

移動通信市場の現状と展望

2014年3月27日

株式会社 野村総合研究所
ICT・メディア産業コンサルティング部

北 俊一 (Shun'ichi Kita)

〒100-0005
東京都千代田区丸の内1-6-5 丸の内北口ビル

移動通信市場の7年後を考える前に、この7年を振り返ると、 水平分業化の劇的な進展によるキャリア“土管化”の進行



各レイヤーへの多様なプレイヤー参入により競争を促進させるはずが、気がつけば**米国発のグローバルプレイヤー**が席卷

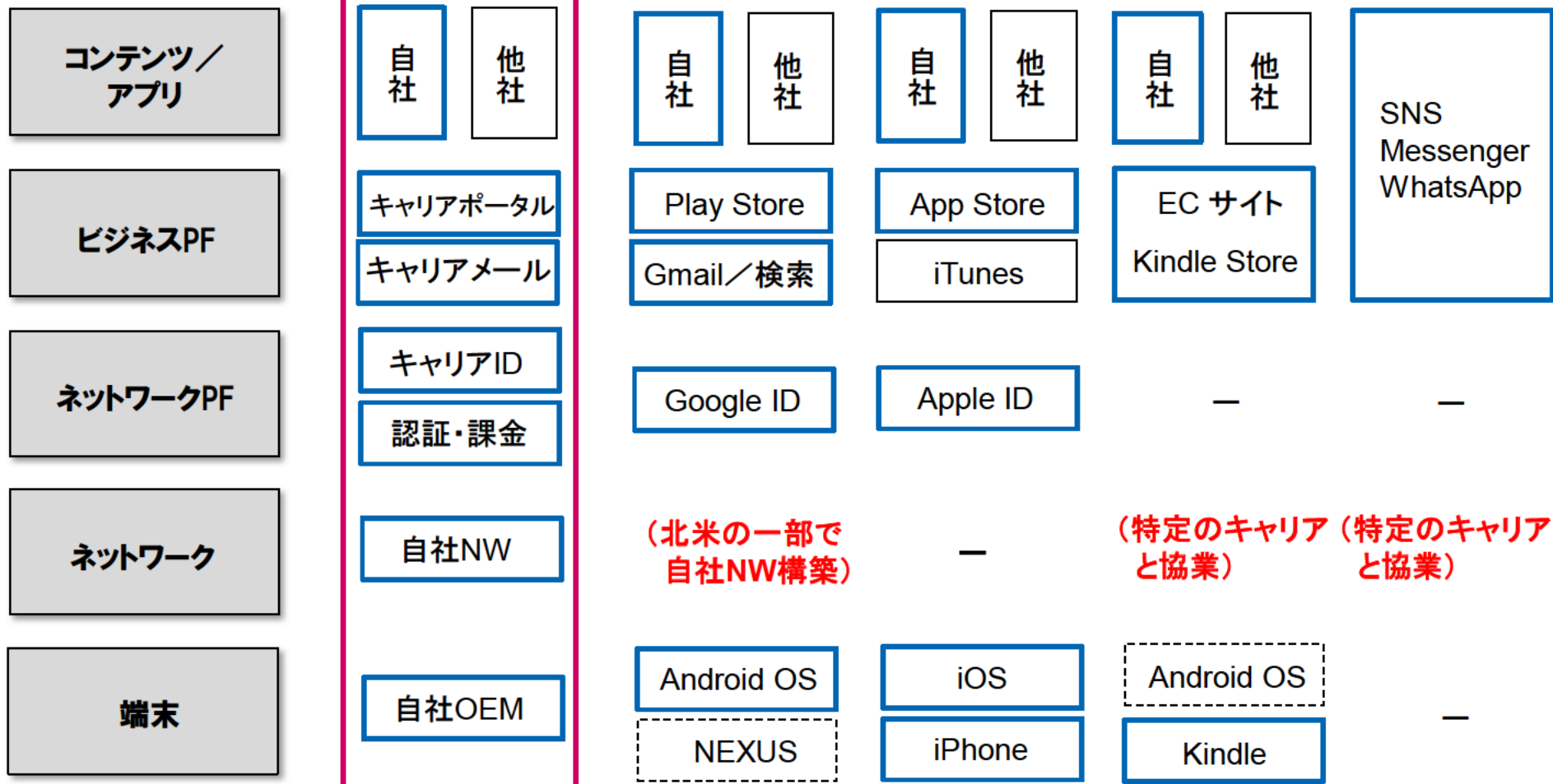
フィーチャーフォン時代の
キャリア

\$389B
Google

\$486B
Apple

\$163B
Amazon

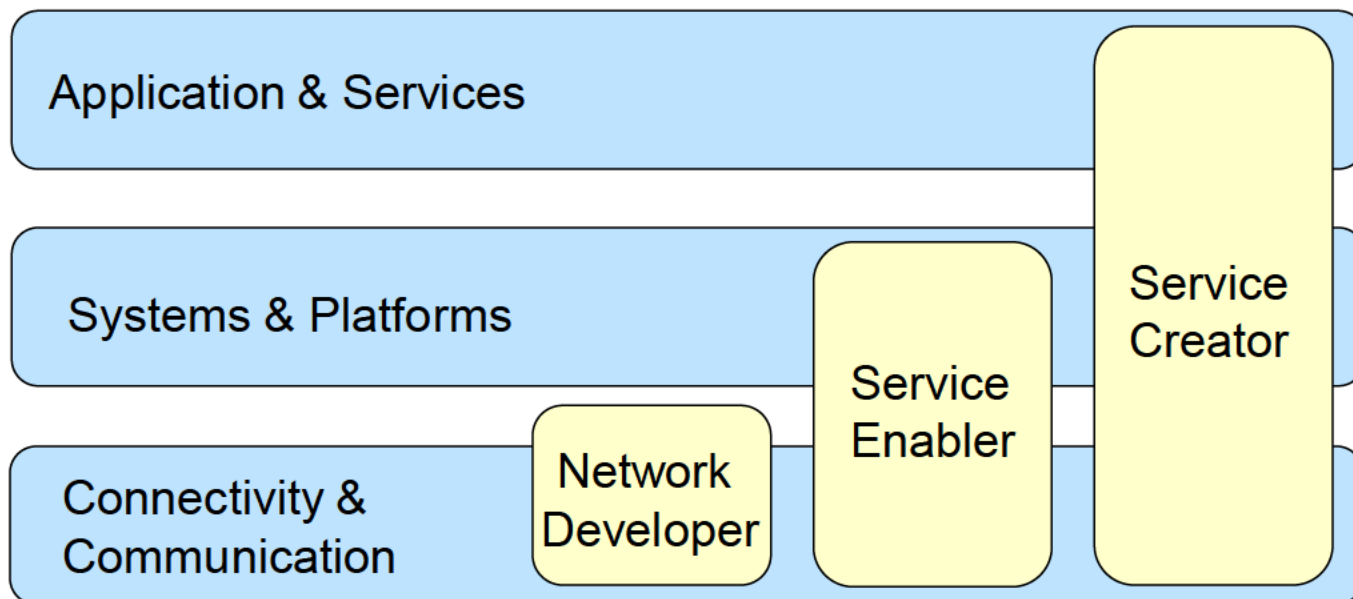
\$166B 時価総額
Facebook (14.3.26)



世界中のキャリアの土管化が進行する中で、自らもサービスを創造するか、良い土管に徹するか判断は、キャリアの自由

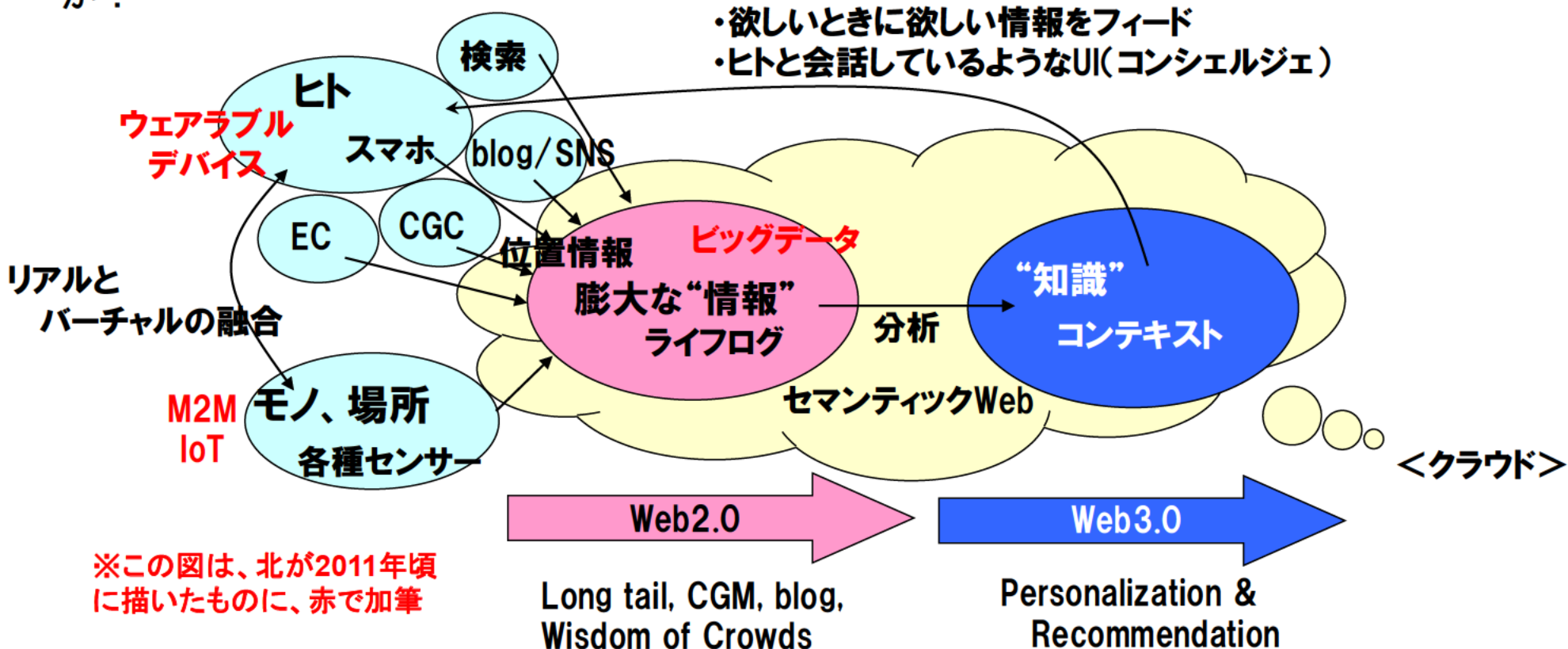
- 今後の携帯電話キャリアのモデルとして、回線だけを提供する「ネットワーク・ディベロッパー」（土管）、プラットフォームまでを提供する「サービス・イネーブラー」、自らサービスまで創造する「サービス・クリエイター」に分化する
- 新興国のキャリアや先進国のNo.3以下のキャリアの**多くがディベロッパー**となり、先進国のトップキャリアがイネーブラーに、そして、ほんの**一握りのキャリアだけがクリエイター**となろう。
- 方法論の差はあれど、**日本は3キャリアともクリエイターを指向している**と私は理解。

分化するキャリア



2020年代に向けて、あらゆるモノをネットにつなぎ、膨大な量のデータを蓄積する競争が進展。レイヤーも国境をも超えた戦い

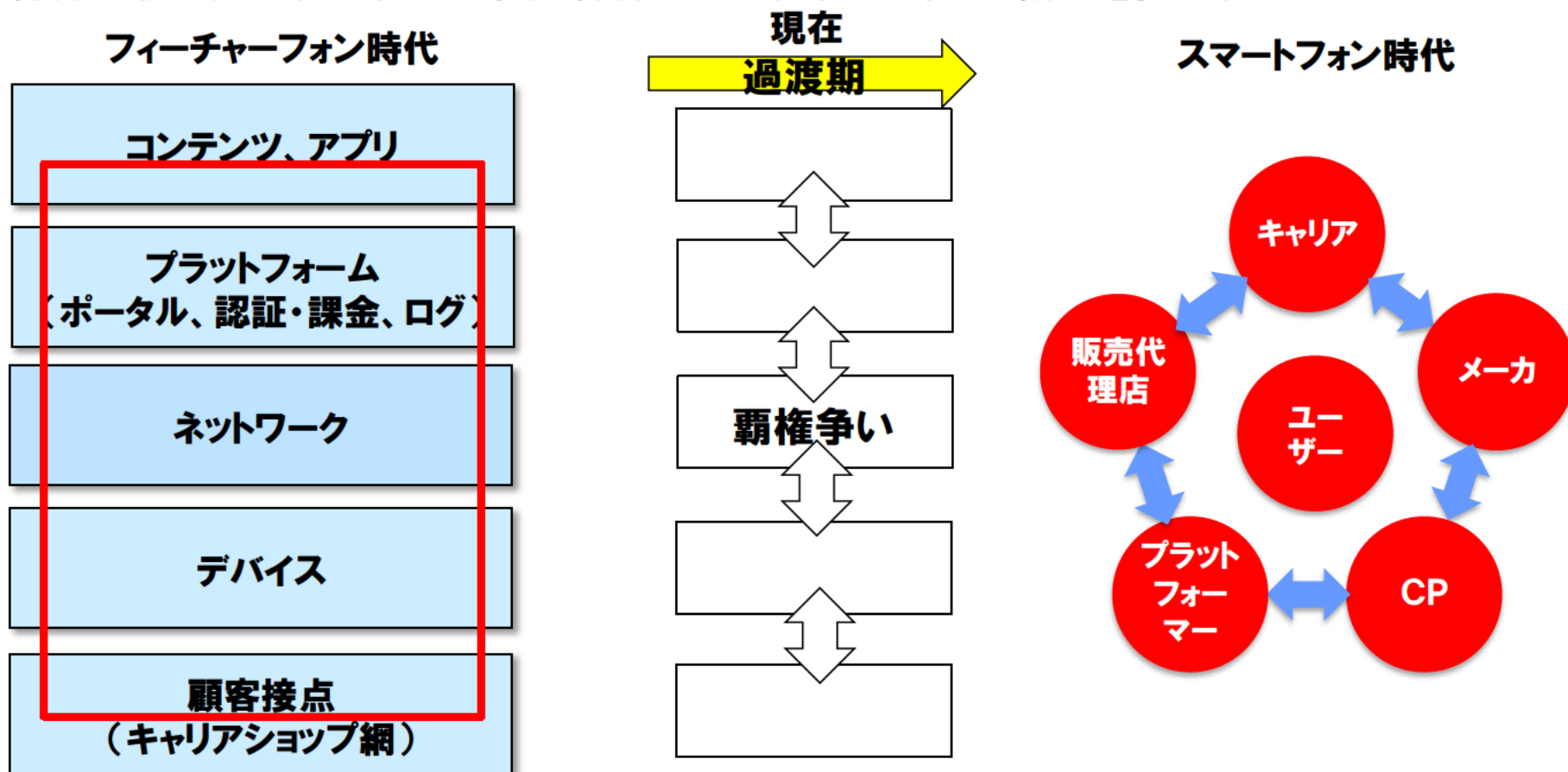
- 通信は、人と人を繋ぐ、から、モノとモノを繋ぐ : IoT (Internet of Things)
- スマート家電、スマートハウス、スマートカー、スマートグリッド、スマートシティ etc.
- 世界の巨人たちによる覇権争いに、日本からは誰が挑むのか？ 誰がイニシアティブを取れるのか？



※この図は、北が2011年頃に描いたものに、赤で加筆

次の7年で日本のICT国際競争力を高めるため、キャリアはもちろ ろん、誰もが柔軟性、スピード感を持って戦える環境を整えるべき

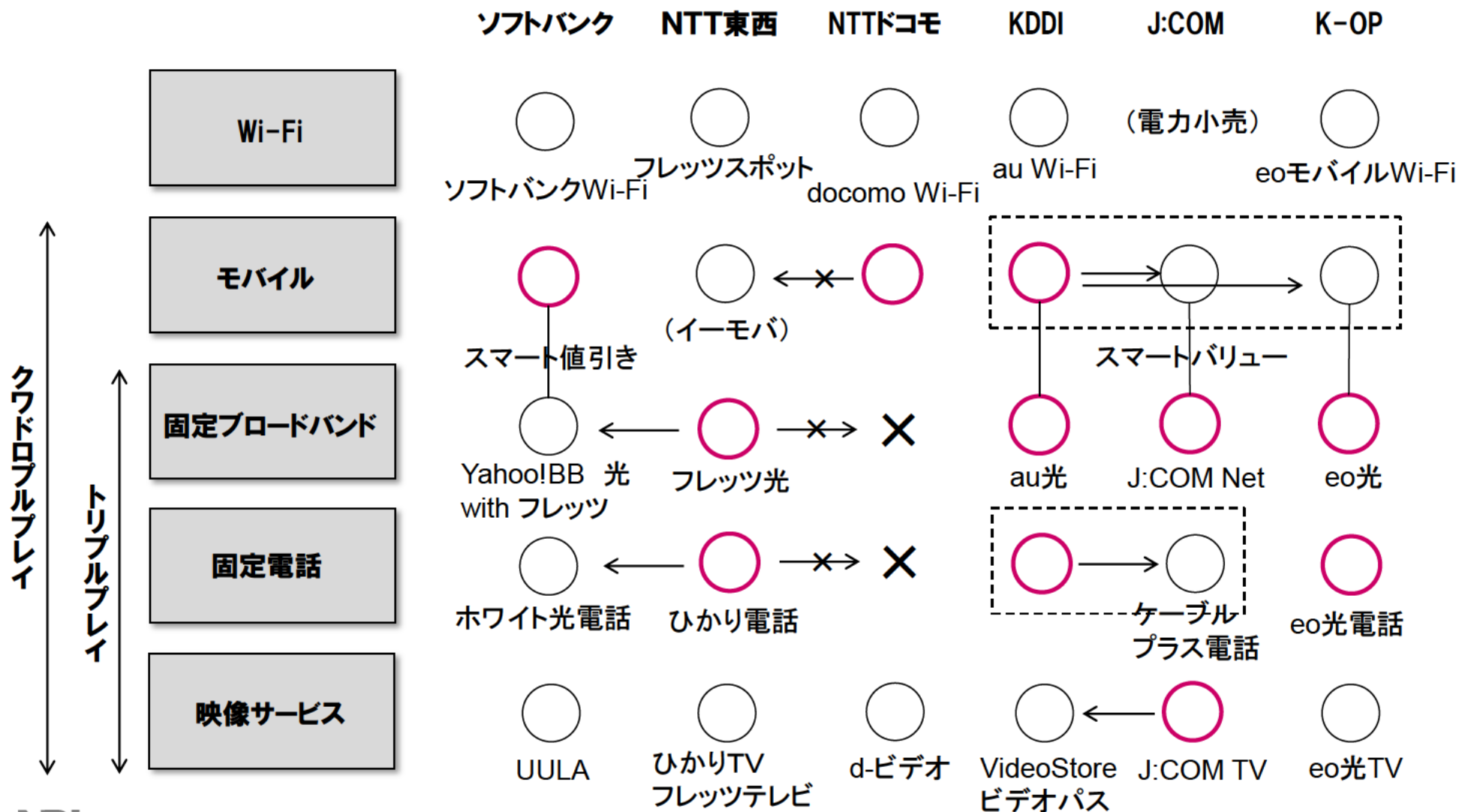
- 多様なプレイヤーとの協業、エンドユーザーとの「共創」による、付加価値創造競争へ
- 規制は最小限に。基本的に事後規制で十分。その代わりに、罰則を強化。



キャリア中心のエコシステム

ユーザー中心のエコシステム

移動と固定の垣根の消滅。トリプル／クワドロプルプレイによる世帯丸ごと囲い込みが進展。これは世界的な趨勢。



フレッツとドコモのセット販売の是非というレベルの話ではなく、 固定／移動単体のプレイヤーを存続させるか否かの議論

■固定／移動を1社で両方手がけることのメリット

- (事業者にとって)ロックイン効果、インフラの投資・運用効率向上
特に、今後のスモールセル化の進展を考えると、コアネットワークは光ファイバの束に
- (ユーザーにとって)料金の低廉化
- (事業者にとって)自社固定網への自社ケータイトラヒックのオフロード
→益々希少性の高まる携帯電話の電波利用効率向上
(今後顕在化する)ネットワーク中立性(キャリア間の費用負担)の問題を回避

■固定／移動を1社で両方手がけることのデメリット・課題

- (ユーザーにとって)キャリアスイッチしづらくなる→サービスレベルの低下(?)
 - ・実際には、固定・移動のみならず、固定電話、映像サービス、電力小売等もバンドル化
- 市場全体の流動性の低下→シェアの固定化
- 固定／移動間の競争がなくなる(現状では、LTEによる光の巻き取りも起こっている)

➤とはいえ、NTT東西のボトルネック設備である光のシェアが70%超であることをどのように考えるか？

移动通信市場(スマホ販売)のあるべき姿(北私案)

■ユーザーが、端末(主にスマホ/タブレット)購入時に“ある程度”の負担をする世界

- **MNPキャッシュバックなし、「月々サポート」「月月割」「毎月割」等による端末割賦代金の「実質負担金ゼロ」なし。「月々サポート」等を徐々に縮減していき、ある程度、端末のコストをユーザーが負担。**
- それによって、ユーザーは、自分の懐具合と相談し、高い端末～安い端末を選択 → **端末の多様化**
- 端末代金の負担があると、故障しても修理して使い続けようとする動機や、中古端末を安く手に入れようとする動機が生まれる → **端末の修理・再生市場、中古端末市場の拡大**
- 端末メーカーは、現在よりも端末買い換えサイクルが長期化することで、販売台数は若干減少する(ただし、そもそも今が異常という認識が正しい)が、**健全な中古市場**が形成されると、新しい端末を買ってすぐに売る人も現れる。
- iPhoneを含め、**SIMロックが解除**されている(解除できる)状態

■ユーザーが、多様な要素によってキャリア(含むMVNO)を選択する世界

- 固定ブロードバンドや映像、電力等とのバンドル割引、グローバルローミングの安さ、多様な料金プラン・付加価値サービスの提供など、**MNOが独自色で競争する**(ただし、マルチサービス加入によってロックイン効果が高まり、**流動性が低下**することをどう回避するかは課題)
- キャリアを変えずに機変する方が、MNPでチェーンアウトして端末を買うよりも、優遇される
- MNOから、**スマホのデータ低利用ユーザー向け料金プラン**が出ている→**安いだけのMVNOは淘汰**
- **MVNOは、単なる料金の安さではなく、独自色でMNOに競争を挑んでいる(付加価値MVNO)**

キャッシュバックに対する何らかの規制が必要

- MNPキャッシュバックの横行は、キャリア間の**差異化要素が希薄化したこと**が最大の要因
 - スマホの普及、特に全キャリアからのiPhone5s/5c販売を機に、キャリアの均質化が進行
 - 各キャリアが、自主的にキャッシュバックの原資となるMNPインセの縮減・廃止に動き出したようだが、キャリアが差異化要素を作り込まない限り、キャッシュバックは復活する
 - また、キャリアが**月次純増数**や**MNP純増数**をKPIに掲げ、それがキャリアのモメンタムを表す指標として使われる限り、復活する → より詳細な純増の中身(稼働数等)を公表するか、公表を取りやめるか

■ MNPキャッシュバックの功罪

● 功:

- 最新・高機能スマホを「実質負担金ゼロ」+高額キャッシュバックで買い換えられる
(2年縛り契約の中途解約に係る違約金や、割賦残債を支払っても余りある金額)
- “MNP弾”を作りこみ、戦略的にMNPを繰り返すことで多額の現金が手に入る(“MNP乞食”)

● 罪:

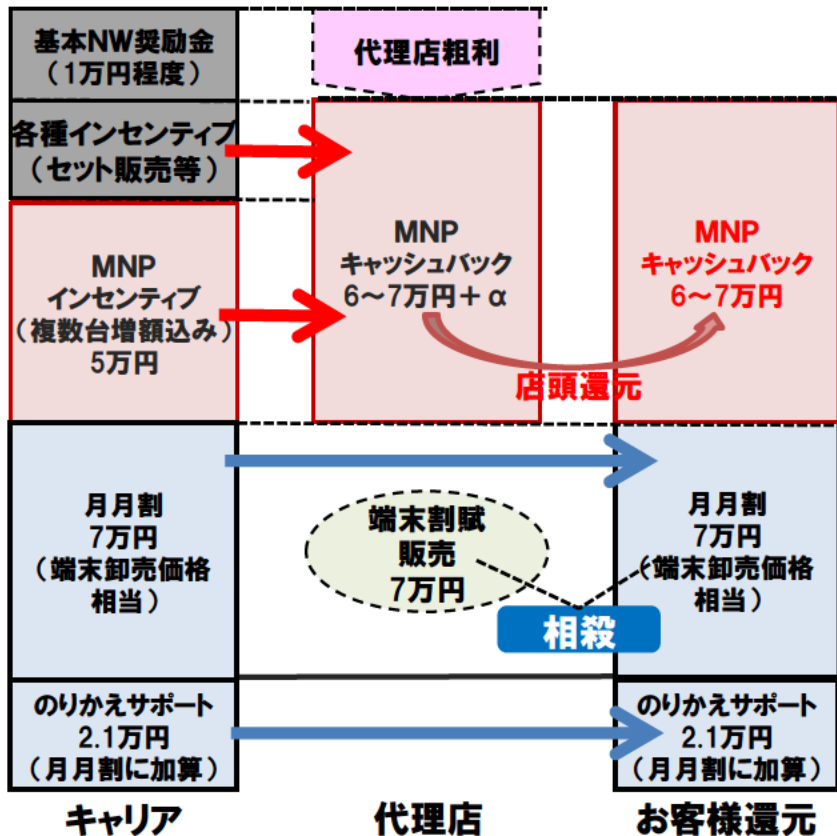
- 同じキャリアを長く使っているユーザーが、(頻繁に)MNPでキャリアと端末を乗り換えるユーザーへの販売奨励金等を負担する構造(**ユーザー間の不公平性の拡大**)
- 体力のある3キャリアが札束でユーザーを取り合ってる市場に、体力のないMVNOが自ら端末を担いで参入しても勝ち目がない(**MVNOの新規参入・成長を阻害**)
- ショップスタッフの精神的な苦痛・ストレスの増加→離職率上昇

2) キャッシュバック等販売奨励金の在り方について

高額MNPキャッシュバックのからくり

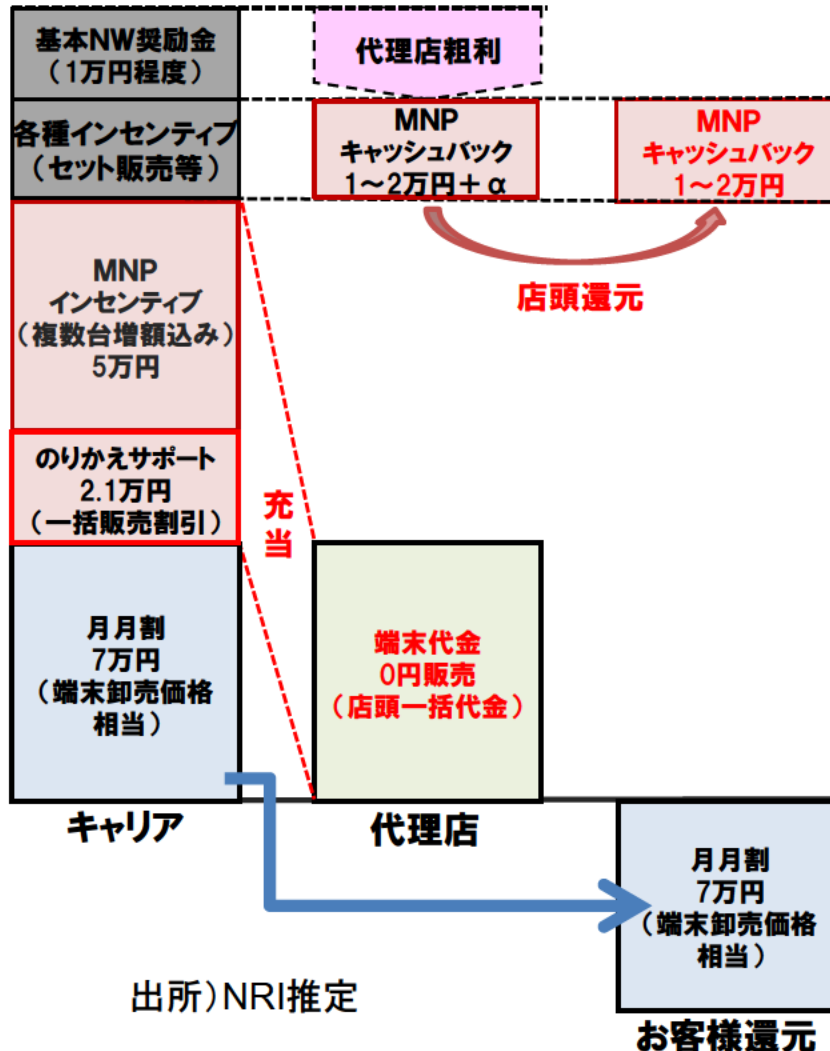
下図は、ソフトバンクの3月16日までのキャッシュバック構造をNRIが推定したもの(他社もほぼ同様の構造)

例) iPhone5s 16GB(非学生家族・3台以上同時購入)
割賦販売実質負担額0円+高額キャッシュバックのパターン



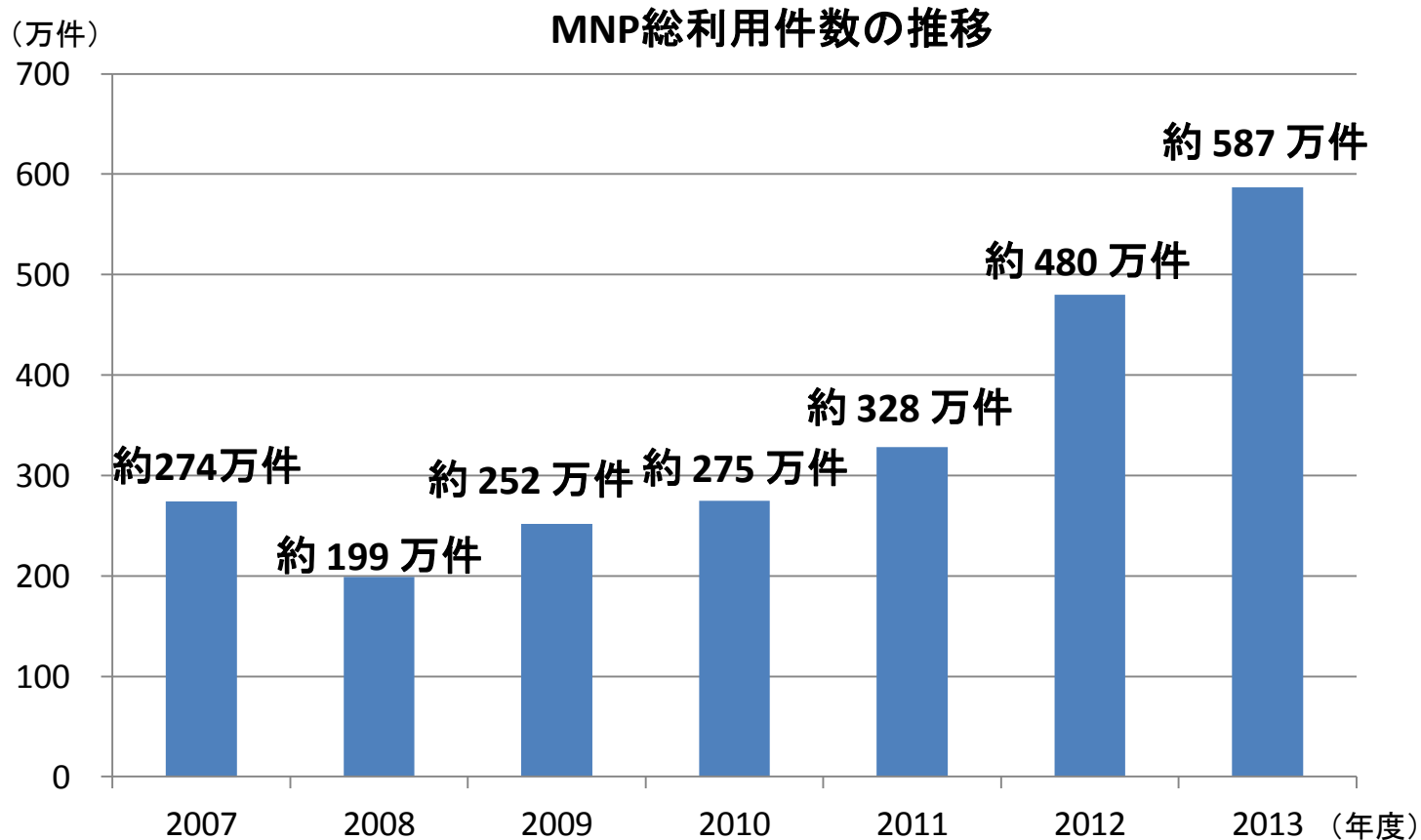
さらに、端末下取りやご紹介キャッシュバック
などが加わる

例) iPhone5s 16GB(非学生家族・3台以上同時購入)
店頭一括0円+一定額キャッシュバックのパターン



激増するMNP利用件数

- MNP件数の増大は、**OTTプレイヤーのアプリ**(Line, Facebook, Twitter, Gmailなど)普及によるキャリアスイッチの障壁が下がったことも大きな要因であるが、**高額MNPキャッシュバック**も少なからず影響を与えていると推察する

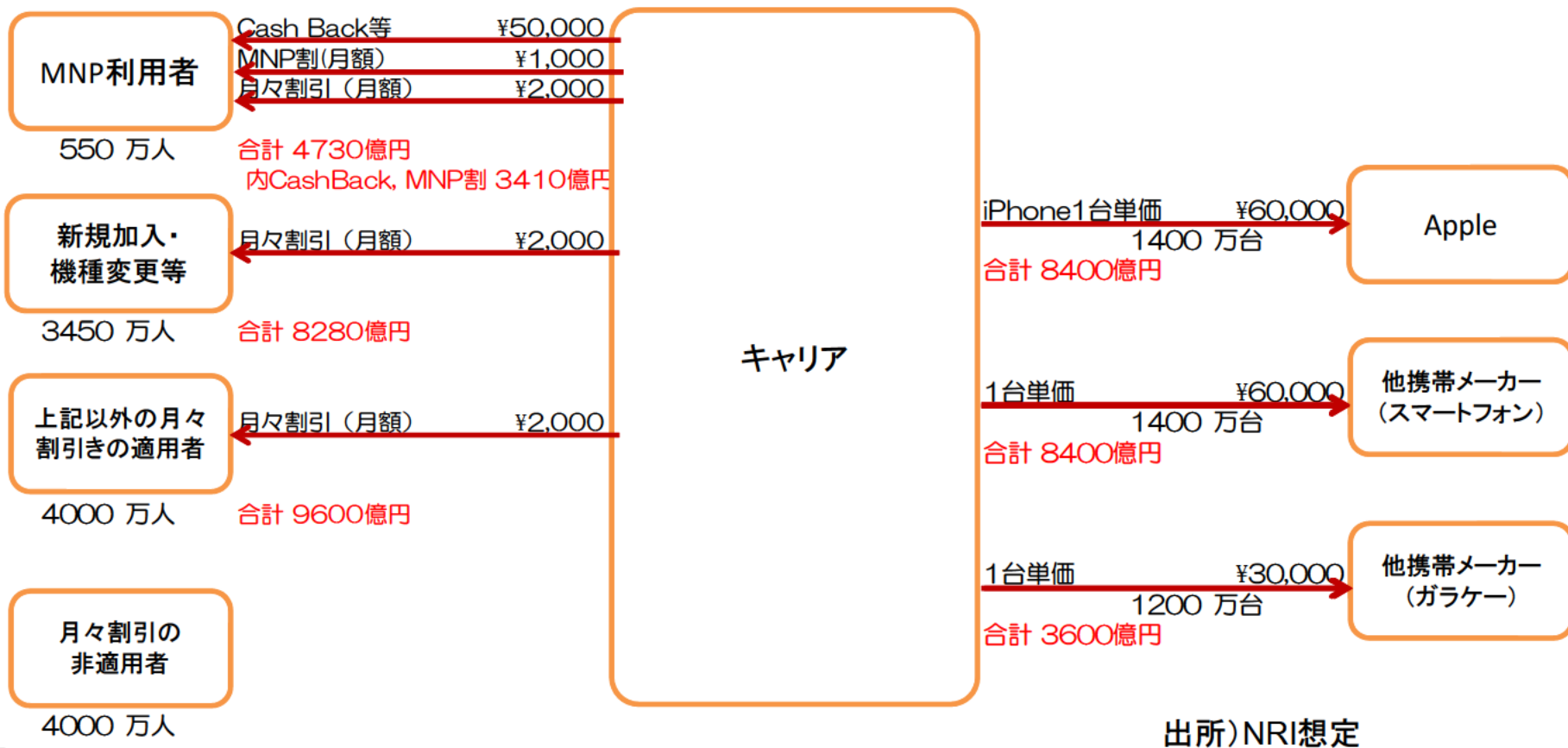


※2014年3月のデータは、仮に2013年3月のデータ(約73万件)を利用

MNPキャッシュバックによる不公平性の拡大

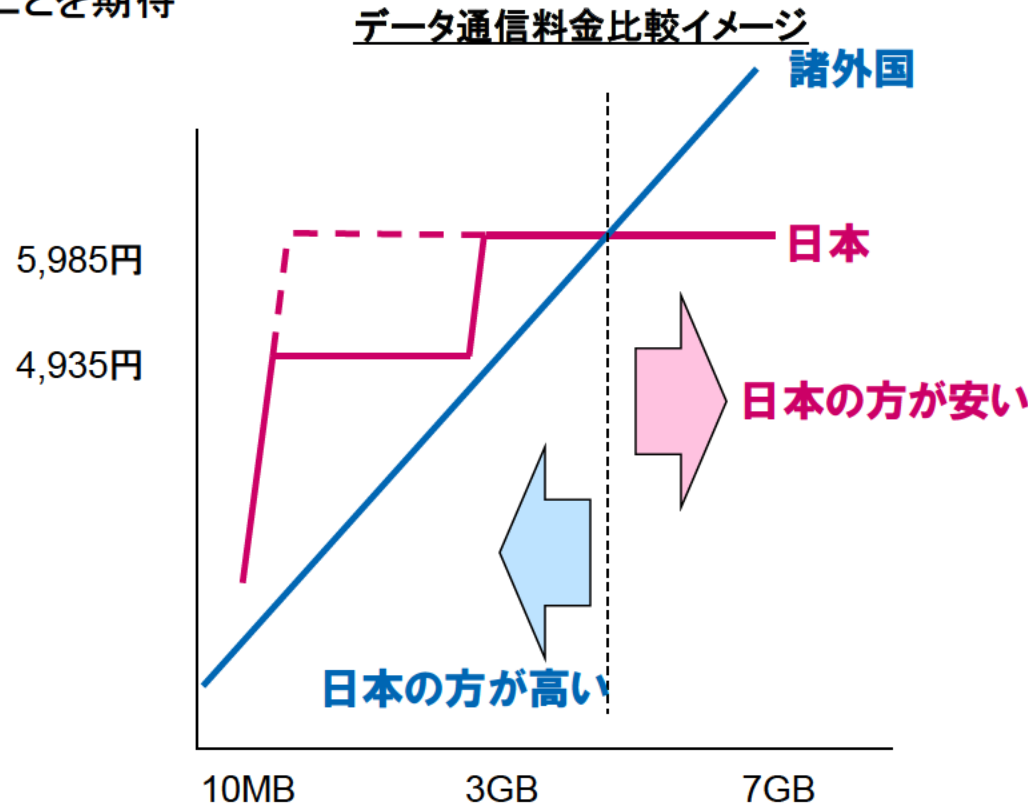
- MNP利用者に約3400億円が支払われており、この金額を全携帯電話ユーザー（1億2千万人）に還元すると、一人当たり年額約2800円となる。これは、約5%のユーザーのために、95%のユーザーが2800円ずつ出し合って、62000円を支払っている状況。

お金の流れ(2013年1年間)の大胆な想定



データ通信低利用者向けプランやデータシェアプランの導入が期待される

- 高価なスマートフォンが、2年使えば「実質負担金ゼロ円」となる「**月月割**」「**毎月割**」「**月々サポート**」についても、**MVNOの参入や成長を阻害**しているだけでなく、中途解約等における**トラブル要因**となっていることから、その見直し(縮減)について議論すべき →ユーザーが“ある程度”端末コストを負担する状況へ
- MNPキャッシュバック及び月月割の縮減で浮いたコストは、**長期契約者への優遇**、**データ通信低利用者向けプラン**、欧米では主流となっている**データシェアプラン**などに還元し、利用者ニーズに合致した多様な料金体プランが登場することを期待



NRI

未来創発

Dream up the future.