

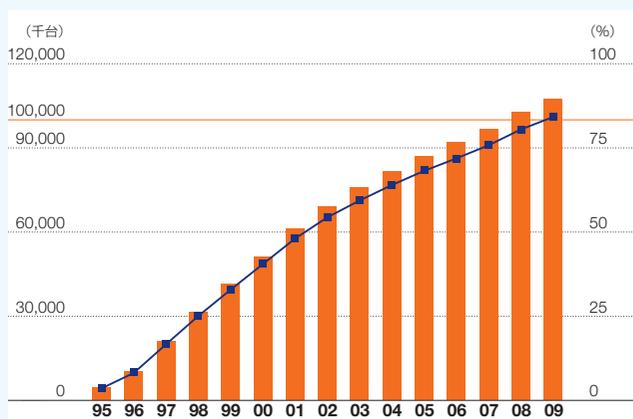
移動通信

日本のコンシューマ向け携帯電話市場が成熟期を迎える中、通信料・端末価格分離プランの浸透と景気後退の影響により端末販売台数は大幅に減少。お客様獲得に向けたサービス競争は激しさを増す。

日本のコンシューマ向け携帯電話市場の成熟化

日本の携帯電話の累計契約数は、2007年末には1億台を突破し、人口普及率は80%を超える高い水準に達しています。これまで成長を牽引してきたコンシューマ向け市場においては、契約数の増加ペースは徐々に鈍化傾向にあり成熟期を迎えています。一方、通信モジュールや中・小規模を中心とした法人市場については、今後も成長が期待できるものと見ています。

国内携帯電話累計稼働台数／人口普及率



■ 累計稼働台数 — 人口普及率

出所：総務省、(社)電気通信事業者協会

(注) 累計稼働台数は3月31日に終了した各年度末、人口普及率は各年度10月1日時点数値

通信料・端末価格分離プランの浸透による端末販売台数の大幅な減少

公正競争ルールの整備に向けた総務省の「新競争促進プログラム2010」の下で開催されたモバイルビジネス研究会の報告を受け、移動通信事業者は販売代理店に端末販売奨励金を支払うことで、お客様が負担する端末価格を下げるこれまでの販売スキームに加えて、「通信料と端末価格を分離

した新たな料金プラン」を導入しました。2008年度においては、この料金プランに基づく新販売スキームが日本における携帯電話販売の中心となり、従来のビジネスモデルが大きく変化しました。

au買い方セレクト

(料金は税込)

au買い方セレクト コース名	シンプルコース	フルサポートコース
購入サポート(端末補助金)	なし	あり(21,000円)
端末利用期間契約	なし(分割払いの支払いは必要)	2年
料金プラン	プランSSシンプル～LLシンプル他	プランSS～LL他
月額基本料*最安プランSSの場合	980円/月(無料通話1,050円)	1,890円/月(無料通話1,050円)
分割払い	あり(12回/18回/24回)	なし

*「誰でも割」ご契約時の基本料金。

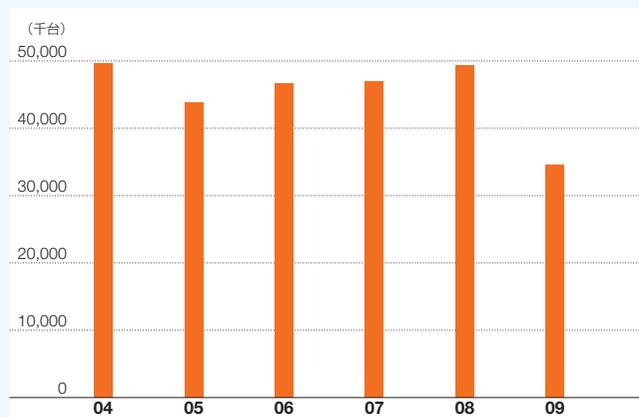
お客様が新販売スキームにより携帯電話端末を購入される場合には、原則、通信事業者による販売代理店への端末販売奨励金が支払われなくなることから、従来型スキームとの比較において、端末購入価格が上昇する結果となりました。

これに加えて、2008年度は景気後退の影響もあり、お客様の端末購入の買い控えや既存端末の保有期間の長期化が顕在化した結果、日本の端末販売台数は前年度比で約30%と大幅に減少しました。当社においても、販売台数は前年度比で32%減少し、またこれに伴い、特に上半期においては、端末メーカーへの発注済端末数と販売台数との乖離が生じたことから、端末在庫が高水準になりました。

2008年度の日本の端末販売台数が前年度比で大幅に減少する中、複数年契約型サービスの浸透や、新販売スキームによる端末購入時の割賦支払い選択率の増加もあり、通信事業者各社の解約率や機種変更率は前年度比で低下傾向にあり、日本の携帯電話市場の流動性は大きく低下しています。

また、通信料・端末価格分離プランにおける通信料金は、分離された端末販売奨励金相当額が、月々の基本料金から割引かれるよう設定されているため、同プラン契約者の増加に伴い、音声ARPUは、低下していくこととなります。

携帯電話国内出荷台数実績



(3月31日に終了した各年度)
出所：(社)電子情報技術産業協会

景気後退の影響

100年に1度と言われる世界的な景気後退の中、2008年度の日本経済は非常に厳しい環境下にありました。移动通信事業に与える影響としては、通信料・端末価格分離プランによる端末販売価格の上昇が嫌気されたことから、端末販売台数の大幅減を招く一因となったと見ています。一方、ARPUへの影響については、当社においては、特にコンシューマ向

け市場を中心に音声通信・データ通信ともに景気後退による大きな変化は見られていません。その一方で、一部法人向け市場においては、既存顧客における未利用端末の解約や、新規案件の規模縮小・延期・見送りなど、景気後退の影響が少なからず発生しています。

コンテンツ・メディア市場

コンテンツ・メディア市場は、データ通信料金の定額制の拡がりや3Gネットワークの進展により、これらを活かした高速かつ大容量のコンテンツ提供が可能となり、着実に伸びています。また、従来のダウンロード型コンテンツに加え、SNS*などユーザ発信型のコンテンツやYouTubeなどの動画配信サービスの携帯電話での利用が拡大しています。

なお、携帯電話で利用可能なサイトには役立つ情報が多数存在する一方で、詐欺まがいの「悪質サイト」や18歳未満の青少年には提供が禁止されている「出会い系サイト」、「成人向けのサイト」も存在しています。これに対して、2009年4

月から「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律(青少年インターネット環境整備法)」が施行され、18歳未満の青少年に携帯電話・PHSを販売するときは、保護者の申出がない限り、インターネット上の有害情報の閲覧を制限するフィルタリングサービスを設定することになるなど、行政、電気通信事業者、コンテンツプロバイダーなどを中心に、青少年における「有害サイトアクセス制限サービス」(以下、フィルタリングサービス)の普及促進に向けた取り組みが進められています。

*SNS: Social Network Service
(注) YouTubeは、YouTube, INC. の登録商標です。

固定通信

中継系ビジネスからアクセス回線ビジネスへの転換が進み、「直収化」「IP化」「ブロードバンド化」のトレンドが継続

FTTHがブロードバンド市場の牽引役に

日本の固定通信市場は、現在、「直収化」「IP化」「ブロードバンド化」への転換期にあります。

20年ほど前に固定電話事業に中継系の電話事業者が参入したときの状況は、アクセス回線を保有するNTTへの支払を差し引いてもお客様の支払額の9割超が手取り収入となりました。しかしながら、IP化が進む現在においては状況が一変し、アクセス回線への支払がお客様の支払額の4分の3程度を占めるようになり、手取り収入の割合が激減しています。

収入・収益の確保という観点においては、電話が中心であった時代の中継系ビジネスからアクセス回線ビジネスへの転換が重要になってきています。

成長を続けているブロードバンドサービス市場においては、FTTH(Fiber to the Home)、ADSL、CATV等を合わせた契約数が、2008年12月末で初めて3,000万契約を突破し、2009年3月末で3,033万契約になりました。また、FTTHサービスにおいて、FTTH提供事業者間における料金競争や、インターネット接続に電話と映像サービスを組み合わせた「トリプルプレイ」により商品力が強化されたことで、ADSLからFTTHへの移行が進み、2008年6月にはFTTHの契約数がADSLの契約数を上回りました。

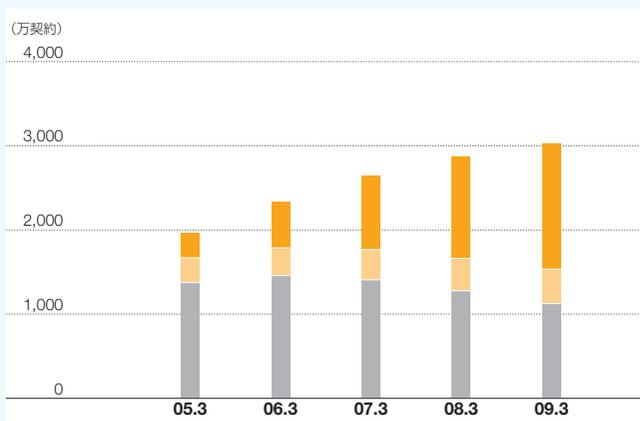
ただし、動画配信サイトや大容量のデータダウンロードなどを利用されないお客様の中には、ADSLサービスで十分満足されるお客様もあり、FTTHサービス契約数の伸張率は鈍化しています。

また、本来FTTHサービスの特長であり、ARPU拡大の要素でもある高速・高品質な特性を活かした映像サービスについては、著作権法上の問題などにより、本格的に立ち上がっているとは言えない状況です。

一方、インターネット接続では、電話局から家庭までの区間でEthernetのフレームをそのまま送受信することを可能とする技術開発により、上り／下りともに最大1Gbpsの通信速度を実現するサービスが注目されています。

このような状況において、当社では、2008年4月に中部テレコミュニケーション株式会社(以下、「CTC」)を連結子会社化することで顧客基盤を拡大し、2009年3月末のFTTH契約数は前年度比54.8%増の109万9千契約となりました。

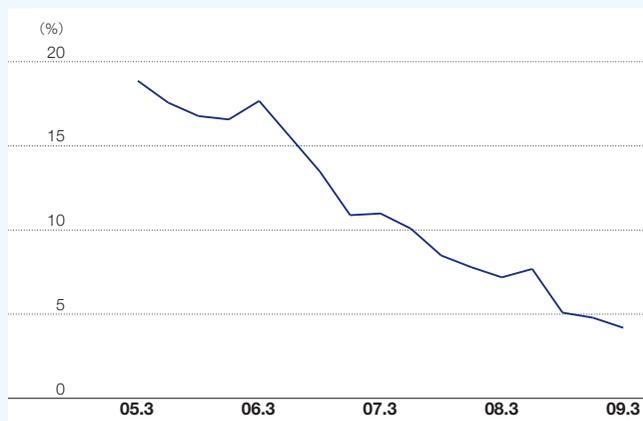
国内ブロードバンドサービス契約数



■ FTTH ■ CATV ■ ADSL

出所：総務省報道資料「ブロードバンドサービスの契約数等(2009年6月19日)」

国内FTTHサービス契約数の伸長率



加入電話からIP電話へのシフトが進む

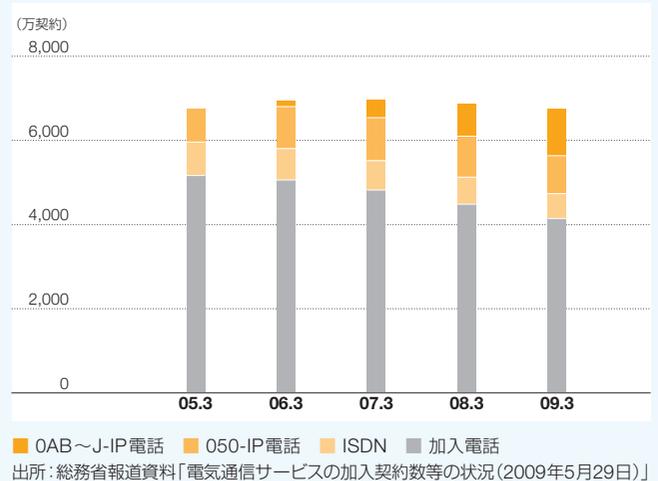
固定電話サービス市場(加入電話、ISDN、IP電話を合わせた固定電話全体)においては、携帯電話の普及の影響もあり、2009年3月末で前年同期比1.8%減の6,752万契約と、引き続き減少傾向を示しています。

このうち、加入電話とISDNの契約数の合計は前年同期比7.7%減の4,730万契約と、契約数のピークであった1997年度末の6,285万契約と比べて、24.7%の減少となっています。

減少する固定電話サービスの中で、IP電話は増加傾向にあり、特にFTTHやCATVをアクセス回線に使った0AB-J系および050系IP電話は前年同期比15.3%増の2,022万件と大幅に増加しています。

当社では、アクセス回線にFTTHやCATVを利用した「ひかりone電話」や「ケーブルプラス電話」などを積極的に展開しており、IP電話サービスにおけるシェアは9.9%となっています。

国内固定電話サービスの契約数



景気後退の影響

わが国の経済が厳しい環境にある中で、コンシューマ向け市場における景気後退の影響としては、消費者の節約志向の強まりもあり、ADSLからFTTHへの移行速度が鈍化することによるFTTHサービス契約数の伸長率低下や、FTTHを利用した多チャンネル放送・VODなどの映像サービス拡大の遅延など、一部影響が出ています。

また、法人向け市場においても、足元の状況としては景気後退による企業の通信費削減や社内拠点の縮小などの影響を受け、一時的に顧客単価の減少や解約の動きが出ています。

一方で、企業間通信などの大容量化に対応し、企業内通信網で利用されるサービスとして、帯域保証型の専用サービスからIP-VPNサービスや廉価な広域イーサネットサービスへと移行が進んでおり、VPNサービスは長期的な観点で今後も成長が期待されています。

国内VPNサービスの契約数

