

# 携帯電話 法人市場に 焦点



懸念されていた携帯電話市場の飽和がいよいよ現実のものとなってきた。限られた市場を前に、携帯電話キャリア各社は、一方で顧客の囲い込みに力を注ぎ、他方で顧客を魅了する新しいサービスの開発に余念がない。転換点を迎えるなかで、新たな様相を示す携帯電話市場の最新動向を整理し、攻防の焦点である携帯電話法人市場の展望を占ってみた。

(本誌・吉沢一弘、関哲彦)

## Part 1 市場動向

### ARPU減少の危機 高度サービス急ぐキャリア

NTTドコモ21万3000、au24万8800、J-フォン20万4800。今年4月の携帯電話各社の加入純増数だ。この数字が、現在の携帯電話市場を端的に表しているといえよう。月次優に100万台を越えたかつての携帯電話ブームの姿は今はない。市場の飽和がいよいよ現実のものとなっているのだ。

むろん、携帯電話キャリア各社も黙って手をこまねている訳ではない。懸案の3Gに体重を移し、この秋から冬にかけて、NTTドコモ、auは機能強化されたFOMA、CDMA 2000 1x EV-DOによる高速で低廉なデータ通信サービスを手掛け、J-フォンはボーダフォンブランドへの転換と本格的なVGSの離陸を目指すなど新しい展開を行おうとしている。

IDCジャパンのアナリスト、三島俊洋氏は、「PHSを含めた携帯電話市場は2007年に8890万に達し、これが市場の上限になるのではないかと予測している。事実上の新規市場開拓の終焉を意味し、今後は端末の買い替え需要をいかに喚起していくかが重要なポイントになっていく。新規契約の際に高額なインセンティブをキャリアが販売店に支払う従来のビジネスモデルが名実ともに成り立たなくなっている。

さらに、ARPU(Average monthly Revenue Per Unit、1契約当たり月間平均収入)の減少傾向も顕著になってきている。前期比でNTTドコモ4.2%、au6.3%、J-フォン4.5%とそれぞれ低下している。特に音声系ARPUの落ち込みが激しい。データ

系については、携帯Web、Java、静止画、動画など次々と新サービスを打ち出すことで増加しているが、音声系の減少分をカバーするに至っていないのが現状だ。

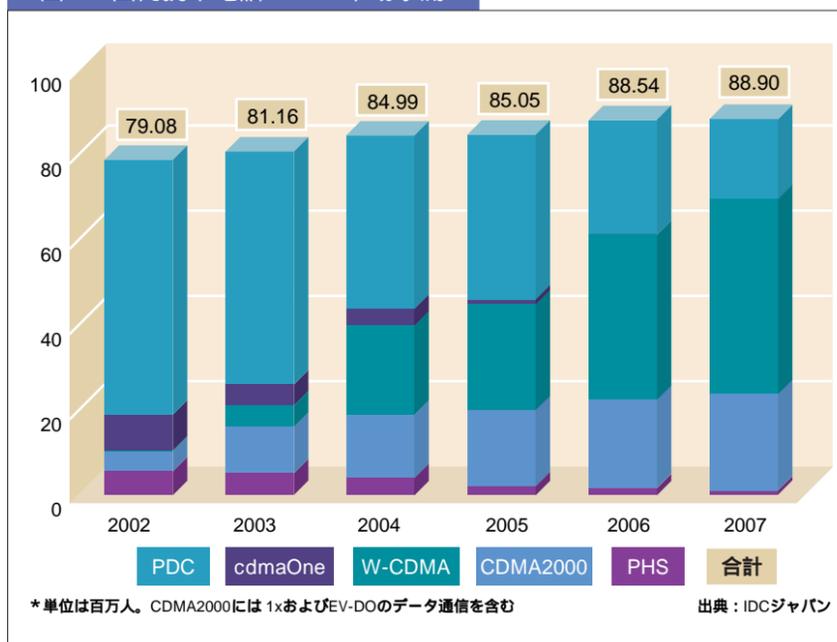
キャリア各社とも、市場の転換期にあたり、これまでとは異なる新たなサービスを模索している。そこで、ここでは、離陸に向かう3Gサービス、ユビキタス化を目標とし進化するモバイルサービス、さらに機能の高度化する携帯電話端末、新規開拓ゾーンとしての法人市場という4つのテーマに分けて、携帯電話市場の現状と展望を分析する。

#### 加速する3Gインフラ

長らく不振をかこっていたNTTドコモのFOMAに遅かった“春”が訪れた。32万に下方修正していた2002年度の純増目標の達成も危ぶまれていたところ、「P2102V」のヒットなど追い風を受け今年3月に純増数13万8400を記録し無事年度目標をクリアした。そこで次のターゲットとなるのが100万加入だ。立川敬二社長も、「100万というクリティカルマスがあれば、コンテンツプロバイダーが本格的に商品を投入するようになる。そこから好循環が生まれ、本当の意味でのビジネスの勝負が行える」と語っている。

この春にはFOMA 端末開発の主導権が、iモード事業部に移行した。6月16日に発表された“夏モデル”に

図1 国内携帯電話・PHS市場予測



Illustration/Y. Ikawa