

MVNOで変わる国内通信事業者の動向

天野 浩徳 ●株式会社エムシーエイ (MCA) 代表取締役/アナリスト

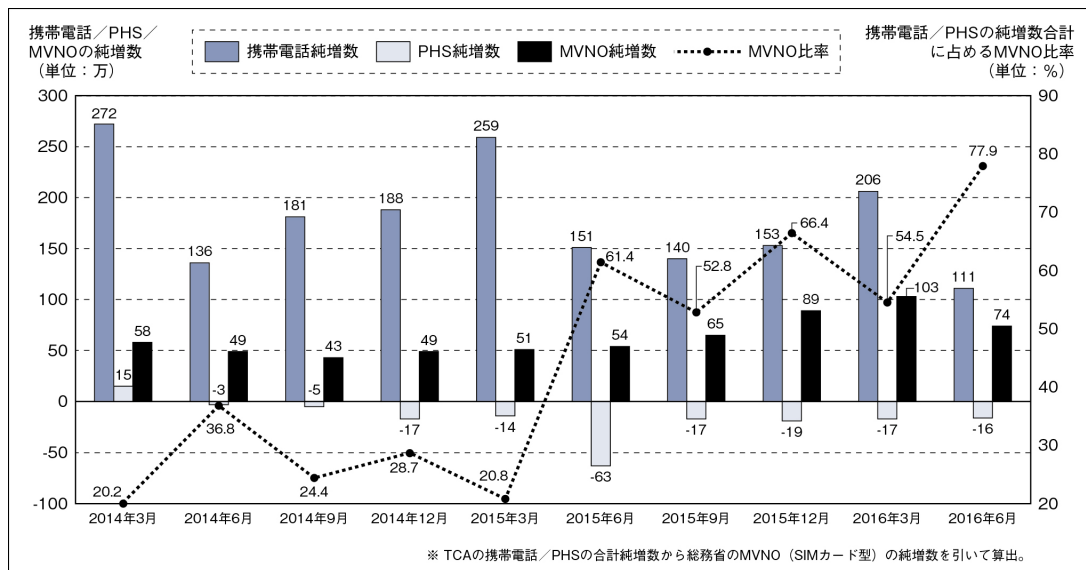
急成長を見せるMVNOの存在感は、3大キャリアに続くまでに。多くの事業者がさまざまな特徴を打ち出し、ユーザーの選択肢が広がる。次なる進化形「フルMVNO」の提供もスタート。

■大手携帯電話会社3社に次ぐ「第4勢力」に急成長したMVNO、成長の鍵は「総務省の支援継続」「iPhone」

総務省によると、2016年6月末時点のMVNO契約数（携帯電話／PHS／BWA）は前年同期比33.8%増の1346万まで成長した。契約タイプ別では、SIMカード型が同12.2%増の678万、通信モジュール型が同4.1%増の374万だった。

携帯電話／PHS市場全体の契約数（1億6143万）に占めるMVNO（1176万）の比率は7.2%だが、市場の伸びはすさまじく、2016年6月末までの年間純増数（541万）では全体の61.2%（331万）をMVNOが占めるなど、MVNOが大手携帯電話会社3社に次ぐ「第4勢力」として存在感が高まっている（資料3-4-1）。

資料3-4-1 携帯電話／PHSの純増数に占めるMVNOの純増数推移



出典：電気通信事業者協会（TCA）と総務省の資料を基に作成

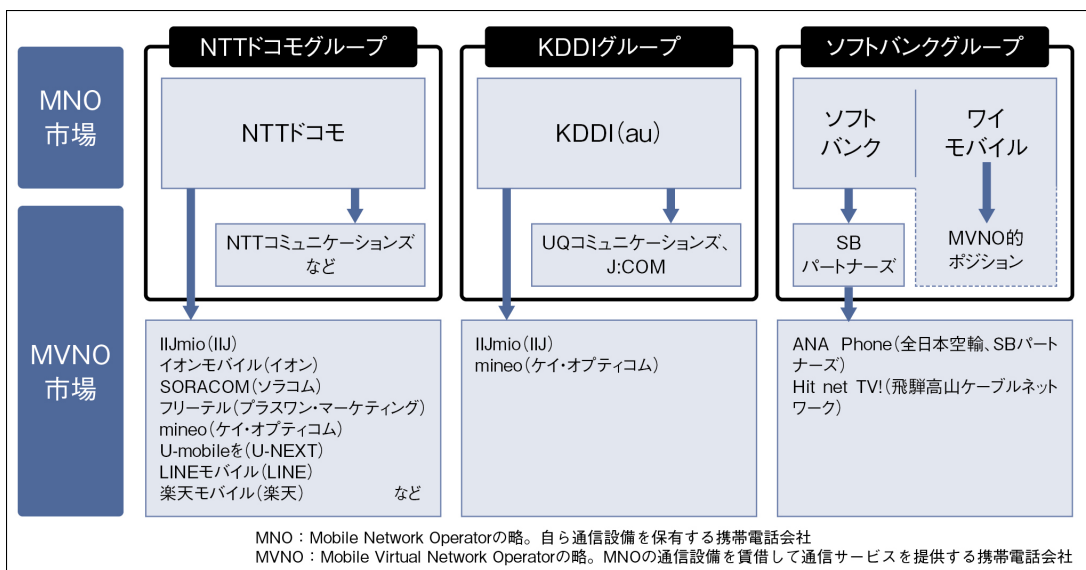
現状、MVNOの9割以上は回線料金が最も安価なNTTドコモから回線を調達しており、今やそれが携帯電話各社の純増競争に大きな影響を及ぼしている。こうしたMVNO急成長の背景には、大手携帯電話会社3社による料金横並びで価格競争を挑まない協調的寡占状態を危惧した総務省によるMVNO支援がある。

スマートフォンの普及によって大手携帯電話会社間の差異化が困難となった結果、高額なキャッシュバックや抱き合わせ販売による顧客の奪い合いという不健全な競争が横行した。これに対し総務省は、2014年10月にMVNOを促進するための「モバイル創生プラン」を策定し、テコ入れを図った。同プランでは2016年度中にMVNOを1500万回線にするという目標が掲げられ、2014年12月に各社にSIMロック解除を義務付け、2015年後半からは総務省のタスクフォースで「携帯電話料金の値下げ」「スマートフォンの実質ゼロ円販

売」やいわゆる「2年縛り」などの業界の悪しき慣習にメスが入れられた。

MVNOサービスの事業者数は、今では580（一次MVNOは247）に増加したが、参入プレーヤーはもともとMVNOがデータ通信の低価格を売りにしていたこともあり、当初はNTTコミュニケーションズやインターネットイニシアティブ（IIJ）、ビッグロブなどISP各社が多かった。しかし、その後、流通大手のイオンの参入が大きな契機となり、自社コンテンツに強みを持つDMMやU-mobileを提供するU-NEXT、フリーテルを運営し、回線だけでなく端末開発も手掛けるプラスワン・マーケティング、さらには、KDDIの子会社としてMVNOを提供するUQコミュニケーションズやMNOでありながらMVNO的ポジションで新規獲得を強化するワイモバイルなど、ユーザーの選択肢が一気に広がった（資料3-4-2）。

資料3-4-2 携帯電話市場におけるMNOとMVNOの関係性



出典：筆者作成

このように、参入企業が増え活況を呈しているように映るMVNO市場だが、激しい価格競争の影響でレッドオーシャン化しており、撤退する動きが本格化するという話も聞かれる。今後、MVNOの成長カーブの行方は「総務省の市場健全化へ向けた支援継続」と「MVNOのiPhoneの取り扱い」が鍵を握ることとなりそうだ。

■MVNOの次の進化と注目を集める「フルMVNO」をIIJが先陣を切って開始

MVNOの次の進化として、2017年に「フルMVNO」と呼ばれるMVNOサービスをIIJが開始する。これは、MVNOが自前で加入者管理データベースである「HLR/HSS」を持ち、大手携帯電話会社の通信ネットワークと連携するというもの。HLR/HSSはユーザーのSIMカードを管理するデータベースとして、認証／接続を許可するネットワーク制御を主な働きとしている。これによって自らSIMカードを発行することが可能となり、IoT (Internet of Things) 向けに期待されているeSIMの提供やフィンテック (Fintech) による金融サービスなど、自由度の高いサービスが可能となる。

ただし、HLR/HSSを運用するには数十億円単位の設備投資が必要になりコスト負担が大きいに、技術的な課題がある。将来的にはMVNOの再編のインパクト要因になるのではという見方もある。

■大手携帯電話会社に対抗する一方で、独自サービスに磨きをかけるMVNOの料金サービス

最近のMVNOは、大手携帯電話会社と対抗する料金サービスを提供することで、主回線としてユーザーに認知されてきた。それを象徴するのが、国内通話の定額制導入である。従来、音声

通話については30秒当たり20円の従量制が中心で、これがMVNOの弱点とされてきたが、楽天やニフティなどがIP電話や中継電話などを組み入れることで対応した。また、大手携帯電話会社が相次いで導入してきたデータ大容量プランについても、楽天やイオンが割安な料金で追随している。

その一方で、MVNOの特徴である大手携帯電話会社にまねのできないサービスの開発についても余念がない。特別コースに加入すれば、緊急車両の専用レーン (帯域) を用意したり、一部のMVNOに限定されるが基本料ゼロ円のサービスを提供したりと、ユニークなものが多い。独自の強みをどのように磨いていくか。まさにMVNOの腕の見せ所でもある。

■顧客増に伴いMVNOの直営店舗が急拡大する一方で、コスト高への対応が課題

従来、MVNOの販路はインターネットが中心だった。しかし、ユーザー数の増加に伴い家電量販店、さらに直営店舗へと広がりを見せている。

フリーテルを展開するプラスワン・マーケティングでは「フリーテルショップ」を2017年度中に200店超、2018年度には400店に広げる。トンモバイルを展開するカルチュア・コンビニエンス・クラブ (CCC) グループは、2016年度内に売り場を、TSUTAYA店内を中心に現在の4倍となる200か所に増やす。このほか、楽天やケイ・オプティコムが提供するmineoなども店舗拡大の意向を明らかにしており、2017年度までにMVNO全体で2万店舗を突破するとみられている。

直営店舗の拡大は、MNPの即日対応や故障・修理、端末の操作支援などのサポート強化が狙いだが、一方で設備投資の増加によるコスト転嫁を懸念する声も聞かれ、そのバランスの取り方が課題となっていきそうだ。

■各社の動向

●楽天：楽天経済圏との連携を武器に、大手携帯電話会社並みのサービスで事業拡大

1000万台の契約目標を掲げ2014年10月に参入を果たした「楽天モバイル」は、楽天経済圏との連携を武器に、MVNO市場で大手の一角を占めるまでに存在感を高めている。ポイントで毎月の通信料金を支払うなど、楽天市場で買い物をすればするほど得になるという独自の仕組みが差別化をもたらしている。

これまでMVNOサービスというと、データ通信を安価に利用したいユーザーが副回線として利用するイメージだったが、楽天モバイルでは端末とのセット購入で、音声も利用する主回線として契約するケースが多いのが特徴だ。実際、楽天が公表した資料によれば、新規契約者のうち通話対応SIMを選択するユーザーが80%（2016年5月時点）に達するなど、その視線は競合するMVNOではなく、大手携帯電話会社に向けられている。

象徴的なのが「実店舗の展開」と「回線と端末のセット販売」である。実店舗では、直営店や家電量販店、販売代理店による拡大を図り2016年内に100か所を目指していたが、すでに前倒して完了した。店舗は販売拠点としてだけでなく、修理や顧客とのコンタクトポイントとして重要で、同社では2017年度までに150店舗の展開を計画している。

一方、端末に関する新たな施策として導入されたのが「コミコミプラン」だ。これは、特定のスマートフォンと通信サービス、そして5分のかけ放題をセットで契約することで1年目の月額料金が安価（1880円から）になるプランで、まさに大手携帯電話会社がやっている2年縛りを前提とした回線と端末のセット販売と同じ手法である。

2016年冬から2017年春の新機種となるスマートフォン「AQUOS SH-M04」、フィーチャーフォ

ン「AQUOS ケータイ SH-N01」など、豊富なラインアップも同社の大きな特徴である。今後その取り組みに注目が集まっていきそうだ。

●IIJ：最大手の1社として「フルMVNO」でIoT市場の新たな可能性を開拓

2008年にMVNO市場に参入し、自ら「IIJmio」ブランドでコンシューマー向けのモバイル通信サービスを提供するほか、イオンやビックカメラなど100社以上に回線を又貸しするMVNEも展開する、最大手のMVNO事業者である。

2016年度末時点で200万規模の回線数を目指しており、第2四半期時点における累計回線数は157万で、個人向けが87万5000回線で6万4000の純増、法人向けが64万7000回線で10万7000の純増と、順調に推移している。なかでもMVNEを含む法人向けの回線数が伸びたことでネットワークの利用効率が上がり、収益率も高まっている。

2016年度は、2016年8月から東海地方の郵便局で、SIMカードとSIMフリー端末のカタログ販売を開始して話題となった。郵便局に置かれているカタログから申し込み、宅配便「ゆうパック」で利用者に届けるというもので、スマートフォンの普及率が低い高齢者や主婦などの開拓を目指す。2017年度下半期からは、業界に先駆けてHLR/HSSを独自に運用する「フルMVNO」の商用サービスを開始すると発表した。これにより、独自にSIMカードを発行したり、料金プランを柔軟に設計したりと、自由度の高いサービスが提供できるようになる。

今回の交渉でNTTドコモと合意したのはデータ通信のみで、IIJはIoT分野に取り組んでいくとしている。これによって、たとえば工場で製品検査のため通信をオンにした後に再びオフにし、顧客の手元に届いたときに再びオンにするピリング

コントロールなど、従来のレイヤー2接続では不可能だったサービスの提供が可能となる。

先陣を切ってフルMVNOに取り組むIIJが、MVNOの新たな可能性を開いていく。

●LINE：持続的成長を目指し、「ゼロレーティング」を売りに本格参入

国内6000万超のユーザー数を誇るLINEがMVNOへの本格参戦を表明したのは2016年3月で、大手携帯電話会社の牙城を脅かす存在になるのではと大きな話題となった。その後、「LINEモバイル」の全容を発表したのは、同年9月だった。まずは2万契約限定で先行販売を行い10月から正式にサービスを提供する予定だったが、実際には9月21日に前倒して本格販売をスタートさせた。MVNOに対する同社の選択は、ソフトローンチの期間を設けるなど、持続的成長を前提とした着実なスタートだった。

LINEモバイルが売りとしているのは「ゼロレーティング」のサービスだ。月間データ容量が1GBのプランは「LINEフリープラン」としてLINE内の通信がデータ通信量から除外され、同3GB以上のプランは「コミュニケーションフリープラン」になり、TwitterやFacebookもカウントフリーの対象となる。

ただ、同サービスは、通信の秘密やネットワーク中立性への懸念からさまざまな議論がある。そのため同社では、MVNEがNTTコミュニケーションズであることを明らかにした上で、IPアドレスやポート番号などの識別情報についてはMVNEである同社も責任を持って管理し、なおかつそこで得た情報を他のサービスやマーケティングには利用できないという取り決めを行うことで信頼性を担保している。

LINEフリープランの月額料金は1GBのみのデータ通信が500円から。コミュニケーション

フリープランの月額料金はデータ通信+SMSが1110円(3GB)~2640円(10GB)、データ通信+音声通話が1200円(1GB)~3220円(10GB)。販売はSIMカードのみと、端末+SIMカードのセットの2種類で、端末には8機種が用意されている。

MVNO市場が拡大していくなかでその一角を占めることができるかについては、販路開拓などに課題はあるものの、大きなポテンシャルを持っていることは間違いない。

●ソラコム：IoT特化のバーチャルキャリアとして「低料金」「セキュア」が支持され、顧客企業は4000社を突破

“ソラコムショック”ともいわれるほどの画期的な低料金でIoT市場をリードしているのが、創業2年目を迎えたソラコムだ。サービス開始1年で契約した法人企業は、4000社を突破した。同社はNTTドコモのMVNOとして、IoTに特化したデータ通信SIMやクラウドとの連携サービスを提供しているが、その強みは「低料金」と「高度なセキュリティ」にある。

MVNOに必要とされるコアネットワーク（パケット交換、回線管理、帯域制御など）とサポートシステム（顧客管理、課金）は、通常は専用設備を利用するが、同社ではクラウド上（米Amazon.comのAmazon Web Services（AWS））に仮想的なネットワーク設備（ソフトウェア）を構築することで画期的な低料金を実現した。

ソラコムが提供する「SORACOM Air」では、タブレット端末や家電などのIoTデバイスにSIMカードを挿し込むだけで、1日10円からの従量課金で通信サービスを利用できる。「SORACOM Beam」では、暗号化などの高負荷処理や接続先の設定をクラウドにオフロードすることで、IoTデバイスから機密性の高い情報を送受信する際の安

全性を確保している。そのほか、通信速度の変更や通信の休止／再開、通信の監視、イベントに応じた処理の設定などについてはウェブブラウザやAPIから一括操作できるようになっている。

ソラコムでは、IoT分野での高い実績を背景に、トヨタ自動車とKDDIがグローバルで展開する予

定である自動車向けの「グローバル通信プラットフォーム」で、海外の一部地域において技術検証を行っていくとしており、クラウドを使ったバーチャルキャリアの海外展開が今後、本格化していきそうだ。

1

2

3

4

5



1996, 1997, 1998, 1999, 2000...

[インターネット白書ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2017年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<https://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

✉ iwp-info@impress.co.jp