

待たなし、スマートフォンが迫る

携帯キャリアの事業構造改革

携帯電話キャリアがビジネスフレームの再構築に動き出している。これを牽引するのが、昨年市場での存在感が一気に高まったスマートフォンだ。

小型のコンピューターと携帯電話を一体化させたこのデバイスは、2008年にソフトバンクが日本でのiPhoneの展開を開始したのを機に、ユーザー層を一般消費者にまで拡大した。2010年にNTTドコモとKDDIが、その対抗製品としてグーグルのAndroid OS搭載端末を本格展開したことで、一躍マーケットの主演に躍り出た。

2011年度には、携帯電話販売数の過半をスマートフォンが占めるという見方が強い。

スマートフォンがユーザーに受け入れられた大きな理由の1つに、インターネットアクセス用デバイスとしての完成度の高さが挙げられる。

特に、iPhone/Android端末で採用されたタッチパネルベースの直感的なUIはネット端末としての最適解

を追求したものと見てよい。

インターネット経由で多彩なアプリを入手して端末の機能を拡張することが可能で、ネット上の多彩なサービスがどこでも利用できる環境も整う。これにより、ユーザーの利便性は格段に向上した。その結果、これまで携帯電話の進化をリードしてきたハイエンド端末の市場が、完全にスマートフォンに取って変わられつつあるのだ。

ボリュームゾーンであるミドルレンジ/ローエンド端末は、現状では既存端末が主流だが、この領域にも早晚スマートフォン化の波が押し寄せると考えられる。

崩壊する垂直統合モデル

こうしたスマートフォンへのシフトは、日本の携帯電話市場を特長付けてきたビジネスモデル 端末、サービス、コンテンツをキャリアがコントロールする垂直統合型ビジネスモデル の崩壊につながる可能性が高い。携帯キャリアは、事業モデル

の大変革を迫られているのである。

端末分野ではSIMロック解除の動きとも相まって、海外メーカーが世界展開するグローバル端末の存在感が急速に増し、キャリアの端末開発への影響力は急速に薄れつつある。

これに伴いサービス配信プラットフォームも、端末やOSのベンダーが開発を主導するオープンプラットフォームへ移行することになる。iモードの登場を機に急成長し、すでに5000億円を超える巨大市場に成長したモバイルコンテンツ業界も新たな対応を迫られている。

また、携帯キャリアにとって喫緊の課題となるのが急増するデータトラフィックへの対処だ。

PCを出自とするスマートフォンは、従来の携帯電話端末に比べ桁違いに多量のデータをやり取りする。しかも、その量は今後加速度的に伸びていくと考えられるのだ。

高速・大容量のネットワークをしかもリーズナブルに構築できるか否かが、スマートフォン時代の競争の鍵を握ることになる。

激変する事業環境の変化の中で携帯電話キャリアはいまどのようなビジネス戦略を描きつつあるのだろうか。

端末、モバイルコンテンツ、インフラの3つの側面から携帯3社の次の一手を探ってみた。

図表 中・長期的な携帯電話キャリアの課題

