

06年「Xデー」に備える3事業者

# 始まった 番号ポータビリティ 戦争

携帯電話の事業者を変えても、同じ番号を継続して使うことができる「番号ポータビリティ(MNP)」が2006年からスタートする。これによりユーザーの流動性が高まるといわれる。硬直化した現在の加入者シェアに一石を投じることになるか、将来市場の構図と各事業者の戦略を予測した。(本誌・吉沢一弘)

## 顧客囲込みで先行のドコモ シェアアップへ攻めるau

携帯電話番号のポータビリティ(MNP)が2006年度からスタートする。現在日本では、携帯電話の回線契約を別の事業者に変えるとき、これまで使っていた電話番号は返却し、新しい番号が付与される。これに対して、従来の番号を持ち運び(ポータブル)別の事業者でもそのまま使えるようにする仕組みがMNPである。

ここではMNPを巡る状況を、「導入までの経緯と制度の概要」「制度導入後の市場予測」「携帯電話事業者の戦略」の3つの観点から見ていきたい。

MNPは、1999年から導入している英国を皮切りに、欧米とアジアの主要国でサービスが提供されている。日本では、2002年の「情報通信時代のビジネスモデルと競争環境の在り方に関する研究会」の中間報告書の中で提言されたのをきっかけに、導入に向けた議論が本格化した。これを受け、通信事業者や機器ベンダーで構成された「勉強会」が結成され、実現方法や費用試算、各種調査が進められた。

2003年11月には、「携帯電話の番号ポータビリティの在り方に関する研

究会」が設置され、MNP導入の是非を含む多面的な検討を経て、国内でのあるべき方向性が今年5月に報告書としてまとめられた。総務省ではこれをベースとして7月にガイドラインを策定、携帯電話事業者各社にMNP導入を促した。

総務省総合通信基盤局の門馬弘番号企画部長は、MNP導入の主眼を「ユーザーの利便性向上と、事業者間の競争促進の2点に集約される」と説明する。

前者については、多くを説明する必要もない。電話番号が変わったことを友人・知人・関係者に知らせる手間がいなくなるのだ。

後者は、新番号通知の手間が障壁となり、事業者を変えることをためらっているユーザーが少なからずいることを前提としている。MNPはそういった層が他の事業者に移行しやすくなる流動性を高める効果がある。これにより、携帯電話事業者間でユーザーの移動が活発化し、競争性が増すという予測が成り立つ。

日本におけるMNPの導入イメージは、サービスの双方向性、第2世代(2G)、3Gの方式を問わない、

手続き窓口のワンストップ化、新規参入事業者の適用、メールアドレスは対象外とするの5点が報告書にあげられている(図1)。後発であるがゆえに、世界的に見ても高い水準のサービスにしようという意図が汲みとれる。

また、諸外国では政府の政策としてMNPを導入し、ペナルティなどによって事業者をコントロールする動きもあるが、日本ではあくまで事業者が進めるサービスの一環と捉え、行政は原則的に不介入のスタンスをとっている。

MNP導入に向けた今後のスケジュールを見ていこう(図2)。

研究会の報告書を受けて現在、移動体通信事業者4社を中心とし、具体案について話し合いが進められている。実現方式の詳細な技術仕様、費用の回収方法、事業者間の清算方法、運用ルールなどを決め、今年秋までに仕様を固める。これをもとに、各事業者がネットワーク機器ベンダーにシステムを発注する。15~24カ月をかけ、システムの基本検討、仕様設計、プログラムの作成、単体試験、総合試験までをこなすことになる。

次の6~9カ月で相互接続等のシステム試験を行う。事業者間の対向試験やファイル更新、商用網の工事など実運用に向けた動作検証を進める。

NTTドコモ・経営企画室の稲田晃典ネットワーク企画担当部長は、「携

図1 MNPの国内導入イメージ

- 1 サービスの双方向性
- 2 第2世代(2G)、3Gの方式を問わない
- 3 手続き窓口のワンストップ化
- 4 新規参入事業者の適用
- 5 メールアドレスは対象外とする



NTTドコモは、iモードFeliCaサービスを顧客囲い込みの切り札に

**勉強会**  
携帯電話の番号ポータビリティに関する勉強会。携帯電話事業者4社とNTT持ち株会社、端末・インフラベンダー7社が参加し、MNPの実現方法、費用試算、ロードマップなどを検討した