

モバイルキャリアの戦略分析 2006 - 2007 (NTTDoCoMo 編)

～ MNP、ソフトバンクによるボーダフォン買収、新規プレーヤーの参入 などケータイ大競争時代におけるドコモの戦略分析～

移動体通信・IT専門の調査会社である株式会社MCA (<http://www.mca.co.jp/>)では、携帯電話・PHS市場及びキャリアの戦略分析を行った調査レポート「モバイルキャリア戦略分析2006-2007(NTT DoCoMo 編)」を、11月24日に(価格:73,500円/税込み)を発売しました。

MNP(Mobile Number Portability)、ソフトバンクによるボーダフォン買収、3.5Gサービスのテイクオフ、ワンセグなど2006年度の携帯電話市場は、競争構造、サービスアプリケーションの面で大きな節目を迎える年となりました。携帯加入者数は、2005年度末時点で9,172万人まで拡大し、年々純増数の伸びは鈍化しています。携帯各社が成長を続けていくには、ライバルからの顧客獲得が絶対条件であり、MNPの開始が争奪戦に拍車をかける誘発要因となっています。2007年にはイー・モバイル、アイピーモバイルという新規参入プレーヤーも参加し、市場は大競争時代を迎えることは必至の状況です。

「端末」「サービスアプリケーション」に限定した競争になると見られていたMNP開戦前夜、ソフトバンクが「0円」作戦で奇襲を仕掛けました。これによって市場は、「価格」競争も含めた総力戦の様相になるとする見方もありましたが、自らのトラブルで空振りに終わりました。序盤戦はブランド力でリードするKDDIが制しましたが、MNPはこれからも続く制度であり、1つのサービスや端末のヒット、更にはトラブルがシェア変動に大きなインパクトを与える可能性が高くなったと捉えることもできます。

こうしたなか、本レポートは携帯電話キャリアの戦略、組織体制、収益・オペレーション分析、設備投資、サービスアプリケーション、端末などの体系的な分類に基づいて、企業別に調査・分析したものです。今回は第一弾として携帯電話キャリア市場で50%以上のシェアを持つNTTドコモを取り上げました。大競争時代を迎えた市場において、ドコモがどのような戦略で成長戦略を描いているのか。そして、そのためのサービスアプリケーションや端末、更にはネットワークインフラなど、多角的な観点から分析を試みたものです。尚、同シリーズでは、今後、他のモバイルキャリア、並びに市場を俯瞰した総括レポートについても順次、発行していく予定です。何卒、皆様の事業戦略の参考資料として、ご活用いただければ幸いです。

調査レポートの詳細は次のホームページをご覧ください

http://www.mca.co.jp/pay_contents/FormMail/mobilecarrier%20strategy2006_2007_DoCoMo.htm

調査結果抄録

2005年度の決算は減収増益、2006年度は増収の予測

最大の顧客基盤が足かせとなり、MNPはドコモにとって不利な市場構造となっている。

解約率という「出口」の栓を絞りながら、新たな収益モデルを創出できるかが課題

FOMA競争力強化のため、「インフラ」「サービスアプリケーション」「端末」レイヤーを充実
法人市場での優位性を確保するため、「料金」「商品」「組織力」を強化

新たな収益源創出のため、金融・放送との融合化を加速

サンプル

「1.Executive Summary」より

ドコモの収益&オペレーションデータ推移

営業収益動向

単位:億円

年度	2004	2005	2006
営業収益	48,446	47,659	47,990
携帯電話	41,470	41,581	41,760
QC	-	-	-
PHS	603	409	210
その他	893	968	1,140
端末機器	5,481	4,700	4,880
営業利益	7,842	8,326	8,100
当期純利益	7,476	6,105	4,880

※QCークイックキャスト

※2006年度は予測

(出典:MCA)

オペレーションデータ

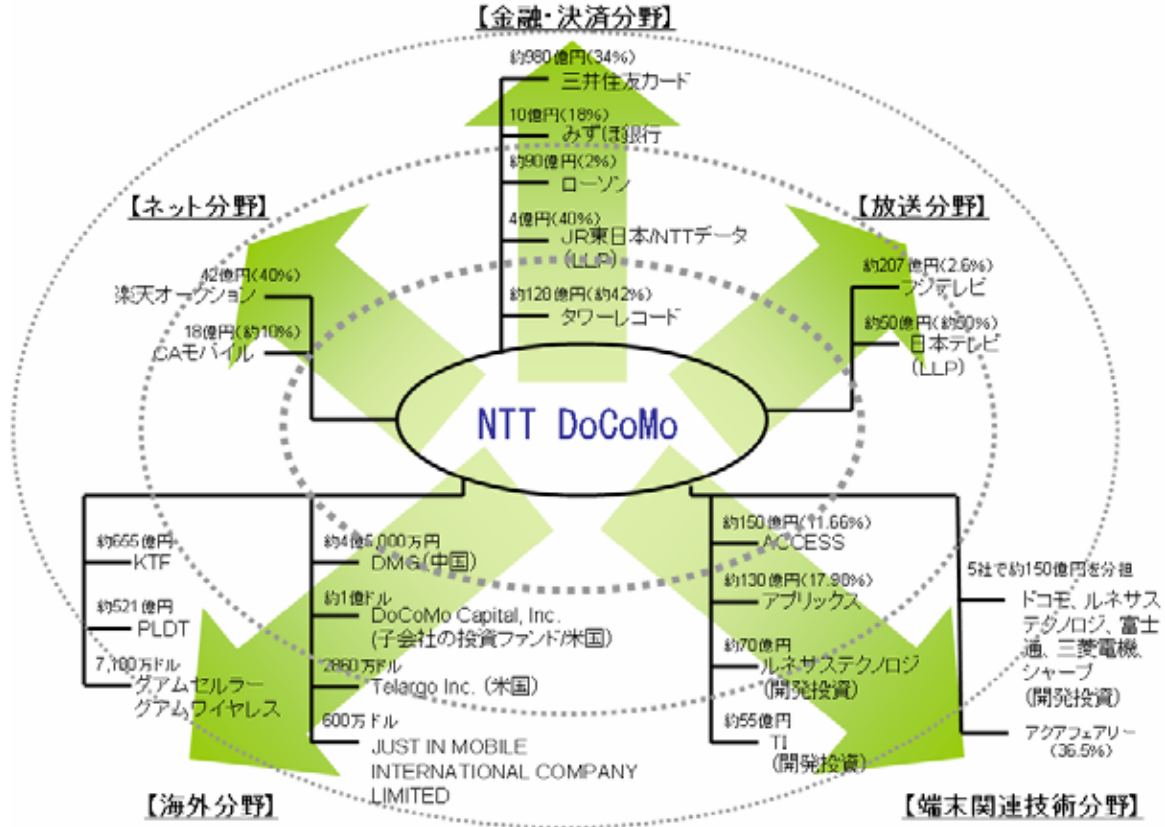
単位:加入者数は千人/ARPUは円

年度	2004	2005	2006
加入者数	48,825	51,144	53,000
シェア(%)	56.1	55.7	-
解約率(%)	1.01	0.77	0.85
全体 ARPU	5,330	5,030	4,700
音声	1,870	1,880	1,970
パケット	7,200	6,910	6,670
FOMA ARPU	9,650	8,700	7,810
音声	6,380	5,680	5,080
パケット	3,270	3,020	2,810

※2006年度は予測

(出典:MCA)

本レポート「(4)「金融・決済」「ネット」「放送」「技術」「海外」の五分野で加速する出資戦略」より
 図：NTTドコモの出資戦略マップ

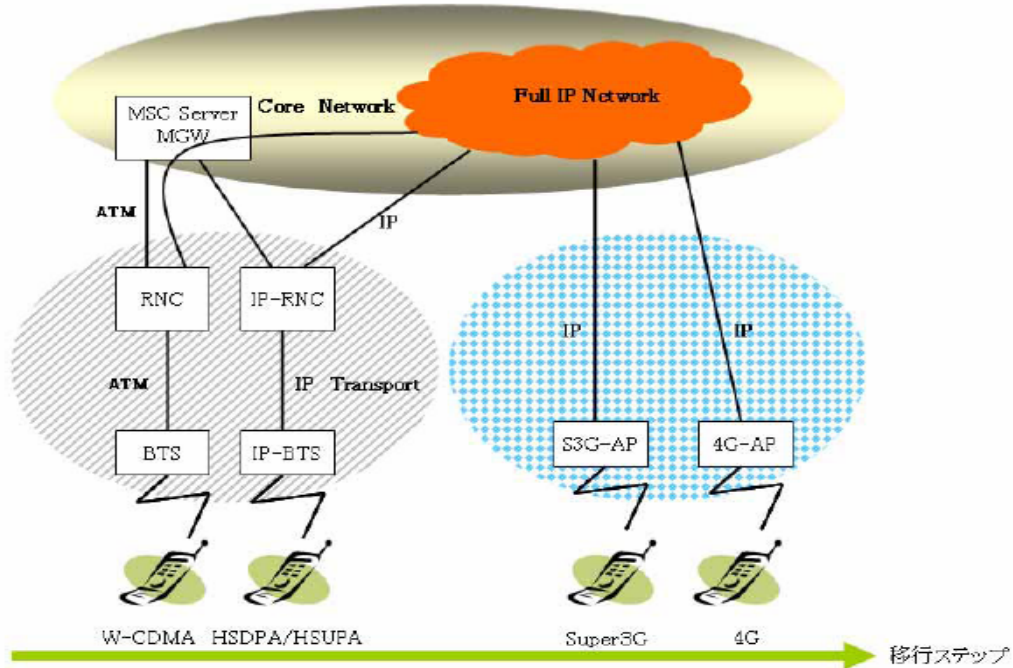


携帯融合モデルによる「新たな収益源」確立 & FOMA の競争力という観点から出資戦略を展開

年間フリーキャッシュフローが約 6,000 億円と潤沢な資金力を持つドコモの出資戦略は、大きく「金融・決済」「ネット」「放送」「技術」「海外」の 5 分野を中心に進められている。国内の携帯シェアで 50%以上を保有し、市場成熟化が加速するなか、今後、契約者の大幅な拡大は見込めない。そこで同社としてはクレジットやおサイフケータイなどの「金融・決済分野」、ワンセグなどの「放送分野」など、携帯電話との融合モデルによる新たな収益源を確保。そして、携帯コア技術への戦略的投資を通じて端末コストの引き下げを図ることでスピーディなラインナップ拡大、国内契約者の利便性確保のための「海外分野」への出資など MNP へ向けた FOMA の競争力維持という 2 つの側面から、これらの出資を行っているといえることができる。ただ一部を除いては、いずれもマイノリティ出資が多く、それでイニシアティブを取れるのかという指摘も聞かれる。

本レポート「1)通信ネットワークの発展シナリオ」より

図:ドコモのインフラネットワークの拡張ステップ



	3G→Enhanced 3G			4G
無線方式 (ピーク速度)	W-CDMA (384K-2Mbps)	HSDPA/HSUPA etc(14Mbps)	Super 3G (30M-100Mbps)	新無線方式 (100M-1Gbps)
ネットワーク方式	ATM→NWのIP化/IMS/MBMS		フルIPルーティング/IPモビリティ制御/IPv6	
適用分野	音声通信/AV通信/高速データ通信/IM/ プレゼンス/マルチブロードキャスト転送		超高速データ通信/P2P通信/シームレス通信/ ユビキタス通信	

ATM:Asynchronous Transfermode IM:Instant Message IMS:IP Mulutimedia Subsystem

IPv6:Internet Protocol version6 MBMS:Multimedia Broadcast Multicast Service P2P:Peer to Peer

「HSDPA」に続き上り速度を高速化した「HSUPA」、2010年頃にフルIPネットワークの「Super3G」、そして2015年頃より「4G」へ進化

3G(W-CDMA方式)のマイグレーションピーク期を迎えたドコモの無線ネットワークの進化は、夏よりスタートした下り3.6Mbpsの「HSDPA(High Speed Downlink Packet Access)」、上り最大5.8Mbpsの「HSUPA(High Speed Uplink Packet Access)」が導入されるのに続き、2010年頃には4Gへの橋渡し役となる「Super3G」、そして2015年頃までに「4G」というシナリオとなっている。「Super3G」では30M~100Mbps、4Gに関しては1Gbpsのデータ通信速度の実現を目指している。

調査レポートの詳細

発行日:2006年11月

頒価:73,500円(消費税及び送料込)

販売方法:A4コピー刷り製及びPDFデータダウンロード

調査期間:2004年8月~2005年11月

ページ数:184P

発行・販売:株式会社MCA(エムシーエイ)

レポートの購入申し込み先、お問い合わせ先

株式会社エムシーエイ(<http://www.mca.co.jp>)

〒106-6138 埼玉県さいたま市南区南浦和2-3-2 日栄ビル

TEL:048-813-7395 FAX:048-813-7399

URL . <http://www.mca.co.jp> E-mail . info@mca.co.jp