



第3回モバイルビジネス研究会 プレゼンテーション資料

モバイルビジネスの発展に向けた 産業界の見解

2007年2月15日

情報通信ネットワーク産業協会

専務理事 資宗 克行

1. CIAJについて
2. 携帯電話機についての事業環境認識
3. 主要検討項目に対する見解
4. モバイルビジネス研究会への要望

1. CIAJについて

◆ 名称: 情報通信ネットワーク産業協会 (旧・通信機械工業会)

Communications and Information network Association of Japan

◆ 概要: 1948年 端末ベンダー/ネットワークインフラベンダーを主体に設立
2002年 SI企業、ユーザー企業、ISP/ASP/CSP企業を会員に加え、
団体名称を「情報通信ネットワーク産業協会」に改称し、現在に至る。

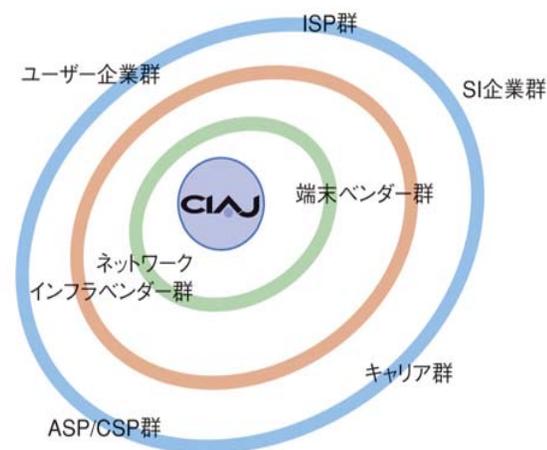
◆ 会員数: 328社・団体 (2007年2月1日現在)

◆ 設立目的:

- ・情報通信ネットワーク産業の健全な発展
- ・情報利用の拡大・高度化に寄与
することで豊かな国民生活の
実現と国際社会への貢献

◆ 主な活動:

- ・システム・サービスの普及
促進、高度利用醸成
- ・事業環境の改善・事業機会の創出
- ・社会・経済・文化の情報利用の拡大・高度化 他



SI: System Integration

ISP: Internet Services Provider

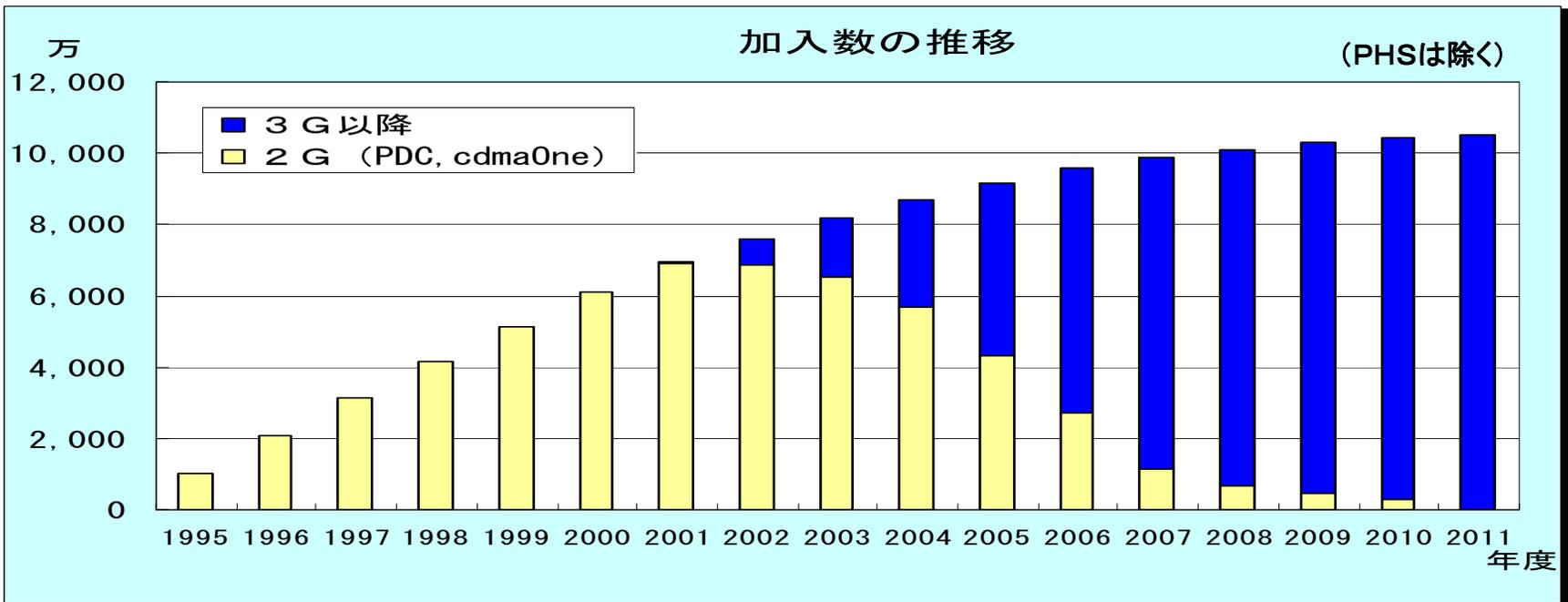
ASP: Application Service Provider

CSP: Contents Service Provider 3

2-1. 事業環境認識＜携帯電話加入数予測＞

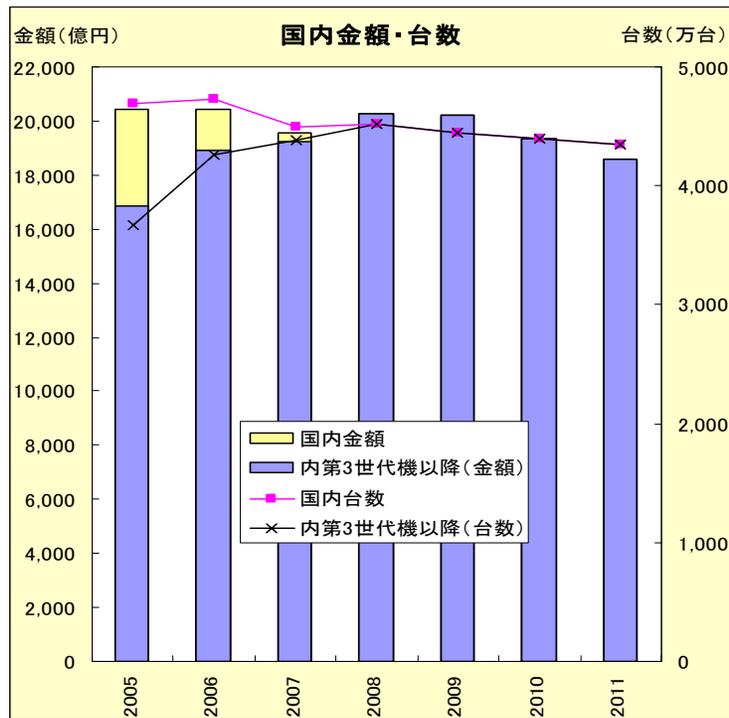
- ◆ 累積加入数は08年度1億を超え(人口普及率79.1%)、市場の成長は鈍化
- ◆ 3Gの普及拡大が進み(05年度加入比率は52.7%)、さらに3.5Gから3.9Gへ発展

* 出展: CIAJ2006年度需要予測より



	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
累計加入	1,020	2,088	3,153	4,153	5,114	6,114	6,935	7,595	8,191	8,700	9,179	9,594	9,879	10,105	10,287	10,421	10,525
人口普及率	8.1%	16.6%	25.0%	32.9%	40.4%	48.2%	54.5%	59.6%	64.2%	68.2%	71.9%	75.1%	77.3%	79.1%	80.6%	81.7%	82.6%
2G(PDC,cdmaOne)	1,020	2,088	3,153	4,153	5,114	6,114	6,926	6,878	6,522	5,665	4,346	2,716	1,136	697	463	313	0
3G以降	0	0	0	0	0	0	9	717	1,669	3,035	4,833	6,878	8,743	9,408	9,824	10,108	10,525

2-2. 事業環境認識＜国内携帯電話機出荷予測＞



- ◆成熟市場であり、買替需要が中心
- ◆2011年度の出荷金額は、2005年度の90%規模に縮小
＜年平均 1.6%マイナス成長＞
- ◆価格競争激化や海外メーカーの参入が影響し、多機能化するも単価下落
- ◆年間出荷台数も4,700万台から4,350万台へ減少すると予測

国内出荷金額の推移

* 出展：CIAJ2006年度需要予測より
(金額単位：億円)

機種・需要部門	年度	予 測						11/05 (倍)	年平均 変化率 (%)
	実績 2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
国内出荷金額	20,451	20,405	19,553	20,292	20,200	19,371	18,580	0.9	▲ 1.6
内第3世代機以降	16,867	18,911	19,233	20,292	20,200	19,371	18,580	1.1	1.6

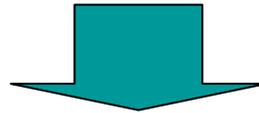
国内出荷台数の推移

(台数単位：万台)

機種・需要部門	年度	予 測						11/05 (倍)	年平均 変化率 (%)
	実績 2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
国内出荷台数	4,694	4,730	4,490	4,520	4,450	4,400	4,350	0.9	▲ 1.3
内第3世代機以降	3,673	4,260	4,390	4,520	4,450	4,400	4,350	1.2	2.9

■ CIAJ2006年度携帯電話の利用実態調査より

買替え実態と今後の買替え意向

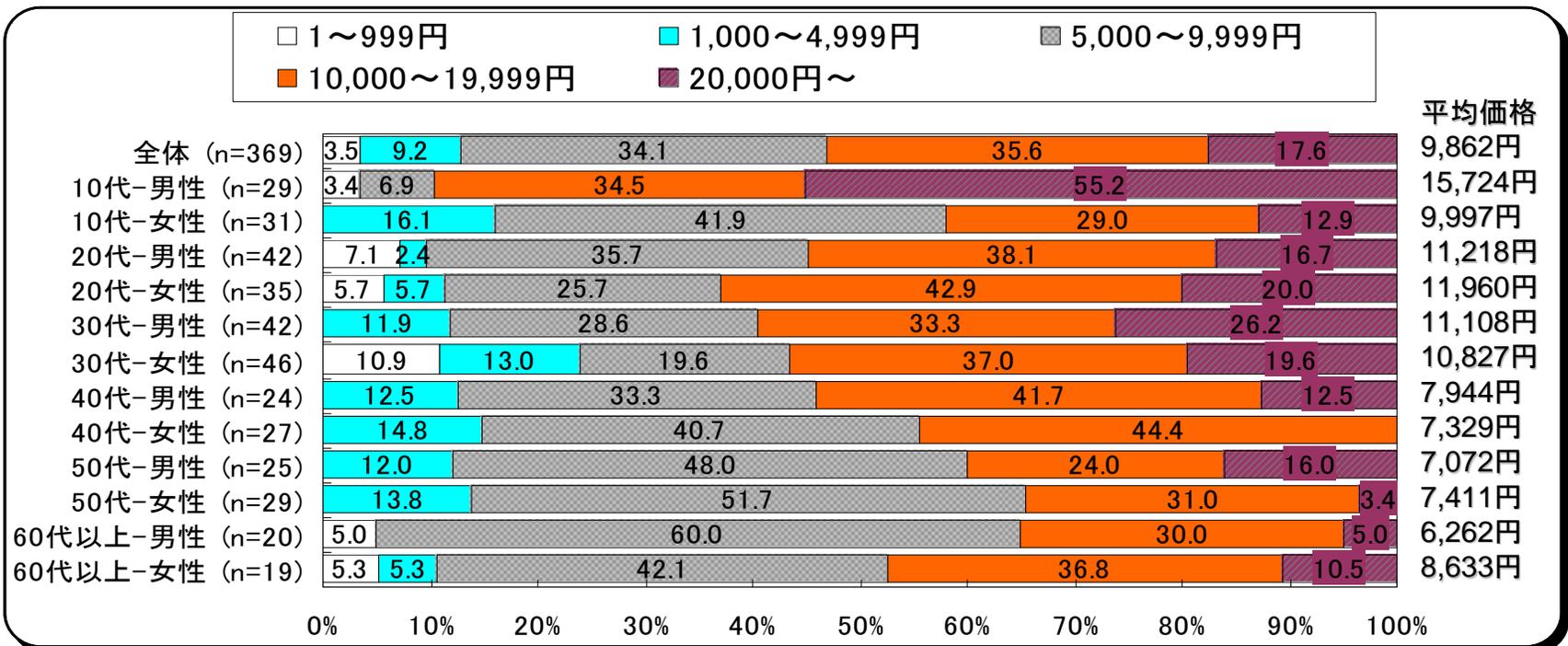


- ◆ 購入価格は2万円未満が約70%
- ◆ 判断基準は、低価格を優先が73%

参考① 買替え時の価格は2万円未満が約70%

◆最近の買替え時の価格については、「10,000～19,999円」が35.6%と多く、以下「5,000～9,999円」(34.1%)、「20,000円～」(17.6%)、「1,000～4,999円」(9.2%)の順となっている。

◆平均買替え価格は前年の11,582円から9,862円に減少。



参考② 買替え時の判断基準は、低価格を優先が73%

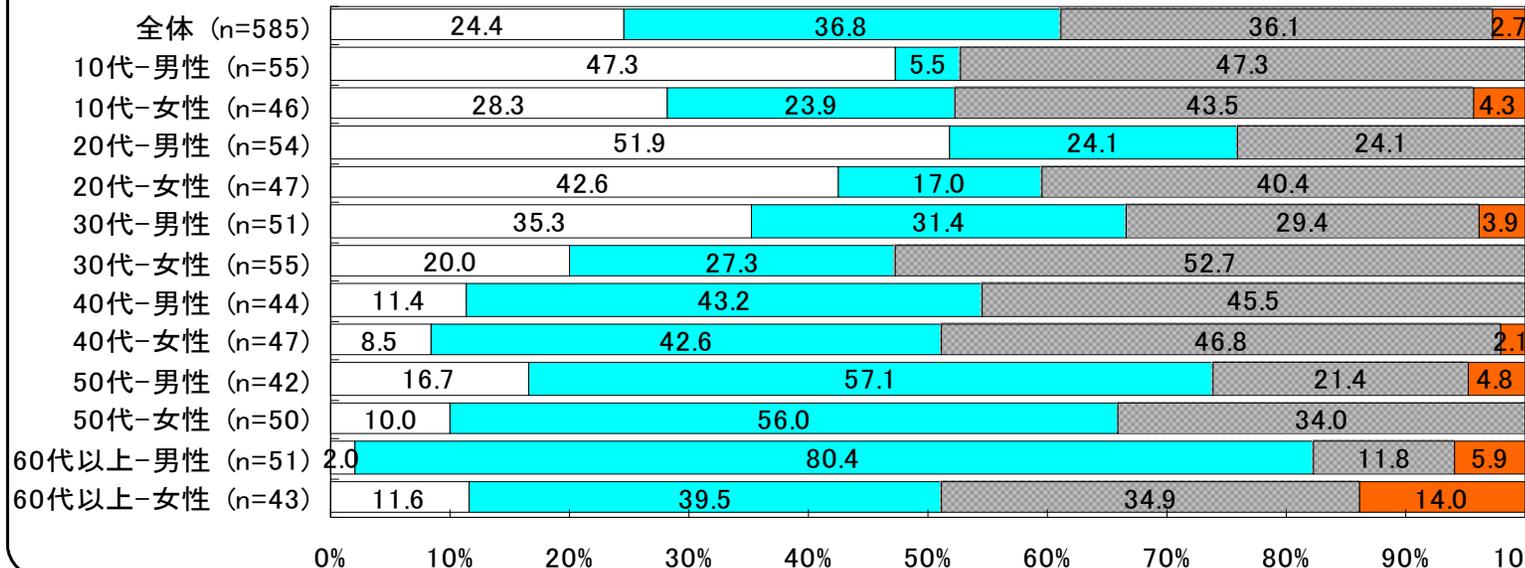
携帯電話を買替えるときの行動としては、

◆「デザイン、機能を多少抑えても低価格のものを買う」(36.8%)

◆「自分の気に入ったデザイン・機能のものが買やすい価格になるのを待ってから買う」(36.1%)

<携帯電話を買替えるときの行動>

- 自分の気に入ったデザイン・機能であれば多少高くても買う
- デザイン・機能を多少抑えても低価格のものを買う
- 自分の気に入ったデザイン・機能のものが買やすい価格になるのを待ってから買う
- その他



2-4. 事業環境認識＜市場環境の変化＞

◆モバイル関連ビジネスの成長

将来のオールIP化時代に向けて、携帯電話は「ユビキタス端末」(NGNアクセス端末)に発展すると期待。またFMC(固定と移動)やワンセグ(通信と放送)、無線LANなどとの「融合」の進展により、携帯電話を中心としたビジネスモデルの多様化が進むと予測される。特にアプリの多様化によるコンテンツビジネスの活性化に期待。

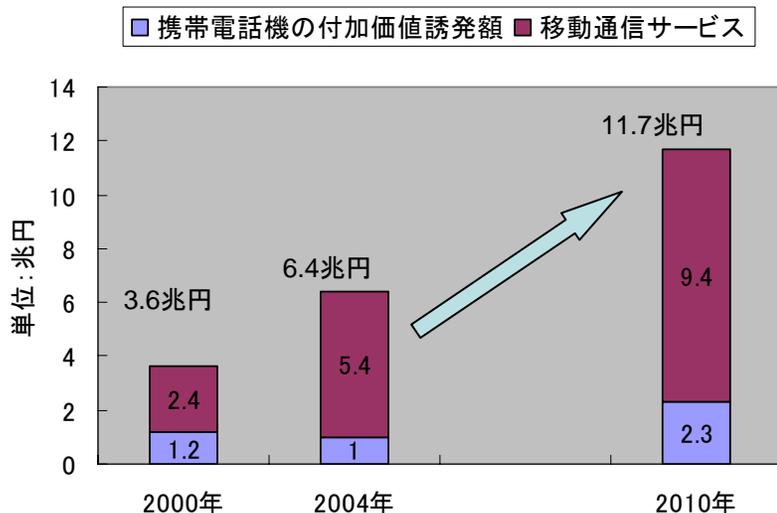
◆事業者間競争激化

番号ポータビリティ制度の導入、新規事業者の参入で事業者間競争が激化し、料金体系も多様化していくと予測される。

◆価格競争の激化

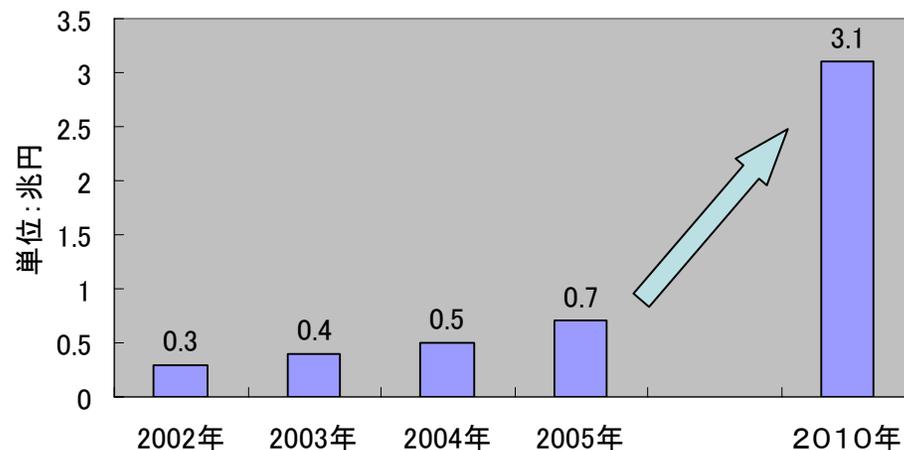
市場の成熟化と海外メーカーの国内参入で競争激化

モバイル産業のもたらす波及効果



出典: 情報通信総合研究所 (2006年12月)

モバイルコンテンツ産業の市場規模の推移



出典: 情報通信総合研究所 (2006年12月)

3-1. 検討の視点

◆モバイルビジネスの検討にあたっては、現在の高度なモバイル産業の維持・発展を目指すことを前提に、以下の視点に留意することが重要である。

①ユーザー利便性と長期的利益の向上

高機能端末を用いた先進サービス、多様なサービスの普及・利用拡大により、ユーザー利便性と長期的利益の向上につながることを主軸に捉えるべきである。

②市場の拡大・発展

「ユーザーの初期投資の軽減」に繋がり、且つ一層の既存流通網の活性化及びモバイル産業全般の事業拡大に結びつくようなビジネスモデルの確立に向けた検討が必要である。

③国際競争力強化

今後の国際競争力強化のために、「端末プラットフォーム共通化」や「標準化・知財獲得」、「人材育成」の取組みの強化を図るよう、政府支援・リーダーシップの発揮を期待する。

◆急激なビジネスモデルの変更は、上記の視点を損ない、市場混乱を招くことが危惧される。

3-2 . CIAJの見解

- ◆市場環境が変化し成熟期を迎えた現段階では、多様なビジネスモデルの創出に向け、従来のモデルに捉われない業界の活性化に向けた議論が必要である。(MVNOの新規参入促進、無線アクセスの多様化、ユビキタスネットワーク化の進展、FMCや放送との融合化などを含む)
- ◆モバイルビジネスの国際競争力強化については、多様な課題認識に基づき総合的に、官民が連携して取り組むべき重要な課題と考える。
- ◆販売奨励金とSIMロックには、異なった課題があり、個別の議論が必要である。
- ◆販売奨励金やSIMロックは、携帯電話機メーカーの事業展開上大きな影響があり、その立場からコメントする。

CIAJの見解は、昨年8月に「IP化の進展に対応した競争ルールの在り方に関する懇談会」報告書案に対し、提出した下記内容のとおり。

1) 端末レイヤーにおける競争促進の在り方(販売奨励金の見直し、SIMロックの見直し)

<意見の要旨>

端末レイヤーにおける競争促進の在り方」に関して、政策的に取り組むことは必要なことであると考えます。しかし販売奨励金やSIMロックは、通信事業者など携帯電話サービス産業に関わる企業の事業戦略と密接に関わる課題であり、報告書p. 88に「行政主導で強制力を有する競争ルールを整備することを第一の選択肢とすることは必ずしも適当ではない。」とあるように、行政がその在り方(改廃を含む方向性)について踏み込むことは慎重を要することと考えます。もし「検討の場」を設けるのであれば、「自由な市場環境」、「ユーザの利便性向上」などを基本に、幅広い分野の参加者を得てオープンな議論が行われるように要望いたします。

一方で、携帯端末市場における国際競争力の強化については、販売奨励金やSIMロックに限定せず、多様な課題認識に基づき総合的に、官民が連携して取り組むべき重要な課題と考えます。

3-3. 販売奨励金制度について

販売奨励金制度は、通信事業者及び販売代理店が経営戦略・販売戦略上決定するものであり、本来、市場原理に委ねられるべきものとする。

急変を伴う見直しは、自由なサービス競争の意欲を削ぐことにつながる懸念があるため、本件に対する行政の主導的取り組みには、慎重かつ十分な検討を要する。

短期的には以下の課題があり、こうした課題を認識した上で中長期の視点に立った検討が必要と考える。

■課題

- ①販売奨励金を廃止すると実売価格の高騰に伴う急激な買替需要の冷え込みが予測され、携帯電話の国内総需要の更なる減少が予測される。
- ②次世代研究開発の加速化や技術革新にも影響
- ③モバイルサービス普及の鈍化に伴い関連産業へも影響を及ぼす
(例:GPSによる緊急通信位置情報通知、非接触ICカードクレジット決済サービス、ワンセグ放送など)
- ④廉価な2Gへのニーズが高まり、周波数配分計画の遅れが危惧される
(将来的に電波政策への影響が懸念)
- ⑤良質のサービスをユーザーに提供してきた代理店・販売店の経営面の影響も懸念される。
 - ◆販売粗利と販売台数の減少によるビジネスの縮小
 - ◆既存流通網の崩壊による買替市場の更なる縮小

3-4. SIMロック解除について

SIMロック解除は技術的には可能ではあるものの、その効果は、音声通話やSMSに限定され、必ずしもユーザー利益の向上に結びつくものではない。一方、マルチキャリア対応端末の開発等にはコスト面など課題が多い。以下のような短期的な課題を認識した上で、中長期的視点に立った検討が必要と考える。

■課題

- ①SIMの互換性はNTTドコモとソフトバンクモバイル間のみであり、通信方式の違いから、KDDIとは互換性がなく、ユーザーにとって無用の混乱を招く。
- ②SIMロックを解除しても、利用できる通信事業者が限られるだけでなく、携帯電話の標準機能(通話・SMS等)だけでは、高度なサービスの利用に慣れたユーザーの利便性向上につながらない。
- ③SIMの入れ替えに伴い、ネットワーク上何らかの支障が発生した場合には、責任分界が困難となるなど、ユーザーサポート面で市場混乱を招く。
- ④現在、国内メーカーは価格競争力強化のため、キャリアと連携したプラットフォーム開発の共通化に取り組んでいる。今後キャリアとの連携が弱まれば、短期的にメーカーの技術開発力の低下を招きかねない。
- ⑤コンテンツサービス産業に影響を与えないために、アプリケーションの互換性を保証するソリューション開発が必要となる。

1. モバイルビジネスの検討にあたっての留意点
 - ①ユーザー利便性と長期的利益の向上
 - ②市場の拡大・発展
 - ③国際競争力強化
2. 販売奨励金、SIMロックに対する行政の主導的取り組みには、慎重かつ十分な検討が必要
3. 急激なビジネスモデルの変更は、市場の混乱を招くばかりでなく、国際競争力強化を阻害しかねない

4. モバイルビジネス研究会への要望

モバイルビジネスにおける国際競争力強化については、メーカー自身の問題として取り組む覚悟であるが、サービスを行うキャリアと、競争ルールを定める政府との積極的な協力がなければ達成し難いという特性がある。

こうした観点から、政府がこれをサポートするという立場で支援をお願いしたい。

■ユビキタス端末との連携の在り方の検討

将来のIP化時代に向けて、ユビキタスネットワーク化の進展と併せ、ユビキタス端末と通信サービスのあり方についての検討が必要であり、本研究会と別途開催される「IP化時代の通信端末に関する研究会」と連携し、整合を取って検討してほしい

■国際競争力強化に向けた産官学キャリア共同の取り組み推進

メーカー自身、開発力・価格競争力・営業力を国内で蓄積し、更に世界の潮流が3G本格化する時代に向け、産官学キャリアが共同して取り組むことが必要

■個別の検討策についての影響分析

販売奨励金・SIMロックに係るビジネスモデル変革に伴う影響(短期・中長期)について広範囲でかつ客観的な分析が必要