

1. 市場環境(ネットワーク・市場構造)の変化を促す要素

- (1) 今後想定される市場環境の変化を促す要素のうち、特にモバイルビジネスとの関連において重視すべきものとして、例えば以下の事項を挙げることは適当か。
- ① 市場統合の進展
 - ・FMC(Fixed Mobile Convergence)等の通信レイヤーの市場統合が本格化し、各市場ごとに構築されてきたビジネスモデルが変革を迫られる可能性(オープン型ビジネスモデルへの移行等)があるのではないか。
 - ② 垂直統合型ビジネスモデルの多様化
 - ・ブロードバンド市場において、通信サービス、プラットフォーム、コンテンツ・アプリケーション等の各レイヤーを縦断する垂直統合型ビジネスモデルが普及することが見込まれる。こうした中、従来の一気通貫型のビジネスモデルに加え、各レイヤーにおいて得意とする経営資源を持ち寄って展開する協働型を基礎とする垂直統合型ビジネスモデルが登場してくるのではないか。
 - ③ ユビキタス化の進展
 - ・情報家電を含む広範な端末を含むユビキタスネットワーク化(M2M(machine to machine)通信を含む)が普及するのではないか。これにより、通信サービス(通信事業者)と端末(ベンダー・利用者)との関係に変革がもたらされる可能性があるのではないか。
- (2) 上記の他、市場環境の変化を促す要素として、どのような事項が想定されるか。また、それらの要素がモバイルビジネスにどのような影響を与える可能性があるか。

2. モバイルビジネスの活性化を通じた新規市場創出策

- (1) 移動通信サービスは、これまで端末を起点として、物理網・通信サービス・プラットフォームの各レイヤーを一体として提供し、その上で各種コンテンツ・アプリケーションが提供されるビジネスモデルで発展を遂げてきた。こうしたビジネスモデルのメリット・デメリットを再検証する必要があるのではないか。
- (2) 移動通信市場におけるデータ系サービスの高速化などが進む一方、新規加入者数が鈍化するなど市場の成熟化が進展している。こうした中、上記1の市場環境の変化を踏まえ、現行のビジネスモデルのメリット・デメリットはどのように評価していくことが適当か。
- (3) モバイルビジネスの活性化を通じた新市場創出を実現する観点から、今後、例えば以下の事項について検討していく必要があるのではないか。その際、検討の視点として、市場活性化を通じた利用者利益の向上が図られるかどうかを主軸に据えることが適当ではないか。
 - ① MVNOの新規参入の促進等を通じた他業態との連携促進の在り方
 - ・MNO (Mobile Network Operator)は他業態との連携を通じ、サービスの多様化等を図っているが、モバイルビジネスが社会的インフラとしての重要性を高める中、他業態との連携を促進する観点から、MVNO (Mobile Virtual Network Operator)の新規参入の促進などを図ることが適当ではないか。その際、どのような競争環境整備を図ることが適当と考えられるか。
 - ② 汎用性の高い認証・課金等のプラットフォーム機能の在り方
 - ・MNOは、これまで一気通貫型の垂直統合型ビジネスモデルを構築してきたが、今後、固定通信事業においてもIP網の構築が進み、FMC等の市場統合が加速化することが見込まれる中、固定・移動の別を問わず、認証・課金等のプラットフォーム機能の連携を図っていくことが必要ではないか。

2. モバイルビジネスの活性化を通じた新規市場創出策

- ③ 販売奨励金・SIMロックをはじめとする現行のビジネスモデル以外の選択肢の在り方
 - ・MNOの現行のビジネスモデルにおいては、販売奨励金により端末価格の低廉化を図り、当該費用を通信料金で回収するビジネスモデルが採用されている。また、端末にSIM(Subscriber Identity Module)ロックを適用することにより、通信事業者と端末の紐帯関係を維持する仕組みが採用されている。こうした中、モバイルビジネスの活性化の観点からは、こうした現行のビジネスモデル以外の形態の可能性を含めて検討することが必要ではないか。
 - ④ 無線アクセスの多様化等の在り方
 - ・モバイルビジネスの活性化の観点からは無線アクセスの一層の多様化を図る必要があるが、その際、競争環境整備の観点からどのような施策を講じていくことが必要か。
 - ⑤ ユビキタス端末との連携の在り方
 - ・ユビキタスネットワーク時代の到来を念頭に置きつつ、ユビキタス端末(通信端末と通信サービスの紐帯関係が薄まる可能性)と通信サービスとの連携の在り方について、改めて検討することが必要ではないか。
- (4) その他、モバイルビジネスの活性化を通じた新市場創出を実現する観点から、どのような施策を講じることが求められるか。

3. モバイルビジネスの活性化を通じた新規市場創出効果の検証

- (1) 上記2の新市場創出策を通じ、定性的・定量的にどの程度の市場創出効果が生まれるか。
- (2) その他、新市場創出効果の検証に際し、留意すべき事項はあるか。

4. その他

上記1～3の他、本研究会において検討すべき課題としてどのようなものがあるか。