット・コムが提供する低軌道衛星ブロードバンドネットワーク「Project Kuiper」の国内提供へ向け協力していくことを発表した。Starlink同様に多数の低軌道衛星でネットワークを構築するもので、2025年からの商用化を予定している。NTTとしては、Beyond 5G時代のIOWN戦略として宇宙空間のインフラ基盤の実現に向け、地上網と統合したNTN技術を確立する狙いがある。

最後に、楽天モバイルは、出資する米AST SpaceMobile（AST）が2023年4月に世界で初めて衛星と市販スマホとの直接通信による音声通話を実現したと発表した。ASTが提供しているサービス「Space Mobile（スペースモバイル）」は、地表から約730kmの高度に打ち上げられた低軌道衛星により、スマホに直接接続できる衛星通信になる点が大きな特徴だ。上空20kmのHAPSと比較すると地上からの距離がはるかに高い（上空730km）にもかかわらず、本当にスマホの電波が届くのか懸念されるが、楽天モバイルによれば人工衛星に全長24mの巨大なアンテナを使うことで、その問題をクリアできるとしており、

2024年以降の商用化が予定されている。

■視界不良の「NTT法」問題／「廃止」と「改正」で両陣営が対立

自民党の特命委員会が政務調査会で防衛費増額の財源としてNTT株の売却を検討するよう政府に提言し始まったのがNTT法改正だった。2023年8月、自民党は、NTT法（正式名称：日本電信電話株式会社等に関する法律）のあり方を議論するプロジェクトチームを同委員会の下に立ち上げたが、その背景には、単なる財源捻出を超えて、NTT法が定める経営体制に対するさまざまな制約や、NTTが負う社会的責務なども見直しの対象として議論するという目的があった。通信会社を招いたヒアリングでは、NTTの島田明社長が「NTT法は役割を終えた」とNTT法の廃止を訴える一方、KDDI、SB、楽天モバイルの大手通信会社3社は法の一部見直しには賛成だが、NTT法の廃止には揃って反対を表明した。

改正議論の主な論点としては、「研究開発の成果を公開する義務」「ユニバーサル・サービスである固定電話の位置付け」「取締役を日本人に限る条文の見直し」などがある。たとえば法的に研究開発の開示義務があると共同開発での提携を拒否されるケースがあるなど、NTTはデメリットを訴える。また、競合各社が懸念している公正競争については、NTT法を廃止しても電気通信事業法などでカバーできる、とNTTは主張する。これに対して廃止に反対する3社やケーブルテレビ会社などは、電電公社から承継した電柱、局舎、管路などの特別な資産を保有するNTTが完全な民間企業となれば、たとえばNTTドコモとNTT東西の合併による「巨大NTT」が誕生することもあり得る、と懸念を示す。結果、公正競争が阻まれれば通信料金の値上げにつながりかねず、廃止ではなく「NTT法の改正」で対応するべきというの

が反対する各社の立場だ。

その後、NTT法を巡るお互いの主張は激しさを増しており、記者説明会、決算説明会やSNSの場にまで広がっている。SNSでは楽天の三木谷浩史会長兼社長がX（旧Twitter）で「国民の血税で作った唯一無二の光ファイバー網を完全自由な民間企業に任せるなど正気の沙汰とは思えない」と投稿すると、競合するSBの宮川社長とKDDIの高橋社長が反応し、相次いでNTT法廃止に反対する意見を投稿して話題になった。対するNTTもX上で「いわゆる特別な資産は最終的に株主に帰属するので主張はナンセンスな話です」と投稿、「KDDIやSBも前身企業が国営企業の資産を受け継いでおり、特別な資産はNTTだけが持つものではない」と反論した。

着地点が見えない両者の議論だったが、2023年12月に開催された総務省の情報通信審議会でもNTTの島田社長は自民党の提言を「尊重しないとイケない」とする一方で、「2025年のNTT法廃止を求めているわけではない」とコメントし、歩み寄る姿勢を見せた。発端となった自民党政務調査会は2023年12月5日に、2024年の通常国会で研究成果の公開義務の撤廃を含むNTT法改正を進めるとし、付則に廃止に向けた措置をとると明記した。そして、2025年の通常国会をめぐり電気通信事業法と外為法の法令を改正し、NTT法廃止を目指すとしている。

次世代通信基盤「IOWN」や生成AIの開発を加速させ、国際競争力を強化していくという観点は大事だ。しかし、今はそれ以上に日本の通信インフラの未来のために自民党が提言した「結果」ありきではない「オープンな議論」が必要なのではないだろうか。

■NTTドコモ：2023年度上半期は増収増益／「パケ詰まり」問題のブランド力回復が2024年の課題

NTTの2023年度上半期の売上高は前年同期比1.2%増で過去最高の6兆3645億円、営業利益が同4.6%減の9509億4600万円の増収減益だった。固定音声関連収入の減収やコロナ禍後の反動による光回線の伸び悩みなど地域通信事業の減収が響いたが、DXの需要増でNTTデータのシステム開発やデータセンター事業が順調に増加した。

NTTドコモの上半期売上高は同1.6%増の2兆9464億円、営業利益は同0.7%増の5808億円で増収増益だった。部門別で見ると、「コンシューマー通信事業」の売上高は料金値下げの影響で同0.8%減の1兆6703億円だったが、営業利益は同2.5%増の3353億円を確保した。「法人事業」の売上高は同4.1%増の8794億円だったが、営業利益は中小企業営業向け人員増強のコストや新サービス開発のための投資などで同2.8%減の1421億円だった。「スマートライフ事業」は、売上高が同1.7%増の5210億円、営業利益が0.2%増の1034億円と部門別では唯一「増収増益」を達成した。

NTTドコモでは2023年7月から新料金プランとして、大容量向けの「eximo（エクシモ）」と、0.5GBから9GBまで段階的に料金と通信量を選べる「irumo（イルモ）」を開始し、従来のオンライン料金プラン「ahamo（アハモ）」を加え3ブランド体制となった。eximoを選択するアップセル（大容量プランへの乗り換え）が増加し、さらにeximoとirumoは「dカード」「home 5G」などのクロスセル（関連商品の購入）も好調だ。また、従来は10GB未満の低容量プランが手薄だったことから、他キャリアのサブブランドに移行するユーザーが多かったが、irumoはそうしたユーザーの解約率抑止に効果を発揮した。

5G契約数は2023年9月時点で前期比239万増の2484万契約まで拡大している。5Gの人口カバー率では2023年度内に90%を目指しているが、2023年に入り問題になったのが東名阪の駅や繁華街を中心につながりにくくなる「パケ詰まり」事象だ。SNSからの相次ぐ投稿が発覚のきっかけだったが、NTTドコモでは全国約2000か所のエリアに加えて鉄道沿線でも集中的に対策を実施し、通信ネットワークの品質改善に300億円を投じると発表した。SNSの投稿内容と実通信量を掛け合わせ、AIの機械学習により改善が必要な場所を絞り込む。対策は9月末時点で約2000か所のうち7割ですでに実施済みで、2023年内には9割以上で完了するという。絞り込まれたエリアでは5Gや4Gのアンテナ増設のほか、電波をより効率的に使えるようにする「Massive MIMO」などの新技術も導入していく。

NTTドコモについては、NTTによる完全子会社化やコスト削減の影響などが懸念されるが、もともと高いネットワーク品質が売りだっただけに、2024年度はブランドをどの程度回復できるのか注目される。

■KDDI：2023年度上半期は増収増益／「通信と金融」の融合化で市場をリード

KDDIの2023年度上半期の売上高は前年同期比1.4%増の2兆7790億円、営業利益は同0.2%増の5603億円で増収増益だった。通信ARPU収入が8億円、DX領域が54億円、エネルギー事業が95億円とそれぞれ増加したことで、懸念されていた楽天モバイルからのローミング収入の減収をカバーできた。

部門別で見ると、「パーソナルセグメント」の売上高は、モバイル通信料収入の減少や前期の一時的な金融事業収入の減少等により、前年同期比0.6%減の2兆3259万円、営業利益は同0.7%減

の4573億円の減収減益だった。「ビジネスセグメント」の売上高はNEXTコア事業の成長によるソリューション収入の増加等で同7.5%増の5847億円、営業利益は同5.7%増の1016億円の増収増益だった。燃料費の高騰などマイナス要因があったもののIoT事業の好調が増益要因で、コネクテッドカーでは、海外メーカーの事業拡大を見据え新会社も設立した。

契約者数では、マルチブランドIDは3094万で前年同期比28万の増加、前期比でも4万増と増加基調が続いている。マルチブランド通信ARPUは前年同期比30円増の3960円で上昇傾向にあるが、スマホの販売は2023年第2四半期の端末出荷台数が134万台と、前年同期と比べ20万台減少した。

金融事業では、au PAY カードの会員数が10月に900万を突破し、au PAY 会員数は前年同期比293万増となる3373万、同事業の営業利益は前上期比92.9%増の171億円、決済／金融取扱高は同19.3%増の8.1兆円と拡大基調が続いている。2023年9月からは 使い放題プランと金融サービスの利用額に応じてポイント還元や金利優遇を受けられる「au マネ活プラン」をリリースした。これにより、店頭における加入率がau PAY カードで約1.2倍、au PAY ゴールドカードで約1.5倍、auじぶん銀行口座で約4.8倍と拡大するなど「通信と金融のセットプラン」が着実な成果を上げている。

5G ネットワークでは、生活動線に沿ったエリア展開を行っており、すでに鉄道47路線、商業地域384エリアをカバーした。東京のJR山手線では全駅で5Gの利用が可能となっている。2023年中に9.1万局の5G基地局の整備を計画している。5GのSub6帯では、衛星通信との干渉が2023年度末に解消される見込みで、エリア展開も一層加速されそう。

一方、Starlinkと提携する衛星通信サービスでは、BtoB向けの用途開拓が進んでおり、たとえば清水建設とは建設中の超高層ビルでの実証実験を行っている。超高層ビルでは通常の携帯電話の電波が届きにくい場合があり、光ファイバーなどを敷設して通信環境を構築する代わりに、衛星通信サービスを利用する。

2024年は、5Gと衛星通信を活用したモバイルネットワークの広がりや、ソリューション展開が加速していきそう。

■ソフトバンク：2023年度上半期は増収増益／通信事業のプラス反転見込める中、LINEヤフーの相次ぐトラブルが懸念材料

ソフトバンク（SB）の2023年度上半期の売上高は前年同期比4.5%増の2兆9338億円、営業利益は同5.7%増の5144億円と増収増益だった。「コンシューマー事業」の売上高は、同0.4%減の1兆3803億円、営業利益は同2%減の3096億円と減収減益だったのに対し、「エンタープライズ事業」は、ソリューション好調の波を受け売上高は同5%増の3794億円、営業利益は15%増の819億円、ヤフーやLINEなどの「メディア・EC事業」の売上高は2%増の7778億円、営業利益は28%増の1090億円とそれぞれ増収増益を確保した。また、「ファイナンス事業」は、2022年度第3四半期にPayPayを子会社化したことで売上高は1095億円で増収だったが、営業利益は20億円の減益だった。

通信サービスではスマホ契約数が11月に3000万件を突破し前年同期比6%増を達成した。主要回線の純増数は40万に上り、ペイトクの無制限プランが登場してからは、新規獲得の主役がワイモバイルからSBへ変わってきている。同プランでは、PayPayなどの決済サービスでポイント還元

率が上昇する。通信料値下げの影響は落ち着き、2024年度通期でのプラス反転を見込んでいる。

一方、今後の成長領域と位置付けるのが「エンタープライズ事業」と「メディア・EC事業」だ。「エンタープライズ事業」は継続収入が18%増加しており、さらに「ヘルスケア」と「スマートビル」分野の強化を急ぐ。「ヘルスケア」では住友生命とSB傘下のヘルスケアテクノロジーズが資本・業務提携契約を締結し、ウェルビーイング領域の新サービスを開発していく。「スマートビル」では、日本最大の設計事務所である日建設計との合弁会社「SynapSpark」を設立し、データ連係により自律的にビル環境を最適化するスマートビルの実現を目指す。

もう一つの「メディア・EC事業」ではZホールディングスやヤフー、LINEを含めたグループ再編を実施し、サービスを跨いだクロスユースの推進や、生成AIを活用した検索体験の提供、それぞれの会員を自社のECサービスへ誘導する取り組みの強化、などを目指している。

しかしその矢先の2023年11月、韓国のIT大手ネイバーの関連会社のシステムを介した不正アクセスによる、LINEのユーザー情報など約44万件の漏えい事件が発覚した。このためLINEヤフーは、予定していた500億円程度の社債の発行を中止する事態に追い込まれた。LINEヤフーはSBグループとネイバーの傘下にあり、2021年以降、個人情報保護の不備でトラブルが相次いでいる。通信事業の回復が見える中、LINEヤフーのトラブルをどのように終息させることができるのかが、大きな焦点となりそうだ。

■楽天モバイル：先行投資が続き赤字が常態化／足元のKPIは成長トレンドだが、2024年から社債返済が本格化

楽天グループの2023年第3四半期連結決算

(1～9月期間累計)の売上高は前年同期比9.7%増の1兆4912億円、営業利益は1495億円の赤字だったが、前年度より1131億円改善した。収益源であるインターネット事業(前年同期比67億円減の430億円)とフィンテック事業(同29.1%増の882億円)の増益をモバイル事業の赤字(2663億円)が吹き飛ばすパターンが5期続いている。

楽天モバイルでは、2021年4月に、月間データ利用量が1GB以下ならプラン料金が0円、最大でも月額3278円となる「Rakuten UN-LIMIT VI」を提供開始し、2022年度第1四半期にはその契約者数を491万まで一気に増加させた。しかし早くも同年7月には同プランの提供を終了し、全ユーザーを最低月額料金が980円に引き上げられた新プラン「Rakuten UN-LIMIT VII」へ自動移行するとしたことで、契約者の間に波紋が広がった。旧プランの加入者にとっても自動的に実質的な値上げになることが批判を集め、2022年度第4四半期には44万減の448万まで減少した。しかし、解約者の8割は1GB未満ユーザーだったということもあり、収益については、課金ユーザーの増加で9月以降は顧客単価がプラスに反転した。

2023年6月からは料金プランはそのままにパートナー回線エリア内のデータ容量制限を撤廃した「Rakuten最強プラン」を開始し、これにより楽天回線エリアの4G人口カバー率が98.4%から99.9%へと一気に広がった。念願だったプラチナバンドについてはこれまで課題だった都心屋内を優先して対応し、今後10年間で544億円の設備投資を計画している。データ使用量は平均で18.4GBと、他社平均の約2倍に上り、ヘビーユーザー向けキャリアとしてのポジションを目指している。足元の解約率は2%を切っており、11月には契約者数が600万件を突破し、ARPUも前年同期比で590円アップの2046円に上昇するなど、モバイル事業の改善が見えてきた。

一方、楽天グループはモバイル事業への巨額投資のために社債発行を続けた結果、2025年までに約9000億円の劣後債・社債の償還が予定されている。手元資金の確保に窮する中、2023年5月に大規模な公募増資に踏み切ったほか、7月には楽天証券ホールディングスの上場を申請するなど、資産売却にも踏み切っている。損益分岐点となる契約数について楽天モバイルでは顧客単価を

2500～3000円とした場合、「800万～1000万」に設定している。楽天グループはモバイル事業の具体的な行程として、2024年以降を黒字化および国内トップのモバイルキャリアを目指す「フェーズ3」と位置づけているが、本格化する負債の返済と携帯事業の黒字化を両立できるのか、2024年は楽天グループ全体にとって正念場の年となりそうだ。

1

2

3

4

5



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および株式会社インプレスが1996年～2024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。

<https://IWParcives.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および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が、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の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

インプレス・サステナブルラボ

✉ iwp-info@impress.co.jp