

「第2回 モバイルビジネス研究会」ヒアリング資料

～今後のモバイルビジネスの発展の為に～

平成19年2月2日

ソフトバンクモバイル株式会社

■日本の移動体通信市場について

■今後の移動体通信市場の展開

■ソフトバンクモバイルの取組み

■最後に

■日本の移動体通信市場について

■今後の移動体通信市場の展開

■ソフトバンクモバイルの取組み

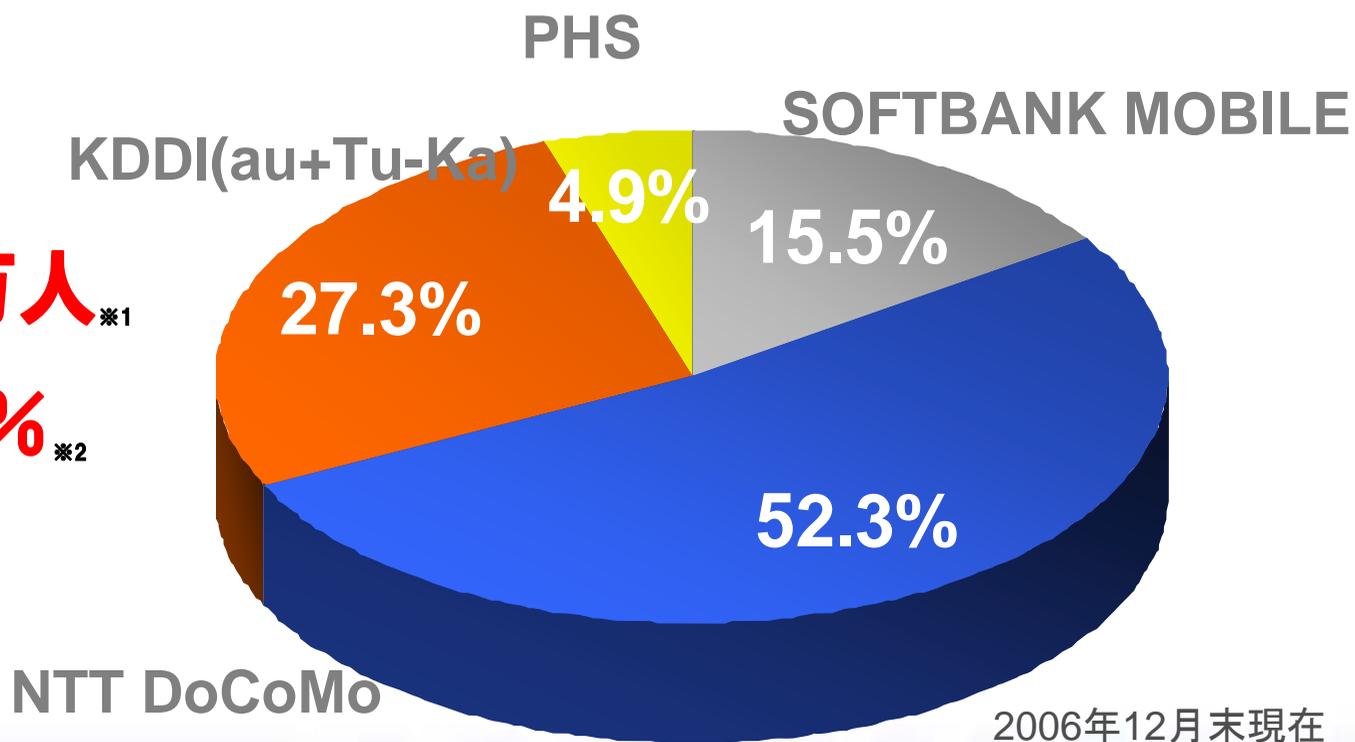
■最後に

携帯電話・PHSの市場概況

既に約9,900万人が携帯電話・PHSを利用している

市場規模 **9,983万人**※1

人口普及率 **約78%**※2



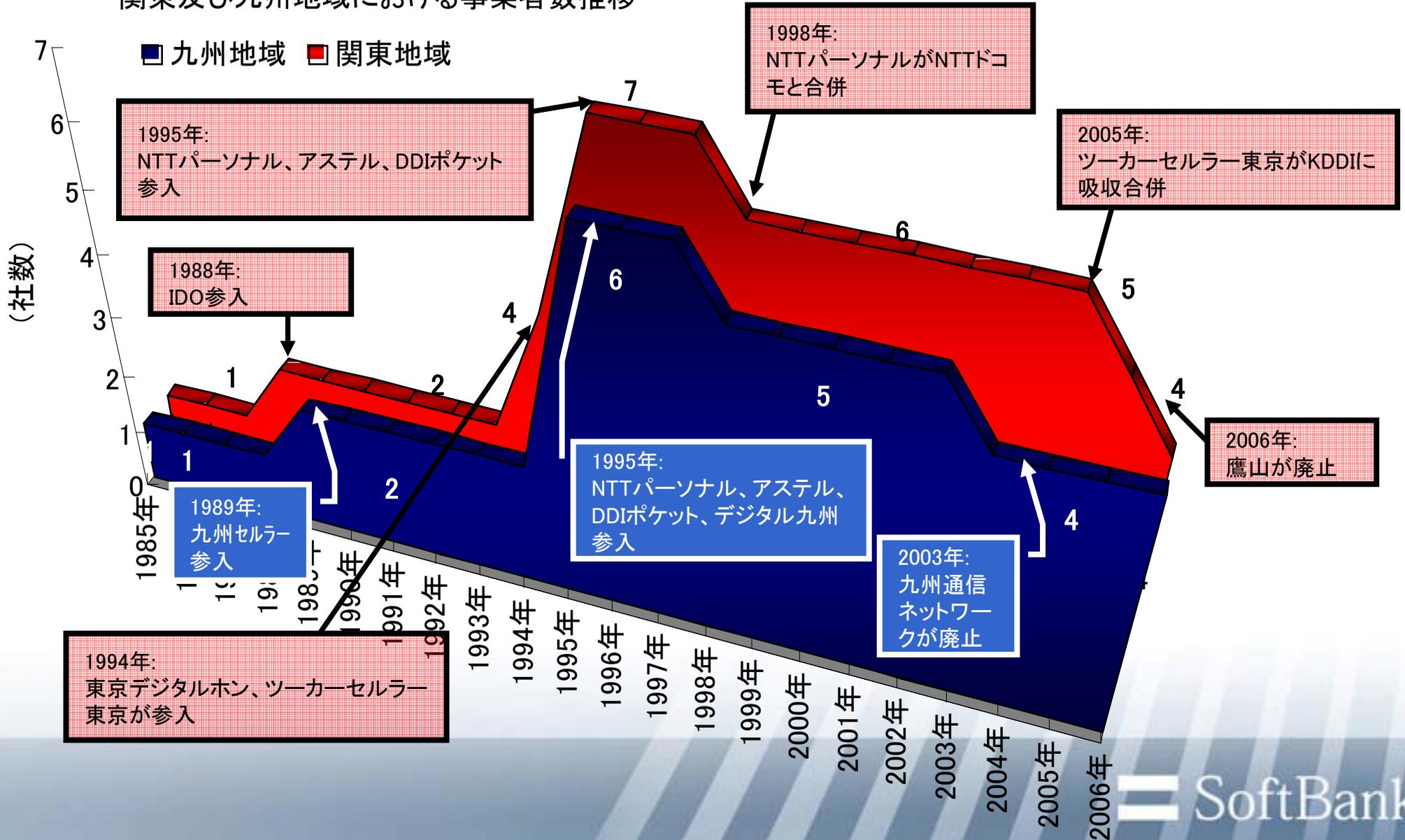
※1 出典：TCA公表値(2006年12月末現在)より

※2 国立社会保障・人口問題研究所による「日本の将来推計人口(平成18年12月推計)」の2006年推計値データを基に試算

事業者数の推移

移動体通信市場における事業者数の変遷

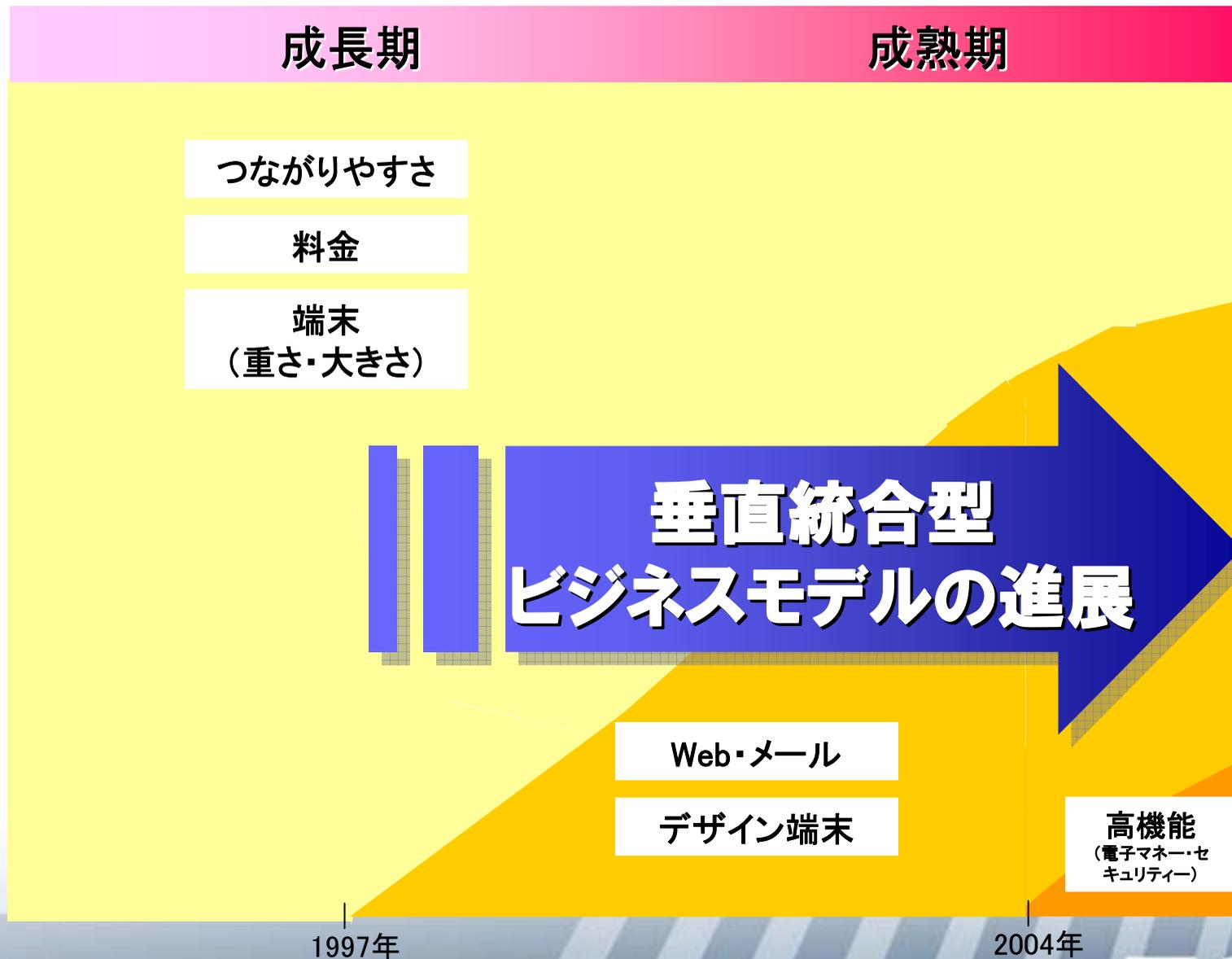
関東及び九州地域における事業者数推移



シェア獲得競争のドライバー

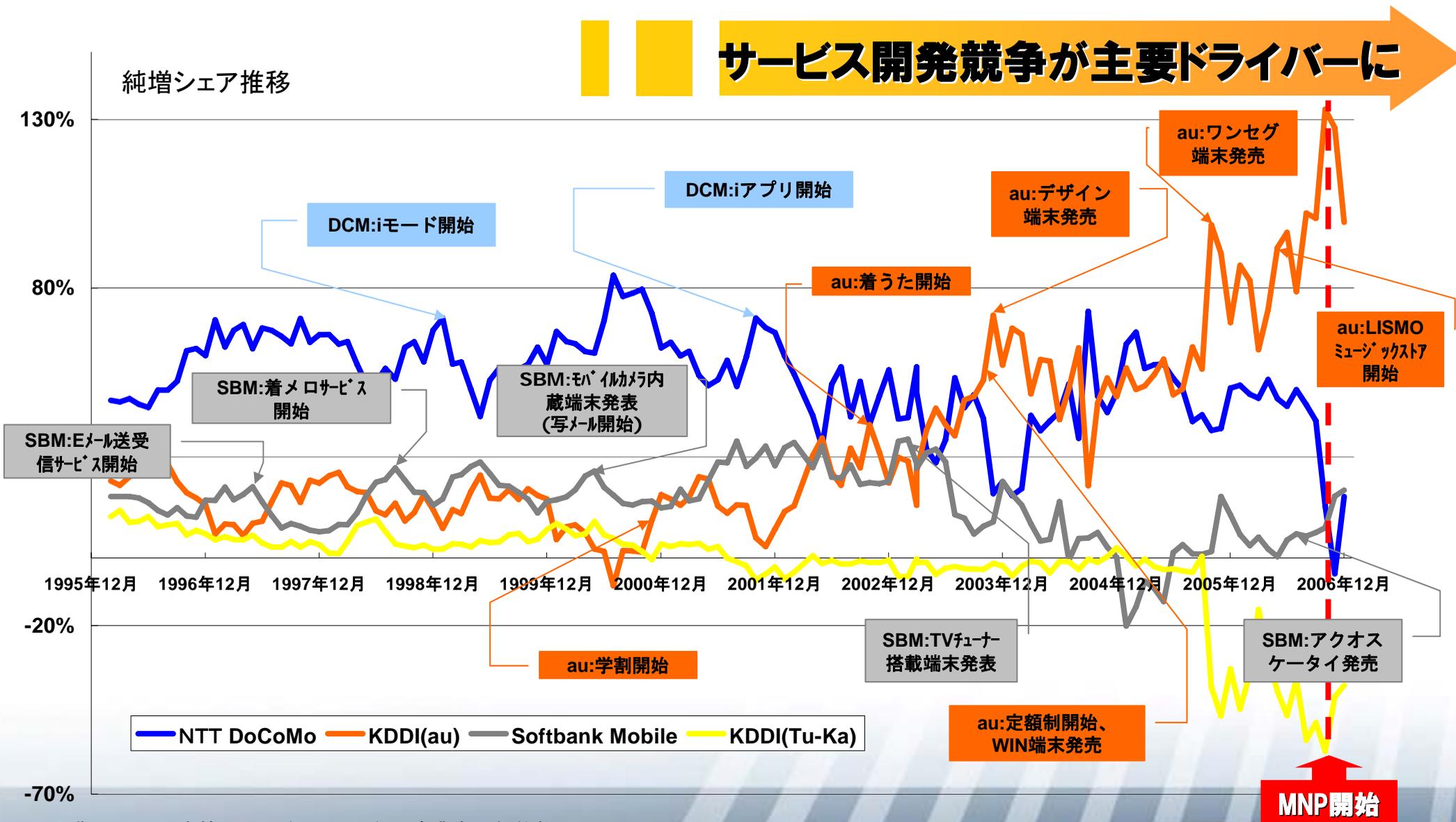
競争のドライバーは市場の状況によって変化

競争のドライバー



事業者間競争のためのドライバー

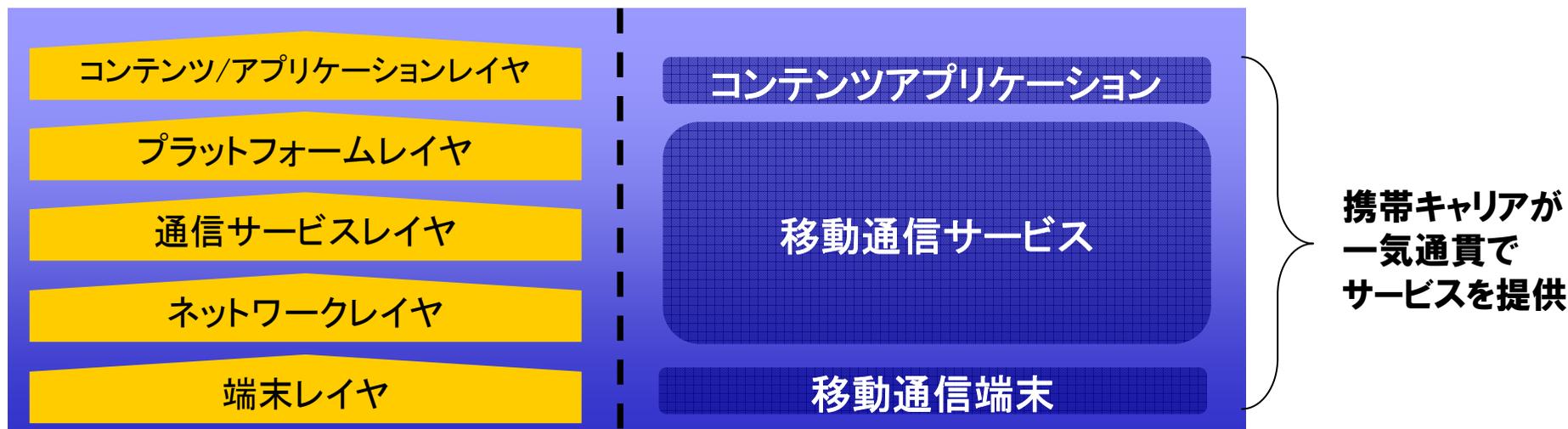
過去数年間のドライバーはサービス開発競争が主軸



出典：TCA公表値（1996年～2006年の事業者別契約数）より

垂直統合型ビジネスモデルの評価

サービス開発競争は垂直統合型ビジネスモデルにより進展



- 通信キャリアがサービスを主導で開発
⇒ 世界をリードする形でサービスの高度化が進展
- キャリアがレイヤを跨ってサービス提供の責任を負う
⇒ ユーザにとって、安心してわかりやすいサービスの提供形態

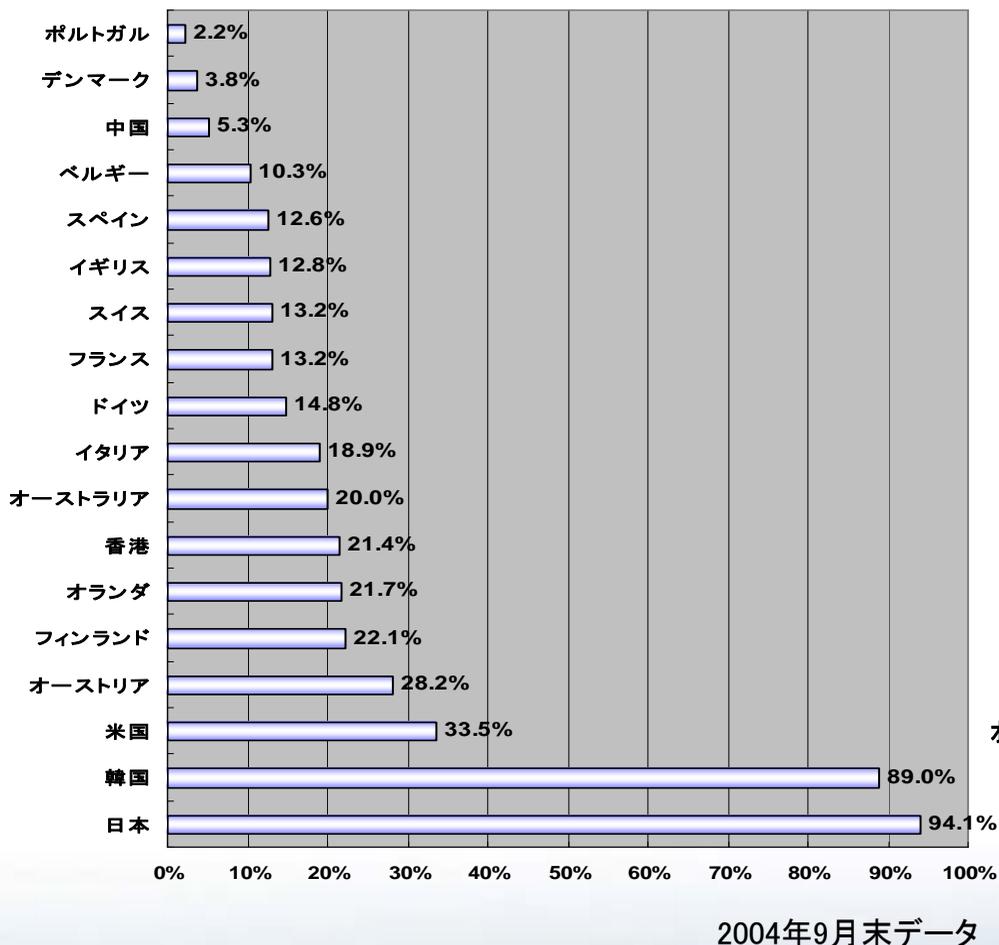
モバイルインターネットサービスの普及
3Gの普及

日本市場は世界最先端の移動体市場へ

主要各国におけるモバイルインターネットの普及率の比較、サービス世代別比率の比較

日本におけるモバイルインターネットサービスの普及の進展は著しい

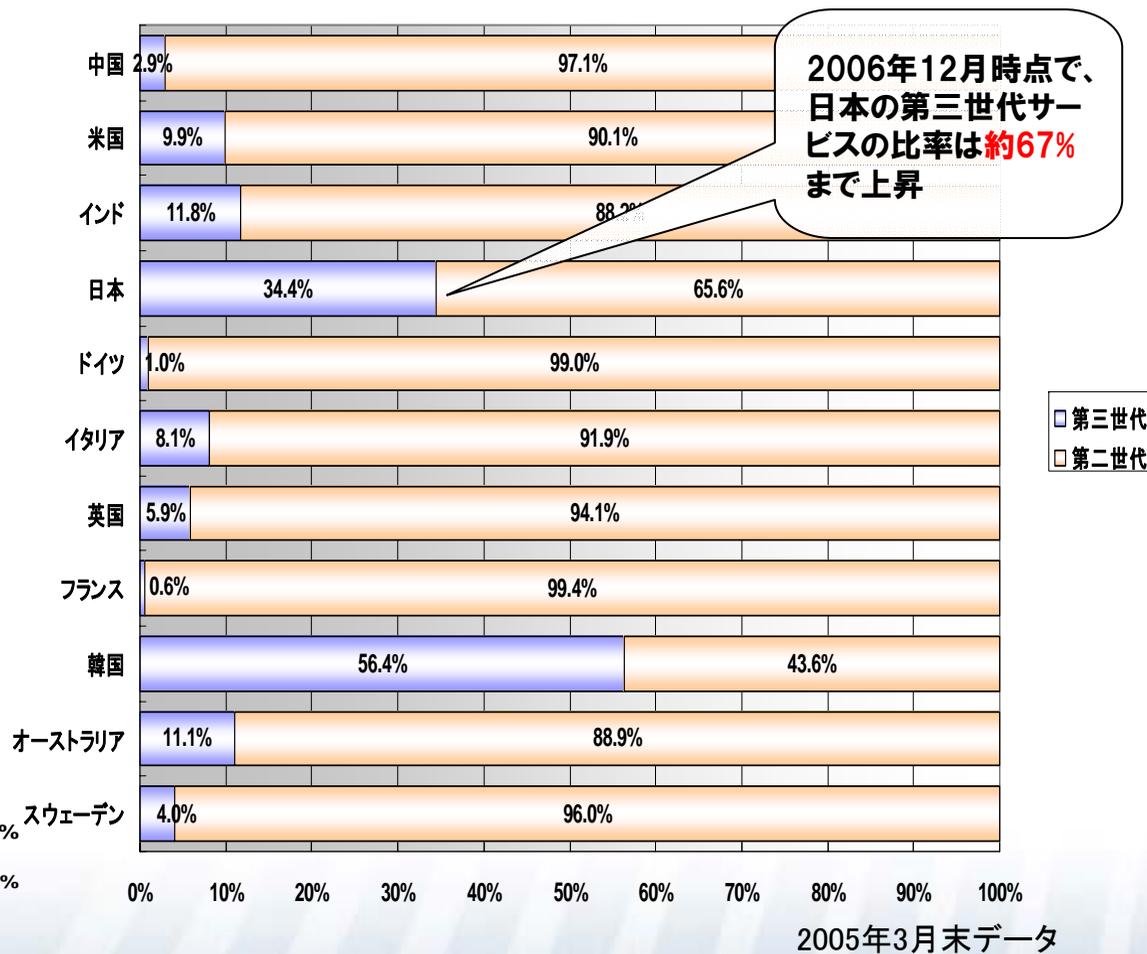
【モバイルインターネットの普及率】



出典：モバイル社会白書 2006(モバイル社会研究所 企画/監修)より

日本における第三世代サービスの普及は世界的にも高水準

【携帯電話サービスに占める第三世代サービスと第二世代サービスの比率】

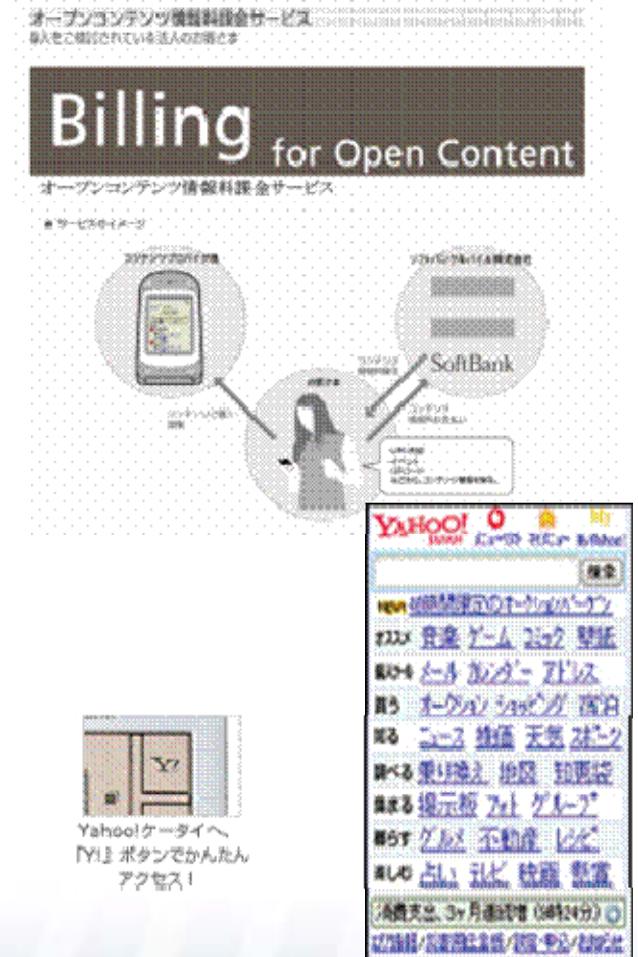


※ 第一回モバイルビジネス研究会資料「モバイルビジネスの現状と課題」を基に作成

垂直統合型モデルとオープン化の進展

事業者は各種取組みにより様々なプレイヤーに機会を提供

- 1999年12月 J-skyウェブの提供開始
- 1999年12月 コンテンツ採用基準を策定
- 2002年3月 HTML言語の対応開始
- 2003年6月 コンテンツ採用基準をホームページで公開開始
- 2003年6月 オープンコンテンツ情報料課金サービス開始
- 2004年1月 申込形態の簡素化⇒申込とNDAの同一化
- 2004年4月 ポータル選択機能の追加(一般サイトメニュー化)
- 2004年6月 申込用紙のHP公開
- 2006年7月 Yahoo!モバイルへのリンクをポータルトップに設置
- 2006年10月 フルブラウザ「PCサイトブラウザ」対応機種の販売開始
- 2006年10月 オープンサイト検索機能をポータルトップで提供



■日本の移動体通信市場について

■今後の移動体通信市場の展開

■ソフトバンクモバイルの取組み

■最後に

業界が今後目指すべき方向性

移動体通信業界の更なる発展に向けて、目指すべき方向は？

- **更なる利用者利益の向上**
- **移動体関連市場の更なる活性化**
- **国際競争力の強化**

いずれの方向性も満たされることが理想

利用者利益とは何か？

約9,900万ユーザを越え、日本の移動体市場は成熟期へ

成長期

ケータイを**持たない**人がほとんど

【ニーズ】

ケータイを持ちたい

成熟期

ケータイを**持っている**人がほとんど

【ニーズ】

ケータイを持つだけでなく
プラスαの要素・機能
が欲しい

プラスαの要素・機能はユーザによって様々
(ユーザニーズの多様化)

ユーザニーズの多様化

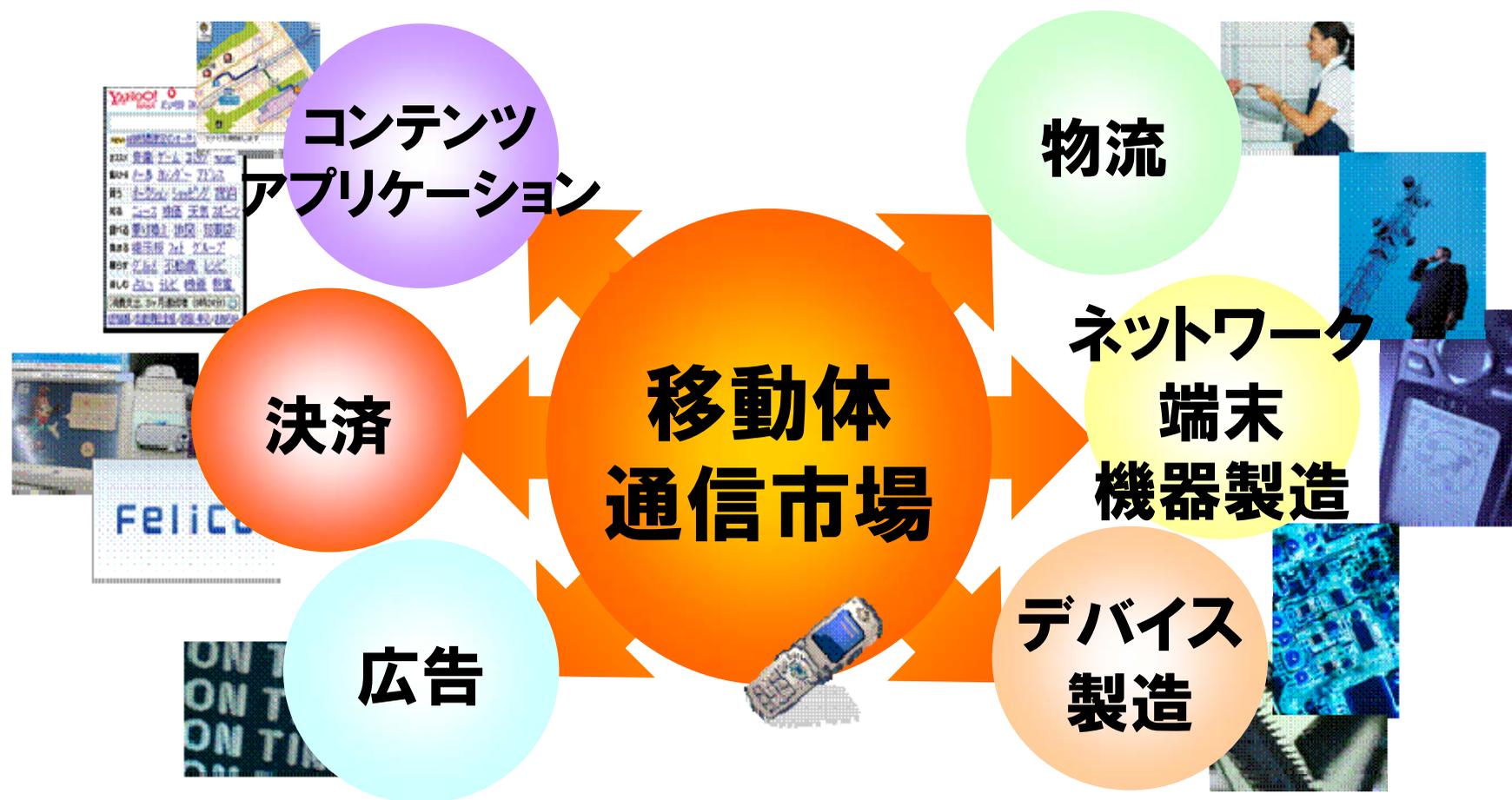
市場の成熟と共に、ユーザのニーズは
一層の多様化が予想される



多様化、セグメント化が進むユーザニーズに対応
するためには、垂直統合型モデルでは限界がある？

移動体関連市場の更なる活性化

日本の移動体通信市場の継続的な発展は
周辺産業の活性化をもたらす



ビジネスモデル多様化は、周辺産業の更なる活性化のための
一つの起爆剤となりうる可能性がある

国際競争力の強化

特定の分野のみの国際競争力強化では不十分なはず

- 国際競争力の強化とは、日本のベンダの端末が海外で売れることではない
⇒「**トータル・サービス**」による**ビジネスモデル**(端末、ネットワーク、コンテンツを一体的に開発、付加価値の高いサービスを提供する)の有効性についても議論する必要があるのでは？
- 海外での3Gの進展状況などを考慮すると、国際競争力の強化の実現には時間を要する可能性があり、長期的な視点での取り組みは不可欠と考えられる

<「ICT国際競争力懇談会中間とりまとめ」からの抜粋>

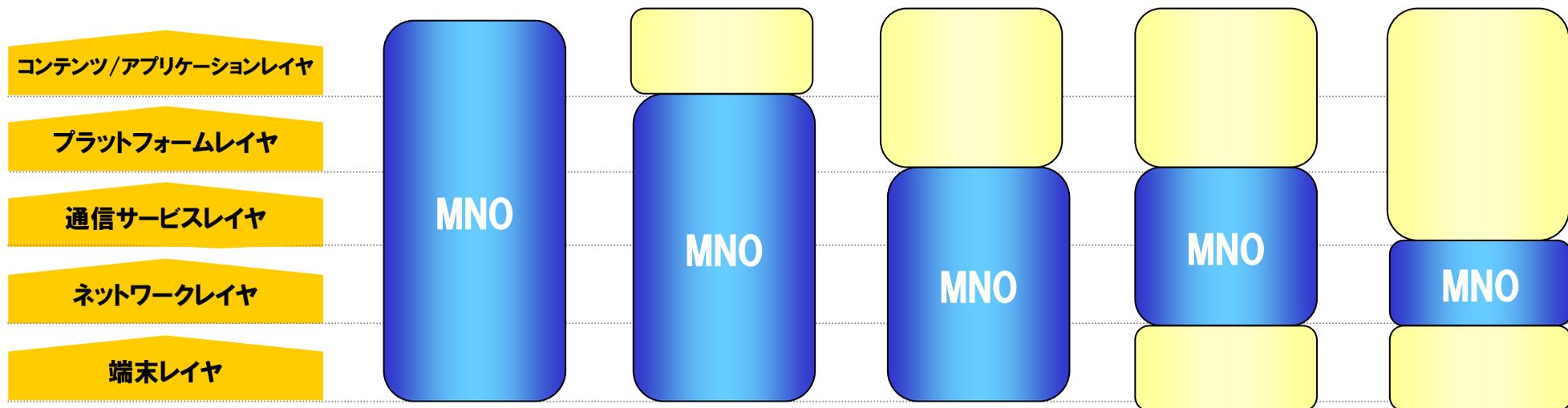
- 高機能対応が可能で、コスト競争力があり、国際競争力を有する端末プラットフォームの共通化
- 現地の実情把握及びWin-Win 関係構築のための情報収集・分析
- 日本技術の国際展開に向けた研究開発・標準化・知的財産権獲得
- 国際競争力の確保及びWin-Win 関係構築・維持のための人材育成
- 国際競争力強化に向けたソリューションを検討し、産学官が一体となって取り組んでいく体制の確立



産業全体として、競争力強化を実現していく必要がある

ビジネスモデル多様化の必要性

多様なビジネスモデルの創出が求められている



- ユーザニーズの多様化、移動体関連市場の活性化(国際競争力の強化)のため、多様なビジネスモデルの創出が期待される(MVNOも一つの有効なソリューション)
- ただし、現行のビジネスモデルへのニーズも存在すること、急激なビジネスモデルの変更は市場に混乱を招くことから、現在の垂直統合型モデルも並存させる必要があるのではないか？

販売奨励金、SIMロックについて

**販売奨励金・SIMロック問題の本質について十分に議論されるべき
また、モデル変革に伴う影響についても、十分な分析が必要**

【問題点は？】

問題点1:買替え頻度が多いユーザにとって有利となっている？

－買替え頻度の多いユーザは、頻度が少ないユーザよりも販売奨励金の恩恵を享受している？

問題点2:利用者料金が高止まりとなっている？

－成熟期に販売奨励金を伴う販売方法を取ることで利用者料金の低廉化が行われていない？

問題点3:端末ベンダの国際競争力が低下している？

－SIMロックモデルを採用していることで、日本のベンダの国際競争力が低下している？

【各問題に対する対処策は？】

問題点1:SIMロック解除、販売奨励金廃止が唯一の解ではないはず

問題点2:ビジネスモデルの問題とは別に、料金の低廉化は進んでいる

問題点3:SIMロック問題とベンダの国際競争力に果たして関連性はあるのか？

※参考

・ICT国際競争力懇談会の中間とりまとめ(平成19年1月22日)では「国内市場偏重の市場構造の定着化」、「ネットワーク化への対応ができていないこと」、「トータルな戦略性・政策の欠如と韓国等の台頭」が挙げられている

販売奨励金・SIMロックに係るモデル変革に伴う影響分析の必要性

現行のビジネスモデルには多くのステークホルダーが関連

ベンダ

- 端末価格の高騰により、端末販売台数(開発機種数)が減少?
- 端末リリースの減少で技術革新が停滞?
- メーカーブランド端末の投入?
- 海外ベンダの参入活発化?

キャリア

- 端末補助金の削減?
- 通話料金の値下げ?
- 限定的なSIMロック解除により、競争環境に影響?

販売店

- 新規・買替え需要減に伴う収益への影響?
- 新たな販売モデルの構築が必要?(メーカーブランド端末の販売?)

ユーザ

- 端末価格の高騰?
- 通話料金値下げを享受?
- 端末選択の幅に影響?

利用者利益や日本の移動体関連産業全体への
広範且つ仔細な影響分析が必要

(直接的・短期的な影響のみならず、二次的・長期的な影響分析を含む)

SIMロック解除の効果について

各種制約により、現状ではSIMロック解除の効果は限定的なものとなる

①メール・Web等の仕様の違い

- メール・Web等の非音声サービスは、事業者によって仕様が異なる為、SIMロックを解除してもサービス提供は不可

⇒音声とSMSだけが利用可能となる限定的なSIMロック解除のニーズはあるのか？

②ネットワークシステム・周波数の違い

- W-CDMAとcdma2000の異なる通信方式や、800MHz帯、2GHz帯、1.7GHz帯といった異なる周波数帯など、事業者ごとに仕様が異なる為、SIMロックを解除してもサービス提供は不可

⇒W-CDMAとcdma2000のデュアル端末であれば利用可能となる可能性はあるが、コスト面等から非現実的か？

⇒SIMロック解除効果が限定的となる場合、事業者間の公正な競争環境が確保できるのか？

【SIMロック解除効果(イメージ)】



他社SIMカード

SIMロック解除端末

【同一の通信方式の場合】

	SIMロック 端末	SIMロック 解除端末
音声系サービス SMS	×	○
非音声系サービス	×	×

【異なる通信方式の場合(デュアル端末でない場合)】

	SIMロック 端末	SIMロック 解除端末
音声系サービス SMS	×	×
非音声系サービス	×	×

その他考慮すべき事項:1

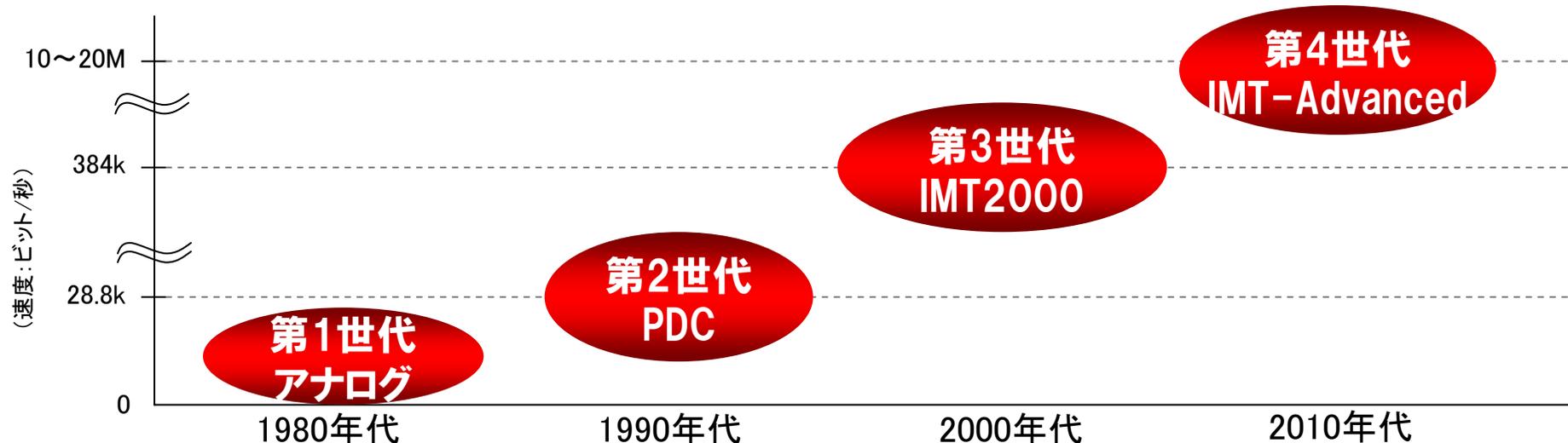
日本と海外では市場の特性が異なる点を考慮する必要がある

	日本市場	ヨーロッパ
システム	2G : PDC 3G : W-CDMA/cdma2000	2G : GSM 3G : W-CDMA
品質	高品質 (日本人は高品質志向)	程々の品質
仕様	カスタマイズ仕様 (キャリア仕様)	標準仕様 (画一的な仕様)
開発プロセス	キャリア/端末ベンダの密着型開発	端末ベンダの独立型開発
販売数量	ある程度キャリアがコミット	キャリアによるコミットなし
価格	高 価 (高機能の為)	低 廉
サービス提供形態	レイヤを跨って、キャリアがサービス提供の責任を負う (ユーザにとって安心でわかりやすい)	レイヤ毎にサービス提供の主体が異なる
サービスの進展	先進的なサービスが普及	3Gの進展は緩やか (依然として音声やSMSが中心の市場)

その他考慮すべき事項:2

移動体のネットワークは急激な速度で技術革新を繰り返している

これまでの経験上、移動体通信のネットワークは約10年周期で更新されている



移動体通信の技術革新のサイクルは急速
このサイクルを維持しているのは日本と韓国ぐらい?

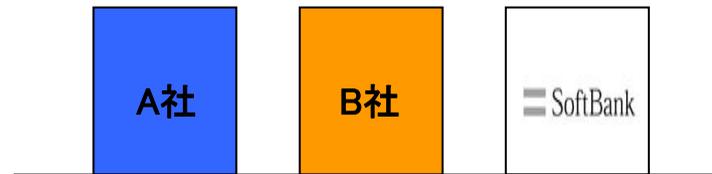
市場の健全な発展とユーザ保護の観点において
移動体事業者の中長期的な事業戦略への影響についても考慮が必要

その他考慮すべき事項:3

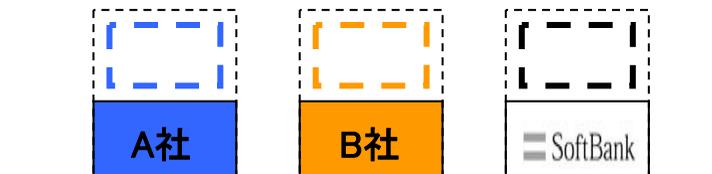
移動体通信の膨大な設備投資を抑制する取組みも 検討する必要があるのでは？

携帯事業者は、膨大な設備投資を実施

(2005年度の携帯3社の設備投資合計額：**1.3兆円**)



設備共用、ローミングの円滑化により
設備競争を適正化



効率化による削減コストを
ユーザへ還元

更なるユーザ料金低廉化の可能性

■日本の移動体通信市場について

■今後の移動体通信市場の展開

■ソフトバンクモバイルの取組み

■最後に

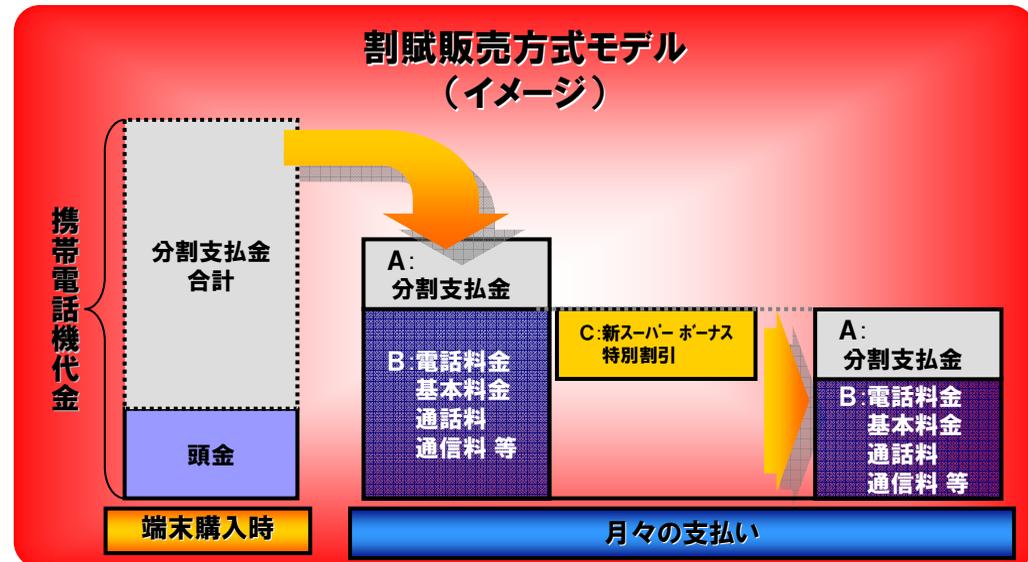
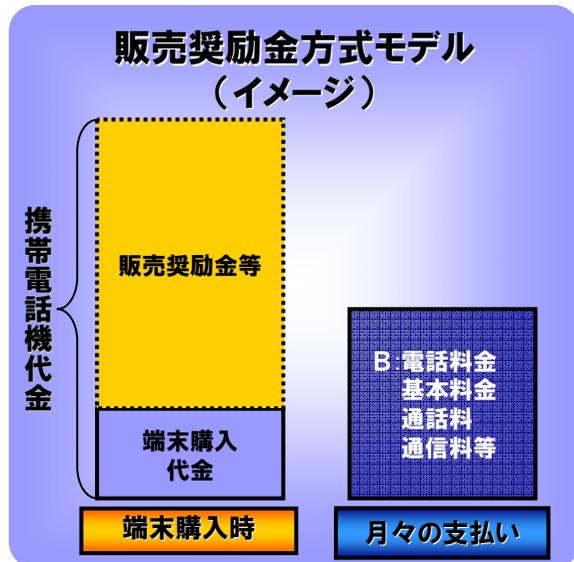
販売奨励金・SIMロック問題への取組み:1

既存のビジネスモデルにおいて、端末の買替え頻度の差異によるユーザ間の料金負担の不平等性が指摘(スライド17 問題点1参照)

【これまでの取組み】

- 定期契約(1~2年の複数年割引)により、契約期間内の解約ユーザからは違約金を徴収
- 機種変更時には機種の利用期間に応じた買替え価格を設定 (短期利用ユーザの価格 > 長期利用ユーザの価格)

【割賦販売の導入】



端末補助金にかかわる新たなビジネスモデルにより、料金回収方法を多様化

⇒端末の利用サイクルが短いユーザからも適正なコストを回収

⇒端末の買替え頻度の相違に伴うユーザ間の不平等を是正

販売奨励金・SIMロック問題への取組み:2

移動体通信事業者の料金の高止まりが指摘(スライド17 問題点2参照)

【これまでの取組み】

時期	導入プラン
2003年2月	「自動くりこし」
2003年10月	「ハッピータイム」
2003年12月	「ハッピーポケット」
2004年7月	「ハッピータイム2」
2005年6月	「メール定額」 「デュアルポケット定額」
2005年10月	「家族通話定額」
2005年11月	「LOVE定額」

【ソフトバンクモバイルになってからの取組み】

時期	導入プラン・オプション	料金
2006年10月26日	ゴールドプラン	<ul style="list-style-type: none"> 基本使用料:9,600円 ソフトバンク携帯電話宛の通話料・SMS、S!メールが無料※1
2007年1月16日	ホワイトプラン	<ul style="list-style-type: none"> 基本使用料:980円 ソフトバンク携帯電話宛の通話料・SMS、S!メールが無料※2
2007年3月1日 開始予定	Wホワイト	<ul style="list-style-type: none"> ホワイトプラン専用の割引サービス(定額料金980円)※3

※1:21時～24時台のソフトバンク携帯電話への通話時間が1請求月内に最大200分(累計)を超過した場合、超過分は30秒ごとに20円(税込21円)がかかります。SMS,S!メールの無料は、ソフトバンクの携帯電話同士が対象です。

※2:1時～21時台のソフトバンク携帯電話宛の通話が無料。21時～1時の通話は21円(税込)/30秒。SMS、S!メールの無料は、ソフトバンクの携帯電話同士が対象です。

※3:1時～21時台のソフトバンク携帯電話宛の通話が無料。21時～1時の通話は10.5円(税込)/30秒。SMS、S!メールの無料は、ソフトバンクの携帯電話同士が対象です。

その他取組み(ソフトバンクモバイルになってからの取組み)

多様な新サービスの導入を実現

時期	内容
2006年5月27日	ワンセグ対応の“AQUOSケータイ”の販売開始
2006年10月7日	フルブラウザ「PCサイトブラウザ」対応機種の販売開始
2006年10月7日	待ち受け画面にリアルタイムで情報を表示する「ライブモニター」の提供開始
2006年10月7日	フル3D・モバイルコミュニケーションサービス「S!タウン」の提供開始
2006年10月14日	高速データ通信サービス「3Gハイスピード」の提供開始
2006年10月14日	Windows Mobile [®] 5.0搭載のスマートフォン「X01HT」の販売開始
2007年2月下旬	居場所を確認できる「イチなび」および子ども向けポータルサイト「Yahoo! きっず」を開始予定

【端末の多様化も推進】



今後の取組み

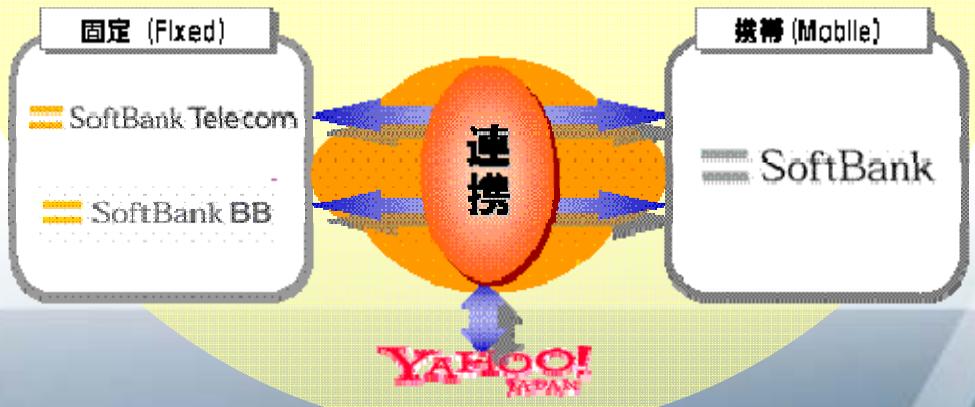
多様なユーザーニーズに応えるため
様々なプレイヤーとの連携を推進

ソフトバンクグループ

コンテンツとの連携



FMC



様々なプレイヤー



■日本の移動体通信市場について

■今後の移動体通信市場の展開

■ソフトバンクモバイルの取組み

■最後に

モバイルビジネスの発展のために

- **利用者利益の向上や産業の発展のため、これからも様々なチャレンジを行っていきます**
- **そのために、自由に戦略を策定でき、機動的なビジネスを可能とする環境整備を要望します**
- **環境整備にあたっては、移動体事業者間の公正競争を確保するための配慮を要望します**

日本のケータイを
もっとおもしろくする

SoftBank